

砖茶能成为历史上中亚等多个地区的“硬通货”，不是没有道理的。首先，由于交通不便，运输周期长，砖茶相对稀有，价值较为稳定；其次，每块砖茶都标注了重量、产地、制造商，制作相对规整，信用度很高；再次，砖茶体积小、便于携带，因而流通性好、流动性强。时至今日，茶叶被普遍视作货币的时代已经过去，但以茶代币的大戏依旧在国际交往中时有上演。

茶币说

康琼艳

谚云：开门七件事，柴米油盐酱醋茶。茶虽位列第七位，但能与柴米油盐相提并论，足见其在中国人心目中的地位。作为茶的故乡，中国人饮茶的历史由来已久。其实，何止是中国，茶在很多很多年前就“俘获”了全世界的味蕾，与非洲的咖啡、美洲的可口可乐并称为“世界三大饮品”。

溯古追今，世界各国最初饮用的茶，栽培的茶树、采制的技艺、茶事礼俗等，都直接或间接与中国相关。或许因为太受欢迎，这片神奇的东方树叶还曾被当作货币使用，在西伯利亚、中亚等地区一度成为“硬通货”。

从饮品到货币

从饮品到货币，茶叶的“身份”为何会发生如此巨大的变化？

英国人类学家艾文·麦克法兰在其著作《绿色黄金：茶叶帝国》中曾这样描述：“从青藏高原到西伯利亚，广袤亚洲高地上的游牧民族开始关注茶叶。通过丝绸之路以及很多其他路线，砖茶的交易量激增。12世纪前后，砖茶的饮用变得非常普遍，竟然成为中亚很多地区的‘硬通货’。”

茶为什么会成为游牧民族最稀罕的物品之一？十有八九是因为茶叶的“神奇功效”。

众所周知，很多游牧民族都生活在草原上，那里牧业发达但果疏欠缺，而茶叶中含有丰富的维生素、氨基酸、茶多酚等物质，既可以弥补饮食缺陷、平衡人体营养所需，又具有解腻消食、提神明目的作用。

牧民煮茶时，会先从茶砖上撬下一小块，捣碎后放入锅中煮沸，再投入一小撮盐，倒入满满一碗奶。至此，一壶浓郁的奶茶就做好了。

热气腾腾的奶茶得到游牧民族上上下下的青睐，也使砖茶逐渐具备了成为货币的资格。据文献记载，来自内地的商人在与游牧民族交易时，除可以用米、布直接交换毛皮制品外，其余物品均可用砖茶定价。曾流行于蒙古高原的青砖茶分为“二四”“二七”“三九”3种通行规格。所谓“二四”是指每包装24块砖茶，每块重五斤半。若以“二四”砖茶换牧民的皮毛，每块可当2元用。同理，“三九”茶每件39块，每块重三斤二两，可作1元用。直到20世纪初，仍有这样的记载：“主人在市集买羊肉或其他任何东西，

仆人必须跟着，还要背上砖茶。茶作为支付手段总是比或长或短的丝织品可靠。”

砖茶能够成为“硬通货”还有另外一个原因，那就是便于携带。游牧民族逐水草而居，世代依季节迁徙。为了让牲畜享用鲜美充足的牧草，也让草原可以休养生息，牧民们常常需要打点家当，进行转场。砖茶体积小、易于运输，密度又大，小小一块就够一家人喝好几个月，用来交换其他物品也方便，因此流通性好，流动性也强。

兴盛于万里茶道

纵观整个人类发展史，牲畜、谷物、石头等很多物品都曾充当过一般等价物。在以物易物的过程中，古人逐渐筛选出一些特定的媒介，以适应商品交换广泛发展的需要。这类媒介普遍具有价格相对稳定、易于储藏和携带的特点。尤其是随着生产力的发展，跨地区贸易逐渐兴起，大量极具地域特色的货币也纷纷诞生。茶叶作为货币就是在这种背景下流通起来的。

据考证，到17世纪茶叶已超越丝绸和瓷器，成为当时中国最大宗的出口商品。

茶叶走向世界的路线大抵有3条。一是广为人知的陆上丝绸之路，连通了中国、中亚、西亚和南欧。二是以横断山脉为核心的茶马古道，从中国西南到缅甸、印度、不丹、尼泊尔等地，最后到达中亚、欧洲。

除此之外，还有一条沟通欧亚大陆的国际商路也很值得关注，它就是兴盛于17世纪至20世纪初的中俄万里茶道。从地图上看，中国的茶叶从汉口出发经水路运抵天津，再由骆驼送至张家口、呼和浩特等地，并由此进入以恰克图为中心的中俄边境互市。这条浩浩荡荡的商路既是茶币兴起的重要原因，也与其最终的衰落有关。

