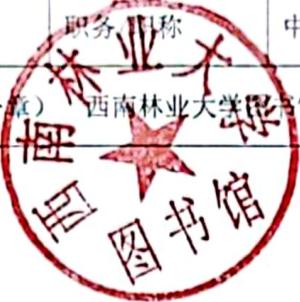


项目结题验收单

专家验收表（主持人所在单位组织 3-5 名专家对项目进行验收、自评。）

项目名称	基于茶文化图书馆特色服务品牌建设的思考		
主持人	陈湫丽	职务/职称	中职馆员
所在单位	（加盖单位公章）西南林业大学图书馆		
专 家 意 见	<div style="text-align: center;">  </div> <p>该项目选题对于高校图书馆发展建设有一定意义，对于我校图书馆特色服务品牌建设亦具有应用价值。申请人基于西南林业大学建设世界茶叶图书馆服务品牌的实践，提出了培育特色图书馆服务品牌的途径；旨在保护和挖掘图书馆最具竞争力的区域特色资源，采取差异化服务策略，探索图书馆服务转型，形成与众不同的特色，为图书馆的创新发展提供重要支撑。</p> <p>专家组评议认为，申请人完成项目结题报告一份；在公开刊物发表项目论文一篇，文章目前已被《现代阅读》收录，拟定于 2025 年 9 月正式出版。专家组原则上同意该项目结题验收。论文《稿件录用通知》附后。</p> <p style="text-align: right;">（如需要可增加页数）</p>		
专家签字	房子	陈琰	黄春玉
职务/职称	副研究员	副研究员	副研究员



项目编号：2024056

CALIS 全国农学文献信息中心研究项目 结题报告

项目名称：基于茶文化图书馆特色服务品牌建设的思考

项目关键词：茶文化图书馆，特色服务品牌，建设

项目单位（盖章）：西南林业大学图书馆

通信地址：(详细地址含邮编) 云南省昆明市盘龙区白龙寺西南林业大学 300 号

项目主持人：陈湫丽

联系电话：15825297990

电子邮件：258727087@qq.com

提交日期：2025 年 5 月 13 日

基于茶文化图书馆特色服务品牌建设的思考

—以西南林业大学世界茶叶图书馆为例

关键词:茶文化图书馆 特色服务品牌 建设

一 研究背景、目的及意义

图书馆作为保存人类文化遗产,开发信息资源、参与社会教育的机构。即使在信息高速发展的今天,同样需要与时俱进的当代图书馆。把茶文化融入到高校图书馆的建设,不仅打破了图书馆现有馆藏资源的局限性,而且有助于图书馆服务转型,形成与众不同的特色,为图书馆的创新发展提供重要支撑。

建设“世界茶叶图书馆(以下简称茶叶馆)”,走特色发展“西林茶路”,既是西南林业大学(以下简称西南林大)作为高等农林院校的使命和担当,也是“西南林大”对接和支持千亿云茶特色重点产业发展^[1],服务地方经济社会文化的生动实践,成为践行新发展理念,开展生态文明教育的重要平台和抓手。世界茶叶图书馆的建成,不仅服务于广大师生和政府、企业,也将为全国乃至全世界的茶界、茶人服务,为社会大众服务,真正实现产、学、研、用深度融合发展,为美丽云南、美丽中国建设贡献西林力量。

二 研究内容及方法(思路、方法、具体内容)

思路方法:

本研究通过文献分析法和实践案例研究法相结合,以茶文化与图书馆品牌建设的融合为核心,探讨图书馆特色服务品牌建设的路径,分析其在特色馆藏资源整合、差异化品牌定位、品牌传播与可持续发展的实践策略。

研究内容：

1. 西南林业大学“世界茶叶图书馆”概况

“西南林大”践行新发展理念，充分发挥学校林学、园林园艺等相关特色学科优势，依托学校绿色发展研究院生态茶研究中心、中国林学会古树名木分会、古茶树保护与利用国家创新联盟等科研平台，依托学校古茶树研究人才优势，于2020年成立西南林业大学世界茶叶图书馆。世界茶叶图书馆的成立，旨在打造特色的文化空间、阅读空间、学习空间、创意空间、学术空间和思想空间，满足绿色发展对高校人才培养目标定位及质量提升的期待和迫切需求，致力于更好地服务地方经济，对接和支持千亿云茶特色重点产业发展。

