

远方

你说，
没有到过的地方是远方。
我想，
真正的远方应该是心的方向！
当时间从指尖不经意滑落，
儿时的记忆逐渐褪色，
踏着梦想的脚步是否依然坚定执着？
青春是一首永不言败的歌，
唱出了的梦想，歌颂着的欢乐！
前行，只为了到达属于自己的那片远方。
哪怕会受伤，也不让泪水遮住脸庞，
擦干泪水，灿烂的曙光透着光芒。
哪怕有风浪，也不让汪洋卷走希望，
乘风破浪，迎接新一轮的朝阳。
哪怕会迷路，也不把忧伤印在额前，
星星终会升起，我们不再迷失方向。
因为风雨之后才会有迷人芬芳！

就这样，我们携手走呵，走呵，
一天又一天，一年又一年，
不老的青春挥洒着渴望。
远方，隐藏着风雨的喧嚣和坎坷，
我们拽拉着用青春编结成的绳索与岁月拔河。
既然选择远方，就必须风雨兼程，不顾风霜。
一路上怀揣着梦想，拥抱着希望。
坚定的脚步谁都阻挡不了我们走向远方！

北新房屋 吴昊

挑战自我，团结协作

10月6日，一个阳光明媚、微风习习的日子，一个令我们兴奋的日子，铁岭分公司工会组织我们到铁岭金峰小镇基地进行拓展训练。

一大早我们便坐着大巴车出发了。一路上大家精神饱满，一脸的朝阳，很快到达了目的地。按照教练的要求，我们分成两队，每队选一名队长，一名队秘，一名安全员，取一个队名、一首队歌和一句口号。

开始之前我们就明白，此次训练我们唯一要做到的就是配合，通过每一位队员的通力配合，每队的紧密团结，才会打造一个完美的，出色的团队，才能成功地完成各个训练项目。

第一个项目是高空抓杠，在空地上竖立一根8米高的铁杆，要求我们爬上铁杆，站到铁杆顶端的

一个大概直径为 20 厘米圆盘上，然后在空中跃起，抓住前方 2 米远的单杠。即使身上挂满安全保护措施，但在高空跳跃，每个人都产生了或多或少的恐惧感。从杆上站到顶端的圆盘是一次极大的考验，从圆盘跃起抓杠更是一次心理的挑战，特别是女员工。有的同伴从满脸通红到面色苍白，有的战战兢兢不敢站立，有的站了许久不敢跃起.....但是在团队的鼓舞之下，每一位队员最终都勇敢地站到了圆盘上并且完成了勇敢的一跃。

第二个项目信任背摔——这次拓展训练中最具典型意义的项目之一。一名队友被绑上双腿和双手，站在 1.5 米高的跳台上，背身向后倒往台下；台下的队友用手搭起成一个“人床”把他接住。不少队友出于本能的恐惧，会犹豫地弓着身子，屁股先下去，这样在下面接的同伴承受的局部重力过大，容易导致伤害。当台上的人问：“亲爱的队友们，准备好了吗？”台下所有组成人床的同伴异口同声的回答道：“我们准备好了，请相信我们！”这就是承诺。承诺体现了一种责任感，也体现了彼此间的信任与被信任。这种承诺相当于把自己的人品、自信心、责任心付诸公众的考验中。队友把生命交给你，这是一种信任，这种信任来自长期的沟通、了解和默契。集体的温暖、团队的力量都会在信任中得到诠释！

最后一个项目是翻越“毕业墙”。从这项活动中感受到的，不仅是成功的喜悦，更多的是感动、是奉献、是团结的力量！一面 4 米高的平滑墙，无任何落脚点，不能使用任何道具，所有的人都要翻过此面墙。教练说，要想挑战成功，正确的指挥极其重要；其次做好分工，合理安排利用人员，各尽其职，相互配合也很重要。经过正确指挥，以及大家的通力配合，最后所有队员一个不落全部翻过了“毕业墙”。当教练喊出 6 分 18 秒钟的时候，全体队员欢腾了，大家为齐心协力完成这个艰难的任务而欢呼。

