

# 在中國各地興起又被官方整治的「俄羅斯商品館」，是怎麼一回事？

儘管有種種基礎設施搭建上的困難，俄羅斯對中國的出口量及其所佔份額幾乎一直在穩步增長。



2025 1 4

WU SHUJIAN/Future Publishing via Getty Images

2024年12月，關於「俄羅斯商品館」的輿論在中國大陸社交平台上發酵。

事件起因是24年下半年以來，大陸各地大量涌現了各類「俄羅斯商品館」、「俄羅斯國家館」等聲稱銷售俄羅斯進口商品的店家。無論是旅遊景點附近，還是大型商場內部或中庭，乃至普通居民區商業街，都有可能見到類似商店。它們往往採用顯眼的俄羅斯國旗配色，加以一些套娃、熊等刻板印象中俄羅斯特色裝飾，店內外還張貼着「戰鬥民族」、「硬核好物」、「烏拉」（俄語「萬歲」）、「哈拉少」（俄語「好」）之類的標語。

然而，俄貨店很快引起輿論爭議。許多消費者發現，店內商品價格往往遠高於網上售賣的價格，且其中許多產地並非俄羅斯，甚至就在中國。一些社交媒體上的俄羅斯籍播主也發布探店視頻，拿起各種商品然後稱「這個我在俄羅斯從來沒有見過」，有一位播主甚至被轟出店外，該視頻被廣泛傳播。

很快，「割韭菜」、「智商稅」等術語就開始被拿來和這些俄貨店掛上等號。







2023 3 20 Bloomberg via Getty Images

筆者曾在1月中先後光顧三家位於上海各區的俄貨店，發現不同的俄貨店，運營非常不同。位於市中心旅遊景區的一家大型「俄羅斯商品館」剛經過整改，店招上的「俄羅斯」被改成「進口」，大字號的「Russia」一週也被覆蓋。

在周邊城區的兩家俄貨店都位於鬧市商場的中庭或周邊，是臨時搭建的簡陋棚子，店招上的「俄羅斯」字眼均未被遮擋。前一家店剛剛開業，門口擺滿了花籃，後一家店門口則已經掛出「最後五天清倉處理」的告示。儘管所在的商場客流量極大，但這兩家店內都非常冷清，幾乎沒有顧客。

三家店內的商品也有一定區別。儘管俄貨棚」的涉俄店招沒有整改，但店內俄貨的比例，目測不會超過30%，其餘商品明顯是在中國出產，包裝上的俄文錯漏百出，如許多香腸包裝上寫着kishka（腸子）。反倒是被整改成「進口商品館」的第一家店裏，俄貨比例較大，或能達到六七成。不過其中多數產品，結合生產地和配料表，懷疑原本定位較低，但在店內以較高價格出售。

從張貼的營業執照來看，這三家店應該都是加盟個體戶。店員都說東北話，並且都表示專程從東北趕來上海開店。

## 官媒發聲要求整治後，國家隊入場

到25年1月中旬，俄羅斯官方機構也開始回應圍繞「俄羅斯商品館」的輿論。1月17日，俄駐北京大使館在其微信公眾號上發文，指「一些商店打着俄羅斯產品的幌子銷售假冒產品或非我國生產的產品」，並強調「俄羅斯國家館在中國……僅限於在俄羅斯出口中心支持下開設的場館」。





2024 7 7 Hou Chonghui/VCG via Getty Images

文末還附有一份「俄羅斯國家館」清單，共包括五家公司旗下的八家門店，分別位於哈爾濱、瀋陽、成都、上海和深圳。不過，出於未知原因，這八家門店中超過半數都位於城市遠郊，其中也包括位於哈爾濱和上海的兩家旗艦店。

在這五家公司中，只有黑龍江省俄海寶貿易有限公司屬於「國家館運營者」，其餘四家公司都只是「出口中心夥伴」。「俄海寶」是一家外資公司，其法人代表伊利亞·羅曼諾夫（Ilya Romanov）是一名來自海參崴的出口商，經常在中國以「俄羅斯國家館中國館長」或「總經理」的身份出席活動，並與地方官員會晤。

