

通識類

普通高等教育“十三五”规划教材·通识类课程系列

茶文化概论

吴 澎 黄晓琴 主编



化学工业出版社



普通高等教育“十三五”规划教材·通识类课程系列

茶文化概论

吴澎 黄晓琴 主编



化学工业出版社

· 北京 ·

《茶文化概论》较全面地介绍了茶文化知识,包括饮茶起源、茶文化的形成与发展、茶叶分类、中国名茶、茶叶选择和储存、科学饮茶常识、茶具茶水的鉴赏选择、名泉传说故事、古代茶书、中外饮茶习俗、茶与文学艺术、茶艺表演基本知识以及茶文化精神的内涵,还介绍了中国各民族茶俗及世界各国的茶道。

《茶文化概论》可作为高等院校茶文化课程教材、旅游职业院校饭店服务与管理专业的教学用书,也可用于职业院校旅游服务与管理专业、饭店服务与管理专业的教学辅导用书、饭店服务员的岗位培训用书和旅游从业人员的自学用书,还可作为茶艺师培训教材,是一本可以供茶文化爱好者作为修身养性的茶文化概论全书。

茶文化概论

吴澎 黄晓琴 主编

图书在版编目(CIP)数据

茶文化概论/吴澎,黄晓琴主编. —北京:化学工业出版社, 2015.7

普通高等教育“十三五”规划教材·通识类课程系列
ISBN 978-7-122-24139-9

I. ①茶… II. ①吴…②黄… III. ①茶叶-文化-中国
IV. ①TS971

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 115228 号

责任编辑:尤彩霞
责任校对:边涛

装帧设计:韩飞

出版发行:化学工业出版社(北京市东城区青年湖南街13号 邮政编码100011)

印刷:北京云浩印刷有限责任公司

装订:三河市瞰发装订厂

787mm×1092mm 1/16 印张12 $\frac{3}{4}$ 字数321千字 2015年9月北京第1版第1次印刷

购书咨询:010-64518888(传真:010-64519686) 售后服务:010-64518899

网址: <http://www.cip.com.cn>

凡购买本书,如有缺损质量问题,本社销售中心负责调换。

定 价:29.00 元

版权所有 违者必究

本书编写人员名单

主 编：吴 澎 黄晓琴

副 主 编：夏远志 刘培庭 周 涛

其他参加编写人员：（按姓氏拼音排序）

陈 军 崔婷婷 付 帅

宫学静 韩晓阳 李 昌

李 鹏 李修波 李 智

单长松 亓燕然 翁时利

张道芳 张玥娟 赵 磊

赵子彤 周雪凝

编 者

2015年8月



中国是茶的故乡，也是茶文化的发源地，中国茶的发现和利用已有四五千年历史，且长盛不衰，传遍全球。茶文化是中国具有代表性的传统文化，在其发展过程中，融合了儒、释、道诸家文化的精华，是东方哲学和智慧的化身。

茶文化不仅在中国覆盖全民，甚至影响到整个社会，并且古老的中国传统茶文化同各国的历史、文化、经济及人文相结合，演变成英国茶文化、日本茶文化、韩国茶文化、俄罗斯茶文化及摩洛哥茶文化等。茶文化可以把全世界不同国界、种族和信仰的茶人联系起来。全世界有一百多个国家和地区的居民都喜爱品茗，有的地方把饮茶品茗作为一种艺术享受来推广。各国的饮茶方法不同，饮茶文化各有千秋。

当前，国际社会掀起了研究中国文化的热潮，国人也日益重视国学的兴盛，茶文化作为中国国学不可或缺的重要组成部分，受到了社会各阶层人士的喜爱，也促进了各高校公共选修课的提出与开设。茶文化成为重多高校学生的热选课程之一。如何与当前国际茶文化的研究发展接轨，完善普及中国茶文化成了顺应形势下的高校茶学教师面临的迫切任务。

本书由各重点高校具有长期授课经验的专业教师联合编写，总结了编者多年教学与实践的精华内容，同时也紧跟时代发展，注重新内容的引入与整理，在编写过程中注重文化知识的普及和生活实用性。通过介绍国内外茶艺知识，比较阅读中外茶文化的异同，拓宽学生的视野，增加知识性、趣味性和实用性。

本书可作为高等院校茶文化课程教材、旅游职业院校饭店服务与管理专业的教学用书，也可用于职业院校旅游服务与管理专业、饭店服务与管理专业的教学辅导用书，以及饭店服务员的岗位培训用书和旅游从业人员的自学用书，还可作为茶艺师培训教材，是一本可以供茶文化爱好者作为修身养性的茶文化概况全书。

