

From Export to Co-creation: The Localized Innovation of Chinese Tea Culture in ASEAN, the Reconstruction of Its Intangible Heritage Value, and the Pathways of Tea Cultural Tourism Integration

CAO Huanhuan

College of Science & Technology Ningbo University, China;

Research Center of Yue Kiln Celadon Culture, Ningbo, China

Received: March 11, 2026

Accepted: April 15, 2026

Published: June 30, 2026

To cite this article: CAO Huanhuan. (2026). From Export to Co-creation: The Localized Innovation of Chinese Tea Culture in ASEAN, the Reconstruction of Its Intangible Heritage Value, and the Pathways of Tea Cultural Tourism Integration. *Asia-Pacific Journal of Humanities and Social Sciences*, 6(2), 039–047, DOI: 10.53789/j.1653–0465.2026.0602.006

To link to this article: <https://doi.org/10.53789/j.1653–0465.2026.0602.006>

Abstract: With the continuous deepening of the “Belt and Road” Initiative and the implementation of the RCEP agreement, the dissemination of Chinese tea culture to ASEAN is undergoing a paradigm shift from unidirectional export to bidirectional co-creation. This paper integrates theories of cross-cultural communication, intangible cultural heritage (ICH) living transmission, and tourism management to explore the localized evolution, value reconstruction, and integration pathways of tea-cultural tourism in Chinese tea culture within ASEAN. The study finds that ASEAN societies engage in deep interaction with Chinese tea culture through the innovation of tea-drinking forms, the reshaping of social functions, the reinterpreting of cultural meanings, and the embedding of this culture into tourism experiences. This process has expanded the manifestations of tea ICH, elevating its value from national heritage to a shared regional resource. Furthermore, it provides a cultural bond and industrial interface for the development of China-ASEAN tea-cultural tourism themed routes and the construction of a community with a shared future.

Keywords: Chinese tea culture; ASEAN; localized innovation; value co-creation; tea cultural tourism integration

Notes on the contributor: CAO Huanhuan holds a master’s degree and is a researcher at the Research Center of Yue Kiln Celadon Culture, College of Science & Technology, Ningbo University, China. Her research interests include cross-cultural communication of Chinese tea culture, intangible cultural heritage, and cultural tourism. Her email is 181502363@qq.com

從輸出到共創： 中國茶文化在東盟的本土化創新、 非遺價值重構與旅遊融合路徑

曹歡歡

寧波大學科學技術學院
寧波市越窯青瓷文化研究中心

摘要：隨著『一帶一路』倡議的持續深化及 RCEP 協定的落地實施，中國茶文化對東盟的傳播正經歷從單向輸出到雙向共創的範式轉變。本文融合跨文化傳播、非遺活態傳承與旅遊管理理論，探討中國茶文化在東盟的在地化演變、價值重構及茶文旅融合路徑。研究發現，東盟社會通過創新飲茶形式、重塑社交功能、再造文化意義及嵌入旅遊體驗，與中國茶文化形成深度互動。這一進程拓展了茶非遺的表現形式，推動其價值從民族遺產向區域共享資源躍升，並為中國—東盟茶文旅主題線路開發與人文共同體建設提供了文化紐帶與產業接口。

關鍵詞：中國茶文化；東盟；本土化創新；價值共創；茶文旅融合

中國茶文化在東南亞的傳播正經歷深刻轉型；由歷史上的單向輸出演進為當代的雙向共創。茶葉經海上絲綢之路傳入東盟，奠定了文化交流基礎；而今，泰式奶茶的全球風靡與馬來西亞拉茶的技藝創新，標誌著茶文化已融入當地土壤並實現創造性轉化。

東盟社會基於自身生活習慣、審美取向與價值體系，對茶文化進行持續的本土化再造——從飲品形態延伸至飲用方式、社交功能乃至文化意義。正是這種在地實踐，使中國茶文化突破原有邊界，在東盟煥發新生，完成了從單一輸出到多元共創的根本轉變。

