

FANJING MOUNTAIN MATCHA

2025梵净抹茶

互联网传播影响力指数报告

农业农村部信息中心

中国农业大学

中国农业国际合作促进会茶产业分会

摘 要

近年来，党中央、国务院高度重视农业品牌建设，2013年以来多个中央一号文件连续对农业品牌建设做出重要部署，《加快建设农业强国规划（2024—2035年）》对品牌强农提出明确要求。“质量兴农、科教兴农、绿色兴农、品牌强农”成为转变农业发展方式、提升农业竞争力和全面推进乡村振兴的战略选择。各地区、各部门不断加强农业品牌建设，在数字经济快速发展的背景下利用互联网技术和平台打造农业品牌，推动品牌和数字技术充分融合。以农产品区域公用品牌为代表的农业品牌发展迅速，西湖龙井、五常大米、洛川苹果、梵净抹茶等一批优秀的农产品区域公用品牌已经通过互联网渠道传播取得了显著成效，在消费者中建立了一定的美誉度和忠诚度。

为了客观、科学评估梵净抹茶等农产品区域公用品牌互联网传播影响力，农业农村部信息中心联合中国农业大学、中国农业国际合作促进会茶产业分会启动了梵净抹茶品牌互联网传播影响力指数研究工作，对梵净抹茶的互联网传播影响力指数进行了测算。

整体来看，我国终端消费市场上销售的抹茶品牌已基本形成了区域公用品牌和企业品牌、产品品牌协同发展的良好局面。以梵净抹茶为代表的抹茶区域公用品牌通过完善品牌战略规划、创新营销模式、构建全渠道销售体系等举措，持续提升品牌竞

争力。特别是在数字化转型方面取得显著成效，已经形成了线上线下联动的立体化品牌传播体系，为持续扩大品牌影响力奠定了良好基础。

随着数字技术的蓬勃发展，梵净抹茶等农业品牌创新发展迎来新机遇，借助互联网和数字技术，农业品牌传播手段将更加丰富。下一步梵净抹茶应以品牌共建共享为纽带，加强各部门、各主体协同，聚焦品质提升标准化生产，深化技术创新和文化挖掘，充分借助互联网传播渠道，构建多元品牌推广矩阵，提高品牌互联网传播效率和影响力。

2025年5月

目 录

一、梵净抹茶品牌互联网影响力指数研究背景及意义	1
(一) 研究背景	1
(二) 研究意义	2
二、中国抹茶产业分布	3
(一) 浙江绍兴	7
(二) 浙江杭州	10
(三) 浙江金华	11
(四) 江苏常州	14
(五) 贵州铜仁	16
(六) 安徽六安	20
(七) 湖北孝感	21
三、抹茶品牌发展现状	23
(一) 抹茶市场品牌	23
(二) 抹茶经营企业类型	24
(三) 抹茶品牌市场价格	25
(四) 抹茶品牌市场调研	26
四、梵净抹茶品牌发展现状	28
(一) 品牌历史文化	28
(二) 品牌培育主要做法	29
(三) 品牌荣誉与带动效应	31
五、梵净抹茶品牌互联网影响力指数研究理论和方法	32

(一) 农产品区域公用品牌互联网影响力指数评价理论	32
(二) 梵净抹茶品牌互联网影响力指数评价方法和指标	34
(三) 梵净抹茶品牌互联网影响力指数评价数据来源	35
六、梵净抹茶品牌互联网影响力指数结果分析	36
(一) 互联网推广活跃度指标分析	36
(二) 互联网认知度指标分析	36
(三) 互联网美誉度指标分析	37
(四) 互联网品牌溢价指标分析	37
(五) 互联网市场竞争力指标分析	38
(六) 互联网影响力指数分析	38
七、梵净抹茶品牌发展趋势分析	39
(一) 产业筑基与政策护航，搭建品牌可持续发展框架	39
(二) 科技赋能与工艺革新，推进高附加值精深加工	39
(三) 线上下推广联动茶旅融合，塑造立体化品牌认知	40
(四) 生态溢价与标准引领，构筑市场竞争护城河	41
(五) 品牌系统化协同监管，数字赋能产业生态透明化	42

一、梵净抹茶品牌互联网影响力指数研究背景及意义

（一）研究背景

党中央、国务院高度重视农业品牌建设，2013年以来多个中央一号文件连续对农业品牌建设做出重要部署。2025年中央一号文件提出大力发展绿色、特色农产品种养，推进农产品加工业转型升级，实施农业品牌精品培育计划，打造特色农业产业集群，提升农业产业化水平。刚刚印发的《加快建设农业强国规划（2024—2035年）》，也对品牌强农提出明确要求。习近平总书记指出，做好“土特产”文章，强龙头、补链条、兴业态、树品牌，推动乡村产业全链条升级，增强市场竞争力和可持续发展能力。品牌强农已经成为我国转变农业发展方式、提升农业竞争力和全面推进乡村振兴的战略选择。

近年来，各地区、各部门不断加强农业品牌建设，在数字经济快速发展的背景下利用互联网技术和平台打造农业品牌，推动品牌和数字技术充分融合。我国农业品牌呈现出多点开花的局面，农产品区域公用品牌发展迅速，以五常大米、西湖龙井、洛川苹果、梵净抹茶等为代表的一批优秀的农产品区域公用品牌已经通过互联网渠道传播取得了显著成效，在消费者中建立了一定的美誉度和忠诚度。

互联网为农产品区域公用品牌提供新的传播方式的同时也带来了新的机遇和挑战，在互联网环境下，梵净抹茶等

品牌农产品如何利用网络为消费者提供有用信息，解决供求间信息不对称问题，利用网络进一步扩大品牌影响力竞争力带动力成为一个值得研究的重要问题。因此，有必要建立一套科学全面的互联网影响力指标评价体系，对梵净抹茶等农产品区域公用品牌的网络影响力进行综合评价。

(二) 研究意义

总体来看，建立一套测度梵净抹茶区域公用品牌的互联网传播影响力的评价指标体系具有以下三个方面的重要意义。

一是从品牌管理层面，有利于从品牌传播层面评价梵净抹茶区域公用品牌发展成效。农产品区域公用品牌互联网传播影响力评价能够反映在品牌建设过程中网络资源的建设水平以及网络资源的利用效率。测算梵净抹茶等区域公用品牌互联网传播影响力指数，根据指数测算结果深入分析影响因素和影响程度，有利于各级部门掌握我国农产品区域公用品牌建设实际情况，从品牌互联网传播层面评价各类网络资源对品牌发展所起的作用，及时发现互联网时代品牌建设与传播的薄弱环节，为顶层设计、政策创设提供服务，推动梵净抹茶等区域公用品牌创新发展。

二是从市场竞争层面，有利于提高梵净抹茶等区域公用品牌竞争力带动力。构建和完善农产品区域公用品牌互联网传播影响力评价体系有助于政府部门、行业协会、企业等农

产品区域公用品牌主体（以下简称“品牌主体”）了解农产品区域公用品牌影响力及发展情况，厘清互联网时代不同传播方式如何影响消费者的购买决策，从而更好地制定相应的营销策略，发挥品牌效应，吸引更多农产品消费者以及其他资源，提升区域公用品牌的价值，提高农业品牌竞争力带动力，更好地推动农产品区域公用品牌建设，促进农业产业链、供应链和价值链全面升级，加快推动农业农村现代化建设。

三是从产业发展层面，有利于促进优势资源向梵净抹茶产业集聚。通过系统开展农产品区域公用品牌互联网传播影响力评价工作，构建涵盖电商平台转化率、社交媒体渗透指数、消费者口碑传播系数的多维评估框架，不仅能够精准量化品牌传播效能，更能为地方政府优化产业扶持政策、企业制定精准营销方案提供动态数据支撑，推动品牌传播与产业升级的深度联动。一方面，传播影响力数据可反哺生产端，引导茶企围绕市场需求调整产品结构、优化供应链管理；另一方面，通过品牌声量的持续提升吸引金融资本、数字技术、专业人才等要素注入，加速全产业链的数字化转型。

二、中国抹茶产业分布

根据国家标准《抹茶》（GB/T34778-2017），抹茶是指以覆盖栽培的茶树鲜叶为原料，经蒸汽（或热风）杀青、干燥处理后，经研磨工艺加工而成的微粉状茶产品。

抹茶在中国古代被称为“末茶”，兴起于隋唐时期。唐

代诗人卢仝在《走笔谢孟谏议寄新茶》中盛赞末茶：“碧云引风吹不断，白花浮光凝碗面”。宋代饮茶方法由唐代的煮茶演变为点茶，蔡襄在《茶录》中详细记载了点茶流程，把团茶击成小块，碾成细末，筛出茶末，取两钱茶末放入烫好的茶盏，注入沸水，泛起汤花，品尝其色、香、味，佳者为上。元明之后，随着散茶兴起，人们改以直接冲泡方式饮茶，末茶的饮用方式逐渐退出历史舞台。

