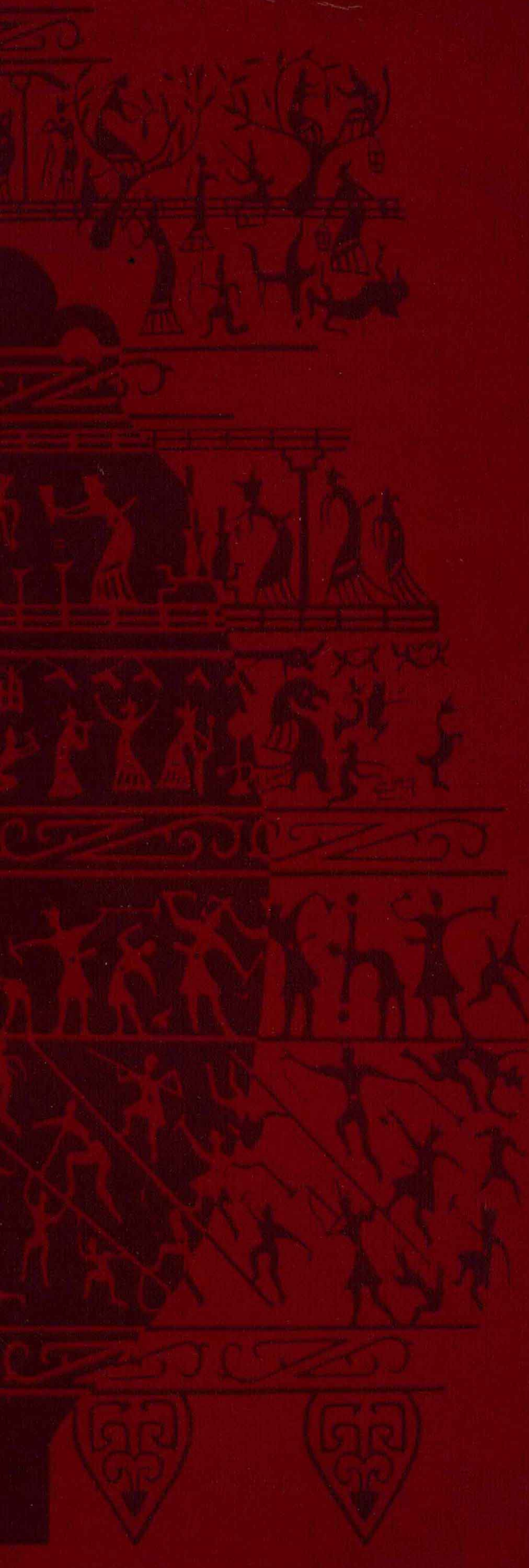


# 中國花炮文化博覽

主編 宋燧文

湖南美術出版社



# 中国炮文化博览

苏大明题

宋燧文 主编



湖南美术出版社



责任编辑 刘 昕  
策划设计 何华清  
摄影图片 浏阳市文物管理处  
黎心谷 李锦荣  
赵 翔 黄震山  
赵 飞 肖卫平  
电脑制作 廖露检 易马观  
刘晓芳 徐婷婷  
责任校对 黄向红 黎凤娥  
印务总监 陈甲清 祖拥军

## 中国龙炮文化博览

出版·发行 湖南美术出版社  
(长沙市雨花区火焰开发区4片)  
经 销 湖南省新华书店  
设 计 长沙天韵文化艺术实业有限公司  
制 版 湖南新闻彩色制版印务有限公司  
印 刷 湖南东方速印科技股份有限公司  
装 订 长沙健峰彩印实业有限公司  
开 本 889×1194mm 1/16  
印 张 20  
2002年10月第1版 2002年10月第1次印刷  
印 数 1-3000册

ISBN7-5356-1746-8/J·1635 定价: 168.20元

# 中国花炮文化博览

---

中国浏阳花炮文化研究会 编著  
浏阳市鞭炮烟花管理局

书名题字 欧代明  
产业顾问 黎 建 宋福生  
美学顾问 夏昭炎 陈慰民  
文学顾问 朱 赫  
主 编 宋燧文  
总 策 划 何华清 李志文  
总 编 撰 宋燧文 陈 碧  
何华清 张文清  
装帧设计 长沙天韵文化艺术有限公司  
华清策划设计工作室



