



浪头在何处破碎

数据附册·白皮书·第四号

首版 | 2026 年 3 月

中文版（亦提供英文和俄文版本）



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	9
附录 D: 收购方交易参考	11
附录 E: 研究语料库 — 各市场覆盖深度与已记录品牌数量	12

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。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	✓	✓	✓	✓	●	✓	✓	●

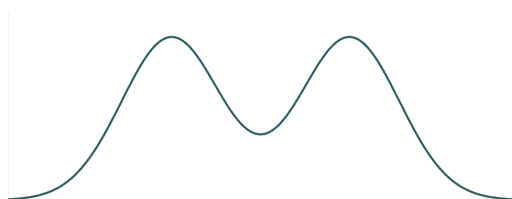
菲律宾	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	—
斯里兰卡	✓	✓	✓	●	✓	●	✓	—
缅甸	—	✓	✓	—	✓	—	✓	—
柬埔寨	—	✓	✓	—	✓	—	✓	—
尼泊尔	✓	✓	✓	—	✓	—	✓	—
阿塞拜疆	✓	✓	●	✓	—	—	✓	✓
乌兹别克斯坦	●	✓	●	✓	—	✓	✓	—
蒙古	●	✓	●	—	—	●	✓	—
伊朗	✓	✓	—	✓	✓	✓	✓	—
阿尔及利亚	●	✓	●	●	—	✓	✓	—
加纳	—	✓	✓	✓	✓	✓	✓	—
塞内加尔	—	✓	✓	—	✓	✓	✓	—
行业合计 (仅✓)	22	18	17	16	16	15	10	8

✓ = 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。

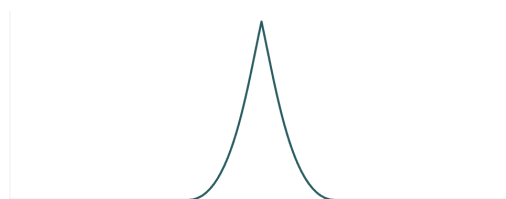
行业合计仅反映已确认品牌群 (✓)，与调研语料库中的行业频率分析一致。部分/新兴品牌群市场 (●) 不计入合计。“普适六行业”（天然美容至时尚与配饰）的计数与本文通篇使用的频率排名一致。纺织与传统工艺及葡萄酒与烈酒纳入以展示走廊结构，其计数采用相同的仅✓统计方法。全部 47 个跟踪行业的完整频率数据可应要求提供——hello@brandmine.ai。

附录 B：浪型分类 — 全部 38 个市场

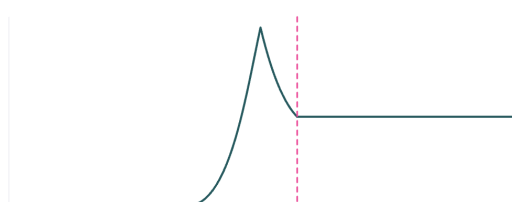
分类依据为主要创业触发事件及品牌群集中度。紧迫度：高 = 传承窗口当前已开启；中 = 3-7 年；低 = 7-15 年；观察 = 品牌群尚未成型或记录不完整。



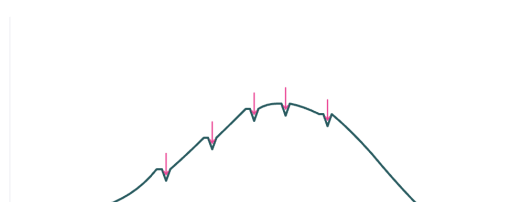
Double Wave



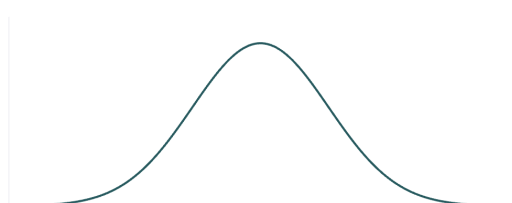
Compressed Wave



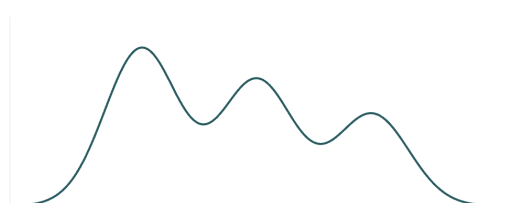
Compressed Wave (Disrupted)



