历史经典产业新活力

匠心酿造醇厚滋味

古法香醋遇上智能化

本报记者 薛海燕 蒋 波

千家万户的餐桌上，总少不了醋这一重要的调味品。在江苏镇江，香醋酿造历史超过1700年，凭借独具特色的制醋技艺，它已被列入国家级非物质文化遗产，香醋产业也成为当地经济发展的一张名片。

走进江苏恒顺醋业股份有限公司老作坊，蒸汽氤氲，阵阵醋香扑鼻而来。现场制醋工人将自制的特种麦曲发酵剂拌入蒸熟的糯米饭，使之糖化和酒化，形成优质酒醪以制作醋醅，为接下来固态分层发酵做准备。

“从‘醋’字的字面看，左边的‘酉’代表酒，右边的‘廿一日’，代表着先制酒、后成醋的21天醋酸发酵过程。”恒顺香醋酿造技艺国家级代表性传承人乔贵清说，制醋需要经过选米蒸饭、制酒发酵、21天翻醅、淋醋煎醋、陈酿沉淀五大步骤48道工序。

“酿醋原料的选取极其讲究，需用苏浙鱼米之乡的优质糯米。发酵成米酒后，在酒液中加入麸皮、稻糠拌成固态并接种，每天分层翻动一次，进行降温、透氧醋化发酵，21天后醋醅成熟。”乔贵清说，醋醅成熟后，还要加米色进行淋醋，生醋煎煮后在陶罐中进行大约180天的露天存放，才能酿成“酸而不涩，香而微甜，色浓味鲜，愈存愈醇”的恒顺香醋。

在乔贵清看来，一坛好醋是好环境、好水源、好原料、好菌种、好器皿的融合体，制作过程急不得，也省不得。“制醋是一门艺术，离不开好原料，更离不开好手艺，靠的是‘眼看手抓鼻子闻’的硬功夫，要看色泽变化，还要摸温度湿度，更要闻气息流转。”乔贵清说。

如今，这门老手艺正与数字化新科技深度碰撞。走进镇江的醋企车间，传统的大缸浇淋与智能化的产线控制并行不悖，从原料蒸煮、酒精发酵到醋酸发酵、陈酿调配，全流程数据可采集、参数可追溯，镇江香醋企业在坚守古法的同时，跑出了智能酿造的新速度。

“在香醋制作工艺上，我们保留制酒、制醅、淋醋、陈酿等传统工艺环节，同时加入传感器，采集生产过程中的温度、湿度、气体成分、微生物代谢物等，并对数据进行关联分析，构建起‘感官—数据’对应模型。”江苏恒顺醋业股份有限公司生产管理部负责人林田中说，企业自主研发了智能翻醅机，可以根据温度与发酵天数自动调节，老味道没有变，产品品质也更稳固，香醋平均产出率从7.0（即1斤米可酿造7斤醋）提高到8.1，每万吨产能年增产优质食醋1000吨，直接创效近10%。

眼下，在镇江一瓶醋从原料到出厂，全链路可以实现智能化运转，仓储装卸效率大幅提升、物流保障“零差错”。同时，产品身份码、流通码、促销码、防窜码、用户码实现“五码合一”，全销售流程数据可追溯，推动香醋品牌价值超过450亿元。



图为江苏镇江恒顺醋业香醋生产分层发酵工艺环节。

封疆疆摄（中经视觉）



图为湖北省十堰市房县黄酒企业车间里，工人忙着包装气泡黄酒。

杜达巍摄（中经视觉）

千年黄酒圈粉年轻人

本报记者 柳 洁 董庆森

湖北省十堰市房县黄酒拥有数千年酿造历史，其酿造技艺成于西周，盛于唐朝，已被列入湖北非物质文化遗产名录。近年来，房县立足非遗禀赋，通过提标准、壮龙头、延链条、创品牌，全力推动黄酒产业向规范化、标准化、规模化转型升级，让这一古老技艺蜕变为现代化的富民强县支柱产业，全县年产黄酒10万斤，跻身中国黄酒第二大产区，品牌估值达166.46亿元。

