



Китай: двойная волна, которая ломается сейчас

Китай

ОБЗОР СТРАНЫ

Первое издание | March 2026

Русское издание (также доступно на английском и китайском)



Brandmine



Китай: двойная волна, которая ломается сейчас

В Китае 55 миллионов частных предприятий, премиальный чайный сектор, где ни одна компания никогда не выходила на фондовый рынок, и сеть ресторанов, которая впервые привлекла внешний капитал в январе 2026 года — после 38 лет независимости. Две реформенные волны создали два поколения основателей, одновременно входящих в окно преемственности. Только 21% имеют план. Lunar Capital уже завершил 20 сделок. Двойная волна ломается сейчас.

ОСНОВНЫЕ ФАКТЫ

Размер рынка	ВВП \$18,5 трлн (2024), вторая экономика мира, 1,4 млрд потребителей и внутренний потребительский рынок объёмом свыше \$6 трлн в год
Уникальное преимущество	Две различные реформенные волны создали два перекрывающихся поколения основателей, оба одновременно приближающихся к преемственности — концентрация переходного давления без прецедента по масштабу и структуре среди развивающихся рынков
Главная проблема	Только 21% китайских семейных предприятий имеют официальные планы преемственности, политика одного ребёнка сократила пул преемников на 14%, и более 80% наследников второго поколения не хотят принимать бизнес — притом что кампании «Общего процветания» вынудили основателей снизить публичный профиль
Фактор времени	Основатели Волны 1 (1978–1992, сейчас 65–78 лет) уже глубоко в процессе перехода • основатели Волны 2 (поколение 下海 1992–2001, сейчас 53–65 лет) входят в окно — создавая сжатое наследственное событие, не имеющее аналогов ни на одном другом рынке

“Лишь 21% китайских семейных предприятий имеют планы преемственности, тогда как в мире этот показатель составляет 49%.”

Всеитайская федерация промышленности и торговли, Обследование частных предприятий

