



Лаос: то, за чем никто не наблюдал

Лаос

ОБЗОР СТРАНЫ

Первое издание | April 2026

Русское издание (также доступно на английском и китайском)



Brandmine



ОБЗОР СТРАНЫ

Лаос: то, за чем никто не наблюдал

Лаос экспортирует 50 000 тонн кофе в год — с одного плато. Оба бренда, создавших этот рынок, принадлежат основателям под семьдесят. Оба передают бизнес дочерям. Ни один из них не попал ни в одну институциональную базу данных. Весь частный сектор страны возник за пятнадцать лет. Теперь он стареет одновременно.

ОСНОВНЫЕ ФАКТЫ

Размер рынка	ВВП ~\$19,5 млрд • 7,5 млн потребителей • наименьшая экономика АСЕАН — давление смены поколений в кофе и бутик-гостиничном секторе
Уникальное преимущество	ГИ плато Болавен (\$100+ млн экспорта) • UNESCO Луанг Прабанг пережил 30-месячное закрытие • шёлкоткачество с основателями в окне передачи
Главная проблема	~152 госпредприятий доминируют в стратегических секторах • НРПЛ скрывает структуру собственности • буддийские нормы делают передачу нежелательной
Фактор времени	Основатели 62–82 лет — кризис кипа (обесценивание 88,5%, 2022–2024) ускоряет вынужденные выходы • ведущие бренды уже прошли окно передачи

“Два крупнейших кофейных экспортёра Лаоса работают в совокупности более 60 лет, подготовили семейных преемников и вышли на глобальное распределение — однако ни один из них не фигурирует в PitchBook, Bloomberg или каком-либо азиатском отраслевом докладе.”

Brandmine Research, Страновой обзор

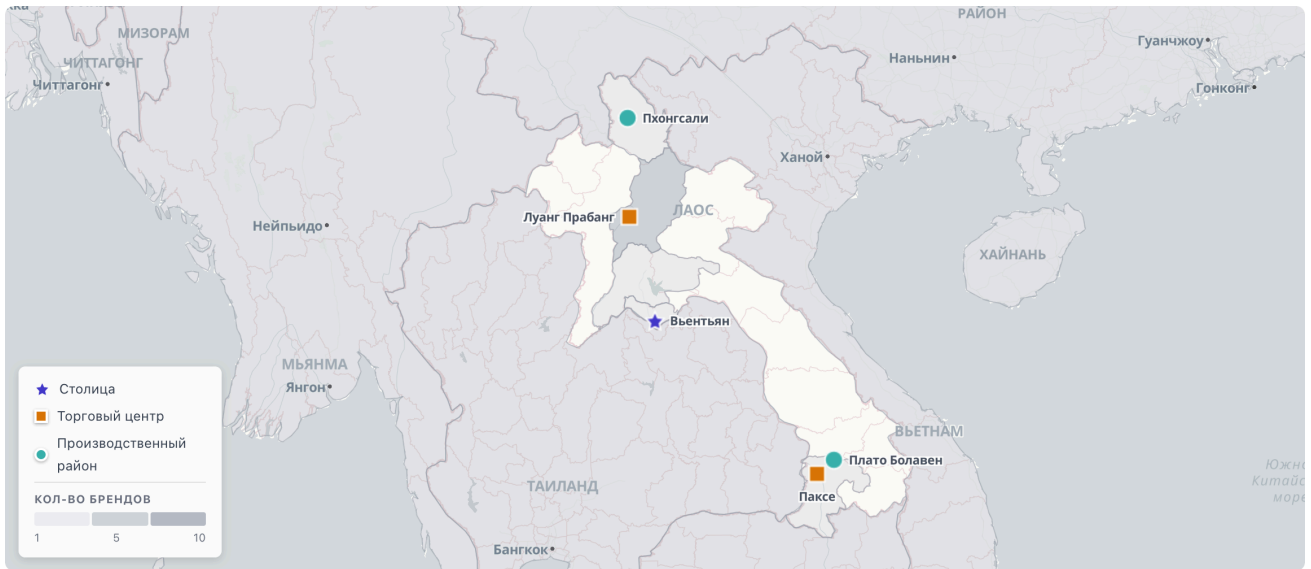
Brandmine, 2026

РЫНКИ: Лаос

СЕКТОРЫ: Чай и Кофе · Бутик-Гостеприимство · Традиционные Ткани и Текстиль · Изысканные Продукты Питания · Натуральная Косметика

