明清运河区域茶的分布及其商品化研究

郑民德[1]，于　宝[2]

（1. 聊城大学 运河学研究院，山东 聊城 252059；
2. 山东中医药高等专科学校，山东 莱阳 265200）

摘　要：明清时期京杭大运河沿线区域是全国重要的政治中心、经济中心与文化中心，众多的人口、兴盛的市场、生活的丰富，刺激了茶的种植、贩运与销售，茶成为了运河区域社会不可或缺的必需品。而饮茶之风的盛行又刺激了茶的商品化与市场化，大量茶馆、茶棚、茶庵纷纷设立于城市与乡村，并与信仰文化、慈善文化、民俗文化相结合，成为了运河文化的重要组成部分。

关键词：明清；运河；商品；社会

中图分类号：K248/K249　　文献标识码：A　　文章编号：1672-1217(2024)01-0125-07

收稿日期：2023-12-01

基金项目：山东省高等学校“青创科技支持计划”团队(2021RW011)：山东运河文化遗产研究创新团队。

作者简介：1.郑民德(1982-)，男，山东五莲人，聊城大学运河学研究院教授，历史学博士；
2.于　宝(1984-)，男，山东莱阳人，山东中医药高等专科学校讲师。

DOI:10.16284/j.cnki.cn37-1401/c.2024.01.012

明清两朝京杭大运河贯通北京、天津、河北、山东、江苏、浙江等地，成为了商品交流、文化沟通的重要廊道。在运河沿线区域社会，过去自给自足、封闭落后的小农经济受到了剧烈冲击，南北各地商人、客货云集运河沿线，刺激了当地市镇的发展与商业的发达，其中沿河百姓逐渐改变过去的农业种植结构，粮食占比降低，而茶叶、棉花、花生、烟草的种植规模逐渐扩大，这充分体现了大运河对沿线生产结构、经济发展、消费习惯、民众生活的重大影响。其中茶作为一种重要的经济作物，与民众生活密切相关，其分布区域、种植数量、商业化程度都达到了较高的水平，而茶税也成为了与盐税、地丁银、钞关税同等重要的国家财政重要来源之一，在维持与巩固明清王朝统治中发挥了巨大作用。运河区域的茶以水路运输为主，同时辅以官道，除向北京、天津、临清、济宁、扬州、苏州、杭州等著名码头与商埠集聚外，还辐射至运河沿线的市镇、乡村，形成了星罗棋布的茶叶市场与销售网点，而茶馆、茶铺、茶庵更是不计其数，广布于运河区域，茶文化逐渐融入到运河文化之中，同时与社会慈善、民间信仰、民众习俗相结合，成为了运河区域民众生活的重要组成部分。

中共中央办公厅、国务院办公厅联合印发的《大运河文化保护传承利用规划纲要》中指出，要加强对浙江杭州西湖龙井茶文化系统等重要农业遗产资源的监督管理、展览展示和宣传推介力度，“指导各地对农业文化遗产普查成果项目进行文化、生态、科研、景观和社会等价值挖掘，促进中华农耕文明的传承，推动优秀农耕文化遗产合理适度利用”，可见茶文化属运河区域农耕文化、商业文化、民俗文化不可或缺的组成部分，是大运河文化带建设的重要内容之一。

一、运河区域茶的分布与种类

茶的种植与饮用在中国有着悠久的历史，早在商周时期就已有植茶、饮茶的记载，隋唐宋时期饮茶之风盛行，形成了植茶片区与专业性茶叶市场，唐代陆羽的《茶经》充分体现了这一时期茶文化的兴盛，其内容涉及茶的起源、生产、器具诸方面，是中国乃至世界最早的茶叶专著。明清时期，随着京杭大运河的贯通与商品经济的发展，茶叶运输更为便利，茶叶交易数量庞大，在国家财政中的地位日益提升，而饮茶人员的增多，又刺激了茶的种植与销售，进一步加快了茶的流通与商品化程度。

(C)1994-2024 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved.　http://www.cnki.net

