

玫瑰与罂粟

《华西都市报》特稿精选
百家出版社

花园的入口树着一块牌子：「如果不知道身处何地，便无法知道你是谁。」穿行在幽静与喧闹之间，你的确难以肯定何时会接近玫瑰的芬芳，何处将遭遇罂粟的诱惑。

美丽常常带着利刺，毒药则披以绚丽的容颜——撩开面纱，去仔细看看，我们才感到真实是不过如此的一回事。



玫

瑰

与

罌

粟

羊羽
編

图书在版编目(CIP)数据

玫瑰与罂粟 / 羊羽编. — 上海: 百家出版社, 2002. 1

(视点丛书:《华西都市报》特稿精选)

ISBN 7-80656-538-8

I. 玫… II. 羊… III. ①新闻-作品集-中国-当代②特写(文学)-作品集-中国-当代 IV. I253

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2001)第 081786 号

丛书策划 山人

丛 书 名 视点丛书·《华西都市报》特稿精选

书 名 玫瑰与罂粟

编 著 者 羊 羽

责任编辑 丁翔华

特约编辑 熊 莺

装帧设计 梁业礼

出版发行 百家出版社(上海天钥桥路 180 弄 2 号)

经 销 全国新华书店

印 刷 上海新华印刷厂

开 本 850×1168 毫米 1/32 插页 2

印 张 12.625

字 数 278000

版 次 2002 年 1 月第 1 版第 1 次印刷

印 数 1-5100 册

ISBN 7-80656-538-8/I·15

定 价 19.00 元

版权专有 不得转载

序 言

“特别报道”:一种特别的文化现象

华西都市报“特别报道”创刊于1996年7月1日,以“每天讲一个新闻故事”的形式服务读者。不知不觉间,人家说我们创造了几个全国第一。最先在新闻界开“每天讲一个新闻故事”的先河,引发了全国性的“特稿大战”,全国无数报纸竞相效仿克隆;独创了我国第一个“特稿供求网络”,全国有30多家报社入网购买“特别报道”;经济效益好,几个编辑一年仅卖“故事”就是300万元,培养了一批顶级作者队伍,全国作者以在华西都市报上稿为荣;全国稿费最高,千字千元与国际接轨,奖金最高,单篇奖金高达1.2万元。出国笔会规格最高,优秀作品层出不穷,有的稿子还成了一部法律诞生的重要依据之一;“特别报道”还是全国报纸中遭遇盗版最多最严重的栏目,很多稿子都难逃一劫,防盗版一度成了特稿部的中心工作。

业内很多专家在具体谈到华西都市报“特别报道”时,都说应该好好研究一下,它完全像一个“小通讯社”,不仅源源不断地输出好稿,还输出办报经验和点子,让它的网络单位个个受益。如果说中央电视台的春节联欢晚会是一种文化现象,成了一种

新民俗，每一年的除夕夜总有几亿双眼睛在关注，那么“特别报道”每天都能让全国 30 多家报纸几千万读者的心一起跳动，这也应该是一个奇特的文化现象。

一 策划一个中国报界没有的版面

在开设“特别报道”栏目之前，我一直有个非常强烈的念头：《故事会》、《今古传奇》有那么多读者喜欢读？为什么法制报、周末报等报纸那么畅销？还有些“地摊报”，看起来又脏又旧，可是有的人读起来津津有味，为什么呢？就是因为它有一个有头有尾情节曲折的故事。当然，它们中的一些写得庸俗、刺激，有时还与党的方针政策相左。但故事性强乃是它们的共同特点，这一点却值得其他报纸借鉴。取其精华，去其糟粕，方是对待一种文化现象的正确态度。我们能不能取“他山之石”，开一个栏目讲故事？他们讲文学故事，我们就讲新闻故事，在题材上限定为写普通老百姓的悲欢离合，讲述老百姓自己的故事，或许真实的新闻故事可能会更畅销。

