

现代风情·名记者文丛

话筒前

HUA TONG QIAN



敬一丹 著

 现代出版社

XIANDAI CHUBANSHE

图书在版编目 (CIP) 数据

话筒前/敬一丹著. - 北京: 现代出版社, 1999.4

(现代风情·名记者文丛)

ISBN 7-80028-534-0

I. 话… II. 敬… III. ①随笔-作品集-中国-当代②新闻采访-作品集-中国-当代 IV. J267

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (1999) 第 06371 号

hua tong qian

话 筒 前

作 者 敬一丹

责任编辑 张红红

封面设计 李伯红

封面摄影 杨伊宁

出 版 现代出版社

北京安外安华里 504 号 (邮编: 100011)

经 销 全国各地新华书店

印 刷 北京忠信诚胶印厂

版 次 1999 年 6 月第 1 版第 1 次印刷

开 本 850×1168 1/32

印 张 10.75

印 数 1-15000 册

书 号 ISBN7-80028-534-0 / I·110

定 价 20.00 元



敬一丹

目 录

《经济半小时》——我对电视的“初恋”	3
面对疲软的市场	11
新疆采访日记	17
芜湖铁画之最	26
小站	33
红花草	41
走出自然	49
股市风	54
兼并风波	97
《一丹话题》——我永远一岁的女儿	127
《一丹话题》得失录	131
生活中还需要什么味儿	136
寂寞的博物馆	141
彷徨心理与各就各位	145
儒商九问	148
关于承受力的联想	159

猫塔·蒜塔·电视塔	163
我们“认”头脑产业吗?	166
教育随想	174
关于扶贫的对话	183
市场经济一年间	191
雪中送炭	205
再望中关村(之三)——老板心事	209
边缘人向我们提出了什么?	212
关于道德的问号	220
《焦点访谈》——走向前沿	233
在沙漠边缘	236
走出贫困	247
假如没有妈妈	263
金心无垠	275
心心相印颂延安	281
让孩子们看到真人演的戏	297
让空气透明起来	305
公开选拔副局	315
后 记	339

经济半小时

《经济半小时》——我对电视的“初恋”

到任何时候，我都要说：谢谢你，《经济半小时》！

走进中央电视台次年，即1989年底，《经济半小时》创办，作为第一批主持人之一，我与《经济半小时》一起走过了5年。这5年我从起步走向成熟，得益于这里采编播合一的工作体制，得益于宽松的创作环境。

一开始接触编采业务，我不知从哪里下手。我的组长丁友友教导我：“做经济节目，要先研究经济问题。”面对编辑机上闪烁的灯和键，我连碰都不敢碰。我师傅张建民告诉我，什么叫“出点”，什么叫“入点”，他温和但坚决地说：“看是看不会的，你得自己动手。”于是，我又动脑又动手，深一脚浅一脚地开始入门。好在经济部没什么框框，鼓励大家干活儿，鼓励大家创造。走进电视的大门，我充满新鲜感地尝试了电视的多种样式。渐渐地，我对采访现场，对编辑机房产生了深深的迷恋。

我是播音科班出身，没有专门学过编采，如何验证自己在实践中学得怎么样呢？我逼着自己拿着作品与编辑记者一起去参加评选。第一次获奖时，有些意外，也由此有了一点儿自信；尔后每一次获奖，便如同拿到一张成绩单，得到一种肯定和鼓励。我用这种方法让自己在编采业务上渐有长进。

慢慢地，我对经济问题、经济节目都熟悉起来。有人问我：“你是哪个大学经济系毕业的？”我暗自得意，我现学现卖，居然也能让人误以为是学经济的。其实，我丈夫倒是正儿八经学经济的，我主持经济节目时，他常当场外指导，有时还帮着请专家什么的。

5年下来，作品积累了一些。这里选编的多半是获奖作品，如《面对疲软的市场》、《股市风》；还有我喜欢的，如《小站》、《红花草》等等。

1994年12月31日，做完本年度最后一期，也是我的最后一期《经济半小时》，我与观众说了再见。与平常不同的是，这一次再见是真的告别。第二天，我说“观众你好”时，已经是在《焦点访谈》节目里了。我的转折正好赶上了新旧交替的岁尾年初。

从往日主持《经济半小时》，到今天成为《经济半小时》经常的观众，我对这个节目有着初恋般的感情。现在，这个节目比我们初创时好多了。不管我离《经济半小时》多远多近，我都要说：谢谢你，祝福你！



- 刚干电视时,我是从场记和助理编辑做起的,从写字的姿势就能看出我当时笨手笨脚的。正在摄像的是我师傅张建民,他带我经历了很多电视第一次。我第一次电视采访,就是我师傅写下三个问题,我照本宣科完成的。



☐ 后来，我在采访中感受到交流的愉快和兴奋。



□ 一看就是装模作样。其实我到现在也不会摄像。

(1991. 大别山)



面对疲软的市场

(市面萧条降价甩卖的海报 积压商品 观望的人)

几个月来，从北京到全国各地市场，像这样的降价、甩卖、让利、优惠、有奖酬宾到处可见。不论是消费者的感觉，还是国家统计局的权威数字，都告诉我们一个事实：我们正面对一个疲软的市场。

如果说去年的抢购风潮是陡然而起的话，那么今年的市场疲软现象可以说是悄然而至。

过去一向旺销的商品被冷落，市场显得出奇的平静。接着，滞销的现象越来越多，过去要走后门才能买到的紧俏商品，在当时可以说是“皇帝的女儿”，可现在搭上“嫁妆”都“嫁”不出去。在疲软的市场里，形形色色的促销手段都试过了，可消费者还是不买账，他们似乎变得挑剔了，就是不肯掏出钱来买东西，在种种优惠面前也不为所动。

于是，统计家的图表上曲线开始下滑：7月份社会主要28种商品中，有23种商品销售下降，下降面达82%；1~9月全国社会商品零售额实际下降8.2%，出现

了近 10 年没有过的负增长。

面对着这样的市场，消费者、经营者、生产者、专家学者，都从不同的角度在思索、在议论。——是喜？是忧？市场为什么会出现疲软？疲软的市场意味着什么？

西单商场总经理王权 从 1988 年与 1989 年市场情况比较可以看出人们的心理：倾向储蓄保值，期待进一步降价。

商品积压在货架上、仓库里卖不动，牵动着商品背后一系列经济活动，最揪心的恐怕是商品生产者了。产品卖不出，原料买不进，给本来就被资金缺乏弄得焦头烂额的生产企业火上浇油。市场对生产产生了明显的抑制效应，很多企业效益和生产速度明显下降。比如上海的毛纺业，由于毛纺制品几百万吨、几百万米的积压，整个行业陷于半停产状态。彩电曾是第一俏货，但到 7 月底，全国彩电积压近 200 万台，几十亿元资金滞死，电视机厂的日子怎么过是可想而知的。

北京电视机厂总经济师谢家洪 过去产品无库存，现在积压，有停产危险。

在消费品市场疲软之后，生产资料市场的疲软也跟着出现了。

物资部谢明干 物资市场疲软，会影响下一步生产活动，消费者不知买什么，经营者不知卖什么，生产者不知生产什么……

消费品市场疲软，使企业不能正常生产；企业不能正常生产，又使生产资料市场发生疲软——就像一根链条一