

老人花收藏

收藏与文化丛书

樊瑀 编著



ZHEJIANG UNIVERSITY PRESS
浙江大學出版社



Laohuohua
SHOUCANG

樊瑀 编著

ZHEJIANG UNIVERSITY PRESS
浙江大學出版社

收藏与文化丛书

老火花收藏

江苏工业学院图书馆
藏书章

图书在版编目 (C I P) 数据

老火花收藏 / 樊瑀编著. —杭州: 浙江大学出版社,
2007.12

ISBN 978-7-308-05422-5

I. 老… II. 樊… III. ①火花—收藏—中国—明清时代
②火花—收藏—中国—民国 IV. G894

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 130177 号

责任编辑 李玲如
装帧设计 魏 清
出版发行 浙江大学出版社
(杭州天目山路 148 号 邮政编码 310028)
(E-mail: zupress@mail.hz.zj.cn)
(网址: <http://www.zjupress.com>)

排 版	杭州开源数码设备有限公司
印 刷	杭州长命印刷有限公司
开 本	889mmx1194mm 1/16
印 张	8
字 数	200 千
版 印 次	2007 年 12 月第 1 版第 1 次印刷
书 号	ISBN 978-7-308-05422-5
定 价	60.00 元

前言

人类从钻木取火到火柴诞生经历了漫长的岁月。从某种意义上来说，火柴的诞生不亚于蒸汽机的发明。

根据史料记载：鸦片战争后，火柴作为舶来品传入中国。1877年，我国第一家民族火柴工业诞生在上海，使用的商标为“马牌”，至今已有130年的历史。可惜，时间久远，至今未见实物。

火花，是指火柴盒上的贴画，俗称火柴商标，是商品标记的一种。中国老火花是指洋火入侵至1949年中华人民共和国成立前使用的火花。鉴于老火花形成于特殊时期，所以，老火花应包括舶来品和民族品牌两大类。

一、老火花中的舶来品

我们知道，早先火柴又名“洋火”，是舶来品。作为五洋（洋火、洋油、洋皂、洋烛、洋烟）之一，早在清道光二十四年（1844）就通过贸易传入中国。早些的“洋火”是达官贵人的奢侈品，只由瑞典及英国、美国等国输入，而后日趋普及。西方列强看到旧中国火柴市场巨大，欧洲各国，如比利时、德国、意大利、奥地利、波兰、捷克、沙俄等国的火柴蜂拥而至。一时间，旧中国成了万国火柴博览会。在当时，输入火柴既不安全又有毒性。东邻日本对中国输入火柴虽然慢了一拍，但凭借地利，曾在旧中国市场上与瑞典火柴对抗，且一度位居上风，独占鳌头。最先传入中国的火柴全是外文，继而又加印歪歪斜斜的汉字，之后开始出现简单图案。瑞典、日本等国商人为占据中国市场，在火柴商标设计上尽量采用中国民间喜闻乐见的画面，以迎合我国人民的消费习惯。因此，自1844年外国火柴进入中国、1880年外商在华开设火柴厂，所生产的火柴大多采用我国传统吉祥图案作为商标，以迎合中国人的口味，如日商的“童鹿”、“五猴”、“欢天喜地”、“天官赐福”，瑞典商的“凤凰”、“庙宇”、“中国桥”等，藏界通称为“外国客花”。慈禧60寿辰时，日本还专门生产“蟠桃祝寿”品牌火柴献媚西太后。我国早期生产的火花，主要为舞龙、肥仔、捕鱼等图案，但多由日本火花仿造而来，因此这一阶





