

发挥新媒体正能量 探索完善“流量扶贫”新模式

——共青团中央扶贫专题培训班学习情况纪略

□ 刘照 张竹新

随着精准扶贫、精准脱贫工作进入攻坚期，各地纷纷围绕提升脱贫质量不断开展探索尝试。作为电商扶贫的“升级版”，“流量扶贫”逐渐成为消费扶贫工作的新手段。“流量扶贫”即贫困县乡村以新媒体为载体，通过针对特色产品发布软文、图片、短视频、在线直播等方式，引导读者或观看者产生购买行为，实现扶贫商品快速上网、畅通销售，解决了传统电商扶贫中存在的传播量瓶颈。

目前，借助腾讯、今日头条、抖音、西瓜视频、斗鱼、快手等网络社交平台，各地成功策划了一系列“流量扶贫”活动，创造了“直播+电商+公益+扶贫”的新模式。7月，国家发改委驻河北省灵寿县挂职干部参与共青团中央组织的扶贫专题培训班，在此基础上对“流量扶贫”模式进行了深入了解学习。

多方参与 “流量扶贫”模式初现雏形

随着新媒体网络社交平台不断涌现，人们在社交新媒体上花费的精力

和时间越来越多，为将阅读者、观看者转化为消费者创造了条件。同时，相比于电视媒体广告费用高、传统电商经营门槛高，网络直播、短视频等方式操作简单且成本较低，使得贫困地区自主推广产品和服务成为可能。当前，“流量扶贫”方式主要包括三个方面。

品牌赋能。新媒体平台精准寻找贫困地区特色农产品，通过专业团队对初级农产品进行包装设计、注册商标、开展相关认证等，做好品牌培育打造，提高产品质量和市场

竞争力。比如，字节跳动公司派出专业团队，为近10个贫困县农产品进行形象梳理，用市场化思维进行品牌海报设计、产品包装外观改造，推动春节诗橙、十八洞金果猕猴桃等品牌形象更受消费者欢迎、更好融入市场。

内容传播。新媒体平台组织开展公益帮扶活动，运用平台的影响力投身公益事业，免费帮助贫困地区推广特色产品、旅游资源，带动正能量传播。比如，斗鱼公司从今年3月起成立“公益主播团”，召集120余位知名主播在直播过程中向网友推介贫困地区农副产品，或通过直播展示地区特色风景、传统习俗等，累计为贫困地区创造效益超过3000万元。

技能培训。新媒体平台开展形式多样的“扶贫达人培训班”，通过传授视频拍摄剪辑、网络平台操作、宣传营销技巧等知识技能，培育农村新兴网店及自媒体创作者，以“授人以渔”的方式解决电商扶贫中的流量瓶颈。比如，腾讯NOW直播协助地方扶贫办扶持当地“网红”，通过技术指导、资源扶持等多对一服务方案，孵化各地会展示、有特长、懂现状的“网红”明星。

方兴未艾 “流量扶贫”仍然存在问题

“流量扶贫”成功利用关注度激发出网络购买力，在消费扶贫领域取得了积极突破。但作为一种全新的农村网络购销方式，这种模式仍存在四方面难题有待解决。

产业发展乏力，缺乏本地特色。目前，尽管有“流量扶贫”助力，但仍有诸多地区发展内生动力较弱，具有本地特色、适合本地发展的扶贫产业尚未形成。一般的经济薄弱村和低收入农户往往选择直接销售大宗鲜活农产品，具有产品附加值低、认证手续不齐全、不易运输保存等特点，无法打造成网络销售爆款。同时，邻近区域产业产品普遍重复扎堆，缺乏创新和特色。比如，河北省各贫困县扶贫产业集中于薯类、菌类初级农产品，产品严重同质化，难以发掘宣传

