

2012 年新员工入职培训圆满结束

本报讯 今年北新建材共迎来了 98 名新员工。为了帮助新员工尽快转换角色，融入北新建材大家庭，公司在 7 月 9 日至 14 日，组织了为期一周的新员工入职培训，通过室内座谈、讲解展厅、室外运动会、参观工厂、素质拓展等形式，向新员工介绍了公司发展历程、发展战略、企业文化、组织架构、人事及财务制度、产品知识、商务礼仪等方面内容，并分享了员工成长经历，强调了安全意识与团队意识，不仅为新员工迅速全面了解与融入北新建材奠定了良好的基础，同时向新员工展现北新建材深厚的文化底蕴和历史积淀。

培训第一天，王兵董事长发表了热情洋溢的迎新讲话。在讲话中，王总向新员工介绍了中国建材、北新建材的发展战略，回顾了公司的概况和经营理念，结合年轻人的特点分享了自己北新建材的成长经历与人生感悟，通过生动而详实的讲解，增强了大家加入北新建材的自豪感，激发了大家在北新建材建功立业的豪情壮志。党委书记、副总经理张乃岭向大家介绍了北新建材的发展历史和企业文化，增强了大家对北新文化的认同感与归属感。

接下来的几天，对新员工进行了不同形式、不同主题的培训。总经理助理段孟娟“职业素养与职业规划”专题培训，引导新员工在未来的工作与生活中培养职业素养，进行科学的职业生涯规划；组织机构、制度建设、员工手册、人事及财务制度的主题培训，帮助新员工了解公司的框架与制度；产品营销知识培训以及参观展厅，帮助大家认识公司的核心竞争力；安全教育培训帮助大家深刻认识到安全的重要性和必要性；分类经验分享帮助大家深入认识了各自的本职工作；工厂参观帮助大家对公司产品、生产工艺与流程有了更加直观的了解，趣味运动会展现了新员工的拼搏精神，增进了新员工之间的协作意识。

为期两天的户外拓展训练，引导大家认清并突破自我，通过团队协作完成各种任务。最终在大家的中汗水与欢笑中，本次培训活动画上了圆满的句号。

行政人事部 郑正熙

北新建材庆祝上市十五周年舞林大会成功举办

本报讯 十五年风雨历程，十五年信念坚守，北新建材上市十五周年系列庆典活动在总部及全国各地分子公司如火如荼地进行：苏州综艺晚会、公司总部员工技能大赛、涿州员工劳动技能大赛等相继举行，作为本次庆典活动的压轴大戏——“舞”林大会也于 7 月 10 日晚在枣庄山亭汉诺欧情园度假区隆重举办。北新建材党委书记、副总经理、工会主席张乃岭出席晚会并发表了热情洋溢的讲话。

“舞”林大会节目精彩纷呈，以各类舞蹈为主，穿插歌曲演唱、钢琴独奏等，整台晚会节目衔接顺畅、内容精彩、现场喝采声不绝于耳，节目表演充分展现出了北新建材员工多才多艺、积极向上的精神风貌。最后活动组委会评选出了一、二、三等奖，并向枣庄北新颁发了特别贡献奖，以表彰枣庄北新为庆祝大会所付出的辛苦努力。

枣庄北新、故城北新、平邑北新和新乡北新的四地员工代表 300 余人共享了此次舞林大会的喜悦。庆典晚会在《明天会更好》的歌曲大合唱中圆满落下帷幕。

枣庄分公司 尚明芬

北新涂料参展第十四届中国（广州）国际建筑装饰博览会

本报讯 7月8日至11日第十四届中国（广州）国际建筑装饰博览会在中国进出口商品交易会琶洲展馆举行，该展会是华南地区最大规模建材展，覆盖面广，影响力大，规模空前，北新涂料随同北新建材全系产品参展。

北新涂料以形式多样的产品样板形式着重展示了新产品——质感涂料，以及外墙造型涂料等产品，其装饰效果高仿各种天然石材，酷似大理石、花岗岩等，防火、防水、耐酸碱、耐污染、无毒无味、保色性好，被众多参观者误认为是石材，让客户在展会现场就可以直观的感受涂料使用后的出众效果，吸引了众多参观者的关注。住宅部品事业部的专利产品，超级静音管也参加了展示。

