

都匀毛尖茶产业营销策略分析

——基于SWOT模型

金奥飞

南京林业大学马克思主义学院, 江苏 南京

收稿日期: 2025年2月12日; 录用日期: 2025年2月25日; 发布日期: 2025年3月28日

摘要

中国作为茶树的起源地和原始分布中心, 同时也是世界上最早进行茶叶种植与饮用的国家, 孕育了众多类型的名茶。然而, 大多数名茶目前呈现出“名声显赫但产业规模小”的发展态势, 茶产业亟需突破现状, 实现新的发展。文章以十大名茶之一都匀毛尖为研究对象, 运用SWOT分析法分析其优势、劣势、机遇和威胁, 提出了强化茶园管理, 优化土地流转与质量保障; 规范茶企监管, 统一加工标准; 加强品牌建设, 提升市场竞争力等茶产业发展策略, 以期为传统名茶的高质量发展提供借鉴与思路。

关键词

都匀毛尖, 传统名茶, 发展策略, SWOT分析法

Marketing Strategy Analysis of Duyun Mao Jian Tea Industry

—Based on SWOT Model

Aofei Jin

School of Marxism, Nanjing Forestry University, Nanjing Jiangsu

Received: Feb. 12th, 2025; accepted: Feb. 25th, 2025; published: Mar. 28th, 2025

Abstract

As the birthplace of tea and the cradle of tea culture, China has a lot of traditional historical tea. However, most of the famous teas present the development situation of “famous but small industry scale”, and the tea industry needs to break through the status quo and realize new development. The article takes Duyun Mao Jian, one of the ten famous teas, as the research object, analyzes its

advantages, disadvantages, opportunities and threats by using SWOT analysis, and puts forward the development strategies of the tea industry such as strengthening the management of tea plantations, optimizing the land transfer and quality assurance; standardizing the supervision of tea enterprises and unifying the processing standards; strengthening the branding and enhancing the competitiveness of the market, with a view to providing reference and ideas for the high-quality development of the traditional famous teas.

Keywords

Duyun Mao Jian, Traditional Famous Tea, Development Strategy, SWOT Analysis Method

Copyright © 2025 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

茶之为饮，发乎神农氏，其树原生于我国西南地区[1]。我国饮茶历史源远流长，西汉时期已有饮茶的确记载，在两千多年的发展历程中，在中国独特的自然条件与深厚文化滋养下，众多历史名茶得以诞生。贵州省是中国茶树品种资源极为丰富的地区之一，境内分布着超过 600 种茶树品种。都匀凭借其独特的地理条件，孕育出了中国十大名茶之一的都匀毛尖。其别称包括“白毛尖”“细毛尖”“鱼钩茶”和“雀舌茶”。都匀毛尖以其鲜明的地域特色、卓越的品质和强大的品牌影响力闻名遐迩，但在发展过程中也面临诸多挑战，如茶园管护水平参差不齐、茶产品加工行业监管不到位、品牌建设不足等。本研究运用 SWOT 分析方法，深入探讨了在当前新环境下都匀毛尖茶产业的发展态势，旨在为传统名茶产业的提升提出有效的策略与建议。

2. 优势(S)

2.1. 自然地理环境优越

黔南州位于云贵高原东南部与广西丘陵交界的斜坡区域，其茶叶主产区海拔在 1000 至 2000 米之间。该地区气候条件独特，具有温和的气候特征、充足的热量和充沛的降水，且雨热同期。此外，黔南州昼夜温差显著，属于典型的亚热带温暖湿润气候和季风气候类型，这种气候条件有利于茶树积累养分，进而提升茶叶的口感和香气。茶树生长的最适宜温度范围为 15℃至 25℃，而黔南州年平均气温为 13.6℃至 19.6℃，这使得都匀毛尖茶能够在最佳的气候条件下生长，从而保证了其卓越的品质。同时，该地区年日照时间在 1000 至 1500 小时之间，年降雨量超过 1200 毫米，为茶树的生长提供了良好的光照和水分条件。此外，黔南州的喀斯特地貌土壤中富含硒、锌等微量元素，这些元素对茶叶的品质提升具有显著作用。研究数据显示，都匀毛尖茶中的硒含量平均为 1.082 mg/kg [2]，高于全国平均水平(0.85 ± 1.07 mg/kg)。这些自然条件为都匀毛尖茶的优质生长奠定了坚实的物质基础。

