

走進溫泉小鎮維希——尋訪兩百週年方糖的文化之旅

朱彥蓁

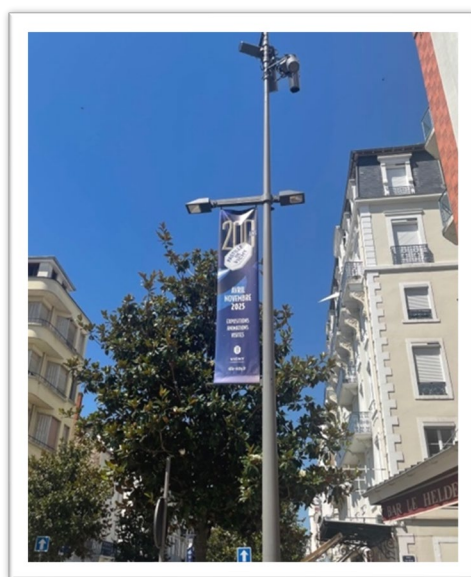
前言

維希位於法國中部，是法國奧弗涅—隆—阿爾卑斯（Auvergne-Rhône-Alpes）大區阿列省（Allier）的第二大城市。自波旁復辟時期以來，因發現境內豐富的溫泉水資源，逐步開啟了城市的發展契機。隨著查理十世設立水療中心、鐵路建成並帶動人口成長，十九世紀的維希逐漸轉型成以療養為核心的旅遊型城市；而在二戰時期更被指定為首都，史稱「維琪法國」。歷經百餘年來的發展與文化積累，維希逐步形塑出獨一無二的溫泉城市面貌，在 2021 年被聯合國列入“ The Great Spa Towns of Europe”，成為歐洲重要的世界遺產溫泉城鎮之一。

這次前往維希，是在暑期移地教學課程之餘進行的實地探訪。一方面是蒐集研究資料，想利用此次機會親身參與觀察；另一方面，也恰逢當地舉辦維希喉糖（pastille）兩百週年系列活動，使我得以在觀光與日常空間之中，藉此機會感受並深入了解當地的歷史遺產與文化。

溫泉小鎮初印象

抵達當天，一走出維希火車站（Gare de Vichy，圖一），映入眼簾的景象是樸實素雅的屋舍、清澈的噴泉與步履悠緩的行人。靜謐與放鬆，是我踏上這座城市的第一印象。沿街而行，很快便能看見人行道上懸掛著藍白相間、



左起圖一：維希火車站門口外觀；圖二：沿街懸掛的維希喉糖兩百週年活動旗幟。

紀念維希喉糖兩百週年的旗幟（圖二），可見這是當季的重要活動焦點。

藍白格紋（Vichy fabric）是維希最具辨識度的視覺符號，與溫泉療養文化的歷史想像緊密相連。因其質地耐穿、形象清爽，十九世紀以來被廣泛運用於公共服務制服與視覺識別，更成為喉糖包裝設計的部分元素（圖三），象徵健康、潔淨以及泉水的意象。

踏入遊客中心（Office de Tourisme de Vichy），藍白主色調延續到室內空間，明亮的陳設與電子化導覽顯示當地在觀光與服務設施上的高度投資（圖四）。紀念品區色彩繽紛，有多樣設計風格的明信片、維希喉糖、薇姿保養品等各種能代表維希的商品（圖五、圖六）。整體氛圍和服務的人員專業且親切友善；令人意外的是，儘管城鎮中幾乎未見亞洲旅客，卻仍貼心提供中文與日文旅遊手冊，顯示維希在列入世界遺產後，在國際化方面做出相當的努力。

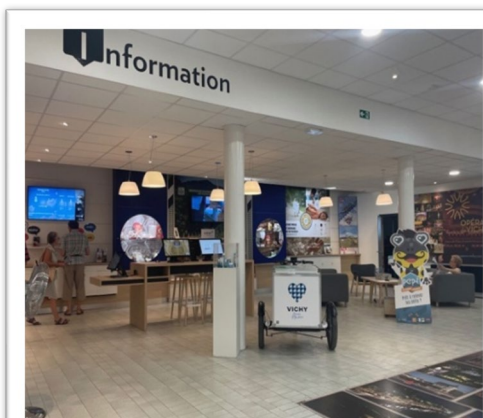
尋訪喉糖的起源：溫泉水大廳參訪



圖三：維希喉糖以及藍白格紋的鐵盒包裝。

溫泉水大廳（Halles des Sources）可以視為是城市小型溫泉博物館，能一次了解溫泉水的發源和歷史。因為喉糖兩百週年的活動，在館內加入了喉糖歷史和相關的廣告視覺資料、甚至還附上食譜，十分有趣。

