



烟
文
化

徐斌
郑天一
等著

[illegible]

90-51
2
:1

41972

蜻蜓丛书——文化与社会

烟 文 化

郑天一 徐斌等著

中国社会科学出版社

(京) 新登字 030 号

责任编辑：周 南

责任校对：尔 任

封面设计：朱 虹

版式设计：陈 刚

烟 文 化

YAN WENHUA

郑天一 徐斌等著

出版发行 中国社会科学出版社

(北京鼓楼西大街甲 158 号)

编码：100720 电话：441531

经销：新华书店

排版：毕升信息处理服务部

印刷：河北省大厂回族自治县印刷厂

787×1092 毫米 32 开本 5.625 印张 119 千字

1992 年 10 月第 1 版 1992 年 10 月第 1 次印刷

印数 1—10000 册

ISBN 7-5004-1233-9 / Z.252 定价：3.55 元

顾 问：张水长

主 编：郑天一

副主编：郑晓云 高中毅

编 委：周用宜 孟宪范

目 录

一、绪论——关于烟文化	1
二、烟草的起源与发展	10
(一) 烟草的起源	10
(二) 烟草的分类	17
(三) 烟草的分布	19
(四) 烟草的用途	20
(五) 烟草的发展前景	21
三、香烟的消费心理	25
(一) 问题的提出	25
(二) 禁果味美 大人的玩法	27
(三) 提神醒脑 实效与迷信	29
(四) 享受“香”烟	31
(五) 炫耀 叼着名牌烟洋洋得意	33
(六) 云、雾、烟、神、鬼、仙	36
(七) 无烟手无处放	38
(八) 示范 烟都不吸的傻帽	40
(九) 道具 社会角色的扮演	42
(十) 互相拉动 吸烟的消费热	44
(十一) 人生无常不在烟	46
(十二) 解愁 逃入薄雾轻烟之中	48
(十三) 名牌的安慰 “名牌族”、“追牌族”	50

(十四) 日月相依难暂别	51
(十五) 烟草 (还魂草) 与药草	53
四、香烟消费的社会文化依托	56
(一) 外国人“烦恼” 中国人“愁”——烟在 社会中的作用	56
(二) 内倾文化 紧张消除与吸烟	58
(三) 吸烟历史 传统看法	61
(四) 礼尚往来 无烟不礼	64
(五) 大众文化 从众心理	66
(六) 烟乐 情乐	71
五、香烟的社会消费行为	74
(一) 悖论中的吸烟行为变迁	76
(二) 经济行为——支配香烟消费的潜力	80
(三) 文化——香烟消费行为的拓展	83
六、对香烟畸形消费的哲学思考	88
(一) 避免灭亡——现代戒烟运动	88
(二) 神秘的渊源——永恒的?	91
(三) 上帝馈赠的礼品	95
(四) 是兮非所伏, 非兮是所倚	97
(五) 又一种精神食粮?	99
(六) 物质本体与欲望本体的媒介	101
(七) 个性真理的体现——从伟人到乞丐	104
(八) 人类本质的异化与升华	106
(九) 文明与犯罪的最后界标	109
(十) 极其危险的类同	111
(十一) 畸形的倾斜——定量问题	113
(十二) 当代“斯多葛”	115

(十三) 宗教意识与吸烟	117
(十四) 永无休止的延伸	
——两条平行线	119
七、烟具——烟文化的缩影	122
(一) 说古道今话烟具	122
(二) 烟具的由来和发展	123
(三) 烟具与烟文化	126
八、国外的香烟消费与禁烟运动	131
(一) 近年来国外香烟消费的状况	131
(二) 国外的反吸烟运动及对吸烟与 健康的研究	135
(三) 对吸烟的种种分析	140
九、云南卷烟工业发展探讨	152
(一) 十年改革的回顾	152
(二) 发展面临的挑战	155
(三) 今后发展的主要对策	157
(四) 结束语	167
后 记	169

