

# 麦香兴农 “武进麦”精酿啤酒上线

本报讯 (记者 钱志益) 产业兴则群众富,近年来,武进乡村特色产业“多点开花”,水稻、水蜜桃、葡萄等多个产业成为农民的“致富宝”。最近,洛阳芸秀源家庭农场负责人张晓忠将2.5万公斤小麦发往青岛,制作成精酿啤酒,提升产品附加值。

“这款精酿啤酒口味非常醇正、浓厚,你看杯子里的泡沫就明白了。”上午9时,张晓忠正忙着盘点刚到的精酿啤酒,他对首批小麦制作的啤酒非常满意。

据了解,今年,张晓忠共承包了120亩地种植小麦,品种以扬麦25为主,平时注重田间管理,共收获3.5万公斤小麦。随后,他将其中2.5万公斤小麦发往青岛制作精酿啤酒。“光卖小麦的话效益不高,我想着延伸出去做一二产融合,提高附加值。我们提供主要原料以及整个发酵工艺,保证生产出来的啤酒都真材实

料。”张晓忠说。

张晓忠是一名80后新农人,曾在一家国企工作,有着稳定的收入,因为笃信“广阔农村天地大有可为”,他辞职回到农村,在林果种植领域开辟了新的“战场”。经过多年摸索,张晓忠发现秸秆还田非常有利于桃树的生长,2023年起,他便在洛阳承包了160亩地种植水稻和小麦。但在销售过程中,他发现虽然今年小麦的品质很好,但价格不高,于是萌生了将小麦制作成精酿啤酒的想法。

精酿啤酒是一种鲜爽干净的啤酒,通过淀粉糖化、糖化液烧开、加入啤酒花和酵母、发酵成熟等过程制作而成,其酿造过程和传统的德国啤酒酿造过程非常相似。说起啤酒的制作工艺,张晓忠头头是道,浸泡、发芽、糖化、发酵等,每一个环节容不得半点马虎。

小麦的颜色直接影响啤酒的颜色,而麦芽度是衡量啤酒

营养和口感的一个重要指标,一般来说,麦芽度越高,啤酒的营养价值越好,口感更醇厚,泡沫更细腻持久。从首批发回的精酿啤酒来看,麦芽度达到12°~20°,可以称为高级啤酒。

为打响啤酒品牌,张晓忠特地邀请设计公司打造了具有洛阳特色的“青匠精酿”品牌,分500毫升和1升两种包装,预计总共能生产2万余件成品。“小麦在生长前期是青色的,而种植、酿造都要有一颗匠人的心。”张晓忠这样解释“青匠精酿”的由来。

在销售方面,“青匠精酿”采用国风包装,已经在抖音等电商平台进行销售。张晓忠表示,将小麦做成啤酒只是一个尝试,今后会根据销售的反馈情况,进一步推动产学研合作,促进当地小麦规模化种植及品质提升,串起一条乡村的产业链,助力村级集体经济焕发出新活力。



## 劳模工匠进校园 思政课上“秀绝活”

本报讯 (姚辉 记者 徐千翕) “刻字深度要控制在0.1~0.15毫米,这与高速列车零部件的加工有异曲同工之妙,同样要求极高的精度。”日前,常州铁道高等职业技术学校的产教融合实训基地迎来了一群身怀绝技的“老师”。其中,江苏省企业首席技师、中国中车劳动模范杨小冬和徒弟夏浩翔,分别展示了在生鸡蛋上刻字和纸上钻孔的绝活。

常州经开区轨道交通产业实力强劲,集聚了中车戚墅堰公司、中车戚墅堰所、今创集团等一大批产业上下游企业,2500余种产品基本实现全产业链配套,荣获国家创新型产业集群、国家新型工业化示范基地等“国字号”招牌,也诞生了众多劳模工匠。他们不仅在自己的岗位上练就一身绝活,而且向徒弟们言传身教,将工匠精神代代传承。

此次“劳模工匠进校园”活动,邀请以杨小冬、夏浩翔为代表的3对劳模工匠师徒

走上讲台,让学生们近距离感受工匠精神,从而塑造良好的职业素养,打造校企双元特色思政育人体系。

蒙上双眼,依靠手感和对钥匙形状的记忆来进行锉削,最后用新配的钥匙成功开锁。这是常州市企业首席技师、中国中车资深技能专家赵成富带来的绝活——蒙眼配钥匙。

“蒙眼配钥匙这么厉害的技术,对于我们提高轨道交通行业的维修效率有什么帮助吗?”“维修组装需要精度配合、精准定位,蒙眼配钥匙所体现的专注、精准的技能状态,可以激励轨道交通维修人员追求精湛的技术水平。”赵成富现场解答了学生们的疑问。

江苏省企业首席技师许文虎则展示了带压水管电焊堵漏的绝活。

“这堂特殊的思政课,为学生们提供了丰富的实训资源,是一次不可多得的体验。”常州铁道高等职业技术学校副校长邱懿说。

活动通过“中国新闻网”官方微信公众号、抖音、快手、百度、微博和推特、脸书等海内外各大平台进行现场直播,线上观看累计约300万人次。

## “微度假”成中秋出游主流

本报讯 (记者 张宁) 中秋假期即将到来,根据多家在线旅游平台发布的预订情况来看,周边城市的短途游及“微度假”成为主流选择,我省周边多个目的地成为人气之选。

记者在购票平台搜索发现,中秋假期首日火车票开售至今,常州出发到上海、杭州、青岛等热门线路的多个车次车票已经售罄,预计客流高峰在9月15日。常州青旅武进营业中心计调袁

婷告诉记者,近期前来咨询钱塘江观潮的市民很多,江南古镇也是市民出游的热门目的地,比如西塘、乌镇、南浔等。

飞猪数据显示,截至目前,中秋假期赏月游、赏灯会、逛庙会等与传统习俗相关的玩法大受青睐,热度同比增长约60%;亲子乐园游、汉服旅拍、轻奢酒店团圆饭等玩法增幅亦明显。在途牛平台,主题乐园、休闲度假、传统文化等相关旅

游产品均是中秋预订热门。受《黑神话:悟空》等文化IP影响,太原、大同、敦煌等目的地也很受瞩目。

从市场来看,突出品质与服务的“精品小包团”,或带有明显消费者个人特色的“定制团”,正在成为旅游市场的主流。游客往往会主动跟旅行社沟通,定制更符合他们需求的个性化行程,传统导游角色被“旅行管家”所取代,提供个性化服务,实现灵活与便利兼顾。



中秋节来临之际,日前,武进国家高新区贺北社区开展迎中秋“邻里互助 情满中秋”主题活动,社区志愿者一起做月饼并慰问社区老人及困难群众,共享节日喜悦。

吉燕丽 徐晶玮 摄

苏南智造新高地  
开放融合先行区

报料·求助·互动

微信号: wjrb2013

热线: 86050111

NEWS