

TEA CULTURE OF VIETNAM

Do Thuy Ninh^a

Nguyen Thi Hien^b; Nguyen Thi Mai Thao^c

Nguyen Thi Noi^d; Pham Khắc Dung^e; Do Thi Thu Ha^f

^a Thai Nguyen University Publishing House; Email: ninh@tueba.edu.vn

^b Chairman of the Board of Directors Ha Thai Tea; Email: hienhathai@gmail.com

^c University of Agriculture and Forestry, Thai Nguyen University; Email: nguyenthimaithao@tuaf.edu.vn

^{d,e} Thai Nguyen University of Economics and Business Administration, Thai Nguyen University

Email: ^d noinguyen.tueba@gmail.com; ^e khacdungsdh@tueba.edu.vn

^f Thai Nguyen University; Email: hadtt@tnu.edu.vn

Received: 20/5/2023; Reviewed: 30/5/2023; Revised: 11/6/2023; Accepted: 15/6/2023; Released: 21/6/2023

DOI: <https://doi.org/10.54163/ncdt/183>

Tea culture has been formed for a long time, experiencing many ups and downs in Vietnamese history and culture, tea culture still exists, develops and hides in itself a very distinct beauty. In the world, countries with tea such as Japan, China, India,... each country's tea has different flavor, nutritional value and tea culture.

Keywords: Viet Nam culture; Tea culture; Vietnam tea; Thai Nguyen tea.

1. Đặt vấn đề

Văn hóa trà Việt Nam đã có từ 4000 năm lịch sử, gắn liền với quá trình dựng nước và giữ nước. Vì đã được du nhập và phát triển rất lâu trên đất Việt nên phong cách uống trà của người Việt khác xa với trà đạo Nhật Bản, Trung Quốc... Đã có những giai đoạn trong lịch sử, trà được xem là thức uống cao cấp chỉ được thưởng thức bởi vua chúa hoặc dùng cho các tầng lớp danh gia vọng tộc. Theo đó, hình thành những lễ nghi về pha trà, thưởng trà khá cầu kì. Về sau này, văn hoá uống trà của người Việt phổ biến xuất hiện ở mọi nơi, không phân biệt tầng lớp, giai cấp. Đặc biệt, trà còn được sử dụng trong tất cả những ngày lễ lớn như tết nguyên đán, cưới hỏi, ma chay, cúng giỗ hay đơn giản là một ngày thường cũng có thể thưởng thức.

Thái Nguyên là vùng đất được hình thành từ lâu đời, nơi hội tụ, giao lưu, sinh sống lâu đời của 46 dân tộc anh em, trong đó có 8 dân tộc có dân số đông trên 2.000 người, là người Kinh, người Tày, Người Dao, người Nùng, người Sán Dìu, người Sán Chay, người Mông, người Hoa. Và Thái Nguyên là vùng chè trọng điểm của cả nước, Thái Nguyên đã sáng tạo nên những sắc thái văn hóa đặc sắc mang đậm bản sắc văn hóa tiêu biểu cho vùng, miền Đông Bắc - Bắc Bộ Việt Nam.

2. Tổng quan nghiên cứu

Nguồn gốc của văn hóa trà

Theo Trà Kinh của Lục Vũ thì cây chè đã có mặt ở Trung Quốc. Qua thời gian, người Trung Quốc

đã nâng việc uống trà trở thành một nghệ thuật còn được gọi là Trà Kinh. Còn ở Việt Nam trải qua nhiều triều đại vua chúa cũng đã hình thành một nền văn hóa uống trà riêng. Cùng với thời gian, uống trà cũng được người Việt nâng lên thành một thú chơi, thứ nghệ thuật đầy ý nghĩa của nó. Qua quá trình phát triển và hội nhập với thế giới, văn hóa uống trà của người Việt đã được cởi mở rất nhiều. Hầu như không có một quy tắc hay chuẩn mực nào trong việc uống trà cả. Người Việt đã biến những tập tục uống trà xưa trở nên đơn giản, sáng tạo và nghệ thuật nhưng vô cùng bình dị.

Khi xưa, thời các vua chúa việc uống trà được thể hiện rất công phu. Để tạo nên được một chén trà người pha trà cần chắt lọc từng giọt sương mai trên những lá sen khi mặt trời còn chớm nở hay việc lấy nước trên những thường nguồn của con suối rất cực để giúp trà có vị ngọt thanh, sau khi uống sẽ cảm nhận được hết vị ngọt của trà. Bí quyết pha trà cũng tùy vào kinh nghiệm của từng người. Việc chọn ẩm các loại nguyên liệu cũng thế. Đối với văn hóa Trung Quốc người ta sẽ sử dụng ấm Tử Sa, với người Nhật họ sẽ chọn ấm gốm đun trực tiếp trên bếp than hồng. Còn người Việt Nam tùy vào điều kiện sẽ lựa chọn những loại ấm bình dân hoặc cao cấp.

