



2020年6月15日 星期一

主办:品牌策划中心

主编:王晓华 编辑:翟步庭

组版:王俊菲 校对:小 姚

品牌山西 周刊

网址:www.sxjib.cn

投稿邮箱:xiaohuaw@126.com

新闻热线:13935185536



鲜时事

XianShiShi

山西综改示范区：金融助力企业腾飞

本报实习记者 李京益

“这段时间,因为要扩大产能和销售,流动资金不足,山西经开融资担保有限公司委托中国银行太原综改区支行为我们发放1500万元的流动资金贷款。这笔款项很快就会到位,将极大地缓解公司的资金压力!”6月1日,山西华元医药集团有限公司董事长、总经理王志敏表示。

作为全省转型发展的“排头兵”,山西综改示范区在加快打造金融服务平台、加大金融集聚区建设力度等方面出台多项举措,切实帮助民营企业解决融资难、融资贵等问题,为民营企业转型发展插上腾飞的翅膀。

为企业解燃眉之急

山西华元医药集团有限公司能及时获得贷款、解燃眉之急,离不开综改区金融发展水平和服务实体经济的能力。

一直以来,综改区积极开展银企对接活动,鼓励金融机构创新信贷模式,为企业和金融机构打造可提供投融资、金融产品、信用产品等多种服务的金融服务平台,帮助民营企业解决融资难、融资贵问题。目前已累计签约64家机构,上线137支产品,入库区内企业26197户,通过平台实现融资10.72亿元。

为规范引导基金管理,进一步发挥基金效能,综改区设立了成果转化、产业发展、基础设施三支政府引导基金,总规模100亿元,现已到位资金20亿元。截至目前,共注册设立投资了5支子基金,子基金总规模23.1亿元。三支引导基金共计实缴出资2.66亿元,撬动社会资本实缴出资7.66亿元,银行信贷联动融资6.6亿元,投资区内山西臣功新能源科技有限公司、美特好等13家企业,累计融资14.26亿元。

牵线搭桥助企解难题

山西科达自控股份有限公司是一家集新一代信息技术、智能制造、工业互联网研发与应用为一体的高新技术企业。2018年11月,太原海信汇峰资产管理有限公司通过股权融资定向向该企业增发投资1000万元,一半用于流动资金,一半用于物联网项目研发。这笔款项对该企业物联网项目研发,尤其是装备物联网研发起到很大的促进作用。

因为高科技企业,公司投入比较大,对资金的需求就显得更加迫切。该公司董事会秘书兼行政副总监建英介绍,在综改区的积极协调下,公司正与国内一家有名的投资公司在对接、洽谈。另外,因为企业应收账款大、工程垫资多,在综改区的帮助下,也在限区里的一些基金公司对接,准备联合一些国有企业成立一个基金公司,通过供应链金融来解决应收账款大的问题。

这段时间,山西转型综改示范区金融发展有限公司也在积极想办法解决公司应收账款过大和资金方面的需求,计划成立一个智慧矿山产业基金,把公司一些大的客户和国企加进来,把应收账款周转起来,或者把应收账款打包给一些金融机构,通过保理等一些手段来解决资金问题。

“综改区有关部门一直在出政策、建平台、帮对接,想尽一切办法来改善公司资金困难的问题。有综改区这些部门的帮助,我们的企业一定会做大做强,高质量转型发展!”任建英说。

建立可持续发展金融生态

为促进金融业发展,破解民营企业融资难、融资贵问题,今年以来,综改区先后印发《山西转型综合改革示范区促进金融业发展暂行办法》和《山西综改示范区加强金融保障服务 全力应对新冠肺炎疫情支持中小企业发展若干措施》,加速推进金融业高质量发展,吸引金融企业来综改区投资建设。

