

知识产权部与石膏板生产技术公共平台 召开专利申请沟通

本报讯 5月21日，知识产权部与石膏板生产技术公共平台的专利申请沟通会在龙冠置业大厦1213会议室顺利召开。

会上，知识产权部根据石膏板生产技术公共平台的部门情况及对知识产权方面内容的需求，特别邀请的知识产权专利代理所资深专利代理人就专利基础知识、申请专利时机、技术交底文件撰写等内容，结合公司实际申请案例进行了详尽讲解，并就专利申请中存在的问题与参会人员进行了探讨。通过此次会议，既澄清了一些专利申请方面的错误认识，又增强了部门之间的交流、沟通，对公司专利申请工作起到了很大的推动作用。

此次活动为公司各单位的专利申请任务的落实开了一个好头，是公司专利培训工作的一次有益尝试，也为公司知识产权培训、沟通提供了一种新思路、新方式。知识产权部希望通过相关培训使大家增强知识产权意识，学习知识产权知识，理清在专利上尤其是专利申请中的众多误区，有效促进公司知识产权工作。

知识产权部 文/裴盈利

北京建筑工程学院师生参观北新建材涿州工业园

本报讯 4月28日，北京建筑工程学院建筑学专业师生一行50余人到北新建材涿州工业园参观考察，公司整合营销部及涿州分公司技术人员热情接待了到访师生，并围绕绿色建筑主题，就北新建材企业文化、发展历程、产品应用等方面进行交流。

建筑专业院校的学子将成为我国未来建筑行业的优秀人才。北新建材历来重视与全国建筑专业院校的合作和推广，与北京建工学院一直以来有着良好的合作，双方通过签订全面战略合作、共同建设“新型建筑材料与产品应用实验室”和“北京建筑工程学院校外人才培养基地”等形式，利用产学研合作推动企业创新发展。而此次邀请建筑学专业师生来北新建材参观，则是为使其对北新建材企业管理、产品应用有一个更为直观的认识，助力北新建材绿色环保产品的广泛应用。

北京建工学院师生一行分别参观了涿州展厅、石膏板厂、龙骨厂和涂料厂。在参观过程中，市场部经理陈志宇和涿州分公司专业技术人员从制造装备到生产工艺、产品技术指标到产品市场营销等各方面对来访的师生进行了详尽而专业的讲解，来宾们了解了北新建材企业发展历程、成就以及未来发展规划，同时了解到北新建材作为全球最大石膏板产业集团，致力于发展绿色环保型新型建筑材料，经过多年的发展，在质量、服务、科技创新及系统集成上拥有强大优势。凭借过硬的产品质量、完善的服务和先进的技术所塑造的“最放心、最优质产品”的口碑，曾多次参与标志性工程、国家重点工程、保障性住房的建设。在参观过程中，北新建材现代化特色工厂及自动化、技术先进的生产线以及现场管理、质量控制及相关产品给参观团留下深刻印象。北京建工学院师生对北新建材的生产规模、技术实力、行业地位以及技术创新表现非常赞叹。

聚焦市场营销，北新建材石膏板业务全面增长

火红的五月，北新建材市场营销工作捷报频传，销售业绩屡创新高，所有区域事业部石膏板销量持续增长，特别是北京市场——作为北新建材最核心的区域市场，历经几代营销人的努力，单月石膏板销量终于历史性的突破。此时北新建材实施聚焦化营销战略接近一年，这些成绩对于公司整体市场营销来说，无疑又是一个新的里程碑。

在 2012 年 6 月公司实施聚焦战略后，将原石膏板事业部按照区域分为华东、北方、华南、中西部四个事业部，在外资石膏板竞争对手在上海、江苏、山东、辽宁、重庆等地投入新的石膏板工厂进行竞争的情况下，销售业绩和利润贡献实现持续增长，这无疑得益于北新建材近年来在石膏板全国产业布局、品牌建设、技术创新、经营管理等方面的持续投入和综合实力，聚焦战略取得明显成效。

聚焦战略，全方位提升事业部市场营销和盈利能力

以“聚焦”为战略指导思想，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，结合年轻化、总部本地化、协同营销的原则，北新建材对石膏板事业部、岩矿棉事业部、新型房屋的经营模式和经营团队进行了重大调整，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。其目的是为了在市场竞争的最前沿建立本地化的经营团队，聚焦主业发动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建立针对性经营策略和快速反应决策体系，聚焦精力和资源进一步专业化分工。在这次调整中首次将生产、财务、管理纳入事业部经营团队，使之面向市场形成合力，提高了整个系统的竞争能力，确保在竞争中捍卫并扩大公司的竞争优势地位，捍卫公司市场地位、建立新的核心利润区。

事实证明，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，这一决策取得了优异的经营成果。聚焦之后，公司的经营中心就直接设立在炮声隆隆的战场之中，比华为一再强调的“让听得见炮声的人做指挥”更进一步。事业部加快反应速度，无论是生产、销售还是采购，决策时间都大大缩短，对市场需求的响应速度更是全面提高。

