

# 2017-2022年中国跨境电商行业市场分析预测及投资前景分析报告

报告大纲

## 一、报告简介

智研咨询发布的《2017-2022年中国跨境电商行业市场分析预测及投资前景分析报告》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：<https://www.chyxx.com/research/201702/498557.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

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

跨境电子商务是指分属不同关境的交易主体，通过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、完成交易的一种国际商业活动。跨境电子商务从进出口方向分为：出口跨境电子商务和进口跨境电子商务。从交易模式分为B2B跨境电子商务和B2C跨境电子商务。

随着2015年“互联网+”时代的来临，跨境电商已经站到了资本市场的风口上。跨境电商有望成为对冲出口增速下台阶的利器。以跨境电商为代表的新型贸易近年来的发展脚步正在逐渐加快，并有望成为中国贸易乃至整个经济的全新增长引擎。目前，我国的跨境电子商务主要是以平台为主导，企业自建交易平台尚不普遍，未来随着环境和支撑体系的改善、新技术的不断运用，跨境电子商务的产业链将逐步形成。目前，我国境内通过各类电子商务平台开展跨境电商业务的外资企业已有30多万家，跨境电商平台企业达6000多家。跨境电商行业主要供给区域集中在东部沿海一二线城市，随着跨境电商行业的不断发展，出口卖家正在从广东、江苏、浙江向中西部拓展。

随着跨境电商的快速发展，我国跨境电商交易额不断增长。2014年我国跨境电商交易额约3.9万亿元，其中跨境出口金额为3.38万亿元，跨境进口金额为0.52万亿元。2016年我国跨境电商进出口贸易额达6.3万亿元，其中跨境出口金额为5.34万亿元，跨境进口金额为0.96万亿元。从结构上看，跨境出口电商的比例将长期高于跨境进口电商的比例，中国跨境电商的发展将始终以出口为主，进口为辅。预计到2020年，中国跨境电商交易规模将达11.9万亿元，占中国进出口总额的约37.6%。

### 2014-2020年中国跨境电商交易预测

智研咨询发布的《2017-2022年中国跨境电商行业市场分析预测及投资前景分析报告》共十四章。首先介绍了跨境电商相关概念及发展环境，接着分析了中国跨境电商规模及消费需求，然后对中国跨境电商市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国跨境电商面临的机遇及发展前景。您若想对中国跨境电商有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

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。

报告目录：

#### 第一章 跨境电商行业发展综述 1

##### 1.1 跨境电商行业定义及分类 1

###### 1.1.1 行业定义 1

###### 1.1.2 行业产品/服务分类 1

1.1.3 行业主要商业模式	1
1.2 跨境电商行业特征分析	2
1.2.1 产业链分析	2
1.2.2 跨境电商行业在产业链中的地位	3
1.2.3 跨境电商行业生命周期分析	3
1、行业生命周期理论基础	3
2、跨境电商行业生命周期	5
1.3 最近3-5年中国跨境电商行业经济指标分析	6
1.3.1 赢利性	6
1.3.2 成长速度	6
1.3.3 附加值的提升空间	6
1.3.4 进入壁垒 / 退出机制	6
1.3.5 风险性	7
1.3.6 行业周期	8
1.3.7 竞争激烈程度指标	8
1.3.8 行业及其主要子行业成熟度分析	9
第二章 跨境电商行业运行环境 (PEST) 分析	10
2.1 跨境电商行业政治法律环境分析	10
2.1.1 行业管理体制分析	10
2.1.2 行业主要法律法规	10
2.1.3 行业相关发展规划	13
2.2 跨境电商行业经济环境分析	14
2.2.1 国际宏观经济形势分析	14
2.2.2 国内宏观经济形势分析	32
2.2.3 产业宏观经济环境分析	48
2.3 跨境电商行业社会环境分析	49
2.3.1 跨境电商产业社会环境	49
2.3.2 社会环境对行业的影响	54
2.3.3 跨境电商产业发展对社会发展的影响	54
2.4 跨境电商行业技术环境分析	55
2.4.1 跨境电商技术分析	55
2.4.2 跨境电商技术发展水平	56
2.4.3 行业主要技术发展趋势	56

