

# 苏州老艺师与文玩木雕

古今人们所称的“文玩”，一般是指文人雅士书斋里常用兼之的器物。如各种材质的笔筒、管箫、台屏、奇石山子等，经艺师工匠的巧构思制，脱胎而成一件件奇典雅的文房器具，被人置于书斋的案头、琴桌和几架之上，赏玩于股掌之间。如一只盛放毛笔的笔筒，本来只是件读书人实用的平常之物，但经古代艺师们穷极工巧，可将其雕镂成山水亭台人物的立体雕塑，又可将其渲染成苍松翠竹与百卉争春的画卷，让爱用者感受那清新自然、返璞归真的文人情趣和其意境。从传统工艺的观念上说，创制各种文玩器物属于上品位的高雅艺术。如今，能传承各种文玩传统雕刻手艺且又能推陈出新的名师尚不多见。在我国传统红木雕文玩工艺的发源地苏州，现在仍有少数艺师在小件文玩的创作上屡出精品佳作。其中，在同行中颇具口碑的胡家林先生就是其突出的一位。

胡家林老艺师擅长雕刻各种竹木雕小件，如台屏、笔洗、水盂、笔架山等精巧玲珑的

文房雅器，其中尤其以竹木雕笔筒更见特色，在江浙沪地区就受藏家们的推崇。而且，擅长古代书画艺术的胡家林还是一位仿古高手。在苏州，常有不少古玩收藏家和古董商，将一些古旧的素面竹木笔筒或管箫、插屏等文玩交胡家林来“加工添色”，雕刻上仿古书画，或山水人物，或花卉翎毛，或名家书法。这些老器物经胡家林一番仿古精刻，画面古朴幽雅，后再经人手数月摩挲盘养，这些文玩器物上便又重现了昔日的古旧包浆，和原来的旧物几乎毫无二致。

说到胡家林的竹木雕笔筒，两年前，曾有一位台湾收藏家黄先生经人介绍登门求购文玩，当时在胡家林家中看到一只小叶紫檀木雕“松鹤图”笔筒（大笔筒），这只体形硕大的笔筒采用立体圆雕，结合高浮雕和透雕手法，将苍松老梅与翩跹而至的仙鹤等雕刻得气格高爽，富有情致。这位收藏家经过一阵观赏后为之心动，执意想要出价十万购买下它，但胡家林最后还是婉言回绝了。胡家林说，这件紫

檀笔筒是自己多年前的得意之作，也曾有各地数位藏家愿出高价求购，自己舍不得卖是想留下作个纪念。同样，多年舍不得卖的还有一件“八仙过海”竹雕笔筒。此笔筒选材浙江山区上佳的毛竹，经过多年的存放后精雕细刻而成。擅长书画的胡家林先生根据江南著名人物画家王翚先生的画意，以刀代笔，洒脱有致地刻画出一幅惊涛骇浪中“八仙驾舟渡海”的图景，其后雕镂笔锋，刀锋所至，其潇洒不羁的八仙个个欲然凸现于笔筒之上。由于此笔筒采用了我国江南嘉定派传统竹雕中深雕结合高浮雕的技法，加之胡家林那擅长的于细腻之中彰显奔放洒脱的雕刻风格与手法，使这件八仙过海竹雕笔筒画面开阔洒脱，展现出了八仙人物风雨渡海，处世不惊的翩然风采和情怀。此竹雕笔筒经胡家林费时一年的精雕细刻，真可谓精妙绝伦。这正像清康熙年间嘉定竹雕大师顾钰，每雕刻一件笔筒需“一两年始成一器”那样的精益求精，向来主张“慢功出细活”的胡家林亦是有过之而

无不及，力争做到每一件代表作能够精致完美，让人百赏不厌。

曾是苏州红木雕刻厂雕刻艺师的胡家林，年轻时绘得一手出色的油画，后来便考进了苏州工艺美术学院雕刻班学习传统雕刻。由于成绩出众，胡家林毕业后成为了当时工艺师们都羡慕的苏州红木雕刻厂，并授师于苏州木雕大师陆涵生门下从事红木小品雕刻。陆涵生的黄杨木雕小品“五龙戏玉环”曾名扬大江南北。胡家林先生如今传承了师傅陆涵生那细腻洒脱、奇趣高雅的雕刻风格。三十年来，仍心不傍骛地从事着他竹木雕文玩小品的研制工作。如今在胡家林家中的红木博古架和多宝格上，人们还可以看到胡家林先生雕刻的竹木雕砚屏、水盂、笔洗、管箫以及各种古代文人的雕塑等文房雅玩，它们为这间小小的书房平添了素雅、闲静的书卷气息和生活的无限情趣。

(文日 肖辉)

## 保健食品欺诈和虚假宣传为何屡禁不止？

“我国已经进入了老龄化社会，老年人数越来越多。随着生活水平的提高，老年人也比较注重自己的健康，手里也有一些闲钱，不少老人既有意愿又有能力去购买保健品，由此掀起了保健品市场。”中国农业大学副教授朱颖说，除此之外，有些老人比较寂寞，有些老人知识更新换代没有跟上，容易成为保健品营销的主要目标。

