



张祝泉

新闻作品选

ZHANG ZHU QUAN

XIN WEN ZUO PIN XUAN

目 录

通 讯

汴梁第一楼.....	(5)
刀具厂与“赵麻子”.....	(9)
相国寺旁一小巷	(13)
“气”	(16)
访柳园渡	(20)
红喜字	(23)
仪表的魅力	(26)
且看个体户做生意	(29)
八角琉璃殿升高之谜	(32)
买鸭舌帽小记	(35)
铺满色彩的路	(38)
“飞蜗”迅飞的奥秘	(40)
张湾怀古	(45)
未曾忘却的采访	(50)
朱仙镇的困惑	(52)
巍峨长桥跨天堑	(55)
精到憨时憨亦精	(62)
千里迢迢 硕果累累	(70)
热心社会工作的人	(73)
党的利益高于一切	(75)
命运萦于改革	(83)
崇高的境界	(85)
共产党员的光彩形象	(93)

扎实开拓的印迹	(96)
一次留有期待的采访	(100)
欣慰的采访	(104)
发展生产力要有紧迫感	(107)
凌空飞架黄河桥	(109)

新 闻

铁饭碗破个口 经营立见成效	(111)
相国寺小商品市场欣欣向荣	(113)
质量管理出问题 领导主动担责任	(115)
开封“又一新”生意越做越活	(117)
改革集体企业管理干部终身制	(119)
一个农民企业管理家——常建国	(121)
开封第二耐材厂请外地行家当厂长	(123)
怎样使政治工作渗透到经济活动中去?	(125)
不能一管就死 也不能一活就乱	(127)
开封缝纫机开箱售出两万台	(129)
安阳工贸中心成为经济实体	(131)
孟庄乡最好的建筑是学校	(133)
北流村十年没有超指标生育	(135)
工程师带徒弟	(138)
集约经营 靠少量土地也能富	(140)
李万春推出企业效益保证法	(142)
李万春“企业效益保证法”引起反响	(146)
中原炉窑股份有限公司身手不凡	(148)
多头股东当家不如一个厂长作主	(152)
安阳工贸中心成为集团性批发企业	(155)
沁阳城关镇乡镇企业管理趋向科学	(157)
孟庄镇农业改革推出新的生产方式	(161)

老灾区原阳县成为“小江南”.....	(165)
孟庄乡形成多层次多功能经济结构.....	(167)

报 告 文 学

歌者之歌.....	(169)
-----------	-------

工 作 研 究

“吃得饱”和“销得了”的学问.....	(182)
要以销定产 不要以产定销	(186)
河面着火的教训.....	(188)
工厂干私活意味着什么.....	(190)
农村经济发展的新趋向.....	(192)
解决农村新问题的的重要途径.....	(198)
“三靠”是怎么靠上去的.....	(205)
保证经济效益的钥匙.....	(211)
效益是怎样产生的——运行保证体系.....	(215)
欲保大头先帮小头——解决棘手问题.....	(219)
意义不止是效益——特色与突破.....	(221)

采 访 札 记

从发愁到“发愁”说明了什么.....	(225)
“吃一拿二眼观三”.....	(227)
小商品不小 名牌货要名	(229)
还是独立核算自负盈亏好.....	(231)
关心“没娘孩”不要“砍鸡爪”	(233)
名城与美.....	(235)
何故羊奶变质狗肉不香.....	(238)
新生饭店何时才能新生.....	(240)
农民在想什么.....	(242)

贵在一个巧字.....	(244)
意味深长的变化.....	(246)
一“包”就灵.....	(248)
筷子的故事.....	(250)
谜一般的特产珍品.....	(252)

采写体会

写出点人之常情.....	(255)
善于发现 勇于肯定	(260)
浅谈头题新闻.....	(265)
我为什么如此报道孟庄.....	(271)

序

月移星驰，又到了朔风吹雪的严冬，祝泉离开我们一年了！

这是我们一年中心情最沉痛的时刻，不仅因为他音容笑貌宛在，而人已作古，还由于他的嘱托犹在耳际，我们迟至今日才有机会了却他的心愿。

他的心愿原也不是什么奢望，就是将他生前的部分新闻作品结集出版一本书。这也不是他临终忽发奇想，而是他生命最后一两年间默默做着的一件事。他做这件事也确实是该做的，因为他的作品有出书的价值。收在这本集子中的新闻作品，多为经济报道。这本书问世，对读者，特别是对从事和关心经济工作的人，对从事和喜爱新闻工作的人，都会开卷有益的。

