

旅游业在促进茶叶经济发展中的作用探讨

王毅卓,张翠晶

(河北建材职业技术学院,河北 秦皇岛 066004)

摘要:随着人们对生活品质追求的提高,旅游成为人们休闲娱乐最爱的方式之一,而旅游业的兴起也带动了我国其他产业的发展。茶叶作为国人热爱的饮品,作为盛名的地方特产,自然也受到了人们的大力追捧和欢迎。本文首先讲述了旅游业与茶叶经济发展的关系,接着对旅游业在促进茶叶经济发展中的作用进行了深入的探讨,最后对利用旅游业促进茶叶经济发展的措施提出了几点看法,希望能够引起有关人士对旅游业的重视。

关键词:茶文化;旅游业;茶叶经济;作用

中国地大物博,在九百六十万平方公里的土地上,不仅孕育着一群可爱的中华儿女,更蕴藏着巨大的物质资源和宝藏,而它们的出现极大地丰富了中华儿女的物质生活,更为他们精神文明的创建提供了基础。而茶叶作为流传了几千年的产物,无疑是其中最具有特色的代表之一了。茶叶不仅是令人爱不释“口”的饮品,更在历史的发展之中沉淀下了足够深厚的中华传统文明。而旅游业作为与茶叶密不可分的产业之一,对茶叶的发展有至关重要的影响。因此,研究旅游业对于茶叶经济发展的促进作用,提高有关人士对茶叶发展的敏感度,不仅能够进一步促进茶叶

的销量提高,更能够进一步地带动当地经济实现大幅度的增长。

1 旅游业与茶叶的关系

随着人们出行频率的提高,旅游业所受到的关注度也越来越高。而茶叶与旅游业的关系可谓是密不可分的,二者的结合共同促进了当地经济的繁荣与发展。

1.1 茶叶为旅游业提供了好去处

众所周知,地大物博的中国具有典型的地域特色。中国的每个地方

作者简介:王毅卓(1981-),男,黑龙江北安市人,硕士研究生,讲师,毕业于意大利博洛尼亚大学经济政策与市场营销专业,研究方向:旅游经济与市场营销,文化旅游。

张翠晶(1981-),女,山东泰安人,研究生,讲师,研究方向:旅游开发,文化旅游。

得社群营销的成功,就要做好产品生产和一系列环节,保障在产品生产、企业价值定位、产品包装等各个部分都渗入社群营销的观念,并时刻关注社群营销需求的变化,拉近与消费者之间的关系,在社群营销中注入新的发展观念,不断扩展产品的内涵和外延,重新整合企业的产品营销。运用社群营销方式来增加产品功能,充分体现了消费者在产品营销中的价值,将消费者需求与产品价值相结合。现在,我国许多企业想要努力通过品牌社群营销来挖掘产品与消费者的关系,就是在这种理念驱使下产生的行为。主要的效果就在于增强了茶叶产品的服务价值和个性化特征。

茶叶企业提供的服务是对有形茶叶产品的补充。企业对自身茶叶产品做出精准定位之后,再运用市场需要的方式进行包装,给茶叶产品附加了更多的个性化气息,能够吸引更多的茶叶消费者。此时,提供的外包装就是茶叶企业的服务,此项服务是否能够满足消费者的需求,将直接影响茶叶企业的产品销售量。在茶叶文化社群营销的过程当中,人的因素是最主要的影响因素,不仅包括消费者,还包括茶叶企业的内部工作人员。茶叶产品和服务是否能够满足消费者的需求,除了要做好产品控制之外,还要求销售人员具有较强的市场察觉能力。此时,销售人员的专业素质和营销能力就显得尤为重要。它所采取的营销方式和服务方式,直接关系到顾客对产品的满意程度,可以适当弥补茶叶企业物质条件上的不足。

