

# The code of CHA

一片树叶落入水中，改变了水的味道，从此有了茶  
Into the water, a leaf falls, with taste and life, Cha was born.

## 中国茶密码

茶的文明史是人类战胜苦涩的历史 / 茶是世界上最健康的饮料  
“茶香书香”品牌创始人 / 喜马拉雅 FM《老罗说茶》主播

罗军作品

The code of  
**CHA**

中 国 茶 密 码

罗军作品



Copyright © 2016 by SDX Joint Publishing Company.

All Rights Reserved.

本作品版权由生活·读书·新知三联书店所有。

未经许可，不得翻印。

### 图书在版编目(CIP)数据

中国茶密码 / 罗军作品. — 北京: 生活·读书·新知三联书店, 2016.4  
ISBN 978-7-108-05645-0

I. ①中… II. ①罗… III. ①茶叶—文化—中国 IV. ① TS971

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2016)第 049210 号

责任编辑: 黄新萍

装帧设计: 鲍敦蓉

责任印制: 卢岳 崔华君

出版发行: 生活·读书·新知 三联书店  
(北京市东城区美术馆东街 22 号)

邮 编: 100010

网 址: [www.sdxjpc.com](http://www.sdxjpc.com)

经 销: 新华书店

印 刷: 河北鹏润印刷有限公司

版 次: 2016 年 4 月北京第 1 版

2016 年 4 月北京第 1 次印刷

开 本: 720 毫米 × 965 毫米 1/16 印张 16.5

字 数: 120 千字 图 50 幅

印 数: 00,001—10,000 册

定 价: 49.00 元

(印装查询: 010-64002715; 邮购查询: 010-84010542)

# | 目录 |

## 序

叶子的时代福利，陈宗懋 / 1

中国茶的世界坐标，马胜学 / 3

## 引言

CHA：中国人的巨大福利 / 5

## 茶香 *The flavors of Cha*

你会闻香吗？ / 12

茶系文明与酒系文明 / 20

叶子的生态位 / 30

本香的秘密 / 34

茶香的诞生 / 46

茶香的演绎 / 112

茶味感官学 / 118

## 书香 *The history of Cha*

茶叶发明史 / 134

茶叶消费史 / 150

茶叶战争史 / 178

## 健康 *The benefits of Cha*

健康的经验认知 / 210

健康的科学认知 / 220

## 结语

一片伟大的叶子 / 249

|序|

## 叶子的时代福利

陈宗懋

(中国工程院院士、中国茶叶学会名誉理事长、中国国际茶文化研究会名誉会长)

茶是世界上最古老的饮料，也是消费量最大的饮料。“神农尝百草，日遇七十二毒，得茶而解之”，在中国，我们的祖先很早就知道喝茶可以治病强身，每个朝代的医书中都大量记载着茶的药用功能。

茶之所以如此普及，被不同民族不同文化所接受，很大程度上是因为茶叶与人体健康存在着密切的关系。

人们对茶的健康认知可以划分为两个阶段：一是经验认知阶段，中国人喝了几千年的茶，但对于茶的认识其实是模糊的。英国人从16世纪开始喝茶，也喝了几百年，但在现代科学启动之前，他们对于茶的健康认知同样靠的是经验之谈。二是科学认知阶段，20世纪80年代，在现代科学的推动下，世界各国掀起了茶叶与健康的研究高潮，特别是对茶叶的抗氧化功能研究，成绩尤为突出。大量的科学实验表明，茶多酚及其氧化产物茶黄素、茶红素等具有强大的抗氧化功能，通俗一点来讲，就是摄入这些物质能够抗衰老、抗癌、

预防心脑血管疾病。

罗军先生《中国茶密码》一书中有一个观点令我特别印象深刻，他认为茶的健康认知目前依然是被低估了。为什么会这样？这说明了科学技术的普及工作有待加强。

茶有益于人体健康是不争的事实，但对中国老百姓而言，喝茶的主要目的很大程度上依然停留在辅助代谢认知阶段。一片叶子之所以能成为时代的福利，前提是很多人得乐于饮用才行。我们喝茶，首先要知道茶的好处，才会主动去喝。

