

中国跨境电商行业发展现状分析与投资前景研究 报告（2024-2031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（2024-2031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/202402/694317.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

一、国内跨境电商飞速崛起

跨境电商作为我国重要的对外贸易通道，自20世纪90年代以来，贸易额呈现指数级增长，2004年以来我国跨境电商出口规模持续增长，根据商务部印发的《中国跨境电商出口合规发展报告》，我国跨境电商出口合规划分为以下三个阶段：

数据来源：观研天下数据中心整理

2003年，淘宝网正式上线，中国电子自此迅猛崛起，并经历了令人瞩目的发展；现今中国拥有全球最大的电商市场，2023年，全国网上零售额15.4万亿，连续11年稳居全球第一，约超过2万亿美元，美国/日本分别达到0.81/0.15万亿美元。中国电商市场的规模得益于我国完备的互联网基础设施建设、物流网络、电商平台。

数据来源：观研天下数据中心整理

我国拥有世界最大电商市场，电商渗透率全球领先，美国、日本紧随其后。据统计，截至23H1，我国的网购渗透率已高达82%。

数据来源：观研天下数据中心整理

随着数字技术的飞速发展以及对于国家产业体系的全面渗透，以数字资源为新型生产要素的数字经济体现出强劲的生命力以及创新力，数字经济已经成为推动产业结构升级、提升经济效率的重要引擎。

国内跨境电商行业在2018年至2022年期间，交易规模呈现持续且稳定的增长趋势，从2018年的9万亿元增长到2022年的15.7万亿元。这一增长主要得益于政策端支持力度的增强、一带一路和RCEP协定的签署打开的新发展空间以及行业生态的改善等因素。

数据来源：观研天下数据中心整理

从出口和进口的占比来看，国内跨境电商行业多以出口为主，出口占比高达77%左右，相对稳定。进口占比在23%左右，有轻微的上升趋势。跨境电商出口市场仍然具有较强的竞争力和优势，而进口市场也有较大的潜力和需求。

数据来源：观研天下数据中心整理

2023年中国跨境出口B2B电商中工具设备、轻工纺织和家居产品占比合计超50%，多年生产运营经验为其出口提供良好的产业基础；往后看，新能源汽车零配件和户外储能产品有望成为潜在高增长品类，在非洲、拉美等能源欠发达地区寻找新的市场机会。

数据来源：观研天下数据中心整理

B2C电商中服饰鞋履、3C电子和家居占比合计超60%，传统优势赛道规模效应和制造优势凸显，随着健康生活理念普及增加户外用品需求和中国美妆产业链逐步成熟带来的外溢效应，户外用品和美妆发展潜力巨大。

数据来源：观研天下数据中心整理

美国是中国跨境出口电商第一大目的地，2023年出口份额占比高达34.9%，欧美等成熟市场仍为中国跨境卖家主要目标。与此同时，东南亚市场重要性日益凸显，其中马来西亚已成为中国第四大跨境电商贸易伙伴。

数据来源：观研天下数据中心整理

二、亚马逊仍为主要平台，新兴平台及独立站布局速度加快

出口B2C平台主要为国内的卖家提供与海外的消费者进行直接交易的土壤，实现零售端直接跨境电商。主流平台有亚马逊、eBay、全球速卖通、Wish、Shopee、Temu、Lazada等三方平台，以及SHEIN等垂类平台，每个平台的规则和运营法则不同，每个平台又都有其独特之处和优劣势。

