

Thế giới trong
một chén

Trà

Amy Nguyen Art - Vũ Ngọc Vương

KHÁM PHÁ TRÀ, TRÀ ĐẠO VÀ
VĂN HÓA TRÀ TRÊN THẾ GIỚI



NHÀ XUẤT BẢN
THẾ GIỚI



Chương I

Thở đầu



ó những hành trình bắt đầu bằng một bước chân, nhưng hành trình của tôi với trà lại bắt đầu bằng một khoảnh khắc tĩnh lặng. Đó là một buổi chiều mưa ở vùng cao nguyên miền Bắc Việt Nam, không gian đặc quánh mùi đất ẩm và sương núi. Bên hiên nhà gỗ, người bạn già vừa châm tuần nước sôi thứ hai vào chiếc ấm đất nung đã ngả màu thời gian. Một làn hương kỳ diệu bất chợt lan tỏa, không phải hương hoa nồng nàn, cũng chẳng phải hương gỗ trầm mặc. Nó là hương của lúa non, của cốm mới, của nắng hanh và của cả sương đêm còn đọng trên búp trà Shan Tuyết cổ thụ. Khi chén trà nóng hồi được trao đến tay, tôi nhận ra đây không chỉ là một thức uống, đây là tinh túy của đất trời, là câu chuyện của cả một vùng đất, được gói trọn trong một chiếc lá mỏng manh.

Khoảnh khắc ấy đã gieo vào lòng tôi một thôi thúc, một khao khát được đi trọn con đường của lá trà. Từ những đỉnh núi mù sương của châu Á, lá trà đã bắt đầu một cuộc du hành vĩ đại kéo dài hàng ngàn năm. Nó theo chân các nhà sư Thiền tông đến Nhật Bản, trở thành cốt lõi của triết lý “Hòa - Kính - Thanh - Tịch”. Nó cưỡi lên lưng những con ngựa kiên cường vượt qua Con đường Trà Mã để đổi lấy chiến mã nơi thảo nguyên Tây Tạng. Nó theo bướm ra khơi trên những con tàu của Công ty Đông Ấn, khuấy động cả đế chế Anh quốc với văn hóa trà chiều thanh lịch. Và rồi, chính nó lại trở thành ngòi nổ cho một cuộc cách mạng, nhấn chìm hàng trăm thùng trà xuống bến cảng Boston, góp phần khai sinh ra một quốc gia mới.

Từ một thảo dược chữa bệnh, trà đã trở thành một biểu tượng toàn cầu của văn hóa, một suối nguồn của cảm hứng tâm linh, và một động lực kinh tế khổng lồ. Nó là sợi dây vô hình kết nối vị thiền sư trong ngôi chùa cổ với cô nhân viên văn phòng ở New York, kết nối nghi lễ trang trọng của hoàng cung với chén trà vỉa hè dân dã.

Cuốn sách này được viết ra từ chính thôi thúc đó. Đây không phải là một cuốn bách khoa toàn thư khô khan về trà, mà là lời mời bạn cùng tôi bước vào hành trình khám phá ấy. Chúng ta sẽ cùng nhau vén bức màn lịch sử để nhìn lại cội nguồn của trà, cùng ngồi xuống chiêm nghiệm chiều sâu triết lý của Trà đạo, cùng phân tích từng công đoạn chế biến tinh vi đã tạo ra hàng ngàn hương vị khác nhau. Chúng ta sẽ lắng nghe nhịp đập của thị trường trà toàn cầu với những con số từ Mintel và Euromonitor, nhưng cũng sẽ lắng nghe tiếng thì thầm của những câu chuyện văn hóa được kể bên ấm trà Samovar của Nga hay trong nghi thức trà bạc hà hiệu khách của người Maroc.

Dù bạn là người mới bắt đầu, tò mò về sự khác biệt giữa trà xanh và trà đen, hay một trà hữu đã có nhiều năm thưởng trà, tôi tin rằng cuốn sách này đều sẽ mang đến cho bạn những góc nhìn mới mẻ. Nó là hành trình dành cho tất cả những ai tin rằng đằng sau mỗi chén trà là một thế giới đang chờ được khám phá.

Hãy cùng tôi, nâng chén trà của bạn lên. Cuộc du hành của chúng ta xin được bắt đầu.



