

china

CNBM

中国建材通讯

中国建材集团 越南推介会签约3.5亿美元

- 中建材巨石12万吨无碱玻纤池窑投产
- 北新建材广安石膏板产业基地举行奠基典礼
- 中联水泥南阳分公司日产6000吨线投产



新北新 新国企 新风貌

——写在北新集团建材股份有限公司上市10周年之际

行业快速发展 市场前景广阔

——对混凝土外加剂市场的分析与预测

中国建材集团

新汶矿业集团

框架协议暨泰山水泥集团有限公司重组交接

签字仪式



中国建材集团越南推介会现场



集团所属合肥院越南代表处揭牌



中国建材集团外部董事
考察集团所属企业



中国建材集团副总经理马建国一行考察马来西亚吉兰丹州木材加工

自上世纪80年代开始倡导的“企业社会责任”，已从学者的研究领域演变成了一场全球范围的社会运动，越来越受到人们的广泛关注。近年来，西方一些跨国公司进入中国后，将企业社会责任，纳入到了自身的“可持续发展战略”之中，在企业里成立了“可持续发展”或者“公益与慈善”相关组织，开展相应活动，以企业的社会责任来推介品牌，提升市场竞争力，先机夺人。与此同时，美国经济优先权认可机构委员会制定的社会责任标准SA8000，也正在对我国企业参与国际竞争产生越来越大的影响。面对国际合作者和竞争者开始用国际通行的社会责任标准来要求或者威胁我们的时候，承担社会责任这件事在很大程度上已经不再是企业所能选择的事情。如何尽好社会责任，已成为我们每个企业不得不认真思考的问题。

企业社会责任是什么？简单说，就是守法经营、按章纳税，创造利润，保障员工权益，保护环境，回报社会，慈善活动等。国外某著名学者把它分为四个层次：一是经济责任，指企业的赢利，是其它更高层次社会责任实现的基础；二是法律责任，指企业的一切活动都必须遵守法律的条款，依法经营；三是伦理责任，指企业的各项工作必须符合公平、公正的社会基本伦理道德，不能做违反社会公德的事；四是慈善责任，指企业作为社会的组成成员，必须为社会的繁荣、进步和人类生活水平的提高做出应有的贡献。

根据最近一份调查显示，我国企业的社会责任还远远没有达到最高层次实践，多数企业还停留在第一和第二层次，有的企业还不同程度存在

努力尽好 “企业社会责任”

■ 本刊评论员



一些突出问题，如，无视自己在社会保障方面责任，逃避税收以及社保缴费，较少考虑社会就业问题，将包袱甩向社会，较少考虑环境保护，将利润建立在破坏和污染环境的基础之上，提供不合格的服务产品或虚假信息，欺骗消费者，唯利是图，缺少诚信，依靠缩减企业职工的收入和福利来为所有者谋利润，企业主堕落成资本的奴隶，赚钱的机器，对社会公益事业毫不关心也不参与，等等。这些，与国家对企业承担社会责任要求和当前构建和谐社会的格格不入，也

制约了企业自身的发展。

作为建材行业的领军企业，中国建材集团要做履行社会责任的表率。

建材工业是资源和能源消耗高，环境污染重的行业，在节能降耗和环保、建设节约型社会方面责任重大。集团的所有企业要更自觉和进一步尽好社会责任，一是秉承“善用资源，服务建设”理念，大力开发应用绿色建材，采用无害化技术和节能降耗技术，以最少的能源和资源投入，获得更多的产出，减少有害废物的排放，为环境保护尽职尽责；

二是在遵纪守法方面作表率，遵守国家所有的法律、法规，包括消费者权益法和劳动法，带头诚信经营，合法经营；三是抓好发展，不断增大企业吸纳就业人员的能力；四是继续开展扶贫济困，搞好集团定点扶助贫困县的工作，积极开展对社会捐助活动，努力发展慈善事业。

企业承担“社会责任”，是国际潮流和竞争的需要，是企业生存和发展的必然要求，同时也是企业的一种生产力。无数事实表明，人们普遍更愿意购买有社会责任企业的产品，员工更愿意跟随有社会责任品牌影响的企业工作，努力承担社会责任的企业会较一般企业做得更好。可以说，未来市场领先的企业将是在三个基本方面处于领先地位的企业，即社会责任、环境保护和质量。

集团各企业领导和全体员工要提高对承担企业社会责任重要性的认识，要转变传统观念，转变经营理念，切实增强社会责任感，增强历史使命感，以实际行动努力尽好企业社会责任，为全面贯彻科学发展观，构建社会主义和谐社会做出新贡献。



编委会:

主任: 宋志平

副主任: 姚燕 郝振华

编委: (按姓氏笔划为序)

于广宽 卫锋 田野 邢宁

邢茂盛 付延圣 光照宇 同继伟

朱淑云 李阿颖 汪鸿 宋江涛

宋志平 宋春玲 宋淑英 张乃岭

张焰 罗峰宇 周国萍 郝振华

赵瑞福 姚燕 崔淑红 湛宪生

熊吉文 滕靖华

总编: 郝振华

主编: 熊吉文

副主编: 宋春玲

编辑: 傅义红 杨希

主办单位: 中国建筑材料集团公司

地址: 北京市海淀区紫竹院南路2号

邮编: 100044

电话: 010-88416688转6400, 6436

传真: 010-88413388

电子邮箱: ZQJCTX@CNBM.COM.CN

目 录 Contents

2007年第3期 (总33期)

卷首语

努力尽好“企业社会责任” 本刊评论员(1)

工作动态

江苏省省委书记李源潮考察中复连众(等64篇) 本刊通讯员(3)

新闻速递

中建材巨石12万吨无碱玻纤池窑投产 董波(17)

北新建材广安石膏板产业基地举行奠基典礼 金真(18)

中联水泥南阳分公司日产6000吨线投产 秦军舰 唐启刚(19)

打造中国大型建材基地

——中国建材集团董事长宋志平纵论“南阳战略” 徐聪 徐富选 唐启刚(20)

北新建材武汉产业基地奠基典礼隆重举行 蓝建(21)

泰山水泥集团有限公司重组交接签约 建新(22)

中国建材集团越南推介会签约3.5亿美元 金真(23)

特别报道

新北新 新国企 新风貌

——写在北新集团建材股份有限公司上市10周年之际 宋志平(24)

行业动态

行业快速发展 市场前景广阔

——对混凝土外加剂市场的分析与预测 姚燕(26)

人物推荐

尚慧 崔琪 史敏炜 李国恩 王东祥 本刊通讯员(28)

管理看台

中国建材集团第二届企业管理现代化

创新成果评选工作结出丰硕成果 张健 金玲(30)

运用CRM系统搭建外贸企业业务流程新模式 中建材集团进出口公司(33)

安全工作的管理与责任 王茂田(38)

研究与探索

中国浮法玻璃技术的现状与前景展望 彭寿(40)

增强自主创新能力 建设创新型科技企业 代德伟(46)

国有企业改制过程中思想政治工作的几点思考 赵仁瑞(49)

企业文化

以人为本 和谐发展——中国建材集团企业文化建设纪实 徐彦泓(51)

品牌统一 打造中国联合水泥一体化形象 李华(54)

本期之星

行走资本攻略中的知性丽人——中国建材股份有限公司女员工剪影 郑惠荣(58)

在创新中煅烧青春——记第二届“全国建材行业岗位技术能手”张启辉 本刊通讯员(60)

满腔热情谋“热工”——记第二届“全国建材行业岗位技术能手”谢吉优 本刊通讯员(60)

员工论坛

企业靠卖什么挣钱? 张继进(61)

奋斗和奉献铸就华为人 赵永生(64)

文苑

巨石赞 崔世安(65)

变脸 李吉明(66)

职场方圆 (60)

封面、封二: 合作交流 封三: 中国建材集团纪念建党86周年

封底: 游人如鲫的笔架山神路(傅义红 摄)

江苏省省委书记李源潮考察中复连众

6月15日,江苏省省委书记李源潮在连云港市委书记王建华,市长刘永忠等市领导的陪同下,参观考察了中复连众,这是自2006年8月17日以来十个月内李源潮书记第二次考察中复连众。

中国复合材料集团有限公司副总经理,中复连众复合材料集团有限公司董事长任桂芳向李源潮书记详细介绍了十个月以来公司的发展变化,占地23000平方米的大浦新区一号车间仅仅用了5个月的时间完成建设,凭借优良的工程质量和现代化的科技设备为年产600套风力机叶片的产能打下了扎实的基础,二号车间于年初开工建设目前已接近施工尾声,8月份逐步投入生产,到2007年底将共计有14条线投入生产,年产能将超过700套,三号车间的建设计划正在积极的酝酿之中,力争在2010年实现年产3000套的宏伟目标。

在过去的不到一年时间里,中复连众已在吉林长岭装机25套,通榆装机13套,江苏东台装机4套,有15台在威海已并网发电,其中运行时间最长的已接近一年,均达到或超过额定发电功率。

在考察中,李源潮对中复连众境外收购成立德国SINOI公司表示出极大的关注,他认为,这一重大举措为中复连众风力发电叶片事业的发展提供了持续、强大的技术支撑,最终将实现以核心技术能力为支撑,把连众的叶片项目建设成为具备国际竞争力的集科研、开发、设计、制造为一体的风力机叶片产业平台。

“我们不会满足于现状。”任桂芳说,“7月初已派一批技术人员前往德国公司学习新技术,研究开发3MW叶片用于海上风电使用。”

最后,李源潮勉励中复连众在已经取得成绩的基础上,继续扩大规模,提升自主开发研究能力,抓住难得的发展机遇,不但要做亚洲第一,还要争取成为世界第一的叶片研发和生产企业。

和国防现代化建设做出了突出贡献。1999年转制和2005年组建总院以后,通过积极面向市场,加速推进科技成果转化,实现了资产和主营业务的成倍增长,综合实力进一步增强。蒋明麟认为,作为国民经济基础原材料工业和支柱工业之一的建材工业,既涵盖水泥、玻璃、陶瓷等传统建材行业,也包括无机非金属新材料专业和无机非金属材料深加工行业,是一个大有作为的行业。蒋明麟表示,相信在政府的大力支持下,在企业的广泛配合与协助下,通过大力推进科技进步与创新,促进科技成果转化和产业化,中国建材总院一定拥有更加美好的发展前景。

会后,来宾还饶有兴趣地参观了总院展室、中国建材检验认证中心实验室和光学面板生产线。

宋志平会见南非驻中国大使

5月14日,中国建筑材料集团公司董事长宋志平在集团总部会见了南非驻中国大使馆大使Mr. Ntshinga,双方就进一步展开合作充分交流了意见。

宋志平表示,非洲市场是中国建材集团重点市场之一,南非的经济发展水平、两国间稳定的政治关系和南非巨大的市场潜力对中国企业非常有吸引力,双方拥有很多的合作机遇,中国建材集团已在包括南非在内的非洲市场兴建了许多水泥、玻璃、玻纤生产线,并致力于与当地政府和谐共建,集团公司将进一步通过举办推介会、交流研讨等方式,加大南非和非洲市场的业务开拓力度。Mr. Ntshinga表示,非常希望并欢迎中国建材集团积极开展在南非的业务,加强与当地企业的合资合作,南非政府愿意给中国建材集团提供强有力的支持与帮助。

集团公司副总经理马建国、国际合作部总经理卫锋参加了会见。

国务院参事室副主任蒋明麟一行到中国建材总院调研并指导工作

6月26日,在国务院参事室副主任蒋明麟的带领下,国务院参事和国务院参事室相关部门负责人共25人到中国建筑材料科学研究总院调研并指导工作。总院党委书记



王益民接待了来宾,副院长徐晖和相关职能部门负责人参加了会议。

首先,王益民简要介绍了中国建材总院以及北京本部的历史沿革、资源状况、业务范围、发展思路等基本情况,并向来宾汇报了近年来的主要经营业绩,“十一五”期间的主要发展思路和奋斗目标。

在听取情况汇报后,参事们就相关事项进行了咨询,提出了建议。蒋明麟简要介绍了此行的目的和意义,即为参事们提供一次更深入更全面地了解建材行业的机会,从而更有针对性地提供力所能及的帮助与服务。蒋明麟在讲话中指出,中国建材总院在50余年的发展过程中为中国建材工业的发展壮大

■ 宋志平会见南非大使及南非国家建筑注册委员会代表团

5月23日,中国建筑材料集团公司董事长宋志平在集团总部会见了南非驻中国大使及由南非国家建筑注册委员会董事长NENE女士率领的代表团一行。双方在友好热烈的气氛中交换了加强交流合作的良好意愿,并深入探讨了建筑材料及房屋领域可能展开的合作。

此次访问是南非驻中国大使在短时间内对中国建材集团的第二次正式访问,表明南非驻中国大使对推动双方合作的高度重视。南非国家建筑注册委员会是专门从事南非房屋建设标准制定及质量检测的机构,委员会执行总裁Makgothe表示,目前南非由于基础建设的急速发展,建筑材料及住宅严重短缺,希望通过此次访问与中国建材集团在房屋建设、建材贸易及科研设计等领域展开合作,也非常欢迎中国建材集团在南非投资建厂、承包工程。

宋志平表示,中国建材集团正加大力度开拓南非和整个非洲市场,南非代表团的访问非常及时与重要,双方可以探讨在水泥、玻璃、玻纤、科研设计等领域开展广泛合作。

集团公司副总经理马建国、中国联合水泥有限公司副总经理杨振军以及北新房屋代表参加了会见。

■ 宋志平会见法国圣戈班集团亚太区总裁

6月11日,中国建筑材料集团公司董事长宋志平在集团总部会见了法国圣戈班集团亚太区总裁高拉及中国区总代表雷克斯。此次会见是继今年4月初宋志平访问法国巴黎圣戈班集团总部,双方在多个领域达成合作共识之后,就合作领域展开更深层次探讨的务实性交流。

高拉高度赞扬了中国建材集团近两年的飞速发展,表示非常重视与

中国建材集团在多个领域特别是保温材料与玻璃领域展开合作,他希望能尽快成立工作组促成合作。宋志平赞同这一建议,并表达了希望与圣戈班集团合资合作,互惠互利,谋求共同发展的良好愿望。

集团公司副总经理马建国、国际合作部总经理卫锋,北新建材股份公司总经理王兵等参加了会见。

■ 中国建材集团与蒙古建设和城建部签署合作备忘录

6月15日,中国建筑材料集团公司董事长宋志平会见了蒙古建设和城建部部长那仁察茨勒特率领的政府及企业代表团,双方进行了友好会谈并签署了合作备忘录。中国建材股份有限公司总裁曹江林、副总裁李谊民等参加了会见。



那仁察茨勒特高度评价了近年来中国建材集团的快速发展,他希望在蒙中友好的政治背景下双方企业之间能够密切合作。他率团来中国的重要目的之一就是为发展这种合作寻找更多机遇。那仁察茨勒特表示希望中国建材集团能够参与蒙古国政府目前大力推行的“四万套住宅计划”,加强与蒙古国当地建筑公司合作,提供优质的房屋及建材产品。

宋志平表示,中国建材集团非常重视与蒙古建设部及建筑建材企业的合作,也非常愿意以适当的方式参与到蒙古城市住宅建设及建材生产领域中去。

双方在友好的气氛中签署了合作备忘录,商定在技术培训、房屋建设、建材生产与贸易、水泥厂建设等领域展开合作。此前中国建材集团所属北新集团建材股份有限公司已与蒙古国多家建筑公司就房屋建设、建材产品贸易等领域展开友好合作并取得实质性进展。此次备忘录的签署标志着双方合作上升到一个新的高度。

■ 宋志平随团赴新疆塔城地区慰问援疆干部

7月2-6日,中国建筑材料集团公司党委书记、董事长宋志平随国资委及中央企业慰问团前往新疆塔城地区,慰问国资委及中央企业援疆干部,并考察调研当地工业经济和社会发展情况。慰问团由国资委王瑞祥副主任率领,国资委办公厅、人事局、企干一局、企干二局有关人员以及派出援疆干部的中央企业负责人60余人组成。

抵达新疆当天,新疆维吾尔自治区党委书记王乐泉会见了慰问团一行,对国资委及所属中央企业长期以来给予的大力支持与帮助表示感谢,并希望通过慰问团的实地考察,深入调研,发现新的商机与合作共同点,进一步带动新疆经济的发展和社会的进步。7月4日,慰问团在塔城召开国资委及中央企业援疆干部工作汇报会,听取塔城地区和第五批援疆干部联络组的工作汇报,并向塔城地区捐赠资金1200万元,用于支持塔城地区经济社会等各项事业的发展。慰问团一行还赶赴边防前线,慰问塔城军分区小白杨哨所,并与官兵合影留念。

7月5日,宋志平在塔城行署侯本智专员陪同下,专程赶到沙湾县,慰问在那里挂职的中国建材集团员工王希能同志。宋志平还考察了沙湾地区经济和社会发展情况,就中国建材集团加强与塔城地区合作,促进边疆繁荣和发展与当地领导进行了探讨,并决定在沙湾县和裕民县分别援建一座学校。

■ 中国建材集团公司党委中心组学习胡锦涛总书记“6.25”重要讲话

7月9日,中国建筑材料集团党委中心组召开理论学习会,专题学习胡锦涛总书记6月25日在中央党校省部级干部进修班上的重要讲话。集团公司党委书记、董事长宋志平作了题为“深刻领会 务实奋进 以优异成绩迎接党的十七大胜利召开”的主题发言。

宋志平首先阐述了学习胡锦涛总书记“6.25”重要讲话的体会。他指出,胡总书记的讲话系统总结了新时期20年来我国改革开放和社会主义现代化建设取得的辉煌成就和基本经验,深刻分析了当前国际国内形势下我国发展面临的新机遇、新挑战,全面阐述了科学发展观的深刻内涵,明确指出了在新的历史时期“举什么旗,走什么路”的根本性问题,为进一步推进改革开放和社会主义现代化建设提供了科学理论指导,是我们党推进理论创新的又一重大成果。胡总书记的讲话充分体现了我们党高度的历史使命感、与时俱进的时代精神和全国人民的愿望,具有重大而深远的指导意义。

宋志平指出,国有企业在全面建设小康社会事业中具有十分重要的作用。深入贯彻胡锦涛总书记重要讲话中的“四个坚定不移”,对中国建材集团的发展至关重要。要坚定不移地解放思想,把中国建材集团做强做大,建设成为具有国际竞争

力的一流建材企业集团;坚定不移地推进改革开放,加大企业改革力度,推进现代企业制度建设,全力推进集团企业以成套技术和装备为依托的境外工程服务业务,积极稳妥的进行海外建厂的尝试;坚定不移地落实科学发展观,建设节约型建材工业,做到与自然和谐、与社会和谐、与竞争伙伴和谐共赢,保持企业内部和谐稳定,为构建和谐社会做贡献;坚定不移地强化公司治理,提高经营活动的效益,为全面建设小康社会做出应有的贡献。

宋志平强调,党建工作要为企业改革发展提供政治保证、精神动力和组织支持,要发挥新时期党建工作的创造性和主动性。上半年集团公司党建工作开展得扎实有效,下半年要按照国资委党委的要求,继续抓好党的组织建设、四好班子建设,党风建设和反腐倡廉工作,重点抓好集团公司党委和6个二级单位党委换届工作,落实好保持共产党员先进性长效机制,要形成以党内和谐促进企业和谐,以企业和谐促进社会和谐的良好循环。

宋志平在讲话中最后要求,要加强组织领导,把学习贯彻胡锦涛总书记“6.25”中央党校重要讲话精神做为当前首要的政治任务,切实抓紧抓好。要使胡锦涛总书记重要讲话精神真正深入人心,成为全体员工加快企业发展,构建和谐企业的强大动力。要深刻领会胡锦涛总书记重要讲话精神实质,准确把握讲话的基本内涵,紧密联系实际,按照集团公司2007年工作会议、党员代表大会暨党建纪检监察工作会议确定的目标任务,扎实工作,推动集团又好又快发展,以优异的成绩迎接党的十七大胜利召开!

会议由集团公司党委副书记郝振华主持,集团公司党委中心组成员及各部门主要负责人参加了会议。

■ 曹江林会见埃及驻华大使一行

5月19日,中国建筑材料集团董事、中国建材股份有限公司总裁曹江林在深圳会见了埃及驻华大使马哈茂德·阿拉姆一行。双方就中国建材在埃及投资建材制造、分销、提供工程服务进行了积极探讨,一致认为中埃合作潜力巨大,前景广阔。

马哈茂德·阿拉姆表示,欢迎中国建材与埃及企业开展项目合作,埃及政府将提供全力支持和竭诚服务。曹江林向马哈茂德·阿拉姆表达了诚挚的感谢,他表示,以埃及为代表的非洲国家近年来实现了经济的快速、稳定发展,中国建材愿意依靠自身强大的产业背景和技术实力,为中埃两国经济实现双赢发展做出贡献。

中国建材工程总经理彭寿、北新物流总裁蔡国斌,中埃联合商务(中国南方)理事会总裁埃多、埃及驻华大使馆商务专员叶海亚·哈里木等参加了会议。

■ 外部董事到中国建材集团所属企业考察调研

5月28日-6月1日,中国建筑材料集团公司外部董事姜均露、林锡忠、曹德生、王振侯、张健、郭建堂等对中国建材股份有限公司、中国建筑材料科学研究总院、中国建材集团进出口公司等集团所属在上海及江浙地区的企业进行了考察调研。集团公司总经理姚燕、党委副书记郝振华等分别陪同考察。

外部董事在各单位认真听取了企业发展、经营管理、科技创新情况以及2007上半年主要工作业绩的汇报,并到办公及生产现场进行实地考察。外部

董事对企业规范的经营管理、整洁有序的生产工作环境以及积极主动的技术创新体系给予了肯定,并与企业负责人进行了真诚的交流,对各单位的经营、发展和管理提出了中肯的意见和建议。

通过调研和考察,外部董事对集团所属在江、浙、沪地区的经营、生产和设计单位的总体情况有了更加清晰的了解,在中复连重考察时,外部董事对中国建材快速推进风力叶片的经营和发展的战略定位给予了充分肯定,并详细了解了玻钢管的产品特性,向有色矿业集团在朝鲜的项目进行了推介。在考察中国建材国际工程公司和中建材进出口公司时,外部董事对公司朝气蓬勃的团队和积极进取的精神给予了高度赞扬,并就突出主业,强化国际业务职能等方面提出建议。在考察巨石集团时,外部董事为中国建材在玻纤业务领域取得的成绩感到振奋。在杭州,外部董事考察了杭州新材院、杭州机电院和杭州自动化所,认真听取了院领导的工作汇报,对他们自强不息、积极开拓市场的工作精神给予了充分肯定,并鼓励企业面对困难更要充满信心。

■ 郝振华到邢台中联调研

5月22-23日,中国建筑材料集团公司党委副书记郝振华到邢台中联考察调研,听取了一年来企业发展情况汇报,以及邢台区域水泥企业基本概况和市场形势分析。郝振华肯定了邢台中联一年来取得的成绩,并指出要在今后的工作中更加紧密结合宋志平董事长讲话和集团公司有关会议精神,讲团结、谋发展,千方百计降低成本,为中国建材创造更加丰厚的利润。

期间,郝振华一行会见了邢台市人大副主任李英民,内邱县委书记杨爱国,县长刘鹏等地方政府领导,

并到河北金牛能源股份公司东庞矿、河北金牛能源股份有限公司水泥厂、河北奎山水泥集团有限公司以及内邱县龙海钢厂、顺达冶炼等企业进行了考察调研。

中国联合水泥常务副总经理王茂田等陪同调研。

■ 马建国参加AL-JOUF水泥项目开工典礼并考察纳吉兰及北方水泥项目

5月4-11日,中国建筑材料集团公司副总经理马建国一行赴沙特参加AL-JOUF水泥项目开工典礼并考察纳吉兰及北方水泥项目。

AL-JOUF项目是中国建材国际工程有限公司承接的日产5000吨水泥生产线,是AL-JOUF地区重要工业项目之一。5月10日,沙特阿普度拉国王及王储亲临AL-JOUF项目开工典礼。马建国向国王及王储介绍了中国建材集团在沙特开展项目的情况。

在纳吉兰及北方项目施工现场,马建国听取了项目建设汇报,与总包方交流了意见,并亲切慰问一线工程人员。他充分赞扬了项目进展和现场管理情况,希望一线人员团结协作,克服自然环境等困难,重视卫生和安全等问题,力争按要求完成施工,顺利点火、投产。

在沙特期间,马建国一行拜会了中国驻沙特使馆商务参赞李燕林,汇报了沙特项目进展情况,双方就今后在沙工作交换了意见。李燕林表示,欢迎中国建材集团继续来沙特开展业务,使馆将在各方面给予大力支持。

■ 马建国会晤赞比亚驻中国大使

5月16日,中国建筑材料集团公司副总经理马建国与赞比亚驻中国大使鲁潘多和参赞奇鲁短会晤,双方畅谈了合作意愿和前景。

鲁潘多诚挚邀请集团公司领导访问赞比亚,亲身感受中赞两国传统友谊的象征坦赞铁路。鲁潘多非常重视推动中国建材产品在赞比亚市场的发展,他表示赞比亚急待发展基础设施建设,农用机械、矿山机械,特别欢迎中国建材集团这样的大型国有企业去发展业务和投资合作。他相信,中赞两国经济互补性很强,一定会找到很多合作空间。马建国对大使来访表示热烈欢迎,他介绍了集团公司的业务构成和在非洲的发展,并表示在赞比亚对包括水泥、玻璃等建材有大量需求的良好市场背景下,集团在赞比亚开拓业务的前景非常乐观。

■ 马建国访问山东省莱芜市

6月6-7日,应山东省莱芜市人民政府邀请,中国建筑材料集团公司副总经理马建国到莱芜市进行访问。莱芜市委书记于建成,市长马平昌会见了马建国一行,副市长毕玉惠陪同马建国一行考察了莱芜市新型建材原料、产品生产和产品应用企业的情况,双方就进一步加强莱芜市与中国建材集团在新型建材生产和推广应用领域的整体合作事宜进行了充分探讨。

集团公司副总工程师同继锋,西安墙体材料研究设计院院长肖慧,山东泰和东新股份有限公司董事长贾同春和北新房屋有限公司总经理刘贵平陪同访问。

■ 马建国出席中国国际徽商大会

以“开放、创新、合作、崛起”为主题的2007中国国际徽商大会5月18日在合肥隆重开幕。中国建材集团副总经理马建国应邀出席了大会。

作为安徽省最重要的、具有国际性影响的经贸盛会，中国国际徽商大会已经成为宣传安徽、扩大对外开放的重要窗口，目前已经成功举办了两届。古徽商崛起于皖南，发端于东晋，活跃于南宋，鼎盛于明清，称雄商界三百余年，赢得了“无徽不成镇”的美誉。与之相伴相生的徽文化更是博大精深，被誉为中国三大地方学之一。2007中国国际徽商大会在开幕伊始就秉承这一文化传统——以商兴文，以文强商。



马建国副总经理在出席徽商大会期间，与社会各界进行广泛交流，先后会晤了皖能集团董事长方平、蚌埠市副市长王尚、中国城市经济学会会长周道炯等，感谢大家对中国建材集团及其下属企业蚌埠玻璃工业研究设计院、中国建材国际工程有限公司等单位的支持。作为贵宾，马建国副总经理还出席了“投资说明会暨签约仪式”、淮南煤矿机械厂出让项目签约仪式等活动。

■ 马建国会见三菱商事（中国）商业有限公司机械事业部桑岛弘人一行

5月25日，中国建材集团副总经理马建国会见了到访的三菱商事（中国）商业有限公司机械事业部桑岛弘人一行，双方就进一步合作进行了交流。

会谈中，桑岛弘人表示，日本三菱商事与中国建材集团多年来有良好的合作关系。通过与集团所属中国建材工程在越南项目合作的成功，更坚定了三菱商事以后与中国建材集团合作的信心。他希望在未来国际化、成套装备、冶金设备方面能有更多的合作。

马建国表示，集团公司非常重视与三菱公司的合作。通过相互了解、沟通，双方彼此信任，从房屋工厂到技术转让紧密合作。此外，马建国还介绍了集团所属相关企业的业务情况。

集团国际合作部副总经理李树林参加了会见。

■ 中国机冶建材工会领导考察指导巨石集团和杭州新材院工会工作

6月5日，全国总工会中国机冶建材工会全国委员会主席刘海华，建材工作部部长毛迎春在集团公司党委副书记郝振华，工会主席熊吉文陪同下，先后到集团所属巨石集团有限公司和中国新型建筑材料工业杭州设计研究院考察指导工作。

刘海华对巨石集团和杭州新材院各项工作表示满意，认为两家单位工会工作很有成效。她还指出，巨石集团正在向国际化先进公司快速迈进，希望

认真总结经验，加大对员工队伍的培训，努力提高技术水平。杭州新材院工会工作不同于一般产业的企业工会，希望院工会针对科技型企业单位的特点，进一步做好高科技高素质人才队伍建设，协调好劳动关系，使工会工作迈上新台阶。

■ 联合国工业发展组织官员到中国建材总院参观考察

6月12日，联合国工业发展组织驻华代表处代表Sajjad Ajmal和项目协调人马健到中国建筑材料科学研究总院参观考察。总院副院长隋同波接待了来宾，并向客人介绍了院业务范围、国际交流和对外经贸工作的基本情况以及材料技术国际促进中心自成立以来工作情况。Sajjad Ajmal对材料技术国际促进中心的工作表示出极大的兴趣和关注，希望该中心能更好地发挥技术进步和技术创新的国际平台作用。

■ 建设部“十一五”国家科技支撑计划项目启动会召开

5月28日，建设部在中国建筑材料集团公司总部召开了“十一五”国家科技支撑计划“环境友好型建筑材料与产品研究开发”项目启动会。建设部科学技术司司长赖明，集团公司总经理姚燕，项目各课题承担单位主管科研工作负责人，课题负责人和集团公司有关人员共20余人参加了会议。建设部科学技术司处长张福麟主持会议，并宣读了科技部《关于“十一五”国家科技支撑计划建筑节能关键技术研究示范等项目的批复》以及建设部相关文件。

