

國立政治大學歷史學系研究所碩士論文

指導教授：周惠民教授

從中國外銷瓷看英格蘭貴族的消費文化
(1688-1730)



研究生：賴芊曄 撰
中華民國一百零一年九月

從中國外銷瓷看英格蘭貴族的消費文化 (1688-1730)

摘要

於 17 至 18 世紀之際的全球貿易擴張和英格蘭政治、經濟、社會等層面的變動之下，英格蘭社會頻繁的階層垂直流動，推升了英格蘭貴族「炫耀性消費」(conspicuous consumption)的消費形態，在外在行為上展現個人的品味和自我認同，以區隔並排除他人的晉升。於此，集實用品、商品、收藏品和奢侈品於一身的「中國外銷瓷」即符合了英格蘭貴族此種需求，而英屬東印度公司對於中國貿易之路的逐漸掌控，也推升了英格蘭貴族對中國外銷瓷的狂熱購買，這種消費文化遂成為逐漸上升的中間階層既批判又仿效的對象。此時期亦是當代知識份子辯論奢侈、奢侈品和其承載意義的高峰期，大量出現的文本顯示出社會對此議題的重視，和對不斷擴張的全球貿易和英格蘭社會瀰漫的奢侈風氣的回應。本文試圖以英格蘭貴族對中國外銷瓷的狂熱為中心，探討這個外來的奢侈品，讓英格蘭貴族得以運用「炫耀性消費」來彰顯自身的財富、地位和品味，並幫助其塑造出有別於中、下階層的消費文化，以與中、下階層產生區隔，甚而影響了整個英格蘭社會的餐桌禮儀、飲食習慣和消費品味。

關鍵詞：炫耀性消費、中國外銷瓷、奢侈

目錄

緒論.....	1
第一章、瓷器之路：從中國到英格蘭.....	12
第一節、歐洲與中國瓷器的初遇.....	13
第二節、英格蘭對中國外銷瓷的訂購、運輸和銷售.....	21
第二章、瓷器狂熱：愉悅與奢侈.....	39
第一節、英格蘭貴族的中國花瓶狂熱.....	40
第二節、奢侈帶來的愉悅.....	54
第三節、關於中國外銷瓷和奢侈的辯論.....	66
第三章、英格蘭貴族的迴響.....	75
第一節、炫耀性消費與社會區隔.....	76
第二節、中間階層的競爭與仿效.....	79
第三節、英格蘭的「新」奢侈.....	83
結論.....	87
參考書目.....	90

表目錄

表 1	1733 年各國主要商品裝載量比較	18
表 2	英船「凱薩琳號」的商品清單(1637).....	22
表 3	英船「麥士里菲爾德號」的商品清單(1700).....	24
表 4	英船「肯特號」的商品清單(1704).....	28
表 5	舟山的商品清單-----關於瓷器的部分(1706).....	30
表 6	英船「哈里森號」和「格拉夫頓號」的商品清單(1733)	35
表 7	中國瓷器進口總值和占整體亞洲進口商品百分比.....	36

圖目錄

圖 1	英格蘭科頓李氏的紋章瓷(1733).....	1
圖 2	英格蘭托維爾家族的紋章瓷訂單 (c.1728).....	20
圖 3	英格蘭托維爾家族的粉彩紋章瓷(c.1728)	20
圖 4	一位船長訂購的瓷製茶具(1722).....	26
圖 5	「喝茶」粉彩盤(1740).....	26
圖 6	英屬東印度公司的訂貨清單-----關於瓷器進口的部分(1704年3月)	29
圖 7	舟山的商品清單-----關於瓷器的部分(1706).....	30
圖 8	一位船長的私人貨物(1727)	32
圖 9	英格蘭金恩家族的紋章茶壺(1727).....	33
圖 10	英格蘭畫家所繪的英屬東印度公司拍賣大廳版畫(c.1700)	33
圖 11	英屬東印度公司拍賣紀錄-----關於瓷器的部分(1722)	34
圖 12	英吉利人(c.1760)	38
圖 13	葡萄牙里斯本桑托斯宮的瓷器天花板(c.1600).....	41
圖 14	丹尼爾·馬婁為瑪麗公主設計的瓷器室(1707).....	43
圖 15	亞瑟·戴維斯，《理查·布魯侖》(c. 1750).....	45

圖 16	清康熙時期的花瓶組(c. 1700).....	46
圖 17	威廉·卡夫，《靜物》(c. 1650-90).....	47
圖 18	范·羅斯崔騰，《銀製酒瓶、鬱金香和宜興壺和茶》(1690).....	48
圖 19	范·羅斯崔騰，《茶壺、薑罐和奴隸燭臺》(c. 1695).....	49
圖 20	腓力二世的香客瓶(c.1600)和 16 世紀的西班牙錢幣.....	50
圖 21	英格蘭所知最早的中國紋章瓷——花盆紋章瓷(1690).....	51
圖 22	英格蘭查爾斯家族的粉彩青花紋章瓷盤和其訂單(1731).....	52
圖 23	四個咖啡杯和相對應的紋章模型(c. 1720-30).....	52
圖 24	埃克賽特家族紋章瓷大湯碗(c. 1732).....	53
圖 25	英屬東印度公司的五彩紋章瓷盤(1710).....	54
圖 26	鍍金有蓋碗盤組(c.1715).....	54
圖 27	英格蘭瓷器和玻璃製品商店的宣傳卡片(c.1720-30).....	56
圖 28	理查·柯林斯，《喝茶的一家三口》(c.1727).....	59
圖 29	弗朗西斯·海曼，《強納森·泰爾和其家庭》(c.1740).....	60
圖 30	《茶桌》(c.1710).....	66

緒論

研究動機

圖 1 英格蘭科頓李氏的紋章瓷(1733)



來源：David Howard and John Ayers, *China for the West: Chinese Porcelain and Other Decorative arts for Export Illustrated from the Mottahedeh Collection* (London; New York: Sotheby Parke Bernet, 1978), p. 204.

2005年5月，蘇富比(Sotheby's)在阿姆斯特丹(Amsterdam)的一次拍賣會上，拍賣了數千件的明清瓷器，其中一只1733年製造的瓷盤上，除繪有英格蘭科頓李氏(Lees of Cotton)的家族紋章外，瓷盤的邊緣上更繪製了倫敦和廣東的港口和城市風貌，繪於左上角和右下角的聖保羅大教堂、倫敦橋等倫敦著名景點，與右上角和左下角的具有中國水墨畫意象的廣東景色

相映成趣（圖1）；這恰好點出了本文所關注的議題：「中國外銷瓷」在英格蘭社會中產生的作用，然而這並不是個偶然的巧合，這個瓷盤的確反映出當代大批的中國外銷瓷正以廣州為出口港，遠渡重洋地前往歐洲各主要城市的港口，並深深影響著歐洲人的生活方式和消費型態，而此時的英格蘭也正逐漸朝海上帝國之路邁進。

無獨有偶，在這只瓷盤製成的八年前，也就是1725年，英格蘭著名的劇作家約翰·蓋伊(John Gay, 1685-1732)著有這樣一首詩〈致一位迷戀古中國瓷器的女士〉(To a Lady on her Passion for Old China, 1725)：

我心中掀起新的疑慮和恐懼；
是哪個情敵近在眼前？原來是一個中國花瓶。
中國便是她的激情所在，
一隻茶杯，一個盤子，一隻碟子，一個碗，
能燃起她心中的慾望，
能給她無窮樂趣，能打亂她心中的寧靜。¹

這首詩更深切地反映了當時英格蘭興起的中國花瓶狂熱(vase mania)，此時歐洲各國對中國瓷器的訂單五花八門，英格蘭的貴族家族也爭相向中國訂製繪有家族紋章的瓷器以顯揚其家世，特別是成套的紋章瓷餐具，價錢甚至是一般標準餐器的十倍。²歐洲的飲食文化於文藝復興時期更趨精緻，各個宮廷頻繁地舉辦大型宴會，使得宮廷社會(Court Society)比以前更重視餐桌禮儀的規範，這個傾向由義大利宮廷開始並向外傳播，最初在

¹ 中譯文引自：甘雪莉(Shirley Ganse) (著)、張關林 (譯)，《中國外銷瓷》(香港：三聯書店，2008)，頁43。

² Robert Finlay, *The Pilgrim Art: the Culture of Porcelain in World History* (Berkeley, Calif.: University of California Press, 2010), p. 28.

貴族階層之間蔓延，之後亟欲向上提升的「中間階層」(middle class)也群起仿效。除了要維持用餐的方便和流暢，貴族更試圖利用繁複的儀節，來區隔自己與他人，宴會如同一場大型、鋪張的戲劇表演，每種食物該怎麼吃、餐具該如何擺放、座位如何安置，都成爲一種文化記號，象徵了主人的高貴。³能有幸擁有瓷器的宴會主人，自然會希望將極爲稀有的中國瓷器安置在大型宴會中，不論是做爲餐具或裝飾，瓷器都不再只是一個商品，更是擁有者身分地位的象徵。

事實上，就中國和歐洲的貿易而言，絲綢和茶葉的貿易量都遠大於瓷器，但是瓷器的貿易過程更爲繁複：英格蘭的消費者需先向東印度公司訂購所需的瓷器紋飾和器型，公司再委託中國行商至江西景德鎮⁴下單，最後由中國工匠按照訂單製作。如此一來一往至少需花費三年的時間，當中更牽涉了中西雙方的品味交流，而瓷器本身又比絲綢和茶葉更爲耐久，能夠流傳至今，都使得瓷器的文化意義更爲獨特。

本文的主角雖然是中國外銷瓷，卻不是要寫成一篇「中國瓷器史」，而是以英格蘭貴族對中國外銷瓷的狂熱爲中心，探討這個外來的奢侈品如何對英格蘭貴族的消費行爲產生衝擊，進而塑造出有別於中、下階層的消費文化；而這種消費型態又如何對中、下階層、以致於整個英格蘭社會的飲食習慣和消費品味造成影響。

於17和18世紀之際的全球貿易擴張和英格蘭政治、經濟、社會變動之下，英格蘭社會頻繁的階層垂直流動，推升了英格蘭貴族「炫耀性消費」(conspicuous consumption)⁵的消費形態，在外在行爲上展現個人的品味和

³ 梅寇(Heidrun Merkle)著、薛文瑜(譯)，《饗宴的歷史：一段由味覺與美學交織而成的感官之旅》(臺北：左岸文化出版，2004)，頁167-172。

⁴ 景德鎮早在得名之前，就以生產精美陶瓷聞名，宋真宗時以其年號「景德」(1004-1007)賜名，正式成爲御用官窯，許多瓷器多爲奉旨製造。

⁵ 范伯倫(Thorsten Veblen)《有閒階層論》一書中定義「炫耀性消費」爲生活用度超出

自我認同，以區隔並排除其它人的晉升；而瓷器的品質和價格也產生了新的區隔，英屬東印度公司引進了較以往更多的中國外銷瓷，英格蘭國內也逐漸開始掌握燒製陶瓷的技巧，使得新興中間階層得以購買品質較低、價格卻也較為便宜的瓷器。是故因為身分、地位和擁有財富的區隔，購買的瓷器品質也有所不同，使得在購買瓷器的活動上，又產生了另外一層的「區隔」。

在1688年光榮革命(Glorious Revolution)後的政治變動之際，正值英屬東印度公司逐漸掌控中國貿易路線之時，可以說此時的社會發展，推升了英格蘭貴族對中國瓷器的狂熱購買，而大量湧入的中國外銷瓷，又滿足了英格蘭貴族此消費形態的需求。中國外銷瓷大量地進入了英格蘭貴族的生活當中，成為逐漸上升的中間階層既批判又仿效的對象，此時也是知識份子辯論奢侈、奢侈品和其承載意義的高峰期，大量出現的文本顯示出社會對此議題的重視，亦為對不斷擴張的全球貿易和英格蘭社會瀰漫的奢侈風氣的回應。

有關17世紀歐洲進口的各種商品中，已有許多內容經常被討論，例如茶葉、鹽、巧克力、菸草、咖啡、白銀、糖、香料、染料、玻璃、棉布、絲綢……等等，但對於瓷器的討論卻多著重於瓷器本身形狀和紋飾等的研究，觀眾也較局限於瓷器迷、鑑賞家、收藏者和博物館研究人員。本文希望能使瓷器研究與其所屬的時代背景有更緊密的連繫，探討中國外銷瓷對所到之處產生的政治、經濟和文化衝擊。本文主要的焦點在於當代前往英

維生及體能所需的最低限額消費，且其所消費物品的質量達到一專業化的水準，以博取名聲，使其儀態和生活方式與其身分和財富相稱。原為諷刺19世紀末資本主義社會富人因擁有財富而產生的優越感與各種炫耀性的消費型態，後亦被運用於指涉17世紀英格蘭貴族為維護既有地位而形成的奢侈消費行為。可參見：范伯倫（著）、李華夏（譯），《有閒階層論：一種制度的經濟研究》（臺北：左岸文化，2007）。（譯自：Veblen, Thorstein. *The Theory of the Leisure Class: an Economic Study of Institutions*, 1899.）

格蘭的中國外銷瓷，如何在日常生活、商業和藝術領域都擁有特殊的地位，兼具實用品、商品和收藏品的功能；瓷器同時也與社會行爲、長途貿易和上層人士的品味關係異常密切，提供現今一個獨特的角度去觀察當代的歷史，反映出瓷器本身之外的諸多議題。

文獻回顧

本文的參考資料，可粗略分爲中國外銷瓷研究和當代的奢侈和消費研究等兩部分：

在中國外銷瓷研究的方面：甘雪莉(Shirley Ganse)的《中國外銷瓷》(*Chinese Export Porcelain: East to West*, 2008)⁶和余春明的《中國名片：明清外銷瓷探源與收藏》⁷爲最主要的參考書籍，兩書皆深入探討了中國外銷瓷如何被訂購、生產、銷售和收藏，及其樣式、花紋所代表的特殊背景和意義；但由於兩書的作者皆與博物館的中國瓷器文物有直接接觸，甘雪莉爲任職於美國史密森尼博物館(Smithsonian Institution)的中國文物策展顧問，余春明則爲現任中國南昌大學博物館館長，因此這兩書較偏重於中國瓷器本身的研究，而對於瓷器對所到之處造成的影響較少著墨。

美國阿肯色大學(University of Arkansas)歷史系教授羅伯特·芬雷(Robert Finlay)的《青花瓷的故事》(*The Pilgrim Art: the Culture of Porcelain in World History*, 2010)⁸則較爲成功地連繫了藝術、經濟和歷史研究，討論中國外銷瓷在世界史上扮演的文化角色。芬雷認爲幾個世紀以來中國瓷外銷

⁶ Shirley Ganse, *Chinese Export Porcelain: East to West* (San Francisco, Calif.: Long River Press, 2008).

⁷ 余春明, 《中國名片：明清外銷瓷探源與收藏》(北京：生活·讀書·新知三聯書店, 2011)。

⁸ Robert Finlay, *The Pilgrim Art: the Culture of Porcelain in World History*.

的數量之眾、遍布之廣，使製作者、購買者、欣賞者的風俗、信仰與心理等精神面向得以交流，各個社會將中國外銷瓷納入生活，影響了自身的文化、經濟和政治，而這個由瓷器造成的文化循環和轉型，終於在 18 世紀產生了真正的「全球性文化」(global culture)。⁹但其認為中國外銷瓷的影響力在 18 世紀中葉歐洲掌握瓷器技術之後漸趨沒落，卻未注意中國外銷瓷本身因品質差異，而具有層級之分，高級的瓷器在歐洲上流社會仍然具有龐大的市場，為此書的美中不足之處。

關於當代的奢侈和消費研究的部分：專精英國工業革命歷史的英國學者尼爾·麥肯崔克(Neil McKendrick)主編的《消費社會的誕生》(*The Birth of a Consumer Society*, 1982)¹⁰一書，是討論消費社會起源的經典之作，麥肯崔克指出 18 世紀英格蘭工業的大量生產提昇了整體的經濟水平，透過工資提高，促使家戶所得增高，社會流動更為頻繁，中下階層的人們因而得以藉由仿效上層階層的消費模式和生活方式以與其競爭。麥肯崔克特別關注「中間階層」的消費擴張，使英格蘭進入「消費社會」(Consumer Society)，而此時製造業和貿易的擴張使需求面和供給面得以配合，促進了消費革命(Consumer Revolution)，並為日後工業革命(Industrial Revolution)打下基礎。¹¹歐洲消費主義研究學者約翰·布魯爾(John Brewer)和羅伊·波特(Roy Porter)編輯的《消費和商品的世界》(*Consumption and the World of Goods*, 1993)¹²肯定了麥肯崔克對英格蘭消費社會和消費革命的論述，認為 17 和 18 世紀的歷史奠基於商品和勞務消費之上，並專注於探究商品的消費與生

⁹ Robert Finlay, *The Pilgrim Art: the Culture of Porcelain in World History*, pp. 5-11.

¹⁰ McKendrick, N., Brewer, J. and Plumb, J. H. *The Birth of a Consumer Society: The Commercialization of Eighteenth-Century England* (London: Europa Publications Ltd., 1982).

¹¹ McKendrick, N., Brewer, J. and Plumb, J. H. *The Birth of a Consumer Society: The Commercialization of Eighteenth-Century England*, p. 9.

¹² John Brewer, Roy Porter (eds), *Consumption and the World of Goods* (London; New York: Routledge, 1993).

產、和商品做為私人財產的意義。

然而，有了消費者和大量消費的消費階層，並不一定就能集結成「消費社會」，這同時也牽涉到人們消費「何種商品」和這些商品「如何被消費」；有的商品因為價格較低等因素而在各個階層中普及，但像中國外銷瓷這種商品，在當時仍然過於昂貴，而無法成為各個階層都能消費的對象，也就不能符合消費社會的定義。近年來有越來越多學者試圖駁斥麥肯崔克關於英格蘭在 18 世紀進入消費社會的說法，例如專研 17 世紀英格蘭政治、社會和文化史的琳達·萊威·佩克(Linda Levy Peck)，在其作《消費的輝煌》(*Consuming Splendor*, 2005)¹³中，認為英格蘭的消費社會應起源於更早的貴族文化之中，17 世紀新興的政治菁英即開始挪用貴族的消費方式，但中、下層階層能否仿效上層的生活方式，取決於經濟能力能否負擔此種消費模式，故直到 18 世紀整體財富上升的英格蘭社會才有辦法出現更大規模的社會仿效，而日後許多商品因大量進口或大量生產使價格下跌，才使更多階層有能力消費得起；¹⁴但更新的趨勢是：學者不再追溯消費社會的起源，而傾向探討 18 世紀奢侈辯論下英格蘭社會的種種現象，例如馬克賽因·博格(Maxine Berg)編輯的《18 世紀的奢侈》(*Luxury in the Eighteenth Century*, 2003)¹⁵即批評過度熱衷探討消費社會的起源分割了文化和經濟面的相互影響，並另闢新視角探討 18 世紀物質文化和智識文化的連結性。¹⁶

博格之後推出的《18 世紀英國的奢侈與愉悅》(*Luxury and Pleasure in*

¹³ Linda Levy Peck, *Consuming Splendor: Society and Culture in Seventeenth-Century England* (New York: Cambridge University Press, 2005).

¹⁴ Linda Levy Peck, *Consuming Splendor: Society and Culture in Seventeenth-Century England*, pp. 10-14.

¹⁵ Berg M., E. Eger (eds), *Luxury in the Eighteenth Century: Debates, Desires and Delectable Good* (Basingstoke, Hampshire; New York: Palgrave Macmillan, 2003).

¹⁶ Maxine Berg and Elizabeth Eger, "Introduction," in Maxine Berg and Elizabeth Eger (eds), *Luxury in the Eighteenth Century: Debates, Desires and Delectable Goods*, p. 2.

Eighteenth-Century Britain, 2005)¹⁷一書，更指出 18 世紀的英格蘭整體消費水準並沒有快速上升，甚至人口中的大部分人的收入是下降的，所謂的消費革命，只是大量的報章廣告中吹捧出來的城市菁英形象；但從 17 和 18 世紀之際貴族留下的遺囑和財產清單中，確實能夠發現上層階層有追求奢侈和愉悅的傾向，並成為當代時尚的領導者，和之後菁英和中間階層進入政治圈等上流社會的仿效對象，並促進了各階層的身分認同。¹⁸

這些著作都精闢地研究了中國外銷瓷和當代的奢侈和消費論述，但卻未將兩者加以連繫，使得中國外銷瓷研究較偏重瓷器本身，卻將瓷器抽離了其所屬的時代；而奢侈和消費論述的研究，則多著重於當代知識分子的文本分析，較少提出一個較為具體的象徵物品，來反映當代的奢侈和愉悅風氣。本文即希望能將兩者做出更好的連繫，為當代的中國外銷瓷和所屬的英格蘭社會勾勒出一面更為清晰的圖像。

史料

本文第一章的中國外銷瓷的訂製、運輸和銷售，引用的史料主要是藏於大英圖書館(British Library)的英屬東印度公司〈印度部門貿易文件〉(*India Office Trading Documents*)和〈東方和印度部門收藏〉(*Oriental and India Office Collections*)，及由曾擔任清海關總稅務司赫德(Robert Hart, 1835-1911)秘書的馬士(Hosea Ballou Morse, 1855-1934)所編寫的《東印度公司對華貿易編年史(1635-1834)》(*The Chronicles of the East India Company, Trading to China, 1635-1834*)¹⁹，書中提供了許多英屬東印度公司

¹⁷ Maxine Berg, *Luxury and Pleasure in Eighteenth-Century Britain* (Oxford, U.K.: Oxford University Press, 2005), pp. 1-16.

¹⁸ Maxine Berg, *Luxury and Pleasure in Eighteenth-Century Britain*, pp.1-16.

¹⁹ Hosea Ballou Morse, *The Chronicles of the East India Company, Trading to China, 1635-1834* (Taipei: Ch'eng-wen, 1966-69).

