

普洱咖啡特色产业与红色旅游融合发展的路径研究

周舒昕 王亚珍 司朴青 孔文婷 李楠

昆明理工大学马克思主义学院，云南昆明，650500；

摘要：在区域经济多元化进程中，产业融合成为推动地方发展的关键路径。本文基于 SWOT 理论详细梳理普洱咖啡与红色旅游融合发展的可能性和存在的挑战，二者融合能促进经济发展、传承红色文化、提升旅游产业多元化，但也面临红色文化与咖啡产品结合不深、咖啡基地与红色景点联动弱、市场宣传及品牌打造乏力等问题。因此，本文提出加快产业融合、加强整体规划、创新营销策略的发展路径，助力二者深度融合，为普洱地区经济与红色文化协同发展提供理论与实践指引。

关键词：普洱咖啡；红色旅游；产业融合；乡村振兴

DOI：10.69979/3029-2700.25.07.071

引言

在区域经济多元化发展的浪潮下，产业融合成为推动地方发展乡村振兴的重要路径。普洱市，这片位于云南省西南部的神奇土地，拥有独特且优势显著的咖啡产业与底蕴深厚的红色旅游资源。普洱咖啡种植历史悠久，规模化种植始于 20 世纪 80 年代。近年来，普洱咖啡产业发展迅速，种植面积和产量均位居全国前列。2023-2024 年产季，普洱咖啡种植面积达 67.9 万亩，产量 5.8 万吨，占全国产量的 50% 以上。^[2]同时，普洱地区也拥有丰富的红色旅游资源，为发展红色旅游提供了有利条件。咖啡产业历经百年发展，已成为地区经济支柱之一；红色旅游资源则承载着厚重的革命历史与民族精神。探索二者的融合发展，不仅有助于拓展产业发展空间，提升旅游产品的文化内涵，更能促进区域经济增长与文化传承，具有重要的现实意义与研究价值。

1 基于 SWOT 分析咖啡产业与红色旅游融合发展

SWOT 分析即优势 (Strength)、劣势 (Weakness)、机会 (Opportunity) 和威胁 (Threat) 分析。SWOT 分析法作为一种战略决策的分析方法近年来已在很多方面得到了应用小到个体微观企业大到国家发展战略决策等各种层面，SWOT 分析方法均为最终决策提供了有价值的参考。^[3]

普洱咖啡产业与红色旅游融合的优势 (Strengths) 在于其拥有独特的资源禀赋、品牌与市场基础和政策的支持。普洱地处小粒咖啡黄金种植带，气候与土壤条件优越，咖啡种植面积达 67.9 万亩 (2024 年)，产量占全国 50% 以上。同时，滇西南革命老区拥有丰富的文化资源，例如宁洱民族团结誓词碑、思茅革命烈士陵园等红色遗址，年接待游客超百万人次。此外，普洱有着一

百三十多年的咖啡种植历史并经历了三十多年的规模化种植。2020 年，“普洱咖啡”入选中欧地理标志协定首批保护名录；2021 年，“普洱咖啡”实施国家地理标志产品保护；2023 年，“普洱咖啡”获得国家标准及其英文版立项。与此同时，国家咖啡检测重点实验室等多家科研质检机构也相继落户普洱。^[4]2022 年 8 月 2 日，云南相关部门印发了《关于推动咖啡精品率和精深加工率提升若干政策措施》，明确将通过支持品牌打造、支持精品咖啡庄园、金融支持与科技支撑等六项政策措施，推动咖啡产业高质量发展。

普洱咖啡产业与红色旅游融合的劣势 (Weaknesses) 在于产业链附加值偏低和协同机制缺位。首先，普洱咖啡产业当前还是以原料供应为主，咖啡附加值与咖啡产量地位不相匹配，云南咖啡高附加值的精品豆占比仅为 8%，精深加工率仅有 30%。其次，咖啡企业与红色景区缺乏合作。参考上海“一咖啡”，咖啡店开设在中共一大会址对面，商品名称和价格与党的历史事件相结合，店铺装修风格结合党的发展历程，是红色资源与咖啡销售融合的典型案例。

普洱咖啡产业与红色旅游融合的机会 (Opportunities) 则有政策红利、消费升级和区域合作的机遇。一方面，国家文旅融合与数字乡村建设政策支持“咖啡+红色”的数字化传播与场景创新、中老铁路开通促进跨境旅游，可串联普洱红色景点与东南亚咖啡文化线路，为普洱地区带来了巨大政策红利。另一方面，年轻一代咖啡从业者以旅游为突破点，为普洱咖啡发展开辟新的路径。近年来，普洱“咖啡+旅游”的新业态的建设已初见成效，爱伲、漫崖等咖啡庄园成为网红打卡地，吸引全国各地甚至世界各地的咖啡爱好者、创业者纷纷来到普洱。

普洱咖啡产业与红色旅游融合的威胁 (Threats)