第三章 我国跨境电商行业运行分析	57
3.1 我国跨境电商行业发展状况分析	57
3.1.1 我国跨境电商行业发展阶段	57
3.1.2 我国跨境电商行业发展总体概况	58
3.1.3 我国跨境电商行业发展特点分析	59
3.2 2014-2016年跨境电商行业发展现状	62
3.2.1 2014-2016年我国跨境电商行业市场规模	62
3.2.2 2014-2016年我国跨境电商行业发展分析	62
3.2.3 2014-2016年中国跨境电商企业发展分析	63
3.3 区域市场分析	64
3.3.1 区域市场分布总体情况	64
3.3.2 2014-2016年重点省市市场分析	64
3.4 跨境电商细分产品/服务市场分析	65
3.4.1 细分产品/服务特色	65
3.4.2 2014-2016年细分产品/服务市场规模及增速	66
3.4.3 重点细分产品/服务市场前景预测	70
3.5 跨境电商产品/服务价格分析	70
3.5.1 2014-2016年跨境电商价格走势	70
3.5.2 影响跨境电商价格的关键因素分析	70
1、成本	70
2、供需情况	71
3、关联产品	71
4、其他	71
3.5.3 2017-2022年跨境电商产品/服务价格变化趋势	72
3.5.4 主要跨境电商企业价位及价格策略	72
第四章 我国跨境电商行业整体运行指标分析	76
4.1 2014-2016年中国跨境电商行业总体规模分析	76
4.1.1 企业数量结构分析	76
4.1.2 人员规模状况分析	77
4.1.3 行业资产规模分析	77
4.1.4 行业市场规模分析	78
4.2 2014-2016年中国跨境电商行业运营情况分析	78
4.2.1 我国跨境电商行业营收分析	78
4.2.2 我国跨境电商行业成本分析	78

4.2.3 我国跨境电商行业利润分析 79

4.3 2014-2016年中国跨境电商行业财务指标总体分析 79

4.3.1 行业盈利能力分析 79

4.3.2 行业偿债能力分析 80

4.3.3 行业营运能力分析 80

4.3.4 行业发展能力分析 80

第五章 我国跨境电商行业供需形势分析 81

5.1 跨境电商行业供给分析 81

5.1.1 2014-2016年跨境电商行业供给分析 81

5.1.2 2017-2022年跨境电商行业供给变化趋势 81

5.1.3 跨境电商行业区域供给分析 82

5.2 2014-2016年我国跨境电商行业需求情况 82

5.2.1 跨境电商行业需求市场 82

5.2.2 跨境电商行业客户结构 82

5.2.3 跨境电商行业需求的地区差异 83

5.3 跨境电商市场应用及需求预测 84

5.3.1 跨境电商应用市场总体需求分析 84

1、跨境电商应用市场需求特征 84

2、跨境电商应用市场需求总规模 84

5.3.2 2017-2022年跨境电商行业领域需求量预测 84

1、2017-2022年跨境电商行业领域需求产品/服务功能预测 84

2、2017-2022年跨境电商行业领域需求产品/服务市场格局预测 85

5.3.3 重点行业跨境电商产品/服务需求分析预测 85

第六章 跨境电商行业产业结构分析 86

6.1 跨境电商产业结构分析 86

6.1.1 市场细分充分程度分析 86

6.1.2 各细分市场领先企业排名 87

6.1.3 各细分市场占总市场的结构比例 88

6.1.4 领先企业的结构分析（所有制结构） 89

6.2 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析 89

6.2.1 产业价值链的构成 89

6.2.2 产业链条的竞争优势与劣势分析 90

6.3 产业结构发展预测 90

- 6.3.1 产业结构调整指导政策分析 90
- 6.3.2 产业结构调整中消费者需求的引导因素 91
- 6.3.3 中国跨境电商行业参与国际竞争的战略市场定位 91
- 6.3.4 跨境电商产业结构调整方向分析 92
- 6.3.5 建议 92

