

●《新闻工作者之路》丛书



# 周华林

## 作品选

ZUOPINGXUAN

新疆生产建设兵团出版社



## 周华林 作品选

经济人士认为,新疆兵团是我国最大的棉花生产基地,在国内棉花市场上最有话语权。对并非市场运行,凭借政府巨额补贴,以低价倾销的方式涌入中国、冲击中国市场的美国棉花,不应听之任之,袖手旁观。

ISBN 978-7-80756-119-4



9 787807 561194 >

定价:36.00元

●《新闻工作者之路》丛书

# 周华林作品选

新疆生产建设兵团出版社

## 图书在版编目(CIP)数据

周华林作品选/王运华主编.—五家渠:新疆生产建设兵团出版社,2009.8

ISBN 978-7-80756-119-4

I.周… II.王… III.新闻—作品集—中国—当代  
IV.I253.

中国版本图书馆CIP数据核字(2009)第154192号

## 周华林作品选

---

出版发行	新疆生产建设兵团出版社
地 址	新疆五家渠市迎宾路619号
邮 编	831300
电 话	0994-5825298 5825226 5822310
传 真	0994-5822600
印 刷	新疆新华印刷厂
开 本	787 × 1092 1/16
印 张	24
字 数	310千字
版 次	2009年9月第1版
印 次	2009年9月第1次印刷
书 号	ISBN 978-7-80756-119-4
定 价	36.00元

---

# 总序

王运华

《兵团日报》是兵团党委的机关报，它是党委的喉舌，是先进文化建设的重要阵地，也是外界了解兵团的最主要的窗口。

兵团主要领导在视察兵团日报社时作出了“围绕中心工作，贴近职工群众，加强能力建设，提高宣传水平”的指示，并要求《兵团日报》进一步提高质量，努力成为兵团乃至区内外有影响力的一份报纸。面对新形势、新任务、新要求，报社党委推出了改进创新、实施品牌战略的一系列措施。提高宣传水平，需要大量的精品力作，而要写出精品力作，则需要一批高素质的新闻工作者，关键在人。因此，出版《新闻工作者之路丛书》，便成为我们实施品牌战略的一个重要途径，其主旨就是打造出《兵团日报》在兵团、自治区乃至全国有影响的名编辑、名记者和著名评论员。

当然，实现这个目标，有很长很长的路要走。

我国著名史学家吴晗说：历史工作者是记录昨天的历史，新闻工作者是记录今天的历史。

荣获过“范长江新闻奖”的中央人民广播电台记者刘振英对此颇有同感，这位抢发过具有历史意义的十一届三中全会公报新闻，采访过尼克松首次访华实现中美关系正常化，田中角荣首次访华恢复中日邦交以及撒切尔夫人访华同我国签署关于香港问题的联合声明等举世瞩目的重大事件的著名时政记者这样客观地评价自己：“我是一名记者，这就是我的社会位置。无论历史多么恢宏，而我只是它的一个普普通通的记录者，这是永远不会改变的。”

真实地、生动地记录历史,这应该就是历史对新闻工作者的终极要求。

我国新闻事业的改进和创新已持续了20多年。因为无数有勇气、有胆识、有才华的新闻工作者的探索、突破和创新,新闻报道形式和内容都发生了深刻的变化,更加趋向人性化,更加贴近实际、贴近生活、贴近人民群众。我所熟悉的许多新闻工作者,都坚守着这样一个基本信念,就是说真话、说实话、说人民群众的心里话。

而我以为,即使完全做到这些,还不能满足历史的要求,历史对新闻的要求,一定还包括新闻工作者记录的关于社会状态、生活变迁和人民群众情感的细腻、生动、有血有肉的描述。我欣喜地看到,我们的主流媒体正在朝着这个方向努力。

我很敬佩那些能把新闻写得好看的记者,因为这不是一件容易的事。小说好看,是因为它归属文学,可以想象,可以挪移,可以杜撰,可以将几年、几十年里发生过的事浓缩在一个时间段里,可以把几人、几十人身上发生过的事黏结在一个人身上。新闻则不是这样,任何一点想象、挪移、杜撰都将葬送新闻。甲就是甲,乙就是乙;甲说了什么,乙干了什么,都必须实事求是,这就是客观、真实,这就是新闻的生命。

