



尼泊尔：首代创始人的传承时刻

尼泊尔

国家聚焦

首版 | April 2026

中文版（亦提供英文和俄文版本）



Brandmine



国家聚焦

尼泊尔：首代创始人的传承时刻

尼泊尔消费品牌的创始人们，在两场灾难之间建起了自己的事业：一场长达十年的毛派武装叛乱，以及一场 7.8 级的强烈地震。如今，他们普遍年届 55 至 75 岁，正同步走到交棒时刻——既无咨询基础设施，也无专注于此的私募资本，而下一代潜在接班人则纷纷选择赴海湾打工，而非接手父辈的心血。窗口不是即将打开，而是已经敞开。

快速事实

市场规模	私人消费约 280 亿美元，约占 400 亿美元经济体量的主体；达到商业规模的品牌通常营收在 200 万至 500 万美元之间，低于主流私募的入场门槛
独特优势	双重危机叙事尽职调查深度——创始人同时经历了 1996 至 2006 年毛派武装叛乱与 2015 年地震；危机文献记录密度与可核实程度在同类市场中首屈一指
最大挑战	印度依赖——67 至 81% 的出口集中在单一市场，形成结构性脆弱；200 万至 500 万美元的经营规模低于大多数机构的筛查门槛
时机因素	1990 至 2006 年改革时代创业的创始人如今年届 55 至 75 岁；传承压力在五个行业同步积聚，家族企业咨询体系付之阙如

“我们正努力打造一个反映我国美丽、多样性与文化深度的尼泊尔品牌。”

雷内·维贾伊·施雷斯塔·艾因豪斯、第三代传人，德瓦里卡酒店

引自 2024 年公司资料

市场：尼泊尔

行业：时尚与配饰 · 食品加工 · 酒店与度假村 · 天然美容

地理背景

加德满都谷地中心与伊拉姆茶叶走廊：尼泊尔双中心传承地图



尼泊尔创始人经济围绕两个中心展开——加德满都谷地驱动帕什米纳和地毯等传统产业，东部伊拉姆茶叶走廊的正山小种茶园正在扩大出口规模——两端的老一代创始人均缺乏顾问支持与私募股权基础设施。

年届 55 至 75 岁的创始人们，在尼泊尔的山区与谷地建起了五个消费行业——在一代人之内经历了武装叛乱、地震与疫情。品牌总部集中于加德满都谷地；生产分布从东部茶山延伸至西部旅游走廊。任何一个行业都没有传承基础设施。

* * *

国家纪事

1996 年至 2006 年间，尼泊尔的消费品牌创始人们边应对毛派武装叛乱，边建立着自己的事业。2006 年，和平协议落地。九年后，一场 7.8 级强烈地震夺去近九千条生命，游客过夜量一夜骤降。熬过这两关、仍在继续建设的创始人，如今年届 55 至 75 岁，正在同步走向传承时刻。而尼泊尔以外，几乎无人注意到这一切。

尼泊尔，正是同步传承浪潮命题在战争压缩了创业窗口的情形下的具体呈现。大多数新兴市场给了首代创始人十年相对和平的时间来打根基。尼泊尔给的是十年武装叛乱——等到和平降临，紧接着是一场 7.8 级地震。挺过这个序列的创始人，是南亚消费品牌领域危机历练最深的一批人。他们，也是此刻传承紧迫程度最高的一批人。

信息盲区几乎是全面的。目前没有任何私募基金专注于尼泊尔消费品牌。当地商业媒体主要以尼泊尔语出版，英语报道稀少且集中于加德满都。单一品牌营收鲜有超过 500 万美元——这使它们落在所有机构筛查门槛之下。尼泊尔 85 至 90% 的企业属于家族所有，大多由从未将传承视为结构性问题的首代创始人持有。

