



中信建投证券
CHINA SECURITIES

证券研究报告·行业动态报告

全球快递市场系列研究·中东篇

——从石油到电商，中国快递物流崛起正当时

分析师：梁骁

liangxiaobj@csc.com.cn

010-56135284

SAC 编号:S1440524050005

分析师：韩军

hanjunbj@csc.com.cn

SAC 编号:S1440519110001

SFC 编号:BRP908

发布日期：2026年4月27日

核心观点及摘要

- 中东电商与快递市场处于高增长前夜，电商渗透率低、人均GDP高、数字基建完善，2024年电商增速达13.5%，快递2019-2024年复合增长约23%。
- 沙特为中东最大快递市场，阿联酋是区域枢纽，中资快递依托中国跨境电商快速扩张。
- 市场呈本土主导、中企崛起、国际突围三层格局，aramex与本土邮政市占率约40%，中资iMile、极兔、菜鸟、京东物流合计也超40%，国际巨头约占15%。iMile深耕货到付款与跨境履约，极兔以低价抢占电商小包，京东物流打造一体化供应链，中资份额持续提升。行业末端成本偏高，价格竞争集中于跨境小包，中高端市场稳定，具备长期增长与盈利改善空间。

2025年借助极兔速递深度报告的机会，我们开启了中信建投《全球快递市场系列研究》，“中东篇”是继“拉美篇”后的第二篇研报。

- 中东地区并非严格地理划分，而是亚、非、欧三大洲交汇点，也是印度洋与地中海间贸易要道与能源运输枢纽，广义为中东及北非（MENA），涵盖摩洛哥至伊朗沿线国家，狭义指海湾合作委员会（GCC）六国，即沙特、阿联酋、科威特、卡塔尔、阿曼、巴林。全区共23个国家与地区，总面积超1500万平方公里，人口约4.9亿，资源禀赋与经济结构差异显著，可划分为GCC国家、非GCC阿拉伯国家、非阿拉伯国家三大板块。
- 中东及北非地区人均GDP偏低、电商渗透率远低于全球主流市场，同时互联网与智能手机普及率接近100%，年轻人口占比高、线上消费习惯快速养成，正处于电商与快递行业起飞前夜。从全球对比视角看，中东及北非电商渗透率仅5%，远低于中国35%、韩国34%、美国24%、东南亚21%水平，与成熟市场存在巨大差距。2025年全球零售电商销售额增速为7.9%，中东及北非地区与拉美并列全球最高增速区间，显示出强劲的增长弹性。
- 2024年中东及北非电商市场规模达350亿美元，同比增长13%，受益于跨境电商与移动电商快速渗透，预计2024至2029年复合年增长率为11%。从国别结构看，沙特、阿联酋、伊朗三国占据中东电商70%市场份额，其中沙特2024年电商规模达100亿美元，预计2029年增至154亿美元，年复合增速9%至10%；阿联酋凭借区位优势与消费能力，电商保持稳健增长；埃及受益于数字基建改善、移动互联网普及与新行政首都等项目落地，电商规模以9%左右年复合增长率增长。

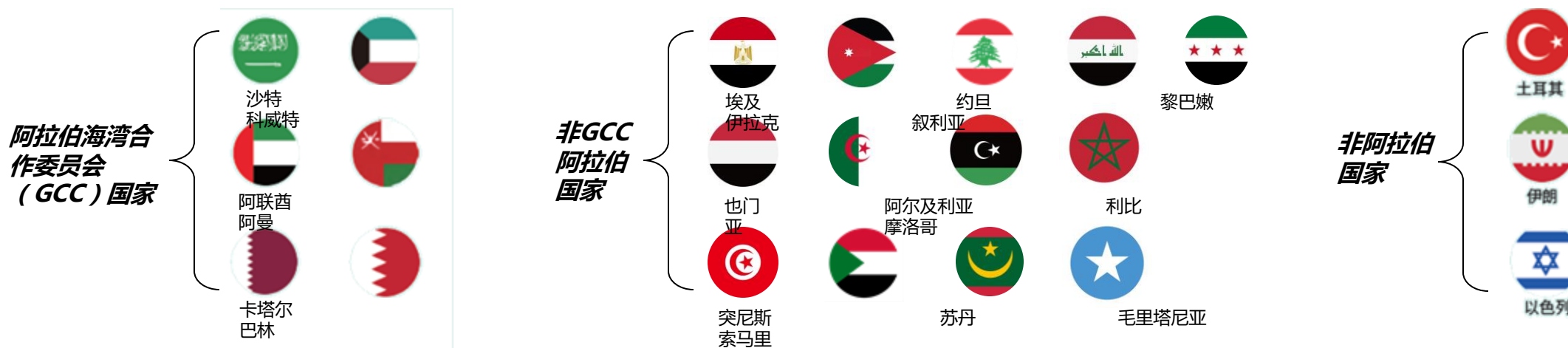
摘要

- 中东电商市场格局已由早期Amazon与Noon双寡头主导，转变为多足鼎立态势。2017年Amazon收购本土平台Souq强势入局，Noon由阿联酋企业家与沙特主权基金联合创立，二者合计份额超50%。随着中国跨境电商“四小龙”加速扩张，SHEIN、AliExpress、TEMU、TikTok Shop快速抢占市场份额。从订单量看，SHEIN客单价约为Amazon的一半，订单规模已逼近Amazon，成为中东电商核心力量。
- 快递行业是中东电商发展的核心基础设施。2019至2024年，中东快递业务量复合增长率约23%，2024年市场规模达5.7亿件，电商渗透与跨境贸易是核心驱动力。市场形成三层竞争格局：一是本土巨头主导，Aramex与各国邮政合计份额约40%，凭借本地化网络、文化适配与政策壁垒占据高端商务件与本土大单；二是中资企业快速崛起，iMile、极兔、菜鸟、纵腾、京东物流等依托中国跨境电商生态，凭借成本优势、跨境协同与数字化履约能力，份额合计已超40%，成为行业增长主力；三是国际玩家高端突围，Amazon物流、DHL、UPS、FedEx等聚焦跨境快递与企业级高端件，份额约15%，以全球网络与时效服务占据高毛利市场。
- 中东市场主要快递玩家各具特色与壁垒。iMile于2017年成立于迪拜，专注服务中国跨境电商，瞄准中东高比例货到付款痛点，搭建“1+5+X”产品矩阵，提供跨境直邮、时效快递、大件快运、退件、清关等全链路服务。截至2025年10月，iMile覆盖全球30个国家，员工超2000人，为中东第三方快递龙头。Aramex于1982年成立于约旦，是中东本土老牌物流龙头，2025年被阿布扎比主权基金ADQ控股，业务涵盖国际快递、国内快递、货运代理、物流供应链四大板块，公司日均件量约35万至40万单，国内业务UE稳定，毛利率20%至25%，盈利结构稳健。极兔速递2022年进入沙特、阿联酋、埃及等中东市场，凭借低价策略、全年无休配送、高时效与强地推能力快速扩张，极兔在中东聚焦跨境电商需求，核心客户为TEMU、SHEIN、TikTok Shop，沙特、阿联酋与埃及单票价格显著高于东南亚与中国市场，盈利韧性更强。京东物流以迪拜为核心，构建覆盖海湾六国及埃及、土耳其的一体化供应链网络，形成智能仓群、本地快递、跨境干线、技术服务四轮驱动模式。公司在中东布局9大仓、依托JoyExpress自营快递在沙特落地“211限时达”
- **【投资观点】**中长期来看，中东电商渗透率提升、跨境贸易常态化、数字化基建完善将持续驱动快递行业增长。中国物流企业凭借与跨境电商的协同优势、数字化运营能力、成本控制经验与本土化快速适应能力，有望持续提升市场份额。随着末端人效提升、分拣自动化普及、规模效应释放，单票成本将逐步优化，盈利水平有望改善。海湾国家政策支持、消费升级与物流规范化发展，将进一步打开行业成长空间，中东有望成为中国物流企业全球化的重要增长极。**重点关注中国快递企业“极兔速递”和“京东物流”。**

中东基本概况

- 中东不是一个严格意义上的区域划分概念，从地中海东部南部延伸至波斯湾沿岸，涵盖了除阿富汗外的西亚大部分地区，以及非洲的埃及和外高加索地区。这里不仅是亚洲、非洲和欧洲三大洲的交汇点，也是印度洋和地中海之间的贸易要道，更是各大能源运输的枢纽，战略地位极为重要。中东地区大约包括**23个国家与地区**，总面积超过1500万平方千米，人口约4.9亿。
- ✓ 广义上通常指“**中东及北非地区**” (Middle East and North Africa，英文缩写为MENA)，涵盖了从摩洛哥到伊朗沿线多个国家。
- ✓ 狭义上一般指海湾六国，也就是**沙特、阿联酋、科威特、卡塔尔、阿曼、巴林**这六个国家。

