

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

2019年12月31日 第704期 北京市内部报刊准印证 第(Z)0365—980346

参考消息报社与北新建材
签署战略合作协议

(详见2版)

北新建材有足够耐心、责任心和使命驱动 做好防水材料业务

12月12日,中国建筑防水协会2019年年会在广州举行。作为新进入防水行业的一员,北新建材的一举一动牵动了行业的神经。在会议期间,《中国建材报》记者贺丹就行业企业关心的问题采访了北新建材董事长王兵。

贺丹:

听说北新建材筹划进入防水行业已经好几年了,今年8月份开始有了实质性进展,联合重组蜀羊防水、禹王防水、金拇指防水三大区域性龙头企业。北新建材为什么选择在这个时机进入?有何内因和外因?

王兵:

今年8月28日,北新建材建厂40周年之际,我们在经过了前期大量的研究和论证后,重新梳理制定了下一阶段的发展战略,就是“一体两翼、全球布

局”。

“一体”就是以石膏板业务为核心,做好轻钢龙骨、粉料砂浆、矿棉板、岩棉、金邦板等“石膏板+”配套延伸产品业务,全球原创鲁班万能板全屋装配体系,构建完整的产品技术解决方案。

“两翼”就是发展防水材料和涂料业务,进入“十倍+”的业务和市场。“全球布局”就是以石膏板为龙头产品,逐步开展全产品系列全球布局。

制定这样的发展战略,既有内因,也有外因。

2004年以来,北新建材的经营理念就是“审慎投资、稳健经营、严控风险、有机增长”,致力于实现可持续高质量发展。石膏板是一个充分竞争、完全开放、规模不大的小行业,北新建材石膏板业务已经占国内60%的市场份额,已经逼近企业成长的天

花板。北新建材2004年至2018年实现年均净利润复合增长率达27.5%,2018年资产负债率只

有19.3%,归属于母公司的净利润24.7亿,经营性现金流量净额27.8亿,全球权威评级机构穆迪



给北新建材的评价是A3,超过欧美世界500强建材企业评级。因此北新建材现在的主要矛盾是持续十几年高质量发展积累的强大资源和现有业务的瓶颈天花板的矛盾,这就决定了北新建材需要重新进入一个发展周期。这是内因,是北新建材自身发展阶段的需要。

在整体降杠杆控风险的原则下,发挥中国建材集团和北新建材的信用和资源优势,进入北新建材有协同优势、具备整合机会、行业存在痛点和品质创新提升需求、市场规模是现有业务十倍级以上的大行业,推动北新建材进入新一轮发展周期。

那么外因呢?防水材料是仅次于结构的重要功能性材料,但是行业极度分散、恶性竞争,导致低价竞争和偷工减料、渗漏情况非常普遍, (下转3版)

幸福都是奋斗出来的

北新建材启动并实施“全体起立、全员竞聘”



本报讯 2017年5月,北新建材启动职业经理人市场化选聘机制,结合公司实际,以区域公司为试点,逐步实施部分生产工厂、分子公司经理层级的岗位竞聘,实现“能者上、平者让、庸者下”的管理机制,充分激发调动广大干部的能动性、积极性。近两年,公司在管理类、营销类等25个岗位陆续推行岗位竞

聘,包括区域公司总经理、采购商务部总经理、财务总监等关键重要岗位的竞聘。

2018年8月,北新建材入选国企改革“双百行动”试点企业名单。2019年1月,北新建材党委书记、董事长王兵在公司2019年度工作会议上提出:公司要“全体起立、全员竞聘”,积极推进“双百试点”并做出实质性阶

段性进展。通过进一步完善职业经理人市场化选聘和薪酬考核机制,深化企业内部用人制度改革,真正形成管理人员能上能下、员工能进能出、薪资能高能低的市场化选聘考核激励机制,全方位推动机制改革和市场化薪酬体系建设。

自2019年3月起,公司共开展岗位竞聘会20场次,开放竞聘岗位62个,其中包括区域公司副总经理、分子公司/海外公司总经理、分子公司/海外公司副总经理、石膏板厂厂长/副厂长、精益生产部副总经理等关键岗位;公司广大员工积极参与,2019年参与竞聘选拔共计302人次,完成66个岗位全员竞聘。