此外，中国茶产业迅猛发展，2015年，茶园面积将近4316万亩，茶叶年产量已达227.8万吨。就当前来讲，如何提升茶叶的消费量，使得我国现有的茶叶产量基本达到产销平衡，是保持茶产业健康发展的关键环节。

茶产业如一架翱翔在蓝天下的飞机，它的平稳飞行离不开两个翅膀：一是茶科技，二是茶文化。茶科技是基础，只有基础夯实，老百姓才能喝上放心茶；茶文化是平台，通过它的展示才能让更多人爱上中国茶。

罗军认为茶是一项巨大的天然福利，我很认同这种说法。让更多人享受到这项福利不仅仅是我从事茶叶研究工作一直以来的最大目的，更是整个茶业界的共同心愿。

纵观茶叶发展史，当下是茶业的黄金时代。希望《中国茶密码》一书能够让更多人科学地了解中国茶，爱上中国茶，并由此开始享受一片叶子的时代福利。

# 中国茶的世界坐标

马胜学

（国际平衡营养学首席科学家，原星巴克中国和亚太区副总裁兼研发总监，上海诗琳美生物科技有限公司创始人）

有人问我为什么每天都要喝茶，因为在我看来，茶是世界上最健康的饮料，不是之一。我本身是学营养学的，比较研究过各种天然或人工的饮品之后，我发现茶的成分组成最为合理，一杯茶，足以从各个方面协调我们的身心健康。因此，从国际平衡营养学角度来看，茶是最好的平衡营养饮品。

罗军先生《中国茶密码》一书对于茶的平衡营养作用有清晰而完整的解读，他认为粮食果蔬是补充营养的，草药是治疗疾病的，生长在贫瘠山坡上的茶则是平衡营养的。这种解读以及对茶的定位非常独到，也非常精准，我是第一次读到。

一直以来，国际上都把茶定义为健康饮品，主要强调的是茶的抗氧化功能。当然，不可否认，茶叶中的茶多酚、茶黄素确实能够清除自由基，延缓衰老。但我更认同罗军在书中对茶的宏观把握，即从国际感官学和平衡营养学角度来定义这片神奇的叶子。因为除了抗氧化功能，茶叶中的茶多糖、生物碱、茶氨酸等物质都各司其职，给予我们不同的味道，并从不同方面调节着我们的身体。

经常听罗军讲茶，知道他是一个非常有趣的人，思维敏捷，妙语连珠，跟他聊天总会忘了时间。读过《中国茶密码》，等于听罗军讲了一堂课，本书真实还原了罗军的说话风格，循循善诱，让人如沐春风，不知不觉在“茶知识”的海洋中沉醉。

与之前读到的很多茶书不同，《中国茶密码》是第一本站在国际科学角度讲茶的科普书，以国际感官学品茶，以平衡营养学喝茶，条分缕析，脉络清晰。在罗军笔下，中国茶第一次有了世界坐标。这本书可以说是罗军研究中国茶十年时间的沉淀之作。

我希望喜欢茶或想了解中国茶的朋友们，能够读到这本书。我相信你们一定会有与我相似的感觉。



| 引言 |

## CHA：中国人的巨大福利

我在很多城市讲过“走进中国茶”这堂课，上海、北京、大理、杭州、广州……听者有大学生、媒体人、设计师和专家学者，不一而足。

上完课，很多不喝茶的人会告诉我：罗老师，以后我要开始喝茶了！而原本平日里喝茶的人则告诉我：罗老师，我更加爱喝茶了！为什么会这样？是因为他们认同了我讲课时说的一句话：茶是一项巨大的福利。

“福利”的说法，其实来自一位美国友人——家乐福的亚洲采购总监史蒂文。

我是中山大学毕业的。2007年的时候，中大成立了一个企业家校友会，邀请我参加。校友会的开幕式很隆重，来了很多人，都是各行各业的企业家校友。

第二天，来自北美的校友会分会长带着史蒂文过来看我，想了解一下中国茶。史蒂文很年轻，也很帅气，看着不过三十多岁，后来我才知道，他很能干，是家乐福亚洲区采购总监。当时整个家乐福亚洲区有机食品采购均由他负责，一年采购额达100亿美元。

