

# 中国企业出海阿联酋电子商务市场策略研究

谢娅琦 范轶\*

深圳职业技术大学

DOI:10.12238/ej.v8i3.2369

**[摘要]** 随着全球经济数字化转型,阿联酋作为全球增长最快的电子商务市场之一,吸引越来越多中国企业着眼于阿联酋这片电商蓝海,以期利用中阿友好合作的契机拓展国际市场。文章采用宏观环境分析法、文献阅读、数据分析以及访谈调研等方法,创新性地对阿联酋电商市场进行了首次系统性的多维度分析,特别从中国企业的视角出发,针对阿联酋市场的独特性,研究开发了详细的市场进入策略。

**[关键词]** 阿联酋; 电子商务; 企业出海

**中图分类号:** F271 **文献标识码:** A

## Study on Market Entry Strategies of Chinese Enterprises in the UAE E-commerce Market

Yaqi Xie Yi Fan

Shenzhen Polytechnic University

**[Abstract]** In the era of global digital transformation, the United Arab Emirates (UAE) has emerged as one of the world's fastest-growing e-commerce markets, attracting a growing contingent of Chinese enterprises eager to leverage this emerging market. Capitalizing on the beneficial Sino-UAE relations, these enterprises aim to enhance their international market footprint. This paper presents a comprehensive multi-dimensional analysis of the UAE e-commerce landscape from the perspective of Chinese enterprises, employing a combination of PEST analysis, literature review, quantitative data analysis, and qualitative interviews. By focusing on the distinctive characteristics of the UAE market, this study formulates nuanced market entry strategies tailored to the needs of Chinese enterprises.

**[Key words]** United Arab Emirates; e-commerce; foreign market entry

阿联酋自2017年启动迪拜商业城,成为中东和北非地区首个电子商务自由区,提升了其作为国际领先电商平台的战略地位;2018年跻身全球电商发展最快的十个国家;2022年成为全球增长最快的电商市场。在中阿友好合作背景下,阿联酋电商市场的迅猛发展吸引了众多中国企业将目光投向这片跨境电商蓝海。

### 1 阿联酋电商市场环境分析(PEST)

1.1 政策因素。阿联酋电子商务的迅猛发展得益于政府的政策支持。自2013年起,阿联酋启动数字经济战略,各部门取得显著进展。2022年4月发布的“阿联酋数字经济战略”确立了将数字经济作为优先发展的先导产业,旨在使阿联酋成为中东乃至全球的数字经济中心。为推动这一目标,迪拜商业城作为中东首个电子商务自由区,于2022年推出了一系列针对不同规模企业的激励措施,提供定制化服务。紧接着在2023年,阿联酋政府批准了一项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,以简化流程、降低成本并增强市场稳定性,促进电子商务行业的规范化与可持续发展,彰显了阿联酋支持新兴商业模式及立法保障电子商务健康发展的决心。

1.2 经济因素。阿联酋是中东和北非地区最具吸引力的市场之一。2020年阿联酋以购买方价格计算的国内生产总值按实际价格测算为3542.8亿美元<sup>[1]</sup>。世界银行《2020年全球营商环境报告》<sup>[2]</sup>显示阿联酋营商便利度排名世界第16位,连续7年领跑阿拉伯国家。依据《2071年建国百年规划》,阿联酋致力于在未来50年内完全集中精力建设世界上最好、最具活力的经济体,营造全球最佳经济环境。

1.3 社会因素。阿联酋的电子商务格局受到人口结构和收入水平影响。截至2022年,阿联酋总人口约为950万,其中88%为外籍人士,主要来自印度、巴基斯坦、埃及等国<sup>[3]</sup>。从人口结构来看,男性占总人口的69%,女性占31%,青年人口(25-54岁)占比高达66.35%,且该年龄段男性比例约为73.48%,女性为26.52%<sup>[4]</sup>。这种高比例的青年人口对新商业模式充满好奇心,从而对阿联酋的电商市场产生显著影响。

在收入水平方面,2020年统计数据<sup>[5]</sup>显示,阿联酋所有年龄组的基本工资中位数和总薪酬中位数分别为36,000美元和39,000美元。值得注意的是,女性收入约为男性收入的77%,这进

一步支持了男性在经济购买力和家庭消费决策中的主导地位,使得男性成为阿联酋电子商务市场主要客户群体。然而,在20-39岁年龄段,女性总薪酬中位数高于男性,电商卖家可针对这一年龄段女性消费者进行精准营销,特别是年轻未婚女性用户喜爱的产品。

