



Тайский чай и кофе: ПОД ПОЛОГОМ

Таиланд · Чай и Кофе

ОБЗОР СЕКТОРА

Первое издание | Май 2026

Русское издание (также доступно на английском и китайском)



Brandmine



ОБЗОР СЕКТОРА

Тайский чай и кофе: под пологом

Завод Тана Пасакорннатее в Аютайе — 2 000 квадратных метров, готовых к запуску в ноябре 2011 года — ушёл под воду на две недели. Он отстроил его заново, превратил периметр катастрофы в учебный центр и вышел на биржу три года спустя. Ни одна база данных не зафиксировала, что он пережил, прежде чем Ichitan стал крупнейшим RTD-брендом Таиланда.

ОСНОВНЫЕ ФАКТЫ

Размер рынка	Кофейный рынок Таиланда ~฿85 млрд бат/год (~\$2,4 млрд USD) • RTD-чай растёт на 8–12% в год • горный арабика превышает 90 000 т
Уникальное преимущество	700 км: горные плантации Чианграя — до франчайзинговых империй Бангкока • 60% арабика Чианграя — вне англоязычных источников
Главная проблема	Полог государственных сетей: Café Amazon (~4 900 точек), Inthanin (Bangchak), Café Phunthai вытесняют бренды основателей из всех баз рыночной доли
Фактор времени	Разрыв преемственности в Black Canyon (Правит, чуть за 60, без преемника) закроется через 5–7 лет • Окно 24–36 мес. до институционализации

“Мы не хотели, чтобы фермеры поставляли нам. Мы хотели, чтобы они владели вместе с нами. Это изменило всё в том, как мы управляем компанией.”

John M. Darch, Сооснователь, Doi Chaang Coffee

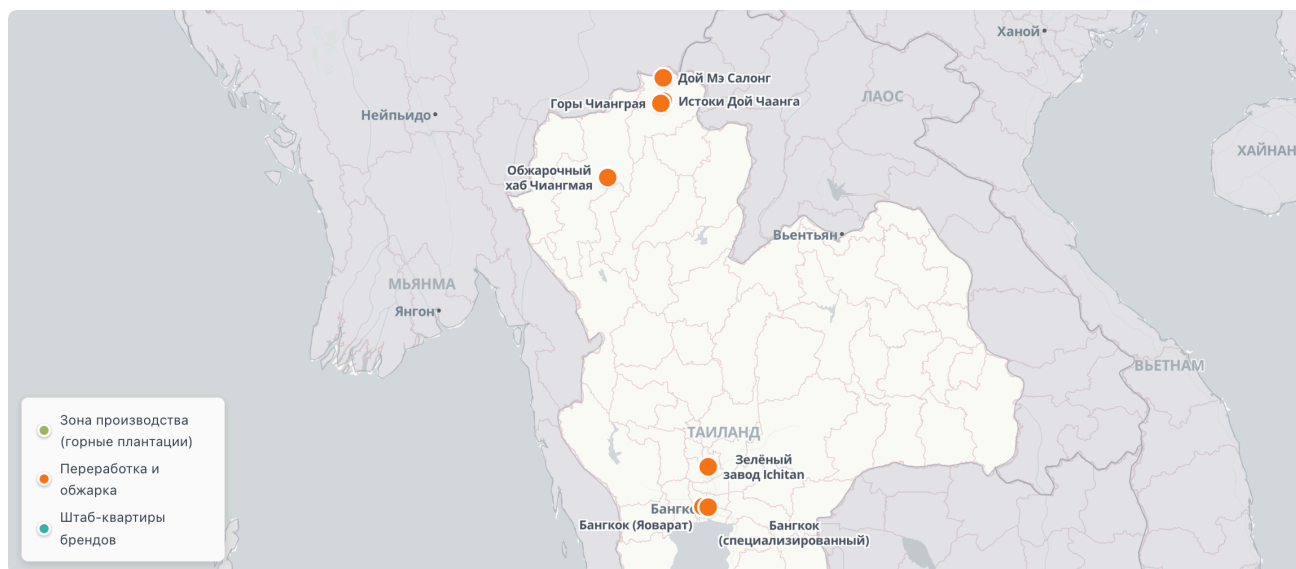
Beyond Fair Trade, 2014

РЫНКИ: Таиланд

СЕКТОРЫ: Чай и Кофе

ГЕОГРАФИЧЕСКИЙ КОНТЕКСТ

Тайский чай и кофе: 700-километровая цепочка поставок



© OpenStreetMap contributors · © CARTO

700 км: с плантаций Чиангмая — в бренды Бангкока.

