



# 浪头在何处破碎

---

数据附册·白皮书·第四号

第一版 | 2026 年 3 月

中文版（亦提供英文和俄文版本）

赠阅本



Brandmine

# 目录

---

附录 A: 各国行业出现情况 — 八大行业 × 38 个市场 .....	3
附录 B: 浪型分类 — 全部 38 个市场 .....	5
附录 C: 信号频率与行业共现规律 .....	7
附录 D: 收购方交易参考 .....	9
附录 E: 研究语料库 — 各市场覆盖深度与已记录品牌数量 .....	10

本文件收录《浪头在何处破碎》(Brandmine 白皮书第四号)引用的全部数据表格,供机构读者查阅底层语料库。

## 附录 A: 各国行业出现情况 — 八大行业 × 38 个市场

标注说明: ✓ = 已确认的品牌群; ● = 部分/新兴品牌群; — = 语料库未确认。信号状态在可获取时标注,否则以调研确认为准。完整的 47 行业分类体系可应要求提供——[hello@brandmine.ai](mailto:hello@brandmine.ai)。各市场覆盖深度及品牌记录数量区间见附录 E。

国家	天然美容	食品加工	精品酒店	糖果糕点	茶与咖啡	时装与配饰	纺织与传统工艺	葡萄酒与烈酒
俄罗斯	✓	✓	✓	✓	●	✓	●	✓
中国	✓	✓	✓	●	✓	✓	✓	●
印度	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	—
印度尼西亚	✓	✓	✓	●	✓	✓	✓	—
巴西	✓	✓	✓	✓	✓	✓	●	●
阿根廷	✓	✓	✓	✓	—	✓	—	✓
泰国	✓	✓	✓	●	✓	✓	✓	—
越南	✓	✓	✓	●	✓	✓	✓	—
马来西亚	✓	✓	✓	●	✓	✓	✓	—
孟加拉国	—	✓	●	—	●	✓	✓	—
巴基斯坦	●	✓	●	✓	✓	✓	✓	—
埃及	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	—
土耳其	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
哈萨克斯坦	✓	✓	●	✓	●	●	●	—
格鲁吉亚	✓	✓	✓	●	✓	—	●	✓
乌克兰	✓	✓	●	✓	—	✓	●	✓
摩洛哥	✓	✓	✓	●	✓	✓	✓	—
南非	✓	✓	✓	●	✓	✓	●	✓
尼日利亚	●	✓	✓	✓	✓	✓	✓	—
肯尼亚	✓	✓	✓	●	✓	●	✓	—
埃塞俄比亚	✓	✓	●	—	✓	—	✓	—
坦桑尼亚	—	✓	✓	—	✓	—	✓	—
智利	✓	✓	✓	●	—	✓	—	✓
秘鲁	✓	✓	✓	●	✓	✓	✓	●
哥伦比亚	✓	✓	✓	●	✓	✓	✓	—
墨西哥	✓	✓	✓	✓	●	✓	✓	●
菲律宾	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	—

斯里兰卡	✓	✓	✓	●	✓	●	✓	—
缅甸	—	✓	✓	—	✓	—	✓	—
柬埔寨	—	✓	✓	—	✓	—	✓	—
尼泊尔	✓	✓	✓	—	✓	—	✓	—
阿塞拜疆	✓	✓	●	✓	—	—	✓	✓
乌兹别克斯坦	●	✓	●	✓	—	✓	✓	—
蒙古	●	✓	●	—	—	●	✓	—
伊朗	✓	✓	—	✓	✓	✓	✓	—
阿尔及利亚	●	✓	●	●	—	✓	✓	—
加纳	—	✓	✓	✓	✓	✓	✓	—
塞内加尔	—	✓	✓	—	✓	✓	✓	—
<b>行业合计 (仅✓)</b>	<b>22</b>	<b>18</b>	<b>17</b>	<b>16</b>	<b>16</b>	<b>15</b>	<b>10</b>	<b>8</b>

