

庙市特征小议

小 田

(苏州铁道师院历史系 215009)

内容提要:传统中国的庙市对于乡村社会经济生活关系甚大,但学术界对它的研究却并不充分,庙市的一些基本特点没有得到很好地说明。本文以方志为主要资料,分析了庙市不同于一般市场的特质,认为具有普遍意义的、由庙会而发生的庙市具有三个方面的主要特征:附着性、独立性、神圣性。

关键词:庙会 庙市 庙市特征

庙市,随意说起来,似乎谁都明白所指何为,稍一细究,却是各执一词。京城人意指:“与寺庙发生了关系的市,即庙市。”^①市,“集市”无疑;因为会聚了与“市”的各色人等,庙市又被称为“庙会”,在他们看来,“‘庙会’也就是庙市的意思,二者并没有分别的地方。”^②具体地说,这样的庙会(庙市)有三种,都在空间上“与寺庙发生了关系”:①商业型,每个寺庙每旬开市几日,尽管“游人很多,绝不礼佛”;②信仰型,以敬神拜佛为主,兼成市集;③行业型,同业人员于行业祖师爷诞辰日举行善会,拈香致祭,议论业务,其间亦有献神演戏、集市贸易等活动。^③总上,在京城,“商业型”庙会(庙市)影响大,历史久,至迟明代前期就已名之为“庙市”,^④约定俗成地赋予了“庙市”以较为宽泛的意义。

但无论如何,这是一个地域性的民间概念,从全国的情况而论,庙会与庙市判然有别:庙会是以祠庙为依托,在特定日期举行的,祭祀神灵、交易货物、娱乐身心的集会,而“庙市”则包容于庙会之中。^⑤而且,由于地域的差异,在这一意义上的庙市,又有香市、香火会、集场、(节)场等多种名称,^⑥或如前所述,以全概偏,径称“庙会”。^⑦而同一名称,如香市,其外延的一部分则又逸出于庙会之外。由此看来,作为具有普遍意义的、由庙会而发生的庙市,究竟具有哪些特征?^⑧有讨论的必要;通过对特征的辨识,庙市与“一般集市”和“庙会”的概念得以区别开来。

一、发生:附着性

历史地看,庙市是原始农业社会的市场遗存,但它的现实发生却不是可以用市场孕育的一般原理

① 全汉升:《中国庙市之史的考察》,《食货》第1卷第2期。

② 全汉升:《中国庙市之史的考察》。咬文嚼字的常人春先生更明确:“市”即“会”,故,庙市即庙会。常人春:《老北京的风俗》,北京燕山出版社1997年版,第5页。

③ 郭子升:《市井风情——京城庙会与厂甸》,辽海出版社1997年版,第8—10页;常人春:《老北京的风俗》,第3—5页。

④ 明人著作中,已经出现“庙市”的说法;刘侗(1593—1636):《帝京景物记》卷4有“城隍庙市”条,又引歙县汪逸和晋江黄景昉同名诗《城隍庙市》。《帝京景物记》,上海古籍出版社2001年版,第247页首注引明人孙国敉《燕都游览志》曰:“庙市者,以市于城西之都城隍庙而名也。”

⑤ 小田:《“庙会”界说》,《史学月刊》2000年第3期。在民间社会,“庙会”与“庙市”是两个不同的概念,在实际使用中,虽则经常出现两者互换的情况,但那是针对“庙会”和“庙市”二为一的现象而言的。

⑥ 在浙江杭县良渚、绍兴乌镇称“香市”(陈醉云:《杭县良渚的香市》,《文化建设》第2卷第3期;茅盾:《香市》,《申报月刊》第2卷第11期);在山西浮县称“香火会”——“招集远近商贾,鬻诸般货物。”(《浮山县志》,1935年刻本);在安徽郎溪定埠胥河两岸称“神会集场”(姚木森:《民间神舞“跳五猖”音乐简介》,《郎溪文史资料》第2辑,1989年),而在江苏江都新益乡,直接称之为“集”(适时:《江都新益乡的流通市场“集”》,《新中华》第2卷第12期)。

