第 47 卷第 5 期（总 321 期） 自然辩证法通讯 Vol.47, No.5 (Serial No.321)
2025 年 5 月 Journal of Dialectics of Nature May 2025

技术史视角下近代祁门红茶产销模式与生产技术之嬗变

The Evolution of Production and Marketing Models and Production Techniques of Modern Keemun Black Tea from the Perspective of the History of Technology

严武 /YAN Wu[1,2]　宋伟 /SONG Wei[1]　沈跃春 /SHEN Yuechun[3]

（1. 中国科学技术大学科技史与科技考古系，安徽合肥，230026；2. 合肥师范学院马克思主义学院，安徽合肥，230601；3.安徽省社会科学院，安徽合肥，230051）
(1. Department for the History of Science and Scientific Archaeology, University of Science and Technology of China, Hefei, Anhui, 230026; 2. School of Marxism, Hefei Normal University, Hefei, Anhui, 230601; 3. Academy of Social Science of Anhui, Hefei, Anhui, 230051)

摘　要：本文基于技术史的视角，系统分析了近代祁门红茶（简称“祁红”）产销模式的变迁，包括旧式产销模式、合作社生产模式及统制运销模式，并深入探讨了这种变迁对生产技术发展的影响。研究发现，旧式产销模式因小农生产的局限性，严重阻碍了祁红生产技术的进步；合作社模式作为统制运销前的探索，虽有所进步，但仍面临挑战；而统制运销作为政府挽救祁红产业衰退的重要举措，客观上促进了祁红生产技术的发展，并非与民争利。

关键词：祁门红茶　培制技术　产销模式　茶叶合作社　统制运销

Abstract: From the perspective of technological history, this study systematically analyzes the evolution of production and marketing models for modern Keemun Black Tea, encompassing the traditional production and marketing model, the cooperative production model, and the unified production and marketing model. It delves into the impact of these changes on the development of production technology. The research reveals that the traditional production and marketing model, constrained by the limitations of smallholder farming, significantly impeded advancements in Keemun Black Tea production technology. The cooperative model, as an exploratory step prior to the unified production and marketing model, demonstrated some progress but still faced challenges. Conversely, the unified production and marketing model, implemented as a crucial government measure to revive the declining Keemun Black Tea industry, objectively facilitated the development of production technology without competing with the people for profits.

Key Words: Keemun black tea; Cultivation and manufacturing technology; Production and marketing model; Tea cooperative; Unified system of transportation and marketing

中图分类号：S-09; K207　DOI: 10.15994/j.1000–0763.2025.05.008　CSTR: 32281.14.jdn.2025.05.008

基金项目：国家社会科学基金青年项目“印度技术挑战下的中国茶业现代化转型研究（1860–1949）”（项目编号：22CZS057）；教育部“新农科”项目“新农科建设中的农业知识产权教学与实践改革研究”（项目编号：2020387）。

收稿日期：2023 年 2 月 21 日；**返修日期：**2024 年 12 月 30 日

作者简介：严　武（1989–）男，安徽宿松人，中国科学技术大学科技史与科技考古系博士研究生、合肥师范学院马克思主义学院讲师，研究方向为中国近现代史、近现代科技史、中共党史等。Email: syc16@mail.ustc.edu.cn
宋　伟（1962–）男，安徽定远人，中国科学技术大学科技史与科技考古系教授，研究方向为知识产权、科学技术史等。Email: songwei@ustc.edu.cn
沈跃春（1962–）男，安徽怀宁人，安徽省社会科学院研究员，研究方向为社会建设与社会治理、科技哲学等。Email: shych62@163.com

近代以来，在全球红茶产业蓬勃发展的背景下，中国红茶曾凭借卓越品质占据全球市场主导地位，1886年出口量达历史顶峰，约1661325担，几乎垄断全球红茶市场。然而，自1896年以后，特别是1918至1933年间，中国红茶出口量急剧下滑，祁门红茶（简称"祁红"）亦未能幸免，出口量大幅缩减。[1]这一转变，既是全球市场竞争格局变化的体现，也是区域产业自身问题的反映。从全球史角度看，印度、锡兰等国红茶产业的快速崛起，对中国红茶构成了严峻挑战，加剧了国际市场竞争。而从区域史视角审视，祁红产销体系中的生产、制造、运输及销售等环节均存在不合理性之处，严重制约了其市场竞争力，加速了其衰落进程。[2]