## 第七章 我国跨境电商行业产业链分析 95

- 7.1 跨境电商行业产业链分析 95
  - 7.1.1 产业链结构分析 95
  - 7.1.2 主要环节的增值空间 97
  - 7.1.3 与上下游行业之间的关联性 104
- 7.2 跨境电商上游行业分析 105
  - 7.2.1 跨境电商产品成本构成 105
  - 7.2.2 2014-2016年上游行业发展现状 111
  - 7.2.3 2017-2022年上游行业发展趋势 115
  - 7.2.4 上游供给对跨境电商行业的影响 116
- 7.3 跨境电商下游行业分析 120
  - 7.3.1 跨境电商下游行业分布 120
  - 7.3.2 2014-2016年下游行业发展现状 120
  - 7.3.3 2017-2022年下游行业发展趋势 120
  - 7.3.4 下游需求对跨境电商行业的影响 122

## 第八章 我国跨境电商行业渠道分析及策略 123

- 8.1 跨境电商行业渠道分析 123
  - 8.1.1 渠道形式及对比 123
  - 8.1.2 各类渠道对跨境电商行业的影响 126
  - 8.1.3 主要跨境电商企业渠道策略研究 126
  - 8.1.4 各区域主要代理商情况 126
- 8.2 跨境电商行业用户分析 127
  - 8.2.1 用户认知程度分析 127
  - 8.2.2 用户需求特点分析 127
  - 8.2.3 用户购买途径分析 127
- 8.3 跨境电商行业营销策略分析 128
  - 8.3.1 中国跨境电商营销概况 128
  - 8.3.2 跨境电商营销策略探讨 129

