

中国跨境电商行业发展现状分析与投资前景研究 报告（2022-2029年）

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《中国跨境电商行业发展现状分析与投资前景研究报告（2022-2029年）》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://www.chinabaogao.com/baogao/202206/602884.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

跨境电商是一种国际商业活动，是指分属不同关境的交易主体，通过电子商务平台达成交易、进行支付结算，并通过跨境物流送达商品、完成交易的电子商务平台和在线交易平台，具有全球性、无形性、匿名性、即时性、无纸化等特征。

跨境电商根据货物流向，可分为出口跨境电商和进口跨境电商。根据交易主体属性，主要分为企业对企业（B2B）、企业对消费者(B2C)和个人对个人(C2C)三类；其中由于C2C模式存在语言门槛、物流时效无法保证、管理成本较高等局限性，一因此目前跨境电商市场以B2B和B2C为主要模式。根据运营模式，可分为第三方平台和独立站；其中独立站近年来发展势头强劲。

跨境电商分类

出口地区

主要类别

概念/特点

分类标准

出口跨境电商

本国商品通过电子商务渠道销售到国外市场

进口跨境电商

国外商品通过电子商务渠道销售到本国市场

交易主体属性

B2B

大批量、小批次、订单集中

B2C

小批量、多批次、订单分散

C2C

辅助性、节约性、繁杂性

运营模式

第三方平台

门槛低、流量大、限制多、同质化竞争激烈

独立站

有利于数据沉淀和品牌建设、自主权高、流量成本高

资料来源：观研天下整理

作为一种国际贸易新业态，跨境电商是将传统国际贸易加以网络化、电子化，以电子技术和物流为主要手段，以商务为核心，把传统的销售、购物渠道移到网上，打破国家与地区有形无形的壁垒，因其能减少中间环节，节约成本等优势，在全世界范围内迅猛发展。

一、跨境电商发展迅猛，市场保持高速增长态势

近年来我国跨境电商发展迅猛，市场保持高速增长态势，现已成为稳外贸的重要力量，成为外贸转型升级的新动能、创新发展的新渠道和“一带一路”建设的新桥梁。尤其在疫情大背景下，跨境电商稳外贸和助力“双循环”作用更加突显。有数据显示，2021年中国跨境电商市场规模14.2万亿元，较2020年的12.5万亿元同比增长13.6%。

数据来源：网经社，观研天下整理

渗透率不断提升。根据数据显示，2021年我国跨境电商渗透率从2017年的29%提升到了36.32%。预计未来随着行业规模不断增长，渗透率也将不断提升，在我国进出口贸易中还将发挥越来越大的作用。

数据来源：网经社，观研天下整理

而我国跨境电商发展迅猛，主要得益于我国居民收入稳步提升带动消费水平持续上涨，为进口跨境电商创造了良好增量空间；同时我国跨境电商监管政策不断完善，跨境电商综合试验区加速扩容，行业进入规范健康发展阶段；此外以大数据、云计算、人工智能、区块链等为代表的数字技术全面渗透跨境电商各个环节，成为推动行业迭代创新的重要驱动力，为跨境电商迎来发展新机遇。

资料来源：观研天下整理

二、进口与出口跨境电商市场已达到一定规模初步成熟，其中出口占比较大

在政策鼓励、税收优惠等助推下，目前进口与出口跨境电商市场均已达到一定规模初步成熟，其中出口占据主要市场。数据显示，2021年我国跨境电商的进出口结构上，出口占比达到77.46%，进口比例22.54%。

数据来源：网经社，观研天下整理

出口跨境电商方面，自2017年以来，我国跨境电商出口规模不断扩大。数据显示，2021年中国出口跨境电商市场规模11万亿元，较2020年的9.7万亿元同比增长13.4%。

数据来源：网经社，观研天下整理

进口跨境电商方面，自2017年以来，我国跨境电商进口规模也在不断扩大。数据显示，2021年中国进口跨境电商市场规模3.2万亿元，较2020年的2.8万亿元同比增长14.28%。

