

徐惟诚 范敬宜 张瑞敏 魏杰 倾情推荐

历史好像是一条长河，人类好像在河中航行的船，坐在船上的人，有的人是坐船的，有的人是划桨的，艾丰是属于划桨人的范围

——经济学家 魏杰



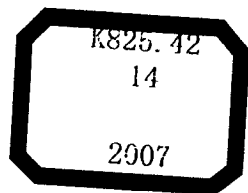
一个记者 能走多远？

艾丰评传

成思行 著



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS



一个记者 能走多远？

艾丰评传

成思行 著



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

图书在版编目 (CIP) 数据

一个记者能走多远? ——艾丰评传/成思行著. —北京:北京大学出版社, 2007. 4

ISBN 978-7-301-11688-3

I. 一…… II. 成… III. 艾丰—评传 IV. K825.42

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 034230 号

书 名: 一个记者能走多远? ——艾丰评传

著作责任者: 成思行 著

责任编辑: 玉晶莹

标准书号: ISBN 978-7-301-11688-3/F · 1572

出版发行: 北京大学出版社

地 址: 北京市海淀区中关村成府路 205 号 100871

网 址: <http://www.pup.cn>

电 话: 邮购部 62752015 发行部 62750672

编辑部 82893506 出版部 62754962

电子邮箱: tbcbooks@vip.163.com

印刷者: 北京富生印刷厂

经销者: 新华书店

787 毫米×1092 毫米 16 开本 17.5 印张 300 千字

2007 年 4 月第 1 版第 1 次印刷

定 价: 32.00 元

未经许可, 不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有, 侵权必究

举报电话: 010-62752024; 电子邮箱: fd@pup.pku.edu.cn

推荐序一 创造性的记者生涯

徐惟诚

记者和创造性这两个概念好像历来不容易联系在一起。记者是新闻工作者，新闻是新近发生的事实的报道，记者的任务只是记录、反映，事实才是第一性的。记者即使有生花妙笔，也只能是记录和反映别人的创造。

可是，读了艾丰的评传，你不能不承认，记者的生涯中也可以有创造，也可以充满着创造，甚至于记者的生涯也可以成为创造性的生涯。

这当然不是偶然的。艾丰赶上了一个好时代，这是伟大的中华民族重新振兴的时代，是新事物层出不穷、突飞猛进的时代，是不断发生着深刻变革的时代，是充满着汗水碰撞的时代。在这样的时代，有多少新事物需要发现，需要推广，需要鼓吹，需要跟踪，需要扶持。在这样的时代，人们的思维、情感、思想方式，人们的相互关系，人们的生存方式，社会各个层次大大小小的机制，无不发生着或者巨大或者细微而深刻的变化。现实和需要，加上相对宽松的环境，呼唤着新闻工作者的创新，也为新闻工作者的创新提供了良好的舞台。

但是，要成功，还需要新闻工作者自身的努力。

艾丰是努力的。

他勤奋，勤于面向实际。他始终在到处跑，特别是跑基层，一处跑了又跑另一处，找这个人谈了又找那个人谈。他就不是一个只会发表现成新闻稿的记者。实际，实际中的人，这才是创造的源泉。眼睛盯着这个源泉，创造的活力就取之不尽了。

他勤奋，勤于思考。他比较善于把不同的事物联系起来思考，比较善于把事物在不同阶段的表现联系起来思考，比较善于把生产者、经营者、销售者、消费者和管理者的情况、感受和愿望联系起来思考。正是在这种联系之中，事物就活起来了，矛盾、症结就突显出来了，新的视角、新的主题、新的概念和观念就冒出来了。他

写的新闻，或者说他组织的报道，就新了，就有了厚重的历史感。人们常说，新闻是活的历史。事实上，只有不断创新的新闻，与历史同行的新闻，才真正是活的历史。

艾丰给人的印象之一是比较胆大。要说新话、做新事，没有一点胆量是不行的。胆来源于识。对实际有真切的了解，对自己的认识有相当的把握，才会有相当的胆量。胆更来源于责任感。想到人民的需要、企业的需要、国家民族发展的需要，而某些问题又是当前条件下经过努力可以解决的，犹豫和顾虑就比较少了，决心就比较好下了。