而剩餘的四家「夥伴」公司中，遼寧省展覽貿易集團有限公司和深圳市俄有禮食品貿易有限公司都有明顯的國資色彩。後者系深圳報業集團旗下企業，其法人代表姚嘉華也是深報集團旗下一些其他企業的高管。姚嘉華之前以「深圳報業電子商務有限公司董事長」的身份出席了深圳「俄羅斯國家館」的開業典禮，並接受深報集團旗下各家媒體的採訪。



2025 1 4 Costfoto/NurPhoto via Getty Images



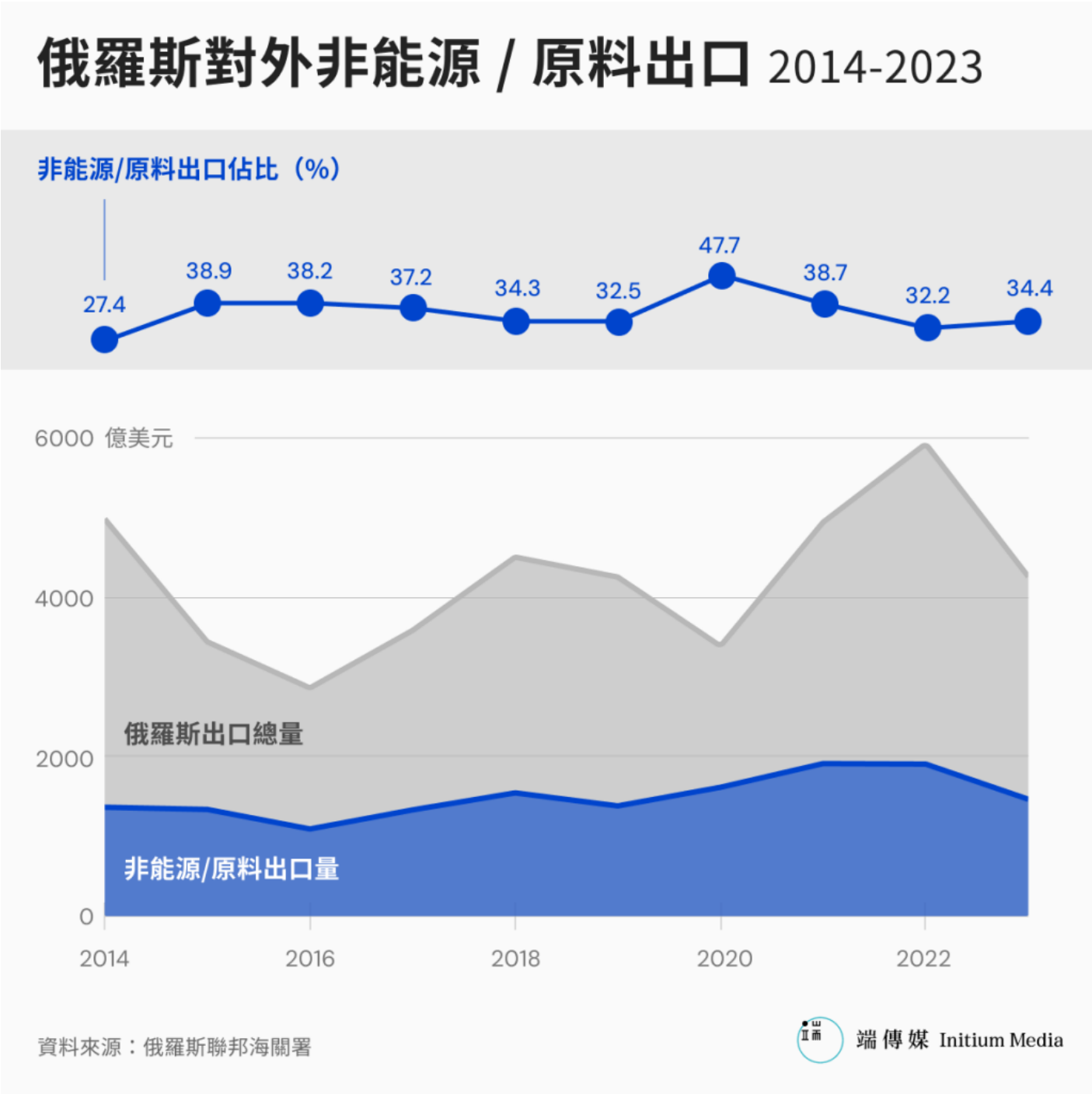
1月19日，第二屆「俄羅斯食品文化周」開幕式在瀋陽舉行。俄羅斯出口中心總經理薇羅尼卡·尼基申娜（Veronika Nikishina）出席儀式，並在發言時強調，中心未來將與中方合作，嚴厲打擊「在中國市場上打着俄羅斯產品幌子銷售的大量假冒劣產品」。

