

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

2015年10月15日 第635期 北京市内部报刊准印证 第(Z)0365—980346



公司荣誉 “全国质量标杆企业”

本报讯 9月24日,2015第一期全国质量标杆经验交流会在广州举行,会上公布了2015年全国质量标杆企业名单(33家),北新建材继2014年后再次荣获“全国质量标杆企业”。

“全国质量标杆企业”是由工信部从2012年起,每年组织评选出一批在应用先进质量管理方法、开展质量管理活动、提高产品实物质量、改善质量保障能力、提升经营绩效等方面拥有最佳实践经验的工业企业。

自1979年成立以来,北新建材36年始终坚持奉行“质量和信誉是北新建材永远的追求”,打造世界一流建材。龙牌是中国制造业中为数不多的定位于高端品牌,并且在规模、技术、

质量、价格和效益等方面全部超越世界500强外资同行的中国自主品牌。多年来,公司囊括众多国家及行业相关顶级荣誉,如“国家质量银奖”、“鲁班奖功勋供应商”、“全国质量信誉AAA级企业”、“全国建筑工程装饰奖选材之最”、“中国五星级饭店首选品牌”、“中国建材行业引领绿色消费十大品牌”2等等。2014年,北新建材荣获全国建筑行业工程质量最高荣誉奖“中国建设工程鲁班奖”——“鲁班奖工程功勋供应商”荣誉称号。来自中国建筑装饰协会统计数据显示,全国

获得国家级建筑工程奖的建筑工程90%都采用了龙牌系列节能环保新型建材,龙牌还被中国饭店业协会评选为中国五星级饭店首选品牌。

未来,北新建材将继续秉承“质量为先”的生产经营理念,引领中国建材行业走向标准更高、品质更优的美好未来。

文/行政人事部 冯群



北新建材同日荣获两项行业大奖

本报讯 第十届全国石膏技术交流会暨第六届中国建筑材料联合会石膏建材分会年会在青海西宁举行,青海省政府副秘书长郭臻先、青海省海东市常务副市长初君威、住房和城乡建设部建筑节能与科技司处长何任飞、中国建筑材料联合会石膏建材分会理事长徐洛屹等领导出席了会议。

本次会议以“改革·创新·发展”为主题,旨在探讨中国石膏行业发展趋势,引导行业健康发展,推广行业先进技术。会上公布了2014-2015年度全国石膏行业优秀企业评选结果,其中首次设立、行业唯一的“中国石膏行业年度公司”大奖被北新建材一举摘得。

同日,由中国建筑材料企业管理协会组织的“2015中国建材企业发展论坛暨2015中国建材企业500强、民营建材企业100强、最具成长性建材企业100强发布会”在北京召开,中国建筑材料联合会会长乔龙德,原国家建材局副局长、中国建筑材料企业管理协会名誉会长杨志元,中国建材联合会副会长、中国建筑材料企业管理协会会长张东壮等建

材行业协会领导出席会议并发表讲话。

会上公布了2015中国建材企业500强、民营建材企业100强、最具成长性建材企业100强名单,其中中国建筑材料集团有限公司(中国建材)以2014年营业收入2504.3亿元位列2015年中国建材500强第一位,连续七年居中国建材500强之首;北新集团建材股份有限公司荣获“2015最具成长性建材企业100强”称号。

北新建材同时荣获两项行业年度大奖,不仅是建材行业乃至社会对北新建材过去成绩的肯定,更是对公司未来的期许、鞭策和鼓励。当前,建材行业处在重要的转折时期,面临着传统产业转型升级、节能减排等诸多严峻挑战,北新建材作为全球最大的石膏板产业集团,将继续发挥引领示范带头作用,继续践行“创新提升、超越引领”的行业发展战略,强化创新驱动,不断提高竞争力,推进转型升级、资源优化配置、行业技术进步、提升管理和国际化发展,为“成为世界领先的绿色建材制造服务一体化顶级提供商”这一目标而奋斗。

文/图 行政人事部 冯群



北新建材再次入选 “亚洲品牌500强”

位居亚洲品牌第168位

亚洲建材行业第三位

本报讯 9月21日,世界品牌实验室揭晓2015年《亚洲品牌500强》排行榜,这是世界品牌实验室第十次对亚洲品牌的影响力进行测评。北新建材位列排行榜第168位,比2014年171位上升3个位次,位居亚洲建材行业第三位。

