青岛城市名片 品牌之都

名牌灿灿耀五洲 金花朵朵绽沃土

位于城阳区的中车四方存车场内停放的各种型号轨道车辆。(5月10日无人机拍摄)。新华社发

□半岛全媒体记者 刘笑笑

这是一个随时都能感受品牌力量的城市。这里诞生的品牌,已经影响了中国,正在影响世界。这里,便是青岛。截至目前,青岛拥有海尔、青啤、海信3个世界名牌,68个中国名牌,中国驰名商标达到141件。

不久前,2018年“BrandZ中国出海品牌10强”报告及榜单出炉,海信继续稳居第一梯队,位列第9,并获评“成长最快家电品牌”。今年年初,《中国国家形象全球调查(2016-2017)》发布,海信在所有中国品牌中位列第7,连续3年进入海外民众最熟悉的中国品牌十强榜单。让世界认识中国品牌,青岛本土品牌海信扮演了重要的角色。

海信集团品牌管理部副部长朱书琴在海信工作了18个年头,见证了企业品牌影响力不断扩大的过程。“海信历经49年的发展,一直处在市场最具竞争的领域,因此品牌影响力在其中发挥着特别重要的作用。”在她看来,从海信的前身青岛电视机厂开始,坚持产品质量作为品牌打造第一要义的基因就深深刻在了海信的骨子里。

对质量的精益求精、对创新的孜孜以求,是青岛品牌建设的一个缩影。在青岛,海尔、海信、青啤等“五朵金花”花开正盛,而“新五朵金花”又灿然绽放。中车四方、特锐德、明月海藻、酷特智能、软控股份等一批新品牌迅速崛起,呈现“百花齐放”的良好态势。截至目前,青岛拥有68个中国名牌,842个山东名牌,各类品牌数量稳居全国同类城市前列。自1994年开展青岛品牌评选至今,青岛市已累计培育出880个青岛名牌,包括773个产品品牌、107个服务品牌。

在世界品牌实验室发布的2017年“中国500最具价值品牌”中,青岛14家企业上榜,占全省入围企业数量近三分之一,其中七成企业集中在家电电子、饮料、橡胶轮胎和交通领域,以品牌“矩阵”的形式列阵其中。

品牌因城市而生,城市因品牌而兴。随着青岛城市品牌形象不断提升,良好的城市品牌形象使得青岛企业品牌获得了巨大增值,而企业品牌的发展又为青岛城市品牌增加了丰富内涵。成为“品牌之都”,政府无疑是重要推手。青岛是全国最早提出“打造品牌战略、发展品牌经济”的城市,城市管理者简政放权、提升城市发展战略和软硬实力,为企业在市场竞争中提供了更多独特优势。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。在肥沃的土壤和适宜的环境下,青岛“品牌之都”的招牌必将愈加闪亮。

以小见大:

工商银行青岛分行 助力小微金融彰显大行担当

中国工商银行青岛市分行作为岛城“信贷第一大行”,始终秉承着“服务客户、回报股东、成就员工、奉献社会”的使命,紧紧围绕青岛建设“宜居幸福创新型国际城市”的发展战略,不断加大金融支持实体经济发展的力度,加大对全市民生领域的信贷投入,竭力满足小微企业的各项金融服务需求,以实际行动履行着普惠金融排头兵的职责。

以机制创新为抓手,建立小微金融业务中心服务新模式

为破解小微企业融资难、融资贵问题,工行青岛分行成立了小微企业专营机构,建立了能够有效控制风险、具有较高信贷服务效率的小微企业金融服务新机制,开创了“大银行服务小微企业”的新局面。同时,完善小微企业续贷模式,对符合条件的企业,通过“续贷”方式继续使用信贷资金,有效缓解企业到期还贷压力,为岛城小微企业的发展壮大注入了强大动力。截至目前,该行与 70余家小微企业客户签订了《小微企业双惠银行互惠合作协议》,通过开展“双惠”银行工作机制,主动让利,为企业减轻负担,促进业务全面合作。

以产品创新为依托,实行小微客户链式营销

工行青岛分行先后设计了“联东U谷—标准厂房按揭贷款方案”、“青岛网谷—固定资产购建贷款方案”、“医保定点合作机构医保贷融资方案”,为特定区域和特定行业的小微企业客户提供量身定制的金融服务方案。努力推动“投保贷”“银政保”等创新品种落地,积极对接政府机构和第三方合作机构,磋商融资创新方案条件和细节,采取优化担保方式、多方风险共担的举措为缺乏抵押物的优质小微企业客户解决融资难题,构筑多元化的业务开拓通道,增强小微企业金融业务发展后劲。

此外,针对众多小微企业最头疼的贷款“流程长、价格高、担保难”问题,工商银行应用其大数据技术手段,创新推出了“经营快贷”特色产品,成功抓住小微融资痛点,客户无需提供担保或抵押物即可获得最高500万元、最长3年的信用贷款。客户线上自助操作,全程仅耗时1分钟便资金到账。同时,该产品价格优惠,利率远低于同业平均水平,大幅降低了融资成本,以其方便、快捷、智能等诸多优势,切实为小微企业客户解决了融资难题。

以服务提升为导向,持续跟进优质小微企业客户

近年来,工行青岛分行持续通过多种渠道搜集小微企业信息,建立内部信息平台,按月筛选并制定小微企业目标客户名单,分解落实上门营销责任人。2017年,该行共向辖内机构发布8个批次1000余户目标客户清单,分支行通过逐户走访,了解客户经营情况和发展前景,在持续的跟踪中不断加深对企业经营特点的理解,做到有针对性地为企业定制金融服务方案,全面深化银企合作,引导信贷从业人员回归小微金融服务实体经济的业务本源。

在2017年“金融服务实体经济银企对接”活动中,青岛工行共上门拜访我市实体企业200余户,通过深入了解企业的实际经营情况,设计契合其需求的产品组合方案,竭力为我市实体企业提供更优质、更全面、更专业的金融服务。

以银企双惠为宗旨,切实降低小微企业融资成本

工行青岛分行与长期合作的小微企业客户签订银企互惠合作协议,为其提供契合需求的融资方案和优惠的贷款利率,以及结算业务、银行卡、现金管理等综合服务;完善了小微企业续贷模式,对符合条件的企业,允许其通过“续贷”方式继续使用信贷资金,有效缓解企业到期还贷压力并降低了企业融资成本;对融资占用时间短、周转频繁的小微企业,该行向其推荐“网银提款,随借随还”的网络循环贷款业务,既能满足企业经营需求又可减轻利息负担,为岛城小微企业的发展注入了强大动力。

以专题活动为主线,积极开展普惠金融宣传

近年来,工行青岛分行陆续开展了“小微企业金融活动宣传月”、“普惠金融服务宣传月”、“普及金融知识万里行”、“金融知识进万家”、“送金融知识下乡”等主题活动,积极组织举办中小企业融资对接座谈会及小微金融产品推介会,以网点布展、客户沙龙、实地走访等多种形式开展普惠金融宣传工作。由分支行领导带队,营业网点负责人、客户经理和大堂经理组成宣传小分队,走进工业园区、小商品市场、科技街、农贸市场等人员聚集区开展流动宣传,向小微企业和城乡居民普及金融知识,也使得工商银行的特色金融产品和便捷服务更加深入人心。