5月22日上午,综改区召开金融座谈会,49家金融机构进行了深入交流,纷纷提出宝贵的意见建议,助力综改区金融业发展。

综改区管委会副主任艾凌宇介绍,下一步,综改区将加速金融服务平台建设,协同各方资源,通过与新金融机构紧密合作,架设金融机构与企业的对接桥梁,努力培育综改区健康、可持续发展的金融生态体系,在山西经济转型发展的关键时期,共同优化全区金融生态。同时,在今后的金融工作中,从金融管理入手,秉承“开放、协同、共荣”发展理念,逐渐形成竞争机制,加强联动机制,引进省外先进的基金管理公司与省内各金融机构共同发展,形成各具特色的企业金融服务态势。

“要聚焦金融本质,建立健全金融信用体系,发挥政府引导基金杠杆作用,把控制好金融产业风险,进一步通过集聚区域金融,完善顶层设计,创新金融产品,优化金融服务平台,打造实体服务产业链;建立风险补偿机制,更好地支持项目及产业落地,更有力地促进企业高质量转型发展。”艾凌宇表示。

金融品牌

JinRongPinPai

“创建信用体系,助力乡村振兴”“金融促进农业发展,信用助力乡村振兴”,28个彩色行楷大字,在夏日阳光的映照下熠熠生辉,分外引人注目,更向人们昭示着今天活动的主题。

6月12日上午,由人民银行太原中心支行、省发改委、省农业农村厅主办,农行山西省分行、祁县县委县政府承办的山西省农村信用体系建设“百县千村”示范工程推进会在晋中市祁县城赵镇修善村举行。

精准助力全省信用体系建设,把信用体系建设推进到全省所有地市、所有县域,以“千村示范”促“万村发展”。农行山西省分行在此次会议上放出“大招”。

修善村和谐“信用”之风荡漾

“耕耘美丽中国,创造美好生活”“牢记使命担当,助力乡村振兴”“农业银行‘三农’服务不打烊,金融活水助春耕”“用农行掌银,安全又放心”“惠农e贷,农行从容e贷”……

从农行山西省分行全面介绍,到精准脱贫服务“三农”战略部署;从乡村振兴重点领域关键环节的金融服务,到具体金融产品详细解读、操作流程,一块块形象生动的展板分立在会场四周,吸引着参会人员的目光。他们一边看,一边谈论着,个个脸上洋溢着幸福的笑容。

农行山西省分行等金融机构纷纷亮相现场,服务人员身披授带,向会议代表奉上一份份贴心“礼物”。

活动现场既有人民银行太原中心支行、省发改委、省农业农村厅、祁县县委、县政府等相关部门领导前来见证这一时刻;也有农行山西省分行等金融机构现场助阵、金融、农业技术专家“一对一”“面对面”精准授课、答疑解惑,又有相关部门为祁县修善村等“信用村”授牌,为“信用户”颁发证书,还有祁县政府与农行晋中分行签署全面战略合作协议和“数字市民”项目合作协议。在山西省农村信用体系建设“百县千村”示范工程推进会场,精彩纷呈的活动一个接着一个,高潮迭起,惊喜连连。

在修善村内容丰富的展览展示

品牌访谈

PinPaiFangTan

如何把黄花做成既有营养丰富品质又有文化内涵品位、既有准确心智定位又有文化附加值、既有妮妮动听故事又有栩栩如生形象、既有物质美味享受又有文化精神追求、既有知名度又有信誉度的全国知名品牌?

日前,本报记者专访了晋商品牌课题组组长、我国著名品牌专家赵加积。

记者:我省发展黄花产业有哪些优势?

赵加积:“莫道农家无宝玉,遍地黄花是金针”,大同云州从明朝开始就享有“黄花之乡”盛名,至今约600多年的历史。一是具有地域和历史优势。这里的黄花既角大肉厚味甜,又含有硒、铁、锌和钙等营养;既有丰富的水源,又有火山边富硒土壤营养;既是美味佳肴菜品,又是旅游观光的景点;既在《本草纲目》中有记载,又在《养生论》中有论述。

二是具有科学种植与组织管理优势。种植面积已从3万亩扩展到17万亩,其中9万亩产值已达7亿元。目前已有15家龙头加工企业、95个专业社,黄花已形成菜、饮料、茶和酱等9大类120多种产品,同时还形成了观光旅游景区,已接待游客197万人,年收入达19亿元。



