



# 2024年 头豹行业词条报告

报告提供的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等）均系头豹研究院独有的高度机密性文件（在报告中另行标明出处者除外）。未经头豹研究院事先书面许可，任何人不得以任何方式擅自复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编本报告内容，若有违反上述约定的行为发生，头豹研究院保留采取法律措施、追究相关人员责任的权利。头豹研究院开展的所有商业活动均使用“头豹研究院”或“头豹”的商号、商标，头豹研究院无任何前述名称之外的其他分支机构，也未授权或聘用其他任何第三方代表头豹研究院开展商业活动。

# 跨境电商平台出海目的地（中东市场）：行业呈现三足鼎立态势，物流和支付是竞争关键 头豹词条报告系列



付淑芳 · 头豹分析师

2024-11-15 未经平台授权，禁止转载

版权有问题? [点此投诉](#)

行业:

信息传输、软件和信息技术服务业/软件和信息技术服务业/其他信息技术服务业

信息科技/软件服务

## 词目录

<h3>行业定义</h3> <p>跨境电商，全名跨境电子商务，是指分属不同关境的...</p>	<h3>行业分类</h3> <p>中东电商平台根据产业终端用户类型进行分类，主要...</p>	<h3>行业特征</h3> <p>中东电商市场主要有以下特征：（1）互联网普及率...</p>	<h3>发展历程</h3> <p>跨境电商平台出海目的地... 目前已达到 <b>3</b>个阶段</p>
<h3>产业链分析</h3> <p>上游分析 中游分析 下游分析</p>	<h3>行业规模</h3> <p>跨境电商平台出海目的地... 评级报告 <b>1</b>篇</p> <p>SIZE数据</p>	<h3>政策梳理</h3> <p>跨境电商平台出海目的地... 相关政策 <b>5</b>篇</p>	<h3>竞争格局</h3> <p>数据图表</p>

**摘要** 跨境电商平台出海中东市场，利用高速互联网普及、政策支持及物流基础设施完善等优势，发展迅速，市场潜力巨大。尽管中东地区电商渗透率低，但2023年电商规模已达290亿美元，同比增长11.8%。然而，缺乏成熟物流系统导致配送成本高。预计未来市场规模将持续增长，基础设施完善及社交电商兴起将带动市场持续发展，TikTok Shop和Temu等新兴玩家入局有望抢占市场份额。

## 行业定义<sup>[1]</sup>

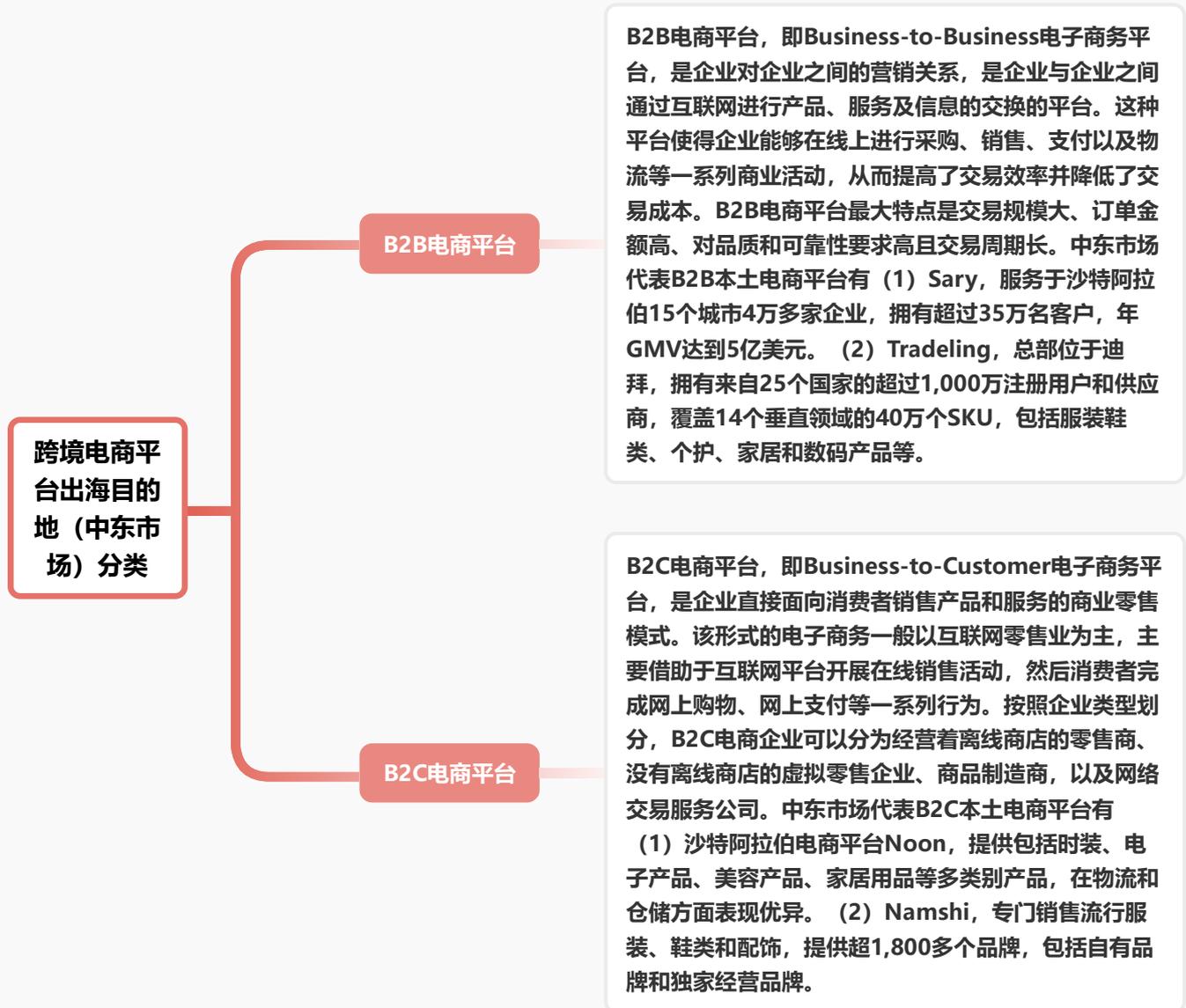
跨境电商，全名跨境电子商务，是指分属不同关境的交易主体，通过电子商务平台达成交易、进行电子支付结算，并通过跨境电商物流及异地仓储送达商品，从而完成交易的一种国际商业活动。跨境电商出口指境内企业或个人通过跨境电商平台达成交易，并通过跨境物流将商品送达至境外、完成出口交易，并按海关要求传输相关电子数据的跨境贸易活动。跨境电商平台出海目的地（中东市场）是指通过电子平台，将中国商品直接销售给中东地区消费者。