当天，我花了一整个下午的时间给史蒂文讲茶，以及正在做的茶推广项目。他一再感叹，中国茶太有意思了！中国茶应该进入美国，美国有很多大胖子，这是不健康的。中国茶进入美国之后，会给美国人民带来巨大的福利。

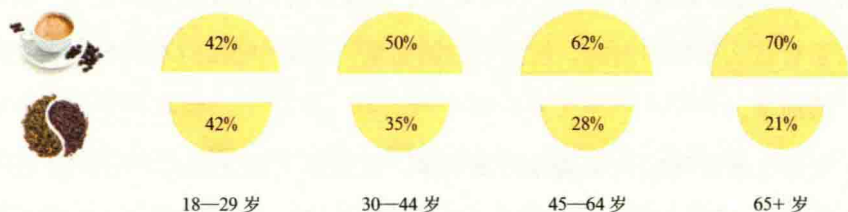
很多做茶的人，包括当时的我，都没有想到，茶竟然是一项巨大的福利。

史蒂文很兴奋，他说：“你们这个项目太大了，我决定不了，你最好到我们纽约总部给董事会讲中国茶，这样我们可以整体来做。”此外，他还表示，如果我们需要，他愿意辞职，来跟我们一起做茶。他这么一说把我吓坏了，那时我们刚开始做茶，还是一家很小的茶叶公司。

史蒂文为什么敢这么讲呢？是因为他看到了茶有一个很好的未来。



## 2015年不同年龄段喜爱咖啡或茶的美国人比例



近年来，美国越来越多的年轻人开始接受茶，喝茶有益健康的理念被广泛接受。

2015年，美国茶叶协会（Tea Association USA）的数据显示，过去5年，对茶叶产生兴趣的美国人增加了16%。

国际贸易中心（International Trade Centre）的数据则显示，过去10年中，美国茶叶进口量增长了30%。2014年，美国总共进口了129166吨茶叶，首次超过了英国，英国2014年的进口量为126512吨。美国的茶叶消费量呈增长趋势，英国则相反，过去10年，进口量下降了20%。

美国茶叶消费增长量主要体现在年轻人身上。美国茶叶协会主席彼得·戈吉（Peter Goggi）表示：我们发现喝茶有益健康的理念确实已被广泛接受。

美国咖啡的消费量却在降低，美国国家咖啡协会（National Coffee Association）最新年度调查报告显示：59%的美国人表示他们每天喝一杯咖啡，这一比例低于2014年的61%，也低于2013年的63%。

资料来源：福布斯中文网

听完中国茶的故事，史蒂文完全把他的 Tea 给忘记了。他还专门强调，一定要叫 Cha，不能叫 Tea。Tea 是他们的西方工业文明之茶，就是立顿生产的那种茶包，Cha 才是真正的中国茶。对他来讲，Tea 和 Cha 是不一样的，中国茶有这么丰富的内涵，超出了他的想象，他被中国的 Cha Story（茶故事）感动了。

史蒂文希望我们的茶能做得更简单，让更多人能体验到中国茶的美好。他的这种说法给了我很大的启发，后来我创立了一个茶品牌，叫茶香书香，英文名叫 Cha Story，而不是 Tea Story。

美国以及其他西方国家，Tea 的品牌有很多，而且已经深入人心，但 Cha 的品牌还没有。不过，近两年星巴克已经开始行动了。2012 年 12 月，星巴克花了 6.2 亿美元收购了一个茶品牌，叫 Teavana。比较确切的消息是：2016 年，Teavana 要进军中国。

