

BUILDING MATERIALS MAGAZINE

china

CNBM

中国建材通讯



中国建材集团董事会

战略与投资委员会专题会议

聚焦 中国建材香港上市五周年

- 中国建材股份是建材行业实施“由大变强、靠新出强”战略的典范
- 中国建材：一个科学发展的企业故事



庆祝

中国建材 香港上市五周年





2011年第2期 (总56期)

编委会:

主任: 宋志平

副主任: 姚燕 郝振华 许金华

编委: (按姓氏笔划为序)

干志平 卫锋 王于猛 叶迎春

田野 付延圣 邢宁 曲新

刘方勤 刘震 许金华 李志和

宋江涛 宋志平 宋春玲 宋淑英

张乃岭 张继武 张健 郑朝华

郝振华 姚文君 姚燕 崔淑红

蒋洋 熊吉文

总编: 许金华

副总编: 张继武

主编: 干志平

副主编: 宋春玲

主办单位: 中国建筑材料集团有限公司

地址: 北京市海淀区紫竹院南路2号

邮编: 100044

电话: 010-88416688转6400

传真: 010-88413388

天道酬勤

——写在中国建材香港上市 周年之际

宋志平 (1)

宋志平董事长与集团三位全国人大代表座谈 (等22篇)

本刊通讯员 (4)

中国建材被誉为央企竞争型企业发展典范

(14)

中国建材集团召开2011年反腐倡廉建设工作会议

(16)

中国建材被纳入道琼斯中国海外50指数成分股

(18)

中国建材(德州)“三新”产业园奠基

(19)

中国建材集团在武汉理工大学设立奖学金并捐建玉兰园

(20)

中国建材集团公司董事会召开战略与投资委员会专题扩大会议

(22)

中国建材集团被确认为国家级创新型企业

(23)

打造国际一流国内最大新型房屋运营商

(24)

宋志平: 要重视央企制度创新的新优势

(26)

中国建材股份是建材行业实施

“由大变强、靠新出强”战略的典范

张人为 (30)

中国建材: 一个科学发展的企业故事

——写在中国建材香港上市五周年之际

宋志平 (32)

跨越式发展的五年

——写在中国建材香港上市五周年之际

曹江林 (36)



合心合力 共铸辉煌

中国建材发展战略研讨会

2011.03.23 北京



P 30

联合的力量

- 中国建材香港上市五周年综述
- 青春在拼搏中闪耀光芒
- 记中国建材上市办感人事迹

王庆功 (41)

杨 涛 (46)

中国建材集团“十一五”期间十大科技成果

科技管理部 (48)

- 建材企业如何学台塑推进内部信息化
- 浅析如何加强和改进国有企业思想政治工作

徐 磊 (53)

唐启刚 (56)

- 烈火不熔真金 永铸共产党人本色
- 学习刘金国同志先进事迹有感

崔云龙 (59)

洛玻集团职工张爱民夫妇17年如一日精心照顾瘫痪父亲、体弱母亲

牟建昌 (60)

向祖国汇报 (音乐视频)

叶迎春 傅义红 (62)

- 封面: 中国建材集团董事会战略与投资委员会专题扩大会议
- 封二: 中国建材香港上市五周年
- 封三: 中国建筑材料集团有限公司第四届乒乓球比赛
- 封底: 小街印象



P26

宋志平: 要重视央企制度创新的新优势



P36

跨越式发展的五年



P48

中国建材集团“十一五”期间十大科技成果

■ 宋志平董事长与集团三位全国人大代表座谈

3月10日,中国建材集团董事长宋志平,总经理姚燕,党委副书记郝振华等领导与集团所属单位的三位全国人大代表进行了座谈。他们分别是南方水泥常务执行副总裁张剑星,中复神鹰碳纤维有限公司董事长张国良,合肥水泥研究设计院副院长陈章水。

宋志平表示,三位代表传达的会议精神使大家很受振奋。每年两会,胡锦涛总书记都非常关注碳纤维的发展,这给了集团上下莫大的鼓舞。三位代表积极为经济、社会的发展献计献策,积极宣传建材行业,并取得很好的成效,这是中国建材集团的骄傲。宋志平指出,中国建材集团认真践行科学发展观,积极投身到转方式调结构的社会变革中,抓住机遇、遵循规律,制定了清晰的发展战略,依靠一支执行力强的干部员工队伍,实现了稳定快速发展,成为一个千亿级的建材企业,成为建材行业的排头兵。谈到“十二五”工作目标时,宋志平指出,要把精力集中到“做强做优,提升国际竞争力,力争世界一流”上来,希望三位代表继续发挥聪明才智,带动所在单位,创造新的业绩。

座谈会上,三位代表结合各自单位情况,谈了对政府工作报告和当前热点问题的理解,重点围绕“转变经济发展方式”、“保障和改善民生”、“节能减排”、“新材料产业”、“科技创新”、“出资人收益”等内容进行了



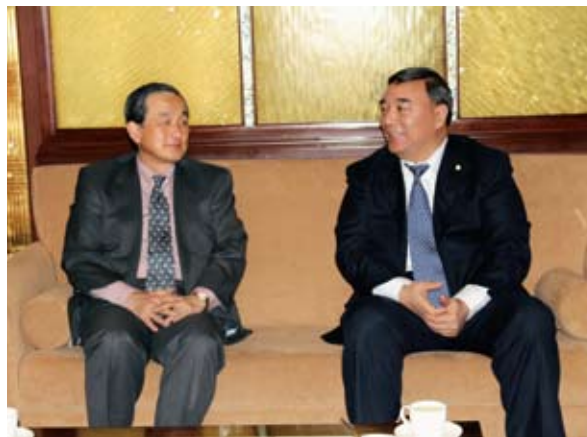
深入交流。大家一致认为,中国建材集团的发展战略符合国家宏观政策,发展机遇难得,发展前景广阔,必将为建材行业健康发展、确保国家民生目标的实现,做出新的更大的贡献。

■ 宋志平董事长与三菱商事株式会社中国代表木岛纲雄会晤

2011年3月19日,中国建材集团董事长宋志平在北京与三菱商事株式会社常务执行役員、中国总代表木岛纲雄举行会晤。

宋志平首先代表中国建材集团表达了对日本近期发生的地震、海啸及核泄漏事故造成的灾情和救援情况的密切关注,向危难中的日本民众表示真挚的慰问。在中国汶川地震的灾后重建中,中国建材集团也参加过援建工作,感同深受,相信日本人民能够坚强地战胜这场灾难。木岛纲雄对中国建材集团给予三菱商事株式会社等日本公司的慰问和关心表示由衷的谢意。

宋志平介绍了中国建材集团近期的发展情况,除水泥、玻璃等传统建材外,中国建材集团着力发展新型建材、新能源材料、新型房屋和新水源等。他表示,中国建材集团多年来与三菱商事株式会社保持了良好的合作关系,在水泥项目、新型房屋等方面有着良好的合作基础。希望



木岛纲雄总代表回国后继续关注中国建材集团的发展，继续给予帮助和支持。希望双方未来在新能源、新水源、风电叶片等业务方面有更好的合作。

木岛纲雄介绍了三菱商事株式会在成套装备、水处理方面的一些经验。他表示，要进一步加强与中国建材集团的合作，发挥双方优势，扩大合作，把项目继续进行下去。

■ 宋志平董事长出席中国建材工程与加拿大SUN LOGICS公司合作协议签署仪式

3月5日，中国建材集团董事长宋志平在上海出席了中加两国企业合作协议签署仪式，并会见了SUN LOGICS公司首席执行官Michael Matvieshen一行。根据协议，中国建材工程与加拿大SUN LOGICS公司将合资成立薄膜太阳能电池成套装备制造公司与国际工程公司，以快速推进在新能源领域的业务拓展。中国建材工程董事长彭寿与Michael Matvieshen代表双方在协议书上签字。



宋志平简要介绍了中国建材集团的基本情况，他表示，中国建材集团近年来大力发展以新型建材、新型房屋、新能源材料为代表的“三新”产业，在结构转型上迈出了坚实的步伐，取得了有效突破，去年集团营业收入突破了1300亿。SUN LOGICS作为加拿大一家太阳能工程技术公司，在太阳能工程技术方面具备技术优势。中国建材集团作为中国最大的建材央企，具备强大的制造能力，希望双方携手合作，共同开拓太阳能工程技术市场。