但新闻完全可以在不违背本质和基本要素的前提下借鉴文学的手法来表现,比如可以叙述,可以描写,可以抒情,可以议论等等,这样写出来的新闻肯定会好看一些,肯定会有长过“一天”的生命力,阅读的过程也肯定会是愉悦的。

好看的新闻大都是新闻的精品。

“精品”这个词汇是当今时代使用频率最高的词汇之一。因为各行各业都在说着这么一句时髦的话,叫作“打造精品”。在一个充满竞争的时代,不管你是生产什么的,拿不出精品,就意味着下课,意味着被淘汰出局。

应该说新闻媒体也是在生产产品,或者生产报纸,或者生产广播、电视节目。产品质量的优劣,直接就会在“传播市场”上反映出来,那就是报纸的销量如何,广播、电视节目的收听收视率如何。因此似乎可以这样说,是市场经济迫使新闻媒体进入了一个推崇精品、追求精品的时代。

新闻精品是经典的、完美的、不同凡响的,它应该是一些重大题材的报道,在它形成的整个过程中,始终伴随着精细的策划和深刻的思考,既有高屋建瓴的气魄,

又有撼天动地的激情。追求精品,打造精品,对党报而言尤为重要。一家党报的知名度如何,在读者心目中的地位如何,跟它有没有层出不穷的新闻精品有很大关系。从这个意义上说,打造精品是办好党报的必不可少的条件。

而名编辑、名记者和著名评论员也需要大量的新闻精品来支撑。

《兵团日报》优秀编辑、记者的作品我基本都认真读过,其中不乏精品。他们的新闻实践和成果告诉我们:仅仅在写作上精雕细刻,还远不能成就新闻精品。新闻精品的本质取决于深入实际挖掘新闻事实的多少,尽管从事新闻工作需要具备这个职业所特有的敏锐和悟性,需要激情和才华,但这些都无法替代深入实际挖掘新闻事实的艰辛劳动。所以,深入实际,深入生活,深入人民群众,才是新闻精品之源。

让我们一起感受他们的努力、艰辛,分享他们的收获、快乐!

2007年10月于乌鲁木齐

# 目 录

总序 .....	王运华
----------	-----

## 第一辑 粮食篇

“粮仓”的希望 .....	3
“粮仓”的翅膀 .....	6
“粮仓”的效益 .....	9
“粮仓”的支柱 .....	11
“粮仓”的脚步 .....	14
抓落实：重在认识 .....	16
促增产：多管齐下 .....	19
保增收：严管农资 .....	22
看优势：还在主产区 .....	25
说稳粮：政策是导向 .....	28

## 第二辑 棉花篇

兵团棉花站在十字路口 .....	33
棉花产业升级正其时 .....	38
棉纺热中的冷思考 .....	42
拉长“短边” .....	45
棉花降价影响有多大 .....	48
棉花,今年该咋种? .....	51
直面挑战 .....	54
棉花竞争莫等闲 .....	57
棉花,兵团“十五”第一题 .....	61
喜中带忧看棉花 .....	64

## 第三辑 述评篇

打破瓶颈 .....	71
鸿基伟业 绿洲基石 .....	75
鸿基伟业 激活多业 .....	78
鸿基伟业 循环兴业 .....	80



工业园区撑起一片天 .....	82
盘活存量 潜力巨大 .....	84
大项目 大突破 .....	87
整合与扩张并举 .....	90
产权:力求多元化 .....	92
产业:结构合理化 .....	95
产品:坚持规模化 .....	98
产地:布局科学化 .....	101
思路决定出路 .....	104
资源确定特色 .....	106
目光锁定市场 .....	108
读数字看发展 .....	110
读数字看调整 .....	112
读数字看挑战 .....	114
冲破束缚 走向市场 .....	116
思路转变带来发展突变 .....	120
给结构调整定好位 .....	123
绿洲,投资者看中你什么? .....	126
要在高层次上下功夫 .....	130
高举龙头增效益 .....	133
舞动龙头正其时 .....	137
"堵"与"疏"变奏曲 .....	140

