

乡村振兴背景下贵州茶产业发展现状、问题及对策研究

蔡晓玲

贵州大学经济学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年2月8日; 录用日期: 2025年2月21日; 发布日期: 2025年3月14日

摘要

茶产业作为贵州地方特色产业, 发展成效突出, 在助力农民收入可持续增长、推动农业农村现代化发展、促进乡村振兴战略目标的实现等方面, 发挥着重要作用。但茶产业在发展过程中也存在诸多问题, 如茶产业投入要素效能低、茶叶质量有待提升、品牌效益不突出、市场营销策略不够成熟等, 严重影响了茶产业发展。基于此, 结合相关资料, 根据贵州茶产业发展状况, 对于推进贵州茶产业发展, 提出几点建议, 包括提升茶叶品质和品牌价值, 提高产业要素投入效能, 加强市场开拓等。为贵州茶产业发展提出可行性对策建议, 助力乡村振兴。

关键词

贵州, 茶产业发展, 乡村振兴

Research on the Current Situation, Problems and Countermeasures of Guizhou Tea Industry under the Background of Rural Revitalization

Xiaoling Cai

School of Economics, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Feb. 8th, 2025; accepted: Feb. 21st, 2025; published: Mar. 14th, 2025

Abstract

As a local characteristic industry in Guizhou, the tea industry has achieved outstanding development results and plays an important role in helping farmers achieve sustainable income growth, promoting the modernization of agriculture and rural areas, and promoting the realization of the

strategic goal of rural revitalization. However, there are also many problems in the development process of the tea industry, such as the low efficiency of the input factors of the tea industry, the quality of tea needs to be improved, the brand benefit is not prominent, and the marketing strategy is not mature enough, which seriously affects the development of the tea industry. Based on this, combined with relevant data, according to the development status of Guizhou's tea industry, several suggestions are put forward to promote the development of Guizhou's tea industry, including improving the quality and brand value of tea, improving the efficiency of industrial factor input, and strengthening market development. Propose feasible countermeasures and suggestions for the development of Guizhou's tea industry, and contribute to the revitalization of rural areas.

Keywords

Guizhou, Tea Industry Development, Rural Revitalization

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. 研究背景

2017年10月,中共十九大报告第一次提出实施乡村振兴战略,明确了到2020年乡村振兴初见成效、2035年实现关键性进展、2050年全面实现乡村全面振兴的阶段性目标。乡村振兴战略旨在促进农村经济发展、改善农民生活、实现城乡一体化发展,是中国国家战略的重要组成部分。在此背景下,茶产业作为贵州地方特色产业,已成为推动贵州乡村振兴的重要抓手。

2024年,中央一号文件中提出有效推进乡村全面振兴“路线图”,这份文件题为《中共中央国务院关于学习运用“千村示范、万村整治”工程经验有力有效推进乡村全面振兴的意见》[1],全文共六个部分,包括:维护国家粮食安全、防止大规模返贫现象、提高乡村建设水平、提升乡村产业发展水平、增强乡村治理水平以及加强党对“三农”工作的全面领导。“三农”问题关乎国家和民众的基本福祉,因此在新时代背景下,我们将乡村振兴作为“三农”工作的核心任务。

贵州省是中国茶叶的重要产区之一,茶产业在助力农民收入可持续增长、推动农业农村现代化发展、促进乡村振兴战略目标实现等方面发挥着重要作用。近年来,贵州茶产业取得了显著的发展成效,茶园面积和茶叶产量逐年增长,茶叶品质和品牌建设也取得了明显进展。然而,茶产业在发展过程中仍面临诸多挑战,如投入要素效能低、茶叶质量有待提升、品牌效益不突出、市场营销策略不够成熟等。这些问题严重制约了贵州茶产业的进一步发展,也影响了其在乡村振兴战略中的作用发挥。因此,深入研究贵州茶产业的发展现状,分析其面临的问题,并提出针对性的对策建议,对于推动贵州茶产业高质量发展、助力乡村振兴具有重要的现实意义。本文将通过分析贵州茶产业的发展现状,探讨其存在的问题,并提出相应的对策建议,以期为贵州茶产业的发展提供参考。