这些创始人建起的一切，落在所有机构筛查门槛之下——而第一个把它记录下来外来者，将为此后每一位到来者定下参照价。

压缩的危机浪潮

尼泊尔的传承浪潮，不沿循较大新兴市场那种渐进的人口弧线。它是一场压缩事件——成因非同寻常。

尼泊尔的创业窗口更窄，也更为惨烈。1990 年民主革命和 1992 年工业政策松绑，首次为私营企业开了口子。1990 年至 1996 年间，第一批创始人在羊绒、茶叶、酒店、地毯和草本健康等行业站稳脚跟——这些领域是尼泊尔真实的比较优势所在，机构资本尚未留意。然后，1996 年 2 月，毛派人民战争爆发。

整整十年，消费品牌创始人在叛乱条件下维持着运营。向人民解放军缴纳“捐款”的勒索要求，在制造业、酒店业和零售业司空见惯。通往农村生产区的供应链因封锁而断裂。融资、扩张，乃至做超出一个季度的规划，都在结构上成为奢望。本应是最高产的十年，他们却把它用在了求生存上。

2006 年的全面和平协议终结了叛乱。对幸存者而言，和平在一个特定的人生节点到来：1990 至 1992 年间在二十来岁或三十出头创业的那批人，如今已到四十多岁末尾。十年叛乱岁月之后，他们迎来了有史以来第一段不必为生死忧虑的经营机会。

九年之后，地震。

2015 年廓尔喀地震震级 7.8。近九千人罹难，全国三分之一的基础设施被损毁，游客在数月内绝迹。对五十多岁的酒店创始人而言，这是一场生死存亡的考验——实物资产受损，预订骤停，重建工作与日常运营同步推进。对羊绒和地毯出口商而言，供应链冲击叠加尼泊尔作为货源地的声誉受损，雪上加霜。

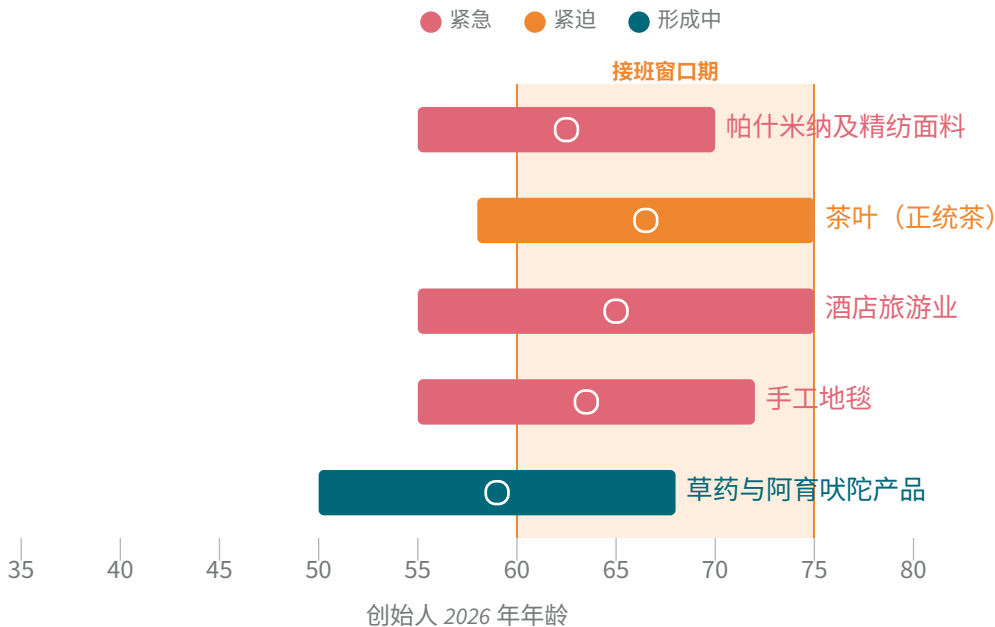
这场双重危机的独特之处，在于它同时降临在整整一代创始人身上，有案可查，发生在地域集中的一个国家。仅武装叛乱时期的叙事素材——创始人们在建立消费品牌的同时应对人民解放军勒索的那些选择——就从未被系统整理过。

