

國立臺灣師範大學國際與社會科學學院

歐洲文化與觀光研究所

碩士論文

Graduate Institute of European Cultures and Tourism

College of International Studies and Social Sciences

National Taiwan Normal University

Master's Thesis

德國東弗里斯蘭地區之茶文化發展及現況探究

**The Development and Current Situation of East Frisian  
Tea Culture in Germany**

王柏元

**Bo-Yuan Wang**

指導教授：陳學毅 博士

**Advisor : Dr. Hsueh-I Chen**

中華民國 113 年 6 月

**June 2024**

## 誌謝

竟然走到寫誌謝的這一步了，真是不可思議。曾講過歐文所生涯是我人生中的文藝復興，回顧這段日子的點點滴滴，與在此之前的時日相比，恍若隔世。

首先必須說的是感謝父母，是父親說服我放下毫無頭緒的工作，找一個適合自己深造的研究所就讀，才讓我有機會在無意間開啟各種無心插柳的歐文所生涯。再到就讀期間，兩次認真計畫性的考慮休學，也都被爸媽勸退，這些決定現在看來都是正確的。加上一路上的各種支持，沒有他們，就沒有這個學位。

謝謝論文指導教授學毅老師，秉持著自由開放、著重學生論點，同時又能維持學術素養的指導風格，讓我這個個性不羈無法被約束的學生，在自己的論文裡既有相當大的發揮空間，也受到高規格的學術標準監督，看似矛盾的兩者，都是我最需要的。沒有學毅老師的指導，這篇論文絕對寫不出來。

謝謝孫傑老師，帶我進入文學這個一直不得其門而入的領域，透過比較文學的寬闊，進而發掘對其他領域的興趣，當然還有許多課業外的開導、幫忙與分享，解決了我生命中很多對自己的疑問，看到一些或能繼續前行的方向。對於對人生始終困惑的我而言，這些啟發形同再造，是何等的重要。

謝謝我口試的另外兩位委員倩玟老師和書妍老師，分別在飲食文化和茶產業的專業領域給了我相當寶貴的指導和建議。感謝我論文的採訪對象 Maike、Henning、Bardelmeier 女士與 Thiele 先生，有機會實際到東弗里斯蘭這個地方認識各位，實在是人生太特別的經歷。謝謝 Mira 介紹 Maike 給我認識。謝謝 Verena、Basti 和 Simone 在慕尼黑和柏林請我吃飯喝酒又讓我借住，將近十年不見，你們還是那麼待見我。謝謝 Enrico 老師請我喝酒抽雪茄，並給我人生許多不同的洞見與鼓勵，希望早日再度與您豪邁共飲談天說地，在世界的任何角落。

謝謝敦翔每個學期都告訴我（其實是每學期都被我問）什麼時候要選課，不然我連課都上不到，還有各種論文格式教學；謝謝廷倚會跟我一起吃吃喝喝並聊對許多對人事物的細膩感受；謝謝綺庭常常跟我一起一邊 diss 你的家鄉一邊互相鼓勵有機會要走出去，還有分享對佛洛伊德的喜歡；謝謝莘培來找我買過好幾次茶還帶了勺一給我看；謝謝韋如總很願意幫忙我，還有互相分享人生的各種抓馬；謝謝優雅的世璇帶粗鄙的我喝調酒，雙重愛徒的頭銜我望塵莫及甘拜下風；謝謝我們班的所有天使同學總是會很積極參與聚會，認真討論別班的八卦；謝謝一起去柏林上課的夥伴們，大家

共創了難得精彩的共同回憶。也誠心感謝上面沒提到但是在歐文所碰到過的每位老師、同學和工作人員，能與大家在這裡這樣相遇，實屬萬幸。現今回首，對歐文所的所有記憶，都是美好的。

文藝復興過後，還有宗教改革、科學革命、啟蒙運動、工業革命、一二戰與後現代等數不清的挑戰。不過，起碼現在要面對這些種種的，已經不是以前那個會為了虛無腐敗的教會奉獻一切的人了。而是一個懂得站在自身本位，思考如何呈現創造更高自我價值的自己。

For the people I care, also for the id, ego, and super-ego of myself.

王柏元 謹誌

于國立師範大學歐洲文化與觀光研究所

24. 06. 2024



## 中文摘要

談到歐洲的茶，相信英國絕對是第一個出現在多數人腦海中的國家，喝茶的行為早已深入英國人每天的生活當中，成為了一種日復一日的習慣，他們成功的將茶這個原本屬於國外的進口農產加工品變成了本國文化的一部分，發產出屬於英國的飲用方式、習俗和文化。更有甚者，英國還將茶飲文化推播至全世界，例如風靡全球的英式下午茶。

除了英國，歐洲的其他地方如法國、荷蘭的飲茶文化也多為人知。不過，多數人並不知道的是，在德國，有個地區同樣也有著深厚的飲茶文化。事實上，這個地區號稱擁有全世界最大的年人均飲茶量，它叫做東弗里斯蘭，位於德國西北方的下薩克森邦。在那裡，全年人均飲茶量高達 300 公升，傲視全球。除此之外，東弗里斯蘭也發產出了一套自己特別的茶飲文化，並於 2016 年入選了聯合國教科文組織德國辦事處的非物質文化遺產。

東弗里斯蘭茶文化當中，有什麼樣的特別之處？當初茶是如何到達當地，在那裡發展的情況又是如何？為什麼茶在德國其他區域相當少見，唯獨如此深入東弗里斯蘭的文化當中？如今，茶在文化和現實生活上，是以什麼樣的形態和方式存在於東弗里斯蘭居民的日常生活？在東弗里斯蘭的茶文化裡面，有什麼樣的習俗和特色？以上，為本研究探討的議題。

關鍵字：茶文化、茶博物館、茶品牌、東弗里斯蘭、德國

## Abstract

Talking about tea in Europe, it is the case that the UK pops out in most people's minds first. The behavior of having tea as their daily routine roots in the life of British people. It is the place which has transferred and developed tea, an originally foreign imported agricultural processed product, into their own culture. Moreover, British people even carry forward tea into the world, for instance the innovation of the well-known English afternoon tea.

Besides the UK, some other countries such as France and the Netherlands are broadly known for having tea. However, tea culture in Germany is something that most people might not be familiar or aware of. East Frisia, or Ostfriesland in German, a region in Lower Saxony, is the place with the most consumption per capital of tea in the entire world. Furthermore, East Frisia has developed their own characteristics of tea culture, which has been selected as a nationwide inventory of intangible cultural heritage by the German Commission of UNESCO in 2016.

What is so special about East Frisian tea culture, or Ostfriesische Teekultur? How did tea go there initially, and what are the developments of East Frisian tea? Why has tea become a culture in East Frisia, but not other parts or places in Germany? How does it exist nowadays in East Frisian people's daily life, culturally and realistically, and what are the customs of it? These issues are to be discussed.

Keywords : Tea Culture, Tea Museum, Tea Brand, East Frisia, Germany

# 目錄

第一章 緒論.....	1
第一節 研究動機與目的.....	1
第二節 研究範圍.....	2
第三節 研究方法與架構.....	3
一、研究方法.....	3
二、研究架構.....	5
第四節 研究限制.....	6
第五節 文獻回顧.....	7
一、茶在歐洲的歷史發展.....	7
二、東弗里斯蘭茶文化.....	8
三、茶文化與文化觀光.....	10
四、預期貢獻.....	11
第二章 茶在東弗里斯蘭的發展.....	12
第一節 茶傳入歐洲和東弗里斯蘭的過程.....	12
第二節 東弗里斯蘭地區簡介.....	14
第三節 東弗里斯蘭地區飲茶文化的養成.....	15
第四節 東弗里斯蘭歷史上的兩次禁茶事件.....	17
第三章 東弗里斯蘭茶博物館和 BÜNTING 茶博物館.....	21
第一節 東弗里斯蘭茶博物館之成立背景與發展.....	21
第二節 東弗里斯蘭茶博物館展覽.....	25
一、常設展區.....	25
二、特殊展覽區.....	30
三、東弗里斯蘭式飲茶文化體驗遊程.....	33
第三節 BÜNTING 品牌以及 BÜNTING 茶博物館之起源.....	36
第四節 BÜNTING 茶博物館之展示.....	41
第四章 東弗里斯蘭茶文化的物質和非物質展現.....	48
第一節 物質.....	48
一、茶葉來源與拼配.....	48
二、茶具.....	53
三、品牌.....	58
第二節 非物質.....	62
一、喝茶的方式.....	62
二、茶對當地人的意義.....	66
三、茶在該地的創新.....	69
第五章 結論.....	73
第一節 研究發現.....	73
第二節 研究限制與建議.....	76
參考文獻.....	78
附錄-田野日誌.....	81

## 圖表目錄

圖 3-1 現存最老的市政廳圖像，由 Rohbock 在 1852 繪製 .....	22
圖 3-2 東弗里斯蘭茶博物館現在的外觀 .....	22
圖 3-3 入夜後，OSTFRIESISCHE TEEMUSEUM 字樣會亮燈.....	22
圖 3-4 東弗里斯蘭茶博物館獲頒的兩張證書 .....	26
圖 3-5 大型模具清楚展示東弗里斯蘭傳統的喝茶程序 .....	27
圖 3-6 傳統的木製層架，將不同原料放在罐子和抽屜中 .....	27
圖 3-7 各種不同茶具的展示豐富而齊全 .....	28
圖 3-8 Kluntjeknieper 是一種傳統東弗里斯蘭地區拆分柱狀糖的用具 ....	28
圖 3-9 博物館內展示了許多中、歐式風格的瓷器、還有貼磚式裝飾的壁 爐 .....	29
圖 3-10 東弗里斯蘭茶博物館二樓的世界茶文化展區 .....	30
圖 3-11 特展區的主要看板 .....	31
圖 3-12 根據展場資料，茶葉價格下跌和清朝三藩之亂的結束有關 .....	32
圖 3-13 特展中針對荷屬東印度公司、任職於荷屬東印度公司的東弗里斯 蘭人、明清時期的對外貿易都有篇幅介紹.....	33
圖 3-14 原屬於舊市政廳的節慶會議廳，現為茶席體驗的場地.....	34
圖 3-15 泡茶體驗遊程中，每位遊客都能為自己泡一杯茶 .....	35
圖 3-16 Bunting 茶博物館位於布寧街 33 號.....	37
圖 3-17 創辦人 Johann 創業的發跡地布寧街 37 號現為 "Stammhaus" .....	38
圖 3-18 "Grünpack" 是 Bunting 的經典包裝 .....	40
圖 3-19 拼配展示區有著多種不同的茶類，還有一棵真的茶樹盆栽 .....	43
圖 3-20 臺夫特磁磚也是東弗里斯蘭的特色 .....	44
圖 3-21 品牌大事記與過去販售過的商品都能讓遊客更了解 Bunting 品牌 .....	45

圖 3-22 二樓空間除了有 Bünting 品牌相關的展物，也有展出世界其他地區的物件.....	46
圖 3-23 訪談時館方提供的茶和茶食.....	47
圖 4-1 每個牌會有屬於自己的選茶標準和拼配配方.....	49
圖 4-2 Bünting 的品評師團隊，由左分別是 Kolthoff、Töpfer 和 Alsmeier 先生.....	50
圖 4-3 Thiele 2023 年迎來創立的 150 年.....	51
圖 4-4 東弗里斯蘭茶博物館中，許多茶器就是在 18 世紀進口.....	54
圖 4-5 左為「弗里斯蘭藍」，右為「東弗里斯蘭玫瑰」.....	55
圖 4-6 標準的東弗里斯蘭飲茶流程中，一定會用到的茶具.....	56
圖 4-7 筆者此行喝到的四次茶當中，沒有一次是用全套完整茶具進行.....	57
圖 4-8 NATURWERT Bio 產品標榜皆符合歐洲 Bio-Siegel 有機認證.....	58
圖 4-9 KÜ STENGOLD 品牌主打美味、新鮮.....	59
圖 4-10 Thiele 的品牌商店.....	61
圖 4-11 東弗里斯蘭式的喝茶流程.....	62
圖 4-12 上為奶油雲 Wulkje，下為喝完茶後尚未溶解完全的 Kluntje.....	63
圖 4-13 上為奶油餅乾，下為葡萄乾奶油麵包.....	64
圖 4-14 Bünting 品牌的產品相當多元.....	72

# 第一章 緒論

## 第一節 研究動機與目的

尋找研究主題之初，筆者由於對茶的興趣，希望做的研究是茶在歐洲的傳播與茶文化在歐洲的發展，以及其在當地由舶來品/進口品漸漸被轉譯成當地文化的過程。而談到歐洲的茶，相信英國絕對是第一個出現在多數人腦海中的國家，根據英國純茶與調和茶協會（United Kingdom Tea & Infusions Association, UKTIA）的資料，英國平均每天喝掉的茶超過一億六千五百萬杯。即便茶是一個外來的農產品，但喝茶的行為早已深入英國人的生活當中，甚至發展出自己獨特的飲茶習慣並向外輸出，例如聞名全世界的英式下午茶。茶已成為英國文化裡相當重要的一部分，並可以延伸到地理大發現、大航海時代、殖民霸權主義、工業革命、社會階級等影響世界史的重大歷史進程進行相關探討。

不過也因為英國的茶文化廣為人知，因此相關研究著作已經相當多元和廣泛，要在尋求新的觀點來做切入並不容易，或也沒有需要。但如果是茶在德國的發展呢？相信對多數人來說，這兩者可能就比较難做相關連結了。實際上，德國絕大多數地方確實沒有特別的喝茶習俗，更不用說形成一種文化了。

不過，位於德國下薩克森邦的文化地區東弗里斯蘭，卻有著與全德國看似格格不入的，獨特的深厚飲茶文化。根據德國茶葉與花草茶協會<sup>1</sup>（Deutscher Tee & Kräutertee Verband）2023 年的年度報告統計，當地全年人均飲茶量高達 300 公升，不但傲視全球，更大幅領先第二名的愛爾蘭（198 公升）與第三名的英國（167 公升）。除此之外，東弗里斯蘭也發產出了一套自己特別的茶飲流程和文化，從飲茶方式、茶具的花色與配置、到茶飲本身的拼配、茶當中加入的糖和奶等等都有自己的習俗。這一整套成形的文化，也於 2016 年入選了聯合國教科文組織德國辦事處（German Commission for UNESCO）的非物質文化遺產。

---

<sup>1</sup> Deutscher Tee & Kräutertee Verband 德國茶葉與花草茶協會為德國的一個利益團體 Interessenverband，總部位於漢堡，由德國茶相關產業界人士共同組成，類似台灣的合作社或產業公會的型態。組織每年產製報告，提供德國茶產業的現況和對未來可能趨勢的分析。針對飲茶量部分，報告中並未提出調查東弗里斯蘭或是世界其他國家/地區飲茶量的標準或資料來源。此處援引為參考，說明東弗里斯蘭確有相當大之飲茶量。

有著相當大的人均飲茶量以及完整的飲茶習俗，東弗里斯蘭的茶文化卻鮮為人知，筆者也是無意間才發現，進行查詢之後發覺幾乎沒有相關之學術性研究，因此更對東弗里斯蘭的茶文化產生濃厚興趣，希望能進一步認識和分析，是主要的研究動機。而研究目的，就是對東弗里斯蘭的茶文化進行整理和探討，呈現該文化的面貌，同時試圖回答，為什麼在德國，茶文化只在東弗里斯蘭得到相當顯著的發展，而在其他區域卻是相對小眾的飲品。

## 第二節 研究範圍

以德國下薩克森邦（德文：Niedersachsen，英文：Lower Saxony）的東弗里斯蘭（德文：Ostfriesland，英文：East Frisia）為範圍，研究其飲茶之文化。東弗里斯蘭並非一個現行的行政地理名詞，而是一個歷史文化上之認同區域，其「東」是相對於現在位於荷蘭境內的西弗里斯蘭（Westfriesland）。東弗里斯蘭藉著其特殊的地理位置和歷史背景，使茶在傳入之後於該地留下，並發展成當地根深蒂固，有別於德國其他任何地方的飲茶文化。本研究旨在梳理這樣的環境特色和發展脈絡，並呈現東弗里斯蘭飲茶文化的各種面向與元素。

訪問對象方面，將對東弗里斯蘭茶博物館（Ostfriesisches Teemuseum）和 Bunting 茶博物館（Bunting Teemuseum）、Thiele 茶品牌、以及筆者一位 2023 年旅居台灣的東弗里斯蘭友人，共四位受訪者進行深度訪談，這些將是本文主要的訪問對象以及一手資料來源。

東弗里斯蘭茶博物館為當地政府部門和非營利組織共同經營的博物館，其宗旨就在保留與發揚東弗里斯蘭的茶文化，有望得到相當多官方史料和文化端的詮釋；而 Bunting 則為東弗里斯蘭當中經營規模最大，也是歷史最悠久的茶品牌之一，同時也擴展成東弗里斯蘭地區最大的企業集團。因此參訪 Bunting 的品牌博物館以及茶館都將對東弗里斯蘭茶產業的歷史背景、脈絡、以及商業端的經營模式、該地區飲茶習慣偏好、以及茶產業的創新等等面向有著更實際的資訊，兩間博物館的介紹和展覽、營運模式等將會於第三章呈現。Thiele 品牌的部分，由於該品牌只有販售點而沒有博物館，因此訪問內容將會著重於品牌之經營模式、理念，和東弗里斯蘭茶文化之物質與非物質展現有關的內容，這部分會於第四章進行探討。

除了上述三個官方的深度訪談單位以外，也將對筆者一位 2023 年旅居台灣的東弗里斯蘭友人進行訪問。訪問內容會著重在身為一位離開家鄉旅居國外的東弗里斯蘭人，對於該地茶文化的認知、認同、以及茶文化與地方認同的連結、茶文化的重要性與創新為主要的訪談內容。

### 第三節 研究方法與架構

#### 一、研究方法

本論文採用質性研究的文獻分析法（Document Analysis）以及田野調查（Fieldwork）中的參與觀察法（Participant Observation）和深度訪談法（In-depth Interview）。文獻分析法中，資料透過各級圖書館、學術文獻、媒體報導、網站網路資訊等管道取得，並進行閱讀、分類、整理、綜合歸納和論述。

筆者將在 2023 年 7 月實際至東弗里斯蘭進行田野調查，選擇和當地茶文化有關的單位/個人進行參訪記錄，在田野調查結束返台後進行觀察與訪談資料的後續整理，並輔以文獻分析法所得到的資訊，做最後的全文結論之論述。

關於東弗里斯蘭與茶有關的景點，在經過文獻回顧和資料蒐集後，選擇針對東弗里斯蘭茶博物館和 Bünting 茶博物館兩間性質不同的茶博物館進行深度訪談。其中，位於諾登（Norden）的東弗里斯蘭茶博物館為半公營、半民營的博物館，包含經營方式和建物所有權都是公家以及民間的非營利組織所共同持有和營運，在博物館當中也可謂相當特殊，從這裡也可以看的出來茶在東弗里斯蘭地區的代表性和獨特性。該博物館對整體東弗里斯蘭茶文化進行展示，因此在對東弗里斯蘭茶博物館的訪談部分，重點將放在歷史和文化層面，包含透過各面向探討茶是如何傳入東弗里斯蘭，又是如何在日後成為當地的主流文化，以及當地飲茶習慣和歐洲或是世界其他地方之區別。同時，博物館的展演方式、經營、以及運用茶文化當作在地意象，進行觀光行銷等也都會是主要的訪問方向。

而 Bünting 為全德國發展最久也是最知名的茶品牌之一，其博物館和茶館就開設在品牌發跡地里爾（Leer），甚至連選址都選在最初發跡地的旁邊。針對 Bünting 茶博物館的參訪，重點會更著重在茶產業的發展和營運層面，包含拼配習慣、規定、

所用茶器的選擇偏好、以及該品牌的各種茶飲、創新等進行訪問。期望藉由這些商業面向的資訊，得以一窺更貼近現實、更接近東弗里斯蘭該地人民實際上對茶的需求、偏好、運用和看法。同時也因為 Bünting 淵遠流長的品牌歷史，研究它的同時，也能得知茶文化和茶產業在東弗里斯蘭地區的發展概況，並進一步藉由茶產業來觀察了解東弗里斯蘭地區特殊的發展脈絡。

除了 Bünting 之外，也將對另一個同樣已經經營許久的茶品牌 Thiele 進行訪問。Thiele 位於埃姆登（Emden），比起 Bünting 所在的里爾更加靠北邊，由於它沒有特別的博物館或展示空間，只有販售據點，因此對該品牌的訪問主要針對品牌營運、價值、以及像是拼配、飲茶習慣、茶文化與在地認同等面相進行採訪討論，同時也將比較 Thiele 和 Bünting 兩個品牌針對相關問題的回答，來看看不同品牌代表人對同樣問題，是否會有不一樣的理解和詮釋。

此外，在筆者旅居台灣的東弗里斯蘭友人部分，會以她是一位東弗里斯蘭人、茶葉消費者和茶文化乘載者等身分進行訪問，主要問題會集中在對東弗里斯蘭茶文化的想法、認知、以及情感連結，例如東弗里斯蘭的茶文化對她而言是什麼、這樣的茶文化和身為東弗里斯蘭人的身分認同是否有關聯等。同時也因為該位友人當時旅居台灣的關係，可望做出一些東弗里斯蘭茶文化與台灣茶文化對她而言有無相同或不同，兩地茶文化給她的感受等比較。

採訪對象	代表機構/職稱	採訪日期	採訪地點
1. Maike Bardelmeier 女士	東弗里斯蘭茶博物館 / 導覽員	11/07/2023	東弗里斯蘭茶博物館
2. Henning Priet 先生	Bünting 品牌博物館/ 助理研究員	12/07/2023	Bünting 品牌博物館
3. Lennart Thiele 先生	Thiele 品牌/ 第四代 負責人	13/07/2023	Thiele 品牌辦公室
4. Maike 女士	旅居國外之東弗里斯 蘭居民	02/04/2023	天母源色紅茶茶館

期待在經過文獻資料的梳理，配合實際到東弗里斯蘭的田野調查之後，可以整理出東弗里斯蘭茶文化更完整的面貌，並藉此突顯該地區特殊的地緣、歷史、環境等因素型塑的特別文化和區域性認同。

## 二、研究架構

本研究之研究架構分為五章，第一章緒論，在前三節會簡要說明本研究的內容、研究動機與目的、研究範圍、研究方法和架構。第四節為文獻回顧，概括整理主要引用的書籍文獻和資料。文獻回顧又可分為三大類別，分別為茶傳入歐洲的過程、東弗里斯蘭飲茶習俗的相關介紹、以及茶文化和文化觀光的相關研究，包含飲食文化、非物質文化遺產、地方認同、觀光旅遊等等的相互堆疊和影響。期望透過這三個類別之文獻資料，建構出對東弗里斯蘭茶文化的初階了解，並運用於田野調查的訪問設計。而緒論的最後一小節則是預期研究貢獻。

在探討東弗里斯蘭的茶文化之前，必須要先釐清茶到底是怎麼來到這個地方，以及為什麼東弗里斯蘭的飲茶量相當大，但在德國其他區域卻是相當小眾的飲品。因此第二章的篇幅著重於梳理茶在東弗里斯蘭的發展背景，從 17 世紀茶進入歐洲開始談，接著再探究東弗里斯蘭的特殊歷史背景、地理環境，使它有著和德國其他地方區域不同的內、外在條件，這些特殊因子也讓茶有機會來到東弗里斯蘭並在該地落地生根，成為當地人最主流的飲品，而沒有被咖啡、啤酒或其他飲料取代，進而成為全世界飲茶量最大的區域。同時在第二章也會提到歷史上曾經有過的反對茶的聲浪、東弗里斯蘭面對過的兩次禁茶事件、飲茶方式和偏好的養成、並對茶在東弗里斯蘭的發展做一個總結。

第三章將會針對目前東弗里斯蘭的兩個茶博物館，分別是東弗里斯蘭茶博物館和 Bunting 茶博物館進行介紹，兩間博物館創辦的歷史由來、陳列內容、活動等都會呈現，並也安排訪問和親自參加兩間博物館公開的茶席/茶體驗活動。東弗里斯蘭茶博物館的部分，訪問內容將會把主軸放在東弗里斯蘭茶文化的形成脈絡，以及茶對當地人以及東弗里斯蘭這個地方的文化意義；Bunting 茶博物館的方面，則會針對 Bunting 這個品牌進行訪問，同時介紹到東弗里斯蘭茶本身在拼配上的規則與習慣，以及 Bunting 茶的特色。

第四章則是從物質和非物質面向來剖析東弗里斯蘭的茶文化，物質層面包含茶

本身的來源以及拼配的習慣、使用的茶器上面主要的兩種花色，其由來與特色、本研究採訪的兩個東弗里斯蘭茶品牌的經營模式；非物質層面，則包含東弗里斯蘭喝茶的方式流程、整套茶文化被聯合國教科文組織德國辦事處選為非物質文化遺產、喝茶對當地人來說除了單純的飲料之外有什麼其他涵義、以及茶產業在該地的現況、傳統、創新等面向進行探討。

第五章為結論，在探討過相關資料文獻、進行田野調查實地參訪過東弗里斯蘭後，期望能對研究主題做出一些發現、反思和貢獻，同時也將提出一些後續的研究建議，以及為本研究做出總結。

## 第四節 研究限制

本文主要研究限制為文獻資料之取得，由於東弗里斯蘭本身並非現行的德國官方行政區域，而且地處偏遠，也一直不是某個時期或政體之經濟或政治中心，因此該地區中/英文相關研究甚少。而官方資料部分，經詢問過後得知官方資料須經過一定流程申請，也並未對一般大眾開放，加上德國在各項資料之電子化進程緩慢，因此在做文獻回顧時，進行到有關東弗里斯蘭歷史、環境、以及茶在當地的發展情況的部分時，資料的蒐集上相當困難。

