

中国当代作家经典文库

作家专卷

卢跃刚(上卷)

《中国作家》杂志社 主编

光明日报出版社

丛书名：中国当代作家经典文库

书名：卢跃刚(上卷)

作者：《中国作家》杂志社

出版社：光明日报出版社

ISBN:7-80145-554-1/I247.7

出版日期：2002年1月

定价：7290.00元（全套）

目 录

春天里的神话	(1)
长江三峡：中国的史诗	(111)
在底层	(271)
乡村八记	(365)
王恒杰传奇	(507)

春天里的神话

亚细亚少女

真是一场好雪！

午夜时分，独自从河南南阳的南方大酒店踱出来。朝西走。二十多年前，我曾沿着这条路去读书去革命。还是这条路，还是这些夹道生长的梧桐树。少男少女，早出晚归，手牵着手，在雪地里绕着梧桐树嬉戏。转眼间，梧桐已经遮天蔽日，松软的脚步不仅大了几号，而且还证明着夜行者的某种成熟。往日的少女已是我妻，偎依在我的身旁，银铃般的笑声，已化作了林中的充实和宁静。我感到了一种神奇变化，一种世事沧桑的不可逆转，一种追溯往事、绵绵怀旧的衷肠。昨天还在开封饮酒，今天却到了南阳，在这灯火阑珊的雪夜中踟蹰。顷刻间在河南境内，由北向南，纵贯数百里，何等地豪迈、畅快！以至忘记了几天前我刚在北京复兴医院动了阑尾手术。

下雪了，便有一种喜悦，便有一种期待，便有一种晕眩和冲动。与此同时，便有了一种莫名的怅惘和哀伤。黑暗中独自行走，沿着二十多年前曾走过的青春烂

卢跃刚卷

漫的路，我突然发现周围一片虚无，突然感到了可能失去家园的恐惧，感到了一种遥远而清晰的召唤。我的心追寻着她。

这种春天的萌动，对于王遂舟来说，来得更真实。这位郑州亚细亚商场总经理断断不会想到，他在电视上制造的“亚细亚少女”，诱发了中原商战，在1992年春天即将来临的时候，为大疲软大萧条的中国经济注入了新鲜的活力；断断不会想到她能把沉闷的中原腹地搅得躁动不安，烽火连天；断断不会想到，只有110多万人口的小小郑州城，为此而爆发了一场绵延不断的“特洛伊战争”，并在几年后把我吸引到这里来。

无论如何，这是一个谜。在我的印象中，这场“特洛伊战争”，似乎不应该发生在河南这个商品经济如此落后的内陆农业大省人口大省。作为一个四十多年来以生产粮食和生产人口为主的省份，用时尚的文化的角度看，河南几乎就是封闭的传统社会、自给自足的小农经济——亚细亚生产方式的同义语。对这里似乎不敢有过高的希望。一个始终在中国改革进程中扮演着“大拖斗”的角色，怎么蕴藏着如此巨大的能量？一个承载着沉重历史包袱的空间，怎么可能朝霞满天？河南省委书记李长春语惊天下：要把郑州建成中国的商贸中心！如今的郑州成了一个大工地，所有的大商场都在扩建，上

百亿资金正被或将被毫不犹豫地投进去。这种活力从何而来？

1989，1990，1991，何等沉闷的三年！中国改革仿佛走进了死胡同。八十年代初期以来的激情、兴奋、希望和期待，都变作了小鸟，飞向了虚无飘渺的天空。中国经济进入了一个漫长的心理休眠期。老百姓在银行里至少有着八九千亿人民币，就是不肯取出来购物消费。经济学家说，这笔银行存款猛如虎，随时随地都可能冲出牢笼，把中国脆弱的经济撕碎、吞噬。然而，这八九千亿人民币虎视眈眈，根本不在乎经济学家的危言耸听，根本不在乎“学习雷锋让利削价忍痛出血大甩卖”的漫天喧嚣，根本不在乎市场如何疲软如何萧条，只是以一种奇迹般的耐心静静地等待着，等待着……

这种耐心的等待也许是有道理的。在这既短暂又漫长的等待中，一个美丽的少女微笑着朝十亿中国人走来：

“中原之行哪里去？郑州亚细亚——”

