

茶文载道

基于广东茶文化创意产品设计与推广分析

梁思怡 赖钰蓉 梁栩钧 林映霞 陈梦娜

广东第二师范学院

摘要 茶文化作为中国传统文化的瑰宝，不仅承载着千年历史和丰富文化内涵，同时面临着国际传播的挑战。本研究以广东第二师范学院大学生创新创业项目“茶文载道”为例，深入探讨中国茶文化的传承与创新。本文通过分析“茶文载道”项目的实践，着重研究了创意产品推广的策略和实施过程，以期为中国茶文化在当代社会的传播提供经验与启示。

关键词 中国茶文化 创意产品 文化传承 广东地区

DOI <https://doi.org/10.6938/iie.060118>

产教融合研究 第6卷第1期, ISSN 2664-5327 (print), ISSN 2664-5335 (online), 2024年2月出版, Email: wtocom@gmail.com。

时代的发展使人们的追求逐渐朝着精神文化的层次发展，中国茶文化创意产品也有了更大的发展前景。中国茶文化作为中国传统文化的重要组成部分，承载着千年历史和丰富的文化内涵。茶叶不仅是一种饮料，更是一种文化的载体，代表着中国人的待客之道、生活哲学以及精神寄托。中国茶文化的魅力在于其深厚的历史背景，以及与之相关的茶道、茶艺等丰富元素。然而，尽管有其独特之处，中国茶文化在国际舞台上的认知度与传播有待提高。因此，本论文致力于探讨“茶文载道”项目，该项目旨在通过创意产品的推广，将中国茶文化传播至世界各地，以使更多人受益于其历史、文化和价值。茶文化创意产品在全国范围内的数量较多，但是在广东地区，其精神内核却有所缺失，茶文化只停留在外观上，创新设计更加在意外表而非内在。本文针对广东茶文化产品创新设计进行分析，并提出相应的注意事项。

一、文化传承与创意产品

（一）创意产品在文化传承中的作用

中国茶文化具有悠久的历史 and 独特的特点，是中国传统文化的重要组成部分。三千多年以来，茶叶在中国被栽培、饮用，并被赋予了文化内涵。中国茶文化的历史可以追溯到商周时期，经过千年的发展，形成了丰富多彩的茶道、茶艺和茶礼。茶文化以茶叶为媒介，传达了中国人的情感、生活哲学以及待客之道。不同类型的茶叶，如绿茶、红茶、普洱茶等，反映了不同地区和文化的特点，使中国茶文化成为一个多元化而丰富的领域。

首先，创意产品通过独特的设计语言和创新的理念，能够将传统文化注入新的时代内涵。在广东茶文化的例子中，创意产品可能包括具有传统文化元素的茶具、茶艺表演的创意呈现，或是基于传统茶文化的现代化设计等。这种创意设计不仅仅是对传统的再现，更是对传统文化进行诠释和赋予新的生命。

其次，创意产品能够通过情感共鸣激发人们对传统文化的兴趣和热爱。通过创意产品所蕴含的独特情感连接，消费者在使用、欣赏这些产品的过程中，往往能够建立起对广东茶文化的情感认同，进而促进文化传承的深层次体验。

此外，创意产品也有助于打破传统文化的时空限制，使其更好地融入现代生活。通过与时俱进的设计，创意产品使传统文化在当代社会中更具有吸引力和可感性，从而更好地适应不同群体的需求。

创意产品在传承和推广中国茶文化方面发挥着重要的作用。这些产品结合了传统的茶文化元素与现代创新，以吸引新一代茶文化爱好者。创意产品不仅满足了人们对茶叶的需求，还通过设计、包装、叙事等方式，传达了中国茶文化的魅力。这些产品的创新性不仅可以吸引国内市场，还有望打开国际市场，为中国茶文化的全球传播创造机会。

