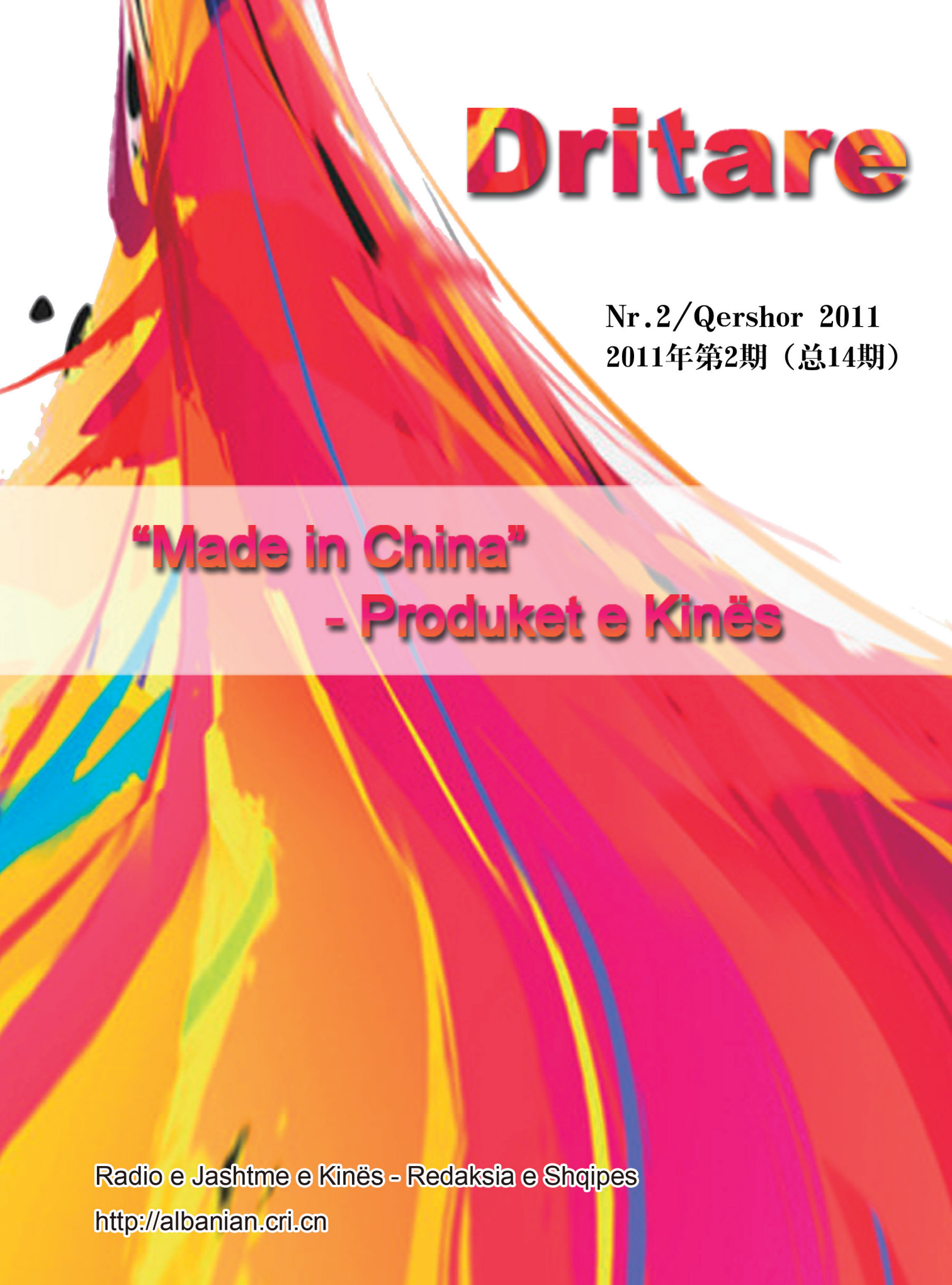




Dritare

Nr.2/Qershor 2011
2011年第2期 (总14期)

“Made in China” - Produktet e Kinës

Radio e Jashtme e Kinës - Redaksia e Shqipes
<http://albanian.cri.cn>



中国国际广播电台
CHINA RADIO INTERNATIONAL

Zëri i ruajtur ndër vite

---Konkursi i njohurive mbi 70 vjetorin e krijimit të Radios së Jashtme të Kinës

Qysh nga zëri i parë i transmetuar nga shpella e Yananit në vitin 1941 e deri tani në transmetimet e emisioneve në 61 gjuhë të mbarë botës, Radio e Jashtme e Kinës i është nënshtruar transformimeve të mëdha: nga një radio me vale të shkurtra, në radio FM, nga emisionet e transmetuar vetëm në radio, në emisione të transmetuara në internet, në audio dhe video në mbarë botën.

Gjatë këtyre 70 vjetëve, shumë histori kanë lënë gjurmë prekëse: shumë njerëz me ëndrra kanë përcjellë në gjuhë të ndryshme ndryshimet e Kinës, shumë gazetarë kanë regjistruar me arsye ndryshimet në arenën ndërkombëtare, shumë dëgjues pa u takuar ndonjëherë janë bërë partnerët më të ngushtë shpirtërorë...



1. Cila është gjuha e parë e huaj që ka transmetuar Radio e Jashtme e Kinës?

☐

2. Në cilin qytet RJK-ja ka filluar së pari transmetimet në FM jashtë vendit?

☐

3. Sa klube dëgjuesish i ka RJK-ja në mbarë botën?

☐

4. Si quhet klub i parë i dëgjuesve të huaj i RJK-së?

☐

5. Në sa gjuhë transmeton Radio e Jashtme e Kinës, në shërbimin botëror?

☐

6. Në cilin vit u hap uebsajti "CRI on line" në gjuhë të ndryshme?

☐

7. Sa agjenci rajonale jashtë vendit do të krijohen në të ardhmen nga Radio e Jashtme e Kinës?

☐

8. Në cilin vit u organizua në Rusi "Udhëtimi i miqësisë midis Kinës dhe Rusisë"?

☐

Rregullat e konkursit

Duke filluar nga qershori, radio jonë do të transmetojë një program të posaçëm me disa emisione, titulluar "Zëri i ruajtur ndër vite", si edhe do të organizojmë një konkurs të njohurive në radio dhe internet. Presim pjesëmarrjen tuaj...

Ashtu si konkurset e kaluara, në çdo emision do të paraqesim dy pyetje dhe përgjigjet duhet të dërgohen para datës 31 tetor 2011 (Sipas datës së vulës postare lokale). Juria do të bëjë vlerësimet duke përzgjedhur fituesit e çmimit të parë, të dytë e të tretë si dhe fituesit e çmimit të posaçëm, që do të ftohen për një vizitë falas në Kinë.

Ju uroj sukses në këtë konkurs!

Referenca

. "Zëri i ruajtur ndër vite" - Dëshmitare objektive e zhvillimit të Kinës dhe të ndryshimeve në arenën ndërkombëtare

. "Zëri i ruajtur ndër vite"-- Gjuha juaj, më pëlqen edhe mua

. Zëri i ruajtur ndër vite--Nga valët e dalë nga shpella e Yananit tek radio në FM e qytetit tuaj

. Miq të vjetër, të panjohur

Website: <http://albanian.cri.cn/284/2011/06/08/Zt182s108645.htm>

Në brëndësi

Cri - 2011

Produktet e Kinës

1. Kompania “Lenovo”
2. “HTC-ja” konkurrent potencial i “Apple”
3. GRUPI “Acer”
4. CNR – “Lokomotiva” kineze që tërheq botën
5. Kompania e automjeteve “Chery”
6. Kompania e automjeteve “Geely”
lidhet me “Volvo-n”
7. Kompania kineze “Great Wall”
8. Autobusi “Yutong”
9. Yivu, pika doganore më e vogël në Kinë
10. Zhvillimi i kompanisë “Li Ning”
pas Lojërave Olimpike

Ekspozitat e panairët e Kinës - 2011



Kompamnia “Lenovo”

Dhoma e Tregtisë së Hong-Kongut publikoi kohët e fundit në Shangai raportin e anketës botërore me titull “Markat e Kinës në tregun botëror – faktorë të sukseseve të tanishme dhe të perspektivës”. Në këtë anketë, të anketuarit mendojnë se 10 markat më të njohura të Kinës janë: Lenovo, Air China, Banka e Kinës, CCTV, Hair, Birra Tsingtao, Huawei, Alibaba, kompania e automjeteve Chery dhe Baidu.

Nga lista e "500 kompanive private kineze" të publikuar kohët e fundit në Pekin, Federata Pankineze e Industrialistëve dhe Tregtarëve, kompania me përgjegjësi të kufizuar “Lenovo”, me të ardhura prej 106 miliardë e 375 milionë yuanë u rendit në vendin e tretë.

“Lenovo” është një kompani tekniko-shkencore e ndërkombëtarizuar me krijime të reja. Ajo përbëhet nga kompania

“Lenovo” dhe sektori i kompjuterëve personalë të IBM-së. Si një kompani botërore lider në tregun e kompjuterëve, “Lenovo” zhvillon, prodhon dhe shet produktet teknologjike më të besueshme, më të sigurt dhe më të

përdorshme, duke u ofruar klientëve edhe shërbime profesionale me cilësi të lartë dhe duke i ndihmuar ata dhe partnerët e saj në mbarë botën të arrijnë suksese të njëpasnjëshme.

Në vitin 1984 u krijua



kompania e kompjuterëve “Legend” e Pekinit, që prodhonte kryesisht kompjuterë, serverë, kompjuterë portativë, printer, kompjuterë dore, telefona celularë dhe produkte të tjera elektronike. Qysh nga viti 1996, shitjet e “Lenovo” zunë vendin e parë në tregun kinez. Vitet e fundit, ajo mori një zhvillim më të shpejtë duke zënë vendin e dytë në tregun botëror për shitjet e kompjuterëve.

Gjendja e përgjithshme

Grupi kinez “Lenovo”, kompania me përgjegjësi të kufizuar “Lenovo” (Lenovo Group Limited) u themelua në vitin 1984 në Pekin. Vëllimi vjetor i shitjeve në vitet 2009/2010 arriti në 6.6 miliardë dollarë amerikanë, duke zënë 8.8% të shitjeve të kompjuterëve personale në tregun botëror. Nga viti 1997, sasia e shitjeve të kompjuterëve “Lenovo”

zuri vendin e parë në tregun kinez dhe për disa vjet me radhë është renditur në të parët në tregun e Azi-Paqësorit.

Histori e shkurtër

Në vitin 1984, në Lindje të Kinës, z. Liu Cuanzhi dhe 10 njerëz të tjerë nga personeli tekniko-shkencor kompjuterik kinez, kuptuan perspektivën e PC-ve që do të ndryshonin punën dhe jetën e njerëzve. Me një kapital fillestar prej 25 mijë dollarësh amerikanë, si dhe besimin për kthimin e rezultateve shkencore në produkte të suksesshme, ata morën me qira në Pekin një mjedis të vogël e të përshtatshëm dhe filluan krijimet e tyre të reja. Kompania e re u



quajt “Legend”, që në gjuhën angleze do të thotë “legjendë”. Gjatë procesit të zhvillimit të saj, kompania “Legend” krijoi shumë risi të rëndësishme teknologjike, duke prodhuar me sukses

kartën e gjuhës kineze, që përkthen sistemin e përdorimit të kompjuterëve nga gjuha angleze në atë kineze, duke krijuar edhe kompjuter personal që mund të lidhet



menjëherë me internetin. Në vitin 2003 ata nxorën teknologjinë krejt të re aplikuese përkatëse, duke konfirmuar pozitën e rëndësishme të epokës 3C. Me produktet PC me teknologji të lartë, kompania “Legend” ngjiti majën më të lartë të teknologjisë së informacionit. Në vitin 2004 produktet e kompanisë “Legend” zunë për të tetin vit radhazi vendin e parë në shitjen e kompjuterëve personale në tregun e Kinës.

Në vitin 1994 “Legend” hyri me sukses në Bursën e Hong-Kongut



dhe pas katër vjetësh kjo kompani prodhoi një milion kompjuterë personalë me markën e vet. Në vitin 2003, emri i kësaj kompanie në gjuhën angleze u ndryshua nga "Legend" në akronimin "Lenovo": "Le" është nga emri i mëparshëm "Legend", që do të thotë vazhdimi i traditës së mëparshme, kurse "novo" do të thotë "i ri", duke simbolizuar frymën e risive. Kjo frymë është pikërisht thelbi i kompanisë "Legend". Në vitin 2004, emri i kompanisë "Legend" u ndryshua zyrtarisht në "Lenovo".