南宋绍熙二年，日本僧人荣西禅师将中国点茶技艺带回日本，并在《吃茶养生记》中推广。此后，日本的“茶圣”千利休对其加以改良，创立了“抹茶道”，使得中国的抹茶文化在日本得以保留并逐渐发扬光大。

20世纪末，中国从日本重新引进碾茶生产技术，抹茶文化及抹茶重新回流中国，使国人也重新拾起了对“末茶”的记忆。抹茶首先在浙江、江苏等地试点恢复生产。2015年以后，随着抹茶消费需求快速增长及茶产业供给侧结构调整的加速，贵州、安徽、湖北等地也迅速布局抹茶产业。截至2025年，国内已形成以浙江绍兴、杭州和金华，江苏常州，贵州铜仁，安徽六安，湖北孝感等地为核心产区的抹茶生产区域。

从生产来看，浙江抹茶生产主要集中在绍兴、杭州和金华等地。早在2000年，浙江省已有25家企业，41条蒸青茶加工流水线，年产量7880吨，产值1.5亿元，分别占全省茶叶总产量、总产值的7.2%和6.6%。2003年，浙茶集团、杭

州三明、长兴英特、金华翡翠等公司试产抹茶，主要以生产抹茶原料出口日本为主。2005年，绍兴御茶村茶业有限公司引进日本抹茶生产线，率先转型生产抹茶。2006年，随着食品企业在口香糖、糕点中添加抹茶，以绍兴御茶村为龙头的浙江茶企调整蒸青茶销售市场，由出口为主转为内销为主，开始了抹茶的规模化生产。2014年，星巴克等开发新式抹茶饮品风靡市场。据业务系统调查，2018年，浙江省抹茶生产企业达20家，产量超1700吨。到2023年，根据浙江省农业技术推广中心茶叶科数据，全省抹茶产量达4200余吨，产值突破6亿元。

江苏抹茶生产主要集中在常州市金坛区等地。2005年，江苏鑫品茶业有限公司聘请日本抹茶专家，引进抹茶加工生产全套技术，并开发适合国人口味的抹茶，成为国内早期探索抹茶本土化生产的企业。2011年，该公司被省科技厅认定为“江苏省超微茶粉及茶食品工程技术研究中心”。2015年，江苏常州金坛举办首届“中国抹茶应用”沙龙。2016年，“金坛抹茶”星创天地被认定为国家级星创天地。2018年，江苏鑫品茶业有限公司被农业农村部确立为国家抹茶加工技术研发专业中心。到2024年，综合当地政府、企业官网及各新闻报道等信息估计，常州金坛抹茶产量超300吨。

贵州抹茶生产主要集中在铜仁市等地。2015年，贵州开始探索抹茶产业的可行性，2017年，铜仁市江口县引进贵州

铜仁贵茶茶业股份有限公司，新建高标准抹茶基地。2018年，铜仁被授予“中国抹茶之都”“中国高品质抹茶基地”的称号。2020年开始，贵州铜仁贵茶茶业股份有限公司抹茶销售团队在全国布局，广州和上海两个抹茶应用研发中心建立。到2024年，贵州铜仁已实现抹茶产量近1200吨，综合产值3.6亿元，抹茶产品销往全球40多个国家和地区。

安徽抹茶生产主要集中在六安市等地。2018年，六安市裕安区引进安徽抹茶村茶业有限公司，以抹茶工厂建设为龙头，建设“抹茶村”项目，具有六安瓜片种植与采摘、抹茶加工与制品、抹茶工艺与文化、抹茶主题旅居和度假功能。到2024年，六安市裕安区抹茶产能近1200吨。

湖北抹茶生产主要集中在孝感市等地。2017年，孝感市引进日本北川半兵卫茶叶公司与湖北仙峰茶业公司兼并重组注册成立湖北半兵卫茶业有限公司开展抹茶生产。2024年，中国茶叶流通协会抹茶专委会在湖北省孝感市成立。现阶段，孝感市拥有抹茶茶园3500亩，碾茶、抹茶生产线7条，抹茶产能约500吨。

从消费来看，近年来，抹茶因其色泽亮绿、味鲜醇厚、富含氨基酸和儿茶素等保健成分，在消费端快速走红。星巴克、喜茶、瑞幸等品牌积极开发抹茶拿铁、抹茶星冰乐、抹茶牛乳、抹茶蛋糕等产品，并将抹茶与奶酪、可可、冰块、糖浆等辅料结合，形成了丰富的产品线。同时，抹茶也广泛

应用于日用品、保健品、化妆品、药品等领域。抹茶类产品在年轻群体中得到广泛认可，“抹茶粉”消费者剧增。目前关于抹茶消费尚无官方口径统计数据，综合尚普华泰咨询团队针对近 100 家抹茶生产企业和近 700 家抹茶使用商户的调查数据，以及浙江省种植业管理局罗列万等（2019）^[1]数据，抹茶的消费用途主要在 3 个方面，一是食品原料领域，占比超 80%，主要用于生产抹茶冰淇淋、抹茶蛋糕、抹茶面包、抹茶饼干、抹茶月饼、抹茶面条、抹茶巧克力、抹茶果冻、抹茶糖果等。二是乳品饮品领域，占比超 10%，包括抹茶奶茶、抹茶咖啡、抹茶罐装饮料、抹茶固体饮料等。其余为医药美妆等领域，主要用于抹茶胶囊、抹茶面膜、抹茶护肤品、抹茶肥皂、抹茶香薰等。

（一）浙江绍兴

1. 产业区域

绍兴市位于浙江省中北部，杭州湾南岸，东连宁波市，南临台州市、金华市，西接杭州市，北隔钱塘江与嘉兴市相望，地形兼具平原、丘陵、山地，地势南高北低；属亚热带季风气候，温暖湿润，四季分明。陆域总面积 8279.07 平方公里，市区面积 2965.05 平方公里。下辖 6 个区，县（市）有 5 个被命名为“中国茶文化之乡”。绍兴市抹茶原料基地主要集中在越城区。

[1]罗列万,冯海强,金晶.浅谈浙江抹茶产业现状与发展对策[J].茶叶,2019,45(01):31-33.

2.环境特征

绍兴地处亚热带季风气候区，季风显著，四季分明，气候温和，湿润多雨，年平均日照时数 1729.3 小时，年平均气温 17.4℃，年平均雨量 1449.9 毫米。地理特征整体呈现“六山一水三分田”，山水相融，有会稽山、龙门山、四明山，鉴湖、浙东运河、曹娥江、浦阳江。绍兴利用江南丘陵地形和丰沛水资源的山水地理优势，依托传统“越茶”产茶制茶优势区分布，高标准推进“美丽茶园”示范区建设，实现好茶出自好山、好水灌溉好茶，为抹茶产业发展奠定坚实基础。

3.生产情况

政策方面，2016 年，绍兴市人民政府办公室出台《关于加快发展品质茶业促进茶产业传承发展的若干意见》，提出建设“抹茶”特色小镇，深耕“抹茶”产业，支持龙头企业应用现代化工厂加工技术，开发生产“抹茶”，支持茶园(场)、合作社、茶农按标准建设“抹茶”原料基地，努力建设成为全国最大的“抹茶”生产和原料基地。2017~2019 年，由绍兴市农业农村局指导，绍兴御茶村茶业有限公司实施御茶村抹茶特色园项目，包括抹茶园改造提升、抹茶生产线引进升级、抹茶游客中心、旅游配套工程等，项目实施三年总投资达 4000 万元。2023 年，绍兴市将符合要求的抹茶生产茶园纳入 2024~2025 年绍兴市茶叶低温气象指数保险试点方案，按 C 类品种试点，每亩保险金额 1500 元，保险费 60 元（财

政补贴 42 元，农户自缴 18 元)，有效稳定当地抹茶茶园生产。

品种方面，绍兴从日本引进蕺北品种，并种植龙井 43、中茶 108 等适合开发高品质的抹茶加工产品的品种。标准方面，绍兴以品牌统一管理、品质统一规范为路径，推进抹茶生产管理规范化、标准化、先进化。2017 年，浙江省茶叶集团股份有限公司联合绍兴市抹茶生产龙头企业御茶村茶业有限公司等有关单位制定《抹茶》国家标准，规定了抹茶的术语和定义、要求、试验方法、检验规则、标志、标签、包装、运输和贮存。2020 年，浙江省农业技术推广中心联合绍兴御茶村茶业有限公司等有关单位制定《抹茶审评技术规范》，规定了抹茶及其原料碾茶的审评条件、审评方法、审评结果判定等要求。2022 年，绍兴御茶村有限公司在省级农产品标准化生产绩效评价中获 A 级。

质量认证方面，绍兴御茶村有限公司通过 ISO9001、ISO22000、FSSC22000、HACCP、FDA、国际有机（包括欧盟 EU、美国 NOP、澳大利亚 ACOS 和日本 JAS）、中农有机、雨林联盟和 HALAL 等认证。

