

崇慧岩茶出口商业计划书

一、摘要

本文件详细说明了将中国种植加工的茶叶出口到外国市场的计划。该计划包括四个（4）阶段。第一阶段创建 Shopify 网店、进行初步的线上媒体和线下营销、向国外合作伙伴分发样品并测试附赠产品，为打开外国市场奠定基础。第二阶段将 Shopify 网店的所有权、产品的所有权、营销和分销转交给外国合作伙伴；与产品供应商以采购代理/顾问身份签订独家采购协议。第三阶段为 Shopify 商店添加订阅功能以促进并鼓励客户重复购买。第四阶段国外合作伙伴寻求 B2B 型销售机会，如与酒店、茶馆、餐馆等进行销售。

该商业计划的议程和目标是长期目标为国外合作伙伴、产品供应商和采购代理/顾问实现透明的共享利益。

第一阶段投资/收益描述：

外国合作伙伴：

投资：投入线上和线下的营销时间以建立客户基础并产生销售。

收益：无资金投入，通过灵活的时间拥有一个 Shopify 网店并生成被动收入。

产品供应商：

- **投资：**第一轮的茶叶产品库存投资。（见附录B）
- **收益：**借助采购代理/顾问的帮助，打开外国市场，向国外 Shopify 网店提供可持续的产品分销，并获得宝贵的市场调研反馈。

采购代理/顾问：

- **投资：**第一轮国际运输费用和附赠/促销产品的资金投入，创建商业计划以及协调供应商与 Shopify 商店之间的产品订单和物流（见附录B）的时间投入。
- **收益：**与产品供应商和国外合作伙伴建立商业合作关系，带来可持续的产品采购收入。

二、背景

茶叶及茶文化有着深厚的历史，茶叶的种植与消费已经遍及全球每个角落。茶叶开辟了贸易路线，引发了革命，发展了文化仪式，并随时间不断演变。每个人都可以花一生的时间去学习茶的某个方面。



在现代背景下，外国人饮茶通常通过将茶包放入个人茶杯中后加入沸水来冲泡。通常茶包中的茶叶经过精细研磨、干燥以及高度加工，给人以质量较低的感官体验。一些有经验的外国人可能知道原叶茶，但绝大多数人只知道使用这些干燥、低等级、一次性的茶包泡茶。许多外国人普遍听说过饮茶健康益处，但不了解更具体的研究，尤其是关于优质原叶茶能提供的健康益处。

理解不同市场的文化和饮茶习惯至关重要。东西文化的显著区别之一就是东方文化的群体性和西方文化的个体性。这种差异在饮茶仪式的比较中尤为明显。在东方，主人使用一套传统的茶具备茶，茶水在共用的茶壶中泡好后，主人将茶分倒给每位客人的茶杯中。而在西方，茶水通常是直接在个人的杯子里泡制且会根据个人口味加入糖、牛奶、柠檬或其他配料。这对于理解如何在西方文化中进行有效的市场推广至关重要。

第三、阶段描述

3.1、 第一阶段

商业计划的第一阶段通过建立一个 Shopify 在线商店，为进入外国市场奠定基础。此阶段将进行市场调研，评估营销策略效果、产品曝光度、附赠产品的作用以及其他相关但尚未明确的市调信息，从而为外国合作伙伴和产品供应商提供支持，并促进后续的营销活动。主要工作将集中在收集顾客在 Shopify 网店购物后的评论和反馈，线上线下问卷调查、博客文章以及其他形式的反馈。

产品库存将按季度（或根据销售需求）发送到海外仓进行分销，从而显著减少客户订单的运输时间和费用。预估数据计算的收益预测证明了此商业计划的可行性，计划实行后应根据前几轮的销售统计数据进行调整。附录 B、C 和 D 中已计算三轮产品订购和再订购的预估数据，这些数据将指导国外合作伙伴从采购代理/顾问处进行订货。（见附录 B、C 和 D）

