



书坊周刊



找记者 上壹点
A13-15

齐鲁晚报

2022年5月28日
星期六

好
—
读
—
书

读
—
好
—
书

□美编：
曲鹏
陈明丽

茶叶有着悠久的历史,凭借其独特的口味和良好的疗愈效用,已成为风靡世界的饮品之一。作为一种商品,茶叶从中国传播到英国乃至世界各地,在传播过程中,茶叶成为大英帝国不断扩张与膨胀的工具。北京联合出版公司的新书《茶叶与帝国:口味如何塑造现代世界》,通过回顾茶产业活动历程,揭示了茶叶对现代世界的塑造作用。

□长庚

曾经是奢侈品

英国人接触茶叶的时间并不久。在海上贸易得到发展之前,茶叶通过欧亚大陆上的丝绸之路或茶马古道向西传播。首次提到茶叶的欧洲作品,是多卷本游记《航海和航行记》,由地理学家赖麦锡翻译和编辑。这个威尼斯人声称,自己了解到一种被称为“中国茶叶”的草药。威尼斯过去一直是东西方之间重要的商业中心和连接地带,阿拉伯商人和旅行者常常在此向欧洲人介绍亚洲药品、食物和饮食习惯。茶叶和咖啡此时已经成为中东咖啡馆的主要商品,蒙古人可能早在13世纪就已经把茶传到伊朗了。

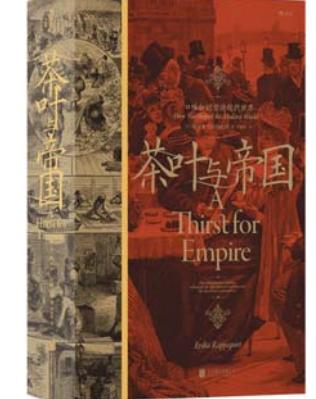
17世纪时,只有少数欧洲精英在波斯、印度次大陆、东南亚、中国和日本见过现泡的热茶。17世纪30年代,亚当·奥列里乌斯在波斯宫廷见到茶叶。他将茶形容为波斯当地一种常见的饮品,经常与“小茴香、大茴香、丁香和糖”混合饮用。

直到荷兰东印度公司成立后,1610年,茶叶才正式从日本和中国被带到欧洲。荷兰东印度公司开始在荷属东印度的首府巴达维亚(今雅加达)购买茶叶,不过,与利润更高的丝绸、黄金和瓷器相比,茶叶只占该公司商贸的一小部分。

此后数十年时间里,茶叶进入欧洲大陆,但只有贵族、君主和社会上最富有的消费者,才买得起这种象征身份地位的东方奢侈品。在法国,路易十四沉醉于奢侈生活,他喜欢用黄金茶壶泡茶,以凸显其高贵的身份。欧洲各国的精英和有教养的文化阶层,很快把法国的品位和优雅的概念传播开来,茶叶得以走入更多国家。但是,并非每个人都喜欢这些时髦东西的味道。德国一位公爵夫人在信中曾写道,“茶让我想到干草和粪便”,咖啡让她想到“烟灰和羽扇豆”,而巧克力“太甜”,让她肚子痛。

与法国人、荷兰人和葡萄牙人相比,英国人饱受战争蹂躏,政权上四分五裂,而且国家相对弱小,接受茶饮品比较慢。17世纪50年代,少量茶叶进入英国,但直到17世纪60年代,尤其是在光荣革命之后,茶文化才开始在不列颠群岛和北美部分地区生根发芽。在此后的几十年中,茶叶成了“物质大西洋”的重要组成部分。

在17世纪末和18世纪初的整



《茶叶与帝国:
口味如何塑造现代世界》
[美]埃丽卡·拉帕波特 著
宋世锋 译
后浪 | 北京联合出版公司

茶叶背后的大英帝国扩张之路

个大西洋世界,高知阶层和富人都认同亚洲人的“茶叶观”,把茶叶当作保健药物和社会地位的象征。科



学论文、报纸和广告普遍宣称,这种中国草药可以治病,有振奋作用,能够使人的身体强壮。《茶叶与帝国》指出:“宫廷文化、游乐园和咖啡馆强化了茶的外来性,同时使健康和外国文化变得时髦而令人愉悦。”

