



# 巴西：超级通货膨胀锻造的 品牌浪潮

巴西

---

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

## 巴西：超级通货膨胀锻造的品牌浪潮

巴西有一家鞋履品牌在 19 个国家开设了 560 家门店，从未引入过一分机构资本；有一位美妆创始人为了全面转型纯素线，亲手销毁了备货已就绪的非纯素产品；更有一整代消费品牌创始人，经历了七次失败的稳定化方案，才在 1994 年的“真实计划”（Plano Real）中踩到稳固的地基。其中 72% 至今没有接班计划。窗口已经开启。

### 快速事实

|      |   |
|------|---|
| 市场规模 | 巴西是全球第四大美妆市场（约 270 亿美元）、第四大鞋履生产国（年产逾 9 亿双），同时是全球第九大经济体，拥有 2.15 亿消费者，其制造业基础历经七次货币稳定化尝试而屹立不倒                        |
| 独特优势 | 1994 年前创业的创始人是超级通胀的幸存者——他们在每日调价、六次货币更迭与美元化生存策略中建立品牌，是拉丁美洲叙事尽职调查资料最丰富的创始人群体  |
| 最大挑战 | 72.4% 的巴西家族企业没有正式接班计划，加之高度父权制的管理集权、关于死亡话题的文化禁忌，以及 2026—2033 年税制改革要求在任何股权转让前完成企业重组，接班压力空前                          |
| 时机因素 | “真实计划”时代创始人目前年龄在 55 至 72 岁之间，正处于接班窗口期；2026—2033 年 IVA Dual 税制过渡（将五项消费税合并为 26.5% 至 28% 的统一税率）进一步迫使家族企业在改革完成前明确产权结构 |

“72.4% 的巴西家族企业没有正式的接班计划，每 100 家企业中只有 30 家能完成首次领导权交接。”

SEBRAE / FDC、Family Business Succession Study

Fundação Dom Cabral, 2024

市场： 巴西

行业： 天然美容 · 皮革制品 · 葡萄酒 · 烈酒 · 美食食品 · 珠宝与手表 · 时尚与配饰

## 地理背景

# 圣保罗中心、内陆制造带与东北走廊：巴西三区创始人传承地图



© OpenStreetMap contributors · © CARTO

创始人品牌在巴西三大区域集聚：圣保罗的化妆品与时尚重镇、从弗兰卡鞋业向南延伸至南里奥格兰德葡萄酒产区的内陆制造带、以及东北走廊。如今，首代创始人的传承压力正同步袭来，三区无一幸免。

品牌活动沿三条轴线分布：东南方向圣保罗的化妆品与时尚产业带、南部弗朗卡至 *Serra Gaucha* 的制造业走廊，以及北部帕拉至亚马逊的天然原料供应链。大陆级的地理尺度意味着接班压力在地理上高度分散——没有任何一座城市是其集聚中心，也没有任何一位投资者完整绘制过这片版图。

\* \* \*

## 国家纪事

一位巴西鞋履创始人在 19 个国家建立了 560 家门店，拥有自营制革厂，雇用 3000 余名员工，却从未引入一分机构资本。他的起点是弗朗卡——圣保罗州内陆一座皮革产业小城，大多数国际投资者甚至找不到它在地图上的位置——凭借一间小店和经济学教育赋予他的垂直整合眼光，一步步走到今天。他如今年过六旬。公开记录中，没有任何接班计划的迹象。

白皮书第一辑记录了一场跨越新兴市场的同步接班浪潮：改革时代的创始人正在同步老去，而机构投资者尚未准备好。巴西，正是这一论断在大陆尺度国家中的具体呈现——品牌分散于幅员与美国本土相当的广袤土地，以大多数机构资本既不阅读也不监测的语言留存文档，恰好落在私募股权（PE）关注度急剧下降的中端市场收入区间。

信息本身并不匮乏。Exame、Valor Economico、Forbes Brasil 与 PEGN，在这些媒体的档案里，关于这些品牌的创始人画像、危机生存故事与接班相关报道，数十年来积累如山。所缺失的，是合成：哪些行业集中

