万利军驾驶的中巴车行驶在蜿蜒的山路上。 保山市文化和旅游局供图

『融』观中国

大山里的“小飞机”

——数字中国“凡人歌”系列报道③

本报记者 **霍旻含**

扫描二维码 看“融观中国”主页

清晨七点半，云南保山，群山间还笼着薄雾，万利军已坐上他那辆乡村客运中巴的驾驶座。车门不太好关，他用力拉上，还不忘喊上一句口头禅：“舱门使劲砸起！”

这辆被称作“小飞机”的中巴车，每天往返于保山市区与瓦渡乡三坪村白沙水小组之间，单程60多公里山路，跑一趟要两个多小时。

3年多前，万利军从老车主手里接过这辆中巴车，成为一名农村客运司机。后来，他开始在跑车时拍一点短视频，如今，他的账号“农村客运小飞机”已积累了43万多粉丝。

视频里，他元气十足地穿梭在蜿蜒的山道间；镜头外，他却常常深夜失眠，思索着如何让这个常人眼中的“夕阳产业”迸发出更多活力。

连接两个世界的，是一群来自天南海北的“云乘客”。

“舱门使劲砸起！”

2024年，万利军开始拍视频。起因很简单：村里坐车的人越来越少，车难跑，白天也总是闲着。他花400多块钱买了一台运动相机，“死马当活马医，拍拍看，反正投资也不大，万一能挣点钱呢。”

最开始，他只是口播一下每天大概的收入，有次他刷到一位五金店老板的视频，用记账的方式记录每天的生意，觉得很好玩，就开始模仿这个形式拍视频：每天拉了多少人，收了多少钱，一笔一笔入账。加入滚动收入的那条视频一发出去就比之前火，效果特明显。

慢慢地，看“小飞机”今天挣到钱没，成了很多网友的“电子榨菜”。每天临近收车，账目上会一次性扣掉油费、管理费等，就有网友调侃：“‘屠龙刀’一登场，就知道‘小飞机’又要赔钱开车了！”偶尔碰上赶集等乘客多的日子，网友们也开玩笑：“不好！真要让他赚钱了！”

视频里的万利军总是很欢乐。为了“显得有气势一点”，他给自己的账号起名“小飞机”，车站、停车场，就成了他口中的“发射区”“停机坪”，结伴坐车的乡亲，则被他调侃为“团伙”。

“舱门使劲砸起！”“马达搞起！”“大空调滋吹”“坐起坐起”“啊巴巴”“哦豁豁”——这些带着云南方言味儿的口头禅，让不少网友直呼“上头”。有时3岁的女儿也奶声奶气喊上一嗓子，万利军很高兴：“我家‘小小飞机’，气势也足得很！”有网友感叹：云南人果然是天生互联网“圣体”。

视频里，万利军配的音乐大多是经典老歌，配上样式复古的中巴车，勾起了不少网友的童年回忆。“好多人在评论区说喜欢我选的音乐，这也给我涨过一波粉。”万利军说。开号一个多月，他的粉丝就涨了20万；流量好的时候，一条视频就有五六百万播放量。

突如其来的关注让万利军有点受宠若惊。他想，虽然没办法直接回馈粉丝，但应该做点有意义的事。于是他宣布，每涨十万粉，就免费拉乡亲们一天，第一次免费日专门选在“瓦渡街天”，当地赶集的日子。没想到“20万粉免费拉一天”的视频还在剪，粉丝量就到了30万。“那就再来一天！”他说。

“跟乡亲们有感情，很难割舍”

让人有些意外的是，镜头之外的万利军并不像视频中那么快乐。用他的话说，自己“很内向，生活里很少讲话”。

万利军是云南保山本地人，今年37岁。2022年6月前，他跑从保山到昆明的网约车；眼看高铁马上通了，生意即将一落千丈，他决定转行，接手农村客运。“在我的印象里，农村客运总是有很多人坐的，读高中时大家都在路边盼车来，上车也永远总是人挤人。”他回忆道。

◀ 发车前，万利军正在拍视频，身后是他的中巴车。 **保山市文化和旅游局**供图

但现实很快给了他当头一棒：现在坐客车的人少了。瓦渡乡总人口2.4万左右，整条客运线路上跑着8台客车，村里有3台，万利军跑其中1台。线路覆盖的村民不多，乘客更少，坐车的大多是老人，进一趟城要么是去看病，要么是去办事，没特殊情况的话，大多数时候都在家待着不出门。

还有一部分乘客是学生。2023年，村里的学校并入乡镇，孩子们上学路远了，万利军就开始固定接送，周五接回来，周日送回去。但学生也越来越少：“今年7月，我拉的学生又要毕业几个，之后再增加也难了。”

除了人少，还有路况。山路颠簸，为了让乡亲们坐得安全、安心，线路开通前的车辆检修、配件更换也花了不少钱。“那段时间越跑越绝望”，万利军说，刚接手时每天都在焦虑，因为挣不到钱，拿不准能不能坚持到下个月。

