



泰国茶咖啡：绿荫之下

泰国 · 茶与咖啡

行业聚焦

首版 | May 2026

中文版（亦提供英文和俄文版本）



Brandmine



行业聚焦

泰国茶咖啡：绿荫之下

2011年，谭帕萨功纳提全新建成的大城府绿色工厂被洪水淹没，距原定开工仅差一个月。他选择重建，将灾区边界辟为环保教育中心，并在三年后带领伊吉坦登陆泰交所，成为泰国最大即饮茶品牌。与此同时，Hillkoff的女儿接班人辞去大学讲师职位只身去曼谷重建，Doi Chaang在创始人骤逝后凭借股权结构延续十二年。没有任何数据库记录过这些。

快速事实

市场规模	泰国咖啡市场约฿8500亿泰铢/年（约24亿美元）•即饮茶年增8-12%•高地阿拉比卡产量逾9万吨
独特优势	700公里供应链：从高地茶园到曼谷连锁帝国•清莱占全国阿拉比卡产量60%，无任何英文来源收录
最大挑战	国营连锁的遮蔽效应：亚马逊咖啡（约4900家门店）、Inthanin（邦差石油旗下）、Café Phunthai（PTG能源）占据所有市场份额报告，创始人品牌消失于脚注之中
时机因素	Black Canyon（Pravit，六旬出头，无公开继承人）的接班缺口将在5-7年内收窄•机构化前24-36个月窗口期正在打开

“我们不是要农民为我们供货——我们要让他们与我们共同持有。这改变了公司运营的一切。”

John M. Darch、Doi Chaang Coffee 联合创始人

Beyond Fair Trade, 2014

市场： 泰国
行业： 茶与咖啡

地理背景

泰国茶咖啡：700 公里供应链



700 公里产业链：北部茶园与曼谷品牌。

泰国精品茶咖行业运营着一条 700 公里的供应链，从缅甸边境附近的清莱府向南延伸至曼谷的连锁帝国。Doi Chaang Coffee 在清莱海拔 1400 米的阿卡族种植园中的阿拉比卡咖啡地块锚定北部生产节点。清莱占泰国全国阿拉比卡产量的约 60%，英文文献中几乎没有记载。Hillkoff 位于清迈的烘焙及采购运营（900 个农户，八个北部省份）处于供应链中间层。曼谷节点——一赞集团在曼谷以北大城府的冷藏无菌灌装厂、Black Canyon 的 280 家连锁特许经营帝国以及 ChaTraMue 的耀华力路起源——代表着消费、品牌与出口的末端。没有任何英文市场份额报告完整记录从高原茶园到曼谷柜台的全链条。

* * *

行业纪事

2011 年 11 月，大城府的洪水漫过堤坝，将谭帕萨功纳提全新建成的绿色工厂淹没在水中。这条 2000 平方米的冷无菌灌装生产线，距原定开工只差一个月。而谭帕萨功纳提已经用了十五年，一点一点从 1997 年亚洲金融危机留下的个人破产中爬出来，又从零创立了伊吉坦。他站在被淹没的厂区边缘，做了一个决定：重建。他将灾区边界改造为一座面向大城府各地学校开放的环保教育中心，命名为“谭之地”。2014 年 4 月，伊吉坦在泰国证券交易所上市。十二个月内，它成为泰国市场份额最大的即饮茶品牌——而这个品类，在四年前几乎还不存在。

没有任何市场情报数据库，记录过谭帕萨功纳提在上市仪式前经历的这一切。这，正是泰国茶咖啡行业问题的缩影：建立这个行业的创始人，对覆盖这个市场的分析师而言，系统性地隐形。

数据库遗漏了什么

三道相互叠加的屏障，让泰国创始人持有的茶咖啡品牌群对机构资本而言几近于无。

第一道是国营连锁的遮蔽效应。亚马逊咖啡隶属国家石油与零售公司，在东南亚运营约 4900 家门店，按门店数计算是该地区最大连锁咖啡品牌之一。Inthanin 隶属邦差石油，约有 700 家门店。Café Phunthai 依托 PTG 能源，目标是 2028 年前开到 5000 家门店。这些本质上是国营能源企业的加油站附属业务，却占据了所有汇总市场份额报告的头版。分析师看“泰国咖啡”，看到的是国营连锁。创始人持有的品牌群，消失于脚注之中。

