

中国茶 产业发展新论



龚永新 著

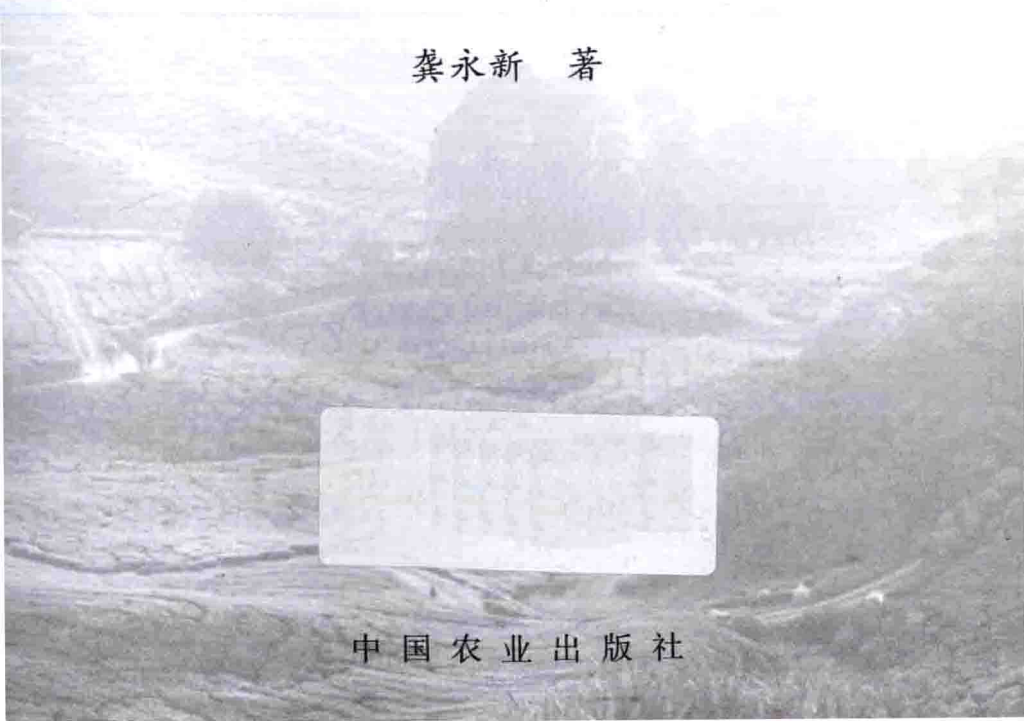
中国农业出版社



中国茶产业

发展新论

龚永新 著



中国农业出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

中国茶产业发展新论 / 龚永新著. —北京: 中国农业出版社, 2012. 3

ISBN 978-7-109-16609-7

I. ①中… II. ①龚… III. ①茶叶-产业发展-研究-中国 IV. ①F326.12

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 040069 号

中国农业出版社出版

(北京市朝阳区农展馆北路 2 号)

(邮政编码 100125)

责任编辑 耿增强

中国农业出版社印刷厂印刷 新华书店北京发行所发行

2012 年 3 月第 1 版 2012 年 3 月北京第 1 次印刷

开本: 880mm×1230mm 1/32 印张: 9.125

字数: 260 千字

定价: 38.00 元

(凡本版图书出现印刷、装订错误, 请向出版社发行部调换)

序 言

这是我第二次为我的同窗好友龚永新同志的茶文化著作作序。第一次是在2002年，龚永新同志在深入调查研究三峡地区茶文化、广泛收集当地茶文化资源和历史资料的基础上，撰写《三峡茶文化》的时候，本人拜读后有感而写。

