

中国

跨境电商物流行业发展趋势 预测报告（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《中国跨境电商物流行业发展趋势研究与未来投资预测报告（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/202411/733041.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

跨境电商物流是指在电子商务环境下，依靠互联网、大数据、信息化与计算机等先进技术，将物品从跨境电商企业流向跨境消费者的跨越不同国家或地区的物流活动。

一、行业发展现状

1、市场规模

随着电子商务和对外贸易的发展，我国跨境电商的交易规模呈现逐年增长态势。跨境电商的快速发展驱动跨境电商物流市场持续增长。数据显示，2024年上半年我国跨境电商物流行业市场规模为2.25万亿元。

资料来源：观研天下数据中心整理

按货品流向，跨境电商物流分为出口跨境电商物流和进口跨境电商物流。目前我国跨境电商物流以出口为主，2024年上半年出口跨境电商物流市场规模约占比达74.04%。

资料来源：观研天下数据中心整理

按客户类型，跨境电商物流分为B2B跨境电商物流和B2C跨境电商物流。B2B跨境电商物流近年来增长速度较快，2024上半年B2B跨境电商物流占比高达79.05%。

资料来源：观研天下数据中心整理

2、需求规模

近年来随着电子商务和对外贸易的发展，我国跨境电商的交易规模呈现逐年增长态势，2024年上半年我国跨境电商交易规模达到8.1万亿元。

资料来源：观研天下数据中心整理

随着传统代工模式的利润率降低，中国企业逐渐从OEM向ODM转型，包括石头科技，Shein在内的企业都正“走出国门”打造中国品牌；除此之外，一大批中国成熟品牌的海外销售占比也在持续提升，如华为、小米、海康威视等。

品牌出海导致中国货主支付物流费用占比不断提升，本土物流企业迎来跨境物流需求爆发期，本土货代担任的角色也将从分包商转向总包商，分享全链路利润，而不仅仅局限于跨境物流国内段的利润。

随着全球消费者对于中国产品的接受度提高、中国品牌的国际影响力不断扩大以及中国制造业深度融入全球供应链，中国跨境电商平台有望持续在全球市场扩大影响力。尤其是在一些新兴市场和发展中国家，中国平台凭借价格优势和商品多样性，预计将赢得更大市场份额。商流与物流相辅相成，在商流井喷之下，必然要有相应的物流作为配套。因此近年来跨境电商的发展是跨境物流行业的一个重要需求增长点。

二、下游产业发展现状

跨境电商物流的下游主要包括大型跨境电商平台（如亚马逊、阿里巴巴、eBay、Wish和全球速卖通等）和部分区域性电商平台、电商独立站经营者。

近年来国家各部门持续制定和完善跨境电商政策和规范，赋能跨境电商行业健康发展。2023年12月，国务院办公厅发布《关于加快内外贸一体化发展的若干措施》，提出培育内外贸融合发展产业集群。在重点领域培育壮大一批内外贸融合发展产业集群。推动商业科技创新中心建设，促进互联网、大数据、人工智能和内外贸相关产业深度融合。促进“跨境电商+产业带”模式发展，带动更多传统产业组团出海。

在政策的引导和支持下，中国跨境电商迎来了快速发展，正逐步实现产业转型升级并持续突破。在税收层面，国家出台便利跨境出口电商退换货的关税政策等；在物流层面，国家支持企业加快海外仓布局，完善企业出口的运输渠道等；在营销层面，国家鼓励出口企业借助数字化技术开展海外营销推广；在监管层面，我国将在全国海关复制推广监管试点等；在结算层面，国家鼓励轧差结算以减少卖家资金占用成本等。伴随利好政策持续发布，我国跨境电商行业有望步入快速发展期。

资料来源：公开资料整理（WWTQ）

Temu是拼多多旗下跨境电商平台，AppStore应用详情页显示意为“TeamUp，PriceDown”，与国内名拼多多的意思相近，即买的人越多，价格越低。延续国内拼多多的拉新玩法，Temu同样通过用户间的相互传播获取新客户。例如，成功邀请新用户后双方均可获得六折优惠，邀请2名新用户可获得按摩仪、洗衣机、耳机等奖品，或者直接领取20美元现金补贴。除此之外，平台推出“养鱼”游戏，邀请新用户下单后可获得“鱼粮”，“鱼”收成后，可用“鱼粮”换取免费礼物。