有鑑於此，本文盡可能納入可以利用之關於東弗里斯蘭的各項資料，來進行該地區各面向的描述。在文獻回顧過後，採取田野調查法和深度訪談法，將所有在看過文獻資料之後仍然不清楚的問題，實際到該地進行訪談和觀察，以期精準的解決並提出完整正確的學術性資料。

另外，也輔佐除了茶和歷史之外的相關理論，來進行不同面向的理解和探討，例如觀光旅遊、博物館、飲食文化、區域認同等，使本文不會只是單純的歷史性研究，而是多元豐富，完整且相當貼近現實情況的一篇論文。

在田野調查的部分，也因為東弗里斯蘭地處偏遠，大眾運輸工具較少，沒有 U-Bahn、S-Bahn 和 tram，只有火車和公車且班次有限。此外，根據東弗里斯蘭茶博物館的說法，該地區 90% 以上之遊客皆為德國本國人，因此兩間博物館內的所有展示文字皆為德文，在訪談上可預期的會面臨一些困難。

不過經過 Email 通信確認，兩個博物館以及 Thiele 共三位官方受訪人員皆有辦法以英文溝通，文字資料部分也將以拍照方式留存，並進行後續翻譯與運用。交通方

面，將在東弗里斯蘭待上較長時間來解決交通不便的問題，期望屆時的田野調查和訪談都能順利完成。

## 第五節 文獻回顧

本節為探討整理目前中西方文獻中，關於茶進入歐洲和茶在東弗里斯蘭發展的資料，以及茶和文化觀光的研究成果，以期對本主題相關議題更加了解和熟悉，並希望能補足甚至發現目前研究不足之處。經過本者整理，將相關文獻資料分為三個類別：一為茶進入歐洲歷史進程，二為關於東弗里斯蘭茶文化的各面向論述，三為茶文化與文化觀光相關的研究。

### 一、茶在歐洲的歷史發展

茶作為一個農產品、商品和文化載體，在歷史、經貿、食物研究、文化研究上都有相當多的著述和資料，探討中外茶流傳的脈絡，以及世界各地不同的飲茶風俗和文化意義。其中，針對茶如何傳進東弗里斯蘭的著作不多，但對茶傳進歐洲以及在歐洲各地發展的歷史算是相當豐富，可以藉由這些著述當中推論茶進入東弗里斯蘭的過程和脈絡。Ukers 在其於 1935<sup>2</sup>年的著作《茶葉全書》當中，對茶自中國傳向全世界的發展概況有了相當全面性的描述，且不只針對時間點和地點，許多如茶在不同文獻當中的紀錄、社會支持和反對茶的浪潮、茶在當時某地區的價格、飲茶習慣和習慣養成之原因、使用茶具之特色等都囊括在內，儘管為 1935 年的作品，但完整度相當高。同時，這本書也有明確提到關於東弗里斯蘭飲茶量相當龐大的論述，為本論文在歷史部分主要引述的研究書籍之一。

另外，姚國坤、王存禮、程啟坤等作者在《中國茶文化》當中，也以華人的視角，對茶葉自中國傳往歐洲的歷史有了詳細的描述和詮釋。歐洲剛開始進口茶葉不只從中國，日本也是相當早的進口國之一，角山榮的《中國茶文化》與吳浪平的《世界茶俗風情》對此也有相關論述，本論文也將引述部分資料予以輔佐，讓茶葉傳入歐洲

---

<sup>2</sup> 《茶葉全書》原文版書名為《All about Tea》，作者為 William Ukers，於 1935 年發行了第一版。本研究引用之《茶葉全書》為中譯本，並採用 2017 年出版之版本，特此說明。

的歷史可以更加客觀全面。

在茶葉傳入歐洲後，在融入當地文化的過程當中，也經過許多跌宕起伏，包含支持與反對、不一樣的品飲文化的養成及其原因、飲茶文化所造成的社會變遷與影響等等。Standage 的《歷史六瓶裝：啤酒、葡萄酒、烈酒、咖啡、茶與可口可樂的文明史》與 Musgrave 的《改變世界的植物》兩本書當中，就都提到了茶進入歐洲後，飲茶習慣的養成與其背後的原因，以及茶在流行過程中遭遇的反對浪潮、茶具與瓷器在歐洲的流行等等，這些資料都可以幫助我們釐清茶在 17 世紀傳入歐洲之後，在全歐洲和東弗里斯蘭的歷程經過，曾經碰過哪些挑戰，並藉此推論出如何發展成現今的面貌與文化高度。

Griffiths 的《*A History of the Drink That Changed the World*》、Ptak 的《*The Chinese, the Portuguese and the Dutch in the Tea Trade Between China and Southeast Asia (1600-1750)*》、Rappaport 的《*A Thirst for Empire: How Tea Shaped the Modern World*》等書籍和文章當中，以政治、經濟、貿易、殖民主義、帝國主義等角度，論述了自大航海時代後，17 世紀開始的歐洲和中國及亞洲之間的茶貿易，提供多元角度，講述了當時茶身為一個世界性商品的重要，以及在歐洲社會漸漸形成當地文化性產品的過程。

## 二、東弗里斯蘭茶文化

就東弗里斯蘭茶文化的部分，首先是關於茶和當地歷史、地理、政治背景的關係，政大學者陳致宏 2022 年的文章「德國東菲仕蘭（即東弗里斯蘭）地區的飲茶文化」一文，詳細地介紹了東弗里斯蘭因其特殊的地理位置，造就了一定的區域隔離性和自治性，並在過去政治貿易上與荷蘭的緊密關聯性，讓茶得以從荷蘭傳至該地區，進而在當地形成喝茶的風氣和習慣。該文章在各個面向都有很完整的論述，包含東弗里斯蘭地區不同的歷史階段、民族組成、臨海惡劣的自然環境等都有介紹，也對為什麼該地區是流行喝茶而不是德國乃至歐洲其他地區都更流行的咖啡或是啤酒做出解讀，同時也是目前唯一一篇關於東弗里斯蘭茶文化的中文學術性資料，是本研究在東弗里斯蘭背景介紹時主要的引述文獻。另外，出生該地區的歷史學者 Onno Klopp 1856 年所著的《*Geschichte Ostfrieslands*》一書中，也敘述了在東弗里斯蘭地區許多歷史，包含喝茶習慣的養成、自然環境以及當時人民生活模式的關係，本研究也將予以運用與

引述。

針對現行茶文化本身的型態和樣貌，則多引述網站資料和報導，首先是東弗里斯蘭茶博物館的各種介紹，包含博物館成立的過程、東弗里斯蘭喝茶的特色習俗等。東弗里斯蘭茶博物館也有一些不同型態的展覽，除了固定的常態展區之外，也有不定期更換的特別展覽，多為茶和其他相關產業或不同歷史時代的結合，例如茶與藝術、茶與音樂等。該博物館雖然以東弗里斯蘭茶文化為主軸，不過對其他地區喝茶方式也有所展示，例如台灣、中國、日本等亞洲區域的飲茶習俗皆有展示。活動方面，該博物館也提供不同性質的活動，主要是與學校或教育機構配合的團體導覽，另外也有家庭、親子和婚禮部分的活動。

Bünting 茶博物館則對茶本身有更多著墨，一樣從博物館本身的成立經過，到世界上不同種類的茶、茶的製造、該品牌茶的貿易途徑、東弗里斯蘭的飲茶習俗、該品牌各種茶產品和拼配的特色介紹都將當完整。兩間博物館除了展覽之外，也都有固定的東弗里斯蘭飲茶文化的體驗活動，筆者將在進行田野調查時親身參與體驗活動內容和流程。

關於東弗里斯蘭茶文化在非物質文化遺產的部分，東弗里斯蘭茶博物館的網站也有專頁篇幅介紹和解釋，敘述了茶在進入東弗里斯蘭之後，轉化與跟當地生活融合的文化結合過程。另外聯合國教科文組織德國辦事處在 2016 年，將東弗里斯蘭茶文化選為國家非物質文化遺產，網站上自然也有對此一文化特色進行描述，這些都將是會引述的資料。

東弗里斯蘭除了在飲茶流程和茶葉本身方面有自己特殊的文化，在茶具和瓷器部分也有講究，Heugel 2010 年的著作《Laying the elegant table》、蔡倩玟 2008 年的《美食考：歐洲飲食文化地圖》和《茶葉全書》當中，就都記述了關於歐洲剛開始使用瓷器一直到有辦法產製的過程。瓷器剛開始皆由中國傳入，歐洲並沒有掌握製造瓷器的技術，因此價格居高不下。而日後歐洲首先發現瓷器製造技術並開始量化製造瓷器的，就是德國。在東弗里斯蘭，茶具主要的兩種花紋類型，分別為 Rot Dresmer 和 Blau Dresmer，也是在相關的瓷器製造過程當中應運而生。《德國東菲仕蘭地區的飲茶文化》一文也對該地使用的茶具有所記述，這些都將會是本研究在進行關於東弗里斯蘭茶具的探討時，予以引述的資料。

### 三、茶文化與文化觀光

關於某地的茶文化如何轉換為文化觀光景點或是意象，學者 Jolliffe 2007 年的《Tea and Tourism: Tourists, Traditions and Transformations》當中有著相當全面的論述。先從茶本身的多元性說起，從農特產品一直到文化產物，茶都有它在該領域或面向的意涵。加上茶的文化蹤跡幾乎貫穿全世界，飲茶習慣在進入某個區域性文化之後又會和當地文化交融，進而成為該地文化的一部分，由此可見，茶是具有高度文化性的農產品、商品和文化載體。接著書中又對茶與觀光活動的連結做出闡述，囊括了政治、經濟、社會等面向的發展和案例。書的最後一部分提到的是茶的蛻變（Transforming Tea），講述與茶有關的觀光活動如何從單純的提供與茶有關的體驗，蛻變進化到成為一個更完整成熟的茶文化觀光目的地（Tea Destination）。本書關於茶文化的各種變化，以及其與觀光的連結應用之論述既多又廣，這些相關理論都將會貫穿在本研究的各章節作為理論基礎。

而針對東弗里斯蘭地區的茶文化觀光，學者 Bohne 曾針對這個主題進行過研究，並於 2021 年發表學術文章《Uniqueness of tea traditions and impacts on tourism: the East Frisian tea culture》，以「茶與其背景和傳統是否可以當作一地文化觀光之主要品牌訴求」為主要問題意識進行分析與調查。同時該研究也提到，飲茶習慣在東弗里斯蘭被當作一個地區特色和意象，來翻轉與改變一個發展較落後地區，因此喝茶這件事情對當地居民的自豪感也是有所連結。本研究同樣也經引述此研究的論述與理論，來探討東弗里斯蘭茶文化的物質與非物質面向展現，以及做訪談問題的理论基礎，尤其在茶與地方認同的連結部分。

關於文化觀光，美食觀光學者 Boniface 2003 年的《Tasting Tourism: Travelling for Food and Drink》談到人類的飲食文化和文化觀光發展的脈絡與關係，例子包含世界各地的飲食活動、節慶、風俗等；Smith 2014 年的《文化觀光學》、Mckercher & Cros 2010 年《文化觀光：觀光與文化遺產管理》則針對文化觀光和各類型的資源進行管理性系統性的整理，這些論述將引用在參訪時的問卷內容設計。

另外，關於歐洲包含東弗里斯蘭地區喝茶習慣加糖和奶的議題，Hirschfelder 2004 年的《歐洲飲食文化》當中，提到了「文化商品跌價規則」，可以解釋茶在歐洲從僅流行於貴族階級的奢侈品漸漸普及到中下階層群眾的現象，同時也提到人類的

「趨甜性」，可作為茶在傳入歐洲後，由原本中式的純飲法轉變為加糖和加奶的理論基礎。

綜合上述所有元素，可以發現飲茶文化在因為歷史、地理、政治等因素於東弗里斯蘭當地成形之後，漸漸的發展出一套成系統的文化。東弗里斯蘭的飲茶文化又加強了當地人對自己地域身分的認同，進一步形成觀光目的地行銷（Touristic Destination Marketing）和地方品牌（Local Brand）的觀光利益關係元素（Touristic Stakeholders），經年累月之後，漸漸促成了該地茶產業和觀光產業鏈的發展與興盛。這個模式和學者 Gay 於《做文化研究：索尼隨身聽的故事》提出的「文化迴路（Circuit of Culture）」有著相當的相符程度。Gay 提出，所有文化主題都是經過生產（Production）、消費（Consumption）、規制（Regulation）、再現（Representation）、認同（Identity）這樣的迴路過程，了解並形成社會認同，同時五個元素為一個循環，會互相影響。這個理論也將運用於訪談問題的設計，來探討在東弗里斯蘭茶文化和產業當中，各項因素之間的相互關聯，以及包含地方認同、文化創新與傳承等延伸議題。

#### 四、預期貢獻

綜合上述相關書籍、文獻、網路資訊等資料，可發現，儘管東弗里斯蘭飲茶量為世界之最，茶也是該地為發展地方觀光以及凝聚文化認同的重要元素之一，但針對該地飲茶文化和文化觀光結合的研究頗為缺乏，更沒有對於東弗里斯蘭飲茶文化從起源、流變、一直到現行文化面貌的完整、多面向的相關探討和研究。

「茶對許多人來說有著許多（不同的）意涵。它有著相當豐富且富饒趣味的歷史，並可被視為一種植物、農產品、飲料、餐飲服務、或是過去。茶在殖民主義和革命浪潮當中都是要角之一，也緊密連結著古今社會的貿易和旅行活動。身為一個商品，茶可以流連於各個文化之間，並在各個文化裡成為文化本身的一部分，形成一個又一個的文化傳統和遺產」（Jolliffe, 2007, p3）。

由此可知，茶是一個擁有多元面貌的，從植物和農產品到高度商業化和文化意涵的文化載體。而在東弗里斯蘭的茶文化當中，歷史、地理、政治、生活等面向通通

涵蓋，一覽無遺。認識了東弗里斯蘭的茶文化，就認識了東弗里斯蘭這個地方。

本研究期許以茶文化為主軸，講述茶在東弗里斯蘭的前世今生，並且透過描述該地茶文化以及其他元素關聯的過程，呈現東弗里斯蘭的各個樣貌。

## 第二章 茶在東弗里斯蘭的發展

### 第一節 茶傳入歐洲和東弗里斯蘭的過程

歐洲人剛開始接觸到茶，最早能追溯到西元 16 世紀。在地理大發現之後的大航海時代，歐洲人在全世界展開了貿易、傳教和探索新世界的各種活動，並在亞洲碰上了許多以往未知的事物，其中就包含了茶。在歐洲文獻當中，最早記述到茶的，是西元 1559 年義大利旅遊探險作家 Ramusio，他在著作《航海記集成》當中寫到關於一位來自波斯的商人 Hajji Mahommed 和他談論中國人將茶用來當作藥用飲料的神奇事蹟，被公認為是史上第一次由歐洲人做出跟茶有關的紀錄（Ukers, 2017；Griffiths, 2011）。

大航海時代前期另一個相當活躍的國家荷蘭，也是歐洲各國當中最早接觸到茶的國家之一。16 世紀末，遠東貿易幾乎為葡萄牙人所壟斷，荷蘭航海家及商人 Jan Huyghen Van Linschoten 在一次由葡萄牙出資的海上航行中接觸到了茶，並於他日後出版成冊的日記《Itinerario》中紀述所聞，表示這種的溫熱飲料，是由一種叫做”Chao”的草本粉末所製作而成（Ukers, 2017），這個航海旅行日誌成為史上首此由荷蘭文記載，和茶有關的紀錄。

而日後，荷蘭也成為歐洲第一個將茶葉當作商品帶至歐洲本土進行銷售的國家。17 世紀初期，歐洲人就已經開始了向中國人買進茶葉，並透過海上絲路運回歐洲販售的茶葉交易，不過是一直到了 17 世紀中後半段才有了大量的茶葉貿易活動（Ptak, 1994）。1607 年，荷蘭商船自澳門載運了茶葉至爪哇（當時稱巴達維亞）荷屬東印度公司之據點販售，是第一次有文獻記載的歐洲人載運茶葉的行為。在 1610 年，荷蘭人將茶葉載往歐洲進行販售，則為歐洲人將茶葉當作商品並且銷往歐洲的最早文獻記錄（Ukers, 2017；Standage, 2006）。

此外，荷蘭不僅是最早將茶葉自亞洲載運並銷往歐洲的國家而已，更是第一個開始流行喝茶的歐洲國家。「歐洲對茶的需求，主要是從西北歐開始的」（Ptak, 1994,

p3)；「荷蘭是歐洲最早養成飲茶習慣之國家」（姚國坤、王存禮、程啟坤, 1995, 頁 57），由這些資料可以得出結論，荷蘭也是第一個發展出高度飲茶需求和蓬勃飲茶文化的歐洲國家。

在當時的歐洲，茶葉既然為新穎的舶來品，同時也被當作一種有療效的藥用飲料，以及奢侈品和炫耀性商品等多重意象的商品，一開始價格相當昂貴，因此為貴族階層才能負擔的起的飲品，飲茶文化也逐漸成為一種流行於上層社會的文化現象。除了當作藥用飲料和進貢給國王的貢品之外，許多貴族富商之流也愛好喝茶，並仿效中國的茶宴，在家設置專門的飲茶空間，當作社交場域。婦女們更發起籌組了飲茶俱樂部和茶會等社團，甚至因為嗜茶過度而引發夫妻不和睦的狀況，1701 年上演知名舞台劇《茶迷貴婦人》就是這個社會現象的真實寫照（Standage, 2006）。可見，在 17 世紀的後期，飲茶已經在荷蘭捲起一陣旋風，說當時荷蘭的上流社會為茶感到瘋狂，是一點也不為過。

就是在這樣對茶的風靡之下，飲茶文化也開始漸漸自荷蘭傳至其他歐洲地區，包含和荷蘭相當接近，同時也靠海的東弗里斯蘭地區。「最開始，紅茶被荷蘭商人引進東弗里斯蘭，其昂貴的價格使它主要為該地貴族所引用，不過在之後漸漸受到大眾歡迎，變成了連工人階層或一般民眾也能日常飲用的飲品，並成為一個能代表弗里斯蘭地區的風俗」（Bohne, 2021, p5）。茶葉商品和飲茶風氣不僅透過荷蘭傳入了東弗里斯蘭，也在這裡落地生根，並漸漸從貴族階層普遍至一般民眾，成為一種大眾流行，最後變成了當地標誌性的文化。

有趣的是，茶葉剛開始是由荷蘭引進歐洲各地，荷蘭也是第一個開始大肆流行飲茶的國家，其他國家如法國也曾風行過飲茶之風。不過，時過境遷，在許多歐洲的國家或地區，茶可能曾經流行一時，但對茶的狂熱都是漸漸消散，被日後的主流飲品例如是咖啡、啤酒或其他飲料所取代，包含荷蘭在內也是逐漸失去原本對茶的狂熱。最後，在歐洲大陸上仍然有著高度飲茶需求，進而將茶這個本來的舶來品內化成屬於自己當地特殊文化的，反而是東弗里斯蘭。為什麼，茶在東弗里斯蘭能有如此特殊的發展，而非歐洲其他國家或地區呢？這就需要來探討東弗里斯蘭獨特的地理、歷史和政治背景。

## 第二節 東弗里斯蘭地區簡介

探討東弗里斯蘭的茶文化，也要先界定東弗里斯蘭的位置和了解它的歷史、政治背景。首先，東弗里斯蘭並非現行官方的行政區域，而是一個文化區域（cultural region），指的是現今德國的下薩克森邦（Niedersachsen）當中，靠近北海（Nordsee）海岸線的地區，包含海岸線內的沼澤地區，以及本土外的六個東弗里斯蘭島嶼（Ostfriesische Inseln）。和東弗里斯蘭相對的，是隔著埃姆河（Ems River）相望的，現屬荷蘭領土的西弗里斯蘭（Westfriesland）。東/西弗里斯蘭海岸線的沼澤溼地被稱為「瓦騰海」（Wattenmeer），該地區的地貌不穩定，會隨著不平衡的潮汐作用影響而改變，也因為這樣的特殊性讓瓦騰海區域在 2009 年被納入聯合國教科文組織（United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization）的世界自然遺產當中（Schroor, Egberts, 2018）。

根據紀載，於西元 1~2 世紀，弗里斯蘭人（the Frisians），一個屬於日耳曼語系，並以航海和商業貿易為主要生產行為的部族，就居住於現今荷蘭的海岸線至德國北部的靠海區域的範圍。因為地形緣故，當地居民必須修築土丘、壩堤和運河等建設，防止大浪和海水倒灌導致的農作物、耕地和居住地的毀損；此外也會建造能與海爭地的圩田來當作農耕和放牧用地（陳致宏, 2022）。惡劣的自然環境使得居住在此的人民有著獨特的生活模式，同時也凝聚了在地人的向心力。

政治上，東弗里斯蘭也有相當的特殊性，最著名的莫過於「弗里斯蘭自由特權」（Friesische Freiheit）了。弗里斯蘭自由特權可追溯自西元 8~9 世紀，當時的弗里斯蘭地區隸屬於法蘭克王國（Frankish Empire）的加洛林王朝（Carolingian Dynasty），不過由於地處偏遠又靠近北海，該地區常受到維京人的侵略。有鑑於此，約於西元 800 年，查里大帝（Charlemagne）解除了弗里斯蘭地區人民至外地服兵役的要求，讓當地人可以留在弗里斯蘭抵抗維京人的入侵（陳致宏, 2022）。因此種種自然和政治的因素，有別於歐洲大陸在中世紀普遍發展行使的封建政體，弗里斯蘭地區形成了一種特殊，自成一格的政治體制。

根據弗里斯蘭自由權，該地區和其人民直接隸屬於帝國皇帝，而非封建主管轄；隨著時間發展，弗里斯蘭地區甚至有了自己的地方法律和行政體系，透過弗里斯蘭人傳統的社群選出類似法官的行政執法官員（Redjeven）行使該地法律，這樣的制度一

直到約 16 世紀才漸漸瓦解 (Schmidt, 1975)。如此特殊的政治背景，讓弗里斯蘭地區在不論歐洲大陸政權如何更迭，於中世紀都一直處於高度自治的狀態，而這種狀態持續了將近一千年之久，也使該地形成強烈的地域認同。

特殊的政治環境，導致東弗里斯蘭地區有著高度的自主性，這點也可以反映在茶葉的需求量上，「(在德國)茶之飲用擴展甚緩，除在近海之地如布勒門 (Bremen，即布萊梅)及西北之奧斯脫弗雷斯蘭特 (Ostfriesland，即東弗里斯蘭)，茶葉之消費較德國其他各處為大。在一九一三年德國之茶葉消費每人每年為七十克，但奧斯脫弗雷斯蘭特則在兩公斤以上」(Ukers, 2017, p101)。可見，在 20 世紀初，東弗里斯蘭就已經有著高出德國平均一大截的人均茶飲用量。

由第一節和第二節的論述當中，可以看出因為地緣關係，茶當時是透過荷蘭進入東弗里斯蘭地區的。而東弗里斯蘭特殊的地理、歷史和政治背景，使其有著高度的自治性和對外的隔離性，這些都是發展出特殊在地文化的重要條件，也能解釋飲茶之風為何單獨在東弗里斯蘭流行，而沒向德意志地區的其他部分延伸，造就了如今東弗里斯蘭有別於德國其他地區，獨樹一格的飲茶文化。在本章的第三節和第四節，本研究則將探討茶進入東弗里斯蘭地區之後，該地的飲茶文化是如何養成，以及歷史上曾經發生過的兩次禁茶事件。

### 第三節 東弗里斯蘭地區飲茶文化的養成

茶會進入東弗里斯蘭，和上述地理、歷史、政治等背景有密切關連；不過飲茶文化的養成，除了上述的因素之外，則也跟自然環境和健康訴求有關。在茶剛進入到荷蘭時，它既被貴族視為一種炫耀性飲品，也被當作具有療效的藥用飲料。許多醫生在 17、18 世紀陸續提出了飲茶對人體有益的言論，例如荷蘭名醫 Nicolaes Tulp 就曾在其 1641 年的著作《Observationes Medicae》當中大肆鼓吹了飲茶對身體健康的好處，包含盡除百病、延年益壽、增進體力、預防發炎、提神醒腦等；另一位荷蘭醫師 Cornelius Bontekoe 則更加誇張，建議全國上下不分男女都應該喝茶，從一天十杯開始，一直喝到胃所能承受的最大量為限 (Standage, 2006; Macfarlane, Macfarlane, 2005)。喝茶會開始流行，除了上流社會的帶動之外，和身體保健、醫學界人士的鼓吹也有相當大的關係。

不過，反對的人也不在少數，德國籍醫師 Simon Pauli 就曾提出飲茶雖然有好處，但遠不及危害來的多，甚至認為茶葉在從中國運至歐洲的路程當中已經質變產生毒素，「它（茶）加速了飲用者的死亡，尤其對年過四十的人而言更是如此」（Standage, 2006, p181）；耶穌會的傳教士馬奇諾·馬奇尼就提出了中國人之所以體型瘦小而且面黃肌瘦，就是因為喝茶的緣故，主張歐洲人應該拒絕飲茶，並把茶退回國外（角山榮，2004）。儘管社會上針對茶對人體到底是有益還是有害，正反雙方有著激烈的爭論，不過飲茶行為只要不過量，畢竟是不會對身體造成危害，因此它仍在荷蘭、法國以及日後的英國引起巨大迴響，茶葉取得和飲茶習慣也從一開始只限流行於貴族階層和上流社會，漸漸的隨著時間推移，開始普及至各個不同社會階層，在歐洲成為一種相當普遍的飲料。

