

新媒体视角下石阡苔茶产业发展策略研究

徐 倩

贵州大学历史与民族文化学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2024年9月18日; 录用日期: 2024年11月18日; 发布日期: 2024年11月25日

摘 要

石阡苔茶, 凭借其深厚的历史文化底蕴、卓越的茶叶品质以及精湛的制作工艺, 在竞争激烈的茶叶市场中成功占据了一席之地。本文采用文献分析法, 系统梳理了石阡苔茶丰富的历史文化内涵、鲜明的品牌优势以及广阔的市场潜力, 并深入剖析了当前石阡苔茶在电子商务领域的发展现状。在此基础上, 从电子商务发展理论、品牌营销理论以及农业产业化理论三个维度出发, 本文提出了一系列旨在推动石阡苔茶产业在数字经济时代背景下实现高质量、可持续发展的策略建议。我们期望, 在新媒体蓬勃发展的时代背景下, 石阡苔茶能够把握机遇, 借助新媒体的力量破浪前行, 激发新质生产力的蓬勃活力, 引领茶产业创新发展。

关键词

新媒体, 石阡苔茶, 发展策略

Research on the Development Strategy of Shiqian Tai Tea Industry from the Perspective of New Media

Qian Xu

School of History and Ethnic Culture, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Sep. 18th, 2024; accepted: Nov. 18th, 2024; published: Nov. 25th, 2024

Abstract

Shiqian Tai tea, with its profound historical and cultural heritage, excellent tea quality, and exquisite production techniques, has successfully occupied a place in the fiercely competitive tea market. This article adopts the method of literature analysis to systematically sort out the rich historical and cultural connotations, distinctive brand advantages, and broad market potential of Shiqian Tai

tea, and deeply analyze the current development status of Shiqian Tai tea in the field of e-commerce. On this basis, starting from three dimensions of e-commerce development theory, brand marketing theory, and agricultural industrialization theory, this article proposes a series of strategic suggestions aimed at promoting the high-quality and sustainable development of Shiqian Tai tea industry in the context of the digital economy era. We hope that in the context of the booming development of new media, Shiqian Tai Tea can seize the opportunity, use the power of new media to break through the waves, stimulate the vigorous vitality of new quality productivity, and lead the innovative development of the tea industry.

Keywords

New Media, Shiqian Tai Tea, Development Strategy

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

中国历史文化悠久，地大物博，物产丰富，有着世界上其他国家无可比拟的深厚文化底蕴，其茶文化亦是如此。作为亚洲茶叶种植面积最大的国家，因其种类繁多、品质优良、口感各异，深受国内外友人青睐。石阡苔茶，贵州省石阡县这片古老土地上孕育出来的文化瑰宝，其悠久的种植历史以及独特的茶叶品质，不仅承载着地方文化的深厚底蕴，造福着当地万千百姓，更是在茶叶市场中占据着一席之地。随着新媒体的迅速发展，石阡苔茶也迎来了前所未有的发展机遇与挑战。如何转变传统销售方式、创新茶叶制作方法、优化传统茶叶品牌、完善检验检测体系、扩大消费群体，推动新媒体视角下石阡苔茶的可持续发展与运用，是新时代背景下石阡苔茶相关部门急需解决的难题。为此，本文在前人的研究基础上，将从石阡苔茶的历史背景、品牌优势、市场潜力及电子商务策略等多个维度，尝试剖析石阡苔茶的发展现状和发展策略，以期能从中获得一些启示。

2. 石阡苔茶历史背景概述

中国茶文化起源于神农时代，发展于西周、秦汉，繁荣于唐宋，普及于明清，到当今社会，丰富的茶文化已经成为中国传统文化的重要组成部分之一。历史文献中关于茶叶的记载最早可见于《神农本草经》。据《神农本草经》载：“神农尝百草，日遇七十二毒，得茶(茶)而解之。”¹这说明，在神农氏时期，茶一开始并未被发现，是神农氏在尝草药的过程中，偶然发现它的解毒功能。虽然神农氏属于传说时代，但是相应的资料记载，对于我们认识茶叶的起源以及最初功能都有着重要的价值。

