

传承中华茶文化助推茶文化产业发展

——以雅安为中心的研究

何一民 李琳¹

【摘要】：中国对人类的贡献除了造纸等四大发明外，茶、丝绸、瓷器和中药也对人类文明产生了巨大影响。四川雅安蒙顶山是迄今为止有记载的最早人工种植茶树并以茶为饮品的地方，因而蒙顶山被称为中国茶文化“圣山”。雅安还是中国黑茶的发源地和藏茶的主要供应地，故而雅安被称为“藏茶之都”。由于多种原因，当下雅安的茶产业规模虽大，但缺乏有影响力的地域茶文化品牌。针对雅安茶产业的现状，本文提出了转变发展观念，推动茶产业向茶文化产业转型；打造“蒙顶中国绿”和“黑茶之祖源”等茶文化地域品牌，提升茶文化企业的知名度和影响力等多项建议。

【关键词】：茶文化 文化产业 雅安

【中图分类号】G122 **【文献标识码】**A **【文章编号】**1008-0139（2018）7-0031-7

古代中国除了指南针、造纸术、雕版印刷和火药四大发明外，丝绸、茶叶、漆器、瓷器也是对人类文明做出巨大贡献的另四大发明，其中丝绸、茶叶、漆器都与四川有着十分密切的关系。四川是中国，也是世界茶文化的发源地。茶经历了从天然的茶向人工栽植和制作茶转化的过程，数千年来茶不仅作为一种健康的饮品受到越来越多的人欢迎，而且已经发展成为一种文化方式，渗入人们的日常生活之中。当今世界共有30多亿人以茶为饮品，茶文化的内涵也十分丰富多彩，茶文化产业也规模巨大。今天中国正进入新时代，在文化强国的背景下，茶文化产业的发展也面临新的机遇。四川是产茶大省，产量大，品种多，质量优，但竞争力相对不强，因而如何通过文化创新驱动，通过传承中华优秀茶文化，重新来提升四川茶文化产业，并使之成为文化强省的重要内容，成为今天需要思考的一个重要问题。本文以中国茶文化重要发源地雅安的茶文化产业发展为例，对此进行探讨。

一、雅安与中华茶文化的兴起

茶作为世界最主要的饮品，流行于世界主要的国家，据相关研究全世界约30余亿人饮用各类茶饮品。茶作为饮品发源于中国，中国最早以茶为饮品则发源于四川，而最早人工种植茶树有确切记载的则是在雅安的蒙顶山。饮茶起源于何时，至今并无定论。但据相关文献记载，周代建立之初，古蜀国就将茶作为贡品、祭品，贡献给周王朝，但目前还未得到考古资料的证明。古人认为茶是黄帝发明的，如陆羽《茶经》即这样描述的，但此仅为民间传说，并无可靠资料可以支撑这一说法。明末清初一代学术宗师顾炎武在《日知录》中对此进行了考证，他认为：“自秦人取蜀，而后始知有茗饮之事”，明确认为四川是茶的发源地。

从目前相关资料来看，至迟在西汉前中期，茶就不仅作为饮品盛行于城市社会，而且也开始作为商品进行买卖。西汉时期的著名文学家王褒所写《僮约》为我们留下了目前世界上最早关于茶叶、饮茶和茶叶买卖的记载。王褒，字子渊，蜀资中人，是西汉时期著名的辞赋家，与扬雄并称“渊云”。他在公元前59年所写《僮约》中就明确记载了“烹茶尽具”“武阳买茶”等事项。“烹茶尽具”，一是表明当时饮茶已经十分讲究，不是简单地煮一煮，或用开水泡一下就可以了，而是需要进行烹煮，其工序复杂；二是说明在当时饮茶已经相当流行和讲究，有专门的茶具，并且与其他生活用具是分开使用的，这表明在汉代城市中等阶层中，对饮茶

