

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

2017年1月25日 新年特刊 北京市内部报刊准印证 第(Z)0365—980346



饮茶谈生意,把酒话愿景 净利润增长 52%,六星企业耀华东

华东公司



2016年已过,华东公司江浙沪皖四地、七个基地、六条石膏板生产线,经过一年奋战,以净利润增长52%的傲人业绩顺利收官,在丙申年结束之际,回顾一年奋斗,与全体北新人同庆业绩,共迎新春。

如果说“业绩”二字是书面语,同义唯有“生意”一词我们耳熟能详,即使是以未来愿景勾画出的企业阿里巴巴,使命也不过是“让天下没有难做的生意”。

六星企业哪家强? 群星璀璨在水乡

2016年,华东公司创建了三个“六星企业”,以三个净利润超5000万元的基地致敬江南水乡,再度彰显北新建材品牌与市场实力。其中,宁波北新再次蝉联“六星企业”,镇江北新、淮南北新双双新晋“六星企业”序列,在江苏、浙江、安徽三个省份我们各打造了一个明星标杆企业,使华东成为六星企业最集中、数量最多的区域公司,夯实了华东的核心利润区地位。

饮茶谈生意,茶香各不同。华东的三个“六星”企业各有千秋,在北新建材一以贯之的企业精神引导下,扎根江南,各放异彩。

品宁海望海茶,与浙商谋利。所谓高山云雾出好茶,依山傍海的宁波北新不仅能喝到名优望海茶,使人神清目明,更同浙商一样,有着敏锐的商业眼光与强大的经营实力。宁波北新连续三年蝉联“六星企业”荣誉,成为名副其实的浙东“印钞机”,北新建材干部员工同忠诚的龙牌经销商一道开拓,连年开创产品质量过硬、市场稳定繁荣、品牌享誉度高的好局面,同时产品单重再创新低,生产速度再度提升,不断实现技术与管理的自我革新。2016年谈浙江,绕不开G20峰会,宁波北新成功服务本地G20杭州峰会,以好产品、全体服务峰会主场馆杭州博览中心的建设,同时,独家中标国内外领导人下榻地——西湖国宾馆,从会场到住宿,龙牌无处不在,在国际会场再一次彰显中国自主品牌实力。

饮镇江金山翠芽,成事在天,谋事在人。在地处江苏的镇江北新,不仅可以喝到与名茶相比属于新创茶的金山翠芽,更能看到崭新的一颗“六星”,可谓江苏“新贵”。无论是现场管理示范基地,还是生产成本创华东最低,2016年,是镇江北新崭新的一年。这一年,从年初制定“六星”目标开始,到年末数据的最终达成,365天镇江北新这支年轻化的团队靠“人和”,拼搏进取,呈现了一个用时最短、目标明确、技术创新、速度升级的新“六星企业”;这一



年,镇江石膏板厂实现热风炉回风利用改造及电收尘系统改造、锤式打散机的改造项目,实现能耗的充分降低,综合生产成本位列华东最低,同时单套三控实现64m/min的生产速度。申报的项目“一种石膏板生产线稳定粉料输送系统技术改造”获得了“凯盛杯”中国建材集团技术革新奖,技术革新类一等奖,掀起了技术创新的新高潮。

晚成有徽商,巷深方识“祁门香”。安徽为名茶最集中的省份,然祁门红茶成名最晚,却最为高香,有享誉世界的“祁门香”,淮南北新也是如此。2016年,华东公司从兄弟淮海公司手中接过淮南北新的“六星”接力棒时,淮南北新已然六星在望,在安徽这块徽商文化沁润的土地上,淮南北新一步一个脚印,从2012年投产到现在,五年时间,销量实现稳步健康增长,2016年,安徽、南京区域销量双破千万大关,淮南北新新晋六星序列,可谓双喜临门。这一年,安徽成功助力TFT-LCD10.5代线合肥京东方项目建设,龙牌市场更是深耕广阔,市场版图迅速扩大,充分印证了龙牌产品的市场实力以及品牌影响力。在安徽十余条竞品生产线的市场搏杀中,淮南北新取得此经营业绩,充分印证了酒香不怕巷子深,北新人同徽商一道精耕细作,淮南北新赢得自己的“祁门香”。

十年宝刀未老,太仓成英雄

半载初试牛刀,嘉兴谓豪杰

太仓北新,十年宝刀未老,今年更是以环保成绩的突出,成为华东历史最长的“老”英雄。从2006年12月30日出生,到2016年12月30日,十年时间,从北京到

江苏,在竞争最激烈的核心地区扎根落户。十年发展,两条导热油生产线,在核心环保区内,面临极其严峻的环保考核,今年,太仓北新通过一系列的环保改造,尤其是脱硫除尘、脱硝改造,顺利实现环保验收,在花园城市实现燃煤沸腾炉的近“零”排放。同年,“两步法”在太仓试行成功,提速降耗效果明显,太仓龙骨厂产量破万吨,实现龙骨销售新突破。

同时,太仓北新服务古城苏州,龙牌闪耀在国内规模排名第一的整体开发城市综合体——苏州中心,在上海,服务魔都众多重大项目建设,攻关独具特色的上海世茂深坑酒店项目,以龙牌1.5小时耐火吊顶系统中标上海世博会博物馆,助力上海实现销量爆发式增长。

嘉兴北新,半载初试牛刀,以打破多项历史记录的好成绩,成为华东石膏板系统新豪杰。从2016年8月转固,嘉兴北新用不到半年的时间,印证了北新建材对石膏板生产线建设与掌控的新高度,打造了北新建材项目建设新标杆,不仅实现了对乌镇互联网国际会展中心等重点场馆的供货,同时以投产当月高产261万平方米的记录撑起了G20期间华东整个区域的保供重任。在创建了“零”废板高效试机模式顺利试生产后,更是以当月转固当月盈利的好成绩打造了历史新记录。在嘉兴,实现了多项创新技术。使用自动接纸系统,改进混合机,改进型三区干燥机及二次叠板堆垛系统,启用自动包装系统,优化尾气集中回收系统等,使节能效果良好,排放更低更环保。与此同时,销售系统深耕嘉湖地区,释放嘉兴产能,嘉兴销量实现了翻倍增长,树立了中小区域新标杆。

把酒话愿景, 雄鸡报晓在年关

2016年,华东公司落实总部关于巩固和加强“工程和分销市场”,重视和发展“家装和零售市场”,拓展和布局“翻修和改造市场”,研究和延伸“创新应用市场”的全面要求,在各个方面实现全面攻关,业绩斐然。

开拓行业客户,和永发、艾谱、虎王、探桦等保险箱公司合作进一步加强,在全国保险箱集散地宁波市,实现出口保险箱内衬板应用15.9高耐火石膏板,本年度销量首次突破100万平米。同时,在杭州、上海、宁波、苏州、常州等多地实现与复合内保温厂家的合作,拓展石膏板应用领域。