由于编者水平及篇幅所限，书中难免有些不足或疏漏，敬请读者批评指正，以便我们进一步提高和完善。

编者
2015年6月

目录

第一章 绪论

- 第一节 文化及茶文化的定义 1
- 第二节 茶文化的功能 4

第二章 茶文化发展史

- 第一节 饮茶溯源——茶的起源 11
- 第二节 茶文化的形成与发展 16
- 第三节 茶文化的对外传播 28

第三章 茶叶基础知识

- 第一节 茶叶的命名及分类 32
- 第二节 中国名茶 36
- 第三节 茶的选购与储藏 48

第四章 茶与健康

- 第一节 茶叶中的生化成分及保健功能 53
- 第二节 科学饮茶常识 59
- 第三节 茶食品及花草茶、水果茶 61
- 第四节 名人与茶 69

第五章 茶具茶水鉴赏选择

- 第一节 茶具的种类及选择 80
- 第二节 紫砂壶的选用和保养 85
- 第三节 泡茶用水的选择 93

第四节	天下名泉及传说故事	96
-----	-----------------	----

第六章 茶书典籍及文学艺术

第一节	茶书典籍	103
第二节	茶与文学艺术	117

第七章 饮茶习俗

第一节	中国的饮茶习俗	132
第二节	外国的饮茶习俗	146

第八章 茶艺基础知识

第一节	习茶基本要求	153
第二节	冲泡技巧	158
第三节	茶席设计	164

第九章 茶道

第一节	自然之道与茶	168
第二节	中和思想与茶	173
第三节	禅宗思想与茶	177
第四节	各国茶道	181

参考文献

参考文献	195
------------	-----

第一章

绪论

第一节 文化及茶文化的定义

一、文化的概念

文化的定义有广义和狭义之分，广义的文化是指在人类社会实践中产生的并可以继承、延续、发展的一切物质与精神的优秀创造物，是人类社会历史实践过程中所创造的物质财富和精神财富的总和。而狭义的文化仅指人们的精神生活领域，即社会意识形态，如文学、艺术、哲学等，同时也包括社会制度和组织机构。根据文化自身发展的内在逻辑层次，文化又可分为物态文化、制度文化、行为文化和心态文化四大形态。

1. 物态文化

物态文化指的是人类物质生产生活方式和产品的总和，是可触知的具有物质实体的文化事物。物态文化以满足人类生存发展所需的衣、食、住、行多种条件为目标，直接反映人与自然的关系，反映人类对自然的认识、利用和改造的程度与结果，反映社会生产力的发展水平。这是一种可以感知的具有物态实体的文化事物，是人类从事一切文化创造的基础。

2. 制度文化

制度文化是指人类在社会实践中建立的各种社会规范和社会组织，如经济制度、家庭婚姻制度、政治法律制度及家庭、民族、国家、宗教社团、教育、科技、艺术等各种组织。

3. 行为文化

行为文化是人类在长期的社会实践和复杂的人际交往中约定俗成的习惯性定势，是以民风 and 民俗形态出现、见之于日常生活中的、具有鲜明的民族特性和地域特性的行为模式。

4. 心态文化

心态文化又称精神文化，是人类在长期的社会实践活动和意识形态活动中氤氲升华出来的价值观念、知识系统、审美情趣和思维方式等的总和。心态文化又可具体分为社会心理和社会意识形态两个部分。社会心理是指人们的日常精神状态和思想面貌，是尚未经过理论加



工和艺术升华的流行的大众心态,包括人们的情绪、愿望和要求等;社会意识形态是经过系统加工的社会意识,往往是由文化专家对社会心理进行逻辑整理、理论归纳、艺术升华,并以著作或作品等物化形态固定下来,流行传播,垂于后世。

二、文化的作用

1. 文化的化人作用

马克思主义认为,文化是人类在劳动中创造的,是人类认识世界、改造世界的产物。反过来文化使人类与动物告别,成为“完全形成的人”,在人成其为人后,“化人”便是素质的提高,人类社会文明的层次不断更新向上。通过文化,人类达到自我规范和自我调控的目的,成为更高素质的人。

2. 文化的传承作用

文化的发展是循序渐进的,它连绵不断并逐渐由低级向高级发展,不管人类遭受多么大的灾难,文化也不会因此而丧失殆尽。它通过血缘传承、地缘传承、师缘传承和社会传承等方式来延续人类文明。

3. 文化对社会发展的导向作用

文化从开始产生就有导向作用,只是当时它的导向辐射面相当狭小。随着文化的发展、科技的进步、信息传媒的现代化,文化的导向作用越来越明显。“它不仅指导和控制人们的心理、情绪,而且为人们提供价值观念、思维方式、行为规范,从而使人们按照一定的文化体系导向去生活、行动,达到社会控制的目的。”(帕森斯)。

4. 文化维系群体的作用

文化是人类社会世代创业的积淀,不同的民族与地区有不同的文化,在不同的文化圈内,人们可通过观念风俗、民族精神等维系在一起。如同道德观规范着人际关系准则和交往方式,同一宗法观规范着对同一家族或民族祖先的崇拜及其礼仪形式等。民族精神是一个民族同一取向、同一意志、同一行为的前提。

三、茶文化的概念

茶文化是中国传统文化中的一朵奇葩,它植根于悠久的中华民族传统文化之中,在形成和发展的过程中逐渐由物质文化上升到精神文化的范畴,是融自然科学、社会科学、人文科学于一体的文化体系。

