

---

# 贵州茶产业与生态旅游融合现状及问题分析

王媛<sup>1</sup>

(贵州工业职业技术学院, 贵州 贵阳 550000)

**【摘要】:** 围绕贵州茶产业发展现状、茶产业与生态旅游融合现状进行论述, 强调了产业融合中的突出问题, 产生适合当前发展形式的建议。

**【关键词】:** 贵州 茶产业现状 茶产业与生态旅游融合现状 问题与建议

**【中图分类号】** F326.12 **【文献标识码】** A

近年来, 贵州省政府积极谋划茶产业发展布局, 着力将茶产业打造为乡村振兴的产业基础。茶产业与生态旅游融合的模式被称为茶旅一体化, 是一种新的发展模式, 茶文化与旅游业的融合, 有助于旅游方式的升级和深化, 以及旅游业的产业化, 也有助于开发更多新的旅游产品。

## 1 贵州茶产业发展现状

### 1.1 产业规模高速扩张

贵州自古以来就有种植茶叶的历史, 在晴隆县发现的茶籽化石可以推断出种植历史超过 100 万年<sup>[1]</sup>。最近几年来, 作为贵州省政府着力打造的“五张名片”之一, 茶产业更是得到了蓬勃发展。截止 2020 年, 贵州省茶园总面积就已超 700 万亩, 此数值全国占比 15.2%, 已连续 8 年稳居全国首位; 茶叶总产量高达 43.6 万 t、总产值近 504 亿元; 茶产业辐射带动本省 340 万人就业, 涉茶人员年人均收入 12,351 元<sup>[1]</sup>。

### 1.2 区域品牌基本形成

贵州省通过出台了《贵州省茶产业三年宣传行动方案(2019—2021 年)》等一系列相关宣传方案, 全面统筹安排宣传工作。举办了一系列宣传活动, 如贵州国际绿茶博览会和万人品茗活动会等大型线下活动, 开展了“我有贵州半亩茶”“贵州春茶‘DOU’起来抖音达人挑战赛”等线上活动<sup>[2]</sup>, 不断丰富活动形式, 创新传播内容, 扩大贵州茶叶品牌影响力。都匀毛尖茶品牌影响力在 2020 年浙江大学中国茶叶区域公用品牌价值评估中, 居全国第 10 位, 共有 6 家茶企进入茶品牌影响力全国百强。在 2021 年 10 月由中国茶叶流通协会主办的第十七届中国茶业经济年会上, 湄潭县、凤冈县等共计 11 个县上榜 2021 年度茶叶百强县, 贵州贵茶(集团)有限公司、贵州湄潭兰馨茶叶有限公司、贵州阳春白雪茶叶有限公司 3 家贵州本土茶企上榜 2021 年度茶叶百强企业。黔茶品牌的认可度、美誉度以及区域影响力不断扩展, 黔茶的知名度不断提高。

### 1.3 产品质量着力提升

---

**作者简介:** 王媛(1991—), 女, 讲师, 硕士研究生, 研究方向: 食品工程、食品微生物。

**基金项目:** 贵州省教育厅 2020 年高等学校人文社会科学研究项目青年课题(编号: 2020QN012)

将茶叶质量安全放在首位，重点围绕都匀毛尖、湄潭翠芽、凤冈锌硒茶、遵义红修订了《贵州“三绿一红”品牌茶叶质量标准》，一是通过相关理化指标强调突出贵州茶叶持嫩性高的良好品质。二是提高茶叶的生物安全性，以高于国家标准的要求严格限定吡虫啉等6种农药残留量，是目前国内最严格的安全要求。在全国率先提出茶叶种植过程中禁止使用草甘膦和水溶性农药，对标国际标准，将茶园禁用农药名单增设为128种。大力推进“林中有茶、茶中有林”的生态茶园，发布《贵州省茶园间作树木及技术要点》，不断完善茶园生态系统。构建质量检测体系，目前贵州省共有15个具备茶叶检测资质的食品检验机构，为我省茶叶质量检验监督保驾护航。近年来，农村农业部和省内抽检中，贵州省茶叶重金属和农残均100%合格<sup>[2]</sup>。

