烟斗收藏渐成气候 中西烟斗各有千秋

■ 新华

近年来，一些颇具纪念意义的限量版烟斗成为时尚高端人群的热门话题，并成为藏家追捧的新宠之一。有市场人士指出，烟斗收藏增值空间较大，不少“限量斗”每年的增值空间都在20%以上，其中的名家手工烟斗最具升值潜力。

烟斗虽是舶来品，却早已与中国的历史文化融合在一起。世界上许多名人都将烟斗作为随身之物，注重品位和享受，同时也是成熟的标志之一。

中西烟斗各有千秋

烟斗作为国内拍场的奢侈品类拍品，大家对其认知还十分有限，能在一推出时就有众多藏家关注，也说明其有庞大的市场等待开发。明清时期，烟民使用的烟具主要是旱烟袋(常说的长烟袋锅)、水烟袋和鼻烟壶。据行家介绍，18世纪，英国的工匠制造出了石楠根烟斗，法国的工匠制造出了海泡石烟斗，烟斗的制作技术达到了高峰，形成英国式、法国式、丹麦式、意大利式等烟斗艺术流派，烟斗逐渐成为男人的必需品。

北京匡时瓷杂部负责人孔超认为，西洋的藏品跟中国的藏品不一样：“我们讲究藏品的传统价值，比如是不是宫廷的、是不是文人墨客传承下来的、背后有什么故事等等，而欧洲市场对以上这些不是特别看重，他们更感兴趣的是这件藏品是什么著名作坊制作的、是什么年代的，烟斗的收藏也类似于古董小提琴，讲究出身。”行家吴先生则坦言，自己喜欢烟斗并不是为了抽烟，而是将其摆放在客厅的展架上，既可欣赏又可把玩。

烟斗收藏渐成气候

在国内市场，烟斗收藏处于起步阶段。据了解，在国外，烟斗收藏有着很长的历史，早已从单纯的烟具跻身收藏品的行列。它不仅是一种实用品，而且有着丰富的文化内涵。而在国内，烟斗收藏最近几年才渐成气候。

早在2005年，在上海举办的一次拍卖会上，一支北美墨玉石烟斗起拍价达到3.8万元。2008年台北市春季油画书画艺术品拍卖会上，包括登喜路2006No.268烟斗、鼠No.101烟斗、No.1630复古烟斗以及2007No.268烟斗在内的五支烟斗起拍价居然高达50万至70万元人民币，创下烟斗天价。

在2012年6月北京荣宝举行的珠宝钟表及烟斗专场上，烟斗拍卖可圈可点，18件标的成交12件，总成交额为312.82万元，投资前景大好。其中，泰迪·克努森手工制作的石楠根星期斗一套(7支)，也是泰迪唯一的一套星期斗，以156.8万元拔得头筹。

收藏重点在文化

“烟斗收藏增值空间较大，不少制作精美的烟斗，每年的增值空间都在20%左右，一些限量版烟斗增值空间则更大。”曾有市场人士对媒体表示。而据了解，珊瑚烟斗年涨空间可达30%。

目前具有收藏价值的烟斗主要分为年度斗、纪念斗以及限量斗等，其共同点就是由国际知名品牌的烟斗生产商出品。而具体到一支烟斗，其价值一般由材质、造型、工艺、题材及烟斗大师的知名度等方面决定。就材质而言，石楠根和海泡石最为流行，而最具收藏价值的是石楠根。就工艺而言，一般来说，由名师级别手工制作的烟斗最具有升值空间。

有不少收藏者认为，收藏烟斗重点是看其材质，譬如是不是名贵材质如黄花梨、紫檀，甚至犀角、牛角等，网上类似的帖子也非常多。但孔超认为，收藏烟斗首要关注的并不是材质：“有的收藏者收藏的烟嘴还有翡翠的、玛瑙的、白玉的，但是这些都太偏门了。我简直认为材质可以忽略不计。”

“烟斗玩的是什么?很多人都这么问。我认为玩的就是体会。”孔超说，收藏烟斗和收藏古董小提琴有异曲同工之妙，“古董小提琴主要是看其音色。在同等音色条件下，材质更好，价值当然更高，但其收藏的第一要素不是材质。”而烟斗是烟的吸食文化，各种名贵的木材、材料，都是边角料用到烟斗上：“收藏烟斗一定要使用烟斗，品味心得、体会。”