在会谈中，双方就未来在非晶硅薄膜太阳能电池组件生产线装备技术，以及电动汽车太阳能充电站、太阳能光电建筑一体化工程等方面的合作进行了重点洽谈，并达成合作意向。

■ 宋志平董事长会见商丘市委书记王保存一行

3月3日，中国建材集团董事长宋志平会见了来访的商丘市委书记王保存一行。

宋志平对王保存一行的来访表示欢迎。他介绍了中国建材集团、国药集团的发展情况。中国建材集团近年来大力推进水泥、玻璃的结构调整、联合重组和节能减排，大力发展新型建材、新型房屋和新能源材料的“三新”产业，取得了快速发展。2010年，集团实现营业收入1346亿元，各项业绩稳居建材行业百强首位。国药集团近两年发展迅速，业务涵盖生物制药、研发、药材以及物流配送等领域，正在建设全国医药分销骨干网络。两个集团目前在商丘分别投资了河南中联玻璃有限责任公司、现代哈森制药等企业运行良好，效益可观。宋志平感谢商丘市委、市政府对中国建材集团的关心支持。他表示，商丘投资环境良好，发展潜力巨大，希望双方加强合作，互利共赢。

王保存对中国建材集团、国药集团长期以来支持商丘的发展表示感谢。他说，建材和医药既是传统行业又是新型行业，既有传统技术又有现代技术，商丘与两大集团既有传统合作领域又有新型合作领域。他表示，商丘当前已处于转型发展、跨越发展的关键期，希望双方能进一步拓展合作空间。

■ 宋志平董事长再次入选“中国最具影响力的商界领袖”

继2009年入选“中国最具影响力的商界领袖”，中国建材集团董事长、中国医药集团董事长宋志平今年再次入选《财富》(中文版)“中国最具影响力的商界领袖”。

据了解，“中国最具影响力的商界领袖”由《财富》杂志(中文版)2005年开始评选，每年一次。它承袭了美国《财富》杂志的人物评选标准，即考察候选人是否对所在的公司、行业乃至更广泛的世界产生了重要的影响，被业内视为商界管理的最高奖项之一。2011年是《财富》杂志(中文版)在中国境内第七次发布相关榜单，基于中国经济的蓬勃发展、杰出领导者和商业奇迹不断地涌现的实际情况，一改往年只评选25人的惯例，评选方首次将榜单规模扩大，共50位“能够影响企业管理、行业格局和更广阔商业世界的杰出领导者”入选。

宋志平董事长凭借出色的管理才华和远见卓识，所管理企业的优异表现，入选2011年“中国最具影响力的商界领袖”榜单。在宋志平董事长的带领下，中国建材集团实现了营业收入与资产总额从百亿元到千亿元的历史性跨越，充分发挥了作为中央企业应有的行业影响力与带动力，为建材行业的结构调整与产业升级做出了巨大贡献。2010年中国建材集团营业收入达1346亿元，利润达66.7亿元，资产总额1458亿元，多种产品产能位居国内第一。同时作为国药集团董事长，宋志平带领国药完成了国药控股H股上市，完成了国药、中生、医工院、中出服的重组，成功构建中央企业医药健康产业平台，有力地促进了医药行业转变经济发展方式、实现健康发展。



要指示。检查中，中国建材工程董事长、蚌埠院院长彭寿从完善教育防范机制，建立“不想腐败”的教育自律体系；完善制度约束机制，建立“不许腐败”的制度防范体系；完善监督制约机制，建立“不能腐败”的监督制约体系；完善惩处机制，建立“不敢腐败”的惩处治理体系；发挥激励机制的动力作用，建立“不愿腐败”的激励保证体系方面就惩防体系建设自查情况进行了全面系统的汇报。

■ 姚燕带队检查中国建材工程、蚌埠院惩防体系建设情况



3月3日，中国建材集团总经理姚燕带队检查了中国建材工程、蚌埠院惩防体系建设情况，并就进一步加强反腐倡廉建设、保障和促进企业科学发展做出了重

姚燕对中国建材工程、蚌埠院认真落实党风廉政建设责任制，全面推进惩防体系建设，积极开展廉洁文化活动，以改革创新精神促进企业快速发展给予了充分的肯定。她指出，作为从存续企业中崛起的一个企业，蚌埠院的发展是走在院所前列，给集团公司的院所树立了一个榜样，蚌埠院的发展模式和做法值得在全集团范围内推广。姚燕重点指出，企业发展过程中要防范投资、管理、担保等方面的各类风险，尤其要不断完善惩防体系建设，防范道德风险，为企业的健康稳定发展保驾护航。随着企业摊子的铺

大,管理链条的加长,企业要增强控制风险、防范风险的意识,全方位、多角度的防范风险,保持对所属企业的控制力。最后,姚燕针对中国建材工程、蚌埠院今后的发展和惩防体系建设提出了工作要求。

■ 美国陶氏化学公司代表团访问中国建材总院

3月1日,中国建材集团总经理、中国建材总院院长姚燕会见了由美国陶氏化学公司建筑业务部副总裁 Carol Eicher女士率领的美国陶氏化学公司代表团一行。

姚燕对代表团的来访表示热烈欢迎。她向来宾介绍了中国建材总院的发展历史和现状。她表示,中国建材总院不仅是中国建材集团四大业务板块之一,还承担了国家和行业的科研开发、检验认证和标准化工作,参与国家的建材发展规划制定工作。中国建材总院和国内高校联合,共同承担了国家重大科研项目,在国内有一定地位和影响力。她指出,美国陶氏化学公司已有上百年历史,是世界500强企业,有强大的技术、产品、市场开发优势,在建材方面也制定了很好的发展计划,希望利用双方的优势,开展多方面、深层次的合作,实现共赢。

Carol Eicher女士表示,陶氏化学近几年大力拓展包括中国在内的亚太地区的市场和业务,2008年公司高管就访问过总院,受到姚燕院



长亲切会见。她希望双方的合作关系能够继续保持下去,并祝愿中国建材总院取得更大发展。

■ 中国建材集团举办2011年度入党积极分子培训班

4月9~11日,中国建材集团举办了2011年度入党积极分子培训班。国务院国资委直属机关党委副书记曾坚出席开班式并作报告,集团公司党委副书记郝振华出席并做动员讲话。集团公司党群工作部主任叶迎春主持开班式。112名在京单位入党积极分子参加了培训。

曾坚作了题为《争做合格党员为公司全面发展作出新的更大贡献》的专题报告。他对集团近年来快速发展取得的显著业绩给予了高度评价;对集团党建工作给予了充分肯定,认为集团党建工作、群众工作走在了央企前列;集团创先争优活动和学习型党组织建设蓬勃开展,多次被中央企业创先争优活动简报刊用;在抗震救灾、利比亚撤离等急难险重任务中,党组织和共产党员发挥了战斗堡垒作用和先锋模范作用,一大批先进集体和优秀个人得到中央和省部级以上表彰奖励,集团党建工作成效显著。

他的报告围绕怎样做一名合格的共产党员和深入开展创先争优活动两个方面展开。他指出,一、要充分认识到新时期争做合格共产党员的现实意义;二、要通过学习求知,勇于实践,自我解剖、自我约束、自觉坚持等途径增强党性修养;三、要在养党性、修品行、作表率上严格要求自己,争取早日成为一个新时期合格的共产党员。

郝振华在动员讲话中提出三点要求,一、要明确学习目的,端正学习态度;二、要提高思想认识,端正入党动机;三、要加强党性修养,争取早日入党。他希望入党积极分子以此次培训为契机,进一步提升自我,努力实现“六个具备”:具

备深厚的政治理论基础；具备优秀的工作业绩；具备严谨的工作作风；具备做好社会工作和群众工作的能力；具备良好的形象；具备高尚的奉献精神。他特别提出，作为入党积极分子，既要胸怀大志，坚定共产主义信念，更要立足本职，爱岗敬业，精益求精地做好本职工作，创造出比普通群众更好的工作业绩，在创先争优活动中用优异的成绩来证明自己的先进和优秀，争取早日加入中国共产党。

培训班上，入党积极分子学习了《郭明义先进事迹报告会》和《奋斗艰辛，奠基立业（庆祝建党90周年专辑）》党史专题片。培训班组织参观了狼牙山五勇士陈列馆、纪念馆，近距离学习了五勇士的英雄事迹，接受了一次深刻生动的党性教育。大家一致表示，今后一定要以狼牙山五壮士为榜样，继承和弘扬他们信念坚定、英勇无畏、勇于献身的革命精神，立足本职岗位，实践党的宗旨，争创一流业绩，争取早日成为一名合格的共产党员。

■ 中国建材集团西安建筑科技大学2011应届生专场招聘会

3月14日，中国建材集团西安建筑科技大学2011届应届生专场招聘会在西安建筑科技大学大学生活动中心成功举行。集团所属13家单位参加了本次招聘，集团公司党委副书记郝振华亲临现场指导工作。