⑦ 李家瑞:《北平风俗类征·市肆》,引张培仁《妙香室丛话》:“京师隆福寺,每月九日,百货云集,谓之庙会。”

⑧ 只是在地点上“与寺庙发生了关系”的庙市,更多地体现了一般集市的特征,且不具有普遍性,自然地不能作为本文论述的中心,而仅仅视作比较的对象。

能够解释的。市场是商品经济运行的基础。列宁说：哪里有社会分工和商品生产，哪里就有“市场”。^① 随着历史上三次社会大分工的出现，私有的商品使用价值在社会中的分配，便以市场交换的方式来进行。这种方式一经取得，则成为人们经济生活的基本需要。然而，作为市场之一种，庙市的发生却首先不是源于人们经济生活需要的驱动。这种特殊性应该由庙市对庙会的先天依附性来说明。庙市的发生必须以庙会的存在为前提，而庙会首先是为了满足人们宗教情感的需求。这样说，绝不是否认庙会其它功能的存在，包括庙会的市场功能，但毫无疑问的是，其它功能或者从发生序列上是其后的，或者从重要程度上是次要的。不必，事实上也不可能追溯历史上的庙市之最，后世庙市的一般发生过程就有如以下庙市的发生：

1936年，一位以山东东平城南靳口镇庙会为个例的研究者直截了当地指出：“庙会的习俗素来盛行于我国的北方，它的来源虽然是为演戏酬神，但事实上却成了农民的大交易场所。”^② 在河南汲县，庙会“以敬事神，且因以立集场通商贩为，士女游观者，亦各有日期。”^③ “因以”云云，前后因果关系至为清楚。看来，从“演戏酬神”到“交易货品”，南北方大体一致；地方志研究者更一般性地勾勒了这一历史脉络：

香火会兴起之初，因目的在报答神灵，故仅有善男信女之进香举动。但每一香火会之起，动必相传数年乃至数十年之久者，嗣因经久举行或为特殊需要之关系，便逐渐扩大其范围，将各种商业亦一并加入其中，遂变香火会为农村定期的交易市场。而一般朝神进香的人，竟也把祭供神灵之原始的目的忘掉，而到会中作起自己需要之买卖了。^④

从历时性转向共时性进行考察，所谓庙市对庙会的附着性，实际上就是，就庙会整体而言，信仰和休闲活动构成庙市的动因或要素。辽宁凤山庙会历时3日，这是1936年的情形：“会场中各种贩商到处都是，叫卖之声不绝于耳，三日间均较获利。……凡日用物、衣类、器具、化妆品等，无不具备，且以彩票抓奖方法，以广招徕，……此外他种商贩，有远地而来赶会，亦获利而归。”林立的商摊，均能获利，时人分析，主因有二：一者，“此三日会期为古历四月二十七日到二十九日，而二十八日为药王孙思邈之诞辰，又为娘娘庙会之期，故信男虔女专为上山还愿者”；二者，“多有入山探胜逛景之雅人……伛偻而上，蚁队而行，令人不可思议之情感。”^⑤ 这两类人可能二为一体，构成了买方市场的主体。

庙市对庙会的附着性在区分庙会类型时可以看得更明显。“座会”和“迎会”是庙会的两种基本形式。座会完全围绕着庙宇而进行，这就具备了形成市集的空间要素。浙江余姚的这类市集一般设在镇街的两侧，就有了一个专门的名称：“拦街”。而迎会如果在起迄点的活动时间少，迎神而赛的流动性又大，就难以形成庙市。^⑥ 皖南绩溪的“太子会”就是这样：农历七月十八日至二十三日“太子菩萨”在每村“坐崩”一天，二十三日晚开始，一边演戏，一边抬着菩萨串游轮值的五村，称“五崩”，二十六日结束。与太子会辐射圈几乎重叠的五猖庙会，则是座会，“会众如潮”，生意人蜂拥而来：卖小吃的，搭一个布棚，摆一两张桌子，生意火红；摆鸦片烟摊的在庙旁牌楼下铺一张床，放两盏烟灯，自有“烟君子”躺倒吸鸦片烟；临时赌场则设在村石井边一幢空屋内，里面押宝的、打牌九的、搓麻将的一应俱全。^⑦