Ремесленный чайно-кофейный сектор Таиланда обслуживается цепочкой поставок протяжённостью 700 км — от провинции Чианграй у границы с Мьянмой на юг до франшизных империй Бангкока. Арабиковые плантации Doi Chaang Coffee на высоте 1 400 м, обрабатываемые народностью акха в Чианграе, формируют северный производственный узел. Чианграй сосредотачивает около 60% национального производства арабики в Таиланде, практически не задокументированного на английском. Чиангмайская обжарочная и закупочная операция Hillkoff (900 фермерских хозяйств, восемь северных провинций) занимает средний ярус цепочки. Бангкокский узел — асептический завод холодного розлива Ichitan Group в Аюттайе к северу от города, 280-точечная франшизная империя Black Canyon и происхождение ChaTraMue с Яоварата — представляет потребительский, брендинговый и экспортный конец. Ни один англоязычный аналитический доклад не охватывает всю цепочку от горной плантации до бангкокского прилавка.

* * *

ПОРТРЕТ СЕКТОРА

В ноябре 2011 года новый холодный асептический завод площадью 2 000 кв. м — до запуска оставался месяц — ушёл под воду в Аюттае. Тан Пасакорннатее, потративший пятнадцать лет на выход из личного банкротства после азиатского кризиса 1997 года и затем основавший Ichitan с нуля, стоял у края затопленного завода и принял решение. Он отстроил его заново. Периметр катастрофы превратил в экологический образовательный центр

Tanland и открыл его для школьников из провинции Аютайя. В апреле 2014 года Ichitan разместился на Фондовой бирже Таиланда. За двенадцать месяцев он стал крупнейшим брендом RTD-чая в стране — в категории, которой четыре года назад практически не существовало.

Ни одна база данных не зафиксировала, что Тан пережил до этой церемонии листинга. И в этом — вся суть тайской проблемы с чаем и кофе: основатели, построившие этот сектор, систематически невидимы для аналитиков, которые его описывают.

Что не видят базы данных

Три перекрывающихся барьера делают тайскую когорту брендов основателей невидимой для институционального капитала.

Первый — полог государственных сетей. Café Amazon, управляемый PTT Oil and Retail Business, держит около 4 900 точек по всей Юго-Восточной Азии — одна из крупнейших кофейных сетей региона по числу локаций. Inthanin, принадлежащий нефтяной компании Bangchak, — около 700 точек. Café Phunthai на средства PTG Energy нацелилась на 5 000 точек к 2028 году. Это бонусные заправочные сервисы госаффилированных энергокомпаний. Они занимают каждый сводный отчёт по рыночной доле. Когда аналитики описывают «тайский кофе», они видят государственные сети. Когорта брендов основателей уходит в сноски.

Второй барьер — непрозрачность выручки. Восемь из десяти наиболее перспективных брендов основателей — частные, непубличные, задокументированные только в тайских корпоративных реестрах. Никакого раскрытия для инвесторов на английском, никакого аналога прозрачности аудита, никакого охвата брокерской аналитикой — за исключением единственной публичной компании, Ichitan. Оценка выручки требует триангуляции по числу точек, объёмам производства и импортным декларациям. Ни одна публичная база этой работы не проделала.

Третий барьер — географическая фрагментация. Производство сосредоточено в трёх северных провинциях — Чианграй, Чиангмай и Нан — на высоте 1 200–1 400 м, в 700 км от Бангкока. Провинция Чианграй даёт около 60% горного арабика Таиланда — плантации народностей акха, лаху и лису у самой границы с Мьянмой. Плантации арабика и улун снабжают специализированных обжарщиков Чиангмая и промышленные линии холодного розлива в Аютайе. Штаб-квартиры брендов и потребительский ретейл — в 700 км к югу: в Яоварат-Чайнатауне Бангкока или в специализированных кластерах Тонглора и Экамая. Цепочка поставок реальна, задокументирована в торговой статистике, прослеживается от фермерских кооперативов до франчайзинговых контрактов. Ни в одном англоязычном аналитическом продукте она не нанесена на карту.

Выжившие

Основатели, построившие этот сектор в самые тяжёлые времена, оставили иной вид записи — тот, который требует конкретного документирования, чтобы найти.

