

宁波北新开展送温暖工程

春节前夕，宁波北新总经理徐协武、宁波石膏板厂厂长王鸿滨、工会主席刘利龙及工会经费委员会主任刘洪金等领导走访慰问了困难职工，为他们送去新春祝福并发放了慰问金。

文/宁波北新 范海燕

图/刘洪金

故城北新举办第一届冬季运动会

为增强员工凝聚力和团队合作精神，丰富员工业余文化生活，春节前夕，故城北新利用冬季停工检修时间，举办了第一届冬季运动会。

运动会设有篮球、羽毛球、乒乓球、象棋、绕场接力、两人三足、女子定点投篮、拔河、扑克、踢毽子等多个比赛项目。全体员工都积极参与到比赛中，大家团结协作，相互鼓励，在和谐的气氛下努力拼搏，赛出了成绩、赛出了风格、赛出了精神，感受到了运动带来的无限快乐。

为办好这次运动会，故城北新领导做了精心的组织准备，专门成立筹备小组。员工们在运动会上展现出积极向上的精神风貌。

故城北新 苑永伟

如果高兴你就拍拍手

团拜会欢天喜地的结束了，文艺节目评选结果也刚刚出炉，很高兴我们部门再次获得了观众最喜爱节目奖，感谢“眼睛雪亮雪亮”的观众们，接下来就谈谈我们节目组的那点儿事，如果高兴你就拍拍手吧！

有压力 才有动力

那还是在西三旗的时候，下班后，天已经全黑了，办公室的灯也基本都熄灭了。这时，主办公楼四楼的墙壁上，却有隐隐约约的黑影闪现，伴着时有时无的碰撞声，天啊，这可吓坏了加班的小姑娘！突然，一句“你就像那一把火！”的歌声传来，嗨，原来是财务部的帅哥们在练节目。从此以后，每天晚上办公室都能听见“一把火”、“一把火”的歌声，在这声音出现一个多月后，我终于按耐不住了，我们的节目必须出炉了！动力源于压力！

有内容 才有创意

本着“贴近公司发展、贴近时代热点、贴近部门实际”的“三贴近”原则，我们开始了剧本创作。首先，纵观公司一年热点新闻，“十亿平米”、“搬迁”的重要概念必须包括，“改进服务”、“广征建议”的部门工作必须落实，这内容一充实，创意立马成型！《用心改》（《行政改进狂想曲》的最初名字）的大框就出来了：部门改革，广征民意，挨个汇报，领导狠批，量身定做，“花言巧语”。若不是公司一年大事多，这节目内容还真就干巴巴的，没有亮点，现在有了，就差演员了。

有性格 才有角色

剧本讲的是行政服务改进的故事，就不能请外援，于是在本部门根据角色性格挑选起演员。于是，史上最荒唐的选角色活动开始了，如今的演艺圈都是导演“潜规则”演员，可在我们部门却是导演跪求演员。只见办公室内呈现出这样的景象：“哥啊，我给你跪下了，你演这个角色吧！”“姐呀，我要是演这个，我女朋友就得和我分啊！”“哥啊，你演完能火啊！”“姐呀，我演完得死啊！”。在经历了一番心理战、角色战、对手战后，终于，所有角色全部落定。

有自信 才有效果

在排练了两次后，演员集体陷入“不自信”的状态，一是由于去年《我们不只是传说》的巨大成功所造成的压力，二是由于舞美指导及部门演员的缺失导致的集体力量有损，可是，一切在自信的我们面前都是浮云！于是，本节目组出现了群众演员兼职音响、兼职旁白的全能群众，出现了不顾辛苦两地奔波的演员兼职舞美指导，出现了舞蹈声音惊动加班的财务部同仁们的尴尬情况，出现了工作累了就排练、排练一会继续加班的领导演员，如此种种，在节目初审通过后，显着那么有价值！我们用两年的节目排练验证，有自信，才有效果。

