Муниципальное общеобразовательное учреждение

средняя общеобразовательная школа №2имени М.А. Пронина

Индивидуальный проект

Тема: «Чайные традиции в Китае»

Выполнила:

Ученица 10 класса

Репина Ксения Николаевна

Руководитель:

Логунова Юлия Александровна

г.Звенигород

Содержание

Введение

Глава I История китайского чая

 1.1 Хронология распространения чая

 1.2 Легенды о появлении чая.

 1.3 Чайная церемония Китая.

Глава II Анализ материала по производству чайной продукции

 2.1. Общая классификация чая по производству

 2.2. Классификация чая по внешнему виду

 2. 3. Классификация чая по вкусовым особенностям

Вывод

Источники

Введение.

*«Чай — напиток не простой. Когда чаепитие становится ритуалом, оно развивает умение видеть великое в мелочах»*

*Мюриель Барбери*

Можем ли мы представить, что кто-то в мире не знает о чае, о том, какими свойствами обладает данный напиток. Чай – это неотъемлемая часть многих бесед, мгновений, даже жизней. Современные виды чая богаты и разнообразны по вкусу. Сейчас выпускается множество видов этого согревающего напитка. Есть пакетированный чай, есть листовой, с различными видами ароматов и вкусов, приятных глазу и сердцу.

Можно зайти в магазин и увидеть сотни ярких, привлекающих внимание коробочек, баночек, каждая из которых сулит множество приятных ощущений от чайной церемонии.

Так и данная работа будет посвящена раскрытию чайной темы: истории и значение чая в отдельных странах, особенности его видов, производства и вкуса, а так же изучение и анализ графического оформления компаний, которые занимаются чаем.

Актуальность: чай на протяжении многих веков является одним из самых популярных и распространённых напитков во всём мире. В некоторых регионах он является традиционным напитком – в России травяные чаи, которые согревают холодными зимами. В Японии – знаменитая «чайная церемония», внимание которой уделяется более всего остального, так как в ней скрывается психологические и тайные аспекты, которые влияют на взаимоотношения собеседников. Знаменитый послеобеденный чай в Англии или США – всё это сложенные годами традиции, вокруг неприметного напитка, который сближает людей.

Разные люди предпочитают разный чай, и современный рынок предлагает огромное количество вкусов и ароматов данного напитка. Но лишь немногие из них обладают натуральностью, эстетикой и насыщенным вкусом.

Именно поэтому очень важно прикоснуться ко всем нюансам данной темы, чтобы понять, какой чай является натуральным, какое его оформление должно в большей мере привлечь покупателя, что является ключевой основой для того, чтобы этот чай был особенным.

Цель: изучить чайную культуру, её особенности и нюансы; изучить и проанализировать дизайн упаковок, оформление российских и зарубежных чайных компаний

Задачи:

- сформировать понятийный и терминологический аппарат по теме исследования, формирование глоссария

- изучить историю возникновения и развития чая в Китае

- проанализировать производство чая, его виды, классификацию;

- обозначить целевую аудиторию своего бренда, изучить её требования и особенности к данному продукту.

Глава 1. История китайского чая

*1.1* *Хронология распространения чая*

Чай пришел к нам из Китая, где впервые оценили его удивительные качества. По

утверждению одних исследователей культуре чая более пяти тысяч лет, по убеждению других – несколько меньше.

Легендарных историй о появлении чая много и «исток» окутан неизвестностью.

Итак, родина чая – Китай, где много тысячелетий растет чайное растение, настой листьев которого благотворно влияет на человека. Но что это за растение и существует ли оно где-то еще?

Это растение с блестящими зубчатыми темно-зелеными и упругими, будто кожаными, листьями относится к числу вечнозеленых растений из семейства камелий (Camelia Sinensis). Многие годы известно было только китайское чайное дерево и считалось, что его родиной мог быть только Китай. Но в 1825 году были обнаружены целые рощи дикорастущих чайных деревьев в горных джунглях северо-восточной Индии – в Ассаме и в Индокитае. Подобные дикие заросли были найдены на южных склонах Гималаев. Все это колебало веру в уникальность чайного дерева. Вопрос еще больше усложнился, когда в 50-х гг. XX в. китайские ботаники обнаружил высоко в горах целые массивы диких чайных лесов на юго-западе Китая в провинциях Гуанчжоу, Сычуань и Юньнань. В последующие годы, как отмечал в своей книге В.В.Похлебкин, биохимический анализ мог установить, что дикий крупнолистный чай из провинции Юньнань – одна из наиболее древних форм по сравнению со всеми известными культурными разновидностями чая [3].

Первое упоминание о чае относят к VI в. до н.э., временам Конфуция, когда напиток «тха» подавали на похоронных церемониях как лекарственный. Более точные ссылки на чай исследователи относят к эпохе, последовавшей за распадом империи Хань.

На протяжении следующих столетий (III-VI вв. н.э.) обычай употребления чая распространялся на юг и север страны, и ко времени утверждения во власти династии Тан (618-907) культ чаепития

занял место в одном ряду с каллиграфией, сложением стихов и боевыми искусствами.

Уже в начале правления династии Тан чай стал популярен в широком кругу лиц, приближенных к императору, причем не только как лекарство. В последующем он распространялся все шире среди китайского населения, а затем он стал проникать в обиход монгольских, татарских, турецких, тибетских кочевников. Чай быстро завоевал главенствующее место в их пище. Благодаря наличию различных витаминов, аминокислот, пектинов, танина и многих других полезных веществ чай во многом восполнял их недостаток, очищал кровеносные сосуды, стимулировал метаболизм, предотвращал желудочные заболевания.

