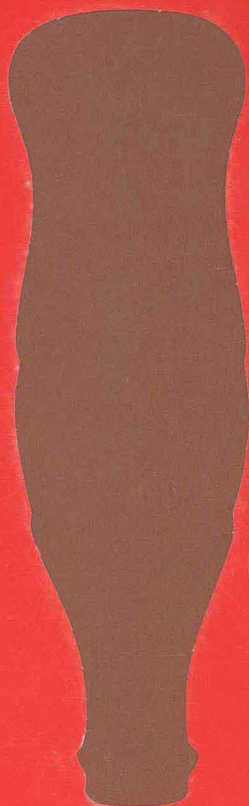


可口可乐公司体现了
了升华后的美国精
神——一种正直、
讲究诚信的产品。

美国作家 | 艾伦·华特

每个公司都有它的
阴暗面，但你绝对
想不到可口可乐的
那一面有多阴暗。

美国导演 | 摩根·斯帕洛



内幕 可口可乐

The Coke Machine:
The Dirty Truth Behind the World's Favorite Soft Drink

[美]迈克尔·布兰丁 著
尤云峰 译

山东文艺出版社



可口可乐 内幕

The Coke Machine:
The Dirty Truth Behind the World's Favorite Soft Drink

[美]迈克尔·布兰丁 著
尤云峰 译

山东文艺出版社

图书在版编目(CIP)数据

可口可乐内幕/(美)布兰丁著;尤云峰译. — 济南:山东文艺出版社,2014. 1
ISBN 978-7-5329-4359-3

I. ①可… II. ①布… ②尤… III. ①新闻报道-美国-现代 IV. ①I712.55

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 256540 号

图字:15-2013-67 号

The Coke Machine: The Dirty Truth Behind the World's Favorite Soft Drink
Copyright © Michael Blanding, 2010

This edition published by arrangement with
Avery, a member of Penguin Group(USA) Inc.
through Andrew Nurnberg Associates International LTD.
All rights reserved.

可口可乐内幕

(美)迈克尔·布兰丁 著 尤云峰 译

主管部门 山东出版传媒股份有限公司
集团网址 www.sdpress.com.cn
出版发行 山东文艺出版社
社 址 山东省济南市英雄山路 189 号
邮 编 250002
网 址 www.sdwypress.com

读者服务 0531-82098776(总编室)
0531-82098775(发行部)
电子邮箱 sdwy@sdpress.com.cn

印 刷 宁波市大港印务有限公司
开 本 710mm×1000mm 1/16
印 张 17.5
字 数 220 千字
版 次 2014 年 1 月第 1 版
印 次 2014 年 1 月第 1 次印刷
书 号 ISBN 978-7-5329-4359-3
定 价 39.00 元

版权专有,侵权必究。如有图书质量问题,请与出版社联系调换。

目 录

引子 1

第一部 美国精神 5

第一章 “可口可乐”简史 7

第二章 建立品牌 31

第三章 发展壮大 61

第四章 为学校而战 87

第五章 瓶装水的谎言 113

第二部 教全世界唱歌 137

第六章 来喝好东西! 139

第七章 血管中的糖浆 163

第八章 法律的全部力量 191

第九章 印度之水 215

第十章 “杀手可乐”案件 245

感谢 275

引 子

坐落在哥伦比亚卡雷帕市的可口可乐装瓶厂看起来就像是一堆不讨人喜欢的砖头，搭建在天气闷热的加勒比海岸一湾死水附近的郊区。肮脏的马路边趴着几条无精打采的狗，不时眨巴眨巴着眼睛把嗡嗡作响的苍蝇赶走。男人们把丝兰花和车前草放到售货推车里准备贩卖。花哨的敞篷车停在路边，并不断喷着柴油尾气。厂房四周，田野蔓延到天际，零星点缀着几棵孤零零的棕榈树和芭蕉树。唯一的慰藉是在路边一个铺满砾石的停车场边贴着一张麦当娜的性感招贴画，算是对那些马上要离开小城之人的唯一恩赐。