生长于黔山深处的石阡苔茶，也有着悠久的历史文化底蕴。在相关学术论文研究中，有学者提到其最早可见于杨雄的《輶轩使者绝代语释别国方言》中，但是目前并未见其中有关于石阡苔茶的相关记载。而所见关于石阡苔茶的确切历史记载，最早可追溯到唐代陆羽的《茶经》中。《茶经》载：“黔中生思州、播州、费州、夷州……其思、播、夷往往得之，其味及佳……”²。据乾隆《贵州通志》记载：“贞观元年，废夷州。三年，以南谢蛮首领谢疆地，置南寿川。四年，更名庄州，复以黔州之都上县，开南夷，置夷州，今石阡府。”³可知，在唐贞观四年，夷州就是指石阡府，其疆域包括今天的石阡县。陆羽

¹ 神农本草经 3 卷，(魏)吴普述(清)孙星衍辑，清嘉庆承德孙氏刻问经堂丛书本。

² 茶经 3 卷，(唐)陆羽撰，民国十六年至十九年武进陶氏景宋咸淳百川学海本。

³ (乾隆)贵州通志 46 卷，贵州通志卷之三，清乾隆六年刻嘉庆修补本，第 502 页。

《茶经》中所记载的夷州，应该也包括今天的石阡县境域。此外，陆羽在《茶经》中还记载了不同品种茶叶的种植地，其中绿茶在 18 个省份有种植，“以浙江、安徽、湖南、湖北、江西、江苏、贵州居多”^[1]，石阡苔茶又是以绿茶最为出名。据此可推测，石阡县种植茶叶的时间要早于茶文化繁荣的唐代，并且在唐代就已经成为黔中佳品，得到了官府的认可，获得一定市场地位。《茶经》中的“往往得之，其味极佳”⁴，为石阡苔茶的优良品质提供了佐证。

北宋时期，石阡苔茶就已经作为贡茶进入了宫廷。虽然目前并未发现北宋时期石阡苔茶作为贡茶的具体史料记载，但是在民国《贵州通志》中，明确记载有“太平袁字記夷播思三州貢茶”⁵的证据，这里的夷州也包括今天的石阡县，而《太平袁字記》成书于北宋年间，据此推测，石阡苔茶确实在北宋年间凭借其优良品质走出贵州，进入宫廷，进一步提升了其知名度和美誉度，获得了更为广阔的市场。

明清时期，石阡苔茶任然作为贵州贡茶之一。明朝嘉靖和万历年间的《贵州通志》都有关于贵州上贡茶叶的记载，嘉靖《贵州通志》载：“三年類貢茶芽五十三斤十一兩六錢五釐”⁶，万历年间的记载和嘉庆年间的记载相同，这里虽然并未说明贵州上贡的茶叶中有石阡苔茶，但是根据石阡在茶叶生产中所占的重要地位以及石阡苔茶的特征，可以推测石阡苔茶就是贵州上贡茶叶的重要组成部分之一。清乾隆《石阡府志》记载：“茶，近镇远龙泉，各山间有。”⁷这里的龙泉指龙泉县，属石阡府，1913 年更改为凤岗县，独立成县，不再属于石阡，石阡府也改为石阡县，疆域范围较之前有所缩小，但是核心地区不变。尽管今天的龙泉县区域已经不属于石阡县，但是就唐朝以来石阡苔茶的知名度以及北宋以来石阡苔茶作为贵州贡茶的重要组成部分，可推测龙泉地区茶叶的种植技术以及茶叶品种已经辐射到了现在的石阡县境内，为龙泉划出石阡府后，石阡县茶叶的后续发展奠定了重要基础。而乾隆《石阡府志》中的记载，为石阡府茶叶种植提供了重要历史依据。

1919 年至 1949 年，随着石阡苔茶知名度的提高，在全省范围内获得了认可。1949 年后，石阡成为贵州省红茶的试验区和青毛茶(黔青)的主产区，生产的青毛茶是贵州省唯一的一个国家级的茶叶标准样。2008 年 2 月，国家标准委员会将石阡苔茶列为第六批全国农业标准化示范建设项目，是贵州省唯一覆盖县域范围的示范项目。这标志着石阡苔茶产业步入了标准化发展阶段。同时，石阡苔茶也积极打造品牌，获得了多项荣誉和认证，如中国驰名商标、国家地理标志保护产品、全国地理标志农产品等。

