



资讯速递

韩国中小企业厅客人访青探讨合作

本报电 日前,韩国中小企业厅局长权大洙一行访问青岛,就双方2015年共同开展经贸合作等事项进行了深入交流。权大洙表示,韩国中小企业厅及中小企业振兴团将继续以推动青韩经贸合作为目标,鼓励和支持具有尖端技术和竞争力的韩国中小企业到青岛投资发展,希望将双方经贸合作推进到一个新的水平。

据了解,韩国中小企业厅是韩国政府为了促进本国中小企业发展于1996年成立的中央行政机关。韩国中小企业振兴团是隶属于韩国中小企业厅的非赢利性社会组织,是针对韩国中小企业的综合援助机构。

青岛拟建成中国工业设计名城

本报电 日前,青岛出台《关于加快推进工业设计发展的意见》,这是青岛市推动工业设计发展的首个纲领性政策文件。《意见》提出,到2020年,青岛市力争初步建成工业设计水平较高、国内外影响较大的“中国工业设计名城”。

美国佐治亚州政府客人访青

本报电 日前,美国佐治亚州经济发展署首席运营官韦宏森一行访问青岛。韦宏森表示,青岛市是佐治亚州在中国最重要的经济合作伙伴之一,佐治亚州政府对发展与青岛的经贸关系高度重视,希望与青岛进一步加强经贸合作交流,推动双方共同发展。

日本尖端种苗研发中心落户青岛

本报电 日前,计划总投资500万美元的日本果蔬新品种研发及选育加工中心项目签约落户即墨。据了解,该项目由世界500强企业——日本住友化学株式会社的全资子公司日本住友农业财团株式会社投资建设,主要从事高效能蔬菜、果品种苗及高效种子加工技术的研发、推广,其种子研发、选育、丸粒化技术全球领先。该项目生产的农作物种子,通过对种子的包壳丸粒化提高种子的发芽率,可提高产量10%,属高科技农业项目。

“晒”出新常态下的新篇章

青岛制定规划 对接国家战略

赵伟

中国经济正在经历众所周知的“缓速换挡”。在经济动力转换的新常态下,如何开创商务工作新局面?对青岛这个沿海开放城市来说显得极其重要。

这座城市所面临的,是新一轮发展战略机遇:青岛是“新亚欧大陆桥经济走廊主要节点城市”和“海上合作战略支点城市”;中韩自贸区实质性谈判结束,青岛作为中日韩地方经贸合作示范城市必将受益颇多。

日前,青岛“晒”出了2015年商务工作提升对外开放水平的新计划,商务工作将着重围绕“新”字下足工夫、做好文章,认识新常态,研究新常态,把握新常态,适应新常态,引领新常态。

构建开放新格局

青岛兴于开放,立于开放。

深化提升“走出去”与“引进来”相结合的开放型经济发展新战略,对青岛来说,这是一个综合课题。

今年,青岛将围绕“一带一路”战略、自贸区战略建立地方经济合作机制,在全球拓展建立一批新的国际经济合作伙伴关系城市;推进落实与新加坡《城市发展全域合作框架协议》重点项目,发挥国际投资促进咨询顾问机构、新加坡青岛工商中心、海峡两岸经贸交流协会海洋经济合作委员会等平台作用;制定实施《现代产业定向招商双向合作行动计划》,创新建立现代产业招商股权投资运作机制,在青岛市国际投资合作促进局引进银行客户服务体系模式,强化投资推广、海外拓展职能;加快培育青岛与亚太、西亚、欧非等重点国家(地区)在蓝色、高端、新兴等重点领域的双向投资贸易合作新增长点,扩大合作规模,提升合作水平。

青岛积极复制推广上海自贸试验区经验,重点推动国际贸易“单一窗口”政策尽快落地,开展金融创新试点,研究制定在青岛市全市辖区、省级以上开发区、海关特殊监管区三个层面梯次复制推广实施方案,推进“多证联办、一步到位”的审批机制,争取在事中事后监管机制体制和服务业开放等方面有所突破。

青岛还将制定实施促进经济开发区加快转型升级创新发展年度工作计划;推进国际合作园区建设;创新园区招商工作体制机制,按照大项目一产业链一园区集群的发展模式,吸引外资项目在省级以上开发区集聚发展,培育建设各具产业特色的主导产业集聚园区。

此外,青岛将着力吸引世界500强在青设立地区总部、研发中心、采购中心、结算中心,鼓励外资参与企业改

组改造、兼并重组,提高利用外资质量。

为了提供人才支撑,青岛将加快落实与对外经贸大学和美国佐治亚州立大学合作,推动“对外经济贸易大学中美商学院”创办工作取得实质性进展。

“新”字串起主线

新常态背景下,商务发展进入增长动力重构和发展方式转换新阶段,挑战虽多,机遇也在增加。增速虽然放缓,实际增量可观;调整虽然艰难,转型已成大势。

显然,串起青岛城市商务发展主线的是一个“新”字。

据了解,2015年青岛全市商务工作会议讨论了青岛商务今年的行动新计划:准确把握紧急发展的新常态,努力抢抓“一带一路”、中韩自贸区建设等战略机遇,坚持以改革创新为引领,突出抓好“稳增长、扩开放、促改革、调结构”四项重点工作,在新常态下推动商务工作实现新发展。