一、歷史脈絡與範式轉型

中國茶文化在東盟的傳播，呈現出一條從物質交換到文化融合的演進路徑。這一過程伴隨著交流深度的拓展與互動模式的革新，為當代的『價值共創』奠定了歷史基礎。

首先，早期貿易往來依托海上絲綢之路展開。明州（今寧波）等東南沿海港口憑借其優越的地理位置，成為茶葉外銷的重要樞紐。據《寶慶四明志》記載，當時商船往來頻繁，貨物集散繁榮，茶葉與瓷器、絲綢共同構成了對外貿易的主要商品^⑤。在這一階段，茶葉主要作為大宗商品進行流通，其價值主要體現在物質層面。輸往東南亞地區的茶葉以浙東綠茶和福建烏龍茶為主，通過官方朝貢和民間商船販運流通。此時，茶葉消費主要集中在華僑社群，飲茶更多體現為維繫文化認同的鄉愁實踐^⑥。這一以物質流動為主的貿易模式，為茶文化傳播奠定了基礎，但尚未觸及深層文化互動。

繼而，商業網絡的拓展推動了茶文化傳播的深化。明清以來，『寧波幫』等商幫群體在東南亞建立了完善的商業體系，他們的經營活動超越了單純的商品貿易^⑦。現存的僑批檔案提供了史料依據：華僑常囑托家鄉親人寄送武夷巖茶等名品至南洋，除解慰鄉愁外，還用於節慶饋贈本地商伴，維繫商業情誼。這表明，茶

葉功能已從華僑內部消費拓展為構建本地社交網絡的『文化資本』。通過僑批所維繫的跨國社會空間，中國飲茶習俗被系統地植入東南亞市井生活，為後續本土化創新提供了可能，標誌著茶文化傳播進入從『物質』向『文化』過渡的新階段。

最終，當代制度性合作為雙向互動創造了條件。隨著中國-東盟自由貿易區的建成和區域全面經濟夥伴關係協定的實施，雙方茶文化交流進入了機制化、平臺化的新階段。中國-東盟博覽會、茶文化論壇等官方平臺的建立，為雙方提供了平等的對話空間。這些平臺不僅推動了茶葉貿易的便利化進程，更催化了茶藝展演、製茶技藝切磋等深層次文化交流的常態化^⑥。在此背景下，東盟社會的文化主體性得到充分彰顯，其角色定位從既往的文化接受者，逐步轉變為文化的主動創造者。泰國、馬來西亞等國的本土茶飲創新，借助這些平臺反向輸入中國市場，實現了真正意義上的文化雙向流動^⑦。與此同時，以茶為主題的旅遊活動也日漸成為雙向交流的新興載體。

回顧中國茶文化在東盟的傳播歷程，演進脈絡清晰可見：從早期的商品流動，到商業網絡推動的文化實踐，再到制度保障下的雙向互動。這一軌跡不僅折射出中國與東盟關係的歷史性變遷，更揭示了文化傳播從單向輸出走向雙向共創的內在邏輯，為理解當代茶文化的創新發展提供了重要的歷史參照。

二、本土化創新的多維實踐

中國茶文化在東盟的紮根，是一場由東盟社會作為主體進行的創造性轉化，深刻體現了『文化共創』機制。這一轉化過程在物質形態、行為習俗與精神理念三個維度展開，共同賦予中國茶非遺嶄新的生命力。其背後有著堅實的經濟數據作為支撐，使其從一種文化適應現象，升華為被廣泛驗證的成功範式。東盟社會對茶文化的接納與再造，涉及經濟理性、社會結構、審美偏好與文化心理等多重因素，其多維實踐共同勾勒出一幅生動的文化創新圖景。

在眾多創新維度中，物質形態層面的變革最為直觀且影響深遠。以泰式奶茶和馬來西亞拉茶為代表的飲品，其本土化改造緊密契合了區域內的自然條件、消費需求與經濟邏輯^⑧。近年來中國與東盟主要國家的茶葉貿易數據(表1)，為衡量這一本土化趨勢的實際規模與發展動能提供了有力的實證支撐。

