

THE RUSSIA-CHINA E-COMMERCE SUMMIT  
КИТАЙСКО-РОССИЙСКИЙ Е-COMMERCE САММИТ  
莫斯科，2015年10月5-6日 - MOSCOW, 5-6 OCTOBER 2015

# 中俄电子商务峰会



## 会议手册



赞助单位





本手册已刊发于2015年10月5日至6日在莫斯科举行的中俄电子商务峰会期间。该会事由以下机构主办：

- East-West Digital News，致力于东欧电子商务市场研究的资讯机构。
- NAMO，俄罗斯领先的电子商务行业协会。
- 约商OSELL，大龙网DinoDirect子公司，也是俄罗斯电子商务市场的主要中国商家。



“East-West Digital News”是第一家致力于东欧数字营销（digital markets）研究的国际性资讯公司。公司旗下两家门户网站：

EWDN.COM（俄罗斯）和 UADN.NET（乌克兰）提供有关互联网、电子商务、移动通讯和电信产业的产业咨询、市场调研数据与解析。

公司各分支机构，为在俄罗斯、乌克兰和其它东欧国家开拓业务的国际商家，提供专业的智力支持。

欲了解更多信息，请联系我们：contact@ewdn.com

[www.ewdn.com](http://www.ewdn.com)

[www.uadn.net](http://www.uadn.net)



## 赞助单位



CDEK俄快通



IML俄快通



PAYU在线支付



SHIPTOR俄快通



YANDEX搜索引擎



# 欢迎来到俄罗斯！



East-West Digital News  
网站主编Adrien Henni

[editor@ewdn.com](mailto:editor@ewdn.com)

尽管国际紧张局势和俄罗斯目前面临的经济危机，俄罗斯本地电子商务市场依然保持着快速增长（年增长率75%）势头。中国企业也越来越成功地发挥对该市场的积极影响。

本次会事——开业内先河——旨在讨论快速增长的中俄电子商务市场、及其环境变化和未来展望。



NAMO行业协会主席  
Alexander Ivanov

[info@namo.ru](mailto:info@namo.ru)

会议议题覆盖电子商务运营的每个重要环节——从货运到海关清关，到跨境营销和支付，以及法规要求。

我们要特别感谢参与本次会事的高端电子商务专业人士和专家，以及为我们提供支持的赞助商们。

我们希望您能喜欢本次会事，并衷心祝福您的电子商务项目马到成功。



# 目录

|                 |    |
|-----------------|----|
| 欢迎来到俄罗斯！        | 3  |
| 参与本次会事的公司       | 6  |
| 俄罗斯电子商务，中国商家的机会 | 11 |
| 1. 总体市场数据与分析    | 13 |
| 2. 成员概述         | 27 |
| 3. 装运和清关        | 43 |
| 4. 支付           | 47 |
| 5. 法律方面         | 51 |



# 参与本次会事的公司



## 在线零售商



Allbiz是全球主要的B2B和B2C在线市场平台。该平台提供26种语言，办公室遍及13个国家。[www.all.biz](http://www.all.biz)



B2B-Center俄罗斯领先的在线B2B市场平台，在这里来自各个国家的公司可以购买和销售产品和服务。[www.b2b-center.ru](http://www.b2b-center.ru)



e96是活跃在乌拉尔、伏尔加和西伯利亚的俄罗斯领先的在线零售商，主要销售厨房家电、内置电器、汽车和摩托车零部件。[www.e96.ru](http://www.e96.ru)



KupiVIP [www.kupivip.ru](http://www.kupivip.ru)



Levall [www.levall.ru](http://www.levall.ru)



Obuv Rossii是俄罗斯中等价位鞋类产品领域的领先线下和线上商家。[www.obuvrus.ru](http://www.obuvrus.ru)



OORRAA这个迅速增长的俄罗斯B2B在线市场平台汇集了成千上万的买家、卖家和供应商。[www.oorraa.com](http://www.oorraa.com)



Ozon.ru俄罗斯最早的在线零售商，成立于1998年，每日服务顾客超过700 000名。[www.ozon.ru](http://www.ozon.ru)



Price.ru俄罗斯电子商务和商业平台，提供3000多家网上商店的产品目录和价格对比。[www.price.ru](http://www.price.ru)



Rufavor是在线批发和零售市场平台，致力于为俄罗斯顾客提供高质量的中国产品。[www.rufavor.ru](http://www.rufavor.ru)



220 Volt是俄罗斯家用电气和DIY商品领域的领先在线零售商。[www.220-volt.ru](http://www.220-volt.ru)

## 支付运营商



LifePay [www.life-pay.ru](http://www.life-pay.ru)



PayU是国际支付服务供应商领袖，也是波兰背景的Allegro Group集团的一部分。其俄罗斯分支机构成立于2011年，并为在俄罗斯扩展业务的本土和国际电子商务公司服务。[www.payu.ru](http://www.payu.ru)



QIWI是纳斯达克主要上市公司，俄罗斯背景的国际支付公司。其名为“Visa QIWI Wallet”的电子钱包可以通过网络、手机应用程序和覆盖广泛的QIWI现金亭网络（将近170,000个现金亭覆盖俄罗斯全国）访问。该公司为在俄的主要中国电子商务公司服务。[www.qiwi.ru](http://www.qiwi.ru)





## 支付运营商



国际公司Wallet One (W1)提供一系列完整的支付产品和服务,其中包括:多币种电子钱包、网上商店支付聚合器、现金亭、白标解决方案。其业务遍及欧洲、美国、俄罗斯、中国、南非和全世界超过58个国家。[www.walletone.com](http://www.walletone.com)



成立于1998年的国际结算系统WebMoney Transfer现拥有超过2900万注册用户。它为互联网和成熟金融结算环境中的所有支付形式提供方便的服务(自动化基金验收和结算、资金筹集、争端解决、交易安全等等)。[www.wmtransfer.com](http://www.wmtransfer.com)



Yandex.支付,是Yandex与Sberbank的合资公司,就品牌知名度与使用度而言,Yandex.支付是俄罗斯领先的电子货币,在俄罗斯互联网用户中,87%的用户熟悉该品牌。就本地和国际网上商店的接受程度,Yandex.支付也是该领域的领袖:这其中76,000家网站活跃于俄罗斯本土市场。截至2014年,他们已拥有超过2000万的注册账户,并通过网络和移动通信设备,以每天12,000多个新用户的速度增长物流和货运公司。<https://money.yandex.ru/>

## 物流和货运公司



Beta PRO是致力于为电子商务和远程营销(商品目录)公司提供物流服务的俄罗斯供应商。它的全循环服务包括从供应商处的商品接收、储存、组装、包装、订单交付和收益管理。[www.betaproductio.ru](http://www.betaproductio.ru)



在2010年成立于俄罗斯的Boxberry公司是电子商务长途快递服务商。其区域网络包括超过300个办公室,覆盖194个城市。信函递送服务覆盖85个城市。该公司目前正积极发展国际业务,并携手对俄罗斯市场感兴趣的外国电子商务公司。[www.boxberry.ru](http://www.boxberry.ru)



成立于2000年,CDEK跻身于俄罗斯领先的电子商务货运公司。其网络拥有300多家分支机构,而且其代表处覆盖俄罗斯,以及中国、白俄罗斯和哈萨克斯坦。CDEK为遍布以上国家的超过9000家电子商务公司服务。[www.cdek.ru](http://www.cdek.ru)



DPD在俄罗斯的电子商务货运服务包括航空和公路快递,覆盖8000多个目的地。为了方便客户,公司提供广泛的服务选项,其中包括货到付款、周末递送、具体和灵活时间窗口递送。[www.dpd.ru](http://www.dpd.ru)



Express RMS的服务包括从欧洲、美国和亚洲的长途包裹运输、海关清关、和递送给俄罗斯境内的个人客户。公司还为在俄境内开展业务的外国网络商店提供市场和客户支持服务。[www.expressrms.com](http://www.expressrms.com)



Hermes Europe Group集团拥有40多年的经验,通过包括36,000个递送点的庞大网络,该公司在欧洲每年递送约5亿件包裹。该集团的俄罗斯分支Hermes Russia为电子商务企业提供欧洲标准的优化物流服务。如今,Hermes Russia的递送网络覆盖超过120个城市,包括400个递送点,而且正在不断扩展。[www.hermesrussia.ru](http://www.hermesrussia.ru)



IML俄罗斯领先的电子商务快递公司。[www.iml.ru](http://www.iml.ru)



Omniva(爱沙尼亚邮政)为横跨波罗的海内外的数以千计的客户提供国际物流和货运服务。隶属爱沙尼亚邮政(Estonian Post Ltd.)的Omniva在拉脱维亚和立陶宛拥有分公司,公司的2600名员工为客户满意而努力。[www.omniva.ee](http://www.omniva.ee)





## 物流和货运公司



PickPoint接货站网络。 [www.pickpoint.ru](http://www.pickpoint.ru)



成立于1992年的Pony express是俄罗斯领先的物流和货运服务公司。它递送的文件和货物覆盖俄罗斯、白俄罗斯、哈萨克斯坦、亚美尼亚、乌克兰、吉尔吉斯斯坦、乌兹别克斯坦、摩尔多瓦、阿塞拜疆的15,000个市镇。它组织的货运还跨越世界其他200多个国家。 [www.ponyexpress.ru](http://www.ponyexpress.ru)



前通国际货运代理（上海有限）公司是中俄货运领域的领袖物流服务供应商，公司拥有跨境电子商务货运的独特丰富经验。作为ATC Group集团的一部分，公司在国际空运领域拥有超过15年的丰富经验。以上海、北京、广州、香港为主要枢纽，其递送网络覆盖整个中国。 [www.atcavia.com](http://www.atcavia.com)



Russian Post俄罗斯邮政 - 作为国家邮政运营商的俄罗斯邮政的运营网络包括42,000个办公室，其递送点覆盖整个俄罗斯。它每年递送约25亿份信件和1.4亿件包裹。 [www.pochta.ru](http://www.pochta.ru)



成立于1993年的顺丰速运是中国领先的递送服务供应商。总部位于深圳的公司在中国和国外拥有超过250,000名员工、10,000部运输车辆、30架运输机和8,200个服务中心。公司提供一站式服务，包括仓储、分拣和配送。为了方便客户，公司还提供一系列的服务选项，包括货到付款。 [www.sf-express.com](http://www.sf-express.com)



Shiptor.com为从中国、美国和欧洲去往俄罗斯和周边国家的电子商务贸易提供快递和海关清关服务。 [www.shiptor.com](http://www.shiptor.com)



SPSR Express，该公司是俄罗斯国内市场的主要物流商，在跨境物流领域可以说是对俄跨境物流的领先者。 [www.spsr.ru](http://www.spsr.ru)

## 金融机构



Lightbank光明银行于1994年成立于俄罗斯，致力于为小型和中型企业部门提供企业贷款。大多数光明银行的客户参与外贸经营。光明银行已经在中国开展了一系列业务，并于12家中国最大的银行有直接合作关系。在2014年光明银行在俄罗斯首次发行银联卡。光明银行是莫斯科交易所卢布/人民币币对业务的积极参与者。在2015年，光明银行成为阿里巴巴和长城集团在俄罗斯的战略合作伙伴。 [www.lightbank.ru](http://www.lightbank.ru)



Russia-China Investment Fund - 俄中投资基金是拥有20亿美元的私募股权基金，旨在通过投资促进俄罗斯和中国双边经济合作的项目而激发竞争力回报。该基金创立于2012年6月，由俄罗斯直接投资基金（Russian Direct Investment Fund）和中国投资有限责任公司（CIC）联合发起。 [www.rcif.com](http://www.rcif.com)



VIYM是独立的合作伙伴，致力于为寻找投资咨询、交易发起和资产管理的国际投资者提供私募股权服务。 [www.viymmanagement.com](http://www.viymmanagement.com)



## 其他机构



ARDI丹麦内衣公司。 [www.ardi.ru](http://www.ardi.ru)



Bronnitsky Jewelry Factory创始自1924年的首饰加工厂。 [www.bronnitsy.com](http://www.bronnitsy.com)



DataLead是领先的国际导向俄罗斯营销机构。作为Facebook和myTarget的高级合作伙伴，该机构同时运作数百个商业推广活动。它的客户包括AliExpress、Lamoda、Amazon、Yandex等等。 [www.datalead.com](http://www.datalead.com)



Delivia提供的软件解决方案帮助网络零售商处理多种递送服务、减少物流开销和节省时间。所有的递送服务都通过单一帐户管理，这使得电子商户能够创建、分发、跟踪订单，并打印文档和分析统计数据。 [www.delivia.ru](http://www.delivia.ru)



# 俄罗斯电子商务， 中国商家的机会

为全面了解俄罗斯电子商务对于  
中国商家存在的机遇：请下载我  
们的免费报告！



[http://www.ewdn.com/files/china-russia\\_cn.pdf](http://www.ewdn.com/files/china-russia_cn.pdf)

Everything you need to know about Russian e-commerce opportunities  
for Chinese players: Download our free report!

