

打造大品牌 将宜宾茶名片递向世界

■ 李庆

四川省委省政府提出了“重振川茶雄风,打造千亿茶产业”的战略目标。宜宾作为全省种茶历史最悠久、种植规模最大的茶叶生产区,如何成为川茶产业发展排头兵? 1月20日,宜宾市政府工作报告中有关“宜宾茶叶出口占全省60%以上”的内容,引发与会代表委员激烈讨论。

加大扶持力度助推宜宾早茶发展

距离农历春节还将近一个月,作为宜宾早茶的最早产地之一,江安早茶即将在年前上市。在政协宜宾市四届四次会议上,政协委员刘新利针对“宜宾早茶”发展提出建议,希望加大对江安“中国早茶之乡”产业扶持力度,全力助推宜宾茶产业发展。

“江安早茶不仅在宜宾最早上市,而且富含人体需要的氨基酸,价值极高。”政协委员王华文是江安县竹海仙芽专合社社长,从事茶产业发展已有31年,这次参与提案政府加大对江安茶产业扶植力度,他表示深有感触。

从1995年建茶厂到2006年成立公司和合作社,王华文以“农户+公司+专合社”的营销模式发展,带动大量农户增收致富。他介绍,合作社种茶面积超过10亩的有近60户,年纯利润都在3万元以上。

在王华文看来,江安早茶的发展已有多年,伴随着制茶技术的不断革新,要打响品牌,发挥“宜宾早茶”品牌效应,还需加大扶持力度,专项用于支持品牌打造、技术创新、良繁体系建设、标准化初加工车间建设。不断夯实早茶产业发展基础,提高茶叶加工质量,提高农民组织化生产和管理制度,打造宜宾早茶产业旗舰。

壮大红茶规模整合打响宜宾品牌

如何让“筠连红茶”产生更多的效益?“现在筠连红茶品牌建设还是存在很多问题,比如在生产中没有标准化的安全检测体系,包装销售也没有规范;红茶加工企业规模小而散,设备陈旧建设落后;销售体系也不健全,散而乱。现在茶叶生产竞争也很大,我们县里面还是想把这些整合起来,打造著名的大品牌。”宜宾市政协委员王燕说。

在新常态下,筠连如何转型.“大力打造‘筠连红茶’品牌,是筠连由原来的以煤炭为支柱产业的转型机会,也是给农户增收致富的好机会。”王燕说,“我们生产量是很大的,去年全县生产量达3526吨,工厂也是有的,还可以生产更多。所以归根到底,还是得统一完善标准化建设,做大品牌推广,把‘筠连红茶’这块牌子打响”。

提升产业附加值让宜宾茶进入大市场

记者在宜宾市委、市政府《关于加快推进现代茶产业发展的实施意见》(征求意见稿)上看到,2015年成片茶园总面积将达到100万亩,茶产业综合产值将达100亿元。并着力将“宜宾早茶”、“川红工夫”打造成为全国性知名茶叶公共品牌,“宜宾黑茶”、“筠连苦丁茶”继续扩大目标市场区域占有率,“屏山炒青”成为川滇黔渝地区区域性公共品牌。

据四川检验检疫局统计,2012年,宜宾茶就在全省茶叶出口中占比70%,连续几年,出口总量都在不断攀升。四川省川茶品牌促进会会长、四川省茶业股份有限公司



●采茶的姑娘在茶山上忙碌着。



公司董事长颜泽文表示,其得益于宜宾市委、市政府高度重视茶产品走出去的战略。

按照“政府搭台、市场主导、企业主体、协会参与”的原则,围绕打造“宜宾早茶”、“川红工夫”等公共区域茶品牌,宜宾市已连续七年成功举办“宜宾早茶节”、连续四年成功举办“川红工夫红茶营销宣传活动”,“宜宾早茶”、“川红工夫”两大公共品牌的知名度得到了很大提升。

“宜宾茶拥有深厚的文化底蕴,缺乏的是大品牌和大市场。”对于宜宾茶产业的转型升级,颜泽文认为,要做好宜宾茶这篇大文章,不仅要发挥宜宾早茶资源优势,还要发挥高山茶优势,打造高品质的高山茶,提升附加值,让高品质的茶通过品牌茶出口。要进一步依靠科技创新,以技术链支撑茶叶全产业链的转型升级发展,提高茶园基地的安全化和标准化管理水平,提高茶叶清洁化、标准化的加工水平,提高茶叶的品牌化和国际化。同时,调整产品结构,满足不同层次消费群体需求。

相关链接

茶叶名片

早茶

早在2013年宜宾早茶节上,江安县最早上市的茶叶每斤最贵就卖到1500元,备受社会关注。2014年,该县优质早茶每斤均价在1500元,低档茶价格也高于400元一斤。去年,江安县新建早茶基地1200亩,总面积3万余亩,茶叶年总产值达1亿余元。