Ichitan — история Тана Пасакорннатее начинается не в 2011-м, а в 1997-м. Азиатский кризис уничтожил его портфель недвижимости — по последующим оценкам, личный долг составил \$100 млн бат (THB) и более. Он продал почти всё, что имел, и два года расплачивался. Затем, после разговора об американской модели ресторана с фиксированной ценой, которую он наблюдал в поездке, он открыл Oishi Buffet в Бангкоке в 1999 году. Ресторан вырос в Oishi Group, которую он впоследствии продал ThaiBev. Выход был не завершением — а сменой позиции. Тан заметил: тайский рынок фасованных напитков, где правят

газировка и энергетики, не имеет значимого RTD-чая в промышленном масштабе. Ichitan Group, основанная в 2010 году, создавалась именно под этот пробел. Зелёный завод в Аютайе — холодная асептическая линия розлива — был рассчитан на выпуск чая в объёмах, необходимых для общенационального сбыта в категории, которой ещё не существовало.

Наводнение 2011 года стало вторым кризисом за четырнадцать лет. Потоки в Аютайе — наихудшие за семьдесят лет, охватившие 65 провинций и причинившие промышленного ущерба примерно на \$185 млрд бат (THB). Новый завод Тана простоял под водой две недели, не выпустив ни одной единицы продукции. Восстановление заняло два года: периметр катастрофы стал Tanland — образовательным экологическим центром для школьников провинции. Рефрейминг был точным: завод, закрытый наводнением, превратился в завод, который извлёк урок из наводнения и открыл класс. Ichitan разместился на бирже SET в апреле 2014 года. За двенадцать месяцев он стал крупнейшим RTD-брендом Таиланда. В августе 2014-го — через четыре месяца после IPO — Ichitan создал совместное предприятие в Индонезии с Mitsubishi Corporation и PT Sigmantara. В августе 2022-го партнёрство с Rebisco вышло на Филиппины. По состоянию на 2024 год Тан владеет примерно 27,74% компании. Он построил категорию, которой не существовало, внутри наводнения — и превратил её в двухстрановую экспортную структуру за восемь лет.

Как публичная компания, Ichitan несёт и ту управленческую прозрачность, которой избегают частные бренды, — заметную именно потому, что тайскоязычная запись вокруг неё плотна. Отчётность по форме 56-1 прослеживает выручку от \$5,25 млрд бат (THB) в 2021 году до \$8,59 млрд в 2024-м, а доля рынка RTD-зелёного чая выросла к 2024 году до 34%; на 2025-й компания поставила цель \$9,5 млрд. Тот же бумажный след фиксирует и трения: Комиссия по ценным бумагам (ก.ล.ด.) возбудила гражданское дело против супруги Тана, Инг Пасакорннатее, и ещё двух лиц за инсайдерскую торговлю акциями ICHI, а в ноябре 2024 года группа ликвидировала дочернюю компанию Ichitan Power. Ничего этого нет в англоязычном освещении — и в этом всё дело. Листинг покупает прозрачность, а прозрачность выводит на свет и рост, и управленческие события; восемь частных брендов не раскрывают ни того, ни другого.

Hillkoff — кризис, испытанный Hillkoff, пришёл не из стихийного бедствия, а с товарных рынков. В 2001 году глобальный обвал цен на кофе загнал компанию — тогда небольшую обжарочную в Чиангмае, основанную Теера Таксаудомом, — в финансовый кризис. Теера принял решение, ставшее самой чистой подтверждённой передачей управления в тайском секторе брендов основателей: он передал дочери Наруемон последнюю обжарку и последние мешки зёрен — и отступил. Она преподавала в университете Пайяп. Она ушла с работы.

Наруемон добралась до Бангкока в одиночку и отстроила клиентскую базу с нуля, по ходу дела ребрендировав компанию в Hillkoff. Восстановление заняло пять лет. Что она построила после — то, что база данных в конечном счёте нашла бы, если бы искала: 1 000 т зелёного кофе в переработке ежегодно; прямые торговые отношения с 900 фермерскими хозяйствами в восьми северных провинциях; золото на India International Drinks Challenge в 2017-м; Национальная премия Таиланда за добросовестное управление в сфере циркулярной экономики в 2024-м.