（二）“茶文载道”项目的起源与愿景

“茶文载道”项目的起源是为了将中国茶文化的精髓传播给国内外茶文化爱好者。项目旨在通过将中国茶文化与现代创意相结合的方式，创造出独特的茶文化产品，将中国茶文化推向新的高度，以吸引更多人加入茶文化的行列。项目的推动者们希望通过“茶文载道”，以文化创意产品为载体，体现广东茶文化的内涵，从而传承和传播广东茶文化。广东茶文化包括茶叶、茶具以及茶艺。广东人喜爱铁观音、大红袍，等等；对茶具的选择也有自己独特的喜好，比如茶托，茶杯，等等；广东人对茶艺的过程也非常注重。除此之外，广东的早茶文化也非常出名。广东的早茶文化历史悠久，体现了广东的饮食习惯和地域文化。广东茶文化也蕴含广东人对生活的态度和精神追求。以文化内涵为设计理念，融合广东茶文化的元素，赋予文化创意产品文化内涵，文化创意产品更具独特性和特色，更好地传承和传播广东茶文化。

二、茶文化创意产品开发具体策略

目前我国茶文化创意产品多集中于高品质的茶叶礼盒，仅仅在外包装上进行了创新设计，这种换汤不换药的创意内核表明茶文化创意设计缺乏动力，缺乏新意。

（一）以文化内涵为设计理念

在“茶文载道”项目中，创意产品的设计与开发是至关重要的环节。创意产品可以包括文具、茶具、茶叶、茶史文化图书、茶叶礼盒等各种与茶文化相关的产品。设计师和团队应当深入了解中国茶文化的历史、传统和特点，结合创新的设计理念和现代的审美趋势，创作出具有创意、独特性和艺术性的产品。产品的开发需要考虑到实际的生产制作工艺和技术要求。团队可以与工艺师傅、制作工厂等合作，确保产品的制作工艺和质量达到要求。同时，为了提升产品的可持续发展性，还可以考虑使用环保材料和工艺，注重产品的功能性和实用性。

在产品开发过程中，要注重体现中国茶文化的内涵和传统价值观。茶文化包含了中国古老的哲学思想、审美观念和生活方式，产品应当能够通过形式、图案、故事等方式传达这些文化内涵。产品的设计可以融入传统的茶文化元素，如国画、诗词、传统纹样等，以使产品更具中国茶文化的特色和独特性。

此外，产品还应当能够体现中国传统价值观，如和谐、节制、礼仪、敬畏等。通过产品的设计和宣传，传达和弘扬这些价值观，引导消费者更好地理解 and 体验中国茶文化的精神内涵。

广东是我国著名的产茶区，亦是茶叶消费大省，全省产茶县有超过65个之多。广东四大名茶包括岭头单丛、凤凰单丛、英德红茶、紫金蝉茶。譬如，针对广东英德茶叶中的全发酵红茶，将故事内涵作为品牌基础，以消费者叙述故事内容来解决以往茶文化创意产品对消费者吸引力不足的问题，更好地提升茶文化创意产品的吸引力，建立传播力强劲的茶文化品牌。要把文化品牌故事内容变得更具有生动性，就要通过产品上的图像来提升消费者的视觉效果。通过这种茶文化创意作品的设计手段，不仅能够让消费者直观地了解茶文化创意产品的本身，还能让消费者深度了解茶文化产品背后的理念与内涵。

（二）设计市场需要的产品

根据设计服务市场的需求，目标客户群体对于文创产品的需求主要是文具等实用类产品以及装饰品，茶文载道工作室基于市场需求进行文化创意产品设计。

文具类：笔。在笔夹处添加广东茶文化元素，比如广东早茶、茶叶、茶具等元素，体现广东茶文化特色。在笔筒处附上有关广东茶文化的诗词和当地与茶有关的句子，比如描写潮汕功夫茶的诗句：坐酌泠泠水，看煎瑟瑟尘。无由持一碗，寄与爱茶人。再如当地与茶有关的句子：得闲饮茶，等等。也可以通过文化创意产品传播广东茶文化。除此之外，茶