熬过这两场危机的创始人如今年届 55 至 75 岁。传承时钟已在全速运转。

各行业创始人年龄分布

2026 年尼泊尔创始人现状

五个行业，一个窗口期——第一代创始人的传承时刻



年龄范围基于尼泊尔行业调研数据。1990 至 2006 年改革时期的创始人群体面临最迫切的接班压力，许多人经历了 1996 至 2006 年武装冲突及 2015 年地震。接班窗口期（60 至 75 岁）基于普华永道和欧洲工商管理学院研究。来源：Brandmine 分析。

羊绒、茶叶、酒店、地毯与草本健康

本报告的行业梳理识别出尼泊尔十二个存在创始人持有品牌活动的消费行业。其中五个承载着实质性的传承压力——创始人持有品牌已达商业规模，创始人处于或接近传承窗口，且没有任何传承基础设施被建立起来。

从 1.12 亿美元跌落、在谷底面临传承危机的行业

尼泊尔羊绒行业，是 Brandmine 覆盖国家中商业衰退与传承压力交汇最为急迫的案例。1990 年代末高峰期，羊绒出口年逾 1.12 亿美元。此后，市场饱和、中国竞争与虚假标注风波叠加，将这一数字压缩至不足 2000 万美元——在一代创始人的有生之年，跌幅逾 80%。

在这场崩塌中活下来的人，书写了极为罕见的商业韧性叙事。估计仍有 15 至 20 家创始人持有的运营主体维持商业规模，创始人通常年届 55 至 70 岁——传承紧迫程度：临界。这些企业在出口崩盘、武装叛乱和地震中都没有倒下。它们并不脆弱。但创始人正在接近传承窗口，而这个行业从未恢复到巅峰水平，幸存品牌数十年的出口关系完全驻留在创始人的个人网络里。

信息机会很具体：谁活了下来、如何活下来、在一个曾经年逾亿元的出口行业的废墟上建起了什么。这些记录，在尼泊尔行业媒体以外从未存在。

年增长 27%、创始人或将在价值巅峰离场的行业

尼泊尔的正山茶与特色茶行业，是南亚增速最快的出口故事。茶叶出口在最近可查年份达 3400 万美元，同比增长 27%——这一轨迹已经吸引了德国、法国、加拿大、日本和美国优质买家的目光。

这个行业有 12 至 18 家创始人持有的运营主体达到商业规模，创始人年届 58 至 75 岁——传承紧迫程度：迫切。其中几家最具知名度的茶园建立于 1990 年代或 2000 年代初，意味着创始人是在叛乱年代做大的，如今正在行业迎来国际认可的时刻走近传承窗口。

结构性风险在于时间错位。花了十年应对叛乱时代生产困境、又用十年在 2010 年代建立国际分销关系的创始人，正处于品牌历史价值最高的时刻准备退出。如果传承在未来五年内没有得到妥善安排，让这些茶园具备出口竞争力的关系资产——在德国和日本历经十五年才积累起来的买家网络——不会自动移交给下一任接手者。

一场传承已经发生、浪潮才刚刚开始的行业

尼泊尔精品酒店与旅游行业，传承信号在各行业中最为清晰。估计有 20 至 30 家创始人持有的运营主体达到商业规模，创始人年届 55 至 75 岁——传承紧迫程度：临界。

这些创始人中，有人建起了尼泊尔国际声誉赖以支撑的体验式旅游基础设施：海拔 3000 米以上的登山驿站、历经地震仍屹立的遗产酒店、凭借二十年国际媒体曝光建立声誉的精品旅馆。酒店行业被三场接踵而至的危机重创——叛乱、地震、疫情——而挺过这三关的创始人，是这一品类中历练最深的一批。他们也承受着最为迫切的传承压力。