值得注意的是，尼基申娜是現任俄羅斯國防部長別洛烏索夫（Andrey Belousov）的第二任妻子。2020年，在別洛烏索夫升任第一副總理後只過了一個月，尼基申娜就升上了這一職務。根據俄羅斯獨立媒體的調查，尼基申娜擔任該職後的年申報收入增長了10倍。

## 抱團取暖

俄羅斯出口中心成立於2015年7月，其任務是搭建統一平台，支持俄羅斯的非能源與非原料出口。這一決定與俄羅斯面對的地緣形勢有關：2014年入侵烏克蘭並受到西方主要經濟體制裁後，俄羅斯的出口，尤其是能源出口一度明顯萎縮。俄當局試圖通過加強非能源出口來改善外貿局面。

2014年以來，俄羅斯非能源出口量確有將近20%的小幅增長，但在出口總量中的比重仍然較低。2023年，隨着大規模制裁逐漸起效，其非能源出口再次與總出口量數據一起崩盤。



俄羅斯出口中心的另一項任務是為優質出口商品進行「俄羅斯製造」國家認證。據俄政府官方報紙《俄羅斯報》2017年的一篇報道稱，這項任務的出發點就是為了避免「中國的錯誤」：由於過去對出口商品缺乏質量監督，中國至今仍受國外有關「中國製造=劣質商品」的刻板印象困擾。

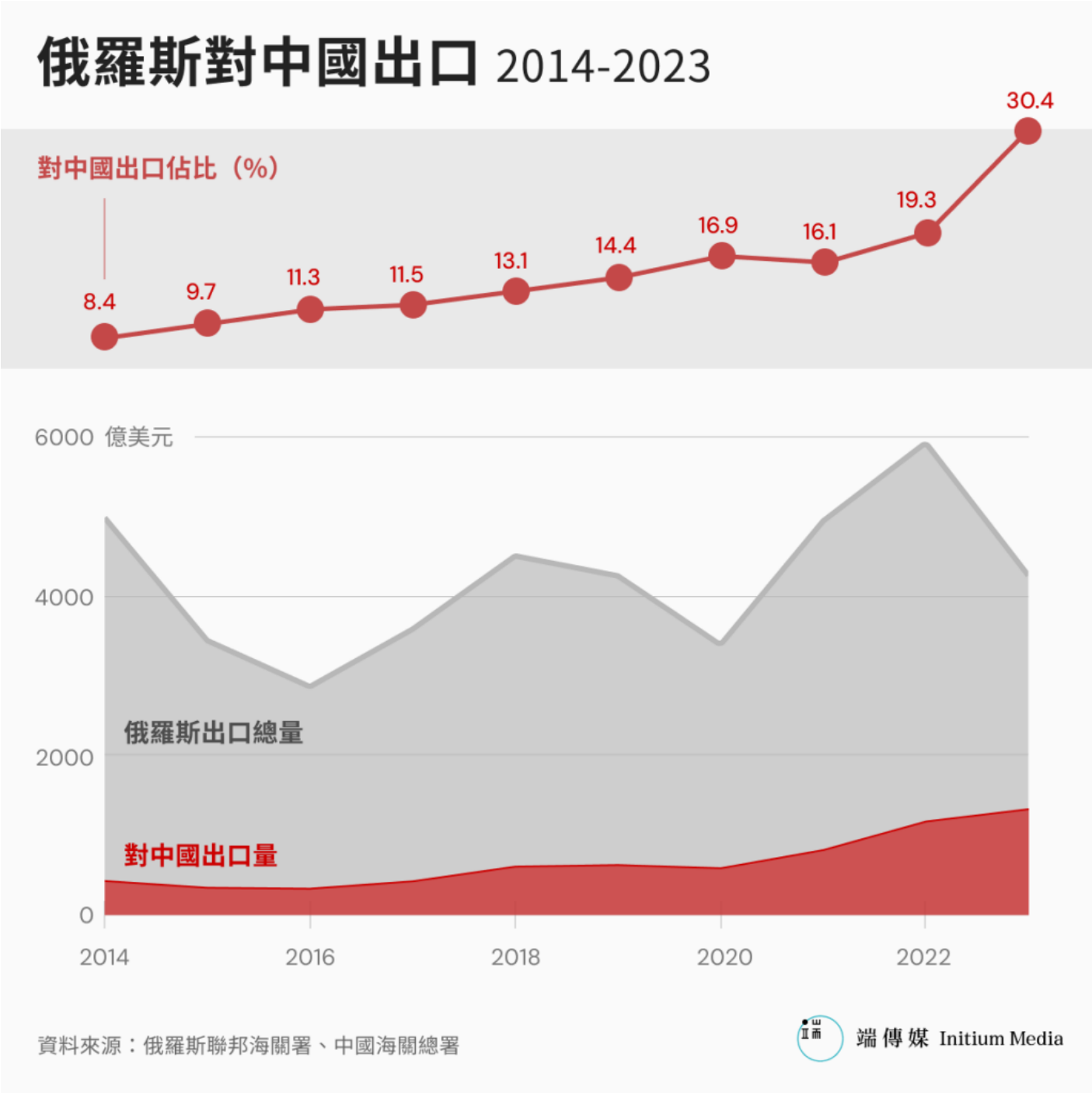
不過，從中心在其電報頻道上日常發布的消息來看，他們工作的重點是認證俄羅斯國內的出口商，而對於境外經銷商並未太過關注。從中心發布的信息中，無法推斷一家中國的「俄羅斯商品館」若需獲得「俄羅斯製造」認證，到底需要滿足哪些要求。