明清两朝运河区域茶的种植有着明显的地域性特征，与气候、土壤、降水、光照、种植结构等因素密切相关，受自然、社会两方面的影响。但总体看来看，以长江为界，江北地区虽有北京、天津、临清、济宁、扬州等较大规模的茶叶消费市场，在全国茶叶贸易中占有重要地位，但茶的种植区域较小、产量较低、知名品牌几乎没有，且多以野茶为主，没有形成大规模的植茶片区，本区域茶的商品化程度不高，对民众的增收效果不明显，无法与烟草、棉花、花生等经济作物相提并论。而长江以南运河区域，除有适合种植茶的自然条件外，而且民众种茶、植茶意愿强烈，无论是茶叶的种植范围，还是种类、产量都远超江北运河区域，茶作为经济作物在民众收入中占有重要地位，提高了他们的生活水平，丰富了他们的日常生活。

江北运河区域是指长江以北的里运河、中运河、会通河、南运河、北运河、通惠河沿线区域，主要包括北京、天津、河北、山东以及江苏部分地区，这一区域内人工茶的种植很少，基本没有成规模的茶叶片区，即便有少量茶叶的产出，也基本以野生茶为主，这些野生茶多生长于高山悬崖，不但无法保证产量，而且不易采集，在茶叶市场上影响力不大。明清北京作为国家都城，是一座消费性城市，茶店、茶铺数量众多，当地人几乎每天都饮茶，茶的消费量巨大，但北京基本只作为消费市场，茶的种植不见诸于史料。天津作为运河、海港交汇城市，茶多沿水路而来，或以天津为中转枢纽销往北京及内陆省份，或销往海外，城市之中茶叶商人云集，茶铺、茶店数量众多。但天津也没有人工茶的种植，只有所谓的各类野茶，这些野茶分布于天津所辖各州县，产量不高，如静海县有野茶，“俗名茶叶科，叶如柳，赤茎，高尺许。近日京津各茶商买此糁次茶销售，惜无人种植，故出产不多”①。静海还有名桃奴者，“桃奴，即经冬不落者谓之桃奴，开花前数日采之，当茶极香”②，其他菊花茶、槐花茶也有少量，但均未普遍种植。青县有草茶，“茶叶科所制，以其叶蒸熟，搓之为卷，曝干即成茶”③，销往北京、天津等地。河北运河主要流经沧州、泊头、景县、东光、吴桥等地，为漕粮、食盐、茶叶运输要道，所输茶主要来自于江南，本土所产极少，且多以野茶为主，如景县有茶“为多年生草，根入地甚深，盘结如拳大，拔之复生，为田家害。惟可制为茶，茶商坐庄收买，杂真茶内售之”④，实为野生草本植物的一种。山东运河沿线商业市镇非常发达，有临清、济宁两大茶叶市场，对于华北茶的调控与分配有着很大作用，甚至远销口外之地。山东本土茶多分布于沿河山岭之地，如费县有蒙山茶，“出自费县蒙山之巅，上接云雾，下附岩石，状似苔藓，色白，黑似石衣，其味清香，前苦后甘，生津止渴，宁咳化痰，回味尤良”⑤，蒙山茶为野生茶，且生长于悬崖峭壁之处，无法大规模人工种植，因此产量极少，价格高昂。峄县西有马头山，“有草焉，叶圆味馨，可饮，土人以代茶，不知其名也”⑥，为当地特产之一。泰山为五岳之首，其山产野茶种类甚多，“薄产岩谷间，山僧间有之，而城市则无也。山人采青桐芽，曰女儿茶。泉崖阴趾茁如波蘼者曰仙人茶，皆清香异南茗。黄芩芽时为茶，亦佳，松苔尤妙”⑦。江苏长江以北运河区域城市有徐州、宿迁、淮安、扬州等，这些城市虽是全国重要的茶叶交易市场，但本土茶的种类、产量也不是很多，仅稍高于山东、河北等地。宿迁宿城山上有悟正庵，“庵多茶树，东海茶以此地为最，风味不减武彝也，其名曰云雾茶”⑧，每年产茶一二百斤，在宿迁当地享有盛名。淮安有黄凉茶，以楷树芽为之。扬州蜀冈旧有茶园，其味如蒙顶茶，用于上贡，不过至明清时已无种植，本地茶知名者少。明清两朝，江北运河区域因受气候条件、土壤环境、种植结构的影响，茶叶种类较少，且多为野生茶，不但产量较低，而且几乎未有人工种植者，在全国茶叶市场的影响力较小。