图表：中东国家分类



目录

1

中东电商及快递市场整体情况

2

中东核心国家快递市场情况

3

中东快递市场主要玩家情况

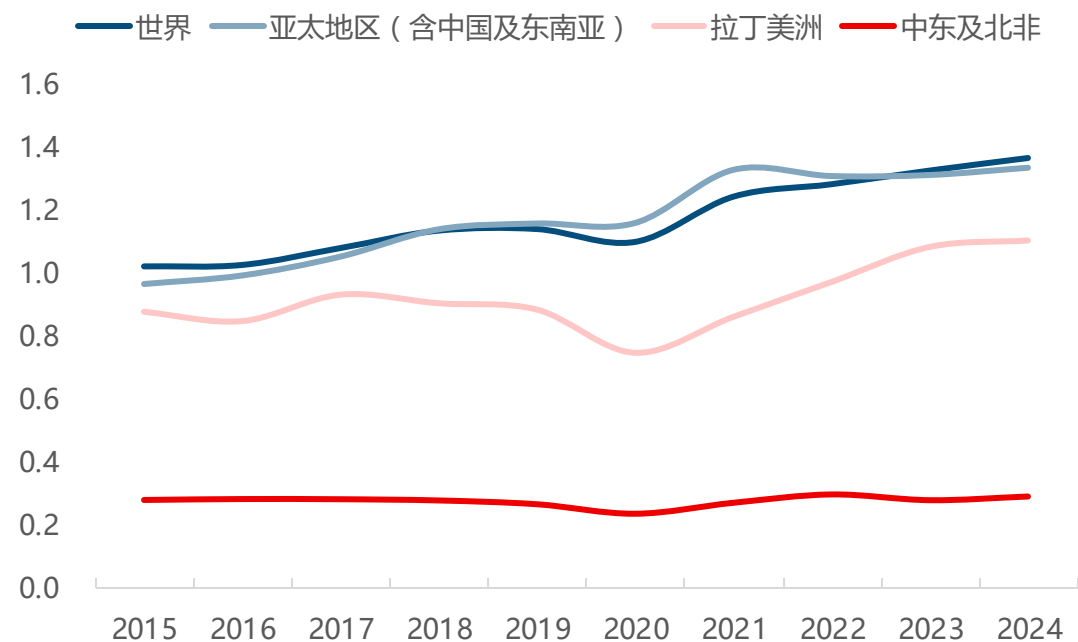
4

风险提示

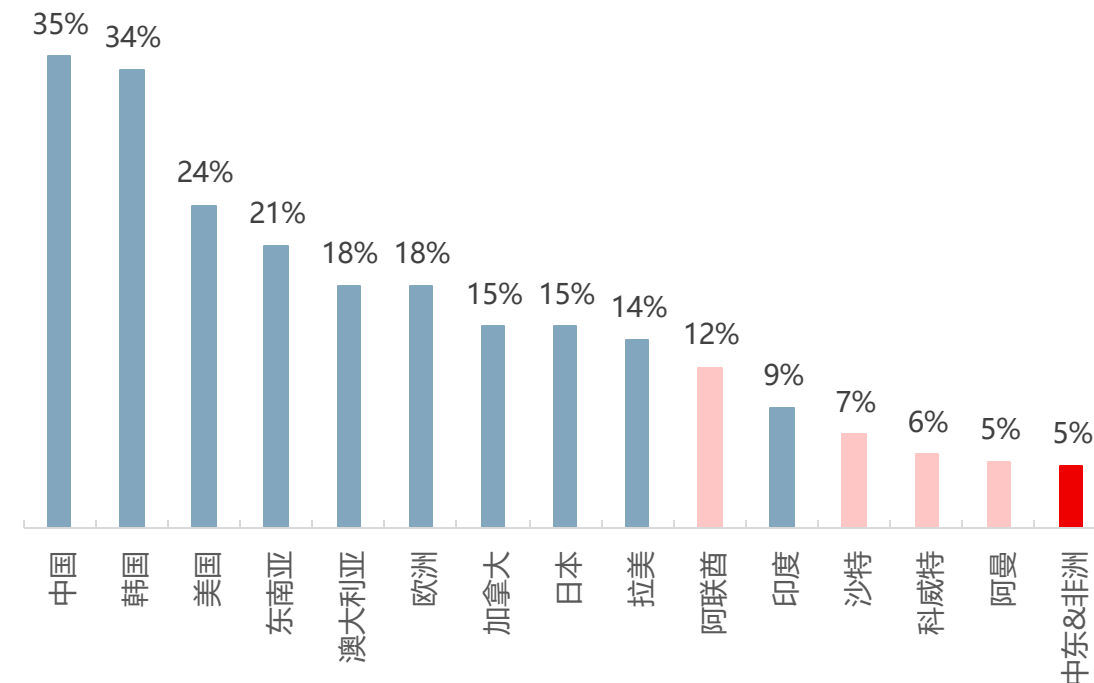
全球电商的大发展是快递发展的最强驱动力，中东及北非市场是待开发的高潜力市场

- 纵观全球主要地区（北美、欧洲、亚太、中东、拉美）年度人均GDP情况，拉美地区已经在2023年超过1万美元，达到了2015年前后中国及东南亚电商和快递业务高增长的时期的水平。但中东及北非地区总体仅有**不足0.3万美元**，市场空间广阔。
- 对比全球主要地区和国家电商渗透率情况，中东市场的电商渗透率**仅为5%**，与中国（35%）及东南亚（21%）还有较大差距，但却拥有强劲增长潜力，尤其是阿拉伯海湾合作委员会（GCC）国家。

图表：全球主要地区的人均GDP（万美元）变化情况



图表：全球主要地区及国家电商渗透率情况

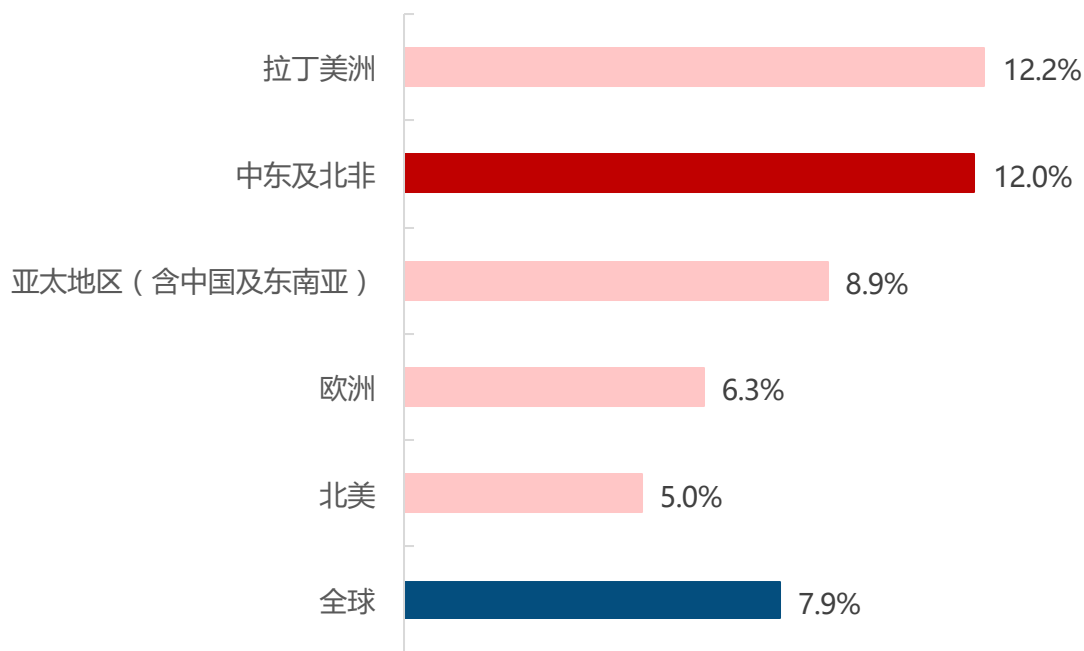


中东市场核心国家处于电商起飞前夜，当地消费能力催升电商规模发展潜力

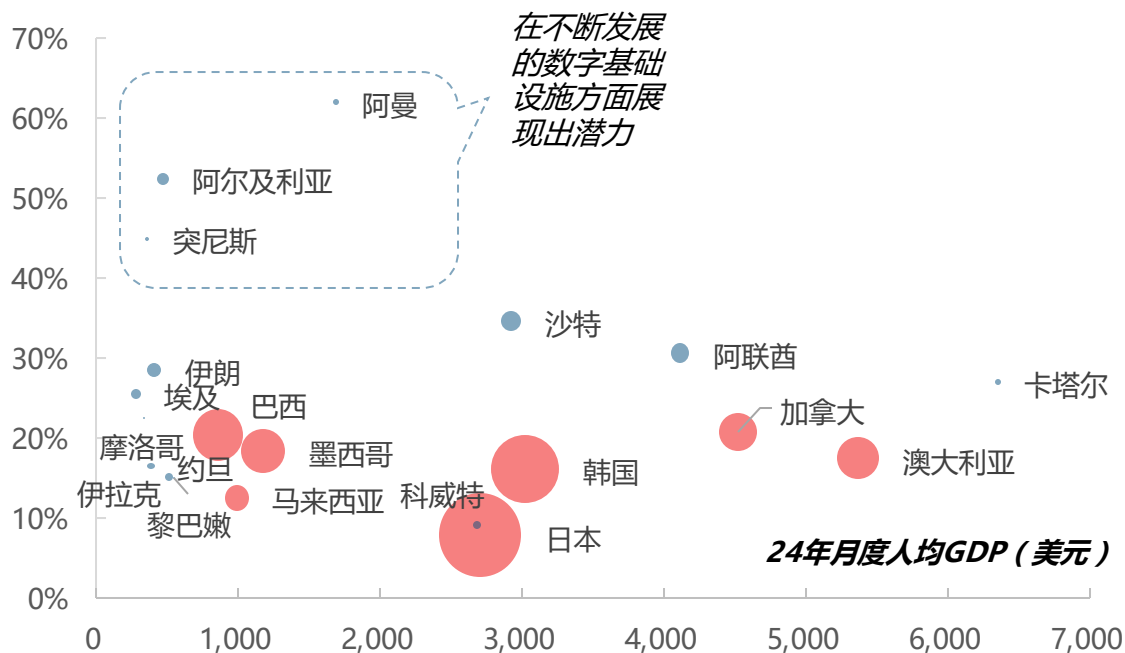
- 近年来，中东和北非地区的电商市场发展迅猛，纵观全球主要地区（北美、欧洲、亚太、中东、拉美）的电商发展情况，中东地区2025年电商销售额增速**达12%**，超过全球平均水平7.9%。
- 阿联酋和沙特等中东电商领先国家的电商规模虽然与欧美和东南亚市场存在差距，但其人均GDP不输欧美（**每年3万美金，媲美日韩**），且海湾合作组织地区的互联网与智能手机普及率接近100%，2025年主要国家电商规模增速均**达20%以上**，甚至50+%。

图表：按地区划分的全球零售电商销售额增速情况（2025年VS2024年）

图表：全球及中东地区主要国家的电商及消费需求增长潜力情况



25年电商市场增速预期



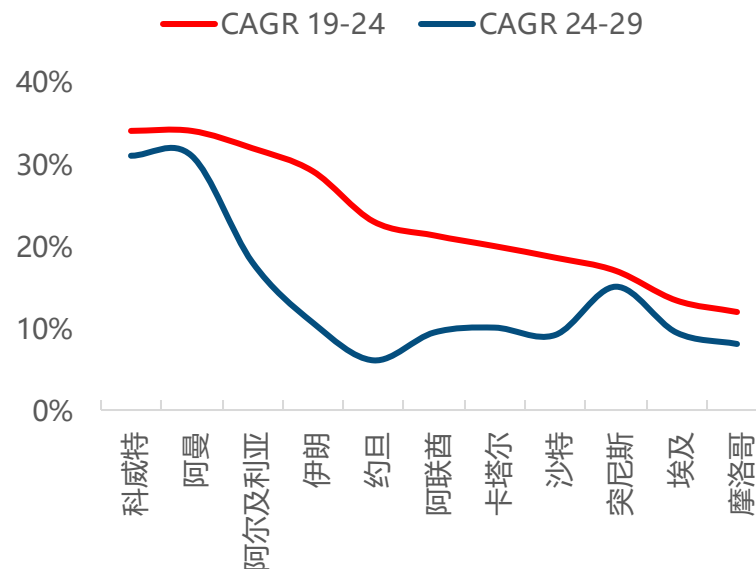
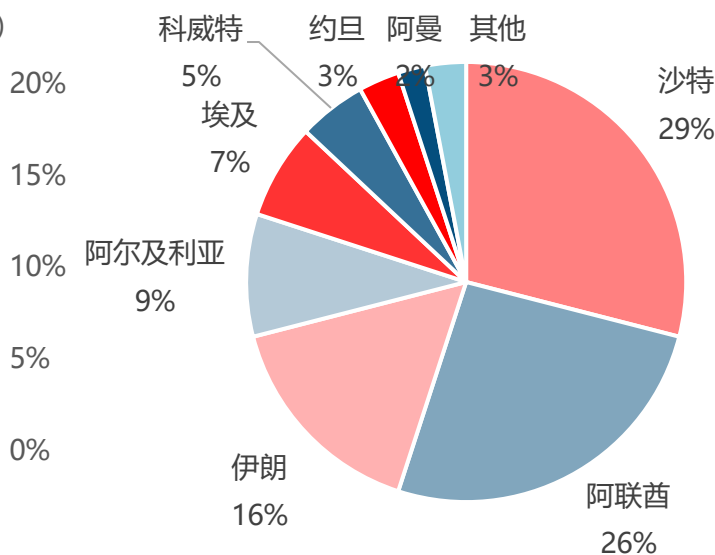
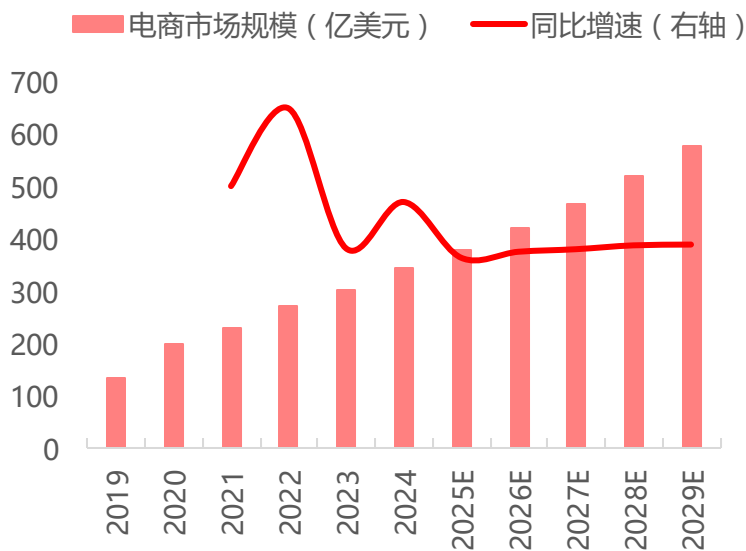
中东地区（含北非）的电商市场“小而美”，以海湾国家需求为主