项目以保护生态环境、实现资源循环利用和满足绿色建筑的要求为目标，从建筑部品化、配套化、功能化和标准化入手，研究开发节能型复合墙体与结构材料、功能型环保

建筑涂料、环保型装饰装修板材、建筑垃圾再生产品、典型地区用建筑外窗系统、复合楼体体系、海砂在建设工程中应用关键技术、产品以及绿色建材产品标准、评价技术和认证体系等8个课题,分别由中国建筑材料科学研究总院、中国建筑科学院、西安墙体材料研究设计院、北新集团建材股份有限公司、青岛理工大学等单位承担。项目管理办公室设在集团公司,赖明和姚燕共同担任办公室主任。

赖明在讲话中指出,该项目是建材与建筑有机结合的一个国家重点项目,8个课题都是建设节能建筑急需的新型建筑材料,与百姓密切相关,项目的实施对提升建筑和建材行业的竞争力具有重要的意义。他要求中国建材集团和各课题承担单位要切实抓好各项措施落实,严格管理,周密组织,做好科技创新,保证项目各项任务的完成,为建设资源节约型、环境友好型社会做出应有的贡献,为“十二五”科技支撑计划项目打下坚实的基础。

姚燕向建设部科学技术司多年来对中国建材集团各项工作的支持与帮助表示感谢。她说,这次把项目管理办公室设在中国建材集团,充分表明了建设部对中国建材集团的信任,中国建材集团将按照建设部的要求,认真做好项目的相关管理和实施工作,圆满完成国家科技计划项目规定的各项任务。



中国建材集团2007年度科技进步奖评审会在京召开

5月22日,中国建筑材料集团公司2007年度科学技术进步奖评审会在北京顺利召开。集团公司总经理姚燕作重要讲话,副总工程师同继锋主持评审会议。

姚燕在讲话中重点强调了集团公司实施科技创新战略的重大意义,全面介绍了集团公司承担科技部“十一五”科技支撑项目的有关情况以及一年来集团科技工作概况,充分肯定了集团



公司在科技工作方面取得的成绩,指出了今后努力的方向和要求,一是集团拥有的国家级企业技术中心要在依托总院的基础上,尽快和集团制造板块形成紧密的、有机的结合,通过技术中心这个平台,更好地促进集团公司科技创新活动的开展;二是要求集团科技委委员要进一步集思广益,认真思考,从集团、企业、专业等不同的层次分别对集团科技创新工作提出建议和意见,为集团公司的科技进步发挥作用;三是要求所属各单位一定要重视知识产权保护工作,提高知识产权保护意识,积极开展专利申请工作,积极争取行业级、国家级奖励项目,使集团科技水平站在建材行业的前列,以科技实力提升集团在建材行业的影响力。

本次评奖活动得到了所属各单位积极响应,共收到15家单位申报的30个参评项目,涵盖玻璃、水泥、复合材料、新型建材、轻工机械等领域,20位科技委委员组成评审委员会,分5大专业对参评项目进行了认真评审。

蚌埠市副市长王岗考察中国建材工程玻璃新材料科技产业园

6月6日,蚌埠市副市长王岗到正在建设中的中国建材工程玻璃新材料科技产业园考察并进行现场办公。

在园区一期工程施工工地召开的现场办公会上,中国建材国际工程有限公司董事长彭寿介绍了园区整体开发建设进展和对外招商情况,有关人员汇报了当前急需解决的关键问题。在实地考察和听取汇报后,王岗对园区规划布局和工程建设进度表示满意,对中国建材工程大力支持地方经济建设表示感谢,要求相关单位一如既往地做好服务,为首批项目的按期投产保驾护航。

景德镇陶瓷学院院长周健儿访问咸阳院

5月23至24日,景德镇陶瓷学院院长周健儿一行访问咸阳陶瓷研究设计院,咸阳院院长李转接待了来宾。双方就国家“十一五”科技支撑项目以及今后发展建设,合作进行了充分交流和探讨。

中国钢研科技集团副院长田志凌访问中国建材总院

5月23日,中国钢研科技集团(原钢铁研究总院)副院长田志凌一行5人到中国建筑材料科学研究总院访问,集团公司总经理、总院院长姚燕,总院副院长马誉荣接待了来宾,检验认证中心副主任马振珠和院职能部门有关主管陪同会谈。马

春荣向来宾介绍了总院的机构设置、科技成果和“十一五”要开展的科技工作，马振珠介绍了检验认证中心近几年业务发展情况。双方共同探讨了项目申报和资源共享等方面的合作。随后，来宾参观了院展室、检验认证中心和石英重点实验室。

■ 澳大利亚水泥工业考察团一行到合肥院访问考察

日前，澳大利亚水泥工业协会首席执行官Mrs. Robyn Louise Bain、可持续经理Mr. Stuart John Ritchie，以及澳大利亚五个水泥公司的相关负责人一行9人在国家发改委工业司刘明处长、中国水泥协会孔祥忠秘书长、中国建筑材料科学研究总院随同波副院长、中国国际咨询公司左振军处长的陪同下到合肥水泥研究设计院访问考察。

合肥水泥研究设计院副院长陈章水介绍了全院的科研、设计、产业和工程总承包情况。院总工程师



包玮介绍了粉磨技术和装备研发情况。考察团一行还参观了合肥院展厅，视察了科技产业园，中都公司和院研发中心，并就一些技术性的问题进行了探讨。双方均表达了以后加强沟通和合作的愿望。

■ 河北省政协环资委领导到邢台中联调研

5月30日，河北省政协常委、人口资源环境委员会主任杨振科，副主任邓泽洪、刘志金、郑灿金一行9人到邢台中联水泥有限公司进行“节能、降耗、减排”工作调研。他们对公司长期以来在“节能、降耗、减排”方面取得的成绩给予了肯定，指出企业发展一定要符合国家产业政策，要加大对工业废弃物资源综合利用工作，实现企业与自然、人与自然的和谐发展。

■ 阿富汗城市发展部客人访问北新建材

7月3日，阿富汗城市发展部副部长Said Sharif Hossainy一行到北新集团建材股份有限公司访问。在听取了北新建材关于公司与产品等情况的介绍后，Hossainy介绍了阿富汗即将开展的政府工程和民居建设计划，表示阿富汗战后重建对建筑材料的需求量很大，与中国会有很多合作机会。



随后，客人参观了北新石膏板、门窗、散热器、北新房屋等生产线和示范建筑。

■ 北新集团党委传达国资委党代会精神

6月7日，北新集团党委召开了中心组学习会，党政领导班子成员和各基层党支部书记参加了学习会。会上，首先由出席国资委党代会的集团总经理崔丽君详细介绍了党代会召开的情况，传达了有关领导在党代会上的讲话和会议的精神主旨。此后，与会人员还学习了《加强领导干部作风建设专题读本》中的部分篇章。

■ 资产管理公司第二次党代会在京召开

6月7日，中建材资产管理公司第二次党员代表大会在北京召开。中国建筑材料集团公司党委书记宋志平出席会议并作重要讲话，党委副书记郝振华、副总经理申安泰出席会议。

宋志平在讲话中充分肯定了资产管理公司党委的工作，并代表集团公司党委向资产管理公司全体党员职工表示衷心的感谢。对于今后的工作，他要求公司新一届党委继续抓好维护稳定的工作，抓好班子建设，带出一个能吃苦、打硬仗的团队。资产管理公司的成立是集团公司创新的重大成果，几年来的实践证明，这一平台是有效和有生命力的，希望资产管理公司在集团公司今后的发展中能够发挥更加重要的作用。

大会选举李志和、刘振旺、贺敬东、于广宽、湛宪生为资产管理公司第二届党委委员，选举贺敬东、张国安、陈文谢为纪委委员。在随后召开的第二届委员会和纪律检查委员会的第一次全体会议上，李志和当选为党委书记，刘振旺当选为党委副书记，贺敬东当选为党委副书记、纪委书记。

■ 中国建材集团被授予“2006年度信息工作先进集体”称号

5月26日,中国建筑材料集团有限公司在国务院国资委召开的中央企业信息工作座谈会上获得2006年度信息工作先进集体称号。

自2006年国资委办公厅第一次信息工作专题会议以来,集团公司结合自身发展,进一步加强信息工作,提高工作要求,健全网络机制,并召开行政信息综合会议,展开集团内信息工作先进单位和个人评选,同时对《工作动态》进行改版,推动信息报送工作取得了明显成效,此次获奖也是国资委对集团公司快速发展和集团公司信息工作的激励和鞭策。

■ 北新欧松板全面进入奥运工程

随着2008年奥运日益临近和奥运工程建设加紧进行,北新欧松板凭借优良的产品品质和较高的品牌美誉度,将作为装修主材全面用于国家奥林匹克公园(B区)国家奥林匹克会议中心及配套设施,奥运村运动员公寓建设,建筑面积达93万平方米。

欧松板以新鲜松木为原料,通过专用设备加工成特定规格的刨片,经干燥、筛选、定向铺装,连续热压等多道先进工序制造而成,具有极高的尺寸稳定性和静曲强度,欧松板使用了PMDI(异氰酸酯胶),环保性能也更加优越。

本届奥运会倡导“绿色奥运,科技奥运,人文奥运”的理念,对装饰装修材料的选用要求非常严格,大量选用欧松板,不仅是对欧松板环保等各项优异性能和品质的肯定,也是对消费理念的革新,必将对绿色板材产业的发展产生有力的推动作用。

■ 集团党委组织七一学习参观活动

在建党86周年来临之际,中国建筑材料集团公司党委组织了“七一”学习参观活动。活动分为两个阶段,第一阶段是举办集团公司在京入党积极分子培训班,对在京10家单位50名积极分子进行了党的基础知识培训,第二阶段是组织在京积极分子与集团总部全体党员参观学习。

在积极分子培训班上,集团公司党委副书记郝振华做了动员报告,他向大家介绍了集团公司发展的情况,要求大家端正入党动机,积极学习理论知识,以党员的标准严格要求自己,争取早日加入党组织。郝振华的讲话让大家坚定了向党组织靠拢的信念,鼓足了干劲。随后,50名积极分子收看了长达



4小时的入党培训音像课程。

在接下来的参观活动中,积极分子与集团总部全体党员分两批参观了位于天津的周恩来、邓颖超纪念馆。大家瞻仰了周恩来、邓颖超两位老革命家的生前遗物,悉心聆听解说员声情并茂的讲解,思绪仿佛又回到了那个战火纷飞的峥嵘岁月,在体会两位伟人为革命理想而不懈奋斗精神的同时,也深切地感受到了这对革命伴侣忠贞不渝的爱情。

通过学习和参观活动,使入党积极分子与全体党员加深了对党和国家发展历史的了解,进一步增强了历史责任感和社会使命感。

■ 中国建材工程组织党员进行“七一”活动

6月30日-7月1日,中国建材国际工程有限公司上海、蚌埠、南京等地的80多名党员在公司党委的统一组织下,分别前往江苏泰州,山东沂蒙山革命老区等地进行参观学习,以此纪念建党86周年。

党员们参观了孟良崮战役遗址和泰州人民海军诞生地,7名新党员和全体参加此次活动的党员一起在革命纪念地举行了庄严的入党宣誓和重温入党誓词仪式。通过对这些革命纪念地的进一步了解,大家被革命前辈为新中国的诞生所发扬的“将革命进行到底”的大无畏精神所深深感动,决心努力做一名合格的共产党员,为公司的进一步发展勤奋工作,为改革发展事业和全面实现社会主义小康社会的目标贡献才智。

公司其他地区和现场的党员近期也以不同形式开展纪念建党86周年活动。

■ 中国建材工程与美国普莱克斯签署战略合作协议

5月29日,中国建材国际工程有



限公司董事长彭寿与美国普莱克斯(中国)投资有限公司总裁周希龙在上海签署了《战略合作协议》。双方确定合作推进全氧燃烧技术在玻璃行业的应用,为中国玻璃工业的节能、减排、技术升级和可持续发展提供技术支持。协议的签署标志着中国建材工程在玻璃熔窑全氧燃烧技术领域又向前迈进了一大步。

玻璃熔窑全氧燃烧是玻璃工业节能降耗、环保减排、降低工程投资、提高产品质量等的重要技术。此次合作是著名的玻璃工艺技术及装备的研究者和提供者与著名的工业气体和低温液体的生产商和销售商之间的强强联合,将为玻璃企业提供包括全氧玻璃熔窑、燃烧工艺技术与装备、氧气供应等在内的全套服务,促进玻璃熔窑全氧燃烧技术的推广应用。

■ 中国建材轻机与芬兰美卓公司等草签合作协议

6月10日,中国建筑材料集团公司副总经理兼中国建材轻机机械集团公司总经理郭朝民,中国建材轻



机副总经理吕富春、西安中轻造纸机械有限公司总经理王珉一行前往芬兰赫尔辛基美卓公司总部,参加2007年度维美德西安公司董事会。会上,中国建材轻机与美卓公司、芬兰工业发展合作基金会三方就下一轮维美德西安公司的合作方案,进行了深入探讨和友好协商并达成共识,草签了合资公司下一轮合作的框架协议。合作协议明确提出将维美德西安公司合资期限继续延长,落实专人负责下一轮合作事宜,并在2007年底签署正式合资合同书。

中国建材轻机非常重视维美德西安公司下一轮的合资事宜,与享誉世界的美卓公司长期合资有力地证明了维美德西安公司的价值。外方对我方在合作中表现出的诚意和务实态度表示肯定和赞赏。

■ 中国建材总院承办“发展中国家水泥清洁生产技术培训班”

6月8日,由商务部主办,中国建筑材料科学研究总院承办的援外培训项目“发展中国家水泥清洁生产技术培训班”顺利结业。商务部援外司处长彭曙坚、联合国工业发展组织官员V. Kozhanovichi和总院党委书记王益民向学员颁发了结业证书。



在为期一个月的时间里,来自马其顿、肯尼亚、塞拉利昂、印度尼西亚、埃及、老挝等21个发展中国家的33名政府官员和技术人员参加了培训。发改委、中国水泥协会、相关大学和科研院所等多家单位的10余名学者和专家主持了10余场讲座和技术研讨会。主办方还安排了水泥厂实地参观考察、实验室操作培训等形式多样的培训方式,中国在水泥清洁生产方面的经验和技能,为其他发展中国家提供了有益的借鉴。学员们表示受益匪浅。

■ 中国建材工程董事长彭寿出席中土商务论坛

6月15-18日,中国商务部长薄熙来率中国政府经贸代表团与土耳其国务部长图兹曼在土耳其伊斯坦布尔共同主持召开了第十五届中土经贸科技联委会和中土商务论坛。中国建材国际工程有限公司董事长、总经理彭寿作为23家中国著名企业代表之一应邀出席。

在“中土商务论坛”上,薄熙来、图兹曼和土出口商会会长分别发表了讲话,中国政府经贸代表团与土耳其政府及企业代表共同讨论了双边经贸合作和经济发展等课题。

此次出访的23家中国著名企业涉及贸易、科技、工程承包、通信等领域。彭寿董事长向薄熙来部长汇报了中国建材工程在土耳其等国家的国际业务的经营状况和发展前景。薄部长对中国建材工程在海外开展以核心技术为支撑的工程总承包业务给予高度评价,鼓励中国建材工程进一步拓展包括土耳其在内的中东及其他国家的市场,进一步走向世界。

信义玻璃纯余热电站工程总承包合同 签字仪式



中国建材工程签订国内首例浮法线纯低温余热发电工程总承包项目合同

5月14日,中国建材国际工程有限公司与信义超薄玻璃(东莞)有限公司在东莞签订了信义集团东莞玻璃工业园纯低温余热发电项目工程总承包合同。中国建材工程董事长兼总经理彭寿和信义玻璃公司总裁董清世共同出席签字仪式。

该项目电站的总装机容量为3500KW,由中国建材工程采用自主创新的浮法玻璃生产线纯低温余热发电技术进行建设,是我国首例利用浮法玻璃熔窑所产生的废气实现冷热电三联供进行余热发电的项目,得到了国家发展改革委的充分肯定和支持。项目建设期10个月,建成后每年可节约标准煤2万吨,减少二氧化碳的排放5万吨,能源的综合利用效率将从40%提高到70%。

中国建材工程主持召开“浮法玻璃高效节能关键技术研究”第一次工作会议

由中国建材国际工程有限公司牵头承担的国家“十一五”科技支撑计划重大项目“浮法玻璃高效节能关键技术研究”课题第一次工作会议于5月23日在蚌埠召开。会议由中国建材国际工程有限公司主持,清华大学、中国建筑材料科学研究总院、秦皇岛玻璃工业研究设计院和中国新型建筑材料工业杭州设计研究院等科研设计单位的专家代表参加会议。中国建材工程董事长、总经理彭寿代表公司和课题组发表了热情洋溢的讲话,希望8家参加课题组的单位全力以赴,通力合作,切实完成课题计划规定的各项科研任务。



“浮法玻璃高效节能关键技术研究”课题是国家“绿色制造关键技术与装备”重大项目的组成部分,以现有浮法玻璃工艺的技术升级为依托,通过研究开发节能型优质浮法玻璃熔窑的高效节能熔化技术与装备、全熔窑计算机仿真技术、玻璃熔窑低成本废气余热发电系统技术与装备等,最终实现浮法玻璃工业节能技术的突破,玻璃质量的提高和环保减排等目标。

本次会议明确和分解了各个专题的任务及经费预算,达到了预期的目的。

中国建材工程、中国安全玻璃认证中心参加第十八届玻璃技术展览会

5月16-19日,第十八届中国国际玻璃工业技术展览会在上海举行。来自24个国家的639家玻璃行业厂家参展。集团所属中国建材工程、中国安全玻璃认证中心参展。

中国国际玻璃工业技术展览会是世界三大国际玻璃展览会之一。在此次展会上,中国建材国际工程有限公司展示了先进的技术、科研成果以及近年来在国内外取得的业绩。中国建材工业协会会长张人为参观了展位。展会期间,中国建材工程的展位吸引了众多国内外客商,多家业内知名国际公司与中国建材工程进行了多方位的技术交流和贸易洽谈,寻求更广泛的技术和经济合作。

中国安全玻璃认证中心是首次冠名CTC参展,结合国家安全玻璃与石英玻璃质检中心名义,向整个玻璃行业展示了“中国建材认证”的全新形象,介绍了CTC的业务范围和资源能力优势,并就中空玻璃CCC国家强制认证,销售玻璃检测仪器,推广质量管理体系、职业健康安全管理体系和环境管理体系等特色业务展开了有针对性的宣传,取得了良好成效。

中国建材总院水泥新材所参加第六届绿色建材展览会

5月10-13日,由中国建材工业协会与中国国际贸易促进委员会建材行业分会主办的第六届中国(北京)国际绿色建材展览会在北京举行。中国建材总院水泥新材所代表中国建材协会生态环境建材分会参加开幕典礼和生态环境建材展览,展出了多项水泥新材所自主研发的以节约社会资源、保护环境为主旨的节能低耗绿色新型建材产品。空

气净化材料、功能型的负离子材料、节能环保的内外墙保温隔热材料以及具有净化活化水功能的陶瓷球等新型功能材料,吸引了众多国内外学者。混凝土外加剂、超细水泥、砂浆添加剂等技术和产品也备受各企业关注。此次参展对水泥新材所开展业务、拓宽技术市场、了解市场需求起到了积极作用,为技术向市场转化提供了平台。

■ 中国联合水泥召开安全生产现场会

日前,中国联合水泥集团有限公司在徐州召开安全生产现场会,中国联合水泥有关部门及各所属企业有关负责人参会。会议通报了中国联合水泥5月份安全检查情况,就6月份“全国安全生产月”活动进行了深入动员,并部署了近期安全管理工作。会议特邀国家安全生产监督管理局监管一司处长薛剑光作专题培训。徐州市安全生产监督管理局副局长殷少祥作水泥企业如何履行监管职责,做好外委单位安全管理专题报告。

■ 淮海中联举办“中联”品牌推介会

5月16-19日,为保证品牌变更工作按计划进行,使客户及时了解和认同“中联”新品牌,淮海中联水泥有限公司分别在连云港中联、宿迁中联、阜阳中联、徐州中联、淮海中联五大生产基地召开了品牌变更推介会。

淮海中联向客户郑重承诺,更换后的“中联”牌产品将保持“巨龙”牌产品的品质和服务不变,并对客户关心的市场问题进行了进一步解释。广大客户表示,将一如既往地支持淮海中联的工作,加大市场开发力度和品牌转换宣传力度,尽快提高“中联”牌水泥的知名度。淮海中联同时与多家媒体加强沟通,确保品牌变更广告于5月16日在徐州、连云港、宿迁、阜阳四地同时刊登,有效配合了核心市场内的新品牌宣传推广。

■ 咸阳院科技委举行研讨会

5月20日,咸阳陶瓷研究设计院召开院科技委研讨会。院领导、院科技委成员和科研、设计、经营部门领导参加会议。会议着重就如何组织管理实施好所承担的国家“十一五”科技支撑项目和如何扩大经营规模,培育新的经济增长点等问题进行了研讨。与会人员普遍认为,院“十一五”科技支撑项目申报获得成功是个良好开端,应抓住这一有利时机认真完成“十一五”支撑项目,找到切入点,形成具有竞争力的产业实体。各与会代表还从人才培养、机制创新、政策导向等方面提出了具体建议。

■ 西安中轻纸机集团化资源优势初见成效 成立仅40天订单突破3000万元

西安中轻造纸机械有限公司自4月19日成立以来,生产经营情况呈现出良好势头。截至5月28日,在短短40天内,公司签订合同额突破3000万元,相当于整合前企业年收入的1/4。

西安中轻纸机是中国建材轻工机械集团公司进行同类资源整合、实施改制重组成立的首家企业,目前处于资源整合过渡期。公司成立后首先着眼于

企业发展战略的规划,先后召开宜宾工厂、安阳工厂搬迁改造和产品研讨会,通过实施资产重组、资源整合、投资改造等一系列举措,公司内各企业的协同效应已得到充分体现,初步形成资源共享、优势互补、分工合作的运行模式,为中轻纸机的发展奠定了良好的基础。

■ 中国建材工程总承包禄思伟耐火材料项目成功投产

6月3日,中国建材国际工程有限公司总承包的禄思伟矿业(安徽)有限公司耐火材料项目 MAERZ 窑成功点火投产。项目位于安徽池州,由比利时禄思伟公司投资,设计生产能力为年产耐火材料10万吨,产品主要面向欧洲市场。

禄思伟耐火材料项目是世界上首条集轻烧、烧结和砖厂为一体的白云石砖生产线。白云石耐火材料主要用于冶金和建材行业,国内一般采用土法烧石灰的方式对白云石进行烧结,该项目使用先进的技术和国产设备进行生产,烟气通过袋式除尘器过滤后排放,过滤后的灰尘作为添加剂再用于生产,具有良好的节能减排性能。

■ 西安纸机申报的高浓盘磨机顺利通过评审

日前,科技部就上报“十一五”国家科技支撑计划重点项目“林纸一体化工程技术研究与示范”课题进行论证,在北京组织11名专家对“10万吨/年高得率化学机械浆制浆关键设备的研制”课题进行了评审。西安造纸机械厂为该课题的申报单位之一。与会专家审阅了西安纸机的课题申报书,听取了课题汇报,在充分质询和讨论的基础上,一致认为,西安纸机研制的APMP国产化设备技术较为先进,在能源再利用和节约方面有独创性,关键设备压力盘磨机采用双盘结构,具有自主知识产权。

■ 杭州新材院总承包孟加拉第一条玻璃镜生产线启动

日前,中国新型建筑材料工业杭州设计研究院总承包孟加拉第一条大规模高档玻璃镜生产线正式启动。项目建成后可向孟加拉玻璃市场年投放大规模高档玻璃镜200万平方米,以满足当地和周边市场的需求,同时为孟加拉玻璃工业增添了一个新品种。

■ 中国建材工程与也门公司签订玻璃工程总承包合同

日前,中国建材国际工程有限公司总承包也门共和国第一个平拉/压延“一窗两线双工艺”平板玻璃工程项目合同签字仪式在上海举行。中国建材工程董事长彭寿与也门ATE公司总经理Naji Yahya Dhaen在合同上签字。

也门ATE公司平拉/压延玻璃项目设计总规模达日产120吨,其平拉、压延两条生产线的日拉引量均为60吨,预计2008年下半年投产,产品除满足也门国内需求,还将出口到非洲好望角和海湾地区。

■ 中复材重视干部考察和考核工作

随着现代企业制度的建立,如何处理好党管干部原则与董事会选聘经营管理者的关系,事关干部队伍健康成长,企业和谐发展,中国复合材料集团公司党委对此高度重视,积极探索党管干部原则与董事会选聘经营管理者相结合的有效途径。

根据企业发展的实际需要,在研究总结以往工作经验的基础上,公司制订了《中国复合材料集团有限公司所属企业高管人员考核办法(试行)》,在所属各企业推广试行。党委分别对干部进行任前考核、年度考核、换届考核,坚持按程序提名和严格考察考核相结合,民主参与和集中讨论相结合的办法,根据考察考核结果和工作需要,党委成员集体进行研究,并与董事会积极沟通,提高了任用干部的透明度,规范了干部管理,有效促进了企业持续发展。

在中国复材本部,在干部聘任和晋升等多个环节也同样进行了各种形式的考察考核,进一步完善公示制度,充分听取各方面群众的意见,取得了明显成效。

■ 中国建材集团获“北交所”杯首届企业“双升”大赛奖

由国家体育总局社会体育指导中心和北京产权交易所共同主办的“北交所”杯首届企业“双升”大赛于5月19日在北京产权交易所隆重举行。中国建筑材料集团公司工会组队与来自国资委央企、北京市企业等51家单位共94个代表队参加了比赛。比赛得到了国家体育总局社会体育指导中心,北京产权交易所,北京东方中天广告艺术有限公司等单位的高度重视和大力支持。



此次首届企业双升大赛的目的,在于推进全民健身智力运动的发展,挖掘、整理和规范群众喜爱的智力竞赛项目,塑造健康的生活理念,展示健康的生活方式。

集团公司工会精心组织,经过选拔推荐4对选手参加了比赛,经过5轮20场次的奋力拼搏,集团公司分获四个赛区三个分组的第一、二、三名的优异成绩,6名选手获得了国家体育总局颁发的荣誉奖章、奖杯及证书。

■ 杭州院党委中心组举行作风建设年专题学习会

日前,中国新型建材工业杭州设计研究院党委举行今年第五次以“作风建设年”为专题的中心理论组学习会,会议由党委书记王连朱主持。

会上,大家先后学习了《求是》、《党建研究》关于领导干部要带头树立八个方面的良好风气等文章,深刻理解加强领导干部作风建设的重要性和紧迫性。大家一致认为,全面加强新形势下的领导干部作风建设,在各级领导干部中大力倡导八个方面的良好风气,是胡锦涛总书记在新形势下反腐败工作的科学总结和新的要求,表示要把加强领导干部作风建设放在更加突出的位置,抓好学风建设,思想作风建设,工作作风建设,党委要求领导干部要坚持集体学习和自学相结合的方法,通过集中学习研讨,努力使每一个中心组成员在理论素质上有新的提高,通过有效地学习,促进更好地工作,在解决工作实际问题有所创新,促进各项工作顺利进行。

■ 山东省行业专项检查组到枣庄中联检查指导工作

6月7日,山东省人民政府清理高耗能高污染行业专项检查组一行8人

到枣庄中联水泥有限公司检查。省检查组深入枣庄中联生产现场，详细了解节能减排、调整产业结构、发展循环经济的情况，对枣庄中联在相关工作中取得的成绩给予肯定，并希望枣庄中联进一步加快产品结构调整步伐，大力发展循环经济，为建设资源节约型、环境友好型社会，促进全省经济又好又快发展做出新的更大的贡献。

■ 菏泽市“散办”领导到邢台中联参观考察

5月28日，山东省菏泽市散装水泥协会主任王记生及市辖各区县主要领导、散办、建委、乡镇书记一行85人，在邢台市散装水泥协会主任张兴泰的陪同下到邢台中联水泥有限公司就发展散装水泥问题参观考察。

邢台中联副总经理李建军详细介绍了公司发展散装水泥的基本情况和发展历程。考察人员在邢台中联公司一楼会议室观看了该公司的散装专题宣传片。之后又到生产现场进行了参观，在散装现场，参观团对邢台中联使用小拖散装罐的做法产生了浓厚的兴趣，并现场了解了有关小散罐的一些经验和做法。

山东省菏泽市散装水泥协会希望今后继续加强与邢台中联之间的相互交流、合作，实现共同进步，共同推进冀、鲁散装水泥事业发展，为我国散装水泥事业发展做出更大的贡献。

近几年来，邢台中联利用工业废弃物生产低碱水泥，现有的一条日产1000吨水泥生产线和一条日产2500吨水泥生产线，年产量达160万吨，其中发散率高达65%以上。

■ 邢台中联申庆山当选为内邱县第十四届人大常委

日前，在河北省内邱县第十四届

人大代表选举中，邢台中联水泥有限公司董事长申庆山当选为县第十四届人大常委会。

■ 彭寿当选国际玻璃协会执委

7月2-6日，国际玻璃大会在法国斯特拉斯堡举行，中国建材国际工程有限公司董事长、总经理彭寿率中国代表团参加大会。会上，彭寿作为中国的唯一代表当选国际玻璃协会执委，成为国际玻璃学术界的11位最高决策和执行成员之一。

国际玻璃协会于1933年9月成立，总部设在西班牙马德里，目前有30多个成员国。在此次国际玻璃大会，彭寿还应邀发表了“中国浮法玻璃技术现状与国际化展望”的专题演讲，引起国际玻璃学术界和各国学者的较大关注。

■ 合肥中辰公司副总工程师李正国荣获“合肥市五一劳动奖章”

今年“五一”前夕，合肥中辰轻工机械有限公司副总工程师、研究所电气室主任李正国被合肥市劳动竞赛委员会、合肥市总工会授予“合肥市2006年度‘十一五’职工创新工程先进个人”和“合肥市五一劳动奖章”称号。据悉，全市受此殊荣的先进个人仅有43位。



■ 中国建材总院举办2007年乒乓球团体赛

为了丰富员工的业余文化生活，构建和谐总院，中国建筑材料科学研究总院工会日前举办了2007年乒乓球团体比赛，全院共有男女团体共19个代表队参加。经过4天的激烈角逐，石英所、职能部门代表队分别获男、女团体冠军，陶瓷瑞泰联队、水泥新材所代表队分别获男、女团体亚军，北京凯盛、检验认证中心获得男子团体第三名，北京凯盛、玻璃所代表队获得女子团体第三名。