需要特别强调的是，庙市是对庙会，而不是对庙宇的先天附着性。注意不到这一点，就无法正确

^① 列宁：《论所谓市场问题》，《列宁全集》第1卷，人民出版社1984年，第83页。

^② 周庆浩：《赶会》，茅盾：《中国的一日》，生活书店1936年版。

^③ 《汲县志》，清乾隆二十年刻本。

^④ 《淮阳乡村风土记》，1934年铅印本。

^⑤ 《凤山庙会片片录》，《盛京时报》1936年5月25日。

^⑥ 邹松寿：《余姚庙会调查》，《中国民间文化》第5辑，学林出版社1992年；《余姚市志》，浙江人民出版社1993年，第1004页。

^⑦ 胡昭壁主编：《龙井春秋》（内部资料）第176页。胡适：《四十自述》，见《胡适自传》，江苏文艺出版社1995年版。按，龙井指安徽绩溪上庄镇宅坦村，宅坦村古称龙井：文中所称“五村”为宅坦及其周边的上庄、瑞川、余川和梓里四村。

理解著名的西湖“香市”；因为它从名称上就给人一个“庙市”的印象；山东进香普陀者日至，嘉湖进香天竺者日至，至则与湖之人市焉，故曰“香市”；在西湖“香市”里，“市”味极浓：“进香之人市于三天竺，市于岳王坟，市湖心亭，市于陆宣公祠，无不市，而独凑集于昭庆寺。昭庆寺两廊，故无日不市者。三代八朝之骨董、蛮邦闽貊之珍异皆集焉。至香市，则殿中边甬道上下、池左右、山门内外，有屋则摊，无屋则厂，厂外有棚，棚外又摊，节节寸寸。”^① 人们为什么不直接称之为集市，而称之为“香市”，原因很简单，商人交易的对象是“进香之人”，也就是说，他们不是来参与庙会的，而是一般的上庙进香。庙会显然不同于“一般的上庙进香”，“香市”自然也不是依附于庙会，而是围绕着各类庙宇。从时段上看，“香市”起于“花朝”，尽于“端午”，“数百十万男男女女，老老少少日簇拥于寺之前后左右者，凡四阅月方罢。”^② 事实上，在长达4个月的时间里，也不可能日日庙会不断；也不象一般庙会那样，有比较一定的时间期限：“苏州一省及杭、嘉、湖三府各乡村民男女坐船而来，……早则正杪，迟则二月初，咸来聚焉，准于蚕时返棹。”庞大的人群本来就不是冲庙会来的：“其来者所带银钱无不丰足，故昭庆寺前后左右各行店面云集，名曰‘赶香市’”。^③

以此观之，清初以来风靡京师的五大“庙市”，其实只是“期集”类的“市肆”；^④ 所以称为“庙市”，并不是以“庙会”作为前提，而是因为“市肆”的地点在庙宇附近；祠庙变成了市井，仅此而已。由于它游离于庙会整体生活之外，更多地体现出一般市集的独立品格。这种独立性，在下文的庙市“相对独立性”系谱中可以得到更清楚地说明。

二、演生：独立性

庙市既然为“市”，也就具备一般市场的许多共同特征，发挥着市场功能。从这种意义上说，对于庙会来说，庙市又显现出相对独立性。在安徽旌德县旌阳镇，农历三月二十八日的庙会，原也与别处一样，呼为“东岳会”，但此时正值春耕时节，农民最需要蓑衣蓑帽，与会的农民，几乎人人都要买上一顶；帽子的交易很有特色，人们便把这一庙会称作“蓑衣蓑帽会”。^⑤ 在浙江海宁六月二十九日的安国寺“观音会”上，商贾张肆列珍，当地人特别强调庙市的相对独立性，干脆就把这样的庙会谓之“赶集”。^⑥ 内蒙古巴林右旗大板上的喇嘛庙会，“每届庙会之期，远自锡林郭勒、察哈尔、乌兰察布等地方蒙人，及华北各省商民，云集于斯，何止十数万众”，为商业氛围所感染，记者叹曰：“实一大定期市也！”^⑦

