

TỪ “LY TRÀ LIÊN LỤC ĐỊA” NGHĨ VỀ “TIÊU DÙNG TOÀN CẦU” THẾ KỶ XVII-XVIII

HOÀNG ANH TUẤN*

1. Một chiều mùa đông lạnh giá cuối thế kỷ XVIII, người bồi bàn tại quán bar ở Thành phố công nghiệp Manchester (Anh) đưa ly trà nóng cho anh công nhân dệt mỗi mệt, buống theo lời bông đùa: “hãy uống cạn nguồn năng lượng được hội tụ từ 4 châu lục, hỡi anh bạn trẻ!” Với người uống trà thế kỷ XXI, đây đơn thuần là một lời tán tụng hoa mỹ. Tuy nhiên, với người công nhân Thành phố Manchester (cũng như hàng triệu đồng nghiệp khác của anh tại các thành phố công nghiệp Anh và Tây Âu thời kỳ đó), có lẽ không khó để anh ta mỉm cười tán tụng rằng mình thực sự đang cần nguồn năng lượng tổng hợp của 4 châu lục để tiếp tục những giờ làm việc dài đằng đẵng sau đó. “Ly trà liên lục địa” gồm có chè búp của châu Á (Công ty Đông Ấn đưa về từ Trung Quốc hoặc Ceylon) được pha trong cốc sứ châu Âu (sứ *delft* của Hà Lan hoặc đồ sứ nước Anh), nêm thêm vài thìa đường Nam Mỹ (nhưng do nô lệ châu Phi sản xuất ở miền Tây Ấn). Đối với mỗi người công nhân Manchester cuối thế kỷ XVIII, ly trà không đơn thuần là khoảnh khắc thư giãn, mà trên hết nó bổ sung cho họ năng lượng (*calories* từ đường) và sự tỉnh táo (*caffeine* từ chè) để

họ có thể trụ được ngày lao động trung bình 14 giờ đồng hồ. Và không phải không có lý khi người ta vẫn ví von rằng những “ly trà liên lục địa” đã góp phần nâng bước cuộc cách mạng công nghiệp ở Anh và Tây Âu giữa thế kỷ XVIII!

Nhưng không phải đến tận cuối thế kỷ XVIII khi cuộc Cách mạng Công nghiệp ở Anh và Tây Âu bùng nổ thì những mặt hàng tiêu dùng thương mại như chè (cũng như cà phê, ca cao), đường và các loại hàng hóa tiêu dùng khác có nguồn gốc ngoài châu Âu mới được người phương Tây biết đến và tiêu thụ hàng ngày. Muộn nhất là từ đầu thế kỷ XVII, các sản phẩm chè, cà phê, đường... đã được các nhóm thương nhân và các Công ty Đông Ấn đưa về châu Âu (1). Tuy nhiên, trong thời gian đầu, các sản phẩm trên chưa được tiêu thụ rộng rãi và chỉ thực sự phổ biến từ khoảng cuối thế kỷ XVII do thị hiếu tiêu dùng thay đổi cũng như do sự phổ biến của hàng hóa trên thị trường và giá cả phải chăng. Sự phát triển của văn hóa tiêu dùng bình dân là một điểm nhấn trong bức tranh toàn cầu hóa giai đoạn cận đại sơ kỳ, bên cạnh những điểm nhấn khác sẽ lần lượt được thảo luận trong các chuyên luận tiếp theo (2).

* TS. Khoa Lịch sử - Trường Đại học KHXH&NV - ĐHQGHN

2. Mặc dù các thế lực thương mại và hàng hải châu Âu đã có thể tiếp cận được các loại đồ uống phương Đông nói trên từ đầu thế kỷ XVI (Bồ Đào Nha và Tây Ban Nha) qua thế kỷ XVII (Anh, Hà Lan, Pháp), chè, cà phê, đường chưa trở nên phổ biến ngay trong hai thế kỷ này. Trong số các thương phẩm tạo nên "ly trà liên lục địa", đường được người châu Âu biết từ trước khi có các phát kiến địa lý và thương mại liên lục địa với Tây Ấn và Đông Ấn kể từ năm 1500. Vị ngọt của đường hấp dẫn giới quý tộc châu Âu nhưng sự khan hiếm của đường khiến giới tiêu dùng bình dân ít có cơ hội tiếp cận. Đường được quan niệm như một loại dược liệu hoặc thuốc bổ dưỡng hơn là hàng tiêu dùng hàng ngày. Chè và cà phê cũng được nhìn nhận theo cách tương tự. Ở Luân Đôn, Công ty Đông Ấn Anh (EIC) giới thiệu chè và cà phê đến người tiêu dùng Áng-lô từ khá sớm nhưng cũng phải đến khi Công ty cải tổ và phát triển mạnh nền mậu dịch với phương Đông từ đầu thế kỷ XVIII, chè và cà phê mới phổ biến rộng rãi (3).

