

土特产刮起文创风

“武进稻咖啡”上线备受热捧

□ 记者 宋祎凡

米香悠长，咖啡浓郁，两者能产生怎样的“碰撞”？近日，位于新天地公园的武进农产品展销馆小挖鸭旗舰店上线一款由本地稻米制作而成的“武进稻咖啡”，受到了众多市民的好评。

“该款产品选用江苏（武进）水稻研究所选育的软玉作为主要原料，杯子外包装还贴了武进乡村形象IP‘小挖鸭’的图案，兼顾口感和造型。如果对大米感兴趣，也可以当场购买。”区农业农村局产业化发展科科长陈露介绍，作为优质稻米产区，武进始终致力于提高稻米种植水平，为市民提供优质优价的大米，同时积极探索水稻从种植到初加工、精加工的产业链延伸路径，“武进稻咖啡”是延长产业链的一次尝试，后期还将尝试将

其进行产业化开发，让顾客多方面体验武进本地大米。”

绵密的奶沫、香浓的米浆，混搭厚重的咖啡，一经推出，受到市民热捧。文创时代，如何让农产品成为“弄潮儿”？

近年来，我区坚持因地制宜，深挖潜力、增添动力，全力推动土特产成为特色产业，让资源优势成为发展优势，以特色产业赋能乡村振兴。据了解，除了“武进稻咖啡”外，在礼嘉镇的礼嘉百姓商贸城的“苏麻茶姑”，由“礼嘉葡萄”与该奶茶品牌合作的首款联名饮品爆汁葡萄系列也备受热捧，上线当天就成为全区奶茶类销量第三名。作为省农委培育的葡萄文化特色小镇，礼嘉镇将当地特色葡萄与茶饮融合，不仅打通了农产品销售渠道，还实现本地土特产“破

圈”再传播。

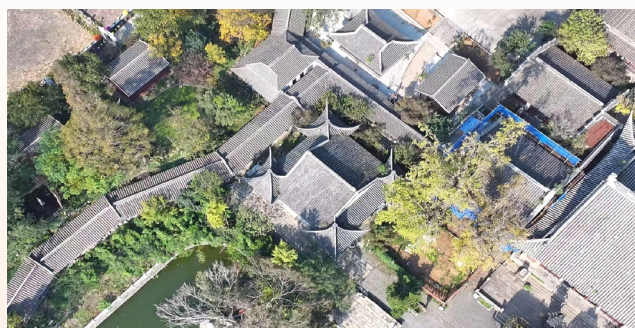
端一杯咖啡，品一口蛋糕，环顾武进农产品展销馆小挖鸭旗舰店，处处可见武进乡村形象IP“小挖鸭”的身影。如今，从“阳湖有礼”水蜜桃包装礼盒到定制玻璃杯，从“乡村大富翁”到“小挖鸭乐园”，这一IP已经渗透进市民日常生活的方方面面。

提高农业质量效益和竞争力，离不开品牌强农。下一步，我区将持续建好“阳湖有礼”品牌展示窗口，打造小程序、App、直播号等多渠道的“阳湖有礼”品牌展示窗口，同时加强品牌宣传，充分利用好“小挖鸭”IP，强龙头、补链条、兴业态、树品牌，推动乡村产业全链条升级，增强市场竞争力和可持续发展能力，为农民致富增收作出贡献。



朔风起 满城披上“黄金甲”

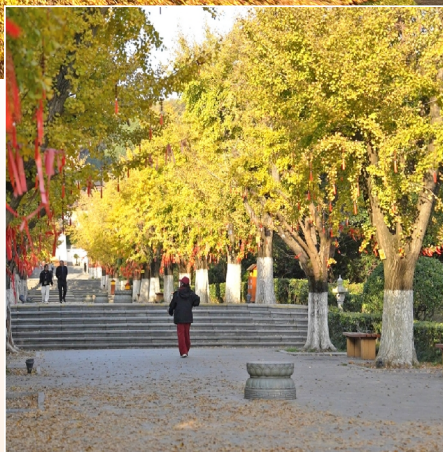
□ 记者 宋祎凡 秦瑞刚 文/图



四季皆美，初冬尤为醉人。银杏树叶子由绿逐渐变黄，在阳光的映衬下熠熠生辉，如同披上“黄金甲”，吸引了众多市民游客观赏拍照。

在太湖边的中华孝道园，百米银杏大道上人来人往。微风吹过，层层叠叠的叶片纷纷落下，荡漾起诗一般的涟漪。据了解，银杏大道共有52棵银杏树，踩着满地金黄的落叶，行走在古朴宁静的园子里，游客们或拍照留念，或欣赏祈福，享受着大自然带来的美好时光。

而在常州经开区横山桥镇白龙观内，两棵高大的古银杏树相守相伴，苍翠也已变成了满眼金黄。一簇簇银杏叶挂在枝头摇曳生姿，偶尔飘落几片金黄的落叶，让人心旷神怡，流连忘返。



“主客”共治共享 城中村向美蝶变

本报讯（记者 覃露露）改善农村人居环境，是实施乡村振兴战略的一项重点任务。近日，武进国家高新区马杭社区开展的首个城中村环境整治项目成效显著，赢得了居民的一致称赞。

三官堂地处夏城路以西、广电路以南，是马杭社区典型的城中村，外来人口占一半以上，呈现老人多、租客多的“两多”现象。在基层治理中，部分租户表现出不关己的态度，导致网格工作推进困难。今年上半年，马杭社区创新工作机制，立足群众需求，征集多方意见，以“主客”视角互换的方式，共商整治方案，聚力打造美丽乡村。“社区从党建带动、网格联动、实事推动、乡风撬动、服务触动‘五动’入手，通过招募志愿者，探索出一条‘主客’共治共享的新路径。”马杭社区党总支书记沈庆东说，社区今年陆续投入20万余元，发挥房东、租客共建力量，实施了篱笆更新、停车场配建、消防设备增补等多项工程。

居民韦仕焱老家在安徽，租住在三官堂10年，早已把这里当成了自己的家园。“在村里住得很舒服，网格员经常来检查用火、用电安全，美好的居住环境需要大家共同爱护。”他说，和邻居、房东、网格员一起参与到维护公共设施的志愿服务活动中，成就感满满。

如今，“脏乱差”的老村庄蝶变为“洁静美”的新家园，三官堂也成了马杭社区的“样板村”。接下来，社区将按照三年规划进行分片整治，在环境美化提升、乡风文明建设、基层精细治理等方面齐发力，为居民群众创造更加宜居的生活环境。

报料·求助·互动

微信号: wjrb2013

热线: 86050111

NEWS