有掌声 才有慰藉

当我们走上团拜会的舞台，看到领导和全体员工的笑容，听见满堂的喝彩，此刻，你不是明星也是明星，你不是大腕胜似大腕。在此由衷感谢俺们部门这些人，俺们领导为节目用心起名字，俺们几个无怨无悔服从节目组排练安排，俺们自筹服装省经费、自毁形象换好评，如果这些让你高兴了，你就拍拍手吧！如果有粉丝前来索要签名，我们节目组是很乐意奉上玉照的！当然，我们也会再接再厉，携手北新建材热爱公司、热爱文艺的全体同仁，年年为您送快乐！

最后，附上我们驻外团拜会前一天的内部邮件，感谢所有人对北新建材由衷的热爱，以及在戏剧路上的不懈追求，如果内容让你感到高兴，你就拍拍手吧！

行政人事部 林雪

内部邮件一封

明天我们的小品即将演出第二遍，不求轰动，但求好评，希望各位自行熟悉台词与舞蹈，我们已经没有时间彩排，切记不要忘记词。在此，对所有演员们提出表扬：

感谢刘军舍身忘我的做操，每晚忍受与女朋友不能相见的痛苦，忍受相思之苦，来彩排节目。

感谢吕晶晶一毁玉女形象，大尺度突破，饰演 gaga 这一角色，其对服饰的大胆追求让我们敬佩不已。

感谢邓砂对于彩排时间的无条件支持，在西三旗彩排的日子里，无怨无悔的很晚回到北辰的家，以及对舞蹈部分的最佳指导。

感谢黄志先在单身的情况下做出的牺牲，演出娘娘腔一角，打造经典形象，以求单身生涯更长久。

感谢孔令宜一人独自承担剧务、音响、画外音、群众演员的角色，每晚跟进彩排，无怨无悔，一个“打酱油的”都这么尽心尽力，这么高尚。

感谢党彦百忙之中抽空出来本色演出，在她忙得快要崩溃的时候，还来演小品，这是一种什么精神！白求恩！王进喜！焦裕禄！孔繁森！

感谢领导和同事们，这些我们最优秀的领导与观众们，没有你们，一切都是浮云！

将龙牌漆打造成北新建材新的利润主力

军

“龙牌漆没味道，让您生活有味道。”这是一句伴随了龙牌漆多年的宣传语，正因为这句话，让越来越多的人认识了龙牌漆，也正因为这句话，龙牌漆走进了许多政府大型工程和寻常百姓的家。

近年来，龙牌漆的发展有目共睹，北京奥运各场馆、上海世博会各展馆、广州亚运会场馆、大同保障房项目工程等一系列大型项目工程都能看到龙牌漆的身影。优质的产品质量，赢得了良好的口碑，市场发展前景一路看好。

龙牌漆的口号是“好漆，源自一流工厂”。成功树立起一个品牌，需要“台前幕后”整个团队的通力合作，涂料业务部及涂料厂就是一个积极向上、团队协作能力强的一支优秀的队伍。

岁末年初，伴随着新年的钟声，我们送走了 2010，迎来了 2011，当人们沉浸在新年的欢乐中时，涂料业务部和涂料厂的全体员工奋战在一线，为保证客户能及时提货、为多个项目的产品能够得到及时供应、为保证在有限的时间里能多生产一些产品，他们坚守岗位，加班加点的工作，无怨无悔。

刚一走进涂料业务部，服务平台、办公室一股繁忙的气息迎面而来，电话声此起彼伏，有的人甚至同时要接听三个电话；有的人拿着文件、订单合同楼上楼下的跑了几个来回；销售人员公司、工地两边跑，忙着处理手中的一些回款和要结账的事宜；复印机和打印机也在不停地运转着……