价格方面，同样的产品，Temu的定价为亚马逊的1/3-1/2。据估算，Temu在美国的每一个订单都要补贴30美元。Temu的崛起不仅对电商平台形成竞争，也直接冲击线下平价消费。1元店的品类和Temu高度重合，用户人群也较为重合。

相比国内拼多多，Temu页面更加简洁，APP的橙色Logo中除了Temu的英文，还有裙子、玩具马、高跟鞋和箱包图案，与Temu目前主打的品类一致。商品分类主要包括家居园艺、宠物用品、女士服装、童装、男士服装、鞋包、内衣、电子产品、美妆、运动等全品类。23年10月，Temu日均GMV突破150万美元，入驻的商家数量近3万个。23年4月，先后进驻英国、法国、德国等发达国家；7月开始布局亚洲市场，先后在日本、韩国上线；8、9月分别在菲律宾、马来西亚开设站点，逐步打开东南亚市场，参与Shopee、Lazada等头部区域电商的竞争。截至23年12月，Temu已经上线了全球47个国家地区。

拼多多在长期的经营中积累了超过1100万家供应商网络，自2015年以来培育孵化了1000余个工厂品牌。2018年拼多多在全行业率先推出“新品牌计划”，与源头品牌和厂商深度合作。背靠国内优势供应链和拼多多数年经营，Temu低价优质产品具有强有力的供应链支撑。通

过直触供应链末端，以低价获得品牌同质货源。

三、行业竞争情况

我国跨境出口电商物流服务行业从业企业众多、竞争激烈。部分综合型跨境出口电商物流服务商在出口物流各环节管控能力和物流资源整合运营能力等方面具备突出优势，但其市场占有率仍较低。除此以外，其他企业表现出较强的区域性和专业性，专注于特定区域的业务或特定类型的物流产品，业务规模偏小。整体市场呈现集中度较低、行业参与者众多、市场份额分散的特征。

随着跨境出口电商行业的深入发展，出口货量的增加，货品物理形态、化学性质愈加丰富，对运输安全性要求的不断提高，对物流服务企业的操作水平、时效保障、运输方式选择、路线规划、处理能力的要求不断提升。近年来随着跨境电商的蓬勃发展，以顺丰控股、通达系、京东物流、菜鸟等国内快递物流行业头部企业纷纷开始海外布局。

根据国内发展来看，我国跨境电商物流市场竞争颇为激烈，尤其是中小品牌之间的竞争非常激烈，几乎只能依靠价格战获得市场，品质获客的品牌终究是少数，即便是一些大品牌，比如顺丰控股，根据其披露的财报来看，2023年其收入构成中，司供应链及国际业务实现不含税营业收入599.8亿元，同比下降31.7%，其市占率1%左右，市场集中度不高，市场上的头部企业的优势并不明显。2023年国内企业CR4远远小于10%，市场处于明显的竞争型格局。

四、未来发展趋势预测

后疫情时代，跨境出口呈现出诸多新特征，为跨境电商物流带来新的发展趋势：

- (1) 跨境电商物流企业应加强海外仓布局，着重优化选址，增加海外仓数量，实现成本规模效应；另外，应增加仓储的SKU数量，保障供应链畅通；
- (2) 提升运营效率和数字化转型迫在眉睫，跨境电商物流企业应着力于智能化转型，强调传统的货仓升级改造，以仓储自动化建设提升单仓运营效率，并应用大数据和云计算提升物流数据的可追踪性和透明度。
- (3) 中国跨境电商物流企业应满足定制化需求，定制化提供海外仓增值服务、一站式的跨境电商物流综合服务；由传统物流企业转型成为分销与供应链综合服务一体化服务提供商。
- (4) 目的地并购和供应链整合，保障末端供应链的稳定，跨境电商物流企业应通过目的地并购、联盟、自建等方式，控制跨境电商物流主干线，保证尾货及时交付和运输稳定性。