ГЕОГРАФИЧЕСКИЙ КОНТЕКСТ

Плато Болавен, Луанг Прабанг, Фонгсали: три основательских ареала Лаоса



© OpenStreetMap contributors · © CARTO

Плато Болавен даёт 95% лаосского кофе силами двух семей; гостиничный бизнес Луанг Прабанга создан вернувшимися эмигрантами; Фонгсали — древний чай. Три ареала, невидимых для глобального капитала.

Активность брендов сосредоточена в двух зонах — Вьентьян (регистрация бизнеса и розница) и Луанг Прабанг (туризм и артизанное производство) — с третьим сельскохозяйственным полюсом на плато Болавен на юге.

* * *

ПОРТРЕТ СТРАНЫ

Двое основателей, построивших лаосскую кофейную экспортную индустрию, провели в совокупности более шестидесяти лет на плато Болавен, обучили дочерей принять управление — и остались совершенно невидимыми для каждой инвестиционной базы данных на планете. Один из них — Синук Сисомбат, вернувшийся из Франции, чтобы в 1994 году основать первую брендированную кофейную компанию Лаоса, — по оценкам, находится в возрасте от семидесяти с небольшим до начала восьмидесятых. Другая — Леуанг Литданг из Dao-Heuang Group — создала крупнейшую частную компанию страны из небольшой импортно-экспортной операции. Ей около 73 лет. Оба процесса передачи бизнеса уже идут. Ни один из них не фигурирует ни в PitchBook, ни в Bloomberg, ни в каком-либо отраслевом отчёте по потребительскому сектору Юго-Восточной Азии.

Вот в чём своеобразие лаосской частной потребительской экономики: она создана поколением основателей, которые по любым разумным меркам были исключительными, — и задокументирована почти целиком по-тайски и по-лаосски, в отраслевых бюллетенях, которые не читает ни один

институциональный инвестор, в стране, куда международный капитал почти никогда не утруждался заглянуть. Реформы «Нового экономического механизма» 1986 года создали пространство для частного предпринимательства. Азиатский кризис 1997-го испытал его жестоко. COVID-19 едва не уничтожил. А долговой кризис 2022–2024 годов – обесценивание кипа на 88,5%, инфляция 41,3% – делает то, чего прежние потрясения не делали: вынуждает основателей, у которых закончилось время ждать, к досрочному выходу.

Сжатая волна

Частный сектор Монголии возник примерно за два-три года после демократической революции 1990 года. Это принесло ей статус наиболее острого случая «сжатой волны» в исследованиях Brandmine по преемственности. Лаос отличается по степени, но схож по природе: весь реформационный цикл НЭМ с 1986 по 2005 год – девятнадцать лет – создал когорту основателей с нуля. Не было ни сложившегося класса капиталистов, ни купеческой традиции, ни накопленных институциональных знаний о том, как строить, передавать или продавать частный бизнес. Каждый основатель учился с первых принципов.

