



Сербия: бренды, которые не задела санкции

Сербия

ОБЗОР СТРАНЫ

Первое издание | June 2026

Русское издание (также доступно на английском и китайском)



Brandmine



ОБЗОР СТРАНЫ

Сербия: бренды, которые не задела санкции

В Сербии зарегистрировано более 1 100 дистиллерий. Большинство основателей, построивших их в волне после 2000 года, разменяли пятый или шестой десяток. Ни одна инвестиционная база данных не зафиксировала того, что они создали. Ни один фонд прямых инвестиций не следит за ними. А процесс вступления в ЕС — который изменит торговые условия для каждого — уже идёт полным ходом.

ОСНОВНЫЕ ФАКТЫ

Размер рынка	~75 млрд долл. ВВП (2026) • около 130–250+ брендов основателей с выручкой от 5 млн долл. в 5 перспективных секторах
Уникальное преимущество	Единое чётко выраженное поколение основателей после 2000 года в 5 секторах • крупнейший мировой экспортёр замороженной малины • GI-защита сливовицы на 30+ экспортных рынках • вступление в ЕС меняет торговые условия в реальном времени
Главная проблема	Ни один фонд прямых инвестиций не нацелен специально на сербские потребительские бренды основателей • двуграфия (нужен поиск как по кириллице, так и по латинице) • приватизационная двусмысленность — возрождённые госпредприятия маскируются под бренды-основатели с историей • дети диаспоры в Германии, Австрии и Швейцарии могут не вернуться
Фактор времени	Когорта основателей 2000-х годов — 50–68 лет в 2026 году • Milenijum Tim вошёл в сербское виноделие (Vinarija Šapat, 2022) — первая задокументированная институциональная сделка по преемственности • давление вступления в ЕС ускоряет GI-сертификацию и реструктуризацию экспорта • окно принятия решений 2026–2038

“В Сербии никогда не было настоящей культуры преемственности. Основатели просто рассчитывали, что дети возьмут дело в свои руки, а дети рассчитывали, что найдут собственный путь.”

Miloš Bugarin, Директор, Национальный альянс местного экономического развития (NALED)

