

## 内容目录

一、渐入佳境：万亿级赛道规模蒸蒸日上，供应链政策优势保驾护航	4
1.1 市场现状：跨境电商市场精细化发展，体量有望迎来新增量突破	4
1.1.1 跨境出口电商保持高速增长，行业市场空间前景广阔	4
1.1.2 分模式看：历史核心 B2B 发展稳中保质，B2C 高增速发展重要性不断提升	5
1.1.3 分地区看：发达国家增长迅速，新兴国家成为第二增长曲线	5
1.1.4 分平台看：亚马逊仍为主要平台，新兴平台及独立站布局速度加快	9
1.1.5 分品类看：传统优势品类稳定发展，新兴品类成长具备广阔空间	11
1.2 增长逻辑：电商渗透率与日俱增，供应链及政策优势玉成其美	12
1.2.1 全球电商渗透率提升，未来市场空间有望进一步提升	12
1.2.2 中国制造业在全球供应链中优势显著，具备强大实力和韧性	12
1.2.3 国内扶持政策推动跨境电商发展，低货值产品具备海外免税红利	13
二、欣欣向荣：品牌化多元化布局，行业生态融合发展	16
2.1 渠道趋势：出海品牌重视线下渠道搭建，多渠道布局大势所趋	16
2.2 技术趋势：跨境电商巨头加速融入 AI，智能驱动全球贸易新风潮	17
2.3 市场趋势：成熟市场稳定增长，新兴市场具备高潜力	18
三、公司对比：跨境大卖百花齐放，长期增长任重道远	19
3.1 收入端：品牌力及渠道力较强公司收获高增长	19
3.2 毛利率：低研发成本公司毛利率高，物流费用对跨境卖家毛利影响显著	20
3.3 净利率：盈利高速增长，三态股份和跨境通受外部因素及债务危机所累	20
3.4 费用端：业务扩张销售费用水涨船高，优化费用为行业长期目标	21
3.5 营运能力：泛品公司存货周转能力较强，行业公司存货周转率普遍提升	21

## 图表目录

图 1：跨境电商行业交易规模及增长率(万亿元)	4
图 2：跨境出口&进口电商占比(%)	4
图 3：跨境出口电商市场规模及增速(万亿元)	4
图 4：跨境进口电商市场规模及增速(万亿元)	4
图 5：跨境出口 B2B 电商行业市场规模及增速(万亿元)	5
图 6：按 GMV 计跨境出口 B2C 电商市场规模及增速(万亿元)	5
图 7：全球电商市场销售额及占比(万亿美元)	6
图 8：2022 年电子商务市场规模增长最快的前 10 个国家增速	6
图 9：2017-2027 年北美、欧洲及东南亚电商市场规模（万亿美元）	6
图 10：2023 年卖家计划布局的海外市场	7
图 11：2023 年各国国内电商与跨境电商收入占比	7
图 12：2018-2027 年欧洲电商市场整体收入预测(万亿美元)	7
图 13：2017-2023 年欧洲网购人数比例	7
图 14：2022 年欧洲 B2C 电子商务交易额占比	7
图 15：2022 年欧洲电商消费者占比	7
图 16：2021-2025 年东南亚电商销售额预测(亿美元)	8
图 17：2023 年全球电商规模增长最快的十个国家增速	8

图 18: 2021-2025 年东南亚电商市场规模细分预测(亿美元)	9
图 19: 品牌出海东南亚驱动因素	9
图 20: 截至 2023 年 8 月北美各平台总访问量(亿次)	10
图 21: 主要第三方平台中国玩家产生的 GMV(亿美元)	10
图 22: 2022 年中国跨境出口 B2C 品类分布	11
图 23: 2022 年中国跨境出口 B2B 品类分布	11
图 24: 2015-2027 年全球电商占零售总额比例	12
图 25: 2017-2022 年中国制造业增加值及比重(万亿美元)	13
图 26: 2021-2022 年全球集装箱 TOP10 港口吞吐量(万标箱)	13
图 27: 2023 年跨境卖家在运营策略上可能做出的调整	16
图 28: 2023 年卖家计划布局的跨境电商平台	16
图 29: 跨境电商品牌出海发展历程	16
图 30: 跨境电商行业 AI 应用发展报告图谱	18
图 31: 2023Q1-Q3 各跨境电商公司营收(百万元)	19
图 32: 2019-2023Q1-Q3 各公司营收(百万元)	19
图 33: 2019-2023Q1-Q3 各公司毛利(百万元)	20
图 34: 2019-2023Q1-Q3 各公司毛利率	20
图 35: 2019-2023Q1-Q3 各公司归母净利润(百万元)	20
图 36: 2019-2023Q1-Q3 各公司归母净利润率	20
图 37: 2019-2023Q1-Q3 各公司销售期间费用率	21
图 38: 2019-2023 Q1-Q3 各公司销售费用(百万元)	21
图 39: 2019-2023Q1-Q3 各公司管理费用(百万元)	21
图 40: 2019-2023Q1-Q3 各公司研发费用(百万元)	21
图 41: 2023Q1-Q3 各公司存货周转率	22
图 42: 2019-2023Q1-Q3 各公司存货周转率	22
表 1: 2022 年欧洲市场电商消费者调研	8
表 2: 跨境电商主流平台特点分析	9
表 3: 北美电商平台型企业	10
表 4: 新兴跨境电商平台简介	11
表 5: 中国关于跨境电商的政策一览	14
表 6: 全球主要国家最低免税申报额	15
表 7: RCEP 成员国与中国之间立即零关税比例	15
表 8: 2023 年上半年跨境出海品牌融资情况	17
表 9: 国内 AI+跨境电商上市公司	18
表 10: 新兴国家市场概况	19

