

青年中國

他們在鄉村定格美麗



定格幸福瞬間 他為村民拍全家福



楊董清的網名叫作“鄉村拍照董師傅”。
這個出生于雲南省保山市施甸縣的90後小伙，從2015年至今，10年時間裏，免費為雲南2000多戶農村家庭拍攝全家福。在他的鏡頭下，呈現出的不僅是一個個家庭、一張張笑臉，還有鄉村的發展和變化，村民生活得越來越美好。
楊董清自初中起便對攝影產生了濃厚的興趣。大學四年級時，楊董清萌生了拍攝家鄉風景并制作明信片的想法。在一次為村裏老人拍照的經歷中，他發現許多老人一生未曾拍過照片。這激發了他免費為村民拍攝全家福的想法。于是，“全家福公益攝”計劃誕生了。
楊董清給自己定了一個小目標：用十年時間，每年

到山區為鄉親們免費拍攝全家福。條件艱苦，但他從不言棄，甚至自費購買設備，將車變成了“移動照相館”。他的堅持，逐漸贏得了村民的信任和尊敬。
2021年，楊董清和朋友發起了“鄉村公益攝影雲南行”，他們用25天沿滇西環綫自駕，穿越3015公里，探訪5個州市的11個民族村落，記錄1000多張笑臉。
2024年，楊董清啟動了“山海計劃”，幫助因外出務工而無法團聚的家庭拍攝一張完整的全家福。第一戶人家，他選擇了子女在上海打工的布朗族村民張朝魏老人一家。在上海外灘，他們為老人拍攝了一張跨越山海的全家福。
為了支撐夢想，楊董清和小伙伴開了一家米綫店，憑借真材實料和好味道，小店迅速走紅。他計劃每年回訪5至8戶村民，記錄他們的故事。

在中國鄉村振興的道路上，無數新時代青年以實際行動詮釋着青春的擔當。他們運用自己的專業知識和創新能力，深入農村、服務農民，用鏡頭定格鄉村變遷，以牆繪為鄉村添彩、攜巧手為農女化妝、將電商引入花卉產業……本期，我們來傾聽這些有為青年的感人故事，一睹時代進步與鄉村振興的生動畫卷。

定格最美鄉愁 他用繪畫創造美麗



在雲南省麗江市永勝縣，有一位“95後”公益牆繪師頗受村民歡迎。他的網名叫“劉小備”，真名劉志誠。
2016年，劉志誠開始接觸牆繪行業。2021年年中，他回到了自己的家鄉永勝縣程海鎮，開始了公益繪畫之路。他在多個村子裏畫了許多幅不同主題的牆繪，給村莊增添了斑斕色彩，其創作牆繪的短視頻也在網絡上熱傳，被網友贊為“現實版神筆馬良”，吸引不少遊客前來鄉村“打卡”。
成名之前的劉志誠的藝術之路頗為曲折。高考失利之後，他上了一所大專，專業與他的預判相差甚遠。于是他悄悄退學，用自己打工掙的1萬元學費，隻身前往河南一所牆繪培訓學校，學

習牆繪。學有所成後，他到全國各地進行牆繪創作，經歷了無數的拒絕和挑戰，但始終保持着對藝術的熱愛。
2023年，劉志誠成立了麗江凡創文化傳媒有限責任公司，和小伙伴們一起經營牆繪文化傳播事業。“每個村子的人文特質都不一樣，我要帶着情感和審美去完成每一幅牆繪。”他并不希望美化鄉村的牆繪，只是簡單的批量復制。
他希望通過自己的努力，帶動更多的年輕人參與到鄉村振興中來，找到每個村子的“生存之道”。他說：“感謝這個時代，讓我這樣的小人物也有大舞臺，得以施展才華，為社會創造美。”



定格美麗模樣 她用化妝點亮自信



與社交媒體上大多數美妝博主不同，湖南女子周文娟是因為幫鄉村婦女化妝而走紅網絡。這些婦女變妝前後感動了萬千網友：“每位女性，都先是你自己，然後才是媽媽。希望時光慢一些，願歲月溫柔善待她們。”
今年36歲的周文娟來自湖南省永州市，從小就愛美。高考後，她到北京的培訓學校學化妝。2016年，她在永州開了一家自己的化妝店。她回憶說：“還在學化妝的時候，身邊的姑姑嬸嬸看到我那麼多化妝品都覺得很神奇。我能感覺到她們是想嘗試的，但是不好意思開口。”

2020年在老家過年時，周文娟開始嘗試給農村婦女免費化妝。周文娟的第一位“客人”是她的奶奶，周文娟還記得，當天給奶奶化完妝，奶奶特別高興。自此之後，化妝一事便在村裏傳開了。起初是給一些遠房親戚化妝，再後來就有朋友介紹人來化妝。“每次化妝結束時，對方都會特別開心，我能感受到她們很認可我，讓我覺得自己是有價值的。”
在周文娟社交平臺的主頁，她經常會分享自己給農村婦女化妝的視頻。化妝前，多數人都覺得不好意思，化妝後，看到自己的照片，每個人都笑得很開心，都對自己有着同樣的評價——變美了，也變得更自信了。

定格亮麗青春 他借網絡玩轉“花世界”



在浙江省杭州市余杭區倉前街道高橋村一座高架鐵軌底下，有一片美麗的鳶尾花繁育種植基地。各色鳶尾花形奇特，爭奇鬥艷，這背後離不開一位90後“海歸”新農人的付出。
這位新農人名叫沈藝儂，本科畢業於寧波大學，後在英國斯旺西大學深造電商專業。2020年初，面對疫情給家族鳶尾花基地帶來的銷售危機，沈藝儂離開某知名電商平臺，返回家鄉倉前街道高橋村，接手父親的鳶尾花事業。他利用所學的電商專業知識，成功將傳統線下銷售轉型為線上，第一年線上銷售額就達到了70萬元。
沈藝儂沒有園林知識背景，但他通過自學、參加培訓、向父親請教等方式，迅速掌握了鳶尾花的培育技術。他在客戶群裏，不時與客戶積極互動，分享種植經驗。通過淘寶後臺數據分析，他發現藍白、黑白復色系的鳶

尾花特別受歡迎，需求量大。他還發現鳶尾花的主要購買者是江蘇和上海的女性消費者，年齡在25至55歲之間。于是，他通過抖音、小紅書等平臺進行精準營銷。
目前，沈藝儂的電商團隊已涵蓋運營、客服、主播、短視頻等各個方面，為公司帶來50%的年銷售額，達300萬元。
現在，各大網購平臺、社交平臺都能刷到“鳶尾花世界”這一賬號。“我想做花卉類線上店鋪的NO.1！”沈藝儂說出了自己的豪言壯語。
（都市時報、新華每日電訊、“麗江讀本”微信公眾號、瀟湘晨報、余杭時報）
（本版圖片由新華社、雲南網、共青團雲南省委、雲南省檔案局、余杭發布、受訪者提供）

