

2023-2029年中国跨境电商 产业发展现状与投资前景分析报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2023-2029年中国跨境电商产业发展现状与投资前景分析报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202307/385783.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

中企顾问网发布的《2023-2029年中国跨境电商产业发展现状与投资前景分析报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局市场服务行业的重要决策参考依据。

报告目录：

第1章：中国跨境电商行业发展综述

1.1 中国跨境电商行业相关概述

1.1.1 跨境电商行业定义

1.1.2 发展跨境电商的意义

1.1.3 跨境电商的特性

1.1.4 本报告统计口径及研究范围说明

1.2 中国跨境电商行业发展环境分析

1.2.1 行业政策环境分析

- (1) 跨境电商行业监管体制
- (2) 跨境电商行业相关标准
- (3) 跨境电商行业相关政策汇总
- (4) 跨境电商行业重点政策解读
- (5) 政策环境对行业发展的影响

1.2.2 行业经济环境分析

- (1) 宏观经济现状分析
- (2) 宏观经济对行业发展影响

1.2.3 行业社会环境分析

- (1) 中国人口及网民规模情况
- (2) 居民可支配收入及消费支出
- (3) 居民消费习惯及观念
- (4) 社会环境对行业发展影响

1.2.4 行业技术环境分析

- (1) 中国互联网普及率分析

- (2) 中国移动支付技术分析
- (3) 跨境电商行业技术趋势
- 1.2.5 行业消费环境分析
 - (1) 跨境电商消费态度分析
 - (2) 跨境电商消费群体分析
 - (3) 跨境电商消费趋势分析
- 1.3 疫情对我国跨境电商行业发展影响分析

第2章：全球跨境电商行业发展分析

- 2.1 全球跨境电商行业发展历程
- 2.2 全球跨境电商行业发展现状
 - 2.2.1 全球跨境电商交易市场分析
 - (1) 交易规模
 - (2) 消费结构
 - 2.2.2 全球跨境电商竞争格局分析
 - (1) 区域竞争格局
 - (2) 企业竞争格局
- 2.3 全球重点地区跨境电商行业发展分析
 - 2.3.1 美国跨境电商行业发展分析
 - (1) 行业发展环境分析
 - (2) 行业发展现状分析
 - (3) 行业发展趋势分析
 - 2.3.2 欧洲跨境电商行业发展分析
 - (1) 行业发展环境分析
 - (2) 行业发展现状分析
 - (3) 行业发展趋势分析
 - 2.3.3 俄罗斯跨境电商行业发展分析
 - (1) 行业发展环境分析
 - (2) 行业发展现状分析
 - (3) 行业发展趋势分析
 - 2.3.4 巴西跨境电商行业发展分析
 - (1) 行业发展环境分析

(2) 行业发展现状分析

(3) 行业发展趋势分析

2.3.5 印度跨境电商行业发展分析

(1) 行业发展环境分析

(2) 行业发展现状分析

(3) 行业发展趋势分析

2.3.6 日本跨境电商行业发展分析

(1) 行业发展环境分析

(2) 行业发展现状分析

(3) 行业发展趋势分析

2.3.7 韩国跨境电商行业发展分析

(1) 行业发展环境分析

(2) 行业发展现状分析

(3) 行业发展趋势分析

2.4 全球重点跨境电商企业经营分析

2.4.1 Amazon

(1) 平台基本信息分析

(2) 平台跨境电商经营分析

(3) 平台跨境电商业务分析

(4) 平台跨境电商运营模式分析

(5) 平台跨境电商在华布局分析

(6) 平台跨境电商业务优劣势分析

(7) 企业跨境电商业务规划动向分析

2.4.2 eBay

(1) 平台基本信息分析

(2) 平台跨境电商经营分析

(3) 平台跨境电商业务分析

(4) 平台跨境电商运营模式分析

(5) 平台跨境电商在华布局分析

(6) 平台跨境电商业务优劣势分析

(7) 企业跨境电商业务规划动向分析

2.4.3 Wish

- (1) 平台基本信息分析
- (2) 平台跨境电商经营分析
- (3) 平台跨境电商业务分析
- (4) 平台跨境电商运营模式分析
- (5) 平台跨境电商在华布局分析
- (6) 平台跨境电商业务优劣势分析
- (7) 企业跨境电商业务规划动向分析