Особенным уважением чай пользовался у буддийских монахов, сутками сидевших, не смыкая глаз, за молитвами.

В VIII в. большой знаток и любитель чая Лу Ю прославился тем, что написал первую обстоятельную книгу о чае и его свойствах, которая стала известна под названием «Ча Чинг» или «Классический чай» [4]. Самого Лу Ю в последующие века стали превозносить как «бога чая». Его книга стала в те времена своего рода энциклопедией чая.

Китайские императоры и все поданные рассматривали тогда чай как национальное достояние, которое не должно быть доступно другим народам.

Однако в IX в. два японских монаха, участвовавших в буддийских молениях в Китае, при возвращении на родину смогли увезти с собой несколько семян чайного дерева, которые положил начало японскому чаю.

Чай стал известен и татаро-монгольским племенам к северу от Китайской империи, куда по торговому обмену чай попадал грубо обжаренным, прессованным в плитки. Его пили с солью и маслом из верблюжьего молока.

Затем власть перешла от династии Тан к Сунской династии. Культ чая, искусство его приготовления поднялись на новые

высоты после того, как императором стал Хуи Цунг. Чаю он посвятил трактат «Та куан ча лан».

При династии Мин (1368-1644) продолжало расти значение чая как важного источника доходов империи и предмета обмена. Кочевники приграничных территорий нуждались в китайском чае и постоянно проводили обмен чая на коней, необходимых для императорской армии.

К концу правления династии Мин чай достиг Европы, хотя еще много ранее небольшие партии китайского чая попадали римским правителям в поздние годы Римской империи, но там чай не смогли оценить по достоинству. В какой-то период состоятельные европейцы стали интересоваться благородными свойствами чая, но по неизвестной причине был распространен слух, будто бы он «ослабляет жизненные силы человека» и засылается в Европу с целью подорвать энергетику потенциальных врагов Китая.

Во время долгого правления династии Цин (1644-1911) культ чая распространился далеко за пределы Китая – в Японию, Корею, Монголию, Тибет, Московию, затем в Европу и другие части света. Возникло собственное производство чая в Японии, а позже в Индонезии, Индии, на Цейлоне и даже в России.

**1.2** **Легенды о появлении чая.**

Легенда первая.

Широко в ходу китайская легенда, согласно которой чудесный напиток был открыт китайским императором Шен Нангом (2737-2697гг. до н.э.). Он был знатоком природы, «прародителем сельского хозяйства», любил изучать свойства различных растений и путешествовать. При этом в целях гигиены употреблял только кипяченую воду.

Однажды в походе он отдыхал под тенистым деревом и дожидался, когда вскипит вода в котле над костром. Подувший ветер занес в котел несколько листьев дерева, которое оказалось чайным, и они придали воде необычный вкус, понравившийся императору. Более того, утолив жажду, он

почувствовал такой прилив бодрости, что отправился в дальнейший путь раньше намеченного времени. Вслед за этим император занялся изучением необычных свойств чайного листа, стал пользоваться его настоем и тем положил начало культу чайного напитка.

Легенда вторая.

В глубокой древности пастухи заметили одну странную особенность в поведении овец и коз своего стада после того, когда они поедят листья какого-то вечнозеленого деревца, — животные становились резвыми, бойкими и легко взбирались на гору. Пастухи, удивленные подобным явлением, решили попробовать действие этих листьев на себе. Они собрали и приготовили их так, как обычно поступали с лекарственными травами — высушили и заварили в кипятке. Получился на редкость ароматный, вкусный и бодрящий настой. Так, гласит легенда, была открыта «божественная трава», названная впоследствии чаем.

Легенда третья.

Это красивая метафоричная притча о божественном происхождении и высоком назначении чая принадлежит традиции буддистов Китая. Эта история связана с именем святого Дармы (Бодхидрама), буддийского монаха из Индии, который считается основателем дзен-буддизма. Путешествуя в Китай, в молитве, в воздержании и самоотвержении он день и ночь проводил в созерцании Бога. Наконец, Дарма, изнемогший от всех трудов, заснул он. Негодовал на то, что нарушил свой обет и в боязни, снова пасть, подверг себя наказанию: отрезал веки и бросил их на землю. Небо не оставило без награды сей поступок: на земле, где брошены были веки, вырос чайный куст. Он употребил чайные листья, и напиток подкрепил его. Чай стали изображать бровями Дармы. Буддисты пили много чая, чтобы продлить часы благочестивых размышлений, ясности ума и созерцания