[http://www.ewdn.com/files/china-russia\\_en.pdf](http://www.ewdn.com/files/china-russia_en.pdf)



## 俄罗斯电子商务，中国商家的机会

---

# 1. 总体市场数据与分析



## 1.1. 俄罗斯电子商务市场的总趋势

### 1.1.1. 互联网普及率

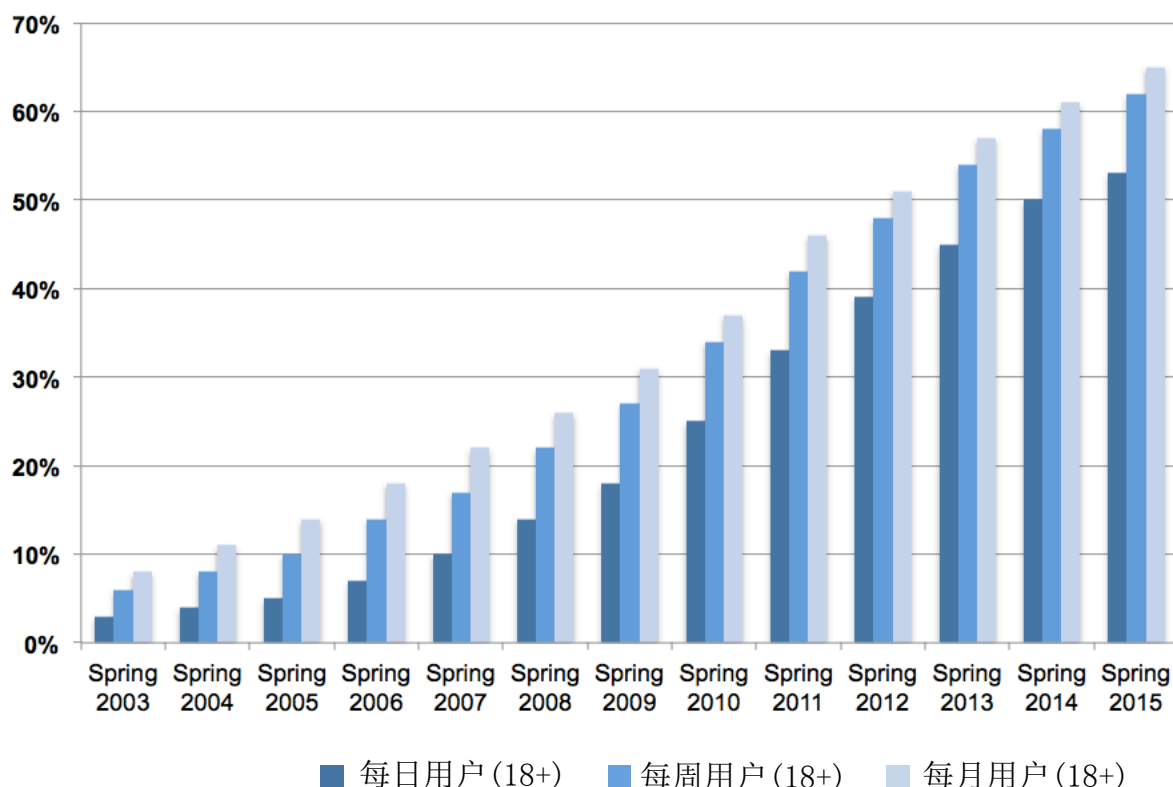
根据民意基金会(FOM)每月提供的数据显示，至2015年春季，俄罗斯65%的成年人，即7600万人，使用互联网，其中6150万人会每天使用。

互联网在俄罗斯开始流行的时间远迟于一些欧洲发达国家。在2003年，只有10%的成年人使用互联网，到了2007年，这一比例也仅为20%。

直至今日，俄罗斯的互联网普及率仍然落后于大多数欧洲国家，仅有约一半的成年人群使用互联网，但俄罗斯正在奋起直追。在过去的几年里，网民年均增长率超过10%。到了2011年9月，俄罗斯已经超越德国成为欧洲市场互联网用户最多的国家。

如果经济能保持现在的增长速度，这将使得俄罗斯用不到十年的时间就可达到欧洲最现代化国家的现有水平。

图1-1俄罗斯的互联网普及率(2003 - 2015)



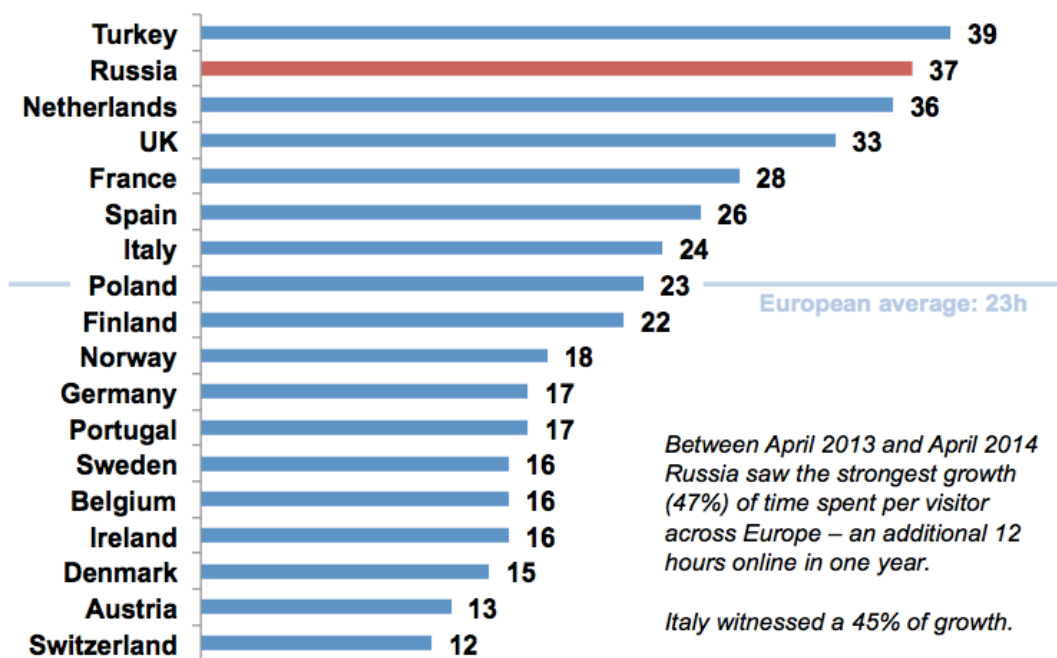
来源:民意基金会(FOM)



### 1.1.2. 用户参与

俄罗斯不仅是欧洲拥有互联网用户最多的国家，而且也是互联网用户使用度（每月平均使用小时）第二大国。

图1-2国际比较：欧洲互联网用户参与  
(2014年4月每个访客访问平均时间超15小时)



来源：comScore MMX

### 1.1.3. 区域对比

在俄罗斯，互联网普及率仍不平衡。基于月度数据，大小城市间的普及率存在巨大的差异。根据FOM民意基金会在2014年第三季度发布的报告，莫斯科和圣彼得堡互联网普及率超过77%，相比之下，小城镇普及率为50%，而伏尔加河沿岸联邦区平均普及率为58%。

其中解释这些区域对比的关键因素是生活水平的差异、购买力、宽带和无线上网发展水平的不同，以及计算机和互联网知识存在差异。

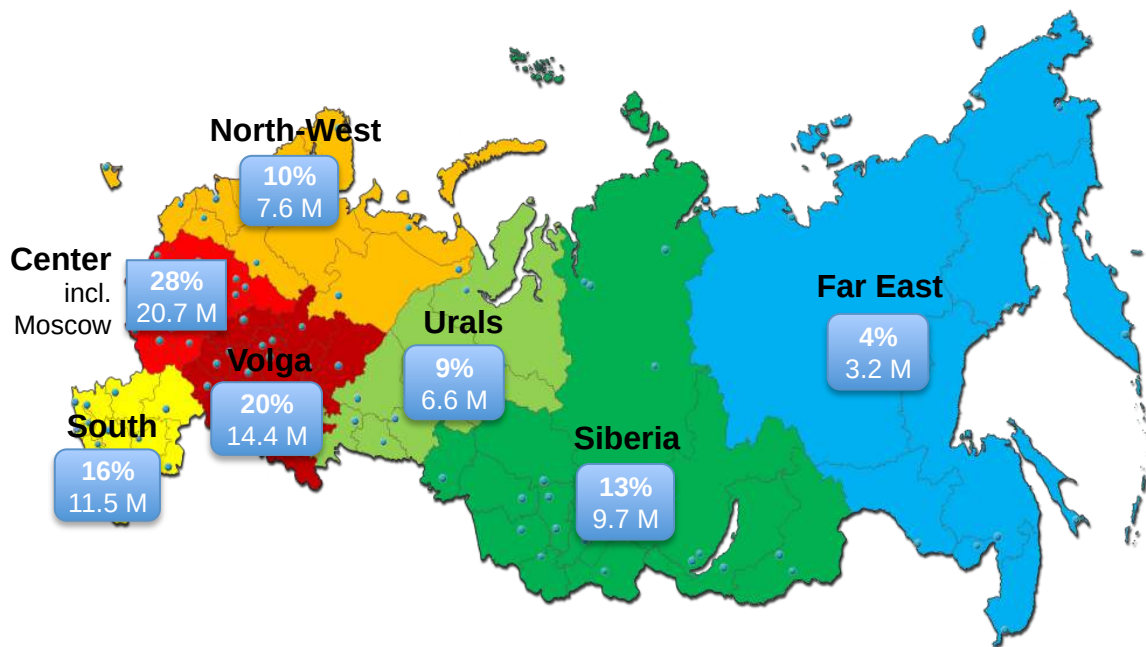
通过使用强度来分析地区之间的差异更加深刻。互联网普及率和使用强度是相互联系的：互联网用户的百分比越高，网络活动水平越高，反之亦然。

2015年春，四分之三的俄罗斯互联网用户居住在俄罗斯的欧洲部分。





图1-3联邦地区分布的互联网用户 (2015)



全国100% (7600万独立用户)

来源: 民意基金会 (FOM)

### 1.1.4. 使用俄语用户的全球分部

全球讲俄语的用户超过9000万，其中包括大约2000万俄罗斯用户以及来自前苏联加盟共和国，西欧，以色列和北美范围内。

## 1.2. 俄罗斯电子商务市场规模

### 1.2.1. 现状

在2014年，根据数据观察，俄罗斯网上零售市场接近**6600亿卢布 (170亿美元)**，比上年同期同比增长27% (以美元计，增长5%)。其中包括网上销售的实物商品和数字化商品，以及门票销售 (航空，火车和娱乐门票) ——但不包括酒店预订及公司客户销售 (50亿美元或以上)，以及跨境实体商品销售 (或达25亿美元)。

因此，2014年俄罗斯的网上零售市场总额达到或超越240亿美元，2600万俄罗斯居民在线购买实物产品。

在细分市场方面，尽管不同的方法从不同来源反映出的情况存在一些差异，但图片上反映出的总体情况很明晰。实物商品类别的需求大部分是服装和鞋类；家用电器和家庭用品，消费电子产品和计算机硬件以及汽车零部件和儿童商品。



表1-4国内细分市场电子商务关键数据（2014）

| 细分市场         | 2014年市场规模，<br>以10亿卢布计 | 2014年市场规模，<br>以10亿美元计 | 2014年较2013年<br>的增长（卢布） |
|--------------|-----------------------|-----------------------|------------------------|
| 家用电器&电子产品    | 146                   | 3.8                   | 37%                    |
| 服装、鞋类        | 92                    | 2.4                   | 21%                    |
| 电脑、笔记本、电脑零部件 | 69                    | 1.8                   | 22%                    |
| 汽车零部件        | 38                    | 1.0                   | 44%                    |
| 移动电话         | 32                    | 0.8                   | 24%                    |
| 家居用品         | 31                    | 0.8                   | 60%                    |
| 儿童商品         | 30                    | 0.8                   | 23%                    |
| 家具           | 27                    | 0.7                   | 34%                    |
| B2B设备        | 23                    | 0.6                   | 24%                    |
| 建筑材料         | 21                    | 0.5                   | 43%                    |