涂料厂里，设备在运转，监控室里的工程师们对各种生产数据进行实时监控，遇到问题了，几个人就凑到一起一块研究解决方案，为了顺利完成生产任务大家一刻也不敢懈怠。

如今，工厂面临着搬迁，对于生产任务的完成多少会受到影响，员工们表示，要搬家了，以后的工作肯定更多了，所以我们必须抓紧一切时间做好本职工作。

2011 年，龙牌漆还有无限的发展空间，还将为扩大生产规模、提高产品知名度、提高市场占有率和市场份额不断努力。

北新建材是亚洲最大的石膏板产业集团，龙牌漆这面旗帜已经树立起来，未来我们要不断提高品牌知名度，把龙牌漆打造成为北新建材新的利润主力军。

本报记者 周莹

坚定信念 做好民族品牌

——记北新建材 2009 年度劳动模范 吕振

现任石膏板事业部销售部副经理的吕振，从入职北新建材至今，已有 12 年的销售工作经历，从销售员到营销管理者他有很多的感触和心得体会，他是一个乐于分享的人，在百忙之中他抽空接受了记者的采访，与大家分享了他的工作经验。

记者（以下简称“记”）：1998 年就开始从事销售工作，至今已经 12 年了，在这 12 年里您觉得销售工作使您在哪些方面得到了提升，最大的感受是什么？

吕振（以下简称“吕”）：通过在市场一线的磨炼，既锻炼了个人意志品质，也帮助我在系统思考能力上有了较大的提高。同时我觉得最重要的是，通过这十几年来在销售岗位的锻炼，让我更加坚定了信念，坚信北新建材作为中国新型建材行业的领军企业，必将引领行业蓬勃

发展、必将成为世界顶尖品牌企业。在我刚刚从事销售工作时，正值外资品牌石膏板进入中国，当时市场上不断有“狼来了”的声音，很多人都在怀疑龙牌石膏板的发展前景。但北新人没有畏惧、没有退缩，在宋总的正确领导下，北新营销人积极应对，我们坚定了做民族品牌的决心，坚持渠道发展的道路，通过广大业内伙伴对北新的珍爱和支持，帮助我们在激烈的竞争中不断学习不断进步，并取得了一次次的成功。正是一次次在竞争中取得胜利，北新建材才实现了高速发展，并最终傲然屹立于行业顶峰。

记：石膏板是北新的支柱产业，公司近年来的“制高点”战略给销售工作人员增加了不少挑战和压力，您是如何面对这些挑战和压力的？

吕：公司提出的“制高点”战略，实际是为销售工作指明了前进的方向，有了这个指导方针，我们对各个市场、各个领域详尽分析，为达成全面抢占制高点的目标，我们迎难而上，我们学习用目标反推法，逐一分析研究市场状况、竞争态势，与区域人员反复推演并制订可行的销售方案，将压力转化为动力，最终实现在各个市场逐步占领制高点。

记：作为销售部副经理，2009年您是如何同您的团队完成各项工作，实现事业部下达的任务指标的？

吕：销售部是一个大团队，必须通过团队内的合理分工、充分互动，并有效将公司政策落实到位，才能确保经营指标的完成。

在总部，我通过销售助理的配合，为事业部领导提供准确的信息资源，协助领导制定销售方案，及时将公司指令传达至各区域，并督导各区域完成任务指标。

2009年，我们对总部和区域进行了明确定位。总部定位为方案中心、支持平台、督导中心；区域定位为公司在各地的销售组织、政策实施反馈机构。

作为总部方案中心，我和我的团队定期对全国行业形势进行充分研究，结合公司状况与各区域形势及时制订全国销售政策，收集并分析区域市场信息反馈，动态调整销售策略，策划产品的改进或革新方案及宣传推广方案。

作为后方支持平台，我们为区域提供数据信息、技术应用等方面的支持，还积极寻求与各部门间的协同，为市场一线人员减少了事务性工作的投入，创造了便捷的业务处理方式，为前线提供了强有力的支撑。

作为工作执行情况督导者，我与一线销售人员常态保持联系，传达总部的战略意图，听取区域的反馈意见。作为一名“老”业务员，我也经常与大家进行业务交流、思想沟通，分享个人的销售经验。

