



隐于人前

白皮书·第二号

第二版 | 2026年8月

第一版：2026 年 3 月

中文版（亦提供英文和俄文版本）



Brandmine

目录

摘要	3
第一部分：检验这些工具	4
第二部分：缺口为何存在	6
第三部分：这道缺口如何扭曲了图景	7
第四部分：信息究竟藏在哪里	8
第五部分：读懂已经存在的东西	9
结语	10
资料来源与方法论	11
关于 Brandmine	12

摘要

阿布劳-杜尔索 (Абрав-Дюрсо) 是一家创立于十九世纪的俄罗斯气泡酒庄。它在莫斯科交易所上市。它公开发布财报——2024 年营收 158 亿卢布 (IFRS 2024 财年数据) ——每年售出 6686 万瓶。可是，在用来发现和评估私营企业最常用的六个数据平台上，它查无踪迹。

这个反差正是要害所在。阿布劳-杜尔索并不神秘，它的数字有据可查、公开可得。缺失的，是这些信息通往机构读者实际查询的系统的路径。一家企业在本国交易所上市，并不会自动传导进那些围绕另一个市场的信息披露事件而搭建的平台——如果一位读者对某个市场的认知，正是由这些平台拼凑而成，那么一家规模庞大、已经上市、持续盈利的公司，完全可能从这幅图景中彻底消失。

本文描述这道缺口，检验其中一部分，演示其余部分，然后追问：要读懂这波交接浪潮，究竟需要什么。至于该拿这个答案怎么办，本文不作结论。

第一部分：检验这些工具

2026 年 3 月，Brandmine 从自己的在研品牌名单中抽取十五个品牌，在六个平台——PitchBook、Crunchbase、Tracxn、Grata、Briter Bridges、Axial——逐一搜索，构成九十组品牌-平台配对。

在展开之前，有两点需要先说明，它们框定了后文的一切。这六个平台都是私募市场和交易发现类产品，专为寻找和筛选从未上市过的公司而设计。阿布劳-杜尔索是样本中刻意保留的例外：按这些平台自己的任何定义，它都不是一家私营公司——它在交易所上市、接受审计、按 IFRS 标准披露财报——它出现在这次检验中，测试的不是私募市场工具是否漏掉了一家私营公司，而是一次本国交易所上市，能否传导进围绕另一个市场信息披露事件搭建的工具。答案是不能——传导中断的地方，恰恰是这次上市与另一个市场信息体系之间的接口。这是一个比“平台失灵”更窄、也更具体的发现，值得直接说明，而不是被笼统的说法一笔带过。除此之外，这六款产品并非机构信息体系的全部：拥有彭博终端、本地券商或区域顾问的读者，能触及本次检验未曾测试的信息。样本本身也非随机选取——这些都是 Brandmine 所覆盖的那一类公司，因此结果描述的是这一群体，而非对全球商业世界的代表性抽样。

检验的是两件不同的事，权重也不同。

存在与否。 公司是否作为一个可识别的实体，出现在平台上并填有基础数据？对样本中那些从未上市的私营公司而言，这是对这些产品最基本、最公平的检验。其中一些——Grata 是其一——把自己明确定位为查找公司的工具。一款寻源产品，如果对一家公司查无所获，那就是它在自己标榜的工作上失职了——至少对它声称覆盖的那类公司而言。

可读细节。 与交接相关的信息——一次继任、一次治理变动、一次出海布局、一场危机——能否从平台数据中被识别出来？这里有一个公平的反驳：这些是交易数据库，叙事从来不是它们承诺提供的字段。这个反驳是成立的，因此这一半检验的性质更像是演示，而非测试——它不是证明平台失灵的证据，而是演示一位仅凭这些平台工作的读者，能看见什么，看不见什么。

两个结果都值得记录。但它们不是同一类结果，也不应被当作同一件事呈现。

先看存在与否，以及最直接的反驳：这些平台本来就不覆盖本地小企业，所以查无所获说明不了什么。这个反驳是可以回应的，回应本身就是发现——按规模给样本分层。

机构级规模的公司——大到没有任何数据提供商能以“体量太小不值一提”为由开脱：

品牌	市场	规模	平台结果
方太 (FOTILE)	中国	营收约 170 亿元人民币	仅有简略档案；九年继任过程与治理模式全无记录
娃哈哈 (Wahaha)	中国	巅峰营收数十亿美元	被归类为“未获融资”；创始人辞世与遗产争端全无记录
阿布劳-杜尔索 (Абрау-Дюрсо)	俄罗斯	交易所上市，年销约 6686 万瓶	六个平台均无记录
法纳戈里亚 (Фанагория)	俄罗斯	营收约 86 亿卢布	六个平台均无记录
娜图拉西伯利卡 (Натура Сибирика)	俄罗斯	曾自估值约 5 亿美元	有档案，但内容存在实质性误导
Мамаearth / Honasa	印度	已上市	样本中表现最好——但无任何交接细节

