

莫斯科 *Velo Park*展

圖、文◎阮素琴



▲部分台灣參展和參觀團員攝於會場內觀眾席上。



走 在莫斯科的街上，隨處可見頂級汽車來來往往，俄羅斯有錢人越來越多，連自行車也一樣，高檔車成長速度非常快，但是中低檔車款仍是主流市場，社會貧富兩極化發展明顯。因為市場持續擴大，所以展會也維持成長。今年 Velo Park 展期同去年一樣（2月22-24日），但氣候卻大不相同，去年展會期間最低溫達到零下25℃，雪地寸步難行。今年雖然下著雨，但氣溫仍在零度上下，跟 Velo Park 展一樣有逐步升溫的感覺。



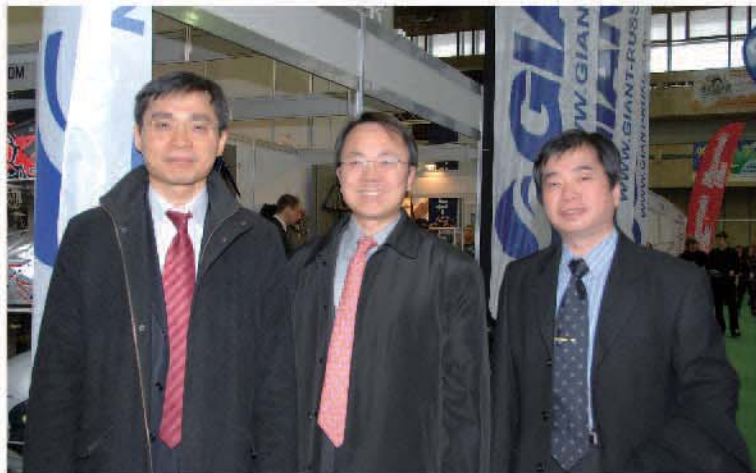
▲東正教聖誕節為1月7日，雖然已是二月底，但紅場廣場供兒童溜冰場地還是很有耶誕氣氛，後面大樓是莫斯科最大百貨公司。

俄羅斯現況

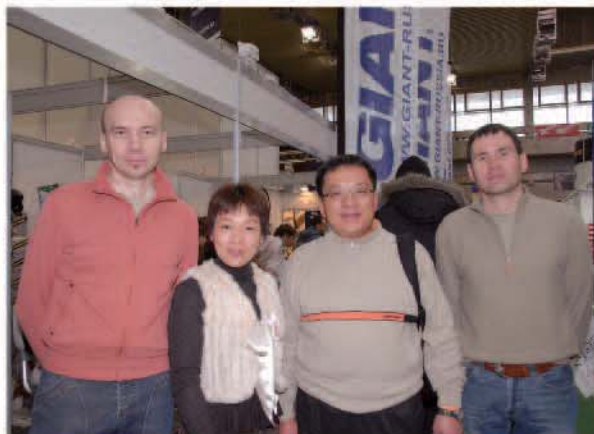
Velo Park 展覽到今年已第四屆，規模比去年更大，大約增加23家參展廠商；今年台灣參展家數13家，大陸有12家，去年台灣只來6家，大陸業者則都參加 MICS 展，今年台灣和大陸參展廠商就佔展會的五分之一強，俄羅斯主要廠商都有參加展出，只有少數幾家今年沒來，如 Sportex、KTM。但 Omni 和 Performance 去年和今年都沒來參展。Sportex 因 Trek 在俄羅斯銷售成績亮眼，

也是外來第一品牌，所以今年沒參展。Velo Park 是 Dealer 展，參觀者是當地人居多，也有來自烏克蘭的廠商。雖然莫斯科有另一個運動器材和自行車展（MICS），但多數自行車業尤其進口商還是選擇 Velo Park 展。以台灣為例，去年來了15個人左右，今年的團成長至48人，足足比去年多三倍多，可見俄羅斯市場已成兩岸自行車征戰之地。

過去俄羅斯冬天時間近7個月，但這幾年全球暖化導致冬季季節變短，由原來7個月縮短為5個多月，以1.44億人口的國家而言，對自行車銷售確實有很大幫助，加上莫斯科和其他大城市都有塞車問題，騎自行車作為短程交通工具已逐漸變成趨勢，只是大部分俄羅斯人