祝泉是河南省原阳县人。黄河北岸那块茫茫盐碱、漠漠黄沙的土地，给了他吃苦耐劳的性格和不懈奋斗的精神，而那滚滚滔滔的洪波，岸芷汀兰间的河风，又赋予他一种独特的灵秀之气。他生前，我们与他共事，感受到过这一点；他身后，我们整理他的旧作，感受就愈发深切了。

作者生前考虑将书名定为《气》。本来，我们觉得应当尊重他的意愿。“气”，乃这本集子 80 多篇作品中的一篇。这是生动传神、结构巧妙的一篇，用以概括全书，推而概括作品和作者的风格，应当说都是贴切的。中国古代的哲学家认为气是构成世界万物的本原，因而提出“天地合气，万物自生”之说。中国人又认为气是人生的本原，先哲留有，“吾善养我浩然之气”的古训，百姓则有“佛争一炉香，人争一口气”的谚语。见之于文理，气势、气质、气韵等，又成了评判文章优劣的标准。祝泉同志的新闻作品，称得上是有气之作。他笔下的事物，气势迭宕；他笔下的人物，生气充盈；他的行文，清峻慷慨，词义贞刚，重乎气质。后来考虑到，孤零零一个“气”字作书名，可能会使读者费解，干脆就定名为《张祝泉新闻作品选》。

祝泉在经济新闻的写作上,是有突破性建树的。

党的十一届三中全会的春风一吹,中国的经济事业如千帆竞发,万木争荣。打开了万花筒,自然眼花缭乱;启动了蓄洪闸,势必惊涛奔涌。初始涉足经济变革的大潮,一些新闻记者瞠目结舌了,不知如何使用手中之笔。囿于旧模式,报上的有些经济新闻作品仍使读者如阅帐目,如看报表,味同嚼蜡。祝泉则不然,他凭着素养和敏感,率先跳进经济改革之河,学会游泳,击水扬波。他努力吃透两头,仔细观察,深入开掘,精心写作,把极易写得枯燥乏味的经济报道写得活蹦乱跳,写得耐人寻味,写得耳目一新。他的功力,在善于掘出长河中一朵激扬飞溅的浪花,引导读者饶有兴趣地加以审视,从而透析出这条大河的水纹、水质、水性来,令读者油然而生一种窥斑见豹的满足感。

一个新闻工作者的灵气,固然有与生俱来的天赋因素,但那充其量只占他才气的十分之一,更多的则来自勤奋,来自学习,来自观察,来自思考。古都开封,鼓楼街上,祝泉任河南日报驻汴记者5年,离妻别子,全身心地投入事业。他窗前的灯光,与墙外鼓楼夜市的灯火交相辉映,荧荧皇皇,直达三更。包子馆、刀剪店、大商号、小铺面,他留连忘返,为的是悟出个中三昧,因而笔下才有《汴梁第一楼》、《刀具厂与“赵麻子”》、《新生饭店何日新生》等名篇;相国寺旁的小商品街,他一连几天挤在摩肩接踵的人群中逛,与摊主、顾客热情攀谈,因而产生了《相国寺旁一小巷》、《且看个体户做生意》等佳作。古开封是一个文化积淀十分丰厚的城市,他风尘仆仆,四处探访,用心揣摩,因而有了《八角琉璃殿升高之谜》、《张湾怀古》、《朱仙镇的困惑》等脍炙人口的文章。凭强烈的事业心和责任感去写作,是祝泉写新闻的第一个特点;而登高怀远,高屋建瓴,是祝泉写新闻的第二个特点。他的许多消息、工作研究、采访札记,理胜其词,能给人许多启迪。无论在基层当普通记者,还是回编辑部担任记者处的领导工作,他都努力做到全局在胸,大处着眼,细处着笔,以小见大。读他的《铁饭碗破个口,经营立见成效》、《开封二耐火材料厂请外地行家当厂长》、《安阳工贸中心政企分开》、《李万春推出企业效益保证法》,就有这种感受,读那些亦庄