[1] 1: <https://mp.weixin...> 2: 跨境e达通工作室

## 行业分类<sup>[2]</sup>

中东电商平台根据产业终端用户类型进行分类，主要分为B2B（企业对企业）、B2C（企业对消费者）两类；根据业务模式可以分为综合型电商平台和垂直型电商平台。

### 跨境电商平台出海目的地（中东市场）行业基于产业终端用户的分类



### 跨境电商平台出海目的地（中东市场）行业基于业务模式的分类

## 跨境电商平台出海目的地（中东市场）分类

### 综合型电商平台

这类平台提供广泛的商品选择，包括电子产品、服装、家居用品等。中东地区代表综合型电商平台有Souq（成立于2005年，拥有超过600万用户，平台商家数量7万家，提供从电子产品到时尚、养生、美容、运动产品、家居品等31大类的150多万种产品）、Noon（中东地区本土成长最快的电商平台之一，提供大量商品种类，包括时尚、美妆、家电、家居、运动、母婴、食品等）。

### 垂直型电商平台

这类平台为专注于某一特定领域或品类的电商平台。中东地区代表垂直型电商平台有Namshi（时尚类电商平台）、Ounass（时尚奢侈品电商平台）、Mumzworld（母婴零售平台）。

- [2] 1: <https://www.cifne...> | 2: <https://www.2i1i.c...> | 3: <https://mp.weixin....> | 4: <https://www.163.c...> | 5: 雨果跨境、零壹电商、...

## 行业特征<sup>[3]</sup>

中东电商市场主要有以下特征：（1）互联网普及率高，但电商渗透率低。（2）电商发展迅速，市场潜力大。（3）缺乏成熟物流系统，配送成本高。

### 1 互联网普及率高，但电商渗透率低。

中东地区互联网较为发达，互联网普及率达58.7%，高于世界平均水平，尤其是海湾六国（卡塔尔、科威特、阿联酋、巴林、沙特阿拉伯、阿曼）互联网渗透率达到极高的水准，除沙特阿拉伯（97.9%）和阿曼（95.2%）外，其他四国互联网普及率均达99%。然而，与互联网普及率高相反的是，中东地区电商却不发达，消费者购物渠道以实体店为主，其线上零售占零售总额的比例仅为3.6%。

### 2 电商发展迅速，市场潜力大。

当前，中东地区电子商务呈现快速发展势头，2023年电商规模达1,065亿阿联酋迪拉姆（约290亿美元），同比增长11.8%。得益于高速互联网普及、政策的大力支持、物流基础设施不断完善以及人口优势（中东地区人口以年轻群体为主）等，中东地区电商经济正加速发展。2023年，中东地区电商行业吸引了约40亿美元投资，达成580笔交易，其中沙特阿拉伯、阿联酋和埃及等主要投资目的地。目前，除了Souq、

Noon等头部企业，中东地区其他电商平台大多规模较小，地区国家正多方面发力，促进中小电商平台进一步壮大。

### 3 缺乏成熟物流系统，配送成本高。

中东地区除迪拜等主要国家外，其他地区的基础设施建设不足，阻碍电商销售过程中最后一公里配送。例如，部分地区没有统一地名、缺乏明确的街道名和门牌号、道路状态差、交通规则不明确等，无法提供可靠的送货服务。此外，中东地区地广人稀，货物在配送过程中可能需要穿越长距离和大片的无人区，这会导致配送时间长及配送成本高等问题，根据中东地区布局跨境电商的卖家描述，出海中东的物流费用约占订单总额的20%-30%，是中国国内的4-6倍。

[3] 1: <https://mp.weixin...>

2: <https://www.1010...>

3: <https://www.cifne...>

4: 中东出海、人民日报、...

## 发展历程<sup>[4]</sup>

中国跨境出口电商行业进入高速发展期。技术方面，生成式人工智能技术开始在跨境电商领域应用；平台方面，社交媒体、直播和独立站成为重要的出口途径，为跨境卖家开辟新的增长空间和机会；跨境卖家方面，向多平台全渠道发展，并开始着重于品牌、渠道、供应链和营销等方面的综合优势构建，致力于实现更为全方位和立体化的发展。

### 萌芽期 · 1995~2011

1995年之后PC端亚马逊、eBay先后上线；1999年阿里巴巴成立；2004年敦煌网成立以及2010年阿里速卖通成立等标志性事件发生。

B2B平台模式是跨境电商的主流模式，阿里、速卖通等面向海外个人消费者的中国跨境出口电商蓬勃发展。跨境电商平台主要扮演信息中介的角色，通过向信息展示的企业收取会员费盈利。代表企业有中国化工网、中国制造网、阿里巴巴等。

### 启动期 · 2012~2018

2014年Wish在中国开始招商；2015年Shopee成立；2016年阿里收购Lazada等标志性事件发生。多个电商平台向中国开放，铺货规模大，并通过分发技术把内容化的商品和潜在兴趣客户链接起来。依托于国内外的电商平台，跨境卖家迅速打开了国际市场。参与的平台包括阿里巴巴国际站、亚马

逊、eBay等，覆盖了广泛的渠道、平台和品类，实现了全链路的线上化。同时，跨境电商独立站的成长，以及对外贸综合服务功能的深入开发，为中国品牌的海外扩张提供了有力支持。

## 高速发展期 · 2019~2024

2018年明确跨境出口无票免征政策；2019年电子商务法正式实施；2021年Jiklok上线，亚马逊大规模封号潮；2021年发文支持跨境电商和海外仓发展；2022年TEWM上线以及RCEP生效等标志性事件发生。

行业迈向规范化发展，社交媒体、直播和独立站成为重要的出口途径，开辟新的增长空间和机会。与此同时，跨境卖家向多平台全渠道发展，开始着重于品牌渠道、供应链和营销等方面的综合优势构建，致力于实现更为全方位和立体化的发展。

[4] 1: <https://mp.weixin...>

2: <https://caifuha...>

3: 海南省跨境电子商务协...