### 8.3.3 跨境电商营销发展趋势 134

## 第九章 我国跨境电商行业竞争形势及策略 136

### 9.1 行业总体市场竞争状况分析 136

#### 9.1.1 跨境电商行业竞争结构分析 136

1、现有企业间竞争 136

2、潜在进入者分析 136

3、替代品威胁分析 137

4、供应商议价能力 137

5、客户议价能力 139

6、竞争结构特点总结 139

#### 9.1.2 跨境电商行业企业间竞争格局分析 139

#### 9.1.3 跨境电商行业集中度分析 140

#### 9.1.4 跨境电商行业SWOT分析 140

### 9.2 中国跨境电商行业竞争格局综述 143

#### 9.2.1 跨境电商行业竞争概况 143

1、中国跨境电商行业竞争格局 143

2、跨境电商行业未来竞争格局和特点 144

3、跨境电商市场进入及竞争对手分析 144

#### 9.2.2 中国跨境电商行业竞争力分析 145

1、我国跨境电商行业竞争力剖析 145

2、我国跨境电商企业市场竞争的优势 148

3、国内跨境电商企业竞争能力提升途径 150

#### 9.2.3 跨境电商市场竞争策略分析 153

## 第十章 跨境电商行业领先企业经营形势分析 154

### 10.1 阿里巴巴集团 154

#### 10.1.1 企业概况 154

#### 10.1.2 企业优势分析 155

#### 10.1.3 产品/服务特色 157

#### 10.1.4 2014-2016年经营状况 160

#### 10.1.5 2017-2022年发展规划 162

### 10.2 苏宁云商海外购 163

#### 10.2.1 企业概况 163

#### 10.2.2 企业优势分析 166



- 10.2.3 产品/服务特色 168
- 10.2.4 2014-2016年经营状况 168
- 10.2.5 2017-2022年发展规划 175
- 10.3 京东全球购 176
  - 10.3.1 企业概况 176
  - 10.3.2 企业优势分析 177
  - 10.3.3 产品/服务特色 181
  - 10.3.4 2014-2016年经营状况 183
  - 10.3.5 2017-2022年发展规划 202
- 10.4 顺丰海淘 203
  - 10.4.1 企业概况 203
  - 10.4.2 企业优势分析 204
  - 10.4.3 产品/服务特色 207
  - 10.4.4 2014-2016年经营状况 208
  - 10.4.5 2017-2022年发展规划 210
- 10.5 兰亭集势控股有限责任公司 211
  - 10.5.1 企业概况 211
  - 10.5.2 企业优势分析 212
  - 10.5.3 产品/服务特色 213
  - 10.5.4 2014-2016年经营状况 214
  - 10.5.5 2017-2022年发展规划 216
- 10.6 海豚供应链 216
  - 10.6.1 企业概况 216
  - 10.6.2 企业优势分析 217
  - 10.6.3 产品/服务特色 218
  - 10.6.4 2014-2016年经营状况 220
  - 10.6.5 2017-2022年发展规划 220
- 10.7 海带网 220
  - 10.7.1 企业概况 220
  - 10.7.2 企业优势分析 221
  - 10.7.3 产品/服务特色 222
  - 10.7.4 2014-2016年经营状况 223
  - 10.7.5 2017-2022年发展规划 223
- 10.8 波罗蜜 224
  - 10.8.1 企业概况 224