2. 文献综述

2.1. 国外研究现状

国外对茶产业的研究主要集中在可持续发展、价值链提升以及小农经济等方面。James Polak, Jen Snowball (2017) [2]以南非东开普省蜜花属茶为例,提出了基于自然资源的地方经济发展可持续性评估框架。他们认为,茶产业不仅提供了经济发展机会,还面临着诸多挑战,如生态保护和经济利益的平衡。

这一研究为茶产业的可持续发展提供了理论基础。Cong Bien Nguyen Thi Minh Phuong Nguyen Thi Thu Cue Nguyen (2018) [3] 经过对越南茶产业价值链的深入分析, 指出提升茶产业价值链是越南茶叶市场在国际一体化背景下实现可持续发展的关键。他们提出了一系列解决方案, 包括技术创新和市场拓展, 以增强越南茶产业的国际竞争力。该研究强调了价值链提升在茶产业发展中的重要性。Deka Nabajyoti, Goswami Kishor (2022) [4] 关注茶叶小农在全球茶叶产业链中的作用, 认为茶叶小农是支撑多个产茶地区农村经济的重要力量。他们通过研究指出, 小农经济的可持续发展对于全球茶产业的稳定至关重要。这一研究为理解茶产业中的小农角色提供了新的视角。

2.2. 国内研究现状

国内对乡村振兴和茶产业发展的研究较为丰富, 涵盖了政策、经济、社会等多个方面。廖彩荣, 陈美球 (2017) [5], 提出实施乡村振兴战略, 必须坚守顶层设计的原则, 科学制定乡村振兴规划, 并依靠广大农民群众, 维护其利益。他们强调“人”“地”“钱”等关键要素对乡村振兴的重要性。这一研究为乡村振兴战略的实施提供了理论依据。陈东、豆晓甜(2019) [6], 进一步探讨了乡村振兴战略的科学内涵, 认为乡村振兴是社会主义现代化建设的必然要求, 是历史性与现实性的统一。他们指出, 乡村振兴战略的核心在于“战略”, 关键在于“振兴”, 目标在于“乡村”。这一研究为理解乡村振兴战略的内涵提供了重要参考。杨封瑶(2023) [7] 提出实施乡村振兴战略的意义与制约因素, 提出必须充分发挥政府职能, 提高广大人民群众思想素质, 建设健全配套机制体系等相关路径。她的研究为乡村振兴战略的实施提供了具体的行动指南。

在贵州茶产业发展方面, 杨玉雪(2018)研究了“互联网+”下贵州茶产业的发展现状, 以及互联网对其发展的促进作用。她认为, 互联网技术的应用能够有效提升贵州茶产业的综合竞争力, 并提出了针对性的建议[8]。这一研究为贵州茶产业的数字化转型提供了思路。陈百荷(2019)则从乡村振兴的角度出发, 分析了贵州茶产业的发展现状, 提出了通过挖掘潜力、找准问题来推动茶产业发展的对策。她的研究为贵州茶产业的可持续发展提供了理论支持[9]。李果, 李肖宏等(2022)通过 SWOT-PEST 分析, 提出了贵州茶产业的优势、劣势、机会和威胁, 并制定了相应的战略。他们的研究为贵州茶产业的市场定位和战略选择提供了科学依据[10]。黄婷(2023)基于消费者行为大数据分析, 提出构建“短视频营销 + 直播带货 + 私域流量运营”的数字化营销矩阵, 为贵州茶产业突破传统营销模式提供了新思路[11]。

2.3. 文献评述

国外研究更关注茶产业的可持续发展、价值链提升以及小农经济的作用, 强调生态保护与经济利益的平衡, 以及茶产业在全球经济中的重要地位。国内研究则更侧重于乡村振兴战略的实施路径、茶产业的数字化转型等方面, 为贵州茶产业的发展提供了理论支持和实践指导。