亦谐、饶有情趣的小篇什，如《买鸭舌帽小记》、《筷子的故事》等，你会心地笑过之后，也会觉得思绪被引上了一个新的台阶。下气力探索新闻散文化之路，讲求新闻的美，是祝泉新闻作品的第三个特点。读他的许多作品，如嚼干果，细嚼慢咽中能咂出许多滋味；也如品啜香茗，茶至二遍尤感清冽香醇。从谋篇结构到遣词造句，他时时恰当地动用文学表现手法，构思精巧，行文生动，谈古论今，娓娓道来，虚实相辅，动静得宜。你读《红喜字》、《访柳园渡》、《凌空飞架黄河桥》、《名城与美》，都如同在读一篇妙笔生花的散文，能得到一种美的享受。祝泉新闻作品的第四个特点，是能从文中看出作者那颗呼呼跳动的赤诚之心。他的心总是向着千万普通读者，落笔的方向总在社会关注的经济问题，特别是那些难点、热点问题。作为中国共产党的一名普通党员，他的报道总是遵循党的指导思想，按党性原则行事。他从不为功名利禄所动，他的笔是一支正直之笔、廉洁之笔，笔杆从不熏染铜臭。对于一个党的新闻工作者来说，这是最可宝贵的呵！张祝泉同志是高级记者，又是全国优秀新闻工作者，他以全部热情投身新闻事业，写下了人生的许多动人的篇章。

祝泉同志生于1931年12月25日，殁于1990年11月18日，终年59岁。对于文字工作这一行当来说，仍算是英年早逝。每一个熟悉他的人，无不抱憾。我们作为他的老友，过去多得他的激励与指导。他出版一本书的遗命，今日终于完成。仅以此奉献读者诸君，亦望告慰于他的在天之灵。

阎思慧 李怀发 周广义

1991、12、4

通 讯

汴 梁 第 一 楼

大凡对开封熟悉的人，第一楼的名字都不陌生。它原先坐落在一个偏僻小巷里，是一对老年夫妇苦心经营的小吃店，以独具特色的小笼包子和吊卤面而蜚声全城。解放初期，党和政府重视继承一切好的传统遗产，扶持和发展名产风味小吃，将第一楼迁至闹市，店容更新扩大，名师高徒，精肴佳味，于是更加遐迩闻名了。可是，这些年的风风雨雨，第一楼已渐无所闻，如今又是什么样呢？

一

月余以前，记者来到开封。一次偕老友出门，穿过热闹繁华的鼓楼广场，向西走不过百步，偶然瞥见一方店匾，黑底金字，“第一楼”赫然入目。恰时近中午，怀着重新品尝的浓厚兴趣，我们步入店内。餐厅不大，但见粉墙悬画，几净窗明，十数张餐桌坐满顾客，熙熙攘攘，煞是兴旺。等了片刻才找到座位，正想按照这些年形成的饭店惯例自己去买牌取饭，一位服务员已过来就桌开票，并嘱说有人送来，不劳自端。舒适亲切，顿有所感。

我的老友是个“老开封”，趁等饭空隙向我闲聊起包子来。他说，包子自古有之，开封尤多，古文献资料曾记载：北宋年间，汴梁繁荣的市场上就有名目繁多的梅花包子，诸色包子等等。第一楼的包子与历史上的包子有何渊源自然无可考证，但足以说明，这个群众喜爱的品种也是历代相传，繁衍至今，相当悠久了。拿第一楼来说，创建它的老人黄继善自幼卖包子，后又汲取他人之长，精心制作，赢得了声誉，屈

指溯源，至今也有七十多年历史了。但是，前几年极左泛滥，第一楼也横遭厄运：那时风味小吃被认为是给少数人服务，小笼包子被砍掉，改卖素包子、炸油条等大众饭食；“第一楼”招牌被摘下烧掉，改名为颇为时兴的“向阳”；名师巧匠被撵出；服务员成了“指挥员”，指手划脚让顾客自我服务。后来，虽又恢复了小笼包子，但已是“名牌不名，风味无味”了。老开封一见摇头，外地人慕名而来，扫兴而去。最近，第一楼重打旗号另开张，究竟怎样，尚须亲口一尝。

