

中国名城

历代贡品录

马冀主编



中國名城歷代貢品錄

錢君匋題

馬 冀 主 編



文 匯 出 版 社

责任编辑：沈国祥

封面装帧：赵文奎

中国名城历代贡品录

马 冀 主编

文匯出版社出版发行

(上海市虎丘路50号)

新华书店上海发行所经销

江苏吴江伟业印刷厂印刷

1991年4月第1版 开本：850×1168 1/32

1991年4月第1次印刷 字数：190,000

印数：1—4,000 印张：7.5

ISBN7—80531—146—3/2.7

定价：5.50元



◁《月下追贤》（35层牙球）

莫泽辉摄



△越窑青瓷三足蟾蜍水盂（宋代）

钟守成摄

▷“华岳秋晴”（大理石贡品）



△装饰织锦缎（苏州市）





△永城补品“贡枣干”（商丘县）



△增城挂绿荔枝王（广州市）



△百子寿桃（开封市）



▷汴梁西瓜
（开封市）



△ 贡品山鸡 陈克寅摄



△ 蒲棒鹿肉 (承德市)

▽ 大同特产黄鼠



▽ “山菜之王” 蕨菜 郭庆米摄



◁大同铜器



▽道菜扣肉（贵州镇远）



△八珍御酒 陈克寅摄



◁ 鲜花玫瑰饼
(承德市食品厂)

前言

——试论中国贡品资源开发与利用

您知道中国历代皇帝和王妃的衣、食、住、行、乐等所用的东西是从哪里来的吗？为什么这些东西是如此精美、珍贵，甚至还带有传奇色彩呢？要回答这些问题，还得从“贡品”谈起。

贡品制度是中国历史上复杂现象的一种。它有一个演绎变化的过程，分“赋贡”、“土贡”、“岁贡”、“岁办”、“岁造”种种。按《辞海》注释：贡，献也，古常指把物品进献给天子。据考证，这也是一种古代的赋税制度，朝廷向各地征发军用品、祭祀品及皇室的办公用品和生活用品，以补充财政收入。因为中国古代都城是作为政治、军事、文化、祭祀中心而存在的，并不从事生产，只从广大乡村和地方征收贡赋，调集劳役，一般都较少向地方提供产品，因而国与野、都与鄙之间，大体只有单向物资供应关系，这使得皇帝居住的地方多是消费城市，即使城内有些手工业也基本是为宫廷服务的官手工业。清宮养心殿的“造办处”，就是一个高级手工作坊，如它每年购进大量紫檀、红木，又从广州、扬州、苏州等地征召能工巧匠进宫，就地加工制作，以满足宫廷生活的特殊需要。盛唐时，皇室不但任命了“织帅”、“绣帅”等管理人员，还专门为后宫妃院配备织绣艺工达700多人。相传夏代的租税制度就是“赋贡”。“赋，上之所求于下；贡，下之所纳于上”，从国土四方“聚敛城阙”。这种各地臣属或藩属向君主进献的土产、珍宝和财物的“土贡”，乃是赋税的原始形式，自秦汉至明代并未废除，清代虽陆续取消各地进贡，但臣属报效如故，贡“珍禽奇兽，裘服异味”比比皆是。“岁贡”则要求诸侯或属国

每年固定无偿地向朝廷奉献礼品，美其名曰为了“日祭月祀，时享岁贡”。“岁办”好象开明一些，各义上仅无偿征收一定数量的贡品。但其实不然，反而变本加厉，越发苛猛。明初地方官府每年向朝廷进贡土产，叫“岁办”，凡进贡不足或不合要求的部分，由官府出钱给商人代为采购、补充，然而实际给价很低，商铺多亏本，加上官吏百般挑剔，敲榨勒索，承役者往往赔本或破产，结果成了搜括的代名词、变相的赋役。“岁造”是由朝廷提供原料分发地方无偿制作，按规定时间上缴皇室，如明清时在地方设立的“御窑厂”、“应奉局”、“织造局”等，就是专办“岁造”事宜的。这种不给劳动报酬的做法，实际是“土贡”形式的变种。

