

# 谋求创新 自主研发 优化布局 政府服务 青岛建品牌之都有四张“王牌”

## ——解析青岛交易团广交会成交何以逆势上涨

赵伟文/图



广交会一期人流如潮

在中国经济增速放缓的大背景下，作为“外贸晴雨表”的广交会如今更备受关注，从这里得出的数据不仅折射出中国出口企业的生存状况，也触动世界经济神经。

青岛，古海上丝绸之路起航地之一，自唐宋时期便开启与世界的通商之路。今日，青岛与世界通商依旧成绩斐然：广交会一期，青岛参展企业190家，展位336个，参展企业累计成交13.9亿美元，比上届增长7%。

难得的上扬数字会令很多人吃惊和感叹。这座城市用强劲的“逆周期”增长，将与世界通商的外贸优势发挥得如此淋漓尽致，成绩可喜，来之不易。

青岛企业攥在手里厚厚的订单，源自于4张“王牌”：不断谋求创新，应对工业互联网新挑战；打造自主品牌，向产业微笑曲线两端移动；优化战略布局，对接国家“一带一路”发展战略；精细化的政府服务，为企业“走出去”引路护航。

### 研发创新

#### 应对工业互联网新挑战

适者生存，是市场的天性。目前，全球制造业正在迎来一场名为工业互联网的改革浪潮，物联网及服务互联网应用渗透至制造业各个生产环节中。想在这场改革中存活下来，唯有不断创新，适应变化。

而创新，正是青岛外贸企业主打的第一张“王牌”。对于这一话题，海尔集团电器产业有限公司副总裁张庆福深有感触——海尔正是靠产品创新进入国际市场：依靠研发大学生用的桌面冰箱，在美国市场一炮打响；依靠能清洗长袍的大容量洗衣机，撬开阿拉伯市场的大门；断电100小时不化冻的冷柜在尼日利亚广受欢迎，当地市场占有率高达44%……

今年的广交会上，海尔带来了一系列博人眼球的新产品：仅18厘米高、200克重的手持洗衣机吸睛指数爆棚；基于物联网技术的“智慧之家”系列则囊括双子云裳洗衣机、星厨冰箱、空气魔方DIY组合等多款首創性产品。

更值得期待的是，海尔分别在辽宁、郑州、青岛、佛山布局了4家“互联工厂”，可以为客户生产个性化定制产品。

在紧挨海尔的海信展台，一款名为“4KULED”的电视，凭借显示画面的精美度和内在的“技术感”，吸引了不少参展商驻足。一位来自韩国的采购商，甚至专门为了体验海信的“OLED取代产品”而来。

这款备受推崇的产品背后，潜藏着海信历时3年的研发。“ULED技术打破了中国企业与日韩企业的技术‘代际差’，实现了同等画面观感，而产品制造成本的大幅降低，为ULED的创新提供了‘上座率’，使其成为全面引领国际技术的革命性换代产品。”海信集团海外家电产品线副总经理朱响骄傲地介绍说。

将创新视为企业发展“生命线”的不仅是大企业，中小企业的目光也同样聚焦于此。

家电实现“私人定制”，物流工作人员根据客户满意度获得工资，创业项目根据用户需求整合资源……随着“中国制造2025”、“万众创新”的呼声日隆以及“智能制造”等新理念的席卷全球，作为中国白色家电企业之翘楚正进行着

广交会一期期间，青岛尤尼科技有限公司的展位每天都人气满满。“5天收了800多张名片，甚至有客户用美元现场买设备。”对于这一成绩，公司副总经理何坤将其归因到“创新”上，“我们打印机的软硬件、耗材、程序全都自主研发，可以给客户提供全价值链的服务。”

### 品牌推动

#### 向微笑曲线两端移动

在国际贸易新阶段，品牌资产中的知名度、品质认可度、品牌联想等指标，最终通过提升忠诚度与溢价能力从而使品牌具有赢利能力。

专家认为，外贸转型升级要解决的第一个问题是改变我国外贸出口处于国际产业链底端的现实，必须向高



在洽谈的国外客商

附加值的品牌等环节延伸产业链。这样，企业才会逃离“微笑曲线陷阱”，逐步进入到微笑曲线的上端。

品牌，是青岛外贸企业的第二张“王牌”。对诸如海尔、海信这样最早“走出去”的大企业来说，高端国际品牌形象早已深入人心。

让人欣慰的是，越来越多的青岛中小企业也将精力放在了品牌建设上。

成立于2003年的青岛三链锁业有限公司，是中国最大的自有品牌锁具出口企业。即使在全球经济萎靡的大环境下，每年，三链锁业广交会展位前的客户都川流不息。连保安都感到不解：“为什么附近展位里，每次都是这家企业人最多？”