2.4.4 Lazada

- (1) 平台基本信息分析
- (2) 平台跨境电商经营分析
- (3) 平台跨境电商业务分析
- (4) 平台跨境电商在华布局分析
- (5) 平台跨境电商业务优劣势分析
- (6) 企业跨境电商业务规划动向分析

2.5 全球跨境电商行业发展前景预测

第3章：中国跨境电商行业发展分析

3.1 中国跨境电商行业发展概况

3.1.1 跨境电商行业发展历程

3.1.2 跨境电商行业发展特征

3.2 中国跨境电商行业发展现状

3.2.1 中国跨境电商交易规模分析

3.2.2 中国跨境电商进出口结构分析

3.3 中国跨境电商行业竞争格局

3.3.1 区域竞争格局

3.3.2 企业竞争格局

3.4 中国跨境电商行业发展痛点

3.4.1 跨境物流发展滞后

3.4.2 信用体系有待优化

3.4.3 通关监管系统不完善

3.4.4 高素质人才缺口问题突出

第4章：中国跨境电商产业链分析

4.1 中国跨境电商产业链结构

4.2 中国跨境电商支付市场分析

4.2.1 跨境支付市场发展概况

- (1) 跨境支付定义
- (2) 跨境支付方式
- (3) 跨境支付发展历程

4.2.2 跨境支付市场发展环境

- (1) 跨境支付政策环境
- (2) 跨境支付技术环境

4.2.3 跨境电商支付细分类型模式

- (1) 跨境电商出口跨境支付模式
- (2) 跨境电商进口跨境支付模式
- (3) 跨境电商进出口支付方式对比
- (4) 跨境电商平台全球收款服务介绍

4.2.4 跨境支付市场竞争格局

4.2.5 跨境支付市场发展现状

- (1) 跨境支付市场交易规模
- (2) 跨境支付费率价格

4.2.6 跨境支付市场发展趋势

- (1) 外资机构强势入局，行业竞争加剧
- (2) 行业并购加快，非持牌机构加快转型
- (3) 区块链应用带来技术升级
- (4) 行业规模持续增长，多元化需求逐渐凸显

4.3 中国跨境电商物流市场分析

4.3.1 跨境电商物流市场发展概况

- (1) 跨境电商物流定义
- (2) 跨境电商物流类型
- (3) 跨境电商物流发展历程

4.3.2 跨境电商物流市场发展环境

- (1) 跨境电商物流政策环境
- (2) 跨境电商物流技术环境

4.3.3 跨境电商物流市场发展现状

- (1) 跨境电商物流市场体量
- (2) 跨境电商物流运费价格

4.3.4 跨境电商细分类型物流模式

- (1) 出口跨境电商物流模式
- (2) 进口跨境电商物流模式

4.3.5 跨境电商物流市场竞争格局

4.3.6 跨境电商物流市场发展趋势

- (1) 跨境电商公司/平台自建物流管理体系
- (2) 行业竞争加剧
- (3) 行业加速洗牌推动合规化发展
- (4) 新技术赋能提升行业效率

第5章：中国跨境电商行业细分类型发展分析

5.1 中国出口跨境电商行业发展分析

5.1.1 出口跨境电商发展历程

- (1) 出口跨境电商发展模式

5.1.2 出口跨境电商发展环境

5.1.3 出口跨境电商发展现状

- (1) 出口跨境电商交易规模
- (2) 出口跨境电商竞争格局
- (3) 跨境电商出口主要品类
- (4) 跨境电商出口目的地
- (5) 跨境电商出口区域分布

