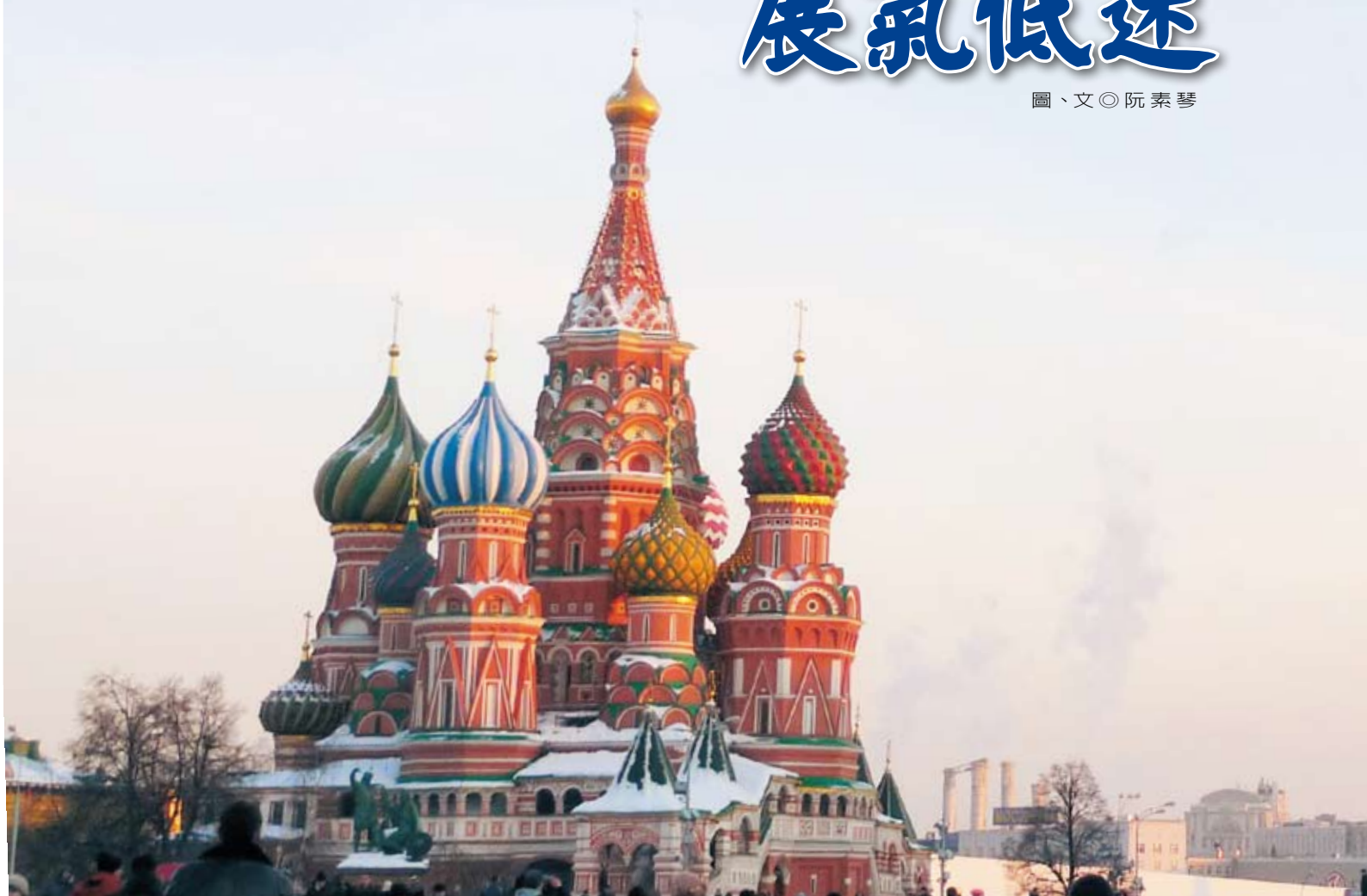


莫斯科 VELO PARK 2010

展氣低迷

圖、文◎阮素琴



全球金融海嘯襲捲各地，俄羅斯也大受打擊，加上石油價格大幅下滑，使得俄羅斯的整體經濟自前年第四季以來倍受影響，去年 Velo Park 的規模，也縮小 20%；雖然去年下半年以來俄羅斯經濟逐漸復甦，但今年的 Velo Park（2/19-2/21）展規模又比去年小，就連會場內的賽事活動也顯得冷清，不少主要廠商都缺展。