✓ = 已确认品牌群 · ● = 部分/新兴品牌群 · — = 语料库未确认。行业合计仅反映已确认品牌群 (✓)。完整 47 行业分类体系可应要求提供——[hello@brandmine.ai](mailto:hello@brandmine.ai)。

行业合计仅反映已确认品牌群 (✓)，与调研语料库中的行业频率分析一致。部分/新兴品牌群市场 (●) 不计入合计。“普适六行业”（天然美容至时尚与配饰）的计数与本文通篇使用的频率排名一致。纺织与传统工艺及葡萄酒与烈酒纳入以展示走廊结构，其计数采用相同的仅✓统计方法。全部 47 个跟踪行业的完整频率数据可应要求提供——[hello@brandmine.ai](mailto:hello@brandmine.ai)。

## 附录 B：浪型分类 — 全部 38 个市场

分类依据为主要创业触发事件及品牌群集中度。紧迫度：高 = 传承窗口当前已开启；中 = 3-7 年；低 = 7-15 年；观察 = 品牌群尚未成型或记录不完整。

国家	浪型	主要创业触发事件	品牌群峰值 (约)	紧迫度
俄罗斯	五危机压缩型	1991 年市场自由化 + 1998-2022 年五次宏观冲击	1991-2000; 已逾期	高
中国	双浪型	第一浪: 1978-1992 年国企改革; 第二浪: 1992-2001 年下海一代	第一浪: 当前; 第二浪: 2030 年代	高 (第一浪) / 中 (第二浪)
印度	双浪型	第一浪: 1991 年经济自由化; 第二浪: 2000-2010 年数字/消费升级	第一浪: 当前; 第二浪: 2030 年代	高 (第一浪) / 中 (第二浪)
印度尼西亚	分层型	新秩序时期 1980 年代 → 1998 年改革 → 2014-2026 年清真认证体系	第一层: 当前; 第二层: 2028-2033	高 (第一、二层叠加)
孟加拉国	压缩型	1980-1985 年制衣出口潮	当前——最不发达国家毕业期限加速	高
蒙古	压缩型	1990-1992 年民主革命/市场开放	当前	高
土耳其	双浪型	1980 年代安纳托利亚之虎 → 2003-2013 年 AKP 扩张期	第一浪: 当前; 第二浪: 2030 年代	高 (第一浪) / 中 (第二浪)
阿根廷	分层型	1990 年代梅内姆扩张期 → 2001 年危机后创业者	第一层: 当前 + 2025 年困境事件	高
泰国	标准型	1997 年危机复苏群体; 2000 年代扩张	当前	高
巴西	标准型	1994-2000 年雷亚尔计划稳定期	当前	高
南非	分层型	1994 年后种族隔离 → 2003 年起 BEE → 2015 年起数字化	第一层: 当前; 第二、三层: 中	中
越南	标准型	1986-1995 年革新开放	当前	高
马来西亚	标准型	1990 年代产业政策扩张	当前	中
哈萨克斯坦	标准型	1991-1998 年独立及市场开放	当前	中
格鲁吉亚	标准型	2003-2008 年玫瑰革命/市场改革	当前	中
哥伦比亚	标准型	2000 年代和平进程及经济开放	当前	中
秘鲁	标准型	2001-2011 年托莱多时期增长	当前	高
智利	标准型	1990 年代后皮诺切特巩固期	当前	中
墨西哥	标准型	1994-2006 年北美自由贸易协定扩张期	当前	中
埃及	标准型	1990-2000 年代开放政策及私营部门扩张	当前	中
摩洛哥	标准型	2000 年代现代化及旅游业建设	当前-2030	中
尼日利亚	标准型	2000 年代石油繁荣及经济多元化	当前	中
肯尼亚	标准型	2008 年后复苏及科技中心扩张	当前	中
埃塞俄比亚	标准型	2010 年代后 EPRDF 经济开放	当前	中

