

《經濟學人》副總編輯、科普作家

湯姆·斯丹迪奇 Tom Standage 著 謝慈 譯

《紐約時報》經典暢銷巨作！

雄踞美國亞馬遜「美食史」、「咖啡與茶」雙料冠軍！

# 歷史 六瓶裝

A History of  
the World in  
6 Glasses

啤酒、葡萄酒、烈酒、咖啡、茶和可樂，  
一字排開，數千年文明史就在你眼前！



何默真 量販女王

沈芸可 Célia 瓶中信葡萄酒品牌主理人

林一峰 蘇格蘭威士忌最高榮譽執杯大師

席耶娜 條通媽媽桑

陳俞嘉 Scott Pasuya mojocoffee 創辦兼主理人

陳秉超 9Bar Coffee 主理人、咖啡師的咖啡師

葉冠廷 金色三麥 執行長

藍大誠 冉冉茶事 品牌創辦人

乾杯推薦 (按姓名首字筆畫排序)

# 歷史 六瓶裝

A History of  
the World in  
6 Glasses

啤酒、葡萄酒、烈酒、咖啡、茶和可樂，  
一字排開，數千年文明史就在你眼前！

《經濟學人》副總編輯、科普作家  
湯姆·斯丹迪奇 Tom Standage 著  
謝慈 譯

獻給我的父母



推薦序

## 一起乾杯，不論你愛的是哪種

《歷史六瓶裝》探究了六種在人類歷史上舉足輕重的飲料，分別是啤酒、葡萄酒、烈酒、咖啡、茶、可樂。除了補充水分之外，這些飲品還有重要的社交與品味的功能，且完全滲透日常生活，至今依然如此。以下情境你一定不陌生。

你熬夜一整晚，抓破頭皮寫提案，可樂不知道灌了幾瓶。儘管疲憊，一進公司，還是得找前輩確認一下要和廠商開會的內容；當然，帶杯手搖茶當作伴手禮是基本的禮貌。到了廠商辦公室，寒暄過後的第一件事，便是品嚐一杯新鮮研磨的咖啡，咖啡因帶給你更多清晰的理性，得以全力應戰。晚上慶功宴上，總算能來點讓你放鬆的飲品！酒精的助興不能少：最不該缺席的絕對是啤酒；有些同事怕脹氣、怕痛風，還是習慣來點葡萄酒就好。喧囂過後，回到自己的小窩，許是意猶未盡，也或許只是需要屬於自己的一絲平靜，你不自覺地又從架上拿下一瓶單一麥芽威士忌。閉上眼睛啜飲幾口「生命之水」，品嚐著這來自蘇格蘭的釀造工藝，也讓自己在鎮日喧囂後，享受屬於自我的勝利。

成年人的體內，平均含有六五％左右的水；在很多狀況下，缺水比缺乏食物更會對人體造成致命的傷害。但在缺乏都市規畫與衛生教育的古代社會，要取得安全無污染的水源相當困難。正因如此，當有人（無意間）發現／發明了安全補充水方式，就能在文明史上取得突破性的發展。同時，掌握該項新飲料技術的人，也很容易透過控制這些飲品的配置，影響政治的輪廓與歷史的推進。

古人為了飲用上的安全性，刻意以煮沸後的水製成飲料作為替代。

但在安全水源取得容易的現代，人們對飲料的迷戀不減反增。儘管大家都知道純淨的飲用水是人體必需，卻心照不宣地將飲品視為補水的優先選項。書中提及的六種飲料，本身都有著獨特風味，但它們能給人體帶來的即時回饋，顯然更令人著迷。啤酒、葡萄酒、烈酒（皆含酒精），能帶來瞬間興奮、愉悅感，過量飲用卻會帶來混亂，甚至激起暴力；咖啡、茶、可樂（皆含咖啡因），能帶來提神、思路清晰的作用，但過度攝取也會令人緊繃，甚至導致自律神經失調。這些好壞之間，存在的共通性是成癮；一旦形成依賴，就得無時無刻來上一點，否則令人焦慮的戒斷症候群就會找上門來。

《歷史六瓶裝》以啤酒破題，作為通篇第一種飲料，啤酒於歷史中存在着非常悠久的時間。西元前十萬年，兩河流域的人們將穀物搗碎、加入沸水靜置幾天後，竟變出了美味的飲品，以上就是啤酒「被發現」的瞬間。古人不知道啤酒富含維生素B，但他們知道這是喝了對身體好的飲品，正好彌補了從採集狩獵轉向農耕後所缺乏的營養。這項新發現的穀物用途，毫無疑問地推動了農業革命；人類就此不再逐水草而居，得以發展出更穩定的城市型社會結構。

後續篇章介紹的五種飲品，同樣隨著歷史的演進陸續粉墨登場。作者不光是單單探索起源而已，更結合了自身在歷史與政治領域上的專長，橫向、縱向地解析每款飲品的發展。例如，為何蘭姆酒廠都設在加勒比海與中南美洲？除了當地盛產甘蔗外，這同時也是一條充滿殖民歷史的脈絡。再以茶為例，中國透過貿易將茶葉送至英國，卻也因為國內需求量巨大，導致英國白銀流失、逆差甚鉅；為維護自身利益，中英鴉片戰爭一觸即發。英國對茶葉的執著，不只牽動著與東方國度的政治與軍事衝突，在這之前，英國便早已因稅收問題，引爆了與北美新移民的衝突，最終促成了美國獨立建國。清新的茶飲，在不同的歷史支線中開展，觸發了許多蝴蝶效應般的隨機事件，但事後想想，那些其實都是歷史上的必然。

同樣的道理，咖啡、可樂，這兩種現代人十分熟悉，也不可缺少的飲品，背後一樣有著引人入勝的歷史。全書的六種飲品，在作者的抽絲剝繭下，展示了它們如何塑造了人類文明、影響了社會、經濟和政治的發展；我們亦在他的帶領之下，深入理解人類歷史的不同面向。

一起乾杯吧，不論你愛的是哪種。

（本文作者陳俞嘉，人稱**Scott Pasuya**。逢甲大學工業工程學系畢，二〇〇三年創立**mojocoffee**，開始對精品咖啡的探索。至今持續擔任生豆公司採購顧問，以及臺灣各級生豆評鑑裁判，致力推廣國內外好咖啡。）

## 各界盛讚

「湯姆．斯丹迪奇的想法總是令人驚奇。他的著作援用各種數據和資料，就是茶水間最棒的話題——犀利、睿智而明快。」

——珍納特．馬斯林（**Janet Maslin**），《紐約時報》（*The New York Times*）

「敘事生動且明快。斯丹迪奇從最日常生活的事物出發，述說了活靈活現又平易近人的故事，讓我們看見人類生活的紋理如何不斷改變。」

——史蒂芬．夏平（**Steven Shapin**），《紐約客》（*The New Yorker*）

「湯姆．斯丹迪奇以精彩的編年史故事，介紹了六種飲料如何形塑人類的命運，就像熱天的冰啤酒那樣暢快，又像早晨第一杯咖啡那樣醒腦。很少有書能在提供娛樂的同時，也為讀者上了一堂遠古、中古和近代史；文風輕快機智，作者發人深省的文化論述背後，有著扎實的經濟和政治知識。」

——溫蒂．史密斯（**Wendy Smith**），《洛杉磯時報》（*Los Angeles Times*）

「熱情洋溢的論述，結合了豐富的歷史證據，呈現人類文明如何在無數次的啜飲中進化。斯丹迪奇在引發趣味思考和討論時，一滴飲料也沒灑出來。」

——連線網站（[www.wired.com](http://www.wired.com)）

「從全新角度述說人類的歷史，扣人心弦。斯丹迪奇的文筆行雲流水、清新透徹，看似平淡卻充滿餘韻。美食或特殊文化歷史熱愛者，一定會愛上這本書。」

——《誠懇家日報》（*The Plain Dealer*）（克里夫蘭）（*Cleveland*）

「平易近人。內容雖然豐富，卻絲毫不顯雜亂冗長。對此，我舉杯致敬。」

——以玲·陳—約瑟夫森（*Yiling Chen-Josephson*），《新聞日報》（*Newsday*）

「斯丹迪奇擅長將晦澀難懂的體裁濃縮並活化，此番他以飲料的科技和貿易為中心，結合了許多世界歷史的重要事件，有趣又發人深省，好好享用吧！」

——《美國學者》（*The American Scholar*）

「斯丹迪奇的《歷史六瓶裝》既有趣又令人印象深刻。」

——傑佛瑞·塔南鮑姆（*Jeffrey Tannenbaum*），彭博網站（[Bloomberg .com](http://Bloomberg.com)）

「出色之作。結合了生動的文筆，以及軼事趣聞的豐富蒐集。斯丹迪奇的著作就像香檳一樣耀眼迷人。」

——《蒙特婁公報》（*Montreal Gazette*）

「斯丹迪奇精彩的歷史著作。結合了科技發展和人類解渴的文化演進，重新思考當今飲料之餘，也能藉此一窺我們的過去。」

——《多倫多星報》（*Toronto Star*）



「一趟精彩絕倫的世界歷史旅行。斯丹迪奇既能透過最微小的細節，讓我們看見整個歷史的洪流；也能用幾個簡單的句子，統整最龐雜難懂的概念。」

——《出版者周刊》（*Publishers Weekly*）（星級書評）（starred review）

「除了歷史之外，本書還加入了科技、詞源學、化學和微醺的娛樂性。你準備好了嗎？」

——《柯克斯評論》（*Kirkus Reviews*）

## 前言

# 誰說飲料不重要？

「沒有所謂人類的歷史，只有人類生活各個面向的許多歷史。」

——卡爾·波普爾（Karl Popper, 1902~1994），科學哲學家

乾渴比飢餓更為致命。生物如果缺少食物，或許還可以存活幾個星期，但液體補充一旦缺乏，能多活個幾天就很幸運了——世界上比水分更為重要的，大概只有空氣而已。數萬年前，成群採集狩獵的原始人類沒有攜帶水分補給的能力，因此不能離河流、泉水或湖泊太遠，否則將面臨無水可飲的困境。水源的取得限制並影響了文明進步。在這之後，飲料便持續形塑著人類的歷史。

直到一萬多年前，才有其他飲料出現，威脅了水的地位。這些飲料並非自然出現，必須經過特別的製造流程才得以存在。除了取代人類居住地受到汙染、疾病叢生的水源，這些新興飲料也扮演了其他角色，例如貿易貨幣、宗教儀式、政治象徵，或是哲學和藝術的靈感啟發。

在這些飲料當中，有些強調了菁英階層的權力和地位，有些則用以控制或安撫受壓迫的階級。飲料也會被用來慶祝出生、悼念死亡、建立並強化社會連結、簽署商業貿易契約或條約、使感官更敏銳或鈍化心智，或是成為拯救生命的藥品，以及致人於死的毒藥。

在起伏不斷的歷史洪流中，飲料在不同時期、地點與文化裡華麗登場，從石器時代的聚落、古希臘的客廳，到啟蒙時期的咖啡館等無一例外。當某種飲料符合時勢的需求，或趕上時代的潮流，就會廣受歡迎；在某些例子裡，飲料甚至能以意想不到的方式持續影響歷史的進程。

考古學家根據使用的材料和器物，將歷史分為不同的時期——石器時代、銅器時代、鐵器時代等——同樣的，我們也可以用主流飲料來為世界史分期，其中又以六種飲品最為鮮明——啤酒、葡萄酒、烈酒、咖啡、茶和可樂。前三種含酒精；後三種含咖啡因，但這六種飲料的共通點，便是從古至今，都在歷史上扮演了關鍵角色，進而成為最具代表性的飲料。

## 農耕催生文明，自地中海航向全世界

人類朝現代邁進的起始點，是走向農耕——從穀類的人工栽培開始，地點在近東地區，時間是一萬多年前，隨之而來的則是最原始的啤酒。最早的人類文明出現於距今五千年前的美索不達米亞

（**Mesopotamia**，今伊拉克地區）和埃及地區，這兩個平行進展的文明，都在大規模組織化耕作所帶來的穀物豐收之下得以誕生。糧食充足後，部分無須從事農活的人，轉而成為專職祭司、行政管理者、書記員和工匠。啤酒不只滋養了早期城市的居民和首批進行文字記錄的作者，甚至連他們的工資和配給都以麵包和啤酒的形式支付，因為穀物是當時經濟的基礎。

西元前一千年前，古希臘城市國家的欣欣向榮，使得哲學、政治、科學和文學蓬勃發展，至今仍深刻地影響現代西方思想。葡萄酒是地中海文明的血脈，也是海上貿易的基礎，使希臘思想得以傳到遠方。政治、詩詞和哲學的討論，都在正式的飲酒宴會或座談會中進行，與會者從共用的碗中飲用稀釋的葡萄酒。

飲酒的風潮延續到羅馬時期，當時的社會階層就反映在精密的飲酒順序與酒的種類中。世界兩大宗教對葡萄酒抱持兩種截然不同的態度：基督信仰的聖餐儀式以紅酒為中心，但隨著羅馬帝國的滅亡和伊斯蘭教

崛起，紅酒在其誕生之地遭到禁止。西方思想的復興發生於羅馬帝國滅亡的一千年後，人們企圖重新找回希臘和羅馬的知識，且大多由阿拉伯世界的學者守護並持續開拓。與此同時，歐洲探險家為突破阿拉伯人對東方貿易的壟斷，除了向西方航行到美洲之外，也向東遠航至印度和中國。全球航線建立後，歐洲列強便開始彼此競逐世界霸權。

在大探索時期，許多新的飲料因蒸餾技術而問世。這項源自鍊金學的技術早在遠古時期就存在，經過阿拉伯學者的改良後變得更加實用。經蒸餾所得的飲料，能將酒精轉換為適合海運和存放的濃縮形態。包含白蘭地、蘭姆酒和威士忌等烈酒（蒸餾酒）被當作奴隸貿易的貨幣，在北美殖民地特別受歡迎，加上其政治上的爭議和影響力，成為美國建國的神助攻。

## 從理性時代、帝國主義到全球化

緊跟在地理擴張之後的，是知識上的發展。西方思想家跳脫了繼承自古希臘的悠久理念，創造嶄新的科學、政治和經濟理論。理性時代的主流飲品是咖啡，這項神奇又時尚的飲品源自中東地區，最終引入歐洲。銷售咖啡的新興店鋪和販賣酒精飲料的酒館截然不同，成了商業、政治和知識交流的中心。由於咖啡可幫助人們維持清晰的思緒，於是成為科學家、商人和哲學家的理想飲料。那些在咖啡館的討論催生出許多科學社群、報社和金融機構，形同孕育革命思想的沃土，在法國尤為如此。

之後，在以英國為首的許多西方國家裡，咖啡的地位受到中國進口茶葉的挑戰。茶葉在歐洲人氣極高，東西方於是建立起利潤豐厚的貿易路線，推動了規模前所未見的帝國主義和工業化，英國就此成為第一個世界性超級強權。茶晉升為英國的國民飲料後，茶葉的穩定供給成為英

國對外政策的重中之重——此舉影響了美國獨立、威脅了中國的古老文明，並使英國決定在印度建立工業規模的製茶產業。

人工製造的碳酸飲料雖然於十八世紀晚期便出現於歐洲，但一百年後，這種無酒精飲料才隨著可口可樂的發明而聲名遠播。可口可樂最初（據說）只是亞特蘭大一名藥劑師無意間發明的頭痛解方，後來卻成為美國的精神象徵，即幫助美國成為世界強權的消費者資本主義。二十世紀，當美軍在世界各地作戰時，總是將可口可樂帶在身邊，成為全世界最廣為人知的商品，充分展現了（充滿爭議的）全球化過程，整個世界就此成為單一整合的市場。

飲品和歷史洪流的連結，恐怕遠超過我們的想像——飲料本身甚至可能左右歷史的走向。若想了解「誰喝了什麼飲料」、「原因是什麼」、「來源是哪裡」等問題，就必須統整許多看似毫無關聯的領域，包括：農業、哲學、宗教、醫學、科技和貿易的歷史。本書探討的六種飲料，顯示了不同文明間複雜的互動，以及世界所有文化間的息息相關。這些飲料至今仍存在每個人的家裡，提醒著過去的時代，也見證了影響現代世界的各種力量。明白這些文明進展的歷史故事後，你或許就會用全新的眼光看待你最愛的飲料了。



## 第1章

# 美索不達米亞與埃及的啤酒

## 石器時代的釀造

「發酵與文明密不可分。」

——約翰·查爾蒂（John Ciardi, 1916~1986），美國詩人

### 先來一品脫<sup>1</sup>的史前時代吧

人類大約在五十萬年前離開非洲，以三十多人規模的小型遊牧社群形態四處遷徙，居住在山洞、小屋或獸皮帳篷裡。他們狩獵、捕捉魚貝類，採集可食用的植物，並根據不同季節的食物來源而改變紮營地點。當時人們使用的工具包含弓箭、魚鉤和骨針。然而，大約一萬兩千年前，發生了重大改變。近東地區的人類放棄舊石器時期的狩獵採集生活模式，開始從事農耕、定居形成村落，漸漸發展出全世界最古老的城市。與此同時，人們也發明了許多新興的科技，包含陶藝、有輪車和文字等。自從「具現代生理構造」的人類（即所謂「智人」）大約在三十萬年前於非洲出現以來，日常飲用的基本上都是水。水的重要性不言而喻，不但占人體組成的三分之二，且對地球上任何生命體來說都不可或缺。然而，定居式的漁獵採集生活出現以後，人們開始懂得以大麥和小麥製造出新的飲料。這兩種穀類是農耕的首批作物，釀造出的飲品成為社會、宗教和經濟活動的中心，也是早期人類文明最重要的飲品。這，就是幫助人類邁向現代社會的第一種飲料：啤酒。

史上第一杯啤酒究竟何時釀成？我們無從得知。可以肯定的是，在西元前十萬年時，啤酒並不存在；西元前四千年前卻已廣為流傳。出現在美索不達米亞地區的象形文字當中，曾有描繪兩個人用蘆葦吸管從一

個陶瓷大缸中喝酒的景象。（古代的啤酒表面漂浮著穀物、穀殼和其他雜質，為避免誤食，得用吸管來喝。）

由於歷史上的第一份文字紀錄，要到西元前三千四百多年才出現，因此我們無法從早期文獻中尋找啤酒的起源。然而，啤酒的出現顯然與釀酒原料的人工種植，以及漁獵轉向農耕有關。啤酒於人類歷史的混亂時期誕生，從遊牧轉向定居，接著是社會結構的急遽複雜化，這反映在城市的興起之上。換句話說，啤酒是史前人類的液態遺跡，啤酒的起源也和文明的濫觴密不可分。

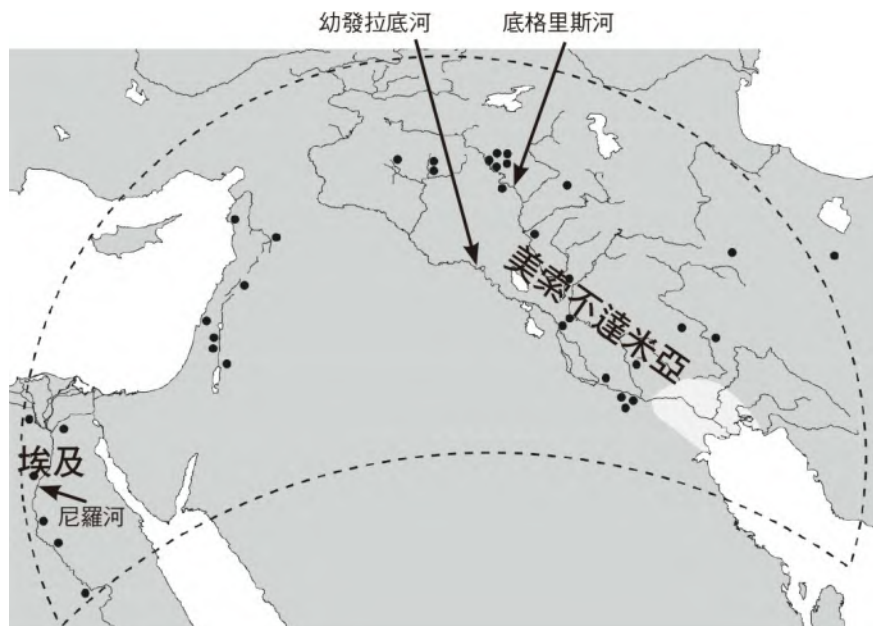


發現於美索不達米亞泰佩高拉（Tepe Gawra）地區，刻於圖章上的象形文字，約西元前4000年。描繪兩人用蘆葦吸管從陶缸中喝酒。

## 啤酒的發現

啤酒不是發明，而是發現。

在西元前十萬年的最後一次冰河時代結束後，肥沃月彎地區（Fertile Crescent）的人們大量採集野生穀類，此舉使得啤酒的發現成為遲早的事。肥沃月彎地區從現在的埃及開始，延伸到地中海和土耳其的東南角，接著又往南到伊拉克和伊朗的邊界。



肥沃月彎位於近東地區，人類首度在此從事農耕，建立大規模聚落（圖中黑點部分）。

此地名的由來可說是地理上的幸運巧合。冰河時代結束時，該地區的高地成為野生綿羊、山羊、牛隻和豬隻繁殖的理想環境，部分地區更生長著茂密的野生小麥和大麥。這代表肥沃月彎足以替遊牧的遠古獵人和採集者，提供超乎預期的豐盛收穫，不光是獵捕動物和採集可食用植物，還可蒐集大量的野生穀物。

這些穀物儘管平淡無奇，卻是穩定的食物來源——雖然不適合生吃，但只要稍微捶打或碾壓後泡入水中就可食用。最初，人類可能僅僅知道穀物可以用來做湯：先將魚類、堅果和莓果等原料放入抹上泥灰塗層的籃子，與穀物和水混合後食用。待人們學會用火燒熱石頭、以樹枝夾起後扔入籃子之後，變化就更多了。由於穀物含有澱粉微粒，於熱水中吸飽水分後便會爆開，將澱粉釋放到湯中，使濃稠度大幅升高。

人們很快就發現，穀類還有另一項奇特的性質：若能妥善風乾保存，穀類便可儲存好幾個月，甚至好幾年，和其他食物大不相同。缺乏其他煮湯的食材時，也能單獨以穀類煮出濃稠的糠糜或較稀的湯粥。此發現使人們開始研發能蒐集、處理和儲存穀類的工具與技術，雖然得花

上一番工夫，但總算能預防糧食缺乏的危機。考古學家已在肥沃月彎發現許多西元前一萬年留下的古物，包括用來收割穀類的燧石鐮刀、盛裝穀類的編織籃子、烘乾穀類的石製爐子、存放穀類的地下坑洞和處理穀類的磨石。

## 永久聚落的形成

漁獵採集的古代人類也曾有過半定居式的生活，在許多暫時性或季節性的營地間遷徙，而非完全的遊牧。然而，儲存穀類的能力讓人們願意停留在同一個地點定居。一九六〇年代的一項實驗說明了背後原因：一位考古學家以燧石鐮刀測試史前家庭採集野生穀類的效率，地點選在至今仍有野生穀類生長的土耳其。短短一小時之內，他就採集了超過兩磅的穀類，換算下來，如果一個家庭連續三個星期每天工作八個小時，得到的收穫量便足夠供應每位成員一整年每天一磅的穀物。但這也意味著，當時的人們必須守在野生穀物附近，才能在最適當的時間前往收割，而當你收穫了如此大量的穀物，自然得設法妥善保護。

上述現象促成了人類最古老的永久聚落，西元前十萬年前地中海東岸的聚落即為一例。該聚落僅由簡單的圓形小屋組成，屋頂由木頭柱子支撐；地板深度則約一碼（約〇．九一公尺）左右。這些小屋通常備有火爐，地板上鋪著石塊，直徑大約四～五碼。常見的村落規模約五十座小屋，人口則在兩百～三百人左右。儘管村落居民仍會狩獵羚羊、鹿和野豬等野生動物，但他們的骨骼證據顯示，此地居民賴以維生的糧食仍以植物為主，包括橡實、扁豆、鷹嘴豆和穀類。值得注意的是，此階段的穀類仍是自野外採集而來，而非人類耕種。

一開始，穀類只是相對不重要的糧食，直到人們發現兩項獨特性質之後，其重要性便不斷提升。首先，由於穀類會吸收水分、發芽後出現



甜味。古代技術很難建造能完全防水的儲藏坑洞，因此自從人們開始設法保存採集回來的穀類之後，很快就發現了這項特質。當然，現在我們已知穀物的甜味來源為何：潮濕的穀物會產生澱粉酶，將澱粉轉化為麥芽糖。（這樣的過程每種穀類都有，但大麥生成的澱粉酶含量最好，麥芽糖產量也最高。）由於當時幾乎沒有其他糖類來源，這種「麥芽糖化」的甜味相當具有價值，嘗到甜頭後的人們亦開始研發更細緻的麥芽糖化技術——先將穀類浸泡後再曬乾。

第二項穀類特質的發現，則具有更為重大的意義。人們發現放置幾天的粥會稍微發泡——特別是麥芽糖化的穀類煮成的粥，且味道令人微醺，這是因為空氣中的野生酵母菌，使粥裡的糖分發酵成了酒精。簡單來說，粥變成酒了！

## 史上第一種酒精飲料？那可不一定

話雖如此，但啤酒不見得就是人類品嘗的第一種酒精飲料。在啤酒被發現之際，各種意外發酵的果汁（釀葡萄酒）或水與蜂蜜（釀蜜酒，mead），或許已在人們試圖保存水果或蜂蜜的過程中，少量地自然發生了。然而，水果有季節性，很容易腐敗；野生蜂蜜產量稀少，加上當時缺乏適當的陶器，葡萄酒或蜜酒都很難保存，所以這兩種飲料要到西元前七千年左右才較為普及。相較之下，啤酒可用穀物作物釀造，原料充足且容易儲存，因此產量豐沛且穩定，更加符合人類的需求。在燒陶技術出現前，古人就曾以糊上黏土的籃子、皮袋或動物的胃部、中空的樹木、大型貝殼或石頭容器等來釀造啤酒。即便到了十九世紀，亞馬遜盆地都還有原住民以貝殼為烹飪器具；芬蘭的傳統啤酒Sahti，至今仍在中空的樹幹中釀造。

人們發現啤酒後，便不斷透過嘗試與錯誤來改善啤酒的品質。舉例

來說，在最初的穀物粥中，麥芽化穀物的含量越高、發酵時間越長，啤酒的強度就越烈。因為更多的麥芽糖代表糖分越高；更長的發酵時間代表有更多糖分轉化為酒精。此外，充分烹煮穀物粥也可提升啤酒的烈度。麥芽糖化的過程只會將大麥中一五%的澱粉轉化為糖，但麥芽糖化的大麥若與水混合煮沸，就能促使那些活性溫度較高的其他澱粉酶，將更多的澱粉轉化為糖，如此一來，酵母菌就有更多的糖可以利用，並將之轉化為酒精。

## 發酵率提高，風味更多樣

遠古的釀酒人也注意到，反覆使用相同的容器釀酒，成功率就會更穩定。而後在埃及和美索不達米亞的歷史文件都顯示，釀酒人總是隨身攜帶自己的芽漿桶（mash tub）；美索不達米亞的某個傳說也提到「讓啤酒變好的容器」。反覆使用相同的芽漿桶之所以能提高發酵成功率，是因為酵母菌叢會在容器的縫隙和孔洞中滋生，無須仰賴空氣中變化不定的野生酵母菌。最後，如果在穀物粥中加入莓果、蜂蜜、香料、藥草和其他調味，就能改變啤酒的風味。接下來幾千年中，人類又發現如何為了不同場合，釀造出不同強度和風味的啤酒。

後來的埃及文獻紀錄中提到至少十七種啤酒，有些描述得頗有詩意，像極了現代的啤酒廣告：「美麗又美味」、「天堂般的」、「帶來喜悅」、「為正餐再添風味」、「豐富的」和「發酵的」；用於宗教儀式的啤酒也有特殊名稱。

無獨有偶，西元前三千年的美索不達米亞文字紀錄也提到啤酒，列出超過二十種類型，包含新鮮的啤酒、黑啤酒、新鮮黑啤酒、烈啤酒、紅棕色啤酒、淡啤酒和低濃度的緊壓啤酒（pressed beer）。紅棕色啤酒屬黑啤酒，使用較多的麥芽糖釀造，而緊壓啤酒則酒精濃度較低，口感

也較稀薄，穀物含量亦較少。此外，美索不達米亞的釀酒人會用名為「巴皮爾」（bappir）的釀酒麵包，控制啤酒的口味和顏色。巴皮爾麵包的做法是將發芽的大麥堆成塊狀，看上去就像小型的條狀麵包；經兩次烘烤後成為深棕色、鬆脆的未發酵麵包，可保存數年，需要時再壓碎、倒進釀酒人的大缸中。歷史文件顯示，當時人們甚至會將巴皮爾保存至政府的倉庫中，唯食物短缺時才可食用。這種麵包與其說是糧食，不如說是保存釀酒原料最方便的方式。

然而，美索不達米亞人用麵包來釀酒這件事，在考古學家引發許多辯論，有些人認為麵包是釀酒的產物；有些則認為麵包先出現，後來才成為啤酒的原料——最可能的推論就是麵包和啤酒都是穀物粥的產物。濃稠的粥可能在陽光曝曬或熱石板上烘烤成扁平的麵包；較稀的粥則可能經放置發酵後成為啤酒。這兩者就像硬幣的兩面：麵包是固體的啤酒，啤酒則是液態的麵包。

## 共飲啤酒，展現信任

由於西元前九千～前四千年的新石器時代尚未出現文字，因此並未留下任何紀錄，顯示啤酒對於肥沃月彎聚落中的社會和宗教有多重要。然而，我們仍可從較晚期的紀錄推測，美索不達米亞的蘇美人和古埃及人這些擁有文字的文明，究竟如何使用啤酒。

事實上，與啤酒相關的文化可說是歷久彌新，有些至今依然存在。打從一開始，啤酒這種飲料似乎就有重要的社會功能。蘇美人早在西元前四千年，就以象形文字描繪兩人用吸管從容器中共飲啤酒的畫面。然而，在蘇美人的時代，應該已有過濾啤酒中的穀類、穀殼和其他殘渣的技術，而陶藝技術的進步也足以輕鬆製作出個人的酒杯。圖中的飲酒者卻還是使用吸管，代表這樣的儀式在「吸管已非飲酒時的必要工具」之

後，仍被延續了下去。

之所以會出現這樣的現象，最可能的解釋就是飲品和食物不同，可真正地分享。由於當人們以同個容器分享啤酒時，喝的都是相同的液體，彼此沒有差異。但在切肉時，總會有某幾塊肉看起來特別誘人，分配時便容易引發爭端。因此，分享飲料在世界各地都是好客和友誼的象徵，提供者可藉此展示「內容物絕無下毒」或「此物適宜飲用」，代表自己值得信任；飲用者更可藉由暢飲表達自己的信賴。

最早期的啤酒以原始簡陋的容器釀造，個人杯具也還沒出現，當然必須眾人共享。雖然如今以吸管共享一大缸啤酒已不再是社會習俗，但茶和咖啡仍會盛裝在共享茶壺中；紅酒或烈酒也可能從相同的酒瓶中倒出。當我們在社交場合飲酒時，碰杯的動作也象徵性地讓個別的酒杯在那一瞬間結合成了共享的酒缸。上述這一切，皆源自於美索不達米亞的古老傳統。

## 來自神明的禮物？

同樣古老的還有以下這個現象：人們相信許多飲料，特別是含酒精的飲料，具有超自然的特性。對新石器時代的飲酒者來說，啤酒誘發的微醺狀態，以及足以改變人們感官認知的能力都相當神奇，將平凡的穀物粥轉化成啤酒的發酵過程也不例外。很顯然地，啤酒應該是來自神明的禮物，因此許多文化的傳說都會提到神祇如何發明啤酒，並教導人類如何釀酒。舉個例子，古埃及人相信，是掌管農業和來世的神祇歐西里斯（Osiris）意外發現了啤酒。某天，祂將發芽的穀物和水混合在一起，卻不小心忘在太陽下。等想起來時，穀物水已然發酵，但祂決定喝下去——此液體的味道令祂驚喜，便將這項知識傳授給人類。（這個傳說似乎很符合人類在石器時代發現啤酒時最可能的情境。）其他喝啤酒

的文明也有著類似的故事。

啤酒既然是神明的禮物，那麼作為宗教祭祀的貢品也很合理。在蘇美人和埃及人的宗教典禮、豐收儀式和喪禮上肯定都使用了啤酒，因此我們可推估，啤酒在宗教上的用途歷史應該更為悠久。事實上，無論在美洲、非洲或是歐亞大陸，啤酒之於宗教的重要性，在每個飲用啤酒的文明中皆顯而易見。印加人會將他們的啤酒奇恰酒（Chicha）裝在黃金杯中，獻祭給升起的太陽，然後再灑在地上；或是吐出喝下的第一口，獻給大地之神。阿茲特克人會將他們的普達酒（Pulque）獻給象徵母性和富饒的馬亞韋爾女神（Mayahuel）。中國人使用小米和稻米釀酒，用於喪禮或其他典禮上。現代人則會舉杯祝福某人身體健康、新婚愉快或一路好走，或是慶祝任務完成等，這些行為都遙遙呼應了古人對酒精和超自然力量的信仰。

部分人類學家甚至認為，啤酒在人類轉向農耕的這個歷史轉捩點，也扮演著關鍵的角色。農耕創造出充足的糧食，讓社會上的部分成員不再需要投入食物生產，可專精特定的活動或工藝，文明因此誕生，也為現代社會奠定基礎。第一次大規模的農業化，出現於西元九千年前的肥沃月彎，古代人類開始刻意栽種大麥和小麥，而不再只是採集、食用和儲藏野生的穀類。

當然，從漁獵採集到農耕的變化，是一個歷經數千年的漸進過程，人工栽種的作物在飲食中的占比也越來越高。然而，若以宏觀的角度來看，這在人類歷史中不過是一眨眼的時間而已。從七百萬年前的猿猴演化為人類以來，遠古人類一直過著漁獵採集的生活，究竟為何突然轉向農耕、又是在何時改變的？各家說法莫衷一是，或許是因為氣候變化，或物種滅絕，抑或是人類過度捕獵，使得肥沃月彎可採集的食物減少。另一種可能性則是：某種較為靜態（但仍屬漁獵採集）的生活模式促使人類繁衍更多後代，人口成長後出現了對新食物來源的需求。也可能是人類發現啤酒後，這類飲品在社會和儀式上的重要性不斷提高，為確保



釀酒原料的穩定供給，不能只仰賴野生穀類，而必須人工栽種。由此看來，人類邁向農耕社會，有一部分的原因是為了維持啤酒的供應。這樣的轉變一旦開始，就會引發棘輪效應：當特定群體越是仰賴農耕生產的糧食，人們就越難回到過去漁獵採集的遊牧生活。

## 最安全的液態養分補給

啤酒的飲用或許間接助長了農耕，但由於當時長期保存啤酒並不容易，而完全發酵的過程又得花上至少一個星期，因此大多數啤酒還在發酵階段就會被飲用完畢。這樣的啤酒以現在標準來看，酒精濃度很低，但富含懸浮酵母菌，大幅提升其蛋白質和維生素的含量。漁獵時期的維生素來源多為肉類，但轉為農耕之後，肉類攝取大幅下降，而啤酒較高的維生素B含量則彌補了此問題。

除此之外，由於釀造使用的是煮沸的水，所以啤酒比一般的水更安全。無論聚落規模多小，水源通常很快就會被人為廢棄物所污染。雖然一直到近代，人類才了解水源污染與疾病的關聯，但人們很早就知道必須避免陌生水源，盡可能從遠離人類聚落、乾淨且流動的溪流中取水。（漁獵採集時期則無須擔心水源污染，因為社群人數較少且持續移居，並在過程中將廢棄物留在身後。）換句話說，啤酒也彌補了轉向農耕後的食物品質下降，提供了安全的液態養分補充，也讓飲用啤酒的社群比不飲用的社群擁有更多營養優勢。

農耕在西元前七千～西元前五千年間於肥沃月彎地區擴散。隨著越來越多植物和動物被馴化（從綿羊和山羊開始），新的灌溉技術也使人類得以在美索不達米亞炙熱乾燥的低地和埃及的尼羅河谷開墾。當時典型的農業聚落係由黏土和蘆葦蓋的小屋組成，也有些較大型的屋舍以晒乾的泥磚作為建材。村落外會有種植穀物、椰棗和其他作物的農田，附

近則拴著（或以籬笆圈養）幾隻綿羊或水牛。有時候野生的禽鳥、魚類和哺乳類，也為村人提供額外食物。這段時期的聚落通常會有一間存放珍貴物品的倉庫，其中包含神聖的器物和多餘的糧食。這些倉庫必定是公有的，因其容量通常都遠大於單一家庭的需求。

## 現代官僚體系的種子

此外，人類也會透過儀式和宗教活動，祈求神明賜予豐收。隨著時間推移，兩種活動漸漸密不可分：多餘糧食的儲存被視為對神祇的獻祭，而倉庫則成為神廟。為確保所有村民都付出了勞力，人們開始利用小型黏土標記個人對公共糧倉的貢獻。這類標記早在西元前八千年就出現於肥沃月彎的各個地區。由於食物供給充足，讓專職的管理者：祭司出現，以宗教形式合理化社群成員的奉獻。祭司也負責指揮公共的活動，例如房屋的建造和灌溉系統的維護，也播下了日後會計、書記人員和官僚體系的種子。儘管起源成謎，毫無疑問的，無論男女老幼、貧窮或富有，埃及和美索不達米亞地區人們的日常生活全都浸在啤酒中。

---

oint，約五百六十八毫升。

## 文明社會的啤酒

「啤酒帶來歡愉，長征則帶來不適。」

——美索不達米亞俗諺，西元前兩千年

「滿足的人總是滿口啤酒。」

——埃及俗諺，西元前二二〇〇年

## 從村落到都市

世界上最古老的都市，就出現在美索不達米亞這塊被稱為「兩河之間」的土地。兩河之間指的是底格里斯河（Tigris）及幼發拉底河（Euphrates）。當時，多數的城市居民都是農夫，居住在城牆內部，每天早上會走路出城以照顧自己的田地。不需要下田工作的管理階層和工匠，則是最早過著全都市生活的人類。有輪子的車駕穿梭在城市錯綜的街道上；人們在繁忙的市場中購買及販賣貨品；宗教典禮和公眾節慶規律舉行，日子安逸到甚至足以產生（現代人也相當熟悉的）厭世感。以下俗諺就是一例：「金銀滿箱的人或許快樂，黍稷盈疇的人或許快樂，但一無所有的人才能安心睡覺。」

我們無從得知人們為何選擇居住在大都市，而不是小村莊。或許是諸多因素互相作用的結果；例如，純粹為了更靠近重要的宗教或貿易中心。而在美索不達米亞，安全多半也是個重要的動機。由於此地是一塊遼闊開放的平原，難免成為侵略和攻擊的目標。因此，從西元前四千三百年起，村落間便會互相結合，形成更大的城鎮，最後成了都市。值得

關注的是，每座城市都位於農田系統和灌溉渠道的中心。到了西元前三千年，當時最大的城市烏魯克（Uruk）人口大約五萬人，周圍田地的半徑達到十英哩。西元前兩千年，美索不達米亞南部的人口幾乎全分布在數十個大型的城市國家，包含烏魯克、烏爾（Ur）、拉格什（Lagash）、埃里都（Eridu）和尼普爾（Nippur）。在這之後，埃及的曼菲斯（Memphis）和底比斯（Thebes）等大城市超越了美索不達米亞，成為古代世界最大的都市。

英文civilization意指文明，但這個單字最初之意是「居住在城市裡」。而美索不達米亞和埃及這兩個最早期的文明，彼此也有許多不同之處。例如，政治上的統一使得埃及文化在將近三千年間幾乎未曾改變；美索不達米亞卻經歷長年政治和軍事動亂。相似之處則在於：兩者皆因農業生產過剩而誕生，穀類豐收更挹注了運河、神廟和金字塔等大型公共建設。穀物不只是商業貿易最理想的貨幣，更是埃及和美索不達米亞人民的基礎飲食。我們不妨這樣看：穀物是可食用的錢，且不論固態（麵包）或液態（啤酒），均屬這種「可食貨幣」的一部分。

## 從野蠻到文明

關於啤酒及世界上其他事物最早的文字歷史，都從西元前三千四百年美索不達米亞南部的蘇美地區開始。美索不達米亞人將飲用啤酒視為文明初始，這清楚反映在世界上最古老的文學著作《吉爾伽美什史詩》（*Epic of Gilgamesh*）的篇章中。吉爾伽美什是蘇美國王，約於西元前兩千七百年在位，他的一生的被編織成精彩的傳奇，流傳於後繼的阿卡德（Akkad）和巴比倫（Babylon）文化。故事述說吉爾伽美什和友人恩奇都（Enkidu）的冒險。

恩奇都本來是在荒野中裸體奔跑的野蠻人，但一位年輕女性將他帶

入文明的世界。她帶恩奇都來到牧羊人的村落，也就是通往都市高級文化的第一階：

他們在他面前擺設食物，  
他們在他面前擺設啤酒；  
恩奇都不得以麵包為食，  
也不曾學過飲用啤酒。  
年輕女子對恩奇都說：  
「吃下這些食物，恩奇都，這是人生活的方式。  
喝下這些啤酒，因為這是土地的習俗。」  
恩奇都吃了，直到感覺飽足，  
他喝了啤酒——一共七大杯！  
他感到歡快，喜悅地歌唱。  
他興高采烈、容光煥發。  
他用水潑洗毛髮濃密的身體，  
用油擦拭，然後轉變為人類。

恩奇都的原始本性表現在他對麵包和啤酒的陌生，但吃飽喝足並清洗身體後，他也成為了人類，準備前往吉爾伽美什所統治的烏魯克城。美索不達米亞人認為，麵包和啤酒使他們得以和野蠻人區隔開來，成為真正的人類。有趣的是，這樣的信念似乎呼應了啤酒和安定秩序的關聯，而非史前時代危險的漁獵採集生活。

儘管啤酒可能致醉，但似乎無損於啤酒等於文明的信念。美索不達米亞文學中提到酒醉，幾乎都以幽默戲謔為主：事實上，在恩奇都變成人類的過程中，就包含了醉酒和唱歌。蘇美的傳奇也將神祇描繪為破綻百出、充滿人性的形象，不可否認的，大部分人都喜歡吃東西和喝酒，而且常常一不小心就喝過頭。蘇美人將生命的不安定和不可預測，歸罪



於神祇任性妄為的行為模式——作物隨時可能欠收，殘暴掠奪的敵人隨時可能出現在地平線。蘇美人的宗教儀式包含在神廟中神祇圖像前的桌上擺設食物，接著則是祭司和信徒的宴會；他們認為透過進食和飲酒，就能召喚神祇和死者的靈魂。

## 蒼生因女神醉酒獲救

啤酒在古埃及文化中同樣重要且歷史悠久。早在西元前二六五〇年前的第三王朝，就有文件提到啤酒，而西元前二三五〇年左右的第五王朝末期，刻在金字塔中的哀悼文字也提到數種不同的啤酒。（埃及人緊接在蘇美人後，也發明了自己的書寫系統，用以記錄日常交易和王權的政績，但我們無法確定這套文字是獨立開發，或是受到蘇美文字的影響。）一份關於埃及文學的調查發現，埃及文字中代表啤酒的hekt，出現的次數遠超過其他食物。

和美索不達米亞相同，啤酒在埃及也被賦予神話意義，並出現在禱告、傳說和信仰中。某則埃及神話甚至描述啤酒如何拯救了面臨滅亡的人類。太陽神「拉」（Ra）得知人類謀反，派出女神哈托爾（Hathor）降下懲罰。然而，拉深怕哈托爾太過心狠手辣，不留下任何一個活口繼續敬拜自己。想到這裡，拉有些同情人類，因此準備了大量的啤酒——根據某些版本說認為共七千罈——染成像血一樣的紅色，灑在原野上，如巨大的鏡子般反射陽光。哈托爾暫停下來欣賞自己的模樣，接著俯身喝了一些後，很快就喝醉睡著了，完全忘記拉賦予她的血腥任務。人類得到拯救，哈托爾則成為啤酒和釀酒的女神。包含圖坦卡門

（Tutankhamen）、賽特（Seti I）、拉美斯大帝（Ramses the Great）等許多埃及國王的墓碑上，都篆刻著這個故事。

然而，不同於美索不達米亞人的輕鬆愜意，埃及人強烈反對酒醉。

當時，有許多書記學徒必須臨摹字帖，並留下大量的練習文字保存至今，使我們有幸一窺此態度。其中一篇這般勸戒年輕人：「啤酒會嚇走身邊的人，讓你的靈魂滅亡。你就像是毀壞的船槳般不受控制。」另一個例子則是題為〈亞尼的智慧〉（*Wisdom of Ani*）的篇章，蒐羅了諸多關於飲酒的建議，例如：「不要放任自己飲酒，否則即便開口，也只會吐出無法理解的字眼。」然而，這些抄寫性的文字並不足以反映所有埃及人的價值觀，因為除了鼓勵學徒們努力學習成為正式書記之外，其他一切事物幾乎全在反對範圍。例如，某些字帖的標題為：「不要成為士兵、祭司或麵包師傅」、「不要成為農民」和「不要成為馬車夫」等，排他意味濃厚，難逃業配之嫌，也頗有「萬般皆下品，唯有書記高」的態勢。

美索不達米亞人和埃及人都將啤酒視為來自神明的古老賞賜，成為文化和宗教認同的一部分，具有極高的社會重要性。古埃及有「建造啤酒館」或「坐在啤酒館裡」等說法，代表著「盡情享受」或「狂歡」。蘇美人口中的「倒一些酒」，意指宴會或歡慶；國王拜訪高級官員的宅第收受貢品時，則會以「國王在某某人家喝啤酒」的形式記錄。在這兩個文明當中，啤酒是不可或缺的主要食物，無論貧富、男女、長幼，社會金字塔從上到下每個階層皆會飲用。無庸置疑的，到了這個階段啤酒已成為早期文明代表性的飲料。

## 文字的起源

人類最早的文字紀錄，是蘇美人的薪資清冊和稅務收據，其中常見的字包含象徵啤酒的陶罐圖樣，內部畫著垂直的線段記號，其他則包含代表穀物、織品和牲畜的記號。這是因為文字書寫最早的目的就是記錄穀物、啤酒、麵包和其他貨品的蒐集和分配。新石器時代習慣以陶土標

記記錄個人對公有倉庫的貢獻，文字便由此自然衍生。蘇美人的社會架構儘管延續自新石器時代社會，但規模卻宏大許多，數千年來累積了越來越高的經濟和文化複雜性。新石器村落的頭目會蒐集過剩的食物，同樣的，蘇美城市的祭司也會徵收過剩的大麥、小麥、綿羊和編織品。官方說法是獻祭給神明，但實際上則是強制徵稅，供應神廟官僚的所需，或是用來交易其他貨品及服務。例如，祭司可透過發放麵包和啤酒來支付維護灌溉系統，或是建設公共設施所需的成本。如此縝密的系統使神廟得以直接控制經濟，但結果是否為遠古的類社會主義烏托邦？究竟是由國家照顧每個人民，或根本只是極權壓迫的統治，人民處於近於奴隸的狀態呢？實在不好說。

美索不達米亞地區的降雨量很少，底格里斯河與幼發拉底河時常氾濫，而農業的發展需要仰賴維護良好的灌溉系統，且蘇美人也相信，提供當地神祇適當的貢品同樣重要。這兩項任務都由神職人員負責，隨著聚落成長為小鎮和城市，神職人員掌握的權力也越來越大。新石器時代簡單的倉庫變成壯觀的神殿，蓋在鋪設石階的高臺上；無數互相競逐的城市國家誕生，有各自的守護神祇，由菁英的祭司階級統治農業經濟，並以過剩的收成維生。古代保存下來的雕刻顯示，這些人留著鬍子、穿著長裙、戴著圓形頭飾，並用長吸管從大鍋中飲用啤酒。

上述系統若要順利運作，祭司和人民就必須設法記錄他們的收入和支出。稅務的收據最初是陶土令牌的形式，裝在黏土製成的「信封」中——其實是一個中空的黏土殼，稱為bullae，裡頭有數個發出聲響的標記。不同形狀的令牌代表穀物、織品或牲畜的標準單位。待貨品進入神廟時，就會將相對應的標記放入黏土信封，而收稅者與納稅者各自蓋下專屬的印章，則代表信封內容已確實反映了人民繳交的稅。接著，信封會被存放在神廟的檔案室中。

但人們很快就發現有更簡單的記錄方式，就是使用濕的石板，以令牌為印章代表大麥和牛隻等，然後再把個人的戳章蓋在石板上、拿到陽

光下曝曬，便能永久保存。這也意味著人們不再需要令牌，只要留下印痕就夠了。漸漸地，令牌被淘汰了，改成刻畫在黏土上的象形符號，參考的是它們各自所代表的事物形象。有些象形符號直接指涉具體物件，有些則是抽象的概念，例如數字。

## 神廟的標準薪資

西元前三千四百年，烏魯克城的人們以可放在手掌中的小型黏土板，寫下了人類最早的文字紀錄。這些石板上有不同的欄位，並以直線切分出數個長方形。每個格子中都有數個記號，有些是用令牌在黏土上按壓而成；有些則是以木棍刻下痕跡。儘管這些記號和現代文字一樣，閱讀順序為由左至右，由上而下，但除此之外的一切都和現代文字截然不同，唯有專家能夠解讀。不過，當你再看仔細一點，就能輕易辨識出代表啤酒的符號——斜放的陶罐，內部畫了對角線。這類啤酒符號會出現在薪資清單、行政文件和書記學徒的練習文字列表上，時常伴隨其他十多種釀酒術語。許多石板上都記錄著一整排的人名，旁邊則標記「一天份的啤酒和麵包」——也就是神廟所發放的標準薪資。

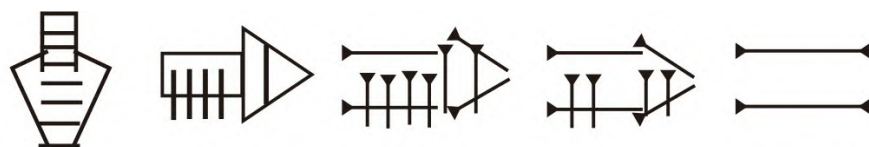
從現代對美索不達米亞配給文件的分析發現，標準物資包含麵包、啤酒、椰棗和洋蔥，有時則有額外的肉類或魚類，再加上鷹嘴豆、扁豆、蕪菁和豆子等蔬菜，提供了營養均衡的飲食。椰棗含維生素A；啤酒提供維生素B；洋蔥則是維生素C，整體熱量供應大約落在三千五百～四千大卡之間，正好符合現代成人的每日建議攝取量。這意味著此國家配給並非偶一為之，而是當時許多人主要的食物來源。



大約西元前3200年的楔形文字石板，記錄了啤酒的分配。

## 用楔形文字寫食譜

最初，文字只是記錄稅收和配給，但很快就變得更有彈性，能表達的事物也越來越多並趨於抽象。到了西元前三千年，有些符號開始代表特定的聲音。於此同時，描繪圖像的象形文字被三角形的刻痕所取代。儘管書寫速度變快，其代表的意義卻不再一目瞭然，文字因而變得更加抽象。最終的產物就是第一套沒有特定目的的書寫系統，以蘆葦在泥板上刻下的三角形構成，稱為「楔形文字」。這是現代西方字母的祖先，後續更在西元前兩千多年衍生出了烏加里特（Ugaritic）字母和腓尼基（Phoenician）字母。



3200 BCE    2700 BCE    2250 BCE    1750 BCE    1000 BCE  
代表「啤酒」的楔形文字之演進。隨著時間流逝，人們對啤酒罐的描繪越來越抽象。

和早期的象形文字相比，楔形文字中代表啤酒的符號已看不出陶罐形狀。不過在記述了農神恩基（Enki）故事（機智狡詐的恩基為父親恩利爾 [Enlil] 準備宴席，意圖暗殺之）的石板上，有描述釀酒過程的紀

