

# 俄罗斯跨境电子商务发展路径及优化方向\*

张夏恒

**【内容提要】** 俄罗斯是跨境电子商务的新兴市场，潜力大，发展快。通过CNKI数据库搜索与分析，发现跨境电子商务的研究成果较少，也缺乏针对俄罗斯跨境电子商务市场的研究。本文以电子商务生态链为思路，从电子商务平台、消费群体、支付及物流等环节，梳理出俄罗斯跨境电子商务生态链表征。此外，俄罗斯跨境电子商务市场具有一些突出特征，如地区间差异性、商品需求的差异性与独特性、中国元素浓重等。最后，从发展机遇与障碍层面，剖析了俄罗斯跨境电子商务市场，为运作与开发该市场提供参考与启发。

**【关键词】** 跨境电子商务 俄罗斯 物流 产业结构 社交网络

**【作者简介】** 张夏恒，西北政法大学商学院讲师，博士。

## 引言

跨境电子商务成为全球热点之一，从欧美等成熟市场扩散至亚太、拉美等新兴市场。俄罗斯作为跨境电子商务的新兴市场，发展速度快，市场潜力大。中俄两国经济结构具有互补性，两国接壤且关系紧密。分析俄罗斯跨境电子商务市场，对我国政府与企业而言意义重大。跨境电子商务兴起后，发展速度极快，研究成果无法匹配实践的发展。除了现有成果的缺失外，更加缺乏针对俄罗斯跨境电子商务的研究，电子商务生态链角度尤其如此。

---

\* 本文为首届俄罗斯东欧中亚研究前沿论坛优秀论文。感谢匿名审稿人和点评专家，文中疏漏之责由作者承担。

## 一 相关概念及研究概述

### (一) 概念描述

跨境电子商务是在传统国际贸易基础上,借助于电子商务平台与技术,实现了工具与模式的升级,也是国内电子商务向国外市场的开拓。跨境电子商务指处于不同国家的交易主体,通过互联网等电子商务平台实现商品陈列与浏览、订单处理、在线支付及退换货等活动,通过线下跨境物流实现商品的空间位移,最终从商家流向消费者的一系列活动,跨境电子商务是一种全新的电子商务交易模式<sup>①</sup>。除了消费群体、交易平台、在线支付外,跨境物流也承担着重要角色。跨境物流不同于传统国际贸易中的国际运输,已经融入电子商务与终端配送元素。相对于传统国际贸易产生的国际物流,跨境物流需求主体多样化,在国际物流基础上又延伸出目的国配送;相对于国内电子商务产生的物流,跨境物流突破了国境界限,增加了清关与商检环节,整个物流链条更加复杂化。

### (二) 相关研究概述

以 CNKI 数据库为数据来源,以“跨境电子商务”、“跨境电商”为搜索关键词,以 2015 年 7 月 19 日为数据采集时间点,共获取论文 255 篇,其中,期刊论文 244 篇,硕博论文 9 篇,会议论文 2 篇。从年度分布看,2015 年 126 篇,2014 年 112 篇,2013 年 15 篇,2012 年 2 篇。由于期刊论文比重最大,具有代表性,从年度分布看,2015 年截止到数据采集时间共 123 篇,2014 年 106 篇,2013 年 13 篇,2012 年 2 篇。俄罗斯的跨境电子商务出现在 2012 年,相关研究虽然呈逐年递增态势,但成果相对有限。已有成果较为分散,如有围绕跨境电子商务发展现状与评价的<sup>②</sup>,有围绕跨境电子商务发展障碍及应对策略的<sup>③</sup>,也有聚焦跨境电商物流的<sup>④</sup>。此外,个别学者分区域研究跨境电子商务,如针对非洲与拉丁美

① 张夏恒、马天山:《中国跨境电子商务物流困境及对策建议》,载《当代经济管理》2015年第5期。

② 程宇、陈明森:《福建跨境电子商务发展机遇与对策》,载《亚太经济》2014年第5期;杨坚争、郑碧霞、杨立钊:《基于因子分析的跨境电子商务评价指标体系研究》,载《财贸经济》2014年第9期。