此次拓展训练让我们挑战了自我，学会了团结协作，更让我们释放了激情。拓展训练是短暂的但是它对我们的影响却是深远的，我们要把拓展训练中体会到的切实应用到今后的工作中，使自己充分融入到创造卓越的团队之中。

铁岭分公司 文/辛伟 图/辛伟 李月

工作与生活同行，快乐与梦想齐飞

“工作与生活同行，快乐与梦想齐飞”这句话用来描绘技术中心的工作和生活状态再恰当不过。高效、尽责工作；快乐、尽情生活——这是技术中心的工作和生活态度。在技术中心，技术管理部、技术研发部、机电技术部、工艺技术部、技术装备部，技术串联其间、工作互相渗透、生活多姿多彩。

营造技术交流氛围，提高工作能力水平

在技术中心走廊里的一面墙上，有块名叫“新材料新技术 新思想”的“玻璃板”非常醒目，它是技术中心的“技术板块”。它不断更新着各部门提供的石膏板生产线上各种技术创新、各种前沿信息、各种软件应用等，其中，有机电技术部总结的生产线上机械电气设计安装方面出现的问题及改进措施、有工艺技术部的最新改进工艺流程和思路、有技术装备部提供的普通和特种加工设备的介绍及生产线设备设计制造改进方案介绍，它被各部门用心修饰得活跃、自然，易于大家从枯燥的技术中找到乐趣；它让大家在走廊里驻足的片刻，同样受到技术的熏陶，它已经成为技术中心的技术交流平台。“技术信息速递”是技术中心的内部电子刊物。刊物包括行业信息、科技前沿、专利信息、北新动态等内容，是技术中心技术信息源泉之一。呵呵，别忘了还有每间办公室内那些小小的刊物书架，上面不断更新的各种科技刊物，刊登着新的技术、工艺、设计、设备、材料等信息，实时呈现着各专业领域及行业的科技成果和实际应用，为拓展员工的知识领域，激发创新灵感营造了一个很好的学习氛围。在这浓郁的技术氛围中，技术中

心研发的各项新技术已陆续在新建生产线得到实际应用，同时各部门在工作中更好的团结合作和默契配合，在一定程度上提升了技术中心员工的整体技术水平。

编写快乐活泼生活，弘扬北新“家”的文化

走廊里另一面墙上的“文化视窗”是技术中心的“生活板块”。在这里，节日的快乐瞬间留念、护肤和彩妆的精彩授课、愉悦放松的周日郊游、员工们的靓照及心得等等齐上阵。在这里，有可爱龙宝宝们的出生和成长记录；有自己生活中的各种攻略（购物、旅游等）的详细记录，与大家分享，使大家有“捷径”可走；还有小知识和小常识（科学饮食、安全常识等）。在这里，你能感受到拥有向心力、亲和力和凝聚力的家的温暖。

“工作与生活同行，快乐与梦想齐飞”，让生活更精彩，让工作更缤纷，让技术更上一层楼，是技术中心不断追逐的目标。我们会努力进取，继续提高技术中心的技术创新能力和竞争力，继续传承北新“家”的文化，促进公司更好更快地持续发展。

技术中心 许红霞

勿以恶小而为之——读《领导干部从政道德启示录》有感

近期，我认真学习了《领导干部从政道德启示录》，读后颇受教益。《启示录》这本书从立身、谋事、用权、言行、创业、清廉、修身、齐家八个方面充分阐述了党员领导干部应具备的思想道德素质，强调坚持和发展中国特色社会主义、坚持党的群众路线、正确运用手中权力、坚持求真务实的作风、创造经得起检验的实绩、保持清正廉洁气节、培养高尚情操、树立正确的亲清观，是领导干部从政道德的重要内容。书中大量引用了领导干部“失德”的反面案例，读罢让人深刻地警醒，领导干部从政道德问题绝不是无关痛痒的小问题，也绝不是可管可不管的细节问题，而是关系到理想信念、立场方向、掌权用权的大问题。自觉加强道德修养、不断提高道德修养，应该是每个共产党员、每位领导干部持续终身的课题。

