直过地区扶贫干部：不是来改变 而是来发展

易地扶贫搬迁，一家三代的想法可能各不相同。老一辈人全部生活都在寨子里。他们惦记的不是搬上楼房后生活质量的提升，而是“我的羊、我的猪、我的菜地、我家的祖坟”。这和家里青壮年的诉求截然不同。

中青报·中青网记者 李晨赫

在脱贫攻坚的史诗画卷中，有一处笔触吸引人们驻足：云南全省现行标准下农村贫困人口全部脱贫，11个“直过民族”和人口较少民族实现整体脱贫，困扰云南千百年的绝对贫困问题历史性得到解决。

在助力“直过民族”脱贫的过程中，基层的扶贫干部发挥了巨大作用，其中有不少人来自央企。他们是怎么做的，又给我们哪些启示？

曾经的农村娃 如今的扶贫干部

李鹏飞是中国长江三峡集团有限公司（以下简称“三峡集团”）帮扶滇川两省少数民族脱贫攻坚工作队派驻福贡县的挂职干部。他告诉中青报·中青网记者，考虑到自然环境恶劣、基础设施落后、资源贫瘠短缺、致贫原因多元等原因，福贡县被描述为“贫中之贫”“困中之困”一点都不为过。

然而，李鹏飞刚到福贡县，就有种莫名的亲切感。

福贡，地属“三区三州”深度贫困地区的“腹地”，具有高山、峡谷、边疆、民族、直过等属性，全县57个村都属于贫困村，甚至绝大多数都是深度贫困村。而李鹏飞来自曾经的贫困县浙江省温州市永嘉县，地理环境和福贡县很相似：两侧山，中间江，山脚下密密麻麻建了房子。

在李鹏飞的老家，人们怕漏穷，哪怕借钱也要修好房子。但福贡的一些乡亲却在争穷，因为穷才有房子。

普建广是中国华能集团有限公司（以下简称“华能集团”）华能澜沧江水电股份有限公司驻澜沧县的扶贫干部。他要啃的也是一块硬骨头。

澜沧县的扶贫工作有多难，从资金投入可见一斑：华能集团前后投入到澜沧、耿马、沧源、双江4县拉祜族、佤族聚居区的20亿元帮扶资金，澜沧县就占了13.5亿元。

澜沧县不仅是全国深度贫困县，也是“直过民族”人口最多的一个县。这里是全国唯一的拉祜族自治县。2013年年底，澜沧县建档立卡贫困人口近20万人，贫困发生率达45.85%。根据帮扶总方案，华能集团帮扶项目覆盖了澜沧县157个行政村中的132个“直过民族”聚居的行政村，重点对拉祜族、佤族两个“直过民族”对口帮扶。

澜沧县是云南省县级面积第二大的县，村寨分布在大山上，十分分散，从一个寨子前往另一个，路程常常有几十公里。“晴天一身灰，雨天一身泥。”土路是百姓唯一的进出通道，依靠村寨本身的力量，很难完成道路硬化。因此，不少人祖祖辈辈都没有去过县城，更对外面世界的变化不敏感。刀耕火种，地里种点苞谷，野外放几头猪，再烤点甘蔗酒。

普建广说，村里的产业和帮盖起的房子除了补贴，还要农户出一部分。有的农户告诉他，生活有压力了，不能再无所事事过日子了，想出去打工赚钱。

普建广小时候住过茅草房，下雨天晚上睡觉时在床铺上用盆接漏下的雨水的情景至今仍记忆尤新，农村的苦与累历历在目。

如今，因为有了国家的好政策，普建广有幸参与脱贫攻坚工作，为广大农村农民做点实实在在的事，他内心感到无比幸运和自豪。

“‘直过民族’淳朴善良的本性深深感染着我，是我克服一切困难不断前行的动力。直过区象一张白纸，我一直把自己比作脱贫攻坚的绘画者，一定要绘好直过区脱贫攻坚这幅画，不负这一方山水这一方人。”普建广说。

