

● 中国历史

论印度茶的崛起对晚清汉口茶叶市场的冲击

任 放

(武汉大学 人文科学学院,湖北 武汉 430072)

[作者简介]任 放(1964-),男,四川南充人,武汉大学人文科学学院历史系博士生,主要从事中国经济史研究。

[摘 要]进入 19 世纪 80 年代后,由于印度茶的崛起,汉口茶市受到来自国际市场的猛烈冲击,茶农、茶商均苦不堪言。究其原因,在于印度茶园采取的是在英国资本控制下的资本主义大生产,其规模经济产生的高效率,实非传统手工、分散经营、资金匮乏、厘税苛繁、信息不灵的中国个体茶农可比。这意味着,中国茶的成本必然高于印度茶,在价格竞争上没有多少优势可言。晚清汉口茶叶市场虽然受到印度茶不同程度的挑战而时有剧烈波动,但整体贸易状况仍属繁盛。个中原因,概有如下三点:一是俄国市场需求旺盛,常年刺激着砖茶的巨额出口。二是欧美市场仍看好华茶。三是国内需求大,这从晚清汉口茶馆业的蓬勃发展即可窥见一斑。

[关键词]印度茶;晚清;汉口;茶叶市场;冲击

[中图分类号] K258.3 **[文献标识码]** A **[文章编号]** 1000-5374(2001)04-0461-05

自 1861 年汉口辟为通商口岸后,汉口茶叶市场便充斥着华商与外商(洋行)的竞争。事实上,汉口茶叶贸易更大范围、更为激烈的竞争发生在国际市场。具体来讲,华茶在国际茶叶市场(主要是欧美市场)面临印度茶、锡兰茶、爪哇茶、日本茶的竞争,其中印度茶最有冲击力。据称,印度种茶始于 1834 年,“其后政府决议以移植中国种为便,……植物家又考究树质佳否,土宜如何,一一论究中国焙炼之法,政府并译其书布告于众”。40 年后,印度茶以其讲求栽培、制作精良、机械化程度高而成为华茶在欧美市场强有力的竞争对手。究其原因,在于印度茶园采取的是在英国资本控制下的资本主义大生产,其规模经济产生的高效率,实非手工传统、分散经营、资金匮乏、厘税苛繁、信息不灵的中国个体茶农可比^①。这意味着,中国茶的成本必然高于印度茶,在价格竞争上没有多少优势可言。19 世纪 80 年代,一担茶叶从产区运至汉口市场的成本不菲,细目如下(单位:两/担):

茶叶的实际成本	4.00 至 12.00	种茶人的捐税	0.51 至 0.51
子口税(或半税)	1.31 至 1.31	慈善捐	0.10 至 0.10
装箱、木箱、铅罐等	1.00 至 1.00	茶园工资和苦力开支等	2.00 至 2.00
烘焙与装箱	2.00 至 2.00	利息(约 10%)	0.15 至 0.15
运至港口搬运费	0.70 至 0.70		

据上,贩茶人在卖与外国人之前每担茶叶的全部成本为 11.77 至 19.77 两,若再加上茶叶运至伦敦的成本,则为:

外国买主的佣金和栈租等	1. 18至 2. 00	运费	2. 46至 2. 46
关税	2. 72至 2. 72	伦敦 码头与货栈费用	1. 23至 1. 23

这样,每担茶叶的成本则高达 19. 36至 28. 18两。据悉,在印度,茶叶在加尔各答以每担 14两售出即可赢利,这表明其成本至多为 10两,低于汉口市场的茶叶成本^②。如果考虑到印度比中国在地理上更接近英国,而且印度茶为英国资本直接插手生产与流通领域之产物,必定享有关税、轮船运费等方面的优惠待遇;如果对比一下汉口 19 世纪 70— 80 年代的茶叶价格(见表 1),那么就可以发现,印度茶在伦敦市场的售价低于包括汉口茶在内的中国茶,从而能够抢占更多的市场份额^③。

表 1 1876— 1887 年汉口茶季开始时的茶叶价格(单位:两/担)

年份	上等茶	普通茶	年份	上等茶	普通茶
1876— 77	44 至 47	13 至 18. 50	1882— 83	48 至 54	12 至 14
1877— 78	44 至 48	12 至 14. 50	1883— 84	46 至 50	13 至 15
1878— 79	48 至 54	15 至 17	1884— 85	44 至 48	14 至 17
1879— 80	42 至 49	12 至 14	1885— 86	46 至 50	13 至 16
1880— 81	48 至 52	14 至 16	1886— 87	47 至 51	14 至 17
1881— 82	45 至 52	12 至 13			