## 编者题记

有一种花，与众不同：  
它开在夜空，  
落在人们的心田中。  
它有千年的根，  
绽放着东方古国的神韵，  
升腾起为人类祈福的使命。  
如潮奔涌，如歌欢唱，  
将瞬间留与永恒，  
飞扬缤纷的火红！

有一种文化，与众不同。  
它刻在苍穹，  
印在喜庆的乐章中。  
它有无尽的美，  
浪漫着火药的文明，  
支撑起一方独特的产业。  
如虎添翼，如日东升，  
舒展壮丽的画卷，  
摧动腾飞的祥龙！

## 浏阳花炮世界共赏



摩纳哥大赛夺魁获奖  
法兰西世界杯发出壮美喝彩  
浏阳花炮  
将奇光异彩的瞬间  
凝固成人类永恒的文明

## 浏阳花炮世界共赏



传承千年文明的火炬  
架设五洲彩虹的天使  
浏阳花炮  
绽放人间最美的鲜花  
收获天上最甜的硕果

# 序 言

夏昭炎

炎黄子孙都是龙的传人，中华民族的文化被誉为“龙的文化”。由四大发明之一的火药文明而升华的花炮文化，是“龙文化”宝藏中一块赏心悦目的瑰宝。花炮文化的发展史，自从唐·贞观之治时花炮始祖李暉创造发明爆竹烟花的那一刻起，就与中华民族的繁荣、富强、发展交相辉映，密不可分，堪称华夏民族之艺术精华。正如《花炮中国》（中国文联出版社）序中所云：“千余年来，花炮文化就像长江、黄河一样融入了中华民族的血液之中。大至国家庆典，小至民间婚丧喜庆，都离不开花炮的参与。伴随着那清脆的爆响，那鲜艳的色彩，那芬芳的气味，初生的婴儿被施以最圣洁的洗礼，新婚的夫妻许下最诚挚的诺言，逝者的亡灵受到最神圣的超度，出征的健儿得到最美好的祝福，凯旋的将士受到最热烈的欢迎，一切悲欢喜愿得到最尽情、最酣畅的渲泄。因为有了花炮，我们不再寂寞。”

火的运用，是人类从野蛮进化到文明的标志。花炮，正是人类文明的结晶。它燃放时照亮寂寥的夜空，带来无限光明与勃勃生机。它不仅是一种大众娱乐的消费品，更是一种火的艺术、火的文化，经历代承传创新，已升华到人类文明的一种新的境界。

花炮是工艺品，具有物质性，而作为艺术，它又具有精神性。其艺术魅力与奥秘，就在于它以特有的形式赋予人以情意，并遣人以寄托。构成花炮艺术美的基本因素是光彩、造型、声响、节奏、韵律，以及由此而构成的情境、意象，并构架广袤无垠的意境，以开阔人们的胸襟，陶冶人们的情操，并激扬人们的意志。这正是花炮艺术和花炮文化所具有的独特的生命活力。

然而，如果我们的认识仅仅停留在这一层面上就远远不够，还必须深入了解花炮文化为花炮产业所注入的强大竞争力，花炮文化为社会所带来的强大驱动力。

当今世界，无论是政治上的冲突，还是经济上的竞争，究其根本其实都是文化上的较量。19世纪文化上是一江“西水”向东流，西方现代文化、工业文明和科技文明长驱直入、所向披靡，无情地击碎了东方文明古国的传统美梦。东方文明及其所固守的“田园牧歌”黯然失色，只有招架之力而无还手之功，几乎是“一边倒”。但在20世纪，



随着世界大战的爆发以及全球经济格局的变化，宣告了西方文明美梦的破灭，东方文化开始从体弱的阴影下走出来，试图东山再起，重振雄风。因此20世纪西方文化的衰落与东方文化的崛起，使得东西方文化走向了交锋与竞争时代，并在对抗与冲突中寻找着对话与沟通的契机，从而得到某种融合。现在，人类进入了21世纪，但这种交锋与竞争依然存在，并且变得更加隐蔽和激烈，我们丝毫不能掉以轻心。

