

## 2015秋季广交会一期

## 青岛品牌揽金12亿美元

杨瑶



广交会上的青岛品牌推介

10月20日，秋季广交会一期结束。据大会统计，一期累计成交174.1亿美元，比上届下降3.5%。青岛市交易团一期参展企业的194家企业累计成交12.2亿美元，比上届增长3.7%。

10月17日，在广交会一期进行期间，青岛市商务局在广州举办了“通商青岛 品牌之都”专题推介会，重点推介本届广交会青岛参展的595家企业，受到来自海内外多家商协会、企业代表以及媒体的广泛关注。

## 个性化的市场空间

在第118届广交会的海尔展台，一面被植入了智能元素的“梳化镜”，引来诸多海外客商的驻足。站在镜子前，镜面上就显示出你的体重。在镜子上轻触屏幕按钮、选择水温，镜子会记录你的习惯和喜好……同时，镜子还有音乐播放、微信聊天、拨打电话的功能。

这就是海尔发布的“魔镜”产品。“消费者不再只是需要一台呆板的机器，而是通过这台机器使自己与所向往的理想生活更接近。仅仅提供静态服务已不能满足消费者的要求，消费者需要获得并享受持续更新的内容和应用。”海尔集团电器产业有限公司副总裁张庆福表示。海尔掌控的智能核心技术打破了电器与人的距离限制，实现“人机对话、自动运行、智能控制”，从一个点到整个网络的智能、动态控制，使用户能享受更加舒适、便捷、健康、智能的生活方式体验。

不远处的海信展台，摆在展台中央的曲面电视是引领观看方式、提升视觉体验的另一大创新产品。弯曲屏幕让感官视觉直抵中央，环绕音箱为发烧友配置了“音响级”的扬声器，展现着青岛制造的魅力。

海信国际营销副总经理朱聘表示，“尽管大环境并不理想，但这却是自主品牌突出重围的机会。”除了致力于自主品牌的建设，海信还在全球范围内开展了一系列的高端品牌推广活动——赞助澳网公开赛、在欧洲赞助沙尔克04足球队、在美国赞助NASCAR车赛……有力提升了海信在海外的品牌知名度和影响力。

2015年1—9月，海信在海外实现23.3亿美元的销售收入，同比增长9%，其中1—8月，海外自主品牌销售9.6亿美元，同比增长19.2%，自主品牌占比50.4%。除此之外，海信重视技术研发，在成功开发出170多项技术专利、领先于日韩企业的ULED显示技术智能电视后，又积极引入了100多家内容提供商，满足世界各地用户的差异化需求，实现了智能电视“硬软”双领先。

目前，海信在海外建有16个分公司，实施本土化经营；建有5个生产基地，实施区域化生产；在欧美建有7个研发中心，面向全球引进高端人才，提升技术产品研发能力。2015年7月，海信成功收购夏普墨西哥工厂及其美洲电视业务，通过高端产能输出，借助获取的品牌资源、渠道资源，深度开拓当地市场。目前，海外分支机构覆盖欧洲、美洲、非洲、中东及东南亚等全球市场，产品远销130多个国家和地区。

青岛澳柯玛与比尔·盖茨基金携手研制出Arktek被动式疫苗存储设备，让非洲缺电地区的疫苗能够在断电的情况下保存10天—35天，在抗击埃博拉病毒时发挥了巨大作用，被比尔·盖茨命名为“生命之桶”。“这是用防弹材料做的外壳，经得起骆驼运输，甚至在战争中也不会损坏。”澳柯玛疫苗冷链分公司任经理介绍说。作为国内冰柜产业的龙头老大，澳柯玛在这次广交会上推出全新展示柜，可以在冰柜正面板的透明玻璃上播放产品广告。

从“一个模子刻出来”的标准化产品，到根据客户需要、量身定做的个性化产品，再到提供更为贴心的个性化解决方案，广交会上，越来越多的青岛参展企业开始从用户需求与体验出发，研发、生产个性化的产品，这生动勾勒出青岛企业的“产品进化论”曲线。

