

2020年中国跨境电商市场现状分析报告- 市场运营现状与发展前景研究

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《2020年中国跨境电商市场现状分析报告-市场运营现状与发展前景研究》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/514557514557.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、完成交易的一种国际商业活动。与传统贸易模式不同，在跨境电商交易环节中，制造商仅需通过跨境电商平台即可触达消费者，贸易链条缩短。

跨境电商交易环节 数据来源：公开资料整理

近三年，我国跨境电商市场发展势头较好，国家对行业的扶持力度也一直在增强。2020年4月7日，国务院常务会议推出增设跨境电子商务综合试验区、支持加工贸易、广交会网上举办等系列举措，并决定在已设立59个跨境电商综合试验区基础上，再新设46个跨境电商综合试验区。

2017-2020年7月国家层面跨境电商行业相关政策或会议汇总
时间

颁布机构

文件或会议名称

2017年6月

质检总局

《关于跨境电商零售进出口检验检疫信息化管理系统数据接入规范的公告》

2017年11月

商务部等

《关于复制推广跨境电子商务综合试验区探索形成的成熟经验做法的函》

2017年12月

商务部

《跨境电商零售进口监管过渡期延长至2018年底试点城市新增5个》

2018年7月

国务院

《关于同意在北京等22个城市设立跨境电子商务综合实验区的批复》

2018年9月

财政部等四部门

《关于跨境电子商务综合试验区零售出口货物税收政策的通知》

2018年11月

财政部、发展改革委等十三部门

《跨境电子商务零售进口商品清单（2018年版）》

2018年11月

财政部、海关总署、税务总局

《关于完善跨境电子商务零售进口税收政策的通知》

2018年12月

海关总署

《关于跨境电商零售进出口商品有关监管事宜的公告》

2019年3月

国务院

2019年两会

2019年11月

国税总局

《关于跨境电子商务综合试验区零售出口企业所得税核定征收有关问题的公告》

2019年12月

国务院

《关于同意在石家庄等24个城市设立跨境电子商务综合试验区的批复》

2019年12月

财政部、发展改革委等十三部门

商务部、发展改

《跨境电子商务零售进口商品清单（2019年版）》

2020年1月

商务部、发展改革委等六部门

《关于扩大跨境电商零售进口试点的通知》

2020年3月

海关总署

《海关总署关于跨境电商零售进口商品退货有关监管事宜公告》

2020年4月

国务院

国务院常务会议

2020年5月

国家外汇管理局

《关于支持贸易新业态发展的通知》

2020年6月

海关总署

《关于开展跨境电子商务企业对企业出口监管试点的公告》

2020年7月

商务部

例行新闻发布会 数据来源：商务部、海关

同时，随着相关法律法规的完善、消费不断升级，中国海淘用户持续增长。根据iiMedia Research数据显示，2019年中国海淘用户规模达到1.49亿人，并持续快速增长，2020年将达到2.11亿人。

2016-2020年我国海淘用户规模及预测情况 数据来源：中国电子商务行业协会

因此，在互联网基础设施不断完善、全球性物流网络的构建、政策强力支持、用户需求支撑等因素共振下，跨境电商市场规模日益扩大，并成为驱动我国外贸增长的新动能。根据数据显示，2014-2019年复合增长率达20.1%，2019年中国跨境电商交易规模为10.5万亿元，同比增长11.6%，渗透率增长至33.3%。

2014-2019年我国跨境电商行业市场规模及增长情况 数据来源：中国电子商务行业协会

2013-2019年我国跨境电商行业市场渗透率走势图 数据来源：中国电子商务行业协会

具体到贸易方向上，跨境出口电商市场交易规模及占比较大，但跨境进口电商凭借着小额化、个性化的新特点，市场增速更快。目前，在我国跨境电商市场中，进出口结构占比整体较为稳定，但进口比例逐渐扩大。数据显示，2019年，中国跨境进口电商市场交易规模为8万亿元，同比增长29.90%，占比为76.50%；跨境出口电商市场交易规模为2.5万亿元，同比增长13.10%，占比23.50%。

2013-2019年中国跨境进出口电商市场交易规模统计情况 数据来源：中国电子商务行业协会

2013-2019年中国跨境进出口电商市场交易规模同比增长情况

数据来源：中国电子商务行业协会

2013-2019年中国跨境进出口电商市场交易规模占比情况

数据来源：中国电子商务行业协会

在交易模式方面，B2B模式市场交易规模及占比较高，但B2C模式市场增速较快。自2013-2019年以来，我国跨境电商综试区发展方向是以B2B为主，因此跨境电商进出口B2B占据80%的交易规模，B2C交易模式占据20%。同时，在B2B、B2C模式市场交易规模上，2019年分别达到8.5万亿元、2万亿元，同比分别增长35.4%、12.90%。

2013-2019年中国跨境电商B2B、B2C模式市场交易规模统计情况

数据来源：中国电子商务行业协会

2013-2019年中国跨境电商B2B、B2C模式市场交易规模同比增长情况

数据来源：中国电子商务行业协会

2013-2019年中国跨境电商B2B、B2C模式市场交易规模占比情况

数据来源：中国电子商务行业协会

整体而言，在国家政策支持、用户需求支撑、直播和短视频新运营模式，以及人工智能等新兴数字技术带动下，我国跨境电商行业持续向好发展。

跨境电商未来发展趋势

数据来源：公开资料整理(WYD)

中国报告网是观研天下集团旗下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。《2020年中国跨境电商市场现状分析报告-市场运营现状与发展前景研究》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 2017-2020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

四、跨境电商行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售模式

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、产业链运行机制

1、沟通协调机制

2、风险分配机制

3、竞争协调机制

四、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 2017-2020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 2021-2026年世界跨境电商行业分布走势预测

第七节 2021-2026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

1、行业技术发展现状

2、行业技术专利情况

3、技术发展趋势分析

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 我国跨境电商行业进出口形势分析

一、进口形势分析

二、出口形势分析

三、进出口价格对比分析

第六节 我国跨境电商行业细分市场分析（2015-2019年）

一、细分市场一

二、细分市场二

三、其它细分市场

第七节 中国跨境电商行业供需平衡分析

第八节 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 2017-2020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 2017-2020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 2017-2020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 中国华东地区跨境电商市场分析

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

四、华南地区跨境电商市场规模预测

第九章 2017-2020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SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第四节 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1

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业2

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业3

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 企业4

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业5

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026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 2021-2026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分析

四、跨境电商行业其他风险分析

第二节 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 2021-2026年中国跨境电商行业发展战略及规划建议

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重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点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

第四节 跨境电商行业竞争力提升策略

一、跨境电商行业产品差异性策略

二、跨境电商行业个性化服务策略

三、跨境电商行业的促销宣传策略

四、跨境电商行业信息智能化策略

五、跨境电商行业品牌化建设策略

六、跨境电商行业专业化治理策略

第十四章 2021-2026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

图表详见报告正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/514557514557.html>