**1.3 Чайная церемония Китая.**

Культ чая в Китае, исчисляемый, как нив какой другой стране, тысячелетиями, может быть рассмотрен на нескольких этапах его развития.
В древние века была заложена основа употребления в Китае чая как полезного и приятного напитка, который благодаря своим уникальным свойствам обрел со временем славу и почитание, стал для китайцев своего рода «национальным достоянием». Сложился неповторимый ритуал чаепития, который позже в иных формах возник в Японии и в других странах, среди других народов.
Ч
Китайский чайный ритуал, как и сам культ чая, нашел блестящее выражение в классическом трактате «Та куан ча лан», написанном императором Хуи Цунгом, правившим в Китае в 1101-1125 гг., который содержал оценку воздействия чая на организм человека, а также детальное описание ритуала приготовления чая.
Император рекомендовал во вступлении к своему трактату обратить особое внимание на душевное состояние человека во время чайной церемонии. Он внушал, что чай проясняет ум и освобождает от скованности как умственной, так и физической, порождает такое состояние ясности и покоя, когда мирские заботы отходят в сторону и все неприятное, раздражающее нас в повседневной жизни на время покидает нас.
Трактат Хуи Цунга о чае примечателен тем, что в нем обрисовано содержание классического китайского (а в чем-то и японского, и корейского) ритуала чайной церемонии, сформулирован одновременно психологический, если не философский ее замысел.
В дальнейшем культура потребления чая в Китае, как она дошла до наших дней, формировалась после свержения монголов при династии Мин (1368—1644). Широко вошел в употребление байховый (иными словами — рассыпной) чай, который заваривался в придуманном китайцами чайнике и разливался в чайные чашечки.
Почитание чая в Китайской империи находило особенно яркоевыражение в специально строившихся чайных павильонах, домах, садах. Трудно описать изысканность и великолепие всех этих сооружений, некоторые из которых дожили до наших дней. Павильоны для чайных церемоний располагались среди живописной растительности, вокруг была масса ароматных цветов и растений, журчал ручей или миниатюрный водопад, пели птицы. Специально приглашались музыканты. Обстановка в павильонах была простой: небольшие диванчики, стулья, столики для чая. Отдельно находились принадлежности для приготовления чайного напитка и жаровни. По вечерам зажигались красочные бумажные фонарики.
Вся атмосфера, создававшаяся для чайных церемоний, настраивала на восторженное состояние. Видимо поэтому в аристократических кругах Китайской империи процветали поэзия, музыка, живопись и каллиграфия как уникальное выражение китайского искусства и культуры.
Следует отметить, что «чайные павильоны» служили также удобным местом для игры на лютне, состязаний на шахматной доске, для сочинения поэм по случаю весеннего цветения, осеннего полнолуния или необычного заката солнца, для курения редких благовоний, разгадывания поэтических шарад, для чтения вслух поэм и эссе тысячелетней давности. Действовало строгое правило: когда там подавали чай, ничто грубое не должно было омрачать тонкий аромат прекрасного чая.
Даже не слишком знатные и богатые китайцы сооружали для себя павильончики для чайной церемонии. Это могли быть легкие сооружения из бамбука с тростниковой крышей и решетчатыми стенами, оклеенными бумагой, с сиденьями и столиками из некрашеного дерева или бамбука и непременно в окружении природы, с видом на рисовое поле, или фруктовый сад, или грядки овощей. В совсем небольшом хозяйстве место для такого павильончика часто находили непосредственно врабочем дворе рядом с домом, где жила китайская семья.
Здесь невольно возникают ассоциации с верандами на дачах, где по российской традиции проходили и проходят чайные церемонии, при этом с не меньшим уважением к ароматному и освежающему напитку. Часто и окружающая природа, приближенная к чайному застолью широкими окнами веранды, столь же впечатляет и вдохновляет.
Грандиозным было в ту эпоху количество чайных домов для широкой публики, в том числе в поселках, около древних храмов либо питьевых источников. С утра до ночи они были полны посетителей. Кто приходил просто для того, чтобы утолить жажду и отдохнуть, кто — попробовать различные сорта чая, кто — обсудить дела, а то и совершить сделку, встретить друга, потолковать, познакомиться, согреться в холодную пору либо переждать знойные часы. Кто приходил лишь за тем, чтобы быстро выпить чашку чая, а кто — чтобы провести там целый день, выпивая не одну и не две чашки.
Уже в конце правления династии Мин эти чайные дома становились местом общения широкого круга людей, а в последующем они стали еще более демократичными. Их посещали и состоятельные люди, и ремесленники, и лодочники, и рикши, и местные сельскохозяйственные рабочие. Общение было в прямом смысле тесным. Хотя характер этих заведений в разных провинциях отличался, чаще всего посетители сидели за большими общими столами, порой даже очень тесно и это стимулировало общий разговор за столом.
Основываясь на примечаниях Джона Блофелда, английского писателя, путешествовавшего по Китаю в 1930-х гг., можно сказать, что чайные дома со средних веков дожили до XX в.
Китайская чайная церемония популярна не только в Китае, но и за его пределами. Искусство приготовления и питья чая помогает людям настроиться на созерцательный лад,забыть о повседневной суете и поделиться с другими спокойствием и душевным равновесием.
Китайцы отмечают несколько особых обстоятельств для проведения чайного церемониала:
1. «Знак уважения».
В китайском обществе принято выражать почтение старшим, предлагая чашку чаю. Пригласить старших родственников на чашку чаю в ресторан и заплатить за них – одно из китайских традиционных времяпрепровождений в выходные дни. В прошлом всегда чай подавали люди, занимавшие менее высокую ступень социальной иерархии. В нынешнем Китае в связи с либерализацией общества случается, что родители подают чай детям, и даже начальник может налить чай подчиненным. Однако на официальных мероприятиях не следует ожидать, что более высокопоставленный участник подаст вам чай.
2.«Семейная встреча».
Обзаведясь семьями или уехав работать в дальний край, дети редко навещают родителей. Поэтому совместные чаепития - важная часть семейных встреч. По воскресеньям китайские рестораны полны посетителями, особенно в праздничные дни.
3. «Извинение».
В китайской культуре принято, прося прощения, наливать чай человеку, перед которым извиняешься. Это – знак искреннего раскаяния и покорности.
4. «Выражение благодарности старшим в день свадьбы».
На традиционной свадебной китайской церемонии жених и невеста в знак уважения подают чай родителям, опустившись перед ними на колени. Родители пьют чай и вручают красный новобрачным конверт, символизирующий удачу.
5.«Сплочение семьи в день свадьбы».