然而, 现有研究仍存在一些不足。首先, 国外研究多集中于单一国家或地区的茶产业, 缺乏对不同国家茶产业发展的比较研究。其次, 国内研究虽然丰富, 但多侧重于政策分析和理论探讨, 缺乏对具体实践案例的深入分析。同时, 国内研究可以更多地关注具体实践案例, 通过实证研究为茶产业的可持续发展提供更具操作性的建议。

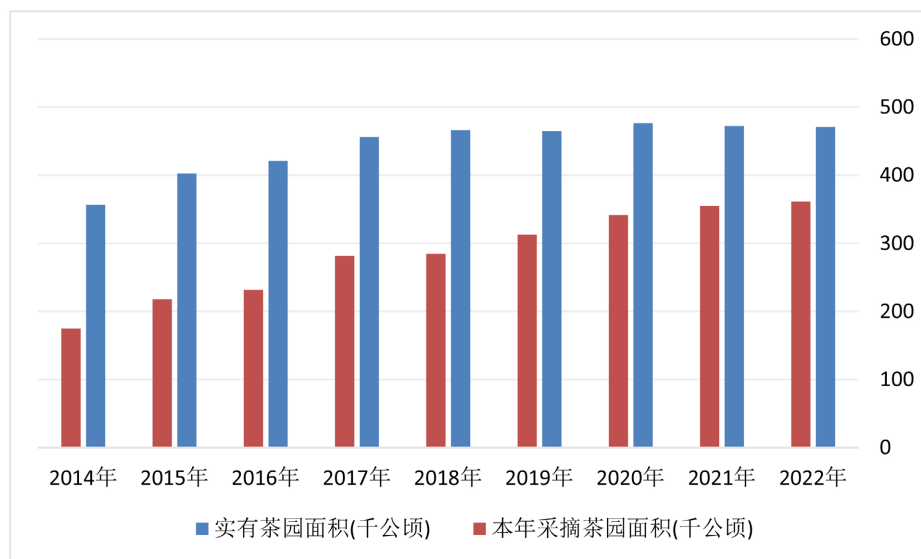
总的来说, 国内外研究为茶产业的发展提供了丰富的理论支持和实践指导, 但仍需进一步深化和拓展, 以应对茶产业在全球化、数字化和绿色化进程中面临的新挑战。

3. 乡村振兴背景下贵州茶产业发展现状

3.1. 茶产业规模与产量逐年增长

贵州省政府对茶叶行业提供了强有力的支持, 引领茶产业向更规模化和标准化的道路迈进。2007 年

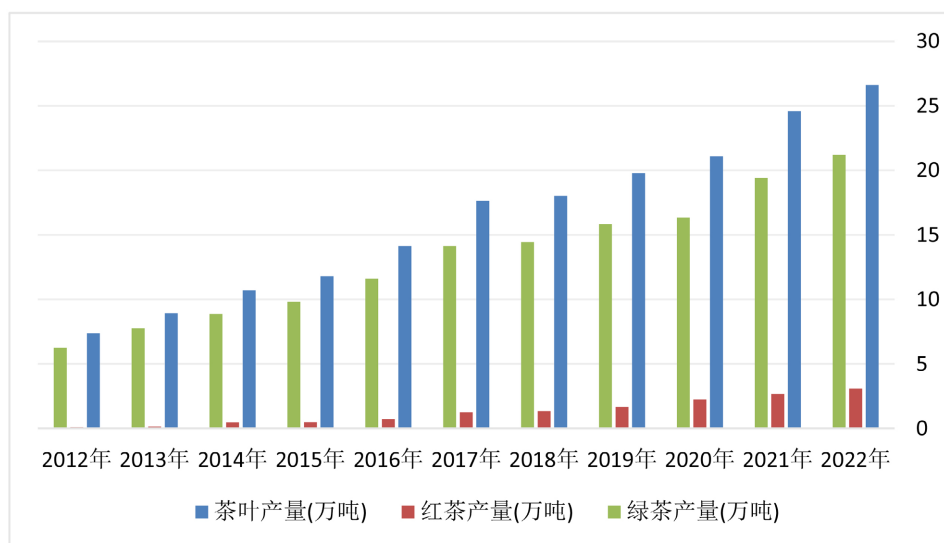
3月，贵州发布了《关于加快贵州茶产业发展的意见》，目的是推动茶产业持续壮大，到2010年，贵州省茶园面积应实现150万亩的目标，年产值成功突破20亿元大关。历经几年的持续奋斗，到2013年，贵州茶园面积高达611万亩，跃居全国首位。同年，贵州省茶叶产量实现了显著增长，达到13.6万吨，同比涨了82.8%，成为过去五年来增速最快的一年。



