

良渚文化最早发现者施昕更坟墓寻找36年未果,有关人士建议在瑞安立碑塑像纪念他

在瑞安立碑塑像纪念他

本报讯 通讯员叶锋报道 “想找到爷爷的坟墓并迁回良渚。”这是良渚文化最早发现者施昕更后人最大的心愿,连日来,瑞安当地专家学者纷纷提供相关线索。近日,瑞安博物馆馆长陈钦益、瑞安玉海文化研究会会长何光明介绍了36年来寻访施昕更坟墓的过程,并建议为施昕更立碑塑像或者建立相关纪念馆。

有关人士从1983年开始寻访

“1983年瑞安市开展全国第二次文物普查时,我19岁,刚进入瑞安市文物馆工作。馆里的俞岳秋先生带我去瑞安西山查看文物古迹。当时西山有许多古迹,包括名人墓。俞岳秋先生前期做了大量准备,包括施昕更安葬于西山的线索。那次,他是特意去找施昕更坟墓的。但遗憾的是,我

们找了好几次,都没找到施昕更坟墓。”瑞安博物馆馆长陈钦益这样说。

“我小时候就住在瑞安西山脚下。上世纪七八十年代,西山一带居民无序建房现象严重,一些坟墓被破坏,这可能是寻找未果的原因之一。”陈钦益说。

1997年,施昕更的孙子、良渚遗址管理所副所长施昕英曾专程赴瑞安,希望能找到他爷爷的坟墓和遗物。陈钦益陪他一起在西山找了一天,但一无所获。施昕英失望而归。

2010年7月15日、16日,施昕英一行4人再次来到瑞安,在陈钦益和当地博物馆、图书馆、档案馆人员的帮助下,虽未找到施昕更的坟墓和遗物,但找到难得一见的一批《浙报日报》原件,显示一年多时间施昕更在瑞安抗日自卫会的工作状况。之后,施昕英

多次来瑞安独自寻访,但没有找到他爷爷的坟墓。

文史爱好者笔记提供重要线索

施昕英最近一次来瑞安是上个月25日,这次是69岁的何光明带他去寻找坟墓。

何光明作为文史爱好者,日常有记笔记的习惯。早年他的一次笔记给了这次寻找坟墓的一个重要线索。何光明介绍,上世纪70年代,他的老邻居吴老伯曾在清卫部门工作,当时清卫工人自发组织一起在西山建房。某天,他们在院子里聊天时,吴老伯提起,建房旁有一座坟墓,上面写着施昕。这段往事被何光明记录下来。

上月25日,施昕英一行在何光明的帮助下,前往西山寻找施昕更的坟墓。虽然只是确定了一个大概位置,也没有发

现具体证据,但施昕英非常开心、激动。

“我父亲今年88岁了,我想找个机会,带他来瑞安看一看,了却他的心愿。”施昕英说,当他把找到坟墓大致位置的消息告诉父亲时,老人很激动,“对于我们一家人来说,最大的心愿是找到爷爷的墓并迁回良渚。”

何光明说,如今国家提倡文化自信,他们作为文化研究者深知良渚文化的重要性,因此这十多年来一直在搜寻、研究施昕更先生相关的信息。2008年,何光明从地方文史资料中,意外地发现良渚文化的发现者、抗战爱国热血青年——施昕更。

“我多次到瑞安市档案馆去寻找他的信息,查了当时瑞安县委施昕更先生相关的信息,但都没有记录他的名字。”何光明说,

“按我的推测,当时施昕更的坟墓比较普通,因为他家不富裕,而且在战争年代,当时的瑞安县政府也不能厚葬他。”

建议建设施昕更纪念馆

“前几年,瑞安规划建设西山公园时,我曾向相关部门提议,在西山选址为施昕更立碑或塑像,纪念施昕更,宣传良渚文化,提升瑞安文化形象。施昕更是良渚文化最早发现者,在瑞安生活过一年多时间,而且参加过抗日自卫会,这对瑞安很有意义。”陈钦益说。

何光明认为,瑞安正在创建国家历史文化名城,在西山打造全国首家国旗馆,建议在国旗馆附近选址建设施昕更纪念馆,举行系列纪念活动,这可以促进瑞安的国家历史文化名城创建工作。

