

Copyright © 2023 by Cherkas Global University



Published in the USA
 Bylye Gody
 Has been issued since 2006.
 E-ISSN: 2310-0028
 2023. 18(4): 1824-1834
 DOI: 10.13187/bg.2023.4.1824

Journal homepage:
<https://bg.cherkasgu.press>



Russian Tea Business in Hankou in the second half of the 19th century: Baikhovi Tea Purchase Transactions

Ildar R. Hamzin ^{a, *}, Rustam T. Ganiev ^a, Anton V. Kochnev ^a

^a Ural Federal University, Russian Federation

Abstract

The article studies the activities of Russian entrepreneurs in the Chinese port of Hankou as part of the purchase of tea for the Russian market. Baikhovi tea was a product under which Russian pre-revolutionary literature, source base and statistics understood the most expensive varieties of Chinese tea, grown and processed on Chinese plantations and factories and sent for sale to foreigners in the port of Hankou. This aspect is a particular issue of Russian-Chinese trade in the second half of the 19th century, but it seems important for a more in-depth study of this topic and expanding scientific knowledge about Russian-Chinese relations in general. The article discusses the features of the production and transportation of baikhovi tea to the Hankou market, issues of tea pricing, the buying and selling process, factors influencing the trade of baikhovi tea in Hankou, aspects of competition between the tea trade of Hankou and Shanghai and the competition of foreign trading houses for the purchase of this product and shipment it to the Russian market. The conclusions of the work summarize the main results of the study and show the significance of the participation of Russian entrepreneurs in the tea trade for Russian-Chinese relations at the time under review.

Keywords: Russian-Chinese trade, tea trade, baikhovi tea, Hankou, Qing Empire.

1. Введение

Байховый чай¹ – это общее название дорогих сортов чая, которые ввозились в Российскую империю из Китая. Изготавливался байховый чай из чайного листа, собираемого на многочисленных плантациях провинций Центрального и Южного Китая, и ценился наиболее высоко среди русских купцов и потребителей. В 60-70-е гг. XIX в. производство байхового чая было организовано на фабриках, арендуемых российскими торговыми домами на территории провинции Хубэй. К началу 1880-х гг. русские торговые дома прекратили изготовление байхового чая по причине нерентабельности производства и вместе с остальными иностранцами стали покупать этот товар на рынке порта Ханькоу (провинция Хубэй, долина р. Янцзы), к этому времени являвшемся главным местом китайской чайной торговли.

Цель статьи – провести анализ торговых операций по покупке байхового чая в Ханькоу, выявить роль и особенности российской деятельности в этом процессе.

* Corresponding author

E-mail addresses: ildar.hamzin1991@mail.ru (I.R. Hamzin)

¹ Название «байховый» происходит от словосочетания *бай хуа* (白毫) – белые реснички. В русских документах байховый чай также встречается под наименованием *красный чай* (по причине красноватого отлива на чайных листьях после прожарки) и *черный чай*. Дореволюционная классификация байховых чаев достаточно обширна и включает в себя такие разновидности китайского чая, как *черный*, *ординарный (торговый)*, *зеленый*, *цветочный*, *желтый*, *фамильный* и многие другие. Русская официальная статистика второй половины XIX в. в большинстве случаев делила китайский чай на *байховый* и *кирпичный*, отличая дорогой и рассыпной чай от дешевого и спрессованного.

2. Материалы и методы

В настоящей статье на основе документов Научно-исследовательского отдела рукописей Российской государственной библиотеки (Москва, Российская Федерация), Архива внешней политики Российской империи библиотеки (Москва, Российская Федерация), Российского государственного исторического архива библиотеки (Санкт-Петербург, Российская Федерация) и ряда опубликованных материалов ставится задача максимально полно раскрыть особенности ханькоуского чайного рынка и русско-китайской торговли на примере покупки байхового чая. Такая постановка проблемы требует изучения не только вопроса ценообразования и процесса купли-продажи, но и освещения особенностей производства байхового чая, факторов, повлиявших на торговлю этим товаром, конкуренции между китайскими и иностранными предпринимателями. Заметим, что ценнейшие данные по перечисленным проблемам содержатся в дореволюционных исследованиях (Попов, 1870; Субботин, 1892), среди которых особенно стоит отметить работу К. А. Скальковского (Скальковский, 1883).

Методология исследования основана на системно-историческом анализе, который позволил изучить процесс российского чайного бизнеса в Ханькоу неотрывно от общего характера чайного рынка в Китае. Данный метод способствовал выявлению ряда факторов, влияющих на ценообразование байхового чая на китайском рынке (климатические условия, международный курс на серебро, условия международного рынка и др.). Это, в свою очередь, позволило увидеть в чайной торговле процесс, неотрывно связанный с мировой торговлей и экономикой второй половины XIX в. Системный подход также помог определить структуру торговли байховым чаем, выделить аспекты, связанные с производством и транспортировкой товара, процессом купли-продажи, ценообразованием, конкуренцией торговых домов и конкуренцией чайного рынка Шанхая с Ханькоу.

Особое значение для исследования имеет статистический анализ. Работа с многочисленными данными дореволюционного периода позволила детально проследить изменение цен на сорта байхового чая в период 1877–1882 гг., точно выявить ценообразование в отдельные месяцы 1877–1878 гг., увидеть процентное соотношение купленного в Ханькоу чая российскими и прочими иностранными купцами, объем ввоза чая в Россию в сравнении с общим чайным экспортом из Ханькоу. В данном случае работа со статистикой тесно связана со сравнительно-историческим методом, основанным на сопоставлении количественных данных, различных экономических процессов и торговых операций между собой.

3. Обсуждение

Еще дореволюционные авторы обращались к вопросам российского присутствия в Китае и, в частности, российской торговли в Ханькоу. В данном случае можно отметить фундаментальный труд К.А. Скальковского, в котором автор приводит многочисленные данные о чайной торговле в китайских портах, уделяет особое внимание конъюнктуре рынка и проблемам ценообразования (Скальковский, 1883). Не менее ценны в этом отношении работы А.П. Субботина и И.Я. Коростовца (Субботин, 1892; Коростовец, 1898). В названных работах русско-китайской чайной торговле уделено первостепенное внимание, в них подробно рассмотрена торговля байховым чаем. Авторы объединяет то, что они писали о современных им процессах, следовательно, характер работ носит аналитический характер и позволяет рассматривать их одновременно и в качестве источников, и в качестве исследовательского опыта.

