让川茶品牌享誉四海，让川茶产品香飘五洲，让一片小小的天府茶叶承载着五千年的中华文化走向世界

四川省川茶品牌促进会挂牌成立

■ 本报记者 樊瑛 张建忠 摄影 丹雯

12 月 12 日，四川省川茶品牌促进会挂牌成立。四川省副省长曲木史哈、四川省发改委、省财政厅、省民政厅等相关省级单位、四川省川茶品牌促进会顾问及专家、四川省茶叶主产区农业主管部门领导、促进会成员单位以及四川日报、企业家日报等新闻媒体 300 余人出席会议。会议由四川省农业厅副厅长涂建华主持。

会议通过举手表决，通过了四川省茶叶品牌促进会章程，产生了第一届理事会单位，推荐四川省茶叶集团股份有限公司董事长颜泽文担任四川省茶叶品牌促进会会长。四川省茶叶品牌促进会是在四川省提出建设茶产业强省，大力培育产业品牌，建成千亿茶产业目标的背景下营运而生的，促进会是一个“立足品牌、面向市场、服务企业、惠及茶农”专业性协会组织。

曲木史哈在会上作了重要讲话，他要求促进会一定要增强发展四川优质茶叶品牌的责任感和使命感，完善和落实川茶产业转型升级的办法和措施，进一步整合四川茶叶品牌资源，抱团出击，共同打造川茶大品牌，提升川茶知名度和美誉度，提升川茶的国内外市场竞争力。

目前，川茶面积、产量和产值居全国前三位，特色和优势明显，但没有像铁观音、龙井等叫得响的区域品牌；且加工企业 4000 多家，千家万户种茶、千企万厂制茶、千牌万品卖茶局面没有根本改变，全省近 60%茶叶以原料形式销售。

今年，四川省政府一号文件首次聚焦川茶转型升级，提出到 2020 年建成千亿川茶产业强省目标，明确首要任务就是大力培育产业品牌。11 月，由川茶集团、米仓山茶叶集团等企业发起，四川省民政厅批准同意成立四川省川茶品牌促进会。

川茶品牌促进会将指导企业组建品牌联盟、打造联盟品牌，为川茶企业提供品牌规划、培育、交流、推广、营销、升级、拓展等多渠道全方位服务，提升川茶品牌市场竞争力。全方位宣传，统筹联盟品牌宣传的广告策划和投放；加强联盟渠道建设，在主销区建设联盟品牌展销专区，走出去建立川茶联盟品牌连锁店和专卖店，并建设联盟品牌电子交易平台，积极开拓电子商务销售渠道；抱团拓展市场，组织联盟企业到海内外茶叶主销区开展大规模、多形式推介活动，促进联盟企业抱团出川，开拓国内外两个市场。

这次大会选举四川省茶业集团股份有限公司董事长颜泽文为首任会长，颜泽文表示：川茶品牌促进会是一个“立足品牌、面向市场、服务企业、惠及茶农”的专业性协会组织。作为促进会，其工作主题必然是“促进”，目前促进会构想提出“五个促进”：

●大会现场

●四川省人民政府副省长曲木史哈（右）为四川省川茶品牌促进会授牌

●四川省茶叶集团股份有限公司董事长颜泽文担任四川省茶叶品牌促进会会长，会中接受新华网、企业家日报记者采访

●会议由四川省农业厅副厅长涂建华主持

一是促进四川茶业品牌化，这是促进会运行的战略方针。众所周知，四川省是茶叶产业大省，也是茶叶消费大省，茶园面积、茶叶产量均居全国第二，茶叶品质位居国内前列，但纵观全川茶产业，大量的优质川茶是以散茶和原料茶的形式流入了市场，产品的品牌化程度依然较低。基于这样的产业现状，川茶品牌促进会将以推动四川省茶产业品牌化进程为着力点，倾力打造国内外知名的川茶共享区域品牌，将“品质川茶”打造成“品牌川茶”，快速提升川茶品牌知名度、美誉度，提高四川茶叶产品的品牌附加值和盈利水平，从而带动整个川茶产业的品牌化转型升级。

二是促进川茶品牌规范化，这是促进会发展的重要保障。产品、技术和品牌应用的标准化与规范化是提升川茶品牌品牌地位、推动川茶品牌发展的必要前提。目前，我省茶行业技术发展水平参差不起，茶业品牌规模小、布局散，亟需形成统一规范的品牌合力。面对这样的产业格局，川茶品牌促进会将根据不同市场、不同消费者的需求，结合川茶自身的特色和优势，建设与完善安全保障体系以及规范共享品牌体系等多种方式，提升川茶品牌的规范化，引导川茶品牌的可持续发展。致力于打造一个高标准、现代化、科学化的川茶品牌，在全国茶行业中树立川茶品牌的科技标杆、品质标杆和品牌标杆。