数据来源：国家统计局。

Figure 1. Area of tea plantations in Guizhou from 2014 to 2022

图 1. 2014~2022 年贵州茶园面积



数据来源：国家统计局。

Figure 2. Tea production in Guizhou Province in recent years

图 2. 贵州省近年茶叶产量

2018年8月，《中共贵州省委、贵州省人民政府关于加快建设茶产业强省的意见》正式发布，标志着贵州茶产业迈入了新的发展阶段。文件明确指出，到2020年，贵州省将致力于稳定优质茶园面积达到

700 万亩，并努力实现茶叶年产量达到 50 万吨的目标。截至 2018 年末，贵州省的茶园面积已扩大至 752 万亩，茶叶产量达到 36.2 万吨，总产值则高达 394 亿元。茶叶产业，带动了高达 45.2 万人口的贫困户，使得其中的 13.7 万人摆脱了贫困。茶农们凭借着勤劳的双手，实现了年人均收入 9287.5 元的成就，而那些涉茶的贫困户人均年收入更是高达 4381.2 元，较非涉茶贫困户人均年收入高出了 2109 元，成为了脱贫攻坚的有力证明。贵州省近十年实现了茶园面积稳定增长，特别是 2017 年之后，随着乡村振兴战略的提出，茶园面积基本稳定(见图 1)。

2023 年，贵州省茶园面积稳定在 700 万亩，茶叶产量 46.9 万吨，产值 643.8 亿元，同比分别增长 3.3% 和 6.1%。近十年，贵州茶叶产量实现逐年增长，绿茶产量占主导，其次是红茶(见图 2)。

3.2. 贵州茶产业出口量增加

近年来，海外市场的交流与合作备受贵州省政府重视，其积极推动茶叶出口，从而增强了贵州茶叶在全球市场中的竞争力，并扩大了品牌知名度。贵州茶叶产业的持续发展壮大，致使该地茶叶出口量及出口额皆呈现稳定增长态势。新的动力得以注入到贵州经济的持续发展，这无疑是对贵州茶产业综合竞争力的显著验证。

Table 1. Tea export volume, value and year-on-year growth of each province in 2021
表 1. 2021 年各省茶叶出口量、额及同比增长情况

省市	出口额(万美元)	同比增长	出口量(吨)	同比增长
福建省	51312.9	22.80%	26147.7	18.83%
浙江省	48588.4	8.60%	150810	3.18%
安徽省	28735.1	2.60%	67738.3	1.99%
贵州省	22224.4	114.60%	5937.9	81.24%
湖北省	18963.2	-5.80%	23520.6	28.16%

数据来源：《2021 中国茶叶进出口贸易分析报告》。

2021 年贵州茶叶出口总量达到了 5937.9 吨，相较于 2020 年增长了 81.24%，排名全国第九；2021 年贵州茶叶出口额 22224.4 万美元，同比增长 114.6%，排名全国第四；出口量、出口额增幅均为全国第一(见表 1)。

Table 2. Tea export volume, value and increase in Guizhou Province from 2017 to 2021
表 2. 2017~2021 年贵州省茶叶出口量、额及涨幅

