



# 俄罗斯清真食品：3.82 亿美元的东向转身

俄罗斯·清真食品

---

行业聚焦

首版 | March 2026

中文版（亦提供英文和俄文版本）



Brandmine



## 行业聚焦

# 俄罗斯清真食品：3.82 亿美元的东向转身

2024 年，俄罗斯清真食品出口额达 3.82 亿美元，同比飙升 82%，一举成为仅次于巴西的中东第二大清真禽肉供应国。在俄罗斯以外，这个事实几乎无人知晓。缔造这个行业的创始人经历过车臣战争、加盟体系崩溃和长达十年的猪肉 DNA 丑闻——他们的故事从未被英语世界记录。

## 快速事实

市场规模	2024 年清真出口额 3.82 亿美元，同比增长 82%，预计年出口潜力达 260 亿美元
独特优势	鞑靼、巴什基尔、高加索数百年饮食传承正在转化为清真品牌——这种文化根基，任何企业竞争者都无法复制
最大挑战	30 多家认证机构各自为政，十年间消耗了行业公信力；2026 年 3 月鞑靼斯坦共和国穆夫提局获得国家认可，终结乱局
时机因素	鞑靼斯坦共和国穆夫提局于 2026 年 3 月成为俄罗斯首个获国家认可的清真认证机构，已获 22 国承认——出口信用基础设施刚刚建立

““俄罗斯的认证机构实在太多了——具体数字我都不敢说。””

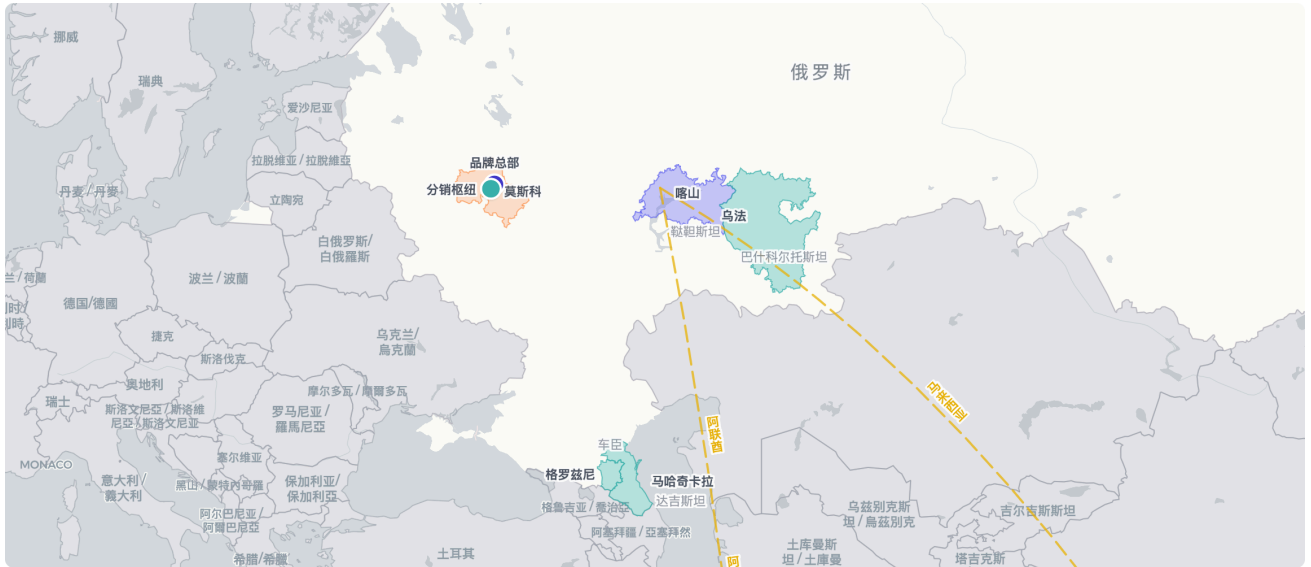
拉菲克·穆哈梅申，俄罗斯标准化委员会第 704 技术委员会前主任

莫斯科圆桌会议，2025 年 3 月

市场： 俄罗斯  
行业： 清真食品

地理背景

# 俄罗斯清真食品腹地



© OpenStreetMap contributors · © CARTO

鞑靼与高加索为源，海湾与亚洲为向——清真食品的新东向弧线。

鞑靼斯坦——俄罗斯清真食品无可争议的中心。喀山举办喀山论坛（2023 年起获联邦级别），设有鞑靼斯坦共和国穆夫提局认证机构（2026 年 3 月获国家认可），汇聚大多数清真餐饮品牌，包括 Tubetey。本报告识别的十八个品牌中有八个在该共和国运营。鞑靼斯坦穆夫提局清真委员会于 2026 年 3 月成为俄罗斯首个也是唯一获国家认可的认证机构，已获 22 国承认。

