

艳齐 著

京城歌厅

面面观

警官教育出版社

京城歌厅面面观

艳齐 著

警官教育出版社

1992·北京

(京)新登字 167 号

京城歌厅面面观

艳齐 著

*

警官教育出版社出版

西城西绒线胡同贤孝里 14 号

邮政编码 100031

*

新华书店首都发行所发行 北京昌平亭自庄福利印刷厂印刷

787×1092 毫米 32 开本 7 印张 155 千字

1992 年 1 月第 1 版 1992 年 1 月第 1 次印刷 印数 1—10 000 册

ISBN7-81027-107-5/C·2 定价:4.10 元

目 录

引子：今晚到歌厅去	1
鲜为人知的歌厅开创史	3
歌厅也“横看成岭侧成峰”吗	9
当代乐园	14
自娱圈也有着广阔的外延	24
金钱可以使无赖成为国王么	32
孽影，出没于歌厅	40
“斗富”不是即兴之作	60
商战刺激了伴生物的生长	71
可怜的歌厅迷	83
冲击波，无形而又严酷	90
蓦然回首	117
迷乱的女性世界	126
老板！老板！	192
歌厅的今天不是末日	217

引子：今晚到歌厅去

今晚到歌厅去！

中午吃饭前，她就给她妹夫悄悄地挂了个电话。她不能没有他。她已经无法控制自己的情感了。

对于已经37岁的她，在爱河中的失意曾使她沉陷于一种难以摆脱的痛苦漩涡。而他闯入她的生活之后，她萎靡的精神突然振作了起来。她知道他是爱她的妹妹的，但她清楚她爱他更强烈于她的妹妹！这是当代婚俗与法律所不能容忍的爱，是“罪恶”！然而她忘记不了一，在层叠的阔叶下他深深地吻着她，他的手臂如那青藤缠作无法挣脱的温柔。这是她真正理想的男人。她要义无反顾地走下去，如若在幽深的密林中走下去，即使至酷寒的冬日。

他们要去的歌厅，距离天安门西墙七里路，那是在一座庭院式的豪华饭店内。一进去，你便会感到分明是走进了一座美的领地：曲径回廊，青墙红栏，在一片芙蓉的幽香中构筑出一处处奇苑妙境。左似怡红院，右若潇湘馆，前象秋爽斋，后如稻香村。其古雅宁静的环境与《红楼梦》记述的大观园几乎异曲同工。但她不想与他流连于古老的梦境，她要以现代人的方式向她的“贾宝玉”表达她的感情。

在时而悠扬舒缓时而激越震颤的乐曲声中，在太空摇、频闪灯、紫光灯交相打出的异彩奇光中，在微弱的烛光组合出的神秘且迷朦的氛围中，她向他献上了一支歌，是当着一圈圈围坐在一张张圆桌周围的听众献上的；是手握麦克风象她所崇拜的所有歌星那样如泣如诉地献上的——

爱我别走！爱我别走

午夜的爱难分难舍

午夜的情是那么火热

午夜的酒不要太多

午夜的人爱我别走！

.....

他始终听着她歌唱，始终没有走。尽管他曾一度表示过慌乱和忧郁，但此时此刻，他坐在紧靠大绒窗帘的角落里，远远地、目不转睛地注视着她。这就足以使她感动。在一阵掌声过后，她接着唱道：

深深地爱上你

没有理由没有原因

深深地爱上你

从见到你的那一天起

.....

面对听众面对他的彩色屏幕上随着她的歌声推出了白云浮动的蓝天，那象翻着浪花的海；推出露珠闪动的青萍，那象飘忽又多情的人.....