以新闻工作者的身份来组织社会活动，是艾丰创新生涯中的一项重要内容。这当然不是艾丰同志的发明。但是，自觉地做，把组织社会活动放到新闻工作部门的重要位置上来做，倾注心力来做，做得如此有声有色，在社会上产生持久而巨大的影响，艾丰创新之功不可没。这是新闻工作的一个新局面，其中值得探讨研究的实践和理论问题甚多。希望有识者能继续有所推进。

我和艾丰同志相识多年，但过去却甚少长谈的机会。读了他的评传，收获良多，写下这一点感想，也算是一次交流，就正于艾丰同志和本书的读者。

2007年3月

推荐序二 想总理想的事情

范敬宜

“想总理想的事情”，这是艾丰传记原拟使用的书名。一瞧这书名，准有人会吓一跳：谁这么狂妄？

不用调查研究，准是艾丰！只有艾丰才有这样的胆气，敢于把自己的“名言”堂而皇之、惊世骇俗地同意用做自己传记的书名。

“想总理想的事情”，敢于这样“夫子自道”，而且能够真正这样去实践的，可能只有艾丰。这正是艾丰的可贵之处、可爱之处。

我和艾丰从相识到共事到相知，已有二十多年，可以说是深知其人。他的最大特点是从不隐瞒自己的观点，也从不掩饰自己的“狂妄”。不过需要修正的是：他狂而不妄。

所谓“想总理想的事情”，我的理解无非是：作为一个有出息、有作为的新闻工作者，第一，应当站得高，看得远，胸怀大局，情系苍生，心中时刻装着 960 万平方公里和 13 亿人口这两个大数字，并把它作为考虑一切问题的立足点和出发点。第二，应当把自己的主要精力用在观察和研究国情、社情、民情，研究党和国家的方针、政策、措施在人民群众中具体化的过程。第三，善于利用自己的职业特点，经常去发现、体察和研究改革和发展过程中出现的新情况、新问题，向决策部门提供带有全局性、前瞻性、预见性的信息和建议。这些，都是记者的天职，实在算不上是“狂妄”。

从本书的叙述中可以看到，艾丰确是按照这样的抱负和思路去当记者的。在工作中，他经常强调的是：大思路、大眼光、大手笔，经常写出的也是可以引起高层重视、中层关注、基层爱读，甚至能够起到影响决策作用的“大文章”。这些“大”，不是吹出来的，而是他始终把精力用在潜心研究理论、研究大局、研究实际的成果，也是他“厚积薄发”的结果。

这里有一个我亲历的故事。1995年8月23日，下午两点多钟，我突然接到中宣部领导同志的电话，传达江泽民总书记指示，要《人民日报》写一篇关于企业改革方向的评论员文章，必须次日见报。那天正是星期日，这样十万火急的重要任务谁来完成？我想到了艾丰。于是立刻驱车赶到报社，找到艾丰已经三点多钟，我蛮不讲理地“指令”他五点以前必须交稿。艾丰从容地接受了任务，我就坐在办公室里等着，心里暗想这真有点“温酒斩华雄”的味道。果然，五点刚过，艾丰就把洋洋两千多字的《把握企业改革的正确方向》交卷了。前后不到两小时，真可谓“倚马可待”。

事有凑巧，这篇评论员文章在次日《人民日报》头版头条发表后，当天晚上江泽民总书记设宴招待新加坡客人吴作栋，席间客人问到中国企业改革问题，江泽民同志说：你可以看一下今天《人民日报》的一篇评论，它比较全面地回答了你想了解的问题。此事一时传为美谈。事后，我在《总编辑手记》里写了一篇题为《新闻工作要有点“压”“逼”“榨”》的评报意见，其中说到：“快，要靠平时的积累，靠自身素养。这篇评论虽是急就章，但仍然有思想，有内容，不是应景之作。这很不容易，作者厚积薄发。如果头脑空空，没有积累，恐怕只能说些空话。石头里是榨不出油来的。”

这样的事例，在艾丰决非个案。如果他不是经常想着“总理想的事情”，纵然有生花妙笔，也决不可能在两小时内写出如此带有全局性、战略性的大文章。大文章来自大抱负、大眼光、大思路。

这也使我经常想到一个问题：时下新闻界流行一种说法——“现在的记者太浮躁”。什么叫“浮躁”？就是缺少大抱负、大眼光，热中于一些小事、小利、小是、小非。读读艾丰的新闻生涯和成长道路，也许会有些感悟。因此，当最终没有选择“想总理想的事情”作为书名，我是略感遗憾的。