本年新注册龙牌粉料(太仓)有限公司,相应项目紧锣密鼓建设中,在现有太仓生产线基础上拓展了产业链,丰富了产品序列,龙牌粉料也正式中标万科集采目录,踏出北新石膏粉料业务发展的新步伐。

太仓北新顺利吸收合并苏州北新矿棉板有限公司,注册太仓北新建材高新区分公司,实现了两板业务协同、政策协同、城市协同的协同化发展。

北新绿色住宅利用防爆泄压体系实现外墙板体系销售,顺利实现对汇仁集团等药厂项目的技术攻关,成为营销新亮点。

与苏州金螳螂、中建八局装饰、浙江建工、上海建工、上海全筑、中建三局东方装饰等单位持续良好合作。与江苏扬子净化公司开展合作,满足客户定制需求,赢得客户青睐。继续维持和开发家装客户,中标多个家装精装修楼盘,实现区域内高档家装楼盘全覆盖。

协同全国性的房地产客户区域对接,在华东区域内顺利实现与绿地、恒大、万达、碧桂园、华润、中海、金融街、保利、鲁能、龙湖、世茂、雨润、苏宁、金鹰、日本积水、升龙、新城、旭辉、海尔、雅戈尔地产等房地产公司的合作。同时,牵手万科,顺利中标宁波万科金色城市、上海虹桥万科中心、南通万科濠河传奇、上海万科翡翠别墅、徐汇万科中心、万科城市花园、万科翡翠滨江12号精装修、马桥万科城精装一期项目、七宝万科广场等项目。

2017年已至,华东公司将在总部战略要求下,稳扎稳打,躬耕江南,功崇惟志,业广惟勤,以夙兴夜寐的奋斗精神、凭高眺远的进取意识,在大刀阔斧的同时,更精耕细作,在江浙沪皖,为北新建材的钻石十年实现跨越式发展而奋斗!

全面提质增效,南方公司净利润增长 42% 勇创六星标杆企业,肇庆北新焕然一新

南方公司



春播一粒粟,秋收万担粮。2016 年南方公司以坚定的信念迎接万变的环境,在公司总部的正确领导下,南方公司全面贯彻“涨价、降本、收款、压库”,坚决落实“四减”,围绕“四个市场、四个转变”持续推进以石膏板为核心的“四板四料”业务,不断提质增效,全面超额完成年度经济责任书各项任务指标。下属肇庆北新实现净利润同比增长 58%,新晋为“六星标杆企业”。

全面提质增效

主营业务“价本利”不断优化,盈利能力大幅提升,2016 年南方公司销售额同比增长 23%,净利润同比增长 42%。坚持涨价稳价,通过市场掌控顺理涨价,下半年面对原材料、运输成本持续上涨的态势,石膏板及龙骨再顺势涨价,保证了产品毛利空间。通过多项举措如控制产品价格特批率,取消日常订单特批,严控工程特批。建立了特批管理机制,避免特批泛滥,扰乱市场价格,各区域特批率控制在 50%以内。巩固了广东核心利润区,加强了市场策划和市场管控,全面保障利润来源。

在生产工艺上,通过技术改进进一步降低降重,从而降低原材料单耗。按照双线择优管理模式压降原材料采购价格。2016 年成本节约计划完成 870 万元,完成率 136%;其中采购节约 680 万元,占 78%。

按照账期、额度双控原则,建立南方公司授信管理制度,对客户逾期或超额占用的资金收取资金占用费,控制风险,压降应收账款。对原材料及生产精细化管理,以历史销售数据制定采购、生产计划,压降存货库存,提升存货周转。应收余额下降 61%,应收周转率提升 55%,应收占销售占比为 2.1%;存货余额下降 19%,存货周转率提升 58%,存货占销售额比重下降为 5.6%。

开疆辟土“四个市场”,乘风破浪“四个转变”

南方公司按照“四个市场、四个转变”营销策略有效组织市场,围绕以石膏板、轻钢龙骨核心主业持续推进“四板四料”

业务全面发展。整体销售额增长 23%,其中石膏板销售额增加占比 38%,龙骨占比 51%,其他“四板四料”销售额增加占比 11%。

2016 年南方公司加强渠道布局与建设,新增一级渠道 19 家、二级渠道 86 家,新增摆货 89 家。同时推动渠道由 1.0 向 2.0 转变,推动展厅、专卖店建设,提升北新企业及产品形象。不断增强与客户的情感黏性,通过优秀经销商评选、摆货油礼活动等加强与客户互动,逢年过节登门拜访。

此外,加大对全国装饰百强企业的拓展力度,借力装饰公司在全国重点项目的辐射作用,进一步拓展市场,增强品牌知名度。通过加强项目覆盖,龙骨销量也显著提升,同比增长 50%以上。

在落实“四个转变”战略上,南方公司大力推进从公建到住宅、从城市到县乡的转变。在进一步提高工建项目掌控能力的同时,积极拓展住宅楼盘业务,2016 年对恒大、雅居乐、敏捷地产等大型地产公司精装楼盘进行了大范围覆盖。同时,积极开发布局县乡空白市场,以年销量 10 万平米的赣州兴国县作为南方公司标杆县,复制经验加以推广。

2016 年南方公司在华南市场推出“龙牌”和“北新”硅酸钙板,丰富产品品类和组合方案,扩大渠道资源,增强与客户的业务黏性。

围绕发展抓党建,抓好党建促发展

南方公司不断加强文化建设、园区建设、团队建设,充分凝聚和发挥团队力量和群众智慧,持续推进人的全面发展。

党建工作方面,软硬件建设并驾齐驱,改造党员活动室,为加强党员活动交流提供场所支持。邀请政府党委领导参与肇庆党支部组织生活会、指导党建工作以加强地方共建,树立良好企业党支部形象。调整党组织架构和企业组织管理架构合一,鼓励优秀干部积极入党,组织游离党员办理流动党员证,强大肇庆党支部党员力量。

围绕党建工作加强团队建设工作。

优化组织架构增强协同、提高效率,通过石膏板厂与龙骨厂合并、技术质量科及生产计划科合并、综合管理职能合并,技术、资源得以进一步共享,员工一岗多能效得到进一步发挥。肇庆北新 2016 年全年员工人数控制在 100 人以内,坐实“百人基地”目标。同时,系统换位思考,落实群众路线,为员工办实事办实事,增强员工的满意度与获得感。

改善园区和现场环境,让员工舒心工作与生活。2016 年肇庆北新全面升级园区环境,肇庆北新重拾靓丽形象:厂区外墙全面粉刷,墙面洁白亮丽焕然一新;投入 20 万元大力植树绿化厂区环境,建设厂区花园,为员工提供业余休闲场地,让员工乐得其所;石膏板厂一控通道搭建板墙,对一控球磨机进行降噪处理,优化工厂现场环境,改善员工工作条件,同时利用板墙区域宣传企业文化、公司政策;建设基地展厅,办公室及会议室以公司产品重新装修达到办公及展示并用。“栽下梧桐树,引得凤凰来”,自园区改造以来,政府及企业客户参观络绎不绝,肇庆北新逐渐成为肇庆地区一张新的企业名片。扎实用好群众路线工具,解决员工衣食住行问题。在宿舍改造过程中,肇庆北新积极征求员工

