

全国中等农业学校教材

茶叶商品经营学

茶叶专业用

浙江省杭州农业学校主编

4.722

中国农业出版社

95
F724.722
3
Z

全国中等农业学校教材

茶叶商品经营学

浙江省杭州农业学校 主编

XJ4625

茶叶专业用

中国农业出版社

C 110183

(京)新登字060号

全国中等农业学校教材
茶叶商品经营学
浙江省杭州农业学校 主编

* * *

责任编辑 范 林

中国农业出版社出版(北京市朝阳区农展馆北路2号)
新华书店北京发行所发行 三河市宏达印刷厂印刷

787×1092mm32开本 6.625 印张 146千字

1994年11月第1版 1994年11月北京第1次印刷

印数 1—2,200 册 定价 3.90 元

ISBN 7-109-03224-8/S·2076

编 审 者

主 编 韩沛霖 (浙江省杭州农业学校)
编 者 潘玉华 (福建省宁德农业学校)
主 审 张堂恒 (浙江农业大学)
审稿者 陈观沧 (浙江省茶叶进出口公司)

前 言

自80年代以来，我国实行经济体制改革，贯彻执行了“对内搞活经济，对外实行开放”的政策。我国经济得到了迅速发展，特别是商品经济发展速度更快。农产品经营实行了多渠道流通，购销政策和价格正在逐步趋向合理化。干部和群众逐步认识到科技是第一生产力，对科技、教育兴农产生浓厚兴趣。

为了适应我国农村经济体制改革和农村商品经济的发展，拓宽学生知识面，增加商品意识，浙江省杭州农业学校茶叶学科自1988年开始，给四年制毕业班学生试讲《茶叶商品经营学》，至今已有五年。同学们接受了商品知识和经营知识教育，在毕业实习和工作中都感到该课程有较好的适用性，受到同学们的欢迎。通过几年的教学实践，试讲教材从无到有，并不断完善，给本教材塑造了雏形。

根据全国中等农业学校“八·五”教材规划，在全国中等农业学校教学工作指导委员会的领导下，我们编写了《茶叶商品经营学》教材。在编写过程中，我们力求内容的适用性和先进性，理论联系实际，照顾到全国茶叶产销情况，但是，全国各地茶叶产销又在不断地变化，难免顾此失彼，望各校根据当地当时实际情况，进行适当增补和取舍，并请各方同仁提出宝贵意见，以便不断改进提高。

本教材由浙江省杭州农业学校韩沛霖主编，福建省宁德农业学校潘玉华参编。具体分工：韩沛霖负责编写绪论、第一

章茶叶商品、第二章茶叶商品质量、第三章商品茶检验、第四章商品茶包装及贮运、第五章茶叶流通体制和附录实验指导；潘玉华负责编写第六章国内茶叶市场、第七章茶叶外贸。

参加统稿者除编写人员外，还有安徽屯溪茶业学校张彭年、四川宜宾农业学校方义开、杭州农业学校陈克林、吴喜云、胡民强等。最后请浙江农业大学茶学系张堂恒教授主审、浙江省茶叶进出口公司高级工程师陈观沧参审。对支持、帮助本教材编写的各位女士、先生们表示深深的谢意。

编者

1992年10月

目 录

绪论	1
一、《茶叶商品经营学》的任务与内容	1
二、茶叶商品经营发展史	2
第一章 茶叶商品	7
第一节 商品茶的使用价值	7
一、茶叶的饮用价值	7
二、茶叶的食用价值	8
三、茶叶的营养价值	9
四、茶叶的药用价值	12
五、茶叶的文化价值	13
第二节 茶叶商品分类	16
一、茶叶分类方法	16
二、商品茶种类	16
第二章 茶叶商品质量	26
第一节 茶叶商品质量概述	26
一、商品茶质量的基本要求	26
二、保证和提高商品茶质量的意义	27
三、影响茶叶质量的因素	28
四、提高茶叶品质的途径	29
第二节 茶叶商品标准	30
一、茶叶商品标准	30
二、标准样的保管及使用	33
三、茶叶理化标准	34
四、茶叶卫生标准	34
第三节 茶叶品质规格	36