■ 蚌埠院被评为蚌埠市拥军优属模范单位

近日，蚌埠玻璃工业研究设计院被中共蚌埠市委、市政府、军分区授予“拥军优属模范单位”荣誉称号，这是该院继被评为2006年度双拥合格单位以

来获得的又一项荣誉。

近年来,蚌埠院坚持以邓小平理论和“三个代表”重要思想为指导,认真贯彻落实科学发展观,贯彻落实双拥工作的各项方针政策,按照市双拥工作的具体要求,认真做好拥军优属工作。蚌埠院双拥工作坚持做到领导重视、组织健全、制度完善、形式多样、扎实有效;为营造军民鱼水一家亲的良好氛围,为推进企业和部队建设,为改革开放和经济发展做出了突出贡献。

■ 中国建材工程捐款救助受灾群众

6月底以来,淮河流域遭遇强降雨天气,发生自1954年以来第二大全流域性洪水,沿淮部分地区内涝及洪涝灾害严重。中国建材国际工程有限公司密切关注防汛抗洪工作,认真履行职责,心系灾区群众。7月12日,公司将职工捐款18900元送交蚌埠市民政局,用于支援抗洪抢险和救助受灾群众。

中国建材国际工程有限公司有着光荣的扶贫济困的传统。多年来,公司坚持不懈开展社会公益活动,奉献爱心。在去年的“博爱在江淮”公益募捐活动中,公司捐款2万元,帮助建立专项救助资金,救助弱势群体,积极参与和谐安徽建设,认真履行企业的社会责任。

■ “陶瓷砖绿色制造关键技术与装备”课题顺利启动

6月23日,由中国建材总院组织的国家“十一五”科技支撑计划项目“绿色制造工艺与装备”中“陶瓷砖绿色制造关键技术与装备”课题启动会在广东召开。会议学习了国家科技支撑计划项目管理和经费管理有关文件,讨论和形成了本课题的管理办法和经费管理实施细则,成

立了课题管理委员会、专家委员会和管理办公室,明确了办公室挂靠咸阳陶瓷研究设计院,与各参加单位签订了任务合同书。

■ 中国建材工程设计的信义超白光伏玻璃生产线点火

6月27日,中国建材国际工程有限公司设计的信义日产500吨超白光伏玻璃生产线顺利点火。该生产线是采用自主知识产权技术设计的国内规模最大的太阳能玻璃生产线,也是中国建材工程多年来首次进行现场设计的项目。项目从开始设计到完成施工仅用了11个月,设计周期短,投资效益高,受到信义集团董事局主席李贤义和总裁董清世高度评价。

超白光伏玻璃亦称太阳能玻璃。太阳能光伏玻璃,是太阳能电池不可或缺的基板材料。

■ 中国建材总院举办保护知识产权宣传月系列活动

日前,按照“五五”普法宣传教育规划的要求,中国建筑材料科学研究总院开展了以“保护知识产权,促进创新发展”为主题的保护知识产权宣传月系列活动。

配合这次活动,有关部门制作了宣传橱窗,在主要科研场所张贴了挂图。全院150余名员工积极参与了中国知识产权报组织的“自主创新与知识产权知识竞赛”答卷活动。院长办公室法律事务专职人员精心准备,组织院属单位相关人员进行了答题研讨,通过相关法规百题PPT演示,参会人员基本掌握了试卷涉及的知识产权知识,并意识到进一步学习知识产权保护知识对企业实施品牌战略发展的重要性。

总院人力资源部、科技发展部和院长办公室联合组织了《知识产权与企业核心竞争力》的专题讲座。邀请北京市知识产权局胡平处长主讲,100余名员工聆听了讲座。总院及所属单位的相关领导都分别参加了答卷和讲座活动,有效普及了知识产权知识,增强了全体员工的知识产权保护意识。

■ 合肥院与浙江巨化集团签订固体废物综合利用项目合同

日前,合肥水泥研究设计院与浙江巨化集团公司签订了年消化42万吨固体废物(电石渣)综合利用项目设计合同。合肥院研究开发成功的利用电石渣资源“干磨干烧”新型干法水泥熟料生产技术在国内外化工及水泥行业引起极大反响。

目前,利用电石渣“干磨干烧”新型干法水泥熟料生产项目已有在建项目两项,进行施工图设计两项,完成初步设计一项,进行初步设计两项,完成可行性研究五项,在研项目一项,另有多项项目正在咨询、接触和洽谈之中。

■ 青州中联通过生产许可证现场审查

日前,青州中联水泥有限公司及其青岛分公司先后顺利通过山东省质量技术监督局组织的工业产品生产许可证现场审查,这是全国新《水泥产品生产许可证实施细则》颁布实施以来,省质监部门对照新细则组织的第一次审查。通过三天的审核,审查组对企业各项管理指标给予充分肯定。

JUSHI 巨石集团年产十二万吨无碱玻纤池窑拉丝生产线

投产典礼

JUSHI GROUP START OF PRODUCTION CEREMONY FOR 120,000 T/Y FIBERGLASS PRODUCTION LINE



规模全球最大 技术国际一流

中建材巨石12万吨无碱玻纤池窑投产

崔世安、宋志平、柳传志、黄坤明、叶向阳、曹江林、张毓强、费建文、谢镇江等200余位中外嘉宾出席投产典礼

6月8日16时18分，在浙江桐乡市，规模全球最大、技术国际一流的年产12万吨无碱玻纤池窑生产线在中国建材集团旗下中国玻纤集团的下属企业巨石集团正式投产。迄今，全球仅有的两条年产10万吨、12万吨无碱玻纤池窑生产线都铭刻了中国企业巨石集团的名字。

据悉，巨石集团年产12万吨玻纤池窑生产线是浙江省重大工业项目，总投资14亿元，土建面积10万平方米。巨石集团在原有“年产10万吨无碱玻纤池窑拉丝生产技术”基础上，作了进一步优化、创新和提高，集成和应用了通路纯氧燃烧等国际前沿技术，以及大漏板多分拉多分束、在线短切、自动物流输送、节能减排等一流技术。同时，该生产线拥有大量新的自主知识产权，是巨石集团发展史上投资最大、工程量最大、技术难度最高的特大工程。该项目2006年8月20日土建开工，2007年4月18日池窑点火，5月14日生产出第一个原丝筒，5月16日漏板安装完毕进入全线试生产，并且仅用15天就实现达产达

标，6月4日生产线突破了设计生产指标。

在投产典礼上，中国建材总裁、中国玻纤股份有限公司董事长曹江林致辞时表示，13年前，巨石玻纤公司在桐乡经济开发区组建，开工建设了当时规模全球最大的年产中碱8000吨玻纤池窑拉丝生产线。4年前，巨石集团在桐乡市委、市政府的关心和帮助下，抓住历史机遇实施了整厂搬迁，拉开了世界最大玻纤工业基地建设的序幕。他说，年产12万吨无碱玻纤池窑生产线的投产，为巨石集团到2010年实现玻纤年生产能力超过100万吨，成为玻纤行业世界第一的战略目标奠定了扎实的基础。

作为中国建材集团的战略合作伙伴，联想控股有限公司总裁柳传志在讲话中指出，今年年初，联想弘毅正式投资巨石集团，今后将全力支持巨石集团在2010年前实现玻纤工业世界第一的战略目标，为中国民族工业的腾飞做出更大贡献。

中国建材集团董事长宋志平在致辞中指出，巨石集团年产12万吨无

碱玻纤池窑生产线投产，是巨石集团经营发展中的又一里程碑，也是中国建材集团玻纤产业发展中的重要一步。年产12万吨无碱玻纤池窑生产线的成功运行，使巨石集团再一次扩大了生产规模，实现了超大型无碱玻纤池窑自主设计与工艺技术的突破，更培养了一批掌握世界先进技术的专业人才，推动了企业自身的快速发展，加快了我国玻纤工业的现代化进程。

投产典礼由巨石集团董事长兼总裁张毓强主持。九江市副市长熊永强、成都市青白江区委书记孙建成、桐乡市市长朱海平也在典礼上致辞。

国务院国有资产监督管理委员会监事会主席崔世安、嘉兴市委书记黄坤明、中国建筑材料工业协会副会长叶向阳，《中国建材报》社社长谢镇江，国家科技奖励办公室副主任胡晓军，弘毅投资顾问有限公司总裁赵令欢，桐乡市委书记费建文，美国吉普森公司CEO唐兴华，以及九江市、成都市青白江区、嘉兴市和桐乡市有关部门的领导，各专业银行的领导，巨石集团的国内外客户，工程建设单位代表和供应商代表等200余位中外嘉宾出席投产典礼。（姜 波）

北新建材广安石膏板产业基地举行奠基典礼

怀着饮水思源、回报伟人关怀的深切情感，北新建材在广安投资近两亿元建设我国西部最大的石膏板生产基地，宋志平、曹江林、王建军、焦伟侠、谢镇江等出席奠基典礼

北新集团建材股份有限公司在临近公司上市10周年之际，怀着饮水思源、回报伟人关怀的深切情感，5月29日在邓小平同志家乡——四川省广安市隆重举行了北新建材广安石膏板产业基地奠基典礼。

1979年8月29日，邓小平同志在视察北京紫竹院新型轻质建材试验房屋时提出：“我们要尽快把新型建筑材料工厂办起来，要大批量生产。国家要采取措施支持新型建材工业，使它有一个较大、较快的发展。”作为经邓小平同志亲自提议设立的企业，北新建材这次到伟人家乡举行开工奠基仪式具有别样的风采。中国建材集团董事长、党委书记宋志

平在开工仪式上饱含深情地说，饮水思源，中国建材集团及旗下的北新集团建材股份有限公司，在邓小平同志的家乡投资建设我国西部地区最大的石膏板生产基地，不仅是企业合理布局的选择，同时也是一份回报当年小平同志关怀的礼物，蕴含着我们的感恩之情。

宋志平在讲话中还说，20多年来，在改革开放方针指导下，当年的国家建材局北京新型建材实验厂已经壮大扩展成为今天的中国建材集团公司及其下属的北新集团建材股份有限公司。作为国资委下属的中央国有企业，我们坚持改革开放，坚持科学发展观，在不断增强企业核心

竞争能力的同时，承担相应的社会责任。这次到广安投资建设大型纸面石膏板厂，能够消纳当地电厂的脱硫石膏，既为西部地区经济发展做了贡献，又落实了发展循环经济的科学理念。

据介绍，近半年来，北新建材已先后在浙江宁海、广东高要、江苏太仓开工建设了3个大型石膏板生产项目。此次开工建设的石膏板生产线一期项目可年产3000万平方米，投资近两亿元，预计2008年年底全面投产。项目全部采用电厂脱硫石膏，一年可消纳脱硫石膏30万吨，生产的优质北新龙牌石膏板及其配套的轻钢龙骨体系，将对改善西南地区建筑及建筑装饰市场的供应发挥良好的作用。项目确立过程中，四川省广安市、中国华电国际广安华电公司等对此项目给予了特殊优惠政策。

中国建材股份有限公司总裁、北新集团建材股份有限公司董事长曹江林在致词中对四川省委、省政府、广安市委、市政府等地方各级政府部门给予北新建材广安石膏板产业项目的大力支持表示衷心的感谢。他说，北新建材建厂近30年以来，从当初的一条石膏板生产线发展到目前在全国各地进行广泛的战略布局，发展成为亚洲第一的水平，北新建材将一如既往地坚持“善用资源、服务建设”的核心理念，发扬艰苦奋斗的精神，精心组织各项工作，抓住有利时机，加快项目建设进度，争取早日建成投产，为广安的经济发展和社会稳定贡献力量，以报答各级领导和社会各界对北新建材的厚爱。

奠基典礼仪式由北新集团建材股份有限公司总经理王兵主持，出席仪式并讲话的有中共广安市委副书记、市长王建军，四川省招商局局长焦伟侠，《中国建材报》社社长谢镇江等，广安市各委办及当地媒体等相关单位的领导和来宾200余人参加了奠基仪式。

(全真)



中联水泥南阳分公司日产6000吨线投产

中联水泥南阳分公司将形成日产9000吨熟料、年产400万吨水泥的能力；崔世安、何东成、雷前治、宋志平、曹江林、黄兴维、袁克兰、刘明、崔星太、张金栋、魏国林等出席投产点火仪式

6月16日上午，在欢快、悠扬的军乐声中，中国联合水泥集团南阳分公司日产6000吨水泥熟料生产线投产点火仪式在南阳镇平隆重举行。国务院国有企业监事会主席崔世安，河南省省长助理何东成，中国水泥协会会长雷前治，中国建筑材料集团公司董事长宋志平，中国建材股份有限公司总裁曹江林，南阳市委书记黄兴维，国家发改委产业政策司袁克兰，工业司刘明，中国联合水泥集团有限公司董事长崔星太，中国联合水泥集团有限公司总经理张金栋，《中国建材报》社副社长魏国林等出席投产点火仪式。

投产仪式由中国联合水泥集团南阳分公司常务副总经理刘天成主持，中国联合水泥集团副总经理南阳分公司总经理任振河致欢迎词并作项目介绍。

南阳分公司日产6000吨水泥熟料生产线是河南省及南阳市高度重视的重点工程，是南阳市“发动机计划”项目，也是河南省目前单线生产能力最大的生产线，它符合国家水泥产业政策和循环经济发展要求，具有节能、低耗、减排、环保的经济效益和社会效益，对南阳乃至河南水泥产业结构调整和经济可持续发展具有重大促



进作用。该项目由安徽合肥水泥研究设计院设计，采用新型干法工艺，部分关键设备由德国、丹麦、瑞士等发达国家引进，设备国产化率达到80%以上，生产技术装备和各项技术经济指标均达到国内先进水平。

该线建成投产后，南阳分公司的生产规模将形成日产熟料9000吨的能力，年产高品质水泥近400万吨，年可实现销售收入达10亿元，实现利税超2.5亿元。同时，还将为南阳分公司的发展提供一个更加广阔的平台。

雷前治、宋志平、黄兴维等领导在仪式上讲话。

雷前治说，作为建材行业的主要产品，水泥是中国建材近年重点发展的产业，以中国联合水泥为平台的水泥产业在近两年产能规模得以成倍增长，为水泥结构调整、产业升级做出了重要贡献。中国联合水泥集团南阳分公司日产6000吨水泥熟料生产线，是目前河南单线能力最大的

生产线，对整合河南水泥市场有着重要的现实意义。雷前治表示，现在是中国建材集团实现又好又快发展的黄金时期，中国水泥协会将一如既往地支持中国建材集团在建材行业发挥更大的作用。

宋志平说，中国联合水泥南阳分公司是中国联合水泥的中坚力量。多年来，中国联合水泥南阳分公司发扬军办企业的优良传统，务实重干，为中国联合水泥及河南特别是南阳地区的经济发展做出了突出贡献。2004年，公司根据国家产业结构调整的政策，兴建了当时河南省规模最大的日产3000吨水泥熟料生产线。生产线建成投产3年来，已取得了良好的经济效益和社会效益。南阳分公司日产6000吨水泥熟料生产线经过一年的紧张施工，终于建成投产了。这既是中国联合水泥发展进程中的重要一步，也是中国建材集团实现快速发展的一件大事。

宋志平介绍，中国建材集团在香

打造中国大型建材基地

——中国建材集团董事长宋志平纵论“南阳战略”

2007年6月16日，中国联合水泥集团有限公司南阳分公司日产6000吨水泥熟料生产线点火投产庆典刚刚结束，中国建筑材料集团公司董事长兼中国建材股份有限公司董事局主席宋志平即豪情满怀地向本报记者畅谈了他的“南阳战略”。“南阳是中国建材集团进军中原的一个重要战略支点，我们的目标是将南阳打造成中国大型建材基地。”宋志平的开场白，令记者精神为之一振。

谈及中国联合水泥集团有限公司南阳分公司日产6000吨水泥熟料生产线点火投产的意义，宋志平说，该项目建成后，加上过去已投产的日产3000吨的生产线，日产水泥熟料能力可达近万吨，使南阳分公司的生产规模又跨上了新的台阶，企业发展进入了一个崭新的阶段。这样大的新型干法水泥项目在南阳投产，必将有力地促进南阳市及周边地区水泥结构的调整，能够向市场供应更多的、高质量的新型干法

水泥，其意义是十分重大的。

宋志平说，中国联合水泥集团有限公司南阳分公司的前身是空军南阳水泥厂，已有37年的建厂历史，1999年“军转民”，进入中国建材集团，实现了历史性的转变。该企业依靠央企的优势，迅速完成了从“小水泥”向“大水泥”的跨越，并从年产40万吨迅速发展到现在年产水泥熟料规模近400万吨，很了不起。该公司有一个好班子，有任振河同志这样一个好的带头人，有人民军队的光荣传统，加上又有市场竞争的意识，这几年发展得又好又快。在整个建材集团的水泥企业里，南阳分公司走在前列，成为一个样板企业。

宋志平三次来南阳市，对南阳市的印象一次比一次好。他说，南阳市确实是一个人杰地灵的地方，南阳人的文化素质高，对事业的追求高，求变求强的意识强，让人感受深刻。南阳市的投资环境很好，区位优势明显，有优质的石灰石，有充足的电力，为发展建材产业提供了得天独

厚的条件。另一方面，南阳市也给了我们很好的发挥优势的条件。南阳人很热情，政府的效率很高，所以在这里投资建厂觉得很顺利。

“中国建筑材料集团公司希望在南阳市建设更大规模的水泥熟料生产线，争取早日上马日产1万吨的生产线，并在南阳市其它有条件的县建设新厂。”宋志平说，“我们总的想法，就是要把南阳市作为中国建材新型干法水泥的生产基地，形成一个拳头。同时，我们也希望在南阳市开发新型建材，因为新型建材也是集团的一大长项。我们希望利用电厂的脱硫石膏来生产优质的石膏板，利用水泥等资源生产外墙板、屋面板等新型材料，包括新型房屋、新型住宅、工厂化住宅等，我们都希望在南阳市早日变为现实。南阳市委、市政府非常支持我们的想法，使我们进一步坚定了大发展的信心和决心。总之，中国建材集团将充分发挥央企的优势，在地方政府支持下，在南阳市加大投入，大力开展建材业务，把南阳市打造成中国建材集团在地方拓展的样板。”

宋志平三次来南阳市，对南阳市的印象一次比一次好。他说，南阳市确实是一个人杰地灵的地方，南阳人的文化素质高，对事业的追求高，求变求强的意识强，让人感受深刻。南阳市的投资环境很好，区位优势明显，有优质的石灰石，有充足的电力，为发展建材产业提供了得天独

厚的条件。另一方面，南阳市也给了我们很好的发挥优势的条件。南阳人很热情，政府的效率很高，所以在这里投资建厂觉得很顺利。

厚的条件。另一方面，南阳市也给了我们很好的发挥优势的条件。南阳人很热情，政府的效率很高，所以在这里投资建厂觉得很顺利。

“中国建筑材料集团公司希望在南阳市建设更大规模的水泥熟料生产线，争取早日上马日产1万吨的生产线，并在南阳市其它有条件的县建设新厂。”宋志平说，“我们总的想法，就是要把南阳市作为中国建材新型干法水泥的生产基地，形成一个拳头。同时，我们也希望在南阳市开发新型建材，因为新型建材也是集团的一大长项。我们希望利用电厂的脱硫石膏来生产优质的石膏板，利用水泥等资源生产外墙板、屋面板等新型材料，包括新型房屋、新型住宅、工厂化住宅等，我们都希望在南阳市早日变为现实。南阳市委、市政府非常支持我们的想法，使我们进一步坚定了大发展的信心和决心。总之，中国建材集团将充分发挥央企的优势，在地方政府支持下，在南阳市加大投入，大力开展建材业务，把南阳市打造成中国建材集团在地方拓展的样板。”

记者聆听了宋志平的“南阳战略”，对南阳的美好明天更加充满期待，仿佛看到一个大型的国家级建材基地正在南阳盆地快速崛起（《中国建材报》记者徐璐、通讯员徐富述、唐启刚）

上午10点38分，中国联合水泥集团总经理张金栋亲自点燃火炬传递给中国联合水泥集团副总经理，南阳分公司总经理任振河。任振河将火种转身交给3名工人，当南阳分公司日产6000吨水泥熟料生产线窑头传来“点火成功”的消息后，仪式现场礼炮、军乐齐鸣，把气氛推向了高潮。

（秦军视 唐启刚）

北新建材

武汉产业基地奠基典礼隆重举行

将首先建设一条年产3000万平方米石膏板生产线,全部采用电厂脱硫石膏为原料;韩忠学、任世茂、宋志平、曹江林、胡曙光、袁善腊等出席奠基典礼;李宪生与宋志平一行会面

6月18日,北新建材武汉新型建材产业基地奠基典礼在中国工业重镇武汉市新洲区阳逻开发区隆重举行。湖北省人大常委会副主任韩忠学,湖北省副省长任世茂,中国建材集团董事长宋志平,中国建材股份总裁兼北新建材董事长曹江林,武汉市市委副书记胡曙光,武汉市委常委、常务副市长袁善腊,新洲区委书记张林及武汉市委市政府、新洲区委区政府的领导出席了奠基典礼。典礼由北新建材总经理王兵主持。奠基典礼后,武汉市市长李宪生与宋志平一行会面。

武汉是华中地区的桥头堡,交通物流高度发达,具备丰富的区位优势、资源优势,这些年在国家中部崛起战略的政策下,迎来了发展的大好机遇。北新建材近几年来,借国家宏观经济快速发展之力,在建筑节

能的产业政策引导下,在多年积累的雄厚基础上,秉承历史,抓住机遇,加快发展,迎来了跨越式发展的新阶段,最近3年主营业务收入增长两倍,净利润翻番,实现了历史性的突破。

北新建材此次在武汉建设的新型建材产业基地将首先建设一条年产3000万平方米的大型石膏板生产线,建成后将成为华中地区规模最大的现代化石膏板生产线。本项目100%采用燃煤电厂的工业副产品脱硫石膏为原料,与武汉及周边地区五大火力发电厂紧密合作,共同发展循环经济,为地方经济和环保事业做出贡献。此次北新建材落户武汉,在华中地区打造新型建材产业基地,对在更广阔的消费腹地扩大新型建材产品的应用,对推动中国新型建材事业的发展,都具有重要的意义。

奠基典礼上,宋志平代表中国建材集团发表了热情洋溢的讲话。他充分肯定了北新建材武汉新型建材产业基地对北新建材华中地区乃至国内市场战略的重要意义。基地建成后,北新建材将对华中地区的市场作出更加快速的反应,为区域客户更加及时地提供优质的产品和高效的服务。他对该基地建成后的社会效益和经济效益表示了充分的信心,并要求北新建材一如既往地坚持“善用资源、服务建设”的核心理念,发扬艰苦奋斗精神,精心组织各项工作,抓住有利时机,加快项目建设进度,早日建成投产,为武汉的经济社会发展贡献力量。

曹江林在致辞中对武汉市委市政府、新洲区委区政府、阳逻开发区等各级政府部门给予北新建材武汉新型建材产业基地项目的大力支持表示衷心的感谢。他说,武汉基础设施先进,政府服务意识强,投资环境良好,是华中地区不可多得的投资建设宝地。北新建材落户武汉建设新型建材产业基地,将充分借助武汉地区的区位和资源优势,加快建设发展,巩固并拓展北新建材在华中地区的市场影响力,开发华中地区巨大的市场潜力。

出席奠基庆典的还有武汉市、新洲区各委办及当地媒体,北新建材华中地区经销商等相关单位的领导和来宾近300人。(基建)



中国建材集团、新汶矿业集团签署战略合作协议 泰山水泥集团有限公司重组交接签约

中联水泥已形成年产2500万吨水泥能力，贾万志、姜均露、雷前治、宋志平、耿文清、李洪峰、郎庆田、曹江林、王福江、崔星太、谢镇江等出席签字仪式



带着举国欢庆香港回归10周年和建党86周年的喜庆气氛，7月1日，中国建筑材料集团公司、新汶矿业集团有限责任公司战略合作框架协议暨泰山水泥集团有限公司重组交接签字仪式在山东省泰安市隆重举行。

山东省副省长贾万志，中国建筑材料联合会副会长、中国水泥协会会长雷前治，中国建材集团外部董事、国务院国有重点企业监事会原主席姜均露，泰安市市委书记耿文清，泰安市市长李洪峰，中国建筑材料集团公司董事长宋志平，新汶矿业集团有限责任公司董事长郎庆田，中国建材股份有限公司总裁曹江林，中国建筑材料联合会副会长、《中国建材报》社社长谢镇江，中国建筑材料联合会副会长、山东建材工业管理办公室主任王福江，泰安市副市长齐承芳，中国联合水泥集团有限公司董事长崔星太及中国建筑材料集团公司、新汶矿业集团有限责任

公司企业领导和员工代表共计100余人出席了签字仪式。

泰山水泥集团原为新汶矿业集团全资子公司，拥有年产300万吨水泥的能力。中国建材集团重组泰山水泥后，旗下的中联水泥已拥有年产2500万吨水泥的能力，在淮海经济区，即主要在江苏北部、山东南部 and 河南南部形成了有力的主导地位，将对这一带水泥工业提高生产集中度产生良好的作用。

在签字仪式上，曹江林致欢迎辞，雷前治、李洪峰、王福江、宋志平、郎庆田讲话。宋志平和郎庆田分别代表中国建材集团和新汶矿业集团签署了《战略合作框架协议》，崔星太和吴刚分别代表双方签署了《泰山水泥集团有限公司股权转让协议》。根据协议，中国联合水泥受让新汶矿业集团持有的泰山水泥合计90%的股权。签字仪式由中国联合水泥集团有限公司总经理张金栋主持。

雷前治代表中国建筑材料联合会、中国水泥协会对中国建材集团、新汶矿业集团两大集团建立战略合作关系表示热烈祝贺。他指出，中国建筑材料集团公司是直属国务院国资委管理的我国最大的综合性建材产业集团，新汶矿业集团有限责任公司位居中国煤炭企业百强的前十位。两大集团的合作对优化山东水泥产业布局，促进水泥行业健康发展具有重大意义。

宋志平在讲话中指出，在国家产业政策的支持下，中国建材集团发挥央企的行业骨干作用，在水泥、玻璃两大行业实施战略重组，并加快了重组步伐，加大了重组力度。中国建材重组泰山水泥是继去年7月1日重组徐州海螺后在淮海经济区的又一重大举措。中国建材在重组过程中充分发挥资本、文化、管理、协同四大效应，使重组后的企业生机勃勃，管理团队积极融洽。近两年来，中国建材集团的战略重组已呈现出和谐重组、共赢发展的良好局面。中国联合水泥作为中国建材的核心业务板块，要运用自身优势，与泰山水泥的管理团队一起共同做好重组后泰山水泥的经营管理，使双方在快速健康发展的道路上取得更优异的业绩。

郎庆田在讲话中表示，泰山水泥的重组交接是中国建材集团和新汶矿业集团各自做大做强核心业务平台的重要战略步骤，是双方实现合作共赢的新起点。

(建新)

6月24—28日，中国建材集团董事长宋志平率下属企业相关人员30余人前往越南，在6月28日以“中国建材”为主题举办了大型推介会，集中展示和介绍推广了旗下企业的产品和工程技术服务。在越南期间，中国建材集团还举办了所属合肥水泥研究设计院越南代表处的揭牌仪式及中国建材国际工程有限公司越南合资公司成立仪式。

中越两国山水相连，文化相通，理想相同，命运相关，近年来两国经济建设均快速发展。越南国土面积约33万平方公里，人口8000多万，近10年来，越南GDP年均增长超过7%，2006年人均GDP已达640美元，越南国内各项经济建设事业生机勃勃。

中国与越南间的经济贸易合作也迅猛发展，尤其是双边贸易和中国对越承包工程业务取得了历史性突破。2006年，实现中越贸易额达到99.51亿美元，中国已经成为越南第一大贸易伙伴，最大进口来源地和第三大出口市场。

在推介会上，宋志平致词说，作为中国建材行业的代表企业，近年来，中国建材集团大力实施“国际化”的发展战略，加快国际化发展的脚步，积极开拓东盟、中东、东南亚、原独联体和非洲五大市场，已经成为世界瞩目的建材行业国际服务商。中国建材集团凭借其实力进入越南及东盟市场，提供优质建材产品和工程设计及技术服务，设备供应和

中国建材集团 越南推介会签约3.5亿美元

这是我国建材行业首次在越南举行的大型商务推介活动，中国建材集团成立新的越南办事处，成立新合资公司，签订新型干法水泥和浮法玻璃工程总承包等6个大型项目合同。越南建设部部长阮红军，中国驻越南大使胡乾文、商务经济参赞何小玲及越南国家水泥公司、国家玻璃陶公司等单位领导分别与宋志平、马建国等一行会面

工程总承包等各项服务，会为中越企业创造更多的经贸合作机会，也必定会为提升中国与越南及东盟地区在建材产品、技术和成套装备等方面的贸易水平做出重要的贡献。

推介会上，中国建材集团下属相关企业签署了越南浮法玻璃公司日产450吨生产线总承包合同，绿和水泥日产5000吨生产线总承包合同等6个大型项目及CTEC-CCBM合资公司成立合同。越南国内各大建材企业和相关管理部门官员近200人参加了推介会和签字仪式。这是我国建材行业首次在越南举行的大型商务推介活动。

在越南期间，宋志平等一行还拜会了越南建设部部长阮红军，双方

进行了友好、深入谈话。阮红军对中国建材集团此次到越南举行大型推介会表示欢迎和支持，对中国建材集团与越南国家水泥公司、国家玻璃陶公司长期以来的友好合作给予高度评价。他希望中国建材集团进一步扩大越南业务的规模，为中越友好和互利双赢发挥积极作用。

在越南期间，宋志平等一行还前往中国驻越南大使馆，拜会了中国驻越南大使胡乾文、商务经济参赞何小玲。胡乾文对中国建材集团此次的商务活动给予充分肯定，对中国建材集团扩大越南业务表示支持。他称赞中国建材集团扩大越南业务是对中越两国领导人达成共识的具体落实，为增进两国友谊做了富有实效的工作。

中国建材集团副总经理马建国，中国建材国际工程公司总经理彭寿，中建材进出口公司总经理黄安中，合肥水泥工业研究设计院院长徐宁，北新建材集团总经理崔丽军及中国建材集团所属各大单位相关负责人等随同宋志平访问和参加了推介活动。《中国建材报》社社长谢镇江也应邀前往越南参加了相关活动。