第二道屏障是收入的不透明。十个最具潜力的创始人品牌中，有八个是非上市私营企业，仅以泰文在企业注册机构留档。没有英文投资者披露，没有相当于美国 SEC 申报的 DBD 审计透明度，除已上市的伊吉坦外卖方分析师覆盖几乎为零。估算收入，需要综合门店数量、生产吨位和进口申报数据来交叉验证。没有任何公开数据库做过这项工作。

第三道屏障是地理上的碎片化。生产集中在三个北部省份——清莱、清迈和南奔——海拔 1200 至 1400 米，距曼谷 700 公里。靠近缅甸边境的阿拉比卡和乌龙茶园，向清迈的精品烘焙商和大城府的工业冷灌装生产线供货。品牌总部和消费零售则在 700 公里之外的曼谷——耀华叻唐人街，或通罗、爱开眉的精品咖啡聚集区。这条供应链是真实存在的，贸易统计数据可以佐证，从农业合作社到特许经营合同都有迹可循。但从未有任何英文情报产品将它绘制出来。

幸存者

在最艰难的时刻仍然坚持下来的创始人们，留下了另一种记录——需要定向挖掘才能找到。

伊吉坦 — 谭帕萨功纳提的故事，不是从 2011 年开始的，而是 1997 年。亚洲金融危机摧毁了他的房地产资产——据后来的说法，个人债务估计达฿1 亿泰铢或以上。他几乎变卖了所有财产，用两年时间还清。随后，一次关于美式平价自助餐模式的对话给了他灵感，1999 年他在曼谷创立了 Oishi 自助餐厅。餐厅成长为 Oishi 集团，后来出售给泰国饮料集团。这次退出不是收摊——是换位。谭帕萨功纳提注意到，泰国的包装饮料市场以碳酸饮料和能量饮料为主，在工业规模层面，即饮茶几乎是空白。2010 年创立的伊吉坦集团，正是为这个空白而生。大城府的绿色工厂，是一条专门设计用于全国配送规模的冷无菌灌装生产线——服务于一个尚不存在的品类。

2011 年的洪水，是十四年内的第二次危机。大城府洪灾是泰国七十年来最严重的一次，波及 65 个省，工业损失估计高达฿1850 亿泰铢。谭帕萨功纳提全新的工厂，在生产第一件产品之前，便被洪水浸泡了整整两周。绿色工厂的重建历时两年。重建期间，谭帕萨功纳提将灾区边界改造为“谭之地”——一个向大城府各地学校开放的环保教育中心。转化的逻辑十分精准：被洪水关闭的工厂，变成了从洪水中学习、向孩子们开放课堂的地方。伊吉坦于 2014 年 4 月在泰交所上市。十二个月内，它成为泰国最大即饮茶品牌。同年 8 月——IPO 后四个月——伊吉坦与三菱商事和 PT Sigmantara 在印度尼西亚建立合资企业。2022 年 8 月，与菲律宾 Rebisco 的配销合作随后落地。截至 2024 年，谭帕萨功纳提持有公司约 27.74% 股权。他在一场洪水中建立了一个原本不存在的品类，并在八年内将其发展为跨越两个国家的出口架构。

作为一家上市公司，伊吉坦也承受着私营品牌得以避开的治理审视——之所以看得见，恰恰因为它周围的泰文记录足够密集。56-1 表披露的财务勾勒出一条收入曲线：从 2021 年的฿52.5 亿泰铢升至 2024 年的 ฿85.9 亿泰铢，即饮绿茶市场份额到 2024 年升至 34%；公司为 2025 年定下฿95 亿的目标。同一份纸面记录也留下了摩擦：泰国证券交易委员会 (ก.ล.ด.) 就 ICHI 股票内幕交易，对谭帕萨功纳提的配偶英·帕萨功纳提及另外两人提起民事诉讼；集团旗下子公司 Ichitan Power 已于 2024 年 11 月清算注销。这些都不见于英文报道——而这正是关键。上市买来透明，透明则把增长与治理事件一并照出；那八个私营品牌两者都不披露。

