

新常态 理清新思路

年初的工作报告中,“认清形势 居安思危 创新驱动 转型升级”是报告的重点词汇,也是公司对今年工作
工作报告,员工们认真思考,畅谈了2015年工作新思路。

用活动也应具有统一性和呼
。除了硬件形象外,工作人
的软性形象必须与之相匹配,
人才可为现场人员(大会工
人员、礼仪、模特、自愿者等)
行专业化培训指导;中汽人才
可以在线上为参展商提供人
资源方面的增值服务:提供现
服务人员预定、参展人员培
代办保险、代发工资等一站
人力资源服务。

■潘小玉:协作分两个层
一是会展事业部内部协作。
部门协作,也即分工协作。对
同一个行业的展会,项目分属
一个部门,有其负责,这是分
但其他部门如果具备相应资
应鼓励他们发挥资源优势,
是协作。跨行业协作,也即
下游协作。公司会展项目涉
多个行业,展品分别处于产业
上下游关系,应鼓励资源共
并在展会执行方面开展协
二是公司不同事业部之间
协作。展览结合是公司提倡
作模式之一,应扩大展览结
深度和广度。

■崔楠:一是部门横向协
目前国内车展项目中,展览
与国机联创的协作机会最

多。例如2014年开展的驾控体
验活动、移动篷房搭建服务等,
由国机联创方面参与整体组织
与管理工作,为车展增添了新的
亮点。在今后的工作中,可以进
一步加强两部门的横向协作。

二是整车展与零配件展的
协同。柳州汽博会项目,地处国
家级汽车及零配件产业基地和
出口基地,同时承载了推动中国
与东盟地区汽车双边贸易交流
的作用。因此,该项目不仅仅具
有乘用车品牌展示的功能,更是
未来中国汽车出口的重要平台,
是很有发展潜力的战略性项目。
该地区的零配件与汽车用品行
业的生产企业急需专业的展会
平台与国内外优秀的采购商资
源,柳州车展可发挥公司现有展
览资源的协同效应,打造为整车
展与零配件展的协作示范项目。

■陈恒超:中汽国际有全
国最多的、分布最广的汽车
会展,当前国内正在试点推
广平行进口汽车,我们可以
充分利用公司现有的汽车会
展平台,宣传、推销平行进口
汽车,树立中汽国际在平行
进口汽车行业内的品牌,建
立起国内销售渠道,使公司
不断的做优做强。

三、创新驱动

—— 报告表述 ——

获得竞争优势,需要创新;确保完成三年规划目标,
需要创新;下一个五年乃至公司更长远的发展,更需要创
新。创新驱动是提升公司核心竞争力的有效路径。

■李忠霄:创新永远在路上,只
有更好的适应新常态,才能让企业立
于不败之地。如何确保有质量增长,
最关键的就是牢牢把握抓项目建设
不放手,把抓项目就是抓发展、抓项
目就是求生存。

结合国机联创实际及自身经历,
我有两点体会:一是要抓自身建设。
企业对外求发展、求生存,对内更应该
抓提升、抓转型,发展是永恒,不变就
意味着落伍。近年来国机联创把抓自
身建设作为班子和公司各部门的一项
重要任务,并在公司年度考核中,将各
部门自身建设年度情况进行考核,考
核结果和员工年终奖挂钩;二是要对
原有项目深度挖掘。项目管理没有最
好、只有更好。通过对原有项目进行
深度开发、延伸合作、挖掘现有展会
平台潜力等方面入手,实现对原有项
目深挖潜力的发展意图。

■王寒凝:贸易部门的创新可以
从以下方面入手,一是开拓思路,建
立全新的商业模式,设计合作方案,

创造新机会,从优有效地实现自身价
值;二是探讨组建“外贸圈”、“一达
通”等新的经营形态。

■陈恒超:从自身工作角度来
讲,我们的创新驱动就是掌握国家政
策动向,发掘市场未来发展方向,通
过利用信息化、数据化、网络化等新
型技术手段,创新营销模式,适应经
济发展的新常态。