我一直记得新闻界前辈吴冷西同志生前对我说过的一番话。他说，毛主席对报人最佩服的是张季鸾。他老人家认为张季鸾的特点一是会写文章，是大手笔；二是会“串门”，不论多大的官、多高的门槛，他都能出入无阻，广交朋友，所以他心里装的事情特别多。冷西同志说：“我希望能向他学习，当个大记者。”

当时我笑道：“我老了，没有这个雄心壮志了，艾丰还差不多。”

趁着艾丰传记出版的机会，我现在把冷西同志的话转述给他。这事以前没有向他说过——怕的是又被人认为助长他的“狂”劲儿。现在艾丰也快步入“老之将至”的行列了，说说无所谓了……

推荐序三 “名”人艾丰

张瑞敏

艾丰是名人。

我认识艾丰，就是从“名”开始的，不过，这个“名”是指“名牌”。

我是1984年12月来到海尔的前身青岛电冰箱总厂的，当时工厂的状况是亏空147万元，濒临倒闭。为了改变工厂状况，引进了德国利勃海尔电冰箱生产制造技术。

“德国造”在世界上的美誉，尤其是德国人的质量意识，给了我深深的印象与刺激，因此，刚开始做冰箱时，我认为最重要的事是抓质量。但是，那时比抓质量更难的是人们对质量的认识。在上个世纪的80年代，中国刚刚改革开放，整个社会的经济发展环境、供求关系决定了人们不会去关注质量，更别说创名牌了。

因此，1985年当我对青岛电冰箱总厂的发展提出走“名牌战略”时，我们的干部没有多少人对此有理解，甚至有人觉得“名牌”是一个遥远的概念。这也不能责怪他们，因为当时青岛电冰箱厂门口每天都有人在以1500元左右的价格收购一张“琴岛—利勃海尔电冰箱票”。在这种状况下，你要干部、工人认真地抓质量、创名牌，他们认为你的话不着边际！“砸掉76台不合格冰箱事件”就是在那时发生的，当时似乎只有用这种在现在看来有点过激的方式来唤醒大家的质量意识。

因此，在这种思绪下，当我接触到艾丰关于名牌的言论时，就像遇到了名师与知己！其中一件事直到现在我还记得十分清楚：

大概是在1994年，有人送我一本艾丰作序的书，序的标题是《宏伟的名牌事业》，现在看来，这篇文章像一本普及名牌的教科书一样，从“什么是名牌”、“名牌的意义何在”等最基本的内容开始讲起，艾丰在这篇文章里纵横捭阖地论述了中国的名牌事业以及名牌对于企业在市场竞争中的重要作用，这篇文章一下子打动了

了我。

名牌是一个国家经济水平的一种最有说服力的象征。因此，它不仅可以带动一个企业的发展，也同样能够带动整个国家经济的发展。名牌是国宝，是一个国家和一个民族素质的体现，它既是物质的，又是文化的体现，因此它往往成为一个国家和民族的骄傲。

名牌是一种奇妙的财富。

它是无形的，又是有形的。

它是有限的，又是无限的。

它是简单的，又是纷繁的。

它是自己的，又是社会的。

它是容易被破坏的，又是极容易被破坏的。

中华民族要想自立于今日世界民族之林，就必须有自己的名牌：名牌产品，名牌企业，名牌队伍，名牌群体！

创名牌很难，创大品牌更难，需要几年、十几年，甚至几十年的时间。也正是因为难，所以我们必须现在就起步，不然就更迟了。

这正是我思考了很久却没有找到准确语言表达的关于“名牌”的感受！在那时，能看到如此精辟、生动、鲜明的对“名牌”内涵的阐释，对于我来说，真如“及时雨”！我当即把这篇文章复印发放给每个中层干部学习，并且专门组织干部结合我们自己的发展反复讨论，树立名牌意识，坚定走创名牌道路的信心。

从那以后，我就特别留心艾丰关于名牌的论述。

随着中国经济的开放与发展，创品牌才能振兴我们的民族已成为共识，尤其是不仅要创国内名牌，更要创出国际名牌才能在瞬息万变的国际市场上有立足之地，也正在逐步成为中国企业的行动。这些年来，海尔以“走出去、走进去、走上去”的思路，在美国、欧洲、东南亚、日本等国际家电市场上已经初步形成了海尔全球品牌布局。尽管我们的国际竞争力还要进一步提高，甚至在创国际名牌的道路上还有很多难题需要解决，但是创业22年来，海尔一直坚定不移地向着创名牌的目标奔跑，已经大大缩短了与世界名牌之间的距离，正在创造一个让中国人自豪的国际品牌！我个人感到，这其中，艾丰对包括海尔在内的一批中国企业创名牌之路以及中国名牌事业的建设竭尽了全力，他的鼓与呼起到了重要的影响与积极的推进作用，