Советский период отмечен снижением внимания к истории российской торговли в Ханькоу, хотя выходило не мало важных трудов по торговым связям России с империей Цин (Сладковский, 1974). Возрождением интереса к российскому бизнесу в цинском Китае отмечен постсоветский и современный периоды. Проблема российской чайной торговли в Ханькоу в разных ракурсах рассматривалась в статьях А.Н. Хохлова, В.Г. Дацышена, Н.Г. Фильшина (Дацышен, 2012; Хохлов, 2012; Фильшин, 2018). Особое внимание этой проблеме уделила в своих статьях В.Г. Шаронова. Автор рассматривает историю русских торговых домов и фабрик в Китае, содержание чайной продукции в русско-китайской торговле, особенности экспортно-импортных операций (Шаронова, 2017; Шаронова, 2019а; Шаронова, 2019б). Отдельно стоит выделить работы Ю.С. Христолюбовой, углубленно изучающей российский чайный бизнес в Ханькоу во второй половине XIX – начале XX вв. (Христолюбова, 2019а; Христолюбова, 2019б).

Зарубежные авторы также не обошли рассматриваемую тему стороной. Подчеркнем труд Т. Чу, в котором на основе китаезычного материала изучена иностранная торговля в центральных и южных провинциях империи Цин (Chu, 1936). Вильям Роу провел большое исследование социально-экономической истории Ханькоу, в том числе затрагивая аспект иностранного бизнеса в этом порту (Rowe, 1989). Об особенностях чайного дела российских торговых домов писал Хао Йенпин, сравнивая их деятельность с прочими иностранными торговцами в Китае (Hao, 1992). Исследование чайной торговли Российской империи провела Аудра Джо Йодер (Yoder, 2016). При основном внимании данного автора к внутреннему чайному рынку России А. Дж. Йодер затрагивает также вопросы доставки чайной продукции из Китая, покупки его в китайских портах. Продолжают изучение чайной торговли империи Цин и современные китайские авторы. Вполне закономерно, что большое внимание исследователей привлекает российское присутствие в Ханькоу, так как в период

конца XIX – начала XX вв. именно торговые дома из России добились здесь наибольших коммерческих успехов (Du, 2000; Guo, 2006).

Однако при таком внимании мировой историографии к истории чайной торговли Китая и к российскому участию в этом процессе многие отдельные аспекты еще не получили должного освещения. Детали операций российских торговых домов в Ханькоу являются одной из таких историографических лакун, заполнить которые можно с помощью привлечения малоизученных или не рассматриваемых ранее источников.

4. Результаты

4.1. Используемые китайские обозначения мер, стоимости и веса, транскрипция имен и топонимов

В привлеченных источниках используется несколько основных китайских обозначений мер стоимости и веса. Лян (兩) – ключевая серебряная денежная единица Китая и одновременно мера веса серебра. Курс ляна постоянно менялся и был разным для различных пунктов империи Цин, в среднем он составлял около 1,5 рублей во второй половине XIX в. В дореволюционной литературе лян транскрибировался на монгольский манер – «лан». Фынь (分) – мелкая денежная единица, 1/100 ляна, в источниках транскрибируется без смягчения (фын). Цзинь (斤) – мера веса, 500 граммов, в источниках и литературе фигурирует под транскрипцией «гин». Пикуль (в Китае – дань, 担) – мера веса, распространенная в Юго-Восточной и Восточной Азии, около 60 кг.

Используемые материалы наполнены данными о различных местах долины реки Янцзы, где выращивался чай для торговли в Ханькоу. В статье топонимы приведены в той транскрипции, в которой они даются в источниках.

4.2. Производство и транспортировка байхового чая

Для торговли в Ханькоу большое значение имело время сбора чая. Так, чай 1-го сбора приготавливался из листа, собранного в конце марта или начале апреля (именно первосборные чаи были самыми дорогими на рынке); чай 2-го сбора – конец мая, июнь; чай 3-го сбора – август (самый дешевый байховый чай) (Павильон кяхтинского купечества, 1896: 7). Прежде чем попасть на рынок в Ханькоу, байховый чай на плантации проходил поэтапную систему обработки руками китайских крестьян: сушка – собранный чайный лист перебирали, удаляя наиболее крупные листья, и выносили сушить на солнце; скручивание – подсушенный на солнце чай жали до тех пор, пока листья не начнут скручиваться; просушивание в корзинах – чай насыпали в бамбуковые корзины с двойным дном (так, чтобы чай не доставал до дна корзины), которые подвешивали над сковородками с раскаленными углями.

Полуобработанный чайный лист крестьяне продавали фабрикантам, и уже на фабрике начинался процесс изготовления байхового чая: просушивание – чай подогревали в корзинах, которые ставились в заполненные углями углубления на полу, чай при этом постоянно перемешивали руками, не позволяя ему стать горячим; просеивание – происходило по очереди через 10 бамбуковых сит (первое сито – самое широкое, последнее – наиболее мелкое); вывешивание – очищение от мусора; перебирание – очищение от оставшихся еще сучков и стеблей; просушивание – повторное в бамбуковых корзинах на углях, как и на первом фабричном этапе; укупорка – остывший чай насыпали в ящики (Попов, 1870: 15-18; Субботин, 1892: 11-12; Чу, 1936: 21-26; Шаронова, 2017).

