



科特迪瓦：增值加工的一代

科特迪瓦

国家聚焦

首版 | May 2026

中文版（亦提供英文和俄文版本）



Brandmine



国家聚焦

科特迪瓦：增值加工的一代

科特迪瓦生产全球 40% 的可可，腰果产量更居全球之首。将这些大宗商品转化为品牌消费品的基础设施，由一代创始人亲手建起：他们熬过了整整十年内战，在战后完成重建，如今已走到传承的关口——而没有任何机构投资者知晓这一切。就在这个市场最为紧要的节点上，Brandmine 开始系统整理这段档案。

快速事实

市场规模	GDP 约 780 亿美元（2025 年估计）• 2700 万消费者 • 全球第一大可可生产国（占全球供应量 40%） • 全球第一大腰果生产国
独特优势	内战（2002–2011 年）为每位幸存创始人留下了叙事尽职调查（NDD）素材 • 法语商业档案丰富，但非法语圈机构资本从未深入挖掘
最大挑战	传承规划文化缺失 • 黎巴嫩企业集团层（控制正规经济约 40%）遮蔽了本土创始人层 • 腰果或手工巧克力领域无任何私募股权机构活跃
时机因素	Pathé'O（约 76 岁，无传承计划）与 PKL/科纳泰（Keystone Partners 正在进行 450 万欧元融资）定义了紧迫性——1993–2005 年创业群体的传承窗口高峰期为 2025–2028 年

“2024 年，我们加工了 34.1 万吨腰果——是十年前的四倍多。”

Souleymane Diarrassouba、贸工部部长

Le Paysan.ci, 2025 年 9 月

市场：科特迪瓦

行业：食品加工 · 天然美容 · 传统纺织与面料 · 时尚与配饰 · 包装饮品 · 茶与咖啡 · 美食食品

地理背景

科特迪瓦品牌集群分布



© OpenStreetMap contributors · © CARTO

据 Brandmine 行业测绘，约 80% 的创始人主导消费企业总部设于阿比让，品牌活动集中于此，而价值链则向北延伸至奥迪埃内和布瓦凯一带的腰果产区，向南通往圣佩德罗的可与腰果出口门户——每个区域都承载着各自的内战记录与传承动态。

据 Brandmine 行业测绘，品牌活动高度集中于阿比让，约 80% 的创始人主导消费企业总部设于此。腰果加工锚定北部和中部；可可加工与出口经由西南的圣佩德罗运作。

* * *

国家纪事

科特迪瓦生产全球约 40% 的可可，以及全球最多的腰果。将这些大宗商品转化为品牌消费品的基础设施——加工生产线、包装 SKU、连接阿比让与金沙萨的冷链物流网络——几乎全部由一代科特迪瓦创始人建立：他们在 1990 年代贬值后的复苏期创业，在 2002 至 2011 年十年内战中幸存，进入重建时代后的故事，由《青年非洲》和非洲经济信息社以法语记录，此外几乎一片空白。

这些创始人建立的品牌，销往西非和中非各地。其中一家直接与达能在婴儿谷物领域竞争，并在喀麦隆、塞内加尔、多哥和刚果民主共和国均有分销。另一家年加工腰果 1.5 万吨，生产品牌零售 SKU 在阿比让的现代超市上架。还有一家为纳尔逊·曼德拉及非洲大陆多国元首定制服装，在七个国家拥有二十家精品店。这些事实全都有据可查——以法语散落于十年西非商业媒体报道之中。它们从未被整合为投资者可以直接采用的图景。白皮书第二号阐述了为何如此；科特迪瓦正是这套方法论在西非的实证案例。

奇迹、火焰，以及夹在中间的那一代人

要理解谁建起了这些品牌，以及为何它们在 2026 年同步走向传承，必须了解这个国家层叠的经济历史——因为科特迪瓦产生的不是一波创业浪潮，而是两波，中间横亘着十年武装冲突，将两者之间的一切都改变了形状。

