

# 青岛满城啤酒香

王 溱



青岛美景 来自网络

到山东青岛，有两件事不可或缺：看大海，喝啤酒。

1903年，英、德两国商人合资开办了青岛啤酒厂，这是中国乃至东南亚最早的啤酒生产企业之一。优质的青岛啤酒很快成为国际大牌，誉满全球。有玩笑说，以前出国说青岛，外国人一头雾水，但说青岛“BIER”，马上迎来笑逐颜开和“GOOD, GOOD”的赞美声。

喝啤酒是不分季节的，但夏天喝格外有情调，也格外清爽。记得小时候去海水浴场洗海澡，炎热的天气，加上在海水里畅游、沙滩上暴晒，人的体力总要受到影响。此时最需要补充水分。经济条件差的，喝一口从家里带来的凉白开解渴，条件稍微好点的，买根冰棍滋润肠胃，可最羡慕的还是那些喝啤酒的“大人”。用圆形的罐瓶装着的散啤酒，放在冰块上冰镇，一罐两毛钱。拎起一罐扬脖喝下去，甘爽淋漓。那潇洒、痛快劲，让人看了既生馋又嫉妒。后来青岛大街上有了散装啤酒，一个白色铁桶，放在架子上，废纸壳上写着两个字：散啤。按斤销售，起先一毛八分一斤，后来涨到一块八毛。开始人们拿着暖瓶、水壶，甚至盆子去购买，之后不知谁发明了用塑料袋装。一只薄薄的塑料袋能盛好几斤，拎在手里透着橙

黄色，看上去既担心又诱人。担心的是塑料袋会不会破了，诱人的是通过塑料袋缝隙传出来的啤酒的香气，恨不能当街喝几口。

塑料袋装啤酒，是青岛人的一大发明，也是青岛街头的独特一景，已经延续几十年了。

啤酒背后总关联着两个字：兴奋。“青岛啤酒节”，迄今已举办了28届。主会场都离不开海边，最持久的“基地”在崂山区。崂山是青岛的地标，也是青岛的象征，整个区域被大海环绕。大海的泡沫，啤酒的泡沫，交织在一起荡漾着令人遐思的情调。这里还有许多人喜欢的当地啤酒——崂山啤酒。用清澈甘冽的崂山水酿成，飘浮着鲜美的韵味。西海岸是青岛的新地标，大海赋予这里的除了浪漫，还有激情。这里的啤酒节与崂山主会场遥相呼应，既有相似之处，又别有风味。热情奔放的游客，可以在崂山的啤酒大棚里把酒论“英雄”，也可以到西海岸的金沙滩上举杯歌一曲。

啤酒是世上历史最悠久，普及范围最广的酒精饮料之一。传说公元前3000年日耳曼人及凯尔特人把啤酒酿造技术带到了欧洲，但那时基本都是手工坊，无法跟当今同日而语。啤酒真正实行工业化生产是从19世纪开始的，以优质的大麦为原料，啤酒花为香料，经糖化发酵酿造而成。工艺流程并不复杂。现在青岛啤酒博物馆还展示着当年原始的酿造设备，看上去似乎没有什么“科技”含量，但简单之下必有“玄机”。啤酒的主要成分是水，有什么样的水质决定有什么样的口味。但就这一条，让无数企业望洋兴叹，望而却步。德国的司陶

特、健力士，用的是都柏林地区的高硬度水；捷克的淡色皮尔森，用的是该地区的软水；青岛啤酒顾名思义用的是青岛水，但这不是整个城市概念里的水，而是存量有限的崂山矿泉水。这种水，水质甘美，还富含人体所需的各种矿物质和微量元素，酿造出的啤酒毫无疑问，必定是第一。

喝啤酒好处不少，青岛人开始把啤酒叫做“脾酒”，意思是说常喝可以达到健脾开胃的功效。这些年专家们不断推出研究新成果，说适量喝点啤酒对保护心脏，降低血糖，补充维生素，促进消化等都有所帮助。真伪且不论，但有一点有目共睹，那就是世界上每年消耗的啤酒数量确实惊人。

夏日里伴随习习吹来的海风，呷一口清爽甘美的啤酒，心情会变得格外舒畅。

不过，青岛人包括外地游客，喝啤酒很少用“小口”抿，大都是“大口”喝，甚至“灌”。啤酒节期间都要

举行“酒王”大赛，看谁喝得多，喝得快。如果“抿”，永远拿不到奖。啤酒节本身是欢乐之事，既然要喝就大口伺候。斯文，矜持，来不得这里。除非只来看热闹。

除了啤酒节，青岛还有一些同样名声在外的“啤酒街”。青岛啤酒厂坐落在市北区，厂门口不算太宽的马路两侧布满了一个个小啤酒屋。这里能喝上从啤酒厂直接供应的最新鲜的原浆啤酒。有段子说，一位外地游客打电话给朋友，说正在青岛啤酒街喝原浆啤酒，要多新鲜有多新鲜，是直接