保健品行业最大的问题就在于营销。“很多保健品营销固定的套路是，先打亲情牌，让老年人在心理、情感上产生依赖。之后再打优惠牌，老年人都愿意得到一些实惠，诸如买一送一、免费旅游等。最后打疗效牌，一边吓唬一边吹嘘，让老人心甘情愿地为保健品买单。”朱颖说，现在保健品针对老年人的营销可以称之为欺负式营销、诈骗式营销、洗劫式营销。现在一个新的趋势就是，这种营销方式已经不再满足于仅仅面向城市老人，而是开始向农村老人渗透，保健品营销下乡，这是需要引起高度警惕的。

今年3月，山东省青岛市一位老人离家出走后身亡，他在遗书中写道：“××集团坑死我，从去年至今硬骗我买了6万余元保健品，说让我和我老伴可到云台山、西安、巴厘岛等地方旅游，至今一个地方也没去，产品也没拿到多少”。

“保健品营销之所以会涉及返现乃至营销，是因为为了扩大销路挣钱而无所不用其极，人们能想到或者不能想到的办法，都使出来了。老年人的辨别能力、自我保护能力相对较弱，因此受害最深。”朱颖说。

从现有的情况来看，保健品行业的发展前景确实不错。中商产业研究院数据统计显示，2012年我国保健品行业的规模仅有1131亿元，去年保健品行业规模达到了2644亿元。近几年来，中国保健品行业得到了良好的发展，预计2017年保健品规模将达到2927亿元。

“保健品行业很早就已经非常依赖广告营销，现在最大的问题在于欺诈营销盛行。过去，保健品最大的问题存在于生产流程，比如非法添加等，现在这些问题依然存在，但欺诈营销无疑是最为突出的问题，采用一些灰色的方式营销，钻监管的空子，比如小广告、召集目标顾客开会，或者不在固定场所销售，而是现场售卖、上门推销。”朱颖说。

朱颖认为，关于保健品的投诉一直居高不下，之所以会这样，不是因为吃了保健品出了什么事，保健品营销也不是在卖假货，而是价格虚高，骗取老年人的钱财。

“保健食品欺诈和虚假宣传是老龄化社会面临的一大问题，要从根本上解决这一问题，也要站在这样的高度去采取应对措施，比如让老年人生活更加丰富、充实，避免过度将精力放在保健品上；要提供更多信息、咨询服务，让老年人在面对虚假宣传、洗劫式营销时，能够方便地核实、查证。虚假宣传、洗劫式营销通常都有固定的流程，每个流程又有设计得比较好的情景，可以说，单个老年人面对的是一个有组织、有策略、有配合的营销团队，所以要为老年人购买保健品提供更多服务和保障。”朱颖说。

“前不久我给一个社区做保健品方面的宣讲活动，我感觉到很多老年人都是性格开朗、多才多艺的，但是在保健品方面确实存在盲区。如果有更多的科研工作者能够深入基层，或者开通热线电话，方便与老年人沟通，并让他们信服，他们就不会过于沉迷保健品营销。还有一些保健品在做直销时，是不允许退货的，这样的状况需要调整，让消费者拥有更多话语权。”朱颖说。

(书杉)

## 冬酿佳酒配卤菜 苏城暖意过冬至

“冬至大如年”，作为苏城百姓一较为隆重的节日，冬至前，苏州大街小巷已经大范围地开展冬酿酒，购买场面如火如荼。传统口味 保质期长 价格监测显示，苏州江南春冬酿酒(瓶装 1.6L)售价16元，苏州东吴酒厂冬酿酒(瓶装 1.25L)售价18元，较去年同期16元上涨2元。老品牌元大昌冬酿酒(瓶装 500ml)价格为12元，零拷冬酿酒为4元/500ml，较去年同期3.6元/500ml有所上涨。

适量购买 保存得当 值得提醒的是，大家在购买后，应将冬酿酒保存在摄氏5度至8度左右的地方，或者建议放置冰箱内冷藏。

积极开发销售新领地 据了解，目前苏城大小超市的冬酿酒基本有售，处于销售旺季的旺盛时期。今年，增加零售网点、丰富销售渠道、改进工艺延长保质期，通过这些方式，为爱喝冬酿酒的各地消费者提供更为

切实的产品保障，同时也为极具苏州传统特色的农产品销售拓宽了空间和延长了时间。不过，优化产品工艺、升级市场销售的方式在利于打响苏城老品牌的同时，由于冬酿酒本身属于强时令性产品，为最大限度地推广产品知名度，应结合苏城过冬至这一节日传统，将产品融于文化传播中，才更有效持久地达到宣传效果。