本次招聘会，是落实集团公司与西安建筑科技大学战略合作内容的重



要活动之一，集团公司所属13家单位共提供了342个面向应届生的岗位，吸引了包括西安建筑科技大学、西安交通大学、西北工业大学、长安大学等西安地区多家高校的千余名学生参会。经过现场接收简历、初步筛选、专业笔试和面试，南方水泥、杭州院、秦皇岛院等企业与多名应届生确认了就业意向并签订了就业协议书。本次招聘充分体现了中国建材集团在西部地区高校中的影响力和感召力，扩大了中国建材品牌在西部地区的知名度。

西安建筑科技大学作为国内建筑、建材行业的知名重点高校，多年来一直与集团保持了良好的合作关系，随着双方战略合作协议的签署，将在人才培养、科技研发等方面交流不断加强，校企合作的内容和层次进一步提升。

集团公司党委副书记郝振华亲临现场指导校园招聘工作。他指出，随着集团的持续快速发展，加强人才队伍建设，从应届大学生中选拔、补充优秀人才到中国建材集团的人才队伍，对于提升集团可持续发展能力和竞争力意义深远；集团公司各单位要充分利用好中国建材的品牌优势和在大学生中的影响力，以已有的武汉、南京、西安招聘为基础，着力打造校园招聘和校企合作的精品项目。

郝振华一行还拜会了中国工程院院士、西安建筑科技大学校长徐德龙，就进一步落实战略合作协议，提升校企合作水平进行了广泛深入交流。

■ 中国建材集团接收首批河北省赤城县挂职干部

3月8日，中国建材集团党委副书记郝振华在集团公司会见了河北省赤城县来我集团公司挂职的3名干部及赤城县常委、组织部长杨春霞和赤城县副县长李春坡等一行6人。人力资源部总经理王于猛、党群工作部主任叶迎春及挂职企业的人力资源部负责人一同参加了座谈。

挂职干部分别是赤城县绿色有机蔬菜及观光农业基地副主任、田家窑镇镇长李继章，到中国复合材料集团有限公司挂职；赤城县新兴产业示范园区副主任、独石口镇镇长孟永峰，到合肥水泥研究设计院挂职；赤城县新兴产业示范园区副主任、龙关镇镇长谢春力，到蚌埠玻璃工业设计研究院挂职，挂职时

间为期半年。

干部挂职交流，是中国建材集团进一步贯彻落实国资委、集团公司领导要求，促进企业内外部人员多向交流的重要举措。同时，通过干部挂职交流活动，也为集团所属企业提供了学习地方先进管理经验的机会，对推动和提升企业管理工作有积极的促进作用。

■ 国务院国资委刘南昌局长一行到南阳中联考察调研

3月11日，国务院国资委综合局局长刘南昌一行，在中国建材集团副总经理刘宝瑛，中国联合水泥副总经理田野、任振河，中国联合水泥南阳分公司总经理刘天成等的陪同下到南阳中联调研指导工作。刘南昌一行首先实地察看了生产现场、余热发电厂，随后听取了南阳中联的工作汇报。

任振河向刘南昌一行做了工作汇报。他详细介绍了南阳中联的发展历程、“十一五”期间节能减排和生产经营目标的完成情况以及“十二五”期间节能减排和技术创新方面的设想。



刘南昌认真听取了工作汇报，同时详细询问了企业节能减排、原材料进厂和质量控制等情况，高度评价了南阳中联在节能减排和现场管理方面取得的成绩。他指出，南阳中联在节能减排、资源综合利用和环境保护方面取得了可喜的成绩，特别是开展了CDM项目，用市场化手法解决节能减排问题；在业绩考核方面进行了大量探索，形成了一套行之有效的考核办法，并在企业发挥了很好的作用。

最后，刘南昌还从建设一流水泥企业的高度向南阳中联提出了希望和要求：一是要继续在节能减排方面做系统研究，加强技术革新，加大资金投入，加快人才储备，争取在“十一五”节能减排成果的基础上，持续拓宽思路，发掘潜力，为“十二五”规划的节能减排任务再献力量；二是要继续提高企业生产效率，争取

企业的生产经营水平再上新台阶，努力把南阳中联打造成为中国一流的水泥企业。

■ 中国建材集团公司工会认真落实中央企业群众工作会议精神

3月4日，中国建材集团公司工会召开了工会一届二次全委（扩大）会，传达落实中央企业群众工作会议精神，总结2010年、布置2011年集团工会工作。集团工会委员会全体委员、在京单位工会主席和工会负责人参加了会议。会议由工会主席熊吉文主持。

首先，工会副主席叶迎春传达了日前国资委召开的中央企业群众工作会议精神。全体与会人员认真学习了国资委主任、党委书记王勇对中央企业群众工作会议的重要批示，学习了国资委副主任黄丹华在中央企业群众工作会议上的讲话，结合集团工会工作实际进行了讨论。叶迎春还传达了国资委关于稳定工作会议的精神和有关要求，对集团公司当前的维护稳定做好群众工作有关事项进行了安排和部署。

随后，熊吉文传达了国资委“党群共建、创先争优”经验交流会精神，对党群共建工作中加强工会建设开展创先争优活动提出了意见建议。

熊吉文向委员们报告了集团工会2010年的5项主要工作和取得的成绩。他指出，2010年集团工会在集团公司党委的领导下，在全体会员的大力

支持配合下,认真贯彻党的十七大和十七届四中、五中全会精神,贯彻中华全国总工会、国资委和中国机冶建材工会的指示,贯彻集团公司2010年工作会议精神,以集团公司实现“双千亿”的生产经营任务为目标,以职工队伍建设为重点,以职代会建设为载体,开展系列活动,深入推进创先争优、班组建设、职工民主管理、员工关爱等工作,充分发挥工会组织优势,为实现集团公司科学发展和年度工作目标努力工作,取得了较好的成绩。特别是在加强职代会建设开创职工民主管理新局面、维护职工合法权益、保持职工队伍的稳定、劳模和先进集体的推荐评比表彰、职工技术革新、活跃职工文化生活和企业文化建设等方面工作成绩显著,得到了上级肯定和表扬。集团所属各企业工会2010年按照集团工会的安排,结合自身的实际创造性地开展了工作,取得了良好的成绩,为集团的改革发展做出了重要贡献。

会议讨论了集团工会2011年工作要点,按照中央企业群众工作会议精神,结合集团实际,决定2011年集团工会要做好5个方面18项工作,其中重点要抓好充分发挥职工在生产经营中主力军作用,为推动集团科学发展做贡献;大力推动实现“两个普遍”(普遍建立工会,普遍开展工资集体协商),加强民主管理,维护职工合法权益,维护企业稳定;建立集团公司职工帮扶体系等工作。

全委会最后讨论审批了中建材进出口工会、职代会换届选举有关事项。

■ “绿色制造技术和关键装备的研究”重大项目通过国家科技部组织的专家验收



3月10日,科技部高新司在北京召开了由中国机械工业联合会和中国建材集团共同组织实施的“十一·五”国家科技支撑计划“绿色制造关键技术与装备”重大项目验收会议。

科技部副部长曹健林,科技部高新司副司长胡世辉,科技部条财司、计划司以及高新司材料处、自动化处的相关负责人,中国机械联合会常务副会长薛一

平,中国建材集团总经理姚燕出席了会议。验收专家组由13名机械、建材、财务专家组成,组长为胡正寰院士。

曹健林副部长对项目的设立和圆满完成给予了高度评价。他认为项目对我国机械和建材行业的绿色制造技术的开发意义非常深远,并对项目在研究、示范工程、成果推广和组织管理方面给予了充分肯定。同时也对项目验收后的后续工作提出了要求:认真总结本项目在研究和管理方面的经验,要高度重视科技成果的推广,进一步加强项目成果的示范推广工作。他强调项目验收只是“开了一个好头,还仅仅是个开始,要继续做下去”。

因项目分机械和建材两个相对独立的行业,建材部分的组织管理工作由中国建材集团承担。专家组在听取了项目总体汇报和质询后,对于该项目有关建材部分研究工作形成了一致意见:“绿色制造技术和关键装备的研究”项目通过开展水泥、玻璃、建筑陶瓷及烧结墙体材料等建筑材料绿色制造工艺技术以及绿色制造共性技术等方面的研究,攻克了一批绿色制造关键技术,开发了一批具有自主知识产权的典型工艺和重点装备,并进行了示范应用,为建材行业部分产品降低资源消耗、减少环境污染和培育节能环保新兴产业提供了重要技术支撑。项目在大型玻璃熔窑全氧燃烧等关键技术取得了突破性进展,自主开发了大型水泥节能粉磨、湿法生产薄型陶瓷砖、节能环保型烧结墙体材料等绿色制造关键设备,研究成果具有创新