Китайский чай укупоривали в различные по вместимости контейнеры. Среди них были: *ящички* – вместимостью от 102 до 108 фунтов, *полуящички* – от 67 до 70 фунтов и *четвертьящички* – вместимостью от 25 до 27 фунтов (Субботин, 1892: 314). Байховый чай на рынок Ханькоу китайские купцы доставляли в полуящичках для продажи иностранцам. Купившие чайные партии русские торговые дома отправляли чай в Россию либо морским путем, оставляя при этом чай укупоренным в полуящички, либо сухопутно через Тяньцзинь в Кяхту, но уже перегрузив чай из полуящичков в ящички (что было удобнее, учитывая особенности сухопутной отправки товара). Для последних операций в начале 80-х гг. XIX в. в Ханькоу у русских купцов имелись собственные склады, где чай упаковывали для вывоза в Кяхту (АВПРИ. Ф. 161. Оп. 35. Д. 2. Л. 17). Самостоятельным этапом купли-продажи на рынке Ханькоу являлась чайная экспертиза – проверка качества привезенного продукта. Этот труд брали на себя *тестеры* (tea-taster), в большинстве случаев европейцы, которые за многие годы стали экспертами в чайном деле (Субботин, 1896: 297).

4.3. Ханькоуский чайный рынок: особенности купли-продажи и ценообразования

Китайские предприниматели доставляли в Ханькоу чай 1-го, 2-го или 3-го сбора соответственно со временем урожая, то есть в апреле, мае, июне или августе. Открывался рынок продаж чай *первого сбора*. Купец предлагал свою цену, достаточно высокую, чтобы окупить все затраты на долгое производство байхового чая и получить прибыль. Дальше начиналось самое интересное: либо иностранцы не выдерживали и начинали скупать чай по китайской цене, либо же торговые дома проявляли терпение, и тогда китайцы могли снижать изначально заявленные цены. Купить чай по китайской цене порой было в интересах иностранцев, поскольку первые покупки обещали лучшие сорта. С другой стороны, такие уступки могли повлечь за собой установление на рынке высоких цен

на китайский чай: «цены на байховые чай в 1875 году были безобразно дороги, причина повышения заключалась в том, что на высокие чай в 1874 г. владельцы получили значительные барыши; рассчитывая впредь на таковые они не ограничивали цен. Одним из набивателей цен был торговый дом Кноп (немецкий торговый дом – авторы), имевший крупный заказ от мелких кноповских чаоторговцев. Стараясь удовлетворить их сполна, он мало обращал внимания на цены и переплачивал дороже прочих» (Скальковский, 1883: 274).

В Таблице 1 приведены цены на байховый чай первого и второго сбора, который доставлялся в Ханькоу с плантаций ближайших провинций.

Таблица 1. Цены на чай 1-го и 2-го сбора на рынке Ханькоу, лян, фынь (ОР РГБ. Ф. 273. К. 14. Ед. хр. 3. Л. 65-67, 147-153, 157-162, 177-186, 193-209, 236-238; Скальковский, 1883: 259-269)

Год	1-й сбор			2-й сбор		
	Чай	Мин. цена	Макс. цена	Чай	Мин. цена	Макс. цена
1873	Нин-чау	41 1/2	48	Лучшие ¹	22 1/2	24 1/2
	Чан-шоу-гай	31	40 1/2	Средние	16	20
	Ян-лоу-дун	26	23	Низкие	12	13 3/4
	Чун-янские	27	40			
	Онфа	31	33			
	Хунаньские	23 1/2	27			
	Сянгамские	13 1/2	15 1/2			
1876	Нинцзясы	24 1/4	27	Хорошие	23	24 1/2
	Янлоусы			Подходящие	21 1/2	22 1/2
	Янлоудунские	29 1/2	33	Средние	19	21
	Чуньянские	31 1/2	37	Низкие	15 1/2	17
	Линьчжоуские	40	59 1/2			
	Онфа	30 1/2	37			
	Сянгамские	18	25			
	Чаншоугайские	33	37			
1877	Линьчжоуские	44	48	Янлоудунские	14 1/2	17 1/2
	Аньхуйские	30	35	Чуньянские	16	19
	Чаншоугайские	28	29	Чуншаугайские	18	19 1/2
	Янлоудунские	25	30			
	Хунаньские	23	24			
	Сянгамские	16 1/2	20			
<i>Вторые и третьи партии:</i>						
	Линьчжоуские	26	31			
	Чаншоугайские	16	22			
	Янлоудунские	15 1/2	19			
	Чуньянские	18	23			
	Аньхуйские	23	27			
	Пингайские	14	16			
	Сянгамские	10	16 1/2			
1878	Линьчжоуские	25	49	Чуньянские	17 1/2	23
	Янлоудунские	24	27	Янлоудунские	18 3/4	22
	Ницзясы	19	23	Чаншугайские	21 1/2	27 л. 60 ф.
	Лоуянские	18 3/4	30	Ванкайские	18	21 1/2
	Туньшанские	25	34	Туньшанские	22	27
	Пинцзянь	22	27	Ницзясы	15	20
	Лайлинские	18	23 1/2	Сянгамские	10 1/2	11 1/2
	Сянгамские	16	18	Хубэйские	13 л. 20 ф.	24
	Аньхуйские	27	34	Линьчжоуские	18	26 1/2
	Сянгамские	11	12			

¹ Для чая второго сбора источники в данном случае указывают только качество продукта, а не его происхождение.

<i>Вторые и третьи партии</i>						
	Линьчжоуские	19 1/2	38			
	Хахоу	19	31			
	Хубэйские	18	29 1/2			
	Аньхуа	15	30			
	Саньтамские	11	18			
1879	Линьчжоуские	12	27	Ниньчжоуские	18	25
				Чуньянские	14	17
				Аньхуа	11	22
1880	Линьчжоу	28 1/4	52	Хубэйские	10 1/4	12 3/4
	Аньхоу	26 1/2	32 1/2	Хунаньские	10 л. ф.	10 11
	Янлоудун	23 1/3	18	Аньхоуские	12 3/4	13
	Туньшань	25 1/4	30 1/4	Сянтамские	9	9 3/4
	Лилинь	19 1/4	22 1/3			
	Чуньянь	25	28 1/5			
	Ванкоу	20	24 1/2			
	Сянтам	15 1/2	16			
	Ницзясы	20 1/4	21 1/4			
1881	Линьчжоуские	23 л. ф. 50	52	Янлоудунские	12 л. ф. 40	14 л. ф. 50 ф.
	Кокаутские	16 л. ф. 50	20	Чаншоугайские	14 л. ф. 75	16 л. ф. 40 ф.
	Вупакские	16 л. ф. 25	29	Онфа	15	20
	Хунаньские	15 л. ф. 25	29			
	Ванкайские	25 л. ф. 50	38			
	Сянтамские	12				
1882	Линьчжоуские	21	54	Онфа	15 л. ф. 50	18 л. ф. 75 ф.
	Ханькоуские	17	21	Янлоудунские	12 л. ф. 50	15
	Вупакские	15 л. ф. 95	30 л. ф. 50 ф.	Ницзясы	12	13
	Хунаньские	15	29	Чаншоугайские	14	17
	Онфа	23 л. ф. 25	35 л. ф. 50 ф.			
	Сянтамские	11 л. ф. 90	13			

