

北京密云葡萄酒文化节举办

本报讯 芦晓春 近日,2023年北京密云葡萄酒文化节在北京张裕爱斐堡酒庄举办。此次葡萄酒文化节由中国食品工业协会、中国酒业协会、密云区人民政府共同主办,以“山水密云 酒香世界”为主题,充分彰显密云区坚定不移走生态优先、绿色发展之路的决心,生动诠释密云区以酒为媒、走向世界的文化自信。

据悉,今年密云葡萄酒文化节主会场设在张裕爱斐堡酒庄,并设有邑仕庄园国际酒庄、橡树堡国际酒庄、古北水镇景区3个分会场。活动期间,行业专家就“葡萄酒产业可持续发展与乡村振兴”“树立民族自信打造民族品牌”等话题开展对话交流,大会推出了三条“探秘葡萄酒文化,体验轻奢休闲游”主题微度假旅游线路,全市首家葡萄主题邮局正式启幕,并发布主题文旅消费券,联动开展古北水镇葡萄节、“朝密对接”、文旅融合促消费等活动。

密云是首都最重要的水源保护地及区域生态治理协作区,一直以来,密云坚持生态优先、绿色发展,充分发挥好山好水好生态好资源,通过守好一汪首都生命之水,种好一棵生态富民之树,走出一条乡村振兴之路,营造一片投资兴业沃土,酿好一瓶友谊合作美酒,将葡萄和葡



萄酒产业同保水护山、富民增收结合起来,形成了“绿水青山就是金山银山”的生动实践。如今,葡萄和葡萄酒产业已成为密云群众增收致富、款待四方宾朋、融入国际交流的“紫色名片”。

2023年北京密云葡萄酒文化节为期两天,期间,精品葡萄酒展设置了七大葡萄酒展示区和两大品鉴体验区,来自国内外的数百款葡萄酒集中亮相。对话交流会在邑仕庄园国际酒庄召开,数十位产业专家、酒企代表、文

化学者、资深媒体济济一堂,围绕“葡萄酒产业可持续发展与乡村振兴”“树立民族自信打造民族品牌”两项议题交流研讨,共飨葡萄酒文化盛宴、共话葡萄酒产业发展。

密云区将以举办葡萄酒文化节为契机,促进葡萄酒与文化旅游、餐饮休闲、农业科技等多领域快速聚集、融合发展,带动“商、农、文、旅”多产业全面升级,彰显密云产业品牌价值、市场价值和社会价值。

国际种业联合创新中心试点建设启动

本报讯 孙奇茹 在HICOOOL 2023全球创业者峰会期间,国际种业联合创新中心试点建设启动暨科学家发起“农作物基因资源阐释”国际大科学计划(G2P计划)发布仪式举行。

近年来,北京市启动“农业中关村”建设,深入实施“种业振兴行动”,集聚各类资源,为农业现代化和种业发展注入了强大动力。建设国际种业联合创新中心,是北京创建“种业之都”的重要抓手,是推动建设全球科学家协同攻克种业前沿关键技术难题的重要载体。

国际种业联合创新中心明确种业创新全链条人才培养、重大当家品种培育和前沿科技创新三大发展目标,主要承担发起和实施国际大科学计划、打造当家品种、攻克关键育种技术并孵育种业创新企业、汇聚国际种业领军人才、培育乡村振兴人才等五大重点任务,依托国际种业创新网络,引进生物种源,优化提升本土种质材料,形成人才与产业良性互动发展的局面,营造有利于农业科技的创新创业环境。

本届峰会开幕式上,在北京市、海南省和中国农业科学院共同推动下,科学家联合发起“农作物基因资源阐释”国际大科学计划(G2P计划),核心任务就是通过构建具有国际竞争力的开放创新平台,挖掘具有重大育种价值的新基因,推动全球作物基因资源探索利用,发挥好全球农业高端科技人才、顶尖科学家的领头雁的作用,促进北京成为全球种业科技高地、人才高地和产业高地。

近60家北京老字号组团亮相服贸会

本报讯 杨天悦 2023年服贸会期间,首钢园15号馆打造北京老字号创新发展体验区。这是老字号第三次参加服贸会,也是首次在服贸会上以专题展的形式集体展示守正创新成果。

近60家老字号企业参展,涉及餐饮服务、工艺美术、中医药、商业零售、居民服务业等七大领域,展示老字号品牌文化和创新成果,彰显老字号所承载的深厚历史底蕴和独特文化魅力。

其中,创新发展板块集中展示20余家老字号品牌的创新成果。全聚德中轴食礼、北京稻香村零号店产品、兴顺斋豆汁冰激凌,展示出老字号在老式食品制作技艺基础上的创新成果。

在互动体验区,19家老字号带来各式颇具文化韵味的新体验。其中,义利黄油饼干、红星高照高端二锅头、北平制冰厂HPP果汁、双合盛精酿啤酒、五星全麦等新产品集中亮相,二居包子、同和居三不粘、护国寺小吃豌豆糕、同春园肉末春卷等美味也将与观众邂逅。

集合展示上,老字号首次以集团形式集合展示旗下多元品牌。其中,一轻控股旗下的北冰洋、义利、红星、双合盛、五星、龙徽等7个品牌集体亮相,华天集团则“一站式”集合旗下庆丰、马凯、同和居、峨嵋酒家等25家老店的美食。