新一届中央领导集体提出改进作风的八项规定、近期正在开展的党的群众路线教育实践活动要解决的突出问题就是形式主义、官僚主义、享乐主义和奢靡之风。可以说，作风问题是领导干部思想道德的外在表现。一个党性意识强、思想品行好的人必定是作风好的人；反之，一个作风不好的人，也必定是党性修养和道德品质欠佳的人。当前，一些不良作风严重破坏党风、政风和社会风气，比如公款吃喝、公款旅游、铺张浪费、借婚丧宴请收受钱财等，这些现象的产生也反映了某些领导干部存在一些错误的理解认识。有的人认为酒桌上交际应酬可以联络感情或者说是工作需要，算不上作风问题，孰不知餐桌上的美酒佳肴会让人慢慢形成吃喝惯性，长久下去会酒令智昏、行差就错；有的人认为婚丧嫁娶互相随的“份子钱”是民俗、是人情世故，孰不知拿人手短，今天收了所谓的礼钱，明天就薄不了面子为其办事，长此以往终会铸成大错。这些不正之风虽然只是个别现象，但毁坏了党员干部自身形象，给一个地方、一个企业造成了严重的负面影响。事实证明，加强思想道德修养是改进作风的重要途径，无论是领导干部还是普通党员，只有不断改造自己的主观世界，不断筑牢思想道德防线，才能抵挡住各种诱惑，经受住各种考验，才能真正使自己的心灵得到净化、思想得到升华。

从政道德修养是一个循序渐进、不断累积的长期过程。不仅要在思想品质、道德意识等方面长期进行自我教育、自我锻炼、自我改造，更要在实践中不断完善和强化。首先，要慎独自律。“慎独”是一种无时不在、无处不有的道德自觉。领导干部要时刻坚持自己的道德信念、做人原则，

规范自己的道德行为，不能因为没有人监督就自我放松、自我麻痹，不因为无人监督就恣意妄为。要省察克治，时常反省检查并克服整治自己思想和行为中的一些不良倾向和不好的毛病、习惯，做到“吾日三省吾身”。其次，要见贤思齐。要向道德高尚的人看齐，努力学习他们可贵的品行。经常以他人为镜，查找自己的缺点，客观地看待自己的缺点并勇于改正。最后，要积善成德。古人云：“善不积不足以成名，恶不积不足以灭身”。加强道德修养，改进工作作风要从小事做起、从自身做起，不断累积、循序渐进，切勿以善小而不为，勿以恶小而为之，要积小善而成大德。

加强道德修养还要从严管理，而从严管理的有效手段则是从严查处。最近国资委通报了中央企业公款旅游、公款吃喝、大办婚宴收受礼金等 5 起顶风违反中央八项规定的典型问题，再一次为我们敲响了警钟。有些人可能会有疑虑，这些“小事”为何会受到严厉追责？这会不会显得党在处理这些问题上有些“矫枉过正”甚至有点“小题大做”？其实这些恰恰充分体现了党要管党、从严治党的坚强意志，体现了求真务实、转变作风的坚定决心。作为中央企业，必须要严格执行党的纪律，做到令行禁止。而违反党纪国法的行为，必将受到严厉惩处。从严查处绝不是“雷声大雨点小”，而是实实在在的“动真格”。只有真真正正的从严管理监督党员干部才能有威慑力，才能在刚出现苗头时给予严格警示提醒，避免一再错误下去。从严查处也不是简单的从重、从快查处，也不是突击式处置，而是要加强日常监督，早发现，早整治，及时把问题消除在萌芽状态。

细读《启示录》，深感书中虽然是针对领导干部提出了立身、谋事、用权、言行、创业、清廉、修身、齐家等方面的思想道德要求，但对普通党员来说，这其中很多方面同样是需要把握的原则和加强修养的方向，这也是一本加强党性修养的很好的教科书。

p; 纪检监察室 马越梅

太仓北新举办中秋园游会

本报讯 为庆祝中秋、国庆双节的到来，丰富员工业余文化生活，9月17日晚，太仓北新工会举办了一次独具特色的中秋园游会。

当晚，除正常生产人员，共计有 200 多名员工来到园游会现场。首先引入眼帘的是一扇巨大的红色气拱门，门上印有“太仓北新中秋园游会”九个大字。远处飘来阵阵羊肉串的香味，不由让人垂涎，浓浓的节日气氛不言而喻。