以下是王兵董事长在竞聘会议上的讲话内容摘要:

北新建材在2014年提出“自我革新”的北新精神,但仅仅靠自我革新是不够的,我们还要有机

制去推动它,因此我们提出“全体起立,全员竞聘”,先从一级部门和区域公司做起,我们向上级申请的职业经理人改革方案是包括全体管理层。

一、为什么要实施“全体起立、全员竞聘”

北新建材是混合所有制的上市公司,身处充分竞争、完全开放的市场环境。从1979年建厂至今已经发展40年,走出了一条管理变革、产业升级并在石膏板领域领先世界的成功之路。北新建材能做到今天,取得这么好的成绩,实现这么好的业绩,除了上级领导的关心指导和大力支持之外,很重要的一个成功因素是北新的团队,是我们广大的干部和员工的创新和创造。大家都是企业发展的推动力,大家都还蕴含着潜力。北新建材贯彻“以人民为中心”的管理思想,组建一流的管理团队和员工团队是

企业建设的首要目标;同时公司倡导“推动人的全面发展”,充分激发调动每位干部员工的潜力潜能,让每个人都能得到发展,实现人尽其才。

但是怎么做,需要公司引导安排,也需要自我实现和自我革新。我们每个人对自己负责,公司也对员工负责。我们推行“人人考核、人人竞聘”,就是通过传导压力,实现压力向动力的转换。如果我们一直墨守成规,就有可能埋没人才。同时,我们提倡公平公正、不偏不私,每个岗位对每个人的机会都是平等的,充分发挥每个岗位的价值、让每一个人都不能混日子,实现企业和个人共同进步,这也是企业对自身发展的要求。

新时代有新要求、新目标,每位干部员工都要在状态。公司所有岗位,对全员开放,每个人都有机会, (下转4版)

参考消息报社与北新建材签署战略合作协议



12月24日,参考消息报社与北新建材战略合作签约仪式在北新科学院举行,参考消息报社社长王朝文、北新建材董事长王兵分别代表双方签署协议。根据协议,双方将在品牌传播、行业舆论引领、国际化服务等领域开展深入合作,共同为中国高端自主品牌“走出去”战略建立新格局。参考消息报社党委常委梁成昱、广告部主任徐光伟、广告部主任助理官淑珍,北新建材总工程师董占波、战略营销部总经理陈燕、战略营销部总经理助理王燕飞参加签约仪式。

《参考消息》创刊于1931年11月7日,是国内发行量第一、世界排名第五的报纸,拥有日均300万份的发行量,每日精选世界各地的新消息、评论,全方位、

多视角报道国际国内新闻,为读者开启了看世界的窗口,开阔了视野。2019年,世界品牌实验室(World Brand Lab)发布2019年“中国500最具价值品牌”排行榜,《参考消息》以467.95亿元人民币获评世界级影响力媒体品牌,排名第111名,继续稳居传媒业领军阵营。早在2016年,《参考消息》与北新建材已开展合作,为今天双方结为战略合作伙伴奠定了良好的基础。

签约仪式上,王朝文社长对北新建材在贯彻落实中央绿色、创新等新发展理念方面取得的成果给予了高度评价。他说,每次来到北新建材都有新产品、新技术、新发现。北新建材在响应习总书记号召、落实“绿水青山就是金山银山”理念等方面给他

留下了深刻的印象。作为一家处于充分竞争、完全开放行业的制造业企业,北新建材在与外资品牌的竞争中能够赢得全面领先优势非常不易,在经济下行、行业下滑的形势下依靠创新转型升级实现持续的高质量发展非常不易,尤其是目前形势下进行坚实的国际化布局更加不易。他表示,《参考消息》作为国家级重要媒体,此次与北新建材达成战略合作,将依托新华社、参考消息传播力、经济智库的强大实力,从品牌传播、行业舆论引领、国际化服务等领域着手,共同提升中国企业在海内外的影响力。

