

团结一致 真抓实干 持续推动公司高质量迈上新台阶

中机国际 2021 年度工作报告(摘编)

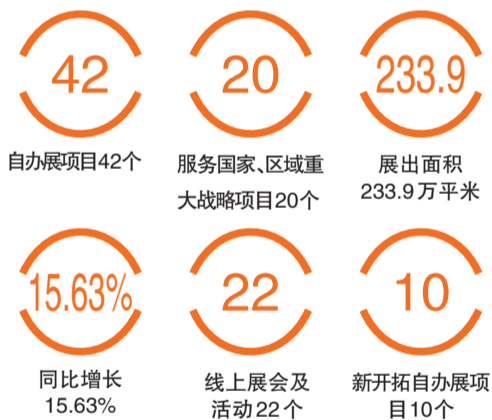
对中机国际而言,过去的一年是极具挑战的一年,在疫情的冲击下,我们的主营业务严重受阻。面对困难,公司上下能够团结一致,不断优化工作方式方法,业务部门奋勇开拓市场,加强产业布局,延伸价值链条;职能部门通过管理提升、提质增效等一系列措施,努力挖掘公司的内生力,塑造公司的品牌力,增创公司的外向力。在此,向为公司发展奋勇拼搏的同志们表示感谢,向辛勤付出的全体员工表示慰问。

下面,我将按照会议安排,全面总结 2021 年主要工作,结合目前形势,安排部署 2022 年重点工作。

第一部分

2021 年工作回顾

2021 年,是极不平凡的一年。从经营工作整体上看,面对前所未有的外部复杂环境和艰巨繁重的发展任务,各经营实体在疫情的不确定性下坚守岗位,积极进取,均取得了一定的成绩。



业务部门的开拓发展离不开职能部门的鼎力支持,从整体上看,各项职能工作在 2021 年均有较大提升。一年来,党委工作部坚持以高质量党建工作引领公司业务发展。董事会办公室进一步优化公司现代法人治理结构体系。综合管理部为各类生产经营保驾护航。人力资源部加强三项制度改革,强化公司队伍建设。战略发展部出台“十四五”规划,推动改革三年行动攻坚。经营管理部统筹推进会展业务 KPI 运营管理体系、采购和供应商管理,促进各项目提质增效。资产财务部运用信息化手段,搭建业财一体化系统。审计部创新建立“一事一项”清单和“一事一议”清单,督促各相关部门和责任落实整改举措,使审计整改落到实处。法律风控部加快推进历史遗留问题处置,组织开展全员会展专业化法律培训。纪委办公室做实做细监督工作,实现巡察工作“常态化”。报刊编辑部强化党史学习教育宣传,形成更加浓厚学习氛围;贴近业务一线,运用融媒体平台,努力做好公司业务宣传。

2021 年,公司上下能够在下行压力下砥砺前行,在困难挑战中沉着应对,整体呈现了以下亮点。

(一) 加大市场开发力度,提升原有项目的运营质量,夯实行业地位

- ★ 市场开拓更加注重业务在全国的整体布局。
- ★ 积极服务国家战略展会项目。
- ★ 继续深度参与国家机制性展会。
- ★ 进入新地区,融入国家区域发展战略。
- ★ 商业展项目运行质量大幅提升。

(二) 创新会展服务,提升客户价值

一是适应新形势新发展,优化业务体系。以客户为导向,将原有的境内自办展、境外自办展、出国代理展览、会议论坛组织、会展工程、会展运营、定制服务等七大会展业务体系整合梳理形成“展览组织、会议活动、运营搭建”的会展全产业链服务体系;并提出国机集团“1+8”会展公共服务平台的定位,成为集团系统内吸引人流、信息流、资源流等的“流量入口”。

二是推进双线并行,以线上赋能线下展会。2021 年,公司共有超过 60% 的项目实现了双线办展。

- 三是丰富会展业务综合价值,提升展览业务附加服务。
- 四是实现展会现场的大客户定制服务。

(三) 多措并举促管理提升

- ★ 加强合规建设。
- ★ 推进业财一体化系统建设。
- ★ 强化绩效管理。
- ★ 加强对标管理。
- ★ 疫情防控落实到位。
- ★ 构建全面风险管理体系。
- ★ 优化中国机床组织架构。