孔超认为，在欧洲收藏市场中，烟斗不仅仅是抽烟的工具，而且是一些特定圈子互动、交流的媒介，这种故事增加了烟斗的附加值：“譬如某个思想家抽什么样式的烟斗，这种形式就可能会固定下来，进而引起很多人的模仿。”

“劳动牌”香烟的由来

■ 唐为昌

在上海老一辈烟民中，“劳动牌”香烟是刻骨铭心的时代烙印。所以在烟草博物馆烟标展区，时常会看到一些老烟民对展出的“劳动牌”烟标指指点点，并且说上一段与“劳动牌”香烟有关的陈年往事。

其实，年长一些的人都知道，“劳动牌”香烟这个老牌子前身系“老刀牌”香烟。这段演变历史可追溯至一百多年以前。最初的“老刀牌”(PIRATE)香烟应属于舶来品。1902年，英美两国烟草联合在上海成立了英美烟公司，并在上海兴建厂房，制造卷烟。其中“海盗牌”香烟便是他们打入中国卷烟市场的一个品牌。“海盗牌”最初的烟盒广告画面是一个彪悍威猛持刀而立的海盗形象，他站在装备着火炮的甲板上，俨然一副掠夺者的面孔。而上方的字母“PIRATE”，翻译成中文是“海盗”或“强盗”的意思。由于国情和文化背景不同，一些欧美国家通常把海盗当作英雄般对待，但在中国却恰恰相反，中国人一直把海盗与倭寇相提并论。在中国人看来，海盗就是侵略的代名词。所以，许多中国人看到这个广告形象后颇为反感。很快，英美烟公司意识到了这个不满的社会情绪，于是马上采取措施对烟标和广告画作了大幅修改：将上面一行英文改成中文“老刀牌”，船上的火炮改成铁箱，帽子上的海盗标记和嘴上的胡子都一一作了修饰和“整容”，原海盗手中的大刀也改成了古代的老刀。同时在“老刀牌”中文的下面又增加了一行拉丁文，翻成中文就是“杰出的作品”。经过这么一番改头换面修改后，烟标上原本一个杀气腾腾的海盗，变成了一个规规矩矩做生意的商人。修改后的“老刀牌”烟标还喻意：这位手持古代老刀的商人乘船来到中国是推销世界上最好的香烟“老刀牌”的。经过一番精心修改和市场推广后，修改后的“老刀牌”烟标总算被中国人所接受。从此，“老刀牌”香烟品牌在华经销至建国初长达数十年之久。虽从全英文、半中半英文到全中文的烟标演变，但画面一直未作大的改动。

1949年新中国成立后，劳动人民当家作主，夺回被外商占达半个世纪的烟草市场主控权，在华的英美烟公司也由国营上海烟草公司接管。1952年，中国烟草业开始对旧烟标实行整顿改版，以清除烟标上的洋文和糟粕。因祖国新生，劳动人民当家作主，而且“老刀”与“劳动”用上海方言说读音近似，消费者易于接受，故“老刀牌”从此改版为“劳动牌”。虽香烟的品质没发生变化，但因烟标名称更改则彻底改变了它的品牌文化内涵，凸显了新时代、新气象、新内涵。为此，国营上海烟草公司通过媒体在原“老刀牌”香烟广告版特刊登启事：本商标即将改“劳动牌”，敬请大家留意。首版“劳动牌”香烟烟标以粉红细竖条作底色，具有明显的时代色彩，烟标图案设计正版主题为工农联盟图，画面左侧是一位农民手执镰刀在收割，右侧是一位工人在操作车床，背景是广袤的田野和新型的工厂；副版正中环绕“劳动创造世界”六字名言，上方是火车在高架桥上奔驰，下方是大型收割机在收割，一派丰收和欣欣向荣的景象。