江南运河区域城市包括江苏省镇江、常州、无锡、苏州四市及浙江省嘉兴、杭州二市，这些城市均位于亚热带地区，其气候、降水、土壤特别适宜茶的种植与生长，无论是茶的分布、种类，还是产量、商品化程

---

①③⑧朱自振：《中国茶叶历史资料续辑》，南京：东南大学出版社，1991年，第3页，第3页，第183页。

②白凤文：《民国静海县志》之《卯集.土地部》，民国二十三年(1934)铅印本。

④张汝漪：《民国景县志》，台北：成文出版社，1976年，第338页。

⑤朱泰：《万历兖州府志》卷25《物产》，明万历刻本。

⑥⑦陈玉中：《峄县志点注》，枣庄：枣庄出版管理办公室，1986年，第123页，第376页。

(C)1994-2024 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. http://www.cnki.net

度，都远超江北地区，是全国茶叶重要的种植、销售区域，形成了较为成熟的产销一体产业模式。据《茶史》载，“唐宋时产茶之地与所标之名称为昔日之佳品，今则吴中之虎丘、天池、伏龙，新安之松萝、阳羡之罗岕、杭州之龙井、武夷之云雾，皆足珍赏，而虎丘、松萝真者尤异他产，至于采造昔以蒸碾为工，今以炒制为工”①，可见苏州虎丘茶、杭州龙井茶属全国名茶，具有显赫的地位，形成了品牌优势与较大的社会影响力。其中虎丘茶极负盛名，“虎丘、天池茶，今为海内第一”②，“最号精绝，为天下冠”③，知名度在诸茶中独树一帜、遥遥领先。除此之外，苏州还有其他茶种，“茶以苏州碧螺春为上，不易得”④，所属吴县“西山产茶，谷雨前采焙极细者，贩于市，争先腾价，以雨前为贵也”⑤。杭州早在南宋时就已有白云茶、香林茶、宝云茶等名茶，后世不断改良，形成了明清时期的龙井茶，据《研经室集》载，“茗花，浙茶最多，杭州诸山所产皆名龙井，茶高三四尺，枝叶甚繁，秋末冬初，叶老开花如梅，五瓣、淡绿色”⑥，指出龙井茶为杭州所产诸茶的代称。《随园食单》则认为龙井茶为杭州山茶之最，其存储、烹煮方法为，“清明前者号莲心，太觉味淡，以多用为妙；雨前最好，一旗一枪，绿如碧玉。收法须用小纸包，每包四两，放石灰坛中，过十日则换石灰，上用纸盖扎住，否则气出而色味又变矣。烹时用武火，用穿心罐，一滚便泡，滚久则水味变矣”⑦。除虎丘、龙井茶外，洞庭东山茶、常州阳羡茶也为明清名茶，如“茶出洞庭包山者名剔目，俗名细茶，出东山者品最上，名片茶，制精者价倍于松萝”⑧，常州“洪武十年岁贡芽茶四十斤，岁进芽茶一万三千斤”⑨，两地所产之茶不但价格昂贵，而且作为上贡之物，送往京城，供皇室及官员饮用。其他无锡本山茶、丹徒云雾茶、句容乾茶、湖州紫笋茶，在运河沿线也享有很高的知名度。江南运河区域茶叶种类数量众多，产量较高，且商品属性很强，有着大量的种植者与销售人群，巨额茶叶可以通过京杭大运河、长江、淮河、卫河等水道及大路官道销往全国各地，影响力非常之大，形成了很高的品牌价值。

