



# 格鲁吉亚：造就一代人的禁运

格鲁吉亚

---

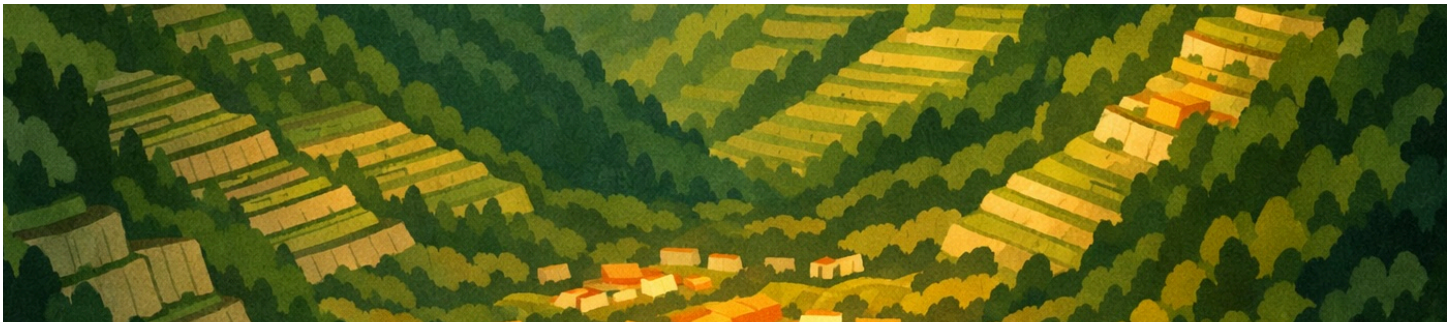
国家聚焦

首版 | March 2026

中文版（亦提供英文和俄文版本）



Brandmine



国家聚焦

## 格鲁吉亚：造就一代人的禁运

格鲁吉亚拥有 8000 年的葡萄酒酿造传统，年收入逾 3 亿美元的医药零售双寡头，以及一批经历了后苏联历史上最惨烈贸易冲击的创始人——2006 年俄罗斯禁运一夜之间抹去了 87% 的葡萄酒出口收入。那些熬过禁运、成功转型欧盟与中国市场、并在 2013 年再度面对俄罗斯市场重开的创始人，拥有无可复制的双重危机履历。两代创业浪潮，一个接班窗口，没有任何接班计划。

### 快速事实

市场规模	GDP 约 240 亿美元（2025 年估算），人口 370 万——出口野心却远超市场体量：2024 年向 68 个国家出口葡萄酒 9500 万升，创汇 2.76 亿美元
独特优势	熬过 2006 年俄罗斯禁运的创始人拥有有据可查的危机履历、多元化出口网络，以及历经禁运与 2008 年俄格战争两场危机所积累的实战韧性——这些无法通过任何市场调研复制
最大挑战	格鲁吉亚没有任何商业协会涉及接班规划；家长制家族结构将决策权集中在创始人手中；正式治理体系极为罕见；约 69% 的葡萄酒出口仍流向俄罗斯，地缘政治集中风险持续存在
时机因素	第一波创业潮（1991—2004 年）的创始人目前年龄 55—70 岁，正处于紧迫的接班区间；Georgia Capital 已证明，以溢价估值对格鲁吉亚消费品牌实施机构收购完全可行

“格鲁吉亚证明，只要改革够认真、够迅速，小型经济体完全可以创造出远超自身体量的成就。”