Чай поступал в Ханькоу из самых различных областей провинции Хубэй, а также с плантаций Хунань, Цзянси, Аньхуэй и Сычуань. Как правило, названия местностей, где выращивался чай, давали и название привозимым сортам: Линьчжоуские, Янлоудунские, Хубэйские, Сянтамские и др. (Субботин, 1892: 49, 316). Кроме того, в Ханькоу один и тот же сорт чая мог поступать двумя и даже тремя партиями, что сказывалось на цене. Стоимость ежегодно подвергалась значительным колебаниям. Если в 1877 г. минимальная цена на самый дорогой линьчжоуский чай достигала 44 лян за пикуль, то уже в 1878 г. она падала до 25 лян за пикуль (Таблица 1). В 1879 г. линьчжоуский чай продавался не выше 27 лян за пикуль, но уже на следующий год его стоимость поднималась до 52 лян. Чай второго сбора был заметно дешевле в сравнении с первосборным: его максимальная цена редко превышала 20 лян за пикуль, а на самый дешевый второсборный чай цена могла быть 10 лян и ниже (Таблица 1).

Рынок чая третьего сбора открывался в конце июля – начале августа или даже осенью – в сентябре и октябре. Поскольку поздний урожай чайного листа уступал по своим вкусовым качествам первосборному и второсборному чаю, цены на байховый третьесборный были ниже, чем у весеннего и раннелетнего. В 1873 г. хубэйские чаи стоили от 16 1/2 до 18 лян за пикуль, хунаньские –

от 13 до 17 лян, и сянтамские – от 10 до 11 2/4 лян (в этом же году цены на чай второго сбора различались от 12 до 24 1/2 лян за пикуль) (ОР РГБ. Ф. 273. К. 14. Ед. хр. 3. Л. 178). В 1877 г. сянтамские чай третьего сбора продавались по 6 1/2 лян за пикуль, аньхуэйские и тоуюнские – по 17 1/2 лян за пикуль (второсборные от – 13 до 19 1/2 лян за пикуль) (ОР РГБ. Ф. 273. К. 14. Ед. хр. 3. Л. 181об.). В 1878 г. хубэйские чай третьего сбора стоили от 12 3/4 лян до 15 1/4 лян за пикуль, а сянтамские – от 10 лян до 12 лян за пикуль (цены на второсборные были 10 1/2 лян до 27 лян) (Скальковский, 1883: 265). По приведенным данным заметно, что цены третьесборного и второсборного чая различались, но без большого разрыва. Часто цены на дорогие сорта третьесборного чая были выше цен низких сортов чая второго сбора.

Рыночная цена байхового чая в большинстве случаев зависела от соотношения спроса и предложения. Но в то же время можно выделить ряд факторов, которые влияли на колебание стоимости товара. Среди них:

1) Погодно-климатические условия. Они влияли на объем урожая и качество чая. К примеру, летняя продолжительная засуха 1873 г. стала причиной плохого качества второсборных и третьесборных чаев, что привело к снижению цен (ОР РГБ. Ф. 273. К. 14. Ед. хр. 3. Л. 178). Высокие цены на большинство сортов чая в 1878 г. объяснялись холодной зимой этого же года, не позволившей собрать большой урожай. В 1884 г. теплая весна и ясная погода стали причиной высокого качества первосборного чая, тогда как дождливая погода лета этого же года заметно снизила качество чая второго и третьего сбора (РГИА. Ф. 20. Оп. 7. Д. 107. Л. 170б.).

2) Международный курс на серебро. Поскольку именно серебро составляло основу китайского лян, колебания международного курса серебра немедленно отражалось на чайном рынке: «Случившийся кризис на серебро (в 1876 г. – авторы) вследствие натянутых отношений между Китаем и Англией и значительный подвоз из гор чаев сильно повлияли на понижение цен, так как сянтамские чай даже за 8 лян не находили покупателей, и чаевладельцы вынуждены были послать свои чай в Шанхай, но и там они потерпели фиаско» (РГИА. Ф. 20. Оп. 7. Д. 107. Л. 262). В 1893 г. произошел обвал стоимости серебра на международном рынке, что «заметно отразилось на торговле Китая, где все сделки производятся исключительно на серебро» (АВПРИ. Ф. 143. Оп. 1. Д. 396. Л. 124об.).

3) Конъюнктура рынка Лондона долгое время играла большую роль в формировании чайных цен в Ханькоу. Успех или неудача продажи чая того или иного сбора и цены, которые устанавливались на байховый чай в Лондоне, незамедлительно сказывались на чайном рынке в Китае. После плохой продажи высоких сортов байхового чая в Лондоне в 1869 г. торговые дома не спешили покупать чай по установленным китайцами ценам. Проявив терпение, иностранцы добились сокращения цен на первосборные чай с 27-31 лян до 2-3 лян. Китайцы-чаевладельцы, чтобы удержать цены, отправили большую часть своего товара (на 114 341 рублей) в Шанхай, но в итоге все равно понесли огромные убытки. Решив, что в этом году их борьба за цены на ханькоуском рынке с иностранцами проиграна, китайцы значительно сократили заказы на изготовление второсборных чаев. Но снова не предугадали варианты развития событий: «вслед за прекращением выделки чаев 2-го сбора была получена телеграмма из Лондона, извещавшая о повышении цен на чай средние и низкие и о заявленных на них требованиях» (О русской торговле в Ханькоу за 1869 год, 1870: 4). В Китае мгновенно выросли цены на чай, который теперь иностранцы стали покупать нарасхват. В свою очередь, китайские купцы стали отправлять большие заказы на фабрики, где, ввиду нехватки хорошего чайного листа, производители стали скупать самый дешевый материал. Результатом стало то, что «достоинство низких чаев прошлого года (1869) оказалось таким низким, какого еще не бывало» (О русской торговле в Ханькоу за 1869 год, 1870: 5).