Свадебная чайная церемония служит также способом знакомства семей невесты и жениха. Поскольку китайские семьи зачастую многочисленны весьма, может случиться, что не всем участникам удастся познакомиться на свадьбе. Совместное чаепитие символизирует прием новых членов в семью[13].
Знатоки чайного искусства считают, что сам процесс приготовления чая должен быть творческим, хотя и с соблюдением определенных правил. Главное — это раскрыть весь букет вкуса и аромата чая и насладиться напитком, получив при этом отдохновение от всех дел и суеты.
Поучения в области приготовления и потребления чая изложены в пособии «Ча чинг» и содержат следующие рекомендации:
«Подготовься, чтобы посуда была под руками и была совершенно чистой. Размести ее на столе, положив крышку чайника нижней частью вверх или на блюдце. Ее внутренняя часть не должна соприкасаться со столом, поскольку запах лака или остатков пищи испортит вкус чая. После того как кипяток залит в чайник, возьми в руку несколько листиков чая и брось их в чайник. Закрой крышку. Подожди столько, сколько требуется, чтобы сделать три вдоха и выдоха, после чего разлей чай по чашкам, а затем сразу перелей чай из чашек обратно в чайник с тем, чтобы раскрыть аромат чая. Подожди еще столько, сколько понадобится для трех вдохов и выдохов, чтобы листья осели, и тогда разливай чай своим гостям. Если будешь применять этот метод, чаи будет очень свежим на вкус, а его аромат — восхитительным. Это скажется на твоем самочувствии, прогонит усталость и поднимет' настроение.
Не следует доливать чайник более одного раза. Первый настой будет восхитительно свежим; второй даст почувствовать сладость и чистоту; а уж третий будет безвкусным. Количество воды для чайника не должно быть велико, воды лучше наливать немного, но столько, чтобы настой чая еще оставался для повторной заварки, поскольку он все еще будет испускать приятный аромат и может быть использован позже для споласкивания рта после принятой пищи.
Если кто-либо из гостей оказывается в буйном настроении, лучше дать емувыпить вина, и когда он немного опьянеет, — пусть выпьет чайник обычного чая. Только в компании своих, в кругу близких друзей, с которыми можно спокойно и без формальностей обсуждать все, что есть под нашим солнцем, следует звать слуг и поручать им принести жаровню, найти воду и приготовить чай. Неофициальность этой чайной церемонии будет зависеть от количества гостей.
Хорошо иметь рядом со своим кабинетом небольшую чайную комнату, которая должна быть при этом просторной, чистой, хорошо освещенной и комфортабельной. Поставьте у стены две переносные жаровни, хорошо прикрыв их, чтобы пепел не разлетался по воздуху. Рядом, за пределами комнаты, должна быть деревянная подставка для посуды, в которой хранится вода, и небольшой стол для разных принадлежностей, а также вешалка с крючками для чайных салфеток. Эти предметы вносятся в комнату только по необходимости. Все это нужно закрывать от грязи, которая может испортить чай. Горка углей должна находиться вдалеке от жаровен и сохраняться сухой, чтобы угли хорошо горели. Должно быть достаточно расстояния между жаровнями и стеной с тем, чтобы там можно было подметать и, что еще более важно, — не допустить пожара...» [4].
Чайная церемония никогда не проводится «на десерт», после приема пищи должно пройти 2-3 часа. Чтобы ничего не отвлекало от восприятия вкусов и ароматов, за несколько часов до церемонии не следует есть острые, кислые или сладкие блюда, курить, пить алкоголь и пользоваться духами. Однако, большое количество чая на голодный желудок может вызвать неприятные ощущения. На протяжении чайной церемонии гостю может быть предложено до 20 чашек чая. Когда каждая последующая заварка отличается от предыдущей, количество впечатлений, полученных за несколько часов церемонии, превыситвпечатления от всего чая, выпитого до этого.
Китайский алгоритм заваривания чая:
1. Вскипятить воду.
2. Ополоснуть чайник кипятком.
3. Заполнить чайник листьями чая на треть высоты.
4. Ополоснуть листья чая, заполнив чайник горячей водой наполовину и немедленно вылить и оставить только листья.
5. Налить горячую воду в чайник и облить его кипятком снаружи. Нельзя допускать образования пузырьков в чайнике. Не следует настаивать чай слишком долго: допустимое время – не больше 30 секунд.
6. Разлить первый настой в маленькие чашки непрерывной струей по кругу. Чай должен получиться одинаковым по цвету, вкусу и аромату во всех чашках. Из одного чайника можно получить 5-6 хороших настоев; каждый следующий настой следует выдерживать немного дольше: второй– 40 секунд, третий – 45 и т.д.
Что касается посуды, отношение к ней менялось по мере совершенствования искусства приготовления чайного напитка. Если в эпоху династии Тан аристократы увлекались посудой из золота и серебра, то в последовавшие столетия китайцы стали избегать соприкосновения чая с любым металлом и все больше предпочтение делали в пользу фарфоровой посуды и посуды из обожженной глины. Исключением остается использование серебряных ложек, хотя и в этом случае китайцы часто пользуются фарфоровой ложечкой либо бамбуковым совочком, чтобы засыпать в чайник порцию чая. Хотя допускается хранение чая в канистрах, луженных оловом изнутри, как и употребление при приготовлении чая эмалированной посуды.
Особая тема — заварной чайник. В некоторых районах Китая есть ценители чая, предпочитающие пить чайный настой прямо из носика небольшого персонального чайника, который постоянно имеют при себе. Однако обычно настой разливают по чашкам, и из них пьют. При этом китайцы пользуются чайникаминебольшого размера; они не превышают 0,5 л, т.е. явно меньше, чем чайники, распространенные в западных странах.
Широко в ходу заварные чайники из фарфора и фаянса. Однако знатоки чая настаивают на том, что наилучший результат дает пользование глиняным или керамическим чайником. Каждая заварка чая оставляет внутри него какие-то элементы своего аромата, и со временем это создает богатый букет. Разумеется, внутренние стенки этого чайника не следует когда- либо отмывать или чистить.
Китайцы продолжают использовать также свои традиционные чашки «гайвань», разлапистые вверху и без ручки, подобные среднеазиатской пиале, но с крышкой и с глубоким блюдцем.
В начале XX в. в Китае и ряде других стран в моду вошли прозрачные стаканы для чая. Их достоинством было то, что, принимая чай, можно было наслаждаться не только вкусом, но и цветом настоя.
Главными составляющими успешного приготовления являются качественный, свежий чай, хорошая вода, непременно хороший, лучше всего глиняный или керамический, чайник и строжайшее соблюдение самой процедуры приготовления чая. Разумеется, истинное наслаждение чаем предполагает гармоничную обстановку, что включает и подходящее место, и элегантную сервировку, пусть даже недорогими, но со вкусом подобранными предметами, и тем более — приятную компанию.
Культ чая, зародившись в Древнем Китае, веками совершенствовался и сохраняет в Китае глубокие корни.