## 差异化的“上行曲线”

尽管今年来到展位上的客户比往届有所减少，可是青岛金利五进出口公司却并不十分担忧，这家当初制作栅栏的企业，如今产品门类已经多到摆不下两个展位。

“感受到大环境不理想，公司几年前就开始丰富产品线。很多做栅栏的企业经营十分艰难，我们因为产品丰富，总体来说还是比较乐观的。”青岛金利五进出口有限公司经理杨峰介绍说。

在青岛华天车辆站台上，公司业务正在向比利时采购商卢克征求意见，以便对一款儿童用小推车进行改进。在新产品研发上下工夫，华天车辆仅上半年就研发出平板车、物流货架等20多款新产品，推动产品向中高端转型。“新产品的比例比去年有较大水平的增长，新产品的销售额占到整个销售额的20%左右。”华天车辆有限公司总经理刘智军介绍说，中高端产品的比例提高弥补了传统产品销量下滑的不利影响，今年前9个月，公司的销售额已经逼近去年全年水平。

青岛海利特国际贸易公司当初的产品单一，技术含量相对较低，如今有了很多高附加值的产品。公司自主研发了几十款农业拖车设备、农业种植设备，产品还首次进入了伊拉克市场。“在伊拉克，我们跟客户共同开发了海水养殖的专门过滤设备，预计后续订单将超过100万美元。”海利特机械有限公司总经理滕占江表示。

曾经为国家重点工程配套的青岛福益声学产品

设计开发有限公司，因为差异化发展，产生了丰富的利润。3年前，为了不再忍受低端价格战，这家原本只做吸声材料的中小企业专门组建了研发设计团队，又积极介入运输安装环节，还丰富了产品线，实现了上下游通吃。“在原来单一销售产品的狭窄模式上增添了技术团队，通过生产、设计、运输、打包，我们利润提高了20%。”公司董事长赵鸿说。通过延长产品的后续服务，福益的阻燃吸声材料已经远销世界40多个国家和地区，今年前9个月出口额突破1000万美元。

## “一带一路”的合作暖风

在全球需求疲软的背景下，中国与“一带一路”国家贸易投资频吹暖风。青岛市被确定为国家“一带一路”战略“新亚欧大陆桥经济走廊主要节点”和“海上合作战略支点”，是全国少有的“双定位”城市。

青岛金昊外贸公司的展位负责人明显感觉到，受“一带一路”政策影响，其海外客户群开始发生变化：巴基斯坦、孟加拉的订单明显增加。

海尔展台展出的一款免清洗洗衣机就在广交会上受到了来自巴基斯坦采购商的关注：“这款产品的设计非常漂亮，技术很先进，我想它会在巴基斯坦很畅销。”巴基斯坦客商安且文表示。

建材展区的青岛普瑞玛陶瓷等企业也针对“一带一路”沿线城市调整展出商品类别。该企业每年订单速度都成倍增长，广交会前3天成交额达80万美元，比第117届同期增长三成以上。

来自海关总署的数据显示，今年前三季度，中国与“一带一路”国家进出口总值约为4.5万亿元人民币，占同期中国外贸总值比重超过1/4；对沿线国家出口表现好于同期中国出口整体情况。今年前8个月，中国企业对“一带一路”沿线48个国家直接投资合计107.3亿美元，同比大增近五成。

如今面对国内外复杂严峻的经济形势，广交会上的参展企业也紧紧抓住“一带一路”的战略契机，全力以赴促进外贸增长。

广交会青岛交易团团长、青岛市商务局局长马卫刚表示，对外贸企业来说，现在开拓市场面临着下行压力大的困难。因此，青岛市委市政府非常重视解决外贸企业的实际问题，出台了一系列的措施，包括降低口岸收费，帮助企业扩大获得市场信息的渠道等。同时，青岛积极引导企业抱团出海，增强在国际市场的竞争力。在国家“一带一路”和自贸区战略的新形势下，青岛市商务局还将进一步帮助外贸企业抢抓机遇，开拓“一带一路”沿线国家市场，深耕自贸区市场。

青岛市商务局的统计数据显示，今年前三季度，青岛市与“一带一路”沿线国家进出口额达255亿美元，占全市进出口总额的49.9%；与自贸区市场的进出口额超过176亿美元，占全市进出口总额的34.5%。“一带一路”战略构想和区域合作，正逐渐成为中国与沿线国家及地区经贸往来发展、共享合作成果的新引擎。



