

(上接3版) 增强凝聚力;加强纪检监察工作,促进党风廉政建,促进了依法办事、守法经营和廉政意识的增强。

九、市场体系开发成效显著,核心能力持续增强。2009年,公司克服重重困难险阻,在成功稳定发展展览业务、实业投资的基础上,在工程成套、国际贸易等领域加大工作力度,获得重大突破,最终使经营开发取得显著成效,重点项目稳步推进,经营规模快速增长,经济效益显著提高,服务质量稳步提升,发展动力日趋增强,为今后发展积蓄了力量,奠定了基础。

1.工程成套业务领域获得突破,品牌彰显。设备成套出口业务是公司成立后新开拓的重点业务之一,今年继续取得重大突破,在印度电力市场形成强势品牌。

船舶业务方面:第三艘出口韩国KE公司的工作驳船顺利下水,并完成收汇工作。这是公司第一次承接带有大量上装设备的驳船,面临了许多的第一次。公司不但完成了各项工作,而且得到了船东、船厂、合作伙伴和船级社的高度认可和信任,各方都明确表示愿意继续加强和中汽国际的合作。

电站业务方面:业务突飞猛进,新签八套电站成套设备出口合同,经营额达到10亿元,后续跟踪项目越来越多,奠定了后续发展的基础,扩大了品牌影响力。

(1)印度那瓦公司第二台60MW自备电站项目。印度那瓦公司是公司第一台出口电站项目的业主,此次是再次合作。值得指出的是,业主还向公司订购了配件,这是印度业主第一次向公司订购汽轮机发电机组的配件,标志着公司已从出口整套电站设备转化到零配件的出口服务上,电站成套服务踏上了新的台阶。

(2)印度古普他公司两台60MW独立电站项目。古普塔公司是印度知名的洗炼煤公司,拥有数十家分公司和子公司。

(3)印度科奇皮公司一台60MW独立电站项目。该项目有望在2010年一季度正式启动。

(4)印度米奇公司两台150MW独立电站项目。这标志着公司在印度电站项目上取得了极大成功。

(5)印度米奇公司两台350MW独立电站项目。鉴于公司在150MW项目上表现出的优势,150MW项目的业主主动找上门来,希望直接合作350MW项目。该项目的签署,不仅标志着中汽国际从中小机组设备供应商向大型设备供应商的转变,也是从普通压力等级向亚临界压力的转变,这是质的飞跃,具

有里程碑意义。

(6)完成印度那瓦公司第一台机组的年度检修和印度纺织厂25MW项目现场安装。

电站成套设备和船舶等成套设备项目的执行,使公司进入高门槛行业,并迅速形成强势品牌效应,一方面培养锻炼了队伍,积累了经验,另一方面拓宽了融资渠道,并因此享受高新企业的优惠政策,这对于今后市场开拓和业务开发具有里程碑意义。目前跟踪的成套项目正在积极稳妥开发中,并形成滚动发展的态势。公司已与业务上下游单位、代理单位、设计单位、生产单位达成共识,形成战略合作伙伴关系,这对中汽国际迅速扩大经营规模、提升实力和影响力具有重大作用。

2.国际贸易业务领域成效显著,厚积薄发。大力开发汽车、汽车零部件、工程农机、钢铁、铝金属等原材料、建筑材料、化工产品、电子电器等产品的进出口业务,取得重大突破,经济效益明显提高。

(1)进口贸易业务方面:以汽车、汽车零部件及生产用原材料为业务主线,立足现有进口配套业务,进军国内进口汽车零部件售后市场,努力发展国际知名品牌的汽车整车进口代理业务。上汽大众、上海通用别克/雪佛兰车型、东风本田、东风标致/雪铁龙等多个车型的KD零部件进口业务保持稳定运转,实现“JIT——及时供应”配套模式,保证了国产车型同国外车型的同步更新工作,为客户提供了更专业、更深层的进口服务,受到客户方的高度评价。整车进口业务继续扩大规模,实现正常化及规模化运转,执行了丰田、奔驰、林肯系列豪华车进口业务,完成200多辆整车的进口采购、国内销售工作,成为公司进口业务板块新的增长点。

