

北新建材

北新集团建材股份有限公司主办

网址: www.bnbm.com.cn

邮箱: wangyf@bnbm.com.cn

2016年3月20日 第641期 北京市内部报刊准印证 第(Z)0365—980346

自我革新 整合优化
北新建材开启钻石十年

2015年毛利率增至31%,负债率降至32%

北新建材开启钻石十年



继北京APEC主会场之后,2016年G20峰会主会场杭州博览中心全面采用龙牌净醛石膏板和轻钢龙骨

本报讯 3月17日,北新建材董事会审议并通过2015年年报等有关议案。2015年北新建材可以用三个30%来描述:销售毛利率增至31.3%,同比增长1.4个百分点;资产负债率降至31.9%,同比下降4.3个百分点;连续5年按照可分配利润30%左右对全体股东进行现金分红。坚持“审慎投资、稳健经营、严控风险、持续发展”的经营理念,在持续保持30%净利润复合增长

率的黄金十年基础上,自我革新、整合优化,既要规模、更要效益,既要数字、更要数字的质量,全面开启北新建材的钻石十年。

公司主产品石膏板销量增至约14.5亿平米,石膏板业务规模全国布局增至20亿平米,继续稳居全球第一;经营性现金流量净额增至19.1亿元,同比增长21.7%;应收账款占营业收入比例降至2.5%,存货余额同比下降15.5%。公司合计销售收入75.5

亿元,实现利润14.1亿元,其中归属于母公司净利润约9亿元,实现EVA(经济增加值)7.5亿元,扣除美国诉讼费用和政府财税返还奖励等非经营性因素,归属于母公司净利润同比增长约4%。在政府和国有企事业单位的楼堂馆所建设全面停止、商业地产遇到严峻挑战、住宅地产投资下滑的行业趋势下,包括石膏板在内的建材行业企业效益普遍大规模下滑,很多石膏板企业关停倒闭,北新建材是为数不多依然保持逆势增长的企业之一。公司的经营质量和市场竞争力进一步提高,经营质量创造了历史最好水平,同时为下一步发展壮大积累了雄厚的资本实力。2015年中国上市公司高峰论坛通过专家评委和网民投票,北新建材荣获“最佳股东回报上市公司”称号。

2015年公司本部和控股子公司泰山石膏对于美国诉讼进行了全面应诉,律师费等相关费

用支出同比大幅增长1.6亿元左右。截至2015年12月31日,北新建材及控股子公司为美国诉讼已累计支出律师费等有关费用合计约2.7亿元。近日,北新建材接到公司实际控制人中国建材集团的通知,美国路易斯安娜州东区联邦地区法院于美国时间2016年3月9日签发了一项判令,驳回了原告方针对中国建材集团的起诉。

坚持创新驱动战略,打造供给侧竞争力

2015年,北新建材围绕产品端、生产技术端、应用技术端,以北京未来科技城25万平方米总部研发基地为核心,在全国60个产业基地建立技术创新研发机构,与各大科研院所、社会研发资源、全球技术资源积极合作,形成协同开放的技术创新体系,通过创新驱动,打造供给侧竞争力。

技术创新方面,北新建材高强轻板石膏板新技术研发成功

并实现商业化应用,实现了石膏板强度韧性和握钉力继续保持超越外资同行产品的关键技术突破,同时每条生产线可节省成本500万元以上。产品创新方面,做到既有迭代创新,也有开发创新。净醛石膏板新产品升级迭代创新,将原净醛石膏板的甲醛吸附净化能力,通过创新升级为甲醛分解净化能力,解决了以往净醛石膏板甲醛吸附饱和再释放的问题,继续保持行业领导地位和创新引领地位。继北京APEC主会场之后,2016年G20峰会主会场杭州博览中心全面采用龙牌净醛石膏板和轻钢龙骨,将再一次在全球各国领导人面前展现北新建材的产品风采。通过开发抗菌防霉石膏板,扩大了石膏板应用场所,尤其有利于在较为潮湿的南方市场的推广应用。高隔声防辐射石膏板已开发并在市场逐步推广应用。