世界银行、营商环境报告

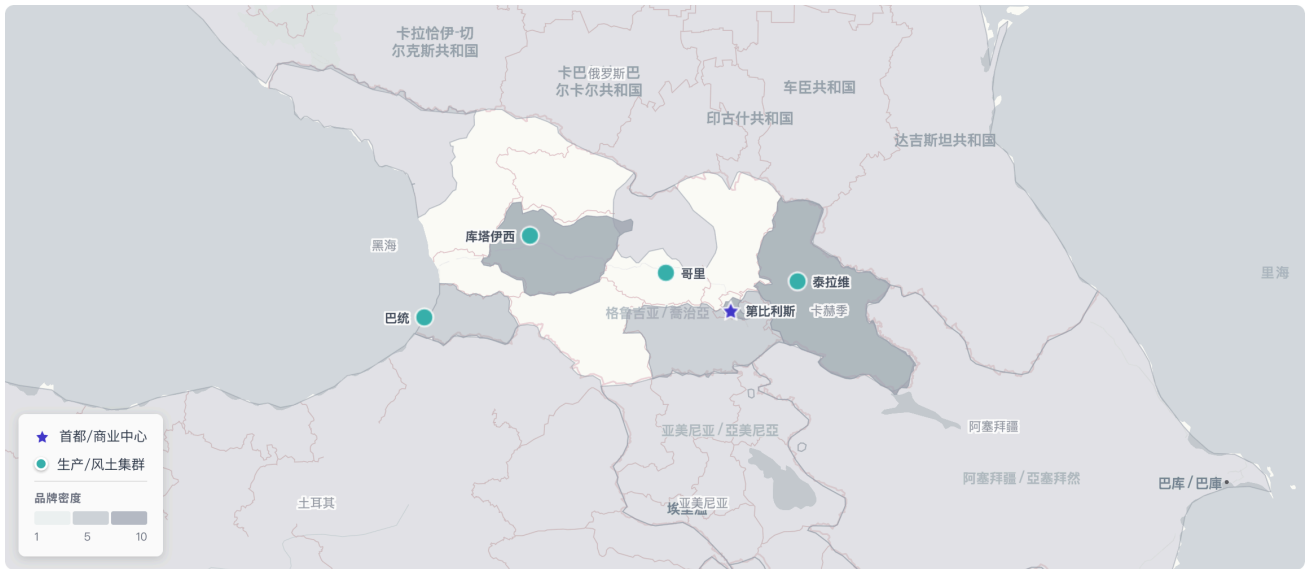
世界银行，2008 年

市场： 格鲁吉亚

行业： 葡萄酒 · 药房与健康零售 · 食品加工 · 精品酒店 · 烈酒 · 矿泉水 · 香料与调味品

地理背景

# 第比利斯商业中心与卡赫季葡萄酒产区：格鲁吉亚创始人传承双轴地图



格鲁吉亚创始人经济沿两条轴线展开——第比利斯集中了品牌单价最高的资产，涵盖连锁药房与高端酒店；卡赫季葡萄酒产区则孕育了一批创始人，他们曾熬过 2006 年俄罗斯禁运，推动品质升级，如今以烈酒出口创历史纪录印证了这条路走对了。

品牌活动沿两条轴线集中：东部的卡赫季葡萄酒走廊（泰拉维及周边村庄）和锚定医药、酒店与专业服务的第比利斯商业带。巴统与黑海海岸代表着一个独特的玫瑰革命后精品酒店集群，其接班动态与苏联私有化时代的葡萄酒创始人迥异。

\* \* \*

## 国家纪事

2006 年，俄罗斯宣布禁止进口格鲁吉亚葡萄酒。官方理由是质量违规，实则出于政治报复——针对一个刚完成玫瑰革命、正向欧洲一体化转向的政府。格鲁吉亚葡萄酒出口从 2005 年的 8100 万美元骤降至 2007 年的 2900 万美元。两年之内，87% 的出口收入化为乌有。七家酒厂关门倒闭。整个行业被迫接受一个残酷的事实：它所赖以生存的根基，是沙子。

此后发生的事，正是 Brandmine 在格鲁吉亚寻找的一切。熬过禁运的创始人没有坐等俄罗斯松口，而是行动起来：找欧盟经销商，飞赴中国葡萄酒展，一个市场一个市场、一段关系一段关系地重建——整整七年。2013 年俄罗斯重开格鲁吉亚葡萄酒市场时，最优秀的创始人带着俄罗斯再也无法扣押为人质的出口网络回来了。2006 年禁运不仅是一段历史，更是 Brandmine 高加索区域覆盖中最可靠的质量筛选器：每一位熬过禁运的创始人，身上都带着无法造假的有据可查的韧性。