“特别报道”的思路就这么形成了。经过反复斟酌，确定有了“特别报道”的“四大题材”与“四大特点”，即以社会生活中发生的重大的、突发的、新鲜的新闻事件、人物、热点、案例 4 大题材作为主要报道内容。因为是市民生活报，特稿关注的就应该是普通百姓的悲欢离合和老百姓关心的热点，而不应该写与老百姓相去甚远的题材。在表现形式上应该具有故事性和可读性，同时必须保证真实和符合党的方针政策，而不能信马由缰，超越本分。

我提出一个要求：每天登一篇。既然读者喜欢，我们就每天

讲一个故事给读者，规模化生产。当时很多同志都倒吸一口凉气：甭说一天一篇，一周一篇也困难。我们两个编辑去上海出差，《文汇报》的同志听说我们要“每天登一个长篇稿件”，他们惊诧地反问：“哪来那么多的来稿？”他们还大胆预测：“乐观估计，你们可能会坚持半年。”

“每天讲一个故事”到底有没有可行性？同行的担忧，我们早就考虑到了。中国这么大，人口这么多，与四大题材有关的新闻天天发生，就是只写案件，而且只写四川的案件，每天一篇也难以写完，何况面向全国，何况比案件更丰富的人物、事件和热点呢？全国发生的各种故事是讲不完的。

于是，华西都市报每天一篇“特别报道”，每天一个长篇故事的专版就呱呱坠地。我们天天精心生产，天天向读者推出版面，使读者天天都离不开。这个策划和定位在市场中得到了肯定，“特别报道”立即火了起来。在1996年10月，本报进行读者调查时，“特别报道”才推出仅仅3个月，但在读者喜爱版面统计中，就以48%位居14个调查版面中的第4位。一年过去了、两年也过去了，我们不仅办下来了，而且越办越好。

“特别报道”使读者受益，也使不少的被报道的人和事改变了运动轨迹。几年来，我们无法统计有多少人的命运从此改变，有多少冤案得到澄清，有多少人重新燃起了生活的希望。《面对人生三大不幸的女人》发表后，主人公的命运得到彻底改变，新加坡一富商投资500万元予她建老年公寓。“东方红三姐妹”的故事引起了全国人大的高度重视，把本报特稿发给立法委员和专家人手一份，最终成了《中华人民共和国社会公益事业募捐法》诞生的重要参照依据之一。

二 全国 30 多家报纸为何争相购买“特别报道”

华西都市报“特别报道”不仅引起了广大读者的共鸣,也引起了报业同行的关注。成都马上有报纸摹仿华西都市报,克隆出了一个类似“特别报道”的版面。随后,成都、重庆几张走市场的报纸,也相继跟进。此风迅速从川渝刮到了外地,学习摹仿的报纸一下冒出了几十家。全国顿时形成了“特稿大战”,“特别报道”类的特稿成了这一时期报纸的一个竞争热点。

不久,另一个问题又出来了。许多报纸克隆“特别报道”后,由于不少客观条件不具备,仓促上阵,后劲明显不足,缺少独家的特稿资源,出现了“你抄我,我抄你”的现象,报纸版面上“二手稿、三手稿、四手稿”充斥,办得很吃力。广大读者也感到厌倦。面对这一现象,我们每天都在版面上打出启事:“版权所有,严禁转载”,并与每位作者都签订了版权保护协议。但还是有一些报社不甘心,他们实行“拿来主义”,干脆把“特别报道”“拿来”用就是。南京一家报纸在短短三个月内,就“信手拈来”50多篇。东北一家报纸也如法炮制,你发什么我就发什么,既不花钱,又不费事,还效果好得很。北京一家文摘类报纸,公开号召全国的读者注意华西都市报的“特别报道”,“及时推荐”、“摘费从优”。从1997年到2000年,本报特稿部被“侵权”困扰了三年。于是,陆续向几家侵权者提起诉讼。在多方努力下,侵权行为才得到了一定程度的遏止。几家侵权严重的报纸在赔偿十几万元之后,不得不在《新闻出版报》的报眼位置刊登致歉声明。

