

万家星光

## 致敬，每一份奔跑

魏永刚

实地奋斗。

见到的快递员中,从业时间最长的是李超军。52岁的他已经在京东送了18年快递。2007年,李超军被老乡介绍到京东应聘快递员。“第一天,没货可送。”老李至今还记得当时的情景。那时,偶尔来一单货,他们用自行车推着去送,还担心以后接不到货。2008年以后,货渐渐多起来,他们用上了电动车,“可以跑很远,心里高兴极了”。

从那以后,货越来越多,速度越来越快,李超军也开始奔跑起来。这些年,他一直在固定社区送货。“一敲门,住户就知道是我。”因为和许多人都很熟悉,他对小区也有了感情。过去人们称呼他“快递小哥”,现在小区的孩子们开始叫他“快递爷爷”。年岁渐长,他已经不能像年轻人那样奔跑了,但他对快递这份工作的感情却愈来愈浓。

跑了十多年快递,他在老家县城盖了房子,还帮儿子和姑娘各买了一套房,儿子也在河南开封开起快递点。老李的规划是,过几年回老家,就到儿子的快递站点干活儿。他说,“送着快递,我心里有自豪感”。

老李的自豪让人感慨。像他这样跑了十多年甚至二十年的人,大有人在。在奔跑中收获自信,赢得尊重,也感受到职业的自豪。这份用奔跑的汗水换来的自信,格外动人。

## 跑成城市的一道光

“城市在变,我们也在变。”这是饿了么骑手李雪贞工作多年的感受。快递员和外卖骑手用脚步丈量着城市的大街小巷,在奔跑中见证变迁。他感叹:“城市越来越离不开我们了!”

当一个人把自己的职业与城市发展、与社会进步联系起来的时候,他们一定是从中找到了归属感和荣誉感。李雪贞和同伴们这份感受,来自人们对快递员的认可,是一趟趟奔跑赢得的。

今天,快递员和外卖骑手不仅仅奔跑在送货的路上,很多时候他们也是在为人们的生活而奔跑。

2023年夏天,北京郊区多个地方遭遇洪涝灾害。恢复重建的第一步是道路清淤,需要征调一些人员参加。来北京当快递员不久的李雪贞主动报名,赶到房山区参与救

灾。他为自己赢得了“最美外卖配送员”的荣誉。

李雪贞是河南新乡市辉县人,十年前在家乡入了党。他非常珍惜自己的党员身份。2021年到北京当上快递员,他时时处处以党员标准要求自己。

“助老e餐”是饿了么等外卖公司为老年人提供的助餐服务。每天中午固定时间,外卖员到社区食堂取餐,给居家的老人送去。中午正是送单高峰,这个时候参加助老送餐,自然会耽误自己的收入。饿了么2023年开展这项活动时,报名愿意参与的人不多,而李雪贞带头报名。

“有些事情,总需要有人出来带头,才好干起来。”李雪贞说,这个时候党员就得站出来,就要带这个头。

李雪贞的公司骑手开展“三随手”活动:随手拍,随手帮,随手报。骑手在奔跑中要随手把看到的不良现象拍下来,遇到有困难的人要随手帮忙,做了好事也要随手报告。今天的骑手和快递员不单单上门送货,还在各方面力所能及地照护社区生活。

一个快递员,3个月就能熟悉一个社区。有些快递员数年在几个社区间奔跑,不仅知道楼宇分布和送货路线,而且熟悉许多居民情况。因此,快递员和社区居民之间发生着大小大小不同的故事。他们帮忙照看居家老人,义务给小孩送钥匙,顺路为居民接送学生,甚至帮助生病老人取药送药等。这样的奔跑,已经远远超出快递送货的范围。

“看上去是送货,其实是和人打交道。”这是京东快递员何智坤的感悟。来北京送快递两年多时间,他“第一次体验到工资破万的感觉”,也感受到“融入社区”的快乐。

“我们要跑成城市的一道光。”一位快递员说出这个浪漫的比喻,道出了无数骑手和快递员对城市生活的责任。

在街头,在社区,在楼道里,他们匆忙的身影,总让人想起这句话。他们为自己的美好生活奔跑,也以自己的奔跑让城市生活更便捷。

致敬!每一份奔跑。

用“奔跑”形容他们的工作状态,再恰当不过。

人们对这个群体最直观的感受是“快”。他们手提物品快步上楼,骑着电动车从身边飞驰而过,匆匆把包裹放进快递柜——他们似乎永远在争分夺秒。这个群体,被亲切地称为“快递小哥”;而那些专门送外卖的人,则被称为“骑手”。