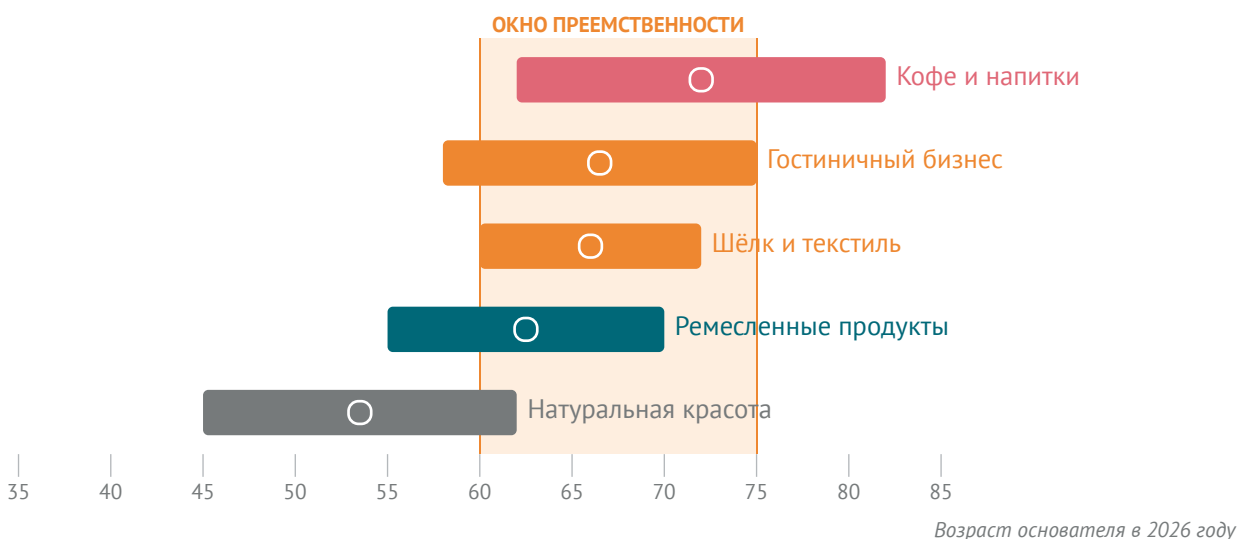
Основатели, которые заполнили открывшуюся пустоту, – зачастую вернувшиеся члены диаспоры, бывшие чиновники или мелкие торговцы – не имели ни шаблонов, ни наставников, ни институциональной инфраструктуры. Строили на личных связях, семейном труде и торговом кредите. Их бизнесы по замыслу неотделимы от их личностей.

Возрастные группы основателей по секторам отражают хронологию волны. Старейшая когорта – кофе и часть гостиничного сектора – стартовала в конце 1980-х и начале 1990-х, когда условия и риски основания были максимальными. Сейчас им за шестьдесят-восемьдесят. Когорта с неминуемой угрозой – остальная часть гостиничного сектора и шёлкоткачество – подтянулась в середине 1990-х, после того как вступление в АСЕАН снизило часть регуляторной неопределённости. Им сейчас в начале и середине шестидесятых. Молодая формирующаяся когорта – преимущественно артизанские продукты питания – в середине пятидесятых и начале семидесятых. Натуральная красота фактически не достигла стадии передачи: сектор так и не консолидировался выше уровня микроартизанного.

ВОЗРАСТ ОСНОВАТЕЛЕЙ ПО СЕКТОРАМ

Где находятся лаосские основатели в 2026 году

Пять секторов, одно окно – первое поколение предпринимателей входит в зону преемственности



■ Критический ■ Неминуемый ■ Формирующийся ■ Латентный

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

Железная дорога Лаос – Китай, открывшаяся в декабре 2021 года, меняет условия, пока часы передачи бизнеса идут. Китайский турпоток вырос на 63% только в 2024 году; международные гостиничные сети впервые открывают объекты во Вьентьяне. Бренды, позиционированные на китайских туристов и экспорт через железнодорожный коридор, получают попутный ветер – которого нет у ориентированных на внутренний рынок. Волна движется неравномерно: между теми, у кого выручка в долларах, и теми, кто застрял в кипе.