3.2 茶叶社群营销的价格模式

价格是市场竞争中最为突出的影响因素,也是企业在市场营销中唯一能够获得经济收益的因素,它不仅直接影响消费者的选择,还影响企业的可持续发展。因此,制定出更加科学合理的价格,是市场营销中实现企业与消费者和谐的重要手段。在传统的茶叶营销当中,对于价格的制定,决定权常常在茶叶企业手上。如果茶叶企业缺乏对茶叶市场的调查以及对消费者的调查,就会出现茶叶市场价格上的偏差。传统的制定价值的方式,大多是在产品成本的基础上加上一利润。这种方式的随意性较大,使得茶叶市场秩序紊乱。在社群营销中加入体验环节,能够在茶

叶价格中加入消费者的主动,让消费者不仅能够感受到茶叶市场的规范,还能体会到一定的体验价值。在茶叶社群营销理论当中,提出消费者购买的茶叶产品属于整体的消费利益,茶叶价格的最终确定也不应当仅仅受到茶叶成本的限制,除了产品本身价值之外,产品的价值形象也会直接影响企业的销售状况。

4 结束语

中国茶叶生产的历史较为久远,对世界各国的茶文化都造成了较大的影响,在世界上占据十分重要的地位。我国的茶叶产量处稳定增长的关键时期,尤其是世界经济交往日益频繁的条件下,世界对于茶叶的需求量更大,是我国茶叶企业发展的重要时机。但是,从当前情况来看,虽然销售产量在增加,而茶叶的销售额并没有得到相应的增长。我们迫切需要对传统的茶叶营销方式进行创新,创建一个更加符合自身条件的社群营销方式。

参考文献

- [1] 罗霞. 浅析茶叶社群营销及策略研究[J]. 农村经济与科技,2016,(24):94-95.
- [2] 苗泽华,薛永基,吴莉. 文化营销+体验营销——创造中国茶馆营销新模式[J]. 中国市场,2005,(43):64.
- [3] 何小华. 关于“蒙顶山茶”品牌营销模式与发展对策的研究[J]. 管理观察,2014,(06):20+23.
- [4] 叶忠华. HX 茶叶公司电子商务营销模式研究[D]. 电子科技大学,2013.
- [5] 魏圣举. 文化营销战略浅析——以普洱茶营销为例[J]. 中国市场,2009,(09):39+58.
- [6] 杨柳. 茶业文化营销模式的研究[D]. 中国农业科学院,2009.
- [7] 罗霞. 茶叶社群营销的影响因素及策略研究[D]. 福建农林大学,2015.

都有每个地方的特色,杭州的西湖,成都的火锅,海南的天涯海角,这些经典的地方特色不仅成功地引起了人们的兴趣,也为旅游业提供了卖点。而茶叶的生长环境大都景色宜人,十分养眼。独特的茶园风光也能给人带来不一样的田园感受。随着人们对于健康生活的追求,茶园的自然风光以及修身养性的饮茶活动也引起人们的兴趣。可见,茶叶可以成为促进当地旅游业发展的一个重要的亮点。

1.2 茶叶是旅游业的附属商品

旅游业之所以受到当地政府的支持,不仅是因为旅游业自身所带来的经济效益,更在于旅游业可以带动其他产业的发展。除了餐饮业和酒店业迎来了自己的春天,旅游特色纪念品和当地特色商品的购买也成為了重要的经济增长点。因此,在一些产茶区或著名茶城,人们都愿意在旅行中购买一些地方特色茶叶赠送给自己的亲朋好友。而作为走亲访友的馈赠佳品,与其他礼物相比,茶叶显得更加具有诚意,也更受到人们的喜爱。因此,茶叶也可以成为旅游业极好的附属商品。而茶叶与旅游业的有效互动不仅可以促进旅游业的收入增长,更能够拉动当地经济的增长。