## 产业链分析<sup>[5]</sup>

跨境电商出海目的地（中东市场）行业产业链上游包含商品供应商、品牌商和代理商，主要负责生产制造产品，并将其通过跨境电商平台销售给消费者；产业链中游为电商平台，包括本土电商平台和跨境电商平台；产业链下游为消费者。<sup>[6]</sup>

跨境电商平台出海目的地（中东市场）行业产业链主要有以下核心研究观点：<sup>[6]</sup>

### 电商行业发展潜力大，各电商平台竞相涌入，市场竞争激烈。

2023年，中东地区电商规模约290亿美元，占零售总额比例为3.6%，与全球平均水平（21.9%）存在较大差距，中东地区各国为推动电商发展，相继推出各项政策。例如：（1）2021年沙特阿拉伯首次批准针对电商快递的保险服务，2022年当地商务部共签发30,000+张电商运营许可证。（2）2023年，阿联酋政府批准《关于通过现代技术手段开展商务活动(电子商务)的联邦法令》，旨在通过便利商业行为和合同签订、提高效率、降低经营成本和增强稳定性等措施来规范和促进电商行业的可持续发展。（3）2024年，海湾合作委员会宣布逐步建立国家间统一的电商强制性立法框架，并制定统一的商业特许经营法，以促进整个海湾地区电商发展。得益于政策支持，在巨大发展潜力的吸引下，各电商平台竞相涌入中东市场以求分一杯羹。一方面，出现大量本土电商平台，如沙特阿拉伯拥有超1,900家电商初创公司，阿联酋有近3,000家电商初创公司，其中代表本土电商平台有Noon、Namshi等。另一方面，美国、中国等国家跨境电商平台竞逐中东市场。其中美国Amazon于2017年收购中东本土电商平台Souq强势进入中东市场，通过整合Amazon和Souq的优势提升整体竞争力，目前已发展成最受消费

者欢迎的电商平台之一。中国跨境电商平台AliExpress、SHEIN、TikTok Shop也分别凭借不断完善的物流体系、供应链优势及强大的用户基础占据一席之地。<sup>[6]</sup>

## 上 产业链上游

### 生产制造端

跨境电商供应商

### 上游厂商

安克创新科技股份有限公司 >

小米科技有限责任公司 >

华为技术有限公司 >

[查看全部](#) v

### 产业链上游说明

#### 上游包含商品供应商、品牌商和代理商三类。

上游供应商在跨境电商产业链中起着至关重要的作用，是整个产业链的起点，包括商品供应商、品牌商和代理商三类。从构成上看，中国商品供应商、品牌商和代理商分别占58%、26%和16%，商品供应商占据产业链上游绝对主导地位。商品供应商包括工厂、贸易公司等，其主要通过线下展会和网络推广等方式，与海外买家建立联系，并将商品提供给跨境电商平台。品牌商是指拥有商标所有权或控制权的企业，具有一定的生产能力，或者通过合作厂家来生产产品，并在产品设计、品质控制、品牌宣传等方面投入大量资源。为了保持竞争力，品牌商需要不断创新，开发新产品和服务，以吸引消费者的注意力和购买欲望。代理商则是在制造商和消费者之间起到中间人的角色，它们在市场上找到合适的制造商，并协助完成订单的接洽、沟通、货物的运输等工作。

#### 跨境电商供应商主要分布在广东、浙江等地区广东省和浙江省等地区。

由于较高的经济水平、特殊的地理位置以及政策支持表现出强劲的跨境电商发展势头。2019-2024年，中国跨境电商贸易规模增长超过10倍，跨境电商主体已超12万家。从地区分布来看，截至2024年6月，广东省跨境电商备案企业个数高达14,118家，占中国跨境电商备案企业数量的21.25%，位居第一；浙江省跨境电商备案企业个数为11,458家，占比为17.25%，位居第二。从具体城市来看，深圳为中国跨境电商企业数量最多的城市，目前已达6,983家，杭州以2,363家位居第二。从具体平台来看，以亚马逊平台为例，2023年中国卖家数量近225万家，其中有29.7%的卖家位于广东省、7.6%位于浙江省，前5大城市分别为深圳、广州、东莞、上海和杭州。

## 中 产业链中游

### 品牌端

跨境电商平台

## 中游厂商

Souq

Noon

Fordeal

查看全部

### 产业链中游说明

#### **市场参与者众多，呈现三足鼎立局面。**

中东地区电商市场已成为全球增长最快的市场之一，巨大发展潜力正吸引全球各电商平台竞相涌入，使其电商市场已形成三足鼎立的局面，即以Amazon为代表的全球性电商巨头，以Noon为代表的中东本土电商，以及以SHEIN、AliExpress、TikTok Shop等为代表的中国跨境电商平台，共同竞争这一新兴电商“蓝海”。（1）2017年，Amazon以收购中东本土电商Souq为切入点，进军中东电商市场，收购完成后，对其进行整合，于2019年将Souq更名为Amazon中东站，同时开始提高Amazon的商品和服务，进一步扩大了Souq的市场份额。目前Souq已覆盖沙特阿拉伯、阿联酋、埃及、巴林、科威特、阿曼和卡塔尔等中东地区多个国家，在中东北非地区拥有超过10个运营中心、65家自营和第三方投递站点，以及中小企业配送服务商网站。（2）2017年，中东地区本土电商平台Noon在阿联酋成立（由迪拜知名地产开发商Emaar与沙特阿拉伯主权财富基金共同投资10亿美元创立），成立之后备受瞩目，迅速发展成中东地区第二大电商平台，主要站点为阿联酋、沙特阿拉伯和埃及。