Tương tự, khi được Công ty Đông Ấn Hà Lan (VOC) đưa về Amsterdam vào khoảng thập niên 20 của thế kỷ XVII, hai loại đồ uống trên lúc đầu còn rất xa lạ với người tiêu dùng. Và cũng như đường, cà phê và chè được coi là dược liệu nên chủ yếu được bày bán với số lượng hạn chế tại các hiệu thuốc. Mãi đến năm 1661/1662, phiên đấu giá chè và cà phê đầu tiên mới được VOC tổ chức; số lượng vẫn hết sức hạn chế (vào cuối thập niên 1660 vẫn chỉ chiếm khoảng 0.03% tổng giá trị hàng đấu giá của VOC). Kristof Glamann cho rằng phải đến khoảng thập niên cuối của thế kỷ XVII, các cuộc bán đấu giá chè và cà phê của VOC mới trở nên rộng rãi và bắt đầu giành được sự quan tâm của giới thương lái. Tuy nhiên, trị giá

hàng hóa của hai loại đồ uống này vẫn chỉ chiếm không quá 4,1% tổng giá trị thương phẩm bán đấu giá của VOC (4). Đặc biệt, các loại đồ uống trên cũng mới phổ biến ở những thành phố lớn và khu vực thương mại, hàng hải phát triển. Một nghiên cứu điển hình của Hans van Koolbergen về trường hợp tiêu dùng của cư dân thị trấn công thương nghiệp Weesp (khoảng 16km về phía tây bắc của Thủ đô Amsterdam, chuyên sản xuất bia, rượu và vải) cho thấy, đến tận năm 1700, khoảng 2.500 cư dân nơi đây chưa biết đến chè và cà phê (5).

3. Từ khoảng thập niên thứ hai của thế kỷ XVIII, chè và cà phê bắt đầu được tiêu thụ rộng rãi ở các nước châu Âu và nhanh chóng trở thành thị hiếu tiêu dùng của người dân châu Âu. Theo quan sát của một người Anh vào năm 1731, số lượng người tiêu dùng đồ uống (hàng tiêu dùng nói chung) có nguồn gốc phương Đông ở nước Anh "không còn là hàng trăm, hàng ngàn, hay trăm ngàn nữa mà đã lên đến con số hàng triệu". Rõ ràng là việc EIC điều chỉnh chiến lược thương phẩm nhập khẩu từ phương Đông (trong đó có việc phát triển nền mậu dịch chè Trung Quốc) đã góp phần mở rộng thị hiếu tiêu dùng của người Anh. Giá cả được phân loại theo chất lượng và như vậy hàng triệu người thuộc tầng lớp trung lưu trở xuống có thể tiếp cận được các loại sản phẩm chất lượng trung bình nhưng có giá cả phải chăng. Từ khoảng thập niên 30 của thế kỷ XVIII trở đi, chè, đường và thuốc lá là những những hàng tiêu dùng bình dân phổ biến ở Anh. Nhằm đáp ứng nhu cầu tiêu thụ ngày càng lên cao ở trong nước, EIC đã tăng cường nhập khẩu các mặt hàng này từ phương Đông. Theo đó, tỉ lệ hàng tiêu dùng phương Đông được EIC nhập khẩu về Anh tăng từ 16,9% vào năm 1700 lên 34,9% vào năm 1800 (6).

Ở một số quốc gia Tây Âu khác, sự phổ biến của các loại đồ uống trên cũng nở rộ từ đầu thế kỷ XVIII. Trái với sự xa lạ kéo dài đến cuối thế kỷ XVII, chỉ khoảng 3 thập kỷ sau, chè, cà phê và đường được ghi chép gần như trong 100% danh mục hàng tiêu dùng hàng ngày của người dân Thị trấn Weesp ở mạn tây bắc Thủ đô Amsterdam (7). Tương tự, tại Thành phố cảng Antwerp (Bỉ), số lượng hộ tiêu thụ chè đã tăng ngoạn mục từ 0% năm 1700 lên tương ứng 60% và 100% (tùy vào quy mô của hộ) năm 1730. Cà phê được người dân Antwerp thường ngoạn muộn hơn, nhưng đến khoảng năm 1780 số lượng người uống cà phê và chè đã phổ biến đến mức người ta có thể thấy các bộ đồ uống trà và cà phê có mặt "gần như khắp mọi gia đình". Danh mục quản lý môn bài đăng ký mới của thành phố cũng cho thấy một bức tranh hết sức sinh động: khoảng 5-10% số lượng quầy đăng ký kinh doanh mới nhằm vào chè và cà phê (8). Tại những thành phố lớn lúc đó như Amsterdam, Rotterdam (Hà Lan), Paris, Marseille (Pháp), Lisbon (Bồ Đào Nha)... thói quen sử dụng các đồ uống chứa *caffeine* như chè và cà phê (cũng như ca cao) ngày càng trở nên thông dụng hơn. Theo thống kê của Anne McCants, vào giữa thế kỷ XVIII, ước tính trung bình 60% người dân Amsterdam sử dụng chè và/hoặc cà phê hàng ngày (9).