在房县，家家户户酿黄酒，此前因为无标准，不同作坊产品的口感与品质差异大，严重制约了产业发展。“以前酿酒，温度、湿度全凭经验把控，黄酒度数波动大，口感不稳定也不容易保存，卖不上价。”当地酿酒师傅瞿万江说，“后来我们统一标准，通过专业检测，有了质检报告，酒的品质终于稳定了。顾客买得放心，我们卖得也更好。”

房县黄酒产业发展中心主任崔路露介绍，县里制定房县黄酒作坊标准化改造升级奖补措施，制定小曲黄酒18项量化指标，落地国内首个黄酒9维鲜活标准，夯实房县黄酒差异化品质壁垒。目前，房县拥有获证黄酒生产企业23家、黄酒作坊325家，已完成标准化改造276家。

“入口瞬间，米香裹挟着蜜桃果香在舌尖炸开，这哪像黄酒，分明是带酒味的气泡饮料。”从北京来房县出差的“00后”贺帧被一瓶包装新潮的黄酒吸引。近年来，房县紧扣黄酒产业“年轻化”发展方向，在产品创新与场景打造两端同时发力——气泡黄酒、果味黄酒、抹茶黄酒等小瓶化、易拉罐装新品层出不穷，在楚超赛场、马拉松赛道、夏夜嘉年华等年轻人聚集的场景中频频现身，推动黄酒从“传统酿造”到“国潮新品”的年轻化变革。

黄酒曾被贴上“老酒”“料酒”的标签。行业数据显示，传统黄酒消费群体中40岁以上消费者占比高达73%，年轻消费群体断层是整个品类面临的长期困境。房县的解法很直接——把酒精度数降下来，把包装变年轻，以全新的姿态进入年轻人的生活。

当地庐陵王酒业联合中国科学院、江南大学等机构攻克黄酒保鲜难题，推出起泡鲜黄酒、樱桃黄酒等10余款年轻化新品。同时通过文旅短剧、乡村直播等方式，让品牌走进全国市场。

夜幕初垂，房县西关印象街区华灯璀璨。青石板路两旁，仿古建筑檐角下的灯笼随风轻摇，黄酒师张景浩的黄酒工坊前围满了游客。以房县黄酒文化打造的情景剧《房陵酒肆》正在上演，游客们在这里观赏演出表演、品尝鲜酿黄酒。

西关印象街区曾是贯通鄂豫川陕的古盐道，房县融入当地诗经文化、黄酒文化，按照“修旧、饰旧、保旧”进行改造，黛瓦青墙、青石板巷重现古埠风华。游客可以在这里品黄酒、观看实景演出、体验黄酒酿造，成了街区最吸睛的打卡点。“前来体验的游客大部分都会带点酒回去，一年能卖15万斤黄酒。”张景浩说。数据显示，西关印象街区年接待游客超50万人次，黄酒类特产销售占比达30%，诗酒文化体验已成为最具吸引力的文旅IP。

别给“后门”生锈

禹 琳

明明存在“最高设计时速不得超过25公里”的红线，不少电动自行车却能通过改装轻易突破限速，给日常出行埋下安全隐患。11月1日起，《强制性产品认证实施规则 电动自行车（试行）》正式施行，进一步强化产品一致性和获证后监督，为堵住非法改装漏洞提供了有力抓手。

解限速屡禁不止，病根在生产环节就已存在。现行国标对电池组、控制器、限速器防篡改都作出了明确规定。然而，从此前曝光的多起案例来看，部分生产企业为迎合不当的市场需求，玩起了“阴阳产品”的把戏：送检时交出合格样品，量产时却偷偷预留解限速的“后门”，方便门店拿到车后通过解码、剪线等方式改装提速，削弱了强制性产品认证（CCC认证）的把关作用。

非法提速背后潜藏着不可忽视的公共安全风险。车速越快，骑行者遇到突发情况时的反应时间越短，制动距离也随之增加，更容易发生交通事故。而且，如果解限速成为隐形卖点，就会诱使更多企业在防篡改上放松标准。久而久之，合规企业反倒在竞争中吃亏，形成“劣币驱逐良币”的恶性循环。