- 2024年，中东地区（含北非）的电商市场规模**达到350亿美元，同比增长13%**，增长得益于跨境电商和手机电商的快速增长。中东地区（含北非）电商市场在基础设施完善、政策推动以及阿联酋和沙特消费的共同推动下，预计2024年至2029年，将以**11%**的复合年增长率增长。其中：**沙特、阿联酋和伊朗占据70%市场规模**。
- ✓ 阿联酋的电商市场正稳步发展，得益于日益精通科技的年轻人口对线上购物的青睐，以及互联网和物流基础设施的投入。
- ✓ 沙特的电商渗透率提升，得益于不断增长的数字原生人口、快速城市化、政府支持。
- ✓ 埃及的电商规模预计将以9%的年复合增长率增长，主要得益于数字基础设施的改善以及移动互联网络的日益普及。经济复苏预计将缓解通胀压力并提升可支配收入，同时诸如新行政首都等城镇发展项目将开辟新的市场并打通物流走廊。

图表：中东（含北非）电商市场规模及增长情况

图表：中东（含北非）电商规模国别分布情况

图表：中东（含北非）各国电商规模增速对比

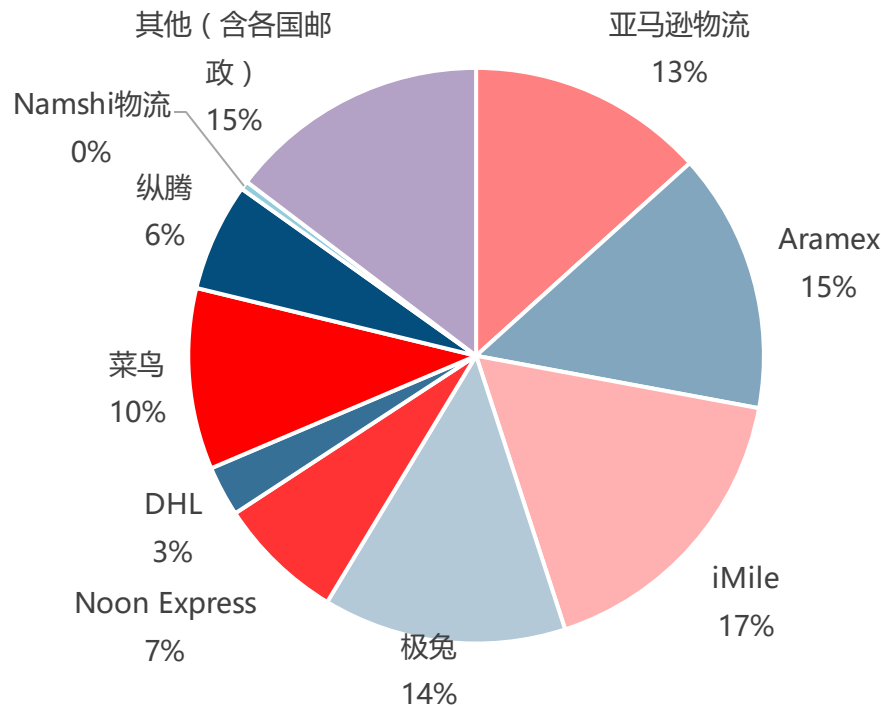
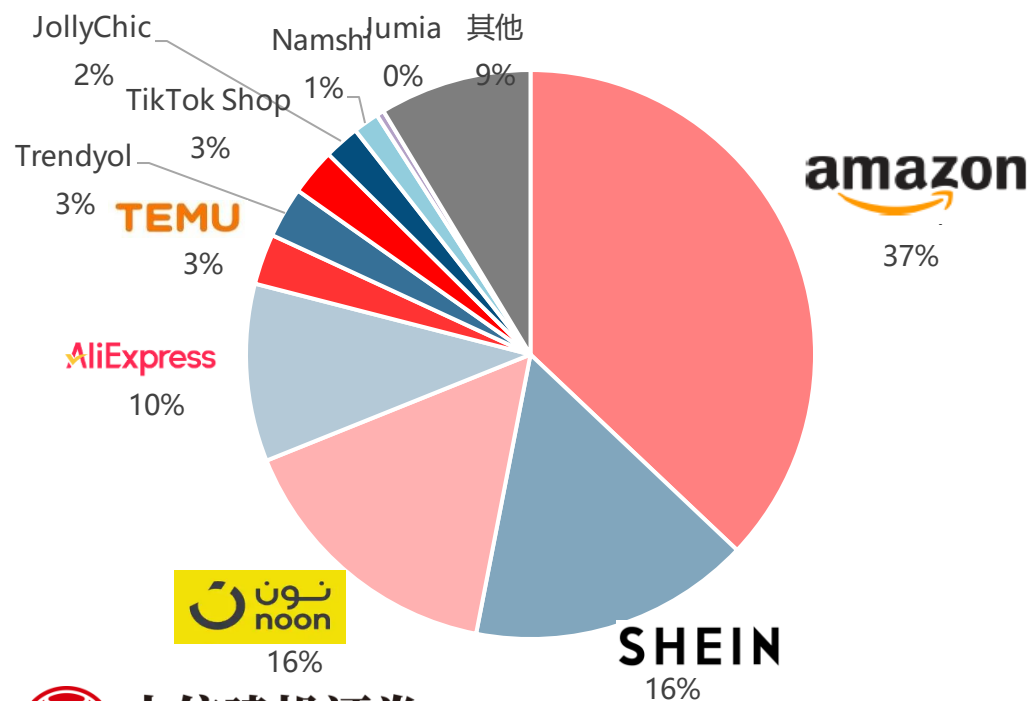


中国跨境电商四小龙不断抢夺中东电商市场双寡头份额， 中企快递也顺势崛起

- 从电商平台角度，经过中国跨境电商四小龙的扩张，中东市场已由之前“双寡头”局面，向“多足鼎立”格局：目前，中东电商市场由Amazon、Noon、SHEIN、AliExpress、TEMU、TikTok Shop五大阵营主导。
- ✓ 中东快递市场持续保持增长态势，2019-2024年中东快递业务量**复合增长~23%**，2024年市场规模达**5.7亿件**，电商持续渗透、跨境贸易活跃成为核心增长驱动力。市场竞争呈现“本土巨头主导、中企快速崛起、国际玩家突围”的三层格局。
- ✓ 依托中国跨境电商（SHEIN、TikTok Shop、AliExpress和TEMU等）的扩张，中国出海快递企业快速切入中东市场，以**iMile、极兔、菜鸟**为核心，凭借成本优势与跨境协同能力，逐步提升市场份额（目前合计**已超过40%**），成为市场重要增长力量。