▲國貿局經濟組和外貿協會駐莫斯科辦事處主管到展場關心給廠商打氣。(左)外貿協會莫斯科主任李文鈺。(中)國貿局經濟組組長連建志。右經濟組陳御群秘書。



▲Giant二位業務主管專程到展會為Giant俄羅斯代理打氣。由左至右Giant烏克蘭代理總經理Victor Petrovich。中國Giant行銷經理劉素娟。Giant業務副總劉湧昌。右為俄羅斯代理



▲世同公司展出的鈦合金 (Scandium) 車架 (KD-11)。重量980公克。



▲Arves Market賣場工作人員均著黃色T-shirt。與建大banner很一致。中為建大輪胎國外業務課長簡素美。右：Vladimir Sadritsky。左為Vladimir兒子。



▲俄羅斯市場也是東歐和獨立國協爭取的目標。(右一)WTB捷克總經理Katorina Rejchrtova。(右)瑞振業務許雅惠 (Vivian Hsu)。

開車非常快，又缺少自行車道，貿然騎車上路危險，所以父母教小孩騎車都在公園或政府配置小木屋的鄉間道路，但是不少喜好自行車的騎手還是會騎上馬路。

俄羅斯因為沒有自行車協會，所以產量、銷售量都沒有統一數據，很多自行車廠和進口商都會誇大數字，所以數據往往僅供參考。隨著經濟成長率逐年增加，根據外貿協會駐莫斯科資料，2005年經濟成長率 (GDP growth) 為 6.4%，2006 年為 7.4%，2007 則 8.1%，人民收入以 15% 增加，自行車市場也保持 10-15% 的穩定成長。根據不同廠商提供資料得知，每年自行車銷售約 470 萬輛到 600 萬輛，童車超過一半，進口車子以 MTB 居多，BMX 也在持續成長：

顏色方面除了深色外，亮色如白色也有增加趨勢，MTB 價格銷售得最好的約 US\$200-270。

俄羅斯主要自行車廠商有 Velomotors、Stefyvelo (Forward)、Atalis、ABT、Alisa (以童車為主)，其中 Stefyvelo、Atalis 和 ABT 等三家都來自 Perm 這個城市；進口商和經銷商有：Velomir、Sportacademia (Veloimperier)、illion、Sportex、Velolimp、Velobalt (Stinger)、Velocity、Anna Bike、Tanbohle、Russ Bike、Performance、Giant Russia、Master Bike、Normark (Shimano)、Arves Market、Velomarket、Arves-Velo、Sport trade (spark)、Success、Maximu、Velonika 等，大部分老闆都在 40-47 歲左右，新加入的廠家不多。

主要自行車業介紹

Velomotors：成立14年，為俄羅斯最大的自行車廠，品牌為Stels，董事長Alexander Naehevkin表示，其在俄羅斯擁有45%市場佔有率。股東之一（33%）的Igor擔任國際採購經理。董事長Alexander指出，2008年產量目標為200萬輛，同時計畫在今年秋天（8月或9月）生產車架，目標為100萬組。Velomotors除向中國進口零件到俄羅斯組裝外，也進口自行車（CKD）和機車。據Alexander表示，今年希望達到40,000輛機車的銷售目標，2009年目標為60,000輛，2010年要達100,000輛。BMX因市場持續看好，所以Velomotors請人設計BMX車架，目前都從大陸進口，Alexander說，幾年前曾向台灣光陽機車詢價並尋求合作，但未有下文，所以只得向大陸購買。

Velomotors今年計畫自中國進口大約



▲國際採購經理Igor經常出現在台北和上海自行車展，他也是Velomotors持股1/3的股東。



▲Velomotors主打形象，現場並請來女士彈奏。



▲Stepachev Mikhail 是Velomotors產品經理，他主要為Velomotors設計BMX車架，也幫Illion設計BMX車架。

Stefyvelo：俄羅斯第二大自行車廠，位於Perm，年產450,000輛，員工400人左右，經銷商約20多家，零售店400家，80%以上是Mass市場，只有10-20%為IBD，擁有Forward品牌，產品走高檔路線，這次展出碳纖維車架。總經理Aleksandr Egnatyev說，Forward市佔率約15%，年成長率在10-20%，金額成長超過50%，年營業額約5,000萬美金。因為高檔車成長速度快，已拓展到白俄羅斯市場，並且搶下Minsk國營廠Motorvelo（2007年9月被MB3買下）不少生意。



