



网红经济下茶馆空间室内环境设计的革新与发展研究

辛宏凯

吉林水利电力职业学院, 吉林 长春 130000

摘要：随着云平台短视频的兴起，“网红”带来的流量成为店铺宣传的重要方式，也是带来经济收入的重要途径之一。同时，传统文化的浪潮也因为文化自信理念的提出日渐高涨，人们越来越关注传承文化，中国风也在年轻人中间刮起，茶馆的发展也应借此东风，利用“网红”经济与文化觉醒创新发展方式，而茶馆的室内环境设计则直接影响了其是否能抓住年轻人的眼球，因此，文章重点讨论在“网红”经济下茶馆应从哪几方面进行室内环境设计，从而在短视频黄金五秒内吸睛，使我国优秀茶文化焕发活力，深入人心，为提高文化认同，实现文化强国添砖加瓦。

关键词：“网红”经济；茶馆；室内环境设计

中图分类号： TU238+.2

文献标识码： A

文章编码： 2023050008

Research on the Innovation and development of the interior environment design of teahouse Space under the Internet celebrity economy

Xin Hongkai

Jilin Vocational College of Water Resources and Electric Power, Changchun 130000, China

Abstract： With the rise of short videos on cloud platforms, the traffic brought by “internet celebrities” has become an important way for store promotion and one of the important ways to generate economic income. At the same time, the wave of traditional culture is also rising due to the concept of cultural confidence, and people are paying more and more attention to inheriting culture. The Chinese style is also blowing up among young people, and the development of tea houses should also take advantage of this trend, using the “internet celebrity” economy and cultural awakening to innovate development methods. The indoor environmental design of tea houses directly affects whether they can catch the attention of young people. Therefore, This article focuses on the aspects of the indoor environment design of teahouses under the “Internet celebrity” economy, so as to attract the attention within five seconds of the short video, make China’s excellent tea culture glow with vitality, penetrate into the hearts of the people, and contribute to improving cultural identity and realizing cultural power.

Key words： “Internet celebrity” economy; tea houses; new Chinese style; indoor environmental design

一、我国茶馆发展现状与问题分析

中国茶文化历史悠久绵长，茶与咖啡、可可并称为世界三大无酒精饮料，在世界范围内深受人们的喜爱。我国自古就有：“神农尝百草，日遇七十二毒，得茶而解之”之说，在提升文化自信的时代大背景下，我国传统文化越来越得到重视，茶文化深受儒释道的影响，已逐渐融入人们日常生活中。

茶馆作为互动性场所，为人们提供了交友待客的平台，是人们日常休闲散心的好去处，特别是在工作生活压力增大的今天，茶馆便成为人们心中的一片净土，茶馆已然成为了一个新兴产业，各种规模的茶馆在祖国的大江南北遍地开花，但行业雨后春笋式发展的背后也衍生出诸多问题，主要有以下两点：

（一）茶馆室内设计风格单一

由于茶馆风格校对来说比较固定，想要设计一个茶馆不难，

只要运用中式元素及不会出大错，也正是应为如此，茶馆与茶馆之间的风格雷同单一，无论从平面布局、整体色调、家具选用、意境营造等方面都如出一辙，没有特色。风格形象类似的茶馆易引发审美疲劳，单一的风格设计无法激发人们的新鲜感，在年轻人追求个性化的今天，特色鲜明的空间更能激发年轻人的体验欲望。

（二）现代风格元素应用较少

室内设计的单调性使茶馆空间无法吸引年轻人的目光，因此，现代风格元素的融入必不可少，国风文化的发展为茶馆空间提供了很多中式现代元素，在茶馆设计中，应更好的融入这些新鲜元素。同时创造“吸睛点”也是吸引年轻人的重要方式之一，传统茶馆复制粘贴式设计并不能打开年轻人的市场，因此，设计元素的改变是茶馆质变的重要途径之一。



