

培育跨境金融业务竞争新优势 助外贸企业应对外部压力挑战

青农商行金融服务打出“组合拳”稳外贸促发展

■青岛财经日报/首页新闻记者 李菁



2022年,面对不利的外部环境,青岛市外贸进出口9117.2亿元人民币,同比增长7.4%,创历史新高;2023年一季度,全市外贸进出口总值达到1958.6亿元人民币,比去年同期增长9.6%,在全国15个副省级城市中列第六位。

外贸逆势增长的背后除了政策支持,金融也是重要助推力。作为本地法

人银行,青岛农商行积极响应人民银行、外管局的号召,聚焦外贸企业实际需求,拓展对外经贸合作空间,多措并举做好助企纾困金融工作,推动外贸保稳提质。2022年末,该行国际结算量185亿美元,代客结售汇62亿美元;2023年一季度,国际结算量实现54亿美元,同比增长19%,其中跨境人民币结算量28.22亿元,同比增长307%。

助企业规避了汇率风险,及时锁定利润,解决了企业汇率避险意愿强烈但流动资金偏紧、又授信困难的难题。

此外,定位重点区域量身打造特色服务方案,青岛农商行创新“自贸·关保通”“上合·银关通”新型关税保函产品,以“0手续费、0担保费、0保证金”特点,精准解决企业流动资金占用问题,提高资金利用率,降低企业的货物口岸仓储成本。目前,“自贸·关保通”和“上合·银关通”已出具海关保函2780万元,为改善企业进出口环境发挥了积极作用。青岛华纳食品有限公司申报进口的一票花生果,货值178万美元、涉及税款29万元人民币,仅用不到2分钟就顺利通关放行,企业总经理邓玉涛露出舒心的笑容,“我们用了‘上合·银关通’关税保函业务后,不仅能减少因为缴纳关税保证金引起的资金占压,而且‘先放行后征’的方式能加快我们的货物通关速度,这下方便多了。”

贸易便利化解决业务手续多、材料杂

疫情期间,外贸发展不确定性增加,青岛农商行认真落实人行、外管局助企纾困政策,用好政策支持红利,大力落地推广外汇收支便利化,加强对有订单、有市场、有信用的企业,特别是中小微企业

业的金融和外汇支持。

利用跨境金融区块链服务平台,青岛农商行办理企业付汇实现了线上化、无纸化。为平度一家农业产业化重点龙头企业办理货物贸易外汇收支便利化试点业务,也是山东省法人银行首笔境内运费外汇收支便利化业务。该业务简化了企业办理外汇收支材料的审核过程,大大提高了企业跨境资金收支和资金运用的效率。到目前,青岛农商行利用跨境金融区块链服务平台办理业务8000多万美元,有效降低企业的“脚底成本”。

针对跨境电商收款特点,青岛农商行创新推出“跨境电商通”产品,收款流程费用低、速度快、安全性高,有效解决了跨境电商企业境外收汇环节多、成本高、收汇难等问题,开创了青岛市跨境电商海外仓出口收汇的便利化新模式。目前,该产品服务跨境电商企业已达160家,实现跨境电商模式出口收汇1500多万美元。

青岛农商行交易银行部负责人表示,当前支持贸易新业态新模式、推动跨境贸易投资高水平开放等一系列政策利好已逐步释放,作为以“支农支小”为市场定位的青岛农商行,将继续坚定不移地支持实体经济发展,培育跨境金融业务竞争新优势,帮助外贸企业应对外部压力挑战,为服务国家高水平对外开放和青岛市稳外贸稳外资贡献更大力量。

多举措服务外贸企业稳订单、稳生产

订单增速放缓,货运成本增高,资金压力明显是我国外贸企业一段时间以来普遍面临的挑战。如何帮助外贸企业稳订单稳生产是青岛农商行首先考虑的问题。

“花生价格持续上涨,许多国际订单因为我们没有钱扩大生产规模而不敢接。多亏了青岛农商行,3天帮我们新增了500万元信用贷款,让我们大胆接单。”青岛洛山果仁有限公司负责人李宏东说。

针对国际贸易收款周期长、外贸企业流动资金紧张问题,青岛农商行积极为企业办理出口托收押汇业务,企业通过港口发出货物后,即可通过青岛农商行申请出口托收押汇,出口托收押汇比例高达95%。“这一业务不仅盘活了资金,利率也不高,很适合我们。”李宏东表示。

今年以来,青岛农商行进一步简化融资流程,丰富产品供给,敢贷、愿贷、能贷、会贷的长效机

制加快形成,帮助企业抢订单、度危机。一季度,青岛农商行服务青岛市进出口企业数量达到5900家,较年初新增183家。

新产品解决外贸企业融资难、融资贵

为进一步缓解外贸企业融资难、融资贵的问题,青岛农商行不断加快金融产品和服务创新。

全国首笔中泰货币互换项下泰铢贸易融资业务、上合示范区区内首笔中韩货币互换项下的韩元贸易融资业务、中新货币互换项下新元贸易融资业务均率先在青岛农商行落地,进一步拓宽了企业融资业务渠道,同时融资利率低于同期人民币和美元商业贷款利率3个多百分点,有效降低了企业融资成本。

