

cmchao / June 17, 2021 02:41PM

[Mexico ! Mexicoke! !](#)

Mexico ! Mexicoke! !

2021.06.16 可口可樂、墨西哥、全球化

作者：給牛油皮耶吼

如果要說地球上有什麼企業和商品全球化的透徹，幾乎無孔不入的滲透到世界每一個角落的話，那麼第一個想起的如果不是麥當勞，就必然是可口可樂了。這間在19世紀末從美國亞特蘭大的一間小藥局發跡的公司，隨著二次世界大戰時美國大兵的腳步而遍佈全世界。到了當代，可口可樂公司幾乎成為全球化下最具代表性的企業之一。直到今日，可口可樂幾乎成為了世界每一個角落都可以看見的無酒精飲料。因此，如果我們說可口可樂是全球化時代的代表性產物，可能不會有人有太多的異議。但是如果說，可口可樂在本世紀初成為反全球化的象徵，是就顯得有點匪夷所思了呢！這樣既諷刺又矛盾的發展，其實是跟可口可樂在墨西哥的發展軌跡、製造配方上的些微差異，以及有此衍生而出的種種都市傳說有關係。今天，我們就來談談可口可樂在這個離上帝太遠而離美國太近的國家——墨西哥獨特的發展軌跡。

圖說：世界上有賣可口可樂的國家

圖片來源：<https://images.app.goo.gl/56T39dHQkFUR8vnS8>

可口可樂在墨西哥

墨西哥的第一瓶可口可樂在1921年的時候被製造出來，至今剛好一百年。不過，並不是從一開始就一帆風順的讓墨國人接受了這種來自美國的氣泡飲料。對於這個講求男子氣概的國家，長期以來，以在地龍舌蘭製造的龍舌蘭酒—tequila一直都是本地消費量最大的引品。然而從1970年代之後，配合著成功的廣告行銷和贊助在墨西哥舉行的奧林匹克運動會與世界盃足球賽，可口可樂在墨西哥成為家喻戶曉的飲料。從那之後，可口可樂就逐漸深入到墨國人民的家中，逐漸成為日常生活中和水一般不可或缺的飲品。在一些基礎設施缺乏的城市中，可口可樂比乾淨的飲用水還要便宜。許多南方相對貧困的村落中，可口可樂也成為了人們便宜取得大量熱量的途徑。也正因為可口可樂在墨西哥的普及和廣受歡迎，使得墨國第50任的總統Luis Echeverría一度要求當時可口可樂的墨西哥事務負責人交出可口可樂的配方並且試著將可口可樂的生產國有化。

到了今日，墨西哥每人平均消費的可口可樂數量一直穩居世界冠軍。以2012年的統計為例，墨國人民每年要喝掉172公升的可口可樂，其數量幾乎要是美國人的兩倍。即便是在去年武漢肺炎肆虐世界，導致世界大約三分之一的人口處於封城隔離狀態，根據可口可樂公司自己的解釋，只要地球人不開派對、不聚餐、不看電影也不到主題公園玩耍的話，可口可樂公司的年營收就會顯著的減少。而事實上，在過去一年（2020年）可口可樂公司也的確因為武漢肺炎的疫情而短少了將近三成的營收。不過，即使武漢肺炎在墨西哥造成了2,452,469名確診以及230,095名的死亡案例，並且嚴重的衝擊墨國的經濟，使得墨國政府宣稱去年一整年他們面對的是1930年代經濟大蕭條以來最嚴重的經濟衰退；但於此同時，墨西哥人卻僅僅減少了百分之五的可口可樂消費，由此可見可口可樂對於墨國人民來說，是一種多麼重要的飲料。

圖說：可口可樂產品的消費數量統計

圖片來源：<https://images.app.goo.gl/fczepRTHamLGoaPq7>

如果看數字沒什麼感覺也不夠真實的話，那麼來看看攝影師Peter Menzel 在其大型攝影計畫：“Hungry Planet: What the World Eats.”中所拍攝的墨西哥家庭一週所消費的食物內容，看看後面那滿滿一整排的可口可樂！

