

从学生到职业人的蜕变——北新建材新员工入职培训心得

现在决定未来

7月8号我怀着极度兴奋的心情参加了新员工入职培训，终于见到了年轻有为的王兵董事长。王总从北新的过去现在聊到未来发展的契机，并给了我们这些年轻人很多的忠告，我铭记于心。

人生有许多关键的转折点，高考算一个，刚步入社会也算一个。我们现在刚走出校门步入社会，正处于人生的一个关键点上。现在所做的每一个决定都将对将来的人生轨迹有很大的影响。用王总的话说，人生就是微积分，现在决定未来。所以作为一个刚毕业的年轻人，正站在人生新的起跑点上，一定要好好努力，为自己谋取一个美好的未来。那怎么去赢得一个美好的未来呢？王总也给了我们很多忠告。首先，一定要有一个好的谋划，要给自己设定一个愿景，然后一步一步去达成。其次，一定要对过去有所反思，现在的你就是过去的你造就的，所以一定要从过去吸取经验教训，才能避免重蹈覆辙，做一个更优秀的人。最后，一定要端正认识，对于一个刚毕业的大学生，没有什么比能力的提升更为重要，所以一定要放低姿态抓住一切机会去学习，去成长。

思想决定命运

听了公司顾问段孟娟的培训之后，我印象最深的一句话就是：思想决定行动，行动形成习惯，习惯影响性格，性格决定命运。

关于价值观，段总跟我们分享了孔子的君子之德。我想老祖宗的文化流传了上千年必须是为大家所认可的东西，是值得我们去躬亲力行的。关于职业规划，段总教给了我们很重要的方法论，那就是以终为始，先去找并确立自己的职业梦，然后再充分认识自己现阶段的位置以及需要做的事情。关于职业素养，段总教给了我们六个字：责任，目标，方法。作为企业的一名员工，首先要认识到自己的岗位责任，认识到自己对企业的价值。责任会衍生出目标，有了目标之后就得想方设法去完成目标。

有句话是这么说的，思想有多远，就能走多远。段总已经把我们领进了门，告诉了我们什么是对的，什么是我们必须去敬仰的。在以后的职业生涯中，我会慢慢去通过每个小小的行动养成好的习惯，继而形成好的性格。

领导与被领导

在整个素质拓展中，给我冲击最大的项目是七巧板。经过了这次七巧板游戏之后，让我对如何做一个被领导者有了更深刻的认识。

因为我之前参加拓展的时候玩过这个游戏，所以当我被分到第七组（即领导小组）的时候还暗自窃喜，满怀信心可以带领大家以最快的速度完成任务。结果证明我错了。当游戏开始的时候，大家都只看到自己的任务书，争先恐后索要七巧板。整个场面处于无序和失控的状态。我试图去平复大家的情绪，让大家安静下来听从指挥，可是早已被索要板子的同学打乱了阵脚，散失了身为一个领导的气场。此时此刻，站在另一个角度，我看到了每个小组的人为了完成各小组的任务，在嘈杂的环境中不断提高音量索要板子那种疯狂的状态。因为他们每个人都觉得自己和其他小组是竞争的关系。因为我们第七组没有扮演好领导者的角色，所以最后没有按时完成任务，但是得到很大的教益。

旁观者清，我想小组的每个人会进入疯狂抢夺资源的状态主要是因为他们跟领导看问题的角度是不一样的。小组的每个人只看到自己眼前的任务书，而领导却能够纵观全局。小组的人

只看到局部，而领导关注的是全局。所以，作为一个刚进入公司被领导的人，一定要做好自我管理，强化执行力，因为领导眼中的世界更宽广，考虑问题更全面。

我与北新共成长

1979年，在邓小平同志的重要指示下，创立了北新建材，由此拉开了中国新型建材工业的序幕。北新建材已经走过三十多年的发展历程，凭借几代领导人和全体职工的共同努力，迅速发展壮大。几十年来，它推动了我国新型建材行业升级和发展，普及了轻质节能环保建材的规模化生产和应用。

然而，北新还处于发展中阶段。随着中国经济的持续快速发展，城市进程和工业化进程的不断增长，环境污染日益严重，国家对环保的重视程度也越来越高。随着中国社会经济的发展和产业结构的调整，中国环保产业对国民经济的直接贡献将由小变大，逐渐成为改善经济运行质量、促进经济增长、提高经济技术档次的产业。所以未来北新在这个行业里会面临更多发展壮大的机遇。绿色建筑未来，北新人在做的事情是改变人们的家居方式，是改变整个行业。

作为新加入公司的北新人，我为能参与这份伟大的事业而倍感自豪。希望能够在北新这个大舞台上找到自己的角色，做一名合格的北新人，与北新共成长。

南方事业部 李拥涛

2013年北新建材新员工培训活动圆满结束

本报讯 新员工是企业注入生机活力的新鲜血液，也是保障企业快速发展的后备生力军。为了让北新建材的新员工尽快了解企业、认同企业、融入企业，公司于7月8日至7月14日组织了以“北新梦想，圆梦北新”为主题的新员工入职培训活动。