(2)出口贸易业务方面:大力开发商用车出口市场及大型机械设备出口市场,重点开发亚洲、非洲、拉丁美洲新兴市场,探索零部件出口基地建设道路,抓好研发和技术服务环节,寻求创建“中汽国际”出口品牌。出口业务经营产品涉及拖拉机、工程机械、钢铁五金、建筑材料、电子电器、汽车零部件等多个领域,取得较为显著的经济规模和效益。

(3)国内贸易业务方面:油品销售完成转变销售结构的构想,扩大了产品经营品种,在大型客户开发上获得成功,成为嘉实多中国最大汽车润滑油经销商。

3.实业投资业务领域巩固加强,基础牢固。在实业化、产业化方面进一步发展,对所属全资子公司和实际拥有控制权的控股公司进行规范管理,促进其更快地发展。

(1)汽车园区建设方面:截至2009年11月,百旺绿谷汽车园项目已建成开业10家汽车4S店,共12个品牌,各企业经营情况良好。吸引了奥迪和宝马两大品牌在园区建4S店,现园区土地按原规划设计已全部租出。园区被列为海淀区2008-2009年度区域内“重点企业”,已经成为一个相对集中的中高档汽车园区。同时,经济效益比去年有了很大的提高,投资不到四年,不但投资款未动,还获得近1000万元的投资收益。

(2)汽车整车经营方面:查特中汽深冷特种车(常州)有限公司的组织架构已经完全建立,通过了生产许可和产品的3C认证并正式投产。2009年成功获得中国海洋石油总公司第一个十台液态天然气(LNG)罐式车的订单。该订单的成功签约,极大地提升了查特中汽的品牌知名度和市场号召力,为开拓国内市场提供了有利契机,有效地完善了查特中汽的产品和技术结构。

(3)汽车部件生产方面:加强与常州威士顿有限公司、北京威士顿汽车内饰材料有限公司、常州颖西汽车内饰件有限公司、北京国机隆盛汽车有限公司的日常协调沟通。威海智德真空科技有限公司的DP-200双螺杆干式真空泵被中国商业联合会评为“中国服务业科技创新奖特等奖”。

另外公司对“中汽尚格(北京)国际展览有限公司”、“南京国机会展有限公司(暂定名)”两个项目进行了入资组建工作。

4.展览经营业务领域发展迅猛,势如破竹。2009年,公司举办的展览会面积继续超过100万平方米,达到120万平方米,国内展览项目布局更加完善,国外展览项目布局更加强,奠定了公司在展览领域的最强势地位,成为中国会展业唯一一家年展览规模超过百万平方米的展览巨头。

(1)品牌展览方面:公司与法兰克福展览(上海)有限公司联合主办的“上海国际汽车配件、维修检测诊断及服务用品展览会”得到迅猛发展。2009年12月第五届展会突破10万平方米,参展企业达2400多家,专业买家近4万人,位列亚洲第一,全球第三。

2009年6月,公司与太原市政府和山西省商务厅联合主办的“中国(太原)国际卡车暨物流展览会”亮相太原,首届展会即成为中国首个由商务部批准举办的国家级、国际化专业卡车物流展。展会展览面积达3万平方米,包括德国曼、瑞典斯堪尼亚,中国重汽、一汽解放、东风汽车在内的国内外知名品牌积极参与,

经艰辛努力,使之成为亚洲第一、全球前列的专业卡车展会。

(2)地方车展方面:全力开拓国内市场,培育一批具有国际影响力的汽车展会。

在实现深圳车展“三展合一”后,又联合港澳特区政府部门推出跨区域车展——“深圳-香港-澳门国际汽车博览会”,展览面积突破10万平方米大关。目前,北京车展、上海零部件展、深港澳车展、杭州车展、沈阳车展的展览面积均突破10万平方米大关,形成强势品牌,奠定了后续发展基础。

先后开发了郑州、福州、苏州、南昌、南宁、南京、武汉、呼和浩特、合肥、太原、烟台、芜湖、义乌等20多个大中型城市的汽车展览市场。目前,公司正在积极推进天津、兰州、重庆、洛阳、包头、鄂尔多斯等地车展的开展工作,已经取得很大成效。