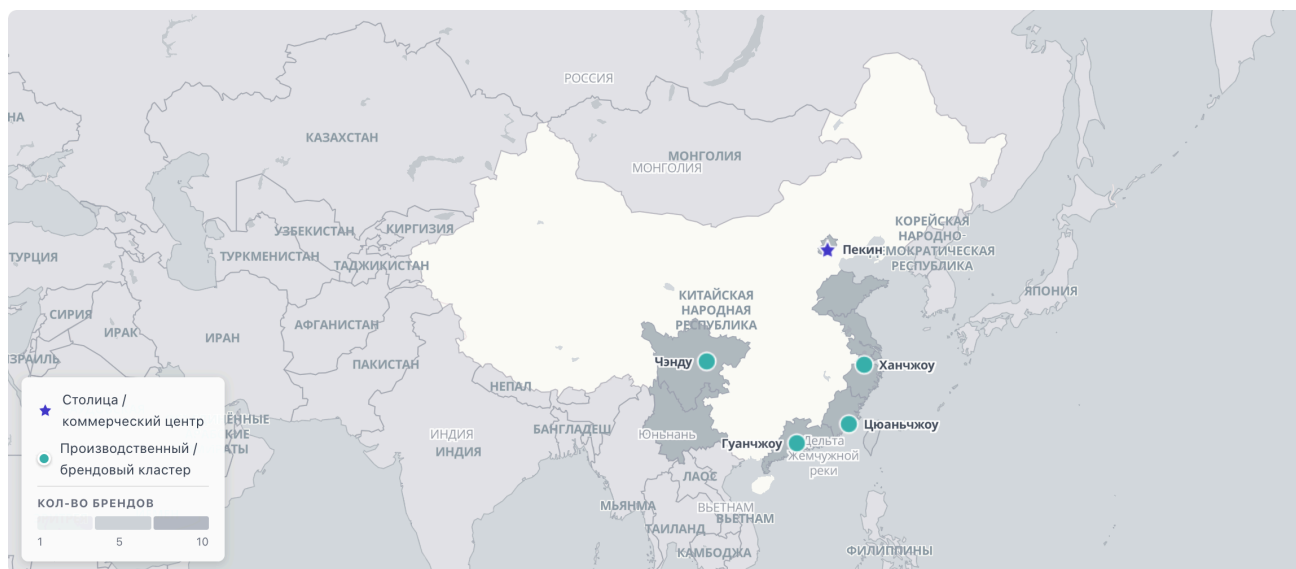
ВФПТ, 2024

РЫНКИ: Китай

СЕКТОРЫ: Чай и Кофе · Рестораны · Мода и Аксессуары · Спиртные напитки · Изысканные Продукты Питания ·
Натуральная Косметика · Ювелирные Изделия и Часы

ГЕОГРАФИЧЕСКИЙ КОНТЕКСТ

Три оси, одновременная преемственность: география основательских брендов Китая



© OpenStreetMap contributors · © CARTO

Потребительские бренды основателей распределены по трём осям — экспортному коридору дельты Жемчужной реки, предпринимательскому поясу Чжэцзяна и чайно-спиртовой зоне Сычуань–Юньнань — при этом давление преемственности Волн 1 и 2 одновременно охватывает все три оси по мере схождения двух реформенных поколений в окне перехода.

Активность брендов распределяется вдоль трёх осей: бренды дельты Жемчужной реки (Гуандун/Фуцзянь) с производственным происхождением, предпринимательский коридор Чжэцзяна (Ханчжоу/Вэньчжоу/Иу) и сельскохозяйственно-чайный пояс Сычуань–Юньнань. Пекин и Шанхай концентрируют премиальные услуги и моду. Географический разброс означает, что преемственный прессинг охватывает всё восточное побережье одновременно.

* * *

ПОРТРЕТ СТРАНЫ

Ни одна чайная компания никогда не выходила на биржу А-акций Китая. Ни одна – в секторе с примерно 150 ключевыми предприятиями и 1,5 миллионами связанных с чаем бизнесов по всей стране. Весь сектор премиального чая – бренды с многолетней историей, тысячами магазинов и основателями, выстроившими национальную дистрибуцию с нуля – остаётся невидимым для рынков капитала. Эта невидимость не случайна. Она определяет ландшафт основательских потребительских брендов Китая. И она вот-вот изменится.

Волна смены поколений основателей документирует синхронизированное событие преемственности, разворачивающееся на развивающихся рынках. Китайская версия структурно отличается от любого другого рынка в покрытии Brandmine. Это не одна волна, а двойная: два различных поколения основателей реформенной эпохи, созданных двумя разными историческими моментами, одновременно

сходятся в окне преемственности. Масштаб беспрецедентен. Информационный разрыв сокращается. Покупатели, которые первыми поймут структуру, будут работать по ценам, которых рынок после перехода уже не предложит.

Двойная волна и её форма

Частная коммерческая экономика Китая зарождалась не в один момент. Она накапливалась в двух отдельных волнах, каждая из которых сформировала поколение основателей с разным возрастом, разными бизнес-моделями и разным отношением к институциональному капиталу.

Первая волна сформировалась в эпоху реформ и открытости (1978–1992). Система семейного подряда, Особые экономические зоны, Закон о совместных предприятиях создали первое законное пространство для частной коммерческой деятельности. Основатели этого периода строили бизнес в производстве продовольствия, напитков, специализированных товаров и розничной торговле. Сегодня им от 65 до 78 лет. Многие глубоко вошли в окно преемственности. У большинства нет плана.

