

C4 CULTURE | 金叶文化

民族企业香烟广告画倡爱国

□ 朱明尧

19世纪末,在“洋烟”进入中国并不断扩张直至逐渐垄断中国市场的背景下,中国的民族卷烟生产企业兴起并开始参与市场竞争。据有关史料载,当时,我国共开办了30余家卷烟厂,其中规模最大的为南洋兄弟烟草公司。南洋兄弟烟草公司为侨资企业,于1905年创办于香港,1916年在上海设立分厂,

1918年将总公司搬到上海,1919年改组为股份有限公司。南洋兄弟烟草公司生产“双喜”、“飞船”、“长城”、“大联珠”等10多种卷烟品牌,一时间使“洋烟”在市场竞争中受挫。为争夺市场份额,双方还打起了“广告战”。

江苏常州广告画家周柏生担任南洋兄弟烟草公司广告部画师时所作的一幅《诸君有爱国之志乎》香烟广告画,构图精美,鲜明

地体现了爱国主旨。该广告画中有一面椭圆形的镜子,镜中有一位姿态优雅的女子,她左手手指夹一支卷烟,烟雾直升顶端。镜子的右下方绘有“红金龙”卷烟一盒;左上方绘有“白金龙”卷烟一盒;右上方写有“诸君有爱国之志乎”字样;左下方写有“请用白、红金龙香烟,以示提倡”字样。在广告画的底部,印有“中国南洋兄弟烟草公司”字样,以表示自身属于民族企业。



南怀瑾:香烟与叹息

□ 吴名

大凡对国学感兴趣的人,或对佛学感兴趣的人,哪怕是对易理、气功感兴趣者,对南怀瑾先生可能都不会陌生。其知识涉及面极广,不少人在拜读过其著作后,无不被他的博学和深入浅出的阐述所折服。但对这位号称“上下五千年,纵横十万里,经纶三大教,出入百家言”的国学大师,却没有几人能真正了解。这本《南怀瑾先生侧记》虽不能让我们完全走进

南怀瑾先生的生活,却也可走近些。

“吸烟有害健康”,这在香烟的包装上都是注明了的,像南先生这样的国学、禅学大师又如何能与这毒物联系上呢,难怪当一个美国学生看到南先生点了一根香烟吸起来时,竟难过得哭起来。

南先生吸烟是有故事的,想当年在四川峨眉山闭关,习惯了清新的空气,无奈下山后顿感“人”味颇重,实在受不了,便燃起香烟,把“人”味赶走,其实并没有吸进肺里。南先

生的吸烟与众不同,倒更像一种把玩,幽雅得很,空气中也没有讨厌的烟气。

熟悉南先生的人总说,南先生经常叹气。是有隐衷?还是有何心事未了?抑或是众生“人”味太重,实在难度?可能兼而有之吧。做名人难,做一个要无时无刻都为人师表,做人楷模的名人更难。正所谓“曲高和寡”,来访问南先生的人可谓是三教九流,无所不包,难怪有人称南先生是“通天教主”,南先生也自称是“大妓女”,整天“接客”,迎来送往。但真

宋子文与卷烟统税

1927年,南京国民政府成立,任命古应芬为国民政府财政部部长。古应芬认为,卷烟统税尚未普及到北伐军新占领的地区,而且当时的卷烟统税与外国相比较轻。于是参考各省的实际负担,按照统税办法,将税率改为50%,于1927年6月23日公布《国民政府财政部卷烟统税暂行章程》后施行。但当时国民政府各省税务尚未统一,卷烟走私猖獗,章程公布以后收效甚微。后将卷烟统税改为卷烟税,归国民政府财政部烟酒税处管辖,并于1927年9月公布《征收卷烟税章程》及其实施细则。自从卷烟统税改名为卷烟税后,因其税率仍为50%,各地烟厂认为税率提高过多,负担过重,一时难以接受,纷纷请求减轻税率。为使章程得以实施,国民政府财政部决定按照原税率的7折征收,即在实际征收时暂按35%的税率计征。尽管如此,偷漏税的情况仍然存在,卷烟税收收入较之以前并没有增加多少。