记：与行业客户签约后，维护工作也格外重要，2009年为确保行业客户业务增长您做了哪些工作？

吕：与行业客户的战略合作，是为了更好的提高公司对终端应用的掌控力。为了有效实现这一目标，我们制定了全方位交流的策略。首先，我们特别设立了专岗专人与其对接，并建立工程信息备案机制，提醒客户定期将在建、代建项目信息提供给我们。其次，建立区域对接机制，为确保对其工程项目的服务，我们将工程信息分解给对应销售区域，由区域销售人员与项目负责人进行直接沟通和服务。再有，除了不定期的与各行业客户有关负责人进行电话交流外，还建立了互访机制，对双方的经营理念、企业文化及发展战略进行交流。通过这几点基本实现了在业务信息、项目执行、企业战略上的全面沟通和交流，增强了双方的合作凝聚力。

我们充分了解客户需求，积极与综合商务部沟通，不断完善了与行业客户的服务细节；同时充分运用公司强大的营销网络，充分引入经销商参与到服务中。通过各区域经销商的积极协助配合，确保了对行业客户的优质服务，确保了龙牌产品体系全面应用于行业客户的众多工程中。

记：2009年，您积极参与策划北新石膏板的推广与宣传，推广宣传工作成效如何？有

哪些收获？

吕：对北新石膏板的策划和推广，可以说是事业部为了充分发挥产能优势并逐渐实现全面掌控市场的一种突破性尝试。我们选择的鲁、豫、苏北区域，没有超大型的城市，经济发展相对较均衡，中低档市场需求巨大，且是我们的生产线所能有效辐射的区域。为了详实的了解情况，我们跑遍了每个县甚至一些乡镇的市场，走访了众多的业内商户，对市场的信息进行收集整理。将北新石膏板的行业定位及产品特质做以宣传，吸纳了一些有实力的商户加入北新的销售网络。目前，已有 10 余家商户成为了北新建材稳定的区域经销商。

通过这次调研及推广，我们积极探索了如何通过对市场需求的满足实现产品的市场全覆盖，也逐渐摸索着如何在经济欠发达或待发展地区实现品牌制高点战略以及产品的快速市场推广。同时，根据部分地县级市场客户自身经营水平、管理能力有限的现状，在综合商务部的配合下，针对性的创建了一些简易化的订单处理流程，不但满足了客户购货，也在确保资金安全的前提下完善了商务服务体系。

记：您认为作为北新的销售人员必须具备哪些素质？

吕：早期从事公司的产品销售工作，更多的是肩负着新型建材的推广职能，更需要销售人员的工程谈判能力及业务沟通技巧，那时每个销售人员的区域都较大，需要勤奋、有韧性，有坚持不懈开拓推广及吃苦耐劳的精神。而现在，石膏板行业已经开始进入成熟期，市场状况是供需量较大、品牌也众多，对销售人员的要求在知识性、技术性上有了更大的提高，需要销售人员有更强的市场策划能力及品牌策划能力，需要销售人员能够在更全面的了解市场信息的前提下，科学的制定区域销售方案，同时，随着区域经济的快速发展，销售人员的行政区域会缩小，更需要销售人员精耕细作，动态掌握市场并有及时分析应变能力。

记：随着公司在行业中地位的增高，石膏板产能的增加，越来越多石膏板生产线的投产，石膏板销售工作的前景也很广阔，未来您还有什么目标？

吕：随着公司新生产线的陆续投产，公司实施“石膏板世界第一”战略的序幕已然拉开。作为一名北新的员工，我很荣幸有机会参与这项工作，当然我也会全身心的投入到这项伟大的事业中。作为一名销售人员，我认为北新要真正成为世界级的企业，不仅是要做到销量上的领先，还要真正成为品牌上的领导者，这就更需要我们在产品系统化建设、技术创新等多方面不断提高。

目前国内市场中，石膏板的应用仍以吊顶装修为主，虽然随着高层建筑不断发展，高档宾馆、写字楼已开始应用石膏板隔墙系统，但更多的住宅楼盘还在使用传统的砖墙、砌块。在今后的工作中，销售部将会与公司相关部门协同，加大在这个领域的推广工作。我相信北新建材有这个能力，也有这个义务加大新型墙体改革的推进，领导行业的发展持续繁荣。

此外，随着经济、科技的不断进步，销售部要不断增强经营意识、提高服务理念，我们还会继续尝试利用一些新科技下的营销手段——如电子商务等，持续打造对终端用户的多元化、个性化服务。