莫斯科 Velo Park 展不受俄羅斯自行車業支持的原因包括（1）價格太高，比起捷克 Brno 展高好幾倍。（2）庫存多，加上景氣尚未復甦，所以參展意願就不高。（3）進口關稅增加，俄羅斯 VAT 18%、整車關稅 20%、零件 10%，過去大多企業都利用各種管道逃稅，現要正常繳稅，而且課稅標準由海關決定。（4）明年（2011 年）將移至 Crocus City





▲俄羅斯這幾年的下雪量增加，
冰天雪地是最好的詮釋。



▲大雪已將地面和建築物覆蓋。



▲雪中即景。



▲台灣駐外人員辛苦在外拼經濟，台灣駐俄羅斯代表處經濟組組長連建志（中）偕同外貿協會莫斯科鄭良瑩主任（左一）、經濟組一等商務秘書張煜霖（右二），正達經理江煒祿（右一）與TBEA秘書范雪琴（左二）。



▲Panther立陶宛廠今年未參加Velo Park展出，但負責東歐和中歐的銷售經理Dainius Capskas（左）也到會場了解展況，右一：Veloolimp總經理Oleg Vainshtein。

國際參覽中心，所以一些廠商希望參加新的展覽中心。

全球氣候異常，美國、歐洲大雪不斷，莫斯科也大雪紛飛，一眼望去，盡是白（銀）色景象，名符其實的冰天雪地世界。事實上，俄羅斯一年通常有6-7個月為嚴冬，今年雪量比往年多，天候冷，自行車業也同樣冷清，市場上庫存還多，所以大部份進口商或自行車店都在消化庫存。

俄羅斯自行車市場這幾年成長快速，騎車人口也不斷增加，在一片欣欣向榮之際，逢金融海嘯來襲，也使得市場疲弱，一些商店或自行車店也紛傳倒閉，市場影響有20-50%。這波風暴，考驗俄羅斯企業的體質與應變能力，大環境快速變化也將產業重新洗

牌，有些品牌或企業也會在這波風暴中退出市場，存活的企業，積極調整策略與方向，因為硬仗現在正要開始。

展會的成功與否跟參展廠商及主辦單位的宣傳有很大的關係，產業型的展覽更要有地主國主流廠商的參與才有可看性與前瞻性，很可惜Velo Park展這二、三年來有明顯的縮小，今年Velomotors、Atalis、Maximum、Panther立陶宛、Sportex、Master Bike、Velomir、Illion、Alisa等廠商沒有展出。不過Forword、Grant West (Stinger)、Veloolimp、Sportacademia、Normark、Russ Bike、Giant Russia、Arves market、ABT Sport以及白俄羅斯Motorvelo等廠商都有參展，台灣今年有10家廠商參展，分別為維樂、TBEA、正達、祥力、五團興、冠雷、盛傑、亞瑞得、輪彥、



▲冠雷攤位全由烏克蘭代理Magellan打點。中：Magellan董事長Samoienko Peter，右二：冠雷董事長陳浚昇，左二：冠雷副總經理張國藩，左一：Magellan銷售經理Samoienko Nick。



▲時值農曆過年，台灣駐俄羅斯代表經濟組連建志（右二站立者），在唐朝中餐廳宴請參訪和參觀台商。

誌慶，大陸則有 3 家，全部參展廠商約在 50 家左右，大約二個小時就可看完。台灣駐俄羅斯經濟組組長連建志，外貿協會主任鄭良瑩以及經濟組一等商務秘書張煜在第一天就到場關心，一一拜訪參展廠商，連建志組長有感於過年期間台商就這麼拼命，當晚在唐朝飯店宴請台商。

