

中国民族雪茄实业创建兴盛于晚清

——原因与思考

白远良

中国雪茄博物馆, 中国·四川 什邡 610095

【摘要】本文分析了中国雪茄烟叶及烟叶制品的发展演变情况, 结合历史资料, 分析了中国民族雪茄实业发展兴盛于晚清的五大原因。

【关键词】中国; 雪茄; 兴盛; 晚清; 原因

一、中国雪茄烟叶及其制品发展的历史概况

在人类尼古丁耐受性和商业规律的影响下, 1492年哥伦布发现美洲后, 美洲雪茄烟叶制品形态在旧大陆欧洲地区的发展大致经历了以下时间路线: 十六世纪首先被人们大量制作成旱烟斗烟丝; 十七世纪末在欧洲宫廷和神职人员的影响下, 鼻烟开始在欧洲盛行; 十九世纪初(1803-1815年), 随着拿破仑发动的一系列战争, 推动了雪茄风行于欧洲大陆; 1880年美国人J. A. 邦萨克发明纸卷连续成条分切卷烟机后, 纸卷卷烟开始逐渐流行。

1514年左右, 随着葡萄牙人乔治·阿尔瓦雷斯等登陆广东海岸, 美洲雪茄烟叶开始进入中国大陆, 1524年左右首先在福建开始了规模种植, 随后沿着传统商路向中国内陆渗透, 到十七世纪初叶, 美洲烟草已进入湖北、山东、安徽、四川等内陆主要商业重镇。明末清初, 美洲雪茄烟叶完成了在中国的普及并成为各地土产, 得到广泛种植, 这一时期雪茄烟叶的制品主要为旱烟斗烟丝, 以及在温补理论推动下发展起来的本土化水烟斗烟丝。

十七世纪中叶开始, 随着清朝政府的建立, 基于宗教信仰以及清朝宫廷对鼻烟壶艺术的推崇, 鼻烟逐渐成为除旱烟丝、水烟丝之外的第三大烟草制品, 并得到了广泛发展。因其昂贵的价格, 在社会中上层盛行一时, 清朝宫廷更是将鼻烟、鼻烟壶、烟荷包作为赏赐有功于国家、朝廷的人员, 更是成为一种身份和地位的象征, 直到十九世纪中叶, 鼻烟的需求盛景才因为新事物的出现而发生改变。

19世纪中叶英、法、美、俄、德、西班牙、丹麦等获得了在中国全境自由通商、开设领馆, 其国人和家眷也获得自由定居和旅行的权利, 在欧美地区风行的雪茄也随着这些国家的商人、士兵、商业运输人员、传教士, 及其

家属带到了中国各地^[1]。这些雪茄除了部分用于自己享用之外, 还被他们用于招待客人、对外销售牟利, 在他们的引领下国人开始纷纷效仿, 雪茄也开始了在中国大地的启蒙、传播和普及进程。在雪茄烟叶及其制品免税待遇支持下, 从1860年开始, 国外吕宋烟(雪茄或雪茄烟叶)、哈瓦那雪茄开始蜂拥进入中国, 在十九世纪末达到顶峰后逐步下降, 到二十世纪二十年代末的1929年, 仍然高达1581万支。与此同时, 国内雪茄商业生产也从零起步逐步得到发展, 在洋务运动“自强求富”思想影响下, 重商主义应运而生, 随着政府政策转变和民族意识的觉醒, 各地烟草商人开始积极创办雪茄作坊, 开办民族雪茄实业。例如: 1895年吴甲山在四川中江开办了雪茄作坊, 后并入益川工业社; 1897年, 安徽蒙城雪茄作坊受李鸿章委托开始仿制欧洲雪茄; 1898年广东商人在湖北宜昌开办卷叶烟制造所, 1903年赵仰献在山东兖州开办琴记雪茄厂, 到1931年(民国二十年)国内民族实业在纸烟的冲击下, 可统计雪茄产量仍然高达4150万支, 涌现出了永泰、人和、启昌、益川工业社等著名的现代雪茄工厂。二十世纪初, 欧美国家还利用在中国的商业特权积极开展雪茄烟草贸易谋取更多利益, 一方面他们通过将中国优质雪茄烟叶(其中最好的是四川烟叶)运回本国仿制哈瓦那、古巴雪茄用于国内销售(例如1875年仅英国就运回了6万多担中国优质烟叶(1872-1880年英国汉口商业报告)), 另一方面他们将雪茄烟叶转运到上海等地制作雪茄冒充进口哈瓦那、吕宋雪茄直接在中国销售, 剩下的次等烟叶则加工成丝烟, 十九世纪末则加工成纸卷烟在中国销售^[2]。

