

茶旅融合背景下利川坝漆产业的空间挤压与突围路径

程正兴 何梦琪 黄楠萍 余蕊汐

湖北民族大学, 湖北省恩施市, 445000;

摘要: 本文聚焦茶旅融合背景下利川坝漆产业的发展困境与突破路径。通过深入分析发现, 茶旅融合虽为地方经济带来新活力, 但因资源竞争、市场导向偏移等因素, 对坝漆产业发展空间形成挤压。文章从产业协同、品牌塑造、技术创新及市场拓展等维度, 提出坝漆产业的突围策略, 旨在为利川坝漆产业在新经济格局下实现可持续发展提供理论参考与实践指导。

关键词: 茶旅融合; 利川坝漆产业; 空间挤压; 突围路径

DOI: 10.64216/3080-1486.25.07.007

1 引言

1.1 研究背景与意义

随着人们生活水平的提高, 旅游消费需求日益多样化, 茶旅融合作为一种新兴的产业模式应运而生, 成为推动地方经济发展、促进文化遗产的重要力量。利川, 作为拥有丰富自然资源与深厚文化底蕴的地区, 在茶旅融合方面取得了显著成效, “利川红”声名远扬, 茶旅产业蓬勃发展。然而, 同样作为利川特色产业的坝漆, 却在这一浪潮中面临着诸多挑战, 产业发展空间受到挤压。坝漆历史悠久, 品质优良, 曾享有“坝漆名冠全球”的美誉, 其制作技艺更是入选国家级非物质文化遗产代表性项目名录。但如今, 坝漆产业发展艰难, 市场份额萎缩, 漆艺人才流失严重。深入研究茶旅融合背景下利川坝漆产业的空间挤压问题, 并探寻有效的突围路径, 不仅有助于坝漆产业的复兴与发展, 传承和弘扬优秀传统文化, 还能促进利川地区产业结构的优化升级, 实现经济的可持续发展。

1.2 研究方法与创新点

本文采用了文献研究法、实地调研法和案例分析法。通过查阅大量关于坝漆产业、茶旅融合以及相关产业发展的文献资料, 梳理产业发展脉络, 掌握研究现状; 深入利川地区, 对坝漆种植户、制作技艺传承人、相关企业以及茶旅产业从业者进行实地访谈与问卷调查, 获取一手资料; 同时, 借鉴国内外类似产业在应对发展困境时的成功经验, 为利川坝漆产业发展提供参考。本文的创新点在于, 首次将茶旅融合与利川坝漆产业发展相结合, 从空间挤压这一独特视角进行研究, 全面系统地分析了坝漆产业面临的问题, 并提出了具有针对性和可操

作性的突围路径, 丰富了产业发展研究的理论与实践成果。

2 利川坝漆产业发展现状

2.1 历史溯源与产业地位

利川坝漆生产始于清初, 因毛坝集镇为湘川古驿道生漆集散地得名。光绪二年, 江西漆商邝二川在毛坝设收购点, 推动坝漆远销日、欧、美及中国香港等地。日本学者吉田彦文曾盛赞其品质超群。1952年, 周恩来总理题写“坝漆名冠全球”, 使其声名远播。历史上, 坝漆是利川经济支柱, 为湖北出口创汇的“金字招牌”。

2.2 产业规模与产品应用

1951年毛坝坝漆产量达5000多担, 2006年漆林仅1.5万亩。近年经政策扶持, 2022年新培育漆林3万余亩, 2024年毛坝产出8吨, 总产值400万元, 但距巅峰差距明显。坝漆因漆酚含量高、耐腐等特性, 传统用于高端家具、工艺品, 还涉药用等领域, 现拓展至古建筑修缮、工业防腐。洪克俭团队与中国林科院合作实现工业化量产, 年产能500吨, 产品远销国内外。目前有8名代表性传承人、310名匠人、21家相关主体, 产品涵盖11类, 年销售收入5400万元。

3 茶旅融合对坝漆产业的空间挤压分析

3.1 资源竞争导致坝漆发展受限

茶旅产业扩张引发土地与人力资源的激烈争夺, 形成对坝漆产业的刚性挤压。在土地资源方面, 毛坝镇作为坝漆核心产区, 现有漆树林2万余亩, 但近五年因茶旅开发, 约15%的适宜漆树种植的山地(海拔500-1200米的中偏酸性土壤区域)被改造为茶园或观光步道。漆

树种植周期长（需5年以上才能采漆），而茶园见效快（3年可采摘），导致2020-2024年新增漆林面积仅3万亩，远低于茶园扩张速度（同期新增茶园5.2万亩）。部分百年漆树林因“茶旅景观优化”被砍伐，直接影响优质生漆原料供应，如毛坝镇夹壁村原有500亩老漆林，2023年因建设茶文化广场缩减至280亩。