在乡村庙会市上，商品的季节性差异十分明显，这种差异更多地体现了乡村集市的一般特点：商品种类服务于农业生产要素的配置，随着农业生产季节的转换而变化。河北张北的庙会“会期均在四、五、六、七四个月内，……此时骡马搏实肥脂，正可出售，借此机会买卖骡马；次则售卖农家收获器具，会期后，即可收秋；再次估衣、刀剪、杂货、布匹等物。”从乡村市场原则出发，人们就能理解该地的庙会为什么“骡马会居多，酬龙神次之，其酬他神者较少。”^⑧

市场独立性的客观存在为近代庙会的延续提供了理由。1932年，绍兴乌镇香市“为的地方上的不太平，所以早就出示禁止”，^⑨ 但是，镇商会以庙市的相对独立性功能为借口，以民间组织的名义，要求取消禁令，“即如小小的迎神赛会亦何尝不在迷信之外另找一个冠冕堂皇的名目——振兴市面。

^① [明]张岱：《陶庵梦忆》卷7“西湖香市”。

^② [明]张岱：《陶庵梦忆》卷7“西湖香市”。

^③ 《杭俗遗风》，见《杭州府志》，1922年铅印本。

^④ 所谓五大庙市，地点在：土地庙、火神庙、白塔寺、护国寺和隆福寺。

^⑤ 胡有守：《旌阳“蓑衣蓑帽会”》，见朱世良等主编《徽商史话》，黄山书社1992年版。

^⑥ 《海宁县志》，清康熙十四年修、二十二年续修刻本。

^⑦ 《喇嘛庙会》，《盛京时报》1936年6月20日。

^⑧ 《张北县志》，1935年铅印本。

^⑨ 茅盾：《故乡杂记》、《现代》第1卷，第2、3、4期。

……恰好今夏少雨，于是祈雨的迎神赛会也应运而生。一个乡镇的四条街各自举行了一次数十年来未有的大规模的迎神赛会。一位‘会首’说：‘我们不是迷信，借此振兴市面而已！’”^① 其实，对于庙会宽容者来说，市场独立性是他们延续庙会的最好理由。1930年底，国民党中央执行委员会对于“庙会”的解释，代表了当时一部分人的观点：“查庙会制度，虽系旧俗，今盛行于各地，此种庙会，不过假庙宇为贸易市场，早已成为纯粹商业性质之集会，并无迎神赛会种种迷信夹杂其间，中下层社会，日用所需，每多取给于此，与民众关系至切。”^② “并无神赛会种种迷信夹杂其间”显系涂饰，“实为集镇墟市集会”确是道出了一部分事实。

1928年《武进年鉴》的编纂者编制了一份《各乡镇作集赛会表》，^③ 它对赛会类型的划分，有助于我们理解庙市的这种相对独立性：

赛会类型序列	活动内容	所涉乡镇数	备注
I类	在诸神生日时祭祀	16	
II类	在诸神生日时祭祀，兼交易农具	8	
III类	在一定日期交易农具	23	其中有一部分当不在祠庙附近举行

由赛会的活动内容可知，在所谓“赛会”的三种类型之间，理论上存在着一个“相对独立性系谱”：I类相对独立性最弱，弱到可以忽略不计；III类相对独立性最强，强到与庙会没有附着性，成为完全独立的市场；介于I、III类之间的II类，即我们所称的庙市，其相对独立性在系谱之间可以得到清楚的理解。