③ 来有为、王开前:《中国跨境电子商务发展形态、障碍性因素及其下一步》,载《改革》2014年第5期;刘娟:《小额跨境外贸电子商务的兴起与发展问题探讨——后金融危机时代的电子商务及物流服务创新》,载《对外经贸实务》2012年第2期。

④ 李向阳:《促进跨境电子商务物流发展的路径》,载《中国流通经济》2014年第10期;张夏恒、马天山:《中国跨境电子商务物流困境及对策建议》。

洲跨境电子商务的研究<sup>①</sup>。总体上看，缺乏针对俄罗斯跨境电子商务的研究，也缺少从电子商务生态链角度的研究。俄罗斯属于跨境电子商务新兴市场，发展较快，市场潜力大。我国与俄罗斯接壤，经济结构具有互补性。所以，研究俄罗斯跨境电子商务意义重大。

## 二 俄罗斯跨境电子商务发展现状

### （一）市场广，潜力大

俄罗斯人口约 1.43 亿，全球排名第七位；国土面积约 1 709.8 万平方公里，居全球首位。作为全球第十大经济体<sup>②</sup>，俄罗斯经济不容忽视。俄语是全球使用人数最多的语言之一，居全球第六位。据民意基金会（FOM）数据，截至 2014 年秋，俄罗斯有近 6 000 万人每天使用互联网，网购人数达 3 500 万。受地域特点、经济疲软、国内通货膨胀等因素影响，越来越多俄罗斯居民选择网上购物以及跨境网络购物。据 GfK1 公司调研资料，在 2014 年进行跨境网络购物的俄罗斯消费者比重从 2013 年的 36% 剧增至 50%，并呈快速增长之势。2015 年，俄罗斯政府进行了经济增长战略调整，试图从传统的能源（石油、天然气、核电）向互联网经济、物流和跨境贸易转变。无论空间、人口及经济规模，还是网民规模、跨境网络购物及国家政策等方面，俄罗斯跨境电子商务市场潜力是巨大的，值得重视与关注。

### （二）高潮与低谷交互发展

俄罗斯跨境电子商务始于 2012 年。在三年多的时间里，全球跨境电子商务呈快速增长趋势，但是俄罗斯受到多种因素综合影响，整体发展趋势呈现出高潮与低谷交互态势。经历 2012 ~ 2013 年高速增长，从 2014 年起增速放缓，陷入了发展的低谷，2015 年增速抬头，有回升的端倪。2012 ~ 2013 年，俄罗斯电子商务是一个新兴成长性行业，得益于全球跨境电子商务发展大趋势，在国内网络普及率提升、网商与网购规模剧增等因素推动下，呈现出明显的高速增长趋势。在

<sup>①</sup> 张夏恒：《非洲跨境电子商务的发展方兴未艾》，载《对外经贸实务》2015 年第 4 期；张夏恒：《跨境电子商务发展探析——以拉丁美洲为例》，载《资源开发与市场》2015 年第 7 期。

<sup>②</sup> 数据源于国际货币基金组织于 2015 年 4 月 14 日公布了 2014 年世界各国 GDP 排名，前十名分别为：美国、中国、日本、德国、英国、法国、巴西、意大利、印度和俄罗斯。

2014年，爆发了乌克兰政治危机，俄罗斯受到欧美等国经济制裁，国内经济通货膨胀，卢比大幅度贬值，为应对危机，俄罗斯政府相继出台一些政策，如大幅提高关税、严厉的海关政策、繁琐的通关规定、提高海外金融机构的保证金额度等，较大程度限制了跨境电子商务的发展。2015年下半年起，为扭转国内经济疲软的局面，俄罗斯政府又出台了一系列政策，开始尝试将经济增长动力从能源（石油、天然气、核电）转向互联网经济、物流与跨境贸易，并加快电子商务相关基础设施建设，构建包括市场、支付、物流等在内的完整电子商务生态链，这将成为俄罗斯跨境电子商务发展的利好消息，将驱动其再次向发展的高潮演进。