維希喉糖的誕生起源於一項關於泉水成分的科學發現——十九世紀化學家、法蘭西科學院院士讓—皮埃爾·約瑟夫·德阿塞特（Jean-Pierre Joseph d'Arcet, 1777–1844）於 1824 年赴維希療養時，發現當地溫泉所富含的碳酸氫鈉，正是緩解消化不良的重要元素。隔年，他提出構想：以溫泉水的礦物鹽取代當時喉糖常



左起圖四：維希遊客中心內部明亮的裝潢和藍白相間的設計；圖五：維希遊客中心內的紀念品商店區；圖六：紀念品商店區陳設，運用維希的泉水成分製成的薇姿保養品。



左起圖七：
Halle des
Sources 內陳
設的 Chomel
泉介紹；圖
八：在 Halle
des Sources
館內陳設的
維希喉糖。

見的鎂成分，將療效轉化為可隨身攜帶的固體形態。德阿塞特精確計算出，約二十顆喉糖所蘊含的礦鹽精華，足以等同於一至兩公合（0.1 L）的維希天然礦泉水。他成功地將泉水化為便於攜帶的固體方糖，讓溫泉的益處不再受限於地理位置。1825 年 1 月，這款含有泉鹽成分的純白方糖在維希藥劑師手中正式誕生，並逐漸成為城鎮的重要象徵之一。

維希地區擁有近 220 處泉眼，泉水富含碳酸氫鹽、鈉、鈣與鎂等高度礦物質。雨水滲入普伊山脈（Chaîne des Puys）的結晶岩層，沿利馬涅（Limagne）地質斷層於地下約 4,500 公尺深處流動長達一萬五千年，吸納礦物質與二氧化碳後再湧出地表，形成種類多元且特性各異的水源。其中，Chomel 為製作喉糖的唯一指定泉源，富含氟化物，出水溫度約 43.5°C，流量每分鐘 40 公升，是凝聚喉糖產業的重要核心（圖七）。

Chomel 泉之外，維希其他泉源也發展出了各自專屬的療效與用途：富含氟化物的 Grande Grille 泉對肝臟細胞的保健效果具備

顯著療效；而 Lucas 泉則因高度的礦物質含量與舒緩特性，目前被廣泛應用於萊雅集團（L'Oréal）旗下品牌薇姿（Vichy）醫學美容產品中，具有舒緩肌膚、抗過敏的關鍵成分；同樣 L'Hôpital 泉水也被用於薇姿的藥妝美容產品，用以強化 Lucas 的抗氧化特性。相較於 Lucas，它更專注於消化系統的康復與保養，主要用於治療食道、胃部和腸道的消化功能障礙。

館內除了文字陳設，還有常駐在館內的試飲設施，包含維希喉糖（圖八）以及六種泉水，讓旅客在閱讀文字的描述時，也能透過實際的味覺感受水源的特質。試喝了六種泉水後，大部分的水源都不算是我們一般想像中「甘甜」的清泉。相對來說是礦物味濃厚、抑或是鐵鏽的味道，多數溫度較高；印象最深刻的是 Célestins 泉水，溫度相對較低，且清爽好喝。仔細一看、反覆品味，才發現原來 Célestins 富有二氧化碳，還被打造成了氣泡水品牌（圖九、圖十）。



左起圖九：Halle des Sources 內陳設的 Célestins 試飲區；圖十：Célestins 製成的氣泡水等產品；圖十一：自動旋轉壓片機。於 1953 年被採用，可避免喉糖在烘箱乾燥過程中產生的變形和風味變質，提高大約 100 倍的生產力。壓製的圖樣標記發源地，也是目前喉糖的外觀。

喉糖兩百週年還另外特別展出了製作喉糖相關的器具。維希喉糖產業發展的初期，為了保持泉鹽的特性，一開始都是由工匠們將揉好的軟麵團手工擀平，工匠們必須透過蒸發程序提取溫泉水產生出粗鹽，這些礦鹽隨後經過精密的人工碳酸處理並研磨成粉。進入混合階段後，研磨好的礦鹽會和糖粉，以及作為天然黏合劑的黃耆膠均勻交融。接著加入適量的水，將混合粉末揉捏成柔軟而堅韌的麵團，並送入刻有精緻圖案的銅製滾輪進行壓製。隨著滾輪轉動，喉糖會壓印上專屬的紋路與形狀。最後，這些半成品會被擺放在架上，在恆溫環境中烘乾，待水分完全脫去後，才會被封裝進紙盒或鐵盒中。到了 1855 年的巴黎世界博覽會，維希喉糖在國際舞台上大獲成功，促使當地建立了規模更宏大的模範工廠，也促成當地推動生產規模化，運用更先進的機器（圖十一），將傳統手工技藝導入標準化與機械化的製程體系。