本报记者 周莹

记者手记：销售是一项体现综合素质的工作，既需要机智灵敏的反应，又需要灵活缜密的思维，同时也需要坚持和脚踏实地。在 12 年销售工作经历中，吕振始终以高度的热情投身工作，不断创造佳绩。他以勤奋、韧性、坚持不懈、吃苦耐劳著称。

太仓市港口开发区领导到太仓北新送温

暖

本报讯 春节前夕，太仓市港口开发区原党委副书记、工会主席庄晓清等开发区领导到太仓北新为企业困难职工送来了慰问金和慰问品，并带来了新春的祝福。

自太仓北新建厂以来，太仓市工会、港区工会在各方面都给予太仓北新极大的关怀与支持。在新春佳节之际，庄晓清代表太仓市港口开发区领导把困难补贴金发放到困难员工手中。他鼓励大家要好好工作，充分发挥自己的聪明才智，利用自己的双手，创造财富。

太仓北新 王双玲

矿棉吸声板厂党支部召开创先争优第二阶段动员会

本报讯 近日，矿棉吸声板厂党支部召开了创先争优第二阶段动员会。

会上，党支部书记、厂长张海平做了动员讲话。他说，北新建材“创先争优”活动已进入全面创争、扎实推进的第二阶段，支部要按照公司党委的统一部署和要求，结合工厂的实际，按照支部创先争优活动工作方案，扎实稳步地推进支部创先争优活动的第二阶段工作。每位党员需要从身边的每件事情做起，认真履行职责，完成好本职工作，处处起到模范带头作用。他指出，活动第二阶段，是关键阶段和主要实施阶段，每位党员都要认真履行自己的庄严承诺，以实际行动实践“创先争优”活动。

他要求每位党员要继续抓好创先争优文件的学习，提高思想政治素质，将理论在实际工作中实践，坚持自身理论与业务相结合；要勇于奉献，坚持敬业奉献精神，努力做到创先争优阶段各项工作任务与抓好当前工作相结合，以活动促管理、以活动促生产；要廉洁自律，认真履行党风廉政建设的职责，自觉遵守党风廉政建设各项规定，努力营造工厂风清气正、团结和谐、实干高效的工作氛围；要有求真务实的态度，实事求是，埋头苦干不张扬，要狠抓落实，形成重实际、说实话、干实事、求实效的良好风气；要牢牢树立服从意识，坚持服从管理、服从大局，个人服从组织、下级服从上级，忠于组织、服从组织安排、服从领导决策、服从规章制度。

他特别强调，工厂的党员要努力做到“三勤三多”——即要嘴勤，多做积极正面的宣传；要手勤，多干实事少说空话；要腿勤，多转转车间查看生产情况，处理发现的问题。工厂里每位党员都是一个萤火虫，只有大家都发光发亮，才能照亮整个矿棉吸声板厂，才能把工厂的生产、安全等各项工作做好。

矿棉吸声板厂 杜江

海淀区地税局为公司解燃眉之急

本报讯 近日，财务部总经理王帅、副总经理刘婕卉来到北京市海淀区地方税务局，代表公司对海淀区地税局征收管理科和科技园所高效服务，为公司解燃眉之急表示感谢，并赠

送锦旗。

2010年12月14日，公司接到上级公司紧急通知，要求公司在一天内给国管局开具金额为6亿的第一期搬迁补偿款的专用发票，取得合法合规的发票是国管局按时支付搬迁补偿款项的必要先决条件。

按规定，企业的税控系统日开票金额最高授权仅为4200万元。开具此巨额发票，即使连续每个工作日来往于地税所和公司之间，进行发票反复授权审批开具操作，最快也要到2011年1月4日才能完成。

由于此事对公司影响重大且时间紧迫，主管财务的公司副总经理杨艳军向公司主管税务局——海淀区地税局和主管税务所——海淀区地税局科技园所寻求帮助。

地税局科技园所吉所长得知此消息后第一时间做出响应，在不违反原则的情况下，紧急调配税务所骨干人员，在与税控系统运营商密切沟通后，破例为公司代开此笔专用发票，仅用了一天的时间，发票就顺利开具，使公司在年末顺利收到第一笔搬迁补偿款，为公司整体搬迁工作的启动开了个好头。