4. Sự tăng trưởng của nhu cầu tiêu dùng ở Tây Âu đương nhiên dựa trên cơ sở của sự cung ứng đều đặn và ngày một tăng trưởng của hàng hóa từ phương Đông. Theo ước đoán của giới nghiên cứu lịch sử thương mại Á - Âu cận đại sơ kỳ, phần đa số chè luân chuyển về tiêu dùng ở châu Âu thế kỷ XVIII có nguồn gốc Trung Quốc. Trong khi thương nhân Anh thiết lập cầu buôn bán trực tiếp ở Quảng Châu (Canton) để thu mua chè cho thị trường Anh quốc, người Hà

Lan lựa chọn phương pháp gián tiếp bằng cách thu hút thuyền mành Trung Quốc mang hàng xuống Batavia - nơi người Hà Lan dễ dàng thu mua để chuyển về Hà Lan (10). Đổi lại sự tiện lợi trên, Công ty Hà Lan phải trả thêm giá thu mua trong khi giá bán ở Hà Lan cũng thường thấp hơn do chất lượng chè đưa đến Batavia khó được tinh tuyển, chưa kể chặng đường vòng qua Batavia đã kéo dài thêm thời gian vận chuyển và việc bốc dỡ hàng hóa lên xuống nhiều lần cũng khiến chè dễ bị vụn nát... (11). Việc VOC phải bán chè với giá thấp hơn ở thị trường Hà Lan (so với EIC ở Anh) vô tình lại góp phần cổ xúy cho văn hóa tiêu dùng ở vương quốc cối xay gió: loại chè *bohea* (dạng như chè *bóm* có chất lượng thấp nhất) được người bán rong đẩy xe cút kít bán dạo ngoài đường phố Amsterdam, vậy nên kể cả những người nghèo không mua nổi chè và bộ đồ trà cũng có cơ hội thưởng thức những ly trà bán rong trên phố.

Vậy bao nhiêu chè và cà phê đã được nhập khẩu vào châu Âu trong các thế kỷ XVII-XVIII? Một ước tính trên cơ sở những nghiên cứu định lượng từ sổ sách của các Công ty Đông Ấn châu Âu như Hà Lan, Anh (và một chừng mực nào đó là Pháp, Đan Mạch, Thụy Điển) cho thấy trong các giai đoạn 1719-1725 và 1749-1755, sản lượng nhập khẩu chè của các công ty luôn tăng trung bình 6,65% mỗi năm, cộng với tổng mức đầu tư tăng đều đặn hàng năm khoảng 1,92%. Theo đó, đến khoảng thập niên 80 của thế kỷ XVIII, lượng chè nhập khẩu vào châu Âu đã lên đến khoảng 9,4 triệu cân (12). Diễn trình của cà phê trong văn hóa tiêu dùng châu Âu không có vẻ là ngoại lệ. Kể từ khi người tiêu dùng châu Âu bắt đầu quan tâm đến cà phê, các Công ty EIC và VOC ngay lập tức có chiến lược kinh doanh mới. Ngoài việc duy trì các

Bảng 1: Nhập khẩu và tái xuất khẩu cà phê ở Anh thế kỷ XVIIIĐơn vị tính: *Cwt 112 lbs* (tương đương 50,80 kg)

	1699-1701	1722-1724	1749-1751	1772-1774
Nhập khẩu				
<i>Levant</i>	2.594	571	1	2
<i>Đông Ấn</i>	1.588	17.571	9.913	3.168
<i>Tây Ấn</i>	0	0	271	59.858
<i>Nơi khác</i>	20	0	0	0
Tổng nhập	4.202	18.142	10.185	63.028
Tái xuất khẩu				
<i>Đức</i>	33	9.931	3.439	42.588
<i>Hà Lan</i>	287	0	313	14.398
<i>Nam Âu</i>	0	0	530	4.188
<i>Ai-len</i>	20	0	269	3.851
<i>Nơi khác</i>	1	0	699	3.096
Tổng tái xuất	341	9.931	5.250	68.121 ^(*)

Nguồn: Dẫn theo: S.D. Smith, "Accounting for Taste: British Coffee Consumption in Historical Perspective", *The Journal of Interdisciplinary History*, Vol. 27, No. 2, 1996, p(183-214), 185.

