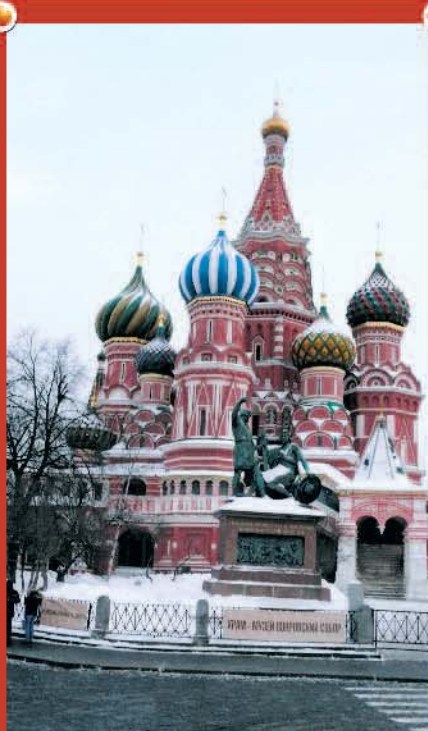


看莫斯科展 談俄羅斯自行車市場

圖、文◎阮素琴

RUSSIA BICYCLE MARKET



▲二月的聖瓦向里教堂顯得很冷清。

歷經民生物品匱乏、解體與改革的俄羅斯，已走出經濟蕭條的貧困與不安的窘境，夾著原油、天然氣、鋁錠、鋼材等金屬、化學品、木材製漿等優勢，俄羅斯正連續第八年（2000年至今）保持經濟成長。根據俄羅斯聯邦統計局統計，2006年俄國經濟規模已達一兆美元，GDP成長（國內生產毛額）成長6.7%，其中以建築業成長最大，達14%，其次為運輸、交通與金融，約成長10%，通貨膨脹率也大為縮小，2006年通膨已降至10%以下，甚至2006年1-9月通膨率祇有7.2%。至今年2月23日止，俄羅斯外匯存底為3,111億美元，冠居全球第三經濟榮景帶動消費力大增，自行車業也大舉入侵。

採中央集權的俄羅斯，不僅政局穩定，百姓生活也大為改善，尤其大城市如莫斯科失業率僅1%，出身KBG的現任總統普金深受百姓愛戴（78%），雖然他的強勢作風和權威領導風格引來一些爭議，但自上任以來，對著手俄羅斯經濟改革並且將教育、住房、婦女生育等列為民生綱領，因為房價持續飆漲，祇有3%-5%的人有能力負擔一再上漲的房價；對於醫療制度也受到諸多抱怨，尤其有些手術費必須自行負擔，造成死亡率高過出生率，其中20-40歲的人口數逐年下降，加上人口不斷外移等，都成為俄羅斯當局隱憂。為了平衡這些失衡現象和鼓勵當地婦女生育，俄羅斯政府給予貼補生產費用。



▲嚴冬也有人騎自行車。

政經情勢、消費力分析

俄羅斯人口 1.44 億、一百三十多種民族，其中俄羅斯族佔總人口約 83%；其土地面積達 1,707 萬 5,000 平方公里，橫跨歐、亞大陸，是世界土地面積最大的國家，領土約占歐洲總面積的一半，占亞洲總面積的三分之一，由於俄羅斯有 3/4 的人口和 4/5 的工業產值集中在歐洲，所以一般稱俄羅斯為歐洲國家。莫斯科（1,000 萬人口）和聖彼得堡（500 萬人口）為二大主要城市，其中莫斯科為政治、經濟、教育、文化中心，消費能力佔全俄 23%，消費高居全球之冠；而聖彼得堡地廣人稀、生活水平高、貧富懸殊不像其他城市差距那麼大，建築風貌多走歐洲風格，擁有冬宮、夏宮等藝術資產，普金總統就是聖彼得堡人。

俄羅斯人均收入在這幾年都保持 10-20% 的成長幅度，平均工資 10,800 盧布，其中以莫斯科最高，約 2 萬盧布，因此一些企業都將工廠或公司設在郊區。自行車企業員工月薪在美金 200-300 左右，視產業、職務而定。俄羅斯人喜歡進口商品，因此一些珠寶、汽車展都能有非常好的銷售成績，據了解當地擁有上億美元的富翁有 3-5%，