Shpërndarja globale

Selia qendore e Grupit "Lenovo" është në Pekin të Kinës dhe në Raleigh të SHBA-së. Vendi i prodhimit dhe tregjet kryesore të shitjes janë kryesisht në Kinë, Meksikë, SHBA,

Indi, Malajzi, Japoni dhe Australi. Tani Grupi "Lenovo" ka në gjithë botën gjithsej 20 mijë punonjës. Në gjithë botën, Grupi "Lenovo" ka edhe dy grupe tregjesh, që mbulojnë përkatësisht tregje tashmë të njohura e të stabilizuara në Australi, Zelandën e Re, Kanada, Izrael, Japoni, SHBA, Evropën Perëndimore etj., dhe tregje të rinj si në pjesën kontinentale të Kinës, Hong-Kong,

Makao, Tajvan, Evropën Lindore, Korenë e Jugut, ASEAN, Indi, Turqi, Lindjen e Mesme, Pakistan, Egjipt, Afrikë (duke përfshirë edhe Afrikën e Jugut), Rusi dhe të Azisë Qendrore.

Strategjia

Grupi "Lenovo" tashmë i shtrirë në të gjithë botën, po e zgjeron më tej biznesin në Kinë dhe biznesin e korporatave të tij në botë. Njëkohësisht zgjeron me përpjekje tregjet e rinj me rritje të shpejtë dhe tregjet e biznesit tregtar ndërkombëtar.

Me anën e modelit të biznesit efikas, me një shfrytëzim më të mirë të elementeve të kostos dhe të aftësisë krijuese, grupi "Lenovo" ka ecur vazhdimisht përpara në biznesin ndërkombëtar.



Tërësia e burimeve shkencore:

Grupi “Lenovo” është një kompani me teknologji të lartë dhe me krijime të reja, me traditën e tij të risive autonome dhe të investimeve dhe kërkimeve shkencore në fushën e aplikimit. Grupi “Lenovo” krijoi një rrjet të kërkimeve shkencore globale me tre baza në Pekin të Kinës, në Japoni dhe në Raleigh të SHBA-së si pika kryesore. Në pjesën kontinentale të Kinës, Grupi “Lenovo” ka edhe katër institucione të kërkimeve shkencore në Pekin, Shenzhen, Shanghai dhe Chendu. Grupi “Lenovo” ka rreth 2000 talente shkencore të nivelit të parë duke përfshirë edhe specialistë të nivelit botëror, ata kanë fituar disa çmime tekniko—shkencore dhe të projekteve, duke përfshirë edhe më se 2000 patenta, gjë që kapërceu shumë vende të para në këtë fushë.

Në vitet 2009-2010, dy vjet me radhë, grupi “Lenovo” u zgjodh nga revista “Business Week” si një nga 50 kompanitë më të fuqishme të novacioneve në botë.



Projekte të shkëlqyera:

Grupi “Lenovo” ka një staf ndërkombëtar me bashkim tekniko-shkencor, artistik e humanitar, që quhet Qendra e Projekteve të Reja Lenovo. Kjo qendër krijoi figurën e “reve të lumturisë” së pishtarit të Lojërave Olimpike të Pekinit të vitit 2008, dhe ka fituar çmimet e të gjitha konkurseve botërore të projekteve duke përfshirë tre çmime kryesore si “çmimi i pikës së kuqe të Gjermanisë, çmimi i projekteve IDEA dhe çmimi i projekteve kineze të Gjermanisë”.

Produkte të krijimeve të reja :

Potenciali i madh i grupit “Lenovo” përfshin markën e njohur në botë të kompjuterit “Think” dhe markën e re të

kompjuterit: “Idea” si dhe aftësinë e shërbimeve profesionale të cilësisë së lartë për biznesin dhe përdoruesit individualë. Kompjuteri portativ (Laptop) “ThinkPad” dhe kompjuteri për tavolinë (desk-top) “ThinkCentre” kanë fituar shumë herë çmime në konkursat borërore, kompjuterët janë pajisur me teknologjinë Think Vantage, monitorin (ekranin) ThinkVision dhe një sërë pajisjesh e pjesësh këmbimi të PC-së. Lap-topi “ideapad” dhe desk-topi “ideacentre” me teknologji të reja dhe përvojë aplikimi, si dhe projektimet moderne i ndihmojnë përdoruesit të admirojnë jetën tekniko-shkencore, punën dhe dëfrimin. Me produkte të PC-së personale me teknologji të përparuar dhe me funksione të lehta

në përdorim si dhe me projekte karakteristike dhe zgjedhje të shumëllojshme, "Lenovo" është mirëpritur nga përdoruesit.

Produkte të reja dhe aplikimi i internetit në telefonin celular:

Në vitin 2010, Grupi "Lenovo" publikoi strategjinë e rrjetit të internetit në celular, duke nxjerrë celularin e brezit të ri "Le Phone", me shërbime, rregullim të telekomunikacionit, përdorime të pasura dhe projekte largpamëse, duke mishëruar epërsinë teknologjike të grumbulluar gjatë shumë vjetëve në fushat e PC-së dhe të celularëve.

Ndihma teknologjike për aktivitete ndërkombëtare – Lojërat Olimpike Dimërore në Torino

Grupi "Lenovo" mbështet dhe ndihmon



me krijimet e reja teknologjike për aktivitetet ndërkombëtare. Në vitin 2006, në Lojërat Olimpike Dimërore, grupi "Lenovo" që mori pjesë për herë të parë si partner bashkëpunimi global i Komitetit Olimpik Ndërkombëtar, me produkte të cilësisë së lartë dhe shërbime të gjithanshme, arriti rezultatin "zero defekt" duke fituar njohje të plotë dhe merita të larta.

Ndihma teknologjike për aktivitetet globale – Lojërat Olimpike të Pekinit

Nga marsi deri më gusht të vitit 2008, si partner i bashkëpunimit ndërkombëtar në stafetën dhe sektorin projektues të figurës së pishtarit "Re të fatmirësisë" në Lojërat Olimpike të Pekinit, grupi "Lenovo" mori pjesë në mënyrë të gjithanshme në stafetë, njëkohësisht me teknologjinë informative, produkte dhe shërbime, ai ndihmoi me sukses ngjitjen e stafetës së pishtarit të Lojërave Olimpike në majin e malit Zhumalongma. Në gusht të vitit 2008, si partner i bashkëpunimit global të Komitetit Ndërkombëtar Olimpik, ky grup me veprime të përsosura mbështeti zhvillimin e mbarë të Lojërave



Olimpikë të Pekinit. Teknologjia informative dhe produktet e Lenovo-s kanë mbështetur të gjitha nivelet e zhvillimit të Lojërave Olimpikë, me produkte e teknologji të lartë dhe me shërbime të shkëlqyeshme. Lenovo vendosi për Lojërat Olimpikë të Pekinit të vitit 2008 një sistem të qëndrueshëm informativ.

Ndihma teknologjike për aktivitetet ndërkombëtare – EXPO e Shangait

Në korrik të vitit 2009, si përmbledhës i përgjithshëm i sistemeve informative dhe kontribuesi i lartë i pajisjeve kompjuterike të EXPO-s së Shangait, Lenovo i ka dhënë EXPO-s më se 10 mijë pajisje kompjuterike dhe shërbime inxhinierie, me potencialin e fuqishëm teknologjik, produkte të shkëlqyera dhe shërbime të një cilësie të lartë. Gjithashtu Lenovo i dha EXPO-s së Shangait përmbledhje të gjithanshme sistematike dhe garancinë e punës në këtë drejtim.

Kultura

Gjatë zhvillimit të tij, Lenovo ka krijuar një kulturë me rrënjë të forta, që do të thotë se interesi i

ndërmarrjes është në plan të parë, përparimi dhe synimet me baza konkrete duke u mbështetur tek aftësia e njeriut. Motoja e Lenovo-s : “Puna me vullnet dhe me përpjekje për konkretizimin e ideve”. Kjo është kultura e Lenovo-s, rrënjësuar në zemrat dhe mendjen e punonjësve të tij: përkrahja për realizimin e strategjisë ndërkombëtare dhe dhënia e forcës nxitëse për zhvillimin e vazhdueshëm të Lenovo-s.

Dëshira dhe perspektiva

I ndërgjegjshëm për degët e tij dhe administrimin e shquar, Lenovo po shpejton hapat e krijimeve të reja teknologjike, duke krijuar në mbarë rruzullin produkte të cilësisë së lartë në mënyrë që konsumatorët të kënaqen me jetën e mirë teknologjike. Lenovo po bën përpjekje të zhvillohet në një kompani udhëheqëse në fushën e tij dhe e respektuar nga njerëzit e gjithë botës. Një kompani që do të krijojë më shumë vlera për klientët, aksionarët, punonjësit dhe gjithë shoqërinë, në mënyrë që bota të jetë më e bukur me praninë e një kompanie si Lenovo.





“HTC-ja” konkurrent potencial i “Apple”

“HTC” është kompani tajvaneze, e njohur në mbarë globin dhe e specializuar në prodhimin e telefonave celularë. Kohët e fundit, “HTC-ja” ka arritur një sukses të paimagjinueshëm dhe po përpiqet të konkurrojë “i-phone”.

Synimi

Prej shumë vitesh, kompania e specializuar për prodhimin e telefonave celularë, “HTC”, e krijuar në vitin 1997, ka bërë përpjekje të shumta për të konkurruar prodhuesit e tjerë të mëdhenj të njohur në botë. Si rezultat, produktet e kësaj kompanie po shiten mirë në tregun botëror. “HTC” bashkëpunon me kompanitë kryesore globale të telekomunikacionit, duke përfshirë pesë kompani të njohura telekomunikacioni në Evropë, katër kompani të mëdhaja amerikane si dhe shumë kompani

aziatike të zhvilluara më herët në këtë fushë.

Në SHBA, “HTC”-ja bashkëpunon me kompaninë e ndërlidhjes “Vodafone”, kompaninë “Sprint” dhe kompaninë “T-Mobile”. Para një viti, një në 10 amerikanë, e njihnin emrin “HTC”. Kurse tani niveli i njohjes së kësaj kompanie është ndryshe. “HTC” thotë se vetëm në sajë të reklamave, përqindja e njohjes së saj treg arriti në 40 për qind.

“Ne shpresojmë se do të bëhemi një nga udhëheqësit e sektorit”, - thotë John Vang, menaxher i shitjeve i kompanisë “HTC”, me një histori -13 vjeçare.

Karakteristikat

Në krahasimin me celularin “i-Phone”, “HTC” do të prodhojë një lloj celulari që mund të plotësojë nevojat e ndryshme. Bëhet fjalë për një celular që të ndryshon



jetën. Prej tyre, disa celularë janë me tastierë rrëshqitëse (QWERTY) dhe disa të tjerë janë me ekran me prekje. “Apple” ka dyqanet e veta, kurse “HTC” i kushton më shumë vëmendje celularit dhe i krijon mundësi shitësit që të vendosë vetë se çfarë melodie apo aplikime do të përshtasë për blerësit.

Analisti Seth Vallies Jones, thotë se kjo mënyrë është krejtësisht ndryshe nga ajo e “Apple-it”.

Në SHBA, në

verën e vitit 2009 “HTC” lancoi modelin “4G” që funksionon në rrjetin pa tela 4G. “HTC” ka prodhuar edhe celularin e parë të projektuar nga “Google”, “Nexus One”.

Seth Vallies-Jones thotë se kjo e ka bërë me të vërtetë këtë markë të qendrojë nën dritat e tregut amerikan.



Zhvillimi

“HTC” ka nevojë të vendosë mes klientëve një markë të njohur dhe jo vetëm një prodhues.” Kështu shton Joseph Pai, shefi i kompanisë tajvaneze të reklamës Omei.

“Ata kanë teknologji relativisht të lartë. Por, “Apple” u ka dhënë njerëzve një ndjenjë interesante, krijuese dhe të mençur.”

“ ‘HTC’ është më

serioz. Ata kanë teknologji të mirë dhe prodhojnë vazhdimisht produkte të reja, por, janë të lidhura me kompani të tjera për pjesë dhe shërbime, ” thotë Pai.

Edhe “HTC” e ka kuptuar këtë dhe po përpiqet të krijojë një markë të tillë që mund të plotësojë plotësisht nevojat e shfrytëzuesve, për të krijuar një moment të gëzueshëm për klientët.

“HTC” u lejon përdoruesve të shohin postën elektronike, rrjetet shoqërore si dhe disa mënyra për kontaktet. Kurse “Apple” ofron shërbime të personalizuar.

Strategjia ndërshtetërore

“HTC” i kushton rëndësi zgjerimit të markës dhe kërkon që ajo të konsiderohet si ndërkombëtare dhe jo posaçërisht si kompani tajvaneze. Promovimi i produkteve kryesore të kësaj kompanie bëhet kryesisht në Nju Jork dhe Londër, e jo në Azi.

Në këtë mënyrë, njerëzit do ta konsiderojnë “HTC”-në si një markë botërore dhe nuk do të mendojnë se “HTC”-ja vjen nga Tajvani, nga Evropa ose nga SHBA-ja.