“亚洲品牌500强”的评判标准是品牌的亚洲影响力,此次评选共有20个国家和地区的500个品牌入选,中国(包含港澳台)入选的品牌共计204个,占500强席位的40.8%,位居第一,其中中国大陆上榜品牌有123个。

在过去的一年里,亚洲经济面临的世界经济形势发生了较大变化。尽管从总体上看世界经济形势仍不够乐观,但亚洲经济仍保持了相对平稳的增长,成为全球经济增长的重要推动力。然而全球经济增长的放缓对亚洲企业的发展带来了更大的风险和机遇。在这样的经济环境下,企业面临的国际竞争压力更大,而市场竞争越是激烈,企业品牌的作用就越加突出。本次亚洲品牌500强评价体系仍然沿袭首届的测评体系,从市场表现、发展潜力、质量水平和效益水平四个方面对亚洲的强势企业进行全面性评测打分,并设立了品牌年龄、国际化程度、营销组合、品牌知名度、资产总额增长率、创新能力、售后服务、质量水平、营业收入、净利润等十个细分指标。这四大维度、十项具体指标



的加权使本次亚洲品牌的评选更具综合性和客观性。

发展势头强劲的北新建材入围榜单实属意料之中。近年来,公司的石膏板业务从中国第三跃居全球第一,获得了全球石膏行业的认可——2013年经全球范围票选,北新建材被全球石膏大会授予第一次特设的“全球石膏行业杰出贡献奖”,以表彰北新建材推动全球石膏工业技术进步和产业发展的贡献。龙牌系列产品不断应用在中国乃至世界各地的知名地标建筑和重点工程,是中国为数不多在技术、质量、规模、价格、效益都全面超越外资世界500强同行的中国品牌,为中国制造建立自信。未来,北新建材将在下一个十年致力于成为中国工业界标杆,进而成为世界级品牌。

文/图 行政人事部



本报讯 京津市场是北方公司乃至北新建材的核心市场,面对目前市场需求不振、竞争加剧、楼宇馆所等大型项目减少等大环境,同时,天津市场作为北方仅次于北京的直辖市市场,多年来持续低迷,销量不如预期,为了改变一直以来的被动局面,北方公司协同国家京津冀一体化战略,以渠道分销、客户推广、家装零售、创新市场等“四个全面”为指导,决定开展京津业务一体化的系统营销工作。营销部总经理王文举深入一线,带领北京市场核心骨干人员“爆破天津”市场,全面梳理天津的渠道分销及工程项目等,并组织天津区域经销商来北京及生产基地参观学习,做到京津市场完全融合,统筹推进。

京津联动一体化 优化结构拓市场

从9月初开始,营销部以北京市场渠道及工程核心人员6人团队到天津市场定点爆破,作为营销部工作常态,北京市场有能力有经验的同事与天津同事一起,全面走访天津市场渠道和工程,全面梳理掌控终端。营销部首先对原有人员及组织架构进行了调整,北京销售人员与天津销售人员完全融合,由王文举直接带队,厉行节俭,效率至上,全部人员吃住在办事处,所有市场销售的问题第一时间解决,快速决策快速响应,为天津市场迅速打开局面做了非常好的铺垫。

渠道项目全覆盖 宣传推广引潮流

营销部按照北方公司要求对天津市场进行了深耕细作。逐一走访了天津全部27个建材市场,合计拜访162家商户,向客

贯彻四个全面 爆破天津市场

北方公司营销部京津联动谋求市场破局

户讲解了北新建材近年的发展实力和实力,让客户感受到北新工作方式的变化,给客户带来销售龙牌产品的信心。同时,在原有渠道的基础上,北京及天津的经销商团队全部打开,组织北京市场有经验的经销商在天津市场开店经营,为渠道注入新鲜血液。工程项目方面,京津销售人员全面梳理工程项目,组织深入攻关,协调全面利用总部及各方资源,做到困难形势下全力掌控项目,掌控终端,改变工程项目掌控不严,攻关不力的局面。宣传推广方面,营销部在天津重点建材市场全部投入广告,让龙牌宣传在每个市场都非常醒目,并在珠江和环渤海两个核心市场与意向做龙牌全产品展厅的客户进行了沟通,近期开始进行制作。营销部在天津市场加大了新产品推广力度,所有销售人员全部带齐新产品样品资料,以零空间吊顶、快装工艺配件、阴角阳角龙骨和窗帘盒施工工艺等新产品新技术作为抓手全面向市场及工程客户进行了推广,客户对龙牌新产品新技术印象深刻,为销售工作带来了较大的便利。