Hillkoff — 考验 Hillkoff 的危机，来自大宗商品市场，而非自然灾害。2001 年，全球咖啡价格崩盘，将 Theera Taksa-udom 当时还是清迈小型烘焙商的公司推入财务危机。Theera 做了一个决定——这是迄今为止泰国创始人持有咖啡行业中记录最清晰的接班案例：他将最后一台烘焙机和最后几袋生豆交给女儿纳鲁蒙·达克萨乌东，然后退场。那时她是拍耶普大学的讲师，她辞职了。

纳鲁蒙·达克萨乌东独自前往曼谷，从零重建客群，途中完成品牌重塑，改名 Hillkoff。复苏历时五年。她此后建立起来的体系，才是数据库如果认真找的话能够发现的：年处理量 1000 吨绿咖啡豆；与清莱、清迈及另外六个北部省份 900 个农户的直接采购关系；2017 年在印度国际饮品挑战赛夺得金奖；2024 年泰国国家良好治理奖（循环经济类）。

纳鲁蒙围绕那场危机建立的模式，作为一个体系值得仔细理解。Hillkoff 绕开大宗商品市场，直接向清莱、清迈及其他六个北部省份的小农户采购，通过直贸关系将产量溢价投回农场认证和社区发展。这个架构是该公司赢得治理奖的基础——也是 COFFOGENIC 子品牌得以落地的原因。Hillkoff 通过世界知识产权组织 IP 管理诊所在八个国家注册了 COFFOGENIC，保护了一种从大宗商品采购台上根本无法构建的溢价定位。

从 Theera 到纳鲁蒙的交接发生在 2001 年。这是该行业唯一一个完全确认、完整记录的代际传承。Hillkoff 成为第二代公司已有一百二十三年。从父亲最后几台烘焙机，到八国商标注册——距离恰好那么长，途经曼谷一张单程车票和五年从零开始的重建岁月。

Doi Chaang — 2014 年 1 月 23 日，维差·普罗姆永在 Doi Chaang 村附近因心脏病去世，享年 63 岁。他用十年时间建立的合作社——将清莱省海拔 1400 米处一个以种植罂粟为生的阿卡山地部落社区，转变为泰国最受认可的精品咖啡原产地之一——没有接班计划，没有指定继承人，没有书面的过渡文件。

维差是三位泰方创始人中主管经营的一位；他离世后，运营并未随之消失。曾负责生产的 Doi Chaang 村前任村长帕纳猜·披赛勒接任 Doi Chaang Coffee Original 公司董事总经理，负责营销的创始人披沙努猜·乔披猜也留了下来。泰文记录把这份压力写进了数字：控股子公司的收入从 2014 年的฿4490 万泰铢，到 2016 年跌至฿450 万——正是维差去世后的那几年。没有垮掉的，是其下的结构。

Doi Chaang 如今已在没有创始人的情况下运营逾十二年。维差与加拿大联合创始人 John M. Darch 共同建立的治理结构经受住了考验：温哥华配销实体 50% 股权由阿卡农民合作社成员持有，生豆收益 100% 留在村庄，维差收益 30% 再投入的承诺由 Doi Chaang 基金会承接。这款咖啡自 2014 年起在 Coffee Review 的评测中持续位列全球前 1%，DR Wakefield 继续维持在英国的配销。Darch 与维差使用的“超越公平贸易”表述是精准的：在标准公平贸易安排中，农民获得的是生豆的价格溢价；在 Doi Chaang 的模式里，农民拥有配销实体的一半股权，并留存自己作物的 100% 利润。这个区别至关重要，因为它决定了创始人离世后会发生什么。在溢价模式中，价值存在于买方的意愿里。在所有权模式中，价值存在于股权结构里——而股权结构的寿命超过任何个人。

Doi Chaang 在结构上证明了：当治理模式的寿命超过创始人的存在，无创始人的延续是可能的。维差建立的东西，不需要他继续亲手搭建。这是与机构背书或特许经营架构截然不同的资质证明——而它从未被任何标准的市场份额报告衡量或收录过。

