

2019年中国跨境电商市场分析报告- 行业深度分析与未来商机分析

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2019年中国跨境电商市场分析报告-行业深度分析与未来商机分析》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/395829395829.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

国际商会中国国家委员会秘书局局长喻敏表示，尽管多边贸易体系受到了冲击，单边主义和贸易保护主义不断抬头，但在目前环境下，经济全球化仍然是不可逆的趋势。2001到2017年，中国货物贸易进口额的年均增长率是达到了13.5%，高出全球平均水平6.9个百分点，成为全球第二大进口国，货物进口额达到了20万亿美元，服务贸易同期增长率达到了16.7%，占到了全球服务贸易进口总额的比重的近10%。

随着跨境电商平台崛起，中国跨境电商零售进口渗透率（指通过跨境电商购买进口商品的人数占网购消费者人数的比率）已经从2014年的1.6%迅速增加到2017年的10.2%。跨境电商零售进口消费群体迅速扩大，2017年天猫国际消费者人数是2014年的10倍。在过去四年多时间里，天猫国际已引进75个国家3900个品类近19000个海外品牌进入中国市场，其中八成以上是首次入华。

2013-2018年中国跨境电商交易规模 数据来源：商务委

2014-2018年中国海淘用户规模 数据来源：商务委

进口消费群体的年龄分化呈现更年轻化特征。2017年，天猫国际的90后、95后消费者人数占45.2%，已超过80后成为最大的进口消费群体，2018年这一占比更超过50%。但从购买金来看，80后和85后仍然是购买力最强的群体，消费金额占47.6%。

2014-2017按出生年代划分的跨境电商消费者人数占比统计 数据来源：商务委

2017年中国的进口消费品市场品类不断增加，消费者日常消费品的选择也更加的丰富。消费者最常使用的日化、钟表、衣服、家居、食品、文教用品类进口消费品都出现不同程度的增幅。其中，日用品和母婴类的奶粉进口是促使进口消费品增长的两大重要品类，分别增长48.6%和40.4%。而食品中的肉类、电子电器为主的设备类分别出现了3.8%和23.4%的负增长。

2014-2017年天猫国际品类销售分布统计 数据来源：商务委

目前，国外零售商品目前可以借助两条路径进入中国，即一般贸易模式和跨境电商模式。二者相比，跨境电商模式在更积极开放的政策支持下，能够体现交易流程扁平化、服务集约化，从而帮助海外品牌商更快更好地销售给中国消费者。同时跨境电商市场参与者众多、经营模式多样，主体各具优势，也为品牌企业提供了更多选择。保税模式比较适合于标品，风险在于销售不及预期的压力。对于新的品类和新的品牌想试水中国市场，可以先用直邮的模式，小幅试水，消费者反馈以后再改成保税模式，有多种路径的选择。

报告提到，近年来我国进口消费品降税力度加大，2018年7月平均税率由15.7%降为6.

9%，平均降幅50%以上。同时，跨境电商货物运转时效翻倍。其中零售进口保税模式的平均收货时间从2014年的9.2天缩短到2017年的4.5天，效率提升了一倍以上。中国正在成为全球最大的消费市场之一，并且这个巨大的消费市场还在持续开放，一方面，中国有关进口消费品降税力度不断加大，另一方面，中国政策继续鼓励跨境进口电商等新型业态。（YZ）

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2019年中国跨境电商市场分析报告-行业深度分析与未来商机分析》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2016-2018年中国跨境电商行业发展概述

第一节 跨境电商行业发展情况概述

一、跨境电商行业相关定义

二、跨境电商行业基本情况介绍

三、跨境电商行业发展特点分析

第二节 中国跨境电商行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、跨境电商行业产业链条分析
- 三、中国跨境电商行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业
- 第三节 中国跨境电商行业生命周期分析
 - 一、跨境电商行业生命周期理论概述
 - 二、跨境电商行业所属的生命周期分析
- 第四节 跨境电商行业经济指标分析
 - 一、跨境电商行业的赢利性分析
 - 二、跨境电商行业的经济周期分析
 - 三、跨境电商行业附加值的提升空间分析
- 第五节 中国跨境电商行业进入壁垒分析
 - 一、跨境电商行业资金壁垒分析
 - 二、跨境电商行业技术壁垒分析
 - 三、跨境电商行业人才壁垒分析
 - 四、跨境电商行业品牌壁垒分析
 - 五、跨境电商行业其他壁垒分析

第二章 2016-2018年全球跨境电商行业市场发展现状分析

- 第一节 全球跨境电商行业发展历程回顾
- 第二节 全球跨境电商行业市场区域分布情况
- 第三节 亚洲跨境电商行业地区市场分析
 - 一、亚洲跨境电商行业市场现状分析
 - 二、亚洲跨境电商行业市场规模与市场需求分析
 - 三、亚洲跨境电商行业市场前景分析
- 第四节 北美跨境电商行业地区市场分析
 - 一、北美跨境电商行业市场现状分析
 - 二、北美跨境电商行业市场规模与市场需求分析
 - 三、北美跨境电商行业市场前景分析
- 第五节 欧盟跨境电商行业地区市场分析
 - 一、欧盟跨境电商行业市场现状分析
 - 二、欧盟跨境电商行业市场规模与市场需求分析
 - 三、欧盟跨境电商行业市场前景分析
- 第六节 2019-2025年世界跨境电商行业分布走势预测