总体来看，明清时期运河沿线茶的分布具有明显的地域特征，与自然、社会诸因素关系密切，这种情况的出现既体现了茶的种植与市场并非完全一致，同时也反映了经济作物的种植往往受自然、社会条件的制约。通过对相关资料分析研究可以得知，明清江北运河区域茶叶种类较少，产量不高，品牌价值不大，且野生茶占有较大比例，茶的商品化程度不如江南地区，主要在本省或附近省份销售，没有形成全国性的茶叶品牌。而江南地区茶的种植呈普遍化趋势，民众有着悠久的植茶传统，有着熟练的植茶技术，因此茶的分布地域广泛，茶叶产量很高，并且形成了诸多在全国享有较高知名度的品牌，受到了不同阶层人群的欢迎，成为了市场上的紧俏产品，对运河沿线的茶叶市场有着重要的影响。

二、运河区域茶的商品化与市场

明清时期运河区域茶的种植、产量虽然在江北、江南地区差异很大，但茶叶市场在运河沿线的分布却较为均衡，主要集中于北京、天津、临清、济宁、扬州、苏州、杭州等著名码头与商埠，这些运河城市不但人口众多、商贾辐辏，而且商业发达、文化兴盛，市民收入较高，对物质、精神生活有着更高的要求，有适合茶叶大量销售的市场与人群。通过便利的水运交通，全国各地的茶商、茶叶源源不断的汇聚于这些运河商埠，或于此中转，或设铺经营，形成了东部运河沿线茶叶贸易带与市场圈。

---

①③刘源长：《茶史》卷1《茶之近品》，清雍正墨韵堂刻本。

②王士性：《广志绎》，北京：中华书局，1997年，第33页。

④周光培：《清代笔记小说》，石家庄：河北教育出版社，1996年，第563页。

⑤陆羽：《茶经》，南京：江苏凤凰科学技术出版社，2018年，第206页。

⑥阮元：《研经室集》卷7《甲子》，四部丛刊景清道光本。

⑦袁枚：《随园食单》，北京：北京联合出版公司，2016年，第213页。

⑧王维德：《林屋民风》，上海：上海古籍出版社，2018年，第218页。

⑨朱自振：《中国茶叶历史资料续辑》，南京：东南大学出版社，1991年，第188页。

(C)1994-2024 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. http://www.cnki.net

江北运河区域的茶叶市场主要集中于沿河大城市，其原因是由于这些城市交通便利、水运发达，运输茶的成本较低、利润较高，而且人口众多、消费水平高，大量茶叶通过运河由南而北转运而来。北京作为明清都城，集中了皇室、官宦、商贾、百姓等诸多消费人群，对茶的需求量很大，吸引了全国各地的茶商纷纷前来销售与经营，刺激了茶馆、茶肆的广泛设立，成为了不同群体情感交流、讯息互动的重要公共空间，如“大通桥西堰旧有茶肆，乃一老卒所辟，并河有廊，颇具临流之胜，秋日苇花瑟瑟，令人生江湖之思”①，“燕京通衢之中，必有茶馆数处，盖旗人晨起，盥漱后则饮茶，富贵者则在家中，闲散者多赴茶馆”②，大量的饮茶群体促进了北京茶叶市场的兴旺，不但每天茶叶交易量巨大，而且形成了丰富的茶文化，不断影响着民众的日常生活，成为了北京文化的重要组成部分。明清天津为河海港口，交通非常发达，茶路来源广泛，除诸茶商设铺经营外，清末更成为了茶叶外销的重要码头，“俄商来天津贸易，携带皮货等物皆中国所自有，牟利甚微，窥其意不在求售土货，以购买茶叶为主，彼国之嗜茶叶，每日必不可间缺……今俄人自来天津购买，捆载北还，既入其手，而欲于出口时分别放留必多支节，天津茶商大小不一，皆与俄人自相交易，散漫无可稽查”③，可见天津为中俄茶叶贸易的重要港口，茶叶市场极为发达。山东临清、济宁为华北重要茶叶转运枢纽，临清卫河西岸至州城土墙之间的狭长地带不但集聚了大量的粮店、棉花市，而且“本区的另一特点为茶叶店集中，大者二十八家，小者不计，南方茶船到临清，皆靠卫河西码头”④。临清茶主要来自于江苏、安徽、福建等地，品种有天池、松萝等，在诸茶商中，尤以山西商人的边茶转运贸易最为兴盛，茶船至临清后，或水或陆，输往北部边地，用于茶马贸易。康熙年间山西茶叶巨商韩四维曾捐资于临清卫河西岸建大王庙一座，规模宏大，以便于神灵祭祀、商业交流。济宁为另一运河名埠，其商业繁华程度不亚于临清，济宁通过运河与江南苏州、无锡、杭州相通，商业交流极为便利，大量江淮、江南茶叶源源不断的输往济宁，存贮于运河两岸的茶店之中，分售于济南、天津及附近州县。城中更是茶楼、茶馆林立，龙井、旗枪、碧螺春、猴魁、毛峰、蒙顶、银针、茉莉各色茶均有，价格差别很大，适合不同的人群消费。

