

九十年代大款大亨 有闲阶层

霍梅 贝子著



州人民出版社出版

富文學

九十年代大款大亨 有闲阶层

霍梅 贝子 著

贵州人民出版社

黔新登字 01 号

九十年代大款、大亨有闲阶层

霍梅 贝子 著

贵州人民出版社出版

(贵阳市延安中路 9 号) 湖南省新华书店发行

长沙福利彩印厂印刷

787×1092 毫米 32 开本 9 印张 180 千字

1993 年 5 月第 1 版 1993 年 5 月第 1 次印刷

印数 1—15000 册

ISBN 7-221-03091-X

I·434 定价: 5·40 元

内 容 简 介

中国经济开放，一些能人迅速发家，成为时下被人称为“大亨”、“大款”的新富豪，他们拥有几十万、几百万、几千万甚至上亿元家财。他们拼命赚钱，也恣意挥霍，穿的是价值千元的皮鞋，带的是数十万元之巨的劳伦斯手表，吃着山珍海味；拥有花园别墅，出入豪华轿车；有人不惜巨款买一只蟋蟀或一条狗，有人花30万元点一道菜；有人按照“传统”消费玩弄女人，甚至还有拥有几个“老婆”，连失去性功能的“海公猪”也妻妾成群……

他们的钱是怎样赚来的？他们为什么这般挥霍？采用何种消费方式？普通民众怎样看待他们？本书是各种类型的新富豪发迹实录，各种有闲阶层的私生活曝光。这中间有辛酸的故事，有发人深省的沉思。作品文字流畅，故事跌宕，观点新颖，材料丰富，一册在手，对当今中国新富翁便一目了然，雅俗共赏，何妨一睹为快？

目 录

大款、大亨和有闲阶层.....	3
住进总统套房的平民百姓.....	24
他有 17 个“老婆”	61
妻妾成群的“太监”.....	93
悠闲的“玩主”	108
斗富的富豪	137
汉正街的女老板娘	163

她靠卖淫致富	183
别墅里的女人们	214
继承 47 万美元以后	244
留守女士的“喜”与“悲”	256
并非结束语	272

大款、大亨和有闲阶层

1992年11月20日。

北京长安街头。

一位年轻的交通民警又如往日一样，肃立岗亭，指挥着熙来攘往的车辆。

天安门，是中国的心脏。

长安街，是这颗心脏的一根大动脉。

人民向往北京，热爱天安门，因此，长安街上，天天人如潮涌，时时车水马龙。

蓦地，一声声警笛呼啸。

交警同志举目望去，顿觉眼花缭乱：两辆警车开道，6辆崭新的美国“凯迪拉克”轿车打头，后头一水儿的豪华型“奔驰”、“蓝鸟”、“奥迪”，大约30多辆高级轿车，一溜烟飞驰而来。

好大的气派！

年轻交警惊出一身冷汗：怎么突然来了总统车队？可明明事先并没有接到上级通知说有政治任务要过总统车队呀！假如真是总统车队，该怎么办呢？即算不是总统，看那排场，也是个外国总理或是什么别的政府首脑之类的贵宾，怠慢不得。

交警同志忙拿起步话机向头儿请示汇报。一时手足无措，手

里的步话机都拿反了。

头儿也懵了：没接到上面的通知呀！按常规，真要过贵宾车队，事前几个钟头或是头一天就通知下来了！可今儿怎么啦？

镇定好一阵，这位交警同志才发现，打头那辆“凯迪拉克”车上飘着彩带，车头上闪着个红绣球。他恍然大悟：这是娶媳妇的迎亲车队！

是的，这是京城一位 25 岁的姓申的年轻人迎亲。

这支豪华车队驶过长安街，奔向天安门广场，浩浩荡荡在广场上兜了一圈，又奔南扎下去，最后驶入一座华贵的五星级宾馆。

这里的宴会厅，30 多桌宴席已是高朋满座，政界、军界、商界，各方人士不下 300 余人。宴会开始，鼓乐齐鸣，杯光酒影，山珍海味，贺语喧哗。其场面之热烈隆重，叫人想起阿根廷球星马拉多纳耗资 150 万美元的婚礼，使新郎脸上如沐春风，喜形如色。

据说，这场婚礼耗资 30 万人民币。

这 30 万的婚礼，叫人赞叹，叫人惊羨，有人啧啧咂舌：这敢情是拿钱打水漂儿呢！

听着人们的赞赏惊叹，小申心满意足：他图的就是这个！他就是为的向世人炫耀：我是有钱的富翁！

是的，小申是一个年轻的富翁。

早在十多二十年前，谁会想到，中国会有花 30 万元操办一场婚礼的富翁？那时节，毛泽东提倡“共同富裕”，结果呢，十亿人同则同矣，不过却是共同贫穷，谁也没有电视机，电冰箱，洗衣机，连电扇也没有呢。倘若谁口袋里能一下子掏出百把元来，准叫别人馋得眼热哩。