树立品牌抓终端 更新观念促融合

为响应公司京津业务一体化号召,促进天津市场销售氛围,提升天津渠道销售动力,北方公司营销部组织天津区域一级二级经销商一行约35人前往

北京市场进行交流。

天津经销商首先前往北京好美特建材市场参观。好美特建材市场是北京市场良好贯彻公司“四个全面”方针的标杆市场,市场拥有龙牌一级3家、二级12家,龙牌形象展厅3个,整个市场门头占有率及摆货率超过80%。王文举陪同经销商团队参观了市场上各商户龙牌的品牌宣传和货品摆放陈列,随后前往北京主力经销商凯缘建材店面参观龙牌形象展厅。在凯缘建材形象展厅内,王文举介绍了当前北京市场如何在公司“四个全面”方针的指引下,针对市场和客户提出并执行的一系列新思路和新做法,包括主动掌控终端客户、充分利用产品组合、形象店销售提升品牌美誉度、重点推广钢霸龙骨、直接对接二级提高商务效率等,并组织经销商团队与凯缘建材经理张涛进行交流。张涛介绍了自己在当前经济增速放缓的情况下如何依托北新建材大企业优势,着力于客户拓展和服务提升,提高自身盈利能力,与北新建材形成双赢。各位经销商纷纷针对展厅细节进行拍照,并根据自身经营情况存在的问题和疑虑向王文举和张涛经理讨教经验,现场讨论积极,氛围热烈。

培训交流鼓士气 合作共赢创新举

为充分利用总部资源,此次天津市场人员来北京参观考察,营销部专门组织了产品培训、工厂考察,最后北方公司总经理董占波也与天津朋友进行了深入交流。

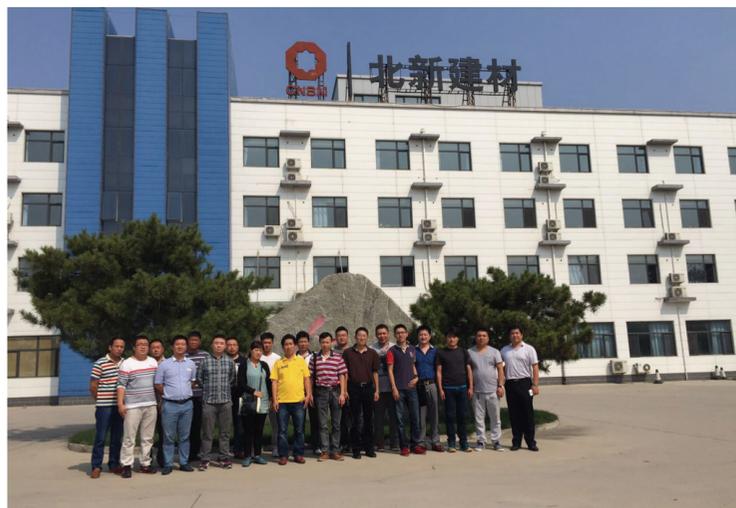
首先营销部副经理薛彦民介绍了北新建材系列产品的特点和优势,并着重介绍了北新建材新推出的专利零空间吊顶、快装吊顶配件、阴角阳角龙骨和窗帘盒施工工艺等新产品新技术。各位经销商对新产品新技术兴趣浓厚,互动频繁并纷纷索要样品,交流培训会直至晚上7点才结束,氛围非常热烈。

次日组织了涿州生产基地参观活动,各位经销商先后参观了涿州展厅、石膏板生产线、轻钢龙骨生产线、矿棉板生产线、涂料生产线,各工厂技术人员向

经销商朋友们详细介绍了生产工艺和产品优势,使他们从源头了解到龙牌产品的品牌所包含的内在价值,并充分感觉到涿州基地的形象展示作用,经销商们纷纷表示在今后的工作中会将客户引领到涿州进行参观,做好工程项目定牌工作。

