



因为“变”，您才历久弥新

■ 石月

岁月一天天流逝，我总忘不了1999年到2005年在《安徽市场报》的美好时光；眼里总不时浮现出一起笑、一起哭、一起打拼的那些人，脑海里总想起虽说不上是轰轰烈烈但永远抹不去的那些事。

1999年是《安徽市场报》正式转企改制的一年，在省内率先从厅局机关报转型都市报，周三报改版为日报。当时在全国报业整顿改制和厅局机关报刊号并入省市级党报的大背景下，市场报若不早行一步，如今很难想象是何局面？蓦然回首，真敬佩报社的老领导、前辈们的胆识、气魄和远见。改制后，报社采编、发行、广告三驾马车齐飞，势不可挡，使市场报成为安徽省内发行量最大、影响力最强的一份都市报。

用人机制变活了，聚起了人气，干事创业劲头十足。1999年上半年，报社招聘和外聘了许多优秀的人才和资深老报人，为下半年改版做准备。在用人方面，我深有体会，一直感恩刘济民总编辑和彭鼎宁副总编辑两位老领导给了我一个机会，是我如今能在媒体工作的人生转折点。1999年8月报社招聘已结束，经人介绍抱着试试看是否还有补录的机会来到报社，到了之后才知道各个部门的人员正在集中培训，人员职位还没任命，岗位还没分工。社领导商量后让我先去培训，至今我还记得是在报社五楼大会议室安徽大学王中义教授讲的课。培训后，就是人员任职定岗，对于各部门职位和岗位，社领导不擅自安排指定，人人竞聘上岗。根据我的专业特长和工作经历，最终我竞聘到发行二部主任助理职位，从事合肥市外的地市报纸发行工作。

绩效考核变实了，激发了采编人员的内生动力，报纸办得精彩纷呈。对于采编的考核，给我印象最深的是费修竹、张孟杜等几位资深老报人老前辈每天给新闻稿件和版面评分，分数上墙公示，评分结果和自己每月的绩效工资挂钩。有了明确的考核制度，当时记者们积极性特别高，有才华有思想，敢拼敢为，只要有新闻线索，第一时间奔赴现场。在陈宝红主任的指挥下，独家、深度报道和舆论监督时常见诸报端，热点亮点焦点文章跃然纸上。精彩的内容经过编辑提炼和照排出版部门帅哥靓妹的制作时尚大气，头版通栏大标题和彩色大图，视觉冲击力极强，读者拿到报纸总是眼睛一亮，爱不释手，版版必看。

发行量变大了，广告上来了，效益变好了。记得1999年改办都市报的时候，实行自办发行，合肥市东、西、南、北、中五个发行站五箭齐发，除正式聘用的几百名投递员外，还发展了几千名兼职发行员。都市报创刊的前几期，大量的发行员走进各个小区和单位，到百姓家到单位办公室免费赠送几十万份，让读者先看几期，报纸内容好，读者自然喜欢，大多自愿订阅。在小区搭起红棚子上门服务，把征订单交给零售摊点、彩票店的负责人代为订阅，每天组织百十人沿街或到证券公司门口叫卖零售等等。在发行的同时，报社在业界率先在电视上发布征订广告进行宣传推广，除订报赠送礼品外，还每月进行一次订报抽奖等。

使我难忘的是有一次在老市府广场举办读者日，一张巨大的报纸海报把广场南侧的一栋大楼基本覆盖了，最大最强的字眼夺人眼球，很有气势。当时市府广场可是合肥市的中心地带，市委市政府就在北侧，能不能挂？怎么挂上去？社领导还真顶了不少压力，想了不少办法。有胆识有魄力，敢创新敢行动，巨型海报终于在天亮前与读者见面了。那次的读者日甚是轰动，人山人海，来了许多艺术家、作家等各界名流助阵，我现在还珍藏着著名艺术家黄新德的签名。

我初到报社，在发行二部何洪俊主任领导下，主要从事合肥市外的发行工作，一开始外地市报纸主要依靠汽车和火车运送到各地市，忘不了和我的兄弟王冀兴一起冒雨骑着三轮车在明光路汽车站分发搬运报纸的情景。随着合肥市发行量的增长和稳定，发行一部和二部进行合并，报社集中精力开始拓展外地市的发行工作。一年多的时间，16个地市发行站（记者站）陆续建立起来，各个地市站长经验足，很能干，地市发行量翻倍上升，为了争取投递时间，早点让读者拿到报纸，又陆续开启了铜陵、蚌埠、宿州等六七个印刷点。

随着市场报的影响力越来越大，广告量也大幅增加，效益好了起来。加强对广告部人员和发布流程的规范管理日益显得重要。2003年，报社决定让我转岗到广告部工作，前任广告办主任，报社后来又成立经营中心，任副总经理。当时广告部分行业分口子有三个经营部门，广告办不光要与三部门及代理广告公司做好服务，每日要很晚下班与采编、出版部门协调版面、设计等事宜，同时还要负责审核广告的合法性、价格和组稿费内勤工作。

以上是我在市场报的6年点滴经历和感怀，2005年4月，一家中央媒体网站在安徽落地，我离开您去了那里，弹指间已17年，现在无论纸上相会，还是屏前相见，我始终认为我是您的一员，用感恩的心感谢您。

守正创新方能行稳致远，祝愿《市场星报》奋力开启高质量发展新征程。

我的星报缘

■ 彭传友

1999年一次偶然的的机会，我在安徽市场报周六的证券周刊上看到了一则招聘广告，我本身对证券市场比较感兴趣，看到报社在招工作人员，我就报了名，参加笔试后，面试时因我在商桥快讯杂志社工作，做过销售，当时的项海胜主任就说你干过销售，做广告很快能上手，就把我分到了广告部做业务员，至今与星报结缘已20余年。