年份	出口额(万美元)	同比增长	出口量(吨)	同比增长
2017	2465.2	—	2300.4	—
2018	2367.0	-4.0%	1597.0	-30.58%
2019	4799.3	102.8%	2334.3	46.17%
2020	10357.1	115.8%	3276.3	40.36%
2021	22224.4	114.6%	5937.9	81.24%

数据来源：《2021 中国茶叶进出口贸易分析报告》。

2017 年到 2021 年贵州茶产业出口额，出口量大体处于上升趋势，2021 年出口额是 2017 年的 9 倍多(见表 2)，可看出贵州茶产业发展良好，贵州省对茶产业较为重视，贵州茶产业的出口竞争力也在不断增强。

3.3. 品牌建设卓有成效

以提升市场竞争力为目标,贵州省着力推行具有地域特质的茶叶品牌,如都匀毛尖、湄潭翠芽,这些品牌已在国内外市场树立了显著的声誉。与此同时,品牌建设和宣传推广在贵州省的茶叶企业中得到了强化,从而提升了贵州茶叶品牌的认知度和声誉。企业间的茶叶资产整合与并购活动催生了遵茶集团、都匀毛尖集团、六盘水市茶叶集团及凤冈茶产业发展联盟的构建。获准使用“贵州绿茶”品牌的经营实体已多达 207 家共计 933 家品牌,其中包括了省级重点打造的“三绿一红”等知名品牌以及主要地区的公用品牌授权。市场影响力的提升源于产业集中度的增强,品牌建设和推广策略的优化,致使品牌识别度与声誉持续增长。

4. 乡村振兴背景下贵州省茶产业发展存在的问题

4.1. 投入要素效能低

产业要素投入效能不高,体现在科技创新投入和人才培养。科技创新是提升产业竞争力的关键,但贵州茶产业在科技创新方面的投入相对较少。这可能与资源错配与政策激励不足有关,贵州茶产业长期依赖粗放式增长模式,地方政府对科技创新的财政支持分散且缺乏持续性[12],如,研发补贴占比低、技术转化平台缺失,导致企业创新动力不足。根据“资源基础理论”,技术资源与人力资源的稀缺性未被有效转化为核心竞争力。贵州虽有高校与科研机构,如,贵州大学茶学,但校企合作多停留于短期项目,未形成“研发-应用-反馈”的闭环机制,如,缺乏知识产权共享机制,导致科研成果转化率低于全国平均水平。

人才培养与引进不足。贵州茶产业面临专业技术人才匮乏的问题,这与贵州的地理位置、经济发展水平以及教育资源有关。贵州地处内陆,经济发展相对滞后,对高端人才的吸引力不足。此外,茶产业的专业性较强,需要具备农业、食品科学、市场营销等多学科背景的人才,而贵州在这方面的教育资源相对匮乏,导致人才培养能力有限。根据“人力资本理论”,人力资本是经济增长的重要因素。贵州茶产业的人才匮乏,限制了产业的技术进步和管理水平的提升,进而影响了产业的整体竞争力。例如,缺乏专业技术人员导致茶叶加工过程中的质量控制不严格,影响了茶叶的品质和市场竞争力。

4.2. 茶叶质量还有提升空间

近年来,消费者对茶叶的品质与口感之追求,伴随经济的飞速提升而日益增强。尽管贵州省的茶产业有着得天独厚的自然环境和多样化的品种资源,但其茶叶品质仍有待优化提升。消费者对茶叶品质与口感的期望未能被满足,可能原因在于部分茶农在生产实践中依然倾向于沿用传统种植与加工手段,对现代科技及管理策略的采纳不足。尚需着力解决茶叶加工过程中的卫生条件与质量控制问题,以期充分保障消费者的健康权益。

4.3. 品牌效益有待提升

贵州茶叶产业近年来呈现出蓬勃发展的态势,但与国内其他茶叶主产区相较之下,其品牌的经济收益及品牌价值仍存在较大的增长潜力。根据《2023 中国茶叶区域公用品牌价值评估报告》所揭示的数据,2023 年贵州省茶叶平均每千克单位销售收益为 54.68 元,这一数值明显低于江苏(674.29 元/kg)和浙江(213.80 元/kg)等地区的茶叶价格(见表 3)。

