

# 基于 SWOT 分析的湘茶文创发展路径研究

李成熙

湖南信息学院, 中国·湖南长沙 410151

**摘要:** 文创产品正成为文化传承、情感共鸣以及理念表达的重要载体。湘茶文创不仅承载着湖南乃至中华民族源远流长的茶文化历史底蕴, 还巧妙融合了现代设计哲学与市场需求导向, 彰显出非凡的发展潜力与市场价值。本研究运用 SWOT 分析方法深入剖析了湘茶文创发展中的优劣势, 把握其面临的机遇及挑战, 并在此基础上提出了文脉融汇、非遗赋能、茶旅融合、链条延伸和数智织梦等多维度的发展策略与建议。

**关键词:** 茶文化; 湘茶文创; 文创产品开发; SWOT

## Research on the Development Path of Hunan Tea Cultural Creativity Based on SWOT Analysis

Chengxi Li

Hunan University of Information Technology, Changsha, Hunan, 410151, China

**Abstract:** Cultural and creative products are becoming an important carrier for cultural inheritance, emotional resonance, and idea expression. Hunan tea cultural and creative products not only carry the profound historical and cultural heritage of tea culture in Hunan and even the Chinese nation, but also skillfully integrate modern design philosophy and market demand orientation, showing extraordinary development potential and market value. This study uses the SWOT analysis method to deeply analyze the advantages and disadvantages of Hunan tea cultural and creative development, grasp the opportunities and challenges it faces, and then proposes multi-dimensional development strategies and suggestions based on this.

**Keywords:** tea culture; Hunan cultural creation; cultural and creative product development; SWOT

## 0 前言

茶叶起源于中国, 盛行世界, 成为承载历史和传播文化的一张特色名片。而湖南素有“江南茶乡”之美誉, 其产茶历史悠久, 既是中国内陆产茶大省, 也是中华茶文化的发源地之一, 其深厚的茶文化底蕴为湘茶文创的发展提供了得天独厚的条件。随着文创产业的蓬勃发展, 文创产品正成为文化传承、情感共鸣以及理念表达的重要载体。湘茶文创, 依托湘茶产业的坚实基础, 深入挖掘湘茶文化精髓, 通过创意设计与现代科技的巧妙融合, 让传统茶文化在现代社会焕发新生, 湘茶文创也成为连接过去与未来、传统与现代的桥梁之一。湖南省积极响应国家发展战略, 于 2022 年通过了《湖南省茶产业发展促进条例》, 其中关于茶产业融合发展和湘茶文化创意培育的条款, 为湘茶文创的发展注入了强劲动力。因此, 论文运用 SWOT 分析法对湘茶文创发展进行深入剖析, 旨在探索出一条既符合时代潮流又彰显地域特色的湘茶文创可持续发展之路<sup>[1]</sup>。

## 1 湘茶文创发展的 SWOT 分析

### 1.1 优势 (Strengths)

#### 1.1.1 生态环境优越, 产业资源丰富

湖南省优越的生态环境造就了湖南茶叶的多样性, 拥有超过 2000 年的茶叶种植历史。至 2023 年底, 湖南省茶园面积积达 352 万亩, 年产茶叶 33.8 万吨, 湘茶全产业链实现

综合产值 1062 亿元, 稳居全国第四位, 并保持平稳发展态势。湖南省政府持续推动茶产业发展, 通过五彩湘茶等品牌建设及推广提升湘茶文化知名度与影响力。湘茶品牌不仅承载着深厚的文化底蕴, 也是消费者认知和选择的重要依据, 其中君山银针、安化黑茶等享誉国内外, 为湘茶文创发展奠定了坚实基础。同时, 湖南的创意产业也呈现出蓬勃发展的态势, 知名设计师、艺术家等创意人才聚集, 为湘茶文创产品的创新和开发提供了强大的人才支持。这种产业融合的优势, 使得湘茶文创产品能够在传承传统文化的同时, 融入现代审美和设计理念, 满足消费者日益增长的精神文化需求<sup>[2]</sup>。