传统卤菜搭配享用 除喝冬酿酒，品尝各种美味卤菜也是老苏州们过冬至的传统。苏州市价格监测中心就各大卤菜店目前卤菜品种及价格进行了网罗，大致情况如下：

陆稻荐在昔的卤菜品种一如往常，有五香牛肉、五香酱肉、酱猪头肉、苏式肉排、麻辣鸡、酱汁肉、羊羔等，光听名字就是让人垂涎不已的绝味美食。陆稻荐的酱汁肉售价46元(每500克，下同)，酱猪头肉28元，羊羔54元，均与去年冬至同期价格一致。

杜三珍(彩香一村店)采集的有羊羔售价65元，酱香鸭舌108元，苏式熏鱼35元，猪头菜25元，酱汁肉42元。朱鸿兴(彩香一村店)有酱香牛肉68元，酱汁肉42元，苏式焖肉42元，原汁羊羔65元，苏式爆鱼35元等。总体价格较去年持平，也有部分价格有所上涨，如朱鸿兴羊羔去年售价为62元，今年稍有上扬。

吃羊肉 热腾腾 另外，暖意冬至边，吃一碗羊肉面也是不错的选择，苏城街头巷尾开满了羊肉馆，羊肉面在20元/碗左右，羊肉价格在95-100元/斤范围，还有羊肝、羊肚、羊排等各色美食可供选择。苏州市场生羊肉零售均价在29.18元/斤，基本稳定。

苏州的冬至夜，食物丰富、文化流长，是本地一张别有风味的名片，那么，这个冬至，也祝福大家能够尝尽美食，团圆过冬。

(苏粉 一得)

## 老人维权案例

随着我国经济的高速发展，人口老龄化的进程随之加快，涉及老年人维权的热点话题也在不断升温。近年来，在涉及老年人维权的案件中，理财、赡养、再婚、房屋确权等侵害老年人权益的案件最为突出。对此，相关部门提醒老年人，当合法权益受到侵害时，要敢于和善于拿起法律武器，法律会为你们撑起公平和正义的保护伞。

1984年左右，原告许某某收养了三个月大的女婴，并为她取名为许某甲，但未在民政部门办理收养手续。许某某为许某甲办理了户口，二人平日亦以父女相称。许某某无其他子女，现无配偶。许某甲组建家庭后，曾与许某某签订继承赡养协议一份，约定许某某所有的一处宅院归许某甲夫妇所有，许某甲夫妇负责照顾许某某日常起居、生老病死及一切生活开支，双方均不得违约。后许某甲因琐事与许某某产生冲突，导致二人关系恶化，上述协议未能继续履行，许某甲亦未再履行赡养义务。

现原告许某某年事已高且身患疾病，生活困难，诉至法院，要求被告许某甲履行赡养义务。而许某甲则已不再顾念许某某的养育之恩，表示坚决不再承担赡养义务。由于原告收养被告的行为发生在现行《中华人民共和国收养法》生效之前，双方共同生活近20年，且周围群众、基层组织也都认为他们是收养关系，因此原、被告间已形成了事实上的收养关系。最终，法院结合原告居住地居民收入、消费水平以及原、被告身体状况和经济条件，判令被告许某甲每月支付原告许某某赡养费200元。

律师评说：赡养老人是中华民族的传统美德，也是每个子女应该履行的法定义务。但是社会上对赡养问题还存在一些误区，比如出嫁女儿不赡养、继子女养子女不赡养、父母再婚不赡养、放弃继承权不赡养等。法官提醒，我国相关法律规定，子女都有赡养父母的义务，不仅包括亲生子女、养子女，特定情况下的继子女也有赡养义务；子女不履行赡养义务时，无劳动能力的或生活困难的父母，有要求子女给付赡养费的权利，除非老人同意，否则子女不得以财产分配不公、放弃财产继承权或者其他理由，拒绝履行赡养义务。

(苏云)

## 自说自话

### 让走到生命尽头的人有尊严地离去

中国步入老龄化社会，预计到2050年，60岁及以上老年人口比重将超过30%。这意味着，“临终关怀”的需求量将不断扩大。调查显示，上海近年每年肿瘤死亡3.6万人，70%癌症晚期病人需要给予止痛、心理安抚等“舒缓护理”及临终关怀。

《因医学伦理学》数据显示，一个人一生的医疗保健费用有1/4至1/3用在了临终前1至2周的无效治疗中。所

以应该把这部分钱，用在弥留之际的人们，让他们有尊严地离去，没有痛苦，平静地离去。

我们可喜地看到，近年来，我国在临终关怀领域已有了长足发展，不仅国家政策层面对该类机构作出规定，专家学者对该领域的研究也一直没有停止，不管是医疗机构，还是养老机构开办的机构，都让弥留之际的人们能享受到更多的关爱，得到更多的尊严。(范世琦)

## 夕阳无限好



自娱自乐

王大伯拉得一手好二胡，每天在公园里拉二胡，一曲《二泉映月》拉得让人陶醉。

范世琦/摄