Những yếu tố tạo nên văn hóa trà

Nhất nước: Vai trò của nước rất quan trọng. Có thể sử dụng nước suối đầu nguồn, nước sương ban mai hay đơn giản sử dụng nước đóng chai trong

việc pha chế trà. Chính vì thế, khi thưởng thức trà việc chọn nước rất cần được chú ý. Nước đạt tiêu chuẩn là nước mềm có màu trong suốt, không cần đục, không mùi, vị tươi mát nước ở nguồn có môi trường sạch tràn đầy sinh khí. Sắp xếp về nước pha trà đầu tiên chúng ta nên kể đến nước suối, sau là nước mưa. Cầu kỳ hơn bạn cũng có thể tìm kiếm nước sương ban mai đọng lại trên những lá sương sớm mùa thu và mùa đông.

Nhi Trà: Tùy vào sở thích của mỗi người cũng như tính chất của buổi gặp mặt mà chọn những loại trà khác nhau như: trà xanh (trà diệt men), trà oolong (bán lên men), trà đen (lên men toàn phần).

Tam pha: Kỹ thuật pha trà, là những kinh nghiệm của nghệ nhân truyền dạy lại cho thế hệ trẻ ngày nay. Bây giờ, kết hợp thêm với khoa học kỹ thuật để tính toán loại nước, thành phần trà, loại trà cụ,... mà người pha xác định nhiệt độ, độ sôi của nước, thời gian ủ trà,... để đem đến một chén trà hoàn hảo về hương - vị - sắc cho người thưởng trà.

Nhiệt độ pha trà trên từng loại trà khác nhau. Trà không lên men như trà xanh thường sử dụng nhiệt độ khoảng 60-65°C thời gian hãm từ 5-10s. Trà shan tuyết nhiệt độ pha từ 70-75°C thời gian hãm 30s. Trà trắng nhiệt độ từ 80-85°C thời gian hãm khoảng 45s. Trà lên men bán phần như loại trà Oolong thì nhiệt độ thích hợp từ 90-95°C thời gian thích hợp từ 45 đến 60s. Trà lên men toàn phần như trà đen thì nhiệt độ thích hợp từ 95-100°C và thời gian hãm từ 45-60s.

Tứ ấm: Lựa chọn những dụng cụ pha phù hợp với loại trà, với nước pha trà giúp làm dậy hương - vị - sắc của loại trà đem thưởng thức.

Ngũ Trạch: Là không gian thưởng thức trà. Có thể là nơi yên tĩnh như không gian thiên nhiên, sông suối; có thể là không gian ấm cúng tại gia, là mooretj gian trà thất; có thể là một nơi vui vẻ, nơi gặp mặt bạn học cũ, cuối tuần bên những đồng nghiệp cùng nhau dã ngoại và thưởng thức tiệc trà cùng những chiếc bánh ngọt nhẹ, thơm dịu...

Lục Nhạc: Là âm thanh của tiếng suối, của gió, của mây, của tiếng đàn ca nghệ thuật.

3. Phương pháp nghiên cứu

Trong quá trình nghiên cứu, phương pháp chung là kết hợp giữa nghiên cứu lý luận với tổng kết thực tiễn. Ngoài ra, bài viết còn sử dụng tổng hợp một số phương pháp nghiên cứu như: Phân tích, tổng hợp, so sánh, suy luận, đồng thời khảo sát thực tế để có giải pháp hoàn thiện phù hợp...

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Văn hóa trà từ một số quốc gia Châu Á

Trà Đạo Nhật Bản: Nhật Bản là một quốc gia

vốn nổi tiếng với văn hóa trà đạo hay còn được biết đến tên gọi Chanoyu. Đây chính là có văn hoá trà đạo được cả thế giới ngưỡng mộ và muốn chinh phục.

