

切实把握机遇 深入推进改革 为公司长期、稳定发展开创良好局面

——中汽国际2017年工作报告(摘编)



第一部分



2016年是公司第三个五年规划的开局之年,也是公司转型升级的关键一年。这一年,在全球经济形势复杂多变、我国经济增长和结构转型面临比较严峻局面的国内外经济环境下,中汽国际顺利完成了全年经营目标,各项工作取得了长足的进步,为五年规划的实现,开了个好头,成绩来之不易。

第二部分

2016-2020年五年发展规划正式出台

今年是公司第三个五年规划的开局之年,制定并颁布新的五年规划是年度一项重点工作。五年规划也是公司未来五年发展的总体指导方针和行动纲领,明确提出公司“成为中国会展业的领跑者”这一发展愿景。五年规划还确定了:“引领中国会展业发展,助力中国汽车业进步,推动中国装备企业全球化进程”的公司使命;“责任、创新、协同”的企业核心价值观;未来五年,“坚持‘展览贸易,双擎驱动’,初步将中汽国际建设成为国内外知名的综合型展览贸易服务商”的总体发展定位。我们的目标是,经过五年发展,中汽国际主要经济指标翻一番,实现“五年再造一个新中汽”。为了公司长远发展目标,五年规划的目标必须实现;通过一年来的实践证明,我们的目标也一定能够实现。

展览资源整合工作推进顺利

2016年,按照《国机集团展览资源整合总体框架方案》,完成了以下几方面的工作:公司股份改制总体方案设计;剥离中汽人才等五家影响资源整合和公司改制的企业;完成了对中汽国际的增资扩股,与CMEC、机床总公司和国机资本协商一致,签订了增资扩股协议。2016年底,西麦克、国机展览公司正式成为了中汽国际大家庭的成员。

第三部分

商业会展

第十四届北京车展展出面积达到22万平方米,参展商数量达到1600多家,首发车112台,吸引观众81.5万人次。中汽国际负责的零部件展区和商用车展区合计面积9万平米,首次设立品牌馆,展商品质大幅度提高,同期活动参与人数超过往届。这次展会与车展主题“创新变革”十分契合的电动化、智能化和网络化的“三化”发展趋势得到了充分体现。北京车展已成为全球汽车产业创新、变革大潮的缩影。

国内二、三线城市自办车展项目整体呈现向好的发展态势。洛阳车展加强运营管理,实现扭亏为盈;包头车展面积突破7万平方米,在当地经济景气度不佳的背景下,营业收入逆势增长;柳州车展社会影响力持续提升;呼和浩特“一展一节”效益大幅度提升。

今年是第十二届上海汽配展移师新展馆的第二年,展出规模31.2万平方米,较上届增长11.4%,成为世界规模最大的汽车配件及后市场展

览会,呈现出强大的品牌号召力和发展潜力。

国机集团和广州市政府战略合作龙头项目——广州国际汽车零部件及售后市场展览会(AAG)继去年与全国汽配会联合举办后,今年单独举办了一届,并获得成功,规模仍为历届之最。展会设置了电商和改装专区,同期论坛22场。展会邀请到多个行业高端品牌参加,并迎来一汽、东风等央企集团的参与,行业知名度进一步提升。

第79-80届全国汽配会顺利举办,两届展会规模合计12.2万平方米,集中展示了中国汽车配件产业的新产品、新技术、新材料和新工艺。“一届两季”的全国摩配会已成为我国摩托车行业独一无二的盛会。第36届摩配会分别在哈尔滨和广州举办,两季摩配会展出面积合计超过8万平方米。特别是秋季展,展位数超过2000个,比去年增长43%;特装展台数量创纪录地达到270个,涵盖所有摩托车配件专业企业和主流厂家

品牌;专业观众突破6万人次。

在新能源汽车销量增长迅速和汽车互联化、智能化的背景下,公司联合中央企业电动车产业联盟创办的中国(广州)国际新能源、节能及智能汽车展览会,在7月顺利举办。首届展会面积2.7万平方米,集中展出近年来我国汽车工业的新产品、新技术和取得的新成就。展会的成功举办,标志着公司在新能源车领域战略布局的良好开端。

11月,首届中国(广州)国际机器人、智能装备及制造技术展览会成功举办,展会吸引240家企业参展,展品涵盖国内外智能制造与装备、机器人、无人机等高端制造产品。展会的举办标志着公司在做实做强汽车类展会的基础上,加速向机械装备领域展会市场的扩展,加快了构建“大装备展”和“大工业展”新格局的步伐。