江南运河区域茶叶贸易较江北地区更为兴盛与繁荣，除扬州、苏州、杭州等大城市外，甚至中等城市或一般市镇也有茶叶市场的存在，茶叶的商品化程度更高，市场层级更为复杂。清代扬州茶肆甲天下，茶的消费量巨大，清代小说《连城璧》里世芳通过贩卖稻子囤积金钱后，为使钱生钱，进一步增加利润，“又在扬州买了一宗芥茶，装到京师去卖，京师一向只吃松萝，不吃芥茶的，那一年疫病大作，发热口干的人吃了芥茶即便止渴，世芳的茶叶竟当了药卖，不上数月又是一本十利”⑤，芥茶产于浙江长兴县罗芥山，通过运河聚于扬州，并以扬州为码头行销四方。清末民初扬州茶叶市场异常繁盛，“茶叶岁销银币约五十万，扬州风俗，素喜饮茶，以举家日用计之，亦为大费”⑥，茶在民众日常生活中占有重要地位，是扬州重要的外销产品之一。苏州自古繁华，民众饮茶之风历史悠久，茶叶消费量巨大，为附近数省茶叶贸易中枢城市，《三湘从事录》载清顺治初年，流落民间的明定王朱慈焕与湖广人陈砥流因生活艰难，借银二十两于安徽芜湖买细茶一宗，“同徽客汪礼仙往苏州，卖与常州人杨秀甫，吴中虎丘相识。茶卖毕，同到常州”⑦，可见苏州为江淮诸茶商的重要集聚地，大量商人将茶贩运至苏州后，或卖于苏州茶商，或利用苏州便利的运河交通，或北上，或南下，销往全国各地。虎丘为苏州名胜，该地商贾辐辏、游人众多，各种茶店、茶铺林立，“阊门外山塘桥，到虎丘只得七里，除了一半大小生意人家，过了半塘桥，那一带沿河临水住的，俱是靠着虎丘山养活……一班老白赏却也闲淡得委实无聊，聚在山塘一带所在，或虎丘二山门下茶馆上、古董摊边”

①②朱世英等：《中国茶文化大辞典》，上海：汉语大词典出版社，2002年，第358页，第359页。

③葛士浚：《皇朝经世文续编》，台北：文海出版社，1972年，第82页。

④许檀：《明清时期的临清商业》，《中国经济史研究》，1986年，第2期。

⑤李渔：《连城璧》，北京：华文出版社，2018年，第107页。

⑥吴觉农：《中国地方志茶叶历史资料选辑》，北京：农业出版社，1990年，第30页。

⑦蒙正发：《三湘从事录》，北京：北京古籍出版社，2002年，第36页。

(C)1994-2024 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. http://www.cnki.net