二、文化自信带给茶馆的机遇

近年来，文化越来越成为民族凝聚力和创造力的重要源泉，越来越成为综合国力竞争的重要因素，政府出台一系列政策来弘扬传统文化。国风文化日益崛起，从生活的各方各面，都能明显的感知人们对于传统文化的重视程度快速提高，文化自信日趋深入人心。

饮茶市场的受众群体也应扩大，不再局限于中老年人，长期以来，茶饮市场与年轻人相分离，然而近些年，随着文化认同的全面提升，汉服等传统文化风潮的兴起证明了文化的感召力，越来越多的年轻人愿意探索中国茶文化，茶馆也不再是“老年人的俱乐部”，年轻人也正在逐步加入饮茶行列中来，这对于传统文化的发展有极好推进作用，同时，这也是发展茶馆经济的难得机遇，茶文化正在尝试跻身年轻人的行列。

如何才能借此东风更多年轻人对茶文化感兴趣，将茶馆在人们心中固有的老年人专属形象打破，使人们提起茶馆，脑海中出现的是属于中国人独有的宁静淡雅，古色古香，远离尘世喧嚣的一片净土，便成为文章需要探讨的问题。

三、“网红”经济下茶馆发展方向

随着云平台短视频的兴起，“网红”带来的流量成为店铺宣传的重要方式，也是带来经济收入的重要途径之一。“网红”经济时代，如何利用网络资源优势弘扬传统文化，提高文化认同，成为我们需要思考的问题，优秀文化的传承与发展不仅要成为“网红”，还需要从“网红”到“长红”。

但在大数据时代，茶馆如何抓住年轻人的眼球成为其改变的关键所在，在“网红”经济背景下，“打卡”各类“网红”餐厅、酒店、景点成为一种时尚潮流，“探店”成为了宣传推广的重要途径。在极大的商业潜力推动下，各行各业开始运用“网红”提升知名度。

融媒体时代的到来将为年轻化主题式茶馆的发展注入新的活力，为主题茶食店提供了新的宣传推广渠道，使其能够拥有更高的关注度和更广泛的群众基础。在十五秒短视频中，店铺风格成为吸睛的首要元素，店铺的整体设计决定着店铺能否成为“网红”打卡地，因此，新时代背景下，茶馆的室内环境设计不仅要满足空间功能要求，同时还需满足视觉与精神层面要求。

东方美学文化的应用将带给茶馆空间新的生机，传统茶馆的室内设计风格过于一致，已然出现审美疲劳之感，因此要在设计风格上找到突破点，从“吸睛点”入手，首先要能抓人眼球，其次，从整体空间布局、意境营造、场所氛围等多方面考虑，找到与“网红”审美的契合点，通过“网红”效应达到文化长红的目标。

四、茶馆室内环境设计的创新策略与突破点

（一）趣味性元素的应用

短视频有所谓的“黄金五秒”，解释为，视频开头的前五

秒决定了该视频是否能获得点击量，是否能吸引眼球。通过研究与分析发现，具有趣味性的选题有助于短视频内容获得较高的流量。而店面空间环境设计也应当具有“吸睛点”，这就要求茶馆在环境设计上要考虑添加趣味性元素，打造亮点。“网红”打卡地的特点也是如此，人们往往会为了某个亮点而愿意“探店”打卡，客流量是商业空间经营的基础，茶馆空间有了客流量才能更好的弘扬我国优秀茶文化，因此，空间趣味性的打造十分重要。

这里说的趣味性元素可以是结合当地地域文化特色，打造地区独有的茶馆空间风格，也可以是符合年轻人审美风格的流行元素，在空间布局上要注意“透气性”，不能一味将中式元素叠加，要做减法，遵循“少即是多”的美学理念，新中式风格中常见元素竹、纱、灯笼、书法、屏风、挂画、简约家具等软装陈设应合理搭配，利用屏风隔断等的交错布置，使空间具隔而不断，打造层次感，神秘感。

