

成都 | 关中 | 汉中 三大平原青铜文明 “共鸣”不朽乐章

02

封面

要闻

封面

2018.8.7
星期二
报料热线
028-96111

编辑 王浩

版式 詹红霞

校对 张晓



伯多父鬲、单五父壶、云纹编钟、天孟、何尊……成都博物馆一楼展厅的“秦蜀之路”大展是一场以青铜文明的交响音乐会，大音不再希声，近三百件参展青铜器同室共鸣出波澜壮阔的旋律，这些国之重器透出微微的金属光芒，也折射出中华文明不朽的乐章。

本次展览策展人黄晓枫在接受华西都市报封面新闻记者采访时说：“这次我们集结了来自成都平原、关中平原、汉中平原三地的青铜器，三地青铜文明体现了不同文化内涵和文化交流、互动的存在，既表明了各自在中国青铜文明史上的独特地位，又为探讨古代秦岭南北的交通线路提供了新的视野和思路。”

三地青铜文明 交相辉映

位于秦岭两侧的成都平原、汉中平原和关中平原，自古就是滋生文明的沃土，商周时期，这里的青铜文明也相继进入繁荣时期。秦蜀之路展览就是展出了这三个地区出土的经典青铜器，呈现了三地青铜文明所体现出的差异与联系，既表明了各自在中国青铜文明史上的独特地位，又为研究古代秦岭南北的交通线路提供了新的视野和思路，也体现了青铜器丰富的文化内涵及三地之间的文化交流。

展览执行策展人魏敏说：“秦蜀之路特展中的‘秦’要比大家常识中‘秦国’这一政治性的概念更为广泛，它侧重于地理范围，泛指秦岭及其以北的八百里秦川，即关中平原一带。”而汉中平原则位于陕西省西南部汉中市，汉中盆地汉江上游勉县至洋县之间，秦岭和大巴山之间的汉江上游，为“鱼米之乡，国宝之府”，这

里的青铜文明也在商周时期达到巅峰时期。

据魏敏介绍，商周时期，我国青铜器发展处于鼎盛时期，成都博物馆此次展览力图展现三地的青铜文明在该时期各具特色的发展面貌与辉煌成就。虽然“蜀道之难，难于上青天”，但根据目前的考古成果，学者发现，早在商周时期，秦蜀先民就已开始利用天然的古道进行文化往来。

三地青铜文物 各有千秋

三大平原的青铜器有何不同之处和各自亮点？魏敏说，商代前期，商王朝积极向外扩张，其影响范围向西到达关中平原和汉中平原，至商代后期，商文化也影响着成都平原。与川西地区相比，关中、汉中与中原距离更近、联系更多，发现的商式容器器类更丰富且更具商式风格，而三星堆文化的铜器则更具地方特征。关中西部、汉中和川西地区出土的尊、罍、甗、盘等礼器是中原商文化的典型器类。

此外，关中和汉中的容器器类大多与商文化同类器形制相近，三星堆文化的尊、罍则加入了凸弦纹、立鸟装饰等地方元素，器物上的兽面纹和牺首也有别于典型的商式铜器。“三星堆祭祀坑出土的大型立人像及雕像群、面具、神树、祭坛、璋形器等，神奇、威严，它们构成了古蜀王国大型祭祀活动的主要器物组合，显示出浓厚的神权政治色彩，反映出与中原商王朝宗庙礼仪制度截然不同的风格和气势。”

无疑，让三大平原青铜文明同室争辉是此次展览一大亮点，宝鸡市文物局副局长刘宏斌告诉记者：“我们去年就约定在今年办一个青铜器展览。后来我们在一块经过磋商以后认为，这个展览不应只展出一个地方的青铜器，而是要把这个秦蜀之路沿线的青铜器都连接起来做一个比较。关中的青铜器，汉中的青铜器和咱们成都的商周时代青铜器都放到一块儿去，让观众看一看他们各有什么特点。”

华西都市报·封面新闻记者 杨帆 实习生 王弋



国宝何尊是观众最想观看的一件国宝。

预展一周观众最爱问—— 这个青铜器叫啥？

早在7月27日，“秦蜀之路 青铜文明展”就通过预展的形式与观众见面，短短一周就圈粉10万。“我在天府广场排队”，俨然成为成都市民的生活习惯。

那么，观众最爱问什么问题呢？成博讲解员冯思颖告诉记者，国宝何尊显然是明星文物，不少观众慕名而来，围着何尊欣赏、拍照，在展板的铭文中寻找“中国”之源。

有趣的是，尽管每一件青铜器都有一张名片，标注了它的名字、时代、出土地等信息，可观众面对这些花样繁多的器物名字仍一脸蒙圈，罍、甗、甗，这些文物都是啥？

据冯思颖统计，“这件青铜器叫什么名字、有什么用途、铭文上写的啥”占据观展提问排行榜前三甲。“毕竟这些青铜器上的铭文是商周时期的金文，可能只有专门学考古的专家才很熟悉，一般市民不一定看得懂，所以特别好奇。”