Модель, которую Наруемон построила вокруг кризиса, стоит понять как систему. Hillkoff закупает напрямую у мелких фермеров Чианграя, Чиангмая и шести других северных провинций, минуя товарные рынки через прямые торговые отношения, инвестирующие надбавки к урожаю обратно в сертификацию ферм и развитие сообщества. Эта архитектура принесла премию за управление — и именно она сделала суббренд COFFOGENIC жизнеспособным. Hillkoff зарегистрировал COFFOGENIC в восьми странах через Клинику по управлению ИС ВОИС, защитив премиальное позиционирование, которое невозможно было бы построить с позиции товарных закупок.

Переход от Теера к Наруемон произошёл в 2001 году. Это единственная полностью подтверждённая и завершённая смена поколений в секторе. Hillkoff — компания второго поколения уже двадцать три года. Расстояние от последних обжарок отца до торговой марки в восьми странах — именно такое. И пролегает оно через билет на автобус до Бангкока и пять лет восстановления с нуля.

Doi Chaang – 23 января 2014 года Вича Промйонг умер от сердечного приступа близ деревни Дой Чаанг. Ему было 63 года. Кооператив, который он строил десятилетие – превращая горную общину акха на высоте 1 400 м в Чианграе из выращивающей опиум в один из наиболее признанных специализированных кофейных регионов Таиланда, – не имел ни плана преемственности, ни названного наследника, ни письменного перехода.

Вича был коммерческим руководителем среди трёх тайских учредителей; с его уходом операционное управление не исчезло. Паначай Писайлерт – бывший староста деревни Дой Чаанг, отвечавший за производство, – стал управляющим директором компании Doi Chaang Coffee Original, а маркетинговый учредитель Писанучай Кэупичай остался в деле. Тайскоязычная запись показывает напряжение в цифрах: выручка холдинговой дочерней компании, ฿44,9 млн бат (ТНВ) в 2014 году, упала до ฿4,5 млн к 2016-му – в годы после смерти Вичи. Не подвела структура под ней.

Doi Chaang работает уже более двенадцати лет без своего основателя. Модель управления, которую Вича и канадский сооснователь Дарч выстроили вместе, устояла: 50% вancouverской сбытовой компании принадлежат членам фермерского кооператива акха, 100% выручки от зелёного зерна остаются в деревне, а обязательство Вичи реинвестировать 30% выручки поглотил Фонд Дой Чаанга. Кофе стабильно входит в топ-1% мировых кофе по версии Coffee Review – проверить результаты можно начиная с 2014 года. Сбыт через Великобританию идёт через DR Wakefield. Формулировка «За пределами справедливой торговли», которую использовали Дарч и Вича, была точной: в стандартных схемах честной торговли фермеры получают надбавку к цене на зелёное зерно. В модели Doi Chaang фермеры владеют половиной сбытовой структуры и сохраняют 100% маржи со своего урожая. Разница принципиальна: она определяет, что происходит, когда умирает основатель. В модели с надбавкой к цене ценность живёт в готовности покупателя её платить. В модели владения ценность живёт в структуре капитала – а структуры капитала переживают людей.

Doi Chaang структурно доказывает: продолжение без основателя возможно, если модель управления переживает его присутствие. Вича построил что-то, не требующее его постоянного участия в строительстве. Это другие учётные данные, нежели институциональное финансирование или франчайзинговая архитектура – и ни один стандартный рейтинг рыночной доли их не измерил.

Более широкая когорта

За этой тройкой – когорта, глубина которой поддаётся проверке.

ChaTraMue, основанная семьёй иммигрантов из Чаочжоу в бангкокском чайном доме во время воздушных тревог Второй мировой, сейчас ведёт розничный бизнес через третье поколение – Праонаринт Рьянгриттидет по прозвищу «Прэу», основавшую в 2021 году операционную компанию Thipthari, чтобы продолжить дело, начатое её дедом в 1945-м и превращённое её отцом, Диттапонгом Рьянгриттидетом, в производителя фасованного чая. Три дочерние компании группы показали совокупную выручку около ฿5,8 млрд бат (ТНВ) за 2024 финансовый год – Thipthari ฿1,83 млрд, экспортное подразделение Cha Thai International ฿3,5 млрд и исходная Siam FB Products ฿470 млн – при росте 20–30% в год пять лет подряд. Более 40 точек в Малайзии, присутствие в ретейле Великобритании, США и Филиппин. Сама преемственность – редкий чистый случай: контроль третьего поколения назван, задокументирован и операционен. Не задокументировано иное – готовится ли за ним четвёртое поколение.