### 三 俄罗斯跨境电子商务生态链

#### （一）跨境电子商务平台环节

虽然俄罗斯跨境电子商务发展较快，但是整体水平仍相对偏低，尤其是本土跨境电子商务平台的规模与影响力，仍旧偏低。《东西数字新闻》的“俄罗斯电子商务”报告显示，俄罗斯电子商务行业主要由规模较小的平台企业构成，发展不成体系，在现有的近40 000家平台或网站中，年营业额超过10万美元规模的不足20家。全球性电子商务平台进入俄罗斯市场后，通过本地化运作，已经占据俄罗斯跨境电子商务市场，其中以速卖通表现最为抢眼。据RBC研究机构数据，速卖通已成为俄罗斯跨境电子商务市场中的领头羊，占据着35%的市场份额；eBay于2013年涉入俄罗斯跨境电子商务业务，一并进入的还有其旗下支付服务系统PayPal，占据了30%的市场份额，居于行业第二。俄罗斯本土平台Ozon与Ulmart也表现不俗。其中，Ozon服务辐射整个俄罗斯市场，经营商品多达300多万种，年营业收入近10亿美元；Ulmart以3C产品及家居用品为主，服务主要面对大城市市场，自建物流配送体系，并在几个大城市建有物流基础设施，年营业收入过10亿美元。

#### （二）跨境电子商务消费群体环节

俄罗斯网民数量逐年攀升，推动着跨境电子商务市场的发展。据Yandex与GFK的研究资料，跨境网络购物的消费群体多集中在20~29岁，该年龄段消费群体表现最活跃，文化水平较高，易于接受新事物，对跨境在线购物与支付了解较深。移动网络与移动支付在俄罗斯市场初露端倪，虽然现有的接受度不高，但

发展潜力巨大。伴随移动智能终端，尤其是智能手机用户的增多，越来越多的网民会将其作为重要的上网设备，并接受移动电子商务。近两年，俄罗斯网购群体规模增速较快，新增网购群体主要来源于莫斯科以外的偏远地区、低收入群体以及互联网新进群体。在卢布大幅度贬值、国内物价飞升、通货膨胀率居高不下、经济发展疲软等综合因素作用下，俄罗斯居民对商品价格更加敏感，更青睐跨境网络购物。曾有多份资料提出，俄罗斯网民选择跨境网络购物的主要原因为较低的商品价格与更多的商品种类选择。社交网络在俄罗斯普及率与使用率很高，俄罗斯网民月人均访问社交网络的时长稳居全球首位，高达 9.8 小时。俄罗斯本土社交网络占据明显优势，如最流行的社交网站 VK 在俄罗斯拥有 1.2 亿注册用户，主打同学社交的 Odnoklassniki.ru 市场份额高于 Facebook；主要的搜索引擎为 Yandex，类似中国的百度，占据俄罗斯 60% 以上的市场份额，也是国内最大的网站，远超 Google；本土最大的门户网站为 Mail.ru，此外还有 rambler.ru。

### （三）支付环节

在俄罗斯电子商务交易中，银行卡支付为主，这也是俄罗斯网民喜好且使用率最高的一种支付方式。维萨卡与万事达卡是银行卡的市场领导者，市场份额分别为 40% 与 36%，交易额分别占 48% 与 36%。现有的银行卡属于储蓄卡性质，不具备超支与预付功能，无法实现在线支付的大量应用，俄罗斯网民更偏好货到付款，尤其是现金付款的支付方式。据俄罗斯中央银行调研资料，包括现金支付在内的货到付款占据了电子商务支付方式的 90%。伴随着在线支付方式的出现及发展，该比重会略有下降，但是由于网民对互联网支付缺乏深度信任，消费习惯一经确立也很难转变，所以包括现金支付在内的货到付款仍是俄罗斯跨境电子商务中占主流地位的支付方式，如一些物流公司开通货到付款业务后，订单量剧增。

在电子商务发展的推动下，一些替代支付方式不断涌现，如电子钱包、网上银行、移动支付等。电子钱包是俄罗斯本土运营商提供的支付方式，主要有 Yandex Dengi、Qivi Wallet 与 Web Money 等。俄罗斯主要银行也开通了网上银行业务，作为一种有效的电子商务支付方式，逐渐得到认同。开通网上银行业务的银行主要有 Handybank、莫斯科银行、俄罗斯标准银行、阿尔法银行、莫斯科商业世界银行、俄罗斯工业通讯银行、储蓄银行等。网上银行业务近几年才在俄罗斯出现，已成为非常流行的一种在线支付方式，但是绝大多数支付行为只是集中

