

论南京人吃辣的历史成因和文化演变与市场前景

陆少凤, 印云辉

南京旅游职业学院, 江苏 南京 210000

DOI: 10.61369/SSSD.2026050001

摘 要 : 南京饮食文化素有“清淡鲜和”的传统认知,其“吃辣”习惯的形成并非偶然,而是多段历史进程中人口流动、文化碰撞与社会变迁叠加的结果。本文以时间为脉络,从1851年太平天国运动为关键节点,梳理南京食辣文化从“外来植入”到“本土融合”再到“全面兴盛”的演变轨迹:1851年前,南京辣味饮食以传统辛香调料为基础,呈现微弱萌芽;太平天国运动通过军事迁徙将桂、湘、黔等地食辣文化带入南京,形成首次冲击;湘军解散后湘籍人口留居,推动辣味习惯初步扎根;民国迁都重庆与返城潮带来川渝麻辣文化,紫金山花椒种植标志辣味食材本土化;上山下乡知青返城实现辣味文化深度渗透;改革开放后人口流动与社会需求升级,使辣味饮食成为南京饮食文化的重要组成部分。通过文献考证、历史事件关联与社会现象分析,本文揭示南京食辣文化的演变本质,是城市包容性格与历史进程互动的文化镜像。

关 键 词 : 南京饮食文化; 食辣习惯; 历史成因; 人口流动; 文化融合

On the Historical Causes Cultural Evolution and Market Prospects of Nanjing People's Preference for Spicy Food

Lu ShaoFeng, Yin YunHui

Nanjing Tourism College, Nanjing, Jiangsu 210000

Abstract : The dietary culture of Nanjing has always had the traditional perception of "light, fresh and harmonious". The formation of its habit of "eating spicy food" is not accidental, but the result of the superposition of population mobility, cultural collision and social change in multiple historical processes. This article follows the timeline and takes the Taiping Heavenly Kingdom Movement in 1851 as a key node to sort out the evolution trajectory of Nanjing's spicy food culture from "foreign implantation" to "local integration" and then to "comprehensive prosperity": Before 1851, Nanjing's spicy food was based on traditional spicy seasonings and showed a faint sprout. The Taiping Heavenly Kingdom Movement brought the spicy food culture from Guangxi, Hunan, Guizhou and other places to Nanjing through military relocation, creating the first impact. After the disbandment of the Xiang Army, people from Hunan stayed and settled down, promoting the initial establishment of the spicy food habit. The relocation of the capital to Chongqing during the Republic of China era and the wave of people returning to the city brought the spicy and numbing culture of Sichuan and Chongqing. The cultivation of Zijinshan pepper marked the localization of spicy ingredients. The return of educated youth from mountainous and rural areas to cities has deeply permeated the spicy culture. After the reform and opening up, population mobility and the upgrading of social demands have made spicy food an important part of Nanjing's culinary culture. Through literature verification, historical event correlation and social phenomenon analysis, this paper reveals the evolution essence of Nanjing's spicy food culture, which is a cultural mirror image of the interaction between the city's inclusive character and historical process.

Keywords : Nanjing's dietary culture; chili-eating habits; historical causes; population mobility; cultural integration

引言

饮食是地域文化的“活化石”,一座城市的口味偏好,往往藏着其历史变迁的密码。南京作为中国四大古都之一,饮食文化兼具“江南水乡”的清淡底色与“十朝都会”的包容特质——提及南京传统饮食,人们多联想到盐水鸭、鸭血粉丝汤、鸡汁汤包等鲜淡口味的菜肴,却鲜少关注其如今普遍的“吃辣”习惯。事实上,南京人对辣味的接受与喜爱,是近170年来多轮历史事件推动的结果:从太平天国时期的军事迁徙,到湘军解散后的人口留居;从民国迁都带来的川渝风味,到上山下乡的文化反哺;再到改革开放后的人口流动与消费升级,每一段历史都为南京的“辣味基因”注入新的元素^[1]。