在山西省农村信用体系建设“百县千村”示范工程推进会上,农行山西省分行工作人员向百姓讲解金融服务“三农”政策。

本报记者 翟步庭 摄

示基地,参会人员又实地观摩了农行山西省分行等金融机构助力服务三农和修善村产业发展成果。

据悉,近年来,人民银行太原中心支行积极组织农行山西省分行等涉农金融机构深入推进农村信用评定工作,取得了良好的社会效应。目前,全省累计创建了像修善村这样的信用村7068个,创建信用乡镇243个、信用户321万户。

人民银行太原中心支行副行长王山松表示,近年来各级地方党委政府通过加强农村信用体系建设,优化农村金融生态环境,有效缓解了农民贷款难问题,促进了乡村振兴和“三农”经济社会发展。人民银行更是把信用用户、信用村、信用乡镇等创建工作,作为深入推进农村信用体系建设的重中之重来抓。

祁县修善村村委主任段斌斌激动地说,“修善村能成为‘信用村’,广大村民能成为‘信用户’,与农行山西省分行的服务分不开。我们将以此为契机,抓住机遇,加快发展,努力壮大集体经济,增加村民收入,带领全村早日奔向小康。”

祁县县委书记吴文胜表示,祁县作为信用建设的先行者,将持续不断改善金融环境,一以贯之健全信用体系,着力营造更加

和谐的政、银、企、农四方良性合作氛围。

山西省农村信用体系建设“百县千村”示范工程推进会选择在产业兴旺、生态宜居、乡风文明、治理有效的“三贤故里、五治之村”——晋中市祁县修善村举办,具有十分重要的现实意义。

“主力军”面向“三农”服务城乡

近年来,农行山西省分行始终牢记“面向‘三农’、服务城乡”的历史使命,围绕中央实施乡村振兴战略规划部署和目标任务,紧扣新时代“三农”客户新需求,不断深化“三农”金融事业部改革,突出做好乡村振兴重点领域关键环节的金融服务。在服务乡村振兴上,农行山西省分行锚定三大省级战略、七大特色产业、十大产业集群,投放涉农贷款530亿元,农户贷款累计发放66亿元,共计17万户;在助力脱贫攻坚上,向贫困户投放贷款达375亿元,精准扶贫贷款58亿元,带动和服务建档立卡贫困人口44015人,直接发放扶贫小额贷款超10亿元。2019年,县域贷款增速高于全行贷款增速4.57个百分点,国贫县、深贫县、精准扶贫贷款投放均创历史新高,农户贷款增长60%,小微贷款增长

2.5倍,有贷客户增长6.4倍。

特别是在疫情防控期间,农行山西省分行积极对接农户春耕资金需求,持续加大农户贷款线上产品“惠农e贷”投放力度,为支持农民丰收增产、农产品稳产保供保驾护航。

截至5月31日,全省农户贷款余额达到32.26亿元,今年累计投放13.74亿元,包括投向水果、谷物、中药材等种植行业贷款10.06亿元,投向猪、牛、羊等养殖行业贷款1.73亿元。其中线上化信贷产品惠农e贷今年累计投放13.10亿元,余额达到21.18亿元,有效支持了农民春耕备耕和稳产保供资金需求,得到了社会各界的广泛好评。

农行山西省分行副行长郭一芳表示,农业银行因农而生、与农共生,始终把服务“三农”作为初心和使命。近年来,农行山西省分行不断加大信贷投放、倾斜资源配置,切实发挥了“国家队”“主力军”作用。

金融服务乡村振兴,做好脱贫攻坚与乡村振兴有机衔接这篇大文章;创新引领乡村振兴,顺应金融科技发展大潮,运用互联网思维、大数据技术,创新“互联网+”服务三农新模式;普惠覆盖乡村振兴,为贯彻落实中央金融普惠决策部署,进一步提升金融的可达性,提高广大农户信贷资

山西做品牌的一盏明灯

——赵加积谈如何把黄花产业做成全国知名品牌

本报记者 王晓华 翟步庭

三是具有销售与品牌优势。目前已销往全国及东南亚及欧美、人选中国农产品品牌目录,拥有中国农产品“区域公共品牌”等8个。

记者:如何处理好品牌建设与商标保护的关系?