一、绿茶类	36
二、红茶类	42
三、乌龙茶	46
四、花茶	47
五、白茶	50
六、紧压茶	53
第三章 商品茶检验	54
第一节 商品茶感官审评	54
一、商品茶审评设备及方法	54
二、外销红、绿茶审评	59
三、乌龙茶审评	60
四、白茶审评	61
五、花茶审评	62
六、紧压茶审评	63
七、审评结果处理	64
第二节 商品茶理化检验	65
一、样品制备	67
二、茶叶水分测定	67
三、茶叶总灰分测定	70
四、茶叶粉末和碎茶含量测定	73
五、茶叶水浸出物检测	75
六、茶叶粗纤维测定	78
七、茶叶卫生标准检验	80
第四章 商品茶包装及贮运	82
第一节 茶叶商品的特性	82
一、制造工艺复杂性	82
二、生产季节性	83
三、产销区域性	83
四、茶叶易变性	84
第二节 商品茶包装	86
一、茶叶包装的作用	86
二、商品茶包装种类	87
三、包装规格	88

四、包装材料	89
五、包装标记	89
六、包装要求	90
七、包装检验	90
八、重量鉴定	91
第三节 商品茶贮藏	91
一、商品茶贮藏条件	91
二、茶叶贮藏方法	93
三、仓库保管	94
第四节 商品茶运输	97
一、茶叶运输原则	97
二、运输管理	97
第五章 茶叶流通体制	100
第一节 茶叶流通渠道	100
一、流通渠道的概念	101
二、流通渠道的类型	101
三、流通渠道的选择	103
第二节 茶叶流通环节与组织机构	105
一、鲜叶购销	105
二、毛茶购销	105
三、精茶销售	105
四、中间批发	105
五、零售	105
第三节 茶叶购销政策	106
一、茶叶购销政策的演变	106
二、茶叶购销政策的改革	108
第四节 茶叶价格与税收	110
一、合理定价的原则	110
二、价格组成	111
三、茶叶价格的体系和种类	112
四、茶叶价格政策	114
五、茶叶税收	115

第六章 国内茶叶市场	116
第一节 茶叶市场概述	116
一、市场概念	117
二、茶叶市场的作用	117
第二节 茶叶市场营销	119
一、茶叶经营的指导思想	120
二、国内茶叶产销概况	121
三、内销市场及适销茶类	123
四、茶叶内销发展趋势	125
第三节 茶叶市场调查与预测	127
一、市场调查	128
二、市场预测	132
第四节 茶叶市场竞争	139
一、市场竞争的概念	140
二、市场竞争的作用	140
三、市场竞争策略	141
第五节 茶叶市场管理	152
一、市场管理的概念及任务	153
二、市场管理的原则	154
三、市场管理内容	154
四、市场管理方法	157
第七章 茶叶外贸	161
第一节 茶叶外贸的意义	161
一、促进茶叶商品生产的发展	161
二、参加国际经济大循环	162
三、调剂国内市场供应, 满足人民消费需要	162
四、出口创汇, 支援国家建设	162
第二节 我国茶叶出口简况	163
一、茶叶出口沿革	163
二、茶叶出口现状	167
三、茶叶外贸的发展趋势	170
第三节 世界茶叶产销概况	172

一、世界茶叶生产概况.....	172
二、世界茶叶消费.....	175
第四节 茶叶外贸实务	181
一、茶叶外贸程序.....	181
二、茶叶外贸方式.....	189
附录 实验指导	193

绪 论

茶叶是我国商品率最高的农产品之一，既是我国人民的主要饮料，又是传统的出口商品。茶叶商品经济对促进茶叶商品生产，发展茶区经济，满足消费者需要，增加国民经济收入和创汇都起着重要的作用。茶叶市场营销是沟通生产与消费的桥梁，对繁荣经济、活跃市场也起着积极作用。当前茶叶流通体制正在不断地深化改革，逐步完善购销政策，实行多渠道流通，发展产销一体的经营组织，给我们提出了一个新的课题。本课程应尽力使中专培养出来的中等技术人才掌握茶叶商品经营的理论与实践，以适应当今经济体制改革的新形势。

《茶叶商品经营学》知识面较广，涉及到农业、工业、商业的范畴，内容丰富。随着商品经济发展、科学进步和我国农产品流通体制的深化改革，茶叶商品和市场流通都会不断地变化，所以，《茶叶商品经营学》既是一门应用学科，又是一门管理学科，还是一门动态学科，是自然科学、技术科学和社会科学融为一体的一门新兴学科。

一、《茶叶商品经营学》的任务与内容 《茶叶商品经营学》的任务是：根据茶叶商品的使用价值对茶叶商品提出质量要求，拟订茶叶商品质量标准，研究科学的检验质量的方法和技术，确定茶叶包装、保管、贮运的条件与方法；根据商品经营规律对市场进行调查和预测，掌握市场变化趋势和消费者的需求，并组织适销对路、价廉物美的茶叶供应，