Được biết đến như một loại nghệ thuật thưởng thức trà trong văn hóa Nhật Bản, Trà đạo được phát triển từ khoảng cuối thế kỷ 12. Theo truyền thuyết của Nhật Bản, vào khoảng thời gian đó, có vị cao tăng người Nhật là sư Eisai (1141-1215), sang Trung Hoa để tham vấn học đạo. Khi trở về nước, ngài mang theo một số hạt trà về trồng trong sân chùa. Sau này chính Eisai này đã sáng tác ra cuốn “Khiết Trà Dưỡng Sinh Ký” (Kissa Yojoki), nội dung ghi lại mọi chuyện liên quan tới thú uống trà. Dần dần công dụng giúp thư giãn lẫn tính hấp dẫn đặc biệt của hương vị trà đã thu hút rất nhiều người dân Nhật đến với thú uống trà. Họ đã kết hợp thú uống trà với tinh thần Thiên của Phật giáo để nâng cao nghệ thuật thưởng thức trà, phát triển nghệ thuật này trở thành trà đạo (chado, 茶道), một sản phẩm đặc sắc thuần Nhật. Từ việc đơn giản uống trà, chuyển sang cách pha và uống trà, rồi nghi thức thưởng thức trà cho đến khi đúc kết thành trà đạo, đây là một tiến trình không ngừng nghỉ mà cái đích cuối cùng người Nhật muốn hướng tới đó là cải biến tục uống trà du nhập từ ngoại quốc trở thành một tôn giáo trong nghệ thuật sống của chính dân tộc mình, một đạo lý với ý nghĩa đích thực của từ này. Tất nhiên ở đây trà đạo không đơn thuần là con đường, là phép tắc uống trà mà trên hết là một phương tiện hữu hiệu nhằm làm trong sạch tâm hồn bằng cách: trước tiên, hòa mình với thiên nhiên, để từ đây tu sửa tâm, nuôi dưỡng tính và đạt tới giác ngộ.

Trà Đạo Trung Quốc: Trung Quốc là một quốc gia có văn hóa uống trà từ lâu đời. Đây không chỉ đơn giản là yêu cầu loại trà phải có hương vị thơm ngon mà còn có khá nhiều quy định về cách rót, cách pha yêu cầu phải được tuân thủ. Hiện nay, văn hoá thưởng trà của Trung Quốc vẫn còn tồn tại.

Lịch sử uống trà của Trung Hoa là hơn 4000 năm chính vì lẽ đó uống trà được người dân ở đây liệt vào danh sách 7 thói quen không thể thiếu trong cuộc sống thường ngày. Theo phong tục văn hóa trà đạo của người Hoa “khách đến kính trà” chén trà chính là tượng trưng cho lễ nghĩa ,sự hiếu khách, trọng tình của con người nơi đây dù đó là ở nông thôn hay thành phố sang trọng đi chăng nữa. Trà xuất hiện và thịnh hành tại Trung Hoa từ hàng nghìn năm trước đây. Theo ghi chép trong lịch sử nước này về văn hóa trà đạo thì vào khoảng năm 280 tại nước Ngô vốn thời bấy giờ là một quốc gia nhỏ bé nằm ở phía Nam Trung Quốc bấy giờ. Mỗi khi có yến tiệc thì nhà vua thường bắt ép các quan uống say mới cho về. Nhưng có một vị quận tên là Vĩ Siêu vì không uống được nhiều rượu nên vua cho

người này thay rượu bằng trà. Và kể từ đó các quan đều bắt đầu dùng trà tiếp khách thay vì uống rượu.

Văn hóa trà chiều Anh Quốc: Trà chiều được xem là tinh hoa văn hóa của Anh Quốc. Nó được xem là thứ “không thể thiếu”, đến mức người Anh có câu nói đùa: “Nước Anh có thể thiếu Nữ Hoàng, nhưng không thể thiếu trà được”. Trà chiều truyền thống của người Anh thường dùng những loại trà nổi tiếng như Earl Grey, Assam hoặc Ceylon,...

Đi kèm với đó là một chút bánh sandwich, bánh nướng scone kèm kem cuộn và mút bánh ngọt. Và tất nhiên, trà phải được đựng trong bộ ấm tách cùng hoa văn cách điệu tinh tế, sang trọng như phong cách của người Anh.

4.2. Các loại hình của Văn hóa trà Việt Nam

Theo dòng lịch sử phát triển của đất nước, văn hóa trà Việt có các loại hình sau:

TT	Loại hình	Đặc điểm
1	Chè tươi/ Nước chè	Nước chè được nấu, om hay hãm từ lá chè xanh lá già, bánh tẻ hay nụ chè không chế biến hoặc chế biến rất đơn giản theo tập quán địa phương hay sở thích của người uống. Đây là cách uống độc đáo chỉ có ở người Việt Nam. Mỗi địa phương ở Việt Nam lại có một cách uống chè tươi khác nhau.
2	Chè mạn	Chế biến tại Hà Giang, bán ở Hà Nội vào thời phong kiến xưa, dưới dạng bánh hình tròn, ít khi vuông, bọc bẹ lá cọ và buộc ghép bằng lạt tre thành từng cối (gọi là chè chi). Nguyên liệu hái từ chè Shan được trồng và khai thác quang canh, kiểu chè rừng. Chế biến đơn giản, búp chè hái về sao nhanh trong chảo, rồi đem vò chân, sau đó vò tay, rãi ra phen tra phơi nắng, gài khô đưa vào bếp sấy. Chè mạn có màu nước đỏ và vị dịu mát thuần hòa, không chát như trà lục, ít kích thích cho hàm lượng cafein thấp.
3	Trà xanh	Là loại trà uống phổ biến ở Việt Nam được chế biến từ búp và lá chè non theo công nghệ trà lục diệt men hoàn toàn của chè Trung Quốc. Trà xanh được sản xuất ở những vùng chè công nghiệp tập trung vùng Trung du Miền núi phía Bắc và Lâm Đồng. Nổi tiếng về chất lượng là trà Thái Nguyên. Nguyên liệu sản xuất trà xanh được hái từ chè trồng hàng rào, mật độ dày, đốn thấp. Công nghệ chế biến: <i>Sao chảo diệt men -> Vò chè-> Làm khô -> Phân loại</i> Trà xanh có hương thơm ngát mùi cỏm, vị nồng đượm, hậu ngọt, màu nước xanh vàng tươi hay sáng ánh. Cách uống không pha đường, uống nước nóng.
4	Trà ô long	Nguyên liệu giống chè Trung Quốc, Đài Loan chế biến theo công nghệ trà đỏ Trung Quốc, sử dụng phối hợp tác dụng của men (lên men một nửa) và tác dụng nhiệt - ẩm ở mức cân đối để sản xuất trà ô long. Trà có màu nước đỏ tươi trong sáng, vị chất dịu mạnh hơn vị trà đen, hương thơm mạnh và dày mùi hoa quả tự nhiên. Sơ đồ chế biến: Nguyên liệu -> Làm héo và lên men kết hợp -> Diệt men -> Vò -> Sấy sơ bộ -> Ủ nóng -> Sấy khô -> Ủ nóng -> Phân loại
5	Trà đen	Được chế biến từ nguyên liệu giống như của trà xanh với công nghệ có lên men, bằng thiết bị cơ điện quy mô lớn tập trung. Trà đen truyền thống này xuất theo sơ đồ công nghệ Pháp và Liên Xô cũ: Làm héo -> Vò chè -> Lên men-> Sấy khô -> Phân loại -> Bao bì. Trà đen thành phẩm có cánh xoắn đẹp, đen bóng, nước đỏ tươi, trong sáng, vị chát dịu, hương thơm ngát mùi hoa hồng và ngọt đường.
6	Trà túi nhúng	Loại trà này có mặt ở Việt Nam vào những năm 1960. Đây là loại trà ưa chuộng của thế hệ trẻ thời hội nhập ở các thành phố lớn trong nước hiện nay. Trong công nghệ trà đen có nhiều trà mảnh, trà vụn, nhằm tiết kiệm và thu hồi trà tốt lọt sàng, đã có công nghệ làm túi giấy lọc đặc biệt đóng trà và thêm hương vị hoa quả, thảo dược. Khi pha trà túi vào cốc chén rót nước sôi, túi bã trà vớt lên dễ dàng sạch sẽ, không phải cọ rửa ấm chén.

Nguồn. Khoa học văn hóa trà, thế giới và Việt Nam

Khuynh hướng xem văn hóa như những quá trình, những hoạt động sáng tạo, những quy trình, công nghệ, những phương thức tồn tại và phát triển, cách ứng xử với môi trường tự nhiên và xã hội của con người là phù hợp khi nghiên cứu văn hóa trà.

Qua phân tích trên có thể thấy cấu trúc nền Văn hóa trà Việt Nam gồm ba lớp, tương ứng với nền văn hóa chè bản địa (chè tươi - chè mạn), rồi phát triển trong sự tiếp biến rất đậm nét với nền văn hóa trà khu vực Trung Hoa (trà tàu - trà ô long) và sau đó với nền văn hóa trà phương Tây (trà đen, trà mảnh, trà túi, trà đá).