“茶叶馆”是目前国内唯一由高校设立，集茶书馆、茶学馆、茶道馆、茶叶馆、茶博馆、茶人馆等六大功能于一体的大型茶主题专业图书馆。现有馆藏纸本茶类图书资料15000余册，藏品近1000件；国内外涉茶硕博论文1100余篇；不同时期和版本的《茶经》共280册。接待各级领导、专家学者、茶企茶人2700余人次，成为沟通政商学企各界和产学研用各环节的茶文化传播与交流平台。2022年与校史馆、古茶树资源馆被命名为“云南省社会科学普及示范基地”；与云南省档案局共建“云茶档案基地”，建设涉茶档案信息资源库与图书文献数据库，共同开展云茶图书档案文献资源整理研究工作。现已初步具备收藏、展陈、阅览、科普、研究和学术文化交流等功能，并成功打造为服务校内师生的特色文化场所和茶文化空间。

未来将以古今中外丰富的茶书、茶企信息和茶叶大数据为基础，以古茶树研究为依托，集研究、展示、交流为一体，“藏”“展”结合，促进“学”“研”并举，服务产业。

2. 世界茶叶图书馆特色服务品牌构建

“茶叶馆”开放运行近5年来，通过茶学沙龙、学术讲座研讨会、茶艺培训、茶厂参观、茶品鉴、5.21国际茶日主题活动、“红色经典·献礼百年”书映百年伟业暨四史学习教育红色经典图书展、“党史读书暨古琴音乐茶会”、书法绘画摄影竞赛等方式开展差异化服务，得到了广大专家学者及社会人士的积极参与和一致好评，培养

了一批忠实的读者。“茶业馆”特色服务品牌的建设是一个循序渐进的过程，需要在以下几方面不断改进和完善。

2.1 不断打造茶文化图书馆特色环境

茶文化图书馆作为茶文化的传承场所，是人与人之间、人与信息之间、人与茶之间的交流空间，是兼具学习阅读和休闲交流功能的空间。既要区别于传统图书馆书架加阅览桌的布局模式，又要有别于提供休闲式阅读的茶室；不但要考虑室内外环境的美化，还要注意文化氛围的营造。自2024年焕新后，已吸纳传统茶馆中的文化休闲元素，打造古朴高雅、独具特色的图书馆阅读空间；根据空间特点，摆放具有艺术品质周边产品的陈列架作隔断，形成若干独立的小空间；并配备休闲椅、茶几、冲泡茶叶的泡台，将各种盆栽茶树点缀其中；灯具具有中国传统特色，光源柔和；无线WiFi覆盖馆内，可播放背景音乐、观看视频^[2]。读者置身其中，图书、期刊以及与茶相关的实物触手可及，既可以阅读，又可以近距离观察实物、静思、上网、看视频，还可以品茶，与茶友交流叙谈，享受云南特有的茶文化。

2.2 整合茶文化信息资源

世界茶叶图书馆目前有馆藏纸本茶类图书资料15000余册，纸本茶类图书资料的类别和总量居全国高校图书馆之首。智慧平台在资源的完整性、多样性、特色化方面还有很大的不足。首先，要打破以图书、期刊等纸质资源为主的收藏惯例，凡是在内容或形式上具有茶文化特征的所有文献，如图书、期刊、报纸、图片、照片、影视片、票据、文告、手稿、印模、簿籍、茶号商标、各个时期的茶饼包装纸，以及茶饼、茶砖、茶具、茶器、古玩、诗画等，都应该尽力征集收藏^[3]。其次，应加强新媒体资源建设。一是积极筛选、挖掘和组织网络免费资源，与现有资源互补；二是与云南的电视台、茶厂、茶商、茶人等单位或个人共享或复制多媒体资源；三是建设茶特色数字资源专题库，如与茶厂、茶商合作记录茶树生长环境，茶叶从采摘到成品干燥的整个过程，不同年份茶饼的形、色转化过程，以及茶汤的汤色、口感、香气等变化过程，形成独具特色的茶文化数据库^[2]；四是对一些即将消失的制茶工艺、茶马古道上的遗迹等采用拍照、录像、录音等方式以照片、文字、音视频等形式进行资源描述和保存。

