



从鼎盛时期超百万辆次到如今的三三两两

## “摩托大军”逐步退出春运舞台

新华社南宁2月8日电(记者雷嘉兴、田建川)今年春运期间,在广东肇庆、佛山等往年“摩托大军”返乡必经之路上,昔日轰鸣震天、浩浩荡荡的摩托车队伍盛景已不再,取而代之的是三三两两的“游击队”,鼎盛时期超百万辆次的“摩托大军”逐年锐减。

记者从广东省交通部门了解到,骑摩托车经广东肇庆过境往返广西、贵州等地的“摩托大军”人群,自2013年春运期间达到峰值约110万辆次后,呈逐年明显下降趋势。近两年来,交通部门已不将此群体作为春运返乡的重点监测对象。

广西梧州市、贺州市是在粤务工人员返乡进入广西境内的两个重要通道。321国道

梧州东出口春运服务站见证了“摩托大军”的兴衰,曾经热闹得像集市般的驿站如今显得很是冷清。“2013年是顶峰时期,从广东返乡经过这里的摩托车达25万辆。而今年,只有1万辆左右。”梧州市公安局交警支队高速三大队教导员邹丹说。

梧州交通部门数据显示,春运从广东返回广西的“摩托大军”出现下降的拐点是在2014年,较上一年减少3.5万辆,此后逐年大幅减少。

业内人士指出,2014年正是贵广、南广高铁开通运营元年,自此以后,川渝黔桂等主要劳务输出地区与珠三角地区实现高铁直通,高铁成为不少在外务工人员返乡的首选。

同时,铁路方面运力的增加和服务的细化,让春节期间火车票“一票难求”的局面不断缓解,越来越多的返乡人员选择乘坐火车返乡。

广西社科院社会学研究所所长姚华表示,群众收入水平不断增加是“摩托大军”逐渐“缩编”的一个重要原因。党的十八大以来,经济社会加速发展,城乡居民收入增长跟经济发展同步。群众的“钱袋子”鼓起来了,不少人购置了更为安全、舒适的私家车,返乡大军也有了乘高铁、坐飞机的能力和底气。

同时,随着国家精准扶贫、乡村振兴战略的实施,农村交通基础设施不断完善,水

泥硬化路覆盖到村屯,返乡“最后一公里”问题得到解决,不少摩托骑手选择自行开车或者乘坐大巴返乡。如今,农村地区的面貌已焕然一新,越来越多曾经赴粤务工人员选择回到家乡,开启新的事业。

曾是“摩托大军”一员的广西崇左籍农民工苏文勋在佛山顺德打工多年,从去年开始他回到老家镇上的一家矿山企业务工。“老家这几年发展得很快,在家门口工作也能挣钱,还能在家照顾年迈的老母亲。”他说,如今家里告别了漏雨透风的破房子,盖起了3层小楼,“生活在一天天变好”。

“现在我的摩托车可以‘退役’了。”苏文勋笑着说。

上午9点,摁下遥控器,王聪大棚外的卷帘自动升起,2亩多地的茄子棚里顿时亮了起来。虽然正值销售旺季,但王聪两口子仍每天只需忙活4个多小时。

“90后”的王聪是山东省寿光市孙家集街道三元朱村人。“我这是第五代棚,足够用了,别人还有更高级的呢。”王聪说。他扯了扯绳子,放风口展开,新鲜空气得以进来。

寿光被誉为“中国蔬菜之乡”,全年蔬菜种植面积60万亩,年产量450万吨,是我国冬暖式蔬菜大棚的发源地。1989年,三元朱村人用麦穰和泥夯筑成第一代棚。

王聪的父亲就是最早种棚的人之一,但在王聪的记忆里,父亲种棚时格外忙。“父辈种棚全靠出大力,用铁锹翻地得干一个多星期,摘下来的黄瓜还得一筐筐背到棚外,一筐就是100多斤,汗一身一身地出,经常累得腰酸背痛。”他说。

随着大棚的升级迭代,种棚已不再像过去那样只用蛮力。2016年,从青岛理工大学毕业的王聪不顾父亲反对,辞掉了城里的工作,和妻子回到家乡,当起了“棚二代”。

“父亲就想让我去城里,但我觉得种棚不丢人,好好干肯定有出息。”他说。

王聪先后花费10万元给“老棚”安装自动卷帘机、喷灌设备、自动打药机等,用钢筋加固棚体,并将棚顶的被褥、草帘升级为专业的防雨雪棉被。在大棚入口处,一辆电动小推车十分惹眼。王聪说:“这是我花600块钱组装的‘运菜机’,运菜再也不用肩挑手提咯。”他的大棚变“聪明”了。

不仅如此,与父辈种棚只追求产量不同,王聪两口子更看重质量。王聪的妻子董俊艳说:“茄子生长的时候,一株保留两个枝蔓,能有效保证茄子的质量和口感,每斤还能多卖点钱。”