1928年1月,宋子文复任国民政府财政部部长,认为过去的卷烟统税率权集中、征税手续简便而且行之有效,有

必要恢复卷烟统税原定的办法,并决定将税率适当降低,以便在租界内外的复杂环境下顺利推行。于是,国民政府财政部在上海设立卷烟统税处,规划有关事宜。

1928年2月1日,国民政府公布实施《征收卷烟统税条例》。条例规定,因进口卷烟另须缴纳进口关税5%和附税25%,所以,国产卷烟的税率要高于进口卷烟25%。当时无论进口卷烟或国产卷烟,均以海关估价作为计价标准,从量兼从价分7等征收。

1928年,宋子文亲自在上海与英美烟公司在华董事密谈。英美烟公司提出一次预购税票100万元,帮助国民政府解决财政困难,宋子文也同意英美烟公司代拟的烟税条例,把卷烟税率降低为22.5%。以后,随着英美烟公司不断提出减税的要求,其在某种程度上享受了协定烟税的特权。同年12月,国民政府财政部与英美烟公司重新商定修正纳税办法10条,提高卷烟税率。1929年,国民政府修正公布《征收卷烟统税条例》,将卷烟税率一律提高为32.5%。修正后

进口卷烟应纳税项为海关税及附加税7.5%、卷烟统税32.5%,实际税负为40%;国产卷烟纳税项为卷烟统税32.5%。

卷烟统税先在湘、鄂、赣3省试办,后又在国民政府控制的苏、浙、皖、闽、赣5省正式创办,这些地区当时被称为“统税区域”,统税商品也由卷烟扩大到棉纱、火柴、水泥等。1933年的统税区域,已扩大到鲁、豫、粤、桂、冀、晋、察、绥等15省,东北的辽、黑、吉、热4省也被视为统税区域。只有西北、西南地区的商品统税仍由地方政府征收。1933年,国民政府财政部为了将统税区域扩大到全国,先后与各省协商,对实行统税后的地方政府所欠收的税款,由国民政府在统税收入项下拨款补助。于是,川、康、陕、甘等省先后被划为统税区域。1937年抗日战争爆发后,国民政府退守西南、西北大后方,滇、黔、宁等省宣布为统税区域。至此,统税商品通行全国。

一支烟,看着烟慢慢燃烧,我的心就会渐渐平静下来,大脑也会冷静,感觉自己像一条在烟雾中飞翔的鱼,清凉而又惬意。

烟与人最大的区别就是,在衡量未知的结果中,人消磨了时光,烟却忽略结果先做事。我想,烟给我们的是一种意境,一种“为而不争”的心境,它鼓励我们去创造,去积极地生活,但是又不斤斤计较。

朋友,空闲时,点燃一支烟吧,你会释然许多,明了许多。

向服务型行业转变越来越明显

2006年黄山市烟草公司总经理范家福在其工作报告中强调网建工作的16个字,即“突出服务、注重效率、优化流程、提高素质”,而这四方面的总纲是服务,其他三项最终目标也是为了促进服务。而在07年的工作报告中,以做“精”做“优”,实现又“好”又“稳”再次强调要满足需求,全心搞好服务,因此,现代营销注重的不是商品量的问题,而是服务是否到位,卷烟零售户和广大卷烟消费者对企业是否满意等,在我们日常的走访中,与客户谈及对烟草公司的近几年的感受时,多数客户都有很深的感触,其中体会最深的就是企业的服务越来越到位,企业管理越来越规范,市场净化越来越好。

虽然没有经历过烟草改革发展到整个过程,但所听、所闻,确实让人振奋,想想烟草的今天,不难看出烟草人所付出的艰辛历程,而艰辛的背后却达到了广大卷烟零售户和消费者的肯定和支持,因此我相信烟草在烟草人不懈的努力下将会更辉煌、更耀眼!