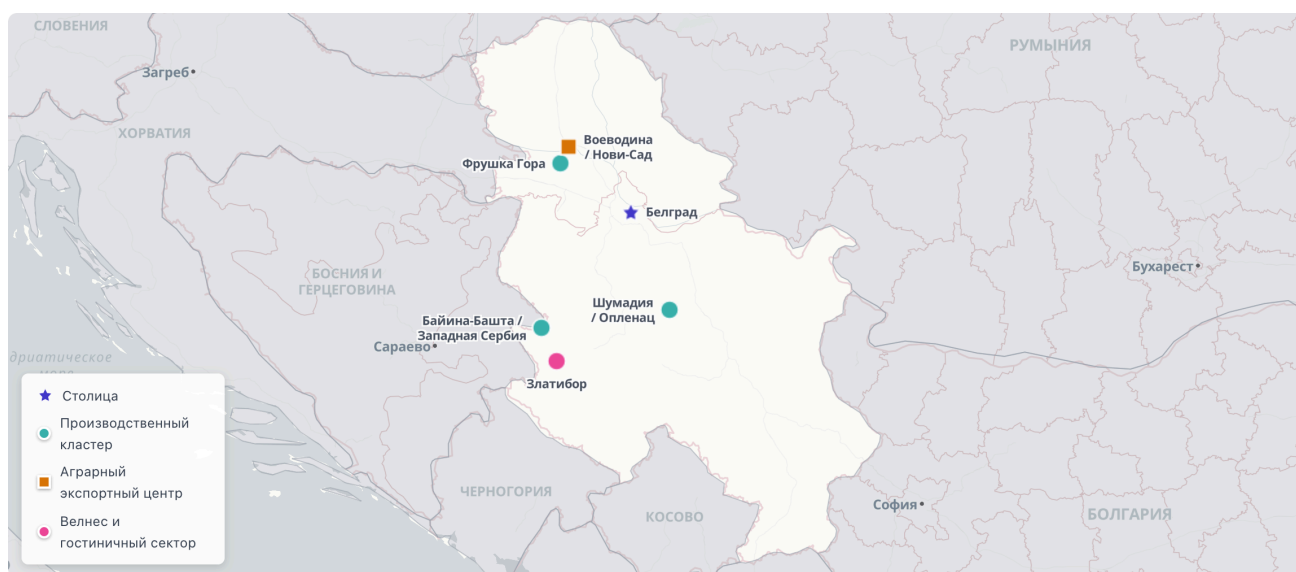
РЫНКИ: Сербия

СЕКТОРЫ: Вино · Спиртные напитки · Пищевая Переработка · Натуральная Косметика · Мёд и Продукты Пчеловодства

* * *

ГЕОГРАФИЧЕСКИЙ КОНТЕКСТ

Пять секторов, одно поколение: кластеры смены владельцев в Сербии



© OpenStreetMap contributors · © CARTO

Пять кластеров, одно поколение основателей.

Кластеры брендов следуют сельскохозяйственной географии Сербии: вино на Фрушка Горе и в Шумадии, ракия по западному сливовому поясу, органическое продовольствие на воеводинских равнинах и горный велнес на Златиборе. Белград – якорь косметики, крафтового пива и гостиничного бизнеса.

Кластеры брендов в Сербии, принадлежащих основателям, следуют сельскохозяйственной географии страны. Виноделие концентрируется на Фрушка-Горе и в Шумадии вокруг Опленца; ракийные предприятия сосредоточены по западному сливовому поясу с центром в Байина-Баште. На равнинах Воеводины на севере расположены переработчики органических продуктов и экспортёры специализированной сельскохозяйственной продукции. Горный велнес – спа-курорты, бутик-отели,

объекты с минеральной водой — сосредоточен в Златиборе. Белград является центром бьюти-брендов, крафтовых пивоварен и гостиничного сектора. В каждом кластере насчитывается 8–20 предприятий, принадлежащих основателям, чьи владельцы вошли в четвёртый и пятый десяток в один и тот же период реформ 2000–2015 годов, что создаёт синхронизированное давление преемственности сразу в пяти зонах.

* * *

ПОРТРЕТ СТРАНЫ

В Сербии зарегистрировано более 1 100 дистиллерий. Это не историческая статистика эпохи массового производства — это сегодняшняя численность частных, преимущественно принадлежащих основателям предприятий, почти все из которых появились после 2000 года. Большинство тех, кто их построил, разменяли пятый или шестой десяток. Ни одна из этих дистиллерий не числится в PitchBook. Ни одна не прошла оценку ни в какой институциональной инвестиционной базе данных. А процесс вступления в ЕС — который изменит торговые условия для каждой из них — уже давно идёт.

Таков аналитический пробел, определяющий Сербию в 2026 году. Не рынок, скрытый политической непрозрачностью, как КНДР, и не рынок, отгороженный языковым барьером, как значительная часть франкофонной Западной Африки. Сербия — задокументированный рынок: ежегодные отчёты ЕБРР, материалы агропродовольственных программ USAID, отраслевые исследования Торгово-промышленной палаты (PKS) и плотная сербоязычная деловая пресса вместе составляют один из богатейших региональных архивов на Балканах. Аналитика существует. Чего нет — так это её синтеза для международной инвестиционной аудитории, которая стала бы на неё опираться.

Белая книга №1 описывает механику того, почему этот пробел закономерен: основательские волны реформенных эпох создают чётко ограниченные когорты, одновременно выходящие из игры, а аналитическая инфраструктура, которая могла бы их нанести на карту, систематически отсутствует на рынках, развившихся вне экосистемы англо-американского венчурного капитала. Сербия точно вписывается в этот тезис. 1990-е — десятилетие санкций ООН, гиперинфляции и военного разорения — уничтожили предшествующую когорту. Всё, что поддаётся исследованию, было построено после октября 2000 года. И основатели, построившие это, все входят в стадию смены поколений в одном узком временном отрезке.