而在東弗里斯蘭也是相同的狀況，茶飲在剛開始被引進該地區時，主要流動在貴族階層，之後則漸漸普及化，「茶葉最初輸入德國，在 1650 年，係假道荷蘭入境，至 1657 年，茶已成為商業市場上之主要物品……除近海各地外，擴展頗為緩慢」（Ukers, 2017, p38）；「一開始，紅茶本來是荷蘭商人引進（東弗里斯蘭）的，不過由於價格昂貴，主要是弗里斯蘭親王（Prince of Frisia）及其家族享有。日後則普及於工人階層，並成為一種『弗里斯蘭的習俗（Frisian custom）』」（Bohne, 2021, p375）；「在 17 世紀與 18 世紀之交的期間，德國西北部沿岸地區的上流社會模仿英國與荷蘭的飲茶時尚。這時茶葉仍是相當昂貴的貨品，只有貴族、富裕的鹽沼農民和市民階級才有能力消費得起。到了 18 世紀，喝茶的習慣已經普及至中下階層的民眾，成為東菲仕蘭的『國飲』」（陳致宏，2022）。由各項資料可以看出，茶自 17 世紀中期進入東弗里斯蘭地區，本來為上流社會才負擔的起的舶來品，而到了 18 世紀之後，已經成為了大家都會飲用的日常飲品了。

至於為什麼在東弗里斯蘭，茶會變成一個主宰市場的飲料，而非如咖啡或啤酒這些在德國乃至歐洲其他地方更受歡迎的飲品呢？首先，茶葉有消毒抗菌的作用，更有甚者，在某些地區飲茶文化的流行甚至能帶動人口增長，「……茶葉具有很強的抗菌消炎的功效。現代研究發現，茶葉中的單寧酸能殺死引發霍亂、傷寒、痢疾等疾病的細菌。所以，即便泡茶的水沒有煮沸，飲茶也比以前飲用的由大米或小米釀成的啤酒更加安全」；「由於茶葉中所含的抗菌素單寧酸極易溶於母乳，所以嬰兒也受益匪淺，死亡率大大降低」（Standage, 2006, p194）。由此可見飲茶的保健功效，尤其對過去衛生條件不如現代發達的人而言，確有其事。

再者，水質也是很大的因素，東弗里斯蘭臨海，水當中帶有令人難以入口的海鹹味，因此對於能在飲水中加味以去除海鹹味的東西，有著相當的需求。而茶在普及之後，因為其價格低廉的緣故，使它超越咖啡和啤酒成為主流飲品，「一開始，有幾項因素使得人們理所當然的更喜歡茶而非咖啡或啤酒，茶比咖啡更加便宜，而相當糟糕的水質使人們很喜歡在水中加入有強烈氣味的茶來改善飲水的味道」（Bohne, 2021, p375）。

另外，茶的處理也比咖啡來的簡單許多，因為咖啡還須經過研磨、沖泡、濾渣的工序之後才能飲用，而茶只要單純的用水沖泡即可；再加上茶葉可以多次回沖，咖啡則比較沒有多次沖泡的特性，因此同樣分量的茶葉能產出的飲料量比咖啡多（陳致宏, 2022）。而相較起啤酒，茶葉還有沖泡和保存都更加容易的優勢，茶飲用乾茶一沏即成，簡單方便快捷，不像啤酒那樣容易變質。從殺菌、去除異味、沖泡容易程度和經濟實惠程度、再到保存的容易，在東弗里斯蘭地區各種環境與條件之下，茶飲都比其他飲料更具優勢。

綜上所述，種種自然、經濟和人文因素的交織，讓茶來到了東弗里斯蘭，並在該地區成為了最主流和普遍流行的飲品。對多數民眾而言，在剛開始喝茶可能只是很單純的為了消除水中異味，不過在日後漸漸變成了一種習慣，並衍伸出特定習俗，形成了專屬於東弗里斯蘭相當特殊與美麗的飲茶文化。

#### 第四節 東弗里斯蘭歷史上的兩次禁茶事件

對東弗里斯蘭的人民來說，自 17、18 世紀之後養成的飲茶文化一直維持至今，不過這當中並非一帆風順，在歷史上東弗里斯蘭就曾經面對過兩次禁茶事件。這節就將梳理當時遭遇禁茶的背景，以及當地人民如何做出回應，以延續東弗里斯蘭的飲茶文化。

東弗里斯蘭面臨的第一次禁茶事件，發生在 1778~1780 年。此次的禁茶事件要從同樣跟東弗里斯蘭地區很有關聯的「王家普魯士亞洲貿易公司（德文 Königlich Preußische Asiatische Compagnie in Emden nach Canton und China），以下簡稱 KPACVE」談起。KPACVE 為普魯士國王腓特烈二世（Friedrich II，暱稱腓特烈大帝 Friedrich der Große）成立於 1750 年的貿易公司（Staatliche Museen zu Berlin, 2012）。

從它的名字就能看出來，貿易的主要對象是中國，尤其是東南沿海的廣東。其設立位置就在東弗里斯蘭的埃姆登，因此 KPACVE 也被稱作「埃姆登東亞貿易公司（Emders Ostasiatische Handelskompanie）」。由此可見，東弗里斯蘭地區由於靠海，埃姆登又是良港，因此該地區對於普魯士王國希望發展的對外航海貿易上，有著顯著和重要的地理位置。本研究訪問品牌對象之一的 Thiele，其品牌發源地和現在的根據地就在埃姆登。

腓特烈大帝希望讓傳統上偏向陸權文化的普魯士王國，也能仿效英國和荷蘭等國家的東印度公司模式，走向當時大航海時代的全球貿易趨勢當中，因而成立 KPACVE。而普魯士王國在 1744 年整併了東弗里斯蘭地區，也讓王國得到了在北海的出海口，因此 KPACVE 即設立在埃姆登。此舉也引起了相鄰的包含荷蘭、英國、法國、甚至漢堡的政治、商業界人士的高度注意（Schui, 2006），因為這極有可能影響其他國家或地區在貿易上的獲利，危及部分國家的經濟命脈，甚至導致當時歐洲列強海權時代政治局勢的重新洗牌。

在當時歐洲向中國進口的貨物當中，有茶葉、瓷器、香料、絲綢、藥用植物等，東弗里斯蘭也因此剛好就成為了整個普魯士王國境內最先接觸到這些「舶來品」的地區，包含了茶葉和瓷器。因此，KPACVE 的成立和運作，也進一步的促進和保留了飲茶文化在該地的流行。

然而，腓特烈大帝希望藉由 KPACVE 讓普魯士濟身海權強國的希望，最終仍宣告失敗。就商業角度而言，KPACVE 營運的狀況算是良好，其擁有的所有商船皆沒有因為天災、劫掠而損失（陳致宏, 2022）。但是導致公司無法繼續經營的主要原因是七年戰爭，其中法軍於 1757 年入侵佔領了埃姆登，部分船隻遭到卸下裝備，公司的營運也被迫停擺。而在戰爭結束之後，腓特烈大帝在各方考量下放棄了海上爭霸的計畫，KPACVE 也在 1765 年宣布解散。

在 KPACVE 解散後，東弗里斯蘭失去了其特殊的貿易地位，無法從中國或亞洲其他國家取得第一手進口的茶葉。但當地人喝茶的習慣早已養成，因此又重回了和荷蘭、英國等地進行交易，買進茶葉到當地飲用的供需模式。此舉造成當地資金外流，導致貿易逆差。加上自己主導的 KPACVE 失敗，其他競爭對手如荷蘭、英國卻能繼續靠著海上貿易來賺自己領地的錢，導致了腓特烈大帝強烈的不滿情緒，也波及到了茶葉這個商品（Anne, 2020）。

此外，在少了 KPACVE 之後，茶葉需求仍然居高不下，使得海盜和走私等非法

團體和貿易增加，行政管理上變得相當困難。因此在各方考量下，普魯士王國的相關當局在 KPACVE 解散後，就開始嘗試宣導讓東弗里斯蘭民眾減少喝茶，稱茶葉為「來自中國的毒龍（chinesischen Drachengiftes）」，並推動以檸檬香蜂草、荷蘭芹等香料植物所製成的花草茶飲品，希望能取代東弗里斯蘭地區對茶的需求。到了 1778 年，位於奧里希（Aurich）的普魯士皇家警察局更在官方授意下，出台一紙禁茶法案，宣稱喝茶會浪費金錢和稅收，並對國家造成損害，因此有明令規定東弗里斯蘭地區禁止飲茶，以杜絕以上種種現象（Knigge, 2016）。

沒想到，花草茶不但沒能順利轉移東弗里斯蘭人民對茶的需求和熱愛，禁茶法案更沒有達到阻止走私貿易和資金外流的作用，反而引發了人民的強烈反抗，並且加劇了茶葉的走私貿易。到了 1779 年，東弗里斯蘭地區人民寫了一封措辭激昂的公開信給政府，內容如下：

*"Der Gebrauch des Thee und Caffee ist hierzulande so allgemein und so tief eingewurzelt, dass die Natur des Menschen schon durch eine schöpferische Kraft müßte umgekehrt werden, wenn sie diesen Getränken auf einmal gute Nacht sagen sollte."*

「在這個國家，茶和咖啡的使用是如此的普遍且根深蒂固，如果突然間必須對這些飲料說晚安，那麼人民就勢必透過各種力量來扭轉這個現象。」（轉引自網站 Dornum）

面對如此義正詞嚴又強而有力的反抗，讓普魯士中央最終在 1780 年取消了對茶的禁令，整起事件又被稱為「茶的戰爭（Teekrieg bezeichnet）」。由此可見，東弗里斯蘭地區人民對喝茶的信念可說是堅定不移。另外值得一提的是，信中提到了「茶和咖啡」，但咖啡在當時並沒有被官方禁止飲用和進口，因此它只是被拿來比喻，茶之於東弗里斯蘭人民，就跟咖啡之於國家當中其他地區人民一樣，早就屬於不可或缺的民生必需品，如果官方要強力禁止，那人民會盡一切力量來反抗這樣的禁令和規定。因此這封信的內容使用的比喻，也很明顯的表現出東弗里斯蘭不同於其他地區的飲茶文化，是相當特別的。

除此之外，從這段歷史我們可以看到，當茶葉對當權者是有利可圖的商品，他們不惜投入大量資源來做進口貿易；但當掌權者無法從中得利時，則將它敘述成「來自中國的毒龍」。這個敘述方式，明顯帶有利用民眾對遙遠東方中國的陌生感和刻板印象，產生恐懼和敵意的意味，極具煽動性和誤導性，也是站在殖民者對被殖民者的利用和霸權的展現，在東弗里斯蘭此次禁茶的案例當中一覽無遺。

東弗里斯蘭面臨的第二次禁茶事件則發生在 19 世紀，拿破崙時期發起的大陸封鎖政策，時間從 1806~1814 年。當時的時空背景，拿破崙在歐洲大陸稱霸後，積極想要和海權霸主英國一較高下。然而，在特拉法爾加海戰一役，法國和西班牙的聯合艦隊遭到英國海軍毀滅性的打擊。海上軍事實力不如人，拿破崙因此將腦筋動到經濟手段上，於 1806 年 11 月 21 日在柏林宣布了著名的「柏林詔令（Décret de Berlin）」，希望通過封鎖英國與歐洲大陸的貿易，來打擊英國的經濟，因此又被稱為大陸封鎖政策（熊昌有, 1998）。

然而，身為工業革命的發源地與世界殖民霸主，英國雖然因此少了很多歐洲市場，但仍有殖民地可以維持原料的供應與商品的銷售，反倒是許多歐洲大陸國家因為大陸封鎖政策，使得原料缺乏，商品滯銷，港口運作停擺，工人失業和工商業蕭條，物價飛漲，最終導致走私猖獗。

其中，荷蘭、葡萄牙和俄羅斯跟英國更有著相當緊密的經濟關係，因此雖然在大陸封鎖初期都配合拿破崙執行政策，但隨後造成的經濟壓力使得這些國家開始唯唯諾諾，暗中允許甚至參與了走私活動。俄國率先開始表示對大陸封鎖政策的不配合，因此引發了 1812 年的俄法戰爭，最後導致了拿破崙霸權在歐洲的終結（Siemann, 2019）。

也因為茶葉皆為進口，在大陸封鎖政策時期，東弗里斯蘭面臨了第二次官方的禁茶。如前所述，該地區和荷蘭在地理和歷史上本來就有密切連結，而荷蘭又因為經濟上仰賴英國所以沒有強力執行大陸封鎖的政策。東弗里斯蘭人民為了取得足夠量的茶葉，再度拿出了代代相傳的看家本領，以大量的走私貿易來供應這個時期的飲茶需求（Haddinga, 1977）。

1814 年大陸封鎖政策解除後，茶葉的交易又恢復正常，本研究主要訪問對象之一的 Bunting 就曾經歷過那個時期，且 Bunting 的創立年分正好是大陸封鎖政策開始的 1806 年，在第三章也會對此段歷程進行論述。從東弗里斯蘭茶葉供應和走私的案例可以看出，拿破崙的大陸封鎖政策並沒有辦法做到堅壁清野，以此推測該政府對於歐洲

大陸西北邊陲靠海地區，其實未能達到有效的管控，應證了當時歐洲各國對拿破崙陽奉陰違的歷史事實。

在探討完東弗里斯蘭茶文化的形成原因和發展進程之後，本研究挑選了兩間博物館進行深度訪談，分別是東弗里斯蘭茶博物館（Ostfriesisches Teemuseum Norden），以及 Bunting 茶博物館（Bunting Teemuseum）。關於兩間博物館的成立、展覽介紹，以及各項訪談內容，於第三章呈現。

## 第三章 東弗里斯蘭茶博物館和 Bunting 茶博物館

### 第一節 東弗里斯蘭茶博物館之成立背景與發展

東弗里斯蘭茶博物館位於該地區北邊的小鎮諾登（Norden），其成立年分最早可追溯到 1919 年，經幾次改變展覽方向、主題與名稱之後，成為了現今的東弗里斯蘭茶博物館。目前博物館的建築同時也是諾登過去的老市政廳（Old City Hall），它涵蓋了四個建築主體，並共有三層樓，而這些建築在過去就是東弗里斯蘭北區的重要地景和建物，諾登主要的教堂 Ludgerikirche Norden 即在對面，與現在的東弗里斯蘭茶博物館隔街相望。

此棟建築之歷史可追溯到中古世紀的晚期，約在 13~14 世紀時，目前茶博物館建築物的本體就已經被建造，最初建築的地下室被完整保留至今。而地上建物的部分，儘管日後多次重建或修復，其建築的外觀則是一直維持原本的樣貌。於 14 世紀時，建築因戰亂而遭到摧毀，於 1539 年進行了重建，而重建後的拱型地窖是目前現存地上建物當中最古老的部分。

在過去，市政廳的用途相當多元而複雜，包含行政中心、當地議會開會和司法審判場所、貿易聚集地、學校、以及市民的公共交誼區，甚至有些區域還被當作關押囚犯的牢房。



圖 3-1 現存最老的市政廳圖像，由 Rohbock 在 1852 繪製  
(圖片來源：Wikipedia)



圖 3-2 東弗里斯蘭茶博物館現在的外觀  
(圖片來源：筆者拍攝)



圖 3-3 入夜後，OSTFRIESISCHE TEEMUSEUM 字樣會亮燈  
(圖片來源：筆者拍攝)

而關於東弗里斯蘭茶博物館的設立，1919 年被視為最早設立的年份，而在這超過 100 年的歷史當中，館方提供了八個時間上的重要里程碑，分別如下：

- 1919-諾德蘭家鄉俱樂部（Heimatverein Norderland）成立
- 1922-舊市政廳舉辦了地區文物展，對大眾開放，隨後成立諾登家鄉博物館（Norder Heimatmuseum）
- 1984-「茶的世界（The World of Tea）」巡迴展覽，萌生成立茶博物館的念頭
- 1989-諾登家鄉博物館正式改名為東弗里斯蘭茶博物館，館址為舊市政廳以及威斯特街 1 號（Westerstraße 1）的建築
- 2000-買下威斯特街 3 號和 4 號（Westerstraße 3&4）空間
- 2001-大規模增聘博物館內員工
- 2004-擴增博物館規模至威斯特街 3 號和 4 號
- 2012-2014-增加「東弗里斯蘭式飲茶」的體驗行程，開始設計團體的遊程路線、導覽

提到東弗里斯蘭茶博物館的設立，就不能不提諾德蘭家鄉俱樂部。該俱樂部成立於 1919 年，當時以蒐集和東弗里斯蘭地區文化相關之文物為主要宗旨。諾德蘭家鄉俱樂部在 1922 年於舊市政廳的場地開始了相關文物的展覽，展覽對大眾公開，隨後成立了諾登家鄉博物館。

其中，從俱樂部和博物館的命名可以看出，當地的地區命名存在著相當多文化認同或歷史區域的情況。在第二章的第二節有提到，東弗里斯蘭本來就是一個文化區域，而非現行正式的行政區域名稱，而諾德蘭 Norderland 則是諾登 Norden 的舊稱，不過兩者的所涵蓋的區域也並不盡相同，諾德蘭指的是東弗里斯蘭西北角靠海的一個區域，而諾登則是現在正式的行政區域名稱，其面積要比諾德蘭小。

在當時，諾登家鄉博物館就已經展示許多和茶有關的文物和文化，但並沒有把茶當作博物館主要展覽的本體和主題，還包含了其他許多諾登或諾德蘭地區風土民情相關的展出物件。在隨後的幾十年當中，諾登家鄉博物館的展覽幾本上一直持續，唯在第二次世界大戰時曾因戰火波及，展覽一度中斷，並造成部分建物的損毀和文物的損失。

到了 1984 年，博物館辦了一個巡迴展覽，主題訂為「茶的世界」。由於該次巡迴展覽頗受好評，反應相當熱烈，因此館方和俱樂部方面有了成立茶博物館的念頭。經過多次討論和協商，大家對茶可以當作東弗里斯蘭代表性文化載體的共識和認同越來越趨於一致，遂於 1989 年，諾登家鄉博物館正式改名為東弗里斯蘭茶博物館，明確將當地特殊文化聚焦在飲茶上。而且在涵蓋的地域上，也將原本僅有之諾登或諾德蘭地區的範圍，一口氣擴大到有著深厚喝茶文化的整個東弗里斯蘭地區，此舉也讓茶成為東弗里斯蘭的最佳代表，非常具有象徵性意義。在展出空間部分，除了原本的舊市政廳之外，也延伸到了一旁的威斯特街 1 號的建築，對博物館而言，無論是在實體的空間或是意義上都有了一次相當大的擴增和進展。

隨著東弗里斯蘭茶博物館的開張，一年內，參訪人次就比前一年翻了一倍，可見其受歡迎的程度相當之大。不過這也對博物館的營運、空間和人力上都造成相當大的挑戰。因此博物館在 2000 年買下了威斯特街 3 號和 4 號，並在 2001 年增聘了大量的員工，為日後的擴增做準備。

到了 2004 年，威斯特街 3 號和 4 號的空間終於裝修和準備完畢並開始展覽。至此，整個博物館的空間利用基本上分為二，原本舊市政廳和威斯特街 1 號的空間被用為常態性的展覽，而威斯特街 3 號和 4 號的空間則被用為特別展覽的展區，特展主題會定期更換。

時間來到 2012~2014 年，東弗里斯蘭茶博物館迎來了近代又一次的里程碑，有鑑於以往單純陳列文物的博物館展覽方式，在這三年當中，東弗里斯蘭茶博物館引進了更現代和互動式的展覽，首先針對團體遊客訂定了團體展覽的路線，將博物館原本各自分開的區域，串成一條能夠形成整體茶文化體驗的路線。

為了達到這個效果，在團體導覽的最後一站，會將遊客帶到一個像是東弗里斯蘭當地客廳風格的空間，並進行實際的東弗里斯蘭式的行茶、飲茶體驗。除了教學展演和泡茶給遊客喝之外，也會在教學之後邀請部分遊客親自為自己或同行友人泡上一壺茶。這個遊程大大增加了展覽的五感體驗，以及與遊客的互動，遊客能親自以東弗里斯蘭的方式喝茶、泡茶，將剛剛參訪過的知識完全具體化實現，更能體會東弗里斯蘭茶文化的特殊性和理解它形成的原因，這個模式也一直被博物館沿用至今。除了預約的團體導覽之外，東弗里斯蘭式的飲茶體驗活動也會定時進行，讓散客也得以親身體驗最正統的東弗里斯蘭茶文化。

另外在營運模式的部分，東弗里斯蘭茶博物館基本上是由北方家鄉俱樂部所營

運，因此算是私營的一個博物館。不過由於營運的相當出色，而且成功連結了茶文化和東弗里斯蘭的在地意象，成為了諾登市和東弗里斯蘭相當重要的觀光景點，在 2007 年諾登市政府也開始了和北方家鄉俱樂部以及茶博物館的合作，博物館會和諾登市政府舉辦一些不收費的公益活動，而諾登市政府也會想辦法為博物館引入一些資源，例如特展的布置和策展經費，並提供更多的曝光和行銷管道。博物館的所有文物皆為北方家鄉俱樂部所有，威斯特街 1 號到 4 號的空間也是俱樂部私有；而舊市政廳的建築所有權仍然屬於諾登市政府，供給博物館使用。

## 第二節 東弗里斯蘭茶博物館展覽

東弗里斯蘭茶博物館的展區分為常設展和特別展覽兩個區塊，以及筆者被邀請參觀的特殊空間。常設展部分，除了針對東弗里斯蘭茶文化本身的展出，以及有第一節提到的體驗活動之外，還有另外一個專區是特別介紹世界許多不同國家/地區的喝茶習俗；特別展覽部分，筆者於 2023 年 7 月份到訪時，特別展覽的主題為「巴達維亞的貿易」（Handel in Batavia），講述航海時代，茶葉這項商品是如何讓東弗里斯蘭、荷蘭、葡萄牙和亞洲的巴達維亞、廣東等地，以及普魯士王國、明朝、清朝這些政權有所連結。

儘管本次的到訪僅有筆者單獨一人，不過在預約和與博物館的溝通過程都相當順利。主要聯絡人為館長 Mirjana Čulibrk 女士，親自跟筆者確認到訪的日期、時間、需要使用英文進行導覽、以及問題內容和研究的方向、期望看到的內容……等諸多細節。而到了博物館之後，由一位會說英文的 Maike Bardelmeier 女士擔任筆者個人的特別導覽。由此也可看出，館方對於對東弗里斯蘭茶文化有興趣的研究者或是參訪者，是抱持著相當熱切歡迎的態度，儘管是一間私營的博物館，在推廣茶文化上是不遺餘力的。

### 一、常設展區

東弗里斯蘭茶博物館的常設展區當中也包含了許多小的區域，而在筆者剛開始參觀行程時，導覽員 Maike Bardelmeier 女士最先展示的展品是兩份證書，第一份是關於東弗里斯蘭茶文化於 2016 年 12 月，被德國 UNESCO 委員會選為國家級非物質文化遺產的紀錄。儘管東弗里斯蘭茶博物館為私營博物館，但身為以東弗里斯蘭茶文化為

主題的博物館，當時也獲頒一張證書。Bardelmeier 女士表示，東弗里斯蘭的茶文化入選國家級非物質文化遺產，對於當地居民和喜歡茶文化的人來說是相當值得慶祝與驕傲的一件事。同時，站在博物館的角度，這讓茶以及東弗里斯蘭地區的結合有了官方的認證，說明了茶文化在東弗里斯蘭地區有著相當的代表性，館方在做文化推廣和行銷上也更有利基點。因此 2016 年的入圍對博物館和所有在當地喜愛、推廣茶文化的人來說都是個重要的里程碑，這份證書也是導覽開始時，導覽員會帶遊客來看的第一件展品。

另一份則是一個民間機構 Rekord Institut Deutschland 於 2021 年所頒發的證書，Rekord Institut Deutschland 為一個專門統計德國各種紀錄的民間團體。該證書認證東弗里斯蘭地區的飲茶量為全球之最，人均每年飲茶量到達了 300 公升之多，並特別指出比另外兩個飲茶量很大之國家利比亞和土耳其還多。由於該團體的認證資料並未公開，因此本研究並不確定相關數據的精確程度，至於東弗里斯蘭年均人飲茶量 300 公升則是符合第一章提到的德國茶葉與花草茶協會之數據（詳見 p.7），不過關於利比亞和土耳其的數據本研究持保留立場。



圖 3-4 東弗里斯蘭茶博物館獲頒的兩張證書  
（圖片來源： 筆者拍攝）

之後就進入了東弗里斯蘭茶文化本身展示的部分，首先有一個區域有很大的茶具組模型，清楚標示出該地區標準的喝茶步驟，從放置茶葉、倒入熱水、在杯中放糖、將茶到入杯中、加入液態鮮奶油等程序，相當清楚地以實物展現，這也是東弗里斯蘭茶文化當中最重要與相當特別的一個環節。



圖 3-5 大型模具清楚展示東弗里斯蘭傳統的喝茶程序  
(圖片來源： 筆者拍攝)

此外，也針對包含茶葉從在產地的製程，再到進口到東弗里斯蘭之後的拼配，都有進行介紹。歷史方面也對茶葉當初從海上經由荷蘭來到東弗里斯蘭地區，有簡單的展示，另外也有一些模擬傳統的茶葉販售處會有的木製架和櫃子，可以見到上面標有不同號碼的茶或咖啡，放置於鐵罐或抽屜中，和東亞地區的中藥行、香料販售的設置其實相當類似。