(作者单位:黄山市烟草公司)

慢慢抽烟斗

□ 南方

如果,一个干干净净的老男人摸出一只丝绒小袋、一个精致小罐,再掏出一根长长的火柴(防水打火机是不被看好的),那么,他是要抽烟斗了。

稍纵即逝的安宁因子,秋日野草燃着的味道,浓郁温暖的后调,带人去往空中无形的烛台、蛛网和紫色葡萄园。

丘吉尔在他的《二战回忆录》里写道:“就在这个值得纪念的时刻,我手里握着一只结实的石楠根烟斗,斯大林那一排浓重胡须下面嵌一只巨大的枣木烟斗,罗斯福抽的是骆驼牌香烟,但他把烟卷在一支长长的烟嘴里……”

爱因斯坦工作时,面前多半有一排装满烟丝的烟斗,抽完一斗,再取一斗。他说:“抽烟斗能使思考趋于平静和客观。”

林语堂曾说:“口含烟斗者最合我意,这种人较为和蔼、坦白,又大多善于谈天,和这般人必能结交相亲。”

在过去的几个世纪里,莎士比亚、牛顿、赫胥黎、马克·吐温、梵高、麦克·阿瑟、巴顿、里根、德里达,甚至虚构人物福尔摩斯,都是资深烟斗客。烟斗也渐跟下列意境发生关联:内敛、镇定、自信、从容、谦逊、低调、睿智,懂得享受人生。16世纪英国探险家沃尔特·佩利爵士受印第安人启示制成第一管烟斗时,一定没想到小小一具Pipe会被注入如此容量的文化内涵。

“你得不耐心和修养。初学者常常点不着烟斗,老是熄,别着急,这就像学习走路一样,你要付出时间,一旦学会就能体会其中的美妙。你可以先用直柄烟斗来学习,这样简单一些,但不能抽太久;抽完后用通条把烟斗清理干净,用特制的小刀轻轻刮掉烟垢,千万不能在鞋底硬磕。”意大利著名的沙芬烟斗第四代传人简·卡罗·沙芬说。

烟斗有不同材质,以石楠根最珍贵。石楠制斗,始于1850年。石楠木产于地中海沿岸的岩壁上,制斗采用的不是树干,而是地表之下的根瘤。石楠木根瘤坚固、木质细密且轻,上面有无数个肉眼看不见的微孔,有助于散发水汽和热量,表层会烧焦、碳化,但却极难燃着,最宜用来燃烟草。所以西方烟斗客不说My Pipe,而说My Briar,就像奔驰车主不说My Car而说My Mercedes一样。15年以上的根瘤才能用来制造烟斗,若不小心地切下石楠根瘤,它还会再长出新的。树龄愈高,木质愈紧,颜色更近琥珀,木纹愈美,价格也愈昂贵。

石楠木根瘤没有年轮,由木纹得知树龄。高贵的烟斗必含三种木纹:往上直冲的火焰纹:细细的直线纹,垂直分布在烟斗四环,自然深色;鸟眼纹,在火焰纹、直线纹两端横切面,像针织的鸟眼紧密挤靠。二战前,还可以找到250年树龄的根瘤,目前最好的稀有石楠只有100岁,却可遇不可求。20年前,50至75岁树龄还算普遍,今天只能淘淘15年树龄的了。

完全没有缺陷的石楠根瘤是首选。如Dunhill申明只用首选,它的烟斗有一个白点标记,因为这个白点,每只斗要比别的品牌贵100-200美金。如果根瘤有缺陷,不管大小都被列为次等。如有多处缺陷、需以填料补全者归为三等。1000个树瘤中,能称得上首选的,只有两三个。