我们不妨思考一下，中国本来有许多自己的传统节日，为什么还津津乐道西方的圣诞节、情人节？中国本来有自己的美食和餐饮习惯，为什么一阵西风过来，竟冒出了那么多的“麦当劳”、“肯德基”？中国自己生产的手表无论款式和质量都堪称精品，为什么还要花高出国产表几十倍甚至上百倍的价钱去买一块瑞士的“劳力士”？至于洋服、洋车、洋电器为什么走俏中国市场等问题更是不胜枚举。其实，答案并不难找到，那就是商业竞争表象的背后隐藏着文化的较量与竞争，其实一种知名的品牌就是一种文化。

令人堪忧的是，我们的企业往往只埋头于生产，奔忙于销售，很少顾及品牌、顾及文化，舍本求末，得少失多。在花炮生产和销售的环节中，这种情况尤为严重。现在，在国外市场畅销的中国花炮，却被贴上了国外贸易商的商标，成了其品牌的附属品，结果让拥有品牌者赚了大头，我们的企业只得了点蝇头小利。这是什么原因呢？没有品牌，没有用文化铸造的品牌！青岛“海尔”是用科技、用文化铸造企业形象和知名品牌的典范，从而使产品堂而皇之以自己的品牌打入国际市场，他们成功的经验很值得我们学习和借鉴。

花炮文化既是产业文化，又是中华民族的传统文化。传统文化有着深厚的历史底蕴，对现代文明具有强烈的魔力，它像一面铜镜，发着幽幽古光，吸引着现代人的目光，促使现代人烛照传统，重新阐释传统、解读传统，借传统来丰富现代的文化创造。现在广泛流传的“返朴归真”一说，就是这种文化现象的注脚。

由中国浏阳花炮文化研究会所策划创作的《花炮始祖李畋》、《中国花炮之乡风情组画》和《花炮童子组画》等，就是借历史这面古镜而面向未来、面向世界的新的文化创造。其中“李畋”是解读火

药文明史与花炮发展史的渊源与厚重；“风情”是演绎花炮文化与民俗文化的亲缘与契合；“童子”则是注释燃放艺术的吉祥与安全。从这些作品中人们一眼就可以看出：花炮是喜庆的，花炮是吉祥的，花炮是和平的，花炮也是安全的，花炮文化更是源远流长的。概言之，花炮是喜庆欢乐的幸福之花，花炮是传情寄意的友谊之花，同时还是和平、美好、幸福的象征。怪不得香港诗人张诗剑在《烟花》诗中写道：“看到烟火，我就想：把全世界的火药，都制成美丽的烟花！”也更加理解全国政协委员陈文华为什么对某些城市燃放花炮提出了绝然相反的意见。陈委员从历史、民俗和对外交往等方面坦陈了花炮文化的深远意义，对燃放花炮时所带来的所谓安全、污染、噪声问题进行了实事求是的分析，他大声疾呼：“如果春节不让放烟花鞭炮，越过越冷清、没有特色。那么，若干年后，我们的后代就可能去过外来的圣诞节，而不重视自己的传统节日，那将是一种什么局面，我们的心中会是一种什么滋味呢？值不值得深思一下呢？”

青年学者刘登阁在《全球文化风暴》中写道：在各种文化的竞争和交锋时代，人类的目光“转向了自我，转向了人类自己所创造的文化”。在中国花炮之乡的浏阳，就将目光转向了自己所创造的文化，他们在全国率先成立了花炮文化研究会，并由会长宋燧文先生主持编撰了这部《中国花炮文化博览》，填补了国内花炮文化专著的空白。这是智者的匠心，这是良好的开端，不能不说是一桩快事、好事。

这部专著，系统地阐述了火药文明史和花炮发展史，从民俗、审美、文学、艺术等方面多角度、全方位挖掘和解读了花炮文化，并且展示了花炮产业发展的辉煌前景。全书资料翔实、引证准确、语言流畅、图文并茂，启人心智，发人深醒，具有较高的学术价值、审美价值和收藏价值，不愧为花炮文化的精美之作。