促进茶叶商品经营管理合理化、科学化和现代化。

《茶叶商品经营学》的主要内容是：

1. 茶叶商品：茶叶商品的使用价值、商品茶分类、茶叶商品质量、茶叶标准、商品茶检验、茶叶包装、贮运等。

2. 茶叶流通体制：茶叶流通渠道、环节、机构、购销政策、茶叶价格和税收等。

3. 茶叶市场：茶叶市场的作用、市场调查与预测、市场竞争与管理、国内茶叶市场营销等。

4. 茶叶外贸：世界茶叶产销概况，我国茶叶出口状况及茶叶外销实务。

二、茶叶商品经营发展史 我国是茶叶的故乡。发现茶、利用茶、种茶、制茶、饮茶、评茶、卖茶都起源于我国。

早在上古母系氏族社会时期，茶就被发现和利用。我国第一部古药理学《神农本草》记载有“神农尝百草，日遇七十二毒，得茶而解之”的传说。古代的“荼”即当今的“茶”。陆羽《茶经》中也有“茶之为饮，发乎神农，闻于周公”之句。由此可知，这是我们祖先利用茶叶的开始，距今已有四千多年的历史。

晋朝史学家常璩所著《华阳国志》是我国古代最有价值的一部地方志，书中不仅列举了当时巴蜀是出产名茶的地方，还谈到周武王联合巴蜀少数民族讨伐纣王时，巴蜀的茶叶已被作为贡品。这说明在公元前一千多年前的西周时期，茶叶已被作为奉献给统治者的珍贵贡品。

秦汉时期，巴蜀重视兴修水利，发展农业，种茶业随之兴旺起来。茶树经人工栽培，产品便自给有余，茶叶逐步进入市场，作为商品进行交换。据《中国商业史》记载，西汉武帝年间，巴蜀茶叶就运往甘肃武都出卖。西汉宣帝年间，

有位大夫王褒与家僮订立契约，写出了《僮约》一文，《僮约》中规定僮仆要“烹茶尽具”，要去“武阳买茶”。武阳即现今四川省彭山县近郊，武阳到成都一带水路交通方便，是当时的商业中心，茶叶已是当时主要商品之一。可见，四川在两千多年以前，茶叶在市场上出售已具相当规模。东汉名医华佗在《食论》中写道：苦茶久饮可以益思，华佗（公元141—203年）常在徐州、扬州一带行医，说明当时长江下游一带饮茶习俗逐渐普及。三国后期，东吴末代皇帝孙皓在宴席上赐臣韦曜以茶代酒。此时，茶已作为宫廷宴席上的饮料。

东晋元帝时开始收缴贡茶，每年要收贡茶一千多斤。从此，贡茶就成为历代的苛政。佛教在东汉时期传入我国，和尚利用饮茶可以驱除坐禅时的瞌睡，就大量种茶、饮茶，饮茶就随着佛教的传播，发扬广大，普及全国。随着经济和文化的发展，茶叶从最初当作祭品到作为菜肴，再作药用，一直发展成为饮料。从宫廷发展到达官贵族、士大夫阶层，再进入普通百姓之家，一直到“人家不可一日无茶”的程度。饮茶的普及，茶叶商品逐步增多，市场也逐步扩大到全国各地。

唐朝是我国古代政治、经济、文化较发达的时期，茶叶商品经济也随之兴旺发达。当时封建统治者不但规定各地茶农每年都向朝廷进贡大量的高级茶叶，而且还订立了“贡茶”制度，劳动人民不得违抗。到了唐肃宗年间，茶叶商品输入边疆，以茶易马，建立了茶马市场。唐德宗元年开始征收茶税，税率初为十分之一，后来税率不断增长，加重人民负担，茶税为当时主要税收之一，成为仅次于盐、铁的重要财政收入。

唐代文人学士以茶会友，以茶写诗，以茶引文的故事层

出不穷，陆羽的《茶经》，卢仝的《饮茶歌》、白居易的《琴茶》，刘禹锡的《尝茶》，李白的《玉泉山仙人掌茶》，柳宗元的《竹间自采茶》，皮日休的《煮茶》等等，都是脍炙人口的好诗文。白居易的《琵琶行》中“商人重利轻别离，前月浮梁买茶去”的诗句。说的是当时经营茶叶的商人，经常到外地去做生意，也说明当时茶叶商品流通已经很普及。