王兵董事长表示,中国制造技术进步显著,很多门类的技术、质量、创新,已经远远超过外国同行,但是很多人不了解,导致中国品牌、中国制造仍承受“名不符实”之痛。他以建筑材料行业为例介绍说,这些年中国正在建设世界最大规模的酒店、写字楼、住宅,倒逼建筑材料企业在激烈的竞争中完成技术创新升级,现在国内很多建材品牌的技术水平已经赶上甚至超过欧美品牌。但很多消费者和相关的采购部门,因为不了解中国制造、中国产品的技术进步,在国际上到底处于什么水平,而去盲目追求海外品牌。作为“使命驱

动”型中国制造企业,2004年以来,北新建材实现年均净利润复合增长率27.5%,石膏板业务从中国第三跃居全球第一,2018年全面启动全球化布局,目前已经在15个国家建立目标和方案并稳步推进。《参考消息》是一家具有“国家高度、全球视野、人民喜爱”的媒体,培育和发展优秀的“中国制造”,是媒体和企业共同的使命和责任,随着双方合作的推进,依托《参考消息》平台的优势资源和条件,让更多的人了解中国制造的技术进步,实现品牌与技术水平相匹配。

北新建材总工程师董占波陪同王朝文社长一行参观了北新建材未来建筑馆、全屋装配式系统样板房,详细介绍了北新建材

海外布局战略规划,以及“全生命周期、全产业链”的绿色发展理念和打造中国制造高端品牌、实现高质量发展的历程。北新建材打造的绿色建筑示范工程是全球第一栋用金邦板替代石材、用鲁班万能板替代木材、用石膏板复合墙体替代砖头砌块、用矿棉板替代金属板、用弹性地板替代瓷砖地毯木地板的绿色示范建筑,北新建材通过迭代创新和全球原创,将“建材”升级为“绿色建筑新材料”,用“全屋装配、即装即住”的装配式建筑体系替代传统建筑材料和施工方法,实现了原始创新和革命性突破,实现了高性能、低成本、绿色化、装配化。

转载自北新建材微信公众号



北新建材荣获“YUE 管理”卓越实践奖

12月18日,由《哈佛商业评论》中文版发起的“YUE 管理”卓越实践及卓越践行者在“YUE 管理”年度演讲(2019)现场进行发布,北新建材的“从中国第三到世界第一,北新建材的制高点战略实践”荣获“YUE 管理”卓越实践奖。北新建材总工程师董占波代表公司领奖。

理论很重要,实践更重要。这是《哈佛商业评论》中文版发起“YUE 管理”卓越实践及践行者评选的初衷。“YUE 管理”代表新鲜的商业实践(Young)、有效的践行成果(Useful)及长期的商业价值(Effective)。首届“YUE 管理”卓越实践及践行者项目自2019年8月启动案例征集,历经半年的征集和评选,邀请了12位财经界重量级专家



及国内外一流商学院的顶尖学者担任评委,共同打造“中国管理奥斯卡”。综合考量后,“YUE 管理”评选出10例卓越实践及7位卓越践行者。

北新建材“制高点”战略实施以来,开创出一条中国传统制造业自我革新转型升级之路。石膏板业务规模从中国第三(4500万平方米)跃居全球第一(27亿平米),2004年至2018年实现年均净利润复合增长率达27.5%,2018年资产负债率19.37%,归属于母公司的净利润24.7亿,经营性现金流量净额27.8亿,全球权威评级机构穆迪给北新建材的评价是A3,超过欧美世界500强建材企业评级。实现质量、技术、服务、规模、效益全面超越欧美外资品牌,在一个充分竞争、完全开放的制造业赢得约60%市场份额,全国地标工程重点工程和获得鲁班奖的工程90%采用的是北新建材龙牌石膏板轻钢龙骨系统,率先成为比外资品牌卖的贵卖得好的中国高端自主品牌。

评审组认为,北新建材及所有获奖者不拘于行业限制,均在战略、变革、领导力等某一管理维度拥有创新型建树及显著落地成果。参选案例中,原创的本土商业智慧将理论一一落地,给中国商业社会和更多后来者带来最具应用性的启发和洞察。