新计划必然指向全新的发展目标。

在消费领域,青岛一季度社会消费品零售额预计实现增长12%以上;在投资领域,一季度实际到账外资预计完成19.2亿美元,增长10%,对外投资额预计完成5.5亿美元,增长17%。在对外贸易,一季度预计实现出口100亿美元,增长4.5%;服务外包离岸执行额预计完成4.8亿美元,增长20%以上;对外承包工程合同额预计完成8亿美元,增长70%。

从全年来看,青岛将把握新常态,“稳增长”重点抓好“三驾马车”驱动。针对当前我国经济发展新常态下的速度变化、结构优化、动力转换三大主要特点,有效发挥消费的基础作用、投资的关键作用、出口的支撑作用。同时找准着力点,“扩开放”重点抓好“四个提升”。加快落实国家“一带一路”战略规划,启动实施走出去“四个一批”开放提升计划。

这是青岛今年商务发展的主要目标预期,也是这座沿海开放城市的发展承诺。

新支点撬动发展

扩大开放、改革创新是城市经济发展的杠杆。撬动经济发展,单有杠杆自然不够,找到合适的支点,才能释放足够多的发展动力。

今年,青岛为杠杆找到了两个新支点:一个名为“一带一路”战略,另一个则是中韩自贸区建设。

针对前者,青岛制定实施《青岛市加快“走出去”实施国家“一带一路”战略行动计划》,努力打造成为“一带一路”战略重要门户城市。

在“一带一路”沿线国家,青岛将探讨与俄罗斯圣彼得堡、埃及开罗、柬埔寨西哈努克港、吉尔吉斯斯坦比什凯克、波兰华沙、希腊雅典、土耳其伊斯坦布尔等城市缔结经济合作伙伴关系。

沿着“一带一路”的印记,青岛将布局推进一批双向投资贸易重点项目,推动30个产业转移项目、20个境外资源能源开发项目、20个国际承包工程项目、10个国际服务贸易合作项目。

作为青岛的境外经贸合作园区,青岛保税港区印尼橡胶工业园项目、瑞昌棉业赞比亚园区将进一步扩大规模、提升层次并申报国家级境外经贸合作园区;恒顺电气印尼工业园完善条件申报省级境外经贸合作园区;中企胶建柬埔寨园区将开工建设。

此外,青岛将突出青岛港与“一带一路”沿线沿路港口城市互联互通,组织开展“一带一路”沿线国家经济合作伙伴城市青岛圆桌会议、双向投资贸易合作系列相关活动。新加坡青岛工商中心将承办东盟自贸区贸易合作青岛进出口商品展、青岛“丝路行”对口洽谈活动等对外投资贸易促进活动,参加中国(约旦)商品展、中东(迪拜)国际汽车配件及售后服务展览会。为抢抓中韩自贸区建设机遇,青岛则出台《青岛市中韩自贸

区建设新形势下,进一步提升对韩开放合作水平行动计划》,积极推动中日韩地方经济合作示范城市建设。

新常态下 练“内功”

新常态下,如何继续推动内贸发展,练好“内功”,青岛从调结构、促改革两方面入手。

为调整经济结构,培育经济增长点,青岛将重点抓好十项创新工程:外贸竞争新优势培育工程、外贸生产基地信息化建设工程、外贸转型升级电商引领发展工程、跨境贸易电子商务拓展工程、服务贸易振兴工程、服务外包竞争力提升工程、国际市场开拓“百展”工程、“扩进口”与“促消费”政策融合机制启动工程、国家自贸区战略地方经贸合作机制启动工程和现代流通体系国际标准提升工程。

在促改革方面,诸多新措施的出台,开启了青岛发展新机遇。

青岛全面启动推进国家商贸流通体制改革综合试点建设,重点破解工商业电费同价、新建社区商业公建配套两大突出问题,年内出台《青岛市商品流通条例》。

青岛深化推进外商投资管理体制改革。密切关注国家《外国投资法》立法进程,适时做好青岛市外商管理方式调整和政策调整过渡准备工作;根据国家《外商投资产业指导目录》调整情况,研究引入一批取消准入限制和股比限制且与青岛市产业发展契合的重点项目;抢抓青岛财富管理建设机遇,加快设立现代产业招商股权投资基金;健全外商投资企业“保姆式”服务平台三级联动机制,优化提升法治化营商环境。

青岛全面推进农贸市场公益性改革和标准化建设。开展农贸市场“公益性改革提升年”活动,开展规范化标准化农贸市场创建活动。在市区蔬菜批发市场推行市场准入制度;推进实施蔬菜目标价格保险制度试点。优化提升城市肉菜追溯管理体系。

“针对当前我国经济发展新常态下的速度变化、结构优化、动力转换三大主要特点,有效发挥消费的基础作用、投资的关键作用、出口的支撑作用,有的放矢,才能拉动青岛经济增长‘三驾马车’转轨驱动,适应新常态下的经济发展新节奏。”青岛市商务局局长马卫刚总结道。



青岛前湾港 杨利华摄



2015 青岛市商务发展座谈会

青岛啤酒与世界干杯!