圖片來源：<https://images.app.goo.gl/j5Qc4E4JkkEtbSDJA>

可口可樂在墨西哥的普及，幾乎可以說是不分階級和區域的。比方說，墨國南方的恰帕斯（Chiapas）的原住民也在傳統儀式中使用可口可樂，因此使得可口可樂也成為了當地信仰中不可缺少的儀式物品。第62任總統Vincent Fox最為墨西哥人所熟知的故事，莫過於他在成為墨西哥總統之前，是從可口可樂的偏鄉物流司機開始，然後一路做到可口可樂拉丁美洲區域總裁的職業生涯。

給牛油在墨西哥做田野調查的時候，曾經跟當地的朋友討論過可口可樂對於他們的重要性。那位朋友用一種非常草根但又傳神的方式跟我說明了對於墨國人來說，可口可樂到底是一種怎樣的的存在，他說：「今天不管公司給你的食物吃起來多麼像大便，只要配上一瓶可口可樂，那一餐吃起來就是平均以上的一頓飯。而一頓豐盛的晚餐，如果少了可口可樂，就好像少了靈魂一樣的讓人失落。」在得知了可口可樂於墨國日常飲食的地位之後，我常常在中餐訪談時間時

，先去自動販賣機買個兩罐，然後把其中一罐放在我當天想要訪談的對象桌上，幾乎無往不利的沒有被任何人拒絕過。甚至，當時做田調的工廠中，有位人們號稱「從不說話的男人 (el hombre que nunca habla)」，也在我拿著一罐可口可樂去跟他一起吃中餐時，打開了話匣子，跟我說起了他來到這家工廠工作的心路歷程。可口可樂的魅力由此可見一斑。

在墨西哥，可口可樂就是一個從廠工到總統無人不歡迎的飲料，而也正是因為如此的深入常民的生活和餐桌，可口可樂甚至曾經一度差點摧毀了號稱「墨西哥精神」龍舌蘭酒產業，不過這又是另外一個故事了。

Hecho en Meixco ! 蔗糖和高果糖漿之爭

上面說的是可口可樂傳入墨西哥的軌跡，以及可口可樂作為全球化象徵是如何在進入一個地方社會之後，顯著的改變了當地人的飲食習慣、文化乃至於社會生活。如果故事只說到這邊，那充其量也就只是在世界體系中，跨國資本的力量和商品是怎麼無堅不摧的改變的地方社會的又一例證。那麼，這樣我們在說的故事就只是一個Coca-Cola征服全地球的小篇章，而跟標題中的Mexicoke文不對題了。

當墨西哥成為可口可樂公司重要的歲收來源之際，因為即便大部分的配方全球統一，但是在甜味劑的使用上，在1980年代之後，美國本土生產的可口可樂使用了高果糖玉米糖漿 (high fructose corn syrup) 來取代墨國製造的可口可樂一直沿用迄今的蔗糖 (cane sugar) 。也正因為墨國製造的可口可樂保留的古老的蔗糖配方，使得可口可樂的愛好者之間出現了一個都市傳說認為墨國製造的可口可樂喝起來比較「天然」，少了一種人工精製的味道，也因此比較「健康」。甚至有另外一種說法指出，因為墨國製造的可口可樂自始自終都是用玻璃瓶包裝，因此喝起來就是比用鋁罐或是塑膠罐裝的可口可樂要來的更美味。Hecho em Mexico (墨國生產) 的可口可樂，從這個世紀初開始逐漸成為一個不同於一般可口可樂的存在，而具有獨特的光環。

即使實驗室的數據顯示，不論是用哪種甜味劑，可口可樂所提供的熱量和相關的營養數據其實是沒有差異的。而不管使用哪種甜味劑，人體只要攝取過多的糖份就會有各種各樣衍生而出的健康問題。事實上，也有證據顯示，隨著可口可樂在墨國銷售長紅的同時，也造成了墨西哥人罹患糖尿病的比率大幅飆升。然而，不論這些統計數字訴說著怎樣的故事。都不影響到支持者們對於Mexicoke的熱愛。因此，美國本土原本只有一些主要客群是拉丁裔移民的小店會進口墨西哥製造的可口可樂，而如今則可以在各種大型量販通路上看到墨國製造的可口可樂被放在「異國食品」區販售。