2 旅游业在促进茶叶经济发展中的作用

众所周知,旅游不仅是人们喜爱的出行方式,更是促进经济的重要手段。近年来,旅游业在国家经济所占的比重越来越高。而在旅游业的带动之下,其他的产业也得到了很好的发展。而从茶叶与旅游业的关系来看,旅游业能够有效促进茶叶经济的发展。

2.1 旅游业可以大大的提高茶叶的销量

旅游业对茶叶最明显的突出作用就在于旅游业能够大大地促进茶叶销量的增长。作为理想的伴手礼,茶叶成为了人们去当地旅游必不可少的购买品。因此,在旅游业的带动下,茶叶的销量得到了大大的提高。而随着人们对茶叶质量要求越来越高,为了满足市场的需求,茶叶的品质也会有很大的改善,逐渐实现向精品茶叶的转型。因此,旅游业对促进茶叶的多元化发展,构建合理健康的茶叶市场也起到了很大的帮助。质量上佳的茶叶也可以促进人们的“二次购买”,而不是简单的一锤子买卖。可见,旅游业建立了游客与商家的关系纽带,通过这一纽带,茶叶才能够成为让人们熟知的当地商品。

旅游业是促进当地茶叶销量非常有效的途径,它将世界各地的人们带到当地,让人们能够了解到茶叶以及茶叶的故事,品尝到地地道道的茶香,感受浓郁的茶文化,而这一切也让茶叶显得更加有魅力。

2.2 旅游业能够提高茶叶的知名度

有的地方的茶叶之所以滞销,很大程度上并不是茶叶自身的原因,而是封闭的地理环境让茶叶失去了走出去的通路。而旅游业无疑可以很好的解决这个问题。茶叶生长的环境大都温度适宜,景色优美宜人,是旅游的理想选择。而随着人们旅游出行的增多,那些具有全国性知名度的地方也已经失去了原有的魅力。相比之下,原汁原味的茶园以及古老的风光面貌反而变得更加吸引人。茶叶产业属于地方特色性的产业,很多城市因茶而被人熟知,因茶而名声远播,可见,茶叶的传播能够影响到地方的发展。增设专门的茶文化旅游的项目,设计规划茶文化旅游线路,对于茶文化以及地方特色的提高也有很大的帮助,在此带动下,茶叶的知名度会得到进一步的提高。

2.3 旅游业能够创造茶叶的附加价值

为了实现更好的经济增长,茶城的人们也不再局限于售卖茶叶,而是创造了很多与茶叶相关的特色产业。例如,茶叶可以和奶产品结合,打造具有特色的奶茶产业;茶叶与餐饮的结合给人们创造风味别致的茶食;茶叶可以成为一种药材,成为保健性的药品。可见,旅游业的发展也加大了当地人们对茶叶挖掘的程度,进而带动一系列其他产业经济的增长。而茶叶与其他产业的结合,进一步提升了茶叶经济增长的速度。

旅游业能够创造茶叶的附加价值,它不仅丰富了与茶叶相关的产业,让人们品尝到了不可多得的美食,也让人们更加了解茶叶,了解茶文化的内涵,了解与茶叶相关产业的形成与发展,这无疑能够给他们留下更加深刻的“茶之印象”,在实现茶叶经济增长的同时,茶也收获了自己的特色口碑。

3 利用旅游业促进茶叶经济发展的措施

3.1 开通网络销售的渠道

互联网经济的出现不仅增加了人们快速获取信息的渠道,也缩短了商家和顾客的距离。由于地域的限制,有的人无法实现到当地购买的愿望,而网络购买无疑是一个绝佳的途径。它不仅打破时空的限制,为消费者提供便捷的服务,也能够让他们买到称心如意的商品。因此,在发展旅游业的同时,我们也可以开通网络购买的渠道。在旅游的过程中,游客通过自己在商家那里得到的网络通道购买方式不仅能够保证他们买到原汁原味的商品,更能够保证渠道的安全性和放心性。而网络购买的方式无疑也构建了商家与顾客的纽带,这为促进茶叶经济发展提供了长久地渠道。