历史上，俄国不仅是茶叶消费大国，还是中国茶叶转销欧洲市场的重要中转地之一。但直至清朝前期，俄罗斯尚不流通中国的银两和铜钱，砖茶便自然而然地承担起了货币的功能。

精明的商人以茶代币，绝不是无奈之选，而是暗含着一套严谨的判断。

首先，由于交通不便，砖茶从中原腹地运来少说

也要好几个月，这使得其在当地相对稀有，数量也大体稳定，由此保持了币值的稳定。用今天的话讲，就是避免了货币贬值。

其次，每块砖茶都标注了重量、产地、制造商，制作相对规整，信用度很高。美国《茶叶与咖啡贸易》杂志主编威廉·乌克斯在其所著的《茶叶全书》中，对此作出分析：“其他货币的价值会随着远离发行地、流动性降低而迅速贬值，茶砖的价值反而因为被带离中国产茶区而上扬。”

故事仍在继续

在货币“角色扮演”这条路上，茶叶的影响力一度超过了传统货币。

在马克·杰森·吉尔伯特所写的《世界历史上的中国茶》一文中，多处印证了这一观点：“近代的非洲和欧亚大陆，砖茶被广泛用作交换媒介。在不丹，砖茶作为货币的地位直到1874年至1935年，才逐渐被英印银币取代。在中东和北非，砖茶很早就成为贸易和货币的主要形式。在17世纪至18世纪的英国北美殖民地，砖茶、糖蜜和松木是法定货币。甚至在美国第五任总统詹姆斯·门罗位于弗吉尼亚州的种植园，物资需求和运营费用都是用砖茶来支付的。”

然而，兴于斯，衰于斯。20世纪初，西伯利亚铁路部分修通。伴随着符拉迪沃斯托克到俄国的铁路通车，曾经取道蒙古的万里茶道逐渐衰落，中俄商队也退出了历史舞台。过去靠肩挑背扛、翻山越岭，需要16个月才能走完的路程，铁路运输只需7周。再加上印度、锡兰等新兴茶产区的崛起，砖茶的货币身份也走到了尽头。

然而，时代发展的轨迹总是在不经意间与历史重叠。据媒体报道，2021年，世界上第五大茶叶生产国、第三大茶叶出口国斯里兰卡与伊朗达成一项协议，通过每月由伊朗运送价值500万美元的锡兰茶，偿还10年前欠下的一笔约2.5亿美元的石油债务。以茶抵债、分期付款使得斯里兰卡省下了稀缺的外汇储备，锡兰茶又被赋予了新的使命。

从茶马互市到以茶抵债，茶叶作为流通货币的实例不胜枚举。即使在商业如此发达的今天，茶叶作为交换筹码的故事仍在国际交往中上演。从某种意义上说，这片小小的东方树叶，神奇依旧。

布雷根茨音乐节何以不凡

翁东辉

傍晚时分，一张略带褶皱的巨大宣纸漂浮在平静的博登湖上，纸上丹青依稀，与远山呼应，水天一色。日本艺妓缓缓行走在画中，撑着红伞，如诗如幻，观众们身临其境，仿佛来到了遥远的东方。

就像打开一幅美丽的卷轴，灰白的色调映衬出的是无尽的悲伤和孤独感。设计师迈克尔·莱文成功再现了普契尼对东方悲剧人物的音乐表达。“蝴蝶夫人”的悲惨故事让现场7000名观众如痴如醉，而唯美梦幻的水上舞台也深深印刻在人们的脑海中。

正如舞台艺术总监伊丽莎白所言，“剧作家对大自然的描述和蝴蝶夫人对浩瀚大海的期待，使博登湖成为这部关于爱情、背叛和绝望的戏剧的理想背景”。

歌剧《蝴蝶夫人》就这样以不一样的方式，登上了奥地利布雷根茨的水上舞台。

不久前，2022布雷根茨音乐节落下帷幕。今年，共有近25万名观众参加音乐节的各项活动。

环顾全球，大大小小的音乐节数不胜数。比如美国科切拉谷音乐艺术节，成千上万人聚集在一起燃烧夏日荷尔蒙；比如英国格拉斯顿伯里音乐节，被称为世界上音乐风格最多样化的节日之一；再比如丹麦的罗斯基勒音乐节，是重金属的狂欢。

除此以外，还有很多优雅的古典音乐节。

古典音乐是欧洲传统文化的重要组成部分，而歌剧则堪称是最复杂的艺术形式之一。对古典音乐的热爱深深植根在奥地利人的血脉中，这里有鼎鼎大名的世界音乐之都维也纳，有享誉世界的最高水准的萨尔茨堡音乐节，那布雷根茨又是凭借什么跻身世界歌剧节“顶流”的呢？

布雷根茨位于奥地利西部，是福拉尔贝格州的首府——一个人口不到3万人的边境小城。它地处奥地利、德国、瑞士三国交界处，被阿尔卑斯山和博登湖环绕，旅游资源相当丰富。

时光回到1946年。当时，“二战”刚刚结束，经历了战后的城市满目疮痍，百业凋零。为鼓舞人民重建家园，小城政府决定举办一场艺术节，用音乐来治愈人们心灵的创伤。

然而，当时的布雷根茨不仅没有剧院，甚至都找不出一个合适的舞台。一筹莫展且囊中羞涩的主办方将目光投向了小城最美的自然景观博登湖。他们临时将2艘运沙驳船拼搭成舞台，水上剧场由此诞生。