资料来源: N. C. H., 1886 年 11 月 17 日, PP. 521— 522. 参见前揭《中国近代对外贸易史资料》,第 2 册,第 1265 页。

19 世纪 70 年代,上海海关商务报告在列举印度茶叶出口量迅速上升时预言:“如果我们想到, 15 年前茶叶生产还是由中国垄断的情况, 这些数字就不仅表示印度茶已经成为一个可怕的劲敌, 而且几乎使人担心: 如果在种植和包装的方法上不求改进, 中国将完全被逐出国际市场, 这不过是一个时间问题而已”^[1](第 2 册, 第 1186 页)。相比之下, 中国茶在生产、包装、贮存、运输、销售各环节均属粗放式经营, 只能自恃茶叶故乡这张传统王牌, 与起步晚但发展快的印度茶展开艰难的较量。印度茶成为晚清汉口市场的重要输入品, 足以说明外国茶已对中国茶的市场占有率构成了威胁。

从 19 世纪 80 年代开始, 汉口市场受到了来自国际茶叶市场的冲击。不平等条约是近代中国商业贸易被动卷入国际市场的纽带, 汉口等近代商埠的繁荣是建立在外国商人的采购行为之上的。一旦中国商品丧失竞争优势, 也就意味着丧失了国际市场, 随之而来的必然是国内各商埠的土货出口一落千丈, 茶叶就是典型例证。当印度茶逐步抢占原本由华茶垄断的地盘, 那么华茶在国际市场上就面临着日益严峻的形势, 这自然影响到汉口茶叶的外销数量, 其结果就是中国茶商与茶农难逃厄运。1886 年, 汉口茶商倒闭者 3 家, 未倒闭者亦举步维艰, 竟然形成“百家中犹有数家获利”的萧条格局。1888 年, 两湖茶庄由 300 余家减为 181 家。当年《申报》报道, 汉口曾有 3 位茶商因外销茶叶受阻, 资不抵债, 被迫自杀。一位受雇于某洋商之茶商采办祁门茶, 运至汉口销售, 收入所得仅为成本 1/3, 因无力偿还茶栈债银 30 000 余两, 只得逃之夭夭。另有一位祁门茶商将红茶运抵九江向洋商兜售, 遭到拒绝, 只得转运汉口, 希望能卖个好价钱。不期遭遇大雨, 茶叶亏损甚巨, 该茶商跳江自尽。

外贸渠道不畅, 导致茶叶市场价格下跌, 贩茶利润微薄, 种茶成本上扬, 故茶商纷纷缩手, 连锁牵累茶农生计。安徽建德县, 因粤商采办红茶销往汉口而茶业兴旺。自清光绪四年(1878)后, “茶价渐低, 因而日形减色。今岁(清光绪九年, 即 1883 年——引者注)价更不佳, 亏本益甚, 故茶商之往建者, 较往年仅得一半, 而市面荒凉几无过问”^[1](第 3 册, 第 1475 页)。又如湖南巴陵县, 素以汉口为销场, “道光二十三年与外洋通商后, 广人每挟重金来制红茶, 土人颇享其利。日晒色微红, 故名红茶。……往时红茶多得利, 其贸本地之黑茶, 或杂山中树叶为之, 乃至无一叶茶。茶苦难得, 值益高, 始有自种者。今则红茶利益微, 业茶者亦衰耗矣”^[1](第 3 册, 第 1473 页)。清代湖北最大茶区羊楼洞亦命运不济, 陷入困厄之中。清光绪十一年(1885), 清廷大臣卞宝第在《体察鄂省加增茶课窒碍难行折》中指出:

鄂省武昌府属崇阳、咸宁等县, 均为产茶之区。向在蒲圻县属之羊楼洞地方, 设立茶厘总局, 并于各县城镇另设分局, 委员办理。每年收茶厘银约近二十余万两。该处所出红茶去销外销

及东西各口。从前每百斤售银五六十两,商贩园户获利尚厚;今头茶仅售银二十一二两至十八九两不等,二茶售银十三四两,子茶售银八九两,甚或跌至六七两。推原其故,盖因洋商稔知山中售价,开盘之初,抑价压秤,多方挑剔,不使稍有赢余,否则联络各帮,摈绝不买,华商成本不充,艰于周转,不得不急求出售,是以连年亏折^[1](第2册,第974-975页)。

