

区域

NO.1 2009
总第六卷

城市文化研究



东莞理工学院 主办
区域城市文化研究中心
东莞大岭山鸡翅岭村委会 协办

顾问: 汤桂森 汤伟伦 田根胜 黄忠顺

主编: 阎 江

编辑部主任: 周红兵 严前海

责任编辑: 肖妮妮

栏目统筹: 纪锐丰 张雪梅 李耀海
叶秀珍

编委: 张东方 张瑞朋 温巧燕
黄锡康 黄舜芳 方惠珍
林 琳 戴彩燕 刘华星
刘振华 黄海珍 刘锦霞
邝雪英 万玉琼 陈燕玲

出版日期: 2009年1月

地址: 中国·广东省·东莞市
松山湖大学路1号10B313室

联系电话: 0769-22861903 22861282

网址: <http://www.dgcrdc.cn>

邮箱: dgwh2006@163.com

东莞理工学院 东莞民俗文化学会承办

网址: <http://www.dgfolkore.org.cn>

邮箱: dgutdgfs@163.com



目录 Contents

【东莞观察】 003

- 004 打造城市文化品牌, 提高民众文化素质——东莞经济社会双转型的对策与思考

【莞香莞草研究】 010

- 012 走访“芽香街”小记
014 历史的空缺——对芽香街建设的思考
018 尘封的历史——芽香街田野调查
021 从莞香传承人看莞香的发展
023 试论莞香文化保护的难点
025 莞香文化的宣传和怀旧冲动
027 《莞香》人文纪录片文字脚本
031 追踪莞草

【地方节庆研究】 037

- 038 百年流变卖身节
048 调研中的卖身节与记忆中的家乡庙会
052 浅谈东莞东坑卖身歌的音乐特点
057 节庆再造中的历史与想象——广东东莞卖身节考辨



- 066 清明节祭拜个案研究——以东莞市麻涌镇漳澎村为例

- 068 清明祭祀食物小谈

【地域文学与城市】

071

- 072 东莞歌谣与妇女研究
- 077 《香飘四季》地域风情和语言特色研究
- 083 从中秋节庆歌谣看东莞中秋习俗的演变与发展
- 087 东莞打工诗歌的人文精神研究——以郑小琼诗歌为例
- 093 文学托起城市梦——以柳冬妩创作为例

【民俗风情研究】

098

- 099 慧筋“辨”经文——望牛墩镇函谷村经文研究
- 102 春节演戏小记
- 105 东莞人的“家宅”仪式

【理论总结】

109

- 114 地方高校教学与文化建设——中文系服务东莞地方文化建设探索

- 117 东莞市首届哲学社会科学奖颁奖典礼的发言

- 118 致参加社会实践中文学子的一封信

- 121 定位·实践·成长——2008年暑假社会实践表彰大会优秀教师代表发言

- 123 学生考研介绍

- 124 为梦想加油——记中文系考研女生王爱仪

【出版推荐】

128

- 129 《历史的风采——东莞历史文化的弘扬》目录

- 130 东莞印象(前言)

- 137 《城市文化评论》第4卷目录

【中心新闻】

139

【学会新闻】

141

区域

NO.1 2009
总第六卷

城市文化研究



东莞理工学院 主办
区域城市文化研究中心
东莞大岭山鸡翅岭村委会 协办

卷首语 | Preface

2009年已经走进初夏。过去一年给了我们太多的记忆，可一旦我们不平静的心回到学校的书桌上来，审读这些即将刊印的研究文稿，一种一如往常的宁静，又轻轻地抚平了我们的心，仿佛时间未曾在这里发生过那些令人夜不能寐的断裂更替。在这里，叙说莞香莞草世事沧桑的田野调查，谈论地方节庆、民俗风情的特点与流变，以及推介东莞历史文化的风采，都似乎有那么一种悠远安详的超然韵味。可以说，几年来，我们持续编辑的这份东莞城市文化研究简报，一直侧重于走出学校作地方文化的实地考察；现在想来，这种与社会、与现实的亲密接触，却原来仍然保持了一份出离世事纷扰的距离。这应该是大学、学术的一种美吧。我们愿意不断发扬这种耐人寻味的美。我把自本期开始这份研究简报在开本版式上所作的一点新的调整，理解为期望发扬这种美而做出的一种姿态。这一期的开本版式调整有了一种“书”的形象。“书”是能够有气质的，所谓“书卷气”。由此显现的大致是一种对现实活力与书卷气之统一性的追求吧。

