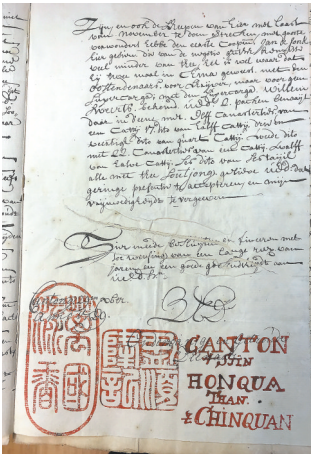


《广州十三行与海上丝绸之路(上下)》,冷东著,广州出版社



“万国流香” 作者供图



“周佛万国” 作者供图

中国的历史进程始终伴随着对世界的认知和探索,随历代王朝与世界的交往程度而发展变化。隋唐之前,历代王朝多以“天下”一词作为对世界各国的笼统指称;元代文献中的“万国”概念已包含域外政权,用以指涉世界;明朝郑和下西洋虽实地踏查了亚洲和非洲部分国家,但并未直接接触欧洲,对世界的整体认识仍不完整。直至地理大发现和远洋贸易将世界真正连为一体,中国丰饶的物产和巨大的市场吸引西方资本主义国家从海路蜂拥而至,广州

十三行商首次以“万国”理念从事“广货行天下”的国际贸易与文化交流,岭南区域社会发展的历史基因由此孕育并逐渐成熟。

例如,荷兰国家档案馆(位于海牙)收藏了丰富的广州十三行商贸文献,其中包括清雍正七年(1729)广州十三行商陈芳官、陈钦官与荷兰东印度公司签订的茶叶商贸文件。该文件不仅盖有中文印章“盈顺隆记”与荷兰文印章“CANTON Sjin HONQUA THAN CHINQUAN”;还加盖了一枚广告印章,印文为“万国流

香”。这应是目前所见中国最早的海外茶叶广告,生动反映了通过广州十三行,神奇的小小茶叶承载着中华文明,成为中西物质与文化交流的重要媒介。中国茶叶以其绝佳品质,使香气与美名流传万国,吸引世界各地的仰慕者前来寻访、品鉴与贸易,深刻影响了世界社会的生活方式及相关制度的变迁。

此外,在“万国”背景下形成的茶叶贸易,还完成了从“茶叶之都”向“茶业之都”的转变与升华,为理解“广货行天下”的内涵提供了重要支撑。“茶叶之都”以产品为核心,侧重“茶叶本身”,强调某一地区因优质茶叶品种、悠久的种植历史或独特的茶叶品质闻名;“茶业之都”则以产业经济为核心,突出经济功能与产业链地位,强调该地区在茶叶加工、贸易、品牌、集散或产业链整合方面的核心地位。因此,“万国流香”成为“广货行天下”之“茶业之都”的集中体现:它不仅涵盖了广东本土的茶叶产业,还吸纳了“浮梁歙州,万国来求”的安徽茶叶,以及“享天下之盛名”的福建茶叶等,行销天下,产生了广泛而深远的影响。

广州十三行的“万国”理念与“广货行天下”,并不局限于茶叶贸易。例如,天宝行位于今广州市海珠区黄埔村,梁经国及其子梁纶先后担任行商,亦称“梁经官”。英国国家档案馆中收藏有一封道光十年(1830)梁经国致英国东印度公司的信函,内容为商讨玛瑙贸易事宜。信函结尾署名“天宝行谨启”,并铃盖梁经国的英文私章,印文为“Kingqua(经官)”。

更有趣的是,梁经国天宝行的信纸上还铃盖有三个圆形图章。其中一个圆形图章印有两只凤凰,中间为钱币

图案;另一个圆形图章印有三只凤凰,中间为钱币图案;这两枚图章遥相呼应,寓意生意兴隆、双凤齐鸣、三凤同春,体现了中国传统吉祥观念与国际贸易实践的结合。信纸右侧还印有祥云与吉祥束带图案,寓意“官运亨通、吉祥如意”“平步青云、岁岁平安”等,显示出行商在跨国贸易中对传统文化象征的自觉运用。

