

振兴战略下茶文化助推茶文旅融合发展的策略研究

——以桂平西山茶为例

陈梓怡

广西师范大学文学院/新闻与传播学院, 广西 桂林

收稿日期: 2024年11月12日; 录用日期: 2024年12月3日; 发布日期: 2025年1月8日

摘要

乡村振兴战略下, 茶文旅融合发展逐渐成为带动乡村经济发展的重要途径。其中的核心要素茶文化, 融合了儒释道三家文化内涵, 为茶文旅融合发展提供强大的内在驱动力。本文运用汉语言文学专业知识, 通过对桂平西山茶的自然与人文环境、相关诗词楹联、历史传说等方面的研究, 深入挖掘西山茶文化内涵, 阐述其体现的儒释道文化, 从加强整体战略规划、厚植茶文旅融合底蕴、协同发展新业态旅游、强化茶文旅品牌形象等方面提出建议, 以期在保护西山茶文化的同时, 推动桂平茶文旅融合可持续发展。

关键词

乡村振兴, 茶文旅融合, 茶文化, 儒释道

Research on the Strategy of Tea Culture Promoting the Integrated Development of Tea Culture and Tourism under the Revitalization Strategy

—Taking Guiping Xishan Tea as an Example

Ziyi Chen

School of Literature/School of Journalism and Communication, Guangxi Normal University, Guilin Guangxi

Received: Nov. 12th, 2024; accepted: Dec. 3rd, 2024; published: Jan. 8th, 2025

文章引用: 陈梓怡. 振兴战略下茶文化助推茶文旅融合发展的策略研究[J]. 现代管理, 2025, 15(1): 51-56.
DOI: 10.12677/mm.2025.151008

Abstract

Under the strategy of rural revitalization, the integrated development of tea culture and tourism has gradually become an important way to promote the development of rural economy. The core element of tea culture, which combines the three cultural connotations of Confucianism, Buddhism and Taoism, provides a strong internal driving force for the integrated development of tea culture and tourism. Based on professional knowledge of Chinese language and literature, this paper studies the natural and cultural environment of Xishan tea in Guiping, related poetry couplets, historical legends, etc., to dig deeper into the connotation of Xishan tea culture, elaborate the culture of Confucianism, Buddhism and Taoism embodied in Xishan tea, and put forward suggestions from strengthening the overall strategic planning, deepening the integration of tea culture and tourism, jointly developing new formats of tourism, and strengthening the brand image of tea culture and tourism. In order to protect the tea culture of Xishan in Guiping and promote the sustainable development of integrated tea culture and tourism in Guiping.

Keywords

Rural Revitalization, Integration of Tea Culture and Tourism, Tea Culture, Confucianism, Buddhism and Taoism

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

党的二十大报告提出“坚持以文塑旅、以旅彰文，推进文化和旅游深度融合发展”，强调了文化与旅游相互促进、相辅相成的关系。茶文旅融合发展是指茶产业与文化产业、旅游产业等多个领域之间的相互融合与协同发展，这种发展模式以茶资源为基础，以市场需求为导向，通过整合茶产业、文化资源和旅游资源，开发出具有茶文化特色的旅游产品和业态。从物质层面看，茶文化包括茶树生长的自然与人文环境、茶叶生产、加工、品茶过程中所涉及的设施，如茶具、茶室等。在精神层面看，茶文化包括相关诗词楹联、历史传说等内容，涵盖茶道、茶德等深层次的文化内涵。其中茶道是茶文化的核心，包括茶艺、礼法、环境、修行四大要素，涉及儒释道三家文化内涵。而本文从汉语言文学的视域切入，重点探讨广西桂平西山茶的文化内蕴，探索以茶文化推动茶文旅融合发展的有效策略，助推乡村经济发展。

2. 西山茶的文化内蕴

西山茶历史悠久，始于汉晋之间，盛于大唐，明朝时载誉湘、闽、两广间，清代被列为全国二十四名茶之一，距今已有 1700 多年的历史。据《桂平县志》记载，“朴去俗尘三斗，杭州龙井未能逮比”[1]，突显西山茶的独特地位。茶文化属于传统文化的一个分支，茶文化的形成和发展受到了儒释道等文化思想的影响，可以说茶文化思想与儒释道思想存在密切联系[2]。系统性地解析西山茶所蕴含的文化内涵，阐述西山茶文化中体现的儒释道理念，对茶产业与休闲、旅游、科普教育等产业深度融合，打造新的品牌“名片”有重要意义。