图表：2024年中东市场（含北非）电商主要玩家情况（按GMV占比）

图表：2024年中东市场（含北非）快递市场主要玩家情况（按订单占比）



目录

1

中东电商及快递市场整体情况

2

中东核心国家快递市场情况

3

中东快递市场主要玩家情况

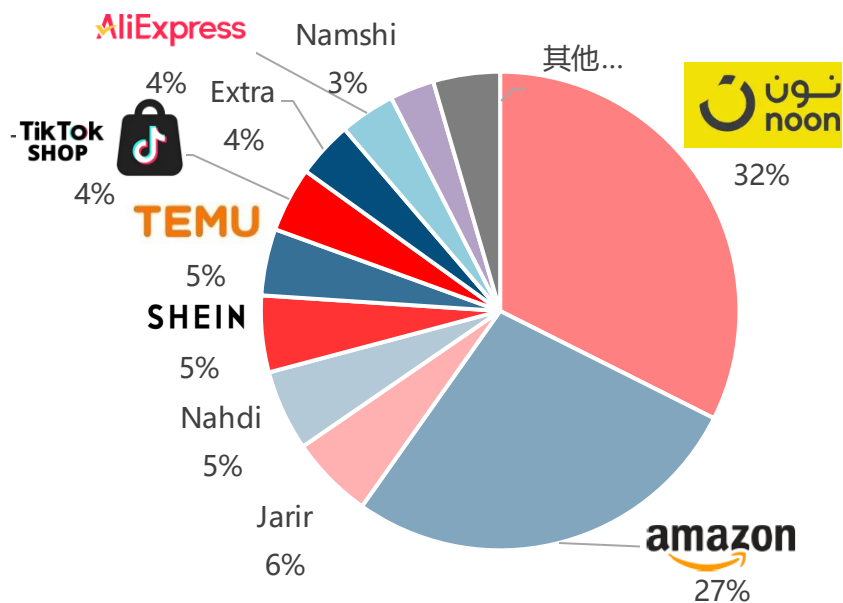
4

风险提示

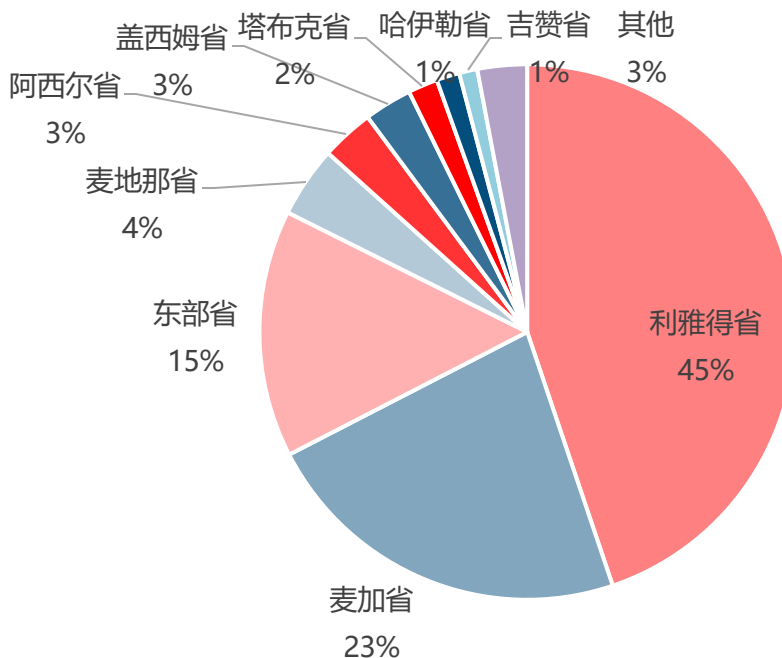
中东最核心的沙特电商市场呈现“2大4小龙”的格局，跨境电商为市场注入活力

- 沙特电商市场正在快速扩张，2024年电商市场规模**达到100亿美元**，预计2029年将达到154亿美元，预计年均复合增长率为**9-10%**。
- 沙特电商呈本土Noon、国际Amazon和跨境N个玩家三足鼎立态势，垂直/社交/跨境平台多元竞争格局，集中度高。
- 根据沙特TGA数据，2024年沙特快递业务量**达2.9亿件**，2025年预计**增长15-20%**。大部分快递需求大部分集中在首都及海湾地区。沙特是中东最大的快递市场，目前正处于“群雄逐鹿”时代，是中资快递的首选目的地。
- ✓ iMile是具有中资背景，是最中国卖家友好沙特快递玩家，靠COD高签收、全链路跨境履约、SHEIN支撑站稳脚跟，**市占率~15%**。
- ✓ Aramex区域龙头，**市占率~10%**，主打跨境与高端商务件。极兔（J&T）、AJEX、JoyExpress等中国系快递公司快速崛起。

图表：2024年沙特电商市场竞争格局情况（GMV维度）



图表：2024年沙特快递市场订单分布情况（按省份）



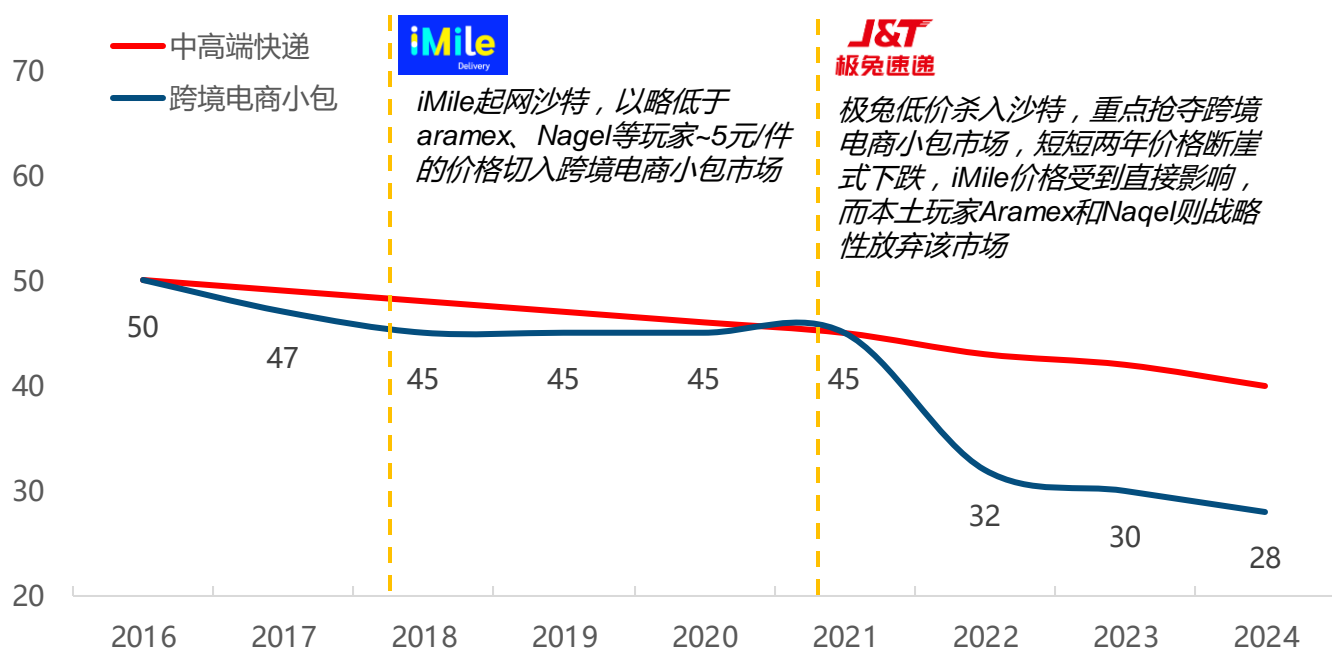
图表：沙特快递市场服务质量排名

快递企业	24年	25年
J&T	1	3
NAQEL	1	3
iMile	2	2
DHL	3	4
GFS	4	7
AJEX	5	1
STARLINKS	6	4
smsa	6	4
aramex	8	8

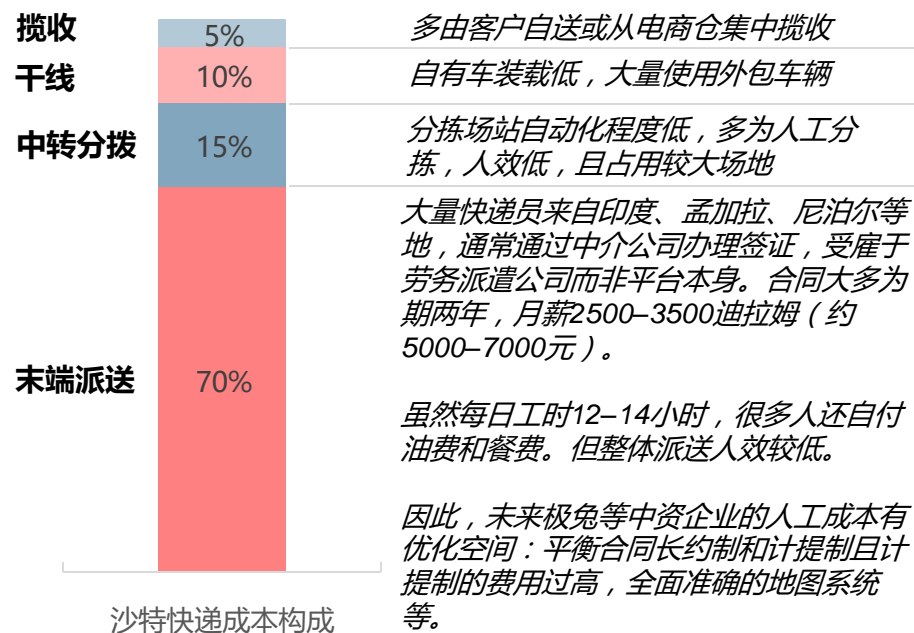
跨境电商小包竞争激烈带动市场价格下行，较高人工成本和低密度导致单票价格较高

- 近年来，沙特市场的快递价格波动主要集中于**新入局者对跨境电商小包市场的争夺**，中高端市场**价格相对稳定**。
- ✓ 中高端本土电商货值高对快递的高交付服务有需求，客户愿意为此付费，因而近年来价格并未受到新入局者的过大冲击。
- ✓ 从文化角度出发，沙特本质是偏保守型的国家，政府不会允许海外玩家搅乱本国市场秩序。
- 2024年以来，本地末端价格**稳中微涨**、跨境空运/海运因红海与航线紧张显著上行、中国系物流靠**规模稳价**、本土/高端稳价。

