

# Миллион подписчиков, ноль расходов на рекламу

Китай · Индия · Вьетнам · ОАЭ · Профессиональные Услуги

---

АНАЛИТИЧЕСКИЙ МАТЕРИАЛ

Первое издание | Апрель 2026

Русское издание (также доступно на английском и китайском)



**Brandmine**



## ЛАНДШАФТ

# Миллион подписчиков, ноль расходов на рекламу

*На пятьсот долларов — и без бухгалтерских дипломов. Деваншир-Эллис лично написал первые пятьдесят номеров China Briefing и раздавал их бесплатно. Двадцать пять лет спустя у Asia Briefing — более миллиона подписчиков по семи региональным изданиям, и ни одного платежа за стороннюю рекламу. Большая четвёрка модель не скопировала.*

## ОСНОВНЫЕ ФАКТЫ

Масштаб	Asia Briefing: 7 региональных изданий • 100+ книг, 1 000+ журналов за 25 лет • более 1 млн подписчиков • ноль расходов на стороннюю рекламу за 25 лет
Конкурентное преимущество	Основатель лично написал первые 50 номеров China Briefing — редакционная приверженность, на которую ни один партнёр глобальной фирмы никогда бы не решился
Ключевой вызов	Издательство не приносит прямой выручки — требует устойчивых редакционных инвестиций через каждый кризис, финансируемых из фирмы, не имеющей банковских долгов
Актуальность	Перестройка цепочек поставок China+1 с 2022 года — спрос на консалтинг по Индии, Вьетнаму и Ближнему Востоку удовлетворяется изданиями, запущенными пятнадцать и более лет назад

*“Не берите кредитов. Держите банки подальше от бизнеса — это называется бункерным финансированием.”*

Chris Devonshire-Ellis , Основатель, Dezan Shira & Associates

TrepTalks, 2023

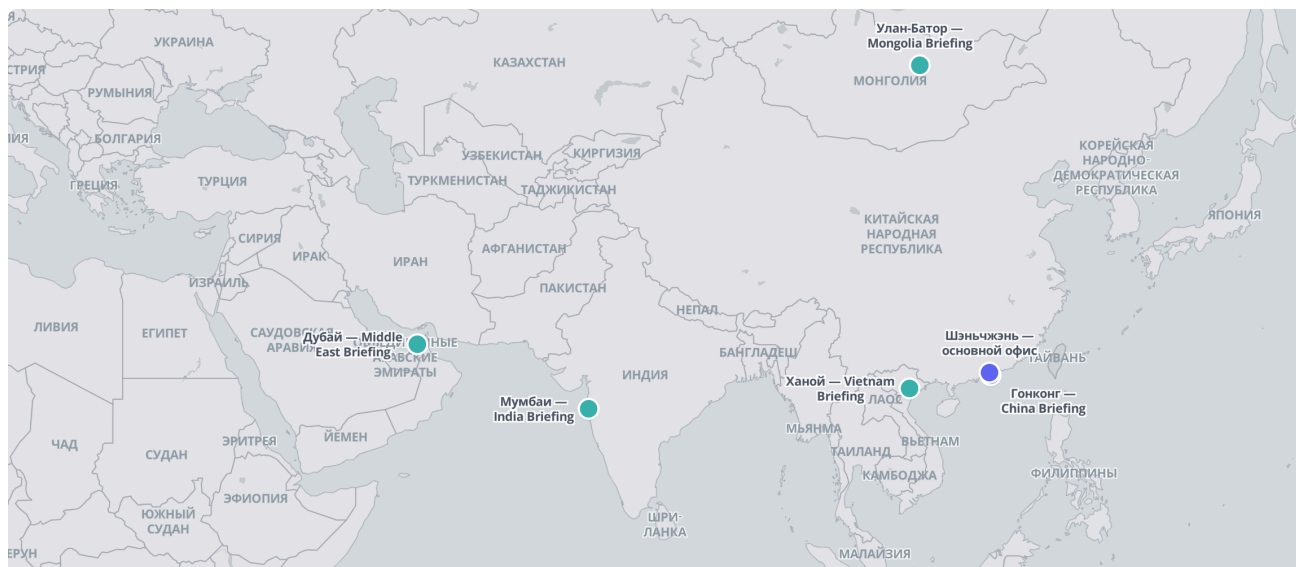
**РЫНКИ:** Китай · Индия · Вьетнам · Объединённые Арабские Эмираты

**ОТРАСЛИ:** Профессиональные Услуги

**БРЕНДЫ:** Dezan Shira

**ОСНОВАТЕЛИ:** Chris Devonshire-Ellis

## Географический контекст



© OpenStreetMap contributors · © CARTO

Семь региональных изданий, запущенных за двадцать пять лет. Каждое предшествовало расширению консалтинговой практики в соответствующий регион или сопровождало его — публикации как разведка, архив как ров.

