

基于SWOT-PEST模型的贵州抹茶电商发展现状及对策分析

史 跃, 许嘉玲, 李 静

贵州大学公共管理学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年4月10日; 录用日期: 2025年4月24日; 发布日期: 2025年5月31日

摘 要

在全球茶叶市场中, 传统品类占据主导地位, 但抹茶凭借健康属性近年快速崛起。但贵州抹茶仍面临品牌认知度低、产业链附加值不足等问题。本研究基于SWOT-PEST模型, 从政治、经济、社会、技术四维分析贵州抹茶电商发展的优势、劣势、机遇与挑战, 并提出以电商赋能为核心的对策: 强化生态文化叙事、推动全产业链数字化改造、拓展国内外市场, 助力贵州抹茶实现从“原料输出”向“品牌引领”的转型升级。

关键词

贵州抹茶, 电商发展, SWOT-PEST分析

Analysis of the Current Situation and Countermeasures for the Development of Matcha E-Commerce in Guizhou Based on the SWOT-PEST Model

Yue Shi, Jialing Xu, Jing Li

School of Public Administration, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Apr. 10th, 2025; accepted: Apr. 24th, 2025; published: May 31st, 2025

Abstract

In the global tea market, traditional categories dominate, but matcha has been rising rapidly in recent years by virtue of its health attributes. However, Guizhou matcha still faces problems such as

文章引用: 史跃, 许嘉玲, 李静. 基于 SWOT-PEST 模型的贵州抹茶电商发展现状及对策分析[J]. 电子商务评论, 2025, 14(5): 3592-3601. DOI: 10.12677/ec.2025.1451678

low brand recognition and insufficient value added in the industrial chain. Based on the SWOT-PEST model, this study analyzes the advantages, disadvantages, opportunities and challenges of the e-commerce development of matcha in Guizhou from the four dimensions of politics, economy, society and technology, and proposes countermeasures with e-commerce empowerment at the core: strengthening the ecological and cultural narrative, promoting the digital transformation of the whole industrial chain, and expanding domestic and international markets, so as to help Guizhou matcha realize the transformation and upgrading from “raw material output” to “brand leading”.

Keywords

Guizhou Matcha, E-Commerce Development, SWOT-PEST Analysis

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

茶产业的发展有力推动了农业的三产融合、促进了区域农业经济的发展，能够很好地解决农民增收问题[1]。从全球茶叶市场格局看，传统强势品类如绿茶、红茶仍占据主导地位，但抹茶是碾茶经过研磨成超微粉而成，可用于直接饮用、食品添加剂、化妆品、色素、保健品等方面，是一种无污染的保健品原材料[2]，在亚洲及欧美市场呈现爆发式增长。抹茶产业具有较好的市场发展前景，是绿色富民的好项目、大产业。日本抹茶凭借百年工艺传承和品牌化运营占据高端市场，中国抹茶产业发展虽起步较晚，但依托独特自然资源与政策支持，已成为全球重要原料供应基地。其中，贵州省作为中国抹茶核心产区，凭借“世界茶海”得天独厚的生态优势，近年来通过“茶旅融合”“电商赋能”等战略推动产业升级。然而，在消费升级与市场竞争加剧的双重背景下，贵州抹茶仍面临品牌认知度不足、产业链附加值低、标准化体系欠缺等问题，亟需系统性研究其发展路径。

在此背景下，本研究基于 SWOT-PEST 模型，从战略环境分析视角切入，系统梳理贵州抹茶产业发展的内部优势劣势与外部机遇挑战[3]，并结合国家乡村振兴、新消费驱动及“双循环”发展战略，提出电商赋能下的品牌升级路径与产业优化对策，旨在为贵州抹茶实现从“原料输出”向“品牌引领”、从“规模扩张”向“价值提升”的转型升级提供理论参考与实践启示。

2. 贵州抹茶电商发展现状——以铜仁市江口县为例

据 2023 年工信部赛迪研究院发布的《抹茶产业发展白皮书》，贵州抹茶的产业化进程始于 20 世纪 90 年代，目前已形成以铜仁市为重点的连片种植基地，种植面积突破 20 万亩，占全国市场份额超 70%，并建成国内首个抹茶省级工程技术研究中心。《抹茶产业发展白皮书》显示，近年来，贵州抹茶依托“世界茶海”的生态优势与政策红利，通过电商渠道实现快速发展。截至 2023 年，其线上销售额突破 80 亿元，年均增长率超 25%，占全国抹茶电商市场的 65%以上，形成了以淘宝、京东、拼多多为主流渠道，抖音、小红书等社交电商增速显著的多元化销售格局。

