

筠连楠苑古典家私和农商行合作推出消费楠苑制品按揭贷款收藏“放心”才能享受升值的“开心”



●精雕细刻的金丝楠大班台。

■ 本报记者 何沙洲

“买楠苑的金丝楠古典家具，可以用农村商业银行贷款。”一直在关注四川省筠连楠苑古典家私制品公司“传播金丝楠文化”举动的杜先生，“五一”前在微信群里告诉朋友一个消息，楠苑古典家私与筠连农村商业银行股份有限公司签订了合作协议，共同推出消费楠苑制品的按揭贷款，这在收藏金丝楠古典家私行业是首开先河。而更令微信群中那些想拥有金丝楠古典家具的爱好者高兴的是，经济能力暂时不足的他们可以用分期付款的方式买到心仪的楠苑手工制作的古典作品。

“银企合作是为了方便金丝楠古典家具

爱好者从这个平台放心地消费，只有收藏能放心才会享受到未来藏品增值的开心。”楠苑古典家私公司董事长汤雨陶在接受本报记者采访时说，楠苑古典家具仅仅以金丝楠老房料和金丝楠乌木这种最具收藏价值的原材料为用材，并且为顾客制作的任何一件产品都设立了唯一的防伪查询码和档案，登录楠苑古典家私的防伪查询系统就能查询到所购置产品的真伪和收藏号，这次与农村商业银行合作就是为了让更多顾客更便捷、更放心地享受到楠苑“传播金丝楠文化”的企业价值。

以“弘扬传统，发掘金丝楠文化”为企业宗旨的楠苑公司生产总部的筠连县及其周边是盛产小叶桢楠的黄土山区，这里的小叶

桢楠堪称金丝楠中的极品。楠苑专门选用百年以上的金丝楠老房料和上千年的金丝楠乌木设计和生产古典家私和工艺品，采用手工雕刻，全榫卯结构，纯手工打磨、打蜡、上漆的工艺，让每一件作品都独特唯一，使楠苑古典的作品成为了 CCTV 上榜品牌以及中国金丝楠专业高端认证品牌，为金丝楠爱好者实用、鉴赏、收藏。

记者了解到，楠苑古典家私坚持选用百年老房拆下的小叶桢楠老料，这种老料非常稀缺，目前国内很少有坚持用百年老房料做金丝楠家具的工艺厂。未来，百年金丝楠原材料资源会更稀缺，即使在目前经济“新常态”下，金丝楠家具的保值升值也可预期。比如，海南的黄花梨，2003 年最好的 20 万元/吨，现在普通的也是上千元/吨；印度的小叶紫檀，2003 年 1 万多元/吨，现在 160 万元/吨。而金丝楠 2010 年几千元/吨，现在 10 万多元/吨，未来 10 年随着金丝楠老料的稀缺将可能达到上百万或几百万元/吨。

相比百年金丝楠的升值和楠苑古典家具老匠师的工艺价值，楠苑与农商银行在合作协议中给顾客提供的惠普消费质押贷款利率执行基准利率，让得知消息的杜先生和朋友们非常认可，也很开心。在符合信用风险评价的前提下，农商银行将对这部分消费者给予最高 100 万元贷款额度，还款可按月等额本息还款，也可选用按季结息分期还本法。比房贷车贷还简捷，既方便顾客满足购买、收藏自己钟爱的金丝楠古典家具，又拓宽新的投资渠道，短短几天就有十几个省内外的爱好者打电话到楠苑咨询，反响相当不错。

无疑，楠苑古典家私与农商银行的合作消费模式，为更多的收藏人士和更多有一定经济能力的爱好者更方便地拥有高品位、保值增值的金丝楠古典家具，同时提高生活品质、增加财富价值提供了捷径。

伍田将“三心”理念融入到企业核心文化中,在产品质量、服务质量、客户满意和企业赢利方面形成了密切关系——伍田老客户又带来新客户

■ 本报记者 何沙洲

“五一”前，与成都伍田食品公司合作多年的黄先生到了新津，一行人受到伍田食品公司总经理范正海热情接待。黄先生不是到新津来度假的，他带来的廖先生一行主要目的是到伍田公司考察。在认真参观考察了伍田食品基地忙碌的生产线，办公楼一楼大厅和会客区陈列的以牦牛肉制品为主的休闲、餐饮、调味、罐头等伍田系列产品，并与范正海认真交流和探讨后，廖先生与伍田公司达成合作协议，由其公司在重庆市的几十家超市经销伍田秘制系列牦牛肉熟食，让更多重庆市民享受到来自雪域高原的生态健康美食。