的貿易數據。

由於許多較為名貴的瓷器如紋章瓷皆屬私人貿易範疇，留下的相關紀錄並不多，僅能找到實物的相關資料。這些資料多仰賴大衛·霍華德(David S. Howard)的著作，霍華德是英格蘭的骨董商，在無意間得到刻有自己祖先的紋章銀器後，便開始對古代紋章產生興趣，進而研究中國紋章瓷，並在倫敦開設專賣紋章瓷的骨董店。在拜訪世界各地的紋章瓷收藏家和參觀各大紋章瓷拍賣會後，霍華德於1974年完成《中國紋章瓷》(*Chinese Armorial Porcelain*)²⁰一書，並於1978年將紐約的中國外銷瓷收藏家莫塔赫德夫婦(Mildred R. Mottahedeh)的收藏寫成了《銷往西方的中國瓷器》(*China for the West: Chinese Porcelain and Other Decorative Arts for Export Illustrated from the Mottahedeh Collection*, 1978)²¹一書，之後又陸續完成《三城記》(*A Tale of Three Cities: Canton, Shanghai & Hong Kong Three Centuries of Sino-British Trade in the Decorative Arts*, 1997)²²、《中國紋章瓷》第二部(*Chinese Armorial Porcelain II*, 2003)²³等著作，書中所述幾乎涵蓋了現存所有的中國紋章瓷和相關的背景資料。

另外像是丹尼爾·納德勒(Daniel Nadler)所編的《訂製中國瓷器》(*China to Order: Focusing on the XIXth Century and Surveying Polychrome Export Porcelain Produced During the Qing Dynasty (1644-1908)*, 2001)²⁴、羅納德·

²⁰ David S. Howard, *Chinese Armorial Porcelain* (London: Faber & Faber, 1974).

²¹ David Howard and John Ayers, *China for the West: Chinese Porcelain and Other Decorative arts for Export Illustrated from the Mottahedeh Collection* (London; New York: Sotheby Parke Bernet, 1978).

²² David S. Howard, *A Tale of Three Cities: Canton, Shanghai & Hong Kong Three Centuries of Sino-British Trade in the Decorative Arts* (London: Sotheby's, 1997).

²³ David S. Howard, *Chinese Armorial Porcelain II* (London: Faber & Faber, 2003).

²⁴ Daniel Nadler, *China to Order: Focusing on the XIXth Century and Surveying Polychrome Export Porcelain Produced During the Qing Dynasty (1644-1908)* (Paris, France: Vilo International, 2001).

福斯(Ronald W Fuchs)編纂的《中國製造》(*Made in China: Export Porcelain from the Leo and Doris Hodroff Collection at Winterthur*, 2005)²⁵皆提供了大量的 17 和 18 世紀中國外銷瓷的圖樣和相關說明。

本文也將運用 17 和 18 世紀之際的繪畫資料：在當代英格蘭流行的風俗畫(genre pictures)中，可以看到中國瓷器頻繁地成爲畫中主角；而一些描繪貴族生活的畫作中，中國瓷器也時常出現在貴族家中的茶桌上和室內裝飾中，在在都反映出當代英格蘭的「中國花瓶狂熱」已深入貴族的生活，並有其特殊意涵和象徵意義。英國維多利亞與亞伯特博物館(Victoria and Albert Museum)即提供本文許多當代的珍貴畫作。

而在時人論述的部分，本文利用英格蘭隨筆作家理查·斯蒂爾(Richard Steele, 1672-1729)和約瑟夫·艾迪生(Joseph Addison, 1672-1719)在倫敦發行的《旁觀者》(*The Spectator*)。此期刊在 1711 至 1712 年間每天發行，撰稿人以「旁觀者」的姿態，描述對當代英格蘭社會的觀察和想法，其中也包含了數篇諷刺瓷器狂熱和奢侈消費的文章；而丹尼爾·笛福(Daniel Defoe, c. 1659/1661-1731)，英格蘭當代著名的論冊作者、社會和經濟評論家、小說家，也留下了多篇描繪並評論當代奢侈之風的著作，例如《十足的英格蘭商人》(*The Complete English Tradesman*, 1725-27)、《大不列顛全島之旅》(*A Tour through the Whole Island of Great Britain*, 1724-27)、《英格蘭商業計畫》(*A Plan of the English Commerce*, 1731)；而在其著名的小說《魯賓遜漂流記》(*Robinson Crusoe*, 1719)和同年出版的續集《魯賓遜更多的冒險故事》(*Futher Adventures of Robinson Crusoe*, 1719)中，更直接地抨擊了中國瓷器所代表的虛妄，在這些作品中，笛福都明白塑造了其認爲理想的英格蘭人和英格蘭國家的形象，反映出當代英格蘭社會對中國瓷器和奢侈風氣的回應。

²⁵ Fuchs, Ronald W, *Made in China: Export Porcelain from the Leo and Doris Hodroff Collection at Winterthur* (Winterthur, DE: Henry Francis du Pont Museum, 2005).

關於此時期「奢侈」的辯論和「奢侈」去道德化的過程，則一定要提到 17 世紀末英格蘭當代經濟學家和金融業者尼古拉斯·巴爾本(Nicholas Barbon, c.1640-1698)的《論貿易》(*Discourse of Trade*, 1690)，巴爾本可算是 18 世紀「奢侈」大辯論的先聲，而 18 世紀初荷蘭裔的英格蘭經濟學家柏納德·曼德維爾(Bernard Mandeville, 1670-1733)的《蜜蜂的寓言》(*The Fable of the Bees*, 1714-1725)更是「奢侈」去道德化的轉捩點，皆為本文所使用的重要史料。除此之外，本文也將運用許多當代的相關描述和評論。

章節安排

本文第一章〈瓷器之路：從中國到英格蘭〉探討歐洲對「中國外銷瓷」的渴求，及其訂製、運輸和銷售方式，並從英屬東印度公司對中國的瓷器進口總值反映出英格蘭貴族對其之狂熱。

第二章〈瓷器狂熱：愉悅與奢侈〉則分析英格蘭貴族的中國花瓶狂熱，即瓷器如何成為顯揚家世、展示個人品味(taste)和生活方式(life style)的表徵；且在英格蘭社會對國外奢侈品的大量希求、而與全球連繫益發緊密之下，17和18世紀之際興起對奢侈品和其承載意義的辯論，本章也將利用當代知識份子的文本探討「奢侈」辯論的轉型和發展，即英格蘭社會對於「奢侈」意義的看待，如何開始脫離以往過度的道德化，接受「奢侈」和「時尚」的正面效果，並逐漸肯定貿易和商人的價值。

本文的最後一章〈英格蘭貴族的迴響〉分析此中國花瓶狂熱的背景，探討在全球貿易擴張和英格蘭政治、經濟、社會變動的相互影響：英格蘭貴族如何面對1688年光榮革命以來政治地位的下降、中間階層的競爭和仿效，又如何因應由國際貿易不斷擴張而來的新財富、新商品和新需求。最後歸結出此時期的英格蘭貴族在政經地位變動之際如何面對物質世界，其對於奢侈、愉悅、舒適的追求，如何推動了英格蘭蓬勃發展的消費文化。

第一章、瓷器之路：從中國到英格蘭

清代中葉，海舶雲集，商務繁盛。歐土重華瓷，我國商人投其所好，乃於景德鎮燒造白瓷運至粵垣，另僱工匠仿照西洋畫法，加以彩繪，於珠江南岸之河南開爐烘染，製成彩瓷，然後售之西商。蓋其器購自景德鎮，彩繪則粵之河南廠所加者也。¹

我們竟把好好的白銀、黃金，去換中國來的破瓦、爛布和草藥。²

1925年劉子芬所撰的《竹園陶說》足以說明清代中葉歐洲人對中國瓷器的熱愛，而中國商人亦投其所好，將江西景德鎮之素白釉瓷運到廣東加工彩繪後，再入爐烘燒而成爲釉上彩繪瓷器，既可加快瓷器的製造速度，又較能掌握其上的紋飾是否能符合歐洲人的審美習慣，這種專爲外銷市場打造的瓷器廣受歐人喜愛，將之稱爲「廣彩外銷瓷」(Canton Export Porcelain)，即中國名瓷之一的「廣東織金彩瓷」；³據劉子芬的記載，廣彩約始於中國清朝乾隆時期(1735-1796)，嘉慶(1796-1820)、道光(1820-1850)年間達到極盛，此時期雖已略晚於本文的時間斷限，但中國外銷瓷做爲一融合中西藝術文化且極具商業價值的藝術品，的確是其來有自。

但這個舉世聞名的藝術品卻也引起一位英格蘭人的憂心疾呼，並將之貶爲「破瓦」，而「爛布」和「草藥」則正是當時中國外銷世界的另兩大出

¹ 劉子芬，《竹園陶說》，收入：上海古籍出版社編，《生活與博物叢書：器物珍玩編》（上海：上海古籍出版社，1993）第二卷，頁104。

² 轉引自：Robert Finlay, *The Pilgrim Art: the Culture of Porcelain in World History* (Berkeley, Calif.: University of California Press, 2010), p. 54.

³ 丁敘鈞，〈金碧輝煌廣彩瓷〉，收錄於「典藏藝術網」：<http://artouch.com/>（2012/8/20點閱）。

口品「絲綢」和「茶葉」；1730年英格蘭劇作家費爾汀(Henry Fielding, 1707-1754)亦利用劇中人物痛陳帝國把錢花在瓷器上的奢華腐敗，「從這個印度群島取得的金子，立刻就花到另一個印度群島上去。」⁴反映了當時英格蘭對中國外銷瓷的進口量之龐大。

這些當代留下的文句，在在顯示了中國外銷瓷在當時國際貿易裡所占的份量，雖然與中國兩出口大宗茶葉和絲綢比較，瓷器僅位於第三大，但瓷器的功能和影響力卻遠遠超過前兩者：瓷器既可以耐久保存，又兼具實用品、收藏品和商品的特性，其影響力處於日常生活、藝術與商業的交會點，並透過遠度重洋的貿易商，連結了世界兩端的英格蘭消費者和中國製造者的風俗和品味交流；本文第一章以歐洲人對中國外銷瓷之渴慕為始，簡述英屬東印度公司和私人買家對中國外銷瓷的訂購、運輸和銷售過程。

第一節、歐洲與中國瓷器的初遇

人類所燒製的第一只陶器，早在2萬6千年前的舊石器時代晚期就已出現，其後於各處的古老文明遺址中，也紛紛發現陶器的痕跡；中國已知最早的陶器，則大約出現在西元前1萬2千年前，時間甚至比人類開始種植稻米的時間還要早。⁵

中國傳統上將「陶瓷」連稱，高溫燒造的黏土器即稱為「瓷」，因此一些出現較早的「瓷」紀錄，可能只是現代所認知的「陶」、「磚」或「炻瓷」而已⁶；符合現代定義的「瓷器」，或所謂讓歐洲人開始趨之若鶩的「瓷器」，

⁴ 語出：Henry Fielding, *The Coffee-House Politician*(1730)；轉引自：Karen Fang, "Empire, Coleridge, and Charles Lamb's Consumer Imagination", in *Studies in English Literature, 1500-1900*, 43:4 (Rice University, Autumn 2003), p. 819.

⁵ Robert Finlay, *The Pilgrim Art: the Culture of Porcelain in World History*, p. 38.

⁶ 「炻瓷」(stoneware)又稱「原始瓷」、「準瓷」或「類瓷炻」，其燒製的所需溫度和

最早可能出現在 7 到 9 世紀之間，但也可能晚到 10 到 14 世紀之間才出現。事實上，歐洲也並非完全沒有類似的燒製品，在歐洲尚未能掌握「中國外銷瓷」的充足來源之前，根據統計在 1600 到 1640 年之間，至少有 1 千萬件來自北日耳曼地區的「炆瓷」駛進倫敦港。⁷只是這種「炆瓷」雖然硬度已經優於陶器，但仍然無法與中國瓷器這種硬質瓷器相比，故此時歐洲的瓷器全都是數量稀少的舶來品，不過這種讓歐洲人苦尋以求的製瓷技術，對中國來說卻只是古老高溫燒陶技術的不斷精進而已，不需要顧慮如西方化學中所謂「陶器」(earthware)、「炆瓷」(stoneware)和「瓷器」(porcelain)的分別。

瓷器對當時的歐洲來說，雖然是中國獨有之物，但「瓷器」(porcelain)一字卻源於歐洲，而非譯自中國原字，目前找到歐洲最早將之形容陶器的紀錄出自 1298 年的馬可波羅(Marco Polo, c.1254-1324)。⁸在這份由馬可波羅口述、比薩的魯斯蒂切羅(Rustichello of Pisa, fl. late 13th Century)紀錄的《遊記》(*Travels*, c.1300)中，此字除了用來形容中國通州（亦有說法為福建泉州）製造的精美白色陶器外，同時也用這個字形容中國雲南用作貨幣的子安貝；除了中國外，印度、非洲等地也都使用子安貝貨幣，因此子安貝早已出現在商旅雲集的義大利，故馬可波羅一開始就能指認出中國雲南的子安貝，而子安貝的外型白色圓滑且容易碎裂，和圓潤光潔的中國陶器頗為相似，也難怪馬可波羅會將兩者聯想在一起。⁹

製成品的硬度都介於陶器和瓷器之間，和瓷器的主要差異在於白度和透明度。

⁷ Robert Finlay, *The Pilgrim Art: the Culture of Porcelain in World History*, p. 83.

⁸ John Carswell, with contributions by Edward A. Maser and Jean McClure Mudge; catalogue of an exhibition at The David and Alfred Smart Gallery, The University of Chicago, October 3-December 1, 1985, *Blue and White: Chinese Porcelain and Its Impact on the Western World* (Chicago [Ill.]: The University of Chicago, The David and Alfred Smart Gallery, 1985), p. 13.

⁹ John Carswell, with contributions by Edward A. Maser and Jean McClure Mudge; catalogue of an exhibition at The David and Alfred Smart Gallery, The University of Chicago,

而中國「外銷瓷」這個名詞則較為含糊籠統，品質也良莠不齊，除外銷以外有時也可供內需，原為指稱 7 到 12 世紀時由中國出口東亞、東南亞和西亞的陶器，此後才專指為外銷生產的瓷器，例如中國元朝(1260-1368)時曾將大量的瓷器運往中亞貿易，明(1368-1644)、清(1644-1911)兩代皆有專門為歐洲訂單所製造的瓷器；值得注意的是，外銷瓷並非僅出自民間窯場，到了商業蓬勃的明清，景德鎮除了為宮廷服務，製造「精美得連水晶玻璃也比不上」的一級精細瓷器¹⁰，同時也接受歐洲人訂製的瓷器，雖然相較於中國宮廷之物為次級，但品質亦十分精良。¹¹

而這些在 7 到 12 世紀時向亞洲其它區域出口的中國陶器，勢必能輾轉傳往歐洲，到了元朝時中國的製瓷技術更進一步，藉由蒙古對中亞的掌控，使得貿易之路更為暢通，更多的中國外銷瓷開始進入歐洲人的生活，但由於其中經過多次的易手，歐洲能夠見到的瓷器，價格必然都十分高昂；既然瓷器如此難得，歐洲的王公貴族對於中國瓷器便難以忘懷。1497 年當葡萄牙探險家達伽瑪(Vasco da Gama, 1469-1524)尋求繞過非洲好望角以達印度的航路時，葡萄牙國王曼紐爾一世(Manuel I, r.1495-1521)便再三叮嚀其務必帶回兩樣歐洲最渴求之物：香料和瓷器，在折損了一半以上的船員後，達伽瑪總算為國王帶回了一些香料和一打瓷器，葡萄牙人也成為最早掌握中國瓷器通路的歐洲人，葡萄牙人開始在印度購買瓷器，並更進一步地希望能直達中國以探尋瓷器的源頭；1517 年葡萄牙商船初抵中國之後，曼紐爾一世念茲在茲的仍是瓷器，1581 年葡萄牙和西班牙因聯姻而合治後，西

October 3-December 1, 1985, *Blue and White: Chinese Porcelain and Its Impact on the Western World*, pp. 14-18.

¹⁰ 語出：Jan Huygen van Linschoten, *Itinerario*(1596)；轉引自：Timothy Brook, *Vermeer's Hat: the Seventeenth Century and the Dawn of the Global World* (London: Profile Books, 2009), p. 63.

¹¹ Shirley Ganse, *Chinese Export Porcelain: East to West* (San Francisco, Calif.: Long River Press, 2008), p. 3.

班牙的腓力二世(Felipe II, r.1556-1598)便掌握了這條瓷器之路，通過葡屬澳門直接向中國訂製瓷器，這是有史以來的第一次，有歐洲國王可以直接向瓷器產地訂購瓷器。¹²

同樣嚮往中國商品的荷蘭人於 1602 年成立荷屬東印度公司，試圖瓜分這個海上暴利，同年劫掠了一艘名為「聖伊阿戈號」(San Iago)的葡萄牙武裝商船，並將船上裝載的眾多中國青花瓷據為己有，1604 年這批貨在阿姆斯特丹公開銷售，這是歐洲第一次有如此大批的中國瓷器登陸，對整個歐洲市場帶來不小的騷動；食髓知味的荷蘭商人，開始更積極地尋求與中國直接貿易之法，根據 1608 年一份訂貨清單上顯示，荷屬東印度公司要求船隊需進口「5 萬只奶油碟、1 萬只盤子、2 千只水果碟，另外還要鹽瓶、芥末瓶、多種寬碗和大碟各 1 千只，加上數量不明的罐、杯。」¹³但是對中國瓷器求過於供的結果導致中國商人坐地起價，且提供的瓷器品質極差。荷蘭商人在與之斡旋了一陣子之後，1612 年起中國商人才開始供應符合荷屬東印度公司所要求品質的瓷器，荷蘭人也才逐漸掌握了直接與中國進行貿易之法，成為繼葡萄牙之後，歐洲最大的對中貿易國，估算每年約有 5 萬件瓷器輸往荷蘭，荷屬東印度公司的貿易最盛期約在 1635 年至 1640 年間，據估計當時一年至少有 30 萬件中國瓷器送往歐洲。¹⁴

然而荷屬東印度公司精心布置的瓷器之路，卻因為中國明清兩朝更迭而受阻，清朝政府在 1662 年執行了配合海禁政策的遷界令，大大影響了瓷器生產和輸出，且同年荷蘭又失去了東亞貿易的根據地臺灣，都使得歐洲的中國外銷瓷進口一度停頓，荷屬東印度公司只好改進口日本瓷器，相當

¹² Robert Finlay, *The Pilgrim Art: the Culture of Porcelain in World History*, p. 3.

¹³ Timothy Brook, *Vermeer's Hat: the Seventeenth Century and the Dawn of the Global World*, p. 68.

¹⁴ 〈十七、十八世紀歐洲之瓷器熱與日本有田燒瓷器〉，收錄於「臺灣陶藝聚落」：http://www.taiwanclayart.org.tw/b_04.html (2012/4/3點閱)。

數量的日本有田瓷器(Arita-yaki)開始進入歐洲市場，甚至被收藏家誤認為中國瓷器，例如在當時留下的收藏名冊中，就可以看到有田瓷器被誤載為中國瓷器的記錄。¹⁵

隨著清廷在 1680 年和 1683 年平定三藩之亂和攻克臺灣，清廷開始規劃展界和開放海禁，據當時吏部侍郎杜臻(1633-1703)的紀載，開放海禁的最重要目的即為「直隸天津衛、山東登州府、江南雲臺山、浙江寧波府、福建漳州府、廣東澳門各通市舶，行賈外洋，以禁海暫阻，應酌其可行與否。」¹⁶1684 年遂全面開放海禁，上諭：「前令開海貿易，於閩、粵一帶民生有益。若兩省民用充阜，財貨流通，於各省俱有裨益。」¹⁷開放海禁與否關係到閩粵民生，可見當時對外貿易之數不容小覷；清廷並在廣東另外設置專官收稅，取代原本掌管貢舶貿易的市舶使，江蘇、浙江、福建、廣東四大海關則於 1685 年正式成立。¹⁸

此時尚未將對外貿易局限在粵海關，因此歐洲各國商船游移於四海關之間，直到 1759 年時清廷才將對外貿易限制在廣東一處，但或許早在此之前粵海關就負責管理各國貿易，要到別的港口貿易，需獲得粵海關監督的同意，因此歐洲商船的主要活動範圍仍是在粵海關。¹⁹中國的幾項出口大宗，例如：主要產於江西、福建、安徽的茶葉，主要產於長江三角洲的絲綢，和主要產於江西景德鎮的瓷器，都翻山越嶺到廣東販售，不過雖然歐洲商

¹⁵ 〈十七、十八世紀歐洲之瓷器熱與日本有田燒瓷器〉，收錄於「臺灣陶藝聚落」：http://www.taiwanclayart.org.tw/b_04.html (2012/4/3點閱)。

¹⁶ 語出：杜臻，〈閩粵巡視紀略〉，收入：《四庫全書珍本四集》，（臺北：商務印書館，1973）第113冊卷一，頁43；轉引自：陳國棟，〈清代前期的粵海關一六八三—一八四二〉，國立臺灣大學歷史學研究所碩士論文（臺北：國立臺灣大學，1980），頁1-7。

¹⁷ 語出：《明清史料》，丁編，第八本，745下；轉引自：陳國棟，〈清代前期的粵海關一六八三—一八四二〉，頁2-7。

¹⁸ 陳國棟，〈清代前期的粵海關一六八三—一八四二〉，頁1-7、1-8。

¹⁹ 陳國棟，〈清代前期的粵海關一六八三—一八四二〉，頁2-14、2-15。

船的活動範圍受限，但歐洲人仍可藉由其東南亞殖民地的名義至其它海關貿易，因此就中國的出口貿易而言，四大海關仍然發揮各自的功能。²⁰

繼英屬和荷屬東印度公司之後，丹麥(1616年)、葡萄牙(1628年)和法國(1664年)也相繼成立東印度公司，使得遠東貿易更具規模；各國並紛紛在廣東設立辦事處，由於外國人不能直接到中國生產地進行買賣，而需與享有中國朝廷特許對外經營的洋行（公行）進行貿易，貿易區的江面上往來各國船隻，提岸上則豎立著各國的旗幟，這時候流行將這類城市風景繪製在畫作和瓷器之上，前文所述的英格蘭科頓李氏的家族紋章邊緣即體現了這股風尚。根據統計，1600至1700年之間，荷屬東印度公司每年由中國運出60萬件瓷器，²¹到了1733年年底，停泊於廣東的四艘外國船隻裝載的主要商品數量如表1：

表 1 1733年各國主要商品裝載量比較

國家	瓷器（箱）	茶葉（擔）	絲織品（匹）
英格蘭	240	4,427	16,028
法國	154箱、200捆	3,313	3,375
丹麥	248	7,024	3,488
荷蘭	163	4,681	5,070

來源：根據 Hosea Ballou Morse, *The Chronicles of the East India Company, Trading to China, 1635-1834* (Taipei: Ch'eng-wen, 1966-69), vol.1, p. 229.整理而成。

外銷瓷除了出口量極為龐大以外，訂單內容更可說是五花八門，包括了餐具、花瓶、花盆、假髮架、畫框、有蓋便盆、刮鬍小盆、漏勺、手杖

²⁰ 陳國棟，〈清代前期的粵海關一六八三—一八四二〉，頁2-22。

²¹ Robert Finlay, *The Pilgrim Art: the Culture of Porcelain in World History*, p. 21.

