

消费者眼中的赤壁青砖茶

——赤壁青砖茶产业发展调研报告

赤壁市委副书记、市长 董方平



解决就业问题要从 经济发展大趋势着手

就业问题不能仅仅从就业角度来看,因为就业是劳动力市场的一个结果,是整个经济体系运行的一个结果。解决我国的就业问题,要从国家下一步经济发展的大趋势着手。

现在,东部沿海地区或者大城市中的就业岗位创造速度与过去相比大大减弱,农村发展和乡村振兴带来了一些不同的机会,城乡融合发展是我国下一步发展的大势。在这个过程中,怎样让劳动力供给能够适应今后中国经济发展大势,怎样在经济发展、转型过程中创造新的就业机会,并且能够找到适合的劳动力,这是解决就业问题的关键。

除了上述变化,也要看到在这一轮经济发展和转型过程中新技术、新产业革命带来的一些变化,使得传统就业模式和就业形态也在发生变化。第四次工业革命中,尤其是AI、大数据、互联网、5G技术的应用,对劳动力素质要求会有明显的不同。如何实现劳动力资源合理配置、让劳动者能够适应经济发展需要,是解决就业问题过程中要解决的一个根本问题。

推进城乡社会治理一体化

城乡基层是社会治理的起点和重心,优化基层社会治理格局是推进社会治理现代化的关键。习近平总书记曾指出,群防群治和小事不出村、大事不出镇、矛盾不上交是枫桥创造的基层治理经验。要结合当前的形势推广“枫桥经验”,加快形成共建共治共享的现代基层社会治理新格局。

为此,要推进城乡社会治理一体化。由于历史原因,我国社会治理长期处于城乡二元结构中,实施不同的治理模式。而在农村城镇化、城乡一体化、城市群崛起的大背景下,贯通乡村治理与城区治理,创造社会治理格局下乡村治理和城市社区治理普遍的新时代治理模式,是大势所趋、势在必行。要把“自治、法治、德治相结合”的乡村治理经验扩大到城市社区。“三治结合”原本是乡村治理的实践创新,是新时代“枫桥经验”的标识性创新成果。进入21世纪以来,随着市场经济体制快速发展、社会现代化进程加快推进、网络信息技术广泛运用,产业一体化、城乡一体化的格局正在形成,在发达地区已经形成统一的城市化格局,这为“三治结合”在治理中的运用和拓展创造了客观条件和必要前提。“三治结合”由乡村向城市的延伸和拓展也有其可行性。“三治结合”是一套基层社会治理的机制和方法,体现了基层社会治理的一般规律,而城市社区也是基层,具有基层社会固有的特点和共同的问题,在城市社区推广“三治结合”是可行的。

加快推进要素市场化配置

下半年我国经济面临的最关键问题,就是经济循环能不能持续,当前复苏的态势能不能继续。新的内生动力来自内循环。要畅通经济循环,关键在于形成供给和需求之间的正向反馈机制。要打通供给和需求之间的循环,建立正向反馈机制,就需要深化市场化改革,加快推进要素市场化配置。举例来说,民营企业投资的积极性不高,民营企业投资代表的是供给响应的速度,投资意愿不强就没有动力去创新,也无法响应需求的最新变化。需要通过改革的办法,营造公平竞争环境,推动要素市场化配置,这样才能真正调动起民营企业投资的积极性。与此相对应的,还包括科技、教育等领域的改革也要提速推进。(本报综合)

赤壁是“万里茶道源头”、中国“青(米)砖茶之乡”。赤壁青砖茶既是赤壁的特色,也是咸宁市农业三大特色产业之一。赤壁青砖茶除内蒙古市场外,内地市场一直知晓率不高、受众不大。为了深化供给侧结构性改革,推动赤壁青砖茶产业做大做强,我以“消费者眼中的赤壁青砖茶”为主题,小切口开展专题调研,了解消费者和经销商对赤壁青砖茶的认识、评价,寻找赤壁青砖茶高质量发展路径。

一、调研的过程

我这次调研主要分三块展开。一是走访调研本地市场,了解产业发展情况;二是调研省内市场,看看湖北究竟有多少人知道赤壁青砖茶、喝赤壁青砖茶,如何评价赤壁青砖茶?三是赴湖南安化等其他黑茶产地,了解他们的茶产业发展情况,茶都卖到哪里?消费人群是哪些?