2016年发榜的“世界商展百强”中,上海汽配展、北京车展分列第12位和第29位,尤其是上海汽配展排名较上年上升了18位。

第四部分

贸易成套

国际贸易:整车出口业务规模持续扩大,以自主品牌整车出口为主导的外贸格局基本形成。2016年,出口中东、非洲、东南亚及南亚地区汽车合计1300台,出口古巴汽车1000台,同比增长53%。公司自主品牌整车出口业务稳步快走,经过最近几年的积累已初具规模,效益增长显著。

加强与国内汽车制造企业的配套合作,汽车关键零部件进口业务总体呈上升趋势。全年进口自动变速器4000余台,其他汽车配件14个批次。

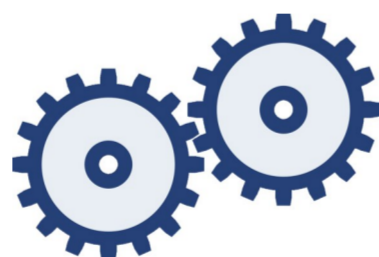
“走出去”取得初步成效。在国家“一带一路”战略指引下,公司顺应

时代发展需要,加快“走出去”步伐,今年有了初步成效:正式设立了古巴办事处;与两家泰国公司共同出资投资设立了“泰那公司”。

平行进口汽车业务为寻求进一步发展,业务团队整体迁往天津自贸区,积极申请试点平台资质,争取利用自贸区的优惠政策将业务做大做强;主动寻求新的合作伙伴,拓展上游货源渠道。全年进口超过1500台,项目利润比公司考核指标翻了一番。

汽车油品经销业务积极应对嘉实多公司业务调整的影响,开拓新的客户渠道,止滑向好。机械设备类出口规模稳步增长。

工程成套:印度2×350MW电



站项目进度正常,主机本体安装基本完成。2016年完成14个批次的设备出运,累计已完成出运22个批次。印度2×150MW项目初步完成2号机组的性能测试,并积极推进1号机组的检修,项目进入收尾阶段;NAVA1×55MW改造机项目顺利完成流改、并网发电,机组发电效率提高了10%,比合同要求高出5个百分点,获得业主的高度肯定,为进一步开拓改造机市场积累了宝贵的经验。

第五部分

【指导思想】

认真贯彻落实党的十八大以来的方针政策和集团工作会议精神,以资源整合为契机,推进公司股份改制和与资本市场的对接,切实转换经营机制,积极防范经营风险,着力加强市场开拓,有步骤地推进资本运作,努力提高公司效益,全力完成国机集团和董事会下达的经营指标,为今后发展打下良好基础。

1. 加强战略和企业文化宣贯,为公司长治久安打好基础

2017年,公司要以多种形式对公司战略和企业文化进行宣贯,大力推进“三个工程”的建设和企业文化建设,形成上下行动一致的和诣氛围,为公司的长治久安打下基础。要有“干大事的气度,成大事的格局,包容一切的大胸怀”,接纳新成员,在“责任、创新、协同”的核心价值观的指导下,共同建立起良好的沟通分享机制,尤为重要是要发现、学习、吸收新成员在经营管理方面的长处,主动对公司管理制度作出调整,共同营造全新的、和谐发展的文化氛围。

2. 加快推进与资本市场对接,加强内外资源的整合

2016年底,公司增资扩股已基本完成,标志着中汽国际按照集团公司要求完成了展览资源整合的第一步工作。下一步,公司将进行股份制改制,并推进与资本市场的对接工作。建立完善的法人治理结构和更规范化的运营机制;提高资本运作能力,在更大的范围内,广泛开各种资源的整合重组,推动企业实现更高速度的发展。

3. 稳固既有市场,继续做精做强在手项目

商业会展。商业展览业务重点要放在长三角、珠三角和环渤海地区,加大专业展买家邀请力度,加强与合作伙伴关系,打造公司高端商业会展品牌。进一步做精、做强、做大在手项目。包括:上海汽配展、改装车展;广州新能源车展、智能装备展、汽车配件展;澳门、佛山、沈阳车展、济南商用车展;做好北京国际车展、中国机床工具展的筹备工作。与此同时,要稳步发展呼和浩特、包头、柳州、洛阳等地方车展;做好三磨展、全国汽配会和摩配会;继续做好全国农机展主场服务等重点项目的组织落实工作。

贸易成套。重点做好汽车整车出口、汽车零部件

2017年重点工作

进出口,平行进口车贸易,相关汽车用品的经销,以及对古巴、伊朗贸易等重点项目的执行。要努力寻求经营模式的创新,要切实注重各种经营风险。加大“走出去”力度,加快推进伊朗合资公司的建立。要加强与集团兄弟单位的沟通和合作,争取将兄弟单位的境外条件和资源优势,变为中汽国际撬动贸易业务增长的业务支点。