▲ Velomotors 莫斯科廠。

也因此高檔自行車擁有一定的消費族群，而且每年有 10-20% 的成長率。

由於經濟上的突飛猛進，帶動消費力的提升，在有錢就買車的觀念

之下，使得莫斯科的交通擁塞相當嚴重，雖然莫斯科地鐵很雄偉，而且兼具建築美學與文化特色，但生活改善致使大多數人買車代步，而有錢人認為搭地鐵是窮人家的交通工具所以少搭地鐵或公車，地鐵已成為遭竊的場所之一，奉勸大家到俄羅斯旅遊要非常小心，不要單獨搭乘地鐵，人潮擁擠也不要身陷其中，因為容易被扒竊，筆者曾在地鐵站目睹一群吉普賽女孩在月台上伺機行竊，她們都在車子進站大家擠上車時跟著上車，並在車門關閉前下車，下車時已得手，因此，除非成群結隊或有當地人作陪，否則還是搭乘正規黃色計程車較安全；不少計程車司機都可以講英文，但收費較高，但當地人常在路上攔車問價錢，談妥就上車，總而言之，到俄羅斯小心為要。

年銷售6百萬輛

自行車在俄羅斯到底生產量、銷售量如何？說真的很難有確定數字，就如天氣和路況很難有肯定答案，因為每家數字都會誇大，祇得自己判斷，但整體來說，俄羅斯全年銷售量在 600 萬輛上下（去年為 530 萬左右），其中童車約 380-400 萬，MTB、City、跑車在



▲ Velomir 也在表演場地提供軟墊供騎手練習，Sportacademia 則是獨家舉辦比賽活動。

200-250 萬輛左右，以進口車為主，童車 80% 以上自大陸進口 (CKD 或整車)，一般來說，當地自行車廠以童車和單速車居多，付款大都以 T/T 30% 居多，少數甚至也有 T/T 100%，這個穩定成長的市場的確值得業者一窺究竟。至於 MTB 則進口自美國品牌、台灣和少數歐洲，也有少部分來自大陸和越南，售價方面，大致低價位從 1,700-4,800 盧布 (1 美金 = 26.04 盧布，未來可能升值到 1 美金 = 25 盧布)，中價位在 5,000-7,800 盧布，高單價則自 8,000 盧布以上。據當地自行車商場表示，中價位車子成長較大，而且愛好騎車的人也越來越多，像俱樂部會員也持續增加，因為騎自行車不僅是休閒運動，也是時尚象徵，而且對塞車嚴重的莫斯科和聖彼得堡等大城市，騎自行車反而是可行之道。

4、5、6月為銷售旺季

俄羅斯的自行車銷售季節從 3 月到 8 月，其中 4、5、6 月是銷售旺季，8 月底開始就促銷，雖然 9 月份有部分人會買自行車，但數量不多，11、12、1、2 月幾乎少有人去店裡買車，自行車店也不會進貨；一般在冬季時自行車廠也會調降售價 5-15% 不等，視實況而定，當然，俄羅斯自行車廠還是照樣生產，但相對的庫存就不少，顏色以深藍、灰色、黑色、紅色為主，主要銷售自行車地點為連鎖店、直營店、自行車商場、百貨公司、自行車店甚至定點或不定點銷售，不少自行車透過 Sahar (法國迪卡儂) 賣出，也有

在 Sportmaster 當地 120 家分店銷售，其他尚有 Sport Hit、Alisa、Trail Sport (Performance)、Inter sport 等銷售渠道。