意见,全员参与“宾馆式宿舍”建设:为员工提供宾馆式宿舍配置,并人性化考虑将夫妻房全部更换为 1.5 米大床;采纳员工的意见,将宿舍内墙粉刷成员工自主选择的淡绿色;将原来开放式的阳台全部安装窗户解决员工反映的灰尘大的问题。为了让员工就餐满意,实行食堂业务专业外包,后根据员工意见,增加小炒等服务,不断改善以满足员工的的不同需求。

体贴服务员工,让员工在北新暖心。组织为员工过生日,探望生病员工,组织员工参加运动会、拓展活动等丰富员工的生活,让员工感受到互相关心、互相尊重的家文化。

在全体员工的共同努力下,肇庆北新实现“六星”梦,南方公司人均利润贡献提高了 56%。

2016 年南方公司团队以“黄沙百战黄金甲、不破楼兰终不还”的决心与信心,怀揣着不忘达成“六星标杆企业”的初心,坚定不移贯彻各项指示,深耕细作达成各项指标。2017 年经营压力犹在,但南方公司团队会继续以“长风破浪会有时,直挂云帆济沧海”的胆识和魄力,有信心、下决心、想办法,打造有能力、负责任、不惜力的阳光团队,迎难而上、再创佳绩!



南方公司团队建设活动



龙牌席卷大西南, 打造超级标杆基地

广安北新以超过 7000 万净利润勇夺单厂赢利能力冠军

西南公司



2016 年,充满激情与活力的西南公司团队在公司各级领导的指导及关心下,外抓市场,内抓管理,紧紧围绕市场、价格、成本、效益开展工作,圆满完成了当年公司下达的任务指标,连续三年位列六星标杆企业。

2016 年西南公司内降成本外拓市场,通过技改技措、策略采购、生产考核、大力发展渠道、开拓家装市场等重点工作,石膏板厂实现实物产量、销量、利润额及同比增幅,均达到广安工厂历史最高水平,在全国也获得多项第一名:

利润额基地排名全国第一;

石膏板销量增幅区域公司排名第一;

石膏板实物产量及产能利用率基地排名第一;

应收账款周转率、存货周转率区域公司排名第一。

降本增效之——技改篇

2016 年,西南公司通过对炉膛、热交换器、给煤机、外保温、

电收尘器等关键设备的技术改造,生产速度及产量有了显著提升,目前速度已由去年的平均 54 米/分钟,最高达到 72 米/分钟,日均产量达 9.83 万平米,最高日产量达 11.8 万平米。同时当年完成专利 13 项,其中含 1 项发明专利,增加效益预计 10 万元以上。

降本增效之——采购篇

2016 年,西南公司加强对原材料市场行情的掌控及合理的产销协调统筹,提前或晚于正常采购时间段向供货商下单,实现采购价格低于正常采购节点价格。本年对护面纸、煤炭、带钢产品通过策略采购实现节约成本 140 万元左右。以带钢为例,2016 年西南公司带钢采购均价低于全国区域公司均价 6.7%。

市场开拓高歌猛进

西南区域石膏板销量同比增长 27%,其中四川实现了 30% 的增长,贵州则达到了 97% 的增长,成都石膏板销量位居全国城

市第三,同比增幅 32%。这些成绩的取得得益于在新品方面定位准确,针对当地市场的竞品推出了新品种,从实际来看均达到了预期效果。在大力开发渠道的同时,严格控制零售及工程渠道的产品分类销售,避免低价板流入零售市场,保证零售价格的稳定性。此外,西南公司主要针对二级经销商及工长举行了多场大型推广会和上门推广,起到了良好的宣传作用,增加了二级经销商与厂家的粘合力。

2016 年西南公司重点工程项目供货达 50 余个,包括重庆江北国际 T3 航站楼、京东方工厂、都江堰万达广场等,其中成都京东方石膏板用量 56 万平米,龙骨 480 吨,用钢量相当于 3 个埃菲尔铁塔;内江锦江国际酒店一期供货 12 厚高隔声板 3 万平米,开创了北新高隔声板使用的新纪元;缅甸新锦江酒店石膏板用量 10 万平米,开启了东南亚市场拓展的新篇章。

销售市场氛围稳步向好的同时,西南公司对于仿龙牌、傍龙牌的打击力度也绝不姑息放纵,2016 年共进行维权活动 9 次,部分案件已对涉案方提起诉讼。

安全及现场管理全方位保障

为提高员工的安全生产防范意识,西南公司用悬挂横幅、案例视频、实地演练、知识问答等多种途径进行安全教育,参与人次达 1150 人次;通过将生产

责任区卫生状况完成情况与绩效评比挂钩,生产车间内的卫生状况有了明显好转;目前已完成了厂区内路灯的维护,办公区、生活区与生产区通过隔离栏进行区分,为员工营造了安全、卫生、明亮的工作和生活环境。

2017 年的原材料成本相比去年将大幅上涨,但我们已经在市场与生产方面均做好了应对准备。2017 年,让我们撸起袖子一起干,在新的一年里再创辉煌!



西南公司中标“超级工厂”——成都京东方

重结果, 更重过程

审计部



最初写下这个标题的时候,我是有些忐忑的。在做了充分的思辨性研究后,这个想法越来越坚定并清晰起来。这是一个审计理念的问题,如果能在这个问题上与公司上下达成共识,我想将会有助于今后部门间更顺畅无缝的合作,也有助于树立企业正确的行为准则。所以思来想去,以此作为 2016 年度审计部门的思考总结,也作为 2017 年的工作起点,有必要、也有意义。

对这个问题思考的起因,是我们在开展审计时,以制度、规范、决议作为依据,进行合规性判断,然而对于一些并未造成严重后果的“违规”,而仅从规范性上说事,说实话,被审计单位是不太重视的,认为审计工作吹毛求疵,过于教条,不理解现实的多变性,不晓得灵活变通。

重视结果,这一点无可非议,很多调研都非常强调结果导向,没有结果,一切都是零。绩效考核是典型的以成败论英雄的

结果论,然而只强调结果就够了吗?我的观点是不够,不仅不够,单一强调结果还有很大危害。

为什么这么讲?因为单一强调结果,过于纵容“将在外军令有所不从”,带来的是不可预期的结果,成也萧何,败也萧何。企业追求的目标,不是简单的利益最大化,而是可持续、风险可控下的利益,对北新建材这样一个秉承稳健经营原则的企业来说更是如此。强调过程,导引的是一个可预期的适当后果,而不是盲目冒险下的激进结果。

强调过程,意味着捍卫规则,那么我们需要面临的质疑就是,规则一定都合理吗?公司决策就一定都是深思熟虑的康庄大道吗?正是因为这些质疑,所以有一些人以“正义者”的面貌,以“公司利益”为重,变通性地进行选择性执行。因为按照“正义者”的价值观,捍卫和坚持不合理的规则,执行错误的决定,就是最大的不负责任。这种敢于挑战规则、舍我其谁的勇气,究竟是否应该被鼓励?