近年来，石阡苔茶的种植面积和产量不断扩大。例如，2014 年石阡苔茶种植面积共有 35.76 万亩⁸，茶叶总产量为 1.5 万吨；到 2015 年，其种植面积达到了 42.5 万亩⁹，但年产量达到了 8768 吨¹⁰。这表明石阡苔茶产业在不断发展壮大。

3. 石阡苔茶品牌优势分析

石阡苔茶在唐朝时期就已经拥有一定的知名度，这一方面说明其品质优良、制作工艺精湛，另一方面也反映了其历史文化底蕴深厚，才得以在众多茶叶中脱颖而出。经过历史的沉淀，石阡苔茶已经形成了优秀品牌，拥有深厚的历史文化底蕴、独特的茶叶品质、精湛的制作工艺、广阔的消费市场、国家政策支持等优势。

⁴茶經 3 卷，(唐)陸羽撰，民國十六年至十九年武進陶氏景宋咸淳百川學海本。

⁵(嘉靖)貴州通志 12 卷，貴州通志卷之三，明嘉靖刻本。第 6145 页。

⁶(嘉靖)貴州通志 12 卷，貴州通志卷之三，明嘉靖刻本。第 376 页。

⁷(乾隆)石阡府志 8 卷石阡府志七卷，清乾隆三十年刻本。第 342 页。

⁸铜仁市农业农村局发布：https://nw.trs.gov.cn/zfxgk/fdzdgnr/nyncgl/202112/t20211202_71895791.html。

⁹人民网：《大贵州铜仁：数据助推苔茶出黔》<http://it.people.com.cn/n1/2018/0604/c1009-30032742.html>。

¹⁰中国农村网：http://journal.cnews.net/nggztscs/2020/dsq/yxlf/931216_20200218095646.html。

3.1. 深厚的历史底蕴

石阡自唐代以前就开始种植茶叶，到唐代时已成为黔中佳品，北宋时成为贡茶，进入宫廷，其贡茶的地位历经明清两代而不衰，始终是贵州贡茶体系中的一颗璀璨的明珠。世代茶农与匠人，以虔诚之心、精湛之艺，对石阡苔茶进行着精心的呵护与传承。他们秉持匠心，不断探索与创新，使得石阡苔茶的品质日益提升，美誉度远播四海。这不仅仅是一种茶叶的传承，更是中华茶文化精髓的延续与发扬。时至今日，石阡苔茶依然保持着其独特的韵味与魅力，它不仅是当地人民的骄傲，更是中华茶文化宝库中不可多得的佳茗。在全球茶文化的交流与传播中，石阡苔茶以其卓越的品质和深厚的文化底蕴，赢得了广泛的赞誉与尊重，为中华茶文化的弘扬与发展作出了不可磨灭的贡献。

3.2. 独特的茶叶品质

近年来，随着石阡苔茶知名度的提高，不少学者先后对苔茶的各方面进行了深入研究，逐渐揭开了石阡苔茶品质独特的真正原因。

得天独厚的生长环境。石阡县位于贵州东北部，属于中亚热带湿润季风气候，森林覆盖率高、日光充足，气候温和，雨量适中，无霜期长，最适宜种植茶叶。再加上石阡当地为黄壤，“在气候上兼具低纬度、高海拔、寡日照三大特点，极适合茶叶的种植。”[2]得天独厚的地理条件，为茶树的种植提供了种植保障。

基因优良的茶树品种，“在石阡县境内仍保留着最原始的‘石阡苔茶’茶树遗传基因，贵州省茶叶研究所在前期的研究工作中，已收集保存‘石阡苔茶’资源 100 余份，并筛选出高茶多酚、高 EGCG 茶树优良株系。”[3]原始的茶树遗传基因，经过科研筛选后，保留了最优秀的茶树品种，被认为是“最值得开发和重点关注的地方优良特色茶树品种”[4]。