10.8.2 企业优势分析 224

10.8.3 产品/服务特色 226

10.8.4 2014-2016年经营状况 226

10.8.5 2017-2022年发展规划 227

10.9 洋码头 227

10.9.1 企业概况 227

10.9.2 企业优势分析 227

10.9.3 产品/服务特色 229

10.9.4 2014-2016年经营状况 232

10.9.5 2017-2022年发展规划 232

10.10 蜜芽 233

10.10.1 企业概况 233

10.10.2 企业优势分析 233

10.10.3 产品/服务特色 233

10.10.4 2014-2016年经营状况 234

10.10.5 2017-2022年发展规划 237

第十一章 2017-2022年跨境电商行业投资前景 238

11.1 2017-2022年跨境电商市场发展前景 238

11.1.1 2017-2022年跨境电商市场发展潜力 238

11.1.2 2017-2022年跨境电商市场发展前景展望 238

11.1.3 2017-2022年跨境电商细分行业发展前景分析 239

11.2 2017-2022年跨境电商市场发展趋势预测 239

11.2.1 2017-2022年跨境电商行业发展趋势 239

11.2.2 2017-2022年跨境电商市场规模预测 241

11.2.3 2017-2022年跨境电商行业应用趋势预测 241

11.2.4 2017-2022年细分市场发展趋势预测 242

11.3 2017-2022年中国跨境电商行业供需预测 243

11.3.1 2017-2022年中国跨境电商行业供给预测 243

11.3.2 2017-2022年中国跨境电商行业需求预测 243

11.3.3 2017-2022年中国跨境电商供需平衡预测 244

11.4 影响企业生产与经营的关键趋势 244

11.4.1 市场整合成长趋势 244

11.4.2 需求变化趋势及新的商业机遇预测 245

11.4.3 企业区域市场拓展的趋势 245

11.4.4 科研开发趋势及替代技术进展 245

11.4.5 影响企业销售与服务方式的关键趋势 246

## 第十二章 2017-2022年跨境电商行业投资机会与风险 247

12.1 跨境电商行业投融资情况 247

12.1.1 行业资金渠道分析 247

12.1.2 固定资产投资分析 252

12.1.3 兼并重组情况分析 253

12.2 2017-2022年跨境电商行业投资机会 256

12.2.1 产业链投资机会 256

12.2.2 细分市场投资机会 257

12.2.3 重点区域投资机会 257

12.3 2017-2022年跨境电商行业投资风险及防范 258

12.3.1 政策风险及防范 258

12.3.2 技术风险及防范 259

12.3.3 供求风险及防范 259

12.3.4 宏观经济波动风险及防范 259

12.3.5 关联产业风险及防范 261

12.3.6 供应链风险及防范 261

12.3.7 其他风险及防范 263

## 第十三章 跨境电商行业投资战略研究 266

13.1 跨境电商行业发展战略研究 266

13.1.1 战略综合规划 266

13.1.2 技术开发战略 266

13.1.3 业务组合战略 269

13.1.4 区域战略规划 271

13.1.5 产业战略规划 278

13.1.6 营销品牌战略 279

13.1.7 竞争战略规划 282

13.2 对我国跨境电商品牌的战略思考 285

13.2.1 跨境电商品牌的重要性 285

13.2.2 跨境电商实施品牌战略的意义 286

13.2.3 跨境电商企业品牌的现状分析 286

13.2.4 我国跨境电商企业的品牌战略 287

- 13.2.5 跨境电商品牌战略管理的策略 289
- 13.3 跨境电商经营策略分析 292
  - 13.3.1 跨境电商市场细分策略 292
  - 13.3.2 跨境电商市场创新策略 292
  - 13.3.3 品牌定位与品类规划 293
  - 13.3.4 跨境电商新产品差异化战略 295
- 13.4 跨境电商行业投资战略研究 295
  - 13.4.1 2016年跨境电商行业投资战略 295
  - 13.4.2 2017-2022年跨境电商行业投资战略 296
  - 13.4.3 2017-2022年细分行业投资战略 297

#### 第十四章 研究结论及投资建议 298 (ZY ZM)

- 14.1 跨境电商行业研究结论 298
- 14.2 跨境电商行业投资价值评估 302
- 14.3 跨境电商行业投资建议 304
  - 14.3.1 行业发展策略建议 304
  - 14.3.2 行业投资方向建议 305
  - 14.3.3 行业投资方式建议 305

#### 图表目录：

- 图表：跨境电商行业产业链 3
- 图表：行业生命周期示意图 4
- 图表：跨境电商行业生命周期 5
- 图表：跨境电商行业相关政策法规 12
- 图表：2016年世界主要经济体经济增长速度 14
- 图表：2010-2016年美国经济增长趋势 15
- 图表：2016年年初以来原油价格开始起底回升并企稳 16
- 图表：2016年年初以来美国通胀水平大幅回升 16
- 图表：2016年美国制造业景气度有所上升 17
- 图表：2016年美国新屋销售与新屋开工继续震荡上行 18
- 图表：2016年美国建设支出保持上行趋势 18
- 图表：2015-2016年美国CPI或PCE通胀率与能源价格走势 21
- 图表：2015-2016年美国消费、投资与GDP增速 23
- 图表：2016年欧元区经济增速保持平稳 24
- 图表：2016年欧元区制造业与服务业持续扩张 24

- 图表：2016年欧元区工资增长缓慢 25
- 图表：2009-2016年欧元区政府债务率 27
- 图表：2015-2016年日本经济增长趋势 28
- 图表：日本65岁及以上老龄人口占总人口数的比重 30
- 图表：日本人口老龄化与储蓄率存在负相关关系 30
- 图表：日本人口老龄化与投资增速存在负相关关系 31
- 图表：日本人口老龄化与经济增速存在负相关关系 31
- 图表：2015-2016年我国GDP增长情况 32
- 图表：2011-2016年我国GDP同比增长速度 32
- 图表：2015-2016年各月累计主营业务收入与利润总额同比增速 34
- 图表：2016年份规模以上工业企业主要财务指标 35
- 图表：2015-2016我国规模以上工业增加值同比增速 35
- 图表：2015-2016年我国制造业PMI指数 36
- 图表：2015-2016年中国制造业PMI及构成指数 36
- 图表：2015-2016年中国固定资产投资同比增速 37
- 图表：2015-2016年中国固定资产投资到位资金同比增速 38
- 图表：2015-2016年中国房地产开发投资同比增速 39
- 图表：2015-2016年中国房地产开发企业土地购置面积增速 39
- 图表：2015-2016年中国商品房销售面积及销售额同比增速 40
- 图表：2016年全国房地产开发和销售情况 41
- 图表：2015-2016年中国房地产开发企业到位资金增速 42
- 图表：2016年东中西部地区房地产开发投资情况 42
- 图表：2016年东中西部地区房地产销售情况 42
- 图表：2015-2016年中国全国居民消费价格 43
- 图表：2016年中国居民消费价格主要数据 44
- 图表：2015-2016年中国社会消费品零售总额 45
- 图表：2016年我国社会消费品零售总额主要数据 46
- 图表：2011-2016年中国进出口增速 47
- 图表：2005-2015年中国65岁及以上人口变化趋势 50
- 图表：2005-2015年中国0-14岁人口变化趋势 50
- 图表：2005-2015年中国15-64岁人口变化趋势 51
- 图表：2007-2020年中国60岁以上人口数量及比重 51
- 图表：2016-2036年我国人口数量预测 52
- 图表：2005-2015年我国历年城镇化率 53
- 图表：我国跨境电商行业发展阶段 57