2.1. 江口县抹茶产业规模不断扩大

江口县作为贵州省抹茶产业核心示范区，其种植规模与产能呈现显著增长态势。根据《江口县农业农村局 2023 年统计报告》，全县抹茶种植面积从 2018 年的 1.2 万亩扩展至 2023 年的 3.5 万亩，年均复

合增长率达 24.6%，占全国抹茶种植面积的 12%。产销量方面，2022 年江口县抹茶总产量突破 800 吨，占贵州省总产量的 73%，其中通过电商渠道销售的抹茶产品占比达 45%。这一增长得益于当地政府推行的“企业 + 合作社 + 农户”模式。

2.2. 江口县抹茶企业集群化发展特征

《抹茶产业发展白皮书》显示，贵茶集团作为茶企龙头企业，在江口县建成全球最大单体抹茶精制车间，年产能达 600 吨，占据国内抹茶出口市场 28% 份额；在贵茶集团引领下中小微企业配套发展，包括梵净山翠峰茶业等 12 家本土企业，专注抹茶衍生品开发，如抹茶粉、抹茶冰淇淋原料等；在此背景下新型经营主体正在崛起，2022 年新增电商专营企业 9 家，其中“梵山抹茶”旗舰店实现年销售额破千万元。

2.3. 江口县抹茶电商发展之路

调研结果显示，江口县抹茶电商发展路径呈现多维突破与创新特征，通过构建“平台 + 供应链 + 服务”三维体系实现线上销售跃升。在平台建设方面，依托天猫、京东等主流电商平台开设地理标志馆，结合抖音直播带货模式，拓宽抹茶市场消费渠道；供应链层面重点突破冷链物流瓶颈，建成县级电商仓储中心并整合顺丰、京东资源，将配送时效大幅度压缩，同时开发独立包装等电商专供产品。

3. 贵州抹茶电商发展的 SWOT-PEST 分析

3.1. SWOT-PEST 内部优势分析

3.1.1. 政治优势

贵州将抹茶产业列为“一县一业”特色产业集群重点发展方向，通过《贵州省抹茶产业发展规划(2021~2025 年)》明确千亿级产业集群目标，并设立专项扶持基金用于技术研发、品牌推广和电商基建。依托“一带一路”陆海新通道枢纽地位，贵州享受西部大开发税收优惠政策，降低企业运营成本。同时，省内建立标准化体系，制定《贵州抹茶》地方标准并推动 50 余家龙头企业通过“三品一标”认证，为电商发展奠定制度基础。

3.1.2. 经济优势

《抹茶产业发展白皮书》内容显示，贵州已形成“种植 - 加工 - 研发 - 销售”全链条发展模式，2023 年抹茶种植面积突破 20 万亩，占全国市场份额超 70%，为电商提供充足原料保障。通过“订单农业”引导农户按市场需求种植有机抹茶，提升附加值。电商渠道快速渗透，2023 年线上销售额达 80 亿元，年均增长率 25%，其中抖音、小红书等社交电商增速显著，直播带货占比超 30%。政策支持“黔货出山”行动进一步减少中间环节成本，助力中小企业扩大利润空间。

3.1.3. 社会优势

贵州作为“茶马古道”起点，拥有两千多年抹茶酿造史，“古法制茶技艺”被列入省级非遗，为产品注入文化基因。多元文化元素与抹茶产品深度融合，形成差异化卖点。健康消费趋势下，抹茶的低咖啡因、高茶多酚特性契合 Z 世代需求，推动功能性食品销量激增，社会认同度持续提升。

3.1.4. 技术优势

抹茶产业依托“水肥一体化”和“智能滴灌”等先进技术，显著提升了种植效率和产品品质的稳定性。通过区块链溯源技术，实现了从茶园到消费者的全程质量监控，确保了产品的透明度和可追溯性。在电商与物流领域，5G 网络的全面覆盖为直播电商的常态化运营提供了坚实支撑，同时建立了多个省级