▲Stefyvelo總經理Aleksandr Egnatyev（中）說Forward在俄有15%市場佔有率，（左）Koryakin Oleg（右）高品部副總經理Andrey Stulov。

Stefyvelo中高檔車以Forward品牌行銷，中低檔車子則用Format品牌；本身也生產輪圈，車架和其他零配件由大陸和台灣進口，由於價格和運輸時間關係（台灣要45-60天，大陸只21天），大多在大陸併櫃，Shimano則直接在歐洲採購。該公司著重行銷策略，也有



▲Illion今年展出攤位位於比賽表演廠旁邊的觀眾對面，達到最好的宣傳效果。

自己的車隊，並聘請俄羅斯三屆冠軍車手 Sergey 擔任技術經理，也加入 UCI 組織。距離莫斯科約 1,600 公里的 Perm，自行車年產量 800,000 輛，主要來自三大自行車廠，包括 Stefyvelo：400,000-500,000 輛、Atalis：90,000-220,000 輛，今年目標為 180,000 輛，約有 650 家客戶，員工 200 人。自行車以 Kama 和 Ural 品牌，兒童用品則以 Boomer 和 Zenit、Fregat 為品牌，Atalis 也經營滑雪用品和嬰兒三輪車。另一家組車廠 ABT 的年產量 55,000-70,000 輛。

Illion：全俄羅斯最大的運動器材和自行車連鎖店，通路總共超過 400 家，



▲Illion行銷經理Anekeen表示，去年他們銷售量為55,000輛，今年目標為80,000輛，上為BONE BMX。

其中 Sportmaster 約 140 家，主要分佈在大城市，店面寬廣（約 1,400 平方米），在莫斯科有 5-6 家 24 小時營業店。Sportlandia 以小城鎮為主，約有 350 家，Illion 員工有 8,000 人之多。行銷經理 Anekeen 表示，Illion 年營業額超過 10 億美元，自行車祇佔 5% 左右。該連鎖店除運動器材外，也經銷 Kona，年銷售在 5,000 輛左右，今年目標為 8,000 輛。此外，也有銷售 Trek 自

行車，與 Trek 代理 Sportex 關係良好。Bone 是 BMX 品牌，BMX 的市場正在成長，其 BMX 車架由 Spetchev Mikhail 所設計，再交由台商生產。

本來 Illion 也試著在俄羅斯北方距離莫斯科約 500 公里的 Nerehta 成立一條自行車組裝線，但去年 6 月不幸火災，使得 2,000 輛自行車和零件付之一炬，影響了好幾個月的

運作，據行銷經理 Anekeen 表示，這一條組裝線主要是生產低檔車，如今祇能仰賴進口。2007 年 Illion 售出約 55,000 輛自行車，今年目標為 80,000 輛，Sportmaster 在莫科共有 35 家連鎖店，在聖彼得堡約 6-7 家。



▲Sportmaster在莫斯科有6-7家24小時營業的店面。



▲Illion今年展出攤位位於比賽表演廠旁邊的觀眾對面，達到最好的宣傳效果。

Velomir：擁有良好口碑的 Velomir，董事長 Konstantin V. Kuzmin 現年 36 歲，本身也是騎手，於 1991 年創立 ATOM 為其品牌，員工人數約 60 人，有三家店，在莫斯科和聖彼得堡內都有 Office，代理許多品牌：Maxxis、Merida、SRAM、Haro、Cannondale、Hayes、DK、Iron Horse、Ice tool 等。Velomir 是很多國外



▲Velomir董事長Konstantin V. Kuzmin 強調溝通在商場上非常重要，當然也要能掌握時機。(左)業務經理George Bogator (右) Igor Arhipov也是選手。

