

*И.А. Соколов*

**Независимый историк-исследователь**

**Чай, чайный бизнес и чайная культура  
китайских провинций Цзянсу и Внутренняя Монголия  
в 2023—2024 годах**

*Аннотация.* статья содержит краткий обзор текущего состояния чайной культуры и чайной торговли в китайских провинциях Цзянсу (города Янчжоу, Сучжоу, Тайчжоу, Нанкин, Уси) и Внутренняя Монголия (город Хух-Хото) на основе материалов, собранных лично автором во время ряда поездок в КНР в 2023—2024 годах.

*Ключевые слова:* чай, чайная торговля, культура, Китай.

*Ivan A. Sokolov*

**Independent historian-researcher**

**Tea, tea business and tea culture of the Chinese provinces  
of Jiangsu and Inner Mongolia in 2023—2024**

*Abstract.* the article contains a brief overview of the current state of tea culture and tea trade in the Chinese provinces of Jiangsu (the cities of Yangzhou, Suzhou, Taizhou, Nanjing, Wuxi) and Inner Mongolia (the city of Hohhot) based on materials collected personally by the author during a number of trips to the PRC in 2023—2024.

*Keywords:* tea, tea trade, culture, China.

Более 30 лет стремительного развития позволили Китаю занять лидирующие места в мировой экономике. Масса вчерашних крестьян сменила хутуны на многоэтажные дома из стекла и бетона. Китай покрылся сетью прекрасных автомобильных дорог с многоуровневыми развязками и туннелями. Появилось высокоскоростное железнодорожное сообщение.

Известные события 2020 года подстегнули электронную коммерцию — даже китайские пенсионеры теперь покупают значительную долю товаров, включая чай, онлайн. Однако, стремительный рост электронной коммерции, в сочетании с низкой стоимостью доставки товаров внутри КНР, вызвал серьёзнейшие изменения во внутренней китайской торговле.

Кризис перепроизводства в строительном секторе Китая виден уже давно. Считаю, что можно говорить также о выраженных структурных изменениях и чайного рынка КНР.

Поездка на литературную конференцию во Внутреннюю Монголию (в 2023 году) и две поездки по провинции Цзянсу (в феврале и марте-

апреле 2024 года) позволили наблюдать системный кризис в чаеоторговой отрасли Китая, как минимум, этих двух провинций.

Суть происходящих процессов предельно проста: потребитель покупает всё большее количество чая непосредственно у производителей, в фирменных магазинах на электронных площадках, таких, как ТаоБао (淘宝网; Táobao Wǎng).

В этих условиях, на сверх конкурентном рынке, средне- и мелкооптовые чаеоторговые фирмы оказались на грани рентабельности.

В частности, серьёзный кризис сбыта чая накрыл чаеоторговые фирмы в городе Янчжоу (Цзянсу) и Хух-Хото (Внутренняя Монголия). В поисках сбыта своей чайной продукции производители из провинции Гуандун отправляются во Внутреннюю Монголию, а чаеоторговцы из Фуцзянь — в Цзянсу.

Относительно неплохо чувствуют себя пока лишь производители чая пуэр из провинции Юньнань, хотя перепроизводство чая там наблюдается ещё в 2017—2019 годах, до известных событий.

Уже в 2021—2022 годах ряду представителей китайских чаеоторговых компаний пришлось с использованием VPN-сервисов выходить со своим чаем в известную американскую социальную сеть и российскую ВКонтакте.

Маркером кризиса перепроизводства, накрывающего чайную отрасль ряда китайских провинций, является готовность оптовиков продавать чай розничным покупателям по оптовым ценам и тратить время на продажи даже незначительных объёмов чая.

В то же время кризис заставил китайских чаеоторговцев искать новые ниши для реализации своей продукции. Во Внутренней Монголии это частично реализуется через развитие культуры чайных клубов. К примеру, один из чайных клубов в Хух-Хото сделал ставку на создание моделей “сельских дворики”, заполненных котами. Владелец другого — на продажу чая и предметов чайной атрибутики через апелляцию к чань-буддизму. Третий — на создании «Музея Чая» в Хух-Хото, который призван притянуть к себе внутренний китайский туристический поток.

В провинции Цзянсу предприниматели пытаются развивать формат чайных церемоний, отсылающих гостей к чайным традициям танского Китая.

В частности, предприниматели в Цзянсу восстанавливают архаичные процессы заваривания чаёв, превращая сам процесс приготовления чая в театрализованное представление.

В одной из чайных Хух-Хото создали свою вариацию чайной церемонии высшего мастерства, где оказались заимствованы элементы чайных традиций из провинции Гуандун и острова Тайвань. В частности, в одном из чайных клубов Хух-Хото чётко прослеживались элементы, за-

имствованные из традиции Чаошань Гун Фу Ча (潮汕工夫茶; Cháo shàn gōngfū chá).

Обращает на себя внимание расширение ассортимента, на внутреннем китайском рынке, бутилированных чаесодержащих напитков и холодных чаёв. Появляется всё больше напитков, объединяющих чай и молочную продукцию.

В городе Исин, знаменитом керамическом центре Китая, известном своей глиной (宜兴泥; Yíxīng ní), также явно намечается перепроизводство знаменитых исинских чайников.

Несмотря на явное затоваривание рынка, цены, как на исинские чайники, так и на другие атрибуты для чайных церемоний, пока не снижаются. Цены на качественные «полуручные» и «ручные» чайники варьируются в интервале 400—1.200 юаней, с выраженным сдвигом в ценовой сегмент 400—800 юаней. Разумеется, это касается так называемой цены «после торга».

Резюмируя сказанное, можно указать на выраженные кризисные явления внутреннего чайного рынка КНР, которые пока частично компенсируются за счёт новых рыночных ниш чайной культуры. Ценовые «пузыри» рынка чая пуэр (из провинции Юньнань) и глиняных изделий Цзянсу (город Исин) пока ещё существуют.

Отслеживание экономических проблем внутри различных сегментов экономики КНР, как мне представляется, в данный исторический момент весьма актуально. Ведь возможный вариант выхода из сложной экономической ситуации может быть найден через мобилизацию общества для целей восстановления территориальной целостности КНР на всем известном острове.