三是促进川茶品牌专业化，这是促进会工作的核心手段。品牌建设是一个全方位、多层次、专业化的智力密集型执行进程，因此川茶品牌促进会将会引入专业的品牌运营与管理团队，围绕着川茶品牌定位、策划、设计、推广、应用、管理这六大品牌战略核心开展工作。促进会将从川茶产业发展的高度对川茶品牌进行定位和分析，规划川茶品牌的发展路径和战略布局，引进专家团队和外部资源，整合传播资源，参与国内外知名展会、论坛等各种行业交流平台，从而引领川茶共享区域品牌进入现代化品牌营销的快车道。

四是促进川茶品牌市场化，这是促进会发展的战略目标。让品牌价值带来市场效益，是川茶品牌建设的最终目的。川茶品牌促进会将通过品牌市场策划、营销专业培训、销售渠道开拓和市场资源共享等方式，组织会员企业抱团开拓市场，改变过去企业各自为战、面对大型渠道缺乏话语权、面对创新销售形式缺乏专业经验的局面，以统一而强大的川茶达品牌面对市场，抢占市场资源，提高川茶品牌的市场盈利能力。

五是促进川茶品牌国际化，这是促进会既定的奋斗愿景。茶为国饮。从目前国内茶叶产品出口的结构来看，大宗茶和原料茶依然占主体，世界性的中国品牌茶市场仍然空缺。川茶品牌促进会将牢牢把握这一发展空间，积极组织会员企业认真落实省政府“走出去”战略，借助川茶这一平台，向世界市场推广四川茶品牌、中国茶品牌，向世界传达“茶叶发源在中国、中国好茶在四川”的核心理念，并通过“中国好茶”的品牌定位，让四川茶品牌成为中国茶的代表品牌。

最后，颜泽文充满激情地说：“我相信在四川省委、省政府的正确领导下，在四川省农业厅的精心指导下，在全体会员企业的共同努力下，四川省川茶品牌促进会将务实进取、奋发有为，让川茶品牌享誉四海，让川茶产品香飘五洲，让一片小小的天府茶叶承载着五千年的中华文化走向世界！”

招聘“新常态”：高端人才需求仍然旺盛

随着中国经济进入新常态，不少用人单位也压缩招聘规模或调整招聘结构，给大学毕业生就业带来挑战。但是，记者在日前由中国工信部人才交流中心主办的高级人才洽谈会上发现，企业在招聘“新常态”下对高端人才的需求仍然旺盛。

一位来自中国石油大学的硕士生告诉记者，今年的招聘会数量明显少于往年，所以虽然赶过来需要两个小时，自己也决心“试试运气”。不过他发现，很多企业只要“博士生”，自己的简历根本投不出去。学习力学专业的甄彩茹说，自己的学科偏理论研究，本来就不好找工作，今年“只能重点试试科研院所和大学”。

多家用人单位负责人向记者表示，虽然企业压缩了一般性招聘需求，但随着转型升级的迫切，现在对高科技人才尤其是研发和设计方面的需求反而是增加的。第二次参加高端人才洽谈会的同方威视人力资源部负责人龚女士甚至表示，企业今年的用人需求是“井喷”性的，目前大学毕业生“断档”现象严重。

负责此次洽谈会的工信部人才交流中心市场处处长田辉说，很多企业对高级技能人才的需求仍然处于饥渴状态，但因为人才培养机制问题，“新常态”下供求关系呈现结构性矛盾。

不过，就业形势的“新常态”也给很多非一线城市的用人单位以及中小企业带来了机会。湖北理工学院人事处副处长董永辉说，就业新常态下，名校毕业生应该看到，二三线城市也是就业的“热土”。

此次洽谈会吸引了近百家来自全国各地的企业、科研机构及高等院校，一些企业为了吸引高端人才也是开出了优厚条件，在专为技术人才提供的 700 余个职位中，很多企业都开出了 20 万到 50 万的年薪。通过洽谈，参会单位平均 60%的职位与求职者达成初步意向。 （刘彤 方栋）

年底跳槽遇“冷风”资深人士行情有变

又到了年底，往年的这个时候，跳槽市场都是一片欣欣向荣的景象。今年的跳槽市场是怎样的一番景象呢？

李先生，研究生学历，在化工行业做研发，有 6 年的工作经验。去年年底，由于晋升压力他曾经考虑过跳槽，所以在招聘网站上投递过简历，结果收到了很多企业打来的电话，这其中不乏业内数一数二的龙头企业。后来在公司的挽留之下，他放弃了跳槽的打算。今年年底，由于公司业绩的下滑，很多人都有了跳槽的打算，李先生也不例外。但是在投递一番简历以后，他发现今年收到的反馈比往年要少得多。而很多的企业也纷纷表示，今年的招聘计划较往年有一定的减少和压缩。