1.4技术环境。国家的数字化转型对推动生产力进步与增强国际竞争力至关重要。华为自2015年至2022年连续发布的《全球联接指数》<sup>[6]</sup>报告,基于对占全球GDP 95%的79个国家的研究,揭示GCI得分与人均GDP之间的关系,反映各国数字经济发展状况。数据显示,2022年阿联酋和中国均处于加速发展的领先地位,显示两国在数字领域存在广阔市场空间。阿联酋在2015-2022年智能连接能力领跑阿拉伯国家并被认定为“数字化使用国”。该国拥有全球领先的智能手机、互联网和社交媒体渗透率,甚至超越多数成熟电子商务市场<sup>[7]</sup>,表明其消费者已广泛接纳移动商务和数字运营新业态。同时,阿联酋5G网络速度位列全球榜首<sup>[8]</sup>,预计到2025年底阿联酋将实现5G无线网络全居民区覆盖<sup>[9]</sup>。5G联接能力意味着阿联酋在物联网市场和电子商务市场具有极大潜力。

## 2 阿联酋电商市场前景分析

### 2.1 消费行为分析。

2.1.1线上消费水平。从在线支出方面来看,阿联酋消费者的年度在线支出费用在中东和北非地区排名最高,人均1648.13美元。与电子商务领域的成熟市场和新兴市场相比,阿联酋在平均交易额方面继续保持领先。2019年5月至2020年4月期间,阿联酋的平均交易额为122美元,而成熟市场为76美元,新兴市场为22美元。随着阿联酋消费者对无现金支付和电子商务交易的满意度越来越高。据统计,超过三分之一的阿联酋消费者每周至少使用智能手机购买一次商品或服务,高于全球平均每周在线购买量<sup>[10]</sup>,促进了阿联酋电子商务市场日趋成熟,因为频繁的日线上消费行为是成熟电子商务市场的典型特征。

2.1.2支付手段。支付手段的数字化、安全性和便捷性是促进阿联酋消费者更频繁地在线购物的原因之一。根据阿联酋电信和数字政府监管局调查<sup>[11]</sup>,2023年阿联酋数字交易占比75.1%,在线购买商品或服务占比62.3%,通过智能手机支付占比13.3%。电商消费者认为推动用户选择数字支付方式的几个重要因素依次是免费送货、退款政策、折扣和优惠、累计客户积分、客户对产品的评价、允许货到付款、电子支付的速度和便捷性和VIP客户服务。在阿联酋电子商务中使用率最高的支付方式包括信用卡支付、智能手机数字钱包支付、线上银行转账、货到付款以及其他方式。

2.1.3产品喜好。阿联酋电子商务的支出类别逐年递增发展,新的类别不断涌入。根据Visa统计数据<sup>[12]</sup>,阿联酋电子商务渗透率前五的支出类别分别是政府服务和教育、食品和杂货、零售商品、服装和配饰、快餐服务。在零售商品的产品细类中,据《2023数字阿联酋》报告统计,2022年阿联酋电子商务最受欢迎的十大类别依次是服饰、电子产品、游戏和娱乐、化妆护肤产品、家具产品、电子储存设备和食品。

2.2市场发展前景。阿联酋的电子商务市场发展与全球电子商务行业的蓬勃发展保持同步,尤其迪拜在中东和北非地区中处于领先地位。据统计<sup>[13]</sup>,2019年阿联酋电子商务市场渗透率达4.2%,显著高于该地区平均水平(1.9%)和海湾国家平均水平(3%)。迪拜商会研究显示<sup>[14]</sup>,2020年阿联酋电商零售市场总额达到创纪录的39亿美元,同比增长53%,占零售市场的8%;2021年进一步增至50亿美元;预计到2025年,在保持当前复合年增长率的情况下,其电商零售市场总值将达80亿美元;预计到2027年,其电商收入将达172亿美元,年增长率保持在8.4%<sup>[15]</sup>。这一快速增长得益于多个关键因素:高收入水平、广泛的互联网普及、发达的物流网络、现代化的数字支付系统、青年人口增长以及政府大力支持。

## 3 拓展阿联酋电商市场的建议

阿联酋和中国拥有40年的友谊与合作,在两国领导人的共同擘画下,阿联酋已成为“一带一路”倡议下同中国务实合作领域最广、程度最深、成果最实的中东国家之一。基于阿联酋数字经济战略的推进及其对新兴商业模式的支持,对于有意向拓展阿联酋电商市场的中国商家提出以下建议:

3.1实施本土化战略。阿拉伯语内容和本土化运营是进入阿联酋电子商务市场需要考虑的极其重要的因素。鉴于阿联酋官方语言为阿拉伯语,多个主要的电子商务平台已相继推出了阿拉伯语界面来吸引本地客户,并增强消费者的购物体验 and 满意度。基于此,建议卖家采用阿拉伯语来发布产品详情、品牌宣传内容以及社交平台上的互动信息,更有效地与目标消费群体建立联系,提升品牌的认知度和忠诚度,从而促进销售业绩的增长。

3.2把握购物节良机。阿联酋电商消费者对优惠折扣表现出高敏感度,尤其在关键促销节日期间,其消费兴趣和购买行为会显著增加,包括但不限于第二季度的斋月、第三季度的电子购物节、第四季度的白色星期五等。鉴于此,建议电商卖家充分利用节庆时机,精准把握节日带来的流量红利。具体措施包括但不限于:深入分析目标市场的需求趋势,提前规划选品;预测需求高峰,确保库存充足;优化折扣和优惠政策,吸引潜在顾客;强化客户服务体验,提高客户满意度;利用社交媒体广泛宣传,提升品牌曝光率和转化率。

3.3发挥社媒吸引力。根据《2023数字阿联酋》报告,阿联酋互联网活跃用户人数达到938万,占总人口的99%;社交媒体活跃账户达1000万户,占总人口的105.5%;用户平均每天花在社交媒体上的时间为2.5个小时。根据月流量排名,阿联酋人最常访问的社交媒体前五名是WhatsApp、Facebook、Instagram、TikTok、Facebook Message和Twitter;从注册用户数量来看,YouTube、TikTok、LinkedIn、Instagram和Snapchat位居前列。社交媒体在阿联酋消费者在线购物行为中扮演着日益重要的角色,特别是在直播视频和产品带货短视频获得了不错的流量数据。值得注意的是,“网红”营销在中东市场迅速崛起。为了快速提升市场渗透率,卖家可优先考虑与本地“网红”合作,

通过其影响力来推广产品并建立消费者信任。此外,卖家应积极运营自己的社交媒体账号,直接与消费者互动,强化品牌形象及产品宣传。

3.4 选择合适物流。阿联酋作为物流枢纽的重要性日益凸显。根据新兴市场物流指数,阿联酋在全球物流行业中排名第三,并在海湾地区位居首位。随着中东电商市场迅速扩张,高效的物流系统成为电商企业竞争的关键因素。为了确保可靠的配送服务,一些头部电商企业通过收购先进物流供应商或自建物流部门来强化其供应链。例如,亚马逊在迪拜物流城建立了自己的物流中心——Fulfillment by Amazon (FBA),为卖家提供仓储和配送服务。阿联酋本土电商平台Noon也推出类似的物流解决方案——Fulfillment by Noon (FBN),拥有专门的派送团队,平均物流时效为隔天送达。中国物流公司iMile凭借其自建地址库、本地快递团队以及大数据技术,在“最后一公里”配送方面取得显著成就,其货到付款签收率高于行业平均水平3-5%,在中东地区处于领先地位。

因此,为了更好地进入阿联酋电子商务市场,建议中国卖家选择适合的物流模式,以提升供应链效率和服务质量;对于自行发货,应优化内部流程并考虑与本地物流公司合作,确保高效的末端派送。在选择物流方案时,需平衡成本与服务质量,并确保遵守当地法规要求,实现可持续发展。

#### 4 结语

研究发现,宏观层面的政治、经济、社会和技术等因素共同推动了阿联酋电商行业快速发展。展望未来,阿联酋电商市场拥有广阔发展前景,为中国企业带来了无限机遇。中国企业应充分利用有利条件,制定科学合理的市场进入和发展计划,实现持续增长。

#### [基金项目]

广东省哲学社会科学规划2024年度“外语专项”《智慧教育视域下高职外语数字教材建设——以小语种数字教材开发与应用为例》(GD24WZXY02-05);深圳市教育科学“十四五”规划年度课题《数字经济背景下“小语种+跨境电商”岗课赛证融通教学模式的探索与实践》(yb23043);深圳职业技术学院2023年“金课”建设项目《阿拉伯语写作》《阿拉伯国家概况》(深职院[2023]25号)。