来源：InSales



Reduced logistics expenses with Delivia:  
the cloud solution for online retailers

www.delivia.ru



#### PRIOR TO DELIVERY

- ✓ Integrations with 10+ delivery companies
- ✓ Delivery dates and cost
- ✓ Delivery documentation printing



#### DURING DELIVERY

- ✓ Order tracking
- ✓ Order management page



#### DELIVERY ANALYTICS

- ✓ Quality of service analytics
- ✓ Cost-efficiency analysis



IT solution that permits coordination with  
multiple delivery service providers under the  
existing contracts



## 1.2.2. 经济增长预期

由于当前经济放缓，在2014年，一些电子商务公司的销量停滞不前甚至下滑。例如，由于不断恶化的宏观经济环境及消费者的爱国思想消费行为，几个面向全世界的时尚网站业绩不佳。

但是，这些负面趋势不太可能影响到中国的在线零售商。相反，他们的低价格在经济危机时期更有吸引力。

此外，从长远来看，俄罗斯电子商务市场的潜力还远未被利用。市场规模将继续增长，增长点来自以下结构性因素：

俄罗斯地区的日益增长的互联网和电子商务的渗透；

电子签名和在线支付变得更受欢迎：非实体产品例如保险和旅游套餐具有大量的需求。

实现基础设施的日渐成熟：随着运输成本降低，电子商务的范围将扩展到更便宜的产品类别和甚至可以触及到小城市和偏远地区。

以国内和新的国际合作伙伴为导向：由于卢布汇率持续下降，俄罗斯消费者可能越来越少地购买以美元和欧元计价的线上和线下货物，因此转向国内和像中国这样能够提供一个可广泛选择相对便宜跨境商品购物的国家。

在未来数月乃至数年，俄罗斯政治形势没有变得更糟的情况下，在10到15年内，电子商务可能达到或超过1000亿美元大关。

图1-5俄罗斯境内电子商务市场增长预期



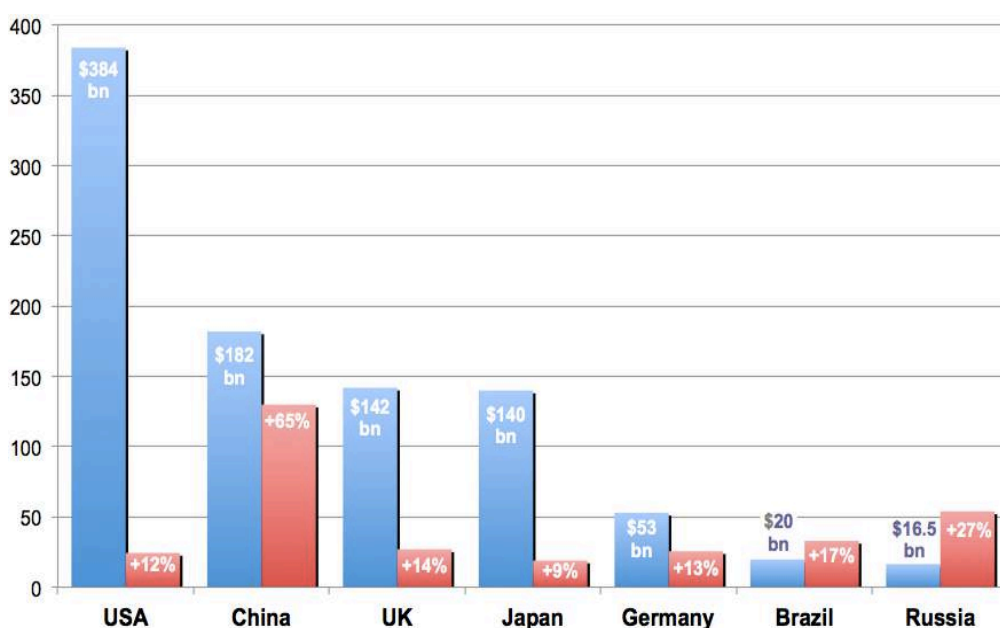
国内销售实体和数字化商品，包括门票，但不包括预订酒店，B2B销售和优惠券  
该计算基于2014年至2025年之间平均10%~20%的年增长速度  
来源：EWDN



### 1.2.3. 国际比较

2013年俄罗斯在线零售额占零售总额的比例约为2%，在线零售量远远落后于美国、中国和西欧，但与巴西类似，而这一比例在美国和大多数西方欧洲国家为5%至10%。在英国这一比例达到13%。据Statista.com提供的资料显示，在中国，2013年这一比例是8%，2014年会增加到9.8%。

图1-6 2013年在线零售：俄罗斯及其他国家市场规模年增长率  
(实体和虚拟产品，不包括游戏，以美元十亿计算)



数据洞察力估计(俄罗斯)，eMarketer (其他国家)

## 1.3. 跨境市场

### 1.3.1. 总量

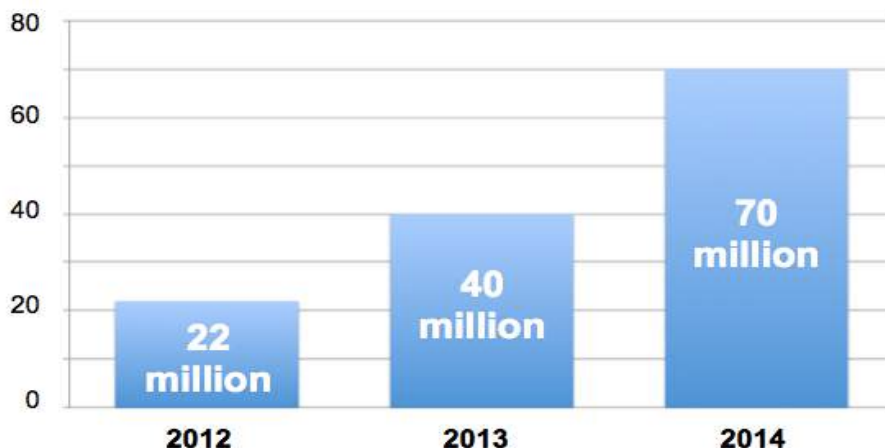
在2014年，俄罗斯跨境电子商务实体商品交易额至少达25亿美元。不幸的是市场实际成交量不存在科学确定性。某些出版物提供了更高的预测（2014年，在50亿美元或70亿美元），但这似乎有些夸张。

但是，市场正在快速增长（年增长率75%）。该增长几乎全部来自于中国在线零售商，而来自西方的电子商务增长停滞不前。

重要的是，这些估计只包括有形商品的跨境贸易，不包括服务、虚拟商品、游戏、旅游预订和旅游预订和其他非物质领域。有可能非物质商品市场——主要来自西方网站，甚至大于有形商品交易市场。



图1-7跨境B2C的邮政流动量（2012-2014）



来源：俄罗斯邮政部门通过NAMO

据俄罗斯邮政和NAMO数据估计<sup>1</sup>，在一年内到俄罗斯的B2C跨境包裹总量上升迅速，增长了近70%。在2014年这一数字达到约7000万件，这些包裹中，约90%包裹重量是不超过1kg，约90%的包裹由俄罗斯邮政配送，尽管现在有替代服务提供商的出现，这一数据证明了国家邮政运营商对跨境贸易电子商务的支配性影响。

阿里巴巴全球速卖通和eBay是市场上两个占主导地位的外国电商零售平台，基于专家的共识，截至2014中期，两个平台共占据俄罗斯80%的跨境贸易电子商务市场份额。

其他跨境电子商务网站和两位市场领导者之间存在相当大幅度的差距。例如，知名网上零售商，如英国的NextDirect.com或中国产品中介平台Kupinatao.com（原Rutaobao），每天发送的包裹量只几千个，而全球速卖通每天发送的包裹量为几十万个。

### 1.3.2. 原产国

俄罗斯跨境电子商务市场的主要领导者按照地域划分，可以分为三个地域——中国、美国 and 欧洲。

中国占总流入包裹量（经俄罗斯邮政和非国有物流经营者），自2012年起急剧上升。根据NAMO和SPSR分析，市场份额从2013年的大约40%上升到2014年下半年的70%左右。

2015年，中国网络零售商的市场份额似乎更高些。

相比之下，许多美国和欧洲国家受到卢布下跌（2013初到2015年9月，1美元兑换30卢布增长至66卢布）以及俄罗斯的一部分消费者的爱国感情的影响。因此，美国占对俄罗斯跨境交易的比例从2013年的40%下降到2014年末的25%，同时欧洲网站的份额也从20%下降到大约10%。

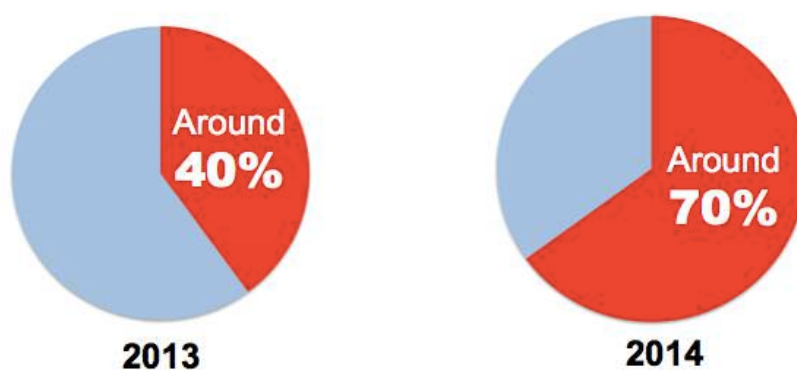
但必须注意，此外，虽然中国已经在包裹流入量占主导地位，但是不能等同于认为是占销售货币量的主导地位。在2014年中期，中国零售商的平均订单价值（AOV）只有15美元，而大得多的70美元来自西方购买平台。

因此，如果以销售价值为判断依据，中国和西方之间包裹流入差异的鸿沟不代表市场份额。

1. 俄罗斯全国邮购协会 - <http://www.namo.ru>

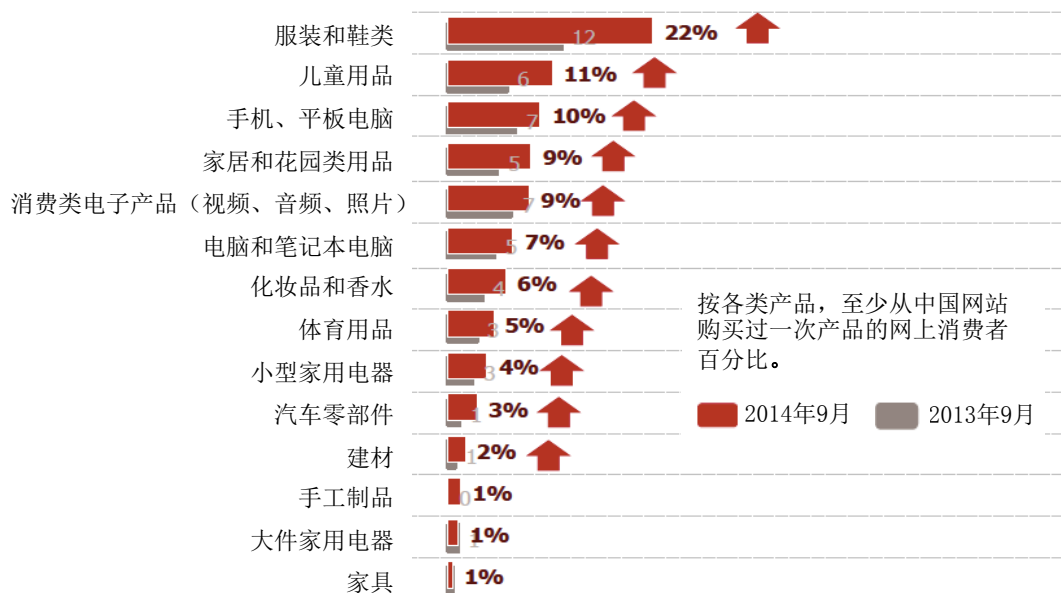


图1-8跨境电子商务中从中国流至俄罗斯包裹所占份额



来源：EWDN专家池

图1-9俄罗斯消费者在中国网上商店按产品类别的购买情况(2014/2013)

