

超越者

李伟 著



- ◎ 富士康：一座工厂与一个阶层的爱与恨
- ◎ 寻找曹操墓：从地理线索到考古实证
- ◎ 奇瑞开往何方
- ◎ 喀什：在民族与信仰间穿行
- ◎ 吴仁宝的新农村主义
- ◎ 鄂尔多斯：财富背后的逻辑
- ◎ 俄罗斯新兴市场考察记

三联生活周刊文丛

超越者

李伟 / 著

生活 · 讀書 · 新知 三联书店

Copyright © 2011 by SDX Joint Publishing Company

All Rights Reserved.

本作品版权由生活·读书·新知三联书店所有。

未经许可，不得翻印。

图书在版编目（CIP）数据

超越者 / 李伟著. — 北京：生活·读书·新知三联书店，2011.1

（三联生活周刊文丛）

ISBN 978-7-108-03616-2

I. ①超… II. ①李… III. ①新闻报道—作品集—中国—当代 IV. ①I267.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2010）第 245126 号

丛书主编 阎 琦

责任编辑 岳 璞

装帧设计 雷 雯

出版发行 生活·读书·新知 三联书店
（北京市东城区美术馆东街 22 号 100010）
《三联生活周刊》发行部（010-84050434）
（北京市朝阳区霞光里 9 号 B 座 100125）

经 销 新华书店

排 版 《三联生活周刊》美术设计部

印 刷 北京利丰雅高长城印刷有限公司

版 次 2011 年 1 月北京第 1 版
2011 年 1 月北京第 1 次印刷

开 本 635 毫米 × 965 毫米 1/16 印张 33.375

字 数 450 千字

定 价 50.00 元（精）

序

::::潘振平

李伟 1998 年盛夏来到周刊编辑部找点事做的时候,《三联生活周刊》正处在转折的前夜。

当时编辑部在北京安定门附近的净土胡同,租的是原来雪花冰箱配件厂的车间。已经运作了两年多的半月刊,在社会上有了不错的口碑,但经营规模和收益相当有限。刊物坚持的文化立场、思考角度和资讯处理方式,已经初步聚拢起一批青年俊秀,却也让经营者对前景满腹狐疑。因为几万份销量和不足百万元的年广告收入,实在不足以支付刊物在人力资源、采访成本、办公费用等方面不断增长的需求。刊物嗷嗷待哺,却囊中羞涩。

2000 年 7 月正式入职的李伟,赶上了刊物正式以周刊运行的转变。虽然这种转变引起了经营结构的震荡,把周刊拖入一场官司,但后来的事实证明,跨出这一步赢得了巨大的发展空间。李伟他们这群年轻人,既是这段历史的见证者,又是这段历史的参与者。正是他们的心血和汗水,成就了周刊今天的面貌。

记得当年与主编朱伟谈论编辑部的人员时,他常常会用“费劲”和“不费劲”来区别。“不费劲”是一个含糊的说法,大致是指在规定时间内写出符合要求的稿子,立意、结构和叙述不但不走样,还每每能够出新。李伟很快就成了“不费劲”的记者。不过到了 2004 年,李伟离开了。原因一是当时三联的领导对刊物的管理方式有短暂的改变,二是外面刊物的力邀。对他的离开,大家感到惋惜。

周刊立志要做中国巨变的忠实记录者，而如今这个年头，愿意认真思考和写字的人好像越来越少了。李伟思维敏锐，视野开阔，知识面宽，做事扎实，很有责任感，有着从事这份工作的优势。好在周刊有个好风气，不管何种原因离开的同事，彼此并无隔阂和成见，每年的新年聚会，大家仍在一起把酒言欢。酒酣之际，李伟应该会感受到大家的惋惜。

2008 年李伟回到了周刊，重新承担起重大题材的报道，结果我们就见到了收入本集的这批文章。我绝大多数陆续看过，但将其中精品集中在一起，其数量之多，观察之深入，内容之厚重，还是令人惊喜。我很少在编辑部看到他的身影，只知道他为采访写作风尘仆仆地奔走四方。李伟成熟了，他已经无可争议地成为周刊的中坚。