第一波浪潮，源于科特迪瓦人所称的“象牙海岸奇迹”：从 1960 年独立起，历经乌弗埃-博瓦尼时代直至 1980 年代初，可可和咖啡出口收入支撑着撒哈拉以南非洲最高的人均收入之一，第一代创业者在政府鼓励和大宗商品收入的背景下，建起了这个国家最初的消费品企业——纺织作坊、时装屋、早期食品加工商。埃梅·帕泰·韦德拉奥戈 1977 年在特赖希维尔开设首家工坊，彼时阿比让是西非最现代的城市，他在这一氛围中为政界人士和地区精英服务。那一代人如今年龄在 65 至 80 岁或以上。Pathé'O 年届 76 岁。

第二波浪潮，不是由富足催生的，而是由调整迫出的。1994 年 1 月 CFA 法郎贬值，科特迪瓦居民购买力骤降一半，但当地货币计价的大宗商品价格同时翻番。农业加工——将腰果、可可、乳木果和谷物转化为包装消费品——由此首次在小规模工业上具备了可行性。玛丽·迪翁戈耶·科纳泰 1994 年以 40 万至 60 万 CFA 法郎的自有资金创办了 PKL 蛋白质公司，从厨房起步，最终建起了一家在科特迪瓦婴儿谷物市场排名第二、仅次于达能的企业。马索格贝·图雷·迪亚巴泰则在科特迪瓦首次政变的 2000 年注册了 SITA 公司，此前她已用二十年构建了为其奠基的腰果合作社。这批贬值时代的创业者，如今年龄在 50 至 68 岁之间。

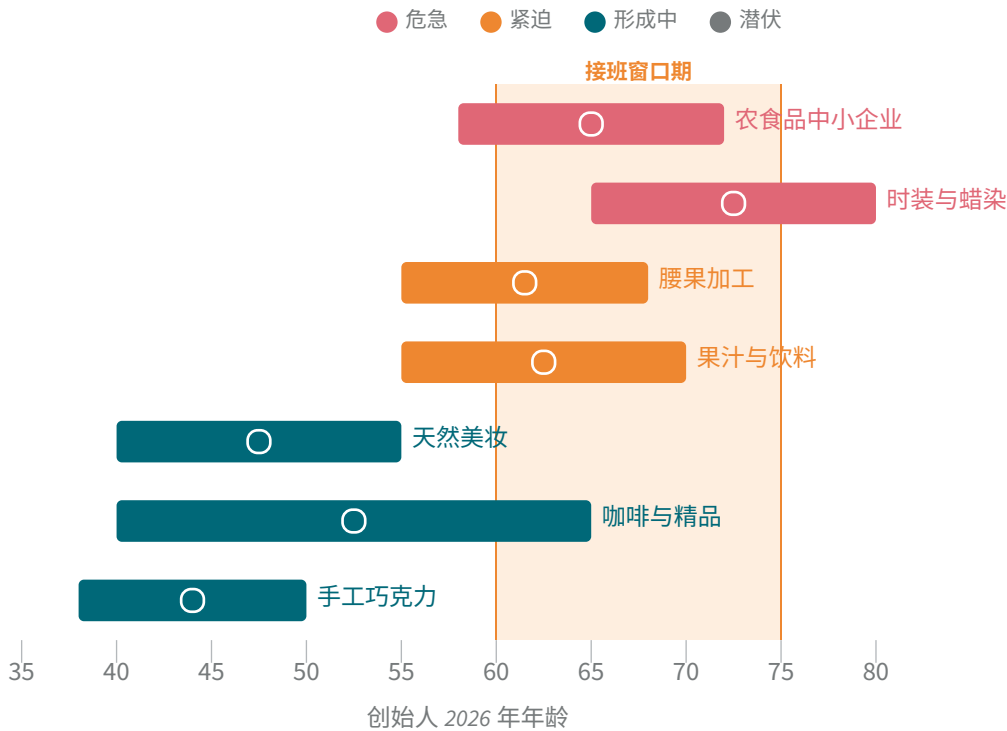
两波浪潮之间，是十年烈火。2002 至 2011 年，科特迪瓦经历了将国家地理一分为二的叛乱、两次政变，以及一场在法国和联合国军事介入下以城市战告终的选后危机。对于 1994 年前已在运营的创始人而言，这十年不只是一次干扰——而是一场生死考验。PKL 熬过了 2006 年“普罗波·科拉”号事件——有毒废料直接污染了其厂区，同期又遭遇地权纠纷，而内战仍在持续。SITA 的腰果合作社总部设于武装占领的北部，在活跃冲突区中维持了十年供应链管理。2011 年仍在运营的每一位创始人，都带着一部没有任何数据库收录的危机档案——且全部以法语写就。

