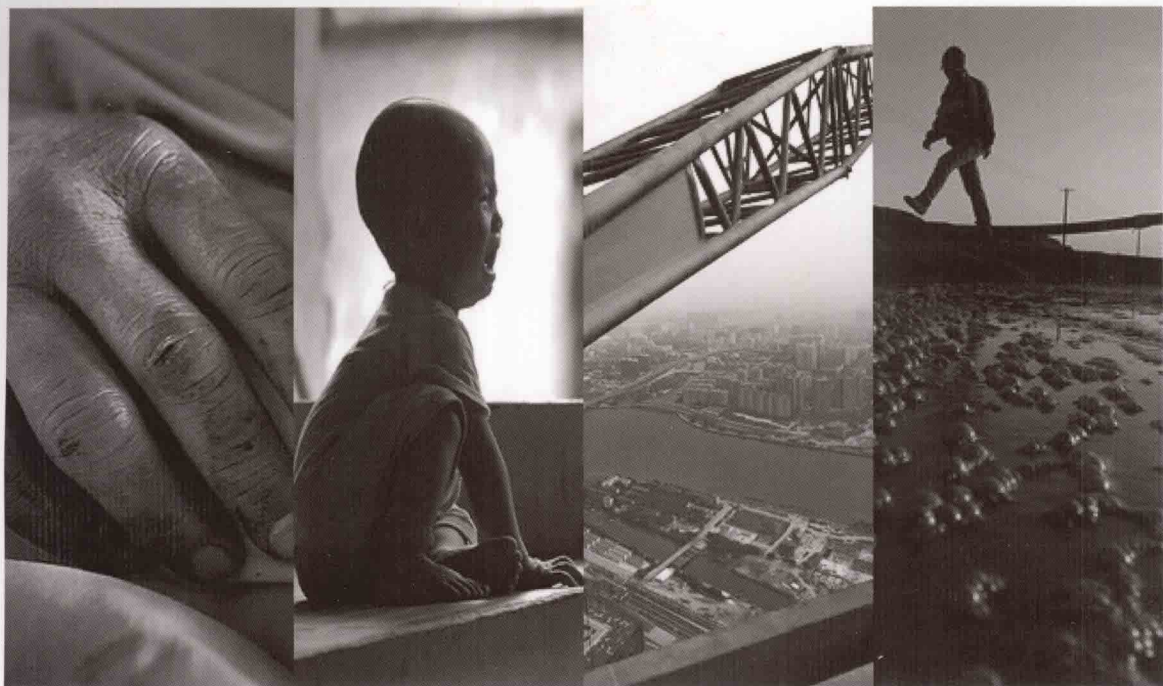


南方
周末

《南方周末》文丛



南周头条

南方周末 编



在这里，读懂南方周末

寻常百姓的心声，新生事物的哨兵。

——钟南山

在这里要读懂中国，并不容易，但他们的努力和执着，正在让这一个期许变为现实。经历过诸多的风雨，但那一种力量还在！

——杨锦麟

舆论监督，南江一珠。情关民疾，理发民主。

——张思之

让无力者有力，让悲观者前行；让有力者有爱，让幸福者沉思。

——王石

南周生南国，七天出一期，愿君多培育，此报最堪思。

——贺卫方

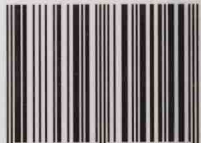
关怀社会，心系大众，呵护理想，保持智慧。

——李开复

百姓呼声，社会正义。

——茅于軾

上架建议：新闻读本
ISBN 978-7-5458-0414-0



9 787545 804140 >

定价：33.00元

易文网：www.ewen.cc



《南方周末》文丛

南周头条

南方周末 编



上海書店出版社
SHANGHAI BOOKSTORE PUBLISHING HOUSE

图书在版编目(CIP)数据

南周头条/《南方周末》编. —上海:
上海书店出版社, 2011. 8
(《南方周末》文丛)
ISBN 978-7-5458-0414-0

I. ①南… II. ①南… III. ①新闻报道—作品集—中国—当代 IV. ①I253

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 113149 号

南周头条

编 者 《南方周末》
责任编辑 沈佳茹
封面设计 一步设计
技术编辑 丁 多
出 版 上海世纪出版股份有限公司上海书店出版社
发 行 上海世纪出版股份有限公司发行中心
地 址 200001 上海市福建中路 193 号
www.ewen.cc www.shsd.com.cn
经 销 全国各地书店
印 刷 上海叶大印务发展有限公司
开 本 710×1000 1/16
印 张 17.5
版 次 2011 年 8 月第一版
印 次 2011 年 8 月第一次印刷
书 号 ISBN 978-7-5458-0414-0/I·145
定 价 33.00