更为重要的是,第三枚圆形图章围绕钱币图案,刻有“周佛万国”字样,反映了天宝行及广州十三行商在国际贸易实践中形成的“万国观”。在与外国商人的持续接触中,十三行商潜移默化受到东西方国家商人远渡重洋、冒着生命危险财产危险前来广州自由贸易、经商求利思想及平等交换观念的影响,自觉或不自觉形成更为开放的商业思维,突破传统地域贸易的局限,寻求与世界市场接轨,追求国际利润,将中国的地域化贸易纳入全球贸易体系之中,推进了贸易全球化的发展,推动了以互利为基础的跨文化商贸关系的形成。

由此可见,“周佛万国”已超越“万国流香”所代表的单一行业范畴,其核心含义在于“商贸周济普惠万国,润泽天下繁荣安宁”。它从承载古代帝国天下理想的理念,转化为“广货行天下”的丰富商业蕴涵。

全面梳理和阐释“周佛万国”“万国流香”“广货行天下”与中国传统海上丝绸之路之间的内在关系,是我十余年来持续推进的一项研究工作。在多年资料积累与阶段性成果的基础上,我于2017年成功申报国家社科基金重点项目《广州十三行与海上丝绸之路发展变化研究》,并于2020年顺利结项。结项书稿易名为《广州十三行与海上丝绸之

路》,入选“十四五”国家重点出版规划,获广东省2024年重点主题出版项目资助,由广州出版社于2024年12月出版,从历史背景、管理制度、商贸网络、城市发展、社会变迁及文献考据等多个维度,系统呈现了十三行在海上丝绸之路中的历史轨迹与全球影响。

书中进一步梳理了“周佛万国”“万国流香”“广货行天下”等理念形成与发展的历史过程:16世纪以来,世界进入“全球时代”,地理大发现与远洋贸易将广州口岸与世界连为一体;在制度层面,广州口岸逐步形成以粤海关为主导的从事全球化贸易的十三行与澳门贸易制度;在交通层面,这个时期广州已建立起与世界主要国家往来的航线网络;在主体层面,广州口岸汇聚了来自世界各地的中外商人群体,于大浪淘沙的国际贸易风云激荡中,开创了全球贸易新时代;在影响层面,这个时期海外贸易的内容,对世界及中国的经济领域、经济组织、经济制度等领域作出了重大贡献;在思想观念层面,广州十三行商人提出“周佛万国”“万国流香”等全球化理念,成为中国较早认识并实践全球化的重要探索者;而在城市层面,广州作为全球化的平台与枢纽,“广货行天下”进一步巩固了其“千年商都”与全球化城市的辉煌地位。

历史的回响,正是基因长久延续的印证。通过系统研究和深入梳理广州对外交往的历史文化遗产及其当代丰富实践,传承弘扬“周佛万国”“万国流香”的精神内涵,积极搭建国际性交流平台与传播平台,“广货行天下”将在当代语境中持续焕发活力,辉煌长存。(作者为广州大学人文学院教授)

## 【编者按】

“广货行天下”,当我们从当下回溯历史,看到的不仅是一条延续千年的商脉,更是一种跨越时空的文明对话。本期羊城晚报文史哲周刊两篇文章,从学术视角重访历史辉煌:冷东教授以广州十三行“万国流香”“周佛万国”的印章与信札为证,展现清代商人以开放的“万国”理念,将地域贸易纳入全球体系;罗一星先生则通过明清时期“广锅”行销万里的传奇,再现“走广”商路编织起的贯通宫廷与民间、连接中原与海外之物质文化网络。从铁镬到茶叶,从佛山到世界,广货之“行”,既是器物的流通,更是技术、美学与生活方式的跨文化传播。历史基因如此,当代实践亦然。

专题策划:温建敏  
专题执行:潘玮倩

# “走广”与广锅行天下

□ 罗一星

购,供不应求。

下面通过几个小故事,介绍广锅畅行天下的盛况:

## 满载广锅下西洋

永乐三年至宣德八年(1405—1433)的28年间,郑和七下西洋,与30多个国家和地区开展了大规模的双向商品贸易。佛山生产的广锅,是当时代表国家制造最高水平的金属产品品牌,与纺织品的南京云锦、陶瓷品的景德镇陶瓷一道,作为郑和下西洋的馈赠品和贸易品,成为所到国家的首领和贵族喜爱的品牌。郑和下西洋的宝船,主体船载约为750—1000吨,需要大量采办精好华美、可供赏赐的物品。每次出洋前,明朝内官监都要在国内花大半年采购物品,其中来自广东佛山镇的广锅就被纳入内官监的采办物料单。七次下西洋,七次大采购,批量广锅加入大流行动,迅速由地方名锅跃升为国家品牌,奠定了广锅的明星产品地位。广锅在海外广受欢迎,反过来刺激了佛山锅业生产的飞速发展。永乐年间,“佛山商务以锅业为最”,由此诞生了大锅商洗浩通。各省商人买广锅,皆往洗浩通家,洗浩通者不拒,天天酒肉招待,其豪情远近闻名。正如《佛山忠义乡志》记载:明永乐间,遣三保太监(郑和)下西洋,岛夷多受封爵,番舶始集,诸货宝南北互输,以佛山为枢纽,商务益盛。