#### 1.1.2 文化底蕴深厚, 传媒资源丰富

湘茶文化历经千年积淀, 其深厚底蕴不仅根植于茶祖神农氏的传说, “茶禅一味”理念更是巧妙地将茶之清雅与禅之深远融为一体, 赋予了湘茶文化更加深远的意境。湘绣、湘剧、花鼓戏等非遗文化与湘茶文化交相辉映, 也为湘茶文创发展注入了文化灵魂。同时, 湖湘文化汲取楚、中原文化精髓, 使湖南省域内形成了独特的品茶习俗和茶文化特色, 如啜茶、擂茶、油茶等, 为湘茶文创发展提供了丰富的创意源泉。

在文化传播方面, 湖南省依托其强大的媒体矩阵及湖南卫视品牌效应, 构建了全方位湘茶文化传播体系。从茶频道的专业内容输出到社交媒体平台的互动传播, 为湘茶文化普及和市场推广开辟了新路径。在内容创作层面, 湘茶文创

开发主体凭借内容创作底蕴与人才优势,精准把握市场脉搏,有效提升了产品附加值与市场竞争力。

## 1.2 劣势 (Weaknesses)

### 1.2.1 文创产品开发不足,产业链整合滞后

产品种类与数量的稀缺难以满足湘茶文创市场多元化、个性化需求,削弱了市场竞争力。湘茶文化还未充分融合于文创产品开发过程中,产品多流于形式,缺乏文化深度与情感链接,难以激发消费者购买意愿。同时,品控及价值提升机制不完善,也制约了产品定价灵活性与市场溢价能力,阻碍高端品牌形象与差异化市场定位。此外,湘茶文创产业链内部上下游之间缺乏有效的协同机制,整合效率低,创新、传播、消费体验断层,尚处于初级阶段。亟需标准化、规范化引导,提升创新资源流动效率。

### 1.2.2 消费需求显著分化,品牌影响力较弱

年轻消费群体作为文创市场主力,其多元文化偏好、消费习惯对湘茶文创提出了更高要求。然而,在追求商业化过程中,必须警惕过度商业化导致的湘茶文化底蕴稀释与独特性丧失,引发“文化贬值”风险。面对文创需求显著分化,包括消费群体特征、文化自信认同、线上线下消费偏好及个性化、体验式需求等,亟需精准对接这些市场动态。但当前多数湘茶文创仍依附于传统品牌,缺乏独立品牌建设与市场深耕,品牌影响力弱。相比之下,茶颜悦色等新式茶饮品牌通过创新融合与精准营销,不仅成功吸引了年轻消费者,还为传统茶企与文创企业转型升级树立了典范,然而,单一的成功案例不足以引领整个行业的繁荣。

## 1.3 机会 (Opportunities)

### 1.3.1 政策引领与技术革新双轮驱动

近年来,湖南省积极实施了精准化的文化产业融合政策,包括湘茶文化传播的促进、财政专项扶持及文旅融合发展等,为湘茶文创发展奠定了坚实的政策基础。与此同时,技术创新成为推动湘茶文创升级的关键力量,正以前所未有的速度重塑产业格局。AI及网络直播等融合应用促进了湘茶文创开发利用,引领了个性化、定制化消费的新趋势。特别是VR、AR和3D打印等前沿技术的应用,能够为湘茶文创产品的创意设计、生产制造及市场推广开辟崭新路径,实现传统文化与现代科技的深度融合,为消费者带来前所未有的文创体验。

### 1.3.2 文创新纪元:IP商业化出海潮

新文创时代为湘茶文创带来新机遇,其理念核心是“以IP构建为核心的文化生产方式”,打造中国文化符号。IP商业化不仅能增加品牌竞争力,还能促进湘茶文化传播<sup>[1]</sup>。从“冰墩墩”到故宫文化IP,这些成功案例都彰显了文创IP的无限潜能。此外,文化“出海”不仅是讲好中国故事、传递中国声音、彰显中国价值的崇高使命<sup>[4]</sup>,更是中国文化软实力提升的重要体现。随着国潮文化的风靡,湘茶文创迎来“出海”良机。《甄嬛传》《流浪地球》以及非遗文化“新