段民族工业使用的火花与日本火花难以分辨。这一时期,中国火柴市场基本被国外厂家的产品所垄断。

二、民族品牌火花折射民风民俗

火花来自民间,其表现的内容也包罗万象,举凡世俗生活的种种履痕均可在火花中觅到踪迹。

1. 早期木板印制吉祥火花

中国是一个多民族的大国,历史悠久,地域辽阔。由于各地区、各民族所处的地理位置、自然环境不同,造成风俗习尚千差万别,形成颇有特色的民俗文化。这些民俗文化在火花上得到淋漓尽致的反映。例如,中国厂家的“上等火柴”,利用善财童子和宝瓶来表达“招财利市”和“接福平安”之意。我国的老火花由于时间早、数量少,多采用较原始的木刻板印刷,因此在藏市中独领风骚。由于受传统文化影响,一些戏曲木板年画以及带有吉祥含义的动物、植物、事物和人物,如龙凤、麒麟、仙鹤、蝙蝠、鲤鱼、猴、鹿、马、羊、灵芝、松柏、牡丹、石榴、桃、元宝、铜钱、芦笙、如意、八仙、寿星、财神等图案均频频出现在火花画面上。

2. 题材丰富,不胜枚举

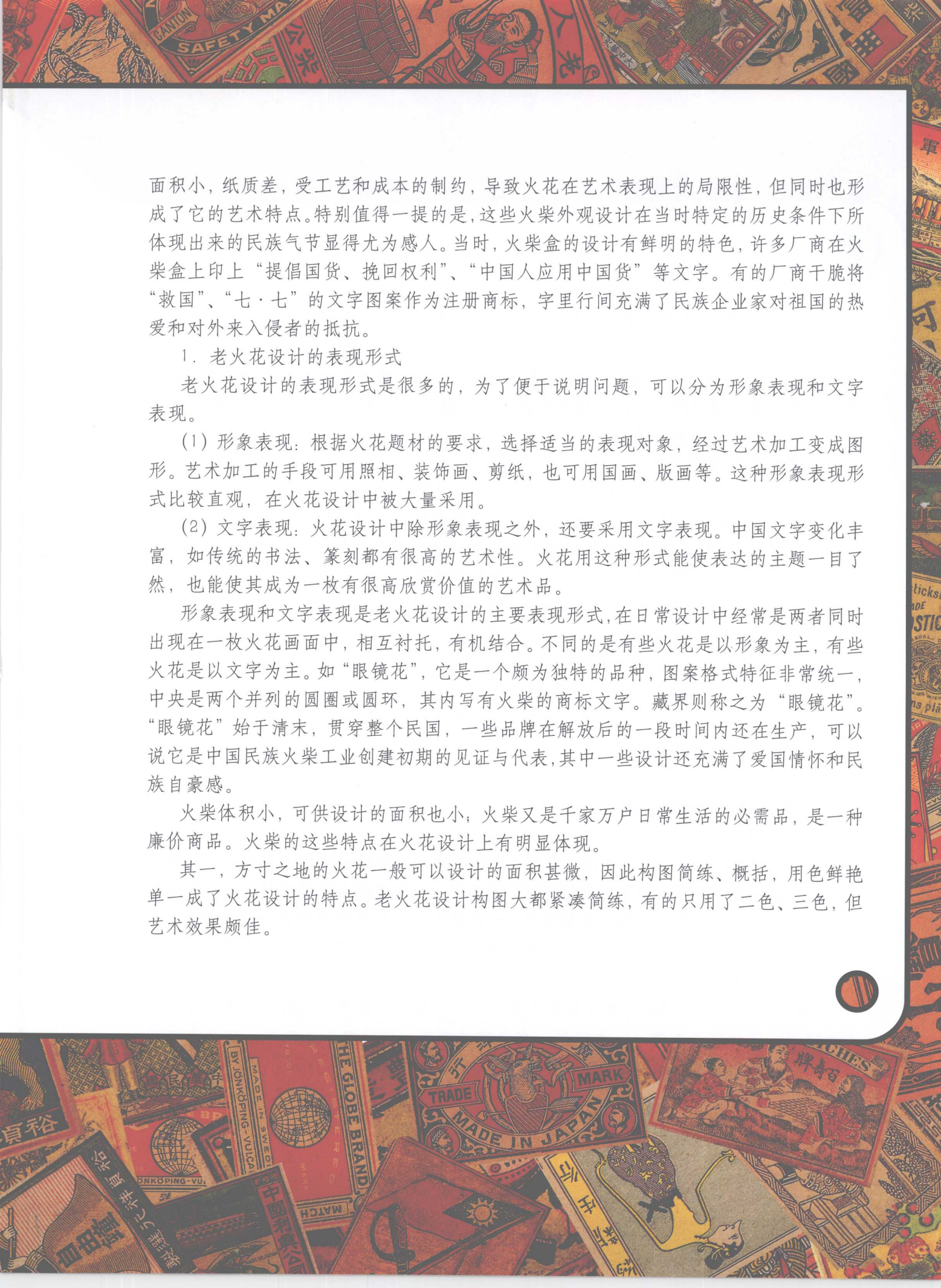
火花上,农耕文化味道很浓,图案不乏有采茶、采桑、采莲、渔樵、织女、牧童等形象。每一幅画面、每一个人物都有一个动人的故事。如创建于1930年7月的大中华火柴公司,在它著名的牌号“美丽牌”配烟火柴,就是与“火柴大王”刘鸿生和上海华成烟厂戴老板协商合作,把“美丽牌”香烟商标上的真人肖像(在当时上海滩十分走红的电影明星吕澹如小姐)印在火柴盒上作商标,并配有“有美皆备,无丽不臻”的广告词,结果火柴销量日渐旺销。