我们说,经济责任审计,以经营绩效为核心,由于涉及到责任的鉴证,所以在发现不合规的

作业程序时,我们还会再进一步地关注出发点,如果出发点是好的,也未产生严重后果,这种程序性的不合规就会在鉴证报告中淡化。

但在日常内部控制的活动,是否可用良好的出发点、现实多变性来作为违规的合理性理由呢?我的观点是否定的。与经济责任审计不同的是,经济责任审计,特别是离任审计,是基于已产生的既成事实做出评价,而内部控制的对象是一个持续经营的客体,我们所采取的方法虽然是对以往工作合规性的验证,但目标却是面向未来的,是要通过识别并纠正过程的不合规,来导引未来风险可控的必然结果,而不是一个基于“充分信任”就允许以“正义”之名来阳奉阴违,对公司的规章、决议按照自己的标准来做选择性执行。如果这样,公司的执行力何从谈起?航运的舵向如何把控?

这里可能会遇到一个冲突,就是企业需要发展、需要创新,有时确实需要打破常规,机遇可能恰恰孕生在这种敢于打破常规的创新中。这种创新行为在过于强调内部控制的环境下是不

是就会被抑制?因循守旧固然避险,但也意味着死气沉沉,就象诺基亚的倒下那样,“我们不知道哪里错了,但我们却被出局淘汰了”。显然,这不是内部控制的目标。那么,到底如何解决创新与规范的矛盾?遇到不合理的规则或决策又应怎么办呢?

首先,企业要营造谏言的氛围,明确言者无罪。正如大禹治水在疏而不在乎堵一样,要通过疏导机制的建立,鼓励大家对不合理的规则提出质疑,通过质疑来不断修正完善规则的合理性。其次,在执行时,必须坚持和捍卫规则的严肃性。如果有特殊例外情况发生,需要采用非常规手段,务必明示,采用主动备案的方式“充分透明”,明确个人要承担的责任。当然,我们也并不鼓励盲目冒险,不主张个人英雄主义,这种非常规的手段一定要基于科学的态度,周密论证,详细分析风险及可能性后再做审慎决策。

最后,还要建立对这种特殊例外的配套跟踪与评价机制,对主动申报、先行先试的创新成果,予以表彰奖励,甚至由此来触发完善既往的规则;对失败的

结果,详细分析原因、决策过程后再做包容或是惩罚的决定。

对于自以为是,认为规则不合理,就自作主张地漠视规则,或是选择性执行的行为,不论结果的好坏,一经发现,都应坚决予以制止、并进行处罚。即使结果是好的,也要功过两论,不能功过相抵,更不能以功折过。

天下大事,必作于细。捍卫规则,树立法治精神,是企业做大后必须坚持的导向,是实现稳健经营的必然选择。稳健经营不等于保守守旧,稳健与革新要象汽车的发动机、制动系统一样,相得益彰、互为促进。配置快速拉升速度发动机的汽车,一定要同时配置能快速制动的系统。有这样的多重机制,企业的运行才能真正既有活力,又有章法,避免赛马在“以成败论英雄”的氛围下成为脱缰的野马,而要让赛马在内部控制的约束下减少自我膨胀,克服盲目自信。

文 / 陈豪雅



2016 砥砺前行逆势增长,2017 栉风沐雨不辱使命

东北公司



东北公司管理团队

2016 年东北经济继续断崖式下跌,房地产投资持续大幅下降。东北地区成为经济发展表现最差的区域。在过去的一年东北公司坚决执行公司“四个市场、四个转变”战略方针,发挥“双线择优”的经营管理优势,充分调动每一位干部员工的工作热情和拼搏精神,全员上下齐心协力,降本增效、开疆扩土,东北公司敢于在红海和寒冬中谋发展、用智慧与魄力在滩涂中寻找机会。

2016 年,东北公司把全面完成公司业绩指标作为工作的出发点,从年初开始即对生产、销售、采购做好了规划和部署,制订了详细的目标和具体实施措施。最终东北公司实现管理口径净利润同比增长 28%,净利润预算完成率达到 106%,应收账款平均下降 24%,存货平均下降 28% 的成绩。向公司交上了一份合格的答卷,为公司开启钻石十年添砖加瓦。

生产篇

技改技措降低成本、提升产品质量

石膏板生产线回风改造项目卓有成效。干燥机一区前 6 个门湿度较大,内部辊道腐蚀严重,影响辊道使用寿命的同时容易使护面纸的纸纤维粘结辊道

表面易形成麻坑,因此用不锈钢辊替换原有的碳钢辊解决了此问题。为了更好地优化生产工艺,工厂将干燥机一区的废气进行二次利用,将冷水交换成热水。换热后温度高达 64 度,用于一控配料,提高湿板整体温度。既解决板面麻坑问题,又提高板材的粘结质量,同时还可以节约能源。此外,工厂干燥机门多年漏风严重,损失了大量热能,给降低煤耗工作带来了很大难度。工厂技术人员通过不断钻研创新及反复实验,更换干燥机门合页,并使用陶瓷棉材料进行密封,该技改技措项目密封 1、2 区干燥机门共计 54 个,最终彻底解决干燥机门的漏风问题。此项目很好地改善了车间生产环境并有效降低了煤耗。

为了优化板材立边,提高板材的卖相,东北公司专门设计了一款高配置刻痕机,经过此项技改,生产出的板材外观有了很大提升,得到了客户的好评与认可。

技术创新、研发、管理改进工作有声有色

石膏板铁岭厂积极参与 QC 小组活动,发布的 QC 课题《降低板材板边断裂废品率》荣获北新建材第 30 届 QC 小组活动二等奖、全国建材行业 QC 小

组成果三等奖,超能勇士 QC 小组荣获“2016 年全国建材行业优秀质量管理小组”荣誉称号。

2016 年石膏板铁岭厂申报中国建材技术革新项目 10 项,其中《高氯根脱硫石膏的生产应用技术研发》项目荣获一等奖,已申报建材行业技术革新奖。《废料回收添加脱硫石膏中的生产开发与应用》项目荣获二等奖。《轻质纸面石膏板生产工艺技术开发》、《预糊化淀粉在纸面石膏板生产中的应用研究》、《沸腾炉墙体固定方式改造》和《新型起泡装置的应用与研究》共 4 个技术革新项目荣获三等奖。

铁岭分公司大力开展专利申报工作,2016 年申请立案的专利共 35 项,其中发明专利 7 项。正式提交国知局申请的有 27 项,其中发明专利 1 项。获得授权专利 17 项,其中发明专利 2 项。