我与李伟相识 10 年。在我的印象里，已过而立之年的李伟还是一个单纯质朴的人，不善言辞，有一丝腼腆。面对周围纷扰的世界，我想，单纯的灵魂，是否可以更加真切地感知复杂社会的本质，直指人心，而不为那些光怪陆离的现象迷惑？在李伟的文章结集付印前夕，拉拉杂杂地写下这些，希望能提供一点阅读背景。内心深处，我真正地为他高兴。

2010 年 11 月 30 日

目录

序.....	潘振平
--------	-----

No.1 调查笔记

富士康：一座工厂与一个阶层的爱与恨.....	3
鄂尔多斯：财富背后的逻辑.....	22
普惠的可能：山东潍坊医改模式调查.....	39
卫生局长的困惑与解答.....	55
寻找曹操墓：从地理线索到考古实证.....	60
龙门山：山岳救援队的80小时.....	79
328米：一个超级村庄的新高度	91
吴仁宝的新农村主义.....	104
飞虎公墓：被湮没的“铝迹”	110
姜人杰亿元贿案调查.....	120
第二监狱的坚固与脆弱.....	136
67小时的愚蠢逃亡路.....	143

No.2 边城故事

布达拉宫穿越千年的大修.....	151
藏文化：薪火相传.....	171
喀什：在民族与信仰间穿行.....	178
塔什库尔干：塔吉克族的边城故事.....	197

乌兰布和：干旱之地的生态战争·····	206
---------------------	-----

No.3 风物传奇

赤水河：60公里的酱香传奇·····	225
45年求解神秘茅台·····	240
六安瓜片：最复杂的绿茶·····	248
皖西茶叶的地理与谱系·····	262
安溪铁观音的“音韵”密码·····	267
少林功夫的家底·····	287

No.4 光荣与梦想

金融律师：一个阶层的白银时代·····	299
大时代：基金经理的光荣与梦想·····	309
一个联想老兵的国际化新生活·····	325
舰长刘志皖和他的舰·····	335
梁阳：不当舰长，是不完整的人生·····	348
“魔兽”玩家和他们的世界·····	357
邹建民：2009年可以选择那些超跌的楼盘进入·····	371
马拉多纳：“上帝”是左派·····	379

No.5 狂飙时代

奇瑞开往何方·····	395
娱乐工业：消费正在改变制造·····	411
龙丹妮：我们正在探索的偶像产业链·····	425
河内：在新旧之间穿行·····	430
俄罗斯新兴市场考察记·····	443

《唐山大地震》：一次主流价值观的主题策划..... 456

方便面50年：厨房革命的创新链..... 468

“大狗”旅游的财富效应..... 479

No.6 人物追记

焦裕禄：穿越时代的人道主义..... 499

雷锋的笑容..... 510

后 记..... 519

No.1 调查笔记

富士康： 一座工厂与一个阶层的爱与恨

2010年6月7日

每到太阳落山，很多富士康的员工都会聚集在南门外的小广场上跳舞。广场的正面是一排手机商店，里面的产品大多由这些舞者生产。

每天他们都要工作10个小时以上，很少有人可以享受双休日，但他们的收入却不足以在这座城市获得体面的生活。而舞蹈，则帮助这些年轻人慢慢地缓解着白天的枯燥与烦闷。

超级工厂

富士康科技园南门连接环城二路和油松路，有一座环形过街天桥，这是宝安区龙华镇最重要的交通设施。很难想象，如果没有这座天桥，这个路口每天能够正常通行几个小时。

周六早上7点15分，这座城市还沉浸在周末的酣睡中，过街桥上已经人潮汹涌。胸前挂着富士康工牌的数万年轻人，正会聚成两股熙攘的人流踏过天桥，涌往北边的富士康龙华科技园南门。桥梁发出震动，一部分源自往来货车的轰鸣，另一部分，则是脚步带来

的共振。他们穿着红色、蓝色、白色的 POLO 衫，胸口和上臂缝着扣袢，用来挂各种工牌。

如同潮水一般，庞大的人流让人感到目眩。事实上，在方圆 5 公里内，这三种颜色的工作服构成了最基本的视觉元素。即使门口拣垃圾的老大爷，也如此着装。

天桥另一端，就是富士康的入口，那是老板郭台铭的“紫禁城”。有 30 多万员工在这个约 2.3 平方公里的厂区内工作。工厂的西门停着一排排通行海关的大货柜车，每天从这里拉走你几乎能想象到的所有电子消费品——最新潮的手机、电脑、显示器和游戏机。在不远的码头上，它们将被转进集装箱，运往世界各地。