从厂里拉着管子喝。说的肯定夸张。但青岛原浆啤酒确实吸引了不少外地游客。这种不经过滤，不经灭活工序，保留鲜活酵母的生啤酒原液，香气浓郁，口味新鲜纯正，风味独特，是啤酒家族中名副其实的超级液体面包。喝这样的酒，别有一番滋味在心头。青岛，满城飘着这种香气，令人沉醉，更让人迷恋。



青岛五四广场 来自网络

## 难忘东高地

祁 建

一直以来，觉得北京东高地不该落在中关村的后面，可事实是：中关村已经不再是村，而东高地依旧不过是个“大院”。20年前，东高地车站，道路两旁就是大红门，那里曾有座东西铁路隧道架起的南北高桥，桥下有块严禁外国人通过的铁牌，铁牌旁肃立着一个卫兵。东高地向东向南有一个“圆湖”，夏日湖畔杨柳依依。

人们也许知道东高地有一个神秘的火箭科研院所，但他们未必知道这里科研精英的密度决不逊于中关村。这里40年前就有大片的楼房整齐街道。在这里可以感觉一种莫名的自豪。

记得东高地的老文化园，北面是露天的电影院，那时候是两毛钱一张的电影票。我家最初住过的万源路96栋前的那个露天电影院小许多，但自打有了它，我再不必像以前那样，小小个子却扛着一个、两个或三个大木椅，顶着午日或呛着西北风，去

老电影场，为家人为同学“占地儿”，“看场子”，也再不会一次次上当受骗去“夜站白瞧”了。

在上世纪50年代末，国家开始建设东高地地区。这里逐渐成为地区的中心，建起小学和中学，还有医院和邮局、商店等。到了上世纪60年代，东高地已完成了基本轮廓的建立。记得东高地曾有所不错的中学叫三中，三中有过16个高中班。那时，东高地有大片的平房，住着南腔北调的各地来的工人。每到晚上，人们吃完饭后就常坐在一起聊天，小孩就在周围打闹游戏。

到了1960年到1963年左右，即“三年困难时期”，大人们感觉饥饿，因为肚子里没有油水，但在幼儿园里，孩子们的伙食还是能得到保障的。

那年代子女多的家庭生活就比较困难。那时，一般家庭都有好几个孩子，还有老人在家，生活很紧张。到了1961年左右，商店里开始有黄牛肉了，每户都发购物券，无论干部和群众都一样，每户可以得到一块黄牛肉。到了1963年，情况开始大为改观，基本上可以吃饱了，菜市场可以买到肉了，副食品也多了起来。1964年至1966年期间，商店里商品丰富了起来，自行车、缝纫机、手表等都可以买到，布匹

的时候可就遇到麻烦了，光有钱不行，还得有当地的布票。老夯有钱没布票，售货员不卖给他。老夯有点急了，忙问能否卖给他一双解放球鞋，实在不行贵点的皮鞋也可以。售货员站着没动窝，告诉老夯，球鞋、皮鞋也不行，都要当地的工业券。她要

知道老夯既没有布票也没有工业券，就不会费神帮老夯挑球鞋和皮鞋了。

老夯愣在那里，一时不知所措。看到老夯急出了一头大汗，售货员动了恻隐之心：“同志，要不然我去仓库里看一看有没有过去积压卖不出去的鞋。我请示一下领导，能否不要布票，议价卖给你”。老夯好像抓到了救命稻草，连声致谢。功夫不负有心人，女售货员居然从仓库里找出一双年代久远、质量粗糙的布鞋。鞋帽副组长同意了这桩买卖。老夯明知是吃了个哑巴亏，要花钱买皮鞋的价钱去买这双又丑又糟的布鞋，但总比光着脚去开会强多了吧。

与老夯同单位的参会人员，看到了老夯进入会场时的打扮，强忍着没有笑出声来——那双布鞋也太难看了。后来呢，“老夯置履”的故事就在东高地流传下来了。

唉，难忘的东高地啊……



行天下



## 庐山加大世界文化遗产保护和利用

潘 浔 万良红文/图

为进一步促进庐山世界文化遗产的保护和利用，进而推动江西省九江市的山、江、湖、城全域旅游发展，继续唱响“庐山天下悠”品牌，江西省九江市政协近期开展了加强“庐山世界文化遗产保护和利用”的专题调研活动。

为建设“大庐山、环庐山、泛庐山”旅游经济圈，构筑“两圈两带”的全域旅游格局，深入促进庐山世界文化遗产的保护和管理利用，九江市始终坚持统一管理、保护为主、可持续利用的原则，促进文化与旅游的深度融合和庐山文化旅游发展增添新动能。

