

先锋话题 | 郑氏集团:曾经的“东亚海上第一强” > E2

评论 | 个税起征点地区差别化不可行 > E3

专栏 | “六稳”确认宏观政策新方向 > E4

先锋话题 >

## 汉化、胡化、洋化还是全球化?

再说“火枪”(下)

文 / 李伯重

欧洲火器传入日本始于1543年(日本天文十二年,中国明朝嘉靖二十二年),过程极富戏剧性。

据日本僧人南浦文之在《铁炮记》中记载,那一年八月,一艘属徽商所有的海船,从中国宁波

双屿港出海航行,船上乘客中包括两个样貌奇异的“南蛮人”,其实是葡萄牙人。船只起航后遇到逆风,迷失了方向,漂到日本九州鹿儿岛县所属的种子岛。这两个葡萄牙人,成为第一批到达日本的欧洲人。

他们带来了两把日本人从未见过的火枪,“长二三尺,中通外

直,底部有塞,其旁有一穴,为通火之路,入药其中,添以小团铅”,即可进行射击。试射之时,“其发也,如掣电之光;其鸣也,如惊雷之轰。闻者莫不掩其耳矣”。这种火枪的性能远远优于日本人所使用的火铳,他们将其称为“南蛮铁炮”(当时西洋人被视为南蛮,火绳枪则叫作铁炮),日本史家也将

此事定性为“日本铁炮之始”。

《铁炮记》上说,船上有一个“大明儒生五峰”,即赫赫有名的大海盗、大海商汪直,他后来当上了极具争议的“倭寇”首领。就这样,中国商人汪直为西方火器东传日本扮演了牵线搭桥的角色。这一举动具有深远的意义,改变了东亚军事技术竞争的格局。



日本“南番”屏风上描绘的,十六世纪葡萄牙商船在长崎港抛锚停泊的场景。威力强大的西式火器,就是通过东亚活跃的海上贸易,得以在日本和中国之间往复传播和不断改进。图片转引自荷兰史学家包乐史著《中华交往史》。

倭寇“功罪”说纷纭

亦盗亦商的中国人汪直,比日本人更早获得了西方火器,但在戚继光力主引进日本的改良火器之前,明朝人在很长时间内却对此一无所知,还在使用传统的火铳。

种子岛是琉球(今冲绳)与日本本土之间的一处小岛,对外贸易来往很方便。日本这个民族一大重要特点是,原创发明并不很多,但对外来技术的改进工作却做得相当好,葡萄牙人的“南蛮铁炮”传入并被仿造后,一时种子岛成了日本火枪制造中心。

那个年代日本内乱频繁,各个大名之间你争我夺,外来的新式火枪、火炮能派上很大的用场。至今日本博物馆里仍保存这些火器的实物,我去参观过,做得确实很不错,平心静气说,比明朝人的制作漂亮多了。

当时日本最主要的火器是“鸟铳”,后来中国从日本学来其制造技术,也称之为鸟铳。我查了一下,发现这种火绳枪在意大利文里写

作mosca,在法文里是mousquette,都是老鹰的意思。“鸟铳”一名实际上源自意大利文,因为意大利最早发明此类火器。它的性能很好,可以击落飞鸟,传到东亚来后,就意译为鸟铳了。倭寇用鸟铳跟明朝军队作战,明军发现其火力比本方使用的火铳强很多,抗倭主将戚继光极力主张中国要马上引进。到明嘉靖三十七年(1558年),明军大致已装备了1万多支鸟铳。

亦盗亦商的中国人汪直,比日本人更早获得西方火器,但在戚继光力主引进日本的改良火器之前,明朝人很长时间内却对此一无所知,还在使用传统的火铳。我们现在能看到一些明代中国人画的火器图案,都很粗糙,看得出来技术

细节到底怎么样。而到了明代后期,军事专家赵士桢等人画的火器结构图却已很精细,火器多大、多重,有什么样的特点,西洋人如何实际使用等等,都描绘得清清楚楚,可见有很大进步。这些火器堪称是明朝中后期以来,中西方碰撞的最重要象征。

前面提到,日本引进西洋人的火绳枪后,加以改进,制造出的鸟铳应算是同时代世界上火力性能最好的。明朝中期前后,从日本传入的鸟铳,也成为明陆军最重要的武器,这是火器自西方输入,经日本改进后再传入中国的例子。在此过程中起主要作用的,一是活跃于东南海上贸易的中国商人,如汪直,以及早期称雄东亚海域的葡萄牙商人;二是

军人,如雇佣兵、战俘和殖民者等;三是来自葡萄牙和西班牙的传教士。

我们先重点看看当年明军引进的“鸟铳”。鸟铳有弧状把手和准星,利于三点一线射击。嘉靖四十年(1561年),明军又在鸟铳的基础上发明了子母铳,1支鸟铳带4支子铳,可依次连续发射,射速大为提高。

在火药方面,明代也有很大进步。到了明末,鸟铳发射药已使用粒状火药,而不是以前的粉末状火药,其成分比例为硝1两(占75.75%),硫磺1钱4分(占10.6%),柳炭1钱8分(占13.65%)基本达到黑火药的最佳配比了(硝75%,硫磺10%,炭15%)。在前线实战中,同样分量的火药经过适当的配方组合,威力大得多。