亮点。

心态急功近利，缺乏长期规划。目前，各地“流量扶贫”主要还是依靠行政力量推动，一定程度上造成了贫困村、贫困户“等靠要”的心态，尚未真正形成新媒体自发宣传带动销售的市场化良性循环。同时，很多低收入农户满足于一次性销售大量农产品，在新媒体宣传中重视表现贫困现状以博取“同情”，轻视提高产品品质以获得消费者信赖，对电商扶贫长效机制建立认识不足。这导致销售的扶贫产品质量良莠不齐，将“流量扶贫”的长期规划做成了“一锤子买卖”的短视交易，对消费者、合作平台造成伤害的同时，也严重影响自身商业信誉和可持续发展。

创新思路不足，缺乏部门协调。这项工作各贫困县基本由团委负责组织宣传工作，在推广“流量扶贫”上存在诸多掣肘。一方面，团干部由于缺乏新媒体宣传营销的专业知识和相关经验，对“流量扶贫”的思路不够开阔，难以形成高站位、高质量的全县扶贫规划；另一方面，由于县内各机关单位间存在信息壁垒和合作障碍，团委获得农业局、扶贫办等部门难度较大，导致团干部对本地区扶贫特色产业普遍了解不够深入。各地对借助新媒体宣传的扶贫模式缺乏足够重视，没有形成能够长期高效运作的联动机制。

平台特长各异，缺乏帮扶体系。目前，几乎所有拥有顶级流量的新媒体平台都开展了助力电商扶贫的公益行动，但这些平台仅能为贫困县提供“流量”和宣传技能方面的支持，对于产品质量把控、销售渠道开拓、客户服务、资金运作等方面并不十分擅长，完整的帮扶链条尚未形成。比如，针对部分贫困户在直播后“以次充好”发货等，直播平台目前尚缺乏专门负责审核的人手，也不能负责承担消费者损失，引起不少纠纷。

补足短板 进一步发挥“流量扶贫”作用

为更好发挥新媒体正能量，将“流

量扶贫”模式进一步完善推广至全国更大范围，需要因地制宜、大胆创新，不断规范和改进扶贫方式。

深挖本地特色，发展本地扶贫支柱产业。进一步培育农村新型经营主体，包括合作社、家庭农场、种养大户、农业龙头企业等，发掘更多能够通过新媒体传播的龙头品牌、“网红”产品，提升农业科技含量和生产水平，做到靠“流量”更靠“质量”，克服目前农产品普遍存在的“有产无量、有品不优”问题。因地制宜加快发展休闲农业和乡村旅游等产业，强化区域特色品牌塑造，挖掘背后的历史文化底蕴。

转变工作思路，成立专职新媒体扶贫组。提升“流量扶贫”层次，把这一新型扶贫模式向更大区域推广。建议由扶贫办牵头组织全县层面的探索完善，把旅游局、农业局、团委等各方力量和资源整合到“流量扶贫”模式的打造上来，形成新媒体扶贫合力，认真研究策划最富本地特色的一两项产品，加大包装和宣传力度，集中力量打造地区“网红”，再形成可复制可推广的成功经验在更大范围中实施，带动更多地区和群众脱贫。

平台间相结合，培育消费扶贫帮扶矩阵。各地方政府应积极引进多方专业公司，做好产品全链条设计，使新媒体平台引来的“流量”发挥最大效用。比如，培养供应链服务商，改进从田间地头到居民餐桌的全供应链体系，推行质量可追溯体系，提高体验感；帮助加大网络、物流的“降费提速”力度，改善电商基础设施条件等。在产品推广过程中，各地市场监管部门和新媒体平台应加强对主播资质、产品质量、物流通道的监管，建立健全信用评价体系，更好地维护消费者权益。

加强研究规范，助力流量扶贫模式可持续发展。各地可以结合地区特点，加强对“流量扶贫”的理论研究和总结，提升“流量扶贫”的科学性、理论性，形成成熟模式，通过集中培训、入户指导等方式进行推广，打造一批土生土长的自媒体运营人员。同时，把握好公益行为与营利行为之间的关系，以合作协议等方式对农户、村集体、合作社、企业与自媒体之间的收益分配进行规范，避免产生后续法律纠纷。

