

看世界

□ 韩叙

消失的符木

英国牛津阿什莫尔博物馆的钱币馆里，长年展出大量欧洲历史上使用过的货币，其中又以金属制的硬币居多。它们都是货币史上的“幸运儿”，虽然大多已退出了流通，但最终还是以文物或是收藏品的方式保存了下来。

遗憾的是，还有不少货币就没有这么好命了。

1834年，英国曾销毁了大量珍贵的货币文物。当时的人们认为，英国已经有了新的货币体系，旧的货币可以扔进“历史的垃圾桶”了。但对于如今的经济学家来说，这不啻为人类货币史上的一场浩劫。很多非常有研究价值的货币就这样消失在历史中。符木，就是其中最令人惋惜的货币之一。

符木的原料是英国原产的柳木。这种木头以纹理复杂著称，因此要想找到两块花纹完全匹配的木头，除非将一块“原装”木头劈成两半。在长达数个世纪的时间里，大量英国人都习惯用柳木记录债务，这些承载了债务关系的特殊柳木就被称作符木。

根据《货币野史》记载，阿什莫尔博物馆曾收藏过一对符木，上面标注着“威科姆农场向富尔克·巴西特（时任伦敦主教）借款9英镑4先令4便士”，其中一半由债务人保留，称为“枝（foil）”；另一半由债权人保留，称为“干（stock）”。双方清账时，只需要将两块符木合在一起，确定花纹一致、记录一致，而后共同将符木销毁即可。直至今日，英国仍用“公债（stock）”一词来指代英国政府的债务，据说就是受符木记账的影响。

后来，随着越来越多的人开始习惯用符木记录债务，符木的应用场景不断扩展。假设A有一块符木的“干”，上面标明B欠下了5英镑的债务，那么在不考虑不良债务的前提下，符木本身就可以被视作“价值5英镑”。如果A恰巧想买标价5英镑的商品，只需要拿这块符木“干”支付就可以了，很多卖家都乐意接受这种新的付款方式。

由此，符木事实上从债务证明演

变为一种货币形式。而且，它和传统意义上的实物货币有本质的不同。其产生和使用的背后，隐含的货币逻辑颇具现代意义，货币本质上是一种信用关系，一种可以自由交易的特定信用。

符木的故事揭开了一个真相：人们对于货币本质的认知分歧由来已久。

早年的货币史叙事中，货币是作为以物易物的替代方案出现的。在这些故事里，贝壳、石头、盐、金属甚至渔获、牛羊都可以作为一般等价物，而一般等价物本身就是有价值的，它既可以作为商品价值的衡量标准，也可以作为商品本身出现在市场上。

但在另一些流派的经济学家看来，这种叙事逻辑不过是货币领域的“幸存者偏差”：人们更容易看到留存下来的实物货币，并因此倾向于相信一般等价物才是货币的主要表现形式。但实际上并非如此。无论是曾在英国金融史上扮演过重要角色却没能留存下来的符木，还是曾盛行于佛罗伦萨，如今却只零星见于历史文献中的账本，都是信用货币的代表。

相较于实物货币，信用货币的优势显然更加明显。比如，如果一个人想用自家产的稻米换取另一个人缝制的靴子，该怎样用羊来结算？但用信用货币就好算多了。在信用货币的认知框架中，交易本质上就是信用关系的交割，只要交易双方都认账，信用就可以拆分、流通，循环往复。

在现代社会中，信用货币随处可见，几乎所有经济体的法定货币都是信用货币。只不过，符木的信用基础是个人，或许还可以加上私人银行，因此符木是基于私人信用的私人信用货币；而今天流通的形形色色的法定货币则是由各国央行发行的，以国家信用为背书的主权信用货币。它与符木只有一个本质区别，那就是发行方，即谁为货币作信用背书。

可惜的是，直到今天经济学家们也没能完全搞清楚信用货币的演变细节。原因显而易见，许多类似符木的重要研究资料被当作废品销毁，消失在历史的长河之中。研究者们只能在一些零星的蛛丝马迹中摸索。

如今，信用货币研究的重要参照物之一是一种名叫“斐”的石币。

在太平洋一个叫雅浦的小岛上，直到今天还流通着一种“表现为实物货币，但没有实物意义上真实价值的货币”——斐币。斐币是一种经过打磨、中间有个洞的石轮。说起来吓人，现存最大的斐币直径超过3米，重达7吨，大约制作于800年前。这东西怎么用？难道雅浦人交易的时候要扛着它吗？有趣的地方就在这里。

虽然斐币号称雅浦的货币，但却很少有人真的“使用”它。如果一个人用斐币购买了一吨粮食，他根本不用驱赶一头大象把家里的斐币运到卖家的院子里。雅浦人只是把它当作记账单位，只要双方共同认可，在斐币上做个记号就可以了。至于那用于交易的斐币，原先放哪儿，现在还放哪儿。