我们是来发展的

工作中最难的，是把扶贫政策解释给老乡听。这一点是扶贫干部的共同感受。

作为一名95后，三峡集团挂职云南省扶贫办处长助理的丁敏说，脱贫攻坚工作中最难的是思想工作。就连“一方水土养不了一方人”的易地扶贫搬迁，一家三代的想法可能各不相同。

老一辈人全部生活都在寨子里。他们惦记的不是搬上楼房后生活质量的提升，而是“我的羊、我的猪、我的菜地、我家的祖坟”。这和家里的青壮年诉求截然不同，青年人想换个更好的生活环境。而未成年人往往要跟着老人一起生活，也要跟老人继续在老房子居住。

一次，李鹏飞入户走访去村小组，走了快两个小时的路，来到了一位大姐家。他对大姐说，咱们村已经脱贫了，您家也脱贫了。大姐却说这条小路没有修好，不算脱贫。

李鹏飞又花了很长时间，给她讲户脱贫的5项指标和村出列的7项指标。但大姐就是盯着这条小路，认为这条小路没修好就不算脱贫。

“那时候你很无奈，但在老乡的角度又可以理解。因为有了路，他们种植的草果、茶叶、核桃好卖了，能节省成本，生活也会便捷很多。”李鹏飞了解到，组里许多老乡也在关注这个难题。在充分调研和了解这片几个小组对通组路的需求后，他协调了540万元用于沙瓦村子楞组的道路建设，提升组里群众的生活便捷程度。

在工作的第12年，马泽申请到沧源县任职并开展脱贫工作。他任华能集团挂职沧源自治县扶贫办党组成员、副主任。当时，正值沧源脱贫攻坚各项工作如火如荼开展的关键时刻，初来乍到的他仅通过网络了解到佤山沧源，内心有期待也有迷茫。

沧源俗称“世界佤乡”。临沧市沧源佤族自治县是全国仅有的两个佤族自治县之一，也是国内最大的佤族聚居县。这里贫困面广、贫困程度深、贫困人口多。一直沿袭着传统、粗放的种养模式，部分地区依然存在着“种一山坡，收一罗锅”广种薄收的现象。

然而，马泽告诉中青报·中青网记者，佤族有一些延续至今的习惯，即便以现代文明的视角审视，也是十分先进的。例如佤族的丧葬不立碑，不烧纸祭拜。去世了，就在寨子中选好的墓地中集中安葬。

佤族有道菜，叫团结饭。以打猎为生的佤族习惯把猎物均分给寨子里的每个人。有的猎物很小，不够分，就放在锅里一起煮着吃。因此，饭里有牛肉、鸡肉和各种食材。

如今，打猎已被禁止，而随着人们生活水平的提高，这道菜也更多出现在旅游观光者的饭桌上。

马泽说，在民族地区工作，首先要从心底尊重他们的习俗。可能有一些习惯外人看起来很落后，但这些习惯并非一朝一夕养成，也不可能在一代人得到解决。“在过程中我们一直记得，我们不是来改变他们的，是发展他们的。”

斩断穷根 放飞星火

马泽走遍佤山的村村寨寨，一个念头在他心中越来越强烈：改变当地群众落后的观念和保守的思想，才是从根本斩断穷根的要义。

于是，经过他积极建议，公司制订2019年度帮扶实施方案时将组织干部外出培训学习教育列入重要内容。2019年7月至8月间，华能澜沧江水电有限公司投入300万元帮扶资金，由沧源县委组织部组织10期800余人到成都市委党校参加“乡村振兴综合能力提升”专题培训班。来自全县脱贫攻坚战线的贫困村党组织书记、村委会主任、驻村第一书记、大学生村官、新型农业经营主体负责人、农村创业带头人等分批参加了培训。

而最让李鹏飞揪心的，则是学前阶段教育问题。这个年龄儿童的父母往往不会说普通话，也不懂看图认物等早教内容。该阶段教育的缺失，会让小朋友从起步就有差距。

他曾在饭馆里，遇到一个打工的女生，大概十七八岁。她不会说普通话，只能勉强地听。“普通话是许多地方打工的门槛。”李鹏飞很着急。

为从根源解决这一情况，李鹏飞通过到贫困村寨的走访调研，了解贫困群众对学前教育设施的需求以及村里组里孩子的数量，尽可能地调配资金用以建设乡村两级幼儿园或学前教育点。

