



刘建军:收藏烟标 收获快乐

一枚枚烟标被分门别类、整齐有序地珍藏在书柜中,闲来无事,刘建军喜欢边翻看那些绚丽多彩的烟标,边回味收藏烟标过程中的点点滴滴。图片由刘建军提供。

说起河南郑州市职工收藏协会副主席、郑州市收藏协会烟标委员会会长刘建军,很多收藏烟标的人都认识他。

今年44岁的刘建军,收藏烟标近30年了。上小学三年级的时候,刘建军看到花花绿绿的火柴盒挺漂亮,就开始有意识地收藏火花。1987年,刘建军被郑州市职工收藏协会吸收为会员,受收藏烟标朋友的影响,刘建军开始收藏烟标。如今,刘建军的烟标藏品已有7万余种,从数量上来说,在全国已经位居前列。

当初决定收藏烟标后,为了提高藏品数量和质量,刘建军不仅舍得花大价钱购买烟标,而且还经常到全国各地四处访烟厂、结交收藏烟标的朋友。

1990年9月,河南登封卷烟厂已停产,为了搜集到更多烟标,刘建军坐着长途汽车来到河南登封卷烟厂。在一座废弃的厂房外,刘建军透过门缝依稀看到满是灰尘的地面上竟散落着一些烟标。为了看个仔细,他从没有封死的窗户跳进了厂房。窗户离地面三米多高,摔倒在地的刘建军,忍着疼痛,仔细搜寻,结

果找到了“玫瑰”、“可可”、“少林寺”等几个牌号的烟标近千枚。因为落地后的那一摔,回到郑州后,刘建军的腿半个多月才恢复。

1991年4月,刘建军骑着自行车到豫北地区先后走访了多家卷烟厂。在河南焦作温县,刘建军听当地编写县志的工作人员说温县曾经有很多卷烟厂,民间可能散落有大量烟标。于是,刘建军就挨着村子转,竟然在一天之内从村民手中买到了40多种近5000枚烟标。尽管一天下来累得腿疼,但抱着一大包新收获的烟标,刘建军的脸上笑得无比灿烂。时隔十多年之后,刘建军再次到温县寻觅烟标时,许多村民竟然还认得这位花钱买“废纸片儿”的“怪人”。

收藏一枚枚烟标就是收藏一段段历史。近30年来,刘建军不仅在烟标收藏中颇多建树,在烟草文化研究等方面也取得了一些成绩。

1990年6月1日,刘建军自费创办了名为《烟标大世界》的内部交流刊物。虽然期间这份刊物因各种原因几易其名,但却一直坚持了下来。如今,已更名为《烟标研究》的刊物已出刊近300期,出刊周期也由最初的月刊改为了半月刊,并且还增加了彩印版。烟标收藏家、烟草文化研究专家戎国荣先生曾说:“烟标收藏只要有兴趣而又肯付出经济代价是不难取得一定成就的。但是以一己之力创

办烟标研究刊物且坚持了20多个春秋并不容易。”

这个刊物凝聚了刘建军太多的心血。每期从约稿、编辑、排版到印刷,所有工作全部由刘建军一人承担。25年的时间,他从没叫过苦,也从未后悔过。因文化气息浓厚、编印精美,这份刊物不仅受到众多烟标收藏爱好者的认可与喜爱,同时对烟标艺术研究和烟草文化传播也起到了推动作用。“在这个过程中,我收获了很多快乐。”刘建军说。

此外,刘建军还编撰了《中国烟厂资料汇编》(已出版四卷)、《抗美援朝加字、慰问烟标图谱》、《烟标目录》等多种烟标研究资料,其中《中国烟厂资料汇编》、《烟标目录》第一辑已被中国烟草博物馆收藏。此外,刘建军还受邀参与了《河南省烟标集》与《河南烟标图谱集》的编撰工作。

2003年7月18日,刘建军和几位志同道合的烟标收藏界朋友共同投资,开通了国内第一家烟标论坛——“华夏烟标论坛”。十几年来,“华夏烟标论坛”对推动国内烟标研究、发展壮大烟标收藏者的队伍发挥了积极作用,成为国内颇具影响力的烟标论坛。刘建军还多次参加全国各地举办的烟标收藏会议,携带自己的藏品参加展览并多次获奖。他还组织举办了10余次烟标交流会,为宣传烟标文化做出了一定的贡献。(常德礼)