第一轮库存的利润将在第一阶段结束时用于偿还启动成本，并作为库存资金重新投资以推动 Shopify 网店的资本投资增长。（见附录 B、C）

3.1.1 Shopify网店

Shopify 公司（Shopify Inc.）是一家总部位于加拿大渥太华的跨国电子商务公司，Shopify 是其专有电子商务平台的名称，专门用于建立 Shopify 商店及零售 POS（销售点）系统。该平台为零售商提供一整套服务，包括支付、营销、运输和客户互动工具。截至 2024 年，Shopify 已经在全球超过 175 个国家和地区托管了 560 万个活跃商店。

我方创建的 Shopify 网店将用于上架以及销售产品、管理库存并跟踪销售统计数据。国外合作伙伴的社交媒体和线下营销活动将引导客户访问 Shopify 网店购买产品并留下用户反馈。

Shopify 会根据客户的所在位置评估并收取适当的运输费用和相关税费。

关于 Shopify 的信息可以在<https://help.shopify.com/en> 页面找到。

Shopify 海外仓服务计算器可以在<https://www.shopify.com/fulfillment/calculator> 页面找到（见附录 E）。

3.1.2 样品包

两种（2）样品包将包括三（3）种茶叶，分别是中火炭焙和足火炭焙 2，5，3 系列茶叶，采用透明包装，清晰地展示每种茶叶的包装颜色。初期的产品样品包将发送给国外合作伙伴，以便亲自测试产品、创作媒体内容并在第四阶段发给潜在的 B2B 客户。

两种（2）茶叶样品包将与茶具（赠品）搭配，用来介绍 Shopify 商店中的中火炭焙和足火炭焙茶叶，并推广便捷饮用原叶茶品的方式。

3.1.3 赠品

为更好地适应外国市场的当前饮品文化，将测试并销售茶具、茶杯、茶宠等赠品到产品促销中。这些产品的目的是推动销售、增加原叶茶的饮用便捷度，并帮助产品在竞争中脱颖而出。赠品的受欢迎程度和接受度，可提供额外的营销、品牌塑造以及广告机会。

3.1.4 初步营销策略（见五、营销策略）

初步的营销策略包括国外合作伙伴创建社交媒体账户，发布促销视频、博客、聊天群组、调研、短视频和直播内容。（见附录 F 和 G）这一策略的目的是吸引顾客关注产品，激发兴趣，回答问题，引导客户访问购买网站，并收集反馈作为市场调研。每个国外合作伙伴将通过与所有相关方（即产品供应商、采购代理/顾问及其他外国合作伙伴）的小组会议共同讨论并根据自己的理想营销策略选择最佳的营销方法。

其他线下活动，如农贸市场、茶叶品尝和演示活动等也有助于推广产品。

3.2、第二阶段

第二阶段将 Shopify 网店的所有权和产品的所有权、营销和分销权转交给国外合作伙伴，并与产品供应商以采购代理/顾问身份签订独家采购协议。第二阶段将在第三轮网店销售（见附录 D）结束后由外国合作伙伴决定是否执行，因为此时大部分责任包括 Shopify 网店的管理、库存管理、营销、会计和客户服务等将转交给国外合作伙伴。

3.3、第三阶段

第三阶段将给 Shopify 网店设计并采用订阅功能以促进重复购买。国外合作伙伴和采购代理/顾问将设计并定制的订阅服务。订阅服务的例子包括季节性茶叶套餐、新品茶叶、赠品和/或参加特殊的线上或线下活动的权限。

3.4、第四阶段

第四阶段扩展国外合作伙伴的业务范围到潜在 B2B 合作机会，如酒店、茶馆、餐馆等。在熟悉茶叶产品、营销和电子商务销售流程之后，外国合作伙伴将与采购代理/顾问合作，推动 B2B 合作机会。