格鲁吉亚是个小国——370 万人口，GDP 约 240 亿美元——但其创始人品牌的创造力远超自身体量，原因是结构性的，而非偶然。两轮经济改革造就了两代不同的创始人。2006 年禁运检验了第一代，筛出稀有的幸

存者。Georgia Capital 已验证了机构退出的逻辑。问题不在于格鲁吉亚消费品牌是否代表可投资的接班机遇——而在于情报能否在窗口关闭前到位。

## 双浪结构

---

格鲁吉亚消费品牌格局由两轮截然不同的改革浪潮塑造，各自催生了一代创始人，如今正汇聚于同一个接班窗口。

第一波浪潮跨越 1991 年至 2004 年，从独立到玫瑰革命前夕。这一时期的创始人收购了破产的苏联国有企业：酒厂、矿泉水厂、食品加工厂。谢瓦尔德纳泽时代的私有化刻意设计为不透明，偏袒有政治关系和资金的人。第一波浪潮诞生的品牌携带着这段历史的烙印——建立在苏联基础设施之上，往往资本不足，与政治始终若即若离。这一波的创始人如今 55—70 岁，葡萄酒与医药零售两大行业（第一波创始人占主导地位）的接班紧迫性被评定为危急级别。

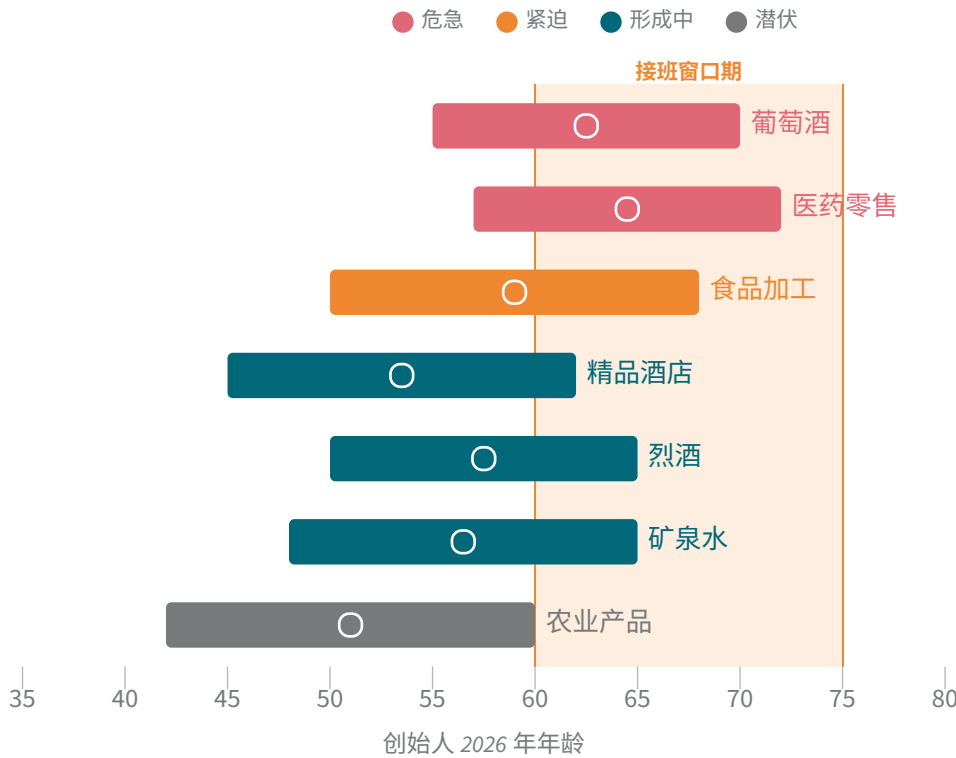
第二波浪潮跨越 2004 年至 2012 年，是萨卡什维利激进的自由化进程——世界银行将其评定为全球有史以来最全面的营商环境改革。许可证一夜废除，税法简化为单一税率，腐败急剧下降。新一批创始人乘势而来：旅游创业者、精品酒店主、现代餐饮品牌创始人。第二波的创始人如今 45—60 岁，较年长的群体刚开始进入接班窗口。

