

起步

谢然浩



《记者·文化·时代》丛书

起步

谢然浩

生活·讀書·新知三联书店

特约编辑：朱竟若

封面设计：张 蓓

《记者·文化·时代》丛书

起 步

QI BU

谢然浩 著

生活·前言·新知三联书店出版发行

北京朝阳门内大街166号

新华书店经销

双桥印刷厂印刷

787×1092毫米32开本 10.375印张 216,000字

1989年5月第1版 1989年5月北京第1次印刷

印数0,001—3,000

定价5.45元

ISBN7—108—00251—5/J·24

《记者·文化·时代》丛书
编辑委员会

主 编 张 飙

副主编：洪天国

编 委：（以姓氏笔划为序）

马立诚 尹韵公 卞毓芳

叶 鹏 刘大平 朱竞若

李树喜 吴绪彬 何志云

沙 青 张建伟 张 飙

钱 钢 洪天国 祝华新

韩素琴 雷收麦

执行编委：朱竞若 张 飙

目 录

第一部分 系列报道

“金三角”起飞前的沉思	3
厂长的苦衷	3
新支点新希望	6
呼唤“松绑”	9
“隔山卖牛”	12
为何觉得“得不偿失”	15
小产品大生意	18
要引进，更要消化	22
白斩鸡难飞世界	26
银行改革要快快走	29
市场意识	32
补一补销售课	36
为啥无货可供	39
盖图章的风波	42
解放思想	47
1986年，上海春节即景	50
习惯在变	50

“食有鱼”	52
鞭炮声声	54
“美食夜市”	56
蛋糕“喜剧”	57
“穿在上海”	56
“快餐”兴起	61
香烟黑市	68
“淘书乐”	65
花市兴旺	66
修补问题	68
“瓜子大战”	70
装电话“热”	72
来自上海的报告(1987年至1988年)	75
外商投资高潮正在逼近	79
商品为何“东方不亮西方亮”	77
出口创汇走出“谷底”	79
一项不要国家掏钱的重点工程	82
新银行 新开拓	84
重振金融中心雄风	87
造船业在竞争中走向世界	89
十万个体户	92
变了,上海的大门	96
桥的话题 桥的思考	99
劳动生产率面面观	104
“引滦入津”好快省的奥秘	115

改革的胜利	115
思想政治工作的威力	121
尊重知识 尊重人才	125

第二部分 报告文学 人物通讯

草地行	135
一个画家的传奇	169
工农循环奏鸣曲	188
梳篦梦	208
龙羊峡人	221
创造春天的人	232
风华正茂	241
起步	248
心系“黄土地”	252
“留学”归来话“留学”	260

