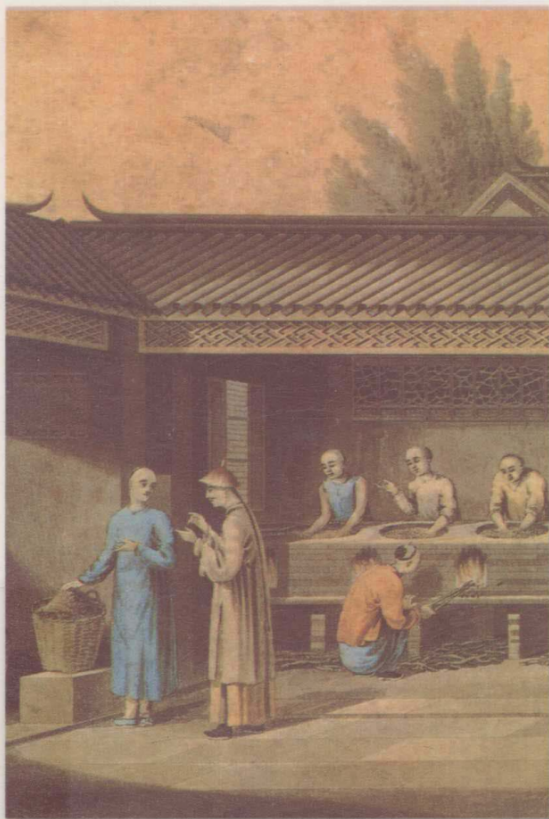


生津解渴

——中國茶葉的全球化

陳慈玉 著



生津解渴——中國茶葉的全球化

雖然喝茶的習慣源於中國，但在東方與西方，卻由於本身環境、風俗的差異而產生不同的飲茶文化。西方是以英國為典型的紅茶文化——飄溢著布爾喬亞氣息，帶著重商主義的色彩。歐洲強權為滿足對紅茶及其佐料的需求，曾不惜伸展帝國主義的魔掌，在當時的「落後」地區製造殖民地，從事商品掠奪和人身買賣。中國茶貿易也在外國市場操控下興發、鼎盛，而終至衰微。中國原是世界首要產茶國，外商來華爭運茶葉，使中國茶貿易蓬勃發展，但在價廉物美的考量下，外商也向印度、錫蘭與日本發展茶栽培業，強使亞洲產茶國發生競爭。中國茶逐步敗下陣來，外國商人也漸漸放棄了中國茶貿易。

ISBN 978-957-14-5095-7 (481)



9 789571 450957

NT. 110



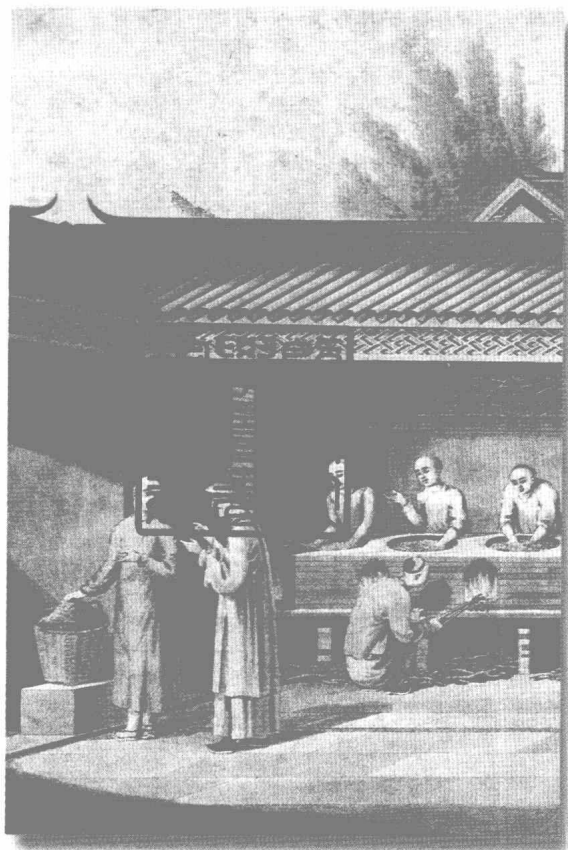
叢書

16

生津解渴

——中國茶葉的全球化

陳慈玉 著



國家圖書館出版品預行編目資料

生津解渴：中國茶葉的全球化 / 陳慈玉著. — 初版一刷.