《南方周末》文丛编辑委员会

总 策 划 王更辉 黄 灿 向 熹

主 编 陈明洋

编辑委员会成员

王更辉 黄 灿 向 熹 陈明洋
毛 哲 伍小峰 向 阳 郭光东
邓 科 朱 强 吴志泉 张 英

执行主编 张 英

总序

陈明洋

老实交待吧，这套丛书的缘起，跟《南方周末》创刊二十五周年有关。

创刊二十五周年，逢五，“南周”未能免俗，搞了一些纪念性的事情。先是在紧邻生日的那一期，打了一个纪念包，在二十五年里各选了一点紧邻生日那一期内容的只言片语，弃于每版的上部；头版则是一篇编辑部文章，题曰“生于1984”。

生于1984，说了个大实话，并由此声称自己是“一份80后的报纸”，顺手捡了个现成。记得惹起过一些非80后的读者朋友的非议，但我想，以他们的天纵神武英明，对我们的这一点小九九，应该洞若观火。要我这个个中人老实交待的话，跟80后攀个同年，也不过是“南周”想跟年轻人，包括非80后的年轻人，勾肩搭背的意思，属于淘气——也许算不上是“精致的淘气”——一类，不是要刻意排他的。办报，自然是要人看，谁不想男女老中青华洋通吃呢！

那大实话里也有一些别的意头在里边，也是个现成，我们的读者恐怕是一望而知的，这也属于一种淘气。奥威尔的《1984》，精不精致不知道，知道的是，这是一种年份的偶合，却无疑义。

告别1984，中国开始了自己的大故事；生于1984，“南周”书写着中国的大故事。噩梦慢慢醒来，拿破仑对睡狮的预言，似乎正在兑现。中国人敢做梦了，中

国人能圆梦了。为“南周”幸，为国家幸，“南周”提出了“中国梦”这个概念。在上海文广传媒的支持下，我们在上海向“中国梦”的践行者致敬，也以此作为我们二十五年生日庆的一部分。

以国家作为梦的前缀的，听得最多的是“美国梦”；“中国梦”，一望而知，也是现成，也是挪用，也许也是淘气。历史最悠久的国家，人口最多的国家，像从乌托邦的虚空中着地的安泰那样，缓释出力量；像一个还在为青春痘烦恼的少年一样，勃发着生机。这跟一个早已在地的巨人，跟一个健康成长的少年，私心觉得，也许是可以分庭抗礼的，当然，也可以握手言欢。这两个伟大的国家，难免拥有一些共同的梦想——不是说“同一个世界，同一个梦想”吗——当然，有实现梦想的不同道路。殊途而同归，大约归于人。

这同归的路，是人道——是人像个人的样子的道，是让人能像个人的样子的道；是人不是被缚的、不是被养的、不是被“被”的，不是跪着的、不是一个人站着的、不是几个人站着的，是所有的人都站着的……道。

有些路是挤的，有些门是窄的，人的道是难的。但总有一拥再拥三拥而上的，总有破门破窗破头而入的，总有分身粉身焚身以殉的。悲欣交集，非黑即白，或者灰色，平淡如水，忽而绚烂，忽而绚烂归于平淡，是人的故事。

生于1984，有生以来，“南周”记录着人的故事，中国人的故事；记录着人像个人的故事，国家像个国家的故事。除此而外，它能做什么？还能做什么呢？

我曾经说过，《南方周末》是个补集。那一年的2月11日，它甫一出世，就是作为广东省委机关报《南方日报》的补充的；自此以来，它也不过是以尽可能专业的方式，做了点同业不能做的，不愿做的，有时候是不敢做的，或者忘了做的。补充而已，借用一个数学的术语，是为补集。以后，补集似乎成了它的宿命，或者，竟是一份使命。