Velomotors 和 Stefyvelo 是俄羅斯二大自行車廠，其中 Velomotors 在俄羅斯有 45% 的市場佔有率，而 Stefyvelo 近幾年除聘請有三屆俄羅斯冠軍騎手 Sergey 任技術經理外，並組車隊和重視行銷，這二家除供應內銷市場外，也銷往烏克蘭、白俄羅斯、烏茲別克、哈薩克等地。進口部份以 MTB、BMX、童車、City、折疊車和跑車，整車進口稅為 20%，零件 10%，有些自行車企業為了不引起俄羅斯海關注意，有的要求供應商運往不同港口，進口和經銷商約有 20 家是規模較大，如 Velomir、Sportacademia (Veloimperia)、Sportex、Trail-Sport、Ilion (Sportmaster)、Alisa、Velomarket、Velocityk、Alna-Bike、Gaint 俄羅斯代理、Velolimp、SECA、URAN、Vertikalniy Mir、Sport-Hit、Success、Fortix、Stinger、Tpaesa、Arves Market、Wels、Velobox，大部份進口商都有代理國外品牌，有的甚至超過 40 種品牌 (如 Veloimperia)。



▲Velomotors 董事長 Alexandr 騎的這部機車從中國進口再貼上他們 Logo，Alexandr 表示今年他們會加強機車業務，目前仍以進口為主，未來二年將在俄合資生產機車。



▲Stefyvelo 總經理 Ignatyev Alexandr 表示，Forward 每年成長 20%，計劃今年進口碳纖維車架。



▲Velocity K 董事長Tukalkin Aleksey (右)表示，該公司99%產品來自中國大陸和台灣，年售自行車約8,000輛，左為他女兒Valentine。



▲ALNA-Bike 家族企業董事長 Alexandre Podkopaev (右)表示，他們 70% 來自台灣進口，30% 由歐盟供應，圖中為他妹妹，左為 Alexandre 兒子 Serguei Podkopaev。

Velo Park展和MICS展

俄羅斯主要的自行車展有二個，一個為專業自行車展 (Velo Park)，另一個為 MICS (運動器材和自行車展)，今年這兩個展會的展期只相差 4 天。

2 月份的莫斯科冰天雪地、滿地雪跡，儘管凍得要命，仍阻擋不了積極拓展俄羅斯市場的台灣和大陸自行車業者。

 **Velo Park 展：**莫斯科 Velo Park 專業自行車展為期 3 天 (2 月 22~24 日)，2008 年也在同時間舉行。天寒地凍、路又溼滑，稍一不慎就會滑倒，甚至展會第 2 天的氣溫降至零下 25℃~30℃，冷到極點，但參加 Velo Park 比賽活動的騎手還是冒冷參賽，雖然會場外面冰

►Veloimperier以 Sportacademia之名展出，總經理Michael表示，他們不想祇侷限在自行車業。



冷，但展覽場內卻很熱絡。Velo Park 是專業自行車展，規模不大祇有 80 家參展廠商，大多數為俄羅斯的進口商、經銷商和製造商，可以說主要俄羅斯的重要廠商都在這個展，當然也有少數幾家，如 Alisa (童車為主)、Success (進口商)、Tornado、Omni...沒參展，但 Alisa、Success 等皆有派員前來會場，這個展今年並沒有大陸廠商參展，台灣參展廠商有元毅、大亞、雅瑟斯、美輪、維豪、輪彥共 6 家。

Velo Park 展 (簡稱 VPS) 被定位為 Dealer 展經銷商 (B2C)、進口商和車友俱樂部都較支持該展會，雖然去年規模只有今年的一半，但自行車業認為 VPS 對提升形象與品牌知名度有幫助，因此今年規模不僅比去年增加近一倍，同時展覽場內還舉辦二個活動，其中較大型的比賽是由 Sportacademia (Veloimperier)



▲冰天雪地之下的Velo Park展會外觀。



▲這個活動場地是Trail-Sport (Performance) 所安排。

主辦：另一邊活動則由 Trail-Sport 所舉行。參加大型比賽的選手很熱絡，觀眾席上的觀眾也不少，甚至第2天展會結束後（展會時間從早上10點至下午6點），不少自行車愛好者還在觀眾席上觀看比賽。

