

2021年中国跨境电商独立站市场分析报告- 市场竞争现状与发展战略评估

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《2021年中国跨境电商独立站市场分析报告-市场竞争现状与发展战略评估》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/539833539833.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

跨境电商独立站是指分属不同关境的交易主体，通过具有独立域名的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、完成交易的在线交易平台。按经营商品品类数与SKU多寡，可分为精品与泛品两种经营策略。在选品策略上形成了以铺货策略为主,精品策略为辅的选品方式。

跨境电商独立站分类

类别

具体情况

精品策略+第三方平台

SKU较少，独立站吸无流量背书，引到的客流有限，流量获取成本较高，一般会依赖第三方平台，借助“爆品”在第三方网站获取较高排名。

泛品策略+第三方平台

依赖第三方平台的同时采用泛品策略。

精品策略+独立站

-

泛品策略+独立站

减少平台费用，但是增加了引流成本，因而自建网站对公司的品牌力有一定要求。数据来源：公开资料整理

随着流量红利的消失，跨境出口电商进入品牌红利期，作为与第三方平台相辅相成的渠道和品牌化的展示出口，独立站成为移动化、社交化和内容营销三大趋势下电商的新的增长渠道。与第三方平台相比，跨境电商独立站优势包括规则灵活，抗风险能力提升；一手数据分析获客积累高质量私域流量；差异化竞争,有限塑造品牌形象等。劣势包括流量成本高，转化率低；运营难度大。

跨境电商独立站优势及劣势

类别

具体情况

优势

规则灵活，抗风险能力提升

不受制于第三方平台的政策或规则,可根据品牌战略调整营销模式,无封站风险,平台费率低
一手数据分析获客积累高质量私域流量

可将数据留存在商家端，实现数据的二次开发提高复购率，更容易获得高质量询盘,培养卖家品牌忠诚度

差异化竞争,有限塑造品牌形象

完全控制并不断累积自己的品牌，并且可以采取灵活的方式进行营销活动的设计和宣传

劣势

流量成本高，转化率低

独立站的流量只能依靠自主引流。而近几年跨境电商本身的竞争越来越激烈,媒体资源几乎被几大巨头垄断

运营难度大

企业既要运营平台还要运营商品，这对企业的运营提出非常高的要求数据来源：公开资料整理

近年来跨境电商独立站行业快速发展的主要原因在于海外电商竞争格局分散和消费者认可度高两方面。

海外电商竞争格局分散：2019年,中国、英国、美国和印度前十大电商平台市占率分别为85.8%、67.96%、63.3%和83.66%，阿里巴巴和京东两大巨头占据总份额的74.50%，CR4达52%，CR8达62%,国内市场集中度普遍高于海外市场。海外电商市场集中度低、长尾效应更加显著，综合电商难以形成垄断，市场竞争格局的分散更有利于独立站这种业务模式的发展。

2019年部分国家前十大电商平台市占率对比 数据来源：公开资料整理

消费者认可度高：独立站商家普遍具备较强的品牌设计和打造能力，通过精品战略实现细分品类经营的可持续性。欧美国家自有品牌市占率高，消费者对自有品牌认可度更高，品牌独立战在海外发展环境更优。全球零售市场中,自有品牌平均占比16.5%。分地区来看，欧洲自有品牌发展最为成熟，瑞士、西班牙和英国等国家自有品牌化率高达30%-40%，美国国家次之,平均水平在18%左右,而亚洲、非洲、拉美等地区在5%左右。

全球自有品牌在零售额中的占比

国家

占比（%）

国家

占比（%）

瑞士

45%

哥伦比亚

15%

西班牙

41%

土耳其

14%

英国

41%

新西兰

13%

德国

34%

阿根廷

9%

法国

28%

墨西哥

8%

荷兰

27%

新加坡

8%

瑞士

25%

以色列

6%

丹麦

25%

俄罗斯

6%

波兰

24%

巴西

5%

挪威

21%

中国香港

5%

加拿大

18%

印度

5%

南非

18%

南韩

4%

美国

18%

中国台湾

3%

爱尔兰

17%

马来西亚

2%

意大利

17%

中国

1%数据来源：公开资料整理（zlj）

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。《2021年中国跨境电商独立站市场分析报告-市场竞争现状与发展战略评估》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 2017-2020年中国跨境电商独立站行业发展概述