尽管郑龙发、林小梅、梁仁志、魏本权、陈涛、余玲、康健等学者对祁红产制与运销进行了深入研究，但鲜有学者从技术史角度探讨祁红产销模式与生产技术发展的互动关系。[3]-[9]本研究基于丰富史料，系统梳理了祁红产销模式的变迁，进而考察不同产销模式对祁红生产技术发展的作用与影响，并探讨政府在此过程中的角色定位。本研究不仅关注祁红产销模式的演变，还将其置于全球红茶产业的大背景中进行考察，以期更深入地理解祁红乃至中国红茶产业在全球市场中的兴衰变迁。通过本研究，我们期望能为祁红产业的复兴提供历史借鉴，同时也为全球史与区域史互动研究提供新的视角和案例。

一、祁红旧式产销模式的困境

1. 祁红旧式产销模式与弊端

祁红的生产工艺复杂而精细，主要包括茶树栽培、毛茶粗制和精制三大核心工序。其中，茶树栽培及毛茶初制主要由茶农负责，而精制加工则由茶号完成。[10]这种分工模式在一定程度上体现了传统农业社会的生产特征，但也为后续的产销链条埋下了隐患。

在毛茶收购体系中，涉及茶贩、水客、茶行及茶号等多个主体，形成了一个错综复杂的利益链条。茶贩作为中间商，从茶农手中低价收购毛茶后转手高价卖出，从中牟取差价；水客则受茶号委托，前往产区代为收购毛茶；茶行则通过转售毛茶的中介服务获取佣金；茶号则负责精制加工并销往国际市场。[11]这一体系虽然在一定程度上促进了茶叶的流通，但也加剧了产销链条的割裂，增加了交易成本。

茶栈在传统茶叶贸易中扮演着多重角色，其核心职能是推销茶号生产的箱茶，同时作为茶叶样品的展示平台，以供洋商选购。[12]随着茶号制茶前期资金需求的增加，茶栈逐渐转型为茶业界的金融机构，尽管其自有资金有限，多依赖于银行、钱庄等金融机构的转贷来提供资金支持。

茶栈主要在上海、汉口等重要的通商口岸经营，尽管远离茶叶产区，但茶栈通过设立分号，开展放款、汇兑及茶叶转运等业务。在销售过程中，茶栈不仅推介与其有借贷关系的茶号所产的茶叶，还负责茶叶的转运工作。茶叶到港后，茶栈统一收执栈单，并抽取样品送交洋行品鉴。若品鉴合格，洋行与茶栈的通事将进行价格谈判，再由通事与茶号磋商，最终达成交易。

交易完成后，茶栈会通知茶号按期过磅。过磅过程由洋行、茶栈、茶号三方代表共同参与，确保公正性，费用由茶号承担。过磅时会扣除茶叶的自然损耗，以净重作为付款依据。货款支付方面，洋行通常在过磅后数日至数周内按99.5%的比例支付货款给茶栈。茶栈在收到货款后，一般会延迟开具清单，并扣除2%的佣金及一系列代垫付费用，这些费用名目繁多，一般可能会占总茶价的20%左右。（[13]，pp.211–213）

2. 祁红旧式产销模式下的生产技术与弊端

在茶树培植方面，茶树耕耘作业一年通常进行两次，分别在春季三月份和秋季八九月份。[14]祁门地区肥料使用以油枯饼与柴灰混合物或人尿粪为主，施肥频率一般每年一到两次，主要在二三月份和八九月份进行，以满足茶树营养需求。[15]鲜叶采摘主要在清明至立夏前，分为"头茶""二茶"和"三茶"，以一芽一叶或一芽二叶为佳。采摘后，生叶经摊薄晾晒、萎

凋、搓揉成条、发酵等初制工序制得毛茶，但在实际生产过程中会存在卫生和工艺不规范等问题，如用脚揉捻等。[16]发酵后的毛茶晒至五成干后便可出售给茶号。茶号购得毛茶后，进行初烘、筛分、再烘、老火烘干、花色分选、拣别、再次烘焙干燥等精制工序，最后分堆装箱制得成品箱茶。[14]

