



小平你好

中国第二次改革浪潮
报告文学集

第一辑 ● 下

23
1
2
2008



小平你好

中国第二次改革浪潮 报告文学集

第一辑 ● 下

中华文学基金会·中国企业家大辞典编辑部编

经济日报出版社

(京)新登字 102 号

小平,你好——

中国第二次改革浪潮报告文学集

中华文学基金会

中国企业家大辞典编辑部

编

经济日报出版社出版发行

(北京市宣武区虎坊桥福州馆前街 6 号)

遵化市胶印厂印刷

开本:大 32 开 印张:37.28

1993 年 6 月第 1 版 1993 年 6 月第一次印刷

印数:1—20000 册

统一书号:ISBN7—80036—708—8/G.168

定价:软精装:24.00(上下册)

精 装:30.00(上下册)

目 录

- 从灰烬中站起来 1
周永基
- 东方魔力 11
陈冠雄
- 玩具王 25
孟芳
- 空调领域的一朵奇葩 33
——飞鹿牌空调器诞生记
李春先 傅学宜
- 红土地上的故事 45
王彪
- 闯“海” 57
陈彰 许力
- 为了这一片热土 70
——记广东中山横门镇党委书记何联明
郭军
- 市场经济中的长钢人 92
——《中国企业之本》之五
刘辉

□赣西弄潮儿 109

——记江西发动机总厂厂长谢元藻

文涛

□崛起在生命线上 124

罗贤保 古道

□突起的异军 134

——贵阳云岩区开发第三产业记

郑君华

□天马腾空飞彩虹 147

——记广东佛山粤华印刷工艺厂厂长 张波

王琳

□涛头屹立弄潮儿 156

——招远金矿改革掠影

何双及

□采花送蜜 163

——记株洲市东区城市信用社经理曹志林

曹光辉

□艰难的崛起 176

——贵州省保险公司创业纪实

川江

- 柏承梓闯海南 190
魔岛
- 璀璨的石城明珠 204
陈渊 廖发来
- 三塔风景线 211
艾华
- 创业之歌 223
刘安亮 张旗 杨隽祥
- 郭锡德风采录 239
刘安亮 凌可新 娄风波
- 故土情深 255
——记乡镇企业家欧阳维
郭军
- 青春不是梦 264
——记秣陵钢窗总厂厂长李顺祥
陶玉明
- 朱迪, 永远的 sally! 278
周琪
- 效益来自严格的管理 285
——武汉无线电厂厂长程贻幼的治厂之道
王守宪 万超
- 茶香飘万里 292
艾华

- 炼丹新记 301
——来自广州中药一厂的报告
李纪泽
- 沛公骄子 312
——记江苏省沛公酒厂厂长韦金科
刘绍儒 孟昭华
- 梦圆西江畔 320
陈渊
- 黑太阳, 跃出地球之巅 328
——果洛大武煤矿创业纪实
祁发明
- 盆地奇杰 354
祝新
- 热血浇铸的人生 364
雷文习
- 黎建新回厂记 377
盘科学
- 大运河畔的明珠 382
柯平 徐建新
- 从历史的巷道中走来 390
——记云南省楚雄彝族自治州彩印厂
李阳喜

- 淡水旋风 408
程贤章 廖红球
- 老区小镇展宏图 422
——龙华农村城市化建设的体会
廖锦洪
- 开拓龙城一雄才 432
戴胜德
- 胜利之路 436
——记如皋市优秀经营管理者刘金鹏
蒋正和
- 不是那个年代的“跃进” 446
——记江宁县财政局局长谢跃进
玉明
- 志存高远 路在脚下 455
——山东招远金矿建设公司散记
何双及
- 老康兴教记 468
玉明
- “光明”沉浮曲 477
——记总经理卢明生和他的光明新区
吴卫华

