

中国

丛书

主编 栗国安

每周经济观察

主 编 冯 井
副主编 阎卡林

中共中央宣传部新闻局 中国人民大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

经济日报·每周经济观察精粹/冯井主编
北京:中国人民大学出版社,1998.2
(中国新闻媒介名专栏丛书/栗国安主编)

ISBN 7-300-02581-1/G·392

I. 经…

II. 冯…

III. ①新闻-作品集-中国-当代
②经济日报-新闻工作-经验

IV. I253

中国版本图书馆 CIP 数据核字(98)第 02098 号

中国新闻媒介名专栏丛书

主编 栗国安

经济日报

每周经济观察精粹

主 编 冯 井

副主编 阎卡林

出版 发行:中国人民大学出版社
(北京海淀路 157 号 邮码 100080)

经 销:新华书店

印 刷:北京市丰台丰华印刷厂

开本:850×1168 毫米 1/32 印张:8.5 插页 4
1998 年 3 月第 1 版 1998 年 3 月第 1 次印刷
字数:206 000

定价:18.00 元

(图书出现印装问题,本社负责调换)

主 编 的 话

由中宣部倡议的中央主要新闻单位名专栏评选活动，得到了首都新闻界的积极响应和大力支持。这项活动已举办两届，一批舆论导向正确、内容健康丰富、社会影响积极的名专栏被评选出来，“争创名专栏，努力出精品”的意识在新闻界已深入人心。

这套“中国新闻媒介名专栏丛书”共17本，介绍了两届名专栏评选活动中评选出来的17个名专栏。把这17个名专栏的好作品、好经验汇集起来，推荐给新闻界的同行们，算是对进一步增强精品意识，把以正确舆论引导人的任务落到实处的一次尝试吧。

17个名专栏都有各自的特色和长处，是我们新闻工作者在自己的园地中精耕细作、精心培育出来的花朵，生动地反映出改革开放以来新闻事业欣欣向荣的勃勃生机和争芳斗艳的喜人景象。当然，这些名专栏也需要不断改进、提高。中央主要新闻单位还有很多有影响的好专栏，全国各地的省级及其他新闻媒体，也有许多办得好、影响大的专栏，他们的经验同样值得我们学习、借鉴。

本丛书在编辑出版过程中，得到中央主要新闻单位的大力支持和中国人民大学出版社的鼎力相助，在此一并表示感谢！

由于水平所限，在编选中肯定有不少缺漏之处，祈请读者批评指正。

目录

充分发挥名专栏在舆论导向中的领航作用	徐光春 (1)
获奖仅是努力的开始	冯 并 (4)

栏目简介

《每周经济观察》栏目简介	(11)
--------------------	------

编辑记者手记

一点探索和思考	阎卡林 (15)
---------------	----------

作品精选

资产流动：生产力的大解放	阎卡林 (37)
要有过“险关”的充分准备	阎卡林 (39)
两千万冗员到底何处来何处去？	阎卡林 (42)
金融：按下葫芦起了瓢	阎卡林 (45)
1989，滞胀可否避免？	阎卡林 (48)
紧缩处于十字路口	阎卡林 (52)
涨价？降价？关键是肯否付代价	阎卡林 (56)
消费市场发生重要变化	阎卡林 (59)
还要强调以经济建设为中心	阎卡林 (62)
利率，可否考虑再次调整	阎卡林 (66)

“大举修路”这个点子如何？	阎卡林 (69)
何须谈“市场”即色变	阎卡林 (72)
怎样把“蛋糕”做大？	阎卡林 (75)
机构消肿刻不容缓	阎卡林 (78)
工业生产是否趋向过热？	阎卡林 (81)
通货膨胀会反弹吗？	阎卡林 (85)
农民收入问题关系经济全局	阎卡林 (88)
科技人员也要进入市场	朱幼农 阎卡林 (92)
怎样看新一轮经商热	阎卡林 (95)
全球新机遇（上）	阎卡林 (98)
全球新机遇（中）	阎卡林 (101)
全球新机遇（下）	阎卡林 (104)
低增长还是高增长	
——国民经济走势究竟如何？	阎卡林 (109)
营销方式亟待更新	阎卡林 (112)
要研究提高“借力技巧”	阎卡林 (115)
国内市场虚热缠身	阎卡林 (119)
流动资金何以不流动？	阎卡林 (122)
新一轮“家电热”步步逼近	阎卡林 (125)
乡镇企业的跨越与危机	阎卡林 (129)
国货兴衰 匹夫有责	阎卡林 (132)
机遇降临中西部	阎卡林 (135)
让市场配置企业经营者	阎卡林 (138)
推进房改正当时	阎卡林 (141)
重新估量旅游业	阎卡林 (144)
发展旅游要开阔思路	阎卡林 (147)
构造新型工商关系	阎卡林 (150)
不可忽视无形资产	阎卡林 (153)
“增容费”不是小事	阎卡林 (156)