錄，儘管和密碼差不多難懂，但我們還是可以辨識出這個字，以及一些釀酒步驟。換句話說，這是歷史上最古老的食譜。

## 最理想的液體財富

和美索不達米亞相同，埃及也會以穀類和其他貨品的形式繳稅給神廟，重新分配後支應公共建設。這意味著在兩個文明中，大麥和小麥加工後的固態和液態形式（也就是麵包和啤酒），都不再只是重要的食物，更是方便且廣泛運用的貨幣。美索不達米亞的楔形文字紀錄顯示，蘇美神廟中最低階的工人每天的配給包含一西拉（sila）的啤酒，約合一公升或兩品脫。年輕的神官可領到二西拉；更高層者和女官員可得三西拉；最高層者則是五西拉。蘇美遺跡中發現大量相同尺寸的斜口碗，似乎就有標準量杯的功用。高層官員得到的啤酒較多，但不是因為他們喝得多，而是在填飽肚子後，還得用啤酒支付酬勞給信差、書記和其他勞工。且液體很容易分配，是相當理想的貨幣。



古代近東地區普遍使用的滾筒印章，上頭的圖樣描繪宴會場景。圖中可看見許多人坐著用吸管從大酒缸中飲用啤酒。

到了西元前二三五〇年，鄰近阿卡德地區的薩爾貢（Sargon）王統一了數個與蘇美人敵對的城市國家。在王朝的文件紀錄中，將啤酒列為「新娘價碼」的一部分（新郎的家庭在結婚時必須支付新娘家庭的結婚禮數）。另一份紀錄則指出，婦女或孩童若在神廟勞動數天，便能得到啤酒的薪酬：女性收到二西拉，孩童則是一西拉。還有文件顯示，曾經在戰爭中淪為奴隸或囚犯的難民女性和兒童，每個月會分別分配到二十西拉和十西拉。士兵、警察、書記官和信差在特殊的日子也會收到啤酒作為獎金。西元前二〇三五年的一份文件列出烏瑪（Umma）城支付給官方信差的薪資。不同份量的上好啤酒、普通啤酒、大蒜、食用油和香料等，被分配給不同的信差，包括Shu-Dumuz、Nur-Ishtar、Esur-ili、Ur-Ningirsu和Bazimu等人。

這個時期，蘇美人的國家雇用了三十萬人，每月配給大麥，羊毛則每年發配一次，或是其他等量的貨品：有時以麵包和啤酒取代大麥，或



以編織品或衣物代替羊毛。每一筆交易都會由美索不達米亞的書記官，一絲不苟地寫在無法破壞的楔形文字石板上。

## 受雇於法老王的酒鬼

而以啤酒支付薪酬最驚人的例子，毫無疑問發生在埃及的吉薩（Giza，吉薩金字塔群所在地）高原。根據金字塔附近工人進食和休息的城鎮中找到的紀錄，他們會收到啤酒作為勞力報酬。該紀錄指出，西元前二五〇〇年金字塔建造的時期，勞工的標準配給是三～四條麵包，再加上兩罐啤酒，容量大約是四公升。管理者和官員收到的份量會更多。這也難怪葬有孟卡拉王的吉薩第三金字塔，其內部的古老塗鴉有如下記載：負責建造金字塔的工人們自詡為「孟卡拉王的酒鬼」。換句話說，金字塔是由國家雇用的勞工所建，而非從前人們認為的奴隸。其中一個理論是，金字塔由農民在尼羅河氾濫，田地被淹沒的季節建造。埃及政府會徵收穀物，再重新分配為薪酬。建造工程足以令人民產生國家認同，也展現國家財富和權力，更為稅賦徵收找到合理的名目。

使用麵包和啤酒作為薪酬或貨幣，意味著將兩者和財富與健康畫上等號。古埃及人認為麵包及啤酒就是生活的必需品，於是「啤酒與麵包」這個詞指的就是生命的存續，而兩者的象形文字結合為食物的符號。「啤酒與麵包」同時也是日常的招呼用語，用來祝福對方好運或健康。一則古埃及的銘文呼籲女性每天都要提供學齡孩童兩罐啤酒和三條小麵包，確保他們健康地成長。同樣地，美索不達米亞人也用「麵包與啤酒」代表「食物和飲料」；蘇美文中代表「宴會」的字彙，字面上的意思是「享受啤酒和麵包的地點」。

啤酒和健康間還有個更直接的連結，對美索不達米亞和埃及人來說，啤酒具有醫療上的功能。蘇美都市尼普爾（Nippur）曾發現西元前

兩千一百年的楔形文字石板，上頭就記錄著以啤酒為基底的藥典，是現存最古老的藥用酒精紀錄。在埃及，啤酒被當作溫和的鎮定劑，也是多種藥草和香料處方的基底。當然，煮過的水所釀的啤酒受污染的可能性遠低於生水，也是比水更好的溶劑。西元前一〇五〇年左右的古埃及醫療文獻埃伯斯紙草卷（Ebers Papyrus）中，也以更古早的文件為基礎，收錄了上百種草藥治療處方，且大部分都和啤酒有關。例如，據說以半顆洋蔥混合起了泡沫的啤酒可治便秘；橄欖粉末混合啤酒可治消化不良；以番紅花混合啤酒後按摩妊娠女性的腹部，則可減緩生產時的陣痛。

## 死了都要喝

古埃及人也相信，他們來世的幸福與快樂，取決於能否取得充足的麵包和啤酒。標準的陪葬祭品包含麵包、啤酒、公牛、鵝、布料和淨化用的碳酸鈉。部分埃及的喪禮文件對死者允諾「啤酒永遠不會腐敗」，除了反映出永遠有啤酒可喝的渴望，也顯示了啤酒保存的困難。埃及的墳墓中，甚至可以看見釀酒和製作麵包的繪畫和模型，旁邊則放著一罐又一罐的啤酒（當然，裡頭的酒液早已完全蒸發殆盡）和釀酒器具。法老王圖坦卡門（Tutankhamun）約於西元前一三一五年過世，他的墓穴中就擺設釀酒專用的篩網。儘管一般人民僅能葬身於簡單的淺層墓穴中，但也會有小罐的啤酒陪葬。

從搖籃到墳墓，古埃及和美索不達米亞人生命中的每個階段都與啤酒密不可分。這一切可說是天注定：隨著穀物生產過剩、社會結構越來越複雜，啤酒的用途廣泛，也需要文字的記錄。由於肥沃月彎的氣候條件最適合穀類生長，農耕也從此地興起，孕育出最古老的文明和文字，更生產出大量的啤酒。

## 文明拂曉的飲料

值得注意的是，美索不達米亞和埃及的啤酒都不含啤酒花，那是中世紀以後才加入的原料。然而，遠古的啤酒和相關文化，許多都與數千年後的今日有些相似。雖然啤酒已不再是薪酬的一種，人們也不再用「啤酒與麵包」打招呼，但在世界多數地區，啤酒仍是勞工階級的日常飲料。飲酒前乾杯祝福健康，也呼應了古代對啤酒神奇療效的信仰。而啤酒和友善、真誠互動的連結，至今依然不變。啤酒本就是眾人共享的飲料，無論在石器時代的村落、美索不達米亞的宴會廳，或是現代酒吧裡，早從文明拂曉之際，啤酒就有著團結眾人的力量。

## 第2章

# 希臘和羅馬時期的葡萄酒

## 葡萄酒的歡愉

「快，為我拿來一大杯酒，滋潤我的頭腦，讓我說些機智的話。」  
——阿里斯托芬（**Aristophanes, c. 450~385 BCE**），希臘喜劇詩人

## 史上最大的盛宴

歷史上最盛大的宴席，由亞述帝國的亞述納西拔二世（**Ashurnasirpal II**）舉辦，時間大約是在西元前八七〇年，目的是慶祝新首都尼姆魯德（**Nimrud**）的建成。這座城市的中心是座大型的宮殿，以美索不達米亞的傳統形式搭建在高架的泥磚平臺上。宮殿有七個壯觀的大廳，裝設了木頭與銅製的華麗大門，以及雪松、柏樹和刺柏的屋頂。精美的壁畫描繪國王在異地的輝煌戰功。宮殿四周圍繞運河及瀑布，花園中則充滿當地植物，以及國王遠征帶回的奇花異樹：棕櫚、雪松、柏樹、橄欖、李子樹、無花果和葡萄藤。而根據當時楔形文字石板上的紀錄，這些植物「無不在香氣上爭奇鬥豔」。亞述納西拔二世的帝國覆蓋了大部分的美索不達米亞北部，帝國各地的人民皆移居至新首都。這座城市網羅了大量的植物和居民，可說是整個龐大帝國的縮影。建設完畢後，國王立刻舉辦了盛大的竣工宴。

宴會狂歡持續了整整十天，根據官方紀錄，一共有六萬九千五百七十四人參與：四萬七千零七十四名來自帝國各區的男男女女；一萬六千名尼姆魯德的新居民；五千名其他國家的政要，以及一千五百名宮廷官員。宴會的目標是要向外國的代表和本國人民，展現國王的權力和財富。參與者共享了一千隻催肥的牛隻、一千隻小牛、一萬隻綿羊、一萬

五千隻羔羊、一千隻春羊（編按：即早春出生、七月一日前屠宰的小羊）、五百隻羚羊、一千隻鴨子、一千隻鵝、兩萬隻鴿子、一萬兩千隻其他小型鳥類、一萬隻魚、一萬隻跳鼠（編按：一種小型啮齒類動物）和一萬顆蛋。蔬菜的份量則相對很少，僅一千箱。即便這份官方的紀錄可能有些誇大，該場宴會的規模仍可說是前無古人。國王向賓客誇耀自己「竭誠招待，讓他們健康快樂地回到各自的國家」。

然而，整場宴會上最驚人也最具意義的，是國王所選擇的飲品。雖然亞述帝國傳承自美索不達米亞文明，但亞述納西拔二世提供給賓客的並非美索不達米亞當地最尋常的飲料。宮殿的浮雕並未描繪他以吸管飲用啤酒，而是以右手指尖優雅地將一個淺酒碗端到眼前——那個碗很可能是用純金打造的，裡頭裝的酒液則是葡萄酒。



從這幅浮雕中可見，亞述納西拔二世坐在王座上，手裡拿著淺酒碗。兩邊的侍從手持蒼蠅拍，趕走接近國王和葡萄酒的蒼蠅。

## 從樹上長出來的財富

放心，這並不是因為啤酒被禁止的緣故；實際上，亞述納西拔二世在宴會上提供了一萬罐的啤酒。但他也準備了一萬皮袋的葡萄酒——兩

者份量雖然相同，但後者更能展現財力。古代美索不達米亞的葡萄酒很稀有，得由東方的山區產地進口。從山區向平原運輸葡萄酒的成本相當高，葡萄酒的價格也因此來到啤酒的十倍以上。由此可知，葡萄酒在美索不達米亞文化中是異國飲品，只有菁英階級喝得起，主要運用於宗教儀式。葡萄酒的稀有性和高昂價格，使之成為足以與神祇相配的飲品，而大部分的人一輩子都沒機會喝。

亞述納西拔二世有能力以相同份量的葡萄酒和啤酒招待七萬名賓客，毫無疑問地彰顯了他的財富；端出產自帝國遠方的葡萄酒，也代表王權的擴張。更驚人的是，有些葡萄酒的原料來自宮廷花園的葡萄。葡萄的藤蔓按照當時的栽種習慣攀附在樹木上，並透過精密的運河系統灌溉。換句話說，亞述納西拔二世不僅有錢得要命，他的財富更可以說真的是「從樹上長出來的」。新城市宴會的最後，就以獻祭當地葡萄酒給神明的儀式作結。

在尼姆魯德流傳於後世的壁畫當中，便有描繪該場盛宴的場景，人們坐在木椅上，從淺酒碗中飲用葡萄酒；兩側都站著侍從，有些拿著葡萄酒罐，有些拿著扇子或蒼蠅拍，阻止飛蟲接近珍貴的酒液。此外，壁畫中也畫出了大型的儲酒容器，侍從們就是從這裡取酒的。在這之後，飲用葡萄酒這件事，逐漸發展成越發細緻且正式的社交儀式。大約西元前八二五年的方尖碑，描繪亞述納西拔二世的兒子沙爾馬那塞爾三世（Shalmaneser III）站在大傘下。他的右手端著葡萄酒碗，左手按在劍柄上，有人跪在他腳邊祈求。多虧了這類的官方宣傳，葡萄酒本身和飲酒的全套工具，都成為權力、財富和特權階級的象徵。

## 老派飲料新流行

雖然看似才剛躍上流行舞臺，但葡萄酒可不是什麼全新的發明。和



啤酒一樣，葡萄酒在史前時代的起源已不可考：這種飲料的發明（或發現）實在太過古老，只能從神話或傳奇中間接推論。考古學的證據顯示，早在西元前九千～西元前四千年間的新石器時代，人類便已開始生產葡萄酒，主要在札格羅斯山脈（Zagros Mountains），大約是在現代的亞美尼亞和伊朗北部。這個地區集合了三種利於釀葡萄酒的條件：野生的歐亞葡萄（*Vitis vinifera sylvestris*）；豐富的穀類作物，提供釀酒社群整年的糧食，以及興起於西元前七千年的陶藝技術，成為釀酒、儲酒和飲酒的重要器具。

葡萄酒的成分很簡單，只需要將葡萄壓碎、讓汁液（果汁）發酵即可。葡萄皮上即有天然酵母菌，會將果汁中的糖分轉化為酒精。人類在嘗試用陶器長期儲存葡萄或葡萄汁的過程中，可能就產生了葡萄酒。最早期的物質證據，是發現於新石器時代札格羅斯山脈哈吉菲魯茲土丘（Hajji Firuz Tepe）遺跡陶罐內側的紅色殘留物質，此陶罐可以追溯到西元前五千四百年。葡萄酒在這個地區的早期歷史，也反映於《聖經》中諾亞的故事。據說，諾亞度過大洪水後，在亞拉臘山（Mount Arara）附近的山丘上，開墾了第一片葡萄園。

釀造葡萄酒的知識從其誕生地區，持續向西傳播至希臘和安納托利亞（即現在的土耳其），也向南經過黎凡特（Levant，今敘利亞、黎巴嫩和以色列）到了埃及。西元前三一五〇年，古埃及早期統治者魔蠍大帝（King Scorpion I）的陪葬品中就包含七百罐葡萄酒，大費周章地從黎凡特南部的重要產地進口。品嚐過葡萄酒滋味的法老王們，決心在尼羅河三角洲開闢自己的葡萄園，到了西元前三千年左右，已能有限度地自行釀造。然而，和美索不達米亞地區一樣，埃及的氣候環境並不適合大規模產酒，因此葡萄酒的流通仍僅限於菁英階層，墓室的繪畫中也經常出現葡萄酒的釀造場景。與此相對，一般大眾喝的仍然是啤酒。

## 跌下神壇的宗教飲品

類似情形也發生在地中海西部，約西元前二五〇〇年，克里特（Crete）島就開始栽種葡萄（希臘半島很可能也是如此）。希臘神話亦反映出葡萄是由外地引進，而非發源於本土：希臘神祇喝的是眾神的酒（可能是蜂蜜酒），後來引入的葡萄酒是給人類喝的。葡萄藤會生長在橄欖樹、小麥和大麥旁，通常攀爬在橄欖或無花果樹上。然而西元前兩千多年，葡萄酒在希臘本土和克里特島的邁錫尼（Mycenaean）和麥諾安（Minoan）文化都是菁英階層飲品。奴隸勞工或低階神職人員的配給石板上都沒有寫到葡萄酒，因此葡萄酒的取得即是地位的象徵。

由此看來，亞述納西拔二世和兒子沙爾馬那塞爾三世的統治，可說是重要的轉捩點：葡萄酒除了宗教用途外，更多了社交功能，漸漸在近東和地中海東部地區蔚為流行。葡萄酒的普及程度反映在兩個方面。首先是葡萄酒的產量增加，海上貿易量亦然。國家和帝國規模的提升代表葡萄酒需要跨越的國界減少，稅金和規費也跟著降低；當長距離運輸的成本降低，普遍性便會提高。最幸運的統治者就像亞述的國王那樣，帝國境內就有葡萄產地。第二，隨著產量提高、價格降低，不光是上流階級，社會各個階層都有越來越多人負擔得起葡萄酒，從亞述宮廷的貢品清單上便可窺知一二。亞述納西拔二世和兒子沙爾馬那塞爾三世在位期間，葡萄酒和黃金、銀、馬匹、牛隻和其他值錢物品等皆被列在理想貢品中。然而，兩個世紀後，由於葡萄酒變得太過普遍，不再昂貴或罕見，便從貢品清單上消失，至少在亞述帝國是如此。

西元前七八五年尼姆魯德的楔形文字石板顯示，當時亞述宮廷至少有六千人能領到葡萄酒配給。以十個人為單位，每天可領一夸（qa，約一公升）葡萄酒；換算下來即每人大約能分到現代一杯葡萄酒的量。技術突出的工人領得更多，由六人均分一夸。值得注意的是，宮廷中由上

到下的每個人，從最高層官員到最低層的牧童和廚房助手都能領到。

## 陸地運輸不利，水上貿易興起

人們對於葡萄酒的熱忱，就這樣逐漸向南傳進了美索不達米亞。由於葡萄酒不適合在當地生產，相關貿易便沿著幼發拉底河與底格里斯河蓬勃發展了起來。之所以選擇水路運輸，是因為葡萄酒本身很重且容易腐壞，很難在陸地上長途運輸，透過水路最為理想，用的是木頭或蘆葦製造的木筏或小船。希臘歷史學家希羅多德（Herodotus）於西元前四三〇年左右造訪該地，在著作中描述了載運貨品前往巴比倫的船隻「主要貨物是葡萄酒」。希羅多德解釋，船隻抵達下游卸貨後就很難運回上游，因此變得幾乎毫無價值。人們會將船隻拆解賣出，但售價往往只有造價的十分之一，這樣的價差亦成為成本的一部分，使得葡萄酒的價位更加居高不下。

有鑑於此，儘管葡萄酒在美索不達米亞引起風潮，在產地以外地區的價格卻仍非一般人所能負擔。關於這點，可從新巴比倫帝國最後一任統治者那波尼德（Nabonidus）所吹噓的內容得到驗證。新巴比倫帝國在西元前五三九年被波斯人消滅。那波尼德稱葡萄酒為「來自山區的頂尖『啤酒』，敝國並未生產」。儘管如此，在那波尼德的統治下，但葡萄酒存量越來越富足。當時一罐進口葡萄酒的容量為十八西拉（約十八公升，差不多是二十四瓶現代的紅酒），要賣一謝克爾（shekel）白銀。當時，一謝克爾的白銀被視為一個月的最低薪資，因此，只有極度富有者才能將葡萄酒當作日常飲品。對於其他人來說，最受歡迎的是另一種替代飲料：由發酵棕櫚糖漿釀造的棕櫚酒。棕櫚在美索不達米亞南部很常見，因此棕櫚釀的酒只比啤酒貴一點點。至此，即便是最愛好啤酒的美索不達米亞人也棄啤酒而去。西元前一千年間，啤酒不再代表文

化和文明，葡萄酒的時代正式展開。

## 西方思想的搖籃

現代西方思想的起源，可追溯至西元前六世紀～西元前五世紀間，古希臘的黃金時代。希臘思想家為現代政治、哲學、科學和法律奠定基礎，其中最先進的方式，便是透過正反論述來追求理性思辨：這些思想家們認為，評估特定想法的最好方式，就是和另一套想法對比。在政治方面，得到的結論是民主制度，不同政策的支持者會爭取論述上的優勢；在哲學方面，結果是對於自然界的理性辯論和對話；在科學方面，人們提出不同的理論，企圖解釋大自然的現象；在法律領域，則誕生了對抗辯論制的法律體系。（另一項希臘人鍾愛的制度化競爭系統就是體育競賽。）這樣的思考方式奠定了現代西方的生活模式，其中的政治、商業、科技和法律都有著根深柢固的競爭規矩。

將世界區分為西方和東方的概念同樣始於希臘。古希臘並非統一的國家，而是許多連結並不緊密的城市國家、聚落和殖民地，彼此的同盟和敵對關係時常改變。然而，到了西元前八世紀時，說希臘語的人和外國人之間出現了分界。外國人被稱為barbaroi<sup>2</sup>，因為希臘人認為他們的語言是無法理解的胡言亂語。野蠻人中以東方的波斯人為首，廣大的波斯帝國占據了美索不達米亞、敘利亞、埃及和小亞細亞（現今的土耳其）。起初，希臘最大城邦雅典和斯巴達聯合對抗波斯人，但後來波斯人輪番支持斯巴達和雅典之間的內鬥。最終，亞歷山大大帝在西元前四世紀時，聯合了希臘人打敗波斯。希臘人清楚區分了他們與波斯人之間的界線，並相信兩個人種有著根本上的不同——而希臘人比亞洲人更為尊貴。

希臘人對文明的競爭充滿熱情，對外國人則懷抱優越感，這都反映

在他們對葡萄酒的愛好中。他們舉辦正式的飲酒宴會，稱為symposia，飲酒者會進行機智趣味的正反辯論，在文采、才思和論述上一較高下。這些宴會正式又學術的氛圍讓希臘人充分感受到自家文明的深度，和其他喝粗鄙啤酒的野蠻人如隔天壤——儘管有些蠻族也喝葡萄酒，但飲酒禮數卻不符合希臘標準，反而更令他們嗤之以鼻。

## 脫離野蠻的作物

借用西元前五世紀希臘作家，同時也是遠古時代的偉大歷史學家修昔底德（Thucydides）的說法：「當地中海人民學會種植橄欖和葡萄，也就漸漸脫離野蠻。」根據傳說，酒神迪奧尼索斯（Dionysus）為了逃離愛好啤酒的美索不達米亞而來到希臘。另一種比較厚道但更高高在上的希臘傳說則是，迪奧尼索斯為了非葡萄產地的人們，特地創造了啤酒；且迪奧尼索斯讓每個希臘人都有葡萄酒喝，而不僅限於菁英階級。正如劇作家尤里比底斯（Euripides）在《酒神的女信徒》（*The Bacchae*）中寫的：「祂賜予貧窮者及富有者葡萄酒的愉悅，讓所有痛苦止息。」

希臘諸島和本土的氣候和地形都很適合種植葡萄，因此葡萄酒產量豐沛。從西元前七世紀開始，葡萄的栽種快速擴散，從伯羅奔尼薩（Peloponnese）半島的阿卡迪亞（Arcadia）和斯巴達，向北傳至雅典附近的阿提卡（Attica）地區。希臘人是最早大規模商業化生產葡萄酒的民族，他們在葡萄栽種上採取了近乎科學的做法。相關著作首見於西元前八世紀海西奧德（Hesiod）的《工作與時日》（*Works and Days*），書中整理了關於剪枝、採收和擠壓葡萄的建議。希臘葡萄果農改善了葡萄的榨汁程序，並首度以棚架和木樁整齊排列地栽植葡萄株，而不是讓葡萄藤攀附於其他樹木。因此，他們能在有限的空間內栽種更

多葡萄、提高產量，採收起來也更輕鬆。

漸漸地，葡萄和橄欖的栽種取代了穀類；葡萄酒的生產也從自給自足轉變為工業化生產。葡萄酒不再只提供給農夫和家人，而是正式成為一項商品。因此，即使種植葡萄帶來的利潤是穀類的二十倍，好像也不怎麼令人意外了。就這樣，葡萄酒成為希臘主要的出口商品，透過海上貿易交換其他物資。在阿提卡地區，穀類被葡萄取代的過程太過極端，甚至得從外地進口穀類才能維持充足供給。在當時的希臘，葡萄酒就是財富；到了西元前六世紀，雅典的資產階級會根據其葡萄園的地產分級：最低階擁有的土地面積不及七英畝，往上的三階則分別擁有十、十五和二十五英畝。

此外，希臘遙遠的離島也開始生產葡萄酒，包含希俄斯（Chios）島、薩索斯（Thásos）島和位於現代土耳其西岸外海的萊斯沃斯（Lesbos）島，且萊斯沃斯島特有的紅酒更有著崇高的價值。葡萄酒在經濟上的重要性，更反映在希臘錢幣上的圖案：希俄斯島的錢幣畫著特殊的紅酒罐；酒神迪奧尼索斯靠在驢背上的形象，則成為色雷斯（Thrace）城市門迪（Mende）的錢幣和雙耳陶罐（amphorae，本節最末有更多討論）把手上常見的主題。

葡萄酒在商業上的重要性，也代表葡萄園成為雅典和斯巴達在伯羅奔尼薩戰爭中的主要爭奪目標，時常遭到踐踏或燒毀。在西元前四二四年的某天，斯巴達部隊在收穫季節來到雅典同盟馬其頓（Macedonia）的產酒城市阿肯薩斯（Acanthus）。當地人民害怕葡萄被摧毀，被斯巴達領袖伯拉西達（Brasidas）說服後進行了投票，決定改變陣營。最終，他們便能不受侵擾地繼續收成葡萄。

## 與精緻文明畫上等號

隨著葡萄酒越來越普遍，甚至連奴隸也能飲用，重要的就不再是「喝不喝得到」，而是「你喝的是哪一種」。儘管和其他文化相比，葡萄酒在希臘屬大眾飲品，卻仍能用來判定社會階層。希臘的飲酒者很快就分辨出國內和國外不同葡萄酒之間的細微差異。當特殊的葡萄酒品牌名聲傳開，不同的產地也開始以專屬雙耳陶罐運送，以確保消費者能買到正品。西元前四世紀，希臘西西里島的美食家阿切斯特拉圖

（Archestratus）著有《美食學》（*Gastronomia*）一書，而他偏好來自萊斯沃斯島的葡萄酒。西元前五世紀和前四世紀的喜劇作品，也提到希俄斯島和薩索斯島的葡萄酒都頗富盛名。

除了產地外，希臘人也很在意葡萄酒的儲藏年份，而非釀造的年份。這或許是因為儲存和處理的過程造成的影響遠超過釀造。陳年的葡萄酒是地位的象徵，西元前八世紀的荷馬史詩《奧德賽》（*Odyssey*）描述傳奇英雄奧底修斯的寶庫「堆滿了黃金和銅，還有一箱箱的布料和許多香氣濃郁的油；此外，還有一罐又一罐香醇的陳年老酒並排在牆邊。」

對希臘人來說，飲用葡萄酒可以和精緻的文明畫上等號：飲用的種類、酒的年份都代表你的文化程度。葡萄酒勝過啤酒；高級葡萄酒又比一般葡萄酒更佳，而且越陳越好。然而，比上述這些都來得更重要的，是你飲酒後的表現，這揭露了你最內在的本質。如同西元前六世紀詩人埃斯庫羅斯（Aeschylus）所言：「銅鏡反映外在形貌，葡萄酒卻反映出內在。」

## 如何像希臘人那樣飲酒？

和其他文化相比，希臘人喝酒時最特殊之處，就是會在飲用之前摻入水。希臘社會文化的高峰是私人飲酒宴會symposion，飲用的就是摻



水的酒。這是僅限男性入內的尊貴場合，舉辦的地點是名為**andron**的男性專用房間，牆壁上通常裝飾著和飲酒相關的壁畫和器具。這樣的房間將飲酒宴會和日常生活區隔開來，也代表兩種場合適用的規則不同。**andron**通常會是房子裡唯一在地面鋪設石板的房間，地面為了方便清理而向中心傾斜。這間房間的重要性極高，有時整棟宅第都以此為中心而設計。

男性們會坐在特殊的沙發上，一手靠著墊子，這是西元前八世紀近東傳來的流行。典型飲酒宴會的與會者是十多位男性，至多不會超過三十人。雖然女性不能成為座上賓，但現場會有女性侍者、舞者和樂師。一開始先上食物，通常不搭配飲品。桌面經整理後，才把葡萄酒端上來。雅典的飲酒傳統是倒三杯奠酒：一杯獻給眾神，一杯給逝世的英雄，特別是自己的祖先，第三杯則給眾神之王宙斯。在這段儀式中，可能會由一名年輕的女性以長笛奏樂，並吟誦聖歌。她們會以花朵或葡萄藤編織花環、發送給賓客；有時也會灑上香水增添氣氛。上述儀式過後，飲酒才正式開始。



希臘飲酒宴會的飲酒者。坐著的男子們用淺酒碗喝著摻水稀釋的葡萄酒，長笛樂手則在一旁演奏，奴隸則從公用的大甕中倒取更多酒。

人們會先在名為**krater**的大甕中將葡萄酒與水混合。具體做法為，

以有三個把手、名為hydria的器皿將水加入酒中，而不是以酒入水。加入的水量可決定人們喝醉的速度。標準的混合比例可能是2：1、5：2、3：1和4：1；至於1：1的酒水混合則為烈酒。有些葡萄酒會在運送前，先被濃縮至原本容量的二分之一或三分之一，因此得用八～二十倍的水來稀釋。天氣炎熱時，人們會將酒甕垂入井中降溫，經濟更闊綽的甚至會在酒中摻入雪。這些雪是在冬天蒐集、以乾草包裹，儲藏在地底坑洞中以防融化，等到這樣的場合才拿出來用。

## 只有酒神可純飲葡萄酒

以雅典為首的希臘人認為，無論酒本身多麼高級，飲用時不摻水就是野蠻人的行為。他們相信，唯有酒神迪奧尼索斯能安全地直接喝純葡萄酒。（藝術作品中通常會描繪祂用特殊的酒瓶喝酒，代表裡頭不加半滴水。）與此相對，人類只能喝以水稀釋的酒，否則就會變得極度暴力，甚至失心瘋。根據希羅多德的說法，這樣的命運就發生在斯巴達國王克里奧曼尼斯（King Cleomenes）的身上。這位國王向黑海北部的游牧民族斯基泰人（Scythian）習得喝純酒的習慣。斯基泰人和他們的鄰居色雷斯人都被雅典哲學家柏拉圖（Plato）批評，對葡萄酒毫無知識和文化可言：「斯基泰人和色雷斯人的男性和女性都喝純葡萄酒，會潑灑在他們的衣服上，認為是快樂又光榮的事。」馬其頓人對純酒的愛好也是惡名昭彰，亞歷山大大帝和其祖父菲利浦二世（Philip II）據說都是酒鬼。亞歷山大在某次酒醉的爭執中殺害朋友克萊圖斯（Clitus）。亦有證據顯示，西元前三二三年害他神祕死亡的主因，其實和酗酒有關。然而，我們很難評估這類說法的可信度，因為在遠古的史料中，「節制等於美德，放縱等於腐敗」的觀念實在太過普遍。

水會使酒變得安全，但酒也會讓水更安全。葡萄酒除了不含病原

體外，發酵過程也會釋放出天然的抗菌成分。雖然希臘人並不知道這一點，但他們很清楚受汙染的水源有多麼危險；他們只會飲用泉水和深井裡的水，或是用水槽收集而來的雨水。他們也觀察到，和以水清洗的傷口相比，用葡萄酒治療的傷口較不易受感染（理由同樣是不含病原體，且含有天然抗菌成分）。因此，他們推論葡萄酒有清潔和淨化的力量。

有趣的是，希臘人認為，完全不喝酒就和只喝純酒一樣糟糕。羅馬時期的希臘作家普魯塔克（Plutarch）是這麼寫的：「酒鬼傲慢又無禮...但完全滴酒不沾也令人難以苟同。這樣的人比較適合照顧小孩，而不是參加飲酒宴會。」這兩種人都無法妥善運用酒神迪奧尼索斯賜予的禮物，而希臘人的理想是兩個極端間的中庸狀態；他們以水摻酒的習慣，正是使自己介於酗酒的野蠻人和滴酒不沾的粗鄙之間的最佳選擇。維持這種中庸狀態是「飲酒宴會國王」（symposiarch）的職責——擔任此職者可能是宴會主辦人，或是透過投票或擲骰子從與會者中挑選。

「節制適度」是飲酒宴會的關鍵：飲酒宴會國王必須讓聚會者處於「清醒和酒醉的交界」，既能無憂無慮地暢所欲言，又不至於變得和蠻族一樣暴力。

## 從飲酒方式看教養

葡萄酒通常會裝在有兩個把手的淺酒杯cylix中飲用，杯底有短柄連接底座。酒杯有時會放在名為cantharos的較深容器，或rhyton的角狀杯中。僕人會在主持者的指示下，用看起來像長柄杓子的陶酒罈oinochoë將酒從酒甕舀到酒杯中。一旦酒甕空了，就得準備新的一甕。

飲酒的容器會用酒神迪奧尼索斯的圖像裝飾，且越到後期越精緻華麗。在陶器方面，經典的款式使用黑彩技術（black-figure），以黑漆表現人像或物體，刻出細節後再燒製。這項技術在西元前七世紀時由科林

斯人（Corinth）發明，很快便傳到雅典。西元前六世紀起，紅彩技術漸漸取代黑彩，用陶土天然的紅色呈現主要形象，再以黑彩加上細節。然而，這些保存至今的大量黑彩和紅彩陶藝其實是種誤導——實際上，有錢人用的是金或銀製的酒器，而非陶土；只是因為墓葬時會用是陶土酒器陪葬，因此保存了下來。

遵守飲酒的規則和儀式，並搭配適當的器具、家具和服裝，皆反映出飲酒者的教養程度。然而，喝酒的當下到底是什麼情況呢？答案可能有很多個。飲酒宴會形形色色，宛如人生百態和希臘社會的縮影。有時候主人會雇用樂師和舞者，提供正式的娛樂；有時賓客間妙語如珠，即興創作機智的歌曲或詩作互相鬥智；有的飲酒宴會則是正式場合，討論哲學或文學，年輕人則會為了教育目的而加入。

但並非所有的飲酒宴會都很嚴肅，飲酒遊戲「旋轉瓶子」

（kottabos）就非常受歡迎。此遊戲得把杯子裡最後幾滴酒彈到特定目標物上，例如某個人、銅製碟形標靶，或是水中漂浮的杯子（試著讓杯子沉下去）。此遊戲引起的風潮之大，甚至有愛好者特別建造了圓形遊戲間。傳統的衛道人士擔心年輕人努力提升遊戲技巧，卻不練習對打獵和戰爭有幫助的標槍投擲。

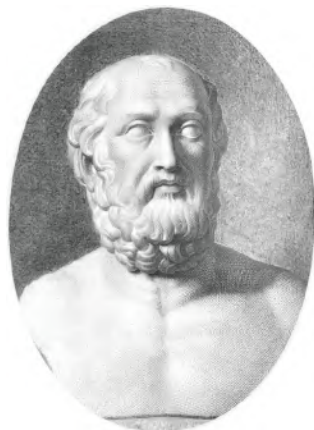
隨著葡萄酒一甕甕下肚，有些飲酒宴會漸漸淪為狂歡，有些則陷入暴力混亂，賓客們會彼此提出挑戰，要求對方展現對飲酒團體hetaireia的忠誠。有些飲酒宴會後會舉行表演性質的komos，飲酒團體的成員在夜晚上街狂歡遊行，以強調他們的團結和力量。依據參與者的狀態，有些遊行相當和平，但也有些演變為暴力或破壞公物。尤布魯斯

（Euboulos）的殘篇劇本中就有這樣的段落：「對理智的男性，我只準備三甕的酒：第一甕是為了健康，第二是為了愛和愉悅，第三則帶來好眠。第三甕喝完後，智者就會回家。第四甕後不再屬於我，而是屬於不良行為；第五甕讓人高聲叫囂，第六甕讓人粗魯辱罵，第七甕引爆爭端，第八甕破壞家具，第九甕帶來憂鬱，第十則是瘋狂和失去意識。」

## 飲酒的哲學

追根究柢，飲酒宴會的核心是追求知識、社交或性愛方面的歡愉。這提供人們發洩狂亂情緒的出口，反映了文化最好和最糟的面向。飲酒宴會上摻了水的酒提供哲學家富饒的創作泉源，被比喻為個人和整個社會中人性的好與壞。因此，透過規則防範酒精失控的飲酒宴會，就成了柏拉圖和其他哲學家觀察希臘社會的稜鏡。

哲學是對智慧的追求，而有什麼情境比飲酒宴會更適合呢？葡萄酒能帶走各種侷限，並揭露出所有愉快及不愉快的真實面。西元前三世紀的希臘哲學家埃拉托斯特尼（Eratosthenes）說：「葡萄酒能揭露隱蔽之事。」而飲酒宴會是探究真相的場合，這也反映在文學中，許多不同的角色會一邊喝酒一邊辯論特定的主題。最著名的例子是柏拉圖的《會飲篇》（*Symposium*），參與者包括他的導師蘇格拉底（Socrates），討論主題為愛情。喝了一整個晚上後，所有的賓客都睡著了，只有蘇格拉底似乎沒受到酒精影響，天一亮，又照例展開一天的公事。柏拉圖筆下的蘇格拉底是理想的飲酒者：利用葡萄酒追求真實，又能完全自制，不受任何負面的影響。蘇格拉底也曾出現在其他學生的類似著作中。色諾芬（Xenophon）的《會飲篇》約寫於西元前三六〇年，是另一篇關於雅典飲酒宴會的虛構故事，其中的對話比柏拉圖的嚴肅論述更充滿機智和火花，角色也更人性化。主題同樣是愛情，而驅動對話的是高級的薩索斯島葡萄酒。



希臘哲學家柏拉圖。他相信葡萄酒能考驗一個人的人格。

這種哲學性的飲酒宴會比較常出現在文學想像，而不是現實世界。但葡萄酒在日常生活至少有一項揭露真相的功能：顯現出飲酒者的本性。雖然柏拉圖反對現實中飲酒宴會的享樂主義，但他認為可以善用這和場合，作為人格的考驗。他在著作《法律篇》（*Laws*）就透過某個角色之口宣稱，在飲酒宴會中喝酒是最簡單、迅速、可靠的人格考驗。他描述蘇格拉底假設有一種「恐懼藥劑」，可引發服用者的恐懼；隨著劑量提高，服用者也漸漸學會征服恐懼，這種想像中的飲料能激發勇氣和無畏之心。當然，這款藥劑並不存在，但柏拉圖以葡萄酒類比，認為葡萄酒適合用來強化人的自制力。以下就是柏拉圖借蘇格拉底之口，對來自克里特島的對話者所說的一段話：

「若能謹慎操作，有什麼比將節慶的葡萄酒更適合用來首先測試，接著鍛鍊人格？有什麼比這更便宜，或是更純潔？只要想想以下哪個風險最大就很清楚了：要測試一個犯下數萬不公不義之舉的陰鬱野蠻人，你會冒著生命風險挑戰他，還是和他一起參加酒神的慶典？你是否會願意以妻子或兒女等摯愛為賭注，只為看清一個人的靈魂？.....我相信克里特島或任何地方的人，都會同意葡萄酒的試煉比任何其他考驗都更公平、安全、便宜且快速。」

同樣的，柏拉圖認為喝酒也是自我的考驗，要面對酒精所喚醒的各種激情：憤怒、愛、自傲、狂妄、貪婪和懦弱。他甚至為理想飲酒宴會訂定了規矩，為的是幫助人們對抗不理性的衝動、打倒內心的惡魔。他甚至宣稱葡萄酒是「賜給人類的香脂膏，為的是在靈魂中栽下謙卑，為身體帶來健康和力量」。

飲酒宴會的概念也發揚於政治場域。在現代人的眼中，一群人平等地從共用的碗裡喝酒，似乎具體表現了民主精神。飲酒宴會的確是民主的，只不過和現代的定義不太一樣。這樣的場合專屬於特權階級，但雅典的民主也是，投票的權利僅限於自由的男性，大約占了總人口數的五分之一。希臘的民主依賴奴隸制度來運作，假如沒有奴隸負責辛苦的勞務，自由男性們就不會有空餘的時間參政。

## 《理想國》中的反民主思維

柏拉圖並不相信民主。首先，他認為民主違反了自然的秩序。假如理論上人人平等，那為什麼兒子必須服從父親，學生要服從老師？柏拉圖在《理想國》（*The Republic*）提到，如果賦予一般人民太多權力，將無可避免地落入無政府的混亂狀態——至此，就只能透過極權暴君才能重新恢復秩序。在《理想國》中，蘇格拉底痛斥民主的支持者是「邪惡的倒酒者」，並鼓勵飢渴的人民放縱於「自由的烈酒」。換句話說，權力就像葡萄酒，假如不習慣喝酒的人一口氣喝太多，就會變得爛醉。過度的飲酒和權力都只會帶來混亂。這是《理想國》關於飲酒宴會的眾多負面隱喻之一。（相反的，柏拉圖相信理想的社會應該由哲學家國王為首的菁英集團所領導。）

簡而言之，飲酒宴會反映了人類的本性，好壞面向皆有。然而，柏



拉圖認為只要遵循正確的規則，飲酒宴會就是利大於弊。事實上，他在雅典城外建立自己的學院，教導哲學和從事寫作超過四十年，而飲酒宴會就成為他的教學模式的架構。一名編年史學家曾寫到，每天的講學和辯論結束後，柏拉圖和學生會一起吃飯飲酒，「享受彼此的陪伴之餘，也透過深度討論溫故知新」。在柏拉圖的指示下，葡萄酒只會適量供應，主要提振精神的仍然是知識。

當代的人注意到，和柏拉圖共餐的人隔天都不會有任何不適。宴會上沒有樂師或舞者，因為柏拉圖相信，受過教育的人應該能透過「秩序井然地輪流發言和傾聽」來得到快樂。如今，同樣的模式仍保留在學術交流的場合，例如研討會：參與者會輪流發言，也鼓勵在規定的範圍內進行討論和辯論。

## 加速希臘文化傳播的神器

葡萄酒顯示出希臘精細的社會階層、無與倫比的高雅文化，以及對享樂主義和哲學探究的推崇。這些價值也隨著希臘的葡萄酒向外傳播。希臘當地特殊的雙耳陶罐，其遺跡的分布為希臘葡萄酒的流傳，以及希臘習俗和價值的強大影響力等，提供了有力的考古學證據。到了西元前五世紀，希臘葡萄酒的出口範圍甚至向西到法國南部；向南到埃及；向東至克里米亞（Crimean）半島；向北則到多瑙河（Danube）流域。葡萄酒貿易的規模極大，光是在法國南部海岸發現的一艘沉船上，就載運了驚人的一萬個雙耳陶罐，容量大約等於二十五萬公升，或現代的三十三萬三千瓶葡萄酒。

希臘商人和殖民者不只帶來葡萄酒本身，也向西西里島、義大利南部和法國南部傳播栽種葡萄的知識和釀酒技術。然而，將葡萄產業帶進西班牙和葡萄牙的，究竟是希臘人還是腓尼基人（以現代敘利亞和黎巴

嫩為基地的航海民族），如今還沒有定論。

考古學家在法國中部發現一處塞爾特人（Celtic）的墳墓，可追溯到西元前六世紀。墓的主人是年輕的貴族女性，躺在一台車架上，車輪被拆下來放在一旁。在墳墓眾多珍貴的陪葬品中，包含一整套進口的希臘飲酒器具，甚至有一個巨大又精美的酒甕。類似的酒器也出現在其他塞爾特墳墓中。大量的希臘葡萄酒和酒器也出口到義大利，伊特魯里亞人（Etruscan）為了展現自己的文明，熱情地擁抱了飲酒宴會的習俗。

飲用葡萄酒等希臘習俗受到其他文化的推崇和效仿，因此載運希臘葡萄酒的船隻，同時也載運了希臘文明，在地中海及更遙遠的地區，一次一個雙耳陶罐地傳播著。葡萄酒取代啤酒，成為最優雅文明的飲品，而多虧了與古希臘文明成就的高度連結，葡萄酒象徵進步的地位至今仍不容撼動。

---

barbaroi後衍生出英文babbling，意指胡言亂語；barbarian，即後文所指的野蠻人。

## 帝國的藤蔓

「沐浴、葡萄酒和性會摧毀我們的身體。

但少了沐浴、葡萄酒和性，人生還有什麼意義呢？」

——拉丁語語料庫碑文（*Corpus Inscriptionis VI, 15258*）

## 羅馬就愛蹭希臘

西元前二世紀，來自義大利中部的羅馬人取代了希臘，成為地中海地區的霸權。然而，這是種頗為微妙的勝利，因為羅馬人和多數歐洲人一樣，喜歡透過對希臘文化的挪用來展現自己的文明程度。他們借用希臘神祇和相關傳說，文字上也改良希臘字母，還模仿希臘人的建築；羅馬的憲法更以希臘法律為模型；受過教育的羅馬人研究希臘文學，也會說希臘語。上述這一切都讓部分羅馬人認為，所謂對希臘的勝利，實際上是落敗了。當羅馬人在西元前二一二年攻占希臘殖民地錫拉丘茲（Syracuse）後，將許多美麗的希臘雕像以勝利者之姿帶回羅馬。脾氣乖戾的羅馬思想家老加圖（Cato the Elder）一向視希臘為負面影響，因而批判：「戰敗者征服了我們，我們並未獲勝。」

老加圖和其他懷疑論者比較希臘人和羅馬人的不同。他認為希臘人軟弱、不可靠又自我中心，羅馬人則務實嚴肅。雖然希臘文化曾有過許多值得推崇的特質，如今卻嚴重退化：希臘人沉溺在過去的輝煌中，過度著迷於文字遊戲和空洞的高談闊論。即便有這些批判，羅馬文化仍不可否認地深受希臘影響，並造成了矛盾的結果——多數羅馬人一方面想擺脫希臘，但在知識和藝術方面的希臘傳承卻與日俱增，影響範圍更

擴及整個地中海，並不斷向外延伸。

就在此時，葡萄酒替羅馬人解了套：葡萄的栽種和釀造成為希臘和羅馬價值的橋梁。羅馬人以自己的根源為傲，從腳踏實地的農民轉為士兵和治理者。戰爭獲勝後，羅馬士兵通常會得到農地作為獎勵，最貴重的作物是葡萄。若是栽種葡萄，羅馬的紳士農夫們就能一邊在希臘風格的度假別墅裡享受奢華飲酒宴會，一邊催眠自己並未背棄祖先。

老加圖自己也認同，栽培葡萄的確幫助了羅馬人在傳統價值觀的簡樸和希臘文化的精緻間取得平衡。栽種葡萄必須腳踏實地，但收成的葡萄酒卻是文明的象徵。因此，對羅馬人來說，葡萄酒就像他們的過去和現在：羅馬由奠基勤奮的農夫奠基，軍事成就輝煌，負責訓練指揮的軍隊長官百夫長（centurion），其職級章正是上述的縮影：由砍下的葡萄樹苗所製成的權杖。

## 條條藤蔓通羅馬

西元前二世紀之初，希臘的葡萄酒仍是地中海葡萄酒貿易大宗，也是唯一大量輸入義大利半島的產品。然而，隨著釀酒技術由南方的希臘前殖民地向北傳播，羅馬人很快便後來居上——曾被希臘人稱為「艾諾提亞」（Oenotria），或「馴化葡萄之地」的這個地區，全被羅馬征服。隨著羅馬人成為地中海強權，北方迦太基（Carthage）王國滅亡、希臘城市科林斯淪陷，義大利半島在西元前一四六年成為領先全世界的葡萄酒產地。

羅馬人吸收了希臘文化的各個面向並加以傳播，其中也包含希臘最高級的葡萄酒和釀酒技術。例如，原本種植於希臘群島的葡萄被移植至義大利，讓當地也能生產基安帝葡萄酒（Chian wine）。釀酒人開始效仿最受歡迎的希臘葡萄酒，例如科斯（Cos）島的海鹽風味葡萄酒，此

舉也使得Coan從產地標章演變為葡萄酒的類型。頂尖的釀酒人紛紛從希臘前往義大利這個新的貿易中心。到了西元前七〇年，羅馬作家老普林尼（Pliny the Elder）估計整個羅馬世界中有八十種葡萄酒；超過三分之二都在義大利釀造。

由於葡萄酒實在太受歡迎，傳統的釀造技術已經無法滿足需求，而理想的高貴農民形象，也被更商業化的經營所取代，大型的莊園皆由奴隸奉獻勞力。前文提過，葡萄酒產量的提升是建立在穀類生產的減少之上，羅馬因而得仰賴非洲殖民地進口的穀類。葡萄酒莊的擴張也對鄉村人口造成影響，許多小型農戶紛紛賣掉土地、搬至都市。羅馬的人口數從西元前三百年的十萬人，增加到西元前一世紀的大約一百萬人，成為世界最大型的都市。葡萄酒產量在羅馬的中心不斷密集化；需求則擴散到邊境。隨著羅馬領地的擴張，飲酒的習慣就和其他羅馬習俗一起傳播出去。富有的不列顛人（Briton）捨棄了啤酒和蜜酒，追求遠自愛琴海進口的葡萄酒；義大利葡萄酒最遠甚至可出口到尼羅河南部和印度北部。在西元一世紀，為因應節節高升的需求，羅馬人在高盧南部和西班牙領土的葡萄酒生產規模再度擴大；然而，最受推崇的仍是義大利產的葡萄酒。

## 超完整的葡萄酒貿易網

葡萄酒透過貨輪在地中海運輸，一般的貨輪可以承載兩千～三千個雙耳陶罐，附貨艙則運送奴隸、堅果、玻璃器皿、香水和其他奢侈品。有些釀酒人會自行運輸，考古發現的沉船殘骸裡，就曾發現刻了釀酒人名字的雙耳陶罐，和船錨上刻的名字相同。用來運輸葡萄酒的雙耳陶罐一般來說只能使用一次，達到目的之後就會被打碎。考古學家在馬賽、雅典、亞歷山大港和其他地中海港口，以及羅馬本身的垃圾堆遺跡中，

曾發現上千個雙耳陶罐的把手，上頭印著產地、內容物等資訊。透過現代技術分析，我們得以畫出貿易路線，看見羅馬政治情勢對葡萄酒產業的影響。在羅馬大型倉庫遺跡霍雷亞加爾巴納（Horrea Galbana）高達一百五十英尺的垃圾堆中，雙耳陶罐主要都來自西元二世紀的西班牙。當時的義大利葡萄酒產量因為不明原因下降，或許和瘟疫流行有關。在西元三世紀初期，北非的葡萄酒隨著普蒂米烏斯·塞維魯（Septimius Severus）在西元一九三年掌權，開始成為市場主流。由於羅馬西班牙的商人支持他的對手艾比亞斯·克羅帝斯（Albius Clodius），於是他鼓勵人民投資他的家鄉大萊普提斯（Leptis Magna，今利比亞首都的黎波里），且相當偏愛該地的葡萄酒。

大部分最頂級的葡萄酒都是直接被送進羅馬。裝載葡萄酒的船抵達羅馬西南方幾英哩的奧斯提亞（Ostia）港，由專業的裝卸工卸貨。他們擅長在危險的船隻跳板上搬運沉重又不易搬動的雙耳陶罐。潛水者也隨時待命，準備打撈意外落水的陶罐。葡萄酒分裝至較小型的容器之後，就繼續沿著台伯（Tiber）河進入羅馬城。接著，葡萄酒會以人力運輸到批發倉庫陰暗的酒窖，改裝到大型陶罐中放入地下低溫保存。零售商會在此購買葡萄酒，裝入較小的雙耳陶罐，用手推車在城市狹窄的巷弄中運送。西元二世紀初的羅馬諷刺作家尤韋納爾（Juvenal），便如此描述羅馬熙來攘往的繁忙街道：

前方的人潮擋住我們匆忙的去路，後方人群推擠我們的背後；  
有個男人的手肘打到我，另一個用拐杖；  
有個男人用木梁擊中我的頭，還有個用葡萄酒的陶罐。  
我粗壯的腿上沾滿泥巴。轉眼間，我就被人群踩在腳下，  
而士兵靴子的鞋釘刺在我的腳趾。

這些葡萄酒在通過混亂的街道後，就在街區上的商店以陶罐販售；

需要較大份量時則使用雙耳陶罐。羅馬家庭會派奴隸拿空罐去買酒，或是安排定期配送，讓葡萄酒商人推著車挨家挨戶地送貨。最後，羅馬帝國遙遠領土生產的葡萄酒終於擺上餐桌，被羅馬市民嚥入喉中。