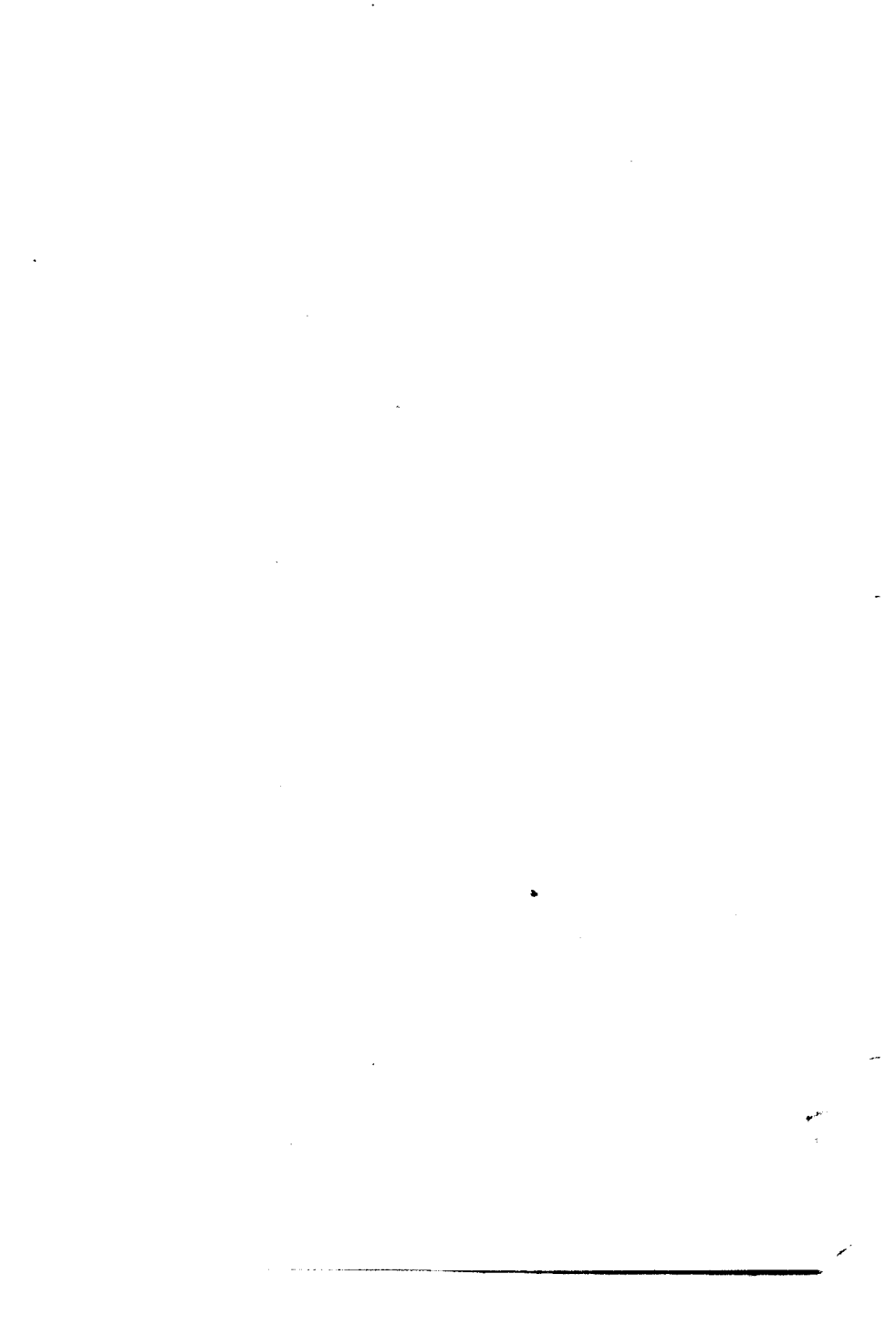
第三部分 专题报道

走进“TQC”王国	271
夺回第一	275
“双羽”飞翔	279
面对“乐器热”，厂家喜忧参半	284
对“雪花”冰箱质量下降的再思考	287
话说室内装饰业这个行当	292
交响乐热牵动了磁带市场	296
“给我自主权，我就能搞活企业”	300

简朴的会议	307
方寸之间看兴亡	310
景瓷甲天下	318
编后记	325

第一部分

系列报道



“金三角”起飞前的沉思

——江浙沪两省一市采访札记

厂长的苦衷

“上海人买不到上海货”，是1987年春天以后在上海经济生活中出现的一个新问题。

按常规，百货店经营的品种应有“软”百货（针棉织品）“硬”百货（玻璃器皿、钢精制品）和“小”百货（针、带、线、扣等）三大类。可是，走遍上海南京路、淮海路、四川路三大街，见到的“软”百货中，毛线、丝袜鲜见；“硬”百货中，铝制品品种屈指可数；搪瓷面盆品种稀少，过去不少设有样品架的商店，因缺货只得先后高挂“免战牌”，请样品架“休息”。触目可见的尽是外地产的形形色色羊毛衫和服装。

在一家较有名气的百货店内，顾客与经理有这样一段对话：

顾客：“你们这家店干脆就叫外地××产品店算了。”

经理：“有什么办法呢？没有东西呀，批发部分配来的沪产商品少得可怜，一投就光。过去我们这儿毛线要占两只柜台，现在毛线一共只有四五个品种，卖完一种就空一只货格。总不能老是空着不做生意，只好进点羊毛衫、服装、外

地产品卖卖。”

这位经理的回答，其实也是时下上海众多同行的心声。

10年前，我离沪赴京工作时，只用了一个下午，就在当时被人称作“上海工业品窗口”的市百一店购到了外出日常生活所需的全部沪产日用品。10年后的今天，当我再次步入这家商店时，看到的却是另一番场面，上海货成了配角，外地货成了主角。据商店负责人介绍，两者的比例是3比7，与10年前相比，两者所占的位置恰好调了个个儿。真是今非昔比，难怪有人要说，这个“窗口”的定义变了。