图表：2016年至今沙特快递市场价格变动趋势（人民币）



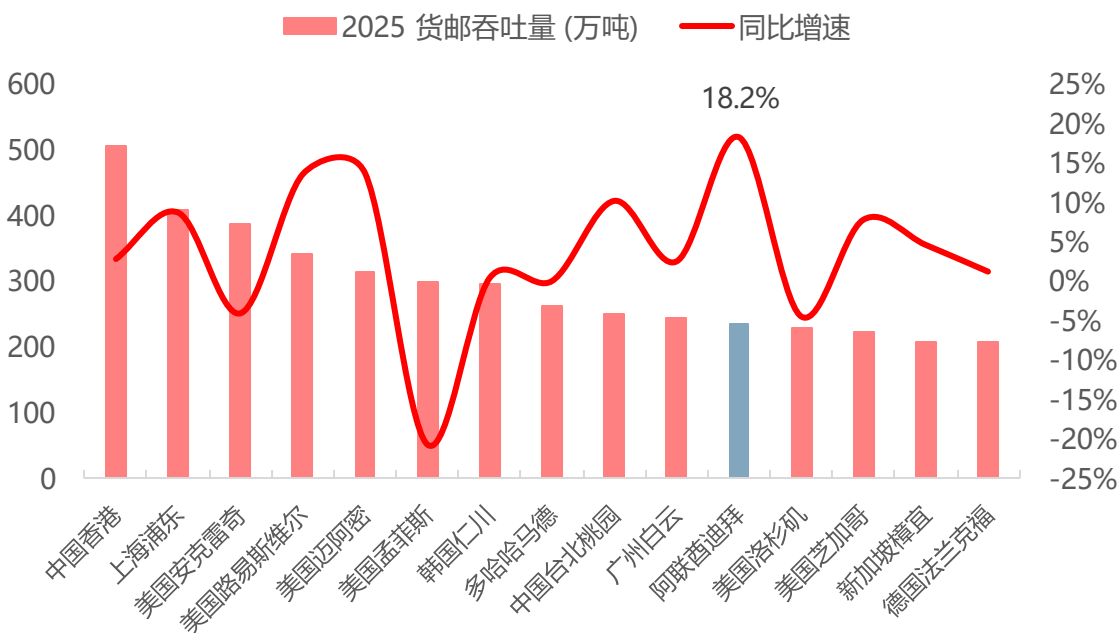
图表：沙特快递市场单票成本构成示意图



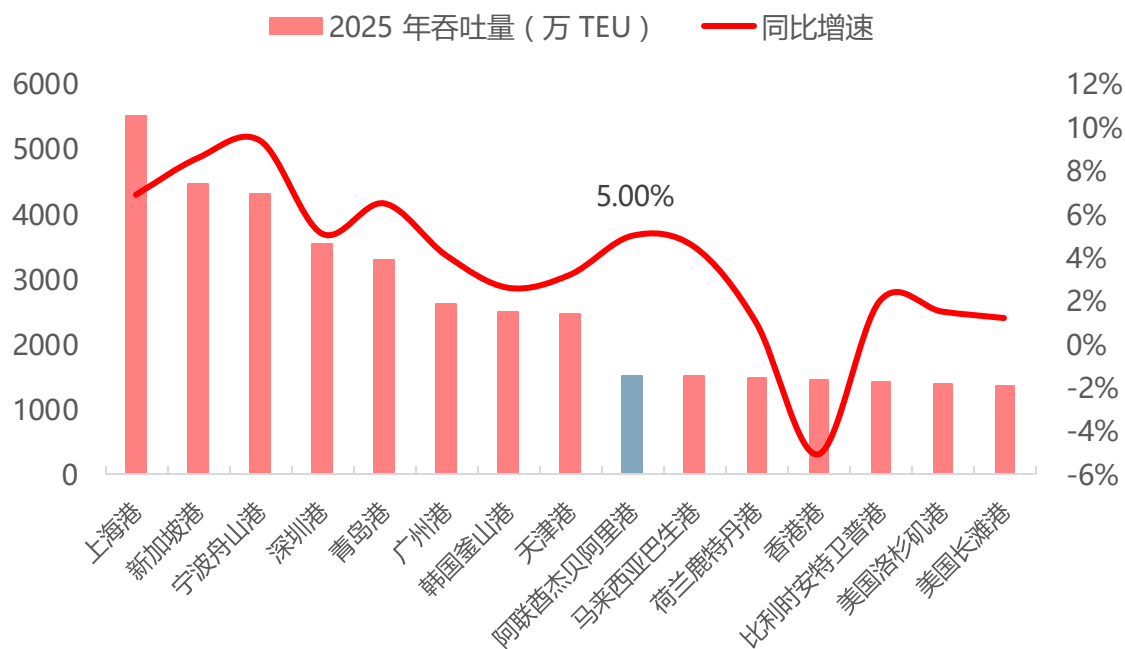
阿联酋市场需求弱于沙特，但中东海湾地区枢纽地位重要

- 以规模体量和市场环境看，沙特的快递市场潜力更大，但阿联酋的地理区位和成熟的国际货运资源，可作为中东联通全球的战略枢纽。
- ✓ 阿联酋位于阿拉伯半岛东部，是中东地区重要的航运、物流与金融中心，长期承担着海湾国家间的重要转运角色。比沙特首都利雅得更容易辐射沙特东南部地区需求。2025年阿联酋的机场和港口分别位列全球第11和第9，增速则**处于第一梯队**。
- ✓ 在消费生态上，阿联酋的消费生态与其邻国沙特阿拉伯颇为相似：两国均以伊斯兰教为主要信仰，拥有相似的节假日消费高峰（如斋月）；人均收入水平高，阿联酋人口虽不足1000万，但人均GDP超过5万美元甚至高于沙特；数字基建先进，互联网普及率接近100%。

图表：2025年全球前十五大货运机场吞吐量情况



图表：2025年全球前十五大集装箱港口吞吐量情况

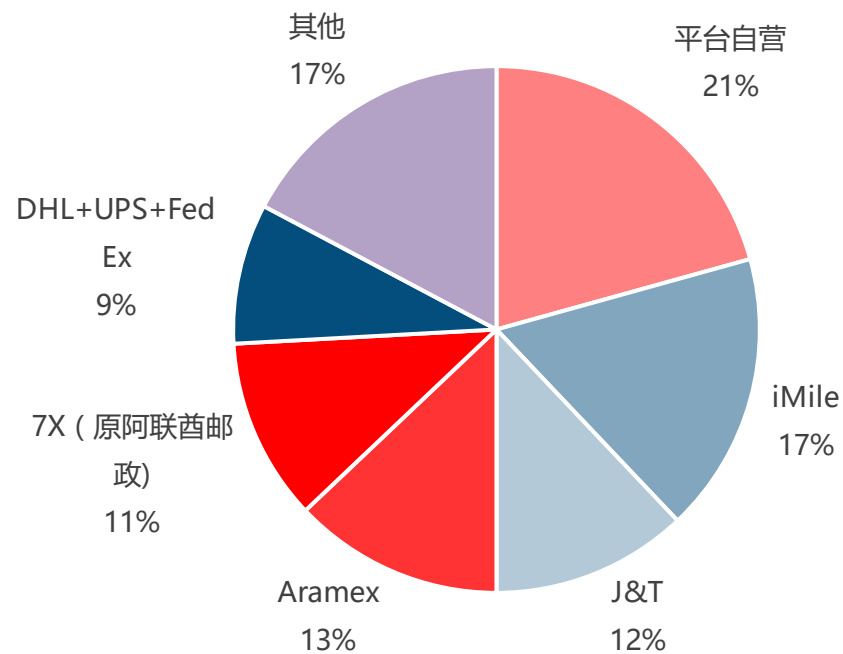
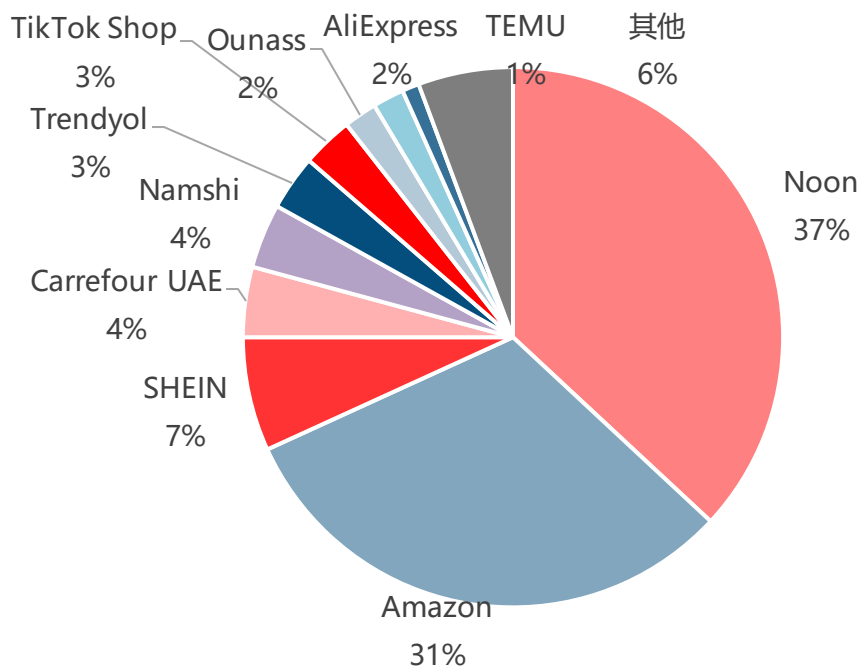


阿联酋电商市场呈现双寡头格局，快递市场则陷入中国市场一样的激烈竞争

- 阿联酋的电商格局较沙特更为集中，主要由两方势力主导：一方是携全球资源与技术优势，靠收购本土巨头Souq.com而“软着陆”的国际霸主Amazon；一方是背靠沙特主权财富基金（PIF）、承载着海湾地区数字经济雄心的本土王者Noon。
- 阿联酋的快递物流市场活跃，整体业务量在**中东地区排名第二**，但与中国快递市场竞争格局类似，竞争异常激烈（价格也普遍低于沙特），大部分快递市场玩家份额均在**10-20%之间**。因为大部分跨境电商包裹，基本都以阿联酋为物流枢纽（航空或海运进入中东），以阿联酋为中心，覆盖海湾地区其他中东国家。

图表：2024年阿联酋电商市场竞争格局情况（按GMV维度）

图表：2024年阿联酋快递市场竞争格局情况（按订单维度）



目录

1

中东电商及快递市场整体情况

2

中东核心国家快递市场情况

3

中东快递市场主要玩家情况

4

风险提示

iMile聚焦中东市场，服务中国跨境电商平台，末端网络覆盖全球30个国家

- iMile在2017年于阿联酋迪拜正式成立，核心定位服务中国跨境电商，瞄准中东薄弱物流与高COD（货到付款）痛点。
- 2021年获字节跳动1000万美元注资，A轮融资总额4000万美元，为中东女性创始人最大融资之一。同年跟随SHEIN进入墨西哥市场，启动全球化扩张。2022-2025年之间，快速复制中东模式，覆盖**巴西、哥伦比亚、秘鲁、萨尔瓦多**等拉美国家，挺进**澳洲、欧洲**。
- 截至2025年10月，iMile末端网络覆盖全球30个国家，员工超2000名。

图表：iMile公司全球末端网络布局国家情况

地区	重点国家
中东	阿联酋、沙特、科威特、卡塔尔、巴林、阿曼、约旦、黎巴嫩
拉美	墨西哥、巴西、哥伦比亚、秘鲁、萨尔瓦多、多米尼加
欧洲	意大利、西班牙、土耳其、匈牙利、斯洛伐克、德国、波兰、北马其顿、黑山、捷克、奥地利、罗马尼亚、塞尔维亚、希腊
大洋洲	澳大利亚、新西兰
非洲及其他	中国、南非等

图表：iMile公司融资历程

融资轮次	时间	融资金额	投资方	资金用途
Pre-A 轮	2020年	1000万美元	未公开	中东市场网络铺设、COD 数字化系统研发、本地化团队搭建
A 轮	2021年	4000万美元	字节跳动（1000 万美元）、其他财务投资方	全球化业务拓展，同年进入墨西哥市场
B 轮	2022年	未完全公开	字节跳动、启明创投	拉美市场（巴西、哥伦比亚等）网络扩张
C 轮	2024年	5600万美元	Granite Asia、启明创投	全球网络覆盖、数字化系统升级、欧洲 / 澳洲市场深耕

成立近十年已成为中东头部第三方快递公司，中东市场电商小包单量行业第一

- 经前文测算，iMile在中东地区日均件量规模~**25万单**，市占率位居中东市场第三方快递第一。差异化壁垒在于COD（货到付款）运营和数字化派送能力突出，**签收率、时效、成本**优于同行，锁定头部跨境电商客户，包括**SHEIN、Jollychic、TikTok、亚马逊、家乐福、速卖通**等头部客户。
- ✓ iMile成立初期，中东市场快递COD比例高达98%，签收率不足50%；目前通过iMile代表的快递公司迭代发展，**已降至45%**。
- ✓ 通过不断优化运营规则：最多派送5次（第6次成功率<0.1%，无法覆盖成本），自研数字化系统精准匹配地址与派送时间。带来市场领先的成果：签收率**超90%**，高出行业3-5个百分点；沙特配送时效缩**至3.3天**；单包裹派送成本**降50%+**；端到端时效缩短24小时。

图表：iMile公司“1+5+X”产品矩阵



5大配套产品	覆盖国家
跨境直邮专配·iIEE	从中国到中东、墨西哥、澳洲、南非、马来西亚；中东内部
电商退件·iPR	阿联酋、沙特、科威特、卡塔尔、巴林、阿曼、约旦、墨西哥
时效快递·iPE	阿联酋、沙特、墨西哥、巴西、马来西亚
本本大件快运·iDCargo	阿联酋、沙特、墨西哥、巴西、马来西亚
电商清配·iCEE	阿联酋、沙特、科威特、卡塔尔、巴林、阿曼、约旦