（3）①AliExpress于2011年入局中东市场，通过加强物流体系建设提升竞争力。2023年，AliExpress联合菜鸟国际快递全面升级其中东区域的跨境物流服务，帮助卖家加速履约时效（可从原来的30天缩短至12天，物流成本降低30%），试运行一个月（2023年8月），AliExpress在中东地区的订单量环比上涨40%。2024年3月，AliExpress宣布“全球5日达”拓展至包含沙特阿拉伯在内的十多个国家/地区。②SHEIN于2015年开始布局中东电商市场，2016年其迪拜办公室开始本地化运营，目前已积累广泛的本地用户和社交媒体粉丝，并凭借供应链优势占据一席之地。③TikTok于2021年开始布局中东市场，当时字节跳动对中东本土物流公司iMile进行了投资。TikTok在中东地区发展很快，成为广受欢迎的社交媒体。例如，在沙特阿拉伯，18岁以上的网民几乎都在用TikTok，TikTok成为品牌营销的重要阵地。2023年初，TikTok在沙特阿拉伯正式开启跨境电商全托管模式，有望占据一定市场份额。

#### **本土初创电商企业多，呈现蓬勃发展态势。**

在巨大发展潜力的吸引下以及随着科技进步和数字化推动，不少创业者和投资者开始关注中东地区电商的创业机会。目前沙特阿拉伯有超过1,900家B2C电子商务初创企业，阿联酋达到近3,000家。沙特阿拉伯初创电商平台如（1）Floward：成立于2017年，是一个专门提供鲜花和礼品的在线购物平台，平台与400个品牌合作销售，目前在中东北非地区多个国家开展业务，为所有订单提供当日达服务。2023年2月，完成C轮融资，筹集资金共1.56亿美元。（2）Nana Direct：成立于2016年，是沙特阿拉伯第一家提供数字杂货购物解决方案的平台，目前拥有数百万用户，为用户提供本地杂货订购和配送服务，使订单在15分钟内送到客户手中。阿联酋初创电商平台如（1）Namshi：成立于2011年，专售流行服装鞋类和配饰，提供1,800多个品牌，服务区域包括阿联酋、沙特阿拉伯、巴林、科

威特、阿曼、卡塔尔、勒巴嫩和约旦等多个国家，2022年被Noon收购。（2）Eyewa：2017年成立，专门从事眼镜销售，为客户提供免费配送服务。目前已完成多轮融资，总计超2,900万美元，其中2021年完成了2,100万美元的B轮融资，证明市场对其业务模式和发展前景的极大认可。

## 产业链下游

### 渠道端及终端客户

终端用户

### 渠道端

个人消费者

### 产业链下游说明

#### **时尚类和3C电子为最受欢迎品类。**

2023年中东地区电商规模约为290亿美元，占零售总额的比例不足4%，沙特阿拉伯和阿联酋该比例分别为11.4%和7.3%，与全球平均水平（21.9%）存在较大差距，意味着该地区电商经济发展空间大。根据2023年智象出海和品牌工厂的数据，时尚类（38.7%）和3C电子（19.9%）为中东地区最受欢迎的电商产品。时尚类包括服装鞋类以及箱包配饰，最受中东地区欢迎，尤其是海湾国家消费能力强，且客单价高，对时尚产品需求超百亿。另一方面，中东地区人口超5亿，且多为年轻人口（60%-80%的人口都在30岁以下），普遍具备技术能力，因此对电子产品的需求明显增长。从影响消费者购物的因素看，5成的中东地区消费者习惯通过搜索引擎了解商品，并根据信息决定是否购买；超4成的消费者会选择通过Amazon平台和社交平台来研究商品。换言之，卖家要布局中东市场，通过关键词优化搜索引擎排名是首要的，需利用相关技术提升自家商品在搜索引擎的可见性。此外，在Amazon等电商平台完善和明晰商品描述也至关重要，需提供详细准确的商品信息（包括商品特性、功效、使用方法等），有助于消费者做出明智选择，提升购买率。

#### **布局中东电商市场，多样化的支付方式和完善物流体系是关键。**

一方面，中东地区以现金支付为基础，以货到付款为主流服务模式，2020年该方式在沙特阿拉伯、阿联酋、卡塔尔等地的比例逐年下降。与之相反的是，先买后付等新兴支付方式成为消费者喜爱的支付方式，因此布局中东市场的卖家可通过提供多种支付方式以吸引消费者。另一方面，中东地区地广人稀，且物流体系不完善，物流费用占订单总额的20%-30%，是中国国内的4-6倍，因此卖家在选择平台时需考虑平台在中东地区的物流建设情况。

- [5] 1: <https://projectmarsbd...> 2: <https://chuhaizhinan.c...> 3: <http://www.news.cn/te...> 4: <https://www.10100.co...>  
5: <http://www.ce.cn/xwzx...> 6: <https://groboost.com/...> 7: <https://www.vanzbon...>
- [6] 1: <https://finance.sin...> 2: <https://www.cs.co...> 3: 新浪财经、中国证券报
- [7] 1: <https://www.lazad...> 2: <https://www.zhihu...> 3: Lazada、知乎
- [8] 1: <https://www.chwa...> 2: 出海网
- [9] 1: <https://www.cs.co...> 2: <https://user.guanc...> 3: <https://www.cifne...> 4: <https://www.thepa...>  
5: <http://www1.xinhu...> 6: <https://stock.hexu...> 7: 中国证券报、霞光社、...
- [10] 1: <https://mp.weixin...> 2: 赛时电商物流
- [11] 1: <https://finance.sin...> 2: 大数跨境、新浪财经、...
- [12] 1: 大数跨境