北高加索——车臣的萨尔希亚工厂由阿布·萨拉塔耶夫从战争废墟中重建，现为磁铁超市供货。达吉斯坦有一家有据可查的生产商。高加索地区带来文化正统性——数百年穆斯林饮食传统——但基础设施制约限制了工业化规模。

莫斯科州——企业级清真品牌集聚于首都周边：契尔基佐沃旗下的 Latifa 清真禽肉品牌，以及服务于莫斯科 200 万以上穆斯林消费者的多家加工企业。莫斯科州发挥分销和物流枢纽功能。

巴什科尔托斯坦——三家生产商在俄罗斯第二大穆斯林聚居共和国运营。巴什科尔托斯坦与鞑靼斯坦文化遗产相似但商业规模较小，是伏尔加-乌拉尔清真走廊的重要组成部分。

\* \* \*

行业纪事

阿布·萨拉塔耶夫 (Абу Салатаев) 2011 年起步时，既无厂房，也无冷链——每天两百公斤肉，装进一辆莫斯科人 (Москвич) 轿车的后备箱，送给愿意买的人。如今他的工厂为俄罗斯最大连锁超市磁铁 (Магнит) 供货。从一辆私家车到全国供应链——这段弧线，对每一家英语商业情报平台

都隐形。它身后的整个行业同样如此：2024 年清真食品出口额 3.82 亿美元，同比飙升 82%，一举成为仅次于巴西的中东第二大清真禽肉供应国；政府预估年出口潜力高达 260 亿美元。凭传承菜系与个人信念缔造这一切的创始人们，就藏在众目睽睽之下。这种状态不会持续太久。

## 保护性市场的双重引擎

两次冲击塑造了俄罗斯清真食品行业的今天。

2014 年反制裁措施一夜之间消灭了 95 亿美元的西方食品进口。对鞑靼斯坦（Татарстан）和北高加索的清真生产者而言，空出的货架就是邀请函。此前在集市上卖三角馅饼（эчпочмак）的鞑靼创业者突然面对一个品牌食品严重匮乏的国内市场——以及 2000 万-2500 万从未拥有专属供应链的穆斯林消费者。

第二次冲击始于 2022 年。扩大制裁切断了仅存的欧洲市场通道，迫使俄罗斯生产者将目光投向东方——海湾国家、伊朗、东南亚。原本的国内保护故事变成了出口攻坚战。安努尔（Ан-Нур）——ГАП Ресурс 旗下禽肉部门——向 75 个国家出口约 13.5 万吨清真禽肉。达马特集团的清真火鸡品牌萨利马（Салима）成为全球首家获马来西亚 JAKIM 认证的火鸡出口企业。喀山论坛（КазанФорум）——在鞑靼斯坦首府举办的俄罗斯-伊斯兰世界年度峰会——于 2023 年经总统令升格为联邦级活动，吸引了来自 100 多个国家的两万名参与者。

数据增长迅猛。仅清真禽肉出口一项就在一年内翻倍至 2.11 亿美元。2026 年迪拜海湾食品展上，来自 32 个地区的近百家俄罗斯出口商组成了该国有史以来最大的国家展团。2023 年 9 月在鞑靼斯坦、巴什科尔托斯坦、车臣和达吉斯坦启动的伊斯兰银行试点，开始构建一个更广泛的伊斯兰经济生态系统，从金融基础设施层面强化清真食品产业链。

制度架构在各个层面持续加深。鞑靼斯坦共和国首脑明尼汉诺夫（Минниханов）将清真产品列为“优先领域和竞争优势”，以实际基础设施支撑这一宣言——喀山（Казань）的农工产业园为新兴生产者提供孵化空间，拥有 25 年运营经验的鞑靼斯坦共和国穆夫提局清真委员会提供认证保障，2030 年鞑靼斯坦清真出口目标锁定 7 亿美元。喀山获评 2026 年伊斯兰世界文化之都，巩固了该共和国作为俄罗斯通往伊斯兰经济之门户的定位。