國家	2020年(噸)	2021年(噸)	2022年(噸)	年均增長率(%)	主要用途
泰國	4,850	5,620	6,380	14.7	奶茶原料
馬來西亞	3,210	3,650	4,120	13.3	拉茶原料
越南	11,520	10,890	10,350	-5.2	再加工出口
印度尼西亞	3,980	4,210	4,450	5.8	本地消費
新加坡	890	1,020	1,150	13.6	轉口貿易

表1 中國與東盟主要國家茶葉貿易情況(2020—2022)

表1數據揭示了一個顯著趨勢：以泰式奶茶和拉茶為主要用途的茶葉原料，在泰國與馬來西亞的進口量持續攀升，年均增長率分別達到14.7%和13.3%。這一數據充分說明，本土化茶飲已超越地方性習俗的範疇，成長為驅動區域茶葉貿易增長的核心力量，是一種被市場廣泛認可且持續擴張的經濟業態^⑨。在此貿易基礎上，其實踐創新更具深意。例如，泰式奶茶為適應熱帶氣候並形成獨特風味，創造性地選用深度發酵的CTC工藝紅茶碎作為基底。這種茶碎出湯快、茶湯濃度高、色澤深，既能承受大量冰塊的稀釋而不失風味，又能與濃郁的煉乳和香料形成平衡，這與中國傳統講究芽葉完整、追求清雅原味的條形茶審美形成了功能性上的分野^⑩。同時，煉乳和淡奶的廣泛使用，既提供了順滑口感，也體現了對本地經濟條件與供應鏈的

理性選擇,因為這些乳製品比鮮奶更耐儲存且成本更低。甜味的顯著增強,從社會文化視角看,是對高溫環境下體力消耗快、需快速補充能量這一生理需求的回應,也契合了東南亞地區長期以來形成的甜食偏好。而拉茶過程中極具觀賞性的『拉』的動作,則超越了混合原料的物理功能,將茶飲製備從後臺操作轉化為一種大眾娛樂表演,滿足了現代消費中對視覺奇觀與體驗經濟的追求,成為吸引年輕消費群體的重要手段。

這種物質形態的創新,是東盟社會將中國茶元素與本地資源、技術和市場需求成功『組裝』的成果,是『共創』在物質層面的堅實體現。從理論視角看,這一創新可解讀為深層的『文化轉譯』——將中國茶的符號與技藝置於東南亞的自然生態與社會經濟語境中,進行創造性『翻譯』與重組,形成符合本地消費語法的新文化『文本』⁹。依據布爾迪厄的『文化資本』理論,茶葉在此實現了資本形態轉換:從源自中國的『文化資本』,通過本地產業實踐與市場接納,轉化為具有顯著『經濟資本』與『社會資本』價值的複合型資本。

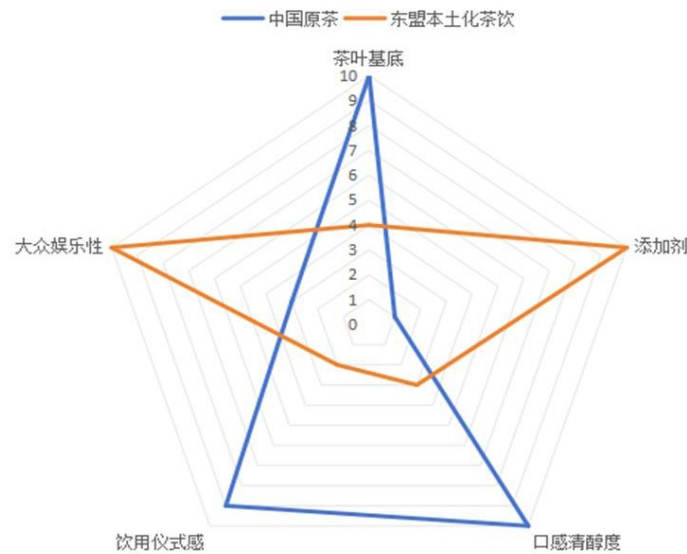


圖 1 基於典型特征的概念化對比(分值代表在該維度上的風格強度)