1996年12月5日上午，两个男人骑着一辆摩托开进了停车场旁边的车道。他们绕停车场兜了几圈后停在大门前。停车坪围着一圈已经磨损的铁丝网护栏，里面场院上堆满了一箱箱的碳酸饮料。这些货物正等着被搬运到运货车上。两边各有一堵厚厚的粉色砖墙，上面画着可口可乐的商标。在右边的那堵墙中间还修了一个小门房，正好可以通过嵌着金属栏杆的小窗看到整个停车场。

坐在摩托车后座的那个人下了车，司机还坐在车上，熄了引擎。后面那个人走到铁丝网前跟门卫搭话。那个门卫身材消瘦，浅棕色的皮肤，褐色的

眼睛，留着小胡子，浓重的眉毛。这相貌特征与这个访客被提供的信息相符，但是他得确认一下。

“你是伊斯德·吉尔吗？”他问。

门卫犹豫了一下，然后说：“是的。你问这干吗？”

“我们得进去见一个客户。”

“等一下，”吉尔正好看到一辆运货车从场院里开出来，“等我先放这辆车出去再招呼你。”

吉尔恪尽职守，打开门把铁丝网护栏推向两边，让卡车通过。可能他已经有些怀疑自己的处境不妙，但是也就认命了。更有可能的是，他觉得凭借自己在装瓶厂工会里的领导地位，以及工厂管理层对他的人身安全作出的承诺，或许会逃过一劫。还有一点就是当时是早上九点，这里又是公共场合，工厂周围还有不少人在走动。

事实上，这辆陌生的摩托车已经不是他那天早上见到的第一辆了。半个小时前，另一辆摩托车曾停靠在路边的小凉棚边。这个凉棚供应免费可乐，供换班前后的工人饮用。吉尔看到他的一个同事对摩托车司机指指自己，然后那个司机点点头开车走了。吉尔还一直在琢磨这究竟是怎么回事呢，然后第二辆摩托车就出现了。

在哥伦比亚，摩托车可不仅仅是一辆摩托车那么简单，它也可以是准军事部队暗杀小组的交通工具。在这个国家延续 35 年的内战中，他们的暗杀对象始终是和他们对着干的游击队员，或者任何跟游击队有干系的人，哪怕只有一丝一缕的联系。在那时的麦德林（哥伦比亚名城），男人是禁止骑摩托车带人的，因为一个开车一个专管射击的情形太普遍了。

但是吉尔不是那种会在正面冲突中退缩的人。在所有的工人里面，这个 28 岁的青年是个天生的领导者。他既好交际，又有个人魅力，经常组织钓鱼郊游和周末的足球篮球联赛。他最早在产品线上工作，但在 1994 年他被安排到现在这个看门人的岗位上。也就是那时，准军事部队成员开始在这个地区出现。

表面上，暗杀小组的攻击目标是游击队员。因为游击队员们通过加勒

比海域从巴拿马进口枪支，也经常向往北部运输毒品的贩毒分子征收买路费，所以是准军事部队的心腹大患。但是那些游击队员的营地深藏在隐秘的丛林里，非常难定位。很快，暗杀小组调转目标，专门杀害那些他们怀疑支持游击队员的普通市民。这下名单可有一长串了，包括左翼政客、学术领域人员、健康及人权工作者、教师，还有工会会员。

可口可乐装瓶厂内部的工会——全国食品工会联盟(SINALTRAINAL)自然也是现成的攻击目标。工会的两个领导人已经被杀害了。当时伊斯德·吉尔刚被任命为工会秘书长，负责与装瓶厂管理层重新谈判用工合同。1996年11月18日，工会向管理层递交了最后一稿新合同的草案，包括要求提高工人薪酬及福利、保护工人不被无故辞退，以及增加新的安保措施，以保证工会领导人员免受暴力伤害等一系列内容。

