

■特别关注

秦岭深处的守望者

在秦岭至大别山的重重山脉中,鸢鸢、中华白冠长尾雉、中华断板龟、朱鹮、大熊猫、桃儿七、独叶草……这些珍稀动物和植物一起构成了神秘莫测的世界生物多样性“宝库”。而一群志愿者正不辞劳苦行走在大山中,为保护秦岭的生态贡献着自己的力量

1 人民教师护鸟路

行走在大别山北麓,忽见“一袭嫩白”掠过水面,优雅地飞过稻田,最后飘逸地落在枝头,这就是大别山里的“美人”朱鹮。悬崖边传来动听的鸣啼,抬头一看,“小孔雀”白冠长尾雉正在踏岩觅食。再往深处走,数不清的珍禽奇鸟不断出现在眼前。

碧嶂插遥天的大别山,是一座罕见的鸟类基因库,无数濒临灭绝的鸟类将这里视为庇护地。这个鸟类乐园不仅仅是大自然的慷慨赐予,更是许多人前赴后继,精心呵护的结果。

罗青松便是其中之一。作为河南省罗山县鸢鸢保护公益协会的会长,罗青松在保护大别山鸟类的路上已走过了十几年。2004年,罗青松来到罗山高中新校区任教,郁郁葱葱的水杉林与学校隔水相望,每年三月,罗青松都会去欣赏翩跹起舞的鸢鸢。可好景不长,从2008年开始,随着城建扩张与环境污染,鸢鸢栖息地岌岌可危。

罗青松看在眼里,急在心头。他开始通过诸多网络呼吁人们加强对杜堰河湿地和鸢鸢的保护。后来,罗青松参与组建了鸢鸢保护小组,在他们的呼吁下,数十棵珍贵的水杉树逃过被砍伐的劫难。罗青松还带领鸢鸢小组于2017年成功向中国绿发会申请了中华鸢鸢保护地。

2017年,在一次户外调研鸢鸢栖息地时,一名山民送给罗青松一根1米多长的雄性白冠长尾雉尾羽。第一次见到这么漂亮的羽毛,罗青松非常震惊。他从山民处了解到,由于盗猎以及栖息地被破坏,大别山董寨仅剩下千只白冠。这让罗青松意识到,大别山中除了鸢鸢,还有很多需要保护的珍稀鸟类。于是,罗青松利用寒暑假、节假日时间,每年多次组织鸢鸢保护成员进行大别山区珍稀物种野外生存分布状况调研。经过多次调研,他撰写了大量调研日志,并整理发表了《罗山县鸢鸢的分布现状》调查报告。

身为人民教师,罗青松深知宣传教育的作用,每年多次前往罗山南部山区向村民进行爱鸟护林生态保护宣传,散发公益传单。同时,罗青松也发展了一些当地向导、村医、教师、乡村干部和村民参与保护,先后建立了罗山鸢鸢保护联络站、定远联络站、彭新联络站等站点,取得了一定的效果。

如今,在秦岭至大别山的重重大山中,以鸢鸢、白冠长尾雉、断板龟和朱鹮为重点保护对象的社区保护地已相继建立。而罗青松还会继续行走在大山中,尽自己之力保护珍稀鸟类。



秦岭深处佛坪县大坪塔,摄影师将镜头对准金丝猴,猴儿将手搭在了相机上。



秦岭大熊猫研究中心承担着秦岭大熊猫野外救助、疾病防控、种群繁育等任务,是秦岭大熊猫的生活乐园。图为工作人员与大熊猫互动。

3 植物有了“避难所”

秦岭是我国乃至世界植物种类最丰富的地区之一,有世界性单种属和少种属植物98属,中国特有39属,特有种1428种,被列为国家重点保护的植物有28种,陕西地方重点保护植物183种,其中不乏华山新麦草、太白红杉等著名的具有科学意义和经济价值的植物种类。陕西省植物学会理事长、西北大学生态学教授岳明就是研究这些宝贵植物资源的学者之一。

岳明开始关注秦岭植物是在1996年,当时,他受邀考察佛坪国家级自然保护区植被。考察中,他发现秦岭的植被并没有想象的坚不可摧,旅游项目的不规范行为、山区道路建设随意开挖、自然资源过度利用等,都导致了秦岭的森林植被资源减少和生态功能下降。

“不仅仅是秦岭,中国有5000-6000种高等植物都处于濒危或受威胁状态,占中国高等植物物种总数的15%-20%”,岳明说。

为了使更多人了解秦岭植物,2019年6月,在他的统筹规划下,位于西安植物园的珍稀濒危植物专类园开始筹建了。这个专类园将成为陕西所有受威胁植物的“安全避难所”和回归引种的资源圃,真正实现秦岭濒危植物的迁地保护。该专类园的建立对陕西省乃至全国的植物保护、繁育、科普及应用都有十分重要的意义。

