

鼻烟壶:或将成为下一只收藏“蓝筹股”

□ 新华

近些年,中国鼻烟壶被誉为“集中国多种工艺之大成的袖珍艺术品”,长期以来深受国外收藏家的喜爱,随着国内收藏市场的火速升温,鼻烟壶收藏市场也渐渐由国外向国内发展。

浓缩中国传统工艺

鼻烟自明万历年间由欧洲传入中国后,先在宫廷、王府中得到应用,到清代已在社会上广泛流行,用来盛放鼻烟的鼻烟壶也成为人们显示身份和馈赠亲友的时髦物品。鼻烟和鼻烟盒虽是舶来品,是我国古代艺术品中成長最晚的一门,但却在中国被发扬光大,成为具有中国风格的“壶”。

鼻烟壶“身高”仅五六厘米,却浓缩了中国大部分的传统工艺。在材质上,鼻烟壶有料器、玉石、有机物、陶瓷、金属、内画六大类,在制作工艺上集书画、雕刻、精铸、镶嵌、焊接、烧结、锻造、点蓝、珐琅、黏合、模压等各种技

术于一体,各种因材而宜的造型同样让人目不暇接。自清乾隆嘉庆时期,内画鼻烟壶出现,由于它结合了鼻烟壶独特的造型艺术和中国书画艺术,加之高难度的内画技法,所以一出现立即受到人们的青睐,发展至今形成了京、冀、鲁、粤四大内画流派。

精品大多在国外

“有九成的精品鼻烟壶藏在外国人手 中。”中国鼻烟壶博物馆总经理、艺术总监董晶对记者说,“以前,鼻烟壶在国内被视为‘封建糟粕’,并以低廉的价格大量出口到国外,这使得大量明清精品官窑鼻烟壶都被外国收藏家纳入囊中。现在,国内真正称得上鼻烟壶收藏家的不过十几人,甚至更少,许多号称藏有几百、几千件鼻烟壶的人所收藏的,不过是一些后人制作的仿品。”

董晶告诉记者,鼻烟壶收藏在国内是名副其实的小众收藏,但这也意味着鼻烟壶收藏市场有很大的发展空



间。“前几天,我和几位收藏家还在一起讨论,我们都认为鼻烟壶很有可能成为收藏市场下一只‘蓝筹股’。这不是没有根据的,近几年,随着国内收藏市场大形势的发展,鼻烟壶收藏市场也逐渐有了起色。从 1994 年北京翰海拍卖率先拍卖 35 件鼻烟壶开始,鼻烟壶在各大拍场上屡创佳绩,价格涨了

10 多倍。而在国际鼻烟壶拍卖市场上,除了一些鼻烟壶的老收藏家外,也不断出现中国内地的新藏家参与竞拍,相信越来越多的精品将回流到中国藏家手中。”记者了解到,在今年 3 月 22 日举办的纽约亚洲周拍卖活动中,琳达·里德尔·霍夫曼中国鼻烟壶藏品专场拍卖现场,亚洲买家的人数第一次超过了西方买家,洛杉矶收藏大腕 Clare Chu 形容,“最引人注目的是中国买家纷纷进入市场,并且充满活力地参与竞买”,“这在国际鼻烟壶领域是前所未见的景况”,“也为鼻烟壶市场创造出令人激动的繁荣景象。”

“不论是官窑,还是民窑,鼻烟壶收藏要选择精品,普品的鼻烟壶只能保值。”董晶告诉记者。而衡量鼻烟壶精美与否主要看几方面:材质上,瓷胎珐琅彩目前价位较高;画工、雕工讲究精细,内画鼻烟壶讲求大师之作。在收藏鼻烟壶时还要特别注意鉴别贗品和仿品。各类鼻烟壶中,瓷器鼻烟壶最容易造假,雍正时期的青花釉里红官窑鼻烟壶胎细,道光时期的鼻烟壶以民

俗、人物题材为内容的较多,光绪时期则存在大量仿前朝的精品之作。

深受外国藏家青睐

尽管目前国内鼻烟壶收藏群体规模很小,但在欧美,以中国鼻烟壶为主要藏品的收藏家却不在少数。“中国鼻烟壶的体积虽小,但选材之考究、做工之精美、内涵之丰富,让人惊叹。在美国,那些上乘之品一经露面总是能吸引许多热爱中国艺术品的收藏家,在欧洲也同样如此。”前任国际中国鼻烟壶学会主席、鼻烟壶收藏家福特先生告诉记者,中国鼻烟壶一直以来深受国外收藏家喜爱,为了便于藏家们交流、学习,他的祖父在 1968 年发起成立了国际中国鼻烟壶学会,学会成立后,每年都在世界各大城市轮换召开年会,来自世界各地的收藏家会员通过学会举办的各种学术活动,对博大精深的鼻烟壶艺术进行切磋交流,不少收藏家也把鼻烟壶作为首次东方艺术的入门起点。

杂说香烟

□ 王红

关于香烟,人们争论不休,颂扬者有之,贬斥者亦有之;可不论是贬斥还是颂扬,香烟还是不断地满足着消费者的需求。

不吸烟者困惑,明知香烟含有尼古丁,有害身体,却偏偏有不少人对香烟情有独钟。这大概出于对香烟的感性认识,因为任何正确的结论都是经过实践才能得以证明。姑且不说香烟的商业利益,仅凭交际功能,香烟就有着不可替代的作用。君不见,男人与男人之间,只要递上一支香烟,关系就在一递一接中融洽起来。女人结识异性自然没有男人与男人来得快。由此看来,香烟不愧为外交大使!