- “凤凰涅槃”歌 486
——株洲玻璃厂厂长许建邦兴企素描
易建国
- 在昆山之路奔驰的骏马 502
——昆山市交通局改革纪实
许庆龙
- 攀著的黑色追求 513
凤子
- 东吴人杰正如岳 526
——记常州欧亚物资贸易公司总经理吴正岳
杨铁平
- 先锋之歌 537
艾华
- 甘苦 543
杨伯良
- 屹立的丁山 558
阮道达
- 把中医推向世界 562
——记长春博爱中医院院长侯果圣
雷鸣

□人生值得几回首 566

——中年画家孙永新素描

何双及

□一九九二之夏 梁山旋风掠过古城 579

——山东在陕招聘大学生透视

高时阔

□无声的电波 584

陶玉明

· 周永基

从灰烬中站起来

1 990年底，我参与筹划三水县属国营和集体企业的新一轮承包。第一次碰头会我便提出，强力集团的总经理自1989年那次事件出走之后，一年多仍未确定新的法人代表，如何签承包合同？我的话刚落音，没料到从经委领导嘴里说出一个既陌生又熟悉的名字：

丘敬华！

丘敬华那时在易拉罐厂任副厂长。以前我去那儿采访时，曾跟他有过接触。他年届不惑，中等身材，腰圆脸阔，留给我的印象是诚实寡言。我知道他在中山大学进修过几年企业管理，但凭书本上的条条就能挂帅吗？

可知道，那是经历过几多风雨、不同寻常的强力集团啊！

1989年夏天，原强力的总经理出走。曾经红极一时的强力集团，危机泛起，恰似一片灰烬。

上门追债的络绎不绝。开户银行不仅关闸，还截住客户汇来的货款抵债。这对于一个企业来说，无异于釜底抽薪。更令人担忧的，是职工队伍严重流失，人心涣散，有门路的纷纷远走高飞；没有门路的人，则溜到码头做临时搬运工，溜到街边当无牌小

贩，以帮补收入。强力声誉日下，经营困难。

这时候，县委、县政府派了工作组驻厂，进行整顿，发现亏损严重。

谁去收拾这样的摊子？在丘敬华之前，县委、县政府曾先后物色了好几个无论名气、资历都在丘敬华之上的能人，但一个个都谈强力而色变。那天我在招待所的客房里碰见好几位工业老行尊在探讨强力复活的可行性。桌面上零乱的稿纸上面密密麻麻写满了数学算式。

我问：“你们在演算‘哥德巴赫猜想’？”

“现有的债务倒也不怕，”他们说，“最惨的是投资失误。我们构想了20多个方案，演算了百多道式子，仍是一盘死数，摆脱不了投入与产出不成比例的恶性循环。按目前形成的设备生产能力，即使能满负荷生产，能实现最佳的经济效益，也仍利不抵息！”

俗话说，“大话怕计数”。连数都计不清，谈何实际行动！
此时的强力，的确面临着十分严峻的局面。

二

但话又得说回来，强力的帅印总得有人去接掌。我深知，如果强力死去，无疑会给三水县的经济造成一场“唐山地震”。不仅对三水财政是一记重创，而且对三水的投资环境和声誉也会造成很不好的影响。

在强力，以至在它关联到整个三水经济的危急关头，在许多能人不愿意或不够胆量冲锋挂帅的关头，丘敬华不声不响地站了出来，这胆识，这气概，足以令人感动，令人钦佩。

想到这一层，我才捉摸出，县委、县政府起用丘敬华，实在不

失为明智之举。

我想，我应该从丘敬华身上寻找对强力的信心和希望。不久，我便找到机会，对丘敬华作了一次采访。

“对强力所面临的处境，你心中很有数？”我问他。

他咬了一阵子嘴唇，没有直接回答，倒跟我说了一段亲身感受。县委、县政府成立工作组进驻强力厂之初，工作组的副组长、副县长林金镰跑回老家易拉罐厂把丘敬华拉过去当助手，负责跑市场。其时强力产品在市场的际遇就跟失势的军队一样节节败退。在西安的经销点，经销商把丘敬华拉到仓库门口哭诉：

“你瞧瞧，这生意叫我们怎么做？”