蕴含丰富的微量元素。经检测，苔茶中富含 17 种微量元素，“Hg、Pb、Cd、As 4 种重金属元素含量均符合国家标准和农业部行业标准”[5]，苔茶中“钾含量最高，其次是钙，是补充钾和钙矿质元素的一种良好来源。”[1]经王艳丽，刘杨研究，由石阡苔茶研制出来的白茶，不仅香气滋味优秀，还具有抗老年痴呆的功效，“在抗逆性、抗病性等方面带有宝贵的抗性基因”[1]，老年人长期饮用，还有助于身心健康。

这些独特的条件，共同构成了品质优良、风味独特、兼具药用价值的石阡苔茶，成为了茶界中一颗璀璨的明珠。它不仅能够满足人们对于高品质茶饮的需求，更能在保健养生领域发挥重要作用，成为现代人追求健康生活的理想选择。

3.3. 精湛的制作工艺

石阡苔茶主要以生产高品质绿茶为主，其制作流程有：采摘 - 摊放 - 杀青 - 揉捻 - 干燥炒制 - 提香烘干。因品质要求极高，因此从最初的采摘环节，就要求极严。采摘要确保采摘下来的茶叶“新鲜、细嫩、匀净”，为后续的茶叶生产加工提供优质的原料保证。摊放主要是用于减少鲜叶中的水分，要根据茶叶的水分以及形态，来确定其摊放所需时间，这就需要老练的经验，才能保证鲜叶的摊放恰到好处。杀青主要是为了保证茶叶不变质，采用透焖结合的原则使茶叶的色泽和香气达到预期效果“在揉捻作业过程中，应将茶叶成条率控制在 90% 以上，同时保障叶片手感呈海绵状，进而使石阡苔茶的品质得到有效保障，进一步提升其在市场环境当中的综合竞争力与影响力。”[6]干燥炒制则是为了完全炒干茶叶中的水分，以便于对其进行储存。烘干环节需要“技术人员应当以一定温度对茶叶进行二次炒制，同时进行轻柔翻动，使茶叶内部香气能够在高温作用下得以溢出，进而保障其储藏质量。”[7]经过制茶技术人员的研制，石阡苔茶制作的每一个过程都精益求精，其制作工艺已经越加完善，日渐精湛。

3.4. 广阔的消费市场

随着国内人们消费水平的提高,以及经济全球化的发展,石阡苔茶赢来了广阔的国内国际市场。据任友统计,石阡苔茶企业从2008年的26家,提升到了2019年的139家,省内县级以上苔茶专卖店建立了21个,“在省外城市北京、广州、香港等地建立38个专卖店及销售点”[8],“2008~2018年十年间石阡苔茶的产量增长了将近十倍,相当于石阡苔茶每年的产量呈倍数增长”[8],如此庞大的增长量并没有导致茶叶滞销,说明国内还有广阔的消费市场。

经济全球化的发展在为石阡苔茶带来机遇与挑战的同时,也打开了海外销售市场。截至目前,石阡苔茶已经成功销售往俄罗斯、越南、吉尔吉斯斯坦、罗马尼亚等地,“2024年首批石阡苔茶扬帆出海远销越南,外贸货值约100万元”¹¹。石阡苔茶的检测指标一直低于欧美、日本等国家,一旦石阡苔茶建立起完善的国外市场销售网,必然在国际市场中占据一席之地。

3.5. 国家政策的支持

为了推动贵州茶产业高质量发展,贵州省政府在2007~2024年十多年时间里面,先后印发了《关于加快茶产业发展的意见》《贵州省茶产业提升三年行动计划(2014~2016年)》《贵州省发展茶产业助推脱贫攻坚三年行动方案(2017~2019年)》《关于加快建设茶产业强省的意见》《贵州省茶产业发展条例》以及《贵州省委2024年一号文件》,这些文件,为贵州省茶叶的发展原则、方向、要求等方面做出了明确规定,为茶产业发展提供了政策保障。石阡县政府也重视石阡茶产业的发展,九十年代中期就派遣技术骨干到县茶叶站指导茶叶的种植和加工,20世纪后,石阡县委、县政府进一步加强对茶产业的指导,在2003年成立《石阡县人民政府茶叶生产办公室》,专职专管,积极与贵州省内各高校、茶叶研究中心交流合作,积极响应国家号召,大力推动石阡县茶产业的发展。

