

天目山史話

戎康民著

责任编辑：许立新

封面题词：孙光文

装帧设计：方 寸

临安文史小丛书

《天目笋干史话》

浙江新闻出版局准印证：浙内图准字（2002）第166号

开本：850×1168毫米 1/32 印张2 插页2

字数70千字

委印单位：临安市政协文史委员会

临安市科学技术局

承印单位：杭州临安曙光印务有限公司

2002年11月第一版 印数1-1000册

定价：5.00元

序

《天目笋干史话》用记事和故事的形式，反映了天目笋干生产、加工、销售的历史演变和存在的问题。它用质朴的语言、简炼的文字记述了有关天目笋干的趣闻轶事。这是一本可读性、趣味性、科普性兼有的知识性读物。

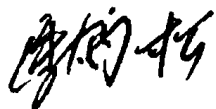
戎康民同志是临安从事农业综合区划研究和生态农业试点（县）市建设的科技工作者，他从在职到退休都一直致力于天目笋干等农特产品加工方面的研究，加上他又是天目笋干商的后人，对天目笋干加工、销售的历史演变和存在的问题及今后如何改进创新很有见解。为了搞好天目笋干、山核桃为主的天目特产食品加工，他退休后创办了“临安市天目特产食品加工技术研究所”，专门总结提高传统加工工艺技术、研究工艺流程机械化，为天目笋干加工机械化、规模化生产作出不懈的努力。

1985年农产品销售渠道放开后，天目笋干的质量曾一度向“老、咸、潮”方向滑坡，杭州市人代会为此向临安市政府提出过三次有关改进天目笋干质量的提案。为了解决这一问题，戎康民同志曾被我局聘为科技讲师团的讲师，多次到西天目、千洪、临目、石门等笋干主产地去授课，向笋农和加工大户介绍天目笋干的质量标准、加工工艺和技术。戎

康民同志在天目笋干加工工艺、技术的推广方面做了大量务实的工作。

天目笋干是“临安三宝（茶叶、笋干、山核桃）”之一，是临安的大宗农产品，它的生产与加工搞得好与不好，关系到产区农民的经济收入问题。因此，如何进一步搞好加工，已成当务之急。天目笋干等农特产品的加工开发，仍需不断的创新与改进。这是临安农业增效和农民增收的大事。

戎康民同志已年届七十，出于公心，能把经验和技術无条件地奉献给大家，我们十分高兴。今天将戎康民同志写的《天目笋干史话》及附件资料印刷成册，并向消费者、生产经营者及有关人士推荐共享。



（临安市科学技术局局长）

二〇〇二年九月十二日

序

在建设“文化大市、经济强市、生态名市”的新形势下，戎康民老先生写出了《天目笋干史话》奉献给读者，可庆！可贺！

《天目笋干史话》是一种记事性文学，他用简洁的文字、朴素的语言，把自己对天目笋干有关的、古往今来的人和事，一一如实地介绍给读者。读了能使人了解过去，审视现在，知道今后该怎么办！

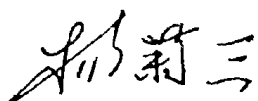
我们口头上常说文化要为发展经济服务，我看《天目笋干史话》这本小书，就是用文学的方式写历史、讲科技、说经济的好书。这种书人们不仅爱看，而且看了确实有用，我们就以一个消费者的人来说吧！看了此书后，你就不会再去花钱买劣质笋干了，便宜没好货！就会逼使厂家不敢再生产劣质笋干了，促使他们加工开发天目笋干的名品名牌，这就是文化的力量和功能。

《天目笋干史话》的第一部分“古都杭州的大市场催生了天目笋干”的开篇文章中，就向我们提供了许多历史的、地理的、经济的、文化的相关信息。其中杭州历经 300 多年的和平与建设，不仅成了当时有上百万人口的世界大都市，而且人们在苏、杭一带的名山大川风景优美之地，建造了二

百多座规模宏大、气势雄伟的寺庙，向人们展示了“天堂”的模型和形象，其中在临安境内就分布了十座之多。都市和寺庙就是当时人口流动的集聚地，也是商品交易的集散中心。“上有天堂、下有苏杭”就是对那时苏杭经济社会的写照和描述。