格鲁吉亚浪潮结构的独特之处，在于 2006 年禁运恰好落在两波之间，充当了淘汰机制：打造了真实品牌并实现多元化的第一波创始人活下来了，那些单纯依赖俄罗斯市场的则没有。熬过禁运、两年内又经历 2008 年战争的幸存者，拥有横跨两次生死存亡的危机记录——这一画像，使他们跻身 Brandmine 全球南方覆盖中最丰富的叙事尽调素材之列。

各行业创始人年龄分布

## 2026 年格鲁吉亚创始人现状

两代创业浪潮，一个接班窗口



年龄范围基于行业调研和产业研究。接班窗口期（60-75 岁）基于普华永道和欧洲工商管理学院研究。来源：Brandmine 分析。

## 葡萄酒、连锁药房与卡赫季的危机账簿

Brandmine 的行业调研识别出格鲁吉亚十二个候选消费行业，其中七个在商业规模上具有显著的创始人品牌活动。前两位——葡萄酒与医药零售——接班紧迫性评定为危急级别。

### 被禁运重塑的行业

格鲁吉亚葡萄酒行业是该国国际知名度最高的消费品类，也是接班挑战最为严峻的领域。估计有 25—40 家创始人主导的酒庄在商业规模上运营，创始人年龄在 55—70 岁之间——接班紧迫性：危急。这一行业拥有三重叠加的危机叙事，使其成为叙事尽调研究的标杆素材。

泰拉维酒窖的祖拉布·拉马扎什维利是一位前外科医生，他接手了一家濒临破产的苏联酒厂。2006 年禁运发布时，他一夜之间失去了 70% 的产量——2005 年他向俄罗斯发货 250 万瓶。此后数年的转型过程在《华盛顿邮报》、Jancis Robinson 和自由欧洲电台均有详细记录。这正是格鲁吉亚葡萄酒行业所能规模化生产的危机记录的质地。

阿斯卡内利兄弟 1998 年由戈恰·赤海泽和兄弟们共同创立，如今年收入约 2200 万美元，拥有 456 公顷葡萄园和三座酒厂。哈雷巴酒庄的哈雷巴瓦兄弟建造了一条长达 7.7 公里的地下隧道酒窖，成为格鲁吉亚产量最大的酒庄。Tbilvino 的马尔格维拉什维利兄弟——自 1991 年苏联私有化起就是股东——在禁运后一年内完成了出口方向的转型，恢复速度几乎在同行中无出其右。这些不是手工小作坊，而是正处于接班窗口的商业规模创始人品牌。

俄罗斯依赖已经重建：如今约 69% 的格鲁吉亚葡萄酒出口流向俄罗斯——重新制造了 2006 年禁运所暴露的那种集中风险。对机构买家而言，这既是风险信号，也是情报机遇：多元化后又允许重新集中的创始人，与维持真正多元化出口的创始人，风险画像截然不同。

## 无人关注的医药双寡头

格鲁吉亚医药和医疗零售行业，拥有高加索地区所有消费行业中单品牌接班价值最高的两家企业。两大连锁共同主导市场：Aversi 由帕塔·库尔塔尼泽（持股 67%）和其弟尼古拉兹（持股 33%）1994 年创立，年收入约 1.24 亿美元，旗下 274 家药店和一个欧盟 GMP 认证的生产部门，出口至亚洲、非洲和欧洲；PSP 集团由卡哈·奥克里阿什维利（持股 95%）控制，年收入约 1.84 亿美元，220 余家药店，外加保险、医院和自有品牌药品生产。

格鲁吉亚五大药店连锁合计收入超过 6.45 亿美元，三家连锁掌控 85% 的市场。该行业至今没有任何公开记录的接班事件——这本身就是一个关键发现。唯一观察到的过渡，是 Georgia Capital 收购了第三大连锁 GPC，证明格鲁吉亚医药零售的机构收购完全可行。Aversi 和 PSP 尚未经历这一转变，而两位创始人的年龄均已逼近接班压力窗口，却没有任何公开记录的接班计划。

