

打造魅力成都 做好成都茶楼行业

——访成都市茶楼行业协会常务副会长闵少安

杨健

成都市茶楼行业协会常务副会长闵少安先生，温文儒雅，谦逊稳重，做“雀友”麻将机起家的他，现在在为成都 5000 多家茶馆提供相关服务。笔者刚落座，闵会长便拿出一罐红茶，一边泡，一边对我们说：“你知道吗，这款红茶使用四川的茶叶做的，一点都不逊色外省的红茶，四川有很多好茶。”

为成都茶馆行业做好服务

“整个大成都范围内，有 3 万多家茶楼，每天到茶馆消费人次可达 300 万，全世界都罕见，成都茶楼甲天下，成都的茶馆文化源远流长，一直以来是全世界崇尚向往的‘成都慢生活文化’的精华与典范，做好成都茶楼行业，打造魅力成都，是成都走向世界的重要一环，对于整个行业和协会来讲，也是任重而道远。”采访开始，闵会长就用这样一句话概括成都整个茶楼行业的发展前景。

闵会长接着说，“成都市茶楼行业协会（以下简称协会）及我个人一直以来对成都茶楼行业的前景充满信心。2012 年协会成立大会上，我们围绕成都茶楼如何构建规范化、品牌化、标准化、连锁化的一系列问题，邀请余悦、尹智君、舒曼、林治、鲍丽丽、蒋同等全国茶馆业、茶文化专家举行 2012 中国茶楼行业（成都）峰会，共同宣读并发布了《2012 中国茶楼行业（成都）峰会共同宣言》，为成都茶楼行业发展战略奠定了一系列理论基础，受到了国内外行业的关注。协会成立后，我们还创办了《茶楼通》杂志、建立茶楼通网站，成为全川的茶楼行业媒体平台，为成都茶楼行业学术交流、文化及资讯传播提供了便利。在 2013 第二届中国茶楼行业（成都）峰会上，协会首次公开提出‘星级茶楼体系’，成为业界普遍认同的成都茶楼行业走向规范化与标准的新希望。协会发展至今已拥有茶楼会员 1000 余家，供应商会员 100 余家，在茶楼行业规范与标准、茶楼行业人才培养与招聘、茶楼物资采购平台搭建及茶楼行业对外沟通交流等方面做出许多贡献，成为全国茶楼行业重要的组织之一。”

茶楼行业标准化大势所趋

“穿越时代变迁的成都茶楼行业正面临革新，要适应现代化的新挑战，成都市茶楼行业协会不能固步自封，形成统一规范的行业标准，整合资源形成区域大品牌，增强创新意识、丰富产品服务是必行之道。”提到成都茶楼行业的突破之路，闵会长不假思索地给出自己的答案。

“‘多、弱、散、乱’是成都茶楼发展症结所在，为改变这个老生常谈但一直有待解决的问题，协会推出了‘成都茶楼星级体系’（以下简称为体系），这一体系将在今年 10 月全面实施，这对整个行业来说是一个好消息。”闵少安向记者介绍到协会今年的这一最大动作。

据记者了解，协会于 2013 第二届中国茶楼行业（成都）峰会首次公开提出“成都茶楼行业星级体系”，今年初，成都市茶楼行业协会受省商务厅、省质监局委托，开始调研省内外的茶楼，并于近日拿出了《四川省茶楼行业服务规范及星级划分标准》讨论稿。10 月，该体系将在成都茶楼行业全面实施。据闵少安介绍，“体系”的形成经过了反复的实践与论证，在全省 1000 家茶楼大范围调研，并广泛听取了省内外专家及茶楼经营者的意见。“体系”涵盖了茶楼规模、设备设施、茶叶质量、服务能力、管理水平、技术力量、环境卫生等 7 个方面内容，将根据以上 7 个方面指标综合考量每一家自愿加入的会员茶楼，并将茶楼划分为 5 个等级，5 星为最高标准。闵少安认为，星级体系实施的好处是显而易见的，对于消费者而言，“体系”让茶楼质量与服务质量显而易见。对于茶楼本身而言，“体系”为其验明正身。对于整个行业而言，“体系”将使得茶楼行业发展有规可循，促进合理竞争、健康发展。

