

十届长春汽博会—— 圆车城人国际汽车名城之梦

60年,中国的汽车工业在长春奏响一曲奋进的凯歌。
14年,长春汽博会在车城沃土中萌发、成长、壮大。
2013年,第十届长春汽博会恰逢中国汽车工业60华诞,光荣
是这个7月的主旋律,激情是这个7月的主基调。

一、豪车亮眼 厂商云集 ——名车荟萃造就国内顶级车展

经过14年的磨砺和积淀,历经九届的创新与发展,承载着新中国汽车工业摇篮的丰厚文化底蕴,伴随着长春汽车产业的蓬勃发展,中国(长春)国际汽车博览会已从一个地方性车展,华丽蜕变为拥有重要国际影响力的国内一流汽车专业展览会。

长春汽博会到底有着怎样的壮丽与辉煌,不妨让我们透过一组数据和文字来感受一下。经统计,自1999年第一届汽博会到2012年的第九届汽博会,展出面积总计116万平方米,共展出车辆6335辆;实现现场销售汽车4.1万余辆,销售额90多亿元;通过汽博会平台,140多个汽车相关项目成功签订,项目签约总额达160多亿元;九届汽博会,累计参观人数达到990万人次。

长春汽博会自举办以来,得到了各级领导的充分肯定和高度评价,原党和国家领导人江泽民、李岚清、邹家华分别为长春汽博会题词;原全国人大副委员长邹家华、盛华仁,原全国政协副主席林文漪先后出席长春汽博会开幕式;第三届汽博会上,时任全国政协副主席王忠禹向展会发来贺信;第六届汽博会上,时任国务院副总理张德江向展会发来贺信;王儒林、高广滨等省、市领导分别对长春汽博会作出重要批示。中国贸促会、中国汽车工业协会、中国汽车工程学会、吉林省政府、长春市政府始终为长春汽博会的主办单位;长春汽博会举办以来,先后获得中国会展业品牌展览会30强、中国最具影响力品牌展会、中国十佳行业展览会、最具影响力政府主导型展览会等30多项全国行业大奖。2005年,第四届汽博会成功举办后,长春汽博会即获得国际展览联盟(UIF)认证,成为国内率先获得该认证的车展之一。

九届汽博会走过的光辉历程振奋人心,积累的宝贵经验弥足珍贵,长春汽博会成长与收获的经历,记录的是长春汽博会由小到大成长壮大的坚强足迹,是一批批汽博会组织者对于理想和事业的执着和坚守,更是千万个家庭对汽车梦的向往和追寻。

1999年首届长春汽博会是长春车展的开篇之作。在车城丰厚的汽车沃土和浓厚的汽车文化氛围中,首届汽博会破茧而出、一炮打响,实现了“开门红”。短短几天展会,好评如潮,数十万观众排队购票,争相参观,为以后接连举办的汽博会赚足了“人气”。首届汽博会令长春市民兴奋不已,很多学生、干部纷纷加入到志愿者行列。一汽集团的职工们更是感慨万千,用他们的话说:“能够在汽车城举办汽博会,我们多年的梦想终于变成了现实。”

第二届中国(长春)国际汽车博览会于2001年8月24日在新落成的长春国际会展中心举行。为加快长春市会展业发展,特别是迎合举办汽博会等大型展会的需要,市政府决定筹建长春国际会展中心,由长春市政府、长春经济技术开发区共同投资。新会展中心于2000年5月开始破土动工兴建,大家顶严寒、冒酷暑、抢工期、抢进度,仅仅用了一年多一点的时间,到2001年6月末全面竣工,极大地改善了长春市办展的硬件设施条件。长春国际会展中心也成为长春市的标志性建筑。第二届长春汽博会在展会规模、参展厂商覆盖面、新闻媒体的关注度、展位装修水准、群众参与度等几项指标上均创了国内同类展会之最,同时创下了东北车展来宾层次最高、展览规模最大、展品品种最全、文化品位最高的四项纪录。

2003年举办的第三届中国(长春)国际汽车博览会,恰逢一汽建厂50周年,又经历了抗击“非典”疫情的严峻考验。在筹备过程中,全国各地“非

典”疫情肆虐,长春市也被列为“重灾区”之一,4月份的上海车展虽然勉强召开,但由于“非典”疫情加重只好提前草草结束。7月15日的长春车展何去何从,一团阴霾重重地笼罩着每一个人。在这种情况下,市委、市政府明确指示,全市上下要全力以赴打好抗击“非典”战役,汽博会组委会经反复论证,只要有一线希望,汽博会就要如期举行,并做好各项预案。在各部门的密切配合下,汽博会终于成为“非典”过后国内第一个“对内振奋精神,对外树立形象”的成功展会,也是当年国内规模最大、层次最高、影响最广的国际性汽车盛会。