2.2. 少数民族茶文化历史资源丰富

黔南州在茶叶种植方面拥有悠久的历史 and 深厚的文化底蕴，这为都匀毛尖茶产业的发展提供了极为有利的条件。都匀毛尖茶的制作工艺复杂且精细，涵盖采摘、杀青、揉捻、烘焙等工序，并被列为国家级非物质文化遗产。这种传统技艺不仅保留了都匀毛尖的独特品质，还体现了黔南州各民族的智慧结晶。

此外，黔南州的茶文化与民族文化深度融合，形成了具有地方特色的茶俗与礼仪。例如，布依族在婴儿出生时会举行“三朝茶礼”，在剃头仪式中用茶水洗头，生动体现了茶在民族生活中的重要地位。这种丰富的民族茶文化习俗为都匀毛尖茶增添了深厚的文化底蕴，使其在品牌建设上具有独特优势。研究表明，具有深厚文化内涵的产品在市场上更容易获得消费者的认同和青睐。因此，都匀毛尖茶凭借其独特的民族文化内涵，能够在众多茶叶品牌中脱颖而出，吸引更多的消费者关注和购买。

2.3. 政策优势明显

近年来，州政府秉持全局观念与系统思维，全力推动茶产业全方位发展。为此，一系列针对性强的政策措施相继出台，包括《“都匀毛尖”证明商标使用管理办法(暂行)》《金融行业支持茶产业发展实施意见》《关于加快推进都匀毛尖茶叶企业整合的指导意见》以及《关于推进茶产业高质量发展的实施意见(2023~2025年)》。这些政策措施为茶产业的发展提供了坚实的政策支持，有效推动了茶产业的高质量发展。

根据《黔南州 2024 年支持茶叶(都匀毛尖)市场营销助推乡村产业全面振兴十五条措施(试行)》，州政府通过专项扶持资金、税收优惠以及用电价格政策，显著降低了茶企的生产成本，进一步增强了茶产业的市场竞争力。此外，州政府还通过立法手段强化对茶产业的保护，颁布了专门条例，并由州人大常委会制定了监督办法，确保茶产业政策的持续性与稳定性。这些举措不仅为茶产业的发展提供了有力保障，也为乡村产业全面振兴奠定了坚实基础。

3. 劣势(W)

3.1. 茶园管护水平参差不齐

到 2024 年，黔南州茶园面积已达到 130.2 万亩，并将继续稳步扩大。然而，实地调研发现，部分茶园存在诸多问题，如杂草丛生、茶芽生长瘦弱、修剪深度不规范以及园区生态结构较为单一等。这些问题导致了茶园面积虽大，但可采摘面积有限、效益不足等现象。造成这些问题的原因主要包括以下几个方面：其一，技术培训不足。茶农缺乏科学的茶园管理技术，尤其是在施肥、修剪和病虫害防治等方面，缺乏系统的培训和指导。许多茶农仍然依赖传统的经验管理，导致茶园管理效率低下，茶树生长不良，影响茶叶的产量和品质。其二，土地流转机制不完善。茶园土地流转是茶园基地整合和集约化管理的重要前提，但目前黔南州茶园的土地流转程序较为繁琐，流转成本较高，导致茶园的规模化经营难以实现。许多茶园仍然由小农户分散经营，难以形成统一的管护标准和质量控制体系。其三，质量保障体系不健全。黔南州的质量保障技术推广力度不足，同时由于农户的土地经营较为分散，病虫害的统一防治和联合防控措施难以有效落实。此外，当地的茶叶质量安全监管体系尚未完善，缺乏有效的质量安全追溯机制，难以确保茶叶产品的质量安全。