中等规模的创始人品牌——已站稳脚跟、多门店、行业领先：

品牌	市场	平台结果
Kama Ayurveda	印度	有交易记录；股权转让过程全无记录
舒格美妆 (Sugar Cosmetics)	印度	有融资轮次记录；创始人股权稀释与营收下滑全无记录
Fabindia	印度	有基础融资数据；代际交接与撤回的上市计划全无记录
森林精粹 (Forest Essentials)	印度	仅记录一次 2008 年的融资事件；此后逐步累积的股权变动完全不可见
卓越发廊 (A Cut Above)	马来西亚	仅记录一家门店；连锁化运营与继任安排全无记录
义香 (Ghee Hiang)	马来西亚	无任何记录；实为一家已进入第 170 个年头的槟城老字号

规模更小的品牌——本应最不令人意外的一档，结果却并未反转。Lhamour（拉慕尔），一家获《福布斯》专题报道、出口至十二个国家的蒙古天然美妆品牌，在六个平台上均查无所获。韦杰尼科夫 (Ведерниковъ)，一家深耕本土葡萄品种、自 2015 年起归阿布劳-杜尔索所有的顿河谷酒庄，情况相同。本氏道可 (Benns Ethicoa)，一家马来西亚巧克力制造商，倒是有一条记录——内容单薄，且把所在地错标为新加坡而非马来西亚。

这个模式并不会随规模扩大而减弱。在样本中的私营公司里，问题不在于这些平台漏掉了小企业——那本不足为奇，也在预期之内。问题在于，一家营收 170 亿元人民币的公司，档案却只有寥寥数语。阿布劳-杜尔索的缺席是另一项已经说明过的发现：一家上市公司，未必能传导进围绕另一个市场信息披露事件搭建的产品体系。**十五个品牌中，有五个在六个平台上全部查无踪迹**；这五个里有两个是各自所在国家品类中规模最大的生产商之一，还有一个自十九世纪五十年代起便以同一名号经营至今。

再看演示部分。在九十组配对中，与交接相关的可读细节，检出率不到十分之一——样本中没有一家公司，包括覆盖最全的那家，留下过一幅可读的交接图景。第二句话才是要记住的。它不取决于比例怎么算、样本怎么分层，也不取决于是否承认叙事本就不是这些平台份内的事。

有一行数据揭示的是机制，而非表面症状。一家营收达数十亿美元的饮料公司，被标注为“未获融资”——这是平台用来标注尚未完成首轮融资的初创公司的同一个标签。这不是录入错误。这是一套围绕资本市场事件搭建的系统，遇到一家从未需要过外部资本的公司时，会做出的反应：“从未融资”和“尚未融资”被压进同一个类别，而两者之间的区别——恰恰是外部读者最想知道的部分——就这样消失在一个原本无力承载它的字段里。

关于可复现性，需要说明一点。搜索于 2026 年 3 月进行，使用 Brandmine 持有的访问权限，检索名称以通用商用名为主，名称不同时另加注册实体名称。平台覆盖会变化，访问权限会影响可见度，某家公司这个月缺席，下个月未必依然缺席。若有读者重复这项检验，具体结果理应有所不同。

第二部分：缺口为何存在

这些平台并非在自己份内的工作上全面失职——准确地说，在“是否存在”这个问题上，部分平台确实失职了（针对它们自己声称覆盖的私营公司）；在“上市公司”这个问题上，机制是架构性的，而非覆盖疏漏；在“叙事”这个问题上，它们从未承诺要做这件事。但每一种情况的根源，都是结构性的。

这些平台的架构围绕融资所产生的事件搭建——融资轮次、结构性债务、平台所覆盖市场内的上市、投行的介入。正是这些事件在这类系统里生成记录；而一家从未与投行打过交道的创始人企业，几乎不会产生这类事件。仅凭这一层架构，就足以解释为什么创始人所有、从未融资的企业不会被记录——不需要再补一个统计数字来证明这个机制。