(下转2版)

引领绿色消费 促进供给侧改革

北新建材列入首批绿色设计产品名录

本报讯 3月22日,中国标准化研究院在京召开首批绿色设计产品名录媒体发布会,发布了覆盖4类产品、7家企业、11种产品的首批绿色设计产品名录,该名录是工业和信息化部授权中国标准化研究院开展绿色设计产品评价试点工作的首批成果,北新建材穿孔石膏板、装饰石膏板及矿棉吸声板三项产品被列入首批绿色设计产品名录。工信部节能与综合利用司高云虎司长、国家质检总局产品质量监督司梅建华司长、国家标准委工业标准一部肖寒主任出席发布会并分别就绿色制造、绿色产品监督机制、绿色产品标准体系建设介绍了“十三五”期间的总体布局和思路。会上,绿色设计产品评价试点授权机构中国标准化研究院马林聪院长宣读了包括北新建材系列产品在内的首批绿色设计产品名录。北新建材副总经理管理作为首批绿

色设计产品企业代表在发布会上发言,呼吁和倡导通过推进墙体改革,推广“石膏板多层复合板式结构墙体”,大力推进建筑、城市和人居环境的绿色化。

为落实国务院的部署安排,国家标准委于2015年发布了绿色设计产品评价系列国家标准。绿色设计产品评价标准是从产品全生命周期出发,统筹考虑原材料选取、能源消耗、环境影响和产品质量、健康安全等属性,兼顾节能、环保、节水、循环、低碳、再生等方面,选取对人们身体健康、生态环境安全影响、与产品质量性能密切相关的典型指标,作为评价产品绿色程度的指标,同时兼顾对生产企业提出一些管理要求,并考虑未来与国际标准接轨,借鉴欧盟正在建立的产品环境足迹评价方法,采用量化评价指标与生态评价报告相结合、定量评价和定性评价相结合的方法,建立了统一、全面

的绿色设计产品评价标准,遴选出绿色设计产品。受工业和信息化部授权,中国标准化研究院依据工信部批复的《绿色设计产品评价试点实施方案》和绿色(生态)设计产品评价系列国家标准,在企业自愿申请的基础上,经材料审核及必要的专家评审、公示等环节,形成了覆盖4类产品、7家企业、11种产品的首批绿色设计产品名录,进入名录的产品可按照GB/T 32162《生态设计产品标识》国家标准的要求粘贴绿色标识,并将加大对企业开展绿色设计的支持引导力度,逐步完善对绿色设计产品的财税金融支持和政府采购等政策。

管理副总经理在发布会上指出,在绿色已成为美丽中国重要标志的当下,走绿色发展道路就是要在经济社会发展中倡导生态、绿色、低碳、环保、循环的理念,绿色化的关键在绿色建筑,绿色建筑的基础在绿色产



品。最近国家提出的供给侧改革及房地产行业的升级也在呼唤绿色建筑、绿色建材的普及和推广,他呼吁绿色建材的推广发展需要政府和企业一起发力。他说,我国早在十几年前就推行墙体改革,以破坏耕地为代价的实心砖使用量绝对数字仍在增长,政府发力可以在三个方面,一是产品定义方面,要坚决地淘汰一

批、升级一批、鼓励发展一批;二是在政策支持方面,要大力鼓励绿色需求;三是在企业支持方面,要引导优秀企业发展壮大。企业则做好两项工作,一是大力研发和推广绿色建材,使之市场化、普遍适用化;二是学习借鉴国外先进经验,整体推进国内建材行业的绿色化。