石膏板关注产销协调、龙骨厂坚持以销定产

强化产销协调配合,优化产品库存结构。一是根据库存和近期的订单情况,工厂优化生产节奏,减少因频繁更换规格出现过多的停机次数,同时节约原材料和包装物的消耗。二是关于定制产品,特殊规格执行订制模式。既保证销售不断货,又保证产品的快速周转,减少库存容量。轻钢龙骨坚持实行以销定产,全年产、销量相差在 1% 以内,在保证供货前提下,执行淡旺季库存,加快存货周转。

营销篇

四个市场、四个转变,重点突破家装市场

针对大、中、小型家装公司,东北公司分别安排不同组员跟踪推介。首先分析家装的不同包工形式,认真研究不同人员的关注点,有针对性的进行产品推介工作。设计师是引导者,注重美观;业主是消费者,注重环保;工长是使用者,注重便利;装饰公司购买者,注重价格。适时推

出龙牌净醛家装板和龙牌中国红板,针对不同人群的关注点进行推介,有效达成预期目标。两年来达成战略合作的家装公司有百合装饰、大树装饰、蚂蚁阳光、凤凰装饰、蚂蚁装饰、一秒设计、绿港装饰、瑞家装饰、鸣雀装饰、华庭装饰等几十家知名家装公司。2016 年家装板销量实现 165 万平方米,同比增幅 32.27%,增量占总增量的 55%。伴随与家装公司合作模式的持续拓展,未来家装系列必定会实现持续增长。让越来越多的家庭用上龙牌净醛石膏板,逐步提升龙牌的社会认知度。

提高工程项目成功率并全面覆盖到地级市场

伴随房地产投资的逐年下降,龙牌占据传统优势的工程市场压力越来越大,新开工项目快速减少。面对这样的不利局面,营销系统采取了如下措施:一是强化直销掌控项目进程,增强项目的成功率;二是加大地级市项目推广力度和覆盖面;三是加强项目核查力度和频次严控假货进入工地。石膏板销量增幅连续两年跑赢泰山石膏和外资同行,进一步巩固了龙牌的地位、提升了龙牌的市场占有率。

利用考核手段充分调动销售人员的积极性

依据“业绩增薪酬增、业绩降薪酬降”的原则,制订公开、透明、量化的考核方案。通过公平合理有吸引力的薪酬考核方案,引导销售人员关注价格和销量的平衡来实现业绩的提升,通过业绩提升实现薪酬的增长。这与总部的考核思路是一致的,薪酬取决于工作结果,让绩效文化落地开花。

采购篇

充分发挥“双线择优”的管理模式,联合采购部门降低采购成本,跑赢市场变动幅度。在采购商务部的大力支持下,东北公司的采购工作可圈可点,几种主要原材料的价格全部跑赢市场,

为超额完成利润指标奠定了基础。通过钢带的策略采购、工厂减员降低生产成本、合理控制销售价格等几项措施,轻钢龙骨单位毛利额和毛利率均创铁岭厂建厂以来最高水平。

在采购部商务的支持下,东北公司与清河电厂签订石膏供货协议,打破了铁岭电厂供应 90% 以上石膏的局面,借机双双压低两家的供货价格。为铁岭基地长期生产经营打下坚实基础。

2016 年东北公司能够超额完成预算,得益于生产、采购、销售三条线经营活动的有机结合和稳步提升。虽然身处最坏的经营环境,但这也是最好的成长和锻炼机遇。经过两年的历练东北公司团队的士气、状态、信心和抗压能力已经成为东北公司最大的无形资产和攻坚克难的利器。正是在这样的经济形式和经营环境下,培养了团队发现问题、解决问题、捕捉机会、持续学习的能力,练就了一批能征善战的指挥员,一批品格坚毅的奋斗者、一批具有工匠精神的员工。这支具备坚强意志力、超强战斗力和牢固凝聚力的优秀干部员工队伍,是创造佳绩的力量之源。

2017 年东北区域经济发展状况和房地产市场形式依然严峻,原材料价格又处在历史高位且有不断上涨趋势,这给东北公司的经营工作带来巨大压力。东北公司将紧紧围绕主营业务“涨价、增量、降本、增效”的经营方针,全面推进“四板四料”业务,力争在粉料、涂料有所突破。东北公司将继续发扬开拓进取、顽强拼搏的奋斗精神,全力以赴完成公司下达的任务指标。东北公司有信心、有能力以昂扬奋进的姿态创造新的辉煌,为北新建材钻石十年贡献力量。



嘉兴石膏板厂当月投产当月盈利创造试生产新模式

2016 年,时维初冬,地处华东,浙江嘉兴市海盐县,北新建材嘉兴石膏板厂经过 40 天的平稳运行正式宣布:嘉兴石膏板生产线突破设计时速,主线速度达 61m/min。这是本年嘉兴带来的第三个令人振奋的消息。

1 月 21 日,嘉兴石膏板厂首次进行试产石膏板,产品经检测,各项指标均达标,标志着北新建材项目建设史上的新突破,试生产成本大比例降低,试生产时间迅速缩短,创造高效试机新模式。

8 月 1 日,嘉兴项目转固,转固当月,嘉兴石膏板厂在生产各种规格的情况下,实物产量高达

261 万平米,折标产量 266 万平米,达到设计产能,生产速度 60 米/分钟,当月,生产成本、投入产出率、合格率、当月销量均破历史记录,试生产成本费用创历史最佳水平,实现当月投产、当月达产、当月盈利。

11 月 25 日,嘉兴北新经过 40 天平稳运行,正式宣布生产突破设计时速,主线速度达 61m/min,同时进一步降低单重,各项指标均在理想水平。同月,同处浙江省的宁波石膏板厂实现创历史水平的最高产量,保持着 300 万平方米以上月产量的高产记录。在两地工厂的高产、优质保障下,北新建材深耕华东,光耀

浙江,在 2016 年服务了全球瞩目的 G20 杭州峰会,龙牌闪耀杭州国际博览中心,助力在嘉兴乌镇召开的互联网大会,乌镇互联网会议中心全面应用龙牌产品。不仅如此,嘉兴工厂还实现了多项创新技术。比如,使用自动接纸系统,改进混合机,改进型三区干燥机及二次叠板堆垛系统,启用自动包装系统,优化尾气集中回收系统等。其中干燥机彻底解决了板材干燥中的边部过火问题,试产期基本没有干燥质量问题出现;混合机优化冲洗功能,大大降低掉块机率;尾气集中回收系统解决了煅烧、干燥两个系统分别排放、尾气回收处理

困难问题,集中利用尾气,节能效果良好,排放更低更环保。

嘉兴提速运行至今,已生产多种规格产品,累计产量已过 1000 万,利润、成本等多项指标创历史记录,传承龙牌一贯品质,质量深受用户信赖,赢得了客户对嘉兴出厂的产品质量、服务一片赞誉。

好成绩离不开好团队。回顾嘉兴基地从无到有,离不开项目发展建设部与华东公司的无缝对接,离不开嘉兴项目团队的攻坚克难,离不开华东公司生产总监驻地嘉兴的勤勉付出,离不华东公司领导优化配置营销资源,离不开兄弟工厂的无私帮助和

