

孟城邮人

# 芮和靖念念不忘集邮

□ 金飞声

知道芮和靖先生是在20世纪80年代中期我市的一次新春邮展上，他的邮集比较特别，当时大多数集邮者只收集、展出邮票，而他展出的却是实寄封。“集邮不集封，到老一场空。”这是多年后我们才知道的邮界真谛，而芮先生早已先行了。从展品的信封上得知他在法院工作，又听说是个年轻人，光阴似箭，转眼间20多年过去了，当年的年轻人已生华发，瞩目的成绩也与日俱增。

直到90年代，才认识芮和靖先生，我记不清是什么时候第一次与他见面的了，可以肯定的是在邮协活动时。他看上去太普通了，虽然他早已是庭长，但言谈举止十分谦和，衣着打扮甚至显得土，瘦瘦的身体常年穿着有点发白的蓝色衣服，那是旧的没有肩牌的原法院制服。

《孟城邮花》曾连载了芮和靖先生的回忆文章《邮踪忆趣》，从中我们看到了芮先生在集邮道路上的坚实脚印，该文与我们娓娓而谈他的集邮经历：从小学到中学，从军营到故里，集邮一直伴随着他，同时也道出了他对集邮乐趣的理解：“要像吃橄榄那样慢慢地去回味，像喝茶那样不断地去品尝。”

最难得的是，他60年代上高中时就订阅《集邮》杂志，那时他集的邮票是用过的旧邮票，而他同时集的邮识却是最新的。1995年新春邮展后，我市一位初涉邮界却谙于国际邮展新规则的中学生圣刚在《孟城邮花》上发表了一篇文章，直言众多展品在编组中的缺点，句句中的，令协会中不少资深会员汗颜，同时也指出有两部较规范的展品，其中一部就是芮先生的，由此可见芮先生在吸收新知识方面是不亚于年轻人的。

多年的汲取终吐芬芳。2006年，芮和靖先生走访陶绪逊先生时，看到其父——我市集邮界老前辈陶树彭先生留下的解放初期购买邮票的资料。心念一动，促成与陶绪逊先生共同将这些素材编组成《解放初期的集邮服务》的文献集邮展品，参加了在我市举办的全国首届集邮文献及文献集邮展览，获得了镀金奖。这是我市集邮展品首次跻身全国金奖行列。

芮和靖先生长期担任市邮协副会长，他是以丰富的集邮知识，脚踏实地地投入协会的活动和工作中。在每期《孟城邮花》出刊前，他对样稿认真校对，逐字逐句斟酌；在我市邮展展场里他常常与我们一起睡钢丝床值夜班；在中小学校他手把手辅导学生们编组邮集。他是副会长，更是邮协会员的勤务员，他以他的仁爱之心，丰富的知识，骄人的成绩成为高邮邮文化的翘楚，赢得众人的尊敬。

芮和靖在今年春天，遭遇一场车祸，头部受到重创。他在昏迷数天后苏醒过来的第一句话是“八框”，而且反复多次。家人一时不知何意，后来一想，必定与集邮有关。

原来，这是芮和靖计划在今年第六届中国邮文化节期间要完成八框邮集的任务。据心理学家说，当一个人昏迷或麻醉后苏醒过来，说的第一句话，必定是深埋在心中最重要的事。市政协主席、市邮协会长倪文才，市邮政局局长、市邮协常务副会长朱其庭等去看望芮和靖时，他边说“八框”还边做出“八”的手势。

芮和靖对集邮有着很深的执着兴趣，许许多多的邮迷对芮和靖也有着很深的感情。



## 邮学百科

### 邮票六要素

- 1. 铭记:** 邮票上印有发行国家的国名或地区名称，又称“国名标记”。由于邮票由英国人罗曼·希尔首创，因此英国发行的邮票不印有“国名标记”。另外，少数国家的早期邮票也未印“国名标记”。
- 2. 主图:** 邮票中心的图案为邮票主图，又称中心图案。中心图案反映邮票的主题及发行目的。
- 3. 面值:** 邮票票面上标志的预付邮资金额，即邮票的票面价值和货币单位。面值的规范称谓：邮票面值，简称：面值。
- 4. 志号:** 邮票底边印的编号及有关文字，称志号。它由票种标志、套号、全套枚数和年份志号组成。邮票志号为新中国发行邮票首创和特有。但“文革”期间发行的19套邮票却无志号。邮票志号便于检索相关票品，有百益而无一弊。
- 5. 齿孔:** 邮票四周凸出部为“齿”，凹处为“孔”。关于齿孔的度，国际集邮界定为每2厘米内有10个齿、10个孔，即为10度。若是2厘米内11个齿、12个孔，或是12个齿、11个孔，即为11.5度。为此，有专门集邮工具——量齿尺。
- 6. 背胶:** 邮票背面的胶水，有黄胶、白胶、厚胶、薄胶等胶型之分。通过不同的胶型，可鉴别邮票的版别和真伪。