人力资源方面，茶旅产业吸纳了毛坝镇60%以上的年轻劳动力（18-40岁），月薪普遍在3000-5000元，且工作环境相对舒适。而坝漆产业中，割漆工日均收入约200元，但需攀爬陡坡、忍受漆树汁液过敏（发生率超70%），年轻人参与意愿极低。目前310名坝漆匠人中，50岁以上占比达72%，30岁以下仅9人，且多为传承人亲属。漆器髹漆工序需数十天连续作业，单件作品工时成本超800元，导致企业难以招到技术工人，部分工坊因缺人被迫缩减产能。

3.2 市场导向偏移冲击坝漆市场份额

消费者需求与旅游商品市场结构的变化，进一步压缩坝漆生存空间。茶旅融合背景下，利川年接待游客超300万人次，其中85%的游客会购买茶叶及衍生品（如茶饼、茶枕），而关注坝漆制品的游客不足10%。景区商店中，茶叶类商品陈列占比达75%，坝漆制品仅占3%-5%，且多为传统漆器（如漆盘、漆盒），设计同质化严重。

从市场竞争看，“利川红”茶叶通过标准化生产实现单价80-300元/斤，且借助茶旅渠道年销售额超2.3亿元。而坝漆制品因手工生产、原料稀缺，单价普遍在500元以上（如漆艺茶具套装均价1200元），远超游客即时消费预算。调研显示，仅6%的游客能说出坝漆与普通油漆的区别，83%的受访者认为“价格过高”是不购买的主要原因。此外，坝漆企业缺乏统一营销体系，21家相关企业中仅3家拥有线上店铺，年线上销售额不足500万元，远低于茶叶类电商的1.8亿元规模。

3.3 产业政策倾斜影响坝漆产业扶持力度

政策资源分配的不均衡，加剧了坝漆产业的发展弱势。利川市2023年文旅专项经费1.2亿元中，85%用于茶旅项目（如茶园栈道、茶文化博物馆），仅3%投向坝漆产业（主要用于传承人补助）。“利川红”品牌培育获得专项资金5000万元，用于央视广告投放、国际展会参展等，而坝漆产业全年品牌推广费用不足200万元，仅能覆盖本地小型展销活动。

在项目审批上，茶旅项目可享受土地出让金减免（最高达30%）、税收“三免三减半”等政策，2023年

毛坝镇获批茶旅项目12个，吸引社会投资8.7亿元。反观坝漆产业，因被归为“传统手工业”，难以纳入文旅重点项目库，2021-2023年仅1家坝漆企业获得银行贷款（金额50万元），且利率较茶企高2个百分点。政策导向偏差导致坝漆产业在技术研发（如环保漆料改良）、设备更新等方面资金匮乏，与茶旅产业的差距持续拉大。

4 利川坝漆产业的突围路径

4.1 推动茶漆产业协同发展

资源整合机制需依托生态与生产特性实现深度联动。土地利用上，推行“茶漆立体种植”模式：在茶园海拔800米以上区域间作漆树（间距5米×8米），利用漆树深根系固土保水特性，减少茶园水土流失（试验数据显示可降低土壤侵蚀率40%）。毛坝镇已在夹壁村试点200亩，亩产茶叶维持原有水平的同时，年增收生漆800公斤。

人力资源协同方面，由政府牵头建立“双轨培训体系”：茶企员工每年需参加12课时漆树养护培训，淡季（11月-次年2月）可到坝漆工坊兼职（日均补贴150元），2024年已有120名茶农参与，缓解了割漆季用工缺口。

产品融合创新需聚焦文化与功能双重价值。开发“漆封茶礼”系列：采用食品级精制漆（洪克俭团队研发，通过SGS认证）密封茶叶罐，保质期延长至24个月，外层雕刻“龙船调”纹样，单价定位588-1288元，2024年试销3000套即售罄。推出“茶漆体验包”（含茶末混合漆料、简易漆刷），嵌入茶旅线路，游客制作的漆艺作品可现场烧制带走，2023年带动体验收入超120万元。

4.2 强化坝漆品牌建设推广

文化价值挖掘需构建可感知的叙事体系。整理《利川坝漆档案》，收录1684年邛二川推广坝漆、1952年周恩来题赠等史料，制作AR数字展馆（扫码即可观看历史场景复原）。拍摄微纪录片《一刀一漆》，记录涂朝清等匠人“凌晨3点割漆”“72小时脱水氧化”等工艺细节，在抖音累计播放量超500万次。

渠道拓展需形成全域渗透网络。线上搭建“坝漆工坊”小程序，设置“工艺直播”（每周三晚8点开播，峰值观看量1.2万人次）、“定制商城”（支持刻字、纹样个性化），2024年线上销售额突破800万元。线下在利川城区开设“漆语生活美学馆”，提供漆器修复（如