广州作为全国最具吸引力的商贸交易中心地位，历年都吸引全国各地各行业人士前往参观考察和选材。

文/图 住宅部品事业部 吉晶

有信心 抓协同 创佳绩——北新建材誓师大会发言摘要

北新房屋常务副总经理 尹稷华

此次北新建材的业务调整，是北新建材近年来快速发展的一件大事，其重要意义不言而喻。北新房屋也借此次调整之机，进行了“聚焦”+“协同”的业务调整，组建国内事业部、海外事业部、非洲事业部。我相信通过此次调整，一定会给北新房屋带来新的发展思路和机遇。

北新房屋是北新建材实施中国建材提出的“三新”战略的具体单元，肩负着引领中国新型房屋发展的重大使命。

十年间，北新房屋取得了突破性的发展，北新房屋的足迹已遍布世界各地，涉及新农村改造、别墅、酒店、旅游会所、钢结构厂房等诸多领域，业务规模也有成立初的几千万发展到2011年的3个亿，其盈利水平及盈利能力持续提高。

北新房屋之所以取的这些成绩，主要得益于以下几个方面：

一是结构技术先进，房屋性能优异，符合现在及未来中国新型房屋市场的发展趋势。北新房屋的成立，旨在推动中国低碳、节能、环保的新型房屋市场，其引进的KC体系轻钢结构技术也是当今世界最先进的住宅房屋主流技术之一，满足结构设计95年，填补了国内新型轻钢结构房屋体系的空白。新型房屋所具备“六防”、“四节”、“一环保”的突出性能，迎合了中国近年来经济快速发展，人民生活水平大幅提高，对住房性能要求愈加完善的趋势。未来，这一趋势将更加明显。

二是符合国家政策导向。北新房屋通过房屋制造的标准化、精细化和定制化，实现了“像造汽车一样造房屋”，通过工厂预制，现场快装，大幅提高了施工速度，节约了工程工期，降低了

劳动力成本，完全符合星级绿色建筑的标准，完全吻合住建部提出的住宅产业化的方向，符合国家政策的导向。

三是得益于北新房屋自身的发展及核心竞争力的打造。北新房屋注册资金 2 个亿，投入资金 4 个亿，是目前国内兼具生产、设计与施工一体的最大的新型房屋企业。

接下来，北新房屋将整合资源，投资建设更多的生产基地，形成全国布局，打造国内市场核心竞争力；同时，借助于赞比亚超大型项目的成功实施，总结以往出口美国、俄罗斯、新西兰、阿尔巴尼亚等国家的经验，打造海外市场的核心优势，即“海外超大型项目的成功经验”、“出口或协助出口的能力”、“高效高性价比的产（部）品集成能力”，全力以赴拓展海外市场。

在此，我向广大的经销商朋友们邀约，我们正开始诚征国内省区或局部代理，“平等互利，合作共赢”是我们基本的合作原则，协助您的攻关谈判，全过程的设计、生产与施工是我们服务的具体内容；同时，我也向众多的销售经理们邀约，请你们在做好本产品销售工作的同时，协同推广北新房屋。北新房屋团队将不遗余力地为你们提供支持和服务，也制定了相应的激励政策。

最后，我代表北新房屋团队在此誓师：我们有信心，有能力，在王兵董事长及公司的正确领导下，在各位经销商朋友的大力支持下，在各位北新同仁的协同下，北新房屋一定能捷报频传，再创佳绩，我们将奋力拼搏，不辱使命！

用行动表态 拿业绩说话——北新建材誓师大会发言摘要

岩矿棉事业部总经理 邱洪

对于北新的这次调整，想向大家汇报一下我的几点认识。这次调整的核心是“聚焦+年轻化”，我就讲讲我对“聚焦”的理解。

第一，聚焦区域。把作战指挥部设到一线前沿阵地上，提高经营决策对市场信息，对客户需求的响应速度。通过聚焦区域，加强和提高市场覆盖；通过进一步聚焦产品，聚焦服务，不断提高我们适应市场变化、满足客户需求的能力，从而实现为客户的客户创造价值，为客户提升效益，从而实现对客户聚焦，进而实现对品牌的聚焦。同时，加强业务协同，资源协同，团队协同。我有信心，通过业务协同，发挥集成销售的优势；通过资源协同，提高共享平台的效益；通过团队协同，加强细分市场的有效覆盖，真正实现对区域的聚焦。