十九世纪末, 随着纸卷烟叶在中国的兴起, 因其使用的便捷性开始对雪茄造成冲击, 在烟草制品进口货值变化上表现得尤为明显, 例如, 1904年(光绪二十九年), 纸烟

进口总额225万关平银, 1922年(民国十一年)纸烟进口总额为2834万关平银, 而同期雪茄的进口总额则由54万关平银增加到88万关平银, 雪茄增幅远小于国内对进口烟草的需求增长幅度。两次世界大战的爆发, 国内雪茄市场再次得到恢复性发展, 例如, 1944年, 四川地区仅仅益川工业社的雪茄产量就超过了1亿支。此后, 随着机制纸质卷烟的快速发展, 雪茄逐渐沦为小众市场, 雪茄实业大量消亡或转产机制卷烟, 到2011年, 整个中国只有四川什邡、安徽蒙城两家实业还在坚持手工雪茄生产。此后, 山东中烟、湖北中烟开始陆续恢复手工雪茄。

二、中国民族雪茄实业创建兴盛于晚清(十九世纪末二十世纪初)之原因

从中国雪茄烟叶及其制品的发展历史概况可以看出, 1890年-1910年的晚清是中国雪茄生产作坊和实业诞生的高峰期, 部分实业虽几经兼并整合, 但他们创下的基业一直延续到了现在。究其兴盛于这一时期的主要原因, 大致可以用下述几个方面来进行总结。

一是政府政策转变, 由限制禁止转为鼓励民办工商业, 激发了民众创立雪茄实业的热情。第二次鸦片战争失败后, 中华民族陷入严重危机, 以李鸿章、曾国藩等为代表的仁人志士开始意识到西方技术的重要性, 在“自强”的旗号下开始了声势浩大的洋务运动, 创办了近代官办军事工业, 随后在“求富”的口号下, 大量开办了官商合办、官督民办民用工业, 但对商办(民营)实业仍然采取限制措施。1894年清政府国库亏空(相当于六七年的财政收入), 而且各国获得了在中国开办工厂特权, 洋务运动建立起来的民族工业成果在外国资本冲击下彻底损失殆尽, 朝廷税基受到严重侵蚀, 也宣告了洋务运动的彻底失败。在内外交困之下, 清廷上下要求“痛除积弊”, “以恤商惠工为本源”, 提出了各项振兴工商的措施, 在张之洞的呼吁下, 1896年朝廷下令各省设立商务局以使“官商一气, 力顾利权”, 改变了过去轻商、抑商、困商, 以政府投资为主的政策, 改为奖商恤商, 积极劝办工商业, 建立了一套促进民办实业发展的具体措施, 民族资本开始成为工业资本投资的主体。1903年, 清政府更进一步设立商部作为统管全国农工商实业的最高权力机构, 政策的转变和清政府的积极作为, 消除了过去官商之间的隔膜对立和工商业者的畏怯心理, 增强了国民投资兴办实业的信心和热情, 全社会上下“孜孜焉谋兴实业”, 民族资本也在这一时期开始大量投资和参与雪茄产业发展。