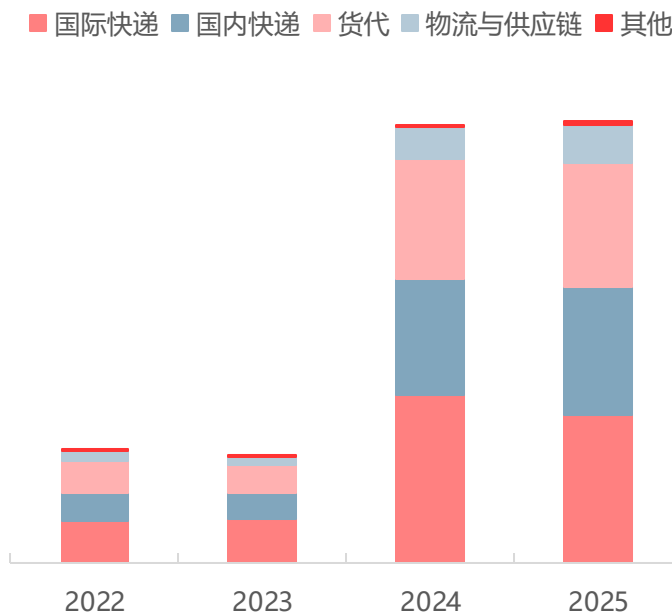
中东第三方快递头部aramex：本土老牌公司，从区域快递先锋到全球物流领导者

- aramex自1982年成立以来，历经四十余年稳健发展，从一家扎根中东的区域性快递公司，逐步蜕变为全球领先的综合物流服务提供商。公司通过持续的战略收购、资本市场运作及全球化布局，公司不断夯实其在**中东、非洲及新兴市场**的核心优势。2025年被**阿布扎比主权财富基金ADQ收购多数股权**，开启全球化整合与增长新篇章。
- Aramex主要由四大业务引擎构成，2025年整体营收规模**63.6亿迪拉姆**：国际快递贡献34%的收入；国内快递，营收占比29%，受益于中东电商的快速发展；货运代理占比28%，为企业客户提供海运、空运等运输服务；物流与供应链解决方案，虽然目前占比8%。

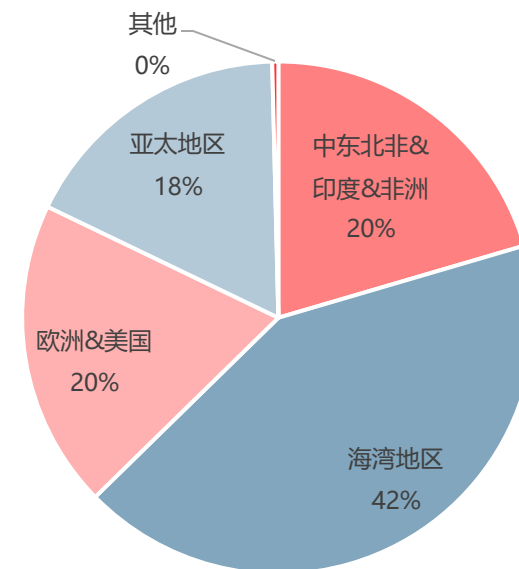
图表：aramex公司发展历史梳理

年份	里程碑事件
1982年	在约旦首都安曼和美国纽约设立办事处
1990年	联合成立海外快递服务商
1997年	成为首家在纳斯达克上市的阿拉伯公司
2002年	从纳斯达克退市并回归私有化
2006年	收购爱尔兰的TwoWay公司
2011年	Aramex收购南非Berco Express
2014年	收购南非PostNet
2016年	收购澳大利亚和新西兰的Fastway
2020年	阿布扎比港务公司 收购Aramex股份的23%
2021-2022年	法国邮政旗下Geopost 收购Aramex股份的28%
2023年	在收购配送平台MyUs后，扩大了业务覆盖范围
2025年	QLogistics收购了Aramex40.5%的股份。 ADQ 目前(直接或间接)控制着Aramex PJSC总共63.3%的股份

图表：2022-2025年aramex营收构成（亿迪拉姆）



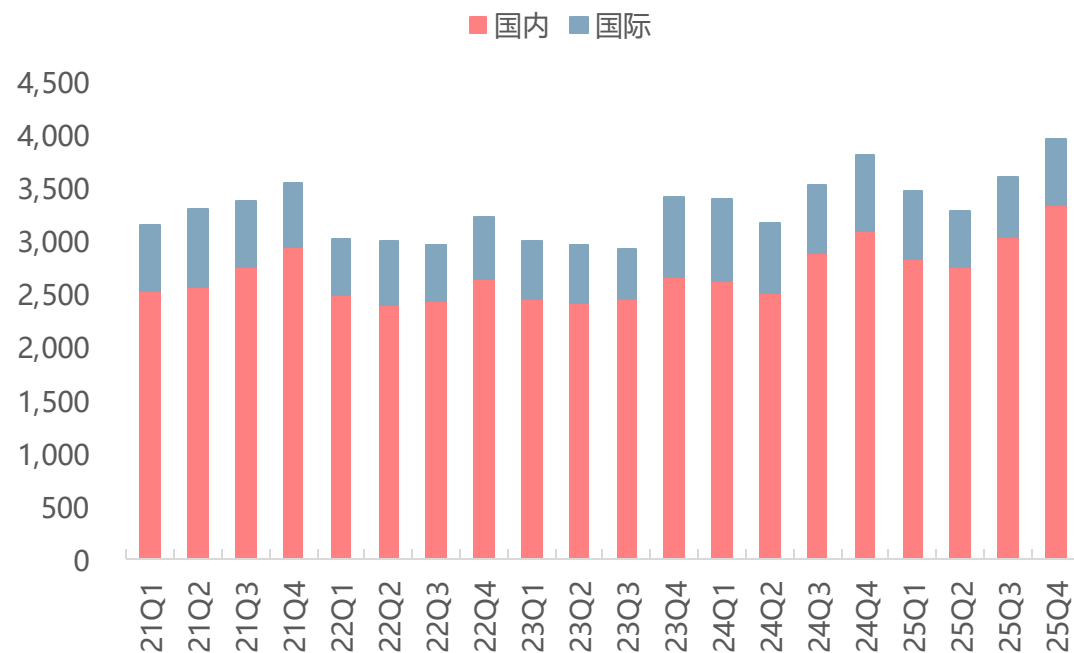
图表：2025年aramex营收构成（国别）



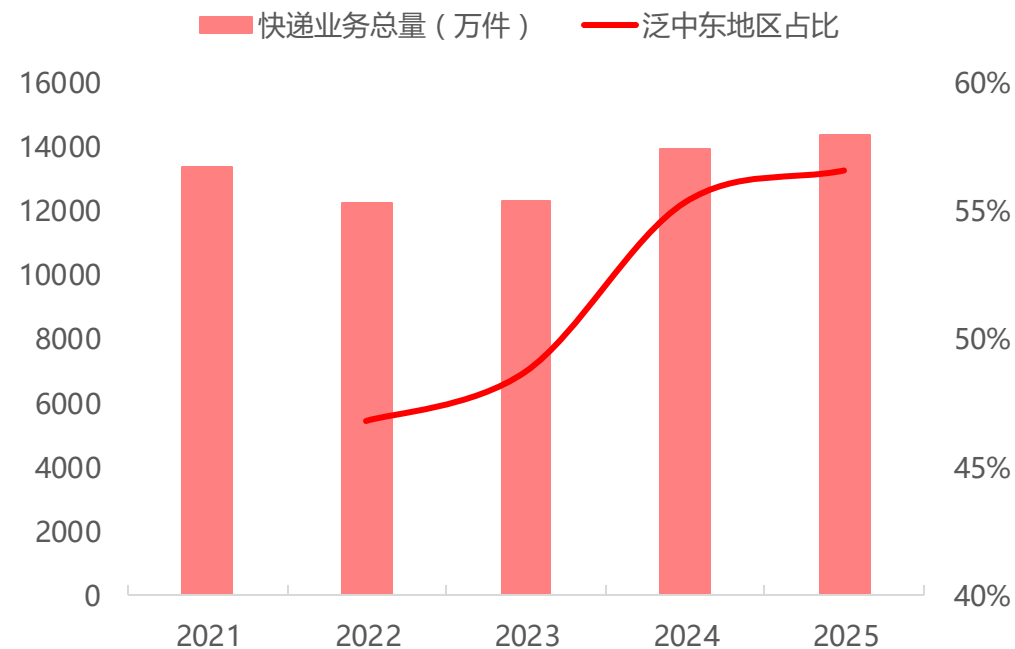
aramex主要业务仍聚焦国内本土业务，近年来中东地区业务量占比稳步提升

- aramex的主要业务是进行所在国家的本土国内快递配送服务，而国际跨境快递服务占比**仅~20%**。
- Aramex快递业务日均件量约35万件，2021年至今规模相对稳定，近两年伴随中东跨境电商小包业务发展，不仅拉动了aramex中东地区件量占比稳步小幅提升，也带动aramex日均件量**迫近~40万水平**。

图表：aramex公司季度国内外快递业务量情况（单位：万单）



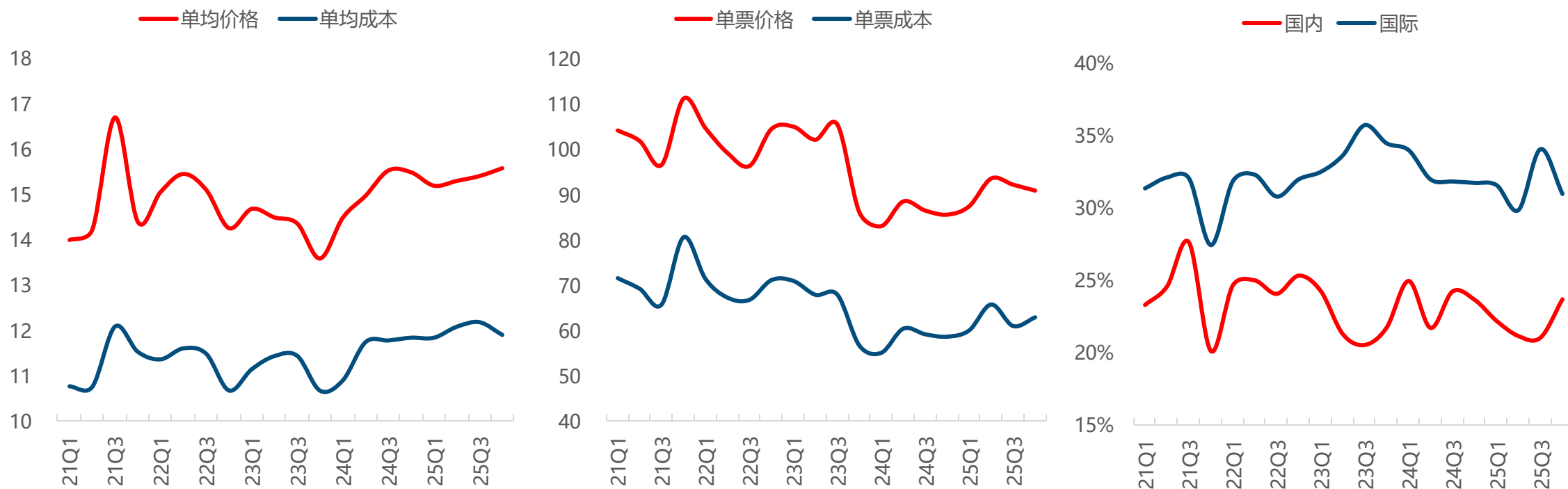
图表：2021-2025年aramex年度快递业务量及中东地区占比



aramex国内业务UE稳定，国际业务UE下行；国际快递整体毛利率优于国内

- aramex国内业务UE相对稳定：单票价格从14迪拉姆，稳定在**15迪拉姆**以上水平（~4美元）；单票成本则维持在**12迪拉姆**附近。
- aramex国际业务UE有所下行：单票价格从24年之前的100迪拉姆下滑至**90迪拉姆**（~24.5美元）；单票成本由70下降至**60迪拉姆**。
- aramex毛利率较为稳定，国际快递整体毛利率**约30-35%**，优于国内**20-25%**毛利率的水平。

