

# “俄罗斯商品馆”商业现状分析及商务对策研究

徐 阳

贵州大学哲学学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年2月6日; 录用日期: 2025年2月17日; 发布日期: 2025年3月7日

## 摘 要

随着“俄罗斯商品馆”成为公众关注的焦点, 其对市场产生的负面影响亦不容忽视。一些俄罗斯商品馆涉嫌欺诈和虚假宣传, 严重误导了消费者。这种损害消费者权益的行为正在侵蚀公众对进口商品的信任。随着名不副实的俄罗斯商品馆数量的增加, 市场将不可避免地陷入劣币驱逐良币的困境, 从而影响整个行业的健康发展。对此, 市场监管部门应及时进行整改, 持续加强监管措施, 确保俄罗斯商品在国内市场的健康、有序发展。消费者应通过合理途径维护自身权益, 采取一系列合理措施以确保消费过程的安全。经营者必须坚守诚信以实现长远发展。市场则应建立健全行业规范, 强化行业自律, 有效地推动整个行业的健康有序发展, 从而维护消费者权益。

## 关键词

“俄罗斯商品馆”, 商业现状分析, 商务对策研究

## Analysis of the Commercial Status and Business Countermeasures of the “Russian Commodity Pavilion”

Yang Xu

College of Philosophy, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Feb. 6<sup>th</sup>, 2025; accepted: Feb. 17<sup>th</sup>, 2025; published: Mar. 7<sup>th</sup>, 2025

## Abstract

With the “Russian Commodity Pavilion” becoming the focus of public attention, its negative impact on the market cannot be ignored. Some Russian product stores are suspected of fraud and false

advertising, seriously misleading consumers. This behavior that harms consumer rights is eroding public trust in imported goods. With the increase of the number of Russian commodity halls that do not live up to their name, the market will inevitably fall into the dilemma of bad currency driving out good currency, thereby affecting the healthy development of the entire industry. In this regard, market regulatory authorities should promptly rectify and continuously strengthen regulatory measures to ensure the healthy and orderly development of Russian goods in the domestic market. Consumers should protect their rights through reasonable means and take a series of reasonable measures to ensure the safety of the consumption process. Operators must uphold integrity to achieve long-term development. The market should establish and improve industry norms, strengthen industry self-discipline, effectively promote the healthy and orderly development of the entire industry, and thus safeguard consumer rights.

## Keywords

“Russian Commodity Pavilion”, Business Situation Analysis, Business Strategy Research

Copyright © 2025 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

## 1. 引言

在店铺内播放着当前短视频平台上流行的俄语歌曲，不时可以听到典型的俄语“乌拉”之声。显眼的位置摆放着长面包、套娃以及标有俄语的商品。近期，“俄罗斯商品馆”成为公众热议的焦点，随之而来的则是关于割韭菜、智商税等种种争议。随着市场监管部门对“俄罗斯商品馆”进行查封和立案调查，关于“俄罗斯商品馆”的讨论愈发热烈。本文旨在基于这一社会热点议题和特殊商业案例，深入探讨“俄罗斯商品馆”发展至今的内在商业逻辑，分析其商业发展现状，揭示其可能引发的市场不良效应，并进一步思考如何解决由“俄罗斯商品馆”现象所引起的市场混乱，提出相应的应对策略。

## 2. “俄罗斯商品馆”发展概述

俄罗斯商品馆以充满浓郁俄罗斯风情的原装进口商品而著称。至 2024 年 12 月，多个俄罗斯商品馆连锁品牌已在国内启动加盟招商活动，这些品牌不仅在诸如上海、杭州、成都、深圳等一线和二线城市设有门店，而且正在迅速向市县地区扩展[1]。随着“俄罗斯商品馆”现象的迅速崛起及其规模的持续扩大，相关问题亦随之浮现。2024 年 12 月，关于“遍地开花的俄罗斯商品馆实际上多为东北制造”的话题引起了公众的广泛关注和讨论[1]。据记者调查多家俄罗斯商品馆的加盟总部所知，其产品构成中，俄罗斯进口商品与国产商品的比例大约为 8:2 [2]。此外，一些企业会注册或购买俄罗斯商标，在国内进行生产，这些商品虽标榜为“俄货”，实际上俄罗斯并无此类产品，还有一些商品则完全是国内制造[2]。

