

中国跨境出口电商行业发展趋势分析与投资前景 研究报告（2023-2030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《中国跨境出口电商行业发展趋势分析与投资前景研究报告（2023-2030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/202306/636915.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、全球跨境电商市场

跨境电商作为外贸发展的新业态，是全球市场配置资源的重要载体。对于海外消费者而言，与传统贸易模式对比，跨境出口电商更具价格优势、实时性更强、消费体验更好。对于出口企业而言，传统贸易存在冗长的中间环节，经历国内工厂、国内贸易商、目的国进口商、目的国分销商、目的国零售商的链条才能最终到达消费者手中，而跨境电商扁平化的交易模式使其能直通终端买家，大大降低了流通成本。

近年来，全球电商渠道交易规模不断增长，线上零售市场因其便捷化、多元化、移动化等优势规模在不断扩大，电商渗透率持续提升。尤其是2020年以来，在全球疫情爆发且持续蔓延的大背景下，消费者大规模转向线上消费，海外零售线上化趋势加速。根据Google谷歌与德勤联合发布的《2021中国跨境电商发展报告》，2019年至2020年间，欧美及亚太地区主要国家的电商整体零售额经历了15%以上的高速增长。

根据数据显示，2014-2020年全球电商渠道零售额从13360亿美元增长到了42800亿美元，占全球零售总额的比例提升至2020年的18.0%。预计未来增速将保持较高水平，2020-2024年复合年增速有望达到10%，到2021年全球电商渠道零售额将达63880亿美元。

数据来源：观研天下整理

二、我国跨境电商市场

随着国家“一带一路”战略的构建和推出，跨境电商行业进入战略发展期，助力我国传统商贸结构转型升级。近年来，国务院发布了《关于实施支持跨境电子商务零售出口有关政策的意见》等一系列涉及跨境电商的政策性文件，支持我国跨境电商企业的发展，推动我国外贸发展方式从“制造驱动”向“服务驱动”转型升级。作为政策重点支持的外贸方式，跨境电商以“互联网+外贸”的形式，以大数据等技术为依托，以满足消费者需求为基础，助力传统制造业实现“中国智造”。

近年来，我国跨境电商占外贸比重逐年提高，对我国进出口贸易的支持作用日益凸显，市场规模持续、稳定增长。到目前跨境电商已成为我国外贸的重要支柱。数据显示，2020年我国跨境电商市场规模已达12.5万亿元，相较于2019年的10.5万亿元增长19.04%；占外贸进出口规模的比例从2014年的15.90%上升至38.86%。

数据来源：观研天下整理

三、我国跨境出口电商市场

受政策利好及行业发展，跨境电商在我国进出口贸易领域展现出巨大的发展潜力，成为推动我国外贸发展的重要力量。目前依靠国内日趋完善的供应链以及国内电商行业积累的领先优势，我国跨境出口电商行业实现了快速发展。数据显示，2020年我国跨境出口电商交易规

模约为9.7万亿元，较2019年的8.03万亿元增长20.79%。估计2021年我国跨境出口电商交易规模将达到11.5万亿元。

数据来源：观研天下整理

目前在国内外经济整体下行的情况下，我国跨境电商通过形成更加虚拟数字化的销售网络，大大降低了生产者与全球消费者的交易成本，使得更多企业享受到全球化红利。从战略层面而言，跨境电商的发展不仅有利于中国制造业的升级，也与国家稳定外贸的重要战略紧密相关，是我国外贸增长的有力支撑点。

目前我国跨境出口电商主要分为B2B类、B2C类（平台）、B2C类（卖家）三类，主要企业有赛维时代、宝信环球、阿里巴巴国际站、大龙网、安克创新、通拓科技、吉宏股份、绿联科技、亚马逊全球开店、eBay。

我国跨境出口电商市场主要企业竞争优势情况

企业名称

竞争优势

B2B类

阿里巴巴国际站

背景优势：阿里巴巴国际站隶属于阿里巴巴集团。

市场优势：全球覆盖200多个国家。

用户优势：拥有超过1.5亿注册会员，活跃海外买家4000万以上。

需求服务优势：每天在平台上发布30万笔跨境采购需求。

服务优势：“门到门”服务能力是重点方向之一：货物从工厂拉到境内港口、报关，通过海陆空进入境外港口，清关、完税，最后完成末端配送。目前阿里国际站全球物流跟踪服务已上线。该服务面向所有外贸企业开放，快递件查询已经上线，海运、空运等相关查询将陆续上线。