- Гонконг — China Briefing — Штаб-квартира с 1992 года. Asia Briefing основан здесь в 1999 году. Основатель лично написал первые пятьдесят номеров China Briefing — редакционная традиция, определившая тональность всех последующих региональных изданий.
- Шэньчжэнь — первый офис — Первый офис на материке открыт в 1992 году в Шэкоу. Именно здесь Dezan Shira была основана на \$500 после «Южного тура» Дэн Сяопина. Издательская стратегия выросла из этих истоков — фирма достаточно небольшая, чтобы раздавать аналитику бесплатно, и достаточно терпеливая, чтобы делать это двадцать пять лет.
- Мумбаи — India Briefing — Выход на индийский рынок в 2007–2008 годах конкуренты сочли безрассудным на фоне их сосредоточенности на Китае. India Briefing запустили вместе с офисом, охватив разграничение союзных территорий и нормативные нюансы штатов — то, что конкурирующие издания упустили. Консалтинговые отношения выросли из читательских.
- Ханой — Vietnam Briefing — Vietnam Briefing запущен в 2009 году вместе с ханойским офисом. Издание охватывало трансфертное ценообразование и провинциальные регуляторные различия, которые общие путеводители по Азии игнорировали. К 2018 году, когда началась торговая война США и Китая, клиенты, искавшие альтернативы, читали это издание уже почти десять лет.
- Сингапур — ASEAN Briefing — ASEAN Briefing запущен в 2013 году из сингапурского хаба в Марина Бэй. Издание аккумулировало охват Юго-Восточной Азии тогда, когда большинство консалтинговых фирм рассматривало регион как приложение к своей китайской практике.
- Дубай — Middle East Briefing — Офис в Дубае и Middle East Briefing открыты в 2022 году — седьмое региональное издание сети. Публикация опередила полноценную консалтинговую деятельность, выстраивая читательские отношения на торговых маршрутах Залива ещё до формирования местной практики.

● Москва – Russia & Silk Road Briefing – Russia Briefing и Silk Road Briefing обеспечивают охват всей Евразии, включая двусторонние торговые коридоры, которые большинство западных консультантов перестало освещать после 2022 года.

\* \* \*

*Летом 1999 года, спустя семь лет после основания гонконгской консалтинговой фирмы на пятисотдолларовый чек и с фамилией, записанной с ошибкой, Крис Деваншир-Эллис сел редактировать первый номер журнала, который собирался раздавать бесплатно. Никаких бухгалтерских дипломов. Следующие сорок девять номеров он напишет лично. Фирмы Большой четвёрки, охотившиеся за теми же клиентами, наблюдали, как он тратит редакционное время, которое никогда не принесёт гонорара, — и пришли к очевидному выводу: причуда основателя.*

## Пятьдесят номеров, которых никто не просил

Партнёр глобальной фирмы мыслит простой арифметикой. Часы — единица работы, клиенты платят за часы, часы, потраченные на статьи, не выставляются в счёт. Контент существует для развития бизнеса, что означает: он должен производиться эффективно и делегироваться вниз. Партнёр, лично пишущий пятьдесят номеров чего бы то ни было, нерационально расходует собственное время.

Деваншир-Эллис этой арифметики не разделял. Dezan Shira была основана на 500 долларах. Банковских долгов она не несла — не несёт и по сей день, — а значит, не была обязана выдавать квартальную маржу, от которой партнёрские фирмы не могут отказаться. Основатель мог тратить время на то, что, по его мнению, будет важным через двадцать лет, — потому что не было распределителей капитала, которым это нужно было бы объяснять.