说这类公司完全不产生任何记录，未免言过其实。样本中有几家显然是有记录的：阿布劳-杜尔索向交易所披露信息，娜图拉西伯利卡有档案，其他一些则出现在注册登记、行业媒体和企业备案之中。更准确、也更棘手的说法是：它们很少产生这些特定平台赖以组织信息的那类标准化事件，而它们确实产生的记录，大多沉在这些平台不会系统性读取的系统里。

各家平台自己也坦承这道边界。有关 PitchBook 的评论指出，其交易分析在北美风险投资与私募股权交易上远比在全球并购或新兴市场上做得深入。Crunchbase 被形容为在北美以外覆盖不够全面。Capital IQ 在公开市场和标准化财务数据上表现出色，但在私营公司上则相对单薄——尤其是在它覆盖较好的上市市场之外，这正是莫斯科一家企业的上市信息，未必能进入新加坡或伦敦读者所持有的产品的具体原因。Preqin 配备数百名多语种分析师，基金层面的数据抓取做得不错——但它抓取的是机构投资组合内的公司，这个定义本身，就把从未融资的企业排除在外了。

被排除的群体并不是边缘群体。国际金融公司（IFC）估计，新兴经济体的微型、小型和中型企业总数约达四亿家，雇佣的劳动力占当地总就业的约五分之四，相比之下发达经济体这一比例约为三分之二。本文研究的这批企业，正处在这个群体的顶端——已成规模、有品牌、往往还是各自品类的领跑者——而在这个群体内部，并不存在系统性的记录。

依靠人脉关系的寻源方式，能在一些地方缩小这道缺口，在另一些地方则不能。截至 2018 年，约 16% 的私募股权投资者驻扎在新兴市场，交易流研究表明，即便是这些机构，能接触到的本国目标市场机会也只是少数。这两个数字都无法证明某一家机构自身的人脉网络能触及多远——一位人脉深厚的本地投资者，在自己的城市和行业内，完全可能拥有极佳的可见度。合而观之，它们说明的是：人脉关系只能在有人早已扎根的地方，一小片一小片地缩小这道缺口，而不是系统性地弥合它。

第三部分：这道缺口如何扭曲了图景

后果不只是少了几家公司。留下来的那些公司，并非随机的子集，由它们拼出的图景，带有可预见的偏向。

以印度美妆行业为例。一位仅凭平台数据来构建认知的读者，会看到风险投资名单里的公司细节详实——融资轮次、估值、若有上市也一并呈现。创始人自建的品牌，要么记录单薄，要么完全缺席，即便某家公司确有档案，其中的交接过程也不可见。这位读者得到的，不是这个市场的一幅局部图景。他得到的，是另一个市场的一幅看似完整的图景：更年轻、更依赖风险资本、更集中在少数几个记录详尽的名字上，看起来也比实际更安静。

同样的偏差是否存在于这波浪潮涉及的每一个市场，十五家公司说明不了这一点。它们能说明的是：在被检验的地方，存在与否所对应的，不是规模、不是年龄，也不是市场地位。

还有一层二阶效应值得点明，因为它悄无声息地累积。这种偏差与企业年龄并非无关。风险投资支持的公司，整体上更年轻；从未融资、靠自身积累成长的创始人企业，整体上更年长——这正是三四十年自筹资金式增长的样貌。因此，由这些平台拼出的图景，很可能偏向那些最不可能正面临交接的企业，而疏远那些最可能面临交接的企业。这并不是说有人漏掉了交易；这是一个关于数据集能呈现什么、不能呈现什么的观察——这类数据集建立在融资事件之上。一位读者，哪怕严谨地追踪自己的信源，也可能得出“这个市场比实际更安静”的结论，只因为相关活动本就不会产生这些信源所记录的那类事件。

这一点，应当与能力问题分开来看。使用这些平台的分析师，工作方式并没有问题。他们使用的工具，能很好地回答另一个问题——而工具所能回答的问题，与被提出的问题之间的距离，从工具内部是看不见的。

第四部分：信息究竟藏在哪里

如果信息是公开的，只是不在这些标准工具里，那问题就变成了：它到底藏在哪里。

记录最完整的案例是法纳戈里亚 (Фанагория)，一家克拉斯诺达尔的酒庄。它开拓中国出口市场的报道，大约在 2023 年出现在小众的英语葡萄酒行业媒体上，到 2026 年初，仍未进入英语主流财经媒体的视野。这道缺口说明的是：公司层面的事实，在俄语信源里存在了数年，才等来一份可读的英语版本。与此同时，法纳戈里亚公布 2024 年营收 86.3 亿卢布，同比增长超过 45%；其首席执行官在接受《Made in Russia》采访、专门谈及对华出口量时，给出的数字是每年约 80 万瓶发往中国。

