

## 《中国茶产业发展新论》评析

张耀武

(三峡旅游职业技术学院, 湖北 宜昌 443100)

**摘 要:** 龚永新教授长期致力于茶文化产业理论的体系构建与思想阐发, 指导三峡区域茶叶企业的发展。其新著《中国茶产业发展新论》一书, 从茶文化角度审视茶产业, 对茶文化产业进行了系统的理论诠释, 建立起以茶文化产业为主要研究对象的分析体系, 填补了目前文化大发展背景下茶文化产业理论专著空白, 具有引领茶文化产业和服务地方经济的重要价值。

**关 键 词:** 茶文化; 产业理论; 龚永新

中图分类号: G124

文献标志码: A

文章编号: 1009-2013(2012)03-0069-04

### *Review on New Theory on The Development of Chinese Tea Industry*

ZHANG Yao-wu

(Three Gorges Tourism Vocational & Technical College, Yichang 443100, China)

**Abstract:** Professor Gong Yongxin has long been committed to the construction of tea culture industry theory and guided the development of tea enterprises in Three Gorges area. In his new book *New Theory on The Development of Chinese Tea Industry*, Professor Gong examines the tea industry from the perspective of tea culture and gives a theoretical explanation and systemic annotation on tea culture industry. The paper makes a brief analysis on the system of tea culture industry theory which his new book is trying to build, and elaborates its significance on the research and development of tea culture industry.

**Key Words:** tea culture ; industry theory ; Gong Yongxin

龚永新系三峡旅游职业技术学院教授, 宜昌市三峡茶文化研究会会长。长期从事茶学、茶文化的教学和科研工作, 有关论文常见诸学术期刊, 并出版了《三峡茶文化》、《茶文化与茶道艺术》等多部著作。近十年来, 更是笔耕不辍, 孜孜以求, 致力于茶文化产业理论的体系构建与思想阐发, 指导三峡区域茶叶企业的发展。据朱永兴在《茶叶科学》2012年第2期发表《茶经济类科技文献的统计与分析》, 龚永新位列近10年国内以第一署名发表茶经济类科技文献最多的作者之首。龚永新教授率先提出了“茶文化产业”、“名茶美学”等概念, 观点多有创建, 引起学界和业内人士的广泛关注。其文多散布于学术报刊, 对于一般读者而言很难搜集完备, 无法管窥其茶文化产业理论的全貌。2012年3

月, 中国农业出版社正式出版了《中国茶产业发展新论》一书, 融汇浓缩了龚永新教授对茶文化产业进行系统性探索的精华, 这对广大茶人和茶企来说无疑是一件幸事。

#### 一部内容丰富、思想厚重之作

当前, 茶文化研究队伍日益扩大, 新的研究专著频频问世。但学术领域的浮躁之风也影响到茶文化研究, 有的著作或思想理论缺乏创新、或资料案例贫乏, 读来难免有肤浅和单薄之感。而该书建立于作者公开发表的近百篇学术论文基础之上, 凝聚了学者的思想智慧, 内容丰富, 具有很强的理论性和实践性。全书分为茶文化思想、茶文化产业、茶文化产业视角、茶文化产业区域4篇, 共44目。以茶文化思想篇为例, 下分9目, 依次论述了茶文化的基本精神、茶文化的特征举要、茶文化的成长摇篮、茶艺文化的阶段划分、茶文化的消费规律、

收稿日期: 2012-05-01

作者简介: 张耀武(1970—), 男, 湖北武汉人, 教授, 研究方向为茶文化、旅游文化和教育文化。

道家人生与品茶人生的契合、苏轼美茶思想的理解与阐发、茶文化研究的价值取向、茶文化与茶产业的互动联系及发展。思想深邃,视野宏观,为茶文化产业理论的构建提供了思想价值及历史渊源的坚实基础。

