

● 字 剑 著



中国人， 你走好！

透析当今重大社会热点的

红旗出版社

内情报告

中国人，你走好！

●宇 剑 著

红 旗 出 版 社

(京)新登字 108 号

中国人，你走好！

作 者 宇 剑

责任编辑 李 辉 封面设计 肖 东

出 版 红旗出版社出版（北京沙滩北街 2 号）

发 行 新华书店北京发行所

印 刷 北京市通县向阳印刷厂

32 开 8.25 印张 177 千字

1993 年 6 月第 1 版 1993 年 6 月北京第 1 次印刷

印 数：1—20000 册

ISBN 7—80068—114—9/D·44

定价：6.00 元

中国人，你走好！

中国将成为书写 21 世纪历史的巨人。既令在暴风雨中，我们仍能听到她那颗勃勃的雄心在怦怦地跳动；即令在炸雷声中，我们也能辨出她那轰鸣的足音对世界的震撼！

时间开始在日出日落之间浓缩，空间开始在天高地远之中拉大。神奇的黄土地瞬间仿佛变成了一团团幻化无穷的激光束；大潮欢涌，商战波澜壮阔；商海滔滔，泛动文舟一片；层林尽染，“公仆”下海茫茫；木槌高擎，拍卖声声动九洲；“龙入蛇腹”、“蛇吞大象”，企业兼并大战扣人心弦；“点土成金”，创出开发区一片；“圈地”风潮，划破田园沉静；华夏“大串连”，民工潮起潮涌闹正月；“子规夜半犹啼血”，铁路打起“世纪之战”；体制转轨，激烈对撞；“官司”掀起红尘滚滚；“金三角”妖雾重来，走向美丽的死亡不断上演；“玉猴擎起千斤棒”，红色出击，挥剑斩坚“冰”；航

海茫茫，“黄灯”闪烁，警惕！中国人……

瞬间万变的时代令当今中国不同层次的人感受到了相同的眼花缭乱般地震颤！

“看不懂啦，中国！”国人惊呼。

时代属于那些和时代一起思索，一起行动，并且触摸到它的脉搏的人。

在这样一个旋转与嬗变的时代里，在这样一个变革与飞跃的年代中，在寻求生存与发展，发展与繁荣的奋争中，有识之士首当其冲地是要把周围的谜象看个清，想个透，读个懂，随后或求同或求异或同中求异或异中求同或排浊扬清，从而真实地把握自己，让人生之舟、事业之船绕暗礁，穿险滩，乘顺风，过惊涛，驶向理想王国的彼岸。

天行健，君子以自强不息！

让我们一起读破内幕！

让我们一起透视谜底！

让我们一起看懂中国！

让我说：“希望你过得比我好！”

宇剑谨识

1993年4月

目 录

于无声处听惊雷

- 商战进入“战国时期”大扫描 (1)
1. 商潮：惊涛拍岸 (2)
 2. 中流击水，浪遏飞舟 (3)
 3. 名人为名牌开路 (4)
 4. 拍卖名人别墅大战 (6)
 5. 商界“大哥大”叱咤风云 (10)
 6. 艺术节跑进“商海” (16)
 7. “搞市场经济要敢于蛇吞象” (19)
 8. 报刊、书商大战了犹未了 (23)
 9. 龙蛇争霸再起烽火 (27)
 10. 商战，不可缺少的精神盾牌 (29)
-

“官”“商”会“打摆子”吗？

- 机关大下海内情透视 (31)
1. “下海”的传说 (32)
 2. 风乍起，吹皱一泓“清水” (33)
 3. “拆庙”、“送神”是时候了 (34)
 4. 我是“怪圈”，我怕谁？ (38)
 5. 歧路彷徨：留官场？奔市场？ (39)

6. “衙门”“改嫁”了	(43)
7. 落红不是无情物	(45)
8. 下海！下海！下海！	(49)
9. “海”有什么？	(51)
10. 谁来“守”“衙门”？	(54)
11. 警惕“官商”“翻牌”！	(57)
12. 走出误区，呼唤公务员	(62)

商潮撼得文坛动

——文人“下海”谜踪透视	(65)
1. 欲说斯文好困惑	(65)
2. 最先的表象：明星大“下海”	(70)
3. 下“海”的纷争起波澜	(71)
4. 巴蜀的文“海”很精彩	(73)
5. 文人的一半是商人？	(74)
6. 不规则的律动：教授卖馅饼	(79)
7. 文化滑坡了吗？	(82)
8. 走过去，前面是个天	(84)

