

□ 沈莉

由于某些历史的原因，在清末至20 世纪 80 年代初中国改革开放前，国内的艺术品收藏成不了气候，包括鼻烟壶的收藏。近 30 年来，随着中国经济的高速发展，藏宝之风在富裕起来的国人中开始重新兴起，继收藏和投资字画、瓷器、家具和宝玉石等热潮之后，鼻烟壶已然成为新的热点之一，许多精品在国际市场上的拍卖价格也屡创新高。

香港邦瀚斯拍卖行去年 5 月 28 日举行的玛丽与庄智博珍藏鼻烟壶 2010 年春季拍卖，吸引了世界诸多的鼻烟壶收藏家以及古董行家参加本场拍卖会，此次共有 141 件弥足珍贵的各类鼻烟壶亮相。其中，“乾隆年制”款的御制铜胎珐琅彩西洋人物鼻烟壶最终以 928 万港币成交，创造了鼻烟壶拍卖的又一新的世界纪录。

据邦瀚斯鼻烟壶拍卖的相关负责人介绍，玛丽与庄智博收藏精品共有 1700 余件，将分成多次专场拍卖会进行拍卖，本次拍卖推出的是其中一场，获得了极高的关注度，最后全场的拍品全数成交，实际成交额高达 6600 万港元，其中不乏中国大陆的藏家参与竞拍与角逐，包括这只成交价最高

鼻烟壶收藏之我见(下)



的鼻烟壶也是被一位来自国内的一位商人纳入囊中。这充分体现了中国收藏家群体对鼻烟壶收藏的认知程度进一步提升。

而事实证明，诸多行家的预测还是颇为准确的。一周后的北京保利春拍中，清乾隆铜鎏金蟠花嵌画珐琅西

洋人物烟壶也拍到 616 万元，成为内地鼻烟壶拍出的最高价。

鼻烟壶的行情虽说是最晚由国外回归中国市场的板块，但从去年的市场表现看，香港无疑又在这轮回归潮中抢到了先机，内地收藏者依然是弄潮儿，可见鼻烟壶的市场开始了新的

篇章，鼻烟壶的收藏中出现了越来越多的卧虎藏龙的国内收藏家。

其实对于一位新进入艺术品市场的收藏者而言，从鼻烟壶入手收藏，将会是一个良好的起点。收藏者可以通过各放异彩的鼻烟壶了解到玻璃器、画珐琅、瓷器、玉器、铜器、髹漆、竹木牙角、内画等等不同材质、不同工艺鼻烟壶的时代风格和工艺特点，甚至把握清代宫廷御制风格和地方民间工艺风格的异同。鼻烟壶所蕴含的浩瀚信息量是其他门类的艺术品不可比拟的。

虽然艺术品不像金银一样可以有个实时的、标准的价格，但所有的艺术品包括鼻烟壶大致都可以从器物的年代价值、材料价值、工艺价值及传承价值之综合推导出一个相对合理的价格空间。对鼻烟壶的收藏者和投资者来讲，应根据自身的经济实力和条件，以自己所感兴趣的鼻烟壶为主，尽可能全面认清自己想购买的鼻烟壶内在外在的综合价值。巴金曾告诫文学青年：“写吧，只有写，你才会写。”其实收藏任何一种艺术品也是同理，如果光是多看、多听而从不出手买的话，那么对

艺术品的鉴赏永远是流于表面，既不深刻也不准确，买吧，只有买，而且多买，你才会真正熟悉和懂得它的价值，那么对它的价值判断将不再是一个不解之谜，而能渐渐做出越来越清晰的判断，用尽可能合理的价格购买到自己心仪的鼻烟壶。

1931 年毛泽东在《关于调查人口和土地状况的通知》中“没有调查就没有发言权”提出“我们的口号是：一、不做调查没有发言权。二、不做正确的调查同样没有发言权。”此话非常有道理。我们每个人的时间、精力、财力、都是有限的，对自己不熟悉的领域要做出公平、公正、客观的理性的评述往往是极其不容易的，这就要求我们对自己没有了解清楚的东西不要轻易妄下带有自己主观色彩的臆断，要认真学习专业的书籍，向真正懂行的专家、藏家、商家请教，而且一定要付诸实践，要多买，多比较，多总结，把正确的理论和丰富的实践经验完美地结合，这样才不会做出在基于粗枝大叶、不求甚解的基础上得出以偏概全甚至是贻笑大方的结论。