转载自北新建材微信公众号

北新建材“龙牌”当选2019年“中国品牌年度大奖 NO.1”

12月17日,享有“中国品牌奥斯卡”之称的2019年“中国品牌年度大奖”在京颁发。北新建材同华为、中国国航等行业领军品牌当选“中国品牌年度大奖 NO.1”。其中,北新建材“龙牌”是新型建材行业唯一获奖品牌。

北新建材是中国建材行业首家将品牌建设提升至公司战略高度的企业,成功打造了质量、技术、服务、规模、效益全面领先的中国高端自主品牌“龙牌”。从天安门城楼粉刷、人民大会堂墙体吊顶等国家重点工程,到奥运会、世博会、APEC会议、G20峰会等场馆建设,从北京国贸三期、上海中心、深圳平安金融中心、广州西塔东塔、澳门威尼斯人酒店等全国各地第一高楼和地标建筑,到中国工商银行、国家电网、联想、阿里巴巴、腾讯、三星等企业总部,从香格里拉、万豪、凯宾斯基、希尔顿、喜来登等五星级酒店,到奔驰、宝马、三星、华为、大众、富士康等工业厂房,都全面采用北新建材的“龙牌”系列新型建材。据统计,获得国家建筑工程奖90%的建筑都采用了北新建材的“龙牌”系列产品和系统解决方案,是为数不多的比外

资品牌卖得贵、卖得好的中国品牌。

据悉,“中国品牌年度大奖”已连续发布16年,其评判标准依据品牌影响力。品牌的影响力主要体现在知名度、美誉度、占有率、创新力和忠诚度等方面。世界品牌实验室参考企业在本年度的销售收入及主营利润并结合消费者评价、专家前期调查,通过对这几项指标的综合评审,最终推出2019年“中国品牌”各大榜单。

转载自北新建材微信公众号



北新建材有足够耐心、责任心和使命驱动做好防水材料业务

(上接 1 版) 对于基础设施工程项目造成很多安全隐患,房地产住宅千家万户更是经常为渗漏烦恼。

北新建材作为央企上市公司,同属于新型建材行业,服务同样的房地产客户群体,深知客户的痛点,应该勇于承担社会责任,应该勇敢进入防水行业,打造不漏水的防水系统。

另一方面,防水行业的质量痛点和极度分散恰恰也是北新建材进入防水行业的机会。房地产客户群体的协同、北新建材的品牌影响力美誉度、制高点质量管理能力体系等也是北新建材做好防水的优势。

北新建材有一个强大高质量的石膏板业务为基础,既锻炼提高了北新建材的经营管理能力,石膏板业务强大的利润和现金流也是北新建材有足够耐心、责任心和使命驱动做好防水材料业务的原因。

当然,防水行业的难度比石膏板大,竞争对手强大而且众多,行业生态非常恶劣,北新建材做防水的困难和风险都是显而易见的,对此,我们高度重视,做防水业务是如履薄冰,但北新建材不会因为困难而停止前进的脚步。

中国建材集团首席外部董事赵小刚(原中国南车董事长)在考察北新蜀羊成都防水基地时说,他自己就是“建筑漏水”这个痛点的受害者。他住的房子就经常漏水,他用针刺破壁纸将水排出,但下次下雨又要再拿针去给墙壁“放水”。更严重的是有一次下雨较大,地下室漏水造成水漫金山半尺深……真是令人唏嘘。

中国南车乃至后来的中国中车成功打造了最让中国人自豪的国家名片之一“中国高铁”,可是我们给高铁公司老总造的房子连漏水问题都解决不了!这更加坚定了我们做好防水材料的事业心和责任心,让国家功臣和千家万户老百姓再也不要为房子漏水烦恼了。

贺丹:

北新进入防水行业采取的策略是“区域龙头战略”,两个多月的时间里,联合重组了西南防水龙头企业蜀羊防水、北方防水龙头乃至全国知名品牌禹王防水、中原地区防水龙头金拇指防水,一举拥有了覆盖全国的十大防水生产基地。请问还有没有下一步的发展计划?北新在防水行业的发展将分几步走?最终目标是什么?