在手机付费、水电费、互联网服务提供商及其他服务项目上，真正用于电子商务交易的比重很小。

#### （四）物流环节

在俄罗斯市场，物流经历了灰色模式阶段、国际邮政小包阶段、多种物流模式阶段。在历史因素影响下，苏联解体后，俄罗斯市场出现商品供应奇缺的现象，由于官方清关手续繁琐及税率复杂，刺激了灰色通关与物流的出现，且比重较大，这也影响着跨境电子商务的通关与物流服务。所以，灰色通关与灰色物流一直伴随着俄罗斯跨境电子商务。在俄罗斯跨境电子商务发展过程中，国际邮政扮演着极其重要的角色。受益于低价格、网点多、覆盖广等特点，邮政成为主流物流模式，如俄罗斯邮政、中国邮政等万国邮政系统。除国际邮政小包外，国际快递也是俄罗斯跨境电子商务的重要跨境物流模式，如DHL、UPS等国际性快递公司。俄罗斯海关与商检方面的弊端在全球范围都很突出，清关手续及流程繁琐、关税混乱、税率复杂、规定苛刻、管理混乱、腐败滋生等，导致清关时间久、费用高、货物扣押与丢失频繁发生。所以专业从事物流代理业务的企业不断涌现，并在俄罗斯跨境物流中扮演重要角色，如俄速通（Ruston）、XRU.com等，这些都是俄罗斯市场所特有的。国内物流与配送市场大，需求增长快，市场参与者主要有DHL、TNT、UPS、FedEX等国际化大型快递企业，也有俄罗斯本土的Pony Express、俄罗斯斯特快专业邮政、Ulmart自有物流，还有中俄国际、俄速通、SPSR等国外物流企业。在俄罗斯跨境电子商务需求剧增的背景下，立足于俄罗斯广阔的国土以及与诸多国家接壤等特点，海外仓与边境仓等跨境物流模式在俄罗斯市场较为流行，这是解决俄罗斯跨境物流难题行之有效的物流模式。

### 四 俄罗斯跨境电子商务特点鲜明

#### （一）地区间发展不均衡

俄罗斯在地理环境、人口分布、经济发展、基础条件等方面特色鲜明且差异较大，从而形成了一个非常复杂的市场。俄罗斯幅员辽阔，横跨欧亚大陆，位于北半球北部，处于寒带。人口相对偏少，密度较低，且多集中在西部大中型城市。根据俄罗斯国家统计局2014年公布的区域社会经济指标数据，2013年中央联邦区占国土面积3.8%，拥有27.0%的人口、34.9%的国内生产总值、32.51%

的加工业总产值；远东联邦区占国土面积 36%，只拥有不足 4.33% 的人口、5.4% 的地区总产值，整个联邦区的地区生产总值只占莫斯科单个城市的 25.5%（2012 年远东联邦区的地区生产总值为 27 003.18 亿卢布，莫斯科市为 105 778.1 亿卢布）<sup>①</sup>。从经济水平、人口分布、基础设施、网络普及率、网购活跃度、网商与网购规模等方面看，俄罗斯跨境电子商务呈现出地区间不均衡特征，包括东中西部区域的不均衡，城市间以及城乡间不均衡。

乌拉尔山作为俄罗斯欧亚分界线，以西属于欧洲，拥有四分之一国土面积，以东属于亚洲，拥有四分之三的面积。人口分布恰好相反，欧洲地区聚集着四分之三的人口，属于欧洲人群；亚洲地区聚集着剩余的四分之一人口，属于亚洲人群。西部地区人口密集度更高，中部与东部地区人口密集度更低。经济水平与基础设施西部要明显优于中部与东部，从而形成网络普及率、网络活跃度、网购与电商规模西部要明显高于中部与东部。据 Payvision 与 Yandex 资料显示，俄罗斯互联网用户在东中西部地区比重差距显著，以 2014 年秋天的互联网用户分布数据为例，西部的中央联邦区占比为 28.6%，南方联邦区占比为 14.5%，西北联邦区占比为 10.8%，伏尔加沿岸联邦区占比为 19.7%，合计占比为 73.6%；中东部的乌拉尔联邦区占比为 8.8%，西伯利亚联邦区占比为 13.7%，远东联邦区占比为 4.2%，合计占比为 26.4%。此外，俄罗斯中心城市占据了大部分市场，一线城市与中小型城市间差距及城乡间差距更加明显，如莫斯科市场规模是其他地区市场规模的十倍之多。