19 点整，随着太仓北新工会主席一番慷慨激昂的演说，“太仓北新中秋园游会”正式拉开帷幕，各部门领导放下平日里繁忙的工作参与其中，让员工们心中倍感温馨。园游会上，烧烤美食、月饼、奖品应有尽有，团队竞技——集体跳绳、八人九足等游戏将现在气氛推向了高潮，这几项运动让我们深刻认识到团队合作的重要性，也启发我们在工作、生活中，只有团结协作才能更好地达到目标。

随后的“石膏板知识问答”项目让员工们对石膏板以及石膏板的生产等有了更深入的了解，抢答赛现场的热烈气氛缓解了平日工作的紧张，更增近了各部门之间的交流。

两个多小时转瞬即逝，园游会临近结束，可员工们的热情依然高涨，自告奋勇上台表演节目，太仓港港区歌唱大赛获奖歌手童齐的一首《高原红》再次把现场气氛拉到了高潮，掌声、呐喊声响彻云霄。

思念的夜，大家虽然无法回家团圆，可是在北新建材这个“家”里，太仓北新人同样感受到浓厚的温馨、快乐，更加坚信北新的明天会更加美好、更加红火。

图/文太仓北新 顾力群

公司工会举办 2013 年度秋季羽毛球赛

本报讯 为弘扬北新的企业文化，提高员工的身体素质，促进企业内部员工之间的相互交流与沟通，9月27日下午，公司工会在龙观置业大厦活动中心举办了 2013 年度秋季羽毛球竞赛活动。

本次活动得到公司广大羽毛球爱好者的广泛支持，在京的各基层工会纷纷踊跃报名参加，最终有十支队伍，近 50 人参加活动。个别联合组队虽来自不同部门，大家没有太多时间在一起练习，但凭借良好的基本功，在竞技过程中同样展现出精湛的球技和较好的精神风貌。经过近三个小时的激烈角逐，石膏板生产技术平台队荣获冠军，建塑厂队荣获亚军，矿棉板事业部队与综合商务部一队并列季军。

工会 范劲松

四川省统计局总经济师熊建中一行赴广安北新调研

本报讯 近日，四川省统计局总经济师熊建中一行十余人赴广安北新调研。此次调研主题为“工业生产与固定资产投资”。广安北新相关负责人陪同来宾参观了新型房屋展示区，并详细介绍了广安北新的发展历程及企业文化。熊建中等给予广安北新一致好评，希望广安北新再接再厉，与地方携手共建美丽、和谐、繁荣的新广安，为实现社会主义伟大复兴的“中国梦”尽一份绵薄之力。

广安北新 财务 李志永

衡量 IT 系统投资回报

企业的任何投资都希望得到回报，而且越高越好，信息化投资也不例外。在信息技术高速发展的今天，IT 系统是否有价值这个问题早已经变得毋庸置疑，但 IT 投资回报率能达到多少？这是在提出 IT 投资申请时需要明确回答的问题。

而当被问 IT 投资的效益时，大多数企业只能给出笼统模糊的回答，如提高企业效率、增强企业竞争力、扩大客户群和加强公司等，且总是强调 IT 投资回报是难以量化的、是长期的，只有少数企业能以一些简单的计算数字直观地证明 IT 投资的价值。因此，怎样更好地计算 IT 投资的投入产出比成为了 IT 项目重要的工作之一。

硬投入与软回报

信息化建设是“真金白银”的硬投入，而产出却是难以用数字计算的“软回报”，有的回报是可以量化的，有的是难以量化的；有的是短期的，有的是长期的；有的是财务回报，有的是非财务回报，还有的是社会回报。财务回报主要表现在提高预算和现金管理能力、降低库存、减少延期交货、采购提前期缩短、降低采购成本等，非财务回报主要表现在增强企业动态应变市场的能力、提高决策水平、更好的客户服务等。例如电子政务建设带来的效益，除提高业务部门的工作效率、降低办公成本等外，更多的表现为社会效益。由于受到多方面因素的影响和制约，衡量企业 IT 投入与回报的问题相当繁杂，远不是几张报表所能涵盖的。