玩世不恭者,只要看那喷云吐雾

的姿态就可以断定烟雾下那不羁的灵魂。皱眉慎思者,指间的香烟是提神明智的尤物。孤独的思念者,直到相思燃尽才无奈地掐灭烟火,缕缕烟圈犹如那割不断理还乱的丝线,缠绕着因思念而灼痛的心。

要说香烟的功能,恐怕没有人能说得清,道得明。君不见,孤独时,烟是唯一的陪伴;团聚时,烟是无声的语言;思考时,烟是依赖的习惯;郁闷时,烟是痛快的释放。这样看来,烟是一种生理需要,烟更是一种心理需要。吸烟的男人不会轻易言败,点燃起一支烟,燃起新的思绪。

失败是一种伤害,但男人们却在失败中寻找成功。吸烟也是一种伤害,但同时烟点燃的是男人的斗志。

如果说,不吸烟的男人是模范,那么吸烟的男人就是标杆。因为当烟渐渐飘散,却飘不散的是雄心 and 斗志。一支烟。对于男人来说,究竟意味着什

么?是理智?是思辨?是欲望?还是开心词典?如果都是,那么结合体又是什么?答曰:是铁、是钢、是无坚不摧的战士。

香烟,是指间的宠物,在一阵阵的烟雾中,吐出的是男人心中的苦闷和烦忧,吐出的也是男人心中掩饰的喜悦和激情。无论在什么时候,烟都是男人最可靠、最忠实、最亲密的伙伴。无论成败喜悲,男人的心都可以毫无保留地向一支烟敞开。

其实,情感的变化,时空的变迁,人们对香烟的感受和企盼也就不同。缅怀过去的失败需要香烟,燃起新的希望也需要香烟。如果有一种东西能够化解忧愁与烦恼,大概除了言语的宽慰、心灵的感召,就只剩下烟与酒了。醉酒不雅,如果有什么不能排解,那就尽情地抽烟吧,任种种思绪在烟雾中升腾、消散……

烟是男人的小零食,弃之不得。

烟之四境

□ 泰山

近代大学者王国维先生倡导“境界说”,并以此作为衡量诗词艺术的标准。他说:“能写真景物、真感情者,谓之有境界,否则谓之无境界。”由此他提出了“有我之境”与“无我之境”,并有了“古今之成大事业、大学问者中须经历三种境界”那一段影响深远的名言。

我们在这里不准备探讨艺术和哲学的一些理论问题,只想借境界说来阐释和探讨烟草品质和吸烟者所追求或所应达到的文化“境界”。

我们认同“吸烟有害健康”的科学论断;反对在公共场所吸烟,尤其反对未成年人吸烟。

与此同时,我们又看到数以亿计的吸烟者不顾“吸烟有害健康”的警示;而国家每年又数以百亿计地从烟草消费中收取税收;以及全国拥有从事烟草事业的 50 万工作者这样的事实。这三者都需要关怀。

于是我们想在这样一个矛盾的前提下,在这样一个相对封闭的小范围内,来探讨、交流烟草品牌、质量和吸烟者的追求、忧乐的种种档次、品位和境界,以期缓解因“危害健康”而带来的精神压力,提升烟草生产和吸烟者的文化内涵和精神境界。

吸烟是一种文化。当我们看到丘吉尔、斯大林手里拿着一个比一个大的烟斗在指挥战争、谋划世界时;当我们看到白发与烟雾在爱因斯坦绝顶智慧的头脑上交相缠绕时;当我们在电视剧上看到毛泽东向人讨烟抽,邓小平问撒切尔夫人可不可以抽烟时,难道不觉得那是一种历史文化的境界吗?