性。研究成果已在建材行业得到示范和推广应用,建成了600吨/日全氧燃烧浮法玻璃熔窑、5000吨/日新型干法水泥、100万m²湿法成形薄型陶瓷砖(板)、年产8000万块(折标砖)烧结保温砌块等示范生产线和示范基地32个,取得了显著的节能减排效果和经济效益,为行业的绿色制造发展提供了关键技术支撑和工业化示范。

“绿色制造技术和关键装备的研究”项目是在国家“十一五”初期,科技部经过充分论证而设立的重大项目。建材这一传统产业在国家“十一五”科技支撑计划中能取得如此多的科研课题实属不易,该项目也是建材行业有史以来支持力度最大的一个项目。该项目总经费投入4.91亿元,其中专项经费1.36亿元,自筹经费3.55亿元,该项目的29个课题已通过财务验收。

该项目(建材部分)立项过程历时2年,2005年初,由中国建筑材料科学总院向各研究院所及大专院校征集立项建议,并依据《国家第十一个五年规划纲要》、《国家中长期科技发展纲要》的精神和具体要求,结合建筑材料行业存在的突出问题对项目的各方面立项建议进行了凝练,反复推敲,征求各方面领导及专家意见,提出了《建筑材料绿色制造与性能优化》立项建议书。之后,经过多次不同层次的专家咨询和论证,2006年8月项目可行性研究报告通过科技部组织的专家论证。期间得到了科技部、中国建材联合会领导及建材行业科技教育委员

会老专家、建材行业科研院所和企业的大力支持。

“绿色制造关键技术与装备”项目有关建材部分的课题共有7项。课题牵头单位包括中国建筑材料科学研究总院、合肥水泥研究设计院、蚌埠玻璃工业设计研究院、秦皇岛玻璃工业设计研究院、咸阳陶瓷研究设计院、西安墙体材料研究设计院等,参与研究、示范和推广应用的单位达100多家。

该项目(建材部分)主要针对建筑材料行业中水泥、混凝土、玻璃、建筑陶瓷、墙体材料产业中具有重大节能减排效益的关键技术和装备以及绿色制造共性关键技术开展研究。该项目(建材部分)开发出一批具有自主知识产权的绿色制造工艺和重点装备,形成建筑材料行业绿色制造技术体系和自主创新能力,为建材行业降低资源和能源消耗、减少环境污染提供技术支撑。

项目(建材部分)所属课题在研究和实施期间已经通过技术转让、技术服务、设计承包等形式直接、间接的产生了一定的经济效益。据不完全统计,项目承担单位通过成果转化或技术转让情况及获得的直接经济收益将达到5000万元左右。项目研发的新技术、新产品已大量应用于国家重大工程建设或重大装备开发中,必将在国家的节能减排、余热发电、建筑节能工程、交通基础设施建设方面发挥越来越大的作用。

■ 国家“十一五”科技支撑计划重点项目“环境友好型建筑材料与产品研究开发”所属课题顺利通过验收

2011年3月21-23日,国家“十一五”科技支撑计划重点项目“环境友好型建筑材料与产品研究开发”(2006BAJ02B00)所属8个课题在北京全部通过住房城乡建设部建筑节能与科技司组织的专家验收。验收专家委员会认为,项目所属课题全面完成计划任务书所规定的目标任务,同意通过课题验收。验收会由建筑节能与科技司张福麟处长主持。

受住房城乡建设部建筑节能与科技司委托,该项目管理办公室挂靠在中国建材集团,姚燕总经理为项目管理办公室主任。集团公司所属中国建材总院、西安院、北新建材承担了其中的4个课题。

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、环保型装饰装修材料、建筑垃圾再生产品、典型地区用建筑外窗系统、复合楼板体系、海砂在建设工程中应用关键技术及产品以及绿色建材产品标准、评价技术和认证体系等,为满足我国城镇化与城市发展的需求提供降低矿产资源消耗、节能、减轻环境负荷、产品性能优异的环境友好型建筑材料与系列产品。

验收委员会建议,项目各课题要系统总结已取得的技术成果,提出下一步需要继续开发的技术和产品;政府部门应继续组织和支 持课题成果的继续开发与完善,保持研发团队,使环境友好型建筑材料与产品研究开发成果为建筑节能做出更大的贡献。

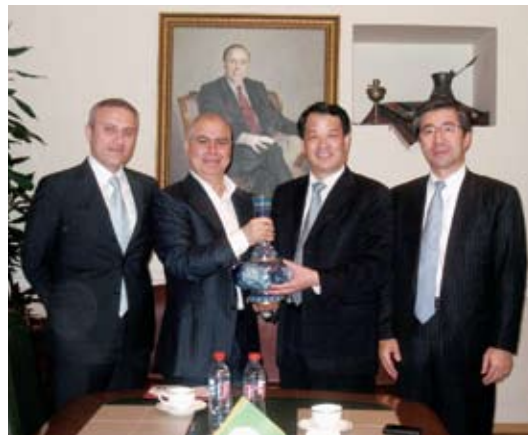
中国建材总院科技人员首次入选北京市科技新星计划

3月8日,从北京市科委传来喜讯,中国建筑材料检验认证中心有限公司刘正权成功入选2010年“北京市科技新星计划”,这是中国建材总院科技人员第一次入选该项人才培养计划。

北京市科技新星计划是由北京市财政经费支持、北京市科学技术委员会组织实施的科技人才培养计划,该计划面向在京高等院校、科研院所和企事业单位的中青年科技工作者,旨在选拔一批优秀的青年科技骨干,以项目为依托开展科研工作,不断提高科技水平和管理能力,培养造就一批思想政治素质高、具有创新精神的青年科技带头人和科技管理专家,逐步形成青年科技专家群体。

2010年度,北京市科委从各高等院校、中科院以及其他科研院所和企事业单位各行业共评出120名科技新星。作为建材行业的唯一代表,刘正权凭借丰富的科研经历和积极的创新精神,通过多轮专家评审和答辩,最终获得该项称号和项目经费资助28万元。

中国建材工程承建高加索地区最大水泥厂



中国建材工程与阿塞拜疆标准公司3月1日在巴库签署建设高加索地区最大水泥厂的工程承包合同。中国建材工程董事长彭寿代表公司在合同上签字。

由中国建材工程承建的新水泥厂位于巴库市,计划于2013年建成投产,工厂未来每天可生产水泥熟料5000吨,年产水泥200万吨,产能还将不断扩大。届时阿塞拜疆将从水泥进口国转变为出口国,潜在市场包括周边的格鲁吉亚、俄罗斯、土库曼斯坦等国。

作为重要基础设施项目,该水泥厂将在阿塞拜疆经济发展中发挥重要作用,每年可为阿塞拜疆节约水泥进口资金1.5亿美元。此外,该厂建成后将解决400人就业,并将在相关的化工、运输、燃料等行业创造2500个就业机会。

目前,阿塞拜疆全国仅有一座年产130万吨的水泥厂,每年需进口水泥200万吨左右。

北新集团总经理崔丽君荣获全国三八红旗手荣誉称号



3月7日,创先争优巾帼建功全国三八红旗手(集体)表彰大会在北京人民大会堂隆重举行。北新集团总经理崔丽君作为国资委系统评选出的全国三八红旗手参加会议。

全国三八红旗手是中华全国妇女联合会为表彰先进、树立榜样,引导和激励广大妇女以更加饱满的工作热情和昂扬的精神状态为建设社会主义国家大展英姿、建功立业而设立的荣誉称号。本年度全国共评选出334位全国三八红旗手,中央国家机关(含国资委)系统仅有21位女同志获此殊荣。

■ 中复连众制作的全球容积最大的5000立方米玻璃钢盐酸储罐竣工

近日,由中国复材旗下的中复连众复合材料集团有限公司(下称“中复连众”)承揽加工制作的2台5000立方米、1台3000立方米玻璃钢盐酸储罐竣工并交付使用。储罐直径均为20米,其中前两者是目前全球单台容积最大的玻璃钢盐酸储罐。



2010年3月,中复连众成功竞标湖北宜昌上述玻璃钢盐酸储罐项目。该项目存在罐体直径大、罐顶易变形、罐身高、罐内液体压力大的难点,并且内部为高腐蚀性盐酸介质,制作难度空前,在国内甚至全球并无案例可参考。为确保项目的成功实施,业主选择处于行业领先地位的中复连众来承担此工程。中复连众充分发挥卓越的自主创新能力,完成了多项技术攻关,通过改进缠绕设备、使用新型材料、内部采用多点支撑、优化施工工艺等方法,克服施工难点,成功完成储罐制作。从工程设计到工程竣工交付仅仅用了6个月时间。