## 2 贵州茶产业与生态旅游融合现状

茶产业与生态旅游的融合即茶旅一体化，指的是茶产业与旅游业及相关一系列的配套服务进行协同性一体化发展的全新模式，是以茶为文化内核，以茶资源为产业基础，以茶基地、茶园区为有效载体，以市场需求为主要驱动力，以旅游为主要形式，以一体化发展为根本目标，形成以茶资源、茶产品、旅游资源综合利用的新型经济增长方式<sup>[3]</sup>。

### 2.1 发掘贵州本土茶文化

贵州作为茶的发源地，据考证，茶史可追溯到2000多年以前。在中国甚至全世界第一部描述茶的专著《茶经》中，对于贵州茶给出了“往往得之，其味极佳”的高度赞扬。据统计，贵州古茶树近130万株，这里丰富的历史资源，无不向世人展现出贵州悠久、浓厚的茶文化。当然，贵州作为少数民族聚居地，少数民族文化与茶文化在长期的融合发展中酝酿出了独特的韵味。例如：黔北地区自古以来就有在婚礼仪式中“放信茶”的风俗，这种茶礼如今在婚嫁风俗上有很高的地位，所谓“一家女不吃两家茶”这一说法就是人们利用茶来表达对爱情婚姻的忠贞。石阡仡佬族喜欢以原始手法烹制的“罐罐茶”，本地土罐加入山泉水，文火煨茶，汤色清正，浓香扑鼻，是当地人养生健体不可或缺的秘密法宝。黎平侗乡的劳动人民，利用茶叶、油、阴米三者巧妙融合，制作出独树一帜且称得上“一碗玉液渐人口，回味香郁在口中”的侗族油茶。这些独特的茶文化，历久弥新，与旅游体验项目相结合，正在释放出蓬勃的朝气，不断吸引着消费者前往尝试。

### 2.2 打造茶旅景点及线路

近年来，结合本省茶产业特色旅游资源，贵州省打造出以茶文化为体验点，以优美自然风光为核心，以民族风情为特色，结合休闲度假、生态康养等具有现代化色彩的茶旅体验线路。例如：①包含了湄潭、十里桃花江、中国茶城博物馆、天下第一壶茶文化公园、万亩茶海湄潭翠芽茶多个景点体验的湄潭凤岗万亩茶海清心之旅，在此条线路中，游客既可品尝原始生态土鸡宴与特色茶宴，也可在茶园亲身体验采茶乐趣，在天然氧吧中做一名“茶农”，还可在博物馆中领略典雅厚重的茶文化，感受历史文化的熏陶。②包含江口梵净山游览、团龙村“中国茶树王”参观、石阡温泉疗愈项目的石阡“贡茶之乡”寻茶之旅。此条线路中不光有被记入了《茶经》且极具文化价值与特色的石阡苔茶，同时还结合世界自然遗产、佛教名山梵净山及闻名遐迩的石阡温泉疗愈项目，打造了一条身心放松、精神治愈的精品旅游线路。③贵定早春尝新之旅，包含云雾山、盘江、音寨，在这里，既可以品尝贵州省特有的且身世不凡的贡茶——云雾茶，也可以体验阳宝山佛教文化、瑶族道教文化、云雾贡茶文化等文化<sup>[4]</sup>。④雷山传统制茶之旅，路线包含西江苗寨、兰花苗寨、雷公山响水岩瀑布，雷山银球茶已成为贵州十大名茶之一，苗寨文化体验也别具风采。在贵州，相对成熟茶旅线路已有十余条，可以给消费者带来多元化的旅游体验。