三、璀璨精湛的老火花设计与印刷

民族火柴工业创办之始,其产品商标也一度盗用、仿冒过舶来品的商标,如创办于1879年的广东巧明火柴厂的舞龙、猴鹿、妹鹿等便无不有这方面的痕迹。

老火柴虽然外观粗糙、工艺落后,但它毕竟是我国民族工业的产品。老火花因普遍





面积小, 纸质差, 受工艺和成本的制约, 导致火花在艺术表现上的局限性, 但同时也形成了它的艺术特点。特别值得一提的是, 这些火柴外观设计在当时特定的历史条件下所体现出来的民族气节显得尤为感人。当时, 火柴盒的设计有鲜明的特色, 许多厂商在火柴盒上印上“提倡国货、挽回权利”、“中国人应用中国货”等文字。有的厂商干脆将“救国”、“七·七”的文字图案作为注册商标, 字里行间充满了民族企业家对祖国的热爱和对外来入侵者的抵抗。

1. 老火花设计的表现形式

老火花设计的表现形式是很多的, 为了便于说明问题, 可以分为形象表现和文字表现。

(1) 形象表现: 根据火花题材的要求, 选择适当的表现对象, 经过艺术加工变成图形。艺术加工的手段可用照相、装饰画、剪纸, 也可用国画、版画等。这种形象表现形式比较直观, 在火花设计中被大量采用。

(2) 文字表现: 火花设计中除形象表现之外, 还要采用文字表现。中国文字变化丰富, 如传统的书法、篆刻都有很高的艺术性。火花用这种形式能使表达的主题一目了然, 也能使其成为一枚有很高欣赏价值的艺术品。

形象表现和文字表现是老火花设计的主要表现形式, 在日常设计中经常是两者同时出现在一枚火花画面中, 相互衬托, 有机结合。不同的是有些火花是以形象为主, 有些火花是以文字为主。如“眼镜花”, 它是一个颇为独特的品种, 图案格式特征非常统一, 中央是两个并列的圆圈或圆环, 其内写有火柴的商标文字。藏界则称之为“眼镜花”。“眼镜花”始于清末, 贯穿整个民国, 一些品牌在解放后的一段时间内还在生产, 可以说它是中国民族火柴工业创建初期的见证与代表, 其中一些设计还充满了爱国情怀和民族自豪感。

火柴体积小, 可供设计的面积也小, 火柴又是千家万户日常生活的必需品, 是一种廉价商品。火柴的这些特点在火花设计上有明显体现。

其一, 方寸之地的火花一般可以设计的面积甚微, 因此构图简练、概括, 用色鲜艳单一成了火花设计的特点。老火花设计构图大都紧凑简练, 有的只用了二色、三色, 但艺术效果颇佳。