电商直播基地，并培养了大量本土网红主播，进一步扩大了市场影响力。智能仓储系统的应用优化了库存管理，降低了运营成本，而冷链物流覆盖率的提升则有效保障了鲜食类产品的新鲜供应。这些技术创新不仅增强了生产效率，还大幅提升了市场响应能力，为抹茶产业的可持续发展注入了强劲动力。

3.2. SWOT-PEST 内部劣势分析

3.2.1. 经济劣势

根据《抹茶产业发展白皮书》发布数据来看，贵州抹茶产业呈现“原料强、成品弱”的特征，70%以上的产值集中在原料供应环节，深加工产品占比不足 20%，导致利润空间受限。中小微企业占市场主体超 80%，普遍面临融资难、技术投入不足问题，同质化竞争加剧，产品多以低价策略抢占市场份额。此外，物流成本高企削弱价格竞争力——贵州地处西南内陆，冷链物流覆盖率不足 30%，鲜食类产品损耗率达 15%~20%，进一步压缩企业利润。

3.2.2. 社会文化劣势

“贵州抹茶”区域品牌尚未形成统一形象，消费者对其认知仍停留在“原料供应地”阶段，与日本宇治抹茶的品牌溢价能力差距显著。尽管拥有“茶马古道”“苗绣”等文化资源，但文化元素的运用多停留在包装设计层面，缺乏深度叙事与情感共鸣。同时，专业人才匮乏制约产业创新——仅有少部分的企业配备专职电商团队，非遗技艺传承与现代营销理念融合不足，导致文化附加值难以转化为市场竞争力。

3.3. SWOT-PEST 外部机遇分析

3.3.1. 政治机遇

国家“乡村振兴”“双循环”战略为贵州抹茶产业提供顶层支持，《关于新时代推进品牌建设的指导意见》明确提出支持区域特色品牌打造。贵州作为“一带一路”陆海新通道枢纽，享受西部大开发税收优惠及跨境电商政策红利，RCEP 协议生效进一步降低东南亚市场关税壁垒，为成品茶出口创造有利条件。

3.3.2. 经济机遇

健康饮食趋势的兴起推动了抹茶功能性产品需求的快速增长，为抹茶电商发展创造了广阔的经济机遇。Z 世代消费者对“天然有机”属性的偏好加速了市场细分，为贵州抹茶提供了差异化的竞争赛道。与此同时，跨境电商的扩展为抹茶产业带来了新的增量空间，东南亚和欧美市场对高品质抹茶原料及成品的需求持续旺盛。贵州抹茶产业可以通过“贴牌 + 自主品牌”双轨模式，积极开拓国际市场，进一步提升品牌影响力和市场份额。这一系列趋势为抹茶电商的蓬勃发展注入了强劲动力，也为地方经济带来了新的增长点。

3.3.3. 技术机遇

5G、区块链、冷链物流等技术的广泛应用正在重塑贵州抹茶电商的产业生态。在销售端，5G 网络的高速率与低延迟特性为短视频和直播电商提供了技术基础，使得贵州抹茶能够通过实时互动展示产品特色，例如高清直播茶园采摘、古法制茶工艺等场景化内容，吸引消费者参与并降低获客成本。区块链技术的深度应用不仅实现了从种植到消费的全流程溯源，还增强了消费者对产品安全性和品质稳定性的信任感，例如通过扫码即可查看茶叶的种植环境、加工时间及质检记录。在仓储与物流环节，智能仓储系统通过动态库存管理和自动化分拣技术，显著减少了人力成本与存储损耗；冷链物流网络的逐步完善则保障了鲜食类抹茶产品(如抹茶冰淇淋、茶味甜品)在运输过程中的新鲜度，解决了传统物流模式下的品质

波动问题。在生产端，物联网监测设备与智能滴灌技术的普及，使茶农能够实时获取土壤湿度、光照强度等数据，精准调整种植策略，提升茶叶原料的产量与品质稳定性，同时降低因自然灾害或管理疏漏导致的产能波动风险。这些技术创新的协同效应，不仅优化了贵州抹茶产业链的运营效率，更为其打造差异化竞争优势、拓展国内外市场提供了坚实的技术支撑。