## 人人皆可飲？炫富才是真

對一般人來說，在不同的酒款之間做選擇，往往不是什麼攸關生死的大事。然而，決定了羅馬政治家和雄辯家馬克．安東尼（Marcus Antonius）命運的，正是這樣的問題。西元前八七年，他發現自己在羅馬錯縱複雜的政治鬥爭中選錯邊站。年長的將軍蓋烏斯．馬略（Gaius Marius）奪權，心狠手辣地追殺對手蘇拉（Sulla）的支持者。馬克．安東尼躲藏在社會地位較低的同夥家，希望不會有人想到在如此貧困的家戶中尋找他。不幸的是，他的守護者不小心露出馬腳，派僕人購買符合他尊貴地位的葡萄酒。僕人到鄰近的酒館，要求購買比平時更高級、更昂貴的酒。店家詢問理由時，僕人透露了家裡客人的身分。店主直接向馬略密報，馬略於是派出數名士兵追殺馬克．安東尼。然而，由於馬克．安東尼的口才太好，破門而入的士兵沒辦法對他下手。最後，他們在外等候的指揮官也入內查看。他斥責自己手下的懦弱，並親手砍下馬克．安東尼的頭。

羅馬人和早先的希臘人一樣，認為葡萄酒是各個階層的日常必需品，從凱薩大帝到奴隸都會飲用葡萄酒。但羅馬人又把葡萄酒的身分鑑別性提到更高層次。在前述例子中，藏匿馬克．安東尼的守護者根本沒辦法想像給安東尼喝劣等酒，這代表葡萄酒已成為羅馬社會階層象徵，足以彰顯飲酒者的財富和地位。羅馬社會最富裕和最貧困者的差異，就反映在酒杯中的內容物上。對有錢的羅馬人來說，分辨出高級葡萄酒的能力就是一種炫富行為，意味著他們負擔得起最高級的葡萄酒，也下功

夫研究這些酒之間的差異。

舉世公認最頂級的葡萄酒是法勒那斯酒（**Falernian**），至今仍在坎佩尼亞地區（**Campania**）釀造；此酒名在當時就是奢侈的代名詞，到了現代依然適用。釀造法勒那斯酒的葡萄，必須栽種在拿坡里南部法勒那斯山限定區域的山坡上。其中**Caucine Falernian**種植在最高處；**Faustian Falernian**則種在中海拔地區，由獨裁者蘇拉之子的法斯圖斯（**Faustus**）莊園釀造；海拔最低處所生產的酒則僅稱法勒那斯酒。頂級的法勒那斯酒是白酒，一般來說會釀造超過十年，直到轉變成金黃色。限定的產地和陳年的釀造都讓法勒那斯酒變得格外昂貴，自然也成為菁英階層的特權。傳說中，這種酒甚至有神聖的來源：四處漫遊的酒神巴克科斯（**Bacchus**，羅馬版本的酒神迪奧尼索斯）讓法勒那斯山上長滿葡萄樹，因為有一位高貴的農夫在不知道祂身分的情況下，親切地招待他過夜。同時，巴克科斯也讓農夫家的牛奶全部變成葡萄酒。

## 羅馬帝國的高級葡萄酒

當時最有名的頂級法勒那斯酒釀造於西元前一二一年，稱為歐皮曼法勒尼安（**Opimian Falernian**），以紀念當年的議會長歐皮曼。凱薩大帝在西元前一世紀喝過這種酒；存放了一百六十年的陳年歐皮曼酒，則在西元三九年被獻給皇帝卡利古拉（**Caligula**）。西元一世紀的羅馬詩人馬雪爾（**Martial**）形容這種酒是「永生不朽」的，不過保存到當時的歐皮曼酒大概已經不能喝了。其他高級的羅馬葡萄酒還包括**Caecuban**、**Surrentine**和**Setine**；**Setine**在夏天時很受歡迎，會加入高山上取來的雪。老普林尼等羅馬作家批評這種冷飲的形式違反四季運行，既不自然又道德敗壞。有些保守派呼籲回歸舊時的樸實勤儉；有些則擔心鋪張浪費的飲食花費會激起窮人的怒火。



因此，羅馬通過許多《反奢侈法》，企圖限制富裕市民的奢侈品味。法律條文之多，代表其實執法力道很弱，遵守的人也不多。其中一條具體規範一個月中每一天食物和娛樂的花費；而後的法條則針對婚禮和喪禮，條列可以吃和不能吃的肉類，並徹底禁止某些食物。還有其他條文規定男性不得穿著絲綢服裝、黃金花瓶只能用於宗教儀式、家裡的飯廳必須有對外窗，以便官員監督住戶是否違法。到了凱薩大帝的統治期間，監察官有時會在市場上閒晃，或是闖入宴會，沒收違法的食物。此外，菜單也都必須交由政府官員檢核。

當最富有的羅馬人暢飲著高級葡萄酒時，較為貧窮的市民則喝著等級較低的酒，按照社會階層一路下降。葡萄酒的等級與社會階層如此相對應，甚至在羅馬宴會convivium上，每個人都只能喝與地位相符的酒。這是羅馬宴會與其希臘原型的顯著差異。在希臘的飲酒宴會中，與會者至少在理論上是從公用的酒甕中平等地共享，追求歡愉和哲學啟蒙；羅馬的宴會卻是凸顯社會分級的場合，而不是在酒精帶來的迷茫中暫時放下歧異。

## 赤裸裸的差別待遇

羅馬人和希臘人一樣，用「文明」的方式飲酒，也就是在酒中摻水，這些飲用水係由精密的高架渠道系統引入城市中。然而，每個人只會為自己混酒，鮮少使用共享的酒甕。此外，座位的分配也不如希臘時期的平等主義，羅馬的宴會凸顯出社會階級體系，其基礎是保護者與被保護者制度（Patron-Clients，或譯恩庇侍從）。被保護的市民仰賴保護者，而保護者也有更上層的保護者。每個保護者都會向被保護者提供福利（例如經濟補貼、法律諮詢和政治影響力），而被保護者則有特定的義務，例如每天早上都陪伴保護者前往廣場（Forum）；保護者隊伍的

規模，就是其權勢的象徵。然而，假如保護者邀請受保護者參加宴會，受保護者會發現自己得到比較次級的食物和酒，甚至可能成為其他賓客嘲笑的對象。小普林尼（Pliny the Younger）在西元一世紀記錄下某次晚宴，主人和朋友們享用高級的葡萄酒，其他客人是次級的，自由人（前奴隸）則只能得到再低一級的。

比較粗劣便宜的葡萄酒通常會摻入許多添加物，目的可能是為了保存或掩飾腐壞的味道。羅馬人有時會使用瀝青來為雙耳陶罐封口，有時則會加入葡萄酒中防腐；此外，也可能像希臘傳統那樣加入少量的鹽或海水。西元一世紀的羅馬田園作家科魯邁拉（Columella）宣稱，如果謹慎使用，這類的添加劑並不會損害葡萄酒的風味，甚至還可能有所提升；他提供的食譜包含將白酒以海水和胡蘆巴發酵，會帶來尖銳的堅果風味，類似於現今的乾型雪莉酒。其中，名為mulsum的酒混合了葡萄酒和蜂蜜，是西元一世紀初期提比略（Tiberius）統治期間的時髦餐前酒；rosatum這種類似的酒則帶有玫瑰風味。然而，藥草、蜂蜜和其他添加物還是較常用來掩蓋劣質葡萄酒的瑕疵。有些羅馬人甚至在旅行時攜帶藥草和其他調味料以改善葡萄酒的風味。也許現代的飲酒者會對希臘和羅馬人的添加物嗤之以鼻，但這樣的行為和使用橡木桶增添風味其實沒有太大差異——通常都只是為了讓不怎麼樣的酒更容易下嚥而已。

比這些含添加物的葡萄酒更次一等的是posca酒，以發酸後變得像醋一般的葡萄酒摻水調製。在漫長戰事等別無選擇的情況下，羅馬士兵得到的配給通常就是posca。實務上來說，這其實就是羅馬軍隊的移動式淨水技術。耶穌被釘上十字架時，有個羅馬士兵給了他一塊浸在葡萄酒中的海綿，此處所使用的葡萄酒推測應該就是posca。

最後，在羅馬葡萄酒階層最底部的是lora，通常由奴隸飲用，幾乎已經稱不上葡萄酒了。這種飲料的做法是將釀酒剩下來的葡萄皮、種子和枝幹浸泡擠壓，產生口味稀薄又苦澀的葡萄酒。從傳奇的法勒那斯酒到劣質的lora，羅馬社會的每個階層都有相對應的葡萄酒。



羅馬繁複宴會上的飲酒者。

## 葡萄酒和醫藥

歷史上最盛大的一次品酒會，發生在西元一七〇年左右羅馬帝國的皇家酒窖中。在這個已知世界的中心，存放了所有最高級的葡萄酒，由不在乎成本的歷代帝王們世代累積而成。在陰涼潮濕的酒窖裡，陽光從縫隙灑落，皇帝馬庫斯．奧理略（**Marcus Aurelius**）的御用醫生蓋倫（**Galen**）前來執行一項任務：找到全世界最好的葡萄酒。

蓋倫出生於佩加蒙（**Pergamon**，今土耳其的貝爾加馬），這個城市屬於羅馬帝國東部的希臘語區。年輕時，他在亞歷山大港學習醫學，接著到埃及學習印度和非洲的治療法。以早期希波克拉底（**Hippocrates**）的概念為基礎，蓋倫相信疾病的產生是因為體內的四種體液

（humor），也就是血液、黏液、黃膽汁與黑膽汁的不平衡。這些過多的體液會累積在身體的特定部位，且和特定的氣質（temperaments）有關。舉例來說，黑膽汁會累積在脾臟，讓人憂鬱、失眠和易怒。可透過放血等技術讓體液恢復平衡。不同的食物依性質可分為冷或熱、濕或乾，也同樣會影響體液：冷濕的食物會生成黏液，乾熱的食物則會造成黃膽汁。蓋倫透過大量著作提倡這套系統，在當時深具影響力，也成為往後兩千多年西方醫學的根基。直到十九世紀，人們才漸漸了解這全是鬼扯。

蓋倫對葡萄酒的興趣幾乎已達專業等級。年輕時，他曾為角鬥士治療，按照當時的慣例以葡萄酒消毒傷口。葡萄酒和其他食物一樣，也具有調節體液的作用。蓋倫時常為皇帝開立以葡萄酒為主的處方。根據體液說，葡萄酒的性質乾熱，可提升黃膽汁、降低黏液。這代表發燒（乾熱的疾病）的人應該避免喝酒，但傷風著涼（濕冷的疾病）者可用葡萄酒治療。蓋倫相信，越好的酒療效越佳，並在著作中建議：「要設法找到最好的。」由於他負責替皇帝治療，自然得身先士卒，設法找到最頂級的葡萄酒。在負責開酒和重新密封的酒窖管理員的陪伴下，蓋倫直接走向法勒那斯酒。

## 解毒劑的先河

「各地最頂級的酒都聚集於此，我必須在眾多頂級品中選擇最為頂級的。」蓋倫寫道。「因此，為了執行任務，我檢視每個法勒那斯雙耳陶罐上的年份標記，並品嚐每一罐超過二十年的葡萄酒，直到找到半點都不帶苦澀的那一罐。並未失去甜味的陳年葡萄酒，必定是最頂級的。」

不過，蓋倫沒有記錄這罐最適合皇帝服用的葡萄酒究竟來自哪個年

份。找到目標後，為了療效，他堅持馬庫斯。奧理略皇帝只能搭配這罐酒服用每日的廣效型的解毒劑，藉此對抗各種疾病和毒藥。

實際上，早在西元前一世紀，蓬托斯（Pontus，今土耳其北部）國王米特里達梯（Mithridates）便提出了解毒劑的概念。為驗證自己的假設，他進行了一系列實驗，讓數十名囚犯服下各種致命毒藥，企圖找出最有效的配方。最後，米特里達梯選定了四十一種解毒原料，混合後每天服用。儘管解毒劑的味道相當噁心（其中一項是切丁的毒蛇肉），但這也代表米特里達梯不再需要擔心被人下毒暗算。不幸的是，他最終遭到自己兒子的背叛，被羅馬人打敗。根據名為阿庇安（Appian）的希臘歷史學家記載，米特里達梯國王被圍困在一座塔樓中，雖然企圖自殺，卻因為長期服用解毒劑，沒有任何毒藥能發揮效用，只得要求侍衛出手刺死他，他的解毒劑配方也就此落入羅馬人的手中。

蓋倫以米特里達梯的配方為基礎，大幅增添了新的處方。他的萬靈藥內容包含七十一種原料，例如磨粉的蜥蜴、罌粟果汁、香料、乳香、杜松子、薑、毒堇種子、葡萄乾、茴香、大茴香和甘草。很難想像馬庫斯。奧理略皇帝在服用這一帖藥後，還有心情享受那罐頂級法勒那斯酒的滋味，但他仍然遵照偉大醫生的指示，用世界上最棒的酒，將這帖藥吞了下去。

馬庫斯。奧理略在西元一八〇年過世，不是因為毒藥，而是死於疾病。在人生的最後一個星期，他除了解毒劑和法勒那斯酒之外什麼也沒吃。他統治的末期，是一段相對和平、穩定、富裕的時期，而他的死也被認為是羅馬黃金時代的終結。接下來的幾任皇帝都很短命，幾乎都不是自然死亡，但也盡全力抵抗四面八方的入侵蠻族。狄奧多西一世

（Theodosius I）皇帝在西元三九五年臨終前，將國家分為東西兩半，各由一位兒子統治，希望能藉此降低防禦難度。然而，西羅馬帝國很快瓦解：日爾曼部族西哥德人（Visigoths）在西元四一〇年侵略羅馬，並建立起橫跨大部分西班牙和高盧西部的帝國。羅馬在西元四五五年再度遭

到汪達爾人（Vandals）的洗劫，此後，西羅馬帝國正式分割為數個獨立的王國。

根據數個世紀的羅馬和希臘偏見，來自北方的民族入侵之後，應當會用野蠻的啤酒取代文明的葡萄酒。然而，這些北方民族並未對葡萄酒有任何反感。當然，不可否認的，羅馬的許多生活方式都遭到顛覆，貿易也被破壞，部分地區的葡萄酒供應中斷，而那些羅馬化的不列顛人，似乎也在帝國崩解後重新回到了啤酒的懷抱。不過，隨著新的統治者取代羅馬人，羅馬、基督信仰和日耳曼傳統也開始融合。其中一個傳承延續的例子，就是地中海根深柢固的葡萄酒文化，在希臘和羅馬敗亡後依然保存下來。西元五世紀～七世紀間訂定的《西哥德法律》，具體詳細地列出破壞葡萄園的懲罰——此舉完全不符合我們對野蠻人的刻板印象，對吧？

## 神愛世人，也愛葡萄酒

葡萄酒文化得以維繫還有一個因素，就是和基督信仰間的緊密關係。基督信仰在第一個千禧年的興起，賦予了葡萄酒極高的象徵性意義和重要性。根據《聖經》所載，耶穌基督傳道的第一個奇蹟，就是在加利利海（Sea of Galilee）邊的婚禮中，把六個陶罐的水變成葡萄酒。此外，耶穌也說了許多和葡萄酒有關的寓言，且時常以葡萄藤自喻。他告訴門徒：「我是那葡萄藤蔓，你們是枝芽。」耶穌在最後的晚餐時倒酒給門徒，讓葡萄酒在往後的聖餐儀式中扮演重要角色——麵包和葡萄酒分別象徵耶穌的身體和鮮血。從許多方面來說，這都是希臘酒神迪奧尼索斯和羅馬酒神巴克科斯信仰傳統的延續。希臘和羅馬的酒神都和耶穌一樣，與葡萄酒誕生的奇蹟和死後復生相關；酒神的信仰者和基督徒一樣，認為飲酒是神聖的儀式。然而，兩者間也有顯著差異：前者需要

的葡萄酒份量較少，後者則要大量飲酒。

有些學者認為，正是基督教會聖餐儀式對葡萄酒的需求，讓製酒產業在羅馬帝國滅亡後的黑暗時期得以存續。不過，即便基督信仰和葡萄酒關係緊密，這樣的說法也實屬誇大。聖餐儀式所需要的葡萄酒其實非常少量，而到西元一一〇〇年時，甚至只有主持儀式的牧師從聖餐杯中飲酒，其他會眾只會分到麵包。大部分的葡萄酒都是教會葡萄園所生產，或是附屬於修道院，提供神職人員日常飲用。舉例來說，本篤會（Ordo Sancti Benedicti）的修士每天配給大約半品脫的葡萄酒；在某些例子裡，教會土地生產的葡萄酒是珍貴的經濟來源。

## 為什麼穆斯林不喝酒？

雖然葡萄酒的文化在基督教盛行的歐洲相對不受影響，但喝酒的模式在其他前羅馬帝國的領土上，卻因為伊斯蘭教的崛起而發生劇烈的變化。伊斯蘭教的創始人先知穆罕默德出生於西元五七〇年，四十歲時感受到神聖的呼召，阿拉透過許多異象向他揭示《古蘭經》。麥加當時盛行的是阿拉伯的傳統信仰，穆罕默德的新教義讓他受到打壓，於是逃亡到麥地那，沿途吸收越來越多追隨者。穆罕默德在西元六三二年過世時，伊斯蘭已成為大部分阿拉伯地區的主流信仰。一個世紀後，他的信徒攻占了整個波斯、美索不達米亞、巴勒斯坦、敘利亞、埃及、北非沿岸和大部分的西班牙。穆斯林的義務包含頻繁禱告、布施救濟，以及滴酒不沾。

傳說穆罕默德之所以禁酒，是因為兩個門徒在飲酒宴會上爆發衝突。當先知針對如何預防這類事件，尋求神的指引時，阿拉的回覆很堅定：「葡萄酒和機率遊戲……都是撒旦的罪孽。避開它們，才能興旺發展。」任何違反戒律的人，都必須接受鞭打四十下的懲罰。隨著伊斯蘭

興起，世界霸權從地中海的民族轉移到沙漠中的阿拉伯部落。這些部落為表達相對於前朝菁英的優越，於是以駱駝取代有輪車、軟墊取代桌椅，並且禁止了最能象徵高級文明的飲酒文化。如此一來，穆斯林對舊有的文明概念表達否定。此外，葡萄酒在敵對基督教義的中心角色，更堅定了穆斯林的反對，甚至連醫藥用酒都不再允許；相關禁酒令也跟著擴散開來。

## 完全禁酒，還是反對酗酒？

然而，禁酒令在每個地區的執行力道都不同。舉例來說，即便違反規定，但阿布·努瓦斯（Abu Nouwas）和其他阿拉伯詩人，都曾以作品讚頌葡萄酒，而西班牙和葡萄牙地區的釀酒產業也並未中斷。據說穆罕默德本人也喜歡輕微發酵的椰棗酒，這讓西班牙的穆斯林提出，或許先知反對的不是酒，而是酗酒這件事。唯一明文禁止的，只有葡萄所釀的酒，這或許和酒精的濃度有關；因此，如果能將葡萄酒稀釋到和椰棗酒差不多，就不該被禁止。這種詮釋觀點充滿爭議，但也保留了一些自由發揮的餘地。事實上，類似希臘的飲酒宴會或許曾經風行於某些穆斯林地區。畢竟，在酒中摻水能顯著降低強度，似乎也滿符合穆罕默德對天堂的印象：在這個花園中，公義之人「將飲用純酒，以塔斯尼姆（Tasnim，或譯天堂之泉）之水調和。受眷愛者也將於此泉水洗滌自清。」

伊斯蘭教在歐洲的傳播，於西元七三二年法國中部的圖爾戰役（Battle of Tours）後中止。阿拉伯的部隊被法蘭克王國（今法國領土）魅力十足的查理·馬特（Charles Martel）王子擊敗。這場戰役是歷史的重要轉捩點，也標示著阿拉伯對歐洲影響力的最高點。之後，查理·馬特的曾孫查里曼（Charlemagne）在西元八百年受冕為神聖羅馬帝國皇



帝，開啟了歐洲文化的鞏固和復興。

## 眾飲品之王

學者阿爾琴（Alcuin）是查理曼的參謀之一，在九世紀初期拜訪英國期間寫信給一位朋友：「哀哉！葡萄酒從我們的酒袋中消失，而苦澀的啤酒在我們的肚裡翻騰。由於沒有葡萄酒，只能以我們的名喝酒和享樂。」阿爾琴的哀嘆反映出葡萄酒在英格蘭的稀有，在大部分的歐洲北部也都是如此。這些地區無法生產啤酒，得仰賴進口，因此啤酒和蜜酒才是主流。事實上，英格蘭北部嗜飲啤酒和南部偏愛葡萄酒的差異，至今依然存在。現代歐洲人的飲酒模式在第一個千禧年就已定型，主要取決於希臘和羅馬的影響範圍。

在前羅馬帝國範圍內的南部歐洲，如今的主流仍然是喝葡萄酒，通常會搭配餐點適度飲用。在羅馬統治以外的北部地區，喝啤酒時則較不常搭配食物。如今，世界領先的產酒國家是義大利、法國和西班牙；克羅埃西亞、葡萄牙和法國人是最大宗的葡萄酒消費者，每人每年平均喝下四十五公升的葡萄酒。相對於此，那些喝最多啤酒的，正是在羅馬時期被視為蠻族的國家：德國、奧地利、捷克共和國、波蘭、英國和愛爾蘭。希臘和羅馬人對葡萄酒的態度源自更古老的近東傳統，在其他層面也保存下來，並流傳到世界各地。只要是在有喝酒的地區，葡萄酒就會被視為最文明的高級文化。在這些國家裡，國宴和政治峰會提供的都不是啤酒，而是葡萄酒，顯示出葡萄酒和地位、權力與財富的悠久連結。

葡萄酒也提供了社會階級的鑑別標準。品評來自世界各地葡萄酒的傳統始於希臘，而特定葡萄酒品項與社會階級的連結，則被羅馬人所強化。希臘和羅馬人的飲酒宴會，至今以晚宴酒會的形式流傳下來；葡萄酒更是特定主題（政治、生意、生涯發展、房價）討論的催化劑。對於

酒會進食的順序、餐具的擺放等都有特定規矩。宴會主人得負責挑選葡萄酒，酒款應當反映出該場合的重要性，以及主客雙方的社會地位.....  
上述場合對時光旅行的古羅馬人來說，應該再熟悉不過了。

### 第3章

## 殖民時期的烈酒

## 烈酒與遠航

「可以用水槽來蒸餾酒，成品的顏色就像玫瑰水。」

——肯迪（**Abu Yusuf Yaqub ibn Ishaq al-Sabbah al-Kindi, c.801~73 CE**），阿拉伯科學家及哲學家，《香水及蒸餾之化學》（*The Book of the Chemistry of Perfume and Distillations*）

## 來自阿拉伯的贈禮

第一個千禧年將盡之時，西歐最偉大的文化之都並非羅馬、巴黎或倫敦，而是阿拉伯帝國安達盧斯（**Al-Andalus**）的首都哥多華

（**Córdoba**），位於現今的西班牙南部。這座城市裡有公園、宮殿、鋪設完善的道路、燃油的街燈、七百座清真寺、三百座公共浴場，以及廣大的排水系統和下水道。最驚人的恐怕是西元九七〇年建造的公共圖書館，藏書將近五十萬冊——遠超過歐洲其他圖書館，甚至整個國家的藏書量，且這是城裡七十座圖書館當中規模最大的。也難怪十世紀的日耳曼編年史家赫羅斯葳塔（**Hroswitha**）形容哥多華是「世界的珠寶」。

哥多華只是阿拉伯世界中眾多的知識中心之一，而在整個帝國最鼎盛的時期，其領土從法國的庇里牛斯（**Pyrenees**）山，一路延伸到中亞的帕米爾（**Pamir**）山脈，再向南到印度的印度河谷。當希臘人的智慧在歐洲多數地區都已失傳時，哥多華、大馬士革和巴格達的學者卻以希臘、印度和波斯的知識為基礎，在天文、數學、醫學和哲學等領域持續進步；發展出星象盤、代數、現代的數字系統，研究草藥在麻醉上的應用，根據磁力羅盤（中國引入）、三角函數和航海圖開發新的導航技

術。除了這些成就外，他們也開發並推廣某項技術，讓人們在飲品上擁有更多選擇，那就是蒸餾。

蒸餾的過程包含讓液體蒸發、再次凝結，藉此分離淨化其中的組成元素。蒸餾的技術歷史悠久，考古學家在美索不達米亞北部發現簡單的蒸餾器材，可追溯至西元前四千多年。根據後來的楔形文字記載，這些器具的目的是製造香水。

希臘和羅馬人也嫻熟這項技術。例如，亞里斯多德就注意到將海水煮沸後的蒸氣，凝結之後就不再有鹹味。然而一直到阿拉伯世界興起後，蒸餾才固定運用於葡萄酒的釀造，其中代表性的人物是八世紀的阿拉伯學者，有化學之父美名的賈比爾·伊本·哈揚（Jabir ibn Hayyan）。他設計出改良後的蒸餾裝置，和其他阿拉伯鍊金術師一起作業；除了葡萄酒之外，也會進行其他物質的蒸餾以備實驗所需。

## 酒精誕生自鍊金實驗室

蒸餾會使酒精濃度大幅提升，因為酒精的沸點比水更低（前者攝氏七十八度，後者為攝氏一百度），當葡萄酒緩慢加熱時，蒸氣會在液體開始沸騰前，就從表面冒出。由於酒精沸點較低，這些蒸氣中酒精所占的比例遠高於原本的酒液；抽取這些蒸氣凝結後，得到的液體酒精濃度便會比初始的葡萄酒還要高，但這還稱不上是純酒精，因為水和其他雜質也可能在溫度低於一百度時蒸發。不過，只要不斷反覆蒸餾（又稱精餾）就能提高酒精濃度。

阿拉伯學者保存了許多古代智慧，並以此為基礎，持續延伸發展，而蒸餾的知識就是其中一例。而後，這些內容再度從阿拉伯文被譯為拉丁文，在西歐重新點燃學問的精神。alembic這個字指的是一種蒸餾器材，反映了古代知識和阿拉伯創新的結合。這個字來自阿拉伯文的al-

ambiq，再往前則回溯到希臘文ambix，是一種蒸餾時使用，形狀特殊的瓶子。同樣的，現代英語的alcohol（酒精），也連結到誕生自阿拉伯鍊金術實驗室的蒸餾酒精飲料。這個字來自al-koh'l，指的是淨化銻後得到的黑色粉末，可用來製作眼部的化妝品。鍊金術師也以這個字指稱其他高純度的物質，包含液體在內，因此蒸餾酒後來在英文裡也被稱為「葡萄酒的酒精」（alcohol of wine）。

蒸餾技術催生出了新飲品，在地理大發現時期，隨著歐洲探險家在海外建立殖民地、擴展帝國時成為主流。蒸餾後的酒更濃縮且易於保存，能以船隻運輸，人們也陸續發現除了飲用之外的諸多用途。這些飲品成為極度重要的經濟產品，相關的稅收和控制政治上亦是如此，甚至足以決定歷史的走向。有趣的是，最早將葡萄酒蒸餾的阿拉伯學者們其實滴酒不沾，僅將其當作鍊金術原料或藥物，但蒸餾技術進入基督教歐洲後，飲用烈酒的習慣變得越來越普遍。



中世紀實驗室裡的蒸餾器材。烈酒的製造一開始只是少數鍊金術師獨占的祕密技術。

## 具有奇蹟療效的藥物？

西元一三八六年的某個冬夜，西班牙北部小型王國納瓦拉（Navarre）的皇家御醫，被召喚到卡洛斯二世（Charles II）的寢宮裡。這位國王又被稱為「惡棍卡洛斯」，因為他在統治初期極度殘暴地鎮壓了某次叛變。他最大的消遣就是設計陷害自己的岳父：法蘭西的國王。此刻，在一夜的放蕩狂歡後，卡洛斯突然發起高燒、全身癱軟。醫生們決定使用某種據說有奇蹟療效（甚至連製造的過程都宛如魔法）的藥物：蒸餾的葡萄酒。

歐洲第一位以蒸餾這項新技術進行相關實驗的，是十二世紀的義大利鍊金術師麥克．薩拉納斯（Michael Salernus）。他從阿拉伯書籍中習

得此技術，並記錄以下發現：「將非常強烈的純葡萄酒與三份鹽混合，在一般容器中蒸餾，產生出的液體只要點火就會熊熊燃燒。」

當時的蒸餾技術顯然僅由極少數人獨占，因為薩拉納斯在寫作時，刻意將許多關鍵字以密碼代替（包含葡萄酒和鹽）。由於蒸餾的葡萄酒能點火燃燒，又被稱為aqua ardens，意即「燃燒的水」。

當然，「燃燒」這個字眼也可以用來描述嚥下蒸餾酒之後，喉嚨不舒服的感受。不過少量嘗試這種「燃燒的水」的人發現，雖然最初有些不適，緊接而來的活力和愉悅的感受，會讓一切都變得值得。由於葡萄酒在當時是廣泛使用的藥物，因此濃縮並純化的葡萄酒便具備了更強的治癒力，似乎也很符合邏輯。十三世紀晚期，歐洲各地的大學和醫學院如雨後春筍般成立，蒸餾葡萄酒在拉丁文的醫學專書中備受讚譽，被視為帶來奇蹟的新藥aqua vitae，即「生命之水」。

蒸餾酒治癒力的堅定信仰者之一，是法國蒙貝利耶（Montpellier）醫學院的教授阿諾·維拉諾華（Arnald of Villanova）。他在西元一三〇〇年左右寫下蒸餾酒的法則：「真正的生命之水點滴而來，彌足珍貴，得透過三～四次的連續蒸餾來精煉，萃取出葡萄酒的美好精華。」。他接著寫道：「我們稱之為『生命之水』，這個名字恰如其分，因為這是真正的不朽之水，能延長生命、清除腐敗的體液、復甦心臟，使人們永保青春。」

## 突破天然酵母菌極限

生命之水聽起來有點超自然的味道，某種程度上來說也的確如此。因為蒸餾過程帶來的葡萄酒，酒精濃度遠超過任何自然發酵的產物。即便最強大的酵母菌也無法釀出一五%的酒精濃度，因此「十五度」便成為發酵酒精飲料的天然極限。蒸餾技術使得鍊金術師得以突破這項數



千年前發現發酵以來的自然限制。阿諾的學生拉蒙．陸里（Raymond Lully）宣稱生命之水是「人類最新發現的物質，在古代被隱匿，因為當時的人類太過年輕，不似現代的衰老，需要這種飲品來復甦。」阿諾和拉蒙都活到超過七十歲，在當時高齡得很不尋常，或許被歸功於生命之水的延年益壽之功。

這種神奇新藥既可內服，也可以外用在身體受影響的部位。生命之水的支持者相信，它能幫助人們常保青春、改善記憶、治療大腦、神經和關節疾病，還能復甦心臟、緩解牙痛、治療眼盲、失語症和癱瘓，甚至能對抗瘟疫。簡而言之，蒸餾酒被視為靈丹妙藥，這也就是為什麼惡棍卡洛斯的醫生決定使用這種藥。他們藉著燭光，將國王包裹在浸泡過生命之水的床單裡，希望與神奇藥水的直接接觸，能治癒他的癱瘓。但這樣的治療方式錯得離譜：某位僕人的蠟燭不慎點燃了床單，裡頭的國王立刻起火燃燒。據說，臣民們認為這強烈又痛苦的死亡是上帝旨意，因為國王死前的一系列政令之一，便是大幅提升稅賦。

## 印刷技術完美助攻

在整個十五世紀中，隨著蒸餾的知識普及，生命之水漸漸從液態藥物轉變成娛樂性飲料。約翰尼斯．古騰堡（Johannes Gutenberg）在一四三〇年代發明的印刷術，也助長了這個風潮。（印刷術對歐洲人來說是全新的，但同樣的概念早在幾個世紀前就出現在中國。）第一本關於蒸餾的印刷書籍由奧地利醫生麥克．波夫．馮．蘇里克（Michael Puff von Schrick）所著，出版於一四七八年的奧格斯堡（Augsburg）。這本書相當熱賣，一五〇〇年時已印至第十四版。馮．蘇里克在書中宣稱，每天早上喝半匙生命之水，就能預防疾病；將少量生命之水倒入垂死之人口中，則會讓此人有力氣說完最後一句話。

但對於多數人來說，生命之水的魅力並非這些醫學療效，而是能快速使人沉醉。蒸餾的飲料在氣候較冷的北部歐洲格外受歡迎，當地的葡萄酒稀少又昂貴，但若將啤酒拿去蒸餾，就能首次以本地原料製造出強烈的酒精飲品。愛爾蘭蓋爾人的生命之水是uisge beatha，也是現代威士忌的前身。這種新興的飲料很快就成為愛爾蘭生活不可或缺的一部分。有位歷史學家記錄了一四〇五年愛爾蘭頭目之子理查．麥克雷奈爾（Richard MacRaghnaill）的死亡，據說他「過量飲用生命之水，於是成了死亡之水」。

在歐洲其他地方，生命之水被稱為「燃燒的酒」，德文為Branntwein；英文則是brandywine，或簡稱白蘭地。人們開始在自家蒸餾酒，並且於集會時販售。這樣的習俗越來越普遍，也惹來許多麻煩，德國的紐倫堡市（Nuremberg）甚至得在一四九六年明文禁止自家蒸餾。一位當地醫生如此觀察：「有鑑於每個人都養成飲用生命之水的習慣，假如希望能表現得像個紳士，就必須將可以飲用的量銘記在心，學習依照自己的能力適量飲用。」

## 烈酒、糖和奴隸

當蒸餾飲料紛紛問世時，歐洲探險家們也正開創長距離航線，向東抵達非洲最南端；向西則橫越大西洋，將西方世界和新世界連接起來。最初啟航的是葡萄牙的探險家，他們在非洲西岸探索，發現並殖民大西洋中的島嶼，這是促使歐洲探險家踏上美洲地區的墊腳石。

上述一系列遠征皆由葡萄牙的恩里克（Henrique）王子統籌贊助，因此他又被稱為航海家恩里克。雖然擁有這樣的稱號，但恩里克王子大半生都待在葡萄牙，只出國三次，最遠僅到北非。這三次的出訪皆為軍事行動，分別建立了他指揮官的威信，摧毀之後又再重建。然而，在薩

格雷斯（Sagres）的根據地，恩里克王子謀畫了一張充滿野心的葡萄牙海外探索藍圖。同樣由他出資贊助、蒐集校對探險隊的報告、觀察紀錄和地圖。他也鼓勵自己的船長擁抱新的航海技術，例如運用磁力的羅盤，以及三角函數和航海圖。航海圖這項發明和蒸餾一樣，由阿拉伯人引入西歐。當時葡萄牙、西班牙和其他探險家的動機，都是尋找前往西印度群島的替代路線，企圖阻止阿拉伯對香料貿易的壟斷。諷刺的是，他們的成功有一部分竟得歸功於阿拉伯人所提供的技術。

大西洋的馬德拉（Madeira）、亞速爾（Azores）和加那利（Canaries）群島是生產糖的理想地點，而糖也同樣由阿拉伯人引入歐洲。然而，種植甘蔗需要大量的水和人力。阿拉伯人在向西推進的過程中，蒐羅了各式灌溉技術和節省勞力的系統，其中包含波斯人發明的推水螺旋槳，以及用來加工甘蔗的水車磨坊。即便如此，阿拉伯人的蔗糖生產仍相當仰賴東非引入的奴隸。歐洲人在十字軍宗教戰爭中奪下許多阿拉伯的甘蔗田，卻缺乏種植經驗，更沒有維持生產的人力。一四四〇年代，葡萄牙人開始從西非沿岸的貿易站運輸黑奴回國。一開始，這些奴隸是遭到綁架，但葡萄牙人很快就同意用歐洲貨物向非洲貿易商購買奴隸。

## 蓄奴文化悄悄在歐洲蔓延

從羅馬時代開始，大規模的蓄奴在歐洲就不曾出現，有部分是宗教理由，因為《聖經》禁止基督徒奴役另一名基督徒。新的奴隸貿易用一些似是而非的論調，忽略或迴避了宗教的反對。首先，他們認為歐洲人購買奴隸、讓奴隸皈依基督教，實際上是拯救他們脫離伊斯蘭虛假的教義。但很快就出現第二個論點：有些神學家認為，非洲的黑人稱不上完全的人類，因此不但無法成為基督徒，還可受人奴役。更有一派理論

認為，非洲黑人是「含姆<sup>3</sup>之子」，因此聖經准許他們受到奴役。這些陰狠的邏輯一開始並未引起太大的迴響，但大西洋島嶼地處偏遠，意味著人們能輕易對蓄奴的行為眼不見為淨。到了一五〇〇年，奴隸的引進讓馬德拉群島成為世界最大的甘蔗出口地區，建有數十個磨坊並豢養兩千名奴隸。

隨著克里斯多福·哥倫布（Christopher Columbus）在一四九二年發現新大陸，奴隸投入蔗糖生產的規模大幅擴張。哥倫布的目標是找到向西前往東印度群島的航線，只可惜事與願違，他找到的是加勒比海群島。當地沒有黃金、香料或絲綢可以進獻給贊助他的皇室，但他很有自信地宣稱，這些島嶼很適合種植甘蔗，而他對這門生意再熟悉不過了。

在一四九三年前往新世界的第二次航行中，哥倫布從加那利群島帶了甘蔗。加勒比海上屬於西班牙的島嶼很快就開始產糖，而葡萄牙在南美大陸的領土（現今巴西）也跟進。殖民者試圖奴役當地原住民，卻使他們紛紛染上舊世界的疾病喪命；因此，他們改從非洲直接進口奴隸。在接下來的四個世紀裡，大約有一千一百萬奴隸從非洲備運往新世界，不過這個數字完全不足以反映出當時的苦難，因為有將近一半在非洲內部被捕捉的奴隸，撐不過前往海岸的路途。蒸餾酒在這場邪惡的貿易中扮演重要的角色，而隨著十七世紀英國、法國和荷蘭都在加勒比海墾植甘蔗，這樣的情況更加惡化。

## 最受歡迎的貿易貨幣

向歐洲提供奴隸的非洲奴隸販子，接受各式各樣的商品作為報酬，包含織品、貝類、金屬碗、罐子和銅片。然而，當時最受歡迎的仍是強烈的酒精性飲料。不同地區的非洲人或許已嘗過酒精飲料，例如椰棗酒、蜜酒和各式啤酒，這些飲料都可追溯到遠古時代。然而，套用一位

奴隸販子的話，歐洲進口的酒「所到之處，炙手可熱」，即便在穆斯林地區亦然。早期由葡萄牙人主宰奴隸貿易時，非洲奴隸販子初嚐葡萄牙烈酒的滋味。一五一〇年，葡萄牙冒險家瓦倫廷．費南德斯（Valentim Fernandes）寫到，塞內加爾地區的渥洛夫族人（Wolofs）「全都是酒鬼，從我們的紅酒中得到莫大的喜悅」。

即便葡萄酒是相當受歡迎的貿易貨幣，但歐洲奴隸販子很快地發現，白蘭地比葡萄酒更好用。白蘭地的酒精濃度高，等於讓人們在擁擠船艙空間中塞入了更多酒精，而酒精濃度越高也越不易腐敗，能在運送途中保存。非洲人愛好蒸餾烈酒，因為烈酒濃度比自製的穀物啤酒或椰棗酒更高，也更辣口。飲用進口的酒精成為非洲奴隸販子間地位的象徵。交換奴隸的貨品中，織物通常是最值錢的，但酒精最為尊貴，其中又以白蘭地為甚。

很快地，歐洲人便習慣在和非洲奴隸販子談判前，先展示出大量的酒精，稱為dashee或bizey。歐洲人和非洲人溝通使用的語言，是一種衍生自葡萄牙語的混合語言，由一位法國商人記錄，其中的字彙包含qua qua（亞麻布）和singo me miombo（給我一些烈酒）。英國海軍外科醫生約翰．艾特金斯（John Atkins）記錄奴隸貿易的歷史，表示非洲奴隸販子「從不在沒喝酒的時候談生意」。荷蘭奴隸貿易商威廉．伯斯曼（William Bosman）建議奴隸船的船長，應該每天贈送白蘭地給當地首領和重要奴隸販子。他甚至提出以下警告：維達（Whydah）的非洲人在收受dashee之前，絕不做生意。「想在這裡做生意，就得先展現誠意。」

白蘭地也在其他方面為奴隸貿易上了潤滑油。根據一份歷史紀錄，在歐洲船隻和岸邊來回運送貨品的舟子，每天會固定得到一瓶白蘭地作為報酬，工作期間還會得到二～四瓶的紅利，週日再加一瓶。從岸上牢房押送奴隸到海邊的守衛薪水也是白蘭地。不久之後，人們將從蔗糖生產過程的廢料中創造出強烈的新飲品，使烈酒、奴隸和蔗糖之間的關係

更加緊密——這種飲品就是蘭姆酒。

一六四七年的某個九月天，英國人理查．利根（Richard Ligon）從阿基里斯艦上第一次看見加勒比海上的巴貝多（Barbados）群島。「這座快樂的島嶼進入我們的視野，隨著距離越近，看起來就越美麗。」他如此記錄自己的旅程。然而，外表是會騙人的。因為利根和同伴抵達時，發現巴貝多正經歷一場瘟疫。這破壞了他們的計畫，也使本來只想待個幾天的利根，足足停留了三年。這段期間，他詳細記錄了島上的許多動植物、島民的衣著，以及甘蔗園的運作。

## 甘蔗種植大爆發

第一批英國移民在一六二七年抵達巴貝多，發現這座島嶼無人居住。他們嘗試種植菸草——這種作物在家鄉很受歡迎，在北美新殖民地維吉尼亞種植時也帶來許多利潤。然而，根據利根的觀察，巴貝多的菸草「是全世界最糟的」。因此，殖民者們從巴西引入甘蔗、設備和技術。在利根的巴貝多歲月中，甘蔗成為島上最重要的作物。製糖業極度依賴奴隸的勞動力，而人們便以宗教邏輯維繫勞動力的供給。某天，利根向一位黑奴解釋羅盤的原理，而對方問他是否能皈依基督教，因為「他認為成為基督徒，就能獲得他所想要的知識」。利根對奴隸主轉達這項要求，但奴隸主說奴隸無法皈依，因為「根據英格蘭的法律，我們不能讓基督徒成為奴隸」，若是允許奴隸皈依，等同釋放對方、還以自由。以資方的立場來看，這樣的做法自然無法接受，否則帶來大量獲利的製糖產業將備受威脅。十年之內，巴貝多就成為蔗糖貿易的龍頭；島上的糖業大亨也成為新世界最有錢的人。

巴貝多的蔗糖種植者從巴西得到的，不光是甘蔗和技術而已；他們也學會如何發酵製糖過程的副產品，並加以蒸餾，製造出高酒精濃度的

飲品。葡萄牙人稱之為甘蔗白蘭地，原料是煮沸甘蔗汁上撈起的浮沫，或甘蔗汁本身。這道製程在巴貝多得到改良，改由製糖過程中毫無價值的殘留物糖蜜（molasses）製造。此舉不僅大幅降低生產甘蔗白蘭地的成本，更絲毫不會減損蔗糖產量——巴貝多的製糖業者不只有糖吃，還能拿來喝呢。

## 蘭姆酒一開始不叫蘭姆酒

根據利根的說法，這種以糖蜜為原料的成品被稱為「驅魔」（kill-devil），「固然非常強烈，但口味不是很好……這裡的人喝很多；真的喝太多時，通常會直接睡倒在地上」。從歐洲進口葡萄酒和啤酒的成本太高，過程中腐敗的風險也是，但「驅魔」在當地即可大量生產。利根提到，「驅魔」會在島上賣給不產糖卻大量飲用的墾植者，因為他們願意花錢購買；也會賣給路過的船隻，轉運到不同地區，或在旅途中飲用。利根離開後，「驅魔」才得到延用至今的名字——一六五一年，一位旅行者造訪巴貝多，發現島民愛好的飲料是Rumbullion，是一種「將甘蔗蒸餾後製造而來，炙熱如地獄般的可怕烈酒」。Rumbullion源自南英格蘭俗語，意思是「爭執或暴力騷動」，之所以成為「驅魔」的暱稱，或許是因為這種飲料如果喝多了，就會造成這樣的結果。

不久之後，Rumbullion被縮寫為「蘭姆」（rum），傳遍了加勒比海地區，也向外傳播。新來的奴隸會在「熟成」的過程中得到蘭姆酒，體力不足者遭到淘汰，而難以管束者也變得溫馴。讓奴隸們對蘭姆酒的固定配給養成依賴性有兩個好處，一方面是為了承受主人的各種要求，另一方面則是為了抹去他們的痛苦。蘭姆酒也被當成增強物，如果奴隸捕捉到田鼠或執行了艱困任務，就會得到額外的蘭姆酒做為獎勵。農園的紀錄顯示，奴隸一年會得到二～三加侖的蘭姆酒（但有些例子甚至可

達十三加侖），可以自己喝或拿來換取食物。因此，蘭姆酒也成為重要的社會控制工具。利根也注意到，當時的蘭姆酒亦能作為藥物使用。當奴隸身體不適時，醫生會給予他們「少量的烈酒，就是現成的治療了」。

## 過度稀釋可不行

蘭姆酒在水手間也很搶手，從一六五五年起便就取代傳統啤酒，成為加勒比海上英國皇家海軍的薪酬。一個世紀內，蘭姆酒就成為英國海軍長途航行必備的飲品。傳統的啤酒既容易腐敗，酒精濃度又低，但若以半品脫的蘭姆酒代替通常一加侖的啤酒，對紀律和效率將造成重大的危害，為此，海軍上將艾德華·威農（Edward Vernon）下令配給的蘭姆酒必須摻入兩品脫的水。稀釋蘭姆酒並不影響喝下肚的酒精量，但至少能讓水手們比較願意去喝船上難以下嚥的飲用水。更重要的是，威農在稀釋的酒中加入糖和萊姆汁，讓這款飲料變得更好喝，此即最原始的雞尾酒，為表紀念而以他命名。由於威農的綽號是「老葛洛姆」（Old Grogam，他常穿一件絲毛混紡[grogram]的防水斗篷，這種布料纖維粗糙，會加入樹膠讓質料變硬），此飲料便被稱作「葛洛格」（grog）。

然而，酒精濃度差異甚大的問題，也存在於蘭姆酒上，而水手們看見自己的酒被摻水成「葛洛格」，難免會心生相對剝奪感。在十九世紀精準的比重計發明之前，沒有什麼輕易測量酒精濃度的方法。因此，負責分配蘭姆酒的海軍事務長，會透過以下（據說由皇家兵工廠發明）方法來測量稀釋前的濃度。他們在蘭姆酒中加少許水和黑色火藥粉，接著用放大鏡集中陽光以聚熱。假如火藥粉無法點燃，代表混合物的酒精濃度太低，得加入更多蘭姆酒，直到火藥粉幾乎可以燃燒，才代表濃度正



確，據說大約是四五％左右。（假如濃度過高，可能會引爆。不過根據傳統，事務長若喪失行動能力，水手就能自己取酒了。）

## 英國稱霸海洋的隱形關鍵

英國之所以能成為十八世紀的海上霸權，以葛洛格取代啤酒其實是隱形的關鍵因素。當時，壞血病是水手們的主要死因之一，會讓人日漸衰弱，而現在知道肇因是缺乏維生素**C**。最好的預防方式是固定攝取檸檬或萊姆汁，但這一點在十八世紀時不斷被發現又被淡忘。終於，到了一七九五年時，規定必須強迫在葛洛格中加入檸檬或萊姆汁，使得壞血症的發生率急遽降低。由於啤酒不含任何維生素C，以葛洛格取代之，自然大幅提升英國船員的整體健康狀態。而英國的死對頭法國則正好相反，船上的標準配給並非啤酒，而是四分之三公升的葡萄酒（約為現代的一瓶葡萄酒）；較長的航程則配給十六分之三公升的生命之水（法語為eau-de-vie）。由於葡萄酒的維生素C含量低；生命之水則完全不含維生素C，法國海軍根本無法抵擋壞血症的侵襲。根據一位軍醫的說法，英國皇家海軍對壞血病無與倫比的抵抗力使戰力倍增，於一八〇五年在特拉法加（Trafalgar）打敗法國和西班牙艦隊。（這也讓英國水手得到「英國佬」（limey）的暱稱。）

不過，當蘭姆酒剛被發明出來時，上述情境都還太過遙遠。蘭姆酒的立即效應顯現在貨幣上，完成了烈酒、奴隸和蔗糖的黃金三角。富人們可用蘭姆酒購買奴隸，再利用奴隸生產蔗糖，而蔗糖的剩料則能製成蘭姆酒，購買更多奴隸，不斷循環下去。法國商人尚恩．巴爾伯（Jean Barbot）在一六七九年拜訪非洲西岸，發現「重大的改變：我的船上總是攜帶大量法國白蘭地，但需求卻降低了，因為在靠岸時買到許多烈酒和蘭姆酒」。到了一七二一年，一位英國商人提到，蘭姆酒成為

非洲販奴沿岸的主要交易貨幣，甚至可用來換取黃金。與此同時，蘭姆酒也取代白蘭地，成為船夫和守衛的薪酬。白蘭地雖然促成了跨大西洋的蔗糖和奴隸貿易，但蘭姆酒讓整個循環自給自足，也創造更龐大的利潤。

## 全球化的輝煌與壓迫

啤酒通常都是本土生產和飲用，葡萄酒的製作和交易也僅限於特定區域，但蘭姆酒卻是由世界各地的原料、人力和科技交會而成，也反映出錯綜的歷史洪流。蔗糖源自波里尼西亞（Polynesia），由阿拉伯人引入歐洲，被哥倫布帶到美洲，再由非洲的奴隸種植。蘭姆酒從蔗糖的剩料中蒸餾生產，在新世界由殖民者和奴隸所飲用。蘭姆酒的誕生要歸功於地理大發現，但要不是歐洲人刻意長期忽視奴隸貿易的殘忍，這種飲料也不會出現。有鑑於此，蘭姆酒可說是第一個全球化時代的輝煌和壓迫的重大象徵。

---

根據《聖經·創世紀》和《古蘭經》的記載，含姆（Ham）是挪亞之子，其兄為閃姆（Shem），弟為雅弗（Japheth）。

## 美國建國神助攻

「以法國島便宜的糖蜜為原料，新英格蘭製造的蘭姆酒成了財富來源——用蘭姆酒為馬里蘭和卡羅萊納購買奴隸，並支付給英國商人。」

——伍德羅·威爾遜（Woodrow Wilson, 1856~1924），美國總統

## 不如預期的北美殖民地

從十六世紀開始，英國就計畫在北美建設殖民地，但這一切都建立在謬誤的前提上。當時人們普遍以為，英國所占領的北美地區維吉尼亞的氣候——位於北緯三十四～三十八度之間，為紀念有「童貞女王」

（The Virgin Queen）之稱的伊莉莎白一世而得名——與歐洲緯度相似的地中海地區差不多。因此，英國希望美國殖民地開發後，可輸出橄欖和水果等地中海物產，藉此減輕英國對歐洲大陸的進口依賴。一份相關提案亦宣稱，此殖民地將提供「法國和西班牙的葡萄酒、水果和鹽……波斯和義大利的絲綢」。同時，有了維吉尼亞豐富的林業資源之後，英國也就不必看北歐斯堪地那維亞半島的臉色了。殖民者和倫敦當地的支持者還奢望著能在此挖掘珍貴的金屬、礦物和珠寶。簡單來說，這塊美國殖民地是他們夢想中的富足之地，也是致富的捷徑。

然而，現實卻完全是另一幅光景。北美的氣候比預期還要嚴峻，這意味著地中海的作物，以及蔗糖和香蕉等進口商品，在當地都無法生長。他們也沒有找到任何貴金屬、礦物或珠寶，連製造絲綢計畫都失敗了。在一六〇七年建立第一個永久英國殖民地後的數十年間，殖民者面對種種意料之外的考驗，生活相當困苦。他們得承受疾病、糧食短缺和

內鬥，也時常與土地被占據的印地安人爆發衝突。

在這般艱困的處境中，確保穩定的酒精供給變得格外重要。當一六〇七年載著第一批定居者到維吉尼亞的三艘船中，有兩艘準備返航時，新殖民地詹姆斯敦（Jamestown）的居民湯瑪斯．史塔德利（Thomas Studly）抱怨：「這裡還是沒有酒館、啤酒店或是紓壓放鬆的地方。」第一艘補給船在當年冬天抵達，帶來一些啤酒，不過大部分都進了船員的肚子裡。往後的補給通常不是不符標準，就是在途中腐敗。一六一三年，一名西班牙觀察者回報，當地的三百多位殖民者除了水之外，沒有別的東西喝，「這有違英國人的本性，因此他們非常希望回國，但如果真能自由選擇，他們早就這麼做了」。到了一六二〇年，情況也沒能獲得太大改善：維吉尼亞的人口成長至三千人，但觀察者注意到，「他們最大的抱怨是沒有飲料可喝」——換句話說，他們渴望除了水之外的飲品。