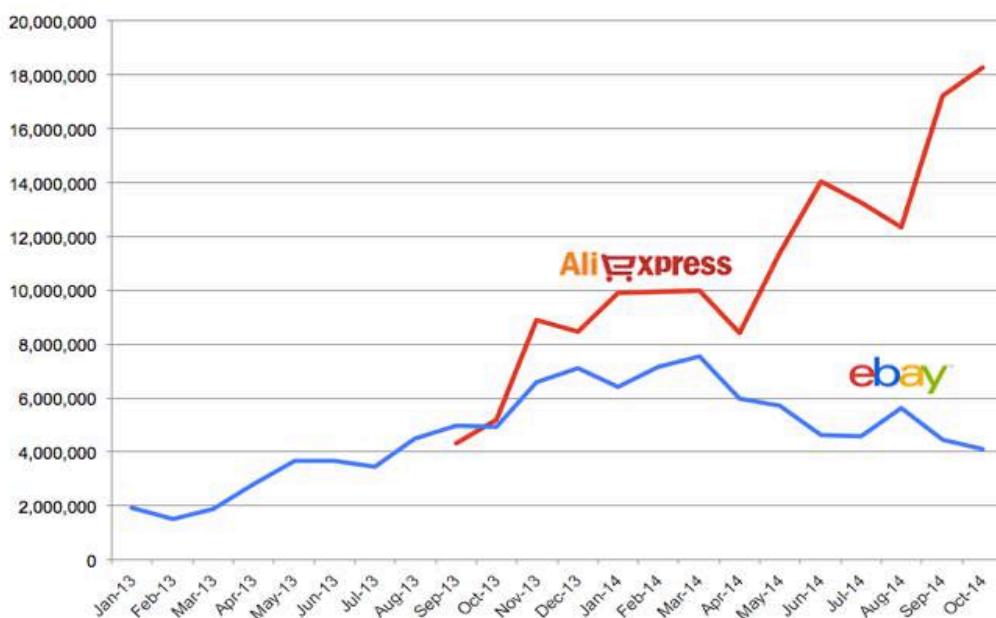


调查表明20到55岁的俄罗斯在线购物者通常生活在居民人数大于100,000的城市-数据来源：Yandex-GfK





图1-10 AliExpress全球速卖通如何在俄罗斯战胜eBay  
这两个网站在俄罗斯的月度访问量以百万计算（2013年9月-2014年10月）



来源: Gemius

## 1.4. 中国至俄罗斯细分市场

### 1.4.1. 关键驱动因素

中国商品的低廉价格，最终成为吸引俄罗斯消费者最大的亮点，尤其是在俄罗斯经济增长放缓和卢布兑美元汇率持续降低的情况下。

“俄罗斯在消费品领域的生产能力被广泛称为该国经济的弱点，它的邻居，中国有足够的资源来生产这些产品”，中国B2B平台Osell EWDN的Yanling Li说。“这就是两个国家之间的贸易额增长非常快且各自政府间保持相互友好经济政策的原因。”

前美国俄罗斯和独联体主管Maxim Andryukhin，俄罗斯集中邮件货代Dostami.ru认为“如果在过去还没有达到，在未来一年甚至几个月，就货币价值而言，中国对俄罗斯跨国零售业将超越美国市场。美国的货物已经失去了关键优势（在俄罗斯以有竞争力的价格和网上商店出售），美元汇率持续加强而不是卢布。中国市场是巨大的，并能提供大众市场定价吸引普通俄罗斯人。”

### 1.4.2. 市场规模

2014年末，根据EWDN专家们的分析，中国市场价值估计占50%<sup>2</sup>。因此，中国对俄罗斯的交易在2013年达到5亿美元，2014年达到至少12.5亿美元。

2. 因为有价值的的数据稀缺，所用很难估计货币价值。无论是阿里巴巴全球速卖通，还是俄罗斯邮政都无法得出确切的数据。





### 1.4.3. 记录制动流量

根据Yandex，俄罗斯最大的搜索引擎，搜索 «товары из Китая»（“货物从中国”）同比仅增长了23%如下图所示。同时，从2014年7月至8月在仅仅一个月增加了两倍。这种持续的趋势是中国市场重新定位的象征。

此外，根据Yandex品牌查询的数据，从2013年9月到2014年9月的12个月内，中国网站显现出最快的增长。例如，与通过eBay搜索查询只有50%相比，阿里巴巴全球速卖通增长了913%（见图表）。而关键字“货物从中国”的查询，2014年从6月到8月，阿里巴巴全球速卖通品牌的印象翻了一番。这证明了莫斯科和圣彼得堡及有关地区乃至整个俄罗斯运行高效。

在2014年中期，AliExpress全球速卖通吸引的俄罗斯互联网用户几乎是俄罗斯电子商务巨头Ozon.ru用户的两倍多，并且在交易量方面战胜eBay。依据Similar Web的统计，自2014年7月至2015年7月，AliExpress全球速卖通在俄罗斯的访问量进一步增加至348%（以浏览次数计）。

Yandex

支付

被全球第5名IT公司、东欧俄罗斯第1名搜索引擎

Yandex称以及东欧最大的银行Sberbank成立的。

在俄罗斯和前苏联国家顺利开展电子商务提供全方位支付

支持 **七万五千多** 的网络企业

Yandex电子钱包现有 **两千万** 用户

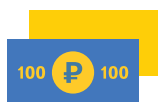
俄罗斯和前苏联国家的 **最大在线支付** 服务商



银行卡



电子钱包



现金



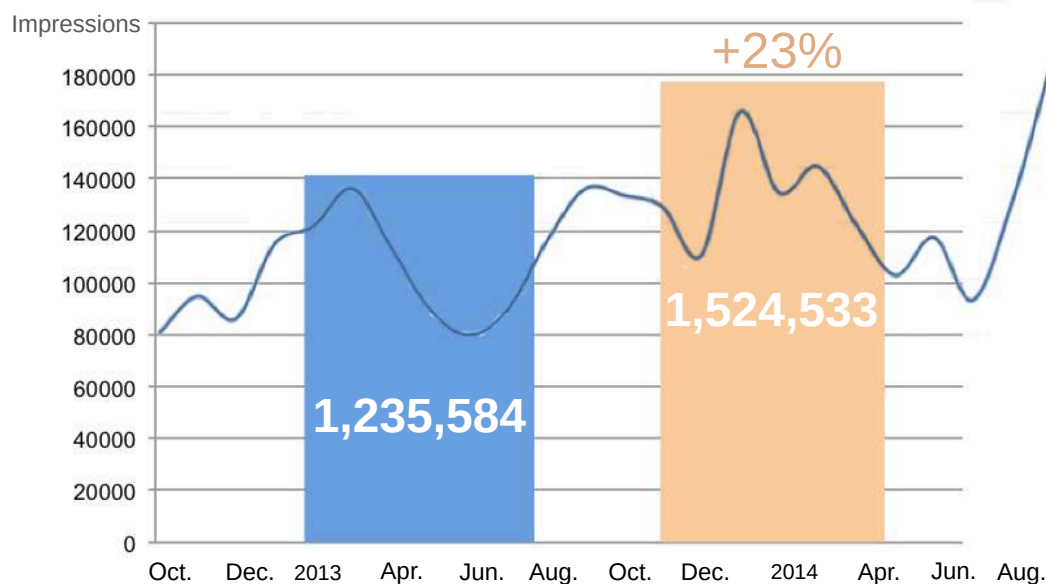
移动账单



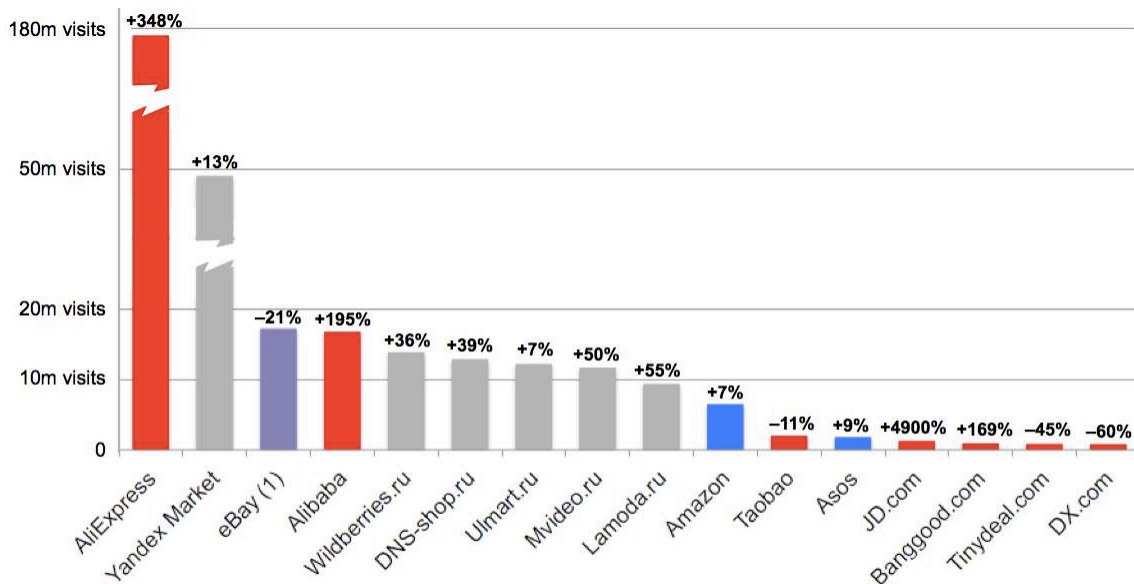
网银



图1-11中国商品搜索量



来源: wordstat.yandex.ru

图1-12在俄罗斯的一些国内和外国电子商务网站的访问量（2015年7月）  
自2014年7月至2015年7月，月季浏览次数的百分比变化

(1) 这个数字包括eBay.com（包括来自中国的重要商品部分），eBay.de和eBay.co.uk

■ 国内网站      ■ 中国网站      ■ 西方网站      ■ 来自不同国家

来源: Similar Web via A. Petrovsky (Price.ru / Rambler &amp; Co)



# 您通往俄罗斯的大门

通过关键词广告来为您敞开俄罗斯市场的潜力与发展前景

## Yandex 就是俄罗斯的互联网

Yandex 拥有超过 30 个适用于各种现实需求的服务平台 88% 俄罗斯用户使用 Yandex 的服务平台。\*

## Yandex 是俄罗斯互联网市场的领导者

- 根据搜索次数, Yandex 在俄罗斯排名第一。\*
- Yandex 的收入与用户规模已超过俄罗斯的任何一個电视频道 – 俄罗斯最大、最流行的电视频道。\*\*
- Yandex 占据俄罗斯互联网关键词广告投放平台的第一位。\*\*\*
- 88% 的俄罗斯用户都会使用 Yandex 的服务平台作为信息源。\*\*\*\*



## 俄罗斯 – 有着发展潜力和利润的电子商务市场

进入俄罗斯市场最捷径的销售渠道 – 互联网。



### 62%

的俄罗斯人 (7150 万人) 使用互联网。其中有一半的人在一年内在线购买产品的次数不少于一次。去年有 25% 的俄罗斯人在中国网络商店购买产品。\*\*\*\*\*

## 选择我们的广告商机

Yandex.Direct 是俄罗斯最大的关键字广告系统, 只对您的服务或产品感兴趣的用戶展示广告。

只向寻找服务或产品的用戶展示广告。

在 Yandex 引擎搜索结果页面和 Yandex 广告联盟成员  
网站页面展示广告 – 96.0% 的俄罗斯覆盖率。\*\*\*\*

使用点击付费系统和实时竞价模式。广告商可自行设定点击价格。超过 460 000 个广告商家。



### 欧洲办公室

Yandex Europe AG Werftstrasse 4 6005, Lucerne, Switzerland. Tel.: +41 41 248 08 60  
cn-ad@yandex-team.ru

### 莫斯科办公室

Yandex LLC 16, Leo Tolstoy St., Moscow 119021, Russia. Tel.: +7 495 739 22 22 ext. 1247  
cn-ad@yandex-team.ru

所有与 Yandex 合作的代理商列表, 可以在此处查看:  
[advertising.yandex.com/contact/agency/?country=china](http://advertising.yandex.com/contact/agency/?country=china)

- EM的长处在于与众不同。我们专门做新兴市场，而不仅仅把新兴市场罗列在公司专长清单中。
- 我们将几十年的新兴市场服务经验运用到全面整合的公共关系和投资者关系的工作中。
- 我们对科学技术、零售消费、银行金融、工业股票、公用设施、基础设施、石油天然气、石油服务、金属冶炼和矿产开采等领域有深入了解。
- 我们有多年的企业并购、首次公开募股、与DCM创投合作等渠道进行资本市场交易的经验。



在伦敦，我们是专注于新兴市场的领军机构，拥有公共关系和投资者关系的专业人才。

- 我们与上市公司合作，帮助他们维持现有的投资者关系并进行金融市场沟通。
- 我们与关注国际金融市场的私人持股公司合作。

- 我们协助企业在冲突和危机中进行沟通和风险管理。
- 我们帮助跨国公司巩固其在新兴市场的声誉。



财经公关、投资者关系、首次公开募股、企业并购交易支持、危机公关、声誉管理、战略咨询。

联系方式： [info@em-comms.com](mailto:info@em-comms.com) / 电话：（莫斯科）+7-495-363-2844 / （伦敦）+44-20-7920-2364 / （香港）+ 852 9311 50 53