文章一开头就把我们引领到数百年前的“古都”和“天堂”，把小小的天目笋干产品与文化背景拉在一起来谈，意境深远，很有吸引力。这在写作上可能是一种创新。

戎老先生是一个科技人员，但他精力充沛，兴趣广泛，思维敏捷。他不仅爱看书读报，灵感来了还常常写些小文章。他又是个多年从事农特产品加工研究的人，久经商战之甘苦，成了行家，故他对天目笋干的事较有发言权，已年届七十，其心亦正，其言也善，很值得一读。

A handwritten signature in black ink, reading '郝菊三' (Hao Jusu).

(临安日报总编)

二〇〇二年九月十三日

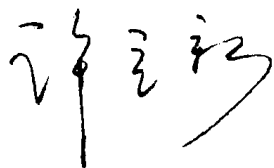
序

笋干是临安的“三宝”之一，10年前，临安县供销合作社和政协文史委曾合编《临安三宝》一书，书中以史话和杂谈的形式，介绍了我市笋干的历史、资源、加工和销售情况，其间也穿插了一些民间传说和趣闻，为宣传笋干起到了很好的作用。

时代在发展，社会在进步。笋干的生产、加工、销售也随着历史的脚步与时俱进。今天，我市农业战线的一名老兵——戎康民同志又从另一独特角度，以戎氏家族祖孙三代生产、加工、销售天目笋干为视点，将《天目笋干史话》一书奉献给大家，通过天目笋干的传说，戎氏家族与天目笋干的故事，诠释了天目笋干兴衰的历史，从中读者不仅可以知晓天目笋干的掌故，而且现代社会明礼诚信、勤俭敬业的基本道德规范；注重品牌、质量的理念；为人须诚实立身，经商靠信誉兴业；奖勤罚懒的市场经济原理运用；笋干的加工制作技术，烹调的风靡大江南北也都在其中了。

创新与发展是历史永恒的主题。我市是中国竹子之乡，竹产业是农业的支柱产业之一，农民的增收致富是各级政府始终关注的重点，笋干是竹产业的重要组成部分，如何将笋干产业做强、做大、打响品牌，提升档次，做好继承传统和

发扬光大的文章，是许多有志于此的人都在孜孜以求、身体力行的，希望有更多的后来者为笋干产业的发展壮大，农业的优质高效续写出新的篇章。

A handwritten signature in black ink, consisting of three characters: '许' (Xu), '志' (Zhi), and '强' (Qiang), written in a cursive style.

(临安市政协办公室主任)

二〇〇二年十月九日

目 录

第一部分 古都杭州的大市场催生了天目笋干

- 1—1. 为什么笋干在天目山区首先加工生产? (1)
- 1—2. 天目山禅源寺的小和尚偶然间发明了笋干加工法
..... (2)
- 1—3. 昭明太子和老和尚偶然间发现了笋干汤很鲜 (3)
- 1—4. 神奇的北纬 30°效应 (4)
- 1—5. 以竹为宝向皇帝称功求荣的传说 (4)

第二部 戎氏家族与天目笋干的故事

- 2—1. 一方土养一方人 (6)
- 2—2. 战争阻碍了城乡贸易, 山区人民被逼自给自足,
以物易物 (7)
- 2—3. 戎源顺小店因战事由盛变衰 (8)
- 2—4. 戎桂泉壮胆闹市场, 把笋干、冬笋、火腿等山货
运销到杭州、余杭, 把山区急需的食盐和糖贩运
到山区 (8)
- 2—5. 戎润德以盐为本, 上山办笋干加工厂 (9)
- 2—6. 立夏开焙, 全家男女老少齐动员, 各司其职 ... (10)