阿萨姆茶的逆袭

在利益的驱动下,18世纪时,东印度公司日益专注于茶叶贸易。东印度公司的茶叶进口量从17世纪90年代的仅仅数百磅,发展至1757年每年进口1200万磅,并在伦敦的仓库储存了1700万磅。茶叶带来的收益为大英帝国发动战争奠定了经济基础,战争也为茶叶的销售打开了新的市场。东印度公司对孟加拉获取了控制权,促进了鸦片的生产与控制,其产品被销往中国,从而阻止英国白银储备流向中国。

真正改变中英在茶叶领域地位的,还要数阿萨姆茶。阿萨姆位于印度半岛,它的命运与中国、英国、缅甸和地方政权等多方密切相关。1824年到1826年英缅战争期间,英国军人首先在阿萨姆发现了茶树。其实,在英国人到来之前,阿萨姆地区已种植茶树并饮茶,但英国殖民者的到来,把这个地区变成了能够供应全球市场的广阔茶园,改变了世界茶叶销售的格局。

此时,中国和英国日益敌对,印度茶叶的战略价值逐渐凸显。1828年,在广州生活和工作的茶商约翰·沃克给英国政府写了长篇备忘录,宣称作为英属殖民地的重要特产,印度茶叶有望“打破中国的垄断”。这份备忘录影响了英国政府的政策,也影响了后世对茶叶及其历史的理解。沃克声称,英国与中国的商业关系处于不确定状态,这种情况“和大英帝国的尊荣不般配”。

在19世纪20年代和30年代初期,印度茶叶逐渐被英国人视为全球性问题的重要解决方法。《茶叶与帝国》分析认为,阿萨姆能够供应一种廉价而健康的饮品以满足世界的需要,可以为英国政府提供稳定的收入,并且“让中国彻底明白英国是两个帝国中更为强大的一个”。

阿萨姆并非独一无二,但它率先证明了茶树是可以在中国以外的地区进行商业化种植的。到19世纪五六十年代,茶叶种植扩展到印度其他地区、南亚和东南亚乃至美洲。然而,阿萨姆茶在殖民环境下发展尤盛,因为英国殖民者用廉价的土地、劳动力和其他利好条件滋养着这个产业。到19世纪80年代,英国种植园主和公司掌握了阿萨姆地区的土地、劳动力和技术知识,并主导着这块土地的发展方向和根本命运。

蹿红的伦敦明辛街

有了产量,还要有广阔的销售市场。《茶叶与帝国》认为,大英帝国出产的茶叶,即在英国殖民地栽培和生产的茶叶,是资本主义和工人阶级、中产阶级与上层阶级消费文化在国内和全球发展的产物。从19世纪50年代到1914年,跨国商品交易的规模在以惊人的速度发展,而食品处在全球化世界的最前沿。

当时,新的加工方法和冷藏技术层出不穷,使得易腐食品在从农场到餐盘的过程中,实现了更远距离的运输。例如,第一批冷冻肉于1874年被运到英国,到19世纪80年代中期,英国人已经吃上了从爱尔兰、澳大利亚、新西兰和南美洲进口来的肉。肉膏、炼乳和人造黄油等加工食品,也被摆上杂货商的货架。

印度茶叶得到迅速推广,得益于这个时代的技术发展。以蒸汽为动力的铁路、河流和海洋运输,提高了全世界的贸易流通速度。有了精心设计的道路、桥梁、码头和仓库后,大量印度茶叶能够被转运到伦敦、利物浦、阿姆斯特丹、纽约、旧金山

◀ 油画《正在喝茶的英国家庭》,约瑟夫·范·阿肯绘于1727年。18世纪初,中国瓷器和饮茶风靡欧洲贵族圈。到了18世纪中后期,饮茶在欧洲就不再是只属于贵族的奢侈,而变成了中产阶级也争相追求的时尚。1720年,比利时画家约瑟夫·范·阿肯来到伦敦,以当时流行的“茶会”为主题绘制了多幅画作。