Сжатая волна и её плоды

Динамика преемственности в Сербии структурно отличается от почти любого другого рынка, который картографирует Brandmine. В России основательская волна охватывает примерно два десятилетия — от Перестройки в 1988 году до консолидации позднего путинского периода 2000-х. В Китае волна расщепляется на два наслаивающихся этапа: реформы Дэна 1978 года и постнаньтурское ускорение с 1992-го. В Индии когорты либерализации 1991 года охватывает пятнадцать лет постепенного открытия. Сербия почти не имеет аналогичного размаха. Санкции ООН 1992–1995 и 1998–2001 годов вкуче с гиперинфляцией, достигшей месячного пика в 313 миллионов процентов в январе 1994 года — второй по продолжительности устойчивой гиперинфляции в мировой истории после Советской России начала 1920-х, — создали то, что равнозначно исследовательскому провалу. Формальная потребительская экономика югославского периода 1980-х была демонтирована. То, что возникло в 1990-е, было в

основном неформальным, параллельным и не поддающимся документированию. Когда 5 октября 2000 года Слободан Милошевич был отстранён от власти и правительство ДОС приступило к макроэкономической стабилизации, основательское окно открылось не постепенно, а резко. Основатели, создавшие бизнес в период 2001–2010 годов – в возрасте от 25 до 42 лет – сейчас 50–68. Волна не растянута на два десятилетия. Она сосредоточена в одной сжатой когорте.

Пять секторов, наиболее значимых для аналитики преемственности, непосредственно отражают эту сжатость.

Вино. Число зарегистрированных виноделен выросло с 289 до примерно 500–529 за десятилетие, закончившееся в 2024 году, по данным Министерства сельского хозяйства Сербии – удвоение, почти целиком отражающее вход частных основателей в виноделие после 2000 года. Кластеры на Фрушка Горе (150+ погребов вблизи Сремски Карловци), в Шумадии и Опленце (включая Aleksandrović Winery, основанную в 2000 году, обладательницу 250+ международных наград, чьи вина представлены в Cité du Vin в Бордо, Токио и Нью-Йорке) и в слаборазвитом Неготинском регионе на востоке Сербии составляют виноделие с основателями во главе, которое исчерпывающе задокументировано в сербской прессе и почти полностью отсутствует в международной инвестиционной аналитике. Срочность смены: неотложная. Основателям 52–68 лет.

Ракия (фруктовые спиртные напитки). Более 1 100 зарегистрированных дистиллерий по стране. По оценкам торговой прессы, около 110 из них – примерно 10 процентов – работают в премиальном коммерческом масштабе, а подлинный институциональный уровень составляет 30–40 предприятий. Наиболее известная, Stara Sokolova (семья Богданович, коммерческое основание в 1994 году из Байина-Башты в западной Сербии), сейчас экспортирует в 30+ стран на четырёх континентах и поставляет флагманский продукт 12 LUX в премиальный спиртной ретейл. GI-защита Сербской сливовой ракии (сливовицы) – причём бренд Kraljica компании Zarić единственный обладает индивидуальным Защищённым географическим указанием – установила экспортную категорию с подтверждёнными верительными грамотами. Скрининговая проблема – приватизация: ряд громких брендов ракии (в том числе Podrum Palić, основанный в 1896 году, приватизированный в 2002–2004 годах, обанкротившийся в 2008–2010 годах и переоснованный как ООО в 2018 году) – возрождённые госпредприятия, а не подлинные истории основания первого поколения. Срочность смены: неотложная. Основателям 50–70 лет.

Специализированные и органические продукты питания. Сербия – крупнейший мировой экспортёр замороженной малины и ежевики: около трети мировой торговли на 527,7 млн долл. и 130 800 тонн в 2021 году по данным World Bank WITS, впереди Польши и Чили. Эту позицию создали МСП с основателями во главе, а не госпредприятия и не транснациональные корпорации. 6 300+ держателей органических сертификатов, работающих на 21 000+ гектаров, представляют экспортный конвейер BIOFACH/SIPPO, который ЕБРР и USAID обширно задокументировали. Поимённые основатели – Марина Милович в Maja Promet honey, Дарко Мандич в Happy Honey (первый сербский продовольственный бренд, проданный в Cost Plus World Market США), команда Master Food в Ужице – имеют институциональные связи и задокументированные вопросы преемственности. Срочность смены: нарастающая, движущаяся к неотложной. Основателям 50–68 лет.