——臺北市：三民，2008

面；公分. — (文明叢書:16)

參考書目：面

ISBN 978-957-14-5095-7 (平裝)

1. 茶葉 2. 文化 3. 歷史 4. 中國

481.609

97016850

◎ 生津解渴
——中國茶葉的全球化

著作人	陳慈玉
總策劃	杜正勝
執行編委	林富士
編輯委員	王汎森 李建民 陳正國
企劃編輯	蕭遠芬
責任編輯	白銘仁
美術設計	謝岱均

發行人	劉振強
著作財產權人	三民書局股份有限公司
發行所	三民書局股份有限公司
	地址 臺北市復興北路386號
	電話 (02)25006600
	郵撥帳號 0009998-5
門市部	(復北店) 臺北市復興北路386號
	(重南店) 臺北市重慶南路一段61號

出版日期	初版一刷 2008年9月
編號	S 630290

行政院新聞局登記證：局登字第0200號

有著作權・不准侵害

ISBN 978-957-14-5095-7 (平裝)

<http://www.sanmin.com.tw> 三民網路書店

※本書如有缺頁、破損或裝訂錯誤，請寄回本公司更換。

文明叢書序

起意編纂這套「文明叢書」，主要目的是想呈現我們對人類文明的看法，多少也帶有對未來文明走向的一個期待。

「文明叢書」當然要基於踏實的學術研究，但我們不希望它蹲踞在學院內，而要走入社會。說改造社會也許太沉重，至少能給社會上各色人等一點知識的累積以及智慧的啟發。

由於我們成長過程的局限，致使這套叢書自然而然以華人的經驗為主，然而人類文明是多樣的，華人的經驗只是其中的一部份而已，我們要努力突破既有的局限，開發更寬廣的天地，從不同的角度和層次建構世界文明。

「文明叢書」雖由我這輩人發軔倡導，我們並不想一開始就建構一個完整的體系，毋寧採取開放的系統，讓不同世代的人相繼參與，撰寫和編纂。長久以後我們相信這套叢書不但可以呈現不同世代的觀點，甚至可以作為我國學術思想史的縮影或標竿。

杜正勝

自序

近代以前，東亞、中亞、西亞、歐洲各民族與中國接觸時，在手工業製品和技術方面，得自中國者多，給予中國者少。因此中國手工業可以說是形成「地大物博」的「宗主國」政治權威之一重要物質基礎。直至二十一世紀的今日，Silk（絲）、Nankeen（南京棉布）、China（陶瓷器）、Tea（茶）等國際語言仍象徵著往昔燦爛的中國手工業，曾經贏得西方的讚嘆。

我在三十年前開始研究茶業史，當時所以醉心於茶葉，是因為它是東西文化交流的媒介，是英國在十八、十九世紀從事海上貿易時所展開的東亞三角貿易之重要一環；它所呈現出的飲茶文化是東方精神文化的象徵，同時也是西方物質文化的表相。藉著對茶業史的了解，我略微知曉了所謂「西力衝擊」的意義和內涵，也認識到十九世紀以來東方和西方交會時所迸放出的「火花」，從而湧出了愛鄉情懷。而在全球化議題發燒的今日，我們重新檢視茶葉在當時的流通情況及其影響，適足以說明它是全球化的中國商品。