圖 3-6 傳統的木製層架，將不同原料放在罐子和抽屜中  
(圖片來源： 筆者拍攝)

另外，令筆者印象最深刻的，是有關茶具的展示，東弗里斯蘭茶博物館的展品相當豐富而精采，並且涵蓋了許多網路或是書面資訊沒有紀載的範疇和細節。其中，最令筆者印象深刻的，是叫做 Kluntjeknieper 的類鉗子的器具。由於在東弗里斯蘭喝茶一定會加入糖，而這個糖就叫做 Kluntje (German Commission UNESCO)。過往的東弗里斯蘭地區由於經濟發展較為落後，精緻過後的糖由於價格較高，所以並不流行，

因此以前該地區慣用的糖是相當大一塊，呈現類似柱狀的型態，在使用時必須先用 Kluntjeknieper 將大塊的糖夾至斷開，再將適量的小糖塊放入杯中，和茶以及液態鮮奶油一起飲用。



圖 3-7 各種不同茶具的展示豐富而齊全  
(圖片來源：筆者拍攝)

由於現今已經沒有這個需求了，因此 Kluntjeknieper 在各種文獻或網路資料上都不曾看過，也不曾在世界其他地方的茶文化當中看過類似的器具，一直到了博物館採訪才知道原來東弗里斯蘭人為了喝茶，發明出一種用以拆分柱狀糖塊的器具。Kluntjeknieper 的存在也呼應了第二章當中有提到的，東弗里斯蘭地區經濟發展一直相對落後，在過往對該地人民來說，要取得被精緻處理過的糖並不容易，因此開發出了一種專門分裝糖的用具，在每次飲用前使用。



圖 3-8 Kluntjeknieper 是一種傳統東弗里斯蘭地區拆分柱狀糖的用具  
(圖片來源：筆者拍攝)

除了與東弗里斯蘭茶文化本身有關的茶具之外，還有許多含有在地或是茶元素的文物展出，例如當時跟隨茶葉進口到歐洲地區的中國茶具/瓷器，物件上明顯是中國風格的圖畫以及中文文字。而在進口了這些中式風格的瓷器之後，荷蘭或東弗里斯蘭的貴族在瓷器上也想要有自己的家徽和圖騰，不過當時歐洲尚未掌握大量製造瓷器的技術，因此會向中國的陶瓷工匠訂製印有歐式風格圖案的瓷器，再運送至歐洲，也有融合了中式人物與歐式圖騰的瓷器。由這些瓷器和花紋，也可窺見當時國際貿易發展的興盛。此外東弗里斯蘭博物館還保留了一些由貼面磁磚裝飾的壁爐和牆面，參觀時 Bardelmeier 女士有稍微提到貼磚式的牆面裝飾，也是東弗里斯蘭地區的特色，但未深入解釋，此部分將在 Bunting 茶博物館篇幅做更詳細解釋。



圖 3-9 博物館內展示了許多中、歐式風格的瓷器，還有貼磚式裝飾的壁爐  
(圖片來源：筆者拍攝)

在一樓展覽當中是以東弗里斯蘭的茶文化為主，而來到了常設展的二樓，展出的是包含了台灣、中國、印度、英國、日本、美國、阿根廷、俄羅斯等地不同國家的飲茶風俗。其中，台灣的部分展出了特有的聞香杯和茶席，讓遠在東弗里斯蘭的遊客也能一窺台灣特有的飲茶方式；日本部分則有一個榻榻米的空間稍微介紹了日本茶道。

關於各國的飲茶方式，Bardelmeier 女士並沒有多做介紹，反而是詢問筆者在台灣，是否跟館內展出的一樣會用聞香杯來喝茶。然而在討論過後，Bardelmeier 女士有特別強調，雖然博物館是以東弗里斯蘭的茶文化為主體，但是透過展示其他國家或地區不同的飲茶方式，能讓東弗里斯蘭茶博物館的展出在茶本身的專業上更加全面與專業。同時文化上，也希望透過這樣的方式，讓東弗里斯蘭地區的茶文化能和世界的茶文化做出連結，宣示了東弗里斯蘭茶文化不只是一個具有在地代表性的區域性文化而已，同時也是國際茶文化的一分子。



圖 3-10 東弗里斯蘭茶博物館二樓的世界茶文化展區  
(圖片來源：筆者拍攝)

## 二、特殊展覽區

在特殊展覽區的部分，各個不同主題的展覽會有不同的展出時間，筆者到館進行田野調查時，特展主題為「巴達維亞的貿易」(Handel in Batavia)，講述茶自大航海時代，從亞洲隨著貿易進入歐洲以及東弗里斯蘭的歷史，剛好可和本文的第二章相互呼應。

本次特展形式以看板資料，包含圖片和文字敘述為主，以及少數相關之展覽文物為輔，進行展示。進入展廳，首先映入眼簾的是一幅航程圖，展示了當時歐洲航運往亞洲的路線。這次展覽將重點放在荷屬東印度公司 (VOC) 和第二章第四節提到的王家普魯士亞洲貿易公司 KPACVE 兩間公司當時的貿易、經營和政治及經濟上的運作為主軸，呈現茶最初進入歐洲時的狀況。

在地圖上，荷蘭的阿姆斯特丹和東弗里斯蘭的埃姆登為地圖上在歐洲特別標示出的，唯二的起航點。航線向南繞過非洲好望角之後轉往東北，分別會行經巴達維亞(現雅加達)、澳門、廣州、錫蘭等地，有時也會停靠台灣、日本、印度。其中，巴達維亞當時算是荷屬東印度公司在亞洲最大的據點之一，關於荷蘭商船將茶葉從澳門運到巴達維亞再轉運回歐洲的記載最早可追溯至 1607 年(詳見第二章第一節)，歷史悠久。而 KPACVE 為普魯士國王腓特烈大帝成立，希望拓展海權和海上貿易的公司，

也成功爭取到了直接到茶葉、瓷器、絲織品等貨物之原產地中國（廣州）來做進口，而非只在巴達維亞和荷蘭商人買進貨物轉賣回國的二手貿易。介紹當中提到，17、18世紀的航海時代對世界和茶來說都是個特殊的年代，透過利潤豐厚的國際貿易，茶得以向全世界進行傳播。



圖 3-11 特展區的主要看板  
(圖片來源：筆者拍攝)

接著繼續介紹茶的傳入，包含一開始荷蘭人將茶當作藥物，之後漸漸轉為上流社會的飲品。當時荷蘭人喝的茶是綠茶，而非現在歐洲多見的紅茶，由於一開始是當藥物的關係，飲用的方式也非常多元，包含加入蜂蜜、蛋黃、香料、牛奶、礦石等等，這也能解釋了為什麼在歐洲茶會和糖、牛奶或奶油、甚至許多草本植物一起飲用，而不是跟中國一樣純飲的品飲方式。

至於茶葉價格的下降，使多數老百姓也能負擔的起，根據展覽的資料，除了歐洲內部流行的因素之外，也跟產地中國在 1673~1681 年的「三藩之亂」之結束有關。該場清朝朝廷和盤據在中國南方（茶葉主要產地）的地方勢力鬥爭結束之後，社會趨於穩定，茶產量和貿易量都大增，導致輸入荷蘭的茶葉量同樣急遽增加，使得茶葉的價格下降，茶成為了所有階層都能買得起的商品。在幾十年的茶葉貿易過程當中，歐洲人也開始理解了茶，以及綠茶、紅茶等不同茶類是因為製程、發酵程度的不同所造成的區別，而非品種的不同。在當時，為了使利潤最大化，商人從原本進口相對不易

保存的綠茶，供給為上流社會當作藥物以及稀有飲品，轉為進口相較之下比較容易保存，同時味道上也更重的紅茶，做為提供大眾日常生活所需，量大但價格低的飲料。



圖 3-12 根據展場資料，歐洲茶葉價格下跌和清朝三藩之亂的結束有關  
(圖片來源：筆者拍攝)

這個時間點也剛好和茶傳入東弗里斯蘭地區的時間相合，有記載的資料顯示 1675 年已有幾位商人在東弗里斯蘭地區販售茶葉，不過剛開始也是供給有錢人的稀有商品。一直到了 17 世紀末，18 世紀初，茶葉才在東弗里斯蘭地區開始漸漸流行於社會各個階層，進而發展成當地文化的一部分。而這都是發生於三藩之亂結束後，茶葉進口量大增，價格大幅下跌之後，正好呼應了第二章第三節提到的，茶葉從荷蘭進入東弗里斯蘭地區，開始流行的時間點相吻合。

特展的其他部分，包含腓特烈大帝與其一手創立的 KPACVE 公司、荷屬東印度公司的成立背景與運作、任職於荷屬東印度公司的東弗里斯蘭人、中國茶文化、明清時期的對外貿易、荷蘭在巴達維亞的統治、中國對於對外貿易的態度和看法等等都有篇幅進行展示介紹，可說是對那個時代的各個面向都進行了相當完整的論述和呈現，使參觀者有機會透過了解當時的茶葉貿易，同時得知那個時代不同國家的經濟、政治需求以及文化面貌。

參觀完特展區域後，筆者認為此次特展之內容相當全面和詳實，因此問到了關於特展的主題是如何訂定、內容資料的確認、展示方式和內容是如何決定等問題。館方表示特展主題以一年 3~4 個為主，館內會定期召開會議安排之後的主題訂定和內容的確認與校對。以此次的主題為例，由於性質偏向歷史，因此也會向相關領域的專家學者邀稿。由於該部分歷史的實際展品較少，討論過後決定以圖片+文字為主要展示方式，呈現那個時代關於茶、航海貿易、荷屬東印度公司、明、清兩朝、巴達維亞相互的關係，以及東弗里斯蘭與它們的連結。



圖 3-13 特展中針對荷屬東印度公司、任職於荷屬東印度公司的東弗里斯蘭人、明、清時期的對外貿易都有篇幅介紹  
(圖片來源：筆者拍攝)

### 三、東弗里斯蘭式飲茶文化體驗遊程

茶博物館的東弗里斯蘭式飲茶體驗遊程，分為定時舉行和預約兩種形式，定時的部分，一週會有 2~3 個場次舉行，散客可以依據自己參觀的日期和時間挑選合適的場次參加，親自體驗泡茶的樂趣。預約部分，團體客可以根據自己的時間需求，預約跟散客一樣的泡茶體驗，也可以預約特殊的茶席體驗 (Teetafel)，將可以在博物館當中原屬於舊市政廳的節慶會議廳 (Rummel) 當中進行。

而關於 Teetafel 這個字，筆者也和 Bardelmeier 女士進行了討論。Teetafel 從德文

字面上直譯為「茶桌」，被博物館用來引申為「喝茶體驗活動」之意。而我也分享了在台灣和中文語境當中，我們會用「茶席」來指稱喝茶、品茶的活動，都是透過一定的流程來進行茶的沖泡和品飲。不同的是，在東弗里斯蘭的飲茶流程基本上是標準化的，但在台灣，會因為不同的侍茶人（茶藝師）、茶種、環境等，有著非常多不一樣的沖泡方式和變化。除了泡茶和品茶之外，侍茶人希望透過茶席傳達的也會有許多不同層面的意涵。因此本研究仍然把 Teetafel 翻譯為茶席體驗，意即東弗里斯蘭地區特有的泡茶方式之體驗活動。

本次訪談當天雖然沒有團體預約茶席體驗，不過導覽員 Bardelmeier 女士仍然帶了筆者參觀會議廳場地。從一樓的展廳走上旋轉樓梯後，Bardelmeier 女士用鑰匙打開了一扇厚重的木門來到了會議廳，廳內共有五張長桌，另外有許多深色木製的家具。櫥櫃展示了許多館內特別收藏的茶具，另外最令筆者印象深刻的是以前用來燒柴的壁爐還完整保存，據說仍然能使用。就如同 Bardelmeier 女士所說：

「尤其在冬天，東弗里斯蘭地區往往陰雨綿綿又濕又冷，在這個空間和氛圍，來上一杯熱呼呼的傳統東弗里斯蘭紅茶，搭配上當地特別的葡萄乾奶油麵包（Rosinenbrot），在五感上都將會更身歷其境，絕對讓人有溫暖、消除疲憊、甚至穿越時空的感覺。」



圖 3-14 原屬於舊市政廳的節慶會議廳，現為茶席體驗的場地

（圖片來源：筆者拍攝）

在參觀完會議廳之後，筆者被帶到進行泡茶體驗的空間進行遊程。該空間模仿東弗里斯蘭傳統的廚房，牆面以淡藍色的壁貼和磁磚為主，配上木製的桌椅和櫃子，加上水槽和加熱爐，布置和陳設相當的單純。在遊客坐定之後，專門進行泡茶遊程的導覽員開始燒水、準備茶具、茶葉和講解流程（流程將在第四章第二節詳述）。經過準備和解說之後，導覽員也會邀請遊客上前，為自己的那杯茶放置糖、倒入茶湯並加上液態鮮奶油，讓每位遊客都能親自體驗標準的東弗里斯蘭式飲茶流程。遊程全程以德語進行，不過導覽員也有盡量嘗試用肢體語言讓筆者聽懂每一個步驟。由於參訪之前對所有步驟已有了解，加上一旁熱心民眾適時翻譯，讓整個體驗相當完整和順利。



圖 3-15 泡茶體驗遊程中，每位遊客都能為自己泡一杯茶  
（圖片來源： 筆者拍攝）

總結在東弗里斯蘭茶博物館的訪談，雖然這是一個私營的博物館，不過是該地區唯一以「東弗里斯蘭茶文化」為主要展覽訴求之博物館，相當具在地代表性。採訪時，館方也提到，博物館和整個東弗里斯蘭地區的遊客超過九成都是德國本國人，散客部分年齡層則偏高，多為退休人士；團客方面則有相當多為學校單位或教育機構帶學生來到當地校外教學的遊程，因此博物館有濃厚的教育意涵，以及推廣地方文化特色的性質與使命。最後館方也特別強調了，「東弗里斯蘭茶博物館，是為了東弗里斯蘭地區、德國以及世界的茶文化所特別設置的博物館」，從展覽的脈絡包含歷史、文

物、與世界茶文化的比較、以及體驗等也可以看出，該博物館不只是展示地方的茶文化，更希望能藉由茶在文化上與世界接軌，成為世界飲茶大家族當中，相當具有自我特色的成員之一。

### 第三節 Bunting 品牌以及 Bunting 茶博物館之起源

Bunting 品牌由創辦人 Johann Bunting 於 1806 年所創立，地點在東弗里斯蘭南部的小鎮里爾（Leer），至今已經有超過兩百年的歷史。在當時，Johann Bunting 除了販售茶葉之外，還有咖啡、菸草、香料等民生物資，而這個事業也在 Bunting 家族世代良好經營的情況下日益發展壯大。如今，原本的家族公司已經企業化，成為了 Bunting Group 事業體，是全東弗里斯蘭地區規模最大的企業。

Bunting Group 底下有三個子品牌，包含一開始起家的茶品牌 Bunting Tee，另外還有跟有機認證、食品安全有關的 Naturwert Bio、以及販售經過品評、品管和市場有關產品的 Küstengold，後兩者在第四章當中也會做相關介紹。此外，Bunting 集團還成立了一個基金會 Johann Bunting-Stiftung，以非營利組織的方式投入公益活動，業務範圍包含了教育、訓練、文化事業推展等等，並以東弗里斯蘭地區為範疇。

從原本的茶葉與殖民地產品的商販，日後能發展成規模如此龐大，編制健全的事業群體，Bunting 家族以及其事業夥伴的事業眼光和經營能力可見一斑，從 Bunting 集團的發展也能看出，飲茶文化在當地淵遠流長，和在地認同勢必有著相當深刻的連結，探究 Bunting 品牌的歷史即能對其有所了解。

而 Bunting 茶博物館則成立於 2001 年，就坐落於里爾，選的地址布寧街 33 號（Brunnenstraße 33）也是別出心裁，因為 Johann Bunting 最初於 1806 年創立事業的發跡地，就在博物館旁的布寧街 37 號（Brunnenstraße 37），可見就連在選址上，都是為了盡可能的呈現當時的情景和真實性。Bunting 茶博物館的設立，目標是行銷 Bunting Tee 品牌，以及推廣教育東弗里斯蘭的飲茶文化給來訪的遊客，讓遊客在參訪博物館的過程當中，能親自體驗該地區完整的飲茶流程和習俗。



圖 3-16 Bünting 茶博物館位於布寧街 33 號  
(圖片來源：筆者拍攝)

說到 Bünting 品牌，創辦人 Johann Bünting 白手起家，創立東弗里斯蘭地區歷史最悠久之茶品牌，其創業故事是絕對為人津津樂道。Johann 並不是東弗里斯蘭人，而是來自位於東弗里斯蘭東南方的小鎮 Ammerland（現在同為北薩克森邦的一個行政區）。Johann 在家中排行老二，按照當時的法規，他沒有權利繼承家中的財務和產業，就當時的多數人而言，可能會選擇從軍或是投身教會從事傳教工作。

不過 Johann 並沒有接受自己的命運，他一心想要做出一番與眾不同的事業。他先是參加了當地的拉丁語學校，希望透過念書翻轉人生，不過最後未能通過考試，所以無法進入大學就讀。隨後，他將重心轉向工作上。在工作數年後，他靠著積蓄搬到東弗里斯蘭的里爾，剛落腳時先在里爾的一間紅酒貿易公司上班。在熟悉了貿易公司的營運和商業模式之後，Johann 於 1806 年的 5 月 1 日向商人 Eerke S. Meyer 租下了一間 "Kruideniers trade" 商店，這種商店專門販售從殖民地進口來的商品，例如茶葉、菸草、咖啡等等。Meyer 當時已經經營這樣的商店長達 36 年之久，獲利可觀。這間租來的店舖就成為了 Bünting 品牌的第一間店，位於布寧街 37 號，至今仍被保留了下來當作 "Stammhaus"，即「祖傳總店」之意。目前這個建築沒有對外開放，主要作為紀念用途。



圖 3-17 創辦人 Johann 創業的發跡地布寧街 37 號現為 "Stammhaus"  
(圖片來源：筆者拍攝)

除了創辦人 Johann 之外，他的妻子 Eta Klopp 在品牌創立的初期也是相當重要的角色，其家族在日後更是品牌實際經營者。兩人於 1807 年相識結縭，一共生下了 11 個小孩。在品牌創立初期，Bünting 就面臨了相當嚴峻的外部環境挑戰。1806 年普魯士遭到拿破崙的法軍擊敗後，東弗里斯蘭被劃分成荷蘭的領地，實際上受法國管轄。而如第二章第四節當中提到的，拿破崙實行的大陸封鎖政策禁止了所有的海上貿易，Johann 為了讓生意持續運作，必須透過走私的管道取得茶葉和其他貨物來販售。

而 Johann 的走私行為之後被查獲，在 1811 年他先是被送至荷蘭的格羅寧根 (Groningen) 受審，在 1813 年甚至被送至法國監禁。而這段期間，妻子 Eta 展現了女強人的特質，掌控 Bünting 公司的營運並且獲利甚豐，在 Johann 刑期結束並返回里爾時，公司經營已經相當成功，並以 8,000 荷蘭頓的價格買下了原本租賃來的店面（包含建物 and 商店的經營權），正式將這間店轉換為 Bünting 品牌的自營店面。

到了 1816 年，為了讓品牌有更好的發展，Johann 邀請了 Eta 的兄弟 Weert Klopp 入夥，品牌正式成為合夥股份制的公司，名稱也改為 "J. Bünting & Co."。其中，Johann 只佔六分之一的股份，其餘皆為 Weert 所有。而原本就在里爾從商且相當成功

的 Weert 在擁有多數股權的情況下，也將他的商業長才以及多年累積下來的人脈資源充分運用，讓 Bunting 品牌得以日益茁壯。

到了 1853 年，Johann 和 Eta 的兒子 Weert Hermann Bunting 成為了公司的主要經營者。不過他在 1872 年離開了公司的工作崗位，自此之後，J. Bunting & Co. 的實際經營權都掌握在 Klopp 家族的手裡，一直到 1989 年公司開放其他資金加入合作，成為現代化企業。

值得一提的是，Johann 不只是 Bunting 品牌的創辦人而已，他也相當熱衷於社會公益活動。在 1816 年邀請 Weert 入夥並讓他掌有多數股份，成為公司的主要經營者之後，Johann 投入相當多時間和精力在幫助窮人的公益慈善活動和教會活動上，他也是推動里爾地區成立 "Sparkasse (儲蓄銀行)" 的創始人之一，希望可以透過儲蓄銀行的資金和利息為窮人提供一些幫助。可以說，Johann 既創立了東弗里斯蘭最大的地區性品牌，也利用自身的力量為當地弱勢族群謀取了一些福利，改善他們的生活，既是創業家也是慈善家。

儘管現在 Bunting 品牌是以茶聞名，但茶是一直到 1914 年才成為了公司主要的商品。1890 年，該公司的官方名稱仍然還叫做 "Bunting Handelsfirma (Bunting 貿易公司)"。1908 年，公司更名為 "Bunting Kolonialwaren-Handlung en gros und Tabak-Fabrik (Bunting 殖民地商品批發及菸草工廠)"。直到 1914 年，茶葉才終於被正式加進公司名稱當中，公司改稱 "Bunting Tee-und Kolonialwarenhandlung en gros und Tabakfabrik (Bunting 茶葉及殖民地商品批發及菸草工廠)"。

而讓公司把焦點放向茶的關鍵，是 Carl Klopp (1885-1963)。身為 Klopp 家族的一員，Carl 最初從 1903 年到 1906 年在公司學習各種貿易和商業的知識，隨後他去了倫敦，這對當時他的家族來說並不罕見，因為倫敦與東弗里斯蘭距離並不遙遠，對當地的名門望族來說，到倫敦這樣的國際性大都會學習新知和尋求更好的發展，是一條非常可行的道路。

Carl 在倫敦的茶產業工作了七年。這七年當中，他獲得了相當多關於茶葉貿易和品牌經營的知識，並在 1918 年回到里爾時，將這些寶貴的茶知識和經驗帶回了 Bunting 公司。他引進了茶葉的機械式拼配技術以及新式的包裝，在當時的里爾和東弗里斯蘭來說都是創舉。1930 年代，他設計了一個 "Grünpack (綠色包裝)"，此舉「創造」了一個優質茶品牌的主視覺和形象，至今 Bunting 茶的旗艦款仍然沿用著 "Grünpack" 的經典包裝。



圖 3-18 "Grünpack" 是 Bünting 的經典包裝  
(圖片來源：筆者拍攝)

在商業上有點可惜的是，Carl 拒絕了以小茶袋裝杯裝茶（後來發展成現行的茶包）的提議，他認為那樣做的話自己將賣的是紙而不是茶，從而讓競爭對手首先涉足到這個新的茶葉包裝領域。不過這並不影響他將茶引入成為現今 Bünting 公司主要產品的地位。為了紀念他，目前茶系列中的頂級產品之一就刻有他名字的縮寫 "C.K.Privat"。

至於現在的 Bünting 茶博物館，則是創立於 2001 年。創立的源起，是希望除了銷售之外，能透過更多展覽和互動的方式和來訪的客人接觸，使大家有新的方式來了解東弗里斯蘭的茶文化，以及更認識 Bünting 這個品牌。自 1806 年至今，Bünting 發展成為東弗里斯蘭最大的企業集團，許多當地人家族甚至世代代都在 Bünting 工作。因此，Bünting 對於里爾來說，不只是一間公司或茶品牌而已，更是許多當地人生活中很重要的一部分。進入 21 世紀後，Bünting 開始感到保護當地茶文化和公司歷史的需要，而越來越多到訪參觀里爾的遊客就是最好的媒介和機會，因此公司開設了一間博物館，可以透過它向遊客展示作為一家貿易公司以及茶品牌 200 年來的發展，以及對茶的專業與熱愛。

博物館在定位方面，和隔壁的茶館以及商品販售部不同，主要就是做文化展演和教育推廣。Bünting 博物館將自己視為茶的教育者，而不是廣告或行銷部門的一部分，所以這裡不會告訴來訪的客人只有 Bünting 品牌的茶最好，其他品牌的品質不佳，而是針對茶這個飲料和這個農產品，以及東弗里斯蘭的茶文化進行更全面性的展示和介紹。另外特別的是它不只有東弗里斯蘭傳統上喝的紅茶，也有展出世界上許多不一樣地方的茶類。比起茶，咖啡在德國仍然是更大宗的飲品，Bünting 博物館也很希望鼓勵咖啡飲用者可以多嘗試喝茶跟喝咖啡會帶來的不同感受。

在第四節當中，會針對 Bünting 博物館的展覽方式、特色來作呈現，並和東弗里斯蘭茶博物館做比較。

## 第四節 Bünting 茶博物館之展示

本次筆者到訪 Bünting 茶博物館，館方主要聯絡人與接待者為助理研究員（Wissenschaftlicher Mitarbeiter）Henning Priet 先生。Priet 先生自 2017 年開始在 Bünting 茶博物館任職，主要負責 Bünting 品牌以及東弗里斯蘭地區茶文化、歷史方面的研究，以及博物館文物展示、遊程規劃、團體接洽等工作，另外也常獲邀參加市級或邦級相關文化活動的顧問、出版品之編輯等。其家族中的長輩也有在 Bünting 工作的經歷，除了介紹品牌與博物館之外，Priet 先生更是闡述 Bünting 品牌之於里爾，乃至整個東弗里斯蘭地區人民的重要性和意義，本次研究訪談有機會請到他擔任導覽接待人員，對於了解 Bünting 品牌的過去與現今，乃至於整個東弗里斯蘭的茶文化上，都非常的有幫助。