大龙网

背景优势：是国家商务部首批跨境电商试点企业之一，博鳌亚洲论坛官方合作伙伴。

平台优势：是1500 万家中国制造企业成为全球品牌商、全球供应商、全球跨境电商的孵化台。

市场地位优势：是目前国内最大的中国制造走出去的跨境电商B2B 商机服务平台及跨境实业互联服务平台。

业务布局优势：大龙网集团旗下的OSell跨境B2B本土化服务中心、OConnect跨境品牌集采中心、龙工场跨境电商产业园三大业务板布局初步形成。

市场优势：目前大龙网集团在俄罗斯莫斯科、波兰华沙、越南胡志明、阿联酋迪拜、印度新德里、加拿大多伦多、德国杜伊斯堡、印尼雅加达、柬埔寨金边、巴西圣保罗、沙特、巴林

等国家和地区分别设立了海外本土化服务办公室及中国品牌样品体验中心,在各地组建了本土化的海外团队。同时,大龙网集团在重庆、深圳、上海、北京、广州、苏州、徐州、杭州、台州、合肥、贵州、绵阳、青岛、洛阳、焦作、西安、梧州等全国多个城市设立了分公司。

宝信环球

供应链优势：整体建立了以品牌营销为主体的新型供应链管理服务升级的商业生态圈。

客户优势：多年来宝信环球中国总公司及香港、

美国全资子公司，与美国前10大家具电商平台深度合作，开展B2B2C及B2B业务。

品牌优势：运营四大自有品牌Thy-Hom、S'Dente、Incadozo以及Carabelle。

B2C类（平台）

亚马逊全球开店

市场优势：消费者遍布200多个国家和地区。

用户优势：全球活跃用户数亿+，prime会员用户2亿+。

eBay

市场优势：在美国，英国，澳洲，中国，中国（香港），阿根廷，奥地利，比利时，巴西，加拿大，德国，法国，爱尔兰，意大利，马来西亚，墨西哥，荷兰，新西兰，波兰，新加坡，西班牙，瑞典，瑞士，泰国，土耳其等地区都有站点。

用户优势：注册用户数量超过2.2亿。

规模优势：是目前全球最大的在线支付提供商之一。

品牌优势：2022年5月23日，位列2022年《财富》美国500强排行榜第301名，营收12394百万美元。2023年6月，以9795（百万美元）营收，入选2023年《财富》美国500强排行榜，排名第393位。

B2C类（卖家）

赛维时代

数字化能力优势：公司已具备全链路数字化能力，并搭建了“小前端+大中台”的敏捷型组织架构。

销售优势：公司基于跨区域、跨平台的销售网络，构建品牌矩阵支撑的多品类延伸能力。

供应优势：公司依托庞大而优质的供应商生态、全球仓储物流网络布局，并通过自研的服装柔性供应链系统赋能生产，构建高效供应能力。

安克创新

规模优势：是国内营收规模最大的全球化消费电子品牌企业之一。

渠道优势：主要销售渠道为Amazon、Ebay、天猫、京东等海内外线上平台，在亚马逊等境外大型电商平台上占据领先的行业市场份额，拥有很高的知名度和美誉度。

品牌优势：成功打造了智能充电品牌Anker，并相继推出Soundcore、eufy、Nebula等自主品牌，进一步拓宽业务领域，在AIoT、智能家居、智能声学、智能安防等领域均有出色表现

。

市场优势：拥有全球140多个国家与地区。

用户优势：拥有超1亿用户。

销售优势：2022年，安克创新持续保持了稳健的增长，全年销售额达142.51亿人民币，净利润11.43亿人民币，同比增长16.42%。

通拓科技

品牌优势：荣获国家高新技术企业、国家电子商务示范企业、国家数字商务企业、广东省跨境电商企业（龙头型）、广东省数字贸易龙头企业、广东省大型骨干企业、深圳市直通车企业、深圳市服务贸易重点企业、龙岗区出口百强企业等数百项荣誉资质。

市场优势：销售覆盖全球200多个国家和地区。

产品优势：包括仪器仪表及工具、户外运动、家居及园林、办公文教及乐器等十余个品类，近十万种商品。

平台优势：依托自主品牌+自建平台+自建ERP+自营海外仓，以TOMTOP垂直站和Amazon、Walmart、AliExpress、Mercado Libre等数十个全球知名电商平台为载体，推动民族品牌出海，向国内外C端消费者提供优质产品。