其二，老火花的成本主要是印刷成本，所以套色的多少、印量的大小、纸张的质量高低决定火花的费用。

其三，老火花也有极个别是几枚组成一套的，这类火花必须考虑它的整体性，即表现的形式一致，题材同一，主色调也保持统一，使同一套中的每枚火花既有自己的特点，又和其他几枚火花相协调。

2. 老火花的印刷工艺

老火花有木板印刷的，有石印的，有的火花甚至是用图章直接盖印的。

由于我国有着悠久的优秀木刻版画传统，继晚清西方石印术传入中国后，亦同时掌握了现代印刷术。版画家们也就把处理木刻版画的手法直接移用到现代印刷术上来。小巧的火花虽然采用了现代印刷术，但在画格和画风方面，无疑继承了我国古代木刻版画的优秀传统。而在图案方面，民间年画对它的影响尤深。

我国印版的老火花，金属版的最多，石印的次之，木刻的最少。

解放前也有一些粗网纹彩色印刷的火花，但质量是没法和今天相比的。

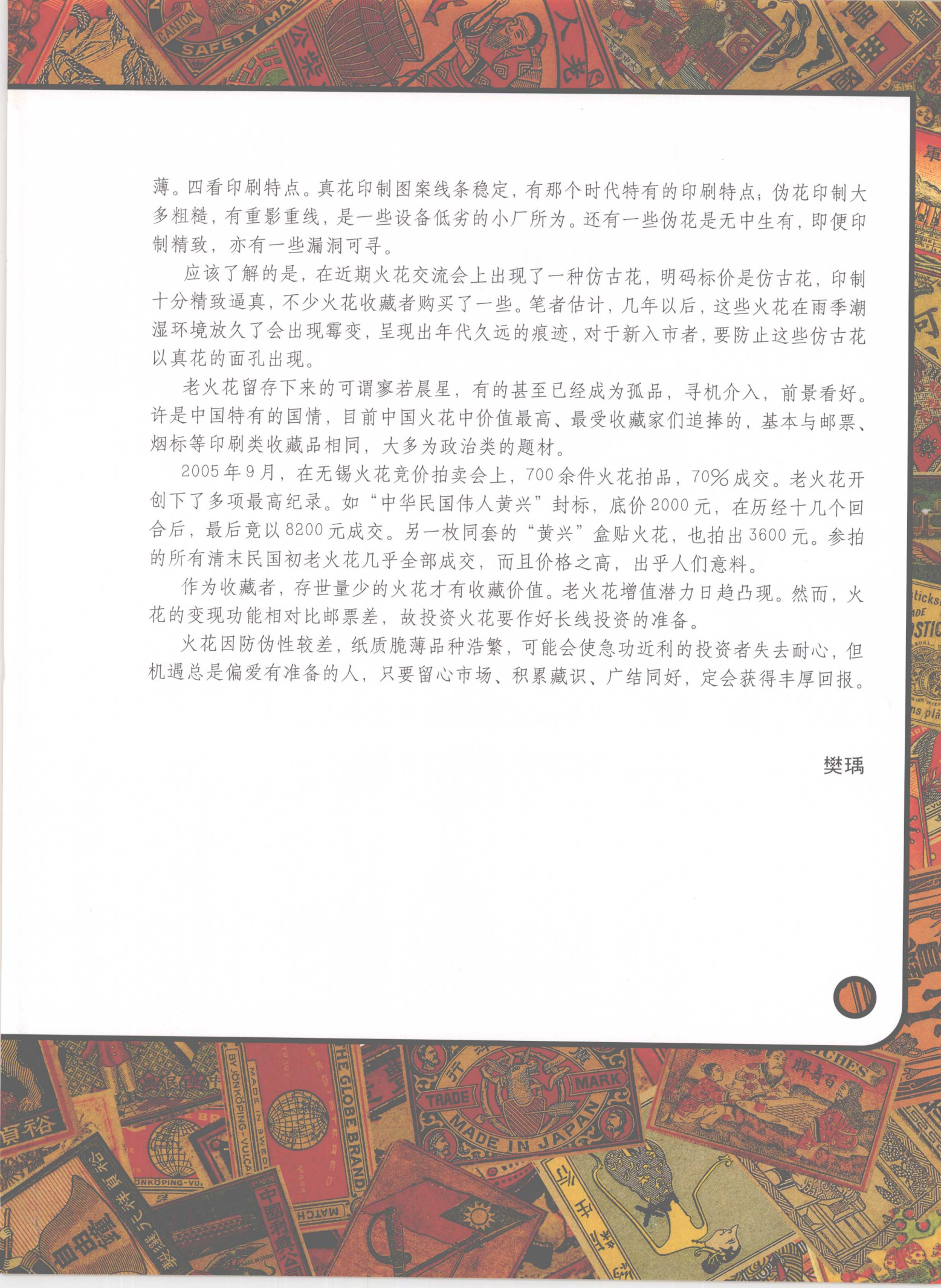
印刷的纸张多为土纸（亦称火柴纸）、报纸，也有其他纸张印刷的。如20世纪30年代四川资中火柴厂出品的“凤球牌”火花，画面粗糙，图案为凤凰站在地球模型上。令人叫绝的是，这枚火花纸质为宣纸。