### 2.3 配套资源得以保障

贵州旅游业近年来的井喷式增长，离不开基础设施的不断完善，越发便利的交通为贵州经济的腾飞带来巨大保障。高速铁路、高速公路、硬化路的建设，使贵州生态旅游的体验感得到大幅提升。同时为发展茶旅一体化，相关人文景观也相继问世。如湄潭县在火焰山上建造的“天下第一壶”已然成为湄潭茶产业的形象代表，吸引许多游客前去打卡，成为名符其实的“网红”拍照地。同时湄潭县还特别建造了“贵州茶文化生态博物馆中心馆”，在馆中，游客们可以参观“茶的起源”“古代茶事”等10

部分 43 个单元，不失为茶文化发烧友或者传统文化爱好者的最佳去处。

## 2.4 相关活动百花齐放

活动作为文化传播的一大载体，正在不断为贵州茶的知名度造声促势。“酒香也怕巷子深”，中国其他省市茶产业大力发展的激烈竞争下，贵州茶如何脱颖而出，是茶产业需要积极思考的一大问题。为打造品牌活动，传播贵州茶文化，“贵州国际茶文化节暨茶产业博览会”“贵州省茶艺大赛”“贵州梵净山国际抹茶文化节”等大型活动齐齐发力，“我有贵州半亩茶”网络名人公益活动、“贵州春茶‘DOU’起来”等新媒体网络活动也惊喜亮相<sup>[5]</sup>。

# 3 茶产业与生态旅游融合面临的问题及建议

## 3.1 茶旅融合模式单一化

茶文化在茶旅一体化中流于形式，茶叶产品沦为生态旅游的附属品。茶元素仅存在于旅游的最后环节充当特产品的存在，甚至在销售环节，由于工作人员的业务要求致使强制消费的现象时有发生，这不但有碍于贵州旅游业的长远发展，甚至严重打击茶文化的传播，因此茶旅一体化必须建立在多模式共存的基础上。茶产业与生态旅游地融合必须以消费者出行的目的为导向而加以区分。①风景游览型：当代旅游多为体验不同地区的风土人情，领略自然风光。在以此为目的的旅游中，茶旅一体化必须以自然风光为主，茶文化旅游为辅，路线设置内容安排中茶文化相关项目体验不应过于刻意。②文化养生型：对此部分消费者来说，旅游的目的在于身心放松，以茶养心，在此项目安排上可更多融合养生茶园等项目，例如景迈山的柏联普洱茶庄园，此类旅游项目重在体验感上，对于贵州省来说还有待开发与强化。③亲子体验型：当代家长多重视对孩子的传统文化教育、礼仪教育及劳动教育，在旅游项目中加入采茶、制茶、饮茶、敬茶等环节的深度体验内容，将旅游的意义与教育目的相结合，深受家庭亲自旅游消费者的喜爱。同时，在路线规划与项目安排上充分考虑到此部分游客的需求，将对省内近郊游的游客产生巨大吸引力，在疫情防控常态化的今天，这部分游客将更为重要，既保障了贵州省疫情防控的安全性，也促进了省内旅游经济。在近一到两年中，这必然会成为贵州省茶旅一体化的全新发力点。

## 3.2 茶产业与生态旅游融合发展专业人才匮乏

专业人才指的是精通贵州茶文化并在茶旅一体化项目上有较强创新能力、沟通能力、执行能力的复合型人才。根据对招生专业的分析，综合茶文化与旅游管理的专业并未设立，单独的茶类专业及旅游管理类专业虽有开设，但人才培养总量十分有限。如 2020 年贵州省毕业的研究生总计 6,246 人，旅游管理类仅 11 人，占比 0.18%，植物生产类专业无研究生毕业；本科毕业生总计 84,690 人，旅游管理类仅 2,192 人，占比 2.59%，植物生产类专业仅 884 人，占比 1.04%<sup>[6]</sup>。人才的缺乏使得行业的发展进程十分缓慢，茶旅一体化难以深度、全面地开展，而当前的行业从业者人员素质有待提高，服务意识亟待加强，茶旅一体化是一个长期项目，绝不能因当前从业者的短视而断送整个行业的前景。