3.2. 茶产品加工行业监管不到位

据贵州省人民政府统计，截至 2023 年，黔南州共有 869 家茶企，其中通过 SC 认证的企业有 147 家，仅占约 17%。茶叶企业类型多样，包括个人独资企业、合作社、加工厂、茶商、贸易公司等。然而，市场上部分贸易商通过冒充茶企的方式获取政策优惠，并采用以次充好、以假乱真的手段，对毛尖茶叶市场的发展造成了负面影响。造成这一问题的原因主要有以下三个方面：其一，监管力度不足。政府对茶企的监管力度不够，缺乏严格的审核机制和有效的监督手段。部分茶企在生产过程中未能严格按照国家标准进行加工，导致产品质量参差不齐。例如，一些小型茶企由于设备简陋和技术水平有限，无法保证茶叶加工的标准化和规范化。其二，企业资质参差不齐。黔南州的茶企数量众多，但企业规模和资质差异较大。部分小型企业和个体户缺乏必要的生产资质和技术能力，却依然在市场上运营，这不仅扰乱了

市场秩序,也损害了“都匀毛尖”的品牌形象。其三,市场管理混乱。茶叶市场缺乏统一的管理机制,部分贸易商通过不正当手段获取利益,如冒充茶企、虚假标签等。这些行为不仅损害了消费者的权益,也对正规茶企的经营造成了冲击,进一步加剧了市场的混乱程度。此外,在春茶采摘季,众多外地茶商涌入都匀收购成品茶,并通过虚假标签冒充其他茶叶进行销售,严重损害了“都匀毛尖”的商标权和品牌形象。综上所述,州内茶叶加工标准不统一,产品质量难以得到有效保障,市场管理也较为混乱,这些问题共同导致了整个茶产业的发展进程缓慢。产业发展需要技术、质量和资金的支持和引领,只有解决这些问题,才能推动都匀毛尖茶产业的高质量发展。

3.3. 品牌建设不足

在市场经济的宏观环境中,品牌不仅是产品的核心价值,更是产业竞争的关键要素。都匀毛尖作为地方公共品牌,在省内外乃至国际市场上已积累了一定的知名度,但在当地,知名度较高的茶企却寥寥无几。目前,公共品牌与企业品牌的发展尚未实现有效协同,本土茶企的品牌意识和品牌发展能力相对不足,难以建立现代产品链体系和营销体系。造成这一问题的原因主要有以下几点:其一,品牌意识淡薄。部分茶企对品牌建设的重要性认识不足,缺乏品牌意识和品牌战略规划。许多企业更注重短期利益,忽视了品牌建设的长期投入和积累,导致品牌影响力有限。其二,品牌协同发展不足。公共品牌与企业品牌之间缺乏有效的协同机制。都匀毛尖作为公共品牌,虽然具有较高的知名度,但企业品牌的发展相对滞后,未能充分利用公共品牌的影响力提升自身品牌的市场竞争力。此外,企业之间的品牌竞争也较为激烈,缺乏合作与协同发展的意识。其三,营销体系不完善。黔南州的茶企在营销体系建设方面存在不足,缺乏专业的营销团队和有效的营销策略。大多数企业仍依赖传统的销售渠道和营销方式,难以适应现代市场的需求。例如,部分茶企在品牌推广上投入有限,缺乏线上线下相结合的营销模式,导致品牌影响力难以扩大。黔南州内 800 多家茶叶企业中,仅有不到 10 个品牌在贵州省具有一定影响力,而在国内具有知名度的品牌几乎空白。这不仅导致品牌附加值较低,也使得省外消费市场的接受度不高,出现了“有名茶却无名价”的现象,严重影响了茶叶的市场竞争力[3]。

4. 机遇(O)

