

# 国家时刻与茶叶担当

文 | 宋时磊

2020年，蒙古国捐赠的3万只羊持续刷屏半年余，千里送暖羊成为热点话题，羊成为“抗疫明星”。羊来了之后，2020年12月8日，湖北决定向蒙古捐赠砖茶和红茶等物资，热词“羊来茶往”“投羊报茶”“你送我咩咩，我送你砖砖”等再次刷屏。

——  
细细看去，湖北向蒙古国的回赠，充满了中国智慧。

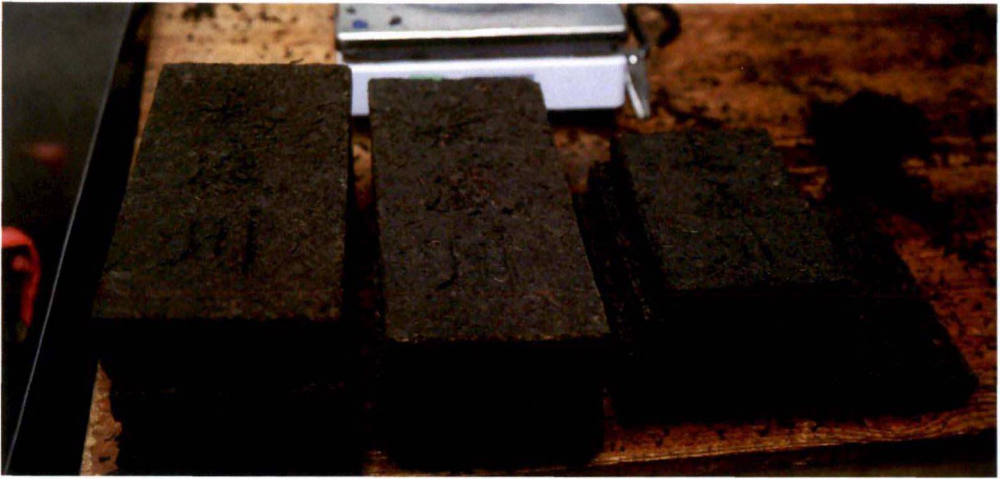
其一，礼尚往来，是中国传统的美德。2020年初湖北处于疫情风暴眼时，蒙古国总统巴特图勒嘎向习近平主席递交了蒙方向中方赠送三万只羊的证书。《礼记》记载：“往而不来，非礼也；来而不往，亦非礼也”，湖北向蒙古国回礼，体现了中国重礼仪、知

恩图报的情怀。

其二，吃羊肉、喝茶，在饮食搭配上相得益彰。蒙古国是以草原和放牧为主要经济的国家，日常饮食多乳制品和肉制品，蛋白质和脂肪的含量很高，少食维生素含量高的蔬菜等食物。茶叶作为一种饮品，有降脂肪、促消化的功效。早在唐代，封演《封氏闻见记》便有少数民族热衷于喝茶、以解腥肉之食的记载，边疆塞外少数民族甚至到了“一日无茶则滞，三日无茶则病”的程度。

其三，中国和蒙古国因万里茶道而结下深厚情谊。蒙古喜爱砖茶和红茶，这些茶主要来自中国。消费侧的需求拉动了供给侧的发展，从18世纪起晋商深入武夷山区从事茶叶收购，形成了从福建、湖北、河南、山西到俄罗斯的万里茶道，其中归化厅旅蒙商号大盛魁





是重要茶叶贸易商。太平天国运动后，福建茶运输受阻，汉口成为蒙古、俄罗斯等地消费茶叶的贸易津梁。比较有意思的是，蒙古人最喜爱的砖茶，主要产自汉口周边的赤壁羊楼洞。巧合的是，该茶产地从名称乍看也与羊有关（实则起源于宋元时期的“瑶楼峒”）。这次回赠增添了新时代万里茶道的一段佳话，加深了“一带一路”的中蒙情谊。

## 二

这次湖北向蒙古国捐赠的2万份青砖茶来自赵李桥茶厂的川字牌青砖茶、鑫鼎生物的长盛川青砖茶；2000份红茶来自湖北采花茶业的宜红茶。青砖茶约创制于清乾隆年间，以老青茶作为原料，用高温压制成砖头形状，主要产于湖北咸宁市。宜红茶是为满足国际市场需求而创制于19世纪中叶的一种红茶，因主要产于宜昌、恩施一带而得名。

细细回想，茶叶在重大事件和外交活动等“国家时刻”，扮演特殊角色不是第一次。

2020年3月，云南大益茶业集团以高

度的社会责任感，捐赠62.48吨益原素茶饮料，驰援武汉抗疫，让医护人员喝上便捷、健康的饮品。

2018年4月，习近平主席同印度总理莫迪在武汉举行非正式会晤，在东湖之畔品饮恩施玉露、利川红茶。一绿一红，都产自同样一片树叶，前者为中国所喜，后者为印度所好，只有加工工艺不同；长江恒河，都是大江大河所孕育的文明，前者为东亚文明翘楚，后者为南亚次大陆之荟萃，只是地理位置、位置不同。

2014年4月，习近平主席在比利时布鲁日欧洲学院发表演讲，谈到“正如中国人喜欢茶而比利时人喜爱啤酒一样，茶的含蓄内敛和酒的热烈奔放代表了品味生命、解读世界的两种不同方式。但是，茶和酒并不是不可兼容的，既可以酒逢知己千杯少，也可以品茶品味品人生”。在茶与酒中，寄托了领导人对于东方文明和西方文明的深刻理解——异质而兼容并包、和而不同。