“土贡”等作为历代王朝最高统治者的一种赋税形式，敛天下财宝名物，供帝王奢侈消费，就必然要竭力盘剥人民，正如史书上记载的那样，“或荒淫之君，降旨取索；或奸谄之臣，希意创贡，往往有出于经常之外者”，“而于百姓，则重困矣！”据史料记载，唐代湖州贡品紫笋茶，每斤有3.6万个叶芽，开始一年只贡2斤，由快马直送长安，后来就增加到900斤、2000斤，到唐武宗会昌年间（公元841—846年）竟加至1.84万斤。每年采茶季节，顾渚山上制茶工匠有千余人，采茶役工达3万人，不忙农桑，去当白差。难怪当时有位诗人写道：“动生千斤费，日使万姓贫。”有一部电视连续剧形象反映了隋炀帝杨广荒淫奢侈、穷征暴敛的情景：隋大业十一年七月，杨广巡视北疆，銮驾还在雁门，就强令晋阳百姓交纳贡品，弄得那里怨声载道，鸡犬不宁，成了进贡者和被进贡者之间矛盾激化的导火线。明代浙江宁波有贡茶制度，征发极严，虽“土地渐瘠，茶园渐乏，……但其贡典已定，岁不能缺，该县不得不按册寻户，照旧举行”，结果逼得茶农四处奔走，逃离家园，当地的茶叶生产因此更加衰败。一位学者撰文指出：当贡品制度的效应处于负值时，它会象一条毒蛇一样，无情地吞噬着地方经济的肌体，致使濒临绝境。

历代“贡品”也可以说就是当时某地的一批名、特、优、新产品。

是劳动人民的智慧结晶,是能工巧匠的艺术杰作。如若不是,则皇室不爱用,地方不敢贡。各地的官吏士绅,为了讨好君王,竞相争宠,他们“好中选优、优中选精”,生产、研制出全国独一无二的珍稀物品,“岁岁来朝,年年进贡”。而且全是货真价实,没有“伪劣商品”,否则,就要犯“欺君之罪”,不但“乌纱帽”保不住,弄得不好连脑袋也要“搬家”。这在客观上起到了钻研工艺、改进品种、促进生产的作用,成了刺激地方经济或某一行业兴盛和发展的动因之一,产生了正值效应。如杭州塘栖枇杷贡果的种植,当地果农就极为重视,据传,每当他们生下第一个孩子时,都要在房前屋后种上几棵枇杷树苗,俗云“传子树”,蔚成风气,代代相传,愈传愈盛,这就是塘栖枇杷生产经久不衰的奥秘所在。

中国古代“贡品”种类繁多,应有尽有,几乎囊括了皇室王妃生老病死所需的一切物品。我们这次向全国62个历史文化名城进行征集,仅38个名城就提供了118项贡品。在吃的方面就有属于荤食的以畜禽水产品制作的美味“佳肴贡品”;属于素食的以鲜菜、干菜、酱菜及调料品组成的“菜蔬贡品”;以各种植物面粉为主要原料,加糖、油、香料等制成的“糕点贡品”;由水果、干果合并的“珍果贡品”;由名茶、名酒为主的“茶酒贡品”。现在看来,生产、制作这些美食贡品的地方,实际上就是当年朝廷的“菜篮子工程”、皇家的“副食品基地”。除吃的贡品以外,还有绫罗绸缎的“衣着贡品”,工艺摆设的“赏玩贡品”,书写阅读的“文房贡品”,日常生活的“日用贡品”,筑宫造陵的“建材贡品”,御用马匹的“乘骑贡品”……在这些贡品中还可细分,如“玩”的方面,有民间玩具、特种工艺、古董文物、棋琴书画、钟表灯具、珍禽贵兽、奇花异草等;在“医”的方面有名贵药材、秘制膏丸、治病药膳、医疗器皿、健身器械等。总之,贡品与其它一般产品及土特产品相比,自有其特征,这主要表现在以下4点:(1)品种的珍贵性——数量少,质量好,有的几乎是独一无二,价值连城,极其珍稀贵重;(2)产地的单一性——一个品种

只产于某一地区,即便有数处都是贡供的茶或酒,但其品质有异,仍为一地一品;(3)享用的至尊性——多数贡品是专为帝王宫妃提供的,不是至尊至上的阶层无权享受;(4)价值的多重性——许多贡品都具有文化价值、经济价值、历史价值、政治价值等。

事实上,中国贡品可算得上是包罗万象,并且都是有据可查、有史可考的。如扬州每次上贡的玉漆器和木雕等就有目录“贡单”为据,承德的御膳也有每日的皇室“菜单子”可稽,这些资料在清宫档案中能查到。徐州从夏禹就开始上贡的“五色土”,在《尚书·禹贡》和《汉书·郊祀志》中有记载;云南进贡的“大理石”,在清《滇史·卷十三》中注明“此乃铺宫侧用”。有关贡品的资料,不但来源于史志档案,而且也散见其它古代诗文和民间传说中。