4) Конкуренция торговых домов зачастую оказывала наибольшее влияние на формирование чайных цен. Покупатели-иностранцы в Ханькоу боролись за лучшие партии чая между собой и одновременно с высокими ценами, которые предлагали китайцы. Показательный случай произошел в 1888 г.: «через три дня по подаче образцов одна английская фирма, покупающая чай для России, желая насолить вновь учредившейся русской фирме для которой прежде она была поставщиком чая (фирме Братья К. и С. Поповы – авторы), купила небольшую партию, заплатив давно небывалую цену – 60 лян за пикуль. Братья К. и С. Поповы немедленно же купили другую партию по той же цене и рынок открылся за этими высокими ценами. Старые русские фирмы обеспечившись чаем еще до начала сезона не торопились покупать и выжидали последние цены, случайно приобретая ту или другую подходящую партию. Большую часть первого сбора купили потому английские и немецкие фирмы для лондонского и русского рынка по высоким ценам» (АВПРИ. Ф. 143. Оп. 1. Д. 396. Л. 57).

4.4. Конкуренция с Шанхаем и российское направление экспорта

Сохранить высокие цены на чай было задачей китайских купцов, привозивших свой товар на рынок Ханькоу. Однако нередко дело на рынке оборачивалось в пользу иностранцев, и цены на чай падали. Тогда китайцы-чаевладельцы отправляли свой товар на рынок в Шанхай, где еще оставалась возможность его продать по приемлемым для купцов ценам (Скальковский, 1883: 269). Шанхайский рынок, таким образом, составил существенную конкуренцию Ханькоу: «значение Шанхайского рынка как рынка чайного стало возрастать с 1867 года; в этот год было отправлено туда 85 000 ящ.,

в 1868 году отправка простиралась до 123 657 ящ., а в 1869 году было отправлено до 296 546 ящ. Причина таких значительных отправок в Шанхай заключается в том, что наибольшая часть чаепроизводителей и фабриковладельцев в Нингау (Лин-чжеу), Хо-хоу, Сянтаме и Лайлине суть шанхайские купцы, а потому и предпочитают продажу своих чаев на своем рынке» ([О русской торговле в Ханькоу за 1869 год. 1870: 6](#)). С конца 60-х гг. XIX в. можно увидеть рост отправок чайных партий из Ханькоу в Шанхай: в 1867 г. в Шанхай было отправлено из Ханькоу 83 000 ящиков чая, в 1868 г. – 123 657, в 1870 г. – 366 630, в 1871 г. – 346 824, в 1872 г. – 249 119, в 1873 г. – 288 779 ящиков. Для сравнения: в 1873 г. всего было изготовлено и привезено в Ханькоу 826 117 ящиков, полуящиков и четвертьящиков. Следовательно, доля отправок на рынок Шанхая составила не менее 30% от общего количества ([ОР РГБ. Ф. 278. К. 14. Ед. хр. 3. Л. 178](#)).

В начале 80-х гг. XIX в. стал все чаще подниматься вопрос о перенесении чайного рынка из Ханькоу в Шанхай. В Шанхае располагался центр сбора таможенных пошлин для торговли, осуществлявшейся вдоль Янцзы, и перемещение чайного рынка в этот порт усилило бы английский контроль над торговлей Китая ([АВПРИ. Ф. 161. Оп. 35. Д. 2. Л. 160б.](#)). Однако оппозиция со стороны английских же торговых домов и судовладельцев помешала осуществить данный проект. Консул П.А. Дмитриевский указывал на то, что от подобного смещения рынка проиграли бы и русские торговые дома, которые уже успели прочно обосноваться в Ханькоу ([АВПРИ. Ф. 161. Оп. 35. Д. 2. Л. 17](#)).

В последней четверти XIX в. Россия стала главным потребителем байхового чая из Китая. Но произошло это постепенно ([Таблица 2](#)).

Таблица 2. Экспорт байхового чая в 1868–1876 гг., лян ([ОР РГБ. Ф. 273. К. 14. Ед. хр. 3. Л. 1940б.](#))

Год	Вывоз в Россию	Общий экспорт
1868	430 330	нет данных
1869	1 274 831	нет данных
1870	858 354	8 672379
1871	985 139	10 712621
1872	2 084 397	11 769762
1873	2 313 940	12 021078
1875	2 154 566	12 008903
1876	2 028 963	12 961300

В течение 70-х г. XIX в. доля России в экспорте байхового чая из Ханькоу едва превышает 10 % от общей суммы вывоза чая ([Таблица 2](#)). Но в 1880-е гг. ситуация меняется. Объем русским покупок байхового чая на рынке Ханькоу в это время начинает медленно, но верно обгонять количество покупок чая для Англии и США ([Таблица 3](#)).

Таблица 3. Байховый чай, купленный на рынке Ханькоу в 1883–1889 гг., % ([АВПРИ. Ф. 143. Оп. 491. Д. 396. Л. 59. Л. 710б.](#))

Год	Куплено для России	Куплено для Англии и США	Отправлено в Шанхай
1883	37 1/3 %	46 1/3 %	16 1/3 %
1884	34 %	53 %	13 %
1885	29 %	61 %	10 %
1886	37 %	52 %	11 %
1887	38 %	41 1/2 %	20 1/2 %
1888	46 %	42 1/2 %	11 1/2 %
1889	46%	34 1/4 %	19 %

В 1883 г. количество купленного для России байхового чая уступало покупкам товара для Англии и США, составив 37 1/3%. Но уже к концу 80-х гг. этот же процент превысил объем английских и американских покупок, составив 46% против 34 1/4 %. Значительное количество чая отправлялось китайцами в Шанхай – от 10% и до 20 1/2% от общего объема купленного продукта ([Таблица 3](#)).