更广泛的群体

在这三个案例之外，还有一个更完整的品牌群，延展着这个行业的纵深。

ChaTraMue，由一个潮州移民家族在二战空袭警报中于曼谷茶馆创立，如今由第三代经营零售业务——普劳娜琳·鲁昂里提德（小名“小芮”）2021 年创立运营公司 Thiphthari，承接祖父 1945 年所创、父亲狄塔蓬·鲁昂里提德做成包装茶制造商的家业。集团旗下三家子公司 2024 财年合计营收约฿58 亿泰铢——Thiphthari 约 ฿18.3 亿、出口部门 Cha Thai International 约฿35 亿、最初的 Siam FB Products 约฿4.7 亿——并连续五年保持 20% 至 30% 的年增长。马来西亚有逾 40 家门店，并已在英国、美国和菲律宾建立零售存在。这次接班本身是难得的清晰一例：第三代的控制权有名有据，且在运营。尚未明朗的是另一件事——其后是否已在培养第四代。

Black Canyon，由 Pravit Chitnarapong 于 1993 年买下——当时这家连锁仅有四五家门店，他刚结束 IBM 软件经销商的生涯，靠典当汽车、向朋友借钱筹措了这笔收购款。此后他将其拓展到八个国家逾 280 家门店：新加坡、马来西亚、印度尼西亚、缅甸、柬埔寨、老挝、阿联酋和菲律宾。Pravit 六旬出头，尚无公开命名的接班人。这家公司的国际版图是该行业有据可查的最大出口足迹。接班事件的走向——收购、管理层收购，还是家族延续——将决定这一足迹是被充分利用，还是走向碎片化。

Akha Ama Coffee，由 Lee Ayu Chuepa 创立，凭借其在清迈尼曼街区的山地部落合作社模式赢得 BBC 和《华尔街日报》报道。Lee Ayu 来自与 Doi Chaang 相同的高山地带，他在城市中建立了一个直接面向消费者的品牌，让国际咖啡买家看见了他所在社区的原产地故事。以收入计，尚未达到机构参与的门槛，但其创始人叙事在该群体中国际知名度最高——从单一生产者视角，讲述了那条 700 公里供应链的故事。

曼谷一端，两个精品咖啡锚点并立：Roots/Kinnest (Varatt Vichit-Vadakan) ——在疫情期间完成了旗下咖啡馆和烘焙网络向 100% 泰国本土豆源的切换；Ristr8to/Roast8ry (Arnon Thitiprasert) ——创始人是 2017 年世界拉花艺术锦标赛冠军，其旗舰店定义了曼谷精品咖啡的场景。

这个群体在规模与成熟度上参差不齐。伊吉坦是已上市公司，拥有两个出口市场上经过验证的机构合作协议；ChaTraMue 是百年家族结构，马来西亚特许经营网络已有据可查；Black Canyon 是运营成熟的跨国连锁，却无公开命名的继承人；Akha Ama、Roots 与 Ristr8to 是精品细分市场的品牌，国际媒体曝光度较高，但缺乏机构所有权架构。这种分布意味着不存在单一入口——而是七个独立叙事，各有不同的风险特征、时间窗口和投资介入方式。

窗口

这个群体的接班信号与出口证据，指向同一个结论。

接班信号是具体的。ChaTraMue 的零售业务由第三代经营，通过一家有名有据的运营公司在运作，其后第四代尚未现身。Hillkoff 早在 2001 年便完成了交接——创始人离开后二十三年，是该群体中唯一一个完全记录在案的清晰接班。Doi Chaang 已在没有创始人的情况下运营十二年，仍保持财务可行。Black Canyon 的创始人正步入六十五岁，尚无指定继承人。这些不是泛泛的“老龄创始人”观察，而是同一行业内处于不同时间线上的不同风险状态，均有记录可循。