“南周”奔三了，幸耶非耶，同业与“南周”的交集越来越多，“南周”能“补”的就越来越难，也越来越少；只是使命难卸，宿命难免，“南周”同人一如既往地找

着,补着,找补着……

矫情点说吧,写着写着,就想到曹雪芹笔下无材补天的石头。女娲炼就了三万六千零一块,补天剩下的那一块,自怨自悼之际,遇了两位肢障人士,不是“被”,自请被携去红尘走了一遭,于是,中国出了个《石头记》。

“南周”当然不是《石头记》。我们这里首先结集的,都是“南周”第二十五周年里刊出的各色东东,算是今年的那些补集,或力求成为补集的补集吧。作为“南周”年度丛书,亦以为“南周”创刊二十五周年的又一个纪念。

顺便卖一句广告:从这一年开始,我们每年都会分门别类,选编这些各类补集,年度作一合观,以见我们努力找补的一点成绩,以作读者了解中国的参考。跟平时一期一期或应时应景又不可预测而发的一篇一篇(自不是连载),这用心合辑的“南周”年度丛书,虽不“新奇别致”,应该也是别有生面的吧?花些银子,不一定冤枉。

再废话一句,是为序。

2011年4月19日于陈留居

目 录

总序	001
第一辑 调查	001
“天上人间”声色之外	003
谁的“天上人间”	012
拆出人命的地方 官员果然个个还在	017
十四封贺信与一次矿难	024
南平杀童案：死刑后，大家都解脱了	033
前女友回忆郑民生：“他一直觉得我要害他”	040
精神鉴定何时出现“珍贵范本”——重大命案中的精神 病鉴定现状	043
第二辑 热点	049
富士康“八连跳”自杀之谜	051
破解富士康员工的自杀“魔咒”	061
李一“成仙”	065
忽悠者生存	075
一个开始，只能是一个开始	082
奴工背后的“善人”——四川渠县残疾人自强队调查	087

“残疾人自强队”不止一个	095
第三辑 观察	099
计划生育 30 年,变还是不变 二胎政策: 历史关口,正在激辩	101
翼城人口特区:一个县尘封 25 年的二胎试验	110
HIGH 过之后,优雅起来 世博开启国民素质“成人礼”	118
世博对“大老粗”说不	125
广州欢迎你批评 不一样的亚运筹备:换个姿态办大事	129
第四辑 社会	135
多少精英正在移民海外 他们寻求什么	137
中国如何面对精英移民	146
李连杰撞墙——难以突围的壹基金与民间慈善	151
等待慈善法	159
水淹互联网	165
“犀利哥”正传	172
章鱼帝传奇	180
第五辑 教育	187
从“读书改变命运”到“求学负债累累”	189
一位代课教师的人生答卷	199
“解决代课人员问题,要有人文关怀” ——专访教育部新闻发言人续梅	206
校长的腔调——不会“说话”的中国大学校长	211
第六辑 现场	217
催命营救	219
“腐败与无能绝不仅仅是警察的问题”	228

当一个国家失去总统	233
第七辑 历史	243
历史深处的来信 四十四年后,终于有红卫兵公开道歉了 ..	245
最后的武斗罹难者墓群	252
每一个烈士都有名字——寻找 18.3108 万抗美援朝亡灵 ..	262
“我不想让他被历史淹没”——抗美援朝的民间纪念	268



第一輯

調查

“天上人间”声色之外

陈般若 谢 鹏

蜕变：从人间到天上

高档，尊贵，漂亮且拥有高学历的姑娘，这些概念被延续并推上了新的极致，除了那句曾经的严斥：“这里是首都。”