該展的參展廠商以俄羅斯當地業者最多，除了兩大自行車廠 Velomotors 和 Stefyvelo 參展外，還有奧地利 KTM、白俄羅斯第一大廠 Motovelo，投資立陶宛 Baltik 的德國 Panther、烏克蘭 Usi...等；經銷商或進口商如 Velomir、Sportacademia、Sportex、Ilion (Sportmaster)、Velomarket、Velocity、Fortix、Giant Russia、Arves Market、Shimano 等都參加此展。雖展覽早上10點開始，但11點半後參觀的人才陸續出現，參展廠商大多表示，今年比去年好多了，展出的展品有 MTB、童車、BMX、City、跑車、折疊車甚至機車（Velomotors 會場除自行車外也展出機車）；台灣參展廠商表示，展出效果還不錯，最起碼對俄羅斯市場有更直接的接觸與了解，部分已有俄羅斯客戶，也有透過該展找到不少潛在客戶。

大多數參展的俄羅斯企業都是名牌或不同品牌的代理，俄羅斯進口商表示，雖然他們已有代理一些品牌，但希望跟更多台商和大陸廠商做生意。挾能源和金屬鋼材、自然資源優勢，俄羅斯經濟大為改善，消費能力

也大為提升，對品質的追求也越來越重視，不像過去祇注意價格，因為自行車是時尚運動，所以追求高品質和名牌的消費者也越來越多，雖然中低檔自行車仍為大宗，但對進口產品的需求每年至少都有10%~20%的成長。

主要自行車廠&進口商概況



▲Velomotors董事長Alexandr Nacherkin (右二) 出身軍人，投入自行車業已13年，政商關係良好、企圖心很強。

●Velomotors：俄羅斯最大的自行車廠，已經營13年，擁有三個廠分別在莫斯科（距莫斯科45公里）、Krasnoo-lar（距莫斯科1,500公里）、Sibir（距離莫斯科約2,200公里）。董事長Alexandr Naehevkin 表示，Velomotors 產能可達250萬輛，其中莫斯科廠有2條生產線，Alexandr 表示，這個廠年產量可達120萬輛，並將在今年增建現址入口處約



▲Velomotors廠內生產情形，有二條生產線。



▲Velomotors國際採購經理Igor，他在兩岸自行車業頗具知名度。

28,000m²，預計在冬天可以完工。其品牌為 Stels，內銷市佔率為 45%，也出口到白俄羅斯、烏克蘭、烏茲別克、哈薩克等國，在俄羅斯有 14 家 Velomotors 直營店。Alexandr 說，俄羅斯雖自產鋼材，但出口價格比內銷便宜，同時俄羅斯零件製造廠少，Velomotors 也祇生產車架和輪圈，其餘都向台灣和中國進口，約 80% 來自中國（包括 CKD），20% 來自台灣、印度。除自行車事業體外，Velomotors 也經營運輸事業 Scania。

軍人出身的 Alexandr 政商關係非常好，喜好雪上摩托車、釣魚、打獵等活動，Alexandr 曾獲普金總統頒贈金錶和獎狀，感謝 Velomotors 對俄羅斯經濟的貢獻。Velomotors



▲ Velomotors 董事長 Alexander Nacherkin 曾獲得普金總統頒贈金錶和獎狀。

今年將推出新品牌，Uralitze 鎖定低檔價位車；Skiff 則以高檔定位；Alexandr 指出，今年重點在機車生意，也與大陸廣州一家摩托車廠商合作，計劃在俄羅斯生產摩托車，目前則向大陸進口，預計二年後，即有能力生產摩托車。

● **Stefyvelo**：第二大俄羅斯自行車廠，Forword 為其品牌，設立於 1999 年，位於 Perm（距離莫斯科約 1,600 公里），年產量可達 500,000 輛，2006 年生產 400,000 輛。總經理 Ignatyev Aleksandr 表示，Stefyvelo 每月產量可達 45,000 輛，預計今年生產目標為 440,000 輛，約佔內銷 28%~30%；出廠價格為 3,100 盧布，該公司每年以 10%~15% 的成長，Ignatyev 表示，Forword 每年也搶下



▲ Forward 強調堅強 Team Work 才能提供良好的車子給消費者。



▲ Stefyvelo 是俄羅斯第二大自行車廠，去年產量近 400,000 輛，中為經理 Mordvinov Roman，左為俄羅斯三屆冠軍車手 Sergey，右為技術經理 Izhboldin Sergey。