父亲那淡淡的烟草味

□ 新华

常年扎根异乡的顺子，早已不再拥有儿时那份遥望苍穹的自在，但在中秋节之际，凝视案上的可口月饼，轻轻转过头去，透过窗台仰望那轮皓月，不禁令他想起父亲的味道。

还记得那句：“老白干，父亲的味道，满含男人的味道。”身为男子汉的顺子找了个机会半开玩笑的跟朋友讨论到：“到底什么是男人的味道？”绝大多数朋友都笑着说：“男人的味道就是汗臭味儿！”于是他顺势也请教了旁边的几个女同事，她们也纷纷掩面而笑表示默认。而顺子却和他们有着迥然不同的体味：父亲的味道，就是那淡淡的烟草味。

父亲没有什么其他爱好，土地成了唯一命脉，除了闲暇之余爱在田埂上逛上几圈，看看他一手栽种的庄稼以外，抽着耳朵上夹着的红金龙便成了唯一的休闲放松方式。而正是这些在顺子脑海中留下了深刻的印象，成为他人格教育上的最早启蒙。

年幼懵懂的顺子想起父亲平日总是烟不离身，出门后一旦发觉没了，心里就好像失去了什么似的感觉空落落的。因此趴在父亲背上时，总是能闻到空气中弥漫着淡淡烟草味。而刚才递烟的一幕，惹得顺子好奇地问道：“爸爸，您为什么每次出门总带着烟啊？”父亲微笑着说：“这个用途大着哩！”父亲摸着他脑袋，一字一顿地说：“别看这一小包，碰上亲戚或熟人啥的，手头上也没啥东西好送人，这个时候至少还可以给人家递上一根啊！”“哦，原来还可以用来招待客人啊！”顺子恍然大悟。父亲接着说：“是啊，不过这待人接物的学问可深着哩，无论是你递还是接，记住一定要用双手，这才是有礼貌的表现。”年幼的他猛然想起，自己在此之前竟一直都没弄明白，为什么重量如此轻巧的一支烟，父亲非得要用双手来接拿？听完父亲的话顺子恍然大悟：原来这就是尊重谦让，是向对方表示恭敬礼貌。父亲用他那最朴实的方式，表达着最真切的待客之道，同时也通过这样的小细节，成为塑造顺子人格的启蒙。

如今的顺子早已踏入社会，繁忙的学习和工作也使得他不再有机会时刻聆听父亲教诲，但自小从父亲举止细节里受到的生动教育，使他深刻体会到明礼尊重的做人哲理，潜移默化地影响着他成长之路，并为以后路上外交生涯打下了坚实的人格基础。

□ 沈景柏

自从 1950 年中华烟草公司试制两箱高档卷烟送进北京中南海后，“中华”始终受到毛泽东、刘少奇、周恩来、李先念等老一辈国家领导人的关怀，中央各有关部委也全力支持其发展。作为一名搞烟叶原料的人员，我深切体会到在计划经济年代，烟叶原料要是没有中央领导、部门的支持，“中华”真的巧妇难为无米之炊了，就这点而言，“中华”不愧为“国烟”。

烤烟是国家统一管理的二类物资，1978 年改革开放后，市场开始活跃，烤烟调拨也受到了冲击，有的地区

□ 王云志

9 月 29 日晚 9 时 16 分许，我国研制的首个目标飞行器“天宫一号”在酒泉卫星发射中心成功发射升空，11 月 3 日凌晨，随着“神舟八号”飞船和“天宫一号”目标飞行器在茫茫太空紧紧“相拥”，中国航天人成功叩开通向空间站时代的大门。

新中国成立以来，我国多次出品过以航天为题材的烟标，这些精美的烟标，从一个侧面记录了我国航天事业取得的巨大成就。

1970 年 4 月 24 日 21 时 35 分，我国自行研制的长城一号火箭在甘肃酒泉成功发射了第一颗人造地球卫星东方红一号，从此，中华民族开始进入航天时代。呼和浩特卷烟厂出品的“70”烟标上，红色数字“70”、天