黄忠顺

东莞观察 | Observation

打造城市文化品牌，提高民众文化素质

——东莞经济社会双转型的对策与思考

王维娜

中山大学中国非物质文化遗产研究中心

2006年东莞市政府提出新时期战略目为实现东莞经济社会双转型，为此，在经济上，政府致力于将东莞从过去的资源主导型经济转向创新主导型经济，同时，政府也加快推进东莞城市从初级城市化社会转向高级城市化社会。

在知识经济和数字化时代，文化就是一种财富，文化力提升经济力，塑造良好的城市文化形象对东莞经济能起到巨大的推动作用，因为文化本身是一种产业。文化部原副部长高占祥在《文化力》一书中创造性地提出“文化力是软实力的核心”这一观点，高占祥认为：从本质上说，物理的“力”是人类用来“化”自然界的；而文化的“力”是人类用来“化”自身的。书中，高占祥以全球的视野和未来的眼光，用大量的数据、事实，从语言、历史、心理、教育、政治、经济、管理等众多层面，描述了文化在人类文明演进及个人成长中的意义和价值，论证了文化力在国家崛起、民族复兴、经济腾飞、企业发展中的地位和作用，并在此基础上大胆而细致地提出了把握文化力，充分发挥其潜在优势的有效方法和途径。东莞市文广新局党组书记、局长吴维保进一步解释了这一说法：文化软实力是国家核心竞争力的重要组成部分，是推动经济文化发展最深层、最持久的力量。文化软实力的提升是一项综合工程，最根本的是文化发展层次的提升和文化核心作用的发挥。我们所处的时代是知识经济的时代，文化已成为经济发展的“杠杆”，

成为社会发展的“火车头”。文化不仅仅决定一座城市的品格、一个人的品位，而且还最终决定这个城市的命运及人的生存意义。吴维保局长的这一说法表明，在实现东莞经济社会双转型中，需特别重视文化的重要作用。我认为，在加快东莞城市化进程过程中，需强调两个问题：打造城市文化品牌，提高民众文化素质，这两者是相互结合，相互补充的。

打造城市文化品牌

国家与国家、民族与民族、城市与城市、企业与企业之间的竞争，除了经济的竞争，还有文化的竞争。文化的竞争在一定程度上又是文化品牌拥有数量和质量的竞争。展示一个国家、一个民族、一个城市的文化实力和文化竞争力，更需要文化品牌。一个城市要真正拥有竞争的实力，就必须具有这个城市形象的经济和文化支撑。城市形象的经济支撑主要指城市的企业品牌与产品品牌，而城市形象的文化支撑就是城市文化品牌。塑造城市文化品牌是一个讲究科学、注重实效的系统工程，决策者只有遵循规律，因势利导，才能成功塑造城市文化品牌并卓有成效。东莞政府近年来致力于东莞城市的包装，此举颇为成功。近几年来，东莞先后荣获国家授予的“全国双拥模范城”、“中国优秀旅游城市”、“国家篮球城市”、“国家卫生城市”、“全

东莞观察 | Observation

牌。我有幸参与了番禺区打造“文化沙湾”品牌的项目,亲眼目睹番禺对外的形象如何从一个经济强区成为历史文化名镇的过程。

近几年,东莞政府在这一方面也做出努力,2003年10月在东莞樟木头举办的中国麒麟舞大赛,使樟木头客家麒麟舞名声鹊起,香港、澳门、马来西亚等地的人都知道在此活跃着客家麒麟舞,此后,樟木头麒麟舞被邀请到加拿大表演,引起国内外媒体、学者和民众的关注。在全球化以及城市化的今日,现代化过程中的城镇民俗,随着地方经济的振兴、民族—国家意识渗透和民众自我身份认同等原因,能够成为政府发展城市化的手段,并在此基础上打造城市文化品牌。

