

外贸如何开发俄罗斯市场？

产品名称	外贸如何开发俄罗斯市场？
公司名称	北京摩高林投资顾问有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	北京市朝阳区建外SOHO西区18号楼12层
联系电话	18911212529

产品详情

俄罗斯市场的主要特点

俄罗斯面积1710万平方公里。横跨欧亚大陆，东西跨度一万多公里，西接西欧，东接亚太。俄罗斯的重要战略资源，如石油、天然气、木材、铁和煤，在世界上。由于俄罗斯的地理位置和经济形式处于转型期，俄罗斯市场具有以下特点：

(2)俄罗斯对中低档商品需求旺盛。俄罗斯是一个自然资源丰富、重工业发达、轻工业落后的国家。其一半以上的纺织品、日用品和食品需要进口。

中国和俄罗斯市场是高度互补的

就整体贸易而言，中国市场和俄罗斯市场互补性很强。俄罗斯市场缺少很多中国产品，比如轻工产品、轻工生产设备、建材等等，而很多俄罗斯产品也是中国市场需要的，比如一些大型机械产品。之前很长一段时间，中俄贸易额不高，原因有很多，其中一个就是俄罗斯市场，虽然处于经济复苏时期，需求量很大，但是购买力不强。此外，由于中国之前向俄罗斯市场进口了一些低端产品，俄罗斯人对中国产品产生了抵制。同时，中俄之间的交流和贸易是不对称的，进入俄罗斯市场的人的素质和贸易水平普遍不高，给人的印象是一些小商贩，甚至一些小商贩。

目前，俄罗斯经济的全面复苏导致俄罗斯市场容量巨大。由于俄罗斯自身的发展水平，对许多中国产品有着强烈的需求。

就制药机械行业而言，苏联时期俄罗斯的制药行业非常发达，所有药厂都使用欧洲好的机械设备，这一

点得到了欧洲制药设备的高度认可。苏联解体后，所有的医药化工厂和药厂不是倒闭就是瘫痪，现在都处于重建阶段。由于俄罗斯医药行业刚刚从危机中复苏，资金和标准都很短缺。由于欧洲医疗设备价格高，俄罗斯制药商在采购制药设备时不得不考虑这个问题。相对来说，在同等条件下，中国的制药设备在价格上更有竞争力，甚至比印度或日本的产品更有竞争力。周认为，其他行业的产品也会存在类似的情况。“所以从俄罗斯整体的市场前景来看，应该是很不错的。”

当然，市场前景看好并不意味着中国企业可以顺利进入，因为这涉及到一系列的贸易问题。比如就机械设备贸易来说，它的后续维护很重要，企业不只是卖东西，把事情做好。首先要进入这个市场，才能谈后续的相关服务。就俄罗斯市场而言，包括参加在俄罗斯举办的相关行业展会和推介会，这些前期工作只是。然后就是合同签订，物流，结算等。这些都能够真正体现中国产品的优势。

深度开发不应该浅尝辄止

开拓俄罗斯市场有很多困难，这需要国内企业深入进去，而不是轻举妄动。国内很多企业目前对俄罗斯市场比较感兴趣，但是参加了一个展会，往往觉得没有结果，不会去第二次。这有很多原因。首先，就贸易流程而言，针对俄罗斯市场，国内很多企业并没有熟悉整个贸易流程操作的员工。其次，对于许多中国产品来说，俄罗斯市场对他们来说仍然是陌生的。国内企业需要让俄罗斯潜在客户了解它，知道如何使用和维护它，但不能指望在俄罗斯人的帮助下完成。大部分工作还是要自己做。这些都需要国内企业对俄罗斯市场有深入的了解，熟悉进入这个市场的贸易操作程序和贸易规则。

开拓俄罗斯市场的问题之一就是沟通不畅。目前国内俄语人才还很少。甚至有些懂俄语的人更容易进入科研机构或大学，实际从事实物贸易的人也不多，更别说专门行业的俄语人才了。比如在俄罗斯展出的时候，很多都是当地临时请来的一、二年级的中国留学生。“有的甚至连‘你好’和‘再见’都说得很清楚，更别说的技术谈话了。”

