



# 大灣區「香藥之路」：千年香脈裏的文明密碼

梅毅

「一縷煙中見天地，半爐香裏讀嶺南。」

中國的香文化，其淵源可追溯到遠遠的新石器時代，那時先民們燃燒艾草、松柏等綠植，以祭祀天地，此即為最早的「燎祭」形式。至周代，焚香之俗被正式納入國家禮制之中，《詩經》裏所提的「裡祀」，便是以芳香植物告祭蒼天的莊嚴儀式。戰國時期，屈原以「扈江離與辟芷兮，紉秋蘭以為佩」之句，將香草與高潔之品格緊密相連，從而奠定了香文化獨特的審美內核。漢代張騫通西域後，乳香、蘇合香、沉香等異域香料，沿着陸上絲綢之路紛至沓來，與本土香草共同構成了「草木、果木、樹脂」三大香料體系，由此，香藥文化在祭祀、藥用、日用等多個領域並行發展。葛洪所著《肘後備急方》中，沉香更是被用作藥材，更讓香藥成為中醫藥的根基。

唐宋時期，香文化迎來巔峰。唐代「合香」技術的突破，打破了單一香料的使用局限；宋代《陳氏香譜》則收錄香方二百八十餘種；而《清明上河圖》中汴京街頭「劉家上色沉檀揀香」招牌，更是映照出宋代市井香藥消費的繁盛。彼時，南宋香藥貿易稅收一度達財政收入的百分之十五，市舶司通過「抽解」（徵稅）與「博買」（強制收購）的專營制度，將廣州、泉州推為全球香料樞紐。宋高宗曾言：「市舶之利最厚，所得動以百萬計」，足見香藥貿易對國家經濟命脈的支撐。這種「以香養國」的模式，為大灣區埋下了深厚的歷史產業基因。

香港的「香」字，鑄刻着一段嶺南獨有的芳香傳奇。其香藥基因，源自明代東莞地區盛產的「莞香」（當時香港屬東莞縣管轄）。莞香的種植歷史可追溯到唐代，原產自東南亞的白木香樹，在嶺南濕熱的氣候環境中逐漸本土化，孕育出了獨特的「土沉香」。到宋代時，東莞憑藉其獨特的黃壤與紅壤酸性沙質土壤，成為莞香的核心產區。

明代是莞香的黃金時代，東莞寮步鎮的

「牙香街」成為全國最大的莞香集散地，當時與廣州花市、羅浮藥市並稱為「廣東四大名市」。莞香因其卓越的品質被列為皇家貢品，故宮博物院現存的清宮檔案中，所記錄的「女兒香」「蓮頭香」等品種，均為東莞進貢的頂級香料。每年，大批量莞香從東莞各地運至九龍尖沙咀（古稱「香埠頭」），再渡海至港島石排灣（今香港仔）集中，然後轉銷沿海及海外地區。石排灣因此得名「香港」，並逐漸演變成為整個地區的代稱，這便是「香港」之名的由來。香港本地家族工坊如「陳聯馨」「永利檀香莊」等，工藝複雜講究，「九蒸九曬」，需耗時三年方能製成，成香香氣醇厚持久。其產品涵蓋線香、塔香及祭祀用香等多種類型，遠銷南洋各地。

然而，清雍正年間，因官吏盤剝和「遷海令」政策的實施，沿海居民被迫內遷五十里，香農含淚焚毀莞香林，導致香港種香業一度衰落。至民國初年，野生莞香樹幾乎絕跡，寮步香市也名存實亡。然而，「遷海令」雖能摧毀莞香林，卻斬不斷歷史文化記憶。莞香的文化基因已深深植根於這片土地之中。一九九七年香港回歸祖國之際，深港青年在深汕仙湖植物園種下一千九百九十七棵沉香樹，形成蔚為壯觀的「回歸林」。棵棵香樹年輪中刻錄的，不僅是生態的復甦，更是文化血脈的重新接續。如今，東莞已建立了萬畝生態林，八十萬株莞香樹重現生機；區塊鏈技術，實現了「一木一碼」的溯源管理；非遺傳承人黃歐堅守初心和傳統，「九蒸九曬」古法工藝推陳出新；寮步的「採香節」，更是復原了明代香市的盛景。更令人振奮的是，有研究發現，土沉香中的「沉香味喃」具有顯著的抗癌活性，古老的香道正與現代醫藥深度交融，煥發新的生機。