可口可乐装瓶厂的本地经理和总部在佛罗里达州的厂主必须在12月5日以前回复这项集体谈判协议。可是吉尔那天站在门口，还在为当天的谈判整理思绪的时候，并不知道这个会议根本就开不成。他打开大门让运货车开出去，同时退后一步站在门房的后面。货车徐徐通过，鲜红色的可口可乐商标在清晨阳光的映射下闪闪发光。可吉尔还没来得及把金属铁门关上，那个陌生访客就径直走过那扇门，抽出一把口径38毫米的特种手枪，举起来对准吉尔的脸，朝着他的眉心射出一颗子弹。

表面上来看，这只是一个第三世界国家冗长而又血腥的内战史上的又一名遇难者而已。这次内战夺去了成千上万人的生命——包括过去两年内被杀害的2500多名工会会员。可是在全国食品工会联盟的领导人眼里，这件事情的意义非同一般！这只是一个阴谋中的一部分，而且是由装瓶厂和可口可乐公司自己策划导演的，目的就是为剔除掉工会运动中的积极分子。在这场清剿行动结束后，八个工会领导人将在卡雷帕被暗杀，而且工会会被彻底瓦解。从最轻微的程度来讲，是准军事部队成员动的手，而可口可乐公司睁一只眼闭一只眼，任其发生；而最严重的情形是，公司管理层直接和工厂内部的准军事部队成员通过定期商议，共同策划了这次暴力行动。

对于一个一直在广告中向全世界传播其和平、和谐的美好形象的公司

来说,这是一个令人震惊的指控。而且这还不是近年来针对可口可乐公司的唯一一起指控。其他指控还包括:大量破坏印度和墨西哥农村的水源;破坏土耳其和危地马拉的诸多工会;造成全美及欧洲的儿童肥胖问题;哄骗消费者饮用商标为达萨尼(Dasani)的瓶装水,但其实里面灌的就是自来水而已。

也许,发现可口可乐公司面临这诸多指控并不会令我们太过惊讶。毕竟,以前也发生过像哈里伯顿公司(Halliburton),或者埃克森美孚石油公司(ExxonMobil)之类的大企业唯利是图、明知后果严重也还是一意孤行的案例,大家对此都有些司空见惯了。然而可口可乐公司和上述公司又有些不同。因为它一直是一个典型的美国跨国企业巨头的楷模,同时又是一个广受消费者欢迎的流行文化符号。可口可乐公司花了数亿美元把自身打造成一个对社会有益的、和谐的,并深受世界人民喜爱的形象。因此,可口可乐公司被指控涉嫌谋杀,就像指控圣诞老人有恋童癖一样耸人听闻。

那么,这个公司——用它的原话来讲“存在是为了使每一个从事可口可乐事业的人获得物质利益与精神振奋”的公司——是怎样沦落到被指控导致干旱、疾病、剥削和谋杀的呢?要真正明白这个矛盾之处,就有必要追溯到可口可乐的前身,就是在19、20世纪之交,美国南部一种掺了少量可卡因的“神经强壮剂”。就是从那里,可口可乐开始萌芽,并势不可挡地成长起来。但也是在那里,可口可乐公司高管作出决定:拒绝对遍布全球的可口可乐装瓶厂的行为负责。这就是“可口可乐的精髓”——公司一位有着传奇经历的高管曾经称之为“资本主义的精髓”。

现在,就让我们一起进入这部“可口可乐机器”吧!

■ 第一部 ■

美国精神

可口可乐公司体现了升华后的美国精神

——一种正直、讲究诚信的产品。

——美国著名编辑兼作家 威廉·艾伦·怀特(1938年)

第一章 | “可口可乐”简史

在亚特兰大市，可口可乐无处不在。从机场入口大厅的可口可乐纪念品商店，到去可口可乐公司总部必须乘坐的地铁里，到处都可以看到可口可乐的广告和商标，简直可以说是铺天盖地。而且，可口可乐公司的好几个高管都把名字“借给”了亚特兰大市一些主要的地标性建筑物。随便举几个例子好了，彭伯顿^①广场，坎德勒^②大楼，伍德鲁夫^③艺术中心，和埃默里大学的戈伊苏埃塔^④商校等等。但是，可口可乐诞生史上的一些重要建筑物却只剩下几个，比如，可口可乐发明者的故居，和最先销售可口可乐的药房都已经不存在了。