Ещё одно осложнение, специфическое для Лаоса: это наиболее непрозрачный рынок Юго-Восточной Азии для исследований на английском языке. Тайскоязычная пресса – Bangkok Post, The Nation, тайские деловые издания – освещает лаосские кофейный и туристический секторы значительно глубже любого англоязычного источника: Таиланд – крупнейший торговый партнёр Лаоса, тайский капитал работает в стране десятилетиями. Лаосские справочники, реестры НТПЛ и отраслевые ассоциации публикуют материалы, которые никогда не переводились и не синтезировались для международной аудитории. Это не незначительный пробел. Двое наиболее задокументированных основателей лаосской потребительской среды – Леуанг Литданг из Dao-Heuang и Синук Сисомбат из Sinouk Coffee – имеют биографические материалы по-тайски, по-французски и по-лаосски, которые потребовали лет для извлечения и которые ни одна инвестиционная база данных никогда не агрегировала.

Кто уже в окне

Кофе и специализированные напитки – два подтверждённых объекта, критическая срочность. Плато Болавен – одна из наиболее самобытных географий одиночного происхождения кофе в Юго-Восточной Азии: высокогорье, вулканическая почва, стабильные осадки, зарегистрированное географическое указание, экспорт свыше \$100 млн в год. Dao-Heuang Group и Sinouk Coffee построили этот рынок с нуля. Оба основателя – в семидесятых, оба передают бизнес дочерям (Боонхеуанг Литданг в Dao-Heuang, Сирина Сисомбат-Эрви в Sinouk). Процессы передачи задокументированы, многолетние – и, что важно, уже частично публичны в тайской и английской деловой прессе. НДД-материал существует. Он просто никогда не был собран воедино. Помимо этих двух якорей, плато Болавен имеет вторичный ярус более мелких обжарщиков и плантационных брендов, основатели которых могут быть невидимы даже для тайских СМИ. *Кофе – точка входа. Ни один другой сектор Лаоса не предлагает такого сочетания подтверждённых брендов, задокументированных основателей и активных событий передачи.*

Бутик-гостиничный сектор – от пяти до двенадцати кандидатов, неминуемая срочность. Статус Лаоса как объекта Всемирного наследия ЮНЕСКО (Луанг Прабанг, Ват Фу) создал артизанную гостиничную среду, которой не могло бы существовать ни в одной менее самобытной стране. Экосистема Satri House – отель Satri House, Luang Say Mekong Cruises, Luang Say Lodge, четыре дополнительных объекта – построена Лампхоун Воравонгсой, лаосской женщиной, вернувшейся из Франции после тридцати лет в изгнании и назвавшей отель «Домом женщин». Luang Say Cruises полностью прекратила работу на пять лет во время COVID, прошла полную реновацию и открылась в 2025 году, назвав это «возрождением». Souphattra Hotels/Lao Derm Group предлагает многогородской портфель, который, вероятно, превышает порог \$5 млн, однако личности основателей остаются непрозрачными для англоязычных исследований.

Пандемийный кризис – определяющее событие для каждого бренда Луанг Прабанга: 80% предприятий закрылось, 70% работников туризма потеряли доход. Выжившие бренды – непаханое поле задокументированных историй о том, что делают основатели, когда всё останавливается. *Отраслевой обзор лаосского бутик-гостиничного сектора включён в дорожную карту исследований Brandmine.*

Шёлк и традиционный текстиль — от трёх до восьми брендов, неминуемая срочность. У Лаоса ткацкая традиция насчитывает века, практик, признанный ЮНЕСКО (Конгтхонг Нантхавонгдуангси из Phaeng Mai Gallery, премия 1992 года), и экспат-основатель (Кэрол Кэссиди из Lao Textiles), чьи 35 с лишним лет в Лаосе генерировали больше опубликованного НДД-материала, чем любой лаосский национальный бренд за пределами кофе. Проблема — выручка: большинство задокументированных брендов работают в диапазоне \$1–3 млн, ниже стандартного порога Brandmine в \$5 млн. Аргумент в пользу рекалибровки порогов для Лаоса — с признанием того, что \$5 млн означают принципиально иное достижение в экономике объёмом \$19,5 млрд, нежели в Индии или Индонезии, — наиболее весом именно здесь.