一、绪论——关于烟文化

此书的出版，旨在起到“抛砖引玉”的作用，愿以此为开端，做一番“烟文化”的探讨，让人们思考，围绕烟草产生一些什么样的文化现象，引起了人们种种心理活动和行为。同时也让烟草企业的战略家们思考，烟草生产方面的科技发展如何？将来烟草事业的发展战略是什么？

可燃吸的烟草自印第安人发现后，很快被世界各地的人们所承认。它的生产、加工和制作几百年来一直经久不衰。直至 20 世纪 90 年代的今天，尽管人们倡导禁烟的呼声日愈强烈，但它的发展却没有因此而衰退，反而向高产量、高档次、多品种、多规格的趋势发展。即使是在美国，生产“Marlboro”的菲利浦·莫里斯公司在美国 500 家大企业中，仍排名第四位。烟草于明朝万历年间传入中国，已逐渐被人们普遍接受，烟草种植遍及中华大地，烟草事业方兴未艾。我们预计今后在整个世界范围内还可能有新的发展。

随着烟草事业的发展，把研究“烟文化”的任务摆在了我们面前。而“烟文化”的深入研究

又会推动烟草事业的进一步发展。“烟文化”的研究是一个广泛的命题。它涉及到历史、政治、经济、管理、科技发展、地理、民族、民情风俗、传统习惯、礼仪道德等各个方面，甚至与其它兄弟文化的有关方面。

什么叫“文化”？“文化”就是人类在社会发展过程中所创造的物质财富和精神财富的总和。它反映社会发展的一定历史阶段上技术进步、生产经验和人们的劳动技能等方面，在教育、科学、文学、艺术以及与之相适应的设施方面所达到的水平。它是一定社会的政治和经济的反映，反过来又给予一定社会的政治和经济以巨大的作用和影响。烟草这一特殊的消费品，它是伴随着人类社会历史发展过程而产生、发展演变到今天的，它同样也包含有人类在物质和精神方面创造的财富。就是在今天，烟草对政治、经济也发生着巨大的影响。世界上多数国家都实行烟草专卖制度，有的烟草企业名义上是私营，但股份部分由政府控制。

人类吸烟的起源本身就是一种文化现象。报纸上曾经登载过有人的考证，在古代，吸烟对墨西哥土著来说，是一种地地道道的祈雨仪式。生活在二千多年以前的玛雅人深信雨神阿布是大量吸烟的，因此，他们向他敬献香烟。塔托斯卡人的神话说，火是墨西哥土著人部落的第一神，因此，烟就是人类和神之间唯一的接触媒介，同时，烟是天神的食物。只有祭司和显贵——神明的代表者，才能做吸烟这件事。

自古以来就有不少人从不同的方面对烟草进行了研究，中国的文人也曾用诗词进行过这样的描写：“何处移栽，种玉田中，佳名早传。试竹筒小截，吸来初满，采囊入贮，深处还硬。石火催敲，炉番倩燕，雾阁云窗指间。闲庭悄，缜相思一缕，消向谁边。齿芬牙慧堪怜，比烂嚼槟榔味更鲜。惯

引他人吟兴，僮呼酒后，助他谈屑，客到茶先。鼻嗅偏浓，火吞差辣，嗜好人心笑屡迁，风前语，愿牢持桂信，听我兰言。”

吸烟是一种文化现象，是人们长期以来形成的一种生活方式，它凝聚着人们的价值观念，影响着人们的行为。它贯穿于人们的政治、经济生活中。人们在考察美元的历史时，发现在17世纪初，烟草成了北美第一种货币，并且沿用了三代人以上。可见烟草并不仅仅是为了满足人们的一种单纯的生理需要，吸烟这一行为包含着许多方面的因素。发展至今，非生理因素变得越来越突出。有人说卷烟是仪态的衬物，就像有的人手里要拿一根手杖一样，有的人要拿一支卷烟或烟斗。男人吸烟表现出一种气质，乡下农民抱着一个小烟筒在田边或是其它什么地方一蹲，就体现出一种粗犷的乡土气息，这是就一般而言。具体说来，许多人的吸烟姿态，都反映出独特的象征，如邱吉尔的大雪茄、斯大林的烟斗。解放前的一种报纸——《西南风》有一个栏目叫做“太太须知，小姐必读”，其中就讲到如何从吸烟的动作上观察到一个人的性格，什么样的动作是铁面无私或是遇事果断，什么样的动作是善于思考或是优柔寡断。就是从女士吸烟的行为动作，也有值得研究之处。小姐的稳重端庄，夫人的雍容华贵，老板娘的豪爽大方，妓女的粗野放肆，都可以从吸烟的行为动作中观察得到。吸烟与否，也成了观察他人处世为人的一种标准。会吸烟的男人与不会吸烟的男人在社交场合往往效果不一样。有人甚至断言，男人不会吸烟就跟女人不会搽粉一样，未成年人吸烟纯粹是想加入成年人的行列的一种心理活动。女性抽烟成了摆脱传统习惯势力束缚的一种象征。