Среди иностранных фирм, покупающих байховый чай в Ханькоу, в 1884-1885 гг., лидером по объемам закупок стал русский торговый дом «Пятков, Молчанов и Ко» (145 238 полуящиков чая), за ним располагались «Мэтланд и Ко» (125 981 1/2 ящиков), «Токмаков, Молотков и Ко» (96 659 1/2 ящиков), англичане «Jardine, Matheson & Co» (62 755 1/2 ящиков) и другие фирмы ([Коммерческое сведение о ханькоуском рынке, 1885](#)). Во второй половине 80-х гг. XIX в. «Токмаков, Молотков и Ко» опережают «Мэтланд и Ко» в покупках чая, и к началу 1890-х гг. русские торговые

дома стали очевидными лидерами чайного рынка Ханькоу: в 1890 г. фирма «Пятков, Молчанов и Ко» купила 135,9 тысяч ящиков чая, «Токмаков, Молотков и Ко» – 135 тысяч ящиков. И третьей фирмой по объемам закупок стала «Jardine Matheson & Co» – 36,9 тысяч ящиков чая (Субботин, 1892: 310).

5. Заключение

В Ханькоу во второй половине XIX в. происходил процесс международных торговых отношений, где главным продуктом являлся байховый чай. Торговля этим продуктом осуществлялась многоступенчато.

Непосредственным производителем чайного листа на плантации выступал китайский крестьянин, который сбывал сырой продукт китайцам-фабрикантам. На фабрике чайный лист проходил обработку и в упакованном виде отправлялся в Ханькоу. Промежуточными лицами на этой стадии выступали компрადоры со стороны китайцев и маклеры – со стороны иностранцев.

Порт Ханькоу представлял собой сборный пункт для чая с плантаций провинций Хубэй, Хунань, Цзянси и Аньхуэй. На рынке покупателями выступали иностранные торговцы дома. Под влиянием совокупности факторов формировалась цена чая, она разнилась в зависимости от сборов и сортов. Процесс купли-продажи сопровождался конкуренцией иностранных фирм за лучшие сорта чая и постоянной игрой цен на него. Китайцы стремились сохранить как можно более высокую стоимость продукта, а иностранцы – ее сбить.

В рассматриваемое время Шанхай стал конкурентом чайного рынка Ханькоу. Китайские купцы отправляли значительную часть своей продукции на шанхайский рынок, поднимался вопрос о перенесении чайного рынка в Шанхай, однако центром чайной торговли Китая во второй половине XIX в. оставался Ханькоу. В 80-90-е гг. XIX в. лидерами чайной торговли в Ханькоу стали русские торговцы дома.

Таким образом, на чайном рынке в Ханькоу во второй половине XIX в. мы наблюдаем систему торговых отношений, которая долгие годы связывала Китай с внешним миром. В рамках этой системы важным является факт успеха русской торговли. Он – исторический пример сочетания профессионализма русских коммерсантов и значимости российского рынка для китайской продукции.

6. Благодарности

Исследование выполнено при финансовой поддержке Министерства науки и высшего образования Российской Федерации в рамках Программы развития Уральского федерального университета имени первого Президента России Б.Н. Ельцина в соответствии с программой стратегического академического лидерства «Приоритет-2030».

The research funding from the Ministry of Science and Higher Education of the Russian Federation (Ural Federal University Program of Development within the Priority-2030 Program) is gratefully acknowledged.

Литература

АВПРИ – Архив внешней политики Российской империи.

Дацьшен, 2012 – *Дацьшен В. Г.* Русские в Ханькоу: из истории русско-китайских отношений второй половины XIX – первой половины XX в. (по архивным и книжным фондам Москвы, Сибири, Дальнего Востока и Китая) // *Россия и Китай. Научные и культурные связи (по материалам архивных, рукописных, книжных и музейных фондов)*. Вып. 2. Санкт-Петербург: Альфарет, 2012. С. 67-80.

Коммерческое сведение о ханькоуском рынке, 1885 – Коммерческое сведение о ханькоуском рынке. 1885. №1. 3 с.

Коростовец, 1898 – *Коростовец И.Я.* Китайцы и их цивилизация. Санкт-Петербург: Н. Аскарханов, 1898. 625 с.

Лю Цзацы, 2010 – *Лю Цзацы.* Чайная торговля между Россией и Китаем // *Мир Евразии*. 2010. №3. С. 63-75.

О русской торговле в Ханькоу за 1869 год, 1870 – О русской торговле в Ханькоу за 1869 год. Москва: университетская типография, 1870. 13 с.

ОР РГБ – Отдел рукописей Российской государственной библиотеки.

Павильон кяхтинского купечества, 1896 – Павильон кяхтинского купечества. Санкт-Петербург: Коммерческая скоропечатная преем. Евгения Тиле, 1896. 69 с.

Попов, 1870 – *Попов К.А.* О чае и его приготовлении русскими в Китае. Москва: Тип. И.Н. Кушнерова, 1870. 33 с.

РГИА – Российский государственный исторический архив.

Скальковский, 1883 – *Скальковский К.А.* Русская торговля в Тихом океане: экономическое исследование русской торговли и мореходства в Приморской области, Восточной Сибири, Корее, Китае, Японии и Калифорнии. Санкт-Петербург: Тип. А. С. Суворина, 1883. 515 с.

Сладковский, 1974 – *Сладковский М.И.* История торгово-экономических отношений народов России с Китаем (до 1917 г.). Москва: Наука, 1974. 363 с.

