

汉中茶文化品牌塑造分析与对策

张利军 任世通

(陕西国际商贸学院, 陕西 西安 712046)

[摘要] 茶产业的发展离不开茶文化, 茶文化是茶业升级的决定性因素; 丰富的茶文化内涵蕴含在茶叶品牌中, 茶叶产品是短暂的, 但茶文化是永恒的。所以, 企业在塑造茶叶品牌的同时, 还要同时大力宣扬汉中茶文化, 努力增加汉中茶品牌的文化价值。

[关键词] 汉中茶文化; 品牌; 塑造

[中图分类号] F274 [文献标识码] A

1 汉中茶文化品牌的发展优势

1.1 自然生态条件优越

汉中隶属陕南地区北面紧临秦岭, 南面倚靠巴山。汉中市生态环境良好, 海拔高云雾缭绕, 森林覆盖率极高, 全年平均气温在 12 到 14 摄氏度, 每年的 4 到 10 月份降水量集中, 年均降水量大约 1000 毫米, 这些因素对茶树的生长发育十分有利; 茶园土壤酸碱度条件适宜茶树生长且土壤和水中含有丰富的富硒资源。

1.2 茶叶品质卓越

汉水灌溉整个汉中地区, 汉中茶香高、味浓、耐冲泡、富含锌硒这些独特的优势使茶叶的品质极高。茶叶里含有的有效成分多, 例如, 茶氨酸含量达到 3% 以上, 咖啡碱含量达到 4.5% 以上, 茶多酚含量最高达到 28% 以上。中国农科院茶叶研究所测定属无公害汉中茶叶 90% 以上达到或超过绿色食品的 AA 级标准。

1.3 历史悠久

据史料考证, 古代居住在陕西南部的巴人是我国最早种茶、用茶的人。陕西茶叶起源于商周时期, 在秦汉的时候兴起, 到了唐宋时达到了顶峰, 在明清时期繁荣昌盛。在中国最早的地方志《华阳国志》上就有关于这方面的记载, 大约在公元前 12 世纪, 古巴国的臣子向周武王敬献的贡品中“西乡月团”茶就产自汉中的镇巴、西乡县一带。陕西还是历代封建王朝“茶马交易”国策的实施地和重要市场。到了唐朝时期, 茶正式作为商品的形式开始进入市场, 茶叶的消费者不仅有达官贵人, 也有普通的平民百姓, 茶马贸易频繁, 茶叶升级国家战备物资的地位, 陕西茶由此进入了辉煌时期。宋朝的时候, 茶叶生产已经遍及秦岭以南各个地方。在当时, 茶不仅为陕南农家提供了衣食的保障, 也成为了朝廷开辟财源的重要渠道。

1.4 汉中茶文化特色

十里不同乡, 百里不同俗。在汉中, 历来都有“客来先敬茶”的习俗。客人登门拜访的时候, 茶水当先, 为客沏泡家里最好的茶, 殷勤招待, 颇有汉茶茶礼。一进汉中, 茶馆中的摆设简单和古朴, 店家待客殷勤, 态度和蔼, 使人有一种游子归家的亲切之感, 浓郁的汉中地方特色便表现在游人眼前。茶馆中看报, 斗棋, 乡士人弹琴说书, 汉中茶文化已经融入于人们的生活中。在汉中这个地方, 茶馆的定义并不是那么局限, 乡村集镇, 一家一户也是个茶馆, 解放以前制茶师傅都是关起门来自己制茶, 唯恐别人学去自家的手艺。而今斗茶已经成为了一种表演艺术, 在汉中西乡的罗镇就举行了千人的斗茶大赛, 通过动态的冲泡以及表演者服饰的配合与气氛烘托, 将秦巴茶艺的大气展现在人们的眼前。

2 汉中茶文化品牌塑造的机遇

2.1 “互联网+”推动文化产业实现重要突破

伴随信息时代的来临, “互联网+”成为互联网发展的新业态, 驱动当今社会变革的除了无所不在的网络, 还有庞大的数据和超强的数据处理能力。“互联网+”不仅仅是互联网的移动和泛在, 也不仅仅是改造传统行业的平台, 更是整个社会生产、生活和思维方式的转变趋势和状态。现代信息传播技术不仅为文化的生产和传播插上了翅膀, 而且对传统信息传播方式进行了深刻改造, 从根本上推动了传统信息传播业全产业链的转型升级, 催生了一系列以数字技术为支撑、具有低成本低污染低能耗高质量高时效高产出等特点的现代化信息服务平台。新业态的产生不仅塑造和形成了新产业链, 而且使文化产业能够从更高的层次上实现经营的集约化、管理的科学化和发展的专业化, 能够更深入更精准地走近消费者的需求本质。