在实际生产过程中，为了降低生产成本，提高生产效率，茶农和茶号操作往往不够规范，会导致茶树栽培、采摘、初制和精制等环节均存在诸多问题。茶树栽培方面会存在树龄偏大、品种混杂、管理不善等问题。这些问题不仅影响了茶树的正常生长和发育，还可能会导致茶叶品质的下降。[17]采摘环节会存在采摘时间不当、方式不合理、装运不规范等问题。这些问题不仅影响鲜叶的质量，还会增加后续加工的难度和成本。[18]初制过程中萎凋不均匀、揉捻不充分、发酵不当等都会影响茶叶的品质。这些问题往往由于设备落后、工艺不规范等原因导致。[19]精制过程中烘焙不及时、不均匀等问题也时有发生。[20]筛分环节则存在筛分不细致、分级不严、形态不整齐、杂质去除不彻底等问题。[21]这些问题不仅影响了祁红的外观和口感，还会降低其市场价值。

3. 祁红旧式产销模式对技术发展的阻碍

在旧式产销模式下，茶农与茶号的经济状况普遍较差。他们往往缺乏足够的资金和技术支持来改进生产工艺和提高产品质量。由于利润微薄甚至亏损严重，他们难以承担技术革新所需的高额投入和风险。[22]这种经济条件的制约使得茶农与茶号在生产过程中只能采取保守和落后的生产方式以维持生计。

祁红旧式产销模式存在着严重的产销链条割裂问题。茶农与茶号虽然负责茶叶的生产和加工，但却对后续的运销环节失去控制。[19]这些环节多由茶栈与洋行等中介机构操控，导致产销链条不畅、信息传递受阻。这种产销链条的割裂不仅增加了交易成本，还削弱了茶农和茶号在市场上的议价能力，使得他们难以获得应有的利益回报。

此外，由于产销链条的割裂和信息不对称问题的存在，茶农与茶号往往难以获取准确的市场信息和消费者反馈。这使得他们在生产过程中难以根据市场需求和消费者偏好进行及时调整和创新。

在旧式产销模式下，祁红生产技术的传承与发展同样面临着诸多困境。一方面，由于茶农与茶号的生产规模较小且分散，导致技术传承缺乏连续性和系统性。另一方面，由于经济条件和技术水平的限制，茶农与茶号往往缺乏改进和创新技术的动力和能力。

此外，茶栈与洋行等中介机构对生产技术的漠不关心也进一步阻碍了技术的传承与发展。他们更关注于如何通过压低价格和剥削茶农和茶号来获取更多的利润，而非关注生产技术的改进和提升。[16]这种短视行为不仅损害了茶农和茶号的利益，也阻碍了整个祁红产业的可持续发展。

二、祁红合作社模式的探索与实践

1. 合作社模式的出现背景与运作机制

1932年，安徽省立茶业改良场为改变传统祁红产销模式中的种种弊端，积极推行合作运动，以期改进茶叶生产、降低生产成本、拓宽销售渠道。这一举措的核心在于成立合作社，实现茶叶的自制自销，从而避免中间商的层层剥削，集中力量提升茶叶品质与产量。[23]

合作社在成立之初，由于茶农对合作事业缺乏了解与信任，参与积极性不高，导致相关手续难以正常办理。为克服这一难题，安徽省立茶业改良场出资，以平里茶叶运销合作社为平台，吸引茶农参与。合作社按市场价收购茶农的毛茶，并为其发放售价登记证，确保交易透明公正，为后续的盈余分配奠定基础。[24]合作社四月开始制茶，五月完成两批茶叶生产，共售得三千八百二十五元，扣除开支后盈余五百七十八元。合作社通过排除中间商剥削降低成本，实现了盈利，而其他茶商因仍维持旧式运销体系普遍亏损。[25]通过以上一系列措施，合作社成功吸引了茶农的加入，并逐步实现了茶叶的自主生产与运销。

2. 合作社模式对祁红生产技术发展的影响

合作社模式作为一种自行生产、自行制造、自行运销的产销模式，相较于传统的祁红产销模式具有显著优势。传统模式以小农生产为主，茶农与茶号规模较小，产量有限，且各项成本开支居高不下，导致生产成本相对较高。[26]而合作社模式通过规模化生产、规范化管理以及部分机械化加工（如揉捻、发酵等工序的机械化替代），有效降低了生产成本。[27]同时，合作社排除中间商的层层盘剥，大幅降低了销售费用,使得茶农与社员的收入得到显著提升。[28]在盈利的基础上，合作社加大了对祁红生产技术改进的投入，推动了生产技术的规范化与现代化发展。[29]因此，从技术发展的角度来看，合作社产销模式相较于旧式产销模式无疑是一种进步。

