Made-in-China.com
中国制造网

國際投資貿易情報

（保加利亞卷）

中国制造网 买家服务部

2009/10

强势品牌 踏实诚信 专注专业

www.Made-in-China.com

目录：

前言：保加利亚共和国简介

金融危机下的保加利亚金融、经济形势 PAGE 4

2009 年 1-6 月保加利亚货物贸易及中保双边贸易概况 PAGE 5

保加利亚机电市场分析报告 PAGE 6

保加利亚天然气市场分析 PAGE 8

保加利亚纺织产业现况 PAGE 10

在保加利亚成立公司须知 PAGE 12

保加利亚主要产品市场 PAGE 15

保加利亚市场上的中国产品 PAGE 17

保加利亚玫瑰油生产简析 PAGE 18

保加利亚医药原料市场前景分析 PAGE 20

保加利亚医疗卫生市场情况简析 PAGE 22

保加利亚信息产业简介 PAGE 24

保加利亚公司法及企业的组织形式 PAGE 28

保加利亚焊管制造商指出市场需求上升 PAGE 30

保加利亚运动用品市场展现活力 PAGE 30

保加利亚烈酒开拓中国市场 PAGE 31

保加利亚的饮料市场十分坚挺 PAGE 31

保加利亚投资现状分析 PAGE 31

保加利亚外贸政策和壁垒 PAGE 33

浅析保加利亚汽车市场 PAGE 36

保加利亚家电市场分析报告 PAGE 37

保加利亚汽车市场分析 PAGE 41

保加利亚奶制品市场概况 PAGE 44

免责声明

本报告的信息均来源于公开资料，我公司对这些信息的准确性和完整性不作任何保证，也不保证所包含的信息和建议不会发生任何变更。我们已力求报告内容的客观、公正，但文中的观点、结论和建议仅供参考，投资者据此做出的任何投资决策与本公司和作者无关。

本报告版权仅为我公司所有，未经书面许可，任何机构和个人不得以任何形式翻版、复制和发布。如引用、刊发，需注明出处为焦点科技股份有限公司，且不得对本报告进行有悖原意的引用、删节和修改。

国际投资贸易情报——保加利亚卷

Edited by: Sun tao

前言：保加利亚共和国简介

保加利亚共和国（Р е п у б л и к а Б ъ л г а р и я）是欧洲东南部巴尔干半岛上的一个国家。它与罗马尼亚、塞尔维亚、马其顿、希腊和土耳其接壤，东部滨临黑海。
官方语言 保加利亚语
首都 索菲亚
面积 110,910 平方公里
人口 7,707,495 (2000 年)
货币 列弗
时区 UTC +2
国际域名 BG
电话代码 359

公元 1 年左右现在的保加利亚成为罗马帝国，后来拜占廷帝国的一部分。6 世纪斯拉夫人来到这里，与从亚洲进入的游牧部落保加尔人混合形成了保加利亚人。受拜占廷的影响保加利亚人信奉东正教。今天，大多数保加利亚人仍然信奉东正教。保加利亚的文化也受到拜占廷的深刻影响。681 年，保加利亚建国，很长一段时间内保加利亚是一个强大的独立帝国，其势力足以与拜占廷抗衡。1018 年，保加利亚被拜占廷征服，直到 1187 年才恢复独立。 在 1389 年的科索沃战役和 1396 年的尼科堡战役后，保加利亚失去独立。成为奥斯曼帝国的一个行省。19 世纪后期，在瓦西尔·列夫斯基的领导下，独立运动兴起。1878 年，俄土战争后，在俄罗斯的帮助下保加利亚独立，成立保加利亚王国。 在第一次世界大战和第二次世界大战中保加利亚站在德国的一边。1946 年，废除君主制，成立共和国。二战后它被划入苏联的势力圈，成为华沙条约组织的一个成员。华沙条约组织解散后，保加利亚于 2004 年 3 月 29 日加入北约。 1990 年社会主义在东欧瓦解，保加利亚实行多党制，通过政治和经济的改革它希望成为欧洲联盟的一员。

保加利亚共和国经济

1989 年与苏联的经济联系失落后保加利亚的经济受到巨大打击。人民生活条件下降 40%。联合国对南斯拉夫和伊拉克的经济制裁给保加利亚也带来了冲击。1994 年开始经济开始得到恢复，但由于不充足的经济改革和不稳定的银行系统，1996 年经济再次垮台。从 1997 年起经济得到恢复。2003 年人民生活水平有望恢复到 1990 年代前的水平。 保加利亚传统上是一个农业国，玫瑰、酸奶和葡萄酒历来在国际市场上享有盛名。工业目前以食品加工业和纺织业为主，旅游业近年来也有所发展。保加利亚是中欧自由贸易协定组织的成员。 货币政策 因为 1996 年-1997 年保加利亚经济危机，保加利亚货币列弗兑美元汇率从 77：1（1996 年年中）剧贬到 3000:1（1997 年年初），年通涨率从 310.8%（1996 年底）飙升到 2047%（1997 年 3 月），国内生产总值下降了 10.1%。 1997 年 5 月保加利亚接受国际货币基金组织的条件，7 月 1 日，保加利亚中央银行实行联系汇率制列弗与德国马克挂钩：1000 列弗兑 1 德国马克。银行利率由 160%（4 月）降到 6%（10 月），实现了金融稳定。目前保加利亚的联系汇率制是 2000 列弗兑 1 欧元。

保加利亚共和国地理

巴尔干山（С т а р а П л а н и н а，意为老山）将保加利亚分为北部的多瑙河平原和南部的色雷斯低地。西南部是罗多彼山脉，其穆萨拉峰高 2925 米是保加利亚和巴尔干半岛的最高点。 向东保加利亚滨临黑海，多瑙河是保加利亚与罗马尼亚的界河。 保加利亚属温带大陆性气候，东部受黑海的影响，南部受地中海的影响而有地中海式气候。气温在一月的-2° 和 2° 之间（在山地到-10° ）和七月的 19° 至 25° （山地约 10° ）之间。年平均降雨量在 450 至 600 毫米间（山地达 1300 毫米）。

保加利亚共和国行政区分

保加利亚是一个中央集权的国家，下分 28 个地区（О б л а с т）

保加利亚共和国人口

88%的人口信奉保加利亚东正教，约 10%信奉伊斯兰教。约 85%的人口属保加利亚人，约 10%属土耳其人。城市化程度是 65%。许多人离开保加利亚，全国出生率小于死亡率。

保加利亚共和国政治

保加利亚的总统是全民直接选举的，任期为 5 年，此后可以再被重选一次。总统是国家首脑和军队最高指挥官。总统也是国家安全咨询委员会的首席，他没有立法的权利，但可以将一个法律驳回让议会再次讨论。通过多数决议议会还是可以让该被驳回的法律生效。 保加利亚的议会，国民议会（Narodno Sabranie）采取一会制，共 240 议员，任期是四年。一个党派必须获得 4%的选票才能进入议会。议会有立法、批准政府开支预算、计划总统选举、选举或撤除总理、宣战、决定在国外驻军和批准外交协议的权利。 在 2001 年 6 月 17 日的大选中新组织的“西美昂二世国民运动”获得 42.7%的选票。其首领，保加利亚的末代国王西美昂·萨克斯科布尔格茨基宣布要在 800 天内明显提高人民生活水平，为此他要提高薪水，以及降低税收率。此外许多人希望他的得选可以吸引外来投资。 2004 年 3 月 29 日保加利亚加入北大西洋公约组织。保加利亚与欧洲联盟进行加入谈判，希望能够在 2007 年加入欧洲联盟。

金融危机下的保加利亚金融、经济形势

规模小、外向型、依赖外资程度高是保加利亚经济的三大特点。在全球金融和经济危机进一步蔓延深化的国际大背景下，保加利亚经济所面临的危机是输入型的，而非自发性的，其走势主要取决于欧美发达经济体的表现，一荣俱荣，一损俱损。目前，保加利亚的总体特点是：金融体系基本保持稳定，实体经济遭受冲击，经济增长呈下行趋势。

一、目前状况

（一）金融体系基本保持稳定

1、国家财政状况良好，国际收支基本平衡。

近年来，保加利亚政府执行较为谨慎的财政政策，财政一直保持盈余状态。2008 年全年，保国家财政盈余约为 13.3 亿欧元，占 GDP 的 3.9%。2009 年 1 月，保国家财政继续保持盈余状态，单月盈余 5.8 亿欧元。

截止 2008 年底，保外债总额为 366.4 亿欧元，占 GDP 的 108.4%，但其短期外债占外债总额的比重仅为 36.4%，为 133.4 亿欧元。同期，保外汇储备为 127.1 亿欧元，基本与短期外债持平，现阶段出现偿还危机的可能性不大。

2、坚持执行货币委员会制度，本币贬值风险性不大。

自 1996 年保加利亚爆发经济危机以后，保一直实行货币委员会制度和联系汇率制度，先与德国马克挂钩，后与欧元挂钩。本次金融危机在东欧地区的影响证明，对于经济总量较小，开放程度较大的经济体，联系汇率制在稳定经济的作用方面要强于浮动汇率制。保经济能源部部长迪米特洛夫表示，在保加利亚加入欧元区之前，必须继续实行货币委员会制度。

3、银行业运营稳定，谨慎放贷，风险性投资较少。

目前，保共有 30 家银行，绝大多数为欧洲大国银行控股的商业银行，主要业务为个人、企业存贷款，风险性投资相对较少。据统计，2008 年，保银行同业货币市场比 2007 年增长了 49.1%，这表明在全球金融危机的影响下，保银行系统的流动性依然保持活跃。据保加利亚央行统计，2008 年 11 月保商业银行总赢利 1.01 亿列弗，同比增长 21%，相比 10 月（增长 7%）、9 月（减少 5%）有较大涨幅。2008 年 1-11 月，保各银行总赢利额为 13.2 亿列弗，同比增长 26%。另外，保银行的平均一级资本比率（Tier 1 capital）为 11%，为欧洲地区最高。为避免出现坏账，保护银行资产，在金融危机爆发后，保银行采取了更加谨慎的放贷政策，相对保央行较低的基础利率（3.92%，2009 年 2 月数据），目前保各商业银行对短期和长期贷款的利率普遍在 11%至 13%之间，贷款额度不超过总量的 60%。

4、国民消费理念保守，金融衍生品较少。

尽管保于 2007 年初加入了欧盟，但其国民的消费理念受传统影响较为保守，加之金融业不发达，金融衍生品很少。纸币消费依然是主要消费方式，电子货币消费还未占据主流地位。保加利亚人的理财方式以银行储蓄为主，储蓄率较高，据统计，截至 2008 年 11 月底，保银行储蓄率为 65.2%，达 112 亿欧元，同比增长 28%。

（二）经济实体受到冲击

保经济是出口外向型和外资主导型的经济，对外依赖程度较高。目前，欧美发达经济体深陷全球金融、经济危机的泥潭，经济呈零增长甚至负增长，消费趋于疲软，对外需求下降，直接造成了保出口下降和外资减少，从而对保实体经济产生了冲击。具体表现在以下几个方面：

1、经济发展速度趋缓。据保加利亚统计局统计，2008 年第四季度保加利亚国内生产总值同比增长 3.6%，创 2000 年以来季度经济增速新低，而前三个季度的平均增速为 7%。欧盟委员会预测，2009 年保加利亚 GDP 增速为 1.8%、2010 年为 2.5%。

2、严重依赖外资的房地产市场和建筑业首当其冲，受影响最大。据统计，2008 年保吸引外资 54.3 亿欧元，与上年相比减少了 10.9 亿欧元，减幅为 16.7%。其中，投向房地产市场和建筑业的外资分别为 14 亿和 5 亿欧元，与

上年相比分别减少了 39.1%（9 亿）和 14%（2.4 亿）。自今年年初开始，保新房价格下跌了 15%，其中期房、公寓住宅和农用地价格的跌幅甚至达到了 30%—40%。80%的建筑企业财务状况不佳，六成房地产公司面临破产。大量房屋囤积，仅首都索非亚市就有 11.5 万个单位房产待售。

3、出口下滑，工业生产呈下降趋势，外向型企业境况堪忧。保加利亚出口总额的 63%输往欧盟国家，但受金融、经济危机影响，外部需求减少，保出口从 2008 年第四季度开始减少。据统计，2008 年第四季度，保出口同比减少了 10.1%。出口的减少，对外向型企业的影响是致命的。据统计，2008 年 11 月和 12 月，保工业生产指数同比分别下降了 9.3%和 8.3%，下降幅度最大的行业是纺织服装、化工和金属行业。保地质商会称，受全球金融危机影响，今年保矿业产值将减少 30%—50%。

4、失业率逐渐升高，企业面临裁员。随着全球金融和经济危机对保实体经济影响的进一步加深，保失业率在近 3 个月逐渐攀升，2008 年 11 月、12 月和 2009 年 1 月的失业率分别为 5.9%、6.3%和 6.5%。保就业署预计保全国大、中型企业 3 月份计划裁员人数达 5500 人。其中以加工工业、冶金、纺织和化工行业为主，主要集中在普罗夫迪夫、索非亚、洛维奇、普列文、加布洛沃、布拉戈耶夫格勒等大中城市。因纺织服装行业来自国外的订单锐减，4 月份以后，近 75000 名纺织业职工面临失业的危险，其数量约占该行业职工总数的 50%。

小结：虽然保加利亚面临的金融、经济危机是输入型的而非自发性的危机，但其经济发展严重依赖出口和外资，在全球金融、经济危机愈演愈烈、欧美发达经济体自身难保的大背景下，其实体经济遭受的负面影响要远大于其金融业受到的影响。

二、预测

从目前看，保金融业在一段时间内可保持基本稳定，但实体经济受危机影响深重，据保经济学家预测，危机将可能于今年年中在保实体经济各部门全面爆发。目前影响保经济走向的主要因素有：

（一）外部市场和环境。

目前，全球金融和经济危机远未结束，各国均受不同程度的影响。作为欧盟最不发达的国家，保由于自身的金融、经济特点，决定了其不可能脱离欧美尤其是西欧发达经济体的影响而自主地解决一切困难。保所面临的危机尤其是实体经济危机的走势，完全取决于欧美发达经济体所遭遇的危机的深度和广度。近日，业界盛传西欧国家银行将从东欧国家的子行撤资。如该传言属真，保金融业将面临严峻考验。

（二）政府救市措施力度和收效

目前，为应对全球金融和经济危机的影响，保现政府制定了一系列的救市措施，涉及经济、金融、商业、农业和社会保障等领域，涵盖国计民生的各主要方面。主要有：经济稳定措施——增加各相关经济领域 56 亿预算支出；加大交通、能源基础设施建设力度；继续保持 10%的欧洲最低企业和个人所得税率。银行稳定措施——今年 4 月前通过国家发展银行向各商业银行注资 5 亿列弗，用于向中小企业贷款；为 10 万列弗及以下的个人储蓄提供国家担保。农业扶持措施——2.11 亿列弗的农业补贴；10 亿欧元的农村发展计划。刺激就业措施——政府投入 1.9 亿列弗增加 5 万个新工作岗位等。危机的应对必须是长期且有延续性。上述政策的执行力度将会直接影响到保在应对此次金融和经济危机中的表现。

2009 年 1-6 月保加利亚货物贸易及中保双边贸易概况

一、2009 年 1-6 月保加利亚货物贸易概况

2009 年 1-6 月，保加利亚货物贸易出现较大幅度的下降。据欧盟统计局统计，1-6 月保加利亚货物贸易进出口 181.6 亿美元，较上年同期（下同）下降 42.0%。其中，出口 72.1 亿美元，下降 39.2%；进口 109.5 亿美元，下降 43.6%。贸易逆差 37.3 亿美元，下降 50.6%。

分国别（地区）看，保加利亚是欧盟成员国，超过一半的货物贸易都集中在欧盟内部。1-6 月保加利亚对欧盟 27 国的出口额为 46.4 亿美元，下降 34.0%，占其出口总额的 64.3%；从欧盟 27 国的进口额为 65.2 亿美元，下降 40.1%，占其进口总额的 59.6%。在区域内，保加利亚的主要出口国是德国、意大利和希腊，出口额分别为 7.7 亿美元、7.4 亿美元和 6.9 亿美元，下降 28.4%、31.6%和 36.2%，占其出口总额的 10.7%、10.2%和 9.5%；保加利亚的主要进口国是德国和意大利，进口额分别为 14.2 亿美元和 8.4 亿美元，下降 37.4%和 44.3%，占其进口总额的 12.9%和 7.7%。在区域外，保加利亚的最主要出口国是土耳其，出口额为 4.8 亿美元，下降 62.2%，占其出口总额的 6.7%；最主要进口国为俄罗斯，进口额 13.1 亿美元，增长 194.2%，占其进口总额的 11.9%。2009 年 1-6 月，保加利亚的贸易逆差额有所减少，前三大逆差来源地依次是俄罗斯、德国和乌克兰，逆差额分别为 11.4 亿美元、6.4 亿美元和 6.1 亿美元，其中来自俄罗斯的贸易逆差同比增长 1303.3%。顺差主要来自于比利时和塞尔维亚，顺差额分别为 2.0 亿美元和 1.3 亿美元。

分商品看，贱金属及其制品、机电产品和纺织品及原料是保加利亚的主要出口商品，2009 年 1-6 月出口额分别为 12.4 亿美元、11.1 亿美元和 9.9 亿美元，占保加利亚出口总额的 17.3%、15.4%和 13.7%，下降 59.2%、31.8%和 29.9%。由于国际商品市场价格回落，除贱金属及制品外，保加利亚的矿产品出口降幅也较大，1-6 月出口额 9.8 亿美元，下降 52.4%。在所有出口商品类别中，只有植物产品的出口实现 0.7%的轻微增长，其余都出现不同程度的下降。矿产品、机电产品和贱金属及制品是保加利亚进口的前三大类商品，2009 年 1-6 月分别进口 25.7 亿美元、22.5 亿美元和 9.5 亿美元，占保加利亚进口总额的 23.5%、20.5%和 8.7%，分别下降 51.8%、39.9%和 60.4%。

二、2009 年 1-6 月中保双边贸易概况

据欧盟统计局统计，2009 年 1-6 月中国与保加利亚的双边贸易额为 3.7 亿美元，比上年同期下降 34.5% 其中，保加利亚对中国出口 0.4 亿美元，下降 38.1%；自中国进口 3.3 亿美元，下降 34.0%。保方贸易逆差 2.9 亿美元，下降 33.4%。中国是保加利亚的第 11 大进口来源国，在保加利亚的出口市场中排列第 32 位。

贱金属及其制品是保加利亚对中国出口的主力产品，1-6 月出口额为 2548 万美元，比上年同期大幅下降 44.8%，占保加利亚对中国出口总额的 63.0%。在贱金属及其制品中，最主要的出口产品是铜及其制品， 1-6 月出口 1087 万美元，下降 72.7%；其次是铝及其制品，由上年同期的零出口额一跃成为出口 969 万美元。矿产品是保加利亚对中国出口的第二大类商品，1-6 月出口额 394 万美元，增长 1.7%。此外，对中国的家具玩具、塑料橡胶和陶瓷玻璃的出口增长很快，分别增长 109.8%、103.9%和 369.3%。

保加利亚自中国进口的主要商品为机电产品、贱金属及其制品、家具玩具，2009 年 1-6 月合计进口 1.9 亿美元，占保加利亚自中国进口总额的 57.5%。中国在劳动密集型产品上继续保持优势，家具玩具、陶瓷玻璃、鞋靴伞等轻工产品占保加利亚同类产品进口总额的比例较高，分别为 18.4%、12.2%和 12.9%，在这些商品上，德国、意大利、土耳其等国是中国的主要竞争对手。

保加利亚机电市场分析报告

一、保加利亚机械制造业现状

从 1990 年至今，机械制造业一直是紧随在化工、食品、冶金行业之后的保加利亚第四大产业。2002 年，机械制造业产值占保加利亚全年工业总产值的 7.8%，主要从事五金工具、叉车、拖拉机、收割机、造船、汽车零部件等的生产和经营。

保加利亚机械制造业已连续 4 年保持 4%～4.5%的增长率，其中 2003 年增长最快。2003 年，机械制造业的销售收入达 21.12 亿列弗，同比增长 10.5%。机械制造业的销售额在工业行业生产中所占比重总体上保持原有水平，2003 年为 11.9%，2002 年为 12.35%。

如今的机械制造业与 20 世纪 90 年代初很不同，不但是经济参数不同，产业结构也不同并且在继续改变。机械制造业各个分部门在总生产额所占的比重也一直在发生变化。机械及设备的生产所占的比重在上升并在 2003 年达到 67%，2001 年为 61%，同时金属品生产在下降，自 2003 年的 24%下降到 2004 年的 22%，机动车和拖车生产也在下降，自 2003 年的 4%下降到 3%，其他交通工具的生产自 2003 年的 11%下降到 8%。

二、保加利亚机电产品进出口状况

保加利亚机械制造业产品的出口近年来也呈现增长的态势。2002 年，保机械产品出口额为 7.08 亿美元，占机械制造行业总产值的 43.13%，出口总额的 12.4%。2003 年，机械产品出口额为 9.65 亿美元，占机械行业总产值的 45.68%，出口总额的 13%。

1．机械制造行业的出口外向型企业

现在保加利亚机械制造行业的多数企业均为出口外向型企业。其中生产的金工机械和木工机械出口高达 80%至 90%，五金工具制造企业也呈现积极的发展趋势。生产液压部件和液压设备的企业，其产品质量水平也相当高，并主要出口到国外。食品加工机械和设备的生产也处于稳定恢复的状态并继续发展。

2．交通工具企业的状况和私有化进程

（1）叉车和拖拉机。经互会时期，巴尔干叉车厂是世界上最大的叉车生产厂之一。现如今私营的和部分已私有化的叉车制造企业，如“Балканкар－РекордАД－普罗夫迪夫”生产已出现稳定的发展趋势，“БалканкарAД－洛维奇”和“БетаАД－红岸”已推出了自己新研发和生产的叉车。由于巴尔干叉车厂的已持续 10 多年的私有化程序还没有结束，因此“9 月 6 日”公司等企业的生产目前实际处于停产状态。农用机械和拖

车的生产也恢复到稳定发展阶段。但拖拉机生产状况很不理想。生产下降的主要原因是世界领先企业在保加利亚市场推销的高质量机械。如 2003 年拖拉机的进口比 2002 年增加 9%。

（2）机车。2005 年 1 月 7 日，保加利亚国家铁路公司（БДЖ）与德国西门子就从西门子公司进口 25 辆柴油动车组正式签约，合同金额为 6700 万美元，德国公司将在 2005 年内完成供货，新车组将运行在索非亚－瓦尔纳、索非亚－布尔加斯、索非亚－维丁线路。另外还就西门子向“БДЖ”提供 25 辆电力动车组达成初步意向。

（3）船舶。鲁塞造船厂被卖给德国公司之后，主要生产内河航运船舶。2003 年 10 月 25 日，保加利亚“Булярд”集团公司在瓦尔纳造船厂的私有化进程中，以 1666 万美元的价格购买瓦尔纳造船厂 75%的股份。瓦尔纳船厂已接到为保加利亚海洋运输公司建造 3 艘 2.5 至 3 万吨货轮的订单。

（4）飞机。保加利亚航空公司（БългарияЕр）已收归国有，目前飞行十八条国际航线，拥有波音飞机八架，其中“波音 737—500”飞机一架，“波音 737—300”七架，全部是从国外航空公司租赁的。2004 年“БългарияЕр”实现利润 240 万列弗。2004 年 8 月保政府推出“БългарияЕр”私有化方案，具体内容是：100%出售“БългарияЕр”的股份，将“БългарияЕр”的资本金从目前的 1000 万列弗增加到 2000 万列弗。对参与竞标者的具体要求是：航空公司，营业额要在 1 亿欧元以上；金融财团，要求管理资产要在 2 亿欧元以上。预计私有化进程将在 2005 年底之前完成。

3．保加利亚的汽车行业状况

保加利亚目前没有小汽车和客车整车的生产。该领域的最大企业“МадараАД－舒门”给КАМаз生产汽车底盘后，生产已停止下滑并开始起步。2004 年保加利亚进口的汽车总额达 3.85 亿欧元，同比增长 58%。2004 年保加利亚共进口新车 25786 辆，其中小汽车 24908 辆，大货车和客车 878 辆，摩托车 154 辆。

4．保加利亚家电行业状况

保加利亚家电市场销售趋旺，其增速已经赶上汽车和房地产市场。原因是近几年保宏观经济稳定增长、消费贷款政策放宽、美元贬值和中国、土耳其大量低价位家电产品涌人保市场。据保加利亚国家统计局统计，2004 年家电销售额与上年同比增长 19.2%。其中移动电话销售增长 34%。2004 年保加利亚进口家具和家用电器总额为 3.95 亿欧元。据业内专家评估，保加利亚黑色和白色家电市场容量为每年 2 亿欧元左右。

三、机电产业的特点和发展趋势

1．外商投资企业保持良好的发展势头

在保加利亚，外商投资企业生产的产品除满足其国内市场外，还向周边和欧盟国家出口。如位于谢弗利耶沃的“ВидимаАД”生产的“标准”牌卫生洁具目前占保加利亚 60%的市场份额。

2．政府缺乏产业宏观发展战略

1998 年在原工业部的领导下，拟订了产业发展战略，但因诸多原因该策略没能得到落实。2003 年和 2004 年拟订的其他战略也一样没有落实。目前经济部又开始拟订新工业发展战略。

为了保加利亚的机械制造业产品能成功进入欧洲市场，质量和竞争力是不可缺少的。主要的机械制造企业产品已经符合 IS09000 的安全要求。除满足质量要求之外，机械制业还应该不断改善工作条件并解决一系列环保问题。为了解决最严重的环保问题需要投入资金，这对企业这是一笔不小的负担。如今还没有确定通过什么基金援助企业解决环保问题。