EM公司的办事处位于伦敦、莫斯科、香港、纽约和贝尔格莱德。



俄罗斯电子商务，中国商家的机会

---

## 2. 成员概述



## 2.1. 总体情况

### 2.1.1. 市场份额

专家认为2014年9月，全球速卖通占中国跨境运送到俄罗斯的包裹总额的65%。2015年全球速卖通的市场份额可能更高。同时，重要的是要提到从2014年年初到2014年底，eBay的中国卖家的市场份额从20 - 25%下降到10%多一点。所有主要中国平台的其他成员从5 - 10%增加至近25%。

根据市场预期，特别是像阿里全球速卖通这样的中国交易平台，通过低价与激进的市场攻略将使其线上线下所占的市场份额持续增长。例如，全球速卖通曾是俄罗斯境内少有的几家在Moscow Metro推广自有品牌并组建社交网络（iTao）的网上零售商之一。此外，阿里巴巴全球速卖通还采取重要的措施来加强其物流系统，从而为其俄罗斯客户提供更优质的服务，比如其在2015年初与SPSR Express签署了合作协议。<sup>3</sup>

### 2.1.2. 俄罗斯市场存在类型

此外还有大量的小型 and 中型成员，绝大多数的重大国际在线零售商都交付给俄罗斯。例如，从2014年9月通过网络流量排名，世界排名前20位的国际电子商务成员只有六个对俄罗斯没有交付选项。国内电子商务销售的涌动和消费者对经济实惠且高品质商品的需求，诱惑并促使零售商对俄罗斯开展交付选项，以及对其他新兴市场的开拓。

成员对俄罗斯市场贡献可分为四个独立的分组：

1. 本地化的网站。这些提供俄罗斯直接通过几个邮资选项，完全或几乎完全俄语网站提供。NextDirect (完全本地化) 以及AliExpress.ru, JD.com, ASOS.com和eBay (部分的) 是明显的例子。

2. 货币适应零售商。这些平台识别用户的IP位置，价格会立即转化为卢布，以及用俄语提供货运信息，但产品导航描述不是在俄罗斯。著名的例子包括Overstock.com和VictoriasSecret.com。

3. 即装零售商。这些零售商把俄罗斯作为其交付目的地之一，但没有本地化产品，并提供邮资有限的选择。这种方法似乎是特别受欢迎对于销售自己的品牌产品零售商。著名的例子包括Amazon.com和TaoBao.com。

4. 中间商/邮件转发平台。这些平台专注于从国外递送商品给俄罗斯客户。他们的网站通常都集成了大型零售商如TaoBao.com, eBay 等。这些中间平台在原产地国家都设有办事处和仓库，以装订打包来自不同供应商的物品，组合装订后转发给俄罗斯消费者。Kupinatao.ru, Nazya和Shopotam是著名的寄送中国商品的俄罗斯平台。

因市场呈现强劲增长趋势，特定的支付服务和递送服务选项更易操作，因此俄罗斯电子商务的服务也在不断扩展。

越来越多的国际零售商在俄罗斯市场建立本土化网站，其中大多数主要经济体作为一个特定的决定进入俄罗斯或作为航运交易的一部分。由于当前国际紧张局势，尽管一些西方商家推迟了进入俄罗斯市场的计划，但另一些依然长驱直入。比如，在2014年，意大利服装品牌Pull & Bear，还有美国网站Farfetch和iHerb开始面向俄罗斯网上消费者开放。

然而，许多大型在线零售商仍然对俄罗斯出售商品——包括日本的Rakuten.com, BestBuy.com和Bluefly.com。

3. <http://www.ewdn.com/?p=34898>





首要原因是，许多西方网络零售商依旧针对或仅仅集中于本国市场。其次，当一个在线零售商开始销售商品到国外，根据重要的市场影响因素——现存或预测到的定位、支付和物流问题，导致俄罗斯市场很少能成为列表中的一第选择。

同时，当看到AliExpress这样成功的B2C跨界平台，中国商人都渴望进入当地市场。

## 2.2. 主要中国跨境电商平台

### 2.2.1. 全球速卖通和阿里巴巴集团的其他资产

在很短的时间内，阿里巴巴全球速卖通成功主导中俄在线出口跨境市场并不是秘密。积极的营销策略、低廉的商品价格、方便的交付方式的完美组合，把阿里自身品牌知名度提高到一个别人难以达到的水平。

颇为有趣的是，在2014年11月份的一个会议上，根据阿里巴巴全球速卖通公开的数据显示，在过去30天，作为其头号海外市场——俄罗斯市场的销售量，明显超过美国和巴西两个市场的总和。俄罗斯市场消费者主要购买的商品类目是服饰和配件，占其销售总额28%。其次购买的产品类别是手机及电信周边设备，占其销售总额的16%。

在中国，全球速卖通国内的卖家大多数位于东部和南部地区。实际上这比较容易解释，因为纺织行业主要集中在南方而电子行业主要集中于东方。按照平台销量来看，广东，浙江两省是领导者，其次是福建，江苏和河南等省。与此同时，吉林，山东等省和西藏自治区境分别排名第19，第20和第21，同时分别增长310%，286%和283%<sup>4</sup>。

B2B电子商务平台Alibaba.com也在俄罗斯市场获得强势地位。2015年7月，其访问量达到1680万的浏览次数。在8月，该公司与俄罗斯银行领袖Gazprombank签署了一份协议以促进跨境交易，该银行拥有自己的B2B市场平台<sup>5</sup>。

淘宝网（C2C）在过去曾经占有俄罗斯市场的强势位置。但是2015年7月，淘宝网在俄罗斯访问量仅为200万浏览次数，在一年内降低11%。该网站的主导方向依然是针对中国国内市场。

### 2.2.2. JD.COM

在2015年6月，JD.COM推出了它的俄罗斯版电子商务平台，并宣称其目标是赢得20%的俄罗斯电子商务市场份额。

俄罗斯消费者早在两年前就可以访问JD.COM的英文平台，但是公司并没有任何营销活动或适于俄罗斯客户的配套物流。

目前俄罗斯消费者仅能访问5000万JD目录项，这只是很小的一部分，而且主要集中在消费类电子产品和家用电器<sup>6</sup>。

4. 这段数据，在前一段落所提及，于2014年11月展开的同一会议中公开。

5. <http://www.ewdn.com/?p=36944>

6. <http://www.ewdn.com/?p=36295>, <http://www.ewdn.com/?p=36748>





### 2.2.3. 其他中国跨境平台

除速卖通平台外，其他活跃在中国对俄罗斯跨境电子商务市场的主要中国电商平台包括以下公司：Alibaba.com, Allbuy.com, BangGood.com, Buyincoins.com, DangDang, DHgate, DX.COM, Fasttech.com, LightInTheBox, MiniInTheBox, Mi.com, Pandawill.com, TaoBao, Tinydeal.com, Tmall。2015年7月，这些网站中的任意一家网站都获得了来自俄罗斯使用者的超过20万浏览次数的访问量。

它们中很少有网站在俄罗斯完全本地化（例如：Lightinthebox网站）。大多数也只是部分本地化（例如：Buyincoins、DX.COM、Tinydeal.com），或者没有本地化（例如：Fasttech和 Mi.com，它们依旧更多关注国内市场）。

兰亭集势通过其两个俄语网站LightInTheBox和MiniInTheBox，是最早进入俄罗斯跨境市场的中国公司之一。公司与Yandex合作成为第一个提供本地化付款的公司。在2011年推行无卡购买。

截至2014年，LightInTheBox和MiniInTheBox增长迅速，但是自此以后失去了一半的访问量。

其他几家中国网站最近在俄罗斯明显失去了访问量。这其中特别包括Pandawil（从2013年7月的71万浏览次数降至2015年7月的24万浏览次数），DX.COM（从145万降至80万），Buyincoins（从65万降至18万）。

可以预见，在未来几年会有更多的中国电商企业进入俄罗斯市场。“目前，他们通过全球速卖通，eBay或亚马逊这类平台进行销售，当他们拥有在俄罗斯开展业务的必备知识经验后，他们也会着手推出自己的本地化平台，王罗宾说。

因此，2015年夏末的几个星期内，三家中国新商家出现在俄罗斯电子商务市场的舞台上<sup>7</sup>：

1. 主要的全球市场平台敦煌网DHgate.com，携手俄罗斯支付运营商QIWI和货运服务供应商SPSR Express；
2. TradeEase.net是针对俄罗斯消费者而特别设计的项目，由中国银行附属机构、绥芬河地区政府和支付运营商PayEase支持；
3. Umkamall，以手机应用程序的形式出现，并从一个俄罗斯仓库出货，既面向批发商又面向最终消费者。

7. <http://www.ewdn.com/?p=37145>

## 最优秀的市场专家为您出谋划策

East-West Digital News 资讯机构国际专家团队，解答您有关俄罗斯和乌克兰电子商务市场的所有问题，并协助您联络最佳合作伙伴。请联系我们[consulting@ewdn.com](mailto:consulting@ewdn.com)



**SHIPTOR**  
GLOBAL SHIPPING SOLUTIONS

专为电子商务制定的国际物流解决方案  
国际贸易电子商务从此顺畅简单



网店一体化托管

外贸填单

已经超过  
一百万的包裹  
有我们发送

中国、美国和欧洲  
拥有大型实体库房

+86 186-1845-5595

+86 139-1145-7975

[www.shiptor.com](http://www.shiptor.com)

[sales@shiptor.com](mailto:sales@shiptor.com)



图2-1在俄罗斯的一些中国电子商务网站的访问量  
月度浏览次数（2013-2015）

|                   | 2013年7月    | 2014年7月    | 2015年7月     | 2014<br>/2013 | 2015<br>/2014 |
|-------------------|------------|------------|-------------|---------------|---------------|
| Aliexpress.com    | 15 000 000 | 40 100 000 | 179 500 000 | 167%          | 348%          |
| Alibaba.com       | 9 850 000  | 5 700 000  | 16 800 000  | -42%          | 195%          |
| Taobao.com        | 2 850 000  | 2 250 000  | 2 000 000   | -21%          | -11%          |
| JD.COM            | 10 000     | 25 000     | 1 250 000   | 150%          | 4900%         |
| Banggood.com      | 140 000    | 350 000    | 940 000     | 150%          | 169%          |
| Tinydeal.com      | 1 050 000  | 780 000    | 840 000     | -26%          | 8%            |
| DX.COM            | 1 450 000  | 1 450 000  | 800 000     | 0%            | -45%          |
| Fasttech.com      | 85 000     | 370 000    | 760 000     | 335%          | 105%          |
| Coolicool.com     | 5 000      | 80 000     | 560 000     | 1500%         | 600%          |
| Miniinthebox.com  | 590 000    | 1 050 000  | 420 000     | 78%           | -60%          |
| Lightinthebox.com | 300 000    | 740 000    | 390 000     | 147%          | -47%          |
| DHgate.com        | 320 000    | 160 000    | 280 000     | -50%          | 75%           |
| Pandawill.com     | 710 000    | 340 000    | 240 000     | -52%          | -29%          |
| Allbuy.com        | 500        | 5 000      | 230 000     | 900%          | 4500%         |
| Mi.com            | N/A        | 180 000    | 220 000     | N/A           | 22%           |
| Buyincoins.com    | 650 000    | 410 000    | 180 000     | -37%          | -56%          |
| Geekbuying.com    | 100 000    | 45 000     | 160 000     | -55%          | 256%          |
| Focalprice.com    | 220 000    | 120 000    | 120 000     | -45%          | 0%            |
| Cigabuy.com       | 500        | 35 000     | 100 000     | 6900%         | 186%          |
| Tmart.com         | 40 000     | 110 000    | 80 000      | 175%          | -27%          |
| Dongfengmotor.ru  | N/A        | 5 000      | 60 000      | N/A           | 1100%         |
| Tomtop.com        | 90 000     | 120 000    | 60 000      | 33%           | -50%          |
| Chinabuy.com      | 140 000    | 130 000    | 60 000      | -7%           | -54%          |

来源: Similar Web via A. Petrovsky (Price.ru / Rambler & Co)



兰亭集势通过其两个俄语网站LightInTheBox和MiniInTheBox，是最早进入俄罗斯跨境市场的中国公司之一。公司与Yandex合作成为第一个提供本地化付款的公司。在2011年推行无卡购买。