2.2 “一带一路”建设为文化产业发展开辟新天地

中华文明在历史上曾经为人类进步作出过巨大贡献。在全球经济一体化的今天, 把我们的文化传播到世界各地, 讲好中国故事, 既是我们肩负的历史使命, 也是全球文化激烈碰撞的复杂形势对我们提出的客观要求。“一带一路”建设就给我们文化产业走向世界提供了难得的机遇。在国际交往中, 经济与文化从来都是相互依托、互为表里的。没有文化内涵的经济是畸形的, 没有经济支撑的文化是海市蜃楼。

3 塑造汉中茶文化品牌的具体措施

茶文化品牌塑造, 需要在消费者心目中树立品牌并维护良好的茶文化品牌形象, 打造属于消费者认可的汉中茶文化品牌, 结合文化品牌塑造的指标体系, 塑造汉中茶文化品牌可以从以下几方面入手:

3.1 精准定位, 打造品牌

茶文化品牌与一般的商业品牌不同, 它蕴含着深厚的文化内涵, 要想被消费者认可企业必须精准定位, 塑造汉中茶文化品牌。首先茶业企业要发掘汉中茶文化中的内涵。汉中茶虽然生产历史悠久, 但目前为止茶叶只有区域品牌, 没有全国品牌; 只有名茶, 没有名牌。茶叶品牌杂乱, 企业恶性竞争现象存在。所以, 茶业企业必须进行品牌整合, 打造属于汉中特色的名茶品牌, 由此提高消费者对汉中茶文化品牌的认知度, 提高品牌效应, 使汉中名茶文化走向全国、走向世界。

3.2 借助媒介, 推广品牌

在塑造茶叶品牌初期任何企业都会遇到较大的(下转 P59)

[收稿日期] 2016-08-16

[基金项目] 本文系陕西国际商贸学院 2016 年暑期大学生“三下乡”活动的研究成果。

[作者简介] 张利军(1985-), 男, 汉族, 内蒙古呼伦贝尔人, 陕西国际商贸学院团委书记, 管理学学士, 研究方向: 行政管理; 任世通(1995-), 男, 汉族, 陕西宝鸡人, 陕西国际商贸学院学生, 经济学学士学位, 研究方向: 区域经济。

其抵抗力。同时要强化其饮食。因为只有母猪的营养跟上了,仔猪的体重才能上升。从而减少猪仔痢疾病的发生。

3 加强管理

对于养殖场来说,养殖环境的干净卫生才能减少疾病的发生。猪场的饲养环境是一切疾病的根源。所以就需要我们在日常养殖中加强环境卫生的打扫,和日常环境的消毒。一切疾病从预防开始。对于仔猪的养殖应采取自繁自养的饲养方式。同时对于环境要加强相应的养殖措施,达到预防疾病的效果。

3.1 科学管理

对于猪仔的养殖来说,科学的管理制度可以有效的减少疾病的发生。同时,对于猪仔的养殖要进行科学的分类管理。一般情况下对于猪仔的养殖场地要大,并且对于饲料的供给要充足。母猪和仔猪的养殖分开饲养。对于营养的供给也是分开管理。减少疾病的发生。同时,在夏季应该多进行猪舍的打扫。保持养殖场的干净卫生。

3.2 饲养环境的净化消毒

猪场是猪生长的最为直接的生长环境。一切疾病的根源就是养殖场的环境。所以,对于养殖场的环境来说,应该严格的控制

养殖场的卫生条件。选用效果好的消毒剂进行全方位的消毒。并且做好猪场的粪便清理工作。

4 结语

总之,随着科学技术的发展,对于仔猪白痢疾病的预防和治理都取得了一定的效果。这就需要仔猪在不受环境因素的影响下,通过提高自身抵抗力进行疾病的抵抗和预防。从而减少该疾病的发生。但是,如果当这些疾病发生时就应该采取相应的措施进行隔离养殖和药物治疗。这样才能从根本上促进养殖业的发展。增加养殖业的经济效益。

[参考文献]

- [1] 幸奠权. 仔猪黄白痢有效治疗方案 [J]. 农村养殖技术, 2012.
- [2] 黎永贵, 覃先皓. 仔猪黄白痢的病因与防治 [J]. 中国畜牧兽医文摘, 2011.
- [3] 关静春. 仔猪黄白痢治疗的常用药物 [J]. 养殖技术顾问, 2012.
- [4] 何永安, 覃绍宝. 浅谈仔猪黄白痢的防治 [J]. 中国畜禽种业, 2011.
- [5] 霍永平, 李朝飞, 霍之剑, 等. 中西药综合防治仔猪黄白痢 [J]. 中国畜牧兽医文摘, 2011.

