

为“中国文化”造船出海 助“中国品牌”走向世界

——访上海妙文会展服务有限公司董事长王爱民

(上接第十四版)

《中国企业报》:未来五到十年,妙文的愿景是什么?

王爱民:妙文自成立伊始,就立志于成为全球最具创新实力和影响力的文创行业领导者。十多年以来,我们一直在朝着这个目标快速迈进。

为了实现这个目标,我们将主要从三个方面进行全球布局:人才、科技和国际合作。

人才的储备。一是扩大企业的人才梯队建设和人才储备,面向全球招聘精英人才,扩充策划、设计、科技研发等核心人才库。二是升级产学研的一体化架构,在当前与复旦大学、同济大学、上海交通大学、南京大学等30余所知名高校合作的基础之上,与更多的国际一流院校开展校企合作,包括文化交流、定向专业研究、定向人才输送等多个方面。

科技自主研发的升级。目前妙文已经获得了150多项国家专利技术和软件著作权。目前我们正在升级妙文的大型云平台和数据信息中心,建成后,将使妙文的全球数据库更加优化,让跨地区的文化交流与合作,变得更智慧、更科技。二是积极融入上海市促进文化创新产业发展扶持的项目库,并与知名院校共建实验室,研发运用最前沿的软件技术。

国际合作的开放透明。妙文的业务合作广泛分布于全球七十多个国家和地区,依托海量的客户基础,在上海总部设立国际设计研究院,在香港、德国、美国、印度等分公司设立多个文化创意中心,与国际上众多的文化创意中心开展合作,在文创理念和科学技术上始终走在国际前列。

未来五到十年,通过我们的谋篇布局和创新前进,力争成为全球最具创新实力和影响力的文创行业领导者,为中国文化“走出去”,彰显中国气派、中国特色、中国精神,增强文化创意产业的影响力,早日实现中国梦,促进世界文化与中国文化的交流融合,做出应有的贡献。



妙文出品:海尔印度浦那展厅

手记

妙文国际: 用文化与品牌诠释中国

上海妙文会展服务有限公司董事长王爱民说:“文化体现了大国的自信,创意承载了民族的重托;文化引领了经济的繁盛,创意推动了科技的发展。”

用最恰当的展示方式,让世界读懂中国文化,这就是妙文国际在做的事情。

妙文国际作为文化创意行业的领军企业,关于如何为“中国文化”造船出海,王爱民讲述了属于他们的故事:

历经十余年的积淀,妙文国际在全球打造了1200多个文化创意项目,涉及展览展示、会议论坛、活动演出等多种文化交流形式,尤其在文化类展厅展馆领域,妙文国际用自主研发的数字化智能展示技术,让世界各国观众身临其境地欣赏着移动互联网时代的文明遗珍,极大促进了不同文化间的互通、互鉴,为中国文化“走出去”做出了自身的贡献。

妙文国际与全球10多家文化创意中心联动,与30余所世界著名高校达成人才战略合作,形成了“文化科技+展览展示+跨国运营+人才高地”的战略发展体系,持续扩大自身核心优势,一直在加强设计、施工、整合、研发能力,同时加大投入高新技术的研发与应用,在智能化展览展示、智慧旅游、AR/VR/MR、大数据、云平台等领域进行大踏步延伸。妙文国际的大数据云平台,不断累积着全球各地展厅展馆参观者的参观数据,并加以分析利用,为展厅展馆的更新升级、跨地域文化交流,提供强有力的数据支持,让一切变得更科技、更智能。

王爱民说:“用最完美的创意形态,最先进的展陈技术、最易于接受的表达方式,持续展示中国文化、展现大国自信,这是妙文国际的初衷。妙文国际构建的全球资源网络,不仅助力中国文化与中国品牌“走出去”,同样也服务于海外文化与品牌,使他们融入中国,促进世界文化全面融合。”

为帮助中国品牌成功走向世界,妙文国际打造了“品牌—文化—创意—科技—会展—运营”于一体的文化展示创意平台体系,使众多中国品牌在“走出去”时获得专业而系统的一站式服务。

截至2018年10月,妙文国际在全球70多个国家和地区,策划设计并成功实施各类品牌展览活动累计500余项,帮助300多家企业在全中国开展了品牌文化形象展示工程,加快了大量中国品牌在海外市场发展进程。