2024 年德瓦里卡酒店 (Dwarika's) 的传承，是浪潮已然开启的最清晰信号。详见下文。

创始人历经崩溃、如今面临无接盘方退出困境的行业

尼泊尔手工地毯行业走过了与羊绒相同的轨迹：1990 年代出口峰值年逾 1.4 亿美元，随后随着中国机制替代品挤占市场高端，显著下滑。幸存的手工艺细分市场，靠出口品质和溯源文档立足——恰恰是欧洲和北美市场为之支付溢价的那些属性。

估计仍有 12 至 18 家创始人持有的运营主体维持商业规模，创始人年届 55 至 72 岁——传承紧迫程度：临界。这些企业经历了与羊绒相同的出口崩盘，往往与叛乱期交织，最终以溯源、工匠真实性和公平贸易认证重建了市场。

增长中的行业，创始人却结构性依赖单一市场

尼泊尔草本健康与阿育吠陀产品行业，是五个行业中最年轻的，商业成熟度也最低。估计有 8 至 15 家创始人持有品牌处于或接近商业规模，创始人年届 50 至 68 岁——传承紧迫程度：初现。行业出口增长是真实的，但结构高度集中：估计 67 至 81% 的草本出口收入经由印度作为主要买家流出，形成单一市场依赖，压缩了定价权，也使国际多元化既必要又困难。

双重危机的印记

尼泊尔的传承危机与蒙古、印度和东南亚有相似的结构特征——首代创始人在没有基础设施的情况下老去，机构资本缺位，传承咨询行业付之阙如。但有三个特点使尼泊尔的版本与众不同。

双重危机过滤器是一道自我筛选的屏障。熬过十年毛派叛乱再熬过 7.8 级地震的消费品牌创始人，不是普通的创业者——他们是历经淬炼的幸存者，其企业携带着密度罕见的危机文档，而对于惯常资本而言，他们恰好是隐形的。

接班人正在离开。尼泊尔的汇款经济占 GDP 比例是亚洲最大的之一——约 25% 的国民经济来自海外劳工，主要集中在海湾国家。驱动这一现象的人口动态，直接作用于传承：有能力、受过教育的尼泊尔年轻人，有强烈的经济动因在卡塔尔、阿联酋或沙特工作，而不是回乡管理一家营收在 200 万至 500 万美元之间的

家族企业。本可以接手品牌并将其做大的接班人，越来越多地选择了海湾的薪水。历经两场灾难建起事业的创始人，可能发现自己无法完成交棒——不是因为没有人，而是因为接班人做出了不同的经济计算。

500 万美元门槛需要重新校准。尼泊尔市场的成熟品牌营收通常处于 200 万至 500 万美元区间，低于大多数机构分析使用的入门值。这不是质量信号，而是市场规模信号。品牌是真实的，出口关系有据可查，传承动态在全力运转。

这三重动态叠加的结果，是一波在无人观察的情况下破浪而来的浪潮。没有任何私募基金专注于尼泊尔消费品牌。本可以帮助创始人安排传承的咨询基础设施——家族企业顾问、并购中介——在加德满都几乎付之阙如。当这些创始人退出时，他们将退入虚空。

德瓦里卡酒店为其余品牌发出的信号

德瓦里卡酒店的传承，不是预警。它是浪潮的开场事件。

安比卡·什雷斯塔 (Ambica Shrestha) 从 1991 年起将德瓦里卡酒店 (Dwarika's) 建立起来——以从被拆除的遗产建筑中抢救出来的尼泊尔传统雕刻木作为材料——打造为尼泊尔国际知名度最高的精品酒店。她是第一位为酒店项目争取到银行贷款的尼泊尔女性。2015 年地震期间，在政府响应迟缓之际，德瓦里卡酒店设立了“希望营地”(Camp Hope)，收容来自辛度帕尔乔克区的数百名幸存者，此后又出资 500 万美元，以生态建造方式为 230 个家庭重建家园。一位营地居民留下这样的话：“这里的一切都由德瓦里卡管理。政府什么都没做。”2024 年，她辞世当年，西班牙授予她伊莎贝拉天主教女王勋章 (Order of Isabella the Catholic)——这是西班牙授予外籍人士的最高荣誉之一——以表彰她改变了尼泊尔酒店业、并在危机年代建立起文化保护范本的一生事业。她以 92 岁高龄辞世。她的孙子勒内·维杰·什雷斯塔·艾因豪斯 (Rene Vijay Shrestha Einhaus) 此前长居德国，归来后接手了这处物业。另有四十间客房正在建设中。他表示：“我们在尝试打造一个尼泊尔品牌，去呈现这个国家与这种文化的美丽、多元与深度。”