截至2014年，LightInTheBox和MiniInTheBox增长迅速，但是自此以后失去了一半的访问量。

其他几家中国网站最近在俄罗斯明显失去了访问量。这其中特别包括Pandawil（从2013年7月的71万浏览次数降至2015年7月的24万浏览次数），DX.COM（从145万降至80万），Buyincoins（从65万降至18万）。

可以预见，在未来几年会有更多的中国电商企业进入俄罗斯市场。“目前，他们通过全球速卖通，eBay或亚马逊这类平台进行销售，当他们拥有在俄罗斯开展业务的必备知识经验后，他们也会着手推出自己的本地化平台，王罗宾说。

因此，2015年夏末的几个星期内，三家中国新商家出现在俄罗斯电子商务市场的舞台上<sup>7</sup>：

1. 主要的全球市场平台敦煌网DHgate.com，携手俄罗斯支付运营商QIWI和货运服务供应商SPSR Express；

2. TradeEase.net是针对俄罗斯消费者而特别设计的项目，由中国银行附属机构、绥芬河地区政府和支付运营商PayEase支持；

3. Umkamall，以手机应用程序的形式出现，并从一个俄罗斯仓库出货，既面向批发商又面向最终消费者。

## 2.3. 俄罗斯平台

在中俄跨境电商市场有两种类型的俄罗斯电商平台：没有自己产品的中间平台与从中国进货的俄罗斯零售商平台。

### 2.3.1. 中间商服务

如前一节中提到的，一些电商平台由于缺少本地化的服务为大量的俄罗斯（俄罗斯/中国）中间商/物流商带来了新的商机。这些平台与淘宝这样的中国电商平台合作，通过线上为俄罗斯消费者提供种类繁多和价格低廉的商品。这类中间商通常提供两种类型的服务：

1. 购买并交付。俄罗斯消费者可以通过这类中间商公司的网站进行搜索、选择和购买商品。货物从中国市场购买，运送到在中间商在中国的仓库，集合（如果需要）后再发送给俄罗斯的客户。

2. 邮件转运/虚拟地址。这个服务通常被大多数高端客户使用。他们能够直接从中国网站购买商品（中文、英语或俄语），但面临到俄罗斯地域的交货问题或想把来自不同商家的包裹集合在一起，这样做可以使国际物流成本更低。

除了提供良好翻译的界面外，这些网站还提供：多种交付方式，综合保险及买家保护计划，讲俄语的服务人员，可以提供来自不同中国商家商品的集合服务。

帮助俄罗斯消费者从中国购买商品的平台包括：KupiNaTao（前RuTaoBao），Shopotam, VivaTao, Nazya, Vigodnokupi等。

直到近期，这类中间商/邮件转发平台在俄罗斯在线消费者中有着良好的口碑。但是，由于中国电子商务网站决定直接向俄罗斯顾客进行销售，目前这些网站的业务呈下降趋势。因为中国网站正在明显改善在线用户体验和客户服务，中间商/邮件转发平台就失去了某些存在意义。

7. <http://www.ewdn.com/?p=37145>





### 2.3.2. 俄罗斯零售商

最近，几家主要的俄罗斯网络零售商或在线市场平台已经开始将中国商品整合到它们的目录中——或者已经宣称即将着手行动。这其中包括Ozon、Ulmart、Wikimart、Yandex Market及其他商家。

## 2.4. 国际电商平台

毋庸置疑，eBay和Amazon是中俄跨境电子商务市场中最大的两家国际电商平台。

### 2.4.1. 亚马逊

Amazon是一家成立于1994年的电子商务巨头，由于其庞大的商品种类，成为俄罗斯消费者最喜欢的网购网站，在很多情况下，即使考虑了国际邮费，Amazon平台商品的价格仍比俄罗斯本地同种商品价格低。2013年在运至俄罗斯市场的消费类电子产品中，增加了数码产品，家居用品，服饰，鞋和配件等。

Amazon没有透露其销售到俄罗斯的详细数字，但他们肯定有数亿美元的业绩。但根据Gemius数据显示，从2013年初到2014年年中，Amazon在俄罗斯的交易几乎停滞，每月交易量几乎没有能超过100万大关的独立客户，与此同时，eBay的流量在同一时期至少翻了一倍。

与此同时，虽然很多人认为eBay已逐渐成为电子商务老大，越来越多的专家说，俄中跨境电商市场Amazon市场份额正保持大幅增长。事实上，Amazon与在中国的大部分全球电商平台有很大不同。相比其他平台，Amazon更加的中国化，这也解释了它的成功之处。在2004年Amazon收购Joyo.com，并重新采用Amazon.cn作为他的第七个地区性网站。



## PERSONAL DATA STORAGE IN RUSSIA

*What international businesses should know to organize data transfer to Russia and maintain ongoing compliance with Russian law*

**A comprehensive analysis by EWDN with EY's top legal analysts and key market players**

Request your free copy at [report@ewdn.com](mailto:report@ewdn.com)

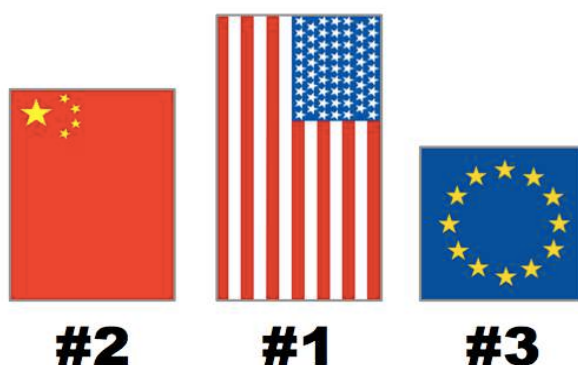


## 2.4.2. 易趣

虽然eBay在2013年4月推出了本地化的网站，但美国市场已成为对俄跨境贸易的主要份额来源。2012年eBay销售量达到了4亿美元，这占据了跨境销售市场的很大一部分。之后的数据尚未公布，但一些专家预计，2014年初eBay在俄罗斯市场每月平均销售额大约为6300万美元。

据eBay俄罗斯总监Vladimir Dolgov透露，截至2013年9月，eBay平台俄罗斯活跃买家已达百万。在2014年初，eBay在俄罗斯境内每天派送9万件包裹，这比当时所有其他外国零售商的包裹量还要多。2014年5月底，eBay每天派送的包裹量达13万件之多。颇为有趣的是，Vladimir Dolgov将三分之一的销量归因于中国北京的商品，中国成为销量仅次于美国的第二大国家。

图2-2代表ebay俄罗斯卖家排名前三位国家起源



来源：eBay，2014

eBay丰富的产品类目，低价的商品和基于俄罗斯市场为重点的邮件转运服务，已经成为eBay的主要增长动力。eBay支持本地化的俄文和英文搜索，并以俄文版的PayPal电子支付服务加以辅助。

在2014年，eBay失去了俄罗斯跨境电商的领导地位，中国的速卖通一跃成为访问量最大和跨境包裹投递最多的跨境电商平台。虽然俄罗斯市场对中国低价商品的需求激增使得速卖通超越了eBay，但同样也带动了eBay在俄罗斯的业绩增长。





## 对中国零售商的建议

### 1. 全年深入的调查

对于当地的消费群体、竞争状况、潜在合作伙伴等做全面深入的研究，以确定目标定位、市场策略，建立最佳的运营流程。

### 2. 网站平台的本地化

网站平台的本地化包括但不限于仅仅将网站语言翻译成俄语，还要整合俄罗斯支付系统提供本地化的支付服务，与专业的报关和物流公司合作，提供俄罗斯最后一公里的配送服务。同时，配备一支说俄语的客户服务团队也是很有必要的。

### 3. 不要忽视质量问题

尽管俄罗斯消费者往往容易被商品低价所吸引，但质量意识越来越强。在俄罗斯当地进行线下实体展示有助于解决消费者信任方面的问题。即使没有实体产品，一个强有力的市场代理将会使您的店铺看起来更加本地化。

事实上，在市场开发的早期阶段，通过市场和中间服务为俄罗斯买家提供订单服务是一个较好的办法。这些公司不仅自己投保货物损坏或损失险，自己提供维修服务，也出让部分利润，以减轻客户的风险。

RAPIDITY. QUALITY. RELIABILITY

www.iml.ru



IML is a leading logistics service provider for Russian Internet shops.

In the market since 2007, with the highest delivery rate in Russia — 95%. Official partner of the Russian Post.

### Our geography: all Russia.

IML network covers over **200** pickup points, with **75** operating in Moscow and Saint Petersburg.

A representative office in Minsk, Belarus.

### Full range of logistics services for Internet shops:

- Courier delivery
- Delivery to pick-up points
- Business mail
- Storage and fulfillment

### Benefits:

- Fast money (payments to partners within **2** days)
- Cash or card acquiring
- Collect on delivery

### Shortest delivery time:

Next day to:

- **67** large cities
- Over **1,000** locations

Delivery to remote Russian regions in partnership with the Russian Post.



We enjoy the trust of over **4,000** partners and their clients, among them top Russian and foreign e-commerce market players.





## 案例研究：阿里巴巴全球速卖通如何成为俄罗斯境内访问量最大的跨境平台

自2010年登陆俄罗斯市场，2013年开始发力，全球速卖通已经赢得俄罗斯消费者的普遍关注。

在2013年8月至2014年8月期间，阿里巴巴全球速卖通在线用户数超过美国电商巨头eBay两倍。根据Gemius统计显示，速卖通已成为俄罗斯访问量最大的10家电子商务网站之一<sup>8</sup>。

依据Similar Web的统计，自2014年7月至2015年7月，AliExpress全球速卖通在俄罗斯的访问量进一步增加至348%（以浏览次数计）。

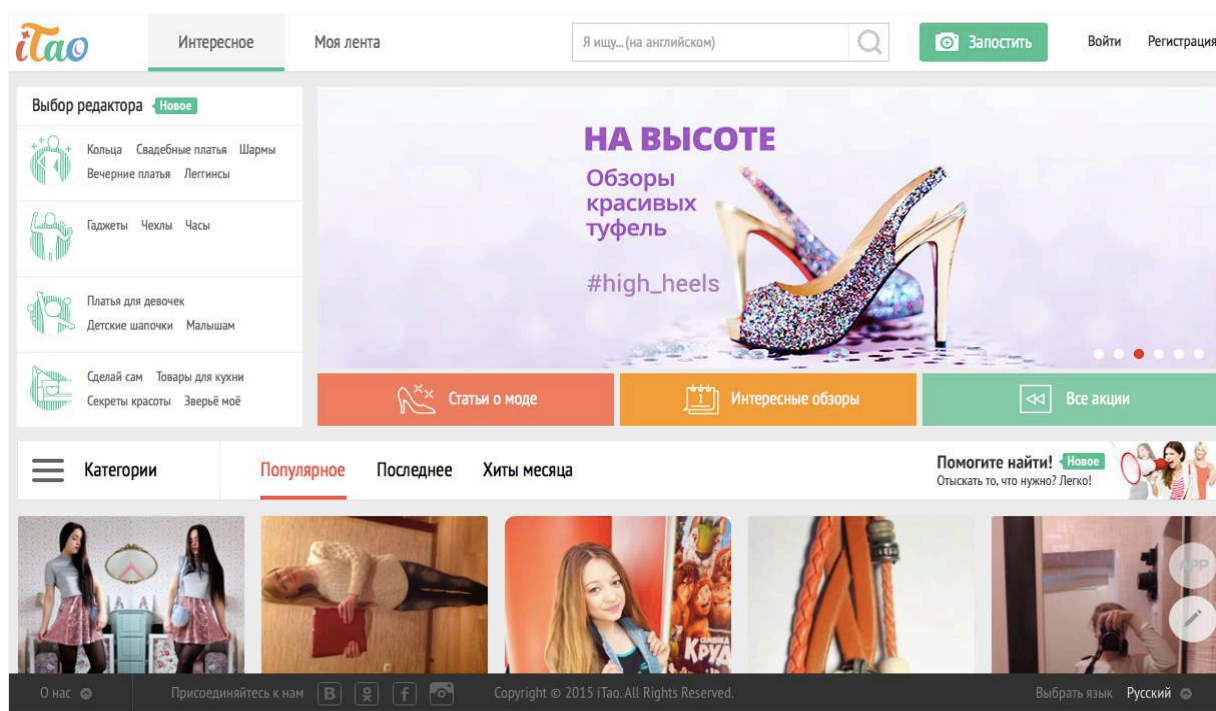
在2015年初，全球速卖通在俄罗斯只有一个简单的代理机构。到2015年中后期，速卖通会开设一个全方位的办公机构，由亚洲公关机构创始人兼记者Mark Zavadsky负责。

