

拔节生长 青岛会展跻身全国第一梯队

《2023年度中国展览数据统计报告》发布 15项展览指标综合排名青岛位居全国第6



会展活力持续释放

近日,中国会展经济研究会年会在长沙召开,会议发布了《2023年度中国展览数据统计报告》。这份报告是国内汇集展览业统计数据最为广泛、具有权威性的统计报告。报告显示,在纳入统计的197个城市中,青岛市以207场展览、464.09万平方米展览总面积等数据位居全国综合排名第6。此次公布的数据通过展览数量、城市境外办展主体数量等15项指标进行核算,确定全国各城市综合指数排行榜,其中,上海、北京、广州、深圳、成都位居前5。

相比2022年71场展览、211万平方米的展览总面积,可以说2023年青岛会展在数量规模的增长上实现了直线拉升。在青岛,多场大型会展凝聚行业资源,在全国乃至世界范围内发出城市之声。2023电博会吸引300余家海内外知名企业参展,为智能家电等7条重点产业链招商搭建交流平台;2023青岛数字文化应用发展大会吸引500余家企业、机构参展,26个数字文化产业重点项目现场签约;2023北京-青岛国际城市轨道交通展览会启用逾60000平方米的展示空间,“13+N”辆多制式实车展示,创下展会规模历史新高;2023青岛春季国际车展60000平方米展示面积汇聚90余海内外汽车品牌,六日展期现场订单12700台,成交额20.5亿元;2023山东(青岛)宜居博览会线下1.8万人次进场参观,线上267万人次“打卡”看展,直播在线观看人数达210万人次……成绩的取得有客观限制解除、动能加速释放的原因,同时也证明青岛本身“实力在线”。

进入2024年,青岛会展仍在向上生长。今年一季度,青岛举办较大规模展会活动48场,展览面积41万平方米,共达成交易60余亿元,吸引观众68万人次,会展业营收同比增长20%。接连举办的会展活动带来人流、物流、信息流、资金流等资源集聚,为青岛高质量发展持续注入了强劲动能。

作为青岛培育的专业贸易展会,3月初

举办的青岛国际金属加工设备展览会,在短短4天时间里,吸引海内外专业观众3.9万人次,专业采购团33家,现场成交额2.7亿元,意向成交额约6.3亿元。展会主办方表示,今年展会参展人数、成交量均优于上一届,外埠客商、境外客商数量也比去年有了明显增加。

市场主体信心倍增

一场场热闹红火的会展,描绘出青岛会展业昂扬向上的发展态势。同样昂扬向上的,还有会展企业的发展信心:今年,多家青岛会展企业积极拓展业务、扩大规模,摩拳擦掌应对紧张的会展筹备。

青岛金诺国际会展有限公司副总经理刘真表示,今年公司计划在全国举办30余场展会,其中5场是新拓展业务。同时,公司将大力探索境外办展,已于3月初组队赴柬埔寨、越南推介会展项目,拜访客户、邀约海外买家,积极扩大国际合作朋友圈。

青岛观海国际会展有限公司有关负责人介绍说,为了进行业务扩张、开拓新项目,一季度公司进行了招聘,今年在职人员数量将达到去年的两倍。

青岛会展的活力,还直接反映在展馆满满当当的活动排期上。青岛国际会展中心、红岛国际会展中心同属青岛国信会展酒店发展有限公司。公司会展发展服务部负责人柴贞表示,两个展馆2024年将举办展会近百场,展览面积220余万平方米,展会收入预计近亿元,各项数据均高于去年同期。

青岛世界博览城同样一派忙碌气象,据相关负责人介绍,展馆全年预计举办中国城镇供水排水协会年会、青岛国际家具展、全国制药机械博览会、世界交通运输大会、中国海洋能源产业博览会等各类展览、会议、活动230多场次,展览面积将超110万平方米。

营商环境不断优化

会展行业已成为实现高质量发展的重

要环节,以生产和需求的高效串联推动产业进一步提升。正如中国会展经济研究会首席研究员、对外经济贸易大学教授储祥银所言,“会展是形式、表象、载体和平台,产业是内容、本质、对象和演员”。作为会展数量和面积在全国取得领先的城市,入局探索、培育壮大会展力量,青岛已然积累了一定的经验。

青岛提出建设充满活力、富有魅力的国际会展名城,并开展品牌会展增强、产展融合提升、会展消费升级、重大展会招引突破、会展环境优化五大行动,形成了“专班+会展企业+区市部门”协同工作机制。

政策保障上,也先后发布《青岛市会展产业链高质量发展三年行动方案》《青岛市促进会展业发展10条政策》,研究制定消费类展会奖补条款,单个优秀展会最多可获补助230万元。