营销业绩的提高，背后是企业强化主业、做大做强石膏板战略的坚定支持，更是公司顶着各方面压力坚定推行全国布局、抢占资源的战略成功。这几年，北新建材围绕原料市场和销售市场，完成了全国产销的战略布局，跃居全球最大石膏板产业集团。同时，大幅降低生产线投资成本，大幅降低能耗和运行成本，成功实施 3000 万平米标准生产线的“500 万平米盈亏平衡点计划”，改变了石膏板行业重投资的商业模式，实现“把石膏板当成龙骨做，把龙骨当成配件做”的新商业模式。“战略就是占领一个地方”，通过系统创新，北新建材实现生产线投产初期产能发挥不充分的情况下即可以盈利的商业模式来抢占优势区位资源进行全国布局，构建市场壁垒建立核心利润区，同时通过扩大市场营销实现利润贡献的持续增长。四川广安 3000 万平米生产线建设初期颇有争议，担心市场消化不了造成投资亏损，实际上去年产销 1300 万平米配套龙骨就创造了 3000 万利润，不仅完成了抢占布局的战略任务，随着石膏板销量的持续提升，北新建材的石膏板布局将创造更高的利润和投资回报。

聚焦区域，制定针对性经营策略和建立快速反应部队

聚焦之后，各区域总部提出的竞争策略都因地制宜，随需而变，极大的提升了公司的整体竞争力。比如在市场竞争的核心策略——产品策略中，北方推出适宜家装的2米板，客户欣然接受，销量取得突破，南方推出防潮性能高的RH99耐潮板，快速打入市场替代硅酸钙板。在定价策略中，北方涨价赠送石膏粉等配套材料，不仅仅提高企业效益，更加强了配套材料的销售势能，长远增加公司产品的赢利点；华东采取涨价后多频次短期促销的组合定价，既稳定了市场价格体系，又增加了渠道商的获利点。在渠道策略中，各个事业部除了采取渠道全面下沉，扁平化的多渠道策略外，还推出了适宜各自区域的其他渠道组合策略，比如南方事业部和华东事业部，针对装饰公司云集的特点，派出精兵强将，专职开发拓展装饰公司，并协同进行全国性合作，收效显著。而在营造氛围的推广策略中，几个事业部分纷纷加大市场宣传力度，因地制宜推出宣传方案，在外资板云集的上海市场，华东事业部做出了全行业最有推广力的企业展厅；北方事业部、中西部事业部则全面提升市场终端形象，在建材市场里做出独树一帜的龙牌形象旗舰店，大大提升用户对龙牌品牌的认可度。

尤为可喜的是，聚焦后的四个区域事业部掀起了“比学赶帮超”的高潮，互相激励、互相促进、共同提高，充分调动每个人、每个区域团队的积极性，激发竞争性、创造力，共享经验教训。龙牌石膏板的外观改进由北方率先启动，改立边、改封边带，实验成功马上推广至全国。中西部发现覆盖石膏板的塑料罩可以作为宣传品，制作了简单大气的龙牌专用防雨罩，迅速全面推广。华东事业部发现打破石膏板按架摆放销售的传统思维，制作体现龙牌高档定位的专用货架，专门摆放定位高档的绿色宜家展架，开启精品石膏板按张销售的先河，其他事业部也纷纷跟进。

聚焦品牌，制高点策略持续推行

北新建材制高点策略的核心是塑造“大品牌”，建立“大渠道”，使“大客户、大订单、大项目”尽收囊中，并以其影响力和辐射力，带动各细分市场的全面胜利，最终实现“大发展”。它既是北新建材对过去成功经验的总结和继承，更是在此基础上的发扬与升华，并且在随着市场的发展不断丰富其内涵，成为长期指导公司营销思路的生命线，也成就了北新建材的核心竞争力。在此战略指导下，各个事业部继续强化品牌战略并逐步深化“制高点”策略，提出“标志性项目不能丢、国字头工程不能丢、大企业总部不能丢、重点院校项目不能丢”的攻关目标。

今年以来，中央政府提倡厉行节约，对党政机关办公楼等楼堂馆所的建设进行了严格控制，使得市场上在建工程数量有所减少。在此不利市场环境下，北新建材的营销队伍改变思路，通过攻关住宅市场来谋求破局，开辟新的应用领域。最终，凭借先进的技术、优质的产品、高效的服务以及独树一帜的系统应用解决方案，北新建材的龙牌产品展开了席卷目标市场的凌厉攻势，成功拿下海南棕榈泉国际花园·清水湾、北京林肯公园、英特宜家、紫御华府、红玺台等一系列精装修楼盘，在住宅领域也全面占领了地标建筑和重点工程。尤其值得一提的是，海南棕榈泉国际花园·清水湾项目，建成后将是清水湾建筑面积最大的综合休闲度假区，有望使三亚清水湾塑造成与世界八大湾区比肩的第九大湾区，是海南的地标性建筑。南方事业部的营销团队，根据项目的实际需要提供了最优的解决方案和产品供货保证承诺，使得项目部感受到龙牌在服务中的细心、真诚和专业，意识到龙牌有着过硬的产品质量、强大的技术支持及强有力的售后服务系统，最终龙牌双防工程板、龙牌耐潮石膏板及龙牌轻钢龙骨系统在与外资石膏板品牌的竞争中脱颖而出，独家中标棕榈泉国际花园·清水湾项目，项目部决定采用龙牌系列产品数量高达百万平米，而且其中80%以上为耐潮及耐水等特种石膏板。这些措施极大的提升了销售价值，确保了在规模扩张的同时经济效益实现更大幅度的提升。