Рекомендуется отраслевой скоринг перед выделением исследовательских ресурсов.

Артизанские продукты питания и приправы — от двух до пяти кандидатов, формирующаяся срочность. Падэк (ферментированная рыбная паста), лаосские острые соусы, дикий мёд — продукты, знакомые лаосцам поколениями. Брендированными потребительскими продуктами с основателями, историями и экспортными амбициями они стали совсем недавно. Единственный идентифицированный игрок с брендowymi намерениями — Хаобангрупп — нидерландско-лаосского происхождения и с выручкой ниже \$500 тыс. Что могут обнаружить лаосскоязычные справочники НТПЛ — неизвестно; сектор непрозрачен для английских исследований. Когорта основателей, если она существует на коммерческом уровне, вероятно, относится к формирующейся полосе срочности: достаточно зрелая, чтобы иметь бренд, достаточно молодая, чтобы продолжать строить.

Натуральная красота и велнес — латентная срочность. Сырьевая база существует: травы Меконга, высокогорные растения, традиционные знания лаосской медицины. Основательского потребительского бренда, консолидировавшего это сырьё в международно-продаваемый продукт коммерческого масштаба, пока нет. Восемьдесят процентов косметики в Лаосе импортируется из Таиланда. Микроартизанские бренды, появившиеся (Saoban, Lao Natural), работают ниже \$500 тыс. и без идентифицируемых основателей. Сектор стоит мониторить — история про сырьё реальна, китайский туристический рынок в итоге создаст спрос, — но пока это не объект передачи бизнеса.

Почему Лаос читается иначе

Каждая сжатая волна основания порождает специфический кризис передачи. В Монголии волна была настолько короткой — два-три года, — что весь частный сектор вошёл в период передачи почти одновременно, без поколенческого разброса, который позволил бы ранним передачам служить моделью для поздних. В Лаосе волна чуть длиннее — примерно пятнадцать лет, — но структурный исход схож. Основатели учились с нуля. Начали строить одновременно. И столкнулись с давлением передачи в узком промежутке.

Что делает Лаос особым — не сжатость волны, а её контекст. Нормы буддизма Тхеравады, пронизывающие повседневную жизнь по всей стране, делают планирование передачи бизнеса нежелательным. Формально готовиться к собственному уходу — значит признавать смертность; передавать бизнес ребёнку при жизни — значит умалять собственный статус. Это не маргинальное соображение. Структурный культурный барьер подавляет планирование передачи по всей когорте основателей — вне зависимости от возраста или размера бизнеса.

Институциональный провал усиливает культурный барьер. Фондов прямых инвестиций, специально работающих с основательскими потребительскими брендами в Лаосе, нет. Национальная торгово-промышленная палата Лаоса (НТПЛ) ведёт реестр зарегистрированных предприятий, но функций по сопровождению передачи не имеет. Ни один университет не предлагает программы по управлению семейным бизнесом. Двое основателей, осуществивших наиболее заметные передачи, — Леуанг Литданг и Синук Сисомбат — сделали это через семейные механизмы (поэтапное вовлечение дочерей на протяжении десятилетия), а не через институциональные рамки.

Траектория Dao-Neuang показательна. Боонхеуанг Литданг пришла в компанию примерно двенадцать лет назад; её описывают как ведущую «постепенный управленческий переход». Её брат Хоуи управляет гостиничным бизнесом. Несколько детей занимают руководящие должности. Вот как выглядит структурированная передача в Лаосе: не формальный процесс, не сделка с участием PE-фонда, а постепенное семейное поглощение управленческих полномочий на протяжении десятилетия. Это работает – когда есть готовые наследники и основатель, способный делиться контролем. Не работает, когда основатель не готов делиться, когда наследники не заинтересованы, или когда кризис кипа сдвигает сроки выхода раньше, чем семейный механизм оказывается готов.