3．政府缺少对外商投资企业的优惠政策

国内财政和经济状况已经连续几年相当稳定，已经开始采取改善经济环境的措施，其中之一是 2005 年初降低利润税的计划，不过这个措施对大多的机械制造企业不会有什么影响。可以有实质性作用的措施是取消对投资的征税，促进保加利亚机械制造业在国内市场的消费，通过促进生产来降低每年巨额贸易逆差。

2007 年 1 月 1 日保加利亚入盟后将收到的资金不将直接影响机械制造业发展。PHARE 基金会提供提高保加利亚工业竞争力所需资金，即采购价格在 5 至 15 万欧元的新设备或技术时可通过 PHARE 基金收到 50%的资金。可能还有其他基金和计划协助产业发展，但如今的结论是保加利亚机械制造业将面临重大困难和考验。

四、与中方企业的合作前景及我企业开拓保市场的建议

保加利亚缺乏品牌机电产品和高新技术产品，一般机电产品即便和中东欧国家同类产品相比也缺乏竞争力，我国从保加利亚进口上述产品的可能性极小。从投资来看，随着近年来保宏观经济的稳定增长和加入欧盟日期临近，保加利亚对外资的吸引力也日益增强。我国企业如果赴保加利亚投资建立生产基地，可避免或减少遭遇欧盟的歧视性措施，便于研发和生产适销产品，推动双边经贸关系的发展。开拓保加利亚机电市场应采取的对策建议：

1．我国企业应加大对外宣传力度

通过组团互访、互办展览、信息交流等手段增进企业之间的联系与合作。如 2005 年 6 月在索非亚举办的国际汽车展上，由于事先在保加利亚主要新闻媒体上有广泛报道，中国保定长城汽车公司参展的两辆 SUV 吉普车在开展第一天即被买走。

2．保经济步入稳定发展轨道、消费水平提高后，对小汽车的需求稳步增加

目前在汽车制造行业，我国已涌现出吉利、奇瑞等民族汽车工业品牌，可考虑进军保加利亚汽车市场，先在保加利亚建立自己的营销中心和服务网络，待条件成熟后，可在保加利亚制造、组装、配售和进口代理汽车产品。目前保已有两家公司愿做“奇瑞”车的独家代理，并同其进行了业务联系。

3．保加利亚在机械制造领域有良好的基础，该领域的产业配套能力相对较强，且在保加利亚目前尚无汽车轮胎生产厂，因此我拥有废旧轮胎回收成熟技术的企业，可考虑在保加利亚投资办厂

4．推动企业建立全球经营战略

在经济全球化和区域经济一体化加快的形势下，企业开展国际化经营已势在必然。因此在欠发达国家和不发达国家纷纷开放市场的大形势下，我有条件“走出去”的企业，如果能通过“产品＋运营”的思路扶植起属于自己的运行商，无疑是长期稳占市场、避开对手竞争的上策。如参与保加利亚航空、电讯等领域的私有化进程，为我国企业在更高层次和更大范围上参与国际竞争积累经验

保加利亚天然气市场分析

一、本国资源及进口情况

保加利亚国内有 2 个天然气田，一个是在保西北部的 Chiren 附近的气田，另一个是由英国梅尔罗斯资源公司（Melrose Resources plc）在保东北部开发的 Galata 气田，据估计 Galata 气田的天然气储量为 53Bcf(十亿立方英尺)。2001 年保同英国的 Patreco 公司签订 25 年的在黑海开采天然气协议，Patreco 公司计划开采每年 14Bcf。

保加利亚天然气储量为 0.2 Tcf（万亿立方英尺），1999 年保自产天然气 0.7Bcf。2002 年产量降至 0.1Bcf，而 2002－2003 年每年天然气的消耗量均为 174Bcf，2004 年保天然气消耗量 2,906Mcm(百万立方米)。保认为黑海天然气蕴藏量可能很大。

保加利亚每年天然气需求的 99%依赖进口（高于罗马尼亚的 40%），其中 94－97%从俄罗斯进口，由俄罗斯经乌克兰天然气管道供应，天然气的进口占保能源进口的 20.4%。1999 年保从俄罗斯进口天然气 134Bcf（约 38 亿立方米），2002 年进口量 173Bcf（约 49 亿立方米）。2005 年保加利亚天然气消耗量比上年增长 11.08%，从俄进口 30.65 亿立方米天然气，本国开发 4.07 亿立方米，市场供应总量 34.72 亿立方米，国内市场全年天然气销售量为 32.28 亿立方米，其中 Bulgargaz 公司占 87.96%。

二、市场需求及价格

除了居民作燃料和取暖用途外，保进口天然气主要为化工、水泥、建筑和冶金等工业提供能源。保国内共有 20 个天然气发电厂，家庭天然气用户共 15,000 个。保各行业使用天然气的情况大致为：化学工业 36%、发电厂 32%、金属工厂 12%、玻璃厂 4%、家庭用户 7%、其它 9%。

2004 年第 3 季度保国内天然气销售价从 230 列弗/1,000 立方米提高到 234.46 列弗(1 欧元＝1.95 列弗)。2005 年随着国际市场能源价格大幅上涨，2005 年初保加利亚天然气公司（Bulgargaz）将天然气价格提高 9.6%，2005 年 10 月 1 日该公司再次宣布天然气提价 18.1%至 276.91 列弗/1,000 立方米，不含 VAT。最终用户价格为 284.62 列弗/1,000 立方米，不含 VAT。此价仍比欧洲价格约低 7%，但高于俄罗斯、乌克兰和罗马尼亚。保加利亚“国家能源和水管理委员会(SEWRC)”同意自 2006 年 1 月 1 日起平均再提价 7.15%，批发价格为 296.70 列弗/1,000 立方米(不含 VAT)。

三、保加利亚天然气基础设施

1992 年保加利亚天然气管道达 870 英里，1995 年达 1,367 英里，目前为 1,800 公里，沿途建有 9 个压缩站。管道东西向，在保境内有 2 条分支管道，分别输往保北部的多瑙河平原和中部的色雷斯平原，主管道直径在 28－40 英寸间。法国 Sofregas 公司计划在保建合资企业，利用欧盟 Phare 资金，铺设向保中小城市供气的管道网。
保加利亚在北部 Chiren 建有地下储气站，储量约 18Bcf。

2005 年 4 月保投资 300 万欧元在北部 Chiren 附近的气田建钻台，工程计划 4 年竣工，至此，保在该气田的设备更新总投资共达 1,700 万欧元。

四、保最大天然气企业

保加利亚最大的天然气企业是 Bulgargaz 公司，国有企业，集生产、运输、批发、工程、投资及服务设施的一条龙股份制公司，垄断了保的天然气市场，拥有保境内 2,200 公里的天然气输送管道网，包括 625 公里的过境天然气管道，及天然气地下存储设施，向企业用户供气，不负责向居民供气。自从保加利亚天然气市场开放后，该公司失去了 5.07%的市场份额，2004 年拥有保天然气市场供应的 92.15%，其它共 33 家天然气销售商占 5.44%，本国天然气生产商占 2.41%。2005 年该公司全年收入达 4.76 亿欧元，比 04 年减少 1,530 万欧元，全年利润预计为 6,540 万欧元，比 04 年下降 1,640 万欧元。为了符合欧盟天然气市场开放的要求，2006 年底前该公司将进行股份制重组，只负责天然气的购销、供货和投资，并分出 Bulgartransgaz 公司，负责天然气的运输和储存。重组的 2 个公司仍为国有全资企业。

Overgas 公司为保加利亚私营企业 Multigroup 与俄 Gasprom 的合资企业，双方各占 50%股份，是保目前最大的天然气零售公司。Overgas 公司发展很快，持有保向 23 个城镇供气的许可证，目前正筹建向另外 23 个城镇供气管道网。还有 3 家小的天然气营销公司：Sofiagas、Varnagas 和 Rilagas。Sofiagas 公司在索非亚供气管道的投资为 300 万欧元。Varnagas 和 Rilagas 两公司的供气管道投资分别为 65.69 万、12.18 万欧元。

五、 保政府有关天然气政策

根据保加利亚新的“能源法（Energy Act）”和“重建天然气市场的措施”，保将国内分成 8 个天然气分销区（gas-distribution regions）：Dobrudja、Rousse、Mizia、西北区（以 Vratza 为中心）、Serdika、西南区（以 Dupnitza 为中心）、色雷斯区（以普罗夫迪夫为中心）、黑海边的 Primorski 区。这 8 个区覆盖了保 56%的国土和保全国 263 个城镇的 136 个。

2001 年 6 月，保政府部分放开天然气市场，法律允许天然气销售商、大企业用户直接和进口供货商谈判，引进竞争，逐步向欧盟要求靠拢。

六、保加利亚天然气管道合作项目

保加利亚是俄罗斯向土耳其、希腊和巴尔干其他国家输送天然气的重要中转站——“气桥”，每年过境天然气约 180 亿立方米，土耳其天然气需求的 60%、希腊的 90%、马其顿的 100%，由保加利亚过境管道供应。

保加利亚与其他国家天然气管道过境合作项目始于 1963 年，1974 年从俄罗斯到保的第一条主要管道开通。

目前一条从伊朗和中亚的天然气田向欧盟输送天然气的 3,400 公里长的管道建设正在酝酿之中，管道途经阿赛拜疆、格鲁齐亚、土耳其和保加利亚。保也将于 2006 年同土耳其、罗马尼亚、匈牙利和奥地利等 4 国联合建石油管道工程，总投资约为 4 亿欧元。

2000 年俄罗斯经保加利亚过境输往希腊、马其顿和土耳其的天然气为 423Bcf,其中 388Bcf 输往土耳其。根据 1998 年保同俄 Gazprom 公司签订的协议，2002 年将经保过境天然气量增至 494Bcf,2010 年增至 670Bcf。2003 年经保加利亚输往土耳其、希腊和马其顿的天然气过境总量为 135.50 亿立方米，其中：输往土耳其 115 亿立方，希腊 18.97 亿立方，马其顿 8,061 万立方。2005 年经保输往土、希、马的天然气总量增至 155 亿立方米，比 2004 年增长 14.62%，其中约 84%输往土耳其。

虽然保加利亚同俄罗斯的国有天然气公司 Gazprom 签有天然气长期供货协议，该协议于 2010 年到期，但 2003 年 10 月保、俄双方商定将协议再延展 10－15 年。双方计划到 2010 年时将经保天然气过境量提高到 0.66Tcf（万亿立方英尺），同时俄 Gazprom 公司承诺在保投资天然气基础设施。

目前经保过境天然气费用分 2 种：通过天然气输送公司输送管道的输送费用为：23.10 列弗/1,000 立方米；通过天然气输送公司销售管道输送费用为：7.72 列弗/1,000 立方米。

七、与俄罗斯的价格纠纷

目前俄罗斯国有 Gazprom 公司是通过 2 个合同对保供应天然气：一个是直接供气合同，另一个是经保输往土、希、马三国的天然气过境合同。2 个合同均于 1998 年签订，于 2010 年到期。双方将天然气过境费定为每 1,000 立方米每 100 公里 1.65 美元，俄方以易货贸易的形式，以每 1,000 立方米 82.5 美元的低价向保提供 15 亿立方米天然气，以支付过境费用。此数量为保所消费天然气的一半，另外所需一半的数量保以每 1,000 立方米 258 美元价格向俄购买。（以前罗马尼亚从俄购买天然气的价格为每 1,000 立方米 250 美元，自 2006 年初起提高到 280 美元，自 3 月底后此价格还得再提高）。这样对保来说，两边相抵，保即可以每 1,000 立方米 183 美元的平均价供应国内市场。

去年底今年初，随着俄罗斯与乌克兰的天然气纠纷，俄 Gazprom 公司要求与保对以上 2 个合同中的输送量的计算方法和价格重新进行谈判。俄方要求以现金支付过境费，以市场价格向保提供全部所需天然气。保方认为，如若这样，保国内天然气价格将上涨 60%，至 2010 年将遭受约 10 亿美元的重大损失，保方无法接受，称合同于 2010 年才到期。后经保加利亚经济能源部长与俄工业和能源部长亲自出面，以及保 Bulgargaz 公司与 Gazprom 公司双

方代表多次会谈，保、俄双方最终同意俄供保天然气价格暂时保持不变。

八、保方与其它国家的天然气国际合作

为了减少对俄罗斯天然气的依赖，保加利亚尝试寻求获得天然气的其它国际供应渠道。

2004 年 2 月保加利亚的 Bulgargaz 公司、罗马尼亚的 Transgas 公司、土耳其的 Botas 公司、匈牙利的 MOL 和奥地利的 OMV 公司签订 Nabucco 工程协议，耗资 4 亿欧元，共同筹建甲烷输送管道网，计划从里海和中亚的伊朗、阿塞拜疆、土库曼和哈萨克等国将天然气输往中东欧国家，管道设计总长 2,100 英里，工程计划于 2010 年竣工。管道经保加利亚境内长度为 250 英里，预计每年保可从中获得 1 亿美元的过境费收入。

2004 年 8 月保加利亚 Overgas 与 Dor Gas Elran Infrastructures、Africa-Israel Investments 等公司签订在保铺设天然气输送管道网协议，计划将铺设一条主管道和数条支管道，向保中部居民供气，工程耗时 4 年。自发生与俄罗斯的天然气纠纷后，保正努力从阿尔及利亚获得天然气供应

保加利亚纺织产业现况

根据国际性纤维、纺织服装业研究及出版公司--英国 Textiles Intelligence 所发表一篇新的报告显示，保加利亚是欧洲纺织品与成衣业发展最迅速的国家。

产业的地区分布

保加利亚的纺织品及成衣产地存在若干个地区。纺织品集中度最高的是在首都索菲亚，2006 年约有 17%的纺织品相关企业在该地营运，其次是在 Plovdiv（10%）、Sliven（7%）与 Gabrovo（6%）等。而成衣相关企业中有 17%集中在 Blagoevgrad，其次是在 Plovdiv（12%）、Haskovo（11%）、索菲亚（9%）、Rousse（7%）等地区。

但是，这些比例系以各地区的企业数为基础，生产量和销售额、投资额等则另当别论。例如，2006 年保加利亚纺织企业数集中度最高的地区为索菲亚，但年销售额和外资投资额排名前 10 大的企业，却没有 1 家在索菲亚。

生产成长

2006 年保加利亚的纺织品生产较 2005 年增加 11.8%，仅次于拉脱维亚的高成长；而其成衣生产成长 9.6%，是在欧洲成衣生产排行第三的国家，仅次于斯洛伐克及丹麦。与去年欧盟纺织品生产减少 1.9%，及成衣生产衰退 0.5%的情况相较形成鲜明的对比。

在 2000~2006 年期间内，保加利亚的纺织品生产成长 152%，其成衣生产增加 109%。而相对在该期间内欧盟纺织品生产衰退 21%，而成衣生产减少 32%。身为欧盟最新二个会员国之一的保加利亚，其纺织品与成衣产业的成长似乎才刚刚开始。

产业结构

保加利亚纺织品与成衣产业的成功归因于几项有利的因素，介于 65%~95%之保加利亚纺织品与成衣厂商为中、小型企业，该等企业的最大特征是能：

弹性生产；
快速因应客户需求的变化；
迅速交货；
对改善品质的请求能迅速反应。

多数企业的年总销售额在 200 万保加利亚币 leva（约 130 万美元）以下，年总销售额超过 1 千万 leva 的企业极少。几乎所有企业均依赖国外顾客 1~2 家公司的订单。大部分企业（80%~90%）所接获的订单是所谓的委托加工形态，产品本身的设计由客户提供。因此，在生产活动中存在非常困难的创造附加价值问题。

保加利亚的地理位置毗临欧盟，使得保加利亚纺织品与成衣制造商可与在欧盟与其它邻近市场的客户建立良好的关系，特别是在价格和品质方面，可与亚洲的中国大陆与印度的低成本制造商竞争。

劳动成本

保加利亚纺织品与成衣业的平均工资比任何一个欧盟会员国（包括罗马尼亚）来得低，亦较斯里兰卡、印尼与俄罗斯低廉；另与埃及、墨西哥，以及中国大陆东部部份地区与乌克兰等国家相当。

在纺织品与成衣制造业者间之相互竞争，尤其是面临来自低成本的亚洲国家制造商的激烈竞争，劳动成本扮演一

个重要的角色。因此，在劳动成本方面，保加利亚的纺织品与成衣制造商享有重要的优势，而使得渠等在竞争不断升高的市场中能与中国大陆的制造业者竞争。

同样身为欧盟会员国之保加利亚与其它欧盟会员国之间的商品贸易可免课征进口关税，同时滞留在海关边界的情形亦可减到最少，因此应可更迅速地对欧盟出口市场交货，并缩短运送的时间与降低仓储的成本。

许多保加利亚政府所实施之健康、安全与环境保护（health, safety and environment, HSE）等方面的法规，亦已经与其它欧盟会员国的法令相同。因此，对于生产品质已达到国际水准且取得环保证书的保加利亚制造商而言，将非常有利于与欧洲买主的交易。这些改善亦可能吸引更多对企业要求严格执行 HSE 政策之潜在投资者，对保加利亚纺织品与成衣产业的投资。

欧洲人的思维

保加利亚纺织品与成衣企业的另一项竞争优势为，渠等较中国大陆与印度等亚洲低成本国家的竞争对手，更具有欧洲人的生意头脑。

保加利亚币 leva 兑换欧元的汇率被锁定在固定汇率（1.95583 leva=1.00 欧元），预估该汇率将持续至 2010 年，对在欧盟的潜在投资者而言，汇率固定将可免除渠等承担汇兑的风险。相反地，在兑换投资者本国货币汇率并非固定的国家，若该国货币有严重的贬值情形，则相对投资的金额将会随之缩水。

不可否认地，保加利亚纺织品与成衣业面临许多的挑战，若该等产业未来得到发展，其所遭遇的困难仍须有待解决。对于保加利亚纺织品与成衣企业未来造成威胁的是多数技术纯熟且特别是会讲英语的工人会转移至其它待遇较佳的欧盟国家，因而造成保加利亚缺工的困扰。

也许 HSE 的规范对保加利亚纺织品与成衣企业亦是一项挑战。但不可避免地，有些财力较为困窘之企业即可能在无法负担完成公司改造所需的费用而结束营业。然而，就正面而言，结束营业正是外国投资者期待在保加利亚购买生产设备的机会，何况存活下来的企业亦较为精简，适合在后配额时代的竞争环境里存活。

保加利亚纺织品与成衣业的劳动生产力相当于欧盟平均的 38.1%，保加利亚成衣制造商对于新设备的投资与产能的扩充意愿不高，渠等不愿现代化的原因是无法藉由抬高价格的方式，将其投资成本回收，即制造商为了保有竞争力，因而必须自行吸收增加的成本而使获利减少。

保加利亚纺织业一向依赖自其它国家进口纺织原料，而非使用其国内所生产之原料，故常导致较长的交货期，且无法快速反应客户的需求，原料成本亦较为昂贵。保加利亚纺织业的产量不足以维持其国内成衣市场。因此，除非在短期内有钜额的资金投资在纺织业，否则保加利亚成衣制造商仍将倚赖进口其所需之原物料，而渠等之利润部分将由纺织原物料的进口价格决定。

一般说来，保加利亚纺织品与成衣业的成败仍难逆料，若保加利亚纺织品与成衣产业为维持自本世纪初以来的经济成长模式，一方面固然需要相关的投资，此外，保加利亚既已成为欧盟的一份子，则必须将所谓的灰色经济予以去除，并消弭非法的工作条件。另一方面，保加利亚拥有身为低成本欧洲国家的许多优势，欧盟会员国的身分有助于吸引纺织业所需的大规模投资，从而提高保加利亚的生产、扩大经济规模、增加新的工作机会并缔造更高的出口值。

进口来源

保加利亚进口纺织品的主要种类为纤维、纱、织物与附属品，进口之纺织品几乎都是来自欧盟，2005 年保加利亚自欧盟进口纺织品的金额，占保加利亚纺织品进口总额之 71%。另外，作为邻国之一的土耳其也是保加利亚的纺织品主要供应国。2005 年保加利亚自土耳其进口纺织品的金额为 1 亿 5,820 万 leva，占保加利亚纺织品进口总额之 15%。

2005 年保加利亚成衣和附属品的进口金额，仅占纺织品及成衣进口总额的四分之一，在保加利亚国内市场流通的成衣大多数都是在其国内制造的。2006 年保加利亚自中国大陆进口纺织品的金额，占保加利亚纺织品进口总额的比例为 4%，较 2005 年增加 1 个百分点。

对外贸易

根据保加利亚成衣及纺织品制造商及出口商协会(The Bulgarian Association of Apparel and Textile Producers and Exporters, BAATPE)报告，2006 年保加利亚纺织品及成衣出口值达 17.8 亿欧元(23.8 亿美元)，较 2005 年成长 7%。BAATPE 指出，去年保加利亚纺织业聚焦在较高附加价值产品的生产，故主要的成长在产品金额，而非数量的成长。BAATPE 会长 Valeria Zhekova 女士称，业者在保加利亚所生产的产品品质高、交货期短，数量虽少但设计精美。Valeria Zhekova 表示，保加利亚企业正尝试自创品牌独立经营，然而保加利亚缺乏工人及中阶层管理人才，渠并期盼本(2007)年保加利亚纺织业的销售能持续在金额而非数量的成长。

2006 年约有 90%的保加利亚纺织品及成衣销往欧盟，而其中销往德国的部份即占三分之一。BAATPE 副会长 Ilko Ilkov 称，保加利亚期盼扩大包括俄罗斯在内的出口市场。2006 年保加利亚纺织品与成衣业之贸易盈余达 3.24 亿欧元(4.335 亿美元)，雇用之从业人员共 16 万 7 千名。

出口市场

2005 年 7 月至 2006 年 6 月之 1 年期间保加利亚纺织品出口金额达 2 亿 8,900 万 leva(约 1 亿 8,000 万美元)，增加 14%，占纺织品与成衣出口总额之 16.8%。就主要出口项目的出口情形而言，针织织物、车棉织物与棉织物、羊毛等其它织物等产品出口强劲，分别成长 68.4%、50.7%及 39.4%，但棉花出口衰退 38%，特种织物、簇绒织物、饰带类与刺绣品等项目出口也减少。2006 年上半年保加利亚的成衣出口较 2005 年同期增加 5.5%。

2005 年欧盟是保加利亚最大的纺织品及成衣出口市场，占纺织品及成衣总出口的 86%左右，其中对欧盟排名前 6 名会员国出口市场的出口持续增加，但对 2004 年出口市场排名第 2 位之美国与次于美国的土耳其的出口大幅度减少，对美国的出口衰退 37%，对土耳其的出口减少 18%，使得该 2 国之排名互换。由于美元的汇率变动影响较大，对美国的出口金额减少。

2005 年保加利亚纺织品及成衣出口市场排名第 4 位的国家为罗马尼亚，对罗马尼亚出口重要度增加的原因为许多欧洲企业扩大在罗马尼亚的生产，而使用保加利亚生产的纺织素材在罗马尼亚进行缝制的订货方式已经固定。出口市场排名第 5 位的国家是瑞士，出口额增加 30%。

此外，特别的是 2005 年对欧盟小国的出口扩大，例如对芬兰的出口增加了 1 倍，对波兰的出口增加 31%、对瑞典的出口增加 18%。对其他出口扩大的国家有克罗埃西亚、俄罗斯及乌克兰，分别增加 84%、78%及 55%。这 3 个国家都是欧盟以外的国家，因为与保加利亚距离近，在运输费用方面较为便宜。

在保加利亚成立公司须知

一、保加利亚公司类型

保加利亚法律规定的公司主要形式有：有限责任公司、股份公司、无限合伙公司、有限合作公司、有限合股公司、合作公司、集团公司等。在保加利亚从事经贸活动最适合的公司形式是有限责任公司和股份公司。

1. 有限责任公司（Limited Liability Company ，OOD）

保规定，有限责任公司可由自然人或法人组成。单人组成的有限责任公司（EOOD），公司资本由 1 人所有。多人组成的有限责任公司（OOD），总股本至少为 5,000 列弗（约 2,500 欧元），每个持有人最低股本为 10 列弗，所有合伙人均以个人名义以所持股份为限对公司的债务负责，有限责任公司的股本不可出售，股份的转让须经 75%的多数股东或代表公司 75%股份的股东同意方可进行。有限责任公司无权从事银行业或保险业。有限责任公司与股份公司的区别在于，有限责任公司的股金不划分为股份，也不以股份证书为证，不设董事会，只须任命一位或数位经理，授权管理公司业务。有限责任公司每年须作平衡表（balance sheet）和财务报表（financial statements）。

2. 股份公司（Joint- Stock Company，AD）

股份公司将总股本分成若干股，每个股东的责任以其所持的股本总额为限。股份公司的结构和组织依商法的规定为准，但创建者可对公司章程的编写具有一定的灵活性。股份公司是依照所有股东（自然人或法人）的股东会议决议、或单一股东的决定而成立。所有股金由一人持有的称为“单人股份公司（EAD）”。股份公司的总股金至少为 50,000 列弗，每股股金最低为 1 列弗。公司须有股份持有记录，将股东姓名、地址、股份、面值、序号等记录在册。股份公司的股份可作为商业有价证券股票出售，股票可以记名发行，或不记名以持有为准。记名股票可以背书形式转让，或在公司记录中登记转让，或以公司章程规定的形式转让。不记名股票可以“交付”的形式自由转让。股票的出售和转让价格不低于面值。公司所作的决定须以多数投票为准，但也有保护少数利益的相关规定。

二、公司成立程序

1、有限责任公司

在保加利亚成立有限责任公司的步骤如下：

1）为公司取名，获取名字唯一（无重名）证明，费用 100 列弗；
2）编写公司章程；
3）取得银行证明，证明注册资金 70%已经到位；
4）任命公司管理人员，并与其分别签订合同；
5）由所任命的经理进行商业注册，以前通过法院，费用 120 列弗。预计 2007 年 1 月后通过网络电子注册；