然而，出口故事再亮眼，归属感仍在企业巨头——切尔基佐沃（Черкизово）、ГАП Ресурс、达马特（Дамате）。创始人主导的故事截然不同，更难发掘，也远更耐人寻味。

## 传统与油锅的交汇

俄罗斯清真食品的地理版图并非随机分布，而是与数百年突厥和高加索烹饪传统精确重合——金帐汗国时代的三角馅饼和恰克恰克，比俄罗斯建国更久远的巴什基尔马肉干（казылык），已在莫斯科成为潮流符号的达吉斯坦薄饼（чуду）和坚果酱（урбеч）。传奇厨师尤努斯·阿赫梅季亚诺夫（Юнус Ахметзянов）曾在 1960 年代为恢复鞑靼菜肴在苏联公共餐饮中的地位而奋斗；今天的创始人正在完成他未竟的事业，但手中多了品牌和认证这两件他无法想象的武器。

震中在鞑靼斯坦。该共和国以穆斯林为主体的人口构成了天然消费基础，但真正的差异化因素是政府战略。鞑靼斯坦共和国穆夫提局清真委员会——如今是俄罗斯唯一获国家认可、受 22 国承认的认证机构——支撑起一个包括喀山论坛、喀山农工产业园以及将清真出口目标写入经济路线图的跨部门工作组在内的生态系统。新鞑靼美食运动将三角馅饼、库斯特别和马肉干从祖母的厨房搬上了品牌化、认证化、可出口的产品线。

北高加索讲述的是另一个故事——冲突阴影下的传统生产。在车臣和达吉斯坦，食品生产默认即清真，穆斯林人口占比 94–96%。挑战不在认证，而在基础设施和物流。车臣肉类加工企业在从战争中重建的共和国运营，整个行业最具戏剧性的品牌故事——一座从废墟中重建的苏联工厂——既昭示了潜力，也揭示了局限。达吉斯坦羊肉在莫斯科和圣彼得堡餐厅中已获得高端定位，新兴的坚果酱在全国赢得“超级食品”地位。饮食文化根基深达数百年，商业基础设施仍在追赶。

莫斯科是行业的分销枢纽。超过一百万穆斯林居民使其成为俄罗斯最大的清真食品单一消费市场。所有主要企业清真品牌的总部和最具雄心的创始人品牌旗舰店都设在这里。磁铁、十字路口（Перекрёсток）、欧尚等主要零售商均设有清真专区，但消费者调查显示供给缺口持续存在。莫斯科是连接鞑靼斯坦和高加索产区与全国零售网络及出口物流的商业桥梁。

在巴什科尔托斯坦——马肉之乡——饮食认同以需要清真认证的产品为核心，认证不是营销外壳，而是文化实践的表达。纵向整合的家族企业自营牧场、加工和零售——这一模式比现代清真经济早了数代人。该共和国自 2023 年 9 月运营的伊斯兰银行试点，正在构建一个从金融基础设施层面强化清真食品价值链的伊斯兰经济生态系统。

## 数据库看不见的真相

俄罗斯清真食品行业的情报缺口不是数据不足，而是一个由四重壁垒相互强化的结构性盲区。

语言壁垒。记录这一行业的信息源——创始人访谈、地方媒体、认证注册系统、展会参展商名录——七成以上仅有俄文。鞑靼斯坦地方媒体（БИЗНЕС Online、Реальное время、Tatar-Inform）详细报道过图别捷（Тюбетей）的加盟危机和达吉斯坦小馆（Дагестанская лавка）的融资困境。这些素材从未出现在任何英语商业数据库中。

认证不透明。十多年来，俄罗斯有 30 多家机构颁发清真证书，从成熟的宗教权威到一万卢布即可买到证书的私人公司，不一而足。鞑靼斯坦共和国穆夫提局的报告显示，喀山 75% 自称清真的餐厅实际上没有任何认证。认证碎片化使外部分析师无从判断哪些品牌持有可信证书——而清真标签产品中反复检出猪肉 DNA，更让这个问题从学术讨论升级为商业紧迫议题。莫斯科的穆夫提委员会（МЦСИС，由穆夫提理事会支持）与喀山的鞑靼斯坦共和国穆夫提局（运营经验更深、国际认可度更高）争夺权威，私营机构则在两者之间浑水摸鱼。

地缘政治偏见。在西方分析框架中，“俄罗斯”与“清真”无法共存。刻板印象是东正教、伏特加、制裁。这种预设如同一条护城河——它阻止了竞争情报平台去观察，从而为真正观察的人保留了信息套利空间。