入汛以来 全国消防救援队伍 共营救疏散群众 51423人

新华社北京7月16日电 记者从应急管理部消防救援局获悉,入汛以来,全国消防救援队伍共营救疏散被困群众13456人,疏散群众37967人,先后参加因强降雨导致的城市内涝、激流洪水、山体滑坡、建筑坍塌等抢险救援任务2536起,出动消防指战员26756人次,消防车4163辆次、舟艇1134艘次。

应急管理部消防救援局近日召开视频会议调度抗洪抢险应急救援工作,消防救援局有关负责人要求全国消防救援队伍坚持以人民为中心,充分发挥主力军和国家队作用,在抗洪救援中打头阵、当先锋、挑重担,确保一旦出现重大汛情、险情、灾情,第一时间出动,高效率救援。浙江、江西、湖南、广西、四川等5个消防救援总队通过视频系统分别介绍了城市内涝、大范

围转移疏散群众、泥石流灾情处置、激流绳索和直升机救援等典型成功案例。消防救援局有关负责人要求各地消防救援队伍注重总结、研究、提炼战例,为接下来的抗洪救援工作提供经验。

据悉,为应对部分地区强降雨导致的洪涝灾害,应急管理部部署全国消防救援队伍统筹调整专业力量,将全国划分为东、南、西、北、中5个应急救援协作区及10个重点流域协作区,建立联动、区域协同、跨区增援等工作机制,并向湖南、湖北、福建等地紧急调拨一批救援装备物资。31个消防救援总队均组建了一支200至300人的抗洪抢险救援队,调整补充了橡皮艇、冲锋舟、无人机、绳索系统等专业抗洪救援装备11万余件(套),组织开展了应急响应、队伍集结、人装投送、安全防护等专业训练。

我省启动体育 现代化创建工作

(上接第1版) 创建“正当其时”

2006年,浙江在全省范围内启动了体育强县(市、区)和体育强镇(乡)的创建活动。截至2017年底,实现了全省县(市、区)创强全覆盖。郑瑶表示,当前开展体育现代化创建“正当其时”,“无论是群众体育、竞技体育、体育产业、体育文化等,总体上均处于全国领先水平,为开展体育现代化创建打下坚实基础。”

据介绍,2018年全省经常参加体育锻炼人数占比达到41.3%,首次突破40%的大关,国民体质合格率达到92.9%以

上,人均体育场地面积达到2.16平方米,首次突破人均2平方米,国民体质综合指数跃居全国第二;自新中国恢复参加奥运会以来,浙江连续9届奥运会均有金牌入账,共有12人、18次登上最高领奖台,是“两届奥运有金牌”的两个省份之一。2018年印尼雅加达亚运会夺得24金,位居全国第二,创造了我省参加境外亚运会的历史最好成绩;2017年全省体育产业总产值1843亿元,占GDP比重2.115%,其中服务业占比超过50%,体育产业对经济的贡献率越来越大。2018年体育彩票销量达到206.24亿元,位居全国前列。

杭州亚运会、亚残会 吉祥物征集收官

(上接第1版) 此外,2008年北京奥运会福娃吉祥物设计5人小组成员、漫画家聂俊等专业人士也委托专人送上了自己的作品。

据了解,杭州2022年亚运会、亚残会吉祥物征集活动自4月16日启动,吉祥物征集已完成集中收件。接下来,杭州亚组委将对所有应征作品进行拆封、登记和编号。

下一步,杭州亚组委将对应征作品进行形式审核,并组织评审委员会,经过专家评审、修改深化、图形重新和审批等程序,最终产生杭州亚运会、亚残会吉祥物中选方案,并计划于今年年底发布。最终中选方案(包括杭州亚运会、亚残会吉祥物)将获得12万元奖金。

注意! 车辆盲区



昨日,台州市路桥区蓬街镇交警来到当地浦东村文化礼堂,向参与“春泥计划”活动的小朋友现场讲解车辆盲区常识,教育小朋友在游戏、玩耍、行走时远离车辆盲区。 通讯员蒋友青摄

心理咨询进园区



近日,杭州市拱墅区北部软件园党委、联合区域管理局党委、园区工青妇等,在“北软楼友汇”举行广场活动。记者在现场看到,心理咨询服务备受青睐,正在咨询的盖女士说,自己从事商务法律工作,平时工作较忙,家庭也无暇顾及,心里很烦躁,借此机会听听专业人士是如何调节释放压力的。 见习记者邹伟锋摄

一双球鞋卖一万元 线上线下花式“抢” ——潮流品牌为什么这么火?