产量规模方面，绍兴市御茶村有限公司现有国家茶叶标准示范区茶园近万亩，其中核心区茶园 3500 余亩，拥有全自动生产流水线 4 条，碾茶生产线 16 条，冷藏库 10 余个，年产干茶能力超 1100 吨，其中，抹茶产量近 1000 吨。茶园

覆盖原高新区及周边3场7个镇39个行政村5000多户农户。

（二）浙江杭州

1. 产业区域

杭州市是浙江省省会、副省级城市，地处浙江省北部、钱塘江下游，是长江三角洲中心区城市。截至2024年末，杭州市下辖10个区、2个县，代管1个县级市，总面积16850平方公里。杭州市属亚热带季风性气候，市境地势自西向东逐渐降低，低山丘陵、河谷盆地、堆积平原兼有。杭州市抹茶原料基地主要集中在余杭区和临安区。早在2005年，杭州已被授予“中国茶都”的称号，确立了其在全国茶产业中的重要地位。2019年，余杭区径山被授予“中华抹茶之源”称号，进一步强化了杭州市在抹茶产业中的品牌形象和市场影响力。

2. 环境特征

杭州地处北亚热带南缘季风气候区。冬夏季较长、春秋季节较短，气候温暖湿润，雨量充沛，年平均气温在 15.6°C ~ 17.6°C 之间，年降水量约为1200~1800毫米，年均日照时数约1700~1900小时。杭州市境内地形多样，小气候差异明显，尤其是径山、临安等丘陵地区，昼夜温差适中，湿度适宜，非常有利于茶树的生长和茶叶内含物质的积累，为发展高品质抹茶产业提供了得天独厚的自然条件。

3. 生产情况

品种方面，杭州地区抹茶生产主要选用适宜蒸青加工的优质茶树品种，如龙井系、鸠坑群体种、迎霜、翠峰、中茶108等。这些品种芽叶细嫩、内含物丰富，能有效保证抹茶的色泽鲜亮、滋味鲜爽。

标准方面，杭州依托“中国茶都”的产业地位，积极推行茶园生态化、管理标准化、产品认证化。杭州市余杭区径山蒸青茶业协会联合中华全国供销合作总社杭州茶叶研究院、杭州市标准化研究院、杭州径林茶业有限公司等单位制定《绿茶 第6部分：蒸青茶》国家标准。浙江省茶叶集团股份有限公司联合有关单位参与制定《抹茶》国家标准、《抹茶审评技术规范》地方标准。

产量规模方面，截至2023年，杭州市现有各类茶厂1190个，其中初制茶厂1119个，精制茶厂71个。全市机械化、自动化、标准化的加工方式推广力度大，目前已经形成了以精制茶加工为主，茶粉、抹茶等深加工为辅的上下游产业价值链。龙头企业浙茶集团下属浙江骆驼九宇有机余杭径山基地现有有机茶基地3000亩，常规茶园3000亩，订单协议茶园20万亩，红茶、抹茶等年产量近1000吨。

（三）浙江金华

1. 产业区域

金华市位于浙江省中部，东邻台州市，南毗丽水市，西连衢州市，北接绍兴市、杭州市，属浙中丘陵盆地地区，地

势南北高、中部低；为中亚热带季风气候，四季分明，年温适中，热量丰富，雨量较多，总面积10942平方公里。金华市素有“历史文化之邦、山清水秀之乡”的美誉。武义和磐安分别被授予“中国有机茶之乡”“中国生态龙井茶之乡”，武阳春雨、磐安云峰、兰溪毛峰、箬阳龙珍等四个地方名茶获批国家地理标志产品。金华市抹茶原料生产基地主要集中在武义县、兰溪市、永康市、金东区。

2. 环境特征

金华市属亚热带季风气候，四季分明，年温适中，热量丰富，雨量丰富，干湿两季明显。春季气温回升快，但气温变化不定，春末夏初雨水集中，时有冰雹大风；夏季长而炎热，且雨热同步上升，常有干旱；秋季凉爽，空气湿润，时间短；冬季晴冷干燥，大气层结稳定。年度平均降雨量为1424毫米，年平均气温为16.7℃~18.2℃，光热水条件优越。土壤以黄壤土、红壤土为主，富含有机质，透气性良好，适宜茶树生长。金华市因此成为浙江优质绿茶主产区之一，绿茶品质优秀，氨基酸含量高，恰是加工碾茶和抹茶的适制区域。同时，金华市规模化茶园面积大，适合机采。

3. 生产情况

政策方面，金华市将抹茶定义为“特色高效”的重点发展产业，出台突出抹茶生产及产品开发的抹茶特色发展指导意见，同时强化科技支撑，结合浙江省厅组织实施农业部重

大技术协同项目《高质量功能性超微茶粉（抹茶）产业化配套技术与集成推广》。2021年，金华市发改委、农业农村局印发《金华市农业农村现代化“十四五”发展规划》，提出要“大力发展碾茶、抹茶”。2024年，金华市印发《乡村振兴支持政策三十条》《金华市茶叶全产业链发展三年行动方案》，出台专门“推进茶产业全产业链发展”的政策。鼓励高品质茶园示范创建，对创建的高品质示范茶园根据规模给予10~20万元奖励。鼓励茶产品精深加工，对名优茶和茶产品精深加工项目给予项目总投资40%补助，最高补助金额不超过100万元。鼓励茶旅融合示范基地创建，对创建的茶旅融合示范基地给予10万元奖励。对茶叶标准化示范基地建设，按每个示范基地10万元的标准进行奖励。对新型农业经营主体的生产经营性贷款给予50%贴息补助，单个主体年贴息补助最高不超过100万元。对新创成的省级未来农场、数字农业工厂分别给予一次性50万元、30万元奖励。

品种方面，金华市蕺北品种已种植500多亩，龙井43、迎霜等相对适合加工制作抹茶的品种面积有5万多亩。标准方面，2020年，浙江省农业技术推广中心联合金华市经济特产技术推广站、金华市抹茶生产龙头企业华茗园茶业股份有限公司等有关单位制定《抹茶审评技术规范》，规定了抹茶及其原料碾茶的审评条件、审评方法、审评结果判定等要求。质量认证方面，金华市茶叶种植面积稳定在35万亩，其中，

有机茶园认证面积超过 2.5 万亩，居全省第一，绿色茶园面积超 2.2 万亩。龙头企业华茗园茶业股份有限公司已通过 ISO9001、FSCC2200、AIB、雨林联盟、欧盟有机、绿色、FDA 等体系认证。

产量规模方面，金华市围绕龙井茶、抹茶等特色优势产业，持续推进技术研究及设备提升，创建技术先进、品质优良、效益显著的龙井茶、抹茶及抹茶食品等高标准原料基地和加工厂，抹茶（碾茶）生产线约 30 条。目前全市龙井茶产值达 4.85 亿元，抹茶（碾茶）产值达 1.8 亿元，居全省第二。龙头企业华茗园茶业股份有限公司拥有茶叶种植基地 2405 亩，带动深加工厂区占地面积约 2.8 万平方米，自动化生产线 12 条，年生产能力达 2 万吨，其中，抹茶产量超 1000 吨。

（四）江苏常州

1. 产业区域

常州市地处江苏省南部、长江三角洲腹地，东与无锡市相邻，西与南京市、镇江市接壤，南与无锡市、安徽省宣城市交界，属长江下游平原，兼有高沙平原和山丘湖圩，地势西南略高、东北略低；为亚热带湿润季风气候，土地总面积 43.72 万公顷。抹茶产业主要集中在常州市金坛区。金坛区是中国绿茶（名茶）之乡、全国重点产茶县、中国茶业百强县。近年来，金坛充分融合茶产业、茶文化、茶科技，实现

国家农业科技园区、省现代农业产业示范园“两园同创”，茶叶全产业链标准化示范基地入选国家级示范创建名单。国家抹茶加工技术研发中心、江苏省茶产业标准化技术委员会相继落户金坛。

2. 环境特征

常州市金坛区西界茅山，南濒洮湖，山水兼具，素有“江东福地”之美誉，北亚热带季风气候区的自然条件，有机质含量丰富的土壤条件，河湖纵横、年降雨量 1078.1 毫米的水资源条件，为金坛抹茶产业生产发展提供有力保障。

3. 生产情况

品种方面，金坛现有金坛雀舌、茅山青峰两大国家地理标志产品。近年来，金坛依托茅山茶海，建设智能温室育苗大棚，开展穴盘工厂化育苗技术研究，同时，选择适宜本地区气候和产品加工的无性系良种茶树品种，规模化引进国家级茶树良种“中茶 108”等优良品种及彩叶系列茶树品种。目前适宜制作抹茶的茶叶品种，春夏秋 3 个季节都可以采摘，茶田亩产量可超 1000 公斤，亩均效益超 1 万元，是传统春茶效益的 4~5 倍。