丘敬华半句话也说不出，铮铮汉子心痛得几乎滚出眼泪。眼前几万箱啤酒、饮料，由于包装泄漏，仓库变成了鱼塘，酒深及膝！

接着我跟丘敬华说起那些工业老行尊，说起他们算计的各种方案，说起他们对强力前途的推测。

“我知道，”丘敬华出奇地平静，“当时林金镰叫我接这份差事，我也说他是把我往火坑里推呢。”

“明知是火坑，你怎么又肯跳？”我追问。

“正如林金镰所说，这火坑我不跳，就得别人去跳。”

这不假。一个星期天上午，林金镰回县政府等候唐友成县长谈强力厂长候选人问题，我在收发室与他聊天，他无可奈何地说，如果没人愿去接掌强力的帅印，那就只好自己硬着头皮上了。他说，强力到了这个地步，他作为当时县的经委主任，直接主管的领导，责无旁贷。

不过，话说回来，丘敬华接任强力集团总经理，究竟是出于无奈？还是为老友当替死鬼？亦或还有其他原因？

采访告一段落，我们到餐厅吃饭。两杯酒下肚，结结实实的

丘敬华的脸上，渐渐地红了，他的话也渐渐地多了起来。讲着讲着，他讲起当年“混进工厂”的故事。

那年他 16 岁，好不容易盼得一家工厂招工，便跑去报了名。岂知招工名额只限一个，而且招的是木工。他从未摸过锯子斧头，但又舍不得放弃这千载难逢的机遇。于是，他壮起胆找厂长吹牛皮，说自己是行家里手。厂长让他拿样品出来。他回到家，借来几件工具，忙了两天，竟也真的弄出个似模似样的餐柜来……

“今天，混是不行了，但人生把握机遇十分重要。”他深有感触地说。

“振兴强力，对你来说是否也看作是一个机遇？”我接过话头问。

“李·艾科嘉说过一句很精彩的话——富于挑战的工作才最具吸引力，担风险的企业才最能锻炼人……”

“李·艾科嘉？他的自传你看过吗？”

“很精彩，”他说，“李·艾科嘉应该是企业家们的偶像。”

我知道，李·艾科嘉是美国企业界的风云人物，曾以其卓越的经营艺术使美国第三大汽车公司克莱斯勒“从灰烬中站起来”，使这家亏损 1.6 亿美元濒临灭顶的大企业，在短短几年内起死回生。

今天，丘敬华是否从李·艾科嘉的奋斗史中得到了什么灵感，得到了推动强力“从灰烬中站起来”的力量？我不禁换了一副眼光重新打量他……

三

丘敬华接掌帅印，没有慷慨激昂的就职演说，没有向上级拍

胸口、唱高调。3个月过去了，连职工大会也不曾召开过。人们所见的，只是厂门口黑板上“强力你往何处去”的大标语，换成了“强力光荣我光荣，我为强力争光荣；强力得益我得益，我为强力争效益”。

丘敬华当然晓得，近千职工的眼睛都在盯着自己。但他仍然一言不发。他认为，在一个需要实干的时代，任何豪言壮语都是多余的。职工们对企业的信心，上级和金融界、经销商对强力的信心，那千千万万消费者对强力的信心，只能从他实实在在的行动中去获取。他需要的是实干！他又想到李·艾科嘉的名言：“要用信仰上帝的热情去追求产品质量。”

丘敬华的第一招正是针对产品质量而使出的。他起用了20多名科技人员主管各车间、部门，从每个环节把好质量关。他还从湖南请来有几十年啤酒生产经验的高级工程师周茂辉、李秉芬夫妇，并委以副厂长和工艺质量办主任的要职。

人才真是企业的生命。丘敬华的第一招产生了效应。不久，强力啤酒又回到茶楼酒店的餐桌上，回到商场和街边摊档的货架上。人们品尝着黄中带绿、酒花芬芳、风味独特的强力啤议论着：“看来强力又有希望了。”