■潘小玉:国机环球会展项目涉
及多个领域,如机械行业(农业机械、
工程机械、机床工具、磨料磨具、基础零
部件等)和生活类(婚博会、名品折扣展)
等。创新主要在以下方面:一是现有项
目办展模式创新,包括主题创新、招展
招商方式创新、宣传推广方式创新(微
信、微博、客户端),网上展会与实体
展会相结合,线上线下供需撮合等。二
是展会题材创新。展会是行业服务的
平台,洞悉新兴行业和朝阳产业,发现
新题材;细分机械行业领域,通过组合
或分列方式创新展会题材。

“中汽国际”品牌。

■王笃洋:中汽配2015在稳增长
的前提下尝试以下方面工作:在全国
汽配会中增加汽车用品展区,这项工
作已经在探索中,反响不错。强化展
会的增值服务:新产品展示区、境外采
购商团服务VIP洽谈区、客商家属休
息区等。为利于开展此项工作,将牵
头成立汽车用品分会,以行业组织的
方式与展会互相促进。中国摩托车及
配件行业,多年来面临的是国家在各
大中城市相继“限摩”的窘境,全球金
融危机和严重的经济萧条环境,严重
打击了在夹缝中生存的中国摩托车产
业。作为展会的主办方就是要想展商
所想,急展商所急,努力为行业服务。
摩配会展部计划今年在重庆与摩配会
同期同地举办2015全国电动车新能
源汽车及零部件展示交易会。

■王寒凝:业务的发展关键在于
给客户什么样的服务。以客户至
上,多走访,采集各方需求,延伸服务
范围,为客户提供更多便利,帮客户赢
得更多经济效益,提高客户的忠诚度。
其次,要看准商机,主动出击,充
分发挥主观能动性,走在商业最前端。

■崔楠:展览二部在2014年面临
着展会同质化特征严重、汽车消费市场
趋于饱和等不利因素下,结合行业发展
现状,进行了若干工作模式的创新,为
业务转型升级积累了一定的经验。

其中以“人车合一”为概念的专业
驾控体验系列活动已在2014柳州汽
博会、包头车展、呼市国际车展等项
目中开展。柳州汽博会为期五天的活
动累计到场观众4000余人次;包头和呼
市车展累计迎接观众近万人次。

“以租代买”为概念的专业篷房搭
建服务率先在7月份呼市国际车展项
目中实现了应用,保证了专业展出效
果,有效地降低了项目经营成本,并确
保了现场运营的安全性。

单个展会项目的官方微信、APP
营销推广工作,以新媒体平台的应用
实现了与传统展会形式的无缝对接的
营销功能,符合汽车厂商的垂直化营
销需求,增强参展企业与观众之间的
互动。

实现差异化竞争,才能提高现有
车展项目的竞争力,确保展会规模、品
质和效益有质量的增长。

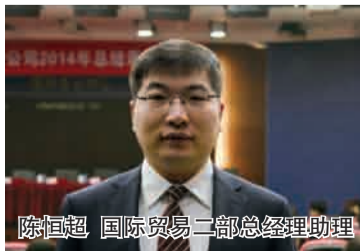
四、转型升级

—— 报告表述 ——

加快转型升级,推进提质增效。加强传统主业的转型升
级,利用自身的比较优势,以信息技术为支撑,持续创新业务模
式,摆脱同质化竞争。

■皇艳蕾:盘点中汽国际,在传
统车展领域我们具有一定口碑影响
力,我们应该深度挖掘实体展会的品
牌效应,长远市场布局。从公司层面
系统规划展会布局 and 数量,设定各展
会角色,促进展览部门之间协同配合
发展,使其成为一个有机的整体,从
品质和规模着手,进而打造企业核心

竞争力。与此同时,高层设计时充分
考虑展览结合和互联网的影响力,让
网络营销与实体展会有机结合,形成
相互促进的运作新模式。同时,进一
步充分调动公司的有效资源,为客户
提供差异化优质服务:全流程、定制
化、一站式服务。培养客户的“惰
性”,增强客户的依赖性。进而打造



陈恒超 国际贸易二部总经理助理

潘小玉 国机环球

谭默涵 工程成套一部

崔楠 国际展览一部