当时，当地政府慷慨承诺，每星期为音乐节出资2000奥地利先令，这在当时可是一笔不小的支出。可刚过了一个星期，音乐节开支居然达到了6000先令的“天文数字”。

在一片抗议声和停办声中，主办方好不容易才熬到了音乐节结束。事后盘点，市政府转悲为喜，音乐节盈余4000先令，观众也出人意料多达2.5万人。音乐节的成功举办为这个小城带来了生机。

红火了10多年后，音乐节开始陷入困境，陈旧的舞台上老套的表演很难再吸引年轻人，经济收益也连年下滑。直到1979年，水上舞台、艺术节剧场、谷物集市广场剧场和会议厅相继建成，“布雷根茨艺术节之友协会”成立并且成为主办机构，音乐节才迎来了新生。

1983年，小提琴家兼导演沃普曼担任音乐节总监。他提出“以艺术养活艺术”的口号，要在提供高水平艺术作品的同时，适应最广泛的观众群体。他把流行的歌剧作品放在水上舞台演出，所得收入再投入到剧场演出上，制作那些不太知名的作品和实验性作品。他还将艺

术节视为一个整体框架，力图拓宽实验性题材，吸引青少年参观排练。比如，1985年的水上舞台版歌剧《魔笛》就是投入巨资制作的，一经推出立即吸引了大量观众。夸张的舞美造型极具视觉冲击力，兼具观赏性和象征性。因为水上舞台没有大幕，背景只是远山和大湖，因此造型设计尤其需要适应作品的多种元素和多样表达，同时也不能忽视氛围的营造以及与周边环境的协调。为节约成本，舞美一般两年一换，演出场次则从16场增加到26场。

那2艘运沙驳船搭建的舞台早已成为历史，独一无二的舞美开始成为布雷根茨音乐节的特色名片和创意“主战场”。布雷根茨音乐节的舞台装置设计一直是诡异与优雅的集合体，总是能产生令人震撼的超炫视觉效果。80多年来，布雷根茨水上舞台上演了众多世界著名歌剧、轻歌剧和音乐剧，从《弄臣》《卡门》《图兰朵》到《西区故事》《波吉与贝丝》《霍夫曼的故事》，再到今年的《蝴蝶夫人》，每次舞美造型都倍受关注。那些几百吨重的道具，看起来像是轻轻漂浮在水面上，与湖光山色完美融合，美不胜收。

布雷根茨艺术节为当地带来了巨大的经济效益和社会效益。通过举办音乐艺术节，各级政府的资金投入得到了近4倍的税收回报。据统计，该市每年仅音乐节期间的收入就有1.7亿欧元，税收约为2000万欧元，艺术节常年提供全职岗位超过1000个。除了旅游业、餐饮业因音乐节而繁荣，许多当地企业也因为参与音乐节舞美制作而声名显赫。迄今为止，来到布雷根茨参加音乐节的观众已经超过900万人次。

近些年，每届布雷根茨音乐节的年度预算都超过2000万欧元，其中100多万欧元来自企业赞助和社会捐赠，700多万欧元来自各级政

府补贴，超过一半的预算经费要靠艺术节的市场经济来解决。不过，在良好的演出品质面前，钱并不是大问题。以今年为例，水上舞台上演的《蝴蝶夫人》26场演出全部被提前预订，可谓盛况空前。预计明年的演出也同样会爆满。

布雷根茨音乐节成功的因素很多，其中最重要的一点就是当地具有喜爱音乐的传统文化土壤，除此以外还有对新市场的培育和新科技的运用。长期以来，布雷根茨艺术节既重视艺术质量，又充分发挥市场营销的作用。200多人的营销团队不间断地宣传推广，他们善于通过营销创意吸引国际主流媒体，并借助影视媒介强大的辐射力进行宣传。如2008年歌剧《托斯卡》的舞台作为电影《007大破量子危机》取景地，让全球上千万观众看到了独特的水上舞台；同年举行的欧洲杯足球赛期间，德国电视台在这里搭棚转播比赛，吸引了16万球迷在小城度过了3周时间。每年的音乐节都有世界各地电视广播公司来此进行实况转播，估计仅欧洲电视观众就超过百万之众。

当然，赞助商也必不可少。目前，布雷根茨音乐节的主赞助商已经覆盖汽车制造、商业银行、博彩以及绿色能源等多个行业。

值得一提的是，早在1946年，享誉世界的维也纳交响乐团在奥地利境内巡演时，很偶然地作为音乐节的“驻场乐团”参与了演出。随后，交响乐团每年都会在水上舞台和剧场参加演出，双方的合作已经延续了70多年。

入夜，湖水拍岸，清风拂面，每个人的心中何尝宁静？刚刚享受了一场音乐盛宴，为爱情忧伤，为艺术慨叹，这样的浪漫经历令人毕生难忘。

印象

本版编辑 韩叙 周明阳
美编 倪梦婷
来稿邮箱 gjb@jrbns.cn