了商业规模的创始人主导品牌，哪些创始人正处于接班窗口，压力在哪里积聚最快。这种合成，正是以下内容所要呈现的。

## 一场建立在七次稳定化方案失败之上的浪潮

巴西这场创始人浪潮有一个具体的起点：1994年7月1日——Plano Real（真实计划）颁布实施之日。真实货币（Real）是巴西六年内第七次货币稳定化尝试，此前六次无一成功，有些更是灾难性的失败。Cruzado计划（1986年）冻结物价，数月内崩溃。Bresser计划（1987年）不足一年便宣告失效。科洛尔计划（1990年）一夜间冻结全国80%的银行储蓄，以抽离流动性。等到真实货币以一比一的汇率与美元挂钩时，巴西人已经历了1993年年率2477%的通货膨胀、1986年以来六次货币更迭，以及一场将中层创业者积累多年的扩张资本一夜清零的储蓄冻结。

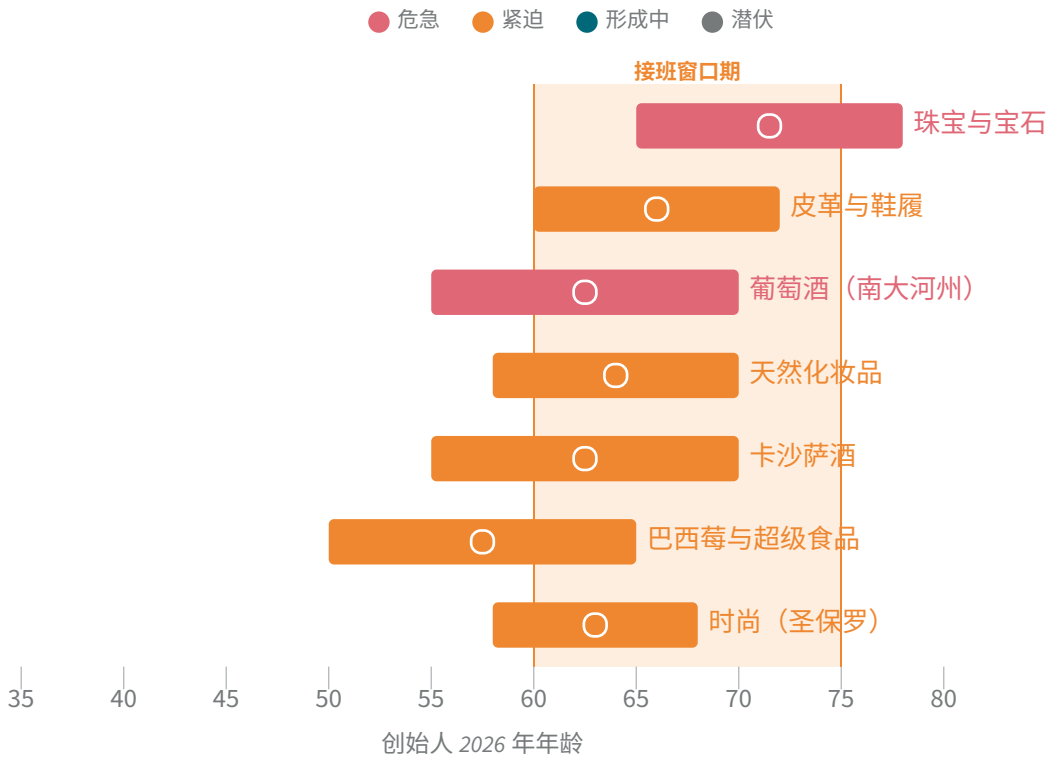
真实计划奏效了。几十年来，价格稳定第一次让消费品牌的长期品质投资变得理性可行。从前，一位计划打造高端皮革品牌的创始人面临一个简单的困境：任何品质投资都会在转化为品牌资产之前被通胀稀释殆尽。价格稳定重写了这道算式。1994年至2005年间，一波消费品创业者应运而生，他们选择的正是巴西的原材料、文化遗产或地理规模能带来结构性优势的行业：以亚马逊和大西洋森林植物成分为基底的天然化妆品，米纳斯吉拉斯铜壶蒸馏的手工卡莎萨，Vale dos Vinhedos意大利移民家族酿造的葡萄酒，弗朗卡工业集群生产的皮革制品。这些创始人如今年龄介于55至72岁，正在同步进入接班窗口。

区别于同类市场的，是1994年之前的那一层。并非所有真实计划一代都是在货币稳定之后才起步的——其中一些人早在超级通胀年代便已开始建立企业，在每日调价中磨砺定力，在货币危机中维系供应商关系，在任何依赖价格稳定的品牌都难以为继的环境里培育客户忠诚度。这些创始人承载着跨越七次失败方案、六次货币更迭积淀的危机管理经验。这或许是拉丁美洲最丰富的叙事尽职调查源泉。而其中72.4%，没有任何正式的接班计划。