3. 合作社模式的价值与意义

祁红合作运动的成功实践，不仅为茶农带来了实际的经济利益，也为安徽省政府后期实施祁红统制运销政策奠定了坚实的基础。[7]合作社模式通过优化产销流程、降低成本、提升品质，有效推动了祁红产业的发展与升级。同时，该模式也为其他地区的茶叶产业提供了可借鉴的经验与模式，对于促进整个茶叶行业的健康发展具有重要意义。

因此，合作社模式的探索与实践，不仅为茶农带来了实实在在的经济利益，也为整个茶叶产业的升级与发展注入了新的活力与动力。

三、祁红统制运销的经过与影响：一场官商博弈与技术革新的探索

1. 官商博弈：祁红统制运销的艰难起步

1936年，中国茶业正面临前所未有的挑战。在全球经济一体化的大背景下，中国茶叶的国际市场竞争力逐渐减弱，尤其以祁红为代表的高品质茶叶。安徽省政府在当年2月份召开的全国经济委员会茶业技术讨论会上提出了统制祁红运销的议案。该议案迅速获得通过，标志着祁红统制运销的正式启动。

安徽省政府积极行动，派人前往江西接洽，旨在进一步扩大统制运销的范围。皖赣两省一拍即合，共同组建了皖赣红茶运销委员会（简称“运委会”），并制定了详细的实施纲要。该纲要在皖赣两省政府委员会会议上相继获得通过，为祁红统制运销奠定了坚实的政策基础。同年4月1日，运委会在安庆正式成立。[30]

然而，祁红统制运销的推进并非一帆风顺。运委会设总运销处于上海后，立即遭到了洋商和茶栈的强烈反对。他们通过致电政院财、实两部及皖省府等方式，要求撤销运委会，并以停兑作为要挟。[31]面对这一严峻形势，政府不得不进行多方协商，并做出了部分妥协与让步。对于茶栈之前的债权债务问题，政府予以了妥善安排，并安排茶栈人才参与运委会事务，以缓解矛盾。[1]同时，对于洋商提出的请求，运销处也经商议后做出了承诺：该年先与洋商交易，不自行出国销售，交易费用照旧，并保证货样一致，否则照价赔偿或退还。[32]这些妥协措施虽然在一定程度上损害了统制运销的权威性，但也为祁红统制运行的顺利推进赢得了宝贵的时间和空间。

2. 改进生产、降低成本：统制运销过程中的核心举措

在统制运销过程中，为了提高祁红品质并降低成本，采取了一系列举措。首先，为提升茶叶品质，实业部派遣专业技术人员分驻各祁红产地，对茶叶生产进行切实指导，防止粗制滥造。这些专家不仅监督茶商按照国外茶商的要求改良茶箱，如加固木条、改用锡罐封装等，以便远距离运输。此外，还通过商品检验局在茶产区进行就地检验，确保出口时无需重复检验，从而简化了销售手续，提高了效率。[1]

产地检验作为提升品质的关键环节，主要从六个方面开展：一是监督均堆，防止茶号掺假混装；二是开汤检验，通过外观、香气、滋味、汤色、叶底等多方面评估茶叶质量；三是出口检验，将产区茶样送至上海进行复检；四是茶箱检验，确保茶箱符合规定标准，确保茶叶品质；五是烘茶师登记，对烘茶师进行技术评估与奖惩；六是卫生检查，确保茶叶加工环境无异味污染。[33]

此外，统制运销过程中给祁红产区茶号登记，对接商业银行，为其提供低息贷款，以降低茶商的生产成本。茶商申请的贷款较以往茶栈贷款利息降低将近一半，每月为茶号节省利息10493元，有效减轻了茶商的经济负担。（[32]，p.20）

在运输方面，统制运销后，祁门、建德、浮梁等地的茶叶多改为陆路运输，这不仅缩短了运输路程和时间，还部分节约了运费，并减少了运输损耗，进一步降低了成本。[34]