文载道工作室还会结合广东茶文化设计笔记本、书签、笔袋等文具。

手账类：近几年手账类产品受到消费者的喜爱。茶文载道工作室结合广东茶文化设计手账类产品，比如：手账本、绘画本、贴纸等等。

装饰品：茶文载道工作室结合广东茶文化设计装饰品。比如：钥匙扣、发夹、茶具、扇子、手链，等等。

文化创意产品包含实用类和装饰类，产品丰富多样，满足消费者的需求。

三、推广策略与实施

（一）线上宣传：建立官方网站与社交媒体平台

1. 营销策略

推广“茶文载道”项目，建立官方网站和社交媒体平台是至关重要的。官方网站可以用来展示项目的背景、目标、成果和相关活动信息，并提供与项目相关的资源和互动功能。“茶文载道”公众号也会以有趣新颖的方式宣传广东茶文化。在宣传的同时提高网络流量和销售线索质量并监测和分析内容营销的结果。

社交媒体平台如微博、微信公众号、抖音等，则可以用来发布项目的新闻、活动动态、茶文化知识、互动话题等。项目团队尽己所能去推广营销内容，选择更优质的宣传渠道，吸引更多的人关注和参与项目。

2. 影响力营销策略

影响力营销是品牌和企业接触目标受众并推广其产品或服务的最有效方式之一。这涉及利用影响者、在社交媒体和其他数字渠道上拥有大量追随者的个人，来创建内容并与他们的追随者互动，从而提高产品知名度和宣传力度。“茶文载道”工作室通过合作达人或知名人士，进行影响者营销，将他们打造成广东茶文化创意产品大使，建立起他们与工作室的联系和信任。通过这些达人或知名人士的推荐和体验分享，吸引更多人关注和购买相关产品，以此覆盖更多受众。此外，“茶文载道”会与相关领域的社交媒体账号进行合作，如与茶文化博主、美食博主、旅游博主等合作推出产品内容，增加“茶文载道”项目的曝光度，提高影响力。

（二）线下活动：茶文化展览、品茶会、文化讲座等

1. 推广活动

古人常以茶会友，足以说明茶可以作为媒介，在人们的沟通中发挥重要的作用。为了推广广东茶文化，设置一系列广东茶文化展览、品茶会和茶艺沙龙、文化讲座等活动必不可少。例如，团队主要以“广东茶文化”为核心主题开展茶文化展览项目，主要讲述“广东茶历史、广东茶讲究、广东茶的技艺”等诸多方面。也可以在像广州茶博会这样的大型展览设置展位，现场展示项目团队的品牌创意产品，包括茶具、茶纪念品、茶叶等。再比

如茶品会和茶艺沙龙，项目团队主要是以品茶、辨茶为主线，融合茶艺表演等活动，融合广东茶文化推广以及客户交流，让人们在论茶、品茶中敞开心扉、感悟茶文化、放松身心。广东茶文化讲座主要是邀请一些茶艺传承人讲述茶艺背后的故事和渊源或者普及泡茶知识等技艺，让人们用心去感受广东茶文化。通过这些活动现场布置场景和展现广东茶文化创意产品，起到隐形宣传作用。对于前来参加活动的客户，派发品牌创意产品，宣传广东茶文化的同时，也为项目团队品牌的创意产品进行推广和销售做准备。

2. 与茶楼合作推广

广东人对茶文化的崇尚可谓是深入人心，茶随处可见，成为他们日常生活中不可或缺的一部分。在广东，人们常常挂在嘴边的“得闲饮茶”，相当于古人所说的“后会有期”之类的敬辞，既是对未来相聚的期待，也是对当前相聚的珍视。喜欢饮茶成了广东人的一种习惯，尤其喜欢到茶楼里品茶吃点心，享受悠闲的时光。茶楼和茶餐厅在广东非常普遍，人们经常选择在这里品茶、用餐和聚会，成为日常社交活动中不可或缺的重要场所。因此，与广东茶楼如陶陶居、点都德、莲香楼、广州酒家等合作，联名推出专属广东茶文化创意产品，不仅可以宣传茶文化，还能借助这四大茶楼的声誉和情怀来广泛推广项目团队的创意产品。这些茶楼作为广州的老字号已经深入广州人的心中，茶楼也是喝茶爱好者聚集的地方之一，可以实现大范围的人流量，在口碑传播上也能够取得良好效果。