(作者分别系国家发改委政研室、人事司挂职干部)



山谷幽兰铺就脱贫致富路

广西荔浦市双江镇永坪村村民韦从刚是兰花种植大户。2002年起，他将山里采摘的兰花进行分株培育，通过兰花种植走上了致富道路。他的成功为村民树立了榜样，许多农户也选择种植兰花作为脱贫致富的路子。2017年，在政府的支持下，韦从刚建立起一个占地40亩的高标准兰花种植示范基地，2019年扩建到120亩。兰花种植示范基地设有6个扶贫大棚，优先安排有一定的经验和技能但生活较为贫困的老兰友、贫困户进示范基地务工，韦从刚教授他们培育兰花的技术。在他的带动下，种植商品兰花的农户达到了50多户。图为通过种植兰花脱贫的种植户正在交流兰花种植技术。

新华社记者 冯为民 摄

客运功能尚有待提升 建设运营需协同发力

——东北东部铁路通道客运情况调研报告

□ 王征

东北东部铁路通道临近中俄、中朝边境，大致以东北—西南走向贯穿黑龙江、辽宁、吉林三省，是东北东部地区重要的货物出海通道，也是沿线百姓重要的出行通道。近期，笔者对东北东部铁路通道客运情况进行了调研。

对出行发挥了积极作用

通道概况。《中共中央 国务院关于实施东北地区等老工业基地振兴战略的若干意见》提出，建设纵贯东北东部地区的铁路工程。据了解，最初计划通过打通东北东部既有铁路断头路段，形成南起辽宁大连、北至黑龙江牡丹江的铁路通道。但在实际实施中，丹东—大连段按时速200km/h的快速铁路建设，主要运行动车组列车，与其他路段相对独立。因此，目前意义上的东北东部铁路通道为丹东至牡丹江，全长1081公里，于2012年全线贯通。

东北东部铁路通道途经东北三省10余个市县，沿线地市级行政单位有丹东市、通化市、白山市、长白山管委会、延边州、牡丹江市。2017年，沿线人口约575万人，占当年东北三省总人

口的5.4%；GDP约2335亿元，占当年东北三省GDP的4.3%（均不考虑各市（州）所辖但通道不经过的县（市），以及线路由牡丹江向北可进一步连接的佳木斯、鹤岗等城市）。沿线旅游资源丰富，知名景点有长白山、镜泊湖等。

客运基本情况。按最新列车运行图，东北东部铁路通道每日固定运行23对旅客列车（不含仅在与其他横向或纵向通道共用路段开行的旅客列车，下同）。其中，中国铁路哈尔滨局范围内开行9对，牡丹江和宁安（东京城站）之间实现公交化运行；沈阳局范围内开行14对，其中通化与长白山（白河站）之间4对，有效沟通了通化市、白山市和长白山风景区。这些列车的开行，对沿线群众出行和经济社会发展发挥了积极作用。

功能发挥仍然不够充分

东北东部铁路通道客运虽然对沿线群众出行和经济社会发展发挥了积极作用，但其功能发挥仍然不够充分，如果与东北地区纵向铁路通道的另一翼——东北西部铁路通道（锦州—通辽—白城—齐齐哈尔）进行对比可以发现存在的问题。

通道功能较弱。目前，东北东部铁路通道上开行的旅客列车实际上以

吉林通化和龙井为界分为南、中、北三段，各段之间不能直接通达，北段龙井站以北237公里内无列车开行。作为对比，东北西部铁路通道有2对贯穿全线的列车运行。

通达程度较低。东北东部铁路通道上的列车基本在东北范围内运行，仅有0.5对列车直达关内，沿线城市进入关内主要依靠其他铁路通道。作为对比，东北西部铁路通道可直达关内的北京、天津、上海、杭州和西部的西安、成都等地。

列车开行密度较低。东北东部铁路通道开行列车5对以上的区段仅130公里，仅占通道里程的12%；日开行列车仅1对的区段为291公里，占通道里程的27%。作为对比，东北西部铁路通道各区段列车开行对数均在5对以上。