从统计报表看，沪产商品这几年一直在增产，但为啥不见卖呢？是批发部门有货不进吗？不是。而是一些工厂把紧俏的日用品自销到外地去了。

工业企业扩大产品自销渠道，是城市经济体制改革后出现的新事，也符合“多渠道、少环节”的商业体制改革方向。但是，工业企业为啥放着门前的生意不做，舍近求远让自己的产品到外地去旅游呢？

说起来，企业家也有苦衷。

近年来，由于各种日用品、特别是紧俏日用品的生产企业蜂拥而起，加上原材料价格的放开，致使供不应求的原材料价格出现了飞速上升趋势，也使一些原先依靠外地原材料生产的城市企业出现了产品成本日益提高的情况。而上海市场，作为日用品加工的主产地，按现行“三放三限”（即放原材料价格，限最终产品价格；放原材料收购价格，限产地商品销售价格；放外地销售价格，限产地批发零售价格）的管理规定，企业产品销价不能上浮。但精明的企业家在这管理规定

中，看到了漏洞，把产品销往外地，凭着“上海货”工艺精湛、质量上乘的“牌子”，销路不用愁，销价也可上浮10%至15%，甚至更多。两相比较，对走投无路的企业家来说，自然要选择销往外地这一有利可图的渠道。所以，上海市的一位副市长说，现在，企业家是“千方百计”把商品销往外地。据有关人士估计，1987年上海工业企业自销外地的产品比上年增长了63.5%，金额约有30多亿元。其实，类似紧俏工业品的扭曲流动情况，在长江三角洲比比皆是。其中原因无非仍是原材料紧缺、原材料价格上升。

就“上海人难买上海货”的问题，上海市长江泽民曾多次在各种会议上谈过；他也就市场安排，责成有关部门研究解决这个问题，但一听企业家的见解“搞社会主义商品经济，企业就得讲求经济效益，哪里效益高，商品就应该往哪里流”，他也只能表示理解，深感为难。

要解决“上海人难买上海货”的这类难题，发展生产是前提。但据有关部门对上海数百名厂长、经理的调查，厂长经理普遍认为，原材料紧缺，原材料价格上涨，已经成了当前生产增长的主要制约因素。

靠地方政府给企业让利、补贴来解决“上海人难买上海货”的难题行吗？看来也不行！统计表明，上海这个我国最大的工业城市、国家财政上交大户，由于要对企业因原材料紧缺、价格上升等过重负担让利，已连续3年出现财政“滑坡”，每年减收近10亿元。

“发展生产，保障供给”，按理说是对一个国家、一个地区经济发展的最起码要求。如何在原材料紧缺、价格不断上

升，企业难以消化，生产又要讲求经济效益，地方财政收入不敷出的情况下，去努力做到这一要求呢？

问题，就这样尖锐地摆到了上海和整个长江三角洲企业家与政治家的面前，使他们思索起新的经济发展出路。

新支点新希望

古希腊科学家阿基米德说过：给我一个支点，我就能移动整个地球。

长江三角洲的人们在寻找继续搞活经济的新支点时，也对本地这几年的经济发展进程进行了反思。

在全国一浪高过一浪的改革大潮中，随着苏南、浙东、上海郊区数以万计乡镇企业的崛起，长江三角洲的经济，这几年出现了令人瞩目的长足发展。

人们看到，长江三角洲这块人口约占全国1/20、海陆交通、工业基础及商品经济都较为发达的地区，工业总产值、财政收入和出口创汇，都有了较快的增长，分别占全国的1/7、1/8和1/6，远远领先于国内其他地区。它的全民企业百元资金提供的利税也明显高于别的地区，几乎是全国平均水平的2.2倍。几年的发展，使这块中国最富庶的地区，初步呈现了以上海为中心，江浙为北南两翼的经济发展新格局。

人们承认长江三角洲的经济在发展，但也清醒地看到制约长江三角洲经济发展的产业结构基本未变，人多资源少的加工型特征，决定了其原材料要靠“洲”外提供，市场除本地区外，也得到“洲”外去寻找。如果说，过去原材料和产品还可靠

国家指令调拨，靠着人杰地灵的优势吃偏饭的话，那么，随着中、西部地区经济的迅速跟上，商品经济的逐步发展，长江三角洲地区再要走靠中、西部地区提供原材料、产品仰仗国内市场销售的老路就不行了。从眼前看，势必日益加剧沿海地区与中、西部地区争原料、争市场的矛盾；从长远看，其结果必定是中、西部地区的经济发展受压抑，沿海地区的经济陷入困境。