综上所述，线下活动也是推广项目的重要手段之一。茶文化展览可以展示中国茶文化的丰富内涵和创意产品的特色，吸引参观者深入了解并体验茶文化。品茶会可以提供给大众品尝各类茶叶，传授泡茶技巧和茶道礼仪知识。文化讲座可以邀请专家学者分享茶文化的历史、演变和影响，增加公众对茶文化的认知和兴趣。

（三）教育推广：培训课程的开展与传扬

茶文化是中国文化的重要组成部分，而广东茶文化是中国四大茶文化系列之一。培养学生从小对广东茶文化的兴趣，不仅从根源上宣传广东茶文化，同时也会让孩子在学习茶艺知识的过程中，接受传统文化的熏陶，培养做事不乱、举止有度、行事有礼，提高青少年的综合素质。项目团队会在广东的中小学校进行“茶进校园”主题教育推广，传授茶文化知识，从根源上培养人们的喜茶、爱茶素养，并有可能成为未来的潜在客户。除此之外，开展广东茶文化培训课程，如茶艺、茶道、茶艺知识等，可以提高大众对于广东茶文化创意产品的认知和兴趣，培养更多的茶文化爱好者，吸引更多的个体经营者加入项目团队，为以后扩大品牌门店做准备。教育推广是“茶文载道”品牌未来长期发展的重要方向，能提高品牌的影响力，并实现可持续发展。

四、品牌推广与可信度建设

（一）品牌形象的塑造

一次偶然的机会，项目团队看到中国茶文化申遗成功的消息报道。作为大学生，心里怀揣着一个梦想，希望能够将这份古老而神奇的文化传递给更多的年轻人。而在目前的市场里面，年轻一代热衷于各种各样的文创产品。为此，项目团队打算以一种更富有创意和现代感的方式，让茶文化焕发出新的活力。项目团队创立了“茶文载道”品牌，寓意通过茶文化的传承，传达道路的启示。项目团队不仅仅是一个创业团队，更是以文化使者的身份，将自己对茶文化的热情与活力投入到这个梦想之中。



图 1: 茶文载道 LOGO

（二）利用多媒体传达故事

为了更生动地诠释“茶文载道”品牌的故事，项目团队将故事以多媒体的形式，通过视频、照片和其他富有创意的内容，以引人入胜的方式向消费者展示品牌的独特魅力。在社交媒体平台上，目前是以公众号的形式积极分享故事片段，与消费者建立起更加紧密的互动关系。通过与用户分享品牌创始人的心路历程、团队的合作默契，以及品牌背后的可持续性和社会责任承诺，引发用户的共鸣和关注。用户可以在评论区分享自己对茶文化的理解，也有机会参与项目团队的品牌活动，共同创造更多美好瞬间。

（三）品牌故事的叙述与情感连接

凤凰单丛

茶文载道 2023-11-08 21:26 广东

今天给大家介绍的是来自中国广东省的特色茶叶——凤凰单丛。这款茶叶源自千年前，品味独特，芳香迷人。让我们一起来了解这款茶叶的独特魅力吧！

前言



故

事发生在公元前2367年，高辛帝统治的时代，一个神奇的传说诞生了。畚族的始祖盘瓠，本是海龙王的李生子青龙，十分向往人间的生活，于是投胎为太耳婆然后孵化成龙。因协助高辛帝打败番王有功，娶高辛帝的第三女为妻之后，携家赴凤凰山安定并组建畚族。



