

乡村振兴背景下基于SWOT的贵州茶叶营销策略发展分析

刘 伟

贵州大学数学与统计学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年6月5日; 录用日期: 2025年6月23日; 发布日期: 2025年7月14日

摘 要

在国家乡村振兴背景下, 本研究聚焦贵州省茶叶特色产业。借助构建SWOT战略体系, 剖析贵州茶叶营销发展情况。贵州茶业有生态环境优越、品种资源丰富和种植规模较大等优势, 却也存在产业管理滞后、品牌建设薄弱、生产标准化不足等问题。在时代发展机遇与数字经济赋能的双轮驱动下, 以“产业发展”和“机遇转化”为双核心, 专注于产业营销推广这一关键环节。通过技术创新强化地理标志保护, 推进品牌化发展, 构建全产业链标准化体系, 以特色产业高质量发展, 推动贵州茶叶种植区实现乡村振兴。

关键词

乡村振兴, SWOT分析, 营销策略, 贵州茶叶

Analysis of the Development of Guizhou Tea Marketing Strategies Based on SWOT under the Background of Rural Revitalization

Wei Liu

School of Mathematical and Statistics, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Jun. 5th, 2025; accepted: Jun. 23rd, 2025; published: Jul. 14th, 2025

Abstract

Against the backdrop of national rural revitalization, this study focuses on the characteristic tea industry in Guizhou Province. By constructing a SWOT strategic system, it analyzes the marketing development of Guizhou tea. Guizhou's tea industry boasts advantages such as superior ecological environment, rich variety resources, and large planting scale, but it also faces challenges including lagging

industrial management, weak brand building, and insufficient production standardization. Driven by the dual opportunities of era development and digital economy empowerment, with “industrial development” and “opportunity transformation” as dual cores, the research focuses on the key link of industrial marketing and promotion. Through technological innovation, it strengthens the protection of geographical indications, advances brand-oriented development, and constructs a standardized system for the entire industrial chain, so as to promote rural revitalization in tea-growing areas of Guizhou through the high-quality development of characteristic industries.

Keywords

Rural Revitalization, SWOT Analysis, Marketing Strategies, Guizhou Tea

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

党的二十大强调了“牢固树立和践行绿水青山就是金山银山的理念，站在人与自然和谐共生的高度谋划发展”[1]。贵州省于2019年2月将茶叶产业纳入了贵州省农村产业革命的十二个特色产业体系之中。茶叶产业的发展，不仅是为了坚守发展与生态保护底线，也是为了优化农村经济结构、推进农村产业革命、促进农民增收致富，更是对“两山理论”的具体实践。在时代发展机遇与政策鼓励支持的双轮驱动下，贵州省茶叶产业表现出欣欣向荣的发展态势，但却面临着品牌建设不足、茶叶深加工技术标准化程度低等问题。本研究运用SWOT分析方法，深入研究了在乡村振兴战略背景下贵州茶产业的发展趋势，目的在于为该地区茶产业的进一步发展提供切实可行的策略和建议。

2. 贵州省茶叶产业发展现状

茶叶产业作为贵州省的传统支柱产业和特色优势产业，在多年的发展累积下已经形成集种植、加工、销售于一体的全产业链布局。根据调研数据显示，截至2024年，贵州省内注册的茶叶企业(合作社)数量超过了六千家，其中包括国家级龙头企业13家，省级龙头企业230家，以及茶叶精制加工中心69个。此外清洁化自动化生产线共计1811条。通过SC认证的企业数量为691家，同时185家企业通过了ISO9001、ISO2000和HACCP等质量体系认证。贵州省制定了涵盖贵州绿茶、都匀毛尖及湄潭翠芽等32项全产业链的省级地方标准，并成功开发了茶食品、茶酒等深加工产品，以及袋泡茶、冻干茶等新型茶饮产品。

贵州省2024年茶业大会指出，贵州茶产业发展和影响力稳居全国第一方阵。2024年，全省的茶园面积在700万亩，居全国前列。2024年全省前三季度茶叶产量29.44万吨，同比增长6.6%；茶产业综合产值960余亿元，同比增长5.7%。

3. 贵州省茶叶产业SWOT分析

3.1. 优势(S)

3.1.1. 生态环境优越

贵州省地处云贵高原核心区域，地形地貌以山地和丘陵为主体，平均海拔在1100米左右，地势呈现出西高东低、中部向北、东、南三面倾斜的独特格局。贵州属于亚热带湿润季风气候区，全年气候温暖