中国贡品是自然资源与人文资源巧妙交织、融为一体的特殊资源宝库,有极大的开发利用价值。据了解,提供贡品的地域范围甚广,不仅是在国家级历史文化名城,而且在省级名城及非名城地区,也都有相当多的特色贡品,正待挖掘、整理,十分丰富。由于种种原因,或是自然气候的变化,地理位置的迁移;或是毁林垦荒、围湖造田、乱伐滥采;或是认识偏颇,视为“四旧”,使其失去生存条件,致使众多的贡品资源长期被埋没、遭破坏,有的濒临失传绝迹。对此抢救和保护就成了首要任务,以使其重见天日,恢复它应有的价值,而后在此基础上再提高、再发展。《红楼梦》53回中农民向贾府交租的2担“胭脂米”就是清朝贡品,米名为康熙所赐。此米稻粒呈椭圆柱形,里外全是暗红色,回锅三次,色香犹存,每次回锅,米粒便伸长一段,有“三伸腰”之称。据报载,1954年毛泽东主席翻阅古籍时,发现了“胭脂米”产地,马上给河北省委写了信提出收购一部分,以供招待国际友人(毛主席的饭食,通常是吃红糙米、小米和烤玉米、烤红薯)。但在“文革”期间,此米曾被禁种,几乎绝迹。可喜的是,1984年当地农民无意中发现了半斤稻种,经过精心栽培,终于又恢复了“胭脂米”的生产加工。为了保护 and 开发贡

品这一资源，不但党和国家领导人十分重视，人民群众和地方企业也积极抢救。天下闻名的宿州“乐石砚”，因“发墨而不损笔”，成为历代贡品，但到清代却失传不见。近几年来，宿县的文物爱好者蒋玉山、万立勋、王孟儒等，带着干粮，在山中连日寻找，追踪记载，终于找到了乐石，经用传统工艺，精镂细雕，使“乐石砚”失而复得，并且其形状与色彩越发精美。“瓷都”景德镇的“御瓷”研究人员，经过刻苦钻研，复制出了清皇家婚典御用的粉彩瓷具，有樽、盃、鼎、彝等 40 个品种，每套 224 件，其工艺制作水平达到了乱真的程度。

从已有的资料来看，这些贡品资源的价值，主要表现在以下几个方面：

一是具有商品开发利用价值。所有贡品各在吃、穿、住、用、玩、医等方面都能派上用场，使其变为商品是顺理成章的事。象具有中国传统特色的旅游纪念商品、快餐饮食商品、医药保健商品、服装美容商品等，在这座贡品资源宝库中可以说俯拾皆是，开发利用的潜力很大。经过多方的调研论证，许多贡品开发后在国内、国际市场都会受欢迎。据了解，各国消费者对皇帝、王妃们使用过的东西还是很感兴趣的，那些仍然保持君主制国家的居民，对贡品的兴趣则更浓。目前世界上还有 41 个君主在位，他们分布在亚、欧、非、澳四洲，虽然各自称号不同，有天皇、国王、大公、苏丹、酋长等之分，但都是以世袭的方式把王位传给子孙后代。其中有不少是发达、富裕国家，消费水平很高，购买力极强。有关专家认为，在旅游业吃、住、游、购、乐诸要素中，“购”是最活跃的因素，弹性很大。目前，中国旅游商品的创汇收入虽已占整个旅游业收入的 37%，但潜力仍很大。有一位外籍华人说：北京人不会做生意，在北京有钱花不掉。这就是说，如果能开发出更多更好的旅游商品来，其创汇收入的比重还要加大。美国《商业日报》预言，西方主食面包将转向米食，从巴黎到洛杉矶，大米食品正在引起西方人的兴

趣,可能在今后数十年内替代西方人餐桌上的面包。如果说“汉堡包”曾遍布全球,那么中国皇帝吃过的“扬州炒饭”为什么不能风靡世界?当然,中国贡品进入国际市场,在保持传统特色的同时,也要适当改进,以适应消费国的口味。这方面已有成功的做法,可资借鉴。例如日本正在悄悄地出现中国酒热,销路最旺的首推曾是贡品的绍兴酒,就连一般的男女青年都知道“女儿红”、“花雕”、“加饭”等牌子。然而,日本人嫌绍兴酒不够甜,1985年在酒里加冰糖之后,才销量骤增。其它酒也如法炮制,在“竹叶青”、“桂花陈”等酒中加冰、加矿泉水、加一颗樱桃等使得古老的中华佳酿,在东瀛增添了新的神韵。

