

2023年3月 星期五 31日 癸卯年二月初十

镇江周刊 ZHENJIANGDAILY 镇江报业传媒集团出版



Tel:0511-85010056 本报网址: http://www.jszw.com.cn

第 595 期



从《镇江日报》历史报道中溯源“四千四万”精神

石溪声

镇江日报更早提出“四千四万”精神

据扬中当地新媒体“扬中发布”报道:对于扬中“四千四万”精神的首次提及,虽时隔33年,但陆朝银(原扬中市委书记、现场中发展促进会名誉会长)记忆犹新:“1990年2月3号,农历正月初八,我县召开首次供销员代表大会,200多名供销员参加,我们表彰100名供销员,为他们披红戴花,我在大会上作报告,首次提出要大力宣传和发扬由供销员独创的“四千四万”精神,最早的提法是:千山万水、千家万户、千辛万苦、千方百计开拓市场。”

陆会长的回忆是不是意味着,本地最早出现“四千四万”精神这一说法的时间,是1990年2月呢?笔者在查阅《镇江日报》历史报纸时有一个意外发现:早在近一年前,即1989年3月15日的《镇江日报》4版组合稿件《城乡并举以城补乡——拓宽城乡建设综合开发新路》中提到:(镇江)市城乡建设开发公司(经营人员)发扬“四千四万”的精神跑购销,组织和提供建筑材料,为乡镇建设排忧解难。

这是《镇江日报》上首次出现“四千四万”精神。虽未有具体文字说明,但由此可见,“四千四万”真正源于民间,源于实践,早于官方的表述。

“四千四万”精神被不断传播

差不多一年后的1990年2月18日,《镇江日报》2版刊登了时任市委书记俞兴德在市委二届二次全委扩大会议上的报告(摘要)《振奋精神 坚定信心 在治理整顿深化改革中奋勇前进》。俞兴德在谈到“1990年的经济工作,要切实抓好以下几个方面”的第五方面“加强集中调控”时指出,“要大力发展横向经济联系,继续发扬‘四千四万’精神,组织好各种原辅材料的供应。”这是市委书记的公开报道中,首次引出“四千四万”精神。此后,“四千四万”精神被不断传播。来看一组当年《镇江日报》的新闻报道:1990年5月5日4版《富足兴旺的前巷村》专版文章中,有这样一段文字:共产党员、天线厂、工具厂供销员朱国荣一九八九年不计较个人得失,发扬了“四千四万”精神,取得了全年销售额八十七点五万元的好成绩。1990年8月8日,头版通讯《印象·启示·难题——部分市直企业贯彻市委工作会议“精神采访记”》“启示之二”中写道:“厂里(通用消防器材总厂)的销售

人员还发扬‘四千四万’精神,出差山东,在全国银行会议上作灭火棒用来护身的现场表演,收到显著成效,现已收到订货函件一千二百封。”1990年10月23日,1版消息《市煤石公司列入全国物资系统前百位企业》称,我市最大的物资供销企业——煤炭石油公司总经理颜庆山要求,各部门发扬“四千四万”精神,大力抓好产品销售。1991年2月7日,1版“短评”《调整求效益 扩销求增产》称,广大供销人员要继续发扬“四千四万”精神,深入城乡市场,推销产品,使工交生产进入良性循环的轨道。(这是《镇江日报》评论中,首次引用“四千四万”精神)1993年10月30日4版《“镇江市十佳青年销售功臣”候选人简介》中,称“左成龙……发扬‘四千四万’精神,为厂里培养新手,爱厂如家……”1998年12月16日头版《握住“看不见的手”——镇江人才工程二十年风雨路》中,“此时的人事干部犹如早期争市场、争原料、争资金的乡镇企业供销员,他们以敏锐的嗅觉,‘四千四万’的精

仿佛一夜之间,“四千”精神重出江湖,传遍大江南北。

3月13日,李强总理在记者招待会上表示,当年江浙等地发展个体私营经济、发展乡镇企业时创造的“四千”精神:走遍千山万水、说尽千言万语、想尽千方百计、吃尽千辛万苦。显然,总理认为,“四千”精神有两个发端之处,浙江和江苏(即“四千四万”精神)。

根据相关媒体报道,关于浙江“四千”的精神起源,比较确信的应该是发端于温州。关于“四千四万”的发源地,江苏省内比较一致的观点是镇江扬中市。

神,不失时机地为镇江的经济建设引进人才。”