文/王燕飞 图/王森森

2015 年毛利率增至 31%, 负债率降至 32%

北新建材开启钻石十年



浙江乌镇互联网国际会展中心
不论世界互联网怎么+,也离不开龙牌石膏板+



三亚海棠湾红树林七星级酒店



深圳华润银湖蓝山高档住宅

(上接 1 版) 截至 2015 年底,北新建材申请专利合计 2497 件(其中发明专利 415 件),授权专利 1013 件(其中发明专利 134 件),授权专利第一次突破 2000 件大关,其中 PCT 国际专利 15 件。2015 年,北新建材荣获工信部认定的国家技术创新示范企业(建材行业唯一一家)、全国工业企业质量标杆企业;作为科技部等三部委联合认定的“国家级创新型企业”,实现技术创新和产品质量的国家级认证大满贯。

坚持制高点战略,打造世界级品牌

2015 年,北新建材积极应对当前市场形势的巨大变化,将营销组织升级为市场的策划者、组织者、推动者、创造者、赋能者。在“项目工程”和“渠道分销”两大传统营销优势基础上,加强拓

展创新市场,把推动“住宅墙体”改革作为重点,加快促进“装配式墙体”和“装配式建筑”的研发应用和产业化进程,推动改变中国建筑结构、建筑体系、建筑习惯,推动住宅等领域从使用传统砖头砌块墙体向使用石膏板复合墙体转变,将墙体改革进行到底。将“家装零售”升级为公司战略,将龙牌从工程市场第一品牌向家装零售消费市场第一品牌推进,让千家万户都用上奥运会、世博会、APEC、G20 主会场乃至五星级酒店装饰装修的首选品牌“龙牌”,与天安门零距离,打造家喻户晓、国人自豪的中国自主品牌。

2015 年,北新建材继续保持了在全国地标工程等制高点项目的优势。继中国第一高楼平安金融中心和上海中心之后,今年

的中国地标项目广州东塔、浙江乌镇互联网国际会展中心、拉萨圣地天堂洲际酒店、海南三亚红树林七星级酒店、华润银湖蓝山高档住宅等各地标志性重点工程都继续采用龙牌石膏板等系列产品。中国银联研发中心工程采用北新建材创新研发的 F 龙骨及石膏板系统,成功实现了中国第一个“零木板”的鲁班奖获奖工程。在中国人民抗日战争胜利 70 周年阅兵式前夕,北新建材的龙牌漆再次粉刷天安门城楼,与“国之重器”一起,向世界展示了北新建材的风采。

北新建材品牌价值再创新高,达到 335 亿元,位居世界品牌实验室中国 500 最具价值品牌排行榜 77 位,荣获工信部“全国工业品牌培育示范企业”、“中国石膏行业年度公司”(行业唯一)等表彰。北新建材及其“龙牌”是在质量、技术、规模、效益等方面全面超越世界 500 强外资品牌的中国自主品牌,北新建材钻石十年的目标是进一步将其打造成为代表中国制造业水平的世界级品牌。

自我革新、整合优化,全面提升经营质量和市场竞争力

2015 年新年上班第一天,北新建材就召开员工座谈会和动员会,提前部署和应对即将到来的行业下行压力,全面加强组织能力和团队建设,全面梳理每一项业务、每一块资产,每一个人都以“有激情、负责任、更阳光”的积极心态进行自我革新,全面推动整合优化。

全面实施“减机构、减层级、减公车、减冗员”的四减工作,公司本部机构合计减少 50%,按“小总部、大业务”进一步推进管理整合,实现公司组织活力、运行效率和市场竞争力的稳步提高。在公司内部通过精细化管理大幅降低运营成本。全面推行“双线择优”管理模式,在产供销各领域推行竞价生产、竞价采购等一系列降低成本、优化管理的措施,全面推行销售系统以利润贡献为核心的考核

激励管理体系。北新建材本部机构和基地的机构人员规模不仅低于外资企业,也低于民营石膏板企业,以“央企实力+外企管理+民企活力”为目标不断整合优化,全面提高公司的竞争力。

为进一步整合优化公司内部资源,扩大收益,提高公司利润规模,巩固行业龙头地位,2015 年,公司董事会审议通过以发行股份购买资产的方式收购公司控股子公司泰山石膏 35% 股份。本次发行股份购买资产事项完成后,公司将直接和间接合计持有泰山石膏 100% 股权,进一步突出主业,发挥协同价值,提升核心竞争力和可持续发展能力,增厚每股收益,提升股东回报水平。

