

像红酒那样窖藏雪茄

□ 新 华

红酒与雪茄，兼具品质与品位的奢侈享受，它们的共同点都是越藏越香。最近，在美国芝加哥地区，一种在店铺背后单独布置空间展览兼出售的雪茄吧正在兴起。卡萨·蒙特克里斯托(Casa de Montecristo)公司的老板迈克·卡里尔就是这一创意的发明者，他为整个雪茄零售业都带来了惊喜。

没人知道，品尝过数千支雪茄、与生产商交流过无数次、考察过多米尼加和中美洲的数百里烟田，最后让迈克豁然开明的，竟然是一瓶红酒。

“餐厅服务员问我们要不要点一瓶窖酒。”迈克回忆说。他1999年到拉斯维加斯参加国际高级雪茄及烟斗零售商协会年会时，和几个朋友到位于威尼斯人酒店的意大利风情画餐厅 Zeffirino 就餐。“在场的每个人都在感叹，那酒是如何柔滑甘美。当服务员向我介绍了酒的窖藏过程后，我茅塞顿开：好酒之人能有机会选择佳酿，雪茄爱好者为什么不行？”

售，还是藏最初，藏品只能对少数率运儿开放。

1995年，当迈克位于芝加哥西区维拉公园的8-to-8雪茄吧开业时，他正“装扮”自己的雪茄收藏室——为其安装保湿器，同时向雪茄制造商预定了一些会愈久弥香的品种。经过几年的沉淀，现在其中的一些已经可以让顾客品尝了。

“这在当时还是个新鲜事。”迈克说，“我会把顾客带到储藏室，打开一两盒供他们观赏。观赏过后，顾客会说，这可真棒！然后他们就再也放不下那些雪茄了。”

迈克和侄子山姆·卡里尔在经营方式上有不少分歧。山姆想把一些窖藏雪茄拿到柜台上销售，而迈克就会趁侄子不注意的时候搬回几盒到储藏室。

“作为一个零售商，想卖畅销货很正常。”迈克袒露心迹，“不过我对好雪茄的嗅觉比较敏锐，我清楚什么样的雪茄一两年后会散发光芒。坚守纪律、保持耐心很难，但唯有如此，雪茄吧才能更好地经营下去。”

即便今日，这种矛盾仍然存在。



“众口难调。”迈克表示，他与一些著名雪茄品牌的创始人交流后，认识到有些雪茄烟叶是要经过一段时间的发酵才会完全散发出味道的。”

“你不得不学着摸索烟叶何时到达它的峰值，通常这个周期是两到三年。”

自跨入这行以来，卡里尔叔侄俩与制造商的关系日益密切，获得了更多接触稀有雪茄品种的机会。因此，卡里尔家族能够持续买进好的雪茄品种，雪茄藏品正逐步达到可以傲视群雄的程度。

差异是可以品尝出来的

2010年2月，当卡萨·蒙特克里斯托公司在郊区再开新店的时候，卡里尔辟出300平方英尺(约27平方米)的面积修建了单独的雪茄储藏室，拥有50多个品牌的2万支雪茄。这在当地轰动一时。

忠实的顾客群很快遍及整个美国，每天从全国各地慕名而来的雪茄客络绎不绝，只为一睹那些如珠宝般珍贵的雪茄尊容。

“储藏的过程丰富了雪茄香味的层次感，这也是能吸引这么多顾客的原因所在。这跟你到一家高档餐厅点一份正宗法式肉卷是一个道理：差异是可以品尝出来的。”迈克说。

来自全美各地的订单如雪花般飘来。每位顾客限购5盒的店规让雪茄的库存量始终保持稳定。

“我们实行的是限量购买，这样每个顾客都有机会。”迈克说，“顾客会小心翼翼地保存，直到特殊的场合才会打开来享用。也曾有顾客要求买断2006版Padilla(10支装，已停产)，AVO限量版，还有Tatuaje红管和黑管，我们不得不告诉他这些是不卖给同一个人的。这也是引导顾客的一种方法，帮助他们提升品位。”

这种经营策略并没有让他们损失客户。据迈克统计，有大约100位顾客已经准备储藏自己的雪茄，而且还配备了专门的雪茄柜，询问如何在家里储藏雪茄。

消费者的储藏体验

“很多人买进那些他们品味过的品种，但其实很多雪茄在上市的时候，它的味道还没有充分体现出来。”大卫·兰格说。这位住在维拉公园附近的居民拥有满满两柜约4万支雪茄。

伦巴德消防局的长官杰夫·霍尔斯特将他家的起居室改造成了一间雪茄吧，里面的储藏柜里摆放着50盒雪茄。由于资金有限，他在选择雪茄品种时十分谨慎。

“年份雪茄烟味更柔、更醇。”霍尔斯特说，他自收藏雪茄之后便开始记雪茄日记，为的是提醒自己哪些品种是喜爱的。虽然他更偏爱浓郁型的，不过现在他愿意尝试其他的，而且怀有一颗开放的心。。