在2024年青岛市服务业高质量发展大会上,青岛又一次“点题”聚力做强做优会展业。一季度,产业链链长带队赴京拜访6家行业协会、会展名企;4月,青岛国际会展中心前往北京现场推介,多个项目现场签约。

同时,市贸促会加强对重点链条企业和潜在纳统企业的“门诊式”服务;健全“接诉即办”机制、探讨“未诉先办”机制,助力企业解决面临的困难和问题;引导会展企业优化服务标准,规范定价机制,自觉维护市场秩序。在会展扶持政策兑现上,青岛落实当季举办申报展会、次季补助到位机制,一季度共发放市场化会展项目补助766万元,政策兑现速度走在国内城市前列。

市贸促会有关负责人表示,围绕会展行业展开的青岛行动还在继续,“乘数效应”持续放大。下一步,市贸促会将继续全面加强展会品牌建设、培育壮大会展市场主体、切实提升硬件设施水平、努力营造优质办展环境,锚定建设充满活力、富有魅力的国际会展名城目标,努力为青岛扛牢“打头阵、当先锋”光荣使命,推动经济社会高质量发展助力。

尚政涛 吕蕾

青岛银行品牌活力加速释放 服务区域经济高质量发展再进阶

品牌推动价值成长

品牌是企业价值和社会评价的集中体现,是引领和配置资本、技术和商品的重要工具,是连接用户市场和实体经济的纽带。

打造“质效领先、特色鲜明、机制灵活”的价值领先银行,正成为青岛银行新一轮战略规划的核心要义,与此相辅相成,塑造立得住、叫得响、行得远的品牌,以品牌推动价值成长则是青岛银行的“品牌策”。

2023年是青岛银行新三年战略规划开局之年,亦是新管理层组建以来第一个完整履职年度,整体发展不仅呈现出“稳”“进”“好”的特征,也更具“含金量”,主要指标实现里程碑式的突破:集团管理总资产突破8000亿元,集团资产总额突破6000亿元,各项贷款总额突破3000亿元。

经营规模稳步增长,经营质效稳健提升。2024年2月,青岛银行再次荣登亚洲品牌500强榜单,较前一年上升了7个名次。

近年来,青岛银行在品牌建设方面持续发力,取得了显著成绩。其在中国500最具价值品牌榜单中多次入选,品牌价值稳步攀升。同时,青岛银行还在国际舞台上崭露头角,连续多年入选世界银行1000强,彰显了其国际化水平和全球竞争力。

向上生长,向下扎根。

服务是银行业永恒的话题,更是在激烈竞争中突围的重要“法宝”。

青岛银行创设了国内第一个城商行服务品牌“青馨”服务。多年来,“青馨”服务工作室始终坚守服务初心,传递向善的品牌理念,坚持植入文化基因,实施科学的服务管理与监督,探索数字化赋能服务提升,“青馨”服务已不仅仅是青岛银行的一个服务品牌,更让金融服务成为一份“发现美好”的事业。2023年,“青馨”服务荣获中国金融工会全国创新工作室命名表彰。

青岛银行主动顺应当下社区金融发展趋势,创新社区金融新模式、新做法,打造了“幸福邻里”社区党建服务品牌,全面启动“党建+志愿”社区金融发展新模式,走出了一条新时代社区金融发展之路。

“心怀为更多的社区邻里提供更好的金融服务”的品牌愿景与使命,青岛银行在社区支行网点厅堂内统一落地实施“敬老、爱老志愿服务九宫格”。志愿服务场景的搭建融合,重塑了银行与邻里间的社群关系,延伸了服务体系中“非金融属性”新体验场景,在邻里间深受赞誉与好评。



■中国品牌日青岛银行展厅。

立体构建“绿金青银”

绿色发展是高质量的底色。当下,山东正在全力建设绿色低碳高质量发展先行区,绿色金融领域探索创新,提升绿色金融服务水平,努力打造绿色金融改革创新的“青岛样本”正成为青岛金融业的共同行动。

作为青岛地方法人银行,立体构建“绿金青银”品牌,在绿色金融实践中发挥扛鼎之力,正为青岛银行孜孜以求。

青岛银行完善顶层设计,由总行行长牵头成立绿色金融专项领导小组,从战略高度统筹推进全行绿色金融工作,建立跨部门的绿色金融工作领导和协调机制,加强组织领导,层层压实责任,明确目标任务、责任分工和工作推进举措,全面推动绿色金融战略制定以及实际工作开展。

在绿色运营方面,青岛银行积极践行绿色低碳理念,推行一系列绿色运营举措;推进网点轻型化转型,构建远程服务新模式,提高业务电子化替代率,为客户提供便捷、高效的服务。

在绿色创新方面,青岛银行成为山东省唯一实现中国人民银行绿色四类创新业务全落地的金融机构,展现了在绿色金融领域的创新实

力;成功发行80亿元绿色债券,吸引了全国资金支持区域绿色低碳高质量发展。

截至2024年3月末,青岛银行绿色贷款余额约300亿元,一季度新增投放90.4亿元,增幅达34.6%,远超该行对公贷款的平均增速,接近山东省2023年全年绿色贷款增速。