四、老火花的收藏鉴别与投资

老火花的收集不像集邮有完善的渠道，但只要留心，功夫不负有心人，总会有收获的。一般有四种收集方法：一是抓住机遇，特别是遇到老藏家批量转让等机会。二是到收藏品市场去寻觅购买，如北京的潘家园、报国寺，上海老街上的藏宝楼，以及各地的收藏品市场。三是多参加一些收藏品交流会，四面八方形形色色的收藏品汇集于斯，是寻觅老火花最理想场所。四是参与老火花的竞拍。五是通过收藏报刊、互联网等寻找火花广告信息，邮寄购买。

识花泛滥，不可不辨。仿制伪花鉴定要点是：一看神采精神。真花都有那个时代的神采精神；伪花黯然无神。二看纸质。真花纸质偏黄，闻之有久远霉味；伪花纸质新白。三看色彩。真花色彩沉稳协调，艳而不俗；伪花色彩浮泛，或过于鲜艳，或色彩浅





薄。四看印刷特点。真花印制图案线条稳定，有那个时代特有的印刷特点；伪花印制大多粗糙，有重影重线，是一些设备低劣的小厂所为。还有一些伪花是无中生有，即便印制精致，亦有一些漏洞可寻。

应该了解的是，在近期火花交流会上出现了一种仿古花，明码标价是仿古花，印制十分精致逼真，不少火花收藏者购买了一些。笔者估计，几年以后，这些火花在雨季潮湿环境放久了会出现霉变，呈现出年代久远的痕迹，对于新入市者，要防止这些仿古花以真花的面孔出现。

老火花留存下来的可谓寥若晨星，有的甚至已经成为孤品，寻机介入，前景看好。许是中国特有的国情，目前中国火花中价值最高、最受收藏家们追捧的，基本与邮票、烟标等印刷类收藏品相同，大多为政治类的题材。

2005年9月，在无锡火花竞价拍卖会上，700余件火花拍品，70%成交。老火花开创了多项最高纪录。如“中华民国伟人黄兴”封标，底价2000元，在历经十几个回合后，最后竟以8200元成交。另一枚同套的“黄兴”盒贴火花，也拍出3600元。参拍的所有清末民国初老火花几乎全部成交，而且价格之高，出乎人们意料。

