
浙江地区茶文化旅游资源面临的挑战及开发思路

路军慧

（浙江东方职业技术学院，浙江 温州 325011）

【摘要】茶叶资源是浙江地区的重要经济来源，茶文化作为浙江地区具备代表性的文化元素，对于浙江地区的文化构建具备一定的塑造作用。本文将深度分析浙江地区茶文化旅游资源所面临的一系列挑战，并提出相应的开发思路，将茶文化资源与旅游业有机结合起来，在彰显本地区茶文化的同时推动本地区旅游行业的发展，实现文化发展与旅游经济发展的双赢。

【关键词】浙江；茶文化旅游；开发思路

近年来浙江地区在将茶文化与旅游业结合的过程中，实现了较大的发展，但是由于认知方面存在一定的缺陷以及茶文化旅游在实现过程中出现的一些执行方面的问题，使得浙江地区的茶文化旅游资源的发展面临着一定的挑战。下面，笔者将就浙江地区茶文化旅游资源面临的挑战展开分析，进而提出浙江地区茶文化旅游资源发展的新思路，希望能够为浙江地区茶文化旅游的发展提供一些理论参考。

1 茶文化旅游概述

所谓茶文化旅游，就是以茶文化为借力点，依附茶文化推出与其相关联的旅游项目，在彰显旅游创新性的同时实现推广茶文化以及振兴旅游业发展的双赢效应。对于浙江地区来说，茶叶作为重要的经济作物之一，在推动浙江地域经济发展的过程中发挥着重要作用，但是，只将茶叶作为创收的经济作物，忽略了茶叶本身具备的文化特性，创收效果会大打折扣。因此，浙江地区应该明确茶叶的文化特性对于促进浙江地区经济发展所具备的强大的推动力。深入挖掘茶叶具备的文化元素，并且将旅游产业作为宣传茶文化的载体，这样既迎合了当今“旅游热”的主要休闲娱乐方式走向，又能够将本地区的茶文化推广到全国地区，这带来的是文化产业与旅游产业的双向创收，对于推动浙江地区的文化软实力的发展以及增强浙江地区的经济实力具有实际的促进作用。

浙江省的气候为亚热带季风气候，地势多丘陵，且土壤为酸性土壤，具备适宜茶树生长的自然环境茶叶资源异常丰富。浙江的临安、新昌和杭州是著名的茶叶生产基地，且多名茶的培育，因而这些地区的茶叶资源与茶文化在全国都颇具盛名，具备了良好的品牌宣传基础。浙江地区的佛茶文化更是彰显出了浙江地区茶文化的与众不同，这对于开发浙江地区的茶文化旅游资源来说是一项具有新奇性与高度文化积淀的文化元素，分析浙江地区茶文化旅游资源开发所面临的机遇与挑战，探索绿色、可持续的开发路径对于浙江旅游业发展意义深远。

2 浙江茶文化旅游资源发展面临的挑战

2.1 茶文化旅游资源保护不足

基金项目：2015 浙江省旅游科学研究项目 《基于 2016G20 峰会与 2022 亚运会背景下浙江省残疾人旅游发展与障碍分析》（2015ZC29）

作者简介：路军慧（1976-），女，陕西大荔人，硕士研究生，讲师，主要研究方向：旅游管理。

由于茶文化旅游的兴起大力带动了浙江地区经济的发展，所以浙江地区茶文化资源的开发者受到利益的吸引，盲目对茶文化资源进行开发，导致一些地区茶文化资源开发过度或者开发不足的现象，造成了浙江地区茶文化资源发掘的不平衡性。对于一些过度开发的茶文化资源来说，会引发茶文化资源发展的可持续性问题，而对于一些开发不足的茶文化资源，则会由于无法彰显文化本身的独特性而受到忽视，有可能会使得这些茶文化资源最终被埋没，无法彰显其独特的文化特性。

2.2 茶文化内涵的挖掘不透彻

茶文化作为我国优秀传统文化的主要代表，其本身具备的文化特征是无比丰富的。其中，茶文化历史、茶的种植文化、喝茶之道以及茶在人们日常生活中发挥的待客之道的载体作用、茶文化在人际交流中起到的润滑作用，都是茶文化所包含的文化内容。因此，对于茶文化内涵的挖掘应该着眼于自然与人文两个方面，深度体会茶文化的具体内涵，只有这样才能真正发挥茶文化资源的文化韵味。但是，如今的浙江地区在对茶文化进行内涵挖掘时，挖掘力度不足，因而无法彰显出本地的茶文化的精妙绝伦之处，使得本地区的茶文化旅游无法与其他地区的茶文化呈现出差异性，因而难免使得浙江地区的茶文化旅游陷入同质化的窘境。

2.3 茶文化旅游宣传力度薄弱

浙江地区在对茶文化旅游进行宣传的过程中，往往无法体现出茶文化旅游的文化性，而是过多渗透了对茶文化经济效益的关注，宣传点过多放在茶叶产品之上，注重消费者在茶叶产品方面的消费能力，忽视了茶文化对于消费者产生的更为巨大的号召力，因而使得茶文化旅游的宣传只是流于表面，无法深入消费者内心，没有为消费者提供选择茶文化旅游的上升到心灵共鸣境界的理由，这种宣传方式自然无法打动消费者。

2.4 茶文化旅游产品结构单一

茶文化旅游产品结构单一也是当今致力于开发茶文化旅游的地区存在的共病。消费者在不同地区的茶文化旅游项目中，经历的都是有关采茶、品茶或者茶文化解读等方面的茶文化体验，虽然具备一定的文化特性，但是缺乏相应的个性特征，无法满足消费者的个性需求，使得茶文化旅游在消费者心目中形成了刻板印象，认为茶文化旅游无非就是用一种更加专业的方式喝茶，这是对于茶文化很深的误解。浙江地区要想真正体现出茶文化旅游的文化特性与个性，就要澄清这种误解。