此外,还需注意到,传统和现代节庆文化有利于推动各地文化产业发展,推销城市文化品牌。东莞人对于传统情感浓厚,在东莞的一些城镇中,至今还保留着民间传统节日,如东坑“卖身节”,樟木头的麒麟节,以及各地的荔枝节,这些地方性节日与节庆活动成为当下东莞城市发展中重要的文化事项,政府应该致力于借用、改造和“发明”地方节日和民俗文化,重构和再生产当地历史民俗文化,在打造和再造传统的基础上,使地方民俗文化成为金融资本、文化生产、城市品牌创造的重要力量。为此,有必要关注东莞本土的民间文化,并综合考虑东莞外来人口多的特点,重建和“发明”新的民俗文化。

在全世界和全国大力号召各地保护非物质文化遗产之际,政府可组织专家在东莞进行非物质文化遗产考察,以此达到保护和推广东莞非物质文化遗产的目的,这样不仅有利于提高东莞城市文化,还有利于民众的素

质教育。当然,在推广本地民俗文化,打造文化品牌的同时,政府还可以通过编写地方文化教材,开展中小学课堂教学,中小學生民间文艺素质比赛等形式,对民间“绝活”予以有效传承,使民间文化艺术从上到下深入到民众中。

三、合理进行城市文化定位。

城市的包装是现代城市寻找身份认同和国家社会关注的机会,而城市文化品牌的塑造则首先需要给予城市合理的文化定位。文化定位不是一件简单的事情,定位准确,将带来发展;定位失败,将带来巨大的浪费。因为,确定良好的城市文化形象有利于促进经济增长,有利于市民素质的提高,有利于扩大国际知名度,促进对外交流与合作,有利于吸引人才。从文化的角度看一个城市,是把城市当作一个文化体系,它应该有三个结构:首先是城市的表层文化结构,即可以看得到的文化载体,如城市建筑、设施、象征性标志物、大街小巷、堂楼馆所、文化群体、言行举止、衣食住行等等;其次是城市的深层文化结构,即文化载体背后的文化秩序、文化规范、文化制度,它是一个比较稳定的文化关系;最后是城市的文化意义结构,即个人情绪、态度、信仰,集体的道德情感、法律意识、风俗习惯,社会象征意义的身份、地位等。目前,东莞市政府致力于将东莞建设成文化观念先进、文化个性突出、文化设施一流、文化教育发达、文化精品纷呈、文化氛围浓厚的文化高地。为此,东莞应组织专门人员对东莞城市文化进行以上三个层次的分析,并在此基础上详细讨论,给予合理的城市文化定位。

四、东莞还可以通过以下方式推广东莞

文化,加强东莞文化品牌的建设:开展服装节,整合服装产业,形成东莞的时尚、流行文化;建立东莞的旅游品牌,传递东莞主流文化。因为旅游是一个传播力强的产品,应整合东莞的旅游资源,形成品牌,并在其中贯穿东莞时尚、新型、年轻、向上的文化特征,在旅游过程中,应将已有的资源按照一定的概念分类整合,传递东莞城市文化。

成就文化品牌的生命力和竞争力,一方面是固本强身,让文化品牌立得住、叫得响。另一方面,要通过建立完善诸多项目来支撑城市文化品牌的建设,而且项目与项目之间要环环相扣,按照艺术的链条规律步步为营,加快文化进程。

提高民众文化素质

斯宾格勒曾感叹:“城市是文明人类的自然生息地。”城市是作为人类创造的一种人文和物化的环境而获得本体存在,而个体文化身份对一个城市形象建构具有不可忽视的反向作用。因此,城市化进程中除了注重物化环境,更要加强人文环境的建设,在城市人文环境建设中,城市住民的文化素质以至社会文化心理尤为重要。

东莞属于集中型城市化类型,集中型城市化主要表现为农村人口和非农经济活动不断向城市集中。东莞近几年在这种城市化的过程中,暴露出很多新问题,其中包括:旧的户籍制度所带来的负面影响、进城外来工应享受的“国民待遇”难以实现、城市住民(包括原有城市人口、原有乡村转城镇居民、外来人口)文化素质较为低下等。这些因素都会影响东莞城市文化建设的步伐。

