



中国出口信用保险公司莫斯科代表处首席代表梅震浩

# 梅震浩：出海俄罗斯，找准新商机

## 核心观点

- 中俄两国政治上高度互信，经济结构上高度互补
- 开拓俄罗斯市场后，再开拓其他欧亚国家市场，往往可以事半功倍
- 宁波企业要找准产业、找准产品、找准地区、找准伙伴
- 打造日用时尚消费品区域产业品牌，宁波自身优势突出
- 把优势转化为胜势，需要一个过程，并非一朝一夕能做成



2023年10月，中国信保出具全国首张集装箱租赁服务保单，助力甬企开拓远东地区市场。

俄罗斯总统普京宣誓就职后旋即访华。中俄元首会晤期间，双方签署发表了关于深化新时代全面战略合作伙伴关系联合声明。

中俄双方在联合声明中商定了多个领域的合作规划，比如：扩大双边贸易规模、优化贸易结构，不断提升两国投资合作水平，提升双边贸易等活动中的本市份额，实施有利于中俄两国利益的国家航天计划大项目等。

中俄元首还见证签署了多项双边合作文件，其中，经贸投资是重中之重。

地方合作是中俄经贸合作的重要组成部分。久经商海的宁波人早早嗅到了其中的商机，以城市为单元，在全国率先组织经贸团，远赴俄罗斯首都莫斯科举办2024宁波（俄罗斯）家居全品类消费品博览会，全力拓展新兴市场。

目前，俄罗斯市场呈现出哪些新特点？宁波企业该如何深耕俄罗斯市场？

就以上问题，记者专访了中国出口信用保险公司莫斯科代表处首席代表梅震浩。

记者 孙佳丽

本版照片除署名外，由中国信保宁波分公司提供

## A 俄罗斯市场潜力大

记者：今年是中俄建交75周年，中国已连续13年稳居俄罗斯最大贸易伙伴国地位。在您看来，俄罗斯市场的吸引力和潜力何在？

梅震浩：谈论某个市场的吸引力和潜力，首先得明大势、辨根本。

中俄间的大势，是两国政治上高度互信、发展新时代全面战略合作伙伴关系；根本，则是经济结构上高度互补。俄罗斯在矿产、能源、粮食、海产品等资源性产业方面有明显优势，加工制造业和服务业却相对薄弱；我国对俄罗斯的矿产、能源、粮食、海产品等需求很大，加工制造业和服务业是我们的优势领域。

近年来，中俄两国双边贸易快速增长，进出口额从2021年的1469亿美元，到2022年的1903亿美元，再到2023年超过2400亿美元，年复合增长率达31.2%。

具体说来，俄罗斯市场的吸引力和潜力主要体现在以下几方面：

一是俄罗斯经济韧性强、活力足。这两年，俄罗斯经济稳定发展。2022年，俄罗斯在全球

经济体中重返世界前十；2023年，俄罗斯GDP同比增长3.6%，经济总量排名全球第六；2024年一季度，俄罗斯GDP同比增长5.4%，俄经发部预计全年增长3.6%。

俄罗斯国内的通胀率和失业率始终保持在较低水平。2023年通胀率为7.4%，2024年预计在4.3%到4.8%之间，失业率在今年3月降至2.7%，创历史新低。

二是俄罗斯市场容量大、消费能力强。

俄罗斯地域广阔、人口众多，居民收入稳定增长。据相关部门统计，2024年一季度，俄居民实际可支配收入同比增长5.8%，全年预计同比增幅为5.2%，2025年预计为3.5%，2026年预计为3.0%。