市场层面的记录，如今在一处追上了，在另一处仍未追上。一家专业葡萄酒行业媒体在 2025 年 4 月报道的中国海关数据显示，俄罗斯葡萄酒对华进口量同比增长 192%，进口额同比增长 235%。这两个数字要如实解读，都必须带上各自的基数：2025 年第一季度，俄罗斯对华葡萄酒出口总额约为 64.2 万美元——这是从一个很小的绝对体量出发的快速增长，还谈不上一条主要贸易通路的形成。而截至 2026 年初，这些数字都没有成为英语主流财经媒体上的一则新闻，即便同一时期公司层面的动态，一直在俄语报道中持续记录，几乎不见于其他任何地方。

这个机制值得说得精确一些，因为它很容易被夸大。稀缺的不是翻译能力——机器翻译已经普及，而且还在进步。稀缺的是信源识别。一个你根本不知道存在的信源，是无法翻译的。一篇发表在澎湃新闻上的长篇创始人专访，一篇写于 2023 年前后、只能在中文应用生态内部读到、不被外部搜索引擎收录的文章；一份企业注册登记档案——俄罗斯的 EGRUL 也在其中——其变更记录里，写着一位创始人将股权转让给儿子；一份从未跨越语言边界的交易所披露文件；一份已经跟踪报道一家公司十五年的地方财经日报。

马来西亚的例子，用一种最难被简单反驳的方式，印证了这一点。这是一个英语普及、拥有英语商业媒体的市场——可是大量关于创始人品牌的报道，出现在马来西亚华文报刊上，既没有英语对应版本，也不会出现在英语搜索结果里。障碍并不在于英语报道不存在。而在于，整整一条信息脉络，存在于一种读者可能根本想不到要去搜索的语言里，存在于一个他们不会预料自己需要这么做的国家。

不过，更有力的证据不是任何单一案例，而是同样的限制，在一个又一个市场里独立出现——这是一项实践中的研究发现，而不是一个先验命题。在大约五十份国别评估中，这个障碍从不同方向反复出现。在缅甸，已记录的品牌版图被判断为实际浮现规模的数倍，前提是要借助缅甸语社交媒体研究和登记数据分析，而这些是英语信源无法替代的。在埃及，多数家族主导的品牌被认为运作在英语媒体的视野之外，更完整的图景需要阿拉伯语的一手研究。在埃塞俄比亚，信息不透明本身被认定为这个市场最根本的挑战，而非它诸多特征之一。在巴西，官方数字被明确当作下限使用，理由是非正规经济掩盖了其余大部分。在阿根廷，关于创始人历史——危机应对、继承纠纷、家族结构——的实质性记录，都沉在西班牙语商业媒体里。

这些评估呈现的模式是一致的，也值得说得谨慎一些。它们并不能说明本地语言信源里的信息比英语信源更好。它们说明的是：对于这一类公司，在这些市场里，相当一部分文献记录只存在于当地语言之中，能看见多大一片版图，取决于研究者能读懂哪些语言。这是关于覆盖面的论断，而非关于洞察力的论断。

这个论断的边界，也应当说得和论断本身一样清楚。语言集中是否构成一种可持续的商业优势，优势有多大，在 Brandmine 自己的判断里，仍是一个开放问题，而非一项定论。像法纳戈里亚那样可量化的区间，尚未在泰语或印度语系信源中找到，本文也不会在这里凭空编造一个。这种优势也并非永久：借助人工智能的研究，已经在缩小记录详尽品牌的这道差距，未来还会继续缩小——最难缩小的，恰恰是那些底层记录本就稀薄、零散、且不在线上的地方。而且，替代方案是存在的。一家深耕本国市场的本地私募股权机构，或是一支在某一国家积累了十年人脉的专业基金，并不会缺失本文所描述的这类信息。试图同时看清好几个互不相关市场的读者，面对的缺口最宽。

第五部分：读懂已经存在的东西

被平台漏掉，不等于无法读懂。这些企业的历史，可以从散落各处的公开记录中拼凑而成——当地语言的行业媒体、企业注册档案、法庭文件、行业协会材料、任何数据库都不会收录的媒体专访。