青岛农商行推出了“农商汇率保”担保增信汇率避险产品,进出口企业可以免银行授信、免交保证金办理汇率避险业务,中小企业办理汇率避险业务的门槛进一步降低,业务流程进一步缩短,帮



青岛农商行客户经理深入企业了解金融服务需求。

城市传媒2022年年报及2023年一季度发布

业绩稳健增长 彰显成长韧性



上市青企年报解读

青岛财经日报/首页新闻 4月28日晚,城市传媒发布2022年年报和2023年一季度报。2022年,城市传媒以“传承文化、传播知识、传递幸福”为使命,主动服务国家战略,持续深耕主业,加快转型创新融合,系统推进高质量发展,不断提升公司核心竞争力,增强国有文化企业影响力。

年报显示,2022年公司实现营业收入2554亿元,同比增长5.77%,归属于上市公司股东的净利润3.36亿元,同比增长20.63%。

在经营业绩持续向好之际,公司推出现金分红预案慷慨回报投资者:2022年拟每10股派发现金红利2元(含税),合计1.32亿元,占年度归母净利润的39.34%,合并公司2022年度已实施的股份回购金额1.51亿元计算,公司2022年度分红总额高达2.83亿元,占年度归母净利润的84.37%。公司以稳定的盈利能力和良好的成长空间,得到了资本市场的青睐,城市传媒市值由报告期内低点43.39亿元增长到目前65.71亿元,增幅约51%。

品牌赋能 实施品牌战略,持续推动出版高质量发展

公司主动服务党和国家中心工作,策划推出一批特色鲜明、内涵丰富的优秀主题出版物,全年共有89种图书荣获出版荣誉152次,其中国家级荣誉39次,创历史新高。长篇报告文学《靠山》荣获第十六届精神文明建设“五个一工程”奖,《靠山》《地球史诗:46亿年有多远》入选年度“中国好书”,《中国共产党思想通史》等3个项目获得2022年度国家出版基金资助,《写给青少年的党史》荣获“中华优秀出版物”“新华荐书年度十大好书”等荣誉,发行量达250多万册,对青少年传承红色基因作出积极贡献,主题出版成果丰硕,“叫好又叫座”。

公司坚持“集中、集聚、集群”出版策略,大力建设精品产品线和优质产品矩阵,从教育出版、少儿出版、时尚生活、社科人文四个领域重点突破,持续推动“千万产品打造计划”和“亿元畅销书打造计划”,取得丰硕成果。报告期,公司销售码洋过千万元重点产品线数量增加至17条,“少年读”“环球少年地理”“状元课堂笔记”等项目实现年销售码洋过亿元,通过持续锻造品牌价值,公司高质量出版能力全面提升。

值得一提的是,公司前瞻性策划出版爆款影视剧同名图书《狂飙》,上市后持续热销,成为现象级产品。

创新赋能 创新引领发展,打造高质量文化产业集群

公司加快构建优秀传统文化“两创”产品服务体系,策划打造以《中华优秀传统文化少儿绘本大系》《中国红色文化少儿绘本大系》为代表的全球环境立德树人精品图书,《中华优秀传统文化少儿绘本大系》已被列入“山东省委全环境立德树人项目清单”“山东省委中华优秀传统文化‘两创’新标杆行动计划”。

2022年,公司持续打造新模式营销矩阵,布局全国大市场迈出新步伐。聚焦学习宣传贯彻党的二十大精神这一首要政治任务,《习近平谈治国理政》第四卷等重点理论读物发行量创历史新高。推进重点产品线建设,拓展属地化业务,全渠道营销能力不断提升。探索新技术下的营销模式,加快在抖音、快手、小红书等新渠道的布局,为好内容、好产品找到好出口、好渠道。

积极发挥推动全民阅读主阵地、主渠道作用,创新打造沉浸式、高品质、数字化的文化服务新业态。累计建设80处数字化全民阅读设施“智慧书亭”“社区书屋”,用户总量近10万人。公司与央视合作拍摄的《奇妙中国》在央视纪录频道等同步上线,与融创文化等联合出品电影《再见怪兽》在全国上映,在不断创新文化服务模式的基础上,公司多元业态助力产业升级。

科技赋能 发力数字转型,文化科技融合成新增长极

公司着力聚焦虚拟现实、人工智能、数字经济、文化空间等文化科技融合发展领域,围绕新型数字技术研发应用、新型数字产品打造升级,文化科技融合、数字文化应用创新成果加快落地。报告期,与歌尔、PICO等一线科技公司深入合作,申报国家虚拟现实创新中心(青岛)获得工信部批复并挂牌启动建设;以数字化产品、数字化服务为核心的“青少年科普和创新文化传播平台”项目入选中宣部国家文化产业重点项目库,获评2022年度中国企业品牌创新成果奖;“科学大脑”VR主题科普研学和VR数字教育科普产品形成VR应用场景和服务教育新模式,累计在全国25个省市推广落地;《中国共产党思想通史》融合出版工程等5个项目入选国家发改委“十四五”规划重大项目。