当然，站在歌台上的她是不会注意这一切的。她正沉浸于一种柔情中，兴奋于他以往的拥抱、以往的爱抚、以往的热吻。而世间纷扰她的一切痛苦遥远了，象甩落云雾登上齐天的山峰，属于她的只有开阔和清新。

是的，此时此刻，并不止是她一个人享有这种感觉。已经是深夜 23 点了。但京城许多地方还象这里一样，如同静海中的绿岛，棕榈树正摇曳着诱人的风光！只不过那岛的边缘停泊的不是双桅船，而是一辆辆豪华的皇冠、奥迪、蓝鸟……她与他所连缀出的景观又只是这个世界的一隅。

鲜为人知的歌厅开创史

如同不明飞行物闪现于沉寂的夜空，1990年入夏之后，歌厅成了京城百万市民的时髦话题。尤其是那些平日里最忌讳步别人后尘的报纸期刊，几乎全都打破了“非独家新闻不予刊发”的惯例，着实来了一番势态空前的报道热潮。

请看——

1990年5月14日《北京日报》发表了《卡拉OK悄然入京城》一文；

1990年6月1日《工人日报》发表了《也说卡拉OK》一文；

1990年6月22日《北京日报》又发表了《好一个梦幻世界》一文；

同日《中国青年报》发表了《利生开设卡拉OK歌舞厅》一文；

1990年6月28日《文摘》发表了《北京卡拉OK扫描》一文；

1990年6月29日《音乐周报》发表了《北京举办歌厅歌手演唱大赛》一文；

1990年7月14日《北京晚报》发表了《歌厅里的两种感受》一文；

.....

.....

如此这般的发文情况，在此无法一一列举。

它们似乎都有意要在这方面推波助澜，以大显身手。

遗憾的是，所有的文章，不论是消息、还是通讯；不论是“透视”、还是评论，都未能讲清京城歌厅准确的来龙去脉，大都是浮光掠影以一种旁观者的姿态发发嗟叹感慨或建议而已。

是不是新闻媒介就应该居高临下，超然又洒脱地说三道四，无需一猛子扎到底去寻根溯源？不得而知。

但可知的却是，京城市面上的第一家歌厅的创办正是起源于这种媒介的一篇报道。

张蔚，今日西城闹市区大富豪火锅城年轻的董事长，身材瘦高，其貌亦不惊人，但多年生意场上的实践，却练就了他极其敏捷的反应能力。

那是1988年底的一天，他到一位朋友家作客。寒暄过后，主人忙活饭菜去了，独自留在客厅里的他，无心欣赏电视正在播放的节目内容，便随手拿起了主人随便扔在沙发上的一本杂志。那完全是无目的的。他就是想大概翻看一下，打发打发时光。但蓦地里，他的眼睛却被这样一篇文字强烈地吸引住了——

目前日本正风靡卡拉OK。这是一种全新的娱乐形式，它的本意是无人的乐队，实际上就是酒吧用预先录制好的音乐代替西式乐队为表演欲强的顾客上台演唱伴奏。这种经济实惠又灵活方便的经营方式，从1970年在日本神户一家酒吧创办不久，便为各地同行竞相仿效。由于它深受青年人欢迎，一度衰落的酒吧业又异常兴隆起来。精明的日本商人从中看出一条生财之道，很快又推出不但有声、而且还有画面和提示性歌词的镭射碟，使卡拉OK更加受人青睐。

当时的张蔚，正和几个朋友合伙经营廊坊市一家化工建

材厂。良好的经济效益，早已为他进一步施展抱负奠定了丰厚的物质基础。这位 1983 年毕业于北京化工学院的高材生，打从北京橡胶八厂“跳槽”出来、摔掉铁饭碗的那一天起，就立下了此生定要干出一番轰轰烈烈的事业的雄心。此时，他不禁感到眼前一亮。

他想到了他常去的一些酒吧、舞厅，那大都生意惨淡。倘若他引进这在日本看好的卡拉 OK，在京城独树一帜，会不会立刻吸引来相当数目的夜生活枯燥者、另辟出一个新的财源呢？他早就深有体会：那些现存的销夜场所之所以门可罗雀，不是过多的缘故，而是在于它们的内容过于死板、单调、毫无新意，不能适应多层次的消费者需求。而谁先打破这一格局，谁就完全有可能抢先占领市场，得偿所欲！

他难抑兴奋地喊来他的朋友：

“我们可以试一下！”