2.1. 儒家文化内涵的体现

从总体上看,儒家崇尚的是“礼乐”和“仁义”,提倡“忠恕”和“中庸之道”[3]。西山茶文化体现了儒家“中庸”和“仁礼”等思想内蕴。儒家认为茶有“德”,唐代的刘贞亮把饮茶的好处归纳为“十德”:即以茶散郁气,驱睡气,养生气,除病气,利礼仁,表敬意,尝滋味,养身体,可行道,可雅志[4]。这契合了儒家的西山茶承天地雨露,顺四时气候,饮之可静心凝神,可修身养性。茶的这些特性,恰与儒家所倡导的中庸之道相契。《礼记·礼器》所言:“礼也者,合于天时,设于地财,顺于鬼神,合于人心,理万物者也。”儒家的“礼”融入茶俗中,“客来敬茶”和“以茶代酒”成为中华民族传统礼仪。在传统的西山茶会活动中,从筹备到进行的各个环节都遵循着严格的礼仪规范。如《桂平西山茶事礼仪考》一文中所述,茶会筹备时,主人需根据宾客的身份、地位、亲疏关系等因素精心挑选合适的茶具,并按照一定的布局摆放整齐。“礼”的理念渗透了采茶、制茶、煮茶、点茶、泡茶以及品饮等诸多茶事活动。

2.2. 道家文化内涵的体现

道家主张顺应自然,追求一种自然而然的生活状态和发展规律。茶产自山野之林,受天地之精华,承丰壤之雨露,茶之品格,正蕴含道家“淡泊”、“宁静”、“返璞归真”的神韵,即“人法地,地法天,天法道,道法自然”[4]。唐代御史李明远因激怒昭宗而被贬至岭南任潯州(今桂平)刺史。他见西山景色幽胜秀丽,后隐居山中,因而西山乳泉上方洞岩得名“吏隐洞”。仕途不顺之时,中国历代文人士大夫普遍遵循着一种处世模式,即“达则兼济天下,穷则独善其身”,体现道家淡泊名利的“出世”内涵。清代潯州知府魏笃曾品饮西山茶后,在西山中山飞阁两旁的石柱写下名联:“吏隐访遗踪,半世功名春梦里;思灵观夕照,万家烟火晚炊时。”上联感慨半生功名利禄如梦一般,过眼云烟;下联作者立于思灵山,将“小我”置于万家烟火中。作者从时空拓展、“小”“大”比对中,以一种更为宏观的视角去理解宇宙、自然和人生,表达得失看淡的哲学蕴味。

2.3. 佛教文化内涵的体现

西山是中国十三大佛教丛林之一,享誉僧俗各界。建于清代初年的洗石庵属尼众道场,是国务院确定的佛教全国重点保护寺院。石洞通灵,清泉喷乳、仙茗凝香,名庵古寺高僧驻此。桂平县志记载,西山茶自唐代(618年~907年)高僧开始种植。佛教强调“禅定”“静心”,随着西山佛教文化的兴盛,西山茶成为禅修的必需品,其文化内蕴富有宗教色彩。如巨赞法师所著的《山居即事十之三》中提到“松阳趺坐读书罢,手采新茶供佛前”,将“茶”与“禅”紧密相连。僧人饮茶,静心凝神,在茶中参透禅机,更容易达到“见性成佛”“明心见性”的修行目的。诗人冯振宇在《鹧鸪天·桂平西山》中写道:“龙亭观日金光耀,松海听涛茶伴禅。”生动地展现了在西山观赏日出、聆听松涛,品饮西山茶的场景,自然情景与宗教修行相融合,营造“禅茶一味”的意境。

西山茶的宗教色彩不仅体现在诗词上,还体现在民间众多西山茶传说上。如传说西山有巨石如棋盘,乃避暑佳处,神仙常至。一日,东天大仙与西天大仙在此下棋,约定输者认罚。良久未分胜负,二人皆渴,西天大仙变出香茶,东天大仙变出泉水。西天大仙正陶醉于香茶时,被东天大仙乘机将一军而输棋。恰逢几位和尚路过,问何物清香。得知是香茶后,西天大仙吹气播撒种子,东天大仙又吹气引来泉眼,涌出如乳之泉水,人称“乳泉”。乳泉滋养下,茶树茂盛,茶芽齐发,香气浓郁。众人皆言西山茶因仙人所赐,故而格外香甜。如今佛教寺院常种植西山茶树,一方面用于供佛、待客,另一方面也作为寺院经济的一部分。受龙华寺等佛教圣地的影响,西山茶还被广大信徒奉为“观音茶”。