**ГЛАВА 2. Анализ материала по производству чайной продукции**

Чай – в наши дни, это один из самых распространённых напитков во всём

мире. Его пьют на завтрак, во время обеда, или даже на ужин. На работе, дома, в гостях. Во многих культурах чай становится буквально неотъемлемой частью беседы и культуры. В различных странах существуют исторически сложившиеся культурные чайные традиции. Среди наиболее известных - английский чай «five o’clock»; японская чайная церемония, требующая безупречного выполнения и др. На полках магазинов мы можем столкнуться с большим ассортиментом чаёв различных компаний, вкусов и видов. Таким образом, мы можем сделать вывод, что данный напиток актуален в наши дни, пользуется вниманием и спросом.

Многочисленный выбор даёт возможность приобрести этот продукт любому человеку, независимо от его финансового состояния, так как цены имеют большой разлет. Разнообразие сортов чая варьируется от самых простых и недорогих, до premium сортов и даже практически недоступных - таких например как чай Dàhóngpáo (Большой Красный Халат), урожай которого не превышает 500 грамм в год. Бесспорное лидерство в производстве чая принадлежит Китаю.

Мы рассмотрели данные по мировому рынку производства чая за 2005-2010 гг., составленный Точиевой Л.Б., аналитиком ID – Marketing. Так, объемы мирового экспорта чая в 2009 году снизились относительно 2008 года на 8,6%, составив 1741,7 тыс. тонн. В последние несколько лет, по данным Foodmonitor, доля Индии в мировом экспорте чая сократилась 13%, а Китая и Кении наоборот выросла, соответственно до 19% и 22%.

Бесспорное лидерство в производстве чая принадлежит Китаю. В 2009 году объемы производства чая в КНР составили 1 317,3 тыс. тонн, увеличение составило 3% к предыдущему году.

В Индии в 2009 году было произведено порядка 979 тыс. тонн, при этом в 2010 году объемы снизились на 1,3%. Индия находится на втором месте по объемам

производства чая в мире.

В Кении производство чая в 2009 году достигло объемов 314 100 тонн. По данным организации Kenya Tea Development Authority, ведущего экспортера страны, под началом которой находится чайная промышленность Кении, продажа этого напитка приносит стране порядка 28% от общих экспортных доходов.

С 2000 года ввоз чая в Россию вырос на 14%. В среднем за последние несколько лет импорт чая в Россию находится на уровне 181-182 тыс. тонн. В 2010 году объем импорта чая в страну снизился относительно 2009 года незначительно, на 0,3%.

В 2010 на первом месте среди стран производителей в общем объеме ввезенного чая находится Шри-Ланка, и, в частности, ведущим производителем в поставках продукции данной страны выступает AHMAD TEA Inc. На втором месте Индия, опередившая мирового лидера КНР.

В импорте 16% приходится на чай упаковкой нетто - массой не более 3 кг и 84% на чай, фактически используемый как сырье. В России же производство чая в упаковках массой не более 3 кг в 2010 году по данным Росстата составило 97,8 тыс. тонн. Что касается экспорта, то его объемы значительно ниже, и при этом 59% от общего объема экспорта за 2010 год приходится на пакетированный черный чай. Компания Unilever в прошедшем году выступила ведущим производителем в экспорте чая с долей в 60%. Основной объем экспорта российского чая приходится на страны СНГ, в частности Украину, Казахстан и Молдову – 84%.

Помимо компании Unilever в экспорте российского чая также представлены и другие ведущие производители страны: ООО «Невские пороги» (НЕП) -29%, а также компания «Май», AhmadTea, ООО «Бета Гида», ООО «Универсальные пищевые технологии», ООО «Императорский чай» в совокупности на долю которых приходится 7%.

В целом, российский рынок чая достаточно

консолидирован и представлен рядом игроков, занимающих ведущие позиции, как на внутреннем, так и на внешнеторговом рынках. На данный момент российский рынок близок к насыщению. Для привлечения покупателей фактор цены становится не столько значительным, поэтому производители все чаще прибегают к инновациям в упаковке и фасовке чая. Также развитие, по мнению экспертов, получает сегмент premium, что в принципе характерно и для других рынков, например рынка шоколада. Кроме этого увеличивается доля травяных чаев.

\*При подготовке материала по мировому рынку использованы данные FAOSTAT

\*\*Внешнеторговый рынок рассмотрен по коду 0902: Чай со вкусо-ароматическими добавками или без них.