有关茶文化的概念与定义有多种,有人认为茶文化的定义应从大文化的角度定义,广义的茶文化是指人类在社会历史发展过程中所创造的有关茶的物质财富和精神财富的总和。它以物质为载体,反映出明确的精神内容,是物质文明与精神文明高度和谐统一的产物,是一种对茶事认知集合形态的人类现象。相应地也分为四个层次,即物态文化、心态文化、行为文化和制度文化。物态文化是指人们从事茶叶生产的活动方式和产品的总和,即有关茶叶的栽培、制造、加工、保存、化学成分及疗效研究等,也包括品茶时所用的茶叶、水、茶具以及桌椅、茶室等看得见摸得着的物品和建筑;心态文化是指人们在应用茶叶的过程中所孕育出来的价值观念、审美情趣、思维方式等。如人们在品饮茶汤时所追求的审美情趣,人们将饮茶与人生处世哲学相结合,上升至哲理的高度所形成的茶德、茶道等;行为文化是指人们在茶叶生产和消费过程中约定俗成的行为模式,通常是以茶礼、茶俗等形式表现出来。如以茶待客、以茶示礼、以茶为媒、以茶祭祀等;制度文化是指人们在从事茶叶生产和消费过程

中所形成的社会行为规范,如茶政、茶法等。而一些专家与学者认为研究茶文化,不是研究茶的生长、培植、制作、化学成分等自然现象,也不是简单地把茶叶学加上茶叶考古和茶的发展史,而是研究茶在备用过程中所产生的文化和社会现象,即通过茶所表达的人与自然以及人与人之间的各种理念、信仰、思想感情等。

四、中华茶文化体系

1. 茶史学

茶的起源、发现和利用,茶文化的形成、发展、演变、特点及表现形式。

2. 茶文化社会学

对社会各方面的影响,社会发展与进步对茶文化的作用和社会各阶层与茶文化的关系。

3. 饮茶民俗学

历史和现代各个地区和民族、城市和农村的饮茶习俗。

4. 茶的美学

茶的造型、命名,茶具、茶馆设计,茶叶包装,茶艺美学等。

5. 茶文化交流学

茶文化的对外传播及国内国际交流。

6. 茶文化功能学

茶文化对茶业经济、社会生活及精神文明建设的作用。

五、茶文化的特点

1. 物质与精神的结合

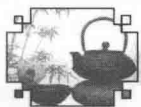
茶文化是一种中介文化,是物质文化与精神文化的完美结合。茶作为一种物质,它的形和体是异常丰富的,茶分为六大类,其造型千姿百态,命名丰富多彩,其滋味、色泽、香气各具特色,形成了极其丰富的产品文化。而茶不单单具有物质上的文化色彩,而且具有精神上的内涵,人们通过茶表敬意、显礼仪、明志向等,将精神的东西揉进茶中,成为精神文明的象征。

2. 高雅与通俗的结合

茶文化是雅俗共赏的文化,在发展过程中一直表现出高雅和通俗两个方面。“琴棋书画诗酒茶”的提法表明茶是与琴棋书画等高雅之物并列的,代表高雅生活的一个方面;而“柴米油盐酱醋茶”的说法又显示茶也是老百姓居家过日子的一种平常之物,是世俗生活不可缺少的东西。历史上,宫廷贵族的茶宴、僧侣士大夫的斗茶、大家闺秀的分茶、文人骚客的品茶,都是上层社会的高雅文化。由此派生的诗词、歌舞、戏曲、书画、雕塑,又具有很高的艺术性,这是茶文化高雅性的体现。而民间的饮茶习俗,又是非常大众化和通俗化的,老少皆宜,贴近生活,贴近社会,并由此产生有关茶的民间故事、传说、谚语等,又表现出茶文化的通俗性。

3. 功能与审美的结合

茶具有利生性,它首先是作为药用和食物进入人们的视野的,而后又向医疗保健和商贸往来方面发展,具有多种实用功能。但茶又不像一般的农产品那样仅局限于物质功



能,还具有审美功能。清香扑鼻的茶类、造型优美的茶具、优美动人的茶艺都能给人以美的享受。

4. 实用与娱乐的结合

茶具实用价值,喝了可以解渴,品之可以怡情养性,以它入药还可治病,用于生产化妆品还可使人青春长驻。但茶文化又是一种怡情文化,人们可以以茶自娱,放松身心。如观看茶艺表演,可以在表演者的一举一动中领略和谐之美;在茶馆喝茶,可以在茶馆的特定氛围中细啜慢饮,聆听着悠扬的音乐,放松身心,放飞心情。在茶文化旅游的过程中,可以享受大自然的美丽,享受久违的乡土气息。如此种种,使人们得到了欢乐,愉悦了心情,增长了见识。

第二节 茶文化的功能

茶文化作为文化的一种表现形式,它具有文化的一般功能,如文化所具有的认识功能、教育功能、审美功能、媒介功能等。在这里着重探讨一下茶文化的教育功能和审美功能。

茶文化的教育功能主要体现在茶文化对人的教化作用,影响着人们的思想道德和行为规范。茶文化中包含着真、善、美的东西,茶被称之为“礼貌和纯洁的化身”,是“灵魂之饮”。茶文化中包含秩序、仁爱、敬意、友谊的规范,人们借茶表敬意,以茶明伦理,以茶和睦氛围等。茶又被认为是“君子之饮”,认为茶品常与人品相连,会品茶的人说明他的道德修养也达到了一定的高度。茶也是清廉的象征,古人以茶作为“素业”倡导勤俭,今人也以“清茶一杯”来倡导社会风气的好转。茶文化的审美功能在于茶文化是一种应用审美文化,茶文化随着时代的变迁,人们对它认识的加深,其美的内涵不断变化,不断丰富。“茶通六艺”,茶与音乐、诗歌、绘画等艺术相通、相连,更增添了美的内涵。其次,茶叶本身也是美的化身。茶叶的形、香、色、味颇具魅力,其造型多姿、其色彩丰富、其香气怡人、其味耐人回味。茶叶命名优美动听,颇具诗情画意。由于茶文化具有良好的教育功能和审美功能等,茶文化对个人生活和社会生活都产生了巨大的作用。