何不洒脱“走”一回？

——国有企业拍卖、破产、兼并现象透析	(87)
1. 拍卖，潇潇雨歇	(87)
2. “当年破产对了”	(89)
3. 拍卖，震撼上海滩	(91)

4. “叶启明现象”的核冲击	(95)
5. “老大”“伙并”“老大”	(100)
6. “老乡”、“小民”齐动员	(102)
7. 别等鱼死了才卖	(103)

能“批”土成金吗？

——开发区与“圈地”运动备忘录	(107)
1. 开发大潮：斩不断，理还乱	(107)
2. 开发区“圈”了多少地？	(110)
3. 被肢解的法律	(112)
4. 很便宜啦，“我”的土地	(114)
5. 抛弃的“婢女”	(116)
6. 救救土地！	(118)

神州大串连

——民工大潮，涌向何方？	(121)
1. 93 第一波：“年都不过了”	(121)
2. 他们到哪里去？	(123)
3. 为什么“流浪远方”？	(125)
4. 农夫载不动许多重负	(127)
5. 抛荒！撂地！弃田！	(132)
6. 路漫漫喜忧参半	(138)

不信春风唤不回

- 中国铁路“世纪之战”透视 (141)
1. 东方欲晓，莫道君行早 (141)
 2. 缘何“前锋”成“后卫”？ (145)
 3. 子规夜半犹啼血 (151)
 4. 不信春风唤不回 (154)
-

奈何走上被告席

- 当今“官司”热内情扫描 (161)
1. “官司”热滚滚 (162)
 2. “红太阳”哪个真亮？ (163)
 3. 长城下金雨，谁敢不打伞？ (168)
 4. “皇帝”也要打“官司” (172)
 5. 《穷棒子王国》纠纷了犹未了 (176)
 6. 商界巨人起诉单枪“上帝” (182)
 7. 真实与虚构 (184)
 8. 朦胧的“曼哈顿” (187)
-

只缘妖雾又重来

- 贩毒、吸毒与禁毒战争大扫描 (195)
1. 妖雾又重来 (195)
 2. 光怪陆离的贩毒者 (198)
 3. 走向美丽的死亡 (200)

4. 救救孩子!	(205)
5. 红色大出击	(207)
6. 挥剑斩坚“冰”	(210)

警惕! 中国人

——困挠、阻遏中国前进的“黄灯”聚焦 ...	(215)
1. 警惕改革“负效应”	(216)
2. 警惕班子“癌变”	(220)
3. 警惕经济运行中的“黄灯”闪烁	(222)
4. 警惕金融“黑洞”	(225)
5. 警惕重复建设回潮	(228)
6. 警惕乱“集资”	(231)
7. 警惕企业内部的“蚕食”	(233)
8. 警惕“逃税”	(235)
9. 警惕“假道夫”	(239)
10. 警惕“窃电、窃码大军”	(244)
11. 警惕外商“白斩”中国	(246)

于无声处听惊雷

——商战进入“战国时期”大扫描

1. 商潮：惊涛拍岸
2. 中流击水，浪遏飞舟
3. 名人为名牌开路
4. 拍卖名人别墅大战
5. 商界“大哥大”叱咤风云
6. 艺术节跑进“商海”
7. “搞市场经济要敢于蛇吞象”
8. 报刊、书商大战了犹未了
9. 龙蛇争霸再起烽火
10. 商战，不可缺少的精神盾牌

战争是商业竞争的一部分，也是人类兴趣和冲动的冲突。

——题记

1. 商潮：惊涛拍岸

中华商潮，源远流长，几乎可以上溯到有文字记载的中国史的尽头。

据有关资料记载，公元前 21 世纪至公元前 16 世纪的夏代时，在黄河中下游居住着一支弱小部落——商族。由于夏禹主张“懋迁有无”，重视贸易，因而部落生机勃勃，终于在公元前 16 世纪，由商汤伐夏，推翻夏桀的暴虐统治，建立了商王国。后来由于殷纣腐败，导致周武王伐纣，灭了商王朝。按照当时战胜者必须保存战败者祭祀的惯例，周武王册封殷纣王之子武庚为原来商地的诸侯，故曰商邱。西周初年，武庚反周失败，商地遗民大批被周公旦迁至洛阳。失去家园的商民只得重操旧业，赶着牛车四处奔走叫卖，周人称他们为“商人”，他们所从事的职业叫“商业”，所买卖的货物叫“商品”。他们从东方来，把东方沿海的盐鱼等商品拿到西方卖，故而称为“卖东西”。又因为他们过去居住的傲都是商朝的中央都市，因而称作“中国”。中国这个称谓始于商朝，由此，人们也把商民称为“中国商人”。