就全国范围来看,东莞的教育、文化与市民综合素质较低,如果不能在科教兴市的战略高度下重视教育,必将拖慢今后经济和社会的发展。因此,政府在大力建设各项文化设施的同时,还需根据东莞人口构成的“本地居民少而缺乏自觉意识,外来人口多而文化低”等特点从以下方面提高民众文化素质:

一、加强社区文化建设,提高居民参与度,增强居民主人翁精神,为建设“和谐东莞”、“文明东莞”而努力。

在现代社会,城市文化在社会发展中起着主导的作用。而城市的基础是社区,社区文化是城市文化和整个社会文化建设的重要组成部分。东莞社区文化建设存在一个重要问题是外来人口对社区文化建设参与度不高。分析其原因,主要有两点:第一,一些文化建设的内容与社区百姓的需要有较大距离,外来的“新移民”往往成为文化建设中“被遗忘的角落”。从外来人口的角度看,他们无论在名分上还是心理上都与城市社区缺乏天然的联系。而从东莞本地城市居民角度来看,情况亦然。第二,外来人口在城市社区的生存压力大,往往工作时间很长,甚至没有休息日,因此与东莞城市的疏离感就更增加了一层。

提高居民特别是作为“新居民”的外来人员在社区文化建设中的参与度,首先,要树立社区全体居民是社区文化建设的主体的观念;其次,要积极鼓动、动员“新居民”,使他们能积极参与到社区文化建设中来。

在东莞社区文化建设中,要注意保持并弘扬原有的文化特色,要处理好两个关系:一是东莞传统文化特色与现代文化的最佳结合,二是传统的社区文化特色与外来居民所

带来的异质文化的完美整合。

2008年5月,东莞市横沥镇为了传播爱心公益精神,在镇文化广场举办了慈善集体婚礼。此次活动由政府策划,结婚男女只要有一人在横沥工作都可报名参加。这样的活动,不仅让外来人口参与到政府组织的社区文化中,有了“家”的感觉,有利于营造和谐、融洽的人文环境,进一步推进“和谐横沥”的建设,还有利于促使他们以建设者的身份自觉地投入到东莞经济社会建设中去。

二、完善“新莞人”在莞各项政策,增强“新莞人”身份认同,促进建设。

就目前资料显示,东莞随着“三来一补”模式的不断进行,成为“世界的工厂”,外来人口大量涌入,东莞市政府创新性地为这些人取了新名字——“新莞人”。这个称谓不仅有利于消除本地人与外地人的隔阂,增强相互之间的理解与信任,更有利于增强来莞员工对东莞的认同感和归属感。然而就目前“新莞人”在莞居住条件和政策来看,都存在很大问题,因此,政府应完善“新莞人”在莞各项政策,增强其作为主人翁的创造力,促进东莞经济社会发展,尤其需关注“新莞人”子女教育问题。

改善“新莞人”子女教育问题,同时也是普遍提高东莞民众文化素质的重大问题。目前东莞外来人口教育问题上存在主、客观两个原因。客观原因主要有:外来人口数量大,增长速度快,教育经费实力不足。主观原因则主要是政府对外来人口子女就学与东莞市长远发展的关系认识不足。从思想上讲,单纯把外来人口子女入学问题看成包袱,而不是从谋求发展的角度去积极解决。从理论上讲,没有认识到流动人口对经济发展的巨

大作用,没有树立流动人口价值观,没有把外来人口作为东莞市经济发展的一部分,纳入东莞市户籍管理之内,造成“外来”的错误导向。从政策上讲,经济、社会、政治诸多因素之间缺乏协调、统筹,没有认识到解决教育问题,是落实科教兴国的政治问题,是最有经济利益的举措,因而在行动上不果断,使东莞市外来人口子女教育问题的解决远远落后于其他经济发达的城市。