四、营销策略

营销策略将是提升国外客户对茶叶产品、茶文化、健康益处以及附赠产品的整体认知和了解的关键。国外合作伙伴将负责营销工作，并获得采购代理/顾问、产品供应商和其他外国合作伙伴的支持和协助。

4.1、营销方法

营销方法将包括但不限于社交媒体博客、帖子、视频、直播短片、线下活动以及线上线下营销整合的样品赠送活动。（见附录 G）详细的计划将被制定以帮助国外合作伙伴进行营销，并指导样品的分发和折扣活动。拟定的日程安排可有规划的标准化并协调各种营销促销活动。

4.2、销售清单

单盒销售相比于双盒销售将显著增加海外仓服务费用（见附录 B）。为避免这些额外成本，提出了两种方案：1. 列出单盒产品，并设置两盒的最小订购量。该方案的优势是显示单盒价格，但每笔交易的总收入是双倍的。缺点是可能阻止潜在客户完成购买。2. 列出双盒销售，将单盒价格翻倍，同时明确展示总价格。

最佳销售方案将在创建 Shopify 网店时选择。

4.3、促销活动

促销活动将增强营销策略的效果，其主要目的是通过提供“免费”赠品促使客户完成第一次交易。例如，促销活动将两套样品包与一个 Tea-fee Maker 茶水分离杯（赠品）组合，样品包按原价出售，并将 Tea-fee Maker 茶水分离杯作为赠品。Tea-fee Maker 茶水分离杯的成本将通过样品包的利润来抵消。（见附录 B、C 和 D）

未来的促销活动可以将类似的赠品组合在一起，或者在购物节日、参与市场调研反馈活动或其他机会中提供促销折扣。

五、市场调研

促销活动将与市场调研机会相结合，调研方式包括书面调研、在线调研、博客帖子反馈、视频内容反馈、面对面讨论以及其他方式。（见附录 F）收集到的反馈将被记录并整理成报告，报告中包含反馈、分析以及建议。结果根据各自语言与产品供应商和国外合作伙伴共享。

市场调研应持续进行，并与新产品、赠品、促销活动等同步协调。

六、预期挑战

6.1、FDA 批准

茶叶被视为一种可消费的食品产品，这意味着我方茶叶可能最终需要 FDA 批准，以避免在海关检查时出现货运延误。由于茶叶对消费者健康和安全的风险较低，FDA 批准将根据需要申请。采购代理/顾问将与产品供应商合作在必要时及时获得适当的批准。

<https://www.fda.gov/food/food-imports-exports/importing-food-products-united-states>

6.2、外国合作伙伴承诺

尽管所有合作伙伴的承诺至关重要，但由于本商业计划中未要求国外合作伙伴进行资本投资，故特别需要注意国外合作伙伴的承诺。如果国外合作伙伴决定停止参与计划，采购代理/顾问与外国合作伙伴将协商达成结束合作协议。后采购代理/顾问将寻找可替代的国外合作伙伴继续推进商业计划。

6.3、进口关税

在本商业计划制定时，美方海关尚未征收 HS 编码 0902.40.00 下的中国乌龙茶和红茶的进口关税。由于在制订该计划期间发生的政治变化，传闻称所有进口商品将征收 10% 的关税，因此在本商业计划的第一轮销售中已将这一可能的关税加入计算（见附录 B），以展示本计划在额外关税和运输费用增加情况下的可行性。如关税增加，这一额外费用将根据每轮订单数量决定且由每轮的销售利润吸收。

<https://rulings.cbp.gov/ruling/N203765>
<https://hts.usitc.gov/search?query=0902.40.0000>

6.4、国际运输费用

在制定本商业计划时，当前的国际运输费用已被高估约 20%，以预留一定的误差空间，适应不可预测的国际运输费用波动。在商业计划的第一轮中，还计算了这一估算的两倍费用，以展示该计划的韧性（见附录 B）。如果国际运输费用上涨，这一额外费用将由每轮的利润吸收且只会影响受额外国际运输费用影响的每轮库存订单数量。