数据来源：网经社，观研天下整理

三、B2C交易模式迅速崛起，B2B交易模式仍是跨境电商主流交易模式

自2017年以来，我国跨境电商B2C交易模式迅速崛起，在跨境电商交易模式中占比不断提

升，目前占比提升至23%。但整体来看，B2B交易模式占比虽然呈现下降，但目前仍是跨境电商主流交易模式，2021年占比达77%。

数据来源：网经社，观研天下整理

四、跨境电商领域投资不断升温

自进入2021年以来，我国跨境电商领域投资不断升温。数据显示，2021年中国跨境电商共发生77起融资，同比增长133.33%。2022年一季度我国跨境电商融资事件数为15起。

数据来源：网经社，观研天下整理

其中2021年A轮融资占比最大，共发生24起融资，占比为31.58%；其次为B轮，共发生14起融资，占比为18.42%；在此是天使轮，共发生9起融资，占比为11.84%。由此可见，目前我国跨境整体仍处于发展阶段，天使轮、A轮和B轮融资需求较大。

数据来源：网经社，观研天下整理

数据显示，2021年我国跨境电商融资总额207亿元，同比增长191.96%。2022年一季度我国跨境电商融资总额为22.6亿元。

数据来源：网经社，观研天下整理

其中支持服务商是跨境电商领域最热门投资方向。数据显示，2021-2022年第一季度,我国跨境电商领域共发生92起投资事件。其中跨境电商服务商、出口跨境电商和进口跨境电商领域获投案例数分别为62起、24起和6起，占比分别为67.4%、26.1%和6.5%，可见服务商成为最受资本青睐的细分方向。

数据来源：网经社，观研天下整理

五、我国跨境电商市场参与者众多，但以中腰部企业为主

近年来我国跨境电商相关企业数量不断增加，尤其是2020年以来，企业数量大幅增加。数据显示，2020我国跨境电商相关企业数量2957家，同比增长99.93%。2021我国跨境电商相关企业数量4727家，同比增长59.86%。

数据来源：观研天下整理（WW）

而虽然目前我国跨境电商市场企业数量不断增多，但从销售额的角度来看，市场仍以中腰部企业为主。根据相关调研数据显示，有73%的企业年销售额在100万元~1亿元期间；年销售额超过1000万元的企业占比46%。预计未来，在全球贸易政策不确定性增加、亚马逊封号影响延续等冲击下，竞争将进一步加剧，行业格局有望向具备核心竞争壁垒的头部集中，品牌力、渠道力和运营力将成为衡量跨境电商厂商竞争力的核心指标。而精准营销实现品牌形

象塑造、多元化经营分散平台风险、精细化运营助力降本增效由此也将成为同质化竞争加剧背景下跨境电商企业突围的关键。

观研报告网发布的《中国跨境电商行业发展现状分析与投资前景研究报告（2022-2029年）》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，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。

行业报告是业内企业、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。

【目录大纲】

第一章 2018-2022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、跨境电商特点分析

三、跨境电商行业基本情况介绍

四、跨境电商行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、跨境电商行业需求主体分析

第二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

第三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

第二章 2018-2022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规模与区域分布情况

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

第五节欧洲跨境电商行业地区市场分析

一、欧洲跨境电商行业市场现状分析

二、欧洲跨境电商行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲跨境电商行业市场前景分析

第六节 2022-2029年世界跨境电商行业分布走势预测

第七节 2022-2029年全球跨境电商行业市场规模预测

第三章 中国跨境电商行业产业发展环境分析

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、全社会消费品零售总额

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

第二节我国宏观经济环境对跨境电商行业的影响分析

第三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

三、主要行业标准

第四节政策环境对跨境电商行业的影响分析

第五节中国跨境电商行业产业社会环境分析

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

一、影响中国跨境电商行业市场规模的因素

二、中国跨境电商行业市场规模

三、中国跨境电商行业市场规模解析

第三节中国跨境电商行业供应情况分析

一、中国跨境电商行业供应规模

二、中国跨境电商行业供应特点

第四节中国跨境电商行业需求情况分析

一、中国跨境电商行业需求规模

二、中国跨境电商行业需求特点

第五节中国跨境电商行业供需平衡分析

第五章 中国跨境电商行业产业链和细分市场分析

第一节中国跨境电商行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、跨境电商行业产业链图解

第二节中国跨境电商行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对跨境电商行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对跨境电商行业的影响分析