解决东莞市外来人口子女入学问题需从以下几点入手:一是建立平等的同一管理的思想,确认暂住人口是东莞市人口的一部分,把暂住人口纳入户籍管理范畴,有利于教育部门对外来人口教育实施同一管理;二是外来人口既带来了教育的压力又带来了教育的需求。今后,外来人口的教育将成为东莞市教育的新增长点,应该抓住这个机遇,从发展教育入手,解决外来人口子女的教育问题。做好规划,在解决好暂住人口子女接受义务教育的同时,积极谋划高中阶段教育和高等教育的就学办法,以满足外来人口对教育的不断需求;三是坚持多渠道筹措教育经费的思路,包括财政拨款、集资办学、征收外来人口教育费等。总之,政府需要建立起外来人口子女入学的良性机制,使外来人口子女素质得到提高,实现外来人口与东莞市经济社会协调、持续发展。

三、引进高技术、高学历、高水平的技术和文化人才,打造东莞精英文化,全面提高民众文化素质。

2001年,东莞将“文化新城”确立为重要的城市定位,将东莞建设成为“图书馆之城、博物馆之城、广场文化之城”,这是东莞打造公共文化服务体系的“文化三城”具

体目标,这可说是东莞文化统一的形象标识。市文化部门试图通过“图书馆之城”建立知识文化传播体系,通过“博物馆之城”建设传承城市人文精神,通过“广场文化之城”普及文化艺术,以文化转型服务经济社会双转型,以文化创新加速经济社会双转型,用“文化三城”战略支撑经济社会双转型。近几年,东莞“文化三城”建设颇具成效,这些从东莞市博物馆、图书馆和文化广场的建设数量上可以看出。然而,需要反思的是,处于中低下文化素质水平的东莞民众,是否合理地、充分地、有效地对其加以利用?

相对于深圳而言,东莞的外来人口以蓝领居多,这些人普遍受教育程度较低,缺乏文化素养。政府在《东莞市委市政府领导班子贯彻落实科学发展观情况分析报告》(讨论稿)中提出,要以提高出租屋租住和经营成本的经济手段推动新莞人回乡创业,转移低素质劳动力、优化人口结构。可见,在实现东莞经济社会双转型的此时,东莞政府已深刻意识到东莞人口中低教育水平所带来的危机。

在转移低素质劳动力的同时,政府应完善各种人才引进机制,“筑好新巢引凤凰”。大量高学历、高素质精英人才的引进,所取得的经济、社会效益无需多言,此外,精英人才本身具有的高素质可通过言传身教的方式逐步提高居民文化素质。以公交车让座事件为例,有朋友告诉我,前几年去大学城的公交车存在“脏、乱、无秩序”等缺点,让乘坐者不堪忍受,随着大学城的建立,许多大学生会给老人让座,慢慢的,公交车的环境得到很大改善,这是民众文化素质提高微小的体现。

总体来说,东莞市市民文化素质处于中下等发展水平,这与东莞试图成为高级城市化国家大都市的前景不相称。因此,为了将东莞城市建设为“以人为本,全面协调发展”的高级城市,东莞市政府应从发展经济入手,提高教育水平,加快城市文化建设,打造文化品牌,建立高品位的城市生态文化体系。利用现代化高科技手段,加速推广文化、科技知识,使东莞市民文化素质尽快达到中上等发达国家水平。