聚焦市场，全方位人性化服务支持

随着石膏板行业快速发展，销售模式越来越多样化，北新建材建立广义上的营销团队，在市场推广、渠道开发上精耕细作，强化基础管理，提高服务水平。对内，各个事业部在员工中树立“小、快、灵”的服务意识和“人人都是业务员”的营销理念，营销人员做到每人每月至少两次

市场回访；每人每周至少三个工程排查，开展网格化营销框架；生产管理上，对于特殊尺寸定制的龙骨和石膏板均能实现三天出货，提升了响应速度，强化了客户服务意识，力求做好销售服务工作。同时，增加打假维权力度，配合法律部维权办查抄了假龙骨厂和使用假龙牌的工程，保护消费者和企业的合法权益。对外，各个事业部不断丰富、充实、优化传统经销渠道，甚至吸引了竞争对手的经销商来转做龙牌。通过优化现有经销渠道，提高了现有经销商经营理念及业务人员素质，和对各个细分市场的覆盖质量，打造出一支忠诚且富有开拓活力的经销团队。

我们坚信，2013年北新建材营销人而言是新的起点，北新建材的营销队伍有勇气、有志气、有豪气实现更高、更闪亮的目标。未来，将会有有一个又一个的新纪录由我们北新人创造，一个又一个的新梦想由我们北新人实现！北新建材，将立足龙牌，全力实现建材领域的“中国梦”！

北京成龙慈善基金会联合北新建材“圆梦”房屋援建雅安

北新推出第三代“圆梦”房屋，为灾区人民建设安全、放心、美丽的家园

本报讯 5月26日，北京成龙慈善基金会联合北新建材“圆梦”房屋援建雅安老人安置院发车仪式在北新国家住宅产业化基地举行。北京成龙慈善基金会创始人成龙先生，全国青联委员、中央企业青年志愿者协会副主席、北新建材董事长王兵先生出席活动并讲话，北京成龙慈善基金会成员及捐赠者、北新建材青年志愿者服务队队员近200人参加了发车仪式。仪式由中央电视台主持人穆灵珊主持。

仪式上，北新建材王兵董事长发表了热情洋溢的讲话。他说习主席21号在雅安灾区视察时对灾后重建提出要求：“建设安全、美丽、放心的美好家园”。此次援建行动是对习主席要求的率先响应。为灾区人民建起安全、美丽、放心家园的活动，充分体现了成龙大哥对建筑的理解，对人文的关怀。本次为雅安老人援建的北新建材“圆梦”房屋可以抗9级地震、12级台风；用金邦板代替传统的彩钢板，用A级防火岩棉代替不防火的泡沫塑料，不仅解决了房屋防火问题，同时“圆梦”房屋是中国传统文化与现代化建筑的融合，为灾区老人带去的不仅仅是安居之所，更是一个美丽的家园。北新志愿者服务队将全程参与援建工作，包括前期方案设计、中期施工过程中的技术支持、沟通协调以及房屋后期相关服务工作，为灾区同胞献上自己的爱心和力量，用自己的“小爱”为更多的人带来“大爱”，用“圆梦”房屋圆老百姓的“中国梦”。

成龙大哥在讲话中对北新建材在建材和房屋领域取得的创新成绩以及拥有的全系列的节能环保产品表示赞叹，对“圆梦”房屋的抗震、节能、安全、环保等性能表示赞叹。他对北新建材的绿色环保理念与实际行动十分认同，并感谢北新建材对慈善事业的支持，感谢北新志愿者的热情工作，希望未来能与北新建材在慈善公益及绿色环保方面的事业再度携手，用“大爱”为人们筑就更美丽的家园。

随后，成龙、王兵与捐赠者及北新志愿者们在满载爱心的车队前合影留念。仪式最后，成龙与王兵激情敲响出征的战鼓，在铿锵有力的战鼓声和众人热情的呐喊声中，满载关怀和爱心的车队驶出北新国家住宅产业化基地，奔赴雅安。

此次活动是北京成龙慈善基金会联合北新建材“圆梦”房屋援建雅安老人安置院的开局之步。北京成龙慈善基金会自2008年成立至今，本着“让大哥的梦，和大家的爱，通过我们得以实现”的运作宗旨，并遵循成龙大哥“工作成本不要用其他捐款人的钱，只可以用我的钱”的指示，团结和服务热心慈善的各界人士，参与了若干次国内外的赈灾行动，支出善款约6000多万元（不含大