(全真)



新北新 新国企 新风貌

——写在北新集团建材股份有限公司上市10周年之际

■ 中国建筑材料集团公司董事长 宋志平

弹指一挥间，北新集团建材股份有限公司上市10年了。10年间，北新建材从一条年产2000万平方米纸面石膏板生产线起家，发展成为一家拥有年产能4亿平方米的大型石膏板制造商，成为国内的行业领袖；同时，北新建材在住宅产品、工厂化房屋、建材物流等方面也异军突起。北新建材的销售收入从上市伊始的3亿元，到2006年近30亿元，近年利润也一直保持在亿元以上，成为国内建材行业一支稳定的绩优股。

业内人士都知道，北新建材脱胎于我国新型建材的摇篮北京新型建材实验厂，这是在我国改革开放总设计师邓小平同志亲自关怀下建设的新型建材生产基地。作为新型建材的种子厂、样板厂、试验厂，它肩负着为我国新型建材事业出经验、出人才、出产品、出效益的重任。国家给了它十分优厚的条件，1994年把它列为全国百户建立现代企业制度试点单位，推动它走一条国有控股的股权多元化道路。

1997年在深交所的成功上市，北新建材迈出了历史性的一步。北新建材上市后开始以一种新型国企的姿态逐步进行了一系列适应市场



竞争的规范治理和管理，迅速实施了决策、财务和管理层面的三分开。同时，在投资者的审视下，不断改变自己，不断校正方向。北新建材把来自资本市场和产品市场的双重压力作为自己经营发展的内在动力，一路走来，如今可以说它已经臻于成熟。和许多企业不同，北新建材上市后成功地处理好与母公司北新集团的关系，今天的北新集团销售收入已经逾百亿元。这种母子公司共同前进、协同发展的事例在国企改革上市中并不多见。

北新建材的经营、改革和发展

是成功的，但细想起来这其中并没有多么深奥的秘诀，它的成功，主要得益于有明确清晰的业务方向，有热情向上的企业文化，有靠新出强的发展战略，还有重视服务和让利经销的市场思路。

首先，多年来北新建材一直肩负着发展新型建材的历史使命而不动摇。北新建材始终坚信节能、轻质并且制品化、标准化、组装化、集成化的新型建材代表了我国建材工业的发展方向。从最初市场认知甚少时的奔走，到目前在科学发展观大环境下的如鱼得水，北新建材十

比如，目前关于新型建材的业者方向，在种种产业发展利好刺激面前，无不跃跃欲试。而且，一直朝前看的定力，正是非新建材料成功发展的前提。曾记得，一部分非新建集团在进行战略调整而更名为中国建材集团时，最大的动力来自民营。此后，非新建建材的成就由非新建材料高擎了。可以说非新建材料开拓自己的地盘。

企业归根结底是人的组织。企业在终极目标中明了社会和企业家。非新建材料在发展过程中逐渐意识到，做企业，没有比客户对企业的信心更重要的事。没有投资者对企业有信心更重要的事。没有员工对企业有信心更重要的事。而这两种对客户、对投资者、对员工高度重视的企业文化正是非新建材料不断前进的强大推动力。非新建材料以“以人为本”的企业文化，和建立内部的高度和共识，使得其在非新建材料行业一马当先。其经营理念是员工心中所想。这些年来非新建材料及其自主品牌职工为企业热情奉献的可歌可泣的故事。非新建材料员工热爱企业，忠诚事业的中心，一直直想热腾腾，并且热得诚坦。倘若企业在发展，非新建材料努力为员工改善工作、生活和学习环境，可以说，非新建材料的历史，是员工与企业共同成长的历史。

当前，我们常把建材工业发展的战略概括为“四大突破”：突破出路。非新建材料可以说是“突破出路”的典范。非新建材料不断推出新的产品体系，焕发了蓬勃的生命力。最近，鸟巢、水立方、国家会议中心、上海环球金融中心、印度阿波罗大酒店等重大项目纷纷采用非新建材料产品，就是切实产品体系创新的体现。非新建材料是我国建材行业最早引入ISO9000质量管理体系的企业。非新建材料还是北京高技术专利拥有量排在前列的企业。

大企业、非新建材料出的大财和赚大钱，都靠员工。员工是企业发展的原动力。非新建材料在改革中，一直恪守“员工是企业最大的财富”的核心价值观。非新建材料为中国建材产品价格高过国外跨国公司同类产品的企业之一。非新建材料的创新实践主要表现在，大胆采用资本运作手段在业快速发展方面。2002年，与金隅集团成功进行了重组，从而一跃成为亚洲最大的石膏板企业。这重大重组案例与全球石膏板行业都属首创。几年前，非新建材料把管理经验和经验交给了企业自己培养出来的年轻一代。知识管理层面，大力推进流程改造和管理创新。非新建材料在石膏板行业布局规划，非新建的石膏板大上一部吨位以出表面。

市场的认可就是竞争的证明。企业要想在市场竞争中取胜，就必须在以客户利益为目的集约化经营管理模式和以客户利益的市场销售模式。员工、质量、服务、价格。这些竞争要素，是企业从事管理的基础。这些要素员工来谈。企业的管理并不高高在上，也不是那样复杂难懂。非新建材料全体员工在“质量、服务、价格”这三个简单不能再简单的管理信条，硬是把产品合格率和开到新高点。可以说，员工大接受。管理流程的员工先在非新建材料实践中。非新建材料是一个用普通生产线创造出一流业绩的企业。非新建材料员工的优质服务也是众所周知。记得加到在国有单位工作时，一直做产品发货工作。她因此负责为一名客户着想，被客户赞为“五星员工”。

我时常在想，新国货除了“国货”身份，用员工和员工的合作外，我觉得新国货的竞争力还源于员工的一种崭新风貌。非新建材料每年都会召开一个员工经验交流会的传统。一群员工去北京破冰带地参加“新国货”和“新国货”来接待员工。

非新建材料的营销网络，即使走遍中国有了一大批忠实的经销商。有一线，我遇到一位在南京从事经销的女同志，她目前已经从事非新建建材产品经销多年了。从当年的豆蔻年华到今天的朝霞似锦。非新建材料员工的高尚思想和高尚举动，给于非新建材料教育。一当商者。

可以说，非新建材料的面非新建新型建材试验。在北京中北滨河柳河圈开始建设时，因没有请到正规厂家在租界上。非新建的：首首各大型国企，但可保证。现在这些企业在经济发展和危机中都已不复存在。而在非新建材料提供着新契机。四年前，非新建材料的母公司中富集团也投资建设了不少新型建材。今天，他们都在市场竞争中淘汰。而且非新建材料高擎新型建材的成就快速发展。同时商。在比如环环相扣的行情从非新建材料上下空间之间。我们不能再不打破。那种“活着存在”的人在国家和重新出发的内在动力。在企业发展中得到再应用。

我认为，在经营改革开放新国货的艰辛探索之后，在经营体制改革竞争，优胜劣汰的选择下，今天的非新建材料已经是一种全新国有企业，已经突破了传统计划经济体制上老国货的束缚。这种新国货，已基本实现了“产权明晰、权责明确、政企分开、管理科学”。不仅在企业的内部实行一制、一制和企业文化、员工素质方面与国货无异。同时在企业、产业与竞争市场的对接过程中建立了良好的互动与沟通。在公共竞争的产品市场环境中积累了丰富的经验和自己的品牌。可以说，非新建材料这样的新型国企必须，超越新的风貌和时代。成为中国现代经济快速发展的中坚力量。

非新建材料在党的领导下，一直坚持以更进一年。

行业快速发展 市场前景广阔

——对混凝土外加剂市场的分析与预测

■ 中国建筑材料集团公司总经理 姚燕



混凝土外加剂是一种除水泥、砂、石和水之外，在混凝土拌制之前或拌制过程中以控制量加入的，用于使混凝土能产生所希望的变化物质。混凝土外加剂的使用对混凝土可持续发展起到了不可替代的作用。国际上自上个世纪30年代开始使用混凝土外加剂。我国自上个世纪50年代开始研制和少量使用混凝土外加剂。到了70年代末期，混凝土外加剂行业开始兴起，科研队伍不断发展壮大，生产企业不断增加，新产品不断研制开发，应用领域不断拓展扩大。经过近30年的努力，我国的混凝土外加剂行业得到了长足的

发展。目前，已有14种化学外加剂制定了国家标准或行业标准。

一、2006年行业经济运行情况分析

1. 2006年各种外加剂产量。截止2006年年底，全国共有合成高效减水剂企业200家，其中上规模企业近80家。年产高效减水剂200万吨，年销售收入约120亿，位居世界第一。其中，萘系高效减水剂占到全部合成高效减水剂产量的80%左右。2006年，高性能聚羧酸盐高效减水剂是一个发展的亮点，在铁路客运专线和西南水利工程的拉动下，产量有了大幅度提高，达到15万吨。2006年

各种主要外加剂的产量为合成高效减水剂200万吨，膨胀剂100万吨，速凝剂10万吨，引气剂8000吨。

2. 外加剂行业生产和市场形势。2006年，外加剂企业纷纷利用自动化控制技术，开始对生产设备和生产工艺进行更新改造。一些企业对合成外加剂关键工艺进行了自动化监控，还有一些企业建设了全自动化控制生产线。这些对于提高外加剂产品质量起到了重要作用。

经过近5年来激烈的市场竞争，一批具有较高技术水平和一定生产规模以及良好售后服务的外加剂企业，在市场经济的大潮中突显，他们的市场占有率较大。特别是在合成外加剂市场，市场集中度较高。前10家大型品牌企业的产量已占到全国产量的50%。由于市场竞争加剧，原材料和燃料费用提高，外加剂生产企业的利润率大大下降。我国混凝土外加剂市场巨大，也吸引了国际上知名的外加剂企业，纷纷在中国抢滩登陆。这些公司的企业规模、生产技术、经营管理水平和研发能力都有很大的优势，进入中国市场后，较迅速的在我国建立了比较完善的市场销售体系，目前外国企业

与民族品牌企业在重点工程中的竞争异常激烈。

我国外加剂市场存在的突出问题是，生产和使用在各地发展很不平衡。

——在东部沿海省市和大城市外加剂应用较为普遍，而中西部地区偏少。

——企业数量多，规模小。全国1500多家外加剂厂中上规模企业只有约100家。企业数量多，规模普遍较小。例如，在北京备案的外加剂企业达到了230家，其中北京本地企业98家，从业人数超过100人的企业仅有7家，占7.14%。从业人数50人到100人的企业有36家，占36.73%。从业人数50人以下的企业有56家，占56.12%。——新型高效减水剂的使用比例低。高效减水剂中的80%是传统的萘系高效减水剂，近年来受工业萘价格波动的影响，氨基磺酸盐系、三聚氰胺系等新型高效减水剂的应用得到较快发展，脂肪族磺酸盐系减水剂因会造成混凝土颜色偏差，接受程度受到影响，国际上新一代的聚羧酸盐系减水剂对各种水泥有良好的适应性，2006年得到快速发展，但相对比例还比较低。

混凝土外加剂行业欠款问题依然严重。在一些地区，外加剂市场竞争十分激烈，外加剂企业的经营状况不是很好。混凝土搅拌站是外加剂的最大用户，使用量几乎占到外加剂总用量的80%，但在全国建筑行业欠款是一个很普遍的问题，商品混凝土企业拖欠外加剂企业的一些地方“顺理成章”。如上海市2005年全市外加剂企业垫资和欠款总额超过3.8亿元。以亿元计数的欠款，使大部分外加剂企业步履艰难。同行之间恶性压价，导致行业利润微薄，难以扩大规模和增加技术投入。少数企业为降低成本，在产品质量上做手脚，伪劣产品低价进入市场，造成恶性竞争，对规模企业造成冲

击，对行业的发展极为不利。

二、2007年行业发展趋势预测

今后5—10年，我国固定资产投资将继续保持较高的增幅。随着住宅产业、新农村建设、西南水电站建设、公路网、客运专线建设的全面展开，全国每年约有20亿方混凝土的建设量，对混凝土外加剂的需求很旺盛，混凝土外加剂企业面临着极好的发展机遇。同时，重点工程混凝土需要提高工程的耐久性和使用寿命，对外加剂产品提出了更新、更高的要求，新一代的高性能减水剂有着良好的发展空间。仅京沪高速铁路全线1318公里，混凝土方量8000万方，需外加剂约24万吨，在今后一段时间内，铁路客运专线和高速铁路建设工程将带动合成高效减水剂的升级换代。另外，为了保护城市环境，提高混凝土质量，我国将在124个城市的城区禁止现场搅拌混凝土，这将有力地推动商品混凝土的发展，给外加剂企业带来商机。

我国高效减水剂生产企业的实物质量已达到国际同类产品水平，价格又相对便宜，具有较强的国际竞争力。2006年，全国外加剂产品的出口额达到1800万美元以上，并向东南亚、日本、韩国等地区辐射，通过出口创汇，取得了较好的经济效益。

从以上分析可以预测，2007年，混凝土外加剂仍将保持持续增长以满足各类混凝土工程的需求，同时，高性能的聚羧酸盐减水剂的产量将快速增长。

三、政策建议

1. 加强对混凝土外加剂的绿色化生产技术引导。在外加剂绿色化生产技术方面，应鼓励和强制生产企业减少生产过程中废气排放，提高循环水的利用效率等，加强对外加剂各种原料、成品环保性能的评

价，强制复合外加剂厂加装除尘设备，改善生产条件，保障生产工人的健康和安全。

2. 加强人才培养。目前，混凝土外加剂在大专院校里没有相对应的专业，我国多数外加剂企业技术力量的培养是靠传、帮、带，很不规范和完善。因此对生产工人和技术人员的培养尤为重要。希望国家劳动部门在职业技能培训方面给予大力支持，把“混凝土外加剂工艺控制工”和“混凝土外加剂质检员”列入国家职业大典，协会将积极配合，帮助企业进行人才的培养。

3. 注重行业品牌建设。在品牌经济时代已经到来的今天，我国混凝土外加剂行业也在呼唤强势品牌。协会鼓励外加剂行业在企业成长过程中重视对品牌的培养，把品牌的创建和培养融入日常的生产和销售工作之中。希望在培育外加剂行业的中国名牌过程中，能够得到中国名牌战略推进委员会的大力支持，促进民族品牌的发展，积极参与国际竞争。

4. 倡导诚信规范经营。国内外外加剂企业面临着诸多方面的困难，特别是在欠款的巨大压力下，外加剂行业出现了互相压价、无序竞争的严重问题，其结果是对整个行业的冲击和重创。部分企业为了商业利益，擅自夸大产品的使用功能，将多种功能集于一身，如：抗裂防冻型防水剂、早强泵送型防冻剂等。更为严重的是，北京市禁止使用复合型膨胀剂后，一些复合型膨胀剂生产厂家将产品改名为多功能型防水剂，掺量甚至高于膨胀剂8%—12%，误导用户并严重扰乱了市场。

协会将在行业内推进诚信体系建设，加强行业自律，配合国家有关部门打假治劣，使企业能够拥有一个良好的市场大环境，在公平、诚信的竞争体系下进行企业的经营与发展。

.....人·物·推·荐.....



肖慧简介

肖慧：1958年3月生，中共党员，毕业于武汉理工大学，教授级高级工程师。现任西安墙体材料研究设计院院长，中国硅酸盐学会房建材料分会烧结制品专业委员会主任委员，中国砖瓦工业协会副会长。

80年代参加了国家星火计划项目“无锡新安砖厂粉煤灰砖生产线”及“广东东莞引进

空心砖生产线”的设计工作，1987—1993年，参加国家“七五”攻关项目“消化吸收引进西德劈离砖生产线项目”，主持完成了国家基金项目“砖整体着色机理研究”并完成多项工程设计；作为主要负责人参与了联合国援建中国墙体屋面材料发展中心的建设，对国内外技术交流与合作起到了极大的促进作

用。获国家科技进步二等奖一项，中国建材协会——中国硅酸盐学会科技进步二等奖一项，中国建材集团科技创新二等奖一项。1998年被评为陕西省建材行业“十佳青年”，多次被评为陕西省建材总公司“优秀共产党员”。担任院领导职务以来，开拓进取，改革创新，使西安院实现了快速发展。



崔琪简介

崔琪：1959年5月生，1982年毕业于武汉建筑材料工业学院（现武汉理工大学），教授级高级工程师，现任中国建筑材料科学研究总院水泥科学与新型建筑材料研究所所长，硕士研究生导师，中国硅酸盐学会房建材料分会理事长，建设部新型建材和建筑节能两专家委员会委员。

崔琪同志大学毕业后一直从事纤维水泥复合

材料的研究与开发工作，1995年荣获中国硅酸盐学会首届青年科技奖，2002年获得国务院颁发的政府特殊津贴。1995年主持国家自然科学基金——纤维复合增强水泥基体特性与机理研究。1998年主持“九五”国家科技攻关2000年小康住宅——住宅用GRC外装饰系列产品研究与应用技术；2000年主持国家经贸委

成组立模复合墙板生产线工艺装备技术开发；2002主持国家经贸委技术创新——GRC外墙制品预混喷射成型工艺的开发与应用；2005年主持国家“十五”科技攻关——小城镇新型建材技术研究与开发。参加与主持的项目曾获国家科技进步二等奖一项和部级奖三项，撰写论文数十篇，主编专业书籍一部，参编两部。



史敏炜简介

史敏炜：1987年7月毕业于郑州轻工业学院。同年7月分配至南京轻工业机械厂工作，现担任南京轻工业机械厂副厂长、总工程师。

参加工作至今，史敏炜同志始终从事于企业技术工作，1992年8月获工程师任职资格，1997年

12月获高级工程师任职资格。

自2002至2004年，他主持研发的“聚脂(PET)瓶装饮料生产线”项目、“啤酒灌装生产线(配外置式流体机械阀)”项目，先后获得南京市科技进步三等奖；同时是“外置式流体机

械灌装阀”发明专利第二人。

史敏炜同志2002年度享受国务院政府特殊津贴；2006年4月，被南京市科技局授予“南京市行业技术、学科带头人”，同时荣获南京市人民政府“南京市劳动模范”称号。



李国恩简介

李国恩，高级工程师，1980年毕业于武汉工业大学硅酸盐专业，现任中国建筑材料科学研究所总院特种玻璃纤维与光电功能材料研究所所长兼总支书。2001年享受国务院政府特殊津贴，2006年获“国防科技工业协作配套先进工作者”。

李国恩同志长期从事国防军工配套项目的研

究和管理工作，在玻璃纤维、光学纤维面板、微通道板以及特种玻璃等方面积累了丰富的知识和经验。主持完成了“镀膜玻璃纤维生产线技术改造”，构筑了国内无源干扰材料的研发平台；发明了非等径玻璃纤维制造技术，完成了“垂直极化干扰材料”的研究，填补了国内空白；主持完成了

“扭像器、直板、高阴极灵敏度光纤面板”的研制，为微光夜视仪的配套提供了核心器件，满足了国防重点武器装备急需。其研究成果获国家科技进步二等奖2项；部级科技进步奖2项；发明专利1项。目前承担着“863”计划新材料领域“军工配套关键材料及工程化技术”重大项目。



王东祥简介

王东祥：1952年8月生，1977年9月毕业于西安理工大学，1995年被评为高级工程师，2002年享受国务院政府特殊津贴。现任轻工业钟表研究所副总工程师、精密机电室主任。

该同志主要致力于微型精密气体动压轴承

技术研究，在气体动压理论、气体动压轴承材料、超精密加工技术、计量技术研究领域进行了大量的研究工作，尤其在气体动压轴承研究领域取得了多项科研成果，目前这方面的研究处于国内领先水平。共承担了科技部科研院所专项

资金课题4项，国防科工委民口配套课题3项，研制成功的微型精密气体动压轴承产品已用于航天仪器，性能指标达到用户单位要求。在完成课题的同时，逐步建立和完善气体动压轴承实验室并形成了小批量生产能力。

中国建材集团

第二届企业管理现代化 创新成果评选工作结出丰硕成果

■ 中国建筑材料集团公司企业管理部 张健 金玲

近日，中国建筑材料集团第二届企业管理现代化创新成果评选隆重开奖。荣获一等奖的3家单位：中国建材股份有限公司、中建材集团进出口公司和合肥水泥研究设计院从集团公司宋志平董事长和姚燕总经理手中接过了闪亮的水晶奖杯和证书。

自2003年该项成果评选活动开展以来，中国建材集团实现了跨越式发展，完成了大规模债务重组，化解了潜存的经营风险，明晰了发展战略，明确了经营主业，完成了清产核资，实现了主业资产海外上市，开始了国际化经营的征程。在这个过程中，集团成员企业紧紧围绕“善用资源、服务建设”的核心理念，依靠“资源重组、规范治理”两大支撑，不断加强体制创新、科技创新和管理创新，逐步形成了适合行业发展的、有企业特征的运行机制。在国资委改

革局和企业联合会有关领导和专家的大力支持下，历时半年的第二届企业管理现代化创新成果评选活动全面检阅了三年来集团成员企业创造的丰硕成果。

与首届创新成果评选活动相比，此次评选活动组织程序更加科学严密，参评内容更加丰富多彩。

一、评选程序更加科学严密

集团公司2006年8月下发通知，正式启动集团第二届管理创新成果评选活动，通知中明确了第二届管理创新评选的具体时间安排、申报条件、评选办法和工作要求。为提高申报材料的质量和评选工作的效率，文件一经下发，集团公司企管部便会同相关部门结合各自职能，帮助成员企业总结经验，梳理思路，整理材料，鼓励业绩突出、有条件和潜力的企业积极参与到成果评选活动中

来。此外，考虑到部分企业是首次参与评选活动，对此类企业分别就活动的性质、目的、意义、申报原则和评选办法进行了细致的讲解，并结合企业实际情况给予指导帮助。

为了确保评选活动公正、公平、公开的进行，成立了行业、集团及社会专家学者组成的10人专家评选委员会。根据申报项目的核心内容，按照战略管理、生产管理和综合管理三个大类对申报的51个项目进行编组，将18位评审专家分到三个专业评审组中。每位评审专家需要对其所在的专业组项下的每一份申报项目进行评审，并逐一填写《管理创新成果申报项目评审意见表》。之后，还要召开项目评审会进行分组讨论，就每个项目的创新性、实践性和效益原则进行充分的沟通探讨。最后，每位评审委员填写《管理创新成果申报项目评级表》，经民主评议和记

名投票，向集团公司提交最终评审结果。

二、参评内容更加丰富多彩

此次评选工作得到了集团企业的积极相应，参与企业数量同比增长了65%，参评项目同比增长了44%。本届申报的管理创新成果总体来看，参与企业和申报成果数量增多，申报重点涉及面广，申报材料质量较高，且相当一部分成果在实践中取得了良好的效益。成果内容符合国务院国资委有关深化改革和加强管理的指示精神和集团战略规划和发展方向，比较全面的反映了三年来集团在不断推进企业体制创新和管理创新方面取得的成就，其内容主要包括：企业战略、品牌规划、改革改制、安全管理、业务流程再造等18个方面。其中有以下几方面的突出亮点：

(一) 优化资源

配置、科学重组、寻求和谐发展

例如中国建材股份有限公司的《重组改制 境外上市》和徐州中联水泥有限公司《成功实施并购管理整合 确立水泥企业增值新模式》代表了集团近年来规模最大、效益最显著的两项重组和并购项目。上市和重组实现了企业经济效益的增长和企业知名度的提高，为集团其他企业提供了示范。与此同时，重组和并购后存续企业的平稳过渡和新企业迅速发展同样面临着考验，蚌埠玻璃工业设计研究院的《科研设计院所存续企业的整合与强化》对于集

团为数不少的存续企业的生存和发展是很好的启发，其积累的经验具有很高的推广价值。

(二) 转变发展观念，运用科学理论加强战略统筹

本届管理创新成果评选活动所申报的51项成果中战略规划和管理方面的项目有7项之多，在涉及的全部18个方面的成果中比例非常高，就申报企业的类型看，遍及集团科研、



制造和装备三个战略单元的骨干企业。不难看出，在企业完成由保证生存向寻求发展的过渡后，已经将管理重点向总体的战略管理转变。不同企业在战略制定过程中也具有各自的特点，如合肥水泥研究设计院的《运用SWOT分析法探究制定企业发展战略》，引入科学的理论模型系统分析，制定了“积极的发展型战略”，并在其引导下，走上了跨越式发展的道路。

(三) 加强信息化管理，推进数字化建设

信息技术的普及和实用化，推动

企业的运营模式、交易方式产生重大改变，集团相当一部分企业在生产经营管理、客户资源管理和质量控制管理方面进行了积极的尝试，取得了可喜的成绩。淮海中联水泥有限公司《ERM管理系统》、中建材集团进出口公司《运用CRM系统提高企业现代化管理水平》、鲁南中联水泥有限责任公司《打造鲁南中联独具特色的‘EPO’项目管理模式》和北

新建塑有限公司《以数字化管理提高产品质量》等项目都是非常有个性的。

(四) 创新和完善绩效与薪酬体制，加强人力资源管理，提高企业核心竞争力

20世纪，企业最有价值的资产是生产设备，21世纪，组织最有价值的资产是知识工作者及其生产率。企业创新活动的主体就是依靠技术创新者和管理创新者，集团所属企业充分意识到了

知识管理对企业发展的重要性。近年来，在人力资源管理特别是绩效和薪酬管理方面加强了工作力度。在本次申报的成果中比较有代表性的包括：哈尔滨玻璃钢研究院的《转制科研院所薪酬体系研究与设计》、合肥水泥研究设计院的《工资制度的改革与实践》等8项成果。其中哈尔滨玻璃钢研究院的《转制科研院所薪酬体系研究与设计》得到了集团内外评委的普遍好评。对实践效果进行实地走访，院内主要领导和员工对该体系的合理性给予了高度评价，该成果对集团其它转制科研

院所的绩效和薪酬体系的设计具有较强的借鉴意义。

(五) 加强品牌管理, 增强市场竞争力

品牌的价值在当今社会越来越受到重视, 一个成功的品牌对企业提高市场竞争力、加快实现国际化战略都有着积极的推动作用。集团的部分企业也进行了探索和尝试, 并在专业的领域中取得了阶段性的成绩, 为集团今后品牌战略的制定和实施做了重要的铺垫, 如连云港中复连众复合材料集团有限公司《实施品牌战略 铸就中国名牌》和北京中轻合力机械设备有限公司《创新服务工作, 做大品牌展会》等。

(六) 通过技术创新, 节约资源、保护环境实现可持续发展

节能和环保是我国乃至全世界需要解决的问题。集团有相当一部分的企业为资源密集型的生产制造类企业, “保护环境, 节约资源”是我们追求企业利益的前提。集团比较成功案例包括: 中国联合水泥有限责任公司南阳分公司的《以构建资源节约、环境友好型企业为目标的一体化管理体系》, 巨石集团有限公司的《增收节支降耗, 降低生产成本》以及北新建材矿棉吸声板厂的《节水创新成果》。上述成果在本企业的实践中取得了较好的效益, 并曾在有关行业和地区的成果评选中获得过奖励。

(七) 结合“走出去”的发展战略, 注重基础管理的国际化延伸

在集团积极推进“走出去”的发展战略过程中, 集团企业加快了国际化步伐, 由此对企业在国际环境中的基础管理提出重大挑战。特别是合肥院“2·15”事件, 对集团企业建立适应国际化发展的管理体系是重要的启示。相关企业也进行了积极的探索, 例如, 合肥水泥研究设计院《建立完善境外安全管理体系, 提升国际市场竞争力》, 中国建材国际

工程有限公司《以增强国际竞争力为目标的企业文化建设》, 《创建国际化工程公司的战略决策与实施》。此外, 在中国复合材料集团有限公司《实施大基地发展战略, 做大做强复合材料产业》和连云港中复连众复合材料集团有限公司的《实施品牌战略 铸就中国名牌》也有着具体体现。

从申报的成果中还可以看出集团企业对传统管理课题也进行了积极的探索和创新, 如中国建筑材料科学研究总院关于财务管理方面的《实施全面预算管理 提升企业内在价值》, 北新集团建材股份有限公司关于流程再造方面的《北新建材组织架构调整与业务流程创新》, 山东泰和东新股份有限公司关于市场营销方面的《创新发展, 和谐营销》以及宜宾造纸机械厂关于安全管理的《安全生产行为细分管理监控法》等等。

另外, 在此次申报活动中, 还出现了集团成员企业联合申报的和谐氛围。中国联合水泥集团有限公司和中建材集团进出口公司共同完成了《中国联合水泥集团有限公司网上直报系统》, 并进行了联合申报。

三、对申报单位的几点建议

通过组织前二届企业管理现代化创新成果评选活动, 对今后参报单位提出以下几个方面的建议:

1. 项目一定要突出创新性。评审委员普遍对项目的创新性给予了高度关注。一些突破性的申报题材, 如品牌营销、节能降耗、绿色制造等, 尽管由于项目实施周期较短, 材料准备相对单薄, 但由于符合国家经济技术政策, 能体现指导企业工作的客观需要, 具有导向性、可操作性和推广价值, 得到了众多评审委员的青睐。

2. 项目效益的论证也很重要。在项目效益评审方面, 原则上项目效

益必须经过一年以上的实践和科学的测量、计算, 较协会及国家项目申报时需要的两年论证期稍短一些。这主要是由于集团近几年快速发展, 很多创新成果在这个过程中成效已经逐步显现出来了。但是, 有些项目, 如中联水泥申报的集中采购等, 对企业发展意义深远, 经济方面的论证时间较长, 为慎重起见, 评审组建议企业推迟上报, 以期获得更好的效果。

3. 注重创新性和实践性相结合, 小题目也能出彩。本次活动中, 战略项下的参评项目比较集中, 而这类题目需要充分的效益论证, 对理论方面的论述要求也比较高, 所以竞争非常激烈。相比之下, 一些车间班组提交的类似《安全生产行为细分管理监控法》, 《项目管理理论在薄粘二线恢复建设项目中的应用》等小题目更容易把握一些。

4. 可以尝试使用图表、模型、流程图等可视性强的工具。《中国建材集团管理现代化创新成果申报报告书》的第三部分《申请成果主报告》为申报成果论述的主要部分, 报告内容架构不受限制, 报告字数建议控制在8000—10000字之间。在论述中使用图表、模型、流程图等可视性强的工具能够起到比较好的效果。

面对着日益激烈的竞争, 如何运用现代化管理思想和新的管理工具来提高企业的竞争力, 如何能够建立并保持企业的核心竞争力, 这些都是企业管理者面临的永恒话题。两届的成果评选只能代表管理世界中的沧海一粟, 而这些成绩仅仅是集团管理工作的基础和起步, 距离国资委的要求, 距离我们在行业里应承担的责任, 距离一个有较强国际竞争力的大公司的发展目标, 提高集团整体管理水平任重而道远, 只有保持学习的心态, 不断开拓创新, 集团现代化管理能够开出更绚烂的花朵!