¹**作者简介：**何一民，四川大学历史文化学院教授；
李琳，四川大学外国语学院讲师，博士研究生，四川 成都 610064。

的高度重视和讲究,同时也表明此一时期饮茶的普及。“武阳买茶”则反映了茶已经作为商品,在市场上买卖。武阳在今眉山市彭山县双江镇,距成都城区数十公里,从成都到武阳往返百余里,一天是不能回来的,王褒为什么要求僮仆到武阳买茶,而不是就在成都买茶,其原因可能有二,一是据《华阳国志·蜀志》记载:“南安、武阳皆出名茶”,因而武阳作为优质茶叶产地不仅形成了重要的市场,而且可以在这里买到好茶;二是成都虽然作为西南的经济中心,也有茶叶交易市场,但在成都买到好茶则价格较贵,而武阳作为茶的产地其价格可以会便宜一些。此八个字由此反映出西汉时期成都地区茶叶交易相当兴隆,饮茶也已成为很普遍的事情。王褒所生活的时期比吴理真在蒙顶山种植茶要略早一些。这说明,在吴理真上蒙顶山种植茶树之前,茶叶已经作为饮品在蜀地为中上阶层人士所普遍接受,已经成为生活的习俗之一。尽管王褒所写《僮约》在前,但并不能因此就否定了吴理真在蒙顶山种植茶树对世界茶文化的贡献。因为王褒在《僮约》中并未记载所买卖、饮用的茶是原生长的茶树,还是人工栽培的茶树。故而仍然可以认为吴理真在蒙顶山栽培茶树并以茶叶作为饮品为最早。

雅安成为茶文化重要发源地不是偶然的,这与其自然地理条件有着密切的关系。雅安的地形地貌多样,气候类型为亚热带季风性湿润气候。因而,距今 2000 多年前,吴理真在蒙顶山种植茶树可以说是经过精心考察后所作的正确选择。蒙顶山的最高峰上清峰海拔 1456 米,一般地方的海拔高度多在 800 米至 1200 米;冬无严寒,夏无酷暑,年平均气温在 15 度左右,全年无霜约为 308 天,雨日多达 200 天左右,山区多云雾,土壤肥沃。因而无论是蒙顶山地区的海拔高度,还是气候和土壤,都是茶树生长的最佳地区,所产之茶皆为佳品。因而吴理真选择蒙顶山种植茶树是不是偶然的,也可以说蒙顶山作为茶文化圣山是当之无愧。

秦统一中国,随着中国多元文化的交汇、交融,四川的茶文化也逐渐传遍全国。汉唐时期,茶叶种植和茶叶生产销售已经遍及黄河上下、大江南北,茶文化不仅渗透到中国人的日常生活之中,而且也形成了更高层次的茶文化和茶道。从汉到唐,今四川地区始终保持着中国茶叶种植和制造重要地区的地位,产茶地区遍布全川各州县,其所产名品之茶甚多。唐玄宗时,蒙顶茶成为贡茶。公元 935 年,唐代文人毛文锡著《茶谱》记录了四川产茶状况和部分优质名品,“蒲村、棚口、灌口,其园名仙崖、石花等,其茶饼小,而布嫩芽如六出花者。”“蜀州晋原、洞口、横源、味江、青城,其横源雀舌、鸟觜、麦颖,盖取其嫩芽所造,以其芽似之也。又有片甲者,即是早春黄茶,芽叶相抱,如片甲也;蝉翼者,其叶嫩薄,如蝉翼也。皆散茶之最上也。”⁽¹⁾