标准方面，2012 年，江苏省园艺技术推广站、金坛市鑫园粉茶有限公司联合制定《超微绿茶粉》地方标准，定了超微绿茶粉的要求、试验方法、检验规则、标志、标签、包装贮运要求。2017 年，浙江省茶叶集团股份有限公司联合江苏

鑫品茶业有限公司等有关单位制定《抹茶》国家标准，规定了抹茶的术语和定义、要求、试验方法、检验规则、标志、标签、包装、运输和贮存。2020年，江苏省农业科学院、江苏茅山茶海有限公司、江苏鑫品茶业有限公司联合制定《抹茶用茶树栽培技术规程》地方标准，规定了抹茶原料生产的产地环境，建园，茶树种植，树冠培养，覆盖，鲜叶采摘，肥料管理，病、虫、草害防治等内容。

产量规模方面，江苏常州金坛茶叶种植面积常年保持在3.81万亩以上，总产量保持在2400吨以上。金坛区依托江苏鑫品茶业有限公司发展抹茶产业，发挥龙头企业带头作用，通过“公司+农户”产业化经营，带动茶业协会会员和茶农300多户，生产基地面积已达1.2万亩，抹茶产量超300吨。

（五）贵州铜仁

1. 产业区域

铜仁市位于贵州省东北部，武陵山区腹地，东邻湖南省怀化市芷江侗族自治县，北与重庆市秀山土家族苗族自治县接壤，西北高，东南低，全境以山地为主，大多数地域属中亚热带季风湿润气候区，总面积18003平方公里。抹茶原料基地涉及江口县、石阡县、印江县、德江县、思南县、沿河县、松桃县7个产茶重点县、34个种茶乡镇。2014年，铜仁市获“中国生态文明茶乡”。2018年，铜仁市获“中国高品质抹茶基地”“中国抹茶之都”称号。

2.环境特征

铜仁春温多变，绵雨较多；夏季炎热，日照充足；秋温速降，多阴多雨；冬少严寒，无霜期 290 天；年平均气温在 18 摄氏度左右，年平均降雨在 1100~1400 毫米。整体温暖湿润，云雾缭绕。其中，位于铜仁境内的梵净山，是联合国公布的世界自然保护遗产之一，森林覆盖率达 98%，负氧离子含量每立方厘米高达 12 万~18 万个，山高雾浓，空气质量优良率达 97%。据中国地质科学院勘测，铜仁市是贵州茶区最适宜种茶区域之一，“高海拔、低纬度、多云雾、寡日照”的自然条件，是典型的亚热带高原季风气候区，立体气候突出，昼夜温差较大，有利于茶叶物质和营养成分积累，赋予了铜仁具有发展抹茶产业得天独厚的资源优势 and 生态优势。根据谢妍纯等（2020）^[2]、沈炜等（2020）^[3]研究表明，具有良好生态环境和高海拔地理优势的贵州，生产的抹茶所含化合物种类多，含量高，其香气物质也较多，抹茶香气成分丰富，具有鲜爽醇厚的独特品质。

3.生产情况

政策方面，早在 2007 年，中共铜仁地委、铜仁地区行署出台《关于加快生态茶产业发展的意见》，强调要支持企业开发茶粉，抓好茶叶精深加工。2018 年，铜仁市人民政府办公室印发《铜仁市抹茶产业发展实施方案的通知》，提出

[2]谢妍纯,邢彦纯,李妙清,等.不同产地抹茶的香气成分分析[J].饮料工业,2020,23(04):23-29.

[3]沈炜,尹军峰,陈根生.我国抹茶产业现状与创新发展的[J].中国茶叶,2020,42(10):9-13.

要把铜仁打造成为国际抹茶文化中心、交易中心和“世界抹茶之都”。2019年，中共铜仁市委办公室、铜仁市人民政府办公室出台《铜仁市加快推进抹茶产业发展实施方案》，部署着力抓好抹茶基地建设、抹茶生产加工、抹茶产品开发等十项重点工作。2024年，铜仁市人民政府办公室进一步加强抹茶产业建设，出台《关于印发铜仁市做大做强抹茶产业三年行动实施方案（2024-2026年）的通知》，提出到2026年，全市抹茶基地达到8万亩，抹茶产量达到2000吨以上。

品种方面，铜仁市种植的茶树品种主要有“福鼎大白茶”“石阡苔茶”“龙井43号”等国家级和省级地方茶树良种，其中：适宜制作抹茶“福鼎大白茶”“龙井43号”等茶树品种居多，因其品种叶片叶绿素、氨基酸、蛋白质含量较高，咖啡因含量低，加之采取配方施肥、覆盖遮阳等辅助的农艺措施，制作的抹茶产品颜色、香气和滋味俱佳，是制作高档抹茶原料的理想品种，具有发展抹茶产业的品种优势。

标准方面，2018年，贵州是农业委员会牵头，贵州省绿茶品牌发展促进会、铜仁市农业委员会、贵州贵茶有限公司等联合起草《贵州抹茶》地方标准为铜仁市开展抹茶生产提供基本遵循。同年，铜仁市相继发布《梵净碾茶》《梵净抹茶》团体标准。2020年，铜仁市按照“标准化、机械化、规模化、绿色化、优质化、高效化”的建设要求，在全国范围内率先制定发布《梵净抹茶标准化茶园建设技术规程》《梵

净抹茶茶园管理技术规程》《梵净抹茶加工技术规程》《梵净抹茶审评技术规范》等地方标准，建立和完善抹茶种植、管理、采摘、加工、贮藏、运输、审评检验等“从茶园到茶杯”全产业链抹茶标准体系。在抹茶基地建设上，严格按照选好种植区域、选好种植主体、选好茶树品种“三选好”的要求，高标准、高起点、高规格推进抹茶原料基地建设。在抹茶基地管护上，严格按照统一投入品配送、统一病虫害防控、统一田间管护标准“三统一”的要求，全面推广物理防治和生态调控，全力打造干净放心、优质安全、世界一流的欧标抹茶原料基地。

产量规模方面，截至2024年，铜仁市抹茶种植规模6.16万亩，产量近1200吨，产值3.6亿元。建成全球最大抹茶单体车间2座、亚洲最大抹茶精制综合车间2座、一流抹茶自动化精制生产线4条、碾茶生产线41条；开发抹茶系列衍生产品20余款，在省内外开设梵净抹茶体验店及销售网点80余个，梵净抹茶系列产品销往国内30余个城市、出口40多个国家和地区。构建“集团公司+龙头企业+专业合作社+家庭农场+农户”利益联结机制，推广“保底收购+分红”“订单农业”等模式，形成“产业共建、发展共商、利益共享”产业共同体，抹茶产业带动当地7个县、34个乡镇、40余家茶叶龙头企业，茶企年均增收8%以上，带动10.8万名农村留守妇女、老人就业增收和超2000名青年群体创新创业

增收。

(六) 安徽六安

1. 产业区域

六安市位于安徽省西部，大别山北麓，长江三角洲西翼，毗邻省会合肥市，地势西南高峻，东北低平，呈梯形分布，属于北亚热带向暖温带转换的过渡带，总面积 15451.2 平方公里。是中国十大历史名茶“六安瓜片”的原产地。抹茶原料及加工基地主要涉及六安市裕安区。

2. 环境特征

六安市裕安区是中国最北的茶区，昼夜温差大，茶树新梢生长慢，有利于茶叶中茶多酚、氨基酸、维生素等物质的形成和积累。六安属于北亚热带向暖温带转换的过渡带，四季分明，气候暖和，雨量充沛，光照充足，无霜期长，适宜茶树生长。六安茶树多生长在海拔 100~600 米的山上，茶园土壤多为黄棕壤土、沙质壤土，由各种岩石风化而成，PH 值 4.5~6.5，土层深厚，质地疏松，有机质含量高。茶园多分布在山坡谷冲之中，茂林翠竹荫护茶树，茶园植被率高。茶树生长期间，山中兰花、杜鹃等鲜花与茶树争相为伴，茶叶浸润在鲜花中，形成了独特的地域香味。境内淠河、史河、杭埠河环绕青山沃土，茶山上常年云雾缭绕，茶园湿度大，漫射光多，茶树中营养物质积累丰富。特殊的地理位置和独特的产区环境，孕育而成的六安绿茶，芽叶肥厚，经久耐泡，