瘤心烟斗又叫Plateau,是在少数首选石楠木根瘤中精选的,稀罕,通常只刻粗环,待买家鉴定后,再手工制作。死根瘤为极品,百年石楠自然死亡,根瘤在地底自然干燥,这种根瘤是稀世珍宝,Dunhill称之为DR级,只有天价才能购得。



国际著名烟斗品牌差不多都有百年以上历史,德国Gizeh、英国Dunhill、奥地利Peter Matzhold、意大利Savinelli、法国Chacom,都有像瑞士机械表一样的古老、繁复、悠长的近百道工序。

如果你不是船王的儿子,跟阿拉伯酋长也攀不上亲,胆与气力都小到不够抢银行,那么,收藏那一个又一个系列的诱人玩艺是多么无望。且慢,看看二等品、副牌、贴牌和二手烟斗吧——胡兰成教导我们:“亦是好的。”

二等品烟斗是制作过程中出现一些只有细微瑕疵而无损使用品质的次品。为保证品牌形象,一些名厂的二等品烟斗不再标原品牌,而通常只烙上“进口石楠”或“意大利”之类的字样,以示区别,价格则大大低于正品烟斗。

有些烟斗厂商常把一些表面有瑕疵(如雕琢失误、木质表面有经过补土的沙眼等)、但在制作工艺上与正品没区别、不影响口感品质的,贴上其他的品牌出售,称作“副牌烟斗”。副牌烟斗实际上是一种质量较好的二等烟斗,性价比高。还有些副牌烟斗是著名的高档烟斗厂家为了占据更大市场份额特意制作的,价格低于正牌,像著名的Parker烟斗就是Dunhill出品的副牌。

一些烟斗被冠以某些烟草商的品牌,而实际上由一些著名厂商代为设计制造,称为“贴牌烟斗”。这种烟斗标价远低于著名厂商同类烟斗的价格,质量却没有太大区别。

二手烟斗,就是别人使用过又拿来出售的烟斗。便宜,好用,省却“开斗”之烦。不过在国内,据说因为市场不成熟,很难遇到中意的二手烟斗。

烟草的配方基本上分为两类:一类是英国式纯烟草,一种是加味式。英国政府禁止在烟草中添加任何东西,所以英国式能品味烟草的原味。加味技术则属于各厂牌机密,但是加味的方向不外乎水果味(如樱桃、水蜜桃、奇异果)、花草味(特殊芳香花枝)、酒香味(威士忌、单一麦芽、兰姆)、咖啡、香草、木香或干果味。调配加味后,要经过一段陈年期和结婚期,令香味相互融合、调适。之后,该你的味觉、味蕾、嗅觉出场了,谁说挑选一款适合自己的烟草不该像挑选一个爱人那样郑重呢?

马克·吐温说,“如果天堂没有烟斗可抽,我宁可下地狱”;福尔摩斯在小说里开口,“这是个要抽足三斗烟才能解决的问题。”前现代,天才和绅士们借烟斗进退,在那一小团烟雾里求得安宁和高贵。现代,有品位的男人玩烟斗。后现代,精英男分不出身抽烟斗——一斗烟连前戏带后续,少说也得三四十分钟,商务人士可从上海直飞台北了。烟斗在全球化时代被打上文化的十字架,成为一种模棱两可的身份标识。

那么,只好在谈事情的时候摆摆Pose了。倘若能理在蒙特卡洛红的大沙发里,一抬头望见毕加索《拿烟斗的男孩》之复制品,那真是,相得益彰。2004年5月,这张画在纽约索思比拍卖行拍得1.04亿美元的天价,成为“全世界最昂贵的绘画”。



□ 曲振明

1926年,时任广州国民政府财政部部长的宋子文提出:将25%统捐、卷烟特税等名目的捐税合并为卷烟统税,并于同年12月制定《征收卷烟统税办法》,将税率定为12.5%,使用印花票为纳税凭证,先在湖南、湖北、江西3省试办。卷烟一经商人纳税贴足印花后,行销3省,沿途无关卡截留,无稽征人员苛索,商民称便,反映颇佳。