开放改革，邓小平提倡“让一部分人先富起来”。结果呢，



大款、大亨有闲阶层

果真有一部分人富了起来。虽然，中国还有相当多的人生活在贫困线上，据有关资料透露，全国农村每年有近百万儿童因交不起学费而失学；就是素有“鱼米之乡”美称的湖南省，因受灾害等原因，1992年岁末时候，竟有300万农村人口连吃“过年饭”的米也没有，需要政府救济……但是，确有人富得流油！

富翁到底有多少家财？

时下有首顺口溜：“一万不是数，十万才起步，百万算有钱，千万是大户。”

还有一首顺口溜：“十万元是笨蛋，百万元是白干，上亿元算好汉。”

特区深圳也有一首顺口溜流传：“万元户爬格子，百万户炒股票，千万户炒地皮，亿万户拉皮条。”

有无靠拉皮条而成亿元户的不得而知，不过，在中国，家财超过十万、百万、千万以至上亿元者，已是大有人在。

如许家财，叫当年的黄世仁、南霸天，也会汗颜，自愧弗如。

这些富翁是什么人呢？

据权威机构调查，目前中国收入最高的是这么5种人：

一是私营企业主和个体户；

二是“走穴”演员和组织演出的“穴头”。据最新消息透露，毛阿敏等红歌星，时下出场价已达一万，春节晚会大忙时候，竟有出四万元的。一场十万，一年不得个十万几十万么？

三是合资企业的中方负责人；

四是乡镇企业的承包者；

五是各类经纪人。

这些人形成了一个数量颇大、覆盖面颇广的中国富翁阶层。中国富翁知多少？

眼下尚难把握确切数字。1992年的统计数字表明，全国私营企业已超过12万户，个体经营户已逾百万。当然，并不是每个私营企业主都是百万富翁，根据北京市有关方面的不完全统计，个人资产在千万元以上的，只有十几户；而在南方，与深圳相隔不远的新开发区淡水和大亚湾，据说因炒地皮而成为亿元户的巨富已出现了16家。

因为有钱，“老板”之名作为一种尊称，已代替往日亲切的“同志”称呼，风靡全国。

根据拥有钱财和使用钱财的不同，人们又将富翁们分为“大款”、“大亨”和“有闲阶层”三个类别。

“大款”的特征是一掷千金，竞相斗富，纵情奢华。

在现实生活中，名牌是财富的象征，名牌是身价的标志，名牌也是时尚和信心的凝聚，所以，“大款”们喜爱名牌，追逐名牌，也就不足为奇了。

名牌，说白了就是高价商品。

价格高到什么地步呢？

不说不知道，一说准叫你吓一跳。

1992年8月30日的美国《纽约时报》有篇文章这么写道：“由于12年来经济获得了世界上最高的增长率，超级富翁在中国重新出现。虽然按照官方汇率，中国人的平均月薪可能不到35美元，但是任何人如果认为这个国家是在稻田里辛苦的一贫如洗的农民的国家，察看一下上海大光明钟表店闪闪发光的柜台便会感到震惊。”在那金光灿灿的柜台里，一块瑞士雷达表售价3000美元，一块劳力士手表售价2万美元。2万美元，相当于人民币13—14万元。有的中国人一辈子也不会拥有这么多钱。可是，如此昂贵的手表，来购买它们的却不是洋人，而是中国的“大款”们。

岂只名贵手表呢？

还有价值 1200 元一双的意大利老头牌皮鞋，6000 元一套的世界名牌西装，400 元一件的 T 恤，600 多元一根的从泰国、南朝鲜进口的皮带，还有上万元的饰品，等等，说来真叫平常人咋舌。

追求名牌，热衷名牌的“大款”不少，所以在一些大都市里，专卖名贵商品，以“大款”为消费对象的商店应运而生。坐落在北京亮马河畔、五星级长城饭店附近的“燕莎”友谊商场，便是中国第一家从外表和情调上都接近于西方的购物场所。

在“燕莎”，名牌商品比比皆是：一件杰尼亚男西装上衣售价 6800 元，一件斯特法内女西装上衣售价 4500 元，一双阿迪达斯网球鞋售价 790 元，一件彪马 T 恤售价 350 元……令人眼光发呆的更有：一只三四米长的巨型南玉双龙船，由能工巧匠雕塑，晶莹巧秀，玲珑可爱，标价 38.89 万元；一块一尺多高的巴林鸡血石，血色天成，圆滑剔透，标价是 100 万人民币；一种玻璃纱台布，以几十种细密针法绣出双凤彩牡丹图案，标价 9.8 万人民币。据说这种图案的台布，目前中国只剩两条，一条在产地广东汕头，一条便在北京“燕莎”。