历史是一面镜子，它提示我们的文化建设要面向未来，面向世界。我们主张创造，主张花炮文化的与时俱进。当今时代，文化不再仅仅具有意识形态的宣传教化职能，还成为了经济领域的一股无形的活力，发展为一门新兴工业——“文化工业”。法国文化部长朗歌曾经说过：“文化是明天的经济。”文化之于一个民族或国家，是这个民族或国

家的综合竞争力的源泉；之于一个地区、一方产业，则是这一区域、这一产业发展的动力。它可以让人们找到自己在世界上最强势的位置，赢得世界上的一流。中国花炮产业，要在全球竞争中永远立于不败之地，并成为行业的领袖，就离不开产业文化的传承、积累和创新。可以说，在今天和明天，所有从事花炮产业管理的领导者，谁真正掌握了花炮文化，谁就有可能领先一步赢得商机、赢得财富、赢得成功。反之，就可能固步自封，甚至每况愈下。从这种意义上说，这部书也是提升花炮产业人才素质、决策水准，使花炮产业在文化的导向下做大做强，成功地走向国际市场的一部教科书。

星转斗移，往事越千年。花炮作为一种文化现象，从它响彻中国夜空的第一天开始，就把自己的历史向前延伸了十多个世纪。它对世界文化的交流和人类文明的积累所具有的深远意义，使它已成为中西方文化共赏的一种和平吉祥的标识。从广义上讲，它不仅仅是一个国度所拥有的民族之花，同时也是全人类与之共享的宇宙之花。这或许印证了那句名言：“越是民族的，便越是世界的。”烟花曾经盛开在漫漫的历史长河中，也必将更加光彩夺目地绽放于今天和明天的时空舞台上，伴同华夏民族和世界各族人民一起走向幸福美好、和平吉祥的大同！我们深信，在不久的将来，中国花炮因插上了文化的翅膀，会像日本的“丰田”，美国的“微软”、“波音”和“可口可乐”，法国的“巴黎香水”和韩国的“大宇”一样，成为国际知名品牌，昂然傲首在五洲四海，更加光彩夺目地绽放于广阔无垠的时空舞台上。

我们殷殷地期待着这一天！

2002年9月8日于湘潭

本文作者系湘潭师范学院中文系教授，著名美学专家和研究生导师，主持编撰了学术专著《中国文化概论》和美学专著《意境》。

# 目 录

序言	
花炮之歌	1
第一篇 古老奇妙的文化现象	3
一. 古老发明的艺术结晶	6
1. 中国道教及其“炼丹术”	6
2. 火药的发明和利用	8
3. 鞭炮烟花的发明	12
二. 古老民俗的智慧表现	19
1. 中国传统节日与烟花鞭炮	19
2. 中国现代节日与烟花鞭炮	28
三. 礼仪之邦的文化情结	29
1. 吉礼	29
2. 嘉礼	30
3. 宾礼	32
4. 军礼	35
5. 凶礼	38
四. 繁富深邃的文化寄寓	43
1. 民族文化的化身	43
2. 世代情感的寄托	43
第二篇 魅力无穷的艺术品类	49
一. 变幻莫测的形象性	53
1. 色彩与火光	54
2. 造型与动感	55
3. 优美与壮美	57
4. 音响与节奏	58
5. 烟云和气味	59
二. 余味无穷的含蕴性	61
1. 美丽高洁的形象	62
2. 纯真无瑕的情感	62