- Соколов, 2011** – Соколов И.А. Чай и чайная торговля в России: 1790 – 1919 гг. Москва: Спутник+, 2011. 493 с.
- Субботин, 1892** – Субботин А.П. Чай и чайная торговля в России и других государствах: производство, потребление и распределение чая. Санкт-Петербург: А. Г. Кузнецов, 1892. 706 с.
- Фильшин, 2018** – Фильшин Н.Г. Торговая деятельность русских купцов в Ханькоу / *Вагановские чтения: материалы IX регион. науч.-практ. конф., посвящ. 425-летию города Тары (г. Тара, 5–6 апреля 2018 года)*. Омск: Амфора, 2018. С. 97-103.
- Хохлов, 2012** – Хохлов А.Н. Торговля и предпринимательская деятельность россиян в Китае во второй половине XIX в. // *Российская история*. 2012. № 3. С. 144-152.
- Христолюбова, 2019а** – Христолюбова Ю.С. К вопросу о существовании русских чайных плантаций на территории Китая 1860-1929 гг. // *Современная научная мысль*. 2019. № 5. С. 61-67.
- Христолюбова, 2019б** – Христолюбова Ю.С. Становление международного рынка чайной торговли в Ханькоу во второй половине XIX в. // *Восток. Афро-азиатские общества: история и современность*. 2019. № 3. С. 79-90.
- Шаронова, 2017** – Шаронова В.Г. Чайная продукция в русско-китайской торговле на рубеже XIX-XX веков / Цыбик чайной истории. Очерки истории русско-китайской чайной торговли. – Москва; Санкт-Петербург: Центр гуманитарных инициатив, 2017. С. 11-27.
- Шаронова, 2019а** – Шаронова В.Г. Русские торговые дома и фабрики в южных провинциях Китая – форпосты русско-китайской чайной торговли (1870 г. – первое десятилетие XX в.) // *Китай в мировой и региональной политике. История и современность*. 2019. № 24. С. 401-415.
- Шаронова, 2019б** – Шаронова В.Г. Экспортно-импортные операции русско-китайской чайной торговли (с середины XIX до начала XX века) / *Сибирское купечество: истоки, деятельность, наследие: материалы Третьей Всерос. науч. конф., г. Томск, 21–23 сентября 2018 г.* Томск: Изд-во ТГАСУ, 2019. С. 241-250.
- Chu, 1936** – Chu T. The trade in Central China. Shanghai: China Institute of Pacific Relations, 1936. 359 p.
- Du, 2000** – Du H. Tea and Hankow market in the Ch'ing period : PhD diss. Wuhan University. Wuhan, 2000.
- Guo, 2010** – Guo F. Tea trade system change of Qing dynasty and government administration: PhD diss. Shanxi University. Taiyuan, 2010.
- Hao, 1992** – Hao Y. The commercial revolution in Nineteenth-Century China. The rise of Sino-Western mercantile capitalism. Berkeley : Univ. of California Press, 1992. 380 p.
- Rowe, 1989** – Rowe W. Hankow: conflict and community in a Chinese city, 1796–1895. Stanford: Stanford university press, 1989. 440 p.
- Youder, 2016** – Yoder A.J. Tea time in Romanov Russia: a cultural history, 1616–1917: PhD diss. The University of North Carolina. Chapel Hill, 2016. 358 p.

References

- AVPRI** – Arhiv vneshnej politiki Rossijskij imperii [Archive of Foreign Policy of the Russian Empire].
- Chu, 1936** – Chu, T. (1936). The trade in Central China. Shanghai: China Institute of Pacific Relations, 359 p.
- Datsyshen, 2012** – Datsyshen, V.G. (2012). Russkie v Han'kou: iz istorii russko-kitajskih otnoshenij vtoroj poloviny XIX – pervoj poloviny XX v. (po arhivnym i knizhnym fondam Moskvyy, Sibiri, Dal'nego Vostoka i Kitaya) [Russians in Hankou: from the history of Russian-Chinese relations of the second half of the 19th – first half of the 20th centuries (based on archival and book collections of Moscow, Siberia, the Far East and China)]. *Rossiya i Kitai. Nauchnye i kul'turnye svyazi (po materialam arkhivnykh, rukopisnykh, knizhnykh i muzeinykh fondov)*. Vyp. 2. Sankt-Peterburg: Al'faret, pp. 67-80. [in Russian]
- Du, 2000** – Du, H. (2000). Tea and Hankow market in the Ch'ing period : PhD diss. Wuhan University. Wuhan.
- Filshin, 2018** – Filshin, N.G. (2018). Trade activities of Russian merchants in Hankou [Torgovaya deyatel'nost' russkih kupcov v Han'kou]. *Vaganovskie chteniya: materialy IX region. nauch.-prakt. konf., posvyashch. 425-letiyu goroda Tary (g. Tara, 5–6 aprelya 2018 goda)*. Омск: Амфора, pp. 97-103. [in Russian]
- Guo, 2010** – Guo, F. (2010). Tea trade system change of Qing dynasty and government administration : PhD diss. Shanxi University. Taiyuan.
- Hao, 1992** – Hao, Y. (1992). The commercial revolution in Nineteenth-Century China. The rise of Sino-Western mercantile capitalism. Berkeley : Univ. of California Press, 380 p.
- Khokhlov, 2012** – Khokhlov, A.N. (2012). Torgovlya i predprinimatel'skaya deyatel'nost' rossiyan v Kitae vo vtoroj polovine XIX v. [Trade and entrepreneurial activity of Russians in China in the second half of the 19th century]. *Rossiiskaya istoriya*. 3: 144-152. [in Russian]
- Khristolyubova, 2019а** – Khristolyubova, Yu.S. (2019). K voprosu o sushchestvovanii russkih chajnyh plantacij na territorii Kitaya 1860-1929 gg. [On the issue of the existence of Russian tea plantations in China in 1860-1929]. *Sovremennaya nauchnaya mysl'*. 5: 61-67. [in Russian]

