

2026/03/03

作者：莫斯科台貿中心

62%俄消費者更青睞本土食品品牌

俄羅斯快速消費品 (FMCG) 品牌受歡迎程度不斷提升。市場專家將此歸功於本土產品價格較低、競爭下降，以及連鎖超市自有品牌產品比重不斷增長。俄羅斯品牌在食品市場占優勢，但在化妝品和家用化學品則相對薄弱。

Nielsen 去(2025)年第四季進行的一項調查顯示，27%的俄羅斯消費者傾向僅購買國產快速消費品品牌，35%在大多數情況下購買國產品牌，7%更青睞外國品牌，23%的消費者則會根據性價比做出選擇，而不太在意產地。

Lenta、Metro 和 Pyaterochka 等零售連鎖超市指出，俄羅斯品牌的地位正在不斷鞏固。Metro 表示，此一趨勢在乳製品、糖果和葡萄酒領域尤其明顯。

Lenta 指出，消費者仍主要根據價格和品質來做購買決定。Reksoft Consulting 公司指出，進口快速消費品的價格通常是俄羅斯同類產品的 2-3 倍。俄羅斯消費者現在普遍都在努力省錢，N

nielsen 的數據也證實此點，21%的消費者表示選擇國產品牌是因為價格更實惠。

第二個因素是國產品供應增加。Metro 表示，在部分國際品牌退出市場後，該連鎖超市實際上重建超過一半的產品種類，本土製造商得以占據市場利基。Reksoft Consulting 指出，許多之前與國際品牌合作的公司，在 2022 年以後將產品線轉向本土品牌。品牌代理公司 BrandLab 指出，這些品牌對消費者來說並不熟悉，而且這些企業也拒絕廣告。

Reksoft Consulting 認為，連鎖超市提高自有品牌在其產品系列中的占比也對俄羅斯品牌的銷售產生正面影響。自有品牌在部分門市的銷售占比超過 60%。Pyaterochka 連鎖超市也指出，自有品牌的發展增強消費者對本土品牌的信任。

俄羅斯品牌的地位取決於其所屬品類，它們在食品領域最強。Nielsen 的數據顯示，79%的消費者最常購買國產品牌的牛奶、肉品和麵包，45%則喜歡國產軟性飲料。BrandLab 指出，俄羅斯消費者普遍認為國產食品更天然、更健康。本地製造商更瞭解消費者的期望和情感，並努力根據這些因素調整品牌和包裝，目前大部分新產品都是由本地食品製造商推出。

國產日用化學品最不受消費者關注，只有 42%的消費者會注意到它們，而在化妝品領域，此一比例為 32%。BrandLab 指出，外國品牌雖然已改用俄文字母，但依然很受歡迎，「天然」因素在這個領域並不重要。Nielsen 的數據顯示，44%的外國品牌購買者認為產品品質更高，19%則更重視其產品定位的吸引力。

俄羅斯食品製造商和供應商聯合協會 (Rusprodsoyuz) 預估，隨著企業提升產品品質和行銷支持，本土品牌將在快速消費品市場日益普及。顧問公司 Strategy Partners 則指出，俄羅斯品牌可能會面臨來自後蘇聯國家品牌的競爭，例如白俄羅斯品牌在乳製品市場占有強勢地位；亞洲製造商正在化妝品和家用化學品市場不斷擴大市場占有率。

(莫斯科台貿中心撰稿)

[62%俄消費者更青睞本土食品品牌 | 經貿透視雙周刊](#)

2026/03/17

作者：駐緬甸台北經濟文化辦事處經濟組 陳組長伯彰

緬甸頒布法律禁止酒類折扣銷售及促銷活動

Eleven Myanmar 電子報報導，緬甸國家國防與安全委員會 (N DSC) 於 2026 年 3 月 7 日頒布《貨物稅法》 (Excise Law) ，禁止以優惠價格銷售酒精及含酒精飲料，並禁止酒類廣告、免費試飲及抽獎等促銷活動。該法律所稱「貨物稅」 (Excise) ，係指針對酒精飲料及其他應課稅物品所課徵之稅項。

該法律共分為 18 章與 99 條。其中第 16 章第 68 條規定，任何人不得向宗教人員、精神異常者、18 歲以下未成年人或法律指定之人士銷售或提供酒精飲料。違反者將被處以最長 6 個月監禁，或處以最低 200 萬至最高 500 萬緬幣罰款。第 16 章第 69 條規定，任何人不得透過自動販賣機銷售酒精或醉人酒類，也不得在線上向公眾銷售供飲用的酒類。同時不得設立廣告牌、展示或懸掛廣告、發放宣傳單，或以任何方式進行宣傳；亦不得透過降價促銷、提供免費試飲、舉辦抽獎活動或贈品促銷等方式銷售酒類。違反上述規定者，將被處以最長 6 個月監禁，或處以最低 1,000 萬至最高 3,000 萬緬幣罰款，或併科兩種處罰。此外，第 16 章第 70 條規定，除持有酒類許可證者外，任何人不得持有超

過第 35 條規定數量的酒類。違反者將被處以最長 3 個月監禁，或處以最低 200 萬至最高 500 萬緬幣罰款，或併科兩者。

備註:經濟部駐外單位為利業者即時掌握商情，廣泛蒐集相關資訊供業者參考。國際貿易署無從查證所有訊息均屬完整、正確，讀者如需運用，應自行確認資訊之正確性。

[緬甸頒布法律禁止酒類折扣銷售及促銷活動 | 經貿透視雙周刊](#)

2026/03/19

作者：駐紐西蘭台北經濟文化辦事處經濟組 宋組長明豪
紐西蘭將透過《酒精銷售與供應(改進酒精監管)
修正案》，部分放寬對餐飲業者販賣酒品之規定

紐國司法部副部長 Nicole McKee 和監管部長 David Seymour 表示，將提交《酒精銷售與供應 (改進酒精監管) 修正案》，旨在改革酒精管理機制，放寬多項規定例如允許俱樂部申請外帶許可證，以便向更廣泛的公眾提供服務；允許設有店內零售區域的特定餐廳向顧客出售酒類供其帶回家；簡化特殊許可證要求，讓舉辦活動更加便利；建立機制，允許持證場所於許可營業時間之外開放並提供酒類，以便轉播橄欖球世界盃等重大賽事；豁免理髮師和美髮師向顧客提供少量酒類 (例如啤酒、葡萄酒) 時無需外帶許可證；擴大酒窖的使用範圍。允許酒莊以外的其他場所提供上門品鑑服務，以便啤酒廠和釀酒廠等其他生產商無需持有營業執照即可收取品嚐費用。

資料來源: 紐國史塔夫新聞 (<https://www.stuff.co.nz/nz-news/360951672/government-proposes-sweeping-changes-alcohol-laws>)

備註:經濟部駐外單位為利業者即時掌握商情，廣泛蒐集相關資訊供業者參考。國際貿易署無從查證所有訊息均屬完整、正確，讀者如需運用，應自行確認資訊之正確性。

[紐西蘭將透過《酒精銷售與供應（改進酒精監... | 經貿透視雙周刊](#)