新华社北京7月16日电 官方APP登记摇号、实体店排队抽签、海外代购……一股“球鞋风”不知从何而起,迅速占领年轻消费群体的“心扉”,有的明星联名款球鞋售价甚至已达一万元。

运动鞋、T恤衫……以往只具备单一消费功能的品类,如今插上时尚、文化的翅膀变身“潮牌”,悄然扩张经济版图,一些单品被年轻消费者追捧,线上线下各种花式抢购,由此衍生出全新的产业链条。

联名爆款引追捧,有渠道价格炒高2到3倍

小吴是一名“90后”在校大学生,每天9时他都会打开手机中的一款球鞋售卖APP,查看今天是否有新款限量的球鞋发售。

国际知名公司打造、款式设计独特以及与巨星或品牌联名,种种因素吸引不少年轻消费者为心爱的球鞋买单,一些限量版、联名版产品由此成为爆款。

“线上官方APP登记摇号、实体店连夜排队抢购、拜托朋友从

海外代购……”小吴向记者介绍,人手一双热门的球鞋并非易事,电商APP成为大部分“鞋友”购买的“主阵地”。

由此也催生了一个新的行业。一些提供热门球鞋真伪鉴别服务的电商应运而生,其线上价格往往高出发售价格2到3倍,稀少的联名款售价甚至可达万元。

记者在某第三方鉴定平台APP上看到,一款由某国际知名运动品牌与体育明星联名发售的球鞋已经被炒至一万元,而根据公开的信息,该商品海外官网的定价只有200美元左右。

不单单是球鞋,6月初,某服装连锁零售企业与美国一位设计师联名出品的一款T恤衫,店内售价不足百元,但因其设计品牌的流行度和知名度较高,在多地几乎瞬间售罄。据了解,该款T恤衫的售价在一些渠道高达200元到400元。

海外品牌有方法,全场景营销发力

某电商APP的数据显示,2018年,潮鞋消费量的前五名均为海外品牌。在打造包括鞋、服装等在内的时尚、潮流品牌方面,海外品牌有一些经验。

“饥饿营销”制造稀缺感。物以稀为贵。嗅到商机的海外品牌商,通过控制商品发售量制造稀缺感。根据公开信息,今年海外上市的一款联名限量版球鞋,全球仅售几万双。

——巨星联名塑造偶像文化价值。潮牌产品联名时尚巨星或其他时尚品牌,其附着的偶像价值和品牌价值,满足青年群体的消费心理需求。

“品牌厂商正从产品生产转型到文化培育,推动形成偶像文化和消费观念,最终将之培育成消费爆款。”品牌战略专家李光斗表示。

——线下深度布局,提供沉浸式体验。海外品牌商重视线下场景呈现,打造大众化的消费门店,提供展示、沉浸、把玩的空间,迎合青年消费群体的生活方式和情感诉求,同时将新增门店逐渐下沉至中小城市。

2018年,耐克在上海开业沉浸式体验店,为消费者提供智能运动互动服务和定制服务。阿迪达斯则宣称2020年在中国开满1.2万家门店,服务网点逐渐向基层地区延伸。

——社交平台释放聚合效应。借助新浪微博、抖音、哔哩哔哩等平台,一些博主或大V分享自己的球鞋等藏品及相关经验,制造流量话题,形成了规模不小的粉丝圈子,而有的平台直接将售卖链接嵌入到博主页面里,打通社交与网购。

时尚潮流业潜力巨大,本土品牌供给侧需跟上

业内人士认为,中国消费升级方兴未艾,时尚潮流行业的市场潜力巨大。本土休闲运动品牌厂商要想分享这片“蓝海”,仍有许多要提升的地方。

“‘90后’‘00后’年轻人是时尚消费的主力,一双鞋也好,一件T恤也罢,早已超出了使用和功能的范畴,而被更多地赋予了个性、文化、社交等心理层面的内容。

本土品牌商要加快供给侧改革,向欧美同行学习先进营销经验和设计理念,及时调整产品的营销模式和供应链条,强化品牌的潮流化、时尚化属性,增强消费黏性,打造爆款产品。”艾媒咨询CEO张毅表示。