故事经过

然而，乌龙，青龙之弟，却无意中造成了兄长的死亡。为了抚养青龙的后代，乌龙向玉帝请愿，愿意化为茶树，供青龙子孙享用。玉帝接受了他的请求，并赋予这棵茶树独特的韵味和醉人的香气，以此造福人类。

因此，畚族与乌龙茶树之间形成了深厚的联系。这个传说不仅揭示了畚族与乌龙茶树的紧密联系，也展示了中华民族对茶文化的热爱和敬仰。

在今天，这个传说仍然被畚族人民代代相传，成为了他们文化传统的重要组成部分。

Part.01

凤凰单丛的产地与历史

图 2: 茶文载道微信公众号

品牌故事是品牌推广中的重要元素。通过讲述品牌背后的故事，可以与消费者建立情感连接。在中国茶文化推广项目中，品牌故事可以涵盖茶文化的历史渊源、传承的故事以

及茶文化的价值和意义等。通过真实而有趣的品牌故事，消费者可以更好地理解和认同品牌，从而增强品牌的可信度和吸引力。

为了实现可持续发展，“茶文载道”项目可以考虑扩展产品线并进行创新。通过开发新款茶具、推出新口味茶叶或茶饮品等，可以吸引更多的消费者参与茶文化的推广。同时，创新的产品设计和推广策略可以提升品牌的竞争力和吸引力，为项目的可持续发展提供动力。

（四）文化推广与社会责任

中国茶文化具有悠久的历史和丰富的内涵，有着广阔的国际市场潜力。茶文化推广项目可以将目光投向国际市场，通过与国外茶文化机构、茶商和茶文化爱好者合作，将中国茶文化走向国际。可以通过举办国际茶文化展览、参加国际茶文化活动等方式，将中国茶文化推广到更广泛的国际受众中去。

“茶文载道”项目还应当履行社会责任，关注环境保护和可持续发展。可以与茶农合作，推行有机茶叶种植和可持续农业实践，保护土地和生态环境。此外，可以开展茶文化教育和公益活动，提高公众对茶文化的认知和重视度，推动茶文化的传承和发展。

“茶文载道”项目未来的可持续发展需要考虑市场需求和用户反馈，不断优化项目策略和推广效果。建立良好的合作伙伴关系和发展多元化的收入来源，是项目可持续发展的重要保障。通过持续创新和改进，项目可以不断提升品牌的影响力和市场地位，实现长期的可持续发展。

五、结论与展望

“茶文载道”项目作为一个创意产品推广大使项目，目的是有效地推广中国茶文化。通过策划和实施一系列具有创意和文化内涵的产品推广活动，项目可以吸引更多人关注和了解中国茶文化，并促进茶文化产业发展。“茶文载道”项目的成功要素包括充分的策划和准备工作、精准的推广策略、优质的产品 and 建立伙伴关系。这些要素的有效结合，使得项目能够取得良好的推广效果和影响力。然而，项目实施也面临一些挑战。其中之一是如何更好地吸引年轻一代的关注和参与。年轻人对于茶文化的兴趣和理解程度可能相对较低，因此需要针对他们的需求和兴趣，设计和推广相关的产品和活动。

在未来的研究中，可以进一步探索茶文化推广项目的创新策略和方法。例如，可以结合虚拟现实、增强现实等技术，设计与茶文化相关的交互式体验，以吸引更多人参与茶文化的传播和推广。

此外，还可以研究茶文化推广项目对消费者行为和态度的影响。通过调查和分析消费者参与“茶文载道”项目后的态度和行为变化，可以更好地了解项目的效果和影响，从而



图 3: 茶文载道内涵

提供更有针对性的推广策略和方案。

总之，“茶文载道”项目可以为中国茶文化的推广做出积极的贡献。随着越来越多的人关注和参与茶文化传播，期待茶文化在未来的发展和传承中有更广阔的空间和影响力。

编辑：张梅

基金项目 本文系广东第二师范学院大学生创新创业项目研究成果（项目编号S202314278022X）。

作者简介 梁思怡，2002年02月13日出生，广东茂名人，广东第二师范学院商务英语专业学生，研究方向：商务英语，<https://orcid.org/0009-0000-2569-5468>。