品牌進軍俄羅斯市場極欲配合的對象，Konstantin 回憶道，公司剛成立不久時，他曾寫信給 Giant、Merida、KHS 詢問合作事宜，但都沒有回應，之後他到台灣親自接洽，祇有美利達表現較友善，所以就和美利達合作至今，會場上也極力為美利達宣傳。如今 Velomir 90% 產品來自台灣，祇有安全帽來自義大利，少部分來自德國。

擁有今天的成功，Konstantin 表示，他結合運動精神與商場智慧，一步一腳印專心經營，並且熱愛自行車，可以看見從他到員工，都是運動型身材，不像很多老闆因少運動而大腹便便，他也贊助莫斯科自行車隊，而且注重溝通，他一再強調溝通的重要性，此外，掌握時機也很重要，他在 1995-1997 就已開始進口自行車，加上那時 MTB 在俄羅斯正受年輕人喜愛，Velomir 因此逐步成長起來，至於每年銷售多少，Konstantin 賣關子說等到台北展時再揭謎底。

Sportacademia (Veloimperier)：經銷 40 多種自行車產品品牌，像 KHS、AXO、FELT、Rubeana 等，對自行車活動、賽事也積極參與，每年 Velo Park 攤位主題都非常清晰且壯觀，今年展出捷克 Rubena 輪胎的位置就很引人注目。

Performance (Trail Sport)：去年和今年都沒參展。目前有 70 家連鎖店 (IBD)，其中莫斯科有 6 家，從 BMX 到 MTB 都有，公司員工約 2,500 人，Vladimir 強調他以 IBD 連鎖店為主，今年可望成長 25%，不僅在俄羅斯，也銷售到烏克蘭，同時每年承辦約 5 場自行車比賽活動。



▲Performance 董事長 Vladimir Ginsburg 表示他們在俄羅斯設有 70 家店，其中在莫斯科有 6 家，今年預計成長 25%。



▲Sportacademia (Veloimperier) 不同攤位展出，人潮還是很多，Rubena 在 Sportacademia 攤位主題明顯。

Velolimp：成立於 1997 年，在 2003 年時公司規模還小，但現在年營業額已達好幾百萬美元，CEO Andrey Sadovnikov 表示，他們去年成長 45%，旗下代理許多自行車產品品牌，40% 來自台灣，20% 自大陸進口，40% 採購自歐洲，像斯洛



▲Velolimp代理不少台灣和歐洲品牌，
(左) CEO Andrey Sadovnikov (右) 關係企業總經理Vainshtein Oleg，他也是Velolimp股東。

伐克 Kelly's 和德國某品牌自行車也由 Velolimp 代理。該公司原有二位主要合夥人，Andrew 自 2003 年加入，所以目前共有三位股東，客戶有 300 家，

其中 30% 到 Hypermarket，40% 到大型 Dealer 店或批發店，30% 則透過零售店賣出。Andrey 表示，他是 Metro 唯一供應商，而家樂福今年也開始進入俄羅斯市場。一般批發商 3 月就開始忙碌，但專賣店或零售店 4 月份才是主要銷售的季節。

對於俄羅斯同業非法逃稅問題，Andrey 表示無奈，他認為利潤沒有 40% 以上就會影響經營，因為 6-10% 的費用要用來支出公關賄賂。過去 Velolimp 都參加 Velo Park 和 MICS 兩個展，但今年祇參加 Velo Park 展。Velolimp 不以第一名為目標，因為第一往往容易成為眾矢之的。俄羅斯的嬰幼兒產品市場正在逐漸擴大，如嬰兒椅，Andrey 也自義大利進口。Andrey 有 2 個小孩，女兒 8 歲，兒子 2 歲半，夏天他每天都會在住家社區騎自行車約 30 分鐘，今年台北展不會來，因為代理商愷拓 (Asia Bicycle company) 會協助處理一切。

Anna Bike：走中高檔路線，員工約 10 人，產品大多由台商供應，台灣代理商為第文。董事長 Alexandre Podkopaev 對台灣品質讚譽有加，展場和玻璃櫃內台灣產品琳瑯滿目，如 SR Suntour、