作为收藏者，存世量少的火花才有收藏价值。老火花增值潜力日趋凸现。然而，火花的变现功能相对比邮票差，故投资火花要作好长线投资的准备。

火花因防伪性较差，纸质脆薄品种浩繁，可能会使急功近利的投资者失去耐心，但机遇总是偏爱有准备的人，只要留心市场、积累藏识、广结同好，定会获得丰厚回报。

樊瑀

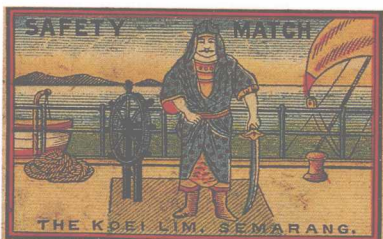
目录

Laohuohua
SHOUCANG

001/	洋	火	入	侵
008/	历	史	风	云
020/	世	俗	生	活
048/	吉	祥	如	意
064/	动	物	世	界
079/	花	鸟	鱼	虫
091/	广	告	其	他
100/	附	录：	中华火柴同业联合会会员 各厂商标式样（部分）	

洋火入侵

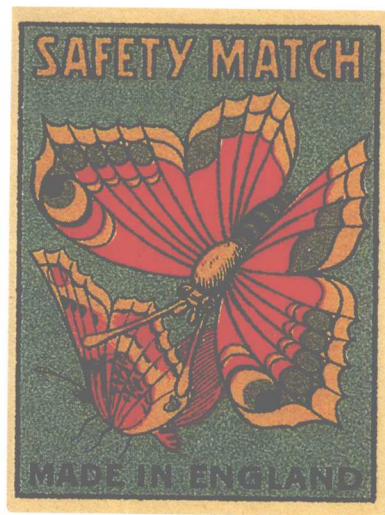
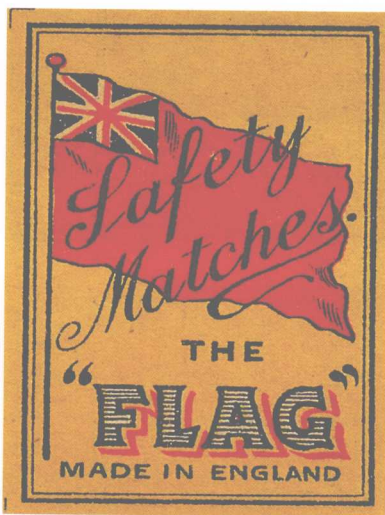
名称 / “洋火” 贴用 (瑞典)
年代 / 清末
估价 / 每枚人民币 150-1200 元





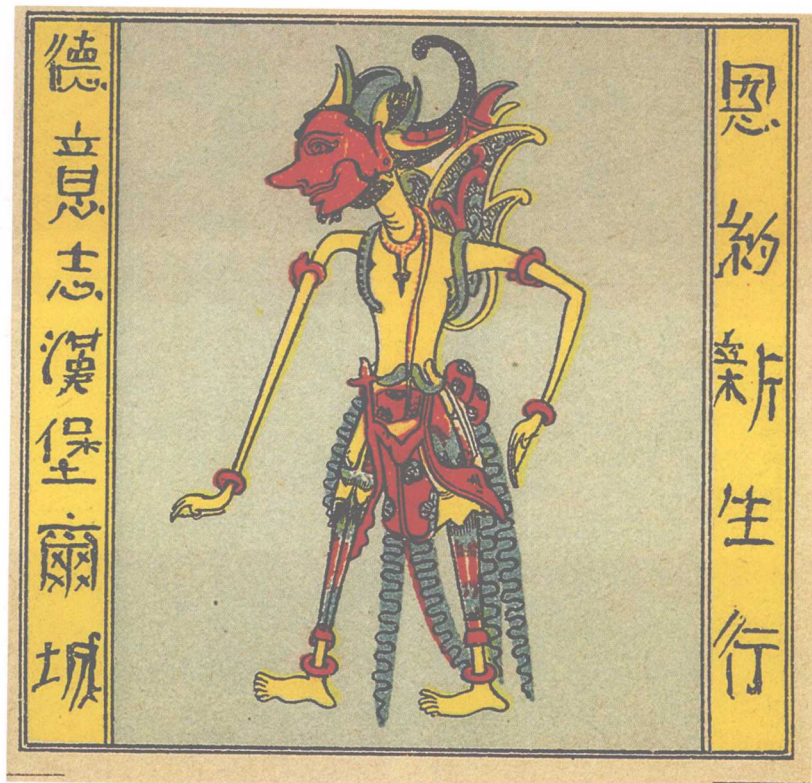
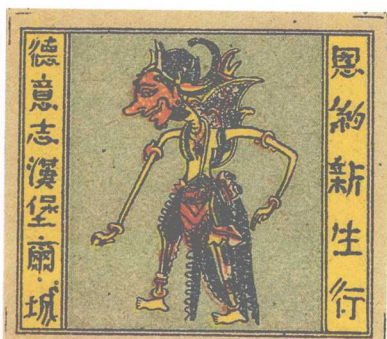
名称 / “洋火”贴用 (英国)
年代 / 清末
估价 / 每枚人民币 60-800 元