## 若有啤酒，誰還要喝水？

同樣發生在一六二〇年間，啤酒的短缺左右了英國第二個殖民地的選址考量。此地由清教徒獨立派「朝聖者」（Pilgrims）建立。五月花號（Mayflower）從英格蘭出發，目的地是美國的哈德遜河，卻在更北方的鱈魚岬（Cape Cod）靠岸。由於天候惡劣，船隻無法向南航行，船長於是把乘客們全丟在岸邊。清教徒領導人威廉姆．布拉福特

（William Bradford）成為殖民地第一位管理者，他在日記中寫道：「我們沒辦法花時間進一步搜尋或考量了，糧食即將耗盡，特別是啤酒。」當時的人們誤以為航行時飲用啤酒可預防壞血症，因此船員們焦急地保存了足夠的啤酒以供回程時飲用。為此，這些清教徒就和維吉尼亞的殖民者一樣，只剩水可以喝了。殖民者威廉．伍德寫道：「世界上雖然沒

有其他的水比這裡更好，但我還是沒辦法像某些人那樣，認為水會比啤酒還要好喝。」他繼續寫道：「不過和不好喝的啤酒相比，任何人都還是會選擇喝水的。」

英國的第三個北美殖民地在麻薩諸塞州建立時，移民們已確定自己帶了夠多啤酒。一六二八年，阿貝拉號（Arbella）載著清教徒領袖約翰·溫斯普羅（John Winthrop）到了美國，同時也帶著「四十二公噸的啤酒」，大約是一萬加侖。

由於氣候嚴峻，歐洲釀造啤酒的作物很難在美洲種植。移民們不想再仰賴進口，於是嘗試以玉米、雲杉嫩枝、楓樹液、南瓜和蘋果皮來釀酒。當時有一首歌曲證明了這些釀酒人的創意：「喔，我們可以用南瓜、果皮或核桃樹皮來釀酒，讓烈酒甜一甜嘴脣。」和南方西班牙及葡萄牙的殖民地一樣，要在美洲釀造葡萄酒並不可行。移民們試圖引入歐洲的葡萄樹，但由於氣候和疾病，以及北方歐洲國家普遍缺乏釀酒經驗，因此屢戰屢敗。接著，他們決定使用當地的葡萄釀酒，但成品相當令人反胃。最後，維吉尼亞殖民者決定專心大規模栽種菸草，並老實地從歐洲進口麥芽糖化的大麥（啤酒原料）、葡萄酒和白蘭地。

## 蘭姆酒席捲全北美

到了十七世紀下半葉，當蘭姆酒的取得變得容易後，一切都不一樣了。由於原料是糖蜜而非昂貴的葡萄，蘭姆酒比白蘭地便宜許多。除了價格較為低廉外，蘭姆酒的酒精濃度也比較高，很快地就成為北美殖民地最受歡迎的飲料。蘭姆酒能幫助人們度過難關，在天寒地凍的冬天是最好的體內加溫器，更幫助降低殖民者們對歐洲進口的依賴。貧困者通常會直接飲用蘭姆酒；富裕者則會調製潘趣酒（punch），以烈酒、糖、水、檸檬汁和香料混合，並盛裝在精美的碗裡。（這種飲料和比較

粗糙的海軍葛洛格一樣，都是現代雞尾酒的前身。）

殖民者們在擬訂合約、販賣農場土地、簽訂契約、購買貨品或法律調解時都會喝蘭姆酒。根據習俗，假如在簽訂契約前反悔，就得提供半桶啤酒或一加侖蘭姆酒作為補償。然而，並不是每個人都接受這種便宜強烈的新飲品。波士頓牧師因克瑞斯·馬瑟（Increase Mather）就在一六八六年感嘆道：「這種名為蘭姆酒的飲料在人們之間流行，實在不幸。貧窮者和心術不正者只要花個一分錢或兩便士，就可以讓自己喝醉。」

從十七世紀晚期開始，蘭姆酒產業可謂欣欣向榮。塞勒姆（Salem）、紐波特（Newport）、梅德福（Medford）和波士頓等地的新英格蘭商人不再進口蘭姆酒，而是引入生的糖蜜來自行蒸餾。雖然他們認為成品的品質不如西印度群島的蘭姆酒，但價格便宜很多，這才是多數飲酒者最在意的。蘭姆酒成為新英格蘭最賺錢的產品。套用當代觀察者所說的：「他們在波士頓以糖蜜所蒸餾的蘭姆酒份量驚人，價格也低得出奇，一加侖不到兩先令。然而，這些蘭姆酒的賣點就是份量和廉價，而不是品質。」蘭姆酒的價格之低，有時候光是一天的薪酬就足以讓勞工醉一整個星期。

## 引發獨立的不公法案

除了販售給當地人飲用之外，新英格蘭的蒸餾者發現奴隸販子也是個大好市場。新英格蘭的蒸餾者會為了奴隸貿易，製作特別強烈的蘭姆酒；由於在固定的份量中濃縮更多酒精，這種酒也成了更密集的財物形態。然而，當地蘭姆酒貿易的蓬勃發展，讓英國種植甘蔗的島嶼和倫敦的贊助商都不太高興，因為新英格蘭蒸餾者的糖蜜是由法國的島嶼進口。為保護國內的白蘭地產業，法國禁止殖民地生產蘭姆酒，於是法國

的糖廠自然很樂意將糖蜜低價賣給新英格蘭酒廠。與此同時，英國糖廠在歐洲市場的競爭中，也趨居劣勢。新英格蘭酒廠的選擇不只造成實際的傷害，也讓英國顏面無光。英國糖廠為此呼籲政府介入，而在一七三三年，倫敦通過新的《糖蜜法案》（*Molasses Act*）。

該法案對外國（也就是法國）殖民地或屯墾區輸入北美殖民地的糖蜜徵收高額關稅，每加侖六便士。背後的概念是希望鼓勵新英格蘭酒廠為了避稅，而從英國的產糖島嶼購買糖蜜。然而，英國島嶼所生產的糖蜜量完全不足以供應新英格蘭的蘭姆酒產業，且酒廠普遍認為來自法國的糖蜜品質較優。假如法案嚴格執行，就會逼迫酒廠降低產量來提高售價，並令新英格蘭的財富驟減，畢竟蘭姆酒占據出口的八〇%，是當地的經濟支柱。這也會讓美國殖民者失去他們最愛的飲料。當時，北美殖民地平均每個男性、女性和小孩，一年要消耗將近四加侖<sup>4</sup>的蘭姆酒。

於是，新英格蘭的蒸餾酒廠幾乎完全忽視此法案，從法國島嶼走私糖蜜，必要時也賄賂負責收稅的官員，不過大部分稅務員都睜一隻眼閉一隻眼。海關人員由英格蘭指派，而受命者幾乎都留在英格蘭，一邊領薪水一邊付錢請人幫他們履行海外的義務。據說，這些公務人員和倫敦的主管相比，對殖民地同胞更有同情心。法律通過的幾年內，大部分的蘭姆酒都是以走私的糖蜜製作——根據估計，可能超過六分之五皆是如此。與此同時，波士頓地區的蒸餾酒廠從一七三八年的八間，增加到一七五〇年的六十三間。蘭姆酒持續流通，在殖民地生活的各個層面中都占有重要地位，在選舉中也舉足輕重：一七五八年，當喬治·華盛頓（George Washington）參選維吉尼亞當地的「市民議會」（House of Burgesses）時，團隊共發送二十八加侖的蘭姆酒、五十加侖的蘭姆潘趣酒、三十四加侖的葡萄酒、四十六加侖的啤酒，以及兩加侖的蘋果酒——但這個郡只有三百九十一位選民。

雖然《糖蜜法案》成效不彰，卻招來許多不滿。通過這個法案是英

國政府鑄下的大錯。而當走私為社會所接受，就降低了人們對英國法律整體的尊重，並開創致命的先例：此後，殖民地人民自認可以違反其他進出口商品不合理的關稅規定。因此，普遍違反《糖蜜法案》可說是美國獨立最早的跡象。

## 被逼繳稅當然要反

一七六四年，英國接著通過了《蔗糖法案》（*Sugar Act*）。當時英法北美戰爭（French and Indian War）剛結束，英國部隊和北美人民團結打敗法國人。（衝突的引爆點是法國和英國的邊界之爭，在歐洲、北美和印度都有戰事，可說是第一場真正的世界大戰。）戰爭的勝利確保了英國在北美的霸主地位，卻也讓英國欠下龐大的公債。英國認為北美殖民地是戰爭的主要獲利者，理應協助償還。此外，許多殖民地人民在戰爭間仍持續和敵對的法國貿易。於是，英國政府決定強化並嚴格執行《糖蜜法案》。糖蜜每加侖六便士的關稅雖然減半，但這回政府採取了具體措施，確保該收的稅金一毛也不少。海關人員再也不能留在英國境內，並雇用其他人代為執行任務。殖民政府的官員也被要求嚴格執法，逮捕走私者，而英國皇家海軍更有權力在北美海域徵收稅金。

新法案的目標相當明確，旨在提升稅收，而不僅是規範商業貿易，這在北美當地引發極大的反彈。新英格蘭的蒸餾酒廠發動對英國進口商品的杯葛，以表達對新法的抗議。除了生計受影響者之外，許多北美移民都覺得法案不公，他們不需要支付稅金給遙遠的議會，特別是在根本沒有代表席次的情況下。「沒有代表席次就沒有稅金」的口號廣為流傳，擁護獨立者以「自由之子」（Sons of Liberty）為名，開始策動輿論對脫離英國的支持。這些異議分子通常會在蒸餾酒廠和酒館中聚集。其中一位革命領袖約翰·亞當斯（John Adams）在日記中提到，他在一



七六六年參加自由之子的集會，地點是「柴斯與史匹克曼酒廠的帳房」，與會者喝著蘭姆潘趣酒、抽著菸斗，吃著起司和餅乾。

《蔗糖法案》之後，便是一系列引起反彈的法案，包括一七六五年的《印花稅法》（*Stamp Act*）、一七六七年的《湯森稅法》（*Townshend Acts*）和一七七三年的《茶稅法》（*Tea Act*）。這導致了一七七三年的波士頓茶黨（*Boston Tea Party*）事件，人們為了抗議新的稅法，而將滿滿三船的茶葉傾倒進波士頓港。雖然提到美國獨立革命的導火線時，人們總是會想到茶葉，但蘭姆酒在一七七五年獨立戰爭終於爆發的前十多年中，也扮演著同樣重要的角色。巧合的是，在衝突點燃的前一夜，當保羅·里維爾（*Paul Revere*）踏上出名的路程，從波士頓趕往萊辛頓（*Lexington*）去警告約翰·翰考克（*John Hancock*）和山繆·亞當斯（*Samuel Adams*）英國部隊即將到來時，他在麥德福的一間酒館裡停歇，喝了一杯蘭姆托迪酒（*rum toddy*，將燒紅的撥火棍放入蘭姆酒、糖和水中加熱而成）。這間酒館的主人正是當地民兵領袖以薩·霍爾（*Isaac Hall*）。

獨立戰爭開打後，蘭姆酒是美國士兵在六年戰鬥中偏愛的飲料。亨利·諾克斯（*Henry Knox*）將軍在一七八〇年寫信給喬治·華盛頓討論北方陣線的補給問題時，特別強調蘭姆酒的重要性：「除了牛肉與豬肉、麵包和麵粉，蘭姆酒的重要性也不可忽視。」信中也寫道：「我們應當排除萬難，提供充足的蘭姆酒。」對於蘭姆酒和糖蜜的徵稅是英美分歧的開端，也為蘭姆酒增添了些革命的風味。

一七八一年，英國投降，美國誕生。而開國元勳之一的約翰·亞當斯在許多年後寫信給好友：「糖蜜是美國獨立的重要原料，我不知道這有什麼好羞於承認的。有太多事件的起因都比這更微不足道。」

## 換威士忌上場了

蘭姆酒是橫跨英國殖民時代和獨立戰爭的飲料，但美國這個年輕國家的許多居民，很快就愛上了另一種蒸餾飲料：威士忌。當移民者離開東部海岸、向西拓荒時，就改喝穀類發酵後蒸餾的威士忌。其中一個理由是這批移民大多來自蘇格蘭或愛爾蘭，擁有穀類蒸餾經驗。此外，蘭姆酒原料糖蜜的供應在戰爭期間也受到影響。雖然大麥、小麥、黑麥和玉米等穀類在海岸很難種植，讓最初的殖民者無法釀造啤酒，但內陸地區就容易栽種多了。相反的，蘭姆酒算是海洋的產物，得利用以海運方式進口的糖蜜在沿岸城市製造，並運往內陸，實在所費不貲。威士忌則幾乎在任何地方都能生產，也不需要仰賴可能會被抽稅或阻擋的進口原料。

到了一七九一年，光是賓州西部就有超過五千個壺式蒸餾器，平均每六個人就有一台。威士忌取代了蘭姆酒所扮演的角色，代表的是密集形態的財富：一匹馱馬可以帶四蒲式耳<sup>5</sup>的穀類，但同樣份量的威士忌則得由二十四蒲式耳的穀類所蒸餾。威士忌是鄉村的貨幣，可以用來交易鹽、糖、鐵、火藥和子彈等必需品。威士忌也用來支付農村人力的薪酬，在出生和死亡的儀式、簽署各種法律文件時使用，法庭的陪審團會分配到威士忌；政治家也會以威士忌收買選民；即使是神職人員的薪酬也是威士忌。

因此，當美國財政部長亞歷山德．漢彌爾頓（Alexander Hamilton）開始思考如何償還獨立戰爭積欠的高額債務時，對於蒸餾飲品的生產徵收聯邦執照稅似乎是顯而易見的解決方式。這樣的稅金不但可以籌錢，或許也能防止人們過度飲酒。漢彌爾頓相信這「對於農業、經濟、道德和社會的健康都有助益」。

就這樣，美國政府於一七九一年三月通過了一條法律：從七月一日開始，蒸餾酒廠應支付年度稅金，或是根據酒精濃度，每生產一加侖的

酒就繳交七分錢以上的執照稅。法案立刻引起反彈，特別是在西部邊疆。這項稅收對內陸移民似乎格外不公平，因為法案適用於酒精蒸餾時，而不是售出時。這意味著私人飲用或以物易物交易的威士忌還是會被抽稅。除此之外，許多移民之所以來到美國，就是為了躲避稅務員和政府的干預。他們抱怨新的聯邦政府沒有比英國政府更好，那擺脫英國政府的意義何在？

## 失衡的權力分布

對於威士忌稅的爭執同時反映出美國各州和聯邦政府之間，對於權力平衡的意見分歧。整體來說，和南部與西部相比，東部地區的居民更樂於讓聯邦法律凌駕於各州法律之上。新的法律具體規定觸犯者必須在費城的聯邦法庭受審，而不是各個地方法院，似乎也偏袒東部聯邦主義者的利益。喬治亞州的詹姆斯·傑克森（James Jackson）在眾議院宣布，這條法律將會「剝奪大眾幾乎是生活中唯一的奢侈樂趣，也就是烈酒」。他質問，假如不反對這條法律，誰知道接下來政府又會通過什麼？傑克森警告：「有朝一日，恐怕連洗襯衫都得付一筆稅金。」

新的法律執行後，許多農夫都拒絕繳稅。稅務官遭到攻擊，他們的文件被偷走銷毀，馬匹的馬鞍也被取下來切成好幾塊。反對勢力最強的地方，是賓州激進分裂主義者的老巢：西部賓州的邊疆城鎮，例如費耶特（Fayette）、亞勒格尼（Allegheny）、威斯特莫蘭（Westmoreland）和華盛頓。反對徵稅的農民群體開始組織反抗。選擇支付稅金的蒸餾酒廠發現蒸餾器上被開了槍、支持反抗的告示被貼在樹上。國會在一七九二年和一七九四年修改法案，降低對鄉村酒廠徵稅，並賦予州立法院審判違規者的權限，卻沒能撫平反對派的怒火。漢彌爾頓意識到聯邦政府的權威面臨危機，於是派出聯邦法警到賓州西部，處置數名拒絕繳稅的

農民。

威廉·米勒（William Miller）就是拒絕繳稅的農民之一，在一七九四年七月遭到法辦，引發暴力衝突。米勒的同夥對法警隊伍開了一槍，所幸無人傷亡。接下來的兩天，雙方持續爆發小規模衝突。這些反對徵稅的暴民「威士忌男孩」（whiskey boys）快速擴張到五百人，並出現死傷情事。野心勃勃的檢察官大衛·布雷弗德（David Bradford）成為威士忌男孩的領袖，高聲呼籲當地人民的支持。大約六千名男性在匹茲堡附近的布拉多克戰場（Braddock's Field），推舉布雷弗德成為這支臨時部隊的將領。叛軍們群情高昂，在軍事活動和打靶練習之際，也通過脫離美國聯邦的決議案，決定成立新的獨立州。

喬治·華盛頓總統在漢彌爾頓的說服下，相信必須當機立斷，於是從賓州東部、紐澤西、維吉尼亞和馬里蘭調派一萬三千民兵。這支部隊帶著軍火、行李和強大士氣。然而，還在萌芽階段的叛軍早已開始分崩離析。隨著軍隊逐步逼近，布雷弗德逃亡，而他的支持者則是如鳥獸散。

諷刺的是，為了對付威士忌男孩而抵達的民兵，最終協助收拾了殘局：行軍結束時，聯邦士兵想要更多威士忌，於是用現金購買，好讓賓州西部的釀酒者有足夠的資金繳稅。

## 釀製威士忌的新原料

民兵象徵性地帶了二十位叛軍回到費城，遊街示眾。然而，他們無須面對幾個月的牢獄之災，且未遭到任何懲罰。其中兩人被判死刑，但獲得總統的特赦。就這樣，針對烈酒的徵稅法案失敗了，幾年後遭到廢除。出動聯邦民兵鎮壓叛軍的成本是一百五十萬元，幾乎是實行徵稅法案這十年來所收到稅金的三分之一。然而，雖然叛變和稅法都失敗了，

但威士忌暴亂是獨立後第一起對稅法的抗議，而鎮壓行動則強而有力地示範了：聯邦法律不容忽視。這是美國早期歷史決定性的時刻。

叛變的失敗讓蘇格蘭和愛爾蘭的移民繼續向西部新興的肯塔基州前進，也促成了另一種飲料的問世。他們在那裡用玉米和黑麥釀威士忌。這種新型威士忌的基地在波本郡（Bourbon County），於是酒款就命名為波本酒，由於釀造過程使用了玉米這種當地作物，因此產生了獨特的風味。

喬治．華盛頓晚年時也創立了自己的酒廠。這門生意的點子來自於他的農場管理員，這位蘇格蘭出身的先生提議，華盛頓的維農山莊所種植的穀類，可釀成威士忌賺錢。兩台蒸餾器從一七九七年開始運作，而在產值的巔峰，也就是華盛頓一七九九年十二月過世前，農莊一共有五台蒸餾器。

當年，他生產了一萬一千加侖的黑麥威士忌，在當地販賣後賺進七千五百美元。他也贈送好幾桶酒給家人和朋友，並在一七九九年寫給外甥的信件提到：「當天會準備好兩百加侖的威士忌給你，越快帶走越好，因為這部分的需求很高。」華盛頓投入釀造威士忌，和另一位開國元勳對於酒精的態度截然不同。湯馬斯．傑佛遜（Thomas Jefferson）譴責「威士忌的毒素」，並留下名言：「葡萄酒便宜的國家不會酒醉，而以烈酒取代葡萄酒成為日常飲品的國家，則不可能保持清醒。」傑佛遜盡力在美國種植葡萄，並支持降低進口葡萄酒稅金，因為葡萄酒是「威士忌禍害的唯一解藥」。但他的努力徒勞無功，葡萄酒價格昂貴，酒精含量又低，且缺乏威士忌帶來的聯想：毫不做作、獨立且自給自足。

## 瓶裝的殖民主義

綜觀殖民時期，烈酒成為艱苦困境的解脫——對歐洲殖民者來說，

是自找的痛苦，而他們加諸在非洲奴隸和原住民身上的則更令人髮指。殖民者除了用烈酒購買、制伏和控制奴隸外，也利用當地印地安人對蒸餾酒的熱愛作為控制的手段。

對於這種熱愛的成因，至今沒有定論，但似乎源自於印地安人的信仰，認為烈酒和當地迷幻植物一樣，有超自然的力量，必須徹底失神後才能運用。十七世紀末期，一位紐約的觀察者注意到印地安人「熱愛強烈的飲料，但除非能夠喝醉，否則就不會喝」。假如烈酒的份量不足以讓團體裡的每個人都喝醉，就會僅由少數人分享，而其他人成為觀眾。對於徹底失神的堅持，或許也能解釋為什麼某些印地安人不理解歐洲人對葡萄酒的偏好。一位移民在一六九七年寫道：「他們很好奇為什麼英國人要花那麼多錢買葡萄酒，因為蘭姆酒便宜許多，又能更快喝醉。」

無論起源為何，印地安人的這種習慣都遭到歐洲人利用，提供大量的酒精和他們交易貨品或土地。在實務上，英國控制的區域使用蘭姆酒作為手段，而法國的領地則是白蘭地。法國毛皮商在加拿大使用白蘭地，就遭到法國傳教士批評，認為「惡名昭彰的惡劣白蘭地交易所帶來的無盡混亂、殘酷、暴力和攻擊，已經在這個地區的印地安人間傳開。我們陷入絕望、什麼也不剩，只能把酗酒的他們留在白蘭地商人的手中。」當地的法國部隊非但沒有克制白蘭地貿易，反而覺得自己肩負維繫白蘭地供給的任務，不只為了自己飲用，也為了販賣給印地安人。

## 透過依賴創造新需求

西班牙人將蒸餾技術引入墨西哥，促成了梅斯卡酒（mescal）的發明。這種酒是當地普達酒（pulque）的蒸餾版本。普達酒是阿茲特克人以發酵的龍舌蘭屬植物製成的酒精飲料，同時也是當地的平民飲料；戰

士、祭司和貴族則喝菁英飲料巧克力。西班牙人鼓勵阿茲特克人和當地其他印地安人喝梅斯卡酒，而不是普達酒，讓他們對這種更強烈的飲品成癮。一七八六年，墨西哥總督認為印地安人對酒精的熱愛，以及酒精成癮後對殖民勢力的依賴，都很有利用價值，或許能套用在北方的阿帕契族（Apache）。他提出，這可以創造出「新的需求，讓他們清楚意識到對我們依賴的義務。」

這類經蒸餾而來的酒精飲品和火槍及傳染病一樣，對於現代世界的形塑功不可沒；更幫助了舊世界的人們成為新世界的領導者。烈酒在數百萬人的奴役和流離失所、新國家的成立，以及原住民文化的破壞上，都扮演重要的角色。如今，儘管烈酒已不再和蓄奴及壓榨有關，但其他層面卻還是呼應著殖民時期的習俗。例如，搭飛機的乘客會在手提行李中丟入一罐免稅的烈酒，因為這種濃縮酒精可幫助人們撐過漫長的飛行，且不至腐敗。而他們對避稅的渴望，則延續了蘭姆酒商和威士忌男孩的反體制傳統。

---

此處的加侖為美式加侖，大約等同於三．七八五公升。前述之加侖則為英式加侖，大致等同於一．二美式加侖，即四．五四公升。

gushel，又稱英斗，英制容量及重量單位，通用於英國與美國；一蒲式耳約等於三六．三七公升。

## 第4章

# 理性時代的咖啡



## 偉大的提神劑

「咖啡是清醒的飲料，是大腦強大的滋養，會讓人更加清醒，和烈酒大不相同。咖啡會清除籠罩想像力的烏雲，和陰鬱的壓力。咖啡會讓真實閃現，瞬間照亮現實。」

——朱爾·米榭勒（**Jules Michelet, 1798~1874**），法國歷史學家

## 一杯，啟蒙

希臘人也會犯錯。例如：比較重的東西落下的速度不會比較快、地球不是宇宙的中心、心臟不是為血液加熱的火爐，只是讓血液能在體內持續循環的幫浦。然而，直到十七世紀初期，天文學家和解剖學家揭露了各種前所未有的世界，歐洲思想家才開始認真質疑古希臘的哲學。義大利的伽利略（**Galileo Galilei**）和英國的法蘭西斯·培根（**Francis Bacon**）是這一波思潮的先驅，拒絕對古老文獻的盲目信仰，而推崇觀察和實驗。

「如果只是在舊的知識上移植或添加新的內容，科學知識就不可能有任何重大的進展。」培根在西元一六二〇年的著作《新邏輯》（*The New Logic*）中這麼寫道：「科學的復興必須從最底部的根基開始，除非我們想以可悲的緩慢速度，無止盡地原地踏步。」培根帶頭批評希臘哲學家的影響力，他和追隨者希望能摧毀人類知識的鷹架，並從新的穩固基礎上一磚一瓦地重建。萬事萬物都能被挑戰，沒有什麼是不變的前提。宗教改革（特別是在北歐地區）的衝突降低了教會的威信，為思想家清除了障礙。新興的理性主義在英國和荷蘭發揚光大，部分原因是

為了維繫海外遙遠的殖民地，並帶動名為「科學革命」的知識浪潮。

理性探究的精神在接下來兩個世紀，成為西方思潮的主流，並累積成所謂的「啟蒙運動」，而科學家採取實證、懷疑論的方法，應用在哲學、政治、宗教和商業等領域。在理性時代，西方思想家超越了古代的智慧，敞開心胸接受新的概念，讓知識的前緣突破舊世界的極限，宛若地理大發現的知識版本。無論是在哲學、政治或宗教領域，人們都捨棄了對權威教條式的崇敬，擁抱批判主義、多元包容性和思想的自由。

新興理性主義在歐洲的傳播，呼應著一種新飲料的流行：咖啡。咖啡可讓心智更敏銳清晰，因此成為科學家、知識分子、商人和神職人員愛好的飲料。這些人都可以概稱為「資訊工作者」，負責坐在桌子前處理心智上的工作，而不是在戶外進行體力勞動。咖啡幫助他們維持作息規律，早上喝一杯提神；下午則保持清醒，直到下班時間或加班結束。供應咖啡的場域通常氣氛冷靜、清醒而莊重，提倡有禮貌的對話和討論，創造出教育、辯論和自我提升的環境。

## 整個西歐都醒了過來

咖啡在十七世紀引入歐洲，帶來深遠的影響，特別是因為當時日常的飲料是酒精濃度較低的淡啤酒和葡萄酒，即便早餐時也不例外。這兩種飲料都比水來得安全，畢竟擁擠又骯髒的都市中水很容易受到汙染。

（烈酒則不屬於日常飲品，目的就是讓人喝醉。）咖啡和啤酒一樣，必須以煮沸的水沖泡，因此成為能替代酒精飲料的安全飲品。用咖啡而非啤酒開啟一天的人，往往精神抖擻清醒，而不會鬆懈又微醺，工作的品質和效率也有所改善。為此，咖啡被視為酒精的相反物，可提神醒腦而非渙散心神；提高集中力而非麻木感官、無視現實。一首一六七四年於倫敦發表，作者已不可考的詩作，批評葡萄酒是「狡詐葡萄的甜蜜毒

素」，會「淹沒我們的理性和靈魂」；啤酒被指責是「迷濛的麥酒」，會「侵占我們的大腦」。然而，咖啡卻得到如下盛讚：

.....莊重又健康的烈酒，  
治癒我們的胃，讓心智更加敏捷，  
舒緩我們的記憶、撫平悲傷，  
讓靈魂振奮，卻不致瘋狂。

就這樣，西歐漸漸從延續了數個世紀的酒精迷霧中清醒過來。一位英國觀察家在一六六〇年寫道：「咖啡這種飲料，讓各個國家都清醒了。從前的學徒、神職人員和大眾清晨都喝啤酒、麥酒或葡萄酒，使得大腦昏昏沉沉，不適合做事，如今則在這種清醒又文明的飲料影響下，成為好公民。」

與此同時，咖啡也被視為酒精的解藥。是的，解藥，就是大家從字面上讀到的意思。一六七一年，法國作家西爾維斯特·杜福爾

（Sylvestre Dufour）寫道：「咖啡能立刻讓你清醒。」時至今日，儘管醫學上已證明事實並非如此，人們依然認為咖啡能對付酒醉。雖然咖啡的確能讓喝酒的人感覺更清醒，事實上卻正好相反：飲用咖啡將減緩酒精從血液中代謝的速度，意思就是喝了咖啡之後反而會延長酒醉的時間。

咖啡的新潮時尚感更為其增添魅力。這種飲料不為希臘和羅馬人所知，因此飲用起來似乎更能象徵十七世紀的思想家「超脫了古代世界的界線」。咖啡是偉大的提神劑，帶來清晰思緒的飲料，現代和進步的象徵——簡單來說，就是理性時代最理想的飲料。

## 來自阿拉伯世界的紫褐色果實

咖啡的原產地在阿拉伯世界，而阿拉伯人對咖啡的刺激性已經頗為熟悉。關於咖啡的發現，有許多浪漫的故事。其中一則是衣索比亞的牧羊人注意到，當羊群吃下某種樹木的紫褐色果實後，會顯得特別亢奮。於是他自己也嘗了一些，發現刺激振奮的功效後，分享給當地的阿訇<sup>6</sup>。這位阿訇發明了新的果實調理方式：先風乾再以滾水煮成熱飲，可幫助他在持續整晚的宗教儀式中保持清醒。另一則傳說的主角名叫奧瑪（Omar），他差一點在阿拉伯半島西南角國家葉門摩卡市（Mocha）外的沙漠中餓死。神向他降下異象，引導他到一棵咖啡樹，吃了一些果實。這帶給他足夠的體力回到摩卡，而當地人認為，他的存活是神希望透過他將咖啡的知識傳播給人們，咖啡於是成為摩卡熱門的飲料。

和啤酒的發現一樣，關於咖啡的傳說可能也包含些微的事實基礎，因為喝咖啡的習慣似乎最先流行於十五世紀中期的葉門。或許在這之前，人們就已經會為了醒腦而咀嚼咖啡豆，但調製成飲料似乎是葉門人的創意，通常被歸功於阿拉伯學者穆罕默德·達巴尼（Muhammad al-Dhabhani），他同時也是伊斯蘭神祕的蘇菲教派（Sufi order）成員，在一四七〇年左右過世。當時，咖啡（阿拉伯文稱為qahwah）無疑被蘇菲派信徒所使用。他們必須在夜間的宗教儀式中保持清醒，透過反覆吟詠和擺動身體來體驗聖靈。

隨著咖啡在阿拉伯世界傳播，並於一五一〇年抵達麥加和開羅，人們對於其生理功效也開始出現爭議。咖啡擺脫了最初的宗教連結，成為社交性飲料，在街頭和市集廣場一杯杯販售，後來又出現專門的咖啡館。

許多穆斯林都將咖啡視為酒精合法的代替品。和非法的酒館不同，咖啡館是尊貴之人也能毫無負擔地造訪之處。然而，咖啡的法定地位其實有些含糊不清。部分穆斯林學者認為咖啡同樣使人陶醉亢奮，因此也

應該和葡萄酒及其他酒精飲料一樣，依先知穆罕默德的教誨而禁止。

## 一度遭伊斯蘭世界禁飲

一五一一年六月，宗教領袖在麥加施行禁令，是人類史上對咖啡最早的一次的打壓。當地的政府官員名為卡爾·貝格（Kha'ir Beg），負責維護公眾道德，此人真正開庭審判了咖啡。他召集法律專家委員會，並在他們面前放下被告——一個大型咖啡壺。

在這場審判上，他們討論了咖啡的功效，並認同卡爾·貝格的說法，應當禁止咖啡的販售和飲用。這起判決在麥加各處宣達，並當街沒收燒毀咖啡，咖啡小販和某些客戶都遭到毆打懲罰。然而，幾個月後，開羅的統治高層推翻了卡爾·貝格的判決，咖啡再次出現在公共場合。卡爾·貝格的權威遭到質疑，隔年就丟了官。

不過，咖啡真的是致醉物質嗎？誠如前文提過的，穆斯林學者早已投入大量時間，爭論先知禁止的到底是致醉的飲品，還是僅僅是喝醉這個行為。要回答這個問題，就得先在法律上清楚定義「致醉」，於是出現了各種論述。致醉可定義為某人「變得失神又混亂」、「脫離原本的溫和道德和清醒，進入愚蠢狂妄的狀態」，或是「什麼都不理解，分不清楚男性女性，或是天堂和人間」。這些定義出現於學者對酒精飲料的討論中，當時也適用於咖啡。

然而，咖啡即便喝得再多，顯然都不會造成上述的影響。事實上，咖啡的效果正好相反。一位支持者提出：「喝咖啡的人嘴上有神的名字，並保持清醒；而尋求酒醉的人剛好相反，目中無神。」反對咖啡的人則堅持，只要會對飲用者的身體或心理造成影響，就足以構成禁止的理由。咖啡的捍衛者也成功地駁回這個論點，認為辛辣的食物、大蒜和洋蔥等，同樣會造成流眼淚等生理影響，但吃這些東西完全合法。雖然

卡爾．貝格在開羅的上司並不贊同他對販售及飲用咖啡的禁令，但最令統治階層擔心的不是咖啡對飲用者的影響，而是喝咖啡的場合，因為咖啡館是八卦、謠言、政治辯論和諷刺言論的溫床。咖啡館也是下西洋棋和雙陸棋（編按：**backgammon**，又稱百家樂棋）的場所，這在道德上就比較站不住腳了。技術上來說，除非博弈者針對勝負下賭注，否則伊斯蘭律法並未禁止棋盤遊戲。不過光是在咖啡館裡下棋，對反對者來說就足以證明這些場所道德堪憂，甚至是陰謀和煽動叛亂的巢穴。

## 教宗也說可以喝

往後，當權者數度試圖關閉咖啡館。例如，麥加和開羅分別在一五二四年和一五三九年採取行動，但效果都不持久。畢竟，即便將喝咖啡的人貶低為不務正業、成天道人長短的等閒之輩，喝咖啡實際上並未違反任何法律，試圖永遠禁止咖啡的努力自然都以失敗告終。

到了十七世紀初期，拜訪阿拉伯地區的歐洲人注意到咖啡館的流行，也發現咖啡館是聚會和散播新聞的場所。來自英國的旅行家威廉．畢多夫（**William Biddulph**）在一六〇九年寫道：「咖啡館比英國的酒館還普遍，假如發生任何事件，都會成為那裡談論的主題。」另一位英國旅行者喬治．山迪斯（**George Sandys**）在一六一〇年拜訪埃及和巴勒斯坦，發現「雖然他們沒有酒館，卻有咖啡館，和酒館很相似。當地人會整天坐在那裡聊天，喝一種裝在小陶瓷杯裡，稱為咖啡的飲料（由咖啡樹的漿果所製成），越燙越好。咖啡的外觀和煤炭一樣黑，味道也很像。」

當時可能用來反對咖啡進入歐洲的理由，就是與伊斯蘭教的連結，但也很快被破解。教宗克勉八世（**Clement VIII**）在一六〇五年過世不久前，有人要求他宣布天主教會對咖啡的立場。當時，這種新穎的飲料

在歐洲還鮮為人知，僅有植物學家和醫生才知道，其中包含尖端醫學研究中心帕多瓦大學（University of Padua）。咖啡在宗教上的反對者認為咖啡很邪惡：既然穆斯林不能喝基督徒神聖的葡萄酒，惡魔於是以咖啡懲罰他們。然而，教宗擁有最後的決定權。一位威尼斯商人提供了少量樣品讓教宗檢視，而克勉八世決定先嘗嘗看。據說，他深深迷上了咖啡的味道和香氣，於是認同基督徒也可以飲用。

在半個世紀內，咖啡這種充滿異國風情的飲料已經在西歐部分地區流行。第一家咖啡館在一六五〇年代於英國開張，一六六〇年代則進入荷蘭。隨著咖啡向西傳播，阿拉伯人對咖啡館的定位也傳了進來：比酒館更值得尊敬，屬於知識分子而非酒鬼的場所。然而，各種衝突也無法避免。

對於一六五〇～一六六〇年代的倫敦來說，咖啡簡直就是為其量身打造的飲品。倫敦第一間咖啡館出現於奧利佛．克倫威爾（Oliver Cromwell）的統治期間。他在英國內戰後登上大位，前國王查理一世（Charles I）則被罷黜後處決。英國的咖啡館在清教徒時期是酒館的替代場所，氣氛較為溫和，也比較受人敬重。咖啡館燈火通明，擺設了書櫃、鏡子、裱框的畫作和精美的家具，和酒館的幽暗骯髒有天壤之別。克倫威爾在一六五八年過世，輿論轉向支持復辟，而咖啡館則成為政治辯論的中心，為查理二世（Charles II）一六六〇年的登基鋪路。國王的謀臣威廉．克文特里（William Coventry）注意到，查理二世的支持者在克倫威爾統治期間，都會在咖啡館聚會，且「在咖啡館中較有膽量行使言論自由」。他甚至認為，假如沒有咖啡館聚會，查理二世就不會有機會登基。

## 喝了咖啡好賺錢

與此同時，倫敦漸漸成為興隆的商業帝國。咖啡館為商人們提供了便利且莊重的公開場合，因此廣受歡迎，在國王復辟後依然人氣不減。倫敦的咖啡館吸引了清教徒、陰謀策畫者和資本主義者，完美地反映出整座城市的氛圍。

倫敦的第一間咖啡館於一六五二年開幕，老闆是來自於美國的巴斯瓜·羅塞（Pasqua Rosee）。羅塞原為英國商人丹尼爾·愛德華茲（Daniel Edwards）的僕人，而愛德華茲在造訪中東的旅途中，愛上了咖啡的滋味，每天都要羅塞幫他準備好幾杯，也介紹給倫敦的朋友。他們對咖啡的熱情太強烈，於是愛德華茲決定讓羅塞開始販售咖啡。羅塞的商店開幕時印製了傳單，標題是「咖啡飲料的好處」，顯示了咖啡多麼新潮。他們假定閱讀傳單的人不知道咖啡是什麼，於是解釋了咖啡源自阿拉伯，該如何調製，以及飲用時的習俗。傳單大部分都在強調咖啡的療效，據說可有效紓解眼睛痠痛、頭痛、咳嗽、水腫、痛風和壞血病，也可以預防妊娠女性流產。然而，真正吸引顧客的，或許是咖啡對生意的助益：「能避免疲憊昏沉，讓人處在適合談生意的警醒狀態；因此，在晚餐過後就不該喝咖啡，除非你想保持清醒。咖啡會阻礙睡眠三～四個小時。」

羅塞的事業獲得巨大的成功，當地酒館老闆為此向市長抗議，認為羅塞不是倫敦的自由人，沒有權力開店和他們競爭。羅塞最終被迫離開英國，但咖啡館的概念已經生根，而其他咖啡館也在一六五〇年代如雨後春筍般地冒出。一六六三年，倫敦的咖啡館數目更達到八十三間。一六六六年的倫敦大火雖然燒毀許多間，但新興的咖啡館很快就取而代之，使整體數量在世紀末時達到數百間。一份官方紀錄的數字是三千間，但當時城市人口僅有六十萬人，似乎不太可能。（咖啡館有時也會提供其他飲品，例如熱巧克力和茶，但其中秩序井然的愉快氛圍，便是承襲自阿拉伯的咖啡館，而咖啡也是店內最主要的商品。）



## 咖啡館大戰

然而，並不是每個人都認同咖啡館。不只酒館老闆和酒商因生意受到威脅而反對，醫生也因為認為咖啡有毒性而抗拒。除此之外，有些評論家認同阿拉伯批判者的說法，擔心咖啡館會鼓勵人們浪費時間，沉溺於枝微末節的討論，而犧牲了更重要的事務。還有人單純不喜咖啡的味道，形容是「煤炭的糖漿」或「久穿不洗的老臭鞋」。（這是因為當時的咖啡和啤酒一樣，以加侖抽稅，因此得事先調製。咖啡館會從木桶中倒出冷的咖啡，重新加熱後端上桌……味道想必不怎麼樣。）

於是乎，正反雙方都印製了大量的傳單大肆抨擊，標題包含「咖啡之戰」（一六六二年）、「抨擊咖啡」（一六七二年）、「為咖啡辯護」（一六七四年）和「咖啡館的清白」（一六七五年）。值得注意的是，其中一份對咖啡館的批評據說由一群女性所書寫，出版為《女性反對咖啡之請願，向大眾說明過度使用這種烈酒，如何對性行為造成巨大的不便》。她們抱怨丈夫喝了太多咖啡，以至於「變得和沙漠一樣貧脊，據說只會帶來不快樂的果實」。除此之外，由於男性所有的時間都泡在咖啡館裡，女性卻禁止進入，導致「整個種族瀕臨滅絕」。

關於咖啡利弊的激烈爭辯迫使英國官方採取行動。事實上，查理二世一直在尋找適當的時機對咖啡館出手。和阿拉伯世界的領導人一樣，他也認為咖啡館的言論自由可能會成為謀反者的溫床。由於咖啡館對他的奪權也助了一臂之力，讓他更加警戒。一六七五年十二月二十九日，查理二世發布「鎮壓咖啡館宣言」，宣布由於這類場所「製造出邪惡又危險的效應……編造出虛假、惡意、誹謗性的謠言，甚至傳播到國外，危害國王陛下政府的名譽，破壞國家內部的和平和寧靜。國王陛下認為（未來）有必要關閉並鎮壓咖啡館。」

此舉引發大眾的抗議，因為咖啡館當時已是倫敦社交、商業和政治

生活的中心。當國王發現這道宣言被大眾所無視，政府權威將受到威脅，便決定採取進一步作為：假如支付五百英鎊並宣示忠誠，咖啡館就可以再營業六個月。但費用和時限很快被放棄，改成相對含糊的要求，即咖啡館必須拒絕間諜和鬧事者進入。由此看來，即便國王也無力阻止咖啡館的擴張。

## 征服歐陸蓬勃發展

類似的情況也發生在法國的馬賽。法國的第一間咖啡館於一六七一年在馬賽開幕，而當地的醫生開始以健康憂慮為由批評咖啡，實際上卻是擔心生計受到威脅的葡萄酒商在背後操控。他們宣稱咖啡是「狠毒又沒有價值的國外新發明……來自某種樹的果實，由山羊和駱駝所發現……咖啡會讓血液滾燙，引發麻痺癱瘓和陽痿，使身體歪斜消瘦」，且會「傷害馬賽大部分的居民」。然而，這些攻擊沒能減緩咖啡的傳播。咖啡已在上流社會蔚為流行，世紀末時巴黎的咖啡館更是蓬勃發展。當咖啡在德國風行時，作曲家巴哈寫了《咖啡清唱劇》（*Coffee Cantata*），諷刺那些以醫療之名反對咖啡未果的人。咖啡在荷蘭同樣受歡迎，某作家在十八世紀初期注意到：「咖啡如此普遍，甚至連女僕和裁縫每天早上都得喝咖啡，否則就沒辦法穿針引線。」由此可知，咖啡這種來自阿拉伯的飲料，已徹底征服了歐洲。

十七世紀末期，阿拉伯身為全世界咖啡供應者的地位都不曾受到威脅。一位波斯作家在一六九六年解釋道：「咖啡在麥加附近收成，送到吉達（Jiddah）的港口，船運到蘇伊士（Suez），再由駱駝轉運到亞歷山大港。法國和威尼斯商人會在埃及人的倉庫中，購買他們家鄉所需要的咖啡豆。」咖啡有時候也會由荷蘭人從摩卡直接海運。然而，隨著咖啡越來越受歡迎，歐洲國家開始擔心他們對外國產品的依賴，於是想建

立自己的供應鏈。可想而知，阿拉伯人竭盡所能保護自己的市場壟斷。咖啡豆在出口前就已經過處理，確保無法在當地種植出新的咖啡樹；外國人也不得進入生產咖啡的區域。

第一批打破阿拉伯壟斷的是荷蘭人。他們在十七世紀取代葡萄牙人，成為主宰東印度群島的歐洲國家，掌控香料貿易，也短暫成為世界第一貿易強權。荷蘭的水手偷偷切下阿拉伯咖啡樹的枝條，運送到阿姆斯特丹，成功在溫室中培植。在一六九〇年代，荷屬東印度公司在爪哇的巴達維亞（Batavia）建立咖啡屯墾區。這個島嶼殖民地屬於當今的印尼。幾年內，爪哇的咖啡直接運輸到鹿特丹，讓荷蘭人控制了咖啡市場。阿拉伯的咖啡在價格上無法與荷蘭競爭，但普遍的共識是，阿拉伯咖啡的風味較為出色。

## 飄洋過海的咖啡樹

接下來是法國。荷蘭人成功示範了咖啡適合的氣候和甘蔗類似，意味著在西印度群島應該也能生長得和東印度群島一樣好。法國人加百列·馬諦奧·狄克魯（Gabriel Mathieu de Clieu）是駐紮在法屬馬丁尼克島（Martinique）的海軍軍官，決心將咖啡引入法屬西印度群島。他在一七二三年拜訪巴黎時，以私人身分進行了一項機密行動，偷取咖啡樹枝條並帶回。巴黎唯一的咖啡樹，是在巴黎植物園（Jardin des Plantes）溫室中戒備森嚴的樣本，由荷蘭於一七一四年贈與法王路易十四（Louis XIV）。然而，法王對咖啡似乎並不感興趣。狄克魯當然不可能直接從皇家的樹上砍下枝條，只能動用特殊關係。他透過一位年輕的貴族女性，拜託御醫幫忙，因為御醫在準備藥品時，有資格使用任何植物。接著，這節枝條傳回狄克魯手中，他小心翼翼地裝進玻璃盒，搭上前往西印度群島的船。

假如狄克魯自我膨脹的浮誇說法值得信任，那麼這節咖啡枝在橫越大西洋的過程中歷經了無數險阻。首先，咖啡枝面對的是神祕乘客的關切，此人的法文帶著荷蘭腔。每天，狄克魯會把枝條帶到甲板上曬太陽，某天卻不小心打起瞌睡，醒來時發現那名荷蘭乘客把其中一節枝枒拔斷了。荷蘭乘客在馬德拉就先下船，而船隻馬上遭到海盜<sup>7</sup>襲擊，千鈞一髮之際逃過一劫。咖啡枝條的玻璃盒在戰鬥中受損，狄克魯得拜託船上的木匠替他修理。最後，船隻因為海上無風而被迫停止好幾天，飲用水必須謹慎配給。「我們的水極度缺乏，有一個月以上的時間，我都被迫和咖啡株共享稀少的配給。而我所有的期望都寄託在它身上。」狄克魯寫道。最終，狄克魯和他珍貴的貨物抵達了馬丁尼克島。「到家後，我的第一要務就是小心地在花園尋找最適合的地點，種下這棵植物。」他寫道：「雖然咖啡樹已在我的視線內，我卻時常擔心它會被奪走，最後只能用荊棘圍住，並安排守衛看守，直到咖啡果實成熟為止。經歷種種危險和付出的諸多心力後，這棵植物已經是我的心頭肉。」



當船隻在前往馬丁尼克島的路上因為海上無風而滯留，加百列·馬諦奧·狄克魯與他的咖啡株共享飲水配給。

兩年後，狄克魯的咖啡第一次收成，他將枝條分給朋友栽種。他也把咖啡植株送到聖多明哥（Santo Domingo）島和瓜地洛普

（Guadeloupe）島，在這兩個地方欣欣向榮。狄克魯的咖啡從一七三〇年開始出口到法國，產量遠超過國內需求，於是開始將過量的咖啡從馬賽運送到黎凡特。阿拉伯的咖啡又一次在競爭中落敗。為表彰這項不凡的成就，狄克魯的咖啡在一七四六年進獻給法王路易十五（Louis XV），和路易十四相比，這位國王對咖啡的興趣強烈多了。與此同時，荷蘭將咖啡引入南美洲的殖民地蘇利南（Suriname）。狄克魯原始植株的後代同樣在該地區散播，包含海地、古巴、哥斯大黎加和委內瑞拉。最終，巴西成為世界最大的咖啡產地，遙遙領先阿拉伯。

咖啡最初只是葉門神祕的宗教飲料，如今卻遍及全世界。在征服阿拉伯世界後，咖啡也受到歐洲各地的歡迎，並由歐洲強權送往各地。就這樣，咖啡取代酒精，成為主流，尤其受到知識分子和生意人愛好。然而，比飲品本身更意義重大的是飲用的方式：在咖啡館中，發配的不只是咖啡，還有各式各樣的話題。如此一來，咖啡館便成了社交、知識交流、商業貿易和政治討論的全新環境。

---

mam，伊斯蘭教的領袖，又譯為伊瑪目。

corsair，指十六～十八世紀在南地中海一帶收受政府金錢襲擊敵軍船隻的海盜。

## 串起時代的咖啡網路

「喜愛機智與歡樂，渴望聽到來自世界各地消息的人，  
包含荷蘭、丹麥、土耳其和猶太人，  
我將派你去某個地方，有最熱騰騰的一切：  
到咖啡館去聽吧，消息都是最真切的……。  
世界上所發生的一切，從君王到老鼠的一舉一動，  
從早到晚，都會傳進咖啡館。」

——湯瑪斯·喬丹（Thomas Jordan），《咖啡館的新聞》（*News from the Coffee-House*），一六六七年

## 咖啡驅動的資訊網

假如一位十七世紀的生意人想得知最新的商業新聞、追蹤物價、了解政治界八卦、聽聽其他人對某一本書的看法，或是跟上最新的科學發展，那他只要走進咖啡館就可以了。在那裡，只需花一杯咖啡的錢，便能閱讀最新的宣傳手冊和新聞報紙，和其他客人聊天、談生意合約，或是加入文學和政治的討論。當時，歐洲的咖啡館已成為科學家、商人、作家和政治家資訊交換的場所。和現代的網路或社交網站討論區一樣，咖啡館總是充滿活力，但提供的資訊往往不可靠，以特定主題或政治觀點為主。咖啡館自然而然地成為新聞報章、宣傳手冊、廣告傳單和各式批判言論的通路。當時一位觀察家注意到：「咖啡館特別適合自由對話，並自在地坐著閱讀各類新聞印刷品和議會決策，以及周刊和其他印刷品。其中《倫敦憲報》（*London Gazette*）每週一、四發行，《每日

新聞》（*Daily Courant*）除週日之外每天出刊，《飛行郵報》（*Flying-Post*）、《郵差報》（*Postman*）和《郵差男孩報》（*Post-Boy*）每週二、四和六發行，而《英國郵報》（*English Post*）則是每週一、三和五，此外還有一些不定期發行的刊物。」這些印刷品也將咖啡館的機智風趣傳到各個都市和鄉鎮。

根據顧客的興趣不同，有些咖啡館會在牆上展示物價、股價或船運清單，其他則會訂閱外國的新聞報章。咖啡館和特定產業連結緊密，成為演員、樂師或水手找頭路時的好去處。服務特定客群或限定主題的咖啡館，通常會集中在相同的街區。咖啡館本身亦會依照不同主題來整理資訊，好讓人們查詢時更加容易，更能找到可互相討論的同好。

## 有信請寄咖啡館

在倫敦尤其是如此，在一七〇〇年時，已有數百間獨具特色的咖啡館，寫有自家店名的招牌更是大大方方地掛在店門口。在聖詹姆斯區（*St. James's*）和西敏寺附近的咖啡館常有政治家光顧；聖保羅大教堂（*St. Paul's Cathedral*）附近的常客則是神職人員和神學家。文學界的人物在柯芬園（*Covent Garden*）的威爾咖啡館（*Will's coffeehouse*）聚會，詩人約翰·德萊頓（*John Dryden*）和同好們在此討論最新詩作和劇本長達三十年。皇家交易所（*Royal Exchange*）附近的咖啡館總是擠滿生意人，他們會在固定時間光顧，方便客戶和其他生意夥伴聯絡，或是把咖啡館當成辦公室、會議室或交易所。法院巷（*Chancery Lane*）上的曼恩咖啡館（*Man's*）會販售書籍，各式貨品在形形色色的咖啡館中販賣，幾乎成了拍賣會。