客户是外贸公司的生命线，对于外贸企业来说，如何管理客户关系，如何充分利用客户资源，如何深度挖掘客户潜力，是企业最关心的问题。中建材集团进出口公司通过以客户为中心的管理系统再造业务流程，打造现代化外贸企业资源管理平台，提升整个公司的现代管理水平，取得了很好的经济效益。通过实施这个项目，中建材集团进出口公司在国内外贸行业里，率先实现了

邮件、传真、即时通讯等与客户资源的整合，获得信息产业部CCID认证。

一、项目实施背景

面对着瞬息万变的国际市场行情和日益加剧的出口压力，企业经营规模扩张，业务类型扩大，企业员工增多，分支机构增加，企业信息数据呈几何级数递增，种种形势迫切要求外贸企业依靠现代化信息数字技术搭建新型资源管理平台，集中管

理公司的客户资源，建立新型的业务流程，将管理焦点从提高内部效率向服务外部客户转移，建立可复制的新型外贸业务流程模式，形成核心竞争力。

新的业务模式应着眼于提高现有客户的满意度，深入挖掘客户潜力，并在此基础上，大力发掘新的销售机会和新的客户群，提高销售信息向销售订单的转化率，扩大客户基数，提高客户孵化率。而为了达到

运用CRM系统 搭建外贸企业业务流程新模式

■ 中建材集团进出口公司



这些目标,必须对现有的业务流程重新进行梳理。通过详细的调查研究和比较分析,中建材进出口公司选择通过引入客户管理系统为催化剂,普及并标准化新的销售模式和理念,推行以客户为中心的服务标准,全面塑造新型的管理模式和业务流程。

二、项目实施过程

针对以前的粗放管理模式,中建材进出口公司根据客户市场生命周期规律,以“一对一营销”和“精细营销”的方法,建立“以客户为中心”的经营理念、组织模式、业务规则及评估体系完善客户数据库,进行客户销售漏斗分析。在建模过程中,修订配套制度,解决在海量数据中提炼关键数据的技术问题,对数据进行归纳分析,提供全程化的数据支持,突破了管理水平的瓶颈,优化了管理结构,全面提升企业核心竞争力。

1. 将邮件、传真

等即时通讯信息融入客户资源管理体系

1.1 邮件系统与客户资源的结合

在外贸企业中,与客户进行沟通联系的手段主要是电子邮件,对于外贸企业来说,电子邮件就像人们呼吸的空气一样重要。大部分沟通、谈判、订单签订等工作都是通过电子邮件完成的,企业对员工的管理也大多在邮件中完成。离开它,销售人员将无法正常工作,企业也将无法正常运转。原有的CRM软件系统并不具备这个功能,在新系统中,进出口公司提供邮件系统,与CRM系统的邮件系统对接,进行系统二次开发,建立国内行业内第一家具有这项功能的系统。该系统具有以下特点:

A. 可以按照需要将邮件信息在第一次进行归档以后,即可自动归档到相关客户项下,而不必手动

管理;

B. 可以按照各种自定义条件在海量的邮件里进行查找,提高工作效率;

C. 按照各种不同的权限,对邮件进行了分级管理,提高沟通效率。

1.2 引入电子传真系统,将传真与客户信息结合在一起

对于客户资料来说,其存在的形式,不仅在于电子邮件系统,而且传真系统也是至为重要的,因为在国



际贸易活动中,传真在确认订单、索要工厂报价、发送等方面有着不可替代的作用。拿中东的客户来说,大部分客户是不习惯采用电子邮件的方式,他们最习惯的是阅读纸质的传真。曾经有一次,将相关文件扫描后作为附件发给客户,结果客户迟迟不付款,过了几天打电话过去后,客户才打开邮箱,查看附件,结果还打不开,还是通过传真解决了问题。可见,传真作为贸易工具,在一定时间内还是无法取代的。

既然已经解决了电子邮件的问题,我们考虑,是否能通过邮箱来收发传真呢?在经过对国内外市场的考查后,发现了能够采用一种外置工具,将传真转化为邮件来接收,并且可以通过邮件来进行传真的发送。这样,通过电子邮件系统,间接的解决了传真的问题,将往来的传真归

入到相关客户,订单及销售任务等等全方位信息,为销售管理提供有力支撑。并且在此基础上节约了扫描时间,并且节约了纸张,降低了企业运营成本,实现了集约化发展。

1.3 引入RTX系统,将即时通讯信息与客户资源结合在一起

除了邮件和传真,随着时代的发展,即时通讯工具也即将成为新的,更为高效和实时的沟通方式,然而,之前使用的即时通讯工具,都是其他公司提供的服务,不便于公司整体掌握客户沟通记录,比如报价,产品型号,付款方式等等。为了便于整体管理公司资源,引入了RTX即时通讯工具,以充分实现公司信息资源的整合共享,凡是与客户相关的交流,都通过即时通讯工具来进行,这样便于记录客户交流的过程,并提高了沟通效率,便于全方位、立体化展示客户信息资源。

2. 客户管理系

统的结构及实施流程

2.1 软件结构

客户管理系统采用Browser-Server架构,整个系统可以分为四层的结构,Client(客户端)——Presentation(表现层)——Application(应用服务层)——Database(数据服务层),这四层分别由Browser——Web Server——Application Server——Database Server构成。

由于整个系统使用了Browser-Server架构,在客户端使用标准的Web页面浏览器(如Internet Explorer等),不需安装特殊的应用程序,减少了升级和维护的难度,所有的业务数据都保存在服务器(Server)端,确保了业务的安全;在通讯方面,由于使用的是标准的Http协议,使得系统可以轻松的实现移动办公和分布式管理,同时,为系统与电子商务的整

合与扩展打下了坚实的技术基础。出于安全性和稳定性考虑,选择Oracle作为后台数据库系统,选择红帽Linux系统作为服务器端的操作系统。在客户端,此系统支持多种类型的客户端,如Web Browser,独立的Application层使得企业业务逻辑的更新和扩展更为方便和容易。同时,基于这种多层结构,应用智能负载均衡与集群等技术实现系统服务能力的扩展。

针对我们对移动办公以及对国外分公司管理的需要,我们采用了使用企业自有Web的应用模式,通过高速的线路向Internet发布,所有的移动办公用户或者异地分支机构直接通过Internet与系统进行连接完成业务操作。

而在应用层面,软件功能模块则分别包含以下模块,为业务与管理提供全方位服务:客户/伙伴/供应商管理中心,市场活动管理,销售管理,服务管理,订单管理,采购管理,市场分析,销售分析,服务分析,客户分析,伙伴分析,产品分析,员工分析,管理决策分析,知识中心,邮件中心等,为实现业务的快餐化提供了数据支持。

2.2 实施过程

对于管理系统来说,仅仅只有一套软件是不够的,如果项目成功,必须得重视实施。实施是利用先进的管理思想、流程和方法来为企业进行管理规划,改造现有的管理流程,实现业务的流程化与快餐化,最后达到目标模式的过程,实现企业客户关系管理能力及全面竞争能力提升。经过仔细考察和准备,综合总结出了一套科学的实施方法,将实施分为6个主要环节,在每一个步骤中,建立标准的规范文档,使得整个实施方法具有很强的专业性、规范性、操作性,充分保证了实施质量。

第一步:理念导入。这个阶段的主要工作是3个方面,首先是成立CRM

项目小组。其次,项目小组成员共同确定CRM系统实施目标和具体时间表,确保系统实施得以按计划有效推动。同时,项目组需要讨论明确亟需解决的关键问题,放在第一阶段来解决,以确保系统能在短期内对企业经营管理带来明显提升。第三,进行项目动员,向员工讲明为什么企业要上CRM,企业应用CRM管理后会有什么好处,CRM的应用会给员工日常工作带来哪些实际的帮助等等,确保员工的积极参与与应用。

第二步:业务梳理。这阶段将对企业现有业务流程进行分析,对各部门的业务主管、员工、客户和合作伙伴进行深度访谈,分别了解他们希望通过CRM在对业务改进方面的具体想法。业务梳理是系统实施的重要步骤和控制实施周期的关键点。通过流程梳理,可以针对企业现有的经营状况及工作方式,提炼出市场、销售、服务中各环节的关键点控制点,暴露出隐藏的问题。

第三步:流程固化。流程固化的重点是在调整和优化原有工作流程的基础上,建立基于新型管理模式的、系统的、规范的、科学的,以客户为中心的企业运营流程。项目组结合共同确定的目标,“业务梳理”阶段发现的问题,企业各级负责人和员工对CRM的建议以及相关行业的成功实施经验,形成一个最适合企业的个性化解决方案。

第四步:系统部署。系统部署阶段是根据项目组共同确定的解决方案进行系统部署工作,即根据方案中规定的企业运营流程,工作传递关系,企业组织结构以及企业经营产品的特点等将基础数据录入或导入到系统,指导企业建立协调统一的信息标准(参照ISO标准)。

第五步:培训认证。由专业的培训讲师根据实施方案结合应用流程对企业内不同的岗位角色进行个性

化培训。同时,为确保系统应用效果,项目组对每一位参加培训的人员进行考核认证,只有通过考核认证才能上岗操作。通过培训认证,企业员工能够很快熟悉系统,了解自身工作在系统中的角色及如何利用系统提高工作效率,使系统得以尽快投入到实际工作中。

第六步:业务上线。此阶段完成原有模式切换至CRM系统,系统正式启用。在系统启用一个月后就系统应用广度、应用深度、应用功能、应用频率、应用规模、应用效果(数据整合度、流程完整性、效率提升、销售提升、客户满意度、客户忠诚度)等进行CRM应用评估。在充分评估的基础上,提出深化应用建议并设定第二阶段的应用目标,实现企业在CRM应用方面持续提升。

三、项目创新点和实施效果

经过一年时间的使用与推广,该项目提供了强大的信息共享能力,在推进部门横向、管理层纵向信息共享中发挥了重大作用,有效推进了公司资源的高效全面管理,使现有资源发挥出更大效力。从学习创新方面看,通过CRM系统,每个员工很快适应了新的运用环境,并提高了国际化市场信息的响应速度和开拓新业务新市场的能力。从销售管理看,充分挖掘了现有销售队伍的销售潜能,并对面临的潜在市场机会进行更深入细致的挖掘。突出表现为五个创新点:

创新1. 开创全天候,全景式客户价值管理模式

该项目采取了以下措施实现了客户全方位价值的评估与分析:

1.1 将之前分散在各个业务员和档案袋里的客户资源,按照部门的分类以及属性的不同,统一输入到系统内,并进行了分类,按照权限的不同,对客户进行管理,保证客户资料的完备性,之前的睡眠客户,都可



以一一进行挖掘,重现了客户价值。

1.2 实现了客户的多层价值管理,将客户按照不同的纬度进行分析归类管理,充分实现了客户的价值。

1.3 建立全景式客户管理。根据客户业务量的大小,进行金/银/铜等价值的分类,而针对不同的客户,不同的沟通状态,以及不同的价值,采取不同的策略和资源投入。

1.4 实现全天候的客户服务。在客户管理为中心的平台,有关客户发生的所有动作都可以随时在客户中心进行反馈。比如客户下了新的订单,则可以在客户项下的订单中心新建订单,如果有新的商机出现,则可以在新建销售任务,分派相关员工进行跟踪服务,如果有抱怨

产生,则立即进入危机公关处理程序,保证问题的及时解决。

1.5 针对工作的过程和结果,建立了一套奖惩机制,决定了管理流程的永续化,而不至于虎头蛇尾,从制度上保证了新型管理模式的落实。每个月由专人,按照拟定的表格,对相关事项进行检查,并公布检查结果。

创新2. 将员工分散的客户资源整合成公司资源,减少客户流失率

以前由于缺乏统一的客户管理方式,客户信息如名称、地址、电话等大部分信息都集中在每个业务员所掌握的名片、Excel表格中,这造成了典型客户的“信息孤岛”现象,一方面每个销售掌握的客户信息无法进行有效的共享;另一方面每个销售

各自查找客户信息时查找效率非常低。

而经过运用新型管理系统,必须把客户信息,按照相应的规范,将所有有关客户的信息都集成在客户信息下,凡是与客户有关的信息,包括邮件、传真、销售任务、相关信息反馈,都可以方便地进行查看,动态信息和静态信息都一目了然,为业务决策和对客户进行跟踪服务提供了便利。将业务员个人的信息,转化为公司的信息,并且为公司提供了庞大的客户数据库,便于进行分类管理,避免了之前客户信息的零散化,有利于客户的后续开发与价值分析,实现了客户的精细化管理,提高了客户的满意度,促进了销售机会的推进。

另外,之前由于人员的流动,以往客户的联系往往因为人员的变动而出现中断,甚至重新进入“冬眠期”,而以往老员工的经验,也常常因此而不能保存。通过新的管理模式,以往与客户联系的邮件、订单的沟通过程、销售过程等等,都可以方便的转给新员工察看,实现了业务的平滑过渡。

实施CRM管理,要注意调动企业各个部门人员的全方位参与,如果不能得到员工的信赖和支持,不能让员工放心顺手地在CRM中输入和查询数据,再好的系统也不能发挥效力。要做到这一点,最好在系统安装之前就开始面向全体终端用户的管理培训,尤其要获得企业高层管理者的鼎力支持。

另外,CRM的重要用户——销售人员常常在各地出差,他们很难随时随地把每次接触顾客的细节都记录在系统中,或者他们不愿意把长时间建立起来的“个人销售关系”公诸于众,此时CRM系统要尽量减少数据输入的工作量,保证销售队伍形成明确的管理体系,最有效的信息可以在最短的时间内传达给正确的

人，避免企业的内部竞争或商业机密的外泄。

创新3. 创造知识性企业，运用知识管理实现业务模式新陈代谢

一个用知识武装起来的企业，永远能够保持活力和发展。将公司的规章制度、业务规定、组织结构、相关人员的操作手册、业务流程、人事公告等等，都集成到CRM系统中。新入职的员工经过几天的集中学习，能对公司有了一个较为清晰的认识，并通过以后人力资源部门组织的培训，来深入相关认识，并学习相关操作，接着还需要通过人力资源组织的考试，考试合格者取得上岗证方能上岗。这一套流程，提高了新员工的适应能力，减少了时间成本，并且通过相应的培训考试，减少了不规范行为的出现，杜绝了沟通过程中的种种问题，避免了新员工由于经验问题而造成客户不满的情况。同时通过导师制，在新员工工作的过程中，由导师进行辅导，业务的传输，促进了新员工的成长，提高了销售队伍的潜能和整体素质。

而之前，根据调查的结果，一个新员工到一个新的工作环境，需要1-3个月的时间来适应新的工作氛围、规章制度、同事关系等等，而根据人员经验的不同，又需要相应的时间来学习客户沟通技巧、相关文档制作、与其他部门的协调沟通等等。这一段不可缺少的过程，虽然是以往传统管理模式下不可缺少的过程，但是同时也造成了公司成本的上升、人力资源的浪费，以及经济效益的波动。利用知识管理系统，大大缩短了培养新员工的时间，创建了生产高效销售人员的流水线。

创新4. 外贸流程再造，实现各部门的无缝连接，协同工作，实时沟通

通过使用新的系统，打破了部门间壁垒，实现了部门间无时差协同工作。在业务的各个关键点上，实

现了审批和节点控制，控制业务风险。而在销售过程中，各个动作的规范，也使得整个销售流程如同流水线一样，自动有序完成整个业务流程。

从合同管理的效果来看，在大幅增加合同数量的前提下，合同执行人员的人数并没有大幅增加，人均能力提高3-5倍。合同管理队伍平均每个合同处理效率提高50%以上，17%的人员提高了200%以上。更重要的是，使企业形态发生了革命性的转变，将企业由以职能为中心的传统形态转变为以流程为中心的新形态，实现企业经营方式和企业管理方式的根本转变。

创新5. 外贸业务模式化，实现各个业务细胞的快速复制与自我分裂式增长

实现外贸业务模式化的定义在于，能够快速复制现有标准化的管理模式，组建全新的管理团队，来完成新业务的开拓。用一种动态组织机制——虚拟组织，帮助企业集中面对以时间为基础的转瞬即逝的市场机会。

通过CRM系统提供的部门管理和角色管理工具，如果有新销售机会的出现，可以立刻通过知识管理，取出相应的资料，然后利用设定好的业务流程，快速复制现有业务部门结构，将不同部门的精英，瞬时组合在一起，形成一个临时的虚拟部门，从而可以集中优势兵力开发目标产业，形成一股强大的突击部队，进入所想进入的产业。从这个意义上讲，可以快速建立一个部门，虽然有些部门可能只有一个人，然而在这个人的周围，存在着一群影子团队成员，往往能够出奇不意形成强大的战斗力。而当任务完成，则可以利用业务的分派和交接机制，在瞬间完成全套工作的对接和后续服务的跟进。并且可以在短时间内建立分布全球的销售渠道和办事处，抢

占销售的制高点。

新型管理模式经过一年多的实行，取得了显著的效果。以中建材集团进出口公司业务一部为例，其CRM系统里的产品信息分为8大类，4600余条；客户信息7800余条；供应商信息1060条；销售执行过程18100余条。而在之前，这些数据都沉睡在各个部门的EXCEL表格里，名片夹里，或者是各个业务员的笔记本里。通过运用系统，实现了客户基础信息的集中管理和共享，提高了处理销售机会的跟踪效率，提高了客户信息的使用率，大幅提升了业务处理能力，使得业绩成直线上升——业务一部的人员，由2004年底的20人，扩充到了现在的100多人，进出口额，从2004年底的1000万美金，到2006年预计的5000万美金，利润从2004年的761万，到2006年的2000万，取得了较好的经济效益。

四、总结及展望

在党中央提出的运用现代手段加强国有企业管理的号召下，在实现可持续发展的目标下，中建材集团进出口公司积极运用现代信息技术提高管理水平，通过客户关系管理系统的实施，以相关制度为支撑，以知识管理为后备，以流程再造为手段，实现了外贸业务的模式化，打造了企业独有的不可复制的核心竞争力。

在管理现代化的路上，中建材集团进出口公司不断进行摸索和尝试，显示了他们努力学习新事物、追随时代脚步，提高公司管理水平的决心和能力，更为兄弟单位的管理现代化建设提供了参考和借鉴。我们深信，中建材集团进出口公司必将在创新的道路上越走越远，与集团兄弟单位合力打造中国建材系的金字招牌！

(此项目荣获中国建材集团第二届企业管理现代化创新成果一等奖)

安全工作的管理与责任

■ 中国联合水泥集团有限公司 王茂田

2007年5月28日,中国联合水泥集团有限公司(以下简称“中国联合水泥”)在徐州召开了安全生产管理现场会,中国建筑材料集团公司(以下简称“中国建材集团”)、中国建材股份有限公司(以下简称“中国建材”),中国联合水泥的有关领导专程参会并作了重要讲话,中国联合水泥所属企业的总经理、分管副总及安全部门负责人参加了会议。会议邀请国家安全生产监督管理局监督管理一司和徐州市安全监督局领导对参会代表进行了讲课培训,参会代表对国务院颁发的《生产安全事故报告和调查处理条例》及水泥企业安全管理有了更为深刻的理解,就做好当前的安全生产管理工作,落实安全责任,防止事故发生,本人也有了一些新的体会:

一、切实加强对安全生产工作的领导

能否提高安全认识,日常管理程序化,安全投入充足,安全措施周到,整改工作彻底,主要在领导,关键在各单

位的一把手。中国建材各级领导十分重视安全管理工作,4月份,中国建材集团举办了安全管理培训班,提高了各企业安全管理人员的理论水平,学习了安全工作的法律、法规,5月份,中国建材专门召开安全工作会议,部署6月份的安全月活动,中国联合水泥专门组织了3个小组对各企业安全工作进行检查,提

出整改意见,各企业也相继进行了安全自查。

1. 下一步的安全检查将形成四个层面:一是上级领导部门的督查;二是中国联合水泥组织检查和抽查;三是各企业互查;四是企业内部自查,确保做到“横向到边,纵向到底”。

2. 及时调整和完善安全组织体系,安全管理部门必须保留,不能撤销,专职安全人员只能充实,不准削弱,安全投入必须纳入企业资金预算计划,安全劳保必须及时到位,要按照新的条例要求,认真修订企业安全制度和考核,修订事故处理规定和应急预案,各级领导要与基层签订安全目标责任书,在布置生产经营等工作的同时必须布置安全防范工作,要定期召开安全生产工作例会,落实安全责任,对重大安全隐患,要一盯到底,做好预防措施,发生安全事故,主要负责人要立即到现场,组织施救,防止事故扩大,要依靠地方政府,提高应对突发事件的处置和指挥能力,对安全工作不重视,不负责任的领导和管理人员,一经落实,必须立即处理,问题严



重的，要立即停职。

3. 领导干部要带头学习安全知识，带头遵守安全规章，杜绝违规指挥。要认真组织审查安全协议、施工安全方案，明确安全责任制度和作业监管责任制度。加强对重点安全点的监控。对要害部门、易燃易爆点、防射危险源、食品卫生控制点，都要制定明确的规范流程，不因制度不全，管理不到位而发生管理责任。

二、狠抓作业环节，确保安全工作责、权到位

安全工作要抓现场、抓重点部位，以人为本、预防为主。防止因忽视现场环境、不良习惯造成的安全事故。

1. 安全管理人员要做到“眼勤、腿勤、手勤”。眼勤，就是要在现场认真检查安全制度是否落实，程序是否规范，及时发现不安全因素，盯住重点部位。发现违章，立即纠正。腿勤，就是要认真仔细，逐个部位检查安全设置，多一份辛苦，多一些汗水，可能就少一份隐患，少一份事故产生的伤害。手勤，就是要对安全隐患立即下达整改通知书，要铁面无私，对违章责任提出严肃的处理意见。

2. 要根据事故分类，制定符合企业员工水平、知识、特点的处理预案。对人身事故、火灾事故、爆炸事故、设备事故、生产事故、交通事故、食品安全事故等，规范制度。要有针对性，可行可操作，措施具体，程序、责任明确，报告制度直接明了，施救方案得当。

3. 危险作业施工前，必须检查现场，制定可靠的安全措施，进行安全教育，配备安全设置，按作业规程操作。作业中专职或兼职安全员要在现场，项目负责人必须在现场并负起监护责任。任何单位和员工都有权利和义务对安全隐患及事故进行



举报，安全主管部门要立即组织调查并对隐患进行整改。对违章作业，整改不力且易发生事故的作业，安全人员有权责令停工。

4. 一旦事故发生后，要按照“四不放过”即“事故原因没查清不放过，责任人没受处理不放过，员工没受教育不放过，防范措施没落实不放过”的原则进行调查处理。对有管理责任、直接责任、当事人责任的人员按责任认定的意见认真严肃处理，决不姑息迁就。

三、落实安全培训和教育工作，特殊作业持证上岗

安全培训教育的意义在于提高员工的安全意识，提高安全知识水平，加强自我保护，确保安全目标的实现。

1. 落实新进员工的三级教育。企业招工或使用劳务工，要明确安全条款。使员工了解安全规章制度和劳动保护制度，掌握岗位工作特点、设备状况、安全防范措施、个人防护用品使用、预防事故措施，充分理解安全生产的重要意义。要建立三级培训教育台帐，新员工经过三级教育并经考试，考核合格，方可分配到岗。

2. 落实定期安全例会制度。要针对上级文件的指示精神，企业当前

的安全形势，安全检查及整改情况，各企业应建立安全例会制度，并根据实际情况，确定本期安全管理的重点工作。以典型作示范，表扬先进，批评落后，指出并解决问题，进行评价考核，建立激励和约束机制。

3. 不断学习

安全法律、法规，尤其是在中国联合水泥新项目多，联合企业多的现实情况下，按程序办事，按制度办事，按职责办事十分重要。粉磨站和余热发电项目的建设，国外合作项目的技术工人输出，都需要我们不断学习，积累经验，适应新的安全要求。

4. 特殊工种一定要先取证后上岗。对电工、电焊工、吊车司机、起重工、锅炉工、场内机动车驾驶员、架子工、爆破工等特殊工种和企业确定的重点部位操作人员，必须进行专门安全技术知识教育，经有资质的有关部门考试合格并取得操作证后方可上岗操作。

5. 外来企业现场参观的人员，理应进行安全管理。要制定相关制度，采取发放安全须知、介绍企业安全注意事项等方式，向参观人员进行安全知识教育。参观现场人员必须有专职或兼职安全人员带队，佩戴安全帽，进入特殊部位参观必须按要求穿戴必要的防护用品。

总之，安全工作不仅要年年讲、月月讲、天天讲，更要年年做、月月做、天天做、时时做，只有把安全工作认真落实到工作的实践中，形成人人注意安全的氛围，才能避免事故的发生，为企业总体目标的实现贡献安全责任。

摘要: 本文概述了达到国际先进水平的新一代中国浮法玻璃技术在原料配料与称量技术、熔窑优化设计和提高熔化质量技术、锡槽成型技术、退火窑技术、自动控制与成套软件系统开发方面取得的最新成就,从全面技术提高、循环经济、环保节能、开发新品种等方面展望了中国浮法玻璃技术的发展前景。

关键词: 中国浮法技术 全面提高 循环经济 环保节能



中国浮法玻璃技术的 现状与前景展望

■ 中国建材国际工程有限公司董事长、总经理 彭 寿

一、中国浮法玻璃技术现状

(一) 浮法玻璃生产线数量快速增长,浮法工艺成为我国玻璃工业主导技术

随着中国浮法玻璃技术的不断提高与创新,浮法工艺已成为中国平板玻璃生产的主导技术。截止2006年底,中国已建成浮法玻璃生产线162条,其中全部

或主要采用中国浮法技术的生产线达135条,占中国浮法玻璃生产线数量的83%。2006年平板玻璃总产量达4.54亿重量箱,浮法玻璃约占平板玻璃比例达到81.87%,其中优质浮法玻璃产量占20%以上。在大力推动产业结构调整的同时,产品结构优化也取得显著进展。采用中国浮法

玻璃技术并进行工程总承包的900t/d
浮法玻璃生产线已在印度尼西亚成
功投产。品种从常规厚度扩展到超
薄(0.55—1.1mm)、超厚(15—25mm)、
开发出了在线Low—E和Sun—E、自
洁、超白、防火玻璃等新品种。

(二) 中国浮法玻璃技术全面提高的最新成就

近年来,我国玻璃科技工作者
实施了从选矿、原料配料称量,到熔
窑、锡槽、退火窑三大热工设备以及
成套控制软件系统的一系列科技攻
关,成功解决了一批长期制约我国
浮法玻璃实物质量提高的关键性技
术难题,取得了一批具有自主知识
产权的重大技术创新成果,把中国
浮法玻璃技术与装备水平提高到了
一个崭新的阶段。

1. 原料配料与称量技术

(1) 采用大型均化库和新型均
化装置对硅质原料进行均化,严格
控制硅质原料成份、颗粒度和含水
率的波动。

(2) 开发了高精度自动配料电
子秤系统,静态精度达1/2000以上,
动态精度可达1/1000以上。

(3) 改进配合料混合过程(加
水、加蒸汽)的自动检测控制,提高
配合料混合均匀度。

(4) 开发了快速测定原料及碎
玻璃中的COD值的技术方法,通过将
原料已含的COD值(化学氧需要量,
Chemical Oxygen Demand)一并纳入
到还原剂加入量的控制中,控制原
料的COD值、芒硝含量、碳粉比例以
及熔化的氧化还原气氛,充分利用
硫酸盐的溶解度,有效减少气泡,尤
其是微气泡。

2. 熔窑优化设计和提高熔化质 量技术

(1) 开发了熔窑燃烧模拟技术,
研究火焰空间温度场和玻璃液温度
场之间的相互关系,确立各种规模
熔窑的温度控制目标。

(2) 研究了熔窑池底不同结构

对玻璃熔化的影响,及其与回流、微
气泡和能耗等的变化规律关系,优
化了耐火材料的匹配选择。

(3) 研究了投料口宽度与熔化
池宽度的比例及对玻璃熔化的影响,
合理确定澄清带的长度,熔窑宽度
及其对玻璃液中微气泡溢出和熔窑
热效率的影响。

(4) 研究了适合新窑型的卡脖
结构形式和尺寸,通过玻璃液的自然
对流,有目的地实现控制窑池中
央充分澄清好的玻璃液进入冷却部,
减少成形环流中低温回流的重复加
热。

(5) 研究了适合新窑型的冷却
部结构和面积的大小,使成形玻璃
液流是最新鲜的,避免了“滞止脏玻
璃液”的出现。

(6) 研究了熔化部热点区域采
取鼓泡等强化对流措施对玻璃液热
点稳定和玻璃液微观质量改善的影
响。

(7) 研究了由于窑型的改变导
致池底温度与常规窑型差异而可能
引起耐火材料所产生的微缺陷问题
及解决方案和措施。

(8) 开发了新型熔窑电辅助加
热系统,对降低熔窑热耗,提高玻璃
液熔化质量十分有利。

3. 锡槽成型技术

(1) 开发了玻璃液流量精确控
制技术,控制精度可达到千分之一
以上,比常规控制精度提高5倍以
上,大大提高了锡槽热工制度的稳
定性。

(2) 开发了新型石墨挡坎及配
置方案,结合深液区的优化设置,控
制锡液流动,达到控制锡液横向温
差 $<2^{\circ}\text{C}$ 的国际先进水平,提高了玻