“一夫当关”赵士桢

赵士桢制造出的鲁密鸟铳,弹药装填量高,射程远,堪称当时世界上威力最大的火绳枪。

在西洋军事技术引进中国的过程中,有几个人物起到重要作用。如明清之际在华生活长达47年的耶稣会传教士汤若望(1592~1666年),他与明末著名的火器理论家焦勳合作译述了《火攻挈要》一书。另一位是波兰籍来华传教士穆尼阁(1610~1656

年),他著有《西洋火器法》。中国军事专家也著书立说,有很大贡献,例如汝宾的《西洋火攻神器说》《兵录》及孙元化的《西法神机》、徐光启的《测量法》等,都是消化了西方知识后,根据中国的实际情况而写成的。

下转 > E2

## 资本纷纷助力 汇源为人民带来美好生活

转眼2018已过半,汇源上半年的表现持续获得央视等权威媒体聚焦,承载着CCTV国家品牌计划TOP品牌的责任与使命,汇源依托全产业链领域的基

础优势,正在深入践行着其“营养大众,惠及三农”的企业使命,其“大中国、大农业、大有作为”的宏伟蓝图,也正由梦想照进现实。

从果汁到大农业,让梦想照进现实

曾经,一句“喝汇源果汁,走健康之路”的广告语深入人心,汇源“国民果汁”的定位可谓根深蒂固。然而,汇源的梦想并不止于此。打

造上下游贯通的果汁产业链,布局上游农业并“大有作为”,才是近年来最为真实的汇源。而且,这一切已经取得令人瞩目的成果,在今年

年初由农民日报社组织评定的2018农业产业化龙头企业名单中,已连续15年被评为“农业产业化国家重点龙头企业”的汇源再度上榜。

2008年,全球著名的饮料巨头宣布将巨资收购汇源果汁全部已发行股份,被中国相关部门否决。多年后论及此事,创始人朱新礼在一次公开演讲中坦言:“出售汇源果汁饮料灌装业务的目的是把筹集的资金投入到更上游的现代农业,帮助中国更多农村、农民实现规模化,科技化与品牌化经营。同时,还可以借助饮料巨头的全球营销网络,把中国的新鲜水果和浓缩果汁输送到全球100多个国家去。”

当年,虽然极少数人能理解其苦心,但即便收购案失败,汇源的农业梦想却未因此止步。据统计,截至目前,汇源已在全国10多个省落地20余个农业产业园区,北至黑龙江伊春、虎林,南至云南普洱、海南陵水,西到新疆布尔津,东到吉林柳河县,纵贯南北,横跨东西。这些产业园区正在逐步建设成三生(生态、生产、生活)三养(养生、养身、养神)的田园综合体项目,形成一二三产业相互支撑、高度融合的现代新型农业体系。

2018年年初,汇源集团与云南省政府签署战略合作框架协议,进一步扩张其农业产业版图。《人民日报》称此次合作为“政企携手共兴大农业”。



资本纷纷助力,产融结合推动三农发展

多年来,汇源以中国农业产业发展为己任,不断身体力行。在积极承担社会责任,摸索出许多精准扶贫特色模式、帮助数百万农户脱贫的同时,耐得住寂寞,不急功近利,通过持续投入,收获硕果。反观当下汇源因负债率受到的质疑,我们也许能找到缘由,当汇源明确大农业这一战略布局,持续地投入和耐心地等待是必须的。

好在,汇源志存高远的战略布局,也吸引着重视农业发展的各路

营销持续升级,传递为人们带来美好生活愿景

已成立26年的汇源,不断针对消费升级持续加速的行业趋势及消费特点,对产品包装、口味、口感等多个方面研发创新,重拳推出多款新品,以多元化矩阵深度布局饮品市场。而这些,都基于有大农业的布局为之提供高品质的质量保障。

在营销层面,汇源不断完成从行业品牌到国家品牌的升级蜕变。2018年元旦期间,汇源携“给世界的微笑”品牌海报亮相美国纽约时代广场,代表中国品牌展现大国品牌形象,并获得《人民日报》、

资本、志同道合的战略伙伴与其携手。不断注入的合作资本,也让汇源在成就大农业梦想这一道路上如虎添翼。

今年4月,汇源集团与中国光大银行股份有限公司正式签署战略合作框架协议,就“大农业、旅游、普惠金融”等达成全面战略合作。据介绍,汇源集团将与光大银行在“农业产业、旅游产业、健康产业、普惠金融”等领域开展多元化全方位合作。

5月,“汇源与雏菊机构签署

战略合作协议”一事获央视报道。报道称,这是今年继与光大银行签署战略合作协议后,汇源再次与金融机构携手。根据协议内容,双方将在绿色田园康养综合体资源互通、大农业等方面展开全面合作。

无论是与光大银行的深度合作,还是与雏菊机构的全面合作,都是汇源对产融结合模式的重要尝试。各路资本的加持让汇源没有后顾之忧,在这一领域有了大展拳脚的底气。

3D海报、穿越长图、趣味视频等多种新媒体传播形式,发起以#狂欢时刻,韵味快乐#为主题的社交化营销,表现亮眼。

总之,汇源在不断向外界传递“汇源不仅仅是果汁”的崭新形象,打破百姓心中对汇源的固定印象,多方位丰富大众对汇源品牌的立体化认知。在未来,我们有理由相信,持续践行“大中国、大农业、大有作为”梦想的汇源,将在助推三农发展之路上,走得更高更远。

中国食品行业研究员 朱丹蓬