唐宋时期,川茶的制作工艺出现飞跃,并且相继发明了绿茶、黄茶和黑茶制造工艺,这些制茶工艺在其后才逐渐传播到全国各茶区。

雅安不仅是中国最早人工种植茶树的地方,也是多项茶叶制作工艺的发祥地,尤其是被称为黑茶之祖的藏茶更是在这里发明的。藏茶是后发酵茶,属于最典型的黑茶,其颜色呈深褐色,用采摘于海拔 1000 米以上高山的成熟茶叶和红苔经过特殊工艺精制而成。黑茶工艺的形成同内地与西藏的经济文化交流有着直接的关系。据记载唐太宗贞观十五年(641),“茶叶自文成公主入藏地”⁽¹⁾。雅安所生产的黑茶名品——龙团、凤饼茶等也源源不断输入西藏,受到西藏社会各阶层的欢迎,逐渐成为生活必需品,并由此促进了唐代“茶马互市”的兴起。“茶马互市”是西部和北部从事畜牧业经济的少数民族用马匹等牲畜产品与内地换取茶叶、布匹、铁器等生产、生活用品的集市性贸易活动。茶马互市开通后,雅安成为茶马互市藏茶的主要产地。宋明时期,先后朝廷确立了“以茶治边”政策,先后实行“茶马互市”“榷茶制”“引岸制”等,由此推动雅安藏茶的快速发展。宋太祖“设茶马司于秦、洮、河、雅诸州,自碉门(今天全)、黎(今汉源)、雅(今雨城)抵朵甘、乌思藏(康、藏都司),行茶之地五千余里。”⁽²⁾宋神宗熙宁七年(1074),北宋朝廷在雅州(今名山新店)设立茶马司。⁽³⁾雅安在茶马互市的地位进一步提高。

雅安所产藏茶又称边茶,属于黑茶类,是一种后发酵茶,经过多重工艺制作后,具有养生、保健等多种功能,因而为长期生活在青藏高原的藏民所喜爱,成为藏族不同阶层的生活必需品,也成为蒙、维、回、羌等民族的日常生活必需品。在一地区甚至长期流传有:“宁可三日无粮、不可一日无茶”“一日无茶则滞、三日无茶则病”等民间谚语。因而雅安藏茶对于汉民族与周边少数民族的交往作出了重要的贡献,可以说在一定程度上也推动了中华民族命运共同体的构建。

二、雅安茶文化产业目前存在的不足

2000 多年来,雅安不仅大规模种植茶叶,而且还培育了丰富的茶文化。今天种茶业成为雅安的重要产业,产量十分巨大。2016 年,雅安有茶园 84.9 万亩,其面积在四川省各产茶地市中排名第三,占全国茶园总面积的 2.5%。雅安的茶叶品质优良,尤其以蒙顶山茶叶驰名全国,历史上曾有“扬子江中水,蒙山顶上茶”的美誉。同时雅安生产的藏茶也产量巨大,除主要供应藏区外,还广泛销售到国内西北各省区和海外。当前,雅安茶产业与 40 多万茶农有关密切关系,发展茶产业,与改善民生,提高农民收入有着直接的关系。近年来,雅安市委市政府将发展茶产业作为全市的一个重大发展战略来抓,成效显著,茶产业成为雅安支柱产业之一。但不可否认的是由于多方面的原因,雅安茶产业的发展还存在一些不足。

一是产量虽大,但缺乏品牌竞争力。蒙顶山的绿茶虽然品质优良,但却不能与省外的品牌绿茶相竞争,甚至不及省内的竹叶青、叙府龙芽等影响大、知名度高。以致于近年来每当春茶刚出之际,雅安成为省外著名品牌茶企的原料供给地。雅安藏茶虽然在民族地区有较大影响,但是在中国的主要城市却缺乏知名度,甚至被误解为低档茶。

二是雅安的茶企业数量虽然多,据《雅安市茶叶生产企业名录 2016 最新版》统计,2016 年雅安的重要茶叶生产企业达 412 家;但企业多以中小规模企业为主,缺乏龙头企业,难以形成产业集群。

三是缺乏企业家精神。相当部分企业主满足于小富即安,缺乏创新精神和开拓精神。整体上看,雅安茶企业缺乏领军人物,一些企业虽然雄心勃勃,但不能整合现有的企业。

四是重生产,轻营销。其一,重视茶叶原料(茶青)的生产;其二,重视茶叶的制作。雅安茶的品质虽然好,但市场开拓能力相对较薄弱,在海内外市场缺乏影响,以致成为国内知名品牌茶的原料生产地或初加工地。我们在北京、上海、广州等地很难看到雅安所产茶叶;在重要媒体上也看不到、听不到雅安茶。