量物资及成龙其他个人捐款)。4月20日,四川雅安发生7.0级强烈地震,给灾区人民群众的生命财产造成了严重损失,突如其来的灾情深深牵动着每一位中华儿女的心。为帮助灾区人民战胜自然灾害,早日重建家园,北京成龙慈善基金会本着“对捐款人负责、对灾区人民负责,为灾区老人寻找到最适宜安居养老的抗震房屋”的宗旨,在全国范围内进行筛选,并征求了多方专业人士的意见,最终选择了北新建材,采用北新建材的新型工厂化房屋,为给雅安灾后老人安置援建一个养老院。公安部22号下发通知,明确要求清查拆除各地建筑特别是灾后援建和工地临时建筑中采用彩钢板泡沫塑料的房屋。此次成龙慈善基金率先采用北新建材的“小康抗震房屋”,按9度抗震设防,采用金邦板代替彩钢板,采用A级防火的岩棉替代泡沫塑料,不仅更加坚固和美丽,而且杜绝地震和火灾隐患,95年结构安全,75%的节能标准,冬天可以提高室内温度5度,更加保温节能舒适,一步到位避免浪费,开启灾后重建的新时代,让灾区人民住上安全、美丽、放心的房子。青春北新志愿者服务队还将全程参与新型房屋的建设,包括前期方案的设计、中期施工过程中的技术支持、沟通协调以及房屋后期相关服务工作,为灾区同胞献上自己的爱心和力量。

近年来,北新建材以“绿色建筑未来”为核心理念,以发展“安全、节能、环保、低碳、舒适、生态”的绿色建材和绿色建筑解决方案为使命。以绿色的生产方式生产全生命周期的绿色建材:原材料采用工业副产品减少天然矿产资源消耗;生产过程大幅度节能减排;推动建材轻质化减少运输过程能耗碳排放;安装环节实现工业化和干法施工减少建筑垃圾;应用环节替代高耗能产品实现建筑运行节能减排;建筑拆除时可以回收利用实现循环经济(90%的材料可以回收利用);同时实现以绿色的建造方式建设绿色建筑。

北新第三代“圆5梦”房屋设防9度地震,为老人提供居住安全保障。房屋主体结构满足95年结构安全设计,是真正的百年房屋”。房屋以轻钢结构为主体,自重轻(约为传统砖混结构的30%),抗震连接件柔性连接,地震反应小(可满足9度地震烈度设防要求,可抵御12级台风,屋面承雪可达1000mm),同时具备气候地理适应性强、建设周期短等特点,十分适应灾后重建。这在2008年汶川地震中早已体现,当时北新建材是北京市建委援建灾区唯一推荐的拥有新型钢结构房屋产品的企业,参与援建的都江堰水利十局医院,是汶川地震灾后第一个投入使用的二甲医院,成为央企援建项目中房屋质量最好、建造速度最快、最早投入使用的项目,得到了当地政府及国家领导人的高度评价。

北新第三代“圆梦”房屋绿色环保、冬暖夏凉、防火防潮,为老人提供舒适的居住环境。雅安地震发生后,老人们被安置在临时搭建的赈灾房内,在炎热与雨季多发的夏季,要忍受余震、雨水、潮湿与高温的煎熬。目前地震灾区群众安置板房及施工现场临时用房大多使用彩钢板,由于彩钢板芯材多用聚苯乙烯、聚氨酯泡沫等易燃材料,极易引发火灾。5月22日起,公安部部署全国开展专项整治,凡发现彩钢板建筑存在重大火灾隐患的,要立即拆除。北新第三代“圆梦”房屋全部为绿色环保的新型材料,其A级不燃的防火性能可达到《建筑设计防火规范》GB50016-2006中二级、三级防火要求,完全满足国家标准。房屋材料全部为绿色环保的新型材料,采用全球领先的“双保温”+“双隔层”的墙体结构保温节能技术,墙体6面保温,建筑节能75%以上,能有效避免“冬天结露”、“夏天返潮”;独特的开放式通气层设计,利用空气对流原理,有效阻止潮气或其他腐蚀性气体浸入主体结构;主体结构与外墙装饰层之间设有“单向呼吸纸”,室内潮气可由里向外透出,而室外潮气却无法透入;外墙隔声量大于50db,内墙隔声量大于45db,达到四星级酒店的隔声标准。老人住在这样的房子里,才能感受到舒适的家,才能更好地安享晚年。

北新第三代“圆梦”房屋建造快,特别适合灾区的复杂情况。雅安地震后房屋破坏严重,居住问题亟待解决。5月21日,中共中央总书记、国家主席、中央军委主席习近平在灾区慰问受灾群众时强调:“群众安置点帐篷较密集,一定要注意防火;不管是什么情况,不论是什么天灾人祸,一定不要让下一代受到伤害;下一步要科学规划、科学重建,重建要尽可能快。”震后因大量建筑垃圾堆积、道路受阻、余震不断、地质灾害频发等原因,灾区周围环境极为复杂。传统结构

房屋难以满足快速建造的需求，重建时间无法得到保证。北新第三代“圆梦”房屋产品全部使用绿色环保材料，且 90%以上可回收，拒绝建筑物终老时所产生的大量建筑垃圾；整体施工均为干法作业，用水量仅为传统房屋的 10%，不受季节气候的影响，施工现场无噪音、粉尘、污水污染，施工速度快捷，200 平米单体房屋工期仅需 45 天。此外，北新第三代“圆梦”房屋墙体仅为传统房屋墙体的 1/2~1/3，增加套内使用面积 10%以上，平均得房率最高可达 92%。目前应用在北京密云县、河北高碑店、甘肃白银市等新农村建设的标准化产品方案——197m²新农村住宅：别墅品质，外墙使用金邦板，屋面使用金邦瓦，样式新颖美观现代；六室三厅三卫，套内得房率高达 92%；运营耗能（冬季采暖，夏季制冷）低，仅为砖混结构的 1/2-1/3；充分考虑农村居民的使用习惯，厨房面积大且朝外单开门等；按同等套内使用面积计算，价格仅比传统房屋高 10%。