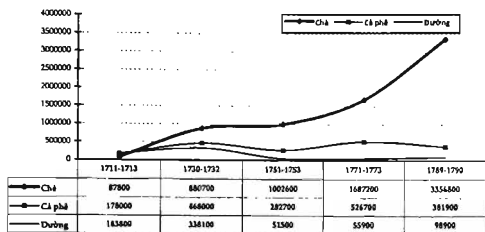
Chú giải: (*): Tổng lượng tái xuất giai đoạn 1772-1774 cao hơn tổng nhập khẩu do trước đó có một lượng hạt cà phê được giữ lại để ủ nhằm tăng chất lượng hàng tái xuất.

thương điểm ở Yemen hay Ấn Độ để thu mua cà phê đem về châu Âu, người Anh và Hà Lan còn triển khai những dự án trồng trọt quy mô ngày càng lớn vòng quanh thế giới: người Hà Lan phát triển diện tích trồng cà phê cường bức ở đảo Java (Indonesia) vào năm 1707 và sau đó ở Suriname (Nam Mỹ); người Anh trồng cà phê ở Jamaica và Montserrat năm 1728 (trước và sau đó người Pháp cũng tổ chức trồng cà phê ở Réunion năm 1715, người Bồ Đào Nha trồng cà phê ở Brazil năm 1732 và người Tây Ban Nha trồng cà phê ở Cuba năm 1748...) (13). Việc người châu Âu chủ động trong việc sản xuất cà phê cho thấy sản lượng cà phê đưa về tiêu thụ tại châu Âu từ nửa đầu thế kỷ XVIII liên tục tăng (14).

Cùng với xu thế mở rộng thị trường cung ứng, giá bán các hàng hóa trên ở châu Âu cũng ngày một hạ. Vào cuối thế kỷ XVII, giá chè ở Rotterdam vẫn còn đứng ở mức trung bình 80 *guilder/pond* trong khi đến thập niên 20 của thế kỷ XVIII chỉ còn

không quá 2, 3 *guilder/pond* (15). Tương tự, giá cà phê ở Hà Lan cũng sụt giảm nhanh chóng sau khi Công ty Đông Ấn Hà Lan thiết lập được hệ thống trồng trọt cường bức ở Java (Indonesia) từ sau năm 1711. Theo bảng giá niêm yết trên thị trường Amsterdam, giá cà phê đã giảm tới 84% trong vòng nửa đầu thế kỷ XVIII và tiếp tục giảm nhẹ cho đến cuối thế kỷ XVIII trong khi giá lương thực và thực phẩm gần như không dao động. Ở Luân Đôn và nước Anh nói chung, xu hướng giá cà phê cũng diễn ra tương tự từ khoảng thập niên 30 của thế kỷ XVIII, duy trì ở mức giảm đều hàng năm 0,58% (đối với cà phê Java) và 0,83% (đối với cà phê Mocha) trong suốt giai đoạn 1750-1799 (16). Những dữ kiện trên cho phép suy luận rằng chè và cà phê chắc chắn đã được chuyên chở về châu Âu một cách thường xuyên và với số lượng ngày một tăng trong suốt thế kỷ XVIII; giá bán của các sản phẩm này ở châu Âu cũng liên tục giảm. Hiện tượng các sản phẩm được tái xuất sang các thị trường khác cũng

Biểu đồ 1: Nhập khẩu của VOC từ châu Á về Hà Lan thế kỷ XVIII

Đơn vị tính: *guilder* Hà Lan

Nguồn: Biểu đồ được lập trên cơ sở tham khảo tổng lượng hàng hóa VOC nhập khẩu từ châu Á về Hà Lan thế kỷ XVIII của Els M. Jacobs, *Koopman in Azië: De handel van de Verenigde Oost-Indische Compagnie tijdens de 18de eeuw* (Zutphen: Walburg Pers, 2000), Table 35.

thể hiện rất rõ, nhất là từ những trung tâm thương mại lớn như Luân Đôn, Amsterdam, Rotterdam... đến các khu vực khác của châu Âu như Đức, Ai-len, các nước lục địa Tây Âu và Nam Âu... Hiện thực đó góp phần đưa đến sự định hình văn hóa tiêu dùng bình dân đối với trà và cà phê ở châu Âu thế kỷ XVIII.

5. Câu hỏi đặt ra là đối tượng nào trong cộng đồng người Tây Âu thế kỷ XVIII đã tiêu thụ khối lượng đồ uống khổng lồ trên? Trái với quan điểm của các luận thuyết gia về "hệ thống thế giới" và các sử gia kinh tế tân cổ điển (vốn có khuynh hướng hạ thấp ý nghĩa kinh tế của hệ thống thương mại thế giới giai đoạn cận đại sơ kỳ và cho rằng chỉ số ít giới doanh lưu giàu có tiêu dùng xa xỉ phẩm phương Đông), (17) những nghiên cứu mang quan điểm toàn cầu luận gần đây khẳng định rằng đại bộ phận dân chúng châu Âu đã thực sự tiêu dùng hàng hóa phương Đông, nhất là từ những thập niên đầu của thế kỷ XVIII. Dẫn lời