羊楼洞乃汉口茶叶市场重要货源地,源头受损,其流亦枯。两年之后,即清光绪十三年(1887)十一月二十三日,江汉关税务司裴式楷在一份考察汉口茶务的文件中承认:

连岁茶价,往昔售叁拾余两至肆拾两壹担者,今只售拾陆两、拾柒两至拾捌两,其粗货竟有售至肆两、伍两壹担。在贩运商人,血本全糜,多难再举;间有余力者亦思改图别贸。惟山户小民,终岁栽植辛勤,不获一饭之饱^[1](第3册,第1473页)。

同年的一份汉口商务报告亦持悲观态度,坦言在印度茶的竞争压力下,“早已迫近在华茶贸易危机毕竟到来了。看来本年(1887年)很像是危机。没有争买的情形。茶叶虽然迅速地倾入市场,但销售得很慢。买主以市场主人的安闲态度对待着茶市。价格一跌再跌,直至最后才按低于常年价格20%左右的价格,慢慢地做了少量的交易。今年市场上有大量茶叶完全无法脱售。总之,今年茶市上,茶叶品质不高,价格很近,销路不旺;外商买卖的一般情况良好,其中某些人,特别是经营上等茶的外商,利润很大。中国商人损失极重,并且还要继续遭到损失”^[1](第2册,第975页)。

汉口茶叶市场的受挫,引起了湖广总督张之洞的忧虑。他冷静地分析了华茶诟病的内因和外因,认为:“至近年茶商亏本之由,洋商掊价之故,实因茶庄过多,每思侥幸蒙混,制造粗率,烟熏水湿,气味不佳,兼以劣茶掺杂。由于资本不足,重息借贷,更有全无资本,俟茶卖出以偿借债者。洋商渐知其弊,于是买茶率多挑剔,故抑其价。茶商债期既迫,只求速销偿债,而成本之轻重,不能复计。一经亏折,相率倒闭。其资本充足者,势不能不随众贱售。茶务之坏,多由于此”^[1](第2册,第976页)。张之洞一针见血地指出“茶务不讲求种植、制造,已非探源之策,其余俱属末节”^[2](卷118,《公牍三十三》,第19页)。尤为重要的是,他对引进外国机器更新生产工艺颇为热心,“近闻湖广总督张之洞在湖北集款八万金,置机制茶已肇端倪”。他奏请清廷“两湖商力甚薄,华商用机器造货,请缓加税”^[3](第405页)。与之同时,晚清出版之《湖北商务报》发表大量有分量的评论文章和茶商们的建策,一时间整顿茶务、除弊振新的呼声甚嚣尘上。在这个过程中,有一篇奏折值得我们注意。清光绪二十年(1894),湖南巡抚吴大澂会同张之洞上奏清廷,恳请在汉口设立湘茶督销局,专营湘茶出口事务,以与外商抗衡,“万一英商仍有勒掎之意,所议茶价不敷商本者,官为收买,分运香港、新加坡一带各口岸,照本出销”。遗憾的是,清廷借口驳回了奏议^[4](第1卷,第126-127页)。张之洞并未放弃努力,他把目光转向俄国市场,“惟有自行运赴俄国销售,庶外洋茶市情形可以得其真际,不致多一转折,操纵由人。然茶商力量较薄,必须官为提倡,方能开此风气”^[2](卷35,《奏议三十五》,第1页)。同年,他指示江汉关道恽祖翼将上等红茶200箱运销敖得萨,又委托顺丰洋行将100余箱红茶运销莫斯科、恰克图。尽管这一尝试很快失效,其意义却非同小可。