(一)赤壁本地市场调研情况。我通过召开座谈会,实地走访茶业协会和龙头企业以及茶庄、茶楼,并开展问卷调查,了解青砖茶生产、消费情况。

首先走访了茶业协会,了解我市茶业总体情况。赤壁市有茶园面积16.2万亩,大小茶企38家,其中,省级以上龙头企业5家(国家级1家)。2019年,茶业总产量4.2万吨,生产产值12亿元,全产业链产值45亿元,实现税收近2000万元。其中,青砖茶产量约4万吨,占全国黑茶市场10.6%,直接加工产值近10亿元(其中边销5000吨,占边销市场60%以上);绿茶0.2万吨,产值约2亿元。

走访了赵李桥茶厂,该企业是国资委、财政部、中国人民银行指定的全国民族特需商品定点生产企业,2019年,销售青砖茶6600吨,销售额1.57亿元,其中边销4600吨,实现销售额7700万元,平均每公斤16.8元;内销2000吨,实现销售额8000万元,平均每公斤40元。

走访了赵李桥茶业,该企业边销、内销都做,产品主要销往内蒙古和内地部分省会城市,如呼和浩特、北京、上海、武汉、广州等和咸宁本地市场。2019年,销售青砖茶2000吨,销售额3000万元,实现税收180万元。其中边销约160吨,平均每公斤12.5元;定制约600吨,平均每公斤16.7元;内销1200吨,平均每公斤15元。走访了羊楼洞茶业,该企业专做内销,不做边销,主要销往北京、武汉、广州、山东青岛等地。2019年产量1200吨,产值7000万,平均每公斤售价120元。

走访了赤壁城区市场:走访机关事业单位、酒店等共98家,用青砖茶作接待用茶的有51家,占52%;长期用的有20家,占20.4%。走访了48家茶楼、茶店,均销售赤壁青砖茶,年销售额7000万元左右。调研133名消费者,知晓率89%,喝青砖茶的占34.5%。

另外,我还走访了洞庄茶业、羊楼洞果茶公司等企业。

总体来看,赤壁市茶企规模不大,龙头企业不强;青砖茶在黑茶市场份额不大,但在边销市场占比很大,无论是边销还是内销价格都不高;本地市场开发不够,消费人群不大,饮砖茶氛围不浓。

(二)省内其他城市调研情况。我借助部门力量,选择咸宁市内其他5县(区)和武汉、襄阳、黄冈、宜昌、仙桃、鄂州等市开展调研。

在通山县:走访了30家机关事业单位,知晓率60%,有6家用过赤壁青砖茶作单位用茶,但不是长期用。走访8家酒店、6家商超、13家经销店,仅有4家经销店销售赤壁青砖茶。调研了100名消费者,知晓率11%,喝过的占3%。消费者普遍反映,不知道赤壁青砖茶;个别反映不如绿茶、红茶方便。

在咸宁温泉:走访21家机关事业单位,没有单位用赤壁青砖茶作日常用茶,只在大

型活动时,才作为会场用茶。走访15家茶楼、茶店、超市,有12家经营赤壁青砖茶,占80%。调研57名消费者,知晓率86%,其中喝过的占79%。

在武汉市:走访机关事业单位2家、酒店3家,茶楼、茶店39家,消费者116名,90%不知道赤壁青砖茶。走访了陆羽茶都、汉口一品茶市场、硚口茶叶市场、徐东茶叶市场、汉口知音茶叶市场、洪山广场,仅有5家茶店有赤壁青砖茶销售,但都只用一格小柜台摆几块砖茶。汉口知音茶叶市场和陆羽茶都各有一家赵李桥茶厂专营店,但都处于关门状态;洪山广场有一家羊楼洞茶业专卖店在营业。

在黄冈市:走访机关事业单位、酒店共10家,6家不知道赤壁青砖茶,另4家都没有喝过。走访茶店8家,没有赤壁青砖茶销售,其中4家不知道赤壁青砖茶。调研消费者79人,知道的有25人,占32%;喝过的有4人,占5%。

另外,通城、崇阳、襄阳、宜昌、仙桃、鄂州等地与通山、黄冈情况都差不多,大同小异。总体上来看,尽管样本不够全面,有些样本可能不具有代表性,但仍能反映出:赤壁青砖茶存在知名度、知晓率不高,营销网点少,饮用人群少等问题。综合分析,我认为,主要还是赤壁青砖茶品牌的影响力不够,龙头企业带动能力不强,企业整合合力没有形成,市场营销战略谋划不深。

(三)湖南安化考察情况。我带领11家单位和5家省级以上龙头企业负责人考察了湖南安化。拜访了中国工程院院士、湖南安化黑茶产业发展首席科学家、顾问刘仲华先生,及安化县政府主要负责同志,走访了华莱、白沙溪、湖南第一茶厂等3家龙头企业,重点了解安化黑茶销售情况。安化县从2007年开始抓茶产业,2019年,实现茶叶综合产值约200亿元,占全国黑茶市场销量的32%。