五是高端人才缺乏,尤其是在管理、营销、技术和文化研究等方面缺乏创新型人才。

近年来,在四川省委、省政府和雅安市委、市政府的领导、支持下,雅安茶产业存在的问题有所改变,但在相关的调研之中,仍然发现以上这些问题不同程度地存在。

三、推动雅安茶文化产业发展的几点建议

针对以上存在的不足,我们认为需要从以下几方面来推动雅安茶文化产业的发展。

(一)转变发展观念,使茶产业向茶文化产业转变

转变观念十分重要,重视和加强对茶文化的研究与推广,促进雅安茶产业向茶文化产业转型,并形成独具特色的雅安茶文化地域品牌。所谓转变观念,是指要转变过去重视茶产业,即重视茶叶生产、制作和销售,而轻茶文化在茶产业中的地位和作用的观念。茶文化并不只是一种可有可无的资源,而是通过转换可以成为文化资本进入到经济领域,发挥重要的引领作用。在全世界和全国各省区都高度重视发展文化产业的今天,如果不重视茶文化的重要作用,茶叶的生产和销售必定受到很大的影响。为什么当雅安的茶青为省外知名品牌收购之后,包装为品牌产品,其价格就剧增数倍,这就是品牌文化在起作用。因而要振兴雅安茶叶产业,就必须转变观念,与时俱进,对现有的茶文化资源加以发掘、转化,形成一种文化资本,从而构建雅安新的茶文化产业链,使之成为强大的产业集群。

改革开放以来,国内学术界和企业界对发展茶文化产业越来越重视。“茶文化产业是一个集合型概念,是指生产和提供具有茶文化内涵的文化产品与文化服务行业门类的总称。”^①包括茶青的生产、加工制作,茶叶品牌的建设,茶产品的广告营销,茶产品的包装设计,茶器的生产销售,茶文化艺术之都和茶文化生态园(公园)的建设,茶文化艺术节的举办,茶文化旅游的开发,茶业

职业教育培训, 茶文化广告传媒, 茶文化影音动漫产品开发, 以及茶文化品鉴等。

茶文化与茶文化产业有着密切的关系, 相互交融, 以茶文化推动茶文化产业可持续发展是未来的发展趋势, 因而要加快培育和壮大相关茶文化企业, 形成大、中、小相互协调的产业集群。

(二) 打造雅安茶文化地域品牌

品牌是一种无形资产, 为品牌拥有者带来溢价和增值。因而建设品牌是企业的重要任务之一。2018年5月11日, 李克强总理就加强品牌建设作出重要批示: “加强品牌建设, 增加优质供给, 是实现高质量发展、更好满足人民群众对美好生活需要的重要内容。”^② 提高品质和创造品牌, 成为发展茶文化产业的重要举措。

品牌对于茶文化产业而言十分重要, 有品牌的茶叶不仅价格高, 而且销路广; 而无品牌的茶叶, 哪怕质量好, 也难以卖出好价钱, 也以难有销路。众所周知, 杭州龙井茶、福建大红袍、安溪铁观音的价格居高不下, 就是因为它是品牌产品, 虽然四川的消费者认为龙井茶不及蒙顶绿茶和峨帽竹叶青, 但是仍然不能改变价差和销路不广的事实。

由于品牌建设是一个长期的过程, 需要人力、智力、物力、财力的大量投入, 因而让一些企业深感心有余而力不足, 虽然也有企业试图打造品牌, 但是受多方面的限制, 难以下大力气, 往往仅在概念方面作表面文章, 以致于相互间形成内耗或无益的竞争。

雅安的茶文化历史悠久, 内涵丰富, 但缺乏创造性转化与创新性发展, 未能在当代形成具有全国影响力的高端茶文化品牌, 因而未能发挥其优质茶和茶文化的综合效益。蒙顶茶的历史虽然悠久, 但在国内外的影响力还是较小, 如在成都市场上, 蒙顶甘露的竞争力远不及竹叶青。在北京、天津、上海、广州、深圳、武汉等城市难寻其踪影。