Trà: Hành trình toàn cầu của một thức uống



ếu có một lữ khách thâm lặng nào đã chứng kiến và định hình lịch sử nhân loại, thì đó chính là *Camellia sinensis* – cây trà. Từ một loài cây dại trên những sườn núi phía Tây Nam Trung Quốc, nó đã vươn mình trở thành thức uống được tiêu thụ nhiều thứ hai trên thế giới, chỉ sau nước tinh khiết. Hành trình của nó không chỉ là câu chuyện về thực vật học hay thương mại, mà là một bản giao hưởng của tự nhiên, văn hóa và kinh tế. Một câu chuyện mà mỗi chúng ta, dù ý thức hay không, đều là một phần trong đó.

Tổng quan về *Camellia sinensis*: Từ thang thuốc của ẩn sĩ đến nền kinh tế tỷ đô

Mọi chén trà trên thế giới, dù là chén Lục trà Long Tỉnh xanh biếc, ly Hồng trà Anh quốc đậm đà, hay viên Ô Long Thiết Quan Âm thơm ngát, đều bắt nguồn từ cùng một loài cây: *Camellia sinensis*. Tên khoa học này có nghĩa là “hoa trà của Trung Quốc”, vinh danh quốc gia đã đưa trà trở thành một nghệ thuật và phổ biến nó ra toàn cầu. Khi nói về cội nguồn thực vật học, nhiều nhà nghiên cứu hiện đại cho rằng, vùng đất khởi nguồn của cây trà hoang dã là một khu vực địa lý rộng lớn hơn, bao gồm cả vùng núi phía Tây Nam Trung Quốc, Bắc Myanmar, Bắc Thái Lan, và đặc biệt là các tỉnh miền núi phía Bắc Việt Nam, nơi những cây trà Shan Tuyết cổ thụ hàng trăm tuổi vẫn đang sừng sững

cho đến ngày nay. Lịch sử có thể được viết từ nhiều góc nhìn, tuy nhiên, dường như lịch sử ưu ái lựa chọn Trung Hoa làm nơi khai sinh ra nghệ thuật thưởng trà, để từ đó phổ biến di sản này đến muôn phương.

Khởi thủy, trà là một vị thuốc. Huyền thoại kể rằng vào năm 2737 TCN, Hoàng đế Thần Nông, được xem là ông tổ của nông nghiệp và y học Trung Hoa, trong một lần đi tuần thú đã vô tình phát hiện ra lá trà. Khi hoàng đế đang đun nước dưới một gốc cây trà dại, vài lá trà đã bay vào nồi. Tò mò nếm thử thứ nước có màu xanh ngọc và hương thơm tinh khiết, ông thấy tinh thần sảng khoái, cơ thể tỉnh táo, và những mệt mỏi dường như tan biến. Từ đó, trà bước vào y học cổ truyền như một loại thảo dược quý giúp thanh lọc cơ thể, giải độc và định thần.

Qua các triều đại, vai trò của trà dần được mở rộng. Dưới thời nhà Đường (618-907), trà không còn là đặc quyền của giới tu hành hay y nhân. Nó trở thành một thức uống tao nhã, được ép thành bánh để tiện vận chuyển và lưu trữ. *Trà Kinh* của Lục Vũ, tác phẩm kinh điển đầu tiên trên thế giới viết về trà, đã hệ thống hóa mọi thứ từ cách trồng trọt, chế biến đến nghệ thuật pha và thưởng thức, nâng trà lên một tầm vóc văn hóa mới. Đến thời nhà Tống (960-1279), nghệ thuật thưởng trà đạt đến đỉnh cao với trà bột (tiền thân của matcha ngày nay), được đánh sủi bột trong những chiếc chén tinh xảo.

Từ một vị thuốc của ẩn sĩ, trà đã trở thành vật phẩm cống nạp của hoàng gia, nguồn cảm hứng bất tận của thi nhân, và người bạn đồng hành không thể thiếu của các nhà sư trên con đường tu tập giác ngộ.

Ngày nay, sức hấp dẫn của trà đã vượt xa mọi biên giới. Nó không chỉ là di sản văn hóa mà còn là một gã khổng lồ kinh tế. Theo báo cáo Tea Market Size, Share, Trends & Growth Report, 2023, thị trường trà toàn cầu được dự báo sẽ đạt tốc độ tăng trưởng kép hàng năm (CAGR) là 5,5% trong giai đoạn 2025-2033. Con số này không chỉ phản ánh nhu cầu tiêu dùng ngày càng tăng mà còn cho thấy sự năng



Thế giới trong một chén trà

động không ngừng của một ngành công nghiệp đã hàng ngàn năm tuổi. Từ những chiếc lá mỏng manh, một nền kinh tế toàn cầu trị giá hàng trăm tỷ đô la đã hình thành.