安化黑茶都卖到哪里?在考察中了解到,安化黑茶主要市场在湖南本省,约占年销售量的58%;省外主要销往山东、广东等地;少量边销,主要是新疆市场,约占年销售量的0.5%。部分产品出口20多个国家和地区。

安化黑茶怎么卖出去的?在考察中了解到,安化主要采取直销、个性化定制、众筹、“互联网+”等营销模式,在全国有品牌形象店4万多家。湖南省委、省政府高度重视安化黑茶发展,湖南各级党政机关、事业单位、宾馆、酒店、企业、普通消费者都消费安化黑茶。企业分工合作,华莱主营销,主要采取直销模式;白沙溪、安化第一茶厂等老牌企业主要生产加工传统产品,采取传统营销模式营销;其他加工企业主要为3家龙头企业生产产品。2019年华莱、白沙溪、安化第一茶厂产值分别达到150亿元、12亿元、10亿元,占全县茶叶产值的87%。

安化黑茶都是哪些人在喝?通过考察和查阅资料了解到,安化黑茶70%消费者是30-50岁年龄段人群,其次是50岁以上人群,年轻人较少,男性多于女性。这些消费者中,80%出于安化黑茶的健康功效而饮用,15%是因独特的口味与文化而饮用,还有5%是因习惯而饮用。

安化黑茶价格怎么样?考察中了解到,安化黑茶均价每公斤约200元,高的价格每公斤过千元,最低的每公斤约50元,低价茶主要销往边销市场。

与安化黑茶相比,赤壁青砖茶还存在很大差距:一是茶业总量不大,不足安化十分之一;二是市场定位不准,主要依赖边销和本地市场,没有走出去;三是营销模式落后,主要采用传统订单和开专卖店模式,市场谋划不深,网点布局不够,专业营销人员少;四是产品创新不够,一块砖打天下,便捷化产品不

多,档次不高,饮用不方便等。他山之石,可以攻玉。下一步,我将进一步深入总结安化黑茶成功经验,深入研究青砖茶发展问题,推动成果转化运用、为我所用。

二、下一步着力点

(一)坚持创新发展,做好顶层设计

1.加强组织领导。争取将发展赤壁青砖茶产业上升为咸宁市级战略甚至是省级战略,从咸宁市级层面成立赤壁青砖茶产业发展领导小组,明确一名“四大家”领导专抓赤壁青砖茶产业发展。赤壁市成立茶叶发展办公室,由市委、市政府安排一名主要领导挂帅,担任茶办主任,一名副县级干部担任茶办常务副主任,具体抓牵头、抓实施、抓落实。

2.加快战略谋划。借鉴安化经验,聘请茶界顶级专家担任赤壁青砖茶产业发展顾问,全盘谋划赤壁青砖茶产业发展战略,高标准编制赤壁青砖茶发展规划。目前,我们已经组建了赤壁青砖茶研究院,聘请中国工程院院士、湖南农业大学教授刘仲华担任赤壁市茶产业发展首席科学家、赤壁青砖茶研究院院长。

3.出台扶持政策。坚定赤壁青砖茶产业发展战略,保持支持力度“只增不减”,调整原有茶产业发展扶持政策,建立与战略定位相匹配的扶持政策,把扶持重点放到市场开拓、技术创新和龙头企业培植上来,集中人力、物力、财力精准滴灌,不搞大水漫灌。

(二)坚持协调发展,培植龙头企业

1.培育混合制龙头企业。采取国企牵头、民营企业入股的模式,整合优质资源,培育一家混合制龙头企业,由国企控股。发挥龙头企业带动作用,组织企业抱团闯市场。

2.推进企业分工合作。龙头企业主要负责产品研发、开拓市场,对外销售,一、二、三产业融合;其他生产企业按照自愿原则,负责按照标准生产产品,实行订单生产。

3.加强产业发展服务。发挥龙头企业作用,组建赤壁茶学院、黑茶检测中心、大数据中心、砖茶交易市场等全产业链服务机构。开展人才培养、质量检测、茶叶交易等服务,为产业长远发展提供战略支撑。

(三)坚持绿色发展,提升产品质量

1.健全标准体系。茶叶作为食品,所面临的食品安全压力只会越来越大。要由政府牵头,坚持质量优先,遵循“四个最严”要求,建立涵盖种植、加工、营销、流通、服务等全产业链的赤壁青砖茶产业发展标准体系,推动上升为国家标准。

2.推动标准化生产。建设赤壁青砖茶生产加工产业园,引导茶叶生产加工企业进园区。加快推动标准使用,各个环节全部按标准实施,做到“有标必依、执标必严”。创建农产品质量安全示范区(市)。