4.3. Lịch sử hình thành, phát triển và điều kiện tự nhiên của các vùng trồng chè nổi tiếng trên địa bàn tỉnh Thái Nguyên

Thái Nguyên là tỉnh trung tâm vùng trung du miền núi Đông Bắc, có diện tích tự nhiên 3541km², dân số trên 1,2 triệu Trong kháng chiến chống thực dân Pháp (1947-1954), Thái Nguyên là An toàn khu, Thủ đô kháng chiến của cả nước, được Bác Hồ, Trung ương Đảng đặt đại bản doanh lãnh đạo kháng chiến làm lên chiến thắng lịch sử Điện Biên Phủ “lừng lẫy năm châu, chấn động địa cầu”. Là vùng đất giàu truyền thống cách mạng, có bề dày lịch sử, văn hoá; là cái nôi của loài người với những chứng tích tại Khu khảo cổ học (Thần Sa - Võ Nhại); là vùng đất địa linh nhân kiệt các danh nhân lịch sử: Lý Nam Đế, Dương Tự Minh, Lư Nhân Chú,... Thái Nguyên cũng tự hào là quê hương của vùng đất “Đệ nhất danh Trà” nổi tiếng với diện tích trồng lớn nhất cả nước (22,3 nghìn ha), tiếp sau là các tỉnh Hà Giang (21,5 nghìn ha), Phú Thọ (16,1 nghìn ha), Lâm Đồng (10,8 nghìn ha)... Thái Nguyên có 4 vùng chè đặc biệt:

- Vùng chè Tân Cương (thành phố Thái Nguyên)

Đây là vùng trồng chè nằm ở phía Tây của tỉnh Thái Nguyên thuộc địa bàn các xã Tân Cương, Phúc Xuân, Phúc Triu, Thịnh Đức, gần khu du lịch hồ Núi Cốc nổi tiếng. Có địa thế đồi núi phù hợp với phát triển cây chè, có dòng sông Công thơ mộng cung cấp nguồn nước mát lạnh, và đặc biệt nằm dưới chân dãy Tam Đảo được điều tiết khí hậu ôn hòa. Vì vậy, chè *Tân Cương* có màu xanh đen, xoắn chặt, cánh chè gọn nhỏ, trên bề mặt cánh chè có nhiều phấn trắng. Nước trà trong, xanh, sánh màu vàng nhạt. Vị chát ngọt, dễ dịu, hài hòa, có hậu. Mùi thơm ngọt.

Không chỉ thuận lợi về vị trí địa lý, vùng chè Tân Cương còn có nhiều điều kiện thuận lợi trong phát triển du lịch đặc biệt là du lịch nghỉ dưỡng và du lịch trải nghiệm như: Nhiệt độ trung bình của Tân Cương là 25°C; chênh lệch giữa tháng nóng

nhất (tháng 6: 28,9°C) với tháng lạnh nhất (tháng 1: 15,2°C) là 13,7°C. Tổng số giờ nắng trong năm dao động từ 1.300 đến 1.750 giờ và phân phối tương đối đều cho các tháng trong năm. Khí hậu Tân Cương có thể chia làm 2 mùa rõ rệt, mùa mưa từ tháng 5 đến tháng 10 và mùa khô từ tháng 10 đến tháng 5. Lượng mưa trung bình hàng năm khoảng 2.000 đến 2.500 mm; cao nhất vào tháng 8 và thấp nhất vào tháng 1. Nhìn chung khí hậu nơi đây thuận lợi cho phát triển ngành nông, lâm nghiệp. Về đất đai, đất ở Tân Cương được cho là có chứa những nguyên tố vi lượng với tỷ lệ phù hợp thuộc quyền đặc hữu của cây chè, được hình thành chủ yếu trên nền Feralitic, macma axit hoặc phù sa cổ, đá cát; có độ pH phổ biến từ 5,5 đến dưới 7,0, thuộc loại đất hơi bị chua

- Vùng chè La Bằng (huyện Đại Từ)

La Bằng là vùng đất có cảnh sắc núi rừng tuyệt đẹp “Rừng cọ đồi chè, đồng xanh ngào ngạt”, nằm ở phía Bắc của tỉnh Thái Nguyên. La Bằng là một trong số những vùng sản xuất trà Thái Nguyên có vị *ngon đặc biệt*, nước chè có màu vàng óng mật ong. Cây chè xuất hiện ở La Bằng từ cuối thế kỷ XIX. Nằm ở chân núi Tam Đảo, xã La Bằng có hơn 300ha chè. Với năng suất đạt 93 tạ/ha, sản lượng trà trung bình hàng năm ở La Bằng đạt gần 1.900 tấn búp tươi, tương đương gần 400 tấn sản phẩm trà khô. Dưới chân Tam Đảo có dòng nước mát thuần khiết được chảy từ lòng núi, chảy dọc qua các nương chè của xã, nhờ nguồn nước tinh khôi đầu nguồn tưới tắm nên trà ở đây có hương thơm, mang vị chát mà đậm ngọt, người uống thấy sáng khoái, minh mẫn. Những làng chè La Bằng có đất đai màu mỡ; nguồn nước dồi dào với dòng suối Tiên Sa nước chảy quanh năm; khí hậu mát mẻ ngày nắng nhẹ đêm sương... tất cả tạo nên điều kiện vô cùng thuận lợi cho cây chè phát triển. Trên khu đất thuộc đèo Khế, núi Điện của xã hiện còn có bãi trà cổ thụ, nhiều cây có đường kính rộng tới 50cm. Đây cũng là vùng chè có tiềm năng phát triển du lịch lịch sử và du lịch sinh thái bởi mới đây, người dân trong xã còn phát hiện trên đó có bãi trà ra búp đỏ, hái về hãm nước trà xanh uống rất ngon.