另外，邮票的齿孔还有粗、细之分。齿孔的度数和粗细齿、细齿，都是区分邮票版别和分辨邮票真伪的重要依据。



邮票展示



**秦邮亭**

刊头摄影 张元奇  
刊头题字 殷旭明  
责任编辑 羊柳  
版式设计 张明月

不知从什么时候起，大家都爱用“文化”说事。譬如白酒吧，那确实是国粹文化。所以，拿白酒说事的就特别多！中国白酒作为世界“六大蒸馏名酒”当然有文化！那么，白酒文化的根本到底是什么呢？

白酒，作为“嗜好品”，已经有了数千年历史（有人讲两千多年，有据证五千多年）。总之，“白酒”的寿命周期之长，是许多食品不能与之相持并论的。所以，白酒是有根有脉，那是相当的有文化！但是，白酒作为现实生活中的“消费品”（或叫食品），她的文化属性到底应该怎么看？她的物质属性又怎么认识？恐怕这真是一个应该摆上“台面”不得不说的话题了！

笔者认为：白酒文化不仅仅是历史传承（作古），不仅仅是设计创意（美化），也不仅仅是某个时代赋予的精神（理念），更不是现代方式的传播（广告）。而是，作为物品属性的白酒生产地的“历史、自然、地理、气候、气象、水系、农作物、生物、生物多样性”以及“技术、技能、经验、生产条件”等等的集合。如果，离

开了这些个基本条件，空论白酒文化，此不是无本之木，还有什么文化可言呢？！

作为一个集“文化属性与物质属性”于一体的消费品，如果忽视了她自身特性，“过于”、“过高”、“过多”甚至“过头”渲染其文化属性，忽视其物质属性（产品质量），造成的后果将会“在消费者面前渐渐失宠”，最终伤害产业本身。纵观“八年爆炸式增长”或叫“十年飞速增长”（白酒业内之说）后的“酒肆”，这个问题的提出真是有些晚了！

去年以来，白酒几乎开始“大洗牌”，不该发生的一系列问题开始显露。生产酒的坐不住了，放下所谓身段做起大众酒了；销售酒的坐不住了，降价让利，恩惠百姓，促销手段花样几乎天天在翻新；喝酒的也不知所选了

……  
白酒到底怎么了？怎么一下子那么乱了？让我们来看看，社会“良知”和社会“认知”双缺失下的“酒肆”，就不难找出个中的答案了！

先说社会“良知”吧。  
假如，一瓶名酒几百元甚至上千元，它的瓶中之物也是“食用酒精加食用酒类香精加酿造酒”配制而成的新工艺白酒。那么，酒企还有良知吗？

假如，一瓶酒中的广告费、进店费、进场费、小姐促销开瓶费、关系推销费、专家说好话费、大型活动费、商家利润、厂家利润、税金等等，已经挤满了酒瓶，而酒体的成本只有几元钱。我们消费者消费的什么？那么，做酒的、

卖酒的还有良知吗？  
再说社会“认知”吧。

白酒这些年的“爆炸式”增长，非正常发展的又一个问题是消费层面的社会认知模糊。最大的社会认知是广告。广告出名酒！其实，广告是卖酒的手段；广告传达的不是酒文化。不信，大家好好想一想，有那一款酒的广告，传达的是酒的质量啊！因为广告传达信息的“不对称”，许多消费者成了劣质酒的受害者，有些产品中“酿造酒只有百分之几”。所谓的高价“年份酒”一瓶中只有几滴，甚至于都没有。再次是跟风消费。因为跟风消费，许多消费者失去了自我，怎么谈得上个人自己的生活质量呢？还有，所谓的高端策划。人有多大胆，酒有多高价。人有多大胆，酒有多大产……

什么是名酒？最基本的标准就是“少而精”。如果大家都喝的酒肯定不能是名酒！多和烂是兄弟，少和精是姐妹！这才是生活的真谛！  
白酒是国粹，白酒有文化，白酒的根文化到底是什么呢？欢迎大家坦言！

# 白酒的“根”文化

□ 江府酿酒有限公司董事长 袁春和

## 江府酒厂开启“四送到”全新服务

“祝贺江府酿酒有限公司总工、国家级酿酒品酒师万红娣女士论文获省优秀论文奖”！据悉，这是中小酒企唯一获奖者。

您只需要一瓶酒，只要您拨通“400-852-1979”。我们“一送到家门，二送到部门，三送到单位，四送到酒店餐桌”。江府承诺：城区二十分钟，乡镇四十分钟即可送到！

“四送到”好处多：一保喝上放心酒、健康酒；二保公务商务活动无需买酒压库；三是婚寿喜庆、过时过节不会多买酒；四是全部厂价直供省酒钱。

咨询可拨打：84065999 13773437999

江府酒业 隆重推出  
百年品牌——苏中第一酒

公顺和

纯粮酿造，本地自产酒，真正的酒。  
诚招地区代理商

地址：文昌西路43号  
电话：0514-87865010、13805271058

吉龙祥云

公顺和 泰和