2021年,王聪两口子年收入20多万元,是父亲当年收入的数倍,父亲常感叹“孩子们‘要着玩’就把他种了”。

三元朱村党支部委员王岩涛说:“回乡发展蔬菜产业的年轻人越来越多,村里专门请技术人员全程帮扶,还给予资金支持,眼看着地里就结出了‘智慧果’。”

如今,三元朱村的千亩地里“长”着200多个“聪明棚”,菜农们通过接受专业培训、观看讲座、网络咨询等方式学会了用“巧劲儿”,村里还有人搞起了农家乐、采摘园,村集体年收入超百万元。

新的一年,王聪计划去高端蔬菜大棚“取经”,争取更高的收益,而他的父亲也没“退休”,他已到达新疆喀什,帮助当地农民种植蔬菜。

(记者张力元)

新华社济南电

## 一名高铁司机的“冰雪之约”

2月5日6时30分,北京北站高铁司机公寓里,刚刚叫班起床的高锐将一张纸条夹进自己的手账本中,纸条上写着:“冰雪之约,一定实现。”

高锐是太原机务段一名高铁司机,担当张大、京张高铁大同至北京间复兴号动车组列车的驾驶任务,虽然不直接服务冬奥会,但因为值乘列车与冬奥列车共用一条高铁线路,只有他们驾驶的列车准时、安全运行,才能确保冬奥列车万无一失。为此,太原机务段专门从全段抽调驾驶技术好的高铁司机值乘大同至北京线路。曾经在我国“重载第一路”大秦铁路上担当过2万吨重载列车主控司机的高锐成功当选。

为了保证充足的休息时间,4日晚的北京冬奥会开幕式,高锐没能看到奥运之火点燃环节,对他这个体育迷来说,这无疑是一种遗憾。“所以不想再让孩子有遗憾,一定要兑现与他的约定。”高锐说。

“冰雪之约”正是他和孩子的约定。

高锐9岁的儿子从小喜欢滑雪,一放假就让家长带他到滑雪场,现在竟成为全家滑雪技术最好的人。“北京冬奥会申办成功后,我们全家人的‘冰雪热情’都被点燃了。此前完全没进过滑雪场,到现在一家3口都能基本掌握滑雪技术,就是这几年的事。孩子也从小跟着我们上雪道,现在成了我们家的‘冠军’。”高锐说,北京冬奥会、冬残奥会推出吉祥物后,儿子就一直缠着他买“冰墩墩”和“雪容融”回家,他们父子将之称为“冰雪之约”。因为儿子觉得他开着高铁到北京,一定能买到。

“其实到了北京根本没时间去买。”高锐说着,就走到了出勤室,刷卡、测温、测酒,准备出乘。京张高铁已进入赛时运输,高锐的工作更加忙碌。“现在我们执行的是冬奥分号运行图。除了正常值乘,还要热备。”他说。

所谓热备,就是在遇到恶劣天气、乘务人员生病等突发非正常情况时,能够及时补位,需要有人当“替补队员”。退勤后,热备司机和其他高铁乘务员都要集中在公寓休息,随时等待临时值乘任务。“即便不热备,为了疫情防控,我们也不能离开在北京的司机公寓。”高锐说。

8时许,高锐对驾驶室进行喷洒、擦拭消毒后,开始进行D1105次列车开车前的准备工作。“可是对孩子的许诺必须要做到。”高锐笑着说,吉祥物他早已托北京北站的同事帮着代买了,就在随身的包里。

“虽然和儿子的约定兑现晚了点,但我值乘的列车不会晚点。”高锐说着,与记者告别,临行时他说道,“我们都在为冬奥会服务,我儿子说,他为我骄傲。”(本报记者许雄)

## “新农人”尝到“抢早”甜头

新华社记者郭翔、张博群

立春时节的东北农村依然寒风刺骨。当阳光刚刚洒满绿油油的大棚,一板板新鲜的草莓装上汽车,曲晓卫和妻子用毛巾擦去脸上的汗珠,“今天卖了312斤。”不一会儿,客户给曲晓卫的微信转来6240元。

46岁的曲晓卫是辽宁省庄河市光明山镇小营村人,“别看我是农村的,过去一点农活也不会。”不到20岁,曲晓卫就去城里闯荡,“我一直做门窗行业,在大连、青岛、北京都干过。”

“做门窗行业一年收入少说有20多万

元。”但曲晓卫常年在外漂泊,他时常愧疚,不能在年迈的父母身边尽孝,不能照看子女,“我妈总说我,你就过年在家,开春之后人就没事了。”

2018年,女儿要上高中,儿子也要上初中,曲晓卫决定回乡创业,“40多岁的男人放弃一个熟悉又收入不错的行业,二次创业,这个决定很难下,但家人都支持我。”