第二，聚焦团队。今天来参会的不仅仅是北新的营销团队、生产团队、商务服务团队，还有北新的核心合作伙伴，多年来与北新一起成长、发展、壮大。龙牌的合作伙伴基本上都已成为各个区域或一方市场的老大，已经成为代表当地建材行业的一张名片。北新的员工，也一批一批，长江后浪推前浪。正是大家这么多年来共同努力，才有今日的北新。团队的力量体现在凝聚，有了凝聚力，才有团队的作战力、协同力。这需要通过沟通、交流，统一思想和认识，增进了解和互信，进而坚定信心，共同发展。

第三，聚焦文化。一个企业，一个团队，必须有一个鲜明、统一的文化。“敬畏、感恩、谦恭、得体”，是北新的文化，是中国建材的文化。敬畏，敬畏什么？敬畏规则，不断地适应和满足市场的变化和客户的需求，这就是规则。这就是我对北新这次调整的理解，聚焦区域、聚焦产品、聚焦客户、聚焦品牌。作为一名外聘员工，今天有机会在这里代表岩矿棉事业部发言，我要感谢北新文化的开放与包容。在北新这个大家庭里，能和这么多同事、合作伙伴在一

起、在路上，我感到快乐、充实。也许你有这样的优点，我有那样的缺点，重要的是——我们在一起！我们和北新在一起！

今天是誓师大会，我也简单地表个态——用行动表态，拿业绩说话。

新兴市场 大有可为——北新建材誓师大会发言摘要

中西部事业部总经理 丁尚华

按照公司规划，中西部事业部市场区域包括河南、陕西、晋南、四川、重庆、云南、贵州、甘肃、宁夏、青海以及新疆和西藏等区域。目前在新乡和广安两地拥有石膏板和轻钢龙骨工厂，其中新乡工厂的刚刚投产，新乡的石膏板和轻钢龙骨都已经开始正常发货。

中西部地区的市场特点是幅员辽阔、人口众多，是中国的新兴市场所在。和沿海发达地区相比，中西部地区有着更为持久的开发潜力。中国经济的持续性发展和国家强盛进程，需要逐次的在中西部这些纯内陆地区进行更深入的城市建设和改造升级，经济发展不断向内陆推进的势头越来越明显，在不断加强中西部经济发展的历史性潮流中，必然会孕育出一批弄潮型的企业和品牌。

目前中西部地区的市场客户多数在还只青睐于产品的低价。作为业内的中高端产品，龙牌石膏板在中西部地区的市场经营还需要走过一段比较艰难的历程。但随着形势的不断发展，也有越来越多的客户开始注重对品质的自觉性追求。满足市场内有品位要求的客户需要，同时引导更多的客户去关注品质，正是我们的市场机会所在。我们可以学习借鉴发达地区龙牌石膏板的销售经验，通过塑造更有市场吸引力的品牌形象、占据行业制高点、不断深耕细作。在谋求企业利润增长的同时，以有助于经销商经营为本，同时，经销商也能够以成为龙牌石膏板的中流砥柱力量为荣。

在以后的工作中，事业部将做好产品策略的研究与推行，制定更加符合区域市场需求的经营政策，从点滴入手，做好每一个经营环节的改进和提高，为广大经销商创造最具信心的经销环境，提供更有价值的市场服务。我相信，通过我们的共同努力，一定能够实现龙牌石膏板在中西部地区市场份额的快速增长，实现经销商的持续盈利能力不断增强，形成厂商之间双丰收和同增长的市场局面。