- 2—7. 笋干厂人多气旺、设施齐全 …………… (11)
- 2—8. 老板采用奖励政策，工人们千方百计多拗笋 … (12)
- 2—9. 一夜春雨，次日产量聚增，吓得焙师傅临阵脱逃
…………… (12)
- 2—10. 舍得用盐、旺火煮笋、及时烘制，笋干质量大有提高 …………… (13)
- 2—11. 认真精加工，包装精美，运销到杭州、上海，行家以质定价，开了高价 …………… (14)
- 2—12. 戎顺昌笋干质量优、数量多，上海各行家用宴请、招待到名剧院看戏等手段招揽生意 …………… (17)
- 2—13. 戎氏父子成了传播城市文化的新闻人物 …………… (17)
- 2—14. 山货销往城市，日用百货运回山区供应，戎顺昌生意越做越大 …………… (18)
- 2—15. 戎桂泉胆大心细，在上海、杭州广交商友，摸清了笋干的产销情况，取得了经商的主动权 …… (19)
- 2—16. 戎顺昌笋干远销香港、北京、天津、宁波等大城市
…………… (20)
- 2—17. 戎桂泉年轻志大，意欲在杭州开办山货行 …… (21)
- 2—18. 天目山区解放，戎顺昌商家应天目区人民政府之命，从上海购来一汽车（6000 多斤）麦粉，解救粮荒 …………… (21)

第三部分 集体化生产，供销社调拨， 天目笋干成了临安“三宝”之一

- 3—1. 1950 年—1955 年天目笋干产销体制处于新的尚未形成，旧的已不顺畅的状态 …………… (23)

3—2. 1955 年—1958 年笋干产销体制大变革	(24)
3—3. 1958 年—1982 年农产品统购统销, 天目笋干成了 临安“三宝”之一	(24)

第四部 地方志《临安和於潜县志》中记载 天目笋干的名称、产地、产销量等演变情况

4—1. 清代称笋干为“青笋干”	(27)
4—2. 民国时期, 笋干的名称和产地	(27)
4—3. 天目笋干被名人称为“天目七绝之一”	(28)
4—4. 民国初年, 天目笋干的产量	(28)
4—5. 民国 26 年, 天目笋干销到海外	(28)
4—6. 抗日时期, 笋干的产量大减	(28)
后 记	(29)

附 件:

1—1. 竹笋加工产品和技术的演变历史和今后改进创新 的意见	(33)
1—2. 天目笋干地方标准	(45)
2—1. 杭州张生记酒店开发了天目笋干的名菜 ——“笋干老鸭煲”	(52)
2—2. 《青年时报》记者郭涛报道张国伟的母亲开发了 “笋干老鸭煲”	(54)
2—3. 饮食文化研究专家宋宪章品评“笋干老鸭煲”	(55)
2—4. 特一级厨师张生记北京店厨师长潘光辉谈 “笋干老鸭煲”一煲打响美名扬	(57)

第一部分 古都杭州的大市场 催生了天目笋干

1—1. 为什么笋干在天目山区首先加工生产？

我们怎么知道天目笋干只在天目山区加工生产呢？这是改革开放后，笋干的销量与日俱增，每逢小年笋干往往供不应求，这一形势促使了临安人到县外省外去寻找新的货源。其中 1990 年藻溪镇闽坞村的钱子文老先生，首先到外县外省去寻访新的笋竹产地，他利用黄埔军校同学会的关系，第一个到湖南西南部山区的笋竹产区去收购笋肉加工笋干，运回临安销售。此后就逐步发展到上百人到全国所有的笋竹产区去收笋加工笋干了。这些人足迹涉及安徽、江西、福建、湖南、湖北、陕西、四川、江苏、浙江、贵州、河南等十个省近百个县。这才知道至今全国只有临安、安吉的天目山区民间有加工笋干的习惯和本领，外地外县的人不会加工笋干，也不会吃笋干。只有四川人会用硫磺熏制晒制的一种笋干。这种笋干吃时要先漂洗脱去酸味，竹笋的风味全无了。

那么为什么笋干会在天目山区首先加工生产呢？这件事

说来话来，原来这和杭州这个古都大市场有关。

杭州经唐末宋初的吴越国上百年的和平建设，又经苏东坡的美化西湖建设，为南宋定都杭州奠定了坚实的经济基础和社会条件，再经南宋长达 153 年的和平建设，杭州才成了公元十一—十三世纪世界最繁华的大都市。这个大都市是长达 300 多年持久和平建设取得的成果。在这 300 多年间，在苏杭的名山大川风景优美之地先后建造了 200 多座规模宏大的寺庙，其中在临安就有 10 座寺庙，这些寺庙是宗教给人们展示的“天堂”形象，上有天堂、下有苏杭之名由此闻名天下。