從圖 1 可以清晰看到,中國原茶與東盟本土化茶飲在不同維度上呈現出鮮明的風格分化。中式茶藝在『飲用儀式感』與『口感清醇度』上占據主導,體現的是『茶禪一味』的精神追求。反觀東盟本土化茶飲,雷達圖顯著偏向『大眾娛樂性』與『調味強度』,同時『口感濃郁度』突出。這一對比映射出東南亞真實的飲茶生態:從街巷咖啡茶座到現代購物中心,茶已從靜默品鑒的雅物,蛻變為與社交緊密相連的日常快消品。飲茶空間從私密茶室拓展至公共場域,時間也從完整修養壓縮為工作間隙的社交節點。本質上,這是茶文化社會功能的深度拓展——它已融入東南亞市井生活,成為構建公共互動的重要媒介。

雷達圖所揭示的鮮明分野,實質上是飲茶實踐在跨文化流動中產生『混雜性』的直觀體現。源自中國的茶飲習俗,與東南亞本土的市井文化、殖民歷史遺留的咖啡店空間以及現代消費主義相遇,催生出一種兼具多源特質、既熟悉又嶄新的公共生活形態。這種『混雜』的茶空間與實踐,為文化活態傳承與創新提供可能。

在超越物質與習俗層面後,中國茶文化與東盟本地信仰體系在理念層面發生深層互滲。中國茶文化中『天人合一』『道法自然』的哲學觀,與東南亞社會普遍存在的對自然之『靈』的敬畏之心產生共鳴。在泰國、緬甸等上座部佛教文化圈,自然界被認為擁有內在靈性,中國茶文化中對茶葉『山場氣息』的重視、對製茶『順應天時』的講究,恰好契合這種世界觀。因此,茶開始在一些社區儀式或日常祈福中作為供奉品或淨化媒介出現,完成了『共創』在理念層面的升華。

在新加坡,茶文化的演進更為系統和深刻。源自中國的『茶』與西方的『咖啡』、馬來族的『香料』在 Kopitiam 實現共生,孕育出『茶與咖啡混合飲品』等本土產物,成為新加坡多元文化身份的味覺隱喻。更重

要的是,茶文化被納入國民教育體系,中小學組織學生參觀茶坊、體驗茶藝,將其作為理解亞洲傳統、培養種族和諧與國家認同的實踐課程。這標誌著茶文化已從『外來文化』,經由理念融合與社會化再造,蛻變成爲塑造本地精神生活的文化符號。

綜上所述,東盟社會對中國茶文化的本土化創新是一個由表及裏、由物質到精神的系統性工程。它在物質形態上以市場數據為支撐,實現了功能性、經濟性與審美性的統一;在行為習俗上完成了從精英內省到大眾社交的轉向,激活了其公共屬性;在精神理念上則通過與在地信仰的融合,實現了文化意義的深度紮根。這三個維度的實踐共同構成了中國茶文化在東盟『價值共創』的生動現場,也為我們下文進一步分析其如何觸發非遺價值的重構與升華提供了具體的現象基礎。

三、非遺價值的重構、升華與旅遊融合路徑

中國茶文化在東盟的本土化創新,其意義不止於文化形式的豐富,更觸及非遺在全球流動時代價值體系的深刻變革。當源自中國的茶文化在東盟社會被能動地接受、轉化並賦予新意時,一場關於非遺價值主體、價值內涵與保護範式的靜默革命也隨之發生。這一進程挑戰了基於靜態『所有權』和固化『原真性』的傳統保護觀念,推動茶非遺的價值從民族文化遺產向區域性、共享性活態資源升華。而旅遊業的融入,則為這種價值的實現與傳播提供了具體路徑。