龚永新同志走出美丽的浙江农业大学华家池校园后，曾经在教学、科研、技术推广和行政领导等多种岗位任职，但始终坚持茶文化领域的研究，先后撰写出高水平学术论文100余篇，其中不乏创新观点。首次科学地划分中国茶艺文化发展历史为4个阶段；提出了“茶文化产业化、茶产业文化化”观点和茶产品文化语境下的茶企业经营策略，揭示了茶产业和茶文化科学融合发展的本质；建立了中国名茶美学论。《中国茶产业发展新论》是龚永新同志从茶文化角度审视茶产业以及茶产业文化的研究成果，也是对茶文化产业理论阐释。该书的问世，毫无疑问，为我们开展茶产业和茶文化研究提供了一种新的思考方式，也为茶产业实践拓展了思路。

正如作者在本书中所指出：21世纪的竞争优势是文化。党的十七届六中全会提出了文化强国的伟大目标。文化强国，已经成为中华民族的根本性自我认同。茶叶科学技术与茶文化是推进茶产业发展的两支重要力量，是茶界的共同认识。而且茶文化对茶产业的促进作用已越来越凸显其优势，甚至已成熟为一种产业参与社会运行。本书能够以其敏锐的目光、扎实的研究，系统地分析“茶产业文化化、茶文化产业化”的现象与本质，并从多角度指出如何以此为契机，加以充分的应用，实属难能可贵，值得一读。

浙江大学教授、博士生导师 梁月荣

2012年1月5日于杭州华家池

作者简介



龚永新，男，湖北兴山人，生于1955年，三峡旅游职业技术学院党委书记、教授。曾就教于湖北宜昌农业学校、湖北三峡职业技术学院、宜昌市广播电视大学、三峡旅游职业技术学院，先后担任过上述院校主要负责

人。近年来主要兼职包括宜昌市自然科学成果奖励委员会委员、社会科学成果奖励委员会委员，宜昌市三峡茶文化研究会会长，湖北省茶叶学会常务理事、农业部农业教育教学指导委员会委员，教育部高等学校高职高专农林牧渔业教学指导委员会委员，全国农业职业教育研究会常务理事等。

自20世纪80年代以来，长期从事茶学、茶文化教学与科研以及中、高等职业教育管理工作，独著、合著公开出版《茶树栽培与制作》、《湖北茶叶加工》、《三峡茶文化》《茶文化与茶道艺术》等专著、教材12部。在《湖北农业科学》、《中国水土保持》、《茶叶科学》、《中国茶叶》、《茶叶》、《三峡大学学报》、《长江大学学报》、《高等农业教育》等专业学术期刊上发表论文百余篇。主持完成各类教育、科研课题10余项，其中已有8项获得省、市政府奖励。

前 言

现代经济社会发展的历史表明，19 世纪的竞争优势是军事，20 世纪的竞争优势是科技，而 21 世纪的竞争优势是文化。随着文化的广泛渗透和市场化发展，直接导致了文化产业在市场经济上的异军突起，在这种背景下，关注茶文化的渗透以及茶文化的产业化发展，加强茶文化资源的研究、转化与利用，进而推动产业文化和茶文化产业的形成、发展，既是茶这一古老行业受其影响必然出现的现象，也是我们应做出的战略性选择。

回顾有茶的世界，我始终认为消费也好、生产也好，历来就是有“文化”的。以最基本的茶类生产以及茶叶消费为例：当人们因时、因地、因需生产出不同的茶类，在特定的风土人情影响下以最适合的方式消费茶的时候，他们也自然从属了这样的文化建构，传统社会里的不同地区、民族茶类生产及消费的相对分区正是这样形成的。如藏族同胞加工出酥油茶，并以此作为本民族的代表性饮食，就是在不同的文化背景下，形成的饮食消费以及产业选择。

法国启蒙思想家伏尔泰认为，“中国的文化源远流长，在人类文明史上占有重要地位”，而中国茶文化更是独树一帜，底蕴深厚。茶文化不只是对产业发展起推动作用，其实自身也在呈现产业化发展，且越来越成为一种突出现象。对此，我们展开了大量的研究和探讨，先后在国内外公刊刊物上发表了近百篇有关这方面的文章，也正是在此基础上通过遴选、重新整合，产生了《中国茶产业发展新论》。