最后,董总与天津经销商朋友进行了深入的沟通和交流,在听取了各位经销商对当前天津市场销售情况及各自经营情况的介绍之后,董总向各位经销商介绍了北新建材“四个全面”方针的具体内容并详细介绍了北新建材的大企业优势——创新优势、品牌优势、服务优势。董总讲解了全国各地优秀经销商依托北新做强做大的具体作法,鼓励各位经销商跟随北新的步伐,按照“四个全面”的内容,开阔思维,提升自我,拓展市场,共赢发展。各经销商积极发言,发表自己对北新建材理念的理解,表示回去之后一定充分利用北新优势,依托北新资源,做好天津市场。

文 / 北方公司营销部



北新建材荣膺“首批中国绿色新标杆品牌企业”

本报讯 9月13日,“2015绿色发展与创建生态文明新标杆发布会暨第二届城市发展与生态平衡高层论坛”在北京召开,北新建材入围2015绿色发展与创建生态文明新标杆企业,并最终荣获“首批中国绿色新标杆品牌企业”称号。

此次大会由中国互联网中心主办、中国环境科学学会协办,以“绿色化、新标杆”为主题,十一届全国人大财经委员会副主任委员、著名经济学家贺铿,国务院研究室信息司司长刘应杰,环境保护部环境与经济政策研究中心主任夏光,水利部水资源司副司长石秋池,中国社科院城乡建设经济系主任、著名经济学家陈淮,国家发改委社会发展研究所所长杨宜勇等领导、专家以及各地方省、市、县相关职能部门主要领导以及国内知名企业代表200多人参加了本次活动。

据悉,本次评选是在汇总各地在发展绿色经济、倡导生态平衡、创建生态文明进程中的措施与成效案例后,通过测评考核、专家意见分值、网络公示票数、媒体

负面监测四个环节,综合考虑企业在“生态空间、绿色发展、绿色品牌、环境保护、低碳节能、社会责任、市场占有率、科技创新”等八个方面的突出成绩,最终评出22家全国“首批中国绿色新标杆品牌企业”。

为了践行“绿色建筑未来”的产业理念,北新建材在原料、生产、运输、使用等各个环节都力争采用最绿色环保的方式,并通过生产技术上的不断创新在各个环节进行节能减排,成为了建材行业绿色、低碳、节能领域当之无愧的领军企业。此次获奖再次证明北新建材在绿色环保建材领域走在了行业乃至全国的前列。作为新型建材行业领军品牌,北新建材在技术创新上积累了丰富的经验,龙牌石膏板、轻钢龙骨等系列绿色建材产品广泛应用于奥运世博场馆、人民大会堂、国家大剧院等国家重点工程,深圳平安金融中心、北京国贸三期、上海中心、天津津门津塔、首都机场T3航站楼、韩国首尔三星集团总部大楼等各地第一高楼和地

标建筑,武汉万达瑞华、三亚红树林、澳门威尼斯人酒店、希尔顿、香格里拉等超五星酒店度假村,奔驰、宝马、三星、日立、华为等工业厂房和科技园。

北新建材将始终秉承“绿色建筑未来”的产业理念,打造全生命周期的绿色产业,为实现“成为世界领先的绿色建材制造服务一体化顶级提供商”的目标而奋斗。

文 / 行政人事部 冯群



本报讯 由中国质量协会、工业和信息化部、中华全国总工会、中华全国妇女联合会、中国科学技术协会联合主办的全国第37次质量管理小组代表会议于9月中旬在湖北省宜昌市召开,会上对2015年度的1711个全国优秀质量管理小组、151家全国质量管理小组活动优秀企业、137位卓越领导者以及191名优秀推进者进行了表彰。北新建材获得2015年“全国质量管理小组活动优秀企业”光荣称号,公司矿棉板涿州厂“激流勇进QC小组”、“石膏板涿州厂QC小组”等4个小组获得了“全国优秀质量管理小组”。