德瓦里卡酒店的意义，不在于家族传承得以延续——而在于机制。第三代从德国回归，不是传承基础设施。它是一个家庭为一处物业做出的个人决定，发生在尼泊尔酒店行业记录最完整的案例里。在那 20 至 30 家走过相同创始人路径的精品酒店运营主体中——经历叛乱、地震、疫情，以及数十年国际关系积累——没有任何等效的过渡计划可见。建起这些物业的创始人，与安比卡·什雷斯塔属于同一年龄段。其中几位已年过七旬。

同样的机制——创始人走到漫长旅程的终点，下一代自愿做出回归的决定——已在茶叶行业显现。迪帕克·普拉卡什·班斯科塔 (Deepak Prakash Banskota) 于 1984 年创立了坎城章嘉茶园 (Kanchanjanga Tea Estate)，这是尼泊尔首家获认证的有机茶园。起因是他少年时造访大吉岭茶园，断定尼泊尔东部山区同样能出产与之比肩的好茶。他如今约 75 岁。他的儿子尼什查尔 (Nishchal) 从新泽西管理美国业务，运营主体为“尼泊尔茶叶集体”(Nepal Tea Collective)，特意注册为公益公司——将茶园的使命锁定于法律架构，而非仅凭家族意愿维系。他的女儿在加德满都打理 Baskota Group 和 BG Tea Bar。茶园的奖学金基金自 2002 年起已资助 2,300 名学生完成学业；600 名农工持有运营主体的股东资格。班斯科塔的传承，是多年主动建构的结果——而非在交棒时刻的即兴之举。

将德瓦里卡酒店和坎城章嘉茶园与这波浪潮中其他企业区分开来的，恰恰是它们的可见度。安比卡的故事经由国际媒体广泛报道；班斯科塔将机构与事业并肩建立——奖学金基金、合作所有制——使传承成为一种义务。在另外那 30 至 50 位正向同一窗口迈进、却缺乏这种叙事厚度的创始人中，等效的决定并不那么理所当然。坎城章嘉与同样出色但创始人毫无国际叙事的茶园之间，差距不在茶的品质——而在信息鸿沟。

在未来 12 至 18 个月内行动的投资者，可以在浪潮于 2028 至 2032 年间达到峰值之前，建立先发信息关系。相关情报是存在的：尼泊尔行业出版物、出口目录、毛派时代商业条件的记录，以及三十年危机复原的历史——从未有人为投资者受众系统整理。

尼泊尔不是一个可以“进入”的市场，而是一个需要被记录的市场——一位创始人接着另一位，以尼泊尔语，也以英语——在叛乱与地震锻造出的那一代人完成交接之前。安比卡·什雷斯塔的孙子从德国归来。她那一代的创始人中，大多数并没有一位留在德国的孙辈。他们的品牌将以最先到场者所定的条件交接易手。