Black Canyon выкуплен Правитом Читнарапонгом в 1993 году, когда у сети было всего четыре-пять точек, а сам он уходил из карьеры продавца ПО IBM, – сделку он профинансировал, заложив автомобиль и заняв у друзей. С тех пор он построил более 280 точек в восьми странах: Сингапуре, Малайзии, Индонезии, Мьянме, Камбодже, Лаосе, ОАЭ и Филиппинах. Правит – немного за шестьдесят. Преемник публично не назван. Международная архитектура компании – самый обширный подтверждённый

экспортный след в когорте. То, что произойдёт при смене поколений – поглощение, выкуп менеджментом или семейное продолжение, – определит, будет ли этот след использован или раздроблен.

Akha Ama Coffee, основанная Ли Аю Чуэпа, получила профили в BBC и Wall Street Journal за кооперативную модель с горными племенами в районе Нимман в Чиангмае. Ли Аю, представитель общины акха из того же горного пояса, что и Дой Чаанг, создал прямой потребительский бренд в городе, сделав происхождение своей общины видимым для международных закупщиков кофе. По выручке – ниже порога институциональных инвестиций, но история основателя – одна из наиболее международно заметных в когорте, а его географическая история – это 700-километровая цепочка поставок, рассказанная с точки зрения одного производителя.

Два якоря специализированного сегмента удерживают бангкокский конец: Roots/Kinnest (Варатт Вичит-Ваданан), осуществивший в период COVID разворот к 100%-м тайским зёрнам во всей сети кафе и ростерий; и Ristr8to/Roast8ry (Арнон Тхитипрасет), чей основатель выиграл чемпионат мира по latte art 2017 года и чей флагман определяет специализированную кофейную сцену Бангкока.

Когорта неоднородна по масштабу и зрелости. Ichitan – публичная компания с листингом на бирже и подтверждёнными международными партнёрствами. ChaTraMue – столетняя семейная структура с проверенным выходом на Малайзию. Black Canyon – операционно зрелая сеть без ясного следующего владельца. Akha Ama, Roots, Ristr8to – суббренды специализированного сегмента с международной медийностью, но без институциональной структуры. Этот диапазон означает, что единой точки входа нет. Есть семь отдельных историй с разными профилями риска, разными горизонтами и разными форматами инвестиционного взаимодействия.

Момент

Данные о преемственности и экспорте по всей когорте сходятся к одному выводу.

Сигнал преемственности конкретен. Розничным бизнесом ChaTraMue управляет третье поколение – через названную, задокументированную операционную компанию, при этом четвёртого поколения за ним пока не видно. Hillkoff завершила передачу управления в 2001-м – двадцать три года работы без основателя, единственная полностью подтверждённая чистая преемственность в когорте. Doi Chaang работает двенадцать лет без основателя и остаётся финансово жизнеспособным. У Black Canyon – основатель, приближающийся к середине шестидесятых, без публично названного наследника. Это не абстрактные наблюдения о стареющих основателях. Это зафиксированные состояния с разными профилями риска в одном секторе, созревающие в разные сроки.

Состояния преемственности несут разные инвестиционные импликации. Hillkoff под управлением Наруемон – стабильная платформа: событие преемственности двадцать три года в прошлом, управление прозрачно, архитектура прямой торговли масштабируема. ChaTraMue – династия с активным операционным управлением третьего поколения и проверенной международной франчайзинговой архитектурой, но вопрос о том, готовится ли четвёртое поколение, – тот риск, который требует разрешения до того, как семейное управление станет пригодным для инвестиций. Black Canyon – самая очевидная точка перелома в секторе: появится названный преемник – и окно переговоров о миноритарном участии по докоммерциализационным условиям закроется немедленно. Не появится – риск сместится к нестабильности.

Экспортный сигнал конкретен. Black Canyon работает в восьми странах. У ChaTraMue – 40 и более точек в Малайзии плюс ретейл в Великобритании, США и на Филиппинах. Ichitan создал совместное предприятие в Индонезии в августе 2014-го и партнёрство с Rebisco на Филиппинах в августе 2022-го. Doi Chaang продаётся в Канаде и Великобритании. Инфраструктура для трансграничного сбыта существует по нескольким брендам. Она была выстроена до того, как её задокументировала хоть одна англоязычная аналитическая платформа.

