

茶产业要跳出传统农产品思维

茶香氤氲。5月21日,2025年“国际茶日”中国主场活动在浙江举行,中国国际茶叶博览会同期开幕。5月23日,北京国际茶业展开幕。正值茶叶上市和出口黄金期,各地纷纷推出展会活动,人们从中感受到了茶产业的新变化。

茶是世界三大饮品之一,全球有60多个国家和地区产茶,超20亿人饮茶。第74届联合国大会将每年5月21日设为“国际茶日”,这是以中国为主的产茶国家首次成功推动设立的农业领域国际性节日。

无论是产业规模还是产品品质,中国茶叶在全球都具有绝对优势。我国茶叶产量占全球一半以上,2024年茶叶产量再创历史新高,实现了持续30年的增长。到各地探访就会发现,中国名特优茶品不断涌现。尽管有的产地或品种尚不知名,但不妨碍其品质优异。广阔的市场基础、厚重的文化积淀和多元的品类选择,使茶产业成为推动乡村全面振兴的代表性产业,3000多万茶农因茶兴业。

不过,从产业效益和品牌建设来看,我国茶产业发展仍有短板。品牌建设水平有待提高,产品标准化程度不高,社会化服务体系弱;产业链发展不强,跨界创

茶产业的未来,不只在茶杯里,更在天地间。茶产业发展要以市场为导向,统筹茶产业、茶文化、茶科技,打通茶领域一二三产业,从二三产业中汲取茶产业发展的智慧。

新不足,有的产品附加值低。这反映到生产和经营主体上就是,有的茶园生产效率低,受自然因素影响较大,茶农面临人工成本上涨、基础设施落后的问题;茶企众多但体量小且分散,龙头茶企的引领作用不够,部分中小茶企效益不好。

近年来,茶产业出现一些新变化。从消费端看,消费增速低于产量增速,饮茶区域性偏好有所改变,伴随新茶饮崛起,年轻人饮茶消费成突破口;从流通端看,市场竞争激烈,传统经销商渠道面临变革,电商平台、直播带货成为新渠道,平台种草、攻略笔记等让好茶更容易被发现。可以说,如何提升产业效益,成为茶农茶企共同面对的问题。茶产业发展要跳出传统农产品思维,以市场为导向,统筹茶产业、茶文化、茶科技,打通茶领域一二三产业,从二三产业中汲取茶产业发展的智慧。

做优茶产业。好茶是种出来的,保障品质始终是产业的首要任务,这离不开品种培优、产品创新。品种培优方面,年轻消费者大多喜欢水果茶、冷萃茶、花果拼配茶,很多新茶饮采用的是茶叶现萃,生产端和科研端就要为其提供最适宜的品类品种。产品创新方面,有的产区抓住了国外抹茶消费趋势,贵州省江口县就是一例,全县茶园近五分之一的产出用于抹茶生产,2024年抹茶销量突破1200吨,产值突破3亿元。

做活茶文化。茶字拆开就是“人在草木间”,茶事既是俗事又是雅事。从“柴米油盐酱醋茶”到“琴棋书画诗酒茶”,既有烟火气,又有文化味。时下,茶文化焕发新活力,“茶文化+研学”“茶文化+康养”等新业态不断涌现,相关项目火爆。神奇树叶承载的文化密码,有效打通了第一和第三产业,既能转化为沉

浸式的文旅体验,也能培育消费场景和创意产品,不妨借力打造区域公用品牌乃至培育个性化IP。

做强茶科技。茶叶是初级农产品,但从生产到加工完全可以有高级感、科技范儿。时代在发展,种茶制茶都与先前大不相同。伴随数字技术广泛应用,智能虫情测报站、茶园气象站、墒情监测系统在各地上线,生态示范茶园、物联网茶园纷纷落地。浙江安吉打造全国首个茶叶产业数字化平台,还发力茶叶衍生产品和功能性产品开发,涉及白茶维C含片、白茶啤酒、白茶月饼等,值得借鉴。