令他惊喜的是，家长很支持这一做法。这不仅能让孩子有更好的教育，更能让家长脱开手、解放劳动力，为家庭获取更多收入。

“贫分两类，物质贫困和精神贫瘠，而解决后者才是解题根本。转变少数民族贫困群众思想观念，提升贫困群众自我内生动力和拼搏信心，解决贫困群众在自我提高过程中语言、知识、技能、发展平台等短板问题，最终帮助群众实现脱贫致富，一步一步、扎扎实实践行好‘扶上马，转好向，抓紧绳，送一程’的扶贫路子。”李鹏飞说。

2020年12月8日，国新办在昆明举行云南脱贫攻坚情况新闻发布会。云南省委书记阮成发在发布会上介绍说，在“直过民族”和人口较少民族聚居区，在办好义务教育的同时，加大学前教育和高中教育资助力度。经中央批准，云南省在迪庆、怒江少数民族地区实施14年免费教育。孩子们上学不仅不交学费、不交学杂费，在学校住宿也不交住宿费，现在吃饭也不交钱，实现了贫困家庭学生有学上，没有因贫失学、辍学的现象。

李鹏飞本科的专业是核物理。村里的孩子们经常拉着他聊梦想是什么。科学家、音乐家、军人、环游世界……李鹏飞说，孩子们的梦想让他回忆起年少时光。

2017年至2019年，李鹏飞累计组织福贡县9名贫困学生参加三峡集团举办的大型公益活动——宜昌“三峡娃娃行”水电夏令营活动。通过参加活动，孩子们第一次走出大山，第一次搭乘飞机，第一次看到三峡工程这一“国之重器”。

“在我看来，就像是一簇星火，她们之前最远也仅是去到旁边的州里。这些孩子们带回来的见闻可以传递出去，影响周围的孩子。”李鹏飞说。

乡村振兴花为媒

3月14日，小朋友在安州区秀水镇龙泉村放风筝。

近日，四川省绵阳市安州区第二届油菜花节在秀水镇龙泉村举行，乡村民谣、旗袍汉服秀、农事体验及安州特产线上线下展销等活动为游客提供多样的休闲体验。

近年来，安州区依托传统农业，以花为媒，通过乡村旅游巩固脱贫攻坚成果，助推乡村振兴。

新华社记者 江宏景/摄

图片新闻

甘肃文县：采春茶

3月14日，茶农在文县碧口镇马家山村的茶园里采摘春茶。

近日，甘肃省陇南市文县碧口镇的茶农抢抓晴好天气，在满目青翠的茶园里采摘春茶。

新华社记者 陈 斌/摄

社科院『乡村振兴报告』：数字素养亟待兴

中青报·中青网记者 李晨赫

近日，中国社会科学院信息化研究中心发布《乡村振兴战略背景下中国乡村数字素养调查分析报告》。

该报告对我国城乡居民数字素养现状进行了调研。报告显示，城乡居民数字素养差距达37.5%，农民数字素养得分显著低于其他职业类型群体。

报告提出，在全面推进乡村振兴的战略背景下，需从“新IT”基础设施和数字素养两方面弥合城乡数字鸿沟，以促进数字科技真正赋能于农村和农民、推动乡村发展。

“只有农民对数字时代的适应能力增强，农民利用个人电脑等数字化技术和工具设备解决问题、创造收入的意识和能力提升，广大农民在数字时代‘有机遇抓不住、有条件不会用’的问题才能得以解决，真正实现数字科技赋能于人。”社科院信息化研究中心主任姜奇平告诉中青报·中青网记者，乡村数字基础设施的提档升级、农村居民数字素养的提升，缺一不可。