这种层叠结构，在 2026 年造就了一种不寻常的格局：两批截然不同的群体同步到达或超越传承门槛，紧迫程度各异，文档完整程度各异，而专门应对任何一方的机构框架均付之阙如。

各行业创始人年龄分布

2026 年科特迪瓦创始人现状

两波改革浪潮，七个行业——传承规划基础设施付之阙如



年龄范围基于行业调研和创始人档案。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，一只传承时钟

科特迪瓦具备商业可行性的创始人主导消费行业，横跨七个集群，各有其紧迫评级——由创始人群体的创业年代和内战幸存历史共同塑造。

腰果加工与品牌坚果，估计有 8 至 12 家达到商业规模的创始人主导品牌，创始人年龄集中在 55 至 68 岁之间。紧迫程度：迫在眉睫。科特迪瓦是全球最大腰果生产国，本地加工能力自 2014 年起翻了四倍——从 7.7 万吨增至 34.1 万吨——37 家工业单位在政府“2026 年本地加工率达 45%”的目标下陆续投产。这一基础设施，主要由在没有任何西方分析师系统覆盖的商品周期中摸索前行的本土科特迪瓦创始人建立。马索格贝·图雷·迪亚巴泰 2000 年创办 SITA、1981 年建立其前身合作社，目前年约 62 岁，在大米、小额信贷和运输等多元化业务中持有多项待决的传承决策。Brandmine 已将腰果加工行业深度报道列入研究路线图。

农食品创始人中小企业——谷物、婴儿营养品、调味品——估计有 5 至 10 家达到商业规模的品牌，创始人年龄在 58 至 72 岁之间。紧迫程度：告急。PKL 蛋白质公司是这个行业的标志性案例：在科特迪瓦婴儿谷物市场排名第二、仅次于达能，分销覆盖西非经共体四个市场，正在进行一笔活跃的融资——Keystone Partners 受托置入 450 万欧元，已在市场上运作自 2016 年。创始人玛丽·迪翁戈耶·科纳泰年届六旬末。传承对话不是预测；它正在进行，且时间紧迫。

天然化妆品、乳木果与可可美妆，估计有 10 至 15 家品牌，以女性创始人为主，年龄在 40 至 55 岁之间。紧迫程度：初现端倪。科特迪瓦 2011 年后重建时期涌现出一批女性主导的化妆品企业——ADEBA 天然实验室、Yohou Cosmetic、Sahel Emmanuelle、Kanafrik——以乳木果、可可脂和本土植物提取物为原料，在《青年非洲》、《科特迪瓦 Elle》和 Setalmaa 均有报道。这批创始人距离传承窗口还有十年或更长时间。这里的投资信号是初创期，而非过渡期——在浪潮形成之前的早期文档机会。

时装、蜡染印花与非洲奢侈成衣，估计有 8 至 15 家达到商业规模的品牌，创始人年龄跨越 40 至 76 岁。两种紧迫程度同时并存。Pathé'O——埃梅·帕泰·韦德拉奥戈——代表着告急的遗产群体：跨越科特迪瓦、布基纳法索、马里、安哥拉、加蓬、喀麦隆和刚果的二十家精品店，四十年构建，至今没有任何有记录的传承计划。由 Birimian Ventures 扶持的年轻一代代表着新兴群体。两种紧迫程度并非矛盾；而是一个行业的结构形态——创始人一代与其潜在继承人同时可见。

可可转化与手工巧克力，估计有 3 至 6 家达到商业规模的品牌——以今日的 500 万美元门槛衡量，这是一个稀薄的池子，尽管阿比让创始人正在拓展的可可-化妆品相邻赛道正在扩大它的边界。阿克塞尔-埃马纽埃尔·巴乌约约于 2010 年创办“象牙巧克力”，目前年约 43 岁——新兴群体，尚未接近传承窗口，但他是唯一一位以任何文档深度在打造“全球最大可可生产国却没有本土消费品牌”叙事的科特迪瓦本土创始人。