培训活动历时一周，以了解北新、工作在北新、成长在北新为培训主线，通过现场讲授、领导座谈、基地参观、户外拓展等丰富多样的培训形式，向新员工介绍了公司发展历程、企业文化、组织架构、人事及财务制度、产品及营销知识、职业生涯规划、商务礼仪、安全教育等方面的内容。

了解北新

培训第一天，王兵董事长为新员工带来了热情洋溢的迎新讲话，向新员工介绍了北新建材的发展历程及发展战略，强调了北新建材作为国企所承担的社会责任及重大使命，并结合自身的成长经历及感悟向各位新员工寄予了嘱托与厚望，希望大家能担负起国企员工应有的责任感、使命感，在艰苦的环境面前不抱怨、不放弃，努力实现与企业的共同成长。

公司党委书记、副总经理张乃岭向新员工详细讲解了公司独特的企业文化——北新文化的起源与发展。他强调，北新文化是北新建材广大干部员工集体智慧和汗水的结晶，是北新的一笔宝贵财富。北新文化始终坚持以人为本、服从和服务于公司的发展战略的原则，通过创新和建设，内强企业素质，外塑企业形象，增强企业凝聚力，提高企业竞争力，实现企业文化与企业发展战略的和谐统一，企业发展与员工发展的和谐统一，企业文化优势与竞争优势的和谐统一，为公司的改革、发展、稳定提供了强有力的文化支撑。

行政人事部经理陈燕及整合营销部经理王洪波先后介绍了公司的组织管理及营销理念。

通过培训，新员工深刻感受到公司种种殊荣中所蕴含的雄厚品牌价值，公司“人和”文化理念背后所展现的包容豁达的人本主义情怀，公司的制高点战略其中所体现的推动产业升级、主导行业发展的雄伟目标。

工作在北新

为了帮助新员工深入地了解企业的组织制度及安全生产常识，公司安排了人事制度、财务制度以及安全教育等主题培训，为员工日后快速胜任工作奠定了基础。此外，公司组织了为期两天的户外拓展培训以训练新员工的团队合作意识。在培训中，各团队充分发扬了团结协作、奋勇拼搏的精神，展现了新一代北新员工的朝气活力与团队精神。

成长在北新

为了让新员工树立清晰的发展目标、实现与企业的共同发展，公司培训顾问段孟娟就“职业素养与职业规划”为题与新员工进行座谈。段孟娟结合自身在北新三十多年的工作经验，从树立正确的人生观、价值观出发，通过与新员工对孔子、孟子等关于为人做事理论的探讨，指引新员工在工作中要保持良好的职业素养、树立合理的职业目标，通过脚踏实地地做事来实现仰望星空的梦想。

此次培训活动在欢乐、激情与感动中圆满结束。新员工即将开启新的征程，未来的他们将怀揣着梦想在北新挥洒青春热血，与企业共同描绘美好的未来！

文/图 行政人事部 朱丹丹

宁海县强蛟镇工会“劳动成就梦想”文艺晚会在宁波北新

本报讯 为丰富园区内企业员工业余生活，弘扬劳动精神，7月12日，宁海县职工艺术团携园区部分企业文艺演员走进宁波北新，在厂区内举办了一场以“劳动成就梦想”为主题的文艺晚会。

宁海县强蛟镇工会主席叶亦强到场，与宁波北新分享了近几年所取得的经营成绩，表达了工会系统对包括北新员工在内的广大劳动者的敬意，并祝福宁波北新等园区企业的未来更美好。

晚会共十几家企业派代表参加，现场观众五百余人，得到了来自各方观众的一致好评。晚会以活力四射的舞蹈表演《夏日时光》拉开序幕，晚会节目涵盖舞蹈、双簧、小品、模仿秀、戏曲、合唱等多种表演形式，表演内容贴近员工日常工作生活。宁波北新员工的表演节目，类型丰富，表演精湛，充分体现了员工积极向上的精神风貌，尤其是的小品《婚托》通过表演者出色的反串演绎，引得现场观众阵阵叫好，欢笑不断。晚会最终在欢庆气氛中落下帷幕。

近年来宁波北新积极参与宁海当地各项活动，不仅丰富了员工业余文化生活，展示了北新发展业绩，也提升了企业的影响力和美誉度。

宁波北新 文/郑正熙
图/李 超

浅析企业信息化的作用

在科技范畴中，信息化是指人们凭借现代电子信息技术等手段，整合、优化信息资源并合理高效利用，达到推动经济发展、社会进步乃至人们工作与生活方式变革的目的。信息化是一个庞大的系统工程，它采用信息技术对企业生产经营全过程进行数据的系统集成，实现企业管理与生产业务的有效结合，在现代企业中起着非常重要的作用。