由此可见,“四千四万”精神已经被广泛应用到镇江各行各业的发展实践。20多天,1999年1月9日《镇江日报》2版刊登时任市委书记方之焯在市委三届十

次全委(扩大)会上的讲话《奋力作为 稳中求实 持续发展 把一个充满生机和活力的新镇江推向新世纪》,讲话称“继续发扬‘四千四万’的精神,实行买断制大承包,探索新的营销策略。”这是市委书记第二次引用“四千四万”精神。

“四千四万”精神从未消失

2001年8月29日,《镇江日报》4版“纪念镇江经济开发区建区十周年”专版一文《风雨相伴招商路》中,对“四千四万”的详细解释:我们的招商人员就是凭着……“四千四万”(说尽千言万语、走尽千山万水、吃尽千辛万苦、想尽千方百计)精神,推动了新区开发建设大业的飞速发展。

2002年4月18日《镇江日报》“发展私营经济系列评论”之四中,再次对“四千四万”作出解释,文章说:“千辛万苦去创业,千方百计去经营,千家万户搞协作,千山万水找市场”,当前,提倡这“四千四万”精神,在广大私营经济创业者中仍有十分重要的积极意义。

2004年10月26日,在《镇江日报》长篇通讯《古城崛起雄风正健——“百年扬中”系列报道之二》中,第三次出现“四千四万”精神的注解,文章称:靠着“跑遍千山万水,说上千言万语,吃尽千辛万苦,度过千难万险”的“四千四万”精神,扬中逐渐形成一支规模庞大的供销员队伍……这一说法最接近于李强总理关于“四千”精神的表述。

2005年1月26日,《镇江日报》刊发时任省委书记李源潮在省级机关保持共产党员先进性专题报告会上的讲话,有一段:因此,我们要在全省大力培育和弘扬创业文化,淡化“官本位”的人文意识,强化创业致富的市场观念,重振苏商跑码头办实业的雄风,学习浙江人走天下创大业的胆量,弘扬苏南人“四千四万”创业的韧劲。这是源于扬中的“四千四万”精神,被广泛应用于苏南人的创业精神。

2006年3月10日《镇江日报》头版头条消息《扬中奏响“四千四万”新乐章》称,“改革开放之初,扬中农民放下裤腿走出家乡,凭着‘千军万马、千山万水、千言万语、千辛万苦’的‘四千四万’精神,成就了‘供销员经济’奇迹,乡镇工业从无到有,由小



2001年8月29日的《镇江日报》4版

变大……”

2007年1月9日,《镇江日报》头版头条通讯《创新转型 赢在国际》称扬中,凭着“跑遍千山万水,走进千家万户,说上千言万语,吃尽千辛万苦”的“四千四万”精神,乡镇工业从无到有,由小变大,地区综合实力连续11年跻身全国百强。

2010年8月8日,《镇江日报》头版头条消息《扬中大量民间资金转为创业资本》写道,扬中的市场和资源两头在外,因此产生了“跑遍千山万水,走进千家万户,说上千言万语,吃尽千辛万苦”的“四千四万”供销员经济。

尽管具体表述不一样,但源于扬中的“四千四万”精神,和李强总理关于“四千”精神的解读,其实异曲同工。因为那是一代代创业者共同的心路历程和精神历练。也许真的难以用相同的文字表达,这恰恰是感慨万千的真实写照,但其精神是一样的难能可贵。

就像是“南陈北李,相约建党”一样,江苏和浙江孕育的“四千”(四万)精神,创造了经济和社会发展的奇迹。而“四千”精神,也不断历经演变,从供销员精神到私营企业精神,从乡镇企业精神到民营经济精神,从企业家精神到创新精神……这种精神与时俱进,从未消失。

当前,面对中国式现代化这一人类历史上前所未有的大变革,更需要弘扬新时代的“四千”精神和“四敢”精神,踔厉奋发、敢拼敢闯,把党的二十大精神擘画的宏伟蓝图变成美好现实。



扫一扫,看更多精彩内容

特稿 TE GAO



淄博烧烤火出圈 不只因为短视频

□ 华翔

3月,一个不出名的城市——淄博,一种极大众的美食——烧烤,猝不及防地火了。

第一把火在线上流量圈。3月8日,“大学生组团到淄博吃烧烤”话题就登上抖音同城榜热搜第一,至3月15日,该话题已经实现了4589.8万次播放量。与此相应,社交媒体的各大平台,特别在周末,均出现了“组团到淄博撸串”“坐高铁去淄博撸串”等相关话题,引起广泛的讨论和热议。数据显示,3月份以来,“淄博烧烤”关键词全平台搜索量同比增长超770%。

