

■ 本版撰文 本报记者 张凡

编者按:

在德尔塔毒株攻城略地的当下,仍未得到有效遏制的疫情唤醒了人们对历史的记忆:在伟大的卫国战争期间,德军兵临莫斯科城下,苏联红军临危不惧,以阅兵的方式凝聚起战斗力。如今,面对疫情,各国工商界也需要一场“阅兵式”来提振士气,加强团结与合作,正在举办的东京奥运会如此,即将到来的迪拜世博会也是如此……

企业国际化下一站 迪拜

中国工商银行 阿联酋排名第一的中资银行

“迪拜世博会中国馆践行‘一带一路’倡议,构建人类命运共同体,为凝聚国际社会积极力量、促进全球创新发展打造了高水平交流合作平台,也为当今日趋复杂的国际环境点亮希望、带去光明。”中国工商银行股份有限公司副行长张伟武在近期出席2020年迪拜世博会中国参展路演(四川站)活动时表示,作为迪拜世博会中国馆官方合作伙伴,深刻感受到中国馆“华夏之光”的寓意。

近年来,中国工商银行依托全球网络布局和产品服务优势,全力支持国家高水平对外开放,助力国家构建双循环新发展格局,积极为进博会、广交会、服贸会、消博会等国内大型展会贡献“工行智慧”,成果丰硕,影响广泛。张伟武介绍说,此次作为迪拜世博会中国馆官方合作伙伴,中国工商银行也将紧紧围绕中国馆主题,做好服务配套工作。

“在首届‘一带一路’国际合作高峰论坛期间,中国工商银行发起并牵头成立了‘一带一路’银行间常态化合作机制。截至目前,成员已扩展至66个国家和地区的131家金融机构,其中包括阿联酋国民银行、阿布扎比第一银行和纳斯达克迪拜证券交易所三家阿联酋机构。”张伟武介绍说,中国工商银行将继续发挥桥梁纽带作用,推进高质量共建“一带一路”,尤其是在迪拜世博会期间,中国工商银行将继续践行共商共建共享原则,将这一国际多边金融合作平台与中国馆工作相结合,办好配套主题论坛活动,深入开展沟通交流。

除此之外,中国工商银行还将把握数字化转型机遇,创新赋能中阿双边合作。近年来,工商银行加快推动自身数字化转型,着力打造“数字工行”。目前已全面建成智慧银行生态系统,已构建拥有自主知识产权的企业级区块链平台,并在支付、融资、投资等核心产品加速推进数字化智能化步伐。对此,张伟武介绍说:“在迪拜世博会期间,我们将着力展现客户服务智能普惠、金融生态开放互联、业务运营共享联动、产品创新高效灵活的数字金融发展目标,为中阿双边经贸合作注入新活力、新元素。”

在绿色发展理念深入世界各国民众心中的当下,中国工商银行也将利用世博会平台,践行人类命运共同体,促进凝聚绿色发展共识。张伟武说,在迪拜世博会期间,中国工商银行将继续致力于宣传绿色发展理念,全力配合中国馆现场和线上宣传活动,讲好中国故事。

据了解,中国工商银行目前已形成全方位绿色金融战略推进体系,不断加大绿色产业、客户和项目的支持。截至6月,工商银行绿色贷款余额为2.16万亿元,在四大行中排名第一。今年2月,工商银行帮助四川省机场集团完成2021年度第一期碳中和债券发行工作,发行金额为5亿元。这是银行间市场发行的首批“碳中和债”,募集资金将帮助成都天府国际机场实现污染物减排。

“长期以来,我们高度重视中东市场,自迪拜国际金融中心分行自成立以来,我们坚定支持中资客户走出去,着力协助中东客户了解开拓中国市场,全力服务双边关系良好发展,取得广泛市场美誉。”张伟武说,截至2021年6月末,中国工商银行迪拜分行总资产为227.70亿美元,已成为阿联酋排名第一的中资银行。



在迪拜重燃企业国际合作热情

世博会历来是企业拓展国际视野、增强国际合作、提升国际知名度的绝佳平台。企业可通过参与世博会,向世界展示最新产品、理念、技术与服务。企业不仅可借助赞助、冠名世博会活动等手段进行宣传营销,提升企业及其品牌国际知名度,也能加强企业间的联系合作,寻找合作伙伴,加快国际化发展步伐。尤其是即将到来的迪拜世博会,作为后疫情时代的首届世博会,肩负促进世界经济复苏、重启各方交流的重任,更是举世瞩目。