杨瑶



城市名片

青岛

不可替代的“中国文化符号”

青岛啤酒与青岛这座城市的关系是密不可分的,一个品牌与一个城市同名,这本身就说明了一切。

沿着青岛的啤酒街一路往前,登州路56号,坐落着中国最早一批的啤酒厂和国内唯一的啤酒博物馆,这里是中国啤酒酿造业发源地之一,记录着中国啤酒工业百年的发展轨迹。

青岛啤酒,这个走向世界的中国品牌,用了111年,雕琢出了中国啤酒的品牌王者,成为中国第一家拥有千亿品牌价值的啤酒公司。

几年前的某一天,在西班牙首都马德里,青岛市与阿本戈水务公司战略合作协议签约仪式上,正在当地出访的青岛市委书记李群提议用青岛啤酒代替香槟,让西班牙商会最高理事会主席曼诺尔·德鲁埃尔先生“不必等到去青岛就能喝青岛啤酒”。

“在滑上几个小时有些疲惫的时候,最快乐的事情,就是在一个阳光明媚,能看到阿尔卑斯山积雪美景的地方,安然地享受青岛啤酒。”这份享受来自德国的斯蒂芬,他是一名滑雪爱好者,也是一位青岛啤酒的爱好者。

在美国、加拿大、德国、哥斯达黎加、印度……很多不同肤色和面孔的人们与青岛啤酒如影随形。

作为走出国门60年,远销世界90个国家和地区的“中国啤酒”,青岛啤酒已经成为了青岛的一张名片、中国的一张名片,向世界展现了中国品牌该有的模样:高品质、高价值、高可见度。

一个品牌捧出的节日

啤酒是激情和狂欢的代名词。1991年,青岛

啤酒发起和创办了第一届啤酒节。啤酒节首次举行,便吸引了省内外40个啤酒生产厂家携近百种品牌的啤酒奔赴青岛,来自日本、美国、加拿大、德国、新加坡等国家和地区的啤酒厂或代理商参加了展销和交流。为期8天的首届青岛国际啤酒节,赢得了各方的广泛赞誉,由此确立了啤酒节作为青岛最大节庆活动之一的地位。

当时就有人评价说:“啤酒节使得青岛这座城市美丽、浪漫的城市更富有了魅力。”就这样,一个品牌与一个节日结下了不解之缘,每年夏季季节,青岛这座美丽的海滨城市都会翻滚起金黄色的快乐海洋。

至今,青岛国际啤酒节已经连续举办了24届,直接拉动了旅游、餐饮、住宿、购物、交通等相关行业发展,吸引聚集了巨大的客流和商机。同时,作为特色文化的载体,啤酒节对加快青



美国纽约时代广场中的青岛啤酒广告

岛与世界的交融并进也起到了非常显著的作用;啤酒节已多次蝉联中国十大节庆之首,成为与德国慕尼黑啤酒节相媲美的亚洲最大的啤酒盛会,推动了青岛由城市品牌向品牌城市的转变。

百岁诞生“新生命”

就在众多企业为了营造品牌的经典感,而不断增厚品牌“履历”的时候,青岛啤酒这个百年品牌却抛出了“品牌不是越老越好”的观点。

青岛啤酒紧跟消费趋势高端化、市场细分化、电商渠道等新的市场需求,不断捕捉消费者味蕾潮流和畅饮体验,获得了良好市场反馈。

在去年秋季广交会三期的青啤展位,迎合新兴市场“口味”的啤酒也摆在了展台的明显位置:销往加拿大市场的青岛啤酒被设计成为铝罐“青花瓷系列”,赋予了产品更多的人文文化和地方特色,使产品兼具收藏价值;销往中东市场的是一款不含酒精、通过清真认证的深蓝色0.00度青岛铝罐装啤酒……

从电子商务、产品创新、渠道创新,以至于营销推广活动、为世界杯而专门制作的广告……近几年来,青岛啤酒的确给我耳目一新的感觉,制造了一些惊喜。这种感觉很对味,也很重要。

创新让青岛啤酒为消费者的快乐体验贴上了鲜活的家,而青岛啤酒品牌的年轻化,让人嗅到了这家百年品牌另一股生猛的“鲜味”。那份唇齿回味的麦香,不用品尝的是快乐还是激情,是喜悦还是欢聚,这杯已经被世界所认同的中国啤酒,不断影响着世界。

而啤酒之于青岛这座城市,不仅仅是著名的名片和标签,更是融入城市性格,不断开放、创新,成为一种文化。