这样做的代价，是相关事实的获取成本。重建 Alimentari（一家上海餐饮食品集团）的历史——一位意大利创始人在 2005 年开出一家杂货铺，因 2012 年食品安全危机意外获得转机，在此后多年里尝试过多种大多未能规模化的餐厅业态，同时搭建起一条进口分销业务，又在 2022 年上海 65 天封控中挺了过来，而不少历史更久的同行却就此永久关门——总共用去三十六份中英文信源。其中包括：一篇只能在某个中文应用内部读到的专访；大众点评，这个平台上有超过八千条关于该集团旗下餐厅的点评，却没有一条商业情报；以及天眼查，这个企业数据库对这个商用名查无所获，因为它按正式注册的中文实体名称索引——而这正是一次英语搜索给不出来的东西。在常规平台上的缺席，是一项有据可查的搜索结果，不是印象之谈：一份 2026 年 3 月的搜索记录，覆盖 PitchBook、Crunchbase、Tracxn、Capital IQ、欧睿国际（Euromonitor）、大众点评与天眼查——对每个平台都分别检索了商用名、法定实体名称与中文实体名称，并记录了访问权限——结果是：PitchBook、Crunchbase、Tracxn、Capital IQ 均无公司层面数据；欧睿国际仅有一条定性的行业提及，无公司数据；大众点评只有消费者点评，无投资情报；天眼查按品牌名查无匹配，只能查到注册实体名称。

有一个信源表现稍好，而它失手的方式，反而更能说明问题。欧睿国际，一家行业研究机构，在其中国餐饮服务评述中，将该集团列为增长驱动力之一，与一家门店超过一千五百家的日本上市连锁品牌并列。它的分析师注意到了这家企业。但它自己结构化的公司数据里，却什么都没有。这份认知存在于这家机构内部，却无法通过这家机构自己出售的工具触达——这正是整道缺口的缩影。问题不在于没人知道，而在于已知的东西，不在任何一个读者可以查询的地方。

法纳戈里亚的线索，最终还是浮现在了英语世界的行业媒体上，只是晚了好几年。而 Alimentari 截至上述 2026 年 3 月的搜索，在七个受检平台中，都没有出现可比的英语机构记录。这只是对截至该日期这次已记录搜索所返回结果的陈述，并非断言这类记录永远不会存在，或此后从未出现——平台覆盖会变化，若有读者在更晚的日期重复这项搜索，理应得到不同的具体结果。一道缺口最终合拢了。另一道，截至最近一次核实，仍然敞开着。

这就是这项工作的样貌：用对的语言，一家公司接一家公司地读下去，没有捷径可走。这也正是这些工具做不来的原因——这不是一个能像数据库那样规模化的过程。

关于这种阅读方式的边界，有两点需要说明。它读取的是公开的叙事记录；它不审计财务，不核实产量，也不能替代买方自己需要进行的运营尽调。而且，它并不总能成功。有些历史无法被补全——地中海小馆（Bottega Mediterranea），一家马来西亚餐饮集团，其危机应对有据可查，早年历史却无从查起，因为那几年根本不在公开记录之中。还有些事，超出了任何外部方法所能触及的范围。**娃哈哈**，中国最大的包装饮料集团之一，多年前就有一条详尽可读的公开展展轨迹，包括 2023 年 12 月公开指定的继任人选；但创始人辞世两个月后浮出水面的遗产争议，以及此后仍在两个司法辖区同时进行的诉讼，此前在任何地方都无从读到。本系列的第三篇论文，会继续追踪这个案例走到了哪一步。再多的阅读，也找不回一份从未被记录过的事实。

结语

创始人交接浪潮，是字面意义上的“隐于人前”：信息是公开的，标准工具却依然与它擦肩而过。它们错过它，是因为它们的架构建立在这些企业大多从未拥有过的融资历史之上；是因为一次本国交易所上市，不总能跨入围绕另一个市场信息披露事件搭建的产品体系；也是因为关键细节，往往就藏在一个没人想到要去查的信源里。这些都不是刻意的隐瞒，而是这些企业被建造的方式，与这些工具被设计用来观察它们的方式，二者之间的错位。

这样读下去会发现什么——这些交接此刻正在哪里变得可见，创始人在关键时刻实际做出的选择里，反复出现的又是什么——是本系列下一篇文章的主题。



资料来源与方法论

每一项定量数据，均为经交叉验证、供参考背景之用的公开领域估算值；凡属估算而非披露或备案数据者，均标注~。Brandmine 从具名的公开信源记录叙事，并对定量规模作出估算；不对财务数据进行审计，也不核实产量。