我们认为, 当前雅安急需在雅安市委、市政府的统一引领和组织下, 集中力量, 打造雅安的地域茶文化品牌, 而不是打造某一企业或某一产品的品牌。为什么首先强调打造地域品牌, 而不是某一种产品的品牌, 这是因为如果只推某一企业或某一产品, 就会使其他类型的企业和茶产品难以得到市场的认同, 因而达不到整体上振兴雅安茶文化产业的目标, 同时也会挫伤其他茶企业的积极性。正如安溪铁观音是一个地域品牌, 包含了多个具体的茶企业品牌; 普洱茶更是一个地域品牌, 涵盖了云南所有的黑茶。所以, 雅安首先要形成地域品牌, 让相关的茶企业和茶产品都能共享地域品牌, 在地域品牌已经形成一定共同认知度的同时, 才可逐渐打造一个又一个的知名茶文化产品品牌。

从历史文化的角度, 我们认为雅安茶的地域品牌可以定位在两个方面: 一是“蒙顶中国绿”, 二是“黑茶之祖源”。

1、“蒙顶中国绿, 茶文化圣山”

蒙顶山是中国茶文化圣山, 历史上蒙顶绿茶的质量得到举世公认, 千余年间一直作为皇家贡茶, “扬子江中水, 蒙山顶上茶”, 曾经脍炙人口, 家喻户晓, 只是近百年来才出现衰落。因而雅安正可依托吴理真在蒙顶山最早种植茶树和皇家茶园的历史文化遗产, 打造“中国绿茶第一山”。蒙顶山绿茶可以涵盖雅安的所有绿茶, 而贡茶更是令人神往, 因而可以蒙顶贡茶为基础来塑造“蒙顶中国绿”这个品牌。目前, 国内还没有一个地方提出这个概念, 因而作为中国茶文化发源地, 雅安可以当之无愧地打造这一品牌, 从而将雅安所有的绿茶都纳入到这一品牌之下。

2、“黑茶祖源, 藏茶之都”

雅安是中国黑茶的重要发源地, 制作藏茶有一千多年历史, 也是茶马互市的重要产地和茶马古道的枢纽。目前雅安藏茶的市场主要是西藏, 因而除西藏以外, 在其他地区的知名度较小, 较少有人知道雅安就是黑茶的重要发源地, 也较少有人知道藏茶的保

健、养生功效。与之相比,生产历史远晚于雅安藏茶的云南普尔茶和湖南安化黑茶,在近年多方面的努力下,陆续成为知名的茶文化地域品牌,产品畅销海内外,价格远超雅安藏茶。因而当前雅安不宜简单地打“藏茶牌”,因为长期以来在人们的心目中将藏茶与低档茶划等号,的确有不少藏茶是以高山粗茶制作,工艺较差,从而不少人对藏茶有认识误区,产生错觉,先入为主。因此,必须纠正世人对雅安藏茶的错误认识,必须提出新的概念,以“黑茶之祖源”来取代“雅安藏茶”,使之成为生态茶和保健茶的重要品牌;必须要逐渐改变世人对藏茶的认识误区。为此,雅安藏茶需要在以下方面下功夫:一是在茶叶的选材方面下功夫,要突破用粗茶和老叶的选料传统,可选择优质嫩茶叶为原料,制作高中档的黑茶,根据不同的需要,适应城市中产阶层和上层社会对养生和保健的强烈需求,以及对茶品的审美需求,有针对性地推出多层次的茶品。二是在制作方面下功夫,提升茶叶的加工制作技术,将传统工艺与现代工艺运用相结合;让生态性、自然性成为高品质的底色,成为品牌建设的基础;并在色、香、味、形等方面都要有所超越。三是在品牌宣传方面下功夫,通过新旧媒体,多层次全方位地进行造势,形成轰动效应,迅速改变一般人对藏茶的认知误区,提升其“黑茶之祖源”地位的认知度,将生态性、养生性与保健性相结合,并让“黑茶之祖源”——“雅安藏茶”以崭新的形象出现,成为一种不可替代的茶文化品牌。四是产品包装要有文化,有特色,有观赏性和保存的价值。