3. 人生理想的寄寓 .....	62
4. 悲喜交加的意境 .....	63
三. 诸多艺术的综合性 .....	64
1. 视觉艺术 .....	64
2. 听觉艺术 .....	64
3. 燃放艺术 .....	64
4. 摄影艺术 .....	64
5. 文学艺术 .....	65
四. 烟花的文学艺术性 .....	69
1. 古代烟花诗词 .....	69
2. 当代烟花诗 .....	70
3. 港台烟花诗 .....	70
4. 外国烟花诗 .....	71
5. 浏阳烟花诗词、烟花广告语和楹联 .....	71
第三篇 雅俗共赏的大众文化 .....	77
一. 烟花之美在何处 .....	81
1. 关于美的本质 .....	81
2. 烟花美的体现 .....	83
3. 烟花美的本质 .....	84
4. 烟花美的特性 .....	84
5. 烟花艺术的群众性 .....	88
二. 烟花的装潢艺术 .....	91
1. 包装装潢 .....	91
2. 包装装潢艺术美 .....	92
3. 包装装潢的结构组合 .....	94
三. 烟花美的绝对性与独立性 .....	99
1. 变化 .....	99
2. 对比与调和 .....	100

3. 节奏与韵律	100
四. 花炮文化的拓展和运用	105
1. 城市建设挖掘了花炮文化	105
2. 旅游产业拓展了花炮文化	105
3. 艺术创作凸现了花炮文化	106
4. 舞台艺术融入了花炮文化	106
第四篇 别有情趣的审美形态	109
一. 有限与无限——凝瞬间于永恒的境界	114
1. 凝瞬间于永恒的艺术形象	114
2. 凝瞬间于永恒的审美境界	117
二. 多样与创意——形式美的无限追求	125
1. 烟花形式美的形成	125
2. 烟花形式美的创造性	125
3. 烟花形式美的组合规律	127
三. 色彩与夜幕——两极互动，相得益彰	134
1. 颜色与视觉性格	134
2. 两极互动，相得益彰	135
四. 五彩缤纷，美不胜收	139
1. 烟花的色彩	139
2. 色彩的魔力	139
3. 色彩与夜幕共在	142
第五篇 经久不衰的独特产业	147
一. 中国花炮史略	156
1. 中国古代鞭炮烟花生产概况	156
2. 20世纪前期中国烟花生产的凋蔽	158
3. 新中国成立以来烟花爆竹发展状况	159
4. 浏阳人民获得的花炮荣誉	166
二. 中国花炮与科技	169
1. 烟花鞭炮科学技术的创新	169

2. 建立花炮科研基地, 促进花炮科技进步 .....	172
三. 立足现实, 展望未来, 托起新一轮朝阳 .....	177
1. 区分主次, 把握关键 .....	177
2. 建立网络, 拓展市场 .....	178
3. 苦练内功, 质量致胜 .....	180
4. 扶优扶强, 铸造品牌 .....	181
5. 以法治业, 提升产业 .....	182
四. 专家论坛	
WTO 背景下中国花炮产业发展战略 .....	189
袁观清: 烟花之乡浏阳欢迎您 .....	189
刘晓明: 迎接入世挑战 铸造中国烟花新辉煌 .....	189
李科明: 高扬传统产业旗帜 振兴中国烟花产业 .....	190
黎  建: 共创中国烟花灿烂明天 .....	190
李善同: 积极应对入世谱写中国烟花发展新篇章 .....	191
睢国余: 21 世纪中国经济面临的挑战 .....	195
陈  平: WTO 背景下的行业管理 .....	198
贝新亚: 中国花炮产业发展战略选择 .....	204
周积智: 烟花产业的市场定位与市场前景 .....	206
李  肃: 花炮产业整合与浏阳区域经济发展 .....	210
谢光球: 依托证券市场 做大花炮产业 .....	213
何立山: 依托传统资源优势 打造花炮强势品牌 .....	215
李敬生: 行狼群战术 做天下文章 .....	219
沈敏锋: 立足全球化市场 做大做强花炮产业 .....	223
第六篇 花炮艺苑 .....	227
一. 民间花炮故事 .....	230
爆竹驱魃 .....	230
纸炮问世 .....	231
鞭炮祝寿 .....	231
铁打花炮 .....	232