企业与社会受益良多！

有媒体报道说我尊称艾丰为“老师”，这是实实在在的。每次去北京出差，如果有机会，我都要拜访艾丰，我开玩笑地对艾丰说：“艾老师，每次我请您吃一顿饭，您都要给我讲一个新观点！”艾丰听了大笑！每次聚餐，听他的新观点是最大的收获与享受。因为虽说我做企业多年，但毕竟不是研究理论的，非常需要向艾丰等一批名家讨教。正如韩愈《师说》中所言“术业有专攻”，名家的理论与对问题的精辟概括和分析，对解决自己在实践中遇到的难题，往往有“醍醐灌顶”的作用，受益无穷。

我喜欢艾丰的文章，主要是因为观点新、文采好，他往往能用很生动、很形象的文字让人一下子理解深奥的理论。比如他在《悟道海尔》一文中，对名牌与企业成长关系是这样论述的：

企业不是等大了以后再搞名牌战略，而是应该利用名牌战略做大。海尔就树立了最现实的榜样。它清楚地告诉我们，名牌战略是企业从小成长到大的重要桥梁，而不是等到大了之后才能收获的成果。

直到现在，我仍用艾丰的这些理论对我们新进入领域的战略进行指导。

我还经常将艾丰的文章转给我们集团内部报刊《海尔人》的编辑们传阅，希望他们学习艾丰文章的风格，使文章更具感染力。

说实在的，艾丰老师让我给他的传记写序，我感到很惶恐，因我对艾丰研究的领域并无太多了解，不敢妄作评价，但他在中国名牌事业上的理论与舆论造势不仅对于我，相信对于众多的企业与企业都会获益匪浅。

最后，我想引《菜根谭》上的一句话作为对艾丰的印象吧：

“文章做到极处，无有他奇，只是恰好；人品做到极处，无有他异，只是本然。”

推荐序四 划桨人艾丰

魏杰

我认识艾丰同志是在 20 世纪 80 年代中后期，到现在已有二十余年时间，但是我们之间的交往和友谊并没有因为时间的推移而淡化，而是如陈年老酒，“酒味”越来越浓。艾丰同志年长于我，严格上讲是我的上一代人，但是我们之间似乎没有一点点人们所讲的代沟，而是息息相通，因为我感到艾丰同志在心态上比我还年轻。不过，我们之间的交往和友谊似乎又不同于一般人的个人私交，而是改革开放把我们在思想上联结到了一起，属于思想上的志同道合者，因而我们经常见面的地方并不是菜馆和饭桌，而是各种各样的研讨会和报告会，有时是一起讨论问题，有时是他前脚离会，我后脚到会，总之，我们见面的地方基本上是会场。

艾丰同志从出身上讲是搞新闻的，而且长期在新闻界工作并担任新闻界的各种领导职务，但是从艾丰同志的探索领域和学术成就上讲，他似乎并不是一个单纯的新闻学家，而是一个经济学家、社会学家、哲学家。有人曾对我说，艾丰到底应属于什么家，他的研究涉及经济学、社会学、哲学等范畴，而且都有创新的火花，因而似乎应该说是一个“杂家”。我对他讲，说艾丰是经济学家、社会学家、新闻学家、哲学家，都不为过，因为他在这些领域确实都有过非常值得一提的研究成就，但是我觉得更确切的提法，应该说他是一个思想家。

我读过艾丰同志的不少著作及文章，我发现他的研究有一条主线，这条主线就是中国的改革和发展，他围绕中国改革和发展中的难点和热点，从经济学、哲学、社会学等方面进行多学科探索，提出了许多创新观点和政策与体制建议。因此，我认为，艾丰同志的研究特点可以概括为：围绕主线的多学科探索。正因为如此，艾丰同志似乎既像经济学家，又像社会学家和哲学家，是一个集多学科的“杂家”。不过，因为艾丰同志出身于新闻学，所以他能够将自己的研究成果用新闻的特点表