⑧。苏州市场之茶，除外来者外，本地虎丘、天池二茶闻名天下，也占相当比例，“虎丘茶价重当时，真假从来不易知，只说本山其实妙，原来仍旧是天池”②，甚至二茶色味俱似，很难辨别，“土人以茶为业，隙地种遍”③，成为了当地民众增收的重要手段。杭州为浙江最大茶市，也是安徽、福建等省茶叶沿运河北上的重要转运枢纽，杭州人善饮茶，“杭州自古煎茶地，桂子香中得见无”④，有诗曰：“江南好，茶馆客分棚”⑤。明前期杭州虽已有专供茶事的茶博士，但无茶坊、茶馆，嘉靖中期后，“有李氏者，忽开茶坊，饮客云集，获利甚厚，远近仿之，旬日之间，开茶坊者五十余所”⑥，受李氏的刺激，大量民众纷纷效仿，开设茶铺，进一步扩大了饮茶习俗的传播，饮茶人员数量不断增加，茶文化在城市饮食文化中的影响力日益提高。除大城市外，高邮早在宋代时就“当江淮孔道，商旅所出入，多以贸易茶盐为业”⑦；仪真有茶市，诗称：“灯火分茶市，山门晚不扃。饮虹桥漱玉，筛月树摇星”⑧；丹阳有土茶，“每年二、三月间采之，风味不减武彝，近已有收买之者”⑨；其他乌青镇、于潜县、遂安县等地俱有茶市，属基层社会的茶叶贸易中心。

明清时期运河沿线城市是全国重要的茶叶市场，无论是茶叶的销售量、消费人群，都远高于其他区域。作为全国重要的政治、经济、文化中心，运河城市大量的人口、发达的商业、文化的兴盛为茶叶的商品化与市场化奠定了基础。市场的扩大一方面加快了外来茶的流入与聚集，同时也刺激了本土茶的种植，吸引了大量的茶商前来经营与贸易，而茶在民众经济、生活中地位的提升，又逐渐衍生出了运河区域的茶文化，并成为了运河文化的重要组成部分。

三、茶与运河区域民众生活

明清运河区域的茶文化既是对传统茶文化的继承，同时又受大运河文化的影响，有着自身的特征。同时茶文化并非孤立存在，而是与民俗文化、信仰文化、慈善文化相结合，是一种综合性、多元化的文化。在运河沿线诸多城市中，茶已不仅仅是一种饮品，而是与民众的物质生活、精神生活、社会生产密切结合，体现了人与人之间、人与社会之间的互动关系，诸多社会性的活动与人际关系往往通过茶文化予以体现，反映了茶文化的巨大社会影响力。

运河区域的茶文化往往与地方社会风俗相联系，相互影响、相互融合，成为了节庆习俗的重要组成部分。婚丧嫁娶是人生最重要的礼仪，在不同区域有着特定的仪式与活动，明清茶文化兴盛后，逐渐渗透到了这些礼俗之中。明代顺天府地区的婚俗，“合婚得吉相视，留物为贽，行小茶、大茶礼，娶前一日婿备物往女家曰催妆，新妇及门婿以马鞍置地，妇跨过曰平安妇，进房阴阳家唱催妆诗，撒诸果曰撒帐”⑩，茶礼为中国传统婚姻礼节中的重要聘礼，预示着婚姻的缔结及不可转移性，具有忠诚于婚约、信守承诺、矢志不渝之意。明人郎瑛曾言：“种茶下子，不可移植，移植则不复生也，故女子受聘，谓之吃茶，又聘以茶为礼者，见其从一之意”⑪，实质为婚姻中的道德规范与约束，并且茶礼这一习俗在运河区域的北京、河北、山东、江苏等地广泛流行。除婚丧嫁娶外，茶还与中国传统节庆密切结合，天津正月元旦，“长幼皆起，盛