企业遮蔽效应。3.82 亿美元、82% 增长——这些出口数字属于俄罗斯最大农业集团的企业子公司。它们有投资者关系部门、英文网站和海湾食品展展位。而那些建立了国内市场、创造了美食、培育了消费需求——并最终为企业规模化出口提供了基础——的创始人品牌，隐藏在同一组让行业变得可见的数字背后。头条故事遮蔽了更深层的叙事。

## 重建者与坚守者

俄罗斯清真食品行业真正重要的创始人并非进入了一个增长型市场。他们进入的是一片空白——并在填满空白的危机中幸存了下来。

阿布·萨拉塔耶夫并非将清真食品视为商业机会。他继承的是车臣战争摧毁了两次工厂废墟。阿尔贡肉联厂（Аргунский мясокомбинат）始建于 1964 年，冲突前日产七十吨肉，战后化为瓦砾。2011 年萨拉塔耶夫开始重建时，没有基础设施、没有供应链、没有零售关系。他用一辆莫斯科人轿车每天运送两百公斤。如今工厂生产 79 个 SKU，为磁铁供货。他的儿子——哈利德任总经理，阿普提为唯一股东——领导着这家从被摧毁的国有企业脱胎而来的私营实体。三代人、两场战争、一个家族对一座被世界放弃的工厂始终如一的坚守。

苏丹·萨芬（Султан Сафин）离开了沙特阿美——全球市值最高的公司——回到喀山卖鞑靼街头小吃。他出生在萨马拉州的一个村庄，在喀山联邦大学学习地质学，后赴沙特阿卜杜拉国王科技大学深造。2015 年回国时，他坚信鞑靼美食配得上与任何西方快餐品牌同等的品牌化待遇。不到一年，联合创始人出走——带走配方另起炉灶。萨芬苦心搭建的加盟网络随着加盟商违反清真标准而土崩瓦解。他收缩战线，从餐厅而非档口重新出发，建起专用生产设施，聘请学术文化总监梳理他正在商业化的烹饪遗产。20 家门店遍布 13 座城市。他的“新鞑靼”概念——将传统大饼与现代快餐语法融合的库斯特汉堡（кыстыбургер）——是一场附带损益表的文化运动。

拉苏尔·帕尔库耶夫（Расул Паркуев）、卡米拉·帕尔库耶娃（Камила Паркуева）和穆拉特·卡拉耶夫（Мурат Калаев）在冷冻丘杜（чуду）——一种达吉斯坦馅饼——上亏了四年钱才找到可行的商业模式。2014 年卢布危机摧毁了他们的零售供应链。莫斯科的房东和商业伙伴对与高加索创业者合作心存顾虑。三人转战街头美食节，发现当偏见随着实体店面消失时，莫斯科人愿意排队购买地道的达吉斯坦美食，由此将达吉斯坦小馆（Дагестанская лавка）发展为莫斯科和圣彼得堡的 15 家连锁店。他们的用人理念是刻意的“反专业化”：达吉斯坦女性——“大妈们”——凭家族记忆烹饪，而非厨师学校的训练。食物本身就是资质。

这些不是增长故事，而是以增长为副产品的生存故事。这一区别至关重要，因为它决定了什么样的情报才有价值。产量数据告诉你什么存在。危机档案告诉你什么能持久。

欧睿国际写得出这些吗？产量、出口额、品牌名——任何分析师都能找到。莫斯科人轿车载着两百公斤肉穿越战后检查站，窃取配方的联合创始人，双手就是质检标准的大妈们——这才是真正有价值的情报，而它不存在于任何常规数据库中。

除这三个故事外，后备梯队还有更多。哈拉勒·阿什（Халял Аш）自 1997 年起在莫斯科大教堂清真寺附近运营，是行业先驱。巴什科尔托斯坦一家马肉家族企业悄然建成了从牧场到零售的纵向一体化体系。喀山一个清真加工肉品牌创立不到一年即获总统背书——其创始人姓名至今未公开。故事就在那里，只是无人记录。

## 当三成顾客不是你预想的人

俄罗斯清真食品行业最具商业意义的变化与宗教无关，而与猪肉有关。

鞑靼斯坦连锁超市巴赫尔特（Бахетле）的数据显示，其清真肉类买家中 30% 为非穆斯林。圣彼得堡的学术研究证实了这一趋势：世俗俄罗斯消费者将清真标签视为不含抗生素、大豆填充物和化学添加剂的品质背书。研究者总结道：“一种品质与安全的标志和保障”——清真认证的功能已从宗教合规转化为高端品质信号。