GRUPI “Acer”



Grupi “Acer” është krijuar në vitin 1976 dhe është marka e dytë e kompjuterit personal në botë dhe furnizuesi i dytë i kompjuterëve portativë (lap-top). Që nga viti 2009, në sajë të epërsisë së çmimit dhe të cilësisë, “Acer” ka zënë vazhdimisht vendin e dytë në botë.

Grupi “Acer” merret kryesisht me kërkimin studimor, projektimin, shitjen dhe

shërbimin e laptopit, kompjuterëve, monitorëve LCD, si dhe produkteve dixhitale për përdorim familjar etj.

Në vitin 2009, të



janë të punësuar 6600 punonjës që punojnë në të katër anët e botës dhe produktet e tij shiten në mbi 100 vende dhe rajone të botës.

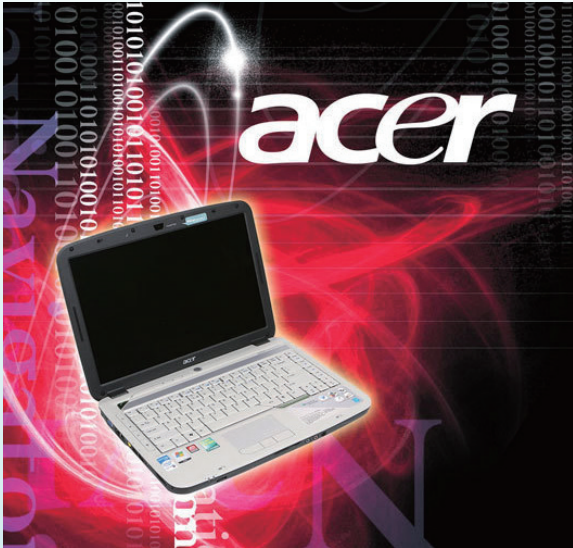
Grupi “Acer” nuk pati që në fillim të aktivitetit të tij këto përmasa shitjesh, por në bazë të përpjekjeve të shumta dhe deri në vitin 2009, filloi të arrijë suksese të dukshme dhe u bë me të vërtetë furnizuesi i dytë i kompjuterit në botë.

ardhurat nga shitja të këtij grupi arritën në afro 18 miliardë dollarë amerikanë. Në të

Grupi "Acer" prodhon dhe shet kryesisht këto produkte me marka si "Acer", "Gateway", "Pakkard Bell", "E-machine", "Founder" etj.

Tregtimi i markave të njohura

Emri "Acer" është zgjedhur atë kohë nga mbi 40 mijë emrat e ndryshëm



të rezervuar në kompjuter. Fjala "Acer" vjen nga gjuha latine dhe ka kuptim, i freskët, i gjallë, i mençur dhe me vitalitet. Termi "Acer" përfaqëson edhe persona të talentuar. G r u p i

Marka "Acer" zë absolutisht vendin e parë në tregjet e Evropës dhe Afrikës. Marka "Gateway" zë vendin e tretë në tregun e SHBA-së. Edhe marka "Pakard Bell" ka ecuri të mirë në tregun evropian. Strategjia e Acerit me shumë marka filloi të korre suksese në treg.

Marka "Acer" zë vendin e parë në këto vende: Itali, Spanjë, Austri, Holandë, Zvicër, Çeki, Rusi, Portugali, Belgjikë, Danimarkë, Poloni, Hungari, Slovaki dhe Bosnjë-Hercegovinë. Përveç këtyre, Evropa është tregu më i madh i "Acer-it" në botë.

"Acer" kërkon pikërisht këto karakteristika të shkëlqyera.

Sipas njoftimeve të mediave të Tajvanit, të bëra nga Shoqëria "Interbrand", del se vlera e markave të njohura të Grupit "Acer" kalon mbi 1.2 miliardë dollarë

amerikanë.

Krijuesi i grupit "Acer" Shi Zhenrong tha se "Acer" ka zënë vendin e parë në tregun e lap-topëve në botë, sepse ai prodhon kryesisht produkte me çmime relativisht të ulëta. Për grupin "Acer", lap-topi për internet është një shans i mirë, pasi ai shitet mirë në treg. Për prodhimin e lap-topit për internet, grupi "Acer" këmbëngul në mendimin për prodhimin e lap-topit tabletë më të hollë, më të lirë dhe me bateri me kohëzgjatje më të madhe. Ky mendim ka ndihmuar lap-topin e prodhuar nga "Acer" të zëvendësojë disa kompjuterë të zakonshëm dhe ka ndihmuar "Acer-in" të ngrejë përqindjen e shitjeve në treg. Kjo strategji e çmimit të ulët mund të ndikojë në vlerën e shitjes, por nuk ka ndikim tek fitimet.





CNR – “Lokomotiva” kineze që tërheq botën

Tani vagonët, do të prodhohen me një material i cili i tejkalon edhe standardet ndërkombëtare. Ishte kompania me përgjegjësi të kufizuar për prodhimin e trenave të pasagjerëve Changchun, pjesë e Grupit “CNR” (China CNR Corporation Limited) e cila testoi me sukses fortësinë e strukturës së çelikut, me të cilin ndërtohen lokomotivat dhe vagonët për hekurudhën e Hong-Kongut. Rezultatet treguan arritjen e standardeve edhe më të larta se ato ndërkombëtare. Trenat e Hong-Kongut janë prodhuar nga çeliku, inoksi më i fortë i tipit A, të punuar me standardin më

të lartë në botë.

Metroja e Hong-Kongut është më e mira në botë e në të kaluarën, vagonat kryesisht importoheshin nga vendet e tjera. Grupi “CNR” nënshkroi me metronë e Hong-Kongut, projektin e furnizimit me 10 trena me nga 80 vagona për pasagjerët. Metroja e tipit A, shënoi hyrjen me sukses të “CNR-së” në tregun e trenave në nivelin e lartë botëror.

Tani kompania e trenave për pasagjerë Chuangchun, pjesë e “CNR-së” ndërtoi me sukses katër baza profesionale për prodhimin e trenave të shpejtësisë së lartë, metrove, trenave

të pasagjerëve etj., si dhe është bërë shtyllë e kësaj industrie.

Tani po i tregohet botës epërsia në këtë fushë përmes përpjesëtimeve të prodhimit, nivelit të produkteve, aftësisë për kërkime shkencore dhe të testimeve që janë arritur në nivelin e klasit të parë në botë.

Më 27 maj të vitit 2010, doli me sukses nga linja e prodhimit e kompanisë së trenave të pasagjerëve Changchun, treni i parë i brezit të ri i shpejtësisë së lartë CRH 380A i projektuar dhe prodhuar nga Kina. Shpejtësia maksimale e tij mund të arrijë në 380



km/orë, që do të thotë se është treni me shpejtësinë më të madhe sot në botë.

Drejtori i Këshillit të kësaj kompanie, Dong Xiaofeng, tha se pas ndërtimit të bazës për prodhimin e trenave të shpejtësisë së lartë, kapaciteti i prodhimit të kompanisë Changchun do të arrijë në përmasa të mëdha me aftësi prodhimi 500 trena hekurudhorë, 1000 trena me shpejtësi të lartë, 1200 metro dhe 6000 vagona në vit. Shuma e përgjithshme e prodhimit vjetor do të arrijë në mbi 20 miliardë juanë, përpjesëtimet e prodhimit do të jenë në një shkallë të re të klasit të parë botëror.

Duke u ndodhur përpara kantjerit të ndërtimit të bazës së prodhimit të trenave të shpejtësisë së lartë të kompanisë Changchun, një specialist teknologjie i kompanisë gjermane Siemens u mahnit: “Kjo për ne duket një ëndërr!”, tha ai. Tani kompania Changchun e “CNR-së” është bërë një pikë e rëndësishme që vizitohet nga ekspertë dhe klientë kinezë dhe të huaj.

Dalja nga Kina, demonstrimi i “markës kineze” dhe pjesëmarrja në konkurrimet e tregut ndërkombëtar është një strategji e zhvillimit të

kompanisë së trenave të pasagjerëve Changchun të CNR-së, e cila mbështetet tek krijimet e reja autentike. Në vitin 1995, kompania Changchun fitoi me sukses porosinë e 217 trenave të projektit të metrosë së Teheranit, në Iran, duke filluar rrugën e eksportit, të prodhimit dhe pjesëmarrjen në tregun ndërkombëtar. Pas krijimeve të reja shumëvjeçare, kompania Changchun e CNR-së arriti potencial të madh në konkurrimin me kompani të përparuara botërore.

“Objektivi i ardhshëm i kompanisë Changchun të CNR-së është hyrja në tregun evropian, në mënyrë që në binarët e metrosë me histori qindrvjeçare të Evropës të “vërshejnë” edhe trenat e prodhimit kinez”. Duke drejtuar sytë drejt së ardhmes, drejtori i



përgjithshëm i kësaj kompanie, Lu Xiwei ka energji dhe besim të plotë. Duke hyrë në repartet e kompanisë Changchun të CNR-së, kudo mund të shihen parullat “Të lidhemi me botën dhe t’i drejtojmë sytë drejt së ardhmes”. Kjo është edhe moto e grupit CNR.

Të ardhurat nga shitja e prodhimit për vitin 2009 të Grupit “CNR” janë trefishuar në krahasim me ato të vitit 2000, kur grupi sapo ishte krijuar. Edhe fitimet janë dhjetëfishuar. Modeli i krijimeve të reja autentike, që po përparon dita-ditës i Grupit “CNR” është pika e fortë e këtij



grupi.

Drejtori i përgjithshëm i grupit mendon se krijimet e reja autentike përfshijnë krijimet e para, krijimet e integruara dhe krijimet e reja në bazë të teknologjive të importuara.

Në bazë të kërkesave të transportit hekurudhor të Kinës dhe gjendjes së zhvillimit teknologjik të produkteve përkatëse, "CNR-ja" ka zgjedhur rrugë të ndryshme për krijime të reja në prodhimin e trenave të mallrave, metrove, lokomotivave dhe trenave të shpejtësisë së lartë.

Konkretisht, për prodhimin e trenave të mallrave, Grupi "CNR" ka ndjekur rrugën e novacionit të pavarur. Për metronë, ky grup bëri risi në bazë të integritetit të teknologjive ekzistuese; ndërsa në prodhimin e lokomotivave hekurudhore dhe të vagonëve me motorë, grupi bëri rinovacion pas importimit dhe përvetësimit të teknologjive të huaja.

"Novacioni nuk bie në kundërshtim me importimin e teknologjive", tha Cui Dianguo. "Përkundrazi, me përvetësimin e teknologjive të huaja, mësuam përvojën nga kolegët e huaj, duke



zvogëluar boshllëkun mes nesh me shkallën më të përparuar të botës brenda një periudhe rekord, me anë të metodave të kërkimit, të projektimit dhe të prodhimit."

Për disa vjet me radhë, në bazë të importimit dhe të përvetësimit të teknologjive të përparuara, Grupi "CNR" ka krijuar gradualisht platformat teknike në shkallën e parë botërore në lokomotiva, në varg vagonësh me motorë, në trena mallrash dhe në metro.

Z. Cui Dianguo është njeri i mençur dhe

gjithashtu i guximshëm. Ai paraqiti kërkesën për veten dhe për grupin e tij që "të bazohet në sektorin e hekurudhës dhe të dalë nga hekurudha".

"Nëpërmjet zhvillimit të hekurudhave në Kinë, zotëruam teknologji përkatëse. Një pjesë e tyre është teknologji e përgjithshme, d.m.th. ato mund të përdoren jo vetëm në hekurudhë, por edhe në industri të tjera."- u shpreh Cui Dianguo.

Mësohet se tani në degën e prodhimit të trenave, Grupi "CNR" po zotëron gjysmën e tregut të Kinës. Njëkohësisht, në bazë të epërsive të tij në motor dizeli dhe në makina elektrike, është zgjeruar në mënyrë të vazhdueshme në tregje të ndryshme. P.sh; produktet e Grupit "CNR" janë produkte kineze që kanë përparësi në fushat e prodhimit të energjisë me erë, në ato naftëmbajtëse, në porte detare, në makina elektrike në miniera, në





motorët dizel të anijeve etj.

Veçanërisht në tregun e prodhimit të energjisë me erë, makinat elektrike të “CNR-së” zënë gjysmën e tregut dhe Grupi “CNR”, udhëhoqi edhe përpilimin e standardit kombëtar të këtyre makinave. Në fillim të vitit 2009, ky Grup investoi 700 milionë euro në qytetin Si'an për ndërtimin e bazës kërkimore dhe të prodhimit të pajisjeve të prodhimit të energjisë me erë, më e madhja në Kinë.

Z. Cui Dianguo është i mendimit se epërsia e “CNR-së” në botë ndodhet në "raportin kompleks midis funksionit dhe çmimit". "Produktet e grupit tonë nuk janë më të mirat, por duke u marrë parasysh në mënyrë komplekse nga aspektet e sigurisë, të besueshmërisë, të

komoditetit, të çmimit dhe të shërbimeve pas shitjes, produktet tona janë konkurruese në sferën botërore."

