

“当时钟敲响四下时，世上的一切瞬间为茶而停。”正如这首英国歌谣所传唱的那样，17世纪，中国茶叶传入英国后，迅速成为英国上至王公贵族，下至黎明百姓生活中重要的社交方式和线下消遣。

为了营造一个“原汁原味”的饮茶环境，英国人对中国风物“上瘾”，开始了对一切中式风格物品的模仿，中式美学和中国文化潜移默化地被运用到了各个设计领域，甚至影响了全民的生活方式。

近日，《茶杯里的想象——18世纪中英茶叶贸易与设计文化交流》由上海人民美术出版社出版，澎湃新闻与该书作者、编者进行了对话。

从对茶的追捧开始，中国风物改变了18世纪英国人的艺术品位和审美趣味，丰富了民众的家居装饰风格，体现在艺术领域的“中国热”的源头是中国进口茶、瓷器、丝绸、家具、墙纸、珐琅、漆器等等，这些东方商品凝聚了东方的智慧、灵感与生活方式。虽然有时候英国人不能准确地理解它们，但中式美学和中国文化还是潜移默化地被运用到了各个设计领域，包括房屋内部、花园和装饰设计。

茶对英国的影响还不仅限于设计艺术，在为英国带来了物质变革、异国知识、经济冲击和帝国焦虑的同时，也引发了英国社会经验的重组和社会文化心理的变革，促进了工业革命的发生。



荷兰画家彼得·范罗斯特拉坦于1695年左右创作的静物油画，其中出现了茶叶罐、茶壶、茶杯

对话

澎湃新闻：17世纪开始从中国流入英国的茶叶，是最早全球化的商品之一。但茶作为一种植物饮料，看起来似乎与设计文化没有关系。

孙青：

这本书的作者张弛现在任教于北京服装学院，博士毕业于中央美术学院，硕士阶段是在英国学习现代设计策展，设计中的跨文化交流是她一直以来的研究兴趣所在。她在英国留学时就留意到，被中国人视为文化象征的茶也同样被英国人视为文化认同，她的研究问题由此而来。总体来看，这本书讨论了三个问题：第一，在茶刚从中国传入英国的初期，英国人如何认识茶、消费茶？第二，当英国人爱上中国茶，英国市场对中国与茶相关的产业产生了哪些影响？又如何推动了英国相关产业的发展？第三，茶在中国是一种文化消费品，附着在茶上的中国文化有没有在意识形态的层面影响了英国文化？通过回答这三个问题，我们会发现，茶作为一种文化在英国文化当中的每一个发展阶段都与设计息息相关。而通过探究设计在英国茶文化发展中所扮演的角色，大家会意识到，其中的每一步都跟中国文化有某种关系。甚至可以说，通过研究茶文化在英国的萌芽和发展，可以照见英国人对中国和中国文化的认识、看法与态度。



英国伦敦西郊里士满的汉姆别墅，劳德代尔公爵夫人的茶室

澎湃新闻：茶叶进入英国后，首先流行于上流社会，并出现了许多本土化的变化，比如茶壶加链条、茶杯有了把手柄等，这些本土化变化是怎么发生的？

孙青：

在书中，张弛以英国伦敦西郊里士满的汉姆别墅为例展开来介绍。这座别墅是现在保留下来最有历史感的茶空间，为17世纪时尚界代表人物劳德代尔公爵夫人所有，这个不到10平的房间充满了“中国风”的装饰，我们可以把这个空间视为一个缩影来观察。张弛去实地考察的时候，还能看到桌上的青花瓷茶杯、茶壶，茶壶很有可能是福建漳州窑的，加装了金属装饰，并且它们不是一套，这是比较有代表性的变化。还有茶几，如果仔细看的话，能看到茶几上下两部分其实不是原装，茶几的桌腿被加高了，原本的茶几是一个矮几，应该是用于席地而坐的环境中。



“饮茶”主题的绘画，《斯特罗德一家》绘于1738年

澎湃新闻：茶文化在上流社会的风行对当时的艺术有没有相应的影响？

孙青：

当时“饮茶”主题在绘画领域就非常流行。17世纪和18世纪早期，此类风俗画或静物画通常是为了显示画中人的身份和地位，毕竟能消费得起茶叶、瓷器的都是贵族阶层，而能请来画师给自己或家族画像，更是财富和地位的象征。到了18世纪中期，“饮茶”主题的肖像画就在皇室贵族、乡绅富商间形成了一股风尚。