“试什么？”他的朋友一时没有摸到头脑。

“办歌厅！”他一板一眼地说道。

京城歌厅的帷幕就这样拉开了。

他跃身登上了一个新的舞台。

他看准了三里河京华自选商场二楼的场地，毅然签定了年交租金 10 万元的租赁合同。

那场地原先正是一家舞厅，但已惨淡到每天只能卖出两三张门票的状况，根本就谈不上赢利。他对其进行了重新装修，购进了日本先进的音频视频设备，于 1989 年 5 月 15 日正式开业后，每日营业额以千元上涨，最后竟突破万元。本来只能容纳 100 人的面积，常常挤进 200 人有余。生意之好，都出乎他本人的意料！

这篇泰国《中华日报》1989 年 7 月 27 日刊发的消息，可

以做为一个例证——

北京的夜生活本来比较贫乏，但是，最近在钓鱼台附近开办的一家名为“明星”的卡拉OK歌厅却每日顾客盈门，以至有时不得不限制门票的出售。

.....

是的，他的歌厅叫“明星”。

他也确实推出了一颗倍受人们喜爱的明星。这明星之异彩也分明使得所有的其它销夜场所更为黯然，而却使他的事业愈发生辉。

他成功了！

这天，歌厅由于客满，早已停止售票，但接踵而至的顾客们云集于门前不肯离去。

他们大多是从十多里到几十里地之外“打的”而来，有的还带着秀色可餐的女友或情人，想入内共度良宵。被拒之门外，他们感到大为光火，不禁吵闹起来，骂把门的太死性。

但这中间，有一位却心平气和，显得十分谦恭。他年近40，体态粗壮。不知是因为路赶得匆忙，还是这日天气闷热，他那微黑的面颊上还挂着汗迹。他挤到门口，笑容可掬地向横眉立目的门卫抱拳施礼：

“我不要座位，到里面看看就行。”

剽悍的门卫许是对这样的事见得多了，用身子在他面前一横：

“明天早点来！”

这男子忙摊开双手：“我是想早来着，可我住得远，车又不顺。”他停顿一下，眼里闪出乞求的目光：“我是从深圳来的，明天就得回去。照顾一下。我来趟北京不易。”

拥在后边的那些人见状，也搭开了腔：

“你们也真是的，人家还不是慕名而来，看得起你这儿？”
“让他进去。多一个人，你那里面的墙塌不了。”

.....

巧在张蔚这会儿从楼上下来。他全看到了、听到了。他破例为他开了绿灯。

新奇神秘且迷朦高雅又不失热烈的歌厅终于呈现在这个男子的面前，那无疑象远离尘世的仙阁瑶台，正使所有在座的男女如醉如痴般地沉浸于一支轻柔的歌中。

那是一个少女的声音。那少女站立于五光十色的歌台，俨如站立在一片霞彩四溢的云上。她动人且动情：

我的心永远属于你

我的爱你在哪里

.....

然而他似乎不想被这纯情所感染，也悠然怡然地追寻朦胧且飘逸的温馨。他的目标甚至没在那少女丰润的面颊上过多地停留，便转向了那一台台悬挂着的彩电，转向了耀眼的频闪灯、紫光灯，转向了一柱柱飘忽着温情的红烛。他久久地毫不动声色地伫立在一个角落里，他那曾挂满微笑的脸变得沉静若水了。当迪斯科乐曲突然奏响之后，他才移动身子，走向吧台，极为小心地询问起各类酒水的价格。

他要干什么？

其实，他并非什么深圳人。

他当时的职业是中国艺术开发公司广告部艺术顾问。他的家就在北京！

他这顾问还不是充数的，他有着很深的艺术造诣，也有着一副纯正的歌喉。但他此次前来，并非为自己寻找亮相露脸的机会，而是想为更多的他这样的人探寻余暇自娱之路。

他是从众多的朋友那里得知“明星”大名的。他在看这里的设备投入，在算这里的门票、酒水收入。他在考虑他是否也在这方面闯荡一番。他也是个不甘于饱食终日无所事事的人。他也不想干一番事业以证明自己存在的价值！他知道在沿海开放城市歌厅早已是如火如荼。他为它的红火动心了。这些年，他一直在寻找着他的起跑线，现在他觉得他找到了。但他又是个精细的人，他不愿意草率行动。他要先用眼睛通过观察来预测他将达到的境界。而近在身边的“明星”恰巧为他做出了先例。于是，他来了。

