

# 中国跨境电商行业现状深度研究与发展前景分析 报告（2022-2029年）

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《中国跨境电商行业现状深度研究与发展前景分析报告（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/202207/604290.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。随着电子技术提高和物流效率提升，传统国际贸易逐渐网络化、电子化，跨境电商逐渐成为国际贸易重要新业态。

数据来源：观研天下数据中心整理

跨境电商商业模式分为B2B、B2C两种，B2B跨境电商市场准入门槛相对较低，处于快速发展期，且长期占据跨境电商主流。在全球经济贸易一体化趋势下，跨境B2B电商发展前景广阔，预计2025年市场规模将达到13.9万亿元。

**跨境B2C电商进入壁垒** B2C进入壁垒 简介 B2B进入壁垒 简介 **资金壁垒** 出口跨境电商是资金密集型的行业，前期需要大量的资金投入用于网站平台基础设施建设和运营。同时，产品品类的丰富度是垂直类出口跨境电商公司的主要竞争力之一，行业内企业需要投入足量产品用以备货。企业初始投入金额较大，行业的新进入者面临一定的资金壁垒。 **品牌知名度** 由于跨境B2B电商市场中得到良好认可的平台可以更有效地赢得客户的信任，品牌知名度变得越来越重要，尤其是考虑到跨境B2B电商市场的竞争日益加剧，故品牌知名度可有助于减少扩张过程中的营销成本，增强客户选货能力，进而增强盈利能力。 **技术壁垒** 出口跨境电商行业具有较高的技术壁垒，需要对软件开发、系统维护、网络信息安全等领域具有专业知识和实践经验。前述因素需经过长期的积累、培育、融合，才能形成有机体系并形成相应的专利和知识产权，行业的新进入者面临一定的技术壁垒。

**对市场的深入了解和先行者的优势** 对本地市场的深入了解、广泛的卖家基础和买家网络以及供应链能力决定平台拉低总体交易成本的能力，对中国跨境B2B电商平台至关重要。早期市场参与者令平台能积累专门知识和买卖双方网络，从而有效地形成对后期市场进入者的进入壁垒。 **人才壁垒** 出口跨境电商行业人才紧缺，特别是技术、运营、新型营销推广人才。根据中国电子商务研究中心的《2019 年度中国电子商务人才状况调查报告》，在其调查的403家电商企业中，造成企业发展压力的最主要因素中占比最高的是团队人才问题，达到65%，远高于市场竞争、供应链等其他因素。行业新进入者难以在短时间内组建起自己的团队。 **供应链资源** 供应链资源聚合可打造商品供应和物流服务的能力。丰富的供应资源以及与上游供应商长期稳定的关系可令平台为买家提供稳定的货源。同时，平台强大的物流能力可以确保及时交付给买家，从而提高其积累和利用在跨境采购供应链中汇总的数据的能力，用来帮助卖家优化其运营。 **品牌壁垒** 随着消费者诉求从以往注重价格的理性消费逐渐转化为注重服务的感性消费，仅仅是价格便宜已不足以满足消费者的诉求，以情感诉求建立品牌才能受到消费者的认同。出口跨境电商的受众群体主要为全球互联网消费意识较强的年轻群体，重视品牌知名度和产品质量，追求高层次的品牌体验。用户使用和消费习惯的形成、品牌粘性的建立需要一定的培育时间，行业新进入者将面临平台品牌

壁垒。生态系统优势 通过与产业链各方合作，平台通过生态系统数据提升其经营效率以及合作伙伴在生态系统中竞争力。通过引入和整合新的产业链成员，平台可以不断扩大生态系统中大数据的价值，从而进一步提高平台的资源整合能力，持续扩大平台

在中国跨境出口B2B电商市场中大数据方面的竞争壁垒。营销壁垒 精准的网络营销体系成为帮助企业在该行业中脱颖而出的主要竞争力之一。企业需要通过适当的广告宣传活动来宣传品牌、产品以及服务，扩大潜在客户群，从而增大其流量，实现利润最大化。行业新进入者在短时间内很难形成一套成熟的网络营销体系，面临一定的营销壁垒。强大的研发能力 强大的研发能力是跨境B2B电商企业的基石，其有助于提高跨境B2B电商平台的运营效率。产品开发壁垒 市场预测不准确、厂商与消费者间信息沟通滞后是传统服装行业高库存问题的主要原因。线下加盟商销售数据和库存数据不能及时反馈给品牌商，品牌商无法及时把握市场变化及消费者喜好，也进一步加大产品开发难度。因此需要企业建立专业化的产品设计团队和数据驱动