短期回报率和长期回报率

有些 IT 投资的效益马上就能表现出来，有些 IT 投资的效益则需要很长时间才表现出来。CAD、CAM 等需求单纯、目标明确的 IT 项目，短期内就能见效，如提高了多少效率，完成了哪些以前无法完成的工作等；而 ERP、CRM 等大型 IT 项目的回报，则需要很长时间才能完全表现出来。如国内企业的 ERP 规模很大，包括财务、管理会计、销售与分销、物料管理、生产计划五大模块和电子商务等部分，整个项目投资巨大、耗时持久，一时确实很难看出某一阶段的某一功能模块的实施能为企业带来多少经济效益，但长期来看，一旦这些标准统一的功能模块集成起来，这个庞大的信息化系统不但将给企业带来管理上的飞跃，同时也将为其业务与国际接轨奠定基础。

量化评估与非量化评估

信息化建设的成果是可以衡量的，只是衡量的标准与形式并非那么直接。例如，增加一台 PC 看不出直接的效益，但至少还可以做到代替某些手工流程；而建立 ERP 不但看不到令人赏心悦目的改变，还会感觉原有的秩序被完全打乱。

投资回报率 ROI 原本是会计学概念，它的结果通常用百分比来表示，即投入产出比，简单来说就是企业所投入资金的回报程度。在计算 ROI 的时候，IT 投入的成本我们可以很容易计算，但是带来的收益却是很难预测的。很难找到一套完全客观的标准来衡量信息化的效益，但有一些量化和非量化的指标可以作为评估标准的参考。

① 定量效益

- 降低库存（库存占用、库存资金周转次数、盘点误差）
- 合理利用资源（缩短生产周期、提高生产效率、减少装配面积、减少加班）
- 按期交货，提高客户服务质量（按期交货率）
- 降低成本、降低采购费、减少加班费、增加利润
- 减少财务收支差错、减少经济损失、降低财务资金成本（通过提高资金管理，提高资金计划的准确度和高效率，降低财务风险）

② 定性效益

- 领导和管理人员掌握市场销售、生产和财务运行状况
- 企业员工面貌和素质有很大变化
- 管理人员从事务处理中解放出来，致力于规范化、实质性的管理工作
- 规范了管理，对产品质量其一定的保证作用等。

把效益梳理出来

在实施信息化前，要先“冻结”旧数字，信息系统运行一段时间后，再测量出“新”数字，把能

量化的数字尽量量化；另一方面，对难以量化的效益指标，要细心从业务部门收集“故事”，用案例说明信息化给企业带来的管理变革和效率提高。

尽管 IT 投资的效益很难用一套评估体系来衡量，管理者仍然需要想方设法把信息化的效益梳理出来，让管理层看到信息化带来的实实在在的实惠，以增强对信息化的信心和决心。

总而言之，计算 IT 投入回报收益是需要站在企业全局的动态角度上，充分考虑企业的发展战略目标，充分考虑 IT 投入的硬收益和软收益特点，做到明明白白地进行 IT 投入回报 ROI 计算。衡量企业 IT 投入的效益，也必须充分考虑企业的实际情况，因为企业信息化本身就是一个不断完善的过程，需要循序渐进、分步实施。

信息化工作部 阮崇薇

十万平米龙牌矿棉板装点新密云医院

本报讯 近日，北新建材龙牌矿棉板吊顶系统全在中标密云医院新址。

密云县医院是密云地区唯一一所集医疗、教学、科研、康复、预防保健为一体的综合性二级甲等医院，新建密云县医院位于密云县县城东部长城环岛东南侧，项目占地 168 亩，建筑面积为 13.8672 万平米，设置床位 940 张，投资总额为 9.6 亿元，力争在十二五期间建成投入使用。届时，一座功能完善、设施齐全、环境优雅、服务一流的县医院将展示在世人面前，造福于全县人民，医疗整体水平走在北京市各郊区县的前列。