- [Khristolyubova, 2019b](#) – *Khristolyubova, Yu. S.* (2019). Stanovlenie mezhdunarodnogo rynka chajnoj trgovli v Han'kou vo vtoroj polovine XIX v. [The formation of the international tea trade market in Hankou in the second half of the 19th century]. *Vostok (Oriens)*. 3: 79–90. [in Russian]
- [Kommercheskoe svedenie o han'kouskom rynke, 1885](#) – Kommercheskoe svedenie o han'kouskom rynke. [Commercial information about the Hankou market]. 1885. №1, 3 p. [in Russian]
- [Korostovets, 1898](#) – *Korostovets, I.Ya.* (1898). Kitajcy i ih civilizaciya [The Chinese and their civilization]. Sankt-Peterburg: N. Askarkhanov, 625 p. [in Russian]
- [Liu Zaitsi, 2010](#) – *Liu Zaitsi* (2010). Tea trade between Russia and China. *Mir Evrazii*. 3: 63–75. [in Russian]
- [O russkoj trgovle v Han'kou za 1869 god, 1870](#) – O russkoj trgovle v Han'kou za 1869 god [About Russian trade in Hankou for 1869]. oskva: universitetskaya tipografiya, 1870. 13 p. [in Russian]
- [OR RGB](#) – Otdel rukopisej Rossijskoj gosudarstvennoj biblioteki [Department of Manuscripts of the Russian State Library].
- [Pavil'on kyahtinskogo kupechestva, 1896](#) – Pavil'on kyahtinskogo kupechestva [Pavilion of the Kyakhta merchants]. Sankt-Peterburg: Kommercheskaya skoropechatnaya preem. Evgeniya Tile, 1896. 69 p. [in Russian]
- [Popov, 1870](#) – *Popov, K.A.* (1870). O chae i ego prigotovlenii russkimi v Kitae [About tea and its preparation by Russians in China]. Moskva: Tip. I.N. Kushnereva, 33 p. [in Russian]
- [RGIA](#) – Rossijskij gosudarstvennyj istoricheskij arhiv [Russian state historical archive].
- [Rowe, 1989](#) – *Rowe, W.* (1989). Hankow: conflict and community in a Chinese city, 1796–1895. Stanford: Stanford university press, 440 p.
- [Sharonova, 2017](#) – *Sharonova, V.G.* (2017). Chajnaya produkcija v russko-kitajskoj trgovle na rubezhe XIX–XX vekov [Tea products in Russian-Chinese trade at the turn of the 19th – 20th centuries]. Sibirskoe kupechestvo: istoki, deyatel'nost', nasledie: materialy Tret'ei Vseros. nauch. konf., g. Tomsk, 21–23 sentyabrya 2018 g. Tomsk: Izd-vo TGASU, pp. 11–27. [in Russian]
- [Sharonova, 2019a](#) – *Sharonova, V.G.* (2019). Russkie trgovye doma i fabriki v yuzhnyh provinciyah Kitaya – forposty russko-kitajskoj chajnoj trgovli (1870 g. – pervoe desyatiletie XX v.) [Russian trading houses and factories in the southern provinces of China – outposts of the Russian-Chinese tea trade (1870 – the first decade of the 20th century)]. *Kitai v mirovoi i regional'noi politike. Istoriya i sovremennost'*. 24: 401–415. [in Russian]
- [Sharonova, 2019b](#) – *Sharonova, V.G.* (2019). Eksportno-importnye operacii russko-kitajskoj chajnoj trgovli (s serediny XIX do nachala XX veka) [Export-import operations of the Russian-Chinese tea trade (from the mid-19th to the beginning of the 20th century)]. Sibirskoe kupechestvo: istoki, deyatel'nost', nasledie: materialy Tret'ei Vseros. nauch. konf., g. Tomsk, 21–23 sentyabrya 2018 g. Tomsk: Tomsk: Izd-vo TGASU, pp. 241–250. [in Russian]
- [Skalkovskiy, 1883](#) – *Skalkovskiy, K.A.* (1883). Russkaya trgovlya v Tihom okeane: ekonomicheskoe issledovanie russkoj trgovli i morekhodstva v Primorskoj oblasti, Vostochnoj Sibiri, Koree, Kitae, Yaponii i Kalifornii [Russian trade in the Pacific Ocean: an economic study of Russian trade and navigation in the Primorsky region, Eastern Siberia, Korea, China, Japan and California]. Sankt-Peterburg: Tip. A. S. Suvorina, 515 p. [in Russian]
- [Sladkovskiy, 1974](#) – *Sladkovskiy, M.I.* (1974). Istoriya trgovno-ekonomicheskikh otnoshenij narodov Rossii s Kitaem (do 1917 g.) [History of trade and economic relations between the peoples of Russia and China (before 1917)]. Moskva: Nauka, 363 p. [in Russian]
- [Sokolov, 2011](#) – *Sokolov, I.A.* (2011). Chaj i chajnaya trgovlya v Rossii: 1790 – 1919 gg. [Tea and tea trade in Russia: 1790 – 1919]. Moskva: Sputnik +, 493 p. [in Russian]
- [Subbotin, 1892](#) – *Subbotin, A.P.* (1892). Chaj i chajnaya trgovlya v Rossii i drugih gosudarstvah: proizvodstvo, potreblenie i raspredelenie Chaya [Tea and tea trade in Russia and other countries: production, consumption and distribution of tea]. Sankt-Peterburg: A. G. Kuznetsov, 706 p. [in Russian]
- [Yoder, 2016](#) – *Yoder, A.J.* (2016). Tea time in Romanov Russia: a cultural history, 1616–1917: PhD diss. The University of North Carolina. Chapel Hill, 358 p.

Российское чайное дело в Ханькоу во второй половине XIX в.: операции по покупке байхового чая

Ильдар Рашидович Хамзин ^{a, *}, Рустам Талгатович Ганиев ^a, Антон Владимирович Кочнев ^a

^aУральский федеральный университет, Российская Федерация

* Корреспондирующий автор

Адреса электронной почты: ildar.hamzin1991@mail.ru (И.П. Хамзин)

Аннотация. В статье изучается деятельность российских предпринимателей в китайском порту Ханькоу в рамках покупки байхового чая для российского рынка. Байховый чай являлся товаром, под которым российская дореволюционная литература, источниковая база и статистика понимала наиболее дорогие сорта китайского чая, выращенного и обработанного на китайских плантациях и фабриках и отправляемого для продажи иностранцам в порт Ханькоу. Данный аспект является частным вопросом русско-китайской торговли второй половины XIX в., но представляется важным для более углубленного изучения данной тематики и расширения научных знаний о русско-китайских отношениях в целом. В статье рассмотрены особенности производства и транспортировки байхового чая на рынок Ханькоу, вопросы ценообразования, процесс купли-продажи, факторы, влияющие на торговлю байховым чаем в Ханькоу, аспекты конкуренции чайной торговли Ханькоу с Шанхаем и конкуренции иностранных торговых домов за покупку данного товара и отправки его на российский рынок. В выводах работы обобщены основные результаты проведенного исследования, показано значение участия российских предпринимателей в чайной торговле для русско-китайских отношений рассматриваемого времени.

Ключевые слова: русско-китайская торговля, чайная торговля, байховый чай, Ханькоу, империя Цин.