而如同上一節提到的，Bünting 茶博物館的主要訴求是介紹與傳承茶文化，而非行銷或販售，因此在網站上關於博物館的介紹當中開宗明義地說到：

*「Bünting 茶博物館 - 茶文化的大使。Bünting 茶博物館邀請來訪的遊客了解，從茶樹植物的生長到杯中飲料的過程。位在富含歷史的里爾老市區，這裡的展覽展示了茶在當地幾世紀以來的發展。除了東弗里斯蘭的茶文化之外，我們也展出了茶的許多不同面向，以及世界各地不同的茶文化。」（轉引自 Bünting 茶博物館官網）*

展示部分，博物館也分為一樓和二樓。一樓入口為博物館的商品販售處，由於博物館和一旁的茶館是分開營運，因此這裡的選品不論是茶葉產品或是茶具都和茶館有所不同。而遊客在進門後，會先被帶過商品販售處進入展覽區域。一樓的展示區域首先是 Bunting 品牌的拼配技法（關於拼配將在第四章第一節詳述），可以見到品牌三位品評師和拼茶師的照片，以及許多不同產地、品種、甚至種類的茶在此做展示。有趣的是，不只是當地喝的最多的紅茶而已，連屬於半發酵青茶類的台灣烏龍（Formosa Oolong）、白茶類的福建白牡丹（Pai Mu Tan）、綠茶類的日本番茶（Bancha）以及其他茶類也都在展示行列當中。

相較於之下，東弗里斯蘭茶博物館就並沒有針對不同的茶類進行展示，因此筆者引針對為什麼會在拼配的展示當中，納入這麼多種不同茶類進行詢問。Priet 先生表示，不諱言他是希望能做一些除了紅茶之外，其他茶類的產品販售，但是文化推廣仍然為主要訴求：

「在台灣喝茶的人可能對茶很講究或很有了解，但在這裡則不然，多數人根本不知道喝的『茶』到底是什麼，很多人還以為紅茶跟綠茶是不同品種茶樹的茶葉做的，更不可能搞得清楚烏龍茶、白茶這種更小眾的茶類。在拼配的原料這裡展示這些是希望能讓大家知道，茶有許多不同的種類，東弗里斯蘭或說歐洲平常習慣喝的紅茶只是其中一種而已。」

由此可見，在當地市場，或說整個歐洲市場的多數人，對於茶的基礎知識仍不普及，即便有喝茶習慣的人也不見得清楚知曉品種、茶種和純茶、調和茶之間的差異。另外，因為歐洲畢竟不產茶，為了讓遊客更能分得清楚「品種」和「茶類」的不同，以及對茶樹更有感覺，博物館裡面還養了一顆茶樹盆栽供遊客參觀。依據筆者經驗，要將茶樹以盆栽方式栽種相當困難，容易凋萎而且生命週期短暫，館方在這方面可說是下足了功夫。



圖 3-19 拼配展示區有著多種不同的茶類，還有一棵真的茶樹盆栽  
(圖片來源：筆者拍攝)

而筆者也對於除了紅茶以外的其他茶類，在當地的銷售狀況特別詢問，Priet 先生直白地表示並不理想，其他茶類以展示為主。以筆者比較熟悉的台灣烏龍（輕發酵烏龍茶）為例，現場零售價格換算成台斤為每斤約 1,200 元新台幣，在台灣茶當中算是中間偏低的價格。但如果跟當地習慣飲用的紅茶比起來，以 Bünting 自家的經典商品 Bünting Tee Grünpack 來做比較，售價為 5.79€/ 250 公克，一樣換算成台斤每斤價格約為 475 元新台幣，幾乎為台灣烏龍的 1/3。加上如上所述，當地或德國人對茶的了解不深，要消費者花將近三倍的價格去買他們不熟悉又不習慣的產品機會不大。不過 Priet 先生也提到了，這是博物館和他的使命，讓當地人不但喝很多茶，也能多懂一點茶。有教育市場，讓更多人認識不同茶類之後，有朝一日高價的茶產品在當地才有需求提升的可能。

接著參觀路線會先帶到二樓，在沿途的牆壁上掛了許多特別的裝飾，包含各個時期 Bünting 品牌不同包裝產品的照片以及文字介紹。其中令筆者眼睛為之一亮的，是一幅藍色貼磚式的展品以及一個同樣材質的罐子，同樣的物件在東弗里斯蘭茶博物館的建築當中也非常多見，包含壁爐、牆面和泡茶體驗區的廚房都有，不過在該博物館並無文字介紹，導覽員也沒有特別提起。

在 Bünting 茶博物館當中則有針對這項展品特別介紹，其名稱為臺夫特磁磚（Delfter Fliesen）。臺夫特為荷蘭之南荷蘭省當中的一個城市，出產著名的臺夫特陶器（英語：Delft Pottery, Delftware），又稱為臺夫特藍陶（Delft Blue）或臺夫特藍瓷。

此種花紋的陶瓷器受中國青花瓷的影響，因此以藍色和白色為主要顏色（ROYAL DELFT MUSEUM 官網）。而如第二章當中提到，東弗里斯蘭由於地緣和政治因素，素來與荷蘭有著許多交流，臺夫特陶器也和茶一樣是由荷蘭傳往東弗里斯蘭地區，且在該地成為了一種流行的磁磚花色。由這部分可以再次看出東弗里斯蘭地區在文化上的特別之處，和以大陸文化為主的德國有著相當明顯的差異，反而是跟荷蘭、北歐斯堪地那維亞半島這些有著航海文化的國家或地區是更為相近的，這些差異不論從茶或是臺夫特磁磚在該地的流行都可以看出蛛絲馬跡。



圖 3-20 臺夫特磁磚也是東弗里斯蘭的特色  
（圖片來源：筆者拍攝）

而在 Bunting 茶博物館當中，至今仍然可見許多牆面上的磁磚是由臺夫特磁磚所裝飾，根據文字介紹，博物館內的磁磚是 19 世紀初荷蘭的藝術家 Jacobus ten Zwoege（1808-1869）所設計，其設計理念以刻畫鹿特丹港中的格陵蘭式帆船（Grönland-fahrers）為主題，歐洲人當時以此種船隻在北大西洋格陵蘭的海域捕鯨。臺夫特磁磚在東弗里斯蘭地區流行開來之後也漸漸變成一種文化素材和象徵，在日後也開始出現在例如禮物包裝或是器具的裝飾上，例如一起展出的茶罐。因此，臺夫特式的陶瓷花紋也成為了東弗里斯蘭地區的一種代表，不管在建築內的裝潢或是物品上都能看到，其側重於港口和船隻的設計也讓東弗里斯蘭地區的臺夫特磁磚和其他地區

的有所不同，反映出了該地區的海港和貿易文化。這種風格甚至影響到了義大利、西班牙在藝術品設計上的思維。

在博物館二樓的空間，有一幅大型的 Bünting 品牌大事記，以時間線的方式來標示出品牌的各個重大里程碑，能使遊客對 Bünting 品牌各個時期的經歷有所了解。另外如本章第三節提到，Bünting 品牌剛開始並非茶葉專賣，也有進口咖啡、菸草等商品進行販售，博物館當中也展示出了當時各種包裝之香菸、手捲菸草、口嚼菸草、咖啡粉、咖啡豆等商品。這部分和下一章節會提到的，本研究採訪的另一個品牌 Thiele 相同，在公司創立之初它們都是標榜販售「殖民地商品」，意即開始航海貿易之後由亞洲、非洲或美洲進口的貨物。值得注意的是，這些貨物的產地不見得是德國、荷蘭或歐洲的殖民地，但所有相關商品皆以「殖民地商品」統稱，清楚反映出了當時歐洲各國的霸主心態。



圖 3-21 品牌大事記與過去販售過的商品都能讓遊客更了解 Bünting 品牌  
(圖片來源： 筆者拍攝)

接著無獨有偶地，和東弗里斯蘭茶博物館一樣，Bünting 茶博物館內也有展出世界其他地方的飲茶文化，例如關於日本的部分就提到日本茶道和禪宗思想的結合，以及過去茶在禪宗修行當中所扮演的角色；台灣的部分則介紹了台灣的茶藝，和過去曾經是世界茶主要出口國之一的歷史。Priest 先生表示，如同前面提到，博物館是一個文化教育場所，因此也希望來到這裡的遊客能有機會接觸到不同地區的飲茶文化，對茶有更廣泛的認知。與此同時，也把東弗里斯蘭茶文化上升到世界茶文化的層級，這是在當地的茶工作者一直很希望做到的事情。



圖 3-22 二樓空間除了有 Bunting 品牌相關的展物，也有展出世界其他地區的物件  
(圖片來源：筆者拍攝)

而在參觀完二樓的展區之後，遊客會被引導回一樓，來到了最重要的泡茶體驗空間。如同博物館的官網上提到，「Bunting 茶博物館讓東弗里斯蘭的茶文化與歷史有形化」，因此在參觀行程的最後，遊客會回到一樓的空間進行東弗里斯蘭式的茶席體驗，才算結束整趟參觀的遊程。

本次筆者到訪時，由於沒有其他遊客，因此沒有體驗到 Bunting 茶博物館的茶席活動。不過在接下來的訪談過程當中，Priet 先生有泡茶招待，一共泡了兩泡茶，分別是 Bunting 自家的經典款商品 Bunting Tee Grünpack，以及台灣的阿里山烏龍。至於加糖和加液態鮮奶油的東弗里斯蘭慣例，他則有先詢問過筆者是否有想要或需要，「我知道我們都是會認真品茶的人，我本人平常的習慣也是純飲。」因此這次的訪談當中喝到的茶是沒有加糖和鮮奶油的純茶。除了茶之外，Priet 先生還拿出了奶油小餅乾以及葡萄乾奶油麵包來做搭配，並表示這是當地相當普遍和道地的茶點組合。



圖 3-23 訪談時館方提供的茶和茶食  
(圖片來源：筆者拍攝)

總結東弗里斯蘭地區兩個最大的茶博物館之介紹。品嚐觀光為觀光客為了品嚐食物和飲料，而進行旅行 (Boniface, 2003)。兩間博物館除了文化面的教育和傳承，也都運用了東弗里斯蘭茶文化於該地區的意象連結進行行銷，傳達「來到東弗里斯蘭，就是要喝茶以及認識茶文化」的意念，也算促進遊客來到當地進行品嚐觀光和品茶觀光的動作，是結合茶文化與文化觀光的案例。

兩間博物館雖然角色和立場有所不同，但在宣揚與傳承東弗里斯蘭茶文化的用心上是一樣的，另外也有很多相同之處，例如都在博物館當中展出世界不同區域的茶文化，以期東弗里斯蘭的茶文化也能加入世界茶文化的大家庭；隨著體驗經濟日益流行，塑造體驗越來越重要 (Smith, 2014)，兩間博物館也都有體驗遊程；將茶文化這個無形文化資產進行商品化，在保留與傳承文化的同時，進行銷售和行銷 (Mckercher, Cros, 2010)。

第四章將針對茶文化在該地區的物質以及非物質面向來做論述，展現更多東弗里斯蘭地區和茶有關的細節，以及茶文化對當地的意義。

## 第四章 東弗里斯蘭茶文化的物質和非物質展現

根據聯合國教科文組織的分類，將世界上的文化資產（Cultural Heritage）分為物質（Tangible，或譯為有形）和非物質（Intangible，或譯為無形）兩種。物質文化資產包含了具有像徵意義、歷史意義、藝術意義、美學意義、民族學或人類學意義、科學意義和社會意義等多元價值的文物、紀念碑、建築群和遺址、博物館；而非物質文化資產則包括祖先傳承下的傳統或生活方式，例如口頭禪、表演藝術、社會實踐、儀式、節日活動、有關自然和宇宙的知識、實踐或工藝等（UNESCO 官方網站）。

東弗里斯蘭的飲茶文化於 2016 年被德國 UNESCO 委員會（German Commission for UNESCO）選為國家級的非物質文化遺產，儘管只是在國家層級，但仍然顯示了東弗里斯蘭茶文化的重要性的特殊性。因此，本章也根據 UNESCO 將文化遺產的分類方法，將東弗里斯蘭茶文化當中的各項組成元素進行整理，並同樣分類出有形和無形兩個類別進行論述和介紹。其中，有形部分包含了東弗里斯蘭茶葉的拼配、茶具的特色和其歷史、以及品牌的介紹；無形部分則包含了特殊的喝茶方式、茶對當地人的意義、以及茶產業在東弗里斯蘭的創新三個面向。

### 第一節 物質

#### 一、茶葉來源與拼配

和歐洲大部分地區一樣，東弗里斯蘭本地並沒有種茶和製茶，如同第二章所述，茶葉皆為外來進口。然而這樣並不影響茶和東弗里斯蘭地區在文化上的連結，「不只是種茶或製茶的地方才有茶的文化資產，包含喝茶、有茶的地方都算有」（Jolliffe, 2007, p40）。儘管沒有制式的法規，不過說到「東弗里斯蘭茶（Ostfriesische Tee）」，茶產業當中長久以來的行規就是必須在東弗里斯蘭當地進行拼配和生產的茶葉產品，才可以在包裝上稱自己為「東弗里斯蘭茶」（German Commission UNESCO）。因此，東弗里斯蘭茶一定是在當地拼配、包裝生產的，這也讓「東弗里斯蘭茶」成為了該地相當標誌性的產品之一。



圖 4-1 每個品牌會有屬於自己的選茶標準和拼配配方  
(圖片來源：筆者拍攝於東弗里斯蘭茶博物館)

說回拼配本身，由於當地習慣喝紅茶的因素，拼配原料大多為全發酵的紅茶，其中最被大量使用的是來自印度阿薩姆的紅茶，會在一般的拼配比重當中佔到約 75% 的比例，另外像是大吉嶺、蘇門答臘、爪哇、斯里蘭卡以及非洲等地產的紅茶也都會被拿來當作拼配東弗里斯蘭茶的原料。而每一家品牌也會有各自不外傳的拼配配方以及在選茶品評標準上的獨到之處，例如本研究有深入訪談的兩個品牌，Bünting 以及 Thiele 在選茶、拼配的流程就有所不同。

如第三章所述，Bünting 不但是東弗里斯蘭歷史最悠久的茶品牌，也發展成了一個現代化的商業集團，在里爾當地甚至有許多家庭好幾個世代都在 Bünting 工作。因此，在選茶和拼配的過程也已經發展的相當嚴謹和成熟。這個工作主要由三位品評師 (Teetester) 來進行，分別是 Egbert Kolthoff、Ralf Töpfer 以及 Matthis Alsmeier 先生，其中 Kolthoff 和 Töpfer 先生都已經在 Bünting 擔任品評師超過 30 年，Alsmeier 先生也已經任職超過 10 年，三人組成的團隊匯集了經驗和專業，為 Bünting 茶的品質做最有效的把關。



圖 4-2 Bünting 的品評師團隊，由左分別是 Kolthoff、Töpfer 和 Alsmeier 先生  
（圖片來源：Bünting 提供）

因此，有簽約合作或契作的茶農會先把該季/批次的茶樣本寄到 Bünting 公司，由三位品評師品飲之後決定要不要購買該批茶葉，以及購買進來之後，哪幾款茶該用甚麼樣的比例來拼配成符合 Bünting 品牌標準以及調性的茶，最後做成產品。由於不同系列的產品眾多，筆者也詢問了如果有新的茶農或茶商希望跟 Bünting 合作的話，會是什麼樣的流程。Priet 先生表示，為了穩定的量和品質，品牌的幾款主要產品基本上是和固定來源合作，除非碰到如天候因素造成的產量大減或是風味上大幅度的差異，否則盡可能不做變動。至於其他比較小眾的產品，例如茶博物館當中販售的各種不同類別的茶，則會看銷售狀況而定。不過他也提到，其實要談成新的合作夥伴是一個冗長的過程，首先是風味、品質、量及價格等主觀考量，再來是還要面對歐盟以及德國嚴格的藥檢和報關要求，許多世界各地的茶農或茶商可能無法完成這些繁瑣的工作，因此 Bünting 品牌的茶來源還是以有辦法長期合作的對象為主。

相較於東弗里斯蘭地區最大企業 Bünting，家庭企業的 Thiele 在選茶上就有著不一樣的策略。目前 Thiele 由家族的第四代 Lennart Thiele 掌管營運，也是筆者造訪 Thiele 品牌時訪問的對象。Thiele 品牌 1873 年由創辦人 Franz Thiele 設立於港口城市埃姆登，即腓特烈大帝設立 KPACVE 之處（詳請見第二章第四節）。

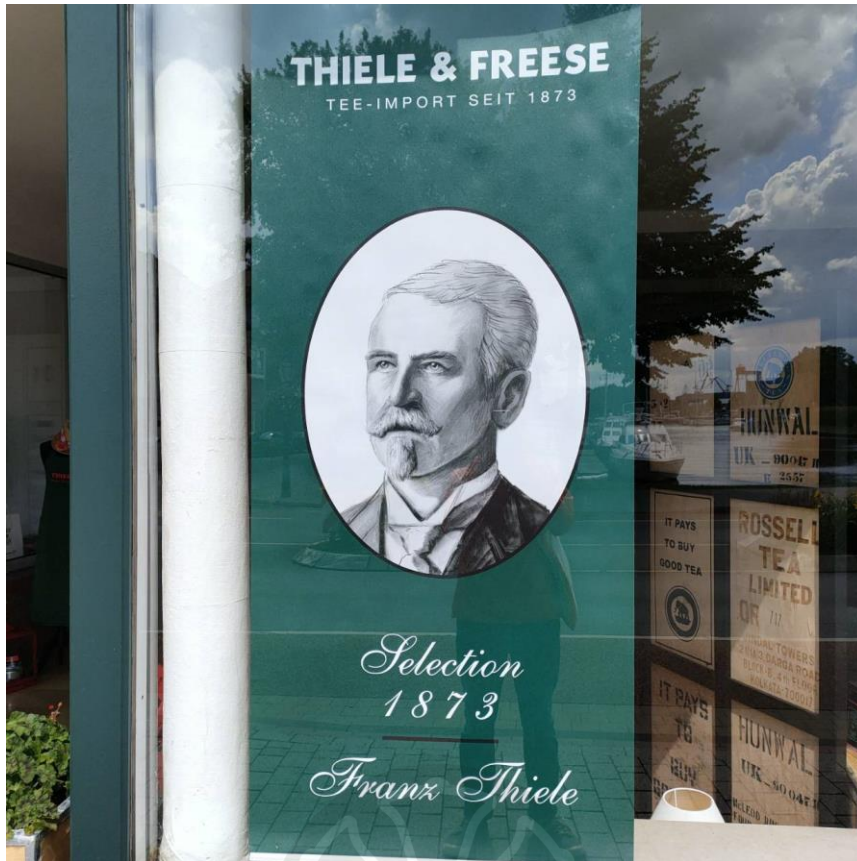


圖 4-3 Thiele 2023 年迎來創立的 150 年  
(圖片來源：筆者拍攝)

在選茶方面，品牌基本款 Originaltees 的原料基本上都來自印度北邊的阿薩姆產區，並且強調只用品質最好的「夏摘 (Second Flush)」茶葉所製成的紅茶。一般來說，阿薩姆產區的茶有著味道濃厚，澀味明顯，香氣純正，茶色暗紅不透明等特色，因此相當適合搭配牛奶，在印度最常用被拿來做成奶茶或香料茶，正好也相當適合東弗里斯蘭的飲茶習慣。而印度的夏摘茶指的是每年五到六月底採收後製成的茶，比起其他季節採摘的茶，夏摘茶在味道、香氣、茶色三方面都相當充足 (磯淵猛, 2016)，也是 Thiele 最廣泛使用的原料。

至於試茶和拼配的部分，Thiele 基本上都由 L. Thiele 先生親力親為。從小就耳濡目染的他，年紀輕輕也練就一身豐富的茶產業知識和品評能力，在 2019 年正式從父親手中接棒成為 Thiele 公司的主要管理和負責人，品牌的茶也都由他本人親自來把關和拼配。L. Thiele 先生也提到，由於規模跟 Bünting 比起來小很多，因此 Thiele 在進口茶的來源方面基本上是固定不會改變的，而他在拼配時的工作就是把每一批次的茶風味盡量一致化。

關於原料拼配和產地標示的部分，東弗里斯蘭的規定（產業行規）和台灣的規定就有很大的不同，台灣茶的產地標示是有法律規定的。首先，「食品安全衛生管理法」第 22 條規定，食物或食材之外包裝並須以中文和符號標示出原產地/國（食品安全衛生管理法，全國法規資料庫，2019），茶葉和茶類產品也在其規範範圍之內，因此進口茶並不能經過在台灣的拼配、烘焙、加工或是包裝之後，就標示為台灣茶。另外，根據 2022 年 10 月 27 日公告之「指定國產茶葉為應登錄溯源資訊之農產品及其應遵行事項」，自 2023 年 1 月 1 日起，茶葉及茶產品，皆須依照「溯源農糧產品溯源資訊項目及標示方式」之規定，登錄溯源資訊與進行相關標示。標示產地為臺灣者，須提供溯源農糧產品條碼（QR Code）、產銷履歷或有機標章等三者其中之一（指定國產茶葉為應登錄溯源資訊之農產品及其應遵行事項，農業部農糧署，2023）。

在和訪談對象們談到這個差異時，大家的結論是，台灣和東弗里斯蘭的茶不論在製造、生產到銷售的方式與策略都不一樣，因此發展出了截然不同的法律規範/行規。以台灣來說，首先台灣本來就種茶也製茶，另外政策面部分，1980 年代台灣茶由外銷出口導向轉向內需市場導向之後，由於要提升茶產業之經濟價值，對種茶、製茶以及茶產品之品質要求益發提高，茶葉產品的價格也日漸提升（吳淑娟, 2007）。在此脈絡之下，對茶來說，「台灣」不僅只是單純的產地標示而已，更是強調高品質、高價格的行銷利器與品牌。許多不肖茶葉販售者也利用這樣的商業心理，進口其他國家/地區價格低廉之茶葉與部分台灣茶拼配之後，放上台灣茶的標示，以台灣茶之高價販售。因此，我國對於茶葉之產地標示有嚴格規定。

而在東弗里斯蘭，由於本身就不產茶，當地的茶產品也不走高價或是精品茶的銷售路線，因此沒有這樣的困擾。在東弗里斯蘭，強調的是地方與茶的連結，所以進口到當地拼配、包裝之後才能稱作「東弗里斯蘭茶」，代表著當地在茶產品被販售之前的過程當中是有參與的。至於有沒有「假的」東弗里斯蘭茶？關於這個問題，兩位訪談對象有著不同的答案。Bünting 的 Priet 先生表示他確實有發現過並不在東弗里斯蘭拼配，但是聲稱自己是東弗里斯蘭茶的產品，但並未透露更多細節。至於針對該怎麼面對這樣的情況，Priet 先生則表示這只是少數案例，並不影響多數品牌/產品遵循行規的現狀，因此大家並無採取任何主動因應的措施；不過 Thiele 品牌的 L. Thiele 先生則給出了不同的答案，「沒有『假的』東弗里斯蘭茶，一切都是按照規範於當地拼配包裝的茶葉。」

關於為何兩位受訪人員會給出完全對立的答案，根據筆者推測，雙方的職位和品牌的定位不同，因此有不同的立場。對 Priet 先生而言，他本人的職位是助理研究員，因此對茶不論是商業面或學術面的資訊掌握都非常全面，而 Bunting 又是東弗里斯蘭地區最大的企業，如果有所謂「假冒的」東弗里斯蘭茶產品，公司應該會開會討論相關情形和如何因應；而對於 L. Thiele 先生而言，一方面可能得到的資訊不如 Priet 和 Bunting 來的多，二方面 Thiele 仍然是一個傳統的家族性品牌，規模相較於已經企業化並跨足其他領域的 Bunting 來說小了許多，茶和茶相關產品仍然是品牌核心，他本身又是家族品牌的第四代傳人，有必要維護東弗里斯蘭茶的正統性，因此給出了否定的答案。

## 二、茶具

飲食文化當中，除了食物本身，用來盛裝和食物的器具也是文化當中相當重要的部分，而這個器具在茶文化當中就是茶具了。「茶對中國和日本陶藝的深刻影響是舉世公認的，喝茶需要的茶具對這些文明裡陶器品質和數量的影響非常大，茶飲對歐洲陶藝的發展影響也非常戲劇性」（Macfarlane, Macfarlane, 2005, p141）。由此可見，不論在亞洲或歐洲，茶具在茶文化當中都扮演著相當重要的角色。

如同茶是從亞洲進口到歐洲，瓷器和茶具也是。歐洲傳統的飲食器皿以木頭、陶器、金屬和玻璃為材質。一直到 13 世紀，馬可波羅在遊歷中國後，質地較為細緻的瓷器才傳入歐洲（蔡倩玟, 2008），可見瓷器進入歐洲的時間要比茶葉早了一些。而瓷器茶具大量進入到歐洲，則要一直到 17 世紀。據統計，瓷器由亞洲進口至歐洲的全盛時期在 1684~1791 年間，這段期間約有 2 億 1,500 萬件的瓷器由中國進口到歐洲。（Macfarlane, Macfarlane, 2005, p141）。以文物來說，在東弗里斯蘭茶博物館，就有大量的茶具或瓷器器皿皆來自於那個時期的進口。