大气候究竟如何？	阎卡林 (159)
银根有可能松一松吗	阎卡林 (162)
破产，早破早主动	阎卡林 (165)
分配中的“马太效应”	阎卡林 (168)
高储蓄的另一面	阎卡林 (171)
别把“中策现象”吹上天	阎卡林 (174)
给外资“国民待遇”	阎卡林 (177)
咨询业需要咨询	阎卡林 (180)
花钱买得了健康吗？	阎卡林 (183)
投资农业，企业新热点	阎卡林 (186)
投资农业，外商新视点	阎卡林 (189)
企业不能搞无本经营	阎卡林 (192)
利用外资面临新形势	阎卡林 (195)
抓紧研究引资新策略	阎卡林 (198)
企业缘何增产不增收？	阎卡林 (201)
“抓大”不是收权	阎卡林 (204)
新一轮经济周期何时到来？	阎卡林 (207)
建筑业令人忧虑	阎卡林 (210)
建筑业出路何在？	阎卡林 (213)
不能搞过度竞争	阎卡林 (216)
注意研究国有企业的特殊性	阎卡林 (219)
不能搞“靓女外嫁”	阎卡林 (222)
民族工业灵魂不能丢	阎卡林 (225)
家庭购车大势所趋	阎卡林 (228)
支柱产业不能动摇	阎卡林 (231)
抓住“最后一次机会”	阎卡林 (234)
警惕新一轮机构膨胀	阎卡林 (237)
解剖“红苹果”	阎卡林 (240)
住宅消费仍需加温	阎卡林 (243)

专家评析

总理议题 百姓语言

- 评《每周经济观察》 张 征 胡 斌 (249)

借给读者一双慧眼

- 析《消费市场发生重要变化》
的立论 张 征 胡 斌 (251)

据“事”力争大题材

- 析《怎样把“蛋糕”做大》
的特点 张 征 胡 斌 (253)

始终让事实唱主角

- 析《机遇降临中西部》中事实
材料的运用 张 征 胡 斌 (255)

曲折有致 摇曳多姿

- 析《“增容费”不是小事》的论证特色
..... 张 征 胡 斌 (258)

一副及时的清凉剂

- 析《别把“中策现象”吹上天》
的舆论导向艺术 张 征 胡 斌 (260)

附:

第一届中央主要新闻单位名专栏(节目)评选活动

- 当选栏目(节目)名单 (262)

第二届中央主要新闻单位名专栏(节目)评选活动

- 当选栏目(节目)名单 (263)

- 编后记 (264)

充分发挥名专栏在舆论导向中的领航作用

中共中央宣传部副部长 徐光春

中央主要新闻单位名专栏评选活动，今年是第二次。从实践来看，名专栏的评选对新闻单位把握正确的舆论导向、提高新闻宣传水平，发挥了很好的示范和促进作用。举办这样的评选活动很有必要。

在今后的新闻宣传工作中，我们要充分发挥名专栏在新闻舆论导向中的领航作用。这次当选的名专栏，具有导向好、贴得紧、力度大、质量高、影响广的特点。比如像《人民论坛》、《焦点访谈》、《新闻纵横》、《每月聚焦》等等，都具备了这几个方面的特点。