不过，那些想找寻可口可乐源头的忠实粉丝们则会被引到“可口可乐世界”博物馆。实际上，这个位于市中心的博物馆是世界上唯一一个可以让公众面对面接触到他们所钟爱饮料的发展史的场所。这个游客如云的博物馆

① 约翰·彭伯顿(Dr. John Pemberton)，可口可乐的发明者。——译者注

② 阿萨·坎德勒(Asa Griggs Candler)，可口可乐公司创始人，被誉为“可口可乐之父”。——译者注

③ 罗伯特·伍德鲁夫(Robert Woodruff)，可口可乐公司前董事长。——译者注

④ 罗伯特·戈伊苏埃塔(Robert Goizueta)，可口可乐公司前董事长。——译者注

仿佛是向可口可乐所致以的最崇高的敬意。在 2007 年,“可口可乐世界”博物馆从城市另一头搬迁到这个面积更大的场馆。此后,已经有一百多万名游客穿过悬挂着三十英尺长巨型可乐瓶的大门,进入这个博物馆。而且参观者必须提前打电话预约时间才能进行参观,还得付 15 美元购买门票。

他们在博物馆所看到的以及所能做的事情,当然完全由可口可乐公司所掌控。甚至在游客进入博物馆之前,就已经能听到头顶扩音器里传出来的广告歌曲《永远的可口可乐》和《我想教全世界唱歌》了。博物馆内部更是早早营造出一种和谐的国际主义氛围。比如在入口大厅里,全部都是由世界各地的艺术家所装饰的巨大的“民间艺术”可乐瓶。而后面的墙上则醒目地贴着代表多元文化的世界各国居民的头像,有日本青少年、海滩上的白人夫妇、三个热带黑人孩子,和酒吧里穿耳洞的女孩。他们都在尽情地喝着可口可乐。

游客进入中庭后会发现这个主题仍在延续。中庭令人眼花缭乱的墙上闪烁着用各种语言书写的“清新”、“传承”、“积极”等字眼。这里也有更多的跨文化宣传介绍。一个个电话机悬挂在那里,循环播放着一段段录音,讲述可口可乐公司所赞助的各种工程,比如救助非洲艾滋病问题、巴基斯坦水源枯竭问题和阿根廷儿童营养不良问题等等。甚至还有一段录音来自“健康饮品研究所”的美国医生,这个研究所正在进行一项应对美国儿童糖尿病高发问题的研究。

假设你对可口可乐公司别的情况一无所知,看到这里,你不禁会觉得这家公司成立的唯一目的就是为了给全世界带来和平和社会平等。然而当游客们走出大厅,进入主题为“清新生活里程碑”的第一个展馆时,就会发现博物馆的真正作用——在这里,博物馆将向游客讲述可口可乐公司是如何起家的。

“当约翰·彭伯顿在 1886 年发明可口可乐的时候,他根本不知道他所发明的东西后来会成为一种何等的时尚和潮流……”低沉、磁性的男中音旁白从电视大屏幕里发出来。游客进入展厅之后,便可以看到一尊发明者约翰·彭伯顿的青铜塑像。塑像的肩膀宽厚,有胡子,穿着工装裤,正用一个木勺子在一个小铁锅里搅拌。这个塑像乍一看倒更像是在歌颂前苏联时期

的工人阶级，根本联想不到这是资本主义经济发展史上的一位伟大先驱者。“他的想法，”画外音继续说着，“就是创造一种专门可以冷藏后喝的饮料”，由此，他“开创了一种全新的清爽饮品系列，他的可口可乐配方后来成为世界上被最严格保管的秘密之一。尽管如此，最让人们惊喜的是可口可乐的清爽口感。而这，根本就不是秘密”。