## 熬过两次禁运的食品行业

格鲁吉亚加工食品和调味品行业——酸李酱、阿扎卡辣酱、萨采贝利番茄酱、香料腌制品——估计有 15—25 个商业规模的创始人品牌。该行业的危机积累比葡萄酒更深：2006 年的禁运同年延伸至农产品，与葡萄酒行业同步打击了食品生产商；乌克兰成为主要替代市场，直到 2022 年战争又切断了这条渠道。历经二十年、三次市场冲击后仍在运营的创始人，其叙事尽调素材真实可信、难以复制。哥里食品罐头厂（Kula）拥有 250 余个 SKU，出口超过 20 个国家，是该行业国际曝光度最高的企业。

## 仍在形成中的行业

另有三个行业值得随着接班压力的增长持续关注。精品酒店行业有 5—10 个创始人品牌，创始人年龄 45—62 岁；COVID 崩溃已为这批人提供了检验，但浪潮尚未到顶。烈酒（白兰地和查恰蒸馏酒）有类似规模的 5—10 个品牌，创始人年龄 50—65 岁。矿泉水在“波尔若米”被阿尔法集团收购后，仍保留少数独立创始人品牌。

## 为何这个市场需要不同的视角

格鲁吉亚处于三重地缘政治压力的交叉点，使常规尽调复杂化：俄罗斯既是最大的葡萄酒出口市场，也是最近的军事入侵者；欧盟是格鲁吉亚倾向的对接方向，但“境外势力代理人”法案引发了最新的摩擦；比兹纳·伊万尼什维利——格鲁吉亚首富、“格鲁吉亚梦想党”幕后实力派——对商业网络投下的阴影，任何认真的买家都必须仔细辨别。

这些复杂性是真实的，也正是格鲁吉亚信息溢价的来源。表面的数据库检索无法区分 2006 年后真正实现多元化的创始人，与只是静待俄罗斯市场重开的人。叙事尽调方法论的存在，正是为了做出这一区分。

Georgia Capital 已经展示了掌握正确情报的机构资本进入格鲁吉亚消费品牌会发生什么：Royal Swinkels 以 6300 万美元收购 Kazbegi 啤酒品牌，树立了估值基准；GPC 药店收购证明大规模品牌零售可以收购。这不是假设性的退出路径，而是来自一家伦敦证券交易所上市机构的有据可查的先例——发生在一个创始人世代正在进入接班窗口的国家里。

## 禁运打开的窗口

2006 年俄罗斯禁运对格鲁吉亚消费品牌做了一件没有任何投资论文能够计划的事：它迫使熬过禁运的创始人真正建立起国际业务，而不仅仅是披着格鲁吉亚旗帜的俄罗斯分销网络。今天最有价值的酒庄之所以有价值，恰恰是因为它们被迫以艰辛的代价赢得了欧洲和亚洲的合作关系。

这些创始人现在 55—70 岁。1994 年从零起步建立亿元企业的医药创始人正逼近或已进入接班窗口。玫瑰革命繁荣期建立品牌、熬过 COVID 的酒店创始人年轻十岁，但压力已在积聚。

当一位格鲁吉亚创始人无计划地退场，消失的不只是一个品牌。而是通过贸易禁运、军事冲突和疫情积累起来的危机应对知识。在压力下建立的欧洲分销关系。在俄罗斯让替代方案成为必然时才建立起来的中国展会网络。等到这些品牌通过常规渠道浮出水面——如果它们能浮出水面的话——携带这些知识的创始人早已退休、出售或关闭。

寻找它们的情报存在于格鲁吉亚语、俄语，存在于 bm.ge 的档案、《福布斯》格鲁吉亚的报道和 Jancis Robinson 的品鉴笔记之中。2006 年的禁运将幸存者与其他人分开了。而一场更安静、几乎不留文字记录的第二次分离——退休、意外离世、围绕伊万尼什维利的并购——正在无声进行。等到 Aversi、PSP 和 Telavi Wine Cellar 各自找到继承人之后才入场的投资者，接手的将是一份由他人组合、由他人定价的高加索组合。