Gjendja e përgjithshme e Grupit “CNR”

Grupi “CNR”, me seli në Pekin, u krijua në vitin 2008, me kapitalin e regjistruar prej 830 milionë eurosh. Paraardhëse e tij ishte Shoqëria e Trenave të Tangshanit, që u krijua në vitin 1881, ndërmarrja më e hershme kineze në prodhimin e trenave.

Si kompani udhëheqëse e Kinës në prodhimin e trenave, Grupi “CNR”, duke trashëguar traditat qindvjeçare, u ka kushtuar rëndësi zgjerimit të tregut dhe novacionit. Në bazë të risisë së pavarur, të kombinuar me rinovacionin pas importimit dhe përvetësimit të teknologjive të huaja

të përparuara, grupi ka realizuar hov strategjik në prodhimin e lokomotivave, ka arritur sukses të ri në prodhimin e vagonëve për pasagjerë, ka ruajtur epërsi në prodhimin e vagonëve të mallrave dhe ka zgjeruar tregjet jashtë hekurudhës. Krahas plotësimit të kërkesave të Kinës në zhvillimin e komunikacionit me binarë, produktet e grupit eksportohen në mbi 30 vende të botës.

Shërbimet e Grupit “CNR” përfshijnë: kërkimin, projektimin, prodhimin, riparimin dhe shërbimin e lokomotivave hekurudhore (vargut të vagonëve me motorë), të metrove, të makinerive inxhinierike, të makinave elektrike dhe të pajisjeve elektronike; shitjen e produkteve, shërbime teknologjike dhe përdorimin me qira të pajisjeve; importin e eksportin, investime reale të lidhura me shërbime të sipërpërmendura; administrimin e kapitaleve dhe këshillimin teknik.





Kompania e automjeteve “Chery”

Gjatë më se 10 viteve të fundit, industria kineze e automjeteve ka pësuar një zhvillim të paimagjinueshëm. Automjetet e prodhuara në Kinë po eksportohen gjithnjë e më shpesh drejt vendeve të ndryshme të botës, ku janë mirëpritur nga përdoruesit e këtyre vendeve.

Marka kineze e automjeteve që eksportohet më shumë në drejtim të vende të ndryshme të botës është “Chery”. Vëllimi i eksportit të automjeteve të kësaj marke përbën 90% të vëllimit të përgjithshëm të automjeteve të

eksportuara nga Kina.

Kompania kineze “Chery” u themelua më 8 janar të vitit 1997 me një kapital prej 3.68 miliardë juanësh. Themelimi i kësaj kompanie filloi më 18 mars të vitit 1997 dhe më 18 dhjetor të vitit 1999 përfundoi prodhimin e veturës së parë “Chery”. Prodhimi i dy milionë veturave nga linja e prodhimit të një teknologjie të lartë më 26 mars të vitit 2010, shënoi hyrjen e “Chery-t” në një fazë të re, atë të markës ndërkombëtare. Tani kompania “Chery” është në gjendje të prodhojë 900 mijë vetura dhe motorë në vit.

Në vartësi të kompanisë “Chery”, janë katër marka si “Chery”, “Ruilin”, “Weilin” dhe “Kairui”. Këto marka të automjeteve përfshijnë autobusë, mikrobusë dhe vetura të vogla. Aktualisht, Chery ka nxjerrë në treg më shumë se 10 modele automjesh të 16 serive, si dhe do të nxjerrë në treg edhe dhjetëra modele automjesh të tjera.

Me kërkesa të “sigurisë, ruajtjes së energjisë, mbrojtjes së mjedisit”, Chery, ka arritur të certifikohet me standardet ndërkombëtare të cilësisë ISO9001.



Prej vitesh, me "zero defekt" si objektiv i produkteve, "Chery" ka fituar pëlqimin e konsumatorëve. Në vitin 2009, shitjet e automjeteve "Chery" arritën në 500 mijë njësi, duke u rritur me 40% në krahasim me ato të vitit 2008. Për 9 vjet radhazi, "Chery" ka qenë kampione në vëllimin e shitjeve të automjeteve të prodhimit kinez dhe 7 vjet me radhë ishte kompania e parë për numrin e eksporteve të autobusëve.

Vetëm në muajin gusht të vitit 2010 kompania arriti të shesë jashtë vendit 10,360 automjete dhe deri në fund të vitit, eksportet e kësaj kompanie të shprehura në sasi i kaluan 100,000 njësitë.

Që nga fillimi i krijimit, kompania "Chery" i është përmbytur inovacionit të pavarur dhe ka bërë përpjekje për t'u bërë një

kompani teknologjike. Tani kompania "Chery" ka krijuar një sistem të përbashkët të kërkimeve, studimeve dhe të prodhimeve të automjeteve, duke u mbështetur në Institutin e Përgjithshëm të Inxhinierisë së Automjeteve. Akademia Qendrore, Instituti i Planifikimit dhe i Projektimit, Qendra e Teknologjisë Eksperimentale bashkëpunojnë me kompani për prodhimin e pjesëve kryesore të këmbimit të automjeteve dhe me agjenci tregtare, si dhe me universitete apo institucione të kërkimeve shkencore. Ajo ka krijuar një grup të kërkimeve prej më se gjashtë mijë punonjësish dhe ka në zotërim një pjesë të teknologjisë thelbësore për prodhimin e gjithë automjetit dhe të pjesëve kryesore të këmbimit të automjeteve.

Krahas kësaj,



"Chery" i ka kushtuar një rëndësi të madhe rinovimit të koncepteve, trajtave të reja të menaxhimit dhe përmirësimit të vazhdueshëm të sistemeve e mekanizmave, për të stimuluar vitalitetin e krijimeve të reja të kompanisë, duke tërhequr dhe ruajtur një numër të madh ekspertësh teknikë dhe të menaxhimit.

Gjithashtu në vitin 2010 kompania lancoi në treg një tip të ri automjeti që funksionon me ndihmën e energjisë elektrike duke u bërë kompania e dytë në Kinë për prodhimin e këtij lloji.

"Globalizimi" është objektivi i zhvillimit



strategjik të kompanisë “Chery”. Qysh në fillim të zhvillimit të saj, kompania i ka kushtuar një rëndësi të madhe zgjerimit të tregut ndërkombëtar dhe të atij kombëtar për prodhimet e veta, duke zbatuar aktivisht strategjinë e “daljes jashtë”, duke u bërë kompania e parë që eksporton automjete, pjesë këmbimi, motorë dhe teknologji për prodhimin e automjeteve dhe pajisjeve jashtë vendit.

Aktualisht “Chery” po nxit shpërndarjen globale të produkteve, duke eksportuar

produktet e saj në më shumë se 80 vende të botës. Po ndërton ose ka ndërtuar 15 fabrika CKD (për montimin e plotë të automjeteve) jashtë vendit. Me anën e këtyre bazave të prodhimit, produktet e kompanisë “Chery” kanë mbuluar tregjet e automjeteve në të pesë kontinentet si të Azisë, Evropës, Afrikës, Amerikës së Jugut dhe të Amerikës së Veriut.

Kompania “Chery Automobile” planifikon që të investojë 500 milionë dollarë për ngritjen e një fabrike në Turqi, njoftojnë mediat kineze.

Kompania private kineze këtë investim do ta bëjë me dilerin e automobilitave “Mermerler” i cili që prej vitit 2006 ka importuar makina nga Kina.

Fabrika e re i mundëson prodhuesit kinez shtrirje më të madhe në tregun evropian. Në këtë fabrikë ajo do të prodhojë automobilin “Chery A1”.

Ky prodhues ambicioz ka fabrika në Iran, Egjipt, Rusi, Uruguaj, Tajlandë, Ukrainë, Malajzi dhe në Indonezi.

“Chery Automobile Co” është prodhuesi



i katërt më i madh i automjeteve në Kinë. Në këtë kompani punojnë rreth 20,000 punonjës. Pozicioni i kësaj kompanie në tregun e brendshëm të automjeteve ka shënuar një rritje mbresëlënëse. Në vitin 2004, kompania shiti 86,000 njësi dhe u cilësua si kompania e nëntë më e madhe për prodhimin e automjeteve. Vetëm pas dy vjetësh, shitjet e kompanisë arritën në 305,000 njësi, çka e pozicionoi në vendin e 4-t.

Në shumë media apo faqe të internetit shkruhet për suksesin në Kinë dhe jashtë saj, për mënyrat se si kjo kompani pati një hov të paimagjinueshëm në një kohë rekord.

“Chery Automobile” po planifikon që të investojë edhe në Turqi

Kompania “Chery Automobile” planifikon që të investojë 500 milionë dollarë për ngritjen e një fabrike në Turqi, njoftojnë mediat kineze.

Kompania private kineze këtë investim do ta bëjë me dilerin e automobilitave “Mermerler” i cili që prej vitit 2006 ka importuar makina nga Kina .

Fabrika e re i mundëson prodhuesit kinez shtrirje më të madhe në tregun evropian. Në këtë fabrikë ajo do të prodhojë automobilin “Chery A1”.

Ky prodhues ambicioz ka fabrika në Iran, Egjipt, Rusi, Uruguaj, Tajlandë, Ukrainë, Malajzi dhe në



Indonezi.

Gjithashtu në vitin 2010 kompania lançoi në treg një tip të ri automjeti që funksionon me ndihmën e energjisë elektrike duke u bërë kompania e dytë në Kinë për prodhimin e këtij lloji.

Vetëm në muajin gusht të vitit 2010 kompania arriti të shesë jashtë vendit 10,360 automjete. Deri në fund të vitit 2010 eksportet e kësaj kompanie të shprehura në sasi, kaluan 100,000 njësitë.





Kompania e automjeteve “Geely”lidhet me “Volvo-n”

Më 10 nëntor 2010, mbreti i XVI-të i Suedisë Karl Gustav, gjatë vizitës së tij në Kinë bëri një udhëtim në liqenin Sihu që është cilësuar me shprehjen “në qiell ka parajsë, kurse në tokë ka ‘Suzhou dhe Hanzhou’”. Por, sigurisht ai nuk erdhi enkas për të admiruar peizazhin e liqenit Sihu, pasi automjeti “Volvo” që është krenaria suedeze, u fut zyrtarisht në Kinë. Sipas traditës kineze, emri i ri i “Volvo-s” do të jetë “Geely-Volvo”. Por, për suedezët më e përshtatshme do të ishte që “Geely të mbetet Geely dhe Volvo - Volvo”.

Mbreti i XVI-të i Suedisë, Karl Gustav, e pyeti drejtorin e kompanisë së automjeteve të “Geely-t” Li Shutian: “Volvo është krenari e suedezeve. Ky vend nuk mund të ndahet lehtë me këtë markë. Suedezyt dëshirojnë të dinë më shumë se si kompania e automjeteve “Geely” do të sigurojë

nivelin ekzistues të automjeteve “Volvo”. Kurse drejtuesi i bordit Li Shutian u përgjigj: “Ne do të ruajmë jo vetëm nivelin ekzistues të “Volvo-s”, por do ta bëjmë atë të fitojë nderin e dikurshëm dhe do të jetë e aftë të konkurrojë markat “Benz dhe BMW””.

Por, duke hedhur vështrimin në të ardhmen, siç duket, “Volvo” është pak i merakosur. Kjo markë suedeze 100-vjeçare, po përballon një reformim tjetër. Meqenëse “Volvo” kishte një histori në SHBA,

ka më shumë përvojë bashkëpunimi. Por, kësaj here është pak ndryshe. “Volvo” do të hyjë në Kinë, një vend me kulturë pesëmijëvjeçare dhe që aktualisht është tregu më i madh i automjeteve në botë. “Volvo” ka merak për përplasjen midis dy kulturave, asaj të Lindjes dhe të Perëndimit. Por, drejtori Li Shutian ka shprehur mjaft dashamirësi dhe nga kjo “Volvo” është optimiste për zgjerimin e marrëdhënieve në të ardhmen.

Më 5 nëntor



2010, u shpall ngritja e Komisionit të Dialogut dhe i Bashkëpunimit “Volvo—Geely”. Në këtë Komision ka katër anëtarë të ardhur nga “Volvo” dhe katër anëtarë nga “Geely”. Përveç këtyre tetë anëtarëve, Li Shutian u bë kryetari i këtij Komisioni. Ky Komision zhvillon mbledhje dy herë në vit. Li Shutian u shpreh se formimi i Komisionit të Dialogut dhe i Bashkëpunimit është sqarimi më i mirë për strategjinë:- “Volvo është Volvo dhe Geely është Geely”-. Ky sistem i komunikimit do të sigurojë që në mënyrë të barabartë, të dyja palët të zhvillojnë veprimtarinë sipas ligjit dhe dialogët përkatës në mënyrë miqësore.

Li Shutian tha : “biznesi nuk është pazar”. Ai tha se 1.8 miliard dollarë janë vetëm për kompaninë e automjeteve “Foksi”, kurse për administrimin e kompanisë së automjeteve “Volvo” duhen afro tre miliardë dollarë.