王兵:

目前只是第一阶段布局,已

有覆盖全国的 10 大防水产业基地,成为全国防水行业领军企业之一,可以给全国性客户提供本地化服务。



我们已经请中国建筑防水协会为我们组织全球技术资源,在北京未来科学城拿出一栋 2.2 万平米的研发楼打造世界级北新防水科学研究院,对于现有防水产业基地全面升级优化,同时在全国布局建设一批世界级防水材料生产基地。

未来几年我们将拥有更多的产业基地,进一步为广大房地产客户、基础设施客户乃至千家万户渗漏修缮提高更高品质的防水系统。

但是北新建材这些年来的发展历程表明,北新建材从来就不追求规模、不追求营业额,甚至不仅仅追求利润这一个指标,而是致力于为客户提供高质量产品服务、为社会和行业打造世界级工业标杆、为股东提供 360 度高质量发展的三张财务报表。

除了做防水材料之外,我们还准备把胎基布作为一个重要战略。因为胎基布是防水材料的一个重要原材料,重要的质量来源,所以未来我们要做高质量、低成本的一个胎基布的布局,进一步提高北新防水的竞争力。

贺丹:

目前北新有蜀羊、禹王、金拇指三个防水品牌,后期会不会打造一个统一的防水品牌?怎么协调三个品牌之间的竞争?

王兵:

我们这三个品牌都是几十年历史和区域龙头品牌,有良好的品牌美誉度和广泛的客户基础,因此我们毫无疑问会继续沿用和进一步发展壮大三大知名防水品牌。

在房地产行业刚刚评选的全国防水十大品牌里,“禹王”“蜀羊”“金拇指”荣列全国十大防水品牌。刚刚公布的国家鲁班奖获奖工程也是使用禹王防水材料。禹王防水也在负责大国粮仓防水任务的中国储备粮集团 2019 招标中名列全行业第一。

目前蜀羊、禹王、金拇指三

家公司的商号已经更名为“北新蜀羊”“北新禹王”“北新金拇指”,发挥北新建材的强大品牌影响力美誉度,进一步给三大品

牌加持,同时把北新建材四十年经验和经营管理体系导入三家公司,进一步提升质量和创新水平,把质量和信誉作为三大品牌共同的追求。

刚刚,在全联房地产商年会上,北新建材与全国绿色高品质房地产标杆企业当代置业签署战略合作协议,当代置业防水材料全部采用北新建材防水系统,由全国十大基地就近供货,这也是我们三大防水企业第一次联合投标的重大成果。

全球最大的豪华酒店集团、知名房地产企业富力集团和北京市基础设施公司旗下,地铁上盖房地产开发上市公司京投发展也同时与北新建材签署战略合作协议,进行龙牌石膏板系统和北新防水系统的全国性战略合作。

我们已经成立北新建材防水产业管委会,我们三家防水企业很快将成为一体化经营管理体系,更好的优势互补整合优化,形成合力提高竞争力。禹王品牌、蜀羊品牌、金拇指品牌都将发展成为全国品牌,根据客户需要和工程特点进行产品研发和客户服务。

同时我们会研发培育打造“北新”品牌防水系统,继续实施北新建材“制高点”战略,“北新防水”将打造成为世界级高品质防水系统。

北新防水将在很多方面突破和超越,不仅生产线将是世界级的,原料配方 100% 不含胶粉,同时将解决耐久性问题。

贺丹:

在您看来,北新进入防水行业有哪些优势?有哪些不足?需要付出哪些努力?