4.1. 政策支持力度不断加大

近年来,黔南州政府持续加大对都匀毛尖茶产业的政策支持。2024 年,黔南州通过举办第七届中国茶叶进出口贸易年会暨都匀毛尖茶人会等活动,进一步提升了都匀毛尖的品牌影响力。同年 9 月,黔南州政府发布了《黔南州 2024 年支持茶叶(都匀毛尖)市场营销助推乡村产业全面振兴十五条措施(试行)》,从生产加工、市场拓展、品牌建设、科技创新和服务保障等多方面制定了具体措施。例如,政府支持组建都匀毛尖产销联盟体,推动“五统一”(统一生产标准、统一组织货源、统一渠道销售、统一品牌使用、统一对外宣传),以促进茶叶产业的标准化与品牌化建设。此外,政府还通过专项扶持资金、税收优惠和用电价格政策,降低茶企的生产成本,为产业发展提供有力保障。

4.2. 国际市场与消费升级带来的新需求

随着全球茶叶市场的增长和消费升级趋势,消费者对高品质、绿色、有机茶叶的需求不断增加。近年来,尽管部分产茶国家和地区的茶叶出口受到多种因素的影响,但中国茶叶出口却呈现出不同的发展态势,茶产业的快速发展为都匀毛尖的市场拓展提供了有力的宏观环境。都匀毛尖凭借其独特的品质和地理标志保护,在国际市场上的竞争力不断增强[4]。2021 年和 2022 年,中国茶叶出口连续两年创下历史新高。这一趋势表明,高品质茶叶在全球市场上具有广阔的发展空间。

都匀毛尖凭借其独特的品质和地理标志保护,展现出较强的市场竞争力。王劲松和段佳(2012)指出,贵州茶产业在国际市场上的竞争力不断提升,通过地理标志保护和品牌建设,贵州茶叶在国际市场上取得了显著成效。都匀毛尖作为贵州茶叶的代表,凭借其独特的品质和地理标志保护,在国际市场上具有广阔的发展空间[5]。2020年,都匀毛尖被纳入《中欧地理标志协定保护名录》,提升了其在国际市场的知名度和竞争力。这一举措不仅为都匀毛尖进入欧盟市场打开了便利之门,还为其在国际市场上的进一步拓展提供了有力支持。2021年,都匀毛尖的出口量达到1300吨,出口额达6900万元,显示出地理标志保护对其出口增长的积极影响[6]。此外,都匀毛尖在2022年中国茶叶区域公用品牌价值评估中,品牌价值达到43.74亿元,位列2022中国绿茶区域公用品牌价值前十强[7]。这些成就不仅彰显了都匀毛尖的市场潜力,更为其进一步拓展国际市场提供了有力支撑。

4.3. 文化与旅游融合带来新机遇

作为国家级非物质文化遗产,都匀毛尖茶文化的保护与传承为茶旅融合提供了丰富的资源[8],并得到了深入的研究。2022年11月,“都匀毛尖茶制作技艺”成功入选“人类非物质文化遗产代表作名录”,这不仅提升了都匀毛尖的文化价值,也为茶产业的发展带来了新的契机。当地政府通过举办茶文化节、茶艺大赛、非遗传承活动等形式,进一步弘扬了都匀毛尖的茶文化内涵。同时,都匀市结合当地丰富的旅游资源,积极开发茶旅融合项目,打造了多条茶旅精品线路。例如,“云上茶海之旅”入选全国茶乡旅游精品线路,该线路整合了茶园观光、采茶体验、茶艺展示和民族风情园游览等项目,吸引了众多游客。此外,都匀市还建立了茶博览园、毛尖影视城、茶文化博物馆等茶旅融合景点。通过茶文化与旅游的深度融合,形成了茶旅融合的新业态,为都匀毛尖茶产业的高质量发展注入了新的动力。

5. 威胁(T)