企业信息化作为一个系统工程渗透于企业的各个方面，从基础建设、日常运营到生产协作、财务管理，无处不在。从管理的角度看，企业信息化是对企业的信息进行系统化、集成化、自动化的过程，也就是对企业信息系统的规划、实现、运行和管理的过程。它的关键在于解决“信息孤岛”问题，将最基本的信息通过分析共享，自动传递至需要相应信息的下一环节，最后到达决策层，体现出业务模块的一体化，即在一个平台上实现了横向整合、纵向贯通两个一体化。一方面，业务职能间的横向一体化，充分结合了财务、计划、生产、经营、人力等各个部门之间的连贯性，实现了跨部门、跨组织的沟通，让业务之间更透明，覆盖了核心业务的基本管理职能；另一方面，管理层级之间的纵向一体化，将自上而下的所有管理活动都置于这个平台上开展，保证公司各部门之间的信息畅通。

全面实施信息化后，企业可以大大提高成本优势。一方面，信息技术的应用，尤其是电子商务的发展，使得经销商能够自主下单、自主跟踪订单信息、自主查询货款情况，减少企业与经销商之间的环节，简化订货、发货、结账流程，从而降低企业的交易成本。另一方面，销售系统与库存管理相结合、库存管理与生产计划相结合、生产计划与供应商管理相结合，环环相扣，确保精确的动态库存管理，使企业减少存货周转天数，降低管理的成本。并且，财务业务相结合，产、供、销一体化，成功实现了数据一次性录入后自动传递，削减了原先手动重复录入信息的人力成本。

此外，信息化技术还可以为企业创造差异化优势。一个企业要想在激烈的竞争中生存，除了需要有成本优势，还要能够创新出与众不同的产品和服务，使竞争对手难以模仿。信息化技术为企业创造的差异化竞争优势一方面在于提高服务质量，提升买方价值，满足经销商个性化需求。具体来说，信息化系统不仅可以使经销商在更短的时间内提交订单、提取货物，而且能为经销商的经营提供指导，例如，经销商可以查阅自己各类商品的销售情况，便于日后的决策。此外，信息化系统还有助于企业迅速反应市场需求，及时补充产量或针对性地开发新产品，为企业的新业务拓展创造出更大的空间。

总体而言，全面信息化能使企业得以实施精细化管理，达到降本增效的目的；并且，信息全面畅通使企业能够实现在全国范围内配置资本、技术、知识和人力资源的可能，从而增加市场覆盖面。

信息化工作部 李杨彭

宁海石膏板厂上半年实现满产满销

本报讯 今年5月，华东事业部在宁波地区创下月销量破200万平米的业绩，这是北新材首次有非省会城市、直辖市闯入200万月销量名单。与此同时，宁海石膏板厂作为华东区域主要供货单位，也实现满产满销，经营业绩连连攀升。

随着宁波石膏板销售创下佳绩，宁海石膏板厂也相应在五月创下了投产以来的最高产量记录，出现了高质量产品入库即发、新出炉的产品随即投入市场、运输车辆排长队在厂门口等待运货的火爆局面。在全国经济形势依然低迷，市场整体形势严峻的情况下，宁波市场龙牌一家独大，三家主要竞争对手年销量之和仅占龙牌销量的一半左右。

在华东事业部今年提出“品质年”之后，宁海厂在保障产品供应的同时狠抓产品质量改进，各级领导、基层员工全部树立新的产品观念，并对立边效果、封边带整齐度、喷码清晰度、产品起泡等产品质量与外观方面都进行了全面改进与提高，龙牌高品质产品全面中标余姚万达广场、宁波文化广场、慈溪环球中心、雅戈尔紫玉花园、慈溪文化核心区、中塑大厦、利时广场等标志性建筑，成为区域内响当当的首选品牌。

产销两旺，充分鼓舞了广大员工的士气，在良好的市场氛围及产、销量稳增的业绩驱使下，宁海员工满怀信心，朝气蓬勃，呈现生产经营、文化建设和谐发展的良好势头。在华东事业部、公司总部组织的各项综艺活动中都有宁海工人带来的欢声笑语，工厂里他们是踏实勤奋的电钳工，舞台上又化身为闪闪发光的文艺明星，以乐观自信、积极向上、充满正能量的精神风貌展示着北新风采。

宁波北新 郑正熙

重温入党誓词，庆贺党的生日

本报讯 “我志愿加入中国共产党，拥护党的纲领……”。7月1日上午，枣庄分公司党支部组织了“重温入党誓词、坚定理想信念，庆七一，讲党史”活动。

在支部书记杨勇的领誓下，全体党员面对鲜红的党旗，右手握拳，凝视党旗庄严宣誓，全体党员用慷慨激昂的誓词，庆贺党的九十二岁生日。重温入党誓词活动结束后，组织全体党员干部观看了《伟大的历程》党史教育宣传片。

此次活动，既是对建党92周年的隆重纪念，也是对枣庄分公司全体共产党员一次深刻的党性教育。通过活动，教育全体党员进一步坚定理想信念，增强党性意识，提高党员素质，在各自不同的岗位上，为全面建设中国特色社会主义、实现中华民族伟大复兴之梦做出应有的贡献。

通过活动的开展，支部全体党员深深感受到党员的责任、使命、荣耀，纷纷表示要在今后的工作中，时刻以党员的标准严格要求自己，时刻以党员的先进性鞭策激励自己，发扬优良传统，坚定理想信念，牢记职责使命，奋发进取、用心工作，以更加高昂的精神、更加优异的工作业绩践行对党的庄严承诺。