比如，绘于1730年、现藏于莱斯特博物馆与美术馆（Leicester Museum and Art Gallery）的《沃拉斯顿一家》（The Wollaston Family），绘于1738年、现藏于爱尔兰国家美术馆的《怀斯顿一家》（The Westem Family），绘于1738年、现藏于英国泰特美术馆（the Tate Gallery）中由威廉·荷加斯（William Hogarth）所画的《斯特罗德一家》（The Strode Family）、大约1741年创作的作品《高夫一家》（The Gough Family）。



产于中国，装饰于英国的茶壶。可能是英国陶瓷商詹姆斯·盖尔斯在1760年左右完成的作品。

澎湃新闻：在上流社会风靡之后，茶文化的传播在英国又经历了怎样的阶段和变化？

孙青：

很多学者认为英国在18世纪迎来了消费革命，中产阶级群体和消费能力在这个时期出现了明显的增长，他们对自身社会地位和身份的关注在加强，消费就成为了他们彰显经济和社会地位的手段。历史学家劳娜·韦泽利尔整理了2000多份遗产清单，得出结论，在19世纪中叶，饮茶在中产阶级中变得非常普遍，用于饮茶的各类陶瓷茶具数量也相应增长。

“优雅消费”这一概念开始在消费文化中被强调，对茶的炫耀性消费不仅能帮精英们保有资深的社会地位与自我认同，同时还可用于区隔与下层阶级的不同。所以为了仿效上层社会，中产的开销比以往更奢侈，而他们的行为和观念又带动了其他社会阶层的人来效仿。最后的结果就是，以前为富人所独有的物品、占有的虚荣，前所未有的渗透到社会阶层的各个角落。



布里斯托的茶商乔治·哈里斯则在商业卡片上将中英茶叶贸易中的两个重要的港口城市连接在一起，广州（古塔和舢板）和伦敦（东印度公司）的意向同时出现在图案中。

很多茶叶店的商业卡片在设计图画中强调了中国特色，比如有中国农民采摘茶叶的形象、清朝官员喝茶图、中国人与欧洲商人洽谈的场景，还有广州和伦敦意象等等。他们希望通过这种形式来强调自己的产品是真正源自于东方的。



乔治·莫兰所绘《饮茶花园》

澎湃新闻：对茶的追捧，给空间美学、居住环境、公共空间带来了什么改变？

孙青：

可以说，在英国没有几种艺术风格的发展能比得上因饮茶而发展起来的中式风格带来的影响深远，虽然英国人并不能准确理解东方文化，但中式美学和中国文化还是潜移默化地被运用到了各个设计领域。

饮茶之风初起的时候，英国人是试图用中国的装饰艺术品或者英国本土仿制中式风格的艺术品来装饰环境，常见的包括瓷器、漆器家具、绘画、墙纸等，他们根据自己对中国的理解，创造了中国风（Chinoiserie），这种风格是西方对中国装饰艺术的想象外加洛可可风格混合的产物。再后来，英国人对中式风格的狂热延伸到了整套房子的室内设计，就像劳德戴尔夫人的密室一样。

随后英国公共茶空间也融入了中国元素，比如向所有人开放的休闲公园。泰晤士河南岸的沃克斯豪尔画院，里面就有一个中式亭子，打扮时尚的女士会来这里饮茶社交。英国泰特美术馆有一幅乔治·莫兰的画作《饮茶花园》，描绘了一个中产阶级家庭往后在花园里饮茶的画面，画作的背景是坐落在切尔西皇家公园东面的拉尼拉格饮茶花园。当时人们觉得这个花园单调无趣，运营方就为了吸引顾客，就建造了一

条人工运河和一间中式风格的房子。还有建于19世纪30年代的克里莫内园，园内主建筑是一座中式宝塔形舞台，维多利亚时代无数年轻人在此娱乐社交。你现在去英国，也会在很多公园里找到中式元素，包括凉亭、庙宇、中式宝塔等等。