香气高长，滋味酣醇，达到世界顶级绿茶品质，为六安发展抹茶产业带来得天独厚的资源优势。

3.生产情况

2018年，六安市裕安区引进安徽抹茶村茶业有限公司投资9亿元打造集一、二、三产融合的六安瓜片种植与采摘、抹茶加工与制品、抹茶工艺与文化、抹茶主题旅居和度假的“抹茶小镇”乡村振兴示范区项目。“抹茶小镇”地处裕安区独山镇境内，占地4500亩，其中抹茶工厂占地38.5亩，建筑面积1.7万平方米，总投资9000万元，年产抹茶1200吨，约实现产值3.5亿元，覆盖茶园面积约18万亩。抹茶可以利用遮阳等标准茶园建设，除了春季的常规茶采摘外，还能采摘夏秋两季茶，每亩每年增加茶农收益1500元以上，解决带动就业500人以上。“抹茶小镇”现已获得“全国休闲农业与乡村旅游4星级精品企业园区”“省休闲农业和乡村旅游示范园区”“省放心消费示范景区”和省级疗休养基地等殊荣。

（七）湖北孝感

1.产业区域

湖北省抹茶产业主要集中在孝感市。孝感市地处湖北省东北中部，桐柏山、大别山之南；长江以北，汉江以东；南与武汉市东西湖区及仙桃市毗邻，北与河南省信阳市交界，西接随州、荆门、天门，东连黄冈市红安县与武汉市黄陂区。

地貌自南向北为平原、丘陵、山区，气候为亚热带大陆性季风气候，总面积 8910 平方公里。孝感县现有大悟绿茶、龙剑茶、观音湖绿茶等国家地理标志产品。

2.环境特征

孝感属亚热带大陆性季风气候，四季分明，雨量充沛，温暖湿润，光照充足。年均气温在 15.5~16.5° C 之间，全年无霜期 225~257 天，年降雨量 1040~1230 毫米。孝感位于湖北省茶叶“五大优势产区”之一的大别山茶区，境内山峦起伏，层峦叠嶂，山间植被丰富，土壤肥沃。优越的自然资源和优良的生态环境奠定了孝感抹茶产业发展的良好基础。

3.生产情况

品种方面，包括鄂茶 1 号、中茶 108、龙井 43，以及从日本引进的适合做抹茶的奥绿、雅绿等 10 余个茶叶品种。

龙头企业带动方面，2017 年，孝感市通过招商引资，引进日本北川半兵卫茶叶公司与湖北仙峰茶业公司兼并重组注册成立湖北半兵卫茶业有限公司开展抹茶生产，建立“公司+镇级合作社+家庭农场+农户”和“务工+土地流转+集体分红”的利益联结模式，建设 1800 亩标准化抹茶园（含绿色有机认证面积 500 亩），辐射周边合作社建成茶叶基地 1500 亩，年产值超 6000 万元，带动当地超 300 名农户通过土地流转、务工、分红三方面增收，每年为村集体增收 20 万元以上。

产量规模方面，孝感市现有抹茶茶园 3500 亩，碾茶、抹茶生产线 7 条，抹茶产能超 500 吨，产品出口到日本，供应国内茶颜悦色、霸王茶姬、星巴克等食品饮料企业，占据了国内 50% 的抹茶饮品市场。同时，2024 年，孝感市多次上门诚邀国内抹茶生产企业到孝感考察投资，经过多轮商务谈判，山东鸿雨农业科技有限公司、重庆北施林茶业有限公司等抹茶企业先后落户孝感市抹茶产业园，全市抹茶产能有望进一步提升。

三、抹茶品牌发展现状

（一）抹茶市场品牌

当前抹茶市场品牌的发展可以大致分为以下两种路径：

一是传统方式，将“抹茶”视为发展茶叶精深加工、提高产品附加值的一种手段，依托地方茶产业资源禀赋优势，发挥抹茶企业品牌引领作用，带动产品品牌发展的路径。以浙江、江苏等地为代表。浙江杭州余杭区依托径山茶（国家地理标志产品）等资源禀赋优势，发展以径山毛峰绿茶为龙头，径山红茶、蒸青茶、径山抹茶及各类茶衍生产品共同繁荣的茶系列产品格局。江苏金坛依托金坛雀舌、茅山青峰两大国家地理标志产品的产业基础优势，发挥龙头企业江苏鑫品茶业有限公司引领作用，带动“鑫园”“茅山茶海”等抹茶产品品牌快速发展。

二是将“抹茶”作为当地主导产业，聚焦抹茶全产业链

建设，发挥区域品牌资源要素集聚作用，带动企业品牌和产品品牌协同发展的路径。以贵州铜仁等地为代表，聚焦抹茶种植、管理、采摘、加工、贮藏、流通、审评检验等“从茶园到茶杯”全产业链建设，充分发挥“贵州抹茶”“梵净抹茶”区域品牌集聚土地、资金、人才等优势要素资源作用，带动“铜仁贵茶茶业股份有限公司”“江口净园春茶业有限公司”“九龙山茶业股份有限公司”等企业品牌、“贵茶”“抹山集”等产品品牌协同发展。

（二）抹茶经营企业类型

根据业务模式、产业链定位及技术应用，抹茶经营企业类型可划分为以下几类：

一是抹茶原料生产和初加工型。其特点是专注于抹茶原料的种植、采收及初级加工，覆盖茶园管理、鲜叶杀青、干燥等环节，为下游企业提供标准化原料。如抹茶产地的合作社、家庭农场及部分抹茶原料初加工企业。

二是涵盖抹茶全产业链或大部分产业环节的专营茶企，其特点是除专注抹茶原料种植外，还以抹茶粉为核心原料，开发多元化终端产品（如食品、饮品、化妆品），延伸产业链附加值。代表性企业包括铜仁贵茶茶业股份有限公司、绍兴御茶村茶业有限公司和杭州径山茶发展有限公司、宇治抹茶（上海）有限公司等。

三是抹茶相关科技研发与装备制造型。其特点是通过技

术创新优化生产工艺或研发专用设备，提升抹茶产业自动化与智能化水平。代表性企业包括江苏鑫品茶业有限公司、安徽抹茶村农业科技发展有限公司、四川省登尧机械设备有限公司、浙江越丰茶叶机械有限公司等。

（三）抹茶品牌市场价格

抹茶品牌零售终端产品以抹茶粉为主，价格在 16 元~720 元/100g 之间，近 90% 的产品价格在 200 元/100g 以内，近 60% 的产品价格在 100 元/100g 以内。不同品牌、不同品类、不同规格的抹茶粉价格具有一定差异。

整体来看，抹茶粉价格主要受产品标准化程度、加工程度、包装规格、品质认证等因素影响。其中，以自主品牌培育为目标，品牌特色鲜明、有机、产品品质较高且稳定的抹茶品牌价格较高，每 100g 的价格在 90 元以上。

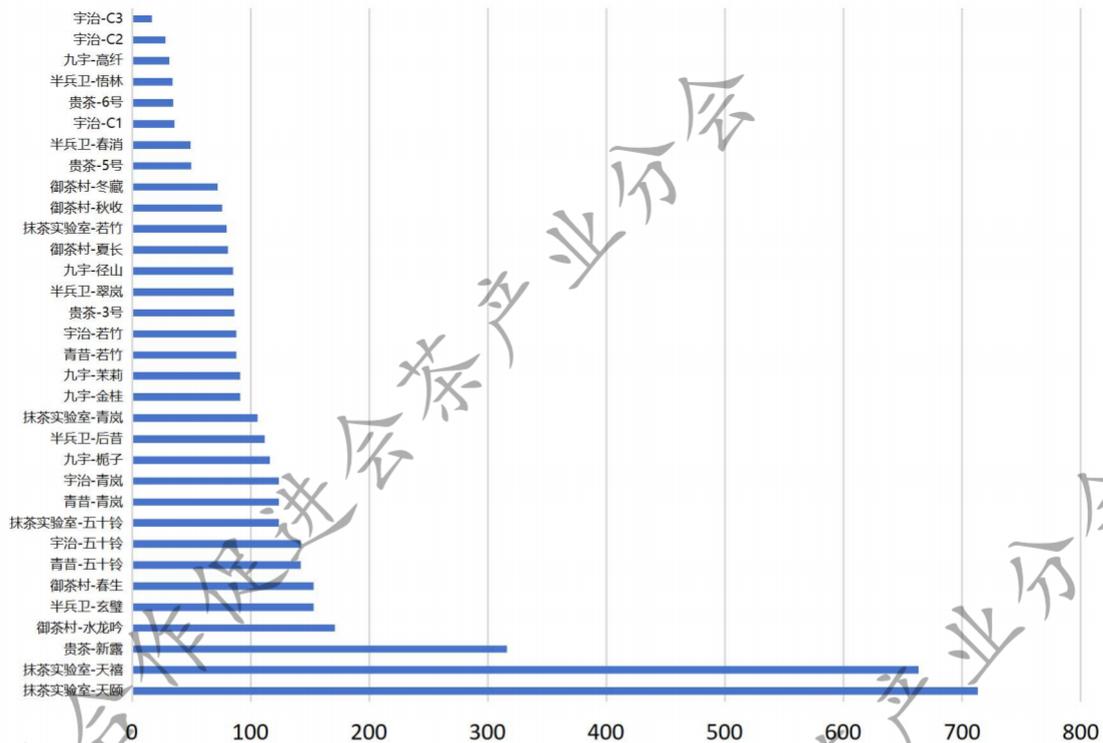


图1 抹茶粉电商平台终端价格 (元/100g)