本书由四个方面、五个模块的内容组成。从逻辑联系上，它是通过发展茶文化思想，以涉茶领域出现的、越来越体现文化产业特征的“茶文化产业”（茶文化的基本形态之一）为主线，借助具有丰富文化内涵的名茶和依赖文化发展的茶乡旅游两个视角为“重要支撑”，利用以往三峡地区茶文化及茶文化产业研究的成果，形成联系紧密的组

合，以至于呈现给广大读者的《中国茶产业发展新论》，从文化的角度重新审视茶产业，并试图建立起以茶文化产业为主要研究对象的产业及产业文化的分析体系。而且，就任一命题所阐述的内容，它又是一个相对独立的单元，这恰好有利于读者作完整的理解和借鉴。

书名确定为《中国茶产业发展新论》，也考虑到所持观点以及所述内容的探讨性质。如在过去茶产业发展的基础上，是否已孕育、分化出了一个茶文化产业，甚至是茶文化产业集群；我国名茶资源极为丰富，是否存在名茶审美的基本事实，甚至有必要建立名茶美学体系的问题；茶在我国有其广泛的种植与分布，许多茶乡都是魅力四射的中国乡村代表，茶乡旅游业体现典型的茶文化产业特征，因而利用它打造中国乡村旅游品牌的可行性等，这些都有待进一步讨论、研究和形成共识。这样做的益处是显而易见的，特别是它有助于充分利用我国丰富的茶文化资源，推动茶产业的不断提升。有鉴于此，我们欢迎关心和热爱中国茶产业的读者与我们加强交流，共同探讨，并对本书的不足之处多提宝贵意见。

在《中国茶产业发展新论》即将出版之际，我首先要感谢恩师刘祖生教授、潘根生教授，在我初涉茶学领域时，他们给我很多关心和指导，从而奠定了我向茶文化方面延伸的基础；其次我要感谢学长、挚友梁月荣教授，在我从事茶学、茶文化学的研究中，是他给我热情的关注与帮助，并多次为我的茶文化著作审稿或写序；再次我要感谢我的爱人蔡世文教授，由于她常常放下手头上的工作，参与我的有关新论的研究和讨论，使我从中得到启发，有所发展。我还要感谢我的合作者张耀武、蔡烈伟、黄启亮、宋晓东、张弩等同志，感谢我们曾在一起多次合作的农业出版社以及为本书编辑出版付出心血的徐晖同志。

著 者

2012年1月10日于航天花园

目 录

茶 文 化 思 想 篇

茶文化的基本精神	1
茶文化的特征举要	7
茶文化的成长摇篮	13
茶艺文化阶段划分	21
茶文化的消费规律	30
道家人生与品茶人生的契合	34
苏轼美茶思想的理解与阐发	39
茶文化研究的价值取向	45
茶文化与茶产业的互动联系及发展	51

茶 文 化 产 业 篇

新时期茶文化的产业化趋势	59
茶文化的经营问题	65
茶文化产业的提出	71
茶文化产业的产业论证	75
茶文化产业的形成、发展与推动	80
产业融合对茶文化产业形成的影响	85
创意产业与传统茶产业的融合发展	94
弘扬茶文化推动茶文化产业发展	101
将茶文化产业融入“大茶业”经济	107

茶文化产业视角篇

视角一：以名茶审美研究为例

名茶承载的社会功能	113
名茶资源的审美特征	118
名茶美学：日常生活审美化的产物	123
名茶与美感	129
名茶的社会美特征	133
名茶艺术美的鉴赏	138
中国名茶美学论纲	143
名茶与茶文化产业的关联发展	149
产品文化语境下的茶企经营策略	154

视角二：以茶乡旅游研究为例

古代文人茶乡行及其意义	162
历史茶文化资源及其旅游价值	167
土家茶文化资源及其开发	173
茶乡风俗与旅游产品吸引力	180
茶乡生态旅游与构建	186
因时应势发展茶文化旅游	192
旅游名镇建设中的茶文化挖掘与导入	200
体验经济时代的茶乡旅游	207
发展茶乡旅游，打造中国乡村旅游品牌	213