事实有力地说明:“特别报道”是报业市场的需要。我们决定把“特别报道”卖出去,既然那么多报纸需要,我们就把它卖给

那些报纸。好多家报纸共同承担稿费，稿费就可以开高些。用高价买好稿，再用好稿卖好价，把特稿部从一个纯编采部门变成一个经济实体，实行市场化运作。这就与“通讯社”的操作方式有某种程度上的相似，只不过通讯社卖稿件，我们卖版面。

1998年2月，江苏徐州的《彭城晚报》成了我们的第一个客户，他们是第一个加入“特别报道”网络的报社。随即，《华商报》、《沈阳晚报》、《青岛生活导报》等5家报纸相继加入。“特别报道”让他们均尝到了甜头，《华商报》购买“特别报道”时，正是他们改办成市民生活报的时候，很想找一个“特别武器”打开西安市场。没想到，这一招一用就灵，一用就见效，发行和广告节节攀升，最终成了陕西省的第一大报。

最有意思的是，东北有一家发行量颇大的报纸，在赔偿了17万元“侵权费”，并公开登了道歉声明后，向本报表示，他们当地的老百姓舍不得特稿，想继续看“特别报道”，可不可以购买本报的“特别报道”版面，我们当即表示欢迎。就这样，戏剧性的一幕发生了：最严重的“侵权者”摇身一变成了我们最大的“客户”。而且，他们一买就是几年，到目前，他们和我们的合作伙伴关系越来越密切。

效果就是最好的广告，1999年，有10家报社加入“特别报道”网络；2001年，这个网络已拥有了27家成员，遍布全中国。截止2001年底，全国各地有30多家报纸购买了“特别报道”版面，迅速成了各报“新的经济增长点”，篇篇“看点”变成“卖点”，报贩甚至把“特别报道”版放在头版上面叫卖吆喝。这些报纸有一个共同的特点：都是走市场的晚报、都市报。

《张家口晚报》自己算了一笔账，他们觉得加入“特别报道”网络在经济上很划算。自己组织特稿既花人力，又费财力。稿

费低了,好稿不来,稿费高了,成本又高。有一些自己组稿的报社,开出千字 100 元的稿费,却吸引不了好稿,版面质量老上不去。而华西特稿开出了全国报纸稿酬最高,报刊奖金最高,笔会档次最高的待遇,使版面质量在全国的“特稿大战”中始终保持着竞争优势。加入网络的报社仅花费文摘稿费的代价,就可以与华西都市报共享同天见报的特稿资源,减少了人力、财力、物力的投入,何乐而不为?

江苏是“特别报道”网络单位最多的一个省,有 6 家报纸入网。原因在于,《扬子晚报》发行到江苏省各地,给他们造成了相当大的压力,《华西都市报》“特别报道”给了他们与《扬子晚报》抗衡的一个重要手段。再加上,他们挨得很近,彼此都很了解。看到一家报纸在很短的时间,发行量陡增,广告量陡增,问其原因,得知是入了“特别报道”网。于是,羡慕得不得了,纷纷加入,又纷纷得利。

最有意思的是我们的老客户《彭城晚报》,2001 年下半年,他们由于新开辟的版面得不到批准,无奈只好撤掉“特别报道”版。哪想到,头天刚撤,第二天广大读者就有意见了,纷纷打电话到报社,质问为何撤了这个版。那一天,报社接了 200 多个“抗议”电话。其中一位 6 旬老读者,把几年的“特别报道”全剪了下来,装订成册,他说他离不开了,读“大特写”是他退休生活中不可分割的一部分。没有办法,《彭城晚报》只得授予他为“金牌读者”。

2001 年 3 月 26 日,《张家口晚报》给本报专门写来感谢信,说特稿为他们的创收起了积极作用,许多广告客户纷纷到报社预约刊登广告。信中盛赞“特别报道”：“一、策划者和执笔者高屋建瓴,站得高、看得远、想得深,带给读者许多思索和启迪,是