在持续的调查过程中，有关“俄罗斯商品馆”的涉嫌虚假宣传的报道不断涌现。例如，成都市市场监管部门针对公众关注的“俄罗斯商品馆”相关问题，展开了专项执法检查[3]。此次专项执法检查的主要内容包括核查“俄罗斯商品馆”的经营资质、产品来源、是否存在虚假宣传以及进口商品的标签标识等问题。经过排查，目前成都市内共有俄罗斯商品馆 72 家(其中中心城区 42 家) [3]。其中，有 2 家经营者涉嫌经营无中文标签的食品，执法人员现场对涉嫌违法产品进行了扣押并立案查处[3]。

无独有偶，截至 2025 年 1 月 8 日，上海市场监管部门在全市范围内共发现 47 家以“俄罗斯商品馆”为名的店铺，并针对这些店铺的经营资质、宣传标语、商品来源产地等问题进行了重点检查，对于无证

无照经营、未备案经营的行为，市场监管部门已立案调查，并责令相关店铺停业，目前已立案6起[4]。这些因利益聚集的俄罗斯商品馆，显现出撤退的迹象，目前的开店热潮似乎更像是为了追求短期利益的狂欢。

综上所述，“俄罗斯商品馆”的兴起和受欢迎程度非常高，然而这种现象也伴随着一系列的问题，尤其是对当前市场环境带来了不少负面影响。因此，本文接下来将重点探讨和分析“俄罗斯商品馆”对市场的负面影响，以期能够更全面地理解这一现象，并为相关决策者提供参考。

### 3. “俄罗斯商品馆”存在问题及现状分析

#### 3.1. 未获得官方授权，易误导消费者及引发法律纠纷

《消费心理学》一书指出，“如果营销者能够对消费者情感进行一定的引导，往往会使营销效果事半功倍。例如，市场在打造特色品牌商品时，所激发的消费热情就是对消费者情感引导的一种表现。”[5]近年来，许多企业或个人试图将“俄罗斯商品馆”“俄罗斯国家馆”等类似的名称注册为商标，以实现打造特色品牌商品引导消费者进行商品消费的目的，但是由于这些名称缺乏足够的显著性，或者触犯了商标法规定的相对禁止条款或绝对禁止条款，因此这些注册申请并未得到批准，目前还没有出现成功的案例。根据我国现行的法律法规体系，目前并没有明确的规定指出以“俄罗斯商品馆”为名的店铺在经营活动中必须获得官方的授权。除非“俄罗斯商品馆”这一名称已经被注册为商标，否则它不能在我国的法律体系中构成一项具有法律效力的权利[6]。“俄罗斯商品馆”“俄罗斯国家馆”等名称在我国并不属于任何特定的个人或企业，但是商家在进行宣传和推广时，应该保持必要的警觉性，避免误导消费者，特别是不应让消费者产生误解，认为这些店铺拥有官方的背景或支持。我国的法律也没有对俄罗斯进口商品在以“俄罗斯商品馆”命名的店铺中的销售比例设定具体的限制，这属于商家自主经营的范畴，但是商家仍然需要确保其宣传的内容与实际情况相符合，以防止误导消费者[6]。另外，如果未经官方授权的“俄罗斯商品馆”在经营过程中，可能会面临来自俄罗斯官方的质疑或法律挑战。由于这类店铺的名称容易让人联想到俄罗斯官方，可能会引起俄罗斯方面的关注。如果俄罗斯官方认为这些店铺的行为损害了其声誉或利益，他们可能会采取法律行动来维护自己的权益。

#### 3.2. 涉嫌欺诈和虚假宣传

商家采取多种手段将中国本土产品伪装成俄罗斯进口商品进行销售，并以显著的俄罗斯文化元素装饰店铺，此行为涉嫌欺诈。根据《中华人民共和国消费者权益保护法》第二十条规定，经营者在向消费者提供商品或服务的相关信息时，必须保证信息的真实性和完整性，禁止进行虚假或容易产生误解的宣传[7]。《误导性包装的法律问题浅析》一文指出，具有误导性的包装设计通过其外观，可能导致消费者对商品产生与实际不符的联想或误解，从而激发购买欲望。此类包装实际上构成了对消费者的欺诈行为和虚假宣传[8]。虽然使用俄罗斯文化元素作为店铺装饰本身并无不当，但若过度强调与俄罗斯的联系，并且店内销售的真正俄罗斯进口商品比例极低，这种做法可能构成虚假宣传，误导消费者。“误导的本质是使他人对自己的产品或者服务或企业产生不真实的印象，进而左右消费者的信息判断和决策。”[9]是否构成欺诈关键在于经营者是否利用虚假信息诱导消费者作出错误的判断，即对消费者构成误导。除产地、来源与实际不一致外，商品的品种、成分、使用原料、功效等关键信息若与事实不符，且经营者无法提供相应的证明材料，即构成虚假宣传[8]。例如，近期“三只羊”事件中，相关主体在直播中推广“美诚月饼”时，过分强调“美诚的、香港的、高端的月饼”作为宣传卖点，同时推介“澳洲谷饲牛肉卷”产品时声称其为原切肉，却未能提供原切肉的检测报告。对此，市监局判定其构成虚假商业宣传，并对三只羊公司施以高额行政处罚[7]。在商品“含俄量”极低的情况下，若商家将中国本土产品贴上俄语标签，