(四) 抹茶品牌市场调研

相关调研数据显示，现阶段，终端消费者在购买抹茶产品的渠道选择方面，电商平台占比最大，约占样本总体的41%，由于近年来电商平台的发展，致使人们越来越热衷于线上购物。其次是实体店，占样本总体的35%，茶农或茶园、其他渠道分别占比20%、4%。

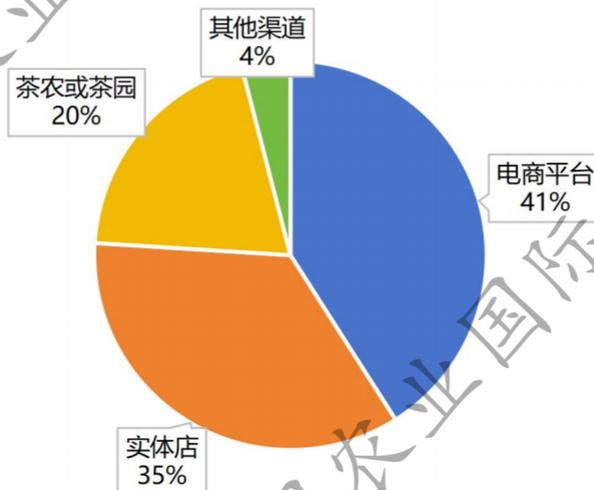


图2 抹茶品牌产品购买渠道占比(%)

抹茶品牌产品的购买原因方面,有26%的消费者是因为抹茶口感美味;21%的消费者是因为抹茶营养或健康价值;16%是因为抹茶品牌的社会认可度;16%是因为抹茶品牌的广告内容;12%是因为抹茶品牌产品开展促销活动;9%是因为抹茶品牌文化或品牌故事。

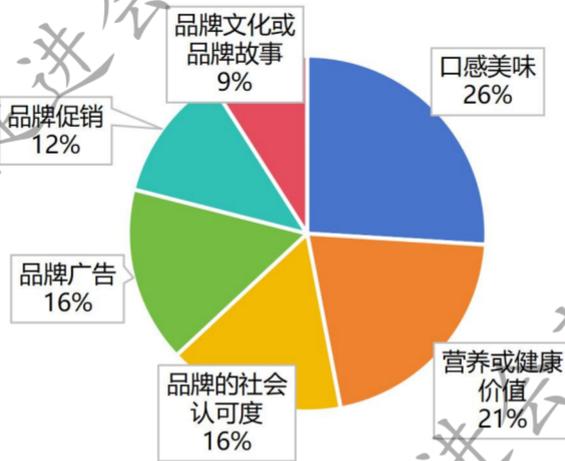
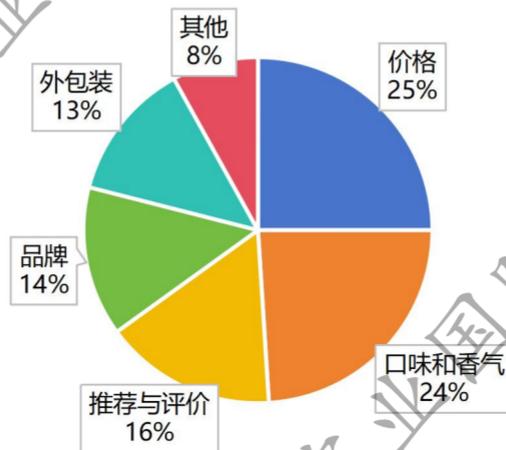


图3 抹茶品牌产品购买原因(%)

抹茶品牌产品的购买影响因素方面,消费者受价格影响最大,占比25%,符合消费者购买非必需品的心理。口味和香气、推荐与评价、品牌、外包装和其他分别占比24%、16%、14%、13%和8%^[4]。



[4]黄月池,陈静羽,李瑞雪,古赓洪.乡村振兴下贵州抹茶市场调研分析[J].电子商务评论,2024,13(4):5604-5616

图 4 抹茶品牌产品购买影响因素 (%)

从主流销售平台、社交媒体平台对抹茶品牌产品的评价也可以一窥端倪。消费者好评多集中在抹茶的口感、风味、溶解性、甜度等方面。而差评多集中在物流，如快递慢、包装破损等方面。

因此，抹茶品牌企业应着重满足消费者最关注、最根本的消费需求，加大对抹茶产品技术研发、标准化种植和精深加工投入，促进抹茶产品生产提质增效。同时，也应重视品牌营销推广、物流配送等环节，明确品牌定位，加大品牌标识标语、包装设计与健康、营养等概念的深度融合，并充分保证抹茶产品的配送时效，为消费者带来满意的体验。

四、梵净抹茶品牌发展现状

(一) 品牌历史文化

铜仁市种茶历史悠久，唐代茶圣陆羽在《茶经》中就有“茶之出黔中，生思州、播州、费州、夷州…… 往往得之，其味极佳”的记载，宋代点茶法将抹茶文化推向高峰，《明实录》也记载“思州方物茶为上”，明代永乐年间，梵净山茶就曾享誉朝野。境内还拥有印江团龙茶、石阡坪山茶、沿河姚溪茶、思南晏茶等一大批“贡茶”品牌，为抹茶产业发展奠定了基础。得益于梵净山高海拔、低纬度、多云雾、寡日照的自然地理优势，梵净抹茶氨基酸含量高、苦涩味少，具有降脂、抗衰、美容等 20 多种保健功效，被誉为“茶中

翡翠”。2017年，铜仁市乘全球抹茶产业供需关系的东风，多种类型茶叶种植转型为抹茶专属基地，引进先进技术，让梵净山茶与国际标准接轨，推动铜仁梵净抹茶产业快速发展。

（二）品牌培育主要做法

1. 加强顶层设计

近年来，铜仁市主要采取“政府主导、企业主体、市场运作、协调联动”的方式，实行统一建设标准、统一生产标准、统一公共品牌、统一质量监管、统一宣传推介的“五统一”发展管理模式，大力打造梵净抹茶品牌建设。先后印发《铜仁市生态茶产业发展助推脱贫攻坚三年行动方案（2017-2019年）》《铜仁市抹茶产业发展实施方案》《铜仁市做大做强抹茶产业三年行动实施方案（2024-2026年）》等政策文件，厘清品牌建设方向思路，推进品牌建设规范化发展。依托贵州抹茶省级公共品牌，打造“梵净抹茶”区域公用品牌，并扶持本地企业，打造企业品牌，形成双品牌联动格局。

2. 深化品牌推广

铜仁梵净抹茶通过多形式、多层次、多角度宣传推介，强化品牌曝光与公信力。一是建设品牌展示平台，在市内主要景区、高铁站、机场等重要地段建设梵净抹茶产品体验店、营销窗口，在江口县太平镇建设梵净抹茶特色小镇、在江口凯德园区建设抹茶产业园、在铜仁主城区建设梵净茶苑等，集中展示和推广梵净抹茶品牌及系列产品。二是举办节会活

动，连续多年举办梵净抹茶文化节、梵净抹茶大会、抹茶产业高峰论坛、抹茶产业高端对话等活动，为产业发展搭建交流平台，提升品牌知名度。三是进行媒体联动宣传，新华网、人民网等主流媒体发布《劝你试试贵州抹茶，理由1个就够了!》《“粤黔协作莞爱铜行”铜仁梵净抹茶—中国极品好茶，销量领先全球!》《天眼观消博 | 贵州抹茶从“隐藏款”走向“爆款”》等系列报道，显著增加了抹茶曝光率。

3.拓展品牌渠道

梵净抹茶的品牌渠道形成了线上线下的通路联动。铜仁市积极拓展线上销售渠道，利用电商平台的广泛覆盖性和便捷性，将梵净抹茶产品推向全国乃至全球市场。目前，铜仁市已建成铜仁市网红直播电商基地，常态化开展“梵净直播”活动，推动“电商+产业”深度融合发展。线下方面，在贵州省内主要景区、高铁站、机场等关键地段建设80余家“梵净抹茶”产品体验店，在上海、深圳、苏州等国内经济发达城市开设20余个营销窗口，并计划进一步增加体验店数量，不断扩大品牌覆盖范围，提升品牌影响力；组织企业参展，积极组织抹茶生产企业参加国内外大型茶事活动及展示展销活动，如茶博会等，让企业与市场直接对接，拓展销售渠道，提升品牌市场竞争力。此外，贵茶集团2017年落户江口，进一步提升了铜仁梵净抹茶的影响力和知名度。2024年，集团综合产值4.38亿元，其中梵净抹茶产值3.02亿元，线