不同的接班状态意味着不同的投资逻辑。Hillkoff 在纳鲁蒙的掌舵下是一个稳定的平台——接班事件已是二十三年前的历史，治理架构清晰，直贸体系具备可扩展性。ChaTraMue 是一个由第三代活跃经营的家族王朝，拥有经过验证的国际特许经营架构，但第四代是否已在培养，仍是一个悬而未决的风险，需要在家族治理变得可投资之前加以解决。Black Canyon 是该行业最清晰的拐点：一旦有接班人公开亮相，以机构化前估值谈判少数股权的窗口便立即关闭；若始终无人出现，风险则转向不稳定。

出口信号是具体的。Black Canyon 在八个国家运营。ChaTraMue 在马来西亚有逾 40 家门店，另有英国、美国和菲律宾的零售渠道。伊吉坦于 2014 年 8 月执行了印度尼西亚合资，2022 年 8 月与菲律宾 Rebisco 签署合作。Doi Chaang 在加拿大和英国均有配销。跨境分销基础设施已在多个品牌间建立，早于任何英文情报平台将其记录在案。

关注东南亚消费品领域、以次机构至中间市场股权或合资规模参与的投资者，若能在未来二十四个月内介入，将有机会以机构化前估值进入这些传承品牌——以少数股权、OEM 向品牌转型伙伴关系或特许经营联合开发权的形式——在 Black Canyon 的接班缺口收窄之前。

视而不见

那条没有任何数据库绘制过的 700 公里供应链，是具体的人在压力下做出具体决定的结果。谭帕萨功纳提在洪水中重建工厂，将灾区边界变成课堂。纳鲁蒙·达克萨乌东带着父亲最后的烘焙机去了曼谷，用五年时间修复了大宗商品市场摧毁的一切。维差·普罗姆永建立的治理结构，如今已在他身后延续了整整十二年。

迫使这些创始人革新的危机，正是任何市场份额报告都未曾收录的资质证明。这个幸存的群体，早已在向八个国家出口。

这些品牌一直都在。只是，视而不见。

核心结论

迫使这些创始人革新的危机，正是任何市场数据库都未曾收录的资质证明——而这个幸存的群体已在向八个国家出口。

* * *

行业时间线

危机一再造就的产业

从 1945 年战时耀华力路的 ChaTraMue 茶馆、1988 年维差·普罗姆永在清莱将罌粟田改种阿拉比卡咖啡，历经 1997 年亚洲金融危机、2001 年全球咖啡价格崩溃、2011 年大城水灾淹没绿色工厂，直至 2014 年一赞集团上市——七十年创始人历经磨难所建立的 700 公里产业链。

● ● ● ● ● ●
背景 催化剂 挣扎 危机 突破 胜利

背景 1945

战时曼谷，ChaTraMue 创立

二战空袭警报期间，一个潮州移民家族在曼谷耀华叻街区开设茶馆。这家后来成为 ChaTraMue——泰国泰式奶茶标准品牌——的茶馆，在灯火管制中迎来第一批客人。三代人之后，这个品牌在马来西亚运营着逾 40 家门店。

催化剂 1988

维差·普罗姆永开始改造 Doi Chaang

维差·普罗姆永开始与清莱省阿卡山部落农民合作，推动罌粟种植向阿拉比卡咖啡的转型。海拔 1400 米，曼谷在 700 公里之外。没有任何投资者绘制过这条供应链。

背景 1993

Pravit 买下 Black Canyon 的特许经营权

结束 IBM 软件经销商的生涯后，Pravit Chitnarapong 在 Black Canyon 仅有四五家门店时买下其特许经营权——靠典当汽车、向朋友借钱筹措收购款。这家连锁最终将扩展至八个国家逾 280 家门店，成为该群体中国际布局最广的品牌。其创始人至今没有公开指定的接班人。

危机 1997

亚洲金融危机摧毁谭氏资产

泰铢崩溃摧毁了谭帕萨功纳提的房地产资产——据后来的说法，个人债务估计达 1 亿泰铢或以上。他变卖了几乎所有财产。掏空资产负债表的这场危机，最终孕育出伊吉坦。没有数据库将这段历史记录为资质证明。