3.4. SWOT-PEST 外部挑战分析

3.4.1. 经济挑战

抹茶电商发展面临多重经济挑战。在国际市场上，日本宇治抹茶凭借百年工艺传承和严格的品质管理体系，建立了强大的品牌壁垒，并通过“匠人精神”叙事与高端茶具、文化空间的结合，将产品溢价能力推向极致，长期主导全球市场份额。一些地区则通过文化资本的巧妙运用，与知名机构联名推出限量产品，将传统文化符号融入设计，成功塑造了“东方美学”标签，在高端礼品市场占据重要地位。相比之下，贵州抹茶尽管拥有全球领先的原料供应优势，却因缺乏国际化认证体系和品牌故事输出能力，长期局限于“原料供应商”角色，国际市场份额较低。

在国内市场，抹茶同样面临严峻挑战。传统绿茶和红茶凭借成熟的消费群体和渠道布局占据主流地位[4]，而新兴草本饮品通过精准的功能性营销抢占健康消费市场，使抹茶陷入同质化竞争。部分企业为降低成本，过度依赖代工贴牌模式，导致产品定位模糊，难以摆脱价格战的困境。此外，贵州地处西南内陆，物流网络辐射能力有限，冷链设施覆盖率不足，导致鲜食类抹茶产品在运输过程中易因温度波动而品质下降，不仅损耗率高，还需承担额外的保鲜成本，进一步削弱了价格竞争力。这种“高成本、低附加值”的局面，使得贵州抹茶在国内外市场均难以形成可持续的竞争优势。

3.4.2. 技术挑战

技术应用层面，贵州抹茶产业面临“数字赋能不均衡”问题：头部企业通过 5G 直播、区块链溯源等技术抢占市场，但中小微企业因资金短缺难以实现技术升级，导致生产效率低下、信息孤岛现象严重。文化融合方面，尽管贵州拥有丰富的非遗文化资源，但技术应用多停留于包装设计等浅层，缺乏通过 AR/VR、元宇宙等新技术讲好“茶马古道”故事的深度实践，文化附加值未能有效转化为市场溢价能力。此外，数据安全与隐私保护机制不完善，电商平台用户数据泄露风险可能影响消费者信任[5]。

4. 加快贵州抹茶电商建设的对策与建议

4.1. 充分利用生态及文化优势丰富品牌内涵

贵州作为“世界茶海”，其独特的地理环境与文化积淀为抹茶品牌建设提供了不可复制的核心资源。这里日照充足、昼夜温差显著，云雾缭绕的生态环境孕育了茶叶鲜爽醇厚的天然品质，而千年茶马古道的驼铃声声，则为抹茶注入了跨越时空的文化基因。为强化品牌差异化，需以生态故事为基底，通过影像与文字媒介讲述这片土地与抹茶的共生传奇——例如拍摄纪录片《茶马古道上的抹茶密码》，穿插古籍记载、茶农口述史与现代生产工艺对比，展现从唐宋茶马互市到当代“一带一路”茶叶贸易的文明传承。在产品设计层面，可将其他多元文化转化为包装视觉语言，推出限量版手绘礼盒，让消费者触摸到的不仅是商品，更是活态的非遗艺术。

4.2. 从技术视角解决经济与社会劣势

贵州抹茶产业要实现高质量发展，必须以技术创新为核心驱动力，通过突破深加工关键技术提升产业竞争力。当前贵州抹茶企业普遍面临深加工能力不足的问题，多数企业仍停留在初级生产和终端营销环节，导致产品附加值较低。要改变这一现状，企业必须聚焦抹茶品质提升，攻克抹茶超微粉碎、低温

保鲜、风味稳定等核心技术，完善从种植到加工的标准化体系；同时延伸产业链条，开发抹茶烘焙、抹茶饮品、抹茶保健品等多元化产品，结合电商需求研发便携式抹茶单品，并利用大数据精准捕捉消费趋势，与新兴茶饮品牌建立深度合作。此外，可通过茶渣回收利用技术开发抹茶面膜、茶纤维制品等绿色衍生品，构建循环经济模式。通过“技术创新 + 产业链整合 + 电商赋能”的三维升级，贵州抹茶将实现从原料输出向高值化品牌转型，最终形成具有贵州特色的抹茶产业生态圈。