第三节我国跨境电商行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章 2018-2022年中国跨境电商行业市场竞争分析

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格局分析

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影响因素分析

二、中国跨境电商行业市场集中度分析

第三节中国跨境电商行业竞争特征分析

一、企业区域分布特征

二、企业规模分布特征

三、企业所有制分布特征

第七章 2018-2022年中国跨境电商行业模型分析

第一节中国跨境电商行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、波特五力模型原理

二、供应商议价能力

三、购买者议价能力

四、新进入者威胁

五、替代品威胁

六、同业竞争程度

七、波特五力模型分析结论

第二节中国跨境电商行业SWOT分析

一、SOWT模型概述

二、行业优势分析

三、行业劣势

四、行业机会

五、行业威胁

六、中国跨境电商行业SWOT分析结论

第三节中国跨境电商行业竞争环境分析（PEST）

- 一、PEST模型概述
- 二、政策因素
- 三、经济因素
- 四、社会因素
- 五、技术因素
- 六、PEST模型分析结论

第八章 2018-2022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结构分析

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、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、中国跨境电商行业平均价格趋势分析
- 二、中国跨境电商行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国跨境电商行业所属行业运行数据监测

第一节中国跨境电商行业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行业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行业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

第十章 2018-2022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析

- 一、影响跨境电商行业区域市场分布的因素
- 二、中国跨境电商行业区域市场分布

第二节 中国华东地区跨境电商行业市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区跨境电商行业市场分析
 - (1) 华东地区跨境电商行业市场规模
 - (2) 华南地区跨境电商行业市场现状
 - (3) 华东地区跨境电商行业市场规模预测

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、华中地区跨境电商行业市场分析
 - (1) 华中地区跨境电商行业市场规模
 - (2) 华中地区跨境电商行业市场现状
 - (3) 华中地区跨境电商行业市场规模预测

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、华南地区跨境电商行业市场分析
 - (1) 华南地区跨境电商行业市场规模
 - (2) 华南地区跨境电商行业市场现状
 - (3) 华南地区跨境电商行业市场规模预测

第五节 华北地区跨境电商行业市场分析

- 一、华北地区概述
- 二、华北地区经济环境分析
- 三、华北地区跨境电商行业市场分析
 - (1) 华北地区跨境电商行业市场规模

(2) 华北地区跨境电商行业市场现状

(3) 华北地区跨境电商行业市场规模预测

第六节 东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区跨境电商行业市场分析

(1) 东北地区跨境电商行业市场规模

(2) 东北地区跨境电商行业市场现状

(3) 东北地区跨境电商行业市场规模预测

第七节 西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区跨境电商行业市场分析

(1) 西南地区跨境电商行业市场规模

(2) 西南地区跨境电商行业市场现状

(3) 西南地区跨境电商行业市场规模预测

第八节 西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

三、西北地区跨境电商行业市场分析

(1) 西北地区跨境电商行业市场规模

(2) 西北地区跨境电商行业市场现状

(3) 西北地区跨境电商行业市场规模预测

第十一章 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、公司优势分析

第六节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

· · · · ·

第十二章 2022-2029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 中国跨境电商行业规模发展预测

- 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

第十三章 2022-2029年中国跨境电商行业进入壁垒与投资风险分析

第一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

第二节跨境电商行业风险分析

一、跨境电商行业宏观环境风险

二、跨境电商行业技术风险

三、跨境电商行业竞争风险

四、跨境电商行业其他风险

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

第十四章 2022-2029年中国跨境电商行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国跨境电商行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节中国跨境电商行业进入策略分析

一、目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节跨境电商行业营销策略分析

一、跨境电商行业产品策略

二、跨境电商行业定价策略

三、跨境电商行业渠道策略

四、跨境电商行业促销策略

第四节观研天下分析师投资建议

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202206/602884.html>