各行业创始人年龄分布

## 2026 年巴西创始人现状

七个行业，一个窗口期——72% 没有接班方案



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。

## 七个行业、三重集群、一代被压缩进同一窗口

Brandmine 的行业调研梳理了巴西十二个候选消费品行业，其中七个展现出创始人主导品牌的显著商业规模活动。位居前三的——天然化妆品、皮革制品与葡萄酒——合计预计拥有 15 至 25 个符合接班浪潮标准的创始人主导品牌。以下是浪潮破碎之处。

### 天然化妆品：创始人已然可见的行业

巴西是全球第四大美妆市场，规模约 270 亿美元，其以亚马逊植物成分、塞拉多生物多样性与大西洋森林草本为基础的天然化妆品细分市场年增长率约达 20%。ABIHPEC 目录收录了 3396 家经 ANVISA 注册的化妆品企业；前五名仅占 47.8% 的总市场份额。独立创始人主导品牌的长尾，正是尚未被整合的情报所在。

Surya Brasil：1995 年由克莱利亚·安杰隆 (Clélia Angelon) 创立，向 40 余国出口，拥有三个配送中心（分布于巴西、美国与荷兰），2006 年全面转型纯素——为此销毁了备货完毕的非纯素产品，疫情期间逆势增长 27%，并明确拒绝了所有收购邀约。她今年 75 岁，公开记录中没有任何接班计划可见。Salon Line：1995 年由三兄弟在米纳斯吉拉斯创立，预计营收 5 亿至 10 亿雷亚尔，覆盖所有主要零售渠道，TikTok 粉丝 260 万，未引入 PE 资本。Embelleze：信号事件。创始人伊塔马尔·塞尔帕·费尔南德斯 2023 年 7 月以 82 岁高龄

辞世，里约热内卢州检察院随即提起刑事指控，称有人从其遗产挪用了 1.22 亿雷亚尔。公司营收约 5 亿雷亚尔，接班安排至今未定。这不是孤例——而是整个行业在毫无基础设施支撑下，创始人一代无计划离场所留下的第一道裂缝。

## 皮革与鞋履：在无人知晓的小镇打造全球品牌

巴西是全球第四大鞋履生产国，年产逾 9 亿双。圣保罗州内陆的弗朗卡集群专注于男士皮鞋制造，孕育了一批国际覆盖广泛、却完全在国际资本视野之外的品牌。

Carmen Steffens：1993 年由马里奥·斯帕尼奥尔（Mario Spaniol）创立，他是一位经济学家，约 29 岁时进入弗朗卡皮革行业。公司营收逾 12 亿雷亚尔，旗下 560 家门店遍布 19 个国家，员工逾 3000 人，自有制革厂 Couroquimica 打通了从原皮到零售的完整垂直整合链条。创始人之妻莫纳丽莎（Monalisa）主导设计。公司从未引入机构资本。马里奥·斯帕尼奥尔如今约 62 岁。Democrata Calçados：1983 年由乌里亚斯·辛特拉（Urias Cintra）创立，他 14 岁便以学徒身份入行，最终建立了日产 12000 双、出口逾 60 个国家的制鞋企业。辛特拉如今约 72 岁，正处于最紧迫的接班区间。Usaflex 的退出（Axxon 集团于 2016 年收购 70% 股权，将营收从 2.8 亿推升至 5.25 亿雷亚尔，现谋求 IPO）印证了机构买家对巴西鞋履赛道的理解。但他们尚未绘制出 PE 退出阶段之前，独立创始人主导品牌池的完整版图。

## 葡萄酒：第四代意大利家族的传承时刻

南大河州 Serra Gaucha 葡萄酒产区拥有逾 1100 家酒庄（61% 集中于该州），Vale dos Vinhedos 持有巴西唯一的葡萄酒原产地名称保护（DO，2012 年授予）。主导叙事是意大利移民家族的第三、四代传承——这与第一代创始人主导品牌的接班动态有所不同，但信息盲区同样深厚。