▲Anna Bike 董事長 Alexandre Podkopaev (右) 表示，今年可以成長一倍。(左) 品牌經理 Oleg Elkin。

FSA、MJ、Chosen、Velo、Wellgo 等，也有美國產品如 Ashima、Cool Stop，雖然都向台灣購買產品，但今年卻無法到台北展，因為他們的批發旺季為 3 月到 5 月，零售旺季為 3 月到 7 月中旬，所以時間非常寶貴，因此，他在俄羅斯拼業績，第文在台灣幫他處理一切。

Velobox 為其旗下品牌，今年 Anna 業績希望再成長一倍，因為聘請了前 Shimano 俄羅斯公司業務 Oleg Elkin 擔任品牌經理。Anna 以修補市場為主，Alexandre 表示，俄羅斯市場在 2 年前還是以黑色（深色）居多，但近來明亮色系如綠色、灰色、藍色和黃色有漸多的趨勢。

Normark：在展會上很多人對這家公司都很陌生，但 Shimano 產品卻在這個攤位上展出。釣具集團旗下子公司，由 Rapala 與 Shimano 所合資。在釣具界享有盛名，經銷 Shimano 釣具、Plano、Rapala、VMe、Blue fox、Stoem、Sea fox Tech、UR-Rapala、Cannon 等釣具，該集團於 1920 年創立，在俄羅斯共有 8 家分公司與倉庫，員工約 70 人。由



▲ Normark是Shimano的新合作夥伴。(左)總經理Victor Skvortsov。(右)資深業務經理Firsov Vitaly。

於與 Shimano 長期合作釣具的關係，因此，Shimano 在去年 9 月與該集團各持股 50% 合資成立 Normark，總經理 Victor Skvortsov，對接下 Shimano 這項業務信心十足，並表示將對原先 Shimano 在俄羅斯 100 家客戶，提供更優質的服務。

據了解 Shimano 在 2004 年與 Sportex 結束合作關係，並且成立分公司，委派日籍 Takanori Yokoyama 擔任總經理，有四大主要客戶和 100 家客戶群，Shimano 年銷售額在 US\$2.2-2.5million。去年 12 月 7 日 Shimano 正式結束分公司業務，客戶全數轉入新合資成立的 Normark，不少自行車業擔心專業自行車產品由非自行車業經營的問題，加上 Shimano 在供貨方面容易延宕，也使一些自行車業者改採 SRAM 產品。

Tan-Bohle：Schwalbe 的輪胎俄羅斯經銷商，以高價位修補市場為主，據董事長 Dr. Yevgeny Yagodin 表示，俄羅斯 80% 的自行車都是中低價位車款，他評估俄國市場 50% 為 MTB，30% Touring-City，15% BMX，5% 為跑車。Schwalbe 一年在俄約賣出 50,000 條，上



▲ Tan-bohle是Schwalbe代理，年銷售額約為5,000條輪胎，因為董事長Dr. Yevgeny Yagodin的堅持，主攻修補市場。



▲ Spark 品牌經理Nikitin Roman表示，Sport Trade 在俄羅斯Pskov年組裝21,000輛。

俄羅斯 Pskov 組裝，去年共組裝 21,000 輛，也有向中國大陸以 CKD 進口約 7,000 輛，組裝廠員工約 50 人左右。Nikitin 表示，今年的 Velo Park 展不錯，對 Spark 有提升的作用。除了俄羅斯市場，Sport Trade 也關注烏克蘭市場，所以 Nikitin 今年也到基輔舉辦的 Velobike 展收集商情。

個年度成長 35%，平均單價在 US\$40 上下，去年最大客人為 Sportmaster。至於走高價位的修補市場，Yevgeny 表示，運動休閒連鎖店 Alpindustria 算是較高單價，約有 6-8 家連鎖店。

Sport Trade：會場上從服飾到車子都以橘色系為主，色澤鮮明，主打 Spark 品牌。據該公司品牌經理 Nikitin Roman 表示，公司旗下有三個品牌：Spark 走中高價位，零售價在 US \$350-400；Black One 以中低價位為主（US\$150）；Challenger 則是低檔童車和 City Bike（US\$60-80）。該公司去年向台灣購買約 3,000 輛自行車，也採購車架和零件在