图表：aramex国内本土业务UE情况（单位：迪拉姆） 图表：aramex国际业务UE情况（单位：迪拉姆） 图表：aramex国内外业务毛利率对比情况



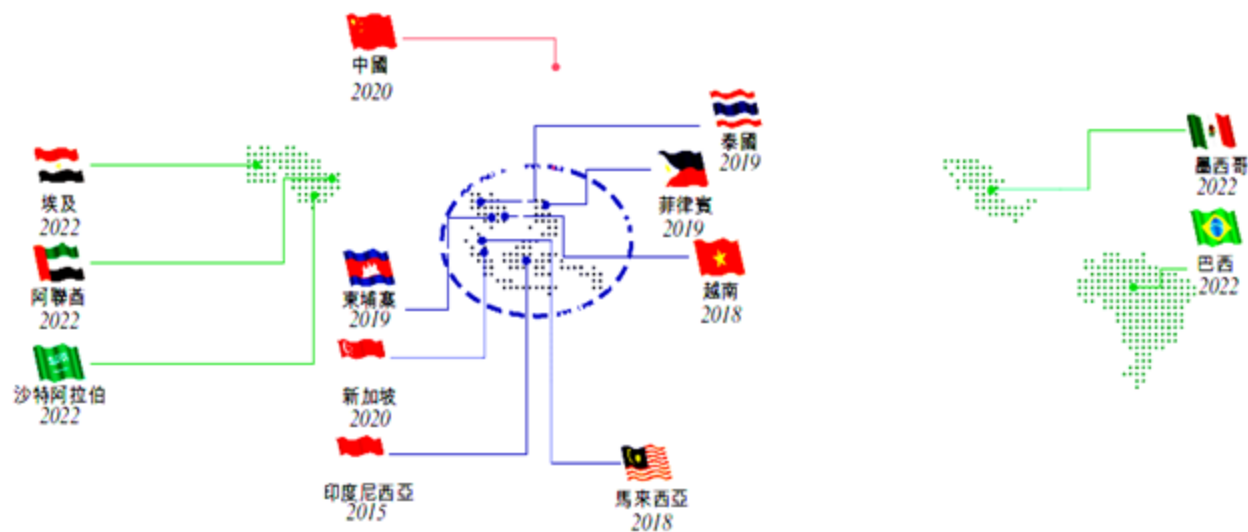
极兔速递是一家全球快递物流公司，22年布局中东以来已是重要玩家之一

- J&T极兔速递是一家**全球综合物流服务运营商**，快递业务在全球规模最大及增长最快的东南亚和中国市场处于领先地位。
- 公司在2015年8月由李杰在印尼创立，目前已经将快递网络拓展覆盖至越南、马来西亚、菲律宾、泰国、柬埔寨、新加坡、中国、沙特阿拉伯、阿联酋、墨西哥、巴西、埃及共**13个国家**。极兔亦是第一家扩张到**沙特、阿联酋、墨西哥**、巴西及埃及的亚洲成规模的快递运营商。
- 秉承“客户为本、效率为根”的宗旨，J&T极兔速递致力于通过智能化的基础设施，数字化的物流网络，为客户提供全场景化的物流解决方案，以高效连接世界，让物流惠及全球。

图表：J&T极兔速递发展历程

年份	里程碑事件
2015	极兔速递成立，借助区域代理模式发展快递业务
2018	业务扩展至越南和马来西亚
2019	业务扩展至菲律宾、泰国和柬埔寨
2020	业务扩展至新加坡和中国
2021	收购百世快递中国快递业务
2022	业务扩展至沙特、阿联酋、墨西哥、巴西和埃及
2023	2023年10月27日成功在香港交易所上市
2024	中国和集团首次扭亏为盈
2025	新市场经调整EBITDA首次转正

图表：J&T极兔速递全球网络布局情况及起网时间



凭借低价策略、高效服务、强地推能力快速扩张，极兔在长期垄断的中东市场崛起

- 极兔速递自2021年4月进入中东市场，2022年先后在阿联酋、沙特、埃及起网运营，凭借**低价策略、高效服务、强地推能力**快速扩张，沙特实现全境覆盖、订单量稳居行业前三，埃及不到一年跻身行业前三，依托中东电商爆发式增长实现规模突破。
- ✓ 此前中东快递市场被本国邮政和老牌快递玩家（Aramex、Nagel等）长期垄断，电商件约5美元、个人件7美元起。虽然表现毛利空间大，但极兔中东起网**早期单量不足、本土企业垄断、对手压价竞争**机遇：
- ✓ 2022-2023年TikTok Shop、Temu入局沙特，中东电商爆发，释放大量增量订单。极兔通过免费发货吸引用户；提供365天全年无休配送；在开罗、吉萨开通当日达；以中国快递效率对标本土企业等方式，快速实现竞争力的提升。

图表：J&T极兔速递在沙特市场核心数据情况

指标	核心数据
覆盖范围	100%全境覆盖
转运 / 分拨中心	7个转运中心、2个大型分拨中心
运营车辆	3000辆运营车、2000+辆自有车
团队规模	3000+员工、2000+快递员
客户结构	本地客户占比超30%，核心客户：SHEIN、Temu、TikTok Shop

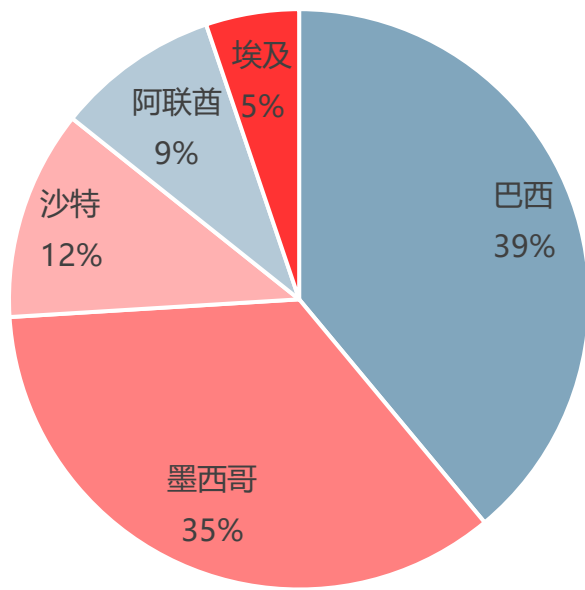
图表：J&T极兔速递在埃及市场核心数据情况

指标	核心数据
覆盖范围	除北西奈军区外全国覆盖
转运 / 分拨中心	1个分拣中心、10个配送中心
运营车辆	超1000 辆快递车
团队规模	2500+名快递员
其他	365天无休、开罗与吉萨 当日达

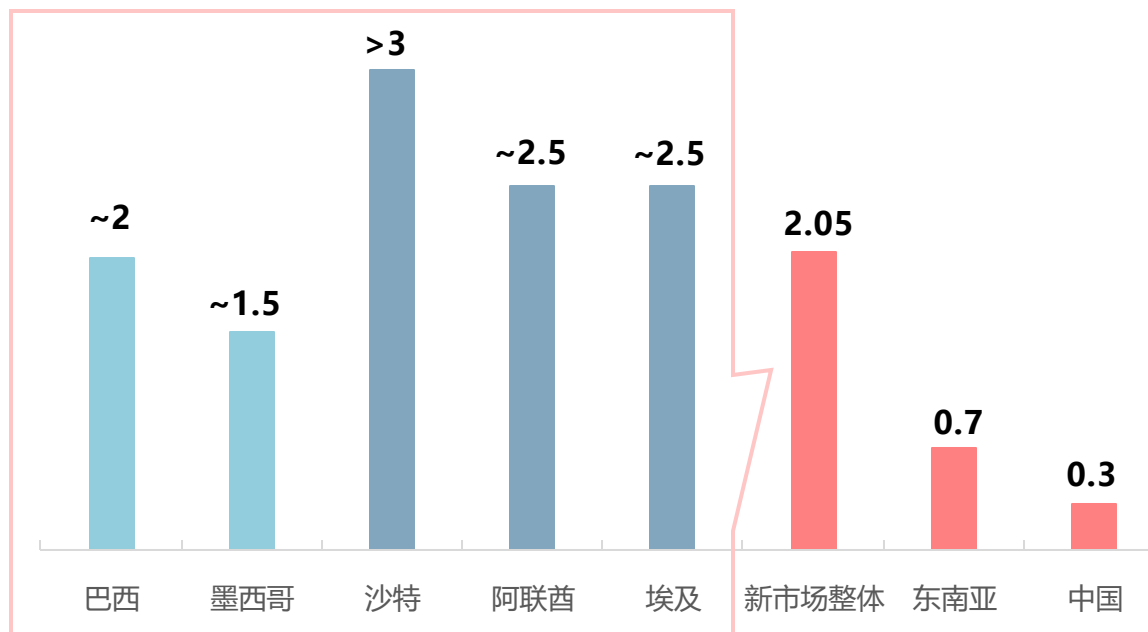
极兔在中东市场的核心策略为：聚焦跨境电商需求，保持UE和市占率稳健

- 从国别维度看，2024年极兔在新市场（含拉美及中东）的日均约77万单，**1/4源自中东市场**（其中沙特>阿联酋>埃及）。
- ✓ 目前在极兔中东体系贡献订单占比更大的是**TEMU和SHEIN**，TikTokShop的增速更快；而聚焦本土业务的Noon和Amazon中东站则是未来极兔在中东发力方向。
- 极兔2024年在新市场的单票快递价格为**2.05美元**，是东南亚价格的近3倍，与两个市场的人均GDP水平和电商客单价匹配：极兔在中东市场的单价在**2.5-3.5美元区间**，其中沙特价格最高，而阿联酋市场竞争则相对激烈，但均远高于东南亚和中国市场的0.7美元和0.3美元水平。