紧急增援,更离不开嘉兴北新整个团队的团结一致向前看,敢想,敢做,又做得成,北新人用精诚团结、奉献在前的精神,在杭州湾旁不断演绎新纪录。

目前,嘉兴石膏板厂继续稳扎稳打,进一步降低板材单重,为嘉兴辐射市场的进一步巩固和扩大提供优质生产保障,期待嘉兴再创新纪录。

厉兵秣马,新北方公司打响三大战役

北方公司

2016年是北方公司的革新年,由原淮海公司和原北方公司组合而成的全新的北方公司团队,在经过了短暂的磨合之后交出了靓丽的答卷。也正是由于淮海团队的拉动,北方公司才有了“潮平两岸阔,风正一帆悬”的美景;全年净利润同比增长27%。石膏板销量增长13.4%,库存降低37.3%;龙骨产量增加19.34%,库存降低11%;2016年矿棉板出货量600万平米,毛利额同比增长21.7倍,创历史最好业绩。故城石膏板年均成本2.99元,成为公司首个石膏板年平均成本2字头的工厂。新乡基地实现报表利润6000万元,跻身六星级基地行列,河南石膏板销量连续4年累计增长超过30%,向2000万区域迈进;山东石膏板销量突破1000万,4年增长2.1倍,特别是龙牌净醛板,在家装领域出货超过60万平米。这些靓丽数字的背后,是全体员工的心血和汗水。

磨砺精英销售团队,引领业绩大幅增长

古语云:“千人同心,则得千人力”。成绩的取得靠的是全员的努力,也正是因为全体北方公司员工的通力合作,才造就了一个个辉煌。就像中原大区,体量不是最大的,增长却是最迅猛的。2016年全年石膏板销售1650万平米,同比实现了31%的增长,这也是第4个年头增长超过30%,是五个大区中增长最多的。剖析一下中原大区,不难发现,他们团队建设有新意,业务开展有手段。

第一,他们“同其心,一其力”。中原大区有7个业务人员,号称“七个葫芦娃”。在过去的一年,依靠“七个葫芦娃”的力量扛起了中原大区持续增长的大旗,超额完成了年初制定的任务量。在其团队内部形成了良好的“比学赶帮超”氛围,7位销售精英凝聚在一起汇成了强大的战斗力量。每月都会定时聚在一起开会探讨,解决遇到的问题,集众人之智,破当前之难。每到成员过生日的时候,大家就会带上家属一起庆贺,如同一家人一般,温馨和睦其乐融融。不以个人为中心,着重强调团队的作用,不仅增加每位精英的荣誉感,同时也增强了成员之间的互信力。团队的核心魏光杰更是充分信任每一位成员,给予了每位区域经理自主的价格权限,将手中资源发挥到最大作用。使得独当一面的区域经理们有了开疆拓土的利器。这便是常说的聚是一团火,散是满天星。

第二,他们“通力协作,共襄盛举”。销售是一件涉及多个部门协作的工作,财务、生产、采购、商务任何一个环节都扮演着十分重要的角色。新乡工厂整年未出现任何一个产品规格的断货,这得益于“七个葫芦娃”与工厂之间建立的长效沟通机制,专门建立订单协调群,用以实现产销的协调。区域经理们每两周都会都对半个月的销量情况进行预估,汇总上报新乡工厂进行计划排产。“葫芦娃”们与各个部门之间的协作都如同前面与工厂的协作一样,顺畅愉快。财务部解决的北新龙骨定金问题、整合营销部解决的宣传物料及方案的支持、综合管理部协助完成的促销、涨价、折扣核算等工作,都为整个河南的销量增长提供了保障依托。也正是中原大



区团队与各部门之间的通力合作实现了他们年初大胆预想的生长。

第三,他们“虚怀若谷,砥砺前行”。常言道,“他山之石可以攻玉”。近几年“葫芦娃”们也到北京、宁波等市场进行了取经,学习兄弟区域的先进经验,并结合河南当地实际情况进行了应用实践,取得了很好的效果。同时兄弟区域也到了河南进行经验交流,留下最多的一句话就是:“河南的经销商向心力真强”,无论公司任何决策,都可以在最短的时间内得以落实,经销商愿意买账的原因就是融洽的厂商关系。“葫芦娃”们的共识就是绝不亏待任何一位经销商,以厂商共赢为己任。在市场管控方面,制定严格的价格秩序,严厉处罚乱价行为,以制度实现有序管理。作为厂家代表常常为经销商的经营建言献策,小到店面布局,大到店面选址、木工板品牌的选择都为经销商提供专业的分析。这些年,经销商在与“葫芦娃”们的通力协作下,不仅实现了自身的发展,也实现了河南销量的增长。甚至有很多独家经营外资品牌的经销商也跳槽加入阵营。

当然,一个区域再突出也不能成就整体的辉煌,就像一朵艳冠群芳的鲜花,她只是美丽的,而一片互相偎依着而怒放的锦绣,才会灿烂夺目。北方整体大幅增长,除了中原大区的一枝独秀外,还有北京大区,淮海大区,华北大区,天津大区的不同程度的增长,特别是淮海大区,增长率仅次于中原大区,而家装领域的“龙牌净醛板”却是成绩斐然,以山东区域为例,通过不断造势,立体化宣传,即使在出厂价比龙牌普通版高0.7元的情况下,即使在没有大工程支撑的境遇中,仍然取得了超过60万平米的销量。

把控核心成本,缔造利润中心

在销售龙头的带领下,各基地的工厂也不断夯实内功,提质降本,共同努力,保质、保量地为客户交付订单。为了实现提质降本的目标,各工厂比肩奋进,各显神通。

第一,生产线全面提速,各工厂策马扬鞭自奋蹄。2016年,北方公司所有石膏板生产线全面提速,故城石膏板生产速度年末与年初相较提升15.38%,新乡石膏板

提升12.07%,平邑石膏板厂提升11.11%,涿州石膏板厂提升6.67%。通过提速,新乡石膏板厂2016年10月份月单产305万平米石膏板,创历史记录。通过提速帮助故城石膏板厂全年平均成本2.99元/平米,成为公司第一个全年成本2字头的工厂。提速不仅仅提高了产量,更有效地降低了生产成本和运输成本,为开拓市场提供了有力保障。

第二,节本降耗,吹尽狂沙始到金。2016年,北方公司对所有基地提出不减质量减单重的要求,各基地各显神通,比如平邑工厂,通过对原料生产进行两步法改造等技术手段,大大提高熟料的品质,增加了半水石膏的含量,一举使得9.5mm石膏板单重由7.4公斤/平米降到了6.8公斤/平米,结束石膏板单重7公斤时代。这看似不起眼,但是整个区域公司通过石膏板厂降单重,按全年实际产量计算,总计节约脱硫石膏1.8万吨,节约采购成本160余万元。