一些白俄羅斯 Motovelov 的市場。

Stefyvelo 在行銷策略上較積極，也自組 Forward 車隊，並聘用俄羅斯三屆冠軍車手 Sergey 任技術經理，該公司自己也生產車架，但也向大陸南方一家車架廠進口車架，有鋁合金和鐵製車架，計劃今年進口碳纖維車架。當然也向台灣和大陸零件廠進口，總經理 Ignatyev 表示，他們大部份在大陸併櫃，因為從大陸到莫斯科祇有三星期，但從台灣到俄羅斯則需 45 天到 2 個月之久。此外，Stefyvelo 也自大陸進口水泥。



▲白俄羅斯Motovelo年產500,000輛自行車，目前還是國營企業，所以積極尋求突破，左為Maⁿhobeknn，右為設計部主管Radkevich Mihail Ivanovich。

●**Motovelo**：白俄羅斯最大自行車廠，員工有2,500人，已有60年歷史（1945年成立），還是國營企業，產量約500,000輛，該公司90%零件自製，祇有像輪胎、泥除等向外購買（中國、印度、白俄羅斯以及波蘭），也銷往俄羅斯、烏克蘭（約50,000~100,000輛）。Motovelo 70%為傳統自行車（單速車），30%為童車，平均零售價約US\$80，在白俄羅斯市中心有7家直營店，該公司希望加強童車。設計主管Radkevich Mihail Ivanovich表示，俄羅斯有1,200萬人口，自行車市場也一直穩定成長，他們對白俄羅斯現任總統盧卡申科（Alexander Lukashenko）的施政表示滿意，自脫離俄羅斯後，盧卡申科致力於改善人民生活與工業發展，他認為現在白俄羅斯比前蘇聯時期好，該國總統曾訪問過中國大陸和台灣。Motovelo希望透過展會能找到更多台灣和大陸自行車業者合作，以提升目前低檔次的車子。



▲Arves-Velo是立陶宛Baltik的俄羅斯總經銷，四年前德國Panther投資Baltik，主要Panther自行車也由Baltik生產，圖為Arves-Velo總經理Aranovski VLAdimir。Ag的車子主要也由

●**Arves Velo**：是立陶宛Baltik Vairas的俄羅斯總經銷，德國Panther Werke

Baltik生產，據Arves董事長Aranovski Vladimir表示，Panther在Baltik的年產量300,000~350,000輛，而Baltik年產量可達500,000輛。外傳是德國Panther買下Baltik，但Baltik公司Mr. Oleg Meclvedev表示，他們是合作伙伴也就是Panther在四年前投資Baltik，且Panther車子大部份來自立陶宛Baltik。

●**Velomir**：大型進口商和經銷商，年銷售自行車在45,000輛左右，也是美利達、Haro、Cannondale、Maxxi、SRAM、Hayes、Iron Horze、立富、DK的俄羅斯代理，Velomir在俄自行車界頗有名氣，擁有自己的品牌ATOM。



▲Velomir代理多家知名品牌產品，立富也由這家代理，左為立富蕭智元總經理，右為Velomir進口經理George Bogator。

●**Sportacademia**：很多人對這個名字或許不太熟識，但對他們的關係企業Veloimperieria就很熟識，Veloimperieria在俄羅斯自行車業中名氣很大，據總經理Michael表示，因Veloimperieria祇限



▲Sportacademia (Veloimperieria)經銷40多種品牌，年售20,000輛自行車，有40家專賣店。

於自行車業務，而 Sportacademia 除自行車外尚有戶外運動等其它產品，

Michael 也表示，這次 Velo Park 的比賽活動是由他們獨家主辦，該公司經銷 40 多種品牌，成立於 1998 年，對自行車活動也很積極投入。

● **Sportex**：Trek 俄羅斯代理，銷售業績非常好，這家公司很早（1994 年）就投入自行車行業，2004 年 3 月之前也是 Shimano 當地的代理，目前在俄有 3 處辦公室、2 家店，目前也是 Gary Fisher、Klein、KMC、CatEye、Nike、Park Tool、V P、Hutchinson、Mavic 的經銷商，這次攤位以 Nike 紅色為背景，相當醒目，會場主推 Trek Marrico BMX 車。