圖說：墨國製造的玻璃瓶裝可口可樂

圖片來源：<https://images.app.goo.gl/DrEuovW6ic4uioXP6>

由此，當墨國製造的可口可樂回售到美國的時候，除了讓墨裔美人或者在美墨人能夠在工作閒暇之餘透過暢飲可口可樂一解鄉愁之外，同時也在美國本土掀起了一場儼然是全球化與在地化、大型農企與地方小農的論戰。

身兼全球化和在地化代表的可口可樂

除了上述的許多可口可樂愛好者認為墨國製造的可口可樂喝起來比較「天然」、比較「健康」之外，有些可口可樂消費者之所以愛喝墨國可口可樂是建基在特定的意識形態上。對於這些愛好者來說，墨產的可口可樂不僅僅只是風味上的差異，同時也是一種更為道德的選擇。相較於高果糖漿是由主要座落在美國的大型農企業提供原料，並且在大型工廠中生產出來並銷售全世界的形象相比。在墨國製造的可口可樂愛好者的想像中，蔗糖代表的是地方小農辛勤勞動後的成果。因此，選擇Mexicoke的消費者，喝的不僅是一個風味也許不同的產品，同時也是在喝的地方小農vs.全球化企業的對抗意象與道德意識。墨產的可口可樂自此，被賦予了維護在地小農權益的形象，而成為道德消費的一環。

然而，必須要說明的是，不論是在拉丁美洲的哪一個國家，蔗糖的生產從西班牙征服者來到之後就從來不是小農生產出來的產品。而墨西哥的蔗糖產業，其生產制度某種程度也依舊停留在西班牙征服者時代所遺留下來的莊園生產型態中。在這些莊園中生產蔗糖的工人們未必真的得到比生產高果糖糖漿的工人們有更好更穩定的待遇。不過，不論如何，墨國製造的可口可樂，的確在美墨之間長期以來的糖業貿易戰中軋上了重要的一角。

在1994年北美自由貿易協定 (NAFTA) 簽署實施之後，的確為墨國北方的工業城市帶來了好處，吸引了更多外商前來投資，但墨國為了這個自由貿易協定所付出的代價則是以南方農業州的生計去換取的。NAFTA實施後，大量廉價的農產品進入墨西哥市場，幾乎摧毀了墨西哥的農業，以玉米製造的高果糖糖漿也是其中一項美國試圖輸出到墨西哥的產品。而墨西哥政府為了保護其國內風雨飄搖的蔗糖產業，於1997年開始，數次以法律規範或者增加稅額的方式，試圖提高玉米製的糖漿在墨國的價格以便維持其蔗糖產業的生存。不過墨國政府數次提出對於高果糖漿的規範，數

次被美國視為不平等的交易限制而被提報於世界貿易組織 (WTO) 中仲裁。且數次的仲裁結果都是美國取得勝利。在這樣的狀態下，墨國製造的可口可樂在這場糖業戰爭中，也被披上了「反全球化」、「反自由貿易」的形象，而成為北美的消費者於日常生活中反對全球化、反超巨型跨國企業的一種商品選擇了。於是，一邊喝著墨國製造的可口可樂一邊反對全球化的奇特景象就由此產生了。

Mexicoke ! 這個結合了墨西哥國名和可口可樂的縮寫，背後承載了二十世紀中葉以來資本主義全球化和在地化同時發生的歷史軌跡。至於墨國製造的可口可樂是否真的比較好喝？可能就要由你各位讀者自己去體會了。

本文採用 創用CC 姓名標示-非商業使用-禁止改作 3.0 台灣版條款 授權。歡迎轉載與引用。
轉載、引用本文請標示網址與作者，如：

給牛油皮耶吼 Mexico ! Mexicoke! ! (引自芭樂人類學 <https://guavanthropology.tw/article/6875>)