值得注意的是，在江南城乡市场体系中，沿着这种“系谱”路径发展而来的市场并不鲜见。象上海城隍庙这种地理位置较为优越的庙宇，接续着时常的庙会和庙市，便形成了较为稳定的市集，渐渐发展为固定的集市，在城市中的这片天地，其实就是原始意义上的市井。从庙市而市集而市井，在这类市场的发育过程中，庙宇，特别是伴随而来的庙会，是城市商业区成熟的“基因”。崇安寺始建于晋哀帝兴宁二年（公元363年），是无锡最古老的寺院。虽说是佛教庙宇，各道观都要在正月初九玉皇生日这一天，抬着神像来崇安寺举行“朝玉皇会”；农历二月十九日、六月十九日和九月十九日分别为观音的诞辰日、成道日和涅槃日，照例行“观音会”。“观音会”是座会，“朝玉皇会”（行会）又以崇安寺作为其唯一停歇点，这里很快焕发出商业生机。后来，庙会改成闲暇时间集中的春节，赶会的人群更为集中。从大年初一至正月十五，崇安寺的佛殿廊下，占满了小吃摊，摆足了香火、爆竹、玩具、日用品和生产工具，殿前空地还有各种民间游艺活动；元宵之夜灯市，更形为盛。年复一年，一些摊担逐渐在此固定下来，成为店面，寺院周围俨然就是集市了。演变到这时，集市不是依附于崇安寺庙会，而变成依附于崇安寺了，这就与我们所说的庙市不能同日而语了。辛亥革命后兴盛起来的“皇亭小吃”多达130多种，遐迩闻名。显然，“皇亭小吃”之声名完全不是往昔的庙市所能包容得了的。据统计，至解放前夕，崇安寺左右的商店已有近百家。^④ 沪锡两地的两爿市井，除却一年数度的庙会点缀其间，几乎就是北京的厂甸了。

近代以来，接续着庙会而来，各地出现的“物资交流会”是庙会一市场功能成长的另一种延伸。与常年市井不同，它仍然是一种定期市集。云南丽江古城的黑龙潭“龙王会”，从磨些人的“木库”祀典演变而来。民国初年，熊廷权任丽江府长，改“龙王会”为“商业劝工会”，增加了商业色彩。庙会为期7天，人们沐浴在三月春光中，从事山货、药材、骡马、牲畜的交易。如今的龙王会成为“三月物资交流会”。^⑤ “物资交流会”是个时代性的名词，“××集”的称呼古风盎然。安徽太和“坟台集”前身只是庙

① 茅盾：《谈迷信之类》，《申报月刊》第2卷第11期。

② 《中执会解释庙会之意义》，《申报》1930年12月5日。

③ 常州市政协文史资料委员会藏；本文表格根据原表改制而成。

④ 孙俭：《崇安寺今昔》，《无锡文史资料》第21辑，1990年。

⑤ 木丽春：《丽江古城史话》，民族出版社1996年版，第157页。

会,每年二月十五日和十月十五日为会日,香火甚盛;坟台积土渐广,交易日兴,遂成逢单起集的集市。^①

对庙市成长历程的考察,让我们对世界城市生态学理论分化的必然性有了更深刻的理解。最早出现于1920年代的芝加哥人类生态学派,热衷于构建城市生态学模型,可这些生态模型因为解释现实城市秩序的生硬,受到普遍的质疑。1950年代以后,针对各种实体社区而言的许多城市生态学理论便具有了实践的适切性。美国社会文化生态学派就是这种理论之一。这一学派特别强调文化在决定人类行为中的作用,这里所谓的“文化”主要包括在人们思想中及其相互作用中起支配作用的价值、信仰和规范,他们认为,文化是一种习得性行为,它既可以与土地和稀有资源的合理利用息息相关,也可以与此毫无关系。社会文化生态学家沃尔特·法尔(Walter Firey)在对波士顿北肯山公有地和旧墓地研究后指出,这些处于中心商业区的地区是“代表着社区一部分的历史的真实感情的神圣之地”,因此在沉重的经济压力下,仍然能够继续存在。^②与法尔的研究对象相反,在传统中国,庙会所在地也许并不在中心商业区,但是这块同样“代表着社区一部分的历史的真实感情的神圣之地”,自身却渐渐地凡俗化了,跻身于中心商业区的行列。由庙会成长起来的市井,在为社会文化生态学提供了典型例证的同时,也提醒着我们关注庙市的另一重要特征——神圣性。

