



寻找抗战最后一役
——高邮战役老兵
系列报道(15)

何忠志：身经百战 视死如归

近日,本报记者在《句容快报》记者的带领下,采访了曾经参加过高邮战役的抗战老兵、新四军老战士何忠志。尽管已经92岁高龄,何老依然精神矍铄、神采奕奕。看到记者到来,何老连忙起身,请记者坐下来谈。

1924年11月16日,何忠志出生在句容玉晨村胡家边的一户穷苦人家,家中有弟兄3人,他排行老大。由于家境贫寒,加之是家中的老大,何忠志在很小的时候就开始帮着家里分担农活了。“日本鬼子太坏了,在村子里烧杀抢掠,无恶不作。我就亲眼看到小鬼子一个耳光一个耳光地将百姓打死,实在是太残忍了。”何忠志气愤地说。1940年,新四军来到玉晨村,虚岁16岁的何忠志参了军。

何忠志参军不久便开始四处征战,大大小小的战场曾上过100多个,让他印象最深的一场战役便是攻打高邮了。

高邮战役打响后,在浓烟滚滚、炮火连天的战场上,何忠志奋

勇杀敌,面对凶残的日本鬼子,他心中只有一个信念,那就是把他们赶出中国。当记者问何忠志,在与日本鬼子正面交锋的时候是否害怕时,他拍着胸脯说:“不怕他,大不了一命抵一命吧,能为国捐躯是我的光荣。”在战场上,何忠志不怕日本鬼子,但有一件事令他非常伤心,那就是看到自己的战友牺牲,他曾冒着枪林弹雨将牺牲的战友从战场上背下来。

采访中,何忠志给记者看了他两只手臂上的伤。他说:“这都是我参加高邮战役时摔伤的。”当时,敌军异常凶猛,装备精良,我军只能选择在晚上伺机攻城。“记得那时候,我们的武器装备很落后,每人只有一杆步枪和两枚手榴弹,我们要在伸手不见五指的深夜爬上三四丈高的城墙去扔手榴弹。”何忠志告诉记者,当时战况非常激烈,加之周围一片漆黑,自己在爬城墙时一不小心摔了下来,左手臂和右手腕都受了伤。何忠志忍着疼痛继续参加战斗。后来,何忠志还参加

了济南战役、孟良崮战役、淮海战役等。

在何忠志家,记者见到了一摞证书和勋章,其中一枚韩文纪念章,是1951年何忠志参加抗美援朝,宋庆龄慰问团去朝鲜慰问时发给他的。他没事的时候总喜欢拿出来擦一擦。“这枚韩文纪念章不仅代表一份荣誉,更是对那段艰苦岁月的见证,我会用我的余生好好珍

藏。”何忠志望着纪念章激动地说道。1954年,抗美援朝结束,32岁的何忠志因为身体原因,从前线复员回了家。因为父母已不在人世,孤苦零丁的何忠志收养了一个被抛弃的女婴,并将其抚养成人。

何忠志对现在的生活非常满意,他经常跟住在一起的女儿、女婿说:“现在有得吃、有得穿,要惜福啊!”

王小敏 张晓晖



有一种成功叫“坚持”

人物名片:成杰,华侨国际大酒店总经理,国家旅游局旅游服务质量社会监督员,“秦邮英才培育计划”培育对象。

日前,中国精品酒店联盟组织全国多家精品酒店的高管赴台湾参观学习当地酒店先进的管理经验。作为扬州酒店行业的唯一代表,华侨国际大酒店总经理成杰有幸参加了这次活动。参观归来,成杰坦言,收获很大。对于如今的成功,成杰认为,这源于内心的坚持。