随着城镇化建设的不断推进，高度重视绿色发展，环保建材日益成为建材行业的主力军。北新建材作为中国新型节能环保建材规模化生产和应用的引领者，坚持以推动行业的健康发展和升级为己任，以“绿色建筑未来”为产业理念，为公共建筑提供绿色建筑综合解决方案。龙牌矿棉板吊顶体系在密云医院新址项目中，充分发挥了产品棉多板材好的特点和不含珍珠岩、废报纸，不含石棉等有害物质的环保优势，使用的各种原材料均为绿色环保材料，生产过程坚持采用环保无污染的纯棉生产工艺，回收率可达 100%，有效地将低碳节能融入到城市化发发展中。龙牌矿棉板不仅含棉率高，遇火稳定性好，而且板材强度及抗下垂性能大大优于同类产品，其防潮性能优异，多孔分布结构吸声性能优异等特点，深入客户心中，充分满足了客户需求，龙牌矿棉板吊顶体系在众多竞争对手中脱颖而出，成功入驻密云医院新址，项目中近 10 万平米吊顶均采用龙牌 15mm 工程矿棉板及相应配套烤漆龙骨。

矿棉板事业部秉承“质量上上、服务上上、价格中上”的经营理念，扎实推进公司的“制高点”策略，与各地主要的建筑装饰公司发展战略合作伙伴关系、全面占领各地的主流经销渠道等市场营销制高点，并与相关行业设计院建立全面战略合作伙伴关系，努力全面占领全国医疗，教育，办公等地各个地标性建筑重点工程。同时开发一系列新型产品，在追求产品质量、功能的同时更加注重产品的设计理念以及满足现代建筑对艺术表现力的追求，在研发，生产、攻关，销售等各环节中环环相扣，深得广大客户的认可，提升了龙牌矿棉板吊顶体系的市场占有率。

文/朱郑 杨亚彤

北新建材“龙牌”矿棉吸声板荣获北京市

著名商标

本报讯 近日，北京市工商局对外披露，新一轮北京市著名商标认定工作结束，北新建材“龙牌”矿棉吸声板被认定为2012年度北京市著名商标。据悉，2012年度北京市企业申报商标共有千余件，其中179件获评。北新建材“龙牌”矿棉吸声板凭借过硬的产品质量和极高的品牌影响力，被认定为“北京市著名商标”，该称号的获得是社会各界对龙牌产品质量、性能的认可，同时进一步加强了对“龙牌”品牌在法律层面的保护。

北新建材“龙牌”于1982年注册使用，石膏板、矿棉板、龙骨、涂料等核心产品均印有“龙牌”标记。经过公司三十余年的精心培育，“龙牌”早已成为业内顶级品牌，享有较高品牌知名度及美誉度，其中，龙牌石膏板2008年被认定为中国驰名商标。

北新建材“龙牌”矿棉吸声板全套引进世界最新设备和软件技术，采用国际最先进的湿法抄取纯棉生产工艺，形成原材料绿色环保、生产过程无污染、产品100%回收利用的绿色生产链，是世界纯棉矿棉板技术的领导者。龙牌纯棉体系矿棉板不含膨胀珍珠岩、废报纸、石棉等有害物质，矿棉纤维含量达到80%以上，有机物含量低，遇火稳定性好，燃烧性能可满足A级不燃材料需求，以“防火、防下陷”著称，板材强度及抗下垂性能大大优于同类产品。龙牌矿棉吸声板因其“纯棉制造，棉多板才好”而著称，在国内畅销华东、北方、南方、中西部地区，境外远销台湾、澳大利亚、日本、泰国、印度、越南、柬埔寨等国家，国内众多地标性建筑如国家体育场“鸟巢”、上海世博园工程、全国人大机关新办公楼、国家大剧院、人民大会堂、公安部大楼、上海环球金融中心、清华大学、朝阳医院等全面应用该产品。之前该产品还荣获“中国绿色、环保、节能建材产品”、“北京市自主创新产品”、“中国矿棉板市场用户满意第一品牌”、“中国环境标志产品认证证书”等多项殊荣，此次被认定为北京市著名商标堪称实至名归。

北新建材一直高度重视品牌建设及商标管理工作，公司积极推进商标战略实施，促进经济发展方式转变，提高企业核心竞争力，争创更多著名商标与驰名商标，并成立专门的部门对品牌商标进行全面管理与保护，制定各项商标管理制度，使商标管理的日常使用制度化、规范化。截至目前，公司共申请注册商标321件，已注册商标253件，成功打造了三件中国驰名商标，四件北京市著名商标，两件知名品牌。北新建材品牌价值从2009年的76.33亿元提升到2013年的212.65亿元，荣登“中国500最具价值品牌”排行榜第82位、“亚洲品牌500强”第193位，与Toto、立邦共列亚洲建材行业品牌前三甲。