一、1851年前南京的饮食传统与辣味萌芽

在分析南京“吃辣”的历史成因前，需先厘清一个认知：1851年并非南京出现“辣味”的起点，而是其食辣习惯从“偶然”走向“必然”的关键转折。在此之前，南京饮食已存在“辣味”元素，但来源、形式与后世截然不同，呈现“辛香为主、辣味微弱”的特征^[2]。

（一）南京传统饮食的“清淡”底色

南京地处长江下游，濒江近海，自古物产丰饶——长江的龙虾、秦淮河的水鲜、近郊的蔬菜与畜禽，构成南京饮食的核心食材。受江南水乡气候与“淮扬菜”烹饪理念影响，南京传统饮食以“鲜”为魂，以“和”为旨，追求“原汁原味”，烹饪方式多以蒸、煮、炖、卤为主，调味偏好咸鲜、清甜，避免重口味对食材本味的掩盖。

清代饮食名著《随园食单》（袁枚著，袁枚为南京人）中，对南京及江南饮食的记载可印证这一特征：书中“江鲜单”“水族有鳞单”提及的“清蒸鲥鱼”“白煮鳊”，“杂素单”中的“炒青菜”“煨木耳”，均以“淡煮”“清炒”为法，调味仅用盐、酒、姜、葱等基础调料，未出现“辣椒”相关记载^[3]。另一部清代南京地方文献《同治上江两县志·食货》也提到，南京民间饮食“以鸭为珍，汤以清为贵，菜以鲜为上”，进一步说明“清淡鲜和”是1851年前南京饮食的主流风格^[4]。

（二）1851年前南京的“辣味”来源：传统辛香调料而非辣椒

1851年前南京饮食中的“辣味”，并非来自“辣椒”（辣椒于明代传入中国，清代中期虽在西南、华南普及，但在江南地区仍属“小众调料”），而是来自茱萸、胡椒、生姜、大蒜等传统辛香食材，且多作为“去腥提香”的辅助调料，而非“主打口味”^[5]。

从史料来看，明代《江宁府志》中记载的“茱萸酱”，是南京早期含“辛味”的饮食代表——茱萸是古代“五味”中的“辛味”来源，口感辛辣，常被用于制作酱料，搭配鱼类食用以去腥。清代《调鼎集》（收录江南地区饮食配方）中，南京菜“煨鸭”的配方提及“加胡椒少许”，此处胡椒的“辣”仅为点缀，目的是平衡鸭肉的油腻，而非突出辣味^[6]。此外，生姜、大蒜在南京传统饮食中应用广泛，如“盐水鸭”制作中需用姜蒜腌制去腥，但其辛辣味经过烹饪后已较为温和，远非后世“重辣”“麻辣”可比。

二、湘军解散与民国迁都：南京食辣文化的两次扎根

1864年，曾国藩率领湘军攻破南京，太平天国运动灭亡；1937年，抗日战争爆发，国民政府迁都重庆；1945年，抗战胜利，国民政府返迁南京。这两段历史事件，分别从“人口留居”与“文化反哺”两个维度，推动南京食辣文化从“外来植入”走向“本土扎根”。

（一）湘军解散（1864）：湘籍人口留居与辣味习惯的初步普及

湘军是太平天国运动的“镇压者”，其主体为湖南籍士兵，而湖南是清代中期“食辣文化”最成熟的地区之一——据《湖南通志·风俗》记载，19世纪中期，湖南“无椒芥不下箸”，辣椒已成为“日用必需之品”。1864年太平天国灭亡后，慈禧太后下懿旨“湘军就地解散”，据《曾国藩全集·奏稿》记载，此次解散的湘军约50万人，其中约5万人因“无家可归”或“留恋南京繁华”留居南京，主要分布在城南（今秦淮区）、城北（今鼓楼区）等地，从事手工业、商业或农业。

（二）民国迁都（1937-1945）：川渝麻辣文化的引入与食材本土化突破

1937年，日军攻陷南京，国民政府被迫迁都重庆；1945年，抗战胜利，国民政府返迁南京。这8年的“迁都史”，将川渝地区的“麻辣文化”带入南京，且实现了“辣味食材”的关键突破——紫金山花椒种植，使南京食辣文化从“单纯辣”向“麻辣”升级^[7]。