1958年，我国进入大跃进年代，“劳动牌”改版为深桔红色，商标设计仅是一个素描图案，因铁锤、镰刀代表的是工农，正版一工一农并肩高举铁锤和镰刀，挺立在麦穗和齿轮组成的图案上，简洁刚练，正上方“劳动牌”三字闪着光芒，表明工农在中国的历史地位；副版图案麦穗和齿轮各半圆形组合而成，圈内前方为一台起重机高高吊起一台电机，喻意中国工农团结紧，工人阶级有力量。1966年，史无前例的“文化大革命”运动开始，多数烟标设计受到干扰，为体现时代性和革命性，“劳动牌” 烟标的正版图案一度改成林彪题词：“读毛主席的书，听毛主席的话，照毛主席的指示办事，做毛主席的好战士。”这是在烟标上呈现为数不多的“林副主席”题词之一，具有鲜明的时代特征，被深深地打上政治烙印，亦极具收藏价值。1971年，林彪“9·13事件”发生后，“劳动牌”烟标仍恢复成“铁锤和镰刀”的图案。

往事如烟

■ 刘红彬

儿时，许多事情的发生似乎与大小无关，与生死无关。特别是乡村的孩子，他们无论何时何地，每天每日，大多数都围绕一个最简单不过的想法恒久运行，那就是怎么玩得开心有趣。

往事如烟。所有童年的唏嘘，多多少少，总有那么一丁点，烙在那一纸香烟之上。烟云缭绕的时候，平凡的故事，如果还能偶然记起，一定有它耐人寻味的地方。

我自家的一个亲戚，姓杨，相隔几亩田居住，掩映在稀疏的树林之中。家里，穷得不能再穷。家中七兄弟，我们叫他们杨门七匹狼。杨六郎与我同龄，同学少年时，他与弟杨七郎一次放学回家，不知从哪里弄来的一包飞雁烟，也不知从哪里弄来的一盒火柴，偷偷地在自家墙壁的一个角落，学着大人，你一杆，我一杆地抽了起来。也不知啥时候，兄弟二人就离开，去别处玩了。也就是一杆烟的工夫，杨家的老屋，浓烟四起，伴随噼噼啪啪细碎的炸裂声响，火焰瞬间此起彼伏，不一会儿，各种呼叫声响彻了整个田野。那些正在田间地里忙活的大人们，一下从四面八方向烈焰冲天之处，狂奔而去·····

烟消云散，六郎的家片瓦无存。一家十口，困在一处，哭声凄切。母亲是吃完夜饭之后，牵着我的小手去的。母亲是个性情之人，看到这一场景，情不自禁地不停抹泪。我也吓坏了，哇哇哇地嚎啕大哭起来。

我们乡下的学校，知道这事后，校长和老师立即组织全校师生捐钱捐物。那时，我家也没有啥钱。家里除奉献了半年的草料，我一半的衣服，也捐给了他们。不久，杨家的茅草房就全部盖起来了。那六郎和七郎，也穿着我捐的衣服，回到了学校。

许多事情，好像一溜烟就过去了。每个人那浩如烟海的小事，能够不烟消云散的，恐怕也寥寥无几。前不久，我侄儿结婚，当幺爸的，自然要早早回家扎起。喜事人多，都是乡里乡亲的，因为难得回乡下，大家见面，自然也备感亲切和热情。饭前酒后，茶来烟往，又是灯火四起的时候。我哥忙碌之余，忽然喊到我，我马上穿了过去，哥说，“这是杨六郎，你儿时同学，帮到招呼一下”。意外！意外！三十多年不见，依稀还是那儿时样。六郎笑了笑，递过一杆“软云”，喊了我一声啥，我笑笑，说，“我不会烟”。按照既定的规矩，聊了几句之后，我立马找了几个乡邻，把他安排到了牌局上。我坐在他旁边，听他一言一语，看他摸牌出牌，说话还是那么质朴干脆，动作还是那么自在简洁。但我发现，烟波缈缈里，他的烟瘾最大，掏烟点烟，吞云吐雾，仿佛，就是他在田间地里的劳作，机械一般熟练运动。享受牌局的过程，喜悦从内到外，一览无余。

午饭后，我就进城了。路上，远处田野之上，有袅袅轻烟薄泻，想起这亲戚，想起这同学少年杨六郎。烟云过眼，生命如斯。唯有这些许汉字，落纸生烟。诸多平凡往事，朦胧入眼，又消散在这小路旁边。