有些咖啡館和特定主題關係極度密切，一七〇九年創立於倫敦的雜誌《閒談者》（*Tatler*）便以各家咖啡館的店名作為分類標題，在創刊

號時就開宗明義地宣告：「本雜誌所有關於豪情、樂事和娛樂的內容，都會以『懷特巧克力屋』（White's Chocolate-house）為標題；詩作是『威爾咖啡館』；學習方面是『葛里錫安』（Grecian）；外國和內政新聞則有『聖詹姆斯咖啡館』。」

例如，《閒談者》的編輯理察·史提爾（Richard Steele）列出的郵政地址就是葛里錫安咖啡館，這裡也是科學家社群喜歡的交流地點。這是咖啡館帶來的另一項創新：一六八〇年，倫敦的一便士郵政制

（penny post）確立後，許多人乾脆就將咖啡館當作郵政地址。某間咖啡館的常客可每天露面一、兩次，喝一杯咖啡，聽聽最新消息，然後檢查自己是否收到信件。「外國人會注意到，倫敦和其他城市最不同的地方，就是此地的咖啡館。」

十九世紀歷史學家湯瑪士·麥考利（Thomas Macauley）在《英格蘭歷史》（*History of England*）中寫道。「咖啡館是倫敦人的家，如果你想找某位先生，通常不會問他住在弗利特街（Fleet Street）或法院巷，而是他是否光顧葛里錫安咖啡館或彩虹（Rainbow）咖啡館。」有些人根據個人興趣，會光顧不只一間咖啡館。例如，商人可能會輪流造訪以財經為討論主題的咖啡館，以及和波羅的海、西印度群島或東印度群島船運相關的咖啡館。

## 公眾與私人世界的橋梁

一六七〇年代，興趣廣泛的英國科學家羅伯·虎克（Robert Hooke），就曾拜訪了倫敦六十餘間咖啡館，並記錄在日記中。謠言、新聞和八卦會在顧客的傳遞下，在不同的咖啡館之間交流。甚至，當重大事件發生時，也會有信差前來通報，例如戰爭爆發或國家元首過世時。舉個例子，一六九三年五月八日，虎克在強納森（Jonathan's）咖



啡館得知這項重磅消息之後，便於日記中寫下：「大維齊爾<sup>8</sup>遭絞殺。」

新聞在咖啡館之間傳播迅速，一份一七一二年的《旁觀者》（*Spectator*）記錄道：「幾年前城鎮裡有個人為了打發時間，會早上八點在查令十字<sup>9</sup>撒個謊，然後一路追蹤謊言的傳播到晚上八點，再到朋友的聚會上分享這謊言在柯芬園的威爾咖啡館引發怎樣的撻伐；在查德（Child's）咖啡館喚醒怎樣的不安，而強納森咖啡館的人又如何以此為據，做出股價的推論。」

咖啡館的討論形塑了輿論，也反映了公眾意見，在公眾和私人世界間搭起獨一無二的橋梁。照理來說，咖啡館是公共場所，對每個男性敞開（但女性禁止進入，至少在倫敦是如此）；然而，其中溫暖的擺設、舒適的家具和熟悉的臉孔，同時也創造出溫馨的家庭氛圍；常客被期待遵守特定和外界不同的規矩。根據當時的習俗，社會階級的不同會被留在咖啡館外，而當時有首歌是這麼唱的：「仕紳、商人都歡迎入內，毫不虛偽做作地並肩而坐。」和飲酒相關的乾杯祝福習俗遭到禁止，而挑起爭端的人必須請現場每個人一杯咖啡以表歉意。



17世紀晚期倫敦的咖啡館。

## 學術討論、談辦協商、科學實驗

咖啡館的重要性在倫敦這個城市格外顯著，一六八〇～一七三〇年間，倫敦消耗的咖啡遠超過任何其他歐洲城市。當時知識分子的日記很常提到咖啡館：「而後到咖啡館」這樣的句子頻繁出現在英國公務官員賽繆爾·皮普斯（Samuel Pepys）著名的日記裡。他在一六六四年一月十一日的紀錄透露了當時咖啡館如同國際都會般，充滿各種境遇的奇妙氛圍。在那裡，無論多麼深奧或微不足道的議題都能討論；你永遠不知道能遇見誰、聽到什麼消息。「而後到咖啡館，遇見了威廉·配第爵士（Sir W. Petty）和葛蘭特船長（Captain Grant）。我們開始聊天（旁邊

有個年輕人，我猜是個商人，名字是希爾 [Hills]，旅行經驗豐富，且應該精通許多樂器和其他技藝）。我們談論音樂、通用字符、記憶之術……和其他精彩話題，心滿意足。很久沒有遇見這麼棒的同伴了，如果時間允許，真想好好認識希爾先生……城鎮大眾談論的話題仍是科隆奈爾·透納（Collonell Turner）的搶案，認為他應該會被吊死。」

虎克的日記同樣也顯示出，他把咖啡館當成和朋友討論學術的地點，或是和建築工人及儀器製造者協商談判，甚至是進行科學實驗的場所。一六一四年二月他在一篇紀錄提到愛店加勒威（Garraway's）咖啡館：據說，西印度群島的商人手和腳都能用來拿東西、棕櫚樹高度驚人、當地新潮的異國水果「女王鳳梨」（queen pine apple）宛如人間美味。

咖啡館是自學、文學、哲學推論和商業創新的中心，在許多情況下，也會觸動政治紛擾。不過更重要的是，隨著客人、出版品和資訊的流動，咖啡館是新聞和八卦的交易所。若將所有的咖啡館串聯起來，便形成了歐洲理性時代的網路。

## 花一便士進大學

前文提過，倫敦第一間咖啡館於一六五二年開張。但若把範圍擴大到整個西歐，當地第一間咖啡館早在一六五〇年便出現了，地點同樣在英國，但並非倫敦這類商業或貿易中心，而是在牛津這座大學城裡。店主是一位名為雅各（Jacob）的黎巴嫩男子，比在倫敦開店的那位巴斯瓜·羅塞還早了兩年。

雖然現代人已習慣了咖啡與學術之間的連結——學術研討會的休息時間通常都供應咖啡——但此舉最初其實有些爭議。當咖啡開始在牛津流行，銷量不斷成長，大學方面試圖干預，擔心咖啡館會讓學者們遊手

好閒，不再專注於學術研究。當時的歷史學家安東尼．伍德（Anthony Wood）也是批判咖啡風潮的人。「為什麼扎實且認真的學習和研究在減少，現在大學的人幾乎都不遵循正軌了呢？」他質問：「答案是：因為咖啡館，人們都把時間花在那兒了。」

然而，咖啡的反對者錯得離譜，因為咖啡館漸漸成為最受歡迎的學術討論場域，特別是對於科學，也就是當時的「自然哲學」進步感興趣的人。咖啡館非但沒有打擊學術活動，反而積極地推動提升。事實上，咖啡館有時甚至被稱為「便士大學」（Penny University），因為任何人只要花一、兩便士的咖啡錢，就可以進入咖啡館，參與各種討論。當時還有一首這樣的歌謠：「多麼棒的大學，我想以前並不存在；在這裡可以成為學者，只要花一便士。」

有位年輕人在牛津讀書時，體驗到咖啡館討論的樂趣，即英國建築師和科學家克里斯多福．雷恩（Christopher Wren）。雷恩最為人稱揚的便是現存倫敦的聖保羅大教堂，他亦是頂尖科學家，也是皇家學會（Royal Society）的創辦人之一。皇家學會是英國各大科學機構的領頭羊，一六六〇年於倫敦成立，成員包含虎克、賽繆爾．皮普斯及艾德蒙．哈雷（Edmond Halley，哈雷彗星便是以他為名）。學會會議之後，他們會轉移陣地至咖啡館。例如，一六七四年五月七日，虎克在日記裡寫道，他在皇家學會裡展示了改良後的天象儀，而後又在加勒威咖啡館再度展示，並和天文學家約翰．佛蘭斯蒂德（John Flamsteed）一起討論。佛蘭斯蒂德隔年被查理二世任命為第一位皇家天文學家。和學會嚴肅的氣氛相比，咖啡館輕鬆多了，能激發人們的討論、推論和想法交流。

虎克的日記也證實了資訊如何在咖啡館的討論中流動。在某次會議中，虎克和雷恩在曼恩咖啡館交流彈簧的資訊。「我們討論了許多彈簧運動的性質，他告訴我對於平衡狀態天氣瓶的想法，我告訴他另一個。接著，我告訴他彈簧秤的設計，他則說了機械繩秤的。」又一次，虎克

在聖登斯坦咖啡館和朋友交流了藥劑的配方。這類的討論也讓科學家有機會試驗尚未完成的理論和想法。然而，虎克是出了名的愛吹噓、好辯又誇大。佛蘭斯蒂德有一次和虎克在加勒威咖啡館發生爭執，抱怨道：「根據我長期的觀察，虎克的本性喜愛隨意與人發生衝突，無法明辨真相，反而用未經證實的假設來為自己辯護。」虎克則批評佛蘭斯蒂德：「令人失望，用花言巧語說服其他人，認為只有他了解這些事，而我一無所知。」

## 啟發牛頓巨作《原理》

然而，虎克在咖啡館中的這些吹噓，卻無意間促成了科學革命中最偉大的一本著作。一六八四年某個一月晚上，虎克、哈雷和雷恩的咖啡館討論漸漸形成了重力的理論，這個主題在當時已經累積了許多推論。哈雷一邊啜飲咖啡，一邊大聲自言自語，猜測行星軌道的橢圓形是否與引力一致，且與距離的平方成反比。虎克宣稱事實就是如此，光是靠著平方反比定律就能準確計算行星移動。他甚至說自己已經發明出數學上的證明。然而，雷恩自己曾經嘗試但失敗，無法相信虎克的說法。哈雷事後回憶，雷恩提議給虎克或他兩個月的時間，帶來有說服力的證據。除了榮譽之外，成功的人也將得到雷恩四十先令的支票。不過哈雷和虎克都沒有接受雷恩的挑戰，也沒有人得到獎賞。幾個月後，哈雷到劍橋大學拜訪同僚艾薩克·牛頓（Isaac Newton）。他回想起自己和雷恩與虎克在咖啡館的激烈討論，於是問同為科學家的牛頓相同的問題：引力的平方反比定律是否會形成行星的橢圓形軌道？牛頓和虎克一樣，宣稱自己早已證明此事，但哈雷想先睹為快時，牛頓卻推說找不到。但在哈雷離開後，牛頓真的全心投入這個問題。

十一月時，他寄了一份論文給哈雷，證明引力的平方反比定律真的

會形成行星的橢圓形軌道。然而，這只是偉大發現的前奏而已。哈雷的問題給了牛頓啟發，將多年累積的研究成果統整起來，完成了科學巨作《自然哲學的數學原理》（*Philosophiæ Naturalis Principia Mathematica*），簡稱《原理》（*Principia*）。這本超凡的著作出版於一六八七年，牛頓證明了他的萬有引力理論如何解釋地球上的物體和宇宙星體的運動，從（或許是杜撰的）蘋果掉落，到行星運轉的軌道。在推翻古希臘的理論後，牛頓的《原理》終於為物理學提供了新的基礎，對後世的影響深遠，也使牛頓被譽為歷史上最偉大的科學家。

## 最早的科普推廣者

另一方面，虎克堅持，牛頓的平方反比定律是自己在幾年前通信時告訴牛頓的。牛頓在一六八六年六月將《原理》的第一冊獻給皇家學會，虎克在那之後的咖啡館討論中又嘗試居功，卻沒能說服科學家同僚們。畢竟，在咖啡館中推進某個想法，和證實其真確性之間，有著很大的差異；虎克未曾出版自己的想法，或是正式向學會發表，而且素來喜歡宣稱自己比其他人都早想到某些事（雖然在某些例子裡，的確是這樣）。哈雷這麼寫信給牛頓：「我們被召集到咖啡館，虎克先生努力想讓我們相信這是他想出來的，是他提供了第一個靈感給你。但我注意到其他人似乎都覺得.....你才應該被當成發明者。」無論虎克怎麼說，咖啡館的人們還是做出了判決，牛頓史上最偉大科學家的身分至今永垂不朽。

十七世紀末期，在倫敦咖啡館之間散播的科學知識，終於有了較具架構性的新形態。一六九八年，聖保羅教堂附近的海軍咖啡館辦理一系列的數學課程，使得咖啡館漸漸成為提供高深進階課程的場地。佛蘭斯蒂德的前助理詹姆斯·哈德森（James Hodgson）帶著最新的科學儀

器：顯微鏡、望遠鏡、三稜鏡和幫浦等，成為倫敦最早的科普推廣者。它的自然哲學課程號稱能「為所有實用知識提供最穩定良好的基礎」，包含展示許多氣體的性質、光的本質和天文及顯微鏡學的最新發現。哈德森也提供私人家教課程，並出版了一本以航海為主題的書。同理，針線街（Threadneedle Street）的天鵝咖啡館（Swan Coffee-House）是數學和天文學課程教室；南華克（Southwark）區的一間咖啡館則由某個數學世家經營，出版航海專書並銷售科學儀器。此外，配合某次日蝕現象，波頓（Button's）咖啡館和海事（Marine）咖啡館都舉辦了特別的天文講座。

這些講座的目的雖然商業化，但也是為了推廣科學。水手和商人都意識到，科學可以改善航海技術，帶來商業上的成功，而科學家們也努力證實，看似深奧的發現其實都有實質上的價值。一位英國數學家在一七〇三年觀察到，數學已經是「貿易者、商人、水手、木匠和土地調查員的領域」。企業家和科學家合作成立公司，善用新的發明，以及航海、採礦和製造業的發現，為工業革命奠定了基礎。簡單來說，咖啡館是使科學和商業變得越發密不可分的地方。

## 保險、彩券、合股亦誕生於此

咖啡館創新和實驗的精神，也延伸到財經領域，創造出嶄新的生意模式，例如各種保險、彩券和合股方案。當然，亦有許多發跡於咖啡館的事業胎死腹中，或是結局慘烈，例如南海泡沫事件（South Sea Bubble）。這場投資騙局起於加勒威咖啡館，共有上千名投資人參與，在一七二〇年九月正式崩潰。然而，也有不少成功案例，其中最有名的來自愛德華·洛伊德（Edward Lloyd）一六八〇年代晚期在倫敦經營的咖啡館。那裡是許多船長、船東和商人的集會場，流傳著最新的航海新



聞，也舉辦船隻和貨物的拍賣會。洛伊德開始蒐集統整資訊，並加入國外線人網路的報告、發行定期的新聞報導，最初是手寫版本，而後則改以印刷，配送給訂閱者。洛伊德咖啡館也自然而然地成為船東和保險業者的會面處，有些保險業者開始承租固定的包廂，而在一七七一年，七十九位業者共同組成了勞合社（Society of Lloyds），經營至今，是世界領先的保險市場。

咖啡館也扮演股市交易所的角色。最初，股票和其他貨品一樣在皇家交易所交易，但隨著上市公司越來越多（在一六九〇年代從十五間成長至一百五十間），交易活動也越發活躍，政府通過法案，決議「限制股票經紀人和證券商的活動」，嚴格規範交易所內的股票交易。為了表達抗議，股票券商放棄交易所，轉移陣地到附近的咖啡館，特別是貿易巷（Exchange Alley）的強納森咖啡館。一位股票經紀人在一六九五年的廣告寫道：「約翰·卡斯坦（John Castaing）在貿易巷的強納森咖啡館，購買販售各種空白及福利證券，以及其他股票。」

## 《國富論》也是在這裡寫的

隨著交易量提升，咖啡館交易的缺點（即本質上不夠正式）也漸漸顯現。拖欠款項的經紀人會遭到強納森咖啡館禁止進入，雖然無法防範他們在其他地區貿易，卻會對生意帶來相當的損失。違約者的名字會被寫在黑板上，以防幾個月後又趁虛而入。然而，問題依舊存在，於是一百五十名股票經紀人在一七六二年與強納森咖啡館的業主達成協議：他們每年繳交八英鎊費用，換取場地的使用權，並排除或驅逐不值得信任的經紀人。然而，這樣的規畫卻遭到某位被驅逐的經紀人挑戰成功。他認為咖啡館是公共場所，每個人都應該有權利進入。一七七三年，一群交易商脫離強納森咖啡館，轉移到新的建築物，取名為「新強納森」。



但這個新店名並沒有持續太久，如同《紳士雜誌》（*Gentlemen's Magazine*）報導：「新強納森意識到，與其被稱為新強納森，他們應該被稱為『股票交易所』，並寫在門上。」這棟建築就是倫敦證券交易所（**London Stock Exchange**）的前身。

在這段期間，公共和私人財經領域急速創新，隨著共同持股公司的浮動、股市買賣、保險方案的發展，以及公共融資的政府公債，都讓倫敦取代了阿姆斯特丹，成為世界財經中心，稱為「金融革命」。背後動力除了維繫龐大殖民戰爭高昂成本造成的必要性，也多虧咖啡館生氣蓬勃的知識環境和實驗精神。財經界的《原理》是蘇格蘭經濟學家亞當·斯密（Adam Smith）寫的《國富論》（*The Wealth of Nations*），其中解釋並推崇興起的自由資本主義，宣稱政府若想刺激商業繁榮，最好的做法就是放任不管。這本書大半是在英國咖啡館（British Coffee House）完成，這是亞當·斯密在倫敦的基地和郵政地址，很受到蘇格蘭知識分子歡迎。他會將書中的章節和他們分享，尋求批評指教。因此，倫敦咖啡館成為科學和金融革命的熔爐，形塑了我們的現代世界。

## 風起雲湧的法國革命

當英國發生金融革命時，法國也醞釀著不同型態的革命。十八世紀中，啟蒙思想在法國開花結果，出現許多思想家，例如哲學家暨諷刺作家法蘭西斯·馬利·伏爾泰（François-Marie Arouet de Voltaire）。伏爾泰將新的科學理性主義擴展到社會和政治領域。他在一七二六年因為一些俏皮話冒犯貴族，被監禁於巴黎的巴士底監獄，而後則以必須前往英國為條件才得到釋放。伏爾泰在倫敦沉浸於牛頓的科學理性主義，以及哲學家約翰·洛克（John Locke）提出的經驗主義。牛頓可說是從最根本重新建構了物理，而洛克則希望能在政治哲學上有同樣的建樹。他相

信人生而平等，人性本善，有追求快樂的權利。沒有人應當干預另一個人的生命、健康、自由或財產。伏爾泰回到法國後，將自己的觀點詳細寫成《哲學書簡》（*Lettres philosophiques*）一書，將法國的政府與理想化的英國政府比較批判。想當然爾，此書立刻遭到查禁。

類似的命運也降臨在德尼·狄德羅（Denis Diderot）和達朗貝爾（Jean Le Rond d'Alembert）所編纂的《百科全書》（*Encyclopédie*）上。這套書第一冊出版於一七五一年，贊助者包含伏爾泰和盧梭（Jean-Jacques Rousseau）、查理·路易·孟德斯鳩（Charles-Louis de Secondat Montesquieu）等領先的法國思想家，他們同樣都受到洛克極大的影響。贊助者的陣容如此華麗，《百科全書》會被視為啟蒙思想的集大成者也不意外了。書中提倡理性、世俗的世界觀，以科學決定論為基礎，批判基督教會和政府的濫權，因此激怒教會高層，進而導致被列為禁書的結果。即便如此，狄德羅仍低調地持續寫作，終於在一七七二年完成全套共二十八本《百科全書》，並被祕密地交到訂閱者手中。

## 英國自由的王座

和倫敦的情況一樣，巴黎的咖啡館也是知識分子集會的地點，因此成為啟蒙思想的中心。事實上，狄德羅的《百科全書》就是在巴黎咖啡館集結完成，他將攝政咖啡館（Café de la Régence）當成自己的辦公室。在回憶錄中，他提到妻子每天早上都會給他九蘇斯（sous）以支付一整天的咖啡錢。然而，法國和英國的差異也在咖啡館這方面凸顯。在倫敦的咖啡館可以不受限制地暢談政治，甚至當成政黨總部。英國作家喬納森·斯威夫特（Jonathan Swift）提到，他「不相信任何與當權者的接觸，能提供勝過咖啡館政治的真知灼見」。有個名為「業餘國會」

（Amateur Parliament）的討論小組創立於一六五九年，並以麥爾斯

（Mile's）咖啡館為會面地點。根據皮普斯的觀察，該小組的討論是「我所聽過最聰明睿智的，甚至超過我的想像，且充滿熱忱；與其相比，真正的國會討論就顯得平淡無味了」。他注意到，小組激辯後會用名為「木製神諭」的投票箱來表決，在當時是創新之舉。也難怪造訪倫敦的法國神父普佛（Abbé Prévost）宣稱，在倫敦的咖啡館「有權利閱讀所有支持和反對政府的報章」，是「英國自由的王座」。

## 猶如世界大同

巴黎同樣充滿咖啡館，在一七五〇年時就達到六百間，也有各自主題和產業連結。詩人和哲學家聚集在突尼斯咖啡館（Café Parnasse）和普羅可布咖啡館（Café Procope），常客包括盧梭、狄德羅、達朗貝爾，以及美國科學家和政治家班傑明·富蘭克林（Benjamin Franklin）。伏爾泰在普羅可布咖啡館有自己偏愛的桌椅，據說一天會喝好幾杯咖啡。演員們聚集在盎格魯咖啡館（Café Anglais）；音樂家則喜歡亞歷山大咖啡館（Café Alexandre）；軍官在軍隊咖啡館（Café des Armes），而盲人咖啡館（Café des Aveugles）則同時兼具妓院功能。和上流社會造訪的沙龍不同，法國的咖啡館對所有人開放，即便女性也不例外。

一篇十八世紀的紀錄寫道：「兩種性別的可敬人民都會上咖啡館，我們看見許多不同的類型：城市人、賣弄風情的女性、神父、鄉下土包子、記者、訴訟的兩造、酒鬼、賭徒、社會寄生蟲、愛情的冒險家、年輕的讀書人——簡而言之，就是各式各樣的人。」在咖啡館中，或許已經實現了啟蒙思想家夢寐以求的大同世界。



18世紀晚期，巴黎的咖啡館。

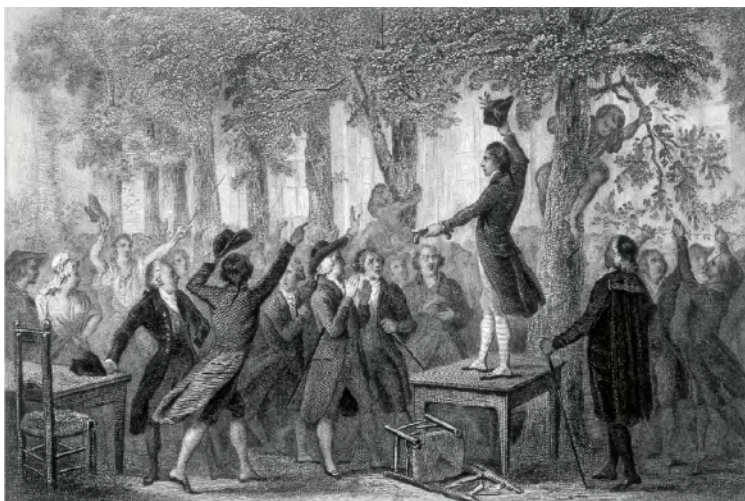
## 批評政府，小心密探

然而，在法國咖啡館中流傳的訊息，無論是文字或是對話，都受到政府的嚴密監管。法國的新聞自由遭受嚴格限制，甚至有國家審查的官僚體系，因此咖啡館的消息來源比起英國和荷蘭都少了許多。這促成了許多手寫的巴黎八卦新聞，會由數十名抄寫員謄寫，透過郵政寄給巴黎和市外的訂閱者。（由於不是印刷品，不需要政府批准。）新聞自由的缺乏也代表在紙片上傳閱的詩作和歌曲，以及咖啡館的八卦，都是巴黎人重要的消息來源。即便如此，顧客們仍然得謹言慎行，因為咖啡館充斥著政府的密探眼線。任何發表反政府言論的人，都可能被關進巴士底監獄。巴士底監獄的檔案室裡放了上百份咖啡館閒談的對話紀錄，皆由警察的線人上繳。一份一七二〇年代的報告寫道：「在特魯瓦咖啡館（Café de Foy），有人說國王找了個情婦，名叫孔德（Gontaut），長得很漂亮，是諾瓦耶公爵（Duc de Noailles）的姪女。」另一份一七四九年的報告則這麼寫：「尚路易斯·拉克拉克（Jean-Louis Le Clerc）在普羅可布咖啡館發表以下評論：沒有比現在的國王更糟的統治者了；朝廷和官員都讓國王做出可恥的事，讓人民感到極度噁心。」

法國的咖啡館凸顯了當時的困境：即便啟蒙思想和知識上的進步，社會和政治領域的進步卻受到「舊制度」<sup>10</sup>的死亡之手所箝制。富有的貴族和教會人員僅占總人口的二%，不需要繳稅，讓稅賦的重擔都落在其他人身上：鄉村的窮人和比較有錢的中產階級。他們痛恨貴族對權力和特權的嚴密掌控。在咖啡館裡，激進的理想世界概念和現實的差距格外明顯。法國在支持美國獨立戰爭之後，自己則陷入越來越嚴重的金融危機，咖啡館成了革命思潮的中心。根據一位一七八九年在巴黎的目擊者表示，咖啡館「裡頭擠得水洩不通，門口和窗外也擠滿期待的人群，張大嘴聽著某位演說家站在桌椅上滔滔不絕。聽眾群情激憤、掌聲如雷，反映的都是對政府的極度不滿」。

隨著人民的情緒越發黑暗，政府召開的顯貴會議（Assembly of Notables，由神職人員、貴族和官員所組成）沒能解決財務危機，國王路易十四只得在超過一百五十年後，再度召開三級會議（States-General），這是透過選舉產生的全國性會議。然而，在凡爾賽宮舉行的會議陷入混亂，路易十四廢除了他的財政部長雅克．內克爾（Jacques Necker），並找來軍隊。最後，在一七八九年七月十二日下午的德瓦魯咖啡館，年輕律師卡米耶．德穆蘭（Camille Desmoulins）促使法國大革命正式爆發。群眾聚集在附近的皇家宮殿（Palais Royal）花園，內克爾遭撤換的消息讓憤怒情緒節節高升，因為他是人民唯一能信任的政府官員。革命黨人煽動著軍隊即將發動大屠殺的恐懼，德穆蘭跳上咖啡館外的一張桌子，亮出一把手槍並喊著：「拿起武器吧，人民們！拿起武器！」巴黎人受到感召，整座城市迅速陷入混亂；兩天之後，憤怒的群眾攻陷了巴士底監獄。法國歷史學家朱爾．米榭勒（Jules Michelet）日後寫道：「每天聚集在普羅可布咖啡館的人們用渴切的眼神，在黑色的飲料中看見了革命之年的光明。」一切，就是從咖啡館開始的。





1789年7月12日，卡米耶·德穆蘭在德瓦魯咖啡館前發表演說，促使法國大革命正式爆發。

## 持續促成社交與創新

如今，咖啡和其他咖啡因飲料在家庭和公眾場域都相當普遍，已很難想像當初引入時所帶來的影響，或是早期咖啡館的吸引力。然而，數百年來不變的是，咖啡依然是人們聚會討論、交流想法和資訊時的飲料。從早餐的閒談到學術研討會和商務會議，咖啡都能促成合作，卻不像酒精那樣有著讓人失去理智的風險。

隨著星巴克和其他連鎖咖啡館的興起，咖啡近年的普及意味著我們或許也能體驗到最初的咖啡文化。儘管現在的一杯咖啡售價絕不只一便士，但咖啡館再度成為生意人和自由工作者的臨時辦公室和會議室。咖啡館不再提供手冊和新聞報章，而是透過不同的形式提供了咖啡因驅動的資訊交流，也就是免費的無線網路。

咖啡在歷史上便和理性、社交網路和創新密不可分，因此當今的咖啡文化中心，例如星巴克的故鄉西雅圖，也是世界最大軟體和網路公司的總部，似乎好像也在情理之中。和十七世紀時相同，假如想在二十一世紀得到一些腦力上的優勢，咖啡依然是最佳選擇。咖啡和創新、理性和社交網路的連結，以及與革命激情的聯想，都有著淵遠流長的歷史。

---

Grand Vizier，舊時穆斯林國家重要官員，尤指為統治者提供建議的官員，又譯輔政大將軍。

Charing Cross，是位於倫敦西敏市的一個交匯路口，為倫敦的傳統中心點，也是英國習慣上的鐵路、公路里程零基準點。

ancien régime，指的是法國從中世紀到法國大革命前的社會政治制度。

## 第5章

# 茶與大英帝國的誕生



## 茶的帝國

「可以三天不吃飯，不能一天不喝茶。」

——中國俗諺

「感謝神賜給我們茶。少了茶，世界會變成怎樣？世界何以為繼？」

——西德尼·史密斯（**Sydney Smith, 1771~1845**），英國作家

## 征服全世界的飲料

隨著領土擴及至世界各地，大英帝國官員喬治·馬加爾尼伯爵（**Sir George Macartney**）在一七七三年如此描述：「真是日不落帝國。」鼎盛時期，帝國占了世界五％的面積和四分之一人口。雖然在美國獨立戰爭後，英國失去北美殖民地，但在十八世紀中葉後，仍大幅擴張勢力範圍，控制了印度和加拿大，在紐西蘭和澳洲建立新的殖民地，取代荷蘭成為東方海運的霸主。英國成為第一個世界性超級強權的同時，也開創了新的製造技術。勞工們聚集在大型工廠，永不倦怠的省力機器在蒸氣引擎的驅動之下，強化了人類的技術和勞力——如今，我們將這些諸多創新和發明統稱為「工業革命」。

一種新的飲料——至少對歐洲人來說，是全新的飲料——連結了帝國和工業上的擴張，至今仍和英國密不可分。茶葉為歐洲與東方貿易的擴展提供了基礎，茶葉貿易的獲利讓英國東印度公司能深入印度，而這個商業組織成為英國在東方實質上的殖民政府。茶最初是奢侈品，漸漸向

下流動，成為工作階級的飲料，為工廠操作機器的勞工提供更多工作動力——假如日不落帝國的太陽真的永不落下，那麼帝國的人們總能找出時間喝茶。

飲茶的儀式包含仕紳階級的下午茶，以及勞工的「茶水時間」，這些都符合英國的自我形象：文明的工業強國。然而，詭異的是，這種從現代眼光來看本就屬於英國的飲料，最初卻必須耗費大量成本從中國進口。中國是世界彼端的廣大神秘領域，當地種茶和製茶的技術對歐洲人而言都是謎團。也許對他們來說，就算茶葉是從火星來的也無所謂，只要能確保一箱箱按時出現在廣東的港口就好。即便如此，茶仍然成為英國文化的中心。已征服了整個中國的茶，接著又朝著新的廣大土地進發：贏得英國人的心，並向全世界擴散，成為除了飲用水之外，最多人喝的飲料。茶的故事就是帝國主義、工業化和稱霸世界的故事，一次一杯地向前推進。

## 茶文化的崛起

根據中國傳說，歷史上的第一杯茶由神農氏沖泡，大約在西元前二七三七年～西元前二六九七年間。他是中國第二位傳奇帝王，據說發明了農業和犁，也發現了許多藥草。（他的前任，即第一位帝王，則發現了火、烹飪和音樂）。傳說中，當神農氏要燒水來喝時，使用了某些野生茶樹的樹枝當柴火，一陣風將葉片吹入鍋中。他發現煮出來的液體味道細緻，又讓人神清氣爽，於是茶就誕生了。神農氏寫下藥典《本草經》，記錄各種草藥的用途，提到茶葉泡水「能解渴、降低睡意，讓心情好轉」。然而，實際上茶葉在中國的歷史中並沒有那麼悠久，神農氏的傳說只是後世編造的。《本草經》最早的版本可追溯至東漢（西元二十五～二二一年），其中完全沒有提到茶；關於茶的段落，直到西元七

世紀才加入。

茶的原料是常綠植物茶樹（*Camellia sinensis*）經風乾而來的葉子、花苞和花朵，這種植物最早似乎發源於喜馬拉雅山東部，現今中國和印度的邊界。史前時代的人們便發現咀嚼茶樹葉能提振精神，將葉片塗抹在傷口上也具有療效，已流傳了數千年。中國西南部的人們會將茶葉切碎，混入青蔥、薑和其他原料，煮成中藥粥；泰國北部的部落則會將茶葉蒸熟或煮沸、搓成球狀，再搭配鹽巴、油、大蒜、脂肪和魚乾食用。因此，茶葉在成為飲料的原料之前，其實是藥物和食物。

那麼，茶究竟是在何時，又是以何種方式進入中國的？至今已不可考，但很可能是靠著佛教僧侶的幫助。佛教在西元前六世紀，由後世稱為釋迦摩尼的悉達多·喬達摩（Siddhartha Gautama）於印度建立。佛教僧侶和道教的修行者都認為，喝茶對冥想有很大的助益，因為能提高集中力並消除疲勞——我們現在知道，這是因為茶葉含有咖啡因之故。道教始祖老子生於西元前六世紀，他亦相信茶葉是長生不老藥最重要的元素。

## 茶飲打造唐代盛世

中國典籍中最早對茶的描述，或許是出現在西元前一世紀，比神農氏的傳說晚了兩千六百多年。茶最早只是神祕的宗教或藥用飲品，大約也是在此時成為家庭生活的飲料；當時的《僮約》<sup>11</sup>描述了購買茶葉和奉茶的方式禮節。茶在西元四世紀時已然盛行，因此人們不能只仰賴野生茶樹，必須開始人為栽種。及至唐朝盛世（西元六一八～九〇七年），茶已遍及整個中國，成為全國性的飲料。

此時，中國是世界上面積最大、最富裕，人口也最多的國家。唐朝的人口在六三〇～七五五年間成長三倍，超過五千萬，而唐朝的首都長

安（現代的西安）是世界最大都市，人口高達兩百萬。當時的中國對外來影響敞開雙臂，長安就像是文化上的磁鐵。唐朝的貿易興盛，陸路有絲路，水路則帶來印度、日本和韓國的產品。衣物、髮型和馬球運動由土耳其和波斯傳入，新的食物來自印度，中亞則帶來了樂器和舞蹈，以及裝在羊皮袋裡的葡萄酒。相對的，中國則輸出絲綢、茶葉、紙和陶瓷。在多元且生機蓬勃的都會氛圍當中，中國的雕刻、繪畫和詩詞都欣欣向榮地發展。

唐朝的富庶和人口增長，有一部分也歸功於喝茶習慣的普及。茶的強力殺菌效果，代表喝起來的安全性勝過之前的米酒或小米酒，就算在泡茶時水沒有充分煮沸也無妨。現代研究發現，茶裡的酚醛樹脂（單寧酸）可以殺死造成霍亂、傷寒和痢疾的細菌。只要用乾燥的茶葉就能輕鬆泡茶，也不像啤酒那樣容易腐敗。事實上，泡茶可以說是有效又方便的淨水技術，能顯著降低水傳疾病的盛行率、降低嬰兒死亡率，並提升平均壽命。此外，茶也帶來明顯的經濟影響。中國的茶葉貿易規模和價值都在西元七世紀快速成長，需要處理大量金錢的福建商人便率先使用了新發明：紙鈔。而茶葉也會製成茶磚，作為貨幣使用。茶磚重量輕、便於儲存，必要時也能直接泡來飲用，是很理想的通貨選擇。紙鈔的價值會隨著遠離帝國中心而減損，但茶葉在偏遠地區反而會增值。即便到了現代，中亞某些地方仍使用茶磚貨幣。



中國的製茶業。將茶葉製成茶的過程複雜，全都得靠純手工。

## 《茶經》是陸羽為茶商而寫

茶在唐朝流行的程度，也反映在西元七八〇年第一次徵收的茶葉稅，以及陸羽於同年寫作的暢銷書《茶經》。《茶經》是應茶葉商人的要求所寫，詳細描述了茶樹的種植，以及泡茶和奉茶的流程。之後，陸羽還寫了許多和茶有關的著作，未曾遺漏任何層面。他描述了各種茶葉的優點，以及最適合用來泡茶的水（理想情況是使用緩慢流動的山泉水，別無選擇時才使用井水），甚至列舉了煮水過程的各個階段：「其沸，如魚目，微有聲，為一沸；緣邊如湧泉連珠，為二沸；騰波鼓浪，為三沸；已上，水老，不可食也。」陸羽的味覺非常細膩，據說可以從味道辨識出水的來源，甚至判斷水是取自溪流的哪一段。茶之所以從解渴的飲料，轉變為高級文化的象徵，陸羽可說是居功厥偉。品茶和賞茶，特別是分辨茶葉種類的能力，都十分受到推崇。泡茶成為一家之主的特權，而假如沒辦法優雅地泡好茶，則是莫大的恥辱。飲茶筵席和宴會廣受朝廷的歡迎，皇帝喝的茶甚至必須由特定的泉水所沖泡。於是，每年進貢茶葉給皇帝的「貢茶」傳統應運而生。

茶在繁榮的宋朝（西元九六〇～一二七九年）持續流行，卻在十三

世紀蒙古統治時失去官方的重視。蒙古人是草原上的游牧民族，在開闊的草原上畜養馬群、駱駝和綿羊。成吉思汗和其子孫建立了陸地上最大的帝國，占據了大部分的歐亞大陸：西及匈牙利，東至韓國，更向南延伸到越南。身為精通馬術的民族，蒙古人的傳統飲料是馬奶酒，將馬奶放在皮袋中用力攪動後發酵，將馬奶中的乳糖轉化成酒精。這說明了為什麼威尼斯旅人馬可波羅雖然在中國宮廷待了好幾年，除了皇帝收到的貢茶外，幾乎不曾出現任何和茶相關的紀錄。（但他評論，馬奶酒「就像白酒，非常好喝」。）中國新統治者蒙古人對當地傳統飲料不感興趣，維持著自身的文化傳統。成吉思汗的孫子忽必烈汗是蒙古帝國東半部的統治者，皇宮花園裡種植的是草原上的野草，喝的是白馬奶特製的馬奶酒。

為了強調蒙古帝國的廣闊和多元，忽必烈的哥哥蒙哥汗在蒙古的首都哈拉和林（Karakorum）建造一座白銀水泉，四個出水口分別提供中國的米酒、波斯的葡萄酒、歐亞大陸北部的蜜酒，以及蒙古的馬奶酒——但完全沒有出現過茶。

然而，這座噴泉所象徵的大型帝國並不穩固，終在十四世紀崩塌瓦解。驅逐蒙古人而建立明朝（西元一三六八～一六四四年）後，亟欲恢復文化的漢人們所採取的做法之一，就是重新燃起對茶的熱情。茶的備製和飲茶過程越來越精緻，陸羽注重細節的那套再次興起，並變得更加繁複：從單純的飲料，一路向上追本溯源至茶的宗教起源，除恢復活力等生理效益外，茶也被視為性靈上的靈藥。

## 於日本發揚光大的茶道

然而，茶的儀式概念在日本真正發揚光大。早在西元六世紀，日本人就開始喝茶；但在西元一一九一年，中國最新的種茶製茶技術，以及

飲茶禮節，都由佛教僧侶榮西帶回日本，他也寫了一本宣揚茶葉對健康益處的書。當日本的軍事領袖幕府將軍源實朝病倒時，榮西用自家種植的茶治療他，讓幕府將軍成為茶的強力擁護者，這種新飲料也從朝廷傳遍整個國家。十四世紀時，茶已經流通於日本的各個社會階層。日本的氣候很適合栽種茶樹，就算是尋常百姓也能自己種幾棵茶樹，在需要時採摘幾片茶葉來用。

完整的日本茶道相當精細，幾乎可說是奧祕的儀式，長達一小時以上。單純描述研磨茶葉、煮水、混合和攪拌的過程還不夠，特殊的茶具和器具的使用方式也都是門學問。水必須以特殊罐子盛裝，再用雅致的竹製水勺舀進茶壺；湯匙和攪拌棒也都是特製的，還有一片方形的絲綢用來擦拭罐子和湯匙，以及茶壺蓋專用的架子等。這些茶道器具都由主人按照特定的順序取出，並擺在特定的墊子上。理想上來說，主人甚至連柴火都應該自己蒐集，而舉辦茶會的地點則是園藝布景恰當的花園茶屋。

西元十七世紀的日本茶道大師千利休這麼說：「假如茶具和食器品味不佳；如若茶園的自然景觀和樹木石頭造景令人不悅，那倒不如直接回家去。」千利休訂定的規矩雖然嚴謹得不可思議，但某些部分和歐洲晚宴不成文的規矩其實有些相似，例如對話不應涉及俗世事務。日本茶道是茶文化的高峰：這種飲料係從南亞發源，融合了多元的文化和宗教影響，並透過幾百年習俗和儀式的累積和淬鍊，所留下最後的精華。

## 茶來到歐洲

十六世紀初期，歐洲人第一次透過海路來到中國。當時，中國人理所當然地認為自己的國家是世界上最偉大的國家。畢竟，中國土地面積最大、人口最多，文明的歷史也比任何歐洲國家都更悠久且穩定。



當時的中國又稱為「天朝大國」，在人民的心目中是宇宙的中心；中國的文化和知識成就無人能及，因此，外地人都被視為野蠻人或洋鬼子。他們或許會想要效仿中國，卻會帶來腐敗的影響，最好全拒於門外。歐洲當時也沒有任何中國不知道的新科技，因為後者幾乎在各方面都遙遙領先：歐洲船隻的磁力羅盤、火藥和印刷術都是中國的發明。葡萄牙探險家從馬來半島上的麻六甲貿易站出發，想尋找傳說中的東方財富，遇到的卻是高高在上的中國——自給自足，什麼也不缺。

葡萄牙人同意向中國納貢，以換取貿易的權力，並在接下來數年間和中國維持斷斷續續的商業連結。中國人對歐洲製造的產品不感興趣，卻很樂意用絲綢和陶瓷換取金和銀。最終，在西元一五五七年，中國政府同意讓葡萄牙在廣東省渺小的澳門半島建立貿易站，作為貨物的集散地。這讓中國徵收關稅，將外國人的接觸降至最低，其他外國勢力則完全被屏除在中國的直接貿易之外。荷蘭人在十六世紀末期抵達西印度群島時，必須透過當地其他國家的中介人，才能購買中國的貨品。

歐洲對當地提出的報告，第一次提到茶是在一五五〇年代。然而，早期的商人並未想到要將茶葉運到歐洲。或許有些葡萄牙水手會私下將少量茶葉帶回里斯本，但直到一六一〇年，才有一艘荷蘭商船將第一批少量的銷售用茶葉運到歐洲，被視為新穎的異國商品。

從荷蘭出發後，茶葉在一六三〇年代抵達法國；一六五〇年代抵達英國。最早的茶葉是綠茶，也是中國長久以來飲用的類型。紅茶是將新採的綠葉過夜氧化而來，直至明朝才出現，起源成謎。中國人認為，紅茶只適合外國人喝，最終成為外銷主流。歐洲人對茶葉一點也不了解，甚至以為綠茶和紅茶出自完全不同的植物。

## 每日上限兩百杯？



雖然茶比咖啡早幾年進入歐洲，在十七世紀的影響力卻不大，主要是因為價格過於高昂。茶最初在荷蘭是奢侈或醫藥飲品，關於其療效從一六三〇年代開始引發激烈爭辯。茶（和咖啡與巧克力這兩種新奇熱飲）的早期反對者包含德國醫生西門．保利（Simon Pauli），他也是丹麥國王的御醫。保利在一六三五年發表一篇短文，承認茶的確有些微療效，但帶來的危害太大。他認為從中國運輸的過程會讓茶葉產生毒素，因此「加速飲用者死期，四十歲以上者尤其危險」。保利宣稱他「用盡全力，想阻止中國將茶葉進口到西方的瘋狂現象」。

但荷蘭醫生尼可拉斯．德克斯（Nikolas Dirx）卻採取相反的立場，不僅支持茶，甚至認為茶是萬靈丹。「沒有什麼比這種植物更好了。」他在一六四一年宣告。「任何喝茶的人都能因此百病不生，長命百歲。」比德克斯更熱忱的擁護者是另一名荷蘭醫生柯尼利斯．邦特克（Cornelius Bontekoe），他寫了一本推薦民眾每天應該喝幾杯茶的書。「我們向整個國家的所有人民推薦茶！」他寫道：「我們呼籲每個男性和女性每天都喝；可以的話，每小時都喝；從一天十杯開始增加份量，在腸胃可接受的範圍內盡量喝。」他也建議身體虛弱的人應該每天喝五十杯，而兩百杯則是上限。邦特克因為幫助提升茶葉銷量，而受到荷蘭東印度公司表彰；事實上，一開始希望他寫出這本書的可能就是這間公司。值得注意的是，他不贊同當時在茶中加糖的流行趨勢。（當時有些醫療權威認為糖對人體有害。）

歐洲人在茶中添加的另一種物質是牛奶。早在一六六〇年，英國的一則茶葉廣告就宣稱除了諸多療效外，「茶（如果以牛奶和水熬煮並飲用）能強化身體的內部、預防結核病，並有效緩解腹部的疼痛或腸絞痛和腹瀉」。在法國，茶曾經在一六五〇～一七〇〇年間短暫流行於貴族階層，人們也開始為了增添風味和降溫，而在茶中加入牛奶。用牛奶降溫不僅能保護喝茶者，也保護了瓷器茶杯。然而，茶在法國很快就被咖啡和巧克力取代。

最終，歐洲最愛茶的國家不是荷蘭或法國，而是英國。這也大幅影響了歷史的走向。

## 英國人為何這麼愛喝茶？

在十八世紀初期的英國，幾乎沒有任何人喝茶，但到了世紀末，喝茶已成了全民運動。官方的進口量從一六九九年的六噸，在一個世紀後提升到一萬一千噸，而每一磅的價格則降低為二十分之一。假如再把走私量考慮進去，進口總量甚至可能是兩倍。直到一七八四年，英國才大幅調降對茶葉徵收的關稅，雖遲但到，喝茶的成本下降得非常有感。

另一項干擾因素則是英國普遍的食物摻假風氣，為了使份量看起來更多，人們會在茶葉中混合塵土、柳葉、木屑、花朵和其他更可疑的物質——根據某份紀錄，甚至可能添加綿羊的糞便——用化學染料染色偽裝。從茶葉到茶杯，幾乎每個步驟都可能經過摻假，因此實際喝下肚的份量應該遠超過進口量。紅茶越來越受歡迎，有部分是因為紅茶比綠茶更耐久，另一部分則是摻假的影響。製造假綠茶的化學物質通常有毒性，而紅茶即便經過摻假，仍然比較安全。當紅茶逐漸取代比較滑順且不苦澀的綠茶時，加入牛奶和糖就能讓茶的風味更討喜。

無論走私和摻假實際的規模為何，但到了十八世紀末期，很顯然茶葉的量已足夠讓英國各個階級的每個人一天都喝上一～兩杯。早在一七五七年，就有一位觀察者注意到：「里奇蒙（Richmond）附近有一條巷弄，夏天時常有乞丐在那裡喝茶。你可能會看見修路的勞工喝茶，甚至連煤礦工都會喝茶。更荒謬的是，小販會用杯子將茶賣給翻晒乾草的人。」那麼，我們該怎麼解釋英國人接受茶的速度和熱情？答案可分成幾個彼此交錯的部分。

## 皇后帶起的茶飲風潮

英王查理二世在一六六二年，與葡萄牙王約翰四世（King John IV）的女兒布拉干薩的凱瑟琳（Catherine of Braganza）成婚後，茶便成了英國的潮流。凱瑟琳的豐盛嫁妝包含了葡萄牙在丹吉爾（Tangier）和孟買的交易站、與海外葡萄牙領地交易的權力、大批黃金和一箱茶葉。凱瑟琳熱愛喝茶，也將喝茶的禮俗帶到英國。貴族階級幾乎是立刻颳起旋風，喝茶時都用小杯輕啜——根據當時的紀錄，茶杯「不能比頂針更大」。隔年，詩人艾德蒙·沃勒爾（Edmund Waller）為她寫了一首生日詩《論茶》（*On Tea*），讚頌她帶給英國的兩個禮物：茶葉，以及英國貿易商船能更輕易地進入東印度群島。

皇后中的皇后，帶來茶中之王，  
感謝勇敢的國家，為我們指引道路，  
通向那旭日東昇的美麗地區，  
和我們珍視的豐盛產物。  
茶是謬思之友，助長我們的想像力，  
壓抑瀰漫腦中的迷霧，  
讓靈魂的殿堂清明寧靜，  
讓我們在皇后生日向她致敬。



布拉干薩的凱瑟琳，將茶飲文化帶入英國宮廷。

另一項茶業興起的因素，則是英屬東印度公司地位的提升。這間公司受到政府授權，壟斷東印度群島對英國的茶葉輸入。雖然最初無法直接進入中國，但公司的紀錄顯示，他們從一六六〇年代開始從荷蘭間接引進少量來自中國的「好茶」獻給國王，以確保國王不會覺得「自己徹底被公司無視」。茶葉和其他禮物成功討好了查理二世，他漸漸賦予公司越來越大的權力，包含占領土地、發行貨幣、持有軍隊、締結同盟、宣戰與談和，以及司法判決等。

在接下來的一個世紀，起初只是單純貿易公司的英屬東印度公司，已經成為英國勢力在東方的象徵，擁有的權力遠超過歷史上任何商業組織。如同蘇格蘭經濟學家和作家威廉·普萊菲（William Playfair）在一七九九年所觀察，「印度公司從有限的商人群體，擴張成東方的仲裁者」。其中很大的原因，是公司如何建立和擴大茶葉貿易，從中獲利。

## 賣一噸茶抵好幾年薪資

一六六〇年代中期，英屬東印度公司在倫敦的主管會議提供的飲品是茶。茶葉以公司船長和其他主管的私人名義進口，這些人有權利用每艘船的部分空間進行「私人貿易」。由於稀有性和高價值，茶是很理想的商品；一噸茶葉的獲利就能超過幾年的薪資，而船長通常擁有十噸

左右的交易許可。茶葉的私人交易或許刺激了早期的需求，卻在一六八六年遭到禁止，原因是擔心威脅到公司規模雖然不大，卻逐漸成長的官方貿易。

英屬東印度公司最早的一批進口茶葉，來自東印度群島的萬丹（Bantam，現今的印尼），這批茶葉於一六六九年抵達後，茶的普及率便開始逐漸增加。茶葉起初只是次要產品，銷售主力集中於亞洲的胡椒，而後則是便宜的紡織品。然而，在英國本土紡織業者的抗議下，東印度公司開始將貿易商品轉移至茶葉，畢竟英國本土完全不產茶。由於供應稀少且不穩定，茶葉零售價波動很大。茶葉最昂貴時是一六六〇年的每磅六～十英鎊左右，但到一七〇〇年已降至大約四英鎊。而較低階茶葉的價格則是每磅一英鎊。不過，當時貧窮家戶的年收入大約是二十英鎊，因此茶葉的價位還是高到難以普及。茶葉在十七世紀末之前，始終都是奢侈品，籠罩在價格低廉許多的咖啡陰影之下——一杯茶的價格大約是一杯咖啡的五倍。

直到英屬東印度公司十八世紀初期在中國建立貿易據點，直接從中國進口茶葉後，英國的茶葉貿易量才得以提升；價格下降，一般人民也才有喝茶的機會。到了一七一八年，茶葉取代絲綢，成為來自中國的大宗進口品；一七二一年，進口量達到一年五千磅。一七四四年，有位作家觀察到：「與東印度的貿易展開後……茶葉的價格降得極低，連最低下的勞工也能買得起。」極盛之時，茶葉占了東印度公司整體貿易的六〇%，而茶葉的關稅則是英國政府收入的一〇%。對茶葉貿易的獨占讓該公司得到相當的政治影響力，甚至能施壓通過有利於自身的法案。其他歐洲國家的茶葉全都禁止進入英國；對茶葉的關稅大幅降低，使得銷售提升、市場擴張；茶葉的摻假會遭到高額罰款。走私和摻假風氣依然興盛，但這只顯示了對茶葉的需求長期無法滿足。最終，唯一擋在英國稱霸東印度貿易之途的，只剩荷蘭。經歷一連串戰爭後，荷蘭於一七八四年戰敗，荷屬東印度公司在一七九五年解散，英國的東印度公司幾