2.5 茶文化旅游专业人才缺乏

高素质专业人才的缺失，是影响浙江地区茶文化旅游呈现出创新性与创意性的另一重要因素。消费者在进行茶文化旅游的过程中，是以文化体验者的身份置身其中，希望通过导游或者其他旅游项目服务人员对茶文化的讲述或者亲身教授，领悟茶文化的真谛。但是，当前的旅游服务人员在旅游方面虽具备一定的专业性，但是在对茶文化的解读方面，却也如“置身事外”的消费者，只晓得茶文化的其中大概，经不起消费者的深究，无法提供具备深刻文化特性的茶文化旅游服务，进而影响了消费者的茶文化体验效果。

3 浙江“茶文化”旅游的开发思路探索

3.1 旅游开发走持续发展之路

虽然浙江地区具备丰富的茶文化资源，但是，想要打造具备深刻茶文化特性的茶文化旅游，不仅需要个性，还要具备一定的共性，能够让消费者在本地区进行消费的过程中不仅能得到茶文化旅游地区普遍具备的茶文化资源体验，也能够体会本地区的茶文化特色。这样不会使消费者的内心存在缺失感。因此，浙江地区应该走“引进来”与“走出去”相结合的持续发展道路，

不断吸取其他地区的优秀茶文化资源，对本地区的茶文化资源进行扩充，也要让本地区的茶文化资源走向更广阔的地区，让浙江的茶文化享誉四方，为本地区的茶文化旅游建立群众基础。

3.2 培养高素质旅游文化人才

为了增强消费者的茶文化旅游体验，浙江地区在发展茶文化旅游之时，应该注重对高素质旅游文化人才的培养，使得茶文化旅游服务人员不仅要具备专业的旅游专业知识，还要精通茶文化，能够将旅游的专业性与茶文化的专业性相结合，打造真正的茶文化旅游服务人才。所以，在进行茶文化旅游人才的选拔时，应该注重对选拔人才两方面专业知识的考察，在员工上岗之后，定期对员工进行专业培训，不断扩充其茶文化知识储备量，使其能够为消费者提供全面、深刻的茶文化体验。

3.3 采取多渠道推广宣传模式

浙江地区在进行茶文化旅游宣传的过程中，不仅应该注重宣传点的文化特性，还应该注重宣传渠道的多样性。随着社会化媒介的不断发展，消费者接收信息的渠道也发生的巨大转变，如果仅仅在诸如电视、广播、杂志等平台进行宣传推广，已经无法适应消费者信息接收的习惯，也无法实现想要的宣传效果。所以，应该对消费者的媒介使用习惯进行调查，依据消费者的媒介使用习惯、消费习惯选择宣传渠道以及宣传方式，使得茶文化旅游宣传既体现出茶文化高端的文化性，又能够使得宣传方式拉近与消费者之间的距离，获得消费者的心理认同，只有这样，才能够使得茶文化旅游宣传起到培育消费者喜爱度。激发消费者消费欲望的宣传效果。

3.4 开展大型“茶文化”活动

开展大型茶文化活动，既可以宣传浙江地区的独特茶文化，也可以带动浙江地区茶文化旅游行业的发展，因此，茶文化活动的开展是扩大浙江地区茶文化旅游号召力的重要一环。在充满公益性与公关性的文化活动的推动下，可以有效借力电视媒体的宣传，扩大茶文化活动的宣传范围。而且浙江地区不同的区域具备自身独特的茶文化特性，通过在浙江不同区域开展茶文化活动，可以提升消费者对于浙江地区的茶文化辨识度，使消费者想到茶文化旅游时，第一反映便是浙江地区。大型茶文化活动的开展是一个长期的过程，应该注重文化开展的定期性，通过长时间的茶文化活动开展，更有利于对消费者形成心理暗示，培养茶文化旅游的潜在消费者。

4 结束语

浙江地区的茶文化资源的丰富性与独特性可以作为其开展茶文化旅游的主要依附。但是若想实现浙江地区茶文化旅游资源发展的持续性，就要正视茶文化旅游资源发展中遇到的挑战，积极提出相应的解决对策，为浙江地区茶文化旅游资源的开发与经营提供新的发展思路。在进行茶文化旅游产业的开发时，注重因地制宜性，避免对茶文化资源的过度开发或者开发不足，影响茶文化旅游资源的可持续发展性，促进浙江地区茶文化旅游长足发展。

参考文献：

- ① 韩利栋. 乡村教育旅游开发路径与产品设计研究[D]. 浙江师范大学, 2014.
- ② 周敦源, 陈剑峰. 浙江南太湖区域旅游开发研究——以湖州中心城市为例[J]. 改革与战略, 2010, 10: 118-121.
- ③ 朱世桂, 房婉萍, 张彩丽. 我国茶文化旅游资源现状、特性及开发思路[J]. 安徽农业大学学报(社会科学版), 2008, 03: 36-41.

-
- ④ 张延, 位寄和久. 浙江省海洋旅游资源开发研究的若干建议[J]. 海洋学研究, 2008, 03:83-89.
- ⑤ 张仁汉. 区域文化产业发展战略研究[D]. 华中师范大学, 2012.
- ⑥ 徐庆颖. 嵊州地区越剧文化的旅游资源开发分析[J]. 旅游纵览(下半月), 2014, 06:162-164+166.
- ⑦ 陈青红. 浙江省“美丽乡村”景观规划设计初探[D]. 浙江农林大学, 2013.