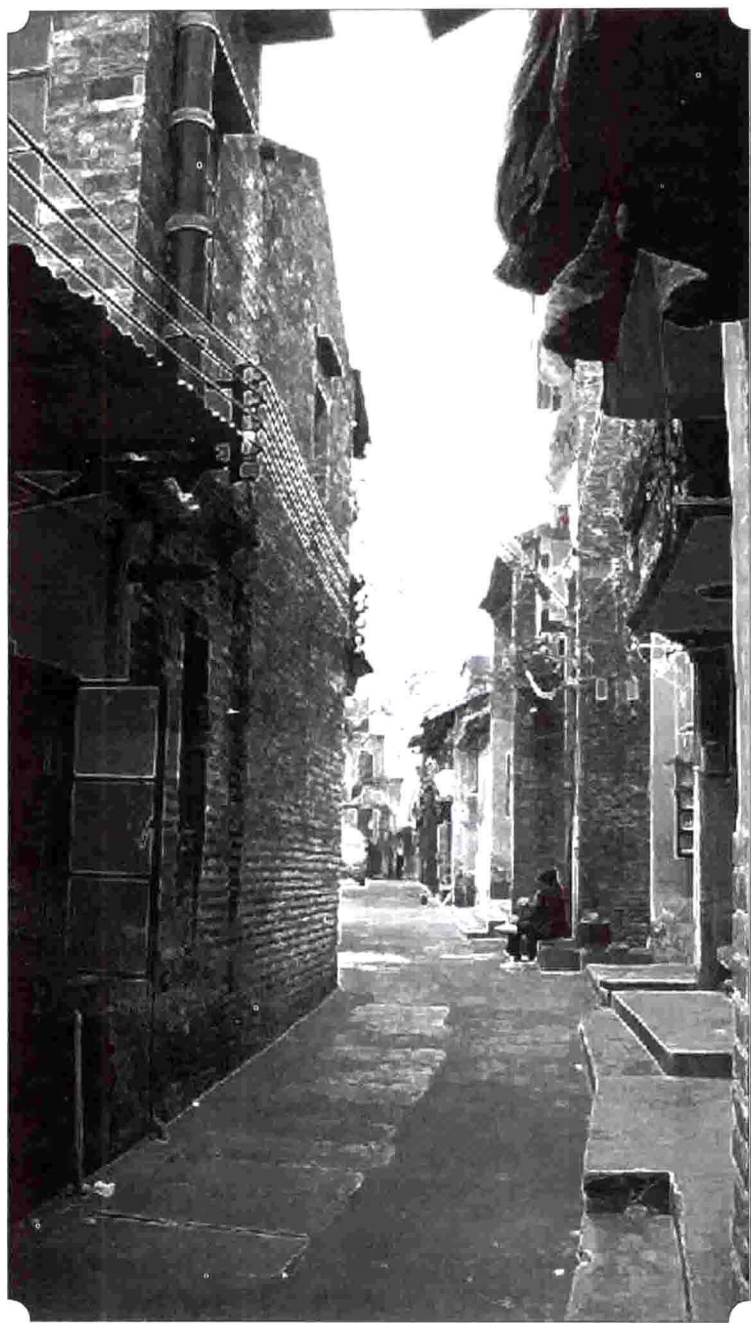
莞香 莞草 研究 | Research

莞香、莞草与莞盐并称东莞三大土特产，莞香、莞草抒发着东莞的骄傲。莞香是以东莞命名的植物，它是东莞的名片，是东莞文化的活化石。大三第一学期，我们14位对莞香有着浓厚兴趣的同学在阎江老师的带领下成立了莞香调研组，对莞香进行了实地调研，考察莞香的文化价值。

在这半年多的时间里，我们阅读了许多与民俗学相关的书籍并作好读书笔记，为田野调查奠定了理论基础；同时，我们也注重开展实践调查，通过各种不同渠道对莞香进行各种形式的田野调查，期间多次到莞香培育基地和寮步芽香街向香农和老人们了解关于莞香的知识，在实践中检验理论。经过一次又一次与莞香近距离的接触，我们认识到了它的生长特性、发展现状与经济价值等。随着调研的深入，我们对莞香的了解也渐渐加深，看到了凝聚在莞香背后的深厚的文化价值。

莞香调查尚处于起步阶段，由于我们得到的资料有限，成果中的某些观点可能比较粗糙或片面，希望读者们批评指正。如何解决这些难题，需要我们更深入的调研与思考。

芽香街



香市

早在400多年前的明代，广东就以香市、药市、花市和珠市形成著名的四大圩市，其中以买卖土沉香的香市最为兴旺。明代，广东每年的贡品都有莞香。当时莞香不仅畅销国内，而且经加工后由人力挑到香港出售，并大量远销东南亚。当年香市的具体位置就是寮步镇芽香街，然而香市当年繁荣的景象已不复存在，为了顺应大众的要求，恢复昔日香市的风貌，镇政府决定重新规划建设芽香街古街区。寮步芽香街古香市风貌区的规划设计效果图已经完成，现正处于征求意见阶段，搜集各方意见让决策部门参考。一旦方案定下，相信一个充满岭南建筑特色，包含古代香市风情的古街区很快就会与大众见面。