就一般人而言,吸烟可能(大致)



有四种境界:

一日交际。赠烟往往是社交的前奏。见面之初,彼此互赠富有地域特色的,不同品牌的香烟,是营造氛围、缩短人与人之间心理距离,取得好感的开始。当对方掏出打火机为您点燃香烟时,传达出来的正是一份尊重与信任,而两个老朋友相聚、喷云吐雾、促膝而谈,其乐融融中,也是有香烟助兴的功劳的。

二日消愁。一个人遇到了烦心的事,苦恼的事,悲痛的事,把自己锁在屋里,用吸烟来缓解紧张,消除烦恼,转移苦闷,排遣孤独,宣泄忧伤,释放愤懑,此时,香烟就是唯一的、最好的伴侣。它不嫌贫爱富,它不惹是生非,它善解人意,它温柔体贴。

三日思索。许多与文字打交道的人,许多从事创意设计、运筹谋划的人,许多事业的领导者,都是在冥思苦想中染上和爱上吸烟的。一位著名的建筑大师曾经写道:“当夜深人静,我苦苦思索,反复比较而思绪纷纭莫衷一是时,我就不自觉地掏出烟来,我不知道它是怎样被点燃的,只是感觉在那白雾缭绕的朦胧中,一个个灵感闪光地向我走来……”

四日神游。这应该是资深吸烟者才能达到的一种境界。他们不仅把吸烟当做一种消遣,更把吸烟当做一种愉悦和享受。到了这种境界的吸烟者,便有很多精致的追求,细致的考究,严格的选择和敏锐的味觉。他们有规矩,有见识,有品位,达到了“吸上一支烟,快乐似神仙”的超凡脱俗的境界。他们也是烟草文化的创造者与鉴赏家。

作为一种精神需求,作为一种社会生活,吸烟是一个不可回避的话题,是一个值得探讨、研究的一方文化领域。

众所周知,孕育于齐鲁大地的泰山烟草品牌,拥有得天独厚的文化资源。以“圣中泰山”,“岳中圣人”以及“和合”等理念为指导思想,以有深度、有内涵、值得收藏的文化承诺,以将泰山烟草品牌与泰山文化、儒家文化有机结合为总体要求,追求深厚的文化理念。

他们愿意为一切与烟草有关的企业和个人提供一个宽松优雅的交流平台,以期达到如王国维先生所说的“真景”(即产品高质量的内涵)、“真情”(即消费者真情的品位)的那种理想的境界。

“找抽”的日子

□ 南方

我的一位前同事在重新择业后选择去一家以控烟为主题的 N G O 机构谋事,不久前我们在前东家的“同事会”上重逢,得知她正为一个大项目奔忙,即协助深圳大运会执行局策划和推进控烟推广和外事宣传工作。

关于深圳市政府要办一届无烟大运的决心,之前我曾有所耳闻,但作为一个资深烟民,我还是对这位前同事通过努力工作达成所愿信心不足。联想到 2008 年奥运之前,北京市政府也曾承诺要奉献给世界一届无烟的奥运会,但实际执行效果大打折扣。

出于人以群分的缘故,我周围的朋友烟民人数众多,且大都有过不少于十年的吸烟经历。在我们那一代人与青春有关的日子,偷偷吸烟几乎可以被视作心智趋于成熟的表象。十几年,甚至几十年如一日朝夕相伴,即便明明知道陪伴自己的是死神带路者,怕也难免患上了斯德哥尔摩综合征,早已经割舍不下了。此外,吸烟毕竟是社交文化中的一种得到普遍认同的元素,只有吸烟者才能体会递烟是一种如何简洁有效以至于别无取代的沟通手段。

所谓宣传控烟,除了在香烟包装上印好“吸烟有害健康”的字样,找几位像濮存昕、杨澜一样长着一张国字脸的明星做代言人,放几部画面惊悚恶心的宣传短片之外,控烟协会和卫生组织似乎再也想不出更加行之有效的办法来。倒是 2007 年北京市政府为了在奥运到来之际,推广“无烟奥运”的形象,曾经大张旗鼓地发起了一轮控烟运动。但因为应者寥寥,最终也没了下文。

当初北京市一道控烟令下,强行在餐馆、酒店、机场、车站等公共场合禁烟。但可想而知,这道控烟令从酝酿之初便存在考虑不周的先天不足。首先是对老烟枪们的数量估计不足,根据中国控制吸烟协会所公布的数字,2010 年不完全统计,中国的烟民总人数达到 3.5 亿。实行禁烟,也便意味着要在公共场所为吸烟者开辟专门的吸烟区,具体到需要多大空间的吸烟区,这让许多酒店餐馆犯了难。其次是对公众在餐馆就餐习惯缺少了解,一般来说去公共场合就餐总少不了三五个朋友,想做到其中都是无烟主义者得是多么稀罕的小概率事件,这样一来的结果便是无烟区形同虚设,有烟区供不应求。时间一长,餐馆的 CEO 们自然也便从善如流,接受沸腾的民怨,不得不默许了烟民与二手烟民的求大同存小异。

控烟之难可见一斑,即使吸烟者出于顾及无烟主义者的要求一时忍住不吸,但势必也要影响到社交的质量。有朋友曾向我推荐过戒烟糖和电子烟这类产品,据说对身体健康的损害会小一点。每次当我决心戒烟的时候,耳朵里总会响起许美静的那首歌:你抽的烟让我找遍镇上的店……找抽的意义,只有没烟可抽的时候才能体会。