二是具有科技开发利用价值。中国历代贡品是当时物质文明高度发展的集中反映,大批能工巧匠的智慧结晶,其中有许多水平很高、鲜为人知的优良技艺,有待挖掘研究,古为今用。大家知道,造纸是中国四大发明之一,时至今日,纸的用途越来越广,不仅是书写、绘画、印刷载体,也成了当代许多生产、生活领域中的新型材料。著名的“造纸大王”、企业改革家马胜利,他正在用“尖端技术”把纸张开发成巾被使用。其实,这种“纸当布用”的做法在中国贡品中是早已有之。古代越州(今绍兴市)曾以树、竹、藤等纤维制成绝妙“贡纸”,为历代书画家所赞赏。更有趣的是,当地还有人用纸作被。朱熹就曾送过一条纸被给陆游,在大雪纷飞的寒冬,陆游曾用纸被夜读,并在诗中写道:“纸被围身度雪天,白于狐腋软于棉。”这说明越纸在清白度、轻柔度、保温度和牢固度方面达到了极高的水平,其造纸技艺确有独到之处,我们何不探其奥秘,着手开发呢?上海、成都等地的医药学专家和企业家里,广泛搜集古代秘方,结合现代中医科研成果,精心研制了一批适合海内外人士需求的保健用品,成效显著。特别是贡品药枕,可平衡气血,延缓衰老,健脑益智,对失眠症、颈椎病等都有疗效。曾主持过我国现代科技事业的全国政协副主席方毅使用成都药枕后夸赞说:失眠症可

以说是一个世界性的难题，世界上发明了许多安眠药却无特效。自从我用了“神农牌”长寿药枕，却解决了长期失眠的大问题，我告诉北京医院的大夫，他们难以置信，称这是一个奇迹。最近日本医学界化验分析，发现中国茶叶具有杀菌、除臭、抗病毒、抑制癌变的多种功效，他们预测，中国茶叶将有可能成为人类预防和治疗疾病的药物。若果真如此，在众多的“贡茶”中筛选一部分优良品种加以开发，其前途不可限量。可见有“甲天下”、“世无双”、“冠神州”、“盖世珍”之美誉的中国贡品，其科技开发利用价值之大。

三是具有文化开发利用价值。从某种意义上说，古老的、精美的中国系列贡品，辉煌着中华民族昔日的荣光，集结了整个民族卓越的创造精神和东方式的智慧。同时也记录着中华民族历史的沉重与艰辛。因此，贡品资源的文化内涵很深，是一分珍贵的祖国历史文化遗产。有人提出可以建立一门“贡品学”，探讨它的历史渊源、形成演变、地位作用、传统技艺、文化考古、挖掘保护、开发利用等，应当说是有所作为的。可以贡品为主要内容举办各种艺术节、展览会、博物馆，与中外人士开展酒文化、茶文化、花文化、竹文化、丝绸文化、美食文化、陶瓷文化的交流，扩大名城的知名度和美誉度，进而促进经济贸易的发展。如洛阳举行牡丹(贡品)花会，绍兴举行黄酒(贡品)节，都引来了大批海外客商，结合旅游、贸易，取得了巨大的经济效益，我们也可将中国历代贡品的精萃，加上一定的神奇传说、故事情节，拍摄成电视系列片向世界发行，广泛宣传介绍中华文化之瑰宝。还可组织国外学者、游客来中国进行贡品考古活动。据考证，云南贡品“大理石”，在日本也有影响，他们也叫“大理石”，有趣的是日语的书写和读音都是这三个字。中国的贡品丝绸传到西亚和欧洲后，以兽皮、亚麻布和毛织品为传统衣料的罗马人，为轻柔、光亮、色泽绚丽的丝绸所倾倒，连威震当时南欧北非的凯撒也穿上中国丝绸袍炫耀于罗马贵族前。这不是很能引起人们对中外文化交往史的研究兴趣吗？从已出土的文物来看，许多