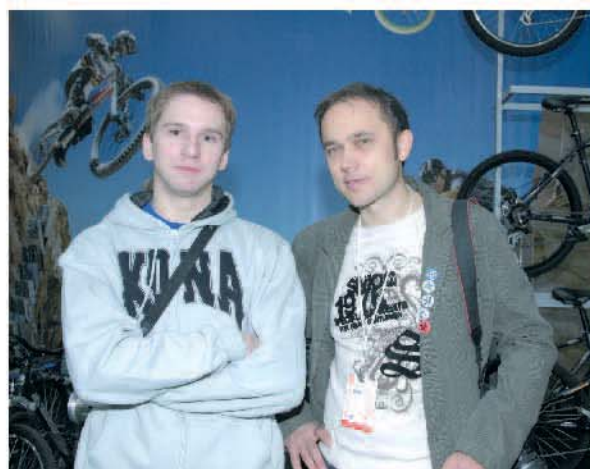


▲ Sportex 是 Trek、Klein、KMC、Nike 等俄羅斯代理，在莫斯科有三個辦公室、二家店。

● **Ilion (Sportmaster)**：在俄羅斯有超過 300 家連鎖店，其中莫斯科有 38 家，已有 14 年歷史，主要進口和經銷運動器材，包括室內、外運動用品。據該公司產品經理 Andrey 表示，Ilion 在俄有 120 家 Sportmaster 連鎖店，200 家 Sportcandia 連鎖店，Sportcandia 是繼



▲ 這二位是 Sportacademia 業務和採購主管，左邊這位也叫 Michale，他表示年銷售 20,000 輛自行車。



▲ Ilion 在俄羅斯有 320 家，其中 Sportmaster 有 120 家店，Sportcandia 有 200 家，莫斯科就有 38 家，左為產品經理 Andrey、右為行銷經理 Anekeen。

Sportmaster 經營成功後再創立的新品牌。主要車子進口自中國和越南，本身也是 Kona、Nordway、Bone、Ovex、Cyclotech 經銷商，其中 Cyclotech 以零配件為主，Bone 則是 BMX，中高檔則以 Nordway 為主。

● **Shimano**：2004 年 3 月成立俄羅斯分公司，目前有 15 人，由 Takanori Yokoyama 任總經理，在俄羅斯有 100 家客戶，主要大客戶有 4 家，這次二個展（Velo Park 和 MICS）都有參展，業務經理 Yuri Popov 表示，今年 Velo Park 的效果比 MICS 好很多，Yuri 也希望這兩個展若能合併相信對自行車



▲ Sportmaster 位於莫斯科藝術大街旁的店是 24 小時營業。



▲ Shimano 俄羅斯業務經理 Yuri Popov，建議 Velo Park 展和 MICS 二個展可以合併。

業較有利，今年在 MICS 展會上 Shimano 和白俄羅斯 Motovelo 共同發表 2008 年新品。

● MICS：運動器材和自行車展（B2B），展期為 4 天，在體育館舉行，有 150 家左右參展廠商，展品有球類、運動器材和自行車，以俄羅斯當地企業最多，其次是來自中國大陸，因為去年大陸有幾家參展商（如 Dahon 等），因 Velo