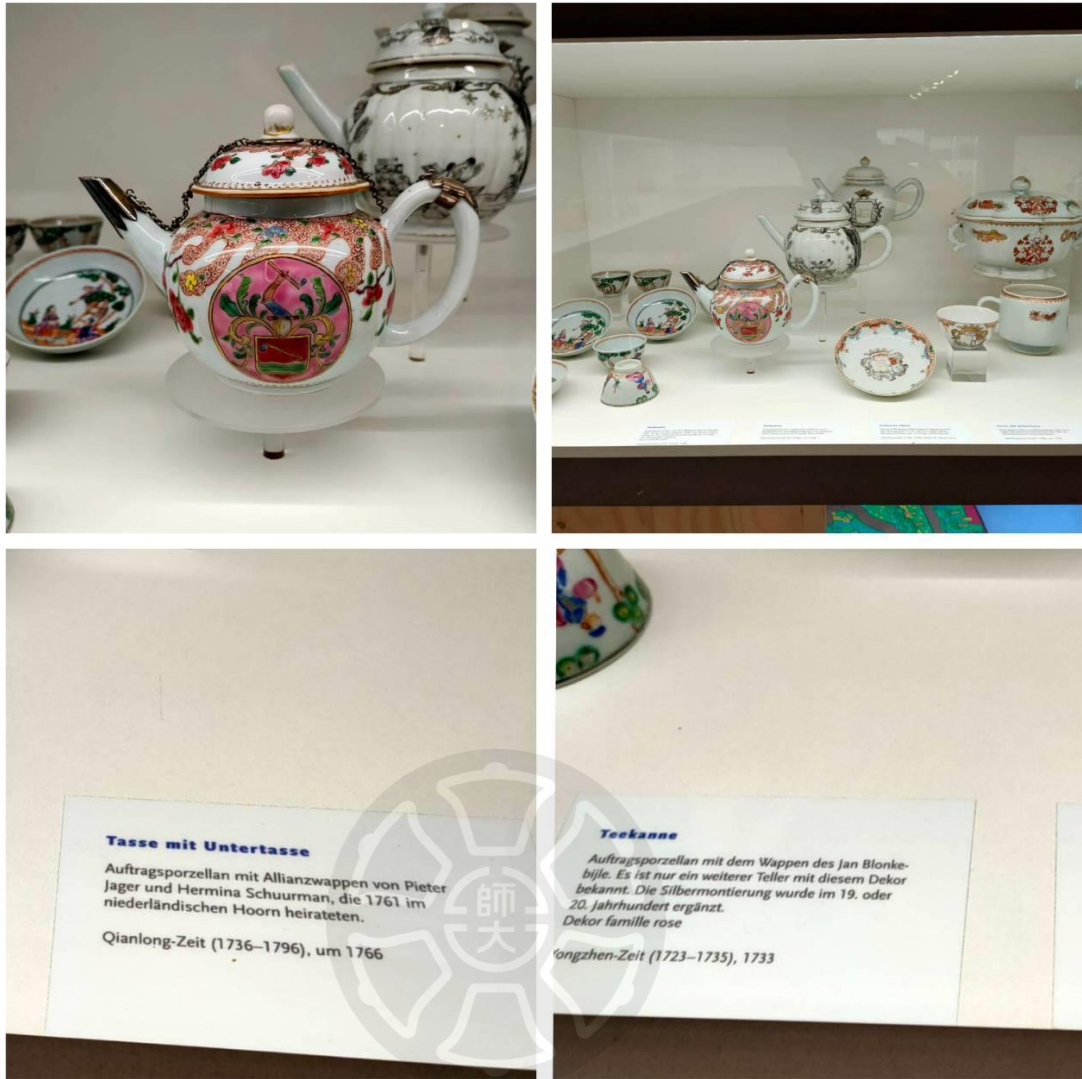


圖 4-4 東弗里斯蘭茶博物館中，許多茶器就是在 18 世紀進口  
 (圖片來源： 筆者拍攝)

儘管被大量進口，但瓷器極度脆弱容易破碎，加上歐洲本身在當時並不具備製造瓷器的技術，因此瓷器價格居高不下，跟茶葉剛進入到歐洲時一樣，是貴族和上層社會才有辦法負擔的奢侈品。歐洲第一個掌握製瓷技術的，是德國境內薩克森邦的科學家與煉金術士 Johann Friedrich Böttger，他發現了製造優良瓷器的關鍵在於以高嶺土 (Kaolin) 為原料，自此製造瓷器的技術被在薩克森邦的麥森 (Meissen) 利用與生產 (Heugel, 2010)，麥森至今仍以製造高品質的瓷器為名。自此之後，製造瓷器的技術漸漸為歐洲各國所學，加上英國的工業革命和量化生產，歐洲得以擺脫對中國瓷器的依賴 (Standage, 2006)，瓷器器皿和茶具也才漸漸普及至各個階層，很大程度的推動了庶民階層的飲茶習慣。

而在東弗里斯蘭的茶具方面，首先外觀上，顯而易見的分為兩種花紋，一種是上面有一朵顏色鮮紅奪目的玫瑰，被稱為「Rot Dresmer」，也就是紅色的德勒斯登式瓷器，那朵玫瑰也被稱為「東弗里斯蘭玫瑰（Ostfriesische Rose）」；另一種則是藍色的幾何線條，這種樣式被稱為「Blau Dresmer」，也就是藍色的德勒斯登式瓷器，也被稱呼為「弗里斯蘭藍（Friesisch Blau）」。



圖 4-5 左為「弗里斯蘭藍」，右為「東弗里斯蘭玫瑰」  
（圖片來源：筆者拍攝）

關於這兩個花色的確切由來，不論在文獻資料當中或是本次田野調查訪談的對象、博物館等，皆沒有明確的說法。可以確定的是，這兩種花紋都並非原產自東弗里斯蘭地區，根據名稱和製造瓷器的歷史看來，是來自德勒斯登或是麥森，而兩種花紋在傳進東弗里斯蘭之後都大受歡迎，漸漸地成為了該地茶具主要的兩種設計樣式。

另外兩種花色也有特殊性和代表性上的區別，筆者在柏林的跳蚤市集 Arkonaplatz 有看到許多類似「弗里斯蘭藍」花色的餐具，包含茶壺、盤子、鹽罐等，但在東弗里斯蘭以外的地區，不曾看過「東弗里斯蘭玫瑰」的樣式，可見後者在東弗里斯蘭更具在地代表性。

而東弗里斯蘭傳統的喝茶習慣當中，會用到的茶具基本上有下列幾項：

1. 茶壺
2. 茶壺底部加熱的底座
3. 茶杯+茶盤
4. 盛裝奶油的容器
5. 茶匙，用來加入奶油用，而非攪拌
6. 糖罐/碗
7. 夾糖用的夾子



圖 4-6 標準的東弗里斯蘭飲茶流程中，一定會用到的茶具  
(圖片來源：網站 WELT)

標準的飲茶流程將在本章第二節詳述。由於以上是傳統上「標準」流程會使用的茶具，本次訪談時我也特別問到訪談對象，當他們自己在喝茶的時候，是否會對茶具這麼講究。東弗里斯蘭茶博物館的 Bardelmeier 女士表示，自己喝茶的時候多數仍然遵循傳統的飲茶流程，因此上述的七項茶具她基本上都是會用到的，另外她喝茶的時候多數也是跟家人、朋友或同事一起，比較不會自己一個人喝茶。

關於這點，Bünting 的 Priet 先生和 Thiele 的 L. Thiele 先生就各自有不同的習慣。Priet 先生表示，如同第三章提到，他本人平時喝茶的習慣是不加糖不加奶的純飲，因

此和糖與鮮奶油有關的茶具他並不會用到，另外他泡茶的茶具也不見得是東弗里斯蘭傳統花紋的大茶壺，也會用各式不同的茶具來進行不同茶飲的沖泡；L. Thiele 先生則表示他有時會純飲，有時也會遵循傳統加糖和鮮奶油的方式來喝茶，因此並不太一定。不過他還肩負著品牌品飲和拼配者的角色，因此在工作需要時會用到的茶具跟平常可能也會有所不同。



圖 4-7 筆者此行喝到的四次茶當中，沒有一次是用全套完整茶具進行  
(圖片來源： 筆者拍攝)

由此可見，儘管兩種茶具的花色在當地具有文化與歷史意義，在數量上也仍然是主流，不過不論是當地人在使用茶具，或是供給客人使用的茶具上，東弗里斯蘭地區似乎並沒有對花色相當執著。不過在產品販售上，多數銷售據點仍然是有著這兩種花色的茶具，尤其是「東弗里斯蘭玫瑰」花色的茶具組價格還會比「弗里斯蘭藍」來的高，呼應了上述筆者認為「東弗里斯蘭玫瑰」更具在地代表性的觀察。對此，Priet 先生表示有些高價茶具上面的玫瑰圖案，甚至是師傅手繪的，因此每一朵玫瑰都會長得不一樣，價格自然不斐。可見除了文化意涵之外，茶具的花色也成了東弗里斯蘭以及該地茶文化重要的行銷元素之一。

### 三、 品牌

本研究的田野調查訪談了 Bünting 和 Thiele 兩個品牌，因此也針對兩個品牌在商業層面進行論述和比較，包含品牌、行銷、通路、營運等，試圖分析東弗里斯蘭茶文化在產業面的發展和面貌。

首先從 Bünting 開始。關於 Bünting 品牌的成立之背景已於第三章有所介紹，創辦人 Johann Bünting 1806 年於里爾創立了貿易公司，詳請見第三章第三節。在兩百多年後的如今，Bünting 成為了東弗里斯蘭地區規模最大的企業，在集團工作的人數超過 13,000 人之眾。以販售茶葉相館產品以及茶文化推廣的 ”Bünting Tee”只是母公司三個子集團/ 品牌當中的其中一個，而另外兩項分別是主打有機產品的 “NATURWERT Bio” 以及販售各類食品的 ”KÜSTENGOLD”。

其中，“NATURWERT Bio”的商品都是有機的農特產品，又或是有機農特產品製作的加工食品，強調所有產品都符合歐洲 “Bio-Siegel”的有機認證，在友善土地與環境、食用健康上完全沒有疑慮。而產品涵蓋的種類非常多元，包含烘焙用食材、麵包抹醬、蛋類產品、油、優格和起司、醬料等都有。



圖 4-8 NATURWERT Bio 標榜產品皆符合歐洲 Bio-Siegel 有機認證  
(圖片來源：NATURWERT Bio 官方網站)

除了產品販售之外，NATURWERT Bio 的網站還有刊登建議食譜，消費者可以參考食譜上的方式，購買產品之後進行料理；也有針對合作的小農和農/牧場進行介紹，讓消費者可以更清楚知道產品的來源以及背後的故事，增加情感與價值的連結。另外，還有針對全德國有銷售 NATURWERT Bio 產品的通路做地圖，方便消費者找到離自己最近的銷售據點，在網站上輸入自己的所在地就能找到附近的販售處和與之的距離，也算是利用科技進行行銷和銷售的一個方式。

另外一個子品牌 ”KÜSTENGOLD”販售的也是食品，不過訴求和切入市場的利基點和 NATURWERT Bio 的有所不同，強調的是高品質、新鮮與美味的食物。比起 NATURWERT Bio 的有機食品，KÜSTENGOLD 因為並沒有有機的訴求，因此能涵蓋的食品更廣，據官方所說有超過 350 項產品，從餅乾麵包、茶與麥片、醬料、果汁、到罐頭的魚貨和水果都有。

這個子品牌還有一個特色是它的名稱，”KÜSTEN”為德語「海岸」之意，KÜSTENGOLD 當作品牌名稱有「海岸第一」的明顯意涵。東弗里斯蘭地處海岸線，Bünting 又為當地最大的企業集團，KÜSTENGOLD 這個品牌名稱可說是取的相當霸氣響亮，又有宣示品牌地位的意味。

## BOTTLED PRODUCTS



**CONSISTENT FRESHNESS**  
Our preserves offer something for every taste,  
from sweet to sour, from vegetable and fruit to fish.

圖 4-9 KÜSTENGOLD 品牌主打美味、新鮮  
(圖片來源：KÜSTENGOLD 官方網站)

另外值得一提的是，儘管 Bunting Tee 以茶葉為主要商品，但 NATURWERT Bio 以及 KÜSTENGOLD 也分別都有自己品牌的茶葉類產品，當然各自的訴求與市場不同，銷售通路的配置也不一樣。而在通路部分，Bunting 的三個子品牌除了跟德國許多連鎖超市集團都有合作上架之外，也和一些自營的零售業者、雜貨店合作，並擁有自己的線上銷售平台。在德國境外也有許多銷售據點（德國境外以 Bunting Tee 茶葉產品為主）。由此可見，確實是一個規模相當龐大，行銷、銷售與營運上都非常完整與現代化的集團。

Thiele 的部分，創辦人 Franz Thiele 與合夥人 Peter H. Freese 於 1873 年設立公司於埃姆登。當時的公司叫做“Thiele & Freese”，在草創時期，和 Bunting 一樣，Thiele & Freese 是一間標榜販售「多樣殖民地產品（Colonial goods en gros）」的貿易公司，因此茶只是販售的其中一項產品。日後，Freese 退休並將所有權通通賣給 Thiele，使得 Thiele 家族成為了公司的完全擁有者，而在家族共同努力營運下公司撐過了兩次世界大戰。隨著茶在東弗里斯蘭的文化發展越來越健全，在 1960 年 Thiele 家族決定放棄了其他商品的販售，將公司轉向專注於做茶葉貿易和銷售，確定了現在 Thiele 以茶葉為主要產品的品牌導向。如此又持續營運了超過 60 年，至今仍是一脈相傳，目前由家族四代，同時也是本研究訪問對象之一的 L. Thiele 先生接班擔任公司負責人。

和 Bunting 發展成集團性的企業相比，Thiele 的規模明顯較小，是個地區性的品牌。根據 Thiele 官方網站的說法，Thiele 也是目前東弗里斯蘭所有茶葉品牌當中，唯一一個仍然由單一家族經營的家族性企業，使品牌感到相當驕傲。這也成為了 Thiele 的主要品牌訴求，非常強調家族營運、對茶葉挑選和拼配的經驗與專業傳承、對品質的堅持與追求，以及商業信譽。當被筆者問到 Thiele 是如何和 Bunting 這種大品牌競爭時，L. Thiele 先生就特別強調了：「我們的規模不像 Bunting 那麼大，因此我們能夠強調和注重的，就是家族四代以來的努力經營，以及對品質的堅持，我們對於挑選以及拼配出最佳品質的茶相當執著。」

談到品質，也不只是憑藉口語強調而已，在 Thiele 的官網上有特別針對品牌的茶從種植的區域、製作的方式、茶菁皆為手採、以及拼配等一系列流程都有所介紹，這部分即為 Bunting 所沒有的。而在通路上，也和 Bunting 在全德國廣鋪通路有著不一樣的策略，Thiele 在埃姆登有一間自己的品牌商店，在部分超市也有談合作上架，但範圍基本上僅限於德國境內，官方網站則也有自己的電商平台。



圖 4-10 Thiele 的品牌商店  
(圖片來源：筆者拍攝)

綜上所述對兩個品牌進行比較，在 Bunting 方面，結合了第三章第三節的成立背景和本章節的現狀介紹，可以發現 Bunting 從 1806 年開創至今，就不單純只是一個「茶葉品牌」，而是一個「貿易品牌」。經過了兩百多年的發展，公司也不斷的企業化和現代化，如今成為了東弗里斯蘭地區最大的企業集團，商品銷售到全德國的許多超商和各種通路，以規模來講可說是發展最成功的企業；Thiele 方面，1873 年成立之初一樣是多樣化商品的貿易公司，不過在日後轉型成專門販售茶葉的品牌，並且強調在現代仍然是家族企業的經營模式。兩個品牌的定位差異甚大，經營上走的是完全相反的兩條路線，不過發展到現在都成為了東弗里斯蘭地區屹立不搖，相當重要的兩個茶品牌，也展示了該地區茶產業在商業面上的不同面貌和多元性。兩個品牌的歷史都超過了 150 年，Bunting 更超過了 200 年之久，見證和顯現了茶文化在東弗里斯蘭近兩世紀的發展。

## 第二節 非物質

### 一、 喝茶的方式

東弗里斯蘭飲茶文化於 2016 年入選了聯合國教科文組織德國辦事處的非物質文化遺產，而其中於當地發展出來，不同於其他國家/地區的喝茶流程更是東弗里斯蘭文化當中最有特色的一個環節。本小節將對此喝茶儀式進行詳述，並以在東弗里斯蘭茶博物館購入的明信片為參考圖片。



圖 4-11 東弗里斯蘭式的喝茶流程

(圖片來源： 筆者拍攝)

東弗里斯蘭的喝茶流程，約可分為 8 個步驟，列舉如下：

1. 將水燒開，需使用滾水沖泡
2. 溫壺，先將熱水注入空的茶壺當中，讓茶壺的溫度升高，同時也有清洗殺菌的作用
3. 放入茶葉，置茶量的部分，依照明信片上的建議，一公升的水大約放入 3 茶匙的茶葉
4. 注入熱水開始沖泡。這步驟又分兩種做法，一種是直接將水加滿，另一種是一開始先注入一半的熱水，直到要倒出來之前，再把熱水補滿。這麼做的目的是控制茶的濃淡程度，會依個人習慣、置茶量的多寡、喝茶的人數和場合

而有不同的操作方式。茶葉沖泡的時間約 3~5 分鐘，一樣視個人習慣和其他因素而定

5. 在杯中放入塊狀的糖 Kluntje
6. 茶泡好之後出湯，將茶直接倒入個別的茶杯當中，注茶量約為茶杯的 2/3。這時會聽到 Kluntje 溶解的聲音，這個清脆鏗鏘的聲音在整個流程當中相當重要，許多人會把他形容為相當悅耳的聲響，也是整套流程當中唯一一個和聽覺有關的環節。
7. 從奶油壺中以茶匙舀起液體鮮奶油，並從杯緣處以逆時針方向加入。其中，液體鮮奶油必須選用含有 30% 以上脂肪的鮮奶油，加入茶杯時，逆時針象徵著讓時光倒轉之意。液體鮮奶油會先沉至杯底，再浮上茶湯的表面，形成所謂的奶油雲 Wulkje，相當具有視覺上的較果。
8. 加完糖和液體鮮奶油的茶不得攪拌，必須直接喝，一杯茶必須分三口喝完。不攪拌的用意是，在三口茶當中，能喝到三種不一樣的滋味。首先的一口為最上層的茶湯，不論是糖份或奶油都最少，因此最能喝出茶本身的風味；第二口則是綜合了茶、奶油和糖，是三者最平衡的一口；而杯底的第三口則會相當甜，喝完之後一顆 Kluntje 很可能是尚未完全融化的。這時候的第二杯茶就可以依個人喜好決定要不要再加一顆 Kluntje。



圖 4-12 上為奶油雲 Wulkje，下為喝完茶後尚未溶解完全的 Kluntje  
(圖片來源：筆者拍攝)

此外，如果是到他人家中做客，被主人請喝茶的情況下，也有講究。再一杯茶喝完之後，主人會為了顯示好客而為客人斟上第二杯茶。傳統上來說，客人必須喝完三杯茶才能停止，否則會被視為對主人的不敬。而當客人不想再喝茶時，會將茶匙放入茶杯當中，這樣主人就知道客人已經喝夠了，不用再度為其斟上新的一杯茶。

在傳統的東弗里斯蘭人一天的時間當中，一般而言至少會喝三次茶，早上出門工作前、中午吃完午飯後、以及晚上晚飯後的時間。另外，早上早餐和午餐之中的時間，以及下午工作的休息時間也被部分人視為固定的喝茶時段。

除了喝茶之外，也有搭配的點心，以奶油餅乾 *Gebäck* 和葡萄乾奶油麵包 *Rosinenbrot* 為兩種最常見的茶點。奶油餅乾為圓形、無特殊調味和餡料的點心，吃起來僅有甜味；而葡萄乾奶油麵包則是有葡萄乾餡料的白麵包，抹上一層厚厚的奶油，有著葡萄乾甜香和奶油香氣。



圖 4-13 上為奶油餅乾，下為葡萄乾奶油麵包  
(圖片來源：筆者拍攝)

在論述完東弗里斯蘭特有的飲茶流程之後，將之與不同地區的飲茶流程相做比較。首先，和飲茶文化發源地的亞洲地區相較之下，最明顯的不同就是，在亞洲不論是中國、日本或是台灣，傳統的喝茶方式都是純飲；而在歐洲則是不論是任何地區，基本上都至少會加入糖和奶兩項原料來搭配飲用。另一個比較明顯的區別則是，不論是東弗里斯蘭或是英國的飲茶文化當中，都有比較明確的喝茶的固定時段，例如東弗里斯蘭的一日三至五次，英國的早茶和下午茶等；但在亞洲所有的飲茶文化當中，則並沒有關於飲茶時間上固定的習慣或限制。

首先在加入奶和糖的部分，可能有諸多因素。有文獻記載第一位將奶加入茶中一起飲用的是法國的 Madame de Sevigne，時間在 17 世紀的下半葉 (Griffiths, 2011)。至於原因則可能和溫度以及健康有關，在 1660 年，英國就有茶葉廣告宣稱奶茶有著如促進腸胃消化、減少能量消耗的功效，另外加奶也能降低剛泡好的茶的溫度，使之更容易入口 (Standage, 2006)；糖的部分則或和人類自然的「趨甜性」有關，「糖吃愈多，對許多人意味著生活品質愈高」 (Hirschfelder, 2004, p217)。在過去歐洲有辦法吃糖和甜食也象徵著社會地位，因此在茶當中加入糖一起飲用，相當符合本來是炫耀性飲品的定位。在後來喝茶習慣普及至各階層的人民之後，在茶中加糖和加奶可以為農業或工業階層提供營養與熱量，漸漸的就成為了與茶葉原產地完全不同，歐洲飲茶普遍的習慣與特色。

飲茶時段的部分，則要追溯到第一個大量引入茶至歐洲的國家荷蘭。在 17 世紀荷蘭的飲茶文化當中，由於一開始是流行於貴族階層含有炫耀性意味的活動，因此就已經形成了所謂「一日三茶」的定時習慣，分別是早茶、午茶、晚茶三個時段，貴族們會邀請他人至自己家中設置的茶室喝茶。流程也頗為講究，從迎賓入座、泡茶、敬茶、品茶、直到最後送客都有一定的規矩 (吳浪平, 2006)。由此可見，由於歐洲飲茶文化開始流行的基礎和東方不同，因此也發展出了和亞洲截然不同的定時飲茶的文化。

由飲茶文化的源起又可以發現和解釋，歐洲的飲茶文化明顯比亞洲有著更多向外交流的元素和意義，在亞洲喝茶是比較內斂和自我品味，甚至會昇華到思想和靈性的提升；而在歐洲喝茶更多是和家人、朋友、同事一起的活動，這也和一開始喝茶文化的源起就有高度社交性有關。

在比較完亞洲之後，也把東弗里斯蘭的飲茶流程和與英國的飲茶習俗做個比較。首先東弗里斯蘭的茶文化雖然也有加入糖和奶這兩個元素，不過糖和奶的型態以及加到茶裡面的方式都有所不同。在英國以及大部分西方的飲茶文化當中，糖是加入細粒

狀的砂糖或冰糖，而奶則是鮮奶或奶精為主；在東弗里斯蘭糖是大塊狀的糖，奶的話則是 30%以上脂肪含量的液體鮮奶油。至於為何會有使用習慣上的差異，本研究在文獻資料上並沒有找到可以說明的相關解釋。

不過經過採訪，四位受訪者給出的是幾乎相同的答案，如同第三章第二節介紹過往用來夾斷大塊狀糖的鉗子 Kluntjeknieper 時提到，東弗里斯蘭過去一直是經濟發展相對落後的區域，因此使用的糖是未經過精緻製程的大條狀的型態，而非精細的細砂或顆粒狀。而這個習慣保留到了近現代後，塊狀的糖在加入熱茶時，所溶解產生的清脆聲響變成了東弗里斯蘭喝茶流程當中非常具有特色的一環，因此就更加的被保留了下來。同理在搭配的茶點也可以看的出來，相較於英式下午茶茶點類別五花八門又相當精緻，東弗里斯蘭的奶油餅乾和葡萄乾奶油麵包顯得相當純樸，或也和經濟發展有所關聯。

至於加鮮奶油的部分，受訪者們也都異口同聲提到，因為東弗里斯蘭緯度較高加上靠海，尤其到了冬天天氣是又濕又冷，加上過去多數人從事農業生產需要付出大量體力，因此茶中的奶就使用脂肪含量更高的液態鮮奶油，來提供更充足的熱量。這同時也說明了一天當中喝茶次數的差異，傳統上東弗里斯蘭一天可以喝到五次茶，但在英國以下午茶的時段最為出名，早上出門前也有飲茶的習慣，但無論如何不到一天五次之多。

在了解東弗里斯蘭特殊的飲茶流程，以及與英式飲茶流程的比較之後，更能理解為什麼東弗里斯蘭茶文化能夠入選為聯合國教科文組織德國辦事處的非物質文化遺產。它不只是一套特有的飲食流程，更是東弗里斯蘭地區之地理、歷史、經濟發展、生產活動等各方面因子所融合之後，形塑出來的一個特殊的，具有在地代表意義的文化景觀。

## 二、茶對當地人的意義

*“Tell me what you eat and I will tell you what you are.” ~ Jean Anthelme Brillat -  
Savarin*

「告訴我你吃了什麼，我就可以告訴你，你是誰」~布里亞-薩瓦蘭

食物與生活息息相關，關於飲食文化與地方或認同的連結，許多書籍或學者都有提過相應的理論或是說法，其中一個最知名的也許就是上述由 18 世紀法國美食家布里亞-薩瓦蘭 (Jean Anthelme Brillat -Savarin) 所提出的概念。其他類似或相關的說法，例如羅馬帝國時期的詩人和哲學家盧克萊修 (Titus Lucretius Carus) 認為，我們愛吃什麼或不愛吃什麼，都能說明自己是誰；美國社會學家兼作家費恩 (Gary Alan Fine) 甚至提出食物能代表我們的靈魂；人類學家阿帕度萊 (Arjun Appadurai) 則表示食物是社會事實的高度濃縮的縮影，「也是一種可塑性極高的集體再現」 (Belasco, 2014, p2)。由此可見，飲食文化和身分認同有著密不可分的關聯，從古至今皆然。