他的焦虑不会出现在视频里，也很少和家人讲，只有夜深人静、独自一人的时候思索：这车还能坚持多久？还有没有别的出路？

但每天醒来，他还是选择坚持，像他在视频中的调侃：“夜里想千条路，天亮还是走老路。”原因也简单：如果他不跑了，这趟车大概率没人接手，村里的乡亲们要进城，就得多走一个半小时山路，去另一个车站坐车。

“如果真的要我重新选，我也不想跑农村客运，太苦。但现在跟乡亲们有感情，很难割舍。”万利军说，他和乡亲们早已不是简单的司机和乘客关系，有时候乡亲需要从乡镇上带东西，只要打个电话告诉他，他就顺路代买，从不多要一分钱。乡亲对他也很好，时不时拿给他自家养的鸡或者下的蛋，也常喊他去吃饭。“所以我才想起拍短视频，想看看能不能多挣一点，维持下去。”他说。

客运公司有燃油补贴，能覆盖买保险的钱。按最近的油价，每天跑车来回油钱大约170元，他算了算，只要每天毛收入能到500元，就不会“破产”。

眼下区乡连接线正在修路，他决定“先坚持着，坚持到路通了再看，如果实在坚持不下去……”长时间沉默后，他说：“那就放弃吧。”但他总有个念想：如果能想办法换一辆纯电中巴，短时间内就不会停运。“就算是山区路，听说电车每天来回的电费也就是20到25元钱，每天能省下150元，那就能坚持。”万利军说。

天南海北“云乘客”

通过万利军的视频，很多人知道了云南有个叫瓦渡的地方；他的视频，也吸引来了天南海北许多“云乘客”。

事情最开始，是有个外地粉丝留言，说来云南旅游，因为看了视频，就买了两张票，计划来保山专门感受一下这条线路，结果临时有事没坐成，看着余票还够，就没退票，几十元票钱，就当一份心意。

万利军在视频里随口提了这件事，说自己很感动。说者无意，听者有心，没想到很多粉丝开始用这种方式支持他。万利军还发现，之前也有粉丝用这种方式默默支持过他，但没告诉他。

有人担心：这些“云乘客”，会不会挤占真要坐车的座位额度？万利军解释说，回村这条线只有他一个人跑，一般都是熟客，要坐车会直接给他打电话。

去年9—10月是淡季，经常亏，好几个粉丝看了视频加他微信，300元、500元地转账，万利军一概不收：“收了意义就不一样了，只有亲手挣的才是自己的钱。”

眼下是淡季，从城里坐车返乡的人很少，最近一周左右，回来一趟车19个座位，基本被“云乘客”包了。不少人在评论区晒“车票”，他们的IP来自重庆、广东、福建、浙江、陕西、黑龙江……

“这些‘云乘客’都是我的恩人，他们支持我，归根结底是希望我能把这趟车跑下去，如果有一天真的不跑了，我都不知道怎么和乡亲们交代，也不知道怎么跟这些‘云乘客’交代。”万利军说。

为啥支持他？评论区里的网友说出心声：“不管票价多少，能按时有班车走，对山里人来说就是值了。”有网友说：“不忍心喊你加油，毕竟看着也亏钱，但希望你一路平安，毕竟载的都是父老乡亲！”还有网友戏称他为“村里唯一的希望”。

万利军说，至少现在还不想放弃。每天七点半，他准时从村里发车，站在发车的院子里能看到远方的大理州，澜沧江就在脚下。跑车的路上，他见过启程时的紫色朝霞，也见过回程时的一弯彩虹；他会跟着车里的音乐唱“伤心总是难免的”，唱完又中气十足地喊几句：“哦豁豁！”

清晨的薄雾散去，阳光洒在蜿蜒的山路上。舱门使劲砸起，马达“搞起”，大空调“滋吹”——这趟载着乡亲、学生和网友牵挂的“小飞机”，又在云南的大山里稳稳地跑起。

（本报记者**龚文静**、**韩维正**参与采写）

◀ 停车时，万利军与中巴车上的乘客聊天。 **受访者**供图

第八届全球华人生活短视频大赛作品征集启动——

邀全球镜头，共叙『来·爱』故事

本报北京电（**姚凯红**）大国之爱，体现于家国同频的责任担当，是海外侨胞心系桑梓的赤子情怀，是企业与时代同行的坚实步履，是中外携手共绘愿景的真诚协作。小家之爱，流淌于日常生活的温暖联结，是家人围坐的灯火可亲，是邻里相助的守望之情，是一座城市在记忆中留下的温情印记。

日前，以“来·爱”为主题的第八届全球华人生活短视频大赛作品征集正式启动，通过镜头记录时代温度，以影像传递人间真情。

全球华人生活短视频大赛自2019年创办以来，历经七届沉淀，已成为向世界讲好中国故事、传播中国声音的重要文化品牌。赛事累计吸引来自40多个国家和地区的创作者踊跃参与，征集作品超280.1万件，全网总访问量达306.7亿次，国际影响力不断提升。

本次征集围绕“来·爱”主题，设立“大国之爱”和“小家之爱”两大主题单元，分别从国家情怀与个体情感两个维度诠释“爱”的丰富内涵，创作者可选择多元的叙事视角。以此为主线，大爱与小爱交相辉映，共同勾勒当代中国的温暖底色。