值得一提的是，十九世紀溫泉療養黃金時期，還有一個特殊的職業角色：「侍水者」（Les donneuses d'eau，圖十二），負責將泉水提供給溫泉療養地的客人，兼具療養輔助與社交功能。當時這是專屬於女性的工作，最開始只是普通的侍者，但隨著溫泉醫學的進步，用水劑量需要遵照處方時，她們成為了醫生和飲水者之間的聯繫人。到了第二帝國時期



圖十二：侍水者的介紹和當時的照片紀錄。

溫泉療養十分興盛，1842 年，出於身份識別和衛生的考量，這些侍水者有統一規定穿著藍白條紋的制服和白色軟帽。雖然這個職業在晚期已經逐漸被自動化設備取代，但其象徵性形象仍被保留下來，成為溫泉黃金時代的重要記憶。

維希喉糖發展的過程看似成功，但其實也遭遇了一些波折。十九世紀末至二十世紀初，隨製糖成功與市場需求攀升，其他溫泉城鎮亦紛紛仿製；市售碳酸氫鈉產品層出不窮，甚至自稱「維希喉糖」，導致長期法律爭議。直至 1905 年法規逐步明確後，眾多小型家庭作坊與藥劑師品牌被整併於國營特許經營體制之下，以制度化機制守護這項文化遺產。

跨越兩百年的白色方糖，早已超越糖果本身，轉化為城鎮歷史與身分象徵的文化載體。它曾被倫敦與紐約報刊稱頌為助消化的良方，也在《亞森·羅蘋》系列小說中被提及：「*Ah ! respectable Daubrecq, nous t'en devons*

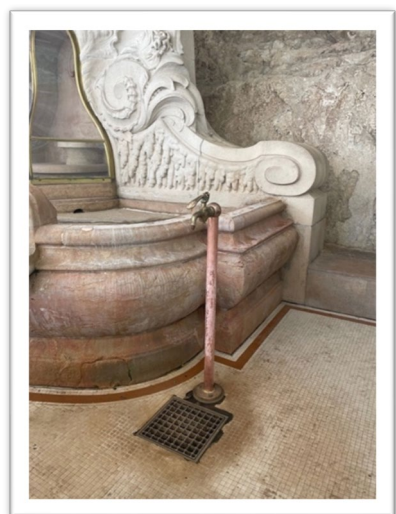
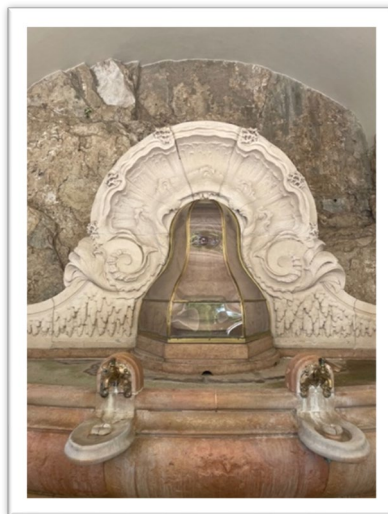
une fière chandelle !... Qu'est-ce que tu demandes ? Une pastille de Vichy ? Non ? Une dernière pipe peut-être ?」(譯：「啊！尊敬的道布雷克，我們欠你一份天大的恩情！你想要什麼？一顆維希薄荷糖？不要嗎？還是最後再來一斗煙？」)—Maurice Leblanc, Arsène Lupin.