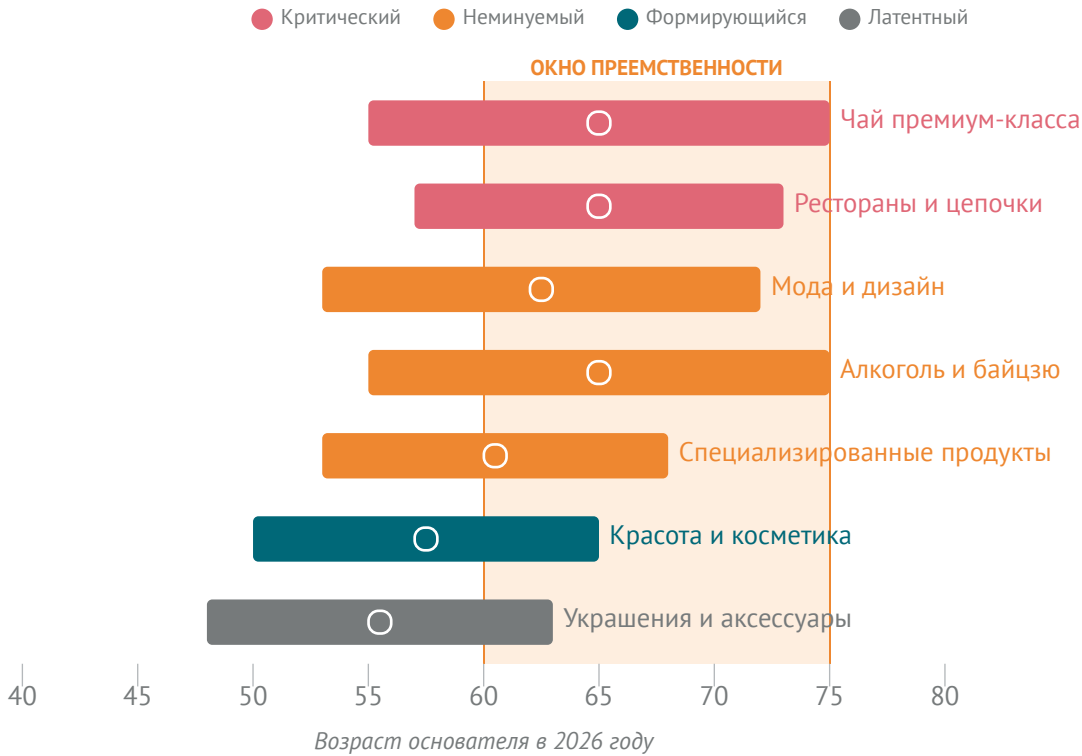
Вторая волна – численно большая и коммерчески более заметная – сформировалась вокруг Южного тура Дэна в 1992 году. Поездка в Шэньчжэнь и Чжухай вновь разожгла рост частного сектора. 下海 стало определяющей метафорой десятилетия: миллионы работников госсектора бросили стабильные места ради потребительских бизнесов в еде, моде, ресторанах и специализированных услугах. Основателям этой волны сейчас от 53 до 65 – они входят в окно преемственности, а большинство переходных решений ещё впереди.

Уникальность китайской двойной волны – в эффекте сжатия. Обе когорты частично перекрываются: основатели Волны 1 в диапазоне 65–78 лет и основатели Волны 2 в диапазоне 53–65 лет движутся одновременно. Чайный предприниматель 1982 года и основатель ресторанной сети 1995 года оба находятся в окне преемственности в 2026 году, в одинаково невидимом положении для институциональных баз данных.

ВОЗРАСТ ОСНОВАТЕЛЕЙ ПО СЕКТОРАМ

Где находятся китайские основатели в 2026 году

Две реформенные волны, одно окно – только 21% имеют план преемственности



Диапазоны возрастов основаны на данных секторного картирования и профилях основателей. Окно преемственности (60–75) основано на исследованиях PwC и INSEAD. Источник: анализ Brandmine.

Семь секторов, где ломается двойная волна

Секторное картирование Brandmine выявило пятнадцать кандидатных потребительских секторов в Китае. Семь демонстрируют значимую активность основательских брендов коммерческого масштаба. Топ-три – премиальный чай, сети ресторанов и мода – совокупно содержат ориентировочно от 200 до 300 брендов, отвечающих критериям переходной волны.