进一步发挥名专栏在新闻舆论导向中的领航作用，需要从四个方面入手：

第一，要领正确导向的航。用正确的舆论引导人，是新闻宣传工作的根本任务。要真正完成这一任务是很不容易的。除了导向正确，还必须做到引导有效。要使每一篇报道、每一期专栏做到这一点，涉及到方方面面的因素。当前，舆论导向总体上是好的，但也存在着一些问题。这就需要名牌栏目在导向上给其他栏目和其他报道起到领航作用。如果名牌栏目能够做到以正确的舆论引导人，其他栏目、其他报道向名牌栏目学习，这就从大的方面上保证一个新闻单位的宣传能做到以正确

的舆论引导人。

第二，要领采访作风的航。这次评出的名专栏，在采访作风上是很好、很突出的。主持这些名专栏的编辑、记者深入生活、深入实际，采访真正有价值的新闻，起到了表率、示范的作用。这几年来，新闻队伍在采访作风上还存在着一些问题，如泡会议、蹲宾馆、跑机关、抄材料等等，说到底就是采访不深入。名牌栏目中体现出来的那种一竿子插到底的精神，不怕吃苦、不怕麻烦、艰苦工作的劲头，真正深入实际、深入群众采访的作风是非常值得学习的。名专栏能够在读者、听众和观众中确立良好的形象，产生广泛的影响，这是名专栏的编辑、记者用心血换来的。

第三，要领工作思路的航。在新的历史时期，面对各种复杂的情况，新闻宣传工作怎样做到上为党和政府帮忙，下为广大群众解难，用正确的舆论引导人，需要有新的工作思路。推动改革开放的深入，推动建设有中国特色社会主义事业向前发展，需要有正确的思想路线。这些名专栏都是各新闻单位的领导和编辑、记者苦心经营的责任田，之所以高产优质，同他们有一套正确的思想路线、有一套正确的工作方法、有一套创新的思路是分不开的。在这方面，一些名牌专栏为我们搞好当前的新闻宣传工作，在工作思路、工作方法上起到了领航的作用。一个新闻单位，如果有一两个名专栏，就能在整个单位起到学习、借鉴的作用，就能带动整个单位的新闻宣传工作，开拓新的局面。

第四，要领新闻改革的航。通过去年和今年两次名专栏的评选，我们欣喜地看到，这些名专栏都是近几年来，在新闻改革的推动下产生出来的。与过去的专栏相比，这些名专栏有一个很显著的特点，就是关注现实生活，紧贴人民群众。像《人民论坛》、《焦点访谈》、《新闻纵横》、《每月聚焦》、《星期话题》等名专栏，都具备这个特点。这些栏目与现实生活、与人

民群众的利益贴得紧，抓得快，挖得深。这充分表明，近几年来，在新闻改革方面，各新闻单位已经迈出了很大的步伐。从新闻宣传的形式上看，也有了许多的创新。就从名称上看，像《焦点访谈》、《新闻纵横》、《每月聚焦》、《冰点》等，都很有新意，很醒目。在具体操作上，也创造了很多新的办法。比如，电视节目把内容的表现与主持的方式比较好地结合起来，评述与事实比较好地结合起来，现实与历史比较好地结合起来，突破了过去比较老的一套，群众容易接受。新的体裁也比较多，不再拘泥于固定的几种格式、几种文体，如消息、通讯、特写、述评等，而是在改造、融合、嫁接中，创造了一些新的新闻报道的体裁，令人耳目一新。有的热点报道还把图表、图片，甚至漫画运用到报道中。总之，凡是有利于新闻舆论的正确导向，有利于受众接受，有利于充分、全面地报道好内容，都可以创新。这几年在新闻内容的搞活、新闻领域的拓宽、新闻写作的创新、新闻形式的突破上，各新闻单位做了大量工作，成绩是应该充分肯定的。下一步如何更充分发挥名专栏在新闻改革方面的领航作用，还大有文章可做。

最后，向这次当选的名专栏表示祝贺，希望今后办得更好，同时，也希望有更多更好的名专栏涌现。

（本文是徐光春同志在1996年8月21日中宣部召开的中央主要新闻单位名专栏评选会议上的讲话）

获奖仅是努力的开始

《经济日报》副总编辑 冯 并

继《每周经济观察》在1995年中宣部组织的首届名专栏评选中榜上有名之后，《星期话题》又于1996年再获这项殊荣，这是《经济日报》的荣誉，也是对《经济日报》的鼓励。为了及时总结《每周经济观察》和《星期话题》的编辑经验，把报纸的专栏编辑推上新的台阶，报社在去年年底组织了一次专栏编辑研讨会，气氛颇为热烈。谈了许多提高专栏编辑水平的好意见、好思路。值此“中国新闻媒介名专栏丛书”编辑出版之际，还想讲一点感想，表示对获奖同仁的祝贺。