注：上述信息仅供参考，图表均为样式展示，具体数据、坐标轴与数据标签详见报告正文。

个别图表由于行业特性可能会有出入，具体内容请联系客服确认，以报告正文为准。

更多图表和内容详见报告正文。

观研报告网发布的《中国

跨境电商物流行业发展趋势研究与未来投资预测报告

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	跨境电商物流行业发展概述
第一节	跨境电商物流行业发展情况概述
一、	跨境电商物流行业相关定义
二、	跨境电商物流特点分析
三、	跨境电商物流行业基本情况介绍
四、	跨境电商物流行业经营模式
1、生产模式	
2、采购模式	
3、销售/服务模式	
五、	跨境电商物流行业需求主体分析
第二节 中国	跨境电商物流行业生命周期分析
一、	跨境电商物流行业生命周期理论概述
二、	跨境电商物流行业所属的生命周期分析
第三节	跨境电商物流行业经济指标分析
一、	跨境电商物流行业的赢利性分析
二、	跨境电商物流行业的经济周期分析
三、	跨境电商物流行业附加值的提升空间分析
第二章 2019-2023年全球	跨境电商物流行业市场发展现状分析
第一节 全球	跨境电商物流行业发展历程回顾
第二节 全球	跨境电商物流行业市场规模与区域分布情况
第三节 亚洲	跨境电商物流行业地区市场分析
一、亚洲	跨境电商物流行业市场现状分析
二、亚洲	跨境电商物流行业市场规模与市场需求分析
三、亚洲	跨境电商物流行业市场前景分析
第四节 北美	跨境电商物流行业地区市场分析
一、北美	跨境电商物流行业市场现状分析

二、北美	跨境电商物流行业市场规模与市场需求分析
三、北美	跨境电商物流行业市场前景分析
第五节 欧洲	跨境电商物流行业地区市场分析
一、欧洲	跨境电商物流行业市场现状分析
二、欧洲	跨境电商物流行业市场规模与市场需求分析
三、欧洲	跨境电商物流行业市场前景分析
第六节 2024-2031年世界	跨境电商物流行业分布走势预测
第七节 2024-2031年全球	跨境电商物流行业市场规模预测
第三章 中国	跨境电商物流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	跨境电商物流行业的影响分析
第三节 中国	跨境电商物流行业政策环境分析
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	跨境电商物流行业的影响分析
第五节 中国	跨境电商物流行业产业社会环境分析
第四章 中国	跨境电商物流行业运行情况
第一节 中国	跨境电商物流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	跨境电商物流行业市场规模分析
一、影响中国	跨境电商物流行业市场规模的因素
二、中国	跨境电商物流行业市场规模
三、中国	跨境电商物流行业市场规模解析
第三节 中国	跨境电商物流行业供应情况分析
一、中国	跨境电商物流行业供应规模
二、中国	跨境电商物流行业供应特点
第四节 中国	跨境电商物流行业需求情况分析
一、中国	跨境电商物流行业需求规模
二、中国	跨境电商物流行业需求特点
第五节 中国	跨境电商物流行业供需平衡分析
第五章 中国	跨境电商物流行业产业链和细分市场分析
第一节 中国	跨境电商物流行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍	
二、产业链运行机制	
三、	跨境电商物流行业产业链图解
第二节 中国	跨境电商物流行业产业链环节分析
一、上游产业发展现状	
二、上游产业对	跨境电商物流行业的影响分析
三、下游产业发展现状	
四、下游产业对	跨境电商物流行业的影响分析
第三节 我国	跨境电商物流行业细分市场分析
一、细分市场一	
二、细分市场二	
第六章 2019-2023年中国	跨境电商物流行业市场竞争分析
第一节 中国	跨境电商物流行业竞争现状分析
一、中国	跨境电商物流行业竞争格局分析
二、中国	跨境电商物流行业主要品牌分析
第二节 中国	跨境电商物流行业集中度分析
一、中国	跨境电商物流行业市场集中度影响因素分析
二、中国	跨境电商物流行业市场集中度分析
第三节 中国	跨境电商物流行业竞争特征分析
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	跨境电商物流行业模型分析
第一节 中国	跨境电商物流行业竞争结构分析（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	跨境电商物流行业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