以“茶文化思想篇”为例,来看看该书的丰富内容和厚重思想。作者在对源远流长的中国茶文化进行整体把握和深入分析后认为,中国茶文化的基本精神是茶文化传承与发展的核心价值体系,它包括天人合一的科学理念、尚中贵和的基本精神和厚生爱民的人文传统等三个方面;中国茶文化的主要特征表现为创造主体的多元性、历史传承的悠久性、表现形式的民族性、体系构建的完整性。针对学界争执不下的茶文化起源地问题,作者通过比较论证后指出,三峡地区具有茶树原产地发生的条件,更具有茶生活发源地、茶文化初创地的人文基础,根据统一的“三地”之说,三峡地区成为真正的中华茶文化的成长摇篮。茶艺是中华茶文化体系的最具表征性的内容,作者率先提出,茶艺可分为起源阶段(唐玄宗执政至唐末)、发展阶段(唐末五代至明朝后期)、成熟阶段(明后期至近代)、升华阶段(现当代),其中前三个阶段为传统茶艺,后一个阶段为现代茶艺。茶文化的消费引导着茶文化的发展,促进茶文化消费需要借助茶文化消费规律的分析掌握,作者认为茶文化消费与经济增长水平相适应,与消费群体文化水平相适应,与地方文化氛围、消费习惯或方式相适应,与社会发展多层次、由低层次向高层次发展规律相适应。产业文化化和文化产业化是未来经济结构调整的两大趋势,这驱使作者十分关注文化与产业的互动,认为茶产业影响茶文化的规模和速度、影响着茶文化的表现形式和内容、影响着人才培养的数量和质量;而茶文化培植了茶产业活动的氛围、实现了技术知识的再生产,促进了茶知识和技能传递;进而提出了促进茶文化与茶产业互动发展的对策和思路——以产业发展为基础、以文化增益为动力、以品牌打造为依托、以市场需求为导向。

### 一部系统构建、自成体系之作

该书的主体内容,源于作者近几年来公开发表

的学术论文,其原创性自不待言。作为一部系统构建茶文化产业理论专著,更要求有完整的体系结构。为此,作者别具匠心,择其主要,分门别类,精心整合,形成4篇5模块、44目内容的基本构架。“从逻辑联系上,它是通过发展茶文化思想,以涉茶领域出现的、越来越体现文化产业特征的‘茶文化产业’(茶文化的基本形态之一)为主线,借助具有丰富文化内涵的名茶和依赖文化发展的茶乡旅游两个视角为‘重要支撑’,利用以往三峡地区茶文化及茶文化产业研究的成果,形成联系紧密的组合,以至于呈现给广大读者的《中国茶产业发展新论》,从文化的角度重新审视茶产业,并试图建立起以茶文化产业为主要研究对象的产业及产业文化的分析体系。而且,就任一命题所阐述的内容,它又是一个相对独立的单元,这恰好有利于读者作完整的理解和可供借鉴。”通过作者在该书“前言”中的介绍和解读,可见其在体系构建上的良苦用心;同时,这种脱胎于诸多论文的自成体系之作,其价值远远超出了一般学术论文的简单结集。

茶文化产业理论构建必须直面茶文化产业的系列问题,如茶文化产业定义,茶文化产业化趋势,茶文化产业命题的提出,茶文化产业的论证,茶文化产业的形成、发展与推动,产业融合对茶文化产业形成的影响,创意产业与传统茶文化产业的融合发展,茶文化产业与大茶业经济的关系,等等。对这些敏感而重要的问题,作者在“茶文化产业篇”中一一予以专题解析,使疑问得以消除。作者在学界较早提出了茶文化产业的定义:“茶文化产业是指富于文化内涵的茶产品和以茶文化服务为主的产业的集合”;并揭示了茶文化产业的内涵:以文化为基础、以满足人们的文化消费需求为目的、能产生相应的经济效益、茶文化是打造产业的共同资源、名茶是茶文化最优秀的载体。针对有关茶文化产业之所以成为产业的疑问,作者指出,随着知识与文化进一步主导经济走向,由以虚为主向以实为主发展将成为茶文化产业发展的总的趋势:在茶文化产业的形态方面,存在“附着式”、“融合式”和“主导式”三种形态;在发展茶文化的意义方面,它适应了知识经济时代的要求,能创造更加可观的经济效益,能为弘扬中华文化作贡献;在推动茶文