雖然有些自行車廠商沒有參展，但也會到會場看一下，像 Velomotors 總經理 Igor Ivanov、Success 董事長 Rajeer Narang、Panther 負責東歐和中歐的銷售經理 Dainlus Capskas 都在會場出現，甚至烏克蘭整車廠 Ardi Bi-



▲烏克蘭Ardis自行車廠採購Artur P. Nichyk表示，去年Ardis產量祇有60,000輛左右，為全盛時期20%。



▲Velomotors自行車沒參展，總經理Igor Ivanov也到會場看展。



▲Stinger (Grant West) 2009年生產自行車在110,000輛，鋁車圈220,000組。

◀Grant West (Stinger) 生產經理Behenova Ivina (右) 表示，Stinger去年自行車生產110,000輛，鋁車圈220,000個。

►德國Frelock行銷經理Joachim Winkler專程到展場了解。



▲參展的台灣廠商在泛歐旅行社領隊Andy (左一) 的帶領下，不畏寒冷參觀紅場，一起參觀莫斯科最大國營百貨公司Gum。

cycle 進口經理 Artur Nichyk 也來看展，Trelock 銷售經理 Joachim Winkier 也專程到會場了解；印度 Eastman 去年展出，今年也祇有參觀。

規模小、很快走一圈，有更多時間主動拜訪其它參展廠商，也有充裕的時間與客戶詳談，這幾年下來，台灣參展廠商大多能招攬到生意，事實上，新市場需要耐性去了解與接觸，當廠商判斷值得開發市場後，參加當地展會是不錯的選擇，因為在展會上可以進一步了解當地市場與客戶，建議業者不必急著找代理，多方了解，達成共識，彼此信任也了解對方銷售實力以及彼此需要，如此找到一個最適合自己的客戶較能長久，比如零配件廠可考慮，整車廠和進口商，因為屬性不一樣，如此才能滲透市場。

俄羅斯自行車年銷售量最高在 500-600 萬輛左右，其中童車品牌包括 Alisa、Simba Toys、Stels (Velomotors) 等品牌，童車與 BMX 佔 58%，成車則以 MTB 和單速交通車為主，公路車市場比例仍小。由於俄國死亡率高於出生率，不少父母怕無法給予孩子好生活，有的就不敢生，多數小孩的父母也傾其全力給小孩最好的生活條件，而自行車是父母與小孩互動非常好的活動，常見於假日或平常在公園、林道、遊樂區附近，以及鄉間小道，常可見父母教小孩或陪伴孩子騎車的畫面，所以童車一直是穩定成長，除了當地整車廠生產外，一半以上來自進口（以中國大陸最多），以 CKD 或零件進口為主。

4-8 月中旬是自行車銷售旺季，8 月底廠商就要開始降價促銷，因為冬天很難銷售自行車，所以大部份的自行車店家都兼賣滑雪等冬季相關用品，這幾年下雪量增加，更使得不少自行車業大力增加冬季產品，如

Sportacademia 展出以雪衣、Ski 產品為主，沒有展自行車，其他參展廠商也有展出冬季運動用品。

擁有 1.46 億人口的俄羅斯，夾著石油能源與鋼鐵、鋁材等優勢，造就經濟大起飛，有錢的人越來越多，看世界富人排行榜，俄



▲童車在俄羅斯市場一直成長。



▲冬天騎自行車的人非常少，但仍有愛好者還是在雪中騎自行車。





▲紅場週遭常見結婚及騎自行車的身影。

羅斯人就有好幾個，其消費力更是驚人，像最大城市莫斯科（1,000 萬人口）的消費之高，也是名列前茅，就連租金房價也連年漲價，收入低於 2,000 美元的人很難在市區租到理想的房子，雖然第二大城市聖彼得堡（500 萬），人口消費力沒有莫斯科高，約莫斯科 75-80%，但也同樣物價指數上升，而這二個大城市也是進口車的主要市場，夏天騎 MTB 和公路車的人不少。

