

“土货西施”周菊珍

李海艳

28岁的周菊珍，是桑植县龙潭坪镇四方溪村周家湾组的一名90后土家族女孩。多年来，她通过“互联网+”平台帮助贫困户销售农产品，被大家亲切成为“土货西施”。

事情要从2009年前说起。当时，在外打工的她为了照顾父母回到了家乡。看到龙潭坪镇地广人稀、交通不便、信息闭塞，优质丰富的土特产品只能眼睁睁地看着烂在地里，周菊珍很难过。

聪慧的她很快“嗅”到了电商的发展前景，希望通过走这条新道路来解决农产品进城难、价格低的问题。

万事开头难。最初，面对家人的不支持，她坚定自己的想法；面对村民的不理解，她亲自上门收货，与村民洽谈；交通不便，自己没车，她一步一个脚印，脚都磨破了皮，依旧咬着牙从四方溪村走到龙潭坪镇；自己学历不够，对电商不了解，她通过书籍和网络自学。这个90后的女子，凭借着自己不屈的意志与好学的精神一步一步走到今天。

“那时候我从百姓手里收购猕猴桃，2到3元一斤，销往海南，100元一箱，销售是挺不错。但是，当时因为不懂，猕猴桃熟了加上一路颠簸，全部坏掉

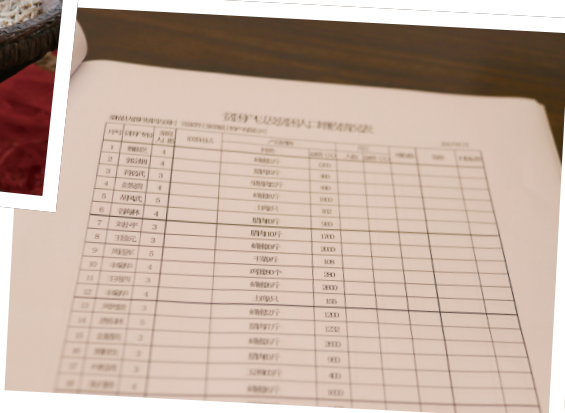
了，只得全额赔款。”一路走来，失败教会了她成长。即便如此，她还是没有放弃：“有时候负能量爆棚，我就给自己加油打气、‘补鸡汤’，第二天，又会元气满满。”

在精准扶贫的春风下，2016年，周菊珍成立了土家亲戚有限公司。土家亲戚将电商、市场与贫困户连接起来，给贫困提供最大受益。收购时，有的贫困户不方便，她就亲自上门取货，收购价格也高于市场价格，比如土鸡市场价每斤17元，她的收购价为20元；腊肉每斤15元，她的收购价为17元。村民不单省去了来往车费，还得到了较高的收购价。“所有农产品都可以推销出去，变不成钱的都可以变成钱了”，大家都乐意并积极主动地把农产品卖给她。

她的公司不仅将土特产品送进城，还通过聘请劳动力弱的村民、设立爱心基金扶贫等帮助贫困户。

现在，大家都亲切地叫她“土货西施。”经过一年的努力，目前，公司的发展态势越来越好，与精准扶贫的融合度越来越高。公司的产品批发不仅面对张家界，还销往广西、广东、福建等地，网店全年销售额达到了100多万元，本地老百姓都成了土家亲戚网店的“供货商”。当地80余户建档立卡贫困户通过委托销售蜂蜜、腊肉、土鸡蛋等农副产品，户均增收2000元，去年带动贫困户50户148人增收脱贫。与此同时还带动本地新成立了6家电子商务网店，70多人从事网络销售代理。在创业之予，周菊珍还先后帮助4名家庭困难学生正常就学，真正做到达则兼济天下。

周菊珍知道，未来的路还有很长，但不管怎样都不会忘了初心：那就是把电商和扶贫真正融合在一起，让大山的土货走出去，让大山的村民富起来。



“匠人”徐辉

徐辉，自有记忆以来就习惯了父辈对陶瓷的雕琢。他身上流淌着的景德镇人对瓷器执着的血液，一直引领着他成为如今的陶艺家、宁波当代越窑青瓷研究院院长、和丰陶瓷创始人。

70年代末出生的徐辉大学毕业回到祖籍宁波发展。

从事过艺术设计、大学教师等工作，也许骨子里有太多与陶瓷的不解情结，特别是一次他看到景德镇的陶瓷被台湾、日本的陶瓷击败时，内心的对家乡陶瓷的发展充满忧虑，一种使命感油然而生。2008年徐辉创立了自己的公司，决定拯救中国的陶瓷市场。

“有人说机会总是给准备好了的人。”无疑徐辉是一个。21世纪初政府扶持文化产业，文化产业进入大发展时期，徐辉乘着这趟“列车”找到了方向。

“任何文化要在一个城市落地必须要根植于本土文化，文

化产业的方向是挖掘本土文化，那是不是可以设计一款瓷器与宁波的本土文化结合起来呢。”徐辉了解到宁波的红帮文化、慈孝文化、禅茶文化非常有名，他首先将瓷器与红帮文化结合，设计了一款作品——服饰陶瓷。

2010年，徐辉把景德镇的陶瓷与宁波红帮文化结合。

服饰陶瓷直观感觉就是模特身形的青瓷上，穿着一件旗袍，肩颈处还缝上了几个红线，不仔细看，还真以为是一件旗袍。徐辉说，其实就是给陶瓷穿衣服。这款作品一经亮相，就因其新鲜的视觉效果引起了不小的轰动。

2008年4月，徐辉在宁波国家高新区成立了宁波瓷方向陶瓷发展公司。没多久，徐辉将公司迁入工业设计街区(即现在的和丰创意广场)。工业设计街区的遗址是和丰纱厂，它是宁波第一家工业设计公司，代表

了宁波近代工业的文明。

徐辉考虑到要把陶瓷文化普及到社会中去，必须发展艺术教育事业。于是在2016年创建了徐辉艺术学校，推广发展教育事业。学校共有4000平方，独立设计自己的教学课程。旨在继承艺术的创新精神，传承和弘扬中国本土文化，发扬陶瓷艺术。

(源自人民网)

