

调饮师调制口味多元化饮品——

创新中传承传统茶文化

本报记者 罗阳奇

职业新故事

用太平猴魁萃取出茶底，加入当地特产灵山酒酿，以樱花和薄荷叶装饰……不到10分钟，一杯名为“北海新绿”的新中式调饮由调饮师丁文娟制作完成。

丁文娟在安徽省黄山市黄山区猴坑村出生，这里是太平猴魁主产区之一。从小看着长辈采茶、制茶，出于对茶叶文化的喜爱，丁文娟先后考取了评茶师、茶艺师的高级技师资格证，后来经营着一家太平猴魁茶社。

最近，丁文娟开始接触新职业——调饮师。加入水果、乳制品等食材的新中式调饮受到不少年轻人喜爱，调饮师成为不少人的就业新选择。

“我们要熟知每种茶叶、食材的口感和香气，设想如何搭配。”一天上午，丁文娟来到黄山市德茗舍茶艺职业学院培训学校参加调饮师培训，校长汪荪在讲解制作新中式调饮时茶叶和食材的搭配原则。

培训教室的墙上，贴着各类茶叶的国家标准，细致描述了不同品质茶叶的色泽、香气、滋味。桌上还有一张表格，记录了各类食材的感官风味。

2019年，汪荪就开始尝试研发新中式调饮。黄山是许多名茶的发源地，这给汪荪研发新中式调饮提供了便利。“在黄山，我可以快速找到各种类型、品质的茶叶，再根据其特性，加入不同食材。”她说，对调饮师来说，创意非常重要，要根据不同茶叶特性，进行创造性搭配。

汪荪去年外出旅行时发现，当地椰子水甘甜可口，令她印象深刻，“当时我就在想如何把椰子水引入新中式调饮。”

汪荪首先想到祁门安茶：“祁门安茶茶汤浓郁，香气独特。味道稍有些苦涩，椰子水正好中和苦味。”回到黄山后，她多次调制，又加入茉莉花

糖浆，口味更加丰富。

炒米和富含栗香的六安瓜片，酒酿和滑润甘甜的太平猴魁……在汪荪研发的新中式调饮中，每种茶都找到了适合的搭配。

创新是汪荪对每一名学员的要求。调饮师培训考核中，有一项实操考试，需要学员根据提供的材料搭配创造。考核中，丁文娟将祁门红茶与当季水果搭配，做出了属于自己的调饮。

展示调制过程，也是调饮师工作的一部分，可以让顾客了解调饮采用的配料和茶叶的口感特性。“很多顾客品尝后，还会购买茶叶回去品尝。可以说，调饮对传统茶也是一种推广。”汪荪说。

在丁文娟的茶社品尝过“北海新绿”后，顾客王雅慧被“种草”了太平猴魁的独特味道。“我以前不太能接受纯茶的味道。品尝调饮，看了整个制作过程，再听调饮师讲一讲种茶的故事，我也忍不住买些茶叶。”王雅慧说。

调饮师这一新职业的出现，让汪荪对茶文化普及更有信心。“现在，不少年轻人通过调饮品尝茶、爱上茶。随着人们生活水平的不断提高，调饮师的职业前景一定会更加广阔。”汪荪说。

弘扬茶文化，做好“茶文章”，当地也在探索。黄山市屯溪区阳湖镇三充村，一座占地1800平方米的茶艺培训中心正在建设中。

“我们结合和美乡村精品示范村建设任务，新建一座包含茶文化展示区、茶艺培训在内的培训中心。”阳湖镇党委副书记叶兵介绍。未来，汪荪和她的同事将在这里讲授调饮师及其他茶艺课程。当地还将引导附近村民做好餐饮、住宿和茶叶等上下游配套服务，让茶香富农家。

图为调饮师汪荪(右)指导学员制作新中式调饮。

杜宇摄(人民视觉)



快评

新职业持续赋能生产生活

徐阳

以茶为基础，加入水果、奶制品等，调制出风味、口感、外观各不相同的多元化饮品……调饮师为传统茶文化赋予新意，顺应当下消费趋势，不断丰富着消费者的餐饮选择。

近年来，随着经济社会不断发展，大批新职业产生，满足了群众个性化需求，持续为生产生活赋能。

测试评估、维修改造，电能质量管理，对变电设备进行监控和运行维护管理，保障设备安全稳定运行；田间地头，把脉开方，农业数字化技术员应用物联网、大数据等技术，为种植、养殖等提供智慧化解决方案，推动资源节约和高效利用……助企降本增效，助农增产增收，新职业从