在获评前十品牌的品类中,贵州的湄潭翠芽茶叶以区域公用品牌之姿跻身其中,但其单位销量品牌收益较低,仅为 56.83 元/公斤,远落后于浙江的西湖龙井(967.66 元/kg)和江苏的洞庭山碧螺春(2333.00 元/kg)(见表 4),有靠扩大茶园规模,从而提高茶叶产量,进而提升茶叶销量,以此来增加品牌收益的趋势。显

然，茶叶品牌的进一步发展仍有很大的可能性，其缺乏具有广泛影响力的区域公用品牌和知名企业品牌，这在一定程度上限制了市场的拓展能力。

Table 3. Comparison of average brand revenue per unit of sales and average brand revenue of the rated brands in each province
表 3. 各省份获评品牌的平均单位销量品牌收益与平均品牌收益比较

省份	平均单位销量品牌收益(元/kg)	平均品牌收益(万元)
江苏	674.29	11752.46
浙江	213.8	15454.31
安徽	55.49	16452.06
贵州	54.68	21048.7

数据来源：2023 中国茶叶区域公用品牌价值评估报告。

Table 4. The four brands in the top 10 in terms of brand revenue among the evaluated brands
表 4. 获评品牌中品牌收益进入前 10 的四种品牌

省份	品牌名称	品类	品牌收益(万元)	单位销量品牌收益/(元/kg)
浙江	西湖龙井	绿茶	49860.25	967.66
浙江	安吉白茶	绿茶	30424.64	150.33
贵州	湄潭翠芽	绿茶	29987.86	56.83
江苏	洞庭山碧螺春	绿茶	29373.04	2333

数据来源：2023 中国茶叶区域公用品牌价值评估报告。

贵州茶产业的品牌建设虽然取得了一定成效，但品牌定位不够清晰，缺乏差异化竞争优势。贵州茶叶品牌众多，但缺乏统一的品牌形象和品牌故事，导致消费者对贵州茶叶品牌的认知度较低。此外，贵州茶叶品牌在市场定位上较为模糊，未能精准把握目标客户群体的需求，导致品牌推广效果不佳。

4.4. 营销策略不足

在市场营销策略的构建上，贵州省的茶产业显示出不充分的成熟度和创新匮乏的现象。贵州茶产业的市场竞争力在某种程度上受到约束，原因在于其茶叶品种的局限性以及差异化竞争策略的匮乏，导致市场上产品同质化，无法满足消费者对多元选择的诉求。在当今信息泛滥的时代，消费者的注意力日益转向个性化、差异化的商品与服务，因而，传统的广告及促销活动等营销手段，其销售效益虽有显现，但已难以迎合消费者日新月异的需求。相较于国内主流茶叶产地，贵州茶叶这一新兴力量在品牌影响力和品牌资产上显示出一定的不足，这或许透露出贵州茶业的市场推广策略尚需明晰，有待深入探究符合其特色的营销战略。网络销售模式的有效构建尚待实现，尤其是在电子商务平台和现代物流体系的运用上，同时，精准营销的潜力未被充分挖掘，这限制了产品市场渗透率的提升。

5. 乡村振兴背景下贵州茶产业发展对策

5.1. 加强科技创新投入，优化人才培养机制

关键在于人才，乡村振兴的引擎则为科技。人力资源的优化配置是企业核心竞争力的源泉，贵州茶产业亦需强化人才培育，以提升产业发展的智慧资本。通过建立校企合作机制，与贵州大学茶学院、省茶科所等高校和科研机构合作，设立茶叶专业实习基地，开展订单式人才培养。例如，每年培养茶叶种

植、加工、营销等专业人才 4000 人；通过开展线上培训，利用互联网平台，开展茶叶种植、加工、营销等线上培训课程，方便茶农和从业者学习。此外，制定优惠政策，吸引外地人才到贵州茶产业就业和创业，进一步提升贵州茶产业人力资源的质量，为其持续发展奠定坚实基础。