文/图 枣庄分公司 张正强

北新建材工会荣获中国建材集团“工会工作先进集体”称

本报讯 6月29日，中国建筑材料集团有限公司隆重召开了第二次职工（会员）代表大会。会议总结了2010年以来集团工会的各项工作，对近三年来在工会工作中做出突出成绩的14个工会工作先进集体和49位优秀工会工作者进行了隆重表彰，颁发了奖牌和证书。北新建材工会荣获“工会工作先进集体”称号，公司工会委员宋毅华、工会办公室副主任冉京伟、财务部工会主席王强三人获得了“优秀工会工作者”称号。

近年来，北新建材工会在中国建材集团工会和北新建材党委的正确领导下，在行政领导强有力的支持下，始终坚持为公司的改革发展服务、为生产经营服务、为广大职工服务，创造性地开展了工会各项工作，充分发挥了工会组织的桥梁和纽带作用，为公司的发展做出了突出贡献。

文/图 工会 姜 凯

公司召开石膏板工厂 2013 年上半年生产工作会

本报讯 7月5日～7日，石膏板生产技术公共平台组织召开了公司石膏板工厂2013年上半年生产工作会。

公司副总经理邹云翔、公司顾问段孟娟、南方事业部总经理马征、中西部事业部总经理丁尚华、北方事业部生产总监白宏成、华东事业部生产总监刘东凯以及各石膏板厂厂长参加会议。

会上，公司总经理助理郝晓冬受张乃岭副总经理委托做了“强化安全基础管理、全面提升公司安全管理水平”的报告。公司副总经理邹云翔针对原燃材料采购过程中存在的问题进行了通报，并对采购工作提出了具体要求。生产技术公共平台对各工厂上半年生产经营数据完成、数据对标、安全现场情况进行了通报，对各厂存在的工艺问题、设备运行等问题提出了整改建议。各石膏板生产工厂就上半年存在及解决的问题进行了沟通汇报，包括上半年对问题的解决采取的措施、效果，不能解决的问题所采取的控制措施；下半年为各指标提升拟采取的措施以及对平台的要求。

会上，郝晓冬通报了2013年上半年石膏板生产技术公共平台的工作情况和下半年主要工作内容。他针对上半年石膏板生产工厂的产量、投入产出率、主要原燃材料单耗、设备维护投入费用、产品品种等方面进行了重点分析，同时进一步强调“质量第一”的理念，要求各工厂明

确工厂的生产职责，也进一步明确了生产技术公共平台的重点工作。

此次会议准备充分，参与部门广，内容丰富、充实，时机恰到好处。通过充分沟通、交流和共同协商，为石膏板各生产工厂下半年的各项工作提供了有效指导，为完成年度目标、指标起到积极的推动作用。

石膏板生产技术公共平台生产技术部 王永生

“龙之行”聚焦一线，助力各地业务开展

本报讯 北新建材大型“龙之行”大型产品推介会活动自3月中旬启动以来，已相继在江苏、安徽、浙江、吉林、黑龙江、河北、内蒙、江西、福建、湖北、湖南、广东、云南、四川、重庆等14省（市）33地县级城市开展。活动得到了各地行业主管政府部门、建筑装饰行业协会、建筑设计院、重点工程业主单位以及当地实力装饰公司、房地产公司的领导和专家技术人员等广泛关注，场场会议座无虚席，到会嘉宾累计近两千余人，反响热烈。

“龙之行”大型产品推介会是北新建材经典品牌营销活动，自1994年初开始至今已走过了19个年头，足迹遍布全国，以“宣传企业文化、弘扬企业精神、建立客户对北新及龙牌产品的信心为主要目标”。适逢北新建材在2012年跃居成为全球最大的石膏板产业集团、公司聚焦战略全面实施，2013年，公司确定了全面推进“龙之行-千县百市”的推广计划，聚焦一线推广，助力营销工作开展，同时将党的十八大报告中提出的推进生态文明、构建美丽中国和培育国际影响力的民族自主品牌结合起来，传播绿色价值观，塑造和提升民族品牌的文化内涵和核心竞争力，提高市场和社会的认同感。今年龙之行推介会重点宣传推广北新建材民族品牌实力及各种新型绿色、低碳、节能、环保新产品、新技术、新应用。与会来宾与北新建材的技术、营销人员热烈讨论、广泛交流，感受了北新建材品牌、企业文化的独特魅力，了解了北新建材最新的产品规划和最前沿的应用技术，每当提到“中国梦”和中华民族的复兴离不开中国自主品牌的复兴时，引起了全体与会嘉宾的共鸣，在会后交流过程中都表示将在后续项目中选择龙牌，支持民族品牌。