该项目的成功实施,充分体现了中复连众在复合材料行业的领先地位,也实现了中国复合材料行业储罐制作的大飞跃,树立了中国复合材料行业新的里程碑。

■ 中国建材集团荣获2010年度机要交换站“优秀交换集体”、卢洪、徐波涛获“优秀交换员”称号

2010年度中国建材集团荣获中央国家机关机要交换站、国资委中央企业机要文件交换站“优秀交换集体”称号;集团卢洪、徐波涛同志荣获机要文件交换“优秀交换员”称号。

■ 洛玻集团超薄玻璃获得河南省“十一五”优秀重大科技专项奖

日前,河南省政府授予洛玻集团超薄玻璃浮法生产线设备和工艺项目“十一五”优秀重大科技专项称号。

该项目实现了我国浮法玻璃产品及技术由传统领域向电子领域的跨越,完成了产品技术和产业结构的升级,实现了“洛阳浮法玻璃工艺”的又一次重大突破,形成了具有完全自主知识产权的超薄浮法玻璃整套技术,使中国玻璃工业在高端领域

达到国际领先水平,打破了国外的技术垄断,极大地推进了玻璃行业的技术进步,也促进了我国电子行业的快速发展,具有较高的市场占有率,取得了显著的社会效益和经济效益。

■ 北新集团被评为“中国建材3.15消费者信得过单位”

为认真贯彻落实《消费者权益保护法》、《产品质量法》,倡导企业重视质量、服务、信誉,建立良好的市场信誉机制,切实维护消费者的合法权益,在3.15国际消费者权益日,全国高科技建筑材料产业化委员会、高新技术企业推广委员会举行了“中国建材3.15质量、服务、信誉三优——维护消费者合法权益诚信单位”评选活动。

活动中,北新集团荣获“中国建材3.15消费者信得过单位”,“欧松生态板”、“欧松吸音板”被推选为“中国建材3.15消费者首选品牌”。

■ 锡林浩特中联首次中标大型铁路工程

日前,在锡林浩特市改建正蓝旗至多伦大型铁路工程水泥招标中,凭借中联水泥品牌及质量优势,锡林浩特中联营销公司一举中标。此次中标是锡林浩特中联投产运营以来在大型工程方面的首度中标,也是继内蒙古运营管理区成立以来在营销工作方面的开门红,为2011年的营销工作打下了良好的基础,开拓了新的局面。

国 五 国 国 国
展 斯 业 国
业
会 捐 国
国 捐
会 谈
展 业
国 业
业 莫 国
业
会
国 德
业 业 三 德
业 德 捐

中国建材集团召开 2011年反腐倡廉建设工作会议

强调加强反腐倡廉建设 为集团公司做强做优提供有力保障



中国建材被纳入 道琼斯中国海外50指数成分股



中国建材(德州) “三新”产业园奠基



中国建材集团在武汉理工大学 设立奖学金并捐建玉兰园

进一步增进双方友谊, 树立建材行业校企合作典范





中国建材集团公司董事会召开 战略与投资委员会专题扩大会议



国

家

国

业

谈

国

三

德

中国建材集团新型房屋2011年工作会议暨“十二五”规划恳谈会提出

打造国际一流 国内最大新型房屋运营商



会

资
业
会
议
汉

会
典

谈

会
国
公

捐
公

会

业

家

会

会

业

团

捐

立

业

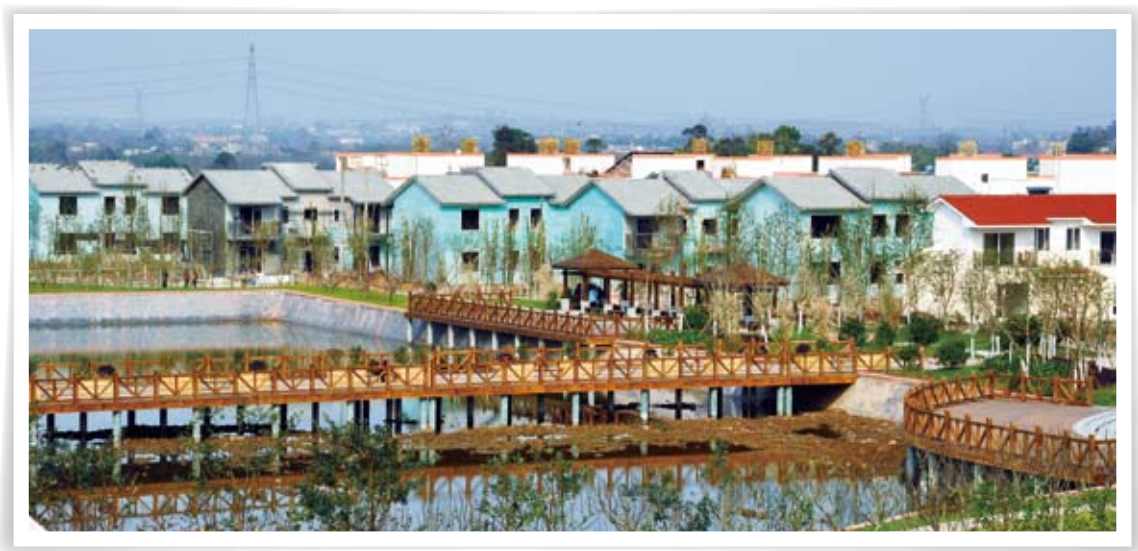
国
业

兰

国

公

公





宋志平： 要重视央企制度创新的新优势

央企是为国为民赢利，不是与民争利

北京早春的午后，阳光淡淡地洒在北京紫竹院公园对面一座只有五层的小楼上。在一间不大的办公室里，记者与宋志平见面了。

面前的宋志平始终微笑着，温和、儒雅、低调，仿佛是一位邻家长者。

“我同意接受采访，是因为我有话想说”，宋志平开门见山的一句话，让记者屏住了呼吸。

宋志平说，“你们此前曾经发来过采访提纲，十分关心央企存在的合理性、央企与民企关系的问题。对于这个话题，社会上有不少误解。我做央企负责人近10年了，作为一些事件的亲身经历者，有必要根据自己的经

历、认识和体会，说一点看法，求得社会的理解。”

央企与民企的关系，是记者近年来一直关注的焦点之一。宋志平所在的中国建材集团就是联合重组民企的重要企业之一，近年来，集团将数百家民企囊入旗下。是否存在垄断嫌疑？是否限制了行业里的竞争和创新？是否在兼并重组过程中采用了不公平的措施？这些问号萦绕在记者心头。宋志平的回答不绕圈子，直向目标。

宋志平说，从实践来看，央企不但不是所谓的与民争利者，反而是“为民赢利”者。联合重组是行业发展的必然规律，央企不做，外企、跨国公司也要做，央企和

民营企业联合重组是一个优势互补、共同发展的过程，不是谁吃掉谁。他向记者讲述了下面一些事实：

——联合重组是为了大家共同的活路，为了优化行业的资源配置。近年来，我国建材行业中水泥、玻璃等领域出现了产能严重过剩的局面，无论是国企还是民企，上万家企业为了生存，竞相压价，有的甚至靠降低质量、牺牲环境来求得生存。行业呼唤着进行适度集中，客观来讲，与地方国企和民营企业相比，央企在资源整合方面有一定的优势，所以中国建材这几年的发展就搭上了联合重组这班船。

“盘活存量，不会增加新的产能，又给行业注入了新的活力，国家欢迎、民企欢迎、央企也受益；中国建材集团虽然已发展成为世界最大的建材企业之一，但拿水泥来讲，国内市场占有率却不超15%，因而形不成垄断。现在建材行业内大家逐步认识到，集中度低、低水平竞争，是不可能实现质量的提升和产业的升级的，受损的是广大消费者，是国家的资源和环境，最终当然也包括企业自己。”宋志平说。

“捆绑不成夫妻”，中国建材集团重组民营企业都是建立在自愿基础上。我们常讲，央企的实力加上民营企业的活力就是企业的竞争力。为了发挥央企与民企两方面的积极性，中国建材联合重组的民企，一般都在新企业中保留30%的股份；同时，多数原来企业的负责人继续担任新企业的管理者，成为规范治理企业中的职业经理人。民企的资本得以保全和升值，民企的活力机制继续在发挥作用。中国建材成员企业有数百家，其中有半数企业实际上是由民营企业转型过来的职业经理人在管理着。由于联合重组后的市场效应和管理整