### 针对俄罗斯消费者制定的服务策略

公司在调整针对俄罗斯消费购物体验方面取得重要进展。

在2012年10月，速卖通上线了本地化的初个俄语版本站点。然而，对于阿里巴巴海量的品类目录来说，该站点的服务还不是全方位的。

基于阿里巴巴集团的庞大资源支持，公司已经成功地建立一个遍布俄罗斯主流社交网络的购物者社区。在2014年5月，针对俄罗斯在线购物者的阿里巴巴一淘社交平台上线，同期推出俄罗斯买家社交平台。社交网络服务集合了类似Pinterest和Instagram的社交元素。移动端APP也于2014年8月正式推出。



在2012年，本地化俄语站点初始的付款方式方面，已经考虑到俄罗斯消费者不愿意使用银行卡进行支付的习惯。从2012到2014，全球速卖通整合了俄罗斯三家主要的支付系统：，Visa-QIWI Wallet, Webmoney和Yandex.支付。

8. <http://www.ewdn.com/?p=32192>





在2015年初，AliExpress全球速卖通携手俄罗斯所有主要的移动供应商，让电话支付对俄罗斯消费者成为可能。

AliExpress全球速卖通携手俄罗斯网上银行Tinkoff Bank和万事达卡推出一项联名忠诚计划。

在营销领域，按照下载数量计算，AliExpress全球速卖通免费安卓应用程序成为Google Play的第一下载应用程序——领先于社交网络和即时通讯服务，而这两者通常位于排行榜之首。（但是，AliExpress全球速卖通苹果应用程序却并不成功。）

所有这些措施都有助于推动速卖通业务的发展。根据公司的前俄罗斯负责人袖丹尼斯Denis Makkaveev的观点，截至2013，从包裹数量（2千万）上看，俄罗斯成为仅次于中国的巨大跨境市场。2014年5月，根据内部消息和专家的意见，公司每天的包裹量从2014年5月的120000个激增到2014年9月的190000个。在一些“特定的促销活动日，折扣力度较大，使得每天的包裹量达到或超过一百万件，这几乎占到了中国对俄跨境贸易的近三分之二的份额。

在2015年，AliExpress全球速卖通持续了它在俄罗斯的传奇增长。

## 改善服务

考虑到阿里巴巴全球速卖通以相对低价的产品价格覆盖大规模用户目标市场的策略，平台提供的都是成本相对较低的产品，因此提升一般俄国人的购买能力变得至关重要。2013年俄罗斯人均AOV为20美元，根据Denis Makkaveev的观点，这表明平台消费者主要是中低收入人群。

这种低成本策略也意味着在商品质量和客户服务方面还有待改进。为此，公司设定了一个买家保护程序，类似于eBay提供的PayPal支付服务。不满意的客户可以向作为第三方的阿里速卖通发起争端解决程序，申请退款。

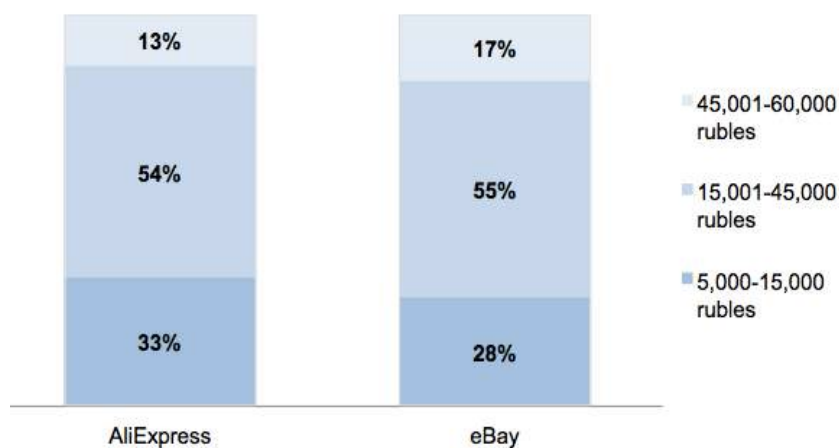
表2-3 阿里巴巴全球速卖通，俄罗斯最大电子商务网站排名及访问量  
(2014年7月)

| 电子商务类网站排名第一<br>(访问量，每月百万用户) |                  |       | 所有网站排名第十<br>(访问量，每月百万用户) |                |       |
|-----------------------------|------------------|-------|--------------------------|----------------|-------|
| 1                           | Yandex.ru        | 58, 8 | 1                        | Aliexpress.com | 15, 9 |
| 2                           | Mail.ru          | 57, 5 | 2                        | Ozon.ru        | 8, 5  |
| 3                           | Vk.com           | 52, 5 | 3                        | Ebay.com       | 8, 2  |
| 4                           | Google(ru+com)   | 45, 6 | 4                        | Eldorado.ru    | 7, 8  |
| 5                           | Youtube.com      | 43, 4 | 5                        | Wildberries.ru | 7, 7  |
| 6                           | Odnoklassniki.ru | 40, 3 | 6                        | Enter.ru       | 6, 8  |
| 7                           | Wikipedia.org    | 28, 5 | 7                        | Svyaznoy.ru    | 6, 6  |
| 8                           | Avito.ru         | 26, 7 | 8                        | Sotmarket.ru   | 6, 6  |
| 9                           | Facebook.com     | 22, 5 | 9                        | Mvideo.ru      | 6, 3  |
| 10                          | Aliexpress.com   | 15, 9 | 10                       | Lamoda.ru      | 5, 8  |

来源：TNS-俄罗斯12-64年龄



图2-4根据收入划分的eBay和阿里巴巴全球速卖通的受众份额  
(2014年8月)



2014年的平均汇率:5,000 - 15000卢布(141 - 423美元);15001 - 45000卢布(423 - 1271美元);45001 - 60000卢布(1271美元- 1695美元)-资料来源: Gemius

## 装运

过去几年里我们在递送服务领域已经取得了巨大进步。阿里巴巴CEO马云声明表示,2014年末,阿里巴巴网站交付订单到俄罗斯消费者手中的平均时间仅为一星期,而两年前的平均交货时间为四个月。

中国邮政和俄罗斯邮政运营商服务水平的显著提升使阿里巴巴受益。阿里巴巴为减少对国有运营商的依赖,与私营航空公司电子商务巨头也建立了关系。2014年与快马邮递商议后,阿里巴巴全球速卖通在2015年初宣布与私人运营商SPSR的重要伙伴关系。

## 未来的挑战

改善俄罗斯消费者购物体验的一些主要障碍是在俄罗斯站点上显示海量的产品品类信息和使用复杂的搜索工具。公司于2013年推出了一系列新的搜索选项来优化搜索过程,但在翻译和快速整合中国卖家方面仍然是一个挑战。

展望未来,将来日益激烈的竞争是俄罗斯跨境贸易市场份额持续增长的主要挑战之一。在短期内,西方电商巨头eBay和亚马逊当把商品从西方运到俄罗斯市场,当然也会从中国运送商品,都将会遭受卢布下跌带来的风险。相对于一个不可忽略的重要市场,一个更大的挑战可能来自于中国市场本身。

阿里巴巴的对手腾讯通过它的JD.COM B2C平台也已进入到俄罗斯市场<sup>9</sup>。腾讯已经联系了俄罗斯互联网多媒体股份公司Mail.Ru Group(南非Naspers拥有以上两者的部分股份)。通过这种方式作为入口获得俄罗斯消费者粘度的效果显著。

此外,一旦许多中国企业开始认识到俄罗斯市场的特性,他们就会通过阿里巴巴全球速卖通、eBay或亚马逊将商品直接卖给俄罗斯消费者。

9. <http://www.ewdn.com/?p=36295>



Chinese Business Center is a platform for effective interaction between Russia and China business and government officials. The Center offers Chinese companies possibility to open a branch market-oriented offices and take part in regular events. For Russian companies, it is an opportunity to make deals with the reliable business partners from China in the field of bilateral investment and trade. CBC is located in Saint-Petersburg - the north capital of Russia.

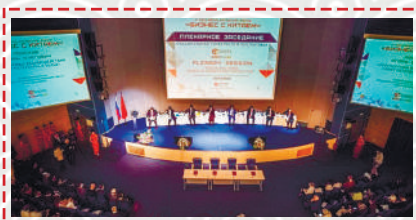
中国的商业中心平台之间的有效互动的商业代表和国当局的俄罗斯和中国。该中心提供了公司从中国介绍自己产品的俄罗斯听众，开设了一个办事处，并参加定期活动。

为俄罗斯公司有机会建立一个直接的通信与中国的供应商，寻求新的合作伙伴和投资者，以及保证是否可靠提出了在中心的供应商。



## We invite you to take part in projects of our Center!

### BC-EXPO VI



Russian-Chinese forum "Business with China" is one of the biggest professional event in Russia and CIS in the sphere of international trade. Forum became a unique platform for the business meeting of the main market players in the different segments of trade and supply chain, from manufacturing to services.

### CHINA FAIR



In March 2016, Chinese Business Center organizes the trade fair of Chinese products with more than one hundred trade companies. Traditionally this event takes place at the framework of the Chinese culture festival, which attracts more than 5,000 visitors.

### EXHIBITION «EXPORT IN CHINA»



Focused on export to China this exhibition has a task to inform Chinese entrepreneurs about general trends of Russian market as well as to push Russian business for deeper economic ties with Asian partners.

[www.bc-expo.com](http://www.bc-expo.com)

[www.china-fair.ru](http://www.china-fair.ru)

[www.rusexport-expo.ru](http://www.rusexport-expo.ru)

You can contact us: [info@vectorexpo.ru](mailto:info@vectorexpo.ru); ☎ +7 (812) 313-24-13; ☎ +7 (812) 321-27-66





俄罗斯电子商务，中国商家的机会

---

## 3. 装运和清关



-  **Door delivery in any City**
-  **Office in China**
-  **Pick up anywhere in China**
-  **Minimum rates of insurance coverage**

职位：中国市场开发经理

地址：中国北京市阜通东大街6号院，方恒国际D座，2115

电话：010 84785884

手机：13811449593

邮箱：a.bryzgalov@cdek.ru, br\_aleksey@163.com,  
d.tonyshev@cdek.ru, commercial@cdek.ru



[www.cdek.ru/english](http://www.cdek.ru/english)



**Leonid Goldort, CDEK公司CEO认为：  
“‘邮政运营商（中国邮政和俄罗斯邮政）’的准垄断将导致  
顾客不满，替代途径必将得以发展”**

**1. 您如何展望中俄跨境电子商务市场：该领域迅速发展的原因及其前景？**

中俄睦邻友好关系有着悠久历史，共同边界绵延数千公里。另外一个因素，两国政治重新修好，又逢两国经济在全球市场的整合下，联系越来越紧密，发展越来越迅速。

更具体讲，中国零售商提供的商品能够满足俄罗斯顾客的需求：得益于他们，俄罗斯顾客才能享受品种多样，又价格低廉的商品。由于俄罗斯目前的经济危机，价格因素变得尤为重要。所以我相信，中俄跨境电子商务市场一定会强劲地发展。

**2. 为了抓住这些机遇，您的公司有何对策？**

2014年8月，我们在北京设立了第一个中国办公室，并计划在2015年，创立至少30家中国分支机构。这将扩大递送业务的地理区域，提高服务和运营速度，并将对现有或潜在的中国商务合作伙伴的关系带来积极的影响。

我们已实现从中国直接提货（俄罗斯顾客在网上下单后，我们将从中国仓库直接收集电子商务包裹），这大大简化了整个流程。与此同时，在俄罗斯，我们也不断提升与外国合作伙伴的合作能力。我们的客户可进入在俄境内的四通八达的交通枢纽，凭借该通道，货物以快速递发模式可送到20,000多个城市与村庄。这意味着，几乎任何一个俄罗斯人都可从中国网站订购，并在自家门口收到订购产品。我们的递送网络无孔不入地覆盖俄罗斯全境。

CDEK公司拥有215个办公室，它们不仅分布在俄罗斯，还分布在白俄罗斯和哈萨克斯坦。因此，我们可以帮助中国和其它国家的客户，将他们的产品在广泛的地理区域内递送，甚至是递送到偏远的居民点，也不成问题。

**3. 中国电子零售商要想发展在俄销售业务，所面临的主要问题是什么？**

中国产品的质量问题的不再像从前那样：产品质量不断改进，某些领域产品的质量，已经可与西方产品媲美。因此，服务质量成为一个非常敏感的因素——服务环节首当其冲的，便是递送服务。远程贸易，如跨境电子商务不能没有高水平的物流管理。