上述历史信息无形中告诉我们，天目笋干早在五——六百年前就被这个百万人口的世界大都市催生了。苏东坡“宁可食无肉，不可居无竹”的一首赞美诗，就说明了当时人们已经对竹和笋进行了商品性开发。

1—2. 天目山禅源寺的小和尚偶然间发明了笋干加工法

究竟是谁发明笋干加工法？这无从考证，没有文字记载。据民间传说，笋干加工是西天目禅源寺的一个小和尚发明的。占时，禅源寺香火鼎盛时有近千个和尚在庙里修行和生活，再加上来寺庙进香的远近香客，都要在寺庙客堂用餐和住宿。因此寺庙每天的用菜量很大，执事和尚为了供应蔬菜，不仅要组织和尚和民间种菜养畜，而且还要到周边乡村去采购。在采购方面天目山区民间流传着：“响板石的鱼，九思坞的青豆，大石头的鸡……”等传说。这说明了当时寺

庙已成了农产品购销的小市场了。

为了供应和尚和香客的饭菜之需，寺庙的食堂设有“千人锅”，这锅的口径和深度都有一人多高，约 1.7 米口径，容积约 2.89m^3 。

传说寺庙一次责成一个小和尚用此锅煮一大锅笋，不料小和尚煮到后半夜睡着了，到天亮一看，笋已变成了笋干。因笋煮熟时吐出来的卤汁被煮干了，卤汁重新被笋干吸收了，因此味道比鲜笋更浓更鲜了。从此，笋干好吃，笋干加工之法传人民间不推自广了。

1—3. 昭明太子和老和尚偶然间发现了笋干汤很鲜

一日，昭明太子（隋朝后的南北朝时期，梁武帝的儿子名萧统）来到山青水秀的天目山，与一个念经的老和尚相识，他见老和尚念的《金刚经》没有分句的圈点标记符号，更无注释，念起来很费力，又不解其意，就帮助老和尚把《金刚经》的经文做了细致的标点分句和注释工作。老和尚为了感激这位年青的先生，就出庙下山去买点蔬菜，好好招待这位贵客。

临走前老和尚请太子代为照管一下锅里煮的笋，不料太子专注圈点经书，忘了照管煮笋之事。待老和尚回来，揭开锅盖一看，笋已煎煮成笋干了，老和尚连忙往锅里加了一瓢水，变成了一锅笋干汤，他尝了一口，高兴地叫着：“这汤真鲜！比笋更鲜！”太子闻声走过来也尝了一尝，果然清鲜

可口。从此，笋干和笋干汤味道鲜美之事，就一传十、十传百地传开了。

1—4. 神奇的北纬 30°效应

为什么天目山区会天然分布着那么多、那么好的食用笋竹呢？据气象学和地理学的研究，地球的北纬 30°地带正是多雨的亚热带气候，最宜多种生物繁衍和生长，也是人类最早生息繁衍之地。因而一些文明古迹也在这一带先形成，如：中国的杭州；埃及的开罗；希腊的雅典；印度的新德里等古都都分布在北纬 30°地带。天目山区正处在北纬 29° ~ 31°之间的多雨地带。年平均降雨量 1400 毫米左右，年雨日 140 ~ 180 天，由于雨量充沛且时空分布较均匀，不仅有出笋时的春夏之雨，而且八月有竹笋发鞭之秋雨。这就为喜雨的笋竹适生、高产、优质提供了良好的生态环境。

在天目山区野生状态的食用笋竹有：石竹、早竹、红壳竹、青壳竹、高节竹、水竹、候竹、广竹、五月斑竹等十多种，这些竹笋都是加工笋干的好原料。

自从笋干成了商品之后，人们才用清除竹林中的柴草，增加竹林的立竹量，以求增加亩产量，使野生半野生的笋干竹林，演变成人工扶育的笋干竹林。人工笋干竹林的发展，为天目笋干的产销创造了条件。

1—5. 以竹为宝向皇帝称功求荣的传说

从前天目山区有一个好吹牛的人，想一举成名。他想来