公司一直大力支持和鼓励广泛开展群众性的质量管理活动,每年都组织召开QC成果发表会,至今已举办了29届,并对优秀QC成果进行表彰和奖励;各单位从本单位的实际出发,积极推动基层员工开展技术改造与革新,QC小组有效运用质量管理方面的方法和工具,针对新产品研发和生产制造过程、销售及售后服务等方面工作中存在的问题,不断探索和改进,努力实现公司提出的提质降耗、提高工作效率、提升服务质量等工作要求,为公司整体目标的完成做出了贡献。

文 / 运营管理部 郭建军

『全国质量管理小组活动优秀企业』
公司荣获2015年度

整合优化

宋志平谈企业转型

《整合优化》受读者好评

当前中国经济发展进入新常态,经济增速持续放缓,结构调整阵痛凸显,中国企业尤其是传统制造业正经历爬坡过坎的巨大考验。传统产业如何推陈出新,过剩行业如何突出重围,国有企业如何改革攻坚?近日,企业管理出版社出版的管理文集《整合优化:宋志平谈企业转型》提供了全新的思路和宝贵的借鉴。

宋志平是我国企业界的思想大家,在近40年的职业生涯中,他屡屡临危救困,更因同时带出两家世界500强企业而备受瞩目。谈企业转型,宋志平是颇具代表性和说服力的。他担任董事长的中国建材集团身处基础原材料行业和充分竞争领域,既是传统的制造业企业,又是央企发展混合所有制和落实董事会职权的双试点企业,可以说集改革、创新、转型三大重任于一身。在时下中国企业转型升级、滚石上山的关键时刻,这样一家巨型企业的价值判断及其领军者的所思所想,无疑具有十分典型的样本意义。

整合优化是新常态下行业与企业转型升级的一套成功模式。这一模式正式提

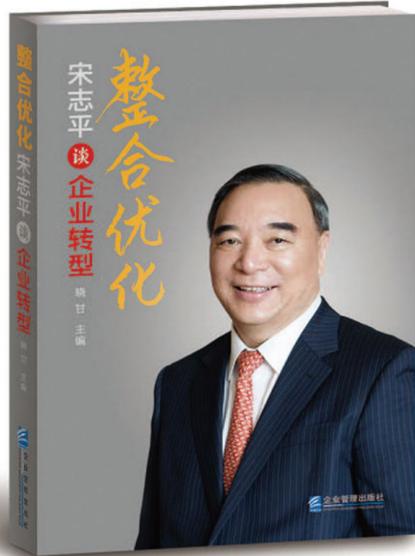
出于2012年,是宋志平根据中国经济增速放缓、行业产能过剩加剧、全球产业革命来临等时代变化,在中国建材集团长期实践的基础上,提炼总结出的一套企业快速成长与做强做优的方法论。整合,即以联合重组、资源整合的方式,减少增量、优化存量,化解行业集中度低和结构布局不合理的问题,重塑健康有序的行业生态;优化,即以机制、技术、管理、商业模式的创新,提升企业成长质量和竞争实力,从无机成长到有机成长。整合优化模式创造性地把外部行业市场管理与内部企业运营管理结合起来,实现了资源配置效率最优化和效益最大化。在今天激烈的竞争中,仅仅依靠内部资源的企业是无法生存的,只有内外兼修才是正道。整合优化就像一道成长密码,不仅解开了宋志平带领“草根央企”质变为世界500强企业的商业逻辑,也为当下中国制造业摆脱“后成长的烦恼”提供了重要启迪。

《整合优化》由管理界泰斗、原国家经委主任袁宝华题写书名,华中科技大学博导、复旦管理学杰出贡献奖获得者陈荣秋作序。围绕整合优化的核心理念,文集收录近年来宋志平的相关访谈、文章和讲话23篇,总计逾32万字,共分三个部分。“转型升级”部分着眼宏观层面,论述了新常态下企业外部环境和内部环境的变化、转型升级的历史任务,以及中国建材集团未来发展的战略布局。“整合优化”部分从中

观层面出发,主要阐述了企业集约化经营的思路,包括行业整合的路径,企业在组织、技术层面的优化,还着重介绍了“格子化管控”、“八大工法”、“六星企业”等管理的武功秘籍。“改革创新”聚焦微观层面,主要介绍了对新一轮国企改革和企业创新的深入思考,探讨了混合所有制经济、万众创新、互联网+等热点话题,并对“科学的态度+创新的热忱+坚守的毅力=成功”的企业家公式做出详解。