热带果汁与饮料，估计有 4 至 8 家达到商业规模的品牌，创始人年龄在 55 至 70 岁之间。紧迫程度：迫在眉睫。科特迪瓦热带产品公司（Fruit Nature）在 SOLIBRA/BGI 特许产品部分主导的市场中运营了约三十年，其独立性建立在本地菠萝、芒果和木槿花上，而非进口浓缩果汁。在它旁边，一条年轻的边缘正在形成——Edith N'da Amoin 创办的 N'ZanToukou 正将手工可图库棕榈酒转化为包装零售品牌，这种正规化将一项非正式传统转变为可投资品类。创始人层真实存在、有迹可循；紧迫程度与 1993-2005 年群体的档案吻合。

咖啡加工与精品咖啡馆，估计有 3 至 6 家品牌，群体年龄混合，跨越 40 至 65 岁。紧迫程度：初现端倪。尽管科特迪瓦是主要的罗布斯塔咖啡产国，但本地焙炒仅约 6500 吨——而雀巢阿比让工厂每年冻干加工的就有 9000 吨。贝迪耶家族 2019 年创办的 SATOR/Little Café，以及玛丽亚姆·布罗德·孟萨创办的 Ivory Blue/Arabusta，构成了本土焙炒层，Grand-Bassam 的 Jasmin Café 也在其中。这里呈现的格局与这个国家的整体轮廓如出一辙：大宗商品以原料形式大量出口，而品牌消费产品则由少数文档记录匮乏的创始人勉力支撑。这个领域的文档记录比头部行业薄弱，但生产与品牌化之间的落差，从结构上看极为引人注目。

阿比让建起了什么，却没人知道该去追问

三个结构性特征，使科特迪瓦的传承挑战有别于 Brandmine 非洲覆盖中的任何其他市场。

第一个是黎巴嫩过滤层。科特迪瓦正规商业经济约 40% 由黎巴嫩家族企业集团控制——Fakhoury、Gandour/NPG、Khalil/Eurofind、Prima Center——这些企业跨越两至三代经营，几乎没有第一代传承动态可言，多代家族治理结构已然就位。当国际资本或媒体将目光投向科特迪瓦商业界时，往往首先遭遇这一层。建起加工经济的本土科特迪瓦创始人，则藏于其后、隐于其下，以法语记录，以较小规模运营，对任何不知道要施用什么过滤器的分析师而言，形同隐形。

第二个，姑且称之为内战文档悖论。2002 至 2011 年的十年冲突，造就了卓越的叙事尽职调查素材——几乎每一位幸存的创始人都有一段有记录在案的危机弧线，涉及供应链中断、有毒污染、选举暴力、被迫撤离，或以上四者的某种组合。这些素材存在于《青年非洲》的档案中、Abidjan.net 上、Fratmat.info 上、Classe Export 上。内容翔实，细节具体，可以检索。从未有任何机构投资者系统地阅读过它们——因为这些内容全部以法语存在，而且内战商业新闻与传承情报之间的关联，从未向需要它的人明确指过。

第三个是机构缺位。Birimian Ventures、Joliba Capital、Comoé Capital 和 Adawale Partners 活跃于科特迪瓦的消费与创新经济。没有任何一家宣布过腰果加工或手工巧克力领域的交易。没有任何家族企业咨询基础设施在 1993-2005 年中小企业群体的层次上运作。无论在穆斯林聚居的北部还是基督教与泛灵论混合的南部，均不存在正式化的传承规划文化。本应承接这波传承浪潮的制度基础设施，尚不存在——而浪潮已经在涌动。