## （二）商品需求的差异性与独特性

俄罗斯经济结构与产业结构形成了居民对跨境电子商务独特的商品需求特征，与全球其他地区在商品需求上有较大的差异性；本土地区间的差异性也形成了不同地区居民对商品需求的差异性与独特性。以石油、天然气、核电为代表的能源型产业占主体，经济结构以外向型为主，能源出口为俄罗斯经济重要来源。如资源性产品包括石油、天然气等能源产品在 2012 年第一季度在出口总额中占比高达 72.7%<sup>②</sup>。历史因素遗留下的军事产业处于优势发展地位，也导致长时期经济结构与产业结构严重失衡，日常生活与消费相关商品严重不足，如日用品、服装类、生活用品、食品类、家用电器类等。在乌克兰政治危机之后，俄罗斯受

<sup>①</sup> 李新：《2000 年以来俄罗斯经济结构的变化及其发展趋势》，载《俄罗斯研究》2009 年第 2 期。

<sup>②</sup> 苗华寿：《对当前俄罗斯经济持续低迷的评析》，载《东北亚学刊》2014 年第 1 期。

到严重的国际经济制裁导致出口下滑，卢布大幅贬值，国内通货膨胀形势严峻，物价飞涨，商品短缺，居民收入变相下降。这一趋势也导致了跨境电子商务中商品需求的差异性与独特性。据 Payvision 资料，俄罗斯在 2014 年跨境电子商务市场中，前五位畅销商品分别为家庭生活用品、玩具、家用电器、服装、食品。商品需求以生活用品及家庭用品为主，而其他国家主要是电子产品、化妆品、媒体产品、旅游类产品等。受到俄罗斯国内商品供应及经济结构等因素的影响，俄罗斯居民使用跨境电子商务的目标主要是针对较低的商品价格与丰富的商品种类。

### （三）中国商家与商品独领风骚

受俄罗斯国内经济结构与产业结构等因素影响，中俄两国在经济与商品上存在互补性，这也为两国间跨境电子商务奠定了基础条件。中国与俄罗斯边界线最长，从历史关系、国家关系、经济合作等层面，两国都保持良好的紧密关系。俄罗斯大部分本土电子商务企业规模偏小，影响力较低，在跨境电子商务市场中份额较小。以速卖通为代表的中国跨境电子商务平台企业，在俄罗斯市场占据重要地位，速卖通占据着 35% 的市场份额。此外，在 eBay 上经营的中国商家数量庞大，扩大了中国商家在俄罗斯的市场份额。尤其在卢布贬值与国内通货膨胀的影响下，俄罗斯居民对价格更敏感，中国商品更具价格优势，正可迎合市场需求。在乌克兰危机后，西方国家对俄罗斯加大了制裁力度，加剧了双方关系的恶化，激起了一部分俄罗斯居民的民族情结，驱动着消费者从欧美的网络商家转向中国的网络商家。俄罗斯居民偏好的网购商品类别正是中国的优势商品，如服装类、家用电器类、家庭生活用品类商品等。中国商品种类丰富，价格相对较低，这都符合俄罗斯居民的需求。与中国接壤的俄罗斯中东部地区，居民更偏好中国商品。如克孜勒、赤塔等城市居民所需的日用品、服装、家电、水果蔬菜等几乎都是从中国进口。2015 年俄罗斯政府加大了对电子商务的重视力度，尝试将其作为新经济增长点。随着中俄两国政治互信与战略合作进一步升级，两国政府间、政府与企业间、企业间积极推动双边贸易发展，贸易环境得到改善、总体关税获得下调、金融环境更加完善，中国商家与商品在俄罗斯跨境电子商务市场中的优势地位更趋明显。