Five-Crisis Compressed


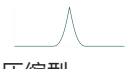



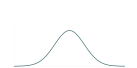







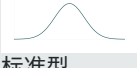
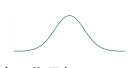




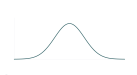

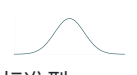
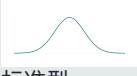
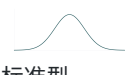
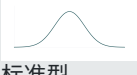
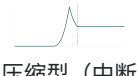
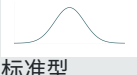
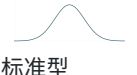
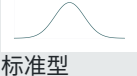
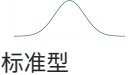
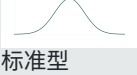
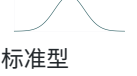

Standard Wave



Layered Wave

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

	标准型			
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。


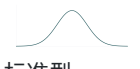



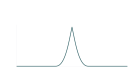






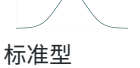
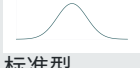
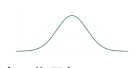

附录 E：研究语料库 — 各市场覆盖深度与已记录品牌数量


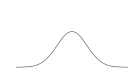











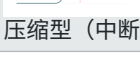

本附录描述支撑本文的调研语料库。38 个市场的筛选依据为原始语种材料——行业媒体、创始人访谈、监管文件及出口促进机构数据——中有据可查的创始人品牌群活动，而非随机抽样。覆盖深度因市场差异显著。品牌数量区间反映语料库中的记录案例，非市场总量的普查估计。完整的品牌级数据库（包括信号评估与 NDD 档案）可供机构客户通过委托研究获取——hello@brandmine.ai。

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	BPIPH 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

	标准型  标准型	有限	20-35	食品加工与手工艺；龙舌兰行业相邻
墨西哥	 标准型	有限	20-30	食品加工与手工艺；区域品牌覆盖建设中
菲律宾	 标准型	有限	15-25	茶叶行业为主；健康邻接
斯里兰卡	 标准型	有限	15-25	乳制品与羊绒为主；压缩型品牌群同步老化
蒙古	 压缩型	有限	10-20	矿泉水与食品加工；走廊覆盖
阿塞拜疆	 标准型	有限	10-20	前过渡期市场；覆盖处于早期
乌兹别克斯坦	 标准型	有限	10-20	可可与食品加工；手工艺行业
加纳	 标准型	有限	8-15	咖啡与手工艺；桑给巴尔酒店业
坦桑尼亚	 标准型	有限	10-20	国内消费品牌；结构性准入限制制约深度
伊朗	 标准型	有限	8-15	食品加工为主；覆盖处于早期
阿尔及利亚	 标准型	有限	8-12	手工艺与文化输出；法语区走廊
塞内加尔	 标准型	有限	8-12	手工艺与酒店业；重建后品牌群
柬埔寨	 压缩型（中断）	有限	5-10	覆盖暂停；2021 年政变中断调研准入
缅甸	 标准型	有限	8-12	手工艺与健康；小规模品牌群
尼泊尔	 压缩型（中断）	有限	10-20	覆盖暂停；2022 年冲突中断活跃调研
乌克兰				

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。25-40 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。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、俄语、中文来源。

首版 · 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/

✉ hello@brandmine.ai

🌐 www.brandmine.ai

© 2026 Brandmine。保留所有权利。

v1.1.0