发挥品牌优势 注重细节管理——北新建材誓师大会发言

南方事业部总经理 马征

从17年前进公司当业务员的时候起，我就下定决心要把自己所负责的区域做成龙牌的样板市场和堡垒市场。最近8年公司聚焦石膏板业务的发展，制定了年产20亿m²石膏板产能目标，成为世界第一的宏伟计划，能够亲身参与这一历程我深感荣幸。

对公司此次任命我感到很突然，因为我近年在投资发展部工作，通过制定和落实石膏板20亿平方米产业布局发展规划、兼并重组产业链上有潜在价值企业和对控股子公司泰山石膏的管理，一直在后台为公司石膏板业务的发展服务。对于新的岗位，我深感使命光荣，责任重大。我一定珍惜此次机会，全面提升自身能力和境界，按照集团公司“创新、绩效、和谐、责任”的企业文化和“敬畏、感恩、谦恭、得体”的行为准则建设团队，继承石膏板事业部连续3年30%复合增长的光荣传统，全力以赴完成公司下达的生产经营指标。

北新建材三十年来为中国石膏板行业的诞生和发展付出了巨大的心血和成本，但现在众多厂家都来摘桃子、拣现成。北新开发耕耘市场，外资板坐享其成，这是不可以的。我们北新年轻一代要发扬老一辈人翻越火焰山的精神，到市场一线去捍卫龙牌的市场份额。

早在7年前北新确定联合重组泰山石膏以及自身在全国建线布局的战略后，在中国石膏板市场已形成任何竞争对手不可比拟也无法复制的绝对战略优势。这就是王总常说的赢在战略。

接下来我们要做的事情就是在深刻领会公司战略的基础上发挥龙牌的品牌优势、渠道优势和产品组合优势，注重细节管理，通过聚焦区域、聚焦市场、聚焦团队，聚焦产品策略、市场营销和产销协调，抢占制高点，打好歼灭战。我们就是要贴近市场、精耕细作、快速反应，在前线的炮声中决策，打好区域市场的三大战役，以最小的代价取得全面胜利。

在公司的正确领导和各位合作伙伴的精诚合作、鼎力支持下，我们南方事业部今年一定能够圆满完成公司下达的各项考核指标。我代表南方事业部全体员工在此郑重宣誓：一定要超越自我，勇于担当，只争朝夕，不辱使命，做好自己该做的事，不该做的事坚决不做。

感谢 责任 共赢——北新建材誓师大会发言摘要

总经理助理、北方事业部总经理 管理

今天站在这里，比较激动，也比较忐忑，仔细想想，还是说三个词吧！

第一个词，感谢。

第一个感谢是，感谢我们一起为之奋斗的事业在几代人的努力下，蒸蒸日上！我们参与制定行业标准，与全国几乎所有知名的地产公司、装饰公司合作，龙牌席卷了全国的地标型项目、囊括了业内几乎所有的至高荣誉，这正是得益于北新建材几代人、更包括在座各位经销商在内的艰苦努力。

第二个感谢是，感谢王总以及各位公司领导的信任、包容、教诲。正是因为各位领导的不倦教诲，我才能稳稳前行，才能有机会站在这个舞台。而这一轮调整，着眼于“聚焦与年轻化”，这也赋予了我更大的舞台，更好的机会，感谢公司的信任，感谢领导的支持与指点！

第三个感谢是，感谢我的众多同事，感谢多年来一直大力支持北新建材发展的各位经销商

朋友。北新建材的成功，是团队的成功，是体系的成功，没有大家的努力，我们很难在如此激烈竞争下发展。正是后台有了各位同事、兄弟部门的大力协同支持，前方有各位抛家舍业的生产、技术、销售人员的拼搏，有各位经销商朋友对品牌的大力推广，北新建材才能保持年年高速增长的态势，龙牌才能如日中天，我们走在市场上，才能昂首挺胸！

第二个词，责任。新的岗位，代表着新的责任。我将把握几个信条：克己奉公、努力学习、全力投入、加强配合。首先，我会牢牢把握职业操守，克己奉公、坚持公司与市场共赢，坚持职业操守，严格自律；第二，因为是新的岗位，全面经营管理是一个新的课题，我会向各位领导、各位同事多多学习，尽快进入状态；第三，从经验上、资源上、能力上，我都深知自己的不足，因此，唯有勤奋二字才能弥补，我会用心用力拼命做好工作；第四，加强配合。公司内部，我会与其他部门配合好、协同好，共同做业绩；公司外部，我会与各位合作伙伴加强配合，共同进步。

