

英杰篇

毛宪文 主编

明星从这里升起

华艺出版社



主 编 简 介

毛宪文，又名毛日沁夫，蒙古族，内蒙古乌兰察布盟人。50年代初毕业于北京大学中文系本科，又毕业于著名作家丁玲创办的中央文学研究所（即鲁迅文学院前身）第一期研究生班。曾任编辑、教师、副研究员、教授等职。著有《毛宪文诗文选》、《毛宪文报告文学选》、《毛宪文论创作》、《毛宪文广告文学选》、《名家谈创作》，实用美学丛书《中国精美产品大全·内蒙古卷》，与人合著的有《古代散文鉴赏辞典》、《中国散文鉴赏文库·现代卷》、《中国散文鉴赏文库·当代卷》等十余部。

内 容 简 介

为了构筑跨世纪工程，交流探索社会主义市场经济的规律及管理经验，《明星从这里升起丛书》编委会决定编辑出版该丛书的第四辑《明星从这里升起·笑杰篇》，使新崛起在社会主义市场经济竞争中的广大企业及社会各界的名流通过本丛书在社会公开亮相，树立促进市场经济繁荣发展的形象，提高企业、企业管理者及其产品的知名度，策应名牌战略，以期取得更大的社会效益及经济效益。本书的最大魅力在于，不仅具有强烈的时代感与文学性，而且具有形象的企业管理与企业经营知识。它是企业界朋友的良师益友，也是关心当前市场竞争读者的好读物。

顾问：贺敬之 戴 刚

主编：毛宪文

编委：毛宪文 王世清 张沈义
智绍林 史立新 高文勤
马伯年 冯宏庆 柏 云

祝辞：贺敬之

责任编辑：金丽红

封面设计：李 戎

试论广告文学之缘起

(代序)

毛宪文

《明星从这里升起》丛书，从1991年出版第一个集子后，已经连续出版了三个集子。今年出版的是第四个集子了。

这套丛书为什么能有如此旺盛的生命力？正象贺敬之同志为本丛书的题辞中所说：“祝愿《明星从这里升起》丛书越编越好。”这部丛书所以能越编越好，受到读者的欢迎，甚至前几个月，有位朋友托我买一百本《明星从这里升起·三编》，我跑了半个北京城，只搜罗到十五本，说明本丛书销售的情况了。出版书有人买，市场流通注入了血液，丛书才有了生命力。我进行过一次粗略的社会调查，主要了解人们为什么花钱买这套丛书？很多人如是说：“我把这本书当作企业经营与企业管理的参照。”又说：“我在形象的文学描写中，受到某些启示。”这就是本丛书所以卖得出去的奥妙所在，亦即本丛书的生命源。

当今，在激烈的市场竞争中，企业很重视营销策略，在营销策略中有重要的一条，就是多元推销自己。因为不推销

自己就很难让人认识。推销自己最有效的方法，莫过于宣传。宣传的媒介多种多样，电视、电台、报刊、街头……作广告，尤其是当今的企业对在电视屏幕上作广告，最感兴趣，但屏幕上的几秒钟就得付巨额的广告费，因此很多企业说实在的力不从心。但自己的产品确实是优质，确实是物美价廉，不甘于受冷落，一定要打开销路，又花不起高额的宣传费，如果只靠自然状态通过消费者去宣传，也未免太消极了。“酒好不怕巷子深”，那毕竟是自然经济的产物，时下是不兴这个了。在市场经济中，你若自恃酒好，摆个臭架子，没人会钻入小巷问津你的。你必须认识宣传的重要性，借助各种宣传媒介，扩大影响，打开销路。

现在是个信息膨胀的年代，人人都要通过各种宣传媒介了解信息，进行商业性的活动，所以市场才会搞活。

说到这里，谈几句有关广告的话。广告是社会经济发展的产物，其自身的运作，促进了社会经济的繁荣，广告又是世界上最大的无烟工业。所以一个国家广告业发展的水平，充分代表着其经济发达的程度。广告业发展与经济繁荣二者天然的联系，使广告在现代社会经济中发挥着重要的作用。我国广告业的发展，经历了一个艰难、曲折的过程。从建国后的第一个五年计划到大跃进、文化大革命前，我国的广告业经历了萌芽、发展、停滞的阶段。文化大革命期间广告又被视为资本主义的“草”而被“割除”。在此期间，上海、广州等地经济发达城市相继制定的有关广告管理的地方政府规章及中央有关主管部门制定的广告管理规章失去了存在的意义。所以说，在过去计划经济的体制下，我国根本没有广告发展的大气候，更形成不了良性的经营机制。