与此同时,公司加大市场开发力度,以每年新开发项目不低于两个的速度迅速发展。

(3)广交会方面:融合各方资源,将这一传统项目迅速做大做强,在原有基础上不断扩大参展面积,目前每届展会的参展面积达3万多平方米。尤其是在进口馆的设立、发展过程中做出了巨大贡献,得到了广交会主办方和参展企业的一致好评。

(4)综合展览方面:先后开发中国国际机械工业展览会,中国国际蒸馏酒、葡萄酒博览会等。现在正在积极开发照相机、仪器仪表、磨料磨具等行业的国际性展会,并已经和相关单位、行业组织达成一致。

(5)海外展览方面:创新办展模式,在国外举办中国产品独家展,积极开拓国外展览市场。

今年共组织参加世界各地展览60余个,取得较好效果。海外展览业务经济效益突破及接近百万的项目逐步增加,成为公司展览业务重要利润来源之一。

中国工业产品(委内瑞拉)展览会受到了国内外企业的极大欢迎,也得到了我国和举办国政府高层领导的高度赞扬和支持,还应邀参加了“中国对外开放30周年回顾展”,其展会实物也被国家博物馆永久收藏。2009年,中国商务部加入主办行列。委内瑞拉总统查韦斯也将该展会作为其亲自主持的《你好,总统》栏目的第二直播现场进行现场连线,并称赞该展是“中委贸易的优质平台”。

目前,中汽国际的年展览规模已超过100万平方米,是成立初期18万平方米的5.5倍;拥有自主品牌展览30个,是成立初期5个的6倍;拥有10万平方米以上的超高级展会5个,5万平方米以上展会超

过10个。目前,官方统计数据显示,中国境内从事展览业的公司超过6000家,2008年全国举办规模以上(面积3万平方米以上)展览256个,中汽国际所占份额高达12%。依上述数据,无论按照年展览总面积、规模以上展览数量、10万平方米以上展览数量、自主品牌数量,还是从展览的品牌知名度、影响力、展览区域地域布局、展览行业布局、经济规模效益等来看,中汽国际都已成为当之无愧的“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”。而且,作为中国会展业的龙头,已经得到行业主管部门的领导和业内专业人士的高度认可,荣获“2009年度中国会展业十大影响力企业”、“2009年度中国会展业突出贡献奖”等殊荣。

5.综合经营业务领域稳步恢复,拓展有序。综合业务方面克服基础薄弱的困难,努力开拓,以优质服务满足客户的需要,较好地完成了各项服务工作。

(1)公关策划业务方面:较好地完成了国机集团运动会、国际工程机械展、中国—东盟博览会等项目的组织、特装服务工作。积极努力做好《国机集团报》、《中设通讯》、《中汽国际》的编辑、发行工作。全年完成22期《国机集团报》,极大地提高了国机集团的社会形象和知名度。《中汽国际》的编辑出版发行对公司品牌的塑造、推广也具有重要作用。

(2)交流培训业务方面:中汽人才、中汽汽车与配件销售职业培训服务有限公司完成了一些单位的人事代理、人才派遣、代招代聘业务及企业内训等工作。

(3)咨询研究业务方面:中国汽车工业咨询发展公司较好地完成了第十五届中国国际汽车发动机技术与设备研讨会的组织工作,在行业内获得好评。北京汽车工业发展研究所较好地完成了2009年度《中国汽车工业综合分析》的客户征订和编辑工作。

总之,在经营上,各部门、各子公司在做大做强现有业务的基础上,积极努力培育发展新兴业务,同时注重自有品牌、有垄断性、长期性项目的开发和开拓,经过一年多的努力,一批优势和强势项目已成型,为公司的快速发展和品牌效应的迅速提升奠定了基础。

在看到成绩的同时,我们必须清醒地看到公司仅仅重组四年,在许多方面还存在问题和不足。如基础薄弱,规模较小,资金瓶颈在短期内还不可能有大的突破,人才队伍现状还不能满足业务发展的需要等,这些困难和问题必须在今后的工作中认真研究,努力寻求解决办法。