化产业进步方面,要更新理念适应知识经济发展的要求,指导实践促进茶文化产业的发展,开拓创新繁荣茶文化事业。茶文化产业的形成是文化积淀的结果;茶文化的产业发展体现了文化传承的产业化趋势,文化任务的产业化落实,文化服务的产业化提升。要用新理念发展茶业,跳出茶界抓茶业、发掘文化促茶业、创新产业兴茶业;茶文化产业化发展具有推动传统茶产业升级换代,充分发挥茶文化增值作用,促进产业的融合研究与发展等意义。在强调茶文化产业存在的必然性、现实性及意义的同时,特别指出,应将茶文化产业融入“大茶业”经济之中,“茶文化产业经济是现代‘大茶业’经济的重要组成,‘大茶业’经济是全面的茶经济,也是推动茶事业全面进步的标志。”简而言之,发展茶文化产业就是走文化、技术和经济“三位一体”、统筹协调互动发展之路。以上所述,也可以发现作者在构建茶文化理论体系时所持的中正平和、开放包容的学术心态。

### 一部文化发轫、理论奠基之作

作者长期工作在茶文化教学、科研和技术推广等领域,积累了丰富的茶文化产业建设经验;而敏锐的学术目光和严谨的治学态度,使其形而上的理论探求成绩斐然。在茶文化领域,作者较早提出了“茶文化产业”、“茶艺文化的阶段划分”、“名茶美学体系”、“茶乡旅游是典型的茶文化产业”等观念,并悉心研究与实践,在学界业界产生了广泛共鸣,并指导一批青年学人继续深化这些研究,一些重点大学的研究生也慕名前来讨教。学术上的成绩给作者带来成功的喜悦,但其对茶文化产业理论的探求并未就此停歇,而是认为自己的这些研究成果还有待进一步讨论、研究和形成共识。作者通过该书将十余年研究的成果予以系统归纳整理,填补了目前文化大发展背景下茶文化产业理论专著空白。作为茶文化产业理论的发轫和奠基之作,该书的出版必将促使更多学人加入本研究行列,并将进一步充实和完善这一新构建的理论体系。

下面,从“茶文化产业视角篇”来分析一下该书如何能承担文化发轫、理论奠基之作的使命。作

者在前面茶文化产业思想奠定与理论阐释的基础上,本篇进一步从名茶审美与茶乡旅游两个不同视角出发,分析茶文化产业的两个重要支撑。从名茶审美而言,名茶承载有交流、记忆、教育、审美等社会功能;从审美特征看,名茶具有外形美、内涵美、冲饮美、哲理美。名茶美学是日常生活审美化的产物,人们的日常生活与名茶构成审美关系,主要体现为:名茶是一种日常物品,有色、香、味、形的表现;名茶总是和美好的事物联系在一起,常用于喻称美好的事物;名茶给人以强烈的审美愉悦;名茶的日常生活审美化特征体现了实现名茶实用价值与审美价值的有机结合,体现了名茶的审美化、艺术化追求,从名茶文化生活中找到各自的审美情趣。作者还对名茶与美感,名茶的社会美特征,名茶艺术美的鉴赏,名茶与茶文化产品业的关联发展等产品文化语境下的茶企业经营策略等作了论述。在“中国名茶美学论纲”一目中,作者将名茶的不同审美属性归纳为自然美、社会美、艺术美;提出了中国名茶的美学体系:审美对象,审美主体,审美过程,审美内容;审美内容与审美步骤有一定联系,它与审美过程一道同为审美活动之列;名茶美学是既古老又年轻的学科,它具有中国特色,涵盖了茶艺美学。在茶乡旅游研究中,作者溯古历今,从古代文人茶乡行及其意义、历史茶文化资源及其旅游价值入手,分析土家茶文化资源及开发、茶乡风俗与旅游产品吸引力,进而论及茶乡生态旅游与构建,同时因势发展茶文化旅游、旅游名镇建设中的茶文化挖掘与导入,体验经济时代的茶乡旅游,发展茶乡旅游打造乡村旅游品牌等议题。自古及今,条分缕析,将茶文化旅游的渊源及发展路径清晰地展现于读者眼前。作者认为不同情趣与追求导致不同类型的古代文人茶乡行,如消遣型、朝觐型、差旅行、科考型等,形成了茶乡情结,丰富了茶香文化,推出了著名茶乡。茶乡是指以茶为主导产业的乡镇或乡村,发展茶乡生态旅游可增加茶乡农民收入,推动茶乡产业进步,加强茶乡文明建设,促进茶乡文化传承;茶乡生态旅游主要围绕“可进入”构建良好道路网络、围绕“可停留”构建完善的服务体系、围绕“可享受”构建丰富游览项目等方面