Francois Valentijn (học giả, chính trị gia, nhà khoa học tự nhiên Hà Lan, 1666-1727) viết vào năm 1726 rằng "cà phê đã trở nên thông dụng ở đất nước này đến nỗi hầu gái và những người may vá khó lòng xâu được chỉ qua lỗ kim nếu không uống cà phê mỗi buổi sáng", Nijboer và Van Tilburg cho rằng: "từ nửa cuối thế kỷ XVIII, cà phê đã trở thành 'đồ uống hàng ngày' cho 'các cộng đồng người rộng lớn' ở Hà Lan, kể cả người giàu có và giới bình dân" (18). Những nghiên cứu điểm của A. McCants đối với các hộ tiêu dùng ở Thành phố Amsterdam cho thấy rằng chè và cà phê đã trở thành đồ uống thông dụng của người Hà Lan (tương tự như nhiều nước nước Tây Âu khác thời điểm đó) đến mức những người phục dịch (hầu gái, thợ may...) cũng có thể tiêu dùng hàng ngày tại gia đình, không phân biệt đẳng cấp, sang hèn; lượng nhập khẩu ngày càng tăng trong khi giá bán ngày càng hạ tạo điều kiện để giới tiêu dùng bình dân tiếp cận được các loại đồ

uống chứa *caffeine* nói trên (19). Ở một quốc gia châu Âu khác là Tây Ban Nha, làn sóng tiêu dùng toàn cầu cũng diễn ra một cách tương tự. Trà và cà phê (tương tự như việc ca cao trở thành đồ uống thông dụng từ các thế kỷ XVI-XVII) đã trở nên hết sức thông dụng ở đây từ đầu thế kỷ XVIII. Số liệu thống kê cho thấy, đến cuối thế kỷ này, các quán cà phê đã mọc lên ở hầu khắp mọi góc phố ở Thủ đô Madrid. Vào thập niên 1770s, Conde de Campomanes (học giả, người phát ngôn, chính trị gia nổi tiếng người Tây Ban Nha, 1723-1802) thậm chí còn đề xuất quan điểm chính thức rằng việc xác lập tập quán uống trà và cà phê trong bữa ăn sáng (thay vì uống ca cao như lúc đó) sẽ đưa Tây Ban Nha đến một vị trí quý tộc hơn trong cộng đồng các dân tộc ở châu Âu (20).

Không chỉ trở nên thông dụng ở châu Âu, những đồ uống mang tính toàn cầu này còn nhanh chóng lan tỏa đến những khu vực khác nằm trong quỹ đạo của hệ thống thương mại thế giới thời kỳ này. Chẳng hạn: nếu như trước thập niên 1790 các cộng đồng người Nam Mỹ như Argentina, Chile... vẫn uống *yerba maté* (một loại đồ uống như trà, có chứa *caffeine*, thông dụng ở khu vực Nam Mỹ trải dài từ Argentina qua Bolivia, nam Brazil, Uruguay, Paraguay, Chile...) thì từ sau thời điểm này, cà phê được tiêu thụ rộng rãi. Đến thập niên 1820, chỉ còn "thế hệ cũ" người Chile uống *yerba maté* trong khi giới thanh niên đã hoàn toàn chuyển sang uống trà hoặc cà phê bởi họ coi *yerba maté* là thứ đồ uống "không văn minh" (21).

6. Không khó để nhận thấy ý nghĩa "thời trang" và công dụng "năng lượng" của các loại đồ uống trên được người Tây Âu phối

hợp với nhau một cách đầy chủ ý, nhất là trong bối cảnh đường được sử dụng ngày một rộng rãi trong tiêu dùng hàng ngày, để trở thành nét văn hóa ẩm thực ở châu Âu. Trở lại phiếm truyện "ly trà liên lục địa", ngoài ý nghĩa là đồ uống thường nhật, sự kết hợp của đường vào đồ uống (tương tự việc đường được dùng ngày một phổ biến) còn mang một ý nghĩa lịch sử hơn. Người tiêu dùng châu Âu hiểu rất rõ về nguồn *calorie* mà đường mang đến cho cơ thể và tác dụng của nó đến nâng suất lao động. Nếu như đến giữa thế kỷ XVII đường vẫn còn xa xỉ với giới tiêu dùng bình dân, thì từ đầu thế kỷ XVIII đường đã trở nên thông dụng hơn trong sinh hoạt hàng ngày ở Tây Âu. Nghiên cứu định lượng của McCanta gợi ý rằng trong thế kỷ XVIII người Anh dành khoảng 2-3% tổng chi phí tiêu dùng vào đường. Ở cộng đồng cư dân Amsterdam, đóng góp của đường vào tổng lượng *calories* cũng tăng lên đáng kể trong thế kỷ XVIII: 0,5-0,6% (khoảng giữa thế kỷ XVII) lên 0,9% (cuối thế kỷ XVII), 2,1% (giai đoạn 1720-1739), 3,4% (giai đoạn 1740-1759), 3,9% (giai đoạn 1760-1779), 4,3% (giai đoạn 1780-1789) (22). Như vậy, có lẽ không quá cường điệu khi nói rằng sự tăng nhanh về lượng đường tiêu dùng ở Tây Âu từ giữa thế kỷ XVIII bổ sung đáng kể lượng *calories* cho người lao động trong bối cảnh cách mạng công nghiệp bùng nổ ở Anh và Tây Âu nói chung (23).