乎掌握全球的茶葉貿易。

## 鎖定女性客群的高價商品

布拉干薩的凱瑟琳皇后讓茶葉成為流行，東印度公司則讓茶葉供應提升；隨著新的品茶方式出現，茶葉在公領域和私領域都有了社交功能。一七一七年，倫敦咖啡館業主湯瑪斯·唐寧（Thomas Twining）在店面隔壁另開新店，專門賣茶，目標客群鎖定為女性。咖啡館是限定男性的場所，因此女性無法在咖啡館的櫃檯購買茶，她們也不想讓僕人在購買家用品時順便買昂貴的茶葉，因為這代表得交給僕人一大筆錢。

（茶葉的高昂價位反映在茶葉罐上——這些特製的容器蓋子可以上鎖，只有家中的女主人能打開。）然而，女性在唐寧的店鋪可以選擇直接購買一杯茶現場飲用，或是外帶乾燥茶葉回家。一位當代的觀察家寫到：「高貴的女士們湧入德佛羅街的唐寧茶館，支付幾個先令，用小杯子啜飲這提振精神的飲料。」她們也能讓唐寧按照個人口味，調配客製化的茶。

展現關於茶的知識，以及在家中高雅環境儀式性的喝茶，都代表著一個人的文化水準。英國開始出現精緻的茶會，定位類似於中國和日本的茶道。大量的瓷杯和茶葉一起從中國進口，充當船隻的壓艙物。許多作家都寫書提供煮茶的建議、招待不同階層客人的順序建議、搭配的食物和賓客表達謝意的方式。到了這個階段，茶已不再只是飲料，而成為全新的下午茶點。

## 從可以負擔到日常必須

在茶的供應方面也有另一項創新，就是發跡於倫敦的露天茶室，而

第一間就是一七三二年開幕於倫敦的沃克斯廳園（Vauxhall Gardens）。這樣的公園裡有燈火照亮的小徑、舞臺、各式表演者，以及販售食物飲料的攤位，主要供應可配茶吃的麵包和奶油。其他茶室紛紛開張，其魅力在於提供優雅莊重的公共場地，同時也是認識異性的地方。根據《紳士雜誌》的報導，白色導管屋（White Conduit House）的年輕男性會「不小心」踩到年輕女性的裙襪，再為了道歉而請對方吃些東西；帕德嫩茶室（Parthenon）的女性則會採取主動，邀請相中的男性一起喝茶。露天茶室特別受到無法進入咖啡館的女性歡迎，而咖啡館反而在衰落中。較高級的咖啡館開始轉型成私人紳士俱樂部和商業機構；檔次不夠高的咖啡館本來就會提供酒精飲料，於是越來越難與酒館區別。就如作家丹尼爾·笛福（Daniel Defoe）所寫的，這類場所「不過就是酒館，還以為取名咖啡館看起來能光彩一些」。

對於窮困者來說，茶漸漸成為可以負擔的奢侈品，然後是日常必需品。坊間也出現許多手段讓少量茶葉泡出更多的茶，例如加更多水、重複使用茶葉，終於讓每個人都買得起某種形式的茶。從十八世紀中期開始，家庭僕役的薪資中會加入購買茶的津貼；某位義大利人在一七五五年拜訪英國，發現「即便是普通的女性僕役，每天也得喝兩次茶」。雖然來自世界的彼端，茶的價格終於跌到只比水稍貴一些。一位十九世紀的蘇格蘭人提到：「我們的商業和金融系統發達，甚至讓來自世界最東的茶葉，和西印度群島的糖……結合成比啤酒還要便宜的飲料。」也有人發現，如果用熱茶搭配冷的食物一起吃，就會產生一種熱騰騰的錯覺。

面對這樣的現象，英國社會漸漸開始出現反對聲浪。有人批評貧窮者不該喝茶，與其沐猴而冠地模仿有錢人，倒不如把錢花在更營養的食物上。一位立法者甚至建議，政府應該立法禁止年收入低於五十英鎊者購買茶葉。但事實就如一位十八世紀的作家所說：「假如連茶也剝奪了，貧困者就只剩下麵包和奶油。喝茶不是問題的成因，而是窮人困境

的結果。」看來，當初皇后最愛的飲料，如今也成了潦倒者的末路窮途。



1750年左右的英國茶會。在優雅環境中進行充滿儀式性的茶會，成為文明水準的象徵。

## 人人都在喝，擴張就成了必須

從英國社會的頂層到底層，每個人都在喝茶。流行、商業貿易和社會變遷都是讓英國人喝茶的原因，這點即便是十八世紀中後期的外國人都有所觀察。

一位法國訪客在一七八四年注意到：「整個英格蘭都在喝茶……最低微的農民也像有錢人一樣，每天喝兩杯茶；整體的消費量非常龐大。」瑞士訪客注意到：「除了水之外，茶就是英國人的代表元素。所



有階層的人都喝茶，假如一大早到倫敦的街上，會看到許多小桌子擺在露天街道旁，圍繞著煤礦工和勞工，一起喝著這美味的飲料。」茶葉從最古老的帝國來到世界的另一端，深深植入新興帝國的中心。當英國人在家裡喝茶時，便會想到海外帝國的力量和規模。茶的興起和大英帝國在世界的擴張密不可分，並為將來的商業和政治發展設下了舞臺。

---

漢人王褒所著。

## 茶的力量

「這著名植物的發展，有點像是真相的發展；最初遭到懷疑，  
但有勇氣嘗試者發現十分可口；而後遭到抗拒，隨著名聲傳播又遭到濫用；

最終迎來勝利的光輝，提振了從皇宮到小木屋的每個角落，  
憑藉的是緩慢但無法對抗的時間，和本身的價值。」

——艾薩克·迪斯雷利（**Isaac D'Israeli, 1766~1848**），英國批評家  
和歷史學家

## 紡織業開了第一槍

一七七一年，英國發明家理察·阿克萊特（**Richard Arkwright**）開始在德比郡（**Derbyshire**）的克朗姆福德（**Cromford**）建造一棟大型建築物。阿克萊特是家中十三個孩子裡的老么，他會蒐集人類的頭髮，用祕密配方染色，然後做成假髮。事業的成功讓他累積足夠資本，展開更大的計畫。一七六七年，他開始開發紡紗機。和以往的手搖紡織機不同，新的機器不需要靠操作者的技術，而是每個人都能使用的動力機器。在鐘錶匠約翰·凱伊（**John Kay**）的幫助下，阿克萊特改良早期設計的細節，打造出成功的原型，在一七六八年推出第一台以馬匹為動力的紡紗機。兩名富商見後大為讚賞，決定提供資金，讓阿克萊特在克朗姆福德的一條河流上建造規模巨大的水車動力紡紗機。阿克萊特創造了史上第一間工廠，以及全新的製造生產方式。這樣的成就除了使阿克萊特成為工業革命中極為關鍵的角色之外，也讓英國成為第一個工業化的

國家。

紡織業替工業革命開了第一槍，並依照科技和組織創新的發展，擴散到其他領域。工業革命的起始點，是由不會疲勞的精準機器，取代技術性的人類勞工。這些機器需要新的能源，例如水流和蒸氣；因此，如果能把許多機器集中在相同能量來源（水車或蒸氣引擎）的大型工廠，就是最有利的安排。精通多項製造步驟的工匠，逐漸被負責單一步驟的勞動者所取代。讓機器和勞工在同一個屋簷下工作，意味著管理者可以密切監控，而輪班制度則能妥善利用昂貴機器的最大產能。阿克萊特在水車旁為員工搭建木屋，讓他們準時上班。他的每個員工都可達到五十個手動紡織機的產量，而紡織業的其他部分也隨之自動化，包含預梳、梳棉和編織的步驟，大幅提高產量。十八世紀末期，英國開始將紡織品出口到印度，重創當地傳統紡織業貿易。

## 茶的普及降低傳染病

白領階級、商人和知識分子在十七世紀時選擇咖啡館，而十八世紀新興工廠的員工則偏愛茶。茶是最適合他們工作模式的飲品，並在許多方面都助長了工業化的過程。水車磨坊的主人開始提供員工「茶水時間」作為福利。和農業勞工傳統上喝的啤酒不同，茶不會讓人心智恍惚，反而因為咖啡因而使注意力提升。茶讓勞工能在漫長乏味的工時中保持清醒，操作快速運轉的機器時也能集中精神。手工紡織的勞工可以隨時休息，但工廠員工不行。他們得像是上了油的齒輪那樣運作，而茶就是工廠這台巨大機器的潤滑劑。

茶葉天然的抗菌性質也是一項優勢，如同前文提過的，泡茶的水即便未能妥善煮沸，水傳疾病的盛行率也會因水中加入了茶葉而降低。從一七三〇年代開始，英國的痢疾病例數就開始下滑，而觀察者在一七九

六年注意到，痢疾和其他水傳疾病「降低的幅度太大，倫敦人甚至連病名都不認得了」。到十九世紀初期，醫生和統計學家都認同，國民健康狀況改善的主因，應該就是茶的普及率。這讓勞工不用冒著染病的風險，更密集地居住在英國中部工業都市的工廠宿舍。嬰兒也是受益者，茶葉裡的抗菌酚醛樹脂能輕易從母乳傳遞。嬰兒的死亡率降低後，勞動人口便增加了，為工業革命又注入一股動力。

茶的流行也刺激了商業、對陶瓷的需求提升，使陶瓷業成為欣欣向榮的新產業。無論窮人富人，假如能擁有一組不錯的茶具，就能代表自身在社會上的地位。一八二八年，一位觀察者注意到：「機械式紡織機的作業員居住在乾淨整潔的房屋和小花園，家人的生活都不錯，每個男性口袋都有懷錶，女性則穿著花俏；每棟房子裡都裝飾著時鐘，外框是高雅的桃花心木或其他美麗的外殼，還用斯塔福郡（Staffordshire）的陶瓷杯盛茶，配上純銀或鍍銀的糖鉗和湯匙。」最有名的斯塔福陶瓷商是約書亞·瑋緻活（Josiah Wedgwood），他的茶具公司產能強大，足以與中國競爭，使得中國進口量減少，並在一七九一年時停止。

## 整個國家都靠蒸氣運作

瑋緻活是英國大量生產的先驅，很早就採用蒸氣引擎來打磨原料並驅動打印機。他工廠的工匠不再需要獨自從頭到尾完成產品，而是專注於特定的生產步驟，操作純熟。半成品會在工人間持續傳遞移動。這樣的分工讓瑋緻活的茶具廠得以雇用最棒的設計師，即使對方不是陶匠也無妨。瑋緻活也是最早開始採用名人背書作為宣傳策略的公司：當喬治三世（George III）的妻子夏洛特皇后（Queen Charlotte）訂購「一組完整茶具」時，瑋緻活徵得同意，以「皇后茶具組」之名銷售類似產品。他使用報紙廣告，並舉辦對象限定的茶具展示，例如，瑋緻活就曾為俄

羅斯女王卡薩琳二世（Empress Catherine II）展出此套茶具。與此同時，茶葉行銷也變得越來越精緻；理察·唐寧（Richard Twining，湯瑪斯·唐寧之子）和其他茶商人的名字越來越家喻戶曉。一七八七年，唐寧在店門口擺上設計特殊的招牌，並在茶葉商品上印下相同標章，成為現今公認世界上使用最悠久的商標。茶的行銷和相關產業現象為消費主義奠定了根基。

其他西方國家花了將近一個世紀，才趕上英國的工業化。英國之所以能成為工業的搖籃，背後有許多原因：科學的傳統、新教徒的工作道德、對宗教極高的包容性、充足的煤礦供給、有效率的道路和運河運輸網路，以及帝國的海外開發，提供了英國企業家發展的資金。然而，英國人對茶的熱愛也發揮了一定的影響，讓新的工業城市不受疾病侵擾，並讓工人在長時間的勞動中不感到飢餓。茶是早期工廠勞工們的燃料，因此從某種角度來說，在當時的英國，無論是人和機器，都是靠著蒸氣（無論是沖茶的熱水蒸氣或機器運作時的蒸氣）在運轉的。

## 公司政策即為國家政策

提供英國茶葉的組織是英屬東印度公司，其政治影響力不容小覷。鼎盛時期，該公司的營收超過政府，管理的人數也是，而茶葉的關稅更占了政府年收益的一〇％。這讓東印度公司對英國這個世界強國的政策，有著直接和間接的影響力。該公司在政府高層有許多朋友，許多主管甚至會直接花錢在議會購買一席之地。東印度公司的支持者也與有西印度群島人脈的政治人物合作；隨著茶的普及，西印度群島的蔗糖需求也漸漸提升。因此，該公司的政策有時會直接成為國家政策。

和茶葉政策相關最著名的例子，就是美國的獨立。在一七七〇年代初期，英國和美國的走私茶葉達到顛峰。在英國，走私的茶葉之所以有

吸引力，是因為走私者不需支付關稅，使價格比合法茶葉更低廉。北美殖民地的人民必須從荷蘭走私茶葉，因為他們原則上反對支付任何關稅型的稅金給倫敦的英國政府（見第三章）。而茶葉稅是倫敦加諸在北美殖民地的最後一項稅金，目的在於籌措經費償還英法北美戰爭勝利留下的債務。猖狂的走私讓合法茶葉銷量減少，東印度公司發現自己囤貨過多：將近一萬噸的茶葉就擺在倫敦的倉庫裡。無論是否賣出，自己都必須支付這些茶葉的進口關稅，因此，積欠了政府超過一百萬英鎊的債務。一如既往，他們的解決方式是要求政府代為介入。

結果就是一七七三年的《茶稅法》。其中的條文由東印度公司訂定，包含政府提供一百四十億元貸款幫忙償還債務，以及直接從中國運輸茶葉到美國的權利。這意味著東印度公司不再需要向英國繳納關稅，只需要繳交美國較低的關稅；每磅三便士。費用會由該公司在北美的職員繳交，此人將被賦予茶葉的專賣權，讓公司順利獨占當地市場。除了強化政府對殖民地的收稅權，較低的關稅也能和走私茶葉削價競爭，威脅走私者的生意。東印度公司的主管認為，此舉將造成茶葉總體價格降低，因此讓殖民地人民心懷感恩。

然而，這其實是一項重大誤判。北美殖民地的人民，特別是新英格蘭地區的人，是靠著不受英國干預的貿易累積財富，無論是購買法屬西印度群島的糖蜜來製作蘭姆酒，或是以荷蘭走私的茶葉來進行貿易皆是如此。他們杯葛英國的商品，基於原則拒絕向倫敦繳稅；他們也厭惡政府就這樣讓東印度公司壟斷了茶的零售，畢竟，這次是茶葉，誰知道下一次會是什麼？「東印度公司一旦在這個（曾經）快樂的國家立足，就會千方百計成為我們的主人。」費城的某篇文章在一七七三年如此宣稱。「他們得到詭計多端、墮落專制的政府支持和協助。他們本身也精通於蠻橫殘暴、擄掠壓迫、血腥屠殺.....將財富放進自己的口袋，因此成為宇宙最強大的貿易公司。」許多英國商人也有同樣的想法；政府又一次放任東印度公司為了私利而干政。

## 三百多箱茶葉全被倒光

法案施行後，東印度公司的船隻滿載茶葉抵達北美，殖民地人民卻不讓他們卸貨。一七七三年十二月十六日，一群示威者打扮成莫霍克印地安人——其中有許多都是參與茶葉走私貿易的商人，害怕自己生計受到威脅——登上波士頓港的三艘公司船隻。他們在三個小時內將船上總共三百四十二箱的茶葉，全都傾倒進波士頓港。其他類似的「茶黨事件」也隨之發生在其他港口。英國政府在一七七四年三月做出回應，宣告東印度公司的損失受到賠償之前，波士頓港口暫時封閉。這是第一道所謂的《強制令》（*Coercive Acts*），而後一系列法案在一七七四年通過，英國政府試圖在殖民地樹立威信，但此舉只激怒了當地人民，最終觸發了一七七五年的獨立戰爭。



1773年的波士頓茶黨事件，抗議者將三船的茶葉倒入波士頓港。

我們不免好奇，假如英國政府不那麼在意東印度公司的利益，是否就會對茶黨事件輕輕放下，或是和殖民地人民妥協呢？（在美國方面，包含班傑明·富蘭克林在內的部分人士皆主張應賠償英國被摧毀的茶葉。）不過，對茶葉的爭議終究是導致英國失去北美殖民地的決定性事件。

## 為扭轉貿易逆差刻意輸入鴉片

東印度公司的財務狀況在一七八四年復興，英國大幅降低進口茶葉關稅，使合法茶葉的售價降低、銷量翻倍，並徹底消除了走私貿易。然而，隨著政府對東印度公司龐大影響力的擔憂，以及內部人員的貪腐和中飽私囊，該公司的勢力逐漸削減。政府成立了董事會來監管，並向國會提出報告。一八一三年，亞當·斯密提倡的自由貿易獲得響應，東印度公司對亞洲大部分貿易的獨占權被取消，僅保留了中國。在這之後，東印度公司減少對貿易的重視，轉而專注管理其在印度偌大的領土。一八〇〇年後，該公司大多數的收益都來自印度的土地稅；一八三四年，公司對中國貿易的壟斷也遭到取消。

然而，即便政治影響力降低，貿易競爭對手進入市場，東印度公司仍然透過鴉片貿易，緊緊將茶葉貿易掌握在手中。鴉片是強力毒品，由未成熟罌粟籽的汁液提煉，自古便有醫學上的用途。然而，鴉片也具有高度成癮性，且鴉片成癮的問題在中國相當嚴重，讓政府在一七二九年下令禁止使用。即使如此，非法的鴉片貿易並未中斷，十九世紀初期，在東印度公司在英國政府的共謀之下，重新組織並擴大鴉片貿易的規模，形成了龐大的半官方毒品走私行動，目的是為了平衡英國與中國貿易的嚴重逆差——肇因於英國對中國茶葉的熱愛。

從英國的角度來看，問題在於中國沒興趣用茶葉交換歐洲的產品。



唯一的例外是時鐘和發條玩具（又稱自動人偶），這是少數歐洲科技看起來明顯勝過中國的領域。但事實上，歐洲許多科技早已領先中國，因為中國當時的孤立主義讓他們普遍不信任改變和創新。自動人偶的吸引力很快就褪色，而問題依然不變：東印度公司必須用白花花銀子——換算成現代貨幣，大約一年十億美元——購買茶葉，而更糟的是，白銀漲價的速度遠比茶葉更快，導致獲利減少。

## 跨國性的官商勾結

這凸顯了鴉片的吸引力。鴉片和白銀一樣，被視為貴重商品，至少對於願意交易的中國商人來說如此。方便的是，印度的鴉片種植和製造產業鏈都由東印度公司壟斷，從一七七〇年代就默許少量賣給走私者或貪腐的中國商人。於是，該公司開始提高鴉片的產量，希望藉此取代白銀以購買茶葉。如此一來，他們基本上就能要賺多少錢，便種多少鴉片了。

當然，東印度公司不可能被看到直接用非法的毒品交換茶葉，為此，他們發展了一套精密的系統，讓自己置身於鴉片貿易之外。鴉片在孟加拉生產，在加爾各答（Calcutta）的年度拍賣會上販售，而在那之後，公司就宣稱不知其下落。實際上，鴉片被位於印度的「郊商」收購，再由這些獲得公司許可的獨立貿易單位和中國交易。這些郊商將鴉片運到廣東河口，在伶仃（Lintin）島卸貨交換白銀。中國商人將鴉片搬到划槳的小船，偷渡到岸上。郊商可以宣稱他們沒有做任何違法的事，因為他們實際上並沒有把鴉片運入中國；東印度公司更否認與此貿易有絲毫連結。事實上，他們嚴格禁止自己的船隻載運鴉片。

中國的官員儘管很清楚發生了什麼事，但他們也牽涉其中，接受了中國商人的賄賂。如同美國商人杭特（W. C. Hunter）在當時的紀錄所

言：「存在著完美的賄賂系統（和外國人一點關係也沒有），以至於整個貿易輕鬆又規律地進行。偶爾會有阻礙，例如說新指派的官員上任，但收賄的價碼很快就被提出。狀況好的時候，各方面都滿意的安排很快就完成，中介人又滿面春風地出現，陸地上的和平隨之恢復。」有時候，地方官員會發出威脅，要求徘徊在伶仃島的外國船隻在本國靠岸，或是馬上離開；雙方有時也會意思意思地追逐一下，由中國海關船艦將外國船隻驅逐到海平面之外。官員就可以接著寫寫報告，宣稱驅趕了外國走私者。

在東印度公司和政府中友善者的眼中，這個邪惡的系統極度有效率：出口到中國的鴉片提高了兩百五十倍，在一八三〇年到達一千五百噸。鴉片的銷售帶來足夠購買茶葉的白銀；事實上，還綽綽有餘，因為中國的鴉片進口在一八二八年超過了茶葉的出口。白銀的運輸路徑迂迴曲折：郊商先送回印度，由東印度公司以倫敦發行的銀行匯票購買。由於東印度公司同時代表印度政府，匯票的效力就和鈔票一樣。白銀則運到倫敦，交給公司代理人，再跋涉到廣東購買茶葉。雖然中國當時非法種植的鴉片和進口的一樣多，這卻不能當作英國允許如此大規模毒品運販的理由。只為了維持英國的茶葉供應，竟使成千上萬中國人鴉片成癮，漸漸凋亡。

## 鴉片燒毀後的列強侵略

中國政府雖然努力透過新的法律打擊鴉片貿易，但成效不彰，因為廣東的官僚體系貪腐嚴重。最終，道光皇帝在一八三八年十二月派遣欽差大臣林則徐前往廣東，徹底根除鴉片貿易。林則徐抵達時，現場氣氛已經一觸即發：東印度公司的市場壟斷在一八三四年結束後，地方官員就為了貿易規矩和英國政府多有爭執。林則徐立刻下令中國商人和英國

貿易夥伴銷毀庫存的鴉片。但他們以前就忽視過類似的命令，結果也沒受到任何懲處，因此這回決定如法炮製。就這樣，林則徐放火燒毀鴉片庫存，讓整年份的存量付之一炬。當走私者只把這當成暫時性的挫敗，故態復萌時，林則徐便不分國籍地全部逮捕。而後，兩名英國水手在衝突中殺害一名中國人，英國官方卻拒絕交出犯人，林則徐便將所有英國人都逐出廣東。

上述事件在倫敦引起軒然大波。東印度公司即刻派出代表和其他英國商人對政府施壓，希望逼迫中國開放更廣泛的貿易，而不需要凡事都通過廣東。商人們認為，政府必須對廣東緊繃的情勢發表立場，以自由貿易為出發點，並且保護茶葉貿易（以及相關聯的鴉片貿易）。雖然政府不希望公開為鴉片貿易背書，但主張中國對內部的鴉片禁令，並未給予官員們沒收和銷毀英國商人貨品（也就是鴉片）的權力。因此，英國政府以自由貿易的權力為前提，向中國宣戰。

一八三九～一八四二年間的鴉片戰爭時間短暫，英國取得壓倒性的勝利，因為歐洲的軍火優勢令中國措手不及。光是在一八三九年的第一場戰鬥中，兩艘英國戰艦就打敗二十九艘中國戰艦。在陸地上，中國的中世紀軍火完全比不上英國最先進的火槍。到了一八四二年中，英國部隊占領香港，控制了關鍵的三角洲，也奪下上海和其他幾座城市。中國被迫簽定和平條約，將香港割讓給英國、打開五個自由貿易的通商口岸，並且以白銀向英國支付賠償金，其中更包含了林則徐所銷毀的鴉片賠償。

## 影響帝國政策的茶葉貿易

這一切都是英國商人的勝利，也是中國最大的恥辱。過往中國無堅不摧的信心和優越感蕩然無存。清朝政權的權威早已因為無法平息接二

連三的宗教反叛而岌岌可危；如今，更被渺小遙遠的島嶼國家打敗，被迫向蠻夷的商人和傳教士打開國門。這場戰役為接下來的十九世紀奠定了基調，西方強權紛紛發動進一步侵略，逼迫中國開放外國貿易。每次戰敗，中國都被迫向西方列強的商業要求讓步。鴉片仍然是進口貿易的最大宗，也取得合法授權；英國控制中國的關務；進口的紡織品和其他工業產品都威脅了中國在地的工匠。

就這樣，中國成為包括英國、法國、德國、俄羅斯、美國和日本等帝國主義強權角力的舞臺，將領土分割、爭權奪利。與此同時，中國的排外情節升溫，而嚴重的貪腐、凋零的經濟和飆升的鴉片使用都使一度輝煌的文明崩毀。美國的獨立和中國的敗亡，追根究柢似乎都和茶葉對英國帝國政策的影響有關，而這又進一步地決定了歷史的走向。

實際上，在鴉片戰爭爆發前，英國內部就開始擔憂對中國茶葉的過度依賴。早在一七八八年，東印度公司就向頂尖植物學家約瑟夫·班克斯爵士（Sir Joseph Banks）請教，想知道哪些經濟作物能在孟加拉山區栽種。雖然茶樹是清單上的第一項，公司卻忽視了這個建議。一八二二年，皇家藝術協會（Royal Society of Arts）提供五十基尼<sup>12</sup>的獎勵給「可在英屬西印度群島、好望角、新南威爾斯或東印度群島中，種植中國茶樹並生產最多茶葉者」。然而，獎勵始終沒有發出。東印度公司因害怕中國市場獨占的價值減損，而不願意開發其他茶葉來源。

一八三四年，東印度公司失去中國的壟斷後，恰如其分地改變想法。在下屬透過成交報告書，建議「應尋找更穩定可靠的茶葉來源，而不只是仰賴中國政府」之後，東印度公司總管暨印度總督威廉·克文狄許·本廷克公爵（William Cavendish Bentinck）便熱切地考慮自行栽種茶樹。本廷克公爵成立委員會，調查此事的可能性。他們也派出代表向荷蘭請教，因為荷蘭從一七二八年起就嘗試在爪哇種茶。接著，他們也拜訪中國，希望能找到種子和具備技術的工人。與此同時，東印度公司

開始在印度尋找適合的種植地點。

## 在印度種中國茶

關於這項政策，支持者認為，如果真的成功在印度種茶，英國消費者將有更穩定的茶葉供應；新興的印度茶業會需要大量勞動力，印度勞工也會得到許多工作機會——但這也是因為當東印度公司從英國工廠引進廉價布料後，印度傳統編織業便一蹶不振，大量勞工就此失業所致。此外，印度人除了負責種茶之外，也應該被鼓勵喝茶，藉此創造出龐大的新市場。一名支持者認為，印度的農夫「將得到健康的飲料，以及擁有高度市場價值的商品」。

種植茶葉所帶來的利益也相當可觀。實際上，中國的產茶方式一點也不工業化，數百年來未曾改變。郊區的小型生產者將茶葉賣給當地的中間人，接著運送到沿岸；大部分都沿著河流走水路，必要時則以人力翻過山間道路。最後，茶商購買茶葉後加以混合包裝，在廣東賣給歐洲的商人。沿途所有的中間人都會抽成，加上運輸、過路費含稅金等成本，每磅茶葉的價格和生產者的售價相比，幾乎要翻了一倍。然而，如果企業能在印度自行產茶，就能將價差都放進自己口袋裡。

除此之外，應用新的工業生產方式，將茶園當成「茶工廠」營運，並盡可能讓過程自動化，就能進一步提高生產力和獲利。換句話說，若能順利在印度栽種茶葉，帝國主義和工業化的發展便得以同步推進。

然而，整個情況最諷刺之處，就是印度早已有原生茶樹，就在本廷克公爵委員會的眼皮下。一八二〇年代，英國政府在加爾各答的植物學家內森尼爾·瓦利希（Nathaniel Wallich）得到一份樣本，是和阿薩姆地區與茶樹類似的原生植物。他認為那是山茶花屬的一种植物，沒什麼

特別之處，完全沒意識到那其實就是茶樹。瓦利希在一八三四年受命加入本廷克的委員會，派人調查印度哪些地區的氣候適合種茶。阿薩姆地區送回的答覆中，包含了更多枝條、種子和茶葉產品的樣本。這次，連瓦利希都被說服了，委員會愉快地向本廷克報告：「毫無疑問，這些茶樹是上阿薩姆地區的原生種。我們可以毫不猶豫地宣告，這是整個帝國農業和商業領域最重要也最有價值的發現。」

## 第一批來自阿薩姆的茶葉

委員會派出的探勘隊伍證實，阿薩姆確實有茶樹生長。東印度公司在幾年前已「順便」侵略了這個位於邊境的隱密地區，成為印度對緬甸的屏障。當時，該公司決定在上阿薩姆比較貧困的地區扶植傀儡政權，自身則專注在下阿薩姆地區徵收土地、農作物和其他各種名目的稅金。但在領土上發現茶葉後，國王的地位便無可避免地受到威脅。不過要把阿薩姆野生的茶樹，轉為欣欣向榮的茶產業，比想像中更困難。負責的官員和科學家對於進行的方式不斷爭辯：茶樹比較適合平原或丘陵？炎熱或寒冷？沒有人真正知道自己在說什麼。他們從中國帶來植株和種子，以及專業的中國種茶人，但即便再怎麼努力，都無法讓中國的茶樹在印度好好生長。

最終，解決問題的是探險家查爾斯·布魯斯（Charles Bruce），他對阿薩姆當地的人民、語言和習俗都很熟悉。結合當地人的知識，以及中國種茶人的專業技術後，他終於成功找到人工墾殖的方式、適合的地點、如何把茶樹從叢林移植到整齊的茶園，以及萎凋、揉捻和烘乾茶葉的方式。一八三八年，第一批阿薩姆茶葉抵達倫敦，當地茶商紛紛表示對品質感到訝異。至此，印度產茶的願景已經成真，東印度公司決定把苦差事交給別人——他們同意讓其他企業到印度建立茶園，自己只要透

過租地和對茶葉抽稅賺錢就好。

## 種出好茶不是中國人專利

一群倫敦的商人於是把握機會，創立阿薩姆公司（Assam Company）。當時正值鴉片戰爭前夕，他們痛惜於英國被迫和中國商人貿易的「恥辱處境」，於是在印度建造了茶葉的生產鏈，畢竟茶葉「是重要利益來源，對國家來說意義重大」。布魯斯提出的報告觀察到：

「當我們和中國一樣，有充足的生產者，就有機會壓低成本和中國競爭；我們將可能，也應該，超越他們。」布魯斯提到，主要的問題在於如何找到足夠的種植人力。他認為人力缺稀的主因，歸咎於普遍的鴉片成癮，讓當地人無意工作。然而，他也很有信心地預測，鄰近孟加拉地區的無業者聽聞工作機會，就會大量湧入阿薩姆。

阿薩姆公司在籌措資金方面沒有遇到任何問題，股票供不應求，讓許多潛在投資人空手而歸。到了一八四〇年，他們控制了東印度公司大部分的實驗性茶園。然而，這間新公司的經營管理是場災難。他們雇用了大批中國勞工，誤以為只要國籍對了，就代表有種茶的能力。與此同時，公司的高層肆無忌憚地浪費公司的錢。他們的茶葉生產少得可憐，而且品質極差，股價下跌九九．五％。直到一八四七年，負責公司營運的布魯斯被開除後，情況才開始逆轉。一八五一年，阿薩姆公司轉虧為盈，生產的茶葉也在倫敦的萬國博覽會（展示大英帝國國力和財富的場合）大受好評。該公司用最公開的方式證明了，種出好茶不是中國人的專利。





1880年代印度的茶園。當時，印度產茶的成本比中國低許多。

茶業的蓬勃促使許多新的茶公司在印度成立，不過大多以失敗收場，讓狀況外的投資人損失慘重。最後，一八六〇年代晚期，整個產業從這股茶葉瘋中恢復，在工業化生產和機器投入後，茶業才穩定蓬勃發展。茶樹植株整齊地排列，工人們住在一排排的小屋裡，必須依照嚴格的時間表工作、用餐和睡眠。採茶的過程沒辦法自動化（至今依然如此），但從一八七〇年代開始，茶葉的製作就已改為機器進行；越來越精巧的機器投入茶葉萎凋、揉捻、烘乾和包裝的過程。工業化讓成本大幅降低：一八七二年，每磅茶葉的生產成本在印度和中國相似；到了一九一三年，印度的生產成本已減少四分之三。與此同時，鐵路和蒸氣船的普及，大幅降低了將茶葉運輸到英國的成本。中國的出口生產者已毫無勝算。短短幾年之間，中國便不再是英國主要的茶葉供應者。英國在一八五九年從中國進口三萬一千噸茶葉，但到了一八九九年，總量已降低為七千噸，而來自印度的進口則提升到將近十萬噸。

印度茶業的興起使中國國情更加動盪。中國在二十世紀上半葉，陷入持續不斷的革命和混亂當中。然而，東印度公司的壽命不夠長，沒能見證英國擺脫中國茶葉依賴的一天。孟加拉的軍隊在一八五七年發動叛亂，觸發各地的印度民族起義，此舉促使英國政府直接接管印度，並在



一八五八年將東印度公司廢止。

## 大英帝國留下的痕跡

印度和中國至今仍主宰了茶葉的生產和消費，印度以紅茶為主，中國則是綠茶。過去二十年來，中國經濟的急速成長讓綠茶的需求飆升（主要是中國的內部市場），超越了紅茶。在茶葉人均消耗量的全球排名中，大英帝國遺留的影響力在其前殖民地的消費模式中仍昭然若揭。英國、愛爾蘭、紐西蘭和南非都名列世界前十二大茶葉消費國；其他上榜者則包含中東國家，茶葉和咖啡一樣，因為穆斯林禁酒而受到歡迎。美國、法國和義大利的排名就落後許多，他們偏好咖啡而不是茶，平均每個人的消費量只有英國或愛爾蘭的十分之一。

美國對咖啡的偏好，時常被錯誤歸因為《茶稅法》，以及波士頓茶黨事件對茶葉象徵性的排拒。然而，即便英國的茶葉在獨立戰爭期間被抵制，美國殖民地居民對茶的熱情不減，只得大費周章尋找本地的替代品。有些人會以四葉珍珠菜沖煮「自由茶」（Liberty Tea），有些則以長葉車前草、黑醋栗葉片和鼠尾草沖煮「香脂茶」（Balm Tea）。就算味道很差，他們仍甘願忍受，也算是展現愛國情操的方式。他們也會祕密交易極少量的真正茶葉，並貼上菸草標籤作為偽裝。不過，戰爭一結束，合法茶葉的供給便繼續流通。波士頓茶黨事件十年過後，茶仍遠比咖啡更受歡迎，咖啡的流行程度要到十九世紀中葉才會上升，原因是進口關稅於一八三二年廢止，使價格平易近人。關稅在南北戰爭期間曾短暫恢復，又在一八七二年廢除。當年的《倫敦新聞畫報》（*Illustrated London News*）提到：「美國如今進口免關稅的咖啡，消費量的提升相當可觀。」與此同時，隨著移民型態的改變，以及英國移民減少，也跟著降低茶葉的流行率。

茶葉的故事反映了大英帝國的影響力和國力，以及創新性和毀滅性。茶葉是大英帝國最愛的飲料，而這個國家在一個世紀左右的時期，是全球的超級強權。英國的官員無論到哪裡，都會喝茶；英國的士兵在歐洲和克里米亞戰場；英國工人在中部工業區也都是如此。從此以後，英國一直都是茶葉之國，而在世界各地，大英帝國和茶葉留下的痕跡至今依然清晰可見。

---

guinea，英國舊時的金幣，價值一．〇五英鎊。

## 第6章

# 可口可樂與美國的崛起

## 從蘇打水到可口可樂

「更強烈！更強大！  
呼喚著可口可樂的人們。  
更明亮！更聰明！  
一邊喝可樂一邊思考的人們。」

——一八九六年可口可樂的宣傳標語

## 工業的力量

工業主義與消費主義首先在英國生根，但多虧了新的工業生產方式，真正將其發揚光大的是美國。在工業化之前，物品的製作方式是由工匠從頭到尾手工完成。英國的工業化生產是將製程分為數個階段，將未成品在不同區間傳送，並盡量使用節省人力的機器。美國則進一步讓製作和生產線分離，專業化的機器能製造出大量可替換的零件，再組裝出最後成品。這種方式稱為美國式生產系統，從槍枝開始，接著應用到縫紉機、腳踏車、汽車和其他產品。這是美國工業實力的根基，讓消費品的量產和大規模銷售得以實現，很快便成為美式生活不可或缺的元素。

十九世紀美國的環境是新興大眾消費主義理想的搖籃。美國的原料豐富，但技術精湛的工匠缺稀；而新的專門化機器讓最生疏的勞工也能生產出媲美專家的零件。同時，美國沒有像歐洲那樣的區域和階級差異，意味著任何產品都能大量生產，在各地販賣，而不需要迎合不同的品味。

美國的鐵路和電報網路在一八六五年南北戰爭結束後，就遍布全國，讓整個國家形成單一市場。很快地，即便是英國也得進口美國的工業機械，象徵著工業的領導地位已漸漸由前者過渡至後者。到了一九〇〇年，美國正式取代英國，成為世界最大經濟體。

## 屬於美國的世紀

十九世紀時，美國專注對內的經濟發展，然而，到了二十世紀，美國的發展方向改變，介入兩場影響深遠的世界大戰。接著，美國又與蘇聯陷入冷戰。雙方在軍事上旗鼓相當，於是比拚重點轉移至經濟方面，而蘇聯最終落敗。二十世紀可說是美國的世紀，直至末期，美國世界唯一強權的地位都不容挑戰，主宰了軍事和經濟領域。整個世界則因全球化的貿易和交通，變得越來越緊密連結。

美國的崛起，以及二十世紀戰爭、政治、貿易和通訊的全球化，都呼應著可口可樂的興起。可口可樂始終是世界上最具有價值，也最普遍流行的品牌，被視為美國和其價值的重要象徵。對於認同者來說，這代表經濟和政治的自由選擇、消費主義和民主，以及美國夢的具體表現；對於反對者來說，這則是粗暴的全球資本主義、跨國企業的霸權、地方文化和價值的威脅，以及美國化的平庸。正如我們可以在茶杯中看見大英帝國歷史；全球霸權美國的興起，也反映在可口可樂這甜蜜冒泡的棕色飲料裡。

## 氣泡飲料的出現

奇妙的是，可口可樂和其他人工氣泡飲料的直系祖先，早在一七六七年左右，便誕生於英國里茲（Leeds）的釀酒廠，發明者是神職人員

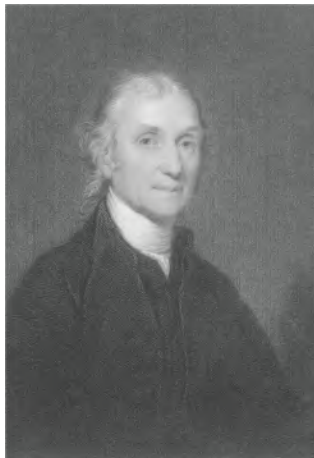
暨科學家的約瑟夫·普里斯特里（Joseph Priestley）。普里斯特里雖然有著非典型的宗教觀，說話結結巴巴，卻是個虔誠的教士，只在空餘時間進行科學研究。他住在釀酒廠旁，對於發酵缸冒出的氣體，也就是當時所謂的「固定空氣」深感著迷。他將釀酒廠當成自己的實驗室，開始調查這些神祕氣體的性質。首先，他拿蠟燭靠近發酵啤酒的表面，發現氣體層會讓火焰熄滅。接著，蠟燭的煙會隨氣體流動，變得肉眼可見，沿著酒缸的缸壁向下流到地面。這代表氣體比空氣更重。普里斯特里又把兩個玻璃杯舉在酒缸上方，快速將水從杯間倒下，讓氣體融進水中，產生了所謂「相當令人愉快的氣泡水」。如今，我們知道這氣體是二氧化碳，而這水則是蘇打水。

當時對於「固定空氣」的推論之一，就是具備抗菌性質，因此含有固定空氣的飲料可當成藥物使用。這也能解釋為什麼冒泡的天然礦泉水對健康有益。普里斯特里在一七七二年向倫敦的皇家學會報告他的發現，並出版了《水與氣之結合》（*Impregnating Water with Fixed Air*）。當時，他已經開發出更有效率的氣泡水製作方式，透過化學反應在瓶中生成氣體，再移入另一個倒置且裝滿水的瓶子裡。一旦第二個瓶子填入足夠的氣體，他就會用力搖晃，讓氣體與水混合。由於他的發現具備醫療上的發展潛力，普里斯特里獲得了皇家學會的最高榮譽「科普利獎章」（Copley Medal）。（人們誤以為蘇打水在海上特別實用，能對抗壞血病；當時還不了解檸檬或萊姆汁的效用。）

普里斯特里不曾想過以自己的發現賺錢，而第一個將蘇打水當成藥物販售的人，應該是曼徹斯特的化學家兼藥劑師湯瑪斯·亨利

（Thomas Henry），此事發生於一七七〇年代初期。亨利密切追蹤製造人工礦泉水的技術發展，並深信這種飲料對健康的益處，特別是能治療「斑疹傷寒、痢疾、膽汁性嘔吐等」。亨利自行發明出氣泡水機器，一次能製造十二加侖的產品。在一七八一年發行的宣傳冊中，他表示氣泡水得保存在「用軟木塞緊密封住的瓶子」。他也推薦氣泡水搭配檸檬汁

飲用——混合糖、水和檸檬汁——這代表他或許是歷史上第一個販售人工含糖氣泡飲料的人。



約瑟夫·普里斯特里在1772年出版著作，說明如何製作蘇打水。

## 人工氣泡水競賽

一七九〇年代，歐洲各地的科學家和企業家都努力製造人工氣泡水，銷售成果不一。瑞士科學家托爾本·貝格曼（Torbern Bergman）鼓勵他的學徒開設小型工廠，但效能極度低落，受雇為氣泡水裝罐的女工，一小時只有三瓶水要封口。比較成功的創業經驗則是日內瓦的技師尼可拉斯·保羅（Nicholas Paul）和其贊助人雅各·舒味思（Jacob Schweppe）。保羅在水中填入二氧化碳的方法在一七九七年受到日內瓦醫生們的盛讚，公司生意興隆，甚至在一八〇〇年時開始將瓶裝氣泡水出口到其他國家。

值得注意的是，保羅和舒味思後來分道揚鑣，各自在英國興起爐灶。舒味思的公司生產的氣泡水比較溫和，似乎更符合英國人的口味；當時人們普遍相信，氣泡越少的水越接近自然的礦泉水，甚至有諷刺漫畫將保羅的客戶化成過度膨脹的氣球。有些人工礦泉水的製造使用了碳酸氫鈉（或稱小蘇打），因此蘇打水也成了這種飲料的統稱。一直到一

八〇〇年之前，這款飲料都僅限於醫療使用；醫生會針對各種疾病開立蘇打水處方箋，而英國政府認為蘇打水是專利藥物，每一瓶都要收三便士的稅金。一七九八年，一位醫藥作家提到舒味思製作和販賣的「蘇打水」；一八〇二年一則倫敦的廣告則宣稱「統稱為蘇打水的含氣鹼性飲料在本國長期使用，效果卓著」。

然而，事實證明蘇打水在美國最受歡迎。和歐洲的情況差不多，美國科學界對天然礦泉水的性質也很感興趣，並期盼能人工製造。偉大的費城醫生班傑明．拉什（Benjamin Rush）調查了賓州的礦泉水，並在一七七三年向美國哲學學會提出報告。另外兩位政治家兼科學家，詹姆斯．麥迪遜（James Madison）和湯瑪斯．傑佛森（Thomas Jefferson）也對礦泉水的療效很感興趣。當時，上紐約州的薩拉托加（Saratoga）天然湧泉尤其著名。

喬治．華盛頓曾在一七八三年造訪該地，表達濃厚興趣，而隔年朋友寄給他的書信中，描述了試圖取水的過程：「這些水源的與眾不同之處，在於含有大量的固定空氣；這些水無法被固定，否則氣體就會逸失。許多人都告訴我們，自己曾試著用軟木塞將泉水封在瓶子裡，但瓶子都會破裂。我們用僅有的一個瓶子嘗試了，沒有破掉，但氣體卻設法通過了我們用來封口的木塞和蠟。」

## 成功轉型為商品

在耶魯大學第一位化學教授班傑明．西里曼（Benjamin Silliman）的推波助瀾下，蘇打水在美國從科學實驗品轉變為商業產品。他在一八〇五年到歐洲為自己的學院蒐集書籍和儀器，驚訝地發現舒味思和保羅的蘇打水在倫敦大受歡迎。回到美國後，他開始製造瓶裝蘇打水並賣給朋友們，很快便供不應求。他在寫給生意夥伴的信件中提到：「我發現



以現在的生產方式，無法滿足當前的需求，於是決定效法倫敦的大規模生產。」一八〇七年，他開始在康乃狄克州的紐哈芬（New Haven）販售瓶裝水。

西里曼的做法吸引了許多人爭相效仿，其中最值得一提的是住在費城的約瑟夫·霍金斯（Joseph Hawkins）。他發明了新的蘇打水供應方式：飲用噴泉。他的目標是效仿歐洲自然湧泉的溫泉浴場和水泵房，讓人們直接以玻璃杯取用泉水。根據一八〇八年的紀錄，在他的水泵房裡，「礦泉水由噴泉或儲水槽中汲取出。水源在地下製備，透過垂直的木柱圍繞金屬管線，只要轉動木柱上的機關，就能取用氣泡水，而不再需要裝罐」。霍金斯的發明在一八〇九年取得專利，但在浴場般的環境銷售蘇打水的概念並不受歡迎。相反的，藥劑師主宰了這個市場。一八二〇年代晚期開始，蘇打水飲用噴泉變成了藥行的標準配備；蘇打水在現場準備並發放，而不再裝罐販售。（但還是會從歐洲進口瓶裝水，而薩拉托加的泉水也從一八二六年開始成功裝罐販賣。）

就和本書介紹過的許多飲料一樣，蘇打水最初專用於醫療，而後則成為提振精神的日常飲料，其醫用的根源不免增添了幾分讓人安心的崇高性。早在一八〇九年，美國化學書籍就提到：「蘇打水非常清新，對於大部分的人來說都是令人感激的飲料，對於高熱和疲憊格外有效。」除了單獨飲用外，蘇打水也可以用來調製檸檬氣泡飲，無疑是第一種現代的氣泡飲料。十九世紀初期，大西洋兩岸的人也都會用蘇打水和葡萄酒混合。一名英國觀察者提到：「蘇打水和葡萄酒混合後，發現只要更少量的酒就能讓胃口和舌頭都得到滿足。」如今，我們稱這種飲料為汽酒（wine spritzer）。但從一八三〇年代開始，蘇打水的調味主要都以糖漿為主，特別是在美國。

## 高達三十英尺的蘇打噴泉

《美國公共衛生期刊》（*American Journal of Health*）在一八三〇年提到，這種糖漿的目的是「為飲料增添風味，特別適合加入碳酸水」。最早期的糖漿原料是桑葚、草莓、覆盆子、鳳梨或墨西哥菝葜（sarsaparilla）。蘇打水飲用噴泉會加裝特製的分注器，而且設計越來越精美。到了一八七〇年代，大型的蘇打水飲用噴泉就像奇妙的巨型裝置。一八七六年舉辦於費城的百年紀念博覽會中，來自波士頓的蘇打噴泉大亨詹姆斯·托夫特（James Tufts）展示了他的北極蘇打水機（Arctic Soda Water Apparatus）。這台機器高達三十英尺，聳立在圍觀者前方，裝飾著大理石和白銀配件，以及植物盆栽。機器由穿著整齊莊重的服務人員操作，擺放在特殊設計的建築物裡。這台機器代表了托夫特美國蘇打水噴泉公司的創新和行銷能力，也為他們帶來了許多訂單。

## 專業化、標準化的量產

多虧了許多企業家的努力，蘇打水產業的幕後部分也開始工業化，其中包含經驗豐富的英國商人約翰·馬修斯（John Matthews）。搬到紐約後，他最初專心製作和販售自家的蘇打水，而後改為販賣蘇打水噴泉，但他的兒子（也叫約翰）加入後，他便朝新的方向開拓。小馬修斯是個多產的發明家，設計出各種機器讓蘇打水產業的每個步驟（從注入二氧化碳到清洗瓶子）全都自動化。與此同時，他也開始把機器賣給其他公司。

一八七七年，小馬修斯的公司取得了超過一百項專利，並售出超過兩萬台機器。公司的型錄提供了「全套製作瓶裝蘇打水和薑汁汽水的儀器設備」，價格是一一四六．四五美元，其中包含儀器和產生氣體的原料、兩台注入二氧化碳的機器、一台裝瓶機器、五十籬<sup>13</sup>的瓶子、香精

和色素。馬修斯的發明參加了許多展覽，在世界各地獲獎無數。它們代表美國的量產方式：專業化的機器負責製程的每個步驟，每個瓶子和塞子都被標準化，可以互相替換，而最終的飲料成本很低、份量夠大，且對大眾富有吸引力。

事實上，工業規模量產的蘇打水無論貧民或富翁都能飲用，似乎捕捉到了美國本質的精神。作家及社論家瑪莉．蓋伊．亨佛瑞（Mary Gay Humphreys）在一八九一年的《哈潑周刊》（*Harper's Weekly*）寫道：「蘇打水至高的優點，以及之所以能成為國民飲料的原因，就是它的民主。富翁或許喝著香檳；貧民則喝啤酒，但兩者都會喝蘇打水。」然而，她宣稱蘇打水是國民飲料，其實只說對了一半。當時，新興的國民飲料的確正要誕生，蘇打水只占其中一半而已。

## 藥劑師的頭痛解方

時間是一八八六年五月，一名住在喬治亞州亞特蘭大市的藥劑師約翰．彭伯頓（John Pemberton）發明了一種飲料。根據可口可樂公司官方版的故事，他是在尋找頭痛解方的過程中，意外發現了完美的配方。某個下午，他將各種原料加入三腳鐵鍋中，調配出肉桂色的液體。他將此液體帶到附近的藥房、加入蘇打水，就這樣創造出冒著氣泡的甜美提神飲料——可口可樂最終抵達了世界上的每個角落。然而，實際上的故事比這更複雜多了。

事實上，彭伯頓是名經驗豐富的藥劑師，十九世紀末期，許多在美國廣受歡迎的專利民俗療法和藥物都是他的發明。這些藥丸、香膏、糖漿、乳霜和精油等的成功，主要歸功於廣告宣傳，而不是藥理上的效果；其中有些固然對健康無害，卻有許多藥品含有大量酒精、咖啡因、鴉片或嗎啡。這些藥品透過報紙銷售，在南北戰爭後蓬勃發展，因為許

多退伍軍人都使用成癮。當時的民眾對昂貴卻無效的傳統醫藥不信任，使得專利藥物大為流行，成為誘人的替代方案，通常標榜異國的原料，或是美國原住民的醫學知識，並使用充滿宗教性、愛國主義或神話性的名稱：孟森（Munson）的番木瓜藥丸可誘使你的肝臟運作，或是摩斯醫生（Dr. Morse）的印地安樹根丸等。

當時，沒有任何方式可以阻止這些製藥商誇大療效。例如，有一位基德醫生（Dr. Kidd）販售「長生不老藥」（Elixir of Life），宣稱可治療「所有已知的疾病，讓跛腳者在兩、三次療程後擺脫拐杖……風濕病、神經痛、胃、心臟、肝臟、腎臟、血液和皮膚的疾病都像魔法般消失了。」刊登這些廣告的報紙也不會提出任何問題，反而欣然接受廣告收入，畢竟這讓新聞產業大幅擴張；十九世紀末期，專利藥物在報紙廣告中所占的比例遠超過其他商品。「聖雅各的油」（St. Jacob's Oil）據說能治療肌肉痠痛，其製造者在一八八一年花了五十萬美元刊登廣告。到了一八九五年，有些商人每年在廣告上的成本竟超過一百萬美元。

## 成分可疑的專利藥物

專利藥品業是最先注意到註冊商標、廣告、標語、商標和看板等重要性的產業。由於藥品本身的成本通常很低，多花些錢來行銷似乎也很合理。然而，市場上的競爭產品眾多，大約只有二％能真正獲利。不過成功的產品就能讓投資人賺大錢，即使成分再怎麼可疑也照樣有人買單。其中一個有名的例子是莉迪亞·平克漢（Lydia E. Pinkham）的蔬菜化合物（Vegetable Compound）。據說，這種藥品能治療「大部分女性人口常見的疼痛和疾病……也能減緩虛弱和脹氣，消除對刺激物質的渴望，並緩解胃部的不適」。他們鼓勵使用者寫信向平克漢尋求醫療建議，而對於她在一八八三年過世的消息也不斷隱匿。顧客會收到固定格