“你可以把整个富士康园区想象成一个几十万人的城市，把它压缩、压缩、再压缩，然后用围墙围起来，出入口装上刷卡机。”马晓璐（化名）说，她曾经在富士康担任了 4 年的项目经理。

没人知道围墙内的确切人数，即使是老板郭台铭。每天都有大量的员工离职，也有大量的新人进入。有时在傍晚时分，保安会从天桥上带下上百个穿各色服装的年轻人，造成瞬间的拥堵。他们被分为 4 ~ 5 队，被前中后 3 名保安带入工厂。在一小时内，他们就可以领到工作服，走上生产线。

富士康南门向西约 100 多米，路南有一个小院子，院子中的平房就是富士康在深圳最大的普工招聘处。早上，一个庞大的求职人群已经在小院前的人行道上聚集。随后保安先把男孩子们集中起来，带到院子后的一个广场上，分成若干列，组成一个大大的方阵，前后都用警戒线围起来。女孩子则被警戒线分隔在人行道上。这些年轻人的平均年龄不到 20 岁，有的刚从火车上下来，一脸倦容，有人则已经在深圳找了一两个月的工作。

他们彼此互不相识，也没有人聊天，只有几个人闷头吸着烟。唯一的共同点是，他们都期待着一份工作的降临。很多人随身携带着行李——一个拉杆箱和一个水桶，水桶里插着一双拖鞋、几个衣架和一卷凉席。面试人员到来后，他们分批被保安带入小屋。如果

有过相关的工作经验则会被很快录用，中午时就可以坐上公司的大巴车，带着行李前往东莞的观澜工厂，进行一周到一个月的培训，然后源源不断地补充到缺人的生产线上。

这个小小的广场就像一块吸铁石，每天都聚集着黑压压的人群。富士康招工处全年都在高效率工作着，只要中午 12 点前能够完成初步分筛，当天就能动身前往观澜工厂。

最近的一家复印拍照铺的老板告诉我们，去年富士康的招工一直持续到了腊月二十九，仅仅休息了 3 天，在正月初三又重新开门。全年无休的招工，也为她带来了滚滚财源。最多的时候，每天可以复印两万份简历。人实在太多了，她不得不找人用肩膀死死抵住那台滚烫的宝贝复印机，否则就会被挤塌。

1988 年富士康在深圳西乡开设了第一家只有百余人的工厂，名叫“富士康海洋精密计算机插件厂”。当时台湾工人的基本工资已超过每月 2500 元人民币，而大陆的作业员则不到 500 元。

上世纪 90 年代后，大量的台商开始在毗邻深圳市区的龙华镇建厂投资。郭台铭也看中了这片还是荒野和稻田的乡村，买下了大量土地。1996 年，第一批厂房落成，主要为惠普电脑生产机箱。经过十余年的发展，龙华厂区的面积已经超过了两平方公里，成为富士康的大本营。目前富士康在全球约有 90 万员工，其中 45 万在深圳，在龙华就有 30 多万人。

园区里各种基础设施应有尽有，银行、学校、医院、电视台、广播站、杂志社、公园、邮局、商场、超市、美食街、游泳馆，甚至还有一支消防队和一家医院。这里的一切几乎都打上了富士康的烙印，下水道井盖上也印有“富士康”字样。

苹果公司的 iPod 和 iPhone、惠普公司的个人电脑、摩托罗拉的移动电话以及任天堂的视频游戏机 Wii，几十座厂房中的 30 多万工人源源不断地生产着这些人们耳熟能详的各种电子消费品。

富士康的“中央大厨房”投资上亿元，建筑面积约 1.25 万平方米，是目前亚洲最大的中央厨房，每天制作二三十万份甚至更多的食物。

据统计，这里每天要消耗掉 40 吨大米、10 吨面粉、20 吨肉和 500 桶（22L/桶）食用油。

富士康所有厂房以白色为基调。无论是历史较长的龙华厂区还是 2005 年才开建的观澜厂区，都有一座座五六层楼高的白色厂房，外立面上布满各种形状的裂纹。这看起来像是一种“印象派艺术”。