在推销环节，运委会也进行了改革。通过成立专门品质评定委员会负责评价事项，避免了以往茶栈推销时各自为政、低价竞争的情况。同时，运销处统一与洋商交易，革除了茶栈的种种陋规和剥削行为，尽管因历史积弊与洋商达成了部分费用照旧的折中办法，但总体上仍降低了销售的费用和成本。（[32]，pp.37–39）

3. 为民争利：政府在祁红统制运销中的角色与贡献

在祁红统制运销的过程中，政府扮演了推动者和监管者的角色，客观上是在为民争利，通过一系列政策措施，显著降低了茶商的经营成本，促进了祁红产业的复苏与发展。

首先，政府通过为茶商提供担保，协助其从银行获取低息贷款，有效缓解了茶商的资金压力。具体而言，运委会与银行签订借款协议，为茶号申请了总计1499050元的贷款，贷款利息仅为八厘，远低于以往茶栈提供的最低一分五厘的贷款利息，大幅降低了茶号的融资成本。（[32]，p.20）尽管有人质疑政府此举是在与民争利，尤其担心以“四大家族”为首的官僚金融资本成为最大受益者，[5]但实际上，这种看法忽略了政府在这一过程中所承担的风险与成本。在未实行统制运销前，茶栈虽也从银行贷款，但银行与茶栈之间已建立了长期稳定的合作关系，风险相对较低。而统制运销后，银行需面对众多规模不一、信用状况各异的茶号，这无疑增加了银行的放贷风险和成本。因此，从银行的角度看，统制运销并未直接为其带来更多利益，反而增加了工作量和金融风险。同时，政府在此过程中不仅为茶号提供担保，还需在出现坏账时向银行进行赔付。

其次，政府在祁红技术改良方面投入了大量资源，旨在提升祁红的品质和竞争力。自1915年起，政府便持续投入经费用于祁红生产技术的改良工作。例如，1915年农商部在祁门平里设立改良茶厂，并每年划拨经费支持其运营。[35]1934年，经委会进一步拨款六万四千元改建祁门茶业改良场，并每年由实业部拨款一万二千元、安徽省拨款八千元作为祁门茶业改良场的经营经费。[36]实行统制运销后，祁门茶业改良场继续发挥重要作用，指导茶号规范生产，监督制茶技术，并实行产地检验，以确保祁红的品质。[37]这一系列举措不仅体现了政府对祁红技术改良的重视，也反映了政府通过技术创新推动产业升级的决心。

此外，政府还通过免除或减轻茶税的方式，进一步降低茶商的经营成本。早在1919年，为支持茶叶出口，农商部便决定减免茶税，以降低茶叶的成维持其外销。免除出口华茶海关税两年，内销茶税减半。[38]茶税减免政策一直延续至1925年。[39]1931年改征箱茶营业税后，依然免除出口箱茶营业税。[40]1935年，为了扶持祁门茶叶产销合作社发展，安徽省政府豁免其茶叶税五年。[41]这些税收减免政策有效降低了祁红的出口价格，提高了其在国际市场上的竞争力。从这些减税的措施可以看出，政府并非出于“与民争利”的目的，而是通过给茶商减负来促进茶产业的发展。

虽然从主观上来说，政府扶持祁红发展，施行统制运销是为了提高祁红出口额，进而换取更多外汇，为战时提供物资储备，[42]但从客观上来说，政府在祁红统制运销过程中扮演了较为重要的角色，通过为茶商提供担保、获取低息贷款、划拨经费支持技术改良以及减免茶税等一系列政策措施，降低了茶商的经营成本、提升了祁红的品质和竞争力。[1]因此，从客观上来说此次政府实行的统制运销并非“与民争利”，而是对祁红产业快速衰落的一种有效救济。

4. 实行统制运销后对祁红生产技术发展的影响

从技术发展的视角审视，祁红统制运销的

实施对祁红生产技术的改进与革新有显著的正向效应。在传统模式下，茶栈与洋行作为连接生产者（茶农、茶商）与消费者的中介机构，由于历史原因形成了对茶叶销售末端的垄断地位。（[13]，pp.237–240）在近代中国小农经济背景下，茶农与茶号因资金匮乏以及议价能力较弱，常处于产业链弱势方，不得不依赖茶栈提供的销路及资金支持。茶栈往往借此设定诸多陈规陋习，不仅提供高息贷款，还对茶号进行盘剥，[43]茶号又将这些负担转嫁给茶农，导致茶农与茶号利润微薄，甚至出现连年亏损。在此情境下，茶农与茶号因无法从茶叶生产与销售中获得足够回报，生产积极性受挫，茶园管理松散，制茶过程粗制滥造，更遑论对祁红生产技术进行革新与提升。因此，从技术发展的角度来看，茶栈与洋行的存在不仅没有促进祁红生产技术的进步，反而形成了阻碍。