核心结论

当历经危机压缩的创始人群体在无咨询基础设施的情况下同步走到传承时刻，信息先行关系先于资本布局。

* * *

转型时间线

无人指引的一代，1996—2024

从毛派武装冲突与地震到传承浪潮同步来袭——尼泊尔创始人在两场灾难之间完成建设。2024年 Dwarika's 传承标志着一波毫无顾问体系支撑的接班浪潮正式开启。

● 背景 ● 催化剂 ● 挣扎 ● 危机 ● 突破 ● 胜利

催化剂 1990

多党民主制度恢复

尼泊尔的人民运动终结了三十年皇室威权统治。1990年宪法引入多党民主，开启经济自由化——首次为私营消费企业的合法存在创造了制度环境。

催化剂 1992

工业政策打开私营企业空间

1992年工业政策及外资准入松绑，拆除了阻碍私营部门形成的许可壁垒。将要定义尼泊尔消费品牌格局的那批创始人开始浮现——没有前辈，没有范本，没有现成的市场。

危机 1996

毛派人民战争爆发

尼泊尔共产党（毛派）在全国山区和农村地带发动武装叛乱。刚刚建立起事业的创始人们，被迫同时应对勒索敲诈、封锁和供应链中断——在某些行业，这种压力持续了整整十年。

危机 2001

王室血案动荡国本

纳拉扬希蒂王宫屠杀案夺走比兰德拉国王与八名家族成员的生命。政治动荡与武装叛乱交织叠加，消费者信心跌至谷底。挺过这段时期的创始人将证明其非凡韧性——在政治危机与武装冲突交汇处建起的事业，所承受的压力测试，是新兴市场中少有匹敌的。

突破 2006

全面和平协议终结叛乱

政府与毛派领导层签署的十二点协议终结了人民战争。十年叛乱压力一朝解除。对那些坚持熬过冲突岁月的消费品牌创始人而言，和平协议开启了有史以来第一段不必为生死忧虑、可以专心经营的时光。

突破 2008

共和国成立，外资开始涌入

尼泊尔成为联邦民主共和国，废除君主制。政治正常化加速了外资对旅游和消费行业的兴趣。尼泊尔茶园开始向德国、加拿大、法国和日本拓展国际出口渠道。

危机 2015

廓尔喀地震夺走近九千条生命

4月25日，7.8级地震令游客骤减，摧毁酒店基础设施，各行业供应链全面中断。对于熬过武装叛乱的创始人而言，这是同一代人内的第二次生死考验——这段经历，使每一个幸存者的创业叙事都凭添了双倍的危机深度。

危机 2020

新冠疫情令旅游业归零

二十四年内第三场连续危机。作为精品酒店创始人主要收入来源的境外游客，几乎跌至零。年届六旬的酒店创始人以第三次生死威胁的方式迎接疫情，在最糟糕的时刻，传承压力被进一步压缩。

催化剂 2024

德瓦里卡酒店传承标志浪潮开启

安比卡·什雷斯塔 (Ambica Shrestha) ——她从1991年起缔造了德瓦里卡酒店 (Dwarika's)，是尼泊尔酒店业最具知名度的创业企业家——于2024年以92岁高龄辞世。长期定居德国的第三代传人返回尼泊尔，接手物业管理。这是尼泊尔记录最为详尽的一次传承事件，它标志着新一轮传承浪潮已然开启。

外联快速参考

指标	参考
拨号	+977
货币	尼泊尔卢比 (Rs / NPR) ——按约 1.6 NPR = 1 印度卢比挂钩
时区	UTC+5:45 (不实行夏令时)
工作周	周一至周五 (周六日休息; 自 2026 年 4 月 6 日起施行)
首都	加德满都
网络	.np (国家域名)
即时通讯	WhatsApp; Facebook Messenger; Viber——均未被封锁
支付方式	eSewa (इसेवा) 为主导钱包; Fonepay QR 支撑多数银行应用; ConnectIPS 用于行际转账; 加德满都谷地以外以现金为主
银行	已接入 SWIFT; 与印度卢比挂钩便利对印贸易; 流出有外汇管制; 银行卡与电汇在限额内可用
语言	尼泊尔语 (官方); 英语用于商务
签证	多数国籍可落地签



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。

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 情报研究报告: 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 · *April 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/

✉ hello@brandmine.ai

🌐 www.brandmine.ai

© 2026 Brandmine。保留所有权利。

v1.0.3