衙门领赏 .....	233
龙口献花 .....	234
爆竹枪声 .....	237
放花落店 .....	238
报春腊梅 .....	238
两颗祸花 .....	240
赠花买锣 .....	241
猫司令 .....	242
“夜半枪声” .....	243
唱“摩乐歌” .....	244
二. 花炮谚语 .....	245
三. 花炮小品 迎亲 .....	246
四. 碑记	
李畋铜像记 .....	253
思邈公园记 .....	254
李畋公园记 .....	255
花炮广场记 .....	256
附录 .....	259
西方烟花史略(资料摘编) .....	261
花炮安全生产及“禁”与“放”(资料摘编) .....	275
浏阳市人民政府关于加强花炮产业管理若干 问题的规定(文件摘录) .....	283
浏阳市人民政府关于加强花炮产业管理若干 问题的补充规定(文件摘录) .....	288
花炮文化人特写	
塑造国际花炮名城的设计艺术家(作者:朱赫) .....	291
顽童、才子、艺术家(作者:宋燧文) .....	296
后记 .....	299



# 花炮之歌

J=120  
热情洋溢地

:谭仲池词/刘振球曲

( 5 5 5 5 6 5 3 | 5 - - 3 5 | 6 . 6 5 3 2 1 | 2 - - - | 2 2 1 6 6 1 | 2 2 2 3 5 . 5 |



掠 過 地 中 海, 飛 越 太 平 洋,  
看 那 春 宵 花 夜, 樓 閣 亭 臺,

2 2 2 1 6 6 1 | 2 2 3 5 . 5 | 3 3 5 6 1 2 3 | 5 - - - | 1 1 2 3 6 | 1 2 . 5 - |



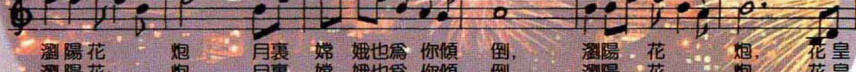
摩 納 哥 的 彩 雲 錄 下 你 奪 魁 的 凱 歌, 掠 過 地 中 海,  
多 少 微 笑 友 人 在 璀 璨 的 焰 火 前 沉 醉, 看 那 春 宵 花 夜,

5 5 6 3 3 5 | 2 - - - | 2 2 2 1 6 6 1 | 2 2 2 3 5 . 5 | 5 5 6 3 2 | 1 - - - |



飛 越 太 平 洋, 夏 威 夷 的 上 空 閃 耀 你 神 奇 的 夢 幻,  
樓 閣 亭 臺, 多 少 歡 呼 的 人 群 在 狂 舞 的 彩 龍 邊 跳 躍,

5 1 5 6 5 3 | 5 - - 3 5 | 6 6 6 5 3 2 1 | 2 - - - | 3 3 5 5 3 2 | 3 - - 3 5 |



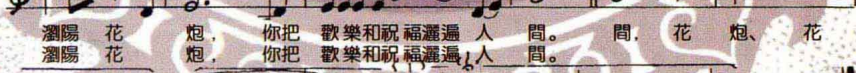
瀟 陽 花 炮 月 裏 嫦 娥 也 為 你 傾 倒, 瀟 陽 花 炮 花 皇  
瀟 陽 花 炮 月 裏 嫦 娥 也 為 你 傾 倒, 瀟 陽 花 炮 花 皇

6 6 6 6 1 2 2 3 1 6 | 5 - - - | 5 5 6 5 3 | 5 - - 3 5 | 6 6 6 5 3 2 1 | 2 - - - |



牡 丹 也 自 覺 羞 慚, 瀟 陽 花 炮, 你 是 美 的 象 徵 愛 的 天 使,  
牡 丹 也 自 覺 羞 慚, 瀟 陽 花 炮, 你 是 美 的 象 徵 愛 的 天 使,

3 3 5 5 5 | 6 - - 3 5 | 6 6 6 6 1 2 2 3 5 1 6 | 1 - - - :|| 1 2 - 6 | 5 - - 6 |



瀟 陽 花 炮, 你 把 歡 樂 和 祝 福 灑 遍 人 間。 間, 花 炮, 花  
瀟 陽 花 炮, 你 把 歡 樂 和 祝 福 灑 遍 人 間。

5 - - - | 6 - - - | 6 - - 5 | 5 - - - | 5 - - - | 5 0 0 0 ||



炮、 花 炮、