1978年党的十一届三中全会确立了以经济建设为中心

的指导方针，国家大规模发展社会主义市场经济，我国的广告业才得以真正恢复、发展，近几年广告的作用愈来愈突出，广告与企业的发展关系愈来愈密切，人们深知宣传自己的重要性，但又限于有限的宣传费，于是就选择了报告文学的途径，因为这种宣传媒介比起其它宣传媒介收费低廉，企业承受得起。

报告文学，这里说的不是泛指的报告文学，而是指真实生动地描述了企业的经营情况，人们在形象的氛围中知道这家企业的产品及其管理情况的报告文学。这种报告文学，无异于给企业作了文字广告。这广告，比一般广告，更细腻，更具体。由于其真实，增加读者的信任度。所以这种报告文学一出版，当然有助于企业知名度的提高。知名度提高了，企业出名了，名厂自然出名牌产品，名牌产品自然也就容易销出去了。

现在，市场竞争非常激烈，银根很紧，老实说企业赚钱很不容易。君不见多少企业在竞争中宣布破产，或濒临破产或挣扎在生存线上，那有力量还去作广告宣传自己呢，他们的处境正是泥菩萨过河。

本丛书各集都曾介绍过濒临倒闭的企业，由于有能人转换经营机制而使企业起死回生的事例。这些活生生的事例给人以鼓舞，给人以启迪。本集所收各家均为社会效益及经济效益均佳的企业，他们是名符其实的明星企业，称得上是当代的英杰。他们清楚地认识到本丛书的广告功能，所以愿借一席之地来自我推销。

如此说来，本报告文学丛书有广告文学丛书之嫌了。窃以为为企业或产品写的报告文学，即使张扬其功利性，明确其广告功能，最后变成了广告文学，那又有什么不好呢？唐

朝的大文学家陈子昂曾说过：文章为时而作。这个“时”，我以为指的是“形势”，与我们现在主张的文艺为社会主义服务，文艺为人民服务的“二为”方针是相近的。唐代的人尚且如此认识，何况处于市场经济中的我们呢。试想想，文学离开了反映现实，那将是无源之水；无本之木。因此报告文学为市场竞争服务，有何不妥呢。

可能有人会说，把报告文学当成广告文学对待，那是对报告文学的亵渎，所以不能把报告文学降等为广告文学。因为广告文学那不是文学，它浸透了商业味儿，有玷污报告文学的神圣与崇高，所以不屑于写这类东西。其实这是一种偏见，是迂腐的。伟大的文学家史学家司马迁的《史记》，是众所周知与公认的传世之作。书中就有《货殖列传》，不就是写的企业经营者吗。我以为《史记》中很多作品就是采用报告文学的写法，那末有谁怀疑过它的文学性呢。社会已进步到市场经济，文学为市场经济服务，这正是广告文学应运而生的大气候，这正是广告文学切中了市场经济发展的脉搏，为推动社会前进起到了别的宣传媒介起不到的作用。这应该说是广告文学在这个历史阶段肩负的光荣使命，它与过去各个历史阶段一切文学样式肩负的光荣使命一样，这有什么奇怪呢。

窃以为广告文学在当今的市场经济大潮中方兴未艾，在今后的市场经济中越来越会被人们所接受，这是文学在新形势下与企业联姻，产生的骄子，是文学在新形势下派生的新品种。历来文学新品种的诞生都是根据客观需要演变而来的，尤其随着经济的发展，社会的进步，文艺新品种的派生越来越多，它们都能立户口，广告文学为什么不能立户口呢。下边我谈谈广告文学的特点。

广告文学是进行商业性的宣传，当初是以报告文学的名义出现，确实它具有报告文学的属性。随着市场经济的发展，企业利用这种形式，通过报刊广泛宣传自己，也就是说它冲破了报告文学的固有范围，企业利用这种文学形式去宣传自己，宣传自己的产品，它起的是广告的作用，写作时运用文学的手段，因此我认为给它命名为广告文学，更为直截了当，更加名实相符，它是文学百花园内的一支新秀，一个新品种。文学的分类与社会的分工一样，越来越细，这是社会进步的必然。

广告文学的另一个特点，是要遵照《广告法》去办理，所宣传的内容必须真实，不容半点虚构。要对所宣传的企业必须深入的考察，这一点与报告文学是相通的，真实同样是广告文学的生命。