整治“送检一套、量产一套”的乱象，关键在于让认证约束力贯穿产品全生命周期。此次新规针对产品一致性痛点，要求严格实施“一车一池一充一码”，电动自行车出厂时应装配完整并随车附带一致性证书，从源头压缩了非法改装的操作空间。同时，新规明确型式试验完成后须保留整车样品，并加强生产现场和市场抽样检测。这意味着，CCC认证绝非一劳永逸的通关考试，而是持久稳定的安全承诺。把防篡改要求与产品能否获证、证书能否存续紧密绑定，才能有效防范企业获证后降低质量管控水平。

保障新规落地见效，生产企业责无旁贷。应将规则要求严格落实到设计、采购、生产各环节，并加强销售渠道管理，不得默许或配合门店提供非法改装服务。同时，正视消费者的合理出行需求，在国家标准允许范围内通过技术升级优化续航里程、爬坡动力等性能，靠过硬品质赢得市场。

除了企业自觉履责之外，多方协同形成监督闭环也十分必要。认证机构应切实担起“守门人”职责，既要严把发证前的审核关，更要强化获证后的跟踪检查，一旦发现违规行为，及时依规暂停或撤销其认证证书。市场监管部门则需双向发力，一方面持续开展产品质量常态化检查；另一方面加强对认证机构履职情况的监督，防止认证流于形式，共同守住出行安全防线。

赓续长征精神 奋进复兴征程

乌蒙深处的红色火种

本报记者 段云鹏 曹 松

乌蒙山区横跨云南、四川、贵州三省，这里山高谷深、地势陡峻。在这片土地上，打出了红军长征途中的“神来之笔”——“乌蒙山回旋战”。

1936年春，红二、红六军团长征行进至乌蒙山区。彼时，国民党约120个团向红二、红六军团围攻过来，而红军只有1万多人。面对如此极端的险境，红军将士毅然挺进乌蒙山，与国民党军进行历时近1个月的回旋机动作战，成功摆脱层层围追堵截，最终硬是绕了出来。这次作战不仅给敌人以沉重打击，更重要的是保留了革命的有生力量。

当年红军用双脚走出的回旋之路，如今是公路通村、产业入户的新农村。乌蒙山还是那座乌蒙山，只是“乌蒙磅礴走泥丸”的红军，已把不怕艰苦的斗争精神和积极求变的奋进精神扎根这片土地。

在云南省昭通市镇雄县场坝镇巴溜村，贺龙指挥部旧址静静矗立。巴溜村是乌蒙山回旋战的主战场之一，旧址原是一位鲁姓人家的房子，鲁家在2008年主动将老宅捐出改建成为让人们了解这段历史的红色教育基地。久而久之，人们知晓这里所发生的红色故事。如今，巴溜村已通水通电，公路修到村口，村民住上砖混新房。受长征精神浸润，这里邻里和睦、民风朴实。依托红色文化资源，村里还发展起旅游和研学。巴溜村所处的镇雄县，曾是国家级贫困县，近年来依托交通改善、红色文化、人口规模等优势，全力深化城乡融合，赋县域经济发展。

以文旅产业为切入点，镇雄县持续推动红色文化与乡村振兴深度融合，有效带动就业增收和乡村治理提升，重点打造了长征国家文化公园（镇雄段），建成一条总长13.4公里的红军长征体验步道，串联20处红色景观节点，让游客在漫步中重温当年的长征故事，成为集党史学习教育、红色研学、休闲观光于一体的文旅线路。

一场回旋战，转出了灵活求变、以变求生的制胜之道，这份跨越时空的智慧，至今仍在乌蒙山区生生不息、代代相传，成为乌蒙山区百姓创造幸福美好生活的答案。

赛事带火高原盐田

本报记者 彭传旭

千年盐田旁，哨声落下，比分定格在记分牌上，欢呼声久久飘荡……近日，西藏自治区第三届乡村篮球联赛2026“千年盐田”康BA暨芒康县“渝津闽藏”球类“三交”活动（U18青少年篮球邀请赛）圆满落幕，八方游客与当地群众共同欣赏这场速度与激情交织的赛事。