现出来，将经济学、社会学、哲学的学术味，升华为通俗易懂、具有可读性的大实话，深入浅出地将深刻的见解推向大众，这时他又显得是一个新闻学家。这就是艾丰的特点，他确实不同于别的经济学家、社会学家、哲学家和新闻学家，而是一个有特色的思想家。

检验真理的唯一标准是实践，评价一个人的学术思想及价值趋向的唯一标准也是实践。用实践这个标准来评价艾丰同志的学术思想和价值趋向，我们清楚地看到艾丰同志无论是对经济问题的研究，还是对哲学问题的思考，或者是对社会学问题的探讨，都是和中国的改革实践及经济发展的历史逻辑相吻合的，同中国发展和改革的进程和方向都是相趋同的。要做到这一点，实际上是很难的，这需要人在智慧上的灵气、在历史观上的锐气、在探索上的勇气的相互统一，也就是人们所说的人需要在思想上有厚度、高度和深度，只有这样，一个人才能在探索上同历史发展的进程相统一。艾丰同志做到了。我翻阅了艾丰同志的大部分著作和文章，可以毫不夸张地讲，艾丰同志在改革开放以来一直是踩着历史的步伐前进的。

有人曾经形容说，历史好像是一条长河，人类好像在河中航行的船，坐在船上的人，有的人是坐船的，有的人是划桨的，艾丰是属于划桨人的范围。正因为如此，所以我很敬仰他。有的人经常以某种“家”或者“著名学者”的身份对人们“说教”，但是我发现他们的所谓学术主张和思想总是同中国改革的方向相“扭向”。例如我们改革开放初期推动农村改革，他们反对；我们要搞市场经济改革和国有企业改革，他们不赞成，等等。这些人虽然因各种原因仍然以某种“家”在社会上指手画脚，但是要让人在内心承认他们却是不可能的。要人在内心诚服，就必须使自己的学术思想同历史发展的方向相趋同，因为任何人也逃脱不了历史的评价，包括伟人在内。

艾丰同志不仅有灵气、锐气和勇气，而且有朝气。按理说，他已经属于功成名就的人，而且也光荣退休，应该享受人生了，但是他仍然在勤奋地探索。我还经常在各种媒体上看到他的创新见解，读到他的论文及著作，在各种研讨会和报告会上看到他匆匆忙忙的身影，还经常接到他邀请我参加各种会议的电话。相比之下，我感到自己似乎暮气太重，应该向艾丰同志学习。有位哲学家告诉我说，凡是能有所作为的人，都是只有在忙碌和辛苦中才能获得幸福和自我的人，我想艾丰同志就是属于这种人，他要在忙碌和辛苦中体现人生和幸福。我祝愿艾丰同志的人生更幸福！激情更加燃烧！

导言 识得艾丰真面目

艾丰好直言，接触过他的人都有同感。

谈到做记者，他说：“一个好记者，要想总理想的事。”

谈到“文革”结束，他说：“了解我的人对我说，小平要出来工作了，老艾，你的时机到了。”

1990年谈到作品获奖，他说：“到现在为止，我还没有一篇新闻作品获奖，不过我想为此感到遗憾的应该是评奖者，这么好的一个记者我们怎么把他给遗漏了呢？”

谈到“万里行”，他说：“‘中国质量万里行’在1992年搞批评报道，当时有很大风险，因为1989年以后提‘以正面宣传为主’，搞这么大规模的揭露阴暗面的报道，扣上一个‘违背以正面宣传为主’的帽子，所有对的批评也都不对了。我就怕这一条。”

谈到受提拔的经历，他说：“每次都给你希望，每次都要郑重其事地考察你，而每次又都狠狠地破灭你的希望。这种日子过了十年，对人的确是一种折磨，也是一种锻炼！”

谈到别人对他的观点的质疑，他说：“我不谦虚地说，也许我死后多少年，后人会说，艾丰不仅是一个记者、一位经济学家，还是一个有建树的文化人——他在那个历史背景下敢于顶着压力为富人说话，而且把问题说透了！”

1987年，他在为自己的著作《新闻采访方法论》申请吴玉章奖的时候，写了三条理由：一、中国新闻采访学最高水平；二、新闻采访学世界水平；三、对马克思主义认识论有若干新见解、新发展。在写完这三条理由之后，还加上了这样一句：“各位评委看过上述理由可能以为作者狂妄，但本人对谦虚的理解就是如实描述事

物,除此之外在科学领域没有它的位置。”