Сектор, которого рынки капитала никогда не касались

Ни одна чайная компания не совершила листинг на А-акциях. Восемь Ма Чай (八马茶业) пытались провести IPO, отозвали заявку и лишь недавно привлекли институциональный капитал. Huaxiangyuan (华祥苑) с 3 600 магазинами пыталась и бросила листинг. Zhengshandang (正山堂), изобретатель Цзинь Цзюньмэй, остаётся частной. Возрасты основателей охватывают обе когорты: предприниматели Волны 1, купившие государственные чайные фабрики в конце 1980-х, соседствуют с основателями Волны 2, выстроившими национальные премиальные бренды в период постВТО. Срочность преемственности: критическая.

Сеть, которая ждала 38 лет

В январе 2026 года Цзя Гоулун (贾国龙, р. 1967) впервые принял внешний капитал для Xibei – спустя 38 лет после основания ресторана в 1988 году с ¥2 000. Xibei достиг выручки ¥6,2 млрд и 370+ заведений исключительно на личном капитале основателя. В тот же месяц скандал вокруг полуфабрикатов обрушил выручку на 40–60%. Это не два отдельных события – это одна история: основатель, выстроивший исключительный масштаб без институциональных партнёров, впервые столкнулся с угрозой, которую личное антикризисное управление не может разрешить. Wallace (华莱士) – основанный в 2001 году братьями из Вэньчжоу, бывшими продавцами обуви – выстроил 20 000 заведений без единого известного институционального инвестора. Срочность преемственности: критическая.

Дизайнеры, которые сказали «нет» всем

Exception (例外), основанный в 1996 году Мао Цзихуном (毛继鸿, р. 1969) в Гуанчжоу, за 30 лет не взял ни одного юаня банковских кредитов или внешних инвестиций. Гуо Пэй (郭培, р. 1967) основала Rose Studio в 1997 году и создала самый международно признанный китайский Дом кутюр без институционального капитала. Волна преемственности «создателей второго поколения» (创二代) уже видима: в Hai Lan Home, Bosideng, Semir и Xtep дети основателей приняли операционные роли за последние три года. Среди 25–40 брендов среднего рынка без пресс-профилей – та же динамика, без эквивалентной инфраструктуры управления. Срочность преемственности: неминуемая.

Секторы в стадии формирования

Четыре дополнительных сектора заслуживают мониторинга. Частные дистилляты байцзю за пределами доминирующих ГП-брендов: 30–50 основательских брендов коммерческого масштаба, срочность неминуемая. Специализированные продукты и снеки: 40–60 брендов, основатели 53–68 лет, срочность неминуемая. Национальная косметика 国货美妆 – более молодая когорта (50–65 лет), срочность формирующаяся. Ювелирные украшения – ещё более молодой пул, срочность латентная на 2026 год.

«Общее процветание», разрыв наследников из-за политики одного ребёнка и двадцать сделок Lunar Capital

Двойная волновая структура придаёт китайскому кризису преемственности специфический характер, не воспроизводимый ни на одном другом рынке в сопоставимом масштабе.

«Общее процветание» создаёт информационную асимметрию, фактически противоположную проблеме малых рынков. В Монголии слишком мало брендов. В Китае слишком много – и после 2021 года те из них, кто находится в окне преемственности, намеренно ушли из публичного поля. Бренды не спрятаны. Спрятаны основатели. Информационный разрыв – не нехватка данных: у Китая самая обширная деловая пресса среди всех развивающихся рынков. Разрыв – в синтезе: какие бренды, в каких секторах, с каким давлением перехода.

Политика одного ребёнка действует как структурный мультипликатор всех факторов преемственности. Она сократила потенциальные пулы преемников на 14% во всей когорте. Сочетание демографии единственного наследника, зафиксированного ВФПТ отказа более 80% наследников второго поколения и отсутствия институциональной инфраструктуры преемственности создаёт разрыв без параллелей в России, Индии или Юго-Восточной Азии.