柄、乳酪籃、布丁模型、冰鎮器、痰盂……等等；²²遠在歐洲的客戶會先向東印度公司的船長說明訂製需求，船長會再和中國的代理洋行進行商談，由於這種委託純屬私人行為，因此少有資料留下，大多數的委託人會提供貿易清單、家族紋章樣式、設計圖和器型的木製樣式等，由東印度公司的船長或貨物管理員帶到廣東，交給中國的買辦，再由買辦到景德鎮訂製，中國工匠會依照模型做出瓷器，例如圖 2 就是大約 1728 年英格蘭托維爾家族(Tower)的紋章瓷(armorial porcelain)訂單，可看到其上附有訂購者提供的彩繪圖案和英文說明「六個大碗、在琺瑯瓷器外部彩繪這個紋章；兩組琺瑯瓷茶具、每側都要彩繪這個紋章；漆器：兩個茶桌、一個八呎高的八扇屏風；一個梳妝盒；一張方桌」；及買辦附註的中文說明「八扇屏、符高八呎……大茶盤兩個；小茶盤四個」(部分散佚)，成品之一則如圖 3；而 18 世紀時於景德鎮人蘭普(?-1795)所編纂的《景德鎮陶錄》(1815)中，在論及各窯各器時，即紀錄當時廣東省充滿了著各式各樣的奇特商品：「洋器專售外洋者。商多粵東人，販去與洋鬼子載市。式多奇巧，歲無定樣。」²³這些奇巧洋器的製作難度要比工匠熟悉的中國傳統瓷器高出許多，因此價格較為昂貴，但幾乎所有商品在離鎮之前就已找到買主。

²² Robert Finlay, *The Pilgrim Art: the Culture of Porcelain in World History*, pp. 24-25.

²³ 藍浦(撰)、鄭廷桂(補輯)、連冕(編著)，《景德鎮陶錄》(濟南：山東畫報出版社，2005)，頁17。

圖 2 英格蘭托維爾家族的紋章瓷訂單 (c.1728)



來源：Ronald W. Fuchs, *Made in China: Export Porcelain from the Leo and Doris Hodroff Collection at Winterthur* (Winterthur, DE: Henry Francis du Pont Museum, c2005), p. 52.

圖 3 英格蘭托維爾家族的粉彩紋章瓷(c.1728)



來源：Ronald W. Fuchs, *Made in China: Export Porcelain from the Leo and Doris Hodroff Collection at Winterthur*, p. 52.

第二節、英格蘭對中國外銷瓷的訂購、運輸和銷售

1579年英格蘭探險家德瑞克(Francis Drake, c.1540-1596)乘「金鹿號」(Golden Hind)環球旅行時，在巴拿馬(Panama)附近虜獲了西班牙商船「聖母無玷號」(Cacafuego)，獲得了絲綢、26噸黃金和1500件瓷器，德瑞克返回英格蘭後，將幾件價格不斐的戰利品，當面進獻給伊莉莎白一世(Elizabeth I, r.1588-1603)，這可能是英格蘭第一次獲得如此大量的中國瓷器。²⁴1596年，另一位英格蘭人班傑明·伍德(Captain Benjamin Wood, ?-?)試圖尋找通往中國的航路，但最終未能抵達目的地。

距德瑞克出航的20多年後，莎士比亞(William Shakespeare, 1564-1616)在1604年的劇作《惡有惡報》(*Measure and Measure*, 1623)第二幕第一景中仍不經意地透露了中國瓷器之昂貴及難得，劇中的妓院老鴿提到：「那時候我們只贖下兩枚(梅子)了，在一個果盤裏放著，一個值三辨士的果盤，您一定看見這樣的果盤；那雖然不是中國瓷盤，也是很好的盤子了。」²⁵反映出當時生意興隆的妓院雖然買得起好果盤，卻仍買不起中國瓷盤，足見中國瓷器之矜貴。

爲了要與其它國家競爭，英格蘭早在1600年便成立東印度公司，並獲得伊莉莎白一世特許爲「倫敦商人東印度貿易公司」(The Company of Merchant of London trading into the East Indies)，得以壟斷國內與東方的貿易，原本專利只有15年，之後改爲沒有期限；公司政策准許船隊中的人員可以進行一定數量的私人買賣，以賺取個人的利潤，因此在公司成立之初，多

²⁴ Edward P. Von Der Porten, "Drake and Cermeno in California: Sixteenth Century Chinese Ceramics" in *Historical Archaeology*, 6 (Society for Historical Archaeology, 1972), pp. 1-22.

²⁵ 中譯文引自：莎士比亞(著)、梁實秋(譯)，《惡有惡報》(臺北：遠東圖書股份有限公司，1999)，頁47。

半只有與東印度公司職員有關係的人，才能如願得到中國瓷器。

一開始英屬東印度公司無法直接與中國貿易，因此時常和競爭對手荷蘭人合力對抗葡萄牙人和西班牙人，但這種以不法手段獲得瓷器的辦法並不穩當，公司仍需不斷設法以直接與中國進行貿易。英屬東印度公司遂於 1635 年與葡萄牙簽定「休戰與自由貿易」條約(Truce and Free Trade)，在此條約之下，英格蘭人被允許與葡萄牙人一同航行，並且在隨著葡萄牙人由澳門返回印度殖民地果阿(Goa)後，英格蘭商人便可以在此交易一些商品，因此英格蘭史上第一艘成功抵達廣東的船，實際上是在 1635 年與葡萄牙人一同從印度出發的。²⁶

而第一艘從英格蘭直航至廣東的商船，則是在兩年後（1637 年）由私商威德爾船長(John Weddell, 1583-1642)以公司名義率領的一支四艘船的船隊，其首先前往澳門，在遭到葡萄牙人干涉後，便直接前往廣東，接著雖然遭到中國人的阻擋，最終英格蘭仍得到中國政府的允許與廣東貿易，但是需將船隻停在虎門外海。此次英格蘭收獲了糖、生薑、絲綢和瓷器等總共價值 6 萬 2 千個八單位里亞爾(reals of eight)的貨物，不過只有一艘名為「凱薩琳號」(Catherine)的商船直接駛回英格蘭，其它船則巡遊於亞洲。²⁷其運載的商品清單如表 2，從中可看出英格蘭的中國首航即訂購了大量的瓷器，但可惜的是，目前仍未找到關於這份清單上商品總值的數據：

表 2 英船「凱薩琳號」的商品清單(1637)

商品	數量
糖	12,086 擔

²⁶ Pritchard, Earl Hampton, *Anglo-Chinese Relations during the Seventeenth and Eighteenth Centuries* (New York: Octagon Books, 1970), pp. 54-55.

²⁷ Pritchard, Earl Hampton, *Anglo-Chinese Relations during the Seventeenth and Eighteenth Centuries*, pp. 55-56.

冰糖	500 擔
青薑	800 擔
散壓黃金	30.5(?)，價值 4,333 八單位里亞爾
紡織品（絲和綢緞）	24 盒
生乾薑	100 擔
蘇木（墨西哥產的木材）	9,600 根
瓷器	53 桶
金鍊	14 條
丁香	88 箱

來源：根據 Hosea Ballou Morse, *The Chronicles of the East India Company, Trading to China, 1635-1834*, vol.1, p. 26. 整理而成。

英格蘭與中國的貿易同樣受到明清交替的影響而暫時中斷，並在清朝解除海禁之後日趨蓬勃，英屬東印度公司也開始定期前往中國貿易，主要的商品自然仍是茶葉、絲綢和瓷器；1698 年，英屬東印度公司的倫敦總部就指示「麥士里菲爾德號」(Macclesfield)的船長需取得「最好的中國商品」，包括「盡量挑選和英國不同花樣」的絲、緞、絨，以及「最上品」的茶；餘下若還有空間，再裝滿「各式花樣、色彩盡可能不同」的中國瓷器。²⁸

表 3 則顯示了 1700 年由廣東駛離的「麥士里菲爾德號」上運載的商品清單，以單項商品價值占商品總值的百分比來看，瓷器僅占總值的 2.55%，與占有高比例的絲、茶葉和香料比較，瓷器所占的比例並不算高，但瓷器的利潤卻極大，通常高達八成或甚至是成本價的好幾倍：

²⁸ Clifford M. Foust, *Rhubarb: the Wondrous Drug* (Princeton, N.J.: Princeton University Press, 1992), p. 82.

表 3 英船「麥士里菲爾德號」的商品清單(1700)

商品	數量	價值 (£)	百分比 (%)
白銅	248 擔	714.50	1.59
生絲	69.5 擔	9,536.80	21.23
絲織品		13,075.90	29.10
上等茶葉	160 擔	4,109.00	9.15
水銀	64 擔	2,864.00	6.37
胡椒	1,000 擔	5,600.00	12.46
黃銅幣	120 擔	510.00	1.14
茶桌	鑲貝珠，300 套， 每套 6 件	300.00	0.67
麝香	245 兩重	183.88	0.41
瓷器	大小不同的桶裝	1,147.46	2.55
金塊	776.5 兩，不同的 成色	6,887.10	15.33
總計		44,928.64	100.00

來源：根據 Hosea Ballou Morse, *The Chronicles of the East India Company, Trading to China, 1635-1834*, vol.1, p .97.整理而成。

1637 年，於荷屬東印度公司的總督發給巴達維亞（今印尼雅加達）商館館長的信件中即提到：「因為大家都開始有了喝茶的習慣，所以除了運送的貨物以外，希望船上能備有日本茶和中國茶壺。」²⁹英格蘭的飲茶風氣則始於 1662 年嫁給查理二世(Charles II, 1630-1685)的葡萄牙公主凱薩琳

²⁹ 轉引自：角山榮（著）、王淑華（譯），《茶的世界史：文化與商品的東西交流》（臺北：玉山社，2004），頁31。

(Catherine of Braganza, 1638-1705)。由於葡萄牙比英格蘭更早開始與中國的貿易，因此也更早接觸到中國的飲茶文化，凱薩琳即酷愛飲茶，並將這種用小杯飲茶的習慣帶到了英格蘭王室，並迅速成為英格蘭貴族間流行的時尚。³⁰因此相較於荷蘭人，英格蘭人更為偏愛套裝餐具和茶具，這或許也和英屬東印度公司更積極地希望將瓷器與飲茶文化一起推廣有關，用中國瓷器喝茶成為英格蘭貴族社交的一部分，這股風氣也影響了中下階層的飲茶習慣。³¹在 1722 年的《廣東日誌》(*Canton Journal*)中，即記錄了一位英屬東印度公司船長訂製的整套瓷製茶具(圖 4)，包含有 12 套的杯子和茶托、茶壺、牛奶罐、茶罐、汗水碗、茶壺托、茶匙架、有蓋糖碟各一件，和 6 只熱巧克力杯；1740 年，英屬東印度公司並特別設計了一系列帶有飲茶圖案的瓷器，如圖 5 的「喝茶」粉彩盤。

³⁰ 湯姆·斯丹迪奇(Tom Standage) (著)，吳平(等譯)，《歷史六瓶裝：啤酒、葡萄酒、烈酒、咖啡、茶與可口可樂的文明史》(臺北：聯經出版社，2006)，頁184。

³¹ Shirley Ganse, *Chinese Export Porcelain: East to West*, p. 45.

然而不同於茶葉、香料的吃喝下肚，和絲綢的剪裁上身，瓷器遠較這些商品更為耐久，其上所承載的文化意境和異國情趣，更使其擁有藝術品的特性，是既富且貴的人家才能擁有的奢侈享受；使用瓷器做成的餐具器皿和裝飾擺設，或以之做為禮品，都象徵著擁有者的地位、財富和獨特品味，而在訂製的瓷器品項中有大量的茶具、咖啡具和熱巧克力杯等餐具，也反映出歐洲因為茶、咖啡、巧克力這些異國飲料的消費，所出現的新興社會習慣和文化美學品味，因此博得了貴族和商人的青睞。

除了歐洲各國國內消費者對中國外銷瓷的高度需求之外，另外一個瓷器占據貿易要角的原因則是，瓷器是遠洋商船最理想的壓艙物，其身重且不易受潮，用蒿木包裹起來後，一點味道也沒有，利於和茶葉一起運送，裝滿了茶和瓷器的商船底部有利商船航行時的平穩，也可防止絲綢受損。³²

英格蘭國內許多公司不滿英屬東印度公司的獨大，紛紛試圖與之抗衡，而英屬東印度公司也藉由不斷擴大船隊，以維持貿易實力；1698年，英格蘭成立了另一家東印度公司，經競爭和協調後兩家東印度公司於1708年合併，直到1833年英國國會取消英屬東印度公司的壟斷，英屬東印度公司才就此瓦解。

英格蘭對中國商品的進口量在18世紀初達到巔峰，表4為1704年一艘返航的英格蘭商船「肯特號」(Kent)的商品清單，可看出瓷器的單項進口總值大為提高，占全部商品總值的百分比也有所提高；同年也留下了一份英屬東印度公司的訂貨清單(圖6)，船隊需於拿到商品的兩年前就下好訂單，因此訂單的內容只能由董事會基於當年拍賣的結果來決定，清單上的品項都是董事會認為最能替公司賺取利潤的商品，從中便能反映出當時最

³² 李國榮(主編)，《清朝洋商密檔》(北京：九州出版社，2010)，頁83；K. N. Chaudhuri, *The Trading World of Asia and the English East India Company 1660-1760* (Cambridge: Cambridge University Press, 1978), pp. 406-407.

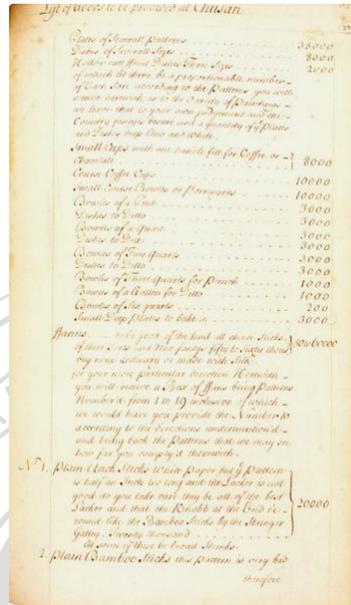
符合市場口味的瓷器種類，包含青花瓷、奶油盅、有把手的熱巧克力杯和大量繪製有獅子的瓷器等等。

表 4 英船「肯特號」的商品清單(1704)

商品	數量	價值 (£)	百分比 (%)
絲織品	-	80,000	62.99
雲南銅	600 箱	6,180	4.87
水銀和銀硃	400 擔	17,200	13.54
青薑	500 擔	2,000	1.57
茶葉	470 擔	14,000	11.02
瓷器	-	3,500	2.76
胡椒	525 擔	3,600	2.83
大黃	15 擔	460	0.36
瑪瑙貝	22 擔	60	0.05
總計		127,000	100.00

來源：根據 Hosea Ballou Morse, *The Chronicles of the East India Company, Trading to China, 1635-1834*, vol.1, p. 144.整理而成。

圖 7 舟山的商品清單-----關於瓷器的部分(1706)



來源：Despatch Book, Oct. 1706- Jun.1710. British Library, Oriental and India Office Collections, E/3/96; p. 574.

表 5 舟山的商品清單-----關於瓷器的部分(1706)

項目	數量
各式盤子	35,000
各式碟子	8,000
有把手的小杯子（適合熱巧克力或咖啡）	8,000
咖啡杯組	10,000

來源：由圖 7 整理而成。

1720 年代，英格蘭對中國商品的熱愛有增無減，1717 年時，英屬東印度公司同時從倫敦派出兩艘商船「埃薩克斯號」(Essex)和「湯森號」

(Townshend)，兩艘船皆直達廣東，並且於運貨後都直接返回倫敦，據統計，兩艘商船都購買了價值 2 萬 2 千鎊的瓷器約 305,000 件和絲織品 20,750 疋，及銅和白銅各 50 噸，「湯森號」還多買了 30 箱的生絲，並將剩下的空位都裝滿茶葉。³⁴

關於英屬東印度公司的貿易狀況，可以從其在廣東的常設管理會留下的《廣東日誌》中一窺端倪，日誌的第一筆紀錄是在 1722 年，源於當時遠在倫敦的董事會發訓令給當時出航至廣東的六艘船的船長和貨物管理員，要求其成立一個「常設的管理會以便處理我們在中國的事務，工作方法和我們海外各領地的管理會及其主任職務相同」。³⁵並且規定船長和船員們不能再收取傭金，但有另外的特殊獎勵：(1)對公司貿易成果的分紅；(2)准許攜帶一定數量的外國銀元投資黃金；(3)特准一定數量的返航時的私人貿易。³⁶並且更嚴格地防範走私客，在國會的一項法令授權之下，准許東印度公司有權搜捕「國王陛下屬民接受外國委任或旗幟前往或貿易於東印度」的任何人員。³⁷

當然這些船長一定會替自己或親朋好友訂購紋章瓷餐具組，隨著私人貿易日漸興盛，在 1727 年的《廣東日誌》中同樣紀錄了一位船長的投資（圖 8）：19 箱(chest)、26 小桶(small tub)又 174 捆(bundle)的瓷器，其中有五箱的瓷器為貴族的紋章瓷，包含了圖 9 中為彼得·金恩(Peter King)訂製的紋章茶壺，這只茶壺的有名之處在於彼得·金恩為英格蘭著名哲學家約翰·

³⁴ Hosea Ballou Morse, *The Chronicles of the East India Company, Trading to China, 1635-1834* (Taipei: Ch'eng-wen, 1966-69), vol., p. 158.

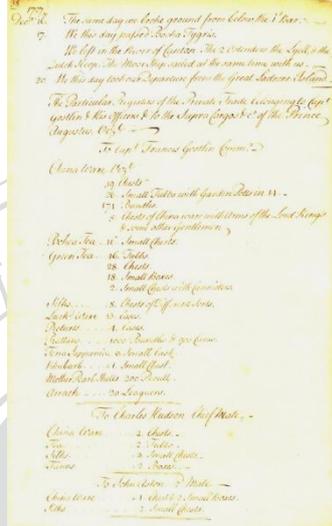
³⁵ 轉引自：Hosea Ballou Morse, *The Chronicles of the East India Company, Trading to China, 1635-1834*, vol.1, p.1 71.

³⁶ Hosea Ballou Morse, *The Chronicles of the East India Company, Trading to China, 1635-1834*, vol.1, p. 171.

³⁷ Hosea Ballou Morse, *The Chronicles of the East India Company, Trading to China, 1635-1834*, vol.1, pp. 171-172.

洛克(John Locke, 1632-1704)的外甥。³⁸

圖 8 一位船長的私人貨物(1727)



來源：British Library, Oriental and India Office Collections, ref.G/12/26; p. 38.

由於在中國購買、訂製瓷器或其它商品的成本，遠低於之後在歐洲的賣出價格，因此若僅按成本徵收交易稅，公司的利潤太低；是故英屬東印度公司採取上岸拍賣的方式，任何人訂購的瓷器都要通過拍賣才能取得，在英屬東印度公司總部和船舶停靠的格林威治(Greenwich)碼頭就設有拍賣大廳（圖 10），而這種拍賣搶購的方式，也推升了消費者對中國商品的趨之若鶩和中國狂熱(Sinomania)。

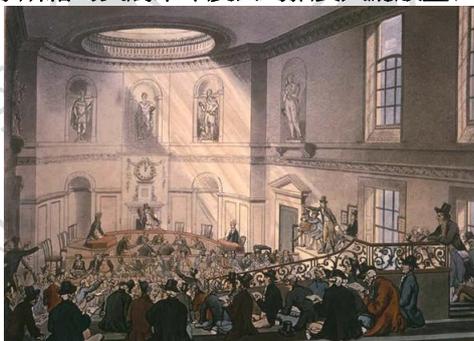
³⁸ David S. Howard, *A Tale of Three Cities: Canton, Shanghai & Hong Kong Three Centuries of Sino-British Trade in the Decorative Arts* (London: Sotheby's, 1997), p. 78.

圖 9 英格蘭金恩家族的紋章茶壺(1727)



來源：David S. Howard, *A Tale of Three Cities: Canton, Shanghai & Hong Kong Three Centuries of Sino-British Trade in the Decorative Arts* (London: Sotheby's, 1997), p. 78.

圖 10 英格蘭畫家所繪的英屬東印度公司拍賣大廳版畫(c.1700)



來源：Unknown, “Sale Room in the India House”, in *The British Library*:
<http://www.bl.uk/reshelp/findhelpregion/asia/china/guidesources/chinatrade/large15582.html> (accessed May 11, 2012).

當時的拍賣紀錄上，會註明商品編號、商品描述和數量，並在旁寫上

蘭的哈里森號(Harrison)和格拉夫頓號(Grafton)兩船共同的投資數據，預估進口的瓷器達 240 箱又 24 萬件，占全部商品總值的 3.04%；整體而言，17 和 18 世紀之際，英屬東印度公司對中國外銷瓷的進口總值和占整體亞洲進口商品的百分比，可從表 7 看出，從 1669 年微乎其微的進口量，到 1690 年代開始直線上升，1691 年占進口商品整體百分比首次超過 1%，並來到 5.6%的高點，1699 年到 1705 年，每年的進口總值都在萬鎊以上，1704 年所占百分比甚至高達 13.3%，之後的進口總值和百分比雖有下降，這可能與其它新興商品例如咖啡等的出現有關，但仍維持大約 1% 上下，並在 1722 年和 1730 年達到 1.9%，近 2% 的水準。

表 6 英船「哈里森號」和「格拉夫頓號」的商品清單(1733)

商品	數量	總額 (£)	百分比 (%)
茶葉	4,427 擔	88,536	29.88
絲織品	16,028 匹	90,650	30.59
白銅	1,600 擔	10,200	3.44
西米	240 擔	576	0.19
瓷器	240,000 件和 240 箱 (估計)	9,000	3.04
黃金	6,580 兩	97,329	32.85
總計		296,291	100.00

來源：根據 Hosea Ballou Morse, *The Chronicles of the East India Company, Trading to China, 1635-1834*, vol.1, p. 229. 整理而成。

表 7 中國瓷器進口總值和占整體亞洲進口商品百分比

年分	價值(£)	占整體亞洲進口商品百分比(%)
1669	10	0.0
1685	2,746	0.5
1686	1,477	0.5
1688	588	0.4
1691	4,654	5.6
1693	6,275	10.4
1697	13,067	8.9
1698	398	0.2
1699	15,282	3.9
1701	12,563	2.1
1702	18,764	5.0
1704	20,815	13.3
1705	14,338	7.0
1706	5,200	2.5
1712	1,242	0.3
1713	1,374	0.3
1714	3,935	0.8
1717	6,233	1.2
1718	4,835	1.0
1719	3,582	0.6
1720	3,050	0.5
1721	9,395	1.5

1722	9,257	1.9
1723	3,963	0.5
1724	8,576	1.1
1725	2,778	0.6
1726	5,587	0.9
1727	2,927	0.4
1728	6,071	1.1
1729	9,599	1.3
1730	11,769	1.9
1737	11,246	1.9

來源：根據 K. N. Chaudhuri, *The Trading World of Asia and the English East India Company 1660-1760*, p. 519. 整理而成。

大約在 1760 年，有位中國畫家為各國外商繪製了一系列的彩圖，英格蘭商人雖然和西葡兩國的商人一樣頭戴氈帽、手持柺杖，但獨有英格蘭的船長手上還拿著藍釉的瓷器花瓶（圖 12），圖右上角的文字為「英吉利國夷人，帶黑氈帽、穿短衣、躡革履、握鞭佩劍，俗尚強梁，水路離粵，約七個月常乘南風來廣貿易，候北風返棹」，英格蘭人對中國瓷器之喜好程度可見一斑。本文下一章將延續這股中國外銷瓷的熱潮，探討當代英格蘭貴族對瓷器的狂熱，及瓷器如何成為顯揚家世、展示個人品味和生活方式的表徵。

圖 12 英吉利人(c.1760)



來源：David Howard and John Ayers, *China for the West: Chinese Porcelain and Other Decorative arts for Export Illustrated from the Mottahedeh Collection* (London; New York: Sotheby Parke Bernet, 1978), p. 23.