三、过程:神圣性

庙市与一般市集根本的不同之处,就在于庙市对庙会的先天附着性。不论庙会的实质内容如何,对神明的崇拜总是一以贯之的,在绝大多数情况下,这是其最重要的内容。附着于庙会的庙市,自然就笼罩在一片神圣的气氛之中。庙市商品无可闪避地获得了这种神圣特质。

具有神圣特质的商品,成为会众们争相购买的对象。葛牒,从“度牒”谐衍而来。度牒,本为非卖品,可在宁波镇海的灵峰寺庙会上却出卖一种在外表上类似于度牒的葛牒,也称“灵峰牒”,经县政府批准印制。葛牒分“金牒”和“纸牒”两种,金牒以金粉印刷,价格贵,限于寺内出售,每售一牒,和尚合十而念:“大慈大悲救苦救难观世音菩萨”;纸牒,几种价格不等,大多为穷苦人所购。葛牒必须灵峰加盖印章方为有效,否则为“废牒”。是否赶过灵峰寺庙会,是否信奉葛仙翁的灵验,葛牒就成了唯一标志。于是,灵峰寺“会脚”内远近数百里的会众,几乎没有不买葛牒的,甚有一次购买数张、数十张的。葛牒的购买力如此巨大,以致在寺内出售葛牒的两个牒房,高峰时期,五枚印章须不停地盖出,才能应付。^③在这里,葛牒的购买力无法用一般的经济学法则来解释;它之旺销,只能出现在庙会这个特定的场合。不在特定的时段,没有这样的人气和“神气”的烘托,不存在这样的“合法程序机构”,葛牒便没有了市场。德国宗教现象学家鲁道夫·奥托指出,宗教的“神秘意识”具有一种奇特的二元性质:“一方面,受造物在它面前战战兢兢、胆怯万分、五体投地,但同时又总要情不自禁地转向它,甚至还要使之变成他自身的东西。”^④不同社区的人们都在寻求“变成他自身的东西”的现实的转换方式,灵峰山寺的会众便把它物化成葛牒。

奥托同时指出,神秘“除了那种令他惊愕的东西外,他还感到某种使他如醉如痴的东西。”^⑤思维的理性在苏州狂热的“神仙会”中失却了市场,而有形的商品市场也充满着不可言传的神秘:“摊子上的东西,不论那(哪)一种,大概多买上它神仙二个字,神仙花,神仙糕,神仙菩萨,最有趣的连到乌龟也

^① 《太和文史资料》(安徽)第6辑,1991年6月。

^② 康少邦、张宁等编译:《城市社会学》,浙江人民出版社1986年版,第67—93页。

^③ 沈志远、乐炳成:《灵峰山“葛仙翁菩萨”信仰的调查》,《中国民间文化》第3期,学林出版社1991年版。按,度牒,又称关牒、戒牒,是旧时政府对于依法公度为僧尼者,所发给的一种证明身份的文件;赴会者随身带回家的除戒牒外,还有丹井水、树叶和草根。下山前,他们将这些东西小心翼翼地藏在身上,不让生人看见。

^④ [德]鲁道夫·奥托:《论“神圣”》,四川人民出版社1995年版,第36页。

^⑤ [德]鲁道夫·奥托:《论“神圣”》,第37页。

称它神仙起来，再有轧神仙时一辈边，我认为最足神仙受之无愧的只有那金钱乌龟，因为乌龟是长命百岁的，实在真有神仙的风格。”

无疑的，庙市是笼罩在庙会的神圣光环之下的，庙市商品的神圣性就是这样被沾染上的。在徽州屯溪蟾川庙会上，耕牛集市别具一格，有了买主的耕牛角上都要挂上几条红布，是为避祸祈福的标志。^① 来到妙峰山香会的香客，烧香后，总要在庙门外买些纸制花，蝴蝶，虎等类，插带头上，叫作“带福回家”。北京人皆以蝙蝠象征幸福，因“蝠”与“福”音同之故。至于“虎”、“蝴”与“福”有何相关，局外人便思之难解了。“这种神秘的意义，在信仰者的心理是很难解答”的，神圣性本来就是不可言传的。^②