Lunar Capital – это сигнал. Эта гонконгская частная инвестиционная компания прямо нацелена на ситуации преемственности в потребительском секторе Китая и завершила 20 и более сделок по выкупу основательских потребительских брендов. Когда фирма строит всю инвестиционную тезу вокруг разрыва

преемственности в китайских потребительских брендах, подразумеваемая возможность интеллектуального анализа не спекулятивна. Она монетизируется прямо сейчас.

О чём двадцать сделок Lunar Capital говорят остальному рынку

Те, кто понял китайскую двойную волну раньше других, уже внутри. Hillhouse Capital, Boyu Capital и FountainVest завершили сделки в китайских потребительских брендах – хотя и не с инвестиционной тезой, специфически ориентированной на преемственность, которую применяет Lunar Capital.

Что меняется в 2026 году – это не существование возможности, а её видимость. Кризис Xibei, разыгранный в реальном времени на страницах 财新, 虎嗅 и 中国企业家杂志, впервые поместил риск преемственности в центр анализа китайских потребительских брендов. Переходы 创二代 в Hai Lan Home, Bosideng и Semir отслеживаются как отраслевое событие, а не как корпоративные объявления. Полное отсутствие чайного сектора на А-акциях обсуждается в инвестиционных кругах как аномалия, а не как норма.

Бренды, пережившие «Общее процветание» без институционального капитала, невидимы по замыслу, а не по случайности. Фуцзяньский чайный дом с 3600 магазинами и без листинга на А-акциях, гуанчжоуский дизайнер, тридцать лет отказывавшийся от институционального капитала, ресторанный основатель, впервые взявший внешние деньги в тот же месяц, когда его сеть потеряла 40–60% выручки, – это не скрытые активы, а сознательно закрытые. Данные, позволяющие определить, кто из тысяч основательских брендов среднего рынка попадает в полосы преемственности Волны 1 и Волны 2, существуют – в 财新, 人物, 三联 и материалах ВФПТ. Lunar Capital построил свою инвестиционную тезу на их синтезе. Покупатель, который прочитает архив профилей основателей в 2026 году, конкурирует за Zhuoyeqing, Xibei и Exception по ценам основателей; покупатель, который прочитает его после следующих двадцати сделок Lunar, конкурирует с мультипликатором выхода, в котором уже учтена премия за преемственность.

КЛЮЧЕВОЙ ВЫВОД

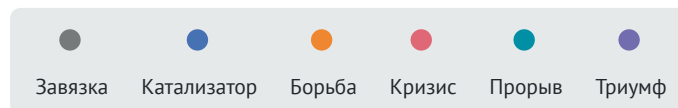
Бренды, пережившие «Общее процветание» без институционального капитала, не прячутся – они невидимы по умыслу. Эта невидимость временна. Окно для первого хода открыто сейчас.

* * *

ХРОНОЛОГИЯ ТРАНСФОРМАЦИИ

Поколение двойной волны, 1978–2026

От реформ Дэн Сяопина 1978 года до первого привлечения внешнего капитала Xibei в 2026-м – две перекрывающиеся реформенные волны сжали весь кризис преемственности Китая в единый одновременный перелом.



ЗАВЯЗКА 1978**Дэн Сяопин запускает реформы и открытость**

Система семейного подряда, Особые экономические зоны в Шэньчжэне и трёх других городах, новый закон о совместных предприятиях создают первое законное пространство для частного предпринимательства с 1949 года. Поколение основателей Волны 1 — сейчас им от 65 до 78 — начинает строить бизнес в производстве продовольствия, напитков и розничной торговле в эпоху, когда частная собственность едва законна.

КАТАЛИЗАТОР 1984**Городская реформа распространяется на 14 прибрежных городов**

Реформенная модель переходит из сельских деревень к городским предприятиям. Посёлковые и деревенские предприятия становятся главным инструментом частного предпринимательства. Ориентированные на потребителя бизнесы — продовольствие, напитки, текстиль, специализированные товары — начинают формировать коммерческую инфраструктуру ландшафта основательских брендов современного Китая.