一、茶对个人生活的作用

1. 生理需求

版画家赵延年曾说:“三伏天,双抢日,烈日猛晒,田水烫脚,汗成串地滴下,此时若能到荫凉处一坐,拜会起大壶茶,咕咚咕咚地喝个饱,其畅快之感,是雅人们再也体会不到的。”当唇焦舌干之时,茶是解渴释燥的佳物。茶在生理上能满足人们解渴、提神、消食的需要,因此中国人的生活离不开茶,只要有一壶茶,中国人到哪都是快乐的。

2. 礼仪表达

“客来敬茶”是我国传统礼仪。作家艾煊说过:“茶为内功,无喧嚣之形,无激扬之态。一盏浅注,清气馥郁。友情缓缓流动,谈兴徐徐舒张。渐入友朋知己间性灵的深相映照。”宋代诗人杜耒也曾作诗云:“寒夜客来茶当酒,竹炉汤沸火初红”。以茶待客,以茶会友,是人们生活中常见的礼节。

3. 感觉享受

茶,不仅是解渴润喉之物,还能给人带来精神的愉悦和情操的陶冶。饮茶进入到一定境

界,能知茶之“味”,得茶之“趣”,陶冶性情,升华性灵,使身心合道,解除日常生活中的烦恼。饮茶可以放松精神和解决生理问题,饮茶从开始泡茶、品茶的意境,逐渐进入到“得味”、“得道”的过程,能启动平时休闲的味觉、嗅觉神经系统,成为紧张繁忙生活中的修身养性的方式,达到精神上的享受和思想境界的提高。

4. 参悟人生哲理

在茶中,融合了许多人生的哲理。如白族的三道茶:一苦、二甜、三回味。寓意人的一生应先吃苦,然后才会品尝到生活的甘甜,到老年时也才能好好地回味人生。还有将茶饮后回甘的特质比喻成“茶味人生”:茶味先苦涩而后回甘,恰如人生之壮美,它启示我们恪守这样的人生信条:“人生之旅,不是一帆风顺,总会有风浪与挫折相伴。人生如茶,有淡淡的愁苦,亦有咀嚼不尽的温馨甘甜,茶味不管有过怎样浓郁的甘甜或苦涩,最终都会归于平淡,正如同人生无论有过怎样的辉煌,最终总不失质朴与平凡的本真。”

二、茶文化对当今社会生活的作用

(一) 弘扬传统文化,提高人文素养

1. 茶文化传统性的体现

茶文化是传统文化的一个分支,主要是因为儒、释、道的哲学思想介入茶文化。因为历代儒家都把品茶纳入宣传自己思想的介体之中,借茶明志、以茶养廉以及表达积极入世的思想;佛家则体味茶的苦寂,以茶助禅、明心见性;道家则把空灵自然的观点贯彻其中。

(1) 儒家思想与茶文化 儒家思想是在中国历史中占统治地位的思想,其核心思想是讲究中庸和谐,追求人格完善,重视道德教化和人格理想的建设。历代儒家都把“修身齐家治国平天下”作为人生的奋斗目标,在生活中严格要求自己,道德的建立先从自己做起,然后去影响他人,影响社会。茶是文人士大夫生活中不可或缺之物,由于茶叶具有高洁、恬淡、高雅的品性,因此茶就成了儒家思想在人们日常生活中的一个理想的载体。儒家茶人在饮茶的过程中将具有灵性的茶叶与人们的道德修养联系起来,认为通过品茗过程会促进人格修养的完善,整个品茗过程就是自我反省、陶冶心志、修炼品性和完善人格的过程。如明代朱权就在《茶谱》中写道:“予尝举白眼而望青天,汲清泉而烹活火,自谓与天语以扩心志之大,符水火以副内炼之功,得非游心于茶灶,又将有裨于修养之道矣”。在两晋时期,文人清谈时借茶助兴、表达济世匡国之理想;政治家借茶养廉、以茶倡俭。在唐宋时期文人士大夫以茶入诗、入词、入画,托茶言志、借茶抒情,表达自己的道德理想与人格追求。

(2) 道家思想与茶文化 道家的核心思想是“虚静自然”、“无为而治”,其最高境界是“道法自然”。老子说“道大、天大、地大、人亦大。域中有四大,而人居其一焉。人法地,地法天,天法道,道法自然。”即认为人是自然的一部分,人要服从自然,如果人要在自然中“长生久视”就必须修道,而修道的途径是“回归自然”、“顺应自然”。而茶正是吸取了天地之精气的自然之物,符合道家“天道自然”,“天人合一”的基本原则。茶开始进入道家的生活,是因为饮之可以“轻身换骨、羽化成仙”。道家很注重修养之道,要“养气”、“养神”、“养形”,达到“虚静无欲”、“专气至柔”的状态,如果人们能够以虚静空灵的心态去沟通天地万物,就可达到物我两忘、天人合一的境界,也就是“天乐”的境界。茶的天然本性中含有“静、虚、清、淡”的一面,因此成为道家的修身养性之物,也与道家的精神相结合起来。