Le Bouchon de cristal

直至今日，維希喉糖仍維持年產逾一千七百噸的規模，在科學、產業與歷史結合發展出續寫屬於它的傳奇。

漫步維希與被遺忘的記憶

當時六月底正值天氣炎熱的時候，儘管我已經帶著整整一瓶水出門，仍然不敵法國中部乾熱的氣候，走不到一小時隨身庫存的水源已迅速消耗殆盡。幸好當地還有豐富的免費取水處，沿著旅遊中心給的參訪地圖一路前行，走到了 Célestins 的取水點（圖十三），在現場裝滿一整瓶泉水，才得以舒緩口



左起圖十三：Célestins 取水點外圍的招牌裝飾；圖十四：Célestins 原先的取水口；圖十五：Célestins 目前開放的取水點。

乾舌燥的困境。

這裡的取水點建築看起來都歷史悠久，似乎自十九世紀以來就維持這個樣貌。原來的 Célestins 的取水點中庭外圍有大約四～五個取水器，但目前仍可使用的只剩下最大的一座（圖十四、十五）。等候取水的過程中，來來回回有好幾名看起來像是當地居民騎車來取水；在 Lardy 取水點也能看見年輕人相聚聊天，可以觀察這些地點都已融入成為他們日常生活的場所。

就這樣四處繼續漫步欣賞城市街景，走到了維希最大的公園裡休息片刻。這片狹長的腹地是由兩個公園連接而成，分別名叫「拿破崙三世公園」（Parc Napoléon III，圖十六）和「維希公園」（Parcs de Vichy）。事實上，之所以會取名為拿破崙三世公園，大概是因為拿破崙三世讓維希能夠以溫泉聞名。拿破崙



圖十六：拿破崙三世公園面對的阿列河岸景觀。

三世（Charles Louis Napoléon Bonaparte）在位期間，非常喜歡帶著情人到這裡做溫泉療養，享受閒適的渡假生活，更努力將維希打造成了奢華的溫泉區。也因此維希在每年舉辦拿破崙三世嘉年華（Fêtes Napoléon III）。政府以第二帝國豪華宮廷化妝舞會作為活動主題，不論大街小巷、飯店、還是維希大歌劇院，都能看到身穿十九世紀華麗長裙、帶著繡花的帽子、打著花邊陽傘的古典淑女們；也會看到頭戴黑色禮帽、身穿燕尾服的紳士。這些古典裝扮的人們會不時停下來向鏡頭對著他們拍照的遊客揮手，場面十分熱鬧。

沒有舉行活動的期間，公園顯得清幽安靜。廣闊的草皮、沿著阿列河並行的休閒娛樂區，都溢滿了濃濃的度假氛圍。隨處設有長椅，面對茂密蓊鬱的樹林和波光粼粼的河面，就算只是靜靜坐著，看到這樣的美景也令人心曠神怡。偶而走幾步，會看到三三兩兩的年輕人仰躺在草皮上享受溫暖的陽光，沈浸在



圖十七：二戰紀念廣場。

這樣悠閒療癒的空間，彷彿時間也被暫停了一般。

然而，光鮮亮麗的外表背後，當地其實設有一個緬懷先烈的二戰紀念廣場（Monument aux Morts de Vichy，圖十七），象徵其作為維琪政權所在地的歷史痕跡。維希曾經是二戰時期魁儡政府統治的首都，也是法國人不願面對的一段歷史。在政府刻意選擇性遺忘的這段過去，這個地點事實上乏人問津，甚至沒有被標注在觀光手冊裡（圖十八）。這裡鮮少有遊客，對當地居民而言，或許這類紀念二戰先烈的事情也不是一個能夠詢問和觸碰的敏感議題。它更像是一個普通的公眾空間，而非公開談論的記憶場域。

結語

從維希喉糖兩百週年活動，到拿破崙三世嘉年華，以及遊客中心積極營造的旅遊資源網絡，都顯示地方政府在觀光產業上的長期投入。2021 年的 UNESCO 認證進一步提升城市能見度，使維希得以在國際文化遺產場域中建構清晰形象。然而，在保存溫泉歷史、重現療養榮景的同時，二戰時期的政治記憶卻被刻意淡化：喉糖兩百週年紀念活動的歷史未曾對這段期間的發展多加描寫；而紀念廣場未被納入主要的觀光旅遊動線的旅遊手冊亦可算是一個例證，幾乎都沒有提及這段



圖十八：紅框圈選處為紀念廣場位置，但並沒有被列入旅遊參觀手冊景點。

歷史的發展。

這種選擇性的歷史呈現，反映出維希在國際形象建構與文化遺產治理中的策略性取捨。政府舉辦喉糖週年活動和拿破崙三世嘉年華等活動作為核心形象，塑造閒適、療癒的度假城市意象；沒有被提及的這段二戰記憶，遺留在城市的某個角落。在這樣的塑造之下，或許也正是維希所希望的——在被列入世界遺產之後，強化觀光度假城市的形象，重回十九世紀的輝煌樣貌。

（本文作者為國立臺灣師範大學歐洲文化與觀光研究所碩士生）