基於這種認知，我撰寫了這本小書。試圖指出在全球化進程中，雖然以茶葉為飲料的習慣源於中國，經陸路與

海路傳播至世界各個角落。但在東方與西方，卻由於本身傳統文化的不同，環境的相異而產生不一樣的飲茶文化。西方是以英國為典型的紅茶文化，此紅茶文化飄逸著貴族的氣息，帶著重商主義的色彩，促使歐洲強權為了滿足對紅茶及其佐料的蔗糖的需求，不惜伸展帝國主義的魔掌，在當時所謂的「落後」地區一而再、再而三地製造殖民地，展開商品掠奪和人身買賣（奴隸）的活動。影響所及，中國茶貿易之開始發展、鼎盛、衰微，皆受制於外國市場。猶有甚者，當時支配貿易的外國商人為能確實獲得價廉物美之茶，於是向印度、錫蘭與日本發展茶栽培業與投資製茶工廠，強使亞洲茶葉生產國發生競爭。

本書就是從這些觀點去構思的，期盼能描繪出中國茶葉在近代世界史上所扮演的角色，顯現出它足以傲視咖啡、可樂等西方產品的多采多姿的一面。

兩三年來，若非中興大學文學院林富士院長（當時是中央研究院歷史語言研究所副所長）的不斷鼓勵與積極審查，我恐怕無法完成此書，現謹致以十二萬分的謝忱。政治大學歷史系彭明輝教授於百忙之中細心閱讀拙稿、指出不少謬誤，實在感激不盡。對三民書局編輯部的辛勞亦甚銘感。

回首這近三十年來的研究生涯，一股莫名的感慨不禁湧上心頭。先嚴和先慈一直是我最大的物質與精神支柱，

他們對學術的尊重與對新知識的不斷追求，影響了我走上學術之道。外子任洪的全力支持更讓我在失去慈親後產生繼續再衝刺的勇氣，從事太空科學工作的他，經常徜徉於浩瀚宇宙，卻鼓勵我關心自己的鄉土，浸淫在經濟史領域中；他時常在品茗之際，從外行人的角度提供不少意見，讓我不至於鑽牛角尖而能豁然開朗。現在我謹將這本有關茶葉的小著獻給他，以表敬愛之情於萬一。

陳慈玉謹識

2008年8月15日

南港四分溪畔



生津解渴

——中國茶葉的全球化

文明叢書序

自序

緒論 1

多樣的品茗文化 3

紅茶文化 3

綠茶文化 9

西方與東方的接觸 19

源起 20

《減稅法》的出現 23

英國市場對於中國茶的需求 26

中國國內鴉片之流入與白銀之流出 29

東印度公司獨占特權之廢止 33

廣東十三行的獨占特權	36
英國產業資本家與鴉片走私貿易	40
降低茶價與開放福州為通商口岸的要求	43
中國茶葉的國際貿易與生產	47
茶貿易之興盛	48
茶產地至通商港的路徑	50
茶葉的海上運輸	57
福建茶的生產與資本來源	68
新消費國之登場	81
中俄恰克圖茶貿易	82
磚茶與中俄貿易	85
澳洲市場之開拓	92
中國茶葉的國際競爭	95
競爭的過程	95
印度茶貿易之發展	101
日本茶貿易之發展	103
餘 論	109
參考書目	113

緒 論

如果從世界各國對茶 (te) 這個字的發音來看和「絲路」相提並稱的「茶路」，亦即茶自東方傳播到西方的路徑，也可以顯現出中國茶葉的全球化過程。

現在世界各國的語言中，對於茶的發音大致可以分為兩大系統，即中國廣東話的 CHÁ 和福建話的 TE(TAY)。臺灣的發音屬於後者，而屬於前者的有：日語 (CHA)、葡萄牙語 (CHA)、阿拉伯語 (CHAI)、俄語 (CHAI) 和土耳其語 (CHAY) 等；屬於後者的有：荷蘭語 (THEE)、德語 (TEE)、英語 (TEA) 和法語 (THÉ) 等。