小小一包香烟，包含着许多内容：商标的美术，配方的技术，制造的工艺，人们的生活习惯、交际规律。卷烟还是商品推销的媒介，生意场、谈判桌上经常伴随着敬烟、敬茶、敬酒。据说挂历、指甲刀是由英美烟草公司带进中国来的。

各种卷烟的牌号上也体现不同的风格，如：“Marlboro”的强悍洒脱，“KEHT”的消逸悠远，“Salem”的绿色浪漫，“云烟”的纯真典雅，“大重九”的步步登高，“皓牌”的清新圣洁。

制造卷烟技术的进步，产品的更新换代，也反映了社会文化的进步发展。小小一支卷烟的结构、使用的材料、制造的设备、烟具的改进，都凝聚着许多高深的技术。

各种烟草制品都有一定的文化依托，除前面讲到的牌号风格外，我们还可感觉到其他的一些。如：当你走进名牌烟生产厂家，职工们昂首挺胸的气质、风貌不同一般。一看撒尼族，就联想到石林旁边种有烟叶。吸云南烟背后的内涵是什么，意味着什么，与抽其他烟在文化方面有什么不同，消费者一定是体会很深的。我们看到一项文艺活动或某一体育项目比赛，就能马上联想到一种烟草制品，这就是烟文化的体现。许多烟草企业在建立“企业文化”中，就包含有类似“丰田人坐丰田车”的价值观念。

吸烟还反映出民族文化的特性。从烟草制品的种类来看，也反映出一定的民族特征，有鼻烟、旱烟、水烟、斗烟、雪茄，许多少数民族地区还流行嚼烟，有的民族不是吸烟，而是“喝”烟，将烟草调制成水喝下去。各民族吸烟的烟具也不相同，例如：有木制、竹制、铜制、银包等水烟筒，取火器有火镰、火石、牛角、木、竹等。随着社会的发展，烟具的制造，也运用许多高水平的技术，一进到商店，各式

各样的烟具琳琅满目。云南有的少数民族还有自己的烟盒舞，烟筒舞，用烟具做道具，这又是一种文化现象。烟草起到了文化传播的作用。一种习俗与本民族的文化相容，会产生出许多值得思考和研究的东西。我们不妨可以更进一步研究，西方和日本的女性吸烟比例较高，而东方许多国家的女性吸烟比例较低的原因，而阿拉伯女性为什么根本就不抽烟。为什么我国许多人喜爱“Marlboro”、“KENT”、“555”，而日本人则以抽本国卷烟为主，是否是受民族心理的影响。哪一类人，哪一阶层人士消费什么样的香烟才与身份相符合，也是很有讲究的。男人抽女士烟，女人抱着一个水烟筒，使人看上去别扭，甚至是不伦不类。这使我们联系到某些人盲目崇拜“洋烟”，只要是“洋”烟无论口味是否适合自己，经济是否负担得起，一味追求稀奇，吸烟的姿式也要学洋人，甚至嘴里还要冒出两个从别处听来的英语单词，这恐怕就是“东施效颦”了。