王兵:

北新建材“制高点”战略实施以来,已经实现质量、价格、性能、效益、规模全面超过了欧美外资品牌,在一个充分竞争、完全开放的制造业赢得约 60% 市场份额,全国地标工程重点工程

和获得鲁班奖的工程等 90% 采用的是北新的龙牌石膏板轻钢龙骨系统,率先成为比外资品牌卖的贵卖得好的中国自主品牌。2016 年经国务院批准,获得了中国工业大奖,这也是建筑材料行业第一次获得这个奖。这些经验、资源、影响力、美誉度都是北新建材的优势。

第二个大的优势是文化。

北新建材是中国建材集团旗下 A 股上市公司,北新建材和中国建材一样拥有重组文化的基因。重组有两条,第一是别人愿意来,凭什么跟你重组?我们重组的几家龙头企业都有别人找过他们,有行业领军企业,也有跨国公司,但他们选择的是与北新建材联合重组。第二就是你得发自内心认同别人的价值。而且不仅仅是一把手认同,是整个组织上下下都认同尊重重组对象和团队的价值。我们为什么跟三家防水企业重组,因为我们认为他们比我们强,他们的研发制造能力和客户市场能力都是我们认可和需要的,他们的团队人才更是我们最为看重的价值。所以在我们公司里面联合重组的企业家比我们地位还要高。并不是每一个企业都愿意和有能力做重组,并不是每一个企业都有这样的文化和胸怀。

第三个大的优势就是行业和客户的支持。

中国建筑防水协会、行业专家一直是北新建材进入防水行业的鼓励者、推动者,给我们提供了全方位的支持。正是因为他们对行业现状的深刻理解,因此代表行业欢迎和帮助北新建材进入防水行业,与行业主流企业共同携手推动行业高质量发展。在推广石膏板业务的过程中,房地产客户也普遍反映防水材料的漏水痛点,欢迎支持北新建材这样拥有高质量产品生产管理经验信誉口碑、重视创新、实力强大的央企上市公司进入防水行业。中国防水行业规模最大的 16 家防水联盟企业也普遍欢迎和支持北新建材进入防水行业,昨天晚上我和他们一起召开了座谈会,北新建材也会继续向各位防水行业前辈和同行学习,全力以赴做好防水业务。

北新建材是防水行业的新兵,才进入三个半月时间,我们有三家很好的企业,有很好的团队。但是面对竞争激烈甚至恶性竞争的防水行业,我们还是有很多不足。北新建材对行业的熟悉和理解需要一个过程,央企的规范管理可能降低效率和灵活性,三家防水企业的整合优化协同融合需要互相适应,新战略定位需要大量优秀的人才,等等。

最大的问题肯定还是行业生态。实际上我们刚刚重组第一次参加投标就被行业给了一点颜色瞧瞧。

在某个 3000 万级别的项目投标时,北新建材防水企业的正常报价成为全场最高价,两家防水行业龙头企业报价比正常报价低 20% 左右,而且他们两家报价相差仅 2 万元,可以推测这里面发生了什么。

我听说这个消息后安慰我们的同事说,这些困难都是北新建材必须越过的山丘。其他行业龙头企业如果愿意价格比北新建材防水企业价格低 20%,对我们当然会产生巨大的压力,不过这个价格定位也是品牌定位,我觉得也挺好的。他们这样的恶意低价怎么可能把产品质量和服务做好呢?三聚氰胺事件不就是低价——低质的循环吗?他们本来就资金实力有限,这样哪有钱投入研发不断创新呢?他们这种低价策略能让他们自己持续生存下去吗?国家出台了新规定,防水材料事关建筑安全使用寿命,需要进行结构 50 年和屋面 20 年不漏水的质量保证的。20 年后哪些防水企业还能存在?最终还是害人害客户害自己。我们不怕他们这种低质量的低价竞争。北新建材要坚持对于质量和技术的高投入,确保防水材料从原料到生产和施工全产业链的质量和服务。北新建材的定位是什么?就是制高点战略,质量、技术、性能、价格、档次、服务全面超过同行企业,这是我们的奋斗目标。

修复行业生态人人有责,行业内的企业都有责任推动行业健康持续高质量发展。企业之间的竞争应该是良性竞争,应该 PK 质量技术性能、PK 经营质量,企业之间的对标应该以价高者为荣,应收账款低者为荣,杜绝借款恶习。

中国的防水行业有最为广大的应用市场,理应培育出有全球竞争力的领军企业,北新建材曾经推动中国石膏板行业持续高质量发展,中国石膏板行业成为全球石膏板行业的创新发展引擎,愿意和防水行业同仁一起继续推动防水行业高质量发展。