## 第四辑 启示篇

昌平矿业快速发展的启示 .....	145
调整结构 慎防趋同 .....	148
把“蛋糕”做大些 .....	151
选准投资方向 提高投资效果 .....	154
超越现状 .....	157
市场正给我们上课 .....	160
这里是发展的沃土 .....	162
一花引来百花开 .....	165
小庭院里的大文章 .....	168
流通,怎么流? .....	171
流通,怎么改? .....	174
流通,怎么活? .....	177
负担究竟有多重? .....	179
负担究竟怎么减? .....	182
负担究竟怎么才合理? .....	185
转换角色天地宽 .....	187
进退之中求发展 .....	190
凤凰涅槃 .....	193
思路出题 实干求解 .....	195



资源是银 开发是金 .....	198
-----------------	-----

## 第五辑 纪实篇

突破绿洲天高地阔 .....	203
市场媒人 .....	208
市场·农工 .....	211
市场·连队·连长 .....	214
在错位中求得协调 .....	217
走向市场:服务体系怎么建? .....	220
走向市场:农场的市场怎么建? .....	222
走向市场:亟待建立有序的供求关系 .....	224
创新思路 .....	226
突出主线 .....	229
产业联动 .....	232
河谷三跳 .....	235
舞龙头 倾力延伸产业链 .....	241
塑品牌 走出河谷拓市场 .....	243
建基地 多元发展特为先 .....	245
鼓士气 团结祥和增活力 .....	247
图发展 以人为本夯基础 .....	250
大融合 兵地携手谋发展 .....	253

希望之城 .....	255
神奇之城 .....	259
情倾新城 .....	262
“天北”新模式 .....	265
“天北”新理念 .....	268
打造经济产业链 .....	270
打开总开关 .....	273
培育新产业 .....	276
异国建功业 .....	279
友谊筑丰碑 .....	282

## 第六辑 企业篇

新疆第一酒探秘 .....	287
改革创新造就“英雄本色” .....	293
创新：助“黄鸭”展翅 .....	298
节约：助“黄鸭”羽丰 .....	300
惠农绘彩图 .....	302
节能降耗做文章 .....	305
“嫁接”绽新花 .....	307
“芳婷”跃出低谷之路 .....	310
走出怪圈赢得市场 .....	314

绿洲,开通新的融资渠道 .....	317
绿洲经济的窗口 .....	319
重组潮势不可挡 .....	321
体制突破带来管理突变 .....	323
营造核心竞争力 .....	326
管理者——企业成功的关键 .....	328
企业文化——企业腾飞之翅 .....	330
不须扬鞭自奋蹄 .....	332
西部开发:一次难得良机 .....	334
上市公司给兵团带来了什么? .....	337
青松挺拔入云霄 .....	338
掀起艾丽曼的盖头来 .....	340
“天富”开拓富强之路 .....	342
“鸿基”伟业 .....	344
“鸿基”的示范意义 .....	347
“红提”的市场观 .....	349
“红提”的质量观 .....	353
“红提”的效益观 .....	356
“红提”的发展 .....	360
“红提”的管理 .....	363
“红提”的未来 .....	366
后记 .....	370

第一輯

糧  
食  
篇



## “粮仓”的希望

——从农四师看优势

论及农四师的优势,许多人会说出一连串,有肥沃的土地,有丰富的水源,有充沛的草原,有宜人的气候等。

但是,该师《统计提要》上的一组数据更有说服力:1996年,全师粮食总产32.81万吨,油料总产2.49万吨,甜菜总产27.08万吨,牲畜年末存栏48.36万头,分别占兵团总量的20.4%、33.3%、17.8%和14.1%。

数据说明,粮、油、糖、畜在全兵团占的比重最大,这才是全师最大的优势。

记者与师长任旭东谈起优势,他说得颇有兴味。

他说,全师21个农牧企业拥有耕地150万亩、草原502万亩、林地30万亩、果园5万亩、水面7万亩。这都是资源优势。

他说,有优势必然也有劣势。因条件的制约,作物结构单一;销售农产品运距远,俗话说,“百里不调草,千里不运粮”,恰恰农四师每年有数十万吨粮油销往千里之外,同样的产品,运到乌鲁木齐每公斤就失去3角钱的竞争力。

农四师的优势很明显,劣势也突出。但与农四师的同志交谈时,谈得更多的还是如何利用优势、重塑优势、开发优势和培育优势。

自“八五”以来,全师干部职工在研究优势、利用优势上下的功夫最多。这期间,他们重点抓产业结构调整,提高农产品加工转化能力,通过加工转化,由原来的卖原料变为卖有较高附加值的工业品。该师相继建成了西部毛纺织厂、霍尔果斯