6）如果需要，先获取许可。有些业务（如投资经纪人）注册前要求官方政府机构出具许可；
7）以前通过法院注册的，需等候法院在政府公告中刊登法院注册决定，刊登费用 25 列弗；
8）至此，公司注册完成。
9）注册后 3 天内，到“国家统计局（National Statistical Institute）”登记，取得统计号（BULSTAT number），费用 60 列弗；
10）到“国家社会安全局国土处（territorial division of the National Social Security Institute(NOI)）”进行登记；
11）公司注册（第 8 项）后 14 天内，到“税务办公室（tax office）”登记；
12）至此，全部程序完成，公司可开展合法经营。

2、股份公司

公司选举大会作出的成立股份公司的决定和董事长签署的公司股东清单是公司注册所需文件的一部分。
在保加利亚成立有限责任公司的步骤如下：

1）为公司取名，获取名字唯一证明，费用 200 列弗；
2）召开公司选举大会，作出成立股份公司之决定；
3）编写公司章程；
4）选举公司监事会或董事会，任命管理人员，并分别签署合同；
5）缴纳注册资本，最低 50,000 列弗；
6）开立银行帐户；
7）取得银行证明，证明至少注册资本 25%到帐；
8）准备注册文件；
9）任命的公司经理进行注册登记。须在召开公司选举大会后 3 个月内进行；
10）至此，公司注册完成。
11）以前通过法院注册的，需等候法院在政府公告中刊登法院注册决定，刊登费 25 列弗；
12）注册后 3 天内，到“国家统计局（National Statistical Institute）”登记，取得统计号（BULSTAT number）；
13）公司注册（第 10 项）后 7 天内到“国家社会安全局土地处（territorial division of the National Social Security Institute(NOI)）”进行登记；
14）公司注册（第 10 项）后 14 天内，到“税务办公室（tax office）”登记；
15）至此，全部程序完成，公司可开展合法经营。

重要提示：
1）在保加利亚成立有限责任公司和股份公司，整个注册过程约需 20－30 个工作日。
2）为了方便快捷地完成注册过程，最好聘请熟悉注册程序的当地律师或咨询公司为你办理注册程序，以及注册中可能涉及的一些文书工作，并可避免出现可能的疏忽（如护照复印等）。也可请保投资署协助，成立有限责任公司的服务费约 700 欧元，成立股份公司的服务费约 1,300 欧元。
3）可聘请熟悉保加利亚有关规定的当地会计师，以便办理公司的财务、税收等相关业务。

3、外国投资公司

保加利亚依据宪法和“投资鼓励法”，对外国投资者提供国民待遇。保加利亚法律规定，外国投资公司可按保“商法”中规定的公司形式的任何一种在保成立并注册公司。

a)公司形式
1)合资

合资是指保加利亚人和外国合作人共同组成的公司，对外国人参与的份额没有规定。须按保“商法”中规定的公司形式的任一形式组成，合资公司不论有无保方合作人参与都被视作保加利亚公司，是保加利亚的法人，与保加利亚“商法”规定的保加利亚公司享有同等的权益。

2)分公司（Branch）

外国人和公司只要已在外国注册，就可以在保加利亚注册分公司，并可按保国内法规定从事经贸活动。分公司是总公司在外地的一部分，但按保法律规定分公司会计上是独立的公司，须作报表。注册分公司无注册资金要求。

3)代表处
已按其本国法注册、可从事经贸活动的外国人可在保加利亚“商工会（Bulgarian Chamber of Commerce and Industry，BCCI）”注册成立代表处，按保法律规定，代表处不是合法的经济实体，不可从事经济活动，只可从事诸如营销（marketing）、寻找客户、建立联系、以及其它在法律的意义上不认为是经济和商业的活动。

b)公司登记
同保加利亚公司一样，外国投资者可按保"商法"规定的任何一种公司形式注册，并在以下机构登记：
注册署（Registry Agency），在 BULSTAT 系统中注册，获得注册号；
国家税收总署（National Revenues Agency）驻投资地分机构，如果投资者公司工资表上有保方雇员的话；
海关，如果从事外贸活动。

c) 获取投资等级证书
向保投资署（InvestBulgaria Agency）递交申请书，并附上投资计划。投资署将按相应投资等级签发投资等级证书，并在投资证书上注明投资等级和投资者的权利。此需 1 个月时间。

d) 购买房产
可向私人以双方商定价格购买房产。通常，国有和市政府所有的房产出售，须经公开拍卖程序才能出售。但获得投资等级证书的投资者可不经拍卖，只要部长会议或市政当局决定即可。

e) 购买土地
外国人可以按保加利亚法律，在保进行商业注册成立公司或入伙其它保加利亚公司，以此途径购买保土地或农业用地，获得保加利亚土地所有权，包括农业用地所有权。

f)环境影响评估
环境影响评估须经以下程序：
将评估建议通知有关当局和有关公众
确定是否需要进行环境影响评估
确定环境影响评估的范围、内容和形式
审议环境影响评估报告
举行环境影响评估报告公开讨论
作出环境影响评估决定
该过程需时约 7 个月，对获得投资等级证书的投资者可将时间降到 2 个月。

g) 投资工程项目建设程序
如果购买的是农业用地，须先办理“土地用途转换手续”，将农业用地转换成工业用地。需时 90 天，对获得投资等级证书的投资者的时间为 60 天。

批准设计，需时 14 天，对等级投资者 5 天。
建筑工程草案的准备和批准，需时 1 个月，对等级投资者 14 天。
投资工程的技术协调和批准，需时 1 个月，对等级投资者 14 天。
建筑许可证，需时 7 天。
签发建筑许可证的主管当局是：市政府的总建筑师、区长、“地区发展和公共设施”部长。

h)消防许可证
在递交书面申请起 1 个月内（对等级投资者时间为 14 天），“全国消防和事故安全局”审查工程现场是否符合消防安全规定，并作检查记录，据此出具消防证书，本证书有效期为 3 年。

三、保加利亚法律的有关规定
1、劳动合同新签和取消
保加利亚宪法规定，雇主不得在用工方面有任何种族和性别歧视。雇主和工人（16 岁以上）必须签订书面劳动合同，并在合同中明确规定工作地点、工种和工资、以及劳工法中某些条款。合同可为定期或不定期，但鼓励雇主和雇员之间签订定期合同，以给雇员提供稳定的保障。合同可以规定有 6 个月以内的试用期。关于雇工的特别保障，如工作和休息时间长短、劳动报酬、假日、劳动安全和健康条件、社会和文化服务、合同的结束条件和要求等方面，劳动合同必须符合劳动法的有关规定。

劳动法规定，合同的结束可以是：普通理由、特别理由，可以通知或不通知。通知须提前 30 天至 3 个月以书面通知。只有在法律有明文规定可以不事先通知的情况下，任何一方才可不通知而结束合同关系。如果通知期限未能遵守，受害方有权得到补偿。

最近保加利亚新规定，雇主须于每月 30 日之前将本月新签或到期结束的合同通知国家税收总署国土司（territorial directorate of National Revenues Agency，NRA）。按以前做法，就业合同新签、变更，雇主须在 3 天内，合同到期雇主须在 7 天内通知 NRA。

2、临时工

如果保劳动法明文规定禁止临时就业的，不能聘用临时工；如果保劳动法明文规定允许临时工或劳动法没有任何规定，即可以聘用临时工。

3、工资问题

据保国家统计局统计，2004 年保加利亚职工平均年工资 3,628 列弗。其中，金融经纪人工资为 8,441 列弗；电、气和水生产及销售部门为 6,604 列弗。2004 年平均小时工资 2.04 列弗，男 2.20 列弗，女 1.87 列弗。(1 欧元=1.95 列弗)。保政府决定，自 2005 年 1 月 1 日起，将最低月薪从 120 列弗提高到 150 列弗，增长 25%。最低每小时工资从 0.71 列弗提到 0.89 列弗。2006 年 1 月 1 日起保将全国最低月薪提高到 160 列弗（82 欧元）。保劳动和社会政策部长称，2007 年保加利亚最低月薪将为 200 列弗（102 欧元），每年最低工资应增长 12－15%，到 2009 年保最低工资应提到 240 列弗（123 欧元）。合同可以规定预付工资、每月付 2 次或另行规定。支付工资时须扣个人所得税、社保。雇主须为雇工定期支付社保。

4、强制性工作时间

保加利亚劳动法规定，工人每天工作时间（包括加班）最长不得超过 12 小时，休息时间最少 12 小时；每周工作时间（包括加班）最长不得超过 40 小时；每年加班时间不得超过 150 小时；加班补贴是正常工资的 50%，星期六和星期日加班补贴为 100%。劳动法明确禁止超过正常时间的加班，为此保设专门机构－劳动检查员（Labor Inspectorate）专门监督加班行为。但在特殊需要加班的情况下，雇主可通过与工人或雇员代表协商，书面通知雇工延长工作时间，并须事先通知劳动检查员。延长后的工作总时间不得超过 10 小时，在特殊情况下，每周工作总时间不得超过 48 小时。雇主须有加班时间记录，并对加班给予补偿。

5、假期

雇员在服务 8 个月后可享受每年不少于 20 天的带薪假期，产假 135 天，其中产前可休 45 天，保加利亚为了提高出生率，将原来 135 天的带薪产假延长到 350 天。

6、劳保规定

保劳动法规定，雇主须免费为雇工提供安全和健康的工作条件，此包括必要的医疗服务、特别工作服、防止和降低事故、受伤的措施，并有义务告知雇工本项工作存在什么样的危险性，同时委任一个或几个人进行此项职业性危险的防护活动。为了实施这项防护措施，每一个雇主在开业前须向本地区劳动检查员申报：劳动工种、雇工人数、工作条件、危险因素、已采取的防护措施。

保加利亚二个主要大的工会：保加利亚独立工会联合会、Podkrepa 联合会。保加利亚工会与政府间签订有总的劳动协定，对雇主和雇员之间的劳动合同有重要的影响作用。

7、雇用外国人

获得永久居住许可的外国人均可获得同保加利亚居民相同的就业。工作许可由保就业署（Employment Agency）签发。工作许可应雇主申请在 3 周至 1 个月内签发，并仅限于特定的时间、工种和雇主。除了某些特定工作外，只有在找不到适合于此项工作的保加利亚人的情况下，才对外国人签发工作许可。一个公司里外国雇员的人数不得超过雇工总人数的 10%。雇主须担保合同期满后获得工作许可的外国雇工的回程国际旅费。申请雇员需拥有相应的专业技能和职业经验。工作许可在合同有效期内有效，并在一年以内，对公司或分公司的经理和外国公司的专家除外。工作许可可在 3 年期限内延长几次。

8、设备折旧

保加利亚规定，固定建筑物、设施、通讯设备、电力设备、通讯电线的折旧率为 4%；机器、制造设备、仪器折旧率为 30－50%，尤其是，新投资、2005 年 1 月 1 日后新购的折旧率为 50%；运输车辆的折旧率为 10%；电脑、软件折旧率为 50%；轿车折旧率为 25%；其它资产折旧率为 15%。

保加利亚主要产品市场

保加利亚 2004 年进出口总额 231.45 亿美元，同比增长 20.6%。其中进口额(FOB)132.57 亿美元，同比增长 20.9%，逆差 33.69 亿美元。2005 年上半年保加利亚进口额（FOB）79.06 亿美元，同比增长 38.0%。进口额持续 大于出口额，进口平均增速超过出口增速。保加利亚外贸自 2000 年来一直处于逆差，且逆差有逐年扩大之势，除 2002 年外，逆差每年都以 34%以上的速度增长。

保主要进口产品为（2003 年依进口额大小）：各类车辆、铜矿砂精矿和铜材、药品药物（含兽药）、电讯设备、纺织原料纺织品和服装。

2004 年进口消费品总额 18.95 亿欧元，增长 28%；西药品和化妆品 4.26 亿；食品、饮料和烟草 3.06 亿欧元。2005 年最大的进口类别是机械、运输设备、制成品、燃料和润滑剂等。

一、 农产品

2003 年保农产品进口总值为 5.98 亿美元。

1. 小麦　保加利亚国内小麦消费量年约 220－230 万吨，本国小麦产量可满足需求，进口量仅为 1－2 万吨。2003 年进口值为 1,338 万美元。

2. 大麦　2003 年保进口大麦 1.9 万吨，2004 年进口 5,000 吨，2005 年预计进口 1.5 万吨。

3. 大米　2000 年保加利亚可自行满足需求总量的 10－15%，目前自产量几乎为零，是大米的净进口国，每年进口值约 500 万美元。2002 年保进口大米 20,220 吨，2003 年进口值 601 万美元。

4. 棉花　保自产棉花仅占 10%，2003 年进口棉花 2,551 万美元。

5. 原糖　2003 年保进口原糖 25.6 万吨，进口值 4,728 万美元。

5. 大豆　保自产大豆仅占总需求的 5%，是大豆的净进口国，2003 年进口大豆 8.35 万吨。

6. 蔬菜、水果

2003 年保进口洋葱 1.57 万吨，温室蔬菜（西红柿、黄瓜）1.53 万吨，马铃薯 3.57 万吨，

2003 年保进口鲜水果 3.53 万吨，比上年减少 18%。保进口果汁 909 万美元，进口鲜、干果 3,932 万美元，果制品 1,098 万美元。

2004 年经加工或罐装水果和蔬菜进口额 3,577 万欧元。

7. 牲畜及内制品

2004 年上半年进口羊和山羊 7.7 万只、猪 438 头、家禽 140 万只。

2003 年进口肉 7.66 万吨，比上年增长 2.7%，其中：牛肉 2.25 万吨，羊及山羊肉 46 吨，猪肉 2.06 万吨，禽肉 3.35 万吨。

8. 奶制品

2003 年、2004 年奶制品进口量分别为 1.92 万吨、2.45 万吨。其中，2004 年进口奶粉 8,000 吨。保加利亚进口的奶制品主要有：软酪、奶油、炼乳、意大利和法国奶酪、奶粉、乳清等。

二、 酒、饮料

据调查，20－50 岁的保加利亚人 77.1%喜欢喝酒，尤其是葡萄酒。

2003 年保散装酒进口 1.27 万 hl.(百升)，瓶装酒进口 2,446 hl。2004 年上半年保瓶装酒进口 1,984hl。

2004 年保全年啤酒消费量约 4.73 亿升，人均 61 升。

2004 年国内市场软饮料消费量为 10.65 亿升，同比增长 16%，人均消费为 137 升。

三、 机电设备

1、农机

保加利亚各类农机市场需求量约为 8,000 万美元，进口约占 80－90%。2003 年底保加利亚共有各种农用、林业用的履带式农用拖拉机 2,753 辆，轮式拖拉机 2.89 万辆，联合收割机 8,143 辆。保加利亚农田划归私有，面积不大，因此家用拖拉机需求越来越趋于小型化，50－73 马力的比较适用，中国产品较受欢迎。

2. 工业设备

制冷设备销售呈现 20%-30%的增长，冰箱和冷柜每年销售量在 8-10 万台左右。烤箱一年的销售量为 3.5 到 4 万台左右。

3. 家电产品

据保加利亚业内专家评估，保每年家用电器、卫生设备的市场容量合计约 2 亿欧元，2003 年保加利亚大型家电销售量达 27.6 万台，销售额达 7500 万欧元。2004 年保加利亚洗衣机一年的销售量为 12 万台左右，滚筒式洗衣机使用最为普遍。2003 年仅电视及音响进口就为 9,467 万美元。2004 年保仅进口家用电器 3,333 万欧元。

4. 电讯设备

2000 年电讯设备市场总容量为 1.39 亿美元，保加利亚的电讯设备几乎全部为进口，当年进口总量 1.3 亿美元，2003 年增长到 2.32 亿美元。

5. 机场及地面支持设备

保加利亚 2003 年机场及地面支持设备市场总量约为 1 亿美元，几乎全部需进口。

6. 污染控制设备

保污染控制设备市场容量 2001 年 7,700 万美元，2002 年 9,270 万美元，这两年进口值分别为 6,160 万、7,500 万美元。

四、 IT 产品及技术

2003 年保电脑设备进口 1.58 亿美元，软、硬件产品进口分别增长了 29%和 40%，系统集成增长了 41.6%。2004 年保加利亚 IT 市场容量约 3.04 亿美元，个人电脑占 38.1%。全年个人电脑销售量为 12 万台，销售额为 1.17 亿美元，台式电脑占 81%，便携式电脑占 2.2%。2004 年保加利亚移动网用户总数为 350 万人，固定电话普及率达 85%，至 2008 年其 80%将完成数字化。2002 年保电脑软件市场容量约 2,100 万美元，近几年每年增长 18%，

进口总值 1,700 万美元。

2003 年保 15-74 岁上网人数近 11%，2004 年增长至 19.7%，因特网用户 67 万左右，占全国人口的 8.4%，所占比例是中东欧最低的国家之一。人均 ICT 消费额 45 欧元（欧洲 750 欧元）。

2004 年 12 月至 2005 年 7 月，保加利亚中小学新装电脑 35,000 台，耗资 3,600 万列弗。此前保中小学是 50 个学生 1 台电脑，现在是 15 个学生 1 台电脑，保计划至 2007 年达到 10 个学生 1 台电脑。

五、 各类车辆

2003 年保各类车辆（含轿车、客货车、火车车厢等）进口合计 9.1 亿美元。其中，轿车 5.5 亿美元、货车/服务性车辆 1.43 亿。

60%的保加利亚家庭拥有一辆轿车。保汽车配件市场总量，2000 年为 8,000 万美元，进口值 7,580 万美元。2004 年保加利亚国内市场新车销售增长 50%。2004 年保加利亚共进口新车 25,786 辆，其中小汽车 24,908 辆，大货车和客车 878 辆，摩托车 154 辆。据保方统计，2001－2004 年保共进口二手轿车约 50 万辆。2004 年保进口二手车增长 47%。目前越来越多的保加利亚公司希望从中国进口轿车和配件，以降低出租车营运成本。

六、 纺织原料、纺织品服装

保加利亚国内市场服装需求大体分三个部分：

1、 团体市场，如军队、警察、消防队等制服，这些制服的每年需求量约 30 万件。

2、 工装，如：建筑业、采矿业、工厂、医疗等行业的工作服、劳保手套、帽等，每年需求量为 50 万件。

3、 日常服装，需求量最大，每年超过 200 万件。服装比重最大的是女装，其它依次是轻便装、外套、男装、运动装、童装。

2002－2003 年保各种纺织纤维原料进口分别为 4,389 万和 8,590 万美元。纺织品服装进口额 2003 年、2004 年分别为 16.30 亿和 10.97 亿美元，服装进口额分别为 1.35 亿、4.88 亿美元。其中，2004 年 1－9 月保进口各类服装约 6,200 万件。

七、 药品

2004 年保加利亚药品国内销售额达 13 亿美元，同比增长 2 亿美元。医疗器械市场总容量, 2001 年 8,700 万美元,2002 年 1.11 亿美元，2003 年 1.43 亿美元。2001 年医疗器材进口 8,200 万美元,2002 年 1.04 亿美元，2003 年 1.36 亿美元。2003 年保药品、药物及兽药进口合计 2.63 亿美元。

八、 建筑材料

包括民用、商用建筑和工业厂房，以及基础设施，如道路、桥梁、港口、机场等工程等的建设，保加利亚建材市场容量 2001 年 3.58 亿美元，2002 年约 4.90 亿美元，本国产品约占 70－75%，这两年进口值分别为 1.48 亿美元，2.04 亿美元。

九、 金属材料

2002 年和 2003 年保铁矿和各类钢材进口合计分别为 1.84 亿和 3.1 亿美元，铜矿砂、精矿和铜材进口额分别为 1.49 亿和 2.82 亿美元，铝矿和铝材分别为 8,355 万、1.16 亿美元。

十、 玩具

保加利亚玩具进口额，2002 年 2,968 万美元，2003 年为 3,526 万美元。由于收入较低，2002－2003 年每个小孩年均玩具消费低于 50 欧元。

十一、 家俱

2002 年保加利亚家具类进口值为 3,490 万美元，2003 年 5,072 万美元。

保加利亚市场上的中国产品

据保方统计，2004 年中保双边贸易额为 5.04 亿美元，同比增长 34.3%。其中，保出口(FOB，下同)3,624 万美元，下降 46.2%。保进口(CIF，下同)4.67 亿美元，增长 51.9%。2005 年 1－9 月中保双边贸易额 5.46 亿美元，其中保方出口 5,203 万美元，保方进口 4.94 亿美元。

目前保加利亚市场上随处可见中国产品，“海尔”空调、“金龙”客车和 TCL 电脑已打入保市场，保超市及各种商店里摆满了“中国制造”机电产品、建材、纺织品、服装、鞋、食品、干鲜水果、体育用品、五金制品、玩具、饰品和其它各种制品。

目前保人均收入偏低，中国商品物美价廉，适合中下阶层的保人消费水平。

保加利亚玫瑰油生产简析

玫瑰是世界名花之一，被称为“花之皇后”，在古代中国被尊为“女神之花”。从玫瑰花瓣中提取的玫瑰油，素有“液体黄金”之称。保加利亚有“玫瑰之国”之美誉，保加利亚玫瑰油的产量、质量和出口量均占世界第一。

一、玫瑰和玫瑰油的分类的用途

国际上通常把玫瑰、月季、蔷薇统称为玫瑰（Rose）。玫瑰品种很多，保加利亚玫瑰品种最多，约有 150 多个品种，保加利亚主要种植大马士革玫瑰(damask rose)，属于蔷薇科、落叶灌木。作为世界名花的玫瑰具有较高的观赏价值，此外，还具有广泛的医药、工业、食品、日用化工等领域的实用价值，玫瑰干花蕾、花瓣可用以泡茶。玫瑰是集观赏、绿化、药用、食用于一体的木本植物。

用玫瑰花瓣生产玫瑰油主要有二种方法：用蒸馏法萃取和溶剂萃取法。蒸馏法萃取的产品有：玫瑰油(无色或黄色液体)，还有副产品玫瑰水(少量玫瑰油溶解在水中无法完全提取)；溶剂萃取法，产品有：玫瑰浆(concrete，蜡状、淡棕色、半固体))和玫瑰香精(Rose absolute，以酒精为溶剂再从玫瑰酱提取的微红色液体)。溶剂萃取法提取的玫瑰油产量是蒸馏萃取法的 10 倍。

玫瑰油被誉为“液体黄金”，其实贵于黄金，一公斤玫瑰油的价格等于一公斤半的黄金。玫瑰油是世界名贵的高级浓缩香精，是香精油中的精品，玫瑰油是制造高级名贵香水的既重要又昂贵的原料，还可以用来制造美容、护肤、护发等化妆品。

二、世界各国玫瑰油产量和市场

1987 年，全世界玫瑰精油的产量是 15-20 吨，主要生产国有保加利亚、土耳其、摩洛哥、法国、意大利、印度和中国。目前全世界玫瑰油的年产量为 3,000 公斤。保加利亚玫瑰油产量为：1849 年 900 公斤，1852 年 1,500 公斤，1905-1914 年产量最高在 3,000-6,000 公斤。1989 年产量 2,000 公斤， 93 年 1,000 公斤。2002 年产量 700 公斤，2003 年产量 900 公斤。

美国、法国是玫瑰油的主要进口国， 1924-1930 年间法国每年平均进口 1,670 公斤玫瑰油，德国每年进口 500 公斤，美国每年进口 730 公斤，瑞士 280 公斤，英国 580 公斤。美国 1977 年进口玫瑰油 16 吨，1983 年进口 15.074 吨，1984 年进口 23.68 吨。

保加利亚是最大的生产国和出口国，其玫瑰精油绝大部分出口到美国、法国、德国、瑞士、奥地利、荷兰、日本和阿拉伯国家。国际上用以制造香水和香精的玫瑰，有百分之七十是来自于保加利亚。89 年之前，保加利亚玫瑰油的年出口量约在 2 吨左右，之后产量下降出口减少。2001 年，保加利亚共出口玫瑰油 120 公斤，主要出口到法国、美国和瑞士等。2002 年出口玫瑰油约 1,200 公斤，居世界首位，占国际市场的４０％。

国际市场对香料的需求量很大，并逐年增加。1985 年世界香料总销售额为 78 亿美元，平均年增产 11.7%，玫瑰精油的增幅平均为 10%。据报导从 1988 年以来，在国际市场上对保加利亚、法国等国的玫瑰精油的需求量每年以 10%的速度增长。1977-1979，保加利亚的玫瑰油平均售价为 2,500-2,800 美元/公斤，八十年代初上涨到了 4,500 美元/ 公斤。1999 年，国际市场上的法国香乃尔玫瑰香水每 10 克的售价为 69 美元。

三、保加利亚玫瑰油特点

俄罗斯玫瑰柔和，印度玫瑰单薄，埃及玫瑰丰富，土耳其玫瑰甜蜜，摩洛哥玫瑰明亮，而保加利亚玫瑰花瓣圆润，品质上乘，出油率高，通常 2,000-3,000 公斤玫瑰花瓣(种植面积约 1 公顷)可提取 1 公斤玫瑰油。生产的玫瑰油质地纯正、香气浓郁。由于保加利亚玫瑰油质量高，其香味也是无可比拟的，所以它的价格都比其它各国的高，在国际市场上的售价为每公斤 3,500—6,000 美元，2003 年 6 月的价格为每公斤 4,000 美元。

保加利亚玫瑰油也称为 Rose Otto 或 Rose Attar，为粉红色、绿色、蓝色、金黄色和银白色。

四、保加利亚种植玫瑰的条件得天独厚

玫瑰的特性是喜冷怕热，爱阳忌阴、耐肥畏瘠，喜欢水足肥丰、PH 值介于 6.0-6.5 之间、灌溉方便、排水性能好的土壤，玫瑰生长期和开花期均需足够的水。

保加利亚著名的"玫瑰谷"位于该国的中心地区卡赞勒克(Kazanlak)附近--东西长 100-130 公里、南北宽 10-15 公里的谷地，海拔在 300-710 米不等，其北边是高出谷地 1,600 米以上的巴尔干山脉，阻挡了冬季南下的寒风，而南边山地又多缺口，地中海的暖湿气流顺其进入谷地，因此 这里的气候是常年气候温和，雨量适宜；再加上这里沙质土壤肥沃疏松，雨后不积水；每年 2 月正当玫瑰发芽时，玫瑰谷里气温温和；5-6 月正值玫瑰开花时，雨水充足，多云天气较多，几无烈日，空气湿度较大，常有露水，这种天气既延长了开花期，又抑制了花中油质和易挥发成份的蒸