### 三

如果进一步回望历史，会发现茶叶与国家命运紧紧联系在一起。鸦片战争，让中国被迫融入世界市场，最早“开眼看世界”的先驱和启蒙家林则徐、魏源等人，将茶叶视为“富源”。《海国图志》收录的文章称：“贸易中货物之利于人并利于税饷，舍茶叶外断无胜于此者。”英国因与清政府贸易中，耗费大量白银购买茶叶，贸易结构失衡，导致外汇短缺。为扭转局面，英国以印度为基地向中国贩卖鸦片，后因中国禁烟而悍然发动鸦片战争。因此，鸦片战争也可以说是“茶叶战争”。看似柔弱的片片茶叶，在当时，绝对算得上是“国之重器”，是中国对外贸易的第一大商品，货值长期占中国出口金额的50%以上。

而为了实现对中国茶叶的进口替代，英国从19世纪初开始，在印度阿萨姆等地大力

发展茶业，鼓吹印度茶的纯净以及中国茶的不卫生。1875年英国还出台《食品与药品销售法》，对进口茶叶的质量进行规制。在印度、锡兰和日本等国家的激烈竞争，以及英国的一系列打击措施之下，中国茶叶出口从1886年达到峰值后陷入衰颓，就此一落千丈，带来经济和贸易危机，进而加速了中国社会变革进程。

汉口是晚清仅次于上海的腹地第一大输出港，张之洞主政两湖时，深刻分析了茶叶贸易衰落原因，意识到中国茶业在近代的落后，根本上还是科技和教育的落后。1891年6月，55岁的张之洞在《札江汉关道另设学堂讲习方言、商务》中，决定在两湖书院外，另设学堂，教授方言和商务，来承担救茶农于水火、改造茶叶产业弊病、挽救华茶贸易危机、实现经济富强的国家使命。张之洞设想另设的学堂，

就是武汉大学的前身自强学堂，该学堂开办资金多是来源于两湖地区茶商的茶捐。

在日本侵略日益迫近的国家时刻，茶叶又一次承担起抗战的重任。1937年5月1日，官商合办性质的中国茶叶股份有限公司在南京创立了。该公司成立的目的在于改善茶叶品质，打破洋商输出垄断，推广运销，恢复中国茶叶在国际市场上的传统优势地位，为国家赚取外汇收入，实现茶业复兴。全面战争爆发后，公司总部从上海搬迁到汉口，又一路内迁至重庆，还想方设法在香港等地开辟外运通道，并承担了同苏联“以茶易货”的任务，用茶叶换回军备和战略物资。1938年底，中国茶叶公司又与云南省建设厅、富滇新银行合作，组建云南中茶贸易公司等，派遣范和钧、张石城等佛海（今勐海）设厂，制造砖茶及外销红茶，用于换取外汇、支援抗战。

新中国成立后，在计划经济时期，茶叶作为中国的特产，仍然长期承担着为国家赚

取外汇的重任。

一路看去，我们会发现在中国近代化转型发展、抗日战争等历史进程中，茶叶承担着独特的经济功能，是国家与国家竞争的重要商品，并带动了中国科技、教育等领域的进步。

在当代中印关系、中蒙关系、抗击疫情等重要的国家时刻，包括湖北茶在内的中国茶，承担了身心健康、外交关系、价值交流等极为特殊的角色，拉近了不同人群、不同国家人们的心理距离，成为文化交流的重要使者。

小小一片茶叶，在各种特殊的国家时刻，发挥了独特的贡献和历史担当。绿色茶叶里面，有的不仅是经济意义上的“硬黄金”，关系着千家万户的烟火和生计；还是文化意义上的“软黄金”，在特殊的历史节点有着非同寻常的使命。**茶**

（作者系武汉大学茶文化研究中心研究员、副主任）



# summary

## 16 / Special Coverage

### Tea in Spring Festival Celebrations

The report in Special Coverage this issue focuses on tea traditions during the Spring Festival in Jiangxi, Hunan, Sichuan, Fujian, Guangdong and Zhejiang. Of the traditions and practices also mentioned in the story is a deluxe box of tea and tea set for the Spring Festival, a tea gift in Japan to enhance intimate relations among family members, a tea cake in Germany for New Year's Day, and an online tea party in Austria. These traditions and practices celebrate the Spring Festival and the Chinese way of tea.

## 40 / Artistic Images

### Plum Flower Tea made in Anji

What's known as "December plum flower" blooming in the last lunar month began to fall before the Spring Festival started, which fell on early February this year. Qian Qunying, a tea master in Anji, a rural county in Huzhou in northern Zhejiang, produced his last batch of plum flower tea for this year. Now is the off season for tea sales, but the tea made with the petals of December plum flower is becoming increasingly popular with tea drinkers.



## 44 / Vision

### Tea in Diplomatic Relations

Tea has played a critical role in diplomatic relations between China and India, China and Mongolia as well as China's fight against Covid-19. Tea produced in Hubei and other provinces served as a cultural envoy in China's diplomatic activities. The gifted tea products from China are considered as media for health, diplomatic relations, value exchange so as to promote mutual understanding between different peoples and different nations. Tea is an important envoy for cultural exchanges.

## 60 / Best Views

### Appreciation of Purple-Clay Teakettles in Changxing

There are five yardsticks to evaluate purple-clay teakettles made in Changxing in northern Zhejiang. The five yardsticks are clay, appearance, craftsmanship, inscription, and function. The first four present the artistry of the making of a teakettle. The last concerns the functional use of a teakettle.