3. 桂平市茶文旅融合发展存在的问题

3.1. 品牌文化特色不鲜明

桂平西山茶虽然有一定的知名度，但由于文化挖掘深度不足、品牌定位不够精准等原因，品牌形象在视觉呈现和文化表达上较为单一，品牌文化特色未能充分彰显，同质化竞争严重。在高端茶叶市场中，消费者更倾向于选择具有深厚文化底蕴和独特品牌文化的产品，如武夷山大红袍。西山茶的儒释道文化内涵，在品牌形象塑造与宣传中未能得到有效整合与突出，品牌在市场竞争中缺乏独特的文化辨识度，导致其市场份额难以进一步扩大。这一劣势，直观地体现在茶旅文创产品相对较少且缺乏特色。市场上常见的主要是西山茶叶包装设计、简单的茶具周边和明信片，产品的纪念属性弱和地域属性弱，整体而言缺乏创新性和多样性，难以满足消费者对个性化文创产品的需求。

3.2. 产业协同发展不足

桂平西山茶产业与当地其他相关产业之间的协同合作不够紧密。在加工业、旅游业以及文化产业之间尚未建立起高效的联动机制，产业整体效益未能最大化。

首先，茶产业与旅游产业的规划缺乏系统性整合，各自发展方向不够明晰且未能有效衔接。茶园布局与旅游景区规划未能充分考量相互配合，无法形成完整且连贯的茶旅线路。其次产业资源整合不力，茶企与旅游企业之间合作松散，未能充分挖掘并整合茶叶种植基地、加工车间等茶产业资源与当地自然景观、历史文化遗迹等旅游资源，难以打造出独特的茶旅融合产品。最后营销推广协同欠缺，西山茶产业和旅游产业在宣传推广时往往各自为战，没有形成统一的品牌形象和宣传策略。西山茶的文化内涵、品质特色与旅游景点的吸引力未能在宣传中有机结合，导致茶旅融合的整体影响力有限。

3.3. 茶旅融合深度不够

目前桂平茶旅融合项目多局限于简单的茶园观光与采摘体验，缺乏深度体验项目，且由于茶叶生长的习性，这些体验项目受季节的限制大，与其他地区的茶旅体验项目存在同质化竞争的态势。茶旅融合发展的产品未能将西山茶所蕴含的儒释道文化融入旅游产品中，未能形成具有强大吸引力的文化旅游线路与体验活动，游客停留时间短，消费潜力未得到充分挖掘。桂平景区区间交通通达度低，部分知名度较高的景区比如国家 4A 级景区龙潭公园，甚至没有直达的公交车，各景点和业态之间缺乏有效串联。住宿设施及餐饮设施多样，但文化符号不明显，难以实现差异化发展，对游客的吸引力弱。茶文旅融合深度不够，资源利用率低等因素制约着桂平茶旅融合向更高层次发展。

4. 以茶文化助推茶文旅品牌建设的策略

桂平政府需加强整体规划与前瞻性设计，规划引领与执行并行，制定明确的战略规划，最大限度地发挥政府部门的牵头和组织作用，召集本地区茶旅经营的相关协会、企业、主要经营者和管理者、茶叶种植技术员等，通过专家座谈会、讨论会、协商会，优化西山茶政策执行与资源配置，确保政策落实到位，推动各项措施形成合力，实施有效的联动机制[5]。

4.1. 多元营销特色文化符号，强化茶文旅品牌形象

品牌营销通过创造性的营销手段与多样化的传播方式能够在短期内快速提升品牌的市场竞争力，在品牌构建的过程中发挥着重要作用[6]。政府、企业、协会等多元主体需通力合作，以文化引领强化茶文旅品牌形象。做好西山茶文化特色营销工作，线上与线下双线并行。线上借助社交媒体、旅游电商平台等，发布图文并茂的西山茶文化解读等内容，利用短视频展示蕴含儒释道文化符号的茶文旅场景，增加