事实上，厂区内这些“印象派艺术”，不过是勾补厂房外表裂缝的水泥痕迹。据员工介绍，厂房结构上没有什么问题，只是当初建设时工期催得太紧，还没等墙体完全干透就刷上外面的涂料，立即安装生产线投入生产，以应付纷至沓来的订单。它们都是过去两三年富士康超高速发展的有力证据。

凡是 2003 年时就已加入富士康的员工，都对公司那一段疯狂扩张的劲头感到惊讶。2003 年底，富士康龙华厂区员工不过五六万人，经过 2005、2006 及 2007 年上半年的翻番增长，以至发展到现在的 30 多万人。

老员工们回忆，整个龙华镇一带可用的楼房都被租完了，有时候公司还将一整个工业园区全部租下来，24 小时加班在厂房内加装灯管和卫生间，搭建上下铺，改造为员工宿舍。新招聘的工人们可能会先在铺了凉席的地上睡一晚，等第二天床安装好了，就从通铺搬到床上。有一段时间，租房的速度实在赶不上员工的扩招速度，上下铺被改造成了 3 层的床铺来应急。一周内新招 8000 人，这是急速扩张年代的富士康曾经创下的最高招聘纪录。

富士康的龙华厂区经过多次扩张，已经和周边社区犬牙交错。打车环绕一圈需要花 30 多元钱，其间还要穿行两三个城中村。清湖村、水斗村、瓦窑排、共和新村……当年村民们把土地卖给了富士康建工厂，现在则当上了富士康的房东。他们在空地上建起了“村楼”，每套大约 30 平方米，包括一个睡房和一个阳台。阳台被分割出厨房和卫生间。卫生间的面积不到 1 平方米，稍胖一些的人都很难转开身。

房子没有任何家具，租金也只有 300 ~ 400 元。周边 80% 的“村屋”都被富士康的员工租住着。

世界是平的。这些“包租婆”们与富士康一样，成为全球化体系中的重要一环；富士康以最低的生产成本提供电子消费品，而村民则为劳动力提供最廉价的住房。

“搬运工”的利润

“富士康永远不做自己的品牌。”尽管已经离职了两三年，马晓璐还记得在初入“新干班”的时候所要求记住的“郭台铭语录”。“一方面，这说明富士康的战略是只做代工，不做品牌；而另一方面，则是富士康对所有客户的承诺，富士康掌握了这些世界级客户的秘密，但是它不会去做自己的产品，不会成为客户的手。”马晓璐说。

1974年，郭台铭与几位朋友合办“鸿海塑料企业有限公司”，以生产电视机按钮起步，承接来自外国的塑料零件订单，注册资本只有7.5万元，用日本进口的新设备，开发完成计算机连接器。那时候郭台铭刚刚服完兵役，只有24岁，比如今在富士康门口求职的年轻人大不了多少。

1988年，鸿海在深圳西乡开办了仅有百十个人的工厂，这家名叫“富士康海洋精密计算机插件厂”的企业，是富士康集团的第一个制造“根据地”，也是今天庞大的富士康科技集团的起点。

如果从富士康的业务领域看，除计算机连接器外，富士康都是后来者。例如，1995年富士康进入计算机机壳业务，1996年进入“准系统”业务，1999年底进入数码产品连锁经营业务，2000年进入手机业务，2001年进入笔记本电脑业务，2005年进入汽车电子零部件业务和数字内容业务，2006年进入数码相机业务。从1996年起每年以超过50%以上的速度高速增长，终成企业巨无霸。

按照郭台铭的说法，富士康成功的秘诀在于“四流人才、三流管理、二流设备、一流客户”。尽管年轻的郭台铭曾经在惠普公司门

口站立两天苦等一名业务员，但富士康从未主动公开它那一串显赫的客户名单。

不过，在该公司向证券监管机构提交的中文报告中曾出现过其部分客户的名字。它不仅为苹果公司、任天堂、惠普和摩托罗拉生产产品，还为诺基亚生产手机零部件，为索尼公司生产 PlayStation 2 游戏机，为戴尔公司生产电脑零部件。这些公司都未隐瞒它们与富士康的合作关系。富士康目前是苹果公司 iPhone 的独家供应商，是该公司 iPod 为数不多的几家供应商之一。