Miolo Wine Group：多家族联合持股结构（米奥洛、兰东、贝内代蒂家族），营收逾 1.28 亿雷亚尔，拥有 1000 公顷葡萄园，出口逾 30 个国家。公司近期专门聘请了专注于“专业化与家族传承”的顾问——接班挑战已公开点明并有据可查。Casa Valduga：1992 年起开创葡萄酒旅游先河，意大利移民第四代家族，拥有容量 600 万瓶的酒窖（拉丁美洲最大），2024 年由 Vivino 评选为全球第 58 佳酒庄。胡亚雷斯·瓦尔杜加（Juarez Valduga）正公开为子女接班做准备。2024 年南大河州洪灾——该州史上最严重的自然灾害——为这一已承压已久的行业再添一层危机档案：那些在洪灾中维持运营的家族，如今拥有了机构买家在其他任何地方都找不到的书面韧性记录。

## 仍在成形的行业

另有四个行业值得关注。巴西莓与热带超级食品（预计 3 至 5 个商业规模品牌，创始人年龄 50 至 65 岁，接班紧迫度：迫切）以 Polpanorte/Zeppone 为锚——该公司 1995 年创立，营收 4.2 亿至 5.4 亿雷亚尔，第二代已接掌公司。2024 年上半年帕拉州巴西莓出口增长 86.9%，生物多样性护城河真实存在。手工卡莎萨（2 至 5 个品牌，创始人 55 至 70 岁，紧迫度迫切）所在的行业有 4000 余家注册生产商，极度碎片化，而在顶部幸存的品牌，在 Diageo 收购 Ypióca、百加得收购 Leblon 之后，仍保持着独立。珠宝与宝石（1 至 3 个品牌，创始人 65 至 78 岁，紧迫度：危急）结构性两极分化——Vivara（B3 上市，市值逾 50 亿雷亚尔）与 H.Stern（企业化运营）占据两端，中间夹着一层真正的创始人独立品牌——如 1981 年创立的 Antonio Bernardo，创始人约 78 岁——正处于巴西全版图中最紧迫的接班时间节点。圣保罗时尚（2 至 4 个品牌，创始人 58 至 68 岁）已被 AZZAS 2154 超级并购（市值 147 亿雷亚尔）大幅整合，Farm、Animale、Cris Barros 相继并入；仍保持独立的——Lenny Niemeyer（1991 年创立）和 Adriana Degreas（2001 年创立）——深耕奢侈品与度假时装细分，整合浪潮尚未抵达。

## 大陆级版图、葡语档案与 IVA Dual 倒计时

巴西的接班浪潮具有独特的结构性特征，既区别于 Brandmine 调研覆盖的其他任何市场，也有别于阿根廷的层叠式浪潮。

规模困境独一无二。阿根廷将消费品牌生态系统集中于布宜诺斯艾利斯和门多萨，巴塔哥尼亚集群点缀其间。巴西则将品牌分散于大陆级地理版图：圣保罗化妆品产业带、弗朗卡皮革集群、Serra Gaucha 葡萄酒谷、帕拉巴西莓供应链，以及米纳斯吉拉斯卡莎萨与宝石走廊——没有任何买家同时完整调研过这五个维度。信息鸿沟不是信息性的，而是架构性的：合成从未发生过。

语言壁垒以其他任何拉丁美洲市场都不具备的方式，叠加放大了规模困境。葡萄牙语是巴西商业文档的主要语言。PEGN 档案、Valor Economico 的创业故事、Serra Gaucha 酿酒家族的地方报道——这一切都不会在英语数据库中浮现。不懂葡语的机构投资者通过 Bloomberg 或 PitchBook 研究巴西消费品牌，所能看到的只有上市公司（Vivara 在 B3 挂牌，时尚集团上市）——此外一无所知。中端市场的创始人主导品牌，恰恰是那些正步入接班窗口的品牌，对这类投资者而言，是隐形的。

税制改革制造了大多数市场所没有的特定闭合压力。2026—2033 年 IVA Dual 过渡期为巴西创始人主导家族企业提供了七年窗口，必须在此期间完成产权与治理结构重组，以免在过渡期结束后被锁定旧税制的遗留负债。对于长期以集权式父权管理运营 empresas familiares 的创始人而言，这是一个强制性因素——过渡期要么加速正式接班规划，进而创造收购机会；要么延迟产权正式化，增加 Embelleze 式危机退出的风险。倒计时已经启动。