“燕莎”名为友谊商店，其实，吸引来得最多的顾客却是中国人。

自然，来这里消费的只有中国人中的“大款”。他们经常开着私车而来，然后满载而去。

有一回，一位个高一米八的“大款”，手持大哥大，挽着一位时髦女郎来“燕莎”买皮鞋。他开口只问了一句“有没有驼鸟牌皮鞋”，在服务员回答“有”以后，他试了一双 43 号的，觉得合适，便瞄了一眼标价，二话没说，便利索地掏出一叠厚厚的钞票，递给服务员小姐，便又挽着那位女郎飘然离去。

那双皮鞋值多少钱呢？

驼鸟牌皮鞋是意大利出产的，属世界名牌，可是它的价格，高达 2980 元一双！

还有一位王小姐，经常光顾“燕莎”，她只用美国“红玫瑰”洗发香波，只穿日本伊娜牌连裤袜，只吃进口的泰国大米……人们戏谑地说：“除了丈夫以外，她的一切都是名牌！”

为什么“大款”们热衷名牌？

固然是炫耀财富，抬高身价，不过，也是为了更有利于做生意。

在生意场上混的人都知道，资本愈大，愈好做生意，因为愈易使对方信任。

名牌便是资本的标志。

一位“大款”吐真言：“你若想赚钱，赚大钱，除了懂得经营之道、市场行情外，还要懂得什么是名牌汽车、名牌服装、名牌烟酒，名牌打火机，名牌领带夹，越是名牌、高档的，你越要一眼就能认出来，这样你才能摸清对方的身价和实力。对自己来说，一身名牌就是资本，生意还没谈，名牌就能先镇他一家伙！”

在追逐穿、戴、喝、用名牌的同时，中国“大款”现在开始追求名贵豪华轿车了。

对千家万户中国人而言，对亿万“工资族”而言，私家车是一个梦，一个美妙的梦，一个遥远的梦。“大款”们呢，也是从自行车，到摩托车，再到轿车，也是一步一个脚印创造着自己的纪录。据成都有关部门统计，时下有千余辆私人轿车在大街小巷奔驰。这些轿车中，普通的有“夏利”、“菠萝芳茨”、“拉达”；一些“大款”将这几种车称之为“下级”、“太次”、“邋遢”，颇含鄙视之色，自然，他们购置的是高级名贵豪华轿

车，其中有“奔驰”，有“蓝鸟”，有“桑塔那”……

就是在成都，有个叫邱煜的私营企业主，发了大财，便想买轿车。买什么车呢？

有一回，他从报纸上看到陈强、陈佩斯父子合演的一部电影《父子老爷车》，影片中的父子俩驾着一辆普通轿车去深圳“走穴”，而现实生活中的陈佩斯，也只是一辆普通的“夏利”车。

“陈佩斯名播中国，才有一辆夏利，老子要盖过他！下回他来成都，我请他坐我的车兜风！”一时心血来潮，邱煜马上拿出几十万元，买了一辆“奔驰”，专门以月薪800元，雇了一位司机，经常开车，带着一家人到郊外度周末。

据说，邱煜的这辆“奔驰”，在成都的私家车中，算是最高级的。

若是与深圳、淡水那些沿海经济开发区的“大款”们相比，邱煜又该满面含羞了。

在离深圳只几步之隔的淡水、大亚湾，有个名闻遐迩的陈老板，原只不过是一个搞建筑施工的施工员。当1989年国务院将大亚湾列为国家重点开发区以后，在大炒地皮的风潮中，他也留职停薪，干起炒地皮的买卖。大亚湾土地荒芜贫瘠，地价却越炒越高，炒来炒去，陈老板成了富豪。如今他到底有多少家财，难得猜测，不过，千真万确的是，他在深圳、珠海、汕头和淡水，都有高级私人别墅，家里现在拥有六台高级轿车：两辆“奔驰”，一辆“子弹头”，一辆“灵翅”，一辆“皇冠三点O”，一辆“蓝鸟王”，每辆都价值几十万。据此推测，陈老板应是拥有上亿元家财的巨富了。

一辆“奔驰”比之六辆豪华轿车，邱老板只能是小巫见大巫了。

不只是特区富豪有豪华私家轿车，少数富起来的农民也有

了私家轿车。

中央电视台《第一生产力》摄制组在“中国第一村”天津渤海湾畔的大邱庄拍摄电视片时，就惊讶地发现，“奔驰 600”、“凯迪拉克”类的豪华轿车举目皆是，而这些名牌高档车的车主，都是大邱庄的农民。

93 年春节期间，60 多位在深圳搞运输的广东遂川县某村农民，驾着自己的私家轿车，组成浩浩荡荡的车队，开进热闹繁华的湛江市区，去向市委市政府和全市人民报喜：昔日穷山村，今天已致富。