在英才网联曾做过的一份关于年底跳槽的调查中，六成职场人都有跳槽的打算。大部分是因为发展的前景和薪水福利。

今年 10 月份开始，英才网联的职业指导后台的简历指导投递率出现了大幅的增长，较上个月同比增长了 30%左右。也有很多人都提出了相同的问题——为什么今年年底收到企业面试通知的次数越来越少？其中 40%左右的提问者是工作了 3–6 年的职场熟手。

在往年，有这工作经验的跳槽者是企业最为青睐的对象，但是今年他们似乎不再受到企业的喜欢。

受到整个经济大环境的影响，传统行业资深人士已经不再如往年吃香。有一些行业总监主动降薪转行。但是在一些新行业，如互联网行业的相关人才却是“一将难求”，薪水也普遍上涨三到五成。

英才网联的就业指导专家指出，跳槽的主要原因有 4 个：薪酬待遇过低、岗位上升遭遇瓶颈、行业发展空间狭小和不符合自身兴趣。

在决定要跳槽之后，要多参加同类型企业的面试，多看多了解。因为面试不仅仅是看哪家企业符合自己的要求，更要在与各家企业相关负责人的交流中看清行业走向，这样才能更加准确地定位自己的发展方向。

需要特别提醒的是，离开原单位时一定要好聚好散。行业的圈子很小，撕破脸对自己的职业之路没有半点好处。在面试时，也一定要流露出对原单位的感激之情，切忌指责数落。

成功找到新工作后，要关注是否能拥有更和谐的同事关系，是否更有利于职业生涯的发展，是否更容易晋升等，从多方面评估新工作。这样能帮助你更理性地看待工作，更理性地认识自身的能力和缺陷。 （黄晶晶）

2015 年会计的十三个职业发展方向

很多人还在学校的时候，对于会计职业的了解仅限于出纳、财务或者会计师事务所的一些职位，对未来的职业发展并没有一个很好的规划。其实，会计在职场的发展方向还有很多。

1、会计信息系统实施专家，ERP 专家：侧重于企业信息化，和财务管理，财务会计信息化，了解会计和软件 。

2、理顾问，财务顾问：侧重对企业实践进行策划，指导，辅助，咨询。

3、会计专家，教授学者：侧重研究和规范会计制度，准则，理论，教学。

4、财务总监：企业财务管理，管理会计，报告，分析，预算，控制，成本，价格，流程，制度等等。

5、基金经理，CFA(财务经理)：资本运作，资金管理，投资管理，基金股票，企业并购，筹资，上市操作等等。

6、内部审计师，内部控制经理：侧重企业内部财务制度控制，财务风险控制，舞弊控制等等。

7、CPA，合伙人，会计师事务所：外部审计师，职业资格。

8、税务经理，税务代理：侧重于政策法规，企业策划，税收筹划，商务设计，企业并购。

9、风险经理：保险，风险控制，保险经济人：侧重于企业财产风险控制，责任风险控制，经营风险控制。

10、财务部经理(会计经理)：会计，企管，政策，组织。

11、CFO：股东价值，战略，决策。

12、公司法律顾问：策划，股份制改造，兼并收购，企业政策咨询，合同审核，商务结构安排。

13、总经理，副总经理，总经理助理，部门经理：企业全方位管理，必须了解销售及市场等业务流程。 （董傲）

七大热词折射人力资源行业大势

2014 年在人力资源领域有哪些热词？它们体现着怎样的动向？将产生哪些颠覆？

云组织。云组织是互联网时代的一种企业组织和合作形态，是在虚拟企业和企业联盟的理念基础上延伸、发展、演变而来的。与传统的企业组织形态相比，云组织更加强调“开放、协作、共赢、整合”的理念。借助云组织这种形态，企业可以有效地降低风险和成本、获得更多可用资源、提升自己的综合竞争力，几乎任何企业都可以将其组织形态融入云组织的特征。

