

俄羅斯市場電子商貿-線上媒合商機深耕開發計畫

時間：109 年 5 月 1 日至 9 月 30 日 共 153 天

地點：台北 / 俄羅斯聖彼得堡、莫斯科

適合產品：毛衣相關產品

俄羅斯高於高緯度，一年中有超過 8 個月是低於攝氏 15 度，一直對於具有保暖性的紡織品如羊毛衫、毛衣需求相當高；隨著全球消費市場轉由千禧世代的年輕人成為主力族群後，俄羅斯對流行性服裝及布副料之需求比重明顯成長，尤其是在俄羅斯本地缺乏輕工業發展的加持下，對毛衣、流行性紡織品及成衣的進口需求更是強烈。

俄羅斯在接連舉辦 2014 年的冬季奧運會及 2018 年的世足賽等國際性體育賽事後，助長了俄羅斯全民運動的風氣，從事戶外運動人口明顯增加；此外，俄羅斯近幾年積極扶植俄羅斯自有服裝品牌，同步擴大國內消費及對外貿易，在每年年初的德國 ISPO 展設置大型國家館，除積極提升俄羅斯服裝品牌知名度外，亦相當寄望能提升其服裝外銷值，因此對俄羅斯本地原就不擅長的運動休閒布料與副料等產品，進口需求大幅成長。

俄羅斯擁有 1.4 億龐大的人口紅利、氣候寒冷時期長、兼之輕工業不發達須大量仰賴進口，以及現行市場消費主力偏向年輕族群等利基，此時正是臺灣的毛衣產品、流行衣著用紡織品、運動休閒衣著用紡織品及副料供應商進入的好時機。為解決語言溝通隔閡與買主商業資訊取得困難之門檻，本計畫擬委託在俄羅斯從事當地紡織相關產業專業人員擔任顧問，主動洽詢目標買主並試探出買主需求，轉譯後提供我國業者進行產品推介與推廣之重要參考依據，並進行雙方商機媒合，以利加速我國紡織品有效進入俄羅斯市場，進而提高出口競爭力與獲利能力。

本計畫為因應今(2019)年年初爆發的新型冠狀病毒疫情限制，及在簽證無法取得和旅行過程可能造成出差人員人身傷害等風險的考慮下，執行方式擬改由委託俄羅斯當地顧問採用電子商貿一線上媒合商機的方式進行。

俄羅斯當地顧問將針對本計畫的產品項目，主動以登門拜訪或 EMAIL 接洽目標買主如 BOSCO、BTC、POMPA、URBAN TIGER、FORWARD、STAYER 等等超過 30 家具有國際採購的企業，探詢及搜尋買主擬採購的產品項目及規格，並經轉譯後，併同買主的聯絡資訊等提交給參與的會員廠商。如遇符合之產品，會員廠商即著手準備樣品逕寄送至俄羅斯買主處，再由當地顧問居中直接在俄羅斯當地追蹤(Follow up)買主接到樣品的情形及後續的回應。

當地顧問為避免不同的會員廠商資訊混淆及商機外洩之虞，將與公會及會員廠商單獨成立個別群組，包括 EMAIL 及即時通訊 WhatsApp 群組，將買主需求、廠商提問與寄送樣品通知、買主回應及產品意見等，提供給參加的會員廠商客製化之服務。

由於線上媒合商機的執行時間長，較之一般展覽期間短短幾天展示只能與買主有數 10 分鐘的洽談，將可更有效加深買主對供應商及產品的印象。藉由此種量身訂做的深度專業推廣方式，更能有效地提升參加專案廠商之拓銷成果；嗣後如再搭配適當的採購時節，安排供應商至俄羅斯當地與買主進行面對面的商洽，有鑒於前期長時間耕耘溝通產品的漸趨一致性後，話語將更能契合，預期成功開發商機之力度將可更收事半功倍之效。