▲中國大陸是這次海外最大參展廠商。



▲ Giant 俄羅斯代理 Eichler Boris 表示，Giant 售價從 6,000~25,000 盧布，07 年銷售目標為 13,000 輛。



▲ URAN 也是二個展都參加，該公司成立於 2002 年，每年 50% 成長，主要自天津進口。

Park 展品未到，加上去年 Velo Park 規模也祇有今年 60% 左右，所以今年大陸自行車業 107 人共 34 家（其中自行車業有 27 家）全都參加 MICS 展出，大多透過北京海蘭基展覽公司組團，由趙克旺總經理帶團，中國自行車協會由范震同行，多數參展和參觀者都是第一次到俄羅斯，除了和老客戶見面外，對展會也有怨言，當然沒能達預期效果是主因，不少大陸自行車業者表示，明年考慮參加 Velo Park 展。今年參加 MICS 的台灣自行車業包括常昌、輪彥公司在內共有 5 家，也有幾家運動器材廠商參展。俄羅斯兩大自行車廠 Velomotors 和 Stefyvelo 也有參加 MICS 展，甚至這二家公司 MICS 的攤位設計比 Velo Park 講究，他們原先也認為這個展對業務比較有幫助，但顯然也沒達到他們理想：大多數經銷商和進口商都沒有來此參展，有幾家兩展都參與展出，如 Velomotors、Stefyvelo、Velolimp、Shimano、Stinger、Arves Market、Seca、Uran、Wheel Giant（輪彥）等。MICS 展會費用比 Velo Park 高，展館比 VPS 大，但來看展的人就沒 VPS 多，連會場內供騎手活動的場地也冷清很多，不過，2 月 28 日主辦大會舉辦的晚宴因有清涼民俗表演，與會人士都很 High。



▲晚宴 Party 民俗清涼表演、氣氛很熱。

值得一提的是由大陸前往參展（觀）的業者大都採觀光簽證，這很冒險，因為採觀光簽證不能有商業活動，一旦被查到就不能入境，這次去機場就有帶樣品在莫斯科海關遭查問，雖付錢了事，但還是不妥當！因此筆者呼籲要前往俄

羅斯的業者要儘早辦理商務簽證，須注意的是要有當地邀請函才可辦理商務簽證，手續上較麻煩，也因此有些旅行社怕麻煩就只做觀光簽證。

2月23日是俄羅斯「軍人節」也稱「男人節」，在當天人們都會向俄國男人道一聲「男人節快樂」。習俗方面，俄羅斯有一些忌諱，比如送花不可雙數，因為雙數是送給死人的；握手不可一人在門內、一人在門外，這樣表示會分開；也不在嬰兒面前稱讚，如果不小心說了讚美的話或在人面前說對方好話，就要用拳頭在桌上敲幾下以示平安無事。

俄羅斯人冷漠並排外

到俄羅斯旅遊，安全第一，儘量不要落單，也不要行走暗的地方或人少的地方，尤



▲莫斯科地鐵有美學建築，但搭地鐵還備或搶的機會大，另外儘量靠在牆壁，免得被推下鐵軌。

其在地鐵站也不要太靠近，免得被推下月台遭火車輾斃，因為二年多前就有日本和韓國女孩被推下月台遇害的情形，原因在於俄羅斯人很排外，根據華人報報2月份試刊號報導，普金在記者會上曾表示，俄羅斯本地居民和外國人之間利益分配不均導致俄羅斯排外（歧視）原因之一。尤其對亞洲人、中亞人不友善，其中光頭黨更是令人畏懼，尤其4月份法西斯紀念日子更是猖狂，因此大家看到光頭或全身黑色打扮的年輕人要儘量避開。筆者也聽說當地一些中國、越南和台灣等亞洲留學生常遭毆打或殺害之事，留俄學生的安全堪虞，當地留學生無奈地表示祇能自求多福；也

有警察遇狀況時會留置警車或拿錢的情形，甚至也有將台灣留學生戴到荒郊野外丟棄的情形，因此，業者若前往俄羅斯要記得將護照隨身攜帶，住飯店先登記取得臨時移民卡也要隨身攜帶以備查詢。另外，走在路上也要注意來車，因為俄羅斯人開車非常快，俄羅斯也是世界車禍比例最高的國家之一。



▲外貿協會主任李文鈺（左）和經濟組秘書陳御群（右）對台商前往俄羅斯提供很多協助。

由於台灣與俄羅斯沒有正式邦交，所以有很多不方便之處，但經濟部和外貿協會在莫斯科都有服務處，對前往俄羅斯的商人和旅客也提供很多協助，如商情諮詢或代找翻譯等。今年 Velo Park 展會期間貿協李文鈺主任與經濟組陳御群秘書也都前往關心參展台商，並提供不少資訊。行銷經理 Elena Avgyan 也到 MICS 展了解展況，而不少台商也透過黃友梅小姐找到翻譯人員在會場上幫忙；一般台灣學生一天的翻譯費約 80 美元，俄羅斯人要 100 美元以上，大陸留學生則從 70 美元起跳。據了解，在俄羅斯的台商約有 14 家，留學生約 70 人，當地大陸留學生則至少有一萬人以上。