2005年举办的第四届中国(长春)国际汽车博览会,是长春市贸促会独立设置后承办的第一个大型展会。在前三届的基础上,本届汽博会进一步创新了办展思路,加大了市场化运作的力度,展会规模和层次又跃上一个新台阶。第四届中国(长春)国际汽车博览会以其在规模、参展车型、厂商参与度、人气指数、展会效益方面创下的新纪录,实现了历史性突破,初步实现了“规模化、专业化、市场化、国际化”的“四化”目标,彰显了长春车展的国际化水平和“第一汽车、第一车城”的汽车文化特色,是真正具备国际水准的汽车盛会,被业界人士称为同北京、上海车展并列的中国三大车展。这一年,长春汽博会通过了国际会展联盟(UFI)认证,成为中国为数不多的顶级国际性车展之一。

2007年第五届中国(长春)国际汽车博览会在第四届成功实现转型升级的基础上,规模和层次继续提升,特别是通过充分借鉴国内和国际顶级车展的一些先进经验和做法,在展场布置、安全保卫、人性化服务等方面,都达到了与国际接轨。同时,在这一届,经人大代表提议,长春市人大十二届四次会议审议通过了《关于设立中国长春汽车节的议案》,决定将每年的7月15日设立为中国长春汽车节,这是第一个在国内举办的以汽车为主题的大型文化节庆活动,增添了长春汽博会的汽车文化氛围,使长春汽博会的特色更加突出。

2009年第六届中国(长春)国际汽车博览会是在国际金融危机对全球汽车产业形成严重冲击,全球汽车生产企业面临新一轮重大重组和调整,国家《汽车产业调整和振兴规划》等一系列政策强力拉动,发展态势出现积极变化的大背景下举办的。展会期间,组委会紧紧围绕“振兴汽车产业,打造国际汽车名城”这一主题定位,开展各项活动,营造舆论氛围,把汽博会与汽车产业发展、与建设国际汽车名城的总体目标紧密联系在一起,实现了办展理念和目标定位的新突破,也让汽车生产企业及汽车相关企业在今后的发展中坚定了信心,保持了汽车消费市场强有力的拉动作用。

2010年举办的第七届中国(长春)国际汽车博览会,是实施体制创新,推进展会规模和层次全面提升的具有标志性意义的一届展会。从本届开始,汽博会每年举办一届,将原汽博会划分为汽车展览、汽车论坛和汽车节相对独立的三大板块,分别由市贸促会、市工信局和长春汽车产

文化、与经贸、与民生水乳交融?

回首过去,我们盘点满满的收获——在打造国际汽车名城的道路上,九届长春汽博会留下坚实的步伐;展望未来,我们看到幸福的期待——一个关于国际汽车名城的明天就在前方。



第九届汽博会领导巡馆

业开发区管委会牵头承办,由市政府办公厅统筹协调,从而既保证了汽博会的统一性和整体性,又使各板块承办力量进一步加强,组织实施更加得力。本届汽博会赢得了国内外汽车界及社会各界的广泛关注,知名度和影响力进一步提升。

2011年举办的第八届中国(长春)国际汽车博览会,在前几届汽博会实施体制创新基础上,运作模式进一步成熟、规模层次进一步提升。为适应汽博会发展的需要,在时间紧、任务重的情况下,新建了占地面积1万平方米的6号馆用于豪华车展,使会展中心接展能力得到进一步增强。特别是经过执委会不断探索和完善,在科学分析展会未来走势和准确把握展会发展规律的前提下,摸索出一条由政府宏观指导,市贸促会(会展办)牵头实施,长春百瑞集团具体执行的政府主导企业化运作的路子,从而使第八届汽博会更加充满生机,发展路子更加顺畅,进一步扩大了在国内外的影响力和知名度。

2012年举办的第九届中国(长春)国际汽车博览会,是历届汽博会中规模最大、档次最高、人气最旺、文化氛围最浓、影响面最广的一次汽车盛会。为了缓解参展厂商大幅增加而展馆面积不足的压力,新建了1万平方米高标准的临时展馆,为本届汽博会规模和档次全面提升提供了坚实的物质保证。第九届车展总面积达到19万平方米,比上届增加1万平方米,展览面积达到历史新高;展出概念车达到50辆,首发车达到50辆,新能源、新动力车达到50多辆,新闻发布及各项活动达到55场次;宾利、劳斯莱斯、保时捷、阿斯顿马丁、柯尔威特、兰博基尼、科尼塞克,日系的讴歌、英菲尼迪、雷克萨斯,德系的奔驰、宝马、奥迪等总价值超亿元的世界级超豪华车同时亮相展会;展会以“振兴汽车产业,打造国际汽车名城”为宗旨,以“绿·动·车城”为主题,通过开展一系列主题鲜明、内涵丰富、喜闻乐见的活动,更加突出汽车产业成果展示,更加突出汽车先进技术交流,更加突出汽车主题文化的培育。这些都充分印证,第九届长春汽博会是推动长春车展向国际品牌展会目标迈进、向“打造国际汽车名城”目标迈进的,具有标志性意义的一次汽车盛会。 (下转第10版)



第九届汽博会开幕式现场