《整合优化》融合了大量的现代管理学理论、企业经营管理思想,并辅以整合者的故事、中国建材混改纪实、从北新房屋到绿色小镇等精彩案例,读来既生动深刻又耐人寻味。值得一提的是,文集集中的篇目大多是知名管理学者、前卫财经作家、资深媒体人对宋志平的访谈,访谈中既有犀利率直的问话,也有温和睿智的回答,让读者在思维的碰撞和妙趣横生的语言中,近距离感受到一位大企业家的智慧与风采。文集中,宋志平还畅谈了自己的企业观和人生顿悟,“先天下之忧而忧”的企业家情怀以及对国企事业一往情深、辛勤耕耘的坚守精神跃然纸上。

此前,企业管理出版社和中信出版社先后推出五本介绍宋志平管理思想的书籍。《包容的力量》讲企业文化,《央企市营》讲国企改革,《经营方略》讲管理实操,《国民共进》讲混合所有制,《我的企业观》讲观点理念。相比之下,《整合优化》在继承以往的同时,又有思想上的升华和发展,深刻揭示了一位央企领导人在经济社会剧烈转型时期的感受和思考。文集中,宋志平以中国建材集团为蓝本,深入剖析并解答了新常态下企业转型的五大疑问:第一,中高速增长时代,企业如何转型升



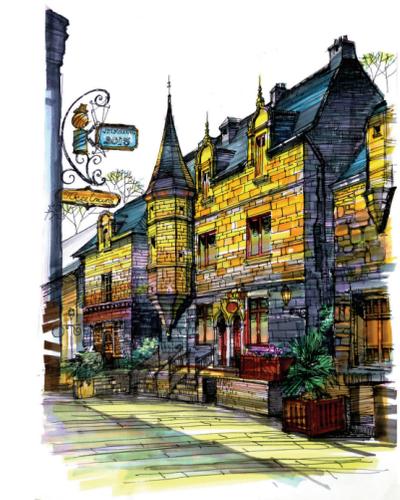
级;第二,改革攻坚时代,国企如何做强做优;第三,产能过剩时代,企业如何突出重围;第四,创新创业时代,企业如何顺势而为;第五,企业家时代,如何造就优秀的企业家。这些思考和探索,清晰刻画出一副风云变迁的时代肖像,真实呈现了一家大型制造企业到中流击水的经营智慧,对于社会、行业和企业全面适应新常态、加快转变发展方式极具借鉴和启示价值。

《整合优化》极大丰富了中国企业管理理论和实践案例,深刻回答了经济变局之下企业提质增效升级的机遇所在、路径所在。文集出版后得到企业界、学术界的高度关注和广泛好评,被誉为“新常态下的企业转型报告”、“企业转型的实战手册”、“破解过剩迷思的金钥匙”。

转载自《企业观察报》



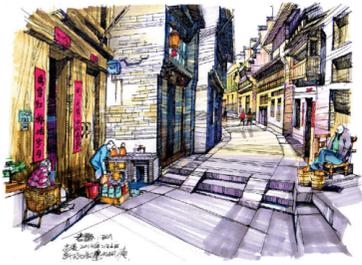
龚小刚的手绘民居



林立的建筑
自然山水与时尚都市交相辉映



透视的胡同



连接历史与当下

龚小刚,知名设计师,先后毕业于天津工艺美术学院和清华大学建筑与室内设计高级研修班,中国建筑学会室内设计分会室内高级建筑师。北京龚氏建筑设计有限公司创始人。由他设计的北京凯德MALL(首地大峡谷)、北京大学国际交流中心等多个项目曾多次获奖,并刊载于《中国建筑装饰装修》《中国室内设计年刊》《室内设计方案经典》等业界名刊。

或许是因为职业习惯的召唤,从业35年来,每逢出差、旅行都会找机会去看看当地的特色房子,拍些照片,以作留念。慢慢地,他又不满足于这种机械式的纪念。不知从何时起,便萌生了一种“手绘民居”的念头。说做就做,倚守在自己的设计室里,他以心执念,钢笔、马克笔为工具,再借用时光的色彩,刀笔出了一幢幢缤纷琳琅的诗意民居。