合，这些成员企业和企业家进入中国建材以后，自身资本的价值不是小了而是大了、挣的不是低了而是高了，这是实实在在的实惠。

通过联合重组、资本运营，中国建材目前60%的权益是属于社会投资者和广大股民的。宋志平说，“所谓与民争利，是指企业把利润都抢到自己手里，让消费者或者其他企业无利可图，就中国建材来说，实际情况恰恰相反。首先，我们向市场提供了更高质量、更符合环保要求的产品，产品价格也是十分理性的，有的产品还在不断降价，消费者从我们的做大做强中得到了实惠；其次，我们通过让民企‘带枪参加革命’，再通过后来的上市筹资，目前我们每年创造的利润中，属于国家的权益约40%，属于社会投资者和股民的权益是60%。从原来的100%利润归国家所有，到现在60%的利润是社会所有，这是实实在在的为民赢利。我们央企联合重组，实际上扮演的是一个资源整合者的角色，我们不过是牵头把大家各自想做、又没有能力做的事做起来，我们企业发展了，消费者和民企也得到了实惠，这是大家共生、多赢的发展模式。”

宋志平说，上述事实充分表明，对于诸如中国建材这样大规模联合重组民企的央企来说，不存在所谓的与民争利、垄断、限制行业活力等问题，相反却提高了行业的科技水平，调整了行业产业结构，减轻了国家资源和环境压力，也给消费者和民企自身带来了实惠。

“有调查研究才有发言权，有些人对央企的实际情况并不很了解，习惯用旧的观点、老思路推断央企的行为。这就有必要做更多的沟通和宣传工作，让大家走近央企，了解央企，支持央企。”宋志平说。

央企既是特殊企业，也是一般企业，多数央企挣的也是辛苦钱

“通过这几年的努力，央企确实做大做强了，对此是有目共睹的。但是，一些人认为央企在发展过程中占用了大量的国有资产和其他资源，得到了国家贷款、市场资源、税收、市场准入等方面的特殊优惠，与民企的竞争是不公平的。对于这个问题，您如何看待？”记者将这个问题抛给了宋志平。

宋志平坦诚地说，在一些关系国计民生的行业里，为了国家经济安全，确实央企发挥着主导作用，但这些行业的央企的定价权在国家手里，并不在央

企自身。大多数央企挣的是老老实实的辛苦钱。

首先，从占用资源来说，如果说早些年还有优惠划转矿产、土地等资源给央企，给央企吃偏饭的情况，现在这种现象几乎已经绝迹了。无论是央企还是民企，得到资源都是市场化的按程序履行、缴纳资源费用，实际上央企往往做的更规范。央企对所占用的资源的利用程度更高，对环境保护也更注重。

其次，从信贷优惠来说，天下没有随意给央企放款的傻银行，国企搞不好了，照样拿不到贷款、照样被



银行封门。9年前，我刚到中国建材的时候，就亲身经历过企业被银行贴封条的事情。现在银行愿意给中国建材这样的国企贷款，最重要的是两个原因，一是国企讲信用，账目和信用状况是透明的，银行贷款风险小；另一个就是国企经营状况确实改善了。有些人以为，央企贷款是国家信用，如果还贷不成最后要由国家，也就是全体百姓买单。其实这种认识是不全面的。任何类型的企业出了问题、倒闭了，都会对社会造成负面影响。

现在我国民营和中小企业贷款难，主要问题一是个别民营企业自身经营不规范，银行对之不信任；再就是我国现有银行制度主要是为大中型企业服务的，为中小型企业服务的中小银行数目太少，这是我国金融体系要进一步健全的事情。据我所知，那些大型健康民营企业的贷款，大都没有问题。民企贷款难，与所有制问题没有必然的联系，不应把这顶帽子戴到央企头上。

再者，从市场准入等方面的优惠来说，虽然这种现象在一些国家主导行业领域中存在，但现在大多数央企面临的问题不是不让民企市场准入，而是对央企业务范围的“限入”。从国务院国资委组建之日起，就要求所有央企要集中主业，清理与主业无关的业务。所以央企大多是专业化公司，没有民营企业的自由性，更不能从事投机性业务。至于大家广泛关心的央企投资房地产的问题，其实，央企中大多建

设单位有房地产业务，建设单位从事国家的像青藏铁路等一些重要建设，不仅辛苦，而且利润很薄，做一点房地产弥补一些效益。大家看到，这次从利比亚撤回的3万多人中，大部分是央企的职工，这也可以看出央企在走出去的过程中起到的中坚作用和处境的艰难。至于地价与房价，则显然主要是供给与需求之间的矛盾造成的，不应该把央企扯进去。

宋志平说，在谈到国企优势的时候，不得不提到一个十分重要的问题，那就是市场对国企规范经营的认可。现代市场经济，口碑和信用就是效益，就是核心竞争力。由于严格制度约束，我国绝大多数国企都是守法经营的，创造了产品质量方面的“国家信誉”，得到了消费者的认可，是消费者“用脚投票”，帮助央企做大做强。央企扎扎实实经营，得到一些回报也是正常的。

“还有一个问题，就是有些人认为央企盈利中，给国家分红太少，没有给国家做贡献，你怎么看这个问题？”记者问。

宋志平说，拿中国建材来说，去年销售收入超过1300亿元，向国家缴税85.8亿元，为国家做了实实在在的贡献；至于向国家缴纳利润，企业是按照国家标准执行，缴多少，企业并没有怨言。从企业角度来说，资金留在企业可以充实资本金，有利企业更快更好发展；但是无论多交一些还是多留一些，都是由国家分配的财富，都会造福于全体人民，不会流失。

此央企非彼国企，要重视“新央企”的制度优势

宋志平说，上述情况表明，无论是国企还是民企，都有制度是否规范、管理是否科学、创新能力是否先进的问题。改革开放初期，民企具有显然的制度优势，那时不少国企交给了民企。近年来，国企在制度创新方面锐意进取，取得了显著的成绩，尤其是央企在建立规范的制度方面，已经具有优势。

“这么说，您认为央企重组民企，原因之一是央企近年来赢得了制度优势？”记者问。

“是的。”宋志平答道，“我们纵观世界企业治理结构，对于大企业来说，出资人直接管理企业的，寥寥无几，大都是委托-代理式的管理模式。这种模式的核心问题，就是建立规范的激励与约束机制。谁这个机制建立得好，谁就有制度优势。这与所有制问

题之间的关系越来越淡薄。”

就我国央企来说，近年来，央企建立了外部董事为主的董事会试点工作，形成了“国资委—央企董事会—央企经理层—全体职工”的清晰的委托代理模式，每个层级各司其职、相互制约、相互协作。这就是“新央企”，是一种完全不同于过去行政管理式国企治理结构的新的制度模式。这是世界上很多大型企业采用的模式，被事实证明是行之有效的。我国民企在快速发展过程中，多数还没有形成规范的治理结构，常常是靠血缘关系维系的家族式控制，管理不是很透明，当然这些也会通过时间逐渐完善。”前年，我去瑞士参观欧洲的大型水泥企业豪西姆公司。它是一个家族企业，11名董事都是外部董事，且董事



局主席和CEO也都是外部职业经理人。而我国民营企业要做到这一点,肯定还需要一段时间。”

“既然您认为央企治理先进,是否真的要国进民退?”记者接着问。

宋志平说,我国现行的经济政策中,是鼓励国企和民企并行的。“我希望继续维持这种格局,央企大多是巨型企业,为民企提供大量外包服务的机会。央企和民企是同一个产业链上的不同部分,把央企和民企对立起来,对央企和民企都是有害的,也不符合市场的实际情况。”

宋志平认为,在社会上比较繁荣的时期,可以让民企发挥更多的作用。在社会特殊时期,或者经济结构调整任务比较繁重的时期,则需要发挥国企的主导作用。最近,国务院国资委邵宁副主任说,国资委已经有明确思路,央企今后都要成为上市公司。通过资本市场,形成资本能进能出、国有资本进行充分流动的公众公司。

我主张“央企市营”,就是说要用市场的办法来管理央企,用市场经济的手段来解决市场经济的问题,央企是按市场机制来运行,那么即使央企再强大,也不会影响市场化的性质。

“未来有没有可能,像中国建材这样的企业帝国也整体成为公众化的上市公司?”记者问。

是的,央企正在走向整体公众化上市。其实民企做大了,大多数也要上市公众化,自己所占有的股本越来越稀释,这是殊途同归,是企业现代化、公司化发展的必然结果。因而在这种大趋势下,去过多议论国企、民企已经没有太多实际意义。

现在社会上有一些人认为“央企由于不是自己的,不会搞好的”,这种认识缺乏对现代公司制本质的理解和认识,希望大家多了解央企现在的公司制度与管理模式。另外,现在新国企与旧国企区别很大,不要用符号式的眼光看待今天的央企,宋志平补充说。

央企与民企要共享未来10年建材业黄金时期

近期,国家和各地都出台了严厉的控制房地产价格过快上涨的政策,这对上游的建材行业来说,会不会有影响?央企与民企如何把握未来行业景气问题?就上述问题,宋志平也回答了记者的提问。