6.5、Shopify 海外仓以及支付服务

如果 Shopify 海外仓和支付服务费用增加，这一额外费用将由每轮的利润吸收，只会影响受额外 Shopify 海外仓和支付服务费用影响的每轮库存订单数量。

附录A

Price Cost Margin Chart*							Exchange Rate		
							USD	CNY	
							\$1.00	¥ 7.27	
Item Number	303	306	263	266	563	566	xx3 Sample Pack**	xx6 Sample Pack**	Tea-fee Maker
Sale Price	\$24.00	\$24.00	\$30.00	\$30.00	\$36.00	\$36.00	\$30.00	\$30.00	\$25.00
Cost CNY	¥ 36.00	¥ 42.00	¥ 72.00	¥ 78.00	¥ 72.00	¥ 84.00	¥ 60.00	¥ 68.00	¥ 65.00
Cost USD	\$4.95	\$5.78	\$9.90	\$10.73	\$9.90	\$11.55	\$8.25	\$9.35	\$8.94
Sourcing Cost CNY	¥ 9.00	¥ 10.50	¥ 18.00	¥ 19.50	¥ 18.00	¥ 21.00	¥ 15.00	¥ 17.00	¥ 16.25
Sourcing Cost USD	\$1.24	\$1.44	\$2.48	\$2.68	\$2.48	\$2.89	\$2.06	\$2.34	\$2.24
Total Cost CNY	¥ 45.00	¥ 52.50	¥ 90.00	¥ 97.50	¥ 90.00	¥ 105.00	¥ 75.00	¥ 85.00	¥ 81.25
Total Cost USD	\$6.19	\$7.22	\$12.38	\$13.41	\$12.38	\$14.44	\$10.32	\$11.69	\$11.18
Margin	\$17.81	\$16.78	\$17.62	\$16.59	\$23.62	\$21.56	\$19.68	\$18.31	\$13.82

*All data shown are estimates and are subject to change in exchange rates, supplier production costs, and sourcing costs.
**Sample pack cost estimated from averaging respective item costs.

This chart shows the retail price, cost, sourcing cost, and margin converting for changes in currency.

附录B

Round 1 Projections									
International Shipping Costs		International Shipping Costs		International Shipping Costs		International Shipping Costs		International Shipping Costs	
R1 International Shipping Est.	\$500.00	R1 International Shipping Est.	\$500.00	R1 International Shipping Est.	\$500.00	R1 International Shipping Est.	\$500.00	R1 International Shipping Est.	\$500.00
International Shipping Cost x2	\$1,000.00	International Shipping Cost x2	\$1,000.00	International Shipping Cost x2	\$1,000.00	International Shipping Cost x2	\$1,000.00	International Shipping Cost x2	\$1,000.00
Fulfillment Costs		Fulfillment Costs		Fulfillment Costs		Fulfillment Costs		Fulfillment Costs	
Fulfillment 1 box	\$5.86	Fulfillment 1 box	\$5.86	Fulfillment 1 box	\$5.86	Fulfillment 1 box	\$5.86	Fulfillment 1 box	\$5.86
Fulfillment 2 box	\$6.22	Fulfillment 2 box	\$6.22	Fulfillment 2 box	\$6.22	Fulfillment 2 box	\$6.22	Fulfillment 2 box	\$6.22
Fulfillment 2 box tea-fee maker	\$9.72	Fulfillment 2 box tea-fee maker	\$9.72	Fulfillment 2 box tea-fee maker	\$9.72	Fulfillment 2 box tea-fee maker	\$9.72	Fulfillment 2 box tea-fee maker	\$9.72