Не у каждого основателя эпохи НЭМ есть своя Боонхеуанг или своя Сирина. У большинства основательских компаний Лаоса нет ни задокументированных наследников, ни механизма передачи, ни институциональной инфраструктуры. На рынке, где прямых инвестиций фактически нет, стандартный исход – не продажа по справедливой цене, а преждевременная ликвидация или передача по кризисным ценам. Инструментов для нормальной сделки не существует.

Период и его значение

Кризис кипа создал два Лаоса для основательских брендов. Кофе и бутик-гостиничный сектор – оба с существенной долларовой выручкой от экспорта и иностранного туризма – перенесли обесценивание болезненно, но выжили. Долларовая выручка при кипровых затратах. Реальная стоимость бизнеса в терминах потенциального приобретения для иностранного покупателя фактически возросла. Ориентированным на внутренний рынок – артизанским продуктам питания, текстилю для местных покупателей, косметике в кипах – кризис уничтожил балансы и ускорил часы выхода.

Это расслоение происходит прямо сейчас. Основатель, который мог бы продержаться ещё пять лет до серьёзного разговора о передаче, вынужден рассматривать варианты раньше – монетарная реальность диктует. Бренд, который в спокойном рынке стоил бы \$3 млн, оценивается по кризисным ценам. Период, в течение которого эти основатели доступны, их истории поддаются документированию, а бренды – оценке, – не будущее событие. Это нынешнее состояние, которое активно закрывается.

Железная дорога Китай – Лаос добавляет третье измерение. Китайские покупатели и инвесторы приходят в Лаос в масштабах, которых прежние потоки капитала не знали. Они смотрят на гостеприимство, сельское хозяйство, продовольственные цепочки. Специалистами по разведке передачи бизнеса они не являются. Но они приходят с капиталом и интересом – а это значит: наиболее коммерчески привлекательные основательские бренды в кофе и гостеприимстве впервые попадают в поле зрения потенциальных покупателей, способных действовать.

К северу от кофейного плато, в провинции Пхонгсали, чайные деревья возрастом 400–800 лет дают маоча, уходящий к китайским покупателям – ГУ разрабатывается по образцу болавенского, но лаосского брендированного чая пока нет. Стоимость извлекается; капитал бренда – нет.

Данные по Dao-Neuang, Sinouk, Satri House и Luang Say существуют – в тайской деловой прессе, в документации ЮНЕСКО, в материалах торговых ассоциаций, в интервью с основателями, которые никогда не синтезировались в бриф, с которым инвестор может работать.

Лаосские основатели строили десятилетиями на рынке, который институциональный капитал никогда не счёл нужным изучить. Две женщины, заложившие кофейный сектор, прошли через азиатский кризис, через кризисы кипа, через закрытие границ, длившееся два с половиной года. Их дочери – Бунхьянг Литданг и Сирина Сисомбат-Эрви – завершают передачу в тайской и лаосской отраслевой прессе, которую ни один аналитик PitchBook не читает. Железная дорога приводит китайских покупателей во Вьентьян – с капиталом и без контекста. Тот, кто первым задокументирует Болавенское плато, задаст условия для всех, кто приедет после.

КЛЮЧЕВОЙ ВЫВОД

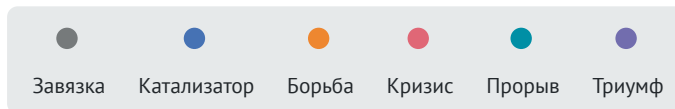
Когда частный сектор формируется за одну реформенную волну, давление преемственности охватывает все отрасли одновременно — и закрывает окно для тех, кто не готов.

* * *

ХРОНОЛОГИЯ ТРАНСФОРМАЦИИ

Поколение одного плато, 1986–2024

От Нового экономического механизма 1986 года до обвала кипа на 88,5% в 2022–2024 годах — основательское поколение создало единственные глобально конкурентоспособные экспортные категории страны и входит в преемственность вне поля зрения инвестиционных баз данных.