- Vùng chè Trại Cài (huyện Đồng Hỷ)

Trại Cài là một địa danh nhỏ của huyện Đồng Hỷ, nằm ngay sát thành phố Thái Nguyên. Khí hậu và thổ nhưỡng của Đồng Hỷ rất trong lành, người dân thân thiện và chăm chỉ. Mỗi năm vùng chè Trại Cài (xã Minh Lập) cung cấp cho thị trường gần 700 tấn chè búp khô. Chè Trại Cài có hương vị thơm ngon đặc thù, mùi hương cốm bay, nước sánh vàng, đắng, ngọt, chát, thơm hoà quyện làm quyến rũ lòng người.

Cây chè đã có mặt trên đất Minh Lập từ rất lâu, từ trước năm 1960 người dân ở các xóm: Trại Cài,

Sông Cầu, Tân Lập đã trồng chè để dùng và cung ứng nguyên liệu cho Nông trường Chè Sông Cầu. Với thổ nhưỡng, khí hậu phù hợp, người dân lại có kinh nghiệm trồng chè nên chè ở đây có hương vị đặc trưng khó lẫn, đó là loại chè rất đậm, nịnh hương, uống xong mà hương rừng sắc núi vẫn còn lưu mãi nơi đầu lưỡi. Đặc biệt hơn, chè Trại Cài pha đến lần thứ 3, thứ 4 mà màu nước vẫn sánh. Vào những phiên chợ, người dân hay đem chè đến chợ Trại Cài (chợ trung tâm của xã) để bán, khách đến mua về uống thử thấy ngon lần sau lại tìm đến mua. Từ đó người ta quen gọi chè ở Minh Lập là chè Trại Cài. Đến năm 1980, người dân ở những xóm khác như: Cà phê 1, Cà phê 2, Ao Sơn, Đoàn Kết... cũng dần chuyển diện tích đất trồng mía, trồng dong riềng sang trồng chè. Trải qua năm tháng, chè Trại Cài dần được nhiều người biết đến, nhất là khi nền kinh tế thị trường phát triển, việc giao thương buôn bán được mở rộng thì danh tiếng chè Trại Cài lại càng vươn xa. Hiện nay, trong xã có trên 90% số hộ trồng chè, toàn xã có trên 400ha chè kinh doanh, chủ yếu là giống chè trung du.

- Vùng chè Khe Cốc (huyện Phú Lương)

Khe Cốc (xã Tứ Tranh) là vùng chè trọng điểm của huyện Phú Lương, không chỉ bởi có diện tích chè lớn mà chất lượng trà ở đây cũng thơm ngon không thua kém các vùng chè ngon khác. Chè Khe Cốc từ lâu đã rất nổi tiếng bởi độ nồng, đậm nhờ dòng nước trong mát từ các khe suối nguồn của con sông Cầu. Cùng với các làng chè Thái Nguyên khác, làng chè Tứ Tranh với thương hiệu chè Khe Cốc cũng đang từng bước khẳng định chất lượng thương hiệu. Tại đây, chè được trồng trên đất sạch kiềm, chăm sóc bằng dòng nước trong mát chảy ra từ các khe suối thuộc lưu vực sông Cầu nên cánh chè xoắn đều, vị chát dịu, hương đậm. Điều này tạo nên một hương vị riêng, một nét đặc trưng của đất chè Thái Nguyên. Làng chè nơi đây có lịch sử tương đối lâu đời, gắn liền với thức uống dân dã hàng ngày của bà con. Ban đầu có thể là loại trà hoang mọc tự nhiên, rồi người dân trồng để có thể thuận tiện sử dụng chắt, chắt biết nữa. Trên các đồi, nương chè của làng chè Khe Cốc xuất hiện những khóm, cụm chè, nên một số bà con đã thử trồng với mục đích để uống. Ngoài để uống, người dân nơi đây đã có thể dùng để bán, trao đổi các loại hàng hóa khác giữa các làng với nhau. Chè Khe Cốc cũng dần trở thành một thương hiệu có tiếng khi nhắc các vùng chè Thái Nguyên.