菲律宾	标准型	2010–2016 年阿基诺时期消费扩张	当前	中
斯里兰卡	标准型	2009–2015 年战后重建	当前	中
乌克兰	压缩型 (中断)	1991–1998 年独立后; 2022 年中断	暂停	观察
巴基斯坦	标准型	2000–2008 年穆沙拉夫时期增长	当前	中
阿塞拜疆	标准型	2000 年代石油收入多元化	当前	中
乌兹别克斯坦	标准型	2016 年后卡里莫夫时代开放	2028–2035	低
伊朗	标准型	有限的国内民营企业开放	当前	观察
阿尔及利亚	标准型	2000 年代内战后稳定期	当前	观察
加纳	标准型	2000 年代民主巩固及可可经济	当前	中
塞内加尔	标准型	特兰加经济及法语区文化输出	当前	低
坦桑尼亚	标准型	1990 年代自由化及桑给巴尔旅游业	当前	低
缅甸	压缩型 (中断)	2011–2015 年登盛开放期; 2021 年政变中断	暂停	观察
柬埔寨	标准型	1993–2000 年联合国过渡时期权力机构后重建	当前	低
尼泊尔	标准型	2006 年后内战后稳定期	当前	低

紧迫度：高 = 传承窗口当前已开启 · 中 = 3–7 年 · 低 = 7–15 年 · 观察 = 品牌群尚未成型或记录不完整。

## 附录 C：信号频率与行业共现规律

已记录语料库中各行业的成长信号分布。信号：出口准备度 (E)、投资准备度 (I)、规模准备度 (S)、传承准备度 (SR)。频率反映品牌层面记录中观察到的信号模式，不代表各行业全部品牌的普查。无语料库证据的行业未纳入。

行业	出口准备度	投资准备度	规模准备度	传承准备度	备注
天然美容	高	高	中	高	传承准备度为最关键信号；治理缺口为首要风险
食品加工	高	中	高	中	出口准备度最强；最不发达国家/清真期限放大效应
精品酒店	低	高	低	高	投资准备度与传承准备度在高价值案例中共现
糖果糕点	中	中	中	高	风土品牌集中出现投资准备度 + 传承准备度
茶与咖啡	高	中	低	中	出口准备度主导；产地规模限制规模准备度
时装与配饰	中	低	中	高	传承准备度突出；治理不透明为最常见障碍
纺织与传统工艺	中	低	低	中	出口准备度渐增；缺乏品牌资产则投资准备度罕见
葡萄酒与烈酒	高	中	中	高	成熟市场锚点四项信号齐备
清真食品	中	高	中	中	认证可读性事件推高投资准备度
草药与传统医学	低	高	低	高	健康溢价退出可比案例驱动投资准备度
发酵乳制品	低	高	中	高	投资准备度最强；认知落差 = 价值低估信号
蜂蜜与蜂产品	中	低	低	低	出口准备度渐增（哈萨克斯坦）；投资准备度处于前机构阶段
药房与健康零售	低	高	高	高	规模准备度 + 传承准备度共现；并购整合论点
矿泉水	高	中	中	高	出口准备度 + 传承准备度在高加索走廊主导

信号定义依据 *Brandmine* 方法论：出口准备度 = 已实现国际市场准入或有据可查的准备状态。投资准备度 = 面向机构资本的结构化定位（治理、文件化、规模）。规模准备度 = 能够支撑显著增长的运营基础设施。传承准备度 = 有据可查的传承压力且无已解决的接班方案。完整信号定义见《超越财务数据》（第二号白皮书）。