位于龙华的富士康科技园就是这样一家最具效率的制造基地，客户不论要的是机壳、连接器等零组件，还是系统端的监视器，甚至手机整机出货，它都可以用最低的成本集中采购、生产，价格便宜量又足。2008 年，富士康的出口额占到了中国大陆出口总额的 3.9%。

在富士康内部，按照所代工的产品领域分为十几个大事业群，如网络连接产品事业群、无线通讯机构产品事业群、消费电子产品事业群、数位产品事业群等等。事业群内部又按照服务的客户划分为若干 BU (Business Unit)，比如某个 BU 专门为某家手机厂商代工产品。每个 BU 都相当于一个完整的公司。“除了人事、采购、法务等部门由集团负责，BU 的各个职能都是比较齐备的。”马晓璐说。

保密性是合同制造商恪守的原则，没有他们的配合其客户要想使自己的产品和商业计划不为外界所知是办不到的。

富士康戒备森严的厂门与充满传奇性的“环安课”（保卫科）为保密性提供了最直接的注解。“厂门、办公楼门和车间门有三道扫描门禁，任何存储设备和照相设备都不允许带进去，如果发现谁带进去 U 盘，是要被开除的。”曾从事新产品导入工作的刘文辉（化名）说。

2009 年，富士康员工孙丹勇就因为丢失了一个手机样机，受到“环安课”的搜查询问后跳楼自杀。刘文辉也是这一事件的波及者。“一种新产品，从设计图纸到样机定型，至少要在富士康经历一年的试制。如果在此期间样机丢失，那么客户所有前期的研发都有可能推倒重

来,甚至连产品型号都要进行更换,损失极大。”刘文辉说。在富士康,保安部门具有更大的权力,可以对员工携带的物品进行检查。

杰弗(Jeffer)是美国苹果公司的一名工程师。“美国的一家报纸评论苹果的律师,就像一只松了链子的狗,去扑向在网上泄露iPhone4图片的人。”杰弗对我们说,“如果这个比喻成立,那么在我们这个行业,全世界的同行都像狗一样,天天围着苹果转,希望嗅到哪怕一点点蛛丝马迹,若有偶尔的一块肉,那就全扑上去抢。”

在全球化的分工体系中,富士康必须要承担品牌厂商的形象与保密的成本。而另一方面,代工者的利润却处于食物链的末端。尽管它是最大的代工企业,但并不能在供应链上赚到利润。

刘晓菲(化名)的公司是一家手机部件供应商,专门为诺基亚手机提供某一种零件。诺基亚、富士康与刘晓菲之间构成了一个有趣的博弈关系。刘晓菲告诉我们,尽管富士康为诺基亚代工手机,但是并没有采购零部件的权利,必须向诺基亚指定的供应商采购,价格由诺基亚和供应商之间约定,富士康只是一个“搬运工”。

于是,在这样的三方合作中,富士康先销售一种物料给刘晓菲的公司,然后刘晓菲将其加工为诺基亚手机部件,再以诺基亚制定的价格卖给富士康。由于部件价格由品牌商制定,富士康很难从供应链上赚到差价。

“富士康非常强大,也非常强势,它几乎可以生产任何配件,但是品牌手机厂商并不希望它垄断配件市场,所以通过指定供货商与价格的方式维持市场的竞争格局。”刘晓菲说,“否则我们这些厂商没有活路,都会被富士康挤垮的。”

在国际客户向代工厂商发送的“代工询单”中,有关原材料部分,在品牌、质量、数量上均已指定,不仅如此,后续与此相关的物流、维修、培训、用工也都有清晰明确的计算。甚至精明的客户也把用工量算得清清楚楚,生产线上需要多少工人,检修人数都在合同中做了明确的标示。客户只是按照较高的人力成本的价格支付给代工企业,简而言之,代工企业挣的就是人力成本间的差值。