而有授權「國家館」資質的，似乎也不止俄羅斯出口中心一家。如今發聲推廣出口中心認證的俄羅斯駐華使館，此前似乎也自行從事過授權工作。比如前文提到的京東「俄羅斯（Russia）國家館」在2021年成立伊始，就對外聲稱是「俄羅斯駐華大使館唯一授權的線上官方電商平台」。小紅書上

的一位網紅中俄混血博主則稱，他在南京經營的俄羅斯商品館獲得了「俄羅斯商務部的官方授權」。前文提到的小紅書「俄羅斯國家館」沒有正面回應過有關新聞，只是在賬號簡介裏呼籲消費者認準小紅書為其認證的「藍V」標誌。不過，京東上的那家「俄羅斯（Russia）國家館」最近也進駐了小紅書，且同樣獲得了「藍V」認證。

需要特別指出的是，接受俄羅斯出口中心認證其實還伴隨着潛在風險：中心自2020年10月起受俄羅斯國家開發集團（VEB.RF）管轄。2022年，VEB.RF與包括中心在內的子公司受到幾乎所有西方主要經濟體的頂格制裁，其下屬銀行亦被剔出SWIFT體系。這意味着與俄羅斯出口中心發生業務往來的中國公司都有可能受到二級制裁。

但儘管有以上種種基礎設施搭建上的困難，俄羅斯對中國的出口量及其所佔份額幾乎一直在穩步增長。尤其當2023年，俄羅斯對傳統市場的出口幾乎全線崩盤時，對中國的出口依然保持高歌猛進。



中國方面，根據海關總署的數據，俄羅斯和中國之間的進出口總額已經從2022年的1902.7億美元，快速在2023年增長至2401.1億美元，2024年則為2448.19億美元。

中國市場在俄羅斯出口中所佔的份額已從十年前的不到10%猛增到如今的近三分之一，而俄羅斯進口商品在中國進口總量中的份額也從十年前的3%增加到如今的5%到8%。在可預見的未來，中俄兩國「抱團取暖」的進程大概率不會減緩。可以想見，諸如「俄羅斯商品館」這樣的事件將來在中國還會不斷發生。