“种草莓是因为咱们光明山镇是远近闻名的‘草莓镇’,从种植技术到销售渠道都是现成的。”曲晓卫胆子大,一上来就租了30亩地,建了5栋拥有现代化温控系统的草莓大棚,总投入120万元,“由于资金不足,我

还通过中国农业银行的‘惠农e贷’贷了18万元。”

“完全从头学起,谁种得好我就跟谁学。”曲晓卫不仅跟当地的“土专家”学,还前往丹东等地学习技术和管理经验,“干一行就得钻一行,有时间我就出去请教,闲不住。”几年下来,曲晓卫已经掌握了从草莓选苗到种植管理的“秘籍”:“我的草莓吃起来味道绝对好。”

从12月份第一茬草莓上市到次年5月末收获最后一茬草莓,曲晓卫和妻子每天忙忙碌碌,“虽说累点,但是我们一家更幸福了。”曲晓卫说。

天都能看着父母,跟媳妇孩子在一起,一家人天天一起吃饭。”

“晚上5点,我们就到父母家吃饭,昨晚老妈炖了小嘴鱼。”曲晓卫脸上洋溢着幸福的笑容。

最近,曲晓卫的脑子里一直想着“抢早”。“草莓提前一个月上市,价格能高出一倍。”曲晓卫在这个草莓“收获季”尝到了“抢早”的甜头,多卖了10多万元。

“我在想怎么能把冷藏苗促早栽培做得更好,草莓再提早一点上市,收入还能更高。”曲晓卫说。

新华社大连2月8日电

广东湛江市遂溪县界炮镇江头村,2000多亩圣女果红了。

地处雷州半岛的界炮镇,历史上以甘蔗种植为主,农民只能看天吃饭,特别是因糖业连续多年不景气,农民收入陷入了困境。但现在,广东乡村的这块短板,正逆袭为致富高地。

界炮镇的“财富密码”,正是小小的圣女果。当年,在广州江南水果市场从事批发工作的陈建平发现,圣女果的市场需求常年旺盛,但没有稳定的货源供应,不敢承接大的采购订单。

乘着广东农业现代化东风,2019年,陈建平决定回乡创业。遂溪毗邻北部湾海岸,地处北纬21度,常年光照充足,有“中国甜都”之誉。特有的富硒土壤,更为圣女果生长提供了得天独厚的条件。

看到新机,陈建平立马行动,圣女果生产基地、大型冷库等配套设施在界炮镇江头村迅速建成。

当时,广东农产品“12221”市场体系建设正在试点。“12221”,即建设“1”个农产品大数据,组建销区采购商和培养产区经纪人“2”支队伍,拓展销区和产区“2”大市场,策划采购商走进产区和农产品走进大市场“2”场活动,实现品牌打造、销量提升、市场引导、品种改良、农民致富等“1”揽子目标。

遂溪抓住机遇,“公司+合作社+基地+农户”模式一炮而红。很快,江头村周边13个村委会的农民,陆续加入了圣女果生产行列。

界炮镇镇长岑志东介绍,目前全镇圣女果种植面积6000多亩,每亩产量8000至10000斤,每斤采购价6至8元。这个丰收季,界炮镇仅圣女果总收入超3亿元。原本名不见经传的江头村,也将成为“亿元村”。

此外,圣女果每年11月上市后,可一直采收到次年5月左右,能为当地农民创造4000多个就业岗位,增创劳务收入超1亿元。圣女果成了名副其实的致富果。

春节前后,是圣女果行情最佳之时,陈建平的基地门庭若市,来自全国各地的采购商络绎不绝。不久前,遂溪圣女果还多次上热搜,成了“网红果”。

1月20日,国家级电子商务进农村综合示范项目“产地秀大咖直播”活动,在“一亩田”官方直播间开播。几位主播积极推介遂溪圣女果,吸引了超3万人次观看。

“我们的每一步行动都紧扣市场需求,所以不愁销路。”闪耀着“中国红”的圣女果,正在让遂溪县逆袭为特色产业赋能乡村振兴的试验田,成为广东农业现代化的一个生动案例。(本报记者李雄鹰)

上午9点,摁下遥控器,王聪大棚外的卷帘自动升起,2亩多地的茄子棚里顿时亮了起来。虽然正值销售旺季,但王聪两口子仍每天只需忙活4个多小时。

“90后”的王聪是山东省寿光市孙家集街道三元朱村人。“我这是第五代棚,足够用了,别人还有更高级的呢。”王聪说。他扯了扯绳子,放风口展开,新鲜空气得以进来。

寿光被誉为“中国蔬菜之乡”,全年蔬菜种植面积60万亩,年产量450万吨,是我国冬暖式蔬菜大棚的发源地。1989年,三元朱村人用麦穰和泥夯筑成第一代棚。

王聪的父亲就是最早种棚的人之一,但在王聪的记忆里,父亲种棚时格外忙。“父辈种棚全靠出大力,用铁锹翻地得干一个多星期,摘下来的黄瓜还得一筐筐背到棚外,一筐就是100多斤,汗一身一身地出,经常累得腰酸背痛。”他说。