走访“芽香街”小记

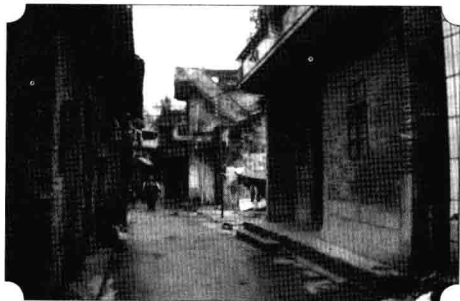
陈燕玲

我承认自己不是一个合格的调查员。因为在2008年2月4日早上七点正闹钟响起的那一刻，我是极不情愿地，甚至带有一点点埋怨的情绪从温暖的被窝里挪出来的。今年的冬天特别冷，连我国南方都出现了50年不遇的雪灾。这天还下着雨，空气阴冷阴冷的，温度大概只有5-6度，而且是农历的年廿八。据资料记载，今天是芽香街赶集的日子，根据东莞本地的习俗，很多家庭春节前都会设香案祭祀祖先和各路神仙，以求在新的一年里得到保佑，所以估计今天买香的人会多一点。虽然每年的这天都要帮忙家里清洁（这也是广东的一个习俗，每家每户都要在年廿八这天做好清洁来迎接新年），但因为调查是“正事”，所以也得到母亲的特许，不用参加清洁。这个年廿八也成为了一个特别的年廿八。

我们同镇的几个组员相约在一个车站一起出发，由于都是第一次到寮步，大家都不认识路，只能遵循其他组员所说的路线和下车地点。大概坐了一个半小时的车程，我们来到下车的公车站，可是因为车上太多人，我们又坐在最后，司机又在赶红绿灯，所以我们来不及下车。到了下一个站，因为前面的公车都挤在车站前，所以司机又没有停下，我们只能在再下一个车站下车，即我们得往回走两站的路程，才能到达我们原本的目的。当时的场景跟心情很难忘记：售票员恶劣的态度，使我们的心都凉了半截。紧接着的步行，我们迎着寒风，像一个个战士般向前进，仿佛曲折越多就越能激励我们的热情。

搞学问真的不是简单的事，没有坚持不懈的精神是绝对不能完成的。幸好我一开始就给自己定下绝不轻易放弃的承诺，所以在莞香调研中，无论是怎样的困难我都会尽力克服的，我知道这也是考验自己的一个机会。

终于找到我们的大队伍集合了，在一位师弟的带领下，我们来到了慕名已久的芽香街。这条有故事的老街道却显然不是我想象中的那样。



“芽香街”实景拍摄

这是一条狭小的，不算长却有点迂回的巷子，感觉有点像戴望舒笔下的雨巷。我突然间极希望有一位撑着油纸伞的像丁香一样的女子会在转角处出现。尽管两旁的房屋新旧有点参差，但有些老房子的门牌清晰可见“芽香街”三个字。一路上没看见有卖香的人，于是每经过一间老房子便下意识地用力嗅，希望能闻到莞香的香气。说来倒是闻到一些香味，但后来发现这并不是莞香所发出的，是一种祭拜时点的叫檀香的东西所散发来的。

我们感到一种莫名的失望和心痛，因为芽香街里并没有像书上记载的有来自全国各

地买卖者在此聚集的境况。可见这条街跟莞香一样,遭遇到重大的变故,以致曾经远近闻名的香市也式微了。

芽香街找不到卖香人,我们便决定到附近的一个肉菜杂货市场碰碰运气,因为那里人流多,说不定会有香农在那里卖香。



卖香的老太太

果然,我们找到了一位60多岁的老太太,这里也只有这一位卖莞香的。只见老太太的前面放着两麻袋的莞香,质量也很参差,绝大多数是白木香,但偶有一两块油份比较多的莞香。老太太跟我们说,现在早就没人在芽香街买香了,因为货源少,而且随着人们生活习惯的改变,顾客也减少了。只是将过过年,需要祭祀祖先等,所以买香的人比较多,要不平时的话更少。前两天本来还有一个卖香的同行,可是今天天气冷,所以大概也不出来卖了。尔后又问了老太太一些关于莞香过去及现在的情况,老太太也给了我们一些有价值的信息,最后我们组员还从老太太那儿买了一些香回家做留念。