我也端起那杯被人戏称为“丘氏啤酒”的强力啤，瞧着杯中不断升腾的汽泡，感到一股生命力在心头涌动。不久后，我禁不住又到强力集团去找丘敬华。

我在总经理室坐下，一位小姐旋即递过来一杯饮品，并非改良后的“丘氏啤酒”，而是金黄金黄浓稠浓稠的新型饮料。杯子未端上手，一股浓郁的芒果芬芳便直沁心肺。这该是芒果汁吧。

强力的新产品？我精神为之一振，当即细细品尝起来。

“是我们厂新近与菲律宾专家合作研制的。”丘敬华给我介绍，碳酸饮料时兴了几年，如今已呈下滑之势，预测未来几年饮

料市场的主流将是天然果汁饮品。后来我才知道，他们开发的强力天然芒果汁为国内首创，以优质芒果为主要原料，不添加任何色素和防腐剂，保持着芒果的天然营养成分和风味，含有丰富的维生素和氨基酸。

“觉得浓吧？”他问我。

“是比一般的饮料要浓，但口感新鲜。”

“要稀，很容易。”他说，“但我觉得还是浓一点好，区别于一般的水状的饮料而更接近果汁原浆风味。浓，不能饮得快，只适合慢慢品尝。我这种芒果汁不是让人们饮的，而是让人们咂的。是高消费、享受型的饮品。包装我打算搞高档次、豪华型。”说着，他从办公桌上拿过来一只马口铁罐递给我看，“就打算采用这种异型缩颈三片罐。这也是国内前所未有的。”

显然，丘敬华向着一个新的目标：追求高的附加值、高的效益。

丘敬华很清楚，单纯提高啤酒的质量，只能挽救强力目前的颓势，并不能使强力立于不败之地。彻底改变局面的路子只有两条：第一就是继续成倍扩大投资，以变动企业规模去背负相比不变的亏损债。但此路不现实。这阵子的强力，哪家银行肯贷款？因此丘敬华选择了第二条路，那就是内部挖潜，在基本上不增加固定投入的前提下，利用现有设备，开发高附加值、高效益的新产品。

夏秋之交，正是饮料销售的旺季，但丘敬华却出奇地沉得住气，迟迟不把芒果汁推向市场。一个月、两个月、三个月，丘敬华不厌其烦地拿着他的新产品跟各方来客探讨其风味、包装、价格。丘敬华坚信，一个产品如果先天不足，很难保证后天会有持久的生命力。放着眼皮底下的可图之利而追求长远的效益，也许正是小商贩之心眼与大商家之思维的区别所在！

直到10月初，丘敬华才向各界发出“强力芒果汁问世新闻发布会”的请柬。而新闻发布会本身更是丘敬华别出心裁的杰作：他竟然专门从香港买回来了台湾、菲律宾等地生产的名牌芒果汁，与他的强力芒果汁摆在一起，任君品评。他要让眼光最挑剔的专家和消费者们自己去鉴别、比较，去确立强力芒果汁的座标和品位。

由此看来，强力芒果汁一进入市场就引起轰动，并不是奇怪的事情。

四

1992年正月初五。

恭贺新禧的锣鼓刚刚敲过，中国大地仍弥漫着欢乐祥和的气氛。

强力集团的员工纷纷回厂上班了。丘敬华看着沐浴着新春吉祥晨光的员工们，心头按捺不住激动。节日期间，他到一些骨干家去拜年。大家都感慨万千，大家都充满希望，表示要在新的—年里大干一番，使刚摆脱困境的强力迅速健壮起来。

丘敬华看着打扫得干干净净的厂区，看着从厂区旁边轻盈流过的北江水，只觉心头的春风比拂脸的春风更强烈，更温柔。过去的一年，是他上任的第一个年头，他不仅超额完成了承包任务，而且强力啤酒市场稳定，呈上升之势，芒果汁投放市场短短几个月，便在全国各大城市掀起了强劲的销售旋风，并在进口饮料垄断的五星级宾馆占据了一席之地。预计仅芒果汁一个品种，新一年的销售便会超过2亿元。

然而，丘敬华哪里想到，正当他踌躇满志地实施新一年的计划时，上帝竟无情地给了他当头一棒！