当华茶在欧美市场节节退败之际,所幸俄国市场仍为华茶垄断,这从一个侧面反映了俄国商人与晚清汉口茶叶市场之间的利害关系。附带提及的是,1891年华茶输出几为国际茶叶市场之半,但到1900年,印茶的输出额首次超过华茶。时至清末民初,印度成为国际茶叶市场的第一出口大国,锡兰上升为第二大国,中国下降为第三位茶叶出口国^①。“十月革命”后,中国又丧失了往昔购销两旺的俄国市场,华茶从此未能再度崛起,成为国际茶叶市场之霸主,汉口茶务亦随之一蹶不振。纵而观之,晚清汉口中国茶与外国茶之争概有三大战场:一是汉口本地市场,二是欧美市场,三是俄国市场。在汉口本地市场,虽有印度等国茶叶输入,但茶叶的大宗贸易始终围绕华茶进行。在欧美市场,印度茶以楔入英国市场为突破口(因其为英国殖民地,锡兰亦是),逐步打破华茶一手遮天的格局,第一次世界大战之后取中国而代之,时间跨度约为50年,可谓缓慢之致。应该强调的是,在本文所讨论的时段里(1861-1911),华茶在国际市场上所占份额仍然巨大。如1910年,印茶所占比例为34.05%,华茶稍逊一筹,仍占27.74%。职是之故,晚清汉口茶叶市场虽然受到印、锡等国茶叶不同程度的挑战而时有剧烈波动,但整体贸易状况仍属繁

盛。个中原因,概有如下三点:

一是俄国市场需求旺盛,常年刺激着砖茶的巨额出口。在 19 世纪 70 年代之前,华茶出口的最大销场是英国。进入 70 年代末、80 年代初,由于印度茶强有力的竞争,华茶输往英国的数量骤减,俄国迅即替代英国成为华茶最大主顾,而汉口正是俄商在中国采办茶叶的最大市场。与全国其他口岸如上海、九江、厦门、广州、福州不同,俄商是最早涉足近代汉口茶叶市场的外商,而且始终是最大买主,英商则排名第二,这是汉口市场茶叶对外贸易的重要特点。尽管 19 世纪 80 年代,汉口茶叶市场受到来自国际茶叶市场(主要是英国市场)的冲击,但俄商始终没有退出汉口市场,而且替代了英国在中国茶叶对外贸易领域的位置,所以汉口茶叶市场的繁荣态势能够一直保持到清末民初。

二是欧美市场仍看好华茶。1891—1910 年即晚清最后 20 年,华茶出口占国际茶叶市场销量的一半,至少也占 1/3。

三是国内需求大,这从晚清汉口茶馆业的蓬勃发展即可窥见一斑。晚清汉口茶馆业较之前清有了更大发展,不仅数量增多,而且消费方式也染上了西方色彩。清代前期汉口茶馆计有数十家。辟为通商口岸后,汉口茶馆的开业数伴随着商务、人口、城市建设的拓展而直线上升,1909 年达到 250 家,民国之后更飙升至 1300 余家^⑤。清末民初,在西风东渐、生活节奏加快的商业文化氛围中,汉口出现了怡心楼、汉上第一楼等设有雅座、戏厅、弹子房、阅览室的高档茶馆,主营上乘毛尖类茶品,兼营刨冰、汽水等西式饮品,专供上流社会和西洋人士享用,汉语与外语交织,颇有阳春白雪、中西融合之特色。此外,在前清露天茶馆的基础上,进一步发展出近代风格的坪台露天茶园,如维多利亚、德明饭店、天星花园、老圃花园、凌霄游艺场、扬子饭店、民众乐园、中南旅社、远东饭店、国强旅社等。由于茶叶的消费自清初以来便具有大众性,因此汉口也出现了一批具有民间乡土气息的大茶园,专供普通百姓在饮茶之际欣赏艺人们的弹唱、说书、杂技、戏曲等表演。所谓“汉镇自中外互市以来,习俗益靡,闾閻多仿西式,服饰、宴会多为奢侈,歌馆、舞台、茶寮、酒肆之间,冶游者车水马龙,尽夜无有止息。……盖俗之敝,未有若是之甚者”^[5](卷 21,《舆地志二十一·风俗》),当如是观。茶依旧是茶,所不同的是茶叶的商业地位在攀升,流通速度在加快,从业人员在增多,消费档次在提高,经营风格在变化。社会风气的变迁自然包括人们的消费时尚,晚清汉口饮茶之风盛行,尤其是茶馆业趋新、趋洋、趋阔的经营模式,是与茶叶在汉口市场商品结构中位列第一的优势地位分不开的^[6](第 83 页)。

注 释:

- ① 1890 年,汉口的一份商务报告曾分析印度茶、锡兰茶所拥有的优于中国茶的十一项有利条件,同时指出中国茶优于印锡茶的一项有利条件,即中国茶农“对于工作更加细心和辛勤。他们以经验代替科学,而能生产比目前印度产品香味更好的茶叶”。详见前揭《中国近代对外贸易史资料》,第 2 册,第 1215—1217 页。另据 1887 年 10 月 27 日《北华捷报》(North China Herald)称:“中国的小农生产是不能与印度的大茶园竞争的,前者正为后者所排挤。控制着伦敦茶叶市场的,正是这些有充足资本的大茶园,它们具有改良的机器以及最好的焙制技术。在中国,如湖北山区,拥有两三亩地的小茶农是不能和他们竞争的。”参见李文治编:《中国近代农业史资料》,第 1 辑,1840—1911 年,北京,三联书店 1957 年版,第 394 页。
- ② Commercial Reports, 1877 年,汉口,PP. 6—10. 转引自前揭《中国近代对外贸易史资料》,第 2 册,第 1213 页。在锡兰,茶叶离岸价格为每担 8.50 两到 9 两。离岸价格,亦称船上交货价格。简称 F. O. B. (英文 free on board 之缩写)。以货物装上运载工具为条件的价格。采用离岸价格时,卖方负责将货物装上买方自派或指定的运载工具,并承担将货物装上运载工具前的一切费用和 risk。由启运港到目的港的运费和保险费均由买方承担。
- ③ 1862—1911 年中国外销茶的平均价格(单位:海关两/担):红茶,最低价 14.80,最高价 30.53;绿茶,最低价 16.49,最高价 40.07。汉口茶叶的平均价格,1910 年最低价约为 22.00,最高价约为 107.00;1911 年最低价约为 29.00,最高价约为 117.00。参见许道夫编:《中国近代农业生产及贸易统计资料》,上海,上海人民出版社 1983 年版,第 246—248 页。
- ④ 对此,徐焕斗《汉口小志》(1915 年版)有详尽论述。徐氏云:“(汉口)出口之茶以红茶为大宗,绿者次之。红茶出于羊楼峒、咸宁、通山、通城、大冶、崇阳等处,盛行于西洋各国,而以英、俄销售为尤多。近则日本、台湾、印度、锡兰诸高山

温度适宜之处,皆遍种茶矣。且以化学研究其色泽、香味,以机器改良其碾、切、烘、筛,以铁道轮船便利其转运输送,以公司之资本、银行之周转为其购办之前矛,以政府之奖励、关税之免除为其销售之后盾。昔之需要于吾国者,今且供给于吾国矣。”(见该书《商业志》,第 39 页)洋洋洒洒,高屋建瓴,诚为不刊之论矣。

- ⑤ 参见皮明庥主编:《近代武汉城市史》,北京,中国社会科学出版社 1993 年版,第 755 页。另据徐焕斗《汉口小志·商业志》称,清末民初汉口茶馆计有 416 家,茶叶铺 72 家,茶食铺 44 家。

参 考 文 献

- [1] 姚贤镐.中国近代对外贸易史资料 [Z].北京:中华书局,1962
- [2] 张之洞.张文襄公全集 [M].北京:文华斋,1928.
- [3] 南开大学历史系.清实录经济资料辑要 [Z].北京:中华书局,1959.
- [4] 湖南省志编纂委员会.湖南省志 [Z].长沙:湖南人民出版社,1979.
- [5] 张仲忻,等.湖北通志 [Z].上海:商务印书馆,1934.
- [6] 杜七红.论茶叶对晚清汉口市场的影响 [J].江汉论坛,1999,(6).

(责任编辑 吴友法 涂文迁)

Indian Tea Impact to Hankou Tea Market in Late Qing

REN Fang

(School of Humanities, Wuhan University, Wuhan 430072, Hubei, China)

Biography REN Fang(1964-), male, Doctoral candidate, School of Humanities, Wuhan University, majoring in economy history of China.

Abstract Since 1880's in nineteenth century, Hankow market of tea had been given a violent impact from international market with the Indian tea. The reason was that Indian tea-making farm had adopted capitalism mode of production with manipulating from British capital. It's high efficacy from the scale-economy was superior to Chinese single peasant of tea which enclosed by traditional handicraft, separated management, seldom capital, height tax of Li, little information. Although there was often violent wave, Hankow market of tea had been keeping a good tendency on whole trade condition. Three things account for this occurrence: first, Russian market had much need; second, European and American market had also much need; third, domestic market need was large, this could be proved by growth of Hankow teahouse in the late Qing.

Key words Indian tea; The Late Qing; Hankow; market of tea; impact