 Точиева Л.Б., аналитик ID – Marketing

Май, 2011 г. http://id-marketing.ru/goods/rinok-chaya-2010.htm

**2.1. Общая классификация чая по производству**

Все чаи, известные на мировом рынке, могут быть классифицированы в зависимости от того, какие показатели будут заложены в основу классификации. При классификации используется какой-нибудь один признак, например этап подготовки чайного листа (фабричный, торговый); исходное сырье (нежные или грубые листья); степень ферментированности (черный, красный, желтый, зеленый, белый чай); внешний вид (листовые или ломаные, рассыпные или прессованные, быстрорастворимые чаи). Чаи, входящие в каждую квалификационную группу, отличаются один от другого органолептическими, диетическими свойствами, ароматом, вкусом, цветом настоя и биологической активностью.

В промышленном производстве чая существует два этапа его подготовки: фабричный и торговый. Фабричные сорта чая изготавливают на первичных чайных фабриках путем технологической переработки зеленого чайного листа. Торговые сорта чая (готовая продукция) получают на чаеразвесочных

фабриках путем купажа, то есть смеси чая фабричных партий в строгом соответствии с утвержденной рецептурой.

Классификация чая по степени ферментации (окисления) чая считается основной, поскольку в ней есть единый признак, по которому можно охарактеризовать то разнообразие чаев, которое имеется в мире. В соответствии с этой классификацией чаи подразделяют на следующие категории.

1. Неферментированные (окисление до 12% от суммы дубильных веществ исходного сырья). К ним относятся белый и зеленый чаи, которые не прошли ферментацию или прошли ее слабую степень.

2. Слабоферментированные (окисление от 12% до 30% от суммы дубильных веществ исходного сырья). К ним относятся чаи, которые прошли частичную ферментацию (желтые, улуны (красные) и приготовленные тепловым методом недоферментированные черные чаи). Все эти чаи имеют разную степень ферментации: в меньшей степени окислен желтый чай, больше красный (улуны), в большей степени чаи, приготовленные тепловым методом.

3. Ферментированные (окисление в пределах 35-45% от общего содержания дубильных веществ). К ним относятся черные чаи, прошедшие полную ферментацию.

Внешней отличительной особенностью этой классификации является цветовой признак готового чая. По цветовой гамме чаи делятся на пять основных типов: белый, зеленый, желтый, красный и черный. Однако имеется в виде не только цвет получаемого настоя или характерные особенности окраски чаинок или частиц полуфабриката. Известно, что из любой разновидности чайного куста можно получить чаи разных типов (цветов), и секрет заключается в способе обработки свежесорванных листьев, в тех биохимических процессах, которые происходят в листе при разных технологиях производства чая. Это, в конечном итоге, определяет их химический состав и, соответственно, вкусовые,

ароматические и цветовые характеристики каждого типа чая.

**2.2. Классификация чая по внешнему виду**

Эта классификация используется, в основном, как признак, определяющий торговую ценность продукта, и включает в себя чаи разной степени ферментации. Так, к рассыпным чаям относятся все типы байховых чаев (белый, зеленый, желтый, красный и черный), к прессованным чаям — зеленый и черный, к растворимым – концентраты зеленого и черного чая.

Байховые чаи. Строго говоря, слово «байховый» здесь не совсем уместно. Оно, скорее, должно быть показателем высокого достоинства сырья, а не формы готового продукта. Происходит это слово от китайского «бай-хо» или «бай-хоа» («белые реснички») и указывает на длинные жесткие волоски. Они покрывают густым бархатистым пушком серебристо-белого или желтоватого цвета нижнюю часть самых молодых и нежных листьев и выделяют эфирное масло, предохраняющее нежный чайный лист от испарения

Самые распространенные байховые чаи – черный и зеленый. Черный байховый чай занимает доминирующее положение на мировом рынке, особенно распространен в странах умеренного, прохладного, влажного (сырого) климата. Чтобы получить такой чай, лист проходит три стадии обработки: завяливание, скручивание и ферментацию. Наиболее ответственный во всем цикле производства готового чая — процесс ферментации. Ведь именно в это время лист избавляется от первозданной горечи и приобретает целый набор полезных веществ и те качества, которые определяют вкус, аромат, крепость и цвет будущего настоя. Черный чай по сравнению с другими типами характеризуется терпким, полным вкусом, интенсивным красновато-темно-коричневым настоем и неповторимым ароматом. Благодаря этим показателям черный чай стал наиболее популярным напитком среди народов мира, составляя

почти 95-98% в мировой торговле чаем.

Зеленый байховый чай наиболее широко используется на Востоке. Напиток, приготовленный из него, хорошо утоляет жажду, что особенно ценно для жителей районов с жарким климатом. Употребляют его в Китае, Японии и центральноазиатских республиках, а также в США. Зеленый чай вырабатывается из того же сырья, что и черный, с помощью специальных технологических процессов, отличаясь от черного только тем, что зеленый чай не подвергается процессу ферментации и сохраняет свой цвет не только в сухом виде, но и в настое. У зеленого чая отсутствует специфический «чайный» запах и вкус. Это своеобразный напиток светло-зеленого цвета с золотистым оттенком и тонким ароматом, сочетающим запах свежевысушенного сена, увядшего земляничного листа, розы и цитрусовых. Он имеет терпкий горьковато-вяжущий вкус.

Байховые чаи приготавливаются из нежных флешей (флеши, идущие на переработку, имеют три листа и почку) и делятся на две группы – листовые и ломаные (мелкие) чаи, каждая из которых имеет три ступени (сорта) качества. К листовым чаям относятся: листовой первый – Л-1; листовой второй – Л-2; листовой третий – Л-3. По роду листа мелкий чай бывает: мелкий первый – М-1; мелкий второй – М-2; мелкий третий – М-3.

Листовой чай первой ступени (первого сорта) состоит из самых нежных чаинок, полученных из почки и первого листа флеша. Чай этого сорта должен быть ровным и состоять из тонких, хорошо скрученных длинных чаинок. Особенно улучшается внешний вид и качество этого чая, если в нем много золотого типса.