平均得分43.6，国民数字素养亟待提升

社科院发起的此次研究，旨在评估我国居民数字素养发展现状以及城乡差异，并在乡村振兴战略视角下，为加快提升数字素养、推动数字科技赋能乡村提供参考和建议。据悉，这也是社科院首次发起针对我国居民数字素养的调查研究。

具体实施层面，课题组借鉴联合国教科文组织2018年发布的《全球数字素养框架》，结合我国国情和调研可行性，设计了一份我国居民数字素养评估问卷及对应计分体系，通过问卷调研、数据分析方式，对城乡居民数字素养水平展开评估。

研究结果显示，当前我国城乡居民数字素养参差不齐，平均得分仅43.6分（满分为100分）。

在这一方面，欧盟、美国、日本等发达国家和地区比我国先行一步，更早启动了培养国民数字素养的相关举措。但我国已拔足追赶。2018年，发改委等19部门联合发布《关于发展数字经济稳定并扩大就业的指导意见》提出，2025年我国国民数字素养要达到发达国家平均水平。

基于国民数字素养不足的现状，报告提出：建议充分结合我国国情，从数字社会的生产生活实际需求出发，构建更为前瞻性、广泛性和落地性的数字素养教育框架，促进不同年龄阶段的人群在数字时代的蓬勃发展，总体提升国民数字素养。数字素养教育应被视为终身学习社会体系的一环，应该依靠全社会的力量，而不仅仅依赖于学校教育。

农村居民数字素养比城市居民低37.5%

分人群来看，调研发现，我国男女数字素养差距不明显。但城乡居民差距很大，不同职业类型、年龄阶段、受教育程度的受访者之间，数字素养水平存在明显差异。

数字素养城乡发展不均衡问题非常突出：城市居民平均得分56.3，农村居民平均得分35.1，差值高达21.2分，农村居民比城市居民平均得分低了37.5%。报告就此提出：随着我国乡村基础设施加速数字化、网络化，新时代城乡数字鸿沟问题主要矛盾，正从基础设施差距转向数字素养差距。

分职业类型来看，农民群体的数字素养得分仅18.6分，显著低于其他职业类型群体，比全体人群平均值（43.6分）低57%。

具体而言，城乡居民得分差距较大的5项依次为：数字安全意识、电脑使用、数字化增收、电脑工具开发、手机工具开发，差值依次为：43.2%、31.7%、27.7%、25.6%、23.8%。差距最小的两项为数字内容创建能力、智能手机使用。

报告指出：随着智能手机在乡村地区的全面普及，农村居民使用智能手机的能力正在快速接近城市居民。但与此同时，超过1/3农村居民使用智能手机仅为进行娱乐消遣活动；近1/3农村居民认为手机或电脑的应用对个人就业/创业及收入提升“没有起到任何作用”。这说明，尽管数字化设备在农村地区普及程度已经很高，但数字化设备的工具价值还有待开发、增收价值还有待释放。

姜奇平告诉中青报·中青网记者，2021年也是“十四五”的开局之年，在“十四五”时期，构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局，是国家未来经济发展的主轴。而生活着约5.6亿人的中国广袤的农村地区，则是国内大循环顺利流畅运转的核心动能，也是中国作为全球最大的单一市场所拥有的巨大消费需求战略纵深。

弥合数字鸿沟 助力乡村振兴

报告提出，针对农村居民数字素养严重落后于城市的问题，建议各地政府统筹制定农村数字素养提升行动规划，鼓励研究机构、企业等多方参与行动，整合各类社会资源共同推动数字乡村建设。

除此之外，针对农民个人电脑使用能力不足、数字化增收能力差等短板，姜奇平指出，乡村基础设施的提档升级不应采取简单的扶持、粗放的投资、数量型增长驱动的思路，而是需要以云计算、5G、大数据、AI等为代表的新IT基础设施建设——即新基建的系统性思维来破局。

“提升农村居民数字素养，绝不能停留在‘家电下乡’的思路。”姜奇平指出，关键在于提高其应用数字化基础设施的意识、意愿和能力，要从产品下乡变为送解决方案下乡——整合资源，支持和鼓励相关政府部门、社会机构、企业厂商将有关智慧农业的各类解决方案直接带到农村居民的生产生活中去，甚至是因地制宜的个性化定制方案。