上销售暴增 300%。

（三）品牌荣誉与带动效应

1.品牌荣誉

自 2018 年以来，铜仁梵净抹茶产品及县域发展持续获得国家认可：2018 年铜仁市在首届贵州梵净山国际抹茶文化节获得“中国抹茶之都”“中国高品质抹茶原料基地”“抹茶文化研究中心”等称号，首届“中华生态文明茶乡”“中华生态文明茶园”评选活动中，铜仁市茶园荣获了首届“中华生态文明茶乡”称号和“中华生态文明茶园”称号。2024 年，“梵净抹茶”区域公用品牌被纳入贵州省“两红三绿一抹”茶产业发展战略，并成功入选 2024 年中国农业品牌农产品区域公用品牌目录。铜仁市龙头企业贵茶公司先后入列国家级农业产业化重点龙头企业、贵州省 15 家农产品深加工高成长培育企业，抹茶加工厂顺利通过国际统一检查标准 AIB 认证，并获得第三届贵州省省长质量提名奖。

2.带动效应

（1）农户增收方面。在县委政府积极培育下，梵净抹茶已成为铜仁市特色支柱产业之一，在精准扶贫、巩固脱贫成效及乡村振兴中发挥着重要作用。2019 年，铜仁市实现投产茶园面积 128 万亩，实现茶叶总产量 11.21 万吨、茶叶总产值 108.9 亿元，全市涉茶人数 94.08 万人，茶产业带动 4.4 万名贫困人口脱贫，涉茶贫困户户均增收 2696 元。2024 年

贵州抹茶产销量全国第一，带动近 10 万茶农增收。

(2) 带动就业方面。围绕“集团公司+龙头企业+专业合作社+村集体经济+家庭农场+农户”利益联结机制，带动 11 万余人从事茶叶种植、生产、加工和销售工作，已是名副其实的带动农民增收的富民产业。以新田村道凶集体茶园为例，就带动了周边农户 80 多户 200 余人就业。

(3) 促进其他行业发展方面。推动贵茶集团将抹茶与梵净山文旅IP相结合，打造研学路线，让游客参观抹茶工厂、体验宋代点茶等。贵州抹茶产品积极融入“村超”“村BA”和贵阳马拉松等体育赛事，积极探索“茶文旅+”。目前梵净抹茶延伸的产品有抹茶面条、抹茶糍粑、抹茶拿铁、抹茶糕点等食品系列，探索研发出“抹茶+文创”“抹茶+饮料”“抹茶+化妆品”“抹茶+纺织”“抹茶+生态养殖”的系列产品。

五、梵净抹茶品牌互联网影响力指数研究理论和方法

(一) 农产品区域公用品牌互联网影响力指数评价理论

目前国外学者大多通过建模对互联网传播影响力进行评估。较为常见的是通过层次分析法（AHP）建立评价指标体系。层次分析法是将与决策有关的各个因素分解为目标、准则、指标等几个层次，在这一基础上进行定性和定量分析相结合的一种层次权重决策分析法。其基本思路是把需要研究的题目层次化，依据想要达成的目标和题目性质，将题目解剖成不同的组成因素，依据各因素之间的相对重要程度，

对问题进行比较并排序。该方法使用的前提是构造判断矩阵，得到最大特征值和所对应的特征向量，进行归一化后，就是该层次指标相对于上一个层次对应指标的相对重要性权值。

国外互联网传播影响力评价研究的评价对象主要涉及面向高校、智库、用户等，如 McNutt 对智库在网络中的影响力和知名度进行研究分析。Vargas-Quesada 通过对中东和北非地区的阿拉伯语大学之间的网络链接关系来评价大学之间的关联度。在利用层次分析法构建网络影响力指数时，国外部分学者关注自建网站和社交媒体如国际上流行的 YouTube, Facebook, Twitter 等对政治舆情、公共新闻等在网络空间中的影响力进行评估，发现通过这些社交媒体的传播可以有效促进互联网传播影响力的提升，因此在评价指标的选择上会着重考虑互动性。

我国互联网传播影响力评价对象涉及的领域较为广泛，各个行业或组织的影响力研究都较为常见，如政府、高校、医疗卫生、旅游文化、企业单位、机构知识库、智库等，这些评价对象从一开始就成为学界关注的重点。国内较早开始的是对传统媒体电视电影网络影响力的评价研究，部分学者认为传统收视率指标已经不能真实、全面地反映电视媒体的社会影响力水平，初步提出用网络知名度指标、网络被关注度指标，网络收视度指标三个新的网络影响力指标构建新的电视评价体系。部分学者利用层次分析法构建指标体系对文

化旅游品牌的网络影响力进行评价，分析消费者对旅游目的地的感知、满意度以及网络口碑对旅游决策产生的影响。

综上，在充分研究品牌互联网传播影响力相关理论和实证研究的基础上，结合梵净抹茶等区域公用品牌网络传播的实际情况，综合考虑影响农产品区域公用品牌互联网传播影响力的相关因素，构建相对完善的互联网传播影响力评价指标体系，为提高农业品牌竞争力，促进农业品牌网络传播提供依据。限于研究对象的特殊性，本研究采取层次分析法（AHP）确定各层次评价指标的相对重要性。

（二）梵净抹茶品牌互联网影响力指数评价方法和指标

本报告通过构建五个维度的品牌网络影响力评价指标体系，对指标进行赋值，综合计算农产品区域公用品牌互联网传播影响力指数。五个维度分别为品牌互联网推广活跃度、互联网认知度、互联网美誉度、互联网溢价能力和互联网市场竞争力。

（1）互联网推广活跃度。是指各个主体通过某种方式在网络上对品牌进行推介宣传的频率高低，即各主体对某一品牌通过相应的措施进行推广，以此让更多消费者了解该品牌的频繁程度。

（2）互联网认知度。是指在互联网环境中，消费者对某一品牌的知晓、了解和识别的程度。具体来说，认知度可以分为以下三个层次，第一个层次是消费者在互联网上能够

认出或回忆起某一品牌；第二个层次是消费者在认知的基础上能购买品牌产品；第三个层次是消费者认可品牌所代表的品质、形象和价值观，并形成重复性购买。本报告中的认知度指标通过全国范围内发放收集的调查问卷获取的数据进行测度和评估。

(3) 互联网美誉度。是指品牌在网络上获得公众信任、好感、接纳和欢迎的程度，是评价品牌声誉好坏的指标，侧重于“质”的评价，反映的是在网络上公众对事物的信任和赞美程度。

(4) 互联网溢价能力。是指品牌通过互联网上销售产品时，能够获得超过同类产品价格的能力。这种溢价能力主要来源于品牌的影响力、独特性、形象以及消费者的忠诚度等因素。

(5) 互联网市场竞争力。是指某一品牌产品超越其他同类产品的市场竞争能力，是开拓市场、占领市场并获取更大市场份额的能力。

(三) 梵净抹茶品牌互联网影响力指数评价数据来源

本报告指数计算所需数据来源于京东、淘宝、天猫、拼多多、盒马、山姆等电商平台；多点、美团优选等团购类平台；抖音、快手、微信、小红书等社交平台；新华网、新浪网、人民网、澎湃网、今日头条等网络媒体平台；以及省（区、市）农业品牌公共服务平台。数据期间为 2024 年 1 月-2024

年 12 月。

六、梵净抹茶品牌互联网影响力指数结果分析

（一）互联网推广活跃度指标分析

近年来，梵净抹茶利用互联网平台开展品牌推广和产品销售较为积极。品牌主体在抖音、小红书等社交媒体平台，淘宝、京东等电商销售平台建立运营账号。淘宝平台“贵茶叶旗舰店”粉丝数量达到近 9 万人，抖音平台“梵净抹茶香溢天下”“梵净抹茶”话题分别达到 206.1 万和 21.3 万次播放。经测算，梵净抹茶的互联网推广活跃度指标为 70.45，位列已经测算的 578 个农产品区域公用品牌 TOP250 以内，在测算的头部 65 个茶叶类区域公用品牌中位于 TOP25 之内，排名均中等靠上。在测算的西南地区农产品区域公用品牌以及贵州省农产品区域公用品牌中，梵净抹茶的排名分别在 TOP30 和 TOP10 之内。

（二）互联网认知度指标分析

互联网认知度指标反映了消费者对品牌的认识和了解情况，具体包含对品牌的知晓程度和对该品牌产品的印象。经过品牌的积极宣传和推广，梵净抹茶在互联网平台上获得了较高的知名度。经测算，品牌互联网认知度指标为 71.60，位列已经测算的 578 个农产品区域公用品牌 TOP200 之内，排名比较靠前。在西南地区农产品区域公用品牌中梵净抹茶位列 TOP30 内；在贵州省农产品区域公用品牌中位列 TOP5

以内；在测算的 65 个头部茶叶品类区域公用品牌中位列 TOP30 以内，排名中等偏上。梵净抹茶进行多种线上线下品牌推广尝试，如曾举办多届梵净抹茶大会等大型茶事活动，在央视、人民网等中央主流媒体报道，加深了消费者印象。