发，这对于提高玫瑰油的产量和质量是很关键的因素。因为这样花瓣表面蜡质膜薄，而不象其它地方的玫瑰为了保护自身免受强烈阳光照射花瓣表面蜡质膜较厚。这就是为什么保加利亚玫瑰油中蜡质成份较少的原因。以上得天独厚天然的地理和气候条件，非常适合玫瑰生长，加上当地保加利亚人加工玫瑰油的技艺，使得保加利亚的玫瑰油在质量上无可比拟。

“玫瑰谷”是保加利亚玫瑰的主要产地，这里集中全国玫瑰 3 / 4 以上的产量，整个山谷都种满了玫瑰花，总面积近 3,000 公顷。 每当初夏来临，“玫瑰谷”就成了玫瑰花的海洋，品种不同、颜色形态各异的玫瑰花争奇斗艳，整个玫瑰谷弥漫着浓郁的玫瑰花香。这里的玫瑰香味浓，出油率高。

五、保加利亚玫瑰油产业发展历史

早在 1270 年，保加利亚从叙利亚引进大马士革玫瑰。在 16 世纪，保加利亚用玫瑰提取玫瑰水，自 1680 年后保加利亚开始将大部分玫瑰用于生产香料工业用的玫瑰油，18 世纪中期保加利亚玫瑰油或经土耳其的伊斯坦布尔海运、或经罗马尼亚的布加勒斯特和奥地利的维也纳陆运出口到欧洲。19 世纪早期玫瑰谷的玫瑰和玫瑰油生产是以家庭作坊形式。

后来种植面积不断扩大，到了 20 世纪，保加利亚已成为世界上最大的玫瑰油生产国，保加利亚玫瑰主要种植在 5 个地区：卡赞勒克(Kazanlak)、卡洛夫(Karlovo)、切潘(Tchirpan)、斯达拉(Stara)和诺瓦扎格拉(Nova Zagora)。至 1906 年发展到 22 地区，到 40 年代只剩 6 个地区。20 世纪初期，保加利亚年产量在 3,000-6,000 公斤，1917 年保玫瑰种植面积 8,000 多亩，从事玫瑰生产行业工人约 20 万人。提供了世界一半以上的玫瑰油需求量。

1922 年保加利亚政府首次制定法令，以法律形式来促进玫瑰工业。因此，农村成立大量合作社以加工玫瑰花，许多合作社组成了蒸馏厂，配备了新设备，用蒸馏法萃取玫瑰精油。对玫瑰的初始科研工作也从那时开始。玫瑰油的提炼和贸易纳入政府的控制之下，保农业银行受命促进和监控玫瑰油产业。其它精油作物如薄荷油和熏衣草也在这个时期发展起来。

但世界“大萧条”时期、二战和强制集体化使情况大大改变。二战后，玫瑰园和蒸馏厂收归为国家所有，玫瑰工业受到国家的垄断，索非亚国有的“保加利亚玫瑰公司”成立，统一生产和经销玫瑰油和其它精油以及副产品。其它芳香的萃取合成物、半成品、化妆品、洗发水等都是这个时期发展的重要产品。

保加利亚从社会主义过渡到市场经济期间，因土地私有化和玫瑰园得不到修整等原因，玫瑰种植面积锐减，炼油厂工艺陈旧，玫瑰油产量剧降。90 年后保加利亚玫瑰油占国际市场的份额从 80 年代的 70%降到 30%。

近几年玫瑰种植和玫瑰油加工业恢复，保农业部也为种植者提供信贷，以扩大玫瑰种植业。尽管如此，玫瑰油产量仍然低于 89 年(保社会主义制度崩溃) 2 吨的水平。现在保加利亚玫瑰种植面积只有约 1,800 公顷，计划每年增加 200 公顷。目前年产量在 1,000-1,300 公斤。

玫瑰花瓣含油质较多，雄蕊也含有一些油质，可加入花瓣中一起萃取。提炼玫瑰油方法有：溶剂翠取法、蒸馏法萃取、二氧化碳法萃取。但保加利亚早期是采用蒸馏法萃取法提取玫瑰油，玫瑰花瓣经蒸汽蒸馏而得到的，可是玫瑰花瓣的出油率很低，平均约为 0.02-0.05%。玫瑰必须在太阳升上山顶之前采集，否则就会因日照而失去色泽和芳香。保加利亚用溶剂萃取法提取精油始于 1904 年，这种萃取法此后变得非常普遍。

在传统的作坊里，蒸馏法萃取是将玫瑰花瓣和水(多用泉水)按 1:5 或 1:4 的比例倒入大罐(蒸馏器)中在火上煮 3 小时，煮沸的玫瑰水蒸汽经顶端的蒸馏管注入大瓶子内，经过冷却等工序后，用吸管把浮在面上的玫瑰油收入深色的瓶子内，余下的水经第二次蒸馏，否则 10 吨花瓣只能得到 1 公斤油。这样提炼 1 公斤玫瑰油约需 3,000 公斤玫瑰花瓣。玫瑰油的质量取决于玫瑰生产地和提炼师傅的技艺。据称，秘密是在适当的时机将强火调小，并用小火继续蒸馏，在冷却器用流水冷却。提取的玫瑰油储藏于铜制小瓶里。

现在保加利亚既有传统方式玫瑰加工作坊，也有现代化设备的工厂。

六、探讨中、保玫瑰种植、玫瑰油加工和贸易等方面合作的可能性

我国是玫瑰的故乡，栽培历史悠久，栽培范围也很广泛，但生产精油的工业玫瑰栽植面积有限，全国总共只有 2 万余亩，而且栽培品种以苦水玫瑰居多，但由于其香味过浓，且腊味较重，不受国际市场的青睐，较难打入国际市场。从 60 年代开始，我国就先后引进过国外玫瑰品种，并且相继取得了成功，但目前尚未形成规模。

近几年来，玫瑰花、玫瑰花茶、玫瑰花蕾、玫瑰干花蕾等，市场需求是逐年上升趋势，价格节节上升。玫瑰花收购价为 7－10 元(人民币，下同) / 千克；玫瑰花蕾高达 20－40 元 / 千克；玫瑰干花蕾每吨售价已攀升至 11－16 万元，较往年上涨 3 万元。据市场调查，我国药用、食用、化工用及出口玫瑰花年需 30 万吨左右，而目前产量只有几万吨，与市场需求相差甚远，供需矛盾十分尖锐。我国入世后药用玫瑰极具商机，出口范围将扩大，渠道将拓宽，是

出口创汇的好商品。

我国生产的国际香型玫瑰油每公斤售价已达 2-3 万元，中国香型玫瑰油每公斤 1 万多元。法国玫瑰香水（100ml/瓶）在我国售价每瓶高达 1,500-3,800 元，且销售势头看好。

探讨中保在玫瑰生产和玫瑰油提炼方面合作的可能性：
1．国内企业来保加利亚种植玫瑰。保加利亚最近已修改了宪法，允许外国人在保加利亚购买土地，条件是在保先成立公司。保加利亚前几年荒废的玫瑰园，至今仍未全部恢复。国内相关企业或个人可试行在此方面打开缺口，来保加利亚成立公司后在玫瑰谷购买一块荒废的玫瑰园，利用玫瑰谷优势的气候条件和天然环境种植玫瑰。

2．国内企业来保加利亚与当地农民合作种植。当地农民缺乏资金，但有丰富的种植技术和经验，而我国近年来企业资金较足，正好优势互补。一方面，开辟一条我国企业走出去务农的新路子，另辟两国合作的新径。另一方面，也部分缓解了我国国同就业紧张的问题。

3．国内企业来保加利亚与当地玫瑰油工厂合作。当地玫瑰油工厂也缺乏资金，设备陈旧。因此，我国内资金雄厚的相关企业可试行来保与这些企业合作，或收购这些工厂。利用他们的技术和经验，提炼玫瑰油，并利用他们的品牌和外销渠道，向国际市场销售。

4．进口保加利亚玫瑰油，或与保加利亚公司合资，在中国开办公司。由保方以玫瑰油、技术人员折资入股，我方以土地、厂房等入股。首先在北京、上海、广州等大城市办美容公司，以保加利亚优质玫瑰油名牌，吸引目前国内高收入、时兴美容的人士，相信能收到很好的经济效果。

保加利亚医药原料市场前景分析

保加利亚是前经互会组织成员国中生产药品的主要国家之一，有良好的制药工业基础，到目前为止保医药工业仍是该国国民经济的重要产业之一。长期以来，保医药企业从中国进口医药原料，但自 1989 年剧变之后，中国企业对保医药原料出口逐步减少，截止目前已基本上完全退出该市场。

据了解，保几乎没有生产医药原料的工厂，因此生产成药所需的原料绝大部分依赖进口。据非官方统计，1998 年保医药原料进口额约 5000 万美元，其中相当一部分产品是中国制造。保企业所用的中国产医药原料目前主要通过西欧中间商，从德国、荷兰、比利时等国进口，目前，成药出口居保全年出口总值第三位，主要向前苏联东欧国家出口，其中向俄罗斯的出口量最大。

一．中保医药原料贸易长期中断的原因
1．对国家情况和相关市场了解太少
1989 年剧变前，中保两国之间采取记帐贸易方式，且都实行垄断制。由双方政府每年签订政府贸易协定，双方公司执行。在当时的情况下，保每年从我进口相当数量的医药原料。但自 1989 年剧变以来，保无论在政治体制和经济体制上都发生了巨大变化，经济体制从公有制转向私有制，各类企业都逐步进行私有化，制药行业也进行了重组，目前保有四家大型制药企业和几十家中小型制药企业。而我大多数企业，尤其是国营企业，对保的医药生产、市场缺乏必要的考察和开拓，片面地认为保市场小、风险大，因而自己主动地退出了保医药原料市场。

2．出口收汇的安全性得不到保障
从 1989 年剧变后到 1996 年底，保政府更迭频繁，政局动荡，政策多变，汇率大幅波动，对我出口收汇的安全性造成了很大威胁。同时，中保之间也终止了记帐贸易方式，开始采用正常的国际贸易方式进行交易，没有政府从中担保，也使大多数中方企业逐步放弃了保市场。

另外，保企业进行私有化以后，许多企业由大变小，由整化零，支付能力受到严重影响，在进口货物时往往要求在付款条件上予以优惠，延期付款，而这类要求与我国一贯的收汇政策不符，也明显影响了一些贸易机会的利用和执行。

3．运输距离远，交货时间长
随着当地企业的私有化，许多企业的流动资金相对较小，因此医药企业的生产完全市场化，基本全都实行以销定产模式，即在市场上拿到产品订单后，工厂再组织购买原料并组织生产。这样往往要求生产原料的供货时间非常短，一般在 10 天内。而中国到保加利亚的海运时间一般需要 45 天，还不包括国内组织货源所需要的时间。在这方面，西欧的中间商们具有得天独厚的地理优势，他们在西欧的主要港口，如汉堡、鹿特丹等都设有仓库，用卡车运输到保加利亚各工厂的时间通常不超过 5 天。这也是多年来当地工厂与西欧客商有着密切业务往来的主要原因之一。另一方

面，保医药企业大都为中小型企业，通常直接的订单也较小，一次订量往往只有 3 至 5 吨，我方企业难以直接用集装箱发运。

4．中国产品在进口关税方面没有明显优势

保加利亚与西欧诸国尤其同欧盟国家，在关税方面都签定了双边关税互惠协定，因此如果保加利亚政府规定要对某类商品的进口征收关税时，西欧客商从中国进口产品后再出口到保，比我们的直接出口到保，在关税方面享有很大的优惠。也就是说，对于当地的工厂，在商品进口的完税价格方面，西欧中间商可能已经比我出口企业占有优势。另外，西欧国家的医药原料进口商是我传统大客户，在价格上我都给予相当的照顾。保方直接向我厂家询价时，我方报价往往高于西方公司给其的报价，保方公司常对此表示困惑和不解。

二．我医药企业恢复对保出口的可能性

1．近年来宏观投资环境明显改善

自 1997 年初民盟政府上台执政后，实施了一系列政治、经济改革措施，例如，全盘接受国际货币基金组织的帮助条件，实行货币委员会制度，建立和开发保税区等，其中最重要的是其本币列弗与德国马克实行锁定汇率制度，且自由兑换。

1999 年 12 月 10 日，欧盟委员会批准保加利亚成为第二批入盟谈判国。专家预测，今后的 5 至 8 年内，保加利亚将进一步加强改革力度，在政治、经济方面将会取得稳步发展。而在这段发展时期内，将会出现比以往多得多的投资和贸易机会。

2．医药原料的进口享有关税优惠政策

从 1999 年 1 月 1 日起，保加利亚海关对大部分的医药原料、西成药、医疗设备以及一次性医疗用品实行零关税。因此中国医药原料产品对保出口时，在关税待遇方面是与西欧客商的地位是相同的，这对中国医药企业的出口相当有利。

3．对保出口具有放帐经营的可能性，收汇安全性也大大提高

近年来我国宏观经济政策不断调整，居民的存款利息和企业的贷款利息的不断降低，当前我国的存贷款利率处在一个很低的水平。在国内投资机会日益趋少的情况下，为企业资本输出创造了条件。在规范管理和控制风险的前提下，中方企业应该有能力来满足客户的延期付款要求，因为根据我国当前的利率水平，我方产品价格考虑了利息因素后，一般不会成为双方成交的主要障碍。另外，中方企业可以在保寻找合适的合作伙伴，利用其熟知本国市场通用操作手法和渠道的优势，再由中方企业外派人员进行直接管理，可以明显加强中方收汇的安全性。

4．利用保税区进行存货销售，可以缩短交货时间

保加利亚在全国设有 6 个自由保税区和多个保税仓库。目前，西欧客商中只有一家在保税区设有分公司，是英国的 S&D LTD。如果中方企业把货存放在自由保税区的仓库里并进行销售，有如下的竞争优势：

（1）大大缩短我方交货的时间，从而避免了我方运输时间长，交货不及时的缺点，满足了许多工厂要求 10 天内交货的条件；

（2）根据当地工厂都有一次订货数量不多，而订货次数较多的这个特性，中方企业可以整箱从国内装运，节省运费，以取得价格上的优势，吸引客户。

（3）使客户享受当地的优惠政策。即如果当地工厂从保税区购买原料，生产后的制成品再出口的话，工厂可以免交 20%的增值税。由于保加利亚的工厂，尤其是西药制剂厂的产品大都是以出口为主，这样就可以大大刺激工厂从保税区买货的热情。

5．利用当地合作伙伴，开发销售渠道

中方企业在进入保市场初期，可以考虑采取与当地医药企业合作经营的方式，在保设立合资企业，中方保证供货，并与保方合作开发当地客户和周边国家客户。

综上所述，尽管中保医药原料贸易已中断十年，但随着保宏观经济形势的稳定发展，将会产生很多的贸易机会和投资机会。要抓住并利用这些机会，中方医药企业需要严肃认真地对保市场情况进行考察、研究、分析，努力开发销售渠道，熟悉和适应当地的经营方式。保医药原料市场是中国产品潜在的市场，如果中方企业能够跳过西欧中间商的利润环节，与保直接用户建立联系，将有可能在保医药市场占据主导地位，进而向整个中东欧地区的医药市场发展。

保加利亚医疗卫生市场情况简析

医疗卫生方面的财政支出情况：

保加利亚政府用于卫生保健方面的财政支出从 2002 年占 GDP 的 3.8%，2003 的 4%，增长到了 2004 年 4.3%。支出额 2002 年为 5.914 亿美元，2003 年为 7.756 亿美元，2004 年达到 8.353 亿美元。

用于卫生保健方面的预算分配如下：

国民健康保险基金－61.5%

卫生部 - 29.0%

市政卫生保健预算－5.1%

其他部门和国家公共机构－3.1%

其他私营公司－1.3%

医疗机构的主要构成：

市立医院主要从事临床检查，诊断等。但去年保政府强制关闭了一些大型，但运营状况不佳、就医条件差的市立医院，设立了更多小的社区医疗中心。这些医疗中心主要提供日常疾病的诊断与预防以及紧急救护，拥有病床一般不超过 10 个。除市立医院外，保还设有地区医院、国立医疗中心和大学医院。2005 年，保卫生部停止提供医疗基金，上述医疗机构的经费由国家财政预算和国民健康保险基金（NHIF）联合提供。

保加利亚医疗器材主要从美国和欧盟进口。2004 年，由美国进口的医疗器材占总进口量的 25%，其次为欧盟，由于保加利亚将于 2007 年加入欧盟，欧盟要求保进口医疗器材符合欧盟标准，所以近年来保从欧盟进口医疗器材的数量有所增加。从中国进口的医疗器材主要为：一次性医疗卫生用品、医用耗材等。

三、市场要点和趋势

保政府为有效控制医疗经费的使用，先后采取了一些措施。如：自 2003 年起至今，将大型医院中的病床总数从 56,027 张减少到了 24,337 张，减少了 56.6%。 大大提高了医院住院部的效能，减少了床位空置。患者的平均住院时间缩短到 8-9 天。

目前正在加大医疗改革的步伐。例如，制定了新的医疗卫生法和在政府财政预算中追加的用于医疗事业的资金，以用于进口医疗器材，改善就医条件。

近年来，传统的临床门诊部正在受到私营诊所以及全科家庭医生的冲击。所以公立医院通过改善医院硬件设施，更新升级医疗器材，并提供良好的住院治疗等应对冲击以前保加利亚人必须在住宅区域或附近指定医院就诊，自 2004 年起，政府逐步放开这一限制，居民可自由选择医院或诊所就医。这促使各医疗机构间展开了竞争，促进了医疗器材、仪器设备和服务的改善与提升。

四、在保较有市场潜力医疗器材

目前在保市场销售情况最好的医疗器材主要有：anaestethesia 仪器，监视设备，心脏治疗仪器,超声波检测仪器，自动减颤器，X 光仪和心电图仪。

《保加利亚药品进口条例》

一、 1 、药品的注册需得到保卫生部的批准。

2 、申请注册的药品必须注明剂量、服用方式、药效并可准确描述其物理形状的药品。

3 、在药品的包装及说明书中不能出现语意含糊的描述。

4 、外国生产厂家必须在保有贸易代表的前提下方可申请注册某种药品。

二、生产厂家向保卫生部提出注册申请时除需提供样品外，还需提供以下文件：

1 、药品的化学成份、药理、临床统计及使用说明。

2 、生产厂所在国国家药品监控机构依据相关国际标准颁发的文件（如没有应说明理由）。

3 、在第三国注册该药品的相关文件。

以上文件应译成英文或俄文，并附 5 份译成保文的说明。

三、对文件中阐述不明确的地方，保卫生部将通过信函形式通知申请单位予以说明，注册期将依次续延。在 9 个月的期限内如申请单位没能得到答复，该注册程序将视为自动终止。

四、对接受注册申请的药品，保卫生部将授权成立专家鉴定委员会。

五、保卫生部将授权国家专业药品监控机构对申请注册的药品进行化学、药理检验。国家专业药品监控机构在 3 个月的期限内应向保卫生部通报检验结果。

１、如国家专业药品监控机构对药品品质的检验得出否定的结论，保卫生部将以信函形式通知申请者，并说明理由，同时，就此终止该药品的注册申请的审批程序。
２、如国家专业药品监控机构对药品品质的检验得出肯定的结论，保卫生部将进一步授权对申请注册的药品的药效、毒性及临床效果进行检验。专家鉴定委员会在 3 个月内应对上述检验的结果提出意见，同时，就该药品的定价提出指导性意见。

六、保卫生部在得到专家鉴定委员会的意见后的一年内批准或拒绝注册申请。批准注册的文件将发至申请者和专家鉴定委员会。

七、批准注册的文件将在保卫生部注册药品统计登记册中登记。
登记内容包括：
１、批准注册文件的日期、号码及载入保卫生部注册药品统计登记册的日期。
２、注册号码。
３、生产厂的地址和名称。
４、药品的成份。
５、药理分析。
６、药物反应、禁忌及同时使用该药品与其它药品的相互反应。
７、药品的有效期限。
８、注册的有效期限。
９、保《国家报》公布注册的日期。
１０、使用药品的其它说明。

八、批准注册的文件在保卫生部注册药品统计登记册登记之日起生效。

九、药品注册期为 5 年，在注册期止的前 3 - 6 个月生产厂以书面的形式向保卫生部提出延期申请，该注册将自动延期 5 年。

十、批准药品注册生效之日起两年内，该药品如没能投产或进口，该注册将视为无效。

十一、在药品的使用过程中，如出现不应有的药物反应或不具备注册文件中所阐述的疗效，保卫生部将终止该药品的注册。

十二、批准注册后，如该药品在正常使用中给患者健康造成损害，生产厂仍将承担其应负的法律责任。

保药品进出口贸易的有关规定：
一、药品进出口除应遵守保对外贸易制度的规定外，还应取得保卫生部颁发的许可。
二、该许可仅向药品的生产厂家或具有生产或经营批发业务的公司颁发。
三、只允许进口已在保注册登记的药品。
四、外包装和内包装均必须配产品说明书。外包装及产品说明书应注明产品功能等相关信息。
五、药品内外包装的说明书均应有保文译文，药品名称可用拉丁文拼写。
六、根据保卫生部长的建议，保部长会议有权限制或在特殊情况下禁止某种药品的进口。
以上规定不适用于申请注册或临床实验的样品及经部长会议批准进口一定数量用于科研机构研究用之药品。

中国医药产品进入保市场存在的问题：
中国的医疗产品价格相对低廉，品种多样，特别是传统的中药较受保加利亚人的欢迎，但是由于种种问题，国产医疗产品，除一些一次性医疗用品、医用耗材外，大部分优质医疗产品特别是中草药无法进军保市场。主要原因有：

一、由于创新能力低，在国际草药市场上，日本和韩国占到了 80%-90%的市场份额，而其原料的 70%-80%来自我国。而我国所有的 4000 多种制剂,所占的国际市场份额仅为 3%-5%。

二、出口产品结构严重不合理，产品附加值不高，我国药出口中的成药比例过低，低附加值的中药材比例较高，每年都占一半以上，且呈上升趋势。

三、中药产品缺乏量化标准，我国中成药以复方药为主，药物多达十几味，很难解释是哪一种成分起了作用，中药缺乏标准化，阻碍了中药出口。

四、产品质量 不容乐观，中草药生产管理较为粗放，多为人工分散采收、加工，受天气、地域差别及人为影响很大。中草药重金属含量、农药残留量等与通常天然药物国际标准相差甚远。此外，企业在 GMP、GLP、GCP 等管理方面还处于起步阶段，离西方国家药品进口的标准还有较大差距，药品质量缺乏保证。

五、中药生产企业国际竞 争能力弱，我国中药生产企业数量多、规模小、技术水平低。
目前在保市场上销售的主要是我国产的保健产品，很受保人欢迎。

保加利亚信息产业简介

保加利亚信息产业蓬勃发展，固网、移动通讯和软件产业进行了新的组合，形成群雄争霸的局面。保信息产业目前的落后状况和政府加大对该行业投入的力度给我企业进入保市场提供了千载难逢的时机。

保加利亚政府首次提出把信息产业作为一个重点行业来发展始于 2001 年底，但政府真正加大对这一行业的重视力度却是在 2004 年初保国家电信公司私有化合同签订以后。在此期间保财长、交通电讯部副部长等政府要员曾组团访问印度和美国，访问的主要目的是邀请上述两国的信息产业企业到保加利亚投资。

2003 年，保加利亚 50 家信息产业企业收入高达 17.27 亿美元，与上年相比增长 25.3%，占当年保 gdp 的 8.7%。其中，5 家电信企业的收入为 12.48 亿美元，占总收入的 72.28%；8 家电信供应商的收入为 1.37 亿美元，占总收入的 7.95%；12 家系统集成企业的收入为 1.12 亿美元，占总额的 6.47%；11 家分销公司收入为 1.08 亿美元，占总额的 6.25%；3 家英特网服务商及 4 家软件贸易商收入为 1780 万美元，占总额的 1.03%。 排名前三位的分别是保加利亚国家电信公司（btc）、第一大(mobiltel)及第二大(globul)移动通讯运营商，2003 年收入分别为 5.96、5.01 及 1.15 亿美元，与上年相比，分别增长 18.9%、29.6%及 160.4%。

一、保加利亚软件业
2003 年和 2004 年是保软件市场大发展的时期，年销售额（终端用户）突破 1 亿美元（1997 年仅为 1420 万美元），其中，2004 年商业客户销售额为 9140 万美元，金融行业为 1350 万美元，公共部门为 765 万美元，其中社团客户（收入逾 2500 万美元）所占市场份额达 80%，中小企业拥有 17%的市场份额，才开张的企业占到 3%的市场份额。

保加利亚信息产业署及 eurostat 的调查显示，2002 年保加利亚信息产业支出额为 3.45 亿欧元，位居包括欧盟 15 国在内的 29 国中的第 27 位，it 支出额占本国 gdp 的 2.1%，低于 2.7%的平均水平，位居第 20 位。简而言之，保加利亚人均 it 年支出额约为 50 欧元，而美国为 1300 欧元，欧盟及日本为 1000 欧元。2002 年软件投资居前 10 位的用户如下：

序号	企业	投资额（万美元）
1	第一大移动通讯运营商(mobiltel)	2430
2	保加利亚国家电信公司(btc)	2193
3	索非亚自来水公司	399
4	保加利亚国家电力公司	361
5	鲁克石化公司	124
6	科斯莫保加利亚移动(globul)	120
7	zeitungsgruppe bulgarien	106
8	索非亚机场	102
9	balkan news corporation	99
10	omv bulgaria	94