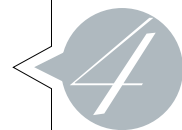
宋志平分析说,国家各项政策严格控制的是城市商品房的价格,控制高档住房的建设。对于普通群众的住房需求,国家是大力支持的。最近,国务院已经明确提出,要加大保障性住房的建设力度。同时,我国城镇化建设、社会主义新农村建设等改善性住房的需求仍然很旺盛,再加上高速铁路、核电站等公共建设和农村水利建设等方面,我国建材市场需求是刚性的。另一方面,建材行业大都是高能耗行业,增量受到限制,因而供需关系将有利于建材企业。综合来看,未来10年我国将进入建材行业的黄金时期。在这个黄金时期,有两个问题特别值得我们重视,一是我们在这个时期盖什么样的房子;二是如何保持整个行业发展的健康秩序。

宋志平说,虽然这些年我们大力推广新型建材,但我国很多住宅建设目前仍然采用老的建造方

式,采用传统的建筑材料,对资源消耗大,对能源节约少,这种状况必须改变。因此无论央企和民企,都有必要投身到建筑业的转型升级中来。无论是央企和民企都要认清,谁科技含量高,谁环保节能,谁才能最终得到发展。

关于中国建材集团的下一步发展问题,宋志平说,集团将遵循科学发展观,在建材行业的转方式、调结构工作中发挥央企的影响力和带动力。在“十一五”期间,中国建材大力推进水泥、玻璃行业的结构调整、联合重组和节能减排,大力发展新型建材、新型房屋和新能源材料,引领我国建材行业走上了一条资源节约型、环境友好型的发展道路。

“十二五”期间,中国建材将目标锁定为做强、做优,成为具有国际竞争力的世界一流企业,将在行业升级、技术创新和走出去等方面带动整个行业的健康发展。要与广大民企密切合作,为民企创造更好的合作机会,并带领大家一起“走出去”参与国际竞争和全球资源配置。宋志平说,在国际市场中,中国企业是个组团,央企和民企一向配合得很好。



聚焦中国建材之 1

中国建材股份 是建材行业实施



张人为

中国建材联合会会长

沧海横流方显英雄本色。
我相信，在未来的发展进程中，
中国建材股份一定能继往开来，创造新的辉煌！

刚 刚过去的“十一五”时期，是我国发展进程中极不平凡的5年，是建材行业实施“由大变强、靠新出强”战略取得阶段性成果的5年，也是中国建材股份有限公司诞生、成长、加速发展的5年。5年间，他们在国家经济平稳较快发展的形势下，加快产业结构调整 and 自主创新，积极推进联合重组和资本运营，提高经济增长质量和效益，赢得了发展的加速度，成为我国建

材行业实施“由大变强、靠新出强”的典范，成为推动行业结构调整、自主创新的中坚力量，充分发挥了央企的影响力、控制力、带动力。作为中国建材股份实现跨越式发展的见证者，我对他们所取得的成就感到由衷高兴，也表示热烈祝贺。

我认为，中国建材股份的成功，是战略的成功、创新的成功、文化的成功、央企的成功。所有的成功反映出的是“软实力”的成功。“软实力”具有非常丰富的内涵，





“由大变强、靠新出强”战略的典范

中国建材股份“软实力”突出的是清晰的企业发展战略、有效创新的管理体制与经营机制、和谐绩效的企业文化。

战略是一个行业和企业发展的灵魂，而制定战略的过程则是从实际出发，吃透中央精神探索行业发展规律、破解企业发展难题的过程。“十一五”是我国经济发展的战略机遇期和建材行业结构调整的重要时期，机遇尤为偏爱那些有准备的人。中国建材股份就有这样一支坚持科学发展观、对市场反应灵敏、善于把握机遇、勇于攻坚克难的团队，特别是有一位优秀的领头人宋志平。2004年，我曾对宋志平同志作过一个评价：勤学习、善谋略、团结人、不怕难、求完美。当宋志平提出要大力推进水泥业务联合重组时，我很赞同，也很支持。以我对他的了解，我相信这不是大话，而是他深思熟虑后的决心，一定能成功。中国建材集团作为一家央企，如果不进入水泥这一建材的核心产业领域，它就无法成为建材领军企业。中国建材股份成立5年来，实现了由小变大、由弱到强的巨大变化，水泥产能达到2亿吨，增长16倍；石膏板产能达到10亿平方米，增长了3倍；风电叶片由零扩张到1.5万片；玻璃纤维产能达到100万吨，增长了5倍；工程服务收入5年复合增长率超过40%。实践证明，中国建

材股份战略的选择是正确的。

中国建材股份着眼行业发展大局，遵循建材行业发展规律，创新经营发展理念，建立了切实可行的管理体制与经营机制。民营企业机制灵活，追求效率效益，中央企业管理规范，充满责任意识。中国建材股份发挥各种所有制之间的优势，取长补短，提出并推行了“央企市营”机制，建立了央企控股的多元化股份制。这一机制在中国建材股份联合重组中发挥了重要作用，推进了国有资产与不同所有制企业的合资合作。中国建材股份以重构合理的价格体系为出发点实施的PCP（价本利）新经营模式对行业转变经营理念、提升整体价值起到重要的推动作用。

中国建材股份所倡导的“创新、绩效、和谐、责任”为核心价值观的企业文化，吸引了众多建材企业成为其合作伙伴。大力推进文化融合，将与自然和谐、与社会和谐、与竞争者和谐、与员工和谐的文化氛围及“三宽三力”的行为准则植入到重组企业当中，成为促进中国建材股份及旗下企业健康发展的重要“软实力”。

当然，“软实力”需要“硬实力”作其坚实基础。我们无法想象一个资金短缺、技术匮乏的企业会拥有可观的“软实力”。这几年，中国建材股份通过香港成功上市、引进战略投资，吸引了大量的

社会资金；通过市场化的联合重组扩大了规模；通过实施富有特色的“三五”管理整合，提升了管理水平和竞争力；通过机制和科技创新与集成创新，增强了企业内在的发展动力；通过大力推进节能减排，履行了社会责任。中国建材股份成功地解决了资金从哪里来、规模如何扩大、核心竞争力如何提高的问题，正向着做强做优的方向发展。

“十二五”时期，是我国加快转变经济发展方式和调整经济结构的关键时期，也是实施建材行业“由大变强、靠新出强”跨世纪发展战略第三阶段目标的关键时期。

我衷心希望中国建材股份在“十二五”期间，继续发挥在建材行业发展中的引领作用，一手抓住传统建材产业升级，加快转变发展方式，推进水泥等传统产业延伸产业链，走低碳绿色的发展道路；一手抓住无机非金属和新型建筑材料产业发展机遇，大力发展已开始实施的新型建材、新型房屋、新能源材料“三新”产业，增强可持续发展能力，实现从建材制造商向综合建材系统供应商的转型，为推动建材工业科学发展做出新的更大的贡献。

沧海横流方显英雄本色。我相信，在未来的发展进程中，中国建材股份一定能继往开来，创造新的辉煌！

聚焦中国建材之 2

中国建材： 一个科学发展的企业故事

转 眼间，中国建材香港上市已5年了。这5年，正值国家“十一五”时期，我国经济社会发展取得巨大成就，经济保持平稳较快增长，综合国力大幅提升。建材工业加快实施“由大变强、靠新出强”跨世纪发展战略，结构调整取得突破性进展，产业集中度不断提高，一批有市场影响力的大型企业迅速成长。

这5年，是中国建材集团实现跨越式发展的关键时期。在国务院国资委的正确领导下，中国建材集团充分把握我国经济发展的战略机遇期和行业结构调整的重要机遇期，积极应对国际金融危机等重大挑战，坚持科学发展，大力推进水泥、

玻璃的结构调整、联合重组和节能减排，大力发展新型建材、新型房屋和新能源材料，努力建设具有持续创新能力与国际竞争力的综合性建材产业集团，实现了做大做强，成为建材行业的排头兵企业。

这5年，也是中国建材集团的核心企业中国建材迅速成长壮大的5年。在社会各界的支持和资本市场的培育下，中国建材按照中国建材集团的整体战略部署，坚持以科学发展观为指导，以引领行业健康发展为己任，遵循行业发展规律、创新企业成长理念，探索了一条资本运营、联合重组、管理整合、集成创新的发展道路，实现了由小到大、由弱到强的发展，演绎了一个“稳健经营、业绩优