在各会议现场，来宾们提出了石膏建材及北新建材新产品在各类建筑设计和工程施工中遇到的问题，北新建材的技术专家一一解答。其中，北新建材重点介绍了纸面石膏板在欧美等发达国家住宅领域隔墙广泛应用及厚板（9.5mm厚以上规格）应用比例的逐年提高等市场趋势，同时还介绍了国内独家生产的25mm厚特种纸面石膏板、达到A级不燃的龙牌纯棉体系矿棉天花板吊顶系统、A级不燃外墙保温系统及被誉为“新型幕墙、建筑外装的金邦板等新产品、新技术”，引起广泛兴趣。此外，北新建材系列产品在全国各重点工程系统解决方案和成功案例分享，也赢得了众多工程专家的热烈欢迎。

各地新老经销商代表分别在会议上进行发言，他们对北新建材的产品、质量、服务给出了高度的评价，同时，分享了与北新建材合作的共赢之道。他们表示，通过推介会，对所经营的龙牌系列产品卖点、行业发展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。

下一步，“龙之行”仍将继续聚焦一线，在全国巡回开展，通过推介会与各界合作伙伴建

立直接沟通的平台，展示和传播北新建材发展理念、优质产品和领先的行业解决方案，与所有合作伙伴一起推进中国绿色建筑健康蓬勃发展。

整合营销部 张跃鹏

聚焦见成效 协同促增长——龙牌矿棉板上半年销量增长 2

本报讯 2013 年上半年，矿棉板业务克服了国内经济增速放缓、行业下行压力增大、市场需求不旺、国外出口业务大环境低迷等不利因素影响，逆势而上，实现了产品销量增长、品牌知名度显著提升的可喜成绩。据统计，上半年龙牌矿棉板销量同比增长 21%、烤漆龙骨销量同比增长 32%，这是北新建材实施聚焦化战略和协同化政策以来取得的又一骄人业绩。

聚焦出击，

核心市场重夺行业地位

公司自实施聚焦战略以来，以“提高产能利用率、提高产销率、提高利润率”为目标，通过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。矿棉板事业部通过聚集战略，发挥公司系统集成优势，加强业务协同、资源协同和团队协同，对重点区域市场进行精耕细作。今年上半年，北京市场销量已达到去年全年销量的 90%，截止六月底，龙牌矿棉板提货量已经接近去年全年的提货总量，重新夺回在核心市场的优势地位。

北京市场取得的业绩也得益于协同销售的作用，矿棉板事业部和北方事业部在无缝协同的工作氛围下，从工程到渠道，从甲方到施工单位，两个事业部的业务人员均充分互助，掌控了市场局面，了解了区域内工程项目，并对工程项目进行持续的系列产品的攻关，最终北京市场先后拿下市委办公楼、华电中心、密云医院、北外办公楼等一系列重要工程。目前正在持续跟踪的项目日益增加，这对圆满完成下半年的市场销量和工程覆盖率提供了坚实的保障。

创新开发，完善体系，

细分市场，占据工程制高点

2013 年上半年，矿棉板事业部在产品创新开发上下足功夫。根据市场需求，在产品应用体系的开发上积极创新，开发出新的明暗架龙骨吊装体系，改变了原有系统不够丰富的局面，并在应用的性价比上超越竞争品牌，得到了设计师、甲方和施工方高度认可，提升了品牌知名度和美誉度。仅通过新的应用体系，便成功拿下宁夏国电、工商银行数据中心等重点项目，大大提升了龙牌矿棉板对工程制高点的掌控力度。凭借重点工程和标志性工程的影响力和示范作用，矿棉板事业部展开了全国范围内的重点项目的跟进工作，并在工程竞争中充分整合资源，保证工程的顺利中标。功夫不负有心人，在此凌厉攻势下，全国市场工程喜结硕果，从北方区的大连华信软件园、南方区的宝安机场办公楼、西部区域的新疆国电项目到华东地区的首钢办公楼项目以及淮海地区的绿地福地项目都留下了龙牌矿棉板的身影。在国内楼堂馆所建设大面积下滑的局面下，保证了龙牌产品对现有工程的覆盖。此外，通过对工程类型进行细分，找准客户认可的关键点，在高校方面，上半年相继拿下清华实验楼、人大办公楼、北外办公楼、地质大学办公楼、首师大附中教学楼等项目，在细分领域取得了明显的优势。

渠道终端力开拓，市场局面转变大

渠道是产品流通的重要载体，只有不断地开发和扩充渠道，才能使产品得到更多市场的认可，也只有市场越来越多的人参与推广龙牌矿棉板才能使我们的产品得到更多的应用。龙牌矿棉板也是北新建材的拳头产品，在品牌、技术、质量等方面处于行业领先地位。近来，北新建材在发展主业的基础上，通过经营改善和提高，力求将龙牌矿棉板培育为企业未来新的经济增长点，五年内实现矿棉板业务规模亚洲第一。基于此，矿棉板事业部在今年上半年大力开展渠道拓展的工作，在河南、安徽、广州、陕西等重点地区大力推广，把龙牌的发展愿景和产品优势传播给更多的终端销售者，让大家了解龙牌矿棉板并有意愿销售龙牌矿棉板，市场渠道方面得到了很大的改善。同时事业部也将普销板和工程板分开管理，把合适的产品给合适的渠道进行销售，不仅避免了渠道之间的竞争，也丰富了我们的推广队伍，最终获得市场的认可。