启动钻石十年计划,打造中国工业界标杆

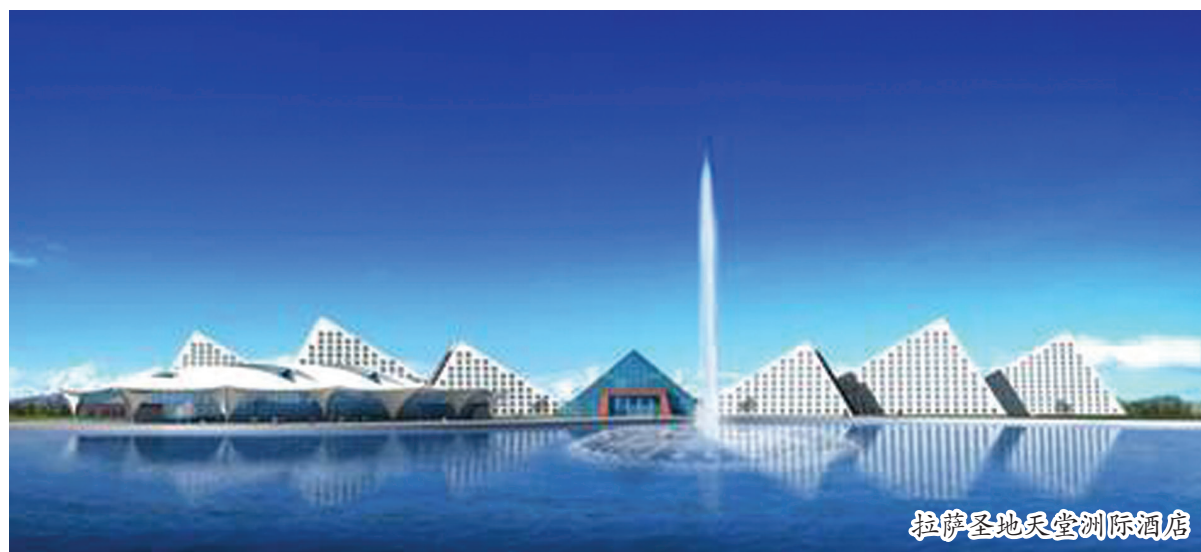
面对经济形势和行业变化,北新建材逆势而上,确立了“推进建筑、城市和人居环境的绿色化”、“推进人的全面发展”作为公司的使命和目标,依托黄金十年期间积累的人才优势、资本优势和经验优势,全面开启北新建材的“钻石十年”,致力于将石膏板主业进一步完善,发展成为世界级的中国工业界标杆。工业标杆不仅对标全球石膏板行业,还要对全国的工业制造业。做好质量、管理、效益、环保、安全、文化的全面发展。全面推进投资 1 亿元左右(不含土地)、实现净利润 5,000 万元左右的“六星企业”示范基地建设。2015 年,在极其不利的经济行业形势下,北新建材所属四川广安、浙江宁波、河



继深圳平安金融中心和上海中心之后,年度在建最新地标广州东塔(世界第六高楼)

北故城、山东威海、江苏江阴、山东聊城等 6 家企业实现六星企业。

北新建材还存在很多不足和改进空间。公司通过定向增发已融资 21 亿元,在公司股本增厚的同时,2015 年北新建材的净资产回报率(ROE)回调至 12% 左右,总资产回报率(ROA)回调至 9% 左右。北新建材要依托公司在黄金十年积累的资本优势,做好产品经营和资本运营两个市场,进一步继续提高公司的资本回报能力。积极发展和培育比肩石膏板规模利润级别的新业务,打造北新建材的续航动力。积极探索和推进主业并购、相关产业并购、海外并购、整合优化、国际化经营等增长机会,实现优势互补、协同发展,不断提高企业效益。继续坚持“审慎投资、稳健经营、严控风险、持续发展”的经营理念,实现公司“稳健、优质、可持续”发展。全面对标大比例投资北新建材国际同行企业的巴菲特,通过全体北新人的不懈努力,致力于让北新建材的股东比巴菲特获得更多更好更可持续的收益和成功。