正是因为以上特性，北新第三代“圆梦”房屋不仅适合灾后重建，更是抗震减灾的最佳选择。

2012 年，北新建材与密云县石城镇人民政府正式签订石城镇新农村建设项目。该项目是北京市首个新农村项目示范小区，是密云县政府和北新建材共同推进绿色低碳环保建筑产业发展，响应国家关于社会主义新农村建设的号召，立足于改善农民群众居住环境、提高农村群众生活水平、加快农村建设步伐、实现政企合作的典范。该项目采用的北新薄板钢骨建筑体系，通过“工厂模块化”规模生产，充分满足了国家提倡的建筑节能减排、转型升级建设的需求。由于农村传统观念比较强烈，在项目建设实施初期，只有部分村民选择了参与建房计划，部分群众因对新型房屋不了解，持观望态度。当他们看到家门口第一批新型房屋的建设过程及建成效果，都主动找政府要求参与新农村房屋拆迁改造建设计划。到现场参观过的各级领导和老百姓都纷纷表示，“如果中国农民都住上这样的房子，那就是全面建成小康社会了。用建设别墅的技术来建设新农村，体现了政府和企业对新农村建设的真正重视。建成这样的新农村，就是十八大提出的生态文明、美丽中国”。而让普通的老百姓住得起、住得上安全、节能、环保、低碳、舒适、生态的新型房屋，则是北新建材的“中国梦”。

此次活动中，成龙一行还专门参观了北新房屋工厂和样板间展示区，对北新建材新型房屋在节能、节地、节水、节材、环保、抗震、防风等方面的优越性能给予了充分肯定，并希望未来与北新建材再度携手，共同用淳朴的爱心和真诚的行动为公益绿色环保事业做出更多的贡献。北新建材表示，将全面调动各方资源，将雅安灾区援建需求放在生产第一位，加班加点生产“小康抗震房屋”，尽早让灾区老人住上安全舒适的房屋，与北京成龙慈善基金会联手为雅安老人筑起爱心城堡。

整合营销部 文/徐男 图/董刚

北新的壮大是青年人奋斗的一曲凯歌——宋志平董事长在

在今天五四青年节这样一个特殊的日子，非常高兴来参加集团全国青年文明号授牌仪式暨北新建材五四表彰活动。刚才赵书记做了重要的讲话，是对大家的鼓励，听后我也深受启发，集团团委要把赵书记的讲话向全集团的广大团员青年进行传达。

会上授予北新建材综合商务部销售服务中心“全国青年文明号”称号，这是集团的一件大事，不仅是北新建材青年人的荣誉，也是中国建材集团的荣誉，我们与北新的青年人共庆这项荣誉。在此，我代表中国建材集团党委和领导班子，对团中央、中央企业团工委给予中国建材集团、北新建材的大力支持和帮助表示衷心的感谢！对北新建材这些年为中国建材集团发展所做出的贡献，对北新青年在北新建材成长过程中付出的汗水和智慧、所做出的贡献表示衷心的感谢！

今天，我和北新的青年们讲以下几段话，也是我的一些心里话。

一、北新建材是怎样的企业

有人问我，“为什么北新建材这么多年没亏损过？”我说，“这个问题很奇怪，为什么要亏损呢？”他们认为企业在市场经济中总是有起有伏的，北新建材能够一直赚钱，让人不可思议。也有人问到，“北新建材有什么技术？怎么会有那么好的效益？”有次陪同北京市市长到北新参观，看后他说，“这家企业似乎并没有什么特别的技术”，我说，“其实没技术却能盈利也是一种技术。”北新如何取得这么好的效益？我在北新当厂长十年，当初以为对这个问题应该很了解，但可能因为人在其中，对有些情况看得不一定透彻。到中国建材集团后，我再回想北新的一些事情，才逐渐理清了思路。北新建材是处于充分竞争领域的国有企业，在市场经济中不断发展前行，有自身独特之处。