▲Velocity K 主要由大陸進口零件為主要業務，去年銷售自行車約7,000輛，會場上展出新與台灣合作SYM機車。(左) 董事長Alexsey Tukalkin (中) 女兒Valentine (右) Rina Tukalkina，他們是一家人。



▲MT3在1997年9月買下白俄羅斯Motorvelo，現在是私人企業，Aist是自行車品牌，機車則用Minsk。



▲Cube俄羅斯代理Mr. Bereznoy Yuri表示走高價路線，零售價從US\$500-5000。



▲嘉隆集團(飛敏)積極開拓歐盟與東歐市場。(左) 曾強，(右) 業務副經理李海軍。



▲2月23日是俄羅斯男人節，中日俄男士舉杯互相祝福，右二為Atalis公司總經理Tarhahov Vhadimir。



▲二位俄羅斯女孩是模特兒，也是Show girl。



▲ALISA主要生產童車和玩具車，展出童車顏色以淺藍(男童)紅色和黃色(女童)為主色，在俄羅斯有22家經銷商，德國也有一家，右為廣告經理Rise Valentine。



▲當台灣駐莫斯科經濟組和外貿協會官員走進六發攤位時，溫芳綏總經理一再說Alligator(日語謝謝之意)，Alligator亦是六發品牌。



▲Russ Bike品牌經理Ivan Potapov表示該公司一年自大陸進口約100個貨櫃，其中20"-26"有40櫃，童車和三輪車60個，計畫2009年到聖彼得堡設公司。



▲Maximum展出scott和捷克Author品牌，董事長Dmitry Stepanov表示，2007年銷售在12,000輛左右，他今年目標為20,000輛。



▲越來越多俄羅斯年輕人喜愛自行車，連輪彥出版的CBS，他們都看得津津有味。



▲俄羅斯普亭總統為欲點總統候選人麥德維夫，兩人海報掛在京樓牆壁，麥德維夫已在3月3日當選俄羅斯總統。



▲不少俄國學生在聖瓦西亞前留影。



◀VODKA一直是俄羅斯的特色，近幾年因受西方影響和年輕人喜愛喝紅酒與啤酒，導致俄羅斯政府擔心VODKA的銷售量減少，也擔心失去傳統。



▲莫斯科中央圖書館。



◀俄羅斯娃娃巧克力是很多人到俄羅斯都會買的東西，工廠就在莫斯科河邊。

Velo Park

結語

俄羅斯整車進口稅 20%，零件為 10%，但實際上零件進口則為 5-10%，視關係而定，有強硬背景的廠商甚至免稅，也因此造成俄羅斯自行車業氣氛浮動。今年 3 月 3 日的總統大選一如預期，由普亭推薦的麥德維夫當選，普亭將接任總理，麥德維夫表示將延續普亭的政策和路線，至於是否傳承普亭的強勢領導有待觀察。在他當選後，由於烏克蘭積欠俄羅斯能源費用，就即刻下令切斷對烏克蘭 25% 的天然氣供應來看，他正朝強人領袖邁進。至於對原先計畫在 2007 年 12 月 31 日前關閉契爾基諾市場，大部分人認為後續發展值得關注，因為牽涉太多人的利益，目前只關閉較小市場。不過，因為移民法規規定，一般

商店必須雇用當地人，而未取得身分的外國人不能擔任店員之類的工作，也因此有數萬中國人返回中國大陸。從 2008 年 1 月 15 日開始，俄羅斯已取消過去住飯店需簽蓋的臨時戶口的規定。

俄羅斯市場雖然商機多，但潛在的風險也不少，廠商不一定要找最大的客戶，而是要最適合自己的，包括觀念和定位。市場上還是亂象紛呈，就像今年 Velo Park 展因比賽表演的噪音問題，造成不少人為了大聲說話而聲音沙啞，嚴重影響到參展品質與權益。再者開展前二天，裝潢公司才臨時通知主辦單位無法承接，使得主辦單位不得不換新廠家來施工，也造成參展的台灣和大陸廠商諸多不便，這些問題主辦單位都必須加以改進，因為客戶只會選擇有質感、有秩序且舒適的展會來參展。