文/图 品牌中心 赵雯雯

北新建材全面中标中国唯一武汉万达七星级酒店

北新建材聚焦战略的实施加强了区域化能力建设和本地化服务能力，直接了解市场一线情况，快速决策，快速反应，有针对性地全面服务于本地市场。正是在此背景下，北新建材凭借品牌、技术、产品和服务优势一举拿下了中国唯一七星级酒店——武汉万达瑞华酒店项目。

武汉万达瑞华酒店是大连万达集团在国内推出的第一家万达瑞华品牌酒店，也是目前国内唯一的七星级酒店。该酒店坐落在武汉中央文化区核心位置——汉街万达广场，紧临东湖、楚河汉街，是大连万达集团投资500亿元人民币倾力打造的“以文化为核心，兼具旅游、商业、商务、居住功能”为一体的世界级文化旅游项目的核心组成部分。武汉万达瑞华酒店总建筑面积约7.08

万平方米，其中地上建筑面积约 6.23 万平方米，地下建筑面积约 0.85 万平方米。地上 21 层，地下 4 层，客房总数 411 间，其中标准间 376 间，套间 30 间，三联套豪华部长套间 4 间，总统套间 1 间。该酒店落成后将成为武汉地区的新地标。

品牌优势抢占市场先机

武汉万达瑞华酒店项目吸引了国内外众多知名建材品牌的竞争。近年来，北新建材推行制高点策略，对全国重点工程、标志性项目发起攻势，于 2008 年中标北京奥运场馆的建设、2009 年参与上海世博建设，全面中标 CCTV 新台址，北京第一高楼国贸三期，武昌第一高楼武汉保利文化广场等等。公司的“制高点”策略在国内屡屡攻城拔寨，提高了龙牌系列产品的品牌影响力的美誉度。2013 年 6 月由世界品牌实验室发布的《中国 500 强最具价值品牌》，北新建材品牌价值 212.65 亿元，位列建材行业前三强，是中国为数不多的具有国际竞争力的自主品牌。所以，龙牌系列产品一开始就凭借着强大的品牌优势入选了甲方选材的品牌库。

技术创新提升市场竞争力

武汉市地处中低纬度，属亚热带季风气候，雨水充沛，湖泊纵横，常年湿度大。武汉万达瑞华酒店吊顶面积多，单体吊顶面积大，尤其是国内首屈一指的 1500 平方米的宴会大厅造型繁复，但武汉常年湿润的天气容易造成石膏板吊顶易下垂和接缝处开裂，为此北新建材精心准备了其专利产品龙牌双防石膏板，其“防开裂，防下陷”的独有品质专门适用于湿度大的环境。经国家建筑材料质量监督检验中心抽检，龙牌双防石膏板的棱边和端头的硬度分别为 168N 和 188N，远大于国标要求的 80N，该指标大大增强了石膏板的握钉力，从而十分有效的增加了吊顶墙体的整体稳定性。“龙牌”的技术优势使得施工方省去了很多后顾之忧，施工方毫不犹豫选择了龙牌系列产品。

武汉万达瑞华酒店 1-5 层公共部分有着大面积的宴会厅和会议室，墙体普遍高度在 4 米及以上。如果选用标准长度 3 米长的轻钢龙骨做隔墙，需要用拉铆钉来延长竖龙骨高度，同时要在隔墙体系系中多增加一道横撑龙骨，如采用此方案，不但增加施工难度，而且费时费工费料。为此北新建材专门给施工方定制加工了一批 4 米和 6 米长的竖龙骨，从而实现了无缝连接。