璃表面平整度,减少了玻璃厚薄差。

(3) 开发了锡槽入口、出口隔墙
新型整体密封技术,使锡槽出口压
力由原来的15Pa提高到30Pa以上。

(4) 开发了高精度、高稳定性全
自动拉边器,完全可以取代进口设备。

(5) 开发了先进的流液道结构,
加强闸板附近的密封,减少熔窑气
氛对锡槽的影响,减少杂质(含O、S
等成分)进入锡槽。

(6) 设置高纯氮气密封装置,对
进入锡槽顶部、边部的保护气体进
行计量,实行精确控制。

(7) 开发了气体导流技术和装
备,可以有组织地控制锡槽内气体
的流向,排除槽内含SnO、SnS等污
染物的气体,改善锡槽内的气氛环
境,减少由O、S引起的缺陷,提高玻
璃产品的质量。

(8) 开发了锡液净化技术,减少
锡离子对玻璃体内的渗透,减轻玻
璃的钢化彩虹。

(9) 开发了保护气体精细分配
技术,根据工艺要求调节氮氢比例,
确保进入锡槽的保护气体满足生产
高质量玻璃的要求。

(10) 优化集成多年理论和经
验,编制了完整的操作软件用以指
导生产,使最佳生产工艺参数具有
可重复性,大大缩短改变生产品种
的时间。

技术开发前后锡槽的工艺参数
对比见表1。

4. 退火窑技术

(1) 通过准确的热工计算得出
各部位的保温厚度,开发了利于保
温材料铺设的结构、层铺错缝的科
学布置和装填方式,使退火窑具有
优良的保温绝热性能,稳定窑内气

表1 锡槽参数指标对比

指 标	单 位	技术开发前	技术开发后
玻璃液流量差	t/d	2—4	<0.5
锡液横向温差	$^{\circ}\text{C}$	5	2
锡槽入口槽压	Pa	9	20
锡槽出口槽压	Pa	15	30

氛,提高窑内温度场的抗冲击性。

(2)开发了新型电加热器和布置方式,该电加热器结构紧凑、体积小、重量更轻,调节范围更大,有利于在窑内建立一个多层次立体化的可控加热场。

(3)开发了独特的板下风管截面设计和空间布置方式,依据板上、板下风机独立的风系统设计理念,有效地解决了长期存在的C区板下温度过高的难题。

(4)开发了窑内风管热膨胀补偿结构,解决了超长的窑内风管热膨胀消除问题,保证了窑内风管、风箱之间接头不泄露,稳定了窑内气氛。

(5)开发了Ret区整体化设计,消除了Ret区的温降拐点,获得了平滑的温降曲线,降低暂时应力,提高了玻璃板的切裁率。

中国自主开发的退火窑与外国公司退火窑的主要技术参数,性能对比见表2。

5. 自动控制与成套软件系统开发

(1)玻璃液面模糊规则控制系统软件开发。

(2)熔窑压力高精度、小波动控制系统软件开发。

(3)熔窑稳定温度场燃烧控制系统软件开发。

(4)熔窑火焰小扰动换向控制系统软件开发。

(5)流液道高精度流量控制系统软件开发。

(6)锡槽功率优化分配加热控制系统软件开发。

(7)退火窑温度解耦控制系统软件开发。

在系统软件开发过程中,首次将模糊规则控制策略成功应用于熔窑玻璃液面控制系统、熔窑压力控制系统、退火窑温度控制系统等过程控制中,达到了高精度、高稳定性的控制效果。

表2 退火窑参数指标对比

性能指标	中国自主开发	外国公司	外国公司
冷却工艺	冷风工艺	冷风工艺	热风工艺
玻璃带温度波动	<2℃	<2℃	<2℃
对进A区玻璃带	≥20℃	≥15℃	≥20℃
横向温差要求			
玻璃板上、板下温差	≥30℃	≥40℃	≥30℃
板宽变化范围	0-1.1m	0-1.1m	0-1.1m
板厚适应范围	2-19mm	2-25mm	2-19mm
运行能耗	8.8kWh/t	10kWh/t	10kWh/t
A区壳体侧壁温度	≥70℃	≥70℃	≥70℃
退火成品率	99.80%	99.80%	99.80%

该成套系统软件在成都南玻项目实施后,浮法玻璃生产线各过程控制系统水平均达到国际先进水平,其工艺参数控制水平与国际先进水平的对比见表3。

表3 控制系统参数指标对比

控制指标	单位	中国浮法的控制水平	国际先进水平
窑	Pa	±0.5	±0.5
玻璃液面	mm	正常±0.1,最好±0.05	±0.1
熔窑温度	℃	±1	±1
流道温度	℃	±0.5	±1
流道闸板控制精度	mm	0.02	0.05
锡槽横向温差	℃	±2.0	±2.0

采用新一代中国浮法玻璃技术生产的浮法玻璃的实物质量与国际先进水平的对比见表4。

表4 玻璃实物质量对比

项目名称	单位	中国浮法水平	国际先进水平
<0.3mm微缺陷(5mm统计)	个/m ²	1-2	<1
缺陷总数	个/t	30-50	<40
光入射角(3mm)	度	≥62	65-70
断面条纹		轻	轻
透光率(5mm)	%	83-87	85-87
下表面渗锡量	μg/cm ²	18-25	15-25
退火质量		稳定	稳定
操作软件		已开发出成套自控技术及专用软件	操作软件齐全,可实现规范操作

通过对原料配料称量、熔窑、锡槽、退火窑三大热工设备及自动控制系统成套软件的一系列科技攻关,并进而对各关键技术进行系统集成和工程转化,形成了具有自主知识产权并全面达到国际先进水平的新一代中国浮法玻璃技术。这就为中国平板玻璃工业实现“一个升级,二个飞跃”奠定了坚实的技术基础,也为我国玻璃工业的结构调整提供了强有力的技术支撑。

二、中国浮法玻璃技术发展前景展望

虽然采用新一代中国浮法玻璃技术的几条生产线的技术装备与实物质量达到国际先进水平，但中国浮法玻璃技术的发展绝不应该就此止步。在我国大部分浮法玻璃生产线的技术装备水平还不高的现实情况下，在市场竞争全球化、客户需求多样化、环保节能严格化的新形势下



下，应从技术提高型、循环经济型、环保节能型、品种多样型等几个方面进一步推动中国浮法玻璃技术未来的发展。

(一) 现有浮法玻璃生产线的改造提高

具有自主知识产权的新一代中国浮法玻璃技术的诞生，为我国众多技术装备水平一般的浮法玻璃生产线改造提高提供了可靠的保证。相信在国家产业政策引导下，在市场竞争推动下，我国浮法玻璃生产线的技术提高和结构调整一定会达到一个新的高度。

(二) 贯彻循环经济理念，走可持续发展之路

平板玻璃工业具有自身的特殊之处，生产优质玻璃必须使用精选原料，因此平板玻璃企业难以采用生态工业园区模式来实施循环经济，

作者认为，中国平板玻璃工业发展循环经济的思路应当是：围绕一条主线，把握两个关键，落实四个环节。即围绕社会经济可持续发展战略这条主线，把握提高资源综合利用水平、减少污染物排放两个关键，落实到矿山开采和选矿环节、玻璃生产环节、玻璃使用环节和碎玻璃再利用环节。

1. 矿山开采和选矿环节，要大

力提高回采率和综合回收率，降低采矿贫化率，延长矿山寿命，大力推进尾矿、废石的综合利用。

石英砂选矿过程中产生的尾矿(细砂、泥土等)露天堆放，侵占良田，会对环境造成严重污染。为解决这一难题，首先在工艺设计过程中考虑尾泥、细砂的预先分离，尾泥通过脱泥斗并经过滤机脱水成泥饼，该泥饼可用作水泥生产的硅质原料或用于土地复垦；对分离出来的分级细砂，研制出了价格低廉、选择性好和环境友好的浮选药剂，开发了新的浮选工艺和关键浮选设备，最终在工业生产线上取得了成功。其浮选石英精砂指标达到 SiO_2 99.5%—99.7%， Al_2O_3 0.15%—0.25%， Fe_2O_3 0.015%—0.025%，已大量应用于生产高档无碱电子玻纤，还可用于高级陶瓷釉料、硅微粉、真空玻璃

管、高白料玻璃、高级泡花碱等行业。大幅度提高了其综合利用价值，解决了长期围绕硅质原料产地的石英尾砂堆放占用大量农田和由此造成的环境污染问题。

2. 在玻璃生产环节，采用先进的节能、节水技术，降低消耗，采用先进的环保技术减少污染物排放，走节能环保型发展之路。

(1) 节能技术

玻璃工厂节能是一项系统工程，需要采取综合技术措施，从原料优化、燃烧新技术、改进熔窑结构、加强窑体保温、延长熔窑寿命、富氧燃烧、全氧燃烧、余热发电等方面共同推进。目前，采用新一代中国浮法玻璃技术的600t/d熔窑热耗已达到1450 kCal/kg玻璃液，900t/d熔窑热耗可降至1350kCal/kg玻璃液。

国内玻璃企业普遍在熔窑尾部设置余热锅炉来回收余热，余热锅炉产生的蒸汽作为重油伴热或采暖，但是这种方式远远没有充分利用余热资源，在南方地区或以天然气为燃料的玻璃生产企业这种现象就更为突出。利用玻璃熔窑废气余热，通过增设高效余热锅炉及配套的凝汽式汽轮发电机组进行发电，可大量回收玻璃熔窑废气余热，达到节约能源、降低热耗、提高企业经济效益的目的。

某浮法玻璃企业有2条500t/d浮法玻璃生产线，采用国内自主开发的余热发电系统，可实现年发电量 2800×10^4 kwh，项目总投资约4000万元，3年左右可收回投资。

(2) 节水技术

浮法玻璃工厂的设备冷却用水均以循环使用为主，循环用水的循环方式分为密闭式循环系统和敞开式循环系统两种。敞开式循环冷却水是目前浮法玻璃工厂应用最普遍的一种冷却水系统，但这种开式循环会产生电化学腐蚀， CaCO_3 在传热面上结垢析出，换热器内粘泥沉积

表5 烟气脱硫除尘系统实测数据

项目编号	规模	燃料种类	烟气处理前浓度 (mg/Nm ³)		烟气处理后浓度 (mg/Nm ³)	
			SO ₂	烟尘	SO ₂	烟尘
A	500t/d	重油	3500	900	242	29
B	500t/d	重油	3000	600	196	32
C	220t/d	重油	2600	700	218	8

等问题,造成换热器换热效果下降,过水断面减少,通水能力降低,水资源浪费,容易酿成事故。

密闭式循环冷却水系统克服了敞开式循环系统的弊端。冷却水在密闭系统中循环使用,不与空气直接接触,水质不受污染,具有设备使用寿命长、新水补充量少(仅为敞开式冷却水系统的20%),有利于主线工艺设备的操作等优越性。

(3) 环保技术

我国的大部分浮法玻璃生产线以重油为燃料,烟气中的SO₂是造成大气污染的主要因素。为贯彻循环经济的理念和清洁生产的方针,开发了具有自主知识产权的烟气脱硫除尘技术及成套装备,在深圳、广州、山东等地玻璃企业得到应用,环保部门验收监测的数据表明,该烟气脱硫除尘系统完全满足现行国家标准对玻璃厂污染物排放的要求。

虽然现行国家标准对玻璃厂氮氧化物排放尚未做出限制,但新的浮法玻璃厂环境保护标准将对玻璃厂氮氧化物排放加以明确的限定。因此,开发新型高效的氮氧化物治理(脱硝)技术,是我国玻璃行业未来重要的攻关领域之一。可从以下几个方面开展脱硝技术的研发。

一次治理措施。(1)氧助燃技术;(2)分层燃烧技术;(3)采用低空气过剩系数;(4)选用低NO_x燃烧器。

二次治理措施。(1)重燃法;(2)无催化剂的选择性还原技术;(3)有催化剂的选择性还原技术。

3. 在玻璃使用环节,开发玻璃加工的新技术、新工艺,注重采用复合加工技术,为建筑节能和减少排

放做贡献。

(1) 建筑节能

目前我国建筑能耗占社会总能耗的27.6%,在15年后我国终端能耗中超过1/3是建筑能耗。我国目前既有的400多亿平方米城乡建筑中的99%为高耗能建筑,新建的数量巨大的房屋建筑中,95%以上还是高能耗建筑。我国在今后10~20年内要保持国民经济8%左右的增长速度,将面临着巨大的能源不足压力和责任,建筑节能将成为减轻这种压力,满足国民经济持续增长的有效途径。

建筑节能是一项综合性的系统工程,而科学合理地使用具有节能、安全、环保特性的加工玻璃则是这一系统工程中极其重要的环节之一,如果这一环节不能得到足够的重视和有效的实施,建筑节能工作就难以取得实质性的推进。我国幅员辽阔,气候差异大,有“三北高寒地区”,有“冬冷夏热地区”,有“夏热冬暖”地区等多种气候特征,因此要研制开发能适应不同气候特征的加工玻璃产品,以满足建筑节能、国家未来能源战略的实施和经济社会可持续发展的要求。

(2) 太阳能利用

我国是能源资源严重短缺的国家。石油、天然气人均剩余可采储量仅有世界平均水平的7.7%和7.1%,储量比较丰富的煤炭也只有世界平均水平的56.6%,按目前探明储量和

开采能力测算,我国煤炭、石油、天然气的可采年限分别只有80年、15年和30年,而世界平均水平分别是230年、45年和61年,2005年我国煤炭产量达21.9亿吨,比2000年翻了一番,仍不能满足需要,石油净进口量由2000年的0.76亿吨,迅速增长到2005年的1.43亿吨。

我国能源利用效率只有33%,比国际先进水平低10个百分点左右,2003年单位国内生产总值能耗是世界平均水平的3.1倍,2004年我国国内生产总值约占全世界的4.4%,而煤炭消费占35%以上,原油消费占7.8%(按当年汇率计算)。近年来单位国内生产总值能耗不降反升,按2000年价格计算,2002年~2004年分别为1.30、1.36、1.43吨标准煤/万元,2005年与2004年持平。

因此,大力发展太阳能产业是我国实现社会经济可持续发展的重要途径。已先后开发出两大类太阳能发电系统,第一类是在单体建筑物的屋顶和幕墙上安装的光伏发电系统,第二类,是大面积集热式太阳能发电系统。光伏发电系统与超白玻璃的关联情况,大致是每100瓦装置需用钢化超白玻璃1~2平方米;集热式太阳能发电系统则需要大量使用优质超白浮法薄玻璃制造聚热镜面。

在国际市场上,太阳能产业在国外每年以30%~50%的速度递增,是目前世界上比IT产业发展更为迅速的产业。统计资料显示,近几年中国太阳能产业以“爆炸式”的增速度长(见表6),带动了超白玻璃需求的迅猛增长。

4. 大力开发碎玻璃应用新技术、新工艺。

碎玻璃除了回收玻璃厂继续

表6 1995~2005年中国光伏组件产量和增长率

年份	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
产量(MW)	1.2	1.6	2	2.1	2.5	3.1	4.1	14.9	24.8	75.5	204	1674
增长率(%)	-	50.1	10.5	5	24	32.3	19	263.4	66.4	204.4	276.2	489.4

表7 碎玻璃的用途分类

序号	应用领域	产品名称	备注
一	玻璃生产	平板玻璃 日用玻璃	
二	建筑材料生产	泡沫玻璃 粘土砖 混凝土集料 建筑涂料	
三	装饰材料生产	玻晶砖 贴面材料 饰面砖 彩色釉砂	
四	农业生产	改善土壤条件	
五	其他用途	生产玻璃微珠 生产玻璃棉 修筑道路 生产工业管道	

续用于玻璃生产外，还可以用于建筑材料生产、用于装饰材料生产、用于农业生产以及其他有关的工业领域，其分类应用见表7。

(三) 浮法玻璃新品种的开发

1. 浮法在线低辐射 (Low-E) 镀膜玻璃

目前国内浮法玻璃在线Low-E技术是从国外引进，下一步应通过消化吸收、二次创新、改造提高的模式，开发出具有自主知识产权的在线Low-E技术与装备，推动Low-E中空玻璃的普及应用，为建筑节能做出更多的贡献。

2. 浮法在线自洁净镀膜玻璃

随着我国城市化进程的加快，自洁净镀膜玻璃具有非常巨大的市场潜力，应进一步完善提高在线自洁净镀膜技术与装备水平。

3. 浮法在线复合镀膜玻璃

为满足日益环保化、节能化、人性化的建筑功能需求，进一步开发太阳能控制和热阻隔(绝缘)复合镀膜玻璃，Low-E与自洁净复合镀膜玻璃十分必要。

4. 钠钙硅超薄玻璃

主要应用领域为TN-LCD，STN-LCD，国内目前可以商业化生产

0.55—1.1mm超薄玻璃。

5. PDP玻璃基板

PDP主要采用高应变点玻璃，浮法技术的优势是可连续大量生产，

成本低，最大板宽可达4m。平板显示器使用的玻璃基板面临许多技术难关，并迫切需要解决玻璃尺寸的大型化问题，浮法技术可以在解决这些难题方面做出贡献。

6. 防火玻璃

采用浮法技术生产的单面硼硅酸盐防火玻璃在中国具有非常好的市场前景。

7. 超透明低反射玻璃

为减少光污染，使玻璃成为环境友好型材料，应加快开发在线生产的具有明亮外观和超透明度的低反射玻璃，无论在室内外，都能将光反射率降至2%以下，还能阻隔99%的紫外线辐射。

8. 其它特种玻璃

采用浮法技术生产微晶玻璃、光学玻璃、磁盘玻璃、高强度锂铝硅飞机玻璃也是重要的发展方向。



增强自主创新能力 建设创新型科技企业

■ 中国建筑材料科学研究总院 代德伟



党的十六届五中全会和全国科技大会提出了“着力增强自主创新能力”、“建设创新型国家”的伟大号召。在国家“十五”结束和“十一五”开端这一承上启下的特殊时期，对于以引领行业科技进步为己任的中国建筑材料科学研究总院（以下简称“中国建材总院”）来说，迎来了一个新的发展里程碑。站在新的历史起点上，中国建材总院清醒地意识到，肩负的使命更加光荣，承载的责任更加重大，面临的发展机遇和挑战也前所未有的错综复杂。只有不断创新，激情进取，志在超越，才能勇立改革和发展的潮头浪尖，实现新的更大的进步，做出无愧于时代的业绩。基于上述认识，中国建材总院主动

适应发展形势，以全面开拓创新为动力，以丰富发展内涵为主线，以促进建材工业更好更快的发展为宗旨，着力加强自主创新能力建设，努力实施新一轮的创业和提升，走出了适合自身特点的创新之路，取得了明显的进步，展现出一个蓬勃发展的现代创新型科技企业的崭新面貌。

一、科研创新提升研发综合实力

作为我国建材工业最早的科研机构，中国建筑材料科学研究院（中国建材总院前身，以下简称“中国建材院”）自上世纪50年代初创建以来，便一直躬耕于我国建材与无机非金属新材料专业领域，努力开拓，矢志创新，取得了系列重大科技成果，为新中国建材工业的技术进步和产业结构升级做出了突出贡献。伴随中国建材工业的发展历程，中国建材院也由小到大，由微渐著，逐步发展壮大成为国内建材行业最大的综合性研究开发机构和行业技术创新基地。为适应国有经济布局和产业结构战略性调整的需要，提高国有大型企业（集团）的核心竞争力和国际竞争能力，经国务院国

国资委批准,2004年底中国建材院与中国建材集团实施战略性重组,成为中国建材集团的全资子企业。2006年初,为了有效提升中国建材集团的整体科技水平,促使集团早日转变成成为科技先导型企业集团,中国建材院以自身为基础,整合中国建材集团有关科技资源,组建成立了中国建筑材料科学研究总院。中国建材院总院组建之后,集成了建材行业水泥、玻璃、陶瓷、墙体材料、无机非金属新材料以及轻工行业精密机电技术研发与制造方面的主要研究院所,拥有包括1名中国工程院院士和1200余名高级科技专家在内的3000余名科技人员,依托总院建设有1个行业生产力中心、2个国家工程中心、3个联合国下属中心、3个行业重点实验室、9个国家标委会、25家国家与行业级质检检验认证机构,以及20余家中国建材工业协会和中国硅酸盐学会等所属的专业分会,成为名符其实的国内最具规模和实力的大型研发机构之一。

总院成立之时,也是党中央国务院做出建设创新型国家重大战略决策之时。如何抓住有利时机,实现中国建材总院由大变强的快速跨越,带动建材工业科技进步与创新,总院领导层有着深刻的认识,那就是“紧密结合当前实际,立足现有基础,发挥自身特色优势,突出攻关重点,积极融入国家创新体系,承担或参与国家重大创新项目,着力构建自主创新体系,加快提高自主创新能力,在建设创新型国家的进程中做出应有的贡献。”为了实现上述目标,大胆推行科研体制尤其是科研工作机制创新,将分散在各成员单位中的既有从事基础研究又有从事工艺技术开发和生产设备制造的科技资源集成起来,转化成申报和承担国家重大项目的优势。经过积极探索和大胆尝试,利用国家“十一五”计划开局之机,

逐步形成了由中国建材总院牵头,组织总院成员单位,有关大专院校和企业构建产学研联盟,共同申报和承担国家科研项目的局面,使中国建材总院在很短的时间内便创建起一套集材料性能基础研究、工艺技术开发和装备制造为一体的全新研发机制,迅速提升了研发实力。因循守旧没有发展前途,大胆创新带来丰厚回报。正是由于研发机制的大胆创新,使中国建材总院在“十一五”初期就申报成功十余项国家重大支撑计划项目和课题,并成为这些重大和重点项目的主要承担单位,开创了建筑材料行业获得国家科研经费支持的大好局面,为建筑材料行业的升级改造和可持续发展奠定了良好的基础。同时中国建材总院也创造了自身历史上在五年计划中承担军品配套项目和民用科技攻关(支撑)项目最多,争取经费最多的新局面,取得了丰硕的成果。

与此同时,中国建材总院着力加强自主创新体系建设,一方面抓住国家科技部支持转制院所建设重点实验室的契机,积极申报绿色建筑材料国家实验室,以此进一步整合优势科研力量,强化中国建材总院在应用基础研究方面的能力,培养高层次科研队伍和人才;另一方面努力打造中国建材集团的技术创新平台,与集团所属企业一道,积极申报国家级企业技术中心(中国建材集团技术中心)并获政府部门审核批准,这将成为中国建材集团实现科技创新战略的有力支撑。

此外,加大力度改革科研工作机制,深入推行科研课题项目负责人制度,激发科技人员的创新和创造积极性,也取得良好的效果。2006年,中国建材总院高水平完成了一批科研项目,其中“973”项目《高性能水泥制备和应用的基础研究》在胶凝性水泥熟料矿物体系的研究和

高性能水泥基材料的环境行为等方面取得重要进展,顺利通过科技部组织的专家验收,全面完成“863”课题和军工配套项目,取得系列成果,“十五”科技攻关项目《高性能低热硅酸盐水泥(高贝利特水泥)的制备及应用》荣获国家技术发明二等奖,历时9年,顺利完成了三峡工程所用中热水泥的全面质量监测和工程监理,创造了“三峡模式”,并推广到青藏铁路、京沪高铁、南水北调等国家重点工程建设中。

2006年,中国建材总院充分发挥学科配套齐全、领域相对完整,科技人员集中,科研成果丰富,实验设备齐备的特点和优势,在申报国家“十一五”项目和开展科研攻关过程中,自主创新(组织)能力进一步增强,极大地巩固和强化了建材工业技术创新主体和骨干引领力量的地位。

二、产业创新开辟发展新途径

作为科技型企业,发展高科技,实现产业化,始终是其神圣使命和永恒主题。中国建材院1999年转制后清醒地意识到,作为一个在国内具有相当规模和实力的大型科技企业,光有研发是远远不够的,只有研发和产业两个轮子同时转起来,相互支持,联动前行,才能加快推动企业的发展,有效提升企业的综合实力。因此,中国建材总院一直积极致力于探索科技成果转化和产业化的各种方式和途径,终于在2006年取得了突破性进展。其中比较突出和典型的例子便是其控股子公司——北京瑞泰高温材料科技股份有限公司(以下简称“瑞泰科技”)的成功上市。

瑞泰科技是中国建材总院以其在耐火材料专业领域经过多年科技攻关而获得的优势技术和产品作为投资,联合其他5家单位于2001年12月28日共同发起组建的集科研、生产、销售为一体的高科技企业。公司组建以来,按照上市公司的要求进行

规范管理，并大胆对从中国建材院继承的技术和产品进行再创新，极大地提高了产品的质量合格率和市场美誉度，在此基础上，逐步扩大生产经营规模，显著提高了市场竞争能力，获得了快速的发展。2006年，瑞泰科技紧紧抓住上市机遇，顺利通过中国证监会发审委审核，8月23日股票在深圳证券交易所成功上市交易，从而成为国内第一家以耐火材料为主业，并由中国建材总院控股的上市公司。乘着上市东风，瑞泰科技利用融资获得的资金，充分发挥



“瑞泰科技”企业品牌在集聚要素、整合资源、转化价值等方面的作用，加大新生产线建设力度和加快行业整合步伐，迅速扩大了产能，为实现跨越式发展奠定了坚实的基础。

瑞泰科技成功登陆资本市场，不仅为中国建材总院科技成果的转化和产业化发展树立了信心，积累了的经验，而且为中国建材总院和集团公司建立了一个崭新的科技产业发展平台，无疑具有重要的意义和极大的影响和带动作用。瑞泰科技成功登陆资本市场，不但为其自身的发展起到了强有力的推动作用，同时也带动了中建材总院整体实力的增强。

三、集成创新提高检验认证服务行业能力

随着国家提出发展循环经济和建设节约型社会的要求，以及随着人民生活水平的提高，人们对居住环境、对产品质量的高度重视，检验认证机构的作用日益凸显。譬如，为国家重大工程和社会公共安全提供坚实的分析测试技术支持，在国家创新体系中承担分析测试前沿技术研究功能，建立我国在技术法规、标准、合格评定程序等方面的技术资

易壁垒体系应对入世挑战和保护民族工业等，均需要广大的检验认证机构在其中发挥重要和不可替代的作用。

作为国家级科研开发机构和行业科技中心，中国建材总院拥有雄厚的科技资源和众多的国家级行业级质检测试认证机构，应当责无旁贷地担负起促进人民生活质量提高、行业技术进步和建设国家创新体系的重任。为有效占领国际国内检验认证制高点，进一步增强为行业科技进步与创新服务的能力，2005年底，中国建材总院将国家和行业依托该院建设的众多国家和行业级质量监督检验认证机构整合集成起来，组

建成立了中国建筑材料检验认证中心（以下简称“中国建材认证”）。

中国建材认证组建成立后，以“公正为本，服务社会”为核心服务理念，立足检验、认证、检验仪器设备制造及延伸服务四大业务平台，采取有力措施促进质检、测试与认证业务相互渗透、相互交融，向一体化方向发展。经过一年的运行，中国建材认证的规模效应（具体表现为各质检检测认证机构的协同效应）和品牌效应逐步显现，为行业服务的能力迅速增强。2006年，中国建材认证通过制定和实施业务领域的拓展战略和业务区域的扩张战略，主动走向市场，积极推行服务创新，实现主营业务收入和利润总额均同比增长30%以上，在为社会做贡献的同时也创造了良好的经济效益，实现了健康快速的发展。

四、科学发展引领时代潮流

2006年，中国建材总院着力自主创新，倾力打造创新型科技企业，企业核心竞争能力和长远可持续发展能力明显增强，综合实力有效提升，实现了又好又快的科学发展。或许，中国建材总院一年多的创新历程比较贴切地验证了一位中央领导到总院视察调研时所做的论述，“中国建材总院的改革发展模式是转制院所改革和发展多种模式中最适合‘以企业为主体，产学研相结合形成技术创新体系’，能够充分发挥技术创新作用的一种发展模式，符合时代发展的潮流。”

好风凭借力，送我上青云。鼓起自主创新之帆，踏上科学发展之旅。中国建材总院以一系列的行动生动地诠释了“自主创新，科学发展”的时代主旋律，在科技强国、建设创新型国家的伟大事业中，必将建树新的丰碑，不辱时代赋予的神圣使命！

国有企业改制过程中 思想政治工作的几点思考

江苏巨龙水泥集团有限公司 赵仁瑞

某种程度上说，国有企业改制问题是一个思想问题。虽然改制工作浩瀚庞杂，面临着许许多多的问题和困难，但首当其冲的是解决好职工的思想问题。思想工作甚至会成为改制工作的攻坚难点和成败关键。做好企业改制过程中的思想工作要切实把握好以下几点：

1. 坚持思想先行原则。思想工作宜早不宜迟，思想发动工作做不好，就很难取得群众的参与和支持。不能因为怕引起职工思想波动就对基层遮遮掩掩，迟迟不向群众宣传，“盖闷锅”不但保证不了职工思想的稳定，反而会增加职工对领导层的猜疑，为改制人为地设置思想障碍。坚持思想先行还要求不解决思想问题就不要轻易开始改制操作，不解决上一环节的思想问题就不要草率进入下一环节的操作。就如破竹，顺着纹理，破竹数节，后皆迎刃而解，否则，则节节受阻。

2. 坚持持续不断原则。思想工作应一以贯之，不但要在改制前大张旗鼓地宣传发动，在改制中深入细致做好释惑解疑，而且要求在改制完成后，也要做好思想安抚、解释说明工作。思想工作有时并不随改制的完成而结束，特别是一些职工对

改制过程中有些问题不了解，这时候更要耐心做好思想工作，思想工作稍一懈怠就易出现上访、群访事件，职工思想情绪就会反弹。

3. 坚持决而不拖、疏而不堵的原则。改制中出现的问题越早越容易，越主动，越晚越困难，越被动。不要存在问题随时间推移而自然解决的幻想，要有高度的敏锐感和洞察力，要有不怕困难的勇气和决心去处理。“通则不痛”，改制是各种矛盾集中释放的阶段。对出现的每一问题，都要及时解决，适时疏导和疏通，将问题引向正确轨道。思想问题宜疏不宜堵，宜导不宜压，宜解不宜结，有时甚至要提供职工情绪发泄的通道和出口。勿因事小而推诿拖延积小成大，要力争将矛盾控制、化解在基层，解决在萌芽状态，而不宜集中在公司，集中在一个时间解决，甚至推托给上级解决。

4. 全面展开，分类进行。根据企业实际拟定思想教育计划，按照每个单位特点，有针对性地开展思想工作，全方位地进行宣传动员。

在宣传内容上，宜全不宜漏，不宜只宣传内部方案，不宣传政策文件，只宣传对企业有利的消息，不宜





传对职工有利的信息。应尽可能地
向职工全面宣传国家、地方推进改
制的指示要求，可以通过印发一些
改制政策知识宣传册，使职工深刻
看到国家、省市政策要求和公司改
制方案的关系。