拉萨圣地天堂洲际酒店

淮海公司开展技术大练兵



本报讯 为了使业务人员更加了解公司产品的内在品质、施工应用,提升产品自豪感,树立产品自信心,1月中下旬开始,历时月余,淮海公司及西北公司业务部一起,分批在各基地组织了全体业务员动手施工、技术交流培训活动。

此次培训共有三个内容,石膏板吊顶隔墙施工安装、石膏板及轻钢龙骨国标检测方法、25mm厚石膏板结构模块制作,均要求业务员在工厂技术人员的指导下协作完成。按照工厂辐射区分批开展培训,安徽、南京的业务员前往淮南开展实践,山

东、苏北的业务员前往枣庄开展培训;河南、晋南的业务员和区域公司综合管理部全体员工前往新乡开展实践。

从“纸上谈兵”到“理论与实践相结合”

以前,说到石膏板和龙骨在工程上的应用,好多业务员脑海里显现的是咱们自己宣传资料上图片的样子,想象着“应该是这样的”,或者“应该是那样的”。遇到需要提供专业技术支持的项目公关时,也是临时抱佛脚,靠自己积累的认知经验和公司提供的《轻钢龙骨石膏板隔墙、吊顶施工技术手册》和《轻钢

龙骨石膏板隔墙、吊顶国家驻标准设计参考图》的理论知识来参与项目攻关,时常会有“不怎么有底气”的感觉。此次大练兵,全体业务员从墙体设计到完成施工,全程参与,大家对照施工技术手册、图集一起研读,用理论解决了实践中遇到的各种问题,比如:隔墙龙骨如何安装摆放、竖龙骨间距如何排列、竖龙骨和天地龙骨如何固定、贯通龙骨使用标准是什么、支撑卡如何使用、龙骨如何铆接、怎样预留窗边框、石膏板的安装方向、板面接头嵌缝怎样处理等等,带队资深业务经理也对大家实践的过程进行了时时的指导和点评。通过此次实践大练兵,业务员将理论和实践充分结合起来,更加深刻的了解了产品应用,能够更好的用于指导日常工作。

从“冷漠数字”到“饱含感情的国标”

好多业务员对于石膏板和轻钢龙骨质量优劣的认知来自于检测报告上一串串的数字,这些数字的具体内涵恐怕也未曾深究,只知道这些数字就是我们产品的卖点,优于国标、优于市场上其他产品。此次大练兵,全体业务员自己当了次检验员,在工厂技术人员的现场讲解和规

范化测试标准后,亲手检验了生产线上刚下线的石膏板纵向和横向强度测试、遇火稳定性测试、石膏板抗冲击强度测试、石膏板纸面粘接测试等,检测现场不时发出“哇塞”的呼声,使大家正在了解了检测报告上数字的含义,龙牌石膏板的各项检测数值来源与完全超国标的实验数据支撑,更加提升了产品自豪感和自信心。

从“单一产品”到“吊顶隔墙系统”

结构模块是浓缩的吊顶隔墙系统,在此次培训之前,大部分业务员从未动手做过甚至未亲眼见过类似的工程制作,小小

的一个模块制作,浓缩了无数个技术点,尺寸的精确计量、石膏板纤维的方向排布等,看似小问题,却影响着施工的质量以及墙体的承重能力。产品好,工程质量才能好。

本次培训充分发挥了团队合作精神,所到之处,各基地领导、技术骨干均大力支持和指导,结构模块制作在工厂专业技术工人的指导下完成,国标指标检测在技术质量科科长的带领和指导下完成,施工要点、重点、易发生问题等,由资深营销经理进行讲解,每个人都得到了全面的训练和提高。