(资料来源：cbn pannoff, stoytcheff 信息产业分析研究署)

从表中可以看出，居前两位的电信公司投资额超过 4600 万美元，这些支出主要用于企业资源管理（erp）、客户关系管理（crm）、广告推销程序等。

调查还显示，保软件业目前就业人数为 1.51 万人(保投资署统计为 2 万多人)，包括 3200 名专家、3800 名上游工人及 8100 名下游工人；软件工人的年平均收入为 2830 美元，大大高于保国民年平均 1540 美元的工资收入。保软件工人工资通常由三部分组成：固定工资、额外奖金及年终奖金，第一部分通常与国内平均月工资(150 欧元)挂钩，第二部分通常与一定时期完成一定数量的销售额挂钩，为 1-3 个月平均工资，第三部分约为全年员工所得工资的

25%。以这种方式计算，保信息产业工人年最低工资为 1800 欧元，最高为 1.8 万欧元，而管理人员的工资要比前者高出 50%， 即为 5400 欧元至 3.24 万欧元不等。管理人员最高工资(一些年销售额在 100 万欧元以上的大公司)则从 6600 欧元至 6 万欧元不等，且固定工资不封顶。

二、保加利亚电讯业市场现状

自 2004 年 2 月保加利亚国家电信公司(btc)私有化合同签订后，其在固定电话领域里的垄断地位便一去不返。首先，5 家已获得固定电话经营权的电信运营商要求使用其基础设施，以实现各自网络能够相互联接，在通讯管理委员会的协调下，各方于 2004 年 7 月签定固定电话网互联合同，固网领域里的竞争于是正式拉开序幕。同年 8 月，又有 6 家公司获得了固定电话经营权，这样，包括 btc 在内的 12 家固网运营商将会把保电讯市场的竞争提升到空前激烈的程度。有一个事实值得关注，这 6 家才获得经营权的企业大多已经建成了自主的用于有声传输的基础设施，其中的 5 家早前已经开始了音频传输，似乎一直在静观电讯市场的发展变化。

于一年前注册的“vestitel bg”公司是“overgas”的下属公司，获得两种类型的固定电话经营权，该公司将沿自己的天然气管道铺设光缆，虽没有向外界透露具体计划，但声称自己的固定网络会通达用户家里。另一家燃气巨头“bulgargas”也有加入电讯市场的计划，目前主要经营城际联络，并且出租部分线路，该公司不仅向外提供基础设施，也提供服务。“spekter net”是保大型网络服务供应商之一，也拥有两种固定电话经营权，该公司利用其在一些大城市已经建成的用于数据传输的基础设施把目标对准商业用户，租用线路开展城市之间的数据传输。

同上面两家公司一样，“trans telecom”也有两种类型固定电话经营权，该公司是“petrol”股份有限公司的下属公司，除了拥有通讯基础设施，还有通讯服务经验，其子公司“transsat”承建运营人造卫星网。“gold telecom bulgaria”有决心占领保固定电话市场，因该公司为英国人所有，所以未向外界透露市场计划。“bulgaria telecom net”为三家有线电视运营商“evrotur sat tv”、“evrocom plovdiv”及“m-sat”所有，他们分别在索非亚、普罗夫迪夫及瓦尔那市建成了相当不错的基础设施，目前正在与旧扎果拉市的有线运营商“vereja cabel”磋商合作事宜。

其他，如“telecom partners network”、“netplius”、“orbitel”、“globalteks”、“iztochna telec. company”、“nekscom”都已经获得了固定电话业务运营许可证，据媒体披露，还有公司在排队等候固定电话运营许可证。由此可见，保加利亚固定电话市场上的竞争才刚刚拉开序幕。

其次，btc 于 2004 年 2 月中旬推出了 dsl 快速上网服务，价格与有线上网差不多，但质量却好得多，理论上最高速度为 8 兆/秒，家庭用户可以使用的最低速度为 6.4 万比特输出，9.6 万比特国际输入及 25.6 万比特保境内输入，价格为 49 列弗（1 列弗≈0.5 欧元）不含增值税。btc 是第一家也是唯一一家提供 dsl 服务的企业，因此其他一些也想提供这种快速网络服务的私营服务商认为这又是一种垄断，于是保加利亚网络协会三次致函相关单位要求也能利用 btc 的基础设施提供 adsl 服务。

在此之前，保网络供应商向市场提供三种上网服务：一种是通过拨号上网(dial-up)，二是通过有线上网(cable)，三是利用片区局域网上网(lan)。btc 为了占领 adsl 市场，成立了“btc-net”公司，主营业务为：网络服务、虚拟个人网络(vpn)方案、voip、网络集成(web hosting)、拨号上网(dial-up)，并通过各种媒体宣传。

一石激起千层浪，那些此前名不见经传的竞争者一下子跳出水面，先是“bulgargas”公司称已建成 600 多公里光缆线路，规模仅次于 btc，拟开展出租业务；后是“netera”公司称已建成“索非亚-鲁赛-罗马尼亚”光缆干线，该项目投资逾 100 万美元，国外合作伙伴为罗马尼亚的“rom telecom”和“rds”及匈牙利的“banknet”和“invitel”，线路容量为 6.22 亿兆/秒，业务对象主要针对法人用户，目前是除 btc 之外唯一一家提供国际互联网业务的公司，此前保对外传输主要是 btc 与法国电讯(“frans telecom”)及德意志电讯(“dojche telecom”)互联，传输功率分别为 1.55 亿兆/秒及 3400 万兆/秒；三是“cable tel”宣称正在建设“索非亚-希腊”光缆干线，还计划与土耳其、罗马尼亚、马其顿等国联网；gsm 运营商“mobil tel”和“globul”分别打算联接“索非亚-维也纳”及“索非亚-索伦”；而更大的玩家却是匈牙利的“pantel”(荷兰 kpn 电信于 6 年前在匈牙利建立的公司)，计划至 2004 年底在保投资 100 万欧元，与“bulgargas”已签定租用线路协议，并在线路上安装上自己的设备，由布达佩斯支持并管理，已与几家大客户实现了互联，预计 2004 年底收入可达 300 万欧元。由此可见，网络服务市场的份额也得重新分配。

三、保加利亚政府不遗余力促进信息产业发展

2004 年保加利亚政府对信息产业的重视程度从各个方面凸显出来。

首先，本届政府排除各种干扰，在年初将历时 8 年多、历经几届政府努力均未完成的保加利亚国家电信公司私有化一锤定音。

第二，2004 年 8 月保政府出台了新的《促进投资法》，该法首次提出给予大型外国投资者以“个别行政服务”，并在外企使用土地方面给予更多优惠，紧接其后又出台了该法的实施办法，进一步细化了保投资署工作人员在依法行政方面的职责，政府吸引外资在具体操作上有了法律依据，费用由国家预算解决。

第三，2004 年 11 月 10 日保部长会议出台《保加利亚共和国通讯领域当前行业政策》，原文长达 25 页，对本国通讯领域要达到的目标、面临的任务及预期达到的结果作了全面的阐述。

第四，2004 年 11 月底，保投资署、软件企业协会、信息技术协会、国际贸易协会等单位及 20 多家软件公司组成庞大代表团，由财政部长亲自带队访美，在美国信息业巨头 hewlett-packard、cisco、intel 及 microsoft 等企业面前展示保加利亚在信息产业方面的优势，诚邀美国企业到保加利亚投资。投资署长称，保信息产业的优势主要有：保人受教育程度高、税收政策具有竞争力、投资保国的外企回报率高、保信息产业已相当发达以及还有许多闲置专业人才等。

第五，2005 年 3 月 1 日，保议会通过《中小学电脑化战略》，据此，保 3300 所中学将于 2005 年 5 月 24 日(斯拉夫文字节)前全部建成电脑室，其中的 1000 所中学将保障快速上网，这一项目将花费 4100 万列弗教育预算经费。

四、保加利亚信息产业吸引投资政策及对我企业的建议

2002 年保市场上活跃着 4350 多家信息产业企业，98%为私营企业，其中的 93%为 100 人以下的中小企业，2344 家为电脑企业，其销售收入占到信息产业总收入的 7.5%，且大多数与外企建立了贸易合作关系。保投资署资料显示，自 1998 年始，保加利亚技术市场每年以 15%-20%的速度增长，2005 年软、硬件及服务市场的总收入有望达到 3.08 亿美元，比 2000 年增长 1.83 亿美元。2003 年软、硬件产品进口分别增长了 29%和 40%，系统集成增长了 41.6%，主要投资于保国家行政部、卫生部、国防部及教育部的基础设施建设，这也是欧盟对保入盟的要求。自 1994 年始，包括 100 家软件企业在内的 1000 家企业获得了 iso9000 认证，有 15 家企业获 iso14000 认证。

2003 年保通讯服务业与上年相比增长了 16.5%，占本国 gdp 的 6.5%，占吸引外资总额(14 亿欧元)的 7%。2004 年 1-9 月，外国对保电讯业直接投资 3.99 亿美元，自 1998 年以来累计投资 10.71 亿美元，对包括电脑及电讯设备等在内的电子业投资累计达 7670 万美元。2004 年出售保国家电信公司 65%股份吸收 2.8 亿欧元的美国投资，专家预计 2005 年电讯领域可望吸引 5000 万欧元投资，这其中包括已经启动的国家光缆网建设项目，而 btc 的业主在今后 5 年期间还将陆续投资 7 亿欧元用于完善网络和服务；移动电话服务及固网数据传输也将以每年 18%的速度增长。目前保加利亚固定电话普及率达 85%，至 2008 年其 80%将完成数字化；2003 年保 15-74 岁上网人数近 11%，2004 年增长至 19.7%，但保仍然是中东欧国家上网普及率最低的。

保第一家也是第一大移动运营商（mobiltel）于 1994 年 3 月成立，为私营企业，有 270 万用户，主要股东为 mobiltel holding gmbh(法人股东)、citigroup investments inc.、abn amro capital 等国际公司及财团， 2004 年该公司市值 12 亿欧元，其中 citibank consortium 占 40%的股份，2005 年底 telecom austria 将以 16 亿欧元的价格购买该公司 100%的股权。保第二大移动通讯运营商(globul)为希腊的 ote 公司于 2001 年在保建立，有用户 162 万，2004 年增加投资 1000 万列弗，累计投资 1.73 亿列弗。

德国 sap 公司在保成立“sap labs bulgaria”全资子公司，目前是外国在保唯一一家真正投资软件开发生产的企业，现有员工 250 人，计划 2005 年达到 500 人。德国 lindner 公司投资 1.5 亿欧元在保建立“sofia business park”，这是保目前最大的高新技术园区，该公司还将在保投资兴建第二个较大规模的科技园。

(一)保吸引外资政策及项目

保通讯行业政策、法律法规及必需的资源(无线电频率、号码及国际协定分配给保国的固定轨道)为投资者创造了良好的准入条件，保政府将继续实行鼓励私人及外国资本进入电子通讯行业，并以各种方式强化国家在吸引投资方面的作用。所涉及的大型项目有：

1、新建 gsm 网；
2、建立 umts(universal mobile telecommunications system)网；
3、改进保轨道系统资源；
4、建立用于广播及电视发射的地面数字卫星网；
5、建立用于专业目的的国家 tetra civil(trans european trunked radio civil)网；
6、建立宽带基础设施。

还有一些项目发布在保信息产业发展署的网站上，招标信息发布在通讯管理委员会及《国家报》的网站上。关于上面提到的第一个项目，即第三家 gsm 运营商“btc mobile”(由已完成私有化的国家电信公司组建)于 2005 年 3 月 2 日向外界宣布正式开始办理用户登记入网手续，网络覆盖率达 95%，收费比前两家移动运营商低 20%。该项目设备投资近 5450 万欧元，我华为公司中标承建该项目的 60%，其余 40%由 nokia 等 6 家公司竞争。

关于第二个项目，自 2005 年 2 月 15 日许可证招标信息发布后，至 2 月 28 日，已有 8 家公司购买了 13 份标书，其中包括三家 gsm 运营商。通讯管理委员会拟发 2 种等级共 3 张许可证，其中，a 级许可证起标价为 7000 万列弗(共一张)，b 级许可证起标价 4200 万列弗 (共二张)。保媒体近日报导来自上海的消息说，“btc mobile”即将使用的华为公司提供的移动运营设备的一部分技术可以用于建设该项目，即用于 umts 标准的第三代通讯系统。

关于上面提到的第五个项目，保加利亚目前已建成两个这种网络，一个用于“边防警察”，由 nokia 保加利亚公司承建，利用的是欧盟“法尔”计划提供的资金，另一个是保军队正在使用的试验网，仅覆盖索非亚，由摩托罗拉以色列公司承建。至于民用 tetra 网，2004 年 7 月“prowave”公司获得许可证，如果网络覆盖保全境投资额约为 4000 万欧元，这就是说，该公司需要寻找相当具有实力的投资者为其提供设备，而 nokia 公司表示志在必得，据说其在保的外交官为此项目不少出面游说，因此保当地公司颇有微词，最主要原因在于资金来自欧盟的各种计划，所以许多公司才会趋之若鹜，但 motorola 以色列公司也不甘示弱，原因是使用此类网络的大多为像国家电力公司、国家铁路公司及保燃气公司等这样分支机构遍布保全境的大户，他们有权选择设备的型号和系统以适应本行业的特点，这也是设备供应商要考虑的一个非常重要的因素。而如果这些公司都使用这种系统，那么移动运营商的客户和利润就会减少，因此，利益集团的斗争还会非常激烈。

(二)相关建议

从上面对保信息产业的分析，我们不难看出， 之所以欧盟拨款兴建的第一个 tetra 网用于“边境警察”，是因为自 2007 年以后保将是欧盟的东南边境；之所以第二个 tetra 网用于保军队，是因为作为北约成员保在本地区发挥了相当重要的作用；而随着像保民航、港口等企业私有化进程的推进，民用 tetra 网的建设势在必行，因为该网的使用会大大降低大企业的通讯费用。所以说，我国企业来保参加其电讯建设或改造是恰逢其时，对此我处谨提出建议如下：

1、向保投资署(investbulgaria agency)咨询。拟“走出来”企业在参阅驻外机构提供信息的同时，与该署联系，获取相关投资信息，然后对来自两个渠道的信息进行比对分析，作出比较客观公正的评价。去年 8 月保颁行的《促进投资法》及实施办法中详细规定，投资署工作人员除可为大额投资者提供“个别服务”外，署长根据职员促成投资额的多少给予其奖励，所以说，保投资署会为外国投资者提供更为细致的信息和行政服务，而且这些信息会具有非常强烈的政策性和针对性。

2、组织我信息产业企业参加保国一年一度举办的“信息技术展”。该展为保最大规模的信息技术展。保政府为了吸引外资，2004 年拨款组织 13 家信息企业参加 3 月 18-24 日在汉诺威举办的世界最大规模的“cebit”信息技术展，当时参展的企业多达 6 千家。通过参加这类展览，我企业实地对保信息产业的发展程度及水平有一个全面具体的了解，经过面对面交流，可以从专业的角度发现商机和合作的机会。

3、组织有实力的企业在东欧片区举办我新技术产品展览。2004 年 8 月，华为公司在保举办 ngn（下一代网络）展，9 月在保举办了 3g 巡展，上述两个展览达到了事半功倍之效果，一举扭转了保政府主管部门高官和电讯行业专家对我产品和设备技术水平的认识。

4、建立并加强与保行业协会的联系与交流。目前保加利亚有几家行业协会非常活跃，并且都建立有自己的网站，我行业协会可通过与他们实现互联发布中保企业商情。还可以通过组团互访加深了解，探讨合作机会。

5、以点代面，带动相关电讯产品进入保市场。这条建议的依据是，华为以其具有竞争力的设备闯入保市场，证明了“made in china”的通讯产品具有国际先进水平（2005 年 3 月 7 日保《金融报》用一个整版对这一点进行了全面阐述），其他企业（比如电脑、手机生产企业）可以先从销售开始抓起。保目前近 40%的居民使用手机，但与欧洲的平均水平（75%）还有差距。grmanos 和 2be 是保最大的手机连锁销售商，低档手机大多在 200 列弗以下，销售最好的是 300-350 列弗的手机，我国产手机慢慢被保人接受，因为在质量差不多的情况下，价格比名牌低约 25%。

6、以保政府实施《中小学电脑化战略》为契机，加大电脑相关产品的生产和出口。依据是，在保市场上可以见到我国电脑产品，但销售者多为保当地企业，目前我上海广电公司在保经营的独资企业拟在保兴建厂房，扩大生产范围，其中显示器有良好的市场前景，我相关企业可在产品互补的前提下与该企业联手开拓市场。保政府实施电脑化战略，将于今年 3 月底公开发标分批分期采购电脑，公共采购这一块竞争特别激烈，政府腐败也特别严重，外国企业很难中标，在这种情况下，可探讨与保公司联合投标的可能性。

五、保加利亚信息产业主管单位及行业协会

1、通讯管理委员会(communications regulation commission)：主要职责：一、实施保加利亚部长会议通过的通讯邮电行业政策；二、依法监督管理通讯领域的经营行为(包括发放、变更、补充、暂停、终止及吊销通讯企业许可证)；三、依法监督管理邮电经营行为；四、依法登记监督与电子签名服务有关的经营活动。其网址为：www.crc.bg。

2、信息产业发展署(ict development agency)：于 2002 年 2 月 15 日成立，隶属于保加利亚交通电讯部，主要职责是对发展通讯、邮电基础设施及信息技术领域资金的征收、支出进行管理。该署署长由交通通讯部长与总理协

商后任命。其网址为：www.ict.bg。

3、保加利亚信息技术协会(bulgarian association for information technologies)：在保信息产业中最为活跃，每年组织信息产业展，2005 年的展览将于 11 月 1-6 日在保国际展览中心举行。网址为：www.bait.bg。

4、保加利亚软件企业协会(bulgarian association of software companies)：行业自律组织，其网址为：www.basscom.org。

5、保加利亚英特网服务商协会(bulgarian internet association)：行业自律组织，其网址为：www.bina.bg。

6、保加利亚 idg 有限责任公司(idg bulgaria)：保加利亚具有领先地位的信息产业出版商，其网址为：www.idg.bg。

保加利亚公司法及企业的组织形式

一、根据企业的组织形式

在保加利亚法律框架下现有企业组织形式如下：

1、无限（普通）合伙公司(unlimited[general]partmership)；
2、合伙公司(limited partnership)；
3、有限股份合伙公司(partnership limited by shares)；
4、有限责任公司(limited liability company)；
5、股份公司(joint-stock company)；
6、上市公司(public company)；
7、专营商(sole trader)；
8、合资公司(joint venture)；
9、分支机构(branch)；
10、控股公司(holding)；
11、合作企业(co-operative)；
12、代表处(representative office)。

企业的组织形式，除代表处和合资企业之外，受《1991 年商法》的管理，对某些类型的公司（如银行、保险公司、上市公司）采用特别的规则。代表处和合资企业分别受《1997 年外国投资法》及《1999 年合资法》的管理。

在保加利亚经营贸易最适合的公司形式是有限责任公司和股份公司，包括单个成员公司的形式。这些类型的公司必须到相应的地方法院进行商业注册。

二、主要公司形式介绍

1、有限责任公司（ＯＯＤ）是一种商业公司，其资本由其成员（股东们）的份额（有时以提交股份的形式）组成。每个成员的责任以其认股的资本数量为限。1 个或者 1 个以上的人可以创办或拥有一个有限责任公司，包括外国自然人或者法人。最低注册资金为 5,000 保加利亚列弗。每一股份的价值至少为 10 个保加利亚列弗。同样，任何更高价值的股份必须被 100 除尽。注册前至少到位 70%的资金。可以现金或者以货代款的形式注入创办资金。每年至少举行一次以上的股东大会，经理（或者经理们）是有限责任公司的法人。

一个成员的有限责任公司（ＥＯＯＤ）是由 1 个人创办的一个有限责任公司（ＯＯＤ），包括一个外国个人或者一个法律实体。一个ＥＯＯＤ的专营业主行使股东大会和经理的双重权力，除非另一名经理被指定管理这个公司。
有限责任公司每年必须制作资产负债表和财务决算表。

2、股份公司（ＡＤ），其资本划分成均等的股份，每一股份的票面价值至少为 1 个保加利亚列弗。任何更高票面价值的股份必须用保加利亚列弗以整数形式确定。这种公司对其资产范围内的债权人负有责任。一个股份公司可以由 1 个或者 1 个以上的人创立，包括外国个人或者法人。每个股份公司最低注册资金为 50,000 保加利亚列弗。
创办某些专门公司要求更高的最低注册资金，如：
1）银行--1 千万保加利亚列弗；
2）保险公司
-有人寿保险及人身事故保险业务的--2 百万保加利亚列弗；
-有财产保险业务的--3 百万保加利亚列弗；
-有再保险业务的--4 百万保加利亚列弗；
3）投资公司--50 万保加利亚列弗；

4）非官办健康保险公司--2 百万保加利亚列弗（最初必须以现金黄金形式，随后可以以货代款）；
5）民（非官方）办养老金保险公司--3 百万保加利亚列弗（现金形式）。
通常，创办一个股份公司注册资金必须以现金或者以货代款的方式注入。至少每股价值的 25%必须付至注册资金中。
股份公司（ＡＤ）可以发行记名、不记名或者优先股票。
股份公司的管理人一年内至少召开一次的股东大会和经理（一层经营管理制度）委员会，或者一个股东大会、监事会和经营管理委员会（两层经营管理制度）。
一个成员的股份公司（ＥＡＤ）是一种由 1 个人创办的股份公司（ＡＤ），包括一个外国个人或者法人实体，同样地，在这种情况下资本的专营业主行使股东大会的权力。
股份公司必须每年制作资产负债表及财务决算表。
对创办及管理某些类型的公司（如银行和保险公司）有一些特别的附加要求。

3、上市公司是股份公司的一种类型，由废除的《有价证券》、《1995 年证券交易所和投资公司法》引入，目前接受《1999 年公开销售证券法》的管理。一个公司的活动引发的义务达到注册为上市公司的，其经营活动受《1999 年公开销售证券法》的保护。一个公司必须注册为上市公司，如果（1）其主要进行股票销售；（2）其股票已被注册用于在一个有组织的证券市场上交易。另一种创办上市公司的方法为通过至少包括一个上市公司的贸易联合--继续存在的公司也将成为上市公司。

4、控股公司是一个股份公司、一个有限股份公司或者一个有限责任公司。一个控股公司能以任何形式或者通过参与管理及控制其他公司的方式占有股权。《商法》用于控股公司（1）在一个子公司里持有至少 25%的股份或者股权；（2）能够直接或者间接运用法定权力任命子公司超过 1/2 的管委会成员。
一个控股公司能按照《商法》中详细列举的能进行或者不能进行的活动操作自己的业务。

5、分支机构--在国外已注册的外国实体、外国个体或者除法律实体外的一些人能在保加利亚注册一个分支机构，如果在他们国家的法律框架之内已组建了公司并被授权进行贸易活动。一个外国人的分支机构是其母公司的一部分。但具有不同的地位。一个分支机构不是一个法律实体。然而，它必须如独立的法律实体一样持有账簿。一个外国公司的分支机构必须制作资产负债表。未经授权的资本要求建立一个分支机构。

6、代表处--由被授权在其国家法律框架内从事贸易活动的外国人设立。代表处不是法律实体，不可以从事经济活动。

7、合作公司--由一个保加利亚和外国合伙人参与组成。外国参与合作公司的范围不受限制。这种公司必须采用《商法》规定的贸易实体的形式之一。建立合作公司是在保加利亚投资的形式之一。

8、普通合伙公司为一个由至少 2 个合伙人组成的公司，目的是在一个联合企业的名称下做买卖。合伙人共享股份及共同承担无限责任。一个外国人为了进入普通合伙公司必须在保加利亚拥有永久住所。对注册资本的最低和最高数量没有要求。每一个合伙人可以参与合伙公司业务的经营管理，除非合伙公司的章程另有规定。每一个合伙人在公司章程要求某些决议应以多数票通过时有投一票的权力。一个普通合伙公司必须到地方法院注册并输入商业登记系统。

9、合伙公司为一个由 2 个或者 2 个以上的人为了以一个商号的名义从事商业活动而组成的公司。有 1 个或者 1 个以上的普通合伙人承担无限责任，有 1 个或者 1 个以上的"有限合伙人"，其责任在其投入的股份范围内是有限的。一个外国人必须在保加利亚有永久住所才能作为一个普通合伙人参加到合伙公司中。普通合伙人对公司的经营管理承担责任。一个合伙公司必须到地方法院注册并输入商业登记系统。

10、有限股份合伙公司为介于股份公司和合伙公司之间的过渡实体，共有两个法律形式的特点。有限股份合伙公司有普通合伙人，其承担无限责任，至少有 3 个有限合伙人，其责任以其股份的范围为限。为了参与这种公司的活动，外国普通合伙人必须在保加利亚有永久住所。普通合伙人是业务经营管理的责任人。有限股份合伙公司必须到地方法院注册并输入商业登记系统。

11、合作社为一个自发的个人合作结社，不固定资本，对承担经济及其他满足其利益活动的成员数量不固定，为了互助和合作的目的。合作社是一个法律实体且《商法》规定其为商人。与商业公司的成员一样，合作社成员必须努力完成并达到合作社的目标。合作社成员可以是个人，总数至少要达到 7 人。参加合作社的外国人在保加利亚必须有永久住所。合作社全体大会由其全体成员参加。必须由本人亲自行使大会投票权。每一成员有一票权，不管他有多少股份。所有成员有权参与业务并分享利益，等等。

12、专营商--任何有能力的在保加利亚有永久住所的个人可以注册为专营商。

13、国营公司--以 1 个成员承担有限责任或者股份公司的形式存在，在这种公司内份额/股份只归国家所有。这些商业形式正在通过出售他们的份额/股份给私人或者管理某些业务活动以促进国营公司的私有化进程。尽管如此，国家仍能成为有私人参与的符合某些要求的公司里的一个成员/股东。

