



按照公司三年发展规划,国机联创的主业定位为会展工程与服务,并纳入展览板块,成为发挥会展产业链协同效应的重
要一环。根据规划,从2013年起,公司新开拓的展览项目,凡是涉及会展工程与服务内容的,原则上由国机联创承担。

/// 国机联创总经理任伟——

不走品质道路,早晚被市场淘汰

到2013年底,国机联创做会展工程与服务项目已经整整6个年头。从08、09年的一年一个展台搭建,到今天承接亚洲第一大农机展的主场运营项目,国机联创实现了里程碑式的跨越。现在,任伟总经理和他的团队正站在一个崭新的发展起点上,这次,他们更多了一份底气和自信。

“不走品质道路,早晚被市场淘汰”

“无论展会举办得成功与否,‘不能出安全事故’是大家普遍认可的真理。因此,展会的主办方和主场运营商对展台搭建的安全及品质越来越重视。”任伟数次这样提到。然而,会展工程行业目前似乎正处在相对尴尬的地位。

作为伴随会展经济繁荣而兴起的新市场领域,会展工程因囿于产品使用价值的短暂性,而很难被归类到“工程”或“建筑”行业,多重误解造成展商对搭建安全及质量的忽视,为节约成本埋下安全隐患。对此,任伟用一个比喻来形容。“比如我们家住的楼房,在楼上聚会顶多是十来个人的分量。但展台就不一样了,看似是一次性工程,同样的面积将承载30、40人。如果有新

品发布会等活动,展台瞬间会涌上几百人,这要远远超过家庭住的楼房所承载的重量。不出事则已,出事就是大事。”

我们从专家方面了解到,2008年以前,展位搭建的结构安全并不受重视,施工图纸仅由一级结构工程师审查,具有很大随意性。到2013年,在结构工程师的基础上,所有图纸均要交付设计院最终审核把关,目的就是预防安全事故。“现在市场上充斥着大量的搭建商,为什么有的能生存下来,有的无法生存?答案很简单,就是品质。如果国机联创不走品质道路,早晚会被市场淘汰。换句话说,你总干低端的,就只能干低端的。”任伟斩钉截铁地说。

对于会展工程行业的发展方向,任伟有自己的见解,那就是“高精端”、“环保”和“可重复利用”。“更多的展商会把他的展位交给一个品质高、信誉好的企业去做。国机联创这几年的客户不断增加,就是注重品质的最好体现。”

“希望与母公司展览部门充分联动,实现客户资源共享、效益双赢”

在任伟看来,国机联创的角色是展会

主办方的“大管家”,职责是协助主办单位为目标客户提供更加深入完善的一站式服务。

他介绍,“以往招展人员既要负责招展,又要负责管理、沟通、平面和主场等诸多工作,时间紧、任务重。国机联创作为中汽国际的‘替补队员’,能够承担很大一部分工作,为招展人员解除后顾之忧,为展会顺利进行提供有利的保障。”

以车展服务为例。开展前期,国机联创承担展会的主场服务、主形象设计及现场设施氛围营造工作,负责审核图纸、向各施工单位收取押金并签署安全承诺书,进行叉车管理、电检等工作;开展期间,负责售票、提供各种资讯服务及解决突发事件。“怎么能把客户服务好,怎么能把搭建商管理好,怎么能跟展馆配合好,这是我们一直在研究的东西。”

借助国机集团和中汽国际在行业及品牌的影响力,任伟希望能带领国机联创充分挖掘行业资源,寻找突破自身的业务。

他说,“中汽国际是我们的母公司,我们希望能与展览部门充分联动,对现有客户实现资源共享、效益双赢。在母公司的帮助和扶持下,联创有信心完成三

年规划目标。”

“三年规划值得联创人为之珍惜,为之奋起”

“进入中汽国际展览板块,我们的员工感到骄傲和自豪”。今年7月公司召开发展规划宣贯大会,他立即表示,三年规划为国机联创开创了历史发展机遇,值得联创人为之珍惜,为之奋起。

任伟称,为落实三年发展规划,国机联创将围绕主场服务、特装搭建和展厅设计施工三大主业,进一步巩固“一体两翼”业务拓展结构,重点以主场服务持续促进特装及展厅设计发展,形成三大主业相互促进的新型业务格局。