还有一个典型案例发生在半个多世纪之前的爱尔兰。1970年5月4日，爱尔兰媒体《爱尔兰独立报》发布了一份通告，标题很直接——银行暂时关闭。通告说，由于银行与员工发生争议，银行职员大规模罢工，导致所有业务只能延迟办理。有鉴于此，爱尔兰主要银行全部暂

时关闭，营业时间另行通知。以今天的角度看，这样的消息一定会引起全社会的恐慌，然而并没有，因为爱尔兰人已经习惯使用支票。

从本质上说，支票就是钱从一个账户转移到另一个账户的证明，基本就是符木的纸质版，而银行暂时关闭的结果无非就是过段时间才能结算而已。当然，这个系统很脆弱，如果滥开支票并最终拒绝兑现的人太多，整个系统就会崩溃。好在当年的爱尔兰比较闭塞，邻里邻居多少都有所了解，加上银行很快又重新开门了，情况并没有失控。

钱币馆里的硬币、已经被损毁的符木、仍在广泛流通的支票，都是货币，但货币与货币是不一样的。作为一般等价物的货币大多可以以实物形式保留在博物馆里，供后人参观；但信用体系、债务关系等理解现代货币体系最重要的视角恐怕很难直观呈现出来。

无怪乎英国经济史学家费利克斯·马丁（Felix Martin）在其著作《货币：未授权的传记》中遗憾地写道：“我们往往误解货币，因为大部分货币的历史，都没有以一种可以给博物馆带来荣耀的形式保存下来。”

伴随炎炎夏日的到来，各种以薄荷为主打的夏季限定饮品与甜品纷纷亮相。

瑞幸推出了薄荷味的“冰吸”饮品；满记甜品主打“薄荷黑巧凉凉季”，上线多款薄荷+黑巧克力的口味甜品；麦当劳的麦咖啡产品线推出了薄荷醒醒椰青美式和薄荷醒醒生椰奶铁饮品；甚至绿箭口香糖也与德芙联动，推出了薄荷味冰淇淋。

这些新品一经推出便颇具流量。网友评价吃了这些“薄荷”新品，“仿佛在嘴巴里面开了空调”“吃完鼻子就通气”……而正是这种凉爽的感受，让人们在几千年中反复爱上薄荷。

薄荷是有记载的最古老的用于烹饪和医药的草药之一。古罗马人经常用薄荷来调味宴会上的特色菜，并将薄荷加在酱汁和酒中。薄荷也会作为一种装饰性植物出现在餐桌上，贵族们则会把它编成节日花冠戴在头上。古希腊人在特殊场合会在教堂的地板上铺上薄荷，因为这种植物能够“散发出令人愉悦和镇静的香味”。在古埃及，薄荷甚至被当作货币使用。

伴随薄荷从中东传入欧洲北部，人们对其烹饪价值的开发越来越多。尤其是入口清凉的感觉，使得薄荷作为糖果的原料而越来越受欢迎。

薄荷糖在1780年被开发出来并在欧洲广受欢迎。美国口香糖公司箭牌在1893年推出了第一款薄荷味口香糖，并在1912年开发了第一款薄荷味的糖果，名为Pep-O-Mint。不久之后，起源于奥地利的皮礼士糖果公司（Pez）推出了薄荷味的皮礼士糖果。在那之后，薄荷被越来越广泛地应用于各种糖果，从硬糖、单独包装的糖果到薄荷味的巧克力，再到拐杖棒棒糖。

如今受到商家青睐的薄荷与巧克力的奇妙组合，可以追溯到16世纪。当时，巧克力被广泛用于制作热饮，并通常会加入肉桂、薄荷和其他香料来增加一抹清新。这种做法一直持续到维多利亚时代，在这段时间里，欧洲的糖果制造商最早效仿这种流行的口味组合，开始生产薄荷巧克力甜点。1940年，一个美国品牌推出了一种由黑巧克力包裹着圆形薄荷奶油的饼干甜品，大受欢迎。

在1973年，烹饪专业学生玛丽莲·里基茨（Marilyn Ricketts）将这

种口味组合提升到了一个新的高度。她在为安妮公主和马克·菲利普斯上尉的婚礼提供冰淇淋甜点的比赛中开发了这种清爽组合，发明了“薄荷巧克力豆冰淇淋”。这种独一无二的创新发明，更好地结合了薄荷的清凉和巧克力的浓郁，迅速流行起来，很快就成为皇室的最爱。其独特的味道也很快抓住了大众的味觉，王

玛丽因此获得了广泛的普及并流行至今。

薄荷为何如此“冰凉”？感官科学家、费城莫奈尔化学感官中心（Monell Chemical Senses Center）的帕梅拉·道尔顿（Pamela Dalton）表示，薄荷茎干和叶子中含有薄荷挥发油，其中富含的薄荷醇（也叫薄荷脑），会刺激鼻子和嘴巴里的“凉爽”感受器，使其迅速运转，同时向大脑传输一种类似寒冷的信号，让人整个口腔甚至食道都产生凉飕飕