裁缝身后留不下的那些东西

科特迪瓦的传承信号，不是预测。它已经以具体的名字和具体的事实记录在案。

玛丽·迪翁戈耶·科纳泰的融资，是这个国家创始人格局中最具时间紧迫性的单一数据点。Keystone Partners 自 2016 年起受托为 PKL 置入 450 万欧元的投资或合伙人股份。一笔部分股权易手的交易，将决定科纳泰从运营者向股东过渡的条件——而在这场对话开始之前，交易对手所掌握的情报，正是叙事尽职调查所产出的那类东西。在谈判桌前就已系统梳理 PKL 的“普罗波·科拉”事件应对、西非经共体分销网络及其对抗达能竞争态势的投资者，带着结构性优势落座。没有做好这些功课的投资者，落座时毫无筹码。

埃梅·帕泰·韦德拉奥戈年届 76 岁。他在阿比让燃烧、重建、再燃烧的过程中，建起了横跨七国的二十家精品店。他在封锁和宵禁中以丝绸和蜡染维系的经销商关系，四十年经营在西非政治与奢侈时装交汇处所积累的供应商信任，一个多国奢侈品企业如何在诞生之城走向战争时幸存下来的机构记忆——这一切没有任何机构资本能够阅读的语言记录下来。没有任何一项能够通过常规并购程序完成传承。

迟到科特迪瓦的投资者，放弃的不是市场地位，而是与那些在任何人想到追问之前就建起这个市场的创始人对话的机会——那些创始人的内战知识有其保质期，以他们愿意谈论的年数来计量，而不是以季度来计量。埃梅·帕泰·韦德拉奥戈年届 76 岁。这里的时钟，并不抽象。

核心结论

内战一代在退出，身后没有留下任何文档。消失的不是品牌本身，而是四十年用法语书写的危机知识——没有任何数据库收录过这些。

* * *

转型时间线

增值的一代，2002—2024

从“象牙海岸奇迹”经内战与重建，至今席卷七个创始人主导行业的传承浪潮。

● ● ● ● ● ●
背景 催化剂 挣扎 危机 突破 胜利

背景 1960

独立；“象牙海岸奇迹”启幕

费利克斯·乌弗埃·博瓦尼就任后，以可可和咖啡出口为支柱，推行出口驱动型发展模式。至 1970 年代，科特迪瓦跻身撒哈拉以南非洲人均收入最高之列。第一代私营创业者在政府鼓励和大宗商品收入的支撑下，建起了纺织作坊、时装屋和食品加工企业。

催化剂 1977

Pathé'O 在特赖希维尔开设工坊

埃梅·帕泰·韦德拉奥戈在阿比让开设首家工坊。彼时，这座城市是西非商业之都。他此后建起的时装屋为纳尔逊·曼德拉量身定制——因此赢得“曼德拉的裁缝”之名——并为非洲大陆多国元首服务。这家机构成为西非奢侈时装的标志性存在，也是一场从未得到正视的传承危机的最清晰案例。

催化剂 1994**CFA 法郎贬值；中小企业创业浪潮兴起**

1994 年 1 月的贬值令科特迪瓦居民购买力骤降一半，却同时使当地货币计价的大宗商品价格翻番。农业加工——将腰果、可可、乳木果和谷物转化为包装消费品——首次在小规模工业上具备了可行性。玛丽·迪翁戈耶·科纳泰以 40 万至 60 万 CFA 法郎的自有资金创办了 PKL。1993-2005 年中小企业创业群体就此诞生。

危机 1999**首次政变冲击经济**

罗伯特·盖伊将军推翻亨利·科南·贝迪埃总统。这场政治断裂引发资本外逃与经济收缩，刚创业不足五年的中小企业创始人首遭考验。这是这一代人在此后十年间将要经历的四场生存危机中的第一场。

危机 2002**内战将国家一分为二**

9 月，“新生力量”武装占领北部，包括布瓦凯和科霍戈周边的腰果种植区。国家沿停火线断裂。在两个管辖区均有业务的创始人，在此后十年间穿越双重司法管辖、路卡收费与周期性暴力维持供应链运营。SITA 的腰果合作社总部设于武装占领的北部，但全程坚持运营。这段历史留下了极为丰富的内战文档——全部以法语写就。

危机 2006**“普罗波·科拉”号有毒废料污染阿比让**

“普罗波·科拉”号将 500 吨有毒废料倾倒在阿比让 15 处地点。PKL/科纳泰的厂区受到直接污染，同期又发现厂址地权存在争议。内战进行之中，两场生死危机同时袭来。创始人在三重困境中的应对，是迄今西非记录最为详尽的叙事尽职调查案例之一。

