

杯盏开盖那一瞬,香气氤氲四散。

只闻其香,不见其花。独特的非遗制茶技艺造就了“香气纯正、滋味醇厚、耐泡持久”的“裕泰花茶”,成为唇齿间的老北京记忆,也积淀着一个百年茶庄的品格。吴裕泰,一个有着137年历史的中华老字号,带着“老”的品质与技艺,循着“新”的路径与产品,在当下竞争激烈的茶叶市场实现了年销售额10亿元的逆势增长。老字号如何做到“宝刀不老”?吴裕泰的故事,或能给探寻破局之道的企业带来新的启示。



在位于北京前门大街的吴裕泰茶庄,工作人员在制作茶饼(11月15日摄) 新华社记者 鞠焕宗 摄



在吴裕泰北新桥总店,一名顾客在购买冰淇淋(4月16日摄) 新华社记者 鞠焕宗 摄

这缕茶香何以氤氲百年?

——探寻吴裕泰的“不老”密码

新华社记者 潘洁 谢希瑶 吉宁

破圈突围

虽已入冬,位于北京前门大街的吴裕泰茶庄,前来买冰淇淋并打卡拍照的人依然络绎不绝。

一家老字号茶企,为什么要卖冰淇淋?从未做过广告营销的吴裕泰冰淇淋,为什么能成为“网红”?

与外形花里胡哨、价格高高在上的“雪糕刺客”们不同,主打“茶+奶”、售价亲民的吴裕泰冰淇淋,被网民称作“雪糕界的一股清流”。

“要做就做到最好,把老字号的品质做出来。”吴裕泰董事长赵书新说。从冰淇淋的牛奶品牌、蛋筒口感,到茶包的研磨程度,他都亲自把关、不断改良,努力赢得年轻人的喜爱,吸引他们成为买原叶茶的潜在顾客。

为了满足消费者不断变化的需求,吴裕泰为每个产品设置了3年生命周期,每年按照其生命周期升级迭代20至30个单品。面对沉浸式体验、场景化消费的新趋势,吴裕泰各大门店也纷纷焕新,以“老字号+文化+体验”的样呈现在消费者面前。

既要破解好“老”的难题,也要巩固好“老”的优势。守正创新,正是老字号破圈突围的关键所在。

“说到茶,人们的刻板印象总是与岁数大的人群挂钩,但茶叶不该被打上年龄标签。我们既要研发年轻人喜欢的袋泡茶及各类茶衍生品,也要通过我们的产品和活动引导他们爱上吴裕泰的原叶茶。”赵书新说。

伴随了几代老北京人记忆的吴裕泰茉莉花茶,被老主顾亲切地称为“老吴”——“就是这个味儿,香。”在任何一家吴裕泰茶庄,传统散茶柜台依旧古色古香。店员按照流传百年的包茶技法进行打包,讲究“手不离包,八角分明”,显著位置还会露出“吴裕泰茶庄”五个字。

创立于1887年的吴裕泰,从一家茶栈成长为享誉全国的茶叶专营企业,全国门店总数超过650家,既保持了老字号品牌应有的品质水准,也活成了年轻人心中的宝藏店铺。2023年,吴裕泰终端销售额突破10亿元,今年有望再创新高。

137岁的吴裕泰,是“老吴”,

也是“小吴”,在变幻的零售市场中焕发出“第二春”。

破茧重生

“一斤茉莉白雪龙。”上午9时刚过,在吴裕泰北新桥总店,就能看到不少奔波十几公里专程前来买茶的顾客。对许多老北京人来说,到总店买茶叶已成为一种习惯。

这家吴裕泰历史最悠久的门店,十年前却一度销售增长乏力。2017年,全面主持吴裕泰工作的赵书新,将自己经营连锁超市多年的经验带进这家百年老店,开始了大刀阔斧的改革转型之路。

改革,从转变传统思想观念开始。而这也是最难的地方。“过去店员都是倚在柜台后面等顾客来称茶。他们有种‘坐等’思维,不会主动挖掘顾客需求,对‘打折促销’这种接地气的营销手法也很抵制,认为会影响品牌形象。”赵书新说。

顶住压力,赵书新坚持推行绩效奖励改革,通过真金白银的奖励,引导一线员工走出柜台、走向顾客。

“以前是‘大锅饭’,现在是‘比学赶超’。每触达一个销售目标都有奖励,目标越高奖励越大,大家工作都很有干劲。尤其是节假日等销售旺季,很多员工主动申请加班。”在吴裕泰工作了30多年的前门店店长付代娣深有感触地说。