1. 迁都重庆：川渝麻辣文化的“预渗透”

重庆是川渝食辣文化的核心区域，以“麻辣”为特色，辣椒与花椒的搭配是其饮食灵魂（如“重庆火锅”“麻辣小面”）。1937年迁都后，国民政府工作人员、军队、知识分子及商人约10万人随迁重庆，其中南京籍人口约3万人。在重庆生活的8年中，这些南京人长期接触川渝饮食，逐渐适应并喜爱上“麻辣”口味——据《民国档案·国民政府行政院公报》记载，1940年国民政府食堂“增设川味窗口，供应麻辣菜肴，就餐者日众”，可见“麻辣”已被多数政府人员接受。

此外，随迁的南京商人还将重庆的“辣味食材”与“烹饪技法”引入南京（沦陷前），如在南京开设“川味餐馆”，售卖“麻辣牛肉干”“辣油面”等，虽因战乱存续时间较短，但为战后南京麻辣饮食的发展埋下伏笔。

2. 返迁南京（1945）：川渝人口迁入与紫金山花椒种植

1945年抗战胜利后，国民政府返迁南京，此次返迁不仅有南京籍人口回流，还有约2万川渝籍政府工作人员、商人及家属随迁南京，这些人群是“麻辣文化”的直接传播者：

川味餐馆的兴起：川渝籍人口在南京开设“正宗川菜馆”，如“重庆饭店”“蜀香园”，主打“重庆火锅”“麻辣豆腐”“水煮鱼”等麻辣菜肴，吸引大量政府官员、知识分子及市民消费，据《南京饮食志·民国卷》记载，1946-1948年，南京城区川菜馆从不足10家增至50余家，“麻辣”成为当时饮食的“新风尚”；

紫金山花椒种植的突破：花椒是“麻辣”的核心调料，此前南京花椒多从四川、陕西输入，成本高且不易保存。1945年，随迁南京的川渝籍农业技术人员发现紫金山土壤（酸性土壤）与气候（亚热带季风气候）适合花椒生长，遂在紫金山南麓（今中山陵附近）开垦荒地种植花椒，面积约100亩，这是南京首次规模化种植花椒。据《南京农业志·民国卷》记载，1947年紫金山花椒产量达500公斤，不仅满足南京川菜馆需求，还供应周边城市，“南京麻辣饮食从此有了本土调料支撑”。

三、南京食辣文化演变的本质与启示

从1851年前的“辣味萌芽”，到太平天国时期的“首次冲击”，再到湘军解散、民国迁都、上山下乡、改革开放后的多轮推动，南京食辣文化的演变，本质是“历史进程与城市性格互动”的结果，其背后蕴含着三层核心逻辑：

（一）人口流动是“食辣文化”传播的核心载体

纵观南京食辣文化的演变轨迹，每一次关键转折都与“人口流动”相关：太平天国时期的“军事迁徙”，带来桂、湘、黔食辣文化；湘军解散后的“湘籍留居”，推动辣味习惯扎根；民国迁都的“川渝随迁”，引入麻辣文化；上山下乡的“知青返城”，实现家庭渗透；改革开放的“务工流入”，推动全面兴盛。

人口流动之所以能成为“食辣文化”的核心载体，在于“饮食是最具粘性的文化符号”——人们在迁徙过程中，会本能地保留家乡的饮食习惯，并通过“家庭烹饪”“餐饮经营”等方式将其传播，而“辣味”作为“刺激性口味”，更容易引发关注与尝试，进而实现文化扩散^[8]。

（二）城市包容是“食辣文化”扎根的土壤

南京素有“包容”的城市性格，这种性格源于其“十朝都会”的历史地位——作为多次成为都城的城市，南京长期接受来自不同地域的文化，形成“海纳百川”的文化特质。这种包容性格，使南京对“外来辣味文化”没有排斥，而是通过“适应”“改良”使其本土化：如将四川酸菜鱼改良为“南京风味”，将湖南辣菜降低辣度以适应本地口味。