Li Shutian ka besimin e plotë se marka “Volvo” do të jetë shumë tërheqëse. Ai u shpreh se “Volvo” është një kompani e automjeteve me shumë potencial konkurrues. Tani kjo kompani ka humbje për



arsye të krizës financiare ndërkombëtare. Gjatë krizës, të gjitha markat e automjeteve luksoze kanë pasur humbje dhe jo vetëm “Volvo”. Kurse tani, me rënien e ngadalshme të krizës financiare, tregu botëror i automjeteve po rimëkëmbet gradualisht. Nga janari deri në shtator të vitit 2010, sasia e shitur e automjeteve “Volvo” në Kinë është shtuar dy për qind në krahasim me të njëjtën periudhë të vitit 2009. Ndërsa, sasia e shitur e automjeteve “Volvo” në botë është rritur 12.5 për qind në krahasim me të njëjtën periudhë të vitit të kaluar duke realizuar një fitim të konsiderueshëm.

Sipas parashikimit nga Shoqata e Industrisë së Automjeteve e Kinës, në vitin 2010, shitjet e automjeteve në Kinë arritën në mbi 17 milionë dhe kjo tregon se shitjet

e automjeteve të reja në Kinë do të arrijnë në nivelin më të lartë në historinë e SHBA-së dhe do të bëhet tregu më i madh i automjeteve në botë.

Kompania “Geely” e Zhejianit është një nga 10 kompanitë e mëdha të industrisë së automjeteve në Kinë. Që nga formimi i saj në vitin 1997, kjo kompani është zhvilluar vrrullshëm. Vlera e përgjithshme e kapitaleve të kësaj kompanie arrin në mbi 20 miliardë juanë dhe është kompania më e përparuar dhe me zhvillimin më të shpejtë gjatë 50 vjetëve të zhvillimit të industrisë së automjeteve të Kinës.

Selia e kompanisë “Geely” ndodhet në qytetin Hanzhou dhe kjo kompani ka baza për prodhimin e automjeteve në Linhai, Ninbo dhe Luciao të provincës



Zhejiang, Shanghai, qytetin Lanzhou, qytetin Siantan etj. Çdo vit kjo kompani mund të prodhojë 400 mijë automjete, 400 mijë motorë etj.

Motoja e kompanisë është: "Të prodhojmë automjete më të sigurt, me më pak ndotje të mjedisit dhe më ekonomike. Le t'i bëjmë automjetet e markës "Geely" të shëtisin në të gjithë botën".

Kompania kineze "Geely" blen të gjitha aksionet e "Volvos"

Më 28 mars, në Goteborg të Suedisë, kompania kineze "Greely Holding Group" nënshkroi marrëveshjen përfundimtare të blerjes së aksioneve me kompaninë amerikane të automjeteve "Ford", duke marrë 100 % të aksioneve të kompanisë së veturave "Volvo" dhe

pasuritë përkatëse të saj.

Çmimi i ofruar nga "Greely" për këtë marrëveshje është afro 1.8 miliardë dollarë, i cili është çmimi më i lartë i paguar nga një kompani kineze për të blerë plotësisht një kompani të huaj makinash.

Drejtuesi i bordit të grupit "Greely" Li Shufu u shpreh se Kina do të bëhet tregu lokal i dytë për nga madhësia i veturave "Volvo". Dhe "Volvo" do të shpërfaqë potencialin e saj të madh në tregun kinez me zhvillim të shpejtë.

Faktorët kyç në blerjen e "Volvo-s" nga "Geely"

Më 29 mars, ndërmarrja private kineze "Geely" bleu ndërmarrjen e automjeteve "Volvo" prej kompanisë "Ford". Ky është një përparim i dukshëm

në ndërkombëtarizimin e kompanive private kineze të prodhimit të automjeteve. Mirëpo rëndësia e kësaj blerje nuk kufizohet vetëm në industrinë e automjeteve. Kjo shërben gjithashtu si shembull edhe për kompani të tjera kineze, që të fitojnë mbështetje të huaj për zhvillimin e Kinës, nëpërmjet blerjeve në vende të tjera.

Aktualisht për zhvillimin ekonomik të Kinës nevojiten shumë faktorë të jashtëm ku dy janë shumë të rëndësishëm; burimet dhe teknologjia. Ndër këto të dyja, teknologjia është më e vështirë të fitohet. Kompanitë shtetërore kineze kanë realizuar disa blerje në vende të tjera, por kryesisht në fushat e energjetikës dhe të minierave. Ndërkohë, kompanitë private kineze po blejnë teknologji apo marka të vendeve të

zhvilluara. Kjo dukuri nuk është rastësore, por ka arsye të thella.

Në blerjen e teknologjive ose markave të huaja, kompanitë shtetërore kineze kanë hasur shumë faktorë ndërhyrës të pakontrolluar, si politizimi i problemit ekonomik etj. Ndërsa, blerja ose bashkimi midis kompanive private, është i natyrshëm në vendet perëndimore. Nga ky këndvështrim, kompanitë private kineze do të luajnë rol strategjik në shkallëzimin e industrisë kineze.

Vitet e fundit, veçanërisht pas krizës financiare ndërkombëtare, kompanitë private kineze janë treguar më të gjalla dhe aktive në blerje dhe bashkim kompanish në vende të tjera dhe numri i këtyre veprimtarive ka arritur në disa mijëra e miliona. Në nëntor 2007, Grupi "Youngor" bleu për 120 milionë

dollarë Grupin "Xinma", sektorin e veshjeve për meshkuj pranë shoqërisë amerikane "KELLWOOD". Kjo ishte blerja jashtë vendit me shumën më të madhe e kryer nga sektori kinez i tekstileve. Në qershor 2008, shoqëria kineze "Zoomlion", së bashku me shoqërinë "Goldman Sachs" dhe shoqëri të tjera blenë për 271 milionë euro të drejtat e plota aksionare të shoqërisë "CIFA", kompania e parë italiane e makinerive të ndërtimit.

BE-ja njih blerjen e "Volvo-s" nga "Geely"

Më 6 korrik, Komisioni i BE-së dhe Komiteti i Administrimit e i Mbikëqyrjes së Kapitalit Shtetëror i qytetit kinez Da Qing miratuan blerjen e kompanisë së prodhimit të automjeteve "Volvo" nga korporata kineze e prodhimit të automjeteve



"Geely". Komisioni i BE-së u shpreh se kjo blerje nuk arrin standardin e shqyrtimit të BE-së, megjithatë blerja lidhet me të paktën 3 vende anëtare të BE-së dhe sipas kërkesës së tyre, Komisioni i BE-së zhvilloi shqyrtimin.

Më 28 mars të këtij viti, "Geely" dhe "Volvo", nënshkruan zyrtarisht marrëveshjen në Goteborg. "Geely" dhe Komiteti i Administrimit e i Mbikëqyrjes së Kapitalit Shtetëror i qytetit kinez Da Qing, bashkëpunuan për blerjen e 100% të aksioneve të "Volvo-s", me vlerën 1 miliard e 800 milionë dollarë amerikanë.



Kompania “Great Wall”



Kompania kineze “Great Wall”, po ndërton një fabrikë automjetesh në Bullgari dhe sipas parashikimit, kjo fabrikë do të vihet në funksionim para fundit të qershorit të vitit 2011.

Në prill të vitit 2009, kompania kineze “Great Wall” dhe ajo bullgare “Litokos” nënshkruan një memorandum bashkëpunimi mbi investimin e 80 milionë eurove për ndërtimin e një fabrike automjetesh në Lovec, 150 kilometra larg nga kryeqyteti Sofie.

Sipas projektit, kjo fabrikë do të prodhojë 50 mijë automjete në vit dhe do të vihet në punë në gjashtëmujorin e parë të vitit 2011. Fabrika do të përdorë markën “CKD” të kompanisë “Great Wall” për montimin dhe shitjen e automjeteve. Kompania kineze do të marrë pjesë në aksione në formën e investimit të teknologjisë.

Kompania e mirënjohur kineze e automjeteve “Great Wall” disponon fabrikën më të

madhe për prodhimin e automjeteve të tipit “SUV” me të 4-ta rrotat aktive. Ajo është gjithashtu ndërmarrja kineze që ka eksportuar më shumë makina jashtë vendit.

Gjendja e përgjithshme e ndërmarrjes

Kompania kineze “Great Wall” është një kompani e madhe private ndërshtetërore dhe kompania e parë private e makinave që hyri në Bursën e Hong-Kongut. Ajo ka mbi 30 kompani bija dhe mbi 33 mijë

punonjës. Tani, kapaciteti prodhues i automjeteve në vit arrin në 500 mijë dhe mund të prodhojë edhe pjesë kryesore këmbimi si motorë, ura mbajtëse etj.

Kjo kompani ka fituar shumë çmime të ndryshme dhe ka hyrë dy herë në listën e 100 ndërmarrjeve më të mëdha të Kinës dhe për katër vjet radhazi ka fituar çmimin “500 markat më të dalluara”.

Administrimi i kompanisë është i qëndrueshëm dhe me themele të forta. Në gjashtëmujorin e parë të vitit 2010, kjo shoqëri ka pasur shumë fitime. Fitimet



e saj në gjashtëmujorin e parë të vitit 2010 arritën në 907 milionë juanë, shifër kjo 77 për qind më e lartë krahasuar me vitin 2009. Të ardhurat e kësaj shoqërie arritën në 912.5 milionë juanë. Shuma e përgjithshme e kapitaleve të kësaj kompanie arriti në 17.4 miliardë juanë.

Tani, tre lloje makinash si "SUV", vetura dhe automjete të tipit "pick-up" të kësaj kompanie janë eksportuar në mbi 100 vende të botës si në Itali, Australi etj. Për shumë vite me radhë, kjo kompani ka qenë në vendin e parë në Kinë për sasinë e automjeteve të eksportuara.

Karakteristikat dalluese

Në sektorin e automjeteve, kjo kompani ka dy karakteristika

dalluese; së pari, ajo operon gjithmonë në mënyrë të qendrueshme me vetëfinancim pa kredi dhe pa borxhe dhe së dyti, ajo prodhon vetëm "pik-up" dhe "SUV" dhe përpiqet për t'u renditur në vendin e parë në këtë sektor.

Produktet kryesore Tipi "Pik-up"

Makina e parë që u prodhua nga kjo kompani, është "pik-up" si edhe tipi i parë i automjetit i eksportuar.

Më 5 mars të vitit 1996, u prodhua "pick-up" i parë që quhet "Deer". Më 12 tetor 1997, kontigjenti i parë i prodhimit të këtyre automjeteve, u eksportua në Lindjen e Mesme. Për 12 vjet radhazi kjo kompani është renditur në vendin e parë në Kinë për sasinë e

eksportuar.

Në tregun ndërkombëtar, "pik-up" është vlerësuar vazhdimisht si makina kineze me sasinë më të madhe të eksporteve.

Tani, "pik-up" i prodhuar nga kjo kompani ka shitje të larta në Lindjen e Mesme, Afrikë, Amerikën Qendrore dhe Jugore, Rusi, në Azinë Perëndimore etj.

Tipi "SUV"

Seria e automjeteve "SUV", të prodhura nga kjo shoqëri, ka ruajtur për 7 vjet me radhë vendin e parë për shitjen dhe eksportin. Tani, makinat kryesore janë SUV të mëdhenj dhe të mesëm. Gjatë "garës së makinave të Dakarit" "SUV" u prezantua për herë të parë si përfaqësuese e automjeteve kineze.





Shpërndarja në të gjithë botën

Aktualisht, kjo kompani ka ndërtuar fabrika montimi në Rusi, Indonezi, Iran, Vietnam, Egjipt, Ukrainë etj., dhe për tre vitet e ardhshme, kompania planifikon të ndërtojë fabrika montimi edhe në pesë vende të tjera si Filipine, Senegal, Bullgari, Venezuelë dhe Malajzi.

Puna kërkimore-shkencore

Në qendrën kërkimore-shkencore ka mbi 5000 punonjës nga ku, mbi 500 prej tyre janë specialistë, duke përfshirë 12 specialistë të huaj, 20 inxhinierë të kthyer nga vendet e huaja dhe 60 punonjës me titullin doktor. Gjatë pesë viteve të ardhshëm do të shtohet vazhdimisht numri

i specialistëve dhe deri në vitin 2015, numri i tyre do të arrijë në mbi 10 mijë.

Vitet e fundit, kjo shoqëri ka bërë shumë punë dhe ka hedhur shumë investime për ndërtimin e katër qendrave të mëdha si, qendra e eksperimentimit, qendra e provave, qendra e formimit dhe qendra CAE. Gjatë pesë viteve të fundit, kjo shoqëri ka investuar tre miliardë yuanë për kërkime studimore.

Sipas planit, gjatë pesë viteve të ardhshëm, kjo kompani ka në plan të investojë edhe pesë miliardë yuanë për kërkim studimor në fushën e

automjeteve.