ЗАВЯЗКА 1975

Революция Патет-Лао — частное предпринимательство упразднено

Движение Патет-Лао при поддержке Вьетнама и СССР берёт власть и провозглашает Лаосскую Народную Демократическую Республику. Весь частный бизнес национализирован; вводится командная экономика советского образца. Профессиональный и торговый класс — преимущественно этнические китайцы и городские лаосцы — бежит в Таиланд и Францию. Поколение, которое в итоге построит лаосский потребительский сектор, ещё не родилось, находится в детском возрасте или в изгнании.

КАТАЛИЗАТОР 1986

Чинтанакан Май — частное предпринимательство легализовано

Реформы «Нового экономического механизма» (Чинтанакан Май) демонтируют централизованное планирование и впервые за одиннадцать лет разрешают частный бизнес. Политика следует за вьетнамским Дой Мой с разрывом в несколько месяцев — обе страны реагируют на один и тот же сигнал о распаде СССР. По региональным меркам реформы скромные, но для страны, начинающей с нуля, — это всё.

КАТАЛИЗАТОР 1991

Основан Dao-Neuang Group — начинается кофейная торговля

Леуанг Литданг и её муж Хао открывают небольшую импортно-экспортную операцию в Вьентьяне. За десятилетие они переориентируются на кофе плато Болавен и строят то, что станет крупнейшей частной компанией Лаоса. История их начала — задокументированная в тайском мюзикле Cheewit Likit Eng — описывает жесточайшие ранние годы. Бизнес финансировался исключительно из личных сбережений и торговой выручки: ни банковского кредитования, ни иностранного партнёра. Учебниковое формирование основателя эпохи НЭМ.

КАТАЛИЗАТОР 1994

Основан Sinouk Coffee — возвращается человек из диаспоры

Синук Сисомбат, покинувший Лаос ребёнком и проживший тридцать лет во Франции, возвращается, чтобы вместе с отцом основать Sinouk Coffee на плато Болавен. Создает первый лаосский кофе с прицелом на европейский экспорт — капсулы Nespresso, сеть кафе, курорт Болавен, — а также стоит у истоков Лаосской кофейной ассоциации. Франция удостоивает его звания Chevalier de l'Ordre National du Mérite Agricole. В середине 1990-х он одновременно диаспорный возвращенец, строитель бренда и отраслевой лоббист.

КРИЗИС 1997**Вступление в АСЕАН и азиатский финансовый кризис — стресс-тест**

Лаос вступает в АСЕАН в июле 1997-го. Три месяца спустя грянул азиатский финансовый кризис. Кип теряет 80% стоимости. Предприятия с долларовыми долгами оказываются на грани немедленного банкротства. Большинство выживших основателей эпохи НЭМ держатся, торгуя за наличные, без иностранного долга и продавая преимущественно внутри страны. Кризис уничтожает слабых и закаляет тех, кто остался, — на десятилетия вперёд.

ПРОРЫВ 2004**PNTR открывает западные экспортные каналы**

Режим постоянных нормальных торговых отношений с США (PNTR) впервые даёт лаосским экспортёрам льготный доступ на американский рынок. Кофе, текстиль и хендмейд-бренды, достаточно зрелые для экспорта, получают попутный ветер. Sinouk и Dao-Neuang первыми переориентируются на международных покупателей. Плато Болавен начинает строить репутацию в кругах специализированного кофе. Экспортная инфраструктура, которая впоследствии поддержит коммерческий масштаб сектора, тихо закладывается именно в эти годы.

ПРОРЫВ 2012**Лаосская фондовая биржа — первые шаги институционализации**

Лаосская фондовая биржа открывается с двумя листинговыми компаниями. Это скорее символический жест в сторону институциональных рынков капитала, нежели функциональный механизм: к 2026 году листингов набирается лишь с дюжину. Но сигнал есть. Для основателей эпохи НЭМ, строивших бизнес более двух десятилетий, биржа — свидетельство того, что институциональная инфраструктура медленно складывается. Слишком медленно, чтобы помочь с передачей бизнеса. Достаточно быстро, чтобы на горизонте появились потенциальные покупатели.