球场边，千年古盐田层层叠叠、错落有致地散落在澜沧江两岸。白盐如雪、红盐似霞，国家级非物质文化遗产代表性项目“井盐晒制技艺”在这里传承了1300余年。曾经，茶马古道的马蹄声在江岸回荡，如今，篮球鞋摩擦地面的吱呀声、观众的呐喊声，一浪接一浪地涌过河谷。

“这次能在家门口看到如此精彩的篮球赛，我非常开心。”25岁的曲孜卡乡村民格登生松说，“这些参赛队员都非常年轻，跑起来都带着风，我们看球很过瘾。”西藏察隅县代表队队员罗布旺堆今年22岁，在场上是控球后卫。他说：“曲孜卡乡的气候和我的家乡很相似，很舒服，千年盐田的风景也很美。”

赛场是竞技擂台，更是各民族交往交流交融的鲜活阵地。渝津闽川滇藏各地运动健儿赛场之上奋勇争先，赛场之下交心联谊。记者了解到，赛事期间，各代表团开展互访座谈、基层走访、产业观摩，近距离感受芒康风土人文与资源禀赋，不断深化对口援藏省市与芒康的资源互通、优势互补。

与前两届相比，本届乡村篮球联赛增添了新亮点。芒康县委常务副书记、政府常务副县长张楠介绍，本届赛事辐射6个省（区、市），共有16支成人代表队，较往届均有增加；创新性举办U18青少年篮球邀请赛，共有10支代表队参赛；农文体旅商深度融合，形成“一赛兴多业”可复制发展范式。

康BA火了，但是芒康县没有止步于“办一场赛、赚一波钱”。“本届赛事跳出单纯竞技范畴，构建了‘赛事+商贸展销+文旅推介+非遗展示+文艺展演+产业对接’融合发展模式，让赛事带来的人气，变成游客留下的脚步和实际消费，让文化的热度落进群众的口袋里，变成实打实的收入。”张楠告诉记者，“本届康BA系列活动带动县域住宿餐饮及文化产品等消费1100万元以上，综合经济效益超2200万元。”

本届赛事还配套举办“千年盐田”康BA进出口商品展销活动，设置243个固定标准展位，吸引超300家经营主体入驻，优先向本地农牧民、农牧民合作社倾斜；汇集尼泊尔、巴基斯坦等境外商户及援藏省市、川滇毗邻地区企业，集中展销高原蜂蜜、盐田特产、民族手工艺品等500余款产品。依托市级专项促消费政策，累计核销促消费资金95.9万元，直接带动消费487.48万元。文化端推出33个精品节目，9个非遗代表性项目展位接待1.3万余人次。

根邓措姆是48块盐田的主人，平时她在盐田边支个小摊，卖些日用品，游客也可以在这里吃饭。篮球赛这几天，球场边的呐喊声一浪高过一浪，她的小摊前也跟着热闹起来。“生意红火得很，收入也涨了不少。”她忙着手里的活，笑着告诉记者，“游客们走的时候，总爱带点盐回去做纪念，水晶盐最受欢迎”。

另一边，洛隆县硕督镇的美食督督面摊位前人流如织。一口大锅热气腾腾，摊主的手几乎没停过。摊主平措笑着说：“平均一天下来不会少于200碗，7天大概有近3万元收入。”

此外，当地借赛事流量东风，同步举办藏东葡萄酒产业高质量发展座谈会暨产销对接会，5家本土葡萄酒企业与国内外商贸企业达成战略合作，签约总金额1430万元，实现芒康外贸签约零的突破，持续放大“芒康葡萄”国家农产品地理标志品牌影响力。

张楠介绍，展望未来，芒康要把“康BA”这块牌子擦得更亮，让更多人参与进来、让赛事声量传得更远。人来了，流量来了，就得让它落下来、扎下根，达到“办一场赛事、活一座城市、旺一方经济”的效果。

本版编辑 林紫晓 丁 鑫 美 编 倪梦婷