和现在人们所谈论的“天上人间”相比，1990年代中期以前，这家坐落于长城饭店西侧副楼的夜总会更像一个“台湾包装、大陆口味”的半洋不土的地方。

那时候的“天上人间”，老板来自台湾，基本可被称为一个兼有多种营业的高档餐馆：人们在里面办各种宴席，席间有漂亮姑娘陪酒，在客人的要求下，她们有的即席唱起京剧，有的则跳起专业的芭蕾舞。这种现在看起来有些“雷人”的表演方式，却是当时区别于少量老式夜总会的一种极时尚的消遣。

王刚曾经是一个非法移民的中介，1990年代中期一直到2003年SARS之前他都活跃在东三环的使馆区一带。曾有一段时间他是“天上人间”的常客。和今天相比，这个坐落在北京CBD地带五星级酒店的夜总会惟一不变的就是它的“尊贵”，论身份和财富，王刚离出入这种场所还有很远的距离，带他去的通常都是一些他所熟识的使馆工作人员。

在当时，这称得上是个“高雅”的场所。陪酒的姑娘们多半来自北京的艺术院校，谈吐才艺俱佳，但在这里“玩起来”并不比在别的地方尽兴：偶尔王刚的朋

友们想对哪个姑娘动手动脚，对方恼怒之余还会正色严斥：“这里是首都！”

就算这样，到这里消费也成了新富新贵阶层的时尚。高档、尊贵甚至是姑娘们的清高，这些因素共同构成了一个其他声色场所难得的既纠结又神秘的感受。

而转变源于1995年，一个此前名不见经传、甫一现身江湖却有深厚背景传闻的商人的接手。此前还是铁矿石商人的覃辉向当时的首都机场管理公司的总经理李培英借款180万美元，并由军队一家贸易公司担保，买下了“天上人间”。这正是覃辉与李培英交道的开始。值得一提的是，后来李培英因贪污被判处死刑，尽管其被控的大部分受贿款来自于覃辉，而覃老板却全身而退。

1999年，覃辉开始了日后成为传说的第一步。他将“天上人间”75%的股份置于自己新注册的北京中外合资长青泰餐饮娱乐公司，工商登记出资额195万美元。在经历了一段时间的停业装修之后，“天上人间”从老式夜总会改成KTV式的经营格局，消费标准也随之飞升，连服务生的小费都被陡然提高到当时令人咋舌的每人500元的标准。

高档，尊贵，漂亮且拥有高学历的姑娘，这些概念被延续并推上了新的极致，除了那句曾经的严斥：“这里是首都。”

姑娘们并不拒绝显贵们的邀约了。标志性的举措包括：“天上人间”推出了为人所津津乐道的拳头产品——“四大名旦”。她们号称被送去香港培训过，并且都会说英语——尽管在熟知京城各大夜总会的商人吴浩看来，她们实际上也就懂那么一两句。但她们睥睨当世的优势毫无疑问：身高一米六五以上，容貌夺目，谈吐相对优雅，陪侍费用高达3000元到5000元，如需邀约，费用上不封顶。

除了这四大名旦，一支覃辉自称为“马仔队”的红粉军团被接着打造出炉，她们都号称来自艺术院校，还经过严格的服务训练。吴浩曾经与“天上人间”有过业务往来，他曾目睹业务经理向员工示范如何把一只茶垫精准地放到离桌沿两边各20厘米的地方。除了要求管理人员理短发，每晚8点开业之前每个人要把皮鞋擦到锃亮，还有一个说法是：夜总会专门请来教员训练侍者们的形体动作。

四大名旦，红粉军团，卫队一样的服务生，诸如此类的噱头从未公开宣传，却经由各种地下渠道飞速传播。这正是在当时的中国经营此类场所的秘诀之一：富贵与隐秘，高档与低调如此纠结在一起，笼罩在“天上人间”之上的神秘色彩被

无限制地发酵膨胀，就像一层缭绕的薄纱，半遮半掩之间激发了无数人对其后真实面容的想象与渴望。

这正是覃辉接手之后，“天上人间”作为高端声色场所之发端的奥妙。这一年，覃辉充分显示出了包装造势上的才华，他从一个听起来土里土气的铁矿石商人，摇身而成夜总会老板。尽管相对于他在资本市场上的长袖善舞，这仅仅堪称注脚——从夜总会老板再蜕变至资本玩家，是在“天上人间”成为传说之后了。