予以开发。茶乡村旅游应成为中国乡村旅游富于特色的产品,要优化茶乡产品结构,重点开发表演性、扩大参与性、增强娱乐性、发展教育性,推进中国乡村旅游品牌建设。

### 一部切合实际、服务产业之作

在近几年出版的茶文化著作中,不乏理论上有新贡献者,如陈文华著《长江流域茶文化》(湖北教育出版社2004年10月)、关剑平著《文化传播视野下的茶文化研究》(中国农业出版社2009年5月)、朱海燕著《中国茶美学研究》(光明日报出版社2009年12月)、以及王玲著《中国茶文化》(九州出版社2009年7月增订版)、陈宗懋编著《中国茶产业可持续发展战略研究》(浙江大学出版社2011年7月)等,分别从不同视角对茶文化进行了较深入的研究,已完全超越了先前强调茶文化知识普及和茶艺茶技的介绍性浅层研究,也开始摆脱偏重茶史梳理的单一性深层研究,在深度和广度上进一步拓展了茶文化研究的领域。但是,更多的茶文化著作还是停留在知识普及层面,或是单纯的理论研究,或是茶产业实践,鲜有将茶文化理论与当前文化产业实践结合起来进行研究。而《中国茶产业发展新论》一书,不论是析古溯源、探寻茶文化思想,还是分析产业、构建茶文化产业理论;无论是研究名茶审美、茶乡村旅游,还是立足区域、深究产业状况,作者无不紧紧围绕茶文化产业的体系构成要素,结合实际,展开论述。在阅读该书时,能清晰地感到作者强烈的时代感责任感,将独到的思想观点与详实的实践资料有机统一起来。从现实需要来看,该书的出版无疑具有引领茶文化产业和服务地方经济发展的重要意义。

作者地处三峡,对该区域茶文化耳濡目染,异常熟悉,加之切身参与了茶业实践与人才培养,对茶文化产业区域发展了如指掌。在该书“茶文化产业区域篇”中,作者既有对三峡区域宏观抽象茶文化的论述,也有对该区域的民间茶俗、三峡茶诗、茶谚、茶谜、茶疗等微观具象茶文化的探源。在“三

峡茶文化产业化及其模式研究”一目中,作者分析了三峡茶文化产业化的趋势:茶叶产品越来越注重包装宣传,文化行业广泛涉及茶叶行业,经营者越来越注意改善茶叶消费环境,人们越来越热衷于茶文化的消费;三峡茶文化产业化的依据体现于:中央提出把文化作为一种产业来建设,茶文化产业包括茶文化产品和茶文化服务,服务性产业是茶文化产业的基本属性;三峡茶文化产业的主要模式:茶文化商品的产业化模式(龙头企业+基地+茶农、行业协会+专业厂家+茶农、专业茶叶市场+经销户+茶农),茶文化服务的产业模式(区域性服务体系、技术性服务体系、系统性服务体系),茶文化产业教育模式(高校专业教学、短期培训、科技下乡和社区服务、行业协会学会交流、企业选送学习和师傅带徒弟模式);三峡茶文化发展对策:加强正规院校茶文化专业人才的培养,加快现有茶叶科技人员的知识结构调整,加强联合培训,通过大量茶文化活动提高茶文化经营者、消费者的茶文化意识。仅此一例,就可从中看到:作者的茶文化产业理论构建源于茶文化实践需要,又服务于茶文化产业建设。

浙江大学博导梁月荣教授在该书“序言”中写道:“《中国茶产业发展新论》是龚永新同志从茶文化角度审视茶产业以及茶产业文化的研究成果,也是对茶文化产业的理论诠释。该书的问世,毫无疑问,为我们开展茶产业和茶文化研究提供了一种新的思考方式,也为茶产业实践拓展了思路。”《中国茶产业发展新论》对茶文化产业理论体系的构建有目共睹,其影响也将是深远的。由于该书是从近百篇学术论文中认真遴选、重新整合而成,部分篇目中的观点和资料难免留有互见的痕迹,但这并不影响该书在茶文化产业理论体系方面的创建价值和在产业实践方面的引领作用。作为一名茶文化研究的后学,手捧这部26万字的茶学专著,概观目录,略览部分,便为简洁的分篇和丰富的内容所吸引;细读各篇,其新观点、新资料、新思路每每给人以思考,这也正好印证了梁教授的中肯评价。

责任编辑:曾凡盛