除了会展业务,国机联创还致力于寻找博物馆、企业展厅方面新的突破口。“从文化、设计等方面的实力来讲,博物馆和展厅是展览展示的最高级别。在工艺、细节、质量上都要比展览搭建更高一些”,他说,“之所以我们要做这个,就是为了提升自己的核心竞争力,包括策划能力,对企业的认识,对这个地区文化的认识,让国机联创向更高层次迈进。”

/// 国机联创副总经理李忠霄——

我用事实证明实力

10月22日,青岛国际博览中心,正在搭建展台的农机展现场。随处可见的是脚手架、钢材、布展的车辆、参展的人群。环顾四周,10个展馆,几百个特装展位,还有目所不及的北广场沙地展区。工人们正在如火如荼地搭建展台,国机联创的员工正在紧张地巡视,因为,确保展馆安全是他们的首要任务。

“我用事实证明实力”

李忠霄是国机联创的副总经理,2013农机展项目的主场负责人。“有好多业内人士想做农机展,还有那些曾经参加过展会的人,都在看国机联创到底是一个什么样的队伍,能把这个项目干到什么程度。”此前,农机展十几年都未更换过主场运营商,她说,“这种无形的压力逼着我们一定要把它干好,必须把它干好。只有这样才不会辜负领导的期望、大家的努力。”

因为农机行业的特殊性,参展商、搭建商、观众都存在素质参差不齐的问题,业内人士甚至称它是个“骡马大会”。“但

是它的影响力可以辐射到整个亚太地区,”李忠霄说,“这种复杂的情况逼着我们做什么事、说什么话都必须特别谨慎、仔细。我要求员工特别严,要求自己更严格。我这个人不太会表达,我用事实证明实力。”

“女孩当男孩用,男孩当工人用”是这两天国机联创的真实写照。小伙子们从早上7点直到半夜值班,都在展馆辛苦地工作;女孩们则在宾馆熬夜改文件、做表格,协助搭建商办理手续。李忠霄说,“大家从来没叫过苦,我们都是一句话:必须得把农机展干好。干成了,国机联创就会有更多机会!”

“我们是服务行业”

“我们是服务行业,客户没有想到的我们必须想在前面。”在数次内部培训会上,李忠霄一直向员工灌输这样的理念。她认为,展览搭建行业是“带制造的服务业”,会展工程企业是用自己制造的产品来服务客户,其中服务所占的比重更大。“现在有北

京四千多家展览公司,在我看来,我们最主要的核心竞争力就是服务。服务做好了,项目就成功了。”

在她的熏陶下,“服务意识”如今已经深深扎根在国机联创每一个员工的心中。据李忠霄介绍,他们每次做项目都会协助客户完成一些附加服务。像2013年德国宝马展,项目成员就主动承担起翻译、销售和拍照的工作,赢得了客户的信赖和好评。“付出总会有收获,一年一年下来,客户对我们都很认可,也会给我们推荐不少好项目,联创赢得了很多机会。这是我一直期望的结果。”

谈及2013农机展的收获,李忠霄高兴地说,“农机展实现了我们的愿望,做一个综合服务商:主场运营、设计搭建、影视、平面、策划……我们都可以做,可以更全方位为客户服务。”

“团队是国机联创的业务根基。”

2008年12月,李忠霄加入国机联创,见证了一个团队从单薄到羽翼渐丰的成

长过程。“到2009年11月,我们没有主场,特装只有2、3个,第一年做工程机械展的时候只去了六个人。”她介绍说,“现在我们每年有五个主场项目,特装搭建40-50个,专业队伍15人,设计师多名,还有专业的结构师、审图员。看着这个团队一天天地壮大,真是有种说不出的感觉。”

交谈中,李忠霄讲述了一些自己的求职经历,说自己曾是应聘求职大军中的一员,对毕业生和求职者感同身受。因此,她能站在求职者、员工的角度思考问题,切实解决他们迫切渴求的东西。“刚开始,我的团队成员和白纸一样,没有什么工作经验。所以,我就手把手地教他们,希望他们能在工作中学到更多,让他们迅速成长起来。”

现在,国机联创的展宣团队逐渐发展壮大,李忠霄对他们又有了更高的要求。她说,“必须要懂更多专业知识。必须熟悉材料,懂得搭建结构,懂得审美。只有团队的专业化、高端化、职业化人才多了,国机联创的业务根基才能更加稳固。”