

automechanika
SHANGHAI

合力同行 开创共赢新局

创新思路 优势互补 中德合作实现1+1>2



第四届上海国际汽车零配件、维修检测诊断设备及服务用品展览会(上海国际汽车零部件展)作为2008年汽车展会的“收官之作”、“年末大戏”,取得了良好的效果,成为亚洲第一、全球第四的行业盛会,仅次于法兰克福汽配展、巴黎汽配展和拉斯维加斯汽配展。

这样的成绩离不开各方的共同努力,尤其是展会主办方——中国汽车工业国际合作总公司和法兰克福展览(上海)有限公司的精诚合作、开拓创新。

中国最大的展览企业和全球最著名的德国品牌

之所以能在较短的时间内取得如此巨大的成功,合作双方的实力和影响力不容小觑。

重组成立三年来,中汽国际实现主要经济指标连续三年翻番的发展奇迹,旗下工程成套、贸易发展、实业投资、展览经营和综合业务五大板块均以成倍的速度增长。

其中展览业务发展尤为迅猛,北京国际汽车展览会成为全球五大A级车

展之一,杭州车展、深圳车展、沈阳车展位居全国前十,地方车展遍地开花,海外展览多达60个,更有乌兹别克中国名优建材产品展览会以及中国工业产品(委内瑞拉)展览会为代表的海外自主品牌展,机电、建材、照相机、机械等领域的展会全面扩张,行业资源和办展经验也不断积累,中汽国际成为中国自主品牌最多、综合实力最强、影响力最大的展览企业。2008年,公司的展览面积达到100多万平方米。

而德国法兰克福展览公司已经有100年的悠久历史,在全球设有5个代表处、48个销售合作伙伴、17个直属公司,覆盖全世界155个国家和地区。

该公司主办的德国法兰克福汽配展是全球最大的汽配展,其品牌效应为上海国际汽车零部件展提供了较高的起点,其庞大的参展商和买家数据库为上海方面提供了有力支持。

这两个强势企业和品牌的联合,为上海国际汽车零部件展的成功发展奠定了坚实基础。

共同的办展理念

今年6月,2008年展会招展工作就已经提前结束,随后又有不少企业要求参展。但中汽国际的工作人员最终放弃了增加展馆的想法。刘敬楨总裁解释说,如果盲目求大、追求规模,服务质量就没有保证,可能会损害参展商和采购的利益。

“虽然展览公司作为商家,谋取利益无可厚非,但不能一味追求利润。展会首先应该是立足行业为企业提供服务的平台,实现参展商和买家利益最大化,其次才能考虑赢利。这样展会才会有旺盛的生命力,长期、持续办下去。”刘敬楨总裁对展会定位和办展理念十分明确。

而这也与德方的理念不谋而合。“展会就是为企业提供宣传、展示和贸易机会的服务平台。保证参展商和观众的利益,在服务精细化的基础上稳步发展才是长久之道。”

令人欣慰的是,今年展会主要的参展商中70%是“回头客”,而且这批回头客平均每家的参展面积扩大了30%,同时还带动了其他企业参展。

合作过程

默契配合、优势互补

中汽国际和法兰克福展览(上海)有限公司的合作始于2004年,因为对中国这一广阔并且不断发展的汽车市场的重视,以及打造优质贸易平台这一共同的理念,双方选择在中国的经济中心——上海共同举办上海国际汽车零部件展。

事实也证明,这个合作是成功的。中汽国际总裁刘敬楨说:“短短五年时间,只举办了四届就已经成长为亚洲最大的汽配展,跻身全球前四强。这样的成长速度是中汽国际与法兰克福展览(上海)有限公司共同努力的结果,也是与中外汽车行业人士的大力支持与参与分不开的。”

法兰克福展览(上海)有限公司总经理曹建生也有同感,他说,该展会能有如此快速的发展速度,一方面得益于中国汽车市场和汽车零部件产业的快速增长。长三角、珠三角地区是汽车零部件企业的主要聚集地区,所以他们选择了上海作为展会举办地点。另一方面,与两家主办方愉快地合作、共同的办

展理念和将双方优势最大化分不开。

一加一大于二的效果

强强联合,加上共同的理念让中德合作实现了一加一大于二的效果。同时也让大家对上海国际汽车零部件展的前景充满信心。

正是基于这样的合作效果和对未来发展的信心,2007年展会结束后,中

汽国际与法兰克福展览(上海)有限公司在北京签署协议,将双方的合作期限由原来的六年短期改为无限期。

刘敬楨总裁说:“从目前的发展速度和国际市场形势看,在未来数年内上海国际汽车零部件展的发展远景目标将是跻身全球三大汽配展行列。”

刘超 宋长颖/文