第一节 跨境电商独立站行业发展情况概述

- 一、跨境电商独立站行业相关定义
- 二、跨境电商独立站行业基本情况介绍
- 三、跨境电商独立站行业发展特点分析
- 四、跨境电商独立站行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售模式
- 五、跨境电商独立站行业需求主体分析

第二节 中国跨境电商独立站行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、跨境电商独立站行业产业链条分析
- 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、中国跨境电商独立站行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国跨境电商独立站行业生命周期分析

- 一、跨境电商独立站行业生命周期理论概述
- 二、跨境电商独立站行业所属的生命周期分析

第四节 跨境电商独立站行业经济指标分析

- 一、跨境电商独立站行业的赢利性分析
- 二、跨境电商独立站行业的经济周期分析
- 三、跨境电商独立站行业附加值的提升空间分析

第五节 中国跨境电商独立站行业进入壁垒分析

- 一、跨境电商独立站行业资金壁垒分析
- 二、跨境电商独立站行业技术壁垒分析

- 三、跨境电商独立站行业人才壁垒分析
- 四、跨境电商独立站行业品牌壁垒分析
- 五、跨境电商独立站行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球跨境电商独立站行业市场发展现状分析

- 第一节 全球跨境电商独立站行业发展历程回顾
- 第二节 全球跨境电商独立站行业市场区域分布情况
- 第三节 亚洲跨境电商独立站行业地区市场分析
 - 一、亚洲跨境电商独立站行业市场现状分析
 - 二、亚洲跨境电商独立站行业市场规模与市场需求分析
 - 三、亚洲跨境电商独立站行业市场前景分析
- 第四节 北美跨境电商独立站行业地区市场分析
 - 一、北美跨境电商独立站行业市场现状分析
 - 二、北美跨境电商独立站行业市场规模与市场需求分析
 - 三、北美跨境电商独立站行业市场前景分析
- 第五节 欧洲跨境电商独立站行业地区市场分析
 - 一、欧洲跨境电商独立站行业市场现状分析
 - 二、欧洲跨境电商独立站行业市场规模与市场需求分析
 - 三、欧洲跨境电商独立站行业市场前景分析
- 第六节 2021-2026年世界跨境电商独立站行业分布走势预测
- 第七节 2021-2026年全球跨境电商独立站行业市场规模预测

第三章 中国跨境电商独立站产业发展环境分析

- 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独立站总额
 - 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 中国跨境电商独立站行业政策环境分析
 - 一、行业监管体制现状
 - 二、行业主要政策法规
- 第三节 中国跨境电商独立站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 中国跨境电商独立站行业运行情况

第一节 中国跨境电商独立站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 中国跨境电商独立站行业市场规模分析

第三节 中国跨境电商独立站行业供应情况分析

第四节 中国跨境电商独立站行业需求情况分析

第五节 我国跨境电商独立站行业细分市场分析

- 一、细分市场一
- 二、细分市场二
- 三、其它细分市场

第六节 中国跨境电商独立站行业供需平衡分析

第七节 中国跨境电商独立站行业发展趋势分析

第五章 中国跨境电商独立站所属行业运行数据监测

第一节 中国跨境电商独立站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 中国跨境电商独立站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 中国跨境电商独立站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年中国跨境电商独立站市场格局分析