价值连城的国宝，与古代贡品有着密不可分的联系。武威古称“凉州畜牧甲天下”，所产大马矫健雄骏，早在汉代就被选为贡马。而1969年9月在甘肃武威出土的踏鸟行空的“铜奔马”，就是它生动的写照，成了一件举世闻名的稀世珍宝，被定为中国旅游的形象标志。扬州玉器在清代其所以成为冠盖京华的贡品，也是源远流长的，这在出土文物中可以找到佐证。1984年4月在扬州市邗江县甘泉乡东汉砖室墓前出土一件《飞熊玉水滴》玉器，造型独特，雕琢精致，反映出当时琢玉师们高超的圆雕、线雕、镂空雕的精湛技法。此件已被定为国家一级文物藏品。我们知道，现存安阳的殷宫夯土台基，本是聪明的古代工匠为避免木柱侵蚀腐朽而夯筑的。但后世哲人却从中引出人文意义。晚周的老子说：“九层之台，作于累土”，积土成为积德的象征，登高则表示上进。后世宫殿无不建立高台基，除实用价值外，还意在表征庄严和崇高，并且越搞越玄，索性用青、赤、白、黑、黄五种不同颜色的土堆垒为社稷台。这就难怪古代“徐州牧岁贡五色土”了。贡品资源中如此深厚丰富的文化蕴藏，还不值得人们去深入开拓研究吗？

四是具有“国礼”的开发利用价值。按照国际惯例，友好国家之间的交往，免不了总有些“礼”尚往来的。对一个国家首脑的出国访问，或接待别国的元首来访，选一些珍贵的礼品相互馈赠，以资纪念，很能表示双方友谊的发展与长青，有助于强化两国人民之间的友好感情。作为“国礼”之物品，就要慎重精选，一要有纪念意义，二要有传统特色，三要有对方喜爱之处，四要有文化经济价值，必须珍美精贵。而这些要求，在历代贡品资源中都能选择得到，并已有了先例，传为佳话。古代扬州刻版书籍，从缮写、雕刻到印刷、装订，无不尽善尽美，一直是作为贡品奉献给朝廷的，清康熙皇帝要了第一部《全唐诗》后，亲自审批赞誉。如今，扬州广陵古籍刻印社仍保留这种传统雕版印书技艺。在中日恢复邦交的重要时刻，当年毛泽东主席作为珍贵礼品赠送给日本首相田中角荣的那

部《楚辞集注》，就是用的广陵社《古逸丛书》版印刷的本子。历史上山西大同虽不产铜，但它的铜质工艺制品却精美绝伦，有“五台山上拜佛，大同城内买铜”之说。元末明初大同人发明制作的铜火锅，将锅与炉融为一体，既是炊具又是餐具，还是工艺美术品，传入宫廷后用作冬季涮羊肉，风味独特。1973年周恩来总理陪同法国总统蓬皮杜访问大同时，就曾以大同铜火锅作为礼品馈赠。1979年春邓颖超访问朝鲜赠送给金日成主席的国礼，为扬州漆器厂制作的《锦绣万年青》点螺台屏，屏中以青松、翠竹、金梅、紫荆构成的图案，体现了中朝人民友谊万古长青。此台屏现珍藏在朝鲜平壤锦绣山议事堂礼品室中。“千斤贡墨”产徽州。当年的“徽歙曹素功”就是今日“上海墨厂”的前身，他们用明清传世墨模铃制而成的黑墨，具有很高的工艺欣赏价值，即中国传统文房四宝中的精品。现在党和国家领导人，多次以此作为国家礼品墨赠送给各国友人，增进了中国与各国间的友谊。

为了弘扬中华民族传统文化，让世界更多更好地了解中国，使中国的贡品走向国际、为国增光，建议国内有关部门、有识之士、有开拓创新精神的企业家，能创建一个综合性的“中国贡品开发实业公司”，专门从事历代贡品资源的挖掘、保护、开发、利用，集研究整理、复制生产、经营展销于一体，这真是一项具有开创意义的事业，深信其经济效益与社会效益是一定很大很大的。

如果说历代的贡品是“昔日王谢堂前燕”的话，那么通过现在和今后的开发与利用，它必将“飞入寻常百姓家”！

编者

目 录

前 言.....	1
----------	---

佳肴贡品

维扬菜肴帝喜饌.....	1
清帝常烹山庄鹿.....	7
承德黄鼠供御厨.....	9
大同黄鼠味更美.....	10
皇帝大喜封“瑞狗”.....	11
玉食祭品黄羊肉.....	12
御用晾肉出承德.....	13
雉鸡味美帝喜尝.....	14
御餐配用酱羊肉.....	15
天福酱肘送宫中.....	17
南京板鸭成“贡鸭”.....	18
义春楼香肠进皇室.....	20
徽宗御肴“假元鱼”.....	21
乾隆作诗夸濡鲫.....	22