第二章、瓷器狂熱：愉悅與奢侈

在全開大書本（裝訂良好並在邊緣鑲金）的盡頭，是一件大型的中國瓷瓶，其擺放方式呈現出一種極高貴的建築風格。四開大書本和八開大書本被較小的瓷製器皿隔開，這些器皿被堆疊成金字塔狀，充分地賞心悅目……，八開大書本並被擺放在各種形狀、顏色、尺寸的瓷製茶盤上。¹

我們看到英格蘭的商人在致富後，每天都到系譜紋章院，搜尋其先祖的紋章，以便將其繪在馬車上、刻在門牌上、嵌在家具上，或著雕在新宅的門牆上……。在這種搜尋中，我們發現他們如果不是出自古老的貴族或仕紳階層，那麼他們常常獲准新建一個家系；據說倫敦的商人總是如此，一旦他無法找出自己出自古老貴族家系的蛛絲馬跡，他就開創一個新的家系，他將和他之前的任何紳士一樣優秀。²

在1711年4月的《旁觀者》中，發行人約瑟夫·艾迪生寫下了這段文字，描述一位貴婦人的私人圖書室，其內書本的擺放十分有條理，並在書本之間放置了許多昂貴的中國瓷器做為裝飾，圖書室內還擺放了許多來自異國的家具，例如小巧可愛的日本茶桌等，牆上並掛滿了美麗的畫作。這

¹ *The Spectator*, No. 37 (12 April 1711), in Donald F. Bond (ed.), *The Spectator*, vol I (New York: Oxford University Press, c1965), p. 153.

² Daniel Defoe, *The Completed English Tradesman (1725-27)*, (London: Printed for J. Rivington, 1745), pp. 323-324.

間圖書室反映出當代流行充滿異國風情的裝飾風格和貴族對東方商品的趨之若鶩。

而在丹尼爾·笛福的書中，生動地描繪了家族紋章對當代人的重要性，足以成爲個人身分地位的表徵；且自 16 世紀得以直接向中國訂製瓷器以來，歐洲各國都流行紋章瓷，但在 17、18 世紀之際時，英格蘭是對紋章瓷訂購最爲狂熱的國家，在當代英格蘭留下的中國外銷瓷當中，「紋章瓷」的數量遠多於其它國家。³相較於其它類型的瓷器，紋章瓷的特殊之處在於：除了能夠做爲精緻時尚的家內裝飾和餐具使用，其上的紋章更能代表其爲特定人士所擁有，有效地排除了其它人，而訂製紋章瓷的費用，遠高於其它的中國外銷瓷，也彰顯了所有人的富有和品味。

本文的第二章以瓷器融入家內裝飾的建築風格及貴族的家族紋章瓷爲主，反映英格蘭貴族對中國外銷瓷的狂熱，探討瓷器如何成爲顯揚家世、展示個人品味和生活方式的表徵，這種奢侈也爲英格蘭的上層階層帶來愉悅(pleasure)和享受的生活；並且論及英格蘭社會如何面對 17 和 18 世紀之際以來的貿易擴張，和伴隨而來的新財富、新商品和新需求。

第一節、英格蘭貴族的中國花瓶狂熱

早在 16 世紀，歐洲各國的國王和貴族就盛行模仿鄂圖曼帝國皇帝的瓷器室(porcelain chamber)⁴，將以中國瓷器爲主的東方藝術品做爲室內裝飾的

³ David Howard and John Ayers, *China for the West: Chinese Porcelain and Other Decorative arts for Export Illustrated from the Mottahedeh Collection* (London; New York: Sotheby Parke Bernet, 1978), p. 62.

⁴ 瓷器室的概念來自「珍奇室(Cabinet of curiosities)」，16世紀的歐洲人興起收藏各種奇珍異寶，甚至爲其闢出專屬的櫥櫃或房間，來儲存並展示其收藏，除了做爲娛樂外，更欲營造一種高雅、充滿品味的文化氛圍；而所費不貲的中國外銷瓷，自然也成爲珍奇室愛好者的收藏對象，歐洲王室和貴族除喜歡在起居室、接待室中擺放瓷器裝飾，

主要素材，並特別喜愛將瓷盤布滿整座牆壁和天花板，這股風尚始於最早掌握東方瓷器之路的葡萄牙，在大約 1500 年前後，曼紐爾一世在里斯本的桑托斯宮(Santos Palace)的錐形拱頂上，安裝了 260 件中國明代的青花瓷盤（圖 13）；至此，歐洲人開始把瓷器固定在木架上，做為建築中的裝飾品，以彰顯其地位和財富，原本的餐具功能反而成為附屬。⁵

圖 13 葡萄牙里斯本桑托斯宮的瓷器天花板(c.1600)



來源：Shirley Ganse, *Chinese Export Porcelain: East to West* (San Francisco, Calif.: Long River Press, 2008), p. 88.

稍晚之後，西班牙腓力二世也在其興建的埃斯科里亞爾宮(Royal Seat of San Lorenzo de El Escorial)內收藏了 3 千件瓷器，奧地利大公費迪南二世（Ferdinand II, Archduke of Austria, r.1564-1595）的阿姆布拉斯宮 (Ambras Castle)則藏有 240 件，神聖羅馬帝國的魯道夫二世(Rudolf II, r.1576-1612)在布拉格城堡(Prague Castle)的珍奇室中也收藏了 7 百件；歐陸以外的英格

也常會特別在宮中或家中開闢瓷器室，藉以向訪客傳達自己的富有和高尚品味。

⁵ Shirley Ganse, *Chinese Export Porcelain: East to West* (San Francisco, Calif.: Long River Press, 2008), p. 88.

蘭雖然較難取得中國瓷器，不過亨利八世(Henry VIII, r.1509-1547)應該也至少擁有一件瓷器，伊莉莎白一世的財務大臣威廉·塞西爾(William Cecil, 1521-1598)則可能擁有更多瓷器。⁶

英格蘭的瓷器室風尚起於阿倫德爾(Arundel)伯爵夫人艾妮莎亞·霍華(Alethea Howard, 1585-1654)，根據其留下的財產清單中可知，伯爵夫人收藏了大量的東方絲織品和家具、來自義大利的單人椅和來自西班牙和法國的桌臺、波斯和土耳其的掛毯，最引人注目的則是大批的中國外銷瓷；伯爵夫人於 1633 年在倫敦購置了宅邸塔廳(Tart Hall)，並在其內打造了一座瓷器室，以擺放其為數可觀的中國外銷瓷收藏，瓷器室特別為瓷器打造了專屬的櫥櫃和層板，並在上面擺滿了瓷器，甚至連房內的圓柱上也嵌入了瓷器。⁷不過這在當時的英格蘭仍是少數的特例，直到 1688 年光榮革命之後，國會罷黜了信仰天主教的詹姆斯二世(James II, r.1685-1688)，改迎其女瑪麗(Mary II, r.1689-1694)和其夫婿荷蘭的威廉三世(William III, r.1689-1702)治理英格蘭，瑪麗二世在荷蘭時接觸到了歐陸王室和貴族盛行的收藏瓷器風氣，和將瓷器融入室內設計中的建築風格，赴英登基後便把這種有系統的積聚和展示瓷器的方式從荷蘭帶至英格蘭，並帶來了 8 百件左右的中國瓷器和荷蘭臺夫特藍陶(Delftware)，進而影響了其它英格蘭貴族的瓷器展示方式，也使英格蘭的瓷器室風尚達到高峰。⁸

同時期正值中國國內局勢在 1680 年代的逐漸穩定，對外貿易也始有定制，銷往歐洲的瓷器數量便日具規模，中國瓷器也開始成為歐洲建築內的主角，室內設計師會按照各式各樣瓷器的形狀，打造相應大小的壁龕、簷

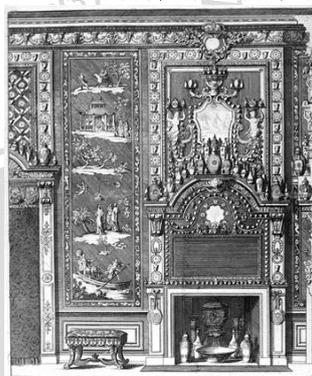
⁶ Samuel Adrian M. Adshead, *Material Culture in Europe and China, 1400-1800: the Rise of Consumerism* (Basingstoke, Hampshire [England]: Macmillan; New York: St. Martin's Press, 1997), p. 130.

⁷ Linda Levy Peck, *Consuming Splendor: Society and Culture in Seventeenth-Century England* (New York: Cambridge University Press, 2005), p. 220.

⁸ Shirley Ganse, *Chinese Export Porcelain: East to West*, pp. 90-92.

口和托架，讓瓷器擺滿整個房間，其中以法國建築師丹尼爾·馬婁(Daniel Marot, 1661-1752)的設計風格最為著名，馬婁善於在房間牆壁和天花板上加裝鑲金和鏡子，與瓷器相映成趣；馬婁於 1684 年時由法國移居荷蘭，受到許多荷蘭王公貴族的喜愛，並為未來的瑪麗二世在荷蘭海牙(Hague)的鄉間宅邸打造瓷器室(圖 14)。

圖 14 丹尼爾·馬婁為瑪麗公主設計的瓷器室(1703)



來源：Ronald W. Fuchs, *Made in China: Export Porcelain from the Leo and Doris Hodroff Collection at Winterthur* (Winterthur, DE: Henry Francis du Pont Museum, c2005), p. 160.

1687 年，一名訪客這樣形容瑪麗的接待室：

大量地使用中國工藝和畫作做為裝飾。天花板由鏡子打造，映照出房間的燦爛生光，這些是為了人間所能想像的到的最美麗的財富……壁爐上放滿了珍貴的瓷器，一個接著一個。⁹

⁹ 轉引自：Robert J. Charleston, "Porcelain as Room Decoration in Eighteenth-Century England," in Elinor Gordon(ed), *Chinese Export Porcelain: an Historical Survey* (New

1688年荷蘭的威廉三世和瑪麗二世於英格蘭登基之後，馬婁也隨之前往倫敦為王室設計漢普頓宮(Hampton Court Palace)，英格蘭當代的旅遊作家西莉亞·法因斯(Celia Fiennes, 1662-1741)在造訪漢普頓宮後，於《遊記》(*Travels*, 1694)中這樣描述道：「在通往陽臺的水廊間，滿滿都是珍貴的中國瓷器和畫作……。」¹⁰其後丹尼爾·笛福在著作《大不列顛全島之旅》中也這樣描述漢普頓宮：

四處充滿了珍貴的中國瓷器，這種豪華在英格蘭的其它地方從未見過；長廊中也如前述那般充滿了這種中國瓷器，宮殿中其它任何可以擺放瓷器之處，也都是如此。¹¹

笛福並在書中的另一段敘述中對這種現象加以抨擊：

我認為是她(瑪麗二世)，引進了這種古怪的風俗和念頭——用瓷器裝飾房舍，這種風氣隨後又擴散到下層的人民當中，並演變成如今這種荒唐的程度：把瓷器疊放在櫥櫃的頂部，並一直堆疊到天花板，並且製作托架來堆放這些瓷器，它們需要這麼多地方來放置，最終成為了累贅，並對家庭和房產造成禍害。¹²

York: Main Street/Universe Books, 1975), pp. 95-97.

¹⁰ 語出：Celia Fiennes, *Travels*(1694)；轉引自：Robert J. Charleston, "Porcelain as Room Decoration in Eighteenth-Century England", p. 97.

¹¹ Daniel Defoe, Letter III, in *A Tour through the Whole Island of Great Britain* (1724-1727) (London: Printed and sold by G. Strahan, in Cornhill, 1728), p. 7.

¹² Daniel Defoe, Letter II, in *A Tour through the Whole Island of Great Britain* (1724-1727), p. 122.

這種將瓷器排放在壁爐上的設計方式，在英格蘭當代留下的許多畫作當中都可看到，例如亞瑟·戴維斯(Arthur Devis, 1712-1787)在 1750 年左右時，為贊助人理查·布魯(Richard Bull)伉儷所繪的肖像畫中，就可以看到在背景中的壁爐之上所放的瓷器擺飾(圖 15)，而除了瓷器之外，畫中的波斯地毯、進口桃花心木三腳茶桌，都在在顯示了擁有者的富有和品味，桌上擺放的茶——又是另一個昂貴的奢侈品，更暗示了主人深諳上流社會的生活方式。而從此畫也可以看出當時最流行的瓷器擺設方式，就是在壁爐或桌臺上放置花瓶組，多半一套為三、五或七個，在向中國行商訂購時便調整了各個花瓶的開口形狀和高度，使得花瓶的開口、高低和瓶身線條成為流暢的線形(圖 16)。¹³

圖 15 亞瑟·戴維斯，《理查·布魯伉儷》(c. 1750)



來源：Arthur Devis, “Mr. and Mrs. Richard Bull”, in *Journal of Design History*:

<http://jdh.oxfordjournals.org/content/20/4/291.full> (accessed May 1, 2012).

¹³ 余春明，《中國名片：明清外銷瓷探源與收藏》（北京：生活·讀書·新知三聯書店，2011），頁77。

圖 16 清康熙時期的花瓶組(c. 1700)



來源：David S. Howard, *A Tale of Three Cities: Canton, Shanghai & Hong Kong Three Centuries of Sino-British Trade in the Decorative Arts*, p. 143.

中國外銷瓷除了融入室內建築當中，成爲一種設計風格外，也時常成爲繪畫中的主角：荷蘭在大約 1650 年代左右流行靜物畫，描繪擺放在一起的奢侈品，其中，最具代表性的當屬荷蘭當代畫家威廉·卡夫(Willem Kalf, 1619-93)，便一再重複地描繪幾乎同樣的奢侈品組合，例如銀製酒壺、土耳其掛毯、中國瓷碗等（圖 17），這些都是當代上層階層家中最引以爲傲的異國奢侈品，畫家將其入畫，以向觀者炫耀擁有者的財富；此時出現在畫中的瓷器多半不再只是單純的擺飾或餐具，而是靜物寫生的一部分，與其它飾物、水果、花朵等擺放在一起，締造出一別有寓意的場景，一般認爲是用來反映人世間的歡樂、虛華和腐敗；這種畫風在 18 世紀後期定名爲「風俗畫」，意指其展現了畫中物品擁有者所熟悉的世界。¹⁴並且此種畫風盛行時也正值荷蘭貿易商的黃金年代，與這些奢侈品多半爲舶來品的事實相應。

¹⁴ 修·歐納(Hugh Honour)、約翰·苻萊明(John Fleming) (著)、吳介禎 (等翻譯)，《世界藝術史》（臺北：木馬文化出版，2001），頁607-608。

圖 17 威廉·卡夫，《靜物》(c. 1665)



來源：修·歐納(Hugh Honour)、約翰·苻萊明(John Fleming)著、吳介禎等翻譯，
《世界藝術史》(臺北：木馬文化出版，2001)，頁 608。

中國外銷瓷大約在 17 世紀晚期才出現在英格蘭的繪畫中，這也與英屬東印度公司開始掌握海上貿易的時機吻合，於是大批訓練有素的荷蘭藝術家們開始移居倫敦，為這種以現實方式描繪奢侈品的畫作另闢銷路。例如圖 18 為范·羅斯崔騰(Pieter Gerritsz van Roestraten, 1630-1700)大約在 1690 年所繪的《銀製酒瓶、鬱金香和宜興壺和茶》(*Still Life with Silver Wine Decanter, Tulip, Yixing Teapot and Globe Tea*, c.1690)，可以看到圖中的大理石桌面上，中央擺放有銀鍊裝飾的器皿，最右側擺放著墨水臺和鵝毛筆、黃銅燭臺上蠟燭是熄滅的，器皿和蠟燭之間則是來自中國的瓷碗，最左側則是有鍊飾的中國宜興壺¹⁵。圖 19《茶壺、薑罐和奴隸燭臺》(*Teapot, Ginger*

¹⁵ 歐洲人大部分進口的茶壺都是瓷製，但是大約在 1670 年代，中國人普遍用來泡茶的宜興壺也開始傳入荷蘭和英格蘭，並成為下午茶文化的風尚；宜興壺為不上釉的紫砂陶

Jar and Slave Candlestick, c.1695)同樣也出自范·羅斯崔騰之手，畫中的左後方是銀製花瓶，右後方則是鍍銀燭臺，燭臺基底的造型是一名呈跪姿的奴隸，置於前方的則是由中國進口的茶葉漆器罐、青花茶壺和茶碟，和鍍金銀茶匙。

范·羅斯崔於 1663 至 1665 之間由荷蘭移居倫敦，畫風深受威廉·卡夫影響，特別專精於描繪花卉和靜物，曾為許多英格蘭貴族擁有的珍貴收藏畫「像」；隨著中英之間的奢侈品貿易更趨興盛，這些畫作中的物品，不僅讚揚了英格蘭銀器的璀璨發展和中國商品的時尚和奢華，更展現了擁有者的品味和財富，反映出異國情調在當時英格蘭貴族之間的風行。

圖 18 范·羅斯崔騰，《銀製酒瓶、鬱金香和宜興壺和茶》(1690)



來源：Pieter van Roestraten, “Still Life with Silver Wine Decanter, Tulip, Yixing Teapot and Globe Tea”, in Victoria and Albert Museum :

<http://collections.vam.ac.uk/item/O132658/still-life-with-silver-wine-oil-painting-roestraten-pieter-van/> (accessed May 1, 2012).

壺，在中國的流行可追溯到明朝中葉的飲茶風氣。

圖 19 范·羅斯崔騰，《茶壺、薑罐和奴隸燭臺》(c. 1695)



來源：Pieter van Roestraten, “Teapot, Ginger Jar and Slave Candlestick”, in Victoria and Albert Museum:
<http://collections.vam.ac.uk/item/O78680/teapot-ginger-jar-and-slave-painting-roestraten-pieter-van/> (accessed May 1, 2012).

相較用於室內設計的瓷器，紋章瓷或許更能反映出歐洲貴族的中國瓷器狂熱：紋章瓷除具備瓷器的精巧之外，其上的紋章更能彰顯擁有者的貴族地位；且中國外銷瓷本就昂貴，紋章瓷則由於需要特別訂製，故成本又更高昂，大概比一般的標準餐具還昂貴十倍。¹⁶

目前所知最早的紋章瓷是西班牙腓力二世的青花瓷香客瓶(Pilgrim flask)，一面繪有中國的山石風景水墨畫，中間還有一人坐臥的文人和隨侍在側的僮僕；另一面則是西班牙王室的紋章，是以 16 世紀的西班牙錢幣上

¹⁶ Robert Finlay, *The Pilgrim Art: the Culture of Porcelain in World History* (Berkeley, Calif.: University of California Press, 2010), p. 28.

的圖案做為樣本所繪製而成（圖 20）。許多中國外銷瓷討論書籍中都提到這只香客瓶，不僅是因為其為世上第一只紋章瓷，更因為這是首個融合中西元素的作品，在此之前，中國外銷瓷上的圖案多繪製中國日常生活的景象、傳奇故事和山水風景等，似乎看不到歐洲文化對其的影響，而香客瓶則代表了幾個世紀以來中西文化的碰撞與交流的代表性的頂點。¹⁷

圖 20 腓力二世的香客瓶(c.1600)和 16 世紀的西班牙錢幣



來源：David Howard and John Ayers, *China for the West: Chinese Porcelain and Other Decorative arts for Export Illustrated from the Mottahedeh Collection* (London; New York: Sotheby Parke Bernet, 1978), p. 53.

繼腓力二世的香客瓶之後，歐陸各國都很流行紋章瓷，直到 17 世紀末，這股風氣才在英格蘭蔓延開來，這可能也跟英屬東印度公司到此時才得以掌握對中國的航路有關。18 世紀初，甫經過光榮革命政治動亂的英格蘭貴族對紋章瓷極為狂熱，根據統計，從 1695 年到 1820 年，大約有 5000 件的中國紋章瓷餐具銷往英格蘭。¹⁸目前英格蘭市場上目前所知最早的中國紋章

¹⁷ Robert Finlay, *The Pilgrim Art: the Culture of Porcelain in World History*, p. 4.

¹⁸ David S. Howard, *A Tale of Three Cities: Canton, Shanghai & Hong Kong Three Centuries*

瓷，則是亨利·強納森爵士(Sir Henry Johnson, c.1659-1719)在 1690 年訂製的紋章瓷(圖 21)，其曾經在 1656 年英屬東印度公司利潤衰退時，租賃公司的碼頭、船隻和造船廠，之後並為公司管理船隻建造和修繕工作，為公司極其重要的股肱之臣。¹⁹

圖 21 英格蘭所知最早的中國紋章瓷——花盆紋章瓷(1690)



來源：David S. Howard, *A Tale of Three Cities: Canton, Shanghai & Hong Kong Three Centuries of Sino-British Trade in the Decorative Arts*, p. 95.