当时的广告业务并不好跑，很多单位认为我们是行业报，并不愿意在市场报做宣传。我们要做到业绩，必须要一天跑十几个客户，我记得第一个客户是在城隍庙的茗香轩茶楼喝茶时，和老板聊天认识的。经过多次努力终于拿到了第一笔广告业务，老板让我帮他店刊登些文字，招揽客人，当时也没钱，就给了300元茶水券。这是我的第一笔广告业务，当时心里感到特别高兴，很有成就感。随着信心的不断增强，我又跑到长江路上南京名人公司，这家公司是做名人辞典的，刚到合肥，公司在合肥的项目负责人，对合肥办理各种证照的地址不是很清楚，我就帮他多方打听，办齐了各种证照手续，最后处成了朋友，和我签订了一笔4万元的广告业务，在安徽市场报上刊登名人辞典。

安徽市场报是面向普通百姓的一张日报，2000年谋划增加一些栏目，当时的旅游行业刚刚开始初步发展，报社广告部的关民主任让我开办旅游栏目，我也是无从



下手，幸好我认识了当时在记者部的杨智主任，带我去旅游局找领导，经过沟通洽谈，确定了2001年在安徽市场报开办由安徽省旅游局市场处主办的旅游文化栏目。这个栏目的开办，杨智主任付出了很多心血，多次往返于报社和旅游局。这个栏目的成功开办不仅给报社带来了一定的经济效益，也带来了更大的社会效益。

安徽市场报人是一支特别能战斗的队伍，记得2002年报社举办读者节，地点在老的市府广场，那年冬天，天气特别寒冷，当时的发行人员、办公室工作人员、记者、编辑、广告业务人员和报社领导早上7点不到就到现场，准备读者节的各项工作。没人叫一声苦喊一声累，当时在市府广场临近的高楼上，我清楚地记得挂出一面长5米宽3米的横幅“安徽市场报人特别能战斗”的字样，特别鼓舞和振奋人心。在这一天的读者节上，人群川流不息，各工作台上记者、编辑、发行人员不厌其烦地回答读者提出的各种问题，没感觉到一丝丝的寒冷。这次读者节经过全报社人员的共同努力，报纸订阅读量大幅上升，取得了经济效益和社会效益双丰收。现如今的星报人传承特别能战斗的精神，在转型改革的大潮中，一定会做得更好！

星报铺就我的七彩路

■ 唐朝

2018年3月，我来到了市场星报工作，从那时算起，现在已步入了第五个年头。

大学时我的专业是新闻学，在四年的时光里，从周一到周五，都在与各类新闻理论、中外新闻事业史等一系列专业课打交道。令自己都没有想到的是，彼时的我已对新闻行业产生了浓厚的兴趣，对报纸尤其。

大学毕业后，我回到合肥，一心想找一份报社的工作，但很久无甚收获。直到半年多后，市场星报向我抛出了橄榄枝，给予了我进入新闻行业的机会，让我成为了一名见习记者，那时的我才22岁零3个月。

在年轻时就能从事自己喜欢的工作，相比于很多同龄人，我无疑是幸运的。

但刚开始工作时，我就发现大学时所学的理论与实际操作之间存在巨大差异，这让初入新闻行业的我一时间无所适从。学生时代我曾自诩文笔不错，但到了工作中却连一篇消息稿都不知该如何下手。

当我陷入无助时，报社的同事向我伸出了援手，从新闻稿的行文风格到新闻点的提炼，从取标题的方法到采访时应具备的技巧……这些如今看来最基本的内容，对当时的我来说，无疑是一针强心剂，为我在报社站稳脚跟铺下了第一块砖。

除了同事间的真诚相助，报社内热忱的氛围也让我惊喜万分。从部门主任到副社长、社长，每位领导都待人亲切；在闲暇时光，各个办公室也时常能传出欢声笑语，这样的氛围在我加入市场星报至今的几年间始终未曾改变。

而在过去的4年中，我时常问自己：新闻工作到底给我带来了什么？同样的，也一直有人问我，做记者并不能带来丰厚的收入，为何还要坚持？

此文写于2022年5月5日，恰逢卡尔·马克思诞辰204周年。1835年，17岁的马克思在《青年在选择职业时的考虑》中写道：“如果我们选择了最能为人类福利而劳动的职业，那么重担就不能把我们压倒，因为这是为大家而献身；那时我们所感到的就不是可怜的、有限的、自私的乐趣，我们的幸福将属于千百万人，我们的事业将默默地、但是永恒发挥作用地存在下去，面对我们的骨灰，高尚的人们将洒下热泪。”

我想，这就是从事新闻工作、做一名记者的意义所在。当大多数人用收入的多寡来判断一份工作的价值所在时，也总有人会坚持追求纯粹的理想。在过去的4年中，我写下的文字帮助到了需要帮助的人，对我而言，这比金钱上的回报更有价值。

从这一点上说，是市场星报提供了广阔的平台，为我铺就了追求理想的道路，这条道路不仅星光璀璨，而且洒满七彩阳光。对于市场星报这个大家庭，我的内心只有感激。

今年是市场星报创刊三十周年，我本人也在奔三的道路上一步步前行。过去的三十年，市场星报创造了无比辉煌；未来的三十年，我希望自己可以以一分子的身份，与市场星报共同见证。