#### [参考文献]

- [1] 中华人民共和国商务部.IIF预测2022年阿联酋经济增长率为4.9%[EB/OL].(2021-10)[2023-8-30].<http://ae.mofcom.gov.cn/article/jmxw/202110/20211003207759.shtml>.
- [2] World Bank.Doing Business 2020[R].Washington,DC:World Bank,2020.
- [3] 中华人民共和国外交部.阿拉伯联合酋长国国家概况[EB/OL].(2023-04)[2023-06-16].[http://spainembassy.fmprc.gov.cn/gjhdq\\_676201/gj\\_676203/yz\\_676205/1206\\_676234/1206x0\\_676236/](http://spainembassy.fmprc.gov.cn/gjhdq_676201/gj_676203/yz_676205/1206_676234/1206x0_676236/).
- [4] Global Media Insight.UNITED ARAB EMIRATES POPULATI

ON STATISTICS 2021[EB/OL].(2021-07)[2023-12-7].<https://www.globalmediainsight.com/blog/uae-population-statistics/>.

[5] Institute of Management Accountants. IMA's 2021 United Arab Emirates Salary Survey[R].(2021-05)[2023-12-7].<https://www.imanet.org/-/media/e0197711e2e34868ad5fbcabb4e3492a.ashx?la=en>.

[6] 华为.华为全球联接指数[EB/OL].<https://www.huawei.com/minisite/gci/cn/>.

[7] Bain & Company, Inc. eCommerce in MENA: Opportunity Beyond the Hype[R/OL].(2019-02)[2021-08-30].[https://www.bain.com/contentassets/2b078686303045ffa1d1207130ab5d79/bain\\_report\\_\\_ecommerce\\_in\\_mena.pdf](https://www.bain.com/contentassets/2b078686303045ffa1d1207130ab5d79/bain_report__ecommerce_in_mena.pdf).

[8] Ookla.Speedtest intelligence data Q2-Q3 2020[EB/OL].(2020-10-25)[2024-08-30].<https://new.qq.com/omn/20201025/20201025A075F000.html>.

[9] 中华网.阿联酋5G速度位居全球榜首[EB/OL].(2021-01)[2023-12-7].[https://www.sohu.com/a/443633879\\_175013](https://www.sohu.com/a/443633879_175013).

[10] 知乎.阿联酋电商周报|阿联酋电子商务市场预计到2026年达到92亿美元,Noon即将搭建阿联酋最大的物流中心[R/OL].(2023-03-13)[2023-05-29].<https://zhuanlan.zhihu.com/p/613676708>.

[11] UAE government.Digital UAE 2023 Factsheet.[EB/OL].(2023-08)[2023-12-9].<https://u.ae/ar-AE/about-the-uae/uae-competitiveness/digital-transformation-in-the-uae>.

[12] Visa.The United Arab Emirates eCommerce Landscape 2020[R].(2020-11)[2022-08-30].[https://ae.visamiddeast.com/dam/VCOM/regional/cemea/unitedarabemirates/media-kits/documents/visa\\_uae\\_ecommerce\\_landscape\\_2020\\_ppinion\\_paper\\_vf.pdf](https://ae.visamiddeast.com/dam/VCOM/regional/cemea/unitedarabemirates/media-kits/documents/visa_uae_ecommerce_landscape_2020_ppinion_paper_vf.pdf).

[13] Statista.Value of e-commerce sales in the United Arab Emirates from 2015 to 2022[EB/OL].(2021-11)[2024-08-30].<https://www.statista.com/statistics/1082694/united-arab-emirates-e-commerce-sales/>.

[14] Government of Dubai.Value of UAE retail e-commerce market hit record \$3.9 billion in 2020[EB/OL].(2021-06-23)[2023-08-29].<https://www.mediaoffice.ae/en/news/2021/June/23-06/Dubai-Chamber>.

[15] 中东跨境电商汇.阿联酋电商市场猛增?未来几年会有怎样趋势? [R/OL].(2023-04-08)[2023-05-29].<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1762574765363631914&wfr=spider&for=pc>.

#### 作者简介:

谢娅琦(1989--),女,苗族,湖南怀化人,硕士研究生,翻译,研究方向:国别与区域研究,教育数字化。

#### \*通讯作者:

范轶(1994--),女,汉族,江苏苏州人,硕士研究生,讲师,研究方向:阿拉伯国家文化,主要从事高职阿拉伯语教学。