茶产业的未来,不只在茶杯里,更在天地间。当以科技为笔、文化为墨,在应对变化中书写产业新图景。

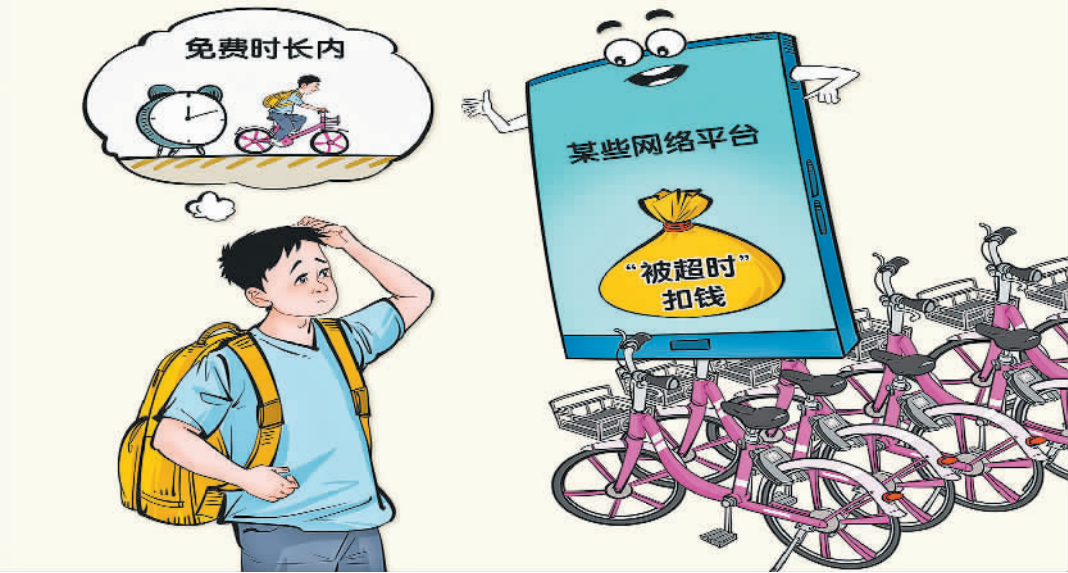


齐金亮

“开盲盒式”扣费当休矣

近来,共享单车骑行“被超时”成为消费者的槽点,有的骑行结束关锁后仍提示“数小时未锁车”,有的免费时长内骑行却被扣钱。无独有偶,取消打车订单被扣费、免费套餐被扣服务费、自动续费无事先通知……网络平台“开盲盒式”扣“小钱”的情况不在少数。一个个看似精明的变现策略,实则损害了消费者利益,侵蚀了消费者信任。网络平台应履行好自身职责和义务,提升平台收费透明度,充分保障消费者的知情权和选择权;相关监管部门也要用更大强度、更多智慧的监管执法捍卫消费者的合法权益,莫让“小事”积少成多,成了影响消费环境的大事。

(时 锋)



曹 一作(新华社发)

基金管理不能再“旱涝保收”

卜振兴

近期,中国证监会发布《推动公募基金高质量发展行动方案》(以下简称行动方案),其中关于基金运营模式和收费机制的调整,直指公募基金行业的“旱涝保收”问题。

基金业务作为资产管理业务的重要组成部分,“受人之托、忠人之事”是基本行为准则。目前,基金产品大多数采用固定管理费,收入利润与产品规模挂钩,与产品业绩关联度较小。因而,基金公司对基金经理的考核评价也更加关注规模指标。针对此,行动方案明确提出,“优化基金运营模式,建立健全基金公司收入报酬与投资者回报绑定机制”“完善行业考核评价制度,全面加强长周期考核与激励约束机制”,旨在重塑行业发展生态,助推公募基金高质量发展。