茶产业发展成绩斐然,凸显了宜宾早茶的独特优势。江安县地处四川盆地南缘,相对于同纬度地区温度较高,开春气温回升快,冬季无严寒,且种植茶叶的岩区多在海拔400米以上,土质良好,植被覆盖率高,多数时节可在2月中旬开始采摘春茶,远远领先于全国许多生产早茶的地区。

红茶

1959年在建国十周年之际,筠连茶农精心制作9两筠连工夫红茶,取名“黄金白露”敬献给毛主席,毛主席收到后,寄回30元钱感谢茶农,筠连红茶就此美名远扬。

上世纪80年代初,筠连红茶达到鼎盛,种茶面积达到了7.6万余亩,甚至远销新加坡等东南亚地区。2010年,“筠连红茶”商标正式注册,2014年被四川省工商行政管理局认定四川省著名商标,同年,经浙江大学中国农业品牌研究中心评估其区域公共品牌价值4.88亿元。



内江打造“甜女”品牌 助推城市特色旅游

■ 王爵 郭飞

近日,记者从四川内江市委外宣办获悉,内江市召开品牌发布会,正式推出“幸福内江·甜城甜女”品牌,这是内江倾力打造的特色宣传名片,也是全省继雅安“雅女”、广元“女儿节”后的又一城市特色品牌。

当天,“甜女”宣传片首次公布,展示内江人心中的“甜女”形象:片中,四名“甜女”面容清丽,身着以夏布为原料制成的白色衣裙,颈部和衣袖间杂甘蔗绿和浅黄色,气质清新飘逸。随着舒缓、清亮的音乐响起,“甜女”们于内江特有的老街、广场上作画、弹琴、写字,体现出书画之乡女性的知书达理、温柔尔雅。

“甜美如画、恬静以容、天姿若逸,这三个词,是对甜女形象的高度概括。”内江市妇联副主席连莉介绍,内江盛产甘蔗,计划经济时代白糖产量曾占全国一半,素有“甜城”美誉。“在民国时,本地甘蔗达到种植顶峰,因而‘甜女’的形象设计上也偏向民国风。”

除了“甜女”宣传片,内江还设计了“甜女”形象标识、创作“甜女”主题歌曲、制作“甜女”宣传画册以及开辟“甜女”宣传专栏等,这是内江打造“甜城甜女”品牌的五大载体。2015年年中下旬,内江还将举行甜女选拔。

据连莉介绍,此次活动主线定位为:倡导甜文化、传播正能量、建设美内江。内江历史上涌现过许多杰出女性,如中国第一个登上南极洲的女科学家李华梅,悉尼奥运会女子柔道78公斤级冠军唐琳、“亚洲女飞人”刘晓梅等。“打造甜女的现实意义在于,提炼甜城文化精神,引领甜城女性向前的同时,打造出内江独有的旅游品牌。”

据悉,发布会当天,内江还举行了“甜女作品展示会”,现场展示数十种手工艺品、书画作品和农产品。据悉,下一步,内江将继续深挖“甜女”内涵,在服饰、餐饮、包装、旅游、书画等方面推出系列产品,并举行精英畅谈会、风采展示会、甜女事迹报告会等,展示甜城甜女风采形象。

安徽塔西南旗舰店 即将登陆成都

■ 余力

日前,记者从安徽塔品牌处了解到,安徽塔西南旗舰店即将亮相成都太古里。

据悉,安徽塔自2011年进入成都以来,以特有的英式店面和正宗的英国茶文化赢得了热爱生活的成都消费者的喜爱。而远洋太古里店是安徽塔在成都开设的首家直营门店,临近成都千年宝刹大慈寺,与太古里众多知名品牌一起,构建国际化的全新时尚商圈。据了解,远洋太古里店在延续一贯的古典英伦风格之外,新增了众多更具质感和历史感的设计元素,一如既往的精致,却是焕然一新的视觉体验。

安徽塔品牌创办人Ann女士说:“我梦想中最完美的下午茶馆,要有英国俱乐部的优雅、小茶馆的温馨。”优雅与温馨就是要融入主人的人文关怀与情感文学家的气息,这也是她此次要通过设计传达给每个客户的关怀与情感。Ann女士在安徽塔太古里新店运用了全新的设计理念,呈现出不同于其他门店的设计风格。玻璃和原木结合而成的空间区隔不仅使室内空间得以有效划分,又巧妙地将传统英式与现代设计风格结合在一起,到店的客人随处都可以感受到设计者的小心思。