2.3 提供独特和与众不同的服务

“茶叶馆”自开放后除了提供书刊借阅、信息检索服务外，还探索开展特色活动。

一是体验式活动，激发读者的参与热情，以同伴影响力带动更多的人参加，如组织参观茶厂，近距离观看了解茶的生产加工过程；到茶窖体验茶存放的温度、湿度和环境要求^[4]。这类体验式的独特服务，满足了读者更高层次的需求。二是读者参与式活动，如根据读者的需求，定期开展茶品鉴、点茶活动，茶友、茶商、茶厂将收藏或生产销售的茶带到“茶业馆”冲泡、分享、品鉴。三是以读者需求为出发点开展讲座或培训活动，并围绕讲座主题推荐馆藏资源，或结合主题开展读书分享活动。总之，以读者为中心开展服务，吸引读者参与，关注读者体验。

2.4 助力云茶产业发展

根据《中国古茶树资源状况白皮书（2024年）》^[5]发布数据显示，云南古茶树共计5494.67万株（含树龄不足百年的野生型茶树），占全国古茶树5624.26万株（含树龄不足百年的野生型茶树）的97.7%，可见，云南是世界茶树起源地和种植资源多样性中心。图书馆通过与茶商茶企建立长期合作关系，形成一种优势互补、互通有无、资源共享的共赢机制。“茶叶馆”利用特色文献信息资源和场地空间资源优势，为茶艺培训师、茶文化研究者提供了为社会公众服务、扩大影响力的平台。“茶叶馆”以茶文化为载体带动了云南茶产业的发展与繁荣，提高了社会民众对茶的认识，也激发了师生及公众对茶文化的兴趣和学习欲望，为图书馆带来更多的读者，真正实现了共赢。

2.5 加大世界茶叶图书馆的宣传推广

作为在图书馆内新建的馆中馆，“茶叶馆”从一开始就注重品牌的建设和营销。首先，举办“茶叶馆”开馆及焕新仪式，邀请广播、电视、报纸等新闻媒体参加，通过互联网、电视广播、报纸等媒体播发新闻的营销方式，打造特色服务的品牌。其次，借助新媒体平台扩大影响力，开设微信公众号，建立读者微信群，及时向读者推送信息，与读者互动。再次，联合茶人茶企、读书会等有合作关系的其他行业公众号共同推广，扩大宣传的覆盖面。

三 培育特色图书馆服务品牌的途径

根据世界茶叶图书馆的实践，特色图书馆服务品牌培育可以围绕构建多维特色馆藏资源、差异化品牌定位、品牌传播与可持续发展几方面开展。

3.1 构建多维特色馆藏资源

特色馆藏资源建设应遵循特色化、完整性、多样性的原则制定选择标准，进行整体、全面、长远规划，充分利用特色馆藏构建“古籍文献、非遗档案、产业数据、数字资源”四维资源矩阵；借助智慧服务平台开发相关云茶系统，集成文献检索、VR茶山考察、在线斗茶等功能模块^[4,8]。建立“茶文化数据库”整合茶学专著、地方茶志、非遗传承人影像、实物标本等特色资源。做到“人无我有”“人有我优”“人优我全”^[2]，不断地创新发展和完善特色馆藏，使读者可以在一馆内获取关于特色主题的所有类型信息资源。

3.2 实施差异化品牌定位

特色图书馆服务品牌需要通过某种独特的馆藏、信息产品或特色服务在本行业中形成差别优势，以高质量、独特的服务方式和服务手段全方位地满足用户的需求^[6]。培育特色图书馆服务品牌，重要的是要有清晰的品牌定位，以便给不同读者提供不同于其他图书馆的体验效果。

3.2.1 服务内容特色化

打造沉浸式文化体验空间，运用VR/AR技术复原历史茶事场景。设置VR炒茶体验区；定期、持续地开展茶道讲座、茶器展览、茶旅研学活动，并且不断地对活动内容与形式进行优化，提升读者的忠诚度和满意度^[2]。

3.2.2 用户群体精准化

根据当地的地域文化特色，综合考虑历史发展、人文环境、地理风貌、产业特色、社会进步、区域特色等因素。聚焦“茶文化+”主题，细分服务群体。例如：针对全校师生及科研群体打造“茶科技文献中心”，并开放独家档案资源。针对茶农、茶企茶商等核心群体设计专属服务包：为茶农提供气候预警与种植指导，为茶企定制品牌诊断报告，为商企及社区用户开发“茶道养生工作坊”等。