说话间，一位老服务员已将饭食端上，只见吊卤面色泽鲜艳，面细卤粘，特别是蛋黄、豆绿、黑木耳、白蘑菇，数色相衬，颇有美感，可谓色香味独树一格，不同凡响；热气蒸腾的笼屉里，包子象朵朵菊花竞放，玲珑剔透，仅只一看，不禁引人食欲，吃了一个，确是灌汤流油，软香利口，鲜美异常。我们不由相互交换着赞赏眼色，同声夸好。

二

时隔多日，因偶有机会接触饮食业情况，我又到第一楼采访。接待我们的是店里的负责人曹振杰等几位师傅。他们曾从师黄继善学徒，黄死后，他们是第一楼的老资格了。听他们讲，今年以来，市委领导决心尽快恢复五十多种开封风味小吃，对驰名各地的第一楼特别重视，采取有力措施，决定把被调出第一楼的曹振杰重新调回负责，并正式任命为小笼包子厨师称号；指示粮食、食品等部门，专门给第一楼破格供应精粉、小磨油、猪后腿精肉等原料，切实保证质量，恢复名牌。

第一楼的许多老顾客闻讯都很高兴，有个熟人还找到曹振杰家里，叙说不久前在这个店买十五个包子有十四个掉底漏馅的情况，鼓励他们一定要真正恢复第一楼的质量和名声。曹师傅把行李搬到店里，白天亲自指导操作，严格把关，讲授第一楼传统经营特点；晚上和大家一起清理被糟踏得不成样子的店容店貌。虽然他家近在咫尺，却三个月没有回过一次。老伴来问，他总是说：“第一楼搞不好不回家。”在各方面支持和全店职工的努力下，第一楼终于又以崭新姿态重新

博得赞誉，今年被评为全市的先进集体。

曹师傅感慨地说：虽然每天营业十二个小时，从早到晚始终顾客盈门，每天卖八百甚至近千笼包子，营业额达二万元左右，超过历史最好水平，但仍然不能满足群众需要。最近领导上已决定把已退休的原第一楼厨师请回来，再开设两处分店，让更多群众都能吃上第一楼的包子。

三

为了一窥全豹，曹师傅领我们到灶房参观。只见许多人正在各司其职，紧张工作。盘馅的人将肉去骨剔筋，搅成肉泥，按照配料规定和程序进行调制。我见墙上贴有料单，其中有酱油、料酒、味精、白糖、姜末等，每十斤肉还须加二斤小磨香油。和面方法也很特殊，和好后还要重新摔打。曹师傅笑着说：不少来学习技术的人以为这些活一看就会，配方一抄就行，岂不知第一楼的绝招并非轻而易举可以学走的，调馅要根据情况调制，要甜咸均匀，吃水而不泻，才能不烂包子，鲜美可口；和面要三软三硬，然后又拉又摔，直到面性柔韧，光滑如绸，才会拿不破，蒸不烂。这些既须有眼力又须有苦功。他遗憾地说，连第一楼也没有恢复到这种最好技术水平，仍在继续努力。

在一个大面案周围有七、八个年青人在捏包子。擀皮的姑娘动作利落，擀的皮边薄底厚，均匀整齐，象彩蝶一般纷纷从手中飞出。捏包子的人中有两个青年妇女手法特别熟练，一个叫张桂玲，一个叫庞凤莲，包子在她们手中象玩魔术一般，五、六秒种就迅速变出一个，每个包子叠折都不少于二十折左右，大小匀称，造型美观，确实是“提起象灯笼，放下象菊花”，乍一看就象是玉雕石刻的工艺品。我问数量情况，曹师傅找来一杆秤让我检验，他说按一两粮票买五个包子，包好保证在三两至三两一钱重量。我将信将疑地称了两次，两次都恰恰是三两零半钱，不得不衷心佩服他们技艺的精湛娴熟。她们谦逊地说：“过去不讲质量，也没学到技术，最近和两位老师签订了为期半年的师徒合同，决心向名厨巧师认真学艺，更好地为人民服务。”