(上接 P36) 阻力, 没有知名度来吸引消费者。茶叶企业要紧跟时代的潮流, 利用互联网等新兴媒体以此, 宣传汉中茶文化品牌, 结合传统的广告, 报刊, 等宣传模式, 建立微信社群推广, 汉中的茶叶知名龙头企业可以多进行社会公益性事业如为受灾严重的地方捐款捐物, 资助希望小学的贫困学生等等慈善事业, 让人们心中树立起汉中茶文化品牌企业的勇于承担社会责任的良好企业形象, 为汉中茶文化品牌营造良好的社会形象以此构建汉中茶文化品牌的全方位立体宣传模式, 吸引消费人群的注意力, 提升汉中茶文化的品牌知名度, 扩大汉中茶文化品牌对行业的影响力。

3.3 科技兴茶, 品牌创新

加大科技研发投入, 提高企业科技创新能力加快绿茶产业升级, 加强科技转换平台的建设提高企业的科技创新能力开发优质名茶。引进业内优秀人才并培养本区域人才, 为科技兴茶, 提供人才储备。使汉中茶文化品牌迈进新的高度, 使消费者成为企业

的忠实用户, 不断地满足客户不同程度的需求, 让消费者对于汉中茶文化品牌的忠诚度得到提升。

3.4 规范管理, 树立形象

汉中茶企业在塑造汉中茶文化品牌的程中要构建完善的市场监督机制和市场环境, 营造良好的茶文化市场氛围。对一切假冒伪劣的产品给予抵制, 并设置举报机制, 对防伪打假做出贡献的群众给予奖励, 用实际行动来维护汉中茶文化品牌在消费者心目中的良好形象, 增强消费者对汉中茶文化品牌的美誉度。

[参考文献]

- [1] 张巧宁. 汉中茶文化旅游开发策略 [J]. 合作经济与科技, 2011 (17).
- [2] 李建臣. “十三五”时期新闻出版业发展的五大看点 [J]. 出版发行研究, 2015(10).
- [3] 肖勇. 信阳茶文化品牌塑造探析 [J]. 中国市场, 2014(42).

(上接 P56) 益又要兼顾生态效益。

3.1 林业主管部门要加大宣传力度, 增强广大人民群众对杨树生态效益的认识, 不能以偏概全

宿州市正在创建国家级森林城市, 我县也正在申请创建省级森林城市, 我们要抓住这一有利契机, 大力宣传有关林业政策, 做好本乡镇的造林规划, 正确地引导群众, 保护我县的杨树资源。

3.2 培养大径级材, 满足林业加工产业的需要

我县是木材加工大县, 全县共有板皮加工厂 400 余家, 木材加工和家具制造产值 78.9 亿元, 胶合板实际年生产量 111.8 万 m^3 , 年消耗量木材量 135.2 万 m^3 , 对杨树原本的需求量大。国家标准对胶合板面板上节疤的数量和大小提出了严格的要求, 为了生产高干, 大径级, 圆满, 无死节的杨树, 满足胶合板良材的要求。安徽林业科技推广中心马永春站长推广的杨树修枝定量修枝方法——年轮轮生枝法, 解决了这一问题。增加科技投入, 多开展农民技术培训, 让他们掌握培养大径级材的技术, 提高单位面积蓄积量, 增加农民的经济收入。

3.3 繁育推广优良无絮品种

目前, 安徽省杨树雄性不育及雄性选育工作在太和、肥西等

杨树发展重点县的苗圃展开, 在杨树栽培重点区域建立了雄性杨树栽培示范区。我县林业局也于 2009 引进中林 2025 这一无絮品种, 在曹口苗圃繁育推广。2016 年县苗圃在南京林业大学引进 3804、3412 两杨树雄性不飘絮新品种, 又在安徽省林科院引进无絮杨树品种江淮 1 号, 江淮 2 号, 繁育面积 70 亩。县林业局在积极推广新品种造林的过程中, “不飘絮”的雄性杨树占比将不断增加, 随着城乡绿化树种结构进一步优化, 杨树季节性飘絮带来的环境污染状况有望逐年好转。

3.4 营造混交林, 提高片林的抗病能力当前我县的杨树纯林占大多数, 这给病虫害的防治带来一定难度

去年, 无刺刺槐、红青黑三色油椿、中山杉、楸树等适合皖北生长的优良乡土树种获得了安徽省林木品种审定委员会审定, 具备推广条件。在以后的造林过程中, 我县要大力推广这些乡土树种, 营造混交林, 提高抗病能力, 不断增加我县的森林资源, 提高森林覆盖率, 让我们的居住环境越来越好!

[参考文献]

- [1] 代淑玲. 从发展杨树谈经济效益与生态效益的关系 [J]. 中国林业, 2009(08).