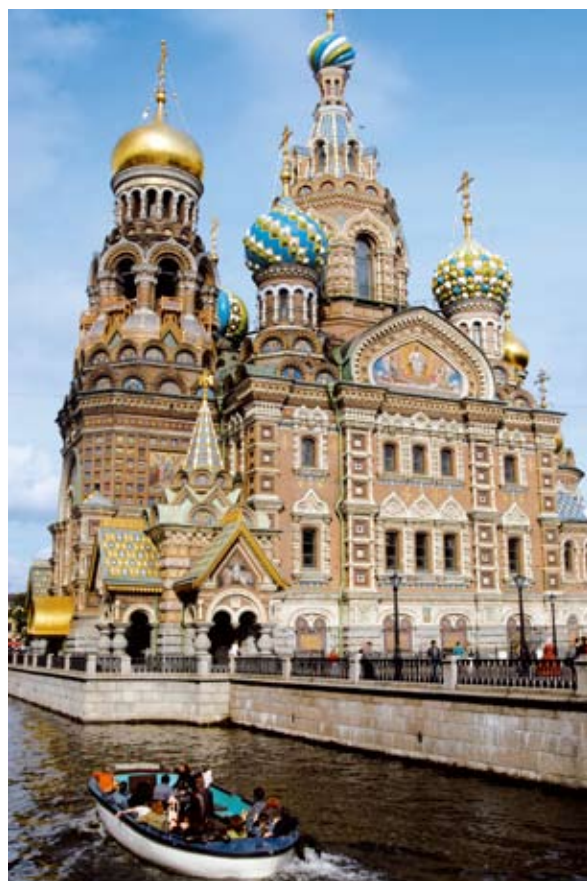
俄羅斯的自行車進口關稅為 20%，零件在 10%，由於過去存在不少灰色地帶，去年俄羅斯政府大力整頓走私或逃稅，從下半年開始進口關稅很難再逃稅，所以大家頓覺成本增加很多，因此，這次展出的產品大多為舊款式，沒有新車款或新產品。

對未來充滿未知數與困難度，加上去年自行車業不管在銷售量或利潤都大幅下滑，是個非常辛苦的一年，比較 2008 年上半年前可說落差非常大，庫存壓力和關稅壓力深深困擾著俄羅斯自行車業者，為此，業者已醞

釀漲價，幅度從 15-50% 不等。

提高進口關稅對進口商來說，增加不少困擾與難度，有些進口商，如 Russ Bike、Veloolimp 都考慮未來增設組裝線組車，以規避關稅，反觀自行車廠可以增加自製率 and 競爭力，甚至過去自中國進口的車架也會考慮在俄羅斯生產，這對零件廠和機械設備廠是新的商機，對自行車整車出口到俄羅斯也是另種考驗，不過與當地策略聯盟或借力使力不失為另一種考量。

2009 年對俄羅斯自行車業是辛苦的一年，像知名自行車業 Atalis（自有品牌 Kama）就因為經營困難而暫時停止生產，所以現在 Perm 這個城市聽說有好幾家小型自行車廠自居是 Kama 的製造商，也耳聞幾家廠商財務吃緊的情況，提醒業者生意不可貪做，以免吃虧上當。



▲聖彼得堡是俄羅斯第二大城市，極具歐洲風格，是遊客必到的旅遊景點，圖為基督復活大教堂。



▲紅場旁聖瓦西里亞教堂上色彩鮮艷的洋蔥頂，已成莫斯科的地標。



▲在冬天，不少人在室內會穿這種暖鞋。

◀像不像俄羅斯的國徽？

雖然去年景氣差，加上運費也調漲，成本也增加，歐元貶值對俄羅斯影響不大，因為大多採用美金，2月中旬匯率為1:29（或1:31），記得去年同時間有些俄羅斯進口商改用歐元訂價，但今年又改用美金，顯見匯差對利潤影響不少，因為市場不明朗化，人民對消費還是採保守態度，除非必要否則能省就省，購買自行車也以最便宜（US\$120-160）為大宗，當然，進口有品牌高檔車雖有人買，但買氣也不像2008年以前景況；相對的，補修市場則成長了20%。