（三）互联网美誉度指标分析

互联网美誉度是指品牌在网络上获得公众信任、好感、接纳和欢迎的程度，是评价品牌声誉好坏的指标。从国内大型电商平台消费评价来看，梵净抹茶好评度较高。其中，产品“品质味道好”“颜色正”等品质类好评占好评总数的绝大比重。经测算，梵净抹茶的互联网美誉度指标为 95.33，在 578 个农产品区域公用品牌当中位列 TOP200 以内，排名比较靠前。在西南地区和贵州省农产品区域公用品牌当中排名分别位列 TOP20 和 TOP5 以内；在 65 个茶叶类头部农产品区域公用品牌中位列 TOP25 以内。

（四）互联网品牌溢价指标分析

互联网溢价能力是指品牌通过互联网上销售产品时，能够获得超过同类产品价格的能力。梵净抹茶的互联网品牌溢价指标为 81.02，在 578 个农产品区域公用品牌中位列 TOP100 以内。该产品互联网品牌溢价指标在西南地区农产品区域公用品牌中排名在 TOP15 以内；在贵州省农产品区域公用品牌中排名在 TOP5 以内。在茶叶类农产品区域公用品牌中梵净抹茶的互联网品牌溢价指标排名比较靠前，位于

TOP15 以内。产品特性和现有的品牌建设推广为梵净抹茶带来了较高的品牌溢价，且未来仍有一定溢价空间。

(五) 互联网市场竞争力指标分析

品牌互联网市场竞争力是反映其互联网影响力的重要指标，主要基于各个品牌的网络销售金额以及其所占销售份额进行测算。梵净抹茶的互联网竞争力指标为 90.15，在 578 个农产品区域公用品牌中排名 TOP150 以内，在 65 个茶叶类区域公用品牌中排名 TOP20 以内，在西南地区和贵州省农产品区域公用品牌中排名分别位于 TOP15 和 TOP5 以内。总体来看，梵净抹茶的市场竞争力处于相对靠前水平，其市场份额还有提升空间和增长潜力。

(六) 互联网影响力指数分析

根据综合测算结果，梵净抹茶的互联网影响指数为 80.60，在 578 个农产品区域公用品牌中位列 TOP150 以内，排名相对靠前。在西南地区农产品以及贵州省农产品当中排名分别在 TOP15 和 TOP5 以内；在 65 个茶叶类农产品区域公用品牌中梵净抹茶的互联网影响力指数位列 TOP15 以内。综合来看，梵净抹茶在互联网推广活跃度、互联网认知度、互联网美誉度、互联网溢价及互联网市场竞争力五个方面均能达到中等靠上水平，互联网传播基础逐渐夯实；而互联网推广活跃度在五个指标中排名又相对较弱，还有较大提升空间。梵净抹茶需要继续提高推广能力，开拓销售渠道，以占领市场。

七、梵净抹茶品牌发展趋势分析

（一）产业筑基与政策护航，搭建品牌可持续发展框架

贵州省铜仁市立足生态资源优势，以抹茶产业为核心抓手，系统化推进全产业链建设。政策层面，通过实施“五统一”管理模式、发布《铜仁市做大做强抹茶产业三年行动实施方案（2024-2026年）》等系列政策文件，构建了标准统一、质量可控的规范化发展框架，形成“梵净抹茶”区域公用品牌、企业品牌及产品品牌协同发展格局。产业基础方面，生态资源优势突出，坐拥153万亩生态茶园和梵净山独特生物圈，赋予产品“海苔味”浓郁的特色及茶多酚、氨基酸含量远超国标的品质优势；依托贵茶公司龙头带动，建成全球领先的智能化生产线和欧盟标准管理体系，形成涵盖61家联盟企业、17万亩欧标茶园的全产业链。未来建议梵净抹茶品牌一方面进一步优化源头种植结构，推广高产优质品种，形成差异化定位同时加强生态保护，避免过度开发，确保茶园可持续发展；另一方面可考虑探索“茶园托管+技术入股”等模式，实现资源优势互补。

（二）科技赋能与工艺革新，推进高附加值精深加工

铜仁市抹茶产业发展立足生态优势与科技赋能，构建了产学研协同的产业体系。在精深加工领域，依托贵茶集团建成全球最大抹茶单体精制车间及自动化生产线，以制药级洁净标准实现1300目超微粉碎工艺，突破国际品质壁垒；通

过严格执行欧盟标准体系，产品农残、重金属等指标均达国际出口标准。科技支撑方面，形成“产学研用”协同创新机制，联合中国农科院茶科所、江南大学等机构开展技术攻关，依托铜仁职业技术学院建立“抹茶精英班”人才培养体系，实现从茶园管理、碾茶加工到产品开发的全产业链人才培养。生态优势上，依托梵净山独特生物圈培育出茶多酚含量16.7%-31.5%、氨基酸含量3.1%-10.6%的优质抹茶，形成“翠绿色泽+海苔风味”的差异化品质。未来建议深化超微粉碎、风味提纯等核心技术研发，推动抹茶应用场景创新，开发功能性食品、美妆香氛等高附加值产品；建立茶科技产学研联合实验室，重点突破有机种植、智能加工等关键技术，持续巩固“生态+科技”双轮驱动的国际竞争力。

（三）线上下推广联动茶旅融合，塑造立体化品牌认知

目前梵净抹茶品牌已形成线上线下协同推广与文旅深度融合的立体化发展格局。线上层面，依托铜仁网红直播电商基地常态化开展“梵净直播”，实现全电商平台覆盖，2024年贵茶集团线上销售暴增300%；线下布局80余家景区及交通枢纽体验店、20余个经济发达城市营销窗口，并通过茶博会等国际展会拓展渠道。文旅融合方面，建成梵净抹茶特色小镇、产业园及茶苑等实体载体，以每年500万元专项资金推动抹茶与旅游、康养、文化跨界联动，举办抹茶文化节、产业峰会等活动强化品牌文化输出，形成“茶旅互促”产业

闭环。未来建议一方面优化线上内容生态，打造梵净山生态IP矩阵，强化“生态芯片”“欧盟标准”差异化标签；另一方面升级线下体验场景，在体验店增设抹茶制作工坊、AR茶文化展区等沉浸式互动模块，深化文旅融合，开发抹茶主题研学线路、生态茶园康养度假产品，联动景区推出“茶旅通票”等。

（四）生态溢价与标准引领，构筑市场竞争护城河

梵净抹茶目前已构建覆盖种植、加工、认证的全链条标准化体系。在贵州省推行“林-灌-草”生态茶园模式禁用128种农药，采取“以草抑草”绿色防控技术基础上，铜仁市在原料端按照“三个选好”原则，优选土壤、主体及良种（如龙井43号、福鼎大白茶）。生产端，贵茶集团打造全球最大抹茶单体车间，采用制药级10万级洁净标准，实现90%工序自动化；通过HACCP、ISO22000等国际质量体系认证，推行“欧盟标准+国内国外同质同标”模式，产品通过严苛国际检测。产业链协同上，形成“贵茶联盟”分工机制，实现茶园管护、茶青供应到碾茶加工的标准化联动。未来可考虑深化国际标准互认，推动欧盟有机认证及日本JAS认证等，建立全球抹茶标准话语权；强化生产智能化升级，引入AI质检、区块链溯源等技术，构建“种植-加工-检测”数字化标准管理平台；输出生态标准，将“贵州茶园禁用农药清单”“林灌草生态模式”转化为行业标准或团体标准；加强全产

业链标准化协作，制定抹茶分级分类标准，建立“种植主体+加工企业+科研机构”的标准化创新联盟。

（五）品牌系统化协同监管，数字赋能产业生态透明化

数字经济背景下，强化传统线下监管、重视创新线上监管对维护消费者权益和加强消费者信心均至关重要。未来梵净抹茶产业监管应形成线上线下协同管理新格局。线下可通过行业协会强化行业自律，依托质量安全检测中心完善标准体系，成立工作专班统筹推进产业规范；构建“政府主导监管+协会常态自查+第三方专业评估”三位一体管控机制，实现全链条质量动态监督。线上可深度融合区块链技术，打造“一茶一码”数字身份证系统，对种植采收、加工储运、销售流通等关键节点实施数据上链存证，消费者扫码即可获取农残检测、产地认证等品质信息；同步建立线上营销大数据监测平台，智能识别虚假宣传行为，形成“源头可溯、风险可控、信用可视”的智慧监管生态，通过数字化赋能推动传统茶业向透明化、标准化转型升级。同时应积极利用数字化平台编制发布抹茶价格指数和产业发展指数等，充分发挥指数作为产业发展“风向标”、市场运行“晴雨表”、价格风险“避雷针”的功能作用，进一步提升梵净抹茶的定价权、增强梵净抹茶品牌知名度、影响力和溢价能力。