第二把火在线下生活圈。淄博火车站发布了一组数据,3月4日和5日,火车站到发旅客数量分别为4.54万人次、4.80万人次,而4.80万人次为该站三年来单日到发旅客数量的最高纪录,其中大部分人都是前来品尝淄博烧烤的游客。中国新闻周刊的报道如是开篇:“淄博车厢的大学生,空气中都是孜然味。”淄博几家餐馆老板则表示,在过去的一周尤其是周末,他们每天卖出1万多串撸串。

第三把火则在媒体舆论圈。中国新闻网、中国青年报、凤凰网、澎湃新闻、新京报、大众日报等诸多媒体纷纷报道,有新闻、有综述、有评论。

淄博烧烤为什么能火出圈?评论分析挺多,譬如产品有特色,中国新闻周刊称其为——“烤炉+小饼+蘸料”的烧烤灵魂“三件套”,再有传播最新潮,新京报评论为——“短视频+美食”的裂变传播。烧人的画面不描述,网上资料太多,只想侃侃特别有感的三点。

其一,生活场景是旅游的最新卖点,烧烤,不是自然景观,没有历史遗迹。但正如凤凰网的文章所言:“葱、小饼、烤肉三位一体,升腾缭绕起着香的烟火气,人声鼎沸间,刻画出鲁中小城居民享受生活与安定自在。”“无论宵夜小酒、露营户外、好友聚会或者合家团圆,只要一炉烧烤镇场,那就有氛围和排面。”这本是淄博人自身的生活场景。但恰是这样一种有滋有味的烟火气,对他乡人就有着莫名的吸引力。

事实上,旅游正在发生改变。于出发者,不再是什么郑重、严肃的大事,而是更加从容、随意,说走就走,其本身就是生活的一部分;于目的地,也不再是什么观光打卡“到此一游”,而是感受另一类生活场景、体验另一个别样人生。这是人们旅游心态的改变,这也将是旅游业态的变化,而“生活”恰是其中的最关键词。已然有城市敏锐地捕捉到了这一点。譬如成都,其最新的口号已悄然调整为——“雪山下的公园城市,烟火里的幸福成都”。

其二,火是猝不及防,但烧这把火却是久久为功。2020年,有薛之谦在首届麦田音乐节现场推介淄博烧烤;2021年,制作“淄博烧烤说唱”等多个短视频,当年B站美食纪录片《人生一串》第三季亦将淄博烧烤纳入名单;今年二三月间,连续邀请网络大V“大漠叔叔”“特别乌啦啦”等持续打卡淄博烧烤……淄博一直在努力宣传其独特的烧烤与美食。持续“种草”,终于引爆。媒体披露,今年春节后,一些大学生来淄博参加双选会,他们品尝了淄博烧烤,并拍摄了“撸串”视频发布到社交媒体上。然后,如中国青年报文章所言“淄博独特的烧烤方式满足了年轻人喜欢新鲜的心理和社交需求”,瞬间引爆了网络关注和追捧。事实上,这也带来了另一个需要进一步追问的课题:再新潮的宣传方案,再犀利的传播手段,也需要首先解决——寻找受众和精准报道。

其三,这把火一开始就闪着政府推手的作用,是整座座城市都在“兴师动众”。有推介淄博烧烤的政府新闻发布会专门召开;有从社会治安、食品安全、消防安全等方面开展守护淄博烧烤的护航行动;还有商家“端牢自家的饭碗”,自发成立多个行业自律联盟。为了方便外地大学生坐高铁来撸串,淄博除了对途经烧烤店的常规线路进行重新提报,主城区42条常规公交线路覆盖33家烧烤店,还专门新增了21条定制烧烤公交专线;全市38处青年驿站向来淄实习、游玩、访友的市外高校在校大学生开放,每人可享受每天4次、每次5天的半价入住优惠;此外,淄博还推出了为青年量身打造的烧烤地图、烧烤节等……或许,这正是“全域”理念的精彩实践。

如是,我们当可以相信,淄博烧烤的火,还能继续火下去。

扫描二维码 关注公众号



镇江 品读

责编 谢勇 美编 谢勇 校对 朱峰璐



导读 DAODU

过墨者藏奸

→10版

我与锅盖面

→11版

“天书”之城(三)

→12版