China Briefing вышел в 1999 году как бесплатное издание — для иностранного инвестора, которому нужно было понять, почему налоговая ставка в Шэньчжэне составляет пятнадцать процентов, а в Шанхае — двадцать пять, чем предприятие со стопроцентным иностранным капиталом отличается от совместного, что Государственная администрация промышленности и торговли примет в качестве домашнего адреса директора. Контент был прикладным и непарадным. Он отвечал на вопросы, которых западные деловые издания не задавали, — потому что не обладали отношениями, необходимыми для правильного ответа.

Первые пятьдесят номеров были декларацией редакционного регистра. Основатель сигнализировал — тем, кто умел читать, — что это издание строится изнутри консалтинговой работы, а не рядом с ней. Партнёр глобальной фирмы не мог создать тот же журнал, потому что у него не было материала. Материал накапливался из работы — по одному клиентскому проекту за раз, — и становился авторитетом только при условии, что кто-то терпеливо давал архиву расти. Тише едешь — дальше будешь.

## Почему Большая четвёрка не смогла скопировать

К 2003 году, когда SARS заморозил деловые поездки по Азии, China Briefing выпустил около ста номеров. Глобальные фирмы от азиатского регуляторного жанра не устранились — KPMG, Deloitte, EY и PwC вели компетентные налоговые алерты для клиентов, несколько международных юридических фирм держали тематические блоги. Но ни одна не собрала того, что построил Крис: свободного к доступу, страново-брендированного отдельного издания, написанного в регистре для инвестора, а не в формате технического алерта, выходящего непрерывно как самостоятельный тайтл. Экономическая модель глобальной фирмы не допускает редакционного терпения, необходимого для такой формы.

Три структурных препятствия стояли на пути. Первое — ответственность. Фирма из Большой четвёрки, публикующая конкретные регуляторные рекомендации, берёт на себя риски перед читателями, которые

им следуют, — риски, застрахованные по ставкам, согласованным централизованно. Бесплатный контент умножает число читателей, не умножая клиентской выручки; актуарный расчёт толкает к меньшим публикациям, а не к большим. Ответ Dezan Shira был другим: фирма достаточно маленькая, чтобы знать свою аудиторию, и достаточно весомая, чтобы искушённые читатели понимали — они читают общую аналитику, а не индивидуальный совет.

Второе — экономика партнёрства. Контент, продвигающий клиентские отношения, ценен; контент, строящий репутацию на десятилетия, ценен; но только первый вписывается в кредиты оригинации партнёра в этом квартале. Партнёр, пишущий много и без связи с биллингом, страдает при распределении вознаграждения, и этот стимул распространяется вниз. Тот, кто лучше всего способен создавать аналитику, меньше всего готов тратить на это время бесплатно.

Третье — географическое терпение. Глобальные фирмы ротируют партнёров по азиатским командировкам по трёх-пятилетним циклам. Институциональная память сбрасывается с каждой ротацией. Редакционный голос Dezan Shira был и остаётся голосом человека, который остался. Деваншир-Эллис провёл в материковом Китае семь лет, ни разу не выехав; брал там отпуска; учил язык несовершенно, но настойчиво. Журнал звучал как работа человека, которого не переведут в Нью-Йорк через восемнадцать месяцев, — и искушённые читатели это слышали.

Большая четвёрка не отказывалась от этой формы — выбрать её она не имела возможности. Для этого потребовалось бы одновременно перестроить модель вознаграждения, политику ответственности и систему географической ротации. Такая реформа требует больше воли, чем нужно, чтобы оставить категорию в руках меньшего конкурента — категорию, ценность которой становится очевидной только после того, как десятилетия сложились.

## Соблазн остановиться

Каждый кризис задавал издательской операции один и тот же вопрос. Ответ, при всей логике момента, всегда был одним: нет.

В начале 2003 года, когда SARS опустошил холлы отелей от Пекина до Сингапура, а бюджеты на деловые поездки рухнули за три недели, было легко обосновать приостановку редакционного выпуска. Журналы стоят денег; выручка от консалтинговых проектов остановилась; разумный оператор свернулся бы. Dezan Shira не остановилась. Клиенты, читавшие China Briefing четыре года, теперь нуждались в нём острее — они принимали решения дистанционно, из офисов, куда их местные партнёры тоже не могли добраться, и издание было единственным источником, которому можно было доверять как актуальному.