庙市所具有的神圣特质，成为我们进行庙市的经济学分析时不能忽视的变量，而这一变量常常使人捉摸不定。上海南翔北市的杨王庙会本是保护“各处的船帮……顺风顺水”的迎神赛会，1936年春节开始，却从上海涌来了一批妓女。据她们说，“现在上海的某庙不灵了，南翔的杨王却是大灵特灵，烧了一次香，一定会得相当的收入”。妓女们的异想让杨王庙得到了一笔意外收入：“捐些灯油愿，十元五元原本没什么希望，只要冥冥中保得伊们多接着一位大客人。”对妓女们的消费偏好，庙市上的香烛铺子也有些匪夷所思：“一家（铺子称）天福，伊们说天赐福气，口彩很好，所以香烛的生意很是兴旺，有一家五昌，据说昌字是疮字的谐音，伊们怕要生疮，便不愿去购买。”^③ 不要说庙祝和香烛商们在遭遇“妓女亚文化”时，颇觉稀奇，就是经济学者们也只有在对现实对象进行分析时，才能意识庙市变量的复杂性。

庙会的特色商品市场就在神圣的氛围里存在着，拓展着。天津“泥人张”或无锡惠山的泥塑人物是各地庙市上的常见商品。农历三月多庙会，借助于民间宗教的狂热气氛，惠山泥人的销售从三月初开始，也“进入一年中的黄金季节”。蚕猫是蚕农们的信物。在江南蚕乡，据说在床上放一只蚕猫，老鼠就不会来偷雪白的蚕宝宝；粮农们却愿意在春耕前夕买上一头“泥春牛”，这正如无锡一首民谣所吟的：“摸摸春牛头，种田不发愁，摸摸春牛角，种田种得着”，整个地透露出原始时代动物崇拜的气息来。^④

最后有必要提出来的是，为了论述的方便和集中，上述庙市明显的是就“一个特定的货物交易场所”而言的，事实上，这就是庙市的主要表现形式，人们在一般情况下也是在这种专门意义上狭指的。但是，在考察庙市活动时，我们也发现，狭义的庙市，并不能涵盖与庙会相关的“一切商品交换活动的总和”。比如，出会“行头”的交易活动，就是在“庙市”之外进行的，而“行头”的交易量之大令人咋舌：“（吴县东山）四月初一初二的出城隍会，一班余坞里的五方——捉拿马玉龙，行头全新，都是苏州定做来的，闻每人所耗国币十万元以上”，^⑤ 一班“五方”，“全新的服装，头戴英雄帽，身穿侠士袍，脚着快靴，装束漂亮，手执刀、枪、旗、鞭。”^⑥ 巨大的社区消费与庙会密切相联，当为广义庙市中的应有之义。庙市在这样的意义上，与庙会的关系一仍其旧，却以新的形式表现出来。广义的庙市是抽象的经济组织形式，它与庙会的先天附着性成为庙市最重要的维度，唯有与庙会相关的物质交换关系才能纳入庙市的范畴，而这种交换关系在时空和方式上表现出更大的“相对独立性”：交换未必锁定庙会“讯期”，也未必采取物物交换的方式，更未必是在庙宇附近的场所内进行。

^① 程德鸿：《蟾川庙会忆旧》，见朱世良等主编《徽商史话》，黄山书社1992年版。

^② 顾颉刚：《妙峰山》，第134页。

^③ 张梦飞：《杨王庙的香火》，《申报》1935年12月10日。

^④ 乔锦洪：《漫话近代无锡民俗和民间工艺美术》，《无锡史志》1987年第11辑。

^⑤ 田月：《形形色色》，《莫厘风》创刊号，东联出版社1946年版；上海图书馆藏。

^⑥ 看会人：《城隍巡会花絮》，《莫厘风》创刊号，东联出版社1946年版。