列车运行速度较低。按最快列车旅行时速计算，东北东部铁路通道南段（丹东—通化）仅为51km/h，中段（通化—龙井）仅为52km/h，北段（东京城—牡丹江）略高，为71km/h。作为对比，东北西部铁路通道全程旅行时速最快为86km/h。

沿线货运需求有限 路径不顺

通过调查发现，上述问题的存在，

主要有以下几方面的原因。

沿线货运需求有限，制约了线路改造提升。东北东部铁路通道全线均为单线非电气化铁路，多在日伪期间修建，地形困难，曲线半径小，除2000年后新建和改造的少数路段外，允许速度一般在80km/h以下。货运是普速铁路利润的主要来源，但通道沿线工业总体欠发达，主要输送煤炭、木材等，受黑龙江传统煤炭资源枯竭、天然林商业禁伐等因素影响，货运量增长乏力，铁路部门线路改造积极性不高。东北西部铁路通道则有原油、重工业产品、蒙东煤炭等货源支撑，已实现全线复线电气化改造。

与其他线路相比里程不占优，路径不顺。以东北东部铁路通道主要节点牡丹江、延吉为例，经由本通道至沈阳最短里程分别为1114公里、814公里，比经由京哈铁路分别长199公里、34公里。由于日伪主要考虑线路连通边境（而非关内）路径顺畅，通道内有4个换向节点，其中延吉附近的81公里内就有3个，列车每次调头增加约半小时运行时间，大大影响了本就不高的列车运行速度。东北西部铁路通道则可使齐齐哈尔、白城至锦州比经由京哈铁路分别缩短217公里、151公里，且全程无需换向。

客流受到其他出行方式较大冲击。东北东部铁路通道开行的以短途列车为主，且新建路段2009年之后才开通客运。近年来，随着公路条件的改善和私家车的增多，汽车在短途运输中的竞争力明显提升。同时，沿线城市高铁开通也影响了本通道客流，例如，此前经由本通道开行的长春—牡丹江列车在长春至珲春高铁通车后撤出与高铁重叠路段，因客流萎缩不久即停运，贫困县汪清境内自此无客列车。而东北西部铁路通道贯通时间早、长途列车多、旅行速度较快，受其他出行方式影响相对较小。

着眼短板 积极推进线路改造

东北东部铁路通道是东北东部地区综合交通运输体系的重要组成部分，在保障群众特别是中低收入群体出行方面具有重要意义。此外，东北东部高速公路通道、规划高铁通道在长白山和牡丹江之间均以敦化为节点，无法覆盖延边州的和龙、龙井、延

吉、图们和汪清等5个市县，这些地区需要东北东部铁路通道更好发挥客运功能。结合前文分析，提出以下建议。

着眼短板，积极推进线路改造。通道内丹东—通化、图们—汪清—牡丹江等路段扩能改造已纳入《中长期铁路网规划》。近期可优先实施小半径曲线改造，并在部分换向节点修建联络线，以较低成本提升列车旅行速度。远期可视发展需要，依托既有铁路改造形成长白山经延吉、汪清至镜泊湖快速铁路，作为东北东部高铁的辅助通道。鉴于东北地区经济增长放缓，地方财力较为紧张，建议国家对相关线路改造予以适当资金支持。

发挥优势，持续优化线路运营。尽管面临其他交通方式竞争，普速铁路客运在长途运输、价格、运力、实现“夕发朝至”、沿途景观等方面仍具有优势。建议开行串联长白山、延边州、镜泊湖等旅游目的地的列车，实现通道内旅客列车开行“全覆盖”，同时促进沿线旅游发展。可考虑将牡丹江、延吉等已通高铁城市的部分南下长途列车改经本通道运行，提高通道内列车开行密度，更好服务高铁“盲区”，改善区域交通通达程度均衡性。

(作者系国家发改委投资司挂职干部)