并以极小字体标注真实产地或故意留空产地信息，这显然表明商家具有明显的欺诈意图，并且极易对消费者造成误导；此外，若商家将本土产品与进口产品混合陈列，这种做法更是刻意且容易误导消费者。消费者可根据具体情况向法院提起诉讼[6]。

### 3.3. 套路营销手段有违市场规律

一种营销打法的盛行，往往会引发诸多品牌的跟风模仿，而如果不深究该营销打法的最终目的、特定前提，则很容易掉入同质化陷阱，投入大量的人力物力，结果却不如预期[10]。并且，更为重要的是营销手段带来的经济效应的可持续和长期性。“俄罗斯商品馆”作为一种营销策略，旨在满足消费者对异域商品的好奇心和新鲜感。通过营造俄罗斯风格的购物环境，误导消费者认为店铺销售的商品均源自俄罗斯，这种行为实际上是在侵蚀消费者的信任，侵犯了消费者的知情权，同时破坏了市场规则，违背了“货真价实”的市场原则[11]。并且，“俄罗斯商品馆”涉嫌虚假宣传，采用套路营销手段收割消费者的做法不会持久，商家应当遵循合规经营的原则。如果俄罗斯特产店仅是在店铺装潢或售卖的商品包装上使用了俄罗斯风格的元素、或标注“俄罗斯风味”等用语，因该种表达的意味较难以明确界定，难以直接定性为虚假宣传；但如俄罗斯特产店中明确指示产品为“俄罗斯进口”或作出“源头直供”等宣传，但实际系国产或进口地与宣传不符，误导消费者的，则涉嫌虚假宣传。消费者可以依据《中华人民共和国消费者权益保护法》等法律规定进行维权，要求经营者予以赔偿，经营者还可能面临因虚假宣传遭受行政处罚的风险[8]。总之，俄罗斯商品馆采用套路营销手段有违市场规律这不仅损害了消费者的利益，也扰乱了市场秩序。通过夸大商品来源的特殊性，诱导消费者购买，实际上却提供与宣传不符的商品，这种行为严重违背了市场公平竞争的原则。此外，套路营销还可能引发消费者的不满和投诉，对“俄罗斯商品馆”的品牌形象和市场声誉造成负面影响。

## 4. 针对“俄罗斯商品馆”的对策建议

### 4.1. 市场监管部门应及时整改

为了确保消费者权益得到充分保障，并且推动相关行业的健康持续发展，对俄罗斯商品馆进行一次全面而彻底的整顿显得尤为重要[12]。这样的整顿将有助于为市场中那些质量上乘的商品开辟一条无障碍的通道，确保它们能够顺利地到达消费者手中。对于俄罗斯商品馆的官方授权问题，市场监管部门需予以高度关注。对于那些未经官方授权，擅自使用“俄罗斯商品馆”名义进行经营的店铺，监管部门应依法予以取缔，并对相关责任人进行严厉处罚。此外，还应建立官方授权的审核机制，确保只有符合资质、能够提供真正俄罗斯商品的商家才能获得授权，从而避免消费者因误导而遭受损失。这一措施的实施，将有助于净化市场环境，提升消费者对“俄罗斯商品馆”的信任度。针对虚假宣传和消费欺诈问题，众多地方的市场监管机构已经采取了行动，多家俄罗斯商品馆亦已完成整改[13]。相关部门需持续强化监管措施，确保俄罗斯商品在国内市场的健康、有序发展。针对俄罗斯商品馆中所出现的“套路营销手段有违市场规律”问题，市场监管部门必须持续不断地加大对这些店铺的监管力度，及时发现并处理那些过度依赖于概念炒作和采取边缘操作手法的商家。市场监管部门应引导商家遵循诚信经营的基本原则，从而维护市场秩序的良性运行，确保市场的公平竞争环境。这一整顿现象能够向所有经营者发出了一个明确的警示信号：只有那些能够提供真正物有所值、品质可靠商品的商家，才能赢得消费者的信赖与支持；相反，那些一旦失信于消费者，采取不正当竞争手段的商家，其发展之路势必会变得异常艰难，难以持续。