14、地方性公司--上述提到的有国家参与的、全部国有或者部分国有、相应地属于市政当局的公司。

三、公司、分支机构及代表处的形成和注册程序
一个公司自其在相应的地方法院注册并被输入商业注册系统之日起就宣告成立了。推选出来的经营者须在法院填写注册申请并附上法律要求的某些文件。

1、注册有限责任公司必须提交的文件：
1）公司章程（一个成员的有限责任公司提交会议纪要；
2）任命经理的文件；
3）已注入至少 70%（3500 保加利亚列弗）的注册资金，至少包括每个成员份额的 1/3 的凭证。
这些信息连同所附上的一些文件（如经营范围和法人代表、公司所在地和主要办公地点、注册名称）将被录入商业注册系统并在《国家报》上公布。

2、注册股份公司必须提交的文件：
1）已通过的公司章程（一个成员的股份公司提交会议纪要）；
2）已注入全部审定的注册奖金的凭证；
3）已缴清至少每股价值的 25%的凭证；
4）已选出的管理委员会或者董事会和监事会的文件；
5）符合其他法定要求（如：银行和保险公司必须向法院提交除某些规定的文件之外，分别还要提交保加利亚国家银行和国家保险委员会的批准许可）的文件。这些信息连同某些文件（如：经营范围和法人代表、公司所在地和主要办公地址、公司名称）将被录入商业注册系统并在《国家报》上公布。

3、登记分支机构--输入其所在地地方法院的商业注册系统。根据其书写的申请书和提交的法律要求出具的文件输入。

4、代表处--在保加利业商工会注册，提交标准表格和一张注册卡，提交法律要求的文件。完成注册需要 1-3 天。

保加利亚焊管制造商指出市场需求上升

保加利亚焊管制造商 Omega 表示，鉴于海外市场 需求 上升，其已经相应上调产量。
该公司称，过去三周内市场活跃度上升，特别是罗马尼亚和波兰市场，其 5 月销售量较 4 月多出 1000 吨，同时预期来月销售也能维持目前的水准。该公司指出，其报价依然保持不变，厚度 1.8-6mm 热轧管报 400 欧元/吨出厂价，而 1.2-1.4mm 冷轧管及 1.5mm 热轧管报 510 欧元/吨出厂价。

Omega 产能为 84000 吨/年。除焊管之外，该公司同时生产方 钢管 和矩形钢管。

保加利亚运动用品市场展现活力

保国运动用品市场蓄势待发。
保加利亚的运动用品专门店虽非国际知名，但正准备大展拳脚。当地运动用品公司 Sportrax 最近宣布，计划短期内在主要城市开设 3 家店铺。该国规模最大的运动用品连锁集团 Sport Depot，已设有 17 家店铺。保加利亚是欧盟最贫穷的成员国之一，经济难以迅速起飞，但该国运动用品业奋发图强，总算是个好消息。

专类运动设备是 Sportrax 的畅销产品。该公司业务集中在首都索非亚的马拉多斯特区，该区有数家高级水疗中心和健身中心。

分析家预期，市场对运动服装和鞋履的需求将会上升。Sport Depot 总裁 Kr Tsonov 表示，全球经济危机对运动用品市场影响不大，原因是当人们买不起住宅时，会宁愿购买日常用品，例如跑鞋。

Tsonov 指出，运动服装和用品的销路很受天气影响。临近秋冬，滑雪用品和溜冰鞋等冬季运动装备的销路将会扬升。Tsonov 称，去年品牌运动用品在保加利亚的全年销售额约为 6,300 万欧元，以该国 750 万人口来说数额不大。这数字并不包括大批来自中国和泰国的进口器材。

去年，德国的阿迪达斯(Adidas)约占保加利亚市场份额四成，年收益约 2,000 万欧元；美国的耐克(Nike)和德国的彪马(Puma)分别赚取了 520 万欧元。

保加利亚的运动用品市场仍在发展。大致上，品牌运动服装和鞋履较专类运动装备(包括极限运动装备)畅销。不过，由于目前保加利亚市场规模不大，很多国际运动用品连锁集团未有拓展意欲，唯一已进驻这个市场的是瑞士连锁集团 Intersport。Intersport 在保加利亚的特许经营权由希腊集团 Furlis 持有，首家店铺两年前在索非亚开张。该集团最初计划在主要城市增设 6 店，但这些计划尚未实现。

目前，多家零售商均提供专类运动用品，但大部分经销商只有一家店铺。索非亚约有 20 家这类店铺，全国约有 70 家。在保加利亚，大规模分销业务未成气候。将来，当大品牌陆续在这个尚待开发的市场拓展特许经营业务，保加利亚的运动用品市场将得以扩展。

保加利亚烈酒开拓中国市场

保加利亚著名水果烧酒品牌 SlivenskaPerla 将于今年出口中国。

据 ViniSliven 公司总裁 ValeriChulin 透露，除水果烧酒外，还将向中国市场推出金酒与两款伏特加。ValeriChulin 表示，中国市场较为特殊，开拓难度较大，但公司的葡萄酒产品在中国市场的销售已取得突破文章来源：华夏酒报 •中国酒业新闻网性进展。

ViniSliven 公司始建于 1920 年，目前是保加利亚最大的葡萄酒厂，年产酿酒葡萄 8 万千升，拥有三条灌装生产线。红葡萄酒系列品种繁多，包括赤霞珠、美乐、黑比诺，白葡萄酒包括霞多丽、白玉霓、白羽等。ViniSliven 公司酒品还出口哈萨克，并在俄罗斯、丹麦、挪威、瑞典等国占据领先地位。

保加利亚的饮料市场十分坚挺

据保加利亚软饮料协会（BSDA）说，2008 年，保加利亚软饮料的消费量增加了 10.8%。 含二氧化碳的软饮料的消费量增加了 10.4%，其中可乐饮料的消费量很大，约占了三分之一左右的销售量。低糖的饮料的消费量大幅增加了 42%，果汁的消费量增加了 15.5%。

保加利亚软饮料协会（BSDA）说，2008 年，共销售了 18 亿升的非酒精饮料，金额为 15 亿保加利亚列弗（约合 9.81 亿美元）。人均饮料的消费量由 85 升增加到了 94 升。其中瓶装水的消费量大大超过其他软饮料，人均达 106 升。

保加利亚投资现状分析

近年保各项经济指标明显回升，宏观经济呈持续高速增长态势，投资环境日趋优化，更多的外国投资商已选中或看好保加利亚。另外，随着保加利亚入盟进入倒计时，欧盟对保的多种财政支持会越来越多，保加利亚的基础建设也会全面展开。

针对保目前政府机关腐败现象、公司运营不规范、法律制度不健全，以及少数保加利亚人中存在的排外情绪等不利因素，政府采取了一些相关的措施，出台了一系列促进投资的法律以改善投资环境，吸引更多投资。比如，保自由贸易区政策，加大私有化力度，修改完善法律法规、建立免税区等举措，加快了保加利亚引资的步伐。

通过对比不难看出这些措施的已初见成效：

免税区

目前保加利亚境内有 6 个免税区，地点均主语战略交通要道，分别位于维丁、鲁塞、德拉格曼、斯维林格勒、普罗夫迪夫和布尔加斯。每个免税区均设有报关行。并提供相关的配套设施和服务，诸如：仓储、包装、上标、配送等等。只有在这种条件下，免税区才适合于制造业的产品进口配置和其他的关税制度。通常情况下，商品进入免税区是不征收关税和增值税的。

私有化

近年来为了达到欧盟对于保加利亚私有化进程的要求，保政府进行了一系列不同规模的私有化改造。涉及了保的所有行业。保加利亚电信的 65%已经于 2004 年二月以 2.3 亿欧元的价格出售给 VIVA 投资公司。另外经协商将 7 亿欧元作为保加利亚电信公司(BTC)的额外投资。经批准，2004 年 9 月保加利亚西部送变电公司 67%的股份和保加利亚东北部送变电公司 67%的股份以 1.47 亿欧元的价格出售。而东南部送变电公司与澳大利亚 EVN 公司的转让协

议正在商谈中。此外汽车销售业、河道运输业的私有化进程也在紧锣密鼓的进行当中。

外国投资类型

1992 年至 2004 年间，保加利亚共接受外国投资 82 亿美元。2003 年外国直接投资数额最高，而 2004 年外国在保投资额达到 24 亿美元。

接受各国直接投资的情况

1992 年至 2004 年间，保加利亚接受各国直接投资主要集中在欧洲地区。特别是近年来欧盟国家在保投资项目和数量大大增加。欧盟 15 国的总投资量占保吸引投资量的 70%，新入盟的几个国家，包括匈牙利、捷克、斯洛文尼亚、马耳他。对保的投资总计也达到了保接受投资总量的 6.9%。亚洲地区，只有日本和韩国在保投资量较大。中国在这一统计当中投资份额非常小。

各领域的投资现状及机遇

通讯：

保加利亚有着 35 年的通讯行业发展经验，曾经被称为“东欧的硅谷”。当前，保加利亚保护通讯业自由化以及知识产权的法律环境相对较好。

目前保加利亚通讯业的基础结构正在快速发展，特别是在保加利亚电信(BTC)将 65%的股份出售以后。去年通讯服务业创造的产值占了整个 GDP 的 6.5%，占外国直接投资额的 7%。2003 年至 2004 年，通讯市场份额增加了 16.5%。截至 2003 年底，保加利亚 30%的人口使用移动通信工具。

保国内大城市均能接受数字长距离传输信号。国家电力电缆公司也着力于光纤光缆的规模化发展。预计于 2008 年，固网覆盖 85%的家庭，其中 80%的达到数字化。2003 年 IT 产品出口比 2002 年增长了 55%。电子信息产品供应商正在成为保加利亚国民经济收入这块蛋糕上最大的受益者。目前保加利亚正在成为东欧软件生产和采购的主要国家，这得益于其研发水平和低廉的人力资源成本。

汽车配件：

保加利亚已经成为东欧地区的汽配生产加工基地。主要原因一是保加利亚市场的生产成本低，价格合理；二是整个欧洲加工制造业的中心正在东移，保所处的地理位置无疑是最为合适的。而保产汽车配件主要出口于东欧一些境内没有大型汽配加工企业的国家。保产汽车零件的主要大型国际客户有：福特、路虎、法雷奥等。

旅游：

2003 年，外国的旅游者在保的休闲和娱乐增长了消费 18%，保加利亚被评选为欧洲最成功的旅游目的地。在 2003 年超过四百万外国的旅游者到保加利亚旅游，其中游客最多的国家是：希腊，德国，马其顿，英国，塞尔维亚和黑山共和国，捷克，瑞典和以色列。欧盟国家的游客成为保加利亚旅游市场客源增加的主要来源。统计显示，2003 年欧盟旅游者(休闲&娱乐)比 2002 年增长 25.3%。

保加利亚为此提供非常多样的旅游项目、众多的旅游设施，然而，由于资金问题，多数设施陈旧，需要改造翻新。

保加利亚全国 70%的游客集中在黑海海岸。60%的国家接待能力集中在海滨的旅游综合区内。保加利亚海滨度假胜地提供的服务包括冲浪，水上滑板，潜水，水下捕鱼，水下考古，滑翔。在瓦尔纳、耐塞博尔和布尔加斯的港口和码头游客可乘坐游艇观光。旅游路线被设计也多种多样，包括徒步旅行，骑自行车和骑马旅行，参观天然景观，考古学的和参观文化遗迹等。

里拉山、彼林山、罗多彼山、维多沙山和巴尔干山等为滑雪观光业和冬季运动项目提供了方便的雪道和设备。在高海拔的度假胜地，每年的滑雪季节可以持续 190 天。波罗维茨、班斯科、阿莱科等度假胜地全年都可以提供住宿和冬季运动的基础设施(索道，高山的滑雪和滑雪比赛的雪道)。为适应现代的需要新的滑雪观光事业旅游中心也确定在思茅良、维林格勒、加布洛沃等地建立。夏季期间，保加利亚的山区成为旅游业的新亮点。旅游项目包括：滑翔和动力伞，降落伞，水上运动，攀岩，观光事业，定位竞赛，野外露营等。

作为游客的目的地，温泉旅游是保加利亚旅游的传统象征的一个组成部分。在整个国家有 600 眼矿泉水泉，其中 75%是温水和热水。保加利亚的热矿泉水以含有大量的化学药品和多种疗效而著名。有 22 个国家级的温泉度假胜地和 43 个地方的温泉度假区。现在，温泉资源利用少于 40%，因此在保加利亚温泉旅游市场具有巨大的发展潜力。

人文景观－在保加利亚有超过 30000 座历史遗迹(其中 7 座被收录在联合国教科文组织世界文化遗产目录中)，160 个修道院，330 个博物馆和美术馆。有不同的历史时期的遗迹：色雷斯时期的坟墓，古希腊时代的遗迹，罗马要塞，第一和第二个保加利亚王国的时候的历史遗迹，在国家复兴时期的建筑风格已经完全或部份地成形保加利亚现今城镇的面貌。

生态旅游－保加利亚乡村在多样的保加利亚旅游产品和新型的旅游活动中获得了特殊的地位。保境内的 11 个自然公园，2234 个自然旅游区为认知自然、开展自然科学旅游、进行科学考察、摄影、观察鸟和植物、攀岩、登山等提供了良好的条件。

在里拉山脉、巴尔干山脉的许多村庄有田园观光的项目，在多布路查平原有受到很好地保护的传统手工艺，建筑和民俗。

保加利亚外贸政策和壁垒

一、 外贸管理规定

1. 进出口管理

保加利亚于 1996 年加入 WTO，根据保加利亚法律，没有“专业的外贸公司”，经注册的生产、服务等类型的公司均可进行对外贸易。`“登记”和“许可”制：保外贸管理设有“登记”和“许可”两项制度。登记（Registration）是保的一种自动许可，是对货物进出口的登记，自动登记主要针对“敏感商品”，如纺织品、金属，某些国内市场短缺食品，如肉类、牛奶制品、葵花油和植物油，自动登记清单的商品类别经常变化。此类商品的自动许可证将可在申请后 1 天内获得，在申请时须附上公司注册所在地法院的证明，以及合同、形式发票、订单、税号、产地证、和/或质量证书。目前对某些木材出口也实行登记。许可（permit）是目前对货物交易的非自动的许可证管理，某些产品进口前须获得进口许可（非自动许可），申请进口许可证时须随附的文件同上。进口许可证通常可在申请后 2 天内获得。要获得许可或申请自动登记，除了须向相关政府部门提交所需文件，还应填写有关表格。

许可证制：对包括以下货物在内某些货物实行：
核材料、放射性物质的进出口；
火药、爆炸物、及用此材料制成的民用产品、三硝基甲苯、无膛线枪、汽枪、猎枪、运动枪械等物品的进出口；
药品、兽医药品的进口；
植物保护产品的进口。 .
军用或特殊用途产品、潜在双用途（民用和军用）的物品和技术的进出口和过境均须按“武器和双用途物品的外贸管制法（Control of Foreign Trade Activity in Arms and in Dual-Use Goods Act）管理。
烧焦的木材禁止出口；可能破坏臭氧层（如氟利昂）和对环境有危害的产品严禁进出口；对涉及人身健康产品（如食品、饮料）的进口须凭卫生许可证；动物、动物产品、饲料的进出口和过境属兽医局管制。

保加利亚禁止进口破坏臭氧层物质、象牙、稀有鸟类和其它国际上禁止的产品。
出口许可证：受行政控制的产品数量有限。某些产品的要求的自动登记和许可证由经济部签发。只有获得许可证的贸易商才能出口武器。保加利亚对加拿大和美国出口纺织品、服装受被动配额限制，因此出口须许可证。
武器和双用途产品和技术的贸易：保加利亚海关监督控制对武器和双用途（注：民用和军用）产品和技术的出口、进口、再出口和过境，此类产品和技术的进出口和过境，不论目的地为何处，均须凭经济部出具的许可证。海关官员可对出口货物进行查验。

武器的进出口经营公司条件：须由保加利亚公司或保加利亚股份超过 50%的保外合资公司，并获得此类产品进出口经营执照，此类执照一般有效期在 1 年以内。在每批武器进出口前，还须获取武器进出口许可证。

进口配额：某些产品需配额，配额产品关税减免。配额按日历年为准，配额分配由经济部组织招标或拍卖。单一申请者所获得的配额不得超过总额的 35%，配额获得者须提供保证金或银行的履约担保，分配的配额不能转让。免税或关税配额的产品要求按统一的形式申报。目前暂时免税的产品有：杀虫剂、杀菌剂、纸和纸浆、小麦和葵花油。关税配额产品有：牛肉、禽肉、猪肉、牛奶和奶制品、某些蔬菜和蔬菜籽、大麦、玉米、大米、肉罐头、蔗原糖、糖果、某些酒精饮料。

根据保与欧盟协定，欧盟于 1998 年 1 月 1 日取消了自保加利亚进口纺织品服装配额，自 2002 年 1 月 1 日起，保取消了自欧盟进口的包括纺织服装在内工业产品所有关税。保加利亚对自美国进口的纺织品服装征税。

2. 海关制度：

保加利亚“海关法”根据“欧盟海关法”制订，欧盟对以下贸易方式的管理手续在保同样适用：进口、过境、海关仓库、进口加工、海关控制加工、临时许可、外放加工、出口、临时出口等放行手续。

进口报关，须附以下文件：
商业发票，形式发票或报关所用的其它发票

申报价值（如有要求）
确定特惠关税率所需的文件：产地证、货物运输路线证书等
运输文件、保险单据、规格说明书、包装清单，如有要求
如果法律或其它法定机构要求提供特别进口手续的，须提供有效政府当局出具的进口文件或许可证等
动植物产品，须提供相应的兽医证书、植物检疫证书
海关当局可能还要求其它文件，如商业合同、实验室等。
出口报关，须附以下文件：
商业发票或形式发票，或其它类似文件，注明货物的价值
进口国所要求的文件，如产地证、许可证等
运输文件
规格说明，或表明货物内容的类似文件，如果要求
如果法律或其它法定机构要求提供特别出口手续的，须提供有效政府当局出具的出口文件或许可证等
动植物产品，须提供相应的兽医证书、植物检疫证书 .
海关当局可能还要求其它文件，如商业合同、实验室等

海关代理
按保加利亚海关规定，海关代理可以代表进出口商办理海关手续，但海关代理须持有财政部的授权证书，海关代理可以是运输公司、物流公司、其它公司或个人。

优惠待遇
2001 年保加利亚同克罗地亚、立陶宛、爱沙尼亚和以色列签订自由贸易协定。此前保加利亚同欧盟、欧洲自由贸易区(EFTA)国家、土耳其、马其顿等国签订特惠贸易协定。保加利亚是中欧自由贸易协定(CEFTA)成员国。1991 年美国给予保加利亚最惠国待遇，1996 年 10 月美给保无条件最惠国待遇。

保优惠待遇适用于从下列国家进口的产品：欧盟、欧洲自由贸易区（爱尔兰、列支敦士登、挪威和瑞士）、中欧自由贸易区、土耳其、马其顿、以色列、阿尔巴尼亚、塞黑、摩尔多瓦、波黑等国。

2000 年保同欧盟的贸易协定生效，自欧盟进口的农产品关税降为 0。2002 年 1 月 1 日，保加利亚取消了自欧盟、欧洲自贸区、土耳其和爱沙尼亚的工业品进口所有关税，将自马其顿进口的工业品关税率降到 1.2%，并大幅度降低了自以色列的工业品进口关税。2005 年自中欧自贸区、以色列、和马其顿进口的工业品关税率为 0.

普惠制：适用于从发展中国家进口的产品，普通情况下按最惠国税率的 70%征收，列名产品按 40%征收；从最不发达国家进口的产品。

进口加工：进口加工复出口产品按“海关法”第 5 款规定，须向海关提供进口关税额的 10%保证金或税额总额的银行保函。如果进口加工的产品是机器设备，可申请以“暂时进口、迟付货款”的形式进口，期限不超过 24 个月，并按税额的 20%缴纳保证金。

海关监管加工：以“在海关监管下加工”的形式进口的产品可在海关监管区域内进口加工，不必缴税，如缴纳关税额 10%保证金，可改为“进口加工”的形式进口。加工的成品如果在保加利亚国内市场销售，须缴纳全额关税。

海关仓库：在经海关批准的仓库存储，须提供税额 15%的保证金。但在海关当局直属的仓库存储免收保证金。

自由（加工）区（Free Zone）：是根据保加利亚“海关法”在保加利亚境内建立的独立区域，设有固定的出入口，具有股份公司的法律地位。在自由区内，可进行仓储、包装、贴商标等加工，进行分销或再出口等，免征进口税和增值税。

海关税则
2002 年起，保加利亚引入综合海关税则，分为常规税率（conventional duties）和自主税率（autonomous duties）两类。如未注明，则按从价税征收。

保加利亚税则由二栏税率组成：第 1 栏适用于 118 个国家的特惠关税率；第 2 栏是最惠国关税率，适用于包括美国在内的 42 个国家，大约保加利亚进口总额的 80%按此税率计征。

大部分类别产品，如能源资源、原材料、药品等进口为 0 税率。对保加利亚同意给予最惠国待遇的国家，按最惠国税率。

关税贸易壁垒和非关税贸易壁垒

关税壁垒：自欧盟进口产品，持有欧盟“表 1”证书，可按“保欧协定”减免关税。美国产品只享受最惠国关税率，该税率高于欧盟产品可享受的税率。保加利亚对自美国进口的工业品征 10-30%的关税，药品的税率是 0-7.5%。保加利亚现行的关税率高于欧盟的“共同对外税率”。

为了保护国内家禽养殖业，保加利亚引入家禽特别税率，对家禽产品进口征收最低税额（minimum duties）和增值税，对肉、牛奶、和大豆粉进口也征收上述两项税。目前保进口鸡肉税率为 68%，冷冻鸡块 74%。

关税率：保加利亚使用“海关合作理事会”的“协调编码制度（HS）”，保工业品进口关税率在 5－40%间，农产品关税率在 5－70%间，工业制成品和农产品平均关税分别为 14%和 26%。2002 年保加利亚平均进口关税为 11.29%，工业品平均关税为 8.51%，农产品平均关税为 20.59%。农产品进口关税按从价税计算，某些产品按从量税，如肉每公吨制定一个起码税额。

所有进口货物在进口时均须缴纳 20%的增值税（VAT），某些商品还须缴纳消费税。

非关税壁垒：保加利亚非关税壁垒主要指海关政策和规定及其执行情况，美国贸易代表办公室每年 3 月 31 日发表的“年贸易评估报告”将其称为“繁琐性、随意性、不一致性，过多的文件要求，进口程序处理太慢，以及腐败现象严重”。保加利亚非关税壁垒主要有：

1、 标准、测试、标签和认证
所有动植物源产品的进口须符合欧盟植物检疫和兽医管理标准，并附相应的检验证书。但保方可接受美国农业部的证书。

2、 产品注册和定价程序缺乏透明度
尤其是产品注册程序与产品定价程序捆绑在一定，只要卫生部不批准价格，产品就无法进入保市场。

3、 政府公开采购
保加利亚不是 WTO“政府采购协定”的签字国，只具有“观察员”地位。2004 年保加利亚修改了“公开采购法”，2004 年 10 月正式实施，根据此法，新成立“政府采购署”，隶属于经济部。政府公开采购程序不规范，对外国人和外国公司歧视，公开倡导对本国企业的保护主义政策，如保公开采购法规定，在普通药品竞标中除非外国产品价格低 10%，否则保加利亚公司有优先权。而且，保加利亚公开采购网站只以保文公布，显然对外国公司不公平。此外，保卫生制度、药品的采购、定价等程序缺乏应有的透明度。

4、 私有化程序不规范，缺乏透明度。
保加利亚“海关法”于 1960 年制定，1998 年修改，新海关法与欧盟海关法协调。
海关估价：海关估价以交易价值为基数，完税价值按 CIF 或 CIP 价计算。

货物临时进口规定：贸易展览会的展品或样品允许按临时进口办理，期限不得超过 6 个月，包括延展期限。展品或样品可不付关税，但须保加利亚组展商出具保函，担保原货出境，否则支付关税。

保加利亚是国际通行的临时货物进口的海关《ATA 公约》成员国，货物入关时出具 ATA 单证册或 TIR（欧洲国际公路运输证）即可。此外，修理、加工或测试的设备也可按临时免税进口，再出口的加工纺织品服装也可按此办理，再出口期限为 3 个月至 1 年。通常海关要求与税额等值的保证金或银行担保。

特别进出口规定和单证
进出口货物均须要求提供产地证、商业发票、保险单、提单和包装清单。某些情况下，要求提供其它资料，如海关处理费收据、卫生证书（依产品而定），进口/出口证书（许可证）。农产品，还须提供质量和产地证、兽医证或植物检疫证，及其它卫生和安全证书。

自欧盟进口货物，如符合减税规定，须提供货物运输证书（movement certificate），即“欧盟表 1”（Form EUR 1）。如货物总值低于 5,110 欧元，还须提供“欧盟表 2”。自“欧洲自由贸易区(EFTA)”进口的货物，须提供出口商的申明。

消费品在到货时，须经批准的当地实验室鉴定分析。“标准和度量衡署”负责测试分析除食品、药品和电信设备以外的产品，鉴定分析通常至少需 1 个月，通过鉴定分析后，进口消费品才能被确定是否可在当地市场销售。农业部和卫生负责进口食品的测试，卫生部“全国医药产品协会”负责药品的测试分析和注册，电信设备的测试和批准由保“国家电信委员会”负责。

标签要求：保法律要求，标签必须以保文印刷，并包括以下信息：质量、数量、成分、认证机构号（如果有的话）、保存、运输、使用和维修等方法。须清楚注明生产日期、有效期和保质期。

如果产品送出保加利亚修理，修理或换货部分价值须征税

进口车辆税收
根据保加利亚法律，发动机 120KW（德国工业标准 DIN）以上的车辆（不论新车还是旧车），征收 40%消费税。排气量在 3,000cc 以下的关税率为 10%，3,000cc 以上关税率为 12%。救护车关税率在 5－13%之间，根据排气量而定。越野车税率为 13－15%。所有柴油汽车税率为 10%。进口旧车不是按发票价值，而是根据发动机功率计算。1－2 年的旧车海关估价低于新车 20%，2－3 年的低 30%，3－4 年的低 40%，4 年以上的旧车低 50%。10 座位及以上的巴士和其它车辆，如发动机是按 DIN 标准的马力，完税价值按马力 x100 美元（或等值）；如发动机按 SAE 标准，完税价值按马力 x95 美元（或等值）；如发动机按 Kw，完税价值按 kw 数 x136 美元（DIN 标准）或 x129 美元(SAE 标准)。巴士税率为 25%，其它车辆 10%。所有税费均以保加利亚货币列弗缴纳.