第一节 中国跨境电商独立站行业竞争现状分析

一、中国跨境电商独立站行业竞争情况分析

二、中国跨境电商独立站行业主要品牌分析

第二节 中国跨境电商独立站行业集中度分析

一、中国跨境电商独立站行业市场集中度影响因素分析

二、中国跨境电商独立站行业市场集中度分析

第三节 中国跨境电商独立站行业存在的问题

第四节 中国跨境电商独立站行业解决问题的策略分析

第五节 中国跨境电商独立站行业钻石模型分析

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年中国跨境电商独立站行业需求特点与动态分析

第一节 中国跨境电商独立站行业消费市场动态情况

第二节 中国跨境电商独立站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 跨境电商独立站行业成本结构分析

第四节 跨境电商独立站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 中国跨境电商独立站行业价格现状分析

第六节 中国跨境电商独立站行业平均价格走势预测

一、中国跨境电商独立站行业价格影响因素

二、中国跨境电商独立站行业平均价格走势预测

三、中国跨境电商独立站行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国跨境电商独立站行业区域市场现状分析

第一节 中国跨境电商独立站行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区跨境电商独立站市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区跨境电商独立站市场规模分析

四、华东地区跨境电商独立站市场规模预测

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、华中地区跨境电商独立站市场规模分析

四、华中地区跨境电商独立站市场规模预测

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、华南地区跨境电商独立站市场规模分析

四、华南地区跨境电商独立站市场规模预测

第九章 2017-2020年中国跨境电商独立站行业竞争情况

第一节 中国跨境电商独立站行业竞争结构分析（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 中国跨境电商独立站行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第三节 中国跨境电商独立站行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 跨境电商独立站行业企业分析（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 2021-2026年中国跨境电商独立站行业发展前景分析与预测

第一节 中国跨境电商独立站行业未来发展前景分析

一、跨境电商独立站行业国内投资环境分析

二、中国跨境电商独立站行业市场机会分析

三、中国跨境电商独立站行业投资增速预测

第二节 中国跨境电商独立站行业未来发展趋势预测

第三节 中国跨境电商独立站行业市场发展预测

一、中国跨境电商独立站行业市场规模预测

二、中国跨境电商独立站行业市场规模增速预测

三、中国跨境电商独立站行业产值规模预测

四、中国跨境电商独立站行业产值增速预测

五、中国跨境电商独立站行业供需情况预测

第四节 中国跨境电商独立站行业盈利走势预测

一、中国跨境电商独立站行业毛利润同比增速预测

二、中国跨境电商独立站行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国跨境电商独立站行业投资风险与营销分析

第一节 跨境电商独立站行业投资风险分析

一、跨境电商独立站行业政策风险分析

二、跨境电商独立站行业技术风险分析

三、跨境电商独立站行业竞争风险分析

四、跨境电商独立站行业其他风险分析

第二节 跨境电商独立站行业应对策略

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年中国跨境电商独立站行业发展战略及规划建议

第一节 中国跨境电商独立站行业品牌战略分析

一、跨境电商独立站企业品牌的重要性

二、跨境电商独立站企业实施品牌战略的意义

三、跨境电商独立站企业品牌的现状分析

四、跨境电商独立站企业的品牌战略

五、跨境电商独立站品牌战略管理的策略

第二节 中国跨境电商独立站行业市场的重点客户战略实施

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 中国跨境电商独立站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 跨境电商独立站行业竞争力提升策略

一、跨境电商独立站行业产品差异性策略

二、跨境电商独立站行业个性化服务策略

三、跨境电商独立站行业的促销宣传策略

四、跨境电商独立站行业信息智能化策略

五、跨境电商独立站行业品牌化建设策略

六、跨境电商独立站行业专业化治理策略

第十四章 2021-2026年中国跨境电商独立站行业发展策略及投资建议

第一节 中国跨境电商独立站行业产品策略分析

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 中国跨境电商独立站行业营销渠道策略

一、跨境电商独立站行业渠道选择策略

二、跨境电商独立站行业营销策略

第三节 中国跨境电商独立站行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国跨境电商独立站行业重点投资区域分析

二、中国跨境电商独立站行业重点投资产品分析

图表详见正文

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/539833539833.html>