本地化服务彰显竞争优势

北新建材把生产基地放在市场一线，在全国各地拥有 54 条生产线，产能达到 16.5 亿平方米。武汉万达瑞华酒店的甲方和施工方除了看重北新建材的品牌优势和技术优势外，武汉石膏板厂的本地化服务也是重要影响因素。武汉万达瑞华酒店计划于 2014 年 3 月 1 日正式营业，甲方给装饰公司的施工期很紧，同时很多材料需要定制加工，装饰公司一度很担心北新建材的物流配送能否跟得上。北新建材用实际行动回答了施工方的疑问，装饰公司白天下订单，货物晚上就能送达项目现场。前一天提出定制加工要求，第二天加工好的产品就能运输到位。武汉万达瑞华酒店位于武汉中央文化区，晚上 22 点之后货车才允许进场，我们克服种种困难，坚持做到每一单货物都准时准点运达，全力保障施工方的进度，此举深得施工方满意。

武汉万达瑞华酒店“牵手”北新建材，再一次印证了北新建材聚焦战略的成功。北新建材聚焦战略更有效地持续推进“制高点策略”，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”。

南方事业部 李建超

北新建材连续第 4 次入选“亚洲品牌 500 强”

名列亚洲品牌第 177 位，亚洲建材行业第二位

本报讯 9 月 28 日，2013 年《亚洲品牌 500 强》排行榜揭晓，北新建材排名 177 位（去年 183 位），跃居亚洲建材行业品牌第二位。今年亚洲建材行业立邦排第 105 位，TOTO 排第 184 位。世界经理人集团董事局主席、世界品牌实验室主席、诺贝尔经济学奖得主罗伯特·蒙代尔教授和耶鲁大学教授莱维·多尔教授为获奖企业颁奖，北新建材品牌中心总经理陈燕代表公司上台领奖。

此次排行榜由世界品牌实验室和世界经理人集团共同编制并发布，这是世界品牌实验室第八次对亚洲品牌的影响力进行测评。“亚洲品牌 500 强”从 2006 年开始每年发布一次，其评判标准是品牌的亚洲影响力，即品牌开拓市场、占领市场、获得利润的能力，基本指标包括品牌市场占有率、品牌忠诚度和品牌在亚洲的领导能力等。北新建材作为中国新型建材行业的开创者与领导者、全球最大的石膏板产业集团，已连续第 4 次入选，并逐年取得新的突破。

近年来，北新建材以打造具有国际竞争力的中国民族自主品牌为己任，高度重视品牌建设，将之作为公司战略引擎之一，是中国建材行业中第一家将品牌建设提升至公司战略层面的企业。公司大力实施“制高点”及“大品牌、大渠道、大发展”策略，坚持把技术、创新、服务、品质作为品牌经营的重要元素，通过有针对性地策划大型专题活动、多种形式的品牌传播及战略合作占据产业链制高点等品牌策略，夯实北新建材业内高端形象，不断为品牌注入新的元素，持续提升品牌价值，从而提升企业核心竞争力。

为确保一流的产品品质，三十多年来，北新建材始终坚持技术创新，在技术创新及全系列产品开发与系统应用等方面取得的建树，造就了其在新型建材领域的至高地位，连续入选“亚洲品牌 500 强”，标志着已经获得国际承认并具备了一定的国际品牌知名度和国际影响力。在发展中，北新建材始终坚信品牌的力量，坚持品质与品牌相辅相成，坚持国内与国际市场接轨，公司业绩连续八年保持 30% 左右的持续稳健增长，是中国为数不多的可以在技术质量、销售价格、市场份额上都超过同业外资世界 500 强企业的中国自主品牌。

出席会议的罗伯特·蒙代尔教授指出，“中国制造(Made In China)的优势正在衰退，到了中国名牌(China Brand)登场的时候了！需要大量人工的服装、纺织、鞋类、玩具和电子等跨国公司，正在将集约化生产工厂转移到其它成本较低的亚洲国家，如越南、柬埔寨、缅甸、孟加拉国等。中国工厂要么倒闭，要么创建自己的品牌，或者收购欧洲品牌”。

据悉，今年“亚洲品牌 500 强”共有 19 个国家和地区的 500 个品牌入选，韩国三星、中国工商银行、日本丰田名列前三，中国、日本和韩国是入选品牌最多的三个国家。中国(包含港澳台)以 204 个品牌上榜位居第一，占整个亚洲品牌 500 强的 40.8%，再次超越日本。

文/图 品牌中心 潘洋萍