Тот же вопрос пришёл в сентябре 2008-го, когда Lehman Brothers рухнул и европейские и американские клиенты фирмы резко сократили консалтинговые расходы. Пришёл снова в марте 2020-го, когда COVID-19 заморозил глобальные деловые поездки во второй раз за семнадцать лет. Пришёл раньше всего в 1997-м — ещё до запуска издательства, когда Азиатский финансовый кризис едва не уничтожил пятилетнюю фирму. Именно из того восстановления вышла дисциплина — защищать сервисы с денежным потоком и держать резервы, — которая потом сделала редакционные инвестиции устойчивыми через все последующие потрясения.

У Dezan Shira не было иммунитета к соблазну — не было механизма, при котором соблазн мог бы победить. Фирма не несла банковских долгов, не отчитывалась перед внешним капиталом, работала на плоской партнёрской структуре, не принуждавшей ни одного партнёра покрывать редакционные расходы из своего личного счёта прибылей. Когда кризис ударял, не было казначейского совещания, на котором издательство могли бы срезать, — казначейского совещания не было вообще. Решение принималось основателем, а основатель в 1999 году решил, что архив и есть главное.

Это обернулось структурным преимуществом, которое Большая четвёрка не могла купить ни за какие деньги. Её редакционные операции, там, где они вообще существовали, числились в бюджетных строках, которые старший менеджмент просматривал ежегодно. Каждый просмотр порождал одно и то же тихое давление — сокращать. Сокращали. Непрерывный выпуск, год за годом, через каждое экономическое потрясение, требовал организационной формы, которой внутри глобального партнёрства сорока тысяч профессионалов не существовало.

Февральская колонка 2020 года показала этот принцип в чистом виде. На третий день того, что станет пандемией COVID-19, China Briefing опубликовал материал с прямыми параллелями к SARS 2003 года — конкретными наблюдениями о характере восстановления цепочек поставок, последовательности открытия провинций, ритме, в котором китайские заводы прежде выходили из эпидемических остановок.

Текст был быстрым и неотполированным. И всё же 3 февраля это был один из немногих англоязычных анализов, не трактовавших вспышку как беспрецедентную. Читатели, которым в ту неделю нужны были оперативные ориентиры, нашли их в издании, накапливавшем этот корпус с 1999 года. Вот что делало редакционную непрерывность ценной — и что делало её невозпроизводимой в панике момента.

### ТРАНСФОРМАЦИЯ

Когда эпидемия SARS в 2003 году заморозила деловые поездки по Азии, клиентам Dezan Shira потребовалась оперативная аналитика, которую они больше не могли собирать лично, — и они нашли её в China Briefing, выходявшем без перерыва уже четыре года. Архив превратился в клиентский сервис.

## Двадцать пять лет письма на рынок

Азиатский финансовый кризис 1997 года преподал Деваншир-Эллису дисциплину, пронесённую через все последующие потрясения: защищай операционную модель, что бы ни происходило с операционной средой. Девальвация тайского бата в июле 1997-го уничтожила девять месяцев прогнозируемых доходов пятилетней фирмы; восстановление пришло через сервисы с денежным потоком и резервы — практики, которые фирма сохраняет с тех пор.

Та же дисциплина вела издательскую операцию через SARS в 2003-м, мировой финансовый кризис в 2008-м, COVID-19 в 2020-м и торговую войну США и Китая, начавшуюся в 2018 году и не закончившуюся. Каждое потрясение соблазняло рациональным деловым решением — приостановить редакционные инвестиции. Dezan Shira не приостанавливала. Издательская операция расширялась — в Индию и Вьетнам в 2007 и 2009 годах, в АСЕАН в 2013-м, на Ближний Восток в 2022-м, — каждое новое региональное издание выходило примерно одновременно с физическим расширением фирмы на ту же территорию.

Закономерность была не случайной. Middle East Briefing вышел параллельно с дубайским офисом в 2022 году — читательские отношения с бизнесом Залива формировались за месяцы до того, как консалтинговая практика была укомплектована. Mongolia Briefing опередил улан-баторский офис на годы. К моменту, когда клиент в регионе нуждался в профессиональной помощи, издание уже создало голос, который он узнавал. Выход на рынок был оплачен авансом — редакционным трудом.