重施新移民法、關閉契爾基諾市場

2007 年 1 月 15 日俄羅斯開始實施新移民法與整頓市場政策，此舉對在當地生活的外國移民造成很大衝擊，這也說

明外國人要在俄羅斯做生意之前必須先將身份合法化，尤其對在俄經商的中國人、越南人和中亞人可說寢食難安，因為自去年11月起，俄羅斯政府宣佈要實施新移民法和關閉歐洲最大集裝箱市場—契爾基諾市場（Уепkhобсхун наpk），對在此市場經商的亞洲人可說是一大打擊，因為每日在此出入的人次近百萬人，很多經營皮件、成衣、鞋子、生活用品的中國人和越南人和中亞人都將面臨另起爐灶的命運。由於俄羅斯將在今年舉行國會大選，08年又逢總統大選，為了保障俄羅斯人權和建立政府威信，以爭取更多選民支持，俄羅斯政府的改革與整頓勢在必行，因此第一階段將在7月1日逐步清理，12月31日前關閉，莫斯科政府已計劃在原地建設新的貿易中心、大型運動場、生活與樂中心等設施。

金磚四國（中國、印度、巴西、俄羅斯）之一的俄羅斯能否像高盛在2003年的研究報告中指出，2050年世界經濟強權將重新洗牌，新六大經濟體分別為中國、美國、印度、日本、巴西和俄羅斯，值得關注！另外高盛也指出，未來金磚四國將有8億人口成為中階級，也將超越美國、日本和西歐的總和。這四個國家將在能源、天然資源、資本市場扮演主流市場，並成為全球重要消費市場。當然，也有可能例外，如遇天災、戰爭、人禍（恐怖攻擊...）則可能有所改變，未來雖可以預測，但無法掌握。但對自行車業而言，祇要用心、誠心和定位清楚，選對伙伴、善用資訊就會有收穫。



▲奧地利KTM第一次到俄參展，總經理Josef Spie Bberger表示，KTM捷克廠年產量近70,000輛，奧地利年產量約140,000輛。



▲建大輪胎由俄羅斯代理Arves Market參展，圖為總經理Vladimir，這家公司成立於1998年，銷售自行車約8,000輛。



▲Fortix Mr. Ranch Yan表示，他們年銷售約70,000輛自行車，其中50,000輛為中低價位，20,000輛為中高檔車，也有Internet Business但很少。



▲ Stinger 攤位設計很講究，有二個品牌（Stinger 和 Nova Track），售價從 US\$ 200~800，在立陶宛 Peerless 也生產輪圈。



◀ 義大利這家 Cicilesperis 是唯一一家義大利參展廠商，他們參展目的就是與市場交流，據這位先生表示，他們年產自行車 500,000 輛，零件自台灣和大陸進口。



▶ 這輛結合碳纖維和鈦合金的跑車零售價約 6,000 歐元。



▲ Alisa 以銷售童車為主，在莫斯科也有大店面，2005 年 9 月在 Koliningrool 設廠生產自行車，左為採購經理 Igor Abroskin，右為業務 Mila。



▲（左二和右一）這二位先生是專程由捷克到 MICS，右二為建大代理 Arves Market Vladimir Sadritsky，左一為他兒子。



▲ TAN-BOHLE 成立於 1998 年是 SCHWALBE 俄羅斯代理董事長 Yevgeny Yagodin, Ph.D 以前是行銷顧問。



▲ 荷蘭機械業務經理表示，公司業務在俄羅斯每年成長 20~30%。



▲ Success 是大型進口商，據董事長 HapaHr 表示，Success 已蟬聯 15 年的進口冠軍，以中低價位為主，主要從印度、中國進口。