## 五 俄罗斯跨境电商机遇与风险并存

### （一）发展机遇

#### 1. 全球经济一体化与跨境电子商务发展大趋势

在全球经济一体化大趋势下，国际贸易趋于自由化与便利化，贸易壁垒逐渐减少。据申万宏源研究显示，目前全球约 75% 的国际贸易能够自由进行，在 WTO 贸易政策中，有 51% 是促进自由贸易的，新增的贸易限制措施也呈现减少趋势。受益于网络的无边界化及沟通的便利化，俄罗斯在国内经济疲软的背景下，跨境电子商务得到大力推动与发展。跨境电子商务有利于减少国家间的障碍，推动国际贸易的无边界化。跨境电子商务推动了自由、便捷、高效的国际贸易环境的构建，拓宽了市场的开发，优化了产业结构与商品竞争力。跨境电子商务不仅能够推进全球范围的经济发展与合作，也能够刺激国内经济的发展与增长。2011 年俄罗斯成功加入世界贸易组织后，许多国家加快了与俄罗斯的经济合作与交往，也加大了对俄罗斯跨境电子商务市场的开发力度。

#### 2. 俄罗斯国家政府层面推动

普京政府一直致力于经济改革，提出了旨在加速俄罗斯经济增长和发展“创新型经济”的任务，包括进一步推动市场自由化与市场改革<sup>①</sup>。俄罗斯从政府层面，通过一系列政策的出台，开始着力解决历史遗留下的产业结构问题。在当前俄罗斯经济发展停滞、卢布贬值、物价上涨的大背景下，俄政府又推出一系列措施，促进经济增长，并推动“强力方案”，旨在提高增长与确保质量，该方案包括：进行结构改革以改善企业环境，加强国民储蓄的有效利用，增加政府投资用于基础设施建设，建立大规模的非原料性出口部门等<sup>②</sup>。2015 年 6 月在圣彼得堡经济论坛期间，诸多国际网络巨头云集，探讨如何推动俄罗斯电子商务市场建设，建立包括物流、支付、市场等在内的俄罗斯完整电商生态链。同时，俄罗斯政府也试图大力发展互联网经济、物流与跨境贸易。通过俄罗斯政府层面的推动，跨境电子商务市场将更具吸引力与活力。

<sup>①</sup> 李新：《俄罗斯经济制度的历史特性及其改革周期》，载《俄罗斯东欧中亚研究》2013 年第 5 期；左鹏：《普京执政十五年来俄罗斯的转型变革》，载《思想理论教育导刊》2015 年第 5 期。

<sup>②</sup> 殷红：《俄罗斯经济形势与政策分析》，载《俄罗斯东欧中亚研究》2014 年第 3 期。

### 3. 产业结构特征与居民消费需求刺激

俄罗斯现有的产业结构为跨境电子商务市场提供了发展空间。由于历史与国家政策原因,俄罗斯经济一直以军工产业与能源产业为支柱,重生产轻流通,尤其将服务产业视作非生产领域,忽略了第三产业,形成了能源与军事工业发达,第三产业滞后的产业结构<sup>①</sup>,如能源部门对俄罗斯经济增长贡献率要远高于消费品与投资品<sup>②</sup>。以生活用品、服装类、家用电器类、食品类为主的消费需求是俄罗斯居民选择跨境电子商务的主要目的,这些产业又都是俄罗斯所欠缺的或者是发展水平较低的。俄罗斯现有的产业结构无法满足国内居民的消费需求,商品供应的丰富性与价格都不具竞争力,刺激了俄罗斯居民进行跨境网络购物。