## 行业规模

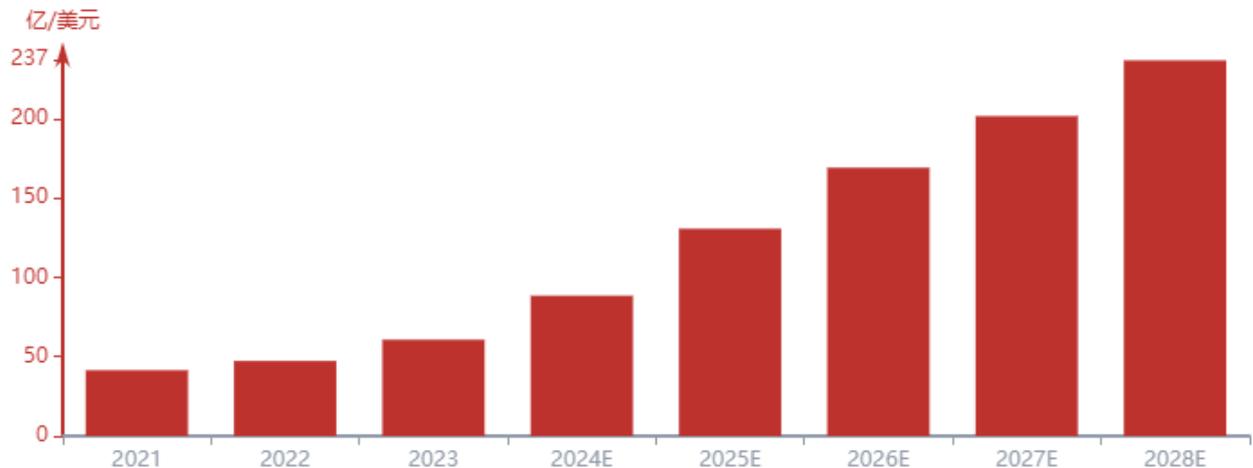
企业VIP免费

### 跨境电商平台出海目的地（中东市场）行业规模

★★★★★ 4星评级

#### 跨境电商平台出海目的地（中东市场）行业规模

#### 跨境电商平台出海目的地（中东市场）行业规模



数据来源：Statista、世界银行、国际货币基金组织、OECD、阿联酋央行、SimilarWeb、联合资信。

2021年—2023年，跨境电商平台出海目的地（中东市场）行业市场规模由41.40亿美元增长至60.66亿美元，期间年复合增长率21.05%。预计2024年—2028年，跨境电商平台出海目的地（中东市场）行业市场规模由88.38亿美元增长至236.55亿美元，期间年复合增长率27.91%。<sup>[14]</sup>

跨境电商平台出海目的地（中东市场）行业市场规模历史变化的原因如下：<sup>[14]</sup>

### **巨大的市场潜力吸引中国跨境电商平台入局。**

得益于高速互联网的普及、政府的大力支持以及物流基础不断完善，中东地区电商市场迎来飞速发展。目前中东地区电商占零售总额比例仅为3.6%，远低于全球平均水平，意味着其巨大的市场发展空间。此外，中东地区除了Souq、Noon、Hepsiburada等巨头外（土耳其、沙特阿拉伯、阿联酋是中东地区电商主要市场。土耳其市场上，2023年Hepsiburada占比22%，Souq占比6%；沙特阿拉伯市场上，2023年Souq占比16%，Noon占比10%；阿联酋市场上，2023年Souq占比25%，Noon占比6%），大多数本土电商平台规模较小，这给中国跨境电商平台带来了发展机遇，各大平台纷纷布局。AliExpress于2011年开始布局中东市场，通过丰富的产品选择、具备竞争力的价格和不断改进物流服务（如2023年与菜鸟国际快递达成合作，全面升级了其中东地区的跨境物流服务，履约时效缩短18天），逐渐在中东市场站稳脚跟。2023年，AliExpress在土耳其、沙特阿拉伯和阿联酋的市场份额分别达5%、10%和4%，分别位居第四、第二（与Noon并列）和第三。此外，阿里巴巴于2018年收购了土耳其本土电商平台Trendyol，进一步扩大了其在土耳其的影响力。除了阿里系，Shein也于2015年进入中东市场，通过精准定位中东地区消费者偏好和强化本地化运营获得消费者认可，2023年在沙特阿拉伯和阿联酋分别占据2%和1%的市场份额。<sup>[14]</sup>

跨境电商平台出海目的地（中东市场）行业市场规模未来变化的原因主要包括：<sup>[14]</sup>

### **基础设施逐渐完善以及社交电商兴起带动市场持续发展，TikTok Shop和Temu等新兴玩家入局有望抢占市场份额。**

（1）中东地区电商持续发展。一方面，中东地区不断完善物流等基础设施以便电商行业快速发展。例如：沙特阿拉伯“2030愿景”内容之一就包含致力于成为全球物流强国，目前已经投入2,000亿沙特里亚尔。另一方面，中东地区年轻人口居多，社交媒体尤为受欢迎（例如：Snapchat在中东和北非地区的月活跃用户达7,000万人次，在沙特阿拉伯，超过90%的13-24岁年轻人使用Snapchat），将带动起电商市场持续发展。数据显示，中东地区用户每天平均花在社交媒体上的时间为3.5小时，每人每月约在8个平台上保持活跃。根据Statista预测，2028年中东北非地区社交电商将超4.58亿美元，2023-2028年CAGR超15.5%。随着物流等基础设施不断完善以及社交电商快速发展，给中东电商市场的发展注入了新活力。（2）TikTok Shop和Temu布局中东市场。TikTok Shop和Temu均于2023年开放全托管模式进入中东市场，未来，TikTok Shop将依靠TikTok强大的用户基础（在中东地区，TikTok用户数量达到1.3亿人次，尤其受15-30岁年轻人青睐，且受欢迎程度持续上升）、Temu将通过延续低价促销策略，使用与第三方物流服务商合作的方式迅速打开中东市场，抢占市场一定份额。<sup>[14]</sup>

[13] 1: <https://mp.weixin...>

2: <https://www.sohu...>

3: 中东商璐、环球网、Stat...