战略合作凸显成效，工程对接实现双赢

今年以来，与装饰公司的战略合作放在了矿棉板事业部重点推进的工作中。装饰公司的资源和掌控的项目在很多时候要比材料企业更为丰富。事业部在分析各方利益平衡的同时，积极开发和推进与装饰公司的合作。利用装饰公司的优势资源帮助我们推广产品，并让市场对产品更加认可。在今年上半年与装饰公司的合作中，苏州金螳螂总部大楼率先使用今年新推出的花色，取得了良好的效果；甘肃兰州银行项目正是通过和北京弘高公司的共同运作，把龙牌最为高档的花色之一——米兰花条型板推进项目，在项目上实现了双赢，在甘肃地区也是第一次应用如此高档的矿棉板，为以后的市场开拓打下良好的基础。和装饰公司的合作，在多个层面上弥补了我们产品推广上的不足，通过半年的市场检验，已经印证了这种合作模式的可信性和可操作性。

推进管理提升，促进业务发展

团队建设一直是矿棉板事业部积极推进的重要工作。一个卓越的团队能战胜一切困难，在2013年高任务指标的重压下，矿棉板的业务团队都能积极的开展工作，团队9和谐，工作有效。事业部积极推进各项工作标准化、制度化，在工作上“以市场为主导，以满足客户需求为己任”开展各项工作，执行力有了明显的提高。在团队内部，开展有益的良性竞争，奖罚分明，让大家认识到业绩的重要性，使每个人都有一种使命感。通过这种良性的内部竞争，充分调动大家的积极性，让每位业务人员都快乐地工作，并敢于承担任务。整个业务团队的气氛朝气蓬勃。

5年内做到亚洲第一不是梦，2013年在公司明确要大力发展矿棉板业务的同时，矿棉板事业部将全力奋进，兢兢业业完成公司下达的任务目标。相信在不久的将来，龙牌矿棉板也将成为北新建材的另一面旗帜，实现北新建材的品牌之梦、生态之梦，实现我们的“美丽中国”梦。

矿棉板事业部 魏月钢

北新建材隆重庆祝建党 92 周年

本报讯 7月1日，北新建材召开大会，隆重庆祝中国共产党建党92周年。党委书记张乃岭主持会议并做了题为《发挥党的政治核心作用 促进企业科学发展》的讲话。

张乃岭与全体与会人员一起回顾了党的九十二年光辉历程以及中国共产党在实现中华民族伟大复兴征程上的辉煌功绩。他说，92 年来，一代又一代中国共产党人始终以实现中华民族的伟大复兴为己任，继往开来，开拓进取，在中国发展历程中的每一个重大历史时期，都发挥了重要的作用，深刻影响和改变了中国发展的历史，团结带领全国各族人民战胜各种艰难险阻，在革命、建设、改革的历史进程中不断取得新的胜利。

他在讲话中对下一步公司党的工作提出了六点意见。第一，要继续认真学习领会好党的十八大有关文件精神。第二，要加强党性修养，增强纪律观念，增强组织意识和责任意识，自觉遵守党的各项纪律。第三，认真学习习近平总书记在中央政治局的讲话精神，贯彻落实中央八项规定，进一步改进工作作风。第四，要立足企业和岗位实际，紧紧围绕公司中心工作，充分发挥党支部的战斗堡垒作用和党员的先锋模范作用，推动公司各项工作不断前进。第五，切实做好开展党的群众路线教育实践活动的准备工作，确保活动有序、有效开展。第六，要以人为本，认真做好搬迁职工安置工作。各级党组织和党员要进一步提高认识，以高度的政治责任感和使命感，坚持以人为本，切实做好搬迁职工安置工作。

最后，他要求公司各级党组织和广大党员继承和发扬党的优良传统和作风，永葆党的先进性和纯洁性，以崭新的面貌开拓创新，锐意进取，真抓实干，为党的事业，为公司又好又快发展做出新的更大的成绩。

公司党委委员、纪委委员，公司高管及各党支部书记参加了会议。京外党支部书记以视频形式参会。

党委工作部

北新建材：八年博取世界第一

转自 中国企业报 鲁扬

北新建材以“品牌建设”和“技术创新”为两大战略引擎，是全国少有的把品牌建设提升到与技术创新同样战略高度的制造业企业。2012 年，北新建材石膏板业务规模超越两家世界 500 强同行法国圣戈班集团和拉法基集团，跃居全球第一。

2012 年，作为中关村最早的一批上市公司之一，1997 年上市的北新建材（000786）在沪深两市全体建材行业上市公司中业绩可谓一枝独秀：归属于母公司的净利润继续保持 30% 的增长速度，继续保持 30% 的现金分红；经营性现金流量净额持续保持超过利润总额的良性高质量经营，全年股价比年初增长 60%。

到了 2013 年一季度，公司净利润继续保持 30% 以上的增幅，上半年各项主要业务继续保持增长[a1]，作为央企世界 500 强中国建材集团旗下成员企业，为实现央企“保增长”和“做强