式的回信，都是推薦使用更多的化合物。然而，當人們在二十世紀初期認真分析此化合物時，發現其中一五～二〇%的成分都是酒精。最諷刺的是，推動女性禁酒運動的人往往也是其最忠誠的使用者。

彭伯頓在專利藥品方面的努力成果，可說是毀譽參半。他的藥方有時能帶來不少收入，但在一八七〇年代卻流年不利。他在一八七二年宣告破產，試圖東山再起時，庫存卻又兩度被大火燒毀。然而，他持續開發新的專利藥品，希望其中之一能中大獎。最終，在一八八四年，多虧了新興專利藥品成分古柯葉（coca）的流行，他的努力開始得到回報。

長久以來，南美洲居民就知道古柯樹的葉片具刺激性，古柯又稱「印加的神聖植物」。咀嚼少量葉片便會釋放出微量的生物鹼：古柯鹼。少量的古柯鹼就像咖啡因，可讓心智更敏銳並壓抑食慾；使服用者能僅仰賴極稀少的食物和睡眠，便長途跋涉翻越安地斯山脈。古柯鹼在一八八五年成功由古柯葉萃取出來之後，立刻引起西方科學家和醫生的濃厚興趣，希望能成為鴉片的替代品，以治療鴉片成癮症。（但當時他們並未注意到古柯鹼同樣具有成癮性。）彭伯頓在醫學期刊中追蹤古柯葉的討論，而在一八八〇年代，他和其他專利藥物製造者便將古柯鹼融入自己的藥丸、仙丹和膏藥中。彭伯頓對於這個新興產業的貢獻，就是被他命名為「法國葡萄酒古柯」（French Wine Coca）的飲品。

## 名人背書加持

藥如其名，法國葡萄酒古柯是種注入了古柯鹼的葡萄酒。彭伯頓希望能仿造「馬里亞尼酒」（Vin Mariani）這種特別成功的專利藥物，其成分便是將古柯葉浸泡其中達六個月的法國葡萄酒。由於高濃度的古柯鹼成分和製造者，來自科西嘉島的安傑羅·馬里亞尼（Angelo Mariani）的大力宣傳，馬里亞尼酒在歐洲和美國都很受歡迎，獲得許多

名人和國家元首的背書，包含三位教宗、兩位美國總統、維多利亞女王和發明家湯瑪斯．愛迪生。這些推薦函被集結成冊，最終出版成一共十三集的套書。彭伯頓抄襲了古柯葉和葡萄酒的配方，再加入可樂果（kola）的萃取物。可樂果來自西非，也是傳說中的萬靈丹，傳入西方的時間和古柯差不多。由於可樂果含有大約二％的咖啡因，因此咀嚼時也有提神的效果。和南美洲的古柯葉相同，可樂果也是西非原住民珍貴的興奮劑，分布範圍北至塞內加爾，南至安哥拉。可樂果被奈及利亞的約魯巴人（Yoruba）在宗教儀式中使用，獅子山居民則誤以為可樂果可治療瘧疾。在十九世紀的美國，古柯葉和可樂果因為效果相似，時常會一起加入專利藥物中。

彭伯頓曾抄襲並稍微修改馬里尼亞的配方，此時他連對方的廣告方式也照抄了，宣稱有許多名人都為他的飲料見證背書。法國紅酒古柯銷量開始成長，但正當他以為一切一帆風順時，亞特蘭大和富爾頓郡投票表決，從一八八六年七月一日開始，實施長達兩年的酒精販售禁令試行期。隨著禁酒運動的民意基礎越來越穩固，彭伯頓必須想出另一種不含酒精的配方，而且越快越好。他回到自己完善的私人實驗室，開始調配符合政令的「禁酒飲料」，主要原料是古柯和可樂果，並添加砂糖來掩蓋苦味。然而，這不會只是普通的專利藥品；彭伯頓希望這成為藥用蘇打水的調味劑。完成精煉後，他將樣品送到鄰近的藥局，和其他調味劑一起陳列。他偶爾會請外甥到藥局逛逛，聽聽看其他人對這個新口味的想法。

## 終於，可樂誕生

到了一八八六年五月，彭伯頓對配方感到很滿意，是取個好名字的時候了。他的一位生意夥伴法蘭克．羅賓森（Frank Robinson）給出了

最直截了當的建議：可口可樂<sup>14</sup>。這個名字直接取自兩個主要原料，而羅賓森事後回憶，他認為「兩個C在廣告上看起來效果很好」。這原始版本的可口可樂包含微量的古柯萃取物，因此含有古柯鹼。（這部分在二十世紀初期就已移除，但古柯葉的其他萃取物至今仍是可樂配方的一部分。）換句話說，可口可樂絕不是業餘人士在花園中做實驗時不小心調製出來的配方，更不是藥劑師調配頭痛藥時的意外成果，而是製藥老手日積月累的勞苦成就。

發明了可口可樂之後，彭伯頓便退居幕後，讓他的夥伴羅賓森來處理製造和行銷。可口可樂的第一則廣告刊登於一八八六年五月二十九日的《亞特蘭大日報》（*Atlanta Journal*），內容簡短直接：「可口可樂。美味！清新！振奮！提神！新的搶手蘇打飲料，含有神奇美好古柯葉和鼎鼎大名可樂果的特性。」新飲料推出的時間，剛好趕上亞特蘭大的禁酒令試行。可口可樂不含酒精，且具備蘇打水調味劑和專利藥物的吸引力。這反映在彭伯頓選擇的商品標示上，貼在提供給藥局的糖漿瓶上，寫著：「此種知識分子和禁酒者的飲料，具有古柯樹和可樂果珍貴的滋補和神經刺激特性，不只是美味、振奮、清新、提神的飲料（從蘇打水飲用噴泉發送，或是搭配其他碳酸飲料），也是大腦的補品，可治療所有的神經感染——偏頭痛、神經痛、歇斯底里、憂鬱等。可口可樂特殊的風味能滿足每個人的味蕾。」

羅賓森用許多方式推廣可口可樂。他寄出票券，讓收信人免費品嚐可口可樂的樣品，希望他們愛上這個味道後會再次回購。他在街車和蘇打水噴泉貼上海報和布條，寫著：「喝可口可樂，五分錢。」羅賓森也設計出獨特的可口可樂商標，使用書寫體，一八八七年六月十六日首度出現於報紙廣告上。販售給藥局的可口可樂糖漿在夏天的蘇打水季節中達到高峰，銷量達到每個月兩百加侖，大約等於兩萬五千杯飲料。當亞特蘭大在一八八七年十一月投票通過，廢除禁酒令的試行時，可口可樂

已在市場站穩腳步。

## 專利所有權爭奪戰

雖然看似前景光明，彭伯頓的生意夥伴卻不開心。好幾個月來，他們爭論著可口可樂品名和配方的所有權。法律上擁有此項藥品專利的單位是彭伯頓化學公司，但幾經轉手，已無法考究誰擁有哪些部分。更複雜的是，彭伯頓顯然因為身體不適急需現金（他當時已罹患胃癌末期），而在一八八七年七月將他對可口可樂的三分之二權利賣給兩位生意人。這項交易背著羅賓森進行，當他發現時，便堅持自己還有權力使用可口可樂配方。接著，彭伯頓開設新公司，宣稱仍擁有可口可樂的權力。兩位向他收購的生意人發現情況不對，又把手上的權力轉賣給第三方。

解決這一團混亂的是阿薩·坎德勒（Asa Candler），他也是亞特蘭大的專利藥劑師，同時是羅賓森聘雇律師的兄弟。他聽聞了與可口可樂相關的各種法律問題後，於是和羅賓森聯手，開始向其他各方收購權利。然而，在一八八八年夏天，可口可樂的擁有權還是很混亂。為此，亞特蘭大的藥劑師們又推出三項競爭產品：其中之一由坎德勒和羅賓森的新公司出品，另一項則出自彭伯頓的新公司，最後一項的創造者則是彭伯頓叛逆的兒子查理。

最終，約翰·彭伯頓在一八八八年八月十六日因癌症病逝，坎德勒得以鞏固對可口可樂的控制。坎德勒召集亞特蘭大所有的藥劑師，發表了一場感人但毫不真誠的演說。他說，彭伯頓不僅是亞特蘭大最重要的藥劑師，也是他親密的好朋友。他建議所有藥劑師都在彭伯頓的葬禮那天店休一天致敬。坎德勒甚至擔任彭伯頓的抬棺者，成功說服每個人他所做的一切都是為了彭伯頓，而他的版本才是真正的可口可樂。偽



裝成彭伯頓的好友是個徹頭徹尾的謊言，然而，若從後見之明來看，或許與真相相去不遠。畢竟，若不是因為他，彭伯頓發明可樂的故事又怎會流傳至今呢？我們甚至可以這樣斷言：當初若沒有阿薩·坎德勒的努力，可口可樂就不會有今天的成功。

## 從藥品變身飲料

阿薩·坎德勒最早取得可口可樂權利時，其市值僅兩千三百美元，對他來說就是旗下眾多專利藥品之一。然而，可口可樂的銷售持續成長，在一八九〇年代翻了四倍，達到八千八百五十五加侖，因此坎德勒決定拋棄沒那麼受歡迎的其他配方。即便在非蘇打水暢銷季節的冬天，可口可樂的銷量也很好。坎德勒決定雇用旅行銷售員，將可口可樂推銷到鄰近州，並發送更多免費體驗券來吸引新客戶，亦投入資金打廣告。到了一八九五年底，可口可樂的年銷量已超過七萬六千加侖，並且在美國每一個州販售。公司的商務通訊宣稱：「可口可樂成為國民飲料。」

該品牌之所以能如此快速成長，是因為可口可樂公司僅販售糖漿，而非加入蘇打水的成品。坎德勒強烈反對販賣瓶裝的可口可樂，因為他擔心口味會在儲藏過程中走味。於是，擴張到新的州就只需要和當地藥局談好條件，再運送糖漿和相關廣告材料，包含旗幟、日曆和印有公司紅白商標的其他物件。由於亞特蘭大是全美國鐵路網路的重要樞紐，糖漿的配送完全不成問題。藥局都很喜歡這個飲料，因為利潤很高：每一分錢的糖漿，可製造出價值五分錢的可口可樂，多出來的價差則幾乎都是利潤了。而可口可樂公司在每杯成品所花費的成本，則僅有四分之三分錢，因此也是利潤豐厚。

可口可樂在銷售策略上也是急轉彎，但即使降低了對療效的宣稱，銷量仍不斷成長。在一八九五年之前，可口可樂仍以醫療用品的名義販

售——標榜「頭痛特效藥」等。然而，如此策略的風險就是只能吸引自認有症狀的人。相對的，如果當成提神飲料販售，就能吸引一般大眾；畢竟不是每個人都會生病，但大家肯定都有口渴的時候。因此，可口可樂的廣告一改過去羅列各種病症的憂鬱風格，變得更輕快直白：「喝可口可樂。美味又清新。」過去的廣告受眾是苦惱於過勞，想尋找頭痛藥或保養品的生意人；新廣告目標則是婦女和小孩。事實證明，廣告策略的轉變可說是占得天機。一八九八年，美國政府決定針對專利藥品徵收稅金，而可口可樂原本也屬此分類，但他們提出抗辯，終於取得免稅，因為公司已經重新將可口可樂定位為飲料而非藥品。

## 瓶裝可樂一飛沖天

諷刺的是，可口可樂銷售成長的原因之一，是推出瓶裝產品。坎德勒一向反對這個點子，但在一八九九年，他把販售瓶裝可口可樂的權利讓給班傑明·湯瑪斯（Benjamin Thomas）和約瑟夫·懷特海德（Joseph Whitehead）這兩位生意人。

當時的坎德勒沒把這份交易放在眼裡，甚至沒向他們收錢；相反的，他直接答應賣給他們糖漿，就和賣給蘇打水噴泉商家一樣。假如瓶裝的生意很好，他就能賣更多糖漿；假如和他預期一樣經營失敗，他也不會有任何損失。

出乎眾人意料的是，瓶裝可樂的生意一飛沖天，打開了全新市場，因為在任何地方都可以販售——例如雜貨店或體育競賽，而不僅限於有蘇打水機的地點。湯瑪斯和懷特海德很快意識到，與其自己動手裝瓶，倒不如把附屬的權利再轉賣給其他人，自己等著分潤就好。如此一來，他們開創了利潤豐厚的加盟生意，讓可口可樂出現在美國的每個城鎮和村莊。瓶身弧度特殊的瓶裝可口可樂在一九一六年推出，並成為該品牌

最經典的標誌。

## 喝可樂有危險嗎？

當大眾漸漸意識到專利藥物和食物添加物的危險性時，瓶裝可口可樂的事業才剛剛起飛。帶頭者是政府的科學家哈維．華盛頓．威利（Harvey Washington Wiley），他特別關注藥物對孩童的威脅。他多年來的努力奔走終於在一九〇六年得到回報，國會通過《純淨食品及藥品法案》（又稱《威利醫生法案》）。最初，驕傲地標榜「符合純淨食品及藥品法案」的可口可樂似乎從中得利，而其他看起來很可疑的競爭對手則受到沉重打擊。然而，威利醫生在隔年宣布調查可口可樂，因其含有咖啡因。他認為，在美國各地流行的可口可樂不同於咖啡和茶，會被許多孩童飲用；偏偏父母通常不會注意到咖啡因的成分，因此沒有意識到自己的小孩正在使用藥品。

就像卡爾．貝格在一五一一年的麥加審判咖啡一樣（見第四章），威利醫生也在一九一一年親上聯邦法院控告可口可樂，訴訟案名是「美國訴四十大桶和二十小桶可口可樂」。法庭上，虔誠的基本教義派人士激動控告邪惡的可口可樂，指稱咖啡因會引起不法性行為；政府的科學家舉證可口可樂對兔子和青蛙的影響；可口可樂找來的專家證人則提出辯護。審判過程持續了一個月，戲劇效果十足，還出現了陪審團不公的指控，以及聳動卻謬誤的報紙標題：「八瓶可口可樂的咖啡因含量足以殺死人」。實際上，威利醫生的訴訟最大的問題在於，其立論基礎是道德而非科學證據。沒有人反對可口可樂含有咖啡因；問題在於咖啡因是否有害？特別是對兒童。科學證據顯示答案是否定的。除此之外，威利醫生也並不想推動茶或咖啡等亦含咖啡因的飲料禁令，這點同樣令人詬病。

因此，訴訟案最後歸結到兩個問題：可口可樂公司呈現產品的方式是否有誤，以及可口可樂公司是否能宣稱產品的「純淨」。最終，法庭的宣判對可口可樂公司相當有利：產品名稱精確反映出可樂果的成分，而可樂果含有咖啡因。由於咖啡因一向是可口可樂的配方，不算是添加劑，因此可口可樂毫無疑問相當「純淨」。不過，判決的後半部在上訴後被推翻，而法庭外的和解則讓可口可樂的咖啡因含量減半。公司同時也承諾不再於廣告中呈現兒童形象，這個政策一直維持到一九八六年。但真正重要的是，將可口可樂這種含有咖啡因的飲料販售給兒童，如今已正式合法。瓶裝可口可樂炙手可熱，代表著可口可樂公司成功地將咖啡因這項全世界最常用的藥物，延伸到孩童身上，這是咖啡和茶都未曾辦到的。

## 聖誕老人變身廣告明星

為此，可口可樂公司想破了腦袋，要讓廣告在「不出現兒童」的情況下，仍把產品賣給孩子們。而至今最有名的例子，就是於一九三一年第一次出現，描繪聖誕老人歡樂暢飲可樂的海報。人們也因此時常誤會，以為現代聖誕老人留著鬍子、穿著白邊紅衣的形象，是可口可樂公司為了品牌形象所創造。

事實上，紅衣聖誕老人的形象由來已久。《紐約時報》在一九二七年報導：「標準化的聖誕老人出現在紐約孩童面前；包括身高、體重、身材在內，幾乎全數標準化；紅色的服裝、帽子和白色鬍子，以及一大袋玩具、紅潤的臉頰和鼻子、蓬蓬的眉毛和歡樂的大肚臍形象也都是不可或缺的元素。」然而，讓聖誕老人進入廣告，有助於可口可樂公司直接吸引孩童，將可口可樂和趣味及歡樂連結在一起。

## 可樂帝國的三大挑戰

一九三〇年代，可口可樂的帝國面臨三大挑戰：禁酒令終止、一九二九年華爾街股市崩盤後的經濟大蕭條，以及強大競爭對手百事可樂的崛起。從一九二〇年開始禁止的酒精飲料恢復合法，預期會帶給可口可樂格外慘痛的打擊。一份報導毫不掩飾地寫道：「當我們可以合法得到真正的啤酒和『男子漢的威士忌』，又有誰會喝『軟趴趴的東西』（即軟性飲料，soft drink）呢？答案很明顯了，可口可樂公司準備走下坡。」然而，事實證明，禁酒令的廢止對可口可樂的銷售幾乎沒有影響；可口可樂似乎迎合了酒精以外的另一種需求，人們飲用可口可樂的情境只有持續增加。

對某些人來說，可口可樂已取代了咖啡，成為社交的飲料。和酒精飲料不同，可口可樂似乎任何時間都可以喝，連早餐也不例外，也沒有飲用年齡的限制。在禁酒令期間，公司出色的公關人員阿奇·李

（Archie Lee）小心地將「在蘇打水機暢飲可口可樂」塑造為歡樂又老少皆宜的活動，取代了在酒吧喝啤酒或其他酒類，且此舉還能逃避惡劣的經濟現實，實為一大解脫。李不但利用新興的收音機科技行銷可口可樂，更在無數電影中置入行銷，讓可口可樂與光鮮亮麗和逃避主義之間的連結越發深刻。可口可樂廣告所描繪的，是歡樂又無憂無慮的美好世界。因此，即便是在經濟大蕭條期間，產品銷量仍然欣欣向榮。

「即便面對經濟蕭條和激烈競爭，可口可樂的需求持續不斷地提升。」當代的投資分析師如此評論。這款飲料冬天時依然搶手；雖不含酒精，卻無畏酒精飲料的挑戰；讓咖啡因攝取變得普遍，即便經濟低谷，人們仍負擔得起。如同公司主管哈里森·瓊斯（Harrison Jones）在一九三六年五十周年紀念日的激勵演說所說：「天啟四騎士就算在地球上肆虐，可口可樂依然屹立不搖！」

## 百事可樂的逆襲

上述的某些因素也幫助了可口可樂的競爭對手：百事可樂，實現了可謂逆襲的策略。百事可樂的起源可追溯至一八九四年，但經歷過兩次破產，直到紐約生意人查爾斯·古斯（Charles Guth）接手百事可樂後，才在一九三〇年代成為可口可樂的重要挑戰者。古斯擁有一系列糖果連鎖店和蘇打水飲用噴泉，他認為與其購買可口可樂，不如收購瀕臨倒閉的百事可樂公司和其產品。當他開始以六盎司可口可樂的價格（五分錢），販售十二盎司的百事可樂後，銷量便急速成長。雖然容量增大，成本並未提高多少，因為主要的成本都集中在裝瓶和運輸。對於缺錢的顧客來說，吸引力卻大幅提升了。

可口可樂公司對百事可樂提出商標侵權的告訴，引爆了龐大的司法戰爭。訴訟案拖了許多年，雙方都沒有得到任何好處，於是在一九四二年進行庭外和解。可口可樂公司同意停止挑戰百事可樂的商標，而百事可樂則必須採用紅、白、藍的標誌，清楚和可口可樂區別。另外一項結果，則是「可樂」成為通用的名詞，專指棕色、含有咖啡因、不含酒精的碳酸飲料。最終，兩間公司可以說形成了互利共生的關係：競爭對手的存在讓可口可樂隨時保持謹慎，而百事可樂之所以可以加量不加價，也是因為可口可樂已經先建立了市場。這場競爭關係是個經典的案例，證明激烈的競爭不但能使消費者受益，也能提升需求。

## 美國精神的昇華

到了一九三〇年代末期，可口可樂的發展達到新的巔峰，毫無疑問已是全國性的企業組織。在美國所有非酒精氣泡飲料的銷售中，可口可

樂占了將近一半，大量生產、大眾市場行銷，富有者和貧窮者都會飲用。一九三八年，資深記者暨受敬重的社會評論家威廉．艾倫．懷特（William Allen White）宣稱可口可樂是「美國精神的昇華，是誠實製作、普遍分配、良心提升的高貴飲料」。可口可樂占領了整個美國，如今更已準備好放眼全世界，進軍美國影響力所及的每個地方。

---

gross，量詞，代表一百四十四（即十二打）。

Coca-Cola，即古柯的英文（coca），與可樂果（kola）的結合。

## 瓶子裡的全球化

「十億年前，人類出現在地球上；  
十億分鐘前，基督信仰出現；  
十億秒鐘前，披頭四改變了音樂界；  
十億瓶可口可樂前，則是昨天早上。」

——可口可樂執行長羅伯特·戈伊蘇埃塔（Robert Goizueta），一九九七年四月

## 世紀末的樂觀主義

整個二十世紀幾乎充滿了政治、經濟和個人自由的抗爭，對抗著各種壓迫、戰爭、種族屠殺和核子滅絕的威脅。然而，二十世紀末卻瀰漫著難得（但短暫）的樂觀主義，相信人們只要透過民主政治、消費主義，以及推翻長久以來的各種歧視，得到政治、經濟和個人領域的自由選擇權，就能幸福快樂。若說人們可以透過一種飲料表現這些價值，似乎非常荒謬，但這正是二十世紀下半葉的真實情況——美國自詡為自由而奮鬥的國家，而美國的價值早已與當代的國民飲料可口可樂密不可分。

雖然在第二次世界大戰爆發時，可口可樂已在多個美國以外的地區銷售，但直到美國成為全球強權、放棄長久以來的孤立主義政策，可口可樂才真正成為世界性的品牌。在十九世紀中，美國遵循的是喬治·華盛頓一七九六年告別演說時提出的方向：「我們真正的策略，是避免與國外的任何地區形成永久性的聯盟。」美國雖然在第一次世界大戰破



例介入，扭轉了歐洲其他國家面對德國和奧地利的劣勢，但在多數人民眼中卻是個錯誤——孤立主義者在一九三〇年代提出：國家應該永遠不介入往後任何歐洲戰事。然而，日本在一九四一年十二月偷襲珍珠港，使美國加入二次大戰，將孤立主義束之高閣。美國的武裝部隊派駐到世界各地，服役總人數超過一千六百萬，都隨身帶著可口可樂。

## 提振士氣的補給品

隨著全國動員，可口可樂公司總裁羅伯特·伍德羅夫（Robert Woodruff）發布命令：「無論身在何處、無論會對公司帶來多少成本，每個軍人都能以五分錢購買可口可樂。」可口可樂在士兵之間早已深受歡迎，也是操練時提振精神的無酒精補給飲料。當然，公司盡力宣傳這項政策，讓人們將可口可樂與愛國主義和支援戰事連結，帶來龐大的利潤。不過遙遠軍事基地的軍人們也真心歡迎可口可樂：這讓他們想起故鄉，也能提振士氣。

「我們真心希望貴公司能在危機中持續提供飲料。」一位士官在信中寫道。「我們認為，可口可樂實在是鼓舞軍中士氣不可或缺的必需品。」可口可樂公司舉證了十多封類似的信件在首府華盛頓不斷遊說，再加上軍方明確的支持，最終得以免除受到戰時砂糖配給所限制，理由是可口可樂為戰爭的必需品。這讓可口可樂的生產不受中斷，而配給制則讓許多對手非酒精飲料公司的產量被迫腰斬。

但如果要將可口可樂運送過大半個地球，到軍隊駐紮的地點，實在太缺乏效率，原因之一是占據太多寶貴的運輸空間。因此，若是條件允許，美方會在軍事基地中建造特殊的裝瓶工廠和蘇打水飲用噴泉，這樣一來，只要引進糖漿就夠了。對許多軍方人員來說，安裝及操作這些機器的可口可樂員工，重要性並不亞於養護坦克車和戰鬥機的技術人員。

他們被授予特殊的「技術檢查員」地位，甚至得到軍階，即「可口可樂上校」。在戰爭期間，他們在世界各地建造了超過六十四座軍用裝瓶工廠，提供大約一百億瓶可口可樂。這些技術檢查員發明了行動式的可口可樂機，可在叢林中使用，還有能放置於狹窄潛水艇艙口的細長機型。此外，可口可樂也販售給海外美軍基地附近的平民，讓許多人愛上這個滋味。從波里尼西亞到南非祖魯族（Zulus），許多世界各地的人第一次品嚐可口可樂。

可口可樂公司的典藏室裡，保存了數百封信件，顯示美國軍人如何將國家認同和價值投射在這款飲料上。「對我來說，之所以來到這該死的混亂中，是為了守護喝可樂的習慣，以及其他上百萬種我的國家賦予人民的福利.....希望我們很快就能用可樂為勝利乾杯。」一位士兵寫道。另一位士兵的家書則為：「如果問我們為何而戰，我想一半以上的人會說，是為了再次購買可口可樂的權利。」即便可口可樂在遙遠的戰場也能取得，但價格相當高昂，甚至會囤積保留到特別的時刻，或是以過度哄抬的金額賣出。在所羅門群島，一瓶可樂賣五美元；在卡薩布蘭卡，一瓶賣十美元；在阿拉斯加，一瓶甚至賣到四十美元。太平洋戰區飛行員羅伯．史考特（Robert Scott）在打下第五架日本戰鬥機、成為王牌後，得到一罐可樂的獎勵。但他認為這瓶飲料太珍貴，捨不得喝，轉贈給一位替他治療傷口的外科醫生。

## 連敵軍也在喝

美國軍方對可口可樂的熱情並不局限於基層，連最高階的將領都不例外：道格拉斯．麥克阿瑟（Douglas MacArthur）、奧瑪．布拉德利（Omar Bradley）和喬治．巴頓（George Patton）等將軍都愛喝可口可樂。可口可樂最大的支持者是歐洲同盟國陣營最高領袖德懷特．艾森豪

（Dwight D. Eisenhower）將軍。一九四三年六月，當他指揮同盟軍在北方的戰事時，傳送了詳細的電報，要求「三百萬瓶（裝滿的）可口可樂，以及全套裝瓶、清洗、加蓋的機器，每個月都要能生產同樣的份量兩次。設備上最好分為十台機器，安裝於不同的地點，每台每天都要生產兩萬瓶。此外，也要有足夠補充六百萬瓶的糖漿和瓶蓋」。六個月內，北非生產線就開始運作；再隔年，可口可樂隨著同盟國部隊在諾曼第登陸後進入西歐。萊茵河（Rhine）戰事時，「可口可樂」甚至成為美軍密碼。

與此同時，可口可樂公司亦不放過任何宣傳其產品對遙遠美軍象徵性的意義。隨著北非戰事加劇，一份一九四二年的廣告描繪穿著卡其軍裝的士兵在嚴酷的沙漠中遇到可口可樂的招牌，上方印著「哈囉，朋友」。另一份廣告描繪水手在船上喝可樂，下方寫著：「無論美國戰艦抵達何處，美國的生活方式都如影隨形。當然，可口可樂也是。」聽起來或許有點誇張，實際上卻再真實不過。

相反的，德國和日本的軸心國陣營則認為可口可樂代表了美國的邪惡和錯誤——不過，可口可樂在戰爭之前就已經於兩國販售，在德國更是廣受歡迎。納粹的宣傳部門忽視這不好說的真相，嘴硬地批評：「美國對世界文明毫無貢獻，除了口香糖和可口可樂。」他們的夥伴日本則說：「隨著可口可樂的進口，美國社會的疾病和細菌也一同被引入。」

同盟國陣營最終於一九四五年獲勝，而軍方的裝罐工廠在接下來的重建期中，又持續運作了三年。接著，可樂的生產轉移到民間。那時，可口可樂已經隨著美國士兵的腳步，在除了南極外的世界各大洲插旗。一位公司的主管觀察到，戰爭「幾乎讓所有人都接受了可口可樂的好」。

## 冷戰，可樂戰

或許在可口可樂的支持者中，最鶴立雞群的就是喬治．康斯坦丁諾維奇．朱可夫將軍（Georgy Konstantinovich Zhukov）。他是蘇聯的最高軍事領導者，成功在德國的侵略中守護俄羅斯，而後更帶領部隊進入柏林，終結了歐洲戰爭。朱可夫是少數有勇氣挑戰蘇聯殘暴領導者約瑟夫．史達林的人。然而，由於朱可夫的名望和英雄地位太過崇高，史達林也對他莫可奈何。

在戰後分割德國的協商中，艾森豪向朱可夫介紹了可口可樂，而朱可夫非常喜歡。然而，他並不希望被看見享受和美國價值如此關聯緊密的事物，特別在兩個超級強權的關係日益緊繃之下。因此，朱可夫提出了不尋常的要求：有可能製造出沒有顏色的可口可樂，讓它看起來像是俄羅斯的傳統飲料伏特加嗎？可口可樂公司收到要求，在總統哈利．杜魯門的許可下，創造出沒有顏色的版本，用特殊的圓柱瓶裝，加上白色瓶蓋，並貼著蘇聯的紅星運送給朱可夫。

一九四八年，戰爭結束和聯合國誕生的欣喜已經蒸發殆盡，而蘇聯直接挑戰美國，封鎖了西柏林，也就是歐洲分割後屬於蘇維埃的地區中，西方僅存的小小立足點。西方勢力的應對是在超過一年的期間，向西柏林不斷空投補給物資，直到蘇聯解除封鎖。一九四九年，北大西洋公約組織（NATO）成立，集合了美國與其歐洲同盟，而蘇聯隨即建立了敵對的華沙公約組織（Warsaw Treaty Organization），為冷戰這長達數十年的軍事僵局揭開了序幕。於此期間，兩大陣營爭奪影響力，在世界各地打了許多場代理人戰爭，但從未爆發直接衝突。

至此，可口可樂代表的不再只是美國，而是更廣義的西方價值，包含自由、民主和自由市場資本主義。相反的，對於共產主義者來說，可口可樂代表的是資本主義所有的毒素，特別是關於「經濟的原則是滿足消費者最微小需求」的概念。正如同可口可樂公司在一九四八年的年會擺出的一塊標語：「當我們想到共產主義者，會想到鐵幕；但當他們想

到民主，則會想到可口可樂。」

## 獨具異國和叛逆風情

可口可樂從一九四〇年代末期開始急速擴展海外生產，因此到了一九五〇年，公司三分之一的利潤都來自海外。這和美國成長的政治影響力不謀而合，美國以資本主義國家領袖之名，對抗共產主義，並出資實行振興歐洲的馬歇爾計畫（Marshall Plan）。反對美國擴張的人認為，馬歇爾計畫不過是另一種型態的帝國主義，而可口可樂就成為發洩怒火的目標。法國的共產主義同情者使用「可樂殖民」這個詞，對於即將成立的新裝瓶工廠發起了強烈的抗爭。他們認為工廠會傷害當地的葡萄酒和礦泉水產業，甚至試圖控告可口可樂有毒，違反法律。這在美國也引發抗議，新聞社論呼籲停止透過馬歇爾計畫援助不知感恩的法國人。公司官方表示，可樂並未對解放了法國的美國士兵造成任何負面影響。法國的報紙也做出類似回應，《世界報》（*Le Monde*）警告：「法國人的道德風景（moral landscape）正遭受威脅。」可口可樂的卡車被法國抗爭者推倒、大量的瓶子被打碎。然而，法國對可口可樂的爭鬥並沒有造成什麼影響。事實上，反而帶來免費的宣傳，並給了可樂一種異國和叛逆的感覺。

其他國家也爆發類似的行動。共產主義的激進分子認為，可口可樂對健康有負面的影響，流行後會帶動美國文化價值污染整個歐洲。抗爭的支持者通常包含釀酒商、礦泉水的裝瓶工廠，以及其他與可口可樂競爭的無酒精飲料生產者。他們對於共產主義者引起的反可口可樂熱潮都喜聞樂見。奧地利的共產主義者宣稱，國內的可口可樂裝瓶工廠可能在美國一聲令下，改造成原子彈工廠。義大利的共產主義者認為，可口可樂會在一夜間讓兒童滿頭白髮。可口可樂公司並沒有上鉤，而是安靜地

繼續運行，在海外建造新工廠，相信消費者只要親身體驗，就能感受到產品的好處。可口可樂公司的總裁羅伯特．伍德羅夫簡潔地解釋共產主義對可口可樂的敵意，來自認為可口可樂是「資本主義的精髓」。不過隨著可口可樂越來越受歡迎，相關的荒謬批判——例如會對性能力造成影響，或致癌和不孕——都漸漸消失。

## 象徵自由的飲料

一九五九年，美國副總統理查．尼克森（Richard Nixon）拜訪莫斯科，和蘇聯最高領袖尼基塔．赫魯雪夫（Nikita Khrushchev）在一場炫耀美國產品的貿易會展上針鋒相對。最終的結局或許可說是百事可樂的公關勝利，因為尼克森和赫魯雪夫停在百事可樂的攤位，並拍下一起喝百事可樂的照片。儘管蘇聯看起來已能接受可樂，但在一九六五年，可口可樂公司開始規畫進軍鐵幕後俄羅斯的廣大市場時，仍遭遇強烈反彈。由於共產國家不開放私人企業，蘇維埃政府本身必須成為公司的事業夥伴，而利潤則會進入國庫。當時越戰正如火如荼，批評家認為可口可樂將會對美國的共產敵人提供資助。因此，可口可樂公司立刻放棄了這項計畫。

這為百事可樂開出了一條康莊大道。尼克森在一九六二年加州州長選舉失利後，便加入了百事可樂的法律事務所，並成為百事可樂的海外大使。由於百事可樂並未受到反共產宣傳的影響，因此比較能順利在鐵幕後擴張。百事可樂於一九六五年在羅馬尼亞設廠，並在尼克森的幫助下，開始於俄羅斯銷售，並在一九七二年取得特許執照。一九八〇年，可口可樂終於等到了轉機，協議成為隔年莫斯科奧運會的官方無酒精飲品。但美國的吉米．卡特（Jimmy Carter）總統為抗議蘇聯入侵阿富汗，發起對奧運會的杯葛，可口可樂再次吃了閉門羹。

然而，可口可樂在蘇維埃國家的失敗反而成為優勢。柏林圍牆在一九八九年倒塌，預告著東歐共產國家的崩解，以及蘇聯在一九九一年的解體。當東德人穿過柏林圍牆的裂縫時，迎接他們的是可口可樂。一位見證者回憶道：「我們用香蕉、可口可樂、花朵和其他代表著西方消費主義的東西來歡迎他們。」東德人在西柏林的可口可樂工廠外大排長龍，一箱箱地購買可口可樂。除了高傳真音響設備、電視機、冰箱和其他消費品之外，一箱箱的可口可樂是東柏林人最爭相購買的商品。當共產主義失敗後，百事可樂在鐵幕後的成功帶來了反撲：許多人認為百事可樂是當地品牌，和舊的政權緊密連結，而可口可樂則充滿新鮮的異國風味。喝可口可樂成為自由的象徵。到了一九九〇年代中期，可口可樂取代百事可樂，成為前蘇維埃國家最受歡迎的可樂。

## 可口可樂在中東

可口可樂與美國價值的連結，在世界另一個地方也造成阻礙：中東地區。問題從一九六六年開始浮現，以色列商人指控可口可樂為了保護更大的阿拉伯市場，而拒絕進入以色列。阿拉伯世界禁止酒精飲料，加上氣候炎熱，的確是可口可樂的理想市場，每年利潤高達兩億美元。可口可樂公司反駁，認為他們一九四九年曾提出在以色列建造裝瓶工廠，但被以色列政府擋下，而且以色列的市場太小，並無經濟上的價值。然而，如果真要這麼說，為什麼可口可樂公司會在賽普勒斯等規模更小的市場做生意呢？就這樣，可口可樂反猶太的指控不斷積累，而美國境內的猶太組織，包含在曼哈頓的西奈山醫院（Mount Sinai Hospital）和康尼島（Coney Island）納森當紅熱狗（Nathan's Famous Hot Dog）專賣店等，都開始杯葛可口可樂。

可口可樂公司不得不做出回應，宣布在特拉維夫授權給一間以色列

的裝瓶工廠。這卻激怒了阿拉伯聯盟，呼籲其成員國家反對可口可樂。可口可樂公司拒絕讓步，而阿拉伯的杯葛從一九六八年八月生效。公司的考量完全是實務層面的：之所以放棄阿拉伯市場，是為了避免美國境內猶太社群發起的杯葛，因為後者可能帶來的損失更為慘重。

到頭來，可口可樂公司再一次發現自己和美國的外交政策站在同一陣線。與此同時，百事可樂則把握機會，與以色列保持距離，並進軍阿拉伯市場，即便這造成美國部分消費者的反彈，得到了反猶太主義的罵名也在所不惜。直到一九八〇年代晚期，阿拉伯對可口可樂的杯葛終於失去效力，可口可樂才又回到阿拉伯市場，主要於埃及、黎巴嫩和約旦販售。

## 中東可樂大亂鬥

可口可樂雖然重新進軍阿拉伯市場，但若能拿下沙烏地阿拉伯，才算是奪得中東市場的最大獎。沙烏地阿拉伯是百事可樂僅次於加拿大和墨西哥的第三大海外市場。在一九九一年的波斯灣戰爭，可口可樂公司派出冷藏卡車，將可樂供應給駐紮在沙烏地阿拉伯的美軍部隊。但可口可樂還是無法與在當地擁有五間工廠的百事可樂競爭。世界各地的電視觀眾都看見美國聯軍的指揮官，也就是將伊拉克部隊逐出科威特的諾曼·史瓦茲柯夫（Norman Schwarzkopf）將軍，在簽訂停火協議時旁邊放著一罐百事可樂。對此，可口可樂的回應是更強力進軍沙烏地阿拉伯市場，逼迫百事可樂採取守勢，並弱化其在其他市場的競爭力。

到了二〇〇三年的伊拉克戰爭，透過攻擊飲料產品來表達反美國主義的概念，又發展出新的模式。泰國的年輕穆斯林將可口可樂倒在地上，以抗議美國發起的入侵，而隨著反美國抗議的聲勢上漲，可口可樂的銷售也因此暫停。與此同時，當地自產的可樂在中東地區越來越受歡迎



迎。贊姆贊姆可樂（Zam Zam Cola）是「伊斯蘭」的可樂，由伊朗的公司生產，這間公司原本是百事可樂的生意夥伴。贊姆贊姆可樂在伊拉克、卡達、巴林和沙烏地阿拉伯都很熱銷，推出的第一個星期就賣出四百萬罐。在約旦河西岸地區（West Bank）生產的星可樂（Star Cola）則在阿拉伯聯合大公國熱賣。對於支持者和反對者來說，可口可樂和美國價值之間的等式依然不變。當美軍於二〇〇三年四月攻占薩達姆·海珊（Saddam Hussein）在巴格達的宅第時，他們舉辦了烤肉派對，吃著漢堡和熱狗，並暢飲著可口可樂。

## 全球單一市場的實踐

除了和美國的連結外，可口可樂似乎也象徵著追求全球單一市場的努力：換句話說，就是全球化。全球化的信仰者認為，如果能破除貿易障礙、關稅和其他阻礙，創造出自由而不受干預的國際商業市場，就能同時改善提升富裕和貧窮國家的經濟。舉例來說，富裕國家的公司藉由在發展中國家建立工廠，不但能降低成本，也能在當地創造就業機會、振興地方經濟。全球化的反對者則提出，這類行為無異於壓榨，因為創造出的都是低薪的底層工作；跨國公司也會將工廠轉移海外，徹底利用當地較寬鬆的勞動和環境規範。反全球化主義的抗爭從一九九〇年代中期興起，以各種不同的形式延續至今。然而，隨著許多跨國公司將觸角伸到世界各地，彼此競爭時，人們最常提出的抱怨就是：全球化不過是新的帝國主義罷了。反全球化運動人士認為，美國如今不再透過士兵和炸彈侵略世界，而是利用文化、企業和品牌攻城掠地。

當然，最能代表全球化的就是可口可樂了。可口可樂和百事可樂的戰爭持續在世界各地進行，在二十一世紀，兩間公司彼此競爭中國市場，也與當地的品牌廝殺。然而，這只是可口可樂超過兩百個市場的其

中之一，這數字甚至比聯合國會員國更多。可口可樂是全世界最知名的產品，而「可口可樂」一詞則是除了「OK」之外，世界上最多人了解的詞彙。幾乎沒有其他公司能在市占率、能見度和辨識度上與可口可樂競爭。

## 消費主義的消長

然而，就算是世界上最強大的品牌，也無法洗腦消費者購買他們不想要的東西。可口可樂公司在一九八五年推出的「新可樂」（New Coke）甜度較高，比較像百事可樂，結果就是場災難。可口可樂的愛好者強烈反彈，覺得改變傳統的配方完全沒有必要，而且很不符合美國精神。新可樂讓銷量大跌，逼迫公司再度推出原始配方的「經典可口可樂」（Coca-Cola Classic），在幾個星期內便結束了這場對美國象徵的挑戰。

《經濟學人》（*The Economist*）雜誌的某位分析師在一九九七年觀察到，可口可樂在不同國家的消費——可以代表該國家全球化的程度——和財富、生活品質（由聯合國公布的標準衡量）、社會及政治自由密切相關。他做出了以下結論：「冒泡的量產商品——例如資本主義——對人們是好的。」如今回顧，一九九〇年代晚期可說是樂觀主義的鼎盛期，人們相信促使蘇聯瓦解的自由市場民主終將大獲全勝。但美國對中東地區的軍事干預、極權中國的經濟崛起，以及二〇〇八年的金融危機，都威脅了民主和自由市場資本主義的堅定信仰。

與此同時，無酒精碳酸飲料在美國的銷量於二〇〇四年達到巔峰，往後卻每況愈下，因為人們轉向較為健康、含糖量較低的替代品。不受約束的消費主義時代已經結束，至少在氣泡飲料上是如此。儘管可口可樂無疑是二十世紀代表性的飲料，象徵著美國的崛起、資本主義戰勝

共產主義和全球化的興盛，但到了二十一世紀，這款一度閃耀的飲料卻失去了大部分的魅力。

結語

## 來，喝水吧

「水是有限的自然資源，也是生命和健康的基礎公共財。  
取得水源是健康生活和人類尊嚴不可或缺的基本人權，  
也是實踐其他人權的先決條件。」

——聯合國經濟、社會及文化權利委員會，二〇〇二年

本書介紹了六種定義定義了人類過往的飲料，但代表未來的又會是哪一種呢？目前已有潛力十足的候選人嶄露頭角。和歷史上許多重要飲料一樣，這種飲料相當盛行，在醫療上的效用引發爭議，對地緣政治的重要性雖然還不明確，但影響力深遠。這種飲料的普及將會決定人類未來的走向，不只在地球表面，甚至可能進入太空。諷刺的是，這也是最早期決定人類發展的飲料：水。是的，飲料的歷史又再次回到了源頭。就表面上看起來，這個發展似乎還不錯。從新石器時代的啤酒開始，其他飲料的吸引力就在於比水更不容易受污染。唯有十九世紀開始了解水污染的微生物學原理後，人們才能開始對付這維持了無數個世紀的挑戰：如何維持充沛的乾淨水源？先前的世代只能尋找代替品，而現在則可以透過水源淨化和其他衛生改善來直接面對污染問題。換句話說，水之所以越來越受歡迎，代表污染的危機逐漸消失。然而，現實卻更加錯綜複雜。事實上，已開發世界和開發中國家最大的鴻溝，或許就是對待水源的態度。

## 貴得要命的水

瓶裝水的銷量在世界各地都爆發性成長。墨西哥是最大的消費者，每人每年平均消耗三百公升；泰國緊追在後。這或許反映出這些中等收入國家中，人民對自來水安全性的疑慮。然而，瓶裝水在自來水供應充足、安全無虞的已開發國家同樣受歡迎：美國、德國、法國和比利時都是重要消費者。二〇一八年時，全球的瓶裝水產業收入高達兩千五百億美元，和二〇〇三年相比成長了五倍，而瓶裝水在二〇一六年超越碳酸飲料，成為美國最熱銷的飲料。餐廳會提供裝在特殊設計瓶子裡的高價白開水，而由超級名模帶動的隨身攜帶小型瓶裝水風潮，如今也廣為流行。如果造訪美國的加油站，你會發現瓶裝水每一盎司的價格超過汽油。來自特定地點，例如法國或斐濟的礦泉水，也在物流的運送下，來到世界各地的消費者面前。

瓶裝水之所以如此盛行，是因為人們普遍相信瓶裝水比自來水更健康和安全。不過，自來水的安全性應該和瓶裝水差不多，至少在已開發國家是如此。雖然偶爾會有自來水污染的危機，但瓶裝水也會發生。一份發表在《家庭醫學檔案庫》（*Archives of Family Medicine*）的研究中，研究者比較瓶裝水和俄亥俄州克里夫蘭的自來水，發現有四分之一的瓶裝水樣本細菌數明顯較高。研究的結論指出，「瓶裝水較純淨的說法可能具有誤導性」。另一份日內瓦大學的研究也得到相同的結論，而聯合國糧食與農業組織的報告更發現，若從營養學的角度來看，瓶裝水並不優於普通的自來水。

這點其實不太令人意外，畢竟美國販售的瓶裝水中，有四〇%左右來自過濾並添加礦物質的自來水。分別由百事可樂和可口可樂公司推出的美國兩大瓶裝水品牌「冰純」（Aquafina）和「達沙尼」

（Dasani），都來自於城市的公用水源。雖然許多瓶裝水的標籤都描繪冰川、純淨的溪流和白雪靄靄的冰山，但這些圖像未必真實反映出內部開水的來源地。美國環保遊說團體國家資源保護委員會（National

Resources Defense Council) 的研究發現，某品牌標榜的「純淨冰河水」其實來自市政府水源；另一個品牌宣稱「山泉水」，瓶身雖畫著湖泊和高山，實際上卻來自某工廠停車場的水井，鄰近危險廢棄物掩埋場。該研究同時提到，歐洲和美國對自來水品質的控制，其實遠比瓶裝水更嚴格。

## 你選的其實是生活方式

此外，也沒有任何證據顯示已開發國家的瓶裝水比自來水更健康或安全，而盲測也證明大部分人無法區別兩者的不同。相較於此，不同品牌的瓶裝水之間的差異，反而比較容易被人認出來。然而，人們仍持續購買瓶裝水，即便每加侖的成本是等量自來水的兩百五十到一萬倍之間。簡而言之，安全的水源在已開發世界已相當充沛，讓人們能夠對自來水不屑一顧，反而選擇瓶裝水。由於兩者的安全性相當，水源的選擇就只是一種生活方式的選擇。

相較於此，對許多開發中國家來說，是否能取得水源依然生死攸關。世界有四分之一的人口，也就是大約二十億人的飲水來源受到糞便污染。根據世界衛生組織估計，世界上八〇%的疾病都源於水傳疾病，而在任何時間點，開發中國家都有將近一半的人口受苦於水源不足或衛生不良的相關疾病，例如腹瀉、鉤蟲或砂眼。每年都有將近十七億例的兒童下痢疾病，其中約有五十二萬五千名五歲以下孩童因此而死。

缺乏水源的後果並不只是疾病或死亡，連教育和經濟發展也深受其害。疾病的盛行會降低國家的生產力，只能仰賴外界援助，無法靠一己之力脫貧。根據聯合國調查，在薩哈拉以南的非洲地區中，女性無法接受教育的主因之一，就是必須花大量時間從遙遠的水井取水回家。

## 普遍且平等的安全飲用水

聯合國已經設立目標，要在二〇三〇年之前達到「普遍且平等取得」安全且平價的水源。然而，雖然在一九八〇和一九九〇年代有良好的進展，人們擁有安全水源供給的比例卻逐年下降。問題之一是，即便鄉村地區的水源正在改善，許多已開發國家都市地區的水源卻在惡化。這樣的演變令人憂心，特別是都市化似乎勢不可擋。二〇〇八年的人口學家估計，世界上超過一半的人口初次定居於都市，完成了人類六千年以來從鄉村進入都市的演化。根據世界銀行在二〇一六年發表的報告，若想要達成聯合國二〇三〇年的目標，在水源和衛生的預算就必須提高三倍，大約是一千一百四十億美元。然而，除了錢之外，水源還面臨其他問題，許多時候都是政治上的障礙。近年來，針對水權的爭執時常造成政治甚至軍事衝突。

舉個例子，水源爭奪其實是一九六七年六日戰爭（Six Day War）中看不見的遠因。當年，以色列出兵占領西奈半島、戈蘭高地、約旦河西岸以及加薩走廊。當時還是將軍的以色列前總理艾里爾·夏隆（Ariel Sharon）在自傳中寫道，雖然人們通常將一九六七年六月五日視為六日戰爭的起始點，「但事實上，戰爭早在兩年半前就開始了，當時以色列便決定對約旦河的分流採取行動」。一九六四年，敘利亞開始建造運河，想將約旦河的兩大支流導引離開以色列。以色列結合了彈藥與空襲，中斷了運河工程。夏隆寫道：「雖然敘利亞和我國之間的邊界爭議意義更為重大，但約旦河的分流卻是攸關生死的問題。」

以色列很重視一九六七年占領的土地，因為這讓他們得以控制約旦河的源頭，帶來的不只是水源，也是軍事的優勢。居住在約旦河西岸的巴勒斯坦人僅分配到該地區一八％的水源，其他都由以色列所掌控。

一九七八年，埃及以軍事威脅嚇阻衣索比亞干涉尼羅河流向，因尼

羅河是埃及主要水源供給。當埃及和以色列在一九七九年簽定和平條約時，總統安瓦爾．薩達特（Anwar Sadat）宣告：「唯一能讓埃及再度參戰的理由是水源。」一九八五年，埃及外交部長（後來的聯合國祕書長）布特羅斯．布特羅斯—加利（Boutros Boutros-Ghali）更預測：「中東下一場戰爭肇因會是水資源，而非政治。」

有鑑於此，水資源議題會不斷引發爭議也不那麼令人意外了。河流和湖泊代表了國家之間的界線，而至少有十條河穿越超過六個國界，因此每個國家的作為都會影響到下游其他國家。位於埃及上游的衣索比亞控制了尼羅河八五%的水量；土耳其在幼發拉底河的水壩控制了流入敘利亞的水量。洪災水患讓孟加拉要求印度和尼泊爾在恆河與布拉瑪普特拉河（Brahmaputra River）上游建造水壩，以控制流量。

在中亞的乾旱地區，人們開始擔憂日益缺稀的水資源可能在前蘇維埃國家哈薩克、吉爾吉斯、塔吉克、土庫曼和烏茲別克間引發衝突。世界各地，氣候變遷帶來的水源重新分配都造成憂患，在部分地區引發水患，另一部分則受旱災所苦，影響農作物的收成和政局的穩定性。因此，許多觀察家都建議水資源應該取代石油，成為最可能觸發國際衝突的稀有物資。

## 載舟亦覆舟，戰爭與和平

然而，水也可以帶動國際合作。水源的取得至關緊要，甚至能迫使原本敵對的國家彼此合作。一九六〇年的《印度河盆地條約》（*Indus Basin Treaty*）規範了印度和巴基斯坦該如何共享印度河及其支流，即便兩國反覆爆發各類軍事衝突，效力維繫至今。同樣的狀況也出現在東南亞諸國，柬埔寨、寮國、泰國和越南亦針對湄公河的管理進行合作協調，即便流域地區時常遭戰火摧殘。而一九九〇年代晚期，尼羅河盆地



的十個國家在不斷的衝突中，仍簽訂水源管理條約，由聯合國和世界銀行所支持。正所謂水能載舟，亦能覆舟；水源同時可能引發戰爭，或是成為和平的催化劑。

從更長遠的角度來看，假如人類真的能避免核能的自我毀滅，要在火星或其他世界建立文明的先決條件，也將是能否取得充足的水源。火星基地的居民會需要飲用和清潔用水，種植作物少不了水，水也能分解為氫和氧原子，再轉換成火箭的燃料。除此之外，人類也渴望搜索外星生命（假定生命的存在都需要水），這解釋了人們何以投入大量心力研究水在太陽系其他星體的分布狀況。有些科學家甚至相信，若要延續人類血脈，終究得在火星建立起永久居住地；唯有成為「多星球物種」，才能真正防範人類因戰爭、疾病，或是隕石造成的大規模毀滅而徹底滅絕。但這麼做的前提，是得先在新世界找到水源供給。