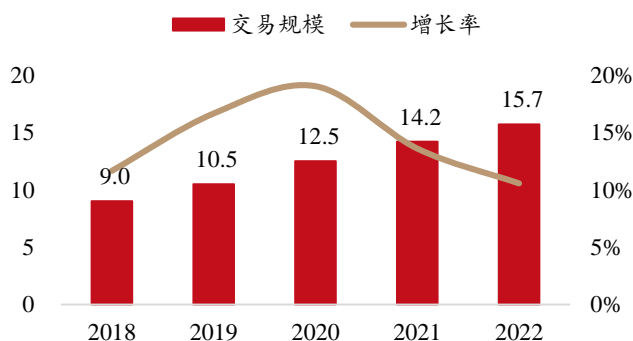
# 一、渐入佳境：万亿级赛道规模蒸蒸日上，供应链政策优势保驾护航

## 1.1 市场现状：跨境电商市场精细化发展，体量有望迎来新增量突破

### 1.1.1 跨境出口电商保持高速增长，行业市场空间前景广阔

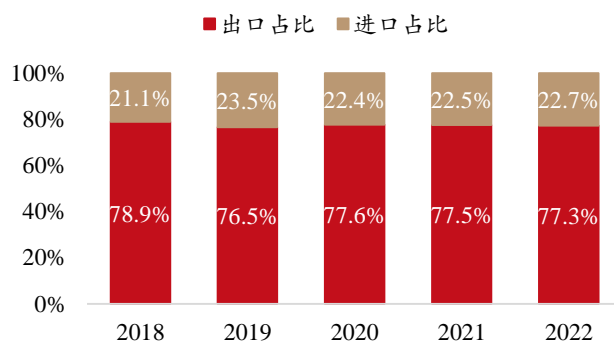
跨境电商交易规模蒸蒸日上，出口电商占核心地位。国内跨境电商行业在 2018 年至 2022 年期间，交易规模呈现持续且稳定的增长趋势，从 2018 年的 9 万亿元增长到 2022 年的 15.7 万亿元。这一增长主要得益于政策端支持力度的增强、一带一路和 RCEP 协定的签署打开的新发展空间以及行业生态的改善等因素。从出口和进口的占比来看，国内跨境电商行业多以出口为主，出口占比高达 77% 左右，相对稳定。进口占比在 23% 左右，有轻微的上升趋势。跨境电商出口市场仍然具有较强的竞争力和优势，而进口市场也有较大的潜力和需求。

图 1：跨境电商行业交易规模及增长率(万亿元)



资料来源：观研天下、网经社

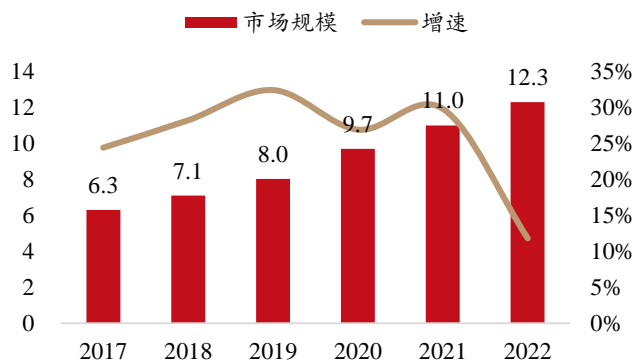
图 2：跨境出口&进口电商占比(%)



资料来源：观研天下、网经社

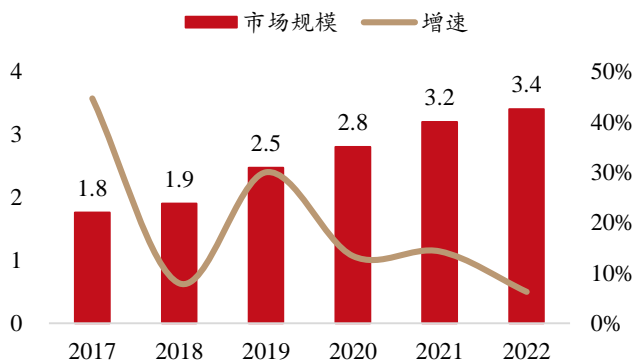
跨境出口电商增长迅速，未来体量有望迎来新突破。我国跨境电商行业以出口为主，占比在 77% 左右，相对稳定。跨境出口市场规模在 2021 年突破 11 万亿元，2022 年受到疫情和国际形势的影响导致的供应链压力，增速有所放缓，但仍保持正向增长。跨境进口市场规模稳步增长，在 2022 年达到 3.4 万亿元，未来跨境进口市场仍然具有较大的潜力和需求。

图 3：跨境出口电商市场规模及增速(万亿元)



资料来源：观研天下、网经社

图 4：跨境进口电商市场规模及增速(万亿元)



资料来源：观研天下、网经社

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/198043006131006027>