川茶多元化才能抢占茶楼市场



当笔者提到希望寻找一些成都茶楼和川茶之间的关系时，闵会长说，“中国最早的茶馆起源于四川，茶楼一直以来是外界发现成都的窗口和名片，在十年前外省茶叶产品还未大举进军四川之前，成都茶楼一直以川茶消费为主，比如，茶楼老三样：竹叶青、毛峰、花茶。近些年，外省茶叶抢占四川市场对茶楼市场上的川茶消费造成很大冲击，但庞大的成都茶楼行业依旧是整个川茶行业不可或缺的前端与出海口。”

成都茶楼该如何扮演好四川茶叶的推销员，川茶产业又该以什么样的面貌登上茶楼舞台，稳固主角地位？作为茶楼行业的敏锐观察者、茶楼经营管理理论的实践者，闵会长给出了自己的意见。他认为，“成都茶楼消费川茶，



那是过去式。随着外地茶叶的进入，四川茶叶消费多元化势不可挡，茶楼继续以卖川茶为主根本走不通。现在成都茶楼市场，以经营外地茶为主要内容的茶楼遍地开花。所以对于茶叶来讲，茶楼只是扮演一个开放的口岸、共赢的平台，这样的开放性同样适合咖啡及其他饮料。所以川茶产业如何在茶楼消费扮演主动权还在于川茶产品、在于川茶企业。如果川茶优于其他地方茶叶，茶楼没有理由不卖川茶。当然，作为四川本土茶楼协会、四川本土茶人，应该对川茶多一份热爱，川茶是成都茶楼文化形成的基础，是成都茶楼文化的灵魂，不可丢弃。

川茶不能与绿茶画等号

当记者问及四川作为全国名列前茅的产茶大省，有着最优质的茶叶原料，有着最深厚的文化底蕴与最精良的制茶工艺，但是长期以来四川以茶叶原材料输出的身份处于全国茶叶市场的底端，尤其在一些高端茶楼，品普洱、品乌龙更为盛行，这不禁让很多四川茶人感到心酸。闵会长说，“有人说川茶差，我认为不然，川茶一直很好，这是事实。川茶之所以卖不出好价，是因为‘茶品’太单一，品茶太枯燥，缺乏产品所蕴含的内涵与附加值。就茶叶产品在茶楼的消费来讲，老成都茶馆一杯开水，二两花茶的饮茶方式便捷而且实惠，非常适应当时市场上的消费水平和消费需求。而随着消费水平的提升和消费需求的多元化，简易的川茶品茗方式已经不能满足现代人的需要，我们要变。四川茶不能与绿茶画等号，四川茶也能做红茶、做黄茶、做黑茶。我们缺的是大胆进行产品工艺革新的魄力和勇气。同时，在品茗方式上，我们也有自己的一些方法，逐步形成我们四川独有的饮茶方式，再通过文化和媒体的影响，我相信川茶必然也能戴上高大上的光环。”

采访结束，闵会长一直将笔者送上车，闵会长说，“协会成立至今，虽然我们不遗余力地做很多事情，但还有大量的工作等待着协会及整个行业同仁一起去完成，特别需要政府、企业、媒体的共同关心和支持，茶楼行业严格意义上是服务行业，但在茶产业链中是重要的终端消费市场，目前在这个领域关注品牌茶的市场非常大，还属于尚未开发的处女地。我们希望能有更多的人来关心这个行业，更多的茶企来关注这个行业，共同发展，共同探索，四川茶楼市场一定是川茶未来的重要市场。”

商会搭建平台促进非公企业经济发展 泸州白米镇商会发展纪实

曾建梅

合江县白米镇商会于 2013 年换届以来，结合该镇发展实际，坚持协调有关职能部门，积极搭建平台，强化服务意识，创新工作方法，成为推动该镇经济社会发展不可或缺的力量。

搭建服务平台，促进经济发展

白米镇商会有在册会员 56 名，其中会长 1 名，副会长 10 名。为较好服务非公经济企业发展，商会于每年 2 月份，与企业联系，开展上门调查走访，发放调查摸底表，了解企业的真实情况。特别对会员反映的诉求、急需办理的手续等，建立台账，并逐一办理销号，主动为企业服

务，促进辖区内非公经济健康持续发展。

搭建学习平台，拓宽会员眼界

白米镇商会牢固树立“团结、服务、引导、教育”的理念，每一个季度组织商会会员外出学习培训。商会换届一年多以来，组织会员外出参观学习 12 次，培训人数达 120 余人次。会员们针对企业面临的难题，到成都、重庆、泸州等地，参观蔬菜基地建设、产业发展等，回来着力解决企业发展难题。