北新建材进入防水材料行业是经过深思熟虑、百转千回的,是按照下一个四十年企业发展谋划的长期战略,北新建材有几十亿净利润和现金流的石膏板业务为基础,有足够耐心、责任心和使命驱动做好防水材料业务。

转载自北新建材微信公众号

幸福都是奋斗出来的

北新建材启动并实施“全体起立、全员竞聘”

(上接1版)只要你肯学习肯付出,在自己的岗位做出成绩。这次的竞聘,没有起点,不论学历,不论职级,全员竞聘,充分发挥展示个人能力和价值。对于已有职级职务的,也要参加竞聘,成功上岗才能继续担任。

目前公司干部的比例是比较高的,是不是每个人都合格都胜任?我们实施“全体起立、全员竞聘”,起立了的人,不一定坐回原位。有些人可能会升到更高的岗位,有些人会调到另外的部门和岗位,有些人会调到海外。参加竞聘就意味着接受公司的工作安排;不愿参加竞聘的,意味着你将放弃这个岗位,退回普通员工。所以这次的竞聘,就是建立公开透明的晋升、流动和退出制度,实现人员能进能退、能升能降,不断提高工作效率,全面

推进市场化薪酬体系建设。

二、通过竞聘,将选拔什么样的干部

我们开展竞聘,选拔干部的核心有三点:第一,有没有思路;第二,有没有业绩;第三,在不在状态。

第一,工作思路。做任何工作,当任何级别的干部,有没有思路是最重要的。如果干部只会签字和审批,公司就要衡量你的价值了。公司需要的是既有思路又懂得审核决策的人。

第二,工作业绩。外资企业有个说法叫 Up or Out,要么上升,要么出局。为什么?实质是性价比的问题。对于同样一个岗位,我们要启用有活力有想法,热爱岗位且可以做出业绩的人员,而不能任用那些长期只知道重复工作的人。业务部门要看数

字、看工作进展,职能部门看增值价值、看工作质量。

第三,工作状态。好的状态决定好的结果。作为一名合格的干部,要有不断学习进取的精神和随时战斗的准备,同时还要有迎难而上、迎刃而解的决心和信心。这样才能带领好团队,同时起到良好的助推作用。

公司通过建立并形成“全体起立、全员竞聘”常态化工作机制,给每个人提供进步提升的空间及机会。避免类似高考似的一考定终生,同时实行滚动式竞聘,初步想法是三年一个周期,衡量工作业绩和进展。

三、“全体起立、全员竞聘”是业务发展和战略实现的重要组织保证

北新建材这些年的扩张和发展,很多同志都离开了北京,

离开了家,因为有了大家的付出和努力,公司才取得令人瞩目的跨越式发展,成为全球最大的石膏板产业集团并赢得超过 50% 的国内市场份额。进入新的时代,北新建材面临的挑战和竞争既有世界 500 强排名前 200 位的外资企业,也有欧洲百年家族企业,还有曾属于巴菲特旗下的美国上市公司。我们的工作重点也随之发生变化,要全力推进公司全球化产业布局,大家要有思想准备,要有勇气和愿望去开疆扩土。我们每一级的管理者也要深刻地认识到这一点。

2004 年以来,我们在充分竞争的市场环境中制定并实施了“制高点”战略和“聚焦”战略,构筑企业发展“护城河”,同时进行组织架构调整,业务流程再造优化,并在“四个充分”基础上探索

打造“双线择优”管理模式,一系列的变革改进,实现了北新建材的高质量发展。

北新建材的使命是“推进建筑、城市、人居环境的绿色化”,实现“致力于打造世界级工业标杆”的愿景目标,实现“全产品解决方案、全市场覆盖、全产业链营销、全球化布局”的业务战略目标,这些目标的达成一定要依靠每个人的不懈努力和奋斗。我们启动实施“全体起立、全员竞聘”是业务发展和战略实现的重要组织保障。北新建材将站在更高的起点,实现人员团队和人才梯队的持续进化。通过全员奋斗,实现每个人的幸福,实现北新建材的梦想!