当他估算出在这古老又年青的都市开办歌厅有可观的经济效益之后，立刻向公司总经理写一份可行性报告，并很快获准投资30万元，在“明星”斜对面的淮扬春三楼打出了四季歌厅的招牌。

这歌厅与前者一样，没出一个月，也“煽”了起来，闻名遐迩且门庭若市。

他，叫王立平。

也正是因为有着一个又一个他这样的后来者，京城歌厅势如春笋，相继而出，尽管1990年4月后由于“整顿”，被砍掉了相当数目的一批，但到该年度12月底，其数目仍突破了100家！象阜外地区不到一平方公里的地面上，就有5家歌厅争奇斗艳。

歌厅也“横看成岭侧成峰”吗

歌厅那或舒缓或暴烈的乐曲，那或低沉或明快的歌声，那或柔和或刺眼的色彩使京城难以入睡了。不管是严冬，还是夏日，“今晚到歌厅去！”——成了如今一句最能显示身价显示气派的名言。人们对它的兴趣也确实超过了其它任何一种销夜场所。但它在人们眼里又究竟是怎样一个形象呢？

我的朋友曹志前——一个专写新闻文学的中年作家曾这样对我讲述了他的感受——

一天晚上，我和一个文学朋友来到北京西城一家歌厅。首先扑入眼帘的是厅外墙壁上变幻着七彩流光的霓虹灯。旁边一巨幅广告，广告上画着一个金发女郎，朱唇微启，闭着眼睛正沉浸在音乐中。门厅里，几位妖娆小姐身着大开衩旗袍笑脸吟吟地在迎接客人。

我的第1个感觉是：这歌厅好象是个浓妆艳抹、珠光宝气的贵妇人，竭尽奢华炫耀之能事，但厚厚的脂粉却掩饰不住故作的媚态。

走进歌厅，我看见除了歌台前面装缀着迷彩灯外，厅内奶白的圆餐桌上点着蜡烛，影影绰绰，好似如烟若梦的幻境。桌旁围坐的大多是些新潮青年，那服饰、发饰似乎都可领导世界新潮流。风姿绰约的领位小姐走来，高跟鞋轻脆地撞击着菲律宾地板，小姐身高足有1米7，旗袍开衩处，两条腿撩人心魄。

刚落座，小姐就为我们添加了一支红色的蜡烛，然后柔

声细语地问：“二位先生要点什么？”让人感到很亲切。

厅两旁的投影电视屏幕上映出镭射视盘的音乐片，几位招待小姐在座间轻轻地走动，为客人送咖啡、水果点心。台下光线极弱，只有烛焰忐忑，将人影反映到墙上。恍惚间，我仿佛进入另一世界。台上女子边唱边舞，新潮的迪斯科运动鞋有节奏地踏着地板。她唱到动情处，猛高8度，脖子上青筋绷起，浑身乱颤，仔服敞开，羊绒衫下如揣双兔，引起下面一阵阵狂烈的喝彩。

我环顾四周，看见不少成双成对的青年男女耳鬓厮摩，有一对还缩在角落里，紧紧地拥抱着；还有的三五一群围桌高谈阔论，桌上摆满“长城干白”和日本生力啤一类的高档饮料，不时地为唱歌者喝一声彩，或打个口哨，吃吃聊聊，那意趣似乎并不在听歌上。我的朋友又悄悄告诉我：北京电视台曾想拍一部介绍都市夜生活的电视片，其中有歌厅，但歌厅老板都不同意，说拍你们找演员来拍，出场租，拍我的顾客不行。因为这里“第三者”不少，“乱爱”的也有，拍电视一曝光非惹出麻烦来，那他们的买卖就甭做了。老板只为赚钱，不能当“叛徒”，也不是查户口的，不管那么多，给钱您就来。

不过，他说的话我的确相信。一对男女一直缩在角落里接吻，那要死要活的甜蜜劲挺让人羡慕。但我又断定他们不是两口子，也不是谈恋爱的大龄青年什么的。那年龄，那神态都不象。差异太大。这准是背着各自的“结发”出来约会的。在公园里太冷，还尽是“雷子”；在家里更不安全，街道老太太就够一呛；只有这里好，有歌听、有舞蹈、有咖啡喝，只要掏足了钱，绝没人干涉。门口倒是有两个保安人员，五大三粗的，后腰上还别着电棍，看那架式都会点柔道、擒拿