搭建沟通平台，解决企业困难

白米镇商会在给非公企业传达镇党委、政府决策部署的同时，多方了解企业在发展中面临的突出问题和矛

盾，并引导人大代表、政协委员深入企业开展调研，以建议、提案、社情民意等形式反映问题，提出意见，为党委、政府决策提供参考。

搭建帮扶平台，展现自身价值

白米镇商会在广大会员中广泛开展“致富思源，富而思进”等系列活动，鼓励引导会员投身光彩事业、参与慈善捐助等形式，回报社会，奉献爱心。商会组织会员利用每年春节慰问困难群众，六一儿童节看望留守儿童，七一慰问困难党员，九九重阳节为敬老院捐赠过冬物品等。今年以来，商会会员们捐款 10 余万元，用于改善敬老院设施，为留守儿童购买生活、学习用品等。

车司机‘宰一刀’？怎么从酒店去景区……细节上的无缝对接，是吸引更多消费者的关键。”童卫建议，四川要打消游客对“最后一公里”的犹豫，不要让游客因为在细节上缺乏安全感而望而却步。

童卫说：“游客到了火车站能不能顺利打到出租车？会不会被出租

盾，并引导人大代表、政协委员深入企业开展调研，以建议、提案、社情民意等形式反映问题，提出意见，为党委、政府决策提供参考。

搭建帮扶平台，展现自身价值

白米镇商会在广大会员中广泛开展“致富思源，富而思进”等系列活动，鼓励引导会员投身光彩事业、参与慈善捐助等形式，回报社会，奉献爱心。商会组织会员利用每年春节慰问困难群众，六一儿童节看望留守儿童，七一慰问困难党员，九九重阳节为敬老院捐赠过冬物品等。今年以来，商会会员们捐款 10 余万元，用于改善敬老院设施，为留守儿童购买生活、学习用品等。

车司机‘宰一刀’？怎么从酒店去景区……细节上的无缝对接，是吸引更多消费者的关键。”童卫建议，四川要打消游客对“最后一公里”的犹豫，不要让游客因为在细节上缺乏安全感而望而却步。

童卫说：“游客到了火车站能不能顺利打到出租车？会不会被出租

盾，并引导人大代表、政协委员深入企业开展调研，以建议、提案、社情民意等形式反映问题，提出意见，为党委、政府决策提供参考。

童卫说：“游客到了火车站能不能顺利打到出租车？会不会被出租

牵手上海股交中心 四川商会打造企业孵化基地

李阳

抱团融资成为企业寻求资源的新途径。据重庆商报消息，9 月 28 日，重庆市四川商会与上海股权托管交易中心达成战略合作协议，签订《重庆市四川商会上海股权托管交易中心战略合作协议》，双方共同打造“重庆市四川商会企业孵化基地”，商会会员企业可通过股交中心直接融资。

重庆市四川商会会长刘达平在接受记者采访时表示，此次与上海股权交易中心成功签约共同打造“重庆市四川商会企业孵化基地”，目的在于充分发挥长江经济带中上海与重庆的地理位置优势，挖掘长江流域广阔腹地蕴含的巨大市场，抓住国家打造“长江经济带”的黄金机遇，结合商会企业发展的需求突破自身发展的瓶颈，促进商会抱团企业不断升级壮大。在刘达平看来，此次合作在拓展中小微企业融资渠道、缓解融资难方面，找到了新途径。当然，该途径的尝试，也为商会在活跃的金融市场融资进入更大资本市场融资做准备。

在合作协议下，上海股权托管交易中心支持重庆四川商会会员在渝按照相关规定开展开户受理等业务，这无疑将方便本地企业原始股东及投资者办理开户及相关手续，并可借助自身的金融服务优势为商会推荐的会员企业进行股权融资等金融服务。

刘达平告诉记者，商会与股权托管交易中心合作，帮助会员企业融资是一个崭新的东西，会员企业如何从中受益仍在探索。达成合作后，商会将与上海股权托管交易中心建立紧密与高效的信息沟通渠道，进行不定期的合作研讨及互派人员交流，促进双方实现资源共享、深化在资本市场与金融创新方面的合作探索。

重庆酒类流通商会筹备组负责人则向记者表示，中小企业单打独斗难以获得金融机构的长期信任，因此现在不少商都均在思考通过抱团融资的方式，解决中小企业的融资难问题。重庆酒类流通商会也正在与易极付等互联网企业洽谈，有望达成合作，一旦成行，会员企业的融资需求将可以通过商会这个平台实现。