的研发体系，同时也需要终端销售渠道对市场流行趋势与消费者偏好的及时感知与反馈。增值服务 如物流仓储能力、供应链金融服务等。供应链壁垒 为了对流行趋势、消费者需求变化作出及时响应，企业需要具备综合的供应链管理能力和打造一个完整高效的产品供应链需要企业内部和外部的协同努力。企业内部需要产品设计、生产企划、仓储物流、销售等多个部门的协调运作，外部则需要整合原辅材料供应商、外协工厂、第三方物流服务商等资源。同时，企业需要实现控制供应链成本和保持产品高质量间的平衡，来保证产品供应链高效。--管理能力壁垒 管理能力不仅体现在对材料采购、产品企划、设计开发、生产销售整个业务环节的有效控制，也体现在产品供应链体系的快速反应以及产品成本的控制上，最终转化为“时尚设计、优质平价、快速流通”的产品及供应链特征。--

资料来源：观研天下整理

数据来源：观研天下数据中心整理

数据来源：观研天下数据中心整理

从竞争来看，由于参与者众多，我国跨境B2B电商行业整体呈现出竞争格局分散的特点。随着竞争加剧和资本不断投入，阿里巴巴国际站等龙头企业凭借规模效应以及通过强化供应链与品牌力等方式提升竞争壁垒，从而占据了更多的市场份额。

我国B2B跨境电商代表龙头 企业名称 简介 阿里巴巴国际站 阿里巴巴国际站成立于1999年，作为阿里巴巴集团的核心业务，是支持全球中小企业开展业务的国际B2B平台，为商提供的流量服务包括数字化营销及数据运营,跨境供应链服务涵盖关务、跨境物流支付结算、供应链金融等环节。目前约有来自190个国家/地区的2000万活跃海外采购商与约20万供应商。

小商品城(chinagoods) chinagoods平台于2020年4月15日初步上线，做为1039海外商品采购方式作为唯一指定入口.海外客户必须在平台登记。平台依托线下小商品市场7.5万家实体

商铺资源,服务产业链上游200万家中小微企业.基于历史贸易大数据分析,满足供需双方在生产制造、展示交易、仓储物流。金融支付市场管理等环节的需求,实现市场资源有效、精准配置。中国敦煌网 敦煌网定位一站式跨境B2B平台.为中小企业卖家和买家提供全球销售和采购的平台,使用MyShop平台,采用结合轻资产交易型业务模式和基于云计算的SaaS订阅模式的独特业务模式,增强对经济周期影响的抵御能力。截至2020年12月31日,敦煌网的全球活跃买家超过500万名,其中大约48%位于美国,9%位于英国,9.5%位于法国,33.5%位于加拿大、西班牙等其他地区。中国制造网一个中国产品信息荟萃的网上世界,由中国的焦点科技公司开发并运营,是电子商务行业的领导者。

中国制造网上所有的产品都是在中国大陆和中国台湾制造的. 亚普达Allproducts 凭借B2B社区,提供丰富的信息资源,友好的平台和各种优质的增值服务,推动世界贸易的发展。它是北美三大产品进口网站之一在国际市场起步较早,在北美、欧洲、中东和亚洲积累了大量的固定买家。TradeKey 一直致力于全球买家数据的采集和分析,与全球诸多实力雄厚的集团机构结成联盟的TradeKey网站,专门为中小企业而设,以出口为导向,已成为全球B2B网站的领导者和最受外贸企业欢迎的外贸B2B网站之一。TradeKey.com超过700万家企业在240多个国家销售其产品在国际上,找到买家,并通过使用TradeKey .com开拓国际业务的机会。EC21 EC21于1997年在韩国成立.是全球十大在线B2B平台之一,服务器在美国。EC21虽然是总部在韩国的平台,但该平台定位于致力发展全球买家,是海外的综合贸易平台,并非仅仅针对韩国市场。拥有100万买家,每月超过60万次询盘。EC21目前有3个站点,包括EC21中国站、EC21韩国站和EC21全球站,支持8种不同的语言。

资料来源:观研天下整理

从发展趋势来看,虽然全球疫情、贸易摩擦和行业竞争加剧带来众多挑战,但在政府与企业共同努力之下,已出现以B2B业务为主导的跨境电商发展新趋势--线上交易额实现跨越式增长。预计未来3-5年B2B跨境电商线上化交易渗透率将持续上升,2025年占比达到42%。

数据来源:观研天下数据中心整理(zlj)

观研报告网发布的《中国跨境电商行业现状深度研究与发展前景分析报告(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/202207/604290.html>