---

⑧艾衲居士：《豆棚闲话》，北京：团结出版社，2017年，第115-119页。

②艾衲居士：《豆棚闲话》，北京：团结出版社，2017年，第116页。

③吴觉农：《中国地方志茶叶历史资料选辑》，北京：农业出版社，1990年，第168页。

④《清代诗文集汇编》编纂委员会：《清代诗文集汇编》，上海：上海古籍出版社，2010年，第664页。

⑤吴伟业：《吴梅村词笺注》，上海：上海古籍出版社，2008年，第7页。

⑥田汝成：《西湖游览志余》，上海：上海古籍出版社，2018年，第245页。

⑦范惟恭：《隆庆高邮州志》卷7《宦迹志》，明隆庆六年(1572)刻本。

⑧雷应元：《康熙扬州府志》卷26《古乐府》，清康熙三年(1664)刻本。

⑨朱自振：《中国茶叶历史资料续辑》，南京：东南大学出版社，1991年，第190页。

⑩官修：《畿辅通志》，石家庄：河北人民出版社，1989年，第263页。

⑪杜文澜：《古谣谚》，长沙：岳麓书社，1992年，第485页。

(C)1994-2024 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. http://www.cnki.net

衣冠设香烛，拜天地、拜祖先、拜父母以次而及，设盛馔和乐同享，各食角子取更新交子之意，亲戚乡里交拜履新，互相请席，名曰吃年茶”①，高唐州，“正月一日举家长幼男女皆夙兴盛服，先设香烛、茶果等物列拜于上下神祇，次具香烛、糕果、茶饭以祀其先而列拜焉，然后拜于尊长，其下各以长幼为序拜，已乃出见乡党宗族及亲旧”②。除年节外，九月九日重阳节时，天津“婚姻家相馈，用麦为糕，五色错杂，谓之重阳糕。寻菊登高，饮茱萸酒、菊花茶”③，宛平县“九月九日载酒具、茶罏、食榼，寻园榭丘阜为娱，曰登高，麦饼嵌枣栗为花糕，父母家必迎女归，亦曰女儿节”④。在传统节庆中，茶文化已成为了礼俗文化的一部分，与祭祀文化、节娱文化融为了一体，是民众社会实践的具体表达方式之一。

在运河沿线区域社会中，茶文化还与信仰文化、慈善文化密切相结合，不断影响着民众的精神世界与现实生活。明清时期，庙宇、茶棚免费施茶，成为了公益事业的一种表现形式，而这种形式往往有着特定的时空背景与文化因素。清康熙年间，天津人侯天顺乐善好施，“天津北门外有庵，旧为施茶地，庵久废，天顺即其地重立舍宇，夏则设饮，冬则为粥以食饿者”⑤，茶庵成为了扶危济困的重要公共空间，成为了传播慈善文化的场地。明崇祯年间静海县当南北孔道，“车尘马足之劳，攘者旦暮，骈接于兹，其烈焰烁膚，严飚砭骨，俾有行者难禁”⑥，为方便过往商旅，僧人晏林建茶棚供茶，同时棚内供奉弥勒佛、观音大士等神灵，过往民众既可以虔诚的祭祀神灵，又可以饮茶解暑，有着多方面的功能与作用。清代同治年间，山东冠县城东南二十里大里村每年四月初八日有泰山碧霞元君香火会，届时人烟辐辏，前来祭神、赶庙者甚多，旧有茶棚一座，因年久失修，“所赖四方贤人、君子善德资助，慷慨乐施，共成义举”⑦，使茶棚得以复建，极大方便了前来祭神、贸易者。清代吴桥县有刘姓善翁，乐善好施，造福乡里，曾建真武庙、泰山行宫，后梦三官神降临其宅，于是与其子建三官庙，“庙凡三楹，中塑像三尊，黝垩丹碧，一时焕然称伟观焉。周以缭垣，后为茶舍，择黄冠有道行者一人主持，给田若干亩，便祀厘岁供”⑧，庙中建有茶舍，以便于前来祭祀的信众饮茶。清代大城县有药王庙，每年四月十五日为药王诞辰，“畿南男女进香者以亿万计，时天气暑热，路人枯渴，求饮维艰，大城张家庄有善士陶士英、马德风、马其舆、张文彩、张林与章庄商秉恭六人合志在樊庄立茶棚一所，恭候进香善士，乐施茶水，普结善缘”⑨，后因樊庄位置偏僻，移于同县贾村，将茶棚进行了扩建，“盖有茶棚以来，而药王之灵以昭，善士之渴以解，大开甘露之门，遍愈沉绵之疾”⑩，充分体现了慈善与信仰的互动关系。