在开票过程中公司得到了区局征管科副科长武金凤、科技园所所长吉文晖、副所长包威、副所长胡映月、专管员路岩以及李红梅的大力支持和配合。我们深切感受到了税务机关、税务各级领导和人员急企业之所急，想企业之所想，把为企业解决问题当成自己分内的本职工作，实心实意的为纳税人办实事，办好事的真挚情怀。

财务部 刘荣环

四川省副省长魏宏到广安北新考察调研

本报讯 2月12日，四川省委常委、副省长魏宏一行莅临广安北新建材有限公司考察调研。广安北新总经理龙嘉琳、石膏板广安厂厂长助理高建国等热情接待了来宾。

龙嘉琳总经理向魏宏副省长介绍了北新建材饮水思源在小平故乡投资建厂的背景，以及广安石膏板生产线具备目前西南地区工艺最先进、自动化程度最高的特点。作为广安地区发展循环经济的典型企业，北新建材在广安落户，既解决了当地固体废弃物的处置难题，又为当地经济发展作出贡献。

魏宏副省长在了解到广安北新的母公司北新建材是中国建材集团下属A股上市公司，是亚洲第一、世界第三的石膏板产业集团，具有极强的发展实力，对北新建材为广安市所做的贡献表示充分肯定。他对广安市引进行业龙头企业，实现企业与社会双赢的模式表示肯定，并要求政府部门，一定要在引进了好的企业后，全力帮扶企业持续快速发展。

广安市委书记王建军、市长侯晓春、副市长庭继岗、副市长蒋维君、市委秘书长苏利明、市政府秘书长易铭坤、经信委主任刘登宏、国土资源局副局长李胤、经济开发区主任陈捷、副主任何继军等陪同调研。

图/文 广安北新 杨红梅

北新建材开展春节走访慰问活动

本报讯 在新春佳节前，公司董事长王兵，总经理陈雨，党委书记、工会主席张乃岭，

副总经理周桓、武发德、邹云翔、杨艳军等领导率公司党委、行政和工会等相关部门负责人分别走访慰问了退休老同志、老专家、老党员、困难员工、侨眷、先进员工和党员代表、长期驻外的员工及家属，向他们送去节日的问候与关怀，并送去了慰问金和慰问品。

董事长王兵一行来到青年公寓，看望慰问青年员工，了解大家的工作和生活情况，并与大家亲切交谈。王总代表公司感谢他们为北新建材的发展做出的努力，勉励他们在今后的工作中不懈努力，刻苦钻研，为公司实现 20 亿平米石膏板产能布局，推进石膏板业务世界第一的战略目标做出更大地贡献。

党委书记、工会主席张乃岭等领导分别到退休老同志、老专家、老党员、困难员工、侨眷、先进员工和党员代表、长期驻外的员工及家属家中慰问。领导们向他们介绍了公司近年来的发展和生产经营情况，询问他们的工作、生活和健康状况，表示公司各项成绩的取得与广大干部员工的辛勤工作是分不开的，与他们的家属的理解、支持也是分不开的。

被访员工及家属代表对公司领导的关心表示衷心感谢，对公司近年来取得的优异成绩表示祝贺，并表示今后将一如继往、全力以赴，为公司改革发展稳定、做强做优贡献自己的一份力量。

本报记者 周莹

室内污染有标准 龙牌环保产品显品质

日前，世界卫生组织发布《室内空气质量指南》，这是世卫组织首次发布室内有毒物质的量化标准。专家们认为，这为世界各地室内环境标准的制订提供了科学基础。该《指南》指出，室内空气的污染源主要来自四个方面，即建筑材料、家电、取暖设备和做饭时产生的烟尘等。