一、《每周经济观察》与《星期话题》 成功在哪里

《每周经济观察》是从1988年5月份开栏的，当时的编辑由我兼任，作者是阎卡林同志。这是一个经济性的言论专栏，也是一个由个人“主笔”撰稿的专栏。应当说，个人专栏特别是个人定期专栏，就目前而言，仍不多见，在当时更是一种尝试和大胆的创新。由于卡林同志的努力，也由于他能够较好发挥新闻敏感与经济学素养相结合的优势，专栏一推出就获得好评。我记得，有一篇关于修路的文章引起了原政协副主席吕正操同志的注意，他不仅请卡林同志到办公室谈了几次，还

亲自写了文章，向中央推荐。1993年我离开报社，但依然看到这个专栏逐周刊出，影响很广。因此，这个专栏在1994年作为中宣部组织的首届名专栏的获奖者，自然是意料之中的事。现在，把这些专栏文章集结起来，逐篇浏览，当年的油墨香似乎尚未散去，文章的特色依然鲜明。概括起来，有以下几个特点：持之以恒、时效颇强、经济味浓、把脉较准。从1988年到现在，专栏已经先后发表四百五十多篇文章，一周一篇，看似不难，操作起来并不容易，特别是做到言之有物，触及重点、难点、疑点和经济生活中的敏感点，就更难了。这需要作者经常注意观察经济形势的变化，随时思考，及时写作。几年来，《每周经济观察》很少脱刊，卡林同志写作每一篇文章，都是全神贯注，反复修改。值得一提的是，于专栏之外，他还负担着评论部日常的经济评论工作，能够几面应对，坚持下去，当然是要有点韧劲的。该专栏的文章大体分为以下四类：一是对经济运行与市场变化形势及时做出分析预测；二是对经济生活中一些倾向性问题给予剖析；三是对经济生活中的热点进行评议；四是及时提出有关经济政策的背景分析和建议。许多文章都产生了不同程度的影响。如1994年深圳推出转变政府职能、实现政企职责分开的改革举措，《每周经济观察》很快刊出评论，予以肯定。1989年市场发生一些新变化，《每周经济观察》又及时刊发《市场不是六月的天》的短评，对市场的变化规律做出了及时的评述，而1990年有关如何把蛋糕做大的评论，则引起中央领导同志与新闻界理论界的重视。总之，《每周经济观察》开栏以来，已有十多篇文章受到中央、国务院领导部门和负责同志的重视和批示，这是对专栏的肯定。

对《星期话题》的感觉，同样是很好的。总的说来是四句话：老店老酒，味道绵长；经济文化，相得益彰；针砭时弊，话题得当；命中率高，影响深广。《星期话题》已有十二年的历史，几乎与《经济日报》同时诞生。十二年里发表五百六十

多篇专栏文章，贴近生活，贴近群众，也贴近中央的声音。针对性很强，时效性也强，不是书斋中的空泛之论，而是来自生活中的话题。从某种意义上讲，这个专栏是现今许多报刊推出聚焦一类专栏的开山者，是长期以来聚焦于难点、热点并用简练文字予以剖析的成功的栏目。因此，它的中选也是必然的。《星期话题》的话题，大的方面看来比较集中，集中于文化生活中的经济现象和经济生活中的文化现象，形成经济文化相得益彰的显著特点。这个栏目针对性也强。我们并不一般地反对休闲文字，但那毕竟是一些“花边”，副刊版面的主旋律或者说是主导产品还应当具有相当的思想性、指导性和针对性。《星期话题》十几年如一周，选择人们在经济建设与文化建设中关心的焦点问题，展开议论和探讨，就使专栏文章充满了生命力。编辑在总结经验时说，他们一方面要敢抓热点、难点和疑点，另一方面也有六句话，就是：抓难点不添乱，抓热点不趋风，抓焦点不媚俗，抓疑点不猎奇，抓制高点不片面追求轰动效应，坚持指导性、权威性、知识性和实用性的有机结合。这是很有参考价值的。热、难、疑点是议论的着眼点，也是我们进行新闻舆论引导的一个重点。如果不敢抓或者抓不住热、难、疑点，就引不起读者的共鸣，产生不了真正的效应。但抓而不准，也会产生始料不及的负面作用。这是一门艺术，需要我们不断研究。对《星期话题》的命中率，大家都是肯定的。命中率不仅是选题的命中率，还在于影响所及表现出来的命中率。《星期话题》90%的文章被转播转摘，30%的文章获奖，一个专栏能有这样的影响，它的知名度不断提高也是不言而喻的。