强化茶业领域的科技研发创新能力。产业升级的关键驱动力源于科技创新，贵州茶产业亟需强化此领域，以提升其技术维度与创新效能。为强化科技创新在贵州茶产业的竞争力与可持续发展能力提升中的引领作用，可以通过建设茶叶科技支撑平台，加强与中国农业科学院茶叶研究所等科研机构合作，建立茶叶科技支撑服务平台，开展关键技术与攻关；通过引进和推广先进的茶叶加工设备，提高茶叶加工的机械化、智能化水平；推动科技成果转化，通过建立科技成果转化机制，将科研成果快速应用到茶叶种植、加工和营销中。

5.2. 建设高标准茶园，提高茶叶加工水平

唯有确保卓越品质，方能铸造世界级品牌。以“优质、高效、生态、安全”为导向，我们致力于生态茶园的积极建设，专注于绿色有机茶的培育。可以根据贵州不同区域的自然条件，优化茶园布局，打造特色茶产业带。例如，在黔中地区重点生产名优绿茶，在黔东地区重点生产抹茶；可以在茶园中推广绿色防控技术，减少农药使用，提高茶叶的安全性和品质；加强茶园的基础设施建设，推广茶园管护采摘的山地农机具应用，补齐肥培管理短板，进而建设高标准茶园。

此外，通过加强茶叶加工标准的宣贯和制定，推动企业全程对标生产，确保茶叶品质的稳定性和一致性，进而推动加工标准化；通过加大对茶叶加工技术研发和创新投入，推广先进茶叶加工设备和技术，提升跨区域、跨季节、跨品种的精制拼配水平；建立健全茶叶质量检测体系，加强对茶叶生产、加工、销售等环节的质量监管，强化产品质量与市场竞争态势。

5.3. 精准市场调研与品牌定位，提高品牌影响力

一方面，通过问卷调查、深度访谈、数字平台监测等方法，深入了解目标消费群体的需求、偏好和行为变化，识别消费者的最新趋势和情感。同时，分析竞争对手的品牌定位和市场表现，找出市场缺口和竞争优势切入点。在此基础上，对市场进行细分，识别不同的消费者群体及其特定需求，从而精准确定目标市场。另一方面，明确品牌的核心价值观，强调能与消费者产生情感共振的元素。定义品牌的独特卖点，使其在消费者心目中脱颖而出。通过对比分析，清晰展示品牌与竞争对手的不同之处。通过对贵州茶叶品牌进行重新定位，突出贵州茶叶的地理特色、文化内涵和品质优势，打造具有差异化竞争优势的品牌形象。例如，可以将贵州的少数民族文化和茶文化相结合，打造具有文化特色的茶叶品牌。最后，基于市场调研的深度洞察，制定个性化的品牌推广策略，精准把握核心客群的消费诉求。这不仅有助于提升贵州茶品牌的市场认知度和竞争力，还能为乡村振兴战略的实施提供有力支持。

5.4. 创新营销模式，拓展销售渠道

在乡村振兴战略的背景下，贵州茶产业的高质量发展离不开创新的营销模式和广泛的销售渠道。随着市场竞争的加剧和消费者需求的多样化，传统的营销方式已难以满足贵州茶产业的长远发展需求。因此，必须积极探索创新营销模式，拓展多元化的销售渠道，以提升贵州茶的市场竞争力和品牌影响力，推动贵州茶产业从传统生产模式向现代化、市场化、品牌化的方向转型升级。可以发展“茶+”融合新业态，例如，围绕龙头企业、优质品种资源，推出跨界新产品、新组合，打造“茶 + 酒”“茶 + 刺梨”“茶 + 中药材”等业态融合样板；可以开展体验式营销，支持品牌企业、经销商开设茶吧，创新茶叶营销体验模式，例如，引导贵州知名酒企省外经销商经销贵州茶，实现渠道共享；可以采取以奖代补方式，