我们转到餐厅，又是一番生意兴隆景象。老服务员告诉记者，不管远近来的顾客，最近都普遍反映“第一楼果然名不虚传”。连一些外宾有时也闻名自己跑来，吃后十分满意，一位满脸络腮胡子的北美客人说：“我走了这么多地方，还没有吃过你们这么好的包子。”

对于这些赞誉，我想，第一楼现在是当之无愧的了。

1979年9月28日《河南日报》

刀具厂与“赵麻子”

编者按 《刀具厂与“赵麻子”》这篇通讯值得一读，它用生动的故事说明了两个问题：一是有点竞争好；一是厂店挂钩好。

先前，张、赵麻子刀剪为何质量好、名气高？

原因很简单：店铺并立，对台唱戏，互相竞争。倘若“独此一家，别无分店”那就很容易失去不断提高产品质量的压力和动力，名牌、特色既难创出，又难保住。

近来，张、赵麻子刀剪为何又复苏了？

关键在于厂店挂钩、工商协作。如今，我们提倡前店后作、厂店挂钩、产销见面，正是要借鉴过去有益的经验，以互通情况，互相促进。

这是一个耐人寻味的开封菜刀的故事……

人叫人千声不语

家家户户，谁不想有一把好使的刀。假若家中的菜刀又笨又钝，肉剁不烂，筋切不断，碰着骨头就打豁，没磨几下就卷刃，恐怕美餐未成就先搞得人心急火燎了。去年这时候，开封刀具厂生产的菜刀正是如此，人们提起它就摇头说：“开封刀真不办事！”

归口包销的日杂公司积压数万把开封菜刀卖不出去，说啥不再收购这个厂的刀了；刀具厂本身也积压三万多把，派人四出推销，一把也销不了。走投无路，全厂只好停产放假。工资发不下来，工人们只得推上摇车到街上串游卖自己秃刀。

说来也巧，有个工人的卖刀摊就摆在鼓楼广场专卖刀剪的曙光商店，也就是老“赵麻子刀剪店”的门口。店里怕影响生意，不问好坏把他们的刀购进两千把。开封人不买开封刀，这两千把刀也成了压柜货，搁起来几乎无人问津。

刀具厂的日子走入了山穷水尽的困境。

开封刀并非无名之辈

上点年岁的人知道，开封刀剪有过兴盛时期。不说曾经驰名远近的“双王刀”，单说这个曙光刀剪店，便足以写一篇研究工商史的专著，记者在此只能简单交代几句——

大约百十年前，有个满脸麻了的山东手艺人逃荒到开封，就在现在刀剪店的地方，一盘烘炉一个棚，两口子叮叮当当专打刀剪。后来父子师徒前店后作，经营“张麻子刀剪店”生产的“葫芦”牌剪子和张麻子菜刀，钢轻口薄，锋利耐用，在牛皮上“哧哧”割上几刀，再切老干姜，姜片上不许扯丝带毛，有“前砍后剁中间片，背砸骨头把捣蒜”的美称，远销本省和新疆、山东等地。后来，有个没长麻子经营刀剪生意的人，觉得“麻子”名气响，又开设一家“赵麻子刀剪店”。为了争张麻子这块“风水宝地”，两家明争暗斗打官司，逼使张麻子让出一席之地紧挨为邻，张、赵麻子两座店扛着膀子唱对台戏直至解放之后。

一九五六年公私合营，张麻子的小儿子张元华是刀剪店的经理。五八年大轰大嗡，刀剪质量下降、顾客在柜台前试剪，剪子夹住布下不来，张元华说：“剪子上吊，咋保名牌”。这就成了反对社会主义改造的罪状之一，张元华被错划成右派受难二十一年。从此张、赵麻子两店合二为一，“张麻子”无声无息了。“史无前例”运动中，“赵麻子”的店名因“四旧”味浓，又被改为“曙光”。这么几折腾，传统的经营特色消失了，名牌货搞掉了，这才弄得开封刀剪名落孙山。