在于市场竞争加剧,例如国内咖啡产区(如海南、保山)与红色旅游目的地(如井冈山、延安)的差异化竞争压力。

通过 SWOT 分析可见,普洱咖啡产业与红色旅游的融合具备显著的资源与政策优势,但需破解产业链低附加值、协同不足等短板,同时抓住消费升级与区域合作机遇。未来应聚焦产业融合、空间融合和营销融合的“三融”策略,实现经济效益与文化传承的双重目标。

2 咖啡产业与红色旅游融合发展面临的挑战

2.1 红色文化与咖啡产品的浅层叠加

咖啡产业与红色旅游的融合发展并非简单地将红色元素与咖啡产业相结合,而是要实现二者的相互促进,将红色文化转化为咖啡产业持续发展的动能,并通过咖啡产业的发展促进红色文化的进一步传播。当前普洱地区咖啡产业与红色文化的融合发展主要停留在浅层叠加阶段,存在诸多问题。一方面,融合措施不足,成效不佳,红色文化与咖啡产品的结合不够深入、不够透彻,仅停留在表面的联名合作,缺乏对红色文化符号背后历史意义和文化价值的深入阐释,也缺乏深度的文化互动或创新体验。这种浅层融合模式难以让消费者在消费过程中产生情感共鸣和文化认同,导致咖啡产品缺乏文化深度和独特性,难以激发消费者的价值认同,文化附加值也未能有效转化为市场竞争力。

2.2 咖啡基地与红色景点间缺乏联动

普洱地区的咖啡产业与红色旅游虽然在资源禀赋上具备良好的融合发展的基础,但在实际发展过程中,咖啡基地与红色景点之间的联动性仍然不足,导致两者未能充分发挥协同效应。从地理分布来看,普洱地区的咖啡种植基地多位于山区或乡村地带,而红色旅游景点则分布在城市或交通较为便利的区域,这种空间上的分散性使得游客在游览过程中难以将咖啡体验与红色文化体验有机结合。游客在参观完红色景点后,往往需要较长时间才能到达咖啡种植基地,导致旅游体验的连贯性不足,进一步加剧了两者之间的割裂感。

此外,咖啡产业与红色旅游的融合发展不仅仅需要空间上的整合,更需要产业链条的协同。然而,当前普洱地区的咖啡基地与红色景点之间缺乏有效的产业链互动。咖啡基地主要以种植和初加工为主,而红色景点则以文化展示和观光为主,两者之间未能形成有效的产业链延伸。例如,咖啡基地的加工环节未能与红色景点的文化展示相结合,导致游客在参观红色景点时无法体验到咖啡从种植到加工的全过程。这种产业链条的断裂使得两者之间的协同效应难以发挥,无法形成“1+1>2”的效果。

2.3 市场宣传与品牌打造的动力不足

普洱咖啡产业与红色旅游的融合发展,需深化产品与资源联动,并强化市场端推广与品牌价值塑造。当前,尽管普洱咖啡产业有所发展,但在与红色旅游融合中,市场宣传与品牌建设力度仍显薄弱,品牌影响力有待提升。

首要问题在于宣传渠道单一,缺乏协同推广。普洱地区仍主要依赖传统宣传模式,如线下景区推介、地方媒体等,新媒体矩阵整合运用不足,跨界推广创新匮乏。短视频、直播、社交媒体等新兴工具应用浅显,未结合红色故事与咖啡文化设计沉浸式体验,导致宣传难以覆盖年轻群体,且未形成“红色文化—咖啡产业—旅游线路”的立体化传播链条,市场认知局限于本地及周边。

其次,宣传内容各自为战,缺乏统一平台联动。咖啡产品宣传侧重品质与产地,红色旅游资源宣传则强调历史文化,两者未形成有机合力。这种分散模式导致消费者对“红色咖啡”融合概念认知度低,难以将咖啡消费与红色文化体验关联,影响融合发展市场吸引力。

最后,合作机制与资源整合缺失。市场宣传与品牌打造需政府、企业、媒体及社会各界共同参与,但普洱地区在此方面缺乏有效合作机制与资源整合平台,导致宣传力度分散、品牌形象不统一,制约融合发展。

3 咖啡产业与红色旅游融合发展的路径探索

3.1 加快产业融合,增强发展创新性

加快推进普洱地区咖啡产业与红色旅游的融合发展,需从多维度出发,促进两者的深度融合与结构优化升级。在现有旅游业结构的基础上,构建红色旅游项目,深入挖掘普洱地区的红色文化资源,充分释放其旅游价值,进而提升区域核心竞争力。此过程不仅要求咖啡产品具备卓越品质,还需巧妙融入红色文化元素,创造具有独特文化价值的咖啡产品及其衍生品,以此拓宽咖啡产业与红色旅游的发展路径,延长产业链。例如,开发红色故事主题的咖啡周边产品,如咖啡杯、咖啡勺等,通过细节设计传递红色文化,增强消费者的认同感与归属感。这种融合不仅丰富了咖啡产业的内涵,也为红色旅游增添了新的体验元素,实现了市场共赢。