鲜花消费“每逢佳节必爆单”如何破局

中青报·中青网记者 张文凌

在刚刚过去的“三八节”，玫瑰、康乃馨等鲜切花创下史上最贵花价，一度登上微博热搜。3月5日起，许多花店的企业订单不断增加，花店员工一边熬夜加班一边叹息：“别人的女神节，我们的劳动节！”

在云南省民航代理人协会副会长张健看来，今年鲜花交易价格强势上扬、创历史新高，“很大程度和运力充沛、物流通畅有关系”。

我国日常鲜花消费仅占5%，一些发达国家超过30%

“靠这些瓶瓶罐罐，我才熬过了漫长的疫情。”2020年年初，由于新冠肺炎疫情，在家待的时间长了，万巍心生沉闷。于是在网上购买了一些鲜花，用瓶瓶罐罐插了摆了满屋，“瞬间就被花改变了心情”。

“这几年国内鲜切花行业发展快，那些在国外图片中美丽奇特的花朵在国内也能买到，价格也可以接受。”万巍说，网购来一大束，随意插在瓶中，就摇曳生姿、美不胜收。

目前，在朋友圈等社交平台上，继晒猫晒狗晒娃晒美食之后，出现不少晒花的人。在业内人士看来，随着消费升级，人们的鲜花消费正在从“悦她经济”走向“悦己经济”。

公开的数据显示，在中国市场上，鲜花消费主要集中在生日、纪念日、情人节、母亲节等节日和婚礼、会议等场所，日常鲜花消费占比仅为5%。而据荷兰花卉协会统计，日本、美国等发达国家,鲜花日常消费占鲜花市场的30%-40%。这也显示出，未来国内的日常鲜花市场将有广阔的前景。国内随之出现了许多尝试通过日常鲜花订阅服务培养日常鲜花市场的电商。

以花卉植物护理在世界鲜花贸易中占有重要位置的荷兰可利鲜，过去多年来一直与中国各地的花店合作。其中国区代表郭艳春认为，2015年开始以“花加”为代表的家庭订阅式用花的崛起，让她“感受到了中国市场的变化”。

“‘花加’是来做增量市场的。”鲜花电商第一品牌Flowerplus花加合伙人兼供应链副总裁张宇说，那些手机不离手的90后、00后，此前几乎不会去或者没时间去购买鲜花。但因为有“花加”这类公司，使他们能用一些碎片时间，比如坐地铁时就点击购买了鲜花，这种“碎片化节约时间的消费模式”，带来了新客户群体。

张宇认为，节假日的“花”不是“花”，是一个有高附加值的产品。正常的鲜花消费应该是：“节假日用花是节假日的价格，日常用花是日常用花的价格”。

相对于其他产业，花卉产业恢复迅速

作为全球三大新兴花卉产区之一和全球第二大鲜切花交易中心，云南鲜切花的产销量连续26年全国第一，国内70%的鲜切花来自云南。

2020年，因为疫情，云南的千万枝玫瑰烂在地里，当年2月鲜切花的供应量、成交率、行情降至历史低点。然而，进入3月以后，云南的鲜花市场开始回暖。昆明国际花卉拍卖交易中心有限公司（以下简称“昆明花拍中心”）的鲜切花价格2020年3月16日的指数显示，拍卖市场总体供应量已恢复至去年同期的80%，传统批发市场的供应量也恢复至去年同期70%以上。5月份以后，这两个数据都超过了2019年同期。

据云南省民航代理人协会的初步统计，2020年，云南鲜花（含盆花、种苗）总运输量74万吨，同比增长1.3%。其中冷链汽运48万吨，增长6.6%；空运12万吨，下降33.3%；快递11万吨，增长57.1%。