仲裁规定：保加利亚法律规定，外国公司未在保注册，但在保做生意，可在保以外的国家仲裁，而在保注册的公司必须在保仲裁。如果是外资控股的合资公司，仲裁时仲裁员可包括非保加利亚公民。仲裁各方可以选择仲裁程序规则，但有限制。

保加利亚经济目前处于快速发展阶段，正计划修建和改造一 系列主要基础设施工程，如地铁、桥梁和公路，扩建港口和机场，建设新核电、水电站、饮水工程、修建水处理设施、控制污染空气排放设施等等。因此，根据保加利亚的目前的经济发展状况、趋势及外贸政策，以下产品对保出口更具前景，可得到较低的关税税率：汽车配件和服务、建筑设备、建材、食品加工设备、信息技术、电讯产品和技术、国防工业、能源、医药产品、污染控制设备和技术、旅游基础设施产品。.

浅析保加利亚汽车市场

尽管 2007 年已经过去，可是对于保加利亚来说，可是不平凡的一年——保加利亚成为欧盟正式成员国，并加入美国-欧盟贸易关系。这两个经济合作协定的签订，不仅为保加利亚带来了滚滚投资，还为增加保国经济长期发展创造了机遇，为保加利亚汽车消费中的落后局面创造了条件。

一、保加利亚经济成长带动进口新车消费激增
根据相关预测，保国经济未来平均年增长率达 5.5%-6%，而公司税率已经降到 10%。这促进了新车进口与销售保持了稳定增长，而占据市场大部分份额的旧车进口增长率在缓慢下降。保加利亚 2004 年及 2005 年新车注册量分别增长 35.5%与 50%。2005 年新轿车销量达 33434 台，客车与卡车为 1056 辆。2006 年乘用车销售增长率达 30%，卡车与客车增长率高达 62.6%。可以预计在未来，随着保加利亚个人可支配收入的增加，新车消费会逐渐成为市场主流。

二、保加利亚汽车消费倾向变迁
尽管保加利亚新车增加率在增加，但是保加利亚进口旧车数量仍然保持着年均 15 万辆的规模，约有 20%注册的在用汽车使用龄 20 年以上，但是一个可喜现象是 2000 年以后，越来越多的家庭倾向于购置使用龄 10 年以内的旧车。2006 年，约有 18.6%的受调研对象愿意购买新车，不管它是新车型还是旧车型。约有 70%的家庭拥有一辆汽车，约有 80%的企业为了经营需要建立了自己的车库，汽车品种有轿车、厢式车、微型客车、吉普、轻型卡车等。

三、保加利亚汽车销费市场车型变化
保加利亚汽车市场销售的车型是由进口汽车的车型所决定的。其中最流行的是 C 级车，约占整个汽车销量的 24.6%。其次最受欢迎的是 SV 及 MV 级，共占 24%。随着旅游业的发展，保加利亚不动产及新建筑市场均呈现出增长之势，卡车的销量不断上升；城市地区，特别是大城市地区，公共交通的发展显得日益紧迫，客车的需求量不断上升。

四、“入盟”后迫使保国政府对旧车进口政策趋严
迫于欧盟的压力，保加利亚不得不在 2006 年起对于使用龄超过 5 年的二手轿车进口进行限制，并且对使用中的小轿车进行尾气检测，无法安装空气净化器的进口旧轿车进行强制报废。可以预计，在不远的将来，来自中国等新兴国家的汽车必将给保加利亚人带来全新的选择。

五、保加利亚汽车配件市场
虽然保加利亚汽车制造行业没有发展起来,这并不妨碍该国汽车零配件产业的成长,主要归因于该国庞大的旧车使

用量，为汽车零配件市场（尤其是后市场）的发展提供了良好的发展市场。

保加利亚汽车零配件生产行业是该国发展最快的行业之一。这个行业绝大多数都是中小型企业，因此保加利亚汽车零配件行业的灵活性很强，它能够将较强的设计能力与低成本的产品生产结合起来，实现产品小规模批量化生产。面向后市场的产品类别极广，而且可以向欧洲用户出口一些科技含量高，质量优的产品。

保加利亚家电市场分析报告

一、保加利亚家电市场总体概况

保加利亚家电市场销售趋旺，其增速已经赶上汽车和房地产市场。原因是近几年保宏观经济稳定增长、消费贷款政策放宽、美元贬值和中国、土耳其大量低价家电产品涌入保市场。据保国家统计局统计，2004 年家电零售额与上年同比增长 19.2%。其中移动电话销售增长 34%。据业内专家评估，保加利亚黑色和白色家电市场额为每年 2 亿欧元左右。连续多年的停滞后，如今保家电需求在迅速增长。引起此趋势的原因是：
——商家提供的分期付款方式日益增多；
——消费者收入提高；
——生产商、进口商和连锁店之间竞争激烈，导致商品更丰富，功能更多，价格更低；
——家电连锁超市提供自己的商标。

自中国和土耳其的家电进口量最大，增速最快，其主要原因是中、土两国的家电产品物美价廉，非常适合保加利亚人胃口。由于自中国进口的产品关税很高（比如电视机的税率为 18.5%），因此保加利亚很多家电超市和连锁店进口中国家电散件（实则整机），贴自己的商标，以逃避部分关税。

市场份额最高的商标对不同等级产品也不同。中国和土耳其的产品占领最低价格段。厂商和经销商对一定商标的支持可影响客户对一定商标的选择。新技术迅速发展使价格不断下降这一趋势对客户的选择也起着一定的作用。

现金购买仍然是最普遍的方法，不过分期付款方式吸引过来的客户日益增多。提供合理的消费贷款方式和分期付

款方式的银行和非银行机构也日益增多。有时方式十分简便，只需提供身份证就可以以分期付款的方式获得所需要的电器。

表一 保加利亚家庭家用电器拥有量

产品	截止到 2004 年底（%）	比上年同比增长（%）	最近 4 年增长（%）	2005 年预期增长（%）
微波炉	32%	13%	21%	5%
冰柜	48%	11%	14%	1.50%
电脑	14%	4%	8%	5%
DVD	8%	4%	6%	3%
空调	6%	3%	5%	3%
手机	45%	2%	36%	8%
彩电	92%	1%	12%	1%
家庭互联网	9%	1%	6%	3%
洗碗机	4%	1%	1%	1.60%
电冰箱	94%	0%	6%	0.20%
有线电视	55%	1%	11%	1.50%
电视接收器	8%	0%	1%	0.3
洗衣机	65%	0%	14%	2%
录像机	30%	-4%	0%	0.3

资料来源：保加利亚国家统计局

二、白色家电市场

2003 年保加利亚大型家电销售量达 27.6 万台，销售额达 7500 万欧元。加上嵌入式家用电器 2003 年的白色家电市场销售量达 30 万台左右，同比增长了 40%。以前客户决定是否要购买比如说电视机或电冰箱，主要会考虑有无足够的现金，自 2003 年起因客户能享受各种分期付款方式和消费贷款，电器市场开始起步。销售量取决于广告、促销、各个公司的销售策略等。

1．电冰箱和冰柜市场情况

制冷设备销售呈现 20%-30%的增长，冰箱和冷柜每年销售量在 8-10 万台左右。其中低价位（240-500 列弗）最受欢迎的是从土耳其进口的品牌（如 SANG、BEKO、VESTEL、CROWN、ELIT、NEO、ALASKA），还有从中国进口的商品（SOGO）。中价位（300-600 列弗）销售量最大的是 ZANNUSSI、ELECTROLUX、INDESIT 等几个品牌的冰箱。高价位段（600 列弗以上）销售量最大的是 BOSCH、SAMSUNG 和 LG 的无霜型号。现在越来越多的客户愿购买高能效级别（A 和 A+）的冰箱，因节约的电能可以弥补价差。

目前市场上对带冷冻室的冰箱需求最高，其市场份额占冰箱总销售量的 35%-40%。其次是有冷藏箱两门式的冰箱（27%-29%市场份额），再次是带冷藏箱一门式的冰箱（2004 年的市场份额为 18%左右）。

表二： 电冰箱和冰柜市场占有率比较

品牌	市场占有率
Crown	14.40%
Snaige	12.20%
Whirlpool	11.90%
Gorenje	10.60%
Liebherr	10.10%

资料来源：保加利亚国家统计局

2．洗衣机市场情况

2004 年保加利亚洗衣机一年的销售量为 12 万台左右，滚筒式洗衣机使用最为普遍。滚筒式洗衣机的市场份额占洗衣机总销售量的 83%-87%，波轮式洗衣机的市场份额占 10%-13%。低价位洗衣机（290-500 列弗）最受欢迎的品牌有 BEKO、SANG、SNAIGE、CROWN、NEO、VESTEL 等。中价位（380-600 列弗）销售量最高的是 WHIRLPOOL、GORENJE、INDESIT 等品牌。高价位（600 列弗）以上，对 BOSCH、SIEMENS、ELECTROLUX、ARISTON、WHIRLPOOL、BRANDT 等几个品牌需求最高。

表三： 洗衣机市场占有率比较

品牌	市场占有率
Indesit	21.60%
Whirlpool	21.20%
Gorenje	11.90%
Siltal	7.60%
Ariston	6.60%

资料来源：保加利亚国家统计局

3．烤箱和电炉市场情况

保国内烤箱一年的销售量为 3.5 到 4 万台左右。其中电烤箱占烤箱总销售量的 40%-48%，其次是陶瓷加热板烤箱（20%-33%），再次是组合式烤箱，即带燃气火炉和电加热板的烤箱（22%-28%）。

表四：烤箱和电炉市场占有率比较

品牌	市场占有率
Gorenje	31.50%
Indesit	17%
Mastercook	11.20%
Crown	9.70%
Snaige	5.70%

资料来源：保加利亚国家统计局

4．洗碗机市场情况

洗碗机最受欢迎的是尺寸 45 公分的小型洗碗机，占市场份额的 33%-55%，这种洗碗机占的地方小，价格较低，很适合小家庭使用。60 公分的大洗碗机占 37%-48%的市场份额。

表五： 洗碗机市场占有率比较

品牌	市场占有率
Midea	23.90%
Ariston	16.50%
Whirlpool	13.60%
Indesit	8.70%
Bosch	7.30%

资料来源：保加利亚国家统计局

5．微波炉市场情况

普通的微波炉销售量最高，市场份额在 48%-68%之间浮动。带烤架的微波炉也越来越受欢迎，市场占有率从 2003 年的 32%上升到 2004 年的 49%。

表六：微波炉市场占有率比较

品牌	市场占有率
LG	22%
Samsung	20.80%
Elite	9%
Midea	7.50%
Prolux	6.90%

资料来源：保加利亚国家统计局

6．吸尘器市场情况

保国内吸尘器每年销售量达 30 万台。低价位（49-99 列弗）中最受欢迎的是中国制造的吸尘器。中价位（90-150 列弗）销售量最高的品牌是 SAMSUNG、ZELMER 和 LG。高价位（300-350 列弗）销售量最高的是有专用过滤器、吸力大、噪音低、过滤程度高的吸尘器，最受欢迎的品牌有 ZELMER、DELONGHI、BOSCH、ELECTROLUX 等。销售量最大的是普通吸尘器（占销售量的 93%-96%），多功能吸尘器（洗地毯等功能）占 3%-6%的份额。

小型家用电器（如：电熨斗、烤面包机、搅拌器、油炸锅等）销售量也在上涨。据业内专家介绍，小家电销售每年增

长 7%-10%，且几个名牌如 MULINEX、PHILIPS、ROWENTA、BRAUN、SIMENS-BOSCH 等，占领高价格段的市场，低价格段的商品主要是从中国进口的。商家称，以前很多客户选择低价中国商品，目前一部分客户开始选择名牌产品。

表七：吸尘器市场占有率比较

品牌	市场占有率
Samsung	21.20%
LG	18.20%
Prolux	9.60%
Neo	5.60%
Midea	4.40%

资料来源：保加利亚国家统计局

7．市场预测

2004 年保加利亚白色家电市场达到 1 亿欧元的营业额。目前的购买者中的一部分客户是第一次购买家用电器。未来的 2-3 年内需求预期每年将呈现 10%的增长，因为已经进入了 10-15 年前购买的电器的替换时期。

三、黑色电器市场

以上 6 种家电均属于厨房、卫生设备，在保加利亚被称为“白色电器”，电视机等居室用电器则被称为“黑色电器”。2004 年按进口价计算的保加利亚“黑色电器”市场等于 6500 万列弗。其中不包括摄像机、数码相机和汽车用电子设备。

1．电视机市场情况

电视机市场变化快，需求大，价格一直呈下降趋势。经销商所提供的分期付款方式和消费贷款方式方便了顾客的选择，较低的美元兑换率也对销售起着刺激作用。据专家估计，电视机和 DVD 机销量全国范围每年平均增长 15%，某些家用电器增长甚至达 40%。

黑色家用电器市场份额最高的是最低价位的电视机如 14 英寸的电视机（135 列弗-159 列弗），21 英寸（219 列弗-259 列弗），29 寸（450 列弗-650 列弗）。中价位的电视机占市场份额的 10%至 15%。高端电视机如液晶显示和等离子电视占市场份额的 3%左右。等离子电视机价格自 4500 列弗至 10000 列弗左右，液晶显示电视机价格自 1500 列弗至 5000-6000 列弗左右。

低价位市场份额最高的是中国制造的电视机。高端 100 赫兹平屏电视机需求最高的是 SONY、JVC、PANASONIC 等三个日本品牌。21 寸的平屏电视机销量最高的是韩国产的电视机，如 SAMSUNG、LG、HUNDAI、DAEWOO 等。

目前有的家庭已经有两台甚至三台电视机了，开始考虑购买摄像机、家庭影院、数码相机。

不分季节差别需求最高的产品是：三星手机、电视机（主要是 21 寸的）和 DVD 机，三星和松下可读 MP3 和超薄的 MP3（高度自 41 至 54 毫米）、数码相机和摄像机。较贵的商品，如等离子和 TFT 屏的电视机、DVD 刻录机、背投等，需求也越来越大。顾客一般首先找自己所能接受的价格，再问产品的技术规格和功能。

2．市场预测

黑色电器市场不断变动，不断引进新技术。等离子电视机和液晶电视机将逐渐替换普通的显象管电视机，DVD 家庭影院系统增长很迅速，目前为黑色电器市场发展最快的一个部门。数码摄像机和数码相机已代替老式相机，普通的使用胶卷的照相机实际上已经退出了市场。

由于很多市场份额较高的商品价格降幅大，因此近些年黑色电器市场增长将在 5%至 7%左右。由于新产品不断上市，价格不断下降，有越来越多的顾客，包括低收入的顾客，将有能力购买各种电器。另外，消费者的收入也一直在增长，所提供的消费贷款方式也越来越多。将会使白色和黑色电器销量今后每年增长 10%以上。

自 2002 年开始，保加利亚和欧盟成员国之间工业品贸易已实行零关税，但另一方面，从欧洲以外国家进口的产品关税过高，在一定程度上也会损害保加利亚消费者的利益。

四、欧盟对家用电器的绿色环保要求

按照欧盟的相关法令，保加利亚每年人均应该回收循环 4 公斤淘汰的冰箱、热水器、空调等电器，相当于每年 3.1 万公斤。按指令，电器应该回收、拆卸、清除有害部件和材料（如冰箱用的氟里昂）并进行一定程度的循环处理。相关机关正在考虑不同的方案，比如由指定的公司收购淘汰的电器，保养状态较好的修复后可以做二手货出售，其余的将进行循环处理。也可以由从事包装回收的组织回收淘汰电器。也有另一种可能?国家对新电器加征回收税，用积累的钱设立旧电器循环处理基金。

根据欧盟新近通过的相关法令的规定，冰箱、冰柜及其他制冷设备上市销售之前必须经过电能消耗测试。该规定

公布之后已过了 18 个月的试行期，因此市场上不应该销售没有经过耗电测试的电器。

据欧盟有关商标法的规定，家用电器厂商和进口商应该附上用保语标明相关产品能源效率等信息的标签和说明书。

根据欧盟相关法令家电厂商和其在保加利亚的代理商有义务回收循环已淘汰的冰箱、烤系箱、热水器、空调等家电。至于具体的回收循环过程还有旧电器的处理方式仍然不是很清楚。欧盟厂商一样还没有适应新的要求。除此法令之外还有一些其它欧盟关于黑色家电和白色家电的规定和要求厂商和销售商都必须遵守的。这些要求对厂商而言带来一些额外的支出，但对消费者而言能保证更安全的产品。

五、开拓保加利亚市场应采取的对策建议

综观保加利亚家电市场，主要有以下几个特点：

（1）保家电生产能力较弱，只生产部分技术含量较低、精密度要求较低的产品，而绝大部分家电依赖进口，主要进口货源国是意大利、德国、日本、韩国、土耳其和中国等国家。

（2）家电厂商通过不断开发新功能，不是以价格而是以电器更佳功能和更高的技术性能争夺顾客。经销商接着也以各种额外服务，如更长的保修期、免费送货、奖品等，努力吸引顾客。而顾客变得愈来愈有电器相关知识，愈来愈挑剔。

（3）目前保加利亚没有专业性大公司专门经营家电的进出口，进口业务主要依靠有直接销售渠道（如超市、连锁店）的私人公司来具体操作。营业面积在 200 平米以上的大型超市和连锁店成为主要的销售场所。58%的电冰箱、51%的洗衣机、59%的烤箱、52%的吸油烟机、60%的微波炉和吸尘器、50%的嵌入式电器都是在这些商店销售。购买的嵌入式电器 26%是在家具店或设计室购买的，主要是因为大部分情况下厨房家具是按特有的设计制作的，并且家具和电器是一同提供的。每年的四月和五月为销售旺季。

（4）有较强的品牌意识，各销售点售卖的家电基本都是世界知名品牌。

开拓保加利亚家电市场应采取的对策建议：

（1）在继续巩固中国家电占领低端市场的同时，扩大产品结构以进入中、高端市场。近年来，随着保经济的发展，单身家庭的增多，旧家电的自然报废，价廉物美的家电产品将仍有不断的需求。同时进一步拓展产品结构，以期与意、德、日、韩等国争夺中、高端产品市场。

（2）在技术创新上下功夫，随着保加利亚居民的生活和工作的节奏的加快，因此消费者仍将保持较强的品牌意识，将要求家电产品更易于使用和有效率，新的产品的开发必须更着重考虑其功能和款式的设计。尤其是与烹饪、饮食有关的家电产品将要求在技术上有不断的创新，名牌新产品将受到欢迎。

（3）扶持中国自己的出口名牌。在保加利亚大型的超市和连锁店，可以看到海尔、海信、格力等国内知名品牌，但大部分商品属于贴牌出口。因此，企业、政府、中介组织等各方面要密切配合，集中力量，对自主出口名牌从培育、宣传、保护和发展各个阶段进行全方位的扶持。同时要加强知识产权保护，打击假冒伪劣，创造良好的政策环境，保护名牌出口商品的合法权益。

（4）搞好售后服务。今后无论“白色电器”或“黑色电器”，售后服务、维修将是消费者越来越强调的重点。因此，零部件的及时提供、当地文字的使用、周全的安装图示说明、维修保养服务等都应该成为一个品牌产品开拓保市场的重要标准。

（5）中国有实力、有能力的家电企业，除在保投资建厂外，应该探讨在保开办专业专营商场的可能性，此举既可方便顾客购买、扩大产品销售，还可避开当地经销商的中间环节。

保加利亚汽车市场分析

保加利亚汽车市场的显著特点是，进口二手车、进口新车及“灰色”进口二手车三个市场并存。2005 年进口二手车的数量与进口新车数量的比例是 4：1，“灰色”进口车市场占据保加利亚整个汽车销售市场近 20%的份额。

一、进口新车销售增势趋缓

保加利亚是个进口车独霸汽车市场的国家，本国基本上没有汽车产业，同时，在这个市场上进口二手车占据主导地位。保加利亚汽车进口商联盟的统计数据显示，2005 年保共计销售新车 34940 辆，同比增长 35.5%。其中，小轿车和微型货车销售 33434 辆，同比增长 34.23%；大客和大货车售出 1506 辆，同比增长 71.53%。1996 年保加利亚发生财政及经济危机时，新车进口量仅为 7600 辆。保加利亚进口几乎所有的世界品牌车，2005 年销售额居前位的小轿车情况如下：

	品牌	销售额，辆	市场份额，%	同比，%
1	PEUGEOT	4672	13.97	28.11
2	FORD	3126	9.35	44.86
3	TOYOTA	2840	8.49	35.69
4	OPEL	2818	8.43	36.40
5	CITROEN	2795	8.36	49.79
6	SKODA	2543	7.61	28.82
7	RENAULT	1926	5.76	-8.37
8	Volkswagen	1493	4.47	127.59
9	LADA	1193	3.57	28.28
10	HYUNDAI	1165	3.48	22.25
11	CHEVROLET	1163	3.48	110.31
12	MERCEDES	832	2.49	60.93

占市场份额最大的是小型及中低档车，这两种车型的销售量约为 13829 辆，占新车销售总量的 41.4%，是四年前整个新车销售市场的总合。其中，小型车售出 6187 辆，比上年增长 1300 多辆，需求最旺的车型是 Renault Clio Symbol，共计售出 1005 辆；居第二位的是 Chevrolet Kalos，共计售出 845 辆，预计 2006 年开春以后四开门的 Aveo 将是消费者的又一种选择；其次是 Ford Fiesta（691 辆）、Opel Corsa（677 辆）及 Peugeot 206（629 辆）。2006 年小型车销售在保汽车市场上的竞争将愈演愈烈，因为每种品牌都将推出新车型。

居中低档车销售首位的有三个车型，每种车型的销售量都超过了 1000 辆，而且主要是一些名牌车，以往这几种车从未有过数量上的白热化竞争。2005 年销售量居第一位的是 Skoda Fabia，售出 1552 辆，2006 年 Skoda 将推出新款 Roomster；其次是 Peugeot 307（1239 辆）、Opel Astra（1153 辆）以及 Toyota Corolla（603 辆）。

2005 年销售增幅最大的是大客车，总计售出 265 辆，比上年多销售 198 辆，增幅达 295.5%；大货车总计售出 1241 辆，增幅达 53%，仅 2006 年 1 月份大货车销售量就比去年同期增长 131%。2005 年 IVECO 大货车（6-16 吨）的销售量在保加利亚居首位，共计销售 267 辆。目前 IVECO 已投资了 300 万欧元在保修建了最大的大货车销售维修中心，因为保市场上对符合欧 4 和欧 5 标准大货车的需求越来越大。

保加利亚汽车市场连续三年保持旺盛销售势头，主要推动作用来自各商业银行和汽车进口商提供的各种类型的购车分期付款以及优惠贷款。购新车首付车款 5%，5 年内偿清，年利率 8%左右；购二手车首付 10%，5 年内偿清，年利率 9%左右。用银行贷款卡借贷购新车，可贷列弗、欧元和美元，最多可贷 10 万列弗（约等于 6.3 万美元），五年还贷；购二手车最多可贷 5 万列弗。

2006 年，国际货币基金组织加强了对保宏观经济的监控力度，保加利亚中央银行因此将加强对商业银行提供消费贷款的监管力度，主要原因是保经常帐户赤字继续恶化。2005 年 1-9 月，保经常项目赤字已占其 GDP 的 8.7%，高达 18.37 亿欧元，预计全年赤字将占 GDP 的 15%。银行放贷门槛加高将增加消费者购买新车的成本，所以进口新车的销售增速将放缓。另一个原因在于，欧盟各成员国市场上汽车销售价差空间不断缩小，异地采购（主要指发达国家消费者赴落后国家购车）已无利可图。有数据显示，2005 年波兰新车销售跌至自 1993 年以来的最低点，且预计 2006 年新车销售量将比 2005 年下降 15%；与此相反，2005 年 1-11 月波兰二手车的销售量却上涨了 7.4%，同期捷克二手车的进口量增加了 20%。再者，保国平均 3 人拥有一辆车，这个比例已经相当高了，用自己的收入买新车对于大多数家庭来说力不从心。2005 年保汽车市场上部分中低档轿车价格如下：

品牌及车型	平均百公里耗油量，升	二氧化碳排放量，克/公里	价格（含增值税），列弗
Alfa 147 1.6 16V105马力	8（汽油）	191.7	34990
Audi A3 1.6 102马力	7（汽油）	195	35278
BMW 116i	7.5（汽油）	181	38500
Chevrolet Lacetti 1.4 5D	7.1（汽油）	176	23157
Citroen C4 1.4	6.4（汽油）	153	24638
Fiat Albea 1.2	7（汽油）	142	17880
Ford Focus 1.6	6.7（汽油）	161	23634
Honda Civic 1.8 Comfort	6.4（汽油）	152	40308
Hyundai Accent 1.5 CRDi	5.5（柴油）	-	21899
KIA Cerato	7.5（汽油）	180	29994
Lada 2107	10.1（汽油）	-	9200
MAZDA 3 1.6	7.2（汽油）	-	30990
Mercedes A 150	6.2（汽油）	146	31684（德国离岸价）
Mitsubishi Lancer 1.6	7（汽油）	163	27100
Nissan Almera 1.5 dCi Visia	4.7（柴油）	160	33230
Opel Astra 1.6 Caravan	6.9（汽油）	-	29435
Peugeot 307 1.6	4.9（汽油）	124	29218
Renault Megane Ⅱ1.6 16V	6.8（汽油）	163	28188
Seat Leon 1.6	7.5（汽油）	178	27680
Skoda Fabia 2.0	7.7（汽油）	187	25898
Subaru Impreza 1.6 TS	8.2（汽油）	195	36173
Volkswagen Beetle Cabrio 1.4	7.1（汽油）	-	38289
Toyota Corolla 1.6VVT-i	7（汽油）	168	30053