神话：上等身份者的交易场

要谈合作吗？去天上人间，必须的！

1990年代，夜总会兴盛发展的黄金时代——中国人中的一部分先富起来了，激增的财富使很多人一下子从“人间”到了“天上”，新富的阶层渴望刺激但又时尚、体面的消遣方式。“烂夜总会让人想吐”，一位山西煤老板描述那种混合了酒精和烟草的味道，脸上充满了厌恶：“玩夜总会的人鼻子特别灵，你到‘天上人间’，就发现一点儿味道都没有。不得不承认人家服务做得就是贴心。”

直到今年“4·11”扫黄行动之前，他都是“天上人间”的常客。让他津津乐道的是那里“妈咪”们细致入微的专业服务，“她们会记住你前几次消费时订了什么房间，找了哪个小姐陪聊，甚至你平时周几会出现，哪个时间段适合接打电话”。

一个深得原本出身贫寒的煤老板之心的服务细节是：在包间里，服务员总是跪在地上。他们跪着进出、跪着倒酒、跪着点烟，每一个动作都透露出对客人的极端恭敬与服从。

而在总统套房的过道上，端坐着几个拉大提琴的漂亮女孩，巴哈或者海顿的名曲从她们手下优雅地流淌而出。这样的场景对大多数新富阶层们来说简直堪称梦幻，也十分契合新贵阶层对“富贵”的理解。在这里，身份通过财富得到最大的同时又是最优雅的彰显。

由于业务交往的缘故，吴浩十分了解这套“极具想象力”的顾客营销系统，那上面记录了客人们的名字、生日、消费喜好、平均消费额，甚至包括婚姻情况和使

用的手机型号。这种“尊贵”的服务体验在 2000 年以后越来越显得重要，由于京城其他高档夜总会的兴起，“优质”的小姐队伍在高薪挖人的情况下处于频繁的流动之中，打造一套稳定的服务标准成为经理们构建企业核心竞争力的重要工作。

此时的覃辉又有何高招？和公众想象错位的是，除了满足极端彰显富贵的心理，“天上人间”并不仅仅是“找乐子”的声色犬马之去处，它的神话更多来源于搭建了一个政商资源交流的平台。覃辉精明地树立起了这样的业界标杆，直到现在国内似乎还没有别的夜总会夺过这个山头。

这才是“天上人间”真正的核心竞争力，就这一点来说，至少在公众舆论之中，堪称“一直被模仿，从未被超越”。

在覃辉以身体力行构建起这一强大“交流气场”之后，众多跨国企业商人、私企老板、政府官员、金融管理者纷纷侧身其中。他们中很少有人是单独前往消费，大多数都是商务宴请。

郭志辉是一位世界 500 强 IT 企业曾经的销售人员，如果你在 2003 年到 2004 年想找到他，每天晚上 8 点在“天上人间”门口等着就可以——除了他，那些林林总总期待在金钱和权力之间有所斩获和兑换的人，都可能在这里照面。“白天在办公室谈业务都是假的，只有夜总会才是真正的工作场所，只有在这里，生意才可能真正谈起来。”

在郭志辉的观察里，出没于“天上人间”的人大约有 10% 是来自聚集在 CBD 的世界 500 强企业，剩下的大部分人来自政府部门。

“就像你是抽中华还是抽中南海，喝威士忌还是二锅头，去哪个夜总会象征着你的身份。谈交易、交朋友更是这样，朋友们对‘天上人间’认知度高，你请她们去，那就是极富‘诚意’的一件事情。”前面提到的那位熟客煤老板总结说。

至此，从某种角度上来说，“天上人间”的神话已经铸成。它不再是一个夜总会，它早已超越声色场所，它成了特权的象征，它实际被作为一个上等身份的秀场被那些尊贵富有的“消费者”购买使用。要谈合作吗？去天上人间，必须的！

郭志辉所见过的最疯狂的一次消费足为例证。还是在上一次世界杯期间，3 个身份显赫的顾客一口气叫了 20 个小姐，他们在总费用超过 10 万元且佳丽环绕的超豪华包房中惟一做的事情是打扑克斗地主。