主要证据来源：Brandmine 于 2026 年 3 月进行的平台抽查（15 个品牌×6 个平台，共 90 组配对，非随机样本）；法纳戈里亚的相关材料；以及 Alimentari 案例的重建，其依据是一份按日期记录、逐平台核对的搜索日志，每组配对均记录了搜索日期、检索词、平台、访问权限与具体结果。具名的外部信源包括六个平台以及 Capital IQ 与 Preqin 的官方文档、国际金融公司/世界银行中小企业数据、专业葡萄酒行业媒体报道的中国海关数据（2025 年 4 月）、澎湃新闻（2023 年）与欧睿国际的行业评述。

关于 Brandmine

Brandmine 的创始人，亲历过这道鸿沟。

林德华（Randal Eastman）在蜻蜓（Dragonfly）度过了将近二十年——那正是 Brandmine 如今所覆盖的那一代第一代创业者高速成长的时代。自 2003 年起，他主持构建了特许经营体系与商标组合，推动蜻蜓走向国际——在奥斯陆和迪拜谈定两份特许协议，使蜻蜓成为中国首个走向国际特许经营的服务品牌——并在德国和挪威维权保卫商标。他于 2005 年以合伙人身份入职，历任商业发展、特许经营与传播副总裁。2016 至 2019 年担任总经理期间，他主导引入机构资本的努力，历经三年并购谈判，对接了多家私募基金和战略买家。他能说中文和俄语。他在场。

他所发现的，正是本文所记录的情报缺口。对品牌有真实兴趣的机构买家，无从对其进行评估。蜻蜓不在 PitchBook 或任何机构筛查平台上。分析师没有评估一个拥有国际特许记录、经历十五年有据可查的韧性考验的中国服务品牌的框架。品牌的故事存在于中文媒体和机构记忆中——却不存在于任何机构资本可以使用的形式里。买家在那里。连接他们的基础设施不在。

Brandmine 正是为弥合这一缺口而建：来自新兴市场创始人消费品牌的发现情报，以这些市场本身的语言构建而成。

© 2026 Brandmine. 保留所有权利。brandmine.ai

brandmine.ai

智库白皮书系列

创始人交接浪潮

1

同样的序列，在彼此毫无关联的市场中反复出现：一次开放催生一代创始人，他们用数十年建立起企业，却在传承关头毫无准备。

隐于人前 — *this paper*

2

创始人交接浪潮之所以隐而不见，并非因为这些企业规模小或行事隐秘。其中一些已经上市、接受审计、公开发布财报——却依然不见于机构读者会查询的任何系统。

阅读揭示了什么

3

前两篇论文论证了创始人交接浪潮的存在，以及标准工具为何看不见它。本文揭示的是改用阅读这种方式会看到什么。浪潮此刻在哪里显现，以及在二十三宗追踪到结局的交接案例中，反复出现的选择模式。

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。

行业速览

一览符合标准的品牌集——该行业中所有创始人自有、达到我们门槛（年销 500 万美元以上、仍由创始人掌控、具备可追溯记录）的品牌，附一句话定位、规模估算及成长信号标识。含一幅背景地图。证明机会确实存在；纵深则由《全景》呈现。全文 4-8 页，提供英文、俄文、中文三语版本。

行业全景

唯一一份基于原文一手资料、而非新闻稿编绘的创始人自有行业全景。全球数据平台之所以遗漏这些品牌，是因为相关证据散布于多语种材料中，而唯有我们完成了系统性的整合与交叉验证。每个经核实品牌均以快照深度呈现：地理分布、市场时间轴、创始人概述及成长信号标识。全报告 20-30 页，提供英文、俄文、中文三语版本。

字体：中文采用 *Noto Serif CJK SC* 与 *Noto Sans CJK SC*，拉丁字符采用 *Source Serif 4* 与 *Source Sans 3*。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、俄语、中文来源。

第二版 · 2026 年 8 月

卓越创始人品牌。
久经考验。时机已至。

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 · 行业速览 · 行业全景
面向新兴市场创始人自有消费品牌结构化研究。
同时以英文、俄文及中文出版。

brandmine.ai/intelligence/

✉ hello@brandmine.ai

🌐 www.brandmine.ai

© 2026 Brandmine。保留所有权利。

第二版 · 2026 年 8 月