Velo Park 展預計明年會移到 Crocus City 展出，這個地方離市區約40分鐘車程，是座非常摩登的國際展覽館，過去由於沒有地鐵很不方便，但地鐵已在去年底通車，所以大多數廠商都很樂意到新館展出，這也是今年規模再縮小的原因之一，因為廠商表示，要省下今年的費用去參加2011年的展會。2011年Crocus City展出的自行車也叫Velo Park，據了解這個展將由自行車業和Crocus展館合辦，雖然舊的主辦單位表示尚未定案，不過移到新展覽中心似乎已成定局。🕒

2011年Velo Park將要在Crocus Expo國際展覽中心展出。



▲Crocus Expo場地廣敞，新穎又現代，比舊的展覽地方好太多了。



▲Crocus Expo入口接待處。



▲ Michael Balashey 以前是 Sportacademia 經理，去年9月轉任迪卡儂俄羅斯公司。



▲ Mikhail Khorev (左) 前在白俄羅斯MVZ自行車部，現自己和友人Alexander Panteleev (右)，合夥成立Pro Bike公司。



▲ 德國Buchel自2009年與白俄羅斯MVZ開始合作，右為Erhard Buchel賢伉儷。



▲ ABT Sport在會場展出自行車和冬季戶外產品，圖為業務Aleksey。



▲ 他可是以前的冠軍騎手，也到會場看看展氣。



▲ 在會場，仍有人騎車繞展場，未遭大會動阻。



▲ Mobiky展出的折疊車。



◀ 台灣館有10家參展。



▲ 溜冰鞋、戶外冬季產品有幾家展出。

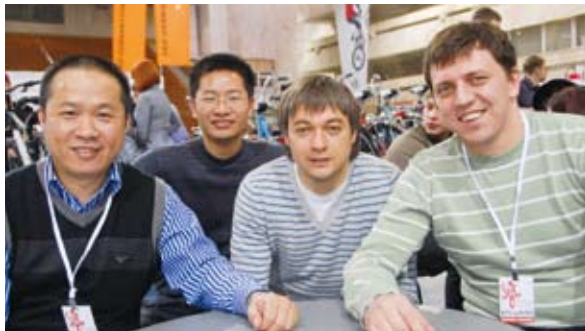


◀ Chainpower展出的Stevens MTB車。



▲ 會場車友騎車比賽比往年冷清許多。

Forward :



▲ Forward和廣州千里達為合夥關係，右一：Alexey Tchigvintsev (FORWARD COMPANY) chief of sales department、右二：Forward總經理Maksim Vzhegov，左一：千里達總經理梁建雄，左二：千里達銷售經理古德華。



▲ Forward行銷經理Roman Smolgov (右) 表示，Atalis已不生產自行車，現在是Forward的專賣店。中：Forward地區性經理Konstantin Glavatskikh，左：Forward業務代表Andrey Klimin。

俄羅斯第二大自行車廠，Forward為其品牌，以前公司名稱為Stefyvelo，但2009年12月初，將公司名字改為Forward，總經理Maksim Vzhegov表示，主要是站在統一與簡單化的考量，今後Forward是公司名也是品牌。Maksim表示，去年產量近30萬輛，售價US\$120-150是大眾化價格。Forward工廠位在Perm，這裡過去曾是自行車生產重鎮，像Atalis、ABT Sport等也都在Perm，據Forward銷售經理Roman表示，Atalis現已不再生產，是Forward的專賣店。Forward是Perm最大自行車廠，員工約400人左右，也有自己車隊，在俄羅斯Forward有不錯的形象和口碑，中國廣州千里達自行車和Forward關係密切，不少從大陸出口給Forward是透過千里達採購或併櫃，據千里達總經理梁建雄表示，他們投資Forward 25%的設備，另外在大陸Forward和千里達各投資一個合資公司(各50%)，Format為其品牌Forward的行銷 (IBD) 經驗對Format在中國內銷也有不錯的成效。據梁總表示，去年Format銷售近二萬輛自行車，千里達年產量500,000-650,000輛，其中內銷有25%，75%出口，以俄羅斯、東南亞、中東等市場為主。