据悉，预展期间成博每天的客流量逼近两万大关，不少观众为了看一眼国宝何尊，不惜在烈日下排队一两个小时。对此，冯思颖建议大家错峰参观，可以先看成博楼上的几个展馆，也可以避开周末节假日，或者选择中午这种人少的时段，安静地体验青铜器的厚重之美。

华西都市报·封面新闻记者 曾洁

认识青铜器 先认识这些字

青铜器，作为古代中国重要的礼器和用器，种类繁多，而且根据不同的用法，有着不同的名称，其中很多都是生僻字。去参观之前，认识这些生僻字，了解这些器物的用途，能够更好地排除参观障碍。

觥(gōng):

觥是中国古代盛酒器。流行于商晚期至西周早期。椭圆形或方形器身，圈足或四足。

簋(guǐ):

铜器铭文作“毁”，相当于如今的大碗，盛饭用，一般为圆腹、侈口、圈足、有二耳。

卣(yǒu):

是一种主要的盛酒器，一般形状为椭圆形口、深腹、圈足，有盖和提梁，腹或圆或椭圆形，也有作圆筒形、鸡鸣形或虎食人形。

鬲(lì):

作为温酒器，形状像爵，有三足，两柱，一把手。本次展览中的鬲饗纹尊上也有神兽的纹饰，体现了当时人们对于世界的认知。

甗(yǎn):

盛酒器和盛水器，行于商代至战国，器身常装饰饗纹、乳钉、云雷等纹饰，两耳多做成兽头状。

罍(léi):

盛酒或盛水器，有方形和圆形两种形式，

两种形状的罍一般在一侧的下部都有一个穿系用的鼻。此次展览中有一件在汉中出土的亚伐方罍，左耳内壁铸有铭文“亚伐”二字。

盃(hé):

始见于二里头文化，盛行于商晚期至西周时期，可作为调酒器或者温酒器。

甗(yǎn):

相当于如今的蒸锅，分上、下两部分，上部为甗，置食物；下部为鬲(lì)，置水。

觶(zhì):

饮酒器，形似小瓶，大多数有盖。《礼记·礼器》中记载，“尊者举觶，卑者举角。”说明了解高大上的地位。

觚(gū):

饮酒器，呈喇叭状。商早中期器形较矮，圈足有“十字孔”。商晚期至西周早期造型修长，外撇的口、足线条非常优美，纹饰繁复而华贵。

盥(xǔ):

一种食具，用来盛黍、稷、稻、粱用，就相当于现在的饭盆。

盥(móu):

是指古代打仗时戴的盔，又指古代的一种炊具，作用相当于锅。

华西都市报·封面新闻记者 闫雯雯 整理

何尊

铜整

亚伐方罍

饗饗纹尊

伯多父罍

兽面纹甗



扫二维码
看本文视频

国宝何尊 差点当废品回炉

国宝何尊，2002年被国家文物局列入中国首批禁止出国(境)展览的文物之一，本次来蓉也是自那之后何尊第一次离开宝鸡出展，其珍贵程度由此可见一斑。不过，这件国宝当年被发现，却深藏着一个令人惊心动魄的故事。

1963年，陕西省宝鸡市贾村镇村民陈堆在自家后院发现了一件长满铜锈的青铜器，当时陈堆并不知道这件青铜器是做什么的。在清理掉上面的泥土后便顺手将其带回家，当了储粮罐，就这样在陈家一放就是两年。

后来，陈家人因为经济拮据便把这件青铜器送到了废品收购站，以30元人民币的价格将其当作废铜卖掉了，而何尊就这样和其它废铜一起，堆在废品收购站的仓库里，即将被送往冶炼厂回炉冶炼。

幸运的是，原宝鸡市博物馆的佟大放来废品收购站“碰运气”，希望能从中找出点什么，结果他还真就在仓库里扒出了这件青铜器。老佟一眼就认出这是一件西周时期的盛酒器青铜尊，虽然一时还无法弄清其真正价值，但佟清楚，仅从其庄重的造型以及尊身上精美多样的纹饰，就能看出一定不一般，于是在获得上级部门的批准后，老佟以30元的价格将青铜尊买回，送到了宝鸡市博物馆，也就是现在的宝鸡市青铜器博物院。