第三节 中国

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

第一节 中国

第二节 中国

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节

第四节

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节 中国

第六节 中国

一、中国

二、中国

第九章 中国

第一节 中国

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

跨境电商物流行业SWOT分析结论

跨境电商物流行业竞争环境分析（PEST）

跨境电商物流行业需求特点与动态分析

跨境电商物流行业市场动态情况

跨境电商物流行业消费市场特点分析

跨境电商物流行业成本结构分析

跨境电商物流行业价格影响因素分析

跨境电商物流行业价格现状分析

跨境电商物流行业平均价格走势预测

跨境电商物流行业平均价格趋势分析

跨境电商物流行业平均价格变动的影响因素

跨境电商物流行业所属行业运行数据监测

跨境电商物流行业所属行业总体规模分析

跨境电商物流行业所属行业产销与费用分析

五、产值分析

第三节 中国

跨境电商物流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

跨境电商物流行业区域市场现状分析

第一节 中国

跨境电商物流行业区域市场规模分析

一、影响

跨境电商物流行业区域市场分布的因素

二、中国

跨境电商物流行业区域市场分布

第二节 中国华东地区

跨境电商物流行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区

跨境电商物流行业市场分析

(1) 华东地区

跨境电商物流行业市场规模

(2) 华东地区

跨境电商物流行业市场现状

(3) 华东地区

跨境电商物流行业市场规模预测

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

跨境电商物流行业市场分析

(1) 华中地区

跨境电商物流行业市场规模

(2) 华中地区

跨境电商物流行业市场现状

(3) 华中地区

跨境电商物流行业市场规模预测

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

跨境电商物流行业市场分析

(1) 华南地区

跨境电商物流行业市场规模

(2) 华南地区

跨境电商物流行业市场现状

(3) 华南地区

跨境电商物流行业市场规模预测

第五节 华北地区

跨境电商物流行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区

跨境电商物流行业市场分析

(1) 华北地区	跨境电商物流行业市场规模
(2) 华北地区	跨境电商物流行业市场现状
(3) 华北地区	跨境电商物流行业市场规模预测
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	跨境电商物流行业市场分析
(1) 东北地区	跨境电商物流行业市场规模
(2) 东北地区	跨境电商物流行业市场现状
(3) 东北地区	跨境电商物流行业市场规模预测
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	跨境电商物流行业市场分析
(1) 西南地区	跨境电商物流行业市场规模
(2) 西南地区	跨境电商物流行业市场现状
(3) 西南地区	跨境电商物流行业市场规模预测
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	跨境电商物流行业市场分析
(1) 西北地区	跨境电商物流行业市场规模
(2) 西北地区	跨境电商物流行业市场现状
(3) 西北地区	跨境电商物流行业市场规模预测
第十一章	跨境电商物流行业企业分析（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

第十二章 2024-2031年中国

跨境电商物流行业发展前景分析与预测

第一节 中国

跨境电商物流行业未来发展前景分析

一、跨境电商物流行业国内投资环境分析

二、中国跨境电商物流行业市场机会分析

三、中国跨境电商物流行业投资增速预测

第二节 中国跨境电商物流行业未来发展趋势预测

第三节 中国跨境电商物流行业规模发展预测

一、中国跨境电商物流行业市场规模预测

二、中国跨境电商物流行业市场规模增速预测

三、中国跨境电商物流行业产值规模预测

四、中国跨境电商物流行业产值增速预测

五、中国跨境电商物流行业供需情况预测

第四节 中国跨境电商物流行业盈利走势预测

第十三章 2024-2031年中国

跨境电商物流行业进入壁垒与投资风险分析

第一节 中国

跨境电商物流行业进入壁垒分析

一、跨境电商物流行业资金壁垒分析

二、跨境电商物流行业技术壁垒分析

三、跨境电商物流行业人才壁垒分析

四、跨境电商物流行业品牌壁垒分析

五、跨境电商物流行业其他壁垒分析

第二节 跨境电商物流行业风险分析

一、跨境电商物流行业宏观环境风险

二、跨境电商物流行业技术风险

三、跨境电商物流行业竞争风险

四、跨境电商物流行业其他风险

第三节 中国	跨境电商物流行业存在的问题
第四节 中国	跨境电商物流行业解决问题的策略分析
第十四章 2024-2031年中国	跨境电商物流行业研究结论及投资建议
第一节 观研天下中国	跨境电商物流行业研究综述
一、行业投资价值	
二、行业风险评估	
第二节 中国	跨境电商物流行业进入策略分析
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	跨境电商物流行业营销策略分析
一、	跨境电商物流行业产品策略
二、	跨境电商物流行业定价策略
三、	跨境电商物流行业渠道策略
四、	跨境电商物流行业促销策略
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/202411/733041.html>