Это породило, незаметно нараставшее два десятилетия, корпус регуляторных, налоговых и комплаенс-текстов, который конкурент с нуля не соберёт. Более ста книг. Более тысячи журналов. Семь региональных изданий — China Briefing, India Briefing, Vietnam Briefing, ASEAN Briefing, Middle East Briefing, Silk Road Briefing, Russia Briefing, — каждое с собственным редакционным календарём, каждое освещает провинциальные и юрисдикционные детали, которых нет в азиатском покрытии ни одного крупного мирового издания. Подписчиков теперь более миллиона. За двадцать пять лет фирма не заплатила ни одному стороннему рекламодателю; вся верхняя часть воронки — это собственная издательская сеть.

Любой конкурент, задумавшийся сегодня о том, чтобы построить аналогичный архив, упирается в арифметику. При идеальном исполнении — паритет не раньше 2049 года. Сам факт существования архива — это и есть ров; в технологиях Asia Briefing не защищён — он защищён во времени. Время — единственный ресурс, который нельзя ускорить капиталом.

## Что накапливается

В 2015 году Asia Law Portal поставил Деваншир-Эллиса первым в ежегодном списке фигур, за которыми стоит следить в азиатско-тихоокеанском правовом комментарии, — цитата прямо указывала на издания Dezan Shira как на причину. Четырьмя годами раньше Accountancy Age включил его в очерк о десяти «ведущих именах Китая» — рядом с главами китайских подразделений Большой четвёрки и руководителями бухгалтерских регуляторов КНР. Он был единственным в списке не бухгалтером. Ни одного формального бухгалтерского диплома. Квалификацией, стоящей за обоими признаниями, был сам архив.

На рынках, где западные дипломы имеют ограниченный вес — потому что дипломные организации складывались вокруг западных регуляторных систем и плохо переносятся на практику развивающихся рынков, — замена им одна: доказуемое постоянство внимания. Диплом дипломированного бухгалтера убеждает лондонский институт; джакартское налоговое ведомство он убеждает значительно меньше. Джакарту убеждает свидетельство устойчивого внимания. Двадцатипятилетний издательский архив — это и есть такое свидетельство, видимое снаружи.

Читательские отношения накапливаются ещё медленнее, чем сам архив. Иностраный инвестор, начавший читать China Briefing в 2005 году, чтобы разобраться в процедуре возврата НДС, клиентом в 2005-м не становится. Он становится клиентом в 2018-м, когда его фирма решает открыть предприятие со стопроцентным иностранным капиталом и он вспоминает — в момент принятия решения — издание, которому доверял тринадцать лет. Доверие — это актив. Издание — транспортное средство, которым доверие строилось.

Конкуренты, смотрящие на охват — более миллиона подписчиков, двадцать пять лет без единого стороннего рекламного счёта, — видят статистику распространения. Число вводит в заблуждение. Важна не численность читателей Asia Briefing в конкретном году, а сколько из них делают это семь лет, двенадцать, двадцать. Именно они становятся клиентами, и эта когорта не формируется в меньший срок, чем тот, что потребовался для её создания.

Офицер по комплаенсу в средней немецкой промышленной компании начинает читать China Briefing в 2010 году — её работодатель открывает представительство в Шанхае, а действующий консультант предоставил рекомендации, которые она не может проверить. Она тихо подписывается; издание становится частью ежемесячного чтения. Она пересылает статьи коллегам, когда регуляторные изменения затрагивают текущие проекты. Её доверие к редакционному голосу нарастает без единой коммерческой транзакции.

В 2016 году её фирма решает приобрести миноритарную долю в китайском поставщике, и ей нужна консультация по структуре. Она не рассылает запрос предложений консалтинговым фирмам — она пишет в редакционный ящик China Briefing с вопросом, занимается ли издатель консалтингом в этой области. Консалтинговые отношения начинаются из редакционных — которым уже шесть лет. Взаимодействие фирмы продолжается до 2024 года, переживает пандемию и расширяется на India Briefing, когда в Бангалоре открывается второе подразделение. Без переговоров о бизнесе, без презентации, без тендера — только издание, завоёвывавшее доверие месяц за месяцем.

Asia Briefing создавался именно для этого. Механизм нельзя сжать. Конкурирующая фирма, запустившая аналогичное издание в 2020 году, в лучшем случае начнёт генерировать сопоставимый клиентский поток к 2030-му. К тому моменту у Dezan Shira будет тридцать один год архива. Разрыв расширяется быстрее, чем его можно закрыть.