**信号共现模式——已记录语料库。** 下表展示在所有行业 and 市场的已记录品牌中最常出现的信号组合。共现频率反映语料库中的观察模式，并不意味着给定类别中每个品牌都具备所列全部信号。

信号组合	语料库中的频率	主要行业	投资者启示
------	---------	------	-------

仅传承准备度	常见	时装、糖果糕点、食品加工	传承压力但缺乏机构化准备；需尽早布局
投资准备度 + 传承准备度	常见	天然美容、精品酒店、草药医学、发酵乳制品	NDD 核心标的画像：治理到位，传承在即
出口准备度 + 传承准备度	中等	葡萄酒与烈酒、茶与咖啡、矿泉水	产地品牌面临传承压力；收购方可能先于创始人行动
出口准备度 + 投资准备度	中等	天然美容、食品加工、清真食品	机构可读且面向国际；最接近交易就绪
四项信号齐备	少见	葡萄酒与烈酒（成熟锚点）、天然美容（俄罗斯、印度尼西亚）	最高确信度标的；同时面临最激烈的资产竞争
规模准备度 + 传承准备度	中等	药房与健康零售、食品加工	并购整合论点：基础设施已就位，传承创造入口
仅出口准备度	常见	茶与咖啡（产地生产商）、蜂蜜与蜂产品	出口导向已确立；投资准备度与传承信号尚未触发

共现频率定义：常见 = 在相关行业已记录品牌中超过 30% 出现；中等 = 15-30%；少见 = 低于 15%。以上为基于语料库模式的指示性区间，非统计检验阈值。

**收入区间分布——已记录品牌，全部市场。** 语料库偏向机构规模以下，与核心论点一致：这些品牌尚未被传统金融情报平台覆盖。以下为符合纳入标准的全部已记录品牌的大致分布：

收入区间	已记录品牌中的估计占比	备注
100 万美元以下	~15%	主要为前沿市场及早期利基行业；创始人记录充分时纳入
100 万-1,000 万美元	~40%	语料库核心；拥有区域分销的本地成熟品牌
1,000 万-5,000 万美元	~30%	大多数投资者画像的主要收购目标区间
5,000 万-2 亿美元	~12%	较大规模品牌群成员；通常已有机构接触记录
2 亿美元以上	~3%	特例（Gloria Jeans、西贝、Paragon）；纳入以展示浪型与 NDD

收入估计来源于行业媒体、监管文件及行业基准（在可获取处）；相当一部分已记录品牌不公开财务数据，估计值存在较大误差区间。上述数据为方向性参考，非经审计数据。向 1,000 万美元以下品牌的偏斜反映语料库的“可见度前”特性——这些品牌尚未被传统金融情报平台覆盖，而这正是本论点成立的前提。

## 附录 D：收购方交易参考

《浪头在何处破碎》中引用的具名交易。交易金额仅在公开确认时纳入，估算金额不予收录。

标的	收购方	日期	交易类型	市场	备注
Natura Siberica	AFK Sistema	2023年5月	全资收购	俄罗斯	创始人去世后治理崩塌；~\$30 亿 (~3,000-3,700 万美元)
Panpuri	高丝集团 (Kosé)	2024年12月	全资收购	泰国	此前湖岸资本 (Lakeshore Capital) 于 2018 年入股少数股权
THANN	乐敦制药 (Rohto)	2026年1月	全资收购	泰国	第二家日本战略投资者进入泰国健康走廊；Panpuri/高丝交易后 13 个月
Forest Essentials	雅诗兰黛 (Estée Lauder)	2025年	多数股权	印度	阿育吠陀高端美容品类验证
Haldiram's	淡马锡 (Temasek)	2025年	少数股权投资	印度	~10 亿美元；国内食品品牌达到主权财富基金级别
Inka Crops	Alicorp	2026年3月	收购	秘鲁	7,220 万美元；国内战略方先于国际资本出手
Luigi Bosca	L Catterton	2024年前	少数/多数股权	阿根廷	L Catterton 阿根廷投资组合一部分
Rapsodia	L Catterton	2024年前	少数/多数股权	阿根廷	L Catterton 阿根廷投资组合一部分
GPC (格鲁吉亚药房公司)	Georgia Capital	2024年前	收购	格鲁吉亚	验证药房并购整合论点
Bodega Atamisque	马蒂亚斯·拉门斯集团	2025年	收购	阿根廷	困境浪潮交易；2025 年阿根廷葡萄酒行业收缩的一部分
20 余家被投公司	月亮资本 (Lunar Capital)	2015-2026年	传承收购	中国	Robin Song；明确的传承导向投资策略；第一浪品牌群