- 图表：2016年中国跨境电商行业主要区域市场占比 65
- 图表：2014-2016年中国跨境电商行业跨境出口金额及其增速 66
- 图表：2014-2016年中国跨境电商行业跨境进口金额及其增速 66
- 图表：2014-2016年中国跨境电商行业跨境B2B电商收入及其增速 67
- 图表：2014-2016年中国跨境电商行业跨境B2C电商收入及其增速 67
- 图表：2014-2016年中国跨境电商行业跨境出口电商B2B收入规模 68
- 图表：2014-2016年中国跨境电商行业跨境出口电商B2C收入规模 68
- 图表：2014-2016年中国跨境电商行业跨境进口电商B2B收入规模 69
- 图表：2014-2016年中国跨境电商行业跨境进口电商B2C收入规模 69
- 图表：2014-2016年中国跨境电商行业企业数量结构 76
- 图表：2014-2016年中国跨境电商行业人员规模 77
- 图表：2014-2016年中国跨境电商行业资产规模 77
- 图表：2014-2016年中国跨境电商行业市场规模 78
- 图表：2016年中国跨境电商行业利润分析 79
- 图表：2014-2016年中国跨境电商行业盈利能力分析 79
- 图表：2014-2016年中国跨境电商行业偿债能力分析 80
- 图表：2014-2016年中国跨境电商行业营运能力分析 80
- 图表：2014-2016年中国跨境电商行业发展能力分析 80
- 图表：2014-2016年中国跨境电商行业供给规模 81
- 图表：我国跨境电商行业客户年龄结构 83
- 图表：我国跨境电商行业需求地区分布 83
- 图表：2014-2016年中国跨境电商行业需求规模 84
- 图表：2016年中国跨境电商行业市场结构（分进出口方向） 88
- 图表：2016年中国跨境电商行业市场结构（分交易模式） 88
- 图表：2016年中国跨境电商行业企业所有制结构 89
- 图表：跨境电商行业产业链 95
- 图表：跨境电商与物流产业的边界融合 99
- 图表：跨境电商与物流产业链的互动机制 100
- 图表：跨境电商渠道模式 123
- 图表：跨境电商营销分析 131
- 图表：阿里巴巴集团主要业务 159
- 图表：2014-2016年阿里巴巴集团资产负债表情况 160
- 图表：2014-2016年阿里巴巴集团利润表情况 161
- 图表：2014-2016年阿里巴巴集团现金流量表情况 162
- 图表：苏宁云商海外购特点 167

- 图表：2016年苏宁云商业务经营分析 171
- 图表：2015年苏宁云商业务经营分析 172
- 图表：2014年苏宁云商业务经营分析 173
- 图表：2014-2016年苏宁云商成长能力分析 173
- 图表：2014-2016年苏宁云商盈利能力分析 174
- 图表：2014-2016年苏宁云商盈利质量分析 174
- 图表：2014-2016年苏宁云商运营能力分析 174
- 图表：2014-2016年苏宁云商财务风险分析 174
- 图表：苏宁云商海外资产情况 175
- 图表：京东全球购发展历程 181
- 图表：京东全球购产品介绍 182
- 图表：京东全球购主要产品 182
- 图表：京东全球购消费者跨境物流服务 183
- 图表：京东全球购消费者订单量分布 183
- 图表：京东全球购消费者购物流程 184
- 图表：2015-2016年京东全球购消费者性别分布 184
- 图表：京东全球购消费者年龄段分布 185
- 图表：2015-2016年京东全球购用户级别分布 185
- 图表：2015-2016年京东全球购用户受教育程度分布 186
- 图表：2015-2016年京东全球购用户数量及土豪占比分布 186
- 图表：2015-2016年京东全球购农村消费者喜好品牌 187
- 图表：2015-2016年京东全球购用户喜欢的仅是国外有售的产品 187
- 图表：2015-2016年京东全球购用户喜爱的母婴品类 187
- 图表：2015-2016年京东全球购用户喜爱奶粉原产地国家 188
- 图表：2015-2016年京东全球购用户青睐的奶粉品牌 188
- 图表：2015-2016年京东全球购的辅食，辅食机销量情况 188
- 图表：2015-2016年京东全球购用户喜爱的辅食情况 189
- 图表：2015-2016年京东全球购吸奶器销量及喜爱品牌 189
- 图表：2015-2016年京东全球购安全椅销量及选购因素 189
- 图表：2015-2016年京东全球购用户个护美妆消费偏好 190
- 图表：2015-2016年京东全球购用户化妆品区域消费偏好情况 190
- 图表：2015-2016年京东全球购用户香水彩妆消费偏好 191
- 图表：2015-2016年京东全球购用户不同季节的护肤消费偏好 191
- 图表：2015-2016年京东全球购用户喜爱的化妆品国家 191
- 图表：2016年2月-3月京东全球购韩国化妆品产品销量 192