5.1.4 出口跨境电商发展趋势

5.2 中国进口跨境电商行业发展分析

5.2.1 进口跨境电商发展历程

- (1) 进口跨境电商发展模式

5.2.2 进口跨境电商发展环境

- (1) 设立跨境电商综合试验区
- (2) 放宽跨境进口产品品类
- (3) 下调消费税和增值税

5.2.3 进口跨境电商发展现状

- (1) 进口跨境电商交易规模
- (2) 进口跨境电商竞争格局
- (3) 跨境电商进口主要品类
- (4) 跨境电商进口来源地

5.2.4 进口跨境电商发展趋势

第6章：中国跨境电商行业重点区域发展分析

6.1 中国跨境电商行业重点区域概览

6.2 广东省跨境电商行业发展分析

6.2.1 广东省跨境电商行业发展环境分析

- (1) 广东省跨境电商行业政策环境
- (2) 广东省跨境电商行业社会环境
- (3) 广东省跨境电商行业物流环境

6.2.2 广东省跨境电商行业发展现状分析

- (1) 广东省跨境电商综合试验区建设规模
- (2) 广东省跨境电商交易规模分析

6.2.3 广东省跨境电商行业发展规划分析

6.3 上海市跨境电商行业发展分析

6.3.1 上海市跨境电商行业发展环境分析

- (1) 上海市跨境电商行业政策环境
- (2) 上海市跨境电商行业社会环境
- (3) 上海市跨境电商行业物流环境

6.3.2 上海市跨境电商行业发展现状分析

- (1) 上海市跨境电商综合试验区建设规模
- (2) 上海市跨境电商交易规模分析

6.3.3 上海市跨境电商行业发展规划分析

6.4 浙江省跨境电商行业发展分析

6.4.1 浙江省跨境电商行业发展环境分析

- (1) 浙江省跨境电商行业政策环境
- (2) 浙江省跨境电商行业社会环境
- (3) 浙江省跨境电商行业物流环境

6.4.2 浙江省跨境电商行业发展现状分析

(1) 浙江省跨境电商综合试验区建设规模

(2) 浙江省跨境电商交易规模分析

6.4.3 浙江省跨境电商行业发展规划分析

6.5 江苏省跨境电商行业发展分析

6.5.1 江苏省跨境电商行业发展环境分析

(1) 江苏省跨境电商行业政策环境

(2) 江苏省跨境电商行业社会环境

(3) 江苏省跨境电商行业物流环境

6.5.2 江苏省跨境电商行业发展现状分析

(1) 江苏省跨境电商综合试验区建设规模

(2) 江苏省跨境电商交易规模分析

6.5.3 江苏省跨境电商行业发展规划分析

6.6 山东省跨境电商行业发展分析

6.6.1 山东省跨境电商行业发展环境分析

(1) 山东省跨境电商行业政策环境

(2) 山东省跨境电商行业社会环境

(3) 山东省跨境电商行业物流环境

6.6.2 山东省跨境电商行业发展现状分析

(1) 山东省跨境电商综合试验区建设规模

(2) 山东省跨境电商交易规模分析

6.6.3 山东省跨境电商行业发展规划分析

第7章：中国跨境电商行业运营模式分析

7.1 中国跨境电商行业运营模式整体概览

7.2 中国出口跨境电商行业运营模式分析

7.2.1 中国出口跨境电商行业运营模式概览

7.2.2 中国出口跨境电商B2B模式分析

(1) B2B模式相关概念

(2) B2B模式政策环境

(3) 出口B2B模式分析

(4) B2B模式平台对比

7.2.3 中国出口跨境电商B2C模式分析

- (1) B2C模式相关概念
- (2) 出口B2C模式分析
- (3) B2C模式平台对比

7.3 中国进口跨境电商行业运营模式分析

7.3.1 中国进口跨境电商行业运营模式概览

7.3.2 中国进口跨境电商运营模式分析

- (1) 海外代购模式
- (2) C2C模式
- (3) B2C模式
- (4) B2B模式
- (5) 保税仓模式

第8章：中国跨境电商行业主要企业经营及案例分析

8.1 中国跨境电商行业企业整体概览

8.1.1 中国跨境电商上市企业市值

8.1.2 中国跨境电商上市企业动向

- (1) 安克创新：深交所成功挂牌上市
- (2) 跨境通：拟转让深圳君美瑞90%股权
- (3) 天泽信息：涉4宗违规收警示函
- (4) 华鼎股份：王俊元被上交所通报批评
- (5) 联络互动：董事无法对财报保真
- (6) 广博股份：股东拟减持不超过1060万股
- (7) 兰亭集势：任命新任CFO和CGO
- (8) 新维国际控股：拟出售电商业务部门51%股权
- (9) 洋葱集团：上市首日破发

8.2 中国跨境电商上市企业经营分析

8.2.1 安克创新科技股份有限公司

- (1) 企业基本信息分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业跨境电商业务分析
- (4) 企业跨境电商运营模式分析