来源：企业公告、行业媒体、交易数据库。无法公开确认来源的交易未纳入。

## 附录 E：研究语料库 — 各市场覆盖深度与已记录品牌数量

本附录描述支撑本文的调研语料库。38 个市场的筛选依据为原始语种材料——行业媒体、创始人访谈、监管文件及出口促进机构数据——中有据可查的创始人品牌群活动，而非随机抽样。覆盖深度因市场差异显著。品牌数量区间反映语料库中的记录案例，非市场总量的普查估计。完整的品牌级数据库（包括信号评估与 NDD 档案）可供机构客户通过委托研究获取——[hello@brandmine.ai](mailto:hello@brandmine.ai)。

**定义：“已记录品牌。”** 品牌计入语料库须同时满足以下三项标准：(1) 为运营中的消费品牌，具备成熟的零售或出口分销渠道——非预收入或单一门店运营；(2) 可通过至少两个独立的原始语种来源（行业媒体、监管文件、出口机构记录或经核实的创始人访谈）验证；(3) 创始故事与创始人身份可被充分还原，足以支持 NDD 分析。仅有单一二级来源确认、或创始人身份无法确定的品牌，记录为候选条目并排除在计数之外。不设收入门槛，以反映众多新兴市场早期及非正式的记录规范；但不具备成熟分销渠道的品牌予以排除。

**各深度层级的覆盖不确定性。** 三个深度层级承载着实质性不同的完整性风险。深度覆盖市场（俄罗斯、中国锚点品牌群、阿根廷葡萄酒弧线）估计涵盖符合“已记录品牌”定义的运营品牌的 60-80%——重要资产遗漏的可能性较低，但这些市场内的利基行业和前沿地区仍未完全映射。中度覆盖市场估计涵盖符合标准品牌的 30-60%——主要行业记录较为完善，但次要行业和区域子群存在显著空白。有限覆盖市场估计涵盖符合标准品牌的 10-30%——主要行业中的关键品牌已被识别，但系统性覆盖尚未完成；这些市场中遗漏重要资产的概率较高。将有限覆盖市场视为已全面映射的投资者将误读数据。

市场	浪型	覆盖深度	已记录品牌	备注
俄罗斯	五危机压缩型	深度	400+	主要调研锚点；语料库中最深的 NDD 档案
中国	双浪型	中度至深度	200-300	第一浪品牌群为主要焦点；第二浪覆盖建设中
印度	双浪型	中度	80-120	Forest Essentials、Haldiram's 交易提供退出参考
印度尼西亚	分层型	中度	100-150	BPJPH 期限驱动可读性；清真与传统草药行业最强
巴西	标准型	中度	60-90	天然美容与食品加工为主要行业
阿根廷	分层型	中度至深度	80-120	葡萄酒弧线记录最深；L Catterton 组合为基线
泰国	标准型	中度	50-80	Panpuri/THANN 交易提供收购参考
越南	标准型	中度	50-70	手工艺与食品加工为主；出口走廊建设中
马来西亚	标准型	中度	40-60	清真走廊；OEM 转品牌过渡群体
哈萨克斯坦	标准型	中度	50-70	蜂蜜、乳制品、清真行业有记录；出口发展持续追踪
土耳其	双浪型	中度	60-80	第一浪安纳托利亚群体；伊斯坦布尔与地方品牌的区分重要
格鲁吉亚	标准型	中度	30-50	葡萄酒、矿泉水、药房行业；GPC 交易为参考
孟加拉国	压缩型	中度	30-50	最不发达国家毕业期限为主要视角；时尚与手工艺行业