至于由烟草而滋生出来的其它一些文化现象，例子则是很的。烟盒舞、烟筒舞这是一类。还有澳门一家文物店用旧的香烟日历牌装裱镶以镜架后顿时身价十倍。在香烟的广告形式上也充分体现了文化、艺术。通过吸烟也可看出一个人的经济地位和社会地位。有统计资料表明，干部吸烟比率较工人高。生意人吸高档烟较多。日本人吸烟一般未吸完就扔掉，最多也只是离过滤嘴大约三公分处就不吸了。这除了习惯和科学依据（烟头焦油含量大）外，可能还有经济原因，卷烟的消费占个人收入比例不大。

研究“烟文化”对烟草企业有什么意义和作用？笔者认为，首先是有助于加强烟草企业的经营管理。

1. 烟草企业要建立自己独特的企业文化，不能不涉及

“烟文化”。

2. 生产制造各种烟草制品，需要管理知识，需要研究先进的技术、工艺来提高产品质量，要不断地研制新产品，这些需要从研究“烟文化”中得到。

3. 市场营销的需要。在进行市场调查时，要通过对各地区、各层次和各类型的消费者从文化、习俗、心理……方面研究，才能生产出满足社会需要的产品，才能制订出各种各样的经营战略和策略。

其次是促进企业的生存、竞争和发展。

1. 一个企业不但要加强内部管理，还要适应外部，即社会环境的变化，才能在社会上有立足之地，因此要研究企业外部环境条件的变化，要从政治、经济、文化、法律、教育、科技等方面来进行研究。而研究“烟文化”这个较广阔的领域正是一个重要方面。

2. 企业要在社会上生存和竞争，就必须树立一个良好的社会形象。树立社会形象不是一件简单的事，要从各个方面做大量的工作，不但要做产品广告——这只是起码的、最低层次的工作，还要从宣传整个企业的角度去搞，同时还要向更高层次发展，即参与整个社会的活动，为社会做出贡献，从多方面去体现一个企业的修养和素质。烟草是文化传播的一个有效媒介。烟草对人类社会产生着巨大的影响，通过各种活动，使“烟文化”溶于其它文化之中，将有着深远的意义。

3. 研究“烟文化”为烟草事业拓宽了发展的路子。改革开放以来，我国的烟草事业得到迅速发展，成为全国令人瞩目的行业。在这样的形势下，我们在想，现在应该怎么办？今后还应该怎么办？更重要的是今后。产品、市场怎样发

展？烟草从发现之始到如今，经过了漫长的发展过程，烟草制品也几经换代。那么今后新一代产品怎样发展？烟草企业是一条路子走到天黑，还是多条路子发展？这些问题一一摆在我们面前。现在也有许多好的意见，如高技术发展，高水平教育培训，开拓国际市场，发展综合产业，等等。我们不能只是局限于研究一些方法上的问题，不能照老路子研究烟草的产品、质量、市场问题，而应观测当今世界对烟草行业的冲击，了解天下大势。古人曾说过，善弈者谋势不谋子，不善弈者谋子不谋势。我们要从更高的层次上研究烟草事业的发展，因此从“烟文化”入手，我们认为这是其中一条很好的路子。

从“烟文化”的研究中我们发现，从烟草的发现到吸烟的发明，直至今天禁烟浪潮的掀起，烟草制品千变万化，而现在人们又开始研究烟草的多种用途，烟草中含有的多种成份。有的科学家认为，即使将来全世界的人都戒了烟，烟草作为农作物，非但不会被消灭，反而会大面积扩种。因为烟叶中含的蛋白质、氨基酸高于大豆，营养价值还高于奶制品。烟叶中提取的蛋白质结晶，可制成糕点、豆腐、奶油。烟叶中的柠檬酸、苹果酸还可作为饮料的原料。还有人甚至断言烟草将来会划归粮食部门管理。美国甚至有人研究从烟草中提取抗癌物质。

吸烟与人体健康的关系问题是人们十分关注和激烈争论的问题。

当今世界上弃绝烟草的呼声逐年高涨，吸烟有害健康的宣传已达数十年之久。我国在烟草进到国内的同时提出过戒烟的主张，实际上禁烟在中国产生较早。为什么在今天世界上相当多地区的吸烟者仍然有增无减，原因恐怕只能从文化