(一) 價值主體的轉向:從靜態『所有權』到動態『發展權』

中國茶非遺在東盟的傳播歷程,首先引發了對價值歸屬與核心主體的再思考。在非遺保護領域,一種對文化『所有權』和『起源地』的靜態執著長期存在。然而,東盟社會的實踐揭示了一個更具生命力的理念:非遺保護的核心應從排他性的『所有權』主張,轉向開放性的『文化發展權』共享。

『中國傳統製茶技藝及其相關習俗』成功列入人類非遺代表作名錄,其意義不僅在於對歷史淵源的追認,更在於為全球茶文化的交流與再創造搭建了一個具有廣泛影響力的高層次平臺。借助這一平臺,東盟社會所展現的創造力——無論是泰式奶茶的配方革新,還是拉茶的表演性技藝——均彰顯了源頭文化強大生命力的延續與再生。

這些實踐充分表明,東盟社會正以其鮮明的文化主體性,與源頭文化共同行使對茶非遺進行當代闡釋、本土發展與創新享用的權利。這種發展權的共享,推動茶非遺從僅供觀照的『文化標本』,蛻變為能夠在多元文化土壤中持續生發新內涵的『活態基因庫』。

(二) 價值內涵的流動:從固有屬性到創新裂變

價值主體的擴展,必然帶來價值內涵的突破。茶非遺在東盟的傳播中展現出鮮明的『流動性』特征——這一過程並非簡單的價值轉移,而是在新的文化語境與經濟土壤中持續融合、裂變,衍生出全新的價值形態。

價值維度	傳統價值體現(中國)	創新價值裂變(東盟)	價值流動特征
經濟價值	農產品銷售、禮品消費	新式茶飲全球產業(泰式奶茶)、收藏投資市場(普洱茶)、深度茶旅體驗	從產品價值到產業價值與金融價值
社會價值	文人雅集、家庭待客	社區茶會(強化社會資本)、拉茶師傅(新職業)、公共社交空間(咖啡茶座)	從精英修養到大眾社交與社區凝聚

續表

價值維度	傳統價值體現(中國)	創新價值裂變(東盟)	價值流動特征
文化價值	『茶禪一味』的哲學內涵	影視文化符號(塑造現代認同)、教育內容、與本地信仰儀軌融合	從哲學思辨到大眾文化認同與精神象征

表 2 中國茶非遺在東盟的價值流動與創新案例

從表 2 可見,源自雲南的普洱茶在東南亞市場被賦予了『收藏與投資』的金融屬性,其『越陳越香』的特質與增值邏輯結合,形成了活躍的交易市場。同時,在泰國清萊、越南沙巴等地,茶旅融合從觀光升級為涵蓋製茶體驗、茶飲調配、茶 SPA 的深度文化體驗遊,創造了全新的『體驗經濟價值』¹⁶。

上述現象共同印證:非遺的價值並非與生俱來的固有屬性,而是在持續的流動、傳播與再創造中被不斷激活與重構。它從一個相對單一的價值體系,逐步演化為一個多元、立體且動態延展的價值網絡。

(三) 保護與發展的協同:從『文化生態』到『文旅融合』

上述價值主體與內涵的深刻變化,必然要求對既有的非遺保護範式進行建設性的拓展¹⁰。國際非遺保護中強調的『原真性』原則,在防止文化異化方面具有基石作用¹²。然而,對於茶文化這類活態傳承項目,若將『原真性』等同於形態的絕對固化,則可能難以適應其動態演進的內在需求。我們並非否定『原真性』作為非遺保護基石的重大意義,而是認為,對於茶文化這類活態傳承項目,若將『原真性』簡單地等同於形態的絕對固化,則可能難以適應其動態演進的內在需求。因此,我們主張從追求一個標準化的『文化定本』,轉向培育一個富有彈性的『文化生態系統』。這一重構後的範式,其核心理念對比如下圖:

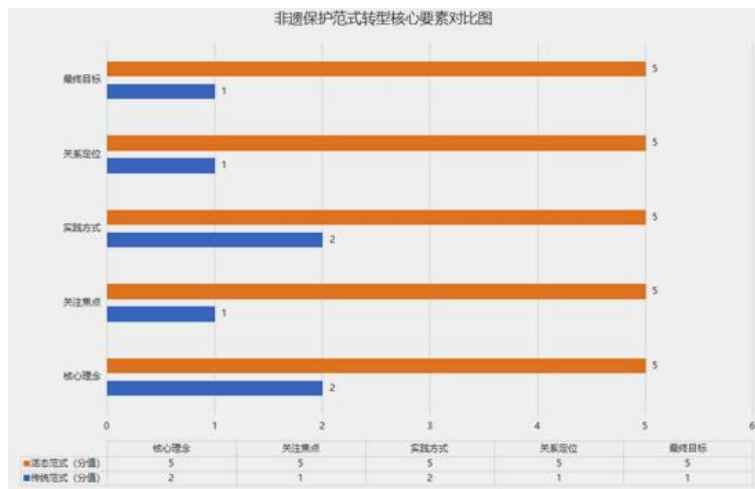


圖 2 非遺保護範式轉型核心要素對比

這一新範式要求我們在恪守核心技藝(如殺青、發酵、揉撚)所承載的文化基因的前提下,充分承認並鼓勵其在不同的社會文化語境中進行良性調適與創新。在這一系統中,茶文化既能在其原生地得到連續性傳承,也能在傳播所及的區域內,衍生出多樣化的本土實踐,共同構成其當代生命力的多元體現。

在東盟各國,茶非遺與旅遊產業的融合已展現出多樣化的實踐路徑,為『價值共創』开辟了生動的場域¹¹。其一,在以生態與文化體驗為核心的深度茶旅之中,在泰國清萊、越南沙巴等地從茶園觀光升級為沉浸式文化體驗遊。這種深度參與模式,不僅創造了全新的『體驗經濟價值』,更使遊客在親身實踐中成為茶文化活的傳播媒介。其二,表現為對城市特色茶飲空間的旅遊化整合。吉隆坡、曼谷、新加坡等都市裏充滿煙火氣的『咖啡茶座』(Kopitiam)以及新興的創意茶飲空間,正被逐步納入城市旅遊的『必體驗』清單。這些



本土化的社交樞紐,是觀察和體驗茶文化如何融入現代生活的鮮活窗口,以其獨特的氛圍極大地吸引了年輕遊客,成為展現目的地城市市井魅力的文化地標。其三,茶主題研學旅行的發展,可依托新加坡經驗,設計面向中國及國際學生的東盟茶文化專題研學線路,深化青年文化交流^⑤。為增強落地性,可設計具體產品:如『拉茶技藝工作坊+社區茶會』沉浸式體驗、『數字茶旅護照』平臺、『一杯茶裏的東盟故事』主題 Citywalk 等。

上述多元化的旅遊融合路徑,系統地拓展與實現了茶非遺在東盟地區的重構價值。為了更清晰地呈現這一價值體系的全貌,本文將茶非遺在東盟的價值重構維度、具體表現及其對應的旅遊融合路徑歸納如下(見表3)。

價值維度	在東盟的具體表現	對非遺保護的啟示	旅遊融合路徑示例
經濟價值	<ol style="list-style-type: none"> 1. 新式茶飲產業:泰式奶茶、拉茶形成區域及全球產業鏈。 2. 收藏投資市場:普洱茶等被賦予金融屬性,交易活躍。 3. 茶旅融合體驗:茶園觀光與本土文化結合,催生深度體驗經濟。 	<p>非遺經濟價值需依托現代產業實現躍升,保護應關注市場活力與創新動能。</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 開發茶主題精品旅遊線路。 2. 設計茶文化創意衍生品。
社會價值	<ol style="list-style-type: none"> 1. 社區茶會:以茶為媒的社區聯誼,強化社會資本。 2. 職業技能:拉茶師傅等新職業提供就業與技藝展示平臺。 3. 公共社交空間:咖啡茶座成為大眾社交與公共議事樞紐。 	<p>非遺是社會凝聚的寶貴資源,活化其社會功能是活態傳承的關鍵。</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 社區茶會向遊客開放。 2. 咖啡茶座納入城市微旅行地圖。
文化價值	<ol style="list-style-type: none"> 1. 影視符號:茶元素頻繁出現,塑造現代文化認同。 2. 教育滲透:茶知識進入學校課程,成為文化教育載體。 3. 信仰融合:茶與本地信仰結合,獲得新的精神象征。 	<p>非遺文化價值在傳播中通過與在地文化對話得以豐富升華。</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 開發茶文化研學旅行產品。 2. 節慶中設置茶儀軌體驗環節