巴基斯坦	标准型	有限	20-35	清真走廊；覆盖薄于相邻市场
埃及	标准型	有限	20-35	食品加工与天然美容；覆盖建设中
摩洛哥	标准型	有限	20-30	以摩洛哥坚果为基础的天然美容；手工食品加工
南非	分层型	有限	25-40	后种族隔离及 BEE 层；天然美容与食品加工
尼日利亚	标准型	有限	20-30	食品加工主导；覆盖处于早期
肯尼亚	标准型	有限	20-30	茶叶、天然美容、手工艺；出口导向建设中
埃塞俄比亚	标准型	有限	15-25	蜂蜜行业记录最多；咖啡产地品牌
哥伦比亚	标准型	有限	20-30	咖啡与手工艺为主；麦德林设计行业新兴
秘鲁	标准型	有限	20-30	Inka Crops 交易提供参考；食品与天然美容
智利	标准型	有限	20-30	阿根廷葡萄酒弧线延伸；天然美容为次要行业
墨西哥	标准型	有限	20-35	食品加工与手工艺；龙舌兰行业相邻
菲律宾	标准型	有限	20-30	食品加工与手工艺；区域品牌覆盖建设中
斯里兰卡	标准型	有限	15-25	茶叶行业为主；健康邻接
蒙古	压缩型	有限	15-25	乳制品与羊绒为主；压缩型品牌群同步老化
阿塞拜疆	标准型	有限	10-20	矿泉水与食品加工；走廊覆盖
乌兹别克斯坦	标准型	有限	10-20	前过渡期市场；覆盖处于早期
加纳	标准型	有限	10-20	可可与食品加工；手工艺行业
坦桑尼亚	标准型	有限	8-15	咖啡与手工艺；桑给巴尔酒店业
伊朗	标准型	有限	10-20	国内消费品牌；结构性准入限制制约深度
阿尔及利亚	标准型	有限	8-15	食品加工为主；覆盖处于早期
塞内加尔	标准型	有限	8-12	手工艺与文化输出；法语区走廊
柬埔寨	标准型	有限	8-12	手工艺与酒店业；重建后品牌群
缅甸	压缩型（中断）	有限	5-10	覆盖暂停；2021 年政变中断调研准入
尼泊尔	标准型	有限	8-12	手工艺与健康；小规模品牌群
乌克兰	压缩型（中断）	有限	10-20	覆盖暂停；2022 年冲突中断活跃调研

深度 = 持续一手调研，多个创始人访谈来源，原始语种监管与行业媒体档案。中度 = 主要行业调研完成，关键品牌已记录，次要行业存在空白。有限 = 初步普查覆盖，关键品牌已识别，系统性调研尚未完成。

覆盖深度定义：深度 = 持续的一手调研，多个创始人访谈来源，原始语种监管与行业媒体档案。中度 = 主要行业调研完成，关键品牌已记录，次要行业存在空白。有限 = 初步普查覆盖，关键品牌已识别，系统性调研尚未完成。品牌数量反映全部跟踪行业中已确认及部分确认的品牌群成员，为指示性区间，非经审计数据。

## 智库白皮书系列

### 创始人传承浪潮的来临

传承浪潮的规模：逾 2.8 万个创始人品牌同步进入代际传承——同步、隐形、毫无准备。

### 超越财务数字：叙事性尽调与四大信号

NDD 方法与四项可观测信号——在银行家介入之前率先识别传承阶段品牌。

### 银行家来电之前

信号如何领先交易二至二十一年——以泰国 Panpuri 与 THANN 案例为证。

### 浪潮在哪里破碎 — *this paper*

浪潮在 38 个市场的集中分布：五条走廊、六个反复出现的板块，以及投资者应如何调整策略。

## 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。20-30 页。

### 品牌韧性报告

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。40-60 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、俄语、中文来源。

第一版 · 2026 年 3 月

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。  
130+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  
行业图谱 · 品牌韧性报告

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](http://www.brandmine.ai)

© 2026 Brandmine。保留所有权利。

v1.1.0