Ý nghĩa đa chiều của trà: Ngôn ngữ của văn hóa, sức khỏe và kinh tế

Để hiểu về trà, ta không thể chỉ thưởng thức hương vị mà phải cảm nhận được những tầng ý nghĩa sâu sắc mà nó chất chứa. Trà giống như một viên ngọc quý, ở mỗi góc nhìn lại phản chiếu một ánh sáng khác nhau: văn hóa, sức khỏe và kinh tế.

1. Trà - ngôn ngữ của văn hóa

Trà là một nhà ngoại giao thâm lặng, một phương tiện để các nền văn hóa biểu đạt những giá trị cốt lõi nhất của mình.

- **Tại Nhật Bản**, trà đạo *Chanoyu* là đỉnh cao của sự tinh tế và kỷ luật. Nó không đơn thuần là pha trà, mà là một nghi lễ thiên định, một “con đường” (*đạo*) để đạt tới sự giác ngộ. Bốn nguyên tắc “Hòa - Kính - Thanh - Tịch” (Hài hòa, Kính trọng, Thanh tịnh, Tĩnh lặng) được thể hiện trong từng cử chỉ, từ cách lau chiếc bát (*chawan*) đến cách xoay bát trước khi uống. Buổi trà đạo là một nghệ thuật sống, dạy con người trân trọng khoảnh khắc hiện tại theo triết lý *Ichi-go ichi-e* (một lần, một khoảnh khắc).
- **Tại Anh**, tiệc trà chiều (*afternoon tea*) lại là di sản của thời kỳ đế quốc, một nghi thức xã hội thanh lịch. Được khởi xướng bởi Nữ công tước Anna của Bedford vào thế kỷ 19, nó đã trở thành biểu tượng của sự sang trọng, với những ấm trà đen Darjeeling hay Earl Grey hảo hạng, dùng kèm với bánh sandwich nhỏ, bánh nướng scones và các loại bánh ngọt tinh tế. Tiệc trà chiều

là nơi để giao tiếp, thể hiện địa vị và tận hưởng khoảng thời gian thư thái trong ngày.

- **Tại Maroc**, chén trà không chỉ là thức uống mà là biểu tượng của lòng hiếu khách. Từ chối một lời mời trà được xem là bất lịch sự. Nghi thức pha trà bạc hà (*touareg tea*) là một màn trình diễn nghệ thuật, trong đó chủ nhà sẽ rót trà từ trên cao xuống những chiếc ly nhỏ để tạo ra một lớp bọt mịn gọi là “vương miện”. Ba tuần trà được phục vụ lần lượt, với hương vị ngày càng ngọt hơn, mang ý nghĩa: “Đắng như cuộc đời, mạnh mẽ như tình yêu, và ngọt ngào như cái chết.”

Từ sự trang nghiêm của Nhật Bản, sự lịch thiệp của Anh quốc, đến lòng hiếu khách của Maroc, trà đã trở thành một ngôn ngữ chung để con người kết nối và chia sẻ.

2. Trà - suối nguồn của sức khỏe

Khoa học hiện đại đã dành hàng thập kỷ để giải mã điều mà người xưa cảm nhận bằng trực giác: trà là món quà của thiên nhiên dành tặng cho sức khỏe.

Lá trà là một “nhà máy hóa học” tự nhiên, chứa đầy các hợp chất hoạt tính sinh học quý giá. Nổi bật nhất là **polyphenol**, đặc biệt là **catechin** (trong đó EGCG là chất mạnh nhất), vốn là những chất chống oxy hóa cực mạnh. Chúng hoạt động như những người lính dũng cảm, bảo vệ tế bào của cơ thể khỏi sự tấn công của các gốc tự do, qua đó giúp làm chậm quá trình lão hóa và giảm nguy cơ mắc các bệnh mãn tính.

Bên cạnh đó, trà còn chứa một loại axit amin độc đáo tên là **L-theanine**. Chất này có khả năng vượt qua hàng rào máu não, giúp tăng cường sóng alpha trong não bộ – loại sóng gắn liền với trạng thái “thư giãn tỉnh táo”. Đây chính là lý do tại sao trà giúp chúng ta tập



Thế giới trong một chén trà

trung, minh mẫn mà không gây cảm giác bồn chồn, lo âu như khi dùng các chất kích thích khác. Sự kết hợp hoàn hảo giữa caffeine (mang lại sự tỉnh táo) và L-theanine (mang lại sự bình tĩnh) chính là bí mật làm nên tác động kỳ diệu của trà đối với tâm trí.