中央电视台一个出乎意料的广告，美丽少女“倾城倾国”的一笑，在那令人失望和沮丧的时节里，让我们进入了一个神话的境地：“亚细亚少女”大大的眼睛闪耀着天使般的微笑。——那种能融化几分凄惶无端迷茫万般惆怅的微笑。亚细亚——古老语系中东方初升的太

卢跃刚卷

阳，从那山峦的背后，从那大海的一角，从那枯藤老树的细枝末梢，从那画眉惊飞的翅膀上，慢慢地拱出来，脸庞上还沾着几滴晨曦的露水，晶莹而俏皮。她踏着黄河的波光，踏着松软的沙滩，跳跃着，歌唱着……她似乎全然不理睬人间这许多哀愁苦痛，永远不停地奔跑，向前奔跑，仿佛时间的齿轮就是这样被推动，仿佛只有这样才能代表生命的健康状态。她浑身充满着青春的活力，充满着无数的欲望，唤醒你沉睡的本能，让你怦然心动魂不守舍。她迎面而来，擦身而过，永远不停地奔跑，向前奔跑……

一个神秘人物往南行

有人在千里之外预见到了郑州这场不可避免的“特洛伊战争”。他甚至预见到了他在这场战争中应该扮演什么角色。一个秋风瑟瑟的午夜，他现买了张站台票，蹭上了南行的列车。

对于许多人来说，王力是个神秘的人物。这位北京恩波（私立）公关事务所的老板在郑州一闪即逝，像颗匆匆来去的流星。有记载说，这位“中国第一公关先生”作为郑州亚细亚商场 1989 年至 1991 年的高级公关顾问，与亚细亚闹翻后，改换门庭，到了对手郑州商业大厦。事情远没有那么简单。由于事先与亚细亚商场的约定和起码的职业道德，王力一直对他在郑州商战中的作用保持沉默，直到 1993 年，新闻界才渐有披露。这些都为他在郑州的活动涂上了神秘的色彩。

王力在京城可是一大“侃爷”。他当过清洁工，当过经理，当过记者，又辞去了公职，兴办了中国第一个私立公关事务所。他是那种永远不能安宁永远都要折腾事儿的主儿。走南闯北，全靠已经歇了顶的脑袋和一张

卢跃刚卷

嘴。他人生最大的乐趣是“讲学”，经常有滔滔不绝四五个小时、数百上千人不思茶饭无人退场的纪录。“您知道我去北京大学给那帮爱瞎起哄的大学生讲的第一句话是什么？”“什么？”“我说，我敢打赌，我演讲的时候，如果有一个人退场，我的‘王’字倒着写！”

我笑了。

“您笑什么？”他问。

“你这个赌永远赢。”我说。

“为什么？”

“‘王’字倒过来，还是三横一竖‘王’。”

他那总是浮肿着的小眼睛狡猾地笑了。

“来，”他举起了大玻璃杯。“咱们为这赌喝一大口。”

在高档粤菜馆，喝“青岛扎啤”，这是何等惬意的事情。1989年的王力可没有这般精神抖擞，潇洒自如。

恐怕对那个时候有任何悲观的看法都不过分。“六四”以后，大家都没心思做生意，纷纷离开了北京城。在建国门外的卢堡大厦（现名凯莱大厦）里办公的恩波（私立）公关事务所，门可罗雀。原来，“私立”二字，像个金字招牌，独立品格、灵活经营、讲究效率、优质服务熔于一炉。一夜之间，情况变了。新闻媒介拉出架势，要大批资本主义，大干社会主义；“要把个体户搞

得倾家荡产”！王力是老北京，打小是从胡同里窜大的，而且事务所也搬不走，也不想搬走，“干等着1956年后第二拨接受公私合营社会主义改造呢”！平时，私营企业都是不显山不露水地赚钱，而“公关”却生怕不能四海远播，青史留名。于是乎，让你王力一枝独秀。潮水涨的时候，大家齐头并进；潮水落的时候，便孑然一身，想缩也缩不回去。在江湖闯荡多年、深谙体制三昧的王力，当务之急，当然是调整自己的形象。