Objekti i zhvillimit

Deri në vitin 2015, kapaciteti i prodhimit pritet të arrijë në dy milionë, sasia e shitjes do të arrijë në 1.8 milion, të ardhurat nga shitja do të arrijnë në 100 miliardë yuanë dhe fitimet pritet të kapin shifrën e mbi 10 miliardë yuanëve. Deri në vitin 2015, kjo kompani ka si pikësynim të renditet në vendin e parë për shitjen e automjeteve të tipit "SUV" në mbarë botën.





Autobusi “Yutong”

Kompania kineze e prodhimit të makinave “Yutong” dhe Ministria Maqedonase e Transportit, nënshkruan në Shkup më 14 prill 2009, një marrëveshje për prodhimin e 202 autobusëve me dy kate. Kjo ishte porosia më e madhe në tregun evropian, për autobusin “Yutong”.

Në nënshkrimin e marrëveshjes e përshëndeti përmes një telegrami edhe kryeministri i Maqedonisë Nikolla Gruevski. Sipas tij, Kina dhe Maqedonia në të ardhmen, duhet të zgjerojnë më tej bashkëpunimin reciprok në sektorë të ndryshëm.

Që nga viti 2007,

qeveria maqedonase organizoi pesë tendera për prodhimin e autobusëve dhe pas konkurrencës së fortë, tenderi u fitua nga kompania “Yutong”. Kjo i shërbeu zgjerimit të kompanisë në tregun evropian.

Në Maqedoni u prodhua me sukses autobusi i parë “Yutong”. Ministri i Transporteve dhe Komunikacionit të Maqedonisë, Mile Janakieski, së bashku me personalitete të fushës, mori pjesë në ceremoninë e testimit të autobusit të parë “Yutong” që u prodhua në Maqedoni. Ai shprehu kënaqësinë e tij për këtë prodhim. “Autobusi i prodhuar nga

ju është i nevojshëm për ne. “Yutong” është i mirë.” – tha ministri.

Pas kontrollit, ministri Janakieski, dhe inxhinierët maqedonas u shprehën të kënaqur për prodhimin. Inxhinierët ndërkohë, e quajtën të drejtë zgjedhjen e fundit të qeverisë maqedonase. Autobusi “Yutong” është me cilësi dhe për prodhimin e tij është përdorur teknologjia e lartë. Ky lloj autobusi me dy kate, përputhet plotësisht me standardin evropian dhe me rregullat përkatëse vendore. Ai mund të shërbejë shumë mirë për zhvillimin e transportit publik të Maqedonisë.

Kompania kineze e



prodhimit të makinave, “Yutong” është një ndërmarrje e madhe, kryesisht në prodhimin e autobusëve, të makinerive, pjesëve të këmbimit, etj. Kjo kompani e ka qendrën në qytetin Zhenzhou të provincës Henan të Kinës Qendrore. Uzina e makinave, zë një sipërfaqe prej 170 hektarësh dhe çdo ditë, mund të prodhohen afro 140 makina.

Autobusi “Yutong”, shitet në Kubë, Rusi, Iran, Arabinë Saudite, Hong-Kong, Makao etj.

Në vitin 2007, kompania “Yutong” mori çmimin e madh të shitjes vjetore, dhënë nga Lidhja Botërore e Autobusëve. Në vitin 2009, numri i autobusëve të shitur ishte 28.186, e përkthyer në vlerë financiare, 7 miliardë e 896 milionë juanë. Për këtë, kompania zuri vendin e parë mes prodhuesve kinezë të autobusëve.

Çdo autobus i prodhuar nga “Yutong”

u shërben përdoruesve, ashtu siç thotë edhe motoja e kompanisë: - “Përdoruesit janë të parët”.

Në përmjet raportimit të punonjësve, kontaktit të drejtpërdrejtë me përdoruesit dhe përshtatjes me nevojat e tyre, kompania “Yutong”, njeh kërkesat e tregut. Ajo merr parasysh vërejtjet dhe sugjerimet e konsumatorëve.

SHPËRNDARJA GLOBALE

Që nga viti 2006, kompania e makinave “Yutong” filloi të formojë rrjetin e shitjes dhe servisit në vende të tjera si edhe ka formuar agjenci shpërndarjeje dhe magazina, në disa rajone kryesore të botës. Sot, rrjeti i shërbimit dhe serviset e kësaj kompanie ndodhen thuajse në 50 % të rajoneve të mbarë botës. Gjithashtu, “Yutong” po provon të kualifikojë punonjësit vendas për servisin e makinave.

Në vitin 2006, autobusët e prodhuar nga “Yutong”, u eksportuan në SHBA. Ata po përdoren në aeroportet e Amerikës.

Në vitin 2007, “Yutong” dërgoi punonjësit më me përvojë në Kubë, për të kualifikuar mbi 100 punonjës kubanezë për servisin e makinave.

Në vitin 2007, “Yutong” nënshkroi me Kubën një marrëveshje për shitjen e 5.348 autobusëve.

Në korrik të vitit 2009, 175 autobusë të “Yutong”, u eksportuan në Kuvajt dhe në të njëjtën kohë, 100 të tjerë në Arabinë Saudite.

Kompania e prodhimit të makinave “Yutong”, ka formuar një qendër teknike, e vetmja në sektorin e autobusëve në vend. Çdo vit, shpenzimet e sektorit të kërkimit studimor arrijnë në mbi 30 milionë euro.



Zhvillimi i kompanisë “Li Ning” pas Lojërave Olimpike

Si ka arritur të zhvillohet kompania “Li Ning”, në kushtet e një larmie produktesh sportive vendase dhe duke u përballur me konkurrencën e ashpër dhe me marka të njohura ndërkombëtare ?



Të ardhurat nga shitja prej afro 8 miliardë e gjysmë juanësh, të dhëna financiare këto të vitit 2009 të publikuara nga “Li Ning”, tregojnë se kjo markë ka arritur të konkurrojë me sukses, markën “Adidas” në tregun e Kinës.

Për markën e produkteve sportive “Li Ning”, që ka afro 20 vjet që operon në treg, besimi për të sfiduar markën “Adidas” është i padiskutueshëm, veçanërisht në tregun e brendshëm kinez. Në kohën kur fluksi i blerjeve nga Lojërat Olimike po pakësohej, pozita e produkteve të markës “Li Ning” për konsumatorë të nivelit të lartë, ndodhej përpara një sfide shumë të vështirë. Konkurrentë të saj janë “Nike” dhe “Adidas”.

CEO i kompanisë “Li Ning”, konsideron se ndikimet e markës së produkteve sportive të Kinës duhen njohur dhe pranuar nga qytetet e mëdha dhe për këtë po bëhet çështje e mundur për të arritur synime në nivele sa më të larta.

Prodhimi me cilësi dhe hyrja në një fazë më të lartë

Cila është veçantia e produkteve të “Li Ning-ut”?

Ndryshe nga “Nike”, markë e njohur e basketbollit dhe “Adidas”, markë e njohur e futbollit, markës “Li Ning” i mungonte të pasurit një produkt unik.

Për këtë u vendos që të prodhoheshin aksesore për lojën badminton, si raketa etj. Nga prodhimi i

veshjeve, kompania filloi të prodhojë aksesore për lojën badminton me një cilësi e teknologji të përparuar. Kjo është cilësuar edhe si potenciali i kompanisë. Në fakt, vendimmarrja për këtë risi ishte sfidë e madhe për markën “Li Ning”, që deri tani ishte ushtruar me prodhimin dhe shpërndarjen e veshjeve sportive. Sipas mendimit të z. Zhang Zhiyong, menaxherit të përgjithshëm të kompanisë “Li Ning”, kalimi në tregun e badmintonit ishte një arritje e madhe për kompaninë në vitin 2009. Në këtë kohë kompanisë iu desh të përballej me dy probleme; - në radhë të parë prodhimi i aksesoreve të badmintonit ishte një përvojë krejt e re, që nuk kishte lidhje me përvojën e mëparshme 20- vjeçare dhe më e rëndësishmja është se kësaj here, “Li Ning” hyri drejtpërdrejt në tregun e produkteve të kategorisë së lartë. “Tani prodhimet tona të badmintonit të cilat kushtojnë mbi 1000 juanë zënë 1/3-ën e tregut. Ato kanë hyrë

me sukses në dyqanet e ngritura enkas për promovimin dhe shitjen e produkteve të badmintonit. Në të kaluarën, kjo gjë ishte e pamundur për kompaninë. Sponsorizimi në vitin 2009 për ekipin kombëtar kinez të badmintonit ishte një rast i rëndësishëm e domethënës për “Li Ning”. Gjatë 27 viteve të kaluara, ekipi kinez i badmintonit ka përdorur gjithmonë produkte badmintoni të markës japoneze Joneks. Një reklamë e bërë nga badmintonisti i njohur Lin Dan “ Të ndërrojmë badmintonin për një cilësi më të mirë”, bëri që konsumatorët e këtyre produkteve të njohin markën “Li Ning”.

Z. Zhang Zhiyong, thotë se konfirmimi nga ekipi kombëtar, tregoi nivelin e lartë dhe cilësor të produkteve të “Li Ning”. Të gjitha teknologjitë e përparuara në fushën e badmintonit janë aplikuar në produktet e markës “Li Ning”. Gjithashtu “Li Ning” prodhoi posacërisht për badmintonistin Lin Dan, një ekzemplar të veçantë. Zhang



Zhiyong tha se karakteri i veçantë i Lin Danit, do të ndikojë në promovimin më me sukses të produkteve të kësaj marke. Në vitin 2009, "Li Ning" bleu me një vlerë prej 165 milionë juanësh kompaninë më të njohur të badmintonit "Kaisheng". Kaisheng ka qenë sponsor i ekipit kombëtar të badmintonit të të rinjve dhe disa ekipeve të badmintonit në provinca. Pas ekipit kombëtar, "Li Ning" sponsorizoi edhe kampionatin për kupën Sudirman, kampionatin e badmintonit në Singapor, kampionatin e mjeshtrave të badmintonit etj. Zhang

Zhiyong, thotë se marka "Li Ning" do të jetë gjithnjë e më prezente në sportin e badmintonit.

Konkurrimi me çmim dhe cilësi i markave të njohura

Në vitin 2009, prania e produkteve sportive në tregun e Kinës u rrit 11%, në vitin 2010 dhe në tre vitet e ardhshme ajo do të arrijë në 20%.

Gjithashtu z. Zhang Zhiyong shtoi se Kina është bërë vendi i dytë në botë në konsumin e produkteve sportive. Kjo ka ardhur nga ndryshimi i mënyrës së jetesës, dhe si pasojë e rritjes me ritme të shpejta të ekonomisë.



Yivu, pika doganore më e vogël në Kinë



Pika doganore Yivu e provincës Zhejiang, që është e vetmja në rang distrikti, është më e vogla në Kinë. Edhe pse më e vogla ajo lidhet direkt me lulëzimin dhe zhvillimin e tregut për mallrat me pakicë, që në fakt është më i madhi në botë.

Dogana Yivu filloi punën në vitin 2009 dhe është një nga 12 pikat doganore të varura nga dogana e qytetit Hanzhou. Megjithatë është e vendosur në një qytet në rang distrikti, për arsye të veçantisë së tregut të mallrave me pakicë në Yivu, hyrjet dhe daljet

në këtë doganë janë sa një e treta e sasisë së përgjithshme të mallrave që hynë në doganën e qytetit Hanzhou. Gjatë një viti e gjysmë pasi u hap, kjo pikë i ka shërbyer ekonomisë vendase dhe ka nxitur lulëzimin e tregut të mallrave me pakicë duke marrë përmasat e tregut më të madh në botë. Edhe në gjendjen e krizës monetare botërore, vëllimi i eksporteve të qytetit Yivu është rritur. Drejtori i doganës Yivu, Chan Jun, flet për bilancin pozitiv: “Sipas të dhënave të vitit 2009, përsa i përket eksportit të mallrave të

doganës tatime prej disa miliona juanësh, kurse pas hapjes së saj, në vitin 2010, u arkëtuan 183 milionë juanë.”

Për të plotësuar mungesën e mjeteve transportuese, pas hapjes, dogana vuri në dispozicion “linjën e kamionëve” që lidhte qytetin Yivu me qytetin e madh Shangai. Si rezultat, u shkurtua koha e kalimit në doganë dhe procesi i transportimit është lehtësuar. Kompania ndërkombëtare për transportin e mallrave Yivu, u formua në vitin 2001. Ajo merret kryesisht me transportimin dhe kalimin e mallrave në doganë. Gjin LiLi, përgjegjëse e kompanisë, shprehet se pas hapjes së doganës Yivu, puna u është rritur me 30 përqind. Në vitin 2008, u bë propozimi për vënin në dispozicion të “linjës së kamionëve” së bashku me Shoqërinë e Aviacionit Civil, Dongfang. Për të përkrahur zhvillimin e



mirë të tregut të mallrave të konsumit të gjerë Yivu, drejtori i doganës Chan Jun, e mbështeti propozimin për hapjen e “linjës së kamionëve”. Hapja e pikës doganore Yivu, përkrahu qarkullimin e mallrave dhe tregun e qytetit Yivu.