## 政策梳理<sup>[15]</sup>

	政策	颁布主体	生效日期	影响
	《关于跨境电子商务零售进口商品退货有关监管事宜的公告》	海关总署	2020-03	5
政策内容	在跨境电子商务零售进口模式下，跨境电子商务企业境内代理人或其委托的报关企业（以下简称“退货企业”）可向海关申请开展退货业务。跨境电子商务企业及其境内代理人应保证退货商品为原跨境电商零售进口商品，并承担相关法律责任。			
政策解读	为进一步优化营商环境、促进贸易便利化，帮助企业积极应对全球大健康事件影响，优化跨境电子商务零售进口商品退货监管，推动跨境电子商务健康快速发展。			
政策性质	指导性政策			

	政策	颁布主体	生效日期	影响
	《关于加快内外贸一体化发展的若干措施》	国务院	2023-12	5
政策内容	支持内贸企业拓展国际市场。加强外贸新业态新模式及相关政策宣传和业务培训，支持内贸企业采用跨境电商、市场采购贸易等方式开拓国际市场。推动高质量实施RCEP等自由贸易协定，拓展企业的国际发展空间。			
政策解读	加快内外贸一体化发展是构建新发展格局、推动高质量发展的内在要求，对促进经济发展、扩大内需、稳定企业具有重要作用。			
政策性质	指导性政策			

	政策	颁布主体	生效日期	影响
	《关于拓展跨境电商出口推进海外仓建设的意见》	商务部、国家发展改革委、财政部、交通运输部、中国人民银行、海关总署、税务总局、金融监管总局、国家网信办	2024-06	9

<b>政策内容</b>	本政策旨在强化跨境电商出口和海外仓布局，培育行业主体、优化金融服务、加强基础设施建设、提升监管服务水平，并推进国际合作，通过“一企一策”服务、融资渠道疏通、供应链优化、海外仓高质量发展以及跨境数据管理升级等具体措施，增强跨境电商竞争力。
<b>政策解读</b>	该政策正向推动了跨境电商行业的发展，特别是对中东市场出海策略具有重要指导意义。一是通过培育跨境电商经营主体和海外仓建设，增强了企业竞争力，有助于缩短物流时间，提升消费体验，对中东市场的渗透率预计提升5-10%；二是金融支持与供应链优化措施减少了企业成本，提升了资金周转效率，预估降低小微企业经营成本约15%，加速企业“借展出海”的步伐；三是加强监管服务和数据流动规则建设，提高了交易安全性与合规性，为跨境电商业务在中东市场的合法、稳健增长奠定基础。四是政策导向鼓励技术创新与国际合作，将推动定制化、品牌化产品出口，适应中东市场多元化需求，提升行业整体出口额预计约20%以上。综上，本政策对跨境电商平台出海中东市场的正面影响显著，有利于扩大市场份额，加快产业升级。
<b>政策性质</b>	指导性政策

	<b>政策</b>	<b>颁布主体</b>	<b>生效日期</b>	<b>影响</b>
	《跨境电商出口海外仓出口退（免）税操作指引》	国家税务总局总局	2024-09	5
<b>政策内容</b>	指导企业用足用好出口退税政策，及时申报办理出口退税，支持跨境电商出口海外仓业务发展。			
<b>政策解读</b>	旨在为跨境电商出口海外仓企业提供详实办税指导，帮助企业深入准确理解出口退（免）税政策规定，熟练掌握出口退（免）税业务办理流程，更好地适应行业发展新形势，促进跨境电商出口海外仓业态蓬勃发展。			
<b>政策性质</b>	规范类政策			

	<b>政策</b>	<b>颁布主体</b>	<b>生效日期</b>	<b>影响</b>
	《关于推进跨境电子商务高质量发展的指导意见》	海南省商务厅等12部门	2024-09	8
<b>政策内容</b>	该政策旨在加快海南省跨境电子商务高质量发展，提出“两平台六体系”建设、优化线上服务平台、壮大各类市场主体、强化金融服务、促进贸易便利化和强化保障措施六大核心策略，明确支持跨境电子商务综合试验区建设，推动产业要素聚集，以及提升通关、外汇管理和财税政策便利性。			

政策解读	本政策对跨境电商行业，尤其关注中东市场出海的企业而言，构成显著正向推力。政策强调的基础建设、市场拓展与服务优化，将直接促进物流、支付和营销等服务商在海南的集聚，降低了企业出海成本，提高运营效率（+3）。跨境电商企业，尤其是中小型参与者，可望通过便利化措施增强竞争力，拓宽出口渠道和增加进口商品多样性，预计对市场结构及规模产生积极影响（+3）。此外，创新金融服务和灵活的外汇管理制度降低了跨境交易的金融风险和结算障碍，激励企业参与国际贸易，加速海外仓建设和品牌出海（+2）。最后，政策明确的财税优惠和高级认证企业制度为企业提供了明确的合规路径和增长动力，虽然伴随一定的合规适应成本，但长远看利于市场的规范化和产业升级。综合考量，该政策为海南省跨境电商出海中东市场营造了有利的营商环境，预计影响正面且深远。
政策性质	指导性与激励性相结合

[15] 1: 商务部 2: <https://www.gov.cn/zh...> 3: <https://www.gov.cn/ya...> 4: <https://www.gov.cn/zh...>  
5: <https://www.21jingji.c...> 6: <https://dofcom.hainan...>

## 竞争格局

Souq和Noon凭借物流和支付优势成为两大巨头，跨境四小龙加速布局抢占中东电商沃土。<sup>[17]</sup>

跨境电商平台出海目的地（中东市场）行业呈现以下梯队情况：第一梯队公司有Hepsiburada、Souq、Noon等；第二梯队公司为AliExpress、Namshi、Temu等。<sup>[17]</sup>