茶文化产业区域篇

三峡茶文化研究	220
---------------	-----

目 录

三峡民间茶俗杂谈	227
三峡茶诗散论	236
三峡茶谚及其特征	242
三峡茶谜与茶俗	250
三峡茶疗探源	256
三峡茶文化产业化及其模式研究	263
三峡茶文化产业教育模式研究	270
附：作者近年相关论述名录	278

茶文化思想篇



茶文化的基本精神

中华茶文化是一个雅俗并存、纷繁多样的复杂体系。其基本精神则是指在这个体系中能够反映体系文化基本特征，有利于中华茶文化传播与发展并具有持久生命力的核心价值体系，这一核心价值体系包括天人合一的科学理念、尚中贵和的基本精神和厚生爱民的人文传统。

天人合一的科学理念

“天人合一”理念起源于远古伏羲氏画八卦时期，产生于春秋时期，形成于战国时期。《易传·说卦》中“立天之道曰阴与阳，立地之道曰柔与刚，立人之道曰仕与义，兼三才而两之，故‘易’六画而成卦，分阴与阳，迭用柔刚，故《易》六位而章。”指出人与天的结构相同，具有同样的道德品质与境界。《淮南子·精神训》中“头之圆也象天，足之方也象地。天有四时、五行、九解、三百六十六日，人亦有四肢、五藏、九窍、三百六十六节。天有风、雨、寒、暑，人亦有取、与、喜、怒”的说法，既是古人对天人同构现象的形象描绘，也是对“天人合一”理念的形象解释。

“天人合一”理念中的“天”是指自然而言。《庄子·天道》注：

“天者，自然也。”《列子·仲尼》说：“乐天知命”。张湛注：“天者，自然之分。”由此可见，这里的“天”是针对大自然讲的。中国古代把自然与人的关系称作天人关系，在天人关系上，中国古代哲学的基本观念，就是人与自然和谐相处；自然与人合一、融为一体，也就是所谓的“天人合一”理念。天人合一的理念在中国古代的典籍中论述颇多，而《周易》从人格的最高理想和最终境界论述了人与天地的合一：“夫大人者与天地合其德，与日月合其明，与四时合其序，与鬼神合其吉凶，先天而天弗违，后天而奉天时。”其中“与天地合其德”即是强调人与自然要互相适应，相互协调。

自古以来，“天人合一”的理念不仅引导和制约了我国的政治，同时在各个社会的人们生活中都产生了深远的影响。在茶文化领域，“天人合一”的理念更是丰富了中国茶文化的内涵与意蕴。由于有了这种理念的指导，中国茶文化显得多姿多彩，韵味无穷。表现在物质方面，人们认为“茶是南方之嘉木”，因而茶是大自然恩赐的“珍木灵芽”，在种茶、采茶、制茶时必须顺应大自然的规律才能产出好茶。在行为方面，人们讲究在茶事活动中，一切要以自然为美，以朴实为美，动则行云流水，静如山岳磐石，笑则如春花自开，言则如山泉吟诉，一举手，一投足，一颦一笑都应发乎自然，任由心性，好不造作。在精神方面，人们往往借助于饮茶以及相关的茶的生活，总是期望自己的性心得到完全解放，使自己的心境得到清静、恬淡、寂寞、无为，使自己的心灵随茶香弥漫，仿佛自己与宇宙融合，升华到“无我”的境界。

中华五千年文明史中，我国传统文化精神基本上是由儒、释、道三教精神及其影响组成的，而这一切又直接影响和制约着中国茶文化的发展与走向。比如儒学的“以虚静推于天地，通于万物”，道家的“宁静致远，道法自然”，佛教的“茶禅一味，梵我一如”，其要义均在于人与大自然的精神联系与心灵感悟。儒、释、道的思想精髓渗透到茶文化，进一步丰富了茶文化的内涵，其中儒家以茶作为沟通自然与心灵的契机，重视自然与人文的高度契合，追求“天人合一”的理