表3 中國茶非遺在東盟的價值重構維度與旅遊融合路徑

如表3所示,這一重構體系既尊重非遺作為歷史遺存的本源價值,更凸顯其作為活態文化資源,能夠積極參與並塑造當代社會經濟與文化進程的實踐能力。為增強上述路徑的落地性與吸引力,可設計更為具體細化的旅遊產品。例如:一、『拉茶技藝工作坊+社區茶會』沉浸式體驗:在馬來西亞,將半天拉茶技藝學習與參與當地社區傍晚茶會相結合,讓遊客在掌握技能後立即融入真實社交場景。二、『數字茶旅護照』平臺:開發一款小程序或APP,整合東盟各國特色茶空間、茶體驗工坊、茶節慶活動,遊客可線上獲取信息、預約、打卡集章,線下消費體驗,形成跨境聯動的茶文化主題旅遊網絡。三、『一杯茶裏的東盟故事』主題 Citywalk:在曼谷、新加坡等都市,設計以茶為線索的城市漫步路線,串聯起歷史悠久的華人茶莊、本土創新的 Kopitiam、現代茶飲品牌旗艦店,由文化使者講述茶在本地的流變故事。

四、結語

中國茶文化在東盟的傳播,完整呈現了從『單向輸出』到『雙向共創』的演進路徑。這一歷程始於物質流動,經由商業網絡推動的文化實踐深化,最終發展為東盟社會充分發揮文化主體性的本土化創新。在實踐層面,這種共創體現為物質形態的重塑、飲茶習俗的功能轉向、文化理念的深度融合,並拓展至茶旅融合的

產業創新,共同構成茶非遺在地活化的生動圖景。

這一實踐對跨文化傳播與旅遊地文化管理理論提供了重要修正^①。它表明,文化的影響力並非源於中心向邊緣的單向擴散,而更多地取決於文化在接收地被賦予新意義、煥發新生命的『在地化共創』能力。換言之,原產地的文化資源能否轉化為持久的軟實力,關鍵不在於輸出者如何推介,而在於接受者如何基於自身需求進行篩選、改造與再創造。非遺的價值同樣如此:它不是靜態封存的遺產,而是在跨境流動中不斷被激活、重組與增值的動態體系。從固守『所有權』到共享『發展權』的視角轉換,有助於化解『原真性』與『創新性』之間長期存在的張力,為全球化時代非遺的活態傳承提供更具彈性的保護範式^④。

上述發現也具有明確的政策與實踐含義。對中國而言,茶文化『走出去』的策略可進一步優化:在堅持核心技藝傳播的同時,積極支持東盟社會的本土化創新,並主動吸納其反向創造成果,形成雙向互動的良性循環。可考慮設立『中國—東盟茶文化共創基金』,資助茶藝師互訪、調飲賽事以及聯合申遺項目。對東盟各國,茶文化的在地轉化應進一步嵌入鄉村發展、青年就業與文化旅遊業,例如借鑒馬來西亞拉茶師傅的職業化路徑,建立本土茶飲技能培訓與認證體系,使茶文化成為可持續的社區生計資源。在區域合作層面,建議依托 RCEP 與中國—東盟博覽會平臺,推動建設『亞洲茶文化遺產廊道』,聯合開發跨國茶文旅線路,並發布年度合作報告,形成制度化的協作機制。