山和其他地区的主要市场。

伦敦明辛街是当时公认的全球茶叶贸易的金融和实体中心。随着东印度公司垄断的结束,茶叶拍卖活动和茶叶交易商迁移到了明辛街上。伦敦这个大都会提供了资本、商业信息、仓储和销售设施,还有庞大的本地市场。19世纪20年代,英国出现了建设码头的热潮,凯瑟琳码头对于茶叶贸易尤其重要。码头于1828年启用,包括6座优雅的6层楼仓库,通过运河与泰晤士河相接,每年能够吞吐70万箱茶叶。

一旦进入港口,劳工会把茶叶转运到仓库、称重、检查、分类、品尝、嗅闻、征税,并用看起来宛如埃及象形文字的符号做标记。十几个奇怪的符号记录着尺寸、质量和口味等信息,描述语有“木质”“枯萎”“多灰”“极多灰”“烧焦”“气味奇怪”等。掌握着茶叶品质话语权的大英帝国,直接左右着这一行业的全球化进程。

立顿茶走向世界

虽然印度茶产量和销量大幅提升,不过人们依然更加信赖中国茶,然而这一观念的改变,已经为时不远。

在19世纪六七十年代,包装公司、百货公司、合作社、连锁商店和连锁茶叶店的出现,改变了茶叶销售网络,虽然小店主、小商贩仍然是茶叶流通系统的重要环节,但是全国性品牌在迅速增长。

立顿茶正是在这种背景下崛起的。托马斯·立顿爵士是开发大众市场的成功商人,直到1889年他才开始销售茶叶。在广告和自传中,立顿断言,他是第一个“出售自己所产茶叶的茶叶种植园主”。1890年立顿在锡兰买下第一个种植园后,他在媒体上发布了大量茶叶种植园和茶厂的图片广告,并声称他的茶叶直接从“茶园到茶杯”,暗示消费者这个品牌是可以信任的。

立顿之所以取得成功,并非因为做了很多广告,而是因为立顿认识到了英国工人阶级的购买力。人口普查显示,当时不列颠群岛的人口超过2700万人,到1911年,人口又增加了1800万。然而,国民生活水平严重失衡,三分之一的人口仍然处在赤贫状态。在工人社会中,金钱和食物的分配不均衡,男性吃的肉更多,他们的妻子只能靠甜茶维生,价格实惠的立顿茶迎合了工人阶级中女性消费者的需求。在巧妙营销下,花较少的钱就能享受下午茶逐渐成为这一群体的生活标配,由此大大带动了茶叶的销量。

更重要的是,进入维多利亚时代晚期,英国茶叶商人开始更加主动地思考新的销售策略,他们断定,最有可能击败中国人的方法是唤起英国消费者的“爱国主义”。很快,打着“印度茶叶直销公司”和“纯正印度茶叶供应商”等名号的公司,开始面向消费者直接销售未经调配的英属殖民地印度茶叶。这些公司强调,所有的印度茶叶都是纯正、健康、可口、划算的,并具有热爱大英帝国的属性。这些公司宣称:印度茶叶更纯正、印度茶叶更芳香、印度茶叶更浓郁、印度茶叶更便宜、印度茶叶更有益健康,因此在各个方面都比中国茶叶好。

在自由贸易主导话语的时代,这种广告很快大行其道。从19世纪70年代末到80年代,“原产地广告和帝国主义诉求变得更加普遍”,印度茶终于取代中国茶,普遍流行于英语国家和地区,甚至影响到今天的全球茶叶销售格局。

茶叶起源于中国,却因英国和印度而走向了世界,让人唏嘘不已。正如《茶叶与帝国》所言,茶叶不仅是一种植物或一种饮品,还是一股解决身体、国家和世界性问题的文明力量。茶叶除了塑造了现代环境食物和农业体系、饮食和休闲习惯外,还会直接影响国家以及其他政治的命运,这对今天的中国仍然具有警示意义。