Leoni është një tregtar kolumbian, i cili që nga viti 2006, filloi të merret me tregti në Kinë. Tani ai është përgjegjës i Kompanisë Tregtare Ndërkombëtare Gjiaxin. Pas hapjes së doganës Yivu, ai vuri re se procedura e pagesave është shumë më e shpejtë se më përpara. Leon kujton se më parë, kur erdhi në Kinë,

procedura e pagesave dhe e kalimit në doganë ishte shumë e ndërlikuar dhe duhej shumë kohë për transportimin e kontejnerëve. Pas hapjes së pikës doganore Yivu, transporti i kontejnerëve pati shumë lehtësira.

Veç këtyre, për të ruajtur emrin e mirë të tregut të mallrave me pakicë Yivu, në arenën ndërkombëtare dhe për të zhvilluar sa më mirë tregun e këtyre mallrave, dogana bëri shumë punë për të parandaluar shkeljet e të drejtave të autorit. Drejtori i doganës Chan Jun shprehet se në vitin 2010, dogana Yivu trajtoi 449 çështje të shkeljes së të drejtave të autorit dhe

ka mbrojtur të drejtat e mbi 200 patentave nga mbi 20 vende.

Tani, në tregun Yivu nuk ka vetëm mallra të konsumit të gjerë. Tregu Yivu është bërë tani platforma ndërkombëtare e shitjes. Motoja e tregut është “Këtu blihen mallra nga e gjithë bota dhe shiten mallra në të gjithë botën”.

Zhvillimi i madh i tregut Yivu nuk mund të ndahet nga puna efektive e doganës. Pikërisht për këtë arsye, dogana më e vogël në Kinë, përkrahu lulëzimin dhe zhvillimin e tregut më të madh në botë.



Ekspozitat e panairët - 2011

Ekspozita e XII ndërkombëtare e Kinës për pajisje të veturave, pjesë elektronike dhe prodhime për servils e pjesë këmbimi

Kohëzgjatja: 25-27 shkurt 2011

Vendndodhja: Qendra e Re e Ekspozitave
Ndërkombëtare e Kinës, Pekin, Kinë

Nr. Telefoni: +86 10 57970838

Uebisajt: <http://www.ciaacexpo.com/>



Panairi i VII tregtar ndërkombëtar i pjesëve të këmbimit dhe servis të automjeteve, Guangzhou, Kinë

Kohëzgjatja: 2011-02-20 ~ 2011-02-22

Emri i pavijonit: Panairi kinez i mallrave të importit dhe eksportit, Pazhou në Guangzhou

Nr. telefoni: 86-020-38219963

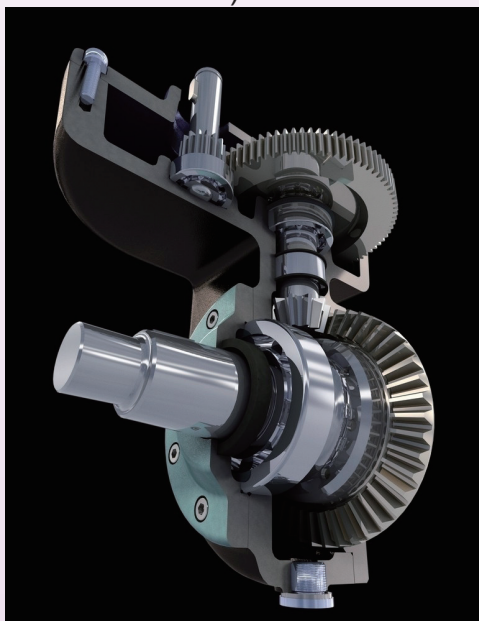
Faksi: 86-020-38219926

Uebisajt: <http://www.aaitf.org/en/>

Ekspozita ndërkombëtare e Xuzhou, Kinë 2011, për automjete dhe makineri ndërtimi

Kohëzgjatja: 16-18 mars 2011

Vendndodhja: Qendra ndërkombëtare e panairëve, Xuzhou (Qyteti i ushqimeve Huaihai Xuzhou)



Nr. telefoni: 86-10-5152 1206

Faksi: 86-10-5152 1202

Uebisajt: <http://www.xuzshow.com>

Panairi i IV i Pajisjeve Metalike, Aparateve Shtëpiake dhe Aksesore të Automobilave, Guangzhou

Data: 14/04/2011-17/04/2011

Vendi: Qendra Ndërkombëtare e Tregtisë dhe Ekspozitave së Guangzhou, Poly

Teli: +86-20-3623 5693

Faksi: +86-20-3623 5687

Ujbseti: http://www.gzsourcingfair.com/news2010/en_index.asp

Ekspozita kineze e Aparateve Shtëpiake, Shangai

Data: 15/03/2011-18/03/2011

Vendi: Qendra e Re Ndërkombëtare e Ekspozitave e Shangait

Adresa: Nr.2345, Rruga Longzyang, Rajoni Pudong, Shangai

Teli: 86-010-68311372

Faksi: 010-67156913

Ujbseti: <http://www.appliance-expo.com/english/index.aspx>

Ekspozita Ndërkombëtare kineze e Reklamave

Data: 01/03/2011-04/03/2011

Vendi: Pavijoni i Ekspozitës së Mallrave të Eksportit të Kinës, Pazhou

Tel: 86-20-38106261-837

Ujbseti: <http://www.signchina-gz.com/Home/tabid/1878/language/en-US/Default.aspx>

Panairi Ndërkombëtar i Dhuratave, Artizanëve, Orëve dhe Sendeve Shtëpiake i Kinës

Data: 24/04/2011-27/04/2011

Vendi: Qendra e Konferencave dhe Ekspozitës, Shenzhen

Adresa: Shenzhen Fuhua, Rruga 3, Rajoni Futian, Shenzhen

Teli: 86-755-3333 1166

Faksi: 86-755-3333 1168

Ujbseti: <http://www.reedhuabo.com/szapreng/>

Panairi kinez i Elektronikës së Konsumit

Data: 08/04/2011-10/04/2011

Vendi: Qendra e Konferencave dhe Ekspozitave, Shenzhen

Teli: 86-10-51662329

Faksi: 86-10-68132578

Ujbseti: <http://www.chinacef.com/en/index.html>



Panairi Ndërkombëtar i Ushqimeve i Kinës dhe Panairi 2011 i Ushqimeve të Importuara në Guangzhou

Kohëzgjatja: 29 - 31 mars

Vendi: Qendra e Ekspozitave Jinhan e Guangzhout

Nr. telefoni: +86-20-15013161291

Faks: +86-20-61089279

Uebсайт: <http://www.gzspz.com/en/>

Panairi i XXI i Kinës së Lindore (Shangai 2011)

Produkte:

Veshje mode, Artikuj shtëpiakë tekstili, Mallra konsumi dhe Dhurata artistike për zbukurim

Kohëzgjatja: 01- 05 mars, 2011

Vendi: Qendra e Re Ndërkombëtare e Ekspozitave e Shangait

Nr. telefoni: 0086-21-63539977*1256, 1222, 1225

Faks: 0086-21-33030072

Uebсайт: <http://www.ecf.gov.cn/en/index.htm>

Panairi Ndërkombëtar i Kozmetikës, Shenzhen 2011

Kohëzgjatja: 10-12 mars, 2011

Vendi: Qendra e Konferencave dhe Ekspozitave e Shenzhenit

Uebсайт: <http://en.ibesz.com/index.html>

Panairi Ndërkombëtar i Dhuratave, Artikujve të Artizanatit, Orëve dhe Artikujve Shtëpiakë në Kinë (Shënzhen)

Kohëzgjatja: 24 - 27 prill, 2011

Vendi: Qendra e Konferencave dhe Panaireve e Shenzhenit

Nr. telefoni: 86-755-3333 1166

Faks: 86-755-3333 1168

Uebсайт: <http://www.chinagiftsfair.com/doce/index.aspx>



Kimikate

1. Ekspozita e XVII e Dritareve, Dyerve dhe Perdeve të Murit

Data: 18/03/2011-20/03/2011

Vendi: Qendra e Ekspozitës Ndërkombëtare e Guangzhou-së, Poly

Adresa: Nr.1000, Rruga lindore Xinggang, Rajoni Haizhu, Guangzhou

Teli: 86 - 020 - 89089067

Faksi: 86 - 020 - 89080322

Ujbseti: <http://www.windoorexpo.com/eng/site.asp?PCPKID=5>

2. Panairi i VIII Ndërkombëtar i Teknologjisë së Gomës, Kinë, Qingdao

Data: 09/04/2011-11/04/2011

Vendi: Qendra Ndërkombëtare e Konferencave, Qingdao

Teli: 13589340811

Faksi: 86-532- 55552903

Ujbseti: <http://www.rubbere.com/rubber/en/>

3. Ekspozita e XII Ndërkombëtare e Industrisë së Plastikës dhe Gomës për Rajonin Azi-Paqësorit

Data: 05/09/2011-08/09/2011

Pavijoni: Qendra e Re Ndërkombëtare e Ekspozitës së Shangait

Adresa: Nr.2345,Rruga Longzyang, Rajoni i ri Pudong, Shangai

Teli: 86-10-66039351

Ujbseti: <http://www.applas.com.cn/english/index.asp>

Panairi i XXIII Ndërkombëtar i Dhuratave dhe Artikujve shtëpiakë i Pekinit, Kinë

Kohëzgjatja: 16-19 mars 2011

Vendndodhja: Qendra Ndërkombëtare e Ekspozitave e Kinës, Pekin (pavijonet 1,2,3,4,5,6,7,8)

Nr. telefoni: 86-010 - 5933 9133

Faks: 86-010 - 5933 9199

Uebaj: <http://www.giftsbeijing.com/en/index.jsp>

Panairi i XVI Ndërkombëtar i Pajisjeve Dentare në Kinën Jugore

Kohëzgjatja: 02 - 05 mars, 2011

Vendi: Kompleksi Pazhou i Panareve të Import- Eksportit i Kinës

Nr. telefoni: 0086-020-83561589

Uebaj: <http://www.dentalsouthchina.com/en/>

Panairi i Automatizimit të Industrisë - SPS në Guangzhou

Kohëzgjatja: 09-11 mars, 2011

Vendi: Kompleksi i Panareve të Import-Eksportit i Kinës

Nr. telefoni: 86-20-89128282

Faks: 86-20-89128082-501

Uebaj: <http://www.siaf-china.com/english/>



Materiale ndërtimi dhe dekorimi

1. Ekspozita e XVIII Ndërkombëtare e Ndërtimit, Kinë

Data: 29/03/2011-01/04/2011

Vendi: Qendra e Re Ndërkombëtare e Ekspozitës, Shangai

Adresa: Nr.2345,Rruga Longzyang, Rajoni i ri Pudong, Shangai

Teli: 86-010-68311372

Faks: 86-010-88082034

Ujbseti: <http://www.expobuild.com/Home/tabid/868/language/en-US/Default.aspx>

2. Panairi i XVIII Ndërkombëtar i Dekorimit dhe Materialeve të ndërtimit

Data: 02/03/2011-05/03/2011

Vendi: Qendra e Re Ndërkombëtare e Ekspozitave

Tel: 010-84600906 13522602557

Faksi: 010-84600910

Ujbseti: http://www.ciec-expo.com/jiancai2007/index_e.htm

3. Ekspozita e VIII Ndërkombëtare e Industrisë së Xhamave

Data: 25/10/2011-27/10/2011

Vendi: Qendra Ndërkombëtare e Ekspozitave të Kinës

Teli: 86-10-68631939/68604197

Faksi: 86-10-68659979

Ujbseti: <http://www.bcige.com/en/index.asp>



Shëndetësi dhe Mjekësi

1. Ekspozita e XI Ndërkombëtare Kineze e Industrisë Ushqimore dhe Shëndetësisë

Data: 07/05/2011-09/05/2011

Vendi: Qendra Ndërkombëtare Kineze e Ekspozitave

Adresa: Jianganzhuang, Pekin, Kinë

Ujbseti: <http://www.jianbohui.com/en/index.html>

2. Ekspozita dhe Konferenca e XVI Ndërkombëtare e Mjekësisë Dentare e Kinës Jugore

Data: 02/03/2011-05/03/2011

Vendi: Panairi kinez, i Import – Eksportit, Kinë, Pazhou

Teli: 0086-020-83561589

Ujbseti: <http://www.dentalsouthchina.com/en/>



Panairi i shenjave i Kinës 2011

Kohëzgjatja: 27-30 Prill 2011

Vendndodhja: Qendra Kombëtare e konferencave e Kinës

Uebсайт: <http://www.4nshow.com/indexEn.asp>

Panairi i XXV Ndërkombëtar për Industrinë Plastike dhe Gomat

Kohëzgjatja: 17-20 maj 2011

Vendndodhja: Kompleksi Pazhou i Panaireve të Import-Eksportit i Kinës, Guangzhou, RPK