除香港之外，澳門香藥史則與另一味名貴藥材龍涎香緊密相連。龍涎香的記載最早可追溯到漢代，沿海漁民在海上發現灰白色蠟狀漂流物，乾燥後散發奇異香氣，當時作為貢品進

獻皇室。但彼時尚未形成系統認知，僅視為「海中奇物」。唐代，隨着阿拉伯商人的貿易活動，龍涎香（音譯「阿末香」）通過海上絲綢之路傳入中國，成為高等級貴族專屬香料。至宋朝，《嶺外代答》賦予其神話色彩：「大食西海多龍，枕石一睡，涎沫浮水，積而能堅」。「龍涎」之名便由此而來。龍涎香不僅用於宮廷熏香，還融入文人雅士的「四般閒事」（品香、鬥茶、插花、掛畫）。在這一時期，由於物稀價貴，仿冒龍涎香的現象也頻頻發生，《夷堅志》中便記載了南宋臨安商人偽造龍涎香以牟取暴利的事件，這也從一個側面反映出這種香料高昂的商業價值。

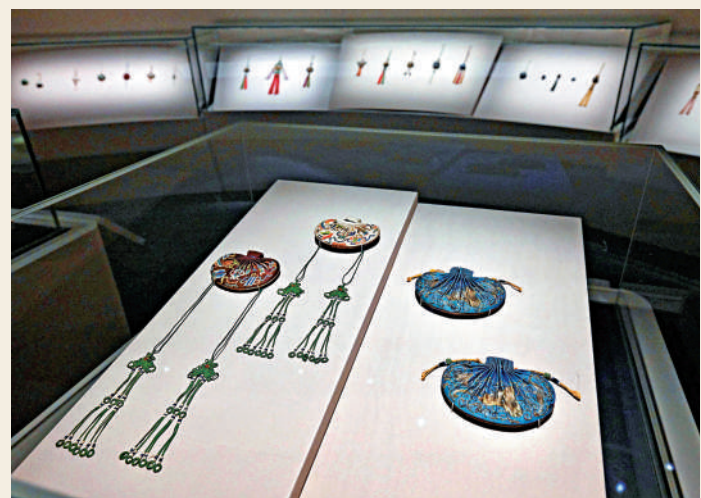
明朝嘉靖帝痴迷煉丹，龍涎香被列為「仙藥」之一，朝廷舉國搜尋。葡萄牙商人精準捕捉到了這一機遇，趁機以進貢龍涎香為籌碼，於一五五三年借晾曬貨物之名登陸澳門，逐步建立貿易據點。據戶部紀錄顯示，嘉靖三十四年（一五五五年）以每斤一千二百兩白銀，高價購得十一兩龍涎香，葡萄牙人借此鞏固自身在澳門的地位，形成「龍涎香外交」。葡萄牙人借此建立澳門據點，推動中國最早的「海關」制度雛形——市舶司誕生。一粒小小的龍涎香，竟成為改變政治地緣格局的鑰匙。

十九世紀後，西方科學家揭開龍涎香的神秘面紗：原來，龍涎香是抹香鯨消化鯨魚喙骨後形成的病理產物，需經海水浸泡百年方能散發出玄妙奇香，形成頂級的「白龍涎」。白龍涎的留香時間可達麝香的二十倍之久，一克頂級「白龍涎」在國際市場上的價格更是超萬元。然而，近年以來國際上的過度捕撈導致抹香鯨瀕臨滅絕。澳門大三巴遺址復原了明代香藥交易的場景，

以文旅體驗的方式重構了歷史敘事，警示人們要關注生態與商業的平衡。

如今，香港正以科技賦能，促進香脈的新生：尖沙咀的香港藝術館，舉行了沉浸式香文化體驗展「尋香記」；位元堂利用AI體質分析技術定製膏方，將傳統的「望聞問切」轉化為數據算法；國際香療SPA品牌則以沉香茶道為敲門磚，叩擊全球市場。而澳門方面，則是努力跨界破局：梁永馨香莊舊址變身為製香工坊，遊客可親手調配「驅蟲香」「祈福香」，重現二十世紀「澳門設計——香港轉運」的產業鏈模式；橫琴粵澳合作區建立GMP中藥廠，「澳門監製+灣區製造」模式打破了西方標準的壟斷，張權破痛油等產品也獲得歐盟國際認證。

從香港碼頭飄散的莞香餘韻，到澳門老舖燃燒的神香煙縷，這條跨越千年的「香藥之路」，不僅是海上絲綢之路榮光的重現，更向世界證明：文明的火種，永遠在傳承與創新中生生不息。如今，這條跨越千年的「香藥之路」，正以文化為舟、科技為槳，揚帆駛向全球健康產業的深水區，書寫着東方智慧的嶄新篇章。