3.2.3 空间功能多元化

因地制宜创新“图书馆+”复合空间模式，设置茶文化主题阅览区、数字体验馆，植入宋代点茶场景还原等特色空间。引入新式茶饮品牌开展联名活动，打造年轻化文化消费场景。

3.3 品牌传播与可持续发展

3.3.1 IP化运营：打造“茶+”文创衍生品

可通过举办LOGO设计大赛，征集相关茶业馆的LOGO，并定制印有LOGO的茶

具、茶器以强化特色图书馆的品牌形象。

3.3.2 深化数字赋能

探索AIGC技术在茶文化内容生产中的应用，如自动生成茶诗、虚拟茶艺师交互等。

3.3.3 持续宣传推广品牌知名度

运用影视剧、微视频、小说、诗歌、戏剧、漫画等多种艺术形式，讲好每一个茶人茶文化故事^[7]。通过持续性的宣传推广自己的服务，才能让更多的读者走进图书馆，享受优质的服务。还需要在日常服务中通过与读者接触，甚至在图书馆建筑设备、设施布局等过程中进行宣传；或通过所服务读者的口碑传播手段向其他用户宣传^[3]；还要善于利用合作企业、个人的宣传手段进行传播。

3.3.4 深化产学研协同创新

联合西南林大古茶树研究中心或其他高校开设茶艺微专业，举办茶文化主题展览或学术论坛，促进跨学科研究与文化创新。建立“茶产业创新实验室”，重点攻关茶叶功能成分提取、数字化品控等技术难题^[8-9]。构建技术成果转化服务平台，促进科研成果向市场化转化。

四 结论与建议

世界茶叶图书馆的特色服务品牌的培育是一个立足文化传承与技术创新双重维度，根据读者需求不断创新、改进、总结和完善的過程，需要图书馆人积极思考，并拓展图书馆社会功能，利用新技术、新工具增强特色资源的核心竞争力，为读者提供差异化服务，重塑图书馆服务的新形象。

五 项目成果（发表的文章、开发的软件、取得的实践效果等）

实践效果：世界茶叶图书馆开放运行近5年来，已通过茶学沙龙、学术讲座研讨会、茶艺培训、点茶、茶品鉴、5.21国际茶日主题活动、“红色经典·献礼百年”书映百年伟业暨四史学习教育红色经典图书展、“党史读书暨古琴音乐茶会”、书法绘画摄影竞赛等方式开展差异化服务，得到了广大专家学者及社会人士的积极参与和一致好评，培养了一批忠实的读者。现已初步具备收藏、展陈、阅览、科普、研究和学术文化交流等功能，并成功打造为服务校内师生的特色文化场所和茶文化空间。

发表文章：形成结题报告 1 份，在公开刊物发表论文 1 篇。目前文章已被《现代阅读》收录，拟定 2025 年 9 月正式出版。

六 参考文献

- [1]云南省人民政府. “三茶”统筹 云南向茶业强省迈进
[EB/OL].[2023-10-11].https://yn.gov.cn/ztgg/jdbyjtjwhjc/cyh/xgzx/202310/t20231011_287169.html
- [2]牛波. 基于“普洱茶文化图书馆”特色服务品牌培育的思考[J]. 图书馆研究与工作, 2017 (04) : 70-73.
- [3]汪聪, 杨珊, 金鑫, 张海舰. 图书馆服务品牌建设要素及策略研究[J]. 大学图书馆情报学刊, 2024,42 (01) :97-103.
- [4]杨珊, 汪聪. 图书馆服务品牌建设路径研究[J]. 图书馆工作与研究, 2024 (02) : 96-103.
- [5]西南林业大学古茶树研究中心. 中国古茶树资源状况白皮书(2024 年)R/OL: 1-36.
- [6]薛金玲. 高校图书馆服务品牌建设的实践探索[J]. 传媒论坛, 2022,5(17): 117-120.
- [7]张路娟. 高校图书馆学科服务品牌建设实践案例及启示[J]. 四川图书馆学报, 2023 (02) : 39-43.
- [8]赵雪峰. 高校图书馆服务品牌建设的实践路径探索[J]. 国际公关, 2023 (24) : 122-124.
- [9]张华. 数字化时代图书馆空间重构研究[J]. 图书情报工作, 2022, 66(12): 112-118