目前国内的形势比我们想象的还要好，因为中国人对自己的文化越来越有信心了，各个阶层对茶都重视起来了。一直以来，国盛茶香，对待茶的态度，体现着我们对国家的信心。

一百多年前，英国作家托马斯·德·昆西（Thomas De Quincey，1785—1859）说，茶是“有魔力的水”。

从唐朝开始，1000 多年来，我们把茶的福利传播到了世界很多地方。现在，世界上有一半的人每天都在喝茶。茶不仅是魔力之水，更是福利之水。

可我们中国人自己，对茶的感受却是不一样的。很多时候，茶是手边一

杯有滋味的水，我们习以为常，渐渐忽略了它的神奇魔力。太容易得到，以致于不知道它是上天赐予我们的一项福利。

这本书，讲的就是我们熟悉却可能并不完全了解的中国茶。

我之所以去往很多地方，给不同身份、不同职业的人讲中国茶，是自己许诺给这个时代的一个愿望：这一株生长上万年的伟大植物，在6000多年前被我们的祖先发现，然后穿过漫长的时光，演变为一碗茶汤。在历史进步的车轮中，它时而黯淡，时而闪光，却从未被湮没。到了今天，老祖先选中的这片叶子已经惠及了全球不同肤色的几十亿人。在中国，茶应该有属于自己的位置：我们有必要搞清什么是中国茶，它为什么是一项巨大的福利。

我希望通过这本书，大家能真正地走进中国茶，爱上这一片神奇的东方树叶。或许，你也会被这一片树叶感动，爱上这一杯福利之水。



# 茶香

The flavors of Cha

## 你会闻香吗？

茶，最迷人的地方在于它的香气。

你会闻香吗？闻香似乎是我们本能的反应。每天，我们的鼻子会闻到各种花香、果香，以及食物的香气。

从国际感官学来讲，闻茶香与闻自然界的其他气味是同样的原理，只是茶相对复杂一些，它的多样性决定了品鉴茶香要比品鉴红酒、咖啡复杂得多。

**闻香的两种途径：一种是鼻腔闻香，一种是口腔闻香。**

一般来讲，我们是通过鼻子闻香的。进入到鼻腔的气体，先经过嗅神经识别鉴定，再传递给大脑并记忆下来。其实，人体还有一个重要的闻香途径，即通过口腔来闻香，只是很多人意识不到这一点。气体通过这两个途径到达我们的嗅神经。嗅神经里面有 1000 万—2000 万个感受器，通过感受器把它们转换成电信号，再把信号传给我们的大脑，把它记忆下来。

所以，看一个人会不会喝茶，看他会不会辨识茶香，主要看两点：第一点看他的捕捉器怎么样，即嗅神经是否敏感；第二点看他的记忆力怎么样。记忆力好的人，几千种香气，他都可以很好地记住，并能够区分开。



## ☞ 香气感知

我们感知香气由嗅觉来完成，嗅觉是一种感官感受的知觉，由嗅觉神经系统和鼻三叉神经系统共同参与。具体来说，香气分子首先与空气结合，形成气味受体，气味受体回旋进入鼻腔黏膜处，嗅觉受体细胞被激活，发出电信号。电信号在嗅小球中传导，最终被大脑中的嗅觉区域神经所感知。

嗅觉是一种远感，通过嗅觉器官来捕捉气味分子，有些气味很远就能闻到。相反，味觉是近感，通过味觉器官——舌头上的味蕾来感受味觉信息，食物和饮品只有到了嘴里，才会产生味觉。

## ☞ 神秘的嗅觉

在人体的所有感觉中，嗅觉是最为神秘的。一个人能够识别和记忆的气味可以达到 10000 种，之所以能够如此的原理却一直未被破译。

2004 年，诺贝尔生理学 / 医学奖获得者理查德·阿克塞尔 (Richard Axel) 和琳达·巴克 (Linda B. Buck) 揭开了嗅觉的神秘面纱。在两位获奖者发表的论文中，他们宣布发现了约含 1000 个不同基因的气味受体基因大家族，这些基因占我们基因总数的 3%。这些基因构成了相同数量的受体类型，位于嗅觉细胞内。尽管气味受体只有约 1000 种，但它们可以排列组合，从而去识别不同的气味，这就是人类和动物辨识和记忆不同气味的生理基础。气味分子接触到嗅觉受体，引发一系列酶级联反应，实现神经传导，最终我们的大脑感知到了不同的气味，并保存成某种记忆模式。

资料来源：《破解嗅觉之谜》，美国资讯网