可惜的是，由於紋章瓷屬於私人貿易，故僅有少數的紋章瓷有私人訂單留下，1731 年英格蘭查爾斯家族(Charles Peers)的紋章瓷訂單是現存訂單保存得較完整的一份(圖 22)，從訂單中可看出其訂製的粉彩青花紋章瓷的樣式、尺寸和數量，總共 250 件瓷器，其中有 1 百件 9 吋的盤子。圖 23 則是四個紋章瓷咖啡杯和其紋章樣本，這四盞杯子都只是一整套紋章瓷餐

of Sino-British Trade in the Decorative Arts (London: Sotheby's, 1997), p. 94.

¹⁹ David Howard and John Ayers, *China for the West: Chinese Porcelain and Other Decorative Arts for Export Illustrated from the Mottahedeh Collection* (London; New York: Sotheby Parke Bernet, 1978), pp. 61-63.

具中的其中之一，有趣的是，這些樣本是珍珠貝所製作的紋章籌碼，是 18 世紀時開始流行的一種小玩具。1730 年代開始，甚至還出現了將自家宅邸以中國水墨畫形式繪於紋章瓷上的大湯碗，並在 1740 年代到 1750 年代之間極為流行，其訂製價格自然更為高昂，象徵意義也更為濃厚；最早這樣做的是英格蘭的埃克賽特(Exeter)家族，湯碗的一面繪有家族紋章，另一面則是埃克賽特伯爵府邸伯利府(Burghley House)的正面全景(圖 24)。

圖 22 英格蘭查爾斯家族的粉彩青花紋章瓷盤和其訂單(1731)



來源：余春明，《中國名片：明清外銷瓷探源與收藏》，頁 58。

圖 23 四個咖啡杯和相對應的紋章模型(c. 1720-30)



來源：David S. Howard, *A Tale of Three Cities: Canton, Shanghai & Hong Kong*

Three Centuries of Sino-British Trade in the Decorative Arts, p. 61.

圖 24 埃克賽特家族紋章瓷大湯碗(c. 1732)



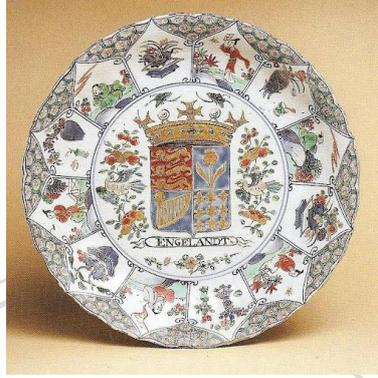
來源：David S. Howard, *A Tale of Three Cities: Canton, Shanghai & Hong Kong
Three Centuries of Sino-British Trade in the Decorative Arts*, p. 110.

紋章瓷是船長和船員私人貿易中最有利可圖的項目之一，而 18 世紀初時英屬東印度公司半數以上的董事、船長和貨物管理員，都曾訂購繪有紋章的餐器茶具瓷器，倫敦各行各業行會，諸如販魚業、屠宰業、糕餅業、家禽業、砌磚業和裁縫業，也都曾向中國訂購有該行業紋章的瓷器，圖 25 即是英屬東印度公司的紋章瓷盤。²⁰

中國外銷瓷也成為歐洲王室和貴族之間流行的禮品之一，由於受禮者自身多極為富有且地位高貴，因此所送之禮是否足夠矜貴便十分重要，而中國外銷瓷所代表的品味和時尚，既能確保送禮者不失禮儀，亦能夠映襯出送禮者的身份和不俗品味；最常被當作禮品的瓷器多半是加裝有鍍金、鍍銀裝飾或金屬製配件的瓷器，例如圖 26 的鍍金有蓋碗盤組，這類瓷器的數量較少，也反映出其特殊性，恰可滿足擁有者的炫耀心理，做為裝飾品和生活中的愉悅享受。

²⁰ Robert Finlay, *The Pilgrim Art: the Culture of Porcelain in World History*, p. 28.

圖 25 英屬東印度公司的五彩紋章瓷盤(1710)



來源：余春明，《中國名片：明清外銷瓷探源與收藏》，頁 54。

圖 26 鍍金有蓋碗盤組(c.1715)



來源：David S. Howard, *A Tale of Three Cities: Canton, Shanghai & Hong Kong
Three Centuries of Sino-British Trade in the Decorative Arts*, p. 70.

第二節、奢侈帶來的愉悦

隨著英屬東印度公司的成功，亞洲的產品逐漸成為英格蘭貴族生活當中不可或缺的一部分，諸如精美的瓷器、家具、新食材、飲品，和各式令

人振奮的紡織品等新商品，助長了新的欲望和需求，更使得購物本身成爲一種休閒活動，並體現了城市菁英的新生活方式。²¹人們越來越享受購物的樂趣，從商品的美麗、精巧或便利中獲得愉悅，追求愉悅成爲此時的生活方式。²²

爲了滿足這種日漸增加的新需求並從中獲利，貿易商與製造商不斷製造和進口新商品，上層階層的消費者也對這些昂貴、時尚的產品日漸著迷，用精美的瓷器、銀器、華服、豪宅來表現自我的顯貴身分，這種炫耀性的消費方式不僅有助於衡量自身的社會地位與自我認同，並能夠用來區隔其與其下階層的不同。²³

而這些新商品的消費和市場銷售策略也有著緊密的互補，除了貿易商和製造商以外，店主和其商店也占據了新商品發展中的重要一環，店主對新商品的宣傳和銷售，也使得購物成爲高級和愉悅生活的一部分；²⁴此時商店的功能日趨多樣化，各式各樣的商品被一起陳列和銷售，並出現大量關於瓷器、玩具、珠寶、金屬器具等的宣傳廣告，例如圖 27 即爲大約在 1720 年和 1730 年之間出現的英格蘭宣傳卡片(trade card)，從圖中可以看到商店中陳列著大量的商品，以各式精巧的陳列桌架、鏡子和畫作映襯出瓷器和玻璃製品的華貴。²⁵

在 17 和 18 世紀之際的英格蘭城市裡，「商店」和「購物」的角色變遷，

²¹ Unknown, "Asia on Britain", in The British Library:

<http://www.bl.uk/onlinegallery/features/trading/impacts3.html#> (accessed May 15, 2012).

²² Maxine Berg, *Luxury and Pleasure in Eighteenth-Century Britain* (Oxford, U.K.: Oxford University Press, 2005), pp. 5-6.

²³ Robert Finlay, *The Pilgrim Art: the Culture of Porcelain in World History*, p. 58.

²⁴ Hamm, A. & Stobart J., "Sites of Consumption: The Display of Goods in Provincial Shops in Eighteenth-Century England," in *Cultural and Social History*, 2:1 (2005), p. 165.

²⁵ Maxine Berg, "New Commodities, Luxuries and Their Consumers in Eighteenth-Century England" in Maxine Berg and Helen Clifford (eds), *Consumers and Luxury: Consumer Culture in Europe 1650-1850* (Manchester: Manchester University Press, 1999), p. 70.

體現了城市的經濟、社會和文化變遷，固定的商店成為城市生活的重要一環，菁英階層的消費習慣也改變了商店的經營模式，店主傾向以時髦、優雅的裝潢和擺放精緻、多樣的商品吸引消費者，並為自己的商店創造符合目標客群的外在形象，以展現其信譽，並使消費者光顧商店時能得到愉悅的享受。²⁶此時消費者進入商店不只是為了純粹的消費活動，更為了展現自我的生活方式，購物成為娛樂消遣的一種方式，笛福便曾於著作內描述一位綢布商在店裡雇用了「很多的僕人和熟練工人」，並曾接待過一位女顧客，在整整兩個小時裡，向其展示許多極為昂貴的商品，但最後這位客人卻什麼也沒有買。²⁷

圖 27 英格蘭瓷器和玻璃製品商店的宣傳卡片(c.1720-30)



來源：Courtesy of the Bodleian Library, University of Oxford, John Johnson Collection, Box7.

此時的消費文化中也開始強調「優雅的消費」(polite shopping)，認為

²⁶ Hamm, A. & Stobart J., "Sites of Consumption: The Display of Goods in Provincial Shops in Eighteenth-Century England", pp. 165-168.

²⁷ 維爾納·桑巴特(著)、王燕平、侯小河(譯)，《奢侈與資本主義》(上海：人民出版社，2000)，頁185-187。

個人消費行為足以展現出消費者的品味與地位，當消費者在商店裡時，同時也成了商店的一部份，如同在櫥窗中被觀看的對象，讓他人看到其在符合並能展現自我高尚品味的商店裡，也暗示出其具有優雅的品味和高超的消費力；商店並為消費者創造優雅、舒適、充滿精緻奢侈品的「社交空間」，消費者可在店內悠閒地喝茶和玩紙牌，使上商店也成為社交活動的一環，各個商店之間的競爭伴隨著消費者彼此間的炫富，為買賣雙方奠定了自我的地位。²⁸ 英格蘭當代作家馬拉其·波絲爾斯偉特(Malachy Postlethwayt, 1707-67)在其著作中也提到此時的製造商、貿易商和店主亟需「誘惑的藝術，以取悅更高層級的各種消費者」²⁹、「吸引並取悅他們所有人，儘量去提供他們符合其不同消費能力的不同商品」³⁰；而這股風氣也逐漸影響了中間階層的消費者：「商人的妻子不再購買 15 先令一碼的花布；而會購買 8 或 9 倍價錢的綢緞；她並不會因絲的質量擔憂；但是滿足於看起來像上層階層的人一樣好。」³¹

同時，中國外銷瓷的到來也影響了歐洲人飲食習慣的轉變，進而樹立新的餐桌禮儀典範。於中古時期，有一份專屬餐具是諸侯的特權，其它賓客的酒杯與餐盤大多數是兩兩共用，餐刀與匙則是數人共用，但隨著餐桌禮儀的日趨精緻，和取得餐具的可能性增加，上流階層的人士不再共用餐具，並以特殊的餐桌禮儀區隔他人。³² 同時歐洲人的飲食也傾向更加精細和多樣化，一餐當中會包含各種不同的肉類、蔬菜和新鮮水果，這些新型態

²⁸ Hamm, A. & Stobart J., "Sites of Consumption: The Display of Goods in Provincial Shops in Eighteenth-Century England", pp. 178-182.

²⁹ Malachy Postlethwayt, *Britain's Commercial Interest and Improved*, vl.2 (London, 1757), p. 395.

³⁰ Malachy Postlethwayt, *Britain's Commercial Interest and Improved*, vl.2, p. 395.

³¹ Malachy Postlethwayt, *Britain's Commercial Interest and Improved*, vl.2, p. 395.

³² 梅寇(Heidrun Merkle)著、薛文瑜(譯)，《饗宴的歷史：一段由味覺與美學交織而成的感官之旅》(臺北：左岸文化出版，2004)，頁113-115。

料理的出現，也牽涉到這些料理要用什麼樣的器皿端上桌，於是每一道料理和飲品都需要專屬的碗盤、刀叉和杯子，用餐中的每個人也開始擁有一人一組的一套完整餐具，而這種個人餐具的風尚也是來自中國。起初，由中國瓷器製成的餐具，只能出現在大型宴會之中，或是只有在擺放甜點或特殊的料理時才會使用，1670年著名的英格蘭食譜作者漢娜·烏利(Hannah Woolley, 1622-c.1675)便這樣建議讀者：擺放蜜餞的盤子「不要像裝肉の木盤那麼大，而應該要用銀器或是瓷器」³³；18世紀初開始，荷屬東印度公司率先進口整套的中國瓷器餐具，英屬東印度公司也迅速跟進，當時一套標準餐具組約由130件組成，包括60個盤子、24個湯碗、21個上菜大盤、4個醬料長碗、1個魚盤、6個有蓋大碗、6個鹽瓶和6個沙拉大碗，另外還有其它調味瓶、小碟子、冷酒器等附屬用具。³⁴瓷製餐具逐漸取代銀器，成為布置餐桌時最適當的餐具，在整個18世紀當中，中國瓷器日益頻繁地出現在餐桌和上流社會文化中，並且影響消費者開始關注個人衛生和私人用品的使用；³⁵中國瓷器在17世紀到18世紀初主要為收藏家的裝飾品，伴隨著飲茶文化的盛行，中國外銷瓷成為與飲茶文化連繫的平臺，華貴的茶具組也為貴族提供機會來展示其擁有的優雅生活，並使瓷器在18世紀末成為英格蘭各階層消費者的重要商品。³⁶

而從此時期英格蘭流行的一些關於「對話主題」(Conversation Pieces)的畫作，即描繪貴族家庭或朋友之間愉悅聚會的肖像畫，我們得以從中一窺當時最時尚的生活方式。例如大約1727年時，肖像畫家理查·柯林斯

³³ Hannah Woolley, *The Queen-like Closet* (1670), in *Celtnet Recipes*: <http://www.celtnet.org.uk/recipes/queen-closet-household-management.php> (accessed July 28, 2012).

³⁴ Robert Finlay, *The Pilgrim Art: the Culture of Porcelain in World History*, p. 267.

³⁵ Ronald W Fuchs, *Made in China: Export Porcelain from the Leo and Doris Hodroff Collection at Winterthur* (Winterthur, DE: Henry Francis du Pont Museum, c2005), p. 35.

³⁶ Maxine Berg, *Luxury and Pleasure in Eighteenth-Century Britain*, p. 150.

(Richard Collins ,fl. 1726-1732) 繪製了一幅《喝茶的一家三口》(*A Family of Three at Tea*, c. 1727) (圖 28)，即體現了當代英格蘭貴族最典型的時尚生活：一個圍繞著茶桌喝茶的時髦家庭，茶桌上擺放了令擁有者極為驕傲的寶貴銀器和中國瓷器，糖碟、茶筒、糖鉗、熱水壺、湯匙架上的小茶匙、污水碗、茶壺和保持茶溫的燈爐一應俱全，既顯示了擁有者對品味的講究，也反映出這個家庭具備正確的喝茶知識；畫家在繪製這類肖像畫時，除了要細細描繪出畫中人物的華麗衣飾外，還要呈現出其擁有的財富和品味，藉此反映出畫中人物的財富和社會地位；而其表現出的優雅、舒適和威風儀節，也和一種有教養、恢宏(magnificence)的形象連結。

圖 28 理查·柯林斯，《喝茶的一家三口》(c.1727)



來源：Richard Collins, “A Family of Three at Tea”, in Victoria and Albert Museum:
<http://collections.vam.ac.uk/item/O56103/a-family-of-three-at-oil-painting-richard-collins/> (accessed May 1, 2012).

到了 1740 年，這類描繪時尚聚會的畫作風格仍然盛行，英格蘭畫家及

插畫家弗朗西斯·海曼(Francis Hayman, 1708-1776)在 1740 年繪製了《強納森·泰爾和其家庭》(*Jonathan Tyers and His Family*, 1740) (圖 29)，這時畫中的主角強納森·泰爾正攜妻兒至當時倫敦貴族最熱愛前往的度假勝地握克斯豪(Vauxhall)，泰爾在此處擁有宅邸，在私人花園內打造了眾多精美的雕像、步道和噴泉，並建造了音樂廳和教堂，畫中的泰爾正與妻子伊麗莎白(Elizabeth Tyers)和兩對兒女用中國瓷器喝茶。

圖 29 弗朗西斯·海曼，《強納森·泰爾和其家庭》(c.1740)



來源：Francis Hayman, *Jonathan Tyers and his family*, in National Portrait Gallery:
<http://www.npg.org.uk/collections/search/portrait.php?search=ap&npgno=5588&e>
Date&IDate (accessed May 2, 2012).

這種崇尚愉悅的生活方式完全地體現在家內空間之中，貴族和地主頻繁地擴充和翻新私人宅邸，逐漸富裕的都市中間階層也開始仿效這種生活

方式，將各種能提升身分的奢侈品裝滿整個房間和新建的陽臺；³⁷英格蘭貴族並越來越傾向將建築和身分地位結合，並出現了一種新的建築概念「舒適」(comfort)，此種身體上的舒適感和自我意識上的滿足，日益頻繁地出現在 18 世紀的英格蘭文化當中，用來表達身處環境所造成的心理上的滿足和愉悅感受，並試著改善傳統物質文化中的建築模式。³⁸此時的家具大致可分為兩類：第一類為裝上軟墊的椅子、櫃子和抽屜等家具，除實用外亦具備「舒適」的功能，並且能顯示擁有者的地位；第二類則為用於熱飲的器皿、餐叉、調味醬盤、非矩形的桌臺等餐具，既反映出餐桌禮儀的「精緻化」，使餐具趨向「多樣化」，亦可看出烹調方式和飲食習慣的改變。³⁹

家具亦可以「使用空間」來加以區分。此時期英格蘭家戶的特色，在於有了前廳和後室的分別，人們在不同的空間中，擺放和使用不同功能的物件，顯示出幕前和幕後活動的區分，他人較能窺探的前廳，即表現了此家戶和所屬成員希望對外展現的形象，故最能體現階層差異的物件，多放置在前廳，例如瓷器、刀叉、用於熱飲的器皿等，皆是下層階層幾乎無法取得的物件，也反映出不同階層之間的飲食習慣差異。根據統計，1714 年到 1715 年英格蘭的薩福克(Suffolk)地區有 54% 的房舍內設有大廳(hall)，並有 60% 的家戶將奢侈品擺放於大廳，而僅有 51% 的家戶將奢侈品放置在私人使用的起居室(parlor)內，這反映出相較於其它房間，大廳不但是家內活動的中心，亦具備社交和炫耀功能。⁴⁰我們或許不能肯定所有的物件都具備

³⁷ Maxine Berg, *Luxury and Pleasure in Eighteenth-Century Britain*, pp. 22-23.

³⁸ John Crowley, "From Luxury to Comfort and Back Again: Landscape Architecture and the Cottage in Britain and America" in Maxine Berg and Elizabeth Eger (eds), *Luxury in the Eighteenth Century: Debates, Desires and Delectable Goods* (Basingstoke, Hampshire; New York: Palgrave Macmillan, 2003), p. 135.

³⁹ Mark Overton, Jane Whittle, Darron Dean, and Andrew Hann, *Production and Consumption in English Households, 1600-1750* (London; New York: Routledge, 2004), p. 174.

⁴⁰ Evans, Adrian B. "Enlivening the Archive: Glimpsing Embodied Consumption Practices in

了建立並促進個人形象的功能，也不見得能完全地反映階層差異，但仍能反映出擁有者和他人不同的動機，和對不同生活方式的期待，引發出不同的消費行爲。

關於「舒適」概念的討論在 1700 年代左右開始即與政治、經濟活動等面向連繫在一起，並涉及「奢侈品」和「必需品」(necessity)之間的差異。「奢侈」長久以來就是政治、社會思想中時常引發辯論的主題，在古希臘哲學中，「奢侈」就是一個政治概念，而在之後基督教和近代早期思想中，「奢侈」和「奢侈品」都受到道德譴責，認爲其會腐蝕個人和其家園。⁴¹當時的「奢侈」定義爲「在『必需品』之上的人類欲望」⁴²，尼古拉斯·巴爾本在其《論貿易》中更具體指出依照物件的價值可分爲「希求物」(the wants)和「必需品」，⁴³而人除了需要「必需品」來維持基本生活所需之外，天生就會關注「生活的閒適(ease)、愉悅和奢華(pomp)」⁴⁴，希望得到精緻且能裝點自己和居所的稀罕物品，巴爾本「希求物」的概念即類似所謂的「奢侈品」；⁴⁵其後的柏納德·曼德維爾更指出「奢侈是人類要生存下去不直接必須的所有東西」⁴⁶，人天生就有讓「生活更加舒適」⁴⁷的需求，與個人的德

Probate Inventories of Household Possessions,” *Historical Geography*, 36 (2008), pp. 61-62.

⁴¹ Christopher J Berry, *The Idea of Luxury: a Conceptual and Historical Investigation* (New York: Cambridge University Press, 1994), p. 20.

⁴² Edward Hundert, “Mandeville, Rousseau and the Political Economy of Fantasy,” in Maxine Berg and Elizabeth Eger (eds), *Luxury in the Eighteenth Century: Debates, Desires and Delectable goods*, p. 31.

⁴³ Nicholas Barbon, *Discourse of Trade* (London: Printed by Tho. Milbourn for the author, 1690), p. 13.

⁴⁴ Nicholas Barbon, *Discourse of Trade*, p. 15.

⁴⁵ Edward Hundert, “Mandeville, Rousseau and the Political Economy of Fantasy,” in Maxine Berg and Elizabeth Eger (eds), *Luxury in the Eighteenth Century: Debates, Desires and Delectable goods*, p. 31.

⁴⁶ Bernard Mandeville, *The Fable of the Bees: or Private Vices, Public Benefits* (1714-1725) (London: printed for C. Bathurst, C. Nourse, T. Carnan, F. Newbery, R. Cater, 1795), p.

行無關，因此奢侈雖然代表了罪惡(vice)和墮落，但卻不能否認奢侈能刺激生產並造福群體。⁴⁸

上述關於「舒適」、「奢侈」、「必須品」和公眾利益(public benefit)的辯論，在 18 世紀初異國商品進口量快速增長時達到高峰，可以說是英格蘭知識份子對於當代社會現象的回應。對此，笛福即形容其身處的 1731 年的英格蘭「人口稠密、極為富庶；生活方式極為奢侈、罪惡和浪費」。⁴⁹笛福雖一面抨擊當時英格蘭貴族和地主的奢侈無度，但卻不得不承認這種奢侈同時也餵養了從事貿易的中間階層，例如貿易商、製造商和店主，家內消費的提高使得國際貿易量同步上升，也提升了英格蘭的國力；20 年後的蘇格蘭史學家、經濟學家大衛·休謨(David Hume, 1711-1776)在其著作〈論奢侈〉(‘Of Luxury’, 1752)中仍然如此描述當代的英格蘭：

增加對所有商品的消費，這些商品做為裝飾品和生活中的愉悅享受，對於社會有所益處；因為，奢侈加速了對於個人的無害滿足，是勞工的一大來源，代表了整個國家迫切需要，可以轉換成公益。⁵⁰

不過這類辯論早在 18 世紀之前，便已經引起知識分子的重視和討論：在宗教改革(the Reformation)至英格蘭內戰(the Civil Wars, 1642-1651)間的一世

405.

⁴⁷ Bernard Mandeville, *The Fable of the Bees: or Private Vices, Public Benefits*, p. 97.

⁴⁸ Maxine Berg and Helen Clifford, “Introduction” in Maxine Berg and Helen Clifford (eds), *Consumers and Luxury: Consumer Culture in Europe 1650-1850*, p. 3.

⁴⁹ Daniel Defoe, *A Plan of the English Commerce. Being a Complete Prospect of the Trade of this Nation, as well Home as Foreign* (1731) (London: printed for J. and J. Rivington, 1749), p. 193.