Натуральная косметика и средства личной гигиены. Более молодой сектор: большинство брендов-ремесленников с основателями (Nina Natural, Slađana Obradović; Stella; Magaza; KOOZMETIK) основаны после 2010 года. Основатели помоложе – 45–62 года, – поэтому краткосрочная преемственность менее остра. Коммерческая совместимость сильная: бренды с чистым составом, ориентированные на экспорт, сосредоточенные в Белграде, которые заинтересовали бы европейских специализированных ретейлеров. Сектор требует тщательного скрининга для исключения иностранных брендов, реализуемых в Сербии (Alverde – немецкий; Afrodita – словенский). Срочность смены: нарастающая.

Мёд и функциональные продукты питания. Отдельный кластер, пересекающийся со специализированным продовольствием, но заслуживающий отдельного рассмотрения. Medino, штаб-

квартира в Крневаце, по оценкам обеспечивает 57 процентов национального медового экспорта Сербии – поразительная концентрация для МСП с основателем во главе. Сертификация ЕС и потенциал GI присутствуют оба. ЕБРР и USAID задокументировали этот сектор тщательнее, чем почти любой другой в сербском агропродовольственном секторе. Срочность смены: неотложная.

Что означают часы евроинтеграции

Срочность смены поколений в потребительских брендах Сербии определяется не только возрастом основателей. Её формирует пересечение возраста с вторым принудительным фактором: вступлением в ЕС и трансформацией торговых условий, которую оно повлечёт.

Сербия является кандидатом в ЕС с 2012 года. Процесс вступления шёл медленно – статус кандидата не даёт членства, а переговоры неоднократно останавливались из-за вопроса признания Косово и проблем с верховенством права. Но направление ясно, и его коммерческие последствия уже ощущаются. GI-сертификация сербских продуктов ускорила – бренды добиваются предвступительных экспортных верительных грамот на рынке ЕС. Конвейер BIOFACH для экспортёров органики – инфраструктура, смежная со вступлением. Инвестиции ЕБРР и USAID в сербские агропродовольственные МСП предвосхищают торговую либерализацию, которую вступление в конечном счёте формализует.

Для брендов с основателями во главе траектория евроинтеграции – обоюдоострый принудительный фактор. С одной стороны, она создаёт экспортные верительные грамоты и институциональную заметность, делающие сделки по преемственности более понятными для западных покупателей. С другой – открывает рынок для крупных конкурентов из стран – членов ЕС, которые усилят внутреннее конкурентное давление. Основатель, успешно прошедший фазу строительства 2001–2010 годов, финансовый кризис 2008–2012 годов и ковидные потрясения 2020–2022 годов, может столкнуться с наиболее сложной операционной средой за весь свой срок именно тогда, когда подходит к вопросу смены поколений.

Инфраструктура преемственности, доступная этим основателям, почти не существует. Исследование Джона Уорда «30/13/3» – примерно 30 процентов семейных фирм переживают второе поколение, 12 – третье, 3 – четвёртое – описывает мировой базовый уровень. Сербия накладывает на него несколько отягчающих факторов: слабые традиции формального управления в частных компаниях, где планирование преемственности редко оформляется до того, как сделка становится необходимостью; значительное представительство диаспоры в Германии, Австрии и Швейцарии (дети, выросшие за рубежом, могут не вернуться); и сектор прямых инвестиций, который до прихода Milenijum Tim в вино в 2022 году не нацеливался специально на потребительские бренды основателей. Сделка Milenijum Tim – первый публичный сигнал о том, что институциональные покупатели опознали волну. Не последний. Но единственный, давший публичный след, – а значит, каждая последующая сделка, каждые семейные переговоры, каждый основатель, продавший тихо местному дистрибьютору вместо стратегического покупателя, остаётся невидимым для международных рынков капитала, которые иначе конкурировали бы за позицию.