危机 2010**选后僵局；阿比让爆发城市战**

争议选举引发为期五个月的武装对峙，最终在法国与联合国军事介入下以城市战收场。中小企业分销网络中断。玛丽·迪翁戈耶·科纳泰后来在接受《青年非洲》采访时明确表示，这场选举危机使她的扩张计划倒退了十年——这是一位有着详尽档案记录的创始人，罕见的坦诚发言。

突破 2011**瓦塔拉重建时代开启**

阿拉萨纳·瓦塔拉就任后，GDP 重新增长，基础设施投资加速，可与腰果行业由“咖啡可可委员会”主导重组。第二批消费创业者——更年轻，专注于增值加工、化妆品与手工食品——在重建环境中相继创业。阿克塞尔·埃马纽埃尔·巴乌约于 2010 年前后创立“象牙巧克力”，开启了这个国家手工巧克力的叙事。

胜利 2014-2024**腰果加工量翻四倍**

随着 37 家工业单位在政府“2026 年本地加工率达 45%”目标下陆续投产，本地腰果年加工量从 7.7 万吨增至 34.1 万吨。SITA 持续拓展品牌零售 SKU——腰果零食、混合坚果、包装杏仁——覆盖西非经共体现代贸易渠道。这场加工业转型，标志着消费品牌层在规模上真正具备了商业意义。

挣扎 2023**Pathé'O 拒绝开办高定学校**

在一次广受关注的采访中，埃梅·帕泰·韦德拉奥戈明确表示不会创办高定学校或培训机构——这是工艺类奢侈品牌传承的最直接机制。至今没有任何传承计划公布。横跨七个国家的二十家精品店，既无有记录的继承人，也无机构治理架构，创始人何时退出、如何退出，仍是一个正式上无解的问题。

背景 2026**两代创业群体同步进入传承窗口**

1993-2005 年中小企业群体（如今 50-68 岁）与 1977-1991 年“象牙海岸奇迹”一代（如今 65 岁以上至 80 余岁）均已到达或超过传承门槛。PKL 正在进行的融资是一笔公开的传承交易。Pathé'O 年届 76 岁，代表的是危机传承情景。Birimian、Jolibá、Comoé Capital 和 Adawale Partners 活跃于科特迪瓦消费品领域，但均未宣布腰果加工或手工巧克力领域的任何交易。这一缺口是结构性的，有迹可循。

外联快速参考

指标	参考
拨号	+225
货币	西非法郎 (XOF) — 通过西非经济货币联盟/BCEAO 法郎区与欧元挂钩
时区	UTC+0 (格林尼治时间, 不实行夏令时)
工作周	周一至周五 (周六、日休息)
首都	亚穆苏克罗 (政治首都); 阿比让 (经济与商业中心)
网络	.ci (国家顶级域名); .com 广泛使用
即时通讯	WhatsApp 为主要商务通讯工具; Facebook Messenger 次之
支付方式	Wave 移动支付占主导地位 (约 60%); Orange Money 与 MTN MoMo 次之; 农村及非正规经济以现金为主; 银行卡仅限阿比让使用
银行	通过 BCEAO/WAEMU 体系享有完整的国际银行服务; 已接入 SWIFT; 受益于 CFA 与欧元挂钩, 欧元转账便捷; 阿比让 BRVM 区域证券交易所 (2025 年 12 月起实行 T+2 结算); 国际电汇畅通; 银行卡仅限阿比让正规商业区使用——消费支付由移动支付 (Orange、MTN、Moov) 主导
语言	法语 (官方语言、商业语言); 迪乌拉语 (北部贸易通用语); 约 60 种地区语言
签证	欧盟、英国及美国公民须持签证入境; 可在线申办电子签证 (约 73 欧元, 90 天多次入境, 阿比让机场取证); 须持黄热病疫苗接种证明。请核实最新规定。



关于本研究

本报告基于 22 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。
研究涵盖法语来源。
首版 · May 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。

v1.0.0