业者让生产更高效。提供个性化服务，民宿管家让游客享受更好的居住环境和旅游体验；开展高质量看护，健康照护师为老年人提供更多品质化的生活照料服务；进行专业化归纳，整理收纳师让凌乱不堪的房间变得井井有条……满足多元需求，提供优质服务的，新职业从业者让更多领域助力人们的生活更加方便、健康、美好。

随着需求的丰富，新职业从业者要不断提升服务能力。掌握专业知识、了解市场需求、实时丰富技能，只有成为一名“多面手”，才能在岗位上发挥更大价值，为更多人的美好生活助力。

二〇二五年春运将于一月十四日开始

本报北京1月1日电 (记者刘志强)记者从2025年全国春运电视电话会议获悉：2025年春运将于1月14日开始，2月22日结束，为期40天。综合研判，2025年春运期间全社会跨区域人员流动量将达到90亿人次，规模有望创历史新高；铁路、民航客运量有望分别突破5.1亿人次和9000万人次，规模在去年历史峰值的基础上进一步增加；自驾出行仍将稳居主体地位，春节前后客流较为集中，保畅通、保安全、防范恶劣天气、统筹客货运输等方面存在较大压力。

会议提出，各地区、各有关部门和单位要切实提高政治站位，扎实做好春运各项工作，不断提升春运工作质效，全力确保人民群众度过欢乐平安祥和的春节。

切实增加运力供给。加强需求预测和趋势研判，合理制定运输方案，做好运力统筹调配，强化重点时段、重点区域、热点线路运力投放和组织调度，最大限度满足群众出行需求。

加强综合运输衔接。加强铁路、公路、水路、民航等干线运输方式间、城市交通与干线运输间信息共享、服务衔接，方便旅客联程运输和中转换乘。

提升交通安全水平。坚持人民至上、生命至上，严格落实安全生产和消防安全责任制，压实企业主体责任和部门监管责任，严格落实各类安全风险防控措施。

全社会跨区域人员流动量将达九十亿人次

措施。优化提升出行服务。强化道路疏堵保畅，做好旅客出行提示引导，提升高速公路服务区服务质量，加强新能源汽车充电设施设备供给，加大对老幼病残孕等重点群体关爱。

又电 (记者李心萍)记者从中国国家铁路集团有限公司(以下简称“国铁集团”)获悉：春运首日火车票于2024年12月31日开始发售。全国铁路预计发送旅客5.1亿人次。

运力持续提升。铁路部门将启动春运列车运行图，预计节前每日最高可安排旅客列车1.41万列左右，节后每日最高可安排旅客列车1.42万列左右，客座能力同比分别增长3.9%、4.3%。

优化售票举措。铁路12306持续提升旅客购票体验。推出学生、务工人员预约购票功能，优化学生优惠票发售和核验规则，努力保障重点群体出行。科学制定售票策略，加强余票与候补订单实时监控，动态调整票额分配机制，兼顾长途和短途区间票额供给。

国铁集团有关负责人表示，春运期间旅客出行意愿强烈，热门地区和时段客流高度集中，会存在车票紧张的状况，旅客朋友可选择错峰出行，或使用铁路12306的候补购票、中转换乘、购买空铁联运产品等方式出行。

全国累计办理婚姻登记“跨省通办”45万对

本报北京1月1日电 (记者刘博通)记者从全国民政工作会议上获悉：21个省(区、市)已全面推行婚姻登记“跨省通办”，截至2024年11月底，全国累计办理婚姻登记“跨省通办”45万对。全国县级以上婚姻登记机关婚姻家庭辅导室设置基本实现全覆盖。

老龄工作和养老服务扎实推进。居家和社区基本养老服务提升行动累计支持建设家庭养老床位35.8万张、提供居家上门服务66.8万人次。2024年，中央财政安排3亿

元引导资金，支持各地发展老年助餐服务。截至2024年10月底，全国各类养老机构和设施达40.4万个；护理型床位占比达62.2%，提前完成“十四五”规划任务。全国养老服务信息平台 and 全国“银龄行动”信息平台建成运行。

2024年，我国困难群体基本生活得到有效保障。截至2024年10月底，民政部门累计实施临时救助603.3万人次。农村留守儿童和困境儿童关爱服务质量提升三年行动、流动儿童关爱保护行动实施推进。

本版责编：吕莉 徐阳 杨笑雨

深耕十年培养直播电商人才，美腕助力行业健康可持续发展

作为较早布局直播电商行业的企业，美腕(上海)网络科技有限公司(简称“美腕”)已走过十载。美腕始终将过硬的产品品质和高品质的服务视为企业可持续发展的基石。回望10年，立足当下，美腕锚定“品质直播”方向，持续优化人才岗位建设，构建起一套规范完善的岗位建设体系及人才培养机制，为行业发展提供有价值的参考借鉴。