特稿给报纸增光添彩的基础。二、时效性强,让读者能在第一时间看到全国独家重大新闻,是特稿给报纸增光添彩的重要一环。三、导向正确、主题明确、角度新颖,讲究写作技巧,是特稿给报纸增光添彩的关键。”《泉州晚报》已经是第3年入网了,他们在签订2002年的合同时,曾好心地征求我们的意见:“你们的开销真大,明年是不是加一点价,我们愿意多出点钱。”

三 蛋糕越做越大了

细心的人会发现,2001年的“特别报道”在悄悄地改变。在强化原有的“可读性”、“故事性”、“平民化”的基础上,题材领域拓宽了,办刊理念“文化意味”浓了,编辑风格多样化了。新闻含金量高的报道与“有时代感”、“时尚前卫意识鲜明”的稿件隆重登上了前台。

如“三菱越野车风波”,我们率先在全国推出了人物特稿《他引爆了三菱信任危机》。中央刚刚给两位科学家500万元奖励,我们在第3天就刊发了《大科学家的小故事》,几天后又登出《吴文俊的数字化生活》。尤其是专访吴文俊特别有意思,我们的作者说了一大通好话,终于感动了他的秘书和夫人,终于在他从德国归来又要出行的短暂时间内挤出半小时接受本报特派记者的采访,当国内媒体还没有找到他的踪迹时,我们已于第二天推出此稿。泰国公主诗琳通求学北大,本报在她入学的当天推出了连载《诗琳通公主的中国情结》,此稿得到了外交部的好评。河北省被盗国宝“武士”在美国拍卖,我国政府通过各种途径要求终止拍卖,并要求索回国宝。全世界媒体都在关注此事,我们在事前几个月就通过河北省文物局负责追索工作的同志掌握了情

况,稿子早就写好,并编好了。当新华社与中央电视台的消息一出来,我们就推出了一个详尽的背景报道《“武士”回家记》。我们的报道不仅及时,而且有垄断性。

“特别报道”相当一部分是本报策划出来的。中央电视台《真情》节目想推出一期讲述一个最符合中国传统道德的感恩故事,他们在全国各地找线索,终于发现了一个“昔日被拐女,今日女华侨苦寻救命恩人的故事”,央视不惜重金从加拿大请回女华侨。我们从河北省外办和公安厅得知了这一消息后,立即组织了一个稿子《女华侨苦寻救命恩人》,该稿与央视呼应刊出,反响很不错。

2001年“两会”前后,有关“性贿赂”的话题讨论正酣,成了各媒体的焦点。我们很想找这么一个个案,用故事和情节来诠释这个话题。给全国各地作者发出信息后,碰巧河南周口市出现了这么一个典型案例,周口监狱的监狱长接受性贿赂被判刑进了监狱,我们立即安排河南的作者马上采访,没几天,我们就发了这篇稿子《性贿赂绊倒监狱长》。

今年,我们在巩固骨干作者队伍的基础上,对“资源”做了一些合理的优化和配置。在“微调”思路下,我们着重发展了一些新华社、人民日报、光明日报、中青报等中央级大新闻单位的作者,“开辟第二战场”,让我国各大新闻媒体的一流记者成为“特别报道”的作者。新华社国内部特稿室愿意专门为本报供稿,并签订了协议。他们的一位负责人承诺:“只要你们点题,我们可以动用全国的驻站记者在最短的时间内,专门为你们量身订做。”同时,我们还注意开辟“第三战场”,与我国电视界广泛亲密接触,把最火的时事报道、深度报道、评论节目变成文字,用情节与故事说话。让电视里的著名主持人、记者、制片人拿起笔为