“这些年我们团队的研究成果应用到了秦岭生态系统的修复中,包括引汉济渭重大引水工程生态修复等,总体的感受是破坏简单,修复却难上加难”,岳明感慨道,“这也让我认识到人与自然和谐相处的重要性,并且懂得对大自然做出退让,尽量在规划之初做好生物多样性保护工作,那样就可以实现生态保护与人类生存发展的统一。”

植物不似动物活灵活现、惹人注目,很多时候,许多植物直到灭绝都无人察觉。每当看到宣传栏上挂着的“保护动物就是保护我们人类自己”的标语,这位终身为植物奔波的学者都不由地感慨万千。但值得庆幸的是,已经有越来越多的人开始重视植物保护,也有越来越多的濒危植物,如红豆杉、华山新麦草等,恢复了生机。

2 绝迹鱼类再现

2012年冬天,原已在陕西和四川等历史分布区域绝迹15年的珍稀濒危鱼类“川陕哲罗鲑”,因为一次洪水,在秦岭山区汉江上游的太白河中,重新闯入人们的视线。

中国水产科学研究院长江水产研究所研究人员进行形态学比对后,最终确认这19尾鱼是川陕哲罗鲑。这个发现震惊了整个鱼类保护学界,不亚于秦岭另一种珍稀鸟类——朱鹮的再发现。作为川陕哲罗鲑的研究学者之一,中国水产科学研究院长江水产研究所副研究员吴金明与同事们,利用这19尾幸存的川陕哲罗鲑开展野外种群复原工作。经过半年多辛勤研究,本着基因多样性保护前提,2013年6月,

川陕哲罗鲑的人工繁育首次取得成功。目前,人工繁殖的川陕哲罗鲑已近万尾。下一步,吴金明打算将新繁育的川陕哲罗鲑,放流在秦岭南坡的自然河流中,期待其野外资源量能恢复起来。

吴金明读大学时的专业是水产学,毕业后从事水生生物保护,至今已近18个年头。这名质朴的学者说起秦岭细鳞鲑和川陕哲罗鲑的人工繁育以及种群恢复,滔滔不绝,从技术难题一直讲到资金困境。

还有不少像吴金明这样的生物保护学者持续扎根在秦岭深处,为获得每个小发现而惊喜,为成功繁育一尾新生命而欢欣落泪。

4 大自然的“搬运工”

与其他志愿者不一样,身为作家的白忠德开展秦岭生物多样性保护靠的是一根“不屈不挠”的笔杆子。他笔下的秦岭总是极具人情味:为了爱情打群架的大熊猫,为了争食推推嚷嚷的金丝猴,为爱情忠贞坚守的朱鹮……每个情节都展示着秦岭深处令人动容的故事。

白忠德是土生土长的秦岭人,从小在佛坪长大,即使后来考上大学、结婚生子留在西安,但他生命的根依然在秦岭。“我就好比一只风筝,无论飘得多远,都被那根长长的线维系着。那根线,便是由对故乡浓浓的爱行成的。”白忠德深情地说。

从《回望秦岭》到《斯世佛坪》,从《我的秦岭邻居》到《大熊猫 我的秦岭邻居》,从《摘朵迎春花送你》到《风过余家沟》,他为秦岭写了许多书,反映秦岭的大美与神韵,表达对生命的尊重,呼唤人与自然和谐。

白忠德笔下展现出一个和科普网站上不一样的秦岭:这里的动物都有灵气,大熊猫的绵里藏针、金丝猴的精灵敏锐、羚牛的刚健持重、朱鹮的

矫提高贵……一幕幕细致的描写,一个个活灵活现的秦岭动物跃然纸上。

白忠德称赞秦岭的作品传播到了海外,在国内也获了不少奖,不过他并不是很看重这些奖项,认为这些奖项应该颁给秦岭——因为那里孕育了无穷的智慧与生命,而他只是自然的“搬运工”。

作为一名高校教师、一名业余作家,白忠德深知手中这支笔的分量与担当。他在生态文学创作中,极力倡导每个人的责任、担当以及对自然万物的爱。书写的过程,就是对人与自然、人与动物、动物与自然关系的思考和忏悔过程,启发大家懂得以平等之心、真诚之意,与自然中的生命个体进行交流对话,进而热爱这些生命。