“红双喜”里藏孝心

年迈的父亲每年春节都会收到几条“红双喜”烟。那是孩子们从外地回来特地买给他的。

因为孩子们都知道,年迈的爷爷喜欢喜庆热闹,更知道爷爷有个嗜好就是抽烟。所以在众多品牌的卷烟中,孩子们都会按照爷爷的喜好,一致选择“红双喜”。然而年关一过,孩子们都陆陆续续地出去了,上班的上班,上学的上学。等他们都走了,父亲便打电话让我回去。我知道父亲舍不得抽双喜烟,他让我回去的目的不外乎就是让我将“红双喜”烟拿回到店里卖,然后换成价格便宜一点的烟给他抽。但按照法律规定,孩子们送的“红双喜”是在外地买回来的,不能放在我的店里卖。况且“红双喜”烟不仅香气浓郁丰富、有层次,而且烟草本香天然醇厚,深得父亲的喜爱。把“红双喜”拿走,父亲心里一定会有些不舍。

我考虑再三,决定来个“偷梁换柱”。

我让老公将“红双喜”烟拆开,用他平时收集起来的各种空烟盒子装起来,然后告诉父亲说,这些烟是平时人家敬的散支烟,不用花钱买的。父亲信以为真,每次回家时,父亲都会告诉我:“兰儿,你带来的烟真不错,抽起来劲头适中,吸味也纯。”听了父亲的一番述说,我心里窃喜,爸爸人老眼花了,不知道我动了手脚,这烟不就是孩子们孝敬您的“红双喜”吗?要知道“红双喜”乃是我们这里最畅销的大品牌,平时难得订货到,每个礼拜只要有“红双喜”货源,我都足额订购,然后将其藏起来卖,之所以这样,是为了将这这么紧俏的“红双喜”留给父亲抽。

上次回家,我又带了两条“红双喜”给父亲,怕父亲舍不得抽,我骗父亲:“这两条烟是我去人家烟厂参观时烟厂送的,这烟是不能放在店里卖的,不然烟草执法部门会没收的。”父亲信以为真:“那我就负责抽了这两条烟吧!”

其实只要老人高兴,我们做儿女的编一点善意的谎言也没事,因为在那“红双喜”里暗藏着晚辈们对老人满满的孝心。

(吉文兰)



“红双喜”品牌有广泛的消费群体。

烟标上的年俗:营造喜庆氛围



湖南永顺卷烟厂出品的“天福”烟标

年俗文化是我国传统文化的重要组成部分,凝聚着华夏子孙的情感寄托,传承着家庭伦理和社会伦理观念,具有浓郁的民族特色。我国烟草企业曾出品大量与年俗文化相关的烟标。

“爆竹声中一岁除,春风送暖入屠苏。”燃放爆竹以驱邪助兴的年俗在我国有着悠久的历史。南朝梁宗懔在《荆楚岁时记》中就有“正月一日……鸡鸣而起,先於庭前爆竹、燃草,以辟恶鬼”的记载。在上世纪80年代宁夏吴忠卷烟厂出品的“佳节”烟标上,设计者用剪纸描绘出一个头戴虎头帽的儿童在燃放爆竹的喜庆场景。上世纪五六十年代,河北石家庄市制烟厂试制的“恭贺新禧”烟标,主版画面为四只高挂的大红灯笼,显得喜气洋洋,副版刻画的则是一个顽皮可爱的男童在点燃爆竹的精彩瞬间。

拜年春节期间的重要活动,最能体现年味。河南光山、江苏淮阴、江西井冈山等卷烟厂都曾出品“新年好”烟标,湖北大悟卷烟厂曾出品“新年快乐”,安徽滁州卷烟厂曾出品“欢度佳节”,江苏淮阴卷烟厂曾出品“新春愉快”和“好运年年”,云南玉溪卷烟厂曾出品“恭贺新禧”等烟标,这些烟标的图案充满节日气氛,传达着美好的新年祝福。在此类烟标

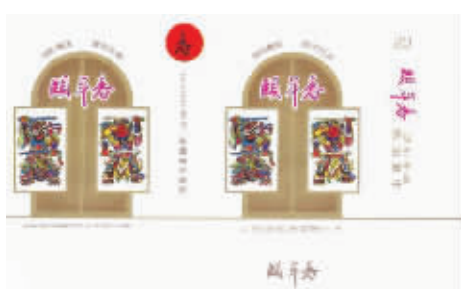


河南新乡卷烟厂出品的“恭贺新春”烟标

中,上世纪90年代,河南新乡卷烟厂出品的“恭贺新春”烟标尤为精美。该标主、副版图案分别是身穿节日盛装的女童和男童肩挎腰鼓载歌载舞欢庆新年的画面,喜气洋洋的节日气氛和欢快的锣鼓声似乎正从这小小的烟标中飘逸而出。江苏徐州卷烟厂出品的“拜大年”烟标更是直白喜庆,其主版烫金的标名右侧印有“年年如意庆吉祥”的祝福语。