烟香散去，记忆留香

■ 张春宏

人在烟厂工作，看看周围的人和事，或多或少都有一股子“烟味”。也许记忆可以模糊，世事可以斗转星移，但曾经的烟事烟情和烟忆，却如盏盏香茗，满室飘香，引发出许多回味的空间。

人说，走吧，看面前朝阳余晖；

我说，走吧，品烟去留香的悠悠回响……

躺在大学校园里那张洒满夕阳的上铺，和兄弟们聊着时光的短暂，不知从何时，离别的“愁”字爬上我们每个人的脸庞，只有满室袅袅烟香，描叙着曾经的每一个日子。我们叹息过，我们痛苦过，但每一天新的太阳下，我们依然相信青春的跳跃和律动。日子是一首无言的歌，香烟是那跳动的音符，或明或暗的灯下，一张张脱去了稚气的脸，走向成熟。而成熟的滋味，有许多藏在烟中，随着点燃香烟次数的增多，我们品尝着生活，体味着人间，经历着成长……那时的话语犹在耳畔，不见人声，不见人影，只有烟雾弥漫在眼前，在记忆的灯下徘徊，等着叩门的人声，应答，是空中永恒的期盼。

各奔东西的匆匆脚步止不住哭泣的泪水，站台上凌乱的物品，分不清主人的方位，一声声问候，一支支香烟，倏然点燃又

掐灭，掐灭又点燃，好像要温暖离别的凄凉。相互传递烟火的手指，握不住香烟，最后只能任风吹散。人走了，烟香却永远留存心间。

进入烟厂，同舍的几个哥们相互寒喧问候，说着说着，又不约而同地在胸前或裤兜里摸索。相视一笑，都从对方手里接过见面礼，礼让着点燃，我们仿佛又从对方深邃的眼睛里挖掘出同感——相逢何必曾相识。第一天晚上，大家相互畅谈，满室里充满着挥之不去的往事。那是多么熟悉的语言，那是多么相近的气味。我们仿佛熟人，又好似生人，一支小小的烟卷，牵引起一根根红线，我们相知又相恋，相思又相见。

空间虽然狭小，摩擦也在所难免，相同的追求聚集了我们，大家唱着笑着一天又一天。满室的香味由原先的烤烟型到雪茄型，又转到混合型。

爱情的季节快要到了。多情的鸟儿终于要飞出巢穴，在走出去之前，我们都要先召开“品烟会”——说出爱情历程，再召开“卷包会”——说出爱情经典片段，最后是“推介会”——说出爱情鸟的爱好及今后对“留香人”的态度。结束之时，大家高歌一曲“人去烟留香”，鼓励新人今后幸福，咛嘱旧友别忘了同室友谊。唱着唱着，眼泪已不再是女儿多情的专利，几个小男子汉们眼泪刷刷地流，却还口不离烟，手不松手。有好几次，几个房间的同事还以为我们宿舍里出了什么事，冲出门来准备帮忙，最后也参加了我们的“神仙会”。乐啊，跳啊，忘了窗外的世界，忘了明天的打算……

人走了，烟味却愈来愈浓。尝到家庭温暖的室友们，偶尔回来一趟，也是行色匆匆，但是共同的语言基点依然未变。没有寻找到可心的人儿，在烟香中痴迷，妄图打开通向外界的路径。坚固的阵线一经瓦解，便顷刻崩溃。当最后一个人将洞房安在这间屋内时，宣告了一群青年昨天的结束，宣告了一个全新明天的开始。

直到现在，每到聚会之时，原来同室的几个兄弟就会旧话重提，要是再有那样一段时光该多好啊。可是怀念终归是怀念，人去室留香，烟去室留香，却成了永远的怀念。

烟味·文化味

——黄山红方印培育小记

■ 赵德伟

2012年秋末冬至的时候，陈俊夫妇俩从打工五年的上海回到了家乡安徽省霍邱县姚李镇。一起回来的，还有他们7岁的女儿和年过六旬的老母亲。主要考虑孩子要上小学了，大城市学费高，上不起。于是夫妇俩就用几年来的积蓄盘下了家门口的一家小门面，因为旁边就有所中学，所以平时就卖点日常杂货、零食饮料什么的。虽然挣得不多，但也略有盈余。