随着大棚的升级迭代,种棚已不再像过去那样只用蛮力。2016年,从青岛理工大学毕业的王聪不顾父亲反对,辞掉了城里的工作,和妻子回到家乡,当起了“棚二代”。

“父亲就想让我去城里,但我觉得种棚不丢人,好好干肯定有出息。”他说。

王聪先后花费10万元给“老棚”安装自动卷帘机、喷灌设备、自动打药机等,用钢筋加固棚体,并将棚顶的被褥、草帘升级为专业的防雨雪棉被。在大棚入口处,一辆电动小推车十分惹眼。王聪说:“这是我花600块钱组装的‘运菜机’,运菜再也不用肩挑手提咯。”他的大棚变“聪明”了。

不仅如此,与父辈种棚只追求产量不同,王聪两口子更看重质量。王聪的妻子董俊艳说:“茄子生长的时候,一株保留两个枝蔓,能有效保证茄子的质量和口感,每斤还能多卖点钱。”

2021年,王聪两口子年收入20多万元,是父亲当年收入的数倍,父亲常感叹“孩子们‘要着玩’就把他种了”。

三元朱村党支部委员王岩涛说:“回乡发展蔬菜产业的年轻人越来越多,村里专门请技术人员全程帮扶,还给予资金支持,眼看着地里就结出了‘智慧果’。”

如今,三元朱村的千亩地里“长”着200多个“聪明棚”,菜农们通过接受专业培训、观看讲座、网络咨询等方式学会了用“巧劲儿”,村里还有人搞起了农家乐、采摘园,村集体年收入超百万元。

新的一年,王聪计划去高端蔬菜大棚“取经”,争取更高的收益,而他的父亲也没“退休”,他已到达新疆喀什,帮助当地农民种植蔬菜。

(记者张力元)

新华社济南电

## “甜都”育出“网红果”

广东湛江市遂溪县界炮镇江头村,2000多亩圣女果红了。地处雷州半岛的界炮镇,历史上以甘蔗种植为主,农民只能看天吃饭,特别是因糖业连续多年不景气,农民收入陷入了困境。但现在,广东乡村的这块短板,正逆袭为致富高地。

界炮镇的“财富密码”,正是小小的圣女果。当年,在广州江南水果市场从事批发工作的陈建平发现,圣女果的市场需求常年旺盛,但没有稳定的货源供应,不敢承接大的采购订单。

乘着广东农业现代化东风,2019年,陈建平决定回乡创业。遂溪毗邻北部湾海岸,地处北纬21度,常年光照充足,有“中国甜都”之誉。特有的富硒土壤,更为圣女果生长提供了得天独厚的条件。

看到新机,陈建平立马行动,圣女果生产基地、大型冷库等配套设施在界炮镇江头村迅速建成。

当时,广东农产品“12221”市场体系建设正在试点。“12221”,即建设“1”个农产品大数据,组建销区采购商和培养产区经纪人“2”支队伍,拓展销区和产区“2”大市场,策划采购商走进产区和农产品走进大市场“2”场活动,实现品牌打造、销量提升、市场引导、品种改良、农民致富等“1”揽子目标。

遂溪抓住机遇,“公司+合作社+基地+农户”模式一炮而红。很快,江头村周边13个村委会的农民,陆续加入了圣女果生产行列。

界炮镇镇长岑志东介绍,目前全镇圣女果种植面积6000多亩,每亩产量8000至10000斤,每斤采购价6至8元。这个丰收季,界炮镇仅圣女果总收入超3亿元。原本名不见经传的江头村,也将成为“亿元村”。

此外,圣女果每年11月上市后,可一直采收到次年5月左右,能为当地农民创造4000多个就业岗位,增创劳务收入超1亿元。圣女果成了名副其实的致富果。

春节前后,是圣女果行情最佳之时,陈建平的基地门庭若市,来自全国各地的采购商络绎不绝。不久前,遂溪圣女果还多次上热搜,成了“网红果”。

1月20日,国家级电子商务进农村综合示范项目“产地秀大咖直播”活动,在“一亩田”官方直播间开播。几位主播积极推介遂溪圣女果,吸引了超3万人次观看。

“我们的每一步行动都紧扣市场需求,所以不愁销路。”闪耀着“中国红”的圣女果,正在让遂溪县逆袭为特色产业赋能乡村振兴的试验田,成为广东农业现代化的一个生动案例。(本报记者李雄鹰)