贴春联、贴“福”字是春节来临之际的一项重要活动。上世纪90年代,四川宜宾卷烟厂出品的“恭喜发财”烟标,主版展现的是两个孩童坐在灯笼上,手持“招财进宝”和“恭喜发财”对联的喜庆画面。上世纪90年代,湖南常德卷烟厂出品的“龙门”烟标,副版上印有“鱼跃龙门九州富,日暖神州万木春”的春联。上世纪八九十年代,湖南永顺卷烟厂出品的“天福”烟标,主、副版图案则是装饰有鱼、桃、仙鹤、聚宝盆等吉祥图案的“福”字。我国民间习惯把“福”字倒着贴,取义“福到”。江西兴国卷烟厂和广西柳州卷烟厂分别出品的“福到”烟标,其主、副版图案均是倒贴的“福”字。

农历新年,民间有贴年画、贴窗花的习俗。作为承载着对未来美好憧憬的民间艺术形式,年画一直深受人们喜爱。上世纪90年



江苏淮阴卷烟厂出品的“年春”烟标

代,四川绵阳卷烟厂出品的“5”牌烟标,主、副版就是象征着吉祥如意传统年画“五子夺莲”图案。上世纪90年代,湖南新晃卷烟厂出品的“五子闹春”烟标,主版上的5个儿童形象采用了传统年画的表现手法。上世纪90年代,湖北三峡烟草有限公司出品的“通乐”烟标,主、副版上的画面则是我国传统年画中常见的“连年有余”。贴窗花也是常见的年俗活动。上世纪80年代,辽宁沈阳卷烟厂出品的“新禧”烟标,主版就是喜庆吉祥的“喜鹊登梅”剪纸窗花图案。

我国的门神崇拜历史悠久,最初的门神形象多为神荼和郁垒这两位神将。后来,传说中的捉鬼天师钟馗、唐初名将秦琼、尉迟恭等也被人们视为能护家院、保平安、助功名、降吉祥的门神。上世纪80年代,江苏淮阴卷烟厂出品的“年春”烟标,主、副版画面就是一扇紧闭的大门上贴着手拿双剑的秦琼和双手持剑的尉迟恭的门神画像。

在欢度新春佳节的锣鼓声中,舞狮这种传统的民间表演艺术也是必不可少的一道风景。上世纪80年代,宁夏吴忠卷烟厂出品的“舞狮”烟标展现的就是人欢狮舞庆佳节的场景。(李德长)

品味“黄鹤楼”

拨开淡雅香缭绕的烟云,让思绪尽情穿越“黄鹤楼”卷烟的历史。随着鼻息间香气愈加浓厚,我对“黄鹤楼”的感受也越来越深。

一脉传承,历久弥香

一把火炬从湖北燃起,传遍全国,走向世界。有人说,看一个人的成功,要看他的过往,看一个企业的成功,要看它的传承。历史代表着品质的积淀,历史代表着品牌的根基。从南洋烟草公司那对传奇的兄弟,到那个传奇配方师,到国营汉口卷烟总厂,再到武烟集团和湖北中烟,历史的点点滴滴为“黄鹤楼”卷烟串联成一串熠熠发光的珍珠项链。

低焦科技,服务为先

一首歌唱得好:“感恩的心,感谢命运,花开花落,我依然会珍惜。”是消费者陪伴“黄鹤楼”走过风风雨雨。这也成为“黄鹤楼”品牌勇于开拓、精诚守业的无穷动力。懂得感恩,是“黄鹤楼”从人出发、以人为本的品格基础。我们看到,它不断进行着技术创新、管理创新,无不是为了满足消费者的需求。有顾客跟我说,在“黄鹤楼”以前,没有哪款卷烟突破过传统的直立翻盖式包装,没有谁在烟支的长短、粗细,甚至过滤嘴上做文章。讲到这,他竖起大拇指:“这才是好烟,这才是理解消费者的好企业!”