打造平台 整合养老养生市场 优势资源 四川省养老产业商会授牌暨成立大会召开

游尤

汇集八方资源，行孝天下老人。在喜迎伟大祖国成立 65 周年之际，九九重阳节前夕，四川省养老产业商会授牌暨成立大会于 9 月 28 日在成都·双流公兴镇·驿驿源大酒店举行。出席成立大会的领导有四川省民政厅民间组织管理局副局长罗百益、四川省工商联副主席陈建、省老龄委主任张晋川等，以及四川省养老产业商会成员单位、兄弟商会、相关行业单位、媒体代表等共计 300 余人齐聚一堂，共同见证商会成立与发展。

四川省养老产业商会的成立与发展得到了相关主管部门的高度关注。四川省民政厅民间组织管理局副局长罗百益为四川省养老产业商会授牌并讲话。罗百益副局长对四川省养老产业商会的成立表示热烈祝贺，并对商会筹备、成立、发展的相关工作给予肯定，希望商会抓住机遇，乘势而为，加速发展，继续走在同行前列，为我国“积极老龄化”、“健康老龄化”事业做出自己的贡献。

四川省工商联副主席陈建在会上讲话。陈建副主席在充分肯定商会工作所取得阶段性进展的同时，对商会发展提出了几点要求并表示，省工商联会尽量加大扶持养老产业发展的力度，大力支持四川省养老产业商会健康有序的发展。

四川省养老产业商会会长龙思明在会上向与会嘉宾介绍了商会成立背景、运营理念、发展宗旨、组织机构等基本情况，并代表商会感谢社会各界对商会发展的关心和支持，号召大家携起手来，为社会分忧，助天下儿女行孝，助天下老人安康。

会上，相关领导分别为商会顾问团、商会常务副会长单位、副会长单位、理事单位、会员单位等颁发聘书和授牌。商会还先后与西华大学人文学院、成都农商银行双流支行、北京集佳知识产权代理有限公司、重庆商会等进行签约仪式。兄弟商会代表、相关行业代表等向商会成立发表贺词。

午宴结束以后，几十位养老事业从业者共聚四川省养老产业商会“养老”主题论坛交流会，共话养老产业发展相关议题。

据了解，四川省老产业商会由四川明科健康产业发展有限公司、西藏藏医学院藏药有限公司、四川省建筑设计研究院和乐山老年病医院等 70 余家企业和单位发起，在省民政厅、省工商联的提倡和关怀下，在社会各界的大力支持和帮助下，经过半年的筹备，于 2014 年 6 月 10 日省民政厅正式批准成立。四川省养老产业商会是全国首家正式批准的省级养老产业商会。

为社会分忧、为政府解难、为老人行孝，为企业搭台、为行业服务——四川省养老产业商会旨在搭建一个信息交流、投融资、资源共享的平台，积极开展省际与国际合作，整合养老养生市场优势资源，为老年人提供一种新型的、多领域、多类型的养老新模式，推动养老产业向规范化、规模化、科学化方向发展。

刘星、刘若辰

中国旅游正处于一个大变革时期，在这种涌动着创业激情的时刻，四川面临的转型更加急迫。9 月 27 日，首届旅博会主论坛——全球旅游发展新业态高峰论坛的研讨环节中，四川旅游未来走向引发热议。

四川省旅游局局长郝康理指出了四川旅游企业的应对之道在于景区、企业、饭店更多的融合。亚太旅游协会首席运营官马里斯·哈迪则着眼于端出更多文化大餐。他想为四川打造一个少数民族文化周，让四川的少数民

族展示自己的文化、食品和风俗习惯。

马里斯·哈迪分享了一个小故事：“我的一位朋友带回来一本（关于）乐山的印刷精美的画册。这本书真是太漂亮了，但是文字是很中式化的英文，我根本看不懂。”对这种普遍存在的问题，马里斯·哈迪给出一个小建议：“由以英文为母语的专家编写旅游宣传资料的文本，避免很多美丽的细节在翻译过程中丢失。”

中国国际旅行社总社有限公司副总裁童卫的“最后一公里”理论则赢得了在场嘉宾和网友的认同。童卫说：“游客到了火车站能不能顺利打到出租车？会不会被出租