“国烟”原料的国家支持

出现议价，有些地区和单位甚至把该作为“熊猫、中华”牌的原料也搞出去了，严重影响了特需卷烟生产。为此全国供销合作社特发(79)棉字第 440 号“关于加强烤烟计划管理的通知”：对于国家特许的熊猫、中华牌卷烟所需原料必须按计划优先保证供应……国家对于“中华”的重视可见一斑。

1983 年 9 月 1 日，我受上海卷烟厂派遣前往北京烟草总公司，要求解决中华原料问题。到京后，我分别拜见了当时的南屏、李益三经理，汇报

了上海“中华”原料短缺一事，李经理当场表示会尽力解决。随后，原料处老处长刘惠昌为我安排了临时办公场所，提供了极大的工作方便。他表示，产区欠调的补调，工商库存都可以“挖”；外出联系工作可开具总公司介绍信；需要处室里的同事协助，可以跟你一起外出办事；需要我出面时，我也可去，有什么问题由我负责；“中华”原料的困难还可向国家经委、计委反映。

时任调拨计划主管的贾宝珍同

志最后想到了调用天津上等烟库存的办法，于是一个电话把天津烟厂管烟叶的王德喜科长请到北京商量。天津因当年甲级烟生产量小，上等烟库存较多，同意提供部分原料，将云南、贵州、河南、福建永定、东北等地陈烟拿出来。于是我去了天津三天，下仓库看烟，签订了约有 17 万多担上等烟的调拨协议，调往上海支持“中华”生产。如此费劲周折为中华借调烟叶，在中国卷烟工业史上也仅此一次，可称为“中华”传奇故事之一了。

烟标见证中国航天史



安门和环绕地球飞行的红色卫星，突出表现了“红色年代”中国航天事业的壮举。合肥卷烟厂推出了“424”牌香烟，采用天安门华灯为主图，旁边是紫红色标名“424”，再以一道金色的弧线绕过华灯伸向星光闪烁的天际。沈阳卷烟厂为此专门生产了“红光”牌香烟。

1984 年 4 月 8 日，长城三号火箭在四川西昌成功发射了我国第一颗静止轨道试验通信卫星东方红二号，从此，西昌以“中国的航天城”誉满全球。西昌卷烟厂所生产的 84 红盖“航天城”烟标，以大红色作主色调。正版无图，白色印制的标名占用面积又小，但正是白色的洁净与光明，同其

他色彩面积出现的巨大反差，形成了强烈的对比之美。在副版的左上角，以明亮的橙黄色表现了火箭升空，简洁明快的构图易识、易记，艺术地微缩了我国航天伟业的光荣。

2005 年 10 月 12 日上午 9 时，我国自主研发的神舟六号载人飞船在酒泉卫星发射中心成功发射，武烟集团武汉卷烟厂为庆祝神舟 6 号飞天，推出了三款“红金龙”纪念版烟标，分别为“思想”、“行动”、“太空时代”。其中，注有“思想”字样的烟标底色为蓝色，注有“行动”和“太空时代”字样的烟标底色为红色。三种纪念版“红金龙”烟标图案相同，主副图都有地球、飞船和宇航员。

谁还记得当年的“烟纸店”

□ 东方

以前，在上海的居民密集地区，有不少为便利居民生活而开设的小店，如老虎灶、大饼摊、剃头店、酱油店等等，而最多的就是那开在街头弄口的“烟纸店”。所谓“烟纸店”，就是沿马路或弄堂的人家，装一些玻璃橱柜，出售居民生活的零星物件的便民小店，一般都由夫妻两人经营，故又叫夫妻老婆店，房主即是店主，店堂既做买卖，又是老板家生活起居活动的场所。我常看到老板一家在店堂里吃饭，老板娘在店堂里做家务，他们的孩子在一旁做功课、玩耍。