湿润,年平均气温约 15℃ [2],无霜期长达 280~350 天,为茶树提供了适宜的生长温度区间。由于境内山脉纵横、河谷深切,水汽循环旺盛,常年云雾缭绕,年平均相对湿度高达 75%~85%,独特的“多雾寡照”气候特征,使得茶树鲜叶中的氨基酸、茶多酚等内含物质积累更为丰富,奠定了优质茶叶的物质基础。

在土壤条件方面,贵州省土壤以酸性红黄壤为主,pH 值多在 4.5~6.0 之间,非常契合茶树喜酸的生长特性。更为独特的是,境内大部分区域的土壤富含硒、锌等对人体有益的微量元素,尤其是黔东南、黔南等地的“富硒富锌”土壤带,成为茶树生长的天然沃土。这些微量元素通过茶树根系吸收转化,不仅赋予茶叶独特的风味物质,更使得贵州茶叶具备了“天然富硒锌”的健康属性,形成了区别于其他茶区的核心竞争优势。

这种“高海拔、低纬度、寡日照、多云雾、富锌硒”的立体生态系统[3],构建了贵州茶叶生长的理想环境,造就了茶叶鲜叶肥厚柔软、香气清高持久、滋味鲜爽醇厚的独特品质,为贵州发展高端茶产业、打造特色茶叶品牌提供了不可复制的自然禀赋。

3.1.2. 品种资源丰富

贵州作为中国核心茶叶产区之一,茶产业底蕴深厚且品类多元,茶叶品种及数量和茶业经济效益都得到了长足的发展[4],茶叶种类多达 200 余种,覆盖绿茶、红茶、白茶、黄茶、青茶(乌龙茶)、黑茶等六大茶类,形成了“一县一业、一乡一品”的特色产业格局。其中,都匀毛尖作为贵州茶的“金字招牌”,位列“中国十大名茶”,主产于黔南州都匀市。其历史可追溯至明代,因外形“紧细卷曲、白毫显露”,茶汤“嫩绿明亮、香高持久”,滋味“鲜爽回甘”而闻名。1915 年,都匀毛尖斩获巴拿马万国博览会金奖,成为最早走向世界的中国名茶之一,被誉为“绿茶中的贵族”。遵义红则是贵州红茶的创新典范,诞生于遵义市湄潭县。作为中国红茶家族的新锐力量,遵义红以本地特有的中小叶种为原料,经萎凋、揉捻、发酵、干燥等工艺精制而成。其干茶外形紧细秀丽、金毫显露,冲泡后汤色红艳透亮如琥珀,香气呈现出独特的蜜香与果香交融,滋味醇厚甘润,既传承了传统红茶的经典韵味,又彰显了贵州茶鲜叶的鲜嫩特质。自 2011 年面市以来,遵义红迅速跻身全国红茶知名品牌行列,成为贵州茶产业“红绿并举”发展战略的标杆。

此外,贵州还拥有诸多特色茶品:如湄潭翠芽、梵净山翠峰茶以及石阡苔茶等。这些茶品不仅构筑了贵州“茶类齐全、特色鲜明”的产业体系,更以多元化的品质与风味,满足了不同消费市场的需求,成为贵州乡村振兴的重要支柱产业。

3.1.3. 种植规模较大

截至 2024 年,贵州省茶园面积稳定在 700 万亩左右,连续多年位居全国前列,形成了以遵义、黔南、黔东南等为核心的产业集群。依托独特的喀斯特生态环境,茶叶产量与产值持续攀升,2024 年总产量突破 50 万吨,综合产值超 800 亿元,较五年前实现翻倍增长,成为全国茶产业发展的重要增长极。省内茶叶加工企业及专业合作社数量逾千家,已构建涵盖种植、加工、销售的全产业链体系,产业集群优势显著,在我国茶产业格局中具有重要战略地位。

3.2. 劣势(W)

3.2.1. 管理水平欠佳

当前贵州茶叶产业仍存在问题,集中体现在生产管理体系的优化空间较大。受限于独特的喀斯特地貌与山地地形,贵州茶叶在规模化发展中面临多重挑战:一方面,山地地形导致茶园碎片化分布特征显著,高低起伏的地势阻碍了现代农业机械的普及应用,难以实现标准化、集约化生产;另一方面,

部分产区仍依赖传统手工采茶模式，劳动密集型作业不仅拉低了采收效率，更导致种植、加工、仓储等产业链环节衔接低效，制约了产业现代化进程。此外，从业者结构问题日益凸显——茶农群体以中老年为主，普遍缺乏系统的种植技术培训，在土壤养护、绿色防控、灾害预警等关键环节存在知识盲区，导致部分茶园出现土壤肥力退化、病虫害防治滞后等问题，直接影响茶叶品质稳定性与产量提升空间。这些管理层面的短板，亟待通过技术赋能、人才培育与生产模式创新加以破解，以推动贵州茶产业向精细化、高效化方向转型升级。