海信曲面电视引起海外客商关注

## 小鲍岛：从路边摊到O2O

——记青岛最大农贸市场的转型

申梅梅

互联网时代，转型出路在哪里？这是农贸市场的普遍疑问。

走进宽敞明亮的青岛小鲍岛农贸市场，人们眼前一亮。整洁有序的摊位前，很多商户门头上都挂起了二维码。“阮记咸鱼”老板杨国勇算是第一批试水O2O（线上与线下相结合）的人，“咱们市场是越来越好了”。他之前并不能一下子接受支付宝的形式，但现在感觉很方便，特别能提升繁忙时间段内的买单率，对顾客也带来了实惠，年轻人特别喜欢。而对于即将开始的微商运营模式，他也充满着期待。

20多年前，小鲍岛市场还是些路边摊。目前，小鲍岛农贸市场有免费的高速200M光纤宽带WiFi入户，一楼有8000多平方米，150多家商户，主要经营水果、蔬菜、生鲜以及熟食茶叶。二楼乐淘巷近80户商家主要做O2O零售及休闲体验业态的开发。

近年来，因干旱、干海产品受电商冲击较大，小鲍岛就通过线上线下相结合寻求新生。经过调研，小鲍岛市场经理孟燕认为，“不如先发展外卖，如果做起来，可以带动其他生鲜的线上发展”。最开始这个想法几乎遭到所有商户的反对，后来一名年轻商户答应试试看，结果运行了一两周就尝到甜头。一看发展势头好，不少商户纷纷加入。截至目前，很多商户都开始与电商合作，线上与线下营业额不相上下。

农贸市场的转型升级不仅是经营者的需要，更是商户的热切期盼。“我们卖菜的都用上支付宝了，很多人喜欢这么购物。”君华鲜蔬的老板李强说，“挺便捷的，有时候我们还参加一些优惠活动，很实惠。”这个从电商O2O领域试水的小鲍岛农贸市场正在试图转型，多元业态的融合为这个青岛面积最大的农贸市场注入了生机与活力。

据了解，小鲍岛市场准备将乐淘巷的经营模式复制到一楼农贸市场中，用线上积累的品牌、影响力，推动线下活动的开展，打造农贸市场线上线下结合的移动营销新模式，突破农贸市场发展的瓶颈，从而打造农贸市场的新出路。转型后的小鲍岛农贸市场将会成为青岛首家电子商务网上农贸市场。

目前，小鲍岛市场已经和一家专业互联网团队合作，在一楼投入600多万元之后，二楼乐淘巷的升级改造又投入200多万元，用硬件的支撑为小鲍岛市场再次起航保驾护航。现在市场就可以根据个人需求，定制私人商品套餐，且急速配送，3公里内免费送货到家。今后，市场还将着手进行微商运营培训，争取每家每户开网店。

农贸市场的电子商务大潮已经扑面而来。青岛市商务局相关人员表示，互联网不能包办一切，还需要技术和市场的支撑，目前，急需组建专业物流配送团队、专业运营团队。

## 中国进出口银行山东省分行：推动船舶工业转型的「幕后英雄」

杨瑶

青岛武船参与了具有国际领先技术水平的大型天然气工业项目——Yamal LNG（天然气）海洋工程的建设，而中国进出口银行山东省分行在其中扮演了非常重要的角色。

该项目工艺要求高、建造工艺复杂，是目前世界上在北极区内开展的最大天然气工业项目之一，项目包含超过200口钻井，建造3条LNG处理线，具备每年1650万吨的产能。青岛武船麦克德莫特海洋工程负责Yamal LNG项目中核心工艺处理模块分馏模块的建造。

尽管丰富的浮体建造经验和麦克德莫特专利建造系统让青岛武船麦克德莫特赢得了客户的青睐，但受国际金融危机影响，近年来，全球航运、造船市场持续低迷，中国船舶工业也正在处于调整发展的“困难期”。此次承接的天然气项目分馏模块建造合同为公司成立以来承接的最大项目，涉及专业非常广，工艺要求严格，建造周期紧，前期有大量材料需要在短期内采购。中国进出口银行山东省分行在1个月内即完成授信批复，向青岛武船麦克德莫特海洋工程有限公司发放2亿元船舶出口卖方信贷，可谓是真正的“雪中送炭”。