### 核心结论

**Georgia Capital 已在机构层面验证了退出逻辑。问题不在于格鲁吉亚创始人品牌是否代表可投资的接班机遇——而在于情报能否在窗口关闭前到位。**

\* \* \*

### 转型时间线

## 贸易冲击的一代，2006—2024

从 2006 年禁运到 2024 年烈酒出口纪录——俄罗斯葡萄酒禁令催化了格鲁吉亚的品质化转型，经历那场冲击的创始人如今已步入传承年龄，出口浪潮为他们的品牌正名。

● ● ● ● ● ●  
背景 催化剂 挣扎 危机 突破 胜利

背景 1991

### 独立于苏联

格鲁吉亚宣布独立。苏联计划经济崩溃，国有酒厂、矿泉水厂和食品加工厂或闲置、或在混乱中被私有化。第一批创业者通过谢瓦尔德纳泽时代不透明的交易收购破产的国有资产——为此后数十年背负着这段历史的品牌奠定了基础。

催化剂 1995

### 拉里货币发行——稳定化开始

拉里的发行遏制了恶性通胀，为理性商业投资创造了最初条件。早期私有化开始产出运营中的企业。熬过这一时期的创始人在借来的稳定上搭建事业，尽管谢瓦尔德纳泽政府的腐败使每一笔交易都带有政治风险。

**催化剂** 2003**玫瑰革命——萨卡什维利执政**

推翻谢瓦尔德纳泽的不流血革命开启了后苏联历史上最激进的经济自由化进程。许可证一夜废除，税法简化，腐败急剧减少。世界银行连续四年将格鲁吉亚评为全球最佳改革国。第二波创业潮随之兴起——旅游业、精品酒店和现代餐饮品牌的创始人，如今年龄在 45—60 岁之间。

**危机** 2006**俄罗斯对格鲁吉亚葡萄酒和矿泉水实施禁运**

莫斯科以质量问题为由禁止进口所有格鲁吉亚葡萄酒和矿泉水，政治意图昭然若揭。葡萄酒出口从 2005 年的 8100 万美元骤降至 2007 年的 2900 万美元——两年内损失 87% 的出口收入。七家酒厂在假冒格鲁吉亚葡萄酒曝光后相继关闭。熬过这场危机的创始人被迫在欧盟、中国和美国建立真实的出口关系——正是这些关系日后决定了品牌的长期价值。

**危机** 2008**俄格战争——五日冲突**

俄罗斯在南奥塞梯危机后发动入侵，五天战争短暂但重创商业信心。外资冻结，旅游停摆。同时承受 2006 年禁运与 2008 年战争双重压力的创始人，拥有横跨生死存亡威胁、市场多元化与重建全过程的危机记录——这正是最丰富的叙事尽调素材。

**突破** 2013**俄罗斯重开格鲁吉亚葡萄酒市场**

七年后，俄罗斯解除对格鲁吉亚葡萄酒的禁运。对于靠多元化出口熬过禁运的创始人来说，俄罗斯市场重开创造了第二幕——在多元化网络之上叠加新渠道。从未真正离开俄罗斯市场的人则面临另一个问题：他们的生存究竟是真实的，还是只是被推迟？

**突破** 2014**签署欧盟联系国协议**

格鲁吉亚签署欧盟联系国协议，打开欧洲市场准入通道，并开始与欧盟标准接轨。对食品、饮料和医药品牌而言，欧盟合规认证既是壁垒也是差异化优势。投入合规的创始人打造了可出口的品牌，未能跟进的则仍局限于区域市场。

**挣扎** 2020**COVID 导致旅游业崩溃**

曾催生第二波精品酒店和餐饮品牌的旅游业繁荣一夜归零。2020 年入境旅客减少 83%。玫瑰革命后建立的精品酒店和餐厅品牌迎来了首次生存大考。成功转向国内消费或出口的创始人，展现出 Brandmine 核心覆盖标准所要求的韧性画像。