特性中去探求。

尽管吸烟危害健康的问题还有争论，提法也还未统一，但反对吸烟已成趋势，也已经引起了烟草界的关注。他们研究了一部分人依恋烟草的实质，重视戒烟主张者的科学资料，集卫生界、烟草界和其它行业的研究成果，找出了科学的、可推行的、可接受的对策；研究了人类长期依赖烟草的历史，切实弄清了一部分人离不开烟草的主观因素，找出它与经济、民俗、民族等方面的关系，特别是发现与归纳出“烟民”产生的因素及厌弃烟草这种主张的成因。与此同时，他们还研究了世界各地吸食烟草和禁烟的历史资料，了解人们是怎样一步步接受吸烟这一事实，“烟”又是怎样一步步演变至今，今后又会朝什么方向发展等问题。总之，他们系统地研究了烟草的过去、现在和将来。

烟草界目前已采取了一些措施。一是努力加强科学研究和实验，并研制出疗效烟和低焦油烟。其实古人早已发现烟熏法治疾病及吸烟可避瘴气的作用，不但在烟草本身上作文章，而且还在烟具上研究怎样降低烟草的有害成份。二是进一步加强烟草专卖的地位。

作为烟草企业来说，真诚地理解众多戒烟者的主张，在彻底戒烟一时不可能成为现实的情况下，通过对“烟文化”的研究，找出一条更新的路子，这样即使发展到将来，企业也有较广阔的前景。

“烟文化”与其它文化的关系究竟如何？

随着社会的发展，各种文化也在发展，这种发展伴随着吸取别的文化的精华部分。“烟文化”的形成离不开与其它文化的相互渗透和补充，它具有相对独立性，但又溶化在整个传统文化中。虽然饮茶喝酒的人不一定吸烟，但吸烟的人一

般都与茶、酒分不开。由于烟草的产生，各个时期、各个民族出现了与之相适应的做工精美、选材众多的烟具、配器、服饰。我国“烟文化”的组成也包括吸取各个国家、各个民族的烟文化的精华部分。烟草的生产、制造、管理要引进国外的先进技术和方法，就连敬烟的方法和吸烟的习惯也要改进，公共场合及强加于人的行为都不妥。

我国是一个烟草大国（无论从生产还是消费来说），历史的地位和现实的优势是我们研究“烟文化”的基础和条件。“烟文化”不能单纯地理解为只局限于对烟草的研究，而是以此入手，深入到广阔的社会文化领域。烟草不但应在税利上为国家多作贡献，同时也应在科技、文化方面多作贡献，承担社会义务。

此书的内容，虽不能涵盖整个“烟文化”，但它至少是对“烟文化”探讨的重要尝试。烟草和茶、酒相比，后两者要古老得多，所以烟文化和茶文化、酒文化相比，是“年轻”的文化，正因为“年轻”，所以大有希望。但愿此书能导致一个满意的结果，相信它能对社会产生影响。

二 烟草的起源与发展

(一) 烟草的起源

迄今发现人类使用烟草最早的证据是公元432年。在墨西哥南部贾帕思州倍克伦的一座神殿里有一幅浮雕，它是一张半浮雕画，在此画上画着一个吸着长烟管烟袋的马阳斯教徒，他的头部还用烟叶裹着。又据考古学家在美国亚利桑那州北部印第安人居住过的洞穴中，发现遗留的烟草和烟斗中吸剩的烟丝，据考证这些遗物的年代大约在公元650年左右。1492年哥伦布发现美洲，到委内瑞拉附近的塔巴果岛登陆时，见到当地居民在吸烟草。为此，当前世界大多数国家把发现烟草的时间定为1492年，并记载于文献。

人们最初为什么会把烟从口中吸入呢？有一种说法是：居住在美洲的印第安人，在举行宗教仪式或部落的庆典仪式时，有时把生长茂盛的烟叶像用其它植物一样点燃使用。而最先把烟从口或鼻中吸入的是巫师僧侣和参加庆典仪式的人们。当时的人们，仿佛觉得从吐着烟似乎陷入昏睡状态的巫师口中说出的话，像是