Nr. telefoni: (852) 2516 3374 / 2516 3389

Faks: (852) 2516 5024

Uebсайт: <http://www.chinaplasonline.com/CPS11/Home/lang-eng/Information.aspx>

Panairi i VI ndërkombëtar i ekranëve me prekje (touchscreen) 2011 në Shanghai, Kinë

Kohëzgjatja: 20-22 korrik 2011

Vendndodhja: Qendra e re ndërkombëtare e ekspozitave e Shangait

Nr. telefoni: 86-021-64841092

Faks: 86-021-64843366

Uebсайт: <http://sh.quanchu.com.cn/english/index.html>



Mobile dhe Arredues

1. Panairi i IV Ndërkombëtar për Oborre, fasada dhe Mallrave për Argëtim, Kinë

Data: 13/03/2011-16/03/2011

Vendi: Qendra Ndërkombëtare e Ekspozitave, Hangzhou, Heping

Teli: 86-10-51298656-103

Faksi: 86-10-64787582

Ujbseti: <http://www.outdoorhangzhou.com/>

2. Ekspozita e XVIII Ndërkombëtar e Materialeve të Ndërtimit dhe Dekorimit, Kinë

Data: 02/03/2011-05/03/2011

Vendi: Qendra Ndërkombëtare e Ekspozitave, Kinë, Pekin

Teli: +86-10-84600906

Faksi: +86-10-84600910

Ujbseti: http://www.ciec-expo.com/jiancai2007/index_e.htm

3. Panairi i IX Ndërkombëtar i Pajisjeve dhe Produkteve të Hotelerisë Guangzhou

Data: 30/06/2011-02/07/2011

Vendi: Panairi i mallrave të importit dhe eksportit, Guangzhou, Kinë

Teli: 86-20-38866778

Ujbseti: <http://www.hosfair.com/en/index.aspx>



Pajisje dhe komponentë industriale

1. Ekspozita e VIII Ndërkombëtare e Industrisë së Xhamave, Kinë 2011

Data: 25/10/2011-27/10/2011

Vendi: Wendra Ndërkombëtare e Ekspozitave, Kinë

Tel: 86-10-68631939/68604197

Faksi: 86-10-68659979

Ujbseti: <http://www.bcige.com/en/index.asp>



2. Ekspozita e V Ndërkombëtare e Montimit dhe Teknologjisë së Transmetimit, Shanghai

Data: 16/08/2011-19/08/2011

Vendi: Qendra e Re Ndërkombëtare e Kinës

Teli: 86-21-64681300

Faksi: 86-21-64168064

Ujbseti: <http://www.shanghaiahte.com/>

3. Ekspozita Ndërkombëtare e Teknologjisë së Prodhimit të Automobilave dhe pjesëve të këmbimit

Data: 16/08/2011-19/08/2011

Vendi: Qendra e Re Ndërkombëtare e Ekspozitave, Shanghai

Teli: 86-21-64681300

Faksi: 86-21-64168064

Ujbseti: <http://www.shanghaiamts.com/en/>

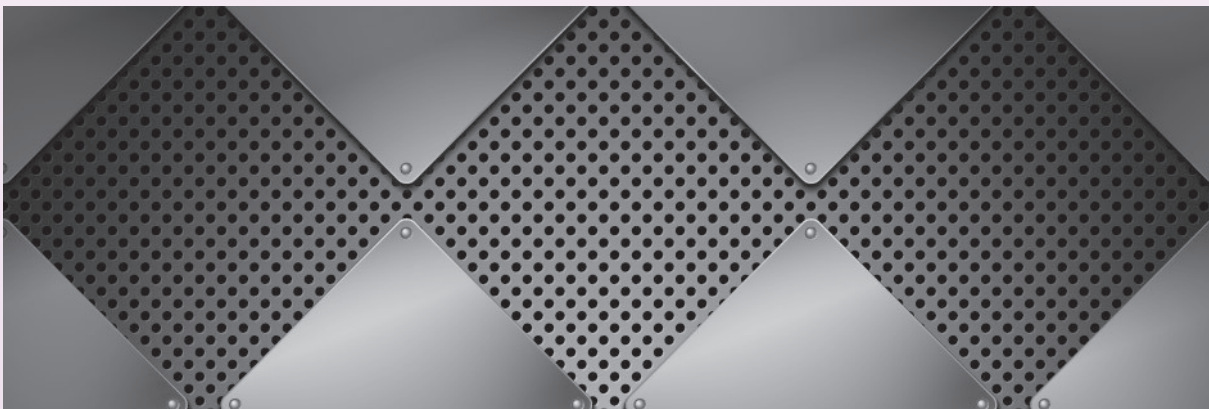
4. Ekspozita e XII e Lllamarinave dhe Aparateve për Farkëtim dhe Stampim, Kinë

Data: 23/06/2011-25/06/2011

Vendi: Pavijoni i Ekspozitës së Pazhou-së të Panairit të mallrave të Eksportit, Kinë

Adresa: 380, Rruga Yue Jiangzhong, Guangzhou, Kinë

Ujbseti: <http://www.julang.com.cn/english/index.asp>



5. Ekspozita dhe Konferenca e V Ndërkombëtare e Energjisë së Erës, Kinë

Data: 08/04/2011-10/04/2011

Vendi: Qendra e Re Ndërkombëtare e Ekspozitave, Shangai

Adresa: Nr.2345, Rruga Longyang, Pudong, Shangai

Teli: 86-21-51978780

Faksi: 86-21-51010898

Ujbseti: <http://www.cwee.com.cn/eng/index.asp>

6. Panairi i III i Përbërjeve dru-plastike i Guangzhou-t

Data: 20/03/2011-01/04/2011

Vendi: Panairi i Importit dhe Eksportit i Kinës, Pazhou

Ujbset: http://www.musuz.com/index_e.asp

7. Ekspozita Ndërkombëtare e Automjeteve Mekanike të Ndërtimit dhe Aksesorëve, Xuzhou

Data: 16/03/2011-18/03-2011

Vendi: Qendra Ndërkombëtare e Ekspozitave, Xuzhou

Tel: 86-10-5152 1206

Faksi: 86-10-5152 1202

Ujbseti: <http://www.xuzshow.com/enindex.asp>

8. Panairi i XV Ndërkombëtar i Automatizimit Industrial i Guangzhou

Data: 09/03/2011-11/03/2011

Vendi: Panairi i Importit dhe Eksportit i Kinës, Pazhou

Tel: 86-20-89128282

Faksi: 86-20-89128082-501

Ujbseti: <http://www.siaf-china.com/english/>

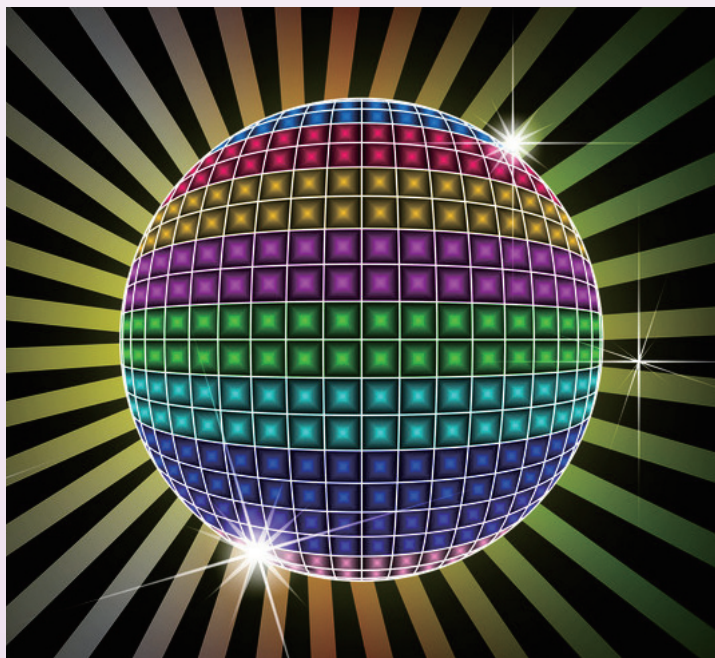
9. Ekspozita e VII Ndërkombëtare e Lojërave dhe Argëtimit, Guangzhou

Data: 03/03/2011-05/03/2011

Vendi: Panairi i Importit dhe Eksportit të Kinës, Pazhou

Adresa: Kati 2, Nr.318, Rruga Chebei, Guangzhou

Ujbset: <http://www.chinaamusement.com/>



Ekspozita e V ndërkombëtare e Kinës për metale 2011 Foshan

Kohëzgjatja: 18-20 mars 2011

Vendndodhja: Qendra e konferencave dhe ekspozitave ndërkombëtare Foshan

Uebсайт: http://www.cfme.cc/html/list_41.html



Panairi i XVII 2011 për dyer e dritare alumini dhe mure të perdeve

Kohëzgjatja: 18-20 mars 2011

Vendndodhja: Qendra e ekspozitës tregtare botërore, Guangzhou, Kinë

Nr.telefoni: 86 - 020 - 89089067

Faks: 86 - 020 - 89080322

Uebсайт: <http://www.windoorexpo.com/eng/site.asp?PCPKID=5>

Panairi i XII ndërkombëtar i industrisë tekstile dhe veshjeve

Panairi i 6-të ndërkombëtar i pajisjeve dhe makinave qepëse

Kohëzgjatja: 28-31 mars 2011

Vendndodhja: Qendra moderne GD e ekspozitave ndërkombëtare (Dongguan, Guangdong)

Nr.telefoni: 86-21-63045419-213

Faks: 86-21-64181136

Uebсайт: <http://www.dtcshow.com/lang-en/home.html>



Produkte kompjuteri

1. Panairi Pranveror i Elektronikës, Hong Kong

Data: 13/04/2011-16/04/2011

Vendi: Qendra e Konferencave dhe Ekspozitave, Hong Kong

Adresa: Nr.1, Rruga Bolandadao, Rajoni Wanzai, Hong Kong

2. Ekspozita e III e Pajisjeve dhe Kontrollit të Ventilimit të Shtëpisë, Shangai

Data: 21/05/2011-23/05/2011

Pavijoni: Qendra Guangda e Konferencave dhe Ekspozitave, Shangai

Adresa: Nr.88, Rruga Caobao, Shangai

3. Ekspozita e XI Ndërkombëtare e Industrisë së Celularëve, Shangai

Data: 20/07/2011-22/07/2011

Vendi: Qendra e Re Ndërkombëtare e Ekspozitave të Shangait

Adresa: Nr.2345, Rruga Longzyang, Rajoni i ri Pudong, Shangai



4. Ekspozita Ndërkombëtare e Elektronikës së Konsumit, Kinë

Data: 07/07/2011-10/07/2011

Vendi: Qendra e Konferencës Ndërkombëtare e Qingdao

Adresa: Nr.9, Rruga Miaoling, Rajoni Laoshan, Qingdao, Shandong

Përgjigjet e pyetjeve të paraqitura në konkursin e njohurive mbi "70 vjetorin e RJK-së"

- 1 gjuha japoneze**
- 2 në Najrobi të Kenjias**
- 3 8**
- 4 në vitin 2006**
- 5 61**
- 6 në vitin 1998**
- 7 3165**
- 8 Shoqata e dëgjuesve të Radio - Pekinit në Japoni**

Ku dhe kur të na dëgjoni

Rajoni	Ora e Tiranës		Frekuenca (KHz)	Valë të mesme (m)	Valë të shkurtra(m)
	Koha e zakonshme	Koha verore			
Shqipëri	17:00-18:00		1215	247	-
Evropë	20:00-21:00	21:00-22:00	6020	-	49.83
	22:00-22:30	23:00-23:30	6145	-	48.82

Programi i rubrikave

Ditët e javës	Rubrikat			
E hënë	Lajmet	Tema e ditës: Ekonomi	Enciklopedia e Kinës	Përditë kinezçe
E martë		Tema e ditës: Kulturë		
E mërkurë		Tema e ditës: Ekonomi		
E enjte		Tema e ditës: Turizëm		
E premte		Tema e ditës: Jeta shoqërore		
E shtunë		Tema e ditës: Ekonomi	Muzikë	
E diel		Tema e ditës: Thelbi i javës		

Përgatitën

Kryeredaktor: Wang Lei

Redaktor përgjegjës: Zhai Huailu

Redaktor: Leftion Peristeri

Perkthyes: Albana Aliaj

Zhai Huailu

Wang Lei

Du Tuanwen

Shy Guang

Yuan Xin

Yin Xiao

Ma Sai

Tang Ran

Faqos: Xuan Yuanwu



**<http://albanian.cri.cn> E-mail: alb@cri.com.cn
Adresa e redaksisë: 16A Shijingshan Road, Beijing, China
Kodi postar: 100040**