构建雅安茶文化地域品牌,可以避免内耗和无益的竞争,从而使地域内的相关产、供、销企业都受益,可以使用共同的地域品牌。要通过创新驱动和互联网+,汇聚力量形成合力,从政府到企业,从媒体到文化界,要倾力塑造雅安茶文化产业的这两大品牌,力争若干年内在国内产生较大影响;并同步开展国外品牌市场开拓。

(三)加强对雅安茶文化的系统研究和宣传

近年来,雅安市委、市政府高度重视茶文化资源的开发利用,成立了茶文化技术研究院。我们认为不仅要加强茶文化技术的研究,同时还需要加强对茶文化资源的发掘与研究,要对历史文化资源进行创新性转化和创新性发展,既要加强对雅安优秀的茶文化资源进行基础性研究,同时要将茶资源转化为茶文化资本,以科技创新、文化创新为动力,将茶文化资源与茶文化产业的构建相结合,将茶文化产业从茶叶的生产制作不断延伸至茶文化创意产业、茶文化旅游业、茶文化影视传媒业等相关产业。使茶文化产业逐渐壮大,并在雅安文化产业所占比重和贡献率有较大幅度的提升。

在加强研究和品牌塑造的过程中,需要在相关部门的统筹下,系统开展雅安茶文化地域品牌的宣传。在自媒体时代,尤其要充分利用新媒体的功能,特别是在塑造“蒙顶中国绿”“黑茶之祖源”两大地域品牌,提升蒙顶山作为茶文化圣山,雅安作中国藏茶之都的知名度等方面,都需要在相关部门的统筹下有组织有规划地进行宣传,不仅可以通过微博、微信等新媒体方式加大宣传力度,而且也可以通过拍电视片或电影,拍宣传片、广告片、文艺片等来进行品牌传播和茶文化营销。相比之下,云南、湖南和福建都有极为成功的经验。

(四)形成茶文化产业与文化旅游业互动发展新态势

今天中国的旅游业已经进入到一个新的发展阶段,即文化与旅游相结合的阶段。将茶文化注入到旅游业之中已经成为一种必然的趋势,因而要着力推进茶文化产业与文化旅游业的互动发展。

首先,应对雅安的茶文化和旅游结合点进行科学定位。

雅安具有丰富的、历史悠久的茶文化资源,为文化旅游业的发展奠定了很好的基础,在当前竞争激烈的旅游市场中可以形成错位发展的新态势,形成独特的不可取代的旅游形象定位。根据雅安茶文化的历史,建议雅安的旅游定位为以下两方面为主。

一是世界茶文化发源寻踪——蒙顶茶文化圣山。

二是黑茶之祖源寻踪——中国藏茶之都。

蒙顶山作为中国人工种植茶的发源地,是当之无愧的茶文化圣山,这既是雅安茶文化的品牌,也是雅安旅游的品牌。目前,雅安已经提出“世界茶源”的形象定位,但还需要对相关的内涵进行深化,否则容易引起歧义。

雅安作为藏茶的发源地也是举世公认,但作为黑茶之祖却较少有人知道。因而可以通过相关文化旅游,提升黑茶之祖源的“中国藏茶”的地位和知名度,要让黑茶之祖源这一茶文化品牌确立起来,让人们重新认识藏茶的功能。将藏茶文化与休闲旅游、康养旅游相结合,具有互补性,相得益彰。

另外,雅安作为茶马古道的枢纽,也具有重要的历史文化价值,可以与旅游相结合。在历史上千余年间,雅安一直都是最主要的茶马古道的枢纽。历史上有三条进藏的主要道路,从青海进藏,但道路艰难,要经过漫长的无人区;而云南僻处西南,只有少量的民间贸易;唯有四川是进藏的官道,沿途都有驿站和各种服务。雅安作为藏茶的发源地,自然也就成为茶马贸易的集散地和茶马古道的枢纽,因而将其作为旅游品牌,也与茶文化品牌具有一致性。