“非常感谢中国进出口银行山东省分行在资金方面给予的大力支持，相信此次承接的项目还将为我们今后打入国际LNG模块建造市场，进一步拓宽国际客户渠道打下坚实的基础。”项目顺利开工后，青岛武船麦克德莫特海洋工程有限公司专门发来了感谢信。

这并不是中国进出口银行山东省分行第一次向青岛地区船舶制造企业伸出橄榄枝。

截至9月末，中国进出口银行山东省分行向青岛地区中国船舶重工国际贸易有限公司、武船麦克德莫特海洋工程有限公司、青岛北海船舶重工有限责任公司、青岛扬帆船舶制造有限公司4家船舶企业发放贷款9.2亿元，支持高端船舶出口合同2.7亿美元，船舶修复合金额2.6亿美元。2015年是《船舶工业“十二五”发展规划》收官之年，中国进出口银行山东省分行响应国家号召，积极发挥政策性金融优势，为支持青岛地区船舶工业的转型升级贡献了力量。

## 星展银行(中国)有限公司青岛分行开业

本报电 日前，星展银行(中国)有限公司青岛分行开业，成为星展银行在山东省内设立的第一家分行网点。该分行也是星展银行在中国设立的第十一家分行。据了解，星展银行是亚洲领先的金融服务集团之一，总部位于新加坡，在亚洲拥有覆盖广泛的业务网络资源。

## 日本东丽株式会社社长访问青岛

本报电 日前，日本东丽株式会社社长日见昭广一行访问青岛。日见昭广表示，青岛的政策环境和基础设施条件非常优越，未来发展潜力巨大，日本东丽株式会社将在有机化学、医药医疗、新材料等领域与青岛开展深度合作。

## 青岛与大邱·庆北合作发展研讨会举行

本报电 日前，“发挥中韩FTA优势 促进青岛与大邱·庆北合作发展”学术研讨会在青岛举行，来自

韩国大邱庆北研究院、青岛市商务局等单位的40多位代表参加研讨会。会议以“中韩自贸协定签署”为背景，旨在推动青岛与大邱·庆北经济区域加强合作扩大投资，扩大医疗、文化、农业农村领域交流。

## 青岛保税港区承接汽车进口许可事务

本报电 近日，青岛前湾保税港区与青岛市商务局在青岛青保国际汽车城设立“青岛市商务局汽车进口许可证口岸签发点”，承接全市汽车进口许可证办理事务。此举为汽车进口企业提供了更加方便快捷高效的服务模式，精简了工作流程。

(司翠华 张进刚)

## 第十五届蓝色经济洽谈会在青开幕

本报电 10月22日，第十五届中国·青岛蓝色经济国际人才暨产学研合作洽谈会在青岛开幕，来自20个国家和地区的海外高层次人才、技术合作项目集聚青岛。本次大会现场达成合作项目290项，另有9家海外引才引智工作站与青岛市签约，使青岛在海外设立的引才引智工作站达到20家。

## 资讯速递

## “中国·青岛”号开启海上丝绸之路航程

本报电 10月21日，刚刚完成北冰洋创纪录航行、保持多项世界纪录的“中国·青岛”号船驶离青岛奥帆中心内港池，正式开启21世纪海上丝绸之路的征程。据悉，“单人不间断环球航海中国第一人”郭川率领的国际船队，将驾驶“中国·青岛”号先后停靠上海、广州、中国香港、新加坡、斯里兰卡美瑞莎、印度孟买、埃及亚历山大、意大利热那亚、摩纳哥，突出体育、旅游、文化、商贸、侨务等民间交流主旨，通过与青岛啤酒等青岛品牌共同开展丰富多彩的活动，全方位宣传展示“帆船之都”青岛的城市形象和独特魅力。根据计划，“中国·青岛”号预计于今年12月20日在摩纳哥结束航行活动。