仅今年年内,妙文国际就助力海尔、美的、游族网络科技、海信、徐工、临工、中车、中铁建、汉能控股、南京视威、汉能控股、北京数码视讯等60余家国内知名品牌,参加在美国、德国、英国、日本、印度、巴基斯坦、伊朗、沙特、土耳其、南非、肯尼亚等30多个国家和地区的大型展览展示活动,展览总面积超过6万平方米,为树立企业品牌形象,展现大国企业实力,贡献了妙文的智慧和力量。

积木时代:最质朴的普惠金融是“农村包围城市”

“普惠金融”从概念到落地,发展至今已经13年。13年间,伴随着监管层的不断提振,大数据、云计算为代表的金融科技赋能,普惠金融得到了长足发展。相关数据显示,过去五年,全国国际口径小微企业贷款余额超过32万亿元,小微企业贷款余额户数1699万户,基础金融服务覆盖面不断扩大。

普惠金融取得阶段性成果的同时,也需直面发展中的问题,由于三四线城镇和农村地区客户分布离散、风控数据难以获取,依照传统金融机构的服务模式将面临较高成本。如何更好地推进普惠金融服务下沉?毫无疑问的是要在“普”与“惠”上下足功夫,做深功课。对此,不同的金融机构有着不同的理解和举措。在积木时代CEO彭少新看来,推进普惠金融欲速则不达,需要韧性、耐心,

脚步可以放慢一点,路子才能更加稳健。理念如此,践行上也正中靶心,积木时代发展普惠金融的逻辑很质朴:“农村包围城市”,站在离普惠金融最近的地方。

攻坚农村市场

在普惠金融中的众多难题中,如何突破“最后一公里”一直让金融机构费解。

由于我国农村市场广泛、金融产品供给不足、传播能力有限,很长时间以来,分散的农户、小微企业等群体无法得到及时有效的金融服务。不过,在金融科技的助力下,以积木时代为代表的小微信贷信息服务平台正“弯下腰,弄脏手”,努力找寻针对农村地区、农业产业以及农民群体需求的解决方案。

成立至今,积木时代一直专

注于为三四线城镇和农村市场的小微企业、农户提供信贷服务,不断拓展农村金融板块。服务小微和农村市场,风控尤为重要,因此在推进农村金融服务上,积木时代借鉴了传统IPC模式中实地尽调的方法论和信贷员全流程风险控制的管理体系,并进行了本地化的改良,将实地尽调与线上数据分析结合起来做风控:一方面,吸收了在线下收集信贷强、弱相关数据、信息交叉验证的精髓,另一方面,发挥新金融公司在数据和量化模型方面的优势,获取服务对象更全面的行为数据,进行还款意愿和还款能力的评估。

创新信贷服务

目前,积木时代已在全国范围内开设了50多家资产端门店,

服务的客户90%是小微企业主和个体工商户,累计服务信贷规模接近25亿元。值得一提的是,在发展上,积木时代以创新信贷服务为引擎,让服务变得更为精准明确。

在支持小微上,积木时代很早就进行了布局。2014年成立没多久,积木时代就推出了第一项小微信贷服务——“企业贷”,服务对象主要是三四线城镇和农村地区的小微企业和个体工商户,其中以生产加工类、贸易类、餐饮类客户居多。在彭少新看来,这些类型的企业,现金流充裕,资金周转速度快,是比较优质的信贷群体。

不让普惠停在“口号”上

伴随着监管层的不断提振,

大数据、云计算为代表的金融科技的赋能,普惠金融成为行业中最响亮的口号,虽然普惠金融得到一定的发展,但更多的落地还远未实现。事实上,普惠不是一句口号,它代表着企业对社会责任的承担。这就决定着任何金融机构都要通过切实的行动和付出,承担起推进普惠金融的责任。

在承担普惠责任,推动普惠金融发展上,积木时代用行动做出了表率。创办伊始,就绕开了金融的主战场,从传统金融机构影响薄弱的地方下手,利用强风险意识和成熟的风控模式,在三四线城市及农村地区深耕细作,走出了一条“农村包围城市”的普惠金融之路。“农村包围城市”,这既是积木时代的发展逻辑,更是它的良心和担当。

(宣木)