明清运河区域的茶文化有着丰富的内涵，其不仅仅体现于饮食、社交等方面，同时还与地方公共事务相结合，通过修建茶庵、茶棚以方便民众，这种行为并非单纯的工程建设，而是慈善文化、信仰文化在地方社会的传播与宣扬，有着发挥信仰彰善瘅恶、鼓励地方公共设施建设的目的。这些茶文化的资料主要分布于运河沿线方志中，“具有鲜明的地域性、资料性与丰富性，是辖区内自然、历史、经济、社会研究的重要基础资料”⑪，对于研究运河沿线茶叶种植、分布、商业化、市场化具有重要价值。

---

①薛柱斗：《康熙天津卫志》卷2《风俗》，民国二十三年(1934)铅印本。
②龙图跃：《康熙高唐州志》卷1《风俗》，清康熙五十一年(1712)刻本。
③李梅宾：《乾隆天津府志》卷5《风俗》，清乾隆四年(1739)刻本。
④王养濂：《康熙宛平县志》卷1《风俗》，清康熙二十三年(1684)刻本。
⑤李梅宾：《乾隆天津府志》卷28《义行》，清乾隆四年(1739)刻本。
⑥白凤文：《民国静海县志》之《酉集.人民部》，民国二十三年(1934)铅印本。
⑦康金镧：《冠县重修泰山香火会茶棚碑记》，清同治十二年(1873)四月初八日。
⑧倪昌燮：《光绪吴桥县志》卷11《艺文录》，清光绪元年(1875)刊本。
⑨徐国桢：《光绪大城县志》卷12《艺文》，清光绪二十三年(1897)刻本。
⑩徐国桢：《光绪大城县志》卷12《艺文》，清光绪二十三年(1897)刻本。
⑪周广骞：《山东运河区域方志序跋校注》，北京：中国社会科学出版社，2022年，第1页。

(C)1994-2024 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. http://www.cnki.net

结语

明清运河区域茶的分布与商品化深受交通因素的影响，便利的运河航道，促进了农产品的商业化、商货的转输及商人的聚集。运河沿线民众种植茶叶、棉花、花生的热情逐渐提高，经济作物在民众增收中的比例不断增大，不过即便如此，因受自然条件的影响，江南运河区域茶的种植明显高于江北运河区域，无论在茶叶分布、茶叶种类、产量与商品化方面均具有优势。而饮茶之风的盛行及运河沿线民众生活水平的提高，刺激了茶叶市场的兴起与繁荣，大量运河码头与商埠成为了茶叶销售与转运的基地，茶叶的交易量非常巨大，对于促进城市经济的繁荣发挥了重要作用。同时明清运河沿线为茶文化极其兴盛的区域，不仅茶店、茶铺纷纷设立，而且饮茶成为了民众的日常习惯，茶文化相当浓厚，并与慈善文化、民俗文化、信仰文化相互结合，成为了运河文化的重要组成部分。

Research the Distribution and Commercialization of Tea in Canal Area Ming and Qing Dynastie

ZHENG Min-de[1], YU Bao[2]

(1.Research Institute of the Canal, Liaocheng University, Liaocheng 252059, China;
2.Shandong College of Traditional Chinese Medicine, Laiyang 265200, China)

Abstract: During the Ming and Qing Dynasties, the area along the Beijing Hangzhou Grand Canal was an important political, economic and cultural center in China. The large population, prosperous market and rich life stimulated the cultivation, trafficking and sales of tea, and tea became an indispensable necessity for the society in the canal area. The prevalence of tea drinking has stimulated the commercialization and marketization of tea. A large number of teahouses, tea sheds and tea nunneries have been set up in cities and villages, and combined with belief culture, charity culture and folk culture, which has become an important part of canal culture.

Key words: Ming and Qing; canal; commodity; society

[责任编辑　山阳]

(C)1994-2024 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved.　http://www.cnki.net