2020年,突如其来的疫情给吴裕泰重重一击,春节茶叶礼盒严重滞销,很多门店被迫歇业,最多一天全国有200多家门店关停。

“非常之时要有非常之举,不能把货全部压手里!”尽管当时大部分人都持怀疑态度,赵书新依然决定开展大规模的打折促销,清理库存、重整旗鼓。

三年疫情,吴裕泰的业绩不仅没有下滑,反而逆势上扬。其背后,正是企业的主动求变。改制、转型、调整,这家从历史中走来的茶庄,踏着时代浪潮前行。

推行扁平化管理,董事长直接负责新品研发和品质管控;刚入职的大学生、研究生一律要在门店锻炼半年以上,扛任务、扛指标;管理人员必须定期去门店和工厂调研、和一线员

工同吃住……通过一项项改革举措,现代企业的管理之道在这家老字号国企生根、发芽。

走进吴裕泰王府井店,花茶、红茶、绿茶、岩茶、白茶等各类新品礼盒映入眼帘。清晰的分类、有序的码放、合理的动线,让顾客一眼就能选中心仪的商品。在二楼,顾客不仅可以品一杯香茗,还能观赏茶艺表演、尝试制作抹茶、体验“京绣”“皮影”等活动。

升级改造后的吴裕泰王府井店,不再只是消费者买茶的店铺,更是体验中华传统文化的场所。

门店升级改造固然好,但不菲的费用对很多加盟店来说无异于“割肉”。“我们一方面用数据说话,告诉加盟商这一改变可以为销售额带来两位数增长,另一方面也和加盟商平均分摊成本,调动积极性的同时更让他们感到‘有钱可赚’。”赵书新说,“小河有水大河不干”,每一家加盟店的生意好了,吴裕泰才会更好。

坚守初心

有人说,买到吴裕泰的“茶周边”可不容易,要耐得住性子去排队。冰淇淋、茶饼干销量这么好,为何不抢抓“风口”赚快钱?网民心目中那个“不急不慢”的吴裕泰,定力来自哪儿?

“老字号企业必须放眼长远。”赵书新说,吴裕泰要通过时间的沉淀去培养一代代忠实的顾客。

凭借茉莉花茶技艺起家的吴裕泰,始终将花茶作为主业,花茶销售额占比从2013年的50%左右上涨至如今70%左右;始终坚持“自采、自督、自拼”的祖传秘方,以匠心传承这一宝贵的非遗技艺。

“花茶的六道制作工艺,每一道都有十分精细的要求。例如茉莉花的采摘,为了保证最优品质,我们始终遵循‘上午不采、阴天不采、雨后三天不采’的原则。吴裕泰的茉莉花茶无论等级高低,均要反复筛制六次以上。”吴裕泰茉莉花茶制作技艺传承人凌泽杰说。

为了确保茶叶品质稳定,从上游的原料定样、加工拼配、成品检验到下游的配送进店、门店抽检,凌泽杰全程参与。感官评审是其中最重要的

环节。“忙的时候差不多3天要喝400多杯茶,整个评价体系早已烙印在脑子里。”她说。

“吴裕泰所有的茶叶都运到北京昌平的生产加工基地。无论批次多大、是不是急需,只要不符合评审标准,就坚决退货。”吴裕泰品控总监张澜澜说,尽管每年都会出现几笔损失,但为了产品质量可以不惜代价。

老字号“金字招牌”源于品质,更源于对顾客的真心诚意。

在吴裕泰王府井店,遇到顾客买错茶叶、品种喝不惯的问题,店长袁占娟会耐心为顾客讲解各个品种的不同特点,还会拿出自己的茶,为顾客冲泡,对比口感。尽管高价茶叶利润高,她依然会善意地提醒顾客,不妨先少买点尝尝再下单。

“宁可自己千难万难,不让客户一时为难”的服务理念,立足“卖老百姓喝得起的放心茶”的市场定位,秉承“采之唯恐不尽,制之唯恐不精,送之唯恐不准”的古训……朴素的话语,道出老字号吴裕泰赢得消费者信任的真谛。

以诚待客,既要用心用情,也要用对方法。

PC一体秤、自助购物冰箱、自助结账台……门店的数字化转型,大大节约了顾客排队时间,提升了消费体验。线上线下一体化的营销体系,各家门店的企业微信私域群,助力更好回应顾客需求、增强客群黏性。

曾经凭手艺走天下的老字号,正在依靠科技走向未来。

赵书新告诉记者,通过和高校开展合作,借助科技手段分析每一次筛制后茶叶的化合物成分变化,百年传承的筛制技艺效率和精度将大大提高。

在北京市昌平区,全新升级的吴裕泰茶文化产业园正在紧锣密鼓筹建中。

“三年后,你将看到一个全新的自动化、现代化、智能化厂房。对于吴裕泰来说,这将是脱胎换骨式的变化。”赵书新的眼里满是憧憬。

时光变迁、岁月淘洗。这家从历史中走来的百年茶庄,以新的面貌和姿态走向未来。

(新华社北京11月27日电)