郑和下西洋之后,海外诸国到广东求购广锅者络绎不绝。爪哇国(今印尼)尤为突出,宣德年间,爪哇国使臣多次到广东交换广锅。当时与中国交换广锅的南海诸国还有:马六甲(今马来西亚)、淳泥(今文莱)、苏禄(今菲律宾)、榜葛刺(今孟加拉)、天方(阿拉伯地区)、吉里地闷、沙瑶、叻咿咿、麻逸及三岛等国。

## “锅貂易易”的主角

中国东北是貂皮的重要产地之一。从永乐到万历年间,明朝沿辽东边墙先后开设了十四处马市,成为汉族与女真、蒙古等族之间互通有无的重要场所。女真商人将各部族采集的貂皮和人参运往开原马市,用以交换铁锅,史称“锅貂易易”。貂蝉原是明代朝服上的尊贵饰品,也可用来暖耳。每遇严寒,皇上赏赐内外大臣貂蝉,第二天群臣戴着貂蝉上朝谢恩,成为万历朝的一道风景。为了换取优质貂皮,并让女真、蒙古及各少数民族满意,官府给予

广锅“官锅”的身份上市。因此,在开原马市,每年上市的广锅数量超过两万口。加上广宁、抚顺等十四处马市,广锅每年在辽东马市的充市数量不可小觑。可以说,以广锅为主的铁锅,是辽东马市的主要互市商品。铁锅与缎布组成的“锅布”双宝,支撑着辽东马市两百余年的长期运作。

广锅在开原马市的抚赏,也刺激了达斡尔、赫哲等各族对铁锅的强烈需求。在通行以物易物的楚勒罕集市(今齐齐哈尔西北四十里彦钦屯),各族商民云集,每次市期二十余天。交易品主要是貂皮和远道运至的广锅。清初时,以貂易锅,无论大小,以貂皮放满锅面为止,一锅常放有数十貂。清人方观承诗云:“贾客釜鼯声在臂,虞人貂眩堆紫腰,相逢不用频争值,易釜惟凭实釜貂。”这里所述的“釜鼯声在臂”,是指敲锅声震动到手臂处才是好锅;“实釜貂”则指貂皮放满锅面。各少数民族对这种珍贵炊具的热情,可见一斑。

## 孙悟空巧用广锅降老魔

《西游记》第75回有一段描写:孙悟空挟带广锅钻入老魔肚子,在老魔肚子里叫嚷:“老孙保唐僧取经,从广里过,带了个折叠锅进来,煮杂碎吃。现在将你这里边的肝肠肚肺,细细受用。”老魔头心惊胆颤,只叫:“莫動手,莫動手!”孙悟空不用刀枪剑戟,只用广锅为武器,就将老魔彻底制服。我们不得不佩服吴承恩的想象力!

西游记的作者吴承恩出生于1500年(明朝弘治十三年),自幼居住在淮安河下古镇,河下古镇位于京杭大运河沿线。吴承恩亲眼目睹满载广锅的船队停泊淮安,脚夫搬运广锅上岸,并在淮安街市店铺畅销的情景。他又看到载锅船队离开淮安,继续北上至运河沿线的另一个大码头——临清,繁忙景象尤为壮观。临清为“南北交汇咽喉之地”,城中著名的“锅市街”位于最繁盛的区域。大宗铁锅在此转输至华北、西北和辽东各市场。例如,用于辽东马市馈赠女真贵族的广锅、大同互市馈赠蒙古贵族的广锅,甚至哈密和宁夏贵族的广锅,都在此采购。佛山冶铁家族也派人经商临清:明代户部尚书李待问的爷爷李壮、叔叔李白都曾长期在此经商。耳濡目染,广锅的品牌形象深植于吴承恩心中,现实的情境与小说人物时空交错融合,因此,他在《西游记》中创作出孙悟空与老魔王对话的精彩篇章。