КАТАЛИЗАТОР 1988**Положение о частных предприятиях легализует собственность**

Впервые с момента основания Народной Республики нормативные акты прямо признают частные предприятия юридическими лицами. Цзя Гоулун основывает Xibeі с ¥2 000 в этом году. Когорта основателей, начавших бизнес между 1978 и 1992 годами, сейчас в возрасте от 65 до 78 — и у большинства нет плана преемственности.

КАТАЛИЗАТОР 1992**Южный тур Дэна зажигает поколение 下海**

Инспекционная поездка Дэна Сяопина в Шэньчжэнь и Чжухай вновь разжигает рост частного сектора после застоя, вызванного событиями на Тяньаньмэнь. 下海 (сяхай — «погружение в море бизнеса») становится главной метафорой десятилетия. Миллионы работников госсектора бросают стабильные места, чтобы основать потребительские бизнесы. Это когорта Волны 2 — сейчас им от 53 до 65.

КАТАЛИЗАТОР 2001**Вступление в ВТО открывает мировые рынки**

Вступление Китая в ВТО создаёт экспортный бум и расширение внутреннего потребительского рынка, усиливающее обе когорты. Бренды Волны 1 в продовольствии и специализированных товарах достигают национального масштаба. Бренды Волны 2 в моде, ресторанах и бьюти-услугах закладывают потребительские категории, которые позднее поднимет движение 国潮 (национальная волна).

КРИЗИС 2008**Меламиновый скандал меняет доверие к продовольственным брендам**

Заражение детского питания меламином, унёсшее шесть жизней и отравившее 300 000 детей, запускает системную переоценку китайских продовольственных брендов. Основательские бренды в еде, напитках и специализированных ингредиентах, сохранившие стандарты качества в этот кризис, приобретают устойчивые преимущества доверия — кризисную документацию, составляющую материал для Narrative Due Diligence.

КРИЗИС 2015**Обвал фондового рынка и девальвация юаня**

Шанхайский индекс теряет 40% за два месяца. Юань девальвируется на 3% за один день. Основательские потребительские бренды, пережившие кризис без институционального капитала, доказывают свою операционную устойчивость. Обвал также запускает волну государственно направленной консолидации в секторах с присутствием ГП, обостряя разграничение между частными основательскими брендами и государственно связанными предприятиями.

КРИЗИС 2020**Карантины COVID проверяют всю когорту**

Расширенные карантинные меры Китая — кульминацией которых стал 76-дневный уханьский локдаун и шанхайский локдаун 2022 года — одновременно испытывают каждый потребительский бренд. Сети ресторанов, пережившие без институционального капитала, демонстрируют устойчивость иного порядка. Кризисная документация 2020–2022 годов — богатейший единый источник материала NDD для китайских потребительских брендов.

БОРЬБА 2021

«Общее процветание» загоняет основателей в тень

Регуляторная кампания Си Цзиньпина «Общее процветание» разит технологии, образование и недвижимость с сокрушающей силой. Потребительские бренды в основном не пострадали — но основатели становятся крайне осторожными в раскрытии личного благосостояния и публичной видимости. Эффект для институциональных инвесторов парадоксален: пул брендов не изменился, но сигнальный слой исчезает. Основатели, и без того невидимые для западных баз данных, становятся невидимыми и для отечественных платформ.

ПРОРЫВ 2026

Xibeі впервые привлекает внешний капитал спустя 38 лет

В январе 2026 года Цзя Гоулун — основавший Xibeі в 1988 году с ¥2 000 и выстроивший выручку ¥6,2 млрд и 370+ заведений — впервые принимает внешний капитал. В тот же месяц скандал вокруг полуфабрикатов обрушивает выручку на 40–60% и грозит закрытием 102 заведений. Сигнал недвусмыслен: основатели Волны 1 и ранней Волны 2 находятся в точке перегиба. Окно преемственности открыто.