## 窗口与其关闭时消逝的一切

机构资本的关注在巴西消费品领域呈两极化分布。在顶部：L Catterton 已建立巴西业务。Patria Investimentos、Advent International、TreeCorp 与 Aqua Capital 维持着消费品并购团队。Frooty（巴西莓品牌）得到 Patria 支持。Usaflex 的退出验证了逻辑。执行大型交易的基础设施已经存在。

在底部：SEBRAE 与微型创业者生态跟踪非正规经济，MEI 框架覆盖个体经营者，Bovespa/B3 上市公司有分析师持续覆盖。

在营收 2500 万至 5 亿雷亚尔之间——Brandmine 目标品牌的精准区间——机构关注急剧断崖。没有数据库收录它们，没有分析师覆盖它们，葡语媒体刊发的创始人画像也不会推送至 Bloomberg 终端。信息已然汇聚——存在于 Exame 的档案、Forbes Brasil 的创业者专题、PEGN PME 榜单、APROVALE 的酒庄通讯之中。但它从未被合成为接班情报。

当创始人无计划离场，消逝的不只是一个品牌。消逝的是跨越七次失败稳定化方案、六次货币更迭、一次储蓄冻结、以及三十年在足以摧毁大多数企业的环境中经营 empresas familiares 所积累的运营知识。历经科洛尔冻结而存续的供应商关系。在 1993 年每日兑现价格稳定承诺中建立的客户忠诚度。尽管雷亚尔从 2.5 跌至 5.5，仍构建起来的出口网络。这一切无法通过移交组织架构图来传递，也不会资产负债表审计中显现。

弗朗卡的一家制革厂、Serra Gaucha 一座正进入第四代传承的酒庄、一位销毁自家非纯素库存以转型的亚马逊美妆创始人——等到 2033 年 IVA Dual 过渡期锁定之后才到场的机构买家，买到的不会是这些资产，而是它们陷入困境的继承者，或处置 Embelleze 式遗产的破产管理人。巴西 Plano Real 一代如今 55 至 72 岁，记录于葡萄牙语档案之中，接班决定正在此刻做出。今年就翻阅 Exame 档案的买家，买到的是完整的垂直整合；等到 2029 年才翻阅的买家，买到的是——一堆诉讼。

### 核心结论

**那些带领巴西中端市场消费品牌穿越超级通胀与货币混乱的创始人，积累了任何组织架构图都无法传递的隐性知识。他们无计划离场，这些知识便随之消逝。**

\* \* \*

## 转型时间线

## 价格稳定的一代，1994—2024

从恶性通胀到第一代创始人的清算时刻——雷亚尔计划带来的价格稳定，催生了整整一代创始人。三十年后，这批人同时面临传承抉择。



背景 1986

### Cruzado 计划冻结物价——随即数月内崩溃

第六次失败的稳定化方案。一夜之间的价格管制引发消费者抢购、囤积居奇与黑市横行。巴西创业者学会了每日定价、囤积原材料、不签长期合同。将定义整整一代创始人的危机应对反射，就在一次次失败中悄然成形。

危机 1990

### 科洛尔总统冻结储蓄以对抗通胀

科洛尔总统一夜间冻结全国 80% 的银行储蓄账户——500 亿雷亚尔凭空消失。正准备扩张的创业者醒来发现资金全数锁死。这场冻结加速了一场文化转变：创始人不再信任银行，转而建立完全自筹资金的企业。巴西中端市场消费品牌至今不引入外部资本的传统，由此发端。

危机 1993

### 通货膨胀年率高达 2477%

物价每天变，有时每小时都在变。超市还没等顾客走到收银台，货架就已重新标价。熬过这段时期的巴西创始人，练就了任何商学院都教不出来的危机本能。1994 年前创业的消费品牌建设者，是全球新兴市场中历练最深的创始人群体。

催化剂 1994

### Plano Real 终结超级通胀

真实货币（Real）以一比一的汇率与美元挂钩。几十年来第一次，价格稳定使长期品牌品质投资成为理性选择。一波消费品创业者随之涌现：弗朗卡的 Carmen Steffens、米纳斯吉拉斯的 Salon Line、圣保罗的 Surya Brasil、南大河州的 Weber Haus。这些创始人如今年龄介于 55 至 72 岁之间，正同步进入接班窗口。