“烟纸店”出售的货物，以香烟、火柴、肥皂、草纸为主，姑且称之为烟纸店的“四大金刚”。香烟，当时我看到的香烟有“勇士”、“劳动”、“飞马”、“前门”、“青鸟”、“牡丹”等牌子，可以论条、论包出售，还可零支卖；火柴也是生活必需品，两分钱一小盒，十小盒为一封，当时都是单一的商标，有时是“南京”牌，有时是“玫瑰”或“凤凰”牌；草纸当时是一种手工做的黄色的粗纸，三十张为一“刀”。我有一个同学的外婆家是开烟纸店的，他外

婆每天就在店里数草纸。几个同学和他开玩笑说，你外婆只要每刀少放一张，凑满三十张就又是一刀了。肥皂主要有两种，洗衣服用的“五洲固本肥皂”和洗浴用的消毒药皂。烟纸店的店主们总是将火柴、肥皂、草纸在柜台上叠起来，像搭积木一样。

当然，“烟纸店”还出售些日常生活必须的小东西，如缝纫用品类的针、线、纽扣、绒线针、竹尺、划粉(在衣料上画衣服图样用)等；卫生、防护用品类的牙刷、牙膏、牙粉、“百雀灵”、甘油、蛤蚧油等；药品类的人丹、十滴水、清凉油、“头痛粉”(我的邻居老太太一有不适就要买这种“头痛粉”吃，其实它是有点麻醉作用的)；小文具类的铅笔、橡皮、刀片和各种语文、算术簿和大、小楷的簿子、墨汁等等，别的还有别针、夹子、小镜子、皮鞋油、鞋垫、扇子、乒乓球、毽子、象棋、跳棋、军棋、信封、信纸……五花八门数也数不清。所以，有人就编了一段顺口溜：“牙刷牙膏香肥皂，卫生草纸电灯泡，阿司匹灵橡皮膏……”

有的店的柜台上还放着一些玻璃瓶，里面盛有诸如水果卷糖、彩色弹子糖、甜、咸橄榄、桃片、盐金枣之

类零食。到夏天，还会摆出两只大口保温瓶，里面盛有赤豆、绿豆或桔子棒冰，四分一根。烟纸店还有一个服务内容，就是公用电话，店门上方都装有一块铁皮的画有一只手拿着电话听筒的标志，当时电话打一次(时间不论)四分，附近人家若有来电还负责传呼，传呼一次三分，常听到老板“1 号三楼亭子间张家伯伯电话！”“7 号二楼王家姆妈电话！”的喊声。

弄堂居民的生活似乎少不了“烟纸店”，小时候总看到家里大人有什么东西急需，如家中草纸、火柴、肥皂用完了，缝衣针断了，纽扣掉了等就会到“烟纸店”去买、去配。有时夏天蚊香没有了，或小孩中暑要用十滴水，深更半夜还会去敲烟纸店的门，他们也会开一扇小窗卖给你。用现在的话说，他们是“二十四小时为人民服务”。

那時候有“经营特色”的烟纸店还有不少，如带售水果、糕点的；可零拷酱油、老酒的；老板会讲两句俄语、带卖牛奶和罗宋面包的；其实那个时代各家“烟纸店”出售的商品也不完全一样，我记得当年家里附近有一家店，老板是个一脸麻子的中年人，小孩都叫

此店“麻皮店”，这家店面很小，老板似乎无心开店，只是将肥皂、或火柴、草纸像造高楼一样高高地堆砌在沿街的柜台上，自己一直在里面的写字台上写啊写的，以致偶尔有些捣蛋小孩会突然推倒他的火柴“大楼”即逃之夭夭。“麻皮店”的柜台中，有些别家没有的东西如一个旧的小台钟；一个旧的笔架；一副眼镜；一支自来水钢笔；一把旧的小铜锅；一个什么玩意儿等等，每件都用工工整整的毛笔字在小卡片上标着价格。还有一只纸盒，里面放着许多老的“香烟牌子”，图案有封神榜、三国志人物的，有卡通的，有戏曲剧照的，每张一分钱，我就天天走过就看看，有钱就来买一张，积了一个多月，竟然把那套京剧名伶的剧照香烟牌子全买来了。