在工作对象上，要全层面、高频
次地进行宣贯，从改制单位领导班
子，到中层管理者、技术骨干、普
通职工，从年龄较大人员到青年职
工，从特困职工到伤病人员，从职
能处室到生产一线，等等，从不同
层面、类型进行多种形式和多次的
有针对性座谈、交流和摸底，保证
每名职工都要进行面对面地交流，
都要掌握其真实思想状况。同时，特
别要抓好改制单位班子思想工作，
领导班子的思想认识水平对能否顺
利推进改制起着至关重要的作用，
要保证领导班子认识的高度统一，
同时，思想工作要做到最基层，把
思想工作做到个人，对一些想不通
的职工，思想工作要做到“家”，在
工作时间无法完成的思想工作，要
延伸到职工家中和生活中进行谈心
和沟通。

5. 人员队伍兼而又专。改制工作
的政策性、法律性、知识性较强，所
以，改制工作班子中，要有法律、劳

动人事、财务、审计等各专业人员参
加，要全面系统地掌握改制需要的
政策、法律及劳动关系、工资保障、
改制程序、民主管理等方面的专业
知识。特别是对于改制政策文件，必
须在学懂弄通后才能实施，也才能
向职工解释。因此思想工作要以专
业部门的专业人员为主，以政工人
员为辅，还要进行相关培训，培养思
想工作专门人员，不能依靠兼职人
员，临时宣传队伍临阵磨枪，仓促上
阵。

6. 做好预案建设。改制过程纷繁
复杂，任何环节都可能出事，所以，
不但要制订改制方案、思想工作方
案，还要制订应急预案。对改制中可
能出现的一些问题和情况，特别是
突发性事件，要做好充分的设想和
准备工作，未雨绸缪，制订详细的突
发事件处置预案，并进行沙盘推演，
检验预案效果，锻炼、提高应对突发
事件的能力。

思想工作不是空中楼阁，要结合
改制具体工作开展，改制具体操作
要为思想工作创造条件。做好改制
过程中的思想工作还应和以下几点
工作结合开展。

(1) 坚持原则，规范开展。改制
工作一定要严格按照有关政策法规

操作，不可越雷池一步，要从严把
关，不开口子，不留尾巴，不开口子
可以消除部分职工等待观望，突破
政策界限和钻工作失误空子的想法，
也才不会留下后遗症。改制工作坚
决不要为解决当前工作而为今后工
作制造隐患，不能为度过当前而为
今后带来更大的被动。同时，要严格
按照程序做好相关基础性工作，要
细致认真，不要疏漏一个环节，并
做好详细记录和备案，消除工作隐
患。改制过程的规范、恪守政策，才
能为思想工作打好基础。

(2) 切实维护好职工利益。要
真心诚意地维护职工合法权益，并
将此作为改制的操作原则，以职工
接不接受，认不认可作为改制方案
合格的标准，以实际行动来维护职
工权益。应该给予职工的一分也不
能少，不能漏，对于没研究到的政
策，应积极弥补，还要充分考虑职工
的年龄、工龄、家庭和自身健康状况
等实际情况，充分照顾。真正维护了
职工利益，才能为思想工作创造条
件。

(3) 改制过程公开透明。要实
行改制相关信息的公开化，对于职
工应该了解的政策，改制过程等一
定要公开，达到企业与职工信息充
分交流，切不可搞成“秘密行动”。否
则，由于信息的不对称，造成职工获
得信息不完备，产生不理解甚至怀
疑，很容易谣言四起，引发群体性事
件。只有保证改制过程的公开透明，
才能有利于思想工作的开展。

(4) 先易后难和分类处理。在改
制方式上，要根据各企业实际情况，
采取不同的方式，有针对性地制订
方案，按照先易后难原则，成熟一项
开展一项，一哄而上，只会徒增思
想工作难度。在人员处理上不要一
刀切，依照有关政策和企业实际分
别进行处理，这样既可维护职工利
益，又能减少改制阻力，使思想工作
更具有针对性。

我国建材行业中规模宏大、技术力量雄厚、相关业务齐备的大型龙头骨干企业——中国建筑材料集团公司，倡导“诚信务实、团结向上”的企业精神，营造“以人为本、和谐发展”的文化氛围，坚持“善用资源、服务建设”为核心理念，以资源重组和规范治理为支撑，大力实施“科技创新”、“大建材”和“国际化”战略，连续多年位居中国最大500家企业和中国建材100强前列。

作为一个依靠联合成长起来的中央

特大型企业，在发展过程中，中国建材集团及所属企业共同创造了一种兼容并蓄、和谐向上的企业文化，成为集团稳定发展的基石。近年来，中国建材集团贯彻落实国资委关于加强中央企业企业文化建设的指导意见，结合集团公司实际情况，加强企业文化建设，塑造企业良好形象，取得了丰硕成果。近日，中国建材集团文化建设喜事连连：集团所属北新集团建材股份有限公司、中国建材国际工程有限公司和中联鲁宏水泥有限责任公司的

以人为本 和谐发展

——中国建材集团企业文化建设纪实

■ 中国建材报记者 徐彦泓



三项成果，获得了全国建材行业企业文化优秀成果奖四项一等奖中的三项；中国建材国际工程有限公司“以增强国际竞争力为目标的企业文化建设”成果，获得了2006年度全国企业文化优秀奖。

提炼企业文化理念，铸就强大精神动力

以集团公司董事长、党委书记宋志平为首的集团公司领导层，非常清醒地认识到，企业规模越做越大，要讲控制力和协同效应，就必须拥有共同的文化，通过文化协同来产生协同效应。他说，企业文化建设至关重要，无数事实表明，在企业发展中，文化起着非常重要的作用，没有文化内涵的企业绝对不可能生存和发展。企业通过文化协同实现控制力和协同效应，使集团的全体成员凝聚成一股合力，同心同德，共谋集团发展。

2004—2006年是中央企业负责人第一个业绩考核任期，中国建材集团遵循宋志平提出的“善用资源，服务建设”的核心理念，在全体员工中倡导“诚信务实，团结向上”的企业精神，树立“以人为本，和谐发展”的文化理念，实现了跨越式发展，向国资委交上了一份出色的答卷。在这3年里，他们完成了大规模债务重组，化解了潜存的经营风险，清晰了发展战略，明确了经营主业，完成了清产核资，实现了主业资产海外上市。3年来，集团公司经营规模、资产总量实现快速增长，与任期初的2003年年底比，营业收入翻了两番，利润总额增长了两倍多，进出口总额增长了近3倍，总资产翻了1番。企业文化建设成果也十分显著，和谐融洽，积极向上，兼容并蓄的企业文化体系基本建立，集团在行业的控制力、影响力、带动力大大增强，第一个三年任期经济指标全面超额完成，并连续3年跻身中国500强之列和中国建材百强企业前列，在做大做



强的发展进程中实现了跨越性的全面进步。在建设有国际竞争力创新型企业的进程中迈出了非常重要的一步。

全面加强文化建设，助推员工建功立业

中国建材集团近年来鼓励全体员工围绕经济建设中心，服务于改革与发展大局，发挥主力军作用，促进企业的改革与发展，企业凝聚形成合力，员工岗位建功立业，同心同德，共谋发展。

集团公司深入开展“创建学习型组织，争做知识型职工”活动，大力实施职工素质建设工程，连续两年举办了两届职工技能大赛。所属企业开展了各工种的技术培训和技术比赛，层层选拔，好中选优参加集团组织的大赛，通过开展形式多样的劳动竞赛、技术革新、岗位比武等活动，他们引导员工立主人之志，尽主人之责，立足本职，建功立业，协助有关部门抓好职业培训，不断提高广大员工的科学文化、技术技能和业务素质，在集团形成“尊重劳动，尊重知识，尊重人才，尊重创造”的浓厚氛围，不断激发广大员工比学赶超的积极性和高涨热情，为实现集团公司的经营目标做出了贡献。去年，集团公司先后获得全国“三八”红旗手、“2005年中国十大经济女性年度人物发展奖”、“巾帼建功标兵”、

“巾帼文明岗”等多项荣誉，有3个班组科室获得中央企业学习型红旗班组（科室）光荣称号，有4名员工被评为中央企业知识型先进职工，还有1人获得中央企业知识型先进职工标兵称号。

集团所属企业中国建材国际工程有限公司，以增强国际竞争力为目标加强企业文化建设。他们建立了“追求卓越，迈向国际”的公司愿景，以共同的愿景唤起员工的共同希望，特别是内心共同的愿望，激励员工为实现愿景而顽强拼搏、不懈奋斗。中国建材国际工程公司员工的思想进一步解放，工作热情空前高涨，凝聚力大大增强，国际化步伐不断加快，公司发展突飞猛进。在公司领导班子的带领下，广大员工以公司为家，对工作倾注了极大的热情，在创业的道路上，奉献着智慧，洒下了辛勤的汗水，取得了骄人的业绩。几年来，企业成功地实现了由事业单位向科技型企业的根本转变，实现了由设计院向国际化工程公司的转变，由国内市场向国际市场的初步转变，一个综合性国际型工程公司的组织结构和工程业务运作体系（工程设计、咨询流程，工程总承包流程，工程监理流程，采购控制流程等）业已形成，2006年公司被建设部授予“十五全国建设科技进步先进集体”荣誉称号。

集团所属北新建材自1979年创建

以来,经历了建厂和产品推广,快速发展,企业转型三个创业阶段。在发展中,北新建材不仅管理水平不断提高,而且形成了独特的企业文化——北新文化。北新文化以其特有的内涵,在增加企业的凝聚力和员工的向心力,促进企业的经营管理发展起到了不可替代的作用。北新文化在传承中发展,从人文导向型文化向绩效导向型文化转变,但多年形成的“以人为本,敬业爱厂”的企业文化不仅没有放弃,而且发扬光大,成为北新文化的核心。人才是核心竞争力,拥有一定数量的高素质人才是企业提高竞争力的关键,北新建材非常重视提高员工素质,每年都要拿出几百万元经费用在员工的培训上。北新建材从老总到员工都在不断地学习,学习在北新已经蔚然成风,员工的整体素质得到了极大的提高。早在2001年,北新建材就被评为北京市工业系统7个学习型企业之一。企业关心员工,员工热爱企业,增加了企业的凝聚力,推动北新建材实现了跨越式发展。

规范视觉系统,塑造企业形象

近年来,中国建材集团先后制订了《中国建材集团公司视觉识别管理手册管理办法》等多项相关规章制度,完成了中国建材股份、中国建材研究总院、中国建材轻机集团、北新集团、北新建材等单位VI手册的设计编制,引导这些单位逐步导入集团VI体系,逐步统一集团企业形象。同时,他们完善VI体系设计,进一步提升使用效果,使集团企业的形象规范和统一。

集团公司以《中国建材通讯》为阵地,大力开展企业形象宣传,塑造企业良好形象。《中国建材通讯》从



2002年创刊,至今刊发了30多期。集团公司领导非常重视企业的对外宣传工作,宋志平任《中国建材通讯》编委会主任,集团公司党委副书记、纪委书记郝振华任总编辑,他们充分利用这个宣传阵地,对集团公司改革发展稳定及党建工作进行宣传报道,进一步提高了集团公司知名度和影响力,充分展示了企业良好形象。

“三宽”造就“三力”文化,引导企业和谐发展

宋志平说,我们讲“三宽”,即为人宽厚,处世宽容和环境宽松,要用“三宽”达到“三力”,即凝聚力、向心力和亲和力,形成这样一种良好的企业文化氛围,以此实现四个“和谐”:与自然和谐,善用资源;与社会和谐,服务建设;与竞争者和谐,实现双赢、多赢和共赢;与员工和谐,让员工与企业共同成长。

在企业文化建设中,中国建材集团充分发挥群众组织的积极作用。他们通过各种载体,通过做一些实



实在的事,来培育员工共同的价值观,构建有中国建材集团特色的企业文化。如通过加强民主管理,搞好职工代表大会的建设,完善以职工代表大会为基本形式的企业民主管理制度,推进职工素质工程,深入推行厂务公开,依法保障和维护职工的合法权益,协调好各方面的关系,处理好各种矛盾与纠纷,完善维权和帮困救助工作机制,落实帮困救助各项措施,帮助职工特别是困难职工解决工作上的实际困难,等等。

今年春节前夕,党委书记、董事长宋志平,党委副书记、总经理姚燕,党委副书记郝振华和副总经理申安泰、郭朝民、许金华、马建国等集团公司领导分别带领相关部门负责人分头看望慰问了集团公司老领导、老专家和长期生病人员,向他们通报了集团公司2006年取得的主要成绩,送去了节日的问候和祝愿。集团公司下属企业,以“我们生产凝聚力”的企业文化著称的鲁南中联水泥有限公司,构建和谐的人文关怀环境,把员工的冷暖放在心上,为解决员工的实际困难,中联水泥公司创新救助措施,由公司党委和工会牵头,采取行政拨一点、工会拿一点、员工集一点的办法设立员工救助基金,对遭受天灾人祸的困难员工和伤病员工实施救助。3年来,救助金管理办公室共筹款57.2万元,先后对249人次进行了救助。企业与员工心连心,干部员工都有归属感,认同企业的价值观,充分调动了广大员工的工作积极性,保证了集团公司稳定、和谐、快速、健康发展。

在未来3年任期内,中国建材集团领导提出,要继续认真贯彻落实国资委加强中央企业文化建设的指导意见,坚持“以人为本”的治企理念,全面加强以绩效文化为核心,以和谐、诚信、务实、责任、三宽、三力等为主要内容的企业文化建设,为构建和谐企业奠定文化基础,促进集团公司又好又快的发展。

在中国建材的全力支持下,历经八年艰苦创业,通过联合和重组,中国联合水泥集团有限公司(以下简称“中国联合水泥”)从1999年仅拥有一家年产130万吨的水泥企业,成长为目前拥有山东、江苏、河南、河北十五家公司,新型干法水泥年产规模达到2500万吨,被国家列为重点扶植的大型水泥集团之一。作为香港H股上市公司中国建材股份有限公司(以下简称“中国建材”)的核心

业务板块之一,企业如何塑造中国联合水泥的品牌形象,如何向用户提供统一的产品品质、统一的产品服务渠道、统一的产品商标、产品形象和产品宣传策略,以此强化中国联合水泥的品牌竞争力,为股东创造价值,成为中国联合水泥面临的一个重要课题。

2006年10月23日,中国联合水泥绩效管理现场会在徐州召开,会上中国建材的领导提出了“一体化、模

式化、制度化、流程化、数字化”的要求。为支持中国联合水泥的战略发展,发挥中国联合水泥集团的品牌优势,中国联合水泥经过了紧张的前期准备,调整营销策略,统一质量标准,统一包装标准,统一商标,于2007年4月1日起对公司各所属企业(包括粉磨公司、商混公司)的产品品牌进行统一。这是中国联合水泥

品牌统一

打造中国联合水泥一体化形象

■ 中国联合水泥集团有限公司管理改进办公室 李 华



继对下属子公司名称统一规范后，打造中国联合水泥一体化形象的又一重要举措。至2007年6月1日，中国联合水泥所属企业全部完成了品牌切换，比预计三个月的过渡期提前了30天。中国联合水泥“CUCC”品牌推出后，很快赢得了消费者的认可和赞誉。在其目标市场，“CUCC中联水泥”的巨幅广告是冲击力最强的，中国联合水泥似乎一夜之间“变脸”展示出一个一体化的集团形象。

一、舆论先导，统一对于中联品牌的认识

中国联合水泥品牌统一是大势所趋。生活在这样一个品牌争霸的时代，品牌塑造是任何企业都绕不过的阶段。所谓品牌是由消费者主导，由企业创造与呵护，通过产品和消费来表达的一种复杂而独特的商业关系与符号。虽然品牌对外给人的视觉，可能就是一个符号，可是那符号的背后有口碑，有实力，有市场影响力和号召力，有无形的价值，它吸引消费者的眼球，激发起他们购买的欲望，能给企业带来长久的价值。

时代的变迁，品牌的大势所趋，那么对于中国联合水泥这么一个依赖重组整合起家的一支联合舰队，品牌形象随需而变，中国联合水泥的飞速发展已经对品牌形象提出了“新”的要求，过去那种“鲁宏”、“巨龙”、“航天”、“子岩”多个牌子占地为王的局面，显然已不符合中国联合水泥的发展。虽然这些牌子在各自企业的发展历史上赢得过众多金光闪闪的荣誉，可是推陈出新总是要有一个观念转变的过程，这些牌子毕竟同这些企业一起成长，每个企业必然对其原有的品牌情有独钟，形成难舍的情结。因此，一个全新的品牌推出，赢得所属企业认可肯定有个时间，即使是联想那样的企业，在告别使用19年、含义为传奇的英



文标识 legend，全面启用新的英文标识Lenovo时，依然有认识上的阻力。2003年4月联想总裁杨元庆在联想更换品牌标识的发布会上说：“相信大家和我一样，对我们旧的品牌标识依依不舍，但变更新的品牌却是联想国际化的需要。”中国联合水泥的品牌统一碰到的问题可能比联想单一的换标更为复杂。

如何解决这个认识问题，自徐州会议始，中国建材的领导在讲，中国联合水泥的领导在讲，各企业的老总在讲。中国联合水泥要想做强做大，实现自己的战略，品牌统一是必经之路，是第一步。而且，水泥产品同质化，差异性市场的双重特性，已注定我们联合后要走统一之路，别无选择。所谓同质化，就是成熟产品，性能、质量差别不大，可以相互替代。至于市场差异，主要表现在市场需求、水泥产量、水泥价格、企业效益，以及企业集中度、新型干法比重等诸多方面，而且具有受经济波动影响的周期性和经济基础、发展能力、发展潜力、竞争格局、地方政策的地域性差异的影响，加之由于运输半径短，受运输成本限制非常大。那么定位于淮海经济区域的中国联合水泥，具有了规模优势带来的赢利能力，扩大区域性的生产规

模和市场份额，增强区域的产品定价能力，在规模和毛利率同时提高的基础上实现盈利的快速增长，应该是中国联合水泥目前的重要战略，所以需要有一个统一的彰显其领导者地位的品牌。经过宣贯，中国联合水泥所属企业内部特别是各企业营销人员逐步认识到，此次中国联合水泥品牌统一，是中国联合水泥打造中国水泥行业的联合舰队，立志成为中国水泥行业的整合者和引领者的重要举措之一。思路变，行为才能变。统一的认识对中联品牌切换做好了舆论上的先导。

二、服务战略，统一中联品牌的定位

品牌需要定位，而这个定位必须服从服务于企业的发展战略。中国联合水泥的水泥产品全部为采用新型干法工艺生产的高品质的建筑材料，具有优质的、稳定的、一致性的产品质量。中国建材战略与定位明确，实施路径清晰，中国联合水泥作为中国建材的经营平台，定位为突出核心专长和主营业务，是以品牌知名度和市场占有率为基础而构造的利润中心。中国联合水泥将采取经营型管控模式，资源整合，实现营销、采购、技术、财务、人力资源、

企业文化的统一。本部在北京，各生产企业为成本中心，分布于规划市场中心，中国联合水泥主要通过联合，不断扩大生产规模，扩大市场覆盖率，实现更强的竞争力和更好的企业价值。

那么，中联品牌应该如何服务于这种战略，新的形象应该如何包容现有中国建材的形象和理念，并为中国联合水泥未来的发展留下充足的“扩展空间”，成为一个新的挑战。按照企业定位要求，“中联”品牌标志，在确立设计的原则和内涵时，明确提出新标志至少应该满足，一是体现与中国建材的血缘关系，二是体现水泥行业的属性，必须有环保的、科技的、高品质的元素，三是标志必须与中国联合水泥这个快速成长的国家级公司的地位相匹配。为此，中国联合水泥经过认真考察和论证筛选，最后选定设计2008北京奥运会标志“中国印”的始创国际(AICI)来设计“中联”这个品牌的标志。

三、谋定而动，统一中联品牌的传播

经过始创国际和中国联合水泥的大力合作，几易其稿，最终确定中国联合水泥的产品标志中联牌由“CUCC”组成，与“中联”汉字一并在国家商标局注册。

中联品牌标志形式，采用了文字标。其考虑一是中国建材已经使用了图形标，且是企业的标识，需要同它结合，以文字标有利于达到互补。二是用英文字母的文字标，目前在世界各国使用比较普遍，其特点是比较简明，便于称谓，适应于国际化的竞争而无翻译的障碍。文字标以中国联合水泥英文为设计元素，四个经过专业修饰的字符，粗壮、稳重，代表着产品的特性。整个标志的简洁、通俗、易懂、便于理解。

标志在色彩上，以蓝、红两色为主色调。蓝色有沉稳的特性，具有理

智、准确、深沉、严谨的意象，在设计中，强调国际化，科技、稳重，突出了理性和专业的品牌形象；红色有进取特性，具有激烈的、温暖的、宏大的意象，汲取中国建材标志的色彩元素，突出同集团标准色的传承。制造业煅烧的产品特质和服务的热情。体现中国联合水泥与中国建材之间的子母品牌关系，在标志上建立视觉印象的关联性。白色作为辅助色系有洁净的特性，在设计中，既可表现产品环保的特质，又可表现“中联”稳定与高品质的形象。

标志的意义，商标图案“CUCC”为中国联合水泥的英文简称，第一个字母C代表的是“China，中国”，第二个字母U代表的是“United，联合”，第三个字母C代表的是“Cement，水泥”，第四个字母C代表的是“Corporation，集团公司”。整个标识稳重、简洁，代表着水泥产品的稳定特性。整个商标色彩，层次分明，形象上具有动感活力的特征。同时商标外形像一列由四个字母构成的奔驰的列车，第一个蓝色字母C代表着我们的企业(Corporation)具有坚实可靠的力量，给人以信赖感；而第二个蓝色字母U是指联合(United)的力量。我们将用严谨的管理理念和具有包容性的企业文化来联合更多的企业，一同发展壮大。红色字母C，是

我们客户(Customers)的象征，我们对客户永远充满了热情洋溢，而客户也为我们带来发展的动力，像喷射火焰的发动机，推动着中国联合水泥前进。第四个蓝色字母C，是我们的社会(Community)责任，我们要用高品质的产品为国人提供建筑安全，用善用资源保护自然环境，用服务建设推动经济进步，用人文关怀促进社会和谐。

“CUCC”标志确定后，中国联合水泥品牌统一办公室及时下发文件，下发设计出的统一制作模板，在行业媒体上公告，各企业在各自的市场上公告，同时印制告用户书，送达客户周知，对于实际运用过程中需要的方方面面，提供设计好的统一的应用模板，要求所属企业按统一的要求进行传播。为防止所属企业对“CUCC”标志的误用和滥用，中国联合水泥在下发品牌实施方案时，就明确规定：“CUCC”只限于在本集团所属企业的产品包装、产品广告、产品运输和储存等与产品相关的专用标识时使用。各企业使用的企业标识，要严格按照中国建材集团的要求，规范使用“中国建材”标识。

四、标准至上，统一中联品牌的规范

对于制造企业来讲，优秀品牌应



由两方面组成，首先是产品，它所具有的具体的功能与利益；另一方面才是品牌，也就是消费者对产品的体验与感受。任何一个优秀的品牌，如果能赢得市场的认可，那么必须具备：一、产品的利益点；二、企业的核心价值；三、消费者体验与感受。因此产品的利益点，对一个连续运营的制造企业，尤为重要。在品牌推进宣传阶段，所属企业中一度曾有人担心，中国联合水泥品牌统一是否会在市场上带来负作用。中国联合水泥高层认为，我们有完备的控制标准，有过硬的产品质量，有企业的核心价值，有消费者的口碑，品牌统一的目的一定会达到预期的目的。但考虑企业间的差异，那么统一标准是关键，统一制订并施行的产品质量技术标准，事关统一中联品牌推进的成败。

中国联合水泥不仅下发“CUCC”商标标志使用规范，同时，下发了统一的产品质量技术标准和水泥包装物技术标准，要求各企业严格执行，保证品牌变更过程中产品质量的稳定性和一致性。为此，中国联合水泥在徐州进行了培训，并就品牌统一应明晰的几个问题达成共识：一、标准与模式的持续一致性；二、定位与策略执行的统一性；三、有效整合企业内外的互动与协调性。

一个从联合走向统一的品牌路径越来越清晰。如果使用权重和因果来描述这个流程，那么就是：好的质量+好的包装+好的服务=好的形象-好的利润=好的回报。

五、步调一致，统一中联品牌的推广

品牌需要传播。一个品牌的成功，除了商标形象设计外，更重要的是产品品质及市场需求的配合。在其他配套工作上如包装设计、广告及宣传项目，均要能同步带出产品品牌的个性及特质，达至统一性。识

别性及强烈的视觉冲击力，才能强化整体形象及市场定位，增强顾客的认知及认同，最后达至销售提升及巩固消费者归属感等实际效益。“CUCC”如何与被传播对象(消费者、供应商、政府、媒体、公众)顺利沟通并能赢得他们的知晓、认同、关联、归属成为关键。

优秀的产品是由优秀的人创造出来的。对于企业而言，人对一切才。品牌是贯穿企业内外的商业行为，它需要驱动力。企业核心驱动



力，离不开这六个方面：战略、员工、团队、产品、客户、渠道。如果每项用三个词来概括，那么中国联合水泥的战略是清晰、务实、远大的；员工是凝聚、坦诚、热情的；中国联合水泥这个团队是专业、稳定、志同道合的；产品是可靠、稳定、高品质的；拥有的客户是成熟、优秀、稳定的；渠道是现代、科学、精确的。同时我们也必须打造好中联品牌的消费者驱动力，它也有六个方面：那就是质量、价格、知名度、档次、包装、广告。如果每项也用三个词来描述，“CUCC”的质量是稳定、技术、安全的；价格是合理、稳定、不贵的；知名度是快速让人熟悉、认同、关爱的；档次是有品位、实力、魅力的；包装是高雅、现代、创新的；广告是诚恳、新颖、热情的。中国联合水泥在其品牌统一实施的方案中，明确要求企业的各级管理者、员工尤其是营销业务人员，要会讲善讲“CUCC”

的品牌故事。

为加强对中联品牌推广的力度，中国联合水泥的主要领导挂帅，班子成员均参与调度推动这项工作，各企业均成立了一把手挂帅的品牌推进办公室。在推广期间，中国联合水泥专门汇编了《品牌统一推进工作简报》，半月一期，通报情况，交流信息，指导工作。中国联合水泥就是一个“我们生产凝聚力”的团队，中联品牌统一工作的过程，再一次证明凝聚产生价值。“不做便罢，做

就做好”，中国联合水泥就是依赖这么一种做事风格，把一个崭新的品牌“CUCC”用短短两个多月的时间，全面推向市场，并取得了骄人的业绩。

品牌统一仅仅是中国联合水泥管理改进迈出的第一

步。我们期望，通过能充分体现“包容性、融合性、延展性”特征的CUCC视觉形象设计，创造价值，增强品牌识别传播效果，逐步体现出“CUCC”的品牌价值、个性和易于识别的特性，这有利于有效的整合现有资源，以品牌推广打造出全新的一体化企业形象，来赢得社会各界的信赖，提升品牌忠诚度以扩大经营业绩，并以此回报投资者、员工、客户和社会。随着管理改进的逐步深入，我们相信，中国联合水泥将根据战略的需要，发挥资源优势，提升管理水平，以新理念、新行动、新形象赢得新发展。秉承中国建材独特卓越的企业文化，为企业长远发展奠定管理基础并尽快形成自己的发展模式，努力将中国联合水泥打造成中国水泥行业的联合舰队，成为中国水泥行业的整合者和引领者，向极具国际竞争力的世界优秀的水泥及混凝土专业制造商的目标迈进。

说起工作在香港上市的女性的你首先想到的是什么？是在讲究temperature(温度)和humidity(湿度)的办公室里啜饮咖啡时的优雅，还是穿着时尚光鲜的职业装大方地微笑着与熟悉的和不熟悉的客户交谈时的温婉韵致？其实这都不是她们的logo。身为具有浓浓的国际化气息的职业女性，她们不仅具有较高的职业素养，还拥有无私的奉献精神和良好的团队意识，把自己人生之戏与企业发展的大戏串在一起，在实现企业价值的同时也实现着自我价值。这不是揣度，这是中国建材股份有限公司女员工的真实写照。还是讲几个公司筹备上市时的故事吧，这些故事像一支彩笔，勾勒出这些丽人们动人的职场风采。

2005年3月28日，中国建材股份有限公司正式组建。在国资委、国家发改委以及母公司中国建材集团的大力支持下，公司组建后迅即开始筹划在香港上市。当时公司总部有32位员工，14位是女性，且平均年龄不足30岁，公司七个部门，四个部门是女将，她们责无旁贷地成为公司筹备上市工作的主力军。

说起那段日子，公司合资格会计师兼财务部经理、心直口快的裴鸿雁仍眼含泪花，“公司申请在香港上市，所有的申请材料必须严格按照国际通用的上市公司会计与法律准则及法规，按照这些法规，公司在招股书中提供的所有资料都必须有来自官方或第三方的验证证明。资料收集、整理及验证等工作量浩大，公司上市保荐人、主承销商摩根士丹利公司制定的上市进程表又容不得一刻拖延。否则带给公司的损失巨大。人少而工作量巨大，且时间锁定，还要做到公司提出的上市准备材料“零缺陷、零瑕疵”。整个团队就像一个啮合紧密的链条，加班加点与时间赛跑。虽听不到时钟转动的滴答声，但每个人都把自己的工

行走在资本攻略中的 知性丽人

中国建材股份有限公司女员工剪影

郑惠荣

作切分到了秒。白天干不完，夜里加班干，还常常连轴转。经常是家住得远的，凌晨时在办公室的沙发上猫一觉，家住得近的，回家睡个囫圇觉，又准时上班了。”裴鸿雁是1999年毕业于东北财经大学的研究生，上学时就通过了国内注册会计师和英国的注册会计师（ACCA）资格考试。就是这样一个聪慧能干的人，在公司上市筹备中常常因为压在手里的

工作处理不完而急得掉泪。裴鸿雁说，那时公司把业务部门分成两个组，一个是综合组，负责招股说明书的撰写和验证，一个是财务组，负责公众财务数据的收集和核准。财务组只有7个人，是清一色的娘子军。这7个人中，有两个是外