第一，北新是有理想、有文化、有责任感的企业。北新从成立初就和一个远大的目标连在一起，当时小平同志提出要发展新型建材，改变过去使用秦砖汉瓦的习惯，建设中国现代化的城市，北新就是按照这样的想法建设起来的。当初人们不知道也不认同新型建材，北新人就带着这块石膏板，带着这块岩棉，翻过千山万水，在全国推开了新型建材。北新的产生极具故事性，奠定了成为理想前行企业的基础。当然北新在发展过程中也遇到过像刚进入市场的困惑、面临与外资竞争的压力等各种困难，但依靠一群坚持理想的北新人一直走到今天。这让我想起斯诺先生写的《西行漫记》，当时斯诺到了延安，和毛泽东、周恩来等当时还是中青年的革命前辈在一起，他从这些年轻人身上看到了中国的未来，于是就写了《西行漫记》即《红星照耀着中国》。他很有眼光，认为中国的未来一定是这帮年轻人的。我崇尚理想主义，北新给了我一个基础平台。北新是有文化的企业，企业竞争要靠实力，靠人才，但企业最核心的还是文化，就是在员工心里涌动的究竟是什么文化。北新倡导团结向上、包容和谐、创新绩效、服务责任，这些文化经过北新几代的人传承，随着北新事业一路发展过来，这是北新的软实力，也是最核心的东西。央企要承担政治责任、经济责任和社会责任、国家责任，北新是有责任的企业，看一家企业，远处看是一座厂房，近处看是一些设备，再细看就是这些员工，但接触这些员工，重要的是他们心中的文化和思想，也是企业弥足珍贵的东西。

第二，北新是重视品牌的企业。北新不是最初就有品牌，北新的品牌是依靠大家的服务、给客户创造价值努力创造出来的。北新现在有三个驰名商标，在国际上的评级都很高。中国企业产品真正能超过外资品牌价值的可能有两个，一个是香烟，过去人们认为国外进出的香烟要比国产香烟好，现在大家的消费观念已经转变，国产的中华等品牌的价格要远高于品牌外烟；另一个是龙牌石膏板，龙牌石膏板现在的售价比拉法基、可耐福、BPB的要高，这也不容易，因为石膏板是从西方引进的舶来品，现在生产的质量却比他们好。现在国内建筑、施工装修用的都是龙牌石膏板，他们认为龙牌石膏板的品牌是最好的，这是市场对我们的肯定。国资委要求央企做强做优，现在中国的大企业不少了，规模也挺大，有的企业效益也不错，但现在最缺的是品牌。北新的品牌在国内市场比其他国际品牌更具竞争力，但在国际市场上还有差距，下一步的目标是在国际市场上更有竞争优势。这些年北新的品牌为公司创造效益奠定了发展基础，大家一定要重视品牌的塑造，龙牌石膏板每平米售价七元多，其他石膏板售价每平米五、六元，虽然差价仅一元，但却产生了北新建材的可观利润。北新建材综合商务部这次被授予“全国青年文明号”称号，就是因为这个部门是北新建材制造和市场交接的部分，也是北新最强的地方。和很多国有企业相比，北新建材最核心的是市场服务、品牌建设、网络建设，同时北新建材的制造水平也很高，工厂先进而简约，拥有每分钟100米成型速度、年产5000万平米的石膏板生产线，这些成绩确实值得自豪。

第三，北新是以年轻人为主体的企业。北新高度市场化，员工必须跑得快、喊得出、跟得上，这就决定了北新是以年轻人为主体的企业。我三十几岁出任北新的领导，现在北新的董事长、总经理，包括在座大家也都很年轻。不过北新也充分发挥老同志的专长，现在还有六七十岁的老工程技术人员奉献在北新的事业上。北新现在在全国布局建厂，可以派年轻员工走出去，在当地招一

些工人就可以开始生产。如今这些年轻人比我当年在北新担任厂长时管理的资产还要大，那时北新资产一亿多元，石膏板产能只有两千万平米，现在北新每个石膏板工厂几乎都有过亿资产，产能达5千万平米。记得当初北新从印尼拆回一条5千万平米的生产线，本来是美国的生产线，在印尼试生产后就瘫痪了，当时我们没有请美国专家，我还担心能否装好正常运转，最后北新靠自己的年轻技术员全都做好了。此外还有暖气片、苏州的外墙板等复杂技术的生产线的安装调试都有年轻人在挑大梁。北新的年轻人很能干，在技术、市场、管理上都有一定的水平。这么多年北新业绩一直做得很好主要有三个原因：一是有好的文化；二是融入市场，重视品牌；三是以青年为主，大家流血流汗支撑着企业的发展，北新的壮大是青年人奋斗的一曲凯歌。

二、北新这些年所做的工作

第一，北新从传统的国有企业走向市场，完成了国有企业在市场中的蜕变。传统的国有企业有很多弊端，十八大报告强调我们要坚持“两个毫不动摇”，坚持中国特色的社会主义道路和坚持巩固和发展国有经济。国有企业还要坚持深化改革，不能退回去走传统国有企业的老路。北新建材坚持改革，面向市场，走出了一条市场化、公众化的道路。北新周围原来是北京市国有工业的一个聚集区，过去像清河毛纺厂、绒线厂、五机床、轮胎厂、面粉厂等一些企业都相继倒闭了。现代汽车的负责人对我说，过去北京的国企只有北新建材依然还在并且持续发展着，听后我很受震撼，北新建材作为央企发展能够越来越强大，主要还是源于改革，走了一条市场化和公众化的道路。“市场化”就是我们的产品面向市场，不等不靠不要，不找市长找市场，在全国建材行业开创了先河。当时建材行业中的水泥和玻璃还在执行统配管理，北新没人给下生产指标，生产的产品也没人要，北新的市场改革是被迫的，但就如同“你先下了水，学会了游泳，别人下水的时候你已经成为游泳健将”一样，北新经过改制、百户试点、上市募集资金等过程发展到今天的规模。现在的北新既是国企，又是一家充分竞争的股份制公司。中国建材股份占北新建材52%股权，中国建材集团占中国建材股份48%股权，也就是说北新建材的国有资本只占四分之一，用四分之一的国有资本吸引了四分之三的社会股本，北新的事业也随之做大了，就是国资委讲的在充分竞争领域用一定的资本撬动大量社会资金进行发展的战略。国资委一位领导曾经说过，“我不担心中国建材这样的企业，因为你们一直在市场中运作，什么风浪都经历过，反而会担心一些企业，如果竞争激烈，他们能否生存下去。”