## 穿越時空舉杯同歡

水是第一種改變人類歷史走向的飲料；如今，在萬餘年過後，水似乎又回到主角的位置。討論在其他星球生活聽起來有點異想天開，但和我們相比，如果五千年前新石器時代村落的祖先穿越到現代，可能更加困惑吧？他肯定聽不懂任何現代語言，大概也無法理解現代生活許多面向，例如塑膠製品、航空公司和智慧型手機。然而，雖然數千年來人類改變劇烈，有些事物卻維持不變。這位古人一定能夠理解啤酒的美好，也能乾杯傳達祝福，並享受隨之而來的溫馨氣氛。

對一位新石器時代的穿越者來說，一杯啤酒或許就能將過去與未來連結；對我們來說，啤酒則提供了一窺過往的窗口。下次當你舉起啤酒、葡萄酒、烈酒、咖啡、茶或可口可樂，請想想這些飲料如何將你和過去的時空連結，也請記得其中乘載的，遠不只酒精或咖啡因；在其中

流動的，還有我們的歷史。

## 致謝

我為了撰寫這本書，進行了諸多研究工作，其中包含了品嚐大量飲料，若要說我不享受這個過程，那也未免太虛偽。關於啤酒方面的調查，我要感謝舊金山海錨釀酒廠（Anchor Brewery）的Fritz Maytag、威廉斯堡威廉與瑪麗學院（College of William and Mary）的Mary Voigt，還有Stephan Somogyi和Iolande Bloxsom、麥可．傑克森、Clint Ballinger和Merryn Dineley。在葡萄酒方面，我要感謝賓州大學博物館的Patrick McGovern、法國柏凱爾Mas des Tourelles酒莊的Hervé Durand一家人。加州阿拉米達市聖喬治蒸餾酒廠的Lance Winters為我解釋蒸餾的過程，提供了許多實際的例子。在咖啡歷史方面，感謝聯合咖啡烘焙坊的Jeremy Torz和英國皇家天文學會的Peter Hingley。哈佛大學的Endymion Wilkinson則對於茶的歷史提供了最珍貴的幫助。

在此也要感謝其他帶給我靈感、引發共鳴，或是在過程中為我指出意想不到方向的人，包含George Dyson、Neal Stephenson、同事Ann Wroe、Robert Guest、Anthony Gottlieb、《經濟學人》的Geoffrey Carr。另外，還有Philippe Legrain、Paul Abrahams、Phil Millo、Vasa Babic和Henry Hobhouse。其他人也幫助我很多，包含Virginia Benz和Joe Anderer、Cristiana Marti、Oliver Morton和Nancy Hynes、Tom Moultrie和Kathryn Stinson、格林威治葡萄酒劇場的Daniel Illsley和Jonathan Warren、Carolyn Bosworth-Davies、Roger Highfield、Maureen Stapleton和Tim Coulter、Ward van Damme、Annika McKee和Lee McKee。

Walker & Company的George Gibson和Jackie Johnson從一開始就相當支持我，而Brockman, Inc的Katinka Matson也是。最後，我要特別感

激妻子Kirstin和女兒Ella在寫作過程中給我的鼓勵。

## 附錄一

# 尋找遠古的飲料

讀完本書之後，大家是否也有興趣品嚐這些流傳已久的飲料呢？其實這六種飲品的「遠古版本」，都以某種形式被保存了下來。但請先做好心理準備，它們可能沒那麼容易入口。

## 一、近東地區的啤酒

古代和現代啤酒最大的不同，就在於啤酒花的使用。啤酒花是相對近代的發明，可為啤酒增添幾分清新的苦味、中和麥芽糖的甜，同時也有防腐作用，讓啤酒比較不容易腐壞。然而，在古代釀酒者眼中，這麼做就不真材實料了。啤酒花在十二～十五世紀間成為啤酒的標準原料，一開始有一些單字可來區別添加及未添加啤酒花的啤酒：英文的**beer**指的是添加啤酒花的啤酒；**ale**則並未添加。在這之後，**ale**演變為上層發酵的啤酒，以對應下層發酵的拉格啤酒（**Lager**），也就是酵母菌會沉到桶子最下方。我在本書皆以統稱性的**beer**指稱穀麥發酵後製成的飲料。

傳統的民俗啤酒在薩哈拉沙漠以南的許多非洲地區保存至今，或許是最接近新石器時代啤酒的飲料。它們很濃稠、不透明，通常由高粱和小米或玉米混合而成。典型的食譜包含將高粱浸泡在水中，直到發芽，並鋪在陽光下曬乾，不時翻動以確保完全乾燥、不至腐敗。與此同時，另一種未麥芽糖化的穀類則會加入熱水，煮成稀粥，放過夜直到味道變酸。麥芽糖化的高粱用石頭完全磨粉後，加入裝了稀粥的大鍋中，直到

成為冒泡的酒精性飲料為止，並以布料或篩網過濾即可飲用。（我在南非嘗過科薩人〔Xhosa〕傳統的飲品umqomboti，這是由麥芽糖化及未麥芽糖化的高粱混合製成，口感濃稠如奶油，外觀呈米白色，味道微酸，有點像優格，感覺上就像是在喝液態的麵包。）

埃及人和美索不達米亞人喝的啤酒，就和現代啤酒比較類似：清澈或略為混濁，但是透明的，因為他們使用的麥芽汁（將穀物在水中熬煮後的甜蜜混合物）在發酵之前已先行過濾。在一九八〇年代晚期和一九九〇年代初期，舊金山海錨釀酒廠的弗利茲·梅塔格（Fritz Maytag）費盡千辛萬苦，使用西元前一千八百年的配方《寧卡西讚歌》（*Hymn to Ninkasi*，寧卡西是美索不達米亞的釀酒女神），重新創造出美索不達米亞的啤酒。梅塔格和他的團隊甚至準備了傳統的「釀酒麵包」巴皮爾。這種麵包由麥芽糖化的大麥製作，可以保存很久。當我嘗試放了十五年的巴皮爾時，發覺味道挺好的，不過含太多米糠。喝巴皮爾釀造的啤酒的人，說從現代標準來看，味道偏甜，因為缺少啤酒花成分。

也有許多人嘗試重新創造古埃及的啤酒，值得一提的是蘇格蘭和紐卡索釀造廠根據劍橋大學戴爾溫·薩謬爾（Delwen Samuel）研究所釀造的圖坦卡門啤酒（Tutankhamen Ale）。薩謬爾用電子顯微鏡分析釀酒的殘留物，發現埃及的啤酒原料混合了麥芽糖化的大麥和未麥芽糖化的船型麥（emmer）。這很合理，畢竟麥芽糖化的過程屬於勞力密集活動。大麥經麥芽糖化和磨碎後，加入冷水混合，以釋放出酵素；船型麥則在磨碎後混入熱水，以釋放澱粉。兩者混合後，酵素會將澱粉分解為糖。麥芽汁在發酵之前，會先行過篩以去除米糠。薩謬爾表示，人們以往誤解了關於此步驟的繪畫，以為是將麵包壓碎放入大缸。如果遵循這個食譜，就能釀造出帶有果香的甜蜜啤酒，外觀是金黃色，略為混濁。後來，這一千瓶遵古法釀造的埃及啤酒在哈洛德百貨（Harrods）販售。

如今，很難找到類似古埃及或美索不達米亞的啤酒，因為幾乎所有

的商業啤酒都會加入啤酒花。少數例外包含英國聖彼得酒廠的克努特大帝啤酒（King Cnut Ale），以西元一千年前的配方釀造，名稱是為了紀念西元十一世紀統治丹麥、挪威和英國的克努特大帝。此啤酒的原料有大麥、杜松、柳橙和檸檬皮、香料和蕁麻，和現代啤酒很像，但沒有啤酒花的苦味，嘗來甜美又帶有果香，反而更接近葡萄酒。

另一個不含啤酒花的例子，則是達拉威米爾頓的角鯊頭精釀廠（Dogfish Head Brewery）推出的「邁達斯的觸摸」（Midas Touch）。這款啤酒以邁達斯國王陵寢中找到的原料為基礎，在賓州大學博物館的派崔克·邁克高文（Patrick McGovern）協助之下釀造。邁克高文又被譽為古代飲料界的印第安那瓊斯。這款啤酒使用番紅花而非啤酒花來創造苦味，嘗起來介於啤酒和葡萄酒之間。

第三個例子則是芬蘭的傳統啤酒Sahti。啤酒專家麥克·傑克森將之稱為「歐洲僅存最原始的啤酒」。Sahti在傳統上是季節性的酒，如今在赫爾辛基的酒吧Zetor一整年都能喝到，會用塑膠桶保存在冰箱裡。這種酒有著菊苣燉煮的香氣和麥酒的風味，但沒有啤酒花。相反的，和克努特大帝啤酒一樣，使用了杜松子來平衡穀麥的味道。

## 二、希臘和羅馬的葡萄酒

根據當時人們的說法，古代最高級的葡萄酒不需要透過摻假或其他添加物來掩蓋瑕疵，因此味道或許和現代葡萄酒類似（不過，希臘和羅馬人總是會加水稀釋）。但整體來說，在葡萄酒從發酵到飲用各階段加入其他物質的習慣，其實相當廣為流傳。大部分古代葡萄酒的品質，多半都遠低於現代最廉價的葡萄酒，原因是衛生條件欠佳和難以長期保存。因此，葡萄酒通常都會混合其他物質來增添風味，讓人更容易入口，或是維持品質一貫性。這些習慣幾乎都已經消失，少數的例外是希

臘葡萄酒retsina中添加的松脂。使用松脂來添加風味和幫助保存的歷史可追溯至遠古時代，而且不侷限於希臘地區。這或許源自以松脂作為雙耳陶罐內部塗層的技術，以避免葡萄酒滲漏。因此，松脂和水的混合物，嘗起來就很類似特定類型的遠古葡萄酒。

其他類型則包含了在不同階段加入藥草、蜂蜜，或甚至是海水。法國南部馬德圖雷勒（Mas des Tourelles）酒莊位於古羅馬葡萄園舊址，而莊主埃爾韋·杜蘭（Hervé Durand）一家人就利用當時的配方、技術和儀器重現了許多古羅馬的葡萄酒。有一款葡萄酒稱為「穆爾蘇姆酒」（Mulsum），是加入藥草和蜂蜜的紅酒，味道甜美但不會過甜，還帶有幾絲辛辣，加水稀釋後，嘗起來就像利賓納果汁飲料（Ribena）。另一種酒稱為「圖利柯萊」（Turriculae），是根據羅馬時代的作家克路美拉（Columella）所記載的一份配方釀造。這種白葡萄酒添加少量的海水和藥草，以葫蘆巴（fenugreek）為主。色澤宛如稻草，味道像極了一種完全不甜的堅果味雪利酒；海水的鹹味充分融入其中，而且不會太明顯，喝起來就像葡萄酒的一種天然成分，而不是額外的添加物。杜蘭先生釀造的第三款羅馬葡萄酒「克蘭嫩姆」（Carenum）是紅酒混合葡萄漿（defrutum，是一種濃縮的香料葡萄酒，羅馬人拿來當作烹飪的佐料）和藥草釀製成的餐後甜酒。葡萄漿會使酒精含量和甜度提升；成品喝起來挺像延遲採收的金粉黛爾酒（Zinfandel）。這幾種酒都可以在釀酒廠買到。

許多釀酒師採用相傳起源於古希臘和羅馬時代的葡萄品種來釀酒。值得一提的是那不勒斯附近的馬斯特羅貝拉爾迪諾（Mastroberardino）釀酒廠，用都佛的格來考（Greco di Tufo）、阿維利諾的非阿諾（Fiano di Avellino）和艾格尼科（Aglianico）等品種的葡萄釀酒。第一種是白葡萄，一般認為是由希臘人引進義大利，第二種是羅馬人偏愛的另一種白葡萄，稱為Vitis Apiana，或是「蜜蜂心愛的葡萄樹」，第三種是紅葡萄，用來釀造馬斯特羅貝拉爾迪諾釀酒廠的旗艦酒圖拉斯（Taurasi）。



馬斯特羅貝拉爾迪諾家族潛心研究古代葡萄酒，因此近來有人請他們重新種植龐貝的葡萄園。然而，他們同樣投入現代釀酒技術研發，例如不鏽冷藏鋼貯酒槽和旋轉式發酵桶。這讓馬斯特羅貝拉爾迪諾的葡萄酒保持純淨、鮮活、濃烈的風味，但也完全失去了正統原味：例如，酒中並沒有加入香藥草或海水。

如果想用希臘和羅馬的方式飲用現代的葡萄酒，請記得務必加水稀釋。加入水之後，你會驚訝地發現，葡萄酒的香氣和味道都不會改變。古代葡萄酒專家安德烈·察尼亞（André Tchernia）談到他在聖艾米利昂（Saint Emilion）開會時遇到一位頂尖的釀酒師，他的母親喝酒時一律加水稀釋——儘管如此，卻還是能分辨不同的年份。即便希臘人和羅馬人都會稀釋葡萄酒，但簡而言之，這不會影響他們鑑別和欣賞不同年份及風味的能力。

### 三、殖民時代的烈酒

從殖民時代至今，蒸餾酒的製造過程並沒有重大的改變。當時所創立的許多酒廠如今依然營運，釀造白蘭地、蘭姆酒和威士忌。烈酒的魅力並不在於味道，而是讓人醉倒的威力，這也是為什麼烈酒往往是加在潘趣酒或葛洛格（現代雞尾酒的先驅）中飲用。要重現葛洛格並不困難，只要把深色蘭姆酒、水和黑糖，加上一些檸檬汁或萊姆汁調和即可。只不過，現代的酒客可能會希望立刻接著喝一杯莫希托（mojito）——這種新一代的葛洛格好喝多了。

### 四、十七世紀的咖啡

傳統阿拉伯煮咖啡的方法，是把研磨的咖啡豆加水，快速連續煮沸

三次。這會擾動咖啡渣，釋放出大量香氣，產生顏色漆黑的濃烈飲料。然而，當咖啡剛進入歐洲時，製備的方式其實相當隨便。英國最初把咖啡當成啤酒來課稅，也就是按照加侖來計算，這代表倫敦的咖啡館必須提早將咖啡製作完成，以利稅金計算。要喝的時候，再把冷咖啡重新加熱。為了確保隨時供應，爐上隨時準備著一壺接近沸騰的咖啡，味道濃烈而苦澀，建議加糖飲用。倫敦的咖啡大師傑瑞米·托爾茲（Jeremy Torz）認為，或許現代和這種咖啡最接近的，是辦公室咖啡壺連續煮了一整天的咖啡。他提到，十七世紀的咖啡多半是用平底鍋或托盤烘焙的淺焙咖啡豆；得等更精密的烘豆機研發後，才能製作出顏色較深的深焙咖啡豆。此外，裝在潮濕的船上運輸，或許還和氣味強烈的香料存放在一起，可能也會影響咖啡的味道。以上種種敘述都顯示，不同咖啡館之間的咖啡風味可能迥異，這個星期和下個星期的味道也會天差地別。咖啡因的存在，以及供應咖啡的環境，似乎都比咖啡本身的味道更重要（咖啡濾紙則遲至二十世紀才被發明出來）。

## 五、古老的英國茶

十七世紀第一批引進英國的茶葉，是用未氧化茶葉製成的綠茶，飲用的時候不會加牛奶或糖。如今，中國產的綠茶隨時都買得到，喝起來味道也差異不大。紅茶在十八世紀開始流行，一部分的原因是紅茶比較不可能摻進有毒雜質。但紅茶的味道比較苦澀，需要加糖飲用。紅茶是用半氧化的茶葉製成，當時稱為武夷茶；這種風味的茶在一八五〇年代改稱烏龍茶。彼時，用完全氧化茶葉製成更濃郁的茶，也開始流行起來（這種茶也可以叫做烏龍茶，很容易讓人搞混）。因此，在一般人的印象中，十八世紀的茶是一種清淡的、半氧化的烏龍茶，不過這種印象存在著兩方面謬誤：這種茶沒有摻入其他成分，或和其他的茶葉混合。和

十八世紀成分不明的混合茶最近似的產品，恐怕就是廉價的茶包。許多混合茶的調配和風味從十九世紀流傳到現在一直沒有改變，例如伯爵茶（加入佛手柑調味）和英國早餐茶。

## 六、十九世紀的可樂

如今的可口可樂依然按照原始的祕密配方製造，但此配方經歷數次調整，特別是為了降低咖啡因的含量，以及改用古柯葉粹取的調味劑來取代原本的微量古柯鹼。如果想喝一杯能帶給你完全合法之超級快感的可樂，不妨試試均搖可樂（Jolt Cola），裡頭的咖啡因含量是可口可樂的兩倍。在網路的全盛時期，這是電腦工程師的最愛。好幾間公司也用老式的配方生產特製的可樂。我個人偏好芬迪曼公司的好奇可樂（Curiosity Cola），其中成分包含瓜拿納（guruana）和卡圖巴（catuaba）的萃取物，是天然的興奮劑，當然也含有咖啡因。

## 附錄二

# 資料來源

## 石器時代的釀造

關於近東地區的穀物馴化及農業的出現等資料，參考Roaf, *Cultural Atlas of Mesopotamia and the Ancient Near East*、Bober, *Art, Culture and Cuisine*、Diamond, *Guns, Germs and Steel*。關於啤酒可能起源的討論，參考Katz and Voigt, “Bread and Beer”、Kavanagh, “Archaeological Parameters for the Beginnings of Beer”、Katz and Maytag, “Brewing an Ancient Beer”、Forbes, *Studies in Ancient Technology*、Hartman and Oppenheim, “On Beer and Brewing Techniques in Ancient Mesopotamia”、Ballinger, “Beer Production in the Ancient Near East”和Braidwood et al., “Did Man Once Live by Beer Alone?”。

關於啤酒在社會上的重要性，以及對於複雜社會結構的影響，參考Katz and Voigt, “Bread and Beer”、Sherratt, “Alcohol and Its Alternatives”、Schivelbusch, *Tastes of Paradise*和Joffe, “Alcohol and Social Complexity in Ancient Western Asia.”

## 文明社會的啤酒

關於美索不達米亞和埃及早期城市的出現，參考Trigger, *Understanding Early Civilizations*、Hawkes, *The First Great Civilizations*、Leick, *Mesopotamia*和Kramer, *History Begins at Sumer*。關於啤酒在美索不達米亞和埃及文明的使用及重要性，參考Darby, Ghalioungui, and Grivetti, *Food: Gift of Osiris*; Heath, *Drinking Occasions*、Michalowski,

“The Drinking Gods”、Samuel, “Brewing and Baking”、Bober, *Art, Culture and Cuisine*和 Ellison, “Diet in Mesopotamia”。關於文字書寫的起源，參考Schmandt-Besserat, *Before Writing*。

## 葡萄酒的歡愉

關於葡萄酒的興起和啤酒的衰落，參考McGovern, Fleming, and Katz, eds., *The Origins and Ancient History of Wine*、Sherratt, “Alcohol and Its Alternatives”、McGovern, *Ancient Wine*和Younger, *Gods, Men and Wine*。關於希臘人對葡萄酒和飲酒習俗，包含飲酒宴會的細節，參考Murray, *Symptica*、Dalby, *Siren Feasts*和 Unwin, *Wine and the Vine*。關於希臘葡萄酒的各式風格，參考Younger, *Gods, Men and Wine*。

## 帝國的藤蔓

關於羅馬葡萄酒取代希臘葡萄酒，參考Fleming, *Vinum*、Unwin, *Wine and the Vine*和Dalby, *Siren Feasts*。關於羅馬人對葡萄酒所抱持的態度，以及馬克．安東尼的故事，參考Tchernia and Brun, *Le vin romain antique*和 Tchernia, *Le vin de l'Italie romaine*。關於羅馬葡萄酒的社會階層，參考Fleming, *Vinum*、Allen, *A History of Wine*和Younger, *Gods, Men and Wine*。關於穆斯林拒絕葡萄酒，以及葡萄酒對基督教的重要性，參考Sherratt, “Alcohol and Its Alternatives”和Unwin, *Wine and the Vine*。關於歐洲飲酒習俗的古老起源，參考Engs, “Do Traditional Western European Practices Have Origins in Antiquity?”。

## 烈酒與遠航

關於阿拉伯蒸餾技術的起源，參考al-Hassan和Hill, *Islamic*

Technology、Forbes, A Short History of the Art of Distillation、Lichine, New Encyclopedia of Wines and Spirits和Kiple and Ornelas, eds., The Cambridge World History of Food。惡棍卡洛斯的故事，參考Froissart, Chronicles of England, France, Spain and the Adjoining Countries。關於蒸餾飲品在西歐的傳播，參考Forbes, A Short History of the Art of Distillation、Lichine, New Encyclopedia of Wines and Spirits; Braudel, Civilization and Capitalism; and Roueché, “Alcohol in Human Culture.”。關於大西洋奴隸貿易的起源及甘蔗種植的關聯，參考Mintz, Sweetness and Power、Thomas, The Slave Trade; Hobhouse, Seeds of Change和Landes, The Wealth and Poverty of Nations。

關於烈酒在奴隸貿易中扮演的角色，參考Thomas, The Slave Trade、Mintz, Sweetness and Power、Harms, The Diligent和Smith, “Spirits and Spirituality”。關於蘭姆酒起源，參考Ligon, A True and Exact History of the Island of Barbadoes、Lichine, New Encyclopedia of Wines and Spirits、Mintz, Sweetness and Power以及Kiple and Ornelas, eds., The Cambridge World History of Food。關於皇家海軍選用蘭姆酒的部分，參考Pack, Nelson’s Blood和Watt, “The Influence of Nutrition upon Achievement in Maritime History.”。

## 美國建國神助攻

關於誤以為維吉尼亞州氣候與地中海相似的部分，參考James, The Rise and Fall of the British Empire。關於美國殖民地人民釀造啤酒和葡萄酒時所遇到的困難，以及轉而選擇蘭姆酒的部分，參考Unwin, Wine and the Vine、Baron, Brewed in America和Brown, Early American Beverages。關於糖蜜和蘭姆酒在美國獨立戰爭中所扮演的角色，參考Mintz, Sweetness and Power、Tannahill, Food in History和Thompson, Rum Punch

and Revolution。關於威士忌對於早期美國的重要性，以及威士忌叛亂，參考Carson, *The Social History of Bourbon*和Barr, *Drink*。關於利用烈酒控制原住民族，參考Braudel, *Civilization and Capitalism*。

## 偉大的提神劑

關於咖啡讓歐洲飲酒者清醒，參考Schivelbusch, *Tastes of Paradise*。關於咖啡在阿拉伯的起源、咖啡館的文化，以及咖啡效果的辯論，參考Hattox, *Coffee and Coffeehouses*、Schapira, *Schapira, and Schapira, The Book of Coffee and Tea*和Weinberg and Bealer, *The World of Caffeine*。咖啡在歐洲流傳的相關紀錄和倫敦咖啡館的興起，參考Ellis, *The Penny Universities*和Jacob, *Coffee*。關於咖啡在歐洲殖民地的培植，參考Ukers, *All About Coffee*和Weinberg and Bealer, *The World of Caffeine*。

## 串起時代的咖啡網路

對咖啡館的網路功能，參考Sommerville, “Surfing the Coffeehouse,”以及Darnton, “An Early Information Society”。關於科學家和商務人士對咖啡館的使用，參考Stewart, “Other Centres of Calculation”、Stewart, *The Rise of Public Science*、Ellis, *The Penny Universities*、Inwood, *The Man Who Knew Too Much*、Jacob, *Coffee*和Waller, 1700。關於法國大革命前的巴黎咖啡館，參考Darnton, “An Early Information Society”、Kors, ed., *The Encyclopedia of the Enlightenment*和Weinberg and Bealer, *The World of Caffeine*。

## 茶的帝國

關於中國不算太古老的茶葉流行，參考Wilkinson, *Chinese History*。

關於中國的茶歷史，參考Wilkinson, Chinese History、MacFarlane and MacFarlane, Green Gold、Lu Yu, The Classic of Tea和Weinberg and Bealer, The World of Caffeine。關於歐洲早期與中國的交易，以及茶葉初次進入歐洲，參考Landes, The Wealth and Poverty of Nations、Hobhouse, Seeds of Change和Moxham, Tea。關於英國人對茶葉的接受及熱愛，參考Hobhouse, Seeds of Change、Ukers, All About Tea、Weinberg and Bealer, The World of Caffeine、Pettigrew, A Social History of Tea和Forrest, Tea for the British。

## 茶的力量

關於工業革命和茶帶來的幫助，參考Landes, The Wealth and Poverty of Nations和MacFarlane and MacFarlane, Green Gold。關於茶對英國對美國及中國外交政策的影響，參考Scott, The Tea Story、Forrest, Tea for the British、Ukers, All About Tea、Bowen, “400 Years of the East India Company”、Ferguson, Empire、Hobhouse, Seeds of Change、Farrington, Trading Places和Wild, The East India Company。關於將茶引入印度的過程，參考MacFarlane and MacFarlane, Green Gold和Moxham, Tea。

## 從蘇打水到可口可樂

關於蘇打水起源，參考Riley, A History of the American Soft Drink Industry、Gribbin, Science和Hays, Pop。關於可口可樂的起源和歷史，參考Weinberg and Bealer, The World of Caffeine和Pendergrast, For God, Country and Coca-Cola，後者是此主題最重要的著作。

## 瓶子裡的全球化



關於可口可樂稱霸全球的過程，參考Pendergrast, For God, Country and Coca-Cola、Hays, Pop、Kahn, The Big Drink、Tedlow, New and Improved和合眾國際社（UPI）、路透社及《經濟學人》的新聞報導。

### 附錄三

## 參考文獻

- Allen, H. Warner. *A History of Wine*. London: Faber, 1961.
- . *Rum*. London: Faber, 1931.
- Andrews, Tamra. *Nectar and Ambrosia: An Encyclopedia of Food in World Mythology*. Santa Barbara: ABC-CLIO, 2000.
- Austin, Gregory. *Alcohol in Western Society from Antiquity to 1800: A Chronology*. Santa Barbara: ABC-CLIO, 1985.
- Ballinger, Clint. “Beer Production in the Ancient Near East.” Unpublished paper, personal communication.
- Baron, Stanley. *Brewed in America: A History of Beer and Ale in the United States*. Boston: Little, Brown, 1962.
- Barr, Andrew. *Drink: A Social History of America*. New York: Carroll & Graf, 1999.
- Blackburn, Robin. *The Making of New World Slavery*. London: Verso, 1997.
- Bober, Phyllis Pray. *Art, Culture and Cuisine: Ancient and Medieval Gastronomy*. Chicago: University of Chicago Press, 1999.
- Bowen, Huw V. “400 Years of the East India Company.” *History Today*, July 2000.
- Braidwood, Robert, et al. “Did Man Once Live by Beer Alone?” *American Anthropologist* 55 (1953): 515–26.
- Braudel, Fernand. *Civilization and Capitalism: 15th–18th Century*. London: Collins, 1981.
- Brillat-Savarin, Jean Anthelme. *The Physiology of Taste*. London: Peter Davies, 1925.

Brown, John Hull. *Early American Beverages*. New York: Bonanza Books, 1966.

“Burger-Cola Treat at Saddam Palace.” Reuters report, April 25, 2003.

Carson, Gerald. *The Social History of Bourbon*. New York: Dodd, Mead, 1963.

Cohen, Mark Nathan. *Health and the Rise of Civilization*. New Haven and London: Yale University Press, 1989.

Counihan, Carole, and Penny Van Esterik, eds. *Food and Culture: A Reader*. New York and London: Routledge, 1997.

Courtwright, David T. *Forces of Habit: Drugs and the Making of the Modern World*. Cambridge, Mass.: Harvard University Press, 2001.

Dalby, Andrew. *Siren Feasts: A History of Food and Gastronomy in Greece*. London: Routledge, 1996.

Darby, William J., Paul Ghalioungui, and Louis Grivetti. *Food: Gift of Osiris*. London, New York, and San Francisco: Academic Press, 1977.

Darnton, Robert. “An Early Information Society: News and Media in Eighteenth-Century Paris.” *American Historical Review* 105, no.1 (February 2000): 1–35.

Diamond, Jared. *Guns, Germs and Steel*. London: Jonathan Cape, 1997.

Dunkling, Leslie. *The Guinness Drinking Companion*. Middlesex: Guinness, 1982.

Ellis, Aytoun. *The Penny Universities: A History of the Coffee-houses*. London: Secker & Warburg, 1956.

Ellison, Rosemary. “Diet in Mesopotamia: The Evidence of the Barley Ration Texts (c. 3000–1400 BC).” *Iraq* 43 (1981): 35–45.

Engs, Ruth C. “Do Traditional Western European Practices Have Origins in Antiquity?” *Addiction Research* 2, no. 3 (1995): 227–39.

Farrington, Anthony. *Trading Places: The East India Company and Asia*,

1600–1834. London: British Library, 2002.

Ferguson, Niall. *Empire: How Britain Made the Modern World*. London: Allen Lane, 2003.

Fernandez-Armesto, Felipe. *Food: A History*. London: Macmillan, 2001.

Fleming, Stuart J. *Vinum: The Story of Roman Wine*. Glenn Mills, Penn.: Art Flair, 2001.

Forbes, R. J. *A Short History of the Art of Distillation*. Leiden: E. J. Brill, 1970.

———. *Studies in Ancient Technology*. Vol. 3. Leiden: E. J. Brill, 1955.

Forrest, Denys. *Tea for the British: The Social and Economic History of a Famous Trade*. London: Chatto & Windus, 1973.

Froissart, Sir John de. *Chronicles of England, France, Spain and the Adjoining Countries*. Translated by Thomas Johnes. New York: Colonial Press, 1901.

Gaiter, Mary K., and W. A. Speck. *Colonial America*. Basingstoke, England: Palgrave, 2002.

Gleick, James. *Isaac Newton*. London: Fourth Estate, 2003.

Gribbin, John. *Science: A History, 1543–2001*. London: Allen Lane, 2001.

Harms, Robert. *The Diligent: A Voyage through the Worlds of the Slave Trade*. Reading, Mass.: Perseus Press, 2002.

Hartman, Louis F., and A. L. Oppenheim. “On Beer and Brewing Techniques in Ancient Mesopotamia.” *Supplement to Journal of the American Oriental Society* 10 (December 1950).

Hassan, Ahmad Y. al-, and Donald R. Hill. *Islamic Technology: An Illustrated History*. Cambridge: Cambridge University Press, 1986.

Hattox, Ralph S. *Coffee and Coffeehouses: The Origins of a Social Beverage in the Medieval Near East*. Seattle: University of Washington Press, 1985.

Hawkes, Jacquetta. *The First Great Civilizations: Life in Mesopotamia, the*

- Indus Valley and Egypt. London: Hutchinson, 1973.
- Hays, Constance. *Pop: Truth and Power at the Coca-Cola Company*. London: Hutchison, 2004.
- Heath, Dwight B. *Drinking Occasions: Comparative Perspectives on Alcohol and Culture*. Philadelphia: Brunner/Mazel, 2000.
- Hobhouse, Henry. *Seeds of Change: Six Plants That Transformed Mankind*. New York: Harper & Row, 1986.
- Inwood, Stephen. *The Man Who Knew Too Much: The Strange and Inventive Life of Robert Hooke, 1635–1703*. London: Macmillan, 2002.
- Jacob, Heinrich Eduard. *Coffee: The Epic of a Commodity*. New York: Viking Press, 1935.
- James, Lawrence. *The Rise and Fall of the British Empire*. London: Little, Brown, 1998.
- Joffe, Alexander. "Alcohol and Social Complexity in Ancient Western Asia." *Current Anthropology*, 39, pt. 3 (1998): 297–322.
- Kahn, E. J. *The Big Drink*. New York: Random House, 1960.
- Katz, Solomon, and Fritz Maytag. "Brewing an Ancient Beer." *Archaeology* 44, no. 4 (July–August 1991): 24–33.
- Katz, Solomon, and Mary Voigt. "Bread and Beer: The Early Use of Cereals in the Human Diet." *Expedition* 28, pt. 2 (1986): 23–34.
- Kavanagh, Thomas W. "Archaeological Parameters for the Beginnings of Beer." *Brewing Techniques*, September–October 1994.
- Kinder, Hermann, and Werner Hilgemann. *The Penguin Atlas of World History*. London: Penguin, 1978.
- Kiple, Kenneth F., and Kriemhild Coneè Ornelas, eds. *The Cambridge World History of Food*. Cambridge: Cambridge University Press, 2000.
- Kors, Alan Charles, ed. *The Encyclopedia of the Enlightenment*. New York: Oxford University Press, 2003.

- Kramer, Samuel Noah. *History Begins at Sumer*. London: Thames & Hudson, 1961.
- Landes, David. *The Wealth and Poverty of Nations*. London: Little, Brown, 1998.
- Leick, Gwendolyn. *Mesopotamia: The Invention of the City*. London: Allen Lane, 2001.
- Lichine, Alexis. *New Encyclopedia of Wines and Spirits*. London: Cassell, 1982.
- Ligon, Richard. *A True and Exact History of the Island of Barbadoes*. London, 1673.
- Lu Yu. *The Classic of Tea*. Translated and introduced by Francis Ross Carpenter. Hopewell, New Jersey: Ecco Press, 1974.
- Lucia, Salvatore Pablo, ed. *Alcohol and Civilization*. New York: McGraw Hill, 1963.
- MacFarlane, Alan, and Iris MacFarlane. *Green Gold: The Empire of Tea*. London: Ebury Press, 2003.
- McGovern, Patrick E. *Ancient Wine: The Search for the Origins of Viticulture*. Princeton and Oxford: Princeton University Press, 2003.
- McGovern, Patrick E., Stuart J. Fleming, and Solomon H. Katz, eds. *The Origins and Ancient History of Wine*. Amsterdam: Gordon & Breach, 1996.
- Michalowski, P. "The Drinking Gods." In *Drinking in Ancient Societies: History and Culture of Drinks in the Ancient Near East*, edited by Lucio Milano. Padova: Sargon, 1994.
- Mintz, Sidney. *Sweetness and Power: The Place of Sugar in Modern History*. York: Viking, 1985.
- Moxham, Roy. *Tea: Addiction, Exploitation and Empire*. London: Constable, 2003.
- Murray, Oswyn, ed. *Symptica: A Symposium on the Symposium*. Oxford:

Clarendon Press, 1994.

“Muslims Prepare for the ‘Coca-Cola War.’ ” UPI report, October 12, 2002.

Needham, Joseph. *Science and Civilisation in China*. Vol. 5, Chemistry and Chemical Technology. Cambridge: Cambridge University Press, 1999.

Needham, Joseph, and H. T. Huang. *Science and Civilisation in China*. Vol. 6, Biology and Biological Technology. Cambridge: Cambridge University Press, 2000.

Pack, James. *Nelson’s Blood: The Story of Naval Rum*. Annapolis, Md.: Naval Institute Press, 1982.

Pendergrast, Mark. *For God, Country and Coca-Cola: The Unauthorized History of the Great American Soft Drink and the Company That Makes It*. London: Weidenfeld & Nicolson, 1993.

Pettigrew, Jane. *A Social History of Tea*. London: National Trust, 2001.

Phillips, Rod. *A Short History of Wine*. London: Allen Lane, 2000.

Porter, Roy. *Enlightenment: Britain and the Creation of the Modern World*. London: Allen Lane, 2000.

———. *The Greatest Benefit to Mankind: A Medical History of Humanity from Antiquity to the Present*. London: HarperCollins, 1997.

“A Red Line in the Sand.” *The Economist*, October 1, 1994.

“Regime Change.” *Economist*, October 31, 2002.

Repplier, Agnes. *To Think of Tea!* London: Cape, 1933.

Riley, John J. *A History of the American Soft Drink Industry*. Washington: American Bottlers of Carbonated Beverages, 1958.

Roaf, Michael. *Cultural Atlas of Mesopotamia and the Ancient Near East*. New York and Oxford: Facts on File, 1990.

Roueché, Berton. “Alcohol in Human Culture.” In *Alcohol and Civilization*, edited by Salvatore Pablo Lucia. New York: McGraw Hill, 1963.

Ruscillo, Deborah. “When Gluttony Ruled!” *Archaeology*, November—

December 2001: 20–25.

Samuel, Delwen. “Brewing and Baking.” In *Ancient Egyptian Materials and Technology*, edited by Paul T. Nicholson and Ian Shaw. Cambridge: Cambridge University Press, 2000.

Schapira, Joel, David Schapira, and Karl Schapira. *The Book of Coffee and Tea*. New York: St. Martin’s Griffin, 1982.

Schivelbusch, Wolfgang. *Tastes of Paradise: A Social History of Spices, Stimulants and Intoxicants*. New York: Vintage Books, 1992.

Schmandt-Besserat, Denise. *Before Writing*. Austin: University of Texas Press, 1992.

Scott, James Maurice. *The Tea Story*. London: Heinemann, 1964.

Sherratt, Andrew. “Alcohol and Its Alternatives: Symbol and Substance in Pre-industrial Cultures.” In *Consuming Habits: Drugs in History and Anthropology*, edited by Jordan Goodman, Paul E. Lovejoy, and Andrew Sherratt. New York and London: Routledge, 1995.

———. *Economy and Society in Prehistoric Europe*. Edinburgh: Edinburgh University Press, 1998.

Smith, Frederick H. “Spirits and Spirituality: Alcohol in Caribbean Slave Societies.” Unpublished manuscript, University of Florida, 2001.

*Social and Cultural Aspects of Drinking*. Oxford: Social Issues Research Centre, 2000.

Sommerville, C. John. “Surfing the Coffeehouse.” *History Today* 47, no. 6 (June 1997): 8–10.

Stewart, Larry. “Other Centres of Calculation, or, Where the Royal Society Didn’t Count: Commerce, Coffee-houses and Natural Philosophy in Early Modern London.” *British Journal for the History of Science* 32 (1999): 133–53.

———. *The Rise of Public Science: Rhetoric, Technology and Natural*



Philosophy in Newtonian Britain. Cambridge: Cambridge University Press, 1992.

Tannahill, Reay. Food in History. New York: Crown, 1989.

Tchernia, André. Le vin de l'Italie romaine. Rome: Ecole Française de Rome, 1986.

Tchernia, André, and Jean-Pierre Brun. Le vin romain antique. Grenoble: Glenat, 1999.

Tedlow, Robert. New and Improved: The Story of Mass Marketing in America. New York: Basic Books, 1990.

Thomas, Hugh. The Slave Trade: The Story of the Atlantic Slave Trade, 1440–1870. New York: Simon & Schuster, 1997.

Thompson, Peter. Rum Punch and Revolution. Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 1999.

Toussaint-Samat, Maguelonne. A History of Food. Cambridge, Mass.: Blackwell, 1992.

Trager, James. The Food Chronology. New York: Owl Books, 1997.

Trigger, Bruce G. Understanding Early Civilizations: A Comparative Study. Cambridge: Cambridge University Press, 2003.

Ukers, William H. All About Coffee. New York: Tea and Coffee Trade Journal, 1922.

———. All About Tea. New York: Tea and Coffee Trade Journal, 1935.

Unwin, Tim. Wine and the Vine: An Historical Geography of Viticulture and the Wine Trade. London: Routledge, 1996.

Waller, Maureen. 1700: Scenes from London Life. London: Hodder & Stoughton, 2000.

Watt, James. "The Influence of Nutrition upon Achievement in Maritime History." In Food, Diet and Economic Change Past and Present, edited by Catherine Geissler and Derek J. Oddy. London: Leicester University Press,

1993.

Weinberg, Alan, and Bonnie K. Bealer. *The World of Caffeine: The Science and Culture of the World's Most Popular Drug*. New York and London: Routledge, 2001.

Wells, Spencer. *The Journey of Man: A Genetic Odyssey*. London: Allen Lane, 2002.

Wild, Antony. *The East India Company: Trade and Conquest from 1600*. London: HarperCollins, 1999.

Wilkinson, Endymion. *Chinese History: A Manual*. Cambridge, Mass.: Harvard University Press, 2004.

Wilson, C. Anne, ed. *Liquid Nourishment: Potable Foods and Stimulating Drinks*. Edinburgh: Edinburgh University Press, 1993.

Younger, William. *Gods, Men and Wine*. London: Michael Joseph, 1966.

【獨家收錄】

## 作者私房話

### ◎關於本書

綜觀人類歷史，有幾種飲料帶來的影響遠不只是解了我們的渴而已。作者湯姆·斯丹迪奇透過專業又風趣的筆調，讓我們看見六種飲料如何在每個關鍵的轉捩點，強力地影響了歷史的走向——從採集轉向農耕，到城市的誕生，再到全球化的開始。

《歷史六瓶裝》呈現的是充滿原創性，但又詳實的世界歷史觀，述說著人類從石器時代開始，到二十一世紀的故事，從啤酒、葡萄酒、烈酒、咖啡、茶到可樂。斯丹迪奇認為，每種飲料都代表著科技，也是文化演進的催化劑，反映出不同文明間細緻的互動。讀完這本充滿啟發性的書，你或許會對自己最愛的飲料徹底改觀。

### ◎內容拾遺：這些問題值得討論

以下問題可在閱讀《歷史六瓶裝》後討論，以提升對本書的理解。

閱讀此書之前，你預期書中列舉的飲料是否沒有出現？六種飲料中，有哪一種出乎意料嗎？敘述的順序是否令你意外？

閱讀此書之前，你對於書中提到的三種酒精性飲料抱持怎樣的看法和感受？是正面、負面或正負參半呢？為什麼？

你對於烈酒章節中的三種飲料各自有什麼想法？你是否預期看到某種酒

款，實際上卻未選錄？有哪一項令你意外呢？

關於啤酒、葡萄酒和烈酒的起源和歷史，是否有哪些資訊令你意外？（舉例來說，啤酒對文字書寫的影響、葡萄酒對惡棍卡洛斯之死的影響，或是烈酒在全球奴隸貿易中扮演的角色。）

透過啤酒、葡萄酒和烈酒的觀點來看世界歷史，你是否學到哪些新知，或是感到驚喜意外？

每個章節結束後，是否讓你對這些飲料改觀？為什麼？

在閱讀咖啡和茶的章節之前，你對它們整體的想法和感受為何？

關於咖啡和茶的起源和歷史，是否有哪些資訊令你意外？（舉例來說，咖啡對倫敦證券交易所成立的影響、茶最初的食用功能，或甚至是兩者發展時間軸的交互關係。）

透過咖啡和茶的觀點來看世界歷史，你學到了哪些新知，或是對哪些史實感到驚喜意外？

每個章節結束後，是否讓你對這些飲料改觀？為什麼？

在閱讀可口可樂的章節之前，你對它們整體的想法和感受為何？

關於可口可樂的起源和歷史，是否有哪些資訊令你意外？（舉例來說，可口可樂和戰爭、愛國主義和資本主義的關聯。）

透過可口可樂的觀點來看世界歷史，你學到了哪些新知，或是對哪些史實感到驚喜意外？

每個章節結束後，是否讓你對可口可樂改觀？為什麼？

對於作者認為下一種改變人類的飲料，你的看法如何？為什麼？

## ◎推薦書單

- 《歷史大口吃：食物如何推動世界文明發展》，湯姆．斯丹迪奇著
- Milk!: A 10,000-Year Food Fracas by Mark Kurlansky
- Seeds of Change: Six Plants That Transformed Mankind by Henry

Hobhouse

- And a Bottle of Rum: A History of the New World in Ten Cocktails by Wayne Curtis
- Where the Wild Coffee Grows: The Untold Story of Coffee from the Cloud Forests of Ethiopia to Your Cup by Jeff Koehler
- The Real Thing: Truth and Power at the Coca-Cola Company by Constance Hays
- The True History of Tea by Victor H. Mair and Erling Hoh

## ◎常見問答集

問：寫作本書的靈感來自何處？

我當時正在閱讀星期天報紙上關於拿破崙的文章，其中提到他遭放逐時最喜歡葡萄酒：南非的甜酒康斯坦斯（**Vin de Constance**）。以前我總是想像拿破崙騎馬馳騁沙場，卻不曾想過他有這樣的小小嗜好，瞬間增添許多人性。後來發現，康斯坦斯在十九世紀很受歡迎，小說家珍·奧斯丁和狄更斯的作品都有提過。現在甚至還買得到這款酒，因為位於康斯坦尼亞山谷（**Constantia**）的老酒莊又開始釀造了。我到那裡拜訪釀酒人，聽說他們在決定復興年久失修的酒莊後，就買了一罐來自十八世紀末期的老酒，品嚐了一些，把剩下的放入質譜儀（**spectrometer**）中，想分析其中混合了哪些葡萄。這款葡萄酒如今裝在十八世紀手工玻璃罐的複製品中。好……我知道有些離題了。但重點是，我開始好奇其他歷史人物都喝些什麼？在參觀博物館時，也會思考創造出藝術品的人們又喝些什麼？因此，我研究了喝酒的歷史，發現不同時期流行著不同的飲料，這就是本書的靈感來源。

問：為何要用六種飲料來劃分歷史？

就像是考古學家把歷史分為石器時代、銅器時代等等，我也把人類的歷史依照飲料來區分。我從新石器時代的啤酒開始，經過了希臘和羅馬時代的葡萄酒、地理大發現時的烈酒、理性時代的咖啡、大英帝國和茶，最後來到可口可樂、美國崛起和全球化。這些飲料都在特定的歷史時期成為主流，反映出不同文化之間的連結，以意想不到的方式影響著歷史的潮流，而至今仍出現在我們的杯中。這就像是透過杯子來看的歷史：我的目標是讓你用全新的、歷史性的眼光看你最愛的飲料。

問：為什麼飲料的出現足以反映歷史潮流？難道是巧合嗎？

我想是因為這些飲料都很普遍。每個人都需要喝點什麼，每種飲料則反映出飲用者重視的：誰喝了什麼、從哪裡取得，都讓我們一窺社會的結構。舉例來說，建造金字塔的埃及人每天都有麵包和啤酒的配給，而美索不達米亞的神殿工作者也是。另一個例子是很在意社會階層的古羅馬人，從最高層的帝王到底層的奴隸，每個不同階層都有專屬的葡萄酒款。我們之所以會認為葡萄酒是文明知識分子的飲料，也是受到古羅馬人的影響。數千年之後，英國人愛上了茶，其中一部分的魅力是因為茶葉來自中國；因此，喝茶就展現了大英帝國在世界無遠弗屆的權力。

問：在找這本書的相關資料時，會需要喝很多飲料嗎？

是的，還喝了不少。我喝了來自南非的傳統民俗啤酒，拜訪了法國的羅馬酒莊，品嚐他們以海水發酵而成的葡萄酒，其實挺好喝的。我也

拜訪了位在舊金山灣區的蒸餾酒廠，研究了各式各樣的烈酒。我發現自己喝飲料的習慣在過程中有了顯著的改變。我一開始是紅酒痴，本來預計寫的是《葡萄酒杯中的世界歷史》，但很快我就發現，其他飲料也同樣重要。每當研究一種飲料時，我就會喝更多那種飲料：有好幾個月我特愛喝茶。最後，我發覺自己對啤酒有著出乎意料的興趣；雖然不算是真的對烈酒有興趣，但也愛上了濃郁的黑色蘭姆酒。

問：為什麼不在書中加入蜜酒、可可、琴酒、蘋果酒，或是其他飲料？

我最初的計畫是在附錄中介紹未能收錄於正文的飲料，但事實證明寫在附錄好像也有點怪怪的，實在是不適合。簡單版的答案是，這些飲料並不像前六種飲料那樣，符合重要的歷史潮流。例如，可可流行的期間和咖啡相同，地點則以南歐為主。然而，當時的歷史重心在英國和荷蘭，咖啡則與科學及金融革命密不可分。相同的，十八世紀初期倫敦的琴酒風潮雖然在英國很有名，也有許多專書談論，但只是地區性的現象，起因是為了提高穀物的銷量，而放寬對蒸餾的規範，這並不具有更廣闊的地緣政治意涵。蜜酒或許和啤酒一樣古老（甚至更老），但難以大規模生產，不像是穀類作物；因此，古埃及人和美索不達米亞人都選擇啤酒。

問：你是科技線的記者，為什麼會寫作這個主題？

我以前的著作都是透過現代科技的角度，探討歷史上曾出現過的科技。舉例來說，我會比較十九世紀的電報風潮，和一九九〇年代的網路風潮，引導讀者在過往中看到現代，在現代中看見過去。這不只幫助

我們更了解歷史（利用我們對現代科技的熟悉），也能更了解現代科技的影響（透過歷史上的教訓）。在這本《歷史六瓶裝》裡，我做的事也一樣：每種飲料其實都是一種科技，而其起源及取代前一種飲料的原因，其實都是科技造成的社會影響，這也是我相當感興趣的原因。大部分飲料都是一種淨化水源的科技，許多也充當貨幣和藥物使用，或是象徵社會地位。然而，我們如今仍然喝這些飲料。因此，我將過去與現在連結，就像以前的著作那樣。



# 歷史六瓶裝

啤酒、葡萄酒、烈酒、咖啡、茶和可樂，一字排開，數千年文明史就在你眼前！

## A History of the World in 6 Glasses

作者：湯姆·斯丹迪奇（Tom Standage）

譯者：謝慈

副總編輯：鄭雪如

選書人：李志煌

責任編輯：李志煌

業務部：葉兆軒、陳世偉、林姿穎、胡瑜芳

企劃部：林秀卿、李燕妮

管理部：蘇心怡、陳姿仔、莊惠淳

封面設計：吳郁婷

內頁排版：王信中

發行人：鄭明禮

出版發行：方言文化出版事業有限公司

劃撥帳號：50041064

電話 / 傳真：（02）2370-2798 / （02）2370-2766

法律顧問：証揚國際法律事務所 朱柏聰律師

初版一刷：2023 年 7 月 26 日

ISBN：9786267173909 (EPUB)

Copyright © Tom Standage, 2005

Published by arrangement with Brockman, Inc.

Complex Chinese translation copyright © 2023 BABEL PUBLISHING COMPANY

All rights reserved.

Art credits: Page 24, the University of Pennsylvania Museum; the original object is in the Iraq Museum (IM # 25048). Pages 25 and 51, created by the author. Pages 50, 53, and 62, © the Trustees of The British Museum. Pages 84 (engraving based on bust in the Uffizi Gallery, Florence), 103, 120, 180, 189, 205, 208, 218, 229 (engraving after Sir Peter Lely), 236, 247, 261, and 270 (engraving by W. Holl after a picture by Gilbert Stuart), the Mary Evans

# 与方言文化

版權所有，未經同意不得重製、轉載、翻印

Printed in Taiwan

**《經濟學人》科普作家經典巨作，全新重磅增補譯本！**  
**【獨家收錄】作者私房話：寫作靈感、內文拾遺、常見問答！**

本書作者湯姆·斯丹迪奇為《經濟學人》副總編輯，亦為知名科普作家。他以獨特的視角、翔實的史料，透過六種飲料，展示豐富的世界歷史圖景。

**啤酒**源自肥腴月彎（Fertile Crescent），是史前人類的液態遺跡；舉酒乾杯更代表彼此信任，此為古時共飲一大桶啤酒流傳下來的習慣。

古希臘的黃金時代也是**葡萄酒**的時代；若想像古代人那般品飲，請務必**加水稀釋**——你會發現，香氣和味道不會改變。

大航海時代，水手們最鍾愛的是白蘭地、蘭姆酒等**烈酒**；其製作過程至今並未發生重大改變。畢竟，烈酒的魅力在於**讓人醉倒的威力**。

**咖啡**儘管源自阿拉伯世界，卻燃起了歐洲理性時代的星火。咖啡館成了思想交流的中心場所，更促使法國人民看見了革命之年的光明。

**茶**文化興起於中國，最終風靡不列顛。假如日不落國的太陽真的永不落下，那麼帝國裡的人們總能**找出時間喝茶**，並遙想自家在海外的力量與殖民規模。

**可口可樂**是 20 世紀全球化標誌，更是美蘇冷戰最炙手可熱的商業競品。但這款飲料絕非藥劑師調配頭痛藥時的意外，而是製藥老手日積月累的成就。

熱情洋溢的論述，結合豐富的歷史證據。

斯丹迪奇在引發趣味思考和討論時，一滴飲料也沒灑出來。

——連線（Wired）網站



建議陳列：人文社科、世界歷史、文化史

方言出版集團  
 BABEL PUBLISHING GROUP