航线”海外巡展等,均为中国文创产品走向世界提供了宝贵经验。在新文创时代的浪潮中,湘茶文创应敏锐把握IP商业化与国际化带来的双重机遇,勇于创新探索,开辟出文创产业的新蓝海,让湘茶文化在世界舞台上绽放更加璀璨的光芒。

## 1.4 威胁 (Threats)

### 1.4.1 市场竞争加剧,品牌同质化严重

湘茶文创产品同时面临国内外竞争,这种竞争态势加剧了产品同质化,湘茶文创必须不断求新求变,提升产品品质、强化差异化优势。同时,过度竞争可能诱发价格战,侵蚀企业利润,阻碍行业发展。加之原材料成本攀升及创新不足问题,湘茶文创市场面临双重挤压,其独特的文化韵味与市场吸引力亟待增强。面对新兴茶饮品牌文创开发的市场冲击,湘茶文创亟须加速创新步伐,深化品牌内涵,实施差异化战略有效应对同质化竞争挑战。

### 1.4.2 文化认同差异与消费者需求变迁

在消费者需求趋向多元化与个性化的时代背景下,湘茶文创正面临着文化认同多样性与市场需求快速迭代的双重挑战。一方面,消费者期望已转向品质、健康与环保,这要求湘茶文创保持文化底蕴的同时,必须注重产品品质提升与环保理念融合。另一方面,文化差异阻碍湘茶文创国际化,不同国家对湘茶文化的认知差异,可能导致湘茶文创产品面临接受度低、推广难度大等挑战。如何灵活调整产品设计理念与营销策略,增强消费者对湘茶文化的理解与认同,是湘茶文创在激烈的市场竞争中突围的关键。

## 2 湘茶文创发展路径

### 2.1 文脉融汇,湖湘特色铸茶魂

茶文化根植于中国人民的丰富社会实践<sup>[5]</sup>,湘茶文化蕴含深厚历史与地域特色,发展关键在于如何挖掘并融合湖南独特文化元素,如土家族茶俗、茶礼等,创造出既保留传统韵味又符合现代审美趋势的文创产品。近年来,湖南省政府高度重视湘茶产业发展,湘茶文创开发主体应紧抓这一机遇,科学规划产业布局,塑造品牌形象。同时,湘茶文创应努力实现传统文化与现代元素的跨界融合,挖掘品牌文化,讲好中国故事,赋予文创产品以独特的文化符号与情感价值。同时,在造型与功能上追求视觉与功能的双重创新,为消费者带来前所未有的文化体验。

### 2.2 非遗赋能,文化创新展茶韵

以非遗文化赋能湘茶文创,能提升其文化内涵与艺术价值。一是非遗技艺与湘茶文创融合。依托湖南非遗技艺,如传统制茶工艺、茶艺表演、茶歌茶舞等,融入现代设计理念,打造出传统与现代审美结合的产品。二是非遗故事与湘茶品牌的情感链接。挖掘非遗文化历史故事与内涵,设计非遗系列主题产品,激发消费者对湘茶文化的情感共鸣与身份认同,增强品牌忠诚度。三是非遗体验与湘茶旅游的交互融

合。可设立非遗体验工坊、举办非遗文化节等活动,让游客亲身体验制茶工艺、品味茶香韵味、学习茶艺精髓。同时,可以利用 VR 等技术提升游客沉浸式体验,为湘茶旅游增添新的活力与吸引力。四是非遗保护与湘茶文创的可持续发展。在推动非遗文化赋能湘茶文创的过程中,必须坚持“保护优先、合理利用”的原则。通过建立健全非遗文化数据库、加强传承人培养与激励,推动非遗文化教育与普及,为非遗文化与湘茶文创的融合创新奠定坚实基础。