这一跨界趋势颠覆了可寻址市场的假设。以文化正宗性——鞑靼传承、达吉斯坦传统、巴什基尔马肉文化——构建品牌身份的创始人品牌发现，他们的故事能引起一群不共享其宗教信仰、却同样怀疑工业化食品生产的消费者的共鸣。2012 年莫斯科清真食品博览会提出“俄罗斯清真，不止于清真”。十四年后，这句口号已成为市场事实。

那些因坚持标准而存活——在偷工减料成为行规时拒绝随波逐流——的品牌，恰恰是最适合这个开始奖励此种执着的市场的品牌。讽刺之处精确无比：差点摧毁行业公信力的认证丑闻，也为那些始终货真价实的品牌筑起了竞争护城河。

## 窗口与打开它的认证

十年来，“清真”在俄罗斯由谁说了算这个问题悬而未决——这种模糊让品牌付出了资金、市场准入和消费者信任的代价。

30 多家机构颁发清真证书。猪肉 DNA 在标注清真的产品中一再被检出——2013 年、2018 年、2023 年在察里津诺（Царицыно），2018 年在切尔内-米亚索（Челны-Мясо），2023 年在乌拉尔和西伯利亚的多家生产

商。索契一家肉联厂承认其伊斯兰品牌香肠从来就不是清真产品。碎片化不仅令人尴尬，更构成商业壁垒。海湾进口商无法信任俄罗斯认证，因为俄罗斯自己都无法就认证含义达成共识。

解决方案分阶段推进。2022 年俄罗斯采用国家清真 GOST 标准——成为全球最早如此做的非伊斯兰国家之一。2023 年 1 月，政府质量机构俄罗斯质量体系（Роскачество）设立专门的清真认证中心，选择与鞑靼斯坦共和国穆夫提局而非莫斯科穆夫提委员会（МЦСИС）结盟。2026 年 3 月 6 日，鞑靼斯坦共和国穆夫提局——自 1999 年运营俄罗斯最严格清真委员会的宗教权威——成为首个也是唯一一个依据新 GOST R 70402-2024 标准获得国家认可的机构。22 国已承认其认证。鞑靼斯坦与俄罗斯质量体系的联盟边缘化了 30 多家小型运营商，首次建立起一套出口级认证基础设施——创始人品牌无需企业规模即可借助这一体系获得国际公信力。

这扇窗口打开了具体的机遇。凭文化信念构建正宗性的创始人品牌，如今获得了企业竞争者多年前通过规模才取得的制度支撑。竞技场没有完全拉平——但资质差距已显著缩小。对于理解 2026 年 3 月发生了什么的投资者、买家和分销商而言，未来 18 个月代表着制度成熟与市场认知之间的窗口期。

## 为什么这很重要

在认证乱象和制裁重组中幸存的创始人，是从内部理解市场风险的人。他们经过危机锻炼的运营能力，在任何现有英语平台上都无法发现。

阻碍与俄罗斯创始人品牌开展实质商业合作的认证基础设施已发生根本性变化。鞑靼斯坦共和国穆夫提局的国家认可仅六周前获得。评估哪些品牌值得合作的情报，散落在鞑靼语媒体、Rusprofile 企业注册系统和喀山论坛参展商名录之中。

俄罗斯当前 3.82 亿美元清真出口与其宣称的 260 亿美元潜力之间的缺口，定义了常规情报遗漏的规模。这一缺口——不到理论产能的 1.5%——不是生产能力的失败，而是情报能力的失败。品牌已经存在。创始人正在扩张。阻碍国际公信力的认证基础设施已在八周前完成自我修复。

缔造这个行业的创始人——从三角馅饼摊和战损工厂起步——并未坐等被发现。他们正在扩张——新城市、新业态、新市场。问题在于，阅读本文的投资者、分销商和分析师能否在窗口收窄之前——这扇由俄罗斯境外尚无人消化的认证所打开的窗口——认识到 2026 年 3 月发生了什么。

情报是存在的。它以俄语存活——在鞑靼语地方媒体、Rusprofile 和 SPARK-Interfax 企业注册系统、喀山论坛参展商名录和鞑靼斯坦共和国穆夫提局认证数据库中。但它从未被整合为国际投资者、分销商或分析师能够阅读的任何语言。这一缺口正在缩小。那些在战争、丑闻和制裁中幸存下来的品牌一直都在。视而不见。