九江市政协此次调研的主要内容有：庐山管理局按照保护世界文

化和自然遗产公约的要求，强化保护和监管责任，将世界文化遗产保护管理落到实处；生物多样性保护，维持生态平衡的情况；保护自然环境，不断提升遗产地环境质量的状况；保护文物古迹，保存其历史文化信息和历史风貌等情况。

此外，本次调研还关注了庐山管理局遗产保护的管理体系、科学规划、加强保护与规范管理情况以及存在的问题；对庐山世界文化遗产保护状况进行了总体评估，调研了61处文物保护单位的管理现状，如名人别墅、历史建筑、摩崖石刻等，旨在进一步扩大庐山世界文化遗产的影响力、辐射力和龙头带动作用。

上图：九江市政协在庐山调研

周末一大早，徐州市淮海烈士陵园内的游客络绎不绝，许多家长们带着孩子，将目的地定在了弘扬红色教育的淮海烈士陵园。

“您可以扫码关注我们淮海战役烈士纪念馆的官方微信公众号。我们的公众号上，不仅有纪念馆的详细介绍，还有纪念馆的全景VR，您足不出户，便能全方位参观淮海战役烈士纪念馆。”刚进入馆内，志愿者便向大家介绍掌上纪念馆的使用方法。

除了掌上浏览馆内全景，纪念馆还推出了微信语音讲解功能，通过输入关键字阿拉伯数字001、002等，便可获取相应的语音文字讲解。馆内讲解员告诉我，10年前，淮海烈士纪念馆新馆刚修建完毕，讲解员的工作多少有点“苦不堪言”：每天为大批观众轮番解说，一天下来，常常嗓子嘶哑。互联网多媒体技术被引入馆内之后，不仅讲解员的工作量被分担了很多，而且观众可通过手机反复收听语音讲解，改变了传统讲解的单一灌输模式，沉浸式的体验使得红色教育备受年轻人青睐。

刚进入战前形势厅，我就被一幅《淮海战役前全国形势图》吸引了过去，许多观众在这里驻足，拿出手机收听淮海战役前的形势情况。“了解淮海战役不仅可以让孩子认识这一段



淮海战役解放军战斗场面模拟蜡像 本文图片均来自网络



## 当红色旅游遇上互联网

周 晨

历史，更能培养孩子的爱国主义精神，珍惜今天的幸福生活。”沛县的张女士特意带着上小学的儿子来到这里，她告诉我，“十几年前我参观的还是旧馆。这次来到新馆，本以为枯燥地参观，孩子的接受效果会很差，没想到新馆内焕然一新，孩子非常感兴趣。”

在战役实施厅内，一位年近七旬的老人正在给她的小孙子讲述围歼黄

百韬兵团的故事。“当年我老伴就是华东野战军部队里的后勤人员，他见证了碾庄战役的全过程。这是我的第二个孙子，每年都会带着他来这里跟他讲他爷爷的故事。虽然老伴走了，但是红色精神要让孩子传承下去。”老人脸上焕发着荣光，一旁的孩子听得入迷。

孩子们三五成群地聚在模拟蜡像前，眼前栩栩如生的战斗场面让他们兴奋不已、连连惊叹。画面中解放军们扛着长枪和物资包，跨过队员们用肩膀铸成的“人肉桥”，奔向前线。远处被炸毁的房屋、冲锋陷阵的解放军逼真地展示在眼前。在军火对比的玻璃展合内，聚集了一大批对长炮短炮非常热衷的小学生，他们仔细地看

着武器的每一个细节，好奇地讨论着。

除了场景再现的模拟蜡像，展厅内我还看到了音像结合的巨幕。工作人员告诉我，为了将淮海战役的历史鲜活地呈现在观众眼前，馆内进行了很多细节的改造。“过去的单调展示容易让参观者产生视觉疲劳。为了改

变枯燥乏味的说教，我们不仅对基础设施进行了一比一模拟景观呈现，还引用声画一体的高科技手段，让观众参与进来，身临其境体味历史。”

我进一步了解到，淮海战役纪念馆的红色教育并非止步于馆内的参观体验，他们还定期推出“小演员试戏”、研学课程、红色演说等爱国主义教育活动，以学生喜闻乐见的形式，将沉浸式体验全方位贯彻到教育中，打造了一堂生动的红色教育课堂。

从最初在网站和官方微博上发布与纪念馆相关的新闻，到利用高科技手段塑造馆内鲜活生动的历史场景，再到足不出户体验“掌上纪念馆”，淮海战役纪念馆拉近了红色教育与参观者的距离，真正意义上让教育的功能实现了最大化。如今科学技术带来的便捷改变了青少年对纪念馆的刻板印象，获得了他们的认可，也让威严肃穆的淮海战役纪念馆焕发出青春的活力风采。

上图：淮海战役烈士纪念馆内

上图：淮海战役烈士纪念馆内