近些年，人们对大气质量的关注度不断提高，了解了空气污染与健康的内在联系。但对室内空气给健康带来的威胁还了解不多，重视不够，这种情况在高、中、低收入的国家都普遍存在，而因建筑材料选用不当所引发的室内空气污染问题也时有发生，对人们的生活质量甚至身体健康带来了不同的伤害。这也使得大力普及和推广新型环保建材在装饰装修行业中应用成为重中之重。北新建材作为中国最大的新型建材产业集团。从建立之初便担负起发展我国绿色环保新型建材的历史使命，经过 30 年的发展，北新建材已经从最初的石膏板、轻钢龙骨、岩棉三种产品发展到今天涵盖隔墙、吊顶、住宅部品、外墙屋面及整体房屋的十大系列上百种产品。尤其在装修中使用最普遍、与人们生活密切相关的龙牌石膏板和龙牌漆产品，是真正的绿色环保产品。

石膏板是一种非常健康、环保的绿色建材，在美国、日本等经济发达国家，石膏板是工民建中首选装饰材料，吊顶、隔墙、贴面墙全都采用石膏板。石膏建材如此受欢迎，主要是因为石膏性温、透气性好、可呼吸，人们生活在石膏材料营造的环境中，远比生活在混凝土材料打造的冷涩、碱性的环境中要舒适的多。

从 1979 年第一条年产 2000 万平米生产线正式开始，北新建材经过 30 年的发展，目前已发展成为亚洲最大的石膏板产业集团，在技术和质量上已经达到世界先进水平。2009 年，北新建材专为家装市场推出了“绿色宜家石膏板”，让环保型建材走进千家万户，为大众营造绿色舒适家居。绿色宜家石膏板除保持龙牌石膏板一贯的在原料、工艺上的精益求精之外，还可有效吸附空气中的甲醇、苯、氨等有害物质，并可吸收空气中可挥发性有机化合物 TVOC 及烟味、冰箱气味等不洁空气，并在吸附后将其分解为水和二氧化碳，除臭除毒，洁净空气。生活在龙牌家装石膏板的环境中，舒适、健康、安全。

北新建材龙牌漆引进国际最先进的全自动一体化墙面漆生产线和连续式全封闭涂料生产工艺，配之以全球顶级供应商生产的原料生产，生产过程全部使用纯净水。北新建材以“为建筑物生产化妆品”的理念生产龙牌漆，全系列产品 VOC 含量极低，不含铅汞等重金属；环保指标符合欧盟 2010 年最新标准，可实现“即刷即住”，是真正意义上的绿色环保涂料。曾荣获中国环境标志突出贡献奖。其中，北新建材自主研发的高耐污强化漆更是填补了国内一项空白。通过“国家建筑材料质量监督检验中心”对该产品的抽检结果显示，龙牌高耐污强化漆 VOC 含量测定结果为“未检出”，目前国标规定 VOC 含量为上限值 120 克/升，欧盟 2010 年新标准规定的上限值为 30 克/升，这一结果实现了龙牌漆环保性的历史性突破。市面上环保性好的涂料往往是漆膜质量不尽如人意，但龙牌高耐污强化漆的耐擦洗抽检结果超过 5000 次（5000 次为 09 年国标最高标准要求），龙牌漆经实验室测试，实际耐擦洗能力可以达到三万次。实现了环保性能和装饰功能的完美统一，综合性能优于其它品牌的高端墙面漆。经试验，将普通碳素签字笔、口红分别涂在涂装过高耐污强化漆的墙面上，用湿布便可轻松擦除，且漆面完好。

在实际工程应用中，北新建材凭借其卓越的产品质量、科学完善的系统解决方案以及无微不至的技术服务，龙牌漆、龙牌石膏板等系列产品相继成为北京奥运场馆、上海世博场馆、广州亚运会等国家重点工程的指定产品供应商和应用技术服务商，龙牌漆多次在国家大剧院等殿堂级建筑的墙面粉饰中呈现卓越品质，是名副其实的中国自主品牌绿色环保产品。