Và, trên hết, từ vị trí là những đồ uống độc thù của các khu vực cụ thể ở phương Đông, trà và cà phê (tương tự như ca cao hay những đồ tiêu dùng khác chưa có dịp đề cập đến ở đây như thuốc lá, vải lụa, gốm sứ...) đã trở thành những hàng tiêu dùng toàn cầu từ thế kỷ XVIII.

CHÚ THÍCH

⁽¹⁾ Nghiên cứu này được tài trợ bởi Quỹ phát triển Khoa học và Công nghệ Quốc gia (NAFOSTED) trong đề tài mã số IV3.2-2011.02.

(1). Một số nghiên cứu cho rằng, trong thực tế, cà phê đã được giới thiệu đến châu Âu từ hàng thế kỷ trước các phát kiến địa lý cuối thế kỷ XV. Xuất phát từ Etiopia, cà phê du nhập vào thế giới Ả Rập khoảng giữa thế kỷ XVI để trở thành loại đồ uống phổ biến của người Hồi giáo, sau đó theo chân các nhà du hành châu Âu chu du đến xứ sở "ngôn lữ một đêm" để về Tây Âu từ khoảng cuối thế kỷ XVI. Khi các Công ty Đông Ấn Anh và Hà Lan thiết lập cơ sở buôn bán ở Mokha (Yemen) đầu thế kỷ XVII, họ cũng tham gia buôn bán cà phê nhưng chủ yếu kinh doanh tại khu vực Cận Đông và Nam Á chứ chưa đưa về châu Âu bởi loại đồ uống này chưa được người Tây Âu biết đến rộng rãi.

Chè cũng được người châu Âu (trước hết là các giáo sĩ đến Trung Quốc) biết đến từ khoảng cuối thế kỷ XVI. Đầu thế kỷ XVII, các Công ty Đông Ấn châu Âu cũng buôn bán chè ở khu vực Đông Á để kiếm lời và phải đến năm 1610 thương nhân Hà Lan mới đưa thử một lượng chè nhỏ về Amsterdam để kiểm tra thị trường tiêu thụ nhưng không mang lại kết quả khả quan. Ngoài hai đồ uống thông dụng là chè và cà phê, ca cao cũng được quan tâm, đặc biệt trong cộng đồng người Iberia kể từ sau khi Columbus tìm đến Tân Thế giới và người Tây Ban Nha thiết lập ảnh hưởng ở đây trong suốt thế kỷ XVI. Xem thêm chi tiết từ: Roos W. Jamieson, "The Essence of Commodification: Caffeine Dependencies in the Early Modern World", *Journal of Social History*, Vol. 35, No. 2, Winter 2011, pp. (269-294) 275-277.

(2). Về vấn đề toàn cầu hóa giai đoạn cận đại sơ kỳ, bên cạnh các tài liệu ngoại văn số cung cấp trong các trích dẫn tiếp theo, có thể xem thêm một số tài liệu tiếng Việt như: Arturo Giraldez, "Philippine và toàn cầu hóa lần đầu tiên", Tạp chí

Nghiên cứu Lịch sử, số 12-2009; Hoàng Anh Tuấn, "Quốc tế hóa lịch sử dân tộc: Toàn cầu hóa cận đại sơ kỳ và lịch sử Việt Nam thế kỷ XVII", Nhiều tác giả, *Di sản lịch sử và những hướng tiếp cận mới* (Tủ sách khoa học xã hội - Chuyên khảo về Khảo cổ học và Lịch sử - do Viện Harvard Yenching, Đại học Harvard, tài trợ xuất bản), Nxb. Thế Giới, Hà Nội, 2011.

(3). Xem chẳng hạn: Carole Shammas, *The Pre-Industrial Consumer in England and America* (Oxford: Oxford University Press, 1990), p. 77.

(4). Kristof Glamann, *Dutch-Asiatic Trade: 1620-1740* (Den Haag: Martinus Nijhoff, 1958), p. 13.

(5). Hans van Koolbergen, "De Materiele Cultuur van Weesp en Weesperkarspel in de Zeventiende en Achttiende Eeuw," in A. Schuurman, J. de Vries, and A. van der Woude (eds), *Aards Geluk: de Nederlanders en hun Spullen van 1550 tot 1850* (Amsterdam: Balans, 1997), p. (121-159) 145.