卡萨·蒙特克里斯托雪茄吧存

在的价值更多体现在知识的分享上，朋友或陌生人之间可以时不时地交换藏品。

为了丰富味蕾的感受，有着4000支雪茄藏量的鲍勃·菲利斯仍孜孜不倦地找寻新奇雪茄。

“迈克、山姆的口味和我的接近。我会向他们展示一些东西，他们也会投之以桃，报之以李。”菲利斯如是说，“他们对雪茄很有见地，知道烟叶如何会随着时间推移而发酵，能拥有这样的朋友真不错。卡萨的每个人都很容易相处，在这里，就是品雪茄、交朋友，很舒服。”

据菲利斯透露，他有70%的藏品都是从卡萨的雪茄吧买的。

为迈克和山姆鼓掌

奇普·高登是美国著名雪茄品牌爱思顿的全球营销主管，他认为卡里尔他们的尝试是对这个行业的一种有益补充。

“这是个很棒的创意，可以用一种有趣的方式让顾客对雪茄着迷。”他说，“在自己家里储藏雪茄就跟拥有一座酒窖储藏红酒是一个道理。这是一个爱好，人们从中获得享受和乐趣。”

那么，其他的零售店和雪茄吧会效仿吗？

“所有好的创意在全球都是畅行无阻的。”高登表示，“要进这行，必须具备几个条件：一定面积的经营场所、与雪茄制造商建立联系并能够拿到你想要的雪茄、一笔备用资金、走正道并且勤勤恳恳。”

国际高级雪茄及烟斗零售商协会的克里斯·麦卡拉认为年份雪茄的出现既充满创意又有益于整个行业的发展。

“这样的经营方式锐意革新，也需要很多耐心。我认为我们应该为迈克和山姆鼓掌。”麦卡拉说，“为大众提供这样的珍品总是希望让它们变得与众不同。雪茄行业的鉴赏家们不断改进某些东西，他们需要在这方面知识和经历的人。”

据卡里尔预测，几年内，年份雪茄的经营方式就会被其他雪茄吧复制。那么，店主们是希望在销售畅销雪茄中坐收其利，还是选择把它们储藏起来，恐怕还要拭目以待。

老烟筒

□ 东 方

说它是老烟筒，是因为它跟了爷爷大半辈子，从不离身。也许是受曾祖父的影响，爷爷17岁就开始抽烟了，一直到他走的时候，这支烟筒跟了他整整65年。

老烟筒有一尺来长，拳头粗，是用家乡最常见的三节香竹根制成的。周身青铜色，牵着一根红绸带。不用凑近，三五米开外你就能闻见刺鼻的烟味。因这古铜色的烟筒，爷爷就有了个外号——“老烟筒”。老烟筒跟了爷爷半个多世纪，历尽沧桑。

年轻的时候，家里穷，爷爷长年在外出地主扛活。劳累之时，爷爷总是拿出自制的烟丝，装上烟锅，点着，在袅袅的烟雾中享受着短暂的悠闲。有一次，地主的小儿子趁着爷爷不注意，偷走烟筒，在里面撒了一泡尿。爷爷非常气愤，打了地主儿子两巴掌。随后，爷爷被解雇了，还被扣了半年的工钱。

解放前夕，败军如开闸之水到处乱窜，走到哪里抢到哪里，还要抓壮丁挑粮挑物。那天，爷爷在地里劳作，躲避不及，被抓住了。匪兵每天逼着他挑着近两百斤的粮食和弹药。走了一个

多星期，到了灵山、钦州一带，爷爷借口说要方便，趁机逃跑。不料才跑出几十米，就碰上一个哨兵。爷爷二话没说，拿起老烟筒就把他敲倒在地，然后消失在一片苇林之中。

九寒冬挑炭炼钢铁，抑或上山下地耕种劳动，老烟筒总是挂在爷爷的腰上，它已经融进了爷爷的生命里。

改革开放后，人们都改抽“刘三姐”了，但爷爷对老烟筒还是情有独钟。年少的我们也喜欢围绕在爷爷膝下，一边看着他吞云吐雾，一边聆听着老烟筒的故事。儿孙们已经习惯了老烟筒独特的韵味和那动听的“咕噜咕噜”的响声，那是童年永远的回忆。