Trong 4 vùng trồng chè kể trên thì vùng trà Tân Cương Thái Nguyên vẫn được coi là nổi tiếng và được ưa chuộng hơn cả. Tuy nhiên, vị ngon của chè Thái Nguyên ở các vùng miền khác còn tùy thuộc

vào cảm nhận của mỗi người. Do đó, người dân ở các vùng này đều có rất nhiều tiềm năng để phát triển du lịch gắn với cây chè của địa phương.

5. Thảo luận

Việt Nam có nhiều những chỉ dẫn địa lý cho thương hiệu trà nổi tiếng, từ Thái Nguyên “đệ nhất danh trà” cho đến trà Tà Xùa của cao nguyên Mộc Châu - Sơn La, trà Suối Giàng của Yên Bái, trà Shan Tuyết của Hà Giang, trà ô long của Bảo Lộc - Lâm Đồng,... Cây chè là nhân vật chính như một nhân chứng về lịch sử, nét văn hoá mang đậm yếu tố truyền thống của của người dân vùng chè từ việc trồng, chăm sóc, thu hoạch đến chế biến gắn với các làng nghề, nghệ nhân chế biến trà. Để giữ gìn, phát huy văn hóa trà việc cần làm tiên hành đồng bộ các vấn đề phát triển kinh tế - xã hội - văn hóa.

Thứ nhất, Về chất lượng chè ngon, cần làm tốt công tác tuyên truyền, vận động người trồng chè, các doanh nghiệp nâng cao nhận thức, thực hiện tốt các tiêu chuẩn, quy chuẩn kỹ thuật đối với ngành chè, đồng thời tăng cường công tác kiểm tra, giám sát để nâng cao chất lượng sản phẩm, đảm bảo an toàn vệ sinh thực phẩm.

Thứ hai, Về việc quảng bá thương hiệu chè, cần tăng cường xúc tiến thương mại, mở rộng thị trường thế giới, nâng kim ngạch xuất khẩu. duy trì và thúc đẩy xuất khẩu chè và sản phẩm chè chế biến sâu vào các thị trường chủ lực. Hỗ trợ xúc tiến thương mại và thúc đẩy xuất khẩu chè và sản phẩm chè chế biến sâu đến thị trường có thu nhập cao như Nhật Bản, Đài Loan, Hàn Quốc, EU, Mỹ... Thương hiệu chè Việt và trà Thái Nguyên đã được đăng ký và bảo hộ tại 70 thị trường quốc gia và khu vực. Một số thị trường lớn của chè Việt Nam như Nga, Đức, Trung Quốc, Pakistan. Với trên 160 doanh nghiệp tham gia xuất khẩu chè, Việt Nam đã xuất khẩu nhiều loại sản phẩm trà, trong đó trà đen chiếm chủ yếu (khoảng 78% tổng sản lượng xuất khẩu), còn lại là trà xanh và các loại sản phẩm trà khác từ chè.

Thứ ba, Về xúc tiến phát triển du lịch. Tích cực tham gia các chương trình du lịch quốc tế như hội chợ, hội thảo, triển lãm quốc tế và xúc tiến khu du lịch. Để thu hút thị trường khách quốc tế đến và biết về khu du lịch nhiều hơn, chính vì thu hút nhiều khách quốc tế sẽ làm khách nội địa tò mò muốn đến tìm hiểu sẽ thu hút một phần lượng khách không nhỏ đến đây vào dịp cuối tuần. Thúc đẩy phát triển thu hút khách quốc tế theo từng giai đoạn và tương ứng với từng thị trường trọng điểm. Xây dựng các hệ thống thông tin du lịch nhằm đem lại tiện ích đa dạng cho khách. Thúc đẩy khu du lịch gắn liền với các sản phẩm du lịch đặc trưng, nổi bật kết hợp với chiến lược xúc tiến du lịch để tập trung nguồn nhân

lực vào các trọng điểm.