前三季度全国新办涉税经营主体1257.8万户

新华社北京11月26日电(记者王雨箫)国家税务总局26日发布的数据显示,前三季度全国新办涉税经营主体达1257.8万户,同比增长4%。

新办涉税经营主体是指已办理注册登记并且首次到税务机关办理税种认定、发票领用、申报纳税等涉税事项的经营主体,该主体数量是衡量经济活力和市场信心的重要指标之一。

国家税务总局相关负责人介绍,今年前三季度,个体工商户新办

2721.6万户,同比增长17.4%;企业新办522.3万户,同比下降8.3%。企业新办数量下降主要原因是挤出了“空壳企业”水分,企业登记质量明显提升。

此外,前三季度,新办涉税经营主体中新办当年即领用发票、申报有收入的税收活跃户832.1万户,同比增长5.8%,占全部新办户的比重为66.2%,同比提高1.1个百分点;全国外商投资新办涉税经营主体4.7万户,同比增长4.5%。

银行业金融机构小微金融监管评价办法出台

新华社北京11月27日电(记者李延霞)为科学评价银行业金融机构小微企业金融服务工作开展情况和成效,国家金融监督管理总局27日对外发布《银行业金融机构小微企业金融服务监管评价办法》。

办法充分考虑地区差异,强化监管协同联动,在全国统一的评价体系内,给予省级派出机构一定自主权,以更好反映银行支持地方经济发展、服务小微企业效果。

金融监管总局表示,办法的出台将有助于更好发挥监管引领作用,激励引导银行业金融机构强化小微金融战略导向,建立健全敢贷、愿贷、能贷、会贷长效机制,切实提升小微企业服务质效,促进小微企业高质量发展。

机制情况、合规经营及内控情况、服务地方经济情况等评价要素构成。各项评价要素下设若干评价指标。小微金融监管评价结果根据各指标加总得分划分为四个评价等级。

办法充分考虑地区差异,强化监管协同联动,在全国统一的评价体系内,给予省级派出机构一定自主权,以更好反映银行支持地方经济发展、服务小微企业效果。

金融监管总局表示,办法的出台将有助于更好发挥监管引领作用,激励引导银行业金融机构强化小微金融战略导向,建立健全敢贷、愿贷、能贷、会贷长效机制,切实提升小微企业服务质效,促进小微企业高质量发展。

香飘四海 聚香成链

——广西玉林香料产业发展见闻

新华社记者 王楚然 张卓文

小雪节气过后,广西玉林福绵区的六万林场内,八角秋果的采摘已渐入尾声。山坡上,苍翠的八角树枝头点缀着小巧淡红的花朵,其中一些已经孕育出了嫩绿的幼果,静待明年春天的成熟与收获。

光照、气温和水源的优越条件加之疏松透气的土壤,使得六万林场成为广西八角的主要产地之一。然而在过去,高达十几米的老树种虽然产量可观,但采摘异常艰难。为了解决这一困扰,近年来种植基地采用换冠嫁接技术,成功培育出矮化八角树,在保证产量的同时,大幅降低了运营成本。

“这种矮化八角树的产量相比之前提高了50%以上,果实更加饱满,而且抗炭疽病能力也显著增强。”广西玉林六万大山林业技术服务有限公司副总经理韦国滨说,“我们也推广了八角林下套种金花茶的发展模式,不仅提升土地利用效率,还能促进农民增收。”

玉林被誉为“南国香都”,不仅盛产八角、沉香、肉桂等香料,更是全国最大的香料集散地、交易中心和定价中心。走进玉林国际香料交易市场,浓郁的香气扑鼻而来。路旁,满载的卡车正在卸货,一袋袋香料整齐地码放着,等待来自四方的客商品鉴挑选。国内80%、全球超过三分之二的香料在玉林汇集后分送至各地,因此吸引了众多下游产业链企业前来扎根发展。

上海宝立食品科技股份有限公司专注于食品调味料的研发与生产。今年年初,宝立公司在玉林经济技术开发区的产业园内建立了香料加工厂,并成立了广西宝立食品科技有限公司。公司生产车间内,一批香料经过分拣、粉碎、去尘、筛筛等工序后,