▲ Forward今年攤位比去年大很多，採開放式。

Sportacademia :

很多人以為該公司沒參展，因為展出產品沒有自行車產品，全部是雪衣、雪褲、滑雪板等冬季滑雪產品，也沒有用公司名字，經詢問董事長Michael Balashev表示，因為大家都知道他們自行車的業務，所以祇以冬季產品品牌展出。Michael說，在俄羅斯過去有3-4年雪下得很少，不像今年下這麼多，天氣也寒冷。Sportacademia六年前就跨足運動與冬季產品，將原來在自行車已有高知名度的Veloimpria改為現在的公司名稱。

面對金融海嘯，Michael Balashev去年就非常憂心，並調整公司人事與產品結構，以因應這波風暴，因為他們的Dealer在前年第四季就紛傳倒閉，也讓他們大受影響，像在莫斯科自行車店減少50%之多，不過，冬季產品反而成長。該公司在市中心的辦公室有130平方米，目前公司祇有6個工作人員，但不包括商店人員。

產品方面，Michael也做了大幅改變，比如以往曾代理不少零件品牌，現在則專心經營整車品牌，如KHS。至於冬季產業業務採預先接受訂單方式，像這次在Velo Park展出的是2011年3月15日的產品。



▲ Sportacademia董事長Michael Balashev一身輕裝認真在會場向客戶介紹產品。

Giant Russia :

Giant展出的位置與去年相同，但攤位面積縮小，由於原代理商經營不善，所以今年換成Neo Tren Co代理。業務經理Sevgey Tretyakov表示，他們剛開始接手，相關市場策略與銷售目標都在研擬中。



▲ Giant俄羅斯在去年年底換新代理商New Tren公司，圖為業務經理Sevgey Tretyakov。



◀ Giant俄羅斯由新代理New Tren展出。

Veloolimp:

代理數個自行車品牌 (Borgamont、Kellys) 與零件品牌 (佳承、亞獵士、Continental)，執行長Andrew Sadovnikov對展會規模再縮小，也表示失望，但他說Veloolimp還是得來，因為客戶就是自己的，不能讓客人在這裡找不到Veloolimp。因此到攤位的客人還是不少，客人對他們也更有信心。面對政府監督企業繳稅做法，Andrey也表示贊同，因為這樣大家都公平，不會像以前有背景有辦法的人，稅就逃得多；反正大家條件都一樣，要漲一起漲，各憑本事公平競爭。據他表示，對進口商的稅需要多出50% (例如：VAT 18%+20%整車進口稅+產品價值duty)，也就是貴的商品所課的稅就高，而且價格是海關人員決定，業者如不服，還要提出證明，而且費時費事，海關先課他們所認定的稅額 (往往以零售價為課稅標準)，要退也要等進口下一批貨再退，這也是業者最頭痛的地方。

Andrey Sadovnikov表示，大家的價格亦需調整20-50%，以整車來說，300歐元以下的車款就很難與當地製造的競爭，所以未來也不排除在當地組車的可能，不過修補市場也成長20-30%，網路交易也成長25%，至於產品會增加冬季衣服、嬰兒產品等項目。不過他表示，今年沒有新車款，要先出清庫存的車子，有可能2010年的價格會比2009年便宜。



▲Veloolimp Ceo Andrey Sadovnikov (右) 與Oleg Vainshtein。

Russ Bike:

自行車主要由中國大陸南方和天津進口，業務經理Iyan Potapov表示去年賣得非常不理想，約衰退40%，祇有11,000輛，今年目標希望可以達到21,000輛。由於目前市場需求以低價約US\$100的居多，為了保住客人，Russ Bike調降利潤25-30%以留住客戶，因為一旦客戶走了就很難再爭取回來。