告别卖香的老太太,我们又重新折回芽香街,想访问一些居住在这条街的居民。我们发现,本来居住在这条街的很多本地人都已经搬出了,而他们的房屋很多也已经出租给新莞人了。好不容易找到了一家本地人,却说是后来才搬进来的,对当时的情况不太

清楚。



访问芽香街的一位老居民

幸好最后还是访问到了一位老居民,这一位老婆婆,她跟老伴住在一起。花了一番功夫说清楚了来意,老婆婆消除了戒心,话也多了起来了。老婆婆提到了一点,就是有关镇政府要重建芽香街,已经说了好几年了,却迟迟没有动作。其中有居民与村委会间的矛盾,有村委与镇政府间的利益冲突等,很多问题还有待商榷,导致这个计划一再延迟。这个我想我可以理解,虽然东莞现在大力推广本土特色的文化产业,但要实行起来,还是得面对很多现实问题的。首先各个部门及各个阶层都得达成共识,要有资金和详细的计划,还要有专业的规划。这都不是一朝一夕能搞好的。

完成调查已经是下午一点钟了,我们一行人饥肠辘辘地走进一间食店,尽管又冷又饿,可是我们都有不枉此行的感觉。相信今天的调查对我们今后的研究报告有重要的作用。

历史的空缺

——对芽香街建设的思考

张雪梅

【摘要】莞香历来是东莞的地方特产，近几年东莞市十分重视发掘地方特产，将莞香作为标志性植物大量繁育推广种植，久违的莞香不久将香遍莞邑大地。传说明清时期，寮步曾形成十三条专业街，其中一条叫芽香街，是当时莞香的集市所在地，这个名字仍沿用至今。但这条承载着莞香文化的重要街道，现在又面临着一种怎样的境况？

【关键词】香市 芽香街 重建 保存

一、历史溯源

东莞市寮步镇，素有“香市”之称。与广州花市、廉州珠市、罗浮药市被誉为广东“四大名市”。古代香市若干年历史沉淀，为今日的东莞保存下来一批珍贵的历史文化资源。当现在人们开始重新重视莞香的发展时，我们是否关注过曾经繁荣的芽香街现在又是如何一番面貌？承载着莞香文化的这条老街，是否已经被大家遗忘？

芽香街，是寮步镇历史最老的一条街。

传说明清时期，寮步曾形成十三条专业街，其中一条叫芽香街，是当时莞香的集市所在地，这个名字仍沿用至今。曾经一度，因为到这里贩卖芽香的人众多而颇负盛名。当寮步人谈起他们镇的特产文化时，他们都会不无自信地告诉人们：我们这里最出名的就是卖香。据当地的同学告诉我们，芽香街是东莞一条有名的出售莞香的街，窄小的一条街，曾经聚集了来自各地的贩卖芽香的“香民”。

现在人们开始越来越重视莞香的发展了，如东莞市开始将莞香作为标志性植物大量繁育推广种植，鼓励群众种植莞香树，2003年将莞香列入东莞市第一批古树名木予以保护——50株位于大岭山公园内的莞香树作为种群之一，供游人观赏等一系列措施，以促进莞香的发展与传承，久违的莞香不久将“香”遍莞邑大地。但是，芽香街，作为曾经售卖莞香的著名商埠，现在却面临着逐渐被遗忘的境况。

二、发展历程

曾经一度，我们感到疑惑：东莞市大岭山才是盛产莞香之地，为什么寮步镇的芽香街却能成为最负盛名的“香街”？据《东莞县志》记载：“莞香，先辨土宜，土宜正者，白石岭、鸡翅岭、百花洞、牛眠石诸处不失为正，若乌石坑、寮步则斯下矣。”原来，寮步也是莞香的产地之一。虽不以产香著称，却因其依寒溪河为商埠，在当时形成了莞香



图片来源：东莞寮步网 <http://liaobu.dongguan.gov.cn/index.asp>