老路显然不能走了。

所以，在反观近年来的经济发展时，人们也看到了长江三角洲经济搞活发展的新希望。

座落在浙江嘉兴市郊竹林乡的嘉兴图钉厂，投产一年就收回了260万元的投资。目前，工厂年产图钉产量，已占全国图钉产量的1/3，达1200吨。除内销外，每年还出口200吨，创汇20万美元。

江苏昆山县城东，有一家乡镇企业与外商合作的赛露达有限公司，生产设备是从欧洲引进的，其生产的泡沫塑料沙发垫、床垫、榻榻米等产品也大部分打入国际市场。

举目长江三角洲地区，类似这种产品销售伸向海外，初步在国际市场站住脚跟的乡镇企业，在江苏的苏锡常地区、浙江的杭嘉湖地区，以及上海市郊区都有一批。目前，在苏州市，光外贸收购额超过100万元的乡镇企业就有123家；在上海市，直接从事产品出口的乡镇企业就有500家。在乡镇企业众多的出口产品中，既有传统的绸、缎、罗、锦、绉、纱等传统纺织品，也有玻璃器皿、铝制品、半导体收音机、电视机、钟表等轻工产品。各类品种多达500、花色逾千。其中，江苏吴江的绿绸，宜兴的陶瓷，常熟的花边，吴县的刺绣，

无锡的电子元器件；上海川沙的服装，青浦的抽纱，崇明的电风扇；浙江平湖的紧固件，萧山的万向节在国际市场上都属叫得响的产品。

出口创汇队伍的壮大，出口创汇产品的增多，使乡镇企业在长江三角洲各地出口总额中所占的份额也在加大。苏州市乡镇企业的外贸出口值已经占到了全市出口总值的1/4，上海乡镇企业的出口创汇额占到了全市创汇总额的1/7。

在乡镇企业发挥其灵活特点，纷纷调头向外发展的同时，长江三角洲地区全民企业向外发展的速度也在加快。在1987年上海全民企业出口产品中，已经有40%的商品是靠进口国的原材料加工的。

可见，经过多年努力，长江三角洲地区的乡镇企业已经孕育了巨大的出口创汇潜力；全民企业也初步具备了依靠国际市场，进行“大进大出”的承受能力。

放眼世界，人们也看到，自从国际经济度过了70年代末的“石油危机”，以及在新技术革命浪潮的冲击下，国际原材料市场出现了供过于求、价格趋向便宜；发达国家由于劳动力成本提高，正在加快将劳动密集型行业向劳动力便宜的国家和地区转移的新趋势。

对走过道路的反思和对世界经济形势的密切关注，使长江三角洲的人们看到了经济进一步搞活、发展的新支点；参与国际经济竞争和交换；抓住有利时机，避短扬长，把过去两头在“洲”外，转移到海外市场去；用人多、劳动力便宜的优势和国外便宜的原材料生产商品，打进国际市场去，解决国内由于资源少，原材料短缺，原材料价格高的难题。

1987年11月、12月以及今年1月，中共中央总书记赵紫阳在三次亲临长江三角洲视察时，对这里人们正在思考的问题给予了充分的肯定。

“两头在外，到国际市场去！”于是就成了长江三角洲人们的一个新话题。

呼唤“松绑”

在与长江三角洲的企业家探讨“到国际市场去”的课题时，我们听到不少企业家呼吁，企业要到国际市场去竞争，当务之急是要给企业松绑放权。

注意中国城市经济体制改革进程的人士都知道，企业家呼吁上级部门松绑放权，早在1984年就已提起过，为何又老话重提？

采访中碰到的两位厂长的经历，或许对人们理解企业家的呼吁是有帮助的。

50岁的K，就任长江三角洲一家颇有名气的电视机厂厂长已近3年。在他的任期内，这家企业呈现了一片生机勃勃的景象。企业的工业总产值和产品销售额在全国同行中，连续3年居领先地位；1986年，企业的利税总额在同行业中居第二位。近3年中，这家企业共生产了105万台彩电，相当于该厂引进彩电生产线后，两年半中生产彩电总数的3倍。与此同时，3年中，这家企业也年年获得国家和地方有关部门授予的各类优秀称号和奖章。

值得一提的是，K在近3年的厂长岗位上对我国彩电国