R1 Cost Revenue Calculator									
Item Number	303	306	263	266	563	566	xx3 Sample Pack**	xx6 Sample Pack**	Tea-fee Maker
Sale Price	\$24.00	\$24.00	\$30.00	\$30.00	\$36.00	\$36.00	\$30.00	\$30.00	\$25.00
Order Quantity	10	10	10	10	10	10	60	60	60
R1 Cost USD*	\$4.95	\$5.78	\$9.90	\$10.73	\$9.90	\$11.55	\$8.25	\$9.35	\$8.94
Total Revenue	\$240.00	\$240.00	\$300.00	\$300.00	\$360.00	\$360.00	\$1,800.00	\$1,800.00	\$1,500.00
Total Product Cost	\$49.52	\$57.77	\$99.04	\$107.29	\$99.04	\$115.54	\$495.19	\$561.21	\$536.45
Total Single Fulfillment Expense	\$58.60	\$58.60	\$58.60	\$58.60	\$58.60	\$58.60	\$351.60	\$351.60	\$583.20
Total Dual Fulfillment Expense	\$31.10	\$31.10	\$31.10	\$31.10	\$31.10	\$31.10	\$186.60	\$186.60	\$583.20
Total Promo Fulfillment Expense									\$583.20
Total Single Payment Expense	\$9.96	\$9.96	\$11.70	\$11.70	\$13.44	\$13.44	\$70.20	\$70.20	\$61.50
Total Dual Payment Expense	\$8.46	\$8.46	\$10.20	\$10.20	\$11.94	\$11.94	\$61.20	\$61.20	\$61.50
Total Promo Payment Expense									\$70.20

*First round inventory does not apply 25% sourcing agent fees.

Revenue Totals	
R1 Total Inventory Revenue	\$6,900.00
R1 Total Promo Revenue	\$5,400.00

Expense Totals	
R1 Total Inventory Expense	\$2,121.05
R1 Total Single Fulfillment Expense	\$1,638.00
R1 Total Dual Fulfillment Expense	\$1,143.00
R1 Total Promo Fulfillment Expense	\$769.80
R1 Total Single Payment Expense	\$272.10
R1 Total Dual Payment Expense	\$245.10
R1 Total Promo Payment Expense	\$131.40

Projected Tariff Totals	
Trump Tariff	\$212.10

Profit Projections	
R1 Single Sales Model Profit	\$2,160.95
R1 Dual Sales Model Profit	\$2,682.95
R1 Promo Sales Model Profit	\$1,669.85

Profit Projections Unexpected Expenses	
R1 Single Sales Model Profit	\$1,448.85
R1 Dual Sales Model Profit	\$1,970.85
R1 Promo Sales Model Profit	\$957.75

附录C

Round 2 Projections

Round 1 Projections	
R1 Total Promo Revenue	\$5,400.00
R1 2/3 Reorder Goal	\$3,600.00
R1 Promo Fulfillment Expense	\$583.20
R1 Payment Expense	\$122.40
R1 International Shipping Refund	\$500.00
R1 Tea-fee Maker Refund	\$536.45
R1 Reorder Profit	\$1,857.95
Promo Reorder Cost	\$1,194.64
Tea Reorder Capital	\$663.31
Actual Tea Reorder Cost	\$631.36
Total Capital Re-investment	\$1,826.00

International Shipping Costs	
R2 International Shipping Est.	\$500.00

Fulfillment Costs	
Fulfillment 2 box	\$6.22
Fulfillment 2 box tea-fee maker	\$9.72

Payment Costs	
Per Transaction % Cost	2.9%
Per Transaction Cost	\$0.30

Quarterly Fixed Costs	
Quarterly Online Store Cost	\$117.00
R2 Storage Fee	\$133.20