想境界；佛教强调“禅茶一味”，以茶助禅，以茶礼禅，从茶中体味苦寂的同时，在茶文化中注入佛理禅机；道家强调人在品茶时要乐于与自然亲近，在思想情感上与自然交流，在人格上能与自然相比拟并通过茶事实践去体悟自然的规律。

在中国茶文化的丰富发展过程中，一方面“天人合一”的理念丰富或深化了茶文化的内涵，另一方面“天人合一”的理念也通过茶文化的广泛传播，不断深入到茶人之心，进而体现在社会生活的方方面面。大到茶园、茶乡以及茶都建设，小则选取一套茶具、冲泡一碗茶、创设一种茶境等，“天人合一”的理念可说是无处不显。例如盖碗又称“三才杯”，其中的盖、托、碗分别代表天、地、人，体现和谐统一、缺一不可。功夫茶的品饮是一项富文化内涵的日常生活，无论是对茶器、茶具、茶叶、泉水的精选，还是对候汤、淋罐、冲水、斟茶的细究，以及品茶环境氛围的营造，品茶心理素质的调养，品茶鉴赏能力的比较等，同样体现了中国茶人对大自然的无比热爱，中国茶人有着回归自然、亲近自然的强烈愿望。

尚中贵和的基本精神

“尚中贵和”突出的是“中和”二字，“中和”包括“中”与“和”两个方面。其所谓“中”，是指适中、中正，即“执其两端，用其中于民”。《四书集注·中庸》曰：“不偏之谓中，不倚之谓庸；中者天下之正道，庸者天下之定理也。”中庸的核心是言行适度，反对偏激，主张以理节情，以此达到人与人的和谐，从而在社会生活中建立等级分明的礼治伦常秩序。所谓“和”，是指和谐、协调之义。史伯曰：“以他平他谓之和。”（《国语·郑语》）“以他平他”讲的是用一种事物去协调另一种事物，以促使两种不同事物达到矛盾的统一、融合状态。还有孔子强调“君子和而不同，小人同而不和”；《黄帝内经》提出：“阴阳和，万物生”；民间所谓“和气生财”、“家和万事兴”、“国和民气旺”等，都表达了“贵和”的基本观念。“中”与“和”是相辅相成的，“尚中贵和”就是要求人们在为人处事中，推行

中正之道，友好相处，相互协作，共享祥和。

我国的儒家认为中国人的性格就像茶，清醒、理智、平和。茶虽然能给人以一定的刺激，令人兴奋，但它对人总体的效果则是亲而不乱，嗜而敬之。茗饮最终能使人沉静，使人能冷静地面对现实，这是与儒家倡导的中庸精神相吻合的。“尚中贵和”的茶文化基本精神，体现在茶人身上，绝无飞扬跋扈、逞强斗恨和凌弱欺老言行，普遍倡导的是谦让友爱、互敬互助的风尚，以清茶的平和唤起人们之友善。其次在民间，“尚中贵和”的茶文化精神更是随处可见，如江南水乡的“吃讲茶”、重庆四川的“付茶钱”，是一种以茶调解、讲和的饮茶方式。再次茶在人们婚丧嫁娶方面起着重要的作用，尤其是茶在婚俗中是纯洁、坚定和多子多福的象征。因为“茶性最洁”，所以表示爱情冰清玉洁；因为“茶不移木”，所以表示爱情的坚贞不移；因为“茶树多籽”，所以表明子孙繁盛，家庭幸福。