空闲时,点燃一支烟吧

□ 王 辑

烟使我想起我的大学同学,她对我说:“如果你想扮酷,可以把牛仔褲割得像尿布,可以把头发染得像颜料铺,但是千万别在人前抽烟,烟给你的只是无边无际的苍凉和落寞。”于是,在我的心里,烟始终和颓废和堕落连在一起。所以,除了评吸课,我一直未敢在人前抽烟。

现在,我走上了工作岗位,抽烟就是工作。烟像是一个需要呵护的孩子,

我必须时时刻刻和它待在一起,必须每时每刻把它挂在嘴上,我也顾不上形象是否颓废或堕落了。可是,时间长了,烟竟让我油然而生了一种敬佩,烟竟给了我一种启迪,烟竟让我认为它与颓废毫不相连,更与堕落毫不相干。

有人赞美:春蚕到死丝方尽,蜡炬成灰泪始干。然而,为什么没有人赞美烟呢?仅仅是因为它有害健康吗?但是,烟给了我们太多的精神慰藉啊!

您观察过烟吗?一支修长的、洁白的精灵,在火的启发下,化成一团烟雾,

袅袅生起,轻盈地散去、散去,直到无影无踪。烟的生命在火中升华,它生命的全部意义就是燃烧,变成烟雾,变成灰烬,而给人们留下的是无尽的灵感。烟默默地脉脉漠漠真真地承受着焚烧的痛苦,冷眼看着人们在健康和需求中艰难抉择。无论人们如何评价烟,烟都无言,它唯一的表达就是用生命燃烧。烟说:我生活过,灿烂过,我不在乎别人的看法。

现在不管是工作还是业余时间,在我烦闷、焦虑、不知所措时,我都会点上

全和完善。

企业运行越来越规范严谨

任何一个行业的发展,其规范性是治企之本,俗话说没有规矩不成方圆就是这个道理,烟草正是本着规范性发展,才有存在于社会的一席之地,笔者进入烟草系统已3年光景,亲身体会了烟草发展之规范,听同事和卷烟零售户所讲,在10年之前,烟草由于管理上不是太规范,导致那时的烟草商业企业无法掌控烟草市场,从而流失了很大一部分财政收入,记得本片区王村地区的几个零售户在讲到以前的烟草销售情况,他们相当留念,因为那时的他们获得的利润相当可观,那时他们所订购的卷烟不是直接从烟草公司进货,而是直接与烟贩子直接进行交易,在其成本上相对较低,同时市场假冒卷烟也较多,而烟草公司当时在其管理上相对比较松懈,从而给他们这些客户有利之乘,他们正是利用烟草公司的管理不规范,不断外渠道进货,同时市场上大肆销售假冒卷烟现象也比较普遍,可以说烟草公司完全失控,而随着烟草体制改革的浪潮,烟草人在其思想观念上有了很大的

改变,烟草商业企业的管理也随之逐渐规范和健全,企业发展逐渐上轨道,市场净化程度也相当的好,可以说现在的烟草公司完全掌控卷烟市场,所以说规范管理是企业发展的必要条件。

物流、访销模式越来越健全

近几年,烟草商业企业在配送网建方面取得了不少成绩。打破了以往的多级配送、手工分拣的特征,实现统一的物流管理模式,以“让零售户满意、让消费者满意”作为烟草行业可持续发展的“生命线”。因此,烟草行业正在努力调整自身角色,由“坐商”逐渐转变为“行商”,访销由被动转变主动模式,由原先的驻点批发到现在的电话访销、网上配货,电子结算等模式,卷烟由自行提货到烟草公司送货上门等转变,无不显示了现在物流、访销模式的健全和完善,而正在实践的按订单组织货源更是体现了烟草商业企业的订单模式越来越来健全,真正做到以“两个至上”为企业价值取向,以提高客户满意度和忠诚度为基准,不断打造现代一流烟草商业企业。