一单一单的奔走中,他们一点一滴地挣钱。如果有机会听听他们谈生活、谈工作,你会对他们奔跑的脚步多一份理解。

## 梦想是奔跑的动力

你能想象,一个外卖骑手会把自己挣的钱与家乡的秸秆价格联系起来吗?

美团骑手吴鹏时常在心中计算这样一笔账。这位37岁的山西人每天在北京望京现代化的楼宇间一单单送货,盘算的却是家乡秸秆有没有涨价。

他在北京省吃俭用,除了供13岁的孩子上学、负担全家开销外,还用跑外卖挣的钱买了五六头牛,交给岳父饲养,现在已经存栏20头。“买牛的钱,都是在美团跑单挣的。”他说,等攒够了钱,就回老家发展养殖。

他月收入1万多元,高的时候接近2万元。他的目标很清晰:靠送外卖攒钱,把家里的牛养好。农民出身的他,用奔跑在大城市挣来的收入,谋划着土地上的事业,心里更踏实,也更有信心。

跑外卖很辛苦,但有梦想就会有动力。

吴鹏的梦想是养牛,陈虹的梦想则是看北京。这位在内蒙古呼伦贝尔成长起来的女骑手,20岁时就想看看北京,到40岁时,两个孩子一个读了大学,一个上了小学,才终于有机会实现自己的梦想。她辞去呼伦贝尔的美团外卖工作,到北京继续做骑手——既能送外卖,也能看北京。休

## 年轻人爱上

无人机航拍、相机记录美景、租无人机航拍……这个国庆假期,“以租代买”的消费模式在年轻游客中悄然兴起。

租车市场率先迎来预订高峰。某平台数据显示,超过四成用户提前一个月就确定行程并下单租车,新能源车型订单增长明显,年轻用户成为主力。相机租赁市场同样火爆,热门机型早已被预订一空。社交平台上,甚至还出现了租赁机器人、机器狗“随行打卡”的新奇需求。

灵活、轻负担、重体验——“以租代买”成为新选择,折射出年轻一代消费观念的深层变化。

比如,消费决策更理性。年轻人消费的商品总离不开以下几个特征:单价相对较高、有需求但使用频率低、技术更新换代快。从经济学角度看,“以租代买”本质上是一种更高效的资源配置方式。租用无人机、专业相机、镜头等高单价设备,日租金从几十元到百元不等,租期越长单价越低,既节省了一次性投入,也避免了因技术迭代带来的贬值风险,还解决了日常存放的难题。

再如,更关注产品实际使用价值。年轻群体更看重即时体验与性价比,不愿为低频使用的高价商品买单。广告词这样说,“不在乎天长地久,只在乎曾经拥有”。而现在,“以租代买”让用户将重点从“拥有”转向“使用”。

正是看到这一趋势,众多平台与商家积极布局租赁业务,配套推出保险、维保与物流服务,进一步降低了商品使用门槛。“以租代买”甚至反过来推动企业改变盈利模式与产品策略。

信用体系的完善也为租赁经济提供了支撑。第三方征信机构纷纷入场,逐步建立起适应新租赁场景的信用规则。以信用代替押金,成为新租赁经济最显著的特征之一。

当然,“租经济”也面临挑战。随着可租赁品类与场景不断拓展,平台方需要在放宽信用门槛与控制履约风险、坏账率之间找到平衡。“残值管理”也是行业共同难题——当产品因老化或过时而无法继续出租时,是该回收利用还是折价出售?目前市场上尚未形成一套公认的、标准化的残值评估体系。

