

CNAICO 中汽国际 | 展览稳企树品牌

展览是中汽国际一切发展、改革的起源,也是中汽国际品牌树立的排头兵。

从重组之初北京国际车展独木难支的困境,到2007年的全面启动,2008年的跨越迈进,中汽国际的展览业务在2009年迎来规模、市场、品质、品牌的全面丰收。

规模上,中汽国际在2009年举办自主品牌展30多个,总规模超过120万平方米,是中国唯一一家年展览规模超过百万平方米的展览巨头,在中国会展企业中拥有绝对的领导地位。与此同时,中汽国际的自主品牌展览数量仍以每年不低于两个的速度稳步增加。

市场上,国内国外全面开

花。除北京和上海这些传统市场外,中汽国际先后进一步开拓或新开发了深圳、杭州、沈阳、东莞、武汉、郑州、福州、苏州、南昌、南宁、南京、呼和浩特、合肥、太原、烟台、芜湖、义乌等20余个大中型城市的展览市场,而天津、兰州、重庆、洛阳、包头、鄂尔多斯等市场的开拓工作正在稳步推进。海外,在以委内瑞拉、印度为代表的拉美和亚洲市场进一步扩大了影响。

品质上,深港车展、杭州车展、沈阳车展、上海国际汽车零部件展都突破10万平方米大关,中汽国际10万平方米以上展览也因此达到5个,占全国同类市场份额的20%以上,5万平方米以上展览超过

10个,规模以上(3万平方米)展览数量占全国市场份额的12%。北京国际车展、上海国际汽车零部件展、中国(太原)国际卡车暨物流展览会均位居亚洲第一、全球前三;

品牌上,中汽国际“中国自主品牌最多、综合实力最强、规模和影响力最大的国际展览公司”的行业领先地位进一步得到广泛认可。年末,中汽国际在中国会展业行业年会上被评为“2009年度中国会展业十大影响力企业”、“2009年度中国会展业杰出贡献奖”、“新世纪十年中国十大创新展览会”、“建国六十年中国会展业十大风云人物”等殊荣,公司多个展会项目也得到表彰。

CNAICO 中汽国际 | 实业强企防风险

为了降低业务单一的经营风险,进一步发挥中汽国际在汽车行业的资源优势和品牌优势,公司积极推进以汽车整车、汽车零部件以及汽车园区为主要方向的实业投资业务。

在项目选择上,中汽国际坚持汽车行业和高新技术两个基本原则,并且审慎选择、科学规划,确保项目健康发展。

在完成初期布局后,2009年,中汽国际强化实业投资项目内部质量管理,注重外部市场开拓,一系列措施积极跟进,为项目发展保驾护航。

绿谷汽车园现有品牌12个,宝马、奥迪也即将入驻,园区形象和号召力进一步提升;常州查特中汽深冷特种车有限公司成功赢得中海油LNG罐式车订单,市场范围由海外跨国企业为主向海内外市场并重转型;威海智德真空科技有限公司凭借干式真空泵的领先技术优势,被中国商业联合会授予“中国服务业科技创新奖特等奖”、“中国服务业科技创新企业”。

时至今日,中汽国际投资的项目均已经成为各细分市

场的佼佼者,或填补市场空白,或拥有技术优势,或占据大半市场份额。

从战略层面看,实业投资项目的成长发展,进一步完善了中汽国际“展览、实业、贸易”这三大核心力量的分布,为其他业务的发展提供了有形、有效、有力的依托。

从长远发展看,这批具有较强技术实力和较高市场份额的实业项目,极大地提高了中汽国际抵御危机和 risk 的能力,强化了中汽国际健康、持续发展的根基。

CNAICO 中汽国际 | 贸易富企拓市场

2009年,电站成套设备出口业务的表现颇为抢眼。8套新签电站,25MW到350MW的完善产品格局,着实出乎了很多人的意料。

与泛泛的描述相比,其中几个细节更具看点:首先是公司第一台出口电站的业主再次登门寻求合作,除再次签署一台60MW电站成套设备出口合同以外,还订购了数十万美元的电站配件,这标志着中汽国际已从出口整套电站设备延伸到零配件的出口服务。其次,同为老客户的150MW项目业主经过对公司实力和发展潜力的论证后,主动上门,直接合作350MW项目。这套电站

设备是目前印度市场最大容量的中国汽轮发电机组,此次合作的成功标志着中汽国际不仅从中小机组设备供应商向大型设备供应商转变,而且是从普通压力等级向亚临界压力的转变,可谓质的飞跃,具有重要的里程碑意义。

船舶出口业务成绩同样喜人,其中首次带有大量上装设备驳船的顺利下水标志着中汽国际在该业务领域又迈上了新的台阶。

其他传统贸易业务也呈现逆势增长,在开拓市场和增加效益方面的贡献巨大。

上汽大众、上海通用别克/雪佛兰、东风本田、东风标

致/雪铁龙等品牌多个车型的KD零部件实现“JIT——及时供应”配套模式,并均参与了客户方新车新零件的改型工作,为客户提供了更专业、更深层的进口服务;丰田、奔驰、林肯系列豪华车进口业务,完成整车的进口采购、国内销售工作,成为公司进口业务板块新的增长点;商用车及大型机械设备出口在拉美等市场的地位进一步巩固,与中国一拖等生产企业签署战略合作协议,市场竞争力进一步增强;国内贸易方面,油品销售成效显著,成为嘉实多中国最大汽车润滑油经销商,为后续发展提供了良好基础。

见路 见

——中汽国际

2009年,风起云涌。

中汽国际,风生水起。

在“一五”发展战略规划的指引下,在各方的支持和全力支持下,2009年,中汽国际继续超额完成了国机集团下达的实现重组后利润总额等主要经济指标连续四年翻番的在总额、总资产以及净资产分别是重组之初的16倍、7倍、净资产年均增长150%;经营额年均增长375%;实现销

还以数字说话。

全年共新签订电站成套设备出口合同8套,最大容量10万平方米以上展览达到5个,5万平方米以上展览超过迪、宝马即将入驻;常州查特中汽深冷特种车有限公司,几乎每一个板块都有一批核心业务实现质的飞跃。

比数字更重要的是品牌的提升。

“中国自主品牌最多、综合实力最强、市场领域最广阔,中汽国际连续荣获“2009年度中国会展业十大影响年中国十大创新展览会”、“建国六十年中国会展业十大”乎同时,中汽国际在人民大会堂被中国商业联合会授予“企业奖”等称号,以表彰公司在技术创新、产业发展方面,比品牌更重要的是战略规划的正确。

中汽国际在重组之初就制定了以“展览稳企、实业引导思想,以“一五三制”(工程成套[工程承包、设备成套、业投资[汽车园区、汽车整车、汽车零件],国际展览[汽车训、咨询研究])经营模式为核心内容的“一五”发展战略“业务多元化、投资产业化、市场国际化、经营品牌化、管创造性地开创了极富中汽国际特色的发展道路。这些一

正确的战略,优秀的文化,强大的品牌,不断成长的的动力源泉。

在2009年,我们看见了更加清晰的中汽国际发展之