

格鲁吉亚

格鲁吉亚作为“一带一路”沿线重要国家，凭借其独特的地理位置、自由贸易政策及快速增长的经济，为外贸人提供了广阔的市场开发空间。以下从市场概况、节日文化、社交礼仪、商品结构及政策法规五个维度展开攻略分析：

一、市场概况：新兴经济体的潜力与机遇

地理与战略价值：格鲁吉亚位于欧亚交界处，是连接里海、中亚与欧洲的能源通道，也是“一带一路”关键节点。其国土面积 **6.7** 万平方公里，人口约 **370** 万，**2022** 年人均 GDP 达 **6670** 美元，**2023** 年 1-4 月外贸额同比增长 **21.9%**，显示经济活力。

主导产业：以制造业、农业和旅游业为核心。葡萄酒生产是其标志性产业，年产量稳定，国际知名度高；旅游业因自然风光和文化遗产吸引大量游客，成为经济支柱之一。

贸易伙伴：土耳其、俄罗斯和阿塞拜疆是其前三大贸易伙伴，中国作为重要合作伙伴，双边贸易互补性强，增长空间广阔。

二、节日文化：把握营销节点与消费高峰

格鲁吉亚节日丰富，融合宗教与民族传统，为外贸营销提供精准切入点：

宗教节日：如 **1 月 7 日** 圣诞节、**4 月** 东正教复活节系列节日（**16-17 日**），期间食品、礼品需求激增，可针对葡萄

酒、特色食品及宗教用品推广。

国家纪念日：5月26日独立日、4月9日恢复独立日，民众爱国情绪高涨，适合推出纪念品、文化创意产品。

国际节日：2月14日情人节、3月8日妇女节，鲜花、香水、珠宝等礼品市场活跃，需注意鲜花需送单数以符合当地习俗。

三、社交礼仪与风俗禁忌：建立信任的关键

称谓与送礼：正式场合需冠以“先生”“女士”，亲密关系可直呼其名；送礼偏好鲜花（单数）、香水，对外宾常赠葡萄酒或佩剑以示尊重。

饮食禁忌：以烧烤为主，中餐受欢迎；避免询问收入、年龄、宗教信仰，尊重隐私。

商务礼仪：商务场合注重守时，初次见面可交换名片；谈判时保持耐心，避免直接否定对方观点，以建立长期合作关系。

四、商品结构：聚焦互补性需求

中国对格出口：以工业制成品为主，包括锅炉、机械器具、电机电气、钢铁制品、家具等。可针对其基础设施建设和制造业升级需求，推广高端装备、智能家居产品。

中国从格进口：矿砂、矿渣、饮料（葡萄酒）、铜制品等。可深化葡萄酒进口合作，同时探索矿产资源开发及深加工领域。

五、政策法规：自由贸易的便利与规范

自由贸易政策：格鲁吉亚自2003年推行经济改革后，

完全实行自由贸易，无进出口配额限制，所有注册企业均可经营对外贸易。

进口管理：

禁止进口毒品、色情制品、核原料等危害国家安全的产
品。

仅对武器、放射性物质、工业垃圾等 8 类商品实行许可证管理，其余商品自由进口。

承认欧盟、OECD 及主要贸易伙伴的技术标准，企业需确保产品符合相关认证。

出口管理：木材、电力等需许可，其余商品自由出口，流程简化。

开发建议：

市场调研：结合格鲁吉亚产业需求，筛选高潜力商品，如机械装备、智能家居、葡萄酒深加工设备等。

合规经营：熟悉进口许可证商品清单，确保产品符合技术标准，避免贸易壁垒。

文化融合：利用节日营销，设计符合当地习俗的促销活动；尊重社交礼仪，提升品牌亲和力。

长期布局：关注“一带一路”合作项目，探索基础设施、能源等领域的投资机会，深化双边贸易关系。

格鲁吉亚市场以其自由化的贸易环境、快速增长的经济和独特的文化背景，为外贸人提供了多元化的发展路径。通过精准把握市场需求、合规经营及文化适配，可有效开拓这一新兴市场。