3小时！烈士的亲人找到了！

这场接力寻亲太给力

本报讯（记者 刘祺然）近日，杭州市上城区全国公民道德模范、上城区爱心车队公益驿站理事长蒋金海在抖音平台上看到一则寻亲启事，讲述开化县溪口公社詹村大队（今林山乡詹村村）解放军烈士占金水牺牲后长眠他乡，等待亲人祭拜的故事。启事由宜春市奉新县的爱心志愿者邱旺理发布。

蒋金海随后将这则消息转发给开化劳模协会会长钟槐春，向其寻求帮助。钟槐春马上联系了开化县退役军人事务局协助寻亲。

联络前后只用了3小时，开化县退役军人事务局副局长张思安便传来了确切消息，他表示烈士的亲人已找到，哥哥詹金德和妹妹詹金玉仍然健在，如今哥哥已有80多岁，妹妹也有60多岁了。收到消息后，蒋金海立即将邱旺理的电话转给了烈士的亲人。

11月17日上午，从宜春市奉新县传来消息，烈士侄女已联系上邱旺理，这场接力寻亲也有了结果。“我爷爷詹金德和家人其实一直想去扫墓的，但就是不清楚烈士墓的具体位置。”詹金德的孙子詹先平告诉记者。

“在与邱旺理联系后，我们知道了占金水烈士墓位于福建省南安市洪濑镇福林村四都下半都山顶。”张思安告诉记者，开化县退役军人事务局将进一步跟进，与烈士亲属协商后续工作。

占金水，浙江省开化县林山乡詹村人。1969年3月入伍；1973年6月在福建省南安市牺牲，时任中国人民解放军第31军92师275团2炮连班长。

创建全国文明城市 做文明有礼开化人

我县开展第四个“诚信日”系列活动

本报讯（记者 刘祺然 童亚文）11月22日，我县第四个“11·22诚信日”宣传活动在岔滩新东方广场举行。

活动现场，围绕诚信文化建设、企业信用修复、普法宣传、纳税信用、金融信贷、法律风险防范、反电信网络诈骗等内容，县营商办联合县市场监管局、县税务局、县法院、县公安局、县司法局、县农商银行等多家单位，通过现场咨询、现场互动，进行相关法律法规解读。

“通过工作人员的宣传，让我对诚信有了新的认识。”刚刚咨询完的郑女士告诉记者，在今后的生活中她将坚守诚实守信原则，积极把诚信意识传递给身边人。

在“诚信日”宣传期间，县营商办等相关单位还通过开展一批诚信宣传活动，推进一批信用助企惠民服务，约谈一批失信主体，化解一批信用突出问题，谋划一批信用应用案例，全面宣传全县社会信用体系建设工作取得的成效，进一步鼓励和引导社会公众积极参与到“信用开化”建设中，在全县营造“讲诚信、守信用”的良好社会氛围。

校地“牵手”为源头

（上接一版）在中国美院的关心、鼓励和支持下，金瑞华坚持因地制宜从实际出发，把服务乡村的发力点瞄准了齐溪的乡村产业发展。

仁宗坑村位于海拔377米高的山坳中。这里山环水绕，一条溪流逶迤盘旋穿村而过。村的尽头，“藏”着一家省级银宿——乌石园。在金瑞华的把脉指导下，乌石园的文化内涵得到了深度挖掘，不仅保留传统徽派建筑，门前小院还用各式各样的多肉植物用来装点。去年暑假，他们创新“外婆家”营业模式，吸引了一波又一波游客前来“打卡”。

“很多人对‘外婆家’有一种独特的亲切感。如今在乌石园，不仅有‘外婆’烧出的淳朴简单的美味，还有‘外公’带着大家在家门口采摘游、体验游，就像一个世外桃源般的儿时民宿。”在金瑞华的建议下，诸如“外婆家”、艺术写生创作等结合民宿自身特点的主题开始投入使用，四方游客纷至沓来。

开化龙顶，是开化的一张“金名片”，也是钱江源头兴农富民的主导产业，发源地就在齐溪。“在来开化工作之前，我对茶叶有一定研究，也许这就是缘分。”金瑞华说。

开化是国家生态县，有着悠久的种茶产茶历史。明崇祯四年，开化的芽茶就被列为贡品。目前，仁宗坑村茶园面积达669亩，是齐溪镇有机茶叶（云雾茶）基地之一。

为了了解茶叶种植情况，他练就“爬坡上坎”基本功，经常和村干部爬山至海拔1000多米的高山茶园，和茶农面对面交流，了解茶树种植、生产、销售情况。

为了提升茶叶制作工艺，他多次邀请杭州、福建等地的茶叶专家，来大山深处观茶形、看茶色、闻茶香、品茶味，鉴定茶叶品质，希望借此制定相关工艺标准和产品标准。

为了提高茶叶包装设计水平，在他的建议下，中国美术学院设计学院专门在课程中增设了一项内容。在一次次包装设计与开化龙顶茶文化的碰撞中，已有两个系列的包装设计得以出炉。