(6). Shammas, *The Pre-Industrial Consumer*, p. 77

(7). Koolbergen, "De Materiele Cultuur van Weesp", p. 145.

(8). Bruno Blonde and Ija van Damme, "Consumer and Retail 'Revolutions': Perspectives from a Declining Urban Economy, Antwerp, 17th and 18th Centuries" (unpublished manuscript, 2005), pp. 5-12.

(9). Anne McCants, "Inequality among the Poor of Eighteenth Century Amsterdam," *Explorations in Economic History* 44 (2007): 1-21. Xem thêm từ: Anne McCants, "Exotic Goods, Popular Consumption, and the Standard of Living: Thinking about Globalization in the Early Modern World", *Journal of World History*, Vol. 18, No. 4 (Dec., 2007), p. (433-462) 447.

(10). Về vấn đề này, có thể xem thêm từ Leonard Blussé, *Strange Company: Chinese Settlers, Mestizo Women and the Dutch in VOC Batavia* (Dordrecht: Foris, 1986) và Els M. Jacobs, *Koopman in Azië: De handel van de Verenigde Oost-Indische Compagnie tijdens de 18de eeuw* (Zutphen: Walburg Pers, 2000).

(11). C. J. A. Jorg, *Porcelain and the Dutch China Trade* (The Hague: Martinus Nijhoff, 1982).

(12). Jan de Vries, "Connecting Europe and Asia: A Quantitative Analysis of the Cape Route Trade, 1497-1795," in Dennis O Flynn, Arturo Giraldez, and Richard von Glahn (eds), *Global Connections and Monetary History, 1470-1800* (Aldershot: Ashgate Publishing, 2003), pp. 72, 82.

(13). Dẫn theo: Roos W. Jamieson, "The Essence of Commodification", pp. 282-283.

(14). Nghiên cứu trường hợp nước Anh, S.D. Smith cho rằng đã có một bước ngoặt trong sự chuyển đổi từ chè sang cà phê trong giới tiêu dùng Anh thế kỷ XVIII. Cho đến khoảng vài thập niên đầu thế kỷ XVIII, người tiêu dùng Anh ưa chuộng cả cà phê và chè. Tuy nhiên, từ giữa thế kỷ XVIII, cà phê không còn được ưa chuộng ở nước Anh nữa. Vào giữa thập niên 1780, nước Anh nhập về khoảng 7 triệu *pao* (lb., tương đương 450g) chè nhưng tái xuất đi tới 85% (chỉ còn lại khoảng nửa triệu *pao* cho giới tiêu dùng Anh), trong khi đó lượng chè nhập về riêng trong năm 1785-1787 đã lên đến 16,3 triệu *pao* và chỉ một lượng nhỏ được tái xuất ra khỏi Anh. Xem thêm từ: S.D. Smith, "Accounting for Taste: British Coffee Consumption in Historical Perspective", *The Journal of Interdisciplinary History*, Vol. 27, No. 2, 1996, p (183-214) 184.

(15). Một trong số các nguyên nhân chủ yếu của việc đại hạ giá chè ở Hà Lan là do giá cung ứng của chè do Hoa thương mang đến Batavia đã giảm mạnh so với thời gian trước đó. Nếu như trước năm 1720 người Hà Lan ở Batavia phải mua chè từ Hoa thương với giá cao hơn 3,12 lần

so với người Anh mua ở Quảng Châu thì từ sau năm 1720 họ chỉ phải trả cao hơn khoảng 1,1 lần so với người Anh mua ở Quảng Châu. Cùng với giá chè mua vào giảm mạnh ở phương Đông, giá chè bán ra ở châu Âu cũng giảm theo. Xem thêm từ Glamann, *Dutch - Asiatic Trade*, pp. 212-222.

(16). Anne McCants, "Poor Consumers as Global Consumers: The Diffusion of Tea and Coffee drinking in the Eighteenth Century", *Economic History Review*, 61, S1 (2008), p. (172-200), 177.