“它再次证明了花卉产业有着旺盛的生命力。”昆明国际花卉拍卖交易中心总经理高荣梅说。云南省民航代理人协会副会长张健也认为，这是一个“充满奇迹的行业”。

去年，许多行业都受到疫情影响。尽管只有1.3%微增，但相对于其他产业，花卉产业恢复迅速。

业内人士认为，鲜花电商的发展，助推了花卉产业。据艾瑞网的统计数据显示，2020年的鲜花电商市场规模将达到720.6亿元以上，相比2019年鲜花电商535.1亿元的市场规模，将增长200亿元以上。鲜花电商的发展，得益于物流的支持。顺丰、中通、圆通、韵达、百世快运、京东物流、德邦物流等专业物流公司加入鲜花物流，使过去高额的物流成本得以下降。今年“就地过年”，一些快递物流公司“春节不打烊”，使春节、情人节期间的鲜切花物流得到保障。

“花卉业竞争激烈，服务要求增加，对成本非常敏感。”张健说，在消费市场低迷、生产端遇到各种困难的情况下，花卉业还能微增，显示出物流定价大幅下降对花卉业有很大的推动作用。

物流专业化水平将增加二三线城市鲜花消费

在业内人士看来，“云花”的版图是飞机用“翅膀”画出来的。“从昆明出港的飞机降落到哪儿，哪就有‘云花’的影子”。云南航空物流对云南花卉业的发展起到了极大的推动作用。

但是，随着云南花卉产业的迅猛发展，运力不足成为“云花”的一大痛点。

张健说，过去，航空运力不足的问题一再凸显，每到节日交易高峰期和云南其他生鲜外运高峰季，大量鲜花运不出去或交付到机场几天后才能运走。尽管铁路运输分流了一部分运量，但“云花”直接到达的目的地受限于铁路客运线路及其终点站，也受限于昆明机场的航线分布和航班数量多少，像北、上、广以及其他一些省会城市，因航班密度比较高、运力相对大，使得这些城市成为区域鲜花集散中心或者销地花卉批发市场，这些城市二级批发商的功能和地位强大。而远离集散中心的三、四、五线城市，又衍生出三级或四级批发商，间接影响了这些地区鲜花消费市场的形成。

“在那段时期，大家更关心的是如何‘运出去’，而不是‘运得好’。”张健说，为节省成本，鲜花运输采用大包装，花箱不标准，为让箱内鲜花不容易移动，批发商在一个花箱里尽可能多地装花，一箱重达70-80千克的鲜花箱一个人无法搬动，加之一路上经过反复搬上搬下，搬进搬出，花箱翻滚、摔碰，以及箱内的鲜花被挤压变形，鲜花的运输损耗很大，运输成本增加。

粗放的鲜花物流模式在鲜花电商迅速发展起来之后，使得时效性差、损耗大、品质差、成本高等各种问题在消费市场受到高度关注。

从成立之初，“花加”便提出全程冷链运输和恒温的概念，“通过供应链管理实现产品价值。”张宇说，“花加”建成了占地1.5平方米的恒温鲜花工厂，换了统一的纸箱，进行全程冷链运输。“所有的操作都实现数据化，每一个流程都有可追溯的过程和结果。”

今年1月26日，德邦快递在昆明花拍中心发布，针对花卉行推出“次日达”和“隔日达”业务。部分城市的“次日达”可实现凌晨4点前昆明斗南花卉市场收件，当天下午就在客户城市送货上门。

“鲜花物流渠道的多样化、专业化水平的提升、触达目标地的精细化将再一次改变‘云花’版图。”张健说，效率高、成本低、损耗少、多频次、广范围使得冷链汽运越来越受欢迎，全程冷链已占据鲜花运输方式的半壁江山，目前，冷链线路增加到57条，停靠点增加到230余个城市。停靠点的增加，二三线城市的鲜花电商可以不从一二线城市批发商那里进货，而是从产地直接进货，成本降低，二三线城市消费群体将随之增加。

对此，不少业内人士也认为，“每逢佳节必爆单”日常无需求，节日供不应求”并不一定带来盈利。通过提升服务来提高日常鲜花消费，才能使花卉业获得更大的利润，消费者也能获得质量较高的鲜切花。