这对邮政运营商和快递供应商都是一个挑战，他们必须处理巨大的包裹流——仅去年就有超过1亿件包裹，其中，从中国网站订购的俄罗斯网上消费者占有非常重要的比值。

今年，为了提高服务质量，我们将对公司在莫斯科的主要物流终端实施全面自动化。我们应用最先进的科技完善仓库管理系统。

**4. 为什么一个中国商家会选择私营物流供应商，而非邮政运营商？**

目前物流市场由邮政运营商（中国邮政和俄罗斯邮政）控制的准垄断，导致了客户对递送业务的不满。但是，该领域的市场竞争会更加激烈。邮政运营商比私营物流商便宜，但价格不是消费者选择的唯一标准。

关键是要关注、了解消费者需求和偏好，并向商家提供配置合理的优化服务。这就意味着降低货物运输保险和货运成本；优化交货时间，覆盖更广泛的地理区域，提高服务质量，此外，在卖家-客户端链中，还有许多需要优化和改进之处。

**5. 针对优化交付环节，您对中国电子零售商和电子商务平台有什么建议？**

我的建议是：为您的网上顾客提供多种运输和递送方式，让他们自由选择 and 支付。他们中的一部分愿意在运输成本上多花一点钱，以保证更及时地收到订购产品。但目前为止，不是所有中国的电子商务平台都提供这类快速递送选项。



俄罗斯电子商务，中国商家的机会

---

## 4. 支付



对于想进入俄罗斯市场的外国在线零售商，要非常谨慎地对待支付问题。商家们需要谨记的两大当地支付特点：

1. 在俄罗斯，现金一直是最主要的支付方式。现金支付的使用频率远远超过大多数发达国家和新兴发展中国家。

2. 对于种种电子支付手段，那些外国网上商店所采用的支付方式可能与俄罗斯人习惯的支付方式有所不同。银行卡和PayPal在国际上广泛应用，但在俄罗斯却并非如此<sup>10</sup>。

在俄罗斯用户中，最流行的电子货币是本土电子货币，如：Visa QIWI Wallet，WebMoney和Yandex.支付(Yandex. Money)。他们声称拥有数以千万计的用户<sup>11</sup>。

外国网上零售商必须适应当地人习惯的付款方式，以便在俄罗斯充分发挥其商业潜能。事实上，只有1/3的网上购物者会在外国网站上采购，2014年这类购买者的数量大概是1500万。当然部分原因与大多数外国网站所提供的非本土化支付方式有关。

相比之下，国外网站提供的相关支付工具，包括“货到付款”选项，能帮助销售额的显著增长，如下文所示。

## 如何应对俄罗斯的支付细节

### • 给您的顾客提供本地支付选项

绝非偶然的是，以俄罗斯为中心的电子商务平台，如Shopotam.ru或Vivatao.ru，还有向俄罗斯销售大宗贸易的国际网站，都设有一种或几种本地化的支付方式选择。这说明一个显而易见的事实：您向俄罗斯互联网用户提供的本地支付选择越多，他们成为您的客户的几率就越高。

然而，那些在国际范围内销售的商家，把俄罗斯与其他国家同等看待，往往提供很少或没有本地化的支付选项。eBay上的商家原则上就不提供本地化的支付方式。但是，他们也意识到俄罗斯顾客的特别支付习惯，市场上也出现了通过PayPal账户和使用“Visa QIWI”电子钱包的支付方式。AliExpress全球速卖通则与“Visa QIWI”合作，WebMoney也与Yandex.支付缔结合作关系。中国市场也设立了现金预支付选项，并通过Yandex.支付的离线现金接受网络实现。

### • 与支付运营商的合作

为实现本地化支付，国际商家有几种选择。他们可与本地支付运营商如QIWI或Yandex.支付直接合作。他们也可依靠与俄罗斯本地支付系统兼容的支付服务供应商（PSP）。

但是，并不是所有的国际支付服务供应商都与俄罗斯支付运营商建立了深厚关系。因此，如果您觉得您的支付服务供应商不是很擅长处理特别的俄罗斯业务，您可与俄罗斯（或是针对俄罗斯市场的）支付整合商（payment aggregator）合作。这就免去与每一个俄罗斯支付运营商的单独交易环节。

支付整合商如同分包商，他会根据客户所选择的支付方法，执行每笔交易。商家与支付运营商没有直接关系，因为支付整合商将执行所有技术和行政手续。

9. 但如果是在外国网上商店采购，俄罗斯人表现得更情愿使用银行卡支付。

10. 这三家机构都有与中国网站合作的经验。Yandex.支付甚至拥有自己的中文员工，并拥有人民币银行账户，以便与合作伙伴进行结算。



# 跟PayU— 起进行在 线支付！

# PayU

PayU 是Naspers 集团的电子商业一部分。PayU 有中东欧洲、拉丁美国、印度和南非的分公司。作为一家国际性公司PayU 提供自己的电子支付解决方案。

公司的活动完全符合个人资料及付款信息安全的国际要求，包括如下：

遵守支付卡资料安全要求  
可以使用3D Secure 协议，用SSL  
EV证书进行资料编码 以及VISA和  
MasterCard系统的注册。PayU公  
司对客户 提供安全、可靠稳定的在  
线支付的机理。

支付转换很高比率至  
99%由以下几个特征  
决定：

- 专业性地考虑  
俄罗斯银行卡行业的  
特征。
- 监控欺骗作业的系统  
关系到使用本地和国际  
资料的可疑的作业，  
是24个小时在运行。

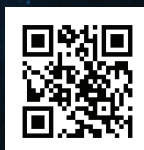
可以用不同的货币进  
行汇款:欧元/美元/人  
民币。货币兑换使用  
最优惠的兑换率，跟  
市场的相近。

在一中协议内以及一  
次性技术一体化的框  
架内可以使用任何地  
方汇款方式。

在“Svyaznoi”和  
“Evroset”的收款  
台可以收现金汇款，  
以及可以通过邮件或  
快递收款。

取消订单最低比率  
的原因是在线预付交  
费和交付后支付剩下  
的数额。

E: [sales@payu.ru](mailto:sales@payu.ru)  
T: 8 800 200 3262  
[www.payu.ru/en/](http://www.payu.ru/en/)





支付整合商的交易费可能达到约5%的支付款额，没有其它启动费或零星费用。这个比值已包含了支付整合商自身的佣金和支付运营商的费用。

从俄罗斯支付整合商向外国公司进行的这类汇款活动并没有任何法律限制。其中，提供俄罗斯支付业务的最重要支付整合商为：**DengiOnline**，**PayAnyWay**，**PayU**，**Robokassa** 和 **Platron**，**RBK Money**，和 **Yandex.支付**。Yandex.支付作为俄罗斯的电子货币领袖，于2013年推出了他们的支付整合服务。

较之仅仅整合本土支付渠道，来自这些公司的帮助将大大推进整合支付领域的发展。他们不仅可以提供有关俄罗斯市场的宝贵建议，还可提供重要的附加服务。例如，PayU有个保护消费者的举措，如果消费者没有收到货物，或仅仅收到部分货物，在已经付款的前提下，消费者可获得补偿金。

Yandex.支付也推出营销支持服务：“不是所有进入俄罗斯市场的外国商家都在这里有名气，或是拥有忠实的受众，”市场总监Evgeny Nikolaev说道。“这就是为什么外国合作者会接受来自Yandex.支付和Yandex团队的支持。Yandex提供卓越的本地搜索引擎服务，并提供在线广告服务，和网上市场Yandex.Market。”

如果整合商还提供银行卡处理服务，这将帮助广大的俄罗斯银行卡持有者接受交易。PayU的一位专家指出：“一些由Sberbank银行（国家储蓄银行）发行的银行卡要求遵守特别的交易流程，才可能订购成功。”

## • 诈骗和银行拒付事宜

外国经营者通常把俄罗斯同高诈骗率或高银行拒付率结合在一起。而本研究中所收集的数据和专家意见并不认同这一观点。

到目前为止，俄罗斯的网上支付诈骗率甚至远远低于西欧国家。PayU的一位专家指出：“欧洲诈骗损失率与美国大体持平，占到交易总额的0.04%。但在俄罗斯，该比率要比欧洲和美国低4倍”。

商家风险理事会（Merchant Risk Council）注意到：“对于采用3DS（3D Secure，3D安全验证系统）的商家，风险是有限的。因为3DS在俄罗斯是公认的安全验证标准，而且符合网上购物者的期待”。



俄罗斯电子商务，中国商家的机会

---

## 5. 法律方面

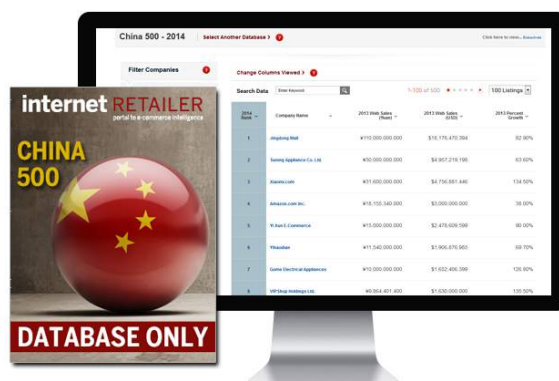


**2015 Edition**

# CHINA 500

## Meet the Top Web Merchants at the Epicenter of E-Commerce: China

- Ranking the 500 largest e-retailers in China by annual web sales
- Database format lets you mine 77,000 facts
- Features 154 financial and operating metrics per ranked e-retailer



<https://www.internetretailer.com/china500/>



向俄罗斯客户的网上销售要遵守几项重要的法律规则。以下是关于严禁物品、知识产权保护、个人资料收集、使用和储存的主要规则。

## 6.1. 严禁物品

某些类别的商品不允许进口俄罗斯，或是遵循严格限制规定。例如，酒类、烟草产品、药品、药物、化学物质、危险废物、武器、渔具、矿物学和古生物学相关收藏品、野生动植物、以及某些信息（如，与恐怖主义相关的信息和色情信息）。

由于寄发对象的不同，寄给个人或法人实体，规则可能有所区别。

如果货物由邮政运营商运送，则适用万国邮政联盟（UPU）的规定。如果货物由私人递送运营商运送，则适用关税联盟（俄罗斯、白俄罗斯和哈萨克斯坦）的规定，和欧亚经济联盟（俄罗斯、白俄罗斯、哈萨克斯坦和亚美尼亚）的规定。

要特别注意有加密功能的电信设备。这些物品可进口到关税联盟成员国，但必须经过俄罗斯国家安全机构，即俄罗斯联邦安全局（FSB）的批准<sup>10</sup>。

## 6.2. 知识产权

根据“区域知识产权穷竭原则”，跨境商家从俄罗斯以外的原产商和授权分销商处购买商品需要相关法律文件。该商家必须有商标所有者（通常与商品原产商是同一实体）的明确同意或许可，以确保进口俄罗斯的品牌商品的合法性。

两种方法授权使用商标——商标所有者签发的同意使用函，以及许可协议。俄罗斯立法对商标和专利的使用形式化有许多要求。

## 6.3. 个人资料

企业在处理俄罗斯公民的个人资料时，包括从国外操作的在线零售商，必须遵守以下五大基本原则：

- 个人资料可以被收集、储存和使用，但必须获得本人的同意，最好是书面形式的确认。
- 自 2015年9月起，储存俄罗斯公民个人资料的服务器的物理地址必须在俄罗斯境内。
- 储存个人资料的机构有义务确保数据的保密性。没有本人同意，不得转让、分享或披露这些个人资料。
- 俄罗斯法律应该通过机构性和技术性的界定，充分保护个人资料。
- 处理个人资料的机构应该制定个人资料处理内部政策，并使该政策具备公开可用性。

这些规则特别适用于个人资料 - 而不应与任何用户相关数据混淆。根据法律规定，个人资料的主要特征是具备将特定、单一个体从许多人的群体中辨识出来的能力。

\*

如需了解这些法律层面的详细信息，请随时与East-West Digital News专家团队联系，寻求个性化的咨询与解答。请联系[contact@ewdn.com](mailto:contact@ewdn.com)

10. 2014年5月，一位俄罗斯公民因为在德国网上商店订购了有数码加密功能的摩托罗拉Moto G手机，而受到了公开指控。<http://www.ewdn.com/?p=31765>



The international resource  
on Russian digital industries

**[www.ewdn.com](http://www.ewdn.com)**



**East-West**  
**Digital News**

***The Russian market  
at your fingertips!***

East-West Digital News is the first international  
information and consulting company dedicated to  
Russian digital industries.

Get in touch with us at [contact@ewdn.com](mailto:contact@ewdn.com)