2007年11月,华侨国际大酒店正式开业。在开业后的一年左右时间里,酒店换了四任总经理,但毫无起色,酒店面临歇业的窘境。2008年11月,当时在浙江旅游集团公司下辖的一家酒店任主管的成杰临危受命,担任华侨国际大酒店总经理。为何酒店一连换了四任总经理,酒店仍然在市场上败北?通过做市场调研、与老客户沟通,成杰发现,酒店服务差、菜肴价格高且不接地气、员工惰于开拓市场等原因,导致酒店生意一直不景气。对此,成杰采取了一系列动作:根据酒店实际情况制订了一整套管理制度;对所有管理人员实行聘任制,实行竞争上岗;完善软硬件;全面推行绩效考核,充分调动员工工作的积极性;重金聘请本地大厨,做符合本地人口味的菜肴。由于措施得力,酒店在次年止亏为盈,并逐步走上了良性发展的道路。

就在酒店事业蒸蒸日上时,2010年,成杰提出创四星级旅游饭店的目标,这也是我市第一家提出这一目标的酒店。提出这一目标时,酒店的投资者和员工都不理解,认为酒店已经步入正轨,无需再这样折腾,但成杰有着自己的坚持:人生得有目标,酒店得有方向,创建的过程也是酒店蜕变的过程。通过创建,既能提高员工素质、促进他们的成长,又能提高酒店的经营管理水平。在与酒店的投资者和员工形成共识后,成杰和酒店员工齐心协力,狠抓管理,优化服务,完善硬件设施。当年12月下旬,酒店顺利通过评审,摘取了“四星级旅游饭店”的招牌。

自中央及各地厉行勤俭节约、反对铺张浪费有关规定出台后,酒店业遭遇“寒冬”。“以往公款消费是星级酒店的主要收入之一,但规定出台后,情况发生了根本性转变,华侨和其他星级酒店一样,营业额都出现了大幅下降,其中餐饮包厢等消费更是明显偏低。”成杰告诉记者,面对困难,他选择了坚守。新的市场环境给酒店行业带来了新的考验,酒



成杰(左一)与员工开会

店如何存活下来,得到更好的发展?成杰意识到,做酒店,不能只埋头“拉车”,必须勇于创新,打破常规,彻底放下身段,走“大众消费”之路,让更多的城乡居民能够走进星级酒店消费。为此,在成杰的建议下,酒店对部分餐厅进行了合并改造,减少部分包厢,增加中小型餐厅,以满足百姓消费需求。同时,增加外卖业务,将酒店的菜肴和星级服务送到千家万户。

为了降低酒店食用材料成本,让普通消费者能够吃得好、吃得起,华侨国际大酒店在降低成本方面下了大功夫。“过去食材采购,中间环节较多,层层加价后到了酒店价格自然就会很高。”成杰告诉记者,这几年,他们联合同行直接到源头进货,既降低了成本,又保证了食材的新鲜度和安全卫生。在定价上,酒店方面把高档菜肴与普通菜肴的利润率放在同一水平,以实实在在地让利给每一位消费者,让普通老百姓走进星级酒店也能吃得起高档菜。

在源头控价降“门槛”的同时,成杰把酒店提质的着力点放在优质服务、队伍建设上,致力打造“华侨”的品牌。近年来,酒店开展了礼仪行动并严格执行相关标准,在华侨,无论是酒店的高管还是普通的服务人员,他们的薪水收入直接与其服务数量、服务质量和态度的好坏挂钩,这一措施既提升了员工的服务水平,客人的满意度也大幅度提升。为提高管理人员的综合素质。近年来,酒店还先后多次选派管理人员分赴南京、合肥、无锡、常州等地培训学习。同时,根据岗位的实际需求,对部分岗位实行减编提薪,充分调动了员工的工作积极性。

“成功路上并不拥挤,因为坚持的人不多。”成杰认为,多坚持一步,就离成功更近一点。在成杰和员工的努力下,华侨国际大酒店在市场中站稳了脚跟,并连续多年成为我市酒店行业的第一纳税大户。同时,连续多年成功承接市两会等重大活动,并多次配合央视等上级媒体来邮拍摄美食专题片,为宣传高邮美食文化发挥了星级“窗口”作用。

周雷霖



和谐之音 生命之曲



清华美院作

中宣部宣教局 中国网络电视台 人民日报 漫画增刊

秦邮人才集聚

责任编辑 张维峰