跨境电商平台出海目的地（中东市场）行业竞争格局的形成主要包括以下原因：<sup>[17]</sup>

### **Hepsiburada、Souq和Noon凭借自建物流及自营支付的模式，成为中东电商市场的两大巨头。**

中东地区电商发展存在的最大的两个问题为：一是中东地区基础设施相对不完善，“最后一公里”难以实现；二是中东地区支付环境复杂，支付方式零散（货到付款为中东地区在线交易的首选支付方式，约占51%左右，国际信用卡占比约29%，当地借记卡支付占比约6%，当地预付卡占比约8%，当地网银占比约5%，其他方式占比约1%）。Hepsiburada、Souq和Noon作为中东电商市场巨头，凭借自建物流及自营支付获得消费者青睐。

(1) Hepsiburada：成立于1998年，是一家土耳其本土电商平台，拥有超12,000家供应商和100,000平方米的配送中心。Hepsiburada拥有自己的物流配送（1-3个工作日即可送达）和支付体系，卖家不需要处理货物物流及售后问题。消费者下单后，卖家有3天备货时间将货物发到WWE国内仓库，平台收到货物后统一通过土耳其航空发到消费者手中。(2) Souq：成立于2005年，2017年被Amazon收购，2018年网站累计访问量位列中东电商网站第一，2019-2020年阿联酋和沙特网站全面向中国卖家开放注册，2023年宣布到2026年将让阿联酋的中小卖家从50,000家增加到100,000家。Amazon通过持续建设跨境物流，用便捷安全的物流方案来支持各种规模的中东卖家。物流方面，Souq拥有自建的“最后一公里”物流服务商Q Express，该服务商能为Souq提供高效的本地配送服务，确保快速的物流响应和良好的客户合作。通过与Q Express的合作，Souq能够在中东地区广泛

覆盖，特别是在主要市场如阿联酋、沙特阿拉伯等国家，提供了强大的物流支持。支付方面，Souq旗下拥有Payfort网关（一个安全的在线支付解决方案），为消费者提供了便捷的在线支付体验，同时保障了交易的安全性。此外，Souq支持多种支付方式，包括但不限于信用卡、借记卡和电子钱包等，有助于吸引和留住不同支付偏好的顾客。通过高效的物流系统和集成多种支付方式，Souq能够为消费者提供一个无缝的购物体验，使其在中东电商市场中保持较强的竞争力。（3）Noon：2017年由中东知名地产商Emaar和沙特阿拉伯主权基金共同投资10亿美元打造，在物流和配送方面投入大量资源，旨在为卖家和消费者提供快速、可靠的物流服务。Noon在迪拜、利雅得和开罗提供美容和家居产品、玩具和杂货配送服务，配送时间短至15分钟；在沙特阿拉伯和阿联酋设立快递柜，方便消费者取货，且在沙特利雅得开设最大的仓库空间，作为其在沙特阿拉伯持续扩张的物流和履行网络的一部分。通过整合和优化物流资源，Noon能够在短时间内完成大量订单配送，确保商品能够快速送达。支付方面，Noon推出的创新P2P支付系统——Noon Pay得到广泛应用，即允许消费者通过手机快速支付，而无需通过传统的银行系统，为消费者提供极大便利，且Noon Pay采用先进安全的支付技术，确保消费者的支付信息安全。Noon的物流和支付优势使其在中东电商市场占据重要地位。[17]

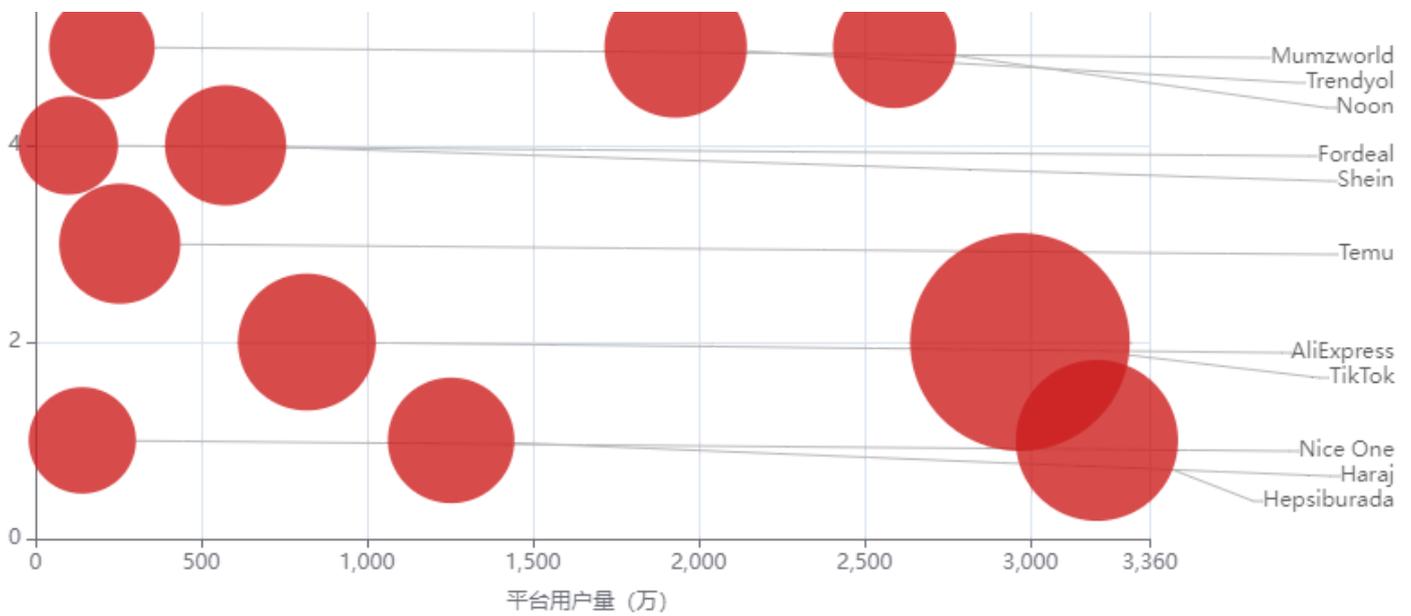
跨境电商平台出海目的地（中东市场）行业竞争格局的变化主要有以下几方面原因：[17]