曝光度。线下举办茶文化节、主题展会等活动,设置儒释道文化主题展区,通过实物展示、现场表演等形式,增强消费者对品牌的认同感;紧跟市场风向,做好趋势预测、社交媒体分析等市场分析,为个性化营销奠定基础;利用现代科技手段赋能茶文化传播,比如利用 VR 技术体验茶旅特色活动;开展合作营销,与桂平龙华寺等宗教场所等联合推广,提高品牌知名度。多元营销,跨界创新,提升茶文化的影响力。

4.2. 以茶文化凝聚产业协同共识,发展新业态旅游

儒释道文化内涵丰富了西山茶的旅游文化资源。在消费升级及经济内循环大背景下,我国大众旅游出行和消费偏好发生深刻变革,加速从低层次向高品质,观光式向体验式,模式化向个性化,单一性向多样化的转变,文化旅游等需求日趋旺盛[7]。各方经营主体应在思想上达成协同发展的共识,认同茶文旅融合发展所创造的经济效益与文化效益。以茶文化打造协同产品体系,打造全新的“茶+”新业态旅游体验。如发展“茶+康养”旅游,以乡村、田园为生活空间,将桂平西山茶丰厚的康体养生资源,纳入到康养旅游发展的思维中,使儒、道、佛三家哲学文化本然地转化成康养旅游文化。桂平当地还可以发展“茶+研学”,设计茶旅精品研学线路,将桂平西山、大藤峡景区、金田纪念馆等景点连成一线,游、观、赏、住、食融为一体;将儒释道融入旅游项目中,举办禅茶文化节、儒家茶礼体验等活动,打造文研旅、儒释道综合体。充分发挥茶文化的纽带作用,能有效弥补茶文旅产业协同发展中的诸多不足,推动产业融合迈向新高度。

4.3. 厚植茶文旅融合底蕴,延伸茶产业链

茶文化属于现代旅游中的一部分,茶产业、文化产业和旅游产业关联性较强。保护和传承西山茶文化资源,利于茶文旅深度融合发展。桂平茶叶协会等组织应梳理好西山茶文化的“源”与“流”,正本清源。联合民俗学、茶学等多领域的专家,深入挖掘其儒释道文化内涵,建造西山茶文化数字资源库,加强对茶文旅资源的保护。通过撰写西山茶文化书籍或者宣传册等方式,向民众介绍其历史底蕴、品饮技巧、制作工艺等。企业可在茶文旅融合底蕴的基础上,利用西山茶的诗词歌赋等文化元素,以及浴佛节等特色,打造独特景区符号,以差异化竞争优化旅游格局;文化创意产业从业者可深度挖掘西山茶的文化属性,提炼茶等美学元素,开发特色文创产品,推动西山茶传统意涵与现代需求的圆融对接。

5. 结语

汉魏两晋南北朝以来,构成中国文化主体的儒释道三种文化形态,皆蕴含旅游意义[8]。“人文化”基本是儒化、佛化、道化。乡村振兴战略下,桂平市当借鉴国内外茶文旅融合发展经验,深化西山茶文化研究,将儒释道三家内蕴融入桂平茶旅融合发展体系中,打造成“人文化”的特色品牌,推动茶文化与乡村旅游文化、自然、产业的深度融合。以茶为点,以文为线,旅游为面,发挥茶文旅联动效应,这将有利于桂平茶产业转型升级,推动桂平西山茶文化创造性转化、创新性发展,为茶文旅融合发展策略研究提供参考。

参考文献

- [1] 黄占梅,修,程大璋,撰.桂平县志[M].广州:粤东编译公司,1920.
- [2] 张宇.从中医养生之道浅析儒释道与中国茶文化之间的关联性[J].福建茶叶,2017,39(7):28.
- [3] 洪修平.论儒佛道三教的生态思想及其异辙同归[J].世界宗教研究,2021(3):1-10.
- [4] 郭丹英.儒、道、佛与中国茶文化[J].农业考古,2005(2):213-218.
- [5] 马颖欣.供给侧改革视角下茶产业与旅游业融合研究[J].农业经济,2020(5):28-30.

- [6] 吴题诗. 基于茶文化传承的新式茶饮品牌构建研究[J]. 农业考古, 2024(5): 185-189.
- [7] 林曦, 吴芹瑶, 杨江帆. 茶旅融合发展效果评价与动力机制研究[J]. 茶叶科学, 2023, 43(5): 718-732.
- [8] 许宗元. 儒释道与中国旅游文化[J]. 上海师范大学学报(哲学社会科学版), 2004(2): 48-53.