范正海在与黄先生、廖先生新老朋友一起交流，共同探讨在目前市场环境，消费者到底喜欢什么样的产品？如何创新经营管理，为经销商、消费者提供更多的服务？他们都认为，尽管目前中国经济进入了新常态，但食品企业发展的办法总比困难多，何况健康食品已经是中国人日益追求的刚需。而且，近些年来，经济改革的动作频频，简政放权改革大刀阔斧，改革红利持续释放，经济发展后劲增强，只要食品企业和经营者在新的经济制度环境形成中顺势而为，就会有新的发展未来。

当今的客户已不再是产品与服务的被动接受者，他们比以往掌握了更多的知识、信息与技能。黄先生、廖先生都是一、二十年



●工人忙着包装伍田调味品。

浸润在市场中并在一定区域有影响力的商界精英人士，他们对于产品和服务的期望越来越高。范正海坦诚地表示，要想赢得他们的支持，在激烈的市场竞争中获取可持续发展的竞争优势，企业只有不断提升创新发展能力，并在发展中努力将自身的技术优势与社会发展需求紧密地结合，将产品和服务的价值进行增值，使广大客户不仅能从伍田的创新发展中获取最大受让价值，更能享受到伍田“三心”经营的高品质服务。

“以前是耳听为虚，今日在眼见为实。”廖先生说，这次来亲身体验和感受到了范正海在行业率先提出的，建立在安全、安定、安

心的“三安”原则上和落实到人品、企业、产品“三品”合一建设上的食品安全“三心”经营理念，伍田人凭良心做出的食品，是自己能吃，自己的孩子能吃，自己的父母都能吃的食品。这样的产品生产出来后，伍田人不昧良心回家能睡得着觉，经销商赚了钱也能安心睡得香，消费者享了口福也能放心睡得好。

廖先生认为，伍田以实现广大经销商和消费者的最大满意度为价值取向，将“三心”理念融入到企业核心文化中，在产品质量、服务质量、客户满意和企业赢利方面形成了密切关系。

弘扬劳模精神 华电四川宜宾分公司倡导“两学一做”

■ 罗仕华

“大会召开前，向大家通报一个喜讯：我们公司职工李勇被四川省总工会授予“五一劳动奖章”称号，我们向他表示热烈祝贺。”“五一”前夕，华电四川发电有限公司宜宾分公司(珙县公司)召开“五一”表彰大会，随着公司总经理钟华富的语音刚落，会场上立刻响起了雷鸣般的掌声。

在该公司员工印象中，工程公司电气保护仪表班技术专职工程师李勇，从电气运行到电气厂用再到电气继保，24 年磨一剑，铸就了 2015 年“收获季”：华电四川公司第二届继保大赛“技术能手”“劳动模范”，华电

国际“先进工作者”，被誉为企业年度“风云人物”，其先进事迹在公司内外广为传颂，成为员工身边学习的榜样。

面对电量下滑、效益下降的严峻经营形势，该公司以学习先进典型、弘扬劳模精神为载体，汇聚向上向善正能量，争做提质增效排头兵。一方面，“远学”全国先模人物和集团公司先进典型，征订了李玉儒、郑培民、任长霞、沈浩、焦裕禄、孔繁森等“党的好干部、为人民服务的楷模”宣传图片在橱窗展出，在公司报纸、网站大力宣传“最美央企人”集团公司道德模范王萍的先进事迹，并组织职工认真学习；另一方面，“近学”身边先进典型，积极引导员工向身边的劳动模

范、工作标兵、安全卫士、技术能手等“明星”学习，广泛形成“追星”热潮，如曾获全省优秀基层党组织书记、省国资委系统优秀党务工作者称号的余月明，今年 3 月底受四川公司选派参加省国资委组织的国有企业优秀党员代表到延安学习培训后，将学习感悟与政工人员共同分享，让大家深受教育和启发，收到了很好的效果。

“学”是基础，“做”是关键，该公司着力将学习先进典型的效果转化为人人争做先进的浓厚氛围，并将在“红五月”成立“劳模创新创效工作室”，把学习先进、崇尚先进、争做先进的热潮引向深入，为公司全力打好提质增效攻坚战提供精神动力。