宋朝，统治者为了加强茶法、茶税管理，推行统购统销政策，实行官买官卖，官买商卖，不得走私。这就是古代的榷茶制度。从宋朝一直延续到清朝，所谓官买商卖，就是官府以低价向茶农收进茶叶，再以高价批发给商人，商人再去转卖或零售，这些商人必须向官商进货，不得私自向茶农进货，否则作违法论处。至此，全国各大、中、小城镇，集市、茶坊、茶铺、茶摊林立，到处可见“茶幌”飘扬。

随着茶叶产销事业的兴旺，统治者更加勒索百姓，不仅实行榷茶制度，还增加贡茶的数量及花色品种，迫使各地焙制优质茶进贡。宋代熊蕃《宣和此苑贡茶录》中写道：“贡茶极盛之时，凡有四千余色，四万七千一百斤有奇。”可见数量和花色之多是空前的。以茶易马也从宋代被确定作为一种制度。宋以后，除元朝外，明、清两代都沿用此制，在四川和陕西还专门设立了办理茶马互市的机构。

宋代民间还有一种“斗茶”风俗，也称“茗战”，实际上是茶叶生产者或茶叶爱好者，拿出自己认为最好的茶叶，来与别人的茶叶评比品质优次，同时，还交流焙制经验，从而进一步促进茶叶品质的提高，为研讨茶叶品饮艺术提供了有利条件。

明代的茶叶商品经营对统治者来说，不仅在经济上有很重大意义，在政治上也起相当的作用。为了扩充军备，“以茶

易马”；采取控制西北的茶叶供应，“以茶治边”；利用种种压迫和剥削的手段，以维持统治者的地位。

清代的茶法、茶税基本上延续宋明两代的制度，但有所改变。如内蒙边区取消“茶马”市场，却在云南边区北胜州增设了茶马市场。茶叶税收改征银为征茶。官商茶叶都来自税收。有时还以银七茶三为军饷，发给驻守边区军队。

推翻满清政府以后，一直到建国前夕，外敌侵略，内战不熄，茶叶产销受到很大影响，生产量和商品量都降到最低水平（1949年全国茶叶总产量仅有四万吨左右），茶叶商品经营奄奄一息。

我国自奴隶社会时期，茶叶商品生产和流通就有了萌芽，发展到封建社会时代，茶叶商品产销得以较大的进步。茶叶商品在国内流通的同时，也有了对外贸易的起始。早在南北朝时期土耳其商人也沿丝绸之路来我国西北边境，以物易茶，这就是西北陆路茶叶对外贸易的通道。

唐朝开始，东南沿海中国商船经常往返于广州与波斯湾之间，广州还特设市舶司管理商务，这时茶叶是商买商卖，由商人组织茶叶货源大量出口。

宋代中国与印度尼西亚有了贸易往来，中国输出物主要有丝绸、茶叶、陶瓷，这就又开通了海上的丝绸之路。以后各口岸都有海外商船来往，茶叶的输出量就更加扩大。

明代为了发展海外贸易，派遣郑和七次出使亚洲各国。郑和的出使，促进了我国与亚非各国之间的贸易关系，茶叶出口量逐渐增加。

明末清初（16—17世纪），由于海盗猖獗，曾一度实行海禁政策，禁止与海外通商，茶叶输出量减少。到清康熙23年（公元1684年），废除禁令，沿海贸易又活跃起来，茶叶输出量也随之增加。此后，世界各新兴资本主义国家都来与

中国通商，茶叶对外贸易有了很大的发展。到1886年，据海关统计，茶叶出口达13.4kt（未通过海关的出口量未统计在内），创造了我国茶叶出口最高记录。后来由于世界时局动荡，我国茶叶外销也遭受挫折，特别是抗日战争时期，我国国民经济衰退，茶叶产销败落，出口量微乎其微。1949年全国茶叶出口量仅有7.5kt。

新中国成立以后，茶叶事业有很大的发展，四十多年来，不仅垦复了全国各地的荒芜茶园，还大力发展新茶园。到1990年，我国茶叶总面积达到1.0533Mha，居世界第一位，全国茶叶总产量约540kt，居世界第二位，全国茶叶出口量有196kt，居世界第三位。其间，1989年我国茶叶出口量曾达到205kt，仅次于印度，跃居世界第二位（以上数字均未包括台湾省数字）。