引导和支持茶叶龙头企业在全国特大城市开设贵州茶叶旗舰店、专卖店[13],来建立销售渠道网络。同时,推动黔茶进入国内重要茶叶销售渠道和超市;可以通过利用电商平台,拓展线上销售渠道,提高市场占有率,来加强电商合作。例如,鼓励企业在京东、天猫等平台开设旗舰店。

6. 结论

贵州茶产业作为乡村振兴战略的重要抓手,已取得显著成效,但也面临诸多挑战。本文通过深入分析贵州茶产业的发展现状,探讨了其在投入要素效能、茶叶质量、品牌效益和营销策略等方面存在的问题,并提出了针对性的对策建议。研究认为,提升茶叶品质和品牌价值是关键,需通过加强科技创新投入、优化人才培养机制、建设高标准茶园、提高茶叶加工水平等措施,夯实产业发展基础。同时,精准的市场调研与品牌定位、创新的营销模式以及多元化的销售渠道拓展,是提升贵州茶产业市场竞争力的重要途径。在乡村振兴战略的深入推进下,贵州茶产业将迎来新的发展机遇。未来,应进一步强化科技赋能、文化融合与市场开拓,推动贵州茶产业高质量发展,助力乡村全面振兴,实现产业、人才、文化、生态和组织的协同发展。

参考文献

- [1] 曹哲,付威.《关于学习运用“千村示范、万村整治”工程经验有力有效推进乡村全面振兴的意见》解读——加快乡村产业全链发展[J]. 现代化农业, 2024(5): 31-33.
- [2] Polak, J. and Snowball, J. (2016) Towards a Framework for Assessing the Sustainability of Local Economic Development Based on Natural Resources: Honeybush Tea in the Eastern Cape Province of South Africa. *Local Environment*, 22, 335-349. <https://doi.org/10.1080/13549839.2016.1196348>
- [3] Bien, N.C., Phuong, N.T.M. and Cuc, N.T.T. (2018) Developing Tea Market through Analyzing the Value Chain of Vietnam Tea Industry. *PSAKU International Journal of Interdisciplinary Research*, 7, 189-195.
- [4] Deka, N. and Goswami, K. (2022) Organic Cultivation and Sustainable Value Chain Development for Tea Smallholders: Findings from Assam, India. *Sustainable Production and Consumption*, 32, 562-579. <https://doi.org/10.1016/j.spc.2022.05.004>
- [5] 廖彩荣, 陈美球. 乡村振兴战略的理论逻辑、科学内涵与实现路径[J]. 农林经济管理学报, 2017, 16(6): 795-802.
- [6] 陈东, 豆晓甜. 乡村振兴战略的科学内涵、时代内涵与理论逻辑研究[J]. 理论观察, 2019(11): 79-81.
- [7] 杨封瑶. 浅析新时代实施乡村振兴战略的意义与路径[J]. 山西农经, 2023(19): 17-19.
- [8] 杨玉雪. “互联网+”背景下贵州茶产业加快发展研究[D]: [硕士学位论文]. 贵阳: 贵州财经大学, 2018.
- [9] 陈百荷. 乡村振兴战略背景下贵州省茶产业发展现状、问题及对策研究[D]: [硕士学位论文]. 武汉: 华中师范大学, 2020.
- [10] 李果, 李肖宏, 杨露, 等. 乡村振兴背景下贵州茶产业的 SWOT-PEST 分析[J]. 贵茶, 2022(4): 62-67.
- [11] 黄婷. 新媒体时代茶叶品牌数字化营销策略[J]. 现代营销, 2023(2): 134-136.
- [12] 陈百荷. 乡村振兴战略下贵州茶产业发展路径研究[J]. 南方农业学报, 2019, 50(7): 1605-1612.
- [13] 李燕凌, 王文涛. 政府补贴对农业龙头企业渠道建设的影响研究[J]. 中国农村经济, 2021(8): 32-40.