第二，北新的绿色发展、循环发展、低碳发展在我国建材工业是一面旗帜，为整个建材工业的创新做出了重要贡献。集团大力推行新型建材、新型材料和新型房屋的“三新”战略，其中新型建材业务开展最好的就是北新，现在北新石膏板产能16.5亿平方米，位居全球第一，这在过去是难以想象的。生产16.5亿平方米的石膏板需要1600万吨的脱硫石膏，占全国脱硫石膏的二分之一，为循环经济做出了巨大贡献，如果计算北新的石膏板替代了多少块砖的使用，那一定是个天文数字。此外北新还支持了中国改革开放的现代化建设，很难想象如果没有石膏板等新型建材，北京、上海这样的大城市将如何建设？1980年北京建长城饭店时请美国贝克特公司来设计，美国的工程师觉得如果不使用石膏板等轻型墙体材料，他们将不知道该如何设计。后来美国大使馆人员带领设计师参观北新，那时我们刚开始装设备，他们没想到北京还有这样现代化的工厂，这样长城饭店成为北新石膏板的第一家用户。就像那位美国设计师所讲的一样，没有石膏板将难以想象中国今天的城市会是什么样。

第三，北新为国家、股民、员工创造了巨大的财富。离开北新时，我送给大家三句话，“没有比员工对企业有信心更重要的事情”、“没有比客户对企业有信心更重要的事情”、“没有比投资者对企业有信心更重要的事情”。我们经营企业就是要给员工谋福祉，为客户提供满意的产品，为投资者和国家做贡献，这些年北新建材做到了这些。北新现在每年实现净利润七八亿元，这两天北新建材股价18元，给股民创造了财富。此外，北新建材还为中国建材集团的发展做出了重大贡献，我刚到中国建材集团时，公司一度要崩盘，在最困难的时候北新支持了中国建材集团，如果当时没有北新建材，中国建材集团将面临倒闭的风险，北新建材是中国建材集团发展的“诺亚

方舟”。我常和集团的干部讲，无论集团如何发展，北新建材始终是中国建材集团重要的企业，因为北新不仅在关键时刻给了集团雪中送炭的支持，而且也是集团的一颗明珠。中国建材集团去年利润 110 多亿元，在国资委管理的央企中利润位列第 20 位，营业收入位列第 26 位。对于一家处于充分竞争行业、货值不高、靠重组起来的建材企业，取得这些成绩并不容易。从营业收入来讲，虽然北新在集团总体所占比例不大，但北新的市场化精神、品牌知名度以及文化对中国建材集团的发展发挥了重要作用。

三、关于中国梦、中国建材梦和北新梦

“梦”是理想，是愿景，是目标。“中国梦”的核心就是中华民族的伟大复兴，党的十八大明确提出“两个一百年”的奋斗目标：在中国共产党成立一百年的时候，我们要全面建成小康社会，即要实现 GDP 和人均收入比 2010 年翻一番的经济十年倍增计划；在新中国成立一百周年的时候，我们要建成富强、民主、文明、和谐的社会主义现代化国家。昨天报纸刊登有海外一些专家关于“21 世纪是美国人的世纪”的内容，主要是说美国最近经济发展势头很好，讲美国的创新力、竞争力和军事力量。曹总路演回来说，和两三年前不同，现在美国经济复苏加快，到处呈现良好的经济发展势头。这也告诫我们，经济发展就是这样此消彼长，完成中华民族的伟大复兴不会是一条笔直和平坦的道路，仍需要全体中国人、全体中国的企业艰苦奋斗。“梦”的实现要靠大家的付出，不付出肯定无法实现梦想。改革开放三十年来，大家“五加二”、“白加黑”辛苦工作走到今天，要实现“中国梦”，我们还要有扎实苦干的精神，牢记“空谈误国，实干兴邦”。

中国建材集团的梦是什么呢？首先是中华民族伟大复兴的“大梦”，里面还有我们企业的“小梦”，按照国资委的要求进一步做强做优，发展成为世界一流的企业，为社会做出更大贡献就是我们中国建材的梦。现在中国建材集团成为世界五百强，全球著名的大公司都非常重视与我们的沟通和合作，在过去是没有的，和我国的国力富强和集团的发展实力有关。但目前我们的整体水平还没有达到世界一流，去年集团销售收入 2200 亿元，圣戈班销售收入 3000 多亿元，但集团利润 12 亿美元，而圣戈班利润只有 10 亿美元，集团的利润排在世界建材企业的首位，当然欧债危机导致欧洲整体效益不太好也是其中重要的原因。我们胸怀做世界一流企业的远大目标，不能有任何骄傲自满的情绪，要坚持两个“务必”，务必要谦虚谨慎，务必要艰苦奋斗。和世界一流企业相比我们的差距还很大，技术水平和日本相比至少还差二十年，但要赶超并不需要那么长时间，所以年轻人身上肩负的担子还很重，大家还得继续夜以继日的努力。