- 图表：2016年京东全球购用户喜爱的药妆化妆品品牌 192
- 图表：2016年京东全球购数码类产品选购分布 192
- 图表：2015-2016年京东全球购数码类产品喜爱品牌 193
- 图表：2015-2016年京东全球购3C类产品消费偏好 193
- 图表：2015-2016年京东全球购智能设备销量及功能偏好 194
- 图表：2015-2016年京东全球购用户喜好的3C运动产品及销量情况 194
- 图表：2015-2016年京东全球购用户喜爱的零食品类偏好 195
- 图表：2015-2016年京东全球购用户喜爱的零食品牌 195
- 图表：2015-2016年京东全球购用户营养品选择及功能偏好 196
- 图表：2015-2016年京东全球购营养品销量省份分布 196
- 图表：2015-2016年京东全球购用户喜好的营养品品牌 197
- 图表：2015-2016年京东全球购用户营养健康热搜关键词 197
- 图表：2015-2016年京东全球购用户喜好的解酒护肝类品牌 197
- 图表：2015-2016年京东全球购营养保健品消费者性别偏好 198
- 图表：2015-2016年京东全球购男女保健品消费偏好 198
- 图表：2015-2016年京东全球购有效订单量情况 200
- 图表：2014-2016年京东利润表情况 200
- 图表：2014-2016年京东资产负债表情况 201
- 图表：2014-2016年京东现金流量表情况 202
- 图表：顺丰的电商版图 208
- 图表：2014-2016年兰亭集势控股有限责任公司利润表情况分析 214
- 图表：2014-2016年兰亭集势控股有限责任公司资产负债表情况分析 215
- 图表：2014-2016年兰亭集势控股有限责任公司现金流量表情况分析 216
- 图表：物贸一体化物流管控体系——SCOR模型 219
- 图表：海淘供应链的优质服务 219
- 图表：海带网供应链服务情况 222
- 图表：海带网商品流转流程 222
- 图表：海带网盈利模式 222
- 图表：海带网优质供应商 223
- 图表：海带网优质渠道情况 223
- 图表：洋码头商业模式 229
- 图表：洋码头产品架构 232
- 图表：蜜芽单位用户估值对比 235
- 图表：蜜芽GMV对比 236
- 图表：蜜芽融资金额对比 237



图表：2014-2016年中国跨境电商行业市场规模 241

图表：2017-2022年中国跨境电商行业供给规模 243

图表：2017-2022年中国跨境电商行业需求规模 243

图表：2017-2022年中国跨境电商行业供需平衡预测 244

图表：2016年跨境电商供应链服务商融资列表（1） 254

图表：2016年跨境电商供应链服务商融资列表（2） 255

图表：2016年跨境电商供应链服务商融资占比情况 256

图表：区域发展战略咨询流程图 276

图表：区域SWOT战略分析图 277

图表：四种基本的品牌战略 291

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201702/498557.html>