4. 石阡苔茶在电子商务中的发展现状

4.1. 电子商务发展理论下的石阡苔茶产业现状

电子商务发展理论包括五力模型、价值链理论、网络效应、信息不对称及消费者行为等理论。在电子商务发展理论的指导下,深入分析石阡苔茶在电子商务中的发展现状,可以更好了解其存在的问题以及寻找解决方法。

1. 电商平台的利用与拓展

石阡苔茶近年来在电商领域取得了显著进展。通过天猫、京东等主流电商平台,石阡苔茶不仅扩大了销售渠道,还借助平台的数据分析能力,精准定位市场需求,优化销售策略。此外,电商直播等新型营销方式也为石阡苔茶带来了更多的曝光和销售机会。例如,通过公益直播带货,石阡苔茶成功走出大山,触达更广泛的消费群体。

2. 数字化管理的初步实现

石阡苔茶产业在数字化管理方面迈出了重要一步。通过大数据云平台,茶园种植、管护、生产和销售的全过程得到了有效管控和追溯。这不仅提高了茶叶生产的精细化程度,还增强了消费者对产品的信任度和满意度。然而,与电子商务发展的高标准相比,石阡苔茶在数字化管理方面仍有提升空间,如数据共享机制、智能化决策支持等方面的完善。

3. 跨境电商的初步尝试

石阡苔茶在跨境电商领域也取得了突破性进展。2024年,首批石阡苔茶成功出口越南,标志着石阡苔茶正式进军国际市场。这一成就得益于东西部协作战略的实施,以及石阡县在电商领域的积极探索和

¹¹ 石阡县人民政府网: https://www.shiqian.gov.cn/zfbm/gyhswj/gzdt/202408/t20240830_85522206.html。

努力。然而，跨境电商的复杂性也对石阡苔茶的品牌建设、物流配送等方面提出了新的挑战。

4.2. 品牌营销理论下的石阡苔茶产业现状

品牌营销理论是企业通过塑造、传播和维护品牌，提高品牌价值和市场份额的理论和方法。在其理论的指导下对石阡苔茶产业现状进行分析，可以深入了解石阡苔茶的实际情况。

1. 品牌知名度和美誉度的提升

石阡苔茶作为国家地理标志保护产品，通过多年的品牌建设和市场推广，已经形成了较高的知名度和美誉度。然而，与国内外知名茶叶品牌相比，石阡苔茶在品牌塑造、产品创新和市场营销等方面仍有提升空间。例如，品牌形象和外包装的老化、价格制定方法的单一性等问题，都制约了石阡苔茶品牌的市场竞争力。

2. 线上线下融合的销售渠道

石阡苔茶在销售渠道上实现了线上线下的融合发展。线上方面，通过电商平台和社交媒体等渠道，石阡苔茶成功触达了更广泛的消费群体；线下方面，通过开设特许经营店和参加展会等活动，石阡苔茶与消费者建立了更紧密的联系。然而，线上线下销售渠道的融合仍需进一步优化，如加强线上线下的互动和协同、提高线下渠道的管理和创新等。

3. 文化营销的初步探索

石阡苔茶在品牌营销中注重文化元素的融入。通过举办茶文化活动、推广苔茶文化等方式，石阡苔茶成功吸引了更多消费者的关注和喜爱。然而，文化营销的深度和广度仍有待提升，如加强苔茶文化的挖掘和传承、创新文化营销的方式和手段等。

4.3. 农业产业化理论下的石阡苔茶产业现状

1. 产业链的整合与优化

石阡苔茶产业在产业链整合方面取得了显著成效。通过成立苔茶集团等龙头企业，石阡苔茶实现了茶园种植、茶叶加工和销售的一体化经营。这不仅提高了产业链的协同效率，还增强了石阡苔茶的市场竞争力。然而，产业链的整合仍需进一步优化，如加强产业链上下游的衔接和协同、提高产业链的整体效益等。

2. 绿色种植与可持续发展

石阡苔茶产业注重绿色种植和可持续发展。通过推广绿色防控技术、加强茶园管理等方式，石阡苔茶实现了茶叶品质的稳步提升和生态环境的持续改善。然而，绿色种植和可持续发展仍需进一步加强，如提高绿色防控技术的普及率、加强茶园生态环境的监测和保护等。