(3) 佛家思想与茶文化 佛家倡导“静虑”,通过静虑达到“顿悟”,佛家一般是通过静坐来参禅悟道,在静坐时去体味自我的本心、本性,在把握本心、本性的基础上去克服主体



与客体、有限与无限、短暂与永恒的关系，从而超越烦恼、痛苦、生死，以建立精神家园。“静”是佛家参禅悟道时必须保持的心境，而饮茶之后能使人涤烦去燥，达到内心宁静的境界，因此茶事成为佛门的重要活动之一，并被列入佛门清规，形成整套庄严的茶礼仪式，成为禅事活动中不可分割的部分。如“吃茶去”三字成为了禅林法语，“茶禅一味”成为修炼的一种境界。

2. 优秀传统文化是当代精神文明建设不可缺少的内容

当代社会处于一个各种文化相互碰撞与交融的时期，西方文化对我国社会民众的思想、信念、心态形成了强烈的冲击。如追求个人自由而无视个体利益和社会群体利益的协调，带来了自由主义的泛滥；过分强调物质享受带来了拜金主义和病态的“消费主义”，给社会带来了负面影响。所以应提倡本土文化，弘扬本土文化，树立民族自信心。我国传统文化博大精深，其深邃的思想内涵、积极的精神有利于现代精神文明的建设。茶文化是我国优秀传统文化的一部分，是“儒、道、佛”诸家精神的载体。茶文化中包含着无私奉献、坚忍不拔、谦虚礼貌、勤奋节俭和相敬互让等传统美德，有利于促进精神文明建设。如上海市一直将弘扬茶文化、提高市民素质为己任，从1994年起每年都举办一次国际茶文化节，让广大市民参加，并将茶文化引入社区，让广大市民接受传统文化的熏陶，丰富了市民精神文化生活。还积极推广少儿茶艺，运用茶文化知识，对广大青少年进行爱国主义、传统文化和德育教育。

（二）调整人们的社会关系，促进社会交往

1. 茶文化与人们的礼俗生活紧密联系，茶被赋予礼仪功能且具象征意义

（1）客来敬茶，以茶传情

早在唐代，刘贞亮在茶之十德中就提出了可“以茶表敬意”。宋代诗人杜耒也曾作诗曰：“寒夜客来茶当酒”，此时“客来敬茶”已成为社会的一种普遍的风尚，“客来则置茶，客去则设汤”成为一种通用的待客礼仪。经过历代的发展，客来敬茶已成了我国人们的传统礼节，不论是上层社会精英还是下层平民百姓，不论是商务往来还是平常交际，人们都将茶作为主要应酬品，“敬茶”成为待客最简易、最普遍的方式。在民间，以茶待客是一种基本的礼俗，在江西地区甚至流行这样的俗谚“来客不筛茶，不是好人家”，以茶待客成为民俗生活中的一项重要内容。据考察，过去在我国民间有敬三道茶的礼仪：第一道不饮，只用来迎客与敬客；第二道为深谈、畅饮；第三道茶上来则表示主人送客之意，这体现了以敬茶来进行人际交往的方式。

我国是礼仪之邦，人们交往之间十分注重礼节，借“礼”来深化人们之间的感情，促进人们之间的交往。俗话说“千里送鹅毛，礼轻情义重”。古时文人喜饮茶，然而自己又常常不种茶，因此每当产新茶时，一些与文人交好的茶农便将新茶寄给文人，文人收到了新茶，也相互馈赠，以茶联谊。如唐代诗人白居易收到了蜀中萧员外寄来的新茶品尝之后挥笔写道：“蜀茶寄到但惊新，渭水煎来始觉珍；满瓯似乳堪持玩，况是春深酒渴人。”表达了收到新茶后的兴奋和珍惜之情。寄茶习俗作为一种联谊活动代代相传，在我国的产茶区，每年新茶上市时，都会不忘给远方的亲朋好友寄上一包新茶。

（2）婚姻礼俗中的用茶

婚姻茶俗在中国已有数千年的历史，千百年来，我国人们在恋爱、定亲、嫁娶等方面都把茶当作媒介物和吉祥如意之灵物。茶与婚礼联姻是因古代女子出嫁用茶作嫁妆而起。公元641年文成公主远嫁吐蕃就带去了茶，从而将汉族饮茶的习惯带到了边疆地区。古时浙江一带的女子出嫁时娘家要准备咸茶，带去分给男方的亲朋、邻里，俗称“大接家茶”。新娘用

这种“礼”进入男方的社会关系。后来茶礼便成为嫁娶中不可缺少的东西，旧时江南汉族地区干脆把从订婚到完婚的礼仪称为“三茶礼”，即订婚时的“下茶”，结婚时的“定茶”，同房时的“合茶”。

(3) 丧葬礼仪和祭祀礼仪中的用茶

茶用于祭神祀祖，是茶文化萌芽时的一种体现，在两晋南北朝时期，南朝齐世祖皇帝的遗诏中已提到要用茶祭祀他。此后，在我国民间也流传许多用茶敬奉神仙与佛祖的故事与传说。如《神异记》里描写了浙江余姚人每日给茶仙丹丘子敬供茶水而天天能采到大茗的故事。用茶作为随葬品也是我国流传已久的风俗，如长沙马王堆出土的汉代女尸其随葬品中就包括茶叶。这一习俗在我国的一些产茶区现在还在沿用，如湘中地区丧者死后要枕茶枕，安徽地区丧者手中要拿茶叶包等。