广告文学的第三个特点，就是充分调动文学的各种手段，让你所写的企业或产品有吸引读者的魅力，这一点又是与报告文学相通的。

广告文学的最后一个特点就是形象。借形象的描绘，对新事物的认同，让人相信你宣传的企业及产品，使被宣传的企业取得较好的经济效益。其实对报告文学有这种看法的人，不只我一个，不过人们都不愿意充当“始作俑者”的角色罢了。他们怕冒天下之大不韪把文学降了等，失去文学的“纯”与“高尚”，被人瞧不起。有的人为企业写了不少广告文学，但谈起这个话题来总是躲躲闪闪，遮遮掩掩，羞羞答答，总认为“广告文学”不如“报告文学”“高尚”，何况从未有人这么说过，广告就是广告，哪有广告文学之名呢。其实这是一切新事物最初普遍的遭遇，没什么奇怪的。戳穿了说，就是在文学前冠上“广告”二字，文章有了含金量，产

生了铜臭味儿，文学就不纯，更不高尚了。其实这是自欺欺人的心理怪胎。我以为还不如公开亮出广告文学的招牌，更为妥贴。

广告文学质量的定位，重要的是文学手段的运用，优秀的广告文学的作者必须加强文学的修养，才能写出令人满意的广告文学作品。

著名作家刘绍棠在《北京晚报》1995年9月22日的《床与人》一文中指出：“讴歌企业改革和企业家事迹的报告文学作品，常常被讥讽为‘广告文学’。这也难怪，广告文学堆砌连篇累牍的华丽词藻，泛滥溢美不实之词，集假、大、空之大成，实为高、大、全之变种。”

我很赞成绍棠的说法，某些报告文学作品，确实存在着这种现象，它们以华丽的词藻掩饰其空泛的内容，甚至违背报告文学真实性的基本要求，泛滥那些溢美不实之词，其结果必然是假、大、空和高、大、全之综合体。人们讥讽它是应该的。用我在前边所举广告文学的几个特点去衡量绍棠所指的那种所谓报告文学，它也是完全不合格的广告文学。广告文学简言之，它首先要求真实（广告必须真实），其次是文学性。所谓文学性，就是要借助文学的各种手段及表现手法去讴歌企业和企业家；让这广告不干巴巴，而具有一定的艺术魅力。

今读刘勇先生在《北京晚报》1995年10月13日发表的《广告文学》一文他列举在电视上播出的广告修辞方面的不当现象，其结论是：“广告并非文学”。他指的是在广告中没有（或缺乏）文学因素（电视受时间的限制修辞要求极高）。与我所说的广告文学是两码事。我说的广告文学，换言之即文学性的广告。用文学手段，达到广告之目的。

以我所列广告文学之条件去衡量本书中拙作的诸篇，虽称不上是样板，但被宣传单位认为达到了广告的要求。本人鼓吹的广告文学，这是首次公诸群众面前，怕其他作者一下子从感情上难以接受，所以只好举自己撰写的篇目为广告文学作品。我相信通过本书的传播媒介，被宣传单位的知名度一定会有提高，接踵而来的收获无疑是社会效益和经济效益了。

这里我斗胆提出广告文学的主张，目的是求教于方家，并望不吝赐教。

是为序。

1995年7月—10月

祝愿

《明星从这里升起》丛书
越编越好

顾颉



目

录

1	试论广告文学之缘起 (代序)	●毛宪文
1	北方粮王的经营管理艺术 及其远见卓识	●毛宪文
26	真神, 假神, 话康美	●毛宪文
	——北京康美神保健品研究开发公司采访札记	
38	上帝之手	●王世清
	——记辽宁省葫芦岛市锦西化工医院院长杜放	
64	融入朝阳	●杨云
	——呼伦贝尔盟医药公司经理韩冠法为人商纪略	
79	迈出了走向市场经济成功的第一步	●毛宪文
	——绥中粮库采访纪实	
99	他从风雨中走来	●巴·那顺乌日图
	——记通辽市变压器股份有限公司总经理王海富	
117	林之骄子	●陆福坦 郝金昌 马义
	——记全国绿化奖章获得者葫芦岛市连山区林业局 局长林向石	
132	你好, 城市美容师	●赵骏谊
	——记葫芦岛市龙湾区环卫处处长高云和他的 伙伴们	