需要指出的是,本文的分析主要集中於泰國、馬來西亞、新加坡、越南與印度尼西亞,對緬甸、老撾等國的茶文化本土實踐涉及有限。同時,數字技術(如短視頻、社交電商、虛擬茶藝)在茶文化跨境傳播中的角色尚未充分展開。未來研究可在以下方向深化:東盟各國本土化模式的比較分析;數字媒介如何重塑茶消費與茶文化共創;以及茶文旅協同發展的效益評估,涵蓋遊客體驗、經濟乘數效應與文化外交成效等維度。這些議題的持續探討,將有助於進一步揭示非遺在全球化時代活態傳承的動態機制與未來走向。

參考文獻

- ① 董洪傑,石琳:《中國—東盟教育共同體視域下的國際中文教育及其未來發展進路》,《陝西師範大學學報(哲學社會科學版)》,2024年第3期,頁164-176。
- ② 董穎:《中國對 RCEP 國家茶葉出口競爭力及影響因素分析》,碩士學位論文,瀋陽:遼寧大學,2023年。
- ③ 何楠:《『一帶一路』倡議下中國與東盟四國的茶葉貿易》,《中國外資》,2025年第8期,頁41-43。
- ④ 胡傑:《『全球文明倡議』融入大學通識教育的路徑探索——以武漢大學〈世界海洋文明史〉課程為例》,《人文與社科亞太學刊》,2025年第1期,頁156-164。
- ⑤ 劉禮堂,馮新悅:《『一帶一路』視野下西南茶馬古道研究:回顧、反思與展望》,《武漢大學學報(哲學社會科學版)》,2022年第3期,頁77-84。
- ⑥ 柳穎:《『一帶一路』建設背景下中華茶文化的傳播與發展——評〈中華茶文化概論〉》,《中國油脂》,2022年第4期,頁162。
- ⑦ 梅楠:《對外直接投資驅動產業內貿易發展研究——以中國—東盟茶業進出口為例》,《福建茶葉》,2021年第2期,頁12-13。
- ⑧ 孫昭亮,孫勇:《藏彝走廊蘊藏與茶馬古道功用及該區域中『一帶一路』指向》,《民族學刊》,2020年第2期,頁43-130。
- ⑨ 唐永青,李紅英:《RCEP 框架下中國對東盟茶葉出口貿易潛力研究——基於隨機前沿引力模型的實證分析》,《北方經貿》,2023年第12期,頁17-22。
- ⑩ 王春曉,高峰,陳富橋,等:《『一帶一路』倡議對中國茶葉出口的影響——基於漸進雙重差分模型的實證分析》,《茶葉科學》,2021年第6期,頁865-875。
- ⑪ 韋永貴,秦斌,李靜怡:《文化多樣性、國家政治風險與出口貿易增長——以中國—東盟區域為例》,《世界地理研究》,2025年第3期,頁54-69。
- ⑫ 閻冰,廖欣,鄧雙霜:《我國與東盟國家戰略性礦產資源產業鏈供應安全合作研究》,《廣西社會科學》,2024年第2期,頁

- 44-51。
- ⑬ 楊懿:《符號學視域下中華傳統文化的國際傳播:基於貴州茶的觀察》,《現代傳播(中國傳媒大學學報)》,2020年第11期,頁60-63。
- ⑭ 葉興藝,楚漢傑:《區域治理視域下構建更加緊密的中國—東盟命運共同體研究》,《廣西民族大學學報(哲學社會科學版)》,2024年第4期,頁142-151。
- ⑮ 張玲:《茶文化視角下東盟國家來華留學生跨文化適應能力提升探析》,《福建茶葉》,2021年第3期,頁254-255。
- ⑯ 張小雷:《數字經濟背景下浙江茶葉產業供應鏈優化策略》,《食品研究與開發》,2022年第7期,頁227-228。

(Editors: LI Ruobing & Bonnie WANG)