老字号既承载着新时代的商业消费,也是传统文化传承的“活化石”。目前北京取得老字号企业认证的品牌共有247家,涉及餐饮服务、工艺美术、中医药等九个行业,数量居前三位的行业是餐饮服务、商业零售与食品加工。

迎合消费新趋势 平谷区大桃变“小”了

您发现了吗,平谷大桃在悄然变“小”。一个细节能直观反映这种变化:同样一个装桃子的扁纸盒,十年前只能刚刚塞进9个桃,如今装12个还有富余。

“桃王”十年间甜了6度

不久前,平谷区刘家店镇办了一场“甜桃王”擂台赛。长桌铺着红丝绒桌布,桃子分门别类堆得像小山,十里八村的种桃能手纷纷赶到现场,比拼谁家的桃子最甜。

果品专家在每户送选的桃子中随机选10颗,切开一角,将汁水挤入测糖仪,数值最高的即为“甜桃王”。“嚯!26.2度!”专家的一声惊呼,引来不少人围观。“26.2度是什么概念呢?桃子如果能达到13度,就算是比较甜了。”专家解释。

每年夏秋,平谷大桃主产乡镇都会举办擂台赛,已经持续了十六七年。比赛年年办,名字却从“桃王擂台赛”变成了“甜桃王擂台赛”。

一字之差体现标准之变

最初,谁家的桃子最大最重,谁就是“桃王”。平谷区农业农村局相关负责人介绍,2009年前后,平谷大桃半斤以上的占比超65%,最大的“久保”有一斤半,“八月脆”能超二斤。“桃王”沉甸甸挂在枝头,细心的果农还要自制网兜,以免拖断果柄。

那些年,平谷桃越种越大,这是市场决定的。“当时消费者看重卖相。个大、色艳、包装好,是桃子卖好价的金标准。”绿农兴云果品产销专业合作社负责人岳巧云说,就拿大寿桃来说,它水分少,吃起来有些糠,但照样好卖。

夏末秋初,正是桃子大量上市的时候。北京平谷区以大桃出名,但是这几年,平谷区的大桃变得越来越“小”了。变化不止于此,平谷大桃不但变得更精致,也更甜美,更有桃味儿。

近几年,行情变了:消费者更追求桃子的口感,越甜越好卖。半斤多足矣,再大容易吃撑,1斤以上的桃仅在宴会等场合受青睐。

擂台赛也因时而变,不比个头比糖度,最近三年的“甜桃王”均超过26度,比十年前提高了6度左右。

原生态种植还原桃味儿

岳巧云八年前返乡创业,成立合作社为果农卖桃。经她卖出的大桃有好几十个品种,今年又添了个宝贝——丑桃。

“这桃的品相太一般了,长得歪歪扭扭,果皮上有疤痕,靠近果核的地方还有个眼儿。”她回忆自己第一次见到丑桃时的情景:本来不抱希望,可尝了一口,桃味儿特别足!

桃农拿来的这颗桃,在合作社8名员工间传了一圈儿,每人啃一口,个个竖大拇指。没人知道这是什么品种,索性管它叫“丑桃”了。

每种水果都有独特的风味。同样是甜,桃子、苹果、西瓜的甜味却千差万别。“桃味儿”渐渐受追捧,成为果农在“甜”之外,追求的另一目标。让桃子拥有浓郁、独特的风味,一靠优质品种,二靠养护管理。

松棚村有600亩桃园,村党支部书

记张永胜是种桃能手。“我们从来不打除草剂,全靠人工和机械除草。草叶子很快就能长出新茬儿,不穿长裤可不行,会划伤腿。”他介绍道。

在张永胜看来,要让桃味儿足,最重要的就是不用大水大肥“催”桃。“得控水控肥,增加光照、通风。”如今,村里的桃园已经把每亩产量从8000斤压缩到了不足6000斤。

一口吃出两种味道

现如今,平谷区共有近300个品种的桃子,广泛种植的也有六七十种。在“农业中关村”建设中,平谷区引进了不少科研机构的新奇特大桃品种,进行试种和品种选育。

80多亩的国桃基地种了90多个新品种,10到15天就有一种桃子成熟。“中油蟠9号”带着淡淡的芒果香,还有早熟油蟠桃“金香妃”、中熟油蟠桃“风味皇后”。有一种桃带有杏子味道,叫“夏甜”。虽然名里带“甜”,吃上一口,却酸得直流口水。“夏甜”产量低,市场接受度也不高,鲜有种植。基地试种了三年,不巧碰上冰雹和倒春寒,果子产量更低了,还没机会上市。国桃基地负责人王建春盘算着,等明年“夏甜”结了果,可以去妇产医院周边开拓一下销路。

以“大”闻名的平谷桃变“小”了,这是种植户和消费者双向互动的结果。随着生活水平的提高,消费者不再一味青睐个头大的水果,而更加看重口感、风味和健康。这是理念之变,也是生活方式之变。平谷的桃农应时而变,抓住消费新趋势,让朴实的大桃变得更加精致。近几年,平谷大力建设“种业中关村”和“博士农场”,更为大桃注入了科技含量。

(据《北京日报》)