3.2.2. 品牌建设不足

贵州省虽已培育若干特色茶产品品牌，但其整体品牌建设呈现显著区域性特征，品牌辐射范围主要集中于国内市场，在国际茶叶市场中尚未形成具备国际认知度和市场主导地位的头部品牌。品牌传播策略存在系统性短板，营销模式创新性不足，品牌识别体系构建不完善，这些因素直接制约了品牌附加值的提升空间，导致市场竞争力与国际一流品牌存在显著差距。

3.2.3. 标准化程度低

贵州省部分茶叶加工企业仍沿用传统加工工艺体系，未能更好的把贵州茶叶的茶香优势发挥出来[5]，其生产流程的自动化和智能化水平亟待提升，导致产能效率难以匹配现代化生产需求。特别是在茶叶深加工领域，涉及茶多酚提取、茶食品开发及茶源性日化品制备等方面的技术研发与产业化生产能力相对薄弱。相较于福建、浙江等茶产业发达省份，该区域在精深加工技术体系构建和产品矩阵拓展方面存在显著差距，这种产业化短板直接制约了产品附加值的有效提升。

3.3. 机遇(O)

3.3.1. 健康消费趋势推动

随着公众健康意识增强，天然健康饮品需求持续增长。茶是我国天然的健康饮料，被尊为“国饮”[6]，茶叶含茶多酚、茶氨酸等成分，具抗氧化、调节代谢等作用，契合健康消费理念。贵州茶产业依托生态优势与品质，在健康饮品领域具竞争优势，有望通过功能与生态价值结合获市场认可。

3.3.2. 电商与新零售发展

互联网技术的广泛普及与电商平台的快速崛起，为贵州茶叶产业构建了多元化分销渠道体系。直播电商、社交商务等创新营销模式有效突破了传统销售的地理边界限制，显著降低渠道运营成本，实现与终端消费者的精准对接，市场辐射范围得以大幅扩展。基于线上线下协同的新零售范式，不仅能够优化消费者全链路购物体验，更能有效驱动茶叶产品的价值转化与销售增量。

3.3.3. “一带一路”倡议机遇

“一带一路”倡议的深化实施，有效促进了中国与沿线国家在经济文化领域的深度交流[7]。贵州茶叶作为中华茶文化的典型代表，依托该战略契机，在拓展国际市场方面展现出显著优势。通过建立标准化贸易合作机制，贵州可系统化提升茶叶出口质量认证水平，实现国际市场占有率与品牌溢价能力的协同增长。

3.4. 威胁(T)

3.4.1. 国内外竞争激烈

在国内，诸如福建、浙江、云南等茶叶生产大省，在产业规模、品牌影响力、技术创新等多个方面展现出显著优势，占据了较大的市场份额，对贵州省茶叶产业的发展构成了竞争压力。在国际市场上，印度、斯里兰卡、肯尼亚等主要产茶国家，依托其成本优势和成熟的产业体系，与中国茶叶形成了竞争格

局，争夺全球茶叶市场份额，贵州省茶叶在国际市场竞争中面临严峻挑战。

3.4.2. 贵州省茶产业配套薄弱

贵州茶叶产业配套体系不完善，种植环节基础设施不足，机械采茶率低是制约贵州省茶叶产业劳动生产率提高的瓶颈[8]，影响茶树生长和采摘效率；加工环节设备落后限制了生产效率和品质；物流环节冷链物流发展不足，增加了保鲜难度和损耗成本，制约了产业发展。

3.4.3. 市场需求多变

消费者对茶叶的需求越来越个性化和多样化，对品质和口感的要求更高，同时注重包装和文化价值。贵州茶叶企业若不及时调整产品和营销策略，可能会遭遇滞销和市场份额下降的风险。

4. 贵州茶叶产业的发展对策

4.1. 积极推动创新，促进产业发展

在推动贵州茶叶产业高质量发展进程中，技术创新与产业链升级是核心驱动力。通过加大要素投入，聚焦茶树良种繁育技术优化、智能采茶设备研发及茶叶精深加工工艺创新，可有效突破传统生产模式瓶颈。借助物联网、大数据等现代科技手段，既能提升茶叶产量与品质稳定性，又能显著降低人力成本。依托智能化生产管理系统，打通种植端数据采集、加工端品质追溯与销售端市场反馈的全链条数字化通道，推动产业各环节高效协同。政府需强化战略引领作用，通过制定差异化扶持政策激活创新主体动能，同时搭建“产学研用”一体化平台加速技术成果转化。此举不仅能筑牢产业技术根基，更可依托“生态+科技”双优势，在国内外市场树立贵州茶叶的绿色科技品牌形象，为传统茶产业注入可持续发展的内生动力。