吉宏股份

规模有的：公司系东南亚地区跨境电商独立站模式头部企业,且在多个区域形成一定规模,能够获得更具价格优势的流量、商品、物流、效能及优质服务等,有效降低采购及运营管理成本,具备更强的风险抵御能力。

运营优势：公司跨境电商业务经过多年发展,已成功开发完善的自动化、智能化工作流程系统,具备选品、投放、采购、物流、仓储、财务管理等一系列功能,实现系统赋能组织,有效保障团队工作效率。

服务优势：公司在国内外均设有供应仓储服务体系,结合销售区域及营销推广方案合理规划,在提升消费者购物体验的基础上,不断强化对市场的快速应变和服务能力。

绿联科技

产品优势：目前绿联已在传输类、音视频类、充电类、存储类和移动周边类为用户提供了一系列优质产品，行销多个国家和地区。

技术研发优势：绿联始终坚持原发技术创新的发展理念，在科技消费电子领域的工业设计、硬件设计、软件研发、工艺制造等方面掌握多项核心技术;公司拥有专业的研发团队，洞察用户需求，凭借创新的技术研发和设计理念积累了用户口碑和品牌心智。

销售渠道优势：绿联拥有完善的线上、线下销售渠道，覆盖了天猫、京东、亚马逊、速卖通等国内外主流电商平台;同时，线下经销网络已遍布全球多个国家和地区。

资料来源：观研天下整理（WW）

注：上述信息仅供参考，具体内容以报告正文为准。

观研报告网发布的《中国跨境出口电商行业发展趋势分析与投资前景研究报告（2023-2030

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 2019-2023年中国跨境出口电商行业发展概述

第一节 跨境出口电商行业发展情况概述

- 一、跨境出口电商行业相关定义
- 二、跨境出口电商特点分析
- 三、跨境出口电商行业基本情况介绍
- 四、跨境出口电商行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售/服务模式
- 五、跨境出口电商行业需求主体分析

第二节 中国跨境出口电商行业生命周期分析

- 一、跨境出口电商行业生命周期理论概述

二、跨境出口电商行业所属的生命周期分析

第三节跨境出口电商行业经济指标分析

一、跨境出口电商行业的赢利性分析

二、跨境出口电商行业的经济周期分析

三、跨境出口电商行业附加值的提升空间分析

第二章 2019-2023年全球跨境出口电商行业市场发展现状分析

第一节全球跨境出口电商行业发展历程回顾

第二节全球跨境出口电商行业市场规模与区域分布情况

第三节亚洲跨境出口电商行业地区市场分析

一、亚洲跨境出口电商行业市场现状分析

二、亚洲跨境出口电商行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲跨境出口电商行业市场前景分析

第四节北美跨境出口电商行业地区市场分析

一、北美跨境出口电商行业市场现状分析

二、北美跨境出口电商行业市场规模与市场需求分析

三、北美跨境出口电商行业市场前景分析

第五节欧洲跨境出口电商行业地区市场分析

一、欧洲跨境出口电商行业市场现状分析

二、欧洲跨境出口电商行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲跨境出口电商行业市场前景分析

第六节 2023-2030年世界跨境出口电商行业分布走势预测

第七节 2023-2030年全球跨境出口电商行业市场规模预测

第三章 中国跨境出口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出口电商行业的影响分析

第三节中国跨境出口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出口电商行业的影响分析

第五节中国跨境出口电商行业产业社会环境分析

第四章 中国跨境出口电商行业运行情况

第一节中国跨境出口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

第二节中国跨境出口电商行业市场规模分析

一、影响中国跨境出口电商行业市场规模的因素

二、中国跨境出口电商行业市场规模

三、中国跨境出口电商行业市场规模解析

第三节中国跨境出口电商行业供应情况分析

一、中国跨境出口电商行业供应规模

二、中国跨境出口电商行业供应特点

第四节中国跨境出口电商行业需求情况分析

一、中国跨境出口电商行业需求规模

二、中国跨境出口电商行业需求特点

第五节中国跨境出口电商行业供需平衡分析

第五章 中国跨境出口电商行业产业链和细分市场分析

第一节中国跨境出口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、跨境出口电商行业产业链图解

第二节中国跨境出口电商行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对跨境出口电商行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对跨境出口电商行业的影响分析

第三节我国跨境出口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年中国跨境出口电商行业市场竞争分析

第一节中国跨境出口电商行业竞争现状分析

一、中国跨境出口电商行业竞争格局分析

二、中国跨境出口电商行业主要品牌分析

第二节中国跨境出口电商行业集中度分析

一、中国跨境出口电商行业市场集中度影响因素分析

二、中国跨境出口电商行业市场集中度分析

第三节中国跨境出口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年中国跨境出口电商行业模型分析

第一节中国跨境出口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

第二节中国跨境出口电商行业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、中国跨境出口电商行业SWOT分析结论