至於這些發音的傳播路徑如何呢？根據日本人的研究，語言（發音）的傳播可分為陸路和海路二方向。即廣東話系統的 CHA 是經由陸路，向北傳送到北京、朝鮮、日本和蒙古，向西傳播到西藏、印度、中東、近東和東歐之一部分；至於俄國方面，則或從黑海沿岸、或從蒙古引進。在西歐，只有葡萄牙是屬於廣東話系統而非自陸路傳入的，那是因為葡萄牙直接統治廣東省的澳門，而從此地導入茶的緣故。另一方面，福建話的 TE 的系統，則深受與廈門開

始直接貿易的荷蘭所影響，茶經由荷蘭而擴展勢力範圍至西歐各國和北歐，這是從南海航路向西方的傳播。「茶」的發音的傳播當然和茶葉本身的擴散有關，因此以上的「茶路」應該是成立的。

多樣的品茗文化

中國唐代之時（七至十世紀），茶葉就已經成為重要的國內商品，而從中國的國內商品進一步成為國際性的商品，是由於近世各國東印度公司從事與亞洲間的貿易，使飲茶的習慣逐漸在歐洲人之間（特別是英國人）流行以後的事。

遠在四百多年前的十六世紀，產於東方的茶葉即曾經出現在西方人的遊記中，他們到中國、日本、印度、東南亞旅行時，發現中國人有飲茶的習慣，就是在空腹時喝一、兩杯茶能夠治療熱病、頭痛、胃痛等病痛。而到中國的上流家庭去訪問時，所接受的款待是喝茶，換言之，歐洲人與東方茶「最初接觸」時的印象是：茶是一種藥，是體現待客之道的飲料。這其實也是一般臺灣和中國人對其本地所產的茶葉的最初印象。隨著時間的流轉，在西方和東方卻出現不同的品茗文化。

紅茶文化

十八世紀初期的英國貴婦開始齊聚在茶几（tea table）

品茗，到了十九世紀，茶已經成為英國國民的飲料，並且逐漸形成英國特有的「紅茶文化」，此紅茶文化相異於東方的綠茶文化。今日世界茶葉中約有 80% 是紅茶，其餘的 20% 為綠茶、烏龍茶和包種茶，大多只在日本、中國和臺灣飲用而已。世界上有一半的紅茶是由英國人所消費的，紅茶成為他們日常生活的一部分，而且是極為重要的部分，早上一睜開眼，就在床上喝一杯茶以提神，然後才開始一天的生活。早餐時必喝茶，十一點鐘再喝茶，午餐時亦飲用，到了下午四點，是所謂的「下午茶時間」，晚餐時和晚餐後亦非喝不可。這種習慣即使在工作場所也一樣維持，亦即每天上午十一時和下午四時是“tea break”，所有的人都暫時放下手中的工作，在談笑風生中享受著紅茶的美味。招待客人亦大多以喝下午茶的方式來進行，一壺紅茶，加入牛奶和砂糖，配上蛋糕或餅乾、三明治，表現出主人的誠意。

英國人可以說是現在世界上最愛好紅茶的民族，其品茗方法中蘊藏著英國資產階級的高貴氣息，可以總稱為「紅茶文化」，這是在十八世紀開始醞釀，而於十九世紀的維多利亞時代所形成的。

英國的紅茶文化是資本主義的產物，從十八世紀初期間著茶几的貴婦人的飲茶開始，到十九世紀中葉時，已擴展到勞工階級和下層中產階級的生活之中，成為民眾的生



圖1 「紅茶文化」 喝下午茶的习惯，已成為英國特有的「紅茶文化」。圖為英國維多利亞女王（Queen Victoria，1819～1901年）舉行的下午茶宴。

活必需品。那麼，紅茶文化的特徵是什麼呢？就如同飲用紅茶時加入牛奶和砂糖所象徵的那樣，意味著物質的奢侈，或者說從這種品茗方式中可以顯示出物質文化導向。為什麼呢？因為英國人所發明的這種飲茶方式是始自十七世紀中葉查理二世（Charles II，1630～1685年）的皇后凱薩琳（Catherine Henrietta of Braganza，1638～1705年），當時不但茶葉價格高昂，而且依賴進口的砂糖的價格亦可與銀塊相匹敵，也不是王侯貴族所能負擔的。後來，由於茶葉的