Справочник для контактов

Показатель	Справка
Телефон	+86
Валюта	Китайский юань жэньминьби (¥ / CNY / RMB) — актуальный курс: pbc.gov.cn
Часовой пояс	UTC+8 (стандартное время Китая — без летнего; единый часовой пояс по всей стране)
Рабочая неделя	Пн–Пт; ~5 обязательных отработочных суббот в год (补班) в период крупных праздников
Столица	Пекин (北京)
Интернет	«Великий китайский файервол» активен — для Google, WhatsApp и западных платформ требуется VPN; WeChat — основной B2B-канал
Мессенджеры	WeChat (微信) — основной мессенджер; WeCom (企业微信) для корпоративного общения — WhatsApp, Telegram, Messenger заблокированы (VPN нестабилен)
Платёжные системы	Alipay 支付宝 + WeChat Pay 微信支付 доминируют (>90% розницы); QR-оплата повсеместно; UnionPay для карт; наличные практически не используются
Банковское дело	Международные переводы через SWIFT; расчёты в юанях — через CIPS (новые правила с февраля 2026 г.); конвертация валюты требует одобрения регулятора SAFE — риск вторичных санкций США растёт (предупреждение Минфина китайским банкам, апрель 2026 г.). Уточняйте актуальный статус соответствия перед началом сотрудничества.
Языки	Путунхуа (мандаринский, деловой стандарт); английский ограничен вне международных компаний
Въезд	Требуется деловая виза (категория M) или приглашение; безвизовый транзит 240 часов доступен в 65 пунктах пропуска 24 провинций для граждан 55 стран (включая США, Великобританию, ЕС). Уточняйте актуальные правила.



Об этом исследовании

Этот отчёт основан на 0 верифицированных источниках на 1 языке — первичных документах, интервью с основателями и отраслевой прессе. Каждая цифра и каждое утверждение подтверждены независимыми источниками.

Полная методология на brandmine.ai.

О BRANDMINE

Выдающиеся бренды, основанные предпринимателями. Проверенная устойчивость. Готовы сегодня.

Brandmine предоставляет структурированную аналитику по брендам основателей на развивающихся рынках — исследования на языке оригинала, структурированные для принятия инвестиционных решений, в формате специализированных отчётов.

Контакт: hello@brandmine.ai Аналитические отчёты Brandmine: brandmine.ai/intelligence/

ТАКЖЕ ДОСТУПНО ОТ BRANDMINE

ПРОФИЛЬ УСТОЙЧИВОСТИ БРЕНДА

Полная дуга трансформации, географическая аналитика и бизнес-обзор одного бренда. 15 страниц верифицированной аналитики.

ПРОФИЛЬ УСТОЙЧИВОСТИ ОСНОВАТЕЛЯ

Личная дуга основателя от истоков до прорыва. Верифицировано через исследования на родном языке и первичные источники.

КАРТА РЫНКА

Профили всех верифицированных брендов в секторе — географическое распределение, хронология рынка и обзоры основателей. 25–40 страниц.

СЕКТОРАЛЬНЫЙ АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОТЧЁТ

Аналитика по всему сектору. Все бренды — на уровне обзора, плюс полные дуги трансформации шести брендов, каждый из которых представляет отдельный архетип кризиса. 90–120 страниц.

Набор в PT Serif и PT Sans. Вёрстка в Typst. Цвета оптимизированы для профессиональной печати.

Карты созданы с MapLibre GL · Подложка CARTO Positron · © участники OpenStreetMap

Издан одновременно на английском, русском и китайском языках.

Исследование на русском языке.

Первое издание · March 2026

Выдающиеся бренды,
основанные
предпринимателями.
Проверенная устойчивость.
Готовы сегодня.

**Выдающиеся бренды, основанные
предпринимателями.
Проверено 250+ в развивающихся
рынках.**

Профили устойчивости бренда · Профили устойчивости
основателя
Карты рынка · Секторальные аналитические отчёты

Структурированные исследования потребительских брендов
развивающихся рынков, основанных предпринимателями.
Издания на английском, русском и китайском языках.

brandmine.ai/intelligence/

✉ hello@brandmine.ai

🌐 www.brandmine.ai

© 2026 Brandmine. Все права защищены.

v1.0.3