## 3.3 茶产业与生态旅游融合发展开发力度有待加强

茶旅一体化中的“茶”，不仅指的是茶产品更是一种文化，旅游既是当前社会的一种经济现象，也是一种文化现象。因此，深度发掘茶旅中的文化价值，将是促进二者相融合的最佳出发点。也只有讲好贵州茶文化故事，才能将贵州茶旅赋予贵州特色，才能打造出有别于其他省份的旅游产品。目前多地仍将大多数精力放在茶产业园和茶旅基地建设上，对茶文化、地方特色文化的发掘和衔接关注不够，多数茶旅产品在线路开发、景区打造上甚至千篇一律，旅游同质化现象太过严重，无法引起游客的认同和共鸣。

## 3.4 茶产业知名度需与生态旅游相匹配

近年来，贵州省旅游业得益于得天独厚的自然生态环境，得到了高速发展。根据相应数据反映，2019年贵州省旅游人数113,526.6万人次，旅游业总收入超过1万2千亿元，占据当年贵州省地区生产总值的73.46%<sup>[7]</sup>。根据数据统计分析得出，贵州省旅游业的收入与第一第二第三产业关联度均大于0.5，进一步说明旅游业对整个贵州省经济有很大的推动作用<sup>[8]</sup>。贵州茶产业无论从茶源历史、茶园规模、发展速度上来说，都居全国前列，但是贵州茶的知名度还处于发酵阶段。贵州的酒文化享誉全球，“茅台酒”俨然已是贵州亮丽的名片，贵州茶却长期处于知名但不著名的阶段。提升贵州茶的知名度就是要提升贵州茶的吸引力，使贵州茶产业成为生态旅游的占分项而非仅是加分项就是现今茶产业与生态旅游产业融合所面临的问题。贵州省茶产业知名度与生态旅游产业知名度存在较大的不匹配，因此两个产业的发展很难做到互惠互利。因此，为提升贵州茶的知名度必须强化创新思维、强化战略思维、深化文化思维，聚焦重点品牌着力打造，加强品牌的精准宣传推广，敢于用新思路、新形式、新媒体造势宣传，加大宣传力度、提高宣传频度，构建精准营销体系，使贵州茶成为茶的又一代名词<sup>[9]</sup>。

## 4 结论

贵州茶产业已然成为贵州经济发展的主要支柱产业，贵州旅游业产业化也是贵州省最新的发展战略，因此打造旅游精品项目势必会成为旅游产业化的全新发力点。茶产业与生态旅游的融合能否探索出精品项目，将是未来很长一段时间两个产业融合所面临的必须突破的课题，也是两个产业融合所必须达到的效果。对于茶产业与旅游业的融合开发，仍然需要相关从业者合力加强、大胆创新，深度挖掘贵州历史文化，将人文、历史、自然、生态等资源转化成游客可接受、可体验、可消费的旅游产品和产业链。在茶产业、旅游、文化三者上下足力气，才能使贵州茶产业与生态旅游做到真正的深度融合。

### 参考文献:

- [1]陈政.推动贵州茶产业高质量发展的思考[J].当代贵州,2021(30):3.
- [2]“贵州省茶产业发展报告”课题组.树品牌正源头强产业助脱贫—深入推进贵州省茶产业高质量发展[J].贵州茶产业发展报告,2020(1):2-19.
- [3]戎天美.安化“茶旅一体化”模式研究[J].中国商论,2018(5):151-152.
- [4]肖正广.贵定县茶旅文化创意产业发展初探[J].茶业通报,2018(3):139-144.
- [5]才海峰.贵州省茶旅一体化研究[M].贵州茶产业发展报告,2020(1):88-98.
- [6]贵州省普通高等学校毕业生就业工作办公室.贵州省2020届高校毕业生就业质量年度报告[EB/OL].
- [7]李伟.贵州省旅游业发展与经济增长的关系研究[J].农村经济与科技,2021,32(7):202-203,260.
- [8]曹雯.贵州旅游:从复苏走向高质量发展[J].当代贵州,2021(12):52-53.
- [9]贵州省人民政府办公厅关于印发《贵州省茶产业提升三年行动计划(2014-2016)》的通知[J].贵州省人民政府公报,2014(05):56-62.