互联网思维。互联网思维，在(移动)互联网、大数据、云计算等科技不断发展之下，对市场、对用户、对产品、对企业价值链乃至对整个商业生态所进行的重新审视的思考方式。可能你做的事情不是互联网，但你的思维方式要用互联网的方式去想问题。最重要的是，今天的互联网思维已不再只是一个较抽象的理念，我们已经看到很多企业在实践互联网思维，引入到商业模式、内部管理、产品设计等实战层面上了。许多知名的企业，在利用互联网思维上已经卓有成效。像海尔互联网转型之下的“小微”、创客，都是互联网思维之下的具体实践。许多企业已将互联网思维应用到人力资源管理的各个模块中，如何用互联网思维去管理员工、培训员工、激励员工、处理员工关系等，这些都对人力资源管理提出了新的挑战。

人力资源效能。所谓人力资源效能，第一关乎人力资源效率，要提高人均劳动生产率，提高人力资本单位产出量；第二关乎人力资源价值创造能力，是要提升人力资源的价值创造能力与人力资本增加值，即人力资本的回报与贡献率。同时，如何通过建立标准职位与胜任力管理系统，去实现职位管理与能力管理系统的动态配置，这些技术手段都是确保效能可视的基础。特别是在互联网时代，如何挖掘与利用碎片时间的人力资源价值，企业已经开始总结更多的经验。例如通过移动社交网络使员工参与学习培训、参与企业微创新、开展团队研讨等等。另外，建立人力资源共享服务平台，完善外包服务体系，构建全面人才发展系统，为组织提供源源不断的价值创造源泉，建立人力资源效能评价指标体系，都是提升人力资源效能管理绩效的有效保障。

数据化人力资源管理。当各行各业都在进行“大数据”升级时，HR 也在推动大数据走入人力资源管理。数据化人力资源，首先应该把人数据化，清楚地知道“人是怎样的”。这包括：他的能力如何？行为特征如何？绩效表现如何？第二，将岗位数据化，明确每个岗位需要什么样的人，进而使组织机构、业务流程、岗位系统不再成为员工释放能力的边界，员工还能跨岗位担纲其他角色，以网络化的方式无边界协作，进一步将人用到极致，将人工成本投产比放到最大。第三，将培训资源(培训内容、形式等)数据化，便可组织、推送给员工最需要的培训支持，每个人获得的培训都是高度定制化的，且学来能用，用来能好，从学习到实践产出的过程几乎没有损耗。第四，将激励资源数据化，每个人获得的激励都是高度定制化的、自己最需要的，同样的成本支出，每个人对于全面薪酬的感知可以放大到极限。

私人董事会。私人董事会在今年开始火爆起来，引领了未来学习的模式。其特点是，由 15 人左右组成的小组，成员间不是同行业的从业者，不会有泄漏机密的顾虑，同时，组内还要签订保密协议，给彼此信任加上了一道安全防线。跨行业的搭配模式，又契合了跨界整合的互联网社交趋势，给企业的 CEO 打开思考的视角，跨界思维的融合，成了私董会受追捧的一个因素。通过提问题，帮助发起议题的 CEO，像照镜子般发现自身问题，并在反思中找出答案，是私人董事会的通用模式。私董会是在教练的穿针引线下，诱发小组成员提出真问题，帮助发起议题的企业主提升自我觉知力，依靠激发内心力量和自我认知的实现。有经营企业经验的退休 CEO，是教练的最佳人选，他们是穿好智慧珍珠的这条线。

移动学习。这是一种在移动设备帮助下的能够在任何时间、任何地点发生的学习。通过移动学习进行员工培训的企业越来越多，像《中外管理》介绍过的京东大学、宁波银行等，都在这方面有卓有成效的实践。移动学习还有更多的想象空间和拓展可能，企业必须利用好这一移动互联时代的学习方式。

外企人才回流。今年中秋之际，微软全球资深副总裁、微软亚太研发集团主席张亚勤，结束了自己在微软长达 15 年的职业生涯。此后，张亚勤将加盟百度任总裁，直接向李彦宏负责。可见，外企的光环，已渐渐失去昔日的魅力。内企的蓬勃发展，早已吸引着外企人才的回流。无论是张亚勤和“谷歌大脑”创始人吴恩达加盟百度、前谷歌大中华区总裁刘允加盟 360，还是谷歌全球副总裁 HugoBarra 加盟小米，及原谷歌投资者关系高管简·彭纳加盟阿里巴巴，均清楚地显示一点：中国企业的快速发展，正让更多外企人才向国内企业回流。同时，也说明经理人更加看注自身价值的体现，以及给予供职企业和社会价值的体现。

最后，你也一定会发现一个明显的特点：2014 的人力资源热词，与移动互联网时代的大背景、信息大爆炸的大环境息息相关。新技术的更迭、新商业模式的构建，直接影响着人力资源管理的方式、起点和最终的结果。人力资源从业者，更应重视时代背景对人、对人的管理的深刻影响，从而构建出更具时代特性的人力资源管理模式。

（仲仁）