飲茶文化自然也是飲食文化的一部分，因此也可以說，從觀察飲茶的文化或對飲茶文化的觀點，就能對一個地區/ 一群人的生活方式和價值有所認知。本研究一共訪問了三個單位/ 品牌代表，加上一位在台相識之東弗里斯蘭友人 Maike，一共四位受訪者。本小節將就四位受訪者對茶的看法進行分析比較。

以訪談時間為序，首先是友人 Maike。Maike 來自於東弗里斯蘭的市鎮奧里希 (Aurich)，訪談時 (2023) 三十出頭歲的她談到茶的時候表示，她飲茶的習慣從小即在家裡養成，小時候一早出門前家裡的長輩一定會給每個人一杯茶，喝完之後再出門是日常生活的一部分。而在一天當中的其他時間點也會喝茶，但並沒有像早上一樣固定。

即便在離開東弗里斯蘭之後，Maike 並不算有維持喝茶的習慣，但當在異鄉看到不一樣的茶文化的時候確實會特別注意，也會讓她想起家鄉。除了喝茶之外，她也對「東弗里斯蘭玫瑰」的設計相當有感情，直接把這個圖騰刺青在身上，當作是對家鄉的象徵。「我其實不知道這個圖案到底是怎麼來的，但它對我而言，絕對代表著東弗里斯蘭」。

另外 Maike 也提到了一點特別的是，在東弗里斯蘭，也會因為區域所以有著不同品牌的習慣與愛好。雖然她表示這沒有一定的地域界線，喝哪個品牌的茶也是個人偏好與選擇，不過在埃姆登以北的區域，包含她來自的奧里希，多數人喝的是 Thiele 品牌的茶；而埃姆登以南喝的則是 Bunting 品牌的茶居多，可見即便在東弗里斯蘭境內，不同區域也有不一樣的品牌喜好。

接著是東弗里斯蘭茶博物館的導覽員 Bardelmeier 女士，也是本研究四位受訪者當中年紀最長的一位。Bardelmeier 女士表示，茶無疑是東弗里斯蘭的代表文化，不論是於公於私她都這麼認為。工作上，她在茶博物館中擔任導覽員，做的就是保存推廣

東弗里斯蘭茶文化的工作；私底下，她也是四位受訪者當中，最遵循著當地傳統方式喝茶的一位。她至今仍然每天至少喝三次茶，早上出門前、中午午飯後、以及晚餐之後這三次基本上是固定的，其他像是上午和下午兩次休息時間則是看工作忙碌的情況而定。

另外 Bardelmeier 女士特別提到，喝茶對她來說的意義除了是一種傳統文化之外，也是一個可以跟家人、朋友或是同事交流的時刻。早上、晚上兩次多半是跟家人一起，早上在出門工作或上學前，祝福大家有美好的一天；而在忙了一整天之後，晚飯後再一起喝一杯茶，可以分享自己一天發生的事情或心情；中午、早茶和下午茶時段則是跟同事為主，大家在比較緊繃工作過一段時間之後喘口氣喝點茶，聊點工作以外的事情，互相關心彼此的生活，搭配一點小零食，有助於同事間了解和情誼的建立，再度上工之後的專注度和工作效率也會提高。當然如果有人來家中作客，她也會泡茶和拿出點心接待。對她而言，喝茶比較不是一個人的事情，更多的是一種社交的形式和活動。

接著是 Bunting 的助理研究員 Priet 先生，他應該是四位受訪者當中喝的茶類最廣的一位，由於本身對於各種茶類都有著高度興趣，也很希望在業務上，能於 Bunting 茶博物館當中推廣世界上各種不一樣種類的茶，因此 Priet 先生不只喝所謂的東弗里斯蘭茶，也喝其他地方的各種茶，例如台灣的輕發酵烏龍茶就是他常喝的其中一種。也因為本身對品茶的興趣，他自己喝茶的時候以純飲為主，並不會加糖和鮮奶油。另外在喝茶的時間點上，他也沒有嚴格遵循傳統，表示自己想喝就可以喝，不見得會按照一日三次或五次的時間點來喝茶。

不過如果是在帶客人進行茶席、喝茶體驗的時候，自己還是會依循傳統的方式來讓對方有更道地的體驗，「畢竟喝茶的方式是我們茶文化當中特別強調的一部分，因此在一個正式的體驗場合，身為茶文化的推廣和教育人員，我還是會按照傳統方式來做。」Priet 先生如是說。

除了自己本身就對茶有著高度喜愛之外，他們家族和 Bunting 企業也有著深刻的連結。當被問到當時是怎麼進到公司工作時，來自里爾當地的 Priet 先生表示自己的祖父以前就在 Bunting 工作，而他本人又那麼喜歡茶，跟著祖父的腳步進來這個企業工作是理所當然。他也提到了，Bunting 如今已經是整個東弗里斯蘭地區規模最大的企業，因此一個當地家庭當中有超過一位成員在集團內工作，是很常見的事情。由此可見，Bunting 身為一個大的商業集團，與在地的連結不只是喝茶文化層面而已，連帶的

在商業、工作層面都在當地有廣泛的影響。而當地人對品牌的認同已經不只是部分人而已，而是幾代人共同經營、生活、努力的結晶，Bünting 已經存在里爾的文化 DNA 當中。

最後是，Thiele 的 L. Thiele 先生。他表示自己從小就生活在茶的世界裡，因此喝茶對他來說就是生活的一部分。他也相信，在東弗里斯蘭，即便不是從事與茶相關行業的人，也會對茶文化有著深刻的情感和認同，這也是為什麼當地會有著全世界最大的人均飲茶量。

當被問到兩位品牌從業者，關於筆者友人所述，在埃姆登以北地區 Thiele 較受歡迎，以南則以 Bünting 居多時，雙方又給出了不同的答案。Bünting 的 Priet 先生表示他完全認同這個說法，同時也說到在東弗里斯蘭地區其實也不只這兩個品牌，只是這兩個品牌的歷史算最悠久，市佔率也較高，而 Bünting 總部位在的里爾是偏東弗里斯蘭的南部，Thiele 位在的埃姆登則是在中間，因此有這樣的現象非常正常；L. Thiele 先生則表示他不認同這種說法，他認為消費者並不會因為所在地區不同所以就有明顯的不同偏好。

關於兩者的回答，筆者比較認同前者。根據筆者自行的觀察，在 Bünting 總部位在的里爾，確實看到的都是 Bünting 品牌的廣告；而 Thiele 總部位在的埃姆登則都是 Thiele 的廣告為主，位於更北的諾登則是 Thiele 和其他品牌都有，但沒有看到 Bünting 的廣告。關於地區和品牌的偏好，也說明了茶和在地認同有著密不可分的連結，東弗里斯蘭人很愛喝茶，而在東弗里斯蘭裡面的不同區域，又有可能喜愛不一樣品牌的茶。

綜合以上四位受訪者對於自己飲茶的習慣、茶文化在自己認知中的樣貌、以及對東弗里斯蘭地區的代表性，可以發現，不論是現在是否在東弗里斯蘭生活、有沒有維持喝茶習慣、和是否用傳統的東弗里斯蘭方式喝茶，都沒有改變茶在當地極具象徵意義，能代表文化以及形成認同的事實。

### 三、茶在該地的創新

茶產業在世界各地都隨著科技發展和商業模式改變，迎來許多創新。依據聯合國教科文組織德國辦事處的敘述，茶文化在東弗里斯蘭也發展了約 300 年。本小節嘗試以訪問內容和觀察結果來論述，在商業上和文化上兩個面向，茶在該地創新的現象

以及未來可能的發展。

而改變的動機始於需求，先來談四位受訪者的認為當中，新的世代對東弗里斯蘭茶文化的認知和態度上，有沒有什麼改變。首先是友人 Maike，如上所述，她在離開家鄉之後並沒有特別維持喝茶的習慣。而當被問到相同年齡層（30~40歲）是否有越來越多人已經沒有喝茶的習慣時，她給出的答案是肯定的，「以前還住在家裡的時候，茶就是長輩會準備，時間到了大家就會很自然的聚在一起喝茶。不過離家之後，尤其是對離開東弗里斯蘭到外地工作的人而言，身旁的人並沒有這樣的習慣，所以多數外出工作的人自然而然也就不會特別去喝茶。」

儘管如此，如上所述，她仍然覺得茶文化非常能代表東弗里斯蘭，只是該如何讓新的世代更加方便或願意傳承喝茶的文化與習慣，Maike認為是當地文化團體、政府、商業界需要思考和做出應對的。

關於這點，身為茶博物館導覽員的 Bardelmeier 女士則認為，需要有多人投入茶文化的研究、保存和教育。她表示，該地的飲茶文化代代相傳，但是隨著科技發展，年輕一代的人們越來越不需要這種社交活動，也比較有自我意識和需要更多自己的空間，加上全球化的影響，更多的年輕人選擇到外地就業，因此她很明顯的感受到在年輕世代當中，對喝茶這件事情的態度變的可有可無。

這也是為什麼在 2016 年東弗里斯蘭茶文化入選為 UNESCO 德國辦事處的非物質文化遺產時，大家對此感到非常振奮，也認為是很重要的里程碑，「那對所有推廣東弗里斯蘭茶文化的工作者來說是相當大的鼓勵，有了 UNESCO 的肯定，更多當地人會覺得這個文化是重要的，會把它當作自己家鄉文化的代表，去推廣和傳承，並在其中感受到在地認同」。而在博物館展覽的部分，她認為在近年來已經增加許多與遊客互動的內容，例如團體和定時導覽、茶席體驗、以及會更換主題的特展，這些都能讓來訪的遊客更加能從五感去感受東弗里斯蘭的茶文化，並與自己作出連結。關於還能做出什麼樣的創新，她本人並沒有太多明確的想法，她表示自己年紀稍大，因此對於科技或網路領域的運用並不熟悉，但也許能在網路行銷方面做更多的宣傳曝光，讓更多人得以知道該地區的飲茶文化。

關於這部分，任職於 Bunting 茶博物館的 Priet 先生則有比較多想法。首先，他也認同在年輕世代當中有維持喝茶習慣的人數下降的趨勢，他同時也反問筆者在台灣應該也是同樣的狀況，筆者是同意的。雙方的結論是，現代的生活步調越來越快，導致需要時間準備、學習的活動會越來越少人從事，而不論是東弗里斯蘭或是台灣的飲

茶文化都是受到這個大環境趨勢的影響，所以在新世代當中，會自己泡茶喝茶的人數呈現下降的趨勢。

至於該如何應對，Priest 先生表示，在博物館的定位和展出的方向上，他認為可以從深化當地茶文化的推廣，以及與世界其他地方茶文化的連結兩部分來做。首先深化東弗里斯蘭茶文化的方面，如同 Bardelmeier 女士所提到，增加展出的完整度和體驗性質的流程，可以讓遊客更能透過五感去吸收和認知東弗里斯蘭的茶文化，更有機會產生共鳴。

在與世界其他茶文化的連結方面，如同第三章當中有提到的，他認為要讓來訪遊客更能認識茶的不同面向，以及不同地區的飲茶文化，因此在 Bunting 茶博物館當中，也有來自世界各地不同地區的特色茶飲，同時也針對產區和茶樹的種植、採摘、製作等產地流程進行介紹，「畢竟歐洲不產茶，很多人對茶的認知就只在品飲而已，想要讓更多人對茶有感覺和連結，就必須做更多產地端的介紹」。同時，讓世界上更多人知道東弗里斯蘭的茶文化也是重點，因此他也相當認同 2016 入選 UNESCO 德國辦事處的非物質文化遺產是重要的，「這絕對讓我們有機會被更多人看見，像你（指筆者）」。

而在商業銷售上，生產出好看好帶的產品也是重點之一。如何讓遊客到訪之後，願意消費購買品牌的紀念品或伴手禮，並將之轉送給其他親朋好友，是不論在商業獲利或是文化推廣上都相當重要的環節。Bunting 光是茶葉的產品選項就非常多，在販賣部除了幾款比較常規性的紅茶類產品之外，也有特別窰花或調香過的調和茶類可供選擇。而在單純的茶葉、茶包和茶具產品之外，也有著許多不一樣的伴手禮組合，例如茶葉+果醬+茶點餅乾的送禮組合包裝，都是公司長年觀察市場與討論之後所做出的因應，希望這些創新類的產品能更符合市場的需求。



圖 4-14 Bunting 品牌的產品相當多元  
(圖片來源：筆者拍攝)

而關於創新，Thiele 品牌的 L. Thiele 先生則採取不同的，比較保守的想法，他認為市場近年來的變化沒有很大，東弗里斯蘭的年輕世代喝茶的比例仍然算高，對茶文化的認同也沒有太大改變，所以他對產業或品牌創新上並沒有想太多，「當然會做出一些不一樣的新的產品、包裝，另外我們也架設網站、在網路上介紹我們自己等等，都算是創新的作為。但我最想強調的還是 Thiele 品牌茶的品質，這才是我們立足市場這麼久，最引以為傲的重點」。

總結以上內容，可以發現在現代社會，所有無論是有形或無形的文化資產，都會以一個商品化的文化形式存在，東弗里斯蘭的茶文化也不例外。因此，要延續傳承這樣的文化，不論在文化上或商業上做出一定的創新是有所必要的。而在東弗里斯蘭，這些創新手法從文化上的在地認同、文化教育、博物館的展覽內容和方式，到商業上的新產品、新包裝、新的行銷模式等，期望能透過這些創新來因應社會變遷，將當地特殊珍貴的文化保留傳承，發揚光大。

## 第五章 結論

本研究之主要問題意識為，為什麼在東弗里斯蘭地區，會有著德國其他地區基本上完全沒有的飲茶習俗，而且還有著號稱全球最大的人均飲茶量；以及茶文化和茶產業在該地的現況分析。為了充分解答和呈現，本研究分為文獻回顧和田野調查兩大部分，在文獻回顧方面，整理了茶從亞洲進入到歐洲的過程、東弗里斯蘭本身的地理、歷史之敘述以及當地飲茶習俗之特色、還有茶文化在文化觀光當中之應用，等三個面向的文獻資料，希望能在田野調查之前對東弗里斯蘭飲茶習俗有一定的了解和認識，包含茶是如何進入到當地、東弗里斯蘭的飲茶習俗有什麼特色、以及在世界上利用茶與文化觀光的連結。

接著，藉由這些文獻探討之後的認知，設計訪談問卷，至當地進行訪問。訪問對象主要有四人，分別是東弗里斯蘭茶博物館的導覽員 Bardelmeier 女士、Bünting 茶品牌博物館的助理研究員 Priet 先生、Thiele 品牌第四代負責人 L. Thiele 先生、以及一位（受訪時）生活在台灣的東弗里斯蘭友人 Maike。希望透過四位同樣是東弗里斯蘭人，但在茶文化中有著不同角色的受訪者，嘗試引導與建構出該地茶文化更加完整的面貌與多元的看法。

### 第一節 研究發現

在文獻回顧部分可以看出，東弗里斯蘭地區在地緣、歷史、政治上都有著相當的特殊性與封閉性。加上靠海，多從事貿易或走私活動，與大航海時代早期的海權強國荷蘭的關係與連結明顯的是比起德意志內陸地區更加緊密。荷蘭又是歐洲第一個大量進口茶葉並開始流行飲茶的國家，飲茶的習俗也因此傳入了東弗里斯蘭地區。

而在荷蘭對喝茶的流行日益退縮減少之後，又因為人文和自然環境等交錯條件的需要與特殊性，東弗里斯蘭地區反而持續保有這項習慣，進而發展成了當地特有，而且相當具代表性的文化現象。

在飲茶特殊流程和習慣的部分，包含茶具的花色圖騰、杯子當中放入塊狀而非顆粒或粉狀的糖、會強調要聽到將茶湯注入杯中時糖塊溶解的清脆聲響、逆時針將含脂量 30% 以上的液態鮮奶油加入茶中、不攪拌的情況下一杯茶分三口來喝、客人必須

至少喝上三杯才能算對主人的尊敬、以及一天當中固定的喝茶時段有三至五次等，都是相當特別且具有文化意涵的環節。

在到過當地進行田野調查之後，不但印證了許多文獻回顧時整理的資料，更發覺飲茶習俗早已深植於當地的文化與產業當中。談論到「文化」一詞，各種研究對其的定義相當多元廣泛，19 世紀英國人類學家 Tylor 認為文化是一個「包含知識、信仰、藝術、道德、習俗、以及其他所有身為社會當中的一份子，能從中獲得的能力與習慣之複雜集合」（Tylor, 1871）；20 世紀美國人類學家 Linton 則表示文化是「一種由習得行為組成的型態，這個習得行為是由特定社會所共享並傳播的元素組合而成」（Linton, 1945, p32）；到了 20 世紀晚期，荷蘭裔的人類學家 Barnouw 更這麼定義：「文化是一群人的生活方式，是一種多多少少刻板印象的或是標準化的，但有脈絡的語言或是模組，並經過代代傳承下來的集合」（Barnouw, 1985）。以這樣的標準，茶在東弗里斯蘭地區無疑是一種標誌性的文化。

不過，「沒有種茶、製茶的地方，是否能擁有茶文化」這個問題，在筆者決定進行本研究時，一度也是相當關鍵的議題之一。相較於同樣不產茶的英國，英國茶文化的知名程度，以及英國茶文化跟大航海時代、殖民霸權和剝削、鴉片戰爭、歐洲貴族之飲食文化、工業革命之生產模式和工人階層的生活等重大時代和事件的相連結，過內外的相關研究也非常豐富，早已確立茶在英國是一種文化的地位。反觀東弗里斯蘭，連該地區都鮮為人知，關於該地飲茶習俗的文獻資料與研究甚少，使當時此研究充滿了不確定性。不過，在經過實地的田野調查之後，充分解決了這項根本性的疑慮，與茶相關的習俗在東弗里斯蘭不但無疑的是一種文化，更是一種代表在地的元素，已是東弗里斯蘭不可分割的一部分。

透過本研究，可以看出不論是對應上述哪個時期文化的定義，東弗里斯蘭的飲茶習俗都可以順利符合。在東弗里斯蘭地區，茶確實涵蓋了「知識、信仰、藝術、道德、習俗」等各個面向，也是透過和需要社會共有共享的價值與行為傳播、學習、成為當地人的生活方式的一部份、並世代相傳給下一代的一種行為之集合。這也呼應以及解釋了第四章第一節曾經引用過 Jolliffe 所提到的，「不只是種茶或製茶的地方才有茶的文化資產，包含喝茶、有茶的地方都算有」（Jolliffe, 2007, p40），因為即使不種茶或製茶，飲茶和從飲茶衍伸出來的相關元素仍然可以形成一個文化。

此外，透過本研究也可以看出，茶文化在東弗里斯蘭不單單只是一種共同享有和代代相傳的生活方式與行為而已。發展 300 年後，在意識上更已經和在地認同緊密

相連，也已經將這種認同的連結運用在地方行銷、觀光推廣、以及商業行為上，而且行之有年。「茶業（指茶產業）的生產國和消費國都已經將茶視為國家認同的固有部分，這對觀光發展相當重要。除了國家，地區認同也可以根據茶為主題所形成的」；「不同種類的茶會被不同的文化所吸收……在這些情況下，飲茶會成為社交與商業當中重要的一環」（Jolliffe, 2007, p4）。

在茶文化於觀光的應用上，於東弗里斯蘭茶博物館的營運模式的改變歷程當中可以看出，茶是在近幾十年漸漸的變成東弗里斯蘭最足以代表當地的文化。也因為如此，該博物館從過去一直是私營狀態，但在改名並確定以茶文化為主要展覽重心之後，地方公家單位也提供了一定的協助與支持，希望能共同保留並傳承東弗里斯蘭的茶文化給更多人了解，也設計了可以與遊客互動的導覽遊程和茶席體驗，該博物館也成了來到東弗里斯蘭的遊客必定會去參訪的景點之一，尤其是德國各級學校的校外教學；在 Bunting 品牌博物館的部分，則是因為認為除了販售產品和有茶屋讓遊客喝茶之外，有必要對遊客做更深化的茶文化展演與介紹，因此特別設立了博物館，並同樣設計導覽遊程與傳統的東弗里斯蘭飲茶體驗，這些都是建立在飲茶習俗之上的文化觀光應用和表現。

由此可見，上述關於茶與文化觀光的理論，在東弗里斯蘭地區，包含當地人對茶文化的認同、它對東弗里斯蘭的代表性、兩個博物館的展演和遊程規劃等等面向，皆可一覽無遺，充分應證。

除了單純文化的部分以及觀光面向以外，以商業角度，也可以看出東弗里斯蘭的茶產業已經發展得相當健全，並有著自己的行規，就是即使該地不產茶，但要被叫做「東弗里斯蘭茶」，就必須要是在當地拼配包裝的茶葉產品。本研究訪問到的兩個品牌剛好代表著相當不一樣的營運模式，Bunting 現已成為東弗里斯蘭地區最大的企業，是完全企業化的品牌；而 Thiele 則是仍維持家族經營的傳統地方品牌。在筆者看來，這代表著健康的產業生態，雙方有著很不一樣的規模、市場區隔，因此也發展出截然不同的行銷策略、上架通路、品牌價值和定位。重點是都能存在於產業當中發展出屬於自己的經營道路，並沒有企業的規模大或小而受到威脅，顯示出茶產業在東弗里斯蘭地區的多元。

在研究發現的最後，筆者希望提起的是四位受訪者在受訪時，對茶與家鄉東弗里斯蘭的連結流露出深刻的情誼。友人 Maike 在談到雖然旅居他國並無特別保持飲茶習慣，但每當喝到茶就會想到家鄉，因此在茶文化深厚的台灣她總是倍感親切，以及

她把東弗里斯蘭玫瑰直接刺青在身上，因為她認為那就代表家；東弗里斯蘭茶博物館的導覽員 Bardelmeier 女士介紹博物館的各項展品時的神采奕奕，以及她相當希望喝茶的習慣能在東弗里斯蘭世代延續下去；Bünting 茶品牌博物館的助理研究員 Priet 先生對茶的熱愛、研究和家族與 Bünting 企業的連結；Thiele 品牌第四代負責人 L. Thiele 先生對於自家品牌仍然是家族企業方式經營，以及自己挑選拼配出來之茶葉品質的驕傲……這些情感上的認同和喜愛，屬於文化當中比較無形與難以分析的一部分，但卻是採訪過程當中可以深刻感受到的強烈情懷，更是東弗里斯蘭茶文化能如此特殊存在與發展 300 年，至今仍然持續向前的重要因素。

## 第二節 研究限制與建議

如同第一章第四節提到，關於東弗里斯蘭茶文化的研究與各方面文獻資料相當稀少，至當地詢問之後得到的答案也是官方的地方史相關文獻並未對外開放，需經過特別申請，因此本研究的參考文獻當中，直接和東弗里斯蘭地區相關的資料較少，是其中一項很大的限制。

另外，本次田野調查以深度訪談訪進行，針對四位受訪者進行訪問，但因時間的關係，並沒有辦法進行更廣泛的觀察與樣本數的訪問，例如問卷調查或是博物館遊客/品牌消費者的訪問，也沒有機會走進當地人的家中了解實際上的飲茶習慣和流程。在東弗里斯蘭的許多城鎮當中，筆者只去了諾登、里爾和埃姆登三處，另外針對茶產業的訪問，並沒有到非品牌直營的茶館或是通路進行調查，這些都是本研究仍有不足之處。

此外，在第四章第二節當中，茶在該地的創新部分，筆者認為無論是文化面或產業面，都並沒有得到一個明確的創新方向。過半（四位當中的三位）受訪者承認年輕世代有越來越少喝茶的趨勢，而這個趨勢很大程度是因為社交習慣的改變。不過對於如何因應這樣的外部環境改變，做出那些創新，以順利傳承東弗里斯蘭的茶文化上，並沒有很明確的答案。

有鑑於此，筆者列出針對後續相關研究之建議，共分三點：

1. 申請調閱有關地方之縣誌或鄉誌之類的資料，對飲茶文化在東弗里斯蘭地區的形成脈絡進行更深度與精準的分析，並可結合本研究引用過之其他資料輔助，結合飲食文化、茶與文化觀光、地方認同等多面向議題進行連結與探討，

得出更深化之結果。

2. 根據此一結果設計問卷，問卷內容除了涵蓋對茶文化的認知與認同以外，也要有平常喝茶以及其他飲料之習慣/消費調查，並且將喝飲料與社交活動的結合納入問卷中。以年齡為主要訪問區隔做分類，對東弗里斯蘭之居民進行問卷投放，並盡量平均發放於東弗里斯蘭之各個城鎮，而不是集中於少數幾個地方。
3. 如此一來有望得出不同年齡層對飲茶文化的認知和習慣差異，並做比較和分析，試圖找出傳統茶文化與新世代在喝飲料與社交活動上習慣之交集，如此一來，不論是在產品上或是茶館經營的型態上，產業界或能更有明確消費者習慣和方向的去做出創新，文化界例如博物館也有機會更知道如何更有吸引力的向年輕族群推廣茶文化，以利傳承。

除了上述部分之外，本研究在許多文化面向也因為篇幅、時間的限制和缺乏文獻資之故，難以有更深程度之研究，例如東弗里斯蘭使用之德語被稱為「低地德語（Low German）」，其與荷蘭語甚至法語之語言相通性或許比標準德語來的高，這部分在茶文化當中某些慣用語中或能窺知一二，在語言與東弗里斯蘭地區特殊性上也可進行相關研究；臺夫特磁磚在東弗里斯蘭的流行樣式充滿著航海的意象，除了跟南邊的荷蘭之外，該地區與北邊的英倫三島或斯堪地那維亞半島等航海文化盛行地區是否也有貿易、文化上的交流；東弗里斯蘭茶文化深受當地地理、歷史等因素影響形塑而成，當地是否有類似條件下生成之特殊飲食文化，與飲茶文化的關係如何，是否有互相影響；東弗里斯蘭地區人民對於自己現在是德國人的認同，是否因為歷史緣故（曾經）有所疑惑或想法等等，都是往後尚可深入研究探討的內容與方向。

## 參考文獻

### 外文

- Barnouw, V. (1985). *Culture and Personality*. Dorsey Press.
- Bohne, H. (2021). Uniqueness of Tea Traditions and Impacts on Tourism : The East Frisian Tea Culture. *INTERNATIONAL JOURNAL OF CULTURE, TOURISM AND HOSPITALITY RESEARCH*, 371–383.
- Boniface, P. (2003). *Tasting Tourism: Travelling for Food and Drink* (1st ed.). Routledge.
- Griffiths, John Charles. (2011). *Tea : A History of the Drink That Changed the World*. André Deutsch.
- Haddinga, J. (1977). *Das Buch vom ostfriesischen Tee*. Schuster.
- Heugel, I. (2010). *Laying the Elegant Table*. RIZZOLI INTERNATIONAL PUBLICATIONS.
- Jolliffe, L. (2007). *Tea and tourism : Tourists, traditions and transformations* (Vol. 11). Channel View Publications.
- Klopp, O. (1856). *Geschichte Ostfrieslands* (Vol. 2). Carl Rümpler.
- Linton, R. (1945). *The Cultural Background of Personality*. Appleton-Century.
- Ptak, R. (1994). THE CHINESE, THE PORTUGUESE AND THE DUTCH IN THE TEA TRADE BETWEEN CHINA AND SOUTHEAST ASIA (1600 - 1750). *Review of Culture*, 18, 4–19.
- Schmidt, H. (1975). *Politische Geschichte Ostfrieslands*. Rautenberg.
- Schroor, M, & Egberts, L. (2018). Waddenland Outstanding: History, Landscape and Cultural Heritage of the Wadden Sea Region. *Amsterdam University Press*.
- Schui, F. (2006). PRUSSIA'S 'TRANS-OCEANIC MOMENT' : THE CREATION OF THE PRUSSIAN ASIATIC TRADE COMPANY IN 1750. *The Historical Journal*, 49(1), 143-160.
- Tylor, E. B. (1871). *Primitive Culture: Researches into the Development of Mythology, Philosophy, Religion, Language, Art, and Custom*. Henry Holt and Company.