成套项目始终要把风险把控放在第一位,印度2×350MW项目要完成合同项下其余设备等的出运,并做好机组调试和试运行,保证1号机组按时发电;2×150MW项目争取完成性能测试、机组移交,并做好收尾工作;继续跟踪60MW项目最新动向,保持与代理、意向投资者的联系和畅达的沟通,努力寻求解决办法。执行好埃塞俄比亚地区的出口业务,并在此基础上深入挖掘当地市场潜力。

4. 加大市场开拓力度,加速推进市场的战略布局

商业会展。会展行业的兴衰与所在服务领域发展状况息息相关。因此,我们要立足于装备制造和泛工业发展状况,着重研究行业发展和市场发展动向,充分发挥主办展会的优势,利用集团和现有行业资源,加速展览市场布局,以及新格局的构建。2017年,汽车整车展要稳中有进,密切关注规模较大的二、三线城市展馆建设情况,开发项目,抢占市场。汽车零配件展要顺应市场需求,打造细分市场专业展会。要在研究《中国制造2025》国家战略的基础上,重点瞄准新能源、高端制造和智能制造领域,开发新的机械装备制造类展会;要紧紧围绕“一带一路”国家战略,采取多种合作形式,布局境外展览,争取在2017年做成1-2个自办展。

要进一步提高办展水平,要从梳理展会举办流程开始,规范各个环节的重点工作内容。从展会策划、方案制定,到招展推介、主场运营,再到买家邀请、项目管理、媒体沟通、客户服务等,逐步形成一整套标准化的样板。

贸易成套。重点关注南亚、东南亚、中亚、中东、东欧,以及拉丁美洲、非洲市场的开拓。深入开发泰国、菲律宾、缅甸等东盟国家中巴、轻卡出口业务;加强与日本加特可变速器公司和广汽、吉利、厦门金龙、江铃客车等汽车生产企业的联系与合作,逐步扩大进口自动变速箱在国内的配套市场。

继续做好中汽对外迁址天津自贸区的后续工作,建立便捷的通关仓储物流体系,确保平稳过渡,运营顺畅;力争取得平行进口车平台资质,开辟当地新的授信渠道;积极拓展货源渠道,挖掘产业链上新的利润点,进一步提高经济效益。

立足汽车配件和售后市场,做好新市场和新业务的开发。在风险可控的前提下,大胆尝试电商渠道,探讨新的商业模式,扩大销售额。

立足印度市场,进行深度开发,继续跟进印度钢厂、

北美节能改造项目、乌克兰农业机械成套项目等出口项目,力争在2017年有多个新项目的签约。

5. 加强核心能力建设,深化内外部协同

一是要拓展全球化视野,开阔国际化思维,激发创新意识,向国际上先进的公司看齐;

二是要发挥工匠精神,也就是从业者的敬业精神,从市场和客户的角度出发,把服务做精、做专,做到极致;

三是要提升基础管理水平,为进入资本市场做好准备,管理要上一个新台阶;

四是随着展览资源的进一步整合和股份制改制的完成,公司拥有的资源更为丰富,平台更大,各种资源的协同显得更为迫切和重要,要加强各种资源的多维度协同,尤其是要继续加强业务板块内部协同、板块之间的协同,还要主动寻求集团内部的协同;

五是继续推动公司业务与互联网的深度融合,让信息技术成为提高经营业务水平和管理水平、降低成本费用的重要手段。

6. 加强风险识别能力,将内控管理落到实处

随着公司体量的增加、业务规模的扩大和业务多元化程度的加深,风险防范越来越显得更为重要。特别是宏观环境复杂多变的情况下,我们要在经营和各项管理活动中,牢固树立风险意识,认真做好风险的识别与防范,制定好防范措施,把所有风险控制在有预案、可识别、可承受的范围内。公司已经系统地修订了内控管理手册,手册只是将流程固化下来的一种手段,更重要的是要让风险防控的理念深入人心,切实落实到工作实际中。业务部门身处业务一线,对市场情况最为了解,要练就一对“火眼金睛”,提高对市场、对风险的敏感度;职能部门在做好服务的同时,也要把好事,履行好管理职能,加强合规管理和流程管理。公司各部门要切实承担起责任,把风险防控与ISO9000质量标准结合起来,贯彻落实到位,做到对经营风险实时监控、多重防范。

7. 深化思想教育,履行从严治党责任

一是加强思想政治教育,深入学习贯彻党的十八大六中全会精神,深化和巩固“两学一做”学习教育成果;

二是全面加强党建工作责任制,落实从严治党责任清单,不断巩固党风廉政建设和反腐倡廉的思想根基和制度基础;

三是提高审计水平,结合纪检监察工作,发挥好监管督促和风险防范的作用;

四是加强基层党组织建设,以各种形式深入业务一线,党建工作要与中心工作深度融合;

五是充分发挥好群团组织桥梁和纽带作用,指导工会和共青团积极开展工作。