(17). Chẳng hạn, Immanuel Wallerstein, một trong số các luận thuyết gia nổi tiếng về "hệ thống thế giới" (World-System) cho rằng "Những gì châu Á cung cấp cho châu Âu thời kỳ này [chủ] là các loại xa xỉ phẩm. Xa xỉ phẩm có tầm quan trọng và không thể phủ nhận, nhưng chúng chỉ đứng sau lương thực-thực phẩm (lúa mì, gia súc, cá, đường) và người lao động cần nuôi trồng những thứ đó. Xa xỉ phẩm cũng xếp sau vàng bạc, không phải vàng bạc tích trữ mà là vàng bạc tiêu dùng như tiêu tệ... So với lương thực-thực phẩm và vàng bạc, nền kinh tế thế giới có thể điều chỉnh tương đối dễ dàng theo sự thay đổi của nguồn cung xa xỉ phẩm". (Immanuel Wallerstein, *The Modern World-System I: Capitalist Agriculture and the Origins of the European World-Economy in the Sixteenth Century* (New York: Academic Press, 1974), p. 333.) Quan điểm hạ thấp vai trò của thương mại toàn cầu mà I. Wallerstein đưa ra trên đây đã bị phê phán bởi nhiều nhà sử học quốc tế. Chẳng hạn Gunder Frank phê phán: "Kỳ thực, có một trào lưu phổ biến cho rằng nền kinh tế thế giới chỉ thực sự "toàn cầu hóa" trong những năm gần đây. Những người theo quan điểm của (Fernand) Braudel về "nền kinh tế thế giới của châu Âu" hay quan điểm của Wallerstein về "hệ thống thế giới cận đại" chẳng những chối bỏ hoặc lãng tránh hiện thực về 'thị trường thế giới cận đại sơ kỳ' cũng như sự phân công cần bản về lực lượng lao động"... "Trái với những hoài

nghe và chối bỏ thông thường trong giới khoa học, đã có một nền kinh tế thế giới mang tính toàn cầu (a global world economy) cùng với sự phân chia nhân công lao động toàn cầu và nền thương mại đa phương trong giai đoạn 1500 trở về sau" (Xin xem: Gunder A. Frank, *Reorient: Global Economy in the Asian Age* (Berkeley: University of California Press, 1998), p. 52-53). Trong thực tế, nhiều nghiên cứu trước đó cũng đã chứng minh hiện tượng "toàn cầu hóa" về sản phẩm thương mại và tiêu dùng thời kỳ này. Nghiên cứu của Cipolla cho thấy sự cạnh tranh mãnh liệt tại thị trường châu Âu giữa các thương phẩm Đông Ấn, tỷ như vải vóc miền Đông Ấn và vải vóc Bengal, Bengal và đường Java, đường Brazil và đường từ các vùng khác thuộc miền Tây Ấn..., giữa tơ lụa Trung Quốc và Ba Tư với tơ lụa Ý, giữa đồng Nhật Bản, Hungary và Thụy Điển với đồng khai ở vùng Tây Ấn, giữa cà phê Mocha, Java với cà phê trồng ở vùng Tây Ấn... Tất cả các thương phẩm này cạnh tranh quyết liệt với nhau. Và "phong vũ biểu" tốt nhất thể hiện ở các mức giá hàng hóa trao đổi ở Amsterdam..." Nghiên cứu trường hợp Trung Cận Đông của Rene Barendse cung cấp thêm thông tin về phân công lao động mang tính cạnh tranh hoặc thậm chí bù khuyết cho nhau mang tính liên-xuyên khu vực toàn cầu: "sản phẩm tập trung ở những nơi giá nhân công thấp nhất. Thực tế này (chứ không phải chi phí vận chuyển thấp) giải thích rằng... lợi thế về chi phí (sản xuất) góp phần liên kết thị trường châu Á và châu Mỹ lại với nhau, bất luận sự hạn chế

thương mại. Một trường hợp khác chính là tính thay thế khả thi của những mặt hàng như chàm nhuộm, tơ lụa, đường, ngọc trai, vải bông, cà phê... được sản xuất tại cả Ấn Độ, Ả Rập, Ba Tư... Chính bởi sự thay thế sản phẩm mang quy trình toàn cầu này mà kể từ thập niên 1680s trở đi, nền thương mại mang tính trung chuyển giữa các vùng biển Ả Rập với châu Âu đã biến mất hoặc từng bước suy tàn, kéo theo sự suy thoái của thương mại giữa vùng Vịnh, Hồng Hải và sườn Tây Ấn Độ..." Dẫn lại từ: Frank, *Reorient*, pp. 53-54.

(18). H. Nijboer and B. van Tilburg, "Tussen Compagnie en Handel-maatschappij: de Nederlandse Koffiehandel in de Achttiende Eeuw", in P. Reinders and T. Wijzenbeek, eds., *Koffie in Nederland: Vier Eeuwen Cultuurgeschiedenis* (Zutphen, 1994), pp. 25-34.

(19). Anne McCants, "Poor Consumers as Global Consumers", p. 177.

(20). Jamieson, "The Essence of Commodification", p. 286.

(21). Jamieson, "The Essence of Commodification", p. 286.

(22). Anne McCants, "Monotonous but not Meager: the Diet of Burgher Orphans in Early Modern Amsterdam", *Research in Economic History*, 14 (1992), pp. 69-116.

(23). Về luận điểm này, Sidney W. Mintz từng bàn đến trong chuyên khảo *Sweetness and Power: The Place of Sugar in Modern World History* (New York, 1985).