北新建材的“小梦”是什么呢？以前我在北新建材带大家完成了三件事，一是市场化，我们背着石膏板样品辗转全国各大城市进行推广，推动了北新的市场化；二是国企脱困，1992 年企业最困难的时刻发不出工资，我们团结员工，万众一心，以厂为家，点燃员工心中之火，度过了最困难的时刻；三是公众化，北新在深交所敲钟、上市，募集了资金，度过资金紧张这一难关。记得外资企业和我们竞争最激烈的时候，拉法基、可耐福竟然开着汽车在我们工厂门口卖石膏板，但最后我们还是顶住压力，熬过了最困难的时刻，在竞争中赢得了胜利。北新目前也有三项任务，即全国布局化、住宅产业化和国际化。现在北新石膏板产能位居世界第一，在全国布局完成了一大半，北新房屋推广工作也有了一些实际性进展，下一步还要迈开国际化步伐，在国际市场上争取一定的份额。北新建材今后的任务依然很重，还需继续提高在资本市场的地位，使北新建材成为建材行业中的大盘股和优质股。

四、给大家提四点希望

第一，认真学习、树立理想。年轻人最重要的是学习，不只是读书，还要在实践中向别人学习。学习型组织讲的就是互动、深度交流、树立共同愿景和团队学习。彼得·圣吉在《第五项修炼》中讲修炼“就像学做体操一样，需要不断地练习。此外，青年员工还要树立远大理想，最近《企业观察报》采访我后刊登了题为《市场经济更需要理想主义》的文章，里面有我回答的一些问题。有人认为市场经济崇尚金钱至上的利益主义，但我认为在中国社会主义市场经济下，我们更需要理想主义者，需要一大批舍己为人，从全局着想，站在更高、更长远角度思考问题，勇于牺牲和

奉献的人。美国是崇尚英雄的国家，但真正的英雄只有 7%，这些优秀人员带领美利坚民族不断前进。我们的青年应有远大志向，不能只看眼前利益，遇 10 事不能只想自己，而是要想国家的利益、企业的整体利益。青年人要立志，在实现集体利益过程中实现自己的价值，脱离集体和全局，个人价值也就无从谈起了。

第二，继续弘扬北新文化。北新的文化是好文化，社会上有积极正面的东西，也存在一些消极负面的东西，如果好文化不去同化差文化，就会被差文化同化。北新建材一路走来，主张健康向上、团结友爱、敬业爱岗、追求社会责任，这些都是好文化。但差文化迎合人的劣根性，很容易同化好文化。做好人、做好事需要用一辈子的时间来坚守，但做坏人、做坏事可能一天就可以。北新能发展到今天的核心，就是因为我们坚持和弘扬了好文化，抵制了差文化。青年一代一定要巩固和发展北新优良的文化，这也是我对大家的希望。

第三，扎实工作，建功立业。“千里之行始于足下”、“一分汗水一分收获”，年轻人在企业要努力工作，把自己那份工作做好，为企业建功立业。现在集团成为世界五百强企业，效益也不错，有些同志问到，“我们是不是还需要这么辛苦地工作呢”，我和他们讲“这哪有完啊？”建材属于充分竞争的行业，即使我们“五加二”、“白加黑”地努力工作，仍然面临很大的压力。现在我们比别人做得好一些，就是因为大家付出了心血和汗水，我们并不比别人多“三头六臂”，也不比别人聪明多少，只是多做了一些工作。今天整个经济大环境仍有一些不确定性，经济形势不容乐观，市场竞争激烈，我们不能有丝毫懈怠。企业需要用心去经营，树立虽苦犹荣的观念，大家要有建功立业、吃苦耐劳的思想，这是我们做建材企业必备的精神。

第四，明确责任，勇挑重担。青年人要明确历史责任，明确在企业肩负的责任，勇挑重担。北新发展了，大家的机会也都有了，生活和待遇水平也都会提高。北新未来的发展要靠年轻人，大家要多付出。当今社会，除去需要照顾的老年人和幼小的孩童，中青年所占比例不足二分之一，年轻人就必须承担起更多的责任。中国建材集团是年轻人辈出的公司，给年轻人提供机会，现在北新有一大批年轻人都在领导岗位，我也特别高兴。中国建材集团董事长、中国建材股份 CEO、中国建材股份副总裁兼北新董事长等都是从北新走出来的，北新还要继续做集团人才培养的摇篮，大家要实现中国建材成为世界一流建材企业的梦想建功立业。

以上这些话讲了我最近的一些想法，希望北新的年轻一代坚守和弘扬北新文化，再创佳绩，勇攀高峰。再次感谢中央企业团工委给予中国建材集团的大力支持，感谢北新建材的年轻人为集团的发展做出的贡献。

谢谢大家！