5.1. 气候变化与自然灾害带来的影响

都匀毛尖的生产高度依赖于当地的气候条件,近年来气候变化和自然灾害的频发对其生产带来了显著的威胁。霜冻是影响都匀毛尖生产的关键气象灾害之一,低温霜冻不仅会冻伤茶树嫩芽,降低春茶的产量和品质,还会推迟茶树的生长周期,进而影响全年的采茶进度。根据IPCC最新报告,中国是受气候变化影响最大的国家之一,极端天气事件的频率和强度将进一步增加[9]。都匀市气象部门的数据也显示,该地区频繁出现霜冻、冰雹等极端天气事件,对茶园的正常生产造成了不利影响。

5.2. 劳动力成本上升带来的影响

茶叶生产属于劳动密集型行业,采摘和加工环节对劳动力的需求尤为突出。近年来,由于劳动力市场的变化,都匀毛尖茶产业面临着劳动力短缺的困境。一方面,年轻劳动力大量外流,导致采茶工数量难以满足需求;另一方面,劳动力成本的不断攀升进一步推高了茶叶的生产成本。根据相关研究,中国茶产业中劳动力成本占总生产成本的80%至90%,其中鲜叶采摘占据了近70%的劳动力成本。随着农村人口老龄化和城镇化进程的加快,采茶季劳动力供应不足的问题愈发突出,这进一步加剧了生产成本的上升[10]。尽管都匀毛尖产业在推广机械化采摘方面取得了一定进展,但对于高品质的春茶和独芽茶,手工采摘仍然是不可或缺的。机械化采摘虽然可以降低劳动力成本,但可能会影响茶叶的品质和外观,进而削弱其市场竞争力。因此,在劳动力短缺和成本上升的双重压力下,如何在保持茶叶品质的同时提高生产效率,成为都匀毛尖茶产业亟待解决的问题。

5.3. 国内外的产业挤压式竞争威胁

在国内层面,中国有20多个茶叶产区省份,市场竞争激烈。贵州省茶产业在产品品质和品牌建设方

面，与浙江、安徽、云南、福建等传统茶叶强省相比，仍存在一定差距。同时，国内茶叶市场供过于求的局面，使得都匀毛尖在抢占市场份额时面临较大困难。在国际市场上，国外茶叶品牌凭借成本和品质优势，对国内市场形成了冲击。2024年1~11月，中国茶叶出口量虽同比上涨1.1%，但出口金额和均价却分别下降了19.7%和20.5% [11]。这一数据表明，尽管国际市场对茶叶的需求在增长，但竞争也在加剧。此外，中国茶叶行业整体还面临着来自肯尼亚、印度、斯里兰卡等传统茶叶出口国的竞争压力。这些国家的茶叶在国际市场上的价格竞争力和品牌影响力，对都匀毛尖的出口和国内市场占有率构成了双重威胁。

6. 推动都匀毛尖茶产业高质量发展的对策与建议

6.1. 强化茶园管理，优化土地流转与质量保障

一是加强茶园管护技术培训与推广。茶园管理水平直接影响茶叶的产量和品质。研究表明，科学的茶园管理技术能够显著提升茶叶的品质和经济效益[12]。针对茶农缺乏科学管理技术的问题，建议由当地政府或农业技术推广部门组织定期的茶园管理技术培训课程，内容涵盖科学施肥、修剪技术、病虫害绿色防控等关键环节。同时，利用信息化平台，如建立茶园管理技术交流群、开发线上培训课程等，方便茶农随时获取技术支持，提升茶园管理水平。

二是优化土地流转机制。简化土地流转程序，降低流转成本，鼓励企业或合作社通过土地流转实现规模化经营。例如，设立土地流转服务中心，为茶农和企业搭建沟通平台，提供法律咨询、合同签订指导等一站式服务。同时，出台土地流转补贴政策，对参与土地流转的茶农和企业给予一定的经济补偿，提高双方的积极性，推动茶园的集约化管理。

三是完善质量安全监测体系。茶叶质量安全是产业发展的关键。完善的质量监测体系能够增强消费者对茶叶的信任[13]。配备先进的茶叶质量检测设备，建立从茶园到茶杯的全程质量安全追溯系统。如在茶园安装环境监测设备，实时监测土壤、水质、气候等指标；在茶叶加工环节，设置标准化的检测流程，对每一批次的茶叶进行严格检测；建立消费者反馈机制，通过二维码溯源等方式，让消费者能够查询茶叶的生产信息，增强消费者对都匀毛尖的信任度。