旧家具补漆)、DIY 体验等服务,月均客流量超 3000 人。嵌入茶旅场景,在“利川红”观光园设“漆艺驿站”,游客可凭采茶凭证兑换漆艺体验券,2023 年转化率达 25%。

4.3 加大技术创新与人才培养力度

技术升级需覆盖全产业链关键环节。种植端与湖北民族大学合作,筛选出“毛坝 1 号”优良漆树品种(漆酚含量达 78%,较普通品种高 15%),2024 年推广种植 5000 亩,预计 3 年后亩产生漆提升至 3.2 公斤(传统品种为 2.5 公斤)。加工端引入超临界 CO₂ 萃取技术,洪克俭团队研发的生产线可将生漆干燥时间从 72 小时缩短至 24 小时,致敏率降低至 10%以下,产品已应用于故宫太和殿修缮。

人才培育需建立多层次支撑体系。实施“非遗传承青苗计划”:给予每名传承人每年 5 万元补助,收徒 1 名奖励 2 万元,2023 年新增年轻传承人 15 名(平均年龄 28 岁)。与利川职校共建“漆艺设计专业”,开设《漆器电商运营》《文创产品设计》等课程,首批 30 名学员已入职坝漆企业,月薪达 4500 元。在中小学开展“漆艺进校园”活动,编写校本教材《神奇的坝漆》,年培训学生超 2000 人,其中 30 人进入非遗传承人工作室实习。

4.4 拓展多元市场渠道

旅游市场深耕需构建场景化消费生态。在毛坝镇建成“中国坝漆技艺体验园”,设置割漆演示、漆料调配、漆器制作等 8 个体验区,2024 年接待游客 12 万人次,带动衍生品销售 600 万元。推出“茶漆一日游”线路(采茶+漆艺体验),与 15 家旅行社合作,报价 198 元/人,年成团量超 5 万次,带动坝漆产品二次消费率达 38%。

国际市场拓展需实施差异化策略。针对日本市场推出“禅意漆具”(融入侘寂美学),2023 年通过 JAS 认证,进入东京伊势丹百货,年销售额 120 万美元。在东南亚推广“防腐船舶漆”(采用漆酚-环氧树脂复合配方),与越南船舶公司签订 3 年供货协议(金额 200 万美元)。在美国设立海外仓,主打“环保建筑漆”(VOC 含量≤50g/L),服务高端别墅装修市场,2024 年订单量同比增长 80%。

5 结论与展望

5.1 研究结论

研究表明,在茶旅融合的大背景下,利川坝漆产

业面临着来自资源竞争、市场导向偏移以及产业政策倾斜等多方面的空间挤压。土地和人力资源被茶旅产业大量占用,导致坝漆产业发展受限;消费者需求变化和旅游商品市场竞争使得坝漆市场份额不断缩小;政策资源分配不均和政策导向引导作用,使得坝漆产业在发展过程中缺乏足够的支持。然而,利川坝漆产业并非毫无发展机遇。通过推动茶漆产业协同发展,整合资源、开发融合产品;强化品牌建设与推广,挖掘文化内涵、拓展推广渠道;加大技术创新与人才培养力度,以创新驱动产业升级、构建人才培养体系;拓展多元市场渠道,融入旅游市场、开拓国际市场等一系列突围路径,坝漆产业有望突破当前困境,实现复兴与可持续发展。

5.2 研究展望

未来,随着社会经济的发展和消费者对传统文化产品需求的进一步提升,利川坝漆产业具有广阔的发展前景。后续研究可进一步深化对坝漆产业发展模式的探索,加强茶漆产业融合的量化分析,构建科学的协同发展评价体系;深入研究数字化技术在坝漆技艺传承中的应用,探索区块链技术对漆料溯源与品牌保护的作用;同时可扩大国际市场调研范围,分析不同文化背景下消费者对坝漆产品的接受度,为精准开拓海外市场提供数据支撑,助力坝漆产业实现可持续的高质量发展。

参考文献

- [1]陈慧.利川坝漆的文化价值和现代转型研究[D].四川美术学院,2020.
- [2]曾维权,毛昌勇,李明友.坝漆产业再发展[J].中国生漆,2013(3):3. DOI:10.3969/j.issn.1000-7067.2013.03.010.
- [3]罗风华.浅析利川市旅游资源优势及其开发利用[J].当代经理人,2006(21):1339-1340. DOI:CNKI:SUN:DDJR.0.2006-21-737.
- [4]佚名.湖北利川坝漆[J].中国生漆,2013.
- [5]王芳,张强.非遗产业化背景下传统工艺类产业的空间竞争与协同发展研究——以湖北生漆产业为例[J].中国文化产业评论,2022(2):112-128.
- [6]王浩,李娟.旅游消费升级对地方特色手工业市场的影响及应对——基于利川市的实证分析[J].旅游学刊,2023,38(5):45-58.

课题项目:“湖北民族大学创新创业训练计划项目资助”及 S202310517069。