第三节中国跨境出口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年中国跨境出口电商行业需求特点与动态分析

第一节中国跨境出口电商行业市场动态情况

第二节中国跨境出口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

第三节跨境出口电商行业成本结构分析

第四节跨境出口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

第五节中国跨境出口电商行业价格现状分析

第六节中国跨境出口电商行业平均价格走势预测

一、中国跨境出口电商行业平均价格趋势分析

二、中国跨境出口电商行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国跨境出口电商行业所属行业运行数据监测

第一节中国跨境出口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

第二节中国跨境出口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

第三节中国跨境出口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年中国跨境出口电商行业区域市场现状分析

第一节中国跨境出口电商行业区域市场规模分析

一、影响跨境出口电商行业区域市场分布的因素

二、中国跨境出口电商行业区域市场分布

第二节中国华东地区跨境出口电商行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区跨境出口电商行业市场分析

(1) 华东地区跨境出口电商行业市场规模

(2) 华东地区跨境出口电商行业市场现状

(3) 华东地区跨境出口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、华中地区跨境出口电商行业市场分析

(1) 华中地区跨境出口电商行业市场规模

(2) 华中地区跨境出口电商行业市场现状

(3) 华中地区跨境出口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、华南地区跨境出口电商行业市场分析

(1) 华南地区跨境出口电商行业市场规模

(2) 华南地区跨境出口电商行业市场现状

(3) 华南地区跨境出口电商行业市场规模预测

第五节华北地区跨境出口电商行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区跨境出口电商行业市场分析

(1) 华北地区跨境出口电商行业市场规模

(2) 华北地区跨境出口电商行业市场现状

(3) 华北地区跨境出口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、东北地区跨境出口电商行业市场分析

(1) 东北地区跨境出口电商行业市场规模

(2) 东北地区跨境出口电商行业市场现状

(3) 东北地区跨境出口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、西南地区跨境出口电商行业市场分析
 - (1) 西南地区跨境出口电商行业市场规模
 - (2) 西南地区跨境出口电商行业市场现状
 - (3) 西南地区跨境出口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、西北地区跨境出口电商行业市场分析
 - (1) 西北地区跨境出口电商行业市场规模
 - (2) 西北地区跨境出口电商行业市场现状
 - (3) 西北地区跨境出口电商行业市场规模预测

第十一章 跨境出口电商行业企业分析（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

第十二章 2023-2030年中国跨境出口电商行业发展前景分析与预测

第一节 中国跨境出口电商行业未来发展前景分析

一、跨境出口电商行业国内投资环境分析

二、中国跨境出口电商行业市场机会分析

三、中国跨境出口电商行业投资增速预测

第二节 中国跨境出口电商行业未来发展趋势预测

第三节 中国跨境出口电商行业规模发展预测

一、中国跨境出口电商行业市场规模预测

二、中国跨境出口电商行业市场规模增速预测

三、中国跨境出口电商行业产值规模预测

四、中国跨境出口电商行业产值增速预测

五、中国跨境出口电商行业供需情况预测

第四节 中国跨境出口电商行业盈利走势预测

第十三章 2023-2030年中国跨境出口电商行业进入壁垒与投资风险分析

第一节 中国跨境出口电商行业进入壁垒分析

一、跨境出口电商行业资金壁垒分析

二、跨境出口电商行业技术壁垒分析

三、跨境出口电商行业人才壁垒分析

四、跨境出口电商行业品牌壁垒分析

五、跨境出口电商行业其他壁垒分析

第二节 跨境出口电商行业风险分析

一、跨境出口电商行业宏观环境风险

二、跨境出口电商行业技术风险

三、跨境出口电商行业竞争风险

四、跨境出口电商行业其他风险

第三节 中国跨境出口电商行业存在的问题

第四节 中国跨境出口电商行业解决问题的策略分析

第十四章 2023-2030年中国跨境出口电商行业研究结论及投资建议

第一节 观研天下中国跨境出口电商行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节 中国跨境出口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 跨境出口电商行业营销策略分析

一、跨境出口电商行业产品策略

二、跨境出口电商行业定价策略

三、跨境出口电商行业渠道策略

四、跨境出口电商行业促销策略

第四节 观研天下分析师投资建议

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202306/636915.html>