4.3. 抓住经济机遇，发挥“文旅+”效应

贵州抹茶产业应抓住数字经济与乡村振兴的政策机遇，充分发挥“文旅 + 电商”的联动效应，以技术创新推动产业升级。一方面，依托贵州生态优势，开发抹茶主题文旅体验项目，如抹茶庄园观光、抹茶非遗工坊等，结合短视频直播等新媒体手段强化品牌传播；另一方面，运用区块链技术建立抹茶溯源体系，通过 VR/AR 技术打造沉浸式云体验，并依托跨境电商拓宽国际市场。同时，构建“智慧茶园 + 精深加工 + 文旅电商”的全产业链模式，利用大数据分析消费偏好，开发符合年轻群体需求的抹茶新式茶饮、文创产品，推动贵州抹茶从农产品向文化消费品升级，最终形成“以文促产、以旅带销、以电助农”的融合发展新格局。

4.4. 加大宣传力度，提升品牌竞争力

贵州需构建全渠道、多层次的品牌传播体系，突破“原料输出”认知局限[6]。首先，整合新媒体资源，依托抖音、小红书等平台打造“爆款内容矩阵”——联合本土网红主播推出“抹茶溯源直播”，通过 AR 技术展示茶园种植、古法制茶工艺，增强消费者沉浸式体验；邀请知名美食博主开展“贵州抹茶挑战赛”，以趣味短视频传播产品特色。其次，强化政府主导的公共品牌推广，联合《人民日报》、央视等媒体策划“世界抹茶看中国”专题报道，突出贵州在茶种起源、非遗技艺等方面的独特性。此外，通过国际展会(如广交会、布鲁塞尔食品展)设立“贵州抹茶专区”，与国际采购商建立直接联系，争取欧盟有机认证、美国 FDA 注册等资质，提升品牌公信力。同步推进“品牌联名计划”——与茶饮品牌(如喜茶、奈雪)推出限定产品，借助其用户基数快速扩大市场覆盖。最后，建立消费者反馈机制，通过电商平台数据分析精准定位需求痛点，定期发布《贵州抹茶品质白皮书》，巩固“天然有机”“文化传承者”的品牌形象，最终实现从“区域品牌”向“国际知名品牌”的跃升。

4.5. 优化抹茶电商服务平台

贵州需构建高效、普惠的电商服务体系，突破地理限制与中小企业能力瓶颈。首先，完善物流基础设施，依托“黔货出山”政策推动省级电商物流枢纽建设，整合中小微企业仓储资源，建立共享冷链仓库，降低生鲜类产品损耗率。其次，搭建数字化公共服务平台，整合生产端、销售端与物流端数据，提供市场趋势分析、供应链管理、智能营销等工具，助力中小企业降本增效。同步推广区块链溯源技术，实现从种植到消费的全流程透明化，增强消费者信任。此外，联合高校与科研机构开发“黔茶云仓”管理系统，提供实时库存预警、物流路径优化等服务。最后，强化政策配套，设立专项基金支持电商平台技术研发与迭代，通过“政府购买服务”模式为中小微企业提供免费数据分析、店铺装修等培训，推动贵州抹茶电商从“分散经营”向“集约化服务”转型[7]。

5. 结语

贵州抹茶以其独特的生态优势和优秀的产品品质为基础，以发展规划为导向，在政府的政策支持下电商建设取得了一定的成效。但远离抹茶一、二线消费城市、运输成本较高、区域公用品牌建设不足等问题也日益凸显。本文从政府、协会、企业多元协同推广抹茶电商发展，充分利用产区生态与社会优势，

从全产业连角度解决制约产业和品牌发展的问题，提升产品质量和服务水平等多角度为新贵州抹茶建设提出建议，为其进一步扩展市场份额和提升国际影响力提供借鉴。

参考文献

- [1] 张明生. 抹茶茶园的病虫害防治原则及方法[J]. 农技服务, 2019, 36(8): 56-57+59.
- [2] 肖楚. 铜仁市抹茶产业发展策略初探[J]. 中国茶叶, 2019, 41(11): 58-59.
- [3] 刘学忠, 李中华. 茶产业供给侧存在的问题分析及对策[J]. 林业经济, 2019, 41(1): 67-70+97.
- [4] 位亚路, 刘路星. 基于 SWOT-PEST 分析法的茶产业高质量发展研究——以英德红茶产业为例[J]. 清远职业技术学院学报, 2022, 15(1): 30-40.
- [5] 张佳伟, 周威, 吴中营, 等. 基于 SWOT-PEST 模型的平顶山梨产业发展现状及对策分析[J]. 北方园艺, 2024(21): 123-130.
- [6] 汪传雷, 秦琴, 王静娟. 打造区域产业集群、共建国际物流大通道研究——基于 SWOT-PEST 矩阵分析[J]. 资源开发与市场, 2017, 33(6): 705-710.
- [7] 贺林波, 李甜. 乡村产业振兴中的政企合作及其社会基础——以湖南省 B 县黄金茶产业开发为例[J]. 中国农业大学学报(社会科学版), 2023, 40(6): 99-115.