### 4. 移动互联网成为发展推力

移动化是近几年电子商务的发展趋势,也是俄罗斯跨境电子商务发展的重要推力。移动技术的应用与推广,打破了互联网络线上与线下的界限,拉近了商家与消费者的距离,削弱了购物的时空限制,能够做到随时随地进行跨境购物与体验。移动趋势主要包括移动支付与移动购物,移动支付不仅包含传统的基于电子内容的短信,还包括手机银行、移动银行、第三方移动支付平台,这些支付平台主要有维佩尔通讯、Megafon 和 MTS 等。随着俄罗斯移动网络的普及,移动智能终端设备保有量的提升,尤其是智能手机的普及,移动网络及移动电子商务得到快速发展。2014年,俄罗斯手机普及率已远超过传统电脑的普及率,共用9200万移动互联网用户。据RBC与Oborot.ru联合发布的《2014年俄罗斯移动电商市场》研究报告,俄罗斯移动电子商务市场增长迅猛,18岁至54岁网民群体在2013年仅有190万人选择手机购物,到2014年剧增至410万;在50万以上人口规模的城市中,有21%的智能手机用户使用手机购物,有48%的平板电脑用户使用移动设备购物,该类群体在2013年规模不足80万,到了2014年剧增至520万。移动电子商务持续增长,推动着俄罗斯跨境电子商务市场的发展。

### 5. 社交网络扩大流量与用户粘性

俄罗斯互联网用户更偏好社交网络,社交网络在俄罗斯市场普及率极高,远超过全球其他互联网用户大国。社交网络具备文字、图片、音频、视频等传播功

---

① 陆南泉:《俄罗斯经济结构调整趋势与制约因素》,载《俄罗斯中亚东欧研究》2009年第1期。

② 李新:《2000年以来俄罗斯经济结构的变化及其发展趋势》。

能，社交网络推动着用户的沟通与交流，形成了一个圈子范围内的相互交流、相互沟通、相互参与的互动平台。在跨境电子商务交易中，俄罗斯网民更热衷于通过社交网络查询信息、讨论购物体验、寻求参考意见等。Yandex 资料显示，2014 年俄罗斯网民规模达八千万，而 18 岁以上网民群体中使用社交网络的网民约为 6 800 万，占比极高。俄罗斯社交网络普及率高达 42%，月人均访问社交网络约 9.8 小时，居全球首位，最流行的社交网站为 VK，注册用户超过 1.2 亿。此外，还有 Odnoklassniku.ru、Facebook、Twitter、Pinterest 等。俄罗斯跨境电子商务第一平台速卖通就在 VK 拥有 170 万粉丝群，且数量逐日剧增。

## （二）发展障碍

### 1. 通货膨胀、卢布贬值及经济疲软

从 2013 年起，俄罗斯经济形势开始恶化，经济增长放缓，经济形势不佳，导致物价上涨、货币贬值。自 2012 年起，国际货币基金组织、世界银行与俄罗斯政府多次调低俄罗斯 2013 ~ 2014 年经济增长预期<sup>①</sup>。据俄罗斯联邦统计局的数据，2015 年 1 月通货膨胀率比去年同期上涨了 15%，3 月同比上涨了 16%，5 月同比上涨了 15.8%。乌克兰危机爆发后，西方国家纷纷对俄罗斯进行经济制裁，俄罗斯能源出口受限，价格下跌，卢布大面积贬值，通货膨胀成为俄罗斯急需解决的难题。物价飞涨与通货膨胀，导致俄罗斯居民消费更加谨慎，削弱了俄罗斯居民的消费需求。经济的不景气，为俄罗斯跨境电子商务发展带来了障碍。

### 2. 产业结构问题

俄罗斯经济发展过度依赖于能源出口，产业结构严重不协调，能源产业与军工产业占比过大，第三产业比重偏小，金融服务业严重滞后。俄罗斯经济长期依赖于能源出口会削弱工业发展的动力与高新技术的发明、创新与应用。不合理的产业结构造成了俄罗斯经济结构畸形，是俄罗斯出现经济结构性问题的根源<sup>②</sup>。在卢布贬值、通货膨胀、西方经济制裁大环境下，俄罗斯经济下滑更加剧了俄罗斯经济结构的脆弱性。虽然普京曾于 2013 年底发文表示，俄罗斯经济增速放缓受外部因素影响较大，但主要原因仍归咎于国内劳动生产率低，但是专业人士指出，造成俄罗斯经济下滑的直接原因是外部环境欠佳，深层次原因则在于俄