### AliExpress、Shein等加速布局抢占中东电商沃土。

年轻的人口结构、互联网的快速渗透、雄厚的消费实力以及多元经济转型的加速，让中东地区成为比东南亚和拉美等其他新兴市场热度更高的出海目的地。例如，海湾六国人均GDP均超2万美元，阿联酋和沙特阿拉伯的平均每笔消费可达150美元，而本土在重工业和轻工业方面相对薄弱，日用百货等商品大量依赖进口，使得中东地区电商发展空间广阔，吸引中国跨境电商平台加速布局，并持续加大对中东地区的投入。（1）AliExpress：2022年8月，AliExpress联合菜鸟国际快递在以色列开设第一个中东海外仓和分拨中心；2023年6月，AliExpress在阿联酋和迪拜新增海外仓，服务覆盖中东全境；2024年上半年，AliExpress签下沙特阿拉伯著名球星Salem Al-Dawsari（萨勒姆·达瓦萨里）和Feras Al Brikan（菲拉斯·布赖坎），成为其中东代言人，提升了AliExpress在中东的知名度。（2）SHEIN：2015年进军中东市场，于2016年设立迪拜办公室，开始本地化运营，近几年常居中东地区App Store购物类应用排行榜前三。SHEIN精准定位中东地区消费者偏好，2024年夏天，与夏日经济“四大产业”（服装、配饰、运动、消费电子）出海趋势相吻合的是，宴会礼服、华丽首饰套装、精奢风男装等“中东时尚三件套”，成为最受中东消费者欢迎的网购宠儿。而上述半年销售破亿元（1,800多万美元）的SHEIN平台女装商家正是抓住了“中东、大码、礼服”三个关键词组合起来“财富密码”。（3）TikTok和Temu：2023年通过全托管模式进入中东市场的同时，也在当地物流配送方面投入不少资金，访问量和销售额开始快速增长。[17]

气泡大小表示：月访问量(万)





## 上市公司速览

- [16] 1: <https://mp.weixin...> 2: <https://mp.weixin...> 3: <https://mp.weixin...> 4: <https://www.noon...>
- 5: <https://mp.weixin...> 6: <https://mp.weixin...> 7: <https://mp.weixin...> 8: <https://www.1010...>
- 9: 亚马逊、大数跨境、ES...
- [17] 1: <https://www.21jin...> 2: <https://www.msn.c...> 3: <https://www.done...> 4: 21财经、每日经济新闻...
- [18] 1: <https://www.1010...> 2: M123跨境工具导航
- [19] 1: <https://www.1010...> 2: <https://www.2i1.c...> 3: M123跨境工具导航、各...
- [20] 1: <https://www.1010...> 2: M123跨境工具导航

## 企业分析

### 1 杭州速卖通贸易有限公司

#### · 公司信息

企业状态	存续	注册资本	100万人民币
企业总部	杭州市	行业	批发业
法人	刘述海	统一社会信用代码	91330106311396014G
企业类型	有限责任公司(自然人投资或控股)	成立时间	2014-09-23
品牌名称	杭州速卖通贸易有限公司		

## 法律声明

**权利归属：**头豹上关于页面内容的补充说明、描述，以及其中包含的头豹标识、版面设计、排版方式、文本、图片、图形等，相关知识产权归头豹所有，均受著作权法、商标法及其它法律保护。

**尊重原创：**头豹上发布的内容（包括但不限于页面中呈现的数据、文字、图表、图像等），著作权均归发布者所有。头豹有权但无义务对用户发布的内容进行审核，有权根据相关证据结合法律法规对侵权信息进行处理。头豹不对发布者发布内容的知识产权权属进行保证，并且尊重权利人的知识产权及其他合法权益。如果权利人认为头豹平台上发布者发布的内容侵犯自身的知识产权及其他合法权益，可依法向头豹（联系邮箱：support@leadleo.com）发出书面说明，并提供具有证明效力的证据材料。头豹在书面审核相关材料后，有权根据《中华人民共和国侵权责任法》等法律法规删除相关内容，并依法保留相关数据。

**内容使用：**未经发布方及头豹事先书面许可，任何人不得以任何方式直接或间接地复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编上述内容，或用于任何商业目的。任何第三方如需转载、引用或基于任何商业目的使用本页面上的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等），可根据页面相关的指引进行授权操作；或联系头豹取得相应授权，联系邮箱：support@leadleo.com。

**合作维权：**头豹已获得发布方的授权，如果任何第三方侵犯了发布方相关的权利，发布方或将授权头豹或其指定的代理人代表头豹自身或发布方对该第三方提出警告、投诉、发起诉讼、进行上诉，或谈判和解，或在认为必要的情况下参与共同维权。

**完整性：**以上声明和本页内容以及本平台所有内容（包括但不限于文字、图片、图表、视频、数据）构成不可分割的部分，在未仔细阅读并认可本声明所有条款的前提下，请勿对本页面以及头豹所有内容做任何形式的浏览、点击、引用或下载。

## ■ 商务合作 Business Cooperation



### 会员账号

阅读全部原创报告和百万数据



### 定制报告/词条

募投可研、尽调、IRPR等咨询服务



### 白皮书

全局观的产业深度研究，定制行业/公司的第一本白皮书



### 招股书引用

内容授权商用、上市/二级市场数据引用



### 市场地位确认

助力企业价值提升及品牌影响力宣传



### 云实习课程

行业研究实战课堂，丰富简历履历

# 头豹研究院

咨询/合作网址：[www.leadleo.com](http://www.leadleo.com)

电话：李先生 18916233114

郑女士 18998861893

地址：深圳市南山区华润置地大厦E座4105



# 诚邀企业 共建词条报告

- 企业IPO上市招股书
- 企业市占率材料申报
- 企业融资BP引用
- 上市公司市值管理
- 企业市场地位确认证书
- 企业品牌宣传 PR/IR

词