烟筒越发显得老了，爷爷也一样。伴随着那“咕噜咕噜”声音的还有爷爷的咳嗽声。为了爷爷的身体健康，我们把烟筒藏了起来。爷爷像是丢了魂似地不吃不喝，一整天坐在老屋的门槛上发呆。我们迫不得已，只好又物归原主了。

终于有一天，爷爷去了，只留下老烟筒。逢年过节，我们都会把它摆在供桌上，装满烟丝，点着。我们都知道，爷爷最需要的是什。

至今，老烟筒仍被珍藏在橱柜中，因为那是我们对爷爷永久的思念。

一张烟标一段历史

□ 遵 一

说起烟标，也许很多年轻人并不熟悉，其实烟标就是香烟包装纸。在遵义就有这样一位烟标收藏者，虽说他只有36岁，却结缘收藏29年，藏有烟标2万多张，种类多达四五千。

初与烟标结缘

近日，记者初见到赵亮，他1米7的个头，浓眉大眼，身材略显消瘦，与人交谈时显得有些腼腆。

“小时候，我家住在铁路旁，经常和小伙伴们在铁路边玩耍，往往能在铁路沿线拾到各式各样的空烟盒，五颜六色的，很是好看。”赵亮说，与烟标结缘要追溯到7岁时，他将拾到的烟盒带回家，好好保存，起先只是作为玩具。

赵亮说，小时候并不懂什么叫收藏，只是觉得烟盒上的图案好看。十几岁时，他才真正开始懂得收藏。由于有家人是遵义烟厂的职工，加之表哥收藏了很多烟标，对赵亮的启发很大，这也奠定了他今后的收藏之路。

说起自己收藏的烟标，赵亮一下就打开了话匣子。“别小看这张烟标，这可是遵义烟厂1978年建厂后生产的第一张烟标——迎红桥，现在已经绝版了。”这张烟标是由遵义彩印厂美工设计的，以红色为主色调，字体是毛体，很好地还原了迎红桥的原貌，很是珍贵。为了更好地了解这张烟标，赵亮还特意翻阅书籍查阅关于迎红桥的资料。从那以后，每收集到一张烟标，他都会去找寻背后的故事。

一张烟标一段历史

拿出一张“建军香烟”的烟标时，赵亮说，这是抗美援朝时期的，具有历史纪念意义。“它是由桐梓新华烟厂生产的。烟标上从右到左印着‘巩固国防，捍卫和平’八个繁体字。”他说，取名为“建军香烟”也是有含义的，因为它是为迎接八一建军节而生产的。

赵亮还收藏有不少“文革”时期的烟标。“那个特殊的年代，烟标上也印着标语或毛主席语录。”赵亮挑出几张烟标介绍说。当时国营郑州卷烟厂出品的

先锋牌烟标上就印有毛主席语录：“贪污和浪费是极大的犯罪”。青岛卷烟厂出品的红舞牌烟标印着：“最高指示：我们的文学艺术都是为人民大众的，首先是为工农兵的，为工农兵而创作，为工农兵所利用的。”这一张张烟标折射出了一段段历史。

赵亮的藏品中，年代最早的是一张中国华成烟公司出品的金鼠牌烟标，出自上世纪40年代。赵亮说，金鼠牌烟标虽存世量较大，流传广，可惜之前他却一直没买到。这张烟标是他偶然在别人家里看到的，当时那位藏友不想出售，他就多次上门拜访。“也许是我的诚意打动了他，他才肯将这张烟标卖给我，由于有些破损，我只花了80元。”

特殊的“烟标合同”

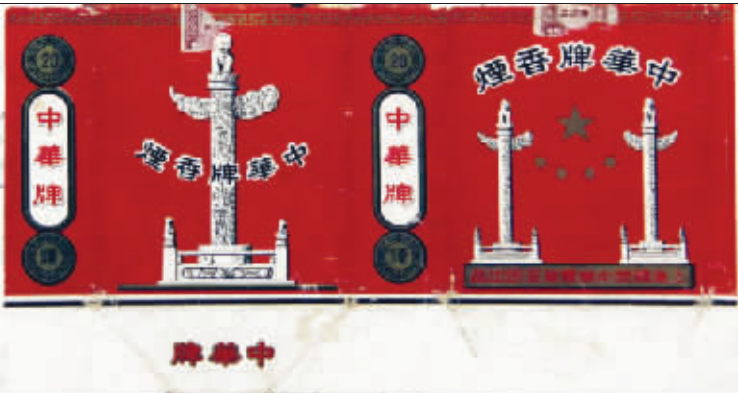
赵亮收藏的一张“大公鸡”烟标上居然印有一份紧要声明，大意是用于生产烟盒的锡纸国内产量有限，供不应求，市上已缺货，所以将锡纸包装改为筒装。