### 核心结论

在“不可能”的土壤上生长出来的行业，锻造出危机淬炼的创始人优势——这种优势既无法复制，也无法通过常规渠道发现。

\* \* \*

行业时间线

# 从转向到根基

塑造俄罗斯清真食品行业的决定性时刻——从首批认证产品到全球出口基础设施的建立。



- 背景 1997**  
**俄罗斯首批清真香肠问世**  
哈拉勒·阿什（Халлял Аш）在莫斯科大教堂清真寺附近开始生产清真香肠——为一个被整个食品品类排斥在外的社群，按照伊斯兰教法重塑苏联经典肉制品。
- 催化剂 2009**  
**首届喀山峰会召开**  
来自 18 国的 250 名代表齐聚喀山，举办首届俄罗斯-伊斯兰世界经济峰会。日后发展为喀山论坛的这一盛会，彼时仅是一项地方倡议。
- 挣扎 2013**  
**清真香肠中检出猪肉 DNA**  
电视节目在莫斯科大型肉类加工企业察里津诺的清真认证香肠中检出猪肉 DNA。认证机构选择为自身检测方法辩护，而非承认失误。
- 危机 2014**  
**反制裁构筑市场壁垒**  
俄罗斯禁止进口价值 95 亿美元的西方食品。国内清真生产在关税壁垒保护下迅速膨胀——但保护也意味着封闭。
- 危机 2015**  
**图别捷与拉提法同年创立**  
苏丹·萨芬在喀山开设首家鞑靼清真快餐店。同年，切尔基佐沃集团推出拉提法——俄罗斯首个企业清真禽肉品牌。创始人主导的文化路线与企业规模化路线同时入场。
- 挣扎 2016**  
**图别捷联合创始人出走**  
阿扎特·纳兹穆特季诺夫带走配方自立门户，创办竞争品牌“库斯特别”。萨芬的加盟网络开始瓦解，加盟商纷纷违反清真标准。
- 危机 2018**  
**猪肉丑闻再度爆发**  
察里津诺产品再次检出猪肉 DNA。切尔内-米亚索被曝在猪肉上贴清真标签。索契肉联厂承认其“穆斯林”品牌香肠从未是清真产品——名称纯属营销噱头。
- 突破 2021**  
**清真出口额突破 1.8 亿美元**  
俄罗斯成为仅次于巴西的中东第二大清真禽肉供应国。东向转型开始产出可量化的成果。
- 突破 2023**  
**喀山论坛升格为联邦级**  
普京将该论坛提升至联邦级别。伊斯兰银行试点在四个穆斯林为主体的共和国启动。政府基础设施从象征性转向实质性。

**突破** 2023

### 国家清真 GOST 标准生效

GOST R 70401-2022 确立了可执行的清真生产要求——俄罗斯成为全球最早拥有国家清真标准的非伊斯兰国家之一。

**胜利** 2024

### 清真出口飙升至 3.82 亿美元

同比增长 82%。仅清真禽肉出口即翻倍至 2.11 亿美元。政府预估年出口潜力达 260 亿美元——当前出口仅占理论上限的 1.5%。

**胜利** 2025

### 首批清真火鸡肉运抵马来西亚

达马特集团旗下萨利马品牌获得 JAKIM 认证——成为全球首家获批向马来西亚出口清真火鸡肉的企业。认证基础设施开始兑现红利。

**胜利** 2026

### 鞑靼斯坦共和国穆夫提局获国家认可

鞑靼斯坦清真委员会成为俄罗斯首个也是唯一一个依据 GOST R 70402-2024 获得国家认可的机构，已获 22 国承认。长达十年的认证乱象开始终结。



# 关于本研究

本报告基于 28 个经验证的来源，涵盖 2 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](https://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](mailto:hello@brandmine.ai) 情报研究报告: [brandmine.ai/intelligence/](https://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。  
研究涵盖英语、俄语来源。  
首版 · March 2026

献给鲁斯捷姆·伊萨科维奇·吉尔法诺夫。

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/](https://brandmine.ai/intelligence/)**

✉ [hello@brandmine.ai](mailto:hello@brandmine.ai)

🌐 [www.brandmine.ai](https://www.brandmine.ai)

© 2026 Brandmine。保留所有权利。

v1.3.2