这个视频在简短的时间内就高效地提到了可口可乐所有的市场卖点——可口、清新、冰爽、秘制配方等。可事实却并没有这样诗情画意。彭伯顿的目的根本就不是创造一种冰镇饮料系列，而是和很多人一样，就是想发财而已。而在 19 世纪 80 年代，致富最快的办法就是发明一种瓶装的能治百病的“专利药”。然而可口可乐公司并不想谈及它这段早期作为药剂的历史。和“可口可乐世界”博物馆里所宣传的身家清白的传奇起源相比，这段听起来不怎么光彩的历史真是不太适合被提起。

然而，即便是今天，我们还是可以从可口可乐公司现在所采取的市场推广策略中看到过去那段“专利药”历史的影子。

“专利药”这个词和美国专利局一点关系都没有，相反倒是起源于英国。英国国王会颁给最受青睐的制药商一个荣誉称号——“御用专利”。英国清教徒在美国普利茅斯岩登陆几十年以后，这些殖民者们开始从英国进口类似“胡珀氏丸”或“达菲酊”之类的药品来治疗风湿病、痛风、肺结核，甚至癌症。这些药品的发明者竭尽全力地看着他们独家制造的药品配方成分。正如已故的亚特兰大历史学家詹姆斯·哈维·杨在那本具有决定性意义的《毒蘑菇富翁》中所说的——“竞争对手也许能分析出主要的活性成分，但是只有配方的拥有者才可以声称只有他才知道所有的成分，及其合理的配比。”

虽然说“专利药”是英国人发明的，但是为此着迷上瘾的却是美国人。在美国独立战争之后，大部分刚独立的美国国土仍是一片蛮荒之地，有些地方甚至连公路都未开通，医生更是稀缺。即便有，医生在治疗的过程中，倒很有可能把病人治死。比如当时最流行的治疗手段之一就是——用尖锐的柳叶刀给病人放血，然后用水银给病人洗肠——这样反而会让病人更加虚弱，甚至中毒。到 19 世纪初，对医生的强烈排斥到达了顶峰。很多人集体

抵制看医生，他们宁可使用随便哪儿找来的私人偏方。在塞缪尔·托马斯出版了《健康新指南》一书后，偏方更加演变为一种时髦风潮。来自新罕布什尔州的塞缪尔·托马斯是个自学成才的草药师。他声称任何人都可以成为自己的医生，这个年轻国家的荒野或丛林里有很多现成的植物可以用来给自己治病。

在这个风潮的驱动下，一些不够严谨的企业家和骗子们开始纷纷探索这个新领域。最后无论是从所宣传的功效，还是从流程度上看，这些药品都要远远超过英国的合成药。在19世纪初，康涅狄格州的物理学家小塞缪尔·李把肥皂、芦荟和硝酸钾混合起来，压缩制成“胆汁片”，然后当作治疗消化不良和胃肠气胀的良药来卖。在10年之内，连遥远的密西西比河流域都能买到这种药。很快，托马斯·戴欧医生靠热销的名为“罗宾逊无敌杀虫糖浆”揽金25万美元。在19世纪初，劳工潮大量涌入，工地的工棚里潜藏着各种疾病，因此这些药界大亨等于坐享了一大批现成的客户。而内战也带来了大批伤病员。很多伤员在收到补给品的同时，也会领到奎宁水。

事实上，大部分专利药的效果比通便剂或者催吐药好不了多少。药里面通常包括50%的酒精。消费者似乎也毫不在乎。进入20世纪后，专利药的销售成为一个巨大的市场。市面上有2万到5万种不同的混合配方，总销售额可以达到8000万美元。然而，无论市场有多大，总会有几个倒闭的销售商。而赢家就是那些能够编出最动听的故事、设计出外形最酷的药瓶或者最吸引人眼球的广告，从而把药品的名字深深植入消费者大脑的商家。有些商家编出一些故事，说某些成分是来自于遥远神秘的非洲或远东；另一些商家则在美国印第安人的传说上做文章。例如说，某个印第安酋长为了让猎人帮忙解救被熊抓去的儿子，就用部落中代代相传的秘密配方作为交换条件云云。