附录

附录 1. 访谈提纲

提纲一 政府工作人员访谈提纲

(编号:)(地点:)

您好!感谢您同意接受我们的访谈!本次访谈将聚焦贵州抹茶消费因素及营销策略研究。在此向您郑重承诺:访谈将严格恪守理规范,不会泄露任何访谈内容给第三方或将其用于本研究之外的任何用途。最终成果中不会包含任何涉及您个人信息或可识别您身份的暗示,谢谢!感谢您的参与,祝您工作顺利,生活愉快!

一、个人基本信息介绍

1. 您的姓名?
2. 您的年龄?
3. 您的政治面貌?
4. 您在单位担何种职务?
5. 您在单位工作年限以及主要工作内容?

二、铜仁市(江口县)抹茶产业发展基本情况

1. 铜仁市(江口县)抹茶产业发展现状?
2. 铜仁市(江口县)抹茶产业优惠政策?
3. 铜仁市(江口县)抹茶企业引进方案与政策措施?
4. 铜仁市(江口县)抹茶产业发展蓝图与规划?
5. 铜仁市(江口县)抹茶电商发展状况与发展困境?
6. 铜仁市(江口县)抹茶与文旅产业融合发展现状与规划?
7. 铜仁市(江口县)抹茶文化的传播效果?
8. 对建立抹茶地理标志、建立区域公共品牌的看法与取得进展?
9. 政府出台了哪些政策措施来支持抹茶电商发展?
10. 政府如何利用自身资源开展抹茶产品的营销推广活动?

提纲二 抹茶企业访谈提纲

(编号:)(地点:)

一、个人基本信息介绍

1. 您的姓名?
2. 您的年龄?
3. 您的政治面貌?
4. 您在企业担何种职务?
5. 您在公司工作年限以及主要工作内容?

二、企业发展基本情况

1. 请简要介绍贵公司的发展历程、主营业务及核心产品?
2. 贵公司抹茶产品的特色和优势是什么?
3. 与市面上其他品牌相比,差异化体现在哪些方面?

三、市场与销售

1. 企业抹茶销售主要区域?

2. 企业从传统茶转变为制作抹茶的历程与动机?
3. 贵公司的主要目标客户群体是哪些? 他们的消费习惯和偏好有哪些特点?
4. 贵公司采取了哪些电商营销策略来推广、销售抹茶产品? 效果如何?
5. 您认为线上和线下(电商)渠道在抹茶产品销售中各有什么优势和劣势?
6. 贵公司未来在抹茶产品研发、电商市场拓展等方面有哪些规划?

提纲三 村委会(典型茶村)访谈提纲

(编号:)(地点:)

一、个人基本信息介绍

1. 您的姓名?
2. 您的年龄?
3. 您的政治面貌?
4. 您在单位担何种职务?
5. 您在单位工作年限以及主要工作内容?

二、抹茶电商发展下村集体发展基本情况

1. 介绍本村抹茶产业、抹茶电商发展历程?
2. 本村抹茶产业电商发展规划?
3. 本村抹茶茶园面积、地理位置、气候条件等基本情况?
4. 本村抹茶种植面临的质量、亩产、技术问题?
5. 政府对抹茶种植、抹茶电商的技术培训与帮扶?
6. 村委会目前主要通过哪些模式销售抹茶?
7. 村委会如何协调企业与农户之间的关系, 保障双方利益?
8. 您对政府、企业和社会各界支持村委会采取电商模式销售抹茶有哪些期待和建议?

附录 2. 访谈图片



Figure A1. Research on tea plantation in Luoxiang Village, Nuxi Town, Jiangkou County

图 A1. 在江口县怒溪镇骆象村茶园调研



Figure A2. Research at Yunshe Scenic Matcha Shop in Jiangkou County
图 A2. 在江口县云舍景区抹茶店调研