第三,自主创新,通过DIY掌握核心技术。2016年,北方公司将技改技措由外包逐步变更为DIY模式,故城北新脱硫塔建设主体设计由项目发展建设部设计,电气系统设计安装由故城北新自主实施,不但比全部外包节约60万元的成本,而且运行效果超出预期。正在建设中的两步法改造由项目发展建设部出图,电气设计安装由故城北新自主实施,预计节约资金投入40万元。平邑北新更换了原韩国落后的三控,并对二控翻板和切刀进行改造,这些改造全部由车间人员自主实施,其中电气系统自主设计组装,自主编程,仅切刀部分就节约费用7万元。节约建设成本的同时,通过大胆尝试锻炼队伍掌握了核心技术。

第四,精益求精,小改革换回大效益。2016年,北方公司管理日趋精细化,规范化。工厂从点滴做起,通过小修小改带来的节能降耗成果也让人刮目相看。新乡石膏板厂,通过更换锤式打散机锤头和电机,锤头重量减少了25%,电机功率降低43.18%,运行电流降低27.27%,日节约用电273度,按新乡电费单价计算,每年仅此一项就节约电费6万元。故城石膏板管

理团队很好地利用了煅烧系统废气余热和干燥机一区废气余热,2016年标煤单耗同比降低4.38%—5.80%,实现0.66kg/平米,该数据始终位列公司所有工厂前列,为公司节能降耗做出了突出贡献。涿州龙骨厂自主完成10#和11#龙骨机切断伺服系统技术改造,速度提升了50%,产品长度精度由原来的±5mm提升至±1mm,电机功率由原来的11千瓦和22千瓦,降至3.8千瓦,每年每台龙骨机产量增加100吨,节约电费2万元。涿州矿棉板厂的1/4码垛机系统开发项目安装完成后,工厂四分之一岗位由原来的6人减至3人,每年可节约人工成本15万元。并且由于机械设备的准确性,使得半成品码放整齐度明显提高,解决了人工码放不整齐的问题,使半成品的合格率提高了2%,按年产500万平米计算,每年可增加产量10万平米。

两个六星基地,一个“卫星”工厂

六星标杆是北新建材所有基地都渴望的荣誉,河南新乡政府为了完成排放任务,在11月和12月实行了车辆单双号限行,所有非国计民生燃煤企业一律停产,北方公司所属新乡基地也在11月中旬被强制停产,为了不影响销售,河南从平邑、武汉、淮南和故城工厂提货超过300万平米,增加了160万元的运费。在如此困难的局面下,新乡北新仍然实现报表利润6000万元,管理口径利润6200万元,顺利成为六星标杆企业。

故城北新除土地外,总投资7688万元,2016年实现报表净利润4360万元,管理口径净利润4433万元,投资回报率57.67%,连续三年保持六星标杆企业,故城北新也是北新本部唯一一个仅靠石膏板一种产品实现了六星标杆企业的公司。

涿州矿棉吸声板厂2016年放了卫星,员工全年无休假,大窑一开,没有病事假,暴雨、大雾全勤到岗。年初工厂提出“所有岗位向前一步走”的口号,全员在各自的本职工作基础上向相关部门迈进一步。比如技术员参与生产调度,不仅信息准确连贯,还能发挥技术强项积极解决生产瓶颈;管理人员顶岗,合理调配人员,打通生产工序,提高生产效率;厂级领导周末值班,有序调度生产、及时协调加急订单。辛苦换来回报,2016年矿棉板出货量突破600万平米,同比增长49.44%,毛利额超过1816万元,同比增长2087.95%。

辉煌过后是冷静的思考和空杯的心态,2017已悄然到来,沿着既定的征途,我们将一步一个脚印,续写辉煌。

2017年,合并后焕然一新的北方公司将整合原北方公司和原淮海公司的优势基因和成功经验,打响三大战役:

淮海战役要在现有破局的成功经验基础上,乘胜追击赢取全面胜利;天津战役要围绕新建工厂优势实现市场破局,打造投产即赢利的新典范,增加新的核心利润区;北京战役要实现涿州基地和北京大区的全面转型升级,率先成为“四个市场、四个转变”的营销2.0典范、实现北京大区和涿州基地全面市场化、精干化、高效化,打造北新最大的核心利润区。

践行“四个市场、四个转变”， 以品牌品质优势开辟新征程



华中第一高楼——武汉国际金融中心

华中公司

牌 15mm 厚耐潮石膏板。

不仅中标华中各地第一高楼，同时中标长沙瑞吉酒店、朗豪酒店等一批超五星级酒店和武汉天河机场 T3 航站楼，华中区域武汉等地万达广场项目七城连开，湘雅医院、武汉肿瘤医院、南昌北京银行、南昌民生银行、长沙恒丰银行、南昌新力中心、长沙世界金融中心在内的一批重点项目，同时加大了对改造翻新项目以及地县级项目的攻关，如毛泽东同志纪念馆改造项目、湖南宾馆提质改造项目、长沙通程国际酒店、衡阳雁城宾馆、南昌奔驰升级改造等项目，以及宁乡县行政中心、浏阳市行政中心、蕲春李时珍中医院、井冈山大润发、吉安凯旋时代广场等上百个项目。

创新应用，借助国家复合墙体装配式建筑战略机遇，加大推广石膏板复合墙体。善用资源，努力开拓“北新+”经营。

根据公司推进住宅产业化，服务装配式建筑的战略，华中公司配合远大可建积极开发装配式墙体，2016 年应用于可建会展酒店等多个项目；配合远大住工加强石膏板住宅墙体应用及研发，在其远大美宅项目上大批量应用；与湖北福欣绿建、武汉迈特绿建在装配式结构、房屋领域深入合作，使用龙牌 15mm 耐火系统；与湖北华新顿钢结构公司以及中建三局加强在钢结构装配式墙体合作交流，使用龙牌耐水和耐火系统。结合华中住宅外墙内保温行业现状，快速推进石膏板外墙内保温企业全面合作，已开发专业厂家客户 13 家，系统中标万科、绿地、金地、恒大等地产企业项目，石膏板销量近百万平米并持续增长。同时推进北新+产品协同配套，硅酸钙板、岩棉产品实现市场规模应用。

二、匠心筑梦 打造世界级工业标杆

强大的市场优势离不开优质的产品支持，国货匠心，秉承工匠精神和公司对质量和信誉永远的追求，在公司双线管理及区域对标模式支持下，华中生产系统努力以提供世界级企业的卓越产品为目标，持续执行生产管理的改善创新与优质产品的质量与成本支持。

石膏板武汉厂 2016 年产量、开机率、单耗、成本优化续创新高。全年产量较 2015 年增长 10.4%；实际完成开机率 92.22%，

制造费用较 2015 年下降 16.36%；产品单耗：护面纸下降 2.66%，淀粉下降 9.8%，水下降 3.16%，电下降 2%，折标煤下降 8.05%，脱硫石膏下降 2.44%，单耗全面下降。石膏板成本下降 0.17 元/㎡。