(5) 企业跨境电商业务优劣势分析

8.2.2 跨境通宝电子商务股份有限公司

(1) 企业基本信息分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业跨境电商业务分析

(4) 企业跨境电商运营模式分析

(5) 企业跨境电商业务优劣势分析

8.2.3 天泽信息产业股份有限公司

(1) 企业基本信息分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业跨境电商业务分析

(4) 企业跨境电商运营模式分析

(5) 企业跨境电商业务优劣势分析

8.2.4 义乌华鼎锦纶股份有限公司

(1) 企业基本信息分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业跨境电商业务分析

(4) 企业跨境电商运营模式分析

(5) 企业跨境电商业务优劣势分析

8.2.5 杭州联络互动信息科技股份有限公司

(1) 企业基本信息分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业跨境电商业务分析

(4) 企业跨境电商运营模式分析

(5) 企业跨境电商业务优劣势分析

8.2.6 广博集团股份有限公司

(1) 企业基本信息分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业跨境电商业务分析

(4) 企业跨境电商运营模式

(5) 企业跨境电商业务优劣势分析

8.2.7 兰亭集势贸易（深圳）有限公司

- (1) 企业基本信息分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业跨境电商业务分析
- (4) 企业跨境电商运营模式分析
- (5) 企业跨境电商业务优劣势分析

8.2.8 新维国际控股有限公司

- (1) 企业基本信息分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业跨境电商业务分析
- (4) 企业跨境电商运营模式分析
- (5) 企业跨境电商业务优劣势分析

8.2.9 广州洋葱时尚集团有限公司

- (1) 企业基本信息分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业跨境电商业务分析
- (4) 企业跨境电商运营模式分析
- (5) 企业跨境电商业务优劣势分析

8.3 中国出口跨境电商重点平台案例分析

8.3.1 阿里巴巴国际站

- (1) 平台基本信息分析
- (2) 平台跨境电商经营分析
- (3) 平台跨境电商业务分析
- (4) 平台商业模式分析
- (5) 平台跨境电商业务优劣势分析
- (6) 企业跨境电商业务规划动向分析

8.3.2 生意宝

- (1) 平台基本信息分析
- (2) 平台跨境电商经营分析
- (3) 平台跨境电商业务分析
- (4) 平台跨境电商业务优劣势分析
- (5) 企业跨境电商业务规划动向分析

8.3.3 敦煌网

- (1) 平台基本信息分析
- (2) 平台跨境电商经营分析
- (3) 平台跨境电商业务分析
- (4) 平台跨境电商业务优劣势分析
- (5) 企业跨境电商业务规划动向分析

8.3.4 大龙网

- (1) 平台基本信息分析
- (2) 平台跨境电商经营分析
- (3) 平台跨境电商业务分析
- (4) 平台跨境电商商业模式分析
- (5) 平台跨境电商业务优劣势分析
- (6) 企业跨境电商业务规划动向分析

8.3.5 全球速卖通

- (1) 平台基本信息分析
- (2) 平台跨境电商经营分析
- (3) 平台跨境电商业务分析
- (4) 平台跨境电商业务优劣势分析
- (5) 企业跨境电商业务规划动向分析

8.3.6 Shopee

- (1) 平台基本信息分析
- (2) 平台跨境电商经营分析
- (3) 平台跨境电商业务分析
- (4) 平台跨境电商业务优劣势分析

8.3.7 Shopify

- (1) 平台基本信息分析
- (2) 平台跨境电商经营分析
- (3) 平台跨境电商服务项目分析
- (4) 第三方平台与独立站对比
- (5) 独立站优劣势分析

8.4 中国进口跨境电商重点平台案例分析

8.4.1 考拉海购

- (1) 平台基本信息分析

- (2) 平台跨境电商经营分析
- (3) 平台跨境电商业务分析
- (4) 平台跨境电商经营模式分析
- (5) 平台跨境电商业务优劣势分析
- (6) 企业跨境电商业务规划动向分析

8.4.2 天猫国际

- (1) 平台基本信息分析
- (2) 平台跨境电商经营分析
- (3) 平台跨境电商业务分析
- (4) 平台跨境电商业务模式分析
- (5) 平台跨境电商业务优劣势分析
- (6) 企业跨境电商业务规划动向分析

8.4.3 京东国际

- (1) 平台基本信息分析
- (2) 平台跨境电商经营分析
- (3) 平台跨境电商业务分析
- (4) 平台跨境电商业务模式分析
- (5) 平台跨境电商业务优劣势分析
- (6) 企业跨境电商业务规划动向分析

8.4.4 洋码头

- (1) 平台基本信息分析
- (2) 平台跨境电商经营分析
- (3) 平台跨境电商业务分析
- (4) 平台跨境电商运营模式分析
- (5) 平台跨境电商业务优劣势分析
- (6) 企业跨境电商业务规划动向分析