催化剂 1995

### 巴西跻身全球第四大美妆市场

经济稳定释放了积压已久的消费需求。巴西天然化妆品行业爆发——不仅是 Natura 和 O Boticario，还有数十位独立创始人，以亚马逊、塞拉多与大西洋森林的植物成分为原料建立品牌。ABIHPEC 目录收录了 3396 家经 ANVISA 注册的企业；前五名仅占 47.8% 的市场份额。创始人主导品牌的长尾正是接班情报的藏身之处。

催化剂 2003

### 卢拉时代开启第二波消费浪潮

2003 年至 2014 年间，4000 万巴西人跻身中产阶级，消费市场规模翻番。第二批创始人群体随之兴起——卢拉时代的创业者，如今年龄在 42 至 55 岁之间，尚未进入接班窗口，但他们正在建立十年后举足轻重的品牌。两代人构成了巴西接班浪潮的层叠结构。

挣扎 2015

### 经济衰退与政治危机考验真实计划一代

巴西陷入 1930 年代以来最严重的经济衰退。雷亚尔对美元从 2.5 跌至 5.5，重创依赖进口的品牌。迪尔玛·罗塞夫遭弹劾，洗车行动（Lava Jato）调查动摇了许多企业依赖的政治关系网络。这是真实计划一代遭遇的第二场重大危机，淘汰了脆弱者，也淬炼了幸存者。

**挣扎** 2020

### 新冠疫情与货币贬值双重叠加

雷亚尔跌至历史低点。巴西新冠死亡人数位居全球第二，供应链断裂，线下零售大幅萎缩，数字商务加速普及。熬过 1993 年超级通胀的创始人，凭借深厚的危机管理积淀从容应对。许多人成功转型，其应对决策在 Exame、Forbes Brasil 和 PEGN 上留下翔实记录——这正是 Brandmine 整合叙事尽职调查素材的来源。

**危机** 2023

### Embelleze 创始人 82 岁辞世——接班悬而未决

Embelleze 创始人伊塔马尔·塞尔帕·费尔南德斯于 2023 年 7 月辞世。里约热内卢州检察院随即提起刑事指控，称其前妻涉嫌从遗产中挪用 1.22 亿雷亚尔。公司年营收约 5 亿雷亚尔，接班安排至今未定。此案并非个例，而是整个行业在无接班架构下，创始人一代离场所留下的第一道裂缝。

**危机** 2024

### 南大河州洪灾重创葡萄酒产区

南大河州史上最严重的自然灾害淹没了 Serra Gaucha 葡萄酒产区。Vale dos Vinhedos 的酿酒世家——包括正经历第三、四代传承的家族——凭借坚韧的运营应对渡过难关，相关记录散见于 APROVALE 通讯与地方媒体。这场危机为这一接班压力最为突出的行业，又添上了一层危机档案。

**突破** 2026

### IVA Dual 税制改革过渡期正式启动

巴西数十年来最重大的税制改革——以 26.5% 至 28% 的双轨增值税取代五项碎片化消费税——进入过渡期。对于创始人主导的家族企业而言，这意味着必须在过渡期固化旧税制遗留负债之前，完成产权与治理结构的重组。七年过渡窗口，也正是真实计划一代的接班决策窗口。两个时钟同步倒计时。

# 外联快速参考

| 指标   | 参考  |
|------|---|
| 拨号   | +55   |
| 货币   | 巴西雷亚尔 (R\$/BRL) ——自由浮动；汇率：bcb.gov.br  |
| 时区   | UTC-3 (巴西利亚时间；西部州为 UTC-4/-5)  |
| 工作周  | 周一至周五；法定 44 小时工作制下周六半天合法，但白领及办公室岗位已基本不执行  |
| 首都   | 巴西利亚  |
| 网络   | .br (国家域名)；常用.com.br  |
| 即时通讯 | WhatsApp 为主；Instagram (私信)；LinkedIn (B2B)   |
| 支付方式 | Pix 即时支付系统全面普及 (免费，全天候)；信用卡分期 (parcelamento)；boleto 用于 B2B 账单   |
| 银行   | 通过 SWIFT 实现完整国际接入；境内 Pix 即时支付系统占主导；银行卡与电汇均可使用   |
| 语言   | 葡萄牙语 (官方、商务)  |
| 签证   | 英国及大多数欧盟国家免签 (90 天)；美/加/澳自 2025 年 4 月起须办电子签证 (约 80 美元，多次入境)；法国及部分其他国籍自 2026 年 1 月起纳入电子签证要求——出行前请核实当前豁免名单。 |



# 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