第三个词，共赢。共赢就是企业能快速发展、有能力有业绩的干部员工能快速成长、真心为北新建材的经销商能盈利发展。

本轮调整的关键词之一是“聚焦”，所以共赢的第一个保证是“聚焦”。北方事业部有八大重点，包括北京、天津这样的制高点市场，也包括东北这样的新兴市场，还包括山东、河北这样的急需破局的市场。我会精力集中和资源，与一线的销售人员——包括经销商一起制定更加周密的营销方案。

共赢的第二个保证是各得其所，市场化运营。下一步，我们将全力提升产品质量，包括外观质量、样品质量，做好产品策略组织，优化系统解决方案，全面提升服务水平，用更多的产品、更优化的服务覆盖细分的市场需求，也为渠道商带来更为充沛的利润保证。

北新建材的快速发展，也必将使与北新建材真诚合作的经销商、合作伙伴得到更为快速的发展。希望在今后的合作中，大家同心同德、奋发向上，使龙牌早日成为世界第一品牌，使我们的事业取得更为辉煌的发展！

同甘共苦 全力以赴——北新建材誓师大会发言摘要

总经理助理、华东事业部总经理 董占波

今天是个特别的日子，是北新建材在快速发展中又一次重要的战略决策。经过 30 年的发展，北新建材已经傲视群雄，胸怀天下。今天以“聚焦市场、快速决策”为核心的誓师大会，是公司为早日实现世界第一的战略构想在一个新的发展历史时期，适应市场变化，抢占市场制高点，从战略上确保公司跨越式发展目标的重大科学决策，必将为北新今后的宏图伟业再立丰碑。

感谢公司领导对我的信任，很荣幸我再此有机会负责市场工作，尤其是很重要的华东市场，我压力也很大，更是一种责任感。华东地区有多年良好的市场基础和经济活跃的市场氛围，但竞争也最激烈。然而，竞争是没有捷径的，谋局胜于夺势，物竞天择，这就看我们谁能先人一筹。原来的业务模式从信息反馈到服务、决策、响应，链条太长，已不适用当前的竞争环境。公司领导高瞻远瞩，将事业部前移，聚焦区域、聚焦一线，在听到炮声的地方制定应对

方案，将大大提高我们的响应时间和服务效率。尤其有多年与北新建材同甘共苦、风雨同舟的在座的各位新老朋友的一贯支持，也更加增强了我的自信心。在这里我也郑重承诺，我会以公司大局为重，公司利益高于一切，我将全力以赴、不辱使命，做好市场的全面筹划和服务工作。同时，对市场来讲，我会全面做好产品策略研究和营销政策支持，加强设计院、隐形行业开发等推广工作、树立高端品牌形象，为广大客户创造更好的市场氛围；从生产角度来讲在确保产品质量的基础上，不断改进和完善存在的不足，不断丰富我们的产品线和产品类别，健全配套体系，规范市场秩序、提高商务服务效率，创造更多的客户价值。

我也希望各位新老朋友一如既往的继续支持我的工作，更希望对我工作中的不足给予建设性的意见和建议。记得乔布斯留给我们的成功经验中，其中有重要一条是“求知若饥，虚心若愚”。我会以此为鉴，加强学习，在今后工作中不断警示自己。

我相信，在我们的共同努力下，一定能取得更大的、新的辉煌。

北新建材聚焦市场创新策略宣讲会在上海召开

本报讯 7月18日，北新建材华东事业部创新营销战略宣讲会在上海市光大会展中心国际大酒店举行，北新建材总经理助理、华东事业部总经理董占波带领华东事业部团队成员，北新建材总经理助理、外墙及屋面系统事业部总经理刘素梅，北新建材综合商务部运输管理部经理董克宁带领商务运输团队参会。会议由华东事业部营销部总经理唐智谋主持，共计50余位上海市场石膏板经销商代表参加会议。