如此风格,绝对“个性”,在中国新闻界省部级高官里恐怕绝无仅有。

真正要把握艾丰的个性,又绝非易事,因为其经历之丰、身份之繁、名气之重,在新闻界也是罕见的。

他历任北京人民广播电台理论、科技等部主任,《人民日报》编委、经济部主任,《经济日报》总编辑等职,40多年来,一直作为编辑、记者活跃在中国新闻工作第一线,写过大量著名报道,作品集有《思考的笔》和《经济述评自析集》。他致力于新闻学研究,出版了《新闻采访方法论》、《新闻写作方法论》、《中国新闻媒介发展大趋势》,翻译了美国采访学著作《新闻报道与写作》。他至少占有中国新闻界四“首”——首批高级记者、首届“范长江新闻奖”、首届“吴玉章奖金”、首届“全国质量工作卓越领导者”获得者。

他致力于经济学和哲学的研究,就增加农民收入、农业产业化、名牌战略、资本运营、加快我国城镇化、特色经济、西部大开发等重要问题发表论述,屡为中央决策层重视和采纳。他的具有独特体系的哲学著作《中介论》在哲学圈内外激起波澜。

他涉猎广泛,出版有文学著作《沧海·桑田·乐园》、《艾丰随感210条》等。近几年集中推出《艾丰通用文库》,目前已出版的有《世纪宏论》、《中介论》、《三做谈》、《古今说》、《名牌论》,准备出版的有《战略谈》、《策划说》、《知识论》、《人生谈》、《传播说》,计划共10部著作。这部文库已经引起社会和中外学术界的关注。

他的名字还和一系列影响深远的社会活动紧紧相连。20世纪90年代以来,艾丰作为“中国质量万里行”组委会主任,参与策划、发起、组织和指挥了这个引起强烈反响的重大社会活动;作为中国第一个名牌企业组织——中国驰名商标组织主任,参与策划并积极倡导、宣传我国实施名牌战略的一系列活动;曾经为海尔、长虹、青岛啤酒、鄂尔多斯、郎酒集团等众多国内著名企业作过经验总结、宣传策划、战略咨询、文化设计、品牌策划等;现在担任中国发展研究院院长、中国名牌培育委员会主任、中国企业联合会顾问、中国名牌战略推进委员会副主任以及中国工业联合会、中国质量管理协会、中国新闻文化促进会副会长等职务。

几十年来尤其是近30年来风雨褒贬始终交织其身。

为艾丰喝彩者不胜枚举。如——

1992年3月，朱镕基在艾丰的工作报告上批示：“中国质量万里行”一炮打响，效果甚佳，可喜可贺。后又在4月的全国质量工作会议上说，他问他的司机，觉得老百姓最关心的问题是什么事情，司机的回答出乎他的意料之外——“中国质量万里行”！

1996年春节前夕丁关根对艾丰的述职报告给予充分肯定，认为艾丰工作很努力，经受住考验，提醒艾丰注意劳逸结合。

《人民日报》原总编辑范敬宜给艾丰的题字：“艾郎才气势纵横，名满神州一奇星。”

海尔 CEO 张瑞敏尊称艾丰：“艾丰老师。”

畅销书《中国高层智囊》把艾丰列为“影响中国发展进程的人”，对他的个性极为赞赏：“这个人，唱歌跳舞，抽烟喝酒，打球开车外带诗朗诵，永远精力充沛，永远‘侃’兴勃勃。”

对其讥讽溢于言表者也有所见。如——

新闻界一位同仁：“艾丰，狂夫也。借党报版面售私人货色。”

一些新闻学者点评：“艾丰的作品，口气大，篇幅长，嫌生硬，逊文采。”

网民孟波《贫富差距上如何拨乱反正？——兼给艾丰先生补课》：“我不得不冒着被人耻笑的风险，打肿脸充胖子也非得给您补一点经济常识不可，省得您下回再现眼。”

如此的多棱多彩，造就了艾丰的魅力，也造就了遍及大江南北、士农工商学各界的“艾迷”。当艾丰从《经济日报》总编辑岗位上功成身退之后，人们期待着有一位称职的传记作家全面、真实地呈现艾丰。笔者，成思行，正其人也。