Листовой чай второй ступени (второго сорта) получают из второго листа флеша. Чай этого сорта должен быть ровным и может состоять из длинных и мелких достаточно хорошо скрученных чаинок, обычно содержит мало типса.

Листовой чай третьей ступени

(третьего сорта) производят из третьего листа флеша и частично из нежных частей стебля. Чай этого сорта состоит из грубых, толстых чаинок и не содержит типса.

Ломаный (брокенированный) чай первой ступени (первого сорта) — продукт высокого достоинства, представляет собой самый нежный вид ломаных чаев и состоит из ровных, тонких, хорошо скрученных маленьких чаинок с достаточным количеством золотого типса. ;

Ломаный (брокенированный) чай второй ступени (второго сорта) получают из более грубого чайного листа или при резке полуфабриката, состоит из слабо скрученных, ломаных частей листьев, в нем не содержится типса.

Ломаный (брокенированный) чай третьей ступени (третьего сорта) состоит из частей более грубых, плохо скрученных, ломаных листьев, которые остаются при тщательной сортировке.

К мелким чаям относятся также высевки (Выс.) и крошка (Кр.). Высевки встречаются во всех категориях чая. Этот вид чая образуется, в основном, при сортировке (особенно с применением резки) крупной и мелкой фракции полуфабриката. Удельный вес высевок в объеме общей продукции составляет приблизительно 15-17%. Чаинки высевок гораздо мельче, чем у чая М-1 и М-2. Высевки не должны содержать волосков, желтой или зеленой чайной пыли, их цвет соответствует видам чая. Все виды и сорта высевок используют для приготовления плиточного чая, для производства чая в пакетиках, а также при расфасовке мелкого чая согласно рецептурам.

Крошка, которой при правильном проведении технологических процессов получается 2-3% от общего количества продукции, на сорта не делится. Она образуется во время сухой сортировки чая. Крошка имеет свою продажную цену (ее минимальная оценка составляет 1,5 балла) и по внешнему виду должна соответствовать утвержденному эталону: представляя собой самые

мелкие частицы чая, она должна быть однородной, без примеси желтой или зеленой пыли; цвет крошки черного чая должен быть черным или сероватым, а зеленого чая — темно-зеленым. Крошка используется в определенной пропорции в торговых смесях мелких чаев, а также для производства чая в пакетиках.

Чай, разный по роду листа, может быть различных сортов (за исключением крошки) в зависимости от аромата, вкуса, интенсивности настоя, внешнего вида (уборки) и цвета разваренного листа. Сортировку чая проводят таким образом, чтобы после этого процесса в мелком чае не было примеси листовых, а в листовом— мелких чаев.

**2. 3. Классификация чая по вкусовым особенностям**

Белые сорта чая — неферментированные, в их вкусе чувствуется весенняя легкость и свежесть. Это очень редкий, исключительный по качеству чай, состоящий целиком из типсов. Если типсы для изготовления белого чая подвергают процессу ферментации, то это происходит только в естественных условиях не более 5-7%. Его почти бесцветный настой сочетает в себе достоинства всех видов чая: имеет очень тонкий и легкий аромат, насыщенный и крепкий (особенно при повторном заваривании) вкус, обладает широким спектром целебных свойств.

Ведущее место в чайной промышленности и торговле занимает черный чай, который большинство считают не только самым «типичным», но и самым лучшим. Среди черных чаев особой славой пользуется известный сорт Пуэр. Он единственный из чаев ценится не по свежести, а по возрасту. Обладает насыщенным и крепким ароматом, оказывающим бодрящее воздействие.

Зеленый чай обладает наиболее активными профилактическими и лечебными свойствами. Его чаинки — оливково-зеленого цвета (темнее бывает только у чайного листа низшего сорта, пересушенного или застарелого). Настой зеленого чая имеет золотисто-соломенный или янтарно-желтый оттенок, обладает своеобразным, приятным терпким вкусом, отличается более тонким, чем у черного чая, ароматом. Зеленый чай горьковат, зато обладает сладким послевкусием, его хорошо пить летом.

Желтый чай изготавливается только из самых нежных верхушек чайного куста (типсов). Он близок к зеленому по ценнейшим биологическим свойствам — содержанию катехинов и витаминов, однако отличается от него более интенсивным янтарно-желтым цветом, мягким и лишь слегка терпким вкусом и утонченным, ни с чем не сравнимым ароматом. Желтые - слабоферментированные, они имеют вкус-мираж, потому что запомнить его невозможно. Этот чай обладает значительным возбуждающим действием. Он хорошо ароматизируется жасмином. Когда-то желтый чай с его уникальным по мягкости вкуса и тонкости аромата букетом считался «императорским». Он был доступен лишь семье императора, высшим сановникам и духовенству, экспортировать его было запрещено.

Чаи красного спектра, которые являются переходными к черному оттенку чая, имеют общее название «улуны» (от китайского «улун» — «черный дракон»). Лист для производства «улунов» собирают в момент активного роста. Для них характерен ярко-красный настой, приятный, оригинальный, «пикантный» вкус, великолепный пряный аромат. Знатоки характеризуют его словом «изумительнейший». Красный чай — «чемпион» по содержанию эфирных масел, в нем гораздо больше катехинов и других полезных веществ, чем в черном. Они производятся из сочного чайного листа, который собирается осенью. Улун щедро отдает свою силу людям — выдерживает до 10 заварок, и каждый раз в нем можно почувствовать новый аромат.