优化基金收费模式。引入浮动管理费收入模式,让基金产品的管理费率更多由业绩表现决定,让产品业绩直接反映在基金公司收入中,建立风险共担、收益共享机制。同时,考虑到基金公司在产品设计、发行、管理、运作等方面投入的人力物力成本,收取合理的管理费是行业稳定运行的基础。要在遵循行业惯例基础上,规范各项费用收取的标准和比例,平衡好基金公司盈利与投资者获得感的关系。

建立科学评价体系。不同类型产品对应的底层资产不同,产品的收益表现也不同,做好分类评价是提高评价考核科学性的前提。行动方案提出,强化业绩比较基准的约束作用,意味着应加强对产品业绩基准的设定和管理,使业绩基准真正发挥引导作用。要规范基

金公司信息披露,保证信息披露的清晰性、准确性和完整性,为基金评价的可比性提供依据。还应重视长期评价考核,针对当前基金考核频率过高、周期过短等问题,建立长期、动态、持续的考核机制,将薪酬激励与长期业绩表现绑定。发挥外部机构的评价作用,提升第三方评价机构的专业性、独立性、透明性和科学性。

公募基金在资管行业中的地位举足轻重。在行业从高速发展转向高质量发展的重要阶段,行动方案的出台具有深刻意义,为行业下一步发展指明了方向。优化收费模式、重构评价体系将校正发展航向,让行业回归以投资者利益为核心的经营本源,使基金公司收入与基民收益形成共同体,进一步提升投资者获得感,构建资管业发展健康生态。

补上数字人才供给短板

陈一远

眼下,数字技术正以各种新理念、新业态、新模式融入人们的生活,与之相关的人才正发挥越来越重要的作用。一段时间以来,北京、广东、江苏等地通过开展数字领域重点人才队伍建设,不断提升人才自主创新能力。

根据《全民数字素养与技能发展水平调查报告(2024)》,我国60.61%的成年人和64.69%的未成年人具备初级及以上数字素养与技能,16.26%的成年人和12.55%的未成年人具备高级数字素养与技能。不过,数字人才供给与培育还存在一些短板。例如,“金字塔失衡”现象一定程度存在,基础开发岗位人才过剩与人工智能、量子信息等前沿领域数字人才紧缺问题并存;数字领域知识更新周期缩短与技术进步速度加快,导致数字人才培养滞后于产业实践,与社会发展需求不能完全匹配,区域之间数字人才供给失衡;等等。未来,应多措并举,补上数字人才供给短板。

完善数字人才培养体系。科学确立数字人才培养目标、培养模式、培养方案等。深度推进产教融合,推动数字技术龙头企业与高校共建现代产业学院,对学生进行“学术导师+产业导师”双导师培养,推动学校教育与企业研发的深入融合。完善数字人才培养实习基地建设,优化学校、企业、政府共同参与的数字人才培养机制,积极构建产学研一体的数字人才培养模式,深入推进产教融合,有效提升数字人才培养质量与成效。全面推进数字基础设施建设,积极推进数字人才创新创业行动、数字人才赋能产业发展行动,办好数字职业技能竞赛活动,为高素质数字人才成长提供更多优质平台与更广阔发展空间。

壮大高端数字人才队伍。积极构建“政产学研用”五位一体数字人才生态系统,搭建数字人才大数据平台,实时监测供需动态;建设“数字工匠”培养基地,成立前沿技术研发机构,培养战

略型人才。打造“引育用留”全链条数字高端人才政策体系,大力实施数字人才专项计划,对关键领域人才给予税收优惠和科研自主权;建设数字人才保税区,试点国际通行的成果转化机制,吸引海外顶尖数字人才携项目归国创业。完善数字职业标准体系,建立动态调整的职业资格框架,颁布国家职业标准,培养造就一批高水平数字技术工程师。