迪拜地处亚非欧经济交通中转枢纽,是中东地区经济和金融中心,素有“贸易之都”的美称。迪拜世博会的举办将为企业带来广阔舞台和宝贵商机,有助于企业提升全球品牌形象和知名度,进一步开拓海内外市场。《迪拜世博会中国馆市场推广手册》介绍,企业积极参与迪拜世博会,将带来以下机遇:

开展各级政府公关,开拓国内市场机遇。中国馆将为企业参与国家对外经贸活动,参与各省区市活动提

供平台。企业参与迪拜世博会中国馆各类展览和展示,即有机会迎接领导人视察,参与多省市地方活动,与各级政府代表团和经贸团组开展深入交流。

密切接触各国贵宾,开拓海外市场机遇。中国馆向来以精彩的展示和超高的人气成为贵宾参观的热门选择,每届世博会均接待各类贵宾近百人。企业参与世博会中国馆,与来自全世界的政、商贵宾近距离接触,可轻松获得布局海外市场、开拓国际合作、深度挖掘中东地区商业机遇的难得机遇。

树立行业领军形象,宣传企业先进理念。通过与中国馆合作,可代表中国传递企业发展理念及愿景,与世界一流企业同台对话,彰显合作企业在国内同行中的领军地位。在博园区举办特色主题活动、策划文化展演、参与高端行业合作论坛会议,均可塑造和展示企业紧跟时代步伐、关注行业前沿、谋求和谐稳定发展的良好形象。

提升国内品牌形象,抢占主流媒

体报道。企业参与世博会中国馆各项活动,可获得新闻媒体的广泛关注和集中报道,尤其是中国馆核心合作媒体将以大篇幅、持续跟进的方式,全程支持中国馆有关活动的宣传报道,以此提升企业品牌知名度。世博会结束后,相关资料都将成为企业发展历程的宝贵财富,记载企业发展的精彩历史瞬间。

提升国际品牌形象,获取海外公众关注。企业在提升品牌国际认知度的同时,还可了解当地产业结构及投资环境、开拓当地市场、发展合作伙伴。世博会期间,中国馆将协助合作企业举办高端主题论坛等文化经贸交流活动,为企业建立、维护、加强国际国内客户关系,拓展合作空间提供高端平台。

迪拜世博会中国馆赞助商包括四个层级,即中国馆战略合作伙伴、中国馆官方合作伙伴、中国馆高级赞助商、中国馆指定用品(服务)供应商。目前,上汽集团、中核集团、五粮液、元气森林等近40家企业成为迪拜世博会中国馆合作伙伴。

珂楹集团:让中国时尚在世博会大放异彩

“中国馆每一位工作人员都是中国馆最靓丽的一道风景,他们不仅展现了中国年轻人积极向上的精神面貌与时尚风采,也是最具说服力的一张名片。”珂楹集团董事长张利福接受记者采访时谈到,作为迪拜世博会中国馆指定服装供应商,珂楹集团芭蒂娜、卡拉佛品牌将用国际化的视角结合中华文化传承和匠心精神,为中国馆工作人员、志愿者量身打造中国馆馆服,为美丽中国增光添彩。

对于世博会,珂楹集团并不陌生。早在2017年,珂楹集团就与世博会结缘,荣膺2017阿斯塔纳世博会中国馆指定服装品牌,并携手中国美术学院艺术家团队共同策划了“天路织丝·中国跨界艺术展”。谈及往事,张利福说:“在阿斯塔纳世博会,我们将中国的‘一带一路’与哈萨克斯坦的‘光明之路’相融合,汇聚成为‘天路织丝’,呈现自然之天、光明之路、友谊之织、文化之丝……为国际友人们展现了伟大的丝绸之路文艺复兴梦!”