让“川茶”香飘世界——访峨眉山乐山大佛旅游集团公司董事长马元祝



●马元祝接受记者采访

■ 林立

首届“中国茶乡峨眉山国际茶文化博览交易会”于 5 月 2 日在成都落下帷幕，此次盛会，云集了世界众多的知名茶商、茶企和茶旅专家、学者，规模盛况空前，是一个让世界了解四川、了解川茶、让川茶走向世界、惊艳茶界的国际茶产业盛会。茶博会期间，接待中外客商、游人和市民达 12 万人次，现场零售 110 万元，现场订货 9000 多万元，签订合同经额 160 余亿元。网上“茶博会”为国内首创，“世界茶旅联盟”诞生并落户峨眉山，“国际化、专业化、市场化、大众化”的峨眉山国际“茶博会”，推动了乐山茶业提质增效、转型升级，开启了世界茶旅融合发展的新时代。

茶博会的成功举办，不仅让川人骄傲，更让中国茶人振奋。本届茶博会有哪些让川人骄傲和中国茶人振奋的亮点，又有哪些值得思考，更上一层的呢？在茶博会期间，记者采访了本届国际茶博盛会的承办方——峨眉山乐山大佛旅游集团公司董事长、峨眉山旅游股份有限公司董事长马元祝。

四川是茶的故乡 好茶在四川

马元祝告诉记者，素有“天府之国”美誉的四川，是中国茶叶主产地，两宋时的茶叶年产量曾占据中国的半壁河山，高达 60% 左右，如今，仍然是全国茶叶种植的第二大省。乐山，不仅风景秀丽，而且是中国茶叶的发源地和主产地之一，自古就是产好茶的胜地。

唐代，峨眉山茶就被列为贡品年年上贡朝廷。如今，乐山茶业综合产值仍居全省第一，全市现有茶园总面积 122 万亩，茶叶总产量 8.6 万吨，鲜叶总产值 36.6 亿元，综合产值达 100 亿元；乐山市被列为“全国峨眉山茶产业知名品牌创建示范区”，并获得“中国绿茶之都”荣誉称号；犍为县被誉为“中国茶乡”、“中国茉莉之乡”、“中国茉莉茶之都”；夹江县连续 6 年被评为“全国重点产茶县”。“峨眉山茶”区域品牌已成为省政府重点打造的川茶重点地方区域品牌。

在本届茶博会上，川茶军团的领军品牌“峨眉山”茶让世界刮目相看；在茶博会重头戏“峨眉山杯”第 11 届国际名茶评比中，来自世界各国送评的 300 多个知名茶叶品牌茶样共有 120 多个获奖，川茶获奖 86 个，获奖率高达 67% 以上。其中，金奖 59 个，银奖 26 个，而在川茶获奖数中，乐山茶占了重要比例，获金奖 51 个，银奖 25 个，占川茶获奖总数近 9 成。“峨眉山”茶以自身的高品质赢得了评委，征服了世界。

世界茶联合会会长吕礼臻谈到，国际名茶评比每两年举办一次，旨在让更多人接触到好茶，特别是价钱合理的好茶，推动全球茶产业、茶文化健康发展。近 20 年来，已先后在日本、韩国、捷克、我国台湾和香港等地举行国际名茶评比，参与数逐次增加。此次是第一次在峨眉山市举办评比活动，峨眉山不仅有好山好水，还有好茶。

茶旅融合发展 促川茶走向世界

“世界茶旅联盟是把世界上的两个朝阳产业联合起来相融发展，通过茶旅联盟对我们的旅游是一个促进，对我们的茶叶推向世界，走出国门，也是一个很大的促进。”当选为世界茶旅联盟首届主席及首届理事长的马元祝告诉记者。

本届茶博会的一个重要内容——世界茶旅联盟成立，实现了茶产业和旅游业的国际融合，必将助推两大产业同步发展。世界茶旅联盟由峨眉山旅游股份有限公司发起，与世界茶联合会共同牵头，国内著名茶旅景区峨眉山、庐山、黄山、武夷山、杭州西湖和中茶集团、山东儒茶集团、北京京东及欧洲欧荣集团、韩国光州南部大学等 12 家单位共同发起成立，在香港注册，并永久落户峨眉山。