突破 1999

谭氏创立 Oishi 自助餐厅

用两年时间还清债务后，谭帕萨功纳提从一次关于美式平价餐饮模式的谈话中获得灵感，在曼谷创立 Oishi 自助餐厅。餐厅成长为 Oishi 集团，他后来将其出售。退出所得的资金，成为伊吉坦的起点。

危机 2001**全球咖啡价格崩盘，Hillkoff 陷入危机**

全球咖啡价格崩盘，将 Theera Taksa-udom 在清迈经营的小型烘焙商推入财务危机。Theera 将最后一台烘焙机和最后一批生豆交给女儿纳鲁蒙，然后退场。她辞掉了拍耶普大学的讲师职位，独自前往曼谷，从零开始重建。

突破 2006**Hillkoff 五年复苏完成**

2001 年危机后五年，Hillkoff 在纳鲁蒙的带领下重新稳定。品牌重塑成果巩固。她从零开始建立的曼谷客群，如今已成为年采购量 1000 吨、覆盖八个北部省份 900 个农户的采购体系的基础。

催化剂 2010**伊吉坦集团创立**

谭帕萨功纳提将在 Oishi 集团的股权出售给泰国饮料集团后，在曼谷创立伊吉坦集团。他在大城府建造一条面积 2000 平方米的冷无菌灌装生产线——绿色工厂——计划于 2011 年底投产。此时，泰国的即饮茶品类尚未真正成形。

危机 2011**大城府洪水淹没绿色工厂**

七十年来最严重的洪灾将伊吉坦全新绿色工厂淹没，距原定开工仅剩一个月。谭帕萨功纳提选择重建。他将灾区边界改造为“谭之地”——一个向大城府各地学校开放的环保教育中心。这个转化十分精准：一座被洪水关闭的工厂，变成了从洪水中学习、向孩子们开放的课堂。

危机 2014-01**维差·普罗姆永辞世，享年 63 岁**

1 月 23 日，维差·普罗姆永在 Doi Chaang 村附近因心脏病去世，享年 63 岁。他没有留下书面的接班计划，但他的两位联合创始人继续维持运营。而他建立的治理结构——加拿大实体 50% 股权由阿卡农民持有，生豆收益 100% 留在村庄——将被证明比任何文件都更为持久。

胜利 2014-04**伊吉坦在泰交所上市**

2014 年 4 月，伊吉坦在泰国证券交易所上市——绿色工厂被淹三年后，重建开始两年半后。十二个月内，伊吉坦成为泰国市场份额最大的即饮茶品牌。它所主导的品类，是它自己基本上创造出来的。

胜利 2014-08**伊吉坦印度尼西亚合资企业成立**

伊吉坦与三菱商事和 PT Sigmantara Adi Perkasa 在印度尼西亚建立合资企业——该群体首个有据可查的跨境机构合作。谭帕萨功纳提自洪灾后构建的出口架构，已在国境之外运转。

胜利 2017**Hillkoff 夺得 IIDC 金奖；Arnon 赢得 WLAC 冠军**

Hillkoff 在印度国际饮品挑战赛夺得金奖——这是纳鲁蒙在 2001 年危机后建立的循环经济模式获得的首次外部认可。同年，Ristr8to 的 Arnon Thitiprasert 赢得世界拉花艺术锦标赛冠军，将曼谷精品咖啡场景带上国际舞台。

胜利 2022**伊吉坦与 Rebisco 达成菲律宾合作**

伊吉坦与菲律宾 Rebisco 建立合作——该群体第二个经确认的跨境机构合作，证明谭氏分销模式已具复制性。与此同时，Black Canyon 正在八个国家运营。这个行业的出口架构已经成形。没有任何英文市场报告记录过这一切。

胜利 2026**接班窗口开启**

Black Canyon 的接班缺口悬而未决。ChaTraMue 第三代（普劳娜琳·鲁昂里提德）经营着零售业务，第四代尚未现身。Doi Chaang 已在没有创始人的情况下运营十二年。Hillkoff 早在 2001 年便完成了交接。24-36 个月的机构化前窗口期已经打开，不会永远等待。



关于本研究

本报告基于 73 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。

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。
同时以英文、俄文及中文出版。
研究涵盖英语、泰语来源。
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。

v1.0.1