Инвестор с фокусом на потребительские товары Юго-Восточной Азии и аппетитом к суб-институциональному или среднерыночному участию в капитале или совместным предприятиям, войдя в следующие двадцать четыре месяца, будет в позиции для получения доступа к миноритарным долям, партнёрствам OEM-в-бренд или правам на совместное развитие франчайзинга в наследственных брендах по докоммерциализационным оценкам – прежде чем разрыв преемственности в Black Canyon либо разрешится, закрыв окно входа, либо дестабилизирует бренд и уничтожит возможность.

Момент созрел. Этот вывод не декларативный – он вытекает из четырёх зафиксированных состояний, четырёх действующих экспортных систем и тридцатилетней операционной истории когорты. Сектор, который не нанесла на карту ни одна база данных, самостоятельно выстроил сбыт за пределами страны. Строил его до того, как кто-то смотрел.

У всех на виду

700-километровая цепочка поставок, которую не нанесла на карту ни одна база данных, – построена конкретными людьми, принимавшими конкретные решения под давлением. Тан Пасакорннатее отстроил завод в разгар наводнения и превратил линию катастрофы в класс. Наруемон Таксаудом взяла последние отцовские обжарки и поехала в Бангкок – пять лет восстанавливать то, что уничтожили товарные рынки. Вича Промйонг построил модель управления, которая теперь уже двенадцать лет его переживает.

Кризисы, которые заставили этих основателей изобретать заново, – те же самые, что не попали ни в один индекс рыночной доли. А когорта, которая выжила, уже вывозит продукт в восемь стран.

Они были здесь всё это время. У всех на виду.

КЛЮЧЕВОЙ ВЫВОД

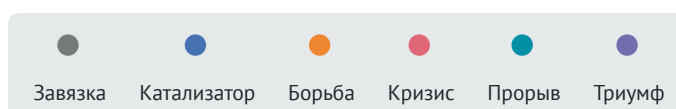
Кризисы, которые заставили этих основателей изобретать заново, – те же самые, что не попали ни в один индекс. А когорта, которая выжила, уже вывозит продукт в восемь стран.

* * *

ХРОНОЛОГИЯ СЕКТОРА

То, что кризисы создавали снова и снова

От чайной ChaTraMue в военном Яоварате 1945 года и конверсии опиумных плантаций Вичи Промьонга в Чианграе в 1988-м через Азиатский финансовый кризис 1997-го, мировой обвал цен на кофе в 2001-м, наводнение, затопившее «Зелёную фабрику» Ichitan в 2011-м, – к IPO Ichitan в 2014-м: 700-километровая производственная цепочка, выстроенная за семьдесят лет пережитых кризисов.



ЗАВЯЗКА 1945**ChaTraMue основана в военном Бангкоке**

Во время воздушных тревог Второй мировой войны семья иммигрантов из Чаочжоу открывает чайный дом в районе Яоварат. Магазин, ставший ChaTraMue — эталоном тайского чая, — основан в условиях светомаскировки. Три поколения спустя бренд управляет 40+ точками в Малайзии.

КАТАЛИЗАТОР 1988**Вича Промйонг начинает преобразование Дой Чаанга**

Вича Промйонг начинает работу с фермерами народности акха в провинции Чианграй: вместо опиума — арабика. Высота — 1 400 м. До Бангкока — 700 км. Ни один инвестор ещё не зафиксировал эту цепочку поставок.

ЗАВЯЗКА 1993**Правит выкупает права на франшизу Black Canyon**

После карьеры реселлера ПО IBM Правит Читнарапонг выкупает права на франшизу Black Canyon, когда у сети всего четыре-пять точек, — заложив автомобиль и заняв у друзей. Сеть вырастет до 280+ точек в восьми странах, став самым международным брендом когорты. Преемник её основателя публично не назван.

КРИЗИС 1997**Азиатский кризис уничтожает портфель Тана**

Обвал бата разрушает портфель недвижимости Тана Пасакорннатее — по последующим оценкам, личный долг составил \$100 млн бат (THB) и более. Он продаёт почти всё, что имел. Кризис, опустошивший его баланс, в итоге породит Ichitan. Ни одна база данных не учитывает это как учётные данные.

ПРОРЫВ 1999**Тан запускает Oishi Buffet**

После двух лет расчёта с долгами Тан открывает Oishi Buffet в Бангкоке — вдохновившись американской моделью ресторана с фиксированной ценой. Ресторан вырастает в Oishi Group, которую он позже продаёт. Выручка от продажи финансирует Ichitan.