文/图 淮海公司 王百慧



信用管理之错误观剖析



2016年,国家的社会信用体系又有新的脉动,发改委在“大力推进信用建设 加快构建信用中国”一文中提出要在新的一年实现四大提升:提升法制建设、提升基础制度、提升信用应用、提升基础建设。这对于企业信用管理,无疑又是一股春风,带领中国的企业走进诚信新时代。

正视信用管理对企业的作用与意义是非常重要的。很多时候,企业尽管有科学的信用管理方法与流程,有完善的激励机制,但是一些关于信用管理的认识问题没有得到很好纠正,使得方法与流程无法实施,机制安排广遭非议,这里想与大家分享这些错误的观点,进一步理清思路,开拓进取。

错误观点一:销售越多,业绩越好

这是在中国企业中普遍存在的错误观念,这种观念尤其对传统产业中的企业有百害而无一利,这种错误观甚至会导致一个企业的崩溃。如果一个传统的建材公司销售部门在没有调研、没有分析的情况下就轻易地签订了合约,如果它不论信用风险大小,只注重销售的虚胖业绩,就有可能造成巨大的经营危机——为某公司提供巨额的信用(假设500万)。销售部门似乎觉得为公司争得了一大笔生意,

解决了工厂开工不足的问题。实际上,这个合约却给公司带来了很大的损失,我们不计算其他的成本、损失,单单计算利息损失这一项:五百万逾期两年的应收帐款,以年利率5%计,利息损失就高达50万。用这笔钱来支付工人的工资足足有余。更不用计算因为这笔应收帐款带来的管理成本、其他投资机会的机会成本了。以上的分析可以证明一句商业警句:在贷款回收之前的所有销售只是成本。这句话是西方发达市场经济中很多成功的销售经理的座右铭。

错误观点二:信用管理会干扰销售工作,降低业绩

我们知道,销售业绩带来的帐面利润只是一个“虚胖”的数字,它其中有很大的一部分是非现金流量的应收帐款。如果这部分资产数量巨大,就会挤占公司可以调配使用的现金流;更糟糕的情况是,假设这部分应收帐款是用相当的贷款垫付形成的,此时不仅挤占可支配的现金流,同时还增加企业还债负担,雪上加霜。现金流支配困难,企业必将会陷入重重问题之中:应付帐款难以及时支付,企业本身的信用下降;银行的贷款偿还困难,影响后续融资;有新的经济增长机会,没有现金流可用于投资,坐失良机。所以,对一个企业而言,一组虚胖的利润数字抵不上一笔可支配的现金流。信用管理的

作用正是在于维护与提高公司的现金流,避免公司落入现金干涸的局面,空有一付帐面好看的资产,而因缺乏现金流,使得经营难以为继。总结之,有两点对中国企业尤为重要:一是现金为王;二是信用管理能起到提高现金流业绩、改善销售质量的作用。

信用管理越完善,逾期两年以上的帐款越有可能作坏帐处理,相反信用管理越不完善,逾期两年以上的帐款越有可能继续挂帐。所以信用管理不完善的企业的实际坏帐比例远远高于统计数字,信用管理较完善的企业坏帐比例也可能高于统计数字,信用管理最完善的企业统计数字最接近实际情况。

错误观点三:信用管理会影响企业与客户的关系

信用管理势必要涉及到对客户的评价及追讨应收帐款等工作,这些工作多少会令客户不太痛快,因此企业中常常会有人反对信用管理,尤其是销售部门及客户关系管理部门的人员。他们的理由是,在现在这样激烈的竞争环境中要维持客户尚属不易,更何况这个举措会破坏客户关系。这个观点看似有理,其实是错误的,信用管理至少在以下3个方面能够改善与提高客户关系。

第一,有效的信用管理有利于鉴别哪些客户是友善的、值得

信赖的;哪些客户是不值得信赖的。在这个鉴别的基础上,销售部门与客户关系管理部门可以将有限的资源更多地分配到前一类客户,提高客户关系管理资源的使用效率。同时,对第二类客户采取比较严格的管理措施,甚至可以列入“脱离关系”之列,实行适当的“优胜劣汰”式的客户关系管理,有利于公司客户基础的整体水平提高,使公司拥有更多的高质量客户。