四是加强茶园生态建设。推广生态茶园模式，增加茶园内的生物多样性。例如，种植遮荫树、绿肥植物，引入天敌昆虫进行生物防治，减少化学农药的使用。同时，完善茶园的灌溉、道路、用电等基础设施，提升茶园的抗灾能力和生产效率。如建设雨水收集系统，用于茶园灌溉，减少对地下水的依赖；修建茶园观光步道，结合生态旅游，增加茶园的附加值。

6.2. 规范茶企监管，统一加工标准

一是加强茶企资质审核与监管。政府应建立严格的茶企资质审核机制，对新申请的企业进行实地考察和资质评估，确保其具备符合国家标准的生产条件和技术能力。同时，加强对已认证茶企的日常监管，定期检查其生产记录、加工流程和产品质量，对违规企业进行严厉处罚，直至吊销其生产许可证。例如，设立“红黑榜”制度，对诚信经营的企业进行表彰，对违规企业进行曝光，接受社会监督。

二是统一茶叶加工标准。制定详细的都匀毛尖茶叶加工技术规程，涵盖采摘标准、杀青温度、揉捻时间、烘焙温度等关键参数，并通过技术培训和现场指导，确保茶企严格按照标准操作。例如，定期举办加工技术培训班，邀请行业专家进行授课；在春茶采摘季，组织技术人员深入茶企车间进行现场指导，及时纠正不规范的操作行为。

三是完善市场执法检查机制。加强对茶叶市场的执法检查力度，严厉打击冒充茶企、以次充好、虚假标签等不正当竞争行为。建议成立专门的茶叶市场监管执法队伍，定期开展市场巡查和专项整治行动。

同时,建立消费者投诉举报机制,对举报属实的消费者给予奖励,形成全社会共同监督的良好氛围。

四是强化地理标志保护。进一步完善“都匀毛尖”地理标志的管理和保护机制,明确地理标志的使用范围和条件,对未经授权使用地理标志的企业或个人进行严厉打击。同时,加大品牌推广力度,通过参加国际茶博会、举办品牌推介会等方式,提升“都匀毛尖”品牌的国际知名度和市场影响力。

6.3. 加强品牌建设,提升市场竞争力

一是增强茶企品牌意识。黔南州通过举全州之力推动都匀毛尖品牌建设,通过政策支持和市场推广,显著提升了都匀毛尖的知名度。因此,建议通过开展品牌建设专题培训、组织企业参观学习先进品牌企业等方式,进一步激发茶企对品牌建设的重视[14]。例如,每年举办一次都匀毛尖茶企品牌建设研讨会,邀请品牌专家进行授课,分享品牌建设成功经验;组织茶企到浙江、安徽等茶叶品牌强省参观学习,拓宽企业视野,提升品牌意识。

二是构建区域品牌与企业品牌协同体系。以都匀毛尖区域公共品牌为核心,引导茶企打造具有差异化竞争优势的企业品牌。例如,制定区域品牌与企业品牌协同发展的规划,明确各茶企的品牌定位和发展方向;建立区域品牌授权使用机制,只有达到一定质量标准和品牌建设要求的企业,才能使用“都匀毛尖”区域公共品牌,确保区域品牌的统一性和权威性。

三是建立品牌支持与激励机制。政府设立专项品牌建设基金,对茶企在品牌推广、市场拓展、品牌认证等方面给予资金支持。例如,对获得国际认证、在国内外知名展会获奖的企业给予一次性奖励;对在主要消费城市开设品牌专卖店的企业给予租金补贴。同时,建立品牌建设考核机制,对品牌建设成效显著的企业给予表彰和奖励,激发茶企的积极性。