但是陈俊是个不甘于满足现状的年轻人，几年的打工经历开阔了他的眼界，活泛了他的思路，学校周边的几个在建工地让他看到了商机。可日杂饮料毕竟利润提升有限，思来想去，他将眼光放在了卷烟销售上。由于是刚刚接触零售行业，经验欠缺，进货都是参考自己周边的店铺，卷烟订购也是如此。“卖什么烟？怎么卖的和别人不一样？”成为了困扰陈俊的大问题。当客户经理拜访的时候，他迫不及待地提出了自己心中的疑问。客户经理小赵认真地听完陈俊的问题，递给他一支烟，微笑着说道：“陈老板，别急。我们一样一样来看。”

“首先，你是新入网的客户，人年轻，脑子也灵活，我建议你先加入网上订货，一方面订购卷烟省时省力，另一方面可以及时了解公司的政策信息。其次，你家店子的周边环境我也关注了很长时间，有学校，有工地，而且是在省道沿线，可以有针对性的‘各个击破’。学校老师烟民众多，自吸以中档为主，普皖、利群、黄鹤楼这几个品牌可以满足需要；同时每星期订几条高档烟，像金皖、苏烟、中华，以备礼品用烟之需。”陈俊边听边不住地点头认可。

“建筑工地和在建楼盘，是外地的工程队承包的，我和他们聊过，河南、湖北的都有，普通工人工资低，但卷烟消费量大，要保证每星期足够的低档烟订购，虽然利润不高，但能给你的店带来更多的人气；技术工人、工程监理和工头工资高，是主要的卷烟利润来源，要尽可能保证高档外地卷烟不断档。对于过路车司机，他们的卷烟口味需求是劲大提神，价位中等偏上，这样你的一些滞销卷烟就有了‘用武之地’。”没等小赵说完，陈俊就竖起大拇指：“赵经理，你不愧是专业人士，分析的真到位，而且对我开店这么上心，真是太谢谢您了”。

“陈老板，不客气，这也是我分内的事，下面我们再来看看‘怎么卖的和别人不一样’的问题。对了，你抽的这烟，味道怎么样？”小赵问道。陈老板这才发现手里的烟已经燃了一半，急忙吸了一大口，再徐徐吐出，然后点点头，“味道不错，以前没吸过，没有刺嗓子的感觉。什么牌子？”陈老板问。小赵掏出一个白色的烟盒，“黄山红方印，安徽中烟今年新出的牌子”。陈老板把烟盒拿过来，反复端详，口里啧啧有声，“包装的可以啊，雅致、古典，看起来还有点文化的感觉。”“可以呀陈老板，没想到还是个行家！”小赵微笑着说。“哪里哪里！”陈老板赶紧摆摆手，接着问道：“这烟什么价？”小赵从包里取出一份《客户服务指南》，翻开封面，指着黄山红方印的照片说：“批发价26元，指导零售价30一包。陈老板，这个烟你看在学校老师中间能不能打开销路？”陈俊略一思忖，点点头，“我看行！这个烟看着上档次，而且价位也不是太高，应该能接受。”“而且这个烟的烟叶从乾隆年间就作为贡品，电视剧里的纪晓岚抽的烟袋里面就是这种烟丝，文化味儿十足，这个你可以作为卖点来向顾客推荐。”小赵接着补充道。陈俊又吸了一口烟，点头说：“好！我下星期订货的时候订两条试试。”

一星期以后，陈俊给小赵打来电话：“赵经理，你推荐的红方印销量还挺不错，按照你的推销方法，有几个老师现在专门要这个烟。”小赵高兴地说：“陈老板，现在可以解决你想卖和别人不一样的烟这个问题了。你要充分发挥这个经营环境的优势，把黄山红方印这个牌子作为你与别的店铺的区别产品，以后再把你的店子装修装修，置办个茶座，专门作为新品卷烟品吸专区，争取把香烟卖出个文化味。你看如何？”“行行行！这主意好！”陈俊忙不迭地答应。

从那以后，陈俊家的黄山红方印越卖越好，卷烟销售的文化味儿也越来越浓了。

地址：四川成都市二环路西二段121号 电话：(028)87319500 87342251(传真) 北京联系地址：北京市朝阳区博大路3号5号楼 电话：(010)87721045 52896956 52896958 87527365(传真) 广告经营许可证：川工商广字5100004000280 本报印刷厂印刷