КРИЗИС 2020**Закрытие границ из-за COVID — 30 месяцев нулевого туризма**

В начале 2020 года Лаос закрывает границы. Они остаются закрытыми 30 месяцев — дольше, чем в любой другой стране АСЕАН. Для бутик-гостиничного сектора Луанг Прабанга это экзистенциальный удар: 80% предприятий закрываются, 70% работников туризма теряют доход. Выжившие сочтали разворот на внутренний рынок, ремонт в период закрытия и вложение собственного капитала. Satri House и Luang Say Mekong Cruises называют своё открытие в 2025 году «возрождением». Пандемийный кризис — богатейший источник задокументированных историй устойчивости лаосских основателей.

ПРОРЫВ 2021**Железная дорога Лаос — Китай открыта — меняются правила игры**

Железная дорога Лаос — Китай — проект стоимостью \$6 млрд, соединяющий Вьентьян с Куньмином, — открывается в декабре 2021 года. Китайский турпоток вырастает на 63% год к году, достигая 1,05 млн к 2024 году; более 60% международных пассажиров железной дороги — граждане КНР. H World Group объявляет о нескольких объектах во Вьентьяне на 2026 год. Для гостиничных и кофейных брендов дорога создаёт попутный ветер — и одновременно императив репозиционирования. Бренды, выстроенные под европейского туриста, должны решить: готовы ли они к китайскому гостю?

КРИЗИС 2022**Долговой кризис — кип обесценивается на 88,5%**

Сочетание потерь от COVID, долговой нагрузки перед Китаем и структурного дефицита текущего счёта запускает худший монетарный кризис Лаоса со времён 1997 года. Кип (LAK) теряет 88,5% к доллару в период 2022–2024 годов. Инфляция достигает 41,3%. ВВП на душу населения в долларовом выражении падает на 30%. Основатели, ориентированные на внутренний рынок, видят, как реальная стоимость их бизнесов рушится; часть вынуждена выходить досрочно по кризисным ценам. Ориентированные на экспорт — кофе, бутик-отели с иностранными туристами — частично застрахованы долларовой выручкой. Кризис раскалывает когорту основателей.

Справочник для контактов

Показатель	Справка
Телефон	+856
Валюта	Лаосский кип (₭ / LAK) – управляемое плавание; курс стабилизировался с сер. 2024 после резкого падения 2022–24; риски внешнего долга сохраняются; курс: bol.gov.la
Часовой пояс	UTC+7 (без летнего времени)
Рабочая неделя	Пн–Сб (48-часовая норма по закону); госучреждения и банки – Пн–Пт; в частном секторе Сб нередко укороченный
Столица	Вьентьян
Интернет	.la (национальный домен; продаётся и глобально)
Мессенджеры	Facebook Messenger доминирует; WhatsApp – для международных контактов
Платёжные системы	За пределами Вьентьяна преобладают наличные; в городах – QR-рейлы BCEL One / LAPNet; M-Money (Unitel) – в сельской местности; карты UnionPay есть, но за пределами отелей карты редки
Банковское дело	Подключён к SWIFT, но включён в серый список FATF (февр. 2025) – применяется усиленная проверка; дефицит валюты, в ходу USD/THB/CNY; карты ограничены вне городов; берите наличные. Уточняйте статус банков-корреспондентов перед переводами.
Языки	Лаосский (официальный); немного английского и тайского в бизнесе
Въезд	Виза по прибытии / электронная виза (30 дней) для большинства национальностей; ~32 страны из списка VOA исключены – требуется посольская виза; с сент. 2025 на основных пограничных переходах обязательна цифровая иммиграционная форма LDIF. Уточняйте право на въезд перед поездкой.



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 · April 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