峨眉山，是闻名中外的国家级旅游风景区，世界自然与文化双重遗产。在峨眉山方圆 154 平方公里的景区范围内，约有 2 万农民居住，并有多数人生活在远离旅游主干线的不富裕地带。为了旅游反哺，带动大多数农民富起来，峨眉山旅游股份有限公司领导的峨眉雪芽茶业集团应运而生，并成立了“峨眉雪芽”茶叶专业种植合作社，形成了“公司+基地+农户”的产业化合作模式和种、产、供、销一条龙产业链，实现了茶农增收、企业增效、旅游添彩的可喜局面。

近年来，峨眉山景区无偿投资数百万元，免费向农民发送优质良种茶苗，邀请国内外有机茶专家为农民传授种植管理技术。种植“峨眉雪芽”已成为景区停耕还林农民的“摇钱树”，“峨眉雪芽”品牌也成为峨眉山旅游新增长点。2012 年“峨眉雪芽”获得“中国驰名商标”，并多次在国际国内茶叶评比中荣获金奖，先后两次在世界茶联合会国际名茶评比中荣获“世界佳茗大奖”而蜚声国际茶坛。

在马元祝的倡议下，“大峨眉”国际旅游区被省政府提升为省级发展战略，与“大成都”、“大九寨”并列。凭借“大峨眉”区域的资源优势，聚合大资源，深挖区域品牌价值，“大峨眉山—黄金茶区”战略应运而生，助推了乐山、眉山、雅安三地“大峨眉”茶旅之路越走越宽广，在“打造川茶千亿产业”战役中发挥了积极作用。

茶博会期间，马元祝会见了世界茶博会创始人罗兰德，这是马元祝当选世界茶旅联盟首届主席、理事长和世界茶联合会执行会长后首次会见外籍嘉宾。双方就川茶出川的国际合作事宜进行了友好洽谈。罗兰德对峨眉山国际茶博会的召开表示祝贺。罗兰德认为，世界茶旅联盟的成立和永久落户峨眉山，必将开辟茶产业和旅游产业融合发展的新模式、新空间、新平台，成为全球茶旅产业的历史里程碑。

马元祝表示，抱团发展是川茶走出四川、走向世界的必由之路。我们将不断提升川茶品质，扩大国内潜在市场；同时，积极融入国家“一带一路”战略，在土耳其、英国、俄罗斯等国家开辟海外市场，招大商、创外汇、引大资、求发展，向世界展示川茶魅力，将川茶推向全国、走出国门、走向世界。

科技让农民“腰包鼓”

■ 郑旭

日前，地处乐山市金口河区的四川祥光农业科技开发有限公司与四川农业大学、四川省林科院等单位共同完成的《紫杉醇天然供体—曼地亚红豆杉产业化关键技术集成与应用》课题，顺利通过省级成果鉴定。该课题使曼地亚红豆杉生长速度比过去提高 50%，原料产量由过去的 100—200 公斤/亩提高到 300—500 公斤/亩，从源头上解决了曼地亚红豆杉原料生产的技术问题，增加了种植户致富增收的希望。

四川省科技厅组织的专家鉴定委员会认为该课题研究技术路线合理、方法科学，取得了良种选育、高效栽培、标准化基地建设、生产工艺等系列成果，总体达到国际先进水平。

记者了解到，四川祥光农业科技开发有限公司自 2005 年以来大力实施万亩红豆杉

产业化项目建设，采取“龙头企业+基地+农户+合作社”的运行机制，截至 2015 年底，在金口河区已建成标准化曼地亚红豆杉种植基地 1.5 万亩，种植红豆杉 1500 万株；建成年产紫杉醇浸膏 1 万公斤生产线。

曼地亚红豆杉种植项目的实施，直接带动金口河区永胜乡、金河镇、吉星乡、和平彝族乡、共安彝族乡 5 个乡镇，1513 户农户参与种植，每年为农户增收 2000 万元以上，户均年增收 1.5 万元以上。

曼地亚红豆杉标准化种植项目有效促进当地农村产业结构调整，促进红豆杉产业化发展。截至目前，祥光公司解决当地 200 余人就业问题。同时，该公司还定期举办曼地亚红豆杉标准化栽培技术培训班，按照不同季节和种植技术的侧重点，有针对性地对种植户进行技术培训，并组织技术骨干深入种植区帮助种植户解决生产中遇到的问题，有效提高了种植户的管理技术水平。