▲香港藝術館藏清代由不同材質製成的香囊。

## 七日談

（廣東篇）

亞洲具規模的大型玩具展之一「泰國玩具展」於4月3日至6日在泰國曼谷舉辦。來自20家機構的香港設計師，攜他們設計的原創IP參加「2025香港原創潮玩展@泰國玩具展」，通過「泰國玩具展」內設立「香港館」，把香港原創潮玩帶向國際舞台。

大公報記者 李兆桐（文、圖）

# 香港原創潮玩 亮相泰國玩具展

繼前兩年在「泰國玩具展」上展示香港潮玩魅力，香港創意創業會今年連續第三年受邀參與「香港館」，帶領香港原創潮玩設計師展現他們最新的原創產品，囊括人偶擺件、搪膠玩具、卡牌等。臨行前，啟動禮由創意創業會在港舉辦，展示各位香港設計師的參展作品。

## 樹仔人偶融會多元文化

文化體育及旅遊局副局長劉震在啟動禮上表示，「潮玩展代表的是傳承與創意，是香港向世界展示文創產業的『頭排兵』。」他指出，文創產業發展處未來將以「產業化」為原則，支援更多具備國際市場潛力的項目，將香港的創意帶向世界各地。創意創業會會長莊詠琳、文創產業專員曾昭學、文創產業助理專員黎潔霞等亦出席啟動儀式。

啟動禮中一組造型奇特的人偶十分引人注意。這組名為「Wabii樹仔」的人偶，一個雙目突出，青銅器特徵隨處可見，彷彿一尊「活過來」的三星堆青銅器；一個頭上戴着大南瓜，眼睛處冒出藍色火焰，身軀上卻又點綴着糖果和奶油，想必是萬聖節的「化身」；還有一個個形態特異，卻又能看出許多熟悉的文化元素的人偶設計，趣味十足。設計師Terry Lam解釋其「Wabii世界觀」指，這個系列表示的是「樹仔」的無限好奇心，通過接觸不同的領域的物件，從而遇見不同的角色。他指向一個充滿植物元素的「樹仔」表示，每一個角色可以關於大自然，還能與科技、朝代、不同地區的文化相結合。Terry表示目前仍然在「尋找一個能夠代表香港文化的點」，希望製作帶有香港文化符號的「樹仔」。

由產品設計師Leo Pak設計的「IKARIKUMA（小黑熊伊卡）」擁有「潮



「勇者天使B.O.大魔王」的設計包含搪膠玩具、鏢射貼紙等。



▲嘉賓與香港設計師在「2025香港原創潮玩展@泰國玩具展」啟動禮上合影。

酷」的外形，通過與不同IP的聯名、授權設計，小黑熊以千變萬化的形象出現在觀眾眼前。在啟動禮現場展出的小黑熊，身穿來自不同IP的服裝，如小丑、西遊記中的孫悟空等。Leo向記者表示，小黑熊的設計理念以「多元化與突破」為核心，希望為每一款新產品注入創新性和獨特性。

## 小黑熊聯乘IP吸引年輕買家

而Leo亦推出兩種不同尺寸的小黑熊，「20cm這種尺寸我定價會偏低一些，以吸引年輕買家。」他表示自己的IP目前的買家



▼「PLANET-X」設計靈感來自上世紀60至70年代的日本搪膠玩具。



「Wabii樹仔」人偶造型奇特。



「IKARIKUMA（小黑熊伊卡）」擁有潮酷外形。

「金寶寶」的設計者Kristen Lie（詩婷）曾負責多個國際IP在香港的本地化項目，是次她將帶往泰國展銷的作品「金寶寶」源於曾陪伴她多年的寵物狗。除了寄託自己對愛犬的思念，她希望以這個系列IP的設計能夠「陪伴小朋友的成長，療癒他們的心靈」。她的設計以「STAY WITH LOVE」為口號，除了推出治愈系風格的可愛小狗玩偶外，還有「金寶寶」形象的手工作品小擺件及等身毛絨公仔等。

在「金寶寶」的IP設計中，Kristen不僅取材於她的愛犬，另一方面她也在自己的日常觀察中得到啟發。她展示的小狗玩偶加入擬人化設計，雙腿交錯，舒適地坐在展示台上。「我發現許多朋友家裏的電視櫃上，都喜歡放置這樣的可愛擺件，於是我就給小狗設計了這樣愜意的坐姿」彷彿一位好朋友陪伴電視機前的觀眾。被問及會不會加入一些文化元素，如給「金寶寶」增添茶餐廳配件等，她表示「我當然希望將更多香港的元素融入到設計之中。目前這個IP剛起步，未來會有更多的內容。」她透露，還將圍繞「金寶寶和朋友們」設計家族系列，擴充IP角色。



▲「金寶寶」取材於設計師的愛犬。

## 更多香港元素融入設計