3. 农民增收与乡村振兴

石阡苔茶产业的发展为农民增收和乡村振兴做出了积极贡献。通过发展苔茶产业，石阡县成功带动了农户增收和就业创业，促进了乡村经济的繁荣和发展。然而，农民增收和乡村振兴仍需进一步努力，如加强农民技能培训、提高农民组织化程度、推动乡村产业多元化发展等。

5. 石阡苔茶在新媒体运用中的发展策略

5.1. 电子商务发展理论下石阡苔茶产业发展策略

“所谓茶叶电子商务，即把电子商务应用到茶叶销售中的一种贸易模式，在互联网上完成产品的销售、购买和电子支付等业务交易的过程。” [9]在电子商务飞速发展的情况下，石阡苔茶产业的发展迎来了新的机遇。

1. 利用好电子商务平台

电子商务平台是一个为企业或个人提供网上交易洽谈的平台，它主要分为综合性电商平台、跨境电商平台以及其他特色电商平台。中国的电子商务平台包括天猫、京东、淘宝、拼多多、苏宁易购、唯品会、当当网、亚马逊中国等。

这些电子商务平台为石阡苔茶的发展提供了众多销售渠道，利用好电子商务平台是促进石阡苔茶产业发展的关键。通过建立官方电商平台和入驻第三方电商平台，石阡苔茶企业能够直接触达消费者，减少中间环节，提高销售效率。同时，重视跨境电商平台的利用，可以将石阡苔茶推向国际市场，提升其国际知名度，促进石阡苔茶长远发展。

2. 重视品牌建设宣传

品牌是企业信誉和形象的集中体现，能增强消费者信任，提升市场竞争力，是企业宝贵的无形资产。而任何产品品牌的建设一定离不开宣传，其不仅能提升产品知名度，吸引潜在客户，还能促进销售增长，是企业市场推广不可或缺的关键环节。石阡苔茶产业可以通过参加国内外茶叶博览会、评比活动，提升石阡苔茶的品牌形象和知名度。同时，发掘和传承苔茶文化内涵，创新苔茶文化载体，增加大众品牌，扩大消费者群体，如举办苔茶历史文化研讨会等茶会活动、建设苔茶文化宣传队、研发苔茶文创产品、更新苔茶包装等，丰富苔茶文化内涵，传播苔茶文化。同时，还可以提炼苔茶的药用功能如“降血压血脂”“抗氧化抗衰老”“护眼抗炎”等，打造药用品牌进行多方面宣传，提高苔茶知名度。还可以利用社交媒体、短视频平台等新媒体渠道，开展网络营销活动，与知名网红、博主合作，推广石阡苔茶品牌和产品。

3. 完善物流配送与售后服务

在物流配送和售后服务方面，石阡苔茶企业应完善物流配送体系，与物流企业合作，打造一体化的物流解决方案，确保茶叶产品能够快速、安全地送达消费者手中，同时要确保“任何一笔交易都包含着‘四流’，即信息流、商流、资金流、物流”^[10]，让消费者能够全面了解石阡苔茶。另外，要建设专业的售后服务团队，及时解决消费者遇到的问题，鼓励消费者提供反馈和建议，不断改进产品和服务质量，提高消费者物流体验感。

4. 加强质量监管和保障

苔茶质量在电子商务中至关重要，它关乎消费者信任、品牌口碑及市场竞争力，是电商茶叶销售的核心要素。在电子商务中取得成功的全国茶产业如宜宾市茶叶、浙江省茶叶等，很早就建立了完善的质量检测机制。浙江省更是与国际接轨，引进亚非、欧美国家进口茶叶检测标准，提高茶叶出口率。石阡苔茶要想在电子商务市场中取得成功，苔茶企业就必须借鉴在电子商务领域取得成功的茶企业的经验，制定严格的检验检测标准，引进先进的检测技术和设备，提高检测结果的准确性和可靠性。石阡县工商部门等更应加强对石阡苔茶市场的监管力度，打击假冒伪劣产品，维护市场秩序。

5.2. 品牌营销理论下石阡苔茶产业发展策略

品牌营销理论为石阡苔茶产业的繁荣发展提供了重要指引。为确保苔茶在电子商务领域取得显著成就，必须明确其品牌定位与价值，同时不断优化产品与服务质量。此外，还要强化品牌忠诚度与口碑建设，实施创新驱动发展战略，助力石阡苔茶产业迈向新的台阶。