⁵⁰ 語出：David Hume, ‘Of Luxury’ (1752)；轉引自：Maxine Berg, *Luxury and Pleasure in Eighteenth-Century Britain*, IX.

紀中，英格蘭經歷了長期的經濟擴張，此時農業人口比例下降，製造業趨向多樣化和專業化，商業活動興盛，資本得以累積和有效運用，社會中的主從關係因應生產方式和市場需求的改變產生變化，家戶經濟(household economies)對市場的依賴加深，幾乎人人皆成爲市場中的生產者或消費者。根據統計，1641 年的國民所得(national income)爲 1560 年代的兩倍。⁵¹

直到 17 世紀末，英格蘭各區域農業技術的改良使農業生產力提高，農村勞動力轉而填補非農業部門的需求，使都市化程度提高和非農業人口增加，城市居民成爲仰賴農村供給食物的消費者。工資雖未劇烈調漲，但物價下跌，使實質所得(real income)提高，進而使購買力(purchasing power)和生活水準(living standard)皆提高，受益最多的即爲城市中的消費者，中間階層的家戶也開始享受從商業、製造業或專業領域所帶來的收入和利益，倫敦和其它城鎮皆因貿易和工業漸趨繁榮，人口急遽上升。⁵²1664 年時英格蘭經濟學家托馬士·孟(Thomas Mun, 1571-1641)在其著作《英格蘭財富與對外貿易》(*England's Treasure by Foreign Trade*, 1664)中指出：「如果沒有貿易，那麼我們的船隻、水手、軍火、我們可憐的砲手，還有其它許多人該如何是好？」⁵³由此可見國際貿易對英格蘭的重要性。

但 1688 年英格蘭統計學家葛雷果·金恩(Gregory King, 1648-1712)認爲光榮革命導致了英格蘭整體財富下降，希望能估算出王國的整體財富，故著手統計出〈英格蘭家庭的收支表計畫：1688 年的估算〉(*A Scheme of the Income and Expense of the Several Families of England, calculated for the year 1688*)將英格蘭社會按財富分級，認爲收入大於支出者爲能提升王國財富者

⁵¹ Wrightson, K., *Earthly Necessities: Economic Lives in Early Modern Britain, 1470-1750*. (London; New York: Penguin, 2002), p. 227.

⁵² Wrightson, K., *Earthly Necessities: Economic Lives in Early Modern Britain, 1470-1750*, pp. 235-236.

⁵³ 語出：Thomas Mun, *England's Treasure by Foreign Trade* (1664)；轉引自：Christopher J Berry, *The Idea of Luxury: a Conceptual and Historical Investigation*, p. 105.

(increasing the wealth of kingdom)，支出大於收入者則為減少王國財富者 (decreasing the wealth of kingdom)，並以此區分為三類人：「最佳者」(the better sort)、「中級者」(the middle sort)和「最差者」(the poorest sort)；而在金恩的統計中，在革命後有 511,586 戶的家庭提升，但是有 894,000 戶的家庭使王國的財富減少，1688 年的革命使英格蘭社會從正規轉向畸形。⁵⁴後世學者雖多對此份統計的正確性存疑，認為此時期的貿易和工業發展，應使英格蘭的都市化提高，貴族也變得更為富有，並且金恩的估算中也低估了中間階層中貿易商和店主的財富。⁵⁵但這卻能反映出此時特殊的價值觀：將私人財富和國家財富連繫，能利用資本和專長賺取財富者，才是對國家有益的人。此時，在金恩劃分的三種類型中：「最佳者」和「中級者」的家庭可享受超出基本需求的購買力，因而展現出不同的行為和態度以反映其角色和認同，面對此時的經濟、社會變遷，人需學習如何和市場共處。⁵⁶

在金恩之後，巴爾本和曼德維爾對「奢侈」的闡述，標誌了從17世紀中葉以來，英格蘭社會中「奢侈」意義的轉變，逐漸脫離以往過度的道德化，並接受「奢侈」和「時尚」有可能引發正面的效果，認為其能刺激消費，進而產生貿易和就業，並為國家帶來更普遍的繁榮；商人的社會價值也重新被界定，接受經商是一種職業，只要從業得當，即可在獲得私利的同時帶來公共利益。由於此時英格蘭的奢侈品多來自海外，本文所關注之「中國外銷瓷」即為此時進口奢侈品之大宗，紀錄了來自種種面向的衝擊，影響涵蓋了國際貿易、工業發展、政治紛擾、菁英階層的支出、儀節禮俗

⁵⁴ Geoffrey Holmes, "Gregory King and Pre-Industrial England," in Geoffrey Holmes, *Politics, Religion, and Society in England, 1679-1742* (London; Roncvert, W. Va.: Hambledon Press, 1986), p. 292.

⁵⁵ Geoffrey Holmes, "Gregory King and Pre-Industrial England," in Geoffrey Holmes, *Politics, Religion, and Society in England, 1679-1742*, pp. 293-296.

⁵⁶ Wrightson, K., *Earthly Necessities: Economic Lives in Early Modern Britain, 1470-1750*, pp. 269-272.

和文化接觸等範疇，⁵⁷故關於英格蘭社會看待「奢侈」意義的轉變，亦可放置於「中國外銷瓷」的脈絡之下討論。

第三節、關於中國外銷瓷和奢侈的辯論

圖 30 《茶桌》(c.1710)



來源：Unknown, in Lewis Walpole Library Collection, Yale University:

<http://images.library.yale.edu/walpoleweb/oneITEM.asp?pid=lwlpr02596&iid=lwlpr02596> (accessed July 25, 2012).

圖 30 是一幅流行於 1710 年代倫敦街頭的版畫《茶桌》(The Tea-Table)，目的是諷刺那些每天聚集在小圓桌前的上層階層女士，從圖畫中可以看到她們穿著當時最流行的服飾，布料是從印度進口的手工紗，並模仿東方飲茶的做法，先以一個四角形的托盤將餐飲端出來，再分別享用，此圖也呈現了當時最流行的客廳裝潢和茶桌陳設：客廳牆壁以瓷器櫃、繪畫、鏡子和中國絲綢窗簾做裝飾，地上則鋪設印度織花地毯，客廳通常比起居室布置得更加豪華；茶桌上頭放的全是來自中國的瓷器茶具，包括熱水罐、茶

⁵⁷ Robert Finlay, *The Pilgrim Art: the Culture of Porcelain in World History*, p. 6.

壺、茶杯、糖罐和牛奶罐等，在在都象徵了擁有者的地位和財富，和希望呈現給客人的形象。

圖 30 同時也反映出當時的上層階層的時尚生活中充滿了來自東方的奢侈品，而隨著往來於中國的船隊越來越多，舶來品的供給量也大為增加，並使得價格下降，較下層的人民也能夠消費得起，但也使得英屬東印度公司的利潤降低，只得不斷地盡可能地推陳出新，來滿足菁英消費者的時尚需求。例如從 1681 年公司董事會在指示印度代辦訂購絲織品的信件中，就可看出此時期公司的進口策略就是不斷地求新求變：

請注意，根本不變的大原則就是：每年盡可能變換絲織品的花色。因為即使料子較差，只要是歐洲從未見過的新樣，比起料子雖好卻是去年的舊款，英格蘭還有法國甚至是全歐各地的淑女，都願意付上兩倍的價錢。⁵⁸

東印度公司這種不斷進口東方奢侈品的做法，既迎合了貴族追求時尚的品味，推動了貴族的時尚文化，同時也促進了中間階層對貴族消費行為的仿效；原本只有王室和貴族有能力訂購的中國外銷瓷，到了 1720 年代之後，也逐漸出現中間階層的私人訂單。⁵⁹各種商品的供給增加使得價格下降，有能力消費的階層越來越多，這種群起消費的現象便成為 18 世紀「奢侈」辯論中的一環；支持公司的一方多為奢侈品貿易下的受益者，認為消費和時尚兩者皆為目的，對個人、社會和經濟繁榮具有同樣必要的正當性，例如在 1728 年有份論述東印度事務的匿名文宣即主張，東方奢侈品在英格蘭引發的時尚變遷，應視為一股自然的力量，是對人類天生欲望的回應：

⁵⁸ 轉引自：Robert Finlay, *The Pilgrim Art: the Culture of Porcelain in World History*, p. 56.

⁵⁹ 余春明，《中國名片：明清外銷瓷探源與收藏》，頁40。

人的品味喜好，一如自然的其它部分，天生需要有所不同和變化。空氣是我們生存之所繫，但如果沒有新鮮空氣的供應和流通，就成了致命的毒氣。而東印度公司所持有的商品，其花色、品質，世上沒有其它任何地方可以企及……時尚與風俗，是的，以及所有事物的本質，都已經認定東印度商品的高價值是歐洲各國不可或缺。你無法限制人使用它們，正如不可能限制人吃飯、穿衣的天然需求一樣。⁶⁰

如上節所述，「奢侈」的意涵在 18 世紀英格蘭的政治經濟、道德哲學、智識文化和美學標準之中，都是極為重要的議題，但這個辯論可以回溯至古代的傳統，並持續影響著歐洲各個時期的社會和政治論述；在古典時期，對奢侈的批判是為了維繫社會階層和軍事強度，中世紀到文藝復興時期「奢侈」往往被描繪成罪惡的象徵，至近代早期時，「奢侈」被用來批判國王、貴族和宮廷的過度花費，並逐漸開始與國際貿易的議題相連繫；⁶¹而在 17 世紀末至 18 世紀初的這段期間，英格蘭和亞洲與美洲的貿易疾速擴張，亞洲消費社會中的奢侈品和美洲的異國食物和原料大量地進入英格蘭的社會，促進了英格蘭本國商品的製造和創新，並使英格蘭社會產生新的飲食和社交方式，包含了在家內的就餐、飲茶文化與在咖啡館、商店、公園和劇院等公共場所的休閒活動，因此對於「奢侈」意義的辯論層面牽涉地更多且廣，並進而討論「愉悅」、「舒適」、「品味」等的定義和標準。⁶²「奢侈」有了更新穎的面貌，也反映出當代的社會和智識文化的變遷，政治經濟學家

⁶⁰ 轉引自：Robert Finlay, *The Pilgrim Art: the Culture of Porcelain in World History*, p. 57.

⁶¹ Maxine Berg and Elizabeth Eger, "Introduction," in Maxine Berg and Elizabeth Eger (eds), *Luxury in the Eighteenth Century: Debates, Desires and Delectable Goods*, pp. 1-5.

⁶² Maxine Berg and Elizabeth Eger, "The Rise and Fall of the Luxury Debates," in Maxine Berg and Elizabeth Eger (eds), *Luxury in the Eighteenth Century: Debates, Desires and Delectable Goods*, p. 7.

開始將「奢侈」與菁英消費連結，以「奢侈」的定義做為收入和社會層級的分界，將消費的物品與每個人對生活習慣選擇的區別、差異和人格特徵連結。⁶³

17世紀末時關於「奢侈」本身的意義和其承載價值的辯論達到高潮，各種論述層出不窮，但以巴爾本在1690年所著的《貿易論》最具代表性。事實上，在巴爾本的這本論冊當中，「奢侈」一詞在全文中雖僅僅使用過一次，但從文中隱含的奢侈「去道德化」，卻深切反映出當代英格蘭社會對「奢侈」意義的理解發生的重大轉變，並引發了更為重要的相關論述和討論。⁶⁴

如前所述，巴爾本將物件依照價值分成了「希求物」和「必須品」，而希求物又包含「身體所需」(those of the body)和「精神所需」(those of the mind)。「身體所需」意指人類最普遍的三種必須品：食物、衣服和住所；「精神所需」則為任何稀有、可以滿足其感官、妝點其身體、增加生活的閒適、愉悅和奢華的東西；⁶⁵由於這種「『精神所需』的欲望無窮」⁶⁶，而導致進一步的貿易，因此個人的揮霍雖然加深了人的罪惡，但能促進貿易，更重要的是能為「絕大部分人帶來生計」，因此不會損及國家利益。⁶⁷

巴爾本更認為由於人「天生就野心勃勃」，於是社會成為人們互相競爭的場所，每個人「都在衣著、裝備和家具陳設上競相攀比」⁶⁸，所以各種新商品的生產和消費不是僅僅是為了滿足人之必須，而是為了要滿足其「精神所需」，也就是人們的虛榮心，人們總認為自己會被他人觀看和關注，因此希望得到他人的讚賞和忌妒；巴爾本最主要的概念是因為由國際貿易而

⁶³ Maxine Berg, *Luxury and Pleasure in Eighteenth-Century Britain*, p. 28.

⁶⁴ Christopher J Berry, *The Idea of Luxury: a Conceptual and Historical Investigation*, p. 109.

⁶⁵ Nicholas Barbon, *Discourse of Trade*, pp. 13-15.

⁶⁶ Nicholas Barbon, *Discourse of Trade*, p. 15.

⁶⁷ Nicholas Barbon, *Discourse of Trade*, pp. 62-63.

⁶⁸ Nicholas Barbon, *Discourse of Trade*, p. 69.

來的新商品滿足了人們的欲望，但人類的欲望又試圖得到更多的物品，故禁止某一特定物品的進口，並不意謂著人們會轉而消費國內同類產品，反而馬上就會有另一種進口物品取而代之。⁶⁹

不過雖然巴爾本在其另一本著作《論貨幣》(*Discourse Concerning Coining*, 1696)中直接表明：「貿易越自由，國家越繁榮。」⁷⁰但並不代表巴爾本完全支持自由貿易，其仍認為如果舶來品嚴重妨礙了國內產品的消費，就應該徵收關稅，關稅會使進口貨更加昂貴，妨礙大眾消費，而僅限於「仕紳階層」(gentry)。⁷¹巴爾本的論述反映了當時的英格蘭社會逐漸認為「時尚」和「奢侈品」因具備促進貿易的功用，且對社會福祉有所助益而應被視為合理。但直到 18 世紀初曼德維爾的《蜜蜂的寓言》才更為直接地提出了這個概念，此著作也開啓了在之後一世紀中關於「奢侈」意義及其承載價值的辯論高潮。

雖然巴爾本的著作對英格蘭的社會造成諸多衝擊，但是曼德維爾所引發的抨擊和辯論卻更為強烈，其聲稱的「是人類不可根除的惡習成就了勤奮、財富和強大，而不是美德」⁷²，挑戰了傳統上認為「奢侈」即罪惡的假設；再者，曼德維爾還挑戰了「奢侈」和「必須」之間的分界，聲稱人類雖認為道德層面上應有「潔淨」(cleanliness)、「舒適」、「端莊」(decencies)及「合宜」(conveniencies)的「需求」，但這遠比不上對奢侈房舍和家具的追求，因為無論男女，人類天生就自私自利、傾向追求愉悅且喜愛炫耀，會不斷尋求奢侈品來滿足虛榮心。⁷³

⁶⁹ Nicholas Barbon, *Discourse of Trade*, pp.72-73.

⁷⁰ 語出：Nicholas Barbon, *Discourse Concerning Coining* (1696)；轉引自：Christopher J Berry, *The Idea of Luxury: a Conceptual and Historical Investigation*, p. 123.

⁷¹ Christopher J Berry, *The Idea of Luxury: a Conceptual and Historical Investigation*, pp. 117-118.

⁷² Bernard Mandeville, *The Fable of the Bees: or Private Vices, Public Benefits*, V.

⁷³ Maxine Berg and Elizabeth Eger, "The Rise and Fall of the Luxury Debates," in Maxine

曼德維爾甚至還公然作詩歌頌「奢侈」：

奢侈，貴族的罪惡，
可無數窮人藉此謀生，
可惡的傲慢使更多的窮人活命。
虛榮和忌妒本身
決定了工業的發展。
美食、家具和服裝
顯示了他們的愚蠢和輕浮，
而這種古怪可笑的惡習
正是推動商業前進的動力。⁷⁴

並抨擊以往認為奢侈導致人民懦弱、國家衰弱的論點，因為任何無法量入為出的人都是傻瓜，故這類過於奢侈而導致的毀滅都是基於愚蠢而非奢侈的結果；曼德維爾的論點是一個人可以在其可負擔的範圍內任意揮霍，而一個國家只要能保證貿易平衡，亦可不加限制地進口外國物品。⁷⁵

上述的論點雖然新穎，卻也反映出了曼德維爾的侷限：其和前一個世代的巴爾本相似，把時尚的變遷視為經濟生產的動力，認為人類的欲求天性，加上傲慢和忌妒，使人的欲望和奢侈毫無止境；但其仍未提出自由貿易的概念，並認為政府應該密切關注和維持平衡，並運用其「高超的管理」

Berg and Elizabeth Eger (eds), *Luxury in the Eighteenth Century: Debates, Desires and Delectable Goods*, p. 10.

⁷⁴ 中譯文引自：維爾納·桑巴特（著）、王燕平、侯小河（譯），《奢侈與資本主義》，頁162。

⁷⁵ Christopher J Berry, *The Idea of Luxury: a Conceptual and Historical Investigation*, pp. 133-134.

以確保進口永遠不超過出口，只要出口淨額仍為正數，就不能以進口過多奢侈品為由而提出反對。⁷⁶曼德維爾雖然引來了許多批評，但從其開始，「奢侈」逐漸被社會認可為國家的經濟利益。

與曼德維爾同時期的笛福，雖然也相信蓬勃的國際貿易能夠令英格蘭國運持續興隆，認為「奢侈既活躍了貿易，也因此養活了窮人」。⁷⁷但同時笛福也對進口品妨礙國內工業的發展感到憂心，大力斥責貴族和中間階層購買進口奢侈品的行為。笛福在 1713 年即曾撰文形容倫敦街頭已因外來商品扭曲變形，充斥著「沒有價值的無聊玩意兒」，⁷⁸之後並在其著作《十足的英格蘭商人》中即提到：「這個時代的奢侈所占有的分量幾乎是不可思議的……『虛榮、歡樂和奢侈』是我們的主宰者，『揮霍無度』占了上風。」⁷⁹

笛福與同時代人最不同的一點，在於其極力地詆毀中國，如本章的第一節所述，其曾經批判瑪麗二世所帶來的收藏瓷器之風，並直接在作品中諷刺中國擅長製瓷的名聲是空穴來風；笛福因小說《魯賓遜漂流記》成名，同年即推出了續集《魯賓遜更多的冒險故事》，在續集中，魯賓遜來到了中國，但其並不十分喜愛這個國家，因為這裡的城市和小鎮乏善可陳，歐洲對中國的所有憧憬都只是不切實際的浪漫幻想，例如當葡萄牙領航員帶魯賓遜去看一座據稱全是瓷製的「瓷屋」(chinahouse)時，魯賓遜卻大失所望：

乍見（這個房子），這根本就微不足道，……就只不過是幢木板屋，或著依我們英格蘭的稱法，是用木板和灰泥漿建造的房子。不過那些灰泥倒的確是中國瓷，也就是說，只不過是用製作中國瓷的黏土

⁷⁶ Christopher J Berry, *The Idea of Luxury: a Conceptual and Historical Investigation*, pp. 132-133.

⁷⁷ Daniel Defoe, *The Completed English Tradesman (1725-27)*, p. 329.

⁷⁸ Robert Finlay, *The Pilgrim Art: the Culture of Porcelain in World History*, p. 58.

⁷⁹ Daniel Defoe, *The Completed English Tradesman (1725-27)*, p. 93.

抹上去的。⁸⁰

魯賓遜雖然認為這是中國的獨有特殊景象，但仍然認為那位葡萄牙領航員的說法言過其實，當領航員告訴魯賓遜說中國有一位工匠製造了一艘盜打造的大船後，魯賓遜心想：「我知道這整個故事，總而言之，都是那個傢伙在扯謊。」⁸¹笛福本身也是一位貿易商，曾投資過菸草、木材、葡萄酒和布匹，並且曾經營過磚塊工廠，因此對於陶器有一定的認識，魯賓遜所參觀的「瓷屋」，也可理解為「中國」(China)和「瓷器」(china ware)的雙關語，反映出笛福與當代某部分人對中國的印象。⁸²

笛福認為無論是基於道德或商業理由，大家都應該愛用英格蘭出產的商品，並拒用進口貨，或許絲綢和茶葉仍需仰賴進口，因為英格蘭的氣候無法種植這兩種植物，只有瓷器是英格蘭人唯一有希望可以在國內生產並與中國抗衡的商品，眼見中國外銷瓷在歐洲的地位如此崇高，笛福不斷高聲疾呼歐洲人應該自行創造歐洲版的瓷器；⁸³故當魯賓遜遭遇船難時，其在熱帶島嶼的一人王國裡，魯賓遜一切自給、自製、自足，甚至還造出了瓷鍋，「燒得再硬實也沒有，其中一只更用砂拋光美美地上了釉」，足智多謀的魯賓遜可以說就是笛福所期盼的英格蘭商人典型；⁸⁴這種思想在笛福其它的作品中亦表露無遺，在 1705 年其創辦的《評論》(Review, 1704-1713)期刊當中，笛福認為一名真正的英格蘭商人是「全才的學問家……能夠不靠

⁸⁰ 中譯文引自：吳芳思(Frances Wood) (著)；方永德、宋光麗、方思源 (譯)，《中國的魅力：趨之若鶩的西方作家與收藏家》(香港：三聯書店有限公司，2009)，頁 65-66。

⁸¹ 中譯文引自：吳芳思(Frances Wood) (著)；方永德、宋光麗、方思源 (譯)，《中國的魅力：趨之若鶩的西方作家與收藏家》，頁 67。

⁸² 吳芳思(Frances Wood) (著)；方永德、宋光麗、方思源 (譯)，《中國的魅力：趨之若鶩的西方作家與收藏家》，頁 67-68。

⁸³ Robert Finlay, *The Pilgrim Art: the Culture of Porcelain in World History*, p. 58.

⁸⁴ Robert Finlay, *The Pilgrim Art: the Culture of Porcelain in World History*, p. 59.

書本而通曉各國語言，不需地圖而熟知地理……他的出海日誌與貿易航程就能描繪世界的輪廓」⁸⁵，並在 1726 年的《十足的英格蘭商人》中稱許當代英格蘭「不只是貿易之國，並且是世界上最好的貿易國家，英格蘭人是世界上最好、最堅實的人」。⁸⁶

從 17 世紀至 18 世紀初，中國狂熱的風格成爲 18 世紀前半葉歐洲的主流時尚，中國外銷瓷即爲這股時尚的中心，東方品味(Oriental taste)成爲主流，形塑了歐洲的中國印象，持續滲入了歐洲的藝術、建築和生活等各個層面之中；⁸⁷東方的奢侈品也引起英格蘭對於貿易逆差的恐懼，而與西方傳統以來的奢侈辯論相結合，可以說 16 世紀時的「奢侈」是以擁有者的「地位」定義，而到了 18 世紀時則轉以「時尚」定義，引發出 18 世紀「奢侈」大辯論的高潮，故「奢侈品」雖然主要是來自亞洲，但是這股時尚卻是在歐洲成形。⁸⁸

⁸⁵ Daniel Defoe, *A Review* (1705) in James T. Boulton (ed), *Selected Writings of Daniel Defoe* (Cambridge: Cambridge University Press, 1975), p. 120.