对此，公司董事长王宇辉毫不意外：“有功夫到处跑市场，不如沉下心来做品牌。有了被市场认可的品牌，客户会自己找上门来，溢价能力也高。目前，我们公司收购了十几个国外品牌，有1000

多场颠覆式变革，其先行一步推出的一系列“互联网+”概念，将实现传统时代向互联网时代的转型。

海尔集团首席执行官、董事局主席张瑞敏说，所谓的“互联网+”，就是企业必须从产品导向转向用户导向，让员工和用户连在一起，不断增加企业的用户流量和黏度，实现规模成长；在商业模式上必须体现“所有利益攸关方的利益最大化”的理念，在创业生态圈内实现共创、共享和共治；在薪酬上由企业付薪变成用户付薪，员工为用户创造的价值越多，得到的薪酬就越多。

海尔的血液中始终流淌着创新的基因。企业生产向网络化、智能化、柔性化和服务化转变，确立了“互联网+创客”、“互联网+工厂”、“互联网+商业”、“互联网+金融”、“互联网+地产”、“互联网+家居”、“互联网+文化”等构成的战略体系。

如此一来，全球任何地方的用户都可以通过互联网轻松地与工厂互联互通，完成空调、洗衣机等家

席兼首席执行官道格·贝克一行访问青岛。道格·贝克表示，青岛区位优势明显，自然环境优美，发展前景良好，劳瑞德国际教育集团将投入优质教育资源办好合作项目，希望双方进一步增进交流，提升合作水平，实现共赢发展。

### 青岛海关报关单全面“电子放行”

本报电 自4月15日起，青岛海关对关区各口岸直接进出口货物全面实施报关单电子放行模式。据了解，此举是为了配合丝绸之路经济带海关区域通关一体化改革，实

多项专利，参与行业标准制定，还成立了检测认证中心。”

从最初只做简单“买进卖出”业务的外贸公司，到收购品牌、取得专利，再到制定行业标准，三链锁业完美转型的最大支撑点正是“品牌”二字。

通过做自主品牌，企业赢得的不仅是溢价能力、合作伙伴、订单，还构筑起一道抵御风险的坚固防线：即使在原材料价格波动、汇率变化等不利情况出现的时候，企业依然能保有极高的客户忠诚度。

“我们公司主营摩托车链条，公司自成立之初就坚持做品牌。”青岛征和工业股份有限公司副总经理徐大志介绍，公司在50多个国家的品牌代理商中，大部分是主动找上门寻求合作，“优秀的产品和称心的代理商，让我们的品牌在国外可以跟本田、雅马哈摆在同一个位置供消费者选择。”面对国际天然橡胶价格持续走低、汇率波动等不利因素，征和的产品依然能在销售中保持“价量齐升”。

### 战略布局

#### 开发“一带一路”沿线市场

在中国政府当前积极推进的21世纪“丝绸之路经济带”和“海上丝绸之路”发展战略规划中，青岛获得了一个“双定位”：“一带一路”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。

不少青岛企业已在广交会捕捉到了这一市场风向，早早开始布局沿线市场。

本届广交会上，青岛明泽昇商贸有限公司负责人张永涛明显感觉到，前来询价的中东、非洲客商较往年明显增多。在他看来，随着“一带一路”沿线国家、地区的开发，基础设施建设投入加快，市场容量已经开始有所展现。

以代工为主，主营摩托车内胎、外胎的青岛万事兴橡塑有限公司，则打算利用一带一路战略契机和现在原材料下跌的机会，推广自主品牌。

中小企业“船小好掉头”，大企业也对这一发展机遇虎视眈眈。

“亚非国家一直是公司开拓的重点，尤其是长期关注的东南亚、中东、非洲等区域都处于‘一带一路’战略沿线。”澳柯玛股份有限公司副总经理唐兴运表示，综合考虑多种因素，公司已将关注的区域进行了分类，“诸如东南亚这类基础较好、文化与我国较为接近的区域，公司计划建厂进行深度市场开拓。而像非洲这样相隔遥远，直接建厂不便的区域，我们主要通过寻找合作物流等方式进一步降低成本，提高利润率。”

与之相配套的城市发展策略可以为企业发展助一臂之力。

事实上，早在基础设施建设市场开启之前，甚至早在“一带一路”概念圈定之前，青岛外贸企业对于这一区域布局已涉及生产、销售、整体战略等多个层面。统计数据显示，2015年第一季度，青岛对“一带一路”沿线市场出口增长2.2%，基础良好。

具体到本届广交会上，青岛市以“一带一路”战略双节点城市为契机，重点推动“一带一路”沿线城市采购商成交；中信保山东分公司等金融机构重点提供了“一带一路”沿线国家采购商资信调查、信息查询等服务，逾三成家用电器参展企业获