专业选品，保障消费品质

产品品质是直播电商行业的生命线。2019年，美腕成立具备扎实专业背景、丰富行业经验的直播电商选品质检团队，严格筛选产品，为消费者把好产品质量关。

随着消费者直播购物的需求日趋多元化，选品人员不仅要把好质量关，还要善于遴选优品、挖掘新品。

美腕持续加强选品专业人员培养，按产品品类对岗位进行细分设置，确保专业对口，做到领域专精。选品专业人员不仅要严把选品关，还要重点关注消费者需求，助力优秀国货品牌实现精准研发，从需求角度助力各行业品类发展。2023年初，美腕专门成立母婴选品小组，以更高的选品标准、更严的风险把控为准则，推动品牌对相关产品的接受年龄、使用部位进行分类、定位，更好地满足消费者的需求。

除了专业选品，美腕还坚持科学讲品，力求更真实、专业、通俗地传达产品信息。2023年，美腕增设科学沟通岗位，将产品成分等晦涩难懂的专业术

语转化为通俗易懂的表述语言，并通过直播科普实验的方式帮助消费者理解相关内容。

精细运营，拓展服务边界

近年来，美腕搭建更多直播场景、设置更多岗位、创新更多内容，让消费者在直播间不仅能沉浸式、立体化地了解产品，还能跟着镜头一起溯源产品生产流程。观看体验的升级，得益于美腕直播现场运营岗位的细分和专业化。如今，美腕旗下直播间幕后工作人员已从最初的3—4人发展成一支以年轻人为主力、超过40人的直播运营团队，由“一人多能”转变为“专职专岗”。

其中，直播内容策划是美腕创设的特色岗位。工作人员通过深入了解产品，策划展示概念和方案，并在直播间落地，以立体化的视听语言展示商品，并传递品牌美好愿景，让直播间不仅是销售的渠道，还变为消费者触达幸福、追求美好生活的窗口。

为实现直播间样品的高效管理，2022年，美腕组建供应链样品管理团队，并设置独立的数字化运营仓库。直播电商仓库货品种类繁多，不仅要在品

类、数量上准确对应上播机制，对于储存条件要求高的产品，还要配备专业的储存设备，严格控制温度、湿度等环境参数。美腕样品管理团队高标准管理着近4万个SKU(库存量单位)的7万多件样品，还搭建起智能系统，实现全链路透明化、规范化管理，并保持全环节100%的样品库存准确率，全面实现样品的精细化管理。

主播是直播间里直面消费者的关键岗位。美腕采取全方位提升、个性化培养策略，让主播具备从策划、选品到直播的全链路主导能力。美腕还着力拓展主播的“角色边界”：在镜头前，主播是懂产品、懂用户的专业导购；在镜头外，主播通过线下产品体验活动，与消费者面对面交流，更直接地接收消费者的反馈，将服务从线上延伸到线下。

贴心服务，提升消费体验

近年来，美腕创新设置客服岗位并完善相关职能，不断提升服务质量。美腕特设的服务体验部拥有一支超80人的团队，大促活动期间，团队人员增至超百人，直面品牌商家和消费者诉求。

在解决售前售后等常规客服问题之外，美腕逐步将服务标准向个性化、人性化方向延伸，开辟创新服务岗，为消费者提供贴心服务，如主动为消费者送上生日惊喜、新婚祝福、考试鼓励等。2023年，美腕服务体验部面向大学生、白领等多个消费群体，主动提供延伸增值服务超3万次。

针对不同消费者对不同品类产品的重点关注问题，美腕也通过创设专岗予以解决。对于美妆产品咨询量大、个体诉求差异大的情况，增设“美妆小助理咨询专线”，由经过系统化美妆知识实操训练的专人向消费者答疑解惑。针对女装高退货率的行业问题，美腕经过调研发现，产品展示不到位，无法满足顾客的实际穿着场景是其中一个原因。美腕因此设立“服装搭配师”岗位，将一件服装单品搭配出3—5种穿搭风格，通过直播间不同风格、不同身型的模特展示，为消费者提供更直观有效的参考。

通过设置创新岗位、提升专业化水平，美腕不断优化消费体验，用实际行动诠释“用户至上”的理念，致力于为消费者打造优质、高效、贴心的购物环境。

数据来源：美腕(上海)网络科技有限公司