中国文化以“道”为根本，“道”指道德，指人的品德修养，就是对社会人心的塑造，表现出来就是和谐的思想。“道”引申到茶文化领域，就成了“茶道”、“茶德”以及诸如此类的说法，也是指对茶人或饮茶人的道德要求。如唐陆羽认为：“茶之为用，味至寒，为饮最宜精行俭德之人”，强调饮茶人应具有俭朴之美德。唐末刘贞德在《茶十德》一文中，提出“以茶利礼仁”，“以茶表敬意”，“以茶可雅心”，“以茶可行道”，进一步提升了饮茶的精神要求，包括了人的品德修养，并扩大到和敬待人的人际关系上。在宋代理学大师朱熹以茶作妙喻的小故事中，“建茶如‘中庸之为德，江茶如伯夷叔齐。’又曰：‘《南轩集》云：草茶如草泽高人，腊茶如台阁胜士。’似他这说，则俗了建茶，却不知适间之说两全也。”可见，朱熹认为建茶乃中庸之道，建茶的这种中庸之道是人工制造出来的。

茶道广泛涉及艺术、道德、哲学、宗教各方面，而其中体现的“尚中贵和”的精神，是中国茶道的灵魂，也是“以儒治世，以佛治心，以道治身”的中国儒释道三家思想相糅合的体现。“和”源于《周易》的“保合大和”的哲学理念，“和”而阴阳协调，“和”而五

行共生，“和”而天人合一，“和”更是中庸之道的基础。实际上，中国茶道就是通过茶事过程的实施，来引导饮茶者在美的享受过程中，完善品格修养，实现和谐安乐之道。早在唐代，陆羽在《茶经》中对煎茶风炉的描述：铁铸风炉属“金”，风炉放在地上属“土”，炉中烧木炭属“木”，木炭燃烧属“火”，风炉煎的茶汤属“水”。强调煎茶的过程是金木水火土等五行相生、相克并达到和谐平衡的过程，也是出自于这样的理解和倡导。

进入现代社会，茶是一种润滑生活的清新剂，是改善人际关系的调节阀。人们常常处于极度的紧张之中，人与人之间的关系疏远了、冷漠了，以茶会友无疑是具有亲和力和感染力的，好比紧张工作之余的旅游对人的调剂。在我国香港、澳门及台湾地区，一切有爱国心的人士都把茶作为思乡的寄托，在他们眼中，“茶是中华民族的共同饮料，她有南北、海有两岸，虽然同胞分散在广大的幅员上，无论是天涯海角，只要是同胞，喝的是中国茶，都有一个共同的心愿，即我们中国人能早日迈向富强康乐的现代化国家之林，海峡两岸早日富丽和平统一。”由此可见，作为中国茶文化基本精神的“尚中贵和”是广泛深入人心的。

厚生爱民的人文传统

《周易·系辞下》云：“天地之大德曰生。”把“生”看成是宇宙自然运动变化的基本法则和个性。所谓“天地絪縕，万物化醇。男女构精，万物化生”“生生之谓易”。由于生生个性的支配，中国的哲人，大都充满了生命的活力，充满了对生命的尊崇，都热衷于去创造现实真善美的境界。如儒家孔子以生为乐，他说：“发愤忘食，乐以忘忧，不知老之将至云尔。”道家庄子提出：“判天地之美，析万物之理，察古人之全，寡能备于天地之美，称神明之容，是故内圣外王之道，暗而不明，郁而不发，天下之人，各为所欲焉以自为方”。其本义显然是要求人们依万物的自然本性，对宇宙人生作系统的体验，以通达万物性情，顺应自然规律地去生活、去修养。

我国是茶的故乡、茶文化的摇篮。在漫长的历史发展过程中，无论是通过塑造一些保护神来发现或利用茶，还是把特殊人物的出现与茶事联系起来以推动发展茶事业，都体现了强烈的“重民”、“保民”意识，这是茶文化厚生爱民人文传统的一个突出现象。神农氏是我国古代传说中的三皇之一，由于他“教民稼穡”，后人尊称他为神农氏，又因为神农发现火食造福人类，也称他为炎帝。炎帝对人类的生命可谓关怀备至，甚至不惜以身试毒，采药为民治病，“神农尝百草，一日遇七十毒，得茶而解之”记载了这样的传说。唐代陆羽撰写了世界第一部茶书《茶经》，《茶经》引《神异记》之说：“余姚人虞洪，入山采茗，遇一道士，牵三青牛，引洪至瀑布山，曰：‘子丹丘子也。闻子善具饮，常思见惠。山中有一大茗，可以相给，祈子他日有瓠栖之余，乞相遗也。’因立奠祀，后常令家人入山，获大茗焉。”也体现了茶文化厚生爱民的人文传统。