不少早期的烟标之所以能保存至今，也与其特殊的功用有一定关系。“由于当时纸张匮乏，烟标还有特殊的用途。”赵亮说，人们常常将烟标当作便签使用，诸如买卖契约、借条、欠条、房屋租赁合同等都写在上。

赵亮收藏的一张“红炮台”烟标就成为了一张欠条，烟标背面写着某某于多少日欠多少钱，并注明了归还日期和归还人、收款人的名字，与现在的欠条格式相差无几。从烟标背面的文字中可窥见当时人们的生活。这让赵亮对收藏烟标有了更浓厚的兴趣。

“小小的烟标也反映了时代的变迁。”赵亮说，上世纪80年代以前的烟标都是匠人用手工画出花样，再用木刻版画印刷，工艺简单。上世纪80年代后，开始采用电脑制作，烟标的花样更繁多，色彩更艳丽，纸张也变得厚实，还出现了风景、人物套标。

“烟标是历史的缩影，透过它，可以看到当时的生产、经济等多方面的信息。”赵亮收藏的2万张烟标里，遵义本土烟标有1500张，除此之外，他还藏有泰国、越南、缅甸、美国等国家的烟标。



□ 戎 国 荣

1951年2月12日，“中华”卷烟正式发行。当时出版的上海《烟业日报》，于次日刊出了“中华”卷烟的第一个手绘示意图广告，上面就有50支装和20支装的烟盒，它的烟标设计完全不是今日所见的面貌。

藏民的铜烟杆儿

□ 杨 子

前些日子去了一个叫做泽库的藏族自治县，位于青海省南部，海拔3600米。初次去草原，真的是兴奋不已。成群的牦牛和绵羊分布在广阔的草场，淳朴的藏族同胞骑着牦牛到集市上购物。在那里，没有一点压力。运气的话，还能看见游荡的沙狐和顽皮可爱的旱獭。

从前只是认为藏族人是粗鲁的，可是这次，他们让我感到惭愧。无论男女老幼，都是那样的淳朴和腼腆。我从未见过的一种淳朴和腼腆。唯一的遗憾是语言不同，在那里呆了5天，天天下乡，进帐篷，喝奶茶，吃糌粑，就学会了几句藏语。翻译偷懒，只给翻大意不给翻细节，总

得我只踩脚。有什么办法呢？工作所需，没有时间和藏族人有太多的交流和闲谈，只能按调查提纲一个问题一个问题的问，没有时间去谈题外话，再说了，也不好意思烦劳翻译。

可是，我却注意到了藏民使用的烟斗。对于那个地方的藏民来说，他们的生活水平是很低的，大部分人，应该说绝大部分人是不识字的，更不会讲汉语。再加上他们不杀生，所以虽然养着牛羊，却连肉都吃不着。藏民是把家产背在身上的，一套一般的藏袍最少值3000块，再贵的有上万的，十万的，几十万的(有钱人穿得起)，就看用什么饰物了。一般的人是抽不起烟杆的，只是自己卷烟抽。家里条件好的人才能抽得

起。他们的烟杆比较长，大概有35厘米长(目测)，是铜制的，黄颜色。一端的一寸左右是很小的钵，大概就一颗蚕豆的大小，或者再小一点。我注意看了，他们的烟叶就装在烟袋里，抽的时候拿出一小搓，塞到斗中以后，用火柴点燃(在草原上点燃，可是不容易啊)，只抽一口，就燃尽了。然后在草地上磕出烟灰，过一会接着再来。那烟草的味，真是叫浓、叫烈，会直接攻入嗓子的，就像男朋友抽的MY MIXTURE 965，但是确实是会很过瘾啊。不像香烟，熏人，眼睛首先受不了。我们同一个工作组的人，大部分人抽香烟，每天回去后，我的头发上，衣服上全是难闻的味道，郁闷得很。所以，我讨厌香烟。可是抽烟斗就不一样了，尤其

是香香的MAC的mild choice。抽过后，连脸上都香香的，不过我知道，抽的时候，有点辣，然后有一点点甜。

最最郁闷的是语言不同，开座谈会的时候，没有太多的翻译，再说，我也有任务在身，不可以“擅离职守”，所以无法专门去问：“你抽的烟草哪里买的？”，更不可能问，“你的烟草是哪里生产的”。因为牧民都不知道是他们的泽库大，还是中国大。但是，他们之间的关系很和谐，很微妙。既然大家坐到一起开会，又因为很多人没有烟斗抽，所以当主人抽完一口，把烟杆儿放地上后，旁边总会有人拿起来，就像享受自己的烟斗一样，抽一口过过瘾。