2. 现代社会中茶的交际功能

(1) 茶有良好的、健康的交际功能

茶与酒是人们交际中常要用到的应酬物，然而茶与酒却有迥然不同的品性。首先茶性清淡柔和，而酒性则热辣刚烈。一杯清茶饮下去，能使人神清气爽，心旷神怡，思维清晰；而一杯酒下肚，使人兴奋激动，心意烦躁，酒喝多了还会扰乱思想，以至言语失度，仪态失检。以茶代酒进行交际能形成一种良好的氛围，待人以茶常被视为高雅之举，也表示友善与尊敬他人之意，因而在无形之中融洽了交际的氛围。现代人们常在茶馆中进行商务洽谈、朋友往来，正是看中了茶馆高雅幽静，充满文化气息的良好氛围。其次，茶是一种健康的、文明的饮品，茶叶内含有多种对人体有益的成分，而饮酒过多则有害人的身体。因而现在的外事往来、招商引资、联络乡情、亲友聚会，无不借助茶文化以增强会晤的和睦氛围。

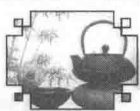
(2) 茶馆，以茶交际的场所，人们在此交流信息、加强了解、增进友谊与感情

茶馆是一个社会化的空间，老舍先生曾写道：“茶馆是个三教九流会面之处，可以容纳各色人物，一个大茶馆就是一个小社会。”在古代，既有文人士大夫期朋约友于茶馆，也有商贾老板谈生意于茶楼，更多的中下层市民将茶馆作为聚集的公共场所。在近代，茶馆更是成为市民生活中不可缺少的一个公共场所。人们通过茶馆或聚会聊天，或休闲娱乐，或了解信息，或调解纠纷，或进行商业活动。如近代江南的乡间茶馆则承担了商业交易场所的角色，乡民在这里可以猎取商业信息，当时的米业、蚕业、丝绸业的经济信息都可以在茶馆打听到。其次还可在茶馆直接进行商贸洽谈或现场交易。调解纠纷也是近代茶馆经营的一项重要内容，当民间发生纠纷时，往往到茶馆，由地方头面人物主持，边喝茶边谈判，称为“吃讲茶”，茶资由输的一方支付。20世纪80年代，茶馆又一次在中国大地上兴起，茶馆成为人们休闲、会友、洽谈商务的场所，甚至茶馆还成为接待国外来宾的重要场所。广州的茶馆很有名，主要是源自人们借茶馆而进行社会交往的功能。广州商人谈生意到茶楼；年轻人会友谈情去茶楼；亲朋往来，不说请吃饭，而说“请饮茶”。茶馆也成为国际交往的舞台，如江泽民曾在上海湖心亭茶楼请英国女王品茶；1998年克林顿访华期间，广西桂林的一家茶坊为其夫人和女儿表演了中国茶道。

(三) 诗化人们生活，为人们提供高层次的精神享受

1. 当代快节奏的生活使人们向往诗意的生活

对美的追求与向往是人类的天性，人类的这种天性随着社会经济的发展、生活质量的改善、文化修养水平的提高越来越显露在生活中。而且随着经济的发展，人们的生活节奏逐渐



加快,为了松弛因此而带来的心理上的压力,人们希望生活中多一些情趣高雅、欣赏性强的东西。而茶文化正是一种高雅脱俗、使人放松身心的一种文化。多姿多彩的茶类,优美动人的茶艺表演,幽静安宁的茶馆,碧绿无边的茶园都可使人忘却烦恼,身处诗情画意的境界。

2. 茶文化是一种高雅文化,能使人脱俗近雅,平添几分诗意

茶文化是一种高雅文化,茶是与琴、棋、书、画、诗、酒相并列的高雅民族文化,茶文化在形成发展的过程中的一个显著特征是“文人雅士入茶来”,从而产生了与其他艺术相结合的契机,成为一种高雅文化。文人饮茶对环境、氛围、意境、情趣都有很高的追求,如陆羽曾主张饮茶可伴明月、花香、琴韵,还可作诗。明代著名书画家、文学家徐渭也曾描写了这样的品茶氛围:“茶,宜精舍、云林、竹灶、幽人雅士,寒宵兀坐,松月下,花鸟间,清白石,绿鲜苍苔,素手汲泉,红妆扫雪,船头吹火,竹里飘烟。”(《徐文长秘集》)文人和茶相互衬托着对方的高雅,饮茶让文人自觉高雅,而高雅的文人多饮茶,促使茶在人们心目中渐渐成了雅人的标志。的确“美感尽在品茗中,雅趣亦从盏中出”,茶文化的高雅脱俗可以净化人们心灵,使人脱俗近雅,平添几分诗意。