以茶养生在中国茶文化体系中占有较大份额，它是厚生爱民人文传统的又一卓越体现。所谓养生，按照中医的说法，“养”是保养、培养的意思，“生”是活力、生命力的意思。关于以茶养生，《神农食经》中有“茶茗久服，令人有力，悦志”；三国华佗《食论》云：“苦茶久食，益思意”；唐代陈藏器《本草拾遗》记载：“茗茶苦寒，久食令人瘦，云人脂，使人不睡。饮之宜热，冷则聚痰。破热气，除瘴气，利大小肠。上渴除疫”；陈藏器甚至说：“诸药为百病之药，茶为万病之药”；宋代苏轼《物类相感志》：“陈茶烧烟，蝇速去。茶得盐不苦而甘。”等等。唐大中三年（849），东都一僧年120岁，宣宗问他服什么药如此长寿？其僧称：“臣少也贱，素不知药，性本好茶，至处唯茶中求，或出亦日遇百余碗，如常日亦不下四五十碗。”于是，宣宗特意赐茶50斤，将其饮茶所命名为茶寮。

中国茶文化最能反映中华民族善良的本性，因而也就最能体现中国茶文化厚生爱民的人文传统。陆羽《茶经》中收集了很多这样的故事，如引自《异苑》鬼异故事：陈务妻好饮茶茗，引自《广陵耆老传》神话故事：老姥卖茶。前者讲剡县人陈务的妻子，年轻守寡，和

两个儿子住在一起，很喜欢喝茶，因为住宅里有一个古墓，她每次喝茶之前，总是先用茶祭祀，从而“飧茗获报”。后者讲晋元帝时，有个老妇，每天早晨独自提着一个盛茶的器皿，到市上卖茶，经常卖茶所得的钱都散给了路旁孤苦贫穷的乞丐。这种乐善好施的精神，今天仍为各地所传承，最典型的是各地“施茶”习俗。

中国人向来有“客来敬茶”的习惯，“客来敬茶”既是生活中一种同乐、互爱、叙话、祝健的礼节，是交际中一种融洽亲密、热烈真诚的礼仪，更是对厚生爱民人文传统的一种传承。这种习惯早在魏晋南北朝即已出现，如吴兴太守陆纳待客，《晋中兴书》称：“所设唯茶果而已。”司徒长史王濛好饮茶，并以茶待客。唐宋时期，客来敬茶已成为普遍习俗。宋代《萍洲可谈》：“今世俗，客至则啜茶……此俗遍天下。”“客来敬茶”延续数千年，经久不衰，正说明厚生爱民人文传统深深扎根于人民群众之中。流行于云南大理白族居住地区，起源于公元8世纪南诏时期的“三道茶”，不仅弘扬了“客来敬茶”的传统茶礼，而且主人通过依次向宾客敬献苦茶、甜茶、回味茶三种，既清凉解暑、滋阴润肺，又陶情养性，寄寓“一苦、二甜、三回味”的人生哲理，给人们更是以多重的享受。



茶文化的特征举要

茶文化与五千年中华文明史相联系，在长期的发展、积累过程中，形成了深厚的文化底蕴，不仅构建了具有持久生命力的核心价值体系，而且也深刻体现了茶文化资源的总体特征。这些特征，主要表现为创造主体的多元性、历史传承的悠久性、表现形式的民族性、体系构建的完整性。

创造主体的多元性

中国古代的帝王将相，由于特殊的地位与作用，其所作所为不仅