（1列弗≈0.63美元）

二、进口二手车销售稳中有升

保加利亚汽车市场自上世纪九十年代初放开以来，一下子变成了“欧洲的汽车垃圾场”，仅在 1996 年二手车的进口量就是进口新车的 12 倍。保加利亚海关的统计数据显示，2005 年二手小轿车进口量达 14.2 万辆，与进口新车的比例为 4：1。除了保加利亚老百姓收入偏低的原因之外，另一个重要原因是保人崇尚西方名牌车的消费心理，这也是奥迪、奔驰、宝马等二手名牌车价格仍偏高的原因。专家预测，2007 年保加利亚加入欧盟以后，二手车的进口量将猛增，价格也将更有利于消费者。主要原因是，届时保作为欧盟成员国将实行欧盟的《第六增值税令》（Sixth VAT Directive: uniform basis of assessment）规定的增值税征收办法，即按照欧盟内部对消费税商品的征收办法对进口二手车征税，也就是说，保人在欧盟成员国购买的二手车在进入保国境时不用再次缴纳增值税。这样一来，一辆市价 4000 列弗的二手车，在 2007 年以后价格将下降 1500 列弗左右。

保加利亚目前对从欧盟进口的车辆不征收关税，只征收增值税（20%）和消费税。保海关对进口二手车征收增值税，不是以其合同价乘以税率确定征税额，而是用 180 列弗乘以 DIN 系统发动机的马力来确定进口二手车的价值，并根据车龄长短征收 20%或 10%的增值税。按照保加利亚 2006 年 1 月 1 日生效的《消费税及保税库法》第 40 条（1）款，对于 DIN 系统发动机 120-150 千瓦（1 千瓦=1.36 马力）的进口二手车辆，每千瓦收取 35 列弗消费税，逾 150 千瓦，每千瓦收取 60 列弗；SAE 系统发动机 126-157.5 千瓦的二手车辆，每千瓦收取 33.33 列弗，逾 157.5 千瓦，每千瓦收取 57.14 列弗。该条（2）款规定，对于 120 千瓦以上 DIN 系统发动机进口新车，收取 700 列弗+90 列弗/千瓦消费税；126 千瓦以上 SAE 系统发动机进口新车收取 700+85.71 列弗/千瓦消费税。显而易见，按照欧盟的消费税商品增值税间接征收办法，2007 年保加利亚自然人在成员国购买二手车时，只需要按照供货地的增值税率（如卢森堡是 15%，德国是 16%）在当地缴纳增值税，且在进入本国边境时还可能不用退还供货人增值税（如果供货人是自然人），如此一来车价又可以省下 15%或 16%，再减掉 163.2 马力以下的二手车无须缴纳消费税这一项，二手车的价格优势不言自明，市场需求稳定上升也是必然的。同时，这也是“灰色”进口二手车市场得以生存的法律基础。目前经营这个市场的是一些自然人，他们每月进口销售 1-3 辆二手车，进口费用极低，因此这种二手车市场得以与进口新车及正规进口二手车市场竞争客户。

三、商机分析

从保加利亚 2005 年新车销售情况中可以看到日本和韩国车的踪影，这缘于国际油价暴涨，而日本车油耗少以及韩国车价格较低的原因。我国的汽车产业近年来取得长足发展，据统计，2004 年我国整车出口已经超过 40 万辆，出口额 7.8 亿美元；零部件出口 44.1 亿美元。在 2004 年我国只出口 9300 多辆乘用车的情况下，2005 年广州本田生产的小型“飞度”车却出口了 1 万辆，而且大众、奇瑞、吉利和长城等企业都制定了汽车出口计划。但实际情况是，在欧盟以外的国家生产的汽车进入保加利亚在关税方面处于相当大的劣势，2006 年保整车进口关税最高达 35%，最低为 10%。这在相当大的程度上限制了我国汽车的进入，再加上汽车出口与销售不同与其他商品，消费者更注重的是与其相配套的一系列服务，如购车贷款、售后服务及零配件供应等等，而要完成这种“汽车出口计划”是需要相当规模投资的，目前这对于还处在成长期的我国汽车企业时机还不是太成熟。相反，零配件的出口要简单得多。

保加利亚汽车市场上进口二手车多于进口新车数倍的现实和趋势，给欧盟以外的国家在汽车零配件出口方面提供了商机。一方面保汽车零配件进口税率（4.5-10%）相对较低；另一方面保加利亚议会目前还没有批准在本国实行欧 2 标准的方案，而欧 3 和欧 4 标准也还未提上议事日程，这无形中给二手车大量进口敞开了大门，与此相适应，市场对于价格低廉的汽车零配件的需求也会大幅上升。实际上，保汽车零配件大多也是通过各种途径从亚洲国家进口的。2004 年保加利亚销售新轮胎约 90 万个，2005 年销售新轮胎约 160 万个，旧轮胎约 80 万个。Goodyear 保加利亚代表处除销售 Goodyear 和 Dunlop 两种高级轮胎，还销售 Fulda、Sava 和 Debica 这种大众化轮胎，2004 年这五种轮胎的销售量占保市场总额的 25%以上，其中较便宜的轮胎（价格约 70 列弗/个）占 60%，中等轮胎占 25%，高级轮胎（价格逾 120 列弗/个）占 15%。业内人士预测，近几年轮胎市场将增长 7-12%。鉴于保加利亚在新、旧汽车及其零配件进口及销售方面的法律法规还不够健全，以及三个市场并存格局仍将持续的情况，建议我国出口企业抓住这个难得的商机，在汽车零配件出口方面下功夫。

保加利亚奶制品市场概况

保加利亚气候温和，雨水适量，非常适宜牛羊生长。保奶制品品种齐全，酸奶更是全球闻名。东欧巨变使保的牛羊饲养业经历了一场灾难，近几年来方呈现稳定增长态势。目前不少外国公司开始在保奶制品生产和加工行业投资。

一、奶品农场及奶牛养殖情况

保实行市场经济之初，牛羊等牲畜划归私有农场，导致奶产业规模锐减，奶及奶制品产量和质量的下降。

2000 年保加利亚注册的奶制品农场和加工厂 830 家，由于卫生等原因，至今已有 535 家被兽医局关闭。截止 2005 年 4 月，注册并持有许可证的奶制品农场和加工厂仅 295 家，登记注册奶农 13.2 万人，占奶农总数 19.1 万人的 69.1%。保加利亚奶制品农场 82%为饲养 1－2 头奶牛的小农场，仅 18%的农场规模较大，拥有奶牛 10－150 头不等。2004 年仅 15 个奶品农场持有向欧盟出口牛奶许可证，65 个持有向其它国家出口牛奶许可证。2005 年 4 月止，持有向欧盟出口牛奶许可证的农场共 28 家。

2004 年 5 月保加利亚存栏奶牛羊数量

	头数（千头）	农场数（千个）	每个农场平均头数
奶牛总数	692.9	190.2	3.6
母奶牛	384.8	174.6	2.2
水牛总数	8.1	1.7	4.7
母水牛	4.4	1.6	2.7
绵羊	2,28	216.8	9.3
母绵羊	1,368.8	214.3	6.3
山羊	1,068.8	232.1	4.6
母山羊	611.8	229.7	2.6

2001 年保拥有奶牛 36.73 万头，2002 年 37.6 万头，2003 年 35.6 万头，2004 年 38.4 万头，2005 年 3 月经登记奶牛 31.32 万头。保中南部地区奶牛数量最多，西北部数量最少。2001 年保拥有母绵羊 130 万只，2002 年 138 万只，2004 年 137 万只；母山羊 2001 年 55.4 万只，2002 年 61.9 万只，2004 年 61.1 万只。

二、各类奶产量

近几年来，保加利亚每年奶产量约在 140－150 万吨，其中牛奶产量约 130 万吨，约占 85%，羊奶和山羊奶分别占 6.2－6.9%。具体如下表。2004 年奶产业属保发展最快的产业之一。

2001-2004 年各类奶产量（吨）

	2001	2002	2003	2004
总奶量	1,391,885	1,508,621	1,504,010	1,574,700
牛奶	1,224,050	1,305,912	1,308,525	1,357,000
水牛奶	5,347	4,412	6,000	5,594
羊奶	72,050	93,478	110,000	100,140
山羊奶	90,438	104,820	120,000	111,755

注：2004 年为初步统计数据

2002 年全年保牛奶产量 130 万吨，2003 年 143 万吨（人均 180 升），同比净增 12.4 万吨，创下了保近十年来的最高产量。2004 年奶及奶制品产值共 3.58 亿美元。

每头奶牛（羊）的平均年产奶量为：奶牛（cow），2001 年 3,236 升，2002 年 3,676 升，2003 年约 3,675 升，2004 年约为 3,520 升；水牛（buffalo-cows），2002 年 1,100 升，2003 年约 1,430 升；绵羊，2001 年 70 升，2002 年 82 升，2003 年 86 升；山羊，2001 年 183 升，2002 年 189 升，2003 年 192 升。

三、国内奶制品市场

保奶制品主要产品是干奶酪，分为白酪和黄酪两种。奶酪是主要出口产品，因此近年奶酪产量逐渐上升，年总产量约维持在 8－8.5 万公吨。

2001－2003 年国内市场奶制品供求情况　单位：吨

	2001	2002	2003	2004
本国奶制品产量	1,391,885	1,508,621	1,504,010	1,574,700
进口奶粉	1,950	3,277	9,421	8,000
市场供应总量	1,393,835	1,511,898	1,513,431	1,582,700
直接消费	642,066	540,845	650,345	497,200
出口奶粉	200	200	100	100
工业加工	751,407	803,993	862,986	900,000
总消费量	1,393,673	1,511,736	1,513,431	-

2005 年保奶品总产量约 77%供应本国市场。2002 年保国内市场原奶消费量为 151.19 万吨，增长 8.5%，平均批发价为 0.20 美元/升，鲜奶平均批发价为 0.36 美元/升，零售价为 0.41 美元/升。　2002 年可供直接消费的最终奶制品：液体鲜奶 28,591 千升（2001 年 38,563 千升），奶油 636 吨（2001 年 660 吨），酸奶 134,602 吨（156,296 吨），白色盐干酪 49,322 吨（45,916 吨），黄油 252 吨（297 吨），黄干酪 689 吨（623 吨），凝乳酪 3,312 吨（1,403 吨）。各种产品均上年减少，液体鲜奶下降幅度最大，达 26%。2002 年保加利亚作为工业加工的原奶数量为 803,993 吨，比上年增长 7%。其中，牛奶 750,621 吨，羊奶 46,701 吨，山羊奶 5,909 吨，水牛奶和混合奶 762 吨。2003 年加工原奶数量为 843,535 吨，占原奶总量 57.8%。　2003 年保国内市场原奶消费量约 167 万吨，奶酪总产量为 82,170 吨，其中白酪 47,665 吨，占 54%，黄酪 31,356 吨，占 38%。

保国内市场奶制品的批发和零售价比上年略上涨 1－2%，液体鲜牛奶平均批发价 0.46 美元/升，酸奶 0.28 美元/500 克，黄油 2.71 美元/公斤，牛奶白色盐干酪 1.73 美元/公斤，维多萨干酪 3.23 美元/公斤。零售价，液体牛奶 0.53 美元/升，酸奶 0.31 美元/500 克，黄油 0.47/125 克，白色盐干酪 1.93 美元/公斤，羊奶白色盐干酪 3.22 美元/公斤，维多萨干酪 3.69 美元/公斤。

2004 年初鲜奶出厂价比 2003 年初高 47%，比 2003 年全年平均价还高 42%，2004 年鲜原奶出厂平均价为 0.25/升。因此奶制品价格也随之同比提高 5－10%。2004 年平均批发价，液奶每升 0.53 美元，酸奶 0.31 美元/500 克，黄油每公斤 3.13 美元，牛干酪每公斤 2.13 美元，黄干酪每公斤 4.06 美元。2004 年平均零售价，液奶每升 0.60 美元，酸奶 0.35 美元/500 克，黄油每公斤 4.16 美元，牛干酪每公斤 2.26 美元，黄干酪每公斤 4.53 美元。

2002－2003 年奶及奶制品产量　（吨）

	2001 年	2002 年	2003 年产量	2003 年工厂数	2003 年吨/厂
液奶	38,563	28,591	32,063	97	330.5

奶油	-	636	1,062	19	55.9
酸奶	156,296	134,602	126,728	156	812.4
干酪	69,331	82,406	82,170	279	294.5
其中：白酪	45,916	49,321	47,665	—	—
黄酪	23,415	28,832	31,356	—	—
其它奶酪	—	4,253	3,149	—	—

奶制品的人均消费量

	2000	2001	2002	2003	2004
液体鲜奶（升）	28.9	27.7	26.9	27.5	27.0
酸奶（公斤）	22.1	21.9	24.7	25	26.0
白色干酪（公斤）	9.2	9.2	9.9	10	10.5
黄干酪（公斤）	2.1	2.1	2.4	2.5	2.6
其它奶制品	1.6	1.5	1.7	1.9	1.5
黄油（公斤）	0.4	—	—	—	0.5

保加利亚虽为酸奶的主要生产国之一，但调查显示保的酸奶和奶制品消费量在欧洲各国中最低，而且 5 年来，保加利亚人均奶制品消费量下降 60%。1989 年保酸奶消费量是平均每人每天 175 克，2000 年降到 70 克，下降 60%。鲜奶人均消费量下降 50%，干酪下降 10%。据 2005 年 4 月的一份调查，保人均酸奶消费量为 2.2 公斤，液体牛奶 1.9 公斤，白色干酪 0.8 公斤。近年来，保随着干酪产量的不断上升，以及需求的变化和利润的原因，鲜奶和酸奶的产量趋于下降。

四、各类奶制品进出口

1、 出口

保加利亚 2005 年奶制品出口占总产量的 13%，其中 10%对欧盟出口，位居世界奶产品 30 大出口国之列。

2000—2004 年保加利亚奶制品出口量

年份	2000	2001	2002	2003	2004
出口量（吨）	7,864	9,395	11,501	14,602	15,789

对欧盟出口奶产品需欧盟进口配额，2004 年度（2003 年 7 月 1 日—2004 年 6 月 30 日）保获得的欧盟奶制品进口配额为：酸奶 500 公吨，0 关税，2005 年配额数量相同；干酪及凝乳 6,400 吨，0 关税，年增长 300 吨，2005 年配额数量为 6,700 吨。欧盟非配额奶制品进口关税为每公斤 1.52 欧元。保规定，申请欧盟配额的出口商年非配额奶制品出口量不得少于 24 吨，很多出口商和加工厂难以达到这一要求，加上加工厂的鲜奶供应不稳定，因此保获得的欧盟奶制品出口配额都未能用完。

2002 年保出口奶酪 1.07 万吨，占 70—90%，增长 24.6%；出口酸奶 1631 吨，牛奶和奶油 623 吨，黄油 271 吨；出口奶粉约 200 吨。

牛奶或羊奶所制成的干酪是保传统出口强项产品，约占保出口奶制品的 90—96%。

保干酪出口在 90 年代下降，2000 年后逐渐恢复，近几年不断增长，2003 年干酪出口比上年增长 30%，2004 年比 2003 年增长 10%。保干酪的传统出口市场是美国、希腊、意大利、德国、黎巴嫩、澳大利亚、马其顿、南斯拉夫和欧盟。黄、白干酪合计对美国出口 2,852 吨，出口澳大利亚 1,099 吨，出口希腊 1,115 吨，黎巴嫩 1,599 吨，德国 1,257 吨，马其顿 6,53 吨。白色盐干酪出口 4,359 吨，平均每吨价格 2,467 美元，对美出口 1,918 吨，平均价格 2,403 美元；对加拿大出口 155 吨，平均单价 2,447 美元；对希腊出口 551 吨，平均单价 2,336 美元；对德国出口 382 吨（3,058 美元），丹麦 100 吨（2,361 美元）。

保奶制品 75%出口希腊，主要奶酪，2 年来对希腊出口翻了 3 番。保对欧盟奶制品出口只占保 9%，对美国出口的白色盐奶酪占美国此类奶制品进口量的 30%。

2003－2004 年保加利亚奶制品出口量 （吨）

	2003	2004
液奶及奶油	612	301
酸奶	116	108
乳清	0.5	2.5
黄油及奶油	36	149
干酪	13,838	15,228
总量	14,602	15,789

2、 进口

保奶制品进口主要是国内不生产或生产数量不足的产品，如软酪、奶油、炼乳、意大利和法国奶酪、奶粉、乳清等。保原奶数量不能满足国内需求，缺口约 40%，需进口，以奶粉为主，目前进口数量约 9,000－10,000 吨。

2000－2004 年保加利亚奶制品进口量

年份	2000	2001	2002	2003	2004
进口量（吨）	14,225	9,870	13,989	19,235	24,532

加入欧盟后保将实行欧盟关税率，工业品最低税率将从目前的 27%降到 14%，对奶制品的保护性关税从目前的 110%升到欧盟税率 209.9%。保对牛奶及奶制品进口实行进口配额。2000 年保牛奶及奶制品进口 1.43 万吨，2001 年 9,870 吨。2002 年牛奶及奶制品进口量为 1.40 万吨，其中，牛奶、奶油等 6,503 吨（包括奶粉 3,277 吨），乳清（加工半成品）4,138 吨，各类干酪 2,039 吨，黄油及油脂 1,194 吨，酸奶 115 吨。

2003－2004 年保加利亚奶制品进口量 （吨）

	2003	2004
液奶及奶油	10,176	12,452
酸奶	106	75
乳清	4,532	5,848
黄油及奶油	1,704	2,050
干酪	2,748	4,107
总量	19,235	24,532

保进口的干酪主要是德国、法国、奥地利和丹麦的 Emmental、Camembert、Cheddar、Brie 和 Edam 等奶酪，近 3－5 年来保干酪进口持续增长。保另一进口主要奶制品是奶粉和乳清，以弥补鲜奶的的不足，2000－2002 年每年进口奶粉 5,500－6,000 吨，2003 年增长较快，分别约为 10,000 吨、8,000 吨，传统进口国是乌克兰、法国、立陶宛、匈牙利和摩尔多瓦等国进口。2000－2004 年间乳清年进口量在 4,000－4,500 吨，主要从捷克、斯洛伐克、匈牙利和克罗地亚等国进口。

五、外国在保奶业投资情况

近几年来，许多外国公司投资保奶制品加工业，法国在保投资的 French Group Danone 公司、希腊 2004 年在保斯利文市建的 Tirbul 奶制品加工厂，规模都很大。日本的 Meiji 公司和南韩的 Vital 食品公司，生产酸奶。

六、政府对奶制品生产和出口的补贴

1、农业基金 2000 年发放农业基金约 85 万美元，2002 年保农业基金对供应市场的 538.9 万升奶的奶农发放 160 万美元的补贴。2004 年保农业基金对供应市场的 1.52 亿升各类优质奶(牛奶、羊奶、水牛奶)生产者进行补贴，补贴金额为 530 万美元，比上年增长 37%。2005 年此项补贴提高到 600 万美元，向国内拥有 200 只奶牛以上的和不发达、人口稀少山区的优质奶生产者按以下标准发放补贴：每升牛奶 0.05 列弗，羊奶和水牛奶 0.07 列弗，对不发达山区奶农的补贴比其它地区的每升奶高 0.01 列弗。

2、农产品出口补贴 保加利亚 2004 年开始实施“欧洲共同农业政策（CAP）”，出口补贴是 CAP 的重要措施，按 WTO 的规定保加利亚可实施补贴的农产品共 44 种，2007 年后此类出口补贴必须取消。2004 年保对白酪出口补贴的上限为每吨 167 美元，黄酪 233 美元，全年保奶制品出口补贴总额计划为 60 万欧元，实际补贴 3.8 万欧元，2005 年保奶制品出口补贴计划为 8.9 万欧元。

3、进口优良小奶牛品种　这是 2005 年初实施的新鼓励项目，鼓励奶农进口优良小奶牛品种，此项资金总额为 100 万美元，进口优良小奶牛 1 只补贴 800 列弗（约 500 美元），每个奶农最高补贴限于 60 只小奶牛，进口原产地须为欧盟国家。

4、其它基金　保农业部还提供扶持本国品种基金（2004 年共 126 万美元）、饲养种奶牛基金（2004 年 126 万美元）、提供给饲养协会基金（约 13 万美元）、进口公牛精子（人工授精）基金等。

5、保“支持农民法（Farmer's Support Act）”修改法案于 2004 年 10 月经议会一读通过，据此保将对进口包括奶产品在内的农产品和食品实施关税配额，进一步保护国内农产品生产。

6、SAPARD 项目　3－4 年来保奶制品行业的主要扶持资金是欧盟的 SAPARD 资金。条件是：拥有 15 头 奶牛或 100 只奶羊、或 10 只产奶水牛、或 10 只产奶山羊以上的农场。

7、对奶加工厂的补贴　也是 SAPARD 项目内容，条件是每天加工鲜奶 3 公吨以上，须在注册的奶农场定点收购原奶。

2005 年保政府对保三个援助项目拨款 700 万列弗，其中第二个项目是帮助 207 家牛奶公司生产达到欧盟标准，总投资 100 万列弗。

七、保加利亚规范奶制品行业的法规

保加利亚奶规范制品行业生产、加工和贸易的几个主要法规有：
1、兽医－医学法（Veterinary-Medical Act）：1999 年 5 月制定，2003 年 9 月修订。
2、食品法（Food Law）:1999 年制定，2003 年修订。
3、动物饲养法（Animal Breeding Act）:2000 年制定，2004 年修订。
4、行业注册要求：2004 年 11 月，保农业部规定所有奶农必须注册登记，在建立全国的数据库，将来将据此发放奶生产配额、欧盟财政支持款项。未注册登记的，不仅不能得到财政支持，也不准生产牛奶及奶制品。该数据库将可对保奶及奶制品生产、贸易进行监测，收集质量信息。该系统计划于 2006 年 4 月 1 日试运行，并于 2007 年 4 月正式运行。

八、行业协会
1、全国奶制品管理局（National Dairy Board），2005 年 4 月 17 日成立，在 8 个大区设立办事处。该局受保经济部管辖，成立后不久即得到经济部 56.6 万美元的拨款。职能是支持奶制品市场发展，保护和控制鲜奶和奶制品的产地、质量等，负责奶制品配额的发放，对利用欧盟资金的项目提出建议，评估对市场干预的必要性以防止奶价格的大幅波动，负责奶制品登记注册。

2、奶农和奶加工厂联合会（Associations of Dairy Farmers and Dairy Processors），受“全国奶制品管理局”管辖。

九、存在问题
保加利亚奶制品行业除了资金不足——这一所有行业的共性问题外，还存在卫生标准问题。由于保牛奶 75%以上是由小农场供应，这些小农场投资小，技术条件有限，管理水平低，牛奶生产和贮藏的卫生条件难以符合欧盟标准。据保调查，4 年前奶及制品仅 2－3%符合欧盟标准，目前也才达到 15－20%。保加利亚较大的奶制品加工公司，如 Danone, United Milk Company, BBB group, TirBul, L B Bulgaricum, Zorov Ltd 等，为了改进鲜奶质量，选择固定的产奶农场，进行质量检测，并为其提供技术和资金援助。

按欧盟要求，所有食品企业均须在 2006 年底实施 HACCP 国际食品认证标准，近年来保着手农场与欧盟接轨工作。欧盟规定，保牛奶生产者须保证挤奶前奶牛乳房绝对清洁，如果需要还须将奶牛冲洗干净，而且对挤奶器和挤奶房的卫生条件将采取更高标准。今年 4 月份保加利亚经济部与联合国发展项目(UNDP)合作，拨款 100 万列弗(约 50 万欧元)，无偿帮助 100 家奶加工厂、200 个奶制品中小农场实施该标准，以保证奶制品达到欧盟安全要求，每个符合条件的奶制品农场所需资金一半由政府负担，最高不超过 1 万列弗，另一半所需资金自行承担。符合这种补贴的条件是：在全国兽医站注册的 1-2 类中小企业，加工能力每周 5 吨以上。至 2005 年上半年已有 100 个农场提出申请，仅 28 个公司完全符合欧盟加工标准，并已获得向欧盟出口奶制品许可证。据估计，至 2007 年前，因未能达到欧盟卫生要求，保将有 90 家奶制品企业得关闭。入盟时符合欧盟卫生标准的保奶制品企业将不到 230 家，但规模将扩大，生产能力将增强。

此外，保加利亚入盟后，与其它各行业生产一样，奶制品生产也将置于欧盟的统一规划之下，并按欧盟批准的生产配额进行，2004 年保入盟谈判中要求的原奶生产配额为 210 万吨，但欧盟只同意给 97.9 万吨，其中 72.2 万吨

为加工生产，25.7 万吨直接销售。另外 2009 年起分配水牛奶生产配额 3.92 万吨。

资料来源：
中华人民共和国商务部网站
中华人民共和国海关统计年鉴
中华人民共和国驻阿根廷商赞处
保加利亚国家统计局
保加利亚海关

焦点科技股份有限公司（中国制造网）
南京市高新区星火路软件大厦A座8-12F
邮政编码：210061
电话：（025）66677777
Http://www.made-in-china.com