消费能力方面，2023年，俄罗斯零售市场同比增长6.4%，2024年一季度同比增长10.5%。

三是优质产品在俄利润率相对可观。

俄罗斯本质上是一个欧洲国家，当地消费者比较重视产品质量，对价格敏感度不高，特别在中高端市场中，他们已经习惯使用价格不菲的欧美产品。

客观地说，以前，中国产品在俄罗斯供应链中处于相对

低端的位置，可替代性较强，但这一情况在俄罗斯实施“向东看”战略之后发生了根本变化。

大量优质中国产品涌入俄罗斯市场替代欧美产品，不仅刷新俄罗斯消费者对中国产品的认知，也赢得了实实在在的利润。

新能源汽车就是一个很好的例子。由于中国新能源汽车出色的性能，如今在俄罗斯往往“一车难求”，售价比国内高出不少，甚至比在欧美的价格还高。

四是营商环境总体来说比较不错。

俄罗斯政治秩序稳定，社会治安总体良好，尤其在大城市，晚上独自外出也很安全；对华人比较友好，近几年没有听说过反华排华事件。

五是俄罗斯市场对周边地区有较强辐射力。

俄罗斯对原苏联其他地区、国家有着相当大的影响力，其力推的欧亚经济联盟就是建立类似于欧盟的经济联盟，形成一个统一市场。

因此，中资企业成功开拓俄罗斯市场后，再开拓其他欧亚国家市场，往往可以事半功倍。

## B 四个找准要做好

记者：宁波是中国重要的外贸中心，也是首屈一指的“单项冠军之城”，每4人中就有一个从事与外贸相关的工作。您觉得宁波企业开拓俄罗斯市场，可以重点关注哪些领域？

梅震浩：结合我自己在俄罗斯的所见、所思所想，建议宁波企业做好“四个找准”，即找准产业、找准产品、找准地区、找准伙伴。

找准产业，就是要找俄罗斯市场有需求、我们有明显比较优势的产业，例如电机制造和电气工业、工程机械、化工制药等。

经过数十年的深耕细作，宁波在高端装备、新材料、新能源、工业互联网、集成电路、日用消费品等领域诞生了不少龙头企业。

相较于俄罗斯欠发达的制造业基础，原材料采购和物流成本低、产业链齐全、商业和

外贸发达、政府重视企业培育等优势，都为宁波企业开拓俄罗斯市场奠定了坚实的基础。

找准产品，就是要拿我们具有技术优势、质量过硬、附加值高，最好是能完全替代欧美产品的拳头产品，去打开俄罗斯市场，进一步培植俄罗斯消费者对中国产品的忠诚度。

作为中国重要的先进制造业基地，“宁波制造”在中国制造业版图中占据重要一席，宁波企业更是善于在制造业细分领域做专做精。俄罗斯正在加快实施进口替代战略，这为众多“专精特新”企业加快发展新质生产力、出口先进技术和设备，提供了巨大的市场空间。

找准地区，指的是无论做贸易、承包工程或投资，都要找营商环境好、民众素质高、对中国较友好的区域。相对而言，俄罗斯作为欧洲国家，营商环境较好，违约风险相对较低。

找准伙伴，指的是寻找贸易对手、代理商，都要找诚信可靠、有契约精神的，这样才能合作共赢。如果暂时找不到，宁肯多花点时间，切莫贪图一时方便，给后续合作带来麻烦。

宁波企业开拓俄罗斯市场，通过展会形式就很好，比如刚刚在莫斯科举办的2024宁波（俄罗斯）家居全品类消费品博览会。

此次展会是近两年宁波在国内外举办的最大规模展会，不仅展现宁波制造业实力之强大和民营经济之发达，也体现出宁波企业对俄罗斯这个优质新兴市场的重视。

通过展会，俄罗斯下游采购商和终端用户可以更直观、全面地了解宁波制造的全品类日用消费品，参展企业也能借此机会深入调研俄罗斯市场和客户的需求，促进双方建立互信，达成业务合作。

## C 耐心打造品牌

记者：此次以城市为单元，远赴俄罗斯自办展会，除了实现合作共赢，宁波还想打造区域产业品牌，让大家说起香水就想到法国，说起消费品就想到宁波。您对此有何好的建议？

梅震浩：宁波产业链成熟，产品品质好、性价比高，企业外贸经验丰富，打造“宁波日用时尚消费品”区域产业品牌方面自身优势突出。在此，我提几点建议供参考：

一是摆正心态。宁波企业在俄罗斯市场上的优势明显，但把优势转化为胜势，需要一个过程，并非一朝一夕能做成。

我认为，在俄罗斯拓展业务要稳扎稳打，不能急于求成。该事先做功课的，要做足功课；该前期市场投入的，要舍得投入。

值得注意的是，企业对兑现展会成果要有正确的心理预期，通过一次展会就想快速接单、签下大单，不太容易。开拓市场需要时间和积累，有时可能还会遇到些挫折。

二是加强细分市场调研。俄罗斯市场对日用时尚消费品的需求很大，但企业进入市场时不能打无准备之仗、完全凭着感觉走，还是应该提前做好细分市场调研，了解高、中、低端不同市场的走向，再结合企业的产品优势，制订相应的市场开发策略。

同时，宁波市贸促会可以对企业分门别类地做一些引导，避免企业间的无序竞争。

三是进一步拓宽市场渠道。宁波在国际日用时尚消费品方面的渠道以代理商为主，直接和大型终端经销商签订合同的还不多，跟市场之间还是隔了一层“纱”。

四是充分用好出口信用保险工具。无论在市场分析、行业选择、渠道拓展、客户识别，还是在交易保障、风险判断、违约赔偿等方面，中国信保都能提供相应的产品与服务，为企业开拓海外市场保驾护航。

特别是对于日用消费品行业，在当前俄罗斯市场利率高企的背景下，通过短期出口贸易险为买方提供账期，能够增强中国出口商的谈判优势，助力宁波企业拓展更多客户、拿到更多订单。



宁波舟山港。（唐严 摄）