（二）注重空间意境营造

《长物志》对居室这样描述：“亭台具旷士之怀，斋阁有幽人之致。又当种佳木怪箨，陈金石图书，令居之者忘老，寓之者忘归，遊之者忘倦。”茶馆室内环境设计旨在营造出传统文化氛围，使顾客在休闲放松的同时也能将传统中式风格沉静淡雅，悠然自得的风趣潜移默化的植根在人们心中，使茶馆空间发挥其本应具有的怡情养性、放松身心的作用。因此，茶馆在室内环境设计中要尤其注重氛围感，作为放松身心的场所，空间氛围与情感层面的交互能直接影响了饮茶体验，茶馆空间的意境的营造注重艺术层面抽象与具象的表达，可从虚实结合入手进行氛围营造。

“虚实”是中国传统美学思想的核心范畴，它传承于中国传统哲学，早在老子的思想中，就有“大音希声、大象无形”的思想。传统美学多以含蓄为美，避免开门见山尽露与露，这种思想对后世影响及其深远，也是需要与实践应用中不断探索的艺术妙境。

在茶馆的室内环境设计中，要注重“留白”，留白也是中国传统美学之道，西洋画“满”，中国画“空”，而这种“空”为中国画增添了无限的遐想空间，马远的《寒江独钓图》，画中除了一只小舟、一个渔翁之外别无他物，可你却能感觉到烟波浩渺。无论是齐白石画虾，还是悲鸿画马，都能通过留白来突出主体，虚实相生，无画处皆成妙境，这与道家的“大象无形”、禅宗的“空灵之境”是一脉相承的，这便是留白的独特魅力。而茶馆的室内氛围营造恰好可取之精华，对虚与实、藏与露、隐与显、有与无的把握，能给空间带来通透性，使空间有呼吸感，将中华传统哲学之道应用至茶馆氛围的营造中去，能满足人们精神上对空间意境的高层次追求。

光影所制造的清雅氛围也是利用自然造物的手法之一，巧妙利用光与影、明与暗的自然阴影关系能很好的营造出茶馆空间幽静的氛围感。除了自然光线的利用，也可以考虑灯光氛围，灯光选择不易过亮，否则打破宁静，给人以聒噪感，也不能过暗，昏暗的灯光会带给人们萧条颓涩之感，会使整个空间氛围变



的压抑。灯光色彩的选用可以考虑柔和偏暖调，温馨又不失祥和，与整个茶馆空间氛围相融洽，使空间色调统一，视觉感受一致而不跳脱，从而使饮客们能沉浸式体验茶文化带来的乐趣与享受。

五、总结

本论文探讨了在网红经济背景下茶馆空间的室内环境设计的革新与发展问题，从设计风格角度给出革新建议，使茶馆从

室内环境上有所创新和改变，将受众群体扩大。同时，笔者也对经营模式产生思考，目前不论是大中型茶馆，顾客都是作为品鉴方以品茶为主，但年轻人更倾向参与模式，更加享受角色代入的乐趣，若茶馆的经营能化客为主，将进一步提高参与度，通过亲身参与各种茶事活动，了解茶文化，激发情感共鸣，使身心都能融入茶道，如此将建立起全方位的场所体验，能从精神层面吸引更多群体加入茶文化探索行列，将我国优秀传统文化深扎根、广传播，将工作生活中的快节奏降速，使人们暂时忘掉喧嚣纷扰，在茶馆空间中达到放松安逸的状态。

参考文献:

- [1] 林栋楠, 成佳玮, 马怡鑫, 余沁等. 基于茶文化视角的年轻化新中式茶食店运营模式探析 [J]. 福建茶叶, 2020, 5.
- [2] 涂文露. 基于东方美学文化下的茶馆室内环境设计研究 - 以知一茶舍为例 [D]. 南昌大学. 2022.
- [3] 范嘉恒. 探店类短视频的内容生产研究 —— 基于抖音短视频平台的考察 [D]. 山东大学. 2022.