二是甲午战争和抵制夷货运动, 唤醒了民众创办爱国民族雪茄实业的激情。1896年, 掀起瓜分狂潮, 面对财富外泄、主权沦丧的严峻局面, 中国各阶级、各阶层、各民族普遍产生了亡国灭种的危机感、大祸临头的紧迫感和难以立足于世界民族之林的耻辱感, 残酷的现实迫使每一个中国人必须做出生与死的选择, 唤醒了民族危机意识, 催生了民众开办民族工商实业进行实业救国的激情。1898年义和团的抵制夷货, 以及1905年的抵制美货运动, 掀起了抵御外辱, 维护国家和民族利益的高潮, 国民放弃洋货选择国货, 强大的国货消费需求也为民族实业的创立和发展提供了市场端支持。高涨的国货需求热情分别在1896~1898年和1905~1908年掀起了两次民族工业投资热潮, 这15年内, 国内新创办资本在1万元以上的工厂共有468家, 平均每年增设24.6家, 新投资总额达9822万元, 平均每年新投资为516.9万元, 新投资本中80%以上属于商办实业, 民族商办资本成为本国工业资本的主体, 实业救国之魂的唤醒在投资端和需求端都为民族雪茄实业的创立提供了强大支持。

三是晚清大量引进和介绍国外雪茄烟叶种植、发酵等先进技术, 为雪茄实业创立发展提供了技术支持。中国能出产世界最优质的雪茄烟叶, 这一情况早在十九世纪中后期就被欧美烟草商人所熟悉和掌握。但在小农经济条件下, 烟草种植依靠的是每一个烟农自己总结出来的耕种经验, 在选种、育种、栽培、晾晒、农业发酵上缺乏统一的科学标准, 导致烟叶质量参差不齐, 起伏波动, 无法进行稳定的大规模生产供应, 也在一定程度上限制了国内雪茄产业和民族雪茄工业的发展。随着晚清政府1896年成立商务局, 一改过去严格禁止限制商办实业发展的政策, 改为劝办、鼓励, 很快就发现了影响国内工商实业发展的症结。在商务局和商会支持下“远规西法”, 开始组织人力物力调查商情、办设商报、翻译外文书籍文献, 开展试验研究等, 向国内工商业者普及和介绍相关产业的国际先进做法。1900年(光绪26年)北洋官报局校印出版《农学丛书》(第一集)中, 翻译了美国农业部书记官厄斯特斯的《淡巴菰栽培法》著述, 系统介绍了美国雪茄烟产业在烟草种植、土地选择、浸种、护种、催种、培土、移栽、耕烟、疏页、收获、晾晒、通气、地理气候等方面采取的先进做法和经验。1906年出版《农学丛书》(第二集)的《农产制造学一烟草》中, 系统介绍了日本雪茄烟叶晒制和堆积发酵方法; 古巴与美国雪茄烟叶室内晾制、室内烘制和堆积发酵方法, 剖析了雪茄烟叶的成分和品质。国外先

进的雪茄烟叶种植和堆积发酵烟叶调制等先进技术的引入，彻底革新了以经验为基础的中国雪茄种植方式，改变了采用旱烟和水烟调制思路的雪茄烟叶制造技艺，极大地提高了雪茄烟叶种植和发酵标准化水平，促进了雪茄烟叶品质稳定提升，为中国民族资本大量进入和创办雪茄生产实业注入了信心，提供了技术保障。

四是优质雪茄烟叶核心产区的形成为民族雪茄产业发展提供了原料保障。16世纪初美洲晾晒烟进入中国后因其显著的医疗效果和成瘾性特征很快就流行起来，到17世纪已在全国普及，经过三百多年的种植经验积累、商业筛选和验证后，在十九世纪末全国形成了比较著名的几大晾晒烟产区。例如：湖南郴州、四川金堂（含今天的什邡，出产的雪茄烟叶被认为是中国最好的烟叶）、河南邓州、湖北恩施、安徽蒙城等地出产的晾晒烟叶被认为是优质的雪茄烟叶，不仅被英美烟草商人用作在中国生产假冒进口吕宋烟、哈瓦那雪茄，也被他们运回本国用于生产哈瓦那雪茄进行销售，这些商业信息不可避免地也会被中国雪茄产业从业人员所掌握，进而跟随。这些地区的晾晒雪茄烟不仅产量大，而且十九世纪末二十世纪初在大范围引入国外生产种植和调制先进技术后，雪茄烟叶的品质和稳定性得到大幅提升，为民族资本创办的雪茄生产实业提供了稳定的优质原料保障。