第9章：中国跨境电商行业发展前景与投资规划

9.1 中国跨境电商行业发展前景预测

9.1.1 中国跨境电商行业市场规模预测

9.1.2 中国跨境电商行业发展趋势预测

9.2 中国跨境电商行业投资特性分析

9.2.1 行业投资现状分析	
9.2.2 行业投资风险分析	
(1) 外部不确定性增加	
(2) 单边主义及贸易保护主义影响凸显	
(3) 世界经济下行压力增大	
(4) 全球供应链重构带来冲击	
9.2.3 行业投资壁垒分析	
9.3 中国跨境电商行业并购重组分析	
9.3.1 跨境电商行业并购重组驱动因素	
9.3.2 跨境电商行业并购重组事件汇总	
9.3.3 跨境电商行业并购重组障碍分析	
9.3.4 跨境电商行业并购重组趋势分析	
9.4 中国跨境电商行业投资价值分析	
9.4.1 行业投资价值分析	
9.4.2 行业投资机会分析	
9.5 中国跨境电商行业投资发展建议	
9.5.1 中国出口跨境电商行业投资发展建议	
(1) 做好前期市场及政策调研，慎重选品	
(2) 常规采用跟卖模式积累经验，最终实现品牌化发展	
(3) 合理选择相关欧盟国家的VAT号，合规化经营	
(4) 持续加大创新研发投入，增强企业核心竞争力	
9.5.2 中国进口跨境电商行业投资发展建议	
(1) 组建平台卖家联盟，解决平台垄断的后顾之忧	
(2) 完善质量测评体系，消除用户假怀疑虑	
(3) 规范业务资质，规避企业运营风险	