3.加快产品研发。顺应时代发展要求,改变赤壁青砖茶在消费者心中“大块砖”的形象,加快时尚化、便利化产品开发,如:颗粒茶、速溶茶、黑茶饮料等,推出方便泡饮、方便携带以及产业链条延伸的产品。加强赤壁青砖茶功能研究,提升产品附加值。

4.加强市场监管。健全监管体系,建立从茶园到茶杯全过程监管体系。强化全程质量监控和跟踪溯源,抵制产品以次充好、低价恶性竞争。实行动态管理,定期抽检,发现不

大学习 大调研 大讨论 大统一 大转变 大落实

加快推进咸宁高质量发展

发放微贷 40.7 亿元

咸宁农商行聚力微贷服务实体经济

本报讯 通讯员黄华、金时军报道:7月20日,咸宁农商行提供的一份数据显示:截至6月末,微贷余额40.7亿元,比年初净增17.4亿元,微贷客户1.8万户,比年初净增5800户;微贷占比14.4%,比年初提升5.4个百分点。

近年来,咸宁农商行全力以赴发展微贷。“微贷具备灵活、便捷、安全的特性,符合小微企业和三农的需求。”市农商行有关负责人介绍。

该行精心挑选10个二级支行为微贷转型示范行,实现百分制考核,其中微贷投放占比一半。实行市行直管,人事由市行直接调配,任务由市行分配,工资费用由市行管理,工作推进由市行包点部门帮扶和督办,示范行负责人参加市行会议。实行简易核算,示范行按存贷利差、内部资金转移定价,由财务会计部按月简易核算综合效益。实行特色经营,结合区位优势、市场环境等,“一行一品”,准确定位各行经营特色,其中,5家农区支行为党建引领领微贷示范支行,3家城区支行为消费微贷示范行,2家工业园区支行为小微企业微贷示范行。

该行增强审批力量,从优秀客户经理中选拔人员到小微金融部工作;增加客户经理数量,全市增加客户经理50人,其中本级18人;完善客户经理制度,同步建立专职、兼职两类客户经理队伍,鼓励全员营销;每周二作为“微贷线上宣传日”,发动全行干部员工在微信群、朋友圈转发宣传海报;每月组织一次集中进企业、进单位、进高校开展宣讲活动;各网点根据当地情况,开展线下宣传活动,张贴海报。

该行按月对微贷投放后6名二级支行行长进行约谈;末位淘汰机制,对连续6个月微贷投放排名后3位且没有完成微贷投放任务的支行行长直接免职;业绩导向机制,所有员工年度考核、岗位调整都必须由市行小微金融部提供业绩证明,微贷业绩不达标的一律不得进城进机关和提拔重用。

同时,该行引入科技力量支持微贷。微贷营销接入云上咸宁、咸宁网两个流量较大的平台,并安排人员做好维护。借助七星营销平台,为466名员工设置使用账号,配置专属营销获客二维码。通过获客链接,推荐客户800多户,审批通过88户,授信2280万元,储备3400万元。

聆听客户诉求 解决资金需求

通山农商行助力酒店业复工复产

本报讯 通讯员汪丽娜、胡亚芳报道:随着疫情的好转、天气的逐渐炎热,来往通山县九宫山风景区避暑的游客络绎不绝,同比往年游客量稳步上升。

“歇业这么久,终于迎来我们酒店业的春天,有了你们的资金支持,这个夏天一定能挺过。”通山祥丰山庄的合伙人程连香在通山农商行放款到位后,对工作人员信心满满的说道。

九宫山位于通山县境内,横亘与鄂赣边境的幕阜山脉中段,年最低温度零下20摄氏度,最热平均温度21.9摄氏度,是游客冬季滑雪和夏季避暑的理想之地。通山祥丰山庄则是九宫山上经营多年的“老字号”宾馆,一直以来,以其优质的服务获得游客的信赖,来往租客川流不息。年初疫情的发生,使得该宾馆陷入困境,景区“无人问津”,但房租等费用照常支出。眼下,熬过了低谷,迎来旅游高峰期,通山祥丰山庄合伙人们计划将宾馆重新装修,为旺季做充分准备,正在为装修费一筹莫展之际,通山农商行及时伸出援助之手,2个工作日内完成放款40万元,解决了通山祥丰山庄的燃眉之急。



为推动辖内企业复工复产,通山农商行深入行业,对客户进行大走访,了解客户资金需求,第一时间掌握行业情况,结合客户的资金缺口,聆听客户诉求,做好金融服务和支持。

截止7月19日,全行贷款余额39.69亿元,其中为普惠型小微企业放款较4月份净增1240.91万元。

万名员工进小微 金融服务我先行