五是在欧美人员引领下，中国形成了数量庞大的雪茄消费群体，为民族雪茄实业创立提供了市场支持。洋务运动的持续深入开展，大量的外国商人、技术人员、生产操作人员、商品运输人员、宗教人员，以及他们的家属涌入中国，同时也将消费行为和消费物品带入了中国。这些消费品因其优异的质量，低廉的价格对闭关锁国下的中国国民产生了巨大的吸引力，在中国社会各阶层的日常消费用度上逐渐形成了“以洋为尊、以洋为贵、以洋为荣”，对洋货趋之若鹜。不言而喻，欧美在华人员也把他们在国内养成的抽吸雪茄习惯带入了中国，并很快引起中国人的关注和追随，雪茄消费群体不断扩大。在十九世纪末二十世纪初的晚清时期，抽吸雪茄烟已像抽旱烟、水烟一样的普遍。在雪茄生产上，面对不断扩大的市场需求，虽然商办烟草实业受到政府的严格禁止，但私开作坊店铺进行雪茄防制的行为应该不在少数。

受纸烟消费的影响，二十世纪上半页雪茄烟进口量持续下降，到1929年可统计的雪茄进口量仍然高达1581万支，可以想见在雪茄消费达到顶峰的十九世纪末二十世纪初国内雪茄的繁荣盛景，强劲的市场需求也为民族雪茄实业的创立提

供了市场支撑。

三、新时代实现中国雪茄产业伟大复兴的思考

十九世纪末二十世纪初，五大因素共同促进了中国雪茄产业盛极一时，站在新时代，面对新征程，如何推进中国雪茄产业伟大复兴，需要我们认真思考在以下几个方面着力：

一是进一步加大党对雪茄工作的全面领导，这是实现中国雪茄产业复兴的根本保证。要全面贯彻党的烟草专卖政策，坚定走好中式雪茄发展道路，坚持从政治上看雪茄、从不断满足人民对美好生活的需要上抓雪茄、从尊重市场规律上发展雪茄，不断开创新时代中国雪茄产业复兴工作新局面。

二是进一步加大雪茄工作创新力度，这是实现中国雪茄产业复兴的第一动力。要紧紧抓住雪茄科技创新这个牛鼻子，发挥科技创新在雪茄产业复兴中的重要引领作用，进一步增强自主创新能力，破除阻碍雪茄产业复兴的机制障碍，充分释放科技的巨大潜能。进一步建立健全复兴雪茄产业制度创新体系，激发创新主体持续活力，突出抓好中国雪茄文化创新体系建设，为科技创新、市场发展提供不竭的精神动力和思想源泉，重建社会雪茄消费意识，永葆中国雪茄产业复兴生命力。

三是进一步加强“六化”能力建设，这是实现中国雪茄产业复兴的基础保障。与卷烟相比，中国雪茄市场是一个高度国际化竞争的市场，国产雪茄的整体市场竞争能力还处于相对弱势，实现中国雪茄产业复兴除了国家政策支持外，关键还在于贯彻新发展理念、融入新发展格局，聚焦“六化”能力构建。推进“融合化”党建，提升把党的建设政治优势、组织优势转化为雪茄产业发展优势能力；聚力“高端化”品牌，提升以高端品牌为核心的资源配置能力；拓展“国际化”视野，提升融入雪茄产业国内国际双循环的能力；突出“数字化”赋能，提升打造竞争新优势能力；夯实“标准化”管理，提升雪茄全产业链各环节基础工作的统一化、标准化能力；严格“规范化”经营，提升雪茄产业现代化治理能力。

参考文献：

[1]王铁崖.中外旧约汇编[M].北京：三联书店,1957：30-113.

[2]杨国安.中国烟业史汇编[M].北京：光明日报出版社,2002：263-312.