二、《每周经济观察》和《星期话题》 为什么会成功

专栏的成功原因是多方面的，比如领导重视、编辑思想业

务水平比较高以及策划等等都很重要，但最重要的还是以下三条。

第一条，惨淡经营，编辑要敬业。卡林同志的《每周经济观察》是以个人写作为主，有连续性，需要惨淡经营；《星期话题》以约稿为主，更需要惨淡经营。不论是哪种组稿编辑方法，都需要投入、认真，编辑和专栏作者都要充满事业心和责任感。没有这一条，专栏名字起得再好，也要失信于读者，人们会说是次货，一般商品质量次，可以退货，但文章是无法“退货”的。

第二条，办栏宗旨明确。用商界的话讲，“卖点”明确。专栏好似“专卖店”，不似“百货店”、“杂货店”那样五光十色，令人眼晕。栏目宗旨模糊，杂乱无章，像个“跳蚤市场”，只能招来闲逛的人，不会形成固定的广泛的读者群。一个好栏目可以争取一大批读者，也可以争取一大批作者。《星期话题》搞文化宣传的关心，搞伦理学社会心理学和经济工作者也关心，在经济文化结合部上做文章，风格明亮，影响也就比较深。

第三条，编辑思想明确。既有政治敏感、新闻敏感，也有文化敏感、社会敏感。要坚持物质文明宣传和精神文明宣传两手抓，选材准，开掘深，不走板、不跑腔，有宣传的节奏感。

三、进一步抓好专栏编辑，创出更多的 优势栏目和新的名专栏，为当前的 典型宣传、热点引导和舆论监督做 出自己的贡献

我们在中宣部组织的名专栏评选中已经连中两元，除此以外，潜在的优秀栏目还很多。据有关同志统计，《经济日报》各版栏目包括有栏目性质或者从编辑手段意义上的集纳集锦式

栏目，就有 147 个。初步分了一下，言论述评类的有 36 个以上，如《景气观察》、《编辑点评》、《王府井随笔》、《王府井茶座》、《国际经济随笔》、《海外企业论坛》、《乡情余话》、《谈房说地》、《股市周评》、《七日谈》、《商贸时评》、《议论风生》、《市场经济箴言析》、《观潮人说》、《理论大视角》等等，集纳集锦式的有 27 个左右，其中也包括《地方领导谈经济》这样的栏目。除此之外是新闻性的如《特别报道》、《邓维广角》，综述性的如《双周金融综述》。此外还有《热点透视》、《案例写真》、《精神家园》、《金沙滩》、《海外华人》、《经济学家话人生》、《名人百家谈》、《旅踪履痕》等等，都有不同程度的影响。这些栏目从总体上讲，都有自身的特色，但编辑水平参差不齐。有的有评选的候补资格，有的势头不错，有的一般化。在《星期话题》获奖以后，报社的多数编辑有了进取的目标，责任心也大大提高了。同志们都认为，作为专栏编辑，栏目就是责任田，需要精耕细作，施肥浇水，优质高产。这是我们创出更多优秀专栏的重要认识基础。

总之，中宣部领导同志一再提出多出精品，这是专栏作者和专栏编辑的努力方向。专栏是联系读者群的最佳渠道，能够为读者提供更多的精神食粮，好专栏必然引来名作者，必然产生名编辑，也必然会产生大量精品。因此，两个专栏获奖只是努力的开始，在中宣部的领导下，在广大读者的支持下，须付出更大的努力，把专栏编辑工作做得更好一些，为两个文明的宣传做出更大贡献。

栏目简介