### 2.3 茶旅融合,景区联动绘茶景

茶旅融合策略旨在通过深度整合湘茶文化与湖湘旅游资源,打造综合性茶旅发展模式。一是依托湖南区域间绿色生态茶园,设计体验活动,同时建立茶叶博物馆、特色茶馆,举办茶叶博览会,形成系统化的茶文化展示与交流平台,让消费者深入了解潇湘茶的品质特性。二是运用 VR、AR 及全景直播等技术,打破时空界限,结合湖南古城资源打造茶旅目的地,为游客提供线上沉浸式茶园游览体验。三是深入挖掘湘茶资源的健康价值,依托洞庭湖等生态优势区域,开发药食同源的特色文创产品,构建集农业、旅游、养生于一体的综合服务体系。四是借鉴国内外成功案例,不断丰富湖南文化旅游产品线,增强湘茶品牌的辨识度与美誉度。针对康养旅游市场的特殊需求,结合生态农业、乡村旅游,推出多元化的健康旅游产品,拓宽湘茶产业的发展边界,实现市场多元化与可持续发展。

### 2.4 链条延伸,产业优化拓茶路

湘茶文创产业链优化可以从三个维度展开:首先,优化产业链,通过融合传统文化与现代审美,革新工艺,提升品控,确保文创产品品质与文化深度,并积极拓宽市场,强化品牌建设;其次,延伸产业链,通过茶文化衍生品设计、茶旅融合模式的探索以及电商渠道的全面布局拓宽产业边界,并依托不同地区的旅游资源,打造特色茶旅线路,促进茶产业与旅游、文化的深度交融;最后,产业链协同,通过建立合作机制,促进产学研结合,构建湘茶文创集群,发挥行业协会桥梁作用,共同营造良好的产业发展环境。

### 2.5 数智织梦,文创 IP 焕茶彩

VR、AR 等前沿技术与文化融合不仅赋予了湘茶文创

全新的生命力,还拓宽了其市场边界。相关主体可以围绕湘茶历史、民间故事及精湛工艺,打造独特的文创 IP。通过跨界融合创造出既传统又时尚、既实用又有文化内涵的文创产品,满足市场多元化需求。另外,相关主体还可以采取多元化运营策略(如授权合作、联名款及衍生品开发等),拓宽湘茶文创 IP 商业应用场景,增加收益渠道。同时,可以借助社交媒体、电商平台等高效传播平台,加大 IP 宣传力度,扩大其市场影响力。构建稳固的 IP 粉丝社群,增强用户粘性,激发口碑传播效应,提升市场竞争力。

## 3 结语

湘茶文创产品开发与产业发展能够促进文化创新,赋能湘茶文化与旅游融合发展,提升湘茶文化的知名度和影响力,同时推动相关产业转型升级,促进农民增收,助力产业脱贫攻坚及乡村振兴。湘茶文创的发展之路是一条多元并进之路,未来还需要继续深入挖掘湘茶文化的深厚底蕴和独特价值,不断融合创新,以新颖的产品形态和丰富的文化内涵,回应时代需求。

### 参考文献:

- [1] 陈妍伊.国潮背景下文创品牌设计策略研究——以茶颜悦色为例[J].绿色包装,2023(6):184-188.
- [2] 李敏,魏世泽.基于态势分析法的传统手工艺文创产品开发策略[J].民族艺术研究,2023,36(3):137-144.
- [3] 汪涛,蔡超.中华优秀传统文化IP商业化运营的思考——以朝华出版社美猴王IP为例[J].出版广角,2024(7):10-14.
- [4] 高旭红.文化“出海”的中国底色与传播策略[J].湖湘论坛,2023,36(6):42-51.
- [5] 宋时磊.中国茶文化的形成、发展及影响[J].人民论坛,2022(19):96-99.

作者简介:李成熙(1993-),男,中国贵州遵义人,硕士,助理研究员,从事文创开发利用研究。

基金项目:论文系 2021 年度湖南省社会科学成果评审委员会课题“湘茶文创产品开发利用研究”(项目编号: XSP21YBC150)研究成果之一。