第二,如果没有信用管理部门的帮助,客户关系管理的资源在优良与伪劣的客户之间的分配可能就会与他们的质量不匹配,造成资源在伪劣客户群中的浪费,而优良客户群没有得到应有的待遇。有了信用管理的帮助,就能够更加牢牢地留住优良客户,加强企业与他们之间的合作伙伴关系。

第三,专业的企业信用管理在中国是一个新生事物,刚开始时客户可能有点不习惯,但是只要向他们讲清楚,这种管理对双方都有好处,优良的客户自然会接受这种管理,相反那些以前滥竽充数的伪劣客户自然会强烈反对这种管理,这时就自然形成一个筛选机制。所以,这个管理系统不仅不会影响企业与优良客户之间的关系,反而能吓走一部分伪劣客户。另外,当这种管理机制正常运行,成为一种商业习惯时,客户也就会自然而然地

接受了。

错误观点四:信用管理只是信用部门的事

由于信用管理对销售、区域公司、客户关系等部门都有一定的掣肘作用,故而这些部门难免对信用部门会有所抵触。最常见的问题就是,不配合信用部门将信用管理职能顺利地执行起来,以信用管理是信用管理部门的事务之类的借口搪塞。应对这种情况的方法有两个,一是在观念上让所有的部门都理解信用管理与所有人的利益都相关,信用管理是否有效取决于众多部门之间的合作;二是设计合理的组织结构与激励约束措施,保证信用管理职能的有效实现。

总之,对企业来说,要树立的信用文化的核心价值观可以概括成一句话:“要有一颗成人达己的天使心,要有一双明辨良莠的魔鬼眼”。在强化质量管理、完善售后服务、规范财务制度等努力下,塑造自己企业的信用形象是先决前提,在此条件下要承认信用管理对全社会的积极作用,利用信用管理实现自身与客户的双赢,使双方共同发展;同时不忘锻造一个有效的信用管理系统,强有力地控制自身面临的信用风险。到这个价值观为中国企业普遍接受之日,也就是中国的信用状况发生根本好转之时。