<sup>①</sup> 苗华寿：《对当前俄罗斯经济持续低迷的评析》。

<sup>②</sup> 曲文轶：《资源禀赋、产业结构与俄罗斯经济增长》，载《俄罗斯研究》2007 年第 1 期。

斯能源型经济结构已经耗尽了增长潜力<sup>①</sup>，加之国内的物流运转中心多是基于军事因素而兴建，地处偏僻地区，无法有效利用起来，借以发展国内商品流通以及电子商务所需的物流与配送需求。

### 3. 跨境物流体系

在跨境电子商务中，跨境物流最为复杂。在俄罗斯市场，跨境物流体系成为阻碍跨境电子商务发展的主要瓶颈。据 Planet Retail 的调研资料，82% 的被访者表示，如果物流方便，会更愿意选择网购；67% 的被访者表示，灵活的快递时间与方式是影响网购的重要因素。俄罗斯地广人稀，公路运输环境极差，铁路资源管控严格，预订手续繁琐，铁轨标准与其他国家不同，需要换轨。俄罗斯冬季漫长，雪天时间久，货物运输与配送难度较大，酒驾问题严重，这些都制约了物流与配送的发展。此外，俄罗斯海关清关手续繁琐，关税混乱，腐败问题层出不穷，导致货物运送时间久、费用高、扣押与丢失普遍。俄罗斯居民多集中在城市，消费需求区域与配送网络距离远，成为制约国内物流与配送的最大问题。

### 4. 网络安全与信用问题

在跨境电子商务快速发展的同时，网络欺诈与信用危机发生率也在剧增。Planet Retail 的调研资料显示，约 80% 的被访者出于对信用及网络安全的担心，不会选择网络购物。在俄罗斯跨境电子商务中，信用缺失、网络欺诈、海关与商检风险、支付漏洞以及知识产权风险等成为网络交易的重大障碍。此外，虚假网站、假冒伪劣商品、钓鱼网站、网络病毒与黑客、恶意评价及退换货等一直困扰着俄罗斯跨境电子商务发展。俄罗斯的信用卡欺诈格外突出，虽然近年俄罗斯陆续出台利好政策，鼓励借记卡与信用卡的使用，但是信用卡欺诈率依然不断攀升。FICO 资料显示，俄罗斯信用卡欺诈金额从 2006 年的 1 280 万欧元攀升至 2012 年的 9 000 万欧元，Timeric 在 2013 年的报告也指出，俄罗斯信用卡欺诈率年增长率为 28.2%。俄罗斯联邦储蓄银行、金融机构及航空公司的支付系统近两年遭受到黑客攻击与网络钓鱼攻击的频率也与日俱增。

### 5. 语言与文化障碍

在跨境电子商务中，语言、文化、习俗、信仰等都是难以逾越的难题。语言与文化是沟通的基础与桥梁，尤其在互联网络中，作用格外显著。虽然俄语是全

---

<sup>①</sup> 苗华寿：《对当前俄罗斯经济持续低迷的评析》。

球使用人数占第六位的语言，但是仍无法像英语、汉语等使用广泛。俄语的使用范围多集中在原苏联的地域范围。所以，俄语成为跨境电子商务中无法回避的难题。俄罗斯最大搜索引擎公司 Yandex 大中华区总裁蔡学峰指出，语言文化已成为影响俄罗斯跨境电子商务的一大瓶颈。在语言、文化、习俗、信仰等因素的影响下，网民在选择跨境网络购物时，多倾向于使用母语来搜索与交流。此外，俄罗斯地处欧亚大陆，民族构成复杂，文化差异较大。这些都成为俄罗斯跨境电子商务发展障碍。

## 总 结

俄罗斯跨境电子商务是一个正在成长的市场。俄罗斯与中国接壤，两国拥有良好的关系，经济互补，研究俄罗斯跨境电子商务市场对中国企业意义重大。从电子商务生态链角度剖析俄罗斯跨境电子商务平台、消费群体、支付及物流环节，可以发现，俄罗斯跨境电子商务地区差异性显著，商品需求的差异性与独特性、中国商家与商品占比较重等特点也比较明显，这有利于中国企业积极参与。俄罗斯跨境电子商务市场的发展存在不少障碍，中国企业在参与对应谨慎把握，稳妥推进。

(责任编辑 张红侠)