本次会议旨在宣传贯彻公司聚焦市场战略调整的意义和精神，同时真正在市场一线倾听意见，解决问题，系统了解整个区域市场现状，为规范市场、改进市场做好前期调研工作。会议围绕目前上海市建材市场状况展开交流，与会领导向经销商诚恳地征求了关于改进生产经营、特别是改善服务的意见和建议，并探讨了事业部初步的运输改进方案。部分经销商代表们也反映了上海市场存在的问题，大家就此进行了深入沟通。

会上，董总向经销商介绍了公司“聚焦”战略调整后的发展布局及此次调整的重要意义，并围绕提升市场份额、改善区域服务阐述了事业部的改进思路，希望新的事业部能得到经销商一如既往的支持，并通过服务改进、优化配套产品提升巩固北新建材在华东市场的行业地位。他强调，上海是竞争最为激烈的市场之一，希望凭借北新建材强大的品牌力量、不断改进的服务体系，和各位新老经销商一起抢占市场，互利双赢。华东事业部团队生产系统、销售系统、财务、综合办各部门主管也纷纷表态，华东事业部将秉承公司发展战略，携手经销商朋友们，一起为繁荣华东市场共同努力。

外墙及屋面系统事业部总经理刘素梅会上表示，该事业部作为华东事业部区域内的又一大产品模块，希望能够借华东事业部开拓市场、巩固市场的机会，发挥区域协同效应，尤其是市场协同，希望经销商朋友认识了解金邦板等产品，加强外墙屋面产品在上海地区的使用与推广。

综合商务部运输管理部相关人员此次专程赴沪参会，认真听取问题，在第一时间内出具解决方案，为华东事业部开拓市场保驾护航。目前，华东事业部已在综合商务部的大力支持下，针对经销商要求更新了上海区域运输管理办法，采取全系统配送、快速响应、时间段控制等办法着力改善运输状况，为公司的聚焦战略提供了有力的商务平台支撑。

华东事业部自成立以来，营销团队陆续拜访经销商，调研建材市场，此次通过宣讲会，向广

大经销商表示了公司对于华东市场的高度重视，发出了改进服务、提升水平的明确信号，并将在今后的工作中切实解决问题，做好本地化服务，将公司的聚焦战略落到实处。各级经销商认为北新建材召开这样面对面的座谈会，虚心倾听大家意见，认真改进服务模式，对大家是个很好的鼓舞，相信北新建材的影响力会越来越大，市场份额会不断提高。

会议现场还进行了龙牌全系列产品的介绍，展示了新开发的新款造型龙骨样品、金邦板样品、矿棉板样品等。

文/图 华东事业部 林雪

北新建材绿色环保产品闪耀广州建博会

本报讯 7月8日至11日，2012年第十四届中国(广州)国际建筑装饰博览会（以下简称广州建博会）在广州中国进出口商品交易会琶洲展馆盛大举行。广州建博会是亚洲规模最大、最具影响力的建筑装饰类专业展览会之一。本届展会启用了30余个展馆，共有2500余家国内外知名建筑建材企业参展。北新建材作为中国新型建材行业的领军企业、亚洲最大的石膏板产业集团，携旗下十大系列产品盛装亮相本次展会。

本届展会吸引了众多来自海内外的采购商、房产商、经销商、专家学者、政府相关部门等业内人士参观。北新建材的展区则是最具吸引力的展位之一。为期四天的展会，共有1000多位国内外人士参观了北新建材展区，对北新建材系列产品表现出了浓厚的兴趣。

北新建材的展区主要分为“企业形象与品牌”、“产品与系统解决方案”、“工程案例”以及“北新房屋”四个部分进行展示。其中“产品与系统解决方案”部分除展示北新建材全系列产品外，还系统地展示了56分贝及66分贝石膏板隔声墙、4小时高耐火墙、曲面吊顶、电梯井应用、贴面墙应用、防水石膏板卫生间应用、楼道专用条形矿棉板吊顶、金邦板外墙外保温等解决方案，使现场的参观者真切感受到了龙牌系列产品“材质好、方案全”。北新房屋成为此次会展的焦点，吸引了不少参观者眼球。