当海洋经济的可持续发展受到更多关注时,“蓝色金融”应运而生,成为绿色金融的重要一极。

多年来,青岛坚定不移做好经略海洋这篇文章,海洋已经成为青岛最突出的特色优势,青岛银行作为山东省综合化程度高的地方法人银行,近年来以其独特的蓝色金融特色,积极推动海洋经济的高质量发展。

青岛银行与世界银行集团成员国际金融中心(IFC)共同推进“蓝色金融”能力建设,制定了7大行业、37个子行业的蓝色金融认定标准,先后发布多项蓝色金融服务方案,实现蓝色金融与“碳中和”领域的有效结合,逐步建立和完善蓝色金融标准与蓝色金融产品体系。2023年3月,由IFC联合ADB、DEG及Proparco等多家国际投资机构提供1.5亿美元的蓝色银团贷款正式发放。

截至2023年末,青岛银行蓝色贷款余额140.9亿元,较年初新增8.48亿元,增幅6.4%;全

年创造营收2.4亿元,EVA0.83亿元。

2023年9月,青岛银行荣获“保尔森奖——绿色创新”类别优胜奖,以表彰青岛银行在蓝色金融领域的创新举措以及行业影响力。

品牌活力助推新质成长

当下,品牌活力与新质生长之间相辅相成、共生共荣的关系日益凸显。

品牌活力是推动新质生长的重要动力。一个充满活力的品牌不仅能够吸引消费者的目光,更能引领市场潮流,推动技术创新和产业转型升级。同时,新质生产力的不断提升也为品牌带来了更多的发展机遇和空间。

与国家战略同频,与区域经济共荣。2023年,青岛银行积极践行使命担当,将坚定不移的服务实体经济作为夯实可持续发展能力和高质量发展的基础。

如何为科创企业提供“最适配”的金融服务,畅通“科技-产业-金融”良性循环,是青岛银行一直在深度思考的命题。

青岛银行从机制、模式、产品三个维度入手,创新推出科技金融专营模式,四项单独管理机制、六大系列20余款科技金融产品,全面满足初创期、成长期和成熟期等各阶段科技企业的全方位、综合性金融需求,推动科技企业与金融“双向奔赴”。目前,除在青岛设立一家“科技支行”外,青岛银行在济南、威海、烟台、济宁、德州等地还设立了多家科技专营支行,搭建起以总行为核心,以专营机构和特色支行为两翼的科技金融专营机制。

青岛银行始终坚持以客户为中心的服务理念,致力于提升服务品质与客户体验,“青馨”服务品牌勾勒出青岛银行服务的鲜明特色,以服务之心筑起客户的温馨港湾。

2023年,青岛银行积极推进服务提升,致力于提速数智转型,为公众带来更加便捷、智能的金融服务。通过不断优化数字工具,迭代升级零售“数字管家”功能,对公业务线上化比例高达72.97%,让客户随时随地轻松办理业务。同时,丰富数字服务,推出手机银行8.0版本,提供精准陪伴式服务,让客户享受个性化的金融体验。

企业与城市共成长。

2024年,是青岛银行新三年战略规划承前启后的攻坚之年,青岛银行将继续以“价值创造”为基础,以“价值传递”为手段,努力构建经营管理与价值增长的良好性循环,加速释放品牌活力,为城市高质量发展贡献青银力量,成为青岛这座品牌之都中熠熠生辉的“品牌之星”。

5月10日,第八个中国品牌日如约而至。

自2017年起,国务院将每年5月10日设立为“中国品牌日”。以国之名,致敬品牌。每年的这一天,中国的自主品牌都共赴这场品牌之约。

走进位于上海世博展览馆的中国品牌博览会现场,近7万平方米的展馆内,从序厅、专题展区、地方展区,到企业展区和品牌美好市集,五大板块交相辉映,汇聚近千家品牌企业。

中国品牌已经闯出一片星辰大海。坐拥一众享誉四海的引领性品牌,青岛已然成为这片星空中一个极为瞩目的品牌星座。50余个青岛品牌再度组团亮相中国品牌日,它们身上不仅闪耀着中国自主品牌的光芒,也向世界传递着青岛的城市品牌力。

作为50余个青岛参展品牌中唯一的金融机构,“品牌之约”的背后,是青岛银行品牌实力与影响力的持续释放与被认可。而“中国品牌日·星耀奖”的获得,更是青岛银行作为山东省综合程度最大的地方银行,其品牌引领力与焕新力的再一次彰显。