打造数字教育生态。横向打破学科边界,围绕数字人才培养建立“智能+X”交叉学科群,推动数字技术在各专业学科领域广泛应用。将数字素养与能力纳入各类人才培养标准,推动数字课程成为人才培养的通识课程,广泛开设各类数字技术课程,普及数字技术知识,丰富数字技术课程体系,全面提升人才培养的数字素养与能力。建好线上数字精品课程,依托新媒体丰富高质量数字课程资源,为教育数字化提供有力支撑。

邮储银行北京分行

为外卖骑手打造暖心驿站

2025年5月21日,北京市邮政公司、邮储银行北京分行与京东集团携手举办京东外卖全职骑手进驻“邮爱驿站”启动仪式,正式开启关爱户外劳动者合作的崭新篇章。

目前,“邮爱驿站”已在北京市建成328家站点,覆盖城市街巷与乡村阡陌,为环卫工人、快递小哥等户外劳动者提供“累可歇脚、渴可饮水、热可纳凉、冷可取暖”的贴心服务,成为社会关爱劳动者的示范平台。此次合作以“邮爱驿站”为纽带,凝聚了北京市金融工会、北京市邮政公司、邮储银行北京分行、京东集团四方合力,不仅为户外劳动者的幸福生活添砖加瓦,更有力推动了尊重劳动、关爱劳动者良好社会氛围的形成,充分彰显了各方的责任担当与人文关怀,也是各方拓展服务边界、传递温暖关爱的创新实践。北京市金融工会相关负责人表示:“外卖小哥等新就业形态劳动者一直备受关注。北京市邮政公司与邮储银行北京分行积极践行金融为民的宗旨,服务广大户外劳动者,履行社会责任,起到了很好的示范作用。”

京东集团作为电商与物流行业典范,始终以“有责任的供应链”为核心,展现企业担当。2008年汶川地震中,京东快速调配仓储物资支援灾区;近年来,依托覆盖全国的智能物流体系,京东在特殊时期多次保障城市物资供应,架起民生“生命线”。京东外卖相关负责人在仪式上介绍:“骑手是城市的血脉,更是京东的家人,他们的权益保障和职业尊严,始终是京东牵挂的事。今年3月,京东率先为外卖全职骑手缴纳五险一金、为兼职骑手提供意外险和健康医疗险,并在行业里率先推进落地。很高兴能与北京市邮政公司以及邮储银行北京分行一起为外卖骑手提供‘邮爱驿站’这个暖心的落脚点,这不仅能够为外卖骑手提供便利,更是社会善意接力。未来,我们将共同探索‘驿站+社区服务’模式,让骑手感受到城市温度。”

邮储银行北京分行与京东集团的合作可追溯至早期商务汇款业务,双方秉持“优势互补、互利共赢”原

则,在金融科技、供应链金融、普惠金融等领域开展13项深度合作,年融资金额、同业投资及托管规模均突破百亿元。邮储银行北京分行副行长高博表示:“从金融业务伙伴到社会责任同盟,我们与京东的合作始终紧跟时代需求。‘邮爱驿站’不仅是物理服务空间,更是传递关爱的情感纽带,未来将以此为基点,联合更多社会力量,构建全方位劳动者服务体系。”

京东外卖全职骑手代表李先生作为一线劳动者发声:“和京东签订正式劳动合同,收到五险一金到账通知的时候,我的心情非常激动,没想到又等来‘邮爱驿站’这个暖心保障,骑手每天在街头巷尾送单,能有一个歇脚、喝水的‘温暖屋’,让大家真切感受到社会的尊重。今后,将继续用心服务,用优质配送回馈大家的关爱。”

仪式现场,四方代表共同签署合作协议,明确未来将围绕骑手权益保障、职业发展支持、应急服务网络等领域深化协作。邮储银行北京分行相关负责人表示,将持续优化“邮爱驿站”功能,联合京东集团及更多社会力量,让关爱劳动者成为城市治理的常态化实践,共同谱写“劳动光荣、创造伟大”的时代篇章。

(数据来源:邮储银行北京分行) ·广告