随着人们生活水平的不断提高，生活环境和健康指标日益成为人们关注的焦点，在讲究生活质量的今天，龙牌系列产品更显环保优异品质。

整合营销部 王燕飞

北新建材 2011 年经营与发展新春座谈会

暨北新建材新办公区揭牌仪式隆重举行

本报讯 2 月 18 日，新春伊始，北新建材 2011 年经营与发展新春座谈会暨北新建材新办公区揭牌仪式于北辰时代大厦 29 层隆重举行。中国建材集团董事长兼党委书记宋志平、中国建材股份有限公司总裁曹江林莅临出席并发表重要讲话。北新建材全体高管、部分老专家及中层干部代表参加了会议，会议由党委书记张乃岭主持。

座谈会上，王兵董事长简要介绍了北新建材 2010 年度完成的十项主要工作，分析了公司发展中的不足和问题，并汇报了公司 2011 年的经营与发展计划。

曹江林总裁在讲话中对北新建材 2010 年度的工作和取得的成绩表示充分肯定，对于北新建材的搬迁他表示既不舍又满怀憧憬。他说，北新建材是中国建材的一面旗帜，是中国建材文化的发源地，对中国建材贡献很大，离开三十年辛苦耕耘的西三旗，确有很多的舍不得；但此次搬迁又给北新建材的快速发展带来了机会，希望北新建材借此契机更好地发展，满怀憧憬的走下去。对于北新建材下一步的工作，曹总强调要继续坚持十六字方针“认真学习，统一思想，牢记目标，继续紧抓”，同时提出了四点要求：一是要加强团队建设，二是要做好搬家工作，三是要加大市场营销的力度，四是要在“三新”战略上迈出坚实的步伐。

宋总在座谈会上发表重要讲话。首先，他充分肯定了北新建材过去一年的工作，对北新建材 2010 年度取得的成绩大力表扬，对北新建材领导班子和全体员工的辛勤付出和无私奉献表示感谢。他说，北新建材在过去的“十一五”期间实现了跨越式发展，包括重组泰山石膏、“走出去”全国布局、石膏板规模做到 10 亿平米、支持奥运、世博、亚运等国家重点工程项

目建设等，为中国建材集团争了光添了彩，为支持中国建材股份的发展立了功。

其次，宋总介绍了目前的发展形势与中国建材的情况。在分析当前国际、国内形势后，宋总强调目前总的形势是国家仍处于重要的发展战略机遇期，建材行业要抓住机遇，实现跨越式发展。宋总总结了“十一五”期间中国建材集团的五件大事：一是香港上市，二是总院重组，三是大规模推进水泥联合，四是“三新”战略，五是提出大建材思路，拓展了建材领域；此外，针对过去几年的发展和成绩，宋总强调了“五个坚持”，即坚持清晰的企业发展战略、坚持符合规律的成长方式、坚持“央企市营”的动力机制、坚持扎实有效的集团管控模式、坚持正确的企业方向。针对“十二五”期间的工作，他强调提出了“五个突出”：一是突出经济效益和运行质量，二是突出自主创新和转型升级，三是突出联合重组和资本运营，四是突出绿色低碳和节能减排，五是突出“大建材”和“走出去”战略。

最后，宋总对北新建材的全体干部提出希望和要求：一要认真学习贯彻十七届五中全会中央经济工作会议、国资委央企工作会、集团工作会的有关精神，统一思想，把北新建材的发展思路统一到中国建材“十二五”规划中；二要抓住机遇，未来十年是发展新型建材的黄金十年，要抓住机遇大力发展新型建材；三要加快发展、创新和国际化的步伐，，“十二五”期间力争做到 20 亿平米石膏板的规模；四要加强班子建设、团队建设、培养年轻干部，他对北新建材一贯提拔与任用年轻干部的传统提出表扬，并要求北新建材在今后继续发扬该传统，构成一个年轻人为生力军、年轻人和老同志相得益彰的企业工作团队；五要大力弘扬北新的企业文化，加强干部自身修养，提高整体素质，力争做“敬畏、感恩、谦恭、得体”的央企干部。

座谈会后，宋总、曹总共同为北新建材新办公区揭牌，开启了北新建材在启动搬迁后的 2011 年经营与发展的新篇章。

行政人事部 林雪