“能与秦岭做邻居,是我一生注定的缘分和幸运。这辈子,我要好好写秦岭!”采访的最后,白忠德再次传达出守望爱秦岭的虔诚。今年,他将出版两本以秦岭为主线的生态散文集,为大秦岭的保护与发展发出自己的光和热。 □王翰 唐玲 黄璩



近年来,随着秦岭地区生态环境的改善和动物保护力度的加大,国家一级保护动物秦岭羚牛的种群数量稳中有增。

深度“触网”或超年轻人

“银发族”在线消费习惯正在养成

疫情期间,许多中老年人开始在线消费购物。根据《2020年中国移动互联网春季大报告》发布,今年春季中国移动互联网月活跃用户相比去年增加1571万,其中61%来自41岁以上尤其是46岁以上的中老年群体。生活经验丰富的中老年用户掀起新一轮在线购物热,正推动电商平台持续转型升级。

■深度“触网”或超年轻人

“当我们讨论互联网进入下半场的机会时,很多人会问新的人口红利在哪里。”谷仓创业学院执行院长王晓鹏对笔者说,“答案很简单,就是中老年人。”

每日优鲜网购生鲜大数据显示,今年春季,40岁以上用户增加了237%,其中有90%的中老年新用户跟儿女学会了下单;美团“60后”用户以36.7%的占比成为外卖新客增长

的主力之一;饿了么平台外卖生鲜业务的50岁以上用户,环比增长了2.3倍。

零售业分析师王源认为,中老年人对生鲜质量更加懂行也更加严格,对价格更加敏感。对生鲜电商平台来讲,生鲜质量是关键。

相关报告显示,随着互联网在中老年群体的渗透率不断提升和中老年人消费观念的不断改变,线上消费支出呈现明显的增长态势。从年龄结构分布来看,25至55岁的占比最大,达到了29%;其次是36岁到45岁,为27%;再次是46岁到55岁用户,56岁以上用户,分别占比12%、13%。关怀型消费增长最高,“80后”“90后”共购买了近50%的老年商品。

对此,业内专家表示,在中老年人一步步深度“触网”之后,其电商购买渠道数量也有可能超过年轻人。他们购买方式多样,会在短视频电商里下单,也会用社区团购下单,还经常在各种拼团APP(手机应用软件)里下

单。在这样的机会下,针对他们定制的产品也越来越,比如小夜灯、外出推车、防滑浴椅、防滑垫等。

■消费类走向时尚化

多家在线购物平台近期发布的数据表明,中老年群体美妆购买力逆势上涨。如京东50岁以上用户购买美妆的消费金额同比增长51%;苏宁平台上受中老年人欢迎的染发剂销量环比增长118.09%。

据分析,“银发族”对“抗老”的期待很高,他们将25%的护肤消费花在以抗老为主打的产品上;带有“滋养”功能的面部护肤品也受到关注。

国货品牌因性价比更高更受青睐。比如京东美妆中老年用户的消费额前五分别被百雀羚、自然堂、珀莱雅、片仔癀、丸美这5个国货品牌包揽。京东数据还显示,套装礼盒、乳液面霜、面部精华、面膜、眼霜是50岁以上用户

下单金额前五品类,她们在面膜、眼霜上的消费额同比增长分别达到50%、65%。

“在电商布局中老年市场时,考虑老年人自尊心是非常重要的。”王晓鹏说,“许多中老年人其实是岁数越大越不服老。据调查分析,现在的中老年人越来越追求自由独立多元的生活,他们的心态也日趋年轻化、时尚化,所以会越来越注重化妆、衣着等展示型消费。”

■知识付费习惯正在养成

据统计,今年春季教育学习类在线平台日均活跃用户增长迅猛,中老年用户群体之中,41至45岁用户增长了27.9%,46岁以上用户增长了33%。中老年在线教育需求发展迅速,知识付费成新趋势。

支付宝在疫情期间推出老年大学板块,主要通过线上网课的形式向中老年人提供相关的教育服务,课程包括手机支付、无接

触乘车、保险理财常识、网红直播体验等;还与深耕老年教育的嘉兴图书馆推出了“15分钟包学会”系列科普课等。

老年用户的知识付费习惯正在加速养成。调查发现,专业度高的课程往往更加受老年人欢迎,他们的付费意愿也更强烈。比如古筝课,相对来说偏静态,却能在线上直播课程中收获很好的反馈。究其原因,这类课程不仅仅满足中老年用户娱乐、打发时间的需求,更满足自我成长的学习需求,用户也有一定专业基础,是发自内心的喜欢。因此,中老年学员在观看的时候更加认真,互动也更加积极。同时,他们在学习类似课程的直播过程中并不吝惜打赏。据统计,在直播过程中,愿意打赏的中老年用户占5%到10%。 □杨俊峰

■视点