### 4.2. 消费者应合理维权

针对当前“俄罗斯商品馆”所采用的“涉嫌欺诈和虚假宣传”“套路营销手段违反市场规律”等问

题, 消费者应采取一系列合理措施以维护自身合法权益, 确保消费过程的安全。面对此类情况, 消费者可采取多种途径应对, 包括但不限于向消费者协会提出投诉, 向市场监督管理部门举报, 以及根据具体情况, 依据《中华人民共和国消费者权益保护法》和《中华人民共和国食品安全法》等相关法律法规, 向法院提起诉讼[6]。具体而言, 若问题涉及食品且未达到食品安全标准, 消费者有权依据《中华人民共和国食品安全法》第一百四十八条的规定, 提出退一赔十的诉讼请求; 若问题不涉及食品或虽涉及食品但未违反食品安全标准, 只要经营者存在虚假宣传等欺诈行为, 并足以误导消费者, 消费者仍可依据《中华人民共和国消费者权益保护法》第五十五条的规定, 提出退一赔三的诉讼请求[6]。

### 4.3. 经营者应诚信经营

针对俄罗斯商品馆涉嫌的“欺诈与虚假宣传”以及“套路营销手段违反市场规律”的问题, 唯有通过提供真实可信的商品, 经营者才能赢得消费者的信任与支持。一旦欺诈行为被揭露, 其发展将难以维系。采取不正当的营销手段, 其结果必将是被市场和消费者所摒弃。在这方面, 国内已有正面案例可供借鉴。沈阳俄罗斯特色商品馆, 作为国内首个大规模展示及销售俄罗斯商品的专业场馆, 强调展示、体验、交流三大核心功能, 引领消费者深入体验俄罗斯文化[14]。作为沈阳与俄罗斯企业经贸合作的显著成果, 沈阳俄罗斯特色商品馆展现了俄罗斯商品馆的正确经营方式与市场定位, 为那些以虚假手段经营的“同行们”作出了良好表率。它向所有经营者证明, 唯有坚守诚信、保证品质, 方能实现长远发展。沈阳俄罗斯特色商品馆之所以成功, 不仅在于其商品的品质与独特性, 更在于其对消费者体验的重视。从商品展示到体验, 再到交流, 每一个环节都经过精心策划, 旨在使消费者在购物的同时, 也能真正领略到俄罗斯的风情文化。这种独特的商业模式不仅吸引了众多消费者, 也为沈阳与俄罗斯企业之间的经贸合作构建了良好的平台[14]。该成功案例充分证实了优秀的行业品牌和商业案例能够为经济发展注入巨大的活力。正如《品牌建设在市场营销中的核心价值与策略分析》一文所述: “市场营销是企业发展战略的核心部分, 而品牌建设是市场营销战略中的重要组成部分, 直接影响着企业的市场竞争力和长远发展。”[15]然而, 俄罗斯商品馆却成为一个反面教材。并非所有自诩为“俄罗斯商品馆”的实体均能实现前述的成就。一些不法之徒为了追求短期利益, 不惜采取欺骗和虚假宣传的手段, 严重侵害了消费者权益, 破坏了市场公平竞争的环境。这些行为不仅违反了商业伦理, 也触犯了相关法律法规, 更严重破坏了“俄罗斯商品馆”这一具有巨大发展潜力的商业品牌。

### 4.4. 市场形成有效规制

针对“俄罗斯商品馆”目前存在的问题, 如“未获得官方授权, 可能导致消费者误解并引发法律纠纷”“存在欺诈和虚假宣传行为”以及“采用违反市场规律的营销策略”, 市场方面承担的责任同样不容忽视。因此, 建立一套高效且持久的市场规则机制显得尤为必要。同时, 这亦要求全社会共同肩负起消除市场分歧, 营造优良营商环境的责任, 彻底改善当前由“俄罗斯商品馆”所引发的市场混乱。在公权力层面, 应当强化对商家宣传内容的监管力度, 通过定期执行检查, 及时发现并纠正虚假宣传行为, 对违规者实施相应的处罚。对于那些被查实进行虚假宣传的商家, 应依法予以严厉的处罚, 以此来起到警示作用, 防止此类行为的再次发生[4]。在行业层面, 应鼓励行业协会积极行动起来, 建立行业规范, 强化行业自律, 对那些违反行业规范的商家实施行业惩戒措施。通过这些措施, 可以有效地推动整个行业的健康有序发展, 维护消费者权益[7]。同时, 监管部门还应加强与消费者的沟通, 提高消费者对虚假宣传的识别能力, 通过教育和宣传, 让消费者能够更加明智地做出消费决策。此外, 利用现代信息技术手段, 如大数据分析和人工智能, 可以更精准地识别潜在的虚假宣传行为, 提高监管效率和准确性。通过这些综合性的措施, 可以构建一个更加公平、透明的市场环境, 保护消费者免受虚假宣传的侵害[11]。