活动以人民日报海外版客户端为征集平台，爱奇艺、百度APP、哔哩哔哩、抖音、梨视频、视觉中国、一点资讯等为支持平台，并在海外网美国、法国、澳大利亚、日本融媒体中心设立海外分赛区。中华全国归国华侨联合会为支持单位。

光影为媒，真情为墨。期待全球创作者用镜头记录大爱与小爱的动人瞬间，以影像讲述可亲、可感、可触的中国故事，让世界看见可信、可爱、可敬的中国形象。

扫码参与活动

第八届全球华人生活短视频大赛海报。 **张子旭**制图

新媒视点

农村客运，『最后一公里』需更有保障

张红宇

近年来，农村公路网络不断完善，“出门水泥路、抬脚上客车”已是很普遍的乡村现实。但在一些偏远山区，农村客运也面临“车通了、人少了”“开得通、留不住”的困境。

农村客运既是基础设施，也是公共服务，关系着乡村全面振兴事业的“最后一公里”。“最后一公里”不只是修通路，更要在乡村人口变迁、资源有限的条件下，使公共服务精准对接人的需要。“十五五”规划纲要提出，“逐步提高农村基础设施完备度、公共服务便利度、人居环境舒适度”，在我们看来，正是要解决“最后一公里”问题。

过去数十年，中国农村公路建设成绩斐然。交通运输部数据显示，全国农村公路通车里程已达464万公里，48万个行政村全部通公路，230万个自然村中94%实现通公路。四通八达的农村公路让农民、农产品走出大山，方便各类要素流动，助力全面脱贫和乡村全面振兴事业。

但也要看到，中国自然村落数量已从1978年的480万个，减少至目前的230万个；行政村的数量则从1985年的94多万个，减至48万个。西南、西北等一些偏远山区，自然村落更分散，空心化、老龄化现象突出。这些地区客流量小、运营成本高，农村客运更容易陷入困境。这就提出了更高的要求：农村公路建设不能单纯着眼于“路”，更要立足于“人”的实际需求。要让农村客运等民生保障抵达“最后一公里”，需要秉持历史眼光和长期思维，尊重客观规律，避免“一刀切”。

首先是坚持城乡融合、一体推进。可以县为单位，统筹城乡基础设施和公共服务布局。因为，在一个县的范围内，最容易实现基础设施和公共服务均衡配置。农村客运同样需要在县域层面统筹规划，推动城乡公交网络向乡村延伸，让城乡居民共享发展成果。

有限的公共资源要优先投向最急需的地方。从而，要推动资源倾斜、补齐短板。在养老、医疗、出行等领域，要重视农村老人，重视农村民生保障。拿农村客运来说，政府补贴要精准投向运营成本较高的“末梢”，让市场主体能够保本微利，实现可持续运营。

还要注重因地制宜、分类施策。中国地域辽阔，各地资源禀赋和发展条件差异较大，平原地区和城市郊区，农村客运可更多依靠市场化运作，山区和偏远地区，则需要政府发挥更重要作用。中央提出“片区化推进乡村振兴”，就是强调按地理位置相邻、资源相近、产业相关、文化相通的原则，整合自然村组团发展，避免重复建设和资源浪费。

需要注意的是，新机制尚未建立时，不宜急于取消原有办法，要坚持先立后破、稳步推进。当前在满足群众出行和物流需求方面，农村个体客运、个体物流仍发挥着重要作用，相关政策支持应当保持连续性、稳定性。对农村客运、货运、邮政分属不同部门管理的体制问题，可在县级层面探索统筹整合，通过政府购买服务、企业化运营、市场化招标等方式，保障基本公共服务供给。

数字技术也为解决“最后一公里”难题提供了新路径。通过大数据分析，可精准掌握不同时段、区域的客流量变化，找准堵点、卡点，实现精细化管理；一些农村客运司机利用短视频平台为乡村引流、为自己增收；还有地方“客货邮融合”“农文旅融合”。这些探索都有助于降低运营成本、提高服务效率。对这些新业态、新主体应当给予支持和引导，在资金补贴、政策配套、平台搭建等方面创造条件。

农村公路建设的意义体现在多个层面：助力产业兴旺、增加农民收入、巩固拓展脱贫攻坚成果、促进宜居宜业和美乡村建设……以四川凉山为例，公路修通后，当地乌洋芋从每斤几毛钱卖到十几元，同时物流成本大幅降低，农民收入明显增加。还有乡村旅游，要让曾经只能远观的“打卡点”变成可触可感可体验的“目的地”，也离不开便捷的交通。

农村公路建设，需要放在乡村全面振兴大局中统筹推进。农村公路从“有没有”到“好不好”，从“建好”到“管好、养好、运营好”，每一步都需要科学规划、精准施策。把农业建成现代化大产业，让农村基本具备现代生活条件，让农民生活更加富裕美好，真正连接城乡、服务农民、促进发展——这是农村公路建设的初心起点，也是这项事业的目的和终点。

（**作者为中国农业风险管理研究会会长**，本报记者**霍旻含**采访整理）