“特别报道”做贡献。最活跃的是中央电视台《讲述》节目的策划宣传人翁德林，经常和特稿部保持热线联系。

目前，我们已经与中央电视台《焦点访谈》、《今日说法》、《社会经纬》、《讲述》等栏目签了协议，一有线索，便联动出击，联动刊播。中央电视台看中的是华西都市报特稿的典型意义（全国领先）与报道的广泛性（30多家报纸同时刊发），从“特别报道”中选题材成了央视几个名牌栏目的重要工作。今年，虽然没有统计上央视的特稿数量，但从央视记者频繁与我们联系中可见一斑。有一周，我们就有3篇特稿（《洋笑星大山商丘寻根》、《校园里的刮脸事件》、《真公章盖出假警察》先后亮相央视）。

第二战场和第三战场的成功开辟，又让“特别报道”站到了一个制高点上，源源不断的新闻线索资源和不断壮大的作者群体将是“特别报道”二次创业的基础。

这些年来，华西都市报“特别报道”也引起了各大出版社和影视机构的注意，他们从各个渠道感知了华西都市报“特别报道”的影响，纷纷要求合作。

感谢上海百家出版社的领导和同志们，他们把近一两年的优秀特稿汇编成集，不仅为华西都市报“特别报道”作了一个阶段性总结，也为读者提供了一套好看的书。在这里，我代表华西都市报编委会要特别鸣谢丁翔华、王刚、刘小明三位同志，他们为这套丛书的出版付出了很多的心血。

华西都市报总编辑 席文举

目 录

将爱进行到底

豫剧皇后的爱情大戏·····	(3)
吴祖光、新风霞之世家秘闻 ·····	(11)
徐沛东细说夫妻情·····	(18)
洋教授牵手中国老工人·····	(26)
车祸撞出幸福姻缘·····	(34)
跨国寻找初恋情人·····	(42)
志愿军战士的爱情苦旅·····	(50)
网恋·网婚·网上的家·····	(58)
她为丈夫约初恋女友·····	(66)
法国孪生兄弟入赘中国农家·····	(73)

千万里,我追寻着你

吴小莉情牵浙江老家·····	(83)
奥运冠军和囚犯的兄弟情·····	(91)
豫剧名家缘何茶楼“卖唱”·····	(99)
烈士父母含泪重塑英魂·····	(107)
608个浪子共同的妈妈 ·····	(115)

洪水里救出了一个“妈”.....	(123)
千纸鹤捎去寻母之心.....	(131)
苏杭教子.....	(139)
台胞姐姐机智救弟弟.....	(146)
被拐儿童千里“空邮”寻父母.....	(154)
台湾老人放弃 30 万赔偿	(162)
少年寻父漂泊百万公里.....	(170)
保姆中了百万大奖之后.....	(178)

“美丽的童话”

金牌主持人婚恋搭错车.....	(189)
留美博士遭遇新娘逃婚.....	(197)
网上征洋婚一场噩梦.....	(206)
妻子情探 丈夫情绝.....	(215)
女大学生征婚遇尴尬.....	(223)
浪漫的异国恋不浪漫.....	(231)
著名男主持遭遇“美丽的童话”.....	(239)
婚礼上发现隐私纸条.....	(247)
设计骗征婚丈夫回国.....	(255)

躲不过的“劫”

英雄父母法庭斩情丝.....	(265)
五兄妹举报亲姐妹.....	(273)
夺子大战的是与非.....	(281)

全国首例植物人离婚案·····	(289)
硫酸为何要泼向亲人? ·····	(297)
电话迷情 帅哥跳楼·····	(305)
离婚爆出“调包”阴谋·····	(312)

都是“情”惹的祸

“恋爱生死条约”竟变死亡之约·····	(323)
百万富翁网恋染上艾滋病·····	(331)
婚外恋害得教授跳楼·····	(339)
“包二爷”惹出血案·····	(347)
越狱犯救情人自投罗网·····	(355)
两情人缠倒一个大老总·····	(363)
富家女落入网恋陷阱·····	(372)
四官员包“二奶”连环案·····	(380)

将爱进行到底