一些本土领军企业已经开始尝试。例如,李宁集团踏上国际时装周,借助国际舞台打开知名度;安踏体育和361度签约国际知名球星,推动业务发展和品牌价值提升。

当然,学习并不意味着一味模仿。专家认为应“强调文化原产地优势,加强品牌辨识度。”李光斗说,潮流时尚品牌的发展,要努力引导、培育和发展新的文化热点,充分利用中国元素和文化IP,讲好中国故事,提高品牌附加值。

北京工商大学商业经济研究所所长洪涛建议,国内品牌商要注重线下商业体验业态建设,加快在重点商业地区的门店落地,推动时尚设计、时尚活动等资源要素集聚。

省住院医师规范化培训专家组来衢指导

近日,浙江省住院医师规范化培训(下简称住培)超声医学质量控制中心专家组蒋天安主任一行,来到衢州人民医院超声住培专业基地开展指导工作。

专家组就基地基本条件、过程管理、师资条件、质量控制等情况听取了汇报,查看了台账资料并访谈带教老师和住培学员,对超声专业基地各项工作的亮点、存在的问题和整改进行了反馈。

专家们依次分享了浙江大学附属第一医院、浙江医院的规培模式、考核办法及管理经验,强调专业基地住培工作的重要性,要求衢州人民医院严格按照住培各项标准,对住培学员管理分层递进,更加精细化。专业基地主任黄继光表示,今后将进一步加强对住培专业基地质量管理,以学员为中心,个性化指导,加强师资同质化带教,使衢州人民医院住培工作进一步规范。 吴益萍

江山公路:雨停间隙忙修路

连续阴雨天气,江山部分公路路面因雨水长时间冲刷出现多处坑洞,给车辆及人员出行带来不便。近日,江山公路段趁晴好天气,组织人员抓紧修补路面坑洞,确保辖区公路通行安全。 毛志强



网红旅游岛迎来供电双保险 舟山花鸟岛第二回路海缆开始敷设



7月11日,舟山嵊泗绿华岛至花鸟岛10千伏第三回路海缆开始敷设,图为海缆船正在开展绿华岛端海缆登陆施工。(晨晨轩)

缆绳遭受船只锚泊破坏等事故,且海缆故障维修时间周期很长,造成花鸟岛全岛停电风险较大,供电可靠性较低。

面对花鸟岛上唯一应急柴油发电机即将退役之际,国网舟山供电公司立即开展二回路海缆敷设工程(该项目业主单位为国网嵊泗县供电公司,海缆公司为嵊泗电气安装公司的分包单位),联合专业部门对施工海域进行勘察,确定施工路由,反复改进施工方案,确保海缆施工对海洋环境的影响减少至最小,保护马鞍列岛海洋特别保护区自然资源。

预计7月中旬花鸟岛第二回路海缆工程投产送电后,将有效解决该岛单回路供电模式所带来的停电风险,确保当地居民无优用电的同时,将更好地满足海岛旅游快速发展带来的用电激增,切实服务嵊泗海岛旅游产业发展。 陈泽云 胡世财

Multiple small notices and advertisements, including: 杭州星耀置业有限公司破产公告, 舟山市国土资源局公告, 舟山市住房和城乡建设局公告, 舟山市市场监督管理局公告, 舟山市人力资源和社会保障局公告, 舟山市卫生健康委员会公告, 舟山市教育局公告, 舟山市公安局公告, 舟山市民政局公告, 舟山市司法局公告, 舟山市财政局公告, 舟山市审计局公告, 舟山市统计局公告, 舟山市市场监督管理局公告, 舟山市人力资源和社会保障局公告, 舟山市卫生健康委员会公告, 舟山市教育局公告, 舟山市公安局公告, 舟山市民政局公告, 舟山市司法局公告, 舟山市财政局公告, 舟山市审计局公告, 舟山市统计局公告.

杭州鸥鹭劳保用品商行(统一社会信用代码91330103MA28WNRH6J)不慎遗失由杭州市下城区市场监督管理局2013年06月13日核发的营业执照正本,声明作废。