

展会名称	2025 中国消费品(俄罗斯)品牌展
展会日期	2025 年 8 月 26-28 日
地点	俄罗斯·莫斯科季米里亚泽夫展馆
展会面积	10,000 平方米 (2024 年)
展商数目	145 家 (2024 年)
观众数目	7,290 人(2024 年)
展品范围	眼镜类产品：时尚眼镜（镜架）、眼镜和隐形眼镜、医用光学护理产品、配件、配镜店贸易设备。 家居用品及餐厨用品：收纳及存储（收纳盒、抽屉分割器等）；家居装饰品（灯饰、墙饰、蜡烛、香熏等）；清洁及环保用品（多功能清洁产品、无色素洗碗液、衣物柔顺剂等）；家纺（床品、窗帘、地毯、靠垫等）；小型家具（适合小户型和现代家居风格）；陶瓷、玻璃、金属等材质餐具；厨房小家电（空气炸锅、咖啡机、电热水壶、吸尘器、电熨斗等）。 家用电器及消费电子产品：取暖设备（电暖器、电热毯、便携式加热器等）；大型家电（冰箱、洗衣机、洗碗机、烤箱等）；智能电子产品（智能手机、平板电脑、智能手表、耳机等）。 礼品及节庆装饰品：节庆用品和礼品（节日装饰和灯饰、礼品包装等）；手工艺品（符合当地审美需求的）；文创产品（具有文化元素和设计感的文具、礼品等）。
境外支持单位	俄罗斯工贸部、俄罗斯工商会
展会介绍	中国消费品（俄罗斯）品牌展展出范围涵盖了全品类的消费品产品，旨在推动中国优质消费品进入俄罗斯及东欧市场。从以往展会来看，家居用品、厨房用品、美妆个护类产品深受观众欢迎，参展效果较好。观众对新产品的兴趣强烈。 2024 年展会汇集家居用品、餐厨用品、家用电器、电子消费品、礼品等众多消费品企业 145 家，吸引了来自连锁商超、渠道采购商和经销商以及以 Ozon、Wildberries、速卖通、X5 Group、Magnit、Lenta 等为代表的当地电商平台到场采购。多个参展企业反馈通过参展，能够快速了解电商平台的特点，有利于做出决策。另外，展会同期举办行业论坛、商贸对接会等活动，吸引了相关行业机构到会参与，有效促进现场经贸对接。 针对目前俄罗斯眼镜市场的机遇，展会将对大力打造眼镜板块，着力邀请来自线下门店、商超以及线上相关平台的经销商、渠道采购商到场洽谈，助力中国眼镜企业快速占领俄罗斯市场。 2025 年中国消费品（俄罗斯）品牌展将通过更多渠道进行展前预热，收集各类采购需求，力邀更多零售商、电商平台、贸易商、经销商等重量级采购商和行业伙伴到场，为参展企业带来更多的商机。
市场背景	中俄贸易持续增长： 俄罗斯是中国的“新时代全面战略协作伙伴关系国”，也是“一带一路”倡议中关键的节点国家。过去五年，中国对俄出口增速位居全球前列，2024 年前 11 个月中国对俄出口额达 3844.9 亿元 人民币（约 390 亿美元），同比增长 21.9%。自 2022 年欧美品牌撤出俄罗斯市场以来，高性价比的中国产品迅速填补空白，成为俄罗斯消费者信赖的首选。

俄罗斯眼镜市场机遇与潜力

1. 市场规模持续增长。2022 年俄罗斯眼镜市场规模达 15 亿美元，年均增速 3-5%，预计 2027 年将增长至 28.6 亿美元。其中，在眼镜市场中占比 60% 的光学眼镜由于青少年近视率升高和老龄化加剧，成为市场核心增长点。受消费升级的驱动，占比 30% 的太阳镜消费从单纯的功能性需求转向高端化和时尚化，尤其是对蓝光眼镜、儿童眼镜及个性化设计产品需求有显著增加。另外，由于 AR/VR 技术应用场景扩大，智能眼镜在工业、医疗、教育领域需求潜力巨大，预计成为未来的增长引擎。
2. 正值市场空白的窗口期。俄罗斯本土品牌同质化严重。欧美品牌的撤离，给中国企业填补市场空白提供了机遇。中国企业的有望凭借创新能力与成本优势，快速占领市场，满足俄消费者对高性价比产品的迫切需求。
3. 线上线下双重机遇。线下门店，尤其是连锁门店是俄罗斯传统上主要的销售渠道。目前这些渠道都在寻找中国的成品品牌和配件供应商进行合作，以稳定他们的供应链和产品质量。另一方面，诸如 Ozon、Wildberries、速卖通等当地电商平台正在爆发式增长，为满足消费者的需求，平台及平台上的商家正在积极寻找中国货源，这为中国的眼镜及配件企业提供了难得的机遇。



**China
Commodity Fair**
MOSCOW