Thứ tư, Xây dựng văn hóa trà trở thành sản phẩm đặc thù. Kết hợp với phát triển du lịch bền vững: Phát triển du lịch một cách bền vững, góp phần phát triển kinh tế cho khu du lịch cũng như là xã Tân Cương, nâng cao tình hình kinh tế - xã hội và đảm bảo an ninh trật tự, luôn phát huy và gìn giữ nét truyền thống văn hóa về làm chè cũng như các công đoạn pha chế biến chè, luôn gìn giữ và bảo vệ cảnh quan thiên nhiên đồi núi, khu du lịch. Mở rộng không gian văn hóa du lịch cộng đồng, kết hợp với các loại hình vui chơi giải trí và tổ chức các sự kiện, lễ hội, hội chợ... liên quan đến sản phẩm chè đặc trưng.

6. Kết luận

Chè là một cây công nghiệp lâu năm, có đời sống kinh tế lâu dài, mau cho sản phẩm, cho hiệu quả kinh tế cao. Chè trồng một lần, có thể thu hoạch 30-40 năm hoặc lâu hơn nữa. Việc sản xuất

và cung cấp chè vừa có thể đáp ứng được nhu cầu tiêu thụ ngày càng tăng trong nước và nhu cầu xuất khẩu. Chính bởi vậy, so với các loại cây trồng khác ở Việt Nam, chè là một trong những cây có ưu thế nhất cả về điều kiện khí hậu và nguồn lực lao động; và không chỉ mang lại nhiều lợi ích đối với kinh tế mà còn là đồ uống cần thiết đối với cuộc sống của con người.

Đối với mỗi quốc gia mà nói, trà không thể tách rời cuộc sống vật chất và cuộc sống tinh thần của con người trên thế giới. Vì vậy, trà đã trở thành văn hoá trà đặc sắc trong đời sống văn hoá tinh thần của xã hội, trở thành một phương tiện để liên kết cộng đồng. Với xu thế phát triển của du lịch như hiện nay, việc nghiên cứu để tìm ra những giải pháp phát triển du lịch gắn với văn hóa trà gắn với bản sắc, con người của vùng đất trà như Thái Nguyên là một hướng đi mới hứa hẹn nhiều tiềm năng và kết quả to lớn.

Tài liệu tham khảo

Hùng, N. P. (2021). *Văn hóa quản lý và kinh doanh du lịch*. Hà Nội: Nxb. Đại học Quốc gia Hà Nội.

Lưu, N. V. (2009). *Thị trường du lịch*. Hà Nội: Nxb. Đại học Quốc gia Hà Nội.

Minh, T. T. (2019). *Phát triển sản phẩm du lịch đặc thù gắn với nâng cao năng lực cạnh tranh điểm đến của ngành du lịch tỉnh Đồng Nai*. Thành phố Hồ Chí Minh: Nxb. Kinh tế.

Thanh, T. Đ., Long, P. H., & Lan, V. H. (2022). *Nhập môn du lịch*. Hà Nội: Nxb. Đại học Quốc gia Hà Nội.

VĂN HÓA TRÀ VIỆT

Đỗ Thùy Ninh^a

Nguyễn Thị Hiền^b; Nguyễn Thị Mai Thảo^c

Nguyễn Thị Nội^d; Phạm Khắc Dũng^e; Đỗ Thị Thu Hà^f

^a Nhà xuất bản Đại học Thái Nguyên; Email: ninh@tueba.edu.vn

^b Chủ tịch Hội đồng quản trị Chè Hà Thái; Email: hienhathai@gmail.com

^c Trường Đại học Nông lâm, Đại học Thái Nguyên; Email: nguyenthimaithao@tuaf.edu.vn

^{d,e} Trường Đại học Kinh tế và Quản trị kinh doanh, Đại học Thái Nguyên

Email: ^d noinguyen.tueba@gmail.com; ^e khacdungsdh@tueba.edu.vn

^f Đại học Thái Nguyên; Email: hadtt@tnu.edu.vn

Nhận bài: 20/5/2023; Phản biện: 30/5/2023; Tác giả sửa: 11/6/2023; Duyệt đăng: 15/6/2023; Phát hành: 21/6/2023

DOI: <https://doi.org/10.54163/ncdt/183>

Văn hóa trà được hình thành lâu đời, trải qua nhiều thăng trầm trong lịch sử và văn hóa Việt Nam, văn hóa trà vẫn tồn tại, phát triển, ẩn chứa trong mình một vẻ đẹp rất riêng biệt. Trên thế giới, những quốc gia có trà như: Nhật Bản, Trung Quốc, Ấn Độ,... thì trà của mỗi quốc gia mang hương vị, giá trị dưỡng chất, văn hóa thưởng trà khác nhau.

Từ khóa: Văn hóa Việt Nam; Văn hóa trà; Trà việt; Trà Thái Nguyên.