茶文化产业的发展和文化旅游的发展具有高度的趋同性,可以相辉互映,互动互补,从而可以把茶文化产业与旅游文化产业结合在一起,打造两条重要旅游线。

一条是“中国绿”茶文化旅游,以世界茶文化探源为核心,打造世界级绿茶文化圣地,形成以蒙顶山茶文化旅游区为中心,包括雅安市的名山、雅安、荣经、宝兴,成都市的蒲江、邛崃、大邑等,构建世界绿茶文化旅游集群区,并将茶文化探源与乡村旅游、历史城镇旅游相结合。

另一条是黑茶祖源探迹,中国藏茶文化之都文化旅游线,以雅安雨城区为中心,打造中国藏茶文化之都,探寻中国黑茶的起源;并以雅安雨城区为中心,将旅游线路向芦山、天全、荣经等茶文化资源富裕地区延伸,形成南路茶马古道文化旅游线;并可将茶文化与芦山的金丝楠木文化相结合,从而使美茶与美器相互辉映。

以上两条文化旅游路线具有独特性和唯一性,是其他任何地方都不可取代的,因而不仅可以吸引四川省内各主要城市和重庆市、云南、贵州等周边地区的旅游者,而且还可以开拓国内南北各省市旅游市场,进而开拓国际市场。

通过深化雅安茶文化产业和文化资源的发掘,推动旅游业的发展,将茶文化精华与旅游的食、住、行、游、购、娱等要素紧密结合;而旅游业的发展则对于进一步深度开发雅安茶产业链起到重要的推动作用,从而形成文旅融合、文旅互动的新局面。

(五)实施茶文化产业人才培养战略

目前,雅安市茶产业从业人员甚多,但与茶文化产业相关的茶文化创意产业、茶文化市场营销、茶文化品牌营销的人才还是颇为缺乏,尤其是具有国际视野和对外开拓合作的相关优秀人才。因此要逐步建立健全雅安茶文化产业人才培养体系,一是通过相关正规学校如川农大等学校来培养茶文化人才;二是进行职业技术培训和高职高专培训;三是派出相关人员到外地学习;四是请专家对相关人员进行专门培训。

当下,中国茶文化产业正面临转型,并将出现更大的发展。雅安茶文化产业能否成功地实现转型,能否在未来中国茶文化产业中取得领先地位,一个关键的因素还是取决于人才队伍的建设,一是要培育一批具有企业家精神的企业家和管理专家团队;二是要培育一批大师级的制茶专家和茶文化创意大师;三是要培育一批茶文化产业专门人才。可以说,雅安茶文化产业的胜负取决于人才,因而未雨绸缪,实施茶文化人才培养战略具有紧迫性。

结语

四川作为中华茶文化的重要发源地,对人类文明做出了重要的贡献。雅安不仅茶产业历史悠久,茶叶品质优秀,而且有着丰富的茶文化资源,有着茶文圣山和黑茶之祖的美誉。因而在中华民族复兴的新征程中,雅安茶文化产业面临振兴和发展的新机遇,重新恢复“扬子江中水,蒙山顶上茶”的知名度和影响力,成为当前的重要使命。雅安市相关部门和企业应立足中国国情和四川的实际,充分借鉴国内外的经验,深入实施“文化创新驱动发展战略”,将文化资源转化为文化资本,促进和提高“全要素生产率和企业综合竞争力”,通过创新驱动、创新发展和“互联网+”等,汇聚政府、企业和社会各方面的力量,根据不断升级的市场需求和广大民众的新需要、新追求,着力对雅安茶文化产品提升品质,创造品牌;特别是要通过大力弘扬企业家精神和工匠精神,在打造雅安地域茶文化品牌的基础上,让“蒙顶中国绿”和“黑茶之祖源”成为享誉世界的中国品牌。

注释:

1 毛文锡:《茶谱》。

2 《西藏政教鉴附录》,转引自徐海荣主编:《中国饮食史》(卷3),杭州:杭州出版社,2014年,第505页。

3(3)《明史》卷80《食货四·盐茶法》。

4 夏良玉主编:《茶文化产业经营实务》,北京:中央广播电视大学出版社,2014年,第10页。

5 《打造中国品牌,必须多方着力》,搜狐网,2018年5月11日。http://www.sohu.com/a/231272314_181108。