商潮的车轮辗过了数千年的历史。从远古简单的物物交换到大规模的商品交换，从发展的商品经济中间经历几种不同的社会形态，随着社会生产力的发展，到向社会主义市场经济的过渡，中国商潮走过了生生死死、生生不息的漫长而曲折的道路。曾几何时，数千年的封建社会，轻商薄利的观念使得商潮波澜不兴；英、美等资本主义国家的大炮轰炸、商品倾销又使疲软积弱的中国民族商业在夹缝中残喘。1949

年，当我们跨越了资本主义社会制度的“卡夫丁峡谷”迈入社会主义初级阶段时，一度的休养生息的宽松政策曾产生了中国商业发展的“黄金时段”。然而，当我们宣布割“资本主义的尾巴”，企图跨越不可跨越的商品经济阶段，“跑步进入共产主义”的时候，我们目睹了“万商凋零”的肃杀惨状！

当十一届三中全会涌起改革开放的春潮时，我们得以重新审视我们所处的“社会主义初级阶段”，由此，我们得出了“商品经济是社会主义不可逾越的必经阶段”的历史性结论。商潮开始拍打古老中国的黄金海岸！

当十四年（1978—1992）“市场取向”的改革取得巨大成就的时节，中国改革开放的总设计师邓小平发表南巡讲话。抓住历史机遇，加快改革开放步伐，成为90年代中国人的时代口号。在“东风吹来满眼春”的良好氛围中，在全力向社会主义市场经济体制目标的迈进中，商潮迎来再次勃兴的大好契机。

商潮，惊涛拍岸！遍观大江南北，我们仿佛听到了商潮轰隆的奏鸣声。

2. 中流击水，浪遏飞舟

商潮滚滚，争奇斗艳！奔腾跳跃的商潮象平静的海面骤然涌起千层巨浪一般地蔚蔚壮观，令你眼花缭乱，目不暇给！

——新办公司如雨后春笋，数不胜数。1992年前11个月，全上海两万多新企业注册营业，创下上海“史无前例的新纪录”。首都北京正以每月2000家的速度创造新纪录，全

市库存的营业执照早已告罄，只得从天津临时调运。成都工商局把一周三天的执照办公时间增至5天，仍天天爆满，门庭若市。

——“商人一族”在“大哥大”的嘀嗒声中悄然形成。据资料表明：中国目前已有5万人以上的“百万富翁”，“大哥大”（仅样机即2万余元，联网后一年要交1万多元）便成了百万富商们最好的信息联络工具和财富象征。BP机的“蝓蝓声”伴随着“大哥大”的嘀嗒声在神州每一个“商落”鸣动，预示着“商人时代”的来临。

——市场那张“看不见的手”将各个阶层（党政干部、科教文人等）越来越多的人卷入商海。据统计，截至1992年11月底，中国经商者已逾千万之众。有人喻之为“人不分男女老幼，地不分东西南北，要发财，忙起来！”“机关干部下海热”、“明星下海热”、“文人下海热”……一浪高过一浪。

在方兴未艾的商潮中，中国的市场经济如返青的岁月，在时代的枝头上昭示出丰硕的前景，五彩缤纷的丰富画面、波谲云诡的商战奇观在我们面前徐徐拉开……

3. 名人为名牌开路

珠江三角洲，是商潮中火爆的一族。

珠江流行追星热，演出了名人为名牌开路的商战技法，着实令“商人一族”刮目相看。

“神州热水器”的广告，请的“角儿”是香港著名皇牌主持人“肥肥”——与《戏说乾隆》皇帝的扮演者郑少秋拍拖

十年的沈殿霞。一句“我说最好是神州”，出自于“肥肥”之口，不一样就是不一样。

“神州牌热水器”是广东神州燃气具联合实业公司的“王牌”产品。为扩大产品销路，公司在商业广告方面很是下了一番功夫。在聘请“肥肥”作广告之前，公司曾为某电视剧中心拍摄的一部由国内明星主演的电视剧提供赞助。该中心答应为神州拍摄一条明星广告，但剧作中心拿到企业的钱后又单方违约。广东的一家公司也拟为神州公司拍摄一条产品广告，企业按照要求支付全部费用后，该公司嫌钱少压了4个月也不开拍，严重干扰了企业的营销计划。继而，又起用普通人制作电视广告片，效果平平。