圖 2 英國凱薩琳皇后像 她原為葡萄牙公主，嫁至英國後，也將東方的飲茶習慣帶入宮廷。此圖為 Dirck Stoop（約 1610～1685 年）所繪，現藏於英國國家肖像館內。

普及，砂糖的消費量亦隨著增大，砂糖是資本主義國家在西印度群島 (West Indies) 上利用非洲奴隸從事熱帶大栽培業的產物，砂糖進口量的增加和價格的下降，使英國貧民亦能和富民一樣地喝茶。因為茶和砂糖都依存海外的供給，所以就某種意義而言，它們刺激了當時資本主義國家的對外經濟活動。換言之，所謂的「紅茶文化」不但使十八世紀成為重商主義時代，並且逐漸成為重商主義時代的典型文化，帶有一種以控制殖民地為導向的性格，富有攻擊性及侵略性。因此紅茶文化逐漸發展成紅茶帝國主義，而支撐此紅茶帝國主義的支柱有二：一為確保西印度群島的砂糖殖民地，一為掌握中國茶的來源或確保在殖民地（印度、

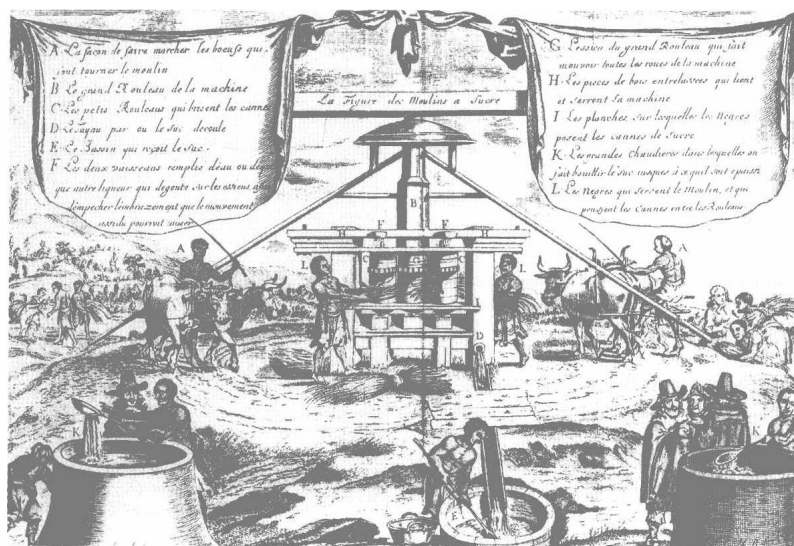


圖3 西印度群島奴隸的製糖流程 砂糖是英國「紅茶文化」不可或缺的要素之一，也是英國紅茶帝國主義的代表。為確保砂糖供應無虞，英國人必須把西印度群島牢牢握在手裡。

錫蘭 Ceylon 等地) 的茶樹栽培及其生產，如此，紅茶帝國主義如大鳥般地展開雙翼飛翔，一飛向西印度群島，一向東方。

那麼，當時另一種飲料——咖啡——的命運如何呢？咖啡大概在十七世紀中葉開始（與茶葉同時）以珍貴的舶來飲料的姿態流入英國，當時的供給地是阿拉伯半島的摩卡 (Mocha)，從事這方面貿易的是荷蘭東印度公司 (Vereenigde Oostindische Compagnie, VOC) 和英國東印度