名称 / “洋火”贴用 (德国)
年代 / 清末
估价 / 每枚人民币 50-500 元





恩約新生行





名称 / “洋火”贴用 (东南亚)

年代 / 清末

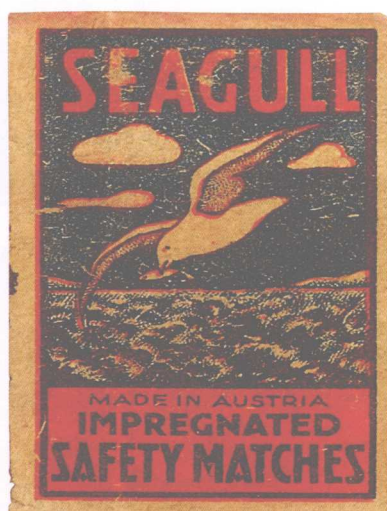
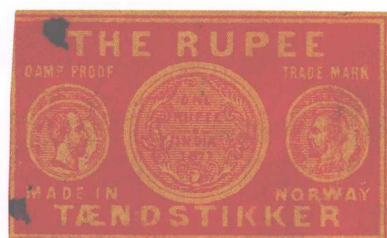
估价 / 每枚人民币 60-120 元

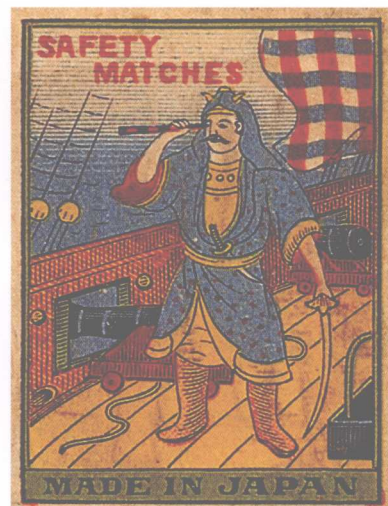
名称 / “洋火”贴用

(芬兰、挪威、奥地利、
澳大利亚、丹麦)

年代 / 清末

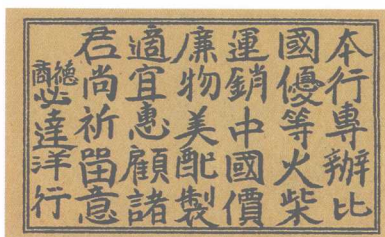
估价 / 每枚人民币 80-150 元





名称 / “洋火” 贴用 (日本)
年代 / 清末
估价 / 每枚人民币 100—250 元

明
入
火
世



名称 / “洋火” 贴用 (比利时)
年代 / 清末
估价 / 每枚人民币 50-150 元



名称 / “洋火” 贴用
(苏联、捷克、波兰)
年代 / 清末民国初
估价 / 每枚人民币 60-160 元





名称 / “洋火” 贴用 (日本)
年代 / 清末
估价 / 每枚人民币 100—300 元





名称 / “洋火”贴用

年代 / 清末

估价 / 每枚人民币 100—300 元

备注 / 商标两旁加印不规则的汉字甚至是倒字，映射了“洋火”入侵的紧迫。



名称 / 自强运动

年代 / 清末

估价 / 每套人民币 1500—3000 元