没有谁比新兴的云游商贩运用这些噱头更卖力的了。他们会精心设计出所谓的“现场治病秀”。这种秀在美国人的生活中持续了近乎一个世纪之久，从1880年到1900年更是达到了顶峰，全美国有上百个流动治病表演秀在各地上演。表演开始前，先由一个音乐大篷车大张旗鼓地造势，然后魔术

师和滑稽演员热场,到最后,商贩才真正向观众推出要卖的药。他们通常先夸大一番疾病的恐惧,然后再神奇地医好一位现场观众中的“托儿”。其中最臭名昭著的一个商贩克拉克·斯坦利曾当众用他的蛇油膏杀死过百条响尾蛇。然而人们后来才发现,他的蛇油膏配方也就是樟脑和松节油。这一事件直接使“卖蛇油膏的商贩”一词成为诈骗犯的同义词。

可是大部分消费者还是相信自己从那些流动的路边卖药秀里买来的灵丹妙药其实是管用的。一个美国 19 世纪 30 年代的江湖医生解释说,关键是要催眠那些消费者,让他们觉得买药是自己头脑里产生的想法。整个销售过程就是:“第一,吸引注意。第二,引发兴趣。第三,进行暗示。第四,激发想象。第五,产生购买欲。第六,下决定。”在做了好几年的街边秀之后,像“基卡普印第安万灵药”和“哈姆林神奇油”之类大卖特卖,以至于他们的大篷车所到之处,购买者都蜂拥而至。当内战期间的上校兼药剂师约翰·彭伯顿 1870 年从附近佐治亚州的哥伦布市搬到亚特兰大的时候,想寻求的也就是这种成功。在早期,彭伯顿笃信塞缪尔·托马斯的“每个人都是自己的医生”这一说法。他在自己药店后面的实验室里搅拌从当地采来的草药和花卉,并加入自己调配的药剂里。他卖了一些“球形花咳嗽糖浆”,用来治疗肺病和支气管炎,还有一种血液药叫“草乌柏精华”。

但是彭伯顿毕竟不是卖蛇油膏的黑心商贩。他在内战后期的战斗中负过伤,所以时常得忍受肉体的痛苦。因此,他经常给自己用药,以尝试找到给自己下半辈子缓解痛楚的良药。其实,有一条没有被编进可口可乐起源神话的花边新闻说,彭伯顿可能经常从他的药柜里拿一些吗啡注射,以缓解疼痛。彭伯顿有三个后来做起药品买卖生意的同事说他药物上瘾。如果这是真的,那么这可能会导致他服用后来成为可口可乐后遗症的东西:可卡因。

“通过实验证明,我非常确信对于鸦片上瘾者来说,可卡因是目前发现的最好的鸦片替代品。”他在 1885 年对《亚特兰大报》的记者说,而且补充道,“服用可卡因的病人会发现他们会毫无痛苦和不适地摆脱吸服鸦片的恶习。”他不是唯一这么想的人。在人们发现可卡因也可以上瘾的好几年前,

这种来自秘鲁的小叶子被供奉为神药。纽约州的制造商奥尔巴尼曾向市场推出过一种可卡因牙痛滴液。滴液的宣传画上画着两个兴高采烈的孩子站在一个写着“瞬间止痛！”的包装箱上（这倒是实话）。

但是和可卡因相关的最流行的“药剂”是一种叫“马利亚尼药酒”的混合药剂，由巴黎药剂师安吉罗·马利亚尼配制而成。他把波尔多红酒和半粒可卡因混合在一起，然后欢欣鼓舞地建议大家：无论哪里感到不适，就每天喝三杯——这一天下来也喝进不少白粉了。马利亚尼是天生的推广员，他的产品得到了大西洋两岸众多名人的青睐——其中包括托马斯·爱迪生、维多利亚女王和三位教皇。