工程案例的展示是本次展览的重点部分，除历来深受参观者关注的“鸟巢”、上海世博馆、上海环球金融中心等经典工程案例外，广州新电视塔、广州西塔、广州亚运会工程等本地的标志性工程应用案例更是引起了参观者极大的关注，纷纷询问龙牌建材在广州新电视塔上的具体应用情况，取得了很好的宣传效果。

随着北新建材华南产业基地的建设，北新在华南地区的影响与日俱增，此次广州建博会的精彩亮相，为北新建材与各地的建材销售商之间集中搭建了沟通和了解的平台，对北新建材品牌与产品起到了积极的推广作用。

文/图 王燕飞

以“聚焦+年轻化”落实管理提升活动——北新建材石膏板岩矿棉暨房屋经营团队誓师大会

本报讯 6月21日，北新建材石膏板岩矿棉暨房屋经营团队誓师大会在北京会议中心隆重举行，大会宣布了以“聚焦市场，快速决策”为主旨的北新建材新的经营策略，以及相应的机构调整

方案，原石膏板事业部按区域聚焦为华东事业部、北方事业部、南方事业部、中西部事业部四个机构，新任命的四个事业部及岩矿棉事业部总经理、北新房屋的常务副总经理携其经营管理团队在大会誓师亮相，中国建材副总裁、北新建材董事长王兵作重要讲话，会议由北新建材副总经理周桓主持，北新建材在京高管，全国各分、子公司经理，各大区业务经理，全国各地工厂厂长，以及 150 家全国骨干经销商代表出席大会。

以“聚焦”为战略指导思想，结合区域化、本地化、年轻化的原则，北新建材对石膏板事业部、岩矿棉事业部、新型房屋的经营团队进行重大调整，其目的是为了聚焦区域、聚焦主业、聚焦营销一线，同时，大胆启用了一大批有能力的年轻干部走上经营决策领导岗位和第一线，在市场竞争的最前沿建立本地化的经营团队。同时，石膏板聚焦形成的四个事业部还作为公司层面的区域事业部承担公司所在区域的协同营销和统一管理工作。这四个事业部连同岩矿棉事业部、住宅部品事业部、外墙及屋面系统事业部、北新房屋共同成为公司本部业务的八个一级利润中心经营平台，公司对财务、人事、商务工作垂直管理并委派负责人，连同财务、人事、商务人员共同组成事业部的经营团队，实行双重考核。分子公司经理与所在工厂厂长、大区经理按二级利润中心实行三位一体考核，其目的是为了更好地聚焦各个区域，进一步做大做强主业，取得更好的经营成果。

王兵董事长在大会上作重要指示，他对公司这次重大机构调整阐明了意义、指明了方向、描绘了未来蓝图。他说，在夏至这一天，在北新建材 20 亿平米石膏板产业布局全面开工建设之际，全面启动这一经营战略，是希望公司全体员工以火热的心奔赴火热的市场。

他说，为了更好地应对石膏板和岩矿棉行业的当前形势和竞争格局，经过与北新建材石膏板事业部和岩矿棉事业部现有领导班子及核心团队的认真研究和多次论证，为了在新的行业竞争形势下提前完成组织机构调整和竞争模式调整，石膏板按生产线所在区域布局及外资板分区情况，组建四个事业部，将经营主体前移到市场竞争的前线，加强区域化能力建设和本地化经营总部建设，直接了解市场一线情况，快速决策，快速反应，有针对性地与竞争对手开展竞争，确保在竞争中捍卫并扩大公司的竞争优势地位，捍卫公司在北方市场的核心利润区，巩固公司在华东市场的领导地位，拓展南方市场和中西部市场建立新的核心利润区。

他说，经过半年时间的酝酿，经过广泛征求意见、慎重研究论证并报请上级领导同意，以“聚焦”为核心指导思想，以“区域化、本地化、年轻化”为原则，以“提高产能利用率、提高产销率、提高利润率”为目的，调整利润中心的机构和团队，聚焦公司人力物力财力支持石膏板做强做优，聚焦区域做细做深做精，聚焦精力进一步专业化分工；同时大力提拔和起用年轻干部，为公司长远发展和持续竞争力奠定坚实基础。