3. Trà - động lực của kinh tế

Trên bản đồ kinh tế thế giới, lá trà vẽ nên những tuyến đường thương mại sôi động và là nguồn sống của hàng triệu người.

- **Kenya**, quốc gia ở Đông Phi, là minh chứng rõ ràng nhất. Dù không phải là quê hương của cây trà, Kenya đã vươn lên trở thành nhà xuất khẩu trà đen lớn nhất thế giới. Những đồn điền trà xanh mướt ở thung lũng Rift không chỉ tạo nên cảnh quan tuyệt đẹp mà còn là trụ cột của nền kinh tế quốc gia, mang lại nguồn ngoại tệ quan trọng và công ăn việc làm cho một phần lớn dân số.
- **Ấn Độ**, với các vùng trà huyền thoại như **Assam** (với loại trà đen đậm vị, mạnh mẽ) và **Darjeeling** (“rượu champagne của các loại trà” với hương vị tinh tế), đã xây dựng thương hiệu trà của mình thành một biểu tượng chất lượng toàn cầu. Ngành công nghiệp trà không chỉ là một ngành kinh doanh, mà còn là một phần di sản thuộc địa và là niềm tự hào quốc gia.

Từ những nông trại nhỏ ở Việt Nam, những hợp tác xã ở Sri Lanka, đến các tập đoàn đa quốc gia, cây trà đã tạo ra một chuỗi giá trị phức tạp, nuôi sống vô số gia đình và đóng góp vào sự thịnh vượng của nhiều quốc gia.

Xu hướng hiện đại: Sự tái sinh của một thức uống cổ xưa

Cho đến thế kỷ 21, hành trình của trà chưa từng dừng lại. Nó tiếp tục biến đổi để chinh phục trái tim của thế hệ mới và thích ứng với nhịp sống hiện đại.

- **Sự trỗi dậy của tiện lợi: Trà sẵn sàng để uống (RTD)**

Cuộc sống bận rộn đòi hỏi sự tiện lợi. Nắm bắt được nhu cầu này, ngành công nghiệp trà đã cho ra đời các sản phẩm trà sẵn sàng để uống (*Ready-to-drink*) đóng trong chai, lon. Đặc biệt phổ biến ở Bắc Mỹ và các đô thị châu Á, trà RTD đã trở thành một giải pháp thay thế lành mạnh cho nước ngọt có ga. Nó mang hương vị của trà đến với những người không có thời gian để pha một ấm trà truyền thống, mở ra một phân khúc thị trường khổng lồ và đầy tiềm năng.

- **Lời kêu gọi của sự bền vững và nguồn gốc**

Thế hệ người tiêu dùng mới, đặc biệt là Millennials (Thế hệ Y) và Gen Z, không chỉ mua một sản phẩm, họ mua một câu chuyện, một giá trị. Họ muốn biết lá trà trong tách của mình đến từ đâu, được trồng như thế nào, và người nông dân có được trả công xứng đáng hay không. Điều này đã thúc đẩy sự phát triển của trà hữu cơ và các chứng nhận thương mại công bằng như **Fairtrade** và **Rainforest Alliance**. Các thương hiệu trà bền vững, có trách nhiệm với xã hội và môi trường đang ngày càng chiếm được lòng tin của người tiêu dùng.

- **Trà chức năng và sự sáng tạo không giới hạn**

Trà không còn bị giới hạn trong sáu loại truyền thống. Nó đang được kết hợp với các loại thảo mộc, gia vị, và siêu thực phẩm để tạo ra các loại “trà chức năng” (*functional tea*) nhắm đến các lợi ích sức khỏe cụ thể: trà detox, trà hỗ trợ giấc ngủ, trà tăng cường miễn dịch... Bên cạnh đó, sự sáng tạo trong cách thưởng thức trà là vô tận. Cơ sở **trà sữa trân châu** bắt nguồn từ Đài Loan (Trung Quốc) vào những năm 1980 đã càn quét toàn cầu, trở thành một biểu tượng văn hóa của giới trẻ. Nó chứng minh rằng trà có khả năng thích ứng phi thường, có thể biến hóa thành vô số hình thức mới mẻ và hấp dẫn.