1975年，青铜器研究专家马承源见到了何尊，经过几天观察，马承源发现这件青铜尊的底部似乎有铭文的痕迹。马承源立刻安排人对何尊进行除锈处理，经过大家的一番努力，何尊露出了本来面目。果然，在何尊的内胆底部，刻着一篇12行共122个字的铭文，其中有“宅兹中国”这样一句话，这也是“中国”二字最早以词组的形式出现在人们眼前。

华西都市报·封面新闻记者 闫雯雯



制图/张华

半年净利超520亿创纪录 恒大负债率再降三成

各大房企提交半年答卷之际。8月6日，恒大(3333.HK)发布正面盈利预告：上半年净利润及核心业务利润均同比大幅提升，创下行业历史纪录。通过梳理公告，不难看出恒大税后净利润增长超125%，核心业务净利润预期增长100%以上，恒大去年同期净利润为231亿，核心业务利润为273亿。以此推算，今年上半年税后净利润超520亿，核心业务利润超546亿，均创下行业历史之最，稳坐“利润王”宝座。

对此，有业内人士分析指出，恒大业绩逆市上涨，主要得益于前瞻性的战略布局，不断提升的产品附加值，以及强大的成本控制能力。今年年初，许家印宣布“新恒大”到来，强调要坚定不移地实施“规模+效益型”发展模式，以及“三低一高”经营模式，此次业绩创下历史最佳，足见许家印的战略前瞻性。



恒大业绩逆市大增 半年净利超520亿 负债率再降三成

每到8月，各大品牌房企都将如约公布半年业绩答卷，作为地产龙头房企，恒大也不例外。梳理恒大半年业绩，不难发现，恒大去年上半年净利润为231亿，核心业务利润为273亿，据此估算今年上半年税后净利润超520亿，核心业务利润超546亿，均创行业有史以来最高纪录。此外，恒大净负债率仅半年时间便大降三成。

毫无疑问，盈利能力持续提升的背后，一方面是由于恒大采用统一规划、统一招标、统一配送的标准化运营模式，大幅降低了营销、管理、财务三大费用，实现强有力的成本控制。另一方面，恒大大力提升产品品质，增加产品附加值，为老百姓提供高性价比精品住宅，这也是其连续三年实施无理由退房的底气所在。今年上半年，恒大实现销售3041.8亿，同比大增24.6%，多家投行预计恒大全年销售将突破6000亿，强劲的销售为恒大利润持续高速增长提供有力保证。

此外，利润大涨增加了恒大的净资

产，也推动其净负债率进一步降低。近一年来，恒大通过引入战略投资者等多项举措，净负债率已较去年同期大幅下降近七成至130%以下，成功兑现降负债承诺。4月，恒大与中科院签署全面合作协议，恒大计划未来十年投入1000亿，共同拓展生命科学、航空航天、集成电路、新能源等重点领域。6月，恒大宣布以20亿美元入股美国新能源汽车公司Faraday Future，正式进军电动汽车市场。恒大今年在高科技的投入力度甚大，但今年在降负债的同时，净利大涨，仅上半年超520亿净利润计算，足以支持恒大此番战略布局。

成功布局高科技产业 “新恒大”助力科技强国 增添重要砝码

时间回到今年年初，许家印正式宣布“新恒大”到来，强调要坚定不移地实施“规模+效益型”发展模式，坚定不移地实施低负债、低杠杆、低成本、高周转的“三低一高”经营模式。此次恒大再度交出有史以来最好的半年业绩，进一步巩固“利润之王”的地位，足见其战略决策的前瞻性。

谈及半年业绩盈喜，有业内人士分析认为，受到房地产调控不断加码以及金融监管加强的影响，房企违约、跑路、倒闭等风险逐步暴露，近期多家企业出现债务违约，十多家上市房企发债也被迫中止，大量房企陷入经营困境。与之相对，恒大前瞻性的战略布局、独有的紧密型集团化管理、员工队伍的超强执行力，确保了风险防控、成本控制以及产品质量，让其成为极少数业绩逆市大增的房企。

“前瞻性的战略思维，一直是恒大跨越式发展的核心，也是上半年业绩破纪录的关键，今年大力发展高科技，显然是在提前谋局新蓝海。”该业内人士坦言，十九大以来，加快中国科技强国建设的方向越发清晰，这意味着又一个万亿蓝海渐行渐近，也为恒大的世界百强梦增添了更大的想象空间。

当然，有理由相信，“新恒大”提出仅仅半年，便实现净利润超520亿，净负债率大降三成，取得令人瞩目的成绩，许家印提出进入世界百强的“新蓝图”极有可能提前实现。更值得期待的是，成功布局高科技产业，将为恒大打造百年老店、助力科技强国增添重要砝码。

雷朋