沈阳清宁宫北灶台的接口广锅  
作者供图

## 广锅与清宫祭祀

广锅与清代皇室的连结,与努尔哈赤家族的推崇有极大关系。努尔哈赤家族三代从商,祖父和父亲都是为女真首领打理马市的头目,努尔哈赤自幼生长在马市互易之家,对广锅的商品价值了然于心。广锅在辽东各马市上的亮丽表现及女真首领们的“用户评价”,使其在努尔哈赤祖孙三代心中占据了较高位置。当努尔哈赤征服女真各部落,将明朝颁发给女真各部的1499道敕书全部归入囊中时,独擅广锅之利。清朝建立后,即制定了完善的广锅采办制度。

清朝制度规定,每年清明、中秋、冬至、岁暮在盛京三陵举行四大祭。福陵、昭陵、永陵合称“盛京三陵”。自建陵伊始,即规定祭祀礼器采用广锅。皇太极于天启七年(1627)开始在清宁宫祭祀,在清宁宫东次间建神堂,其北灶台即安放两口大型“煮肉接口广锅”,正合清官萨满教祭祀常献二牲之礼。

清朝进京后,故宫坤宁宫的祭祀礼器也指定使用广锅。坤宁宫有一套天天进行的祭祀礼仪,乾隆皇帝规定:坤宁宫每日进猪四只,煮猪肉祭祀祖先神明。坤宁宫、清宁宫、清三陵,每年至少烹煮大猪三千只。

此外,广锅也作为皇子或驸马成家、皇女出嫁时的赏赐品。每有此类庆典,每家获赠大小广锅五十口。

清朝建立了严格的广锅采办制度,凡宫廷需采办广锅,由内务府发起,通过工部指令广东布政使在佛山镇民间炉户采购。铸造完成后,由广州府派官员送京交内务府收存。每次采办广锅的数量、金额、采办人及押送官员都在档案上记载得清清楚楚。

粤语有“大锅”一词,佛山人最懂!一接到“大锅”订单,就知道是朝廷下单,必须在材料、工艺、造型、烧造各环节精益求精、一丝不苟。做好了回报丰厚,做不好赔累受罚。“大锅”不是“倒大霉”的意思,而是“大件事了”,要十分重视、认真对待的意思。

## 广锅与美洲华工

清光绪年间,两广总督张之洞奏言:内地铁货出洋,以锅为大宗。每年其往新加坡、新金山、旧金山等处,由佛山贩去者约五十万口。

早期出岛谋生的华工,主要是广府四邑人。他们无论在美国旧金山还是在澳大利亚新金山挖金矿,都是集体生活,保持着广府人的饮食习惯。粤式炒菜,必须有广锅。张之洞所说的由佛山贩去的每年五十万口的广锅,为出国华工提供了饮食保障。现代英语词典中“WOK”一词,源于粤语“镬”的发音,专指圆形尖底的中国铁锅(Chinese Wok),就起源于旧金山广府华人群体。

同样,大批参与铁路修建的广府人华工群体,也延续着吃粤菜的传统。美国一部华人修建铁路的纪录片《金山——征服内华达山脉》,介绍了修建铁路的华人围锅用餐的习俗,指出热食是华工群体健康的重要因素。由华工负责的太平洋铁路西段建设,要在高寒的内华达山脉上挖冻土、铺铁轨,任务艰巨。当时华人每20人配一个粤菜厨师和一口广锅。美味可口的热食保证了瘦小的华工群体的健康,华工的建设速度大大快于仅用冷食的高大的爱尔兰人在东段的建设速度。这一成果,让西方人大为惊叹,立碑纪念。广锅为华人移民群体低成本融入当地主流社会做出了贡献。

广锅是明清时期代表国家水平的金属铸造商品,五百年间,行销万里,朝野争先,名满天下,成为当时国内最有竞争力的铁锅品牌。广锅的九边互市,提升了少数民族的社会文明和家庭生活水平;广锅作为宫廷指定用品,保证了宫廷生活的高大上素质,也完善了清朝宫廷烹煮糕蒸的祭天祭祖文化。所有这些,都为社会稳定和国家平带来了福祉。一句话概括:广锅是广货中畅销范围最广、流行时间最长、官方民间俱赞的唯一品牌,没有之一。

(作者为佛山历史研究知名学者,佛山历史文化丛书学术委员会顾问,《东方文库》主编,《佛山简史》主编)