可见,开通网络销售的渠道不仅符合市场发展的需求,也可以将封闭在大山中的美景带出去,而网络销售渠道不仅可以满足游客的二次购买,也可以让从来没有去过茶文化旅游区的人们了解当地的茶叶特色。通过对茶叶的欣赏,使人们产生想要去茶城旅游的欲望,从而又进一步的促进地方的旅游业和其他产业的发展,可谓是一举多得的好事。

3.2 举办地方性的茶文化节

当今社会,吸引游客的不再是宏伟的建筑,不再是足不出户就可以尝到的当地美食,而是城市的文化底蕴。只有亲临其境,我们才可以亲身体会到文化的氛围,感受到来自文化的震撼,这是通过网络或者电视等渠道我们所无法感知的。因此,文化逐渐成为决定旅游方向的产物,而茶文化是我国珍贵的文化代表,如果能够好好地加以利用,这将对打造文化城市具有巨大作用。

因此,举办地方性的茶文化节,不仅能够向游客和世界人民普及地方的茶文化知识,更能够大大的拉动茶产品的消费。别开生面的茶文化节不仅能够传播中华传统的茶文化,也可以大大的提高地方的知名度和影响力。相关负责人在开展茶文化节时也可以与茶博会举办方合作,使茶文化资源能够最大限度地呈现在受众面前。

3.3 加强构建地方茶叶特色的力度

茶叶作为让人心旷神怡的饮品,不仅受到了国人的喜爱,也受到了世界人民的追捧。因此,如果地方城市想要将当地的茶叶产业更好的推广出去,就必须打造出具有特色性的亮点,借以聚焦世界的目光。而现在的茶叶旅游市场大都千篇一律,当人们去过一个地方的茶园之后,就不会产生去另一个茶园的想法。可见,这种复制性的发展模式短时间内看似减少了设计与策划的成本,但却严重阻碍了茶叶经济的发展。它让投入付诸东流,却没有带来更好的经济效益,反而加大了当地政府的负担。

因此,促进茶叶经济发展的当务之急是加大构建地方茶叶特色的力度,打造具有标志性的地方性产业。如果某地想要真正的成为具有标志性的茶园,就必须打造出自己的城市化特色。在构建地方茶叶特色的同时,地方政府必须充分的考虑到当地的风土人情、地理环境以及文化特征,将这些独一无二的特色加入到构建地方茶叶的建设之中,才能够让茶叶成为具有当地特色和民族特色的产品,才能够进一步促进茶叶产业以及旅游业的发展。

4 结语

综上所述,旅游业作为促进茶叶销量增长和茶文化传播的有效途径,能够有效的促进茶业经济的发展。而在物质文明逐渐丰富、信息技术四通八达的当今社会,茶城在发展茶文化旅游的同时,也要注意利用当下社会的一些有利渠道,创办符合时代性的茶文化盛宴,全力打造专属的茶文化乐园。希望通过本文的分析,能够为进一步促进茶叶经济增长,促进茶城经济发展做出一些贡献。

参考文献

- [1] 王艳. 茶文化旅游引领茶叶经济发展的路径探究 [J]. 福建茶叶, 2016,38(3):190-191.
- [2] 杨艳华. 茶文化生态旅游发展策略探究——以信阳市为例 [J]. 安阳工学院学报, 2013(5):45-47.
- [3] 包毓敏. 湖州茶文化旅游开发的策略与研究 [J]. 茶叶科学技术, 2006(2):29-33.
- [4] 宗敏丽, 祁黄雄, 吴健生, 冯喆, 黄秀兰. 茶文化旅游模式研究及开发策略——以浙江顾渚村为例 [J]. 中国农学通报, 2012,28(3):315-320.
- [5] 范璐璐. 茶园规划设计中茶文化旅游的应用研究——以古蔺县马嘶乡建新茶园规划设计为例 [J]. 四川农业大学, 2014 (05).