Commented [a1]: 页：10

做优”做出了自己的贡献。

北新集团建材股份有限公司董事长王兵在接受《中国企业报》记者采访时说，2012年，北新建材石膏板业务规模超越两家世界500强同行法国圣戈班集团和拉法基集团，跃居全球第一。这为实现北新建材成为核心业务排名全球第一，有自主品牌、有自主知识产权、有国际竞争力的世界一流新型建材产业集团，又迈出了坚实的一步。

从中国制造到中国品牌

从“中国第一”、“亚洲第一”到“世界第一”，北新建材在短短的八年间实现了跨越式发展。

让企业品牌成为中国的国家名片，这是无数中国企业的梦想。

作为北新建材董事长，王兵也时刻梦想着中国品牌可以代表国家形象而备受尊敬，并为之不懈努力着。

“现在，我们国家的一些产品走出去遇到很多困难，比如国外的反倾销调查，主要是因为价格上不去。如果我们中国的品牌不仅在技术、质量上超过外资同行，而且在品牌和价格上超过外资同行，中国制造才算彻底站起来。”王兵告诉记者，北新建材不仅在规模、质量、技术上超过世界500强外资品牌，在销售价格方面也超越了世界500强外资品牌，这代表了中国自主品牌的发展方向。可以自豪地说，我们为中国的建材工业在世界舞台上赢得了一席之地。

王兵表示，“北新建材作为中国新型建材的领军企业，一直肩负的是创造世界级民族自主品牌，让‘中国制造’成为‘中国创造’，进而走向世界的责任和使命。”

最近八年，北新建材迎来了高速发展，一直以“品牌建设”和“技术创新”为两大战略引擎，是全国少有的把品牌建设提升到与技术创新同样战略高度的制造业企业。王兵告诉记者，如今，北新建材荣登世界品牌实验室发布的亚洲品牌500强，与TOTO和立邦同列亚洲最具价值的三大建材品牌。包括奥运会、世博会、全国各地地标建筑到天安门城楼粉刷工程、全国各类获奖工程的90%都是采用北新建材的龙牌系列产品，龙牌还是极少几个荣登全国五星级饭店装饰工程首选品牌的中国品牌。在法国巴黎举行的全球石膏行业大会上，北新建材蝉联“全球石膏行业年度公司”大奖，成为全球唯一一家连续获得此项殊荣的企业。

记者在采访中了解到，从“中国第一”、“亚洲第一”到“世界第一”，北新建材在短短的八年间实现了跨越式发展。自2004年32岁的王兵担任北新建材总经理至今，北新建材连续八年保持每年25%—30%的增长速度，净资产收益率从6%提升到20%，成为中国建筑材料工业“靠新出强”的典型。

从“看天吃饭”到内涵式增长

北京首都机场3号航站楼、“鸟巢”、“水立方”等国家级大项目，强化了北新建材品牌的形象。

正在北新建材快速发展之际，中国经济却开始转型进入中速增长时期。政府对房地产行业的调控也对北新建材影响明显。

但王兵凭借对趋势的准确研判，坚定地认为经济在一定周期内下滑不一定是坏事，通过优胜劣汰，可以让优势企业变得更强。王兵说：“企业可以依托宏观形势的红利获得资源和效益，但一定要明白增长的源泉是什么，外延式的增长是不可持续的，做企业不能‘看天吃饭’，归根到底要转型升级，走内涵式增长道路。”

可以说，产品品质和创新是洞开一切市场的不二之选。记者了解到，北新建材开发出达到国家一级防火墙标准的龙牌石膏板轻钢龙骨隔墙系统，耐火极限可达4小时。自主研发的Z型和Ω型专用隔声龙骨，可实现66分贝隔声性能，相当于几乎NumberType="3" TCSC="1">一米厚水泥墙的隔声量。在坚持产品为王的同时，北新建材进行商业模式创新，为客户提供从项目预算和材料设计咨询、建筑品质和节能全套解决方案、产品定制和配载物流等全程服务，形成北新建材内涵式增长的坚实基础。

王兵回忆说，北新建材曾作为2008年北京奥运会的主供货商之一，分享了绿色奥运下的巨大商机——北京首都机场3号航站楼、“鸟巢”、“水立方”等国家级大项目，强化了北新建材品牌的形象。北新建材参与的北京当代万国城MOMA项目是时代周刊2008年世界十大建筑奇迹之一，其对隔墙节能、防火、隔声及吊顶造型都有着很高的要求。

王兵自豪地说，北新建材提供的解决方案完全满足其设计要求，开辟了我国高档住宅隔墙和吊顶大规模采用石膏板体系的新时代，并由此赢得了对质量要求极为苛刻的高端酒店的关注。

从绿色建筑材料到抗震节能房屋

对于新型城镇化，王兵的梦想是：“让6层以下的房屋建造不再用砖头水泥，让6层以上的房屋建造实现工业化预制。”