另外，中国企业拿出来的很多样品里面夹杂了很多汉字，俄罗斯人根本看不懂，只能根据上面的图片猜测。终于回国后，我设法联系上了，但由于时差、语言等一系列问题，沟通中断。

在俄罗斯有很多比较大的中国企业，比如华为，[天狮](#)。这些企业大多在俄罗斯当地招聘，包括俄罗斯人和当地的中国学生。

目前国内企业如果选择单独进入俄罗斯市场，成本比较高。比如希望进入俄罗斯机械设备市场的企业，如果全靠自己，包括设立代表处、展厅、售后服务等，就需要很高的成本。只有人工费，一个人每月的生活费可能需要2000块钱。另外，国内企业自己也做不了更具体的操作，有时候甚至不知道找谁。如果行业协会或相关机构将这类国内配套企业联合起来共同开拓俄罗斯市场，效果会很好，相关费用也会大大降低。

避免思维定势

国内很多人对俄罗斯和俄罗斯人都有情绪化的评价，比如俄罗斯人不守信用，或者俄罗斯商业环境不好

。从做生意的角度来说，任何一个国家的商人都违背了自己的诺言。俄罗斯商人和其他国家的商人没什么区别，那些人不是俄罗斯商人的主流。俄罗斯商人的贸易习惯实际上更接近西方国家。他们非常重视合同，贸易中的一切都服从合同。

俄罗斯的商业环境一直是国内企业关注的焦点，尤其是人身安全，比如俄罗斯光头党对中国人的攻击。出现这种问题的原因有很多，其中之一就是大国情结。俄罗斯之前有世界强国的地位，但前苏联解体后完全不同，国力明显下降。许多俄罗斯人感到心理不平衡，并表现出一定的民族主义情绪。

近年来，俄罗斯的贸易环境得到了很大改善，社会保障得到了明显控制。随着国民经济的复苏，人民生活水平得到提高，社会保障达到了相当的高度。因此，像以前一样的极端民族主义情绪得到了控制，尽管偶尔会有暴力事件发生。“目前俄罗斯的商业环境不错，国内企业对俄罗斯的看法可能更多是一套思维。”

俄罗斯市场研究报告

俄罗斯(或[俄罗斯联邦](#))

)位于欧亚大陆北部，覆盖东欧和北亚的大部分土地。。面积1710万平方公里，是世界上领土面积的国家，占11。世界陆地总面积的4%。海岸线长达3.4万公里。

俄罗斯的一些生活细节简介；

俄罗斯人很注重外表，爱干净，衣着整洁。旅行时总是带着熨斗。俄罗斯人在参加聚会、观看演出时，习惯穿晚礼服，尤其是芭蕾舞。特别高贵。正式场合至少带一套西装或礼服。

大多数大城市，如莫斯科，冬天很长，所以保暖的衣服，如毛皮和棉袄，是必不可少的。冬天穿皮靴或棉鞋。夏天气温不高，但是阴天多，经常下雨。雨伞是必须的，但不需要雨衣。

食物:

俄罗斯人主要使用肉类、牛奶和面食。商店里有很多种香肠、乳制品和半成品食品。蔬菜和水果更贵，尤其是在冬天。

俄罗斯有独特的饮食习惯。一日三餐，早餐简单，面包配火腿，茶，咖啡或者牛奶。午餐丰富多了，一般是三道菜。俄罗斯汤营养丰富，包括土豆丁、各种蔬菜和肉或鱼片。第二道菜是肉或鱼配一些配菜。第三道菜是甜品，茶，咖啡等等。根据俄罗斯习俗，菜肴的顺序不能颠倒。

俄罗斯人喝[伏特加](#)很好。他们用面包和盐招待贵宾。

酒店都是欧洲风情。他们没有配备拖鞋、牙刷、肥皂和其他洗漱用品。客人要自带。酒店不提供开水，但是客人自带电热水器。电源插头为圆柱形双插头，电压220V。

俄罗斯经济概况:

国民经济基础雄厚，经济潜力巨大。工业、农业和交通都达到了相当的发展水平。工业基础雄厚。机械、钢铁、有色金属、石油、天然气、煤炭、森工、化工是主要产业，能源、纺织、军火也很发达。

俄语网络使用:

俄罗斯上网人数约3000万，占总人口的20%，以每年35%的速度激增。

俄罗斯上网成本高，浏览国外网站速度慢，俄罗斯人的大国感强，所以俄罗斯本土网站的页面浏览量和
使用率远高于国外网站。尤其是[搜索引擎](#)。

俄罗斯人一直认为他们的[鱼子酱](#)

、伏特加、芭蕾、太空火箭是世界上好的。现在他们应该把Yandex加入这个佳名单。这个的俄罗斯门户网站让雄心勃勃进军俄罗斯的谷歌不寒而栗。虽然谷歌在2005年在莫斯科设立了办事处，但它只占俄罗斯3000万注册互联网用户的15%，而在家作战的Yandex却占据了55%的搜索市场。

俄罗斯对中国的印象

说到中国，俄罗斯人首先想到的是服装。

中国企业对俄罗斯出口分析

对于中国企业来说，俄罗斯是一块潜力巨大的处女地。特别是当美国、欧盟等中国原有主要外贸市场因次贷危机引发的经济危机和市场疲软，大大降低了买家的购买意愿和购买数量时。俄罗斯这些快速发展的市场更有价值。

从俄罗斯目前的整体经济形态、经济结构和自然资源来看，可以分析国内企业对俄出口的很多行业的外贸前景。

家用电器、家具和消费品:

随着俄罗斯人生活水平的提高，越来越多的电子产品和家用电器逐渐进入普通人的家中。对于年轻人来说，轻量级的电子产品是他们的爱。比如[莫斯科南部](#)

的Mega-1购物中心，消费者在法国欧尚超市购买日用品；在瑞典宜家购买家具；几十家专卖店出售从伊弗罗西化妆品到CK内衣的所有东西。俄罗斯市场是中国企业想在国外推出自己品牌产品的好试金石。不

需要投入太多资金，识别相应的消费群体，就可以像在国内运营品牌一样，开始海外品牌的运营。特别是一些类似于加盟连锁销售的企业，在俄罗斯也能找到巨大的市场，因为所有的品牌对俄罗斯人来说都是新鲜的，对品以外的产品没有太大的忠诚度。适合的企业有家电制造商、家具制造商、家具配件制造商和各种消费品制造商。

俄罗斯市场对中国商品的需求已经扩大

值得一提的是，中国对俄出口产品结构发生了显著变化。自20世纪90年代以来，中国主要向俄罗斯出口纺织品、服装、鞋类和家用电器等日用消费品。自2006年以来，机电产品已成为中国对俄罗斯出口的大类别。

俄罗斯的重工业和轻工业是在前苏联形成的。苏联解体后，俄罗斯一直处于政治动荡和经济危机之中。1998年以来，俄罗斯经济复苏，调整机械、发展生产成为经济生活的主流。[塑料加工机械](#)、印刷机械、[食品加工机械](#)、包装机械等轻工机械设备市场日益升温。这些设备在俄罗斯的生产供应能力很弱，所以主要依靠进口，市场广阔。

中国家用电器很受欢迎

据了解，LG、松下、西门子、飞利浦在俄罗斯家电领域占据垄断地位。与其他国家的产品相比，中国的家电大的优势是价格低，质量好。

据报道，俄罗斯的市场进入门槛不高，市场潜力巨大。俄罗斯发达的金融信贷业务也为本国居民赊购提供金融支持。

俄罗斯消费者特征分析

俄罗斯市场结构复杂，不确定因素多。贫富差距大，民族人口复杂，消费水平多样化，市场定位困难。出于误解，一些国内外公司认为俄罗斯消费水平低，向俄罗斯市场出口呆滞积压的商品。他们的错误是把俄罗斯市场当成了不发达国家的市场，他们没有注意到以俄罗斯为主体的前苏联是一个与美国平行的超级大国。俄罗斯消费者对商品的选择要求很高，严格挑剔。俄罗斯消费者喜欢追，即使贵也有人愿意买。这种情况主要有两个原因。俄罗斯人普遍文化程度较高，想买适合自己身份的商品。第二，俄罗斯人民在住房、汽车和其他设施方面实现了现代化，并将主要收入投资于食品、家用电器、服装和耐用消费品。