- 149** 国家级评酒委员——李印 ●毛宪文
- 163** 为了丰富人们的生活 ●毛宪文
——内蒙古新义饮料有限公司采访札记
- 178** 璀璨的星群 ●张沈义 路小宝
——记中国工商银行葫芦岛市支行站前办事处
- 191** 辉煌的人生 ●姬晓梅 王世清
——记辽宁省葫芦岛市华信实业总公司董事长
佟德峰
- 206** 只要一个支点乳香自能轻飘去 ●柏 云
——张文厂长的企业行为
- 219** 团结, 求实, 拼搏 ●毛宪文
——东辛庄粮库采访见闻
- 243** 蹉跎人生路 ●赵 宇 张沈义
——记辽宁省绥中县粮油储运公司总经理赵连生
- 260** 执著的爱 ●赵 宇 张沈义
——记我国著名小儿脑瘫治疗专家李光
- 274** 开辟生命的绿洲 ●张沈义 佟向群
——记葫芦岛市渤海中医诊所主治医师顾康春
- 290** 夏日里的清风 ●王世清 张沈义 佟向群
——记辽宁省葫芦岛市锦西空调设备厂厂长郑书义
- 302** 飘香的事业 ●齐志学 马 义
——齐中正和他的辽西果树第一村备忘录
- 316** 为时代快车加油 ●赵 宇 沈 义
——锦西云华石油化工有限公司发展纪实
- 335** 平凡人生 ●郝金昌
- 343** 妙手回春 ●赵 宇
——记民间名医赵金平和他的“一点复位法”

357	中国的奥比尤圣	●毛宪文
	——访辽宁省喀左县民族地毯厂	
367	汽车医院	●毛宪文
	——访北京云凯风进口汽车维修中心	
376	在“小人国”旅游世界	●毛宪文
379	诗人朱伏恩	●王世清 郝金昌
	附录:	
396	勿忘“九·一八”，勿忘“八·一五” ...	●毛宪文
410	日本宪兵抓走了李士奇老师	●毛宪文
412	编后	●毛宪文

北方粮王的经营管理艺术 及其远见卓识

○毛宪文

去年岁末，我在编辑《明星从这里升起三编》中的《北方粮王》一文时，被文中主人公智绍林的事迹所深深感动，心想一个县级粮食局局长凭着那颗火热的心与不懈的追求，竟能打开南方的粮食市场，为解决当地及周边省份农民卖粮难创造了条件，为广大农民兄弟谋了福利。人们提起智绍林无不竖起大拇指称赞，叫一声：咱们的北方粮王真好啊。我觉得这是件很了不起的事啊。粮王绝非一般，除由衷地钦佩他外，生发出一种亟欲与他谋面的强烈想法。

这次摆脱事务，我专程从北京来到绥中。下榻宾馆，立即与他通话。这几天辽西地区暴雨成灾，绥中的六股河河水暴涨，严重地威胁着城区的安全。和他通话时，正值他刚刚参加完全县的紧急抗洪会议，准

备带领群众出发运送抢险救灾物资。从电话中传来他坚定的声音，我仿佛看到他身先士卒与洪水搏斗的英勇形象。情况虽然紧急，我也不免流露急切晤面的心情。

下班后，他径直驱车来到宾馆。两人紧紧地握过手，落座。只见他清瘦的面容，白净的肤色，炯炯有神的双眸，细高挑，举止温文尔雅，谈话语气温和，俨然一介书生，没有关东大汉的粗犷，更没有粮王大款的气味。在我的意想中仿佛有一丝，既称粮王，那一定是牛皮轰轰，摆阔，满手金饰，财大气粗。然而在我面前的粮王，朴实憨厚，年届不惑，却透出青春的活力。谈过几句话，我俩感到很投机，仿佛一见如故，忘掉年龄的差距，顿时一切陌生感、距离感，统统消失在九霄云外，不知不觉融入友谊的海洋。我暗想：难道这是缘份吗？

绍林说，他很忙，时间总不够用，一般客人来了，均由副手接待。您老不同，我得设法抽时间陪陪您，使您满意。我也毫不掩饰地将心掏给他：我要挖掘《北方粮王》中潜在的深层内涵，让粮王的形象矗立在市场竞争大潮的潮头。我开宗明义的要求，蒙他应允，自然喜出望外，并致感谢。他听后说道，您谈感谢之辞言重了。由此可见，他是位重视友情，不求回报的人。心想，当今这种人实在难得啊。

在激烈的市场竞争中，人们莫过于关注企业的经济效益。因此话题自然切入这方面，我的发问也是直截了当，绍林的回答，如数家珍，侃侃而谈，我被他的艺术谈话所吸引，他的语调抑扬顿挫，节奏鲜明，谈话内容条理清晰，层次分明，我似乎沉浸在现代企业管理的具象中。

绥中粮食局共有下属单位 23 个，职工 4000 人。近几年，他们解放思想，加大改革力度，以市场为导向，大胆参与大