1. 明确品牌定位与价值

苔茶要想营销成功，首要任务就是明确其品牌定位与价值，突出其高品质、独特口感和文化内涵，提炼核心价值如健康、品质等，与其他茶叶品牌形成差异。利用石阡苔茶历史悠久、品质独特、具有地方特色文化等特点，将其定位为“长寿之乡养生茶”“高端养生茗茶”“温泉河畔生态茶”等，针对不同

消费者推出不同定位的茶叶品牌，对于提升产业水平和市场竞争力至关重要。另外，据研究发现，产品“能否引起消费者的兴趣，在一定程度上取决于产品的包装，因而包装成了‘无声推销员’”[11]，通过吸取地方特色文化，借鉴潮流文化，设计出独具特色的苔茶包装，并定时更新，不断丰富苔茶文化内涵，利用传统媒体与新媒体加大宣传力度，挖掘和传承茶文化，利于提升苔茶品牌知名度和形象。

2. 优化产品与服务质量

石阡苔茶要想在众多茶产业中赢得一席之地，优化产品与服务质量是基础。苔茶产业要引入 ISO 管理体系，确保各环节国际标准；定期质量检测，保障品质稳定。茶园管理应生态化，减少化肥农药，引入智能监控。精选茶种，引入先进工艺提升品质。售前、售中、售后体系需完善，建立客服中心，快速响应消费者。专业茶艺培训，提供冲泡品鉴咨询。优化线上平台，线下门店品茶服务，增强购买体验。加强电商平台合作，全国开设专卖店和体验店。积极参与国内外茶叶展会，拓展海外市场。建立完善销售网络，利用社交媒体提升曝光度。针对不同消费群体推出定制产品和服务，开展茶文化推广，吸引年轻消费者。

3. 强化品牌忠诚度与口碑建设

为深入强化石阡苔茶的品牌忠诚度与口碑建设，可以从以下几个方面着手：

首先，利用权威文献和历史文化，打造差异化品牌形象。可以引用《中国茶叶大辞典》等权威文献，强调石阡苔茶的历史地位和文化价值，从而增强消费者对品牌的认知和信任；其次，提供卓越的茶艺服务和品鉴体验。在茶艺服务方面，可以培训专业的茶艺师，为消费者提供精湛的茶艺表演和冲泡技巧，让消费者在享受茶艺文化的同时，感受到石阡苔茶的独特魅力。此外，还可以设立品鉴区，让消费者亲自品尝石阡苔茶，通过口感和香气的体验，增强对品牌的忠诚度。最后，利用社交媒体和口碑营销，积极传播正面评价。可以邀请知名博主、网红等进行品鉴和推广，通过他们的口碑传播，提升石阡苔茶的知名度和美誉度。同时，鼓励消费者分享自己的品鉴体验和感受，形成口碑效应，进一步巩固品牌忠诚度。

4. 实施创新驱动发展战略

实施创新驱动发展战略，是石阡苔茶产业得以可持续发展的重要途径。苔茶企业要加强科技研发，引进新技术提升生产效率与品质；借鉴成功茶企业经验，优化苔茶企业管理模式，降低成本，提高市场竞争力；要创新营销方式，如直播带货、短视频营销，提高品牌曝光度和市场影响力。另外，要借鉴文创产品成功经验，研发苔茶文创产品，增加产品附加值。

5.3. 农业产业化理论下石阡苔茶产业发展策略

在农业产业化理论的引领下，石阡苔茶产业的发展需兼顾经济效益、生态保护与文化遗产。首要任务是优化产业布局，实施生态茶园管理，减少化肥农药使用，确保苔茶绿色安全，同时维护生态平衡。标准化生产与文化遗产并重，挖掘苔茶背后的历史故事与民俗传统，融入生产流程，提升产品文化内涵，增强消费者共鸣。

品牌建设上，讲述苔茶故事，利用互联网与社交媒体精准营销，拓宽销售渠道，吸引年轻消费者与高端市场。产业融合与创新驱动同步推进，加强与高校、科研机构的合作，引入物联网、大数据技术，实现茶园管理智能化，开发苔茶深加工产品，丰富产品线。同时，探索苔茶与旅游、教育等产业的深度融合，打造苔茶文化旅游线路，拓展发展空间。