以往“爱国”都搁在心里，现在必须露出来给大家看。办公室的门上，他贴上五星红旗。

“请把小旗子撕下来。”服务员面无表情地说。

“这是国旗！”王力强调说。

“请撕下来。”

“爱国还不成！撕下来，贴什么？这饭店里都他妈的是洋鬼子皇协军的旗，为什么不撕！”

“……”

再大声抗议也没用。没商量，只好撕。

王力也明白，服务员没错，饭店也有饭店的规矩。他这是被闲的。人不能闲着，闲极无聊，便会生出毛病。总要顺应时势做些事情。

恩波（私立）公关事务所曾被请到鞍山，针对共产党员信仰危机、思想混乱、威信下降的情况，王力出奇

卢跃刚卷

招，在全体共产党员中开展“佩戴标志”活动，以重塑共产党员形象。其意有二：一是时刻勿忘“我是共产党员”，二是自觉接受群众监督。辽宁人接受这些东西特别快，特别有天赋。结果，鞍山党威大振。

然而，此招在北京某局却不灵。一上午的局长会，大家拿不定主意。在犹豫不决的袅袅烟雾中，王力急了。“戴个标志能吃亏到哪儿去？！这一点都做不到，还能做什么呢？！你们都是既得利益者，下班还有小车坐，我还要骑十几里路回家吃饭呢！”

王力一脸晦气从大楼里钻出来，一抖胯，骑上那辆破自行车往家赶。北京天气大热，可是北京人的脸上却挂着若无其事的安详，雷打不动的矜持。琢磨不透这北京人。来到这革命的圣地，谁都不敢小瞧，弄不好便会走了眼。随手揪一个胡同串子，没准就是皇亲国戚。再就是干部多，多得让你眼花缭乱，随便扔块石头，都可能砸着七品以上的官。第三是有文化的多，满北京都是看书看报的人，家事国事天下事，事事关心。当然，这种关心，热得快，冷得也快，更多的时候，是一种自娱和消闲，一种容易兴奋更容易忘却的纪念。热的时候，精神充实，为所欲为，呼啸而来，呼啸而去，写标语，喊口号，熙熙攘攘，汗流浹背，枪林弹雨，所谓“革命是革命者的节日”。北京从“五四运动”以来

就接受“革命”的洗礼和训练，也经常充当革命运动的发源地，它既要陶醉和得益于“革命”的荣耀，更要承受“革命”的各种代价和后果。“革命”是革命和革命者的坟墓。老百姓看到，一场革命下来，无论是胜利还是失败，严格地讲，都与他们切实的生活没有什么关系，或者说没有直接的关系。他们的需要与政治家的密谋、交易，与一些知识分子革命的狂热、动荡不安生活方式的审美期待和追求，有着天壤之别，虽然，各种敌对的政治派别、各种互相攻讦的政治家都把对他们的许诺和他们的反应作为重要的筹码，都把他们奉为“神圣”，并在许多庄严的场合颂扬。到头来，老百姓往往是“革命”游戏被供奉的牺牲。这好像是一个原始部落盛大的祭祀（如果说“革命是革命者的盛大节日”），狡猾的祭祀者怀着敬畏、恐惧、利用、侥幸的复杂心理，口中念念有辞，而祭盘中图腾物必须去死，必须充作牺牲。在这精心策划的仪式中，在金光闪闪和无限崇敬的祭祀礼辞辉映下，带走人间的疾病和苦难，带走阉割和宰杀的快感，带走永远可望而不可及和模糊而虚幻的许诺。天长日久，岁月沧桑，便有了失落和幻灭。“冷”便是必然的了。北京城硝烟未散的时候，玉渊潭、工人体育场外的花园，三三两两的票友重新聚拢来，一把京胡，清远，凄冽，听起来多少有点惶惑和陌生。“苏三

卢跃刚卷

离了洪洞县……”，那种梦幻般的感觉，好像永远找不回来了。

王力也陷入了这种找不回感觉的困窘中。在一种巨大的情结笼罩下，争言革命者众，争言经济者无。“不合作”成了另一种时髦，要想做点事情，便会唾你有病。后来革命也不能随便谈了，最大的自由是吃吃喝喝，准风月谈。谈风月，当然要有环境，要讲条件；要吃喝当然要生产。消费成了社会齿轮的润滑剂。然而，工业报喜，商业报忧，中国经济陷入了沼泽地。从哪里切入才能找到新的感觉呢？骑车回家的路上，他的脑子里闪出了商业部部长“胡平”的名子，还有胡平在1989年初发表在《中国商报》上关于建立社会主义商业文化的长文。可能谁都没有注意到，胡平第一次系统地提出了社会主义商业文化的概念。