Структура пробела

Аналитический пробел, определяющий Сербию, – это не документационный пробел в обычном смысле. Сербская деловая пресса – Biznis.rs, Ekonomist, Blic Biznis, NIN, Politika – глубоко освещала потребительские бренды с основателями во главе. Отчёты ЕБРР и USAID задокументировали отдельные бренды и секторы на уровне детализации, недостижимом для большинства сопоставимых рынков. Корпоративный реестр (Агенция за привредне регистре) ведёт открытые базы данных. Проблема структурная: документация существует на сербском языке (и в кириллице, и в латинице – двуграфие,

вдвое сокращающее эффективное покрытие поиска в одной графике), в стране, выпавшей из поля зрения международных инвесторов в 1990-е и так и не вошедшей в него полностью после 2000 года. Инвестор, работающий только на английском, найдёт отчёты ЕБРР и международные обзоры Фрушка Горы в винной прессе. Инвестор, работающий только на сербской латинице, найдёт половину деловой прессы. Инвестор, работающий с обеими графиками, на сербском и английском, опираясь на отраслевые отчёты PKS, агропродовольственные оценки USAID, материалы Biznis.rs о компаниях и данные ассоциаций дистиллерий и виноделен, обнаружит ландшафт из 130–250 подходящих предприятий с основателями во главе, систематически невидимый для глобальных рынков капитала.

Это и есть синтез Brandmine. Бренды существуют. Основатели стареют. Часы евроинтеграции тикают. А институциональная аналитика, необходимая для действий в этот момент, — для выявления правильных двадцати брендов, оценки готовности их основателей к смене поколений и выхода на контакт до прихода Milenijum Tim и его преемников, — не существует ни в какой форме, доступной международным инвесторам.

Сигнал Milenijum Tim

Приобретение Vinarija Šarat компанией Milenijum Tim в 2022 году — не просто интересный факт. Это структурный индикатор того, что волна преемственности, которую картографирует Brandmine, начала давать институциональные сделки — и что период, доступный для позиционирования на основе раннего знания, уже сужается.

Vinarija Šarat не была самой известной сербской винодельней. Не была брендом, наиболее заметным в международной винной прессе. Это была среднеуровневая операция на Фрушка Горе с задокументированным основателем, региональной репутацией и вопросом преемственности, делавшим её пригодной для сделки. Фонд нашёл её и действовал. Сорок-шестьдесят аналогично позиционированных сербских виноделен с основателями во главе — и сопоставимое множество в ракии, органических продуктах питания и мёде — пока не найдены. Они будут, по мере того как процесс евроинтеграции продвигается и потребительские бренды Сербии становятся понятнее для региональных фондов прямых инвестиций. Вопрос в том, происходит ли это через аналитику с опережением — или через постфактумное выявление, когда лучшие позиции уже заняты.

Представьте, как выглядит постфактумный вариант. Основатель, построивший в Шумадии премиальное производство ракии между 2003 и 2015 годами, — с победами на уровне IWSC, экспортом на рынок немецкой диаспоры, с брендом, способным путешествовать, — в 2032 году достигает 67 лет без структуры преемственности. Дети — в Вене. Бухгалтер — в Белграде. У бренда нет письменной операционной истории, нет задокументированного антикризисного опыта, нет консультанта, говорящего на языке как основателя, так и институционального покупателя. Сделка, которая в итоге состоится, учтёт эту неопределённость в цене. Институциональный покупатель, пришедший в 2028 году с двухлетней предварительной аналитикой по основателю, предприятию и региональному конкурентному контексту, заплатит меньше, чем оправдывает задокументированная стоимость бренда, — просто потому что был единственным присутствующим покупателем.

Именно этой потере посвящена эта статья — с точностью. Не расплывчатые упущенные возможности. Конкретная цена, уплаченная конкретным основателем за конкретное отсутствие организованной аналитики — аналитики, которая существует в сербской прессе, в обеих графиках, и просто не была собрана.