电的“私人定制”。以空调定制为例，用户在海尔商城根据自身喜好，自由选择空调的颜色、款式、性能、结构等，然后下达订单，工厂通过智能制造系统自动排产。一台空调从下单到制造，再到装车运输、生产流程的10个关键节点均实现对用户可视化。

在当前企业千帆竞渡的互联网时代，海尔不仅拥有互联工厂等引领未来的技术创新，更拥有单人合一、员工创客、小微组织等构成的不断激发企业内部活力的创新体系，并形成了众筹、大众创业、万众创新等多种创客模式。

海尔集团的3名员工，从网购网站上找到3万多条数据游戏本评论，针对“痛点”整合全球代工厂、设计资源，推出了全新游戏本，大受市场欢迎，短短一年时间就成为游戏本行业的领头羊。

“海尔通过将产业化与互联网相结合，解决人与服务之间的关系，把青岛打造成中国产业互联网中心。”青岛市市长张新起表示，海尔已成为青岛市发展互联网工业的标杆，也是制造业企业转型发展的典范。

青岛工业基础好，历史上曾有“上青天”的美誉，也有“五朵金花”的骄傲。一直以来，软件发展势头良好，互联网产业优势独特，为制造业插上互联网的翅膀。

据悉，未来，青岛将抓紧出台“互联网+”行动方案，率先打造互联网工业城市，互联网时代品牌城市，把发展互联网产业作为新常态下推动创新发展的突破口，利用互联网的集智、协同、交互等特性，努力在新一轮产业革命中实现弯道超越。

据悉，未来，青岛将抓紧出台“互联网+”行动方案，率先打造互联网工业城市，互联网时代品牌城市，把发展互联网产业作为新常态下推动创新发展的突破口，利用互联网的集智、协同、交互等特性，努力在新一轮产业革命中实现弯道超越。

施区域海关统一的电子放行模式，简化企业通关手续。此后青岛海关不再进行纸质盖章放行，2万多家青岛海关辖区口岸通关企业将直接受益。

得实效信息，帮助青岛外贸企业深耕“一带一路”。

### 政府服务

#### 为企业“走出去”引路护航

当受制于外需不振、汇率波动等因素，许多城市风光不再，青岛的外贸企业却能够用新的姿态站上全新平台，不仅源于企业谋求创新、转型的主动出击，也体现出政府主动对接企业需求的服务精神。

19日，已是本届广交会一期的尾声。这天上午，11家青岛外贸企业围坐在桌前，就企业发展遇到的困难、展会上的收获、感受或建议畅所欲言。针对企业提出的问题，青岛商务局现场支招。

广交会开幕前及举办期间，为企业申请、协调展位，协助提前安排行程、食宿，及时提供最新信息……这些常态化的服务虽然琐碎，效果却实实在在。



青岛海尔凭借创新产品引来客商驻足

服务不仅如此。城市管理者简政放权、提升城市发展战略和软硬实力，将为企业在市场竞争中提供更多独特优势。

当前，青岛正在围绕建设宜居幸福的现代化国际城市的战略目标，实施“引进来”与“走出去”相结合的开放引领战略，加快推进国际贸易中心城市建设，积极申办自由贸易港区。

按照《青岛市国际贸易中心城市建设纲要（2013—2020年）》，以申办自贸试验区试点为引擎，实现传统对外贸易向现代国际贸易转变，青岛启动“五大行动计划”：实施电子商务引领发展；国际货物贸易提升发展；国际转口贸易突破发展；国际服务贸易跨越发展；国内外贸易融合发展，力争到2020年，基本建成东北亚区域性国际贸易中心城市。

去年，青岛口岸开始实行关检合作“三个一”通关模式，企业通关“一次申报、一次查验、一次放行”。

5月1日，“丝绸之路经济带”海关区域通关一体化改革将正式启动，以青岛海关为龙头，包括青岛、济南、郑州、太原、西安、兰州、银川、西宁、乌鲁木齐、拉萨等10个丝绸之路经济带海关，打造丝绸之路经济带沿线国际物流“黄金通道”。

所有这些都成为青岛外贸持续向好发展的根基所在，也是经济发展新常态下，青岛的开放新宣言。

## 海尔拥抱「互联网+」 打造中国产业互联网中心

宋晓华

### 资讯速递

#### 青岛首季外贸出口逾100亿美元

本报电 从青岛市商务局获悉，一季度，青岛市外贸出口100.57亿美元，同比增长5.6%，增幅高于全国0.9个百分点。据悉，从市场看，青岛市对“一带一路”沿线市场出口增长2.2%，其中对亚洲板块市场出口增长9.7%，对非洲板块市场出口增长13.6%。

#### 劳瑞德集团客人访青探讨合作

本报电 日前，美国劳瑞德国际教育集团创始人、主