“对于文化和历史的充分尊重,安徽塔英国茶体系最终将西南区旗舰店选址于千年古刹大慈寺旁,希望在这个水墨与粉彩结合的空间,将成都传统茶文化与英国正统茶文化相结合,让更多人,感受到茶的美好。”安徽塔品牌方负责人表示。

四川省青联 打造智库品牌

■ 王鑫昕

1月18日,四川省青联主办的四川青年大讲堂创新创业论坛在成都高新区举行。这是四川省青联着力打造智库品牌“四川青年大讲堂”的一场活动。

来自成都市科技局、成都高新区、中科院、成都光电所、611所、中国电子科技集团30所、电子科技大学等单位的12位专家围绕科技创新制度环境、科技资源整合、科技人才创新创业、科技企业培育、产学研协同合作、市场化环境下的企业孵化培育等作了主题发言,对成都市科技创新政策环境、制度环境,高新区企业孵化大市场的建设路径,科技人才创业和科技成果转化瓶颈做了分析。成都亿盟恒信科技集团公司等三家创业企业为成都高新区孵化大市场的企业提出了建议。

大讲堂开场前,团四川省副书记、四川省青联主席张荣为周劫、唐华、汤继强、饶长辉、周涛等5位青年科技工作者颁发了第十三届四川省青联智库专家聘书。

四川青年大讲堂是四川省青联着力打造的智库品牌,旨在团结英才俊贤,凝聚各方智慧,帮助青年提高创新意识,提升综合素养,并通过大讲堂这一开放的平台构建跨界交流桥梁,实现知识和资源的共享和拓展。

政协委员力挺成都创业行动计划:好的创业品牌很重要

■ 祝楚华

“现在做新能源汽车的特斯拉,卖车给你的同时还要给你建充电桩,上下链条都抓在自己手里。”

“苹果更是把配套产品一口吃完,你想给他配套做个电池卖都不行。”

——政协委员景仁志

成都即将启动创业行动计划的话题,1月19日在政协第十四届成都市委员会第三次会议上,引起了不少成都市政协委员的关注,民盟成都市委的一份集体提案也与创业密切相关。“一个城市要打造自己的创业品牌,确实有必要取一个响亮的名字。”来自温江海峡科技园的成都市政协委员景仁志说,如果再配套十条左右好政策一起宣传,成都创业的品牌就会逐渐做到家喻户晓,吸引更多人来成都创业。

委员:品牌推广可加主要政策

“2009年的时候,我们就在成都机场路的路边打了

一个广告:创业到温江来。”景仁志对记者表示,许多城市都想吸引国内外人才来自己的地方创业,经济新常态下尤其如此。所以,打造一个好的城市创业品牌非常重要。现在,成都已经有了不少支持创业的政策,要把这些政策真正整合起来用好。做品牌宣传的时候,可以把其中最有分量的十条政策跟创业计划名称放在一起,这样就能一目了然,很好地宣传成都对创业的支持,推广成都的创业计划。

景仁志还表示,对于创业来讲,孵化器非常重要。“像武汉东湖就有很多孵化器,不少企业都是在里面孵化出来的。”景仁志说,现在成都的孵化器也有不少,甚至不同的部门也各有自己支持的孵化器,如果能把这些资源整合利用,相信也会更快更好地孵化出越来越多有竞争力的企业。

提案:引国内外高校来蓉创业

民盟成都市委也给会议专门提出了《促进国内外高校在蓉建设校地合作产业园的建议》作为其集体提案。

师大、省蚕丝校、省蚕研所的有关专家、学者近50余人参加了座谈会。

“在建设过程中要做到充分、全面、真实地反映南充丝绸文化发展的历程和精华,努力建成一个集文化、艺术、历史、购物于一体的博物馆。”中国绸都丝绸文化研究会副会长汪明树介绍。

中国绸都丝绸博物馆为集丝绸历史、文化、展销为一体的丝绸体验馆。自去年开始动工打造,一期总投资2000多万元,占地6000多平方米。规划二期工程占地3000平方米,建成后将成为中西部面积最大的丝绸馆。



占地近万平米南充建中西部最大丝绸馆

■ 敬铭安

近日,建设“中国绸都丝绸博物馆”座谈会在南充召开。记者从会上获悉,中国绸都丝绸博物馆预计3月1日正式开馆,建成后将成为中西部面积最大的丝绸馆。南充丝绸具有3000多年的悠久历史和灿烂文化,南充作为我国中西部地区的丝绸经济高地,其丝绸产业、丝绸文化、丝绸品牌、丝绸情结对南充经济社会发展起到了积极的促进作用。

来自南充市商务粮食局、经信委等相关部门和重点企业丝绸企业的负责人以及有关专家、学者,以及西华