⁸⁶ Daniel, Defoe, “*The Complete English Tradesman, 1726*” in Stephen Copley (ed.), *Literature and the Social Order in Eighteenth-Century England* (London; Dover, N.H.: Croom Helm, c1984), p. 36.

⁸⁷ David S. Howard, *A Tale of Three Cities: Canton, Shanghai & Hong Kong Three Centuries of Sino-British Trade in the Decorative Arts*, p. 53.

⁸⁸ Maxine Berg, *Luxury and Pleasure in Eighteenth-Century Britain*, p. 42.

第三章、英格蘭貴族的迴響

社會中一個階層認為是多餘的東西，可能被另一個更高級的階層視為必須。¹

貿易讓我們和人民待在家裡，使這裡的人民可以生活得更好；節儉並不是英格蘭的民族之德，所以人民可以獲得更多、花得更多；當他們工作得越勤勞，他們就能活得更好，吃香喝辣，穿保暖的衣服，住舒適的房子！²

柏納德·曼德維爾在 1714 年至 1725 年間陸續增補出版的《蜜蜂的寓言》中，為「奢侈品」和「必需品」之間的分界下了一個重要的註腳：嚴格來說，「『奢侈』是人類要生存下去不直接必須的東西」，但是對於一個階層來說不是必須的東西，對於另一個階層來說可能極為重要；例如在宮廷中的廷臣(courtier)、貴族和侍從為了維持一定的地位分界，會根據其所屬的階層來選擇尺寸、飾品、和住宅裝潢，因此奢侈花費對於貴族的社會權力來說是必需品，是對於其權力的文化展示。

丹尼爾·笛福於 1725 年至 1727 年間出版的《十足的英格蘭商人》一書中則將英格蘭工匠和店主的安康歸功於貿易，認為是貿易提高了英格蘭

¹ Bernard Mandeville, *The Fable of the Bees: or Private Vices, Public Benefits* (1714-1725) (London: printed for C. Bathurst, C. Nourse, T. Carnan, F. Newbery, R. Cater, 1795), p. 57.

² Daniel Defoe, *The Completed English Tradesman* (1725-27), (London: Printed for J. Rivington, 1745), pp. 385-386.

人民的生活水準，只要人民勤奮工作，就理所當然地可以追求舒適的生活；此也反映了商人的社會價值被重新界定，社會普遍接受經商是一種職業，只要從業得當，即可在獲得私利的同時帶來公共利益。

本文最後一章探討在全球貿易擴張之下，為英格蘭帶來奢侈的新形式：1688年光榮革命後，掌握政權和官職的人和掌握經濟力的商人逐漸結合成新貴族，開始在外在行為上表現自我的品味和認同，以區隔並排除他人的晉升；「奢侈」的大辯論也仍然持續進行，並逐漸脫離了道德的框架，開始和「商業」、「消費」和「便利」等概念相連繫，認為「奢侈」一方面能滿足感官上的需求，另一方面可以促進個人的勤奮和國家的繁榮。而貴族和新興的中間階層為了合理化自我的消費模式，開始區別「新」奢侈和「舊」奢侈，認為此時的英格蘭社會已經從以往代表財富、階層、權力的古代奢侈，過渡到代表商業、實用和舒適的現代性奢侈(modern luxury)。

第一節、炫耀性消費與社會區隔

英格蘭伊莉莎白政府曾在 1574 年頒發詔令表示：

近年來服飾的奢華與外國商品浮濫已到了極點，並導致明顯的衰敗，不但國家整體財富大量流失，而且也出現了一大群原本可為社會服務，現在卻浪擲金錢、生活敗落的年輕紳士(young gentlemen)。³

此詔令反映了早在都鐸王朝晚期(House of Tudor, 1485-1603)，英格蘭社會

³ 語出：Proclamation 15 June 1574 (no. 601), *Tudor Royal Proclamations*, v.2, p. 381；轉引自：林美香，〈十六世紀英格蘭的服飾法〉，《新史學》，21:1 (臺北，2010.03)，頁141。

就已經面臨外來奢侈品導致國內貴族奢華無度的狀況；數年後，英格蘭論冊作者菲利浦·史塔普(Phillip Stubbes, c.1555-c.1610)也在 1583 年的著作《論世風敗壞》(*The Anatomie of Abuses*, 1583)中表示「現在的服飾令人混淆……很難去分辨是貴族、誰是教士、誰是紳士而誰不是。……這是一個很大的(階層)混淆(great confusion)和普遍的失序(general disorder)。」⁴顯示出此時英格蘭的政治、經濟和社會皆有巨大的變遷：政治上，英格蘭國王權力趨向集中；經濟上國際貿易開始擴張，私人財富增加；社會上，中間階層的財富增加，開始擴張其影響力，積極地向上層流動，仿效貴族的華麗穿著和消費方式，威脅到貴族的政治、文化、經濟勢力，使貴族階層開始對「階層混淆」和「普遍失序」感到焦慮。

爲了維護原有的社會秩序，貴族利用各種方式試圖維護傳統的階層秩序，以和裝扮與貴族相似的暴發戶區隔，開始強調貴族「炫耀性消費」的必要性，此種奢侈花費的動機不僅於追求稀罕之物本身，而在於其傳達的社會觀感，採取「炫耀性消費」的人假定自己的這種行爲會被他人觀看，能夠引發他人的欣羨和對己的尊重，並能排除這些試圖擠進上流社會的「沒有儀節的暴發戶」(unmannerly upstarts)。⁵

伊利莎白一世也深諳「權力需要炫耀和裝飾」的道理，其擺滿華麗、多樣化衣飾的衣櫥即爲滿足此種政治需要，以證明其神聖地位並鞏固統治；女王的服飾成爲一種時尚模型，支撐其政治權力，而圍繞在女王身邊的廷臣和神職人員亦必須運用其它精美物品進一步加強此種權威。⁶王室和貴族

⁴ 語出：Phillip Stubbes, *The Anatomie of Abuses* (1583)；轉引自：David Kuchta, *The Three-Piece Suit and Modern Masculinity: England, 1550-1850* (Berkeley, Calif.: University of California Press, 2002), p. 17.

⁵ David Kuchta, *The Three-Piece Suit and Modern Masculinity: England, 1550-1850*, p. 18.

⁶ Neil McKendrick, John Brewer and J. H. Plumb, *The Birth of a Consumer Society: The Commercialization of Eighteenth-Century England* (London: Europa Publications Ltd., 1982), p. 37.

的炫耀性消費助長了宮廷文化，並隨者中間階層對其的仿效，此種文化逐漸從宮廷擴展至城市。⁷是故消費大城大多出現在有王室宮廷所在之處，例如巴黎(Paris)、倫敦或維也納(Vienna)，這些城市充滿了宮廷中精緻的娛樂活動和鋪張的花費，日益增加的暴發戶開始積極地仿效宮廷，希望成爲菁英社會中的一分子。⁸

1688年英格蘭光榮革命之後，威廉三世與瑪麗二世從荷蘭帶來了許多中國瓷器和荷蘭藍陶，也引進了一股新的歐陸時尚。⁹歐洲原本就有將餐具做爲家中裝飾和擺設的傳統，較早是使用錫鉛合金的白鑞(pewter)製品，更富有的人則使用銀製品；而在中國外銷瓷逐漸進入歐洲後，由於瓷器不易刮壞，且更爲昂貴稀有，便取代白鑞和銀製品，成爲維繫和象徵擁有者地位的奢侈品。起初數量極爲稀少的瓷器只能出現在宮廷中，成功維繫並鞏固了宮廷的權威，然而隨著17到18世紀之間海外商品的大量湧入，宮廷的家具陳設開始有被模仿的可能，使得奢侈品逐漸成爲有錢就能買得到的珍奇商品，奢侈消費也不再局限於宮廷和貴族，富有的消費者便開始轉以時尚和品味來區別自身與他人。¹⁰並且自17世紀末以來，「奢侈」逐漸和貿易繁榮與國家利益連結，奢侈貿易有益於國家發展；奢侈品也逐漸成爲品味的展現和證明，能夠彰顯擁有者的階層和社交地位，物品的價值不再只基於內容物質的稀有性，同時也伴隨著技術性的鑑賞，而有其附加價值。¹¹

⁷ Linda Levy Peck, *Consuming Splendor: Society and Culture in Seventeenth-Century England*, pp. 10-14.

⁸ 維爾納·桑巴特(著)、王燕平、侯小河(譯)，《奢侈與資本主義》(上海：人民出版社，2000)，頁32-47。

⁹ Robert Finlay, *The Pilgrim Art: the Culture of Porcelain in World History* (Berkeley, Calif.: University of California Press, 2010), p. 274.

¹⁰ Maxine Berg, *Luxury and Pleasure in Eighteenth-Century Britain*, pp. 38-40.

¹¹ Lorna Weatherill, "The Meaning of Consumer Behavior in Late Seventeenth- and early eighteenth-Century England" in John Brewer, Roy Porter(eds), *Consumption and the World of Goods* (London; New York: Routledge, 1993), p. 207.

中國外銷瓷便扮演了此種角色，其稀有性使其矜貴，其上的花紋反映出擁有者對異國世界的認知，而外銷瓷在茶桌和餐桌上引發的相關禮儀，也可驗證出使用者是否具備相關的使用常識，是故瓷器不只是擁有者財富的證明，更代表了品味。

新興暴發戶的購買力提升後，即欲追求貴族的外在表現和生活方式，以獲得與之相同的階層地位和特權，而暴發戶對奢侈品的巨大需求，帶動了社會上追求愉悅和炫耀的風氣，故中間階層地位的上升與奢侈品需求的擴大之間具有緊密的關連；貴族感受到了此種威脅，更試圖在炫耀財富方面超越暴發戶，而產生更鋪張的炫耀性消費，故雖可說是新興的暴發戶誘使貴族去追求奢侈，但貴族仍決定了奢侈風氣的演進路線，並賦予這個時代的奢侈特質。¹²

第二節、中間階層的競爭與仿效

1698 年的夏天，西莉亞·法因斯在造訪英格蘭的拜瑞·聖艾德蒙茲市 (Bury St. Edmunds) 時，發現這裡有一棟鶴立雞群的宅邸，以「嶄新的風格」建造，和四周老舊過時的木造房屋迥異，且這棟宅邸內充滿了昂貴的家具、質地優良的中國瓷器，她深信「這棟房子的主人一定極為富有」。1732 年，牛津伯爵造訪此地，發現這裡出現了許多新建築，擁有者多半都是在此時向上提升的中間階層上層。¹³

這個故事反映出這一批新興的中間階層得利於此時的社會變遷：快速

¹² 維爾納·桑巴特（著）、王燕平、侯小河（譯），《奢侈與資本主義》，頁104-110。

¹³ Geoffrey Holmes, "The Professions and Social Change in England, 1680-1730," in Geoffrey Holmes, *Politics, Religion, and Society in England, 1679-1742* (London; Roncevert, W. Va.: Hambledon Press, 1986), p. 309.

上升的物質標準，使其更加具有「地位自覺」(status-conscious)，特別是對於「舒適」的自覺，他們成為新的消費力，開始追求住宅的舒適。¹⁴而奢侈的發展也與此時高度的都市化程度息息相關：城市體現了發展愉悅生活的可能性，使大多數人能夠享受到此前只有統治階層才有權享受的歡樂，越來越多的人民開始為自己修建能享受愉悅生活的住宅。¹⁵而 17 世紀末以來英格蘭快速的經濟發展，讓中間階層的製造商、貿易商、專業人士和自耕農等累積了大量的財產，也使得社會中的垂流動更加頻繁，人人都希望能向上移動、害怕社會地位下降，故富人的終極目標為成為社會上層，被貴族階層所接納，而亟欲與比自己地位更低的商人、工匠和農民之間確立界線，是以中間階層想盡辦法仿效貴族的生活模式和消費品味，以加深其與下層階層的差異。¹⁶

此時期留下許多的資料皆提到「所有階層皆對奢侈上癮」、「時尚如同癡瘋病」等現象，¹⁷故「階層競爭」(class competition)和「社會仿效」(social emulation)最常被用來解釋英格蘭自 17 世紀末起，貫穿整個 18 世紀的英格蘭消費文化的發展。¹⁸而從此時期留下的遺囑和財產清單中也可看出，遺產不再僅僅來自於幾代的繼承，更多的是此時期的新商品，這些多樣化的商品能夠反映出擁有者的生活方式，並幫助建立起自我的身分認同；¹⁹從 1720 年代起，為了滿足高漲的需求，英屬東印度公司開始更大量地進口中國瓷

¹⁴ Geoffrey Holmes, "The Professions and Social Change in England, 1680-1730," in Geoffrey Holmes, *Politics, Religion, and Society in England, 1679-1742*, pp. 316-317.

¹⁵ 維爾納·桑巴特(著)、王燕平、侯小河(譯)，《奢侈與資本主義》，頁147。

¹⁶ 維爾納·桑巴特(著)、王燕平、侯小河(譯)，《奢侈與資本主義》，頁17。

¹⁷ McKendrick, N., Brewer, J. and Plumb, J. H. *The Birth of a Consumer Society: The Commercialization of Eighteenth-Century England*, p. 17.

¹⁸ Overton, M., Whittle J., Dean D., and Hann, A. *Production and Consumption in English Households, 1600-1750* (London; New York: Routledge, 2004), p. 174.

¹⁹ Evans, Adrian B. "Enlivening the Archive: Glimpsing Embodied Consumption Practices in Probate Inventories of Household Possessions," *Historical Geography*, 36 (2008), p. 44.

器，品質良莠不一的瓷器逐漸流入英格蘭的消費社會，專為貴族訂製的瓷器依舊昂貴，品質較低的瓷器則因價錢較低，給予了中間階層購買的機會，而此時英格蘭國內一些新的科技發展，也讓中間階層能夠較以往獲得更多的奢侈品。

在 17、18 世紀，歐洲國家一面大量進口中國外銷瓷，另一面也致力於尋找瓷器的奧秘，藉由贊助瓷器工廠，歐洲各國的宮廷得以展示自我的財富和權力。²⁰1672 年英格蘭第一位著名陶瓷家約翰·德懷特(John Dwight, 1637/1640-1703)宣稱解開了中國瓷器之謎，並獲得專利建立陶瓷工廠，但事實上這仍然只能算是炆器，不能算是真正的瓷器；²¹不過這些炆器也有其市場，且這個市場在 18 世紀不斷擴大：由於中間階層積極地模仿貴族在服飾、家具、餐具和飲食等面向的消費品味，希望能擁有類似的奢侈品，而這些仿造中國外銷瓷製作的炆器，定價和裝飾策略都符合這些中間階層的需求。這些炆器餐具也代表了新的品味和飲食文化，並連結到產業的發展與創新，在 1680 到 1710 年之間，英格蘭的陶器工廠數量增加了 47%，為英格蘭社會增加了 70% 的工作機會。²²

17 世紀末法國各地區相繼製造出軟質瓷器(soft-paste porcelain)²³，例如 1670 年的胡昂地區(Rouen)和 1693 年的聖克盧地區(Saint-Cloud)，可說是歐洲瓷器的一大躍進，但仍不能和中國生產的硬質瓷器(hard-paste porcelain)

²⁰ Maxine Berg, *Luxury and Pleasure in Eighteenth-Century Britain*, p. 128

²¹ Samuel Adrian M. Adshead, *Material Culture in Europe and China, 1400-1800: the Rise of Consumerism* (Basingstoke, Hampshire [England]: Macmillan; New York: St. Martin's Press, 1997), p. 131.

²² Lorna Weatherill, *The Growth of the Pottery Industry in England, 1660-1815* (New York: Garland Pub., 1986), pp. 25-26.

²³ 歐洲模仿中國的瓷器發展而出產生的技術，因為在燒製過程中容易軟化變形，所以通常在定形之後要徹底燒乾，將其水分完全去除後再施釉，後以稍低的溫度燒製而成，成品的硬度不如中國瓷器，而稱為「軟質瓷器」。

相比，直到 1710 年，號稱「瓷王」(Porcelain King)的神聖羅馬帝國薩克森選侯奧古斯特二世(August II der Starke, r.1694-1733)才迫不及待地詔告天下：

我們的工匠也能夠提供足夠的白瓷樣本，有的上釉，有的不上釉，證明由我們的土壤提取的材料，能夠用來製造瓷器，這種瓷器的透明度及其它品質，可與東印度來的瓷器媲美……將能超過東印度的瓷器……。²⁴

這就是著名的邁森(Meissen)瓷器，第一個由歐洲人自行製造的硬質瓷器，這個祕方被嚴格保密，而此發現也確實為邁森公司賺進了不少財富；而歐洲的其它地區，也不斷地嘗試自行生產瓷器，像是厄廷根王朝(House of Öttingen, 1423-1731)的瓷器工廠、法國的香提伊(Chantilly)瓷器工廠等。英格蘭瓷器較歐陸發展地較晚，直到 1742 年才在切爾西(Chelsea)的瓷器工廠製造出軟質瓷器，而這仍然是模仿中國甚至是法國瓷器。這些瓷器工廠都企圖模仿想像中的中國製瓷技術，也創造出了許多精緻的工藝品，不過這些歐洲瓷器並未能取代中國外銷瓷在歐洲貴族之間的市場，而只能暫時滿足中間階層。²⁵

這些新商品激起了中間階層的新興物質文化：來自異國的飲食，茶葉、巧克力和咖啡等因供應充足而價格下跌，使得中間階層也能消費得起，這些飲品也帶來新的器具，特殊規格的茶杯、熱可可杯和咖啡杯等都顯示出飲食習慣的漸進變化；中間階層開始日益崇尚兼具實用和裝飾功能的商品，範圍從基本的家具、餐具到所能得到的新器具，例如陶瓷、玻璃、金屬製

²⁴ Shirley Ganse, *Chinese Export Porcelain: East to West* (San Francisco, Calif.: Long River Press, 2008), pp. 85-86.

²⁵ Maxine Berg, *Luxury and Pleasure in Eighteenth-Century Britain*, p. 127.

品等，都顯示了家戶的文化興趣，這些商品都因為擁有者的特殊生活模式和習慣而有了顯著的特殊意義。²⁶並反映出中間階層的新興生活方式，建立個人的自我認同，被使用者視為是仿效貴族奢侈品的替代品。²⁷瓷器也逐漸從宮廷輝煌氣派的象徵，轉成貴族展示身分地位的媒介，並被中間階層當作文雅的符號。²⁸

可以說17世紀末至18世紀初英格蘭中間階層的「炫耀性消費」，是一種經濟和社會行為的交互作用；經濟條件使中間階層得以取得足夠的新商品，而中間階層為展現自我、區隔他人所引發的新需求，亦推升了國內市場的成長，為此時期最大的社會動力之一，「階層競爭」和「社會仿效」即為解釋此種消費變化的兩大要素。

第三節、英格蘭的「新」奢侈

原本由宮廷獨佔的奢侈之風逐漸蔓延至外圍，初始於與宮廷有一定連繫或一心以宮廷生活為榜樣的集團，到了17世紀末至18世紀初，隨著國際貿易和國內製造業的發展，個人的財富增加使得商品的價格相對下降，能夠負擔奢侈品消費的階層越來越多。對此時的人們來說，奢侈品雖然不是維持「生命之所需」的必須品，但卻代表了個人的身分認同、文化和符號的展示和炫耀。

²⁶ Lorna Weatherill, "The Meaning of Consumer Behavior in Late Seventeenth- and early eighteenth-Century England" in John Brewer, Roy Porter (eds), *Consumption and the World of Goods*, p. 209.

²⁷ Maxine Berg, "New Commodities, Luxuries and Their Consumers in Eighteenth-Century England" in Maxine Berg and Helen Clifford (eds), *Consumers and Luxury: Consumer Culture in Europe 1650-1850*, pp. 65-66.

²⁸ Robert Finlay, *The Pilgrim Art: the Culture of Porcelain in World History*, p. 284.

不可否認，從中受益最多的即為中間階層，中間階層一面反對貴族欲永保其位於社會等級最上層的優勢，另一方面則反對給予窮人任何經濟或政治特權。故中間階層積極地仿效貴族的生活方式和品味，以與下層做出區隔；因此中間階層購買新商品的活動更牽涉到心理層面，代表其渴望和貴族一樣倍受尊崇，而此對於品味和奢侈的希求促進了國內產品的發明和創新，滿足了中間階層快速成長的多樣化需求，提供了商業化的基礎。

貴族和中間階層為了和以往的「舊奢侈」區隔，提出了「新奢侈」的概念，因此可以說此時的消費者雖然有不同的政治認同，但卻分享了同樣的商業、奢侈和商品語言。²⁹而貴族和中間階層同樣追求更高水準、更文明的生活方式(*more civilized way of life*)，意即從「舊奢侈」過渡到「新奢侈」，或是由代表財富、階層和權力的「古代奢侈」轉移到代表商業、實用和舒適的「現代性奢侈」(*modern luxury*)。在 1711 年 5 月 19 日的《旁觀者》中，艾迪生也對當代的消費文化做了這樣的詮釋：

我們的船隊裝滿了各種風土下的農產品，我們的餐桌上貯存有各種香料、油和葡萄酒，我們的房間裡堆滿了疊成金字塔狀的中國瓷器，並且用日本的工藝品做為裝飾。……我們用來自美洲的藥草來滋補身體，睡在印度製造的帳幕之下。……我們的自然（地理狀況）給予了我們很少量的必須品，但是四通八達的交通給了我們多樣化的有用商品，同時給了我們任何兼具便利和裝飾性的商品。³⁰

艾迪生此文明確顯示了當代英格蘭人對於貿易和商業的自信，社會上普遍認為英格蘭的「現代性奢侈」正在成形，這樣的奢侈鼓舞了各個產業的發

²⁹ Maxine Berg, *Luxury and Pleasure in Eighteenth-Century Britain*, p. 5.

³⁰ *The Spectator*, No. 69 (19 May 1711), I, p. 295-296.