“之所以入选世博会指定供应商,是因为我们拥有独特的优势。我们置身国际时尚前端,整合全球优质设计师资源,精准把握国际最新流行趋势,运用国际化设计理念,将东西方文化相互融汇,打造全球时尚品牌。”张利福说。

据了解,珂楹集团诞生于1998年,历经二十多年的发展,目前已成为中国中淑女装行业领军企业之一,旗下拥有BADINA(芭蒂娜)品牌、COLOVE(卡拉佛)品牌、美呈平台和独立的商品研发、生产、运营、营销策划全产业链管理团队,支持终端近1000家零售店铺。

即将举办的2020迪拜世博会的主题是“沟通思想,创造未来”。这次珂楹集团再次牵手中国馆,紧扣“中西合璧、以中为主、古今交融”的设计原则,将中国馆馆服设计创意点落在了具有千年历史的陶瓷文化——青花瓷上。

“中国被誉为‘瓷器之国’,中国瓷是中华文明的重要象征,也为人类历史写下了光辉的一页。而青花瓷作为四大名瓷之首,其蓝白两色凝聚了千年文化匠心,也展现出民族文化融合与传承。同时蓝色又象征科技,通过体制机制创新和科技创新为世界带来新机遇。”张利福表示,此次参与迪拜世博会,公司将与阿联酋及其他参展国分享设计经验,开展交流与合作、沟通与连接,共创更美好的未来愿景。

在张利福看来,文化和文明的高度是一个国家软实力的呈现,也是一个国家形象和影响力的重要标志,今年正值建党一百周年之际,珂楹集团将始终肩负把中国馆主题“华夏之光”发扬光大的重任,联动其他城市进行世博会的时尚巡展,以此助力“一带一路”建设,展现中国之美。在迪拜世博会期间,珂楹集团将秉承“让世界聚焦中国”的理念,让中国时尚在世界舞台上再次大放异彩。

元气森林:在世博舞台发出中国Z世代声音



这两年,国内饮品领域崛起的黑马元气森林引起了广泛关注。近期,元气森林又在拓展国际市场方面落下一枚重要的棋子——与迪拜世博会中国馆进行合作,成为迪拜世博会中国馆高级赞助商。这意味着元气森林将利用世博会这个平台,发出中国Z世代声音,从而提升其品牌知名度。

实际上,在诞生之初,元气森林就提出了立足于“服务全球”的品牌视野,并于2019年开始拓展国际市场。他们从华人渠道开始,积极扩展线下和电商的主流渠道。目前,元气森林产品已出口美、加、英、法、德、澳、新、日、韩等全球40个国家和地区,并在美国、日本、澳大利亚和东南亚等国家和地区设立了销售代表处或当

地办公室,也开始进入东南亚和非洲等发展中国家市场。

在这过程中,元气森林也在为不同的市场量身定制本地化战略,从配方、包装等各个方面打造出更符合当地消费者喜好的产品,这体现出其希望成为国际饮品领域知名品牌的愿望。

迪拜世博会是后疫情时代的第一届世博会,也是有史以来首次在中东、非洲和南亚地区举办的世博会。元气森林希望借助迪拜世博会,加速其全球化进程,除了继续深化已经布局的市场,也希望能在“一带一路”沿线国家和地区有产品和品牌的落地。元气森林相关负责人表示:“世博会被称为科技、文化、社会、经济领域的奥林匹克,是展示每个国家产业发展成果的盛宴。与迪拜世博会中国馆合作,是对我们产品品质、品牌、创新的认可。”

在国内市场,通过“世博品质”的认证,元气森林有望继续在“无糖低糖”食品饮料领域实现更多的创新。在元气森林看来,未来五年,中国消费将处于一个快速发展阶段。

中国消费行业的创业者应该立足中国,以全球视角去看待问题。因此,消费产品应该不仅解决中国消费的问题,更要解决全球消费的问题。尤其是在当前,食品、饮料这样的传统消费行业里酝酿着巨大的创新机会,中国的消费品牌也因为通过不断的创新研发,拥有了更多的国际竞争力。在这时,若将视野从国内放眼至全球,意味着更广阔的市场和更巨大的增长潜力。

“随着中国在国际事务中扮演的角色越来越重要,中国品牌也日益受到各方关注。我们着眼于在全球范围内进行市场布局,也就是为中国品牌的集体崛起贡献一份力量。”元气森林相关负责人表示,元气森林在探索国际市场的过程中,凭借着对产品的极致追求,选用真正好原料,持续进行产品创新,用更灵活和积极的态度来挖

当地消费者的需求,致力于打造受当地人喜爱的产品。

“尤其是元气森林备受Z世代的喜爱,已经成为中国当代年轻人文化的一部分,我们希望通过产品在世博会上的亮相,也将中国年轻人的文化带向世界舞台。”在元气森林看来,通过世博会平台,传递中国企业的品牌影响力和国际竞争力,也有利于通过展示中国企业的魅力来讲好中国故事。