Сербия — непаханое поле для того, кто придёт с картой прежде, чем транзакции объявят о себе сами. Сделки, которые объявят о себе, — это те, что Milenijum Tim уже закрыл. Основатели, достойные внимания, — те, чьи бренды никогда не появлялись в англоязычном инвестиционном отчёте, и чьё время смены поколений сейчас открыто.

Сербская деловая пресса освещала их в двух графиках. Карту никто не собрал.

КЛЮЧЕВОЙ ВЫВОД

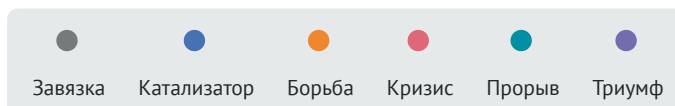
Составьте карту сербского поколения основателей прежде, чем вступление в ЕС изменит условия выхода, а фонды прямых инвестиций займут лучшие позиции в сделках по преобладанию.

* * *

ХРОНОЛОГИЯ РЫНКА

Поколение после Милошевича, 2000–2026

Как политический переход 2000 года положил конец десятилетию санкций и гиперинфляции и породил всё нынешнее поколение исследуемых основателей Сербии в одной сжатой волне.

**КРИЗИС** 1992–1995**Санкции ООН: первая волна**

Совет Безопасности ООН вводит всеобъемлющие санкции против Союзной Республики Югославия в связи с балканскими войнами. Формальная экономика Сербии рушится. Параллельная экономика расширяется. К январю 1994 года месячная инфляция превышает 300 миллионов процентов – второй по продолжительности гиперинфляционный эпизод в мировой истории после Советской России начала 1920-х годов. В этой обстановке построить легитимный потребительский бренд невозможно; большинство возникающих структур либо неформальны, либо связаны с государством.

КРИЗИС 1998–2001**Санкции ООН: вторая волна**

Второй режим санкций ООН, введённый из-за Косово, продлевает международную изоляцию Сербии. Натовские авиаудары 1999 года уничтожают значительную часть промышленной инфраструктуры. Формальная потребительская экономика остаётся подавленной. Любой бренд, основанный в этот период, работает в условиях почти полного искажения рынка.

КАТАЛИЗАТОР 2000**5 октября: отстранение Милошевича**

Массовые протесты вынуждают Слободана Милошевича уйти от власти. Правительство Демократической оппозиции Сербии (ДОС) приступает к макроэкономической стабилизации при поддержке МВФ. К 2001 году инфляция обуздана. Начинаются банковские реформы. Впервые за десятилетие целое поколение получает возможность строить легитимный частный бизнес на функционирующем рынке. Основательское окно открывается одновременно во всех потребительских секторах.

ЗАВЯЗКА 2001–2005**Начало волны основания**

Запускается первая послесанкционная когорта основателей потребительских брендов. Aleksandrović Winery возводит новый завод (2000); Winery Kovačević начинает работу на Фрушка Горе (2001); семья Богданович юридически оформляет дистиллерию Stara Sokolova из неформальных корней. Этим основателям 25–42 года. Они строят с нуля, практически без частной инфраструктуры, в стране, которую инвестиционный мир не замечает.

ПРОРЫВ 2004–2008**Старт переговоров о вступлении в ЕС**

Сербия начинает переговоры о Соглашении о стабилизации и ассоциации с ЕС (завершены в 2008 году). Процесс вступления запускает волну GI-сертификации в пищевой промышленности и виноделии: сливовица (сербская сливовая водка) получает защиту GI; сербские винные апелляции формализуются. Бренды, добившиеся сертификации ЕС, создают экспортные верительные грамоты, которые институциональные инвесторы из Европы и Персидского залива впоследствии смогут разобрать. Первый структурный сигнал о том, что сербские бренды основателей создают экспортготовые активы.