## Архив как территория

Искушённые инвесторы сегодня задают фирмам под управлением основателей на развивающихся рынках неправильный вопрос. Они спрашивают о мультипликаторах выручки, удержании партнёров, загрузке биллинга — метрики, заимствованные из игровой книги глобальных фирм. Метрика, реально предсказывающая устойчивость на этих рынках, — авторитет в контенте. Есть ли у фирмы архив? Насколько он глубок? Редакционный голос — голос основателя или его делегировали младшим сотрудникам, чей стаж измеряется кварталами?

Dezan Shira — не единственная фирма под управлением основателя, выросшая через редакционное терпение, но она делала это дольше всех и заметнее других. Закономерность — бесплатная аналитика как привлечение клиентов, глубина архива как структурный ров, голос основателя как редакционный якорь — проявляется везде, где модель признанного специалиста не переносится. Она возникнет в региональных юридических фирмах Ближнего Востока, в налоговых бюро Западной Африки, в консалтинговых практиках Юго-Восточной Азии — у тех основателей, которые прокладывают дорогу публично, годами, прежде чем рынок это заметит.

Ставка 1999 года доказывает спустя двадцать пять лет: ров, который стоит строить на этих рынках, — не бренд, который обесценивается, и не диплом, который не переносится, а архив. Архив — это территория. Он растёт по одному номеру за раз. Конкуренты его не масштабируют, потому что не могут вернуть годы, которые не потратили на письмо.

Основатель, записывавший в 1992 году пятиминутные уроки английского для местного шэньчжэньского радио ради дохода к стартапу, понимал — не теоретизируя, — что внимание является дефицитным ресурсом. С тех пор он двадцать пять лет платил его публично, в печати. Миллион подписчиков и двадцать пять лет без единого рекламного рубля на стороне — это квитанция.

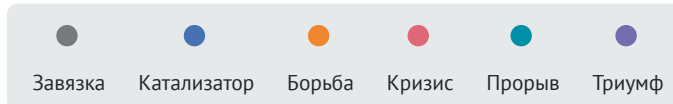
### КЛЮЧЕВОЙ ВЫВОД

**Авторитет, накопленный через публикации, нарастает быстрее любых профессиональных регалий — особенно на рынках, где институциональные бренды не способны работать с убежденностью основателя.**

\* \* \*

## Хронология трансформации

Тридцать три года редакционного терпения — от основания на пятьсот долларов, сквозь каждый кризис, к сети с миллионом подписчиков, которую никто не повторил.



**ЗАВЯЗКА** 1992

### Основание Dezan Shira на 500 долларов

Крис Деваншир-Эллис регистрирует фирму в Гонконге на пятьсот долларов — без бухгалтерских дипломов. Название возникает из неточного написания его собственной фамилии. Первый офис открывается в Шэкоу, Шэньчжэнь.

**КРИЗИС** 1997-07

### Азиатский финансовый кризис уничтожает девять месяцев дохода

Таиланд девальвирует бат; волна накрывает регион. Пятилетняя фирма на короткий период оказывается фактически неплатёжеспособной. Крис вводит жёсткую финансовую дисциплину и формирует постоянные резервы. Издательство в стратегии ещё не значит.

**КАТАЛИЗАТОР** 1999

### Запуск Asia Briefing; основатель пишет первые 50 номеров

Крис выделяет издательское подразделение и лично занимает кресло редактора China Briefing. Ставка: раздавать аналитику бесплатно, чтобы выстроить авторитет, который дипломы не дают. Фирмы Большой четвёрки смотрят — и не двигаются с места.

**БОРЬБА** 2003

### SARS испытывает модель на прочность

Региональная эпидемия замораживает деловые поездки по всей Азии. Крис не прекращает публикации. Архив становится справочником для клиентов, лишённых возможности выезжать, — первое свидетельство того, что редакционная приверженность работает как клиентский сервис, а не просто маркетинг.

**БОРЬБА** 2007–2008

### Выход в Индию и Вьетнам; региональные издания следуют

Фирма заходит на рынки, куда «все считали нас сумасшедшими» идти. India Briefing и Vietnam Briefing выходят параллельно с офисами. Редакционные инвестиции теперь охватывают три юрисдикции без перекрёстного субсидирования из издательской выручки.