(1) 中国茶类众多,茶的造型多姿多彩,茶的命名富含诗情画意

中国茶类经过长期的发展创新,形成了绿、黄、红、白、黑、青茶六大茶类,其滋味或清淡或浓郁,或浓烈或柔和,或鲜爽或甘甜;其香气闻之令人神清气爽,有的幽雅如兰,有的香如栀子,有的清香宜人,尝之闻之令人心神舒坦、妙不可言。而各种茶的造型也千姿百态,据统计中国茶的造型达26种之多。其形状有的扁平挺直似碗钉,有的纤嫩如雀舌,有的含苞似玉兰,有的浑圆似珠宝,有的碎屑似梅花,真是千变万化,令人目不暇接。中国茶的命名也优美动人,古今茶名,累计起来可能已超过了千种。陆羽的《茶经》中曾写道:“其名一曰茶、二曰檟、三曰蔎、四曰茗、五曰笋。”还有“余甘氏”、“不夜侯”等雅称。综合起来茶的命名主要依据两点:一是根据其色香味形而命名,名字生动形象,给人以美感。形状如眉毛的叫“秀眉”、“珍眉”、“凤眉”等;形似针状称“银针”、“松针”;还有叫“莲心”、“雀舌”、“蟠毫”、“瓜片”的等。二是命名与名山大川、古迹胜地相联系,看到名字,使人仿佛置身名山胜水之间,优美风景悄然浮上心头。如“西湖龙井”、“洞庭碧螺春”、“君山银针”等名字让人不由地想到美丽似西子的西湖,烟波浩渺的太湖以及被喻为“白银盘里一青螺”的君山的优美风光。而“黄山毛峰”、“庐山云雾”、“蒙顶甘露”等茶名又使人依稀看到秀美挺拔、气势万千的山岳风景。

(2) 茶的消费场所——茶馆,从命名、设计、装修都给人以美的享受

茶馆是茶文化充分发达之下的产物,是茶文化成为大众文化的标志。茶馆自唐代出现,在宋代得到充分的发展,在当今社会茶馆又一次得到发展与弘扬,成为人们放松身心、享受宁静的又一场所。

当代茶馆风格大致可分为五种类型,有仿古式、园林式、仿日式、西洋式、露天式几种,能满足不同消费者审美情趣的需要。仿古式的茶馆能满足人们访古思幽之情,园林式的茶馆具有情调美感,仿日式、西洋式茶馆又能满足人们追求异域风情的审美要求,而露天式则给人们带来一种随意之美。茶馆的整体布局一般遵循“风格统一、基调典雅、布局疏朗、点缀合度、功能全面、舒适适用”的原则。茶馆的名字中一般有“坊”、“肆”、“轩”、“楼”、“居”、“阁”、“苑”等字,也有现代意义的“吧”,或古或今。茶馆内部装修或以传统文化为基调,或以现代气息、西洋风情为主题,并点缀插花、盆景、字画、民俗风物、西洋油画、工艺品等,使人享受到文化、艺术、情调、时代等不同的美感。

(3) 茶的品饮艺术——茶艺表演,将品茶形象化、艺术化地再现出来,给人美感

茶艺表演是指将品茶过程艺术化、形象化的表现出来,茶艺之美是一种综合的美、整体之美,包含有视觉的美、嗅觉的美、味觉的美、听觉的美和感觉的美,它使人的感官得到快感,进而达到精神的全面满足。茶艺表演要具备四要,即精茶、真水、活火、妙器。茶要选择形、色、香、味俱佳的好茶,水要以清、活、甘、冽为佳,火以活火为上,器具要根据不同的茶类配备相应的茶具,如泡绿茶宜用玻璃杯,而泡乌龙茶则应选择紫砂壶器具。茶艺表演包括四大艺,即为“挂画、插花、焚香、点茶”,挂的一般是淡雅的文人画,插花则根据季节、情景随时而变,焚香则是为了纪念茶神陆羽,也是使观众和表演者闻香而静虑。点茶即表演者泡茶的技能,娴熟的表演者能动静结合,刚柔相济,不但能冲泡出一杯好茶,操作过程还要给人以美感。整个过程,茶艺表演者以超凡脱俗的气质,优雅的动作,富含哲理寓意的解说词和炉火纯青的泡茶技艺,并配之雅乐,使品饮者在环境氛围与茶性的高度融合中得到心灵的洗礼和升华。茶艺表演者的表演、现场各种道具的设置,以及品饮者的虔诚参与,这就是茶与生活的艺术化,是艺术化的茶与生活。

(四) 提倡清廉俭德,倡导社会风气的好转

1. 茶文化所体现的价值观

文化的作用之一就是“化人”的作用,即变化人、陶冶人,茶文化作为优秀传统文化的分支,它具有“教化”功能。茶圣陆羽在《茶经》的第一章就写明茶之为用,最宜精行俭德之人,意思是饮茶对自重操行和崇尚清廉俭德之人最为适宜。在西晋时期,陆纳将饮茶看作自己的“素业”,以茶来倡导廉洁,以对抗当时社会上的奢侈之风。唐代诗人韦应物赞颂茶“洁性不可污”,表明茶又具有高洁的品质。茶又是君子之饮,司马光曾把茶比作君子:“茶欲白,墨欲黑,茶欲新,墨欲陈;茶欲重,墨欲轻,如君子、小人不同。”人们借茶抒情、以茶阐理,以茶为主体陶冶化育人的意识形态,表达价值取向。在当代不管是中国茶德所提倡的“廉、美、和、敬”,还是日本茶道的“和、敬、清、寂”以及韩国茶礼的“和、敬、怡、真”,所体现的是“重义轻利”、“存天理去人欲”、“以德服人”、“德治教化”等价值观。日常生活中人们也常用“粗茶淡饭”、“清茶一杯”来表示节俭、廉洁之意。“茶能性淡为吾友”,以茶为友,能使人淡泊名利、在平淡中找到人生的价值。