近半个世纪过去了，我又回到当年的老弄堂附近看看，发觉那些东一爿西一家的烟纸店都不见了，曾经的房子即便还在，却成了服饰店、皮鞋店，以前“烟纸店”的地方早已被“好德便利店”所代替。曾作为老上海人市井生活一部分的老式“烟纸店”，随着社会、时间的变迁，终于从现在上海人的生活中逐步消失了。

牙买加雪茄 绝处逢生

□ 东方

牙买加是加勒比海的一个群岛国家，距离古巴很近。跟古巴一样，这个岛国也以悠久的雪茄生产历史而闻名世界。几百年前，在牙买加狭窄的作坊里手工卷制成的雪茄就已经通过美国中转畅销整个美洲世界。如此悠久的历史，使牙买加具有深厚的雪茄文化底蕴，而雪茄产业文化也逐渐成为该国加勒比特色文化的重要组成部分。

牙买加的气候和土壤条件与古巴很接近，雪茄工业非常发达。20 世纪 60 年代，美国开始对古巴进行贸易限制，这使得牙买加一度成为最大的优质雪茄生产国。

然而，随着经济环境以及气候的变化，牙买加雪茄产业一度走上下坡路。1988 年，牙买加的劳动力价格上涨，更不幸的是，这一年飓风的强度与次数都超过了往年。对雪茄产业来说，这都是致命的打击。加勒比雪茄生产中心开始向多米尼加共和国转移，而那些雪茄鉴赏家们似乎已经遗忘了曾经辉煌的牙买加雪茄。

如果不是巴林顿·豪斯牙买加雪茄公司的积极努力，也许牙买加雪茄产业现在已经彻底瘫痪了，雪茄客们也就根本不可能再品尝到原汁原味的牙买加雪茄了。巴林顿·亚当斯是巴林顿雪茄公司的现任掌门人，也正是他使牙买加雪茄产业获得重生。1990 年，他回到牙买加，看到这里的雪茄产业已濒临绝境，雪茄工艺大师吉米·张正饱受中风的折磨。在牙买加，吉米是雪茄业屹立不倒的偶像式人物，他曾是制作古巴蒙特克里斯托雪茄的金牌工艺师。后来，吉米在古巴革命中逃出古巴，定居在牙买加，并在这里创建了联合雪茄公司，发展牙买加雪茄产业。但当巴林顿回到牙买加时，联合雪茄公司已经半年没发给工人工资了。

巴林顿接手了联合雪茄公司并将其名改为“巴林顿·豪斯牙买加雪茄公司”——他把祖国的名字嵌进这个公司的名字里，以表示自己对祖国的感情和重振牙买加雪茄产业的决心。他为自己制定的目标就是重新振兴牙买加雪茄产业使其恢复到世界优质雪茄首要产地的地位。虽然在国外打拼多年，牙买加仍是巴林顿内心最牵挂的地方。

巴林顿雪茄公司生产的雪茄是真正的牙买加风味雪茄。虽然有很多制造商在雪茄包装盒上注明是“牙买加出产”，但只有该公司生产的雪茄采用了牙买加传统的手工艺，使用的烟叶也绝对是优中选优。巴林顿说：“牙买加种植烟草已有几百年的历史，在欧洲殖民者到达之前，当地的阿拉瓦克人就开始种植雪茄用烟叶了。”通过对牙买加雪茄文化以及工艺的继承与改造，巴林顿雪茄公司已经具备了一套完整的质量控制程序。

现在这家雪茄公司已经拥有了好几个系列的产品。比如，某些低端产品使用的是普通烟叶，而只用一些优质烟叶作为填料。高端产品则主要使用优质烟叶、采用精心恢复的桑塔·克鲁兹工艺制作而成。巴林顿雪茄公司工艺精致还表现在完全采用了由吉米发明的马克努多工艺。由吉米发明的这一配比工艺是使牙买加雪茄保持原汁原味的重要保证，也是巴林顿雪茄公司足以傲视群雄的自信之所在。

如今，巴林顿雪茄公司已经恢复了牙买加传统雪茄工艺中最精致的那一部分，并在雪茄制作过程中将其与现代雪茄工艺有机融合。就这样，几乎消失的具有牙买加独特风味的雪茄又回到了雪茄客的嘴边。