**胜利** 2024**葡萄酒出口创纪录——2.76 亿美元销往 68 国**

格鲁吉亚向 68 个国家出口 9500 万升葡萄酒，创汇 2.76 亿美元，创历史新高。烈酒出口达 2.89 亿美元（同比增长 47%）。然而俄罗斯在葡萄酒出口中的占比已回升至 69%——重建了 2006 年禁运所暴露的那种集中风险。多元化的创始人是最有价值的收购目标；重新集中于俄罗斯的人则带来机构买家必须定价的地缘政治风险。

# 外联快速参考

指标	参考
拨号	+995
货币	格鲁吉亚拉里 (ლ / GEL) ——有管理的浮动；格鲁吉亚国家银行 (NBG) 适时干预抑制波动；汇率： nbg.gov.ge
时区	UTC+4 (不实行夏令时)
工作周	周一至周五 (周六、周日休息)
首都	第比利斯
网络	.ge (国家域名)
即时通讯	WhatsApp 与 Viber 并驾齐驱；Telegram 居后
支付方式	Visa/Mastercard 主导零售；P2P 及中小企业通过银行 APP 转账 (TBC、BoG)；全国即时支付系统预计 2026 年底上线；现金使用持续减少
银行	已接入 SWIFT；大型银行 (TBC、格鲁吉亚银行) 受理非居民开户，但 2025 年 KYC 要求收紧——需准备 资金来源证明文件并亲赴网点；银行卡与电汇均可使用。接触前请核实最新开户要求。
语言	格鲁吉亚语 (官方)；俄语和英语用于商务
签证	欧盟/英国/美国及众多国家免签 (1 年)；自 2026 年 1 月起入境须持有强制健康/意外险 (保额不低于 30,000 格拉里)。出行前请核实最新保险要求。



# 关于本研究

本报告基于 0 个经验证的来源，涵盖 1 种语言——包括原始文件、创始人访谈与行业媒体报道。每一项数据与论断均经独立来源交叉验证。

完整方法论详见 [brandmine.ai](https://brandmine.ai)。

## 关于 BRANDMINE

卓越的创始人自有品牌。历经考验。即时可用。

Brandmine 提供关于新兴市场创始人品牌的结构化发现情报——基于本地语言研究，为投资决策而设计，以专项报告形式交付。

联系方式: [hello@brandmine.ai](mailto:hello@brandmine.ai)    情报研究报告: [brandmine.ai/intelligence/](https://brandmine.ai/intelligence/)

## BRANDMINE 更多产品

### 品牌韧性档案

单一品牌的完整转型弧线、位置情报与商业概况。15 页经验证的深度研究。

### 创始人韧性档案

创始人从起源到突破的完整个人历程。通过本地语言研究与一手资料来源验证。

### 市场地图

以快照深度呈现某一行业所有已验证品牌——地理分布、市场时间轴与创始人概述。25-40 页。

### 行业深度分析报告

全面的行业情报。所有品牌以快照深度呈现，另附六个品牌的完整转型弧线——每个品牌代表一种独特的危机原型。90-120 页。

字体: *Noto Serif CJK SC* 与 *Noto Sans CJK SC*。排版工具: *Typst*。色彩经专业印刷优化。  
地图由 *MapLibre GL* 渲染 · *CARTO Positron* 底图 · © *OpenStreetMap* 贡献者  
同时以英文、俄文及中文出版。  
研究涵盖中文来源。  
首版 · *March 2026*

卓越的创始人自有品牌。  
历经考验。即时可用。

**卓越的创始人自有品牌。**  
**250+个新兴市场品牌已完成核实。**

品牌韧性档案 · 创始人韧性档案  
市场地图 · 行业深度分析报告

针对新兴市场创始人自有消费品牌结构化研究。英文、俄文、  
中文版本同步出版。

**[brandmine.ai/intelligence/](https://brandmine.ai/intelligence/)**

✉ [hello@brandmine.ai](mailto:hello@brandmine.ai)

🌐 [www.brandmine.ai](https://www.brandmine.ai)

© 2026 Brandmine。保留所有权利。

v1.0.3