如果模仿是最诚恳的赞美方式的话，那么，彭伯顿 1884 年发明的“法国可卡酒”——基本照搬马利亚尼配方的仿制品——就几乎是在巴结了。彭伯顿的配方里仅仅添加了一点点额外成分，其中最重要的是可乐树种子。西非的劳工把它当成兴奋剂来咀嚼，可乐树种里含有的咖啡因浓度比茶叶和咖啡都高。在亚特兰大“专利药”这个领域探寻了 15 年后，彭伯顿终于找到了一种有利可图的饮料，也就是法国可卡酒。

然而，他的时运却是糟透了。1885 年 11 月，亚特兰大市府宣布在第二年的 7 月，就会跟随美国很多其他州、市开始禁止酒精类饮料。这给彭伯顿几个月的时间来调整配方，以跟上美国新近开始流行的禁酒风潮。但是这个 100 年以来缓慢推行的法令最终导致了软饮料工业的诞生，并确保了彭伯顿的成功。

在早年，事实上大部分美国的饮料都是含酒精的。尽管虔诚的清教徒给人的感觉严厉刻板，但是啤酒却是首先被输入“新英格兰^①”地区的几样奢

① 新英格兰地区包括美国的六个州，由北至南分别为：缅因州、新罕布什尔、佛蒙特州、马萨诸塞州、罗德岛州、康涅狄格州。该地区是 17 世纪英国清教徒逃避欧洲的宗教迫害逃到美洲大陆登陆的地点。——译者注

侈品之一。何况当时在这个新大陆上，只能对饮用水进行最简单的净化。很快，大胆的酒鬼开始发酵任何能沾上手的东西——印度玉米、桦树皮，甚至在枫树汁里煮过的嫩枝。孩子在早餐时喝高浓度的苹果酒，大学生在食堂用两夸脱^①装的啤酒杯喝酒。

然而，不是每个人都这么醉醺醺的。一些有节制的殖民者供应甘蔗或刺柏果口味的不含酒精的饮料，这就是软饮料的先祖了。同时，富裕的人家喜欢去泡温泉，比如纽约州的萨拉托加矿泉城，那里的泉水被认为有治疗效果。1767年，英国人约瑟夫·普莱斯特里研究出了如何人工制造碳酸气泡。他通过混合碾碎的粉笔和硫酸来做出“混合气体”（二氧化碳），然后把气体用气泵打到水里或别的饮料里，以产生气泡啾啾作响的效果。

这个发现与由本杰明·拉什正在发起的抵制酒精的运动不谋而合。本杰明·拉什是《独立宣言》的签署者之一。是他首先在18世纪80年代把酗酒定义为一种成瘾性疾病，他也是第一个提出反对儿童饮用酒精的人。在此后几十年里，逐步发展起来的戒酒运动促成了“匿名戒酒互助会”的成立，并且在美国十三个州内通过了禁酒令（很难强制执行，很多州在内战结束后撤销了该法令）。

很快，禁酒主义者也有了可以进行社交的新场所。就在内战后，一个费城的药剂师改善了普莱斯特的二氧化碳气泡法，并增加了水果和糖分，创造出了世界上第一个“苏打水饮料机”。药店里开始出现精心制作的大理石饮料自动售卖机，给男女老少提供了一个在一起消遣的环境。当专利药正疯狂流行的时候，软饮料里也有了冠名的配方，其中包括第一个进行商标注册的软饮料：“超级柠檬”。

苏打姜汁汽水出现在1871年。然后是海尔斯根汁汽水，是一种由梅笠草、甘松、匍匐冰草和别的植物混合而成的饮料，它的市场卖点是可以净化血液。此后还有一种饮料叫“胡椒博士”，是产自得克萨斯州的号称能助消化的樱桃饮料。还有一种在波士顿上市的神经性饮料“摩奇”，宣称它对失

^① 美制中1夸脱相当于0.946升。——译者注