赵加积:一是黄花产品与黄花品牌的关系。黄花产品是种植出来的,黄花品牌是塑造和销售出来的,主要卖文化和销售的附加值。故,卖产品≠卖品牌。

二是处理好地理标志商标与品牌建设的不关系。大同黄花已拥有地理标志品牌目录,这对大同黄花塑品牌具有法律保护作用。而品牌是一种市场概念,是包含范围更广泛的一种知识产权。商标一天即可注册,发挥对品牌的法律保护作用,但品牌塑造需要几年甚至几百年才能塑造成功。故,商标≠品牌。

三是品类品牌≠个性品牌。品类是用来认识和区分物品的名称,如服装、家电、粮食、钢铁和水泥等都属于品类。品类不是品牌,但为了区分品类做品牌,人们

又习惯性地用品类品牌做区隔和标志。品类品牌之中包含了不个性品牌的差异性,也代表不了个性品牌的独特性,因而做品类品牌还必须塑造出品类中的几个个性品牌。品类带动不了品牌发展,只有个性化的品牌才能带动品类发展。格力、海尔等品牌带动了家电品类的发展,而家电品类带动不了格力和海尔发展。故,品类≠品牌。

记者:怎样创造性地塑造品牌的附加值?

赵加积:大同黄花要成为全国知名品牌,目前既需卖物质又需卖文化附加值,一定时期后主要卖文化附加价值,但现在就应创造性地塑造个性品牌文化附加值。一是塑造“大同黄花之乡”文化的全国唯一性。二是塑造《本草纲目》《养生论》和“萱草忘忧,乐为食之”“莫道家中无宝玉,遍地黄花是金针”中历史文化的稀缺性。

记者:品牌的心智定位如何精准确定?

赵加积:心智定位不是简单

地划分消费人群中的高中低档的消费,而是在消费者大脑中挤出一块空间,让品牌在消费者大脑中形成一种独特的难以磨灭的印象。一旦需要消费,消费者就会购买你的品牌。大同黄花个性品牌的物质定位应该是美味菜品;文化定位是“中国素食三珍”“中国打卤面菜品之王”等;消费群体是普通百姓,但也可以制作高档人群名贵菜品和礼品。这种定位需确定一句话广告用语、广告方案和品牌包装等,进行创意性地传播等,形成准确心智定位。

记者:怎么实现用品牌牵引整合各种资源?

赵加积:品牌是一种知识产权式的无形资产资源,心智定位是一种文化和精神无形资产资源,谁拥有品牌谁就拥有大市场,大市场使品牌形成整合资源的牵引力。因此,品牌心智资源是各种资源整合和兼并重组的牵引资源。

大同黄花现在已初步形成一定的心智定位,全国及部分国家已对“大同黄花之乡”“中国素食

三珍”形成一定影响。但目前还缺少个性化的龙头品牌。缺少龙头品牌自然会向更准确的心智定位资源,也难以以龙头品牌整合各种资源。为此,大同现在最迫切的是扶持和培育几个龙头品牌。

记者:在塑造品牌的过程中,怎样讲好故事?

赵加积:形象是品牌内涵的一种外在展现,也是一种软实力。品牌形象既可向外展现自己的软实力又可利用形象提升自己的竞争力。为此,品牌必须塑造一种栩栩如生光彩照人的形象。故事是企业与消费者沟通和交流的桥梁纽带,也是最佳传播的一种方式。大同黄花的形象和故事现在已初步形成。但其形象和故事仍然不集中,没提炼成主形象主故事。现在急需收集整理,并塑造能代表大同黄花栩栩如生的主形象。

我们一定要以踏石有印、抓铁有痕的意志、久久为功,把山西黄花品牌做出成效来,书写山西践行新时代中国特色社会主义的新篇章。