门户对又结良缘

开封人为啥不买开封刀？困难逼着刀具厂开始查原因寻找出路。去年六月的一天，业务员小曹主动登上了“赵麻子”刀剪店的大门。

刀剪组柜台里站着一个鬓发斑白的老店员，正面对货架上的刀剪犯愁。他就是刚刚改正、重回旧店的原工商业者张元华。虽然二十多年未操旧业了，凭着家传的知识和从小经营刀剪的经验，他拿把刀一看就知道管用不管用，拿把剪子一张一合就晓得能使不能使。他站

了几天柜台，总觉着把那么次的刀剪卖给顾客，不是滋味。当和同志们谈起，都说：“这是工业的事，咱商业没办法。”

刀具厂的同志登门访问，张元华满心欢喜，热诚地提了意见，他说：“只要出好刀，别愁没销路。”小曹回厂一说。不少人知道张元华是卖刀剪的行家里手，又几次专程请他来厂指导。

有天早上，张元华利用业余时间来到刀具厂，厂长、书记、还有跟张麻子学过徒的老工人张师傅，早在等候。一方虚心求教，一方真心帮助，一上来，还谈得很投机。接着厂长抱出一大堆刀，请张元华鉴定，张元华扫了一眼，然后抽出一把刀，说：“都象这把刀，有多少都可以卖出去。”大家你看我，我看你，互相含笑示意。张元华心想：哦，这是有意考我呀，二十年不干这一行，莫非看差了？老工人张师傅说：“兄弟，这把刀是俺们参加质量测试下功夫打的样品，你眼力不减当年呀！”在场的人个个都从心眼里折服了。张元华又到车间看了一圈，提出一些工序上影响质量的关键问题，让工厂注意改进。

过了几天，刀具厂按照张元华的意见改进后，书记亲自把新打的刀送到刀剪店征求意见，同时决定，为了恢复工厂和商店的声誉，把刀剪店积压的两千把次刀全部收回，调换成质量好的新刀出售。从此，刀具厂和刀剪店厂店挂钩、工商协作，来来往往，结下了不解之缘。

货叫人 不叫自来

转眼又到了今年这个时候，刀具厂经过努力，局面早由去年的山穷水尽变成了柳暗花明。

去年冬季全省十几家菜刀质量评比，开封刀已跃居第二。在展销会上卖刀，当面试砍铅丝、剁元丁、刻铁皮。去年前半年一把也难卖，今年头四个月就卖出去三万把。外地订货信仍纷至沓来，厂里不得不考虑增加设备扩大生产。

赵麻子店里刀剪组也是今非昔比，名声好转了。营业员卖给顾客开封刀也胆壮气匀，敢保来回了。他们还根据自己掌握的市场情况，

帮助刀具厂出主意,改进和增加了刀的型号和品种,现在已由原来只产一种刀发展到十数种;某些单位和个人需要特殊的异形刀,几个老店员就划出图样和尺寸,交刀具厂立即加工,很快就拿到柜台上。最近新疆、山东也来人来信指名购买张麻子刀剪。商店还恢复其它名牌产品的进货渠道,跑到农村找到过去专打“葫芦”牌剪刀的张麻子的老徒弟,组织恢复了这个名牌。今年以来,这个刀剪组的经营额比去年同期增长了一倍多,生意越做越兴隆,成了商业系统的先进小组。

抚今追昔,刀具厂和赵麻子刀剪店都忘不了对方的好处。刀具厂把刀剪店看成设在市场上试销产品、了解需要、听取意见的耳目;商店把刀具厂看作保证商品质量、满足顾客要求的后盾。双方都满意地尝到产销见面、厂店协作的甜头。

当然,话不能过头,刀具厂的菜刀与过去的名牌刀比较。恐怕还差那么一截子。但是名牌不是高不可攀,刀具厂正设立专炉,并请回几位过去专给张麻子打菜刀的老师傅,准备下功夫恢复“张麻子菜刀”这个名牌。另一方面,刀剪店究竟是仍叫“赵麻子”好,还是改为“张麻子”好,众说纷纭,尚未统一。也有人说,张、赵麻子两店竞争数十年,都是有历史的名店,不妨仍设二店,各展所长,继续竞争。

是的,人民需要有魅力的名牌产品,需要有影响的名店名厂。通过相互竞争和促进,物美价廉的名牌产品,必将如雨后春笋,纷逞竞艳!

1980、6、24《河南日报》