水边民居

折射着居民生活的千姿百态



“85后”大区经理， 刘国新的“平凡之路”

“我曾经跨过山和大海
也穿过人山人海
我曾经拥有过一切
转眼都飘散如烟
我曾经失落失望掉掉所有方向
直到看见平凡才是唯一的答案”

朴树的《平凡之路》是北京市场大区经理刘国新最喜欢的一首歌，他说这首歌可以感悟到每个人不同的青春回忆和过往的努力与坎坷，正如每一个北新的区域经理成长的足迹，从一个个青涩的大学毕业生一步步成长为担任区域销售工作的区域经理乃至更高职位，从全国各地汇聚到西三旗，再外派到全国各地。没有豪言壮语，没有惊天动地，刘国新用自己的实际行动，在平凡的工作岗位上，默默无闻，坚守寂寞，不言艰辛，用业绩的不断增长演绎了一篇篇默默努力、追求卓越的华章。他很自豪自己是北新无数这样优秀的区域销售人员中的一员。

陌生的城市 亲切的工地

2010年进入北新工作以来，刘国新先后负责承德赤峰、内蒙、胶东、北京等区域的销售工作。和驻外的兄弟们一样，他经常连续几个月乘坐不同的交通工具奔波于不同城市不同地区，甚至县级乃至乡镇级别的行政区域。每到不同的地方，除了最初对异域不同生活方式的些许好奇外，很快就会感到陌生和孤独。但不论到哪个地方，当他看到当地正在施工的工程项目的时候，都感到非常亲切。因为梳理项目拜访各类客户是到一个地方开展工作最快进入工作状态的方法之一，可以根据整体项目及单一项目的不同情况制订下一步渠道、促销、价格等不同的市场政策。同时工程项目是我们最直观的潜在客户，每遇到这样一个潜在客户，他总是会上下决心



无论通过
何种方式
都要把这个
潜在客户变成最

终客户，让他用上龙牌产品。我想，正是由于这样的一份坚持，他才会很快融入到区域工作中去，熟悉了一个地方的工程数量、地理位置等相关信息后，对这个城市也就知道个大半了，后面的工作相对容易很多。

一样的龙牌 不一样的渠道

刘国新说，时常跟同事沟通，并且自己负责过的不同区域也能体会到，每个地方的渠道都不太一样，要么经销商的销售模式、实力差别很大，要么年龄、性格等差异很大，但所有的渠道都会全力去销售推广龙牌产品。一方面是

因为龙牌产品在经销商那里的品牌认可度，能够给他们带来现实的利益；另一方面，我觉得很大原因是由于北新一代代销售人员周到、耐心、细致的服务工作，让经销商形成了信任和依赖。在几年的渠道工作中，始终坚持不单纯做区域销售的管理者，更是渠道经销商的朋友，对其更贴心的帮助和服务，使其更愿意与厂家一心，增加渠道粘性。

平凡的你我 不平凡的成绩

几年的工作里，最令刘国新印象深刻的是2014年，在公司各级领导的关怀及大力支持下，北京市场王文举经理带领着一帮年轻、干劲十足的兄弟们努力工作，成功使北京市场的业绩做到了石膏板2100万平米，龙骨1万吨，相关业绩均创历史新高。而当时他负责的朝阳区，在团队的共同努力下，也做到了石膏板近1000万平米。正是这帮年轻的平凡员工上下团结一心，踏实努力，做到了近年来的最好成绩。

进入2015年，市场竞争日趋白热化，加上整体市场环境低迷，销售压力空前巨

大。前些年的增长得益于公司领导高瞻远瞩的战略和全国范围的布局，目前市场环境真正不好的时候愈发能体现个人能力的重要性。然而不利的市场环境却激发了刘国新和他们的团队更高的工作热情和潜能，北京市场所有业务人员全部坚持每周6个工作日，每个建材市场的所有渠道、每个区域的工程项目都有至少一个业务人员专门负责。他们相信在公司领导的带领下，在全体业务人员的共同努力下，北京市场一定会通过大家的努力渡过难关，再创辉煌。