为了加强茶叶品牌推广力度，在他的对接下，中国美术学院的教师团队先后开展了三次“头脑风暴”，为开化龙顶发展献计献策。

两年多时间，在金瑞华的沟通推广下，仅茶叶一项就为仁宗坑村增收11.6万元。此外，他还为齐溪镇龙门村、丰盈坦村等出谋划策。眼下，位于龙门村的露营基地已进入招标采购阶段，来自中国美术学院的专业团队也多次前来，就如何策划、设计、运营进行讨论。

聚焦群众所想
推动民生共护

把教师派到最基层，既是结对帮扶，更是结亲连心。结对联系以来，中国美院每年都腾出对口帮扶专项资金进行真帮真扶。

仁宗坑村不大，全村仅196户，637人。因地处偏僻山区，青壮年常年在外打工，村里70岁以上老人就有70多位。

“程奶奶，最近身体怎么样？”采访当天，金瑞华走在村道上，村民看到他纷纷打起招呼。在这么多村民心中，他是工作踏实的“金老师”，也是亲切随和的“自家人”。

仁宗坑村党支部副书记、村监会主任程米红告诉记者，就在金老师刚来的那年，由于连续几天的大雨，村民程小妙根家的房顶出现了漏水现象。“金老师知道后，马上联系施工人员进行修缮，最快速度帮他改造漏雨屋顶及墙面，解决了村民的燃眉之急。”

两年来，像这样给老人送温暖、送关怀的事情不少。虽然都是些小事，但不仅老人们感受到大家庭的关爱，也架起了他和村民之间的连心桥。

“以前在杭州，下大雪第一时间会拿出手机拍摄雪景。现在不同了，面对大雪，我首先想到的是村里的这些老人，担心他们的房子有没有漏水、停电。”金瑞华说。

今年重阳节，在金瑞华和村干部的组织下，全村70岁以上的老人们聚在一起，互相问候，拉拉家常，在老人们看来，这样的活动比过年还要舒心。这也是金瑞华和老人们共同度过的第三个重阳节。

“不仅仅是关爱老人，在项目谋划、村集体经济发展壮大、艺术教育等各个方面，金老师给我们出了很多主意、想了很多办法。”程米红说。

2019年3月，中国美术学院在齐溪镇中心小学设立了志愿服务站，定期带给孩子们专业的美术教学；2020年9月，开化县人民政府与中国美术学院签署校地战略合作协议……今年，在金瑞华的对接联络下，开化中、小学美术老师分批前往中国美院，参加继续教育培训。

真帮真扶真出力，校地合作的“接力”为源头发展注入了新动能。如今，“金老师”的挂职工作即将结束，但源头群众却期待着与中国美院的这份不解之缘能够再续新篇。

龙潭来风

“七彩面条”走红的启示

曙光

最近，贵州省威宁县六桥街道开发区菜市场内，邱生英夫妇通过网络直播向“粉丝”销售手工制作的“七彩面条”，1个小时卖出超100公斤。

据报道，邱生英夫妇制作面条时，添加了火龙果、菠菜、苦荞、马铃薯、西红柿、南瓜、山药等原料，使面条呈现出不同颜色，加工出了“七彩面条”。他们凭借这样的工艺创新，以线上线下相结合的方式销售，年收入50万元以上。

面条是我国传统主食之一，以白色面条为主。这对夫妻别出心裁地为面条染上“七彩”，产生了奇效，彰显出“特色”两字的价值。这说明，创业者想在激烈的市场竞争中脱颖而出，除了注意提升产品质量、使用营销策略，也不能忽视打造产品特色。抓住消费者心理，独辟蹊径，创造出与众不同的特色，可能会让产品销售取得意想不到的效果。

“七彩面条”走红，有什么秘诀？关键因素，或许在于经营者独具慧眼，敏锐捕捉到被同行忽视的商机，善于发现消费者的潜在需求，提供相应的产品和服务，及时填补市场上的消费空白，把生意做成了“独一份儿”。

对于创业者而言，什么是资源，哪里出效益，优势如何来，眼光不同就会有不同的答案。“七彩面条”的经营之道告诉我们，思维里有资源，眼光内出市场，行动中便能出效益。

从这个角度分析“七彩面条”，可知创新对创业者的重要性。求新求变是消费者的需要，也是创业者要面对的长久课题。然而，有些创业者却习惯跟着热点转，市场上畅销什么就跟着生产什么，总是踩着别人的脚后跟走；也有的创业者喜欢“跟着感觉走”，不注重开展市场调查，生产什么全靠拍脑袋，这样的产品上市后往往难以打开销路。

其实，任何一个消费领域，都具有无穷尽的开发潜力，就连人们司空见惯的传统食品面条都能摇身一变成为爆款，何况其他商品呢？因此，笔者以为，创业者想要走好创业路，应追求“人无我有，人有我新”的理念，想他人之未想，做他人之未做，这样才能掌握竞争主动权，才能出现另一个畅销的“七彩面条”。

秸秆禁烧 综合利用