他指出，公司对各事业部充分授权，下放自主经营权，各事业部要充分重视，通过艰苦奋斗实现市场和利润的增长。机构调整的宗旨是不看重短期业绩，而是争取创造长期、可持续发展的业绩，着眼于北新建材未来十年的发展。

他强调，此次业务机构的调整是关乎公司未来发展的一件大事，新的团队要统一指导思想，加强学习，苦干实干，认真了解情况，快速进入状态开展工作。针对各区域市场不同的特点和竞争对手情况，制定相应的策略和组件相应的团队与渠道各个击破，捍卫、巩固和加强公司的行业地位与市场份额，进一步提高公司的产能利用率、产销率、利润率，形成新一轮的利润大幅增长和竞争力提升。

他希望，公司层面领导和各级部门深刻理解此次调整的重大意义，全力支持和帮助年轻的经营团队做好工作，各职能部门、广大干部要树立大局观，精诚团结、积极进取，要全力支持、配合、帮助，共同实现公司业绩的长远发展，为北新建材和中国建材的发展再立新功。

此次机构调整历时半年，通过大量市场调研、与各层员工进行大规模访谈，了解第一手信息，着眼于未来十年企业的持续增长力，出台了此次调整方案。此次调整中首次将生产、财务、管理纳入营销团队，使之面向市场形成合力，以提高整个系统竞争能力。而未来将在管理、技术创新、

市场营销上持续优化改进，进行软实力的打造，力争早日成为在规模、质量、技术、服务、营销等全方位的、世界第一的自主品牌。

誓师大会上，周桓副总经理宣布了机构设置方案及相应人事任命，董占波、管理、马征、丁尚华分别出任华东事业部、北方事业部、南方事业部、中西部事业部总经理，邱洪出任岩矿棉事业部总经理，尹稷华出任北新房屋常务副总经理，王洪波出任整合营销部总经理。各位新任总经理分别在大会上讲话，他们对公司“聚集”战略决策坚决拥护，并将满怀信心和热情投入到新的事业中去。董占波在发言中说，1996年北新建材第一次正式外派销售代表赴全国市场进行市场开拓和品牌推广，开启了北新建材从“坐商”到“行商”，由被动销售转向市场营销，也正是这样一个转变，奠定了北新建材引领中国新型建材行业发展之路。今天以聚焦市场、快速决策为核心的经营策略，是公司适应市场变化，抢占市场制高点，从战略上确保公司实现世界第一的构想、实现跨越式发展目标的重大科学决策。管理则用“感谢、责任、共赢”三个关键词表达了他及团队对这一决策的感悟，感谢几代北新人的努力打造了一个好品牌，使公司产品在充分竞争领域中，不论是市场份额、品牌美誉度还是价格上均全面超越外资品牌，新的岗位代表着新的责任，将用勤奋对这一责任做最好的诠释，共赢则包括了企业、年轻干部员工的成长、生产工厂以及经销商的共赢。马征在发言中上表示将发挥北新建材的品牌优势、渠道优势和产品组合优势，注重细节管理，通过聚焦区域、市场、团队和产销协调，尽其所能把南方区域做成龙牌的样板市场和堡垒市场。丁尚华表示中西部地区幅员辽阔，是中国的新兴市场所在，与发达城市相比，有着更为持久的开发潜力。邱洪、尹稷华、王洪波也表达了对公司业务聚焦决策的构想和信心，并表示，公司将经营团队前移，提高了经营决策对市场信息、对客户需求的响应速度。今后将发挥集成销售优势，通过资源协同，团队协同，提高共享平台的效益，加强细分市场的有效覆盖，真正实现对市场的聚焦。

来自华东、北方、南方、中西部四个大区的经销商代表分别在大会上发言，他们对北新建材的产品、质量、服务给出了高度的评价，同时提出了诚恳的建议，并表示，通过此次誓师大会，对北新、对龙牌产品、行业发展等有了更为宏观和长远的认识，进一步增强了与北新建材携手共进的信心，满怀雄心争创更加辉煌的业绩。

整合营销部 王燕飞