华中公司注重技术创新抓症结、提质降本促竞争。2016 年协助公司总部技术中心开发净醛石膏板和防霉石膏板，将净醛石膏板成果成功转化，净醛石膏板净醛效率达到 93% 以上，真净醛更净醛，领先同业产品。面向市场针对竞品持续改善，在产品内在及外观质量上不断提升品质。通过对刻痕和封边装置的改进，产品立边质量、封边质量效果提升，优于外资产品。通过对发泡、淀粉添加系统改进以及减水剂等添加剂的多次实验调整，使得石膏板产品内在质量大幅提升，单重下降 10%，强度增加了 15%，粘接性能也大幅提升，促进向高强轻板产品转变。全年完成 3 项节点技改，申报 24 项专利（发明 10 项、实用新型 14 项）。

此外通过对空压机节电改造，节电 30% 以上。通过对打散机电机节能改造，节电 60% 以上。通过对发泡和淀粉添加系统改进，使得发泡单耗降低到 2.5g/平米，淀粉单耗降到 18g/平米。

针对日益严峻的环保管理态势，践行循环经济，承担央企社会责任，华中公司积极应对环保升级，设备工艺持续提升。2016 年首先对脱硫系统进行改造，由原来的湿法脱硫改造为双碱法脱硫，脱硫效率得到极大提升，提高设备运行效率并节约用水量，在线监测系统投入运行并已通过验收。已完成对脱硫塔、电收尘进行升级改造计划并安排实施，以确保环保标准提高后持续达标。脱硝改造方案继续推动力争上半年完成，以实现环保达标并争取政策支持。

三、提升员工队伍，营造人文环境

为提高年轻管理技术人员的综合素质，储备新建基地专业人才，工厂协同总部专业部门积极开展各种培训和考核，结合实际工作要求提升团队专业能力。通过强化现场管理不断改善工作环境，通过对辊道、风机等进行降噪改造降低了车间噪音，对促凝剂制备设备改造及电瓶叉

车的使用降低了车间粉尘，提高现场 5S 管理水平同时使得车间及厂区环境大幅提升。目前工厂 90% 以上为当地员工，人员流失率低于 5%，关键岗位和技术骨干无流失。

四、用心服务，有效宣传，促进行业知名向社会知名转变

市场每一份精彩与荣誉的取得都凝聚着北新对客户的服务与坚持。华中公司 2016 以市场客户感恩活动贯穿全年，系统推出龙牌“油”礼、龙牌女排感恩、龙牌感恩节送龙牌螺钉、双十一优惠等系列市场感恩宣传活动，紧扣当期热点，宣传产品与企业，让客户享受实惠，让产品深入人心，扩大产品区域社会层面积极影响，促进产品、企业由行业知名向社会知名转变，影响更多人，家装更普及。同时开展互联网营销和零售服务能力建设，打造移动互联网供应商，和鸿扬家装打造北新建材手机商城，让顾客触手可及，象逛淘宝一样了解购买龙牌产品。

五、坚持党团企业文化建设，凝心聚力，撸起袖子为实现经营目标团结奋斗

党团和企业文化建设是央企区别于其他企业的有力竞争力。2016 年华中公司持续坚持加强党建企业文化以及团队建设，及时传达学习中央与企业各项文件与会议精神，规范管理，接受监督，反腐责怠。结合北新优秀的企业文化，创造条件帮助企业职工改善生产生活条件，积极关心帮助扶持个人困难，优化基地综合环境，培养管理技术骨干与党团积极分子，组织产销基地全员培训及外出交流学习，举办职工运动会、歌唱比赛、党员小组学习，竞赛活动丰富多彩，以文化促经营，激发员工以厂为家爱岗敬业，不忘初心团结前进。

惟不忘初心者进，惟改革创新者强。金鸡报晓，万象更新，面对 2017 年同样严峻的经营与市场环境，困难与机遇并存，华中公司将严格按照总部战略与经营指标要求，增量降本、涨价提质、四板四料、早细精实、创新突破。我们坚信在公司统一领导和强大支持下，经过华中公司全体员工撸起袖子干起来的扎实执行，在努力实现经营指标同时，保障公司继续实现整体业绩逆势增长，迎接钻石十年新发展，实现北新人的美丽“中国梦”！

2016 年，市场变幻风云际会，在公司总部统一战略指导及全国区域协同下，华中公司全体同心共筑，积极践行和开拓“四个市场”、“四个转变”的工作要求，不忘初心，深耕荆楚大地，品牌品质进一步强化，努力探索产品市场新领域，开辟经营新征程。华中市场石膏板、轻钢龙骨均实现 14% 以上增长，高端市场占有率接近 80%。产量创历史新高，增长 10.4%，成本再创历史新低。同时善用资源，积极推进“四板四料”的规划、市场、应用等各项工作。

一、勇立潮头 打铁还需自身硬

一花独放不是春，百花齐放春满园。2016 年在公司“四个市场，四个转变”的战略指引下，华中公司通过执行渠道、家装和制高点、创新市场策略，在总部各职能部门和广大客户的支持下，华中公司通过扎实贯彻公司经营要求，营销各项工作均取得了一定的成绩。

渠道密布，系统宣传，打造既有数量又有质量的分销体系

2016 年，华中市场开发一级渠道 31 家，二级渠道新增 102 家，新增户外、门头 106 块，同时开除不合格经销商 3 家，接收博罗、杰森、杰科等经销商 8 家。石膏板龙骨增幅 14% 以上。襄阳、十堰、宜昌等市场完成经营调整后翻倍增长，常德、九江等市场经过管理改善大幅增长。

落实从公建到住宅，从吊顶到墙体，从城市到县乡转变，加

大开发翻修改造项目。抢占工程制高点，中标华中“三中心”（绿地中心，武汉中心、国金中心）

2016 年，华中公司新开发家装公司 40 余家，其中与湖北最大家装公司——嘉禾装饰，湖南最大家装公司——鸿扬家装，江西最大家装公司——南昌雅美居全面进行战略合作，提高了龙牌家装市场影响力及应用。木板渠道石膏板销量突破 100 万平米，与板材行业龙头湖南福湘木业、湖北福汉木业等企业战略合作，产品通过有效渠道进入千家万户。

北新作为市场的引领和创新者，根据客户差异化专业技术性更高需求，持续为客户提供系统、创新、领先的解决方案，实现客户的行业技术专业领域终极“奥斯卡”梦想。这其中世界第三高楼 636 米武汉绿地中心，核心筒独家全部采用龙牌 25 厚高级耐水耐火板 CH 系统，同时公司矿棉板、烤漆龙骨、岩棉、硅酸钙板等系统集成产品全部中标。全球 CBD 在建最大项目—武汉泛海中心，建筑面积达 1400 万平米，超过国内多个 CBD 项目的面积总和。其费尔蒙酒店等五星级酒店群、商场以及 438 米武汉中心项目全部采用龙牌系统。湖南第一高楼 452 米长沙国金中心项目（苏州国金中心项目华东同样全套中标，南北呼应，香港九龙仓一并开发建设），除石膏板、龙骨、岩棉全部中标外，针对高层 40 层以上特殊潮湿的施工环境，北新专门为其配套定制龙