Russ Bike經營多元，有機車、三輪車、童車、MTB以及禮品、手工藝品等產品，自行車在集團內祇是一部份業務，自行車和禮品各50%，所以一旦利潤還是不理想，不排除結束自行車業務。目前工作人員100名，在莫斯科有二個Office、一個Warehouse在莫斯科近郊。對進口關稅提高，他們的解決辦法就是設組裝線組車，所以該公司也計劃未來進口零部件在俄羅斯組車。



▲Russ Bike展出的成車和童車來自中國大陸。

Alna Bike:

走中高檔路線，也是家族企業，員工約20人，代理台灣品牌 (如SR Suntour、Prologo)，董事長Alexsander表示，莫斯科景氣還是低迷，有很多地方店面要出租，也有不少企業因不堪虧損而關門，產品不易銷售，他就有20個貨櫃還在倉庫，所以希望利用展覽來促銷庫存品。風暴後，消費者大多趨向保守，除了買最便宜產品外，能修的車或產品就修，所以補修市場自然成長。

美金這一年來約貶值10%，也就是盧布升值10%，因此做生意不能硬幹，而要有策略和有頭腦，才能不被惡劣環境吞噬。針對這波進口關稅的提高，Alexsander表示，其實自去年下半年就開始，迫於形勢，他們也計劃調高價格10-20%。目前有200家Dealer，對今年展會，他表示因來展的家數減少，所以Alna反而增加不少新客人。



▲Alna Bike董事長Alexsander (右二) 和Natalia (右一) 拜訪維樂攤位，中：維樂陳安榮。

Arves Market:

其為德國Messing Schlager俄羅斯代理，建大輪胎是指標性展出品牌。董事長Vladimir Sadritskiy說，2009大部份產品都大幅衰退（約50%），但Kenda輪胎在當地卻逆勢成長，去年他進9櫃的Kenda輪胎，建大在俄羅斯市場代表品質和品牌。他也坦誠今年Velo Park展是歷年來最不好的展會，不過，他們卻有不少新的客戶，像展出首日（2/19）早上就來5個新客戶，他自我安慰，展氣不好，規模就小，但仍然有新商機，生意人是不該放棄任何機會。

Vladimir表示，Arves未訂新價格，因為庫存還很多，消費者沒錢買生活必需品以外的產品，但東西反而變貴，光運費就漲22-25%。而面對新的競爭態勢，Arves還是持續向中國大陸進口，問及不景氣還會持續多久，Aladimir表示尚需二年，所以他們也必須調整訂單。



▲Arves董事長Vladimir Sadritskiy表示，去年Kenda輪胎在俄羅斯逆勢成長。



▲Arves是建大俄羅斯代理。

Normark:

Shimano與Rapala合資（各50%）的公司，銷售Shimano釣具和自行車產品，自行車佔該公司營收的22%。去年展會期間，總經理Victor Skvortsov表示，2009年可望成長50%，但因整體大環境不理想，祇成長15%；展望2010年，預估將有15-20%的成長。

儘管今年展會規模縮小，Shimano的攤位還是很大，也顯得冷清，但Shimano歐洲區銷售經理Igor Popovic和Victor都表示明年還會再參展，參展攸關企業品牌形象以及對客戶的服務，冒然缺席對消費者是不負責任的。再者，藉由參展也可鞏固Shimano的影響力，不讓對手有更大的發展空間。



▲Normark俄羅斯代理Victor Skvortsov（左）表示，今年會再成長，右：Shimano歐洲區經理Igor Popovic。



▲Normark俄展出的Dura-Ace與Deore的大齒盤曲柄組。

Motoveloz (MVZ):

白俄羅斯最大組車廠，以前是國營廠，2007年9月由奧地利MVZ買下，現在是私人企業。總經理Aleksandr Starodubov表示，白俄羅斯經濟比俄羅斯好，俄羅斯失業率高達9.2%，但白俄情況好多了，其他像東歐國家和哈薩克、拉脫維亞景氣也不錯。2009年MVZ銷售Aist自行車約280,000輛，主要市場有俄羅斯、烏克蘭、哈薩克、拉脫維亞、亞洲、白俄（約佔40%）。