“中华优秀传统文化绘本大系-AI阅读”项目融合应用新一代信息技术,为少年儿童提供AI阅读服

务和数字场景互动体验;“青知智教”智慧出版平台融入人工智能技术和优质数字内容资源,累计注册用户近80万人。公司将继续顺应文化科技加速融合发展趋势,围绕文化产业转型升级和高质量发展重点方向,着力打造“文化科技”全新增长曲线,持续展现创新活力和增长潜力。

2023年,公司将全面贯彻落实党的二十大精神

和重大战略部署要求,全力打造业态领先、相互赋

能的新型传媒矩阵,打造创新引领、融合发展的高质量文化产业集群,成为引领高品质文化生活的新型出版传媒企业,以“实干、实绩、实效”推动上市公司高质量发展,用良好的业绩回报社会和投资者。

公司于同日披露了2023年第一季度报告。据一季报显示,2023年一季度实现营业收入6.37亿元,同比增长10.22%,归属于上市公司股东的净利润0.97亿元,同比增长10.45%。

转型升级效果显著

华仁药业再融资预案发布

■青岛财经日报/首页新闻记者 赵震 梁源

近日,华仁药业发布2022年年度报告。2022年华仁药业业绩保持攀升态势,实现营业收入16.19亿元,同比增长3.76%,净利润1.81亿元,同比增长38.66%。面对疫情反复、宏观经济环境多变、成本上涨及医药体制改革深入推进,华仁药业稳步推进业务转型,不断加强核心产品、团队和客户的建设,净利润再创新高,转型升级效果显著。

产品力建设为核心 研发管线外延升级

历经二十多年的开拓发展,公司在原有基础输液业务基础上积极探索,持续推进战略转型,深入推进产品力建设及研发管线外延升级。建立了聚焦肾科、呼吸科、精麻科及大容量制剂、医疗器械、防护用品等领域共102个品种214个品规的产品体系,实现了“原料+制剂+包材”一体化发展。

报告期内,华仁药业以国家集采品种、一致性评价品种为重点方向,推动高附加值、高技术壁垒的原料药、药品、医疗器械等产品研发,报告期内获批生产及进入注册程序的制剂品种达12个,在研品种15个,其中10个进入注册程序,处于注册中的二类医疗器械品种11种,截至报告期末,累计授权专利达503项。

加快营销转型 赋能内生增长

报告期内,华仁药业推进营销转型,实行销售人员分类分级管理;落实产品经理负责制,加强产品的全生命周期管理;进一步加强市场准入和产品挂网,积极参加国家、省级、地市级三级集采。此外,在大健康领域,华仁药业布局饮料、化妆品、健康饮品等大健康产品线,其中,久源久电解质补充液及名济堂化妆品已形成一定品牌知名度。2022年,华仁药业子公司湖北华仁同济开发并由“华仁同济联合实

验室”技术支持的“华仁同济燕窩胶原三肽饮”上市,进一步丰富了华仁药业的大健康产品线。

2022年,华仁药业整体实现药品销售5.09亿瓶(袋/支),同比增长31.25%。其中,腹膜透析液产品销量141252万袋,同比增长24.35%;治疗性制剂产品销量248597万瓶(袋/支),同比增长104.28%;基础输液产品销量47亿瓶(袋),同比增长29.02%。

再融资预案发布 预研储备新产品助力全面协同发展

围绕“医药大健康”战略目标,华仁药业正稳步推进全面协同发展。2022年期间,华仁药业同时披露了2023年度向特定对象发行A股股票预案,拟向特定对象发行A股股票募集资金总额不超过13.4亿元,扣除发行费用后,实际募集资金将用于腹膜透析液产能扩建项目、药包材生产基地建设项目、大容量制剂生产基地建设项目、研发中心建设项目和补充流动资金及偿还银行借款。

立足于现有肾科、呼吸科、精神科、麻醉科及大容量制剂等领域技术、人才和产品积累,基于未来多个科室多样化药品需求,华仁药业将在合肥、日照、青岛三地建设研发中心,聚焦镇痛类创新药的原料药和制剂研发;神经科及心血管类的原料药及制剂研发;腹膜透析类原料药及制剂的研发;肾科、呼吸科等相关医疗器械研发,构建涵盖创新药研制、仿制原料药及制剂研发、医疗器械研发三位一体的研发布局。

本次再融资预案的发布,凸显了华仁药业打造研产销一体化和推进原料药、制剂、医疗器械、医用包材等板块全面协同发展的战略决心。在华仁药业4月发布的一季度业绩公告可以看到,2023年第一季度营收约4.03亿元,同比增加4.61%;归属于上市公司股东的净利润约4.11亿元,同比增加64.15%;基本每股收益0.0348元,同比增加64.15%。