**ПРОРЫВ** 2011

### **Accountancy Age включает в «ведущие имена Китая»**

Пекинский корреспондент Accountancy Age помещает Криса в очерк о десяти фигурах, формирующих профессию, — рядом с главами китайских подразделений Большой четвёрки и руководителями бухгалтерских регуляторов КНР. Он единственный в списке не бухгалтер. Узнаваемость держится на издательском авторитете: двенадцать лет China Briefing уже несёт тот вес, который профессия цитирует.

**БОРЬБА** 2013

### **Запуск ASEAN Briefing; сеть достигает четырёх региональных изданий**

Издательская сеть охватывает теперь Китай, Индию, Вьетнам и АСЕАН. Закономерность кристаллизуется: публикации опережают офисы на месяцы и годы, готовя рынок к приходу консалтинга. Глобальные фирмы выпускают регуляторные алерты; пан-азиатский бренд-портфель той же формы не собрал никто.

**ПРОРЫВ** 2015

### **№1 в списке «людей, за которыми стоит следить» Asia Law Portal**

Джон Гримли из Asia Law Portal ставит Криса первым в своём ежегодном списке тридцати фигур, за которыми стоит следить в экспертном комментарии об азиатско-тихоокеанских правовых рынках. В цитате прямо названы издания Dezan Shira — шестнадцать лет China Briefing и смежных изданий стали той точкой отсчёта, по которой наблюдатель рынка сверяется.

**ПРОРЫВ** 2020-02

### **COVID-19 — первая колонка опирается на архив 2003 года**

China Briefing публикует колонку о начале пандемии 3 февраля, опираясь на опыт SARS. Клиенты, лишённые возможности ездить, воспринимают издание как точку непрерывности. Архив — двадцать один год корпуса, который новичку не собрать никакими деньгами.

**ПРОРЫВ** 2022

### **Middle East Briefing выходит вместе с дубайским офисом**

Седьмое региональное издание запускается параллельно с физическим присутствием. Публикация опережает консалтинговую практику на месяцы — шаблон, трижды доказавший свою состоятельность. 30 лет фирме; присутствие в 15 странах.

**ТРИУМФ** 2024

### **Корпус Asia Briefing перешагивает 100 книг и 1 000 журналов**

Двадцать пять лет стабильного выпуска складываются в охват, который конкурент с нуля не соберёт. Подписчиков — более миллиона на семь региональных изданий. За всю историю издательского контура фирма не заплатила ни одного стороннего рекламного счёта. Ров готов; ничего сопоставимого никто не строил.

**ТРИУМФ** 2025

### **Волна перестройки China+1 встречает заранее готовую инфраструктуру**

Глобальный пересмотр цепочек поставок гонит спрос на консалтинг по Индии, Вьетнаму и Ближнему Востоку. Клиенты приходят к фирме, чьи издания они читают уже десять лет. Ставка 1999 года — раздавай аналитику, выигрывай отношения — завершает свою дугу.



# Об этом исследовании

Этот отчёт основан на 22 верифицированных источниках на 1 языке. Каждый бренд оценивается по шестиэтапной модели Brandmine – от Становления через Кризис к Триумфу. Все оценки измерений подтверждены независимыми источниками.

Полная методология на [brandmine.ai](https://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](mailto:hello@brandmine.ai) Аналитические отчёты Brandmine: [brandmine.ai/intelligence/](https://brandmine.ai/intelligence/)

## ТАКЖЕ ДОСТУПНО ОТ BRANDMINE

### ПРОФИЛЬ УСТОЙЧИВОСТИ БРЕНДА

Полная дуга трансформации, геолокационная 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 Turst. Цвета оптимизированы для профессиональной печати.*

*Издан одновременно на английском, русском и китайском языках.*

*Исследование на английском языке.*

*Первое издание · Апрель 2026*

Выдающиеся бренды,  
основанные  
предпринимателями.  
Проверенная устойчивость.  
Готовы сегодня.

**Выдающиеся бренды, основанные  
предпринимателями.  
Проверено 130+ 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/](https://brandmine.ai/intelligence/)**

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

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

© 2026 Brandmine. Все права защищены.

v1.1.0