(四) 协同发展,推动资源共享

一是促进集团内外协同发展。

二是促进社会资源协同。公司先后同多家央企兄弟公司、地方政府签署战略合作协议约 30 余份,内容涵盖进口消费品、文旅、非遗、大健康、乡村振兴等领域,目前,部分协议已转化成为具体项目落地实施。2021 年,公司作为牵头单位发起成立“中央企业经贸促进联盟”。总共 46 家中央企业加入联盟,发起单位 29 家,会员单位 17 家。

三是内部协同成效显著。

(五) 强塑集团与公司品牌,提升行业影响力

- 一是组织集团高规格出席品牌展。
- 二是举办国机集团品牌发展论坛。

三是将品牌工作融入项目一线。在展会实施过程中,各经营实体能够将宣传品牌作为项目运营的重点环节来抓,将国机元素、公司形象融入主承办的各类大型活动。

(六) 深入一线,力促党建经营深度融合

持续强化党的政治建设,深入学习贯彻习近平总书记最新重要讲话和指示批示精神,严格落实党委会“第一议题”制度,不断增强“两个维护”的思想自觉和行动自觉。高标准、高质量开展党史学习教育,并将学习教育

作为推进公司中心工作的重要抓手,着眼于有效履行高质量发展的任务,开创新时代特点、紧跟转型发展的新局面。

一是领导班子上一线、勇担当。

二是经营工作重转化、开新局。

三是党建宣传试新招、重引领。利用公司各宣传平台研究诠释习近平新时代中国特色社会主义思想;及时传达公司党委的各项决策部署,引导广大干部职工不断强化使命责任意识、主动担当作为、协同配合;紧密跟踪公司重大活动、重大项目,深入业务,通过短视频等手段,报道项目现场的感人瞬间,展现中机人的理想信念,传播积极向上的精神风貌。

四是巡视整改全覆盖。2021 年以来,公司各部门能够围绕集团巡视“回头看”和党建工作考核评价中反馈的问题,认真对照整改意见,分析查摆问题,认真执行整改措施。

第二部分

2022 年工作部署

当前,我们面临的内外部形势依然严峻复杂。总的来看,我国经济韧性强,长期向好的基本面没有改变,但面临的困难和挑战明显增多。从国际看,2022 年世界经济有望保持恢复性增长,但外部环境更趋复杂严峻,不确定、不稳定、不平衡特点突出,疫情仍是影响世界经济的重要不确定因素。从国内看,我国经济发展面临多年未见的需求收缩、供给冲击、预期转弱三重压力。消费和投资增长势头减弱,外需变化存在较大不确定性。从行业来看,新冠疫情对会展行业的影响依然复杂严峻,大型会展公司业绩大幅下跌,许多中小会展公司在这一轮的疫情冲击下关停倒闭。公司线下实体会展项目仍将面对诸多不确定性,海外业务重启还没有清晰的日程,参展商进不来出不去的状况还将持续很长一段时间。

同志们,2022 年,新冠疫情带来的影响不会消失,我们的经营形势依然严峻。完成上级的考核指标,创造更多利润,提升盈利能力和行业影响力,是企业生存发展的必然选择,也是我们对社会、对员工应尽的责任。希望大家能够着眼未来,脚踏实地地深耕现有项目,扎实做好以下八方面工作。

(一) 奋勇开拓新业务,提高可持续发展能力

会展活动作为各级政府推进国家战略、促进投资贸易、促进产业转型升级、推动行业交流、拉动消费、丰富居民生活的重要平台,将不断会有新的题材和热点出现。我们要牢牢把握新发展格局带来的新机遇,努力提升新项目的造血能力。

一是加大国内市场的开拓力度。牢固树立市场意识,建立公司整体营销体系,强化营销能力。深度挖掘产业升级带来的新机遇,抢抓 2022 年国家重点推进领域中的新机会,争取落地更多新领域项目。立足大循环,抢抓碳达峰、碳中和、农机现代化、绿色发展、新能源等政策红利,拥抱趋势,把握机遇,开发项目。尤其是做好新开发的工博会、视听展等一系列新项目的运营工作。

(下转 6 版)