一辈子面朝泥土背朝天的中国农民，一群几千年来与贫穷相伴终生的泥腿杆子，创造了自己的神话。

“大款”一旦有了私家车，而且是名贵豪华车，那么，他在众多人们眼里，便身价百倍，人们会毫不怀疑：他是真有钱的“大款”！

因为，人们再粗心，也会算计，要买车，养车，没有上百万，是玩不起的。

“大款”们的另一个特点是，热衷夜生活。

所谓夜生活，便是舞厅，咖啡厅，卡拉 OK 厅，音乐茶座……

“大款”们迷恋夜生活，大把花钱，为的是显示气派。

据北京、上海等大城市所作的调查，每晚光顾高档舞厅、歌厅和音乐茶座的，70% 以上是个体户。在这些地方，一张门票一般要三四十元，喝一盎司人头马酒要 250 元，点唱一首歌要 80 元外汇券，再带上个舞伴，一晚的消耗往往在千儿八百。

如果到酒家、饭馆吃饭，花费更高，一桌海鲜席高达 8000 元，加上洋酒和“中华牌”香烟，一顿饭钱要超过万元大关，可这档宴席几乎天天爆满。据酒楼的经理们介绍，“大款”们已对

多少价格一桌的叫法提出异议，改为叫人均多少，目前“大款”们对人均600元的消费很是青睐，这还不包括服务费、烟酒或其他费用。

能大把花钱，纵情挥霍，对他们来说，是一种刺激，一种享受。

这也难怪。白天，他们为了挣钱，太辛苦了。北京三里河一位服装个体户说：“白天，我们成了一部机器；只有到了夜晚，才觉得自己是活着的！”

能大把花钱，纵情挥霍，对“大款”来说，也是一种荣耀。在花钱的过程中，他们感觉出自己与其他阶层的贫富悬殊的差距，也感觉出人们对有钱者的羡慕和尊重，他们寻得了一种满足，一种仿佛提高了社会地位的满足，一种倒过来的社会落差。愈是以前境遇差劣、人生坎坷的“大款”，花钱便愈有一种享受般的良好的自我感觉。

挥霍是一种气派。

有这么一个故事。

广州某大饭店里，一位“大款”点名要一位漂亮的女歌星出场献艺，歌星不肯。这“大款”火了，随即请身边的随从从皮夹中拿出5万元全是100元一张的大钞，扬言“我出5万元，买她唱支歌，不信她不露脸！”

要知道，当今中国最红歌星毛阿敏，最高出场价也只叫4万元，她还不肯要呢。这位歌星竟有人出5万元请一首歌，真是空前绝后，她顿觉身价百倍，立刻风情万般地走上台，如醉如痴地唱了一首《其实你不懂我的心》，唱毕还给那位“大款”谦恭地深深地鞠了一躬，以表谢意。“大款”手舞足蹈，与人调侃：“什么我不懂她的心？她不就是要钱嘛！扭扭捏捏摆架子，老子有钱，叫她出来，她就得出来！”

一首歌，5万元！一位普通工薪阶层20年流血洒汗还不一定能挣这么多钱呢。

这不由使人想起“一曲清歌一丈绡，美人犹自意嫌轻”的诗句……

这就是“大款”们的气派，他们要的是那份绝对的潇洒，那份绝对的说一不二。

在纸醉金迷的都市里，这类叫人目眩眼花的故事天天在花样翻新，“大款”们在绞尽脑汁花钱。

都市呢，似乎也在挖空心思让“大款”们挥霍，得到新的刺激。

KTV，便是又一种新的供“大款”们花钱的处所，一种让他纵情享乐，将大把大把钞票投向无际无涯的高消费的海洋。

与卡拉OK不同的是，KTV是一个全封闭式的单间，沙发、几案、空调、电话、彩电亦或投影屏幕，应有尽有，还有全进口的音响设备，有印刷精美的供点唱的歌曲目录，顾客在卡片上写下点唱的歌曲，交给服务员小姐，递到中央控制台，依次播放，顾客便可在这单间里，与情侣，与家人，尽情欢唱。这种富丽堂皇的KTV，没有人多广众的喧嚣，没有别的目光的干扰，一种幽雅，一种静谧，缠绕在乐曲声中，调和着情侣、家人间的温馨，比茶座、舞厅、卡拉OK，又别有一番情韵，只是每小时花费在250—500元之间，若要良宵尽兴，加上与之匹配的洋酒饮料，要步进其间，主顾得有一掷千金的实力。

消费形式档次越高，“大款”们越是蜂拥而至。

北京有位姓施的“大款”，每星期至少有三个晚上泡在一家名为“明宫”的KTV里。他说，他想拿着麦克风唱歌，可是，卡拉OK众目睽睽，他怕出丑，从不敢唱。现在，在KTV，身