MVZ也生產部份零件，如座墊、車鈴、鏈條、腳踏則在工廠內組裝，輪胎向印度進口，不少零件則向白俄當地買，如反光片、手握。也因為成本考量，所以產品尚未跳脫低價，雖然有些展品看來還可以，但這祇是展覽樣品，這些年來並未有突破。雖然自去年與德國Buchel合作，也向Buchel買不少產品，但若有心要升級、突破，勢必要向台商進口零

配件才能改變現狀，提高產值和形象。



▲MVZ自行車部總經理Aleksandr Starodubov表示，白俄羅斯的經濟比俄羅斯好。



▲白俄羅斯MVZ (Motoveloz) 已從過去的國營廠變成奧地利人所擁有的公司。



▲白俄羅斯MVZ (Motoveloz) 零配件以白俄當地為主，也有生產部分零件居多，如Saddle Aist以傳統單速居多。

Velomotors :



▲Velomotors董事長Alexandr Naehevkin (右) 特網羅對機車和ATV了解甚深的Oleg O. Strakh (左) 任機車與ATV總經理，Oleg也經營一家機車小廠，專為一些大品牌代工。



▲Stels是Velomotors自行車品牌，有近1,000家經銷店。



▲Velomotors沒在Velo Park展出，而是在Crocus Expo的Fishing、野外活動等展展覽，有Stels自行車和ATV車。

俄羅斯最大自行車廠，自己生產也有從大陸進口，自行車部門總經理Igor Ivanov表示，2009年生產100萬輛自行車，進口約1.1百萬輛 (CKD)，其中15萬為童車。Velomotors已連續二年不在Velo Park自行車展展出，但今年同樣時間卻在Crocus City國際展覽中心展出，這個展主要展出釣具、野外活動，包括露營、ATV Hunting等產品。

Stels是Velomotors的品牌，在俄羅斯有很高的知名度，據董事長Alexandr Naehevkin表示，Stels在俄約有近千家的Dealer，目前有四個工廠，其中三個廠生產自行車，一個廠生產ATV和機車，負責機車和ATV部門的總經理是Oleg O. Strakh，他曾是賽車手，自己也有一個小型機車廠為一些大品牌如Honda代工，今年打出The Best of Possible做為展出主題。

Velomotors業務橫跨自行車、機車、ATV和卡車，集團員工近2,500人，董事長Alexandr Naehevkin說，他們不論機車、自行車，ATV都是俄羅斯第一名，他也無奈表示，這5-6年來未見競爭對手，目前營收自行車約佔30-40%，機車和ATV約15%，也支持俄羅斯國家自行車隊，這次在Crocus Expo也是贊助廠商之一，會場看到Stels贊助的教練Tsirelson Oleg在會場訓練一些年輕

人騎車。Alexandr指出，Velomotors在離莫斯科20公里處新建的集團辦公大樓佔地約10,000平方米，外觀結構已完成，接著是裝潢和增購設備，預計2011年才能全部完工。

俄羅斯也有機車和自行車協會，但祇有8家會員，其中5家是自行車，3家為機車產業，8家中有6家是Velomotors的關係企業，理事長也由旗下關係企業主管擔任。目前Velomotors在大陸有5家供應商，考量進口關稅的關係，也計劃將調高售價40%，另外也會加重在俄羅斯的生產，以提高競爭力。

- ① Velomotors 董事長 Alexandr Naehevkin 的母親是他事業上最大的支柱之一。
- ② Alexandr Naehevkin 夫人是 Alexandr 的賢內助。
- ③ ▲ Oleg (左) 正在打開 Velomotor 董事長 Aleksandr 典藏12年的酒，右為 Aleksandr 13歲讀軍校的小兒子。
- ④ Alexandr 的家門前和屋頂也是大雪深深，圖中這位男士是管家。