曹积富:55 岁竞聘上任西南公司副总经理

1989 年,曹积富研究生毕业后入职北新建材,至今从业 30 年,始终坚守一线销售工作,常年驻外,先后在华北、天津、晋冀鲁、苏北、川藏、云贵任职。经验丰富,勤奋执着,多次被评为优秀大区经理。

1989 年,曹积富入职当年便被派往海南,从此开启了他的驻外生涯。1996 年,北新二次创业,公司由坐商向行商转变,作为六名外派区域经理之一的他,意气风发、斗志昂扬,带着各类样品、资料奔市场、跑项目,在河北、山西等华北市场开发了大批经销商,也为龙牌在华北市场的推广奠定了基础。2006 年,他负责天津市场的销售工作,通过对渠道的梳理、重点项目的有效攻关,天津连续 4 年销量稳步增长,接手时 180 万平米到离任时已达到 520 万平米。2014 年 10 月自苏北调任四川大区,当年的四川市场无论在销量、价格上龙牌石膏板均低于博罗。2015 年,曹积富精耕细作,对区域进行划分,责任到人,带领团队拓展渠道、开发地州,经过两年的努力,2016 年四川市场石膏板销量一举达到 1640 万平米,销量首次超越博罗。2017 年,他对龙牌石膏板在四川的市场价格进行调整,实现了四川地区龙牌石膏板对博罗的量、价双超。2018 年,紧紧围绕从“量本利”到“价本利”,稳价提价,当年实现石膏板单价同比增长 17.17%,龙骨单价同比增长 12.73%,板骨营业额共 1.6 亿元,同比增长 14.29%,为西南公司实现红色标杆任务做出

了重要贡献。2019 年 2 月,昆明工厂建成投产,经公司研究,决定调曹积富任云贵大区经理,负责云贵市场的开拓,年满 55 岁的曹积富毫不推脱,坚决执行公司的决定,肩负释放昆明工厂产能的重任,满怀信心奔赴云贵。

2019 年 3 月,为进一步完善职业经理人市场化选聘,公司全面启动全员竞聘工作。曹积富积极响应公司号召,主动参与了第一批竞聘,竞聘岗位区域公司副总经理。在竞聘中,他从目前西南公司由单个生产基地向多个生产基地转变的现状、新增基地的产能释放、营销 2.0 工作的开展、产销人才梯队的“801+”计划、北新文化的传承等多方面进行分析,提出了自己的建议和工作设想。曹积富同志虽然 55 岁了,却依然保持了入职初期的执着与激情,始终将工作放在首位,充分体现了其“用心履职”的履职规范和“自我革新”的北新精神!

文 / 西南公司 刘芳

岗位竞聘优秀典型



李坦:从普通员工竞聘上任湖北北新副总经理

我 2009 年 7 月入职湖北北新,一直从事行政工作,主要负责政府事务协调、基建管理以及其他一些后勤保障的工作。在北新的这十年里,完成了很多的人生大事,恋爱、结婚、生子、入党,也得到了很多历练,不敢说北新造就了我,但北新确实在我身上留下了深深的印记,不论是业务能力还是人际交往,都得到了很大的提升。回顾这些年的工作,我深深地感受到,不论什么岗位,比如办公室很多看似简单琐碎的大小事务,都需要用心对待。要有勇于挑战困难的决心,要有高度的责任心,要有员工生活无小事的恒心。

作为一名党员,刚刚接受了关于

“不忘初心,牢记使命”的主题教育,对于我以往工作的总结也印证了主题教育的要求。遇到困难,不埋怨自己,不指责他人,不放弃信心,不逃避责任。我是公司选拔干部创新之举的受益者,这次竞聘成功,是公司对我工作的肯定,对我来说,也是新的挑战。作为一名党员,以党性为后盾,以使命感为动力,以“用心履职、不偏不私、自我革新、止于至善”为具体要求,从思想上、作风上加强自身建设,恪尽职守、辛勤工作,为公司的经营发展贡献力量。

文 / 湖北北新 李坦