2010年，北新建材提出“绿色建筑未来”的企业使命，致力于打造绿色建筑的全套解决方案。王兵告诉记者，北新建材从原材料的获取方式上，大大减少了对自然资源的消耗，降低了

对自然环境造成的破坏。北新建材是全国十大循环经济企业之一，全国火力发电厂燃煤脱硫石膏近一半是由北新建材消纳的。通过生产过程的技术创新，大幅降低能耗等措施，采用北新的系列产品绝大部分减少建筑垃圾和浪费，实现建筑全生命周期的绿色循环。根据王兵的理解，新型城镇化应该是以人为本的城镇化，应该是安全低碳节能环保舒适的城镇化。围绕新型城镇化，北新建材将新型房屋业务确立为公司的战略性主业，全生命周期的绿色循环理念在北新第三代“圆梦”房屋——“新型抗震减灾房屋”上表现得尤为突出。

北新建材最新研发成功的第三代“圆梦”房屋产品全部使用北新建材的绿色环保材料，实现工业化生产方式，抗震性能达到 9 度设防，抗台风 12 级安全保障，采用 A 级防火材料建造，是真正安全、美丽、放心的新型房屋。房屋套内面积比传统房屋增加 10% 以上，层高净空增加 30 公分。北新圆梦房屋实现 75% 的节能水平，比传统房屋节能效果大幅度提高，夏天空调和冬季采暖运行费用都大幅降低。未来如需进行建筑拆除，不仅拆解方便，而且 90% 的材料都可回收再利用，直接用于其它建筑安装，或作为原材料循环使用，从而大大减少建筑垃圾的产生。

对于新型城镇化，王兵的梦想是：“让 6 层以下的房屋建造不再用砖头水泥，让 6 层以上的房屋建造实现工业化预制。”北新圆梦房屋目前已在北京、四川、山东、河北、甘肃等多个省市进行示范推广，将为全国的旅游建设、新农村建设和新型城镇化做出贡献，为落实十八大提出的生态文明和美丽中国做出央企应有的贡献。

北新建材品牌价值突破 200 亿

本报讯 6 月 26 日，由世界品牌实验室发布的“2013 年(第十届)《中国 500 最具价值品牌》排行榜发布会”在北京隆重举行。北新建材以品牌价值 212.65 亿元连续第四次上榜，与去年比较，实现品牌价值劲增 43.73 亿元，增长率达 26%，位列建材行业前三强。北新建材品牌中心总经理陈燕代表公司上台领奖。

让中国品牌成为世界级品牌是中国的品牌梦，同样也是北新建材多年以来孜孜不倦的追求。三十余年来，北新建材凭借国际水平的质量、服务及独有的系统解决方案在一座座精美绝伦的地标性建筑中书写了自己的品牌故事，公司“低碳、节能、环保”的绿色建材应用于中国第一家五星级饭店长城饭店、第一个大型钢结构建筑北京京广中心，国贸三期，上海环球金融中心，澳门威尼斯人酒店，首都机场 T3 航站楼，国家博物馆，国家大剧院，2008 年奥运场馆“鸟巢”、“水立方”，世博园内一轴四馆、日本馆、瑞士馆、英国馆、美国馆、南美洲联合馆等 43 个场馆，国内第一高塔广州电视塔，天津津门津塔等国内各大重点工程中，让世界看到中国建筑的魅力。重点工程建筑就是北新建材品牌价值最好的体现。

北新建材秉承“绿色建筑未来”的理念，以绿色生产方式生产绿色建材，以绿色建造方式

建造绿色建筑，打造全生命周期的绿色产业链，公司不仅仅用一座座地标性的建筑切实留下中国民族自主品牌发展的足迹，同时致力于让世界都能够认识中国民族自主品牌。作为全球最大石膏板产业集团，北新建材在建材行业首次提出将品牌建设上升到公司核心战略的高度，不断推进品牌建设工作，由行业知名品牌向社会知名品牌迈进。打造了北新、龙牌、泰山三个中国驰名商标，荣获“中国五星级饭店装饰材料首选品牌”、“全国房地产总工优选品牌”等各种荣誉，今年公司品牌价值突破 200 亿，同时公司也跻身于“亚洲品牌 500 强”，在 2012 年排名第 193 位，位列亚洲建材行业品牌前三强，坚实迈出了走向世界的脚步。

北新建材是中国为数不多在技术质量、销售价格、市场份额等方面全面超过外资的中国自主品牌，怀揣着“品牌梦”，致力于实现从“中国制造”到“中国创造”再到“中国世界级品牌”的理想。实际上北新建材不仅仅要在“品牌梦”路上走的更远，更是致力于实现“生态梦”。作为新型建材行业的领跑者，北新建材坚持以“绿色建筑未来”的理念引领中国新型建材行业的发展。公司诠释和践行全生命周期的绿色生态链，让人、建筑与自然生态环境之间形成良好的循环，以促进中国生态文明建设的实现。北新建材的“品牌梦”与“生态梦”将融汇在“中国梦”之中，以期让世界看到一个强大的民族自主品牌，让世界看到一个美丽中国。

文/品牌中心 张 静
图/整合营销部 董 刚