展，代表了英格蘭人的品味。³¹

「炫耀性消費」從宮廷轉移至都市的家內住宅後，新的奢侈概念逐漸和貿易與城市的發展相連繫，笛福就針對商業生活的擴張，提出「人們創造了貿易、貿易建立了城市和鄉鎮，並製造出所有對國家有益的事物」。³²笛福並認為國際貿易滿足了城市消費者的貪婪胃口，周圍鄉鎮農產品的供應也餵養了人口日益增加的城市中糧食需求。³³曼德維爾並特別讚揚城市為居民帶來的愉悅，人們上街除了從事購物，更展示了個人的品味和時尚，消費者和商品之間的連結更加緊密，消費者對商品的渴望，來自使用時所帶來的時尚、優雅和效用，而商品被消費者購買的同時也成為某人的財產並被其展示。³⁴

18 世紀的時尚變遷極為快速，當代對於奢侈的辯論也快速地從道德化的逾越和腐敗象徵，轉移到去道德化的品味和文化象徵分析，討論中心亦從宮廷轉移至城市。可以說此時期的英格蘭經歷了一場社會仿效的歷程：隨著社會整體財富的增加和都市化的提高，首都倫敦更加具備時尚的影響力，成為其它城鎮發展的標準。人民變得越來越容易受到時尚影響，對於貴族和中間階層中菁英的仿效也更加積極。³⁵「奢侈」成為時尚的符碼，影

³¹ Maxine Berg and Elizabeth Eger, "The Rise and Fall of the Luxury Debates," in Maxine Berg and Elizabeth Eger (eds), *Luxury in the Eighteenth Century: Debates, Desires and Delectable Goods*, pp. 9-11.

³² Daniel Defoe, *A Plan of the English Commerce. Being a Complete Prospect of the Trade of this Nation, as well Home as Foreign* (1731) (London: printed for J. and J. Rivington, 1749), p. 27.

³³ Penelope Corfield, "Urban Development in England and Wales in the Sixteenth and Seventeenth Centuries," in D.C. Coleman and A. H. John(eds), *Trade, Government, and Economy in Pre-industrial England: Essays Presented to F. J. Fisher* (London: Weidenfeld & Nicolson, 1976), pp. 231-232.

³⁴ Maxine Berg, *Luxury and Pleasure in Eighteenth-Century Britain*, p. 23.

³⁵ N.B. Harte, "State Control of Dress and Social Change," in D.C. Coleman and A. H. John(eds), *Trade, Government, and Economy in Pre-industrial England: Essays Presented*

響的面向從個人的行為和生活方式，延伸到商品、建築、內部裝潢的設計；新商品為符合消費的品味而不斷推陳出新，新興的中間階層也必須學習如何正確地選擇、展示和運用各種不同的新商品。³⁶



to F. J. Fisher, pp. 155-156.

³⁶ Maxine Berg, *Luxury and Pleasure in Eighteenth-Century Britain*, p. 41.

結論

2012年7月27日，中國的理財網站「金融界」刊登了一則題為〈瓷器收藏最後的處女地 外銷瓷正欲強勢歸來〉的報導，報導中的主角便是本文的主題「中國外銷瓷」：

5月12日，北京華辰2012年春拍現場，一件元青花魚藻紋大盤以6888.5萬元（人民幣）成交，成為該拍賣行瓷器拍賣的最高價，這也是外銷瓷拍賣創下的最高紀錄……。¹

根據這則報導，外銷瓷在2012年時創下拍賣史上的最高價，折合臺幣約3.2億元，但事實上相較於在中國宮廷和上層階層內流通的瓷器骨董，外銷瓷向來被古物鑑賞家認為「不中不西」而收藏意願較低。1991年，陶瓷收藏專家馬廣明出差到瑞典時，發現當地幾乎每家文物店都有賣外銷瓷，價格也便宜得驚人，一個非常漂亮的青花小碗只需幾歐元，甚至只要50歐元就能買到一整套瓷器。

2005年時元青花大罐《鬼谷下山》在倫敦拍出1568.8萬英鎊的高價，折合臺幣約7.3億元，創下中國瓷器拍價的最高紀錄，但隨著大量的中國富豪爭相投入中國文物拍賣市場，中國瓷器的成交價屢創新高，上億元的拍賣商品已經不再稀奇，2011年年底元青花梅瓶《蕭何月下追韓信圖》以8.4億港幣成交，折合約32.4億臺幣，不僅創下宋元瓷器成交價的新高，更是目前為止中國藝術品拍賣史上的最高價。

¹ 楊格格，〈瓷器收藏最後的處女地 外銷瓷正欲強勢歸來(2012.07.27)〉，收錄於「金融界」：<http://money.jrj.com.cn/2012/07/27082613936351.shtml>（2012/8/7點閱）。

基於上述的理由，收藏家開始把興趣轉向價格仍然偏低的中國外銷瓷，認為其「品質好、有貨源、價格低」，是「瓷器收藏最後的處女地」，看好其增值空間，建議買家可先趁低買進收藏。此外，由於外銷瓷在中國製造、歐洲販售的特殊背景，且其上的紋飾更能反映出當代中西的品味與文化交流，也使得中國外銷瓷逐漸吸引了人們的目光。這幾年外銷瓷陸續拍出了 200 萬到 300 萬人民幣的價格，折合約在臺幣 940 萬到 1400 萬之間，價格並持續飆高，今年（2012 年）甚至也已經到了破億元的水準。

若是將這則拍賣新聞放到本文的脈絡裡觀之，可以發現雖然年代已相隔幾世紀，卻仍然可以看到若干共同點：稀有的「中國瓷器」古董依然以奢侈品的姿態，出現在各大拍賣會場上，動輒幾億的價格，反映出擁有者的財富，而其具有的文物氣息和上頭紋飾的典故，亦可彰顯擁有者不凡的藝術品味；這樣的消費模式透過媒體渲染而讓大眾欣羨，進而成為「炫耀性消費」。

讓我們回到 17 和 18 世紀之際的英格蘭，當時與中國的貿易擴張為英格蘭帶來了新商品、新需求和新形式，改變了英格蘭貴族和中間階層的消費文化；從向外尋找中國的珍貴瓷器，到對內探求製瓷之法，也改變了英格蘭的製造工業，最終影響了中下階層的勞工。這樣的轉變起於英格蘭貴族的「中國狂熱」，之後大量進口的中國外銷瓷滿足了這個需求，產生了一系列與中國瓷器相關的「奢侈」和「愉悅」的辯論，這些辯論可說是英格蘭社會對於中國茶葉、瓷器和絲綢的回應。這些中國商品遠離了中國的消費文化，迎合並形塑了英格蘭的品味和生活方式，最後改變了英格蘭的工業和時尚設計，這個現象出現於全歐洲，而不僅僅是英格蘭。

事實上，在中國掌握了燒瓷技術之後，各個瓷器之間的差異已經不再明顯，差別只在做工的精細程度和之後的淘汰率，中國宮廷之中使用的瓷器，只是燒製成品中通過精挑細選的一小部分，不符合宮廷標準的瓷器，多半會被砸碎，因此極為稀有，能流傳至今的自然價格不菲；而外銷瓷的

淘汰率則較低，品質極佳的、稍有瑕疵的皆一起外銷，到了歐洲之後，高品質的瓷器以高價賣與貴族，品質較差的則由中間階層接收。可見在瓷器的銷售過程當中，早已經歷了一層層的區隔，擁有者的競相炫耀，又區隔出了不同的身分、地位和品味，直至現今的骨董拍賣之中，這些區隔仍舊存在，並且由於現代媒體的無遠弗屆，這些區隔被渲染得更加巨大。

由於這股「中國狂熱」仍然延續，古董的價格被持續哄抬，中國本土流傳下來的瓷器數量已不足以滿足此需求，只好將目光投向「尚未開發」的外銷瓷；而在現今的消費社會當中，商品被更大量地製造和銷售，各人所擁有的物件類別已經相差無幾，差別在於各人擁有的生活品味和選擇的生活方式，多反映在文化與藝術商品的消費形式與消費能力差異上。換言之，文化藝術品的消費從表面上看來是屬於個人的品味差異，能夠顯現出個人的人格，但實質上卻反映出不同身份的人在生活方式上的差異；而擁有物的品質高低和數量多寡，看似是一種生活方式的選擇與表現，卻是彰顯各人品味差異的表徵。

炫耀性的消費不再限於高單價的商品，而在於使用者的態度和生活方式，「炫耀性消費」的消費行為在古今中外從來沒有停止過，差別只在於其欲區隔的人群和商品的內容。

參考書目

史料

期刊

1. *The Spectator* (1711-1712, 1714), Donald F. Bond, ed., 5 Vols. New York: Oxford University Press, c1965.

書籍、文章

1. Barbon, Nicholas, *Discourse of Trade*. London: Printed by Tho. Milbourn for the author, 1690.
2. Boulton, James T. (ed), *Selected Writings of Daniel Defoe*. Cambridge: Cambridge University Press, 1975.
3. Defoe, Daniel, "The Complete English Tradesman, 1726" in Stephen Copley (ed.), *Literature and the Social Order in Eighteenth-Century England* (London; Dover, N.H.: Croom Helm, c1984), pp. 36-42.
4. Defoe, Daniel, *A Plan of the English Commerce. Being a Complete Prospect of the Trade of this Nation, as well Home as Foreign* (1731), London: printed for J. and J. Rivington, 1749.
5. Defoe, Daniel, *A Tour through the Whole Island of Great Britain* (1724-1727), London: Printed and sold by G. Strahan, in Cornhill, 1728.
6. Defoe, Daniel, *The Completed English Tradesman* (1725-27). London: Printed for J. Rivington, 1745.

7. Gregory King, Charles Davenant, and W. Couling. "Tables of Estimates", in Joan Thirsk and J. P. Cooper (eds), *Seventeenth-Century Economic Documents*, Oxford: Clarendon Press, 1972.
8. Mandeville, Bernard, *The Fable of the Bees: or Private Vices, Public Benefits* (1714-1725). London: printed for C. Bathurst, C. Nourse, T. Carnan, F. Newbery, R. Cater, 1795.
9. Postlethwayt, Malachy, *Britain's Commercial Interest and Improved*, vl.2, London, 1757.
10. 莎士比亞 (著)、梁實秋 (譯),《惡有惡報》,臺北:遠東圖書股份有限公司,1999。
11. 劉子芬,《竹園陶說》,收入:上海古籍出版社(編),《生活與博物叢書:器物珍玩編》(上海:上海古籍出版社,1993)第二卷,頁101-105。
12. 藍浦(撰)、鄭廷桂(補輯)、連冕(編著),《景德鎮陶錄》,濟南:山東畫報出版社,2005。

專書

1. Adshead, Samuel Adrian M. *Material Culture in Europe and China, 1400-1800: the Rise of Consumerism*. Basingstoke, Hampshire [England]: Macmillan; New York: St. Martin's Press, 1997.
2. Berg, Maxine and Clifford, Helen (eds), *Consumers and Luxury: Consumer Culture in Europe 1650-1850*, Manchester: Manchester University Press, 1999.
3. Berg, Maxine and Eger, Elizabeth (eds), *Luxury in the Eighteenth Century: Debates, Desires and Delectable Goods*. Basingstoke, Hampshire; New York: Palgrave Macmillan, 2003.

4. Berg, Maxine, *Luxury and Pleasure in Eighteenth-Century Britain*. Oxford, U.K.: Oxford University Press, 2005.
5. Berry, Christopher J. *The Idea of Luxury: a Conceptual and Historical Investigation*. New York: Cambridge University Press, 1994.
6. Brewer, John and Porter, Roy (eds), *Consumption and the World of Goods*. London; New York: Routledge, 1993.
7. Brook, Timothy, *Vermeer's Hat: the Seventeenth Century and the Dawn of the Global World*. London: Profile Books, 2009.
8. Carswell, John, with contributions by Edward A. Maser and Jean McClure Mudge; catalogue of an exhibition at The David and Alfred Smart Gallery, The University of Chicago, October 3-December 1, 1985, *Blue and White: Chinese Porcelain and Its Impact on the Western World*. Chicago [Ill.]: The University of Chicago, The David and Alfred Smart Gallery, 1985.
9. Chaudhuri, K. N. *The Trading World of Asia and the English East India Company 1660-1760*. Cambridge: Cambridge University Press, 1978.
10. Copley, Stephen (ed.), *Literature and the Social Order in Eighteenth-Century England*. London; Dover, N.H.: Croom Helm, 1984.
11. Finlay, Robert, *The Pilgrim Art: the Culture of Porcelain in World History*. Berkeley, Calif.: University of California Press, 2010.
12. Foust, Clifford M. *Rhubarb: the Wondrous Drug*. Princeton, N.J.: Princeton University Press, 1992.
13. Fuchs, Ronald W. *Made in China: Export Porcelain from the Leo and Doris Hodroff Collection at Winterthur*. Winterthur, DE: Henry Francis du Pont Museum, 2005.
14. Ganse, Shirley, *Chinese Export Porcelain: East to West*. San Francisco, Calif.: Long River Press, 2008.

15. Holmes, Geoffrey, *Politics, Religion, and Society in England, 1679-1742*. London; Roncevert, W. Va.: Hambledon Press, 1986.
16. Howard, David S. *A Tale of Three Cities: Canton, Shanghai & Hong Kong Three Centuries of Sino-British Trade in the Decorative Arts*. London: Sotheby's, 1997.
17. Howard, David S. and Ayers, John, *China for the West: Chinese Porcelain and Other Decorative Arts for Export Illustrated from the Mottahedeh Collection*. London; New York: Sotheby Parke Bernet, 1978.
18. Howard, David S. *Chinese Armorial Porcelain II*. London: Faber & Faber, 2003.
19. Howard, David S. *Chinese Armorial Porcelain*. London: Faber & Faber, 1974.
20. Kuchta, David, *The Three-Piece Suit and Modern Masculinity: England, 1550-1850*. Berkeley, Calif.: University of California Press, 2002.
21. McKendrick, N. Brewer, J. and Plumb, J. H. *The Birth of a Consumer Society: The Commercialization of Eighteenth-Century England*. London: Europa Publications Ltd., 1982.
22. Morse, Hosea Ballou, *The Chronicles of the East India Company, Trading to China, 1635-1834*. Taipei: Ch'eng-wen, 1966-69.
23. Nadler, Daniel, *China to Order: Focusing on the XIXth Century and Surveying Polychrome Export Porcelain Produced During the Qing Dynasty (1644-1908)*. Paris, France: Vilo International, 2001.
24. Overton, M. Whittle, J. Dean, D. and Hann, A. *Production and Consumption in English Households, 1600-1750*. London; New York: Routledge, 2004.

25. Peck, Linda L. *Consuming Splendor: Society and Culture in Seventeenth-Century England*. New York: Cambridge University Press, 2005.
26. Pritchard, Earl Hampton, *Anglo-Chinese Relations during the Seventeenth and Eighteenth Centuries*. New York: Octagon Books, 1970.
27. Weatherill, Lorna, *The Growth of the Pottery Industry in England, 1660-1815*. New York: Garland Pub., 1986.
28. Wrightson, Keith, *Earthly Necessities: Economic Lives in Early Modern Britain, 1470-1750*. London; New York: Penguin, 2002.
29. 甘雪莉 (著)、張關林 (譯), 《中國外銷瓷》, 香港: 三聯書店, 2008。
30. 余春明, 《中國名片: 明清外銷瓷探源與收藏》, 北京: 生活·讀書·新知三聯書店, 2011。
31. 克里斯托弗·貝里 (著)、江紅 (譯), 《奢侈的概念: 概念及歷史的探究》, 上海: 人民出版社, 2005。
32. 吳芳思(Frances Wood) (著); 方永德、宋光麗、方思源 (譯), 《中國的魅力: 趨之若鶩的西方作家與收藏家》, 香港: 三聯書店有限公司, 2009。
33. 李國榮 (主編), 《清朝洋商密檔》, 北京: 九州出版社, 2010。
34. 角山榮 (著)、王淑華 (譯), 《茶的世界史: 文化與商品的東西交流》, 臺北: 玉山社, 2004。
35. 范伯倫 (著)、李華夏 (譯), 《有閒階層論: 一種制度的經濟研究》, 臺北: 左岸文化, 2007。
36. 修·歐納(Hugh Honour)、約翰·苻萊明(John Fleming) (著)、吳介禎 (等翻譯), 《世界藝術史》, 臺北: 木馬文化出版, 2001。
37. 梅寇(Heidrun Merkle)著、薛文瑜 (譯), 《饗宴的歷史: 一段由味覺與美學交織而成的感官之旅》, 臺北: 左岸文化出版, 2004。

38. 湯姆·斯丹迪奇(Tom Standage) (著), 吳平(等譯), 《歷史六瓶裝：啤酒、葡萄酒、烈酒、咖啡、茶與可口可樂的文明史》, 臺北：聯經出版社, 2006。
39. 維爾納·桑巴特(著)、王燕平、侯小河(譯), 《奢侈與資本主義》, 上海：人民出版社, 2000。(譯自：Sombart, Werner(1863-1942), *Luxus und Kapitalismus*. München and Leipzig: Duncker & Humblot, 1913.)
40. 羅伯特·芬雷(著); 鄭明萱(譯), 《青花瓷的故事》, 臺北：貓頭鷹出版, 2011。

期刊論文

1. Berg, Maxine and Clifford, Helen, "Introduction" in Maxine Berg and Helen Clifford (eds), *Consumers and Luxury: Consumer Culture in Europe 1650-1850*, pp. 1-16.
2. Berg, Maxine and Eger, Elizabeth, "Introduction," in Maxine Berg and Elizabeth Eger (eds), *Luxury in the Eighteenth Century: Debates, Desires and Delectable Goods* (Basingstoke, Hampshire; New York: Palgrave Macmillan, 2003), pp. 1-6.
3. Berg, Maxine and Eger, Elizabeth, "The Rise and Fall of the Luxury Debates," in Maxine Berg and Elizabeth Eger (eds), *Luxury in the Eighteenth Century: Debates, Desires and Delectable Goods*, pp. 7-27.
4. Berg, Maxine, "New Commodities, Luxuries and Their Consumers in Eighteenth-Century England" in Maxine Berg and Helen Clifford (eds), *Consumers and Luxury: Consumer Culture in Europe 1650-1850*, (Manchester: Manchester University Press, 1999), pp. 63-85.

5. Charleston, Robert J. "Porcelain as Room Decoration in Eighteenth-Century England," in Elinor Gordon(ed), *Chinese Export Porcelain: an Historical Survey* (New York: Main Street/Universe Books, 1975), pp. 95-100.
6. Corfield, Penelope, "Urban Development in England and Wales in the Sixteenth and Seventeenth Centuries," in D.C. Coleman and A. H. John(eds), *Trade, Government, and Economy in Pre-industrial England: Essays Presented to F. J. Fisher* (London: Weidenfeld & Nicolson, 1976), pp. 214-247.
7. Crowley, John "From Luxury to Comfort and Back Again: Landscape Architecture and the Cottage in Britain and America" in Maxine Berg and Elizabeth Eger (eds), *Luxury in the Eighteenth Century: Debates, Desires and Delectable Goods* (Basingstoke, Hampshire; New York: Palgrave Macmillan, 2003), pp. 135-150.
8. Evans, Adrian B. "Enlivening the Archive: Glimpsing Embodied Consumption Practices in Probate Inventories of Household Possessions," *Historical Geography*, 36(2008), pp. 40-72.
9. Fang, Karen "Empire, Coleridge, and Charles Lamb's Consumer Imagination", in *Studies in English Literature, 1500-1900*, 43:4(Rice University, autumn 2003), pp. 815-843.
10. Hamm, Andrew and Stobart, John, "Sites of Consumption: The Display of Goods in Provincial Shops in Eighteenth-Century England," *Cultural and Social History*, 2:1 (2005), pp. 165-187.
11. Harte, N.B. "State Control of Dress and Social Change," in D.C. Coleman and A. H. John(eds), *Trade, Government, and Economy in Pre-industrial*

- England: Essays Presented to F. J. Fisher*, (London: Weidenfeld & Nicolson, 1976), pp. 133-165.
12. Holmes, Geoffrey “The Professions and Social Change in England, 1680-1730,” in Geoffrey Holmes, *Politics, Religion, and Society in England, 1679-1742* (London; Roncevert, W. Va.: Hambledon Press, 1986), pp. 309-350.
 13. Holmes, Geoffrey, “Gregory King and Pre-Industrial England,” in Geoffrey Holmes, *Politics, Religion, and Society in England, 1679-1742* (London; Roncevert, W. Va.: Hambledon Press, 1986), pp. 281-309.
 14. Hundert, Edward, “Mandeville, Rousseau and the Political Economy of Fantasy,” in Maxine Berg and Elizabeth Eger (eds), *Luxury in the Eighteenth Century: Debates, Desires and Delectable Goods*, pp. 28-40.
 15. Von Der Porten, Edward P. “Drake and Cermeno in California: Sixteenth Century Chinese Ceramics” in *Historical Archaeology*, 6 (Society for Historical Archaeology, 1972), pp. 1-22.
 16. Weatherill, Lorna “Consumer Behaviour and Social Status in England, 1660–1750,” *Continuity and Change*, 1:2 (1986), pp. 191-216.
 17. Weatherill, Lorna “The Meaning of Consumer Behavior in Late Seventeenth- and early eighteenth-Century England” in John Brewer, Roy Porter(eds), *Consumption and the World of Goods* (London; New York: Routledge, 1993), pp. 206-227.
 18. 林美香,〈十六世紀英格蘭的服飾法〉,《新史學》,21:1 (臺北,2010.03), 頁 91-148。

學位論文

1. 陳國棟，〈清代前期的粵海關一六八三—一八四二〉，臺北：國立臺灣大學歷史學研究所碩士論文，1980。

網路資料

1. 〈十七、十八世紀歐洲之瓷器狂熱與日本有田燒瓷器〉，收錄於「臺灣陶藝聚落」：http://www.taiwanclayart.org.tw/b_04.html（2012/4/3點閱）。
2. Woolley, Hannah, The Queen-like Closet (1670), in Celtnet Recipes: <http://www.celt.net.org.uk/recipes/queen-closet-household-management.php> (accessed July 28, 2012).
3. Unknown, “Asia on Britain”, in The British Library: <http://www.bl.uk/onlinegallery/features/trading/impacts3.html#> (accessed May 15, 2012).
4. Unknown, “Further Information about the Sale Catalogue”, in The British Library: <http://www.bl.uk/onlinegallery/features/trading/futhertexts/china7text.html> (accessed May 11, 2012).
5. 丁敘鈞，〈金碧輝煌廣彩瓷〉，收錄於「典藏藝術網」：<http://artouch.com/>（2012/8/20點閱）。
6. 楊格格，〈瓷器收藏最後的處女地 外銷瓷正欲強勢歸來 (2012.07.27)〉，收錄於「金融界」：<http://money.jrj.com.cn/2012/07/27082613936351.shtml>（2012/8/7點閱）。