变成芬芳四溢的香料粉。“我们选择在这里建厂,正是看中玉林作为香料集散地的独特优势,这里有丰富的初加工产品可供选择。”宝立公司负责人周双桥说。

与宝立公司相邻的广西香味浓食品科技有限公司,则是其重要的供应商。香味浓公司从种植基地直接收购原料,并根据客户需求进行初加工。两家企业今年几乎同时进驻玉林,形成了合作紧密的产业链。香味浓公司生产主管赵鹏表示,公司就近采购和生产加工,大大降低了运营成本。

在不久前举办的第二届玉林香料产业博览会上,远隔千里的郑州雪麦龙食品香料有限公司前来参展。这家主要生产香料精油、复配风味油等产品的企业,是国内众多知名食品企业的调味料供应商。公司采购部经理刘明说:“我们每年在玉林采购近3000吨香料,包括八角、肉桂、孜然、胡椒等多个品类。未来,我们计划在玉林投资建设厂,以更好地衔接上下游产业链。”

产业集聚的效应不仅吸引了众多下游企业,也让许多外地香料企业看到了玉林香料产业的巨大潜力。来自云南的怒江福果香料发展有限公司近期在玉林开设了销售门店,希望借助玉林香料产业的东风,提升品牌知名度,拓宽产品销路。

据统计,玉林市的香料种植面积超过350万亩,今年1至10月的香料交易额已超过300亿元。面对蓬勃发展的香料产业,玉林市委书记王琛表示,未来,玉林将继续把壮大香料产业摆在突出位置,坚持产业、市场、展会、园区、基地的共同发展模式,加快培育千亿级产业集群。

(新华社南宁11月25日电)

树立精准定向理念 擦亮特色产业品牌 打造优质服务高地

冀州区农业农村局招商引资和项目建设取得新突破



冀州蔬菜馆外景。孔祥临 摄

冀州蔬菜馆一景。孔祥临 摄

本报讯(孔祥临、冯紫豪)连日来,冀州区农业农村局把招商引资和项目建设作为促进农业产业升级发展的重要抓手,抢抓京津冀协同发展重大战略机遇,强化“项目为王、招商为要”的工作导向,加快产业布局,

抓项目、引投资,农业项目取得新突破。

树立精准定向新理念。该局以新理念引领招商工作,实现创新招商、优质招商。坚持“种好河北‘菜园子’、保障京津‘菜篮子’”的发展定

位,瞄准精品蔬菜、食用菌等投资方向,不断扩大招商链条。成立招商专班,开展全员招商,局主要领导常态化外出招商,充分利用各方提供的资源线索信息,紧盯线索随时出击。先后多次赴北京、天津、山东等地推介冀州,进行农业项目招商,并邀请外地客商来冀考察洽谈,成功引进投资16亿元的北京新发地农业副产智慧物流中心项目,投资0.4亿元的茄子种植基地项目,投资1.2亿元的干喜鹤乡村振兴智慧农业产业园项目等多个项目,成功助力冀州的农业经济发展。

擦亮特色产业品牌。该局按照全市“1+1+30”产业布局,结合冀州资源禀赋,规划“五区五园三基地”特色产业功能分区,促进特色产业向规模化、市场化、特色化、高端化方向发展。重点引进科技智慧化育苗体系,实现育苗全程智能化管理,提升果蔬数字化育苗水平;依托中宏大数据产业公司打造乡村振兴综合服务平台,在金融、农资、农机、农技、销售、保险等方面为果蔬产业发展提供高效便捷的服务;依托京东平台拓展特色农产品线上销售渠道,打造京东特产馆及龙头企业旗舰店,叫响“冀九洲”“冀恒蔬”冀州农产品区域公用品牌,进一步拓宽销售渠道,实现农产品销售“化零为整”,由“分散”变“集中”。

打造优质服务新高地。该局实行招商引资工作责任制,围绕项目抓服务,按照“一个项目、一名领导、一个专班、一直跟踪服务”原则,扎实做好对市场主体一对一、点对点的服务。截至目前,正在建设的农业项目14个,总投资31.8亿元,2024年计划投资8亿元,目前已完成投资7.6亿元。



湖南省浏阳市的中冀新科桑蚕生物产业有限公司投资建设的雅士林长沙(国际)蚕桑丝绸智造产业园内,聚集了其自主研发的自动化、数字化蚕饲料生产线、专用蚕具生产车间以及恒温恒湿无菌蚕养车间等,完成了人工饲料蚕养从实验室到量产车间的跨越,实现了蚕茧的稳定量产,用“农业的工业化,工业的智能化”为蚕桑产业新质生产力写下生动注脚。

图为近日,一名工作人员在雅士林长沙(国际)蚕桑丝绸智造产业园的智慧养殖大数据中心中台工作。

新华社记者 王婧婧 摄