图表：极兔2024年在新市场的订单分布情况（国别维度）



图表：极兔速递2024年全球主要市场价格（单位：美元）



京东物流已形成以阿联酋迪拜为核心、覆盖中东地区的一体化供应链网络

- 京东物流在中东已形成以**智能仓群+本地快递+跨境干线+技术服务**四轮驱动，成为中国物流出海中东的重要企业。
- 中东作为京东物流全球化“第二增长曲线”，服务**中国品牌出海、本地电商与工业供应链**，打造技术驱动的区域供应链基础设施服务商。核心覆盖阿联酋、沙特、卡塔尔、科威特、巴林、阿曼、土耳其、埃及等中东+北非主要国家。
- 核心客户除了跨境电商平台客户，也服务京东全球售及本土零售企业、TikTok Shop、SHEIN、中国跨境卖家，提供仓储、运输、配送、售后安装等一站式履约。

图表：京东物流中东发展历程与核心策略

阶段	核心策略
起步 (2021年前)	以跨境物流、海外仓服务为主，服务中国出海品牌与跨境电商
深耕 (2021-2024)	在阿联酋设立 首个自营仓 ，覆盖海湾六国，拓展至中东非转口贸易
加速扩张 (2025至今)	迪拜双仓投运 、沙特吉达智慧枢纽启动、本地快递网络落地，从“跨境物流”升级为“本地+跨境一体化供应链”

图表：京东物流中东核心客户情况

客户类型	主要代表
跨境电商	服务京东全球售、TikTok Shop、SHEIN、中国跨境卖家
中国品牌出海	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 3C / 电子：荣耀（京东物流是其中东最大物流服务商之一）、小米、华为等，实现当日达 / 次日达。 ✓ 汽车 / 新能源：奇瑞、比亚迪等，建设汽车零部件中心仓，支持售后与备件履约。 ✓ 家电 / 家居 / 快消：海尔、美的、美妆母婴品牌等。
本地企业与工业	服务沙特、阿联酋本地零售、制造、能源企业，提供B2B仓配、大宗物流、逆向物流

京东物流向中东输出国内供应链经验，目前构建起本土海外仓配一体的特色履约网络

- 京东物流在中东区别于竞争对手的最大优势，是**技术驱动的全链路自营一体化供应链能力**，并深度绑定中国品牌出海需求与本地政企资源，形成“仓+干+配+技术+商流”的闭环壁垒。
- ✓ 与国际快递（DHL/FedEx）、本土物流（Aramex/iMile）及纯货代不同，京东物流以自营模式构建迪拜+沙特双核心智能仓群（**9 大仓、超18万m²**），部署自研“天狼”系统、AGV与AI调度，实现出库及时率99.9%、分拣错误率<0.01%。
- ✓ 依托 JoyExpress 自营快递，在沙特**落地“211限时达”（3大分拣中心+数10运营网点）**，将区域履约时效从72小时压缩至24小时。2025年全年订单量预计达**数百万单**，配套人员规模上千人。

图表：京东物流中东仓储网络梳理

国家	城市或区域	类型	面积
阿联酋	JAFZA保税区	机械配件（2B）	8000平方米
		汽车配件（2B）	20000平方米
		3C产品（2B）	15000平方米
		机械配件（2B）	15000平方米
		电商平台货物（2C）	50000平方米
	迪拜本地仓	综合品类货物（2B/2C）	50000平方米
沙特	利雅得	综合货物仓（2B/2C）	50000平方米
土耳其	伊斯坦布尔	机械配件（2B）	3000平方米

图表：京东物流沙特尾程履约网络情况

尾程履约网络	具体情况
分拣中心	利雅得分拣中心
	吉达分拣中心
	达曼分拣中心
末端配送站点（按省份划分）	卡西姆、阿西尔、东部、麦地那、麦加、利雅得、塔布克、哈伊勒、巴哈、朱夫、吉赞、纳季兰、北部边疆

目录

1

中东电商及快递市场整体情况

2

中东核心国家快递市场情况

3

中东快递市场主要玩家情况

4

风险提示

风险提示

1、地缘政治与区域安全风险

中东地区地缘格局复杂，地区冲突、政权变动、外交关系波动、红海航运安全等事件频发，可能直接影响跨境物流干线运输、清关效率、本地网点运营与人员安全。区域政策监管、外资准入、牌照审批、邮政与快递行业合规要求存在调整可能，若当地收紧外资物流经营限制、提高合规门槛或改变税收政策，将显著增加中资快递企业运营成本与业务拓展难度。同时，地区安全局势不稳可能导致航空、海运航线中断或绕行，推高跨境运输成本、拉长履约时效，对企业网络稳定性与盈利能力形成冲击。

2、行业竞争加剧与价格战风险

中东跨境电商小包赛道进入者持续增多，本土邮政、区域龙头、国际快递与中资物流同台竞争，极兔、iMile等企业扩张抢占份额，易引发持续性价格竞争。价格下行将直接压缩单票收入与毛利空间，若成本端无法同步优化，可能导致企业盈利承压、新市场爬坡周期拉长。此外，Amazon、Noon等平台加大自营物流投入，对第三方快递形成分流，本土企业凭借政策与本地资源优势进行针对性竞争，进一步加剧市场份额争夺，提升中资企业获客与留存难度。

3、运营成本波动与本地化管理风险

中东快递末端派送占成本比重高，当地快递员用工依赖外籍劳务，签证、薪酬、劳务派遣成本易受政策与人力市场影响；人工人效偏低、分拣自动化不足，规模扩张初期难以快速摊薄固定成本。同时，文化、宗教、消费习惯与合规体系差异较大，本地化管理、网点运营、COD回款、客户服务若适配不足，可能导致签收率下滑、投诉增加、资金周转放缓，直接影响经营效率与盈利稳定性。

分析师介绍

梁骁：交运行业分析师，南开大学硕士，先后供职于中集集团物流板块、顺丰控股、京东物流，曾参与撰写《国家多式联运标准修订建议报告》并为交通物流相关十四五规划建言献策，2022年加入中信建投证券研究发展部，覆盖快递快运/仓储运输/供应链物流/跨境物流/铁路货运/航空物流，具有丰富的交运物流行业研究经验以及资源，擅于把握和挖掘公司长期价值，工作地北京。

韩军：全球交通运输及全球能源首席分析师，曾供职于上海国际航运研究中心，3年政府规划与市场咨询经验，曾负责或参与为交通运输部、上海市交通委、港航企业等提供决策咨询服务二十余项。10年交通运输行业证券研究经验，深入覆盖航运、港口、高铁、快递、物流板块，擅长把握周期性和政策性投资机会。2021第十九届新财富最佳分析师交通运输行业第五名。

评级说明

投资评级标准		评级	说明
报告中投资建议涉及的评级标准为报告发布日后6个月内的相对市场表现，也即报告发布日后的6个月内公司股价（或行业指数）相对同期相关证券市场代表性指数的涨跌幅作为基准。A股市场以沪深300指数作为基准；新三板市场以三板成指为基准；香港市场以恒生指数作为基准；美国市场以标普500指数为基准。	股票评级	买入	相对涨幅15%以上
		增持	相对涨幅5%—15%
		中性	相对涨幅-5%—5%之间
		减持	相对跌幅5%—15%
	行业评级	卖出	相对跌幅15%以上
		强于大市	相对涨幅10%以上
		中性	相对涨幅-10-10%之间
		弱于大市	相对跌幅10%以上

分析师声明

本报告署名分析师在此声明：(i) 以勤勉的职业态度、专业审慎的研究方法，使用合法合规的信息，独立、客观地出具本报告，结论不受任何第三方的授意或影响。(ii) 本人不曾因，不因，也将不会因本报告中的具体推荐意见或观点而直接或间接收到任何形式的补偿。

法律主体说明

本报告由中信建投证券股份有限公司及/或其附属机构（以下合称“中信建投”）制作，由中信建投证券股份有限公司在中华人民共和国（仅为本报告目的，不包括香港、澳门、台湾）提供。中信建投证券股份有限公司具有中国证监会许可的投资咨询业务资格，本报告署名分析师所持中国证券业协会授予的证券投资咨询执业资格证书编号已披露在报告首页。

在遵守适用的法律法规情况下，本报告亦可能由中信建投（国际）证券有限公司在香港提供。本报告作者所持香港证监会牌照的中央编号已披露在报告首页。

一般性声明

本报告由中信建投制作。发送本报告不构成任何合同或承诺的基础，不因接收者收到本报告而视其为中信建投客户。

本报告的信息均来源于中信建投认为可靠的公开资料，但中信建投对这些信息的准确性及完整性不作任何保证。本报告所载观点、评估和预测仅反映本报告出具日该分析师的判断，该等观点、评估和预测可能在不发出通知的情况下有所变更，亦有可能因使用不同假设和标准或者采用不同分析方法而与中信建投其他部门、人员口头或书面表达的意见不同或相反。本报告所引证券或其他金融工具的过往业绩不代表其未来表现。报告中所含任何具有预测性质的内容皆基于相应的假设条件，而任何假设条件都可能随时发生变化并影响实际投资收益。中信建投不承诺、不保证本报告所含具有预测性质的内容必然得以实现。

本报告内容的全部或部分均不构成投资建议。本报告所包含的观点、建议并未考虑报告接收人在财务状况、投资目的、风险偏好等方面的具体情况，报告接收者应当独立评估本报告所含信息，基于自身投资目标、需求、市场机会、风险及其他因素自主做出决策并自行承担投资风险。中信建投建议所有投资者应就任何潜在投资向其税务、会计或法律顾问咨询。不论报告接收者是否根据本报告做出投资决策，中信建投都不对该等投资决策提供任何形式的担保，亦不以任何形式分享投资收益或者分担投资损失。中信建投不对使用本报告所产生的任何直接或间接损失承担责任。

在法律法规及监管规定允许的范围内，中信建投可能持有并交易本报告中所提公司的股份或其他财产权益，也可能在过去12个月、目前或者将来为本报告中所提公司提供或者争取为其提供投资银行、做市交易、财务顾问或其他金融服务。本报告内容真实、准确、完整地反映了署名分析师的观点，分析师的薪酬无论过去、现在或未来都不会直接或间接与其所撰写报告中的具体观点相联系，分析师亦不会因撰写本报告而获取不当利益。

本报告为中信建投所有。未经中信建投事先书面许可，任何机构和/或个人不得以任何形式转发、翻版、复制、发布或引用本报告全部或部分内容，亦不得从未经中信建投书面授权的任何机构、个人或其运营的媒体平台接收、翻版、复制或引用本报告全部或部分内容。版权所有，违者必究。

中信建投证券研究发展部

北京
朝阳区景辉街16号院1号楼18层

电话：(8610) 8513-0588
联系人：李祉瑶
邮箱：lizhiyao@csc.com.cn

上海
浦东新区浦东南路528号南塔2103室

电话：(8621) 6882-1600
联系人：翁起帆
邮箱：wengqifan@csc.com.cn

深圳
福田区福中三路与鹏程一路交汇处广电金融中心
35楼

电话：(86755) 8252-1369
联系人：曹莹
邮箱：caoying@csc.com.cn

中信建投（国际）

香港
中环交易广场2期18楼

电话：(852) 3465-5600
联系人：刘泓麟
邮箱：charlene.liu@csci.hk