2. 当代人浮躁、功利的心理

由于发展社会主义市场经济,提倡追求财富和利益最大化以及其他多方面的原因,一些人在精神层面和社会心态层面出现了另一个极端性倾向,这就是用功利去衡量一切现象、去评判一切事物的“泛功利化”倾向。所谓“泛功利化”倾向,是指人们在社会认知、社会心态、个人情感等方面的一种价值取向,这一倾向往往简单地把功利泛化到一切物质和精神领域,把是否得到功利作为考察、评判、衡量一切事物和行为优劣、好坏、善恶、美丑的标准,把功利推向极致,从而形成了极端个人主义、拜金主义和享乐主义。在思想领域里,表现在对金钱的执著和追求,拜金主义、享乐主义成为人生的信条,传统的义利观被抛到了脑后。

(五) 以茶为媒,扩大对外交流

1. 茶文化具国际性

茶文化是我国优秀的传统文化,具有民族性,但同时它又在世界各国广为流传,因此又具有国际性。在日本,每逢喜庆、迎送或宾主之间叙事时,都要举行茶道仪式。在韩国具有



典雅的茶礼，在新加坡、马来西亚等儒教覆盖地区都有茶文化的踪迹。茶文化不光在亚洲范围内广泛流传，也传到了世界其他各大洲，与当地的生活方式、风土人情相结合，形成了各具特色的饮茶习俗。

2. 历史上茶文化曾是海内外文化经济交流的重要渠道

茶叶曾被英国科学家李约瑟称为是中国四大发明之后的第五大发明，我国是茶文化的源头，其他各国的饮茶风习都是由我国直接或间接传播过去的。在我国历史上曾存在着一条茶叶之路，将饮文化传播到世界各国。“茶叶之路”可与“丝绸之路”相媲美，在我国对外经济文化交流史上起着重要作用。

茶叶曾是我国对外贸易的重要商品，起着联系各国经贸往来的作用。据说我国饮茶之风很早就传到世界各国，由于各国人们对茶叶的喜爱，因此茶叶也像丝绸、瓷器一样成为我国早期的出口商品之一。17世纪我国茶叶贸易已经由亚洲地区向西方等国家辐射，如葡萄牙、西班牙、荷兰、英国、俄国等都直接或间接从我国进口茶叶。18世纪我国茶叶出口贸易进一步发展，我国茶叶出口在世界茶叶贸易中逐渐占主导地位，出口的国家也进一步增多。到了19世纪初，我国茶叶已占世界茶叶消费量的96%，在国际市场上占绝对统治地位。茶叶成为当时中西贸易的核心商品。

茶叶同时也是当时文化交流的重要媒介，如茶曾在中日两国相互交往中起了重要作用。两国自公元607年开始建交，此后政治、文化、经济交往便日益频繁。日本曾派出了许多僧侣来华学习，我国皇帝便会举行茶仪式，将茶粉赐给僧侣。僧侣回国时，还会馈赠一些茶叶让他们带回本国。茶叶成了两国友好往来的重要中介。

3. 当代茶文化活动已成为超越国界、种族、流派的活动，将为促进世界和平做出更大贡献

在当代，茶文化也成为国际交流的重要媒介。表现之一是国际茶文化交流活动频繁，当代茶人相聚一起，共同探讨茶文化的历史与现状，并展望茶文化的未来，在交流中相互学习，相互了解，增进友谊。如1998年9月在美国洛杉矶召开了“走向21世纪中华茶文化国际学术研讨会”，不但为各国茶文化专家和茶文化爱好者提供了一个专门探讨和研究中国茶文化的论坛，同时也为美国人们提供一次了解中国茶文化的良好机会，同时也是两国人民增进互相了解的一次机会。又如“国际茶文化节”的举办，每次都有来自韩国、日本、新加坡、马来西亚等国家和地区的茶人参加。表现之二是茶文化出现在国际交往的舞台上，如南昌女子职业学校的茶艺表演队在2002年为庆贺足球世界杯的成功举办做表演。杭州茶叶博物馆曾接待了不同外国元首的访问参观，上海湖心亭茶楼也成为重要的外事活动基地。日本茶道里千家青年代表团2001年6月28日第一百次访华，江泽民主席会见时说，世界各国的文化是相互交流的，茶道虽源于中国，但在日本也得到了很大发展，并成为两国人民之间的友好纽带。2001年10月在上海举行的APEC年会也有茶文化。年会结束馈赠给各成员领导人的专用礼品是一把传统工艺、西洋花色的茶壶。2003年博鳌论坛和杭州市政府一起于5月21日至22日在杭州共同举办博鳌西湖国际茶文化节。作为博鳌亚洲论坛专题讨论会之一，博鳌西湖茶文化节就是“借题发挥”，通过这样一个亚洲各国共通的载体，增进大家的了解，以茶交友，以茶会友，深化亚洲各国的经济合作。2008年北京奥运会开幕式上，在长长的画轴上，一个大大的“茶”字突显出茶文化是中国传统文化的优秀代表，是世界人们沟通的桥梁。2010年在上海举办的世博会上，不但设立了专门的茶展览馆，还举办了许多茶事活动，成为世界各国人们交流茶文化的一个窗口。