赖钰蓉：2002年1月29日出生，广东茂名人，广东第二师范学院商务英语专业学生，研究方向：商务英语，<https://orcid.org/0009-0001-5697-0124>。

梁栩钧，2003年1月16日出生，广东佛山人，广东第二师范学院商务英语专业学生，研究方向：商务英语，<https://orcid.org/0009-0000-8451-5797>。

林映霞，2002年7月17日出生，广东河源人，广东第二师范学院商务英语专业学生，研究方向：商务英语，<https://orcid.org/0009-0006-0061-5971>。

陈梦娜，2003年4月25日出生，广东茂名人，广东第二师范学院计算机科学与技术(师范)学生，研究方向：计算机科学与技术，<https://orcid.org/0009-0002-0756-9569>。

文章历史 收文：2023年12月20日；修改：2024年1月15日；发表：2024年2月28日。

引用本文 梁思怡, 赖钰蓉, 梁栩钧, 林映霞, 陈梦娜. 茶文载道——基于广东茶文化创意产品设计与推广分析 [J]. 产教融合研究, 2024, 6(1):182-192,<https://doi.org/10.6938/ie.060118>.

参考文献

- [1] 程成. 文旅融合视域下“茶文化+”创意设计体系建构研究 [D]. 南京林业大学,2023.5-6.
- [2] 唐晓峰. 茶之道: 中国茶文化探微 [M]. 中国人民大学出版社,2015.4-18,23-41.
- [3] 黄海蒙, 蒋敏. 茶文化创意的概念、类型与路径 [J]. 中国茶叶,2023,45(01):70-75.
- [4] 刘珊珊. 茶文化创意产品设计在数字平台上应用的可行性分析 [J]. 福建茶叶,2018,40(07):326.
- [5] 蒋敏, 章传政, 徐雯翔. 安徽省茶文化创意产业发展现状与思考 [J]. 中国茶叶加工,2017(01):13-19.
- [6] 吴俊. 茶文化创意产品设计创新研究 [J]. 福建茶叶,2021,43(04):277-278.
- [7] 贾玉铭. 中国茶文化史 [M]. 中国轻工业出版社,2011.63-72.
- [8] 陆羽. 中国茶文化精髓 [M]. 中国商业出版社,2012,32-41,56-61.

Tea culture carries the message: Analysis on creative product design and promotion based on Guangdong tea culture

Siyi LIANG, Yurong LAI, Xujun LIANG, Yingxia LIN, Mengna CHEN

Guangdong University of Education

Abstract As a precious gem of Chinese traditional culture, tea culture carries thousands of years of history and rich cultural connotations, but also faces challenges in international dissemination. This study takes the student innovation and entrepreneurship project *Tea culture carries the message* from Guangdong University of Education as a case to explore the inheritance and innovation of Chinese tea culture. By analyzing the practice of the this project, this paper focuses on studying the strategies and implementation process of promoting creative products, aiming to provide experience and insights for the dissemination of Chinese tea culture in contemporary society with an academic perspective.

Keywords Chinese tea culture, Creative products, Cultural heritage, Guangdong

Cite This Article Siyi LIANG, Yurong LAI, Xujun LIANG, Yingxia LIN, Mengna CHEN. Tea culture carries the message: Analysis on creative product design and promotion based on Guangdong tea culture [J]. *Integration of Industry and Education*, 2024.6(1):182-192, <https://doi.org/10.6938/iie.060118>

©The Author(s) and Creative Publishing Co., Limited 2024. *Integration of Industry and Education*, ISSN 2664-5327(print), ISSN 2664-5335(online), DOI 10.6938, Volume 6 Issue 1, published on 28 February 2024, by Creative Publishing Co., Limited, <http://riie.cc>, <http://www.ssci.cc>, Email: wtocom@gmail.com, kycbshk@gamil.com.