### 中文

- 角山榮 (2004)。 *茶的世界史：文化與商品的東西交流* (王淑華譯)。臺北市：玉山社出版事業股份有限公司。
- 吳浪平 (2006)。 *世界茶俗風情：欲訪踏歌雲外客。烹煎仙掌露華香*。臺北市：國家。

- 吳淑娟 (2007)。戰後台灣茶業的發展與變遷。國立中央大學歷史研究所碩士在職專班，桃園市。
- 姚國坤、王存禮、程啓坤 (1995)。中國茶文化。臺北市：紅葉文化。
- 熊昌有 (1998)。以海權的觀點論拿破崙的大陸政策與希特勒征俄的同質性。國防雜誌 13 (9), 33–40.
- 蔡倩玟 (2008)。美食考：歐洲飲食文化地圖。臺北市：貓頭鷹。
- Belasco, W. (2014)。食物：認同、便利與責任 (*Food: The Key Concepts*) (初版) (曾亞雯與王志弘譯)。臺北市：群學。
- Gay, P. D. (2003)。做文化研究：索尼隨身聽的故事 (霍煒譯)。中國：商務印書館。
- Hirschfelder, G. (2004)。歐洲飲食文化 (*Europäische Esskultur*) (張志成譯)。臺北縣：左岸文化出版。
- Macfarlane, I., & Macfarlane, A. (2005)。綠色黃金：茶葉帝國史 (*Green Gold*)。臺北市：商周出版。
- Mckercher, B., & Cros, H. D. (2010)。文化觀光：觀光與文化遺產管理 (*Cultural Tourism The Partnership Between Tourism and Cultural Heritage Management*) (劉以德譯)。臺北市：桂魯。
- Musgrave, T., Musgrave, W. (2014)。改變世界的植物 (*An empire of plants : people and plants that changed the world*) (董曉黎譯)。新北市：信實文化出版。
- Siemann, W. (2019)。梅特涅：帝國與世界 (*Metternich: Strategist and Visionary*) (楊惠群譯)。中國：社會科學文獻出版社。
- Standage, T. (2006)。歷史六瓶裝：啤酒、葡萄酒、烈酒、咖啡、茶與可口可樂的文明史 (*A History of the World in 6 Glasses*)。臺北市：聯經。
- Smith, M. K. (2014)。文化觀光學 (*Issues in Cultural Tourism Studies*) (國立臺灣師範大學歐洲文化與觀光研究所譯，劉以德審訂)。臺北市：桂魯。
- Ukers, W. (2017)。茶葉全書 (*All about Tea*) (中國茶葉研究社翻譯)。中國：心一堂出版。(原著出版於 1935 年)

## 網路資料

食品安全衛生管理法. (2019, June 12). 全國法規資料庫.

<https://law.moj.gov.tw/LawClass/LawAll.aspx?pcode=L0040001>

指定國產茶葉為應登錄溯源資訊之農產品及其應遵行事項. (2023, August 22). 農業部農糧署. [https://www.afa.gov.tw/cht/index.php?code=list&ids=353&mod\\_code=view&a\\_id=516](https://www.afa.gov.tw/cht/index.php?code=list&ids=353&mod_code=view&a_id=516)

陳致宏. (2022). 德國東菲仕蘭地區的飲茶文化. 歷史學柑仔

店. <https://kamatiam.org/%E5%BE%B7%E5%9C%8B%E6%9D%B1%E8%8F%B2%E4%BB%95%E8%98%AD%E5%9C%B0%E5%8D%80%E7%9A%84%E9%A3%B2%E8%8C%B6%E6%96>

Anne, K. (2020). *Eastern Frisian Tea and the Famous Ostfriesentee Ceremony*. German Girl in America. <https://germangirlinamerica.com/east-frisian-tea-and-the-ostfriesentee-ceremony/>

*China and Prussia Porcelain and Tea*. (2012). Staatliche Museen Zu Berlin. <https://www.smb.museum/en/exhibitions/detail/china-and-prussia/>

Hase, W. (2018). *Tee Für Ostfriesland : Die „Königlich-Preußische Asiatische Compagnie“*. Alfa Hosting. <https://alfahosting.de/>

Knigge, Almuth . (2016, July 21). *Sommerserie : Dialekte in Deutschland Teestunde Auf Ostfriesisch*. Deutschlandfunk. <https://www.deutschlandfunk.de/sommerserie-dialekte-in-deutschland-teestunde-auf-100.html>

Scherf, D. (2017, December 20). *Die Teetied in Ostfriesland Dauert Drei Tassen*. WeLT. <https://www.welt.de/reise/deutschland/article171619807/Weltrekord-In-Ostfriesland-dauert-die-Teetied-drei-Tassen.html>

. (n.d. ). *Ostfriesentee Eine Herzensangelegenheit*. Dornum. <https://www.dornum.de/mein-dornum/ostfriesische-teezeremonie>

. (n.d. ). ROYAL DELFT MUSEUM. <https://museum.royaldelft.com/en/discover-the-collection/history/>.

.(n.d. ). UK Tea & Infusions Association. <https://www.tea.co.uk/>

## 附錄-田野日誌

### 訪談 1

**對象：**Maike 女士，筆者友人，來自東弗里斯蘭奧里希

**時間：**2023/04/02

**地點：**源色紅茶茶館，天母

**天氣：**晴

與 Maike 的認識純屬誤打誤撞，有一回在聚會上跟眾人聊到我的論文題目，僅有極少數人聽過或知道東弗里斯蘭在哪裡，沒想到其中一位奧地利朋友表示她有認識一位當時在台北的德國人，應該是來自當地。當時我心想「在台北碰到東弗里斯蘭人的機會到底有多少？」會後確認後還真的是，就介紹我們認識。

### 訪談內容節錄

**筆者：**你小時候的飲茶習慣是怎麼養成的？

**Maike：**飲茶的習慣從小在家裡養成，喝茶是家庭生活非常日常的一部分，小時候在出門上學前家裡的長輩一定會給每個小孩子一杯茶，我們總是喝完之後才會出門。印象當中我們不一定要吃早餐，但喝茶是一定的。而在一天當中的其他時間點也會喝茶，但並沒有像早上一樣固定。

**筆者：**在你的認知當中，東弗里斯蘭的飲茶方式跟歐洲其他地方的飲茶方式有何不同呢？

**Maike：**我其實不是個專家，但我知道我們用的是鮮奶油而不是牛奶，另外我們的糖會先放在杯底再加茶進去，糖也是大塊狀的，而不像你在其他地方的茶館、咖啡廳看到那種細沙狀的糖。另外我們的茶具花色也很特別，主要有兩種...對就是你知道的這兩種，這些我想都是東弗里斯蘭茶文化的特色。

**筆者：**像你現在是旅居海外，身為一個從小就被家庭和地方養成飲茶習慣的人，離開了東弗里斯蘭後還有繼續維持喝茶的習慣嗎？

**Maike**：其實沒有，到了外地也喝起咖啡（笑），重點是在很多地方喝茶可能不是這麼普遍和方便，也跟從小就喝慣了口味不一樣。出來之後很多時間都在工作，沒辦法花那麼多時間精力去挑選、品嚐，所以沒有特別維持這個習慣。不過，像是我知道台灣很多好茶，因為身為東弗里斯蘭人的關係，我有機會也會關注一下不同的茶類，這裡茶的種類跟我們那邊比多太多了，總是有很多關於茶的新知可以學，以及新的茶可以嘗試。當我有機會喝到好喝的茶時，心裡是會非常高興的，例如喝到你的紅烏龍（笑）。我以前根本不知道有這種茶，然後它真的好好喝！

**筆者**：身為一個東弗里斯蘭人，你會認為飲茶和自己的地區認同是有關連的嗎？

**Maike**：這是肯定的，像我剛剛所說雖然我沒特別維持喝茶習慣，但喝到好茶或是有機會跟朋友聚在一起喝茶的時候總是會覺得特別親切，會想起小時候在東弗里斯蘭跟親朋好友一起喝茶歡聚很溫馨的感覺。另外剛剛提到的茶具花色，你也知道東弗里斯蘭玫瑰是相當具有當地代表性，我非常愛她的設計，所以有把她刺青在身上，當作是家鄉的象徵。我其實不知道這個圖案到底是怎麼來的，但她對我而言，絕對代表著東弗里斯蘭。

---

非常感謝 Maike，除了回答我關於飲茶習慣、地方認同的相關問題外，也給了我非常多行前資訊和建議，對於要去這麼偏遠而且資訊很少的地方進行田野調查的我幫助非常大，也讓之後在當地的行程安排上有所頭緒，後續也是順利完成三個訪談。訪問當下懷有身孕的 Maike 已於 2023 年 6 月和先生搬回歐洲待產，結束三年旅居台灣的生活。祝福他們一家人平安和樂，總有好茶能喝。

## 訪談 2

**對象**：Maike Bardelmeier 女士，東弗里斯蘭茶博物館導覽員

**時間**：2023/07/11

**地點**：東弗里斯蘭茶博物館，諾登

**天氣**：晴

來到東弗里斯蘭之後，第一個正式參訪的是東弗里斯蘭茶博物館，位於諾登，距離我在東弗里斯蘭那周住的里爾搭火車約是 40 分鐘的車程。在行前，茶博館的主要聯絡人

是館長 Mirjana Čulibrk 女士，不過到了館內，主要導覽和訪談則是 Maike Bardelmeier 女士來進行。導覽結束後，關於我事先提出的問題，館方已在到訪前擬答，並由 Bardelmeier 女士和我進行稍微的答覆。最後，我也參加了茶席體驗活動，有了一次非常完整的參訪經驗。

### 訪談內容節錄

**筆者：**茶博物館就是舊市政廳，這是否說明茶就是當地最具代表性的文化？

**Bardelmeier 女士：**顯然是這樣沒錯，所以身為博物館的一員我們也與有榮焉，很高興茶文化能被選址在這麼有歷史的建築當中進行展示。

**筆者：**你自己在喝茶時，仍然會遵循東弗里斯蘭的傳統流程嗎？

**Bardelmeier 女士：**是的，這對我而言是再日常不過的事情。我們從小就是被長輩這樣教導，因此我基本上也都遵循傳統方式喝茶並這樣教導我的晚輩們。對我而言喝茶就是家人、朋友或同事相處和聯繫感情的時間，大家閒聊一些生活瑣事和想法，是非常放鬆和溫馨的時刻。

**筆者：**在東弗里斯蘭年輕世代是否有因為生活方式的改變，所以有不一樣的飲茶方式？或這是否有影響到飲茶文化的傳承？

**Bardelmeier 女士：**不可諱言這是絕對有的，現代年輕人生活的步調更快了，社交方式也和我們那一代和上一代的人很不一樣，很多人也會選擇離開東弗里斯蘭去尋求更好的工作機會，而他們在離開家庭後很可能不會繼續喝茶，因為沒人泡給他們喝。這兩項因素都影響了茶文化的傳承。

**筆者：**那是否有需要做出甚麼創新呢？像是在台灣我們的茶產業近年來有非常多創新出現，為了更好的因應年輕世代的消費習慣，在這裡有這樣做嗎？

**Bardelmeier 女士：**我們現在做的比較是讓更多人知道我們的茶文化，但尚未有創新的舉動出現。如果有需要做什麼創新的話，也許要朝網路行銷方面進行吧。我年紀較大，對這些也不是很懂，但我是非常希望東弗里斯蘭的茶文化能夠發揚光大和繼續傳承下去。

(在參觀世界不同地區的茶文化展示時，走到台灣區)

**Bardelmeier 女士：**所以在台灣，你們喝茶時真的都會使用聞香杯嗎？

**筆者：**我個人其實並沒有這個習慣，它也更常用在非常正式的茶席，或是販售茶葉的時候，店家用來給客人試聞，就我所知一般人日常喝茶使用聞香杯的比例不高。不過它確實是源自於台灣，而且很特別的飲茶方式的一個環節和茶具。

---

在東弗里斯蘭茶博物館的參訪進行的相當順利，雖然「參觀」明顯大過於「訪問」，不過如上述所說館方在我到達之前，針對事先提出的問題已有完整的擬答，可說是相當認真準備這次的到訪，令我心懷感激。這也是我第一次依循東弗里斯蘭傳統飲茶方式喝茶，雖然日前在網路上已經看過很多資料且對整套流程了然於胸，但像是一杯茶分三口喝，每口會有不同的風味；倒茶時糖塊 Kluntje 清脆的溶解聲等等，都終於有機會親自體驗。另外，有機會參觀到平時沒有對散客開放的舊市政廳的節慶會議廳（Rummel），包含木製的旋轉樓梯（踩起來真的吱呀作響）、可使用的壁爐等古建築的樣貌，實在太幸運了。

### 訪談 3

**對象：**Henning Priet 先生，Bünting 品牌助理研究員

**時間：**2023/07/12

**地點：**Bünting 品牌博物館，里爾

**天氣：**晴

我在東弗里斯蘭住的里爾，剛好也是 Bünting 的所在地。Bünting 的品牌博物館和茶館離我的青年旅館走路才大概 10 分鐘。除了物理距離近之外，本次針對 Bünting 的訪談也是聊最多和最深入的，品牌研究員 Henning（論文本文中稱呼他為 Priet 先生，不過我們是互相稱呼彼此的名字，因此這裡就叫他 Henning）熱情又健談，除了論文有關內容外彼此也交流了不少茶知識。訪談模式和東弗里斯蘭茶博物館相同，都是事先已有擬答，我到了之後 Henning 先導覽博物館，導覽結束後，他泡了茶拿了點心，針對問題和答案部分與我討論。內容相當多，此處節錄部分進行記錄。

### 訪談內容節錄

**筆者：**Bünting 是東弗里斯蘭的品牌，不過在博物館導覽開始的地方就有這麼多世界不同地方來的不同的茶，為什麼會這樣做呢？

**Henning：**首先必須提到，博物館和隔壁的茶館與銷售據點是分開營運的，雖然我們這邊也有在販售產品，不過這裡的產品主要是由我挑選，茶館那邊的商品當然是那邊的營運部門負責。Bünting 博物館成立的宗旨就是為了要做文化推廣，東弗里斯蘭茶文化和 Bünting 歷史當然是主體，不過我也希望能加入更多多元性，讓來訪者對「茶」本身有更多的認識，我們也才可能更深和更廣的去推廣東弗里斯蘭的茶文化。在台灣喝茶的人可能對茶很講究或很有了解，但在這裡則不然，多數人根本不知道喝的『茶』到底是什麼，很多人還以為紅茶跟綠茶是不同品種茶樹的茶葉做的，更不可能搞得清楚烏龍茶、白茶這種更小眾的茶類。在拼配的原料這裡展示這些是希望能讓大家知道，茶有許多不同的種類，東弗里斯蘭或說歐洲平常習慣喝的紅茶只是其中一種而已。這是為什麼我在這裡也放了很多世界不同茶類的原因。

**筆者：**所以你在博物館這邊也銷售紅茶以外的其他茶類，例如台灣的（清香型）烏龍茶、中國的白茶等等。身為一個茶的愛好者和販售者，我很好奇這些茶類的銷售情況如何？

**Henning：**不怎麼樣（笑），必須說德國飲茶市場習慣的價格，跟東亞那邊還是有著一定的落差。然後如剛提到，消費者連品種都搞不清楚，要他們花兩三倍以上價格去購買自己喝不習慣的茶，是不容易的。不過我認為，博物館站在文化教育推廣的角度還是必須做這件事情，商業面而言，也是要让更多人有機會認識不同的茶之後，才有可能提高高價市場的占比。

**筆者：**可以簡單敘述一下你們品牌商業端的選茶過程嗎？就是要如何成為你們的供應商？

**Henning：**首先因為我們品牌已經相當長的時間了，所以現有的合作茶農/茶廠基本上都是長期合作的，類似簽約契作的模式。當然也常會有新的賣家會希望跟我們合作，那基本的流程就是他們會寄茶樣來給我們，我們的品評師評鑑過後如果覺得合用，才會做後續的洽談。對方必須提供茶葉種植生產的證明文件，當然必須符合歐盟和德國的藥檢、報關相關的標準，再來就是量和價格的討論，對方是否有辦法以某個價格，

定時供應一定的量給我們。這是個冗長的過程，要建立一個新的合作夥伴關係並不容易，所以多數還是以長期合作的對象為主。

**筆者：**你自己平常會按照東弗里斯蘭傳統的方式喝茶嗎？

**Henning：**其實我自己喝茶的話不會，我不是只喝東弗里斯蘭的紅茶而已，世界上很多茶我都喝，例如台灣的（清香型）烏龍茶我也會喝，所以我不加糖加奶。不過我在帶茶席體驗的時候當然是會照做，畢竟喝茶的方式是我們茶文化當中特別強調的一部分，因此在一個正式的體驗場合，身為茶文化的推廣和教育人員，我還是會按照傳統方式來做。

**筆者：**你當初是怎麼來到 Bunting 工作的？

**Henning：**首先我的祖父也在 Bunting 工作，家族也有其他成員也是，Bunting 對我而言相當熟悉。如你所知 Bunting 已經是東弗里斯蘭最大的企業，對里爾人來說一個家庭有好幾位成員都在或曾在 Bunting 上班是很正常的事情。而我的話就是單純對茶相當喜愛，所以當時他們在招聘這個研究員的職缺我覺得相當適合自己就來應徵了，也很開心地待到現在（笑）。

**筆者：**來聊一些關於創新的話題，台灣的茶產業近年來有因應消費習慣的改變，進行了許多創新，想問一下你們品牌或說在東弗里斯蘭，有面臨到類似狀況然後在做這樣的事情嗎？

**Henning：**首先消費者習慣改變是一定有的，年輕世代的生活步調更快，社交方式也不同，這些都會影響飲茶的習慣和量。在東弗里斯蘭多數（跟茶產業或文化有關的）人想的還是怎麼樣宣傳我們的茶文化，鮮少有人討論到該如何創新的議題。我認為東弗里斯蘭茶文化的推廣，讓更多人認識當然是重點，不過同時像我剛有提到的，讓我們跟世界的茶文化接軌是很重要的一部分，這樣才會讓更多人能認識到我們，我們也更有機會傳承這裡的茶文化，並開始漸漸思考創新的議題。

**筆者：**要被叫做「東弗里斯蘭茶」有一定的標準，那有所謂「假的」東弗里斯蘭茶嗎？

**Henning：**有的，我們確實有發現不是在東弗里斯蘭拼配包裝，但是打著「東弗里斯蘭茶」的旗號販售的產品。（**筆者：**那你們怎麼因應呢？）嗯我想這也是某種肯定吧？

(笑) 我們其實沒採取什麼特別行動，因為那畢竟是少數案例，然後我們相信消費者如果會被東弗里斯蘭茶所吸引，應該代表他們有機會想要認識更多，稍微找點資料就會找到我們正宗的東弗里斯蘭茶品牌了，換個角度想其實是好事。

**筆者：**我聽說在東弗里斯蘭，不同城市地區也有不同的品牌偏好，是真的嗎？

**Henning：**其實是，像在我們里爾這裡當然就是 Bunting 最普遍，不過到了北邊 Thiele 可能是更受歡迎的，我覺得這也代表著市場很多元，是好現象。

---

待在東弗里斯蘭的一周內，到 Bunting 去了兩次，第一次是正式參訪，第二次則是比較休閒的參觀和閒聊。非常感謝 Henning 和 Bunting 其他工作人員熱心的招待，希望有機會能再到訪。

#### 訪談 4

**對象：**Lennart Thiele 先生，Thiele 品牌第四代負責人

**時間：**2023/07/13

**地點：**Thiele 品牌辦公室，埃姆登

**天氣：**陰雨

Thiele 是本研究最後一位訪問對象，也是安排上比較倉促的一位，因為在出發前約兩個月就已經寫信去三個單位聯絡訪談事宜，包含東弗里斯蘭茶博物館和 Bunting 都相當早就回應並開始討論到訪時間、模式和進行問題討論，而 Thiele 則是一直到比較晚的時間才有回覆，因此訪談內容較少，這裡依然節錄部分內容呈現紀錄。

#### 訪談內容節錄

**筆者：**Thiele 在選茶上有什麼特別之處嗎？你們也像 Bunting 有一個品評和拼配的團隊嗎？

**L.Thiele 先生：**品評、選茶和拼配現在都是我自己進行，所以基本上就是我獨立作業。至於在選茶上，因為我們不像 Bunting 的規模那麼大，所以批次比較小，這當然是跟他們會有不一樣之處。另外我們都是選用大吉嶺的春摘茶葉來當作原料進行拼配。

**筆者：**Thiele 在幾個東弗里斯蘭的品牌當中有什麼特色呢？

**L.Thiele 先生：**我們仍是一個家族性品牌，現在也是東弗里斯蘭唯一一個。另外我們對品質的追求是相當執著的，這些都是 Thiele 品牌的堅持和特色。

**筆者：**你覺得東弗里斯蘭的年輕族群喝茶的量有下降的趨勢嗎？品牌有需要做什麼創新嗎？例如多做一些花草茶系列產品或是不一樣的包裝之類的？

**L.Thiele 先生：**我不認為年輕人喝茶量有下降或有需要做什麼創新，然後你說的那些我們其實都有，當然這些也許能吸引更多人購買我們的產品，但我想強調的是我們品牌的精神就是品質、品質、品質。

**筆者：**要被叫做「東弗里斯蘭茶」有一定的標準，那有所謂「假的」東弗里斯蘭茶嗎？

**L.Thiele 先生：**沒有，所有東弗里斯蘭茶都是在地拼配包裝的。

**筆者：**要被叫做「東弗里斯蘭茶」有一定的標準，那有所謂「假的」東弗里斯蘭茶嗎？

**L.Thiele 先生：**沒有，所有東弗里斯蘭茶都是在地拼配包裝的。

**筆者：**我聽說在東弗里斯蘭，不同城市地區也有不同的品牌偏好，是真的嗎？

**L.Thiele 先生：**你是聽誰說的？沒有這樣的差異存在。

**筆者：**對一個外國人來說，想在這裡的茶產業工作你認為需要具備哪些能力？

**L.Thiele 先生：**首先當然是德文，這裡並非所有人都精通英文。再來是你必須要對世界不同地區的茶都有所了解，而不是只了解某部分區域而已。

---

Thiele 位於的埃姆登是腓特烈大帝創立「王家普魯士亞洲貿易公司（德文 Königlich Preußische Asiatische Compagnie in Emden nach Canton und China）」的城市（詳見論文第二章第四節），有機會到訪也是相當開心。在訪談前碰到了在東弗里斯蘭的唯一一場雨，雨勢不小，不過不影響訪談進行。訪談因為 L.Thiele 先生相當忙碌所以很短暫，他在訪談過程也是不斷處理公事，還跟我說了畢竟是 family business 所以很多事情他都親力親為，不過還是感謝他願意抽空受訪。