王力未曾与胡平谋面，然而十分敬重这位新商业部长，认为他有少见的文化素质和战略眼光，期待着能与之对话。

在今天的恩波（私立）公关事务所办公室显眼的地方，端放着一个精致的黑色铝合金镜框，里面镶着王力致胡平的一封信。由于这封信有益于人们了解商战全貌，征得王力先生的允许，在这里首次全文发表：

中华人民共和国商业部胡平部长台鉴：

1989年初，中国杰出现代咨询机构——恩波（私立）公共关系事务所注意到阁下有关商业文化学的论述，除立即将这一全新观念列入恩波公关“A级商业情报”，同时还结合国情急需，把充分物化这一观念的工作定为自身1990年执行课题。

1989年8月，恩波公关选中郑州为战略地域，同时也选中亚细亚商场为具体执行目标。经过科学严细的初步调研论证，恩波公关于同年9月27日正式函告亚细亚商场——恩波公关将于未来两年之内向社会严肃隆重地推出亚细亚企业形象。

其后，恩波公关相继向亚细亚提交了“总体策划的框架意见”及“协议执行文本”（即实施方案），为亚细亚迅速跻身商业诸强的战略发展计划明确定势——“依托和发挥社会主义商业文化，开发和创立社会主义商业文化”。至此，代号为“升华1990”的半军事化行动开始全面实施。

与此同时，恩波公关还确定了“从亚细亚入手，激化中原商战，促发一代有现代觉悟、

卢跃刚卷

现代意识、现代谋略的生意人”的深层概念，并为实现这一目标六赴郑州义务讲学。

1989年10月——1991年2月，恩波公关先后20次深入亚细亚，为落实“升华1990”、推动商业革命，付出了艰辛努力。

其间，恩波公关还成功地引发了国内新闻媒介对“亚细亚现象”和“中原商战”的关注，阁下看阅的诸多报道，几乎全部导源于恩波公关总体谋略的策划。

为实现商战的最佳效果，恩波公关在结束了亚细亚业务后，目光已转向国营主渠道。

在过去的几年中，出于对客户商业机密负责，恩波公关对深度介入亚细亚及中原商战的事实始终缄口不言。如今，上述机密时效已过，而社会各界对“亚细亚现象”的内幕渴知却与日增加，考虑到此种现代谋略将有助于国家经济的发展，将有助于企业思维方式的更新，恩波公关决定将于近期举行新闻发布会，向社会公开“亚细亚现象”及“中原商战”的原委始末。归根结底，是阁下高明的理论引发了恩波公关的策划灵感，无论是感谢，还是单纯汇报物化与执行的过程，我们都希望获得一

次向您，向商业部其他高级官员详尽介绍的机会。可否，盼示。

顺颂

夏 祺

恩波（私立）公共关系事务所
所 长：王力

1991年6月17日卢堡大厦

然而，事情并不像信中所写的那么简单。

恩波公关渗透郑州，最终达成与亚细亚的合作，可谓殚精竭虑，费尽心机。

王力曾沿京广线南下寻找机会。邯郸和安阳，都因条件不够理想而被放弃。他继续南下，来到中原腹地的重镇——郑州。中原向来都是兵家必争之地，所谓“得中原者得天下”。然而，改革开放以来，中原的沉闷几乎与边远的西部贫困地区一样，以至于学术界习惯上把中原与西部捆在一块儿称作“中西部地区”，以与东南沿海发达地区区别。因此，很难寄予希望。可他一到郑州，就被眼前的情景惊呆了！1987年以来，郑州火车旧站和旧城改造，“二七广场”这个革命的圣地，如今成了大工地！那热火朝天干商业的劲头与北京轰轰烈烈闹革命及其后的冷清肃杀，形成了强烈反差。围绕着郑