跨境电商主流平台特点分析	平台	重点布局区域	特点	亚马逊
				全球有17个站点，主要分布在北美、欧洲、日本、印度、澳洲、中东以及新加坡站 卖家少，买家多，竞争低；平均客单价最高；专用物流，配送全球；利润高，退货率低：人工成本低，客服压力小：店铺数量没有限制。同时平台门槛提高，审核通过较难，于卖家而言存在资金压力及库存压力；欧洲站VAT税号问题。
				eBay 主要市场是美国和欧洲，也有一定的用户在澳洲、日本和中国等地 专业客服；低门槛；多样定价；公平排名；拍卖模式；一个站点实现全球业务支持。但收款单一：店铺分级：操作复杂。速卖通 以俄罗斯、巴西、西班牙、法国等国家为重点 简单易用，培训完善：适合新兴市场，性价比高：价格敏感，低价策略：国际化战略；产品品类丰富，会员基础大；俄罗斯和巴西市场强势。利润率低；单店产出低，流量调控；平台规则多变。
				Wish 主要面向美国、欧洲和拉美等市场 移动用户多：页面操作简单：精准营销，点对点个性化推送：出单速度快，运营规则简单直接：可以通过Facebook引流。更偏向于消费者，卖家在退货这一方面处于劣势；商品审核时间长；收取的平台佣金较高。Shopee 主要面向中国台湾和东南亚市场，包括马来西亚、印度尼西亚、泰国、新加坡、越南和菲律宾等国家 免佣金入驻；入驻门槛低；规则简单；国内自有仓库，无需国际物流；佣金只收取5%-6%的佣金；Shopee仅限移动设备；面向东南亚蓝海市场，发展迅猛。单品利润相对较低。
				Lazada 主要面向印度尼西亚、马来西亚、菲律宾、新加坡泰国和越南等市场 不会随意罚款；付款到账及时；退货审查严格：平台负责和用户沟通：开店前期收费。退货成本高：物流太繁琐。Etsy 主要面向美国、欧洲和澳洲等市场 收费低且收款方便；免费提供谷歌产品上架广告：界面清晰易读；Twitter、Facebook链接产品分享方便：顾客体验好。封店风险较高。Coupang 主要面向韩国市场 派送及时；高效率的支付平台和控制台实际操作服务平台；电子商务咨询顾问一对一服务：在线客服精英团队。人工成本较高。
				数据来源：观研天下数据中心整理

新兴跨境电商平台简介	平台	出海国家	简介	特色及发展趋势	Shein
					欧美用户基础强，拉美、非洲及东南亚为潜力市场 快时尚风格垂类跨境电商平台，通过按需生产的方式赋能供应商，共同打造敏捷柔性供应链，以服饰鞋帽为核心品类向外延展。1) 数据赋能精准运营；2) 聚焦服饰品类，扩展美妆护肤、精致家居等品类； 挖掘拉美市场； 建立本土供应链，推出自有支付平台； 开放第三方卖家入驻
					Temu 北美成熟市场，澳洲潜力市场 过社交裂变扩大用户基盘，提供高性价比产品吸引用户敏感群体下单。1) 复制国内社交裂变玩法，通过砍一刀，拉人助力等方式扩大用户数2) 较高价格优势3) 定位年轻群体及价格敏感群体。 进军中东及澳洲市场 优化品类结构及精进推荐算法 为卖家提供扶持政策
					Tiktokshop 英国为核心业务区，布局东南亚 字节跳动旗下跨境电商平台，以短视频、直播带货、达人带货及商城详情页多触点与用户沟通，积累大批高粘性的年轻用户群体。1) 通

过短视频种草产品，以直播、链接等多种形式刺激用户下单购买。2) 母公司赋能。3) 短视频娱乐属性促进更长平台使用时间，提高用户粘性。 扩展至欧洲、澳洲及拉美市场 拓宽短视频以外的商业模式 升级卖家扶持计划

数据来源：观研天下数据中心整理（zppeng）

注：上述信息仅供参考，具体内容请以报告正文为准。

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（2024-2031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。

【目录大纲】

第一章 2019-2023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 2019-2023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 2024-2031年世界跨境电商行业分布走势预测

第七节 2024-2031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

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 2019-2023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 2019-2023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 2019-2023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 2019-2023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

第七节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第八节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第九节企业

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 2024-2031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 2024-2031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、行业目标客户群体

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

图表详见报告正文

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202402/694317.html>