随着假日消费场景不断细分,租赁正从一种“临时选择”逐渐发展为“长期习惯”。伴随人工智能、物联网等技术发展,商品的运维管理将更智能,租赁体验也将更便捷。一个更成熟规范的租赁市场,不仅能提供更灵活、高性价比的生活选择,也有望成为文旅消费的重要增长极,为资源循环利用与可持续发展注入动力。

从“买得到”到“租得好”,一个更轻盈、更注重体验价值的消费新图景,正在我们眼前展开。

生活中的经济学

## 租经济

山东聊城东昌府区堂邑镇党委书记段先锋:

## 葫芦熟了 乡村富了

每到金秋时节,堂邑镇的人们便格外忙碌,家家户户都在忙着卖葫芦、买葫芦,给葫芦打皮、清洗、晾晒。成千上万泛着青白色的葫芦接受着暖阳的洗礼,那是堂邑镇独特的风景线。

我叫段先锋,是堂邑镇党委书记。堂邑镇是“中国葫芦雕刻艺术之乡”,葫芦种植与加工历史悠久,种植可追溯至汉代,加工始于宋代,盛于明清。如今的堂邑镇已形成从种植、加工到销售的全产业链,成为全国最大的葫芦集散地。辖区的路庄村更是家家户户从事葫芦行业,被称为“中华葫芦第一村”。

葫芦产业的萌芽要追溯到改革开放初期。当时路庄村只有10户农民在棉花田里套种葫芦,品种单一、卖价低。后来,郝洪燃等老一辈手艺人引进北京葫芦、美国葫芦、中号葫芦等外地品种,并将祖传的针雕、片花、烙

画技艺手把手教给乡亲们——就这样葫芦从“不起眼的作物”变成了“能换钱的宝贝”。

通过为村民免费提供葫芦架、举行葫芦文化艺术节、开办免费的种植加工培训班等多种方式,我们让更多村民看到了葫芦的价值,投入种葫芦的行列。

这些年,我们始终在琢磨如何让葫芦产业提质升级,从种植、加工到销售全面发力。在种植端,我们建立实验室,先后改良了17个本地品种,研发出“天坛八宝”“弓背蚂蚁”等12类新品种;在加工端,以国家级非物质文化遗产“东昌葫芦雕刻”为核心,融合山西大漆、福建竹刻等工艺,开发出1000多种文创产品。

在销售端,我们成立了中国葫芦电商协会,搭起互联网平台,让堂邑葫芦卖到了日韩、欧美。线下连续举办十六届葫芦文化艺

术节及葫芦大集,吸引了全国7000余商户,创造了2.9亿元的成交额。

产业兴了,就业稳了,乡亲们的腰包也鼓了。现在全镇有5000余户种植户,2万多人围着葫芦产业转,人均年收入超15万元。全镇600多家电商业户年销11亿元,2000多人实现“家门口就业”,全镇葫芦年产值达18亿元,占全国市场份额的70%以上。

更让人欣喜的是,越来越多的年轻人回来了。“90后”郝洪乐辞掉重庆月薪过万元的工作,回乡种葫芦,如今年收入近80万元;美术生莫俊玲创新“墨刻技法”,一个定制葫芦能卖到8000元……这些“葫二代”带来的新想法、新玩法,让老产业越活越年轻。

葫芦不仅富了口袋,更成为我们的乡村新地标。2024年,我们成功建成“邑路繁花”乡

村振兴齐鲁样板示范区,片区内不仅建有东昌府区葫芦产业展示中心等葫芦产业展示基地,还串起光岳楼、东昌湖等景点,打造“葫芦乡村休闲游”研学路线,每年吸引百万游客,带动消费2000多万元。

近两年,我们又整合资金提升路庄村人居环境,打造特色葫芦文化风貌街。群众院落租金从每年2000元涨到1万多元,日子越过越有奔头。一条集种植加工、文化旅游、商贸物流、教育研学于一体的葫芦产业链已然形成。

未来,我们将继续推动葫芦产业向高端化、精品化发展,建设示范性、标杆性的产业发展区,续写产业兴、文化旺、百姓富的乡村振兴新篇章。(崔浩采访整理)

逐梦乡村·巩固脱贫攻坚成果

本版编辑 陈莹莹 李静美 编 王子莹  
来稿邮箱 fukan@jrb.cn