借的，要经常回本单位处理工作，还有一个是出纳。人少活多，恨不得一个萝卜占俩坑。而就是这7个娘子军，在一年的上市筹备中完成了7次审计及关联交易的审核和招股书中财务数据的完善、修改、复核。特别是2005年11月14日，摩根士丹利代表公司正式向香港联交所递交了上市申请文件之后，人人忙得跟不停转的机器似的。联交所不断对招股书等提出意见，要求修改和反馈。这些问题有的很好解答，有的因为体制和运营模式的不同，很难确切地回答。但你必须在规定的时间内回复，否则就会延误公司上市的整体进程。所以，联交所提问的E-mail就是军令，每次联交所的E-mail一来，凡涉及财务方面的问题，她和部门的董少棠、王莉等都逐一仔细分析研究，查资料、核数据，在第一时间回复给对方。

记得有一个周五的下午四点钟左右，联交所的E-mail到了，要求公司将所有的关联交易中的国有企业单列出来，并重新提供公司前五名生产资料供应商、客户名单、近三年的实际交易额和未来三年预测的交易额。而这些资料必须在下周一上午九点联交所上班前发给联交所。公司及所属业务板块中的生产资料供应商和客户都有几千家，要把每一个国有企业都找出来并提供证明其是国企的验证资料，而且所提供的前五名供应商与客户的所有交易数据要与以前上报的招股书中的数据相吻合。为了及时、准确给予回复，裴鸿雁带着财务组董少棠、王莉等姑娘们与综合组的同仁两天两夜没合眼，打电话核实，上网搜索、验证，查找、核准资料。负责关联交易的堵光媛，性格沉稳，平日较少言语，那两天把电话都快打爆了。在两组成员的精诚合作与不懈努力下，终于在联交所上班前五分钟将回复邮件发至联交所。



长得娇小漂亮，干事干净利落不让须眉的史可平，被大家誉为四大金刚之一。作为公司董秘局的成员，她较早投入公司上市筹备工作。小史最大的特点就是爱揽事，不但本职工作勤勉尽责，还主动协助其他年轻员工承担了大量额外任务。公司招股书涵盖水泥、轻质建材、复合材料、工程服务四大板块，小史主要负责公司招股书工程服务板块的草拟及各板块的汇总。负责水泥板块的同事是从外地的单位借调的，有时需回单位处理一些日常事务。只要这个同志不在，小史就主动把水泥板块的所有事务揽过来，无论是和律师的沟通、数据的搜集、相关文件的传递，还是资料的摘要整理，她一手包了。

特别是2005年3月初史可平和其他三位负责招股书撰写的同事到香港作最终审核的那段日子，小史给自己揽了很多事。公司的招股书有

中英文两本，加起来有900多页，而且中文还是繁体字的，他们要和中介机构的项目组成员逐句与验证资料核对，发现数字不清或表述不符合要求的要随时与总部联系，确定修改内容。每天神经都绷得紧紧的，每听到改字心里都会激灵一下。因为招股书中大部分内容相互关联，每改一处都要从头到尾重新核对。加上印刷厂业务多，人员忙，修改中难免出现越改越错的事。就是这样，小史还为自己揽事，为了保证修改的每一处都准确无误，她抢着核校印刷厂改后的样本，发现差错马上通知同伴跟公司总部核对修改。因为小史英语比较好，她还主动承担了英文招股书的核校工作，特别是对一些关键材料的英文表达，用什么词更准确，用哪种分量的词更合适，排版的格式，以及每一个单词的拼写、每一个数据的核对，她都精益求精。为了按时完成工作，在香港的

两周时间里，每天她都工作到凌晨三四点。尽管印刷厂的工作室离他们所住的酒店步行仅15分钟之遥，尽管每天盯着资料和电脑看的眼睛都很酸胀，但她没有一次因自己是女性而“迟到早退”。

细心的人计算过，从2005年5月起，公司20多名员工累计加班近3万小时，平均每人加班56天。公司境外律师沈杰先生在上市祝捷晚宴上感慨地说：“我从没见过这么好的团队，这么敬业的员工。”

正是在整个团队奋力拼搏和各中介机构的大力支持下，2006年3月23日，中国建材股票在香港联合交易所主板正式挂牌上市并获得巨大成功，被承销商摩根士丹利认为是其发行的最成功IPO项目之一。公司巨大的增长潜力、各业务板块拥有的市场领导地位、在行业整合中的优势、卓越的财务表现、高效且经验丰富的管理层团队成为吸引国际投资者的五大亮点。

在创新中煅烧青春

——记第二届“全国建材行业岗位技术能手”张启辉



张启辉同志2001年7月毕业于洛阳工业高等专科学校,2003年4月来到中联水泥公司南阳分公司,从事窑中控操作工作。在工作中,他努力钻研,不断学习,首先尝试取消原先由SP向NSP慢慢过渡的操作方法,改用直接快速投炉法。将投料时间缩短了近10多个小时,仅此一项,每年就为公司多生产熟料近万吨,创造产值近200万元。同时,他不断在工作中学习总

结,学习新的理论知识、新的操作工艺,提高自己的专业理论知识。先后撰写的《IBAU类库在新型干法生产中的应用及体会》、《3000t/d生产线投产初期的技术改进和操作经验》在《水泥》杂志2006年第4期、第9期发表。并在2005年河南省水泥行业熟料煅烧工职业技能竞赛中取得了第二名的好成绩,荣获“河南省技术能手”的荣誉称号。

满腔热情谋“热工”

——记第二届“全国建材行业岗位技术能手”谢吉优



谢吉优同志于1998年从南京化工大学毕业分配到中国建筑材料科学研究院工作,2005年起担任北京凯盛公司专职副总,他工作勤奋,取得了显著的成绩。

谢吉优承担公司在新型干法水泥熟工技术的研究开发工作,并一直致力于新型干法水泥的设计创新。他瞄准国内外水泥工程的技术进展,改进和提高北京凯盛公司在大型水泥工程中的设计技术水平。

他负责开发设计了2500 t/d自主知识产权的新型RSP窑外分解系统,负责完成了新

型5000t/d窑外分解系统的开发设计,开发了多项实用的计算应用程序,用于提高公司的设计计算效率。

谢吉优先后荣获2001年度建材研究院先进工作者,2002年度中国建筑材料科学研究院“优秀共青团员”,2002年度中国建筑材料科学研究院“青年岗位能手”,2005年度中国建筑材料科学研究院科技创新奖及2005—2006年度中国建材集团优秀共产党员。他参加设计的多个项目获得建材行业工程设计奖。(本刊通讯员)

职 场 方 圆

◎善于自我调节的人

长期受工作、生活困扰的威廉经过不断思考,终于领悟到:工作中的快乐与不快乐,可能只是5:1比6:4的细微差别,中间有个阶梯,你可能爬到中间的梯子,拥有恰好的平衡,也可能只走了一阶。即使如此,你也在进步,平衡尺上的浮标又往前游移一格。

威廉有个生命平衡法则,用来制衡工作与生。他将生命切成健康、时间、自由与快乐,视个人状况分配比重以及排序。如果每个元素

都不缺,反映到工作中的态度与情绪,就比较平和,因而获得适当的平衡。

长期处在平衡中,就能积极正向思考。

点评:积极思考可以缓解工作压力,清除不必要的情绪包袱。上班族多亲近正向思考的人,能减少倦怠感,获得不断进步、超越自我的动力。

任何工作干长了,都可能会觉得乏味,做一个善于自我调节,积极思考的人吧。



善于自我调节的人,一定能找到平衡
《职场方圆》

企业靠卖什么挣钱？

■ 北新建材（集团）有限公司 张继进

社会具有诸多类型的企业，他们遵循着各自的规则运行着，运行效率高与利润点却大相径庭，其服务对象、竞争优势、无形资产比重等要素也各具特点，根据这些进行高低分类，共分成四大类。

三流企业依靠卖力气挣自己员工的钱；二流企业依靠卖产品和服务挣消费者的钱；一流企业依靠卖品牌、技术挣其他企业的钱；超一流企业依靠卖标准挣整个行业的钱。

三流企业依靠卖力气挣自己员工的钱

三流企业卖力气，正如我们日常所说的“来料加工”型企业，自己没有任何竞争优势，依赖于其他企业给予“配额”，大致属于“包工队”层次的企业。因竞争对手过多，自身实力欠佳，只能靠出卖自己劳动力来赚些劳务费，挣整个行业的平均利润。企业这种经营模式是变相赚取企业员工的辛苦



费，是各种生存方式中档次最低的一种，但却是我国企业数目最多的一种经营模式，其中以乡镇企业、老重工业基地的中小型国有企业和小型民营企业为多。

二流企业依靠卖产品和服务挣消费者的钱

企业卖产品和服务都是运营效率不太高的一种形式，相比较而言，卖服务比卖产品的运营效率高一些。

卖产品的缺点是因产品本身的原料成本占居成品成本很大的比例，故利润率较低，生产设备的投入较大，影响资金的周转；产品直接供应给终端消费者，售后服务所花费的资金、精力较大；

顾客数目较大，市场推广成本较高；消费者个性化需求强烈，

企业满足其需求的难度较大；同类的竞争较为剧烈，市场空间狭窄，保护消费者权益的各种法规相继出台，企业因不慎的失误致使赔付成本居高不下，假冒产品屡禁不止；对产品的经营模式、行业规则

等，整个社会都已经相当透明，运营方面的法规也已经很规范，差异化经营难度较大。以上这些问题都阻碍着企业的运营效率。

卖服务的模式与卖产品相比，除

利润率较高外,没有其他的优势,二者都是通过出卖产品和服务挣消费者低层次需求的钱。这样竞争最普遍的结果是打价格战,既不是双赢,也不是一赢一输,而是双输,对企业双方和社会的发展都不利。

但有一种情况例外,就是在产品和服务上赋予能满足消费者高层需求的附加值,如产品和服务方面加上品牌、技术、管理等附加值,使消费者能感到“高贵”、“富有”、“荣耀”、“幸福”等满足,同时也使产品成本至售价之间的空间变大。由品牌、技术、管理造成的产品和服务的差异化同样也在加剧,价格战从不会波及到这里,比如可口可乐不降价,销量依旧逐年上升。

本质上,只要赋予用核心竞争力武装产品与服务的附加值,就是较高的运营模式,活的就比较自在。

一流企业依靠卖品牌、技术、管理挣其他企业的钱

品牌、技术、管理都是企业的无形资产,在各种资本运营形式中,通过出售这些无形资产而实现企业资本扩张是一种效率很高的资本运营形式。世界上发展潜力和增长强劲巨大的企业都是具有超过有形资产数倍的无形资产,它是企业的第一资本,也是企业出售这些资源挣其他企业钱的重要资本。如海尔扩张的策略不采用注入资金盘活有形资产,而是通过自身优势的拉动、辐射,通过海尔文化的渗透、海尔品牌的输入,以无形资产盘活有形资产,使“休克鱼”条条激活,开辟了低成本扩张的新途径。

强势品牌和一整套的管理体系是一笔巨大的无形资产,最典型的行业就是连锁服务业,如快餐、宾馆、中介服务等,在这些行业中的佼佼者几乎都拥有强势品牌和非常完整的内部管理作为扩张的坚实后盾,

通过同化和自我复制实现扩张。如管理体系,别的同行企业也许能从书面上获得其全部管理资料,但如不身临其境是无法了解和掌握藏在文字、条款背后的深刻含义的。在品牌和管理利用方面,主要形式有:连锁经营、特许经营,配合少量资金,以横向一体化、横向多元化的形式控股或参股数家企业,利用品牌和管理低成本无限拷贝特性,拆分后出让使用权等形式进行融资运作。

技术也是一项非常重要的无形资产,在品牌和管理方面,无论是其内涵和外延,我们的实力不能和国外的知名企业抗衡,但唯一可抗拼的只有是技术,我国在个别领域以及独具的文化遗产、民族特色方面(如中药、旅游、文化等)都是我们的优势,而且一项特色领域技术的资金投入不多,产品研发的培育期较短,所涉及的高素质人才也不多(海外学子回国时往往自带一项技术)。因此针对我国国情,大力发展具有独立知识产权的特色领域的技术产业,是一条增强自身竞争优势、切实可行的道路。技术扩张的主要途径是出让拆分后的技术使用权或以该使用权与其他企业合资,控股众多卫星企业,进而形成大的控股集团,同时利用无形资产与当地政府、金融部门、新闻媒体、工商税务部门,消协开展各种公共关系活动,即提高了自身的形象,又消解企业与上述部门的潜在矛盾。

综观爱多、三株、巨人、秦池、飞龙等企业的失败,在企业品牌等无形资产高速膨胀的时候,没有有效地加以利用,实在可惜。如果在当时产品供不应求,销量月月翻番的时候,利用无形资产来给企业融资,或控股大量的渠道企业是一件非常容易的事,再利用无形资产与竞争对手进行各种竞合的联盟,搞好与社

会各种团体的公共关系,也许是另一个结局。

超一流企业依靠卖标准挣整个行业的钱

超一流企业依靠卖标准挣整个行业的钱,主要指利用自己对规则的控制能力操纵和挟制其他企业,企业是自己的产品,是自己的一粒棋子。

市场的主体有多个,除顾客外,还有竞争对手、供应商、协作厂商、替代品生产商、新进入者,这些市场主体是在一定的“游戏规则”之下参与竞争的。一流企业正是通过对游戏规则的控制取得优势地位并获取超额利润的。靠卖产品所构成的市场份额已经不具有左右行业的力量,规则的垄断相比市场的垄断是质的超越。

企业卖规则,标准就是利用自身的某些优势(如强大的市场占有率、良好的政府资源、行业领先的技术、控制行业的专利或运营标准等),营造消费习惯、使用习惯、观念习惯、行业习惯、政治习惯势力,垄断市场,垄断行业,获取高额利润的一种运营模式。

这样的例子较多,微软公司操作系统的市场占有率非常高(有关专家称,微软的产品并非是最好的),几乎占据了全部非专业计算机系统软件的市场,以至于其他的小公司为了满足计算机用户的需求,只能在微软的操作系统基础上开发新的应用软件,或者说计算机上没有微软的操作系统,该公司的应用软件就不能使用。如果微软更改操作系统的某些重要部分,而不支持原来的版本,那么该软件必须进行升级换代,使自己的产品完全跟着微软的战略计划走,完全成为微软的一个棋子。而操作系统软件的竞争对手因大量的应用软件与自身系统不兼容(应用软件厂商都是根据

微软产品开发的), 在市场上根本卖不动, 因此最终的操作系统软件市场只能任微软摆布和长期垄断了。

又如大牌足球队拥有数以千万的球迷, 队服的款式、颜色已是该球队的象征, 该球队为了挣球迷的钱, 不惜隔一段时间就更改一次队服的款式, 相应地改变一次队服, 就挣一次球迷的钱。

又如某企业拥有一项专利技术, 可以在专利保护期限内, 垄断经营, 大赚暴利。如IBM公司连续8年在美国专利申请数量方面名列第一, 2000年获得

装不一样, 需要一种特殊的注射器, 而这种注射器只有药品的厂家生产, 使一般注射器的厂商没办法, 只能避开该市场。

通过上述几个例子, 可以看出控制行业规则、标准、生产和经营许可, 是一项门槛高、利润高、相对垄断的经营战略。以下是取得该经营方式的几个途径, 也是塑造一流企业的重要手段:

第一, 通过政府、行业协会的力量, 制定各种有利于自己的技术标准和产品、质量标准, 以及各种行业

专利范围, 形成一个专利保护圈, 使后来者在该领域即使有好的创新, 也没有申报的权利, 其目的是最大限度增加自己的权限。

第五, 创造新的市场和机遇:

(1)通过新技术取代原有落后的产品;

(2)及时发现新的市场空间, 并迅速占领, 以取得制定标准的实力;

(3)一些有实力的同行共同制定标准;

(4)用自身的规则、标准进行资本运作, 再通过资本运作反过来促进和扩大规则、标准的影响范围以及影响强度。

第六, 对于中小型企业可采用建立新规则, 并利用自己建立的规则赢取市场。

传统的竞争模式是指竞争者们在同一条跑道上赛跑, 谁跑第一谁得冠军, 如果采用控制规则的运营模式, 则自己退出原来的跑道, 重新设置一条跑道, 自己同自己赛跑, 怎么跑都第一, 从而既获得产品领先期的市场份额, 又获得超额利润, 自己既是比赛选手, 又是规则制定者, 这是我国一二流企业控制规则领域的可行之路。

例如, 存储器是Intel公司研制的, 但1965年日本的半导体企业以低廉的价格进入美国市场后, 使Intel公司连续6个月严重亏损, 最后Intel公司采用控制规则的运营模式, 果断放弃存储器, 开发研制信息技术的电脑部件芯片, 使公司不断创造辉煌。美国的数字彩电打败日本的模拟彩电, 日本的石英钟表打败瑞士的机械钟表都是控制规则的结果。反观中国的大多数企业, 遵循着传统的竞争模式, 又由于我们缺乏核心和先进的技术, 不得不走上“模仿”和“跟随”之路, 难以形成自己的核心能力。曾经一度辉煌的中国长虹集团, 近两年利润下滑, 市场受挫, 首要的原因是长虹遵循的是竞争理念, 打价格战的结果。



2800项, 其中1/3已经应用到生产中去, 这个公司靠知识产权在2000年至少创造了10亿美元的使用权收入。

再如某企业在国家倡导、支持的领域推出一项技术, 如果该技术(技术确实不错, 但不能说是最好)通过各种政府资源, 得到国家有关部门的技术标准, 或该标准向该企业的技术标准倾斜, 就会因该标准的颁布实施而击退竞争对手。

再如某一药厂, 有一种药品在治疗小儿类疾病中占有绝对的市场领先优势, 推出的包装跟别的产品包

准入证;

第二, 每个行业, 每个领域都有自己的特定规则或游戏规则, 通过自己在该领域的突出实力, 政府背景来改变其规则, 让竞争对手在该领域永远跟着自己走;

第三, 追求绝对市场占有率, 并不断变换游戏规则;

第四, 及时发现控制行业的技术, 并加大力度研究, 力求掌握核心部分, 再申请国内外专利。专利申请的原则不在于多, 而在于利用专利条款控制技术的使用, 生产和二次

几年前,看《华为的冬天》时,就被任正非那种对企业的忧患意识感染过。这次拜读了“华为人”报《天道酬勤》的专稿,我深深地被“华为人”艰苦奋斗、百折不挠的精神所打动。通读了全文后,感觉这个题目并不是大合适,一个“勤”字远远无法涵盖文中华为人那种艰苦卓绝、拼搏奉献、不畏艰难困苦、不怕流血牺牲的精神、毅力和壮志。也许,无论用什么词语做题目都难以准确表达出文章中所蕴含的丰富内容,就犹如文中所写“当华为人看到他们事先连想都不会想像到的,代表着现代文明的成果在自己勤劳的双手中不断地创造出来时的那种心情,是无论用什么语言都难以表达的”那样。

这篇文章及其每一部分,每一段都震撼着我的心灵,但最使我感动的有以下几个方面:一是它始终坚持艰苦奋斗精神,文章处处体现着艰苦奋斗的气息,在创业阶段自不必说,绝大多数的企业初创时都能做到这样,这不足为奇,但难能可贵的是,华为在年销售收入突破50亿美元后仍然将艰苦奋斗作为自己的根本,这不是说说而已,文中说:新员工进入华为,第一眼看到的,处处感受到的就是华为的艰苦奋斗。我相信这是真的,因为他们明白,艰苦奋斗必然带来繁荣,繁荣后不再艰苦奋斗,必然丢失繁荣,于是他们把艰苦奋斗作为自己文化的魂和企业的根。当然,现阶段他们认为最重要的是思想上的艰苦奋斗,用一句老话就是:只要思想不滑坡,办法总比困难多。二是创业者和领导团队有奉献精神。我感动的是他们十八年来夜以继日的工作,许多高级领导干部几乎没有什么节假日,24小时不能关手机,随时随地都在处理随时发生的问题。多年来,他们以勤补

奋斗和奉献 铸就华为

■ 鲁南中联水泥有限公司 赵永生



拙,牺牲与家人团聚,自己的休息和正常的生活,牺牲了平常人都拥有的很多的亲情和友情,消蚀了自己的健康,经历了一次又一次失败的沮丧和受挫的痛苦,承受着常年身心的煎熬,以常人难以想象的艰苦卓绝的努力和毅力,带领大家走到今天。我真的被他们十八年如一日的精神所感动。当然,有人会说,这与它所在的行业有关,但信息产业不正在逐步转变为低毛利率、规模化的传统产业吗。榜样的力量是无穷的,华为无数优秀员工贡献青春和热血是自然而然的,在此略过不提。三是时时用危机意识警醒自己,华为认为自己没有成功,没有经验,很不幸,仍然面临艰难处境,因此直至今天仍然是战战兢兢、诚惶诚恐。当然,这里有和世界级巨子相比的

意味。但是放在国门内,华为应该说很大了,成功了,华为的低调反映了什么,谦虚还是做秀,我相信它真的认为自己在发展中充满危机。有一些企业,不见得有多少实力,这不丢人,但不是踏踏实实,也缺乏奋斗和进取精神,动辄提出要如何如何,这就有点可笑和无知了,馅饼会从天下掉下来吗?前几年,有一句话很流行:没有失败,只是暂时没有成功,意思是要人们改变心智模式,看到自己成功的潜质。把这句话套用一下:华为人可以说自己是:没有成功,

只是暂时没有失败,因此,他们时时警醒自己,要把危机和忧患意识传输给每一个华为员工。文章中还有许多东西让我感动,如:华为视员工为宝贵的财富,始终如一地虔诚地对待客户,华为人对公司的热爱与忠诚、乐观地对待困难和压力,等等。

华为走到今天,很不容易,它面临的挑战和压力,它吃过的苦,它受过的累,它走过的路,它长年累月的奋斗和奉献,铸就了今天的发展,但他们始终认为自己没有成功,依然坚持不懈地用艰苦奋斗的精神教育和凝聚员工,有了这种精神,华为将会战胜前进道路上一个又一个艰难险阻,走向充满生机和活力的明天。中国建材集团宋志平董事长去年以来在基层视察指导工作时多次提到企业要艰苦奋斗,看了华为人 的事迹,我们会更加明白他提倡艰苦奋斗的良苦用心和深远用意。

华为艰苦奋斗的作风对于正奋进在市场经济快车道上的鲁南中联无疑是具有启示作用的,只要我们坚持和发扬“精细管理,创造绩效”的理念,咬定目标不放松,不懈地奋斗和进取,我们也注定会战胜坎坷和艰辛,赢得尊重,走向成功。

巨石赞

女媧补天空神话，
红楼梦记只艺花。
点石成丝织云锦，
中国建材一奇葩。

——考察中国建材巨石集团有感

■ 国资委国有企业监事会主席

崔世安

一般的戏用生、旦、净、末，且来概括众生相，并且一人一面，一望而知。而川戏却可以一人有多种脸谱变化，也就是变脸。变脸是四川人的小把戏，到底，

怎么个变脸法儿？只见人家一扭身，在极快的瞬间却回换新，形同魔术，着实叫人啧啧称赞。然而，变脸所揭示的社会意义比戏本身要大得多。

比如婚姻的变脸是离婚。尽管我们对婚姻的态度如那首老情歌所说“永远不会改变”，“白头偕老”，“从一而终”历来是甜蜜婚姻的代名词。《诗经》里的“氓”和《铡美案》中的“陈世美”恐怕要一直挨骂下去。但骂归骂，需要“变脸”的时候还得变。

近来觉得变脸又像“转变就业观念”一样，是适者生存的另一说法。川戏往往在剧情陡变时变脸，职业一般在社会巨变时转换。也许两者说的根本就是一回事。职业的“变脸”是再就业。如果环境变了，你不变，伤心受罪的只能是你自己。感动谁，都不如对着镜子学着“变脸”去。有人把这种情形叫“在悬崖边上”，能咬紧牙关，露出一副狰狞相出来，身子一纵，眼睛一闭，跳吧，想不死就学猫的本事，四爪软着陆，下来了，嘿嘿！要么，露出一副可怜相，只会“何必当初”下去，仍在悬崖上头举、害怕，或失足摔下去等死。变什么脸谱，这种



变脸

■ 李吉明

时候了，干脆一点最好。

又想，市场经济也是计划经济的“变脸”。有“一部分”人富了，有“一部分”人穷了；有人把市场比做机遇、挑战、发展和自我实现，也有人把它当成山贼、酒鬼、赌棒和色魔，一切人世间的丑恶又是市场经济的“变脸”。

也许方唐的漫画《人生》里，那一群赤裸裸的往上攀登者，有无尽

的含义。最上面的光着跳，正攀着的光着攀，最下面的是绞索，连死不也得光着吗！其实，那是三种绝妙的脸谱：死者灰，攀着豹，爬上去的嬉。这也许是演绎人生“变脸”的缩影吧！

我们把蛇、蝉等蜕皮现象叫蜕化，如果它们也有脸的话，不妨也是一种“变脸”吧。本来人的一生也只是换换乳牙，只为了有断奶吃肉的本领。从不曾听说有人蜕皮的。可近来却有人学会了属于蝉的“蜕化”功能，想是人们在品尝蝉肉美味的同时，把蝉的功能也一并继承了。从“人之初，性本善”变一下脸，便成了“披着人皮的狼”。

其实，不同人的“变脸”，其结果也大相径庭。记得《战国策》有“天子之怒，伏尸百万，流血千里”的话，秦王不怕老百姓的“布衣之怒”，说那不过摘帽赤脚，以头撞地罢了。有个叫唐且的便说，如果我这个士“怒”了，死去的就你我二人，流血五步，可天下都是一片孝服，不信今日咱就试试。这前前后后的“怒”，实际上就是不同人的“变脸”。

脸这个东西的变化，实际是人内心世界的反映。川戏变脸作为一种艺术，并不希望谁牵强附会许多闲话。但你挡不住人们把这种道理往好处推：老天“变脸”了成涝，地壳“变脸”了成灾，海啸“变脸”叫做海神皱眉，台风“变脸”称为风神伤风。还有，微生物“变脸”是什么样子？原子呢？中子呢？推下去就无边无际了。

《变脸》里告诉人们的真谛，每个人理解上可能有所不同，但你悟出的那一句，兴许比谁说的都好。

中国建材集团

纪念建党

86

周年

中国建材集团公司入党积极分子培训班

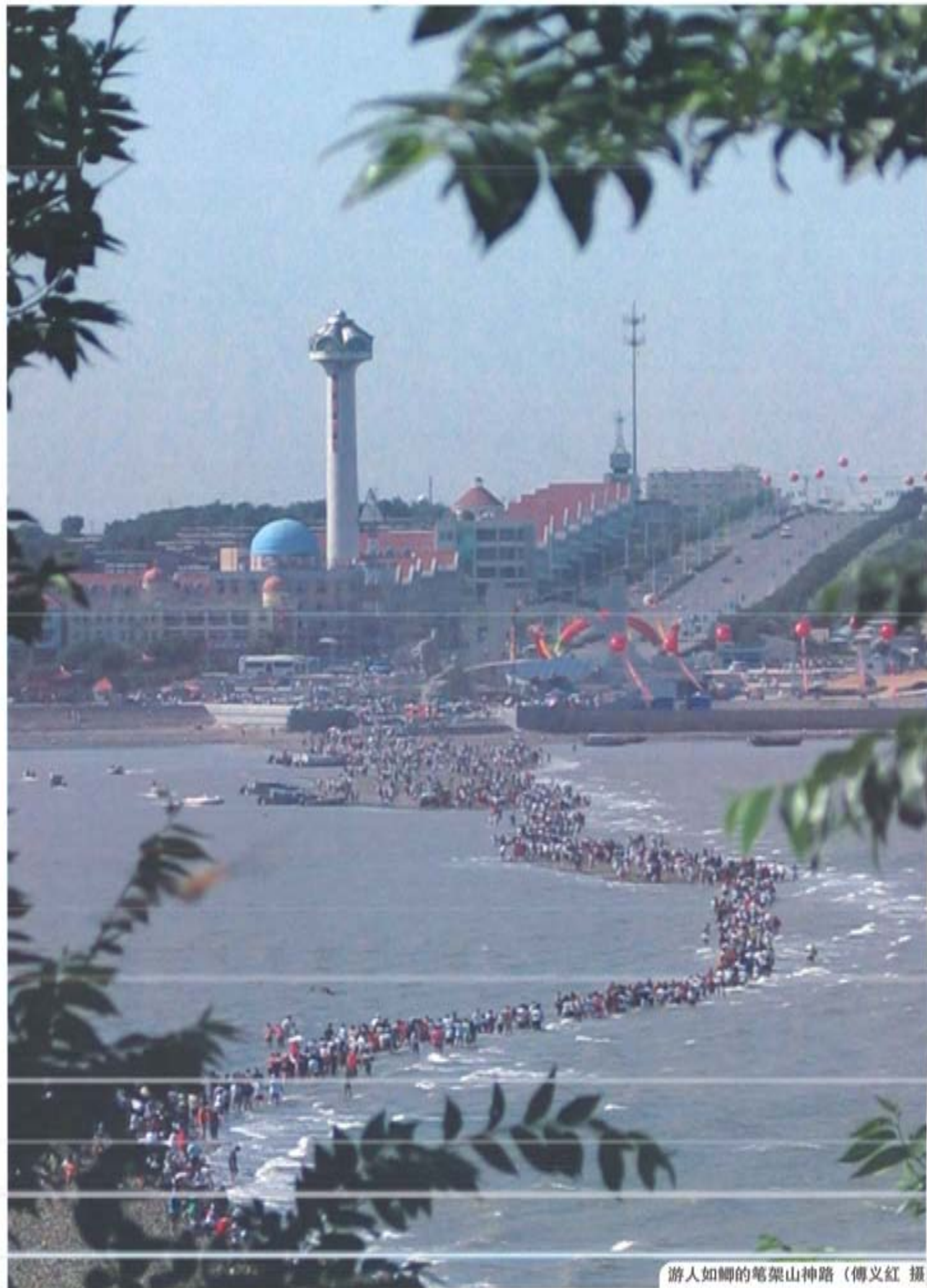


中国建材集团入党积极分子培训班



中国建材集团总部党员参观周恩来、邓颖超纪念馆





游人如鲫的笔架山神路 (傅义红 摄)