作为一个从事传媒研究多年的学人，笔者与中国新闻界诸多风云人物有深度交往。2001年经艾丰同意写他的第一本评传，并赞同笔者的立意：“不写一般歌功颂德的人物传记，而是着力剖析典型个案，紧扣政治、经济、社会热点问题，揭示中国社会转型时期处于过渡态的知识分子生存方式、生活方式及心态的变迁。”自此追踪观察、调查艾丰其人其文其事数年，写作进度甚缓。本书出版之际，我要感谢艾丰先生足够有耐心的等待。记述是否客观，文辞是否达意，还是有待读者诸君公论。

艾丰大事年表:

1938 年生于河北省玉田县。

1956 年在北京第十一中学加入中国共产党。

1961 年毕业于中国人民大学新闻系, 同年分配到北京人民广播电台工作。

1966 年被任命为电台理论时事组(部)组长。

1976 年被任命为电台科技组(部)组长。

1978 年考入中国社会科学院研究生院, 成为“文革”后全国恢复高考制度后的第一届研究生。

1979 年, 在《人民日报》发表揭露黑龙江王守信贪污集团长篇报道《触目惊心, 发人深省》, 提出要解决“文革”对党风的严重破坏问题; 同年给中央写了《首都城建中的问题》的内参, 直接促使中央在 1980 年 4 月对北京城市建设作出四条重要批示。

1980 年, 翻译美国新闻采访学专著《新闻报道与写作》一书, 由北京广播出版社出版。

1981 年, 中国社会科学院研究生院毕业, 获硕士学位; 同年分配到《人民日报》工作。

1982 年, 新闻学专著《新闻采访方法论》出版; 发表长篇通讯《现代化觉悟》, 提出要落实知识分子政策问题; 发表经济述评《水, 让我们重新认识你》, 提出必须重视北京的缺水问题; 发表述评《重视城市的中心地位和作用》。

1983 年, 发表了记述李瑞环同志亲自领导实施的“引滦入津”工程的长篇通讯《背水之战》。

1984 年, 发表文章《需要你——软科学》, 提出要重视软科学研究的问题, 为一年后的全国软科学大会做了舆论准备; 发表记述我国最早搞“包产到户”的温州市永嘉县原县委书记李云河、原县委办公室主任戴洁天事迹的报告文学《已是山花烂漫时》, 从历史的源头和发展过程上印证了中国农民这一伟大创造的生命力。

1985年，与他人合著的新闻学著作《时代的艺术》出版；发表先进人物张在勇的长篇通讯《面对生活不等式》，提出进入改革开放之后人们如何对待生活中的若干“不等式”问题。

1986年，担任《人民日报》经济部主任；同年采访当时担任国家经委副主任的朱镕基同志，这位后来的总理当时是第一次在中央党报上亮相，在这篇专访中，报道了他重视“宏观调控”的经济思想。

1987年，发表《理一理思路》，全面概括和阐述了我国经济改革的框架和思路。

1988年，新闻学专著《新闻采访方法论》获我国社会科学著作最高奖——首届“吴玉章奖金”优秀奖；发表《社会公平的辩论》上下两篇，就当时社会最热的“分配不公”问题进行了全面的分析；发表《不同评价缘何而生——试析对当前改革形势的认识》，全面分析了改革引发的人们思想认识上的分歧，为社会由此可能引起的动乱发出了警号；同年和范敬宜、陈柏生、吴昊等同志一起组建中国新闻文化促进会，并担任常务副会长。

1989年，发表《首钢启示录》，提出了国有企业改革应坚持正确方向；同年出版长篇报告文学《沧海·桑田·乐园》和改革丛书之一《中国新闻传播媒介发展大趋势》。

1990年，担任《人民日报》编委；同年在关于湖北襄樊经验的报道《中观经济的突破》中，提出了“中观经济”的理论概念，并做了初步的阐述。

1991年，获我国新闻记者最高奖“范长江新闻奖”；同年，在对东风汽车集团的报道中提出了加强大企业集团的重要性和打造大企业集团的思路。

1992年，经过上一年第四季度的酝酿，“中国质量万里行”出台，作为组委会主任，发起和组织指挥了这一大型社会活动，在该活动中，提出质量工作中的“链条”，并对“质量的市场保证体系”做了阐述，提出解决质量问题的“上溯一级责任”原理；同年6月在北京成立中国第一个名牌企业组织——驰名商标保护组织，并担任这个组织的主任，该组织的成立大会在中国首次发表了全面阐述名牌和名牌战略的文件《名牌宣言》，从这一年起，开始积极倡导名牌战略。

1993年，新闻学专著《新闻写作方法论》出版；撰写《人民日报》社论