文/整合营销部 徐淑莹



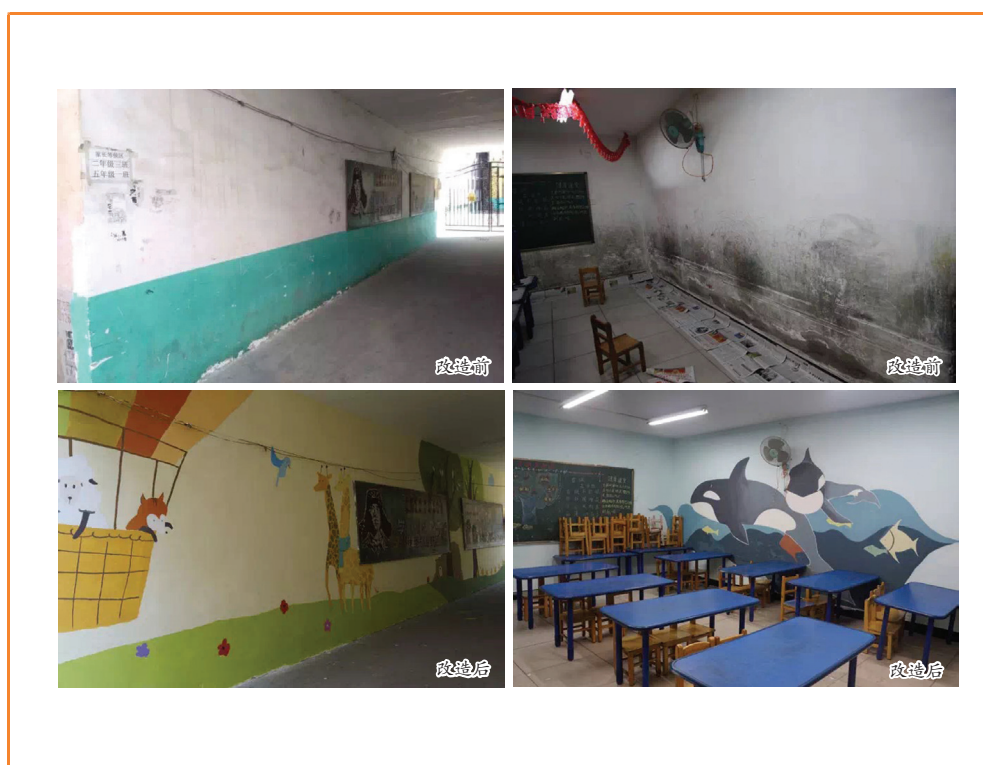
“青春北新·漆彩家园” 走进打工子弟小学

3月20日是二十四节气中的“春分”，春姑娘来了，明媚阳光、柳绿花红、草长莺飞，一片生机勃勃的景象，而此刻北京昌平向上学校，又会是啥景象？

3月19-20日，北新建材“青春北新”志愿者服务总队与清华大学粉刷匠工作室的志愿者们，同赴北京市昌平区向上学校，为这所打工子弟学校的孩子们粉刷出一个生机勃勃的彩色校园。



本次活动的功臣之首当属北新建材以色彩丰富、绿色环保享誉业界的龙牌漆。志愿者们选用了鹅黄调的基础色彩，搭配憨态可掬的小动物形象，结合天空、陆地、海洋三重环境，营造出一个温馨和谐的氛围，在这个“春分”时节为校园增添不一样的乐趣和活力。



考虑到向上学校从学前班到初二共9个年级，学生的年龄跨度较大，所以绘画图案要能适应各年龄段学生的需求，既充满童心，又不至于幼稚。志愿者们前期对学生做了调查，结合后期设计，最终确定此次选择的主题是孩子们呼声最高的动物世界。

太仓北新财务部荣获

“五一巾帼标兵岗”荣誉称号

本报讯 3月4日，太仓市总工会在娄东宾馆召开了2014-2015年度“五一巾帼标兵岗”活动表彰大会。来自全市各级工会组织的150余名女职工、先进集体和先进个人代表欢聚一堂，共同庆祝属于自己的节日，市总工会副主席周惠东宣读本市40个女职工集体太仓市“五一巾帼标兵岗”称号，太仓北新建材有限公司财务部获此殊荣。

太仓北新财务部现有职工3名，财务经理1名，核算会计1名，出纳1名，是一支以女性为主体的财务管理团队。在财务经理的带领下，她们团结一致、积极进取，用女性特有的品质和辛勤的耕耘确保了公司每月财务工作的正常开展，促进了公司的发展，展现了新时代女性的卓越风采。

在工作中她们坚持：一、岗位责任制，把每项工作落实到岗、到人，使日常工作有章可循；二、以自学为主要形式的微机培训，苦练基本功，巩固学习成果，全面提高自身业务技能；三、虚心接受各部门监督，定期开展自查自纠工作，坚持着装仪表、待人接物、文明用语树立良好的

工作作风和形象。四、团结一致、舍小家顾大家。工作繁忙时，她们加班加点赶任务，全身心地扑在工作岗位上。从没有因为个人生活琐事而影响整体，也从没有一个人叫苦喊累，而是紧紧抱成一个团，形成一个团结向上的整体。正是在她们这种精神的带动下，财务部门士气高涨，保质保量的完成全年的各项财务工作。

荣誉只能代表过去，在新的一年里，她们决心迎接新的挑战，继续发扬巾帼风采，用实际行动让铿锵玫瑰一词在她们身上得到完美的诠释，并努力完成公司下达的新的工作任务，在她们的心中、眼中、手中那片天将会更加红红火火。

文 / 图 太仓北新 芦书霞