КРИЗИС 2008–2012**Глобальный финансовый кризис**

Кризис 2008–2009 годов ударяет по Сербии жёстко. ВВП сокращается. Прямые иностранные инвестиции падают. Несколько крупных приватизированных предприятий, поглотивших государственные активы, рушатся. Для когорты потребительских брендов после 2000 года кризис становится фильтром: выживают те, кто строил компактные структуры на собственных средствах. Зависимые от внешнего кредита или от связей с государством – нет. Когорта, вышедшая из кризиса в 2009–2010 годах, – самый устойчивый сегмент частного сектора Сербии.

ПРОРЫВ 2012**Статус кандидата в ЕС**

Европейский союз присваивает Сербии статус кандидата на вступление. Инвестиции в потребительские бренды ускоряются – траектория евроинтеграции приобретает правдоподобие. ЕБРР и USAID расширяют программы поддержки агропродовольственных МСП Сербии. Международная заметность сербских продовольственных и винных брендов – особенно органического экспорта и маркированных спиртных напитков – начинает расти. Первые английские упоминания о сербских брендах основателей появляются главным образом в отчётах ЕБРР и USAID.

ТРИУМФ 2015–2020**Прорыв на экспортные рынки**

Сербские основатели поколения после 2000 года выходят на международный масштаб. Ракия Stara Sokolova достигает 30+ стран на 4 континентах. Master Food (Ужице) экспортирует органические ягодные продукты в Канаду, на Ближний Восток, в Испанию и Германию. Мёд Maja Promet получает экспортный статус с сертификацией ЕС. Вина Aleksandrović появляются в Cité du Vin в Бордо и экспортируются в Токио и Нью-Йорк. Экспорт замороженной малины в объёме 527,7 млн долл. (2021, World Bank WITS) подтверждает лидирующую позицию Сербии в мире – построенную целиком на производстве МСП с основателями во главе.

ПРОРЫВ 2022**Фонды прямых инвестиций входят в сербское виноделие**

Milenijum Tim приобретает Vinarija Šapat на Фрушка Горе. Это первая задокументированная институциональная сделка по преемственности в потребительских брендах Сербии – сигнал о том, что фонды прямых инвестиций опознали волну и начали действовать. Основателям, строившим после 2000 года, сейчас 46–62 года, и первые покупатели уже пришли.

ЗАВЯЗКА 2026**Открывается стадия смены поколений**

Послесанкционная когорта основателей Сербии сейчас насчитывает 50–68 лет в пяти перспективных секторах. Ни один фонд прямых инвестиций не нацелен специально на сербские потребительские бренды основателей в масштабе. Деловая пресса – Biznis.rs, Ekonomist, Politika, NIN – освещала эти бренды на сербском. Ни одна независимая аналитическая платформа не синтезировала эту документацию для международной инвестиционной аудитории, которая на неё среагирует.

Справочник для контактов

Показатель	Справка
Телефон	+381
Валюта	Сербский динар (RSD) – управляемый плавающий курс к евро (~117 RSD:€1); курсы: nbs.rs
Часовой пояс	UTC+1 (центральноевропейское время; UTC+2 при переходе на летнее время)
Рабочая неделя	Пн–Пт (выходные Сб–Вс)
Столица	Белград (Београд)
Интернет	.rs / .срб (национальные домены); .com широко используется
Мессенджеры	Viber лидирует для личного и малого бизнеса; WhatsApp и личные сообщения в Instagram распространены в деловой среде
Платёжные системы	Национальная система DinaCard наряду с Visa/Mastercard; мгновенные платежи IPS (НБС) быстро растут; карты широко принимаются; наличные сохраняют значимость за пределами крупных городов
Банковское дело	Полный доступ к SWIFT; Banca Intesa, OTP banka Srbija и Komercijalna/NLB – для внутренних и корреспондентских переводов; счета в евро распространены
Языки	Сербский (официальный; используются и кириллица, и латиница); английский широко применяется в технологиях, финансах и международной торговле
Въезд	Безвизовый въезд для граждан ЕС, Великобритании, США и многих других стран (до 90 дней); для длительной коммерческой деятельности требуется бизнес-виза; соседи по CEFTA въезжают свободно



Об этом исследовании

Этот отчёт основан на 31 верифицированных источниках на 2 языках – 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 английском и SR языках.

Первое издание · June 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.

v1.0.0