图表目录

图表1：跨境电商缩短贸易链条

图表2：跨境电商的特性

图表3：报告的研究方法及数据来源说明

图表4：跨境电商监管部门及其监管职能介绍

图表5：2016-2021年跨境电商行业相关政策汇总

图表6：改善跨境电商市场环境的政策

图表7：优化配套监管措施

图表8：完善通关通检政策措施

图表9：明确规范进出口税收政策

图表10：完善电商支付结算管理政策

图表11：2013-2021年一季度中国国内生产总值及增长速度（单位：万亿元，%）

图表12：2014-2021年中国工业增加值趋势图（单位：万亿元，%）

图表13：2013-2021年一季度全国固定资产投资（不含农户）变化情况（单位：万亿元，%）

图表14：2021年三类产业投资占固定资产投资（不含农户）比重（单位：%）

图表15：2021年中国GDP的各机构预测（单位：%）

图表16：2012-2021年中国人口数量及增长情况（单位：万人，%）

图表17：2014-2021年中国网民规模（单位：万人）

图表18：2013-2021年一季度我国居民可支配收入情况（单位：元）

图表19：2013-2021年中国城乡居民人均消费支出额（单位：元）

图表20：建国以来我国居民消费经历的三次升级转型情况

图表21：2014-2021年中国互联网普及率（单位：%）

图表22：移动支付技术分类及其优缺点

图表23：国内移动支付主要技术标准及特点分析

图表24：跨境电商行业技术趋势

图表25：中国跨境网购用户消费地图

图表26：中国跨境网购用户经常购买的品类（单位：%）

图表27：中国跨境网购用户消费频次（单位：%）

图表28：中国跨境网购用户跨境消费情况（单位：%）

图表29：中国跨境网购用户年龄分布（单位：%）

图表30：中国跨境网购用户职业分布（单位：%）

图表31：中国跨境网购用户地域分布（单位：%）

图表32：跨境电商消费趋势

图表33：新冠疫情对跨境电商的影响分析

图表34：全球跨境电商发展历程

图表35：2015-2021年全球B2C跨境电商交易额（单位：十亿美元）

图表36：2015-2021年全球B2B跨境电商交易额（单位：十亿美元）

图表37：各地区主要跨境电商出口平台

图表38：主要跨境电商平台介绍

图表39：美国跨境电商政策环境

图表40：2011-2021年美国人均可支配收入（单位：美元）

图表41：2011-2021年美国互联网渗透率（单位：%）

图表42：2015-2021年北美B2C跨境电商交易额（单位：十亿美元）

图表43：美国跨境电商发展趋势

图表44：欧洲跨境电商政策环境

图表45：2021年欧盟主要国家人均GDP（单位：欧元）

图表46：2021年欧洲互联网渗透率TOP15国家（单位：%）

图表47：2015-2021年西欧B2C跨境电商交易额（单位：十亿美元）

图表48：欧洲跨境电商发展趋势

图表49：俄罗斯跨境电商政策环境

图表50：2011-2021年俄罗斯家庭人均收入（单位：美元）

图表51：2016-2021年俄罗斯互联网渗透率（单位：%）

图表52：2015-2021年中东欧及中亚B2C跨境电商交易额（单位：十亿美元）

图表53：俄罗斯跨境电商发展趋势

图表54：巴西跨境电商政策环境

图表55：2011-2021年巴西国民可支配收入（单位：百万雷亚尔）

图表56：2011-2021年巴西互联网渗透率（单位：%）

图表57：2015-2021年拉丁美洲B2C跨境电商交易额（单位：十亿美元）

图表58：巴西跨境电商发展趋势

图表59：印度人均消费和收入情况（单位：卢比）

图表60：印度跨境电商行业发展技术环境分析

图表61：印度电子商务市场规模（单位：亿美元）

图表62：印度消费者线上消费态度分析

图表63：2017-2021年日本人均可支配收入（单位：日元）

图表64：2014-2021年日本互联网普及率（单位：%）

图表65：日本物流配送企业市占率统计（单位：%）

图表66：日本电子支付系统梳理

图表67：日本消费者线上消费行为习惯分析

图表68：韩国跨境电商行业发展技术环境分析

图表69：2018-2021年韩国网上购物交易额（单位：亿美元）

图表70：韩国消费者网购网站偏好（单位：%）

图表71：韩国消费者跨境购物类别偏好（单位：%）

图表72：亚马逊平台简介

图表73：2016-2021年亚马逊营收及利润情况（单位：亿美元）

图表74：2021年亚马逊营收业务构成（单位：亿美元，%）

图表75：2021年亚马逊营收区域构成（单位：亿美元，%）

图表76：亚马逊在中国业务发展历程

图表77：亚马逊平台市场竞争优劣势分析

图表78：eBay平台简介

图表79：2016-2021年eBay营收及利润情况（单位：亿美元）

图表80：2021年eBay营收区域构成（单位：亿美元，%）

图表81：eBay运营模式分析

图表82：eBay电子商务业务发展优势

图表83：2017-2021年Wish营业收入及净利润情况（单位：亿美元）

图表84：2021年Wish客户区域分布（单位：%）

图表85：Wish运营模式分析

图表86：Wish优劣势分析

图表87：Lazada平台简介

图表88：Lazada核心竞争力分析

图表89：Lazada与中国政府合作情况

图表90：Lazada平台竞争优势分析

图表91：2022-2027年全球B2C跨境电商交易规模预测（单位：亿美元）

图表92：2022-2027年全球B2B跨境电商交易规模预测（单位：亿美元）

图表93：中国跨境电商行业发展历程

图表94：跨境电商行业发展特征

图表95：2015-2021年中国跨境电商行业交易规模（单位：万亿元）

图表96：2017-2021年中国海关跨境电商零售进出口占比（单位：%）

图表97：跨境电商零售进出口总额省市排名TOP5

图表98：2021年中国跨境电商企业市场分布（单位：%）

图表99：中国跨境电商行业热门平台简况

图表100：2021年中国进口跨境电商B2C市场格局（单位：%）

图表101：2021年中国跨境电商企业入驻平台情况（单位：%）

图表102：中国跨境电商产业链图谱

图表103：中国跨境支付方式对比

图表104：中国跨境支付发展历程

图表105：中国跨境支付相关政策及重大举措梳理

图表106：主要跨境支付技术分析

图表107：境内卖家银行账户直接收款流程

图表108：第三方支付机构渠道收款流程

图表109：境内买家通过银行直接付款流程

图表110：境内买家通过第三方支付机构付款

图表111：中国跨境电商进出口支付方式对比

图表112：中国30家获得牌照的跨境支付公司名单

图表113：中国跨境支付行业参与者对比

图表114：2017-2021年跨境贸易人民币结算业务量（单位：万亿元）

图表115：2022-2027年中国第三方跨境支付C端线上线下规模及预测（单位：亿元，%）

图表116：中国不同跨境支付方式费率对比

图表117：中国主要银行跨境支付收费标准对比（单位：%、元/笔）

图表118：跨境物流概念示意图

图表119：出口跨境电商物流操作流程图

图表120：FBA物流流程

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202307/385783.html>