

2014年俄罗斯民众在中国网店下了约5000万份订单,比前一年增加了40%。其中,阿里巴巴集团在俄罗斯的销售总额达到了1100亿卢布。与此同时,2010年进入俄罗斯的美国在线商务却处于停滞状态。

# 中国电商爆红俄罗斯

2013年12月新年前夕,俄罗斯儿童手绘圣诞老人的形象是位“中国老人”。这主要是因为他们的圣诞礼物和日常衣物大多都是从中国电商平台购买的。

据国外媒体报道,俄罗斯人近年纷纷开始选择以网购的方式,从海外购买智能手机、珠宝以及时尚服饰。而中国电商是最大的渠道。

阿里巴巴集团旗下的“全球速卖通”(AliExpress)目前是俄罗斯最受欢迎和最大的购物网站,位列APP下载榜首,平均每天有数十万个包裹从中国发往俄罗斯。京东集团也于今年6月进入俄罗斯市场。

## 俄罗斯:买买买

仅今年7月,俄罗斯人在“全球速卖通”下单数量2200万件,京东日均成交量约30万件。

“为了找到便宜的商品,越来越多的俄罗斯消费者开始选择网上购物”

俄罗斯人对于服装、首饰、电子产品的传统需求不断增加,日用品交易数量也在增长。

据调查公司TNS统计显示,今年7月俄罗斯人在“全球速卖通”上下单的数量达到了2200万件,比去年同期增加了40%。今年6月进入俄罗斯市场的京东集团在俄罗斯的销量也呈猛增趋势。京东集团国际业务相关人士此前在接受彭博社采访时表示:“中国国内的日均成交量为300万件,目前俄罗斯的市场规模只有中国的10%,所以最大日均成交量应该有30万件。”

据俄罗斯第二大支付公司Yandex.Money的CEO玛利亚·古拉切夫透露:“为了在可能的范围找到最便宜的商品,越来越多的俄罗斯消费者开始选择网上购物。中国的电商能够提供物美价廉的商品,很受俄罗斯消费者的青睐。”

根据《东西方数字新闻》报道,俄罗斯的互联网用户一共有8000万人,是欧洲最大的互联网市场。但真正网

购用户只占互联网用户的三分之一,远远低于美国和西欧70%~90%的比例。京东集团该相关人士称:“到目前为止,我们还在尝试。期待10月~12月能够强力增长。”

据俄罗斯物流协会统计,由于来自中国的货物不断增加,今年来自海外的货物数量有可能会破天荒地超过俄罗斯国内网上交易的货物数量。2014年配送的2.35亿个包裹中,有7500万个来自海外。预计今年2.2亿个包裹中,有1.2亿个包裹来自海外。

据统计,在“全球速卖通”上,俄罗斯人对于服装、首饰、电子产品的传统需求不断增加,最近几个月日用品的交易数量也有很大增长。今年7月,京东集团开始向俄罗斯用户销售其独营的小米科技手机,售价为214美元,仅为同等级三星智能手机和iPhone价格的一半。

## 中国电商:忙布局

早在2010年4月,阿里巴巴旗下的“全球速卖通”上线,并开始进入俄罗斯市场。

“全球速卖通”去年参加阿里巴巴的“双11”活动,这一天在俄包裹达300万件。

记者发现,中国电商之所以能够“爆红”俄罗斯,离不开中国电商们对俄罗斯市场的开发与深耕。

阿里巴巴集团是最早进入俄罗斯市场的中国电商。2010年4月,阿里巴巴集团旗下的“全球速卖通”(AliExpress)上线,并开始进入俄罗斯市场。阿里巴巴集团公关相关人士向记者表示:“我们的目的是让世界各地的消费者可以通过全球速卖通直接以实惠的价格从中国平台购买各种商品。”

据这名相关人士介绍,通过对社会化媒体运营和代购商的激励计划,“全球速卖通”的俄罗斯市场的订单量呈几何级增长。2012年底,“全球速卖通”在俄罗斯的流量是年初的十倍以上,平均日订单量也从7000单上升为3万单。2014年11月11日,“全球速卖

通”第一次参加阿里巴巴的双十一活动。这一天,它在俄罗斯市场的包裹达300万件。

根据Yandex.Money统计显示,2014年俄罗斯民众在中国网店下了约5000万份订单,比前一年增加了40%。其中,阿里巴巴集团在俄罗斯的销售总额达到了1100亿卢布(约合16.4亿美元)。与此同时,于2010年进入俄罗斯的美国在线商务却处于停滞状态。eBay和亚马逊的顾客人数在2015年竟然零增长,分别为400万和150万。

目前,“全球速卖通”是俄罗斯最受欢迎和最大的购物网站,位列APP下载榜首,平均每天有数十万个包裹从中国发往俄罗斯。有分析认为,俄罗斯的顾客绝大多数来自二三线城市和偏远山区,中国电商平台给远离都市的俄罗斯人带去了大量优质商品,改变了当地很多人的生活。