政府通过成立运委会，部分取代了茶栈与洋行的角色，为茶农与茶商提供银行低息贷款，并革除茶叶运销过程中的种种陈规陋习。这一举措大幅降低了茶农与茶号的生产成本、经济负担及销售费用，拓宽了其获利空间，激发了其生产积极性。[44]同时，政府还投入专门经费用于祁红生产技术的改良，这使得茶农与茶号更易接受并实施新技术的改良措施，规范了茶叶的培植与制造工序，持续提升了祁红的品质。这一系列举措不仅挽回了祁红昔日的国际声誉，还重新夺回了其在国际茶叶市场上的份额，形成了一个良性循环，为祁红生产技术的持续发展奠定了坚实基础。

结　语

在全球史与区域史的互动视角下，祁红产销模式的变革不仅是地方经济自我调整的结果，更是全球经济一体化趋势与区域特色相结合的产物。

19世纪末，随着全球贸易的扩张，祁红作为中国传统名茶，其产销模式深受国际市场影响。在旧式产销模式下，茶农、茶商、茶栈与洋商之间形成了复杂的利益关系，[45]其中茶农与茶商因处于产业链前端而饱受剥削，这不仅限制了祁红生产技术的提升，也阻碍了其国际市场的拓展。这一区域性的产销困境，实则反映了全球贸易体系中发展中国家面临的普遍挑战。

进入20世纪，随着全球经济一体化的加深，各国纷纷寻求通过制度改革来提升本国产业的国际竞争力。在此背景下，安徽省立茶业改良场推行的合作运动与随后的统制运销政策，成为祁红产销模式变革的关键节点。这些改革不仅旨在通过规模化生产、机械化制茶、规范化管理以及新技术推广来提升祁红的生产效率与品质，[46]更体现了地方政府在全球经济一体化趋势下，主动寻求区域特色与全球经济体系相融合的努力。

统制运销的实施，更是区域史与全球史互动的生动体现。政府通过政策引导与资源配置，积极介入市场经济，推动祁红产业的转型升级。这一过程不仅反映了地方政府在全球经济一体化背景下的战略选择，也展示了区域特色如何在全球经济体系中寻找定位并实现自我超越。

综上所述，祁红产销模式的变革是全球史与区域史互动的结果。它不仅是地方经济对全球经济一体化趋势的响应，也是区域特色在全球经济体系中寻求定位与突破的体现。这一过程不仅为祁红产业的复兴奠定了坚实基础，也为其他区域在面对全球经济挑战时提供了有益的启示与借鉴。

［参考文献］

[1] 改善红茶运销意义与经过——皖建厅长刘贻燕报告[N]. 国际贸易导报, 1936–05–26（9）.

[2] 吴觉农、范和钧. 中国茶业问题[M]. 上海：上海商务印书馆, 1937, 237–243.

[3] 郑龙发. 1936年祁红运销纷争探微[J]. 安徽史学, 2000,（4）: 80–83.

[4] 林小梅. 民国时期祁门红茶改良研究（1932–1941年）[D]. 武汉：华中师范大学, 2008.

[5] 梁仁志. 从“为民争利”到“与民争利”：1936年的祁红统制[J]. 中国农史, 2008,（2）: 58–68.

[6] 魏本权. 茶叶产销合作与茶区乡村变迁：以民国时期皖赣茶区为例[J]. 古今农业, 2009,（4）: 94–103.