Все пять типов чая во всем многообразии его видов могут быть изготовлены из листьев одного и того же куста, что говорит

о том, какое большое значение для чая имеет качество сырья и способ его переработки. В связи с этим нужно отметить, что особенно много сортов имеет черный чай, меньше — зеленый, еще меньше — красный и совсем мало — желтый и белый, для которых высокий сорт — признак не только характерный, но и непременный (средних и низших сортов у этих чаев нет).

Готовая чайная продукция отличается не только по степени ферментации (цвету), но и по внешнему виду (форме). Поэтому, существует еще и потребительская классификация, согласно которой все торговые сорта чая в зависимости от нежности и возраста перерабатываемого сырья и технологии его переработки делятся на байховые (рассыпные), прессованные и растворимые

Исследования

Были проведены исследования, вследствие которых мы постарались выяснить ответы на следующие вопросы:

1. Любите ли вы чай?

2. на что в первую очередь обращаете внимание при выборе чая?

3. лучше взять дорогой чай, но качественный, либо дешёвый, но низкого качества?

4. Упаковка чая должна быть обычной, или иметь некую изюминку в своей конструкции и дизайне?

5. Какие представители чая нашего рынка вам симпатичны с точки зрения дизайна?

6. А с точки зрения вкуса?

7. Что заставит вас купить тот или иной чай?

8. Готовы ли вы потратить на покупку хорошего чая 500 рублей?

По итогу опроса получила следующие ответы.

По полученным данным выявила, что

83% людей любят чай, тот или иной, природный или нет – но они его употребляют.

66% предпочитают употреблять чай дороже, но качественнее. Большинство всё же ссылается на компромисс в цене и качестве.

50 на 50 разделилось мнение в оригинальности упаковки. Кто-то предпочитает иметь некую изюминку в упаковке, другие же не обращают внимания на такие детали.

16% (2 человека из 12) отметили важность экологичности упаковки, что, тоже, не маловажно.

Так же на две равные стороны разделились мнения о чайном рынке страны. Половина опрошенных человек предпочитает покупать либо чаи на разновес, либо собирать собственноручно. Другая часть – любит известные марки, такие как «Greenfield», «TESS», «Майский», «Lipton» и пр.

С точки зрения дизайна ответ был практически тот же. Один человек отметил, что очень привлекательны чаи в обычных пакетах.

И на вопрос о готовности потратить на упаковку чая 500 рублей мнение тоже разделилось пополам.

Таким образом, выявила, что чай люди любят, и всё

же обращают внимание на упаковку. Упаковка же не должна быть слишком перенасыщенной: как правило, действует правило, что слишком яркая и перенасыщенная сегментами упаковка содержит в себе не такой уж вкусный чай. То есть дизайн должен быть стильным, понятным, узнаваемым, хотя и обладать определённой идеей и «фишкой».

Так как наша целевая аудитория ограничена, и рассчитана на людей выше среднего достатка, которые могут себе позволить растратиться на хороший чай, то предполагается, что ценовая политика будет выше среднего. Как правило, чай данного уровня выглядит всегда стильно, каждая деталь упаковки оправдана за счет концепции и истории самого чая, или бренда. Преобладает использование богатых цветов коричневого, черного, зеленого цветов. Так же дополнительная обработка упаковок: тиснение, шелкография, фольгирование. Однако этого не много, так как упор качества делается не на дороговизну упаковки, а на качество самого чая.

Бренд специализирует себя на продаже чаёв из 4х стран-поставщиков. Известно, что основные страны, занимающиеся выращиванием чая – это Китай, Индия, Африка и Япония. Хотя Африка не столь известна в роли поставщика, всё же там выращивают один из актуальных чаёв в наше время – прекрасный «Ройбуш». Данные местности очень контрастны по отношению друг к другу, это абсолютно разные культуры, люди, ароматы, цвета и ощущения. Мы хотим позволить покупателю прикоснуться к ним с помощью нашего чая.

Заключение.

Чай - символ хорошего вкуса, атрибут праздничного застолья, дружеский жест и выражение симпатии, утешение для страждущих и всегда уместный повод собраться вместе. Чай способствует духовному просветлению и приносит умиротворение при душевных невзгодах.

Люди ценят свойства чая на протяжении веков. Во многих культурах чаепитие стало неотъемлемой частью ежедневного уклада жизни. В Китае чаепитие неотделимо от созерцания и общения, в японской чайной церемонии каждый глоток — погружение в тайну.

В современной мировой чайной культуре можно выделить несколько явных чайных традиций. С опозданием

пришедшая в Россию новая мода на Восток познакомила нас с китайской и японской чайными традициями. Более или менее точное (хоть и перегруженное стереотипами) представление мы имеем о русской и английской чайных традициях.

Список используемой литературы.

1. Семенов, В.М. Приглашение к чаю. – Изд-во ОЛМА-Пресс. – 2001. – 240 с.

2. Семенов, В.М. Все о чае и чаепитии. – Изд-во ОЛМА-Пресс. – 2006. – 124 с.

3. Похлебкин, В.В. Чай. – Изд-во Центрполиграф. – 2009. – 208 с.

4. Лу Ю. Классический чай – Изд-во Гуманитарий. – 2008. – 123 с.

5. Колесниченко, Л.В. Чай. Чайные традиции и церемонии в разных странах. – Изд-во Сталкер. - 2009. - 96с.

6. Лам Кам Чуэн. Путь чая. Секреты древней традиции. – Изд-во ФАИР. – 2010. – 144 с.

7. Виногродский, Б. Путь чая. – Изд-во Волант. – 2012. – 160 с.

8. Джеймс Норвуд Пратт. Словарь чая. – Изд-во SLOVO. – 2009. – 60 с.

9. Какудзо Окакура. Книга чая. – Изд-во Харвест. – 2002. – 96 с.