的感觉。虽然薄荷并不能真正降低口腔温度，而纯粹是个“骗人”的把戏，但是带给人们的清凉感的确是真实的。也正因此，随着近代工业文明的发展，薄荷的应用领域得到了极大拓展。将薄荷植物经水蒸气蒸馏得到薄荷油，再经过冷冻、分离、结晶、纯化后得到高纯度的左旋薄荷醇，也就是薄荷脑，可用作牙膏、香水等的赋香剂，成为清凉提神的关键元素。

如今，左旋薄荷醇已成为全球销量最大的香料单体之一，每年全球消耗量约4万吨。欧洲和亚太两大地区是全球左旋薄荷醇的主要消费市场。

今年夏天，就连时尚圈也盯上了这个清凉元素，甚至出了个新词“薄荷曼波”。薄荷在古希腊语中为“mentha”，代表清新的自然之色；曼波一词源于南美洲的曼波舞“mambo”，传达自由自在的生活态度。“薄荷曼波”正是将清凉的薄荷绿与挣脱束缚的曼波状态完美融合，给人以清新轻盈的感觉。目前在某社交媒体上，关于“薄荷曼波”的穿搭笔记已高达25万个。

无论是在美食界、日用品界还是时尚界，标志性的薄荷绿，已成为高温夏日里不可或缺的颜色。

秘鲁手艺人寄望中国市场

朱雨博 李木子

位于南美洲的秘鲁南部高原城市阿雷基帕，空气中弥漫着一丝清凉。在当地手艺人奥斯瓦尔多·马马尼家中，一家人忙着画图、缝制，为羊驼毛玩偶梳毛，劳作的气氛格外热烈。

马马尼开心地向记者展示一只用羊驼毛制作的大熊猫玩偶同时说：“去年11月，我和妻子带着这个特别的设计去了中国的进博会。”

“带着我们的作品去中国参加进博会，是我们的梦想。”马马尼激动地说，作为秘鲁传统手艺人，“我们非常感谢中国和中国消费者欣赏、认可我们的作品”。

今年50岁的马马尼从青少年时期就开始制作、售卖羊驼毛装饰品。2016年，中国顾客马玉霞来到马马尼的小店选购了两只羊驼玩偶，自此他的羊驼玩偶走进了中国市场。

“起初，他们向我们购买1000只羊驼玩偶，我叫我家里的兄弟姐妹一起制作完成这笔订单。”马马尼说。随后，双方开始了长期合作。

“中国市场有潜力，消费能力强，近年来需求增长快，现在每两个月交付一次订单，每次在

8000件至1万件。”马马尼说。

在产品的质量和丰富性方面，马马尼一家也下足了功夫。“我们是传统的秘鲁手艺人，在每天的制作过程中也不断完善细节，力求完美。”他说，“面对更加多样化的市场需求，我们也制作鸭子、海豚等更多品类，玩偶尺寸也更加丰富。”

谈及新作品大熊猫玩偶，马马尼说：“我们知道熊猫是中国的一个标志，在中国备受喜爱，就有了用羊驼毛制作熊猫玩偶的想法，在进博会上我们也注意到吉祥物是一只大熊猫。”

在繁忙的工作中，马马尼一家也享受到“羊驼经济”为他们带来的实在好处，原本只有一层的手工作坊已扩建至三层。“我们热爱制作手工艺品，现在不仅赚的钱更多了，生活也更好了。”马马尼说。

秘鲁国旗中央绘有一只金黄色的羊驼。秘鲁是世界上羊驼数量最多的国家，也是最大的羊驼毛纺织品生产国。秘鲁安第斯山区不少家庭以养殖羊驼及制作羊驼毛纺织品为生。

在马马尼看来，“中国为我们的产品打开了市场”。近年来，中国市场不断开放、扩大，

非常欢迎他们手工制作的多样化产品，这对秘鲁当地手工业增长作出贡献。

亚历杭德拉·贝德雷加尔是马马尼与中方合作品牌的秘鲁合伙人之一，主要负责品控和发货。“得益于中国市场的快速恢复，我们的销售额增长强劲。”她说，“自我们同马马尼一家合作以来，许多手艺人家庭来找我们寻求合作。”

贝德雷加尔认为，中国和秘鲁政府为产品发展提供了支持。“特别是进博会让我们大开眼界，对中国市场有了更深入的了解，督促我们要一直创新和改进”。自贸协定也发挥了重要作用。

由于中国市场需求巨大，贝德雷加尔希望“能同当地更多手艺人达成合作，生产销售更多产品，同时不断改进细节、创新品类”。马马尼也表示，希望“能开设面积更大的工作坊，聚集更多家人一同生产、一同受益”。

“今年进博会我一定要再去中国看看。”贝德雷加尔说。

（据新华社电）

本版编辑 杨啸林 美编 王子莹 来稿邮箱 gjb@jirbs.cn