第七节 2019-2025年全球跨境电商行业市场规模预测

第三章 中国跨境电商产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品跨境电商总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国跨境电商行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

第三节 中国跨境电商产业社会环境发展分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、消费观念分析

第四章 中国跨境电商行业运行情况

第一节 中国跨境电商行业发展状况情况介绍

- 一、行业发展历程回顾
- 二、行业创新情况分析
- 三、行业发展特点分析

第二节 中国跨境电商行业市场规模分析

第三节 中国跨境电商行业供应情况分析

第四节 中国跨境电商行业需求情况分析

第五节 中国跨境电商行业供需平衡分析

第六节 中国跨境电商行业发展趋势分析

第五章 中国跨境电商所属行业运行数据监测

第一节 中国跨境电商所属行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国跨境电商所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国跨境电商所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2016-2018年中国跨境电商市场格局分析

第一节 中国跨境电商行业竞争现状分析

一、中国跨境电商行业竞争情况分析

二、中国跨境电商行业主要品牌分析

第二节 中国跨境电商行业集中度分析

一、中国跨境电商行业市场集中度分析

二、中国跨境电商行业企业集中度分析

第三节 中国跨境电商行业存在的问题

第四节 中国跨境电商行业解决问题的策略分析

第五节 中国跨境电商行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2016-2018年中国跨境电商行业需求特点与动态分析

第一节 中国跨境电商行业消费市场动态情况

第二节 中国跨境电商行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 跨境电商行业成本分析

第四节 跨境电商行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国跨境电商行业价格现状分析

第六节 中国跨境电商行业平均价格走势预测

一、中国跨境电商行业价格影响因素

二、中国跨境电商行业平均价格走势预测

三、中国跨境电商行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国跨境电商行业区域市场现状分析

第一节 中国跨境电商行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地跨境电商市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区跨境电商市场规模分析

四、华东地区跨境电商市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区跨境电商市场规模分析

四、华中地区跨境电商市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区跨境电商市场规模分析

第九章 2016-2018年中国跨境电商行业竞争情况

第一节 中国跨境电商行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国跨境电商行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节 中国跨境电商行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 跨境电商行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析
- 第五节 企业
- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第十一章 2019-2025年中国跨境电商行业发展前景分析与预测

第一节 中国跨境电商行业未来发展前景分析

- 一、跨境电商行业国内投资环境分析
- 二、中国跨境电商行业市场机会分析
- 三、中国跨境电商行业投资增速预测

第二节 中国跨境电商行业未来发展趋势预测

第三节 中国跨境电商行业市场发展预测

- 一、中国跨境电商行业市场规模预测
- 二、中国跨境电商行业市场规模增速预测
- 三、中国跨境电商行业产值规模预测
- 四、中国跨境电商行业产值增速预测
- 五、中国跨境电商行业供需情况预测

第四节 中国跨境电商行业盈利走势预测

- 一、中国跨境电商行业毛利润同比增速预测
- 二、中国跨境电商行业利润总额同比增速预测

第十二章 2019-2025年中国跨境电商行业投资风险与营销分析

第一节 跨境电商行业投资风险分析

- 一、跨境电商行业政策风险分析
- 二、跨境电商行业技术风险分析
- 三、跨境电商行业竞争风险
- 四、跨境电商行业其他风险分析

第二节 跨境电商行业企业经营发展分析及建议

- 一、跨境电商行业经营模式
- 二、跨境电商行业销售模式

三、跨境电商行业创新方向

第三节 跨境电商行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

第十三章 2019-2025年中国跨境电商行业发展策略及投资建议

第一节 中国跨境电商行业品牌战略分析

- 一、跨境电商企业品牌的重要性
- 二、跨境电商企业实施品牌战略的意义
- 三、跨境电商企业品牌的现状分析
- 四、跨境电商企业的品牌战略
- 五、跨境电商品牌战略管理的策略

第二节 中国跨境电商行业市场的关键客户战略实施

- 一、实施关键客户战略的必要性
- 二、合理确立关键客户
- 三、对关键客户的营销策略
- 四、强化关键客户的管理
- 五、实施关键客户战略要重点解决的问题

第三节 中国跨境电商行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第十四章 2019-2025年中国跨境电商行业发展策略及投资建议

第一节 中国跨境电商行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节 中国跨境电商行业定价策略分析

第三节 中国跨境电商行业营销渠道策略

一、跨境电商行业渠道选择策略

二、跨境电商行业营销策略

第四节 中国跨境电商行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国跨境电商行业重点投资区域分析

二、中国跨境电商行业重点投资产品分析

图表详见正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/395829395829.html>