## 5. 结语

俄罗斯商品馆之所以广受欢迎,其核心原因在于消费者对进口商品的偏好。然而,一些俄罗斯商品馆采取了代加工和混合销售等策略,涉嫌欺诈和虚假宣传,严重误导了消费者,造成了不良的社会影响。随着名不副实的俄罗斯商品馆日益增多,市场将不可避免地陷入劣币驱逐良币的困境,从而影响整个行业的健康发展。对此,市场监管部门应及时进行整改,持续强化监管措施,确保俄罗斯商品在国内市场的健康、有序发展。消费者应合理维权,采取一系列合理措施以维护自身合法权益,确保消费过程的安全。经营者唯有坚守诚信,方能实现长远发展。市场则应建立行业规范,强化行业自律,有效地推动整个行业的健康有序发展,维护消费者权益。随着信息技术迅猛发展,电子商务已经成为现代商业领域不可或缺的重要组成部分,并对市场营销产生了深刻的影响,而这或许也为“俄罗斯商品馆”今后的发展提供了新的方向和机遇[16]。在“俄罗斯商品馆”的发展进程中,积极探寻与电子商务领域的发展和扩张相结合的道路,无疑是其未来发展可供参考的有效途径。

## 参考文献

- [1] 汤诗韵. 俄罗斯商品馆虚实调查: 大列巴东北产, 毛利最高可达 60%, 有品牌计划五年开店 1000 家[N]. 蓝鲸新闻, 2024-12-7(002).
- [2] 魏婧. 调查:“蓝底白字”遍地开花!“俄罗斯商品馆”到底在卖啥[N]. 北京日报, 2024-12-19(003).
- [3] 袁弘. 成都排查俄罗斯商品馆 72 家[N]. 成都日报, 2024-1-9(004).
- [4] 程思琪. 上海排查整治问题“俄罗斯商品馆” [N]. 新华每日电讯, 2024-1-10(003).
- [5] 迈克尔·R·所罗门, 南希·J·拉博尔特. 消费心理学[M], 王广新, 王艳芝, 译. 北京: 中国人民大学出版社, 2014: 145.
- [6] 张博. “俄罗斯商品馆”的产品“含俄量”很低, 是否涉嫌欺诈? [N]. 法治日报, 2024-1-10(005).
- [7] 盛媛媛. 所谓“俄罗斯商品馆”涉嫌虚假宣传, 江苏省消保委: 套路营销终将昙花一现[N]. 扬子晚报, 2024-1-10(004).
- [8] 何路方. 误导性包装的法律问题浅析[J]. 中国包装, 2024, 44(12): 34-38.
- [9] 谢晓尧. 竞争秩序的道德解读[M]. 北京: 法律出版社, 2005: 335.
- [10] 王泽霖. 反套路的联合营销, 如何做到名利双收? [J]. 销售与市场(营销版), 2021(9): 50-52.
- [11] 秦园园. 别让“伪俄货”套路收割消费者[N]. 河南商报, 2024-12-31(A09).
- [12] 陈奇. 俄罗斯商品馆卖“伪俄货”, 该来一场“大扫除”了[N]. 红网, 2024-1-11(003).
- [13] 魏晓敏. “俄罗斯商品”岂能用作牟利噱头[N]. 新华日报, 2025-01-13(003).
- [14] 王晓婷. 沈阳人购买俄罗斯千种商品“零距离” [N]. 沈阳日报, 2024-12-27(001).
- [15] 张梓行. 品牌建设在市场营销中的核心价值与策略分析[J]. 老字号品牌营销, 2025(2): 13-15.
- [16] 成晓琰. 市场营销在电子商务推动下的创新发展策略[J]. 老字号品牌营销, 2025(2): 16-18.