四是加强品牌宣传与保护。利用多种渠道宣传都匀毛尖品牌,包括传统媒体和新媒体相结合的方式。例如,在中央电视台、地方卫视等主流媒体投放品牌广告;利用抖音、微信公众号等新媒体平台,开展线上直播、短视频推广等活动,提升品牌知名度。同时,加强品牌保护,严厉打击假冒伪劣产品,维护品牌权益。如建立品牌保护联盟,联合市场监管部门、行业协会等,开展打假专项行动,对侵权行为进行严厉打击。

7. 结语

在当前经济发展既面临风险又蕴含机遇的背景下,各地传统名茶产业需正确认识自身现状。一方面,应摒弃盲目自夸的心态,尤其在全国茶叶产能过剩的市场环境下,必须对产业发展进行全面分析与科学规划。遵循“补链、延链、强链”的原则,加速将品牌价值转化为市场占有率和助民增收的实际成效。另一方面,要完善产业发展机制,促进政府、企业、农户与社会资本的有机结合,凝聚起推动茶产业高质量发展的强大合力。

参考文献

- [1] 阚能才. 茶树起源与川渝野生茶树分布研究[J]. 西南农业学报, 2013, 26(1): 382-385.
- [2] 张庆华, 李丙霞. 贵州发展富硒农产品的潜力分析及展望[J]. 天津农业科学, 2019, 25(6): 61-67.
- [3] 周潇潇, 柳青. “都匀毛尖”区域公用品牌发展路径浅析[J]. 特种经济动植物, 2023, 26(10): 177-179.
- [4] 曹茸, 李竞涵. 香满天下中国茶: 十八大以来我国茶产业发展综述[J]. 农产品市场周刊, 2018(19): 20-23.
- [5] 王劲松, 段佳. 贵州茶产业发展的国际化路径探析[J]. 社会科学家, 2012(S1): 85-86.
- [6] 中国农村网. 都匀毛尖: 创新发展 引领黔茶出山[EB/OL]. http://journal.cnews.net/ncpsczk/2023n/d10q/sdpp/956368_20230724060107.html, 2020-07-24.
- [7] 中国农业品牌研究网. 重磅! 都匀毛尖获 2022 中国地理标志农产品(茶叶)品牌声誉百强榜 TOP4 [EB/OL].

-
- <http://www.brand.zju.edu.cn/2023/0417/c57338a2744046/page.htm>, 2023-04-17.
- [8] 李秋华, 李世乾, 席禹梅. 民族地区茶文化遗产与产业发展路径初探——以贵州都匀毛尖茶与旅游业融合为例[J]. 艺术科技, 2020, 33(21): 79-80.
- [9] 张存杰, 张思齐, 宁惠芳. 近 60a 中国极端天气气候事件变化趋势及 2023 年特征分析[J]. 干旱气象, 2024, 42(4): 536-552.
- [10] 中央财经大学绿色金融国际研究院. 任国征、王珏等: 我国茶叶产业的发展现状和政策建议[EB/OL]. <https://iigf.cufe.edu.cn/info/1012/9261.htm>, 2024-10-17.
- [11] 食品伙伴网. 2024 年 1-11 月中国茶叶进出口简况[EB/OL]. <https://news.foodmate.net/2024/12/705590.html>, 2025-02-08.
- [12] 龙泉. 都匀毛尖茶产业发展中存在的问题及其对策[J]. 南方农业, 2023, 17(6): 166-168.
- [13] 黔南布依族苗族自治州农业农村局. 黔南州人民政府办公室关于印发黔南州支持茶产业(都匀毛尖)市场营销助推乡村产业全面振兴十五条措施(试行)的通知[EB/OL]. https://znyncj.qiannan.gov.cn/zwgk_110/zfxxgk/xxgkml/zwgk_47317/202409/t20240923_85743668.html, 2024-09-23.
- [14] 李坤. 举全州之力把都匀毛尖品牌打出去: 访黔南州委书记龙长春[J]. 当代贵州, 2015(34): 22-23.