Cost Revenue Calculator									
Item Number	303	306	263	266	563	566	xx3 Sample Pack**	xx6 Sample Pack**	Tea-fee Maker
Sale Price	\$24.00	\$24.00	\$30.00	\$30.00	\$36.00	\$36.00	\$30.00	\$30.00	\$25.00
R1 Profit Reorder Distribution	40% of Reorder Capital After Calculated Promo Restock						60% of R1 Promo Stock		
	Reorder Stock Qty Calculations use Qty Sold to Balance Inventory								
R1 Qty Sold	0	0	0	0	0	0	60	60	60
R2 Reorder % Qty	23%	27%	25%	25%	0%	0%			
R2 Reorder \$ Qty	\$152.56	\$179.09	\$165.83	\$165.83	\$0.00	\$0.00			
Cost USD	\$6.19	\$7.22	\$12.38	\$13.41	\$12.38	\$14.44	\$10.32	\$11.69	\$11.18
R2 Reorder Qty Estimate	24	24	13	12	0	0			
R2 Adjusted Reorder Qty	24	24	12	12	0	0	36	36	36
Total Inventory	34	34	22	22	10	10	36	36	36
R2 Reorder Cost	\$148.56	\$173.31	\$148.56	\$160.94	\$0.00	\$0.00	\$371.39	\$420.91	\$402.34
R2 Revenue Projection	\$816.00	\$816.00	\$660.00	\$660.00	\$360.00	\$360.00	\$1,080.00	\$1,080.00	\$900.00
R2 Total Dual Fulfillment Expense	\$105.74	\$105.74	\$68.42	\$68.42	\$31.10	\$31.10	\$111.96	\$111.96	
R2 Total Promo Fulfillment Expense									\$349.92
R2 Total Dual Payment Expense	\$28.76	\$28.76	\$22.44	\$22.44	\$11.94	\$11.94	\$36.72	\$36.72	\$36.90
R2 Total Promo Payment Expense									\$73.44

Revenue Totals	
R2 Total Inventory Revenue	\$6,732.00
R2 Total Promo Revenue	\$5,832.00

Expense Totals	
R2 Total Reorder Inventory Expense	\$1,826.00
R2 Total Dual Fulfillment Expense	\$984.36
R2 Total Promo Fulfillment Expense	\$760.44
R2 Total Dual Payment Expense	\$236.63
R2 Total Promo Payment Expense	\$199.73

Profit Projections	
R2 Dual Sales Model Profit	\$2,934.81
R2 Promo Sales Model Profit	\$2,295.63

附录D

Round 3 Projections

Round 1 Projections	
R2 Total Revenue	\$5,832.00
R3 2/3 Reorder Goal	\$3,888.00
R2 Promo Fulfillment Expense	\$506.96
R2 Payment Expense	\$133.15
R2 International Shipping Refund	\$500.00
R2 Reorder Profit	\$2,747.89
Promo Reorder Cost	\$597.32
Tea Reorder Capital	\$2,150.57
Actual Tea Reorder Cost	\$2,112.79
Total Capital Re-investment	\$2,710.11

International Shipping Costs	
R3 International Shipping Est.	\$500.00

Fulfillment Costs	
Fulfillment 2 box	\$6.22
Fulfillment 2 box tea-fee maker	\$9.72

Payment Costs	
Per Transaction % Cost	2.9%
Per Transaction Cost	\$0.30

Quarterly Fixed Costs	
Quarterly Online Store Cost	\$117.00
R3 Storage Fee	\$185.40