北新建材在一代又一代北新人脚踏实地、任劳任怨的辛勤工作下成长强大起来，从位于西三旗的两条石膏板生产线发展成为今天的18.7亿平米产能、全球最大石膏板产业集团，这些可爱的北新人承载了中国建材梦，使北新建材能够在激烈竞争的市场环境中屹立不倒、不断壮大，并且继续努力向更加远大的目标前进，不断实现着不平凡孕育的伟大和震撼。刘国新，在他人生中最具热情和创造力的岁月里，结缘北新，从业营销，持以敬畏和期待，尽职尽责于工作，在平凡之路上得以成长和成熟。

文 / 北方公司 李菲

关于分公司能否 独立签订合同的探讨



企业在高速发展的今天，规模不断扩大，为了充分占有地区市场，往往在各地设立分公司，并以分公司的名义独立承担该区域的经营活 动，但我国的公司法并未赋予分公司独立法人的地位，那么，分公司签订的合同，尤其是与我们签订的工程建设施工合同，是否有效呢？是否存在风险呢？

根据公司法及其相关解释，分公司虽然不具备独立的法人资格，但是依照法律的规定进行登记，取得了营业执照，具备了经营资格，可以以自己的名义签订经济合同，但一般要在公司的授权范围内进行，或者虽然超出经营范围但签订合同内容不违反国家限制经营、特许经营以及法律、行政法规禁止经营规定，应当认定该合同为合法有效，司法实践中一般不会因为是分公司签订的合同而认定无效。也就是说，分公司一旦经过工商登记机关登记领取了营业执照，同时也是对外公示了其作为总公司的分支机构具有的合法经营权。而合法经营权的具体体现形式就是分公司对外可以以自己名义在营业执照登记的经营范围内从事相关的商事活动。

总公司设立分公司的目的，就是为了快捷、充分地以分公司的形式对外开展业务，从而达到总公司利益最大化的目的。因此，分公司以其自己名义对外签订合同时，基于其合法经营权已经得到法律的认可，分公司对外签订合同只

需加盖分公司的印章即可。如果每个合同都必需加盖总公司的印章，实质上是削弱了分公司实际经营活动中组织机构的合法经营权，与总公司设立登记分公司的目的也就背道而驰了。

上述内容为一般经营活动，我们公司经常会遇到施工企业的分支机构承担我公司的零星工程建设，这种情况如何处理呢？

施工需要相应的专业资质，而资质的审批首先需要资质申请人具备独立法人资格，也就是说，总公司设立的分公司是不具备独立资质的，对外承担工程时需以总公司的名义或借用总公司的资质开展经营活动，所以实践上就存在招投标时由总公司投标，签订合同时以分公司为主体，即由总公司提供资质，由分公司签订合同的现象。

我们在选择工程承包商的时候，应优先考虑总公司或未设立分支机构的公司，但如果由分公司承担我公司的工程更便于现场管理和成本节约的情况下，可以考虑选择分公司，但因工程建设需要相应资质，应要求分公司提供总公司的授权委托书。

文 / 审计部 马唯斯



北新建材勇夺首届 “未来科技城”杯羽毛球赛亚军

本报讯 为丰富未来科技城广大职工的业余文化生活，进一步促进沟通交流，北京未来科技城管委会与昌平区总工会、昌平区体育局于本月18日-19日联合举办了首届“未来科技城杯”羽毛球赛。来自园区的11支代表队参加了比赛，北新建材羽毛球队勇夺本次比赛亚军。

此次混合团体比赛设有男单、女单、男双、女双和混双五个项目，在18日的比赛中，北新建材代表队一路过关斩将以全胜的战绩夺得了小组第一并进入前八强；在争夺前四名的比赛中顺利地3:1战

胜了中国国电。在19日的半决赛中，队员们在先输两局的不利形势下，以坚韧的意志，经过顽强拼搏，上演了惊天大逆转，连扳三局以3:2战胜中国电信代表队，在决赛中苦战5局，以2:3惜败国家电网队，屈居亚军。

短短两天比赛结束了，北新建材的队员们纷纷表示：这次比赛促进了我们和其他单位的友谊和了解，促进了我们之间的团结，从比赛中我们体会到团队精神的重要和可贵。

文 / 党群工作部 冉京伟