产于1750-1775年的广彩瓷大碗

澎湃新闻：能介绍下英国茶具瓷器风格变化和发展的特点吗？从最早的广彩瓷到英

国人的初期模仿，再到建立了自己的瓷器生产工业，也非常有意思。当时的广彩瓷受到贸易的影响，纹饰主题又有哪些变化？

孙青：

广彩瓷的发展与中国瓷器当时的外销市场是有着密切相关的，西方来的订单将欧洲视觉文化以及西方绘画技法特征引入中国，在加工和定制瓷器的过程中，广彩工匠不断将广东本土瓷器纹样与西方视觉元素相融合，渐渐形成了别具一格的中国广彩工艺和纹样。

比如现藏于广州博物馆的广彩锦地开光人物纹双耳碗出现了戴着清朝官帽形象的中国官员和挑着重担的两个中国人形象，但其背景是有透视的西洋建筑。绘画主题上，有的绘制了中国人和西方人饮酒的场景，有的绘制了港口船舶、茶叶交易场面等，可以看出当时的瓷器纹样已经将中西方的文化交流表现得淋漓尽致。在所有外销瓷中，最有难度的类型是模仿西洋绘画。当时油画技巧已经传入广州，广彩瓷工匠已经能够做到精确模仿样稿。



《耶稣受洗图》铜版画

英国维多利亚与艾尔伯特博物馆藏的一只青花描金耶稣受洗图餐盘上，画面中间是耶稣正在河里接受约翰的洗礼。远处的天空中，上帝化身鸽子从天而降。盘子四周有六个中式风景的开光，盘子边缘都是水果花卉纹样，并有天使纹样隐藏其间。盘子中心的画面完全符合圣经中的场景，与一件藏于大英博物馆的铜版画《耶稣受洗图》内容十分吻合。另外一幅完全忠实于铜版画原画的瓷盘图案出现在现藏于大英博物馆的阿喀琉斯(Achilles) 浸礼图餐盘上。瓷盘图案中，刚出生的未来希腊英雄阿喀琉斯正被自己的母亲和其侍女浸入冥河水中。这个瓷盘的纹样与原版画的色调、构图等方面几乎完全一致。可以看到广彩瓷工匠们通过中西参半的绘画题材、技法、视觉元素的运用，在模仿中实现了创新，在中西方瓷器史上留下了浓墨重彩的一笔。



阿喀琉斯浸礼图铜版画

澎湃新闻：英国本土瓷器行业的发展经历了一个怎样的过程呢？

孙青：

18世纪的英国人期待充满设计感、有品位的艺术品，他们也希望英国制造的产品能够在市场上取代来自亚洲和欧洲其他地区的进口奢侈品，所以政府和企业努力推动英国制造的进程。就瓷器行业来说，与欧洲其他国家相比，英国发展较晚，而且基本上都是依靠来自民间的力量，国家并没有太多支持和参与。英国西南部有一个地方叫做特伦特河畔斯托克，这个地方从17世纪以来就是以制陶业而闻名，包括我们非常熟悉的皇家道尔顿、斯波特、韦奇伍德都在这里。17世纪时，英国陶瓷制造产业水平还非常有限，后来真正开始被重视、包括有市场需求其实都跟中国茶的传入和流行有很密切的关系。



韦奇伍德生产的碧玉细炻早餐茶器组合，淡蓝，白色图案，约生产于1785年，图案为浅浮雕，茶壶的图案是源自基督教的“可怜的玛利亚”

澎湃新闻：从茶的视角切入，中英文化的差异在哪里？

孙青：

从茶器设计从中国传入英国的流变中，也许我们可以看到两种文化中价值取向的差别。在传统的中国文化与社会中，“人”处于社会关系网络中，这些关系网络是“人”存在的根本，强调集体关系和社群，“个人”隐藏其间，藏而不彰。中国人饮茶，强调自身与自然之间的关联，通过饮茶内省与冥思，关照自身和内心，并实现自我的精神追求，跟他人关系不大。因此，中国人的茶器与水、茶、饮茶环境共同构成一个系统，相互衬托相互成就。而在英国，“个人”和“个性”通过饮茶得以彰显。在茶传入英国的最初，茶本身就是彰显社会阶层和财富的“符号”。与茶相关的一切，尤其是茶器，成为上流社会炫耀财富，强调个人“存在”，展示自我个性的途径。