Cost Revenue Calculator									
Item Number	303	306	263	266	563	566	xx3 Sample Pack**	xx6 Sample Pack**	Tea-fee Maker
Sale Price	\$24.00	\$24.00	\$30.00	\$30.00	\$36.00	\$36.00	\$30.00	\$30.00	\$25.00
R3 Profit Reorder Distribution	70% of Reorder Capital After Calculated Promo Restock						30% of R1 Promo Stock		
	Reorder Stock Qty Calculations use Qty Sold to Balance Inventory								
R2 Qty Sold	10	20	4	8	2	4	26	26	26
R3 Reorder % Qty	15%	30%	12%	24%	6%	12%			
R3 Reorder \$ Qty	\$325.84	\$651.69	\$260.68	\$521.35	\$130.34	\$260.68			
Cost USD	\$6.19	\$7.22	\$12.38	\$13.41	\$12.38	\$14.44	\$10.32	\$11.69	\$11.18
R3 Calculated Reorder Qty Estimate	52	90	21	38	10	18			
R3 Adjusted Reorder Qty	52	90	20	38	10	18	18	18	18
R3 Total Inventory	76	104	38	52	18	24	28	28	28
R3 Reorder Cost	\$321.87	\$649.93	\$247.59	\$509.63	\$123.80	\$259.97	\$185.69	\$210.45	\$201.17
R3 Revenue Projection	\$1,824.00	\$2,496.00	\$1,140.00	\$1,560.00	\$648.00	\$864.00	\$840.00	\$840.00	\$700.00
R3 Total Dual Fulfillment Expense	\$236.36	\$323.44	\$118.18	\$161.72	\$55.98	\$74.64	\$87.08	\$87.08	
R3 Total Promo Fulfillment Expense									\$272.16
R3 Total Dual Payment Expense	\$64.30	\$87.98	\$38.76	\$53.04	\$21.49	\$28.66	\$28.56	\$28.56	\$28.70
R3 Total Promo Payment Expense									\$57.12

Profit Projections	
R3 Dual Sales Model Profit	\$5,102.80
R3 Promo Sales Model Profit	\$4,605.66

Expense Totals	
R3 Total Reorder Inventory Expense	\$2,710.11
R3 International Shipping Expense	\$500.00
R3 Total Dual Fulfillment Expense	\$1,416.64
R3 Total Promo Fulfillment Expense	\$1,242.48
R3 Total Dual Payment Expense	\$380.05
R3 Total Promo Payment Expense	\$351.35

Profit Projections	
R3 Dual Sales Model Profit	\$5,102.80
R3 Promo Sales Model Profit	\$4,605.66

附录E

Total Projected Profit Scaling		
	Dual Sales Model Profit	Promo Sales Model Profit
R1 Projected Profit	\$1,970.85	\$1,669.85
R2 Projected Profit	\$2,934.81	\$2,295.63
R3 Projected Profit	\$5,102.80	\$4,605.66

Size and Weight of Tea and Tea-fee Maker				
cm/kg	Length	Width	Height	Weight
Tea	4	10	14	0.065
Tea-fee Maker	8	8	22	0.6
Tea-fee maker and promotional package fulfillment costs are the same.				

Total Inventory Cost Value	
R1 Inventory Cost Value	\$2,121.05
R2 Inventory Cost Value	\$2,486.24
R3 Inventory Cost Value	\$3,887.90

Expense Refund Schedule	
R2 Tea-fee +Shipping Refund	\$1,036.45
R3 Shipping Refund	\$500.00

附录 F

示例调查问题：

您如何看待喝茶这件事？

您通常什么时候喝茶？

您喝过原叶茶吗？

您通常一天喝多少杯您最喜欢的饮品？

您早上通常喝什么饮料？

您如何看待 Tea-fee Maker（茶水分离杯）？

您认为茶是一种健康的饮品吗？

您是否能轻松获取足够热的水来泡茶？

您通常是在家、工作场所还是社交场合中喝热饮更多？

附录 G

社交媒体平台及活动简要清单

社交媒体平台清单：

Bluesky	https://bsky.social/about
Facebook	https://www.facebook.com
Snapchat	https://www.snapchat.com/
Instagram	https://www.instagram.com/
Threads	https://www.threads.net/
Pinterest	https://www.pinterest.com/
Reddit	https://www.reddit.com/
X (Twitter)	https://x.com/
TikTok	https://www.tiktok.com/
YouTube	https://youtube.com/
WhatsApp	https://www.whatsapp.com/
Telegram	https://telegram.org/
Twitch	https://www.twitch.tv/
Quora	https://www.quora.com/
Mastodon	https://joinmastodon.org/
Discord	https://discord.com/

线下活动：

农贸市场
季节性活动
读书俱乐部