在资源规划方面,需打破行业界限,与上下游企业携手合作,打造“+教育”、“+科技”、“+直播”等多元化发展模式,推动普洱地区产业高质量发展。特别是“+直播”模式,通过互联网平台实时直播咖啡的播种、晾晒、采摘等过程,介绍普洱咖啡与红色旅游的特色品牌,设计典型 IP 形象,提升知名度与吸引力。为实现这一目标,地方政府应加强招商引资,增加资金投入与政策倾斜,推动线上平台的搭建与完善。通过提供高效、全面、便捷的一站式订阅服务,为游客创造更加

优质的旅游体验,从而推动特色咖啡与红色旅游的有效融合发展。

3.2 加强整体规划,提高资源利用率

加强整体规划,完善配套设施,盘活地方资源是加快普洱地区咖啡产业和红色资源融合发展的应有之义。要加强对普洱地区咖啡种植和红色资源的整合,全方位考量地理位置、资源配置、游客需求等要素,形成合理性、创新性、全局性的产业发展规划。不论是咖啡体验区还是红色游览区,着力为游客打造完整的“咖啡+红色文化”为一体的旅游生态,制定多元化服务业标准,满足不同群体对于“吃、住、行、游、购、娱”的不同需求和体验,避免规划区域范围出现管理混乱的问题,提升游客的体验感和获得感,乘兴而来、满意而归。

对于咖啡种植和红色资源的融合通过巧妙融入红色文化元素,可以将咖啡种植园升级为“红色咖啡庄园”,为游客提供独特的旅游体验。可在咖啡庄园内设置红色文化展览馆或纪念馆,展示普洱地区的革命历史、英雄事迹和红色文化遗迹,让游客在参观过程中了解普洱的红色文化。此外,庄园内的咖啡加工过程也可以向游客开放,让游客了解咖啡从种植到加工的全过程,增强游客的参与感和体验感。例如,在爱伲咖啡庄园内设置红色文化展示区,展示红军长征过普洱的历史故事;在北归咖啡庄园内建设革命历史教育区,讲述思普革命根据地的斗争历程。同时,可以在宁洱民族团结园周边规划建设咖啡主题街区,形成集红色旅游、咖啡文化、休闲娱乐于一体的综合体验区。

3.3 创新营销策略,提升产品知名度

推动“咖啡+红色文化”融合发展,关键在于探索营销路径以实现双赢。首要策略是构建红色旅游与咖啡产业的联动机制,通过与红色景点合作推出联名咖啡产品及旅游套餐,如“红色之旅+咖啡体验”线路,将咖啡庄园与革命遗址串联,如思茅烈士陵园至宁洱誓词碑至墨江古镇的旅程,使游客在咖啡香中感悟红色文化。

品牌塑造方面,依托红色文化资源,讲述红色故事,融入品牌宣传,提升咖啡品牌的知名度与美誉度。营销渠道需线上线下并重,运用多元化媒体平台,创新品牌传播方式,增强品牌增值能力和市场影响力,尤其针对年轻受众,利用小红书、抖音等新媒体,通过短视频、直播等形式,发布红色文化融合咖啡内容,吸引年轻消费者。线下活动亦不可或缺,借助红色节庆推广咖啡,

线上线下联动,培育消费市场。如政府主导举办“普洱红色咖啡文化节”,邀请咖啡师现场表演,组织品鉴会,吸引国内外游客。

营销原则需坚持因地制宜、因人而异,针对不同消费群体设计差异化营销策略。与教育机构合作,设计研学旅游线路,聚焦红色文化参观与咖啡历史;对企业共建群体,提供个性化服务,结合咖啡劳动体验与红色党课,打造特色品牌服务。

4 结论

普洱市咖啡特色产业与红色旅游的融合发展具有重要的现实意义和广阔的发展前景。通过增强发展的创新性、提高资源利用率和提升产品知名度,可以创造出独特的“红色咖啡”文化,推动普洱特色产业升级和红色文化传承。然而,融合发展过程中仍面临诸多挑战,需要政府、企业和相关利益方的共同努力。未来,应进一步完善政策支持体系,加强市场培育和品牌建设,推动咖啡产业与红色旅游的深度融合,为普洱经济社会发展注入新动能。

参考文献

- [1] 云南省人民政府网,2024年上半年普洱咖啡产业综合产值达57.65亿元[EB/OL]. (2024-10-29) [2025-02-18]. https://www.yn.gov.cn/ynxwfbt/html/2024/zuxinbaodao_1211/7562.html
- [2] 申彧.SWOT分析法的应用进展及展望[J].知识经济,2009,(09):76.
- [3] 人民网.在“中国咖啡之都”预见中国咖啡美好未来[EB/OL]. (2024-01-11) [2025-02-18]. <http://yn.people.com.cn/n2/2024/0111/c378439-40710021.html>
- [4] 刘玲玉.初探闽西茶产业与红色旅游产业融合发展[J].福建茶叶,2023,45(1):54-56.
- [5] 黄家雄,李维锐,夏兵,胡发广.云南咖啡产业高质量发展对策初探[J].热带农业科技,2022,45(3):21-29.

作者简介:周舒昕(2000.02—),女,汉,河南淮滨,昆明理工大学思想政治教育专业研究生。

项目基金

本文系2023年云南省大学生创新创业训练计划项目省级项目(项目编号S202310674104)的研究成果。