什么的，但从不过问这里的事。我看，在这里只要不当众出丑或行凶打架，不会有人干涉你什么的。况且，来这儿的人，都是有文明、有修养、有礼貌的人，一进这歌厅，自己就把紧箍咒套上了，因为这毕竟是高雅的娱乐场所。

大约0点整，电声乐队奏起了狂歌，我们邻座的小姐和她的“的士”朋友们都拥到台前跳起迪斯科。鼓乐齐鸣，几位招待小姐知道要到尾声了，便也不再招待，也到台前甩着大腿蹦达起来。

我和我的朋友觉得闹得慌，简直有点震耳欲聋，只好甘拜下风，走了。门口的小姐向我们频频鞠躬：“欢迎再来。”

我想人们之所以到歌厅来，是在寻求一种宣泄。人生的喜怒哀乐可以随着歌声在这里升华或淡化；郁积的情绪，生活中的失意可以在歌舞中排遣出去。因此，歌厅既反映了都市人的现代情愫和追求意识，也折射了茫茫人海灯红酒绿中一种变形的生活。

我的同行、《新闻出版报》记者吴海民则是这样看待歌厅的——

歌厅适应了现代青年日益增强的参与意识和表现意识，让你由被动到主动，由听别人唱到唱给别人听，由独自吟唱到在公众场合当众表演，由想当歌星到实现歌星梦，并为你提供现代音像技术组成的“庞大乐队”。它不排斥任何一个肯花钱到这里来唱歌的人。不论你是训练有素的专业歌手，还是五音不全的声乐外行；不论你是字正腔圆，还是嗓音嘶哑；只要递上点歌单，就会被彬彬有礼地请上前台，还会被恭维一番。忘了歌词不要紧，面前的小型电视映有字幕，这字幕随着演唱进度和节奏及时变化。嗓子不好也不要紧，优美的伴音会掩饰歌唱中的缺陷。随你唱什么歌，抒发豪情的也好。

奉送亲友的也好，没人留意你，顾客各侃各的山。你尽可陶醉在自己的歌声里，尽可捕捉体会歌星的滋味和感觉。当你手持麦克风站在演唱台上的时候，你就是歌星。

但现实中又确有一些想当“歌星”的人，在这里感到了难堪。这主要缘于它的收费标准。

门票：一般 20 至 30 元，周末有的高达 40 元；外资歌厅有的达到百元。

酒水：生啤一杯 10 元、可口可乐一听 10 元、雪碧一听 10 元，椰子奶一杯 12 元，台北泡沫红茶一杯 7 元，红粉佳人一杯 16 元，人头马一杯 30 元。

果类：意大利果仁一盘 8 元、鸳鸯果拼一盘 25 元，大果拼一盘 40 元。

这就是说，一个人到这里一个晚上最低消费标准不下 30 元，高消费突破百元者不足为奇。

市机化公司的徐斌和他的女朋友在一家歌厅要了两听粒粒橙，一结帐，惊呼“不值！”因为他发觉这里的物价高出市面的价格两倍还多。他怀疑收款员一定弄错了，跑到吧台去找。

然而，是他错了。他本想在女朋友面前显显大方，以博其欢心，结果，适得其反。这一晚上没怎么“造”，就支出了 80 元，是他月收入的一半，他真嚙牙花子了。

他这个“人五人六”的大秘书，在这个世界，却是得不到敬重、不受欢迎的人！

他本打算上台唱一首歌的。可这时候，他再也鼓不起兴致了。他甚至舍不得大口地去喝杯中的果汁了，怕一下喝光了，服务员上来问：“先生，再来点什么？”当他发现女朋友杯中过早地见底了，赶忙站起身。

“挺晚的了，我送你回家吧。”他讪讪地说。

她感到奇怪：“这儿不 12 点才结束吗？你不点个歌么？”

他哪还敢哪！他灰溜溜地钻出了那道旋转门，拥着女朋友逃兵般地躲进了夜色中。

在他的眼里，歌厅却是宰人的地方，只能“到此一游”，留恋不得！