## 俄罗斯人买出心得

据悉,在俄罗斯最大的社交网站VK上输入“淘宝”,可以找到4600多个由淘宝中介建立的群,成员从300到30万不等。他们依靠在中国的关系或自身的中文能力,专职为俄罗斯消费者提供淘宝代购服务。

阿里巴巴集团公关相关人士介绍说,“全球速卖通”当年也是通过深耕VK获得了巨大成功。目前,在VK上的“全球速卖通”官方账号超过200万粉丝,而且会有大量俄罗斯用户利用照片和活动表达着对速卖通的喜爱。

在俄罗斯,喜欢在中国电商平台网购的“剁手党”不断增加,他们还自创了一个专门的称谓——“淘戈利克”(意为“淘宝控”)。“淘宝”一词已成为很多俄罗斯人对中国网购的代称。

据悉,资深“淘戈利克”还详尽总结出“中国网购攻略”,包括:对同一商品的不同报价,不要买最贵或最便宜的,中间价往往是较好的选择;如果要买服装和鞋子,广州和上海的商家比较靠谱,而如果买电子产品则最好选择深圳的卖家。

(据《成都商报》)

## 俄罗斯市场开始“向东看”

10月5日,首届中俄电子商务峰会在莫斯科举办,来自100多个国家的跨境电商参展。最引人注目的是来自中国的力量。其中来自重庆的企业如江津和润汽摩城、巴山摩托、东科模具、晓茹机械制造有限公司等40余家制造企业携产品亮相莫斯科,打出了“渝新欧”牌,吸引了“一带一路”沿线各国的高度关注。

就在数月前,中国国内的100余

家3C电子产品制造商也是通过跨境电商渠道与俄罗斯采购商见面,促成4亿卢布的订单额。

目前,由于卢布贬值,俄罗斯经济陷入了衰退,但俄罗斯人对于海淘中国商品正抱有极大的热情。俄罗斯国家邮购与远程销售协会(NAMO)称,预测今年俄罗斯包裹交付量将达到2.2亿个,包括1.2亿个进口包裹,其中来自中国的包裹数量增长强劲。俄罗斯研究

机构报告则称,在包裹总量中,有接近70%的订单是从中国发货的。

“俄罗斯高端市场开始从‘向西看’转为‘向东看’。”大龙网CEO冯剑峰对记者表示。作为商务部首批跨境电商试点四强企业之一大龙网的掌舵人,冯剑峰总结,俄罗斯是一个消费型国家,只要有货就有市场,中国中小企业将是未来中俄贸易的主力军。

(据《中国经济周刊》)

## 英国亚马逊被曝造假促销

据国外媒体报道,购物网站英国亚马逊上出现的部分图书和产品,之所以能够登上畅销榜前列是受到水军刷评、发布虚假评论的影响。盗用包括一些英国少女的身份信息,这些虚假评论者以每条最低3英镑(约合人民币30元)的价格在网站上收取客户费用。除了写五星好评帮助提高销量外,他们还提供抹黑对手、故意编造负面评论的服务。

报道称,亚马逊上的虚假评论逐渐成为一个不可忽视的问题,卖家通过作弊方式,雇佣水军刷评论的做法引发消费者担心。许多家庭受到虚假评论的误导,而这些虚假评论涵盖各个领域,包括度假信息、房屋改造和智能装备等等。

据了解,这一水军刷评的问题是由《星期日泰晤士报》率先披露,该报纸于近日发表了一本代笔所写的电子书,书名为《所有盆栽》(Everything Bonsai!)。这本书的写作时间仅为一个周末,而且书中错误百出,但受雇的虚假评论者们却以56英镑(约合人民币560元)的价格就将之推上了亚马逊英国Kindle商店园林园艺类的畅销榜书单。

四名受雇水军利用亚马逊的免费推广漏洞,在五天时间内使用多个虚假账户信息将该书下载了200多次,随后给予该书四星和五星的好评推荐。一位住在美国的虚假评论者声称,他手中掌握着70多个英国、美国和加拿大的账户信息。他愿意为暗访的记者提供每条3.26英镑(约合人民币32元)的正面书评服务。

除电子书之外,该弄虚作假者还利用这些女孩的身份对其他一些产品做出评价,包括胡须增长补充剂、直肠数字温度计以及灌洗结肠治疗等。

而另外一名提供虚假评论的人,则以“亚马逊之星”的名字使用其网络对一本电子书发表了一系列负面评论,因为他受雇去抹黑客户的一位竞争对手。他的收费标准是,正面评论4.5英镑(约合人民币45元)一条,负面评论则为6.5英镑(约合人民币65元)一条。

据悉,英国反垄断机构竞争与市场署对此已展开调查。

(本刊综合)