感性传递,独具特色

我妹是学美术设计的,她来到我的店里,看了那么多包装图案,唯独就夸“黄鹤楼”好,有视觉冲击力,富有突出的美感。她说:“你看,从烟包设计到元素搭配,从品牌风格到内涵延伸,‘黄鹤楼’融中西文化之精髓,巧妙运用现代美学语言,完美诠释了新古典主义的美学魅力。”我笑着说,“你说这些我都听不懂,就感觉这些名字挺好听的,也有内涵。你再闻那香味,哪个能比?”妹若有所思地说,“黄鹤楼是在用产品诠释经典啊”。工艺超群,精工细作上学的时候,我们一直吃食堂的大锅饭,大师傅烧开锅,把白菜、豆腐、素丸子一股脑搁进去,咕嘟成一锅没滋没味的杂烩菜。所以,等留守看校的时候,我们强烈要求换小炒,享受一下“吃小灶”的优厚待遇。“黄鹤楼”的技术人员也革新出一套独创的“小锅小炒”特色工艺,使28种烟型各具特色。另外,他们还将烟丝加香加料后,储存在专用的以45°倾斜摆放的橡木桶内,以极为缓慢的速度产生化学变化,木桶醇化的过程在给予烟丝更多香气的同时,也让烟丝的烟香更加醇厚。

品质优良,彰显尊贵

环神农架地区森林覆盖率达70%左右,热量资源丰富,雨量充沛,光照充足,土壤无污染,水质清冽甘甜,具备生产特色优质烟叶的生态环境基础,自然天成的“清江源”富硒烟叶和极致醇和“金神农”原生态烟叶,是“黄鹤楼”淡雅香品类的特色原料。因为稀有,所以尊贵。传奇的特色烟叶,成就了“黄鹤楼”品牌天赐淡雅香的传奇。

(于海霞)

内画鼻烟壶“三大家”



马少宣款内画鼻烟壶,人物肖像为谭鑫培扮演的黄忠。



周乐元款内画鼻烟壶,画面格调高雅,充分展现出中国传统山水画的意境。



叶仲三款聊斋故事内画鼻烟壶,画面取自《小谢》中的人物故事。

法笔力遒劲,是其代表作之一。现北京故宫博物院收藏有马少宣内画鼻烟壶三件,其中一件是另一款谭鑫培扮演的黄忠形象。背面以欧体字题诗:“老将说黄忠,牧川立大功。身披金锁甲,手挽铁胎弓。胆气惊河北,威名镇蜀中。”

马少宣创作的内画鼻烟壶在当时就为皇室贵胄和社会名流所追捧。如清末重臣李鸿章、京剧大师梅兰芳等均得到过马少

宣赠送的内画鼻烟壶佳作。1915年,马少宣的内画鼻烟壶在巴拿马万国博览会上获奖。

叶仲三,生于1875年,卒于1945年,是内画鼻烟壶艺术大师中一位重量级的人物。有别于马少宣内画鼻烟壶的文雅,叶仲三的内画鼻烟壶以雅俗共赏著称。在作品取材方面,叶仲三多以当时社会上较为流行的画册和《三国演义》《红楼梦》

《聊斋志异》等文学名著中的插图为摹本,题材涉及山水、花鸟、草虫等等,可谓无一不能、无一不精,尤其擅长描绘人物画像。叶仲三所画聊斋故事活灵活现、红楼人物栩栩如生,被时人称为“内画人物一绝”。在色彩上,叶仲三的内画鼻烟壶也别具一格,以大红大绿为主,对比强烈,民俗气息浓郁。

从叶仲三款聊斋故事《小谢》人物内画鼻烟壶上我们就可以一睹叶仲三人物内画的风采。此壶色彩浓淡相宜,人物描绘细致入微、栩栩如生,体现出叶派内画雅俗共赏、笔法细腻、用色大胆的艺术特色。此外,《钟馗送妹》内画鼻烟壶也是叶仲三的代表作。

把内画鼻烟壶艺术谱成一曲阳春白雪的周乐元,在文学、书法方面有较高的造诣,常借鉴王石谷、新罗山人的笔法作画,一丘一壑、一草一木,皆意境悠远、灵气十足。周乐元生卒年月不详,根据作品推断,其生活年代应为清代咸丰至光绪年间。周乐元的内画鼻烟壶立意较高,题材广泛,山水人物、花鸟鱼虫等,无不精美,尤其擅长山水画,所绘山水颇具宋、元、明三代山水画之美。其内画鼻烟壶多以墨色为主,淡彩点缀,格调高雅、古朴精致、诗中有画。

周乐元曾将南宋夏圭《溪山清远图》绘于鼻烟壶内壁,技艺纯熟精湛、笔法精妙传神,被收藏爱好者誉为“神品”。周乐元的创作主要集中在1882-1893年,其内画鼻烟壶曾进入清朝宫廷,有的还流传至美国。(李一笑)