[7] 陈涛. 华茶销售衰败与祁红统制运销中的官商权势纷争[J]. 安徽史学, 2011,(2): 117–122.
[8] 余玲. 皖赣红茶统制运销研究[D]. 安徽: 安徽大学, 2015.
[9] 康健. 近代祁门茶业经济研究[M]. 合肥: 安徽科技出版社, 2017.
[10] 张宗成、严赓雪. 祁门红茶区茶业近况[J]. 实业部月刊, 1936, 1(8): 102–143.
[11] 皖南之茶叶[N]. 申报, 1914–06–03.
[12] 毕卓君. 徽茶[N]. 申报, 1927–06–27.
[13] 吴觉农、范和钧. 中国茶叶问题[M]. 上海: 商务印刷版, 1936.
[14] 洪素野. 皖南旅行记[M]. 桂林: 中国旅行社, 1944, 137–143.
[15] 刘家璠. 安徽茶业状况[N]. 大公报(天津), 1922–12–14.
[16] 祁门茶业改良场第一年工作报告[Z]. 南京: 中国第二历史档案馆, 档案号: 四二二(2)2067, 48–50.
[17] 王兴序. 安徽秋浦祁门两县茶业状况调查[J]. 安徽建设, 1929, 6.
[18] 程世瑞. 祁门的红茶[J]. 农村合作, 1937, 2(3): 113–119.
[19] 唐海. 农村调查: 祁门毛茶的产销过程[J]. 中国农村, 1941, 7(3): 27–31.
[20] 张祖声. 关于祁红植制之一得[J]. 茶声半月刊, 1939(1): 5–9.
[21] 黄奠中. 祁红现有采制技术上之缺点及其改进方法[J]. 茶声半月刊, 1940,(22): 233–235.
[22] 皖祁门红茶产销现状[J]. 中行月刊, 1935, 11(2): 106–108.
[23] 安徽祁门县平里村、坳里村无限责任信用运销合作社之调查[J]. 农友, 1934, 2(3): 25–28.
[24] 子良. 祁门平里茶叶运销合作社报告书[J]. 国际贸易导报, 1934, 6(8): 129–148.
[25] 适安. 徽茶之研究[J]. 徽光, 1934,(2): 67–73.
[26] 祁门推广合作社改良茶叶[N]. 农村合作月报, 1936–03–01.
[27] 尤庄. 怎样才是一个真正的茶农合作社[J]. 茶声, 1939(2): 8–9.
[28] 李焕文. 安徽祁门、婺源、休宁、歙县、黟县、绩溪六县茶叶调查[N]. 工商半月刊, 1935–10–05.
[29] 祁门茶叶合作社谋改良红茶[J]. 四川经济月刊, 1937, 8(1): 17–18.
[30] 中国之制茶事业[N]. 申报, 1936–01–01.
[31] 反对皖省统制祁茶–洋莊茶业议决停兑洋[N]. 申报, 1936–04–21.
[32] 皖赣红茶总运销处工作报告[N]. 经济旬刊, 1936–11–15.
[33] 祁红区茶叶产地检验工作报告[M]. 上海: 实业部国产检验委员会, 1936, 17–23.
[34] 姚方仁. 运销统制下的祁红输出手续[J]. 国际贸易导报, 1936, 8(11): 45–53.
[35] 农商部改良茶厂[N]. 申报, 1915–12–12.
[36] 祁门设立茶叶改良场[N]. 申报, 1934–08–31.
[37] 吴觉农、胡浩川. 祁门红茶复兴计划[Z]. 南京: 中国第二历史档案馆, 档案号: 四二二(2)2065, 26–28.
[38] 呈准减免出洋华茶税厘一案通行遵照由[N]. 农商公报, 1919–11–15.
[39] 茶商一致电请续免税厘[N]. 申报, 1925–12–09.
[40] 出洋箱茶减征营业税[N]. 申报, 1931–05–29.
[41] 祁门茶叶免税为期五年[N]. 首都国货周报, 1935–07–22(4).
[42] 实业部商业司关于暂停皖省绿茶运销统制函[Z]. 南京: 实业部档案, 1936.
[43] 皖赣红茶运销委员会第一年工作报告[M]. 民国史料丛刊(554). 郑州: 大象出版社, 2012, 7.
[44] 吴觉农. 为什么要统销茶叶[J]. 茶声, 1939,(1): 2–3.
[45] 农菊. 徽州产茶[N]. 人民周报, 1933–07–14.
[46] 调查祁门茶场报告[Z]. 南京: 中国第二历史档案馆, 档案号: 四二二(2)2388, 19–21.

[责任编辑 王大明 柯遵科]