相反，若一座城市缺乏包容性格，即使有人口流动带来的外来饮食文化，也难以扎根——例如部分江南城市（如苏州），虽有川、湘籍人口流入，但因“坚守清淡饮食传统”，辣味饮食始终难以成为主流。南京的案例证明，城市包容性格是地域饮食文化多元化的重要前提。

四、南京辣味餐厅的市场份额与发展趋势

（一）整体市场占比

南京川湘辣菜市场份额虽低于本帮菜，但保持稳定增长态势。从商圈数据看，仙林金鹰等综合体中，川湘菜馆占比约

7.9%，虽仅为本帮江浙菜的一半，但较2014年全省3%的占比已有显著提升。细分品类中，湘菜表现尤为突出，凭借高连锁率和供应链优势，成为川湘辣菜中的增长主力，2024年联合利华饮食策划将中餐群英荟首站设在南京，印证了湘菜在本地市场的重要地位^[9]。

（二）市场竞争格局

1. 品牌梯队分化：第一梯队为全国性连锁品牌及本土头部品牌，红杏酒家作为“中华餐饮名店”，凭借20年积淀占据高端川菜市场；坛湘通过“剁椒鱼头+菜园子+辣椒炒肉”多品牌矩阵，成为湘菜市场领军者^[10]。第二梯队为区域连锁品牌，马伍旺以7家门店覆盖南京核心区域，主打年轻客群。第三梯队为夫妻店及小型连锁店，数量占比超60%，但市场集中度较低。

2. 业态竞争差异：商场店聚焦年轻消费群体，主打场景体验与网红属性，如马伍旺的复古装修与茶饮搭配；社区店侧重家庭消费，通过菜系融合拓展客群，坛湘菜园子融入粤菜海鲜与苏菜家常菜即是典型案例；校园及写字楼周边则以平价快餐为主，喜翻拌等品牌通过麻辣拌品类实现日均4000元销售额。

五、结论

南京人吃辣的习惯，是近170年来多段历史进程叠加的结果：1851年前，南京辣味饮食以传统辛香调料为基础，呈现微弱萌芽；太平天国运动通过军事迁徙将桂、湘、黔食辣文化带入南京，形成首次冲击；湘军解散后湘籍人口留居，推动辣味习惯初步扎根；民国迁都重庆与返城潮，带来川渝麻辣文化与紫金山花椒种植，实现辣味食材本土化；上山下乡知青返城，使辣味文化深入家庭；改革开放后，人口流动与社会需求升级，推动辣味饮食全面兴盛，并形成“本土化”特征（如南京风味酸菜鱼）。

从本质上看，南京食辣文化的演变，是南京“包容”城市性格与“人口流动”“社会需求”等历史、社会因素互动的结果。这一演变过程，不仅丰富了南京饮食文化的内涵，更成为解读南京城市历史与文化的“微观镜像”——通过“辣味”这一小小的口味偏好，我们能看到南京如何在历史进程中接受、融合外来文化，最终形成独特的城市文化特质。

参考文献

- [1] 南京市统计局. 南京市统计年鉴（2020）[M]. 北京：中国统计出版社，2020.
- [2] 南京市餐饮协会. 南京市民饮食习惯调研报告（2023）[R]. 南京：南京市餐饮协会，2023.
- [3] 联合利华饮食策划. 2024中餐群英荟南京站活动纪实 [EB/OL]. 搜狐网，2024-05-09.
- [4] 华声在线. 坛湘：引领金陵尚辣之风 [EB/OL]. 2021-11-09.
- [5] 美食探店. 南京平价川湘菜消费体验 [EB/OL]. 2023-02-08.
- [6] 抖音. 椒爸爸三人餐消费测评 [EB/OL]. 2024-04-11.
- [7] 本地餐饮观察. 南京综合体川湘菜馆分布调研 [EB/OL]. 2024-07-17.
- [8] 手机广西网. 江苏川湘菜馆发展现状分析 [EB/OL]. 2014-12-07.
- [9] 金陵微雨花. 马伍旺：一碗川辣唤醒金陵 [EB/OL]. 2025-05-06.
- [10] 中国网. 红杏酒家的金陵之梦 [EB/OL]. 2023-12-15.