政府应持续提供政策支持，包括财政补贴、税收优惠、金融支持等，降低产业发展成本与市场风险。苔茶企业则需承担社会责任，参与公益事业，树立良好形象，提升品牌社会认可度。

综上，石阡苔茶产业的发展需多维度并进，通过优化布局、生态保护、文化遗产、品牌建设、产业融合、创新驱动与政策扶持，实现绿色、高效、可持续发展，为乡村振兴与可持续发展贡献力量，使石阡苔茶成为地方经济的支柱产业与文化名片。

6. 结语

新媒体为石阡苔茶产业带来了前所未有的发展机遇与挑战。通过构建多元化的新媒体传播矩阵,如社交媒体平台、短视频应用、直播带货等,石阡苔茶成功吸引了更广泛的消费者关注,有效提升了品牌知名度和产品美誉度。同时,借助大数据分析 with 精准营销手段,企业能够更准确地把握市场需求动态,实现个性化、定制化服务,增强用户粘性,促进销售转化。在内容创作与传播上,深入挖掘石阡苔茶的历史文化底蕴与独特品质,结合现代审美与生活方式,打造一系列富有创意和感染力的品牌故事与营销内容,可以有效激发消费者的情感共鸣与文化认同,为产品赋予更高的附加值。此外,新媒体还促进了石阡苔茶产业内部的协同创新,包括种植技术的智能化升级、加工流程的优化、供应链管理的透明化等,这些都为提升产品质量与生产效率,增强市场竞争力奠定了坚实基础。

然而,面对瞬息万变的新媒体环境,石阡苔茶产业也需持续学习与创新,不断优化传播策略,加强人才培养与团队建设,确保在新媒体浪潮中保持领先地位。同时,注重社会责任与可持续发展,通过绿色种植、公平贸易等方式,树立良好企业形象,赢得社会广泛认可。总之,新媒体视角下石阡苔茶产业的发展策略,不仅推动了产业的现代化转型,也为其他传统农产品提供了可借鉴的路径。未来,随着技术的不断进步与市场的深入拓展,石阡苔茶有望在全球化的大舞台上绽放更加璀璨的光芒,成为中国茶文化的一张亮丽名片。

参考文献

- [1] 郑柔敏. 陆羽茶经[M]. 沈阳: 辽宁科学技术出版社, 2019: 206.
- [2] 任锡蓉, 刘成, 刘少群, 等. 茶产业高质量发展助推乡村振兴——以贵州铜仁市石阡县为例[J]. 中国集体经济, 2022(17): 16-19.
- [3] 张圆, 郭灿, 王枫, 等. 石阡县茶产业发展调研报告[J]. 贵茶, 2023(4): 69-75.
- [4] 王艳丽, 刘杨. 贵州 3 种优良茶树品种白茶适制性研究[J]. 食品安全质量检测学报, 2024, 15(8): 130-136.
- [5] 熊冬华, 李刚凤, 周振华, 等. 微波消解-ICP-MS 测定石阡苔茶中 17 种矿物质元素[J]. 中国酿造, 2016, 35(4): 167-170.
- [6] 王欢. 茶叶加工技术进展研究[J]. 农村实用技术, 2022(4): 99-100.
- [7] 罗芳英. 石阡苔茶种植管理与加工技术探析[J]. 农业开发与装备, 2023(12): 177-179.
- [8] 任友. 新发展理念下石阡苔茶产业竞争力研究[D]: [硕士学位论文]. 贵阳: 贵州民族大学, 2019: 39-40.
- [9] 王春梅, 叶玉龙, 刘跃云, 等. 四川省宜宾市茶叶电子商务发展现状及建议[J]. 安徽农业科学, 2015, 43(21): 344-346.
- [10] 连雁平. 电子商务环境下茶叶物流配送[J]. 科技信息, 2010(28): 29-31.
- [11] 黄志刚, 朱慧, 俱浪. 包装对产品销售的影响研究[J]. 北京工商大学学报(社会科学版), 2006, 21(3): 59-62.