在迷茫的商海中，公司的老总盯上了香港的“肥肥”，认定她是“神州燃器具”广告的首当人选。1991年，适逢沈殿霞到广州为广州妇女儿童基金会募捐演出，神州公司率先赞助5万元，赢得了请“肥肥”作公司广告的先机。

以敬业精神著称的沈殿霞认真地与公司的老总进行了接触。“肥肥”了解到，公司的信誉和热水器的质量一流，广告费用也十分可观，为其作广告既不会损害自身形象，又会进一步拓展她的知名度，由此，沈殿霞同意签约。她同意为神州公司拍摄两条广告片，允诺公司将其形象印上神州产品的包装箱和其他宣传资料上。与之相对应，公司挥手一掷120万人民币作为广告费用，此项支出占公司每年支付的广告费2000万的1/8。

名人为名牌开路，产生了神奇的名人效应。“一个顶仨”的“肥肥”铺天盖地般地走进了千家万户，1991年在中国电视台通过热水器的广告“曝光”8000次。而与此同时，公司

的效益也象插上了翅膀一样扶摇直上，1991 年公司共销出热水器 45 万台，名列同行业全国之冠。

“肥肥—神州热水器”广告仅是珠江三角洲名人广告热的一个缩影。类似的例子还很多，如：

深圳南方制药厂动请李默然为“三九胃泰”作的带有冲击性的广告，红透半边天；

香港“大姐大”汪明荃为容声冰箱助威，一句“容声冰厢，质量取胜”的款款细语，响遍全中国；

电视剧《霍元甲》中陈真的扮演者梁小龙把广东爱德牌电饭锅“炒”得家喻户晓；

.....

在这个崇尚名人的时代里，聪明而大胆的广东人率先把名人的名气、信誉借助广告的形式巧妙地转化到商品的流通领域，的确不失为现代商战的一项高超技法。

4. 拍卖名人别墅大战

庐山有云，有雾，美景如画。

庐山有树，有瀑，亦真亦幻。

庐山风云，曾吸引了多少文人墨客、志士仁人的目光。远的且不云说，近的就莫过于我党的两次“庐山会议”了。彭德怀的“落山风”，毛泽东与贺子珍的历史性会见……都给庐山抹上了凝重的政治和传奇色彩。

“不识庐山真面目，只缘身在此山中！”

青山不老，绿水长流。35 年后，商潮在庐山再起风云，名

人别墅的大拍卖拉开了庐山商战的序幕。

庐山的名人别墅是庐山不可分割的一部分。座落在牯岭东谷，长江两岸的近千幢山地名墅，简直就是中西合璧的建筑精品世界。有的栖息河边，有的高踞山坡，有的立足平丘，有的隐现峻岭，星罗棋布，争奇斗艳，合成了不可多得的庐山盛景。

更令人感到心驰神往的是，每一幢别墅几乎都与一位名人联带在一起，是历史的印记，也是名人的侧景。驻足此间，百年风云，古道沧桑会一齐从云雾中涌现出来，令人留连忘返，感系万千。

1992年初，中国改革开放的总设计师邓小平掀起了一股强劲的加快改革开放的旋风。庐山的寂静被打破了，人们透过庐山的迷雾蓦然看到了名人别墅的价值！把庐山名人别墅推向市场大潮，以此启动庐山工程的大开发，成为解放了思想的九江人出奇制胜的创意。

同年7月，庐山风景名胜管理局推出10条对外开放的重要举措，其中影响最大的就是庐山名人别墅的拍卖。8月中旬，九江市委书记彭宏松亲率招商团赴港，洽谈庐山别墅的有偿转让的具体事宜。

宛若平静的湖面响起炸雷，九江人的惊天之举在香港引起强烈反响。一位权威人士评述道：庐山名人别墅大拍卖所涵盖的意义将远远超过拍卖本身的价值。

商战一触即发！虽然拍卖底价高达每平方米4位数美元，但仍有香港海田公司、武汉东聪公司、台湾几家公司等率先与九江市政府展开了紧急磋商。

商战如战场，“见而不决，人将先发；发而不敏，人将先