КРИЗИС 2001**Обвал кофейных цен загоняет Hillkoff в кризис**

Глобальный обвал цен на кофе доводит небольшую обжарочную компанию Теера Таксаудом в Чиангмае до финансового кризиса. Теера передаёт дочери Наруемон последнюю обжарку и последние зёрна и отступает. Она бросает должность преподавателя в университете Пайяп и едет в Бангкок — строить с нуля.

ПРОРЫВ 2006**Hillkoff завершает пятилетнее восстановление**

Пять лет спустя после кризиса 2001 года Hillkoff стабилизируется под руководством Наруемон. Ребрендинг устоял. Клиентская база, выстроенная ею с нуля в Бангкоке, теперь служит фундаментом для закупок 1 000 т в год у 900 фермерских хозяйств в восьми северных провинциях.

КАТАЛИЗАТОР 2010**Основана Ichitan Group**

Тан Пасакорннатее основывает Ichitan Group в Бангкоке после продажи доли в Oishi Group компании ThaiBev. Он строит холодную асептическую линию розлива площадью 2 000 кв. м в Аютайе — «Зелёный завод», — запуск которой запланирован на конец 2011 года. Категории RTD-чая в Таиланде в значимом масштабе ещё не существует.

КРИЗИС 2011**Наводнение в Аютайе топит Зелёный завод**

Наихудшее за 70 лет наводнение в Таиланде затапливает только что построенный Зелёный завод Ichitan за месяц до планового пуска. Тан восстанавливает его. Периметр катастрофы он превращает в Tanland — экологический образовательный центр для школьников. Точный рефрейминг: завод, закрытый наводнением, стал заводом, который извлёк урок из наводнения и открыл класс.

КРИЗИС 2014-01

Вича Промйонг умирает в 63 года

23 января Вича Промйонг умирает от сердечного приступа близ деревни Дой Чаанг. Письменного плана преемственности он не оставляет, но двое его сооснователей продолжают операции. Его модель управления — 50% канадской структуры принадлежит фермерам акха, 100% выручки от зелёного зерна остаётся в деревне — окажется долговечнее любого документа.

ТРИУМФ 2014-04

IPO Ichitan на Фондовой бирже Таиланда

В апреле 2014 года Ichitan размещается на Фондовой бирже Таиланда — три года после затопления Зелёного завода, два с половиной года после начала восстановления. За двенадцать месяцев Ichitan становится крупнейшим RTD-брендом Таиланда по доле рынка. Категория, которую он занимает, в значительной мере создана им самим.

ТРИУМФ 2014-08

Совместное предприятие Ichitan в Индонезии

Ichitan создаёт совместное предприятие в Индонезии с Mitsubishi Corporation и PT Sigmantara Adi Perkasa — первое задокументированное институциональное трансграничное партнёрство когорты. Экспортная инфраструктура, выстроенная Таном после наводнения, теперь работает за пределами страны.

ТРИУМФ 2017

Золото Hillkoff на IIDC; Арнон выигрывает WLAC

Hillkoff получает золотую медаль на India International Drinks Challenge — первое внешнее признание модели циркулярной экономики, выстроенной Наруемон после кризиса 2001 года. В том же году Арнон Тхитипрасет из Ristr8to становится чемпионом мира по latte art, закрепив международный статус специализированной кофейной сцены Бангкока.

ТРИУМФ 2022

Партнёрство Ichitan с Rebisco на Филиппинах

Ichitan заключает партнёрство с Rebisco на Филиппинах — второе подтверждённое трансграничное институциональное соглашение когорты, доказывающее, что модель сбыта Тана воспроизводима. Одновременно Black Canyon работает в восьми странах. Экспортная архитектура сектора выстроена. Ни один англоязычный рейтинг рыночной доли этого не зафиксировал.

ТРИУМФ 2026

Открывается окно преемственности

Разрыв преемственности в Black Canyon остаётся нерешённым. Третье поколение ChaTraMue (Праонаринт Рьянгриттидет) управляет розничным бизнесом, а четвёртое поколение пока не видно. Doi Chaang работает двенадцать лет без основателя. Hillkoff завершила передачу управления в 2001 году. Окно 24–36 месяцев до институционализации открыто. Долго оно не останется.



Об этом исследовании

Этот отчёт основан на 73 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.

Издан одновременно на английском, русском и китайском языках.

Исследование на английском и тайском языках.

Первое издание · Май 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.

v1.0.1