4.2. 提升品牌形象，增强市场竞争力

在激烈的全球化市场竞争中，品牌已成为各大产业突围的核心竞争力与消费者信任的桥梁，茶叶产业也不例外[9]。贵州茶叶产业发展从多层面协同推进：政府层面设立“贵州绿茶”、“黔茶”等省级品牌，统一标识包装并制定品质认证体系，加强地理标志保护，打击假冒伪劣，通过媒体广告、茶文化纪录片及茶旅路线、消费券等推广产业；行业层面由领军企业成立产业联盟，共享渠道资源、遏制恶性竞争，制定高于国标的团体标准并实施抽检和“红黑榜”制度，搭建区块链溯源平台强化产品溯源；商家层面实施差异化策略，高端产品以“高原生态茶”为核心、普通产品推出“口粮茶”系列，借助网红短视频、抖音挑战赛、小红书主题推广等新媒体营销，与茶饮品牌合作开发产品、开设茶文化体验馆、推出“认养茶园”计划及跨界产品吸引消费群体。

4.3. 深入发展贵州茶深加工技术，打造“贵州茶”新名片

贵州从政府、行业、商家三层面协同推进茶叶深加工产业发展：政府层面设立专项基金，对研发茶叶深加工技术的企业给予财政补贴，与高校、科研机构合作建立“贵州茶深加工实验室”推动产学研一体化，优化产业布局，与国家市场监督管理总局合作推出“贵州茶深加工认证标志”，允许符合标准企业使用“贵州生态茶深加工产品”标签；行业层面建立深加工联盟，以领军企业引领协同科研机构促进技术转化，定期举办峰会交流前沿技术，构建行业数据库共享市场信息与专利技术，强化人才培养体系培育行业精英；商家层面推广“茶咖”“茶调酒”等新式饮用法，为新兴茶饮、烘焙、保健品行业提供定制化原料，与喜茶、奈雪合作研发“贵州茶基底”饮品，与好利来、元祖食品推出“茶味月饼”“茶味蛋糕”等联名产品。

5. 结语

在新经济形势下，传统名茶产业亟需摆脱固有发展模式的束缚，攻克现存的发展难题。应着眼于茶产业的全链条发展，打造政府、行业、商家资源多方联动的创新协作模式，将品牌带来的增值优势切实转化为助农增收的实际效益[10]。通过重新构建科学完备的产业标准体系，创新价值转化路径，促使特色茶产业的转型升级与乡村振兴战略深度融合，以此推动茶产业迈向高质量发展新台阶。

参考文献

- [1] 习近平. 高举中国特色社会主义伟大旗帜为全面建设社会主义现代化国家而团结奋斗——在中国共产党第二十次全国代表大会上的报告[J]. 创造, 2022, 30(11): 6-29.
- [2] 吉玉碧, 谢锋, 谭红, 等. 基于 GIS 的贵州省农业土壤环境质量评价[J]. 贵州农业科学, 2006, 34(1): 15-17.
- [3] 郎萍萍. 竞争优势视域下贵州茶产业转型研究[D]: [硕士学位论文]. 贵阳: 贵州大学, 2015.
- [4] 喻云春. 贵州茶业的现状, 机遇及产业化出路初探[J]. 贵州茶叶, 2001(1): 3.
- [5] 江兴, 王兴华. 关于“十三五”贵州茶叶产业发展的思考[J]. 文摘版: 经济管理, 2016(1): 96.
- [6] 刘佳. 健康饮品花草茶悄然兴起[J]. 科学养生, 2004(9): 16-18.
- [7] 潘攀, 王媛媛, 王欣雨, 刘艳. “一带一路”倡议对沿线国家文化贸易网络地位的影响研究[J]. 财经理论与实践, 2024, 45(6): 102-110.
- [8] 张佩, 刘静, 徐良, 等. 贵州茶叶产业机械化发展的现状与对策[J]. 贵州农业科学, 2009, 37(7): 201-203.
- [9] 杨益萌, 韦惠娟, 韦月旺, 等. 连山县茶产业 SWOT 分析及发展策略研究[J]. 中国茶叶, 2024, 46(2): 50-55.
- [10] 张亚芝. 贵州省茶产业品牌定位同质化问题及差异化策略探析[J]. 现代农业研究, 2019(5): 10-12.