良、行业整合、快速成长”的科学发展的企业故事。

5年来，中国建材着力于行业科学发展，引领行业发展方式转变、结构调整和节能减排，发挥了央企的影响力、带动力；着力于行业市场健康，倡导共生多赢的良性竞争理念，带动了行业价值的理性回归；着力于为股东创造价值，实现了业务规模迅速壮大，取得了出色的经营业绩，资产、利润总额、净利润复合增长率均超过50%，为股东和投资者创造了丰厚回报；着力于职业经理人队伍培养和员工团队建设，使干部员工与企业共同成长；着力于承担社会责任，在南方冰雪灾害和汶川地震等自然灾害中奉献了爱心。中国建材取得的成绩获得了主管部门、各级政府和行业内外的充分肯定，也获得资本市场的高度认可。

中国建材的5年，是辉煌的5年、拼搏的5年，是极不平凡的5年。在中国建材香港上市5周年之际，回顾过去走过的不平凡道路，对中国建材的发展战略、成长模式、管理理念进行系统总结，对于启迪未来、进一步明确目标与方向，有着十分重要的现实意义。





战略选择：符合规律的成长道路
内生机制：快速成长的动力
展望未来：做强做优，培育世界一流企业

宋志平

中国建材集团董事长 中国建材董事局主席



**战略选择：
符合规律的成长道路**

中国建材的设立与上市，是中国建材集团在国务院国资委领导下实施战略转型、做强主营业务的关键一步，奠定了中国建材集团快速发展的基础。中国建材上市之时，正值我国建材行业结构调整的关键时期，中国建材的成长方式、商业模式和迅速成长，对整个建材行业产生了重要影响，成为充分竞争领域央企发挥影响力和带动力的一个成功载体。

“十一五”初期，在我国经济快速发展的带动下，建材产业规模迅速壮大，水泥、玻璃产能已居世界首位，但是，行业发展的突出问题是大而不强。具体而言，一是集中度很低，企业过于分散，缺乏有影响的大企业。在发达国家，排在前十名的水泥公司的销量基本占据60%左右的市场份额，而2005年，我国排在前十名水泥企业的产量只占全国水泥总产量的15%左右。二是产业结构不合理，技术落后、重污染、高能耗的“小水泥”、“小玻璃”占较大比重。

2005年，我国新型干法水泥比重只占到42%。三是恶性竞争激烈，产品价格长期偏低，导致整个行业效益偏低，不少企业处于亏损状态。与当时蓬勃发展的房地产业行业相比，与同属于基础原燃材料的钢铁、煤炭等行业相比，建材行业处于步履维艰的局面中。中国建材认识到，要解决这些问题，必须从系统的改造做起，必须找到一种整体和全局性的解决方案。

在这种大的行业背景下，中国建材集团在行业“由大变强、靠新出强”的战略引导下，按照国务院国资委做大做强主业的要求，谋求战略转型，明确了发展战略，确定了对集团制造业务进行改制重组并实现香港上市的目标。

2005年3月，刚刚设立的中国建材股份有限公司在紧锣密鼓地准备香港上市的同时，也在深入系统分析国内外水泥行业情况，以筹划未来的发展方向。同年秋天，中国建材管理层赴欧洲进行上市前的全球路演，在与拉法基、圣戈班等世界建材企业巨头会谈后，中国建材对如何系统性地解决行业的问题和发挥自身的作用，思路更加清

晰了。中国建材认为，作为一个高度依赖资源和能源、对环境有一定负荷的重资产行业，我国建材行业规模已经足够大，不能再继续以往那种传统的以产能扩张来扩大规模的成长方式，而应该寻求一种基于存量整合的全新成长方式。一方面，要加快产业结构调整，加大淘汰落后产能的力度；另一方面，要快速推进组织结构调整，转变经济发展方式，实施大规模联合重组，促进建材产业从粗放式向集约式转变。

中国建材认为，作为一家央企，发展战略一定要遵循行业发展规律，着眼于系统解决行业共性问题，立足于行业的共生多赢。只有提升行业整体价值，行业中的企业自身才能够实现良性发展。水泥占建材行业70%的份额，经过多年发展，新型干法水泥技术已趋于成熟，余热发电正在普及，要提高集中度、扼制恶性竞争、提升行业价值，必须由大型企业对我国水泥行业进行战略性重组，这正是中国建材的重要发展机遇，必须当机立断。

2006年的春天，刚刚完成香港上市的中国建材准确定位了核心业务的成

长方向：实施大水泥战略，通过区域性联合重组迅速做大做强，引领行业健康发展。上市仅4个月，中国建材顺利重组徐州海螺，开启了我国水泥行业大企业理性协同、合作共赢的序幕。之后，在淮海、东南、北方三大区域推进战略性重组。经过5年时间，中国建材已成长为我国建材行业的优秀上市公司，水泥业务规模居国内之首。

今天，在国家产业政策的推动下，在行业协会和企业的共同努力下，我国水泥产业格局已经发生了深刻变化：新增产能被有效抑制，联合重组成为水泥企业的主要成长方式；结构调整取得重要成果，新型干法水泥比重已达80%；产业集中度稳步提升，排在前十名的水泥企业产量已占全国水泥总产量的30%；水泥行业已从低价恶性竞争中觉醒，行业价值正在理性回归，2010年全国水泥平均价格较2005年提高了20%。中国建材倡导的区域市场、良性竞争、共生多赢的全新理念正在成为全行业的共识。

内生机制： 快速成长的动力

作为一家初始规模偏小、资本偏低，又处于充分竞争领域中的建材央企，要在短期内做大做强，首先需要解决资源从哪来、规模如何扩大、核心竞争力怎么提高的问题。中国建材综合考量行业发展状况与企业实际，认为必须建立一套既符合行业发展规律，又适合自身特色的成长模式。5年来，中国建材通过推动资本运营和联合重组两个“轮子”扩大了规模，提升了行业影响力；通过管理整合和集成创新提升了经济效益和运行质量，为做大基础上的做强奠定了坚实基础。

香港上市开启了畅通的融资渠道。5年来，中国建材在资本市场进行了4次直接融资，共募集资金110亿港元，每一次融资都获得了投资者的热情支持。

香港上市使中国建材经历了脱胎换骨的变化。在国际成熟资本市场的帮助下，中国建材不仅获得了宝贵的资金，为企业超常规发展奠定了坚实基础，更重要的是建立了适应市场要求的规范治理结构和运行体制。中国建材与资本市场充分融和，善于倾听资本市场的建议，根据投资者的要求不断调整完善发展战略和经营策略，受到投资者的充分信赖与肯定。中国建材经营业绩优秀，为投资者创造了稳定的回报。

中国建材在资本市场并不是一帆风顺的，在国际金融危机中也曾经历过市值大幅缩水的严峻考验。但是，不经历风雨怎能见彩虹，如今的中国建材在资本市场的培育和推动下，已经成为一个战略领先、业绩优异、治理规范、管理透明的优秀上市公司。在前期进入摩根士丹利中国概念股指数成份股、香港恒生中国企业指数成份股的基础上，最近中国建材又入选道琼斯中国海外50指数成份股。

5年来，中国建材快速实施区域化大水泥战略，水泥业务发展取得不凡成绩。

推动大规模联合重组，培育了在区域市场有领导力的中联水泥、南方水泥、北方水泥3个大型水泥公司，形成了较为完整的水泥业务布局，水泥产能由1100万吨增至2亿吨，跃居世界前列。

在联合重组过程中，加大了结构调整和转型升级力度，关停了2000吨级以下的小规模生产线，投入巨资为全部生产线配套安装了余热发电系统。

积极倡导“行业价值高于企业价值、企业价值孕于行业价值之中”的理

念，着力实施外部竞合和内部协同，积极构建核心效益区和协同效益区，引领区域市场健康发展，区域水泥价格合理回归，企业盈利能力明显提升。

引领水泥行业转变观念，实现从过度竞争到适度竞争、从纵向价值比较到横向价值比较、从技术结构调整到组织结构调整、从增量发展到减量发展的转变，推动水泥产业的合理布局 and 有序竞争，倡导水泥行业走一条“高标号化、特种化、制品化、商混化”的集约化发展道路。

联合重组解决了资源配置的有效性问题的有效性问题，如何使资源发挥更大作用、产生更大效益，是中国建材要着力解决的问题。在加快推动联合重组的同时，中国建材以提升系统绩效为核心，创造性地实施了富有特色、成效显著的管理整合。

一是按照职能层级化原则确立了股份公司、业务平台、生产企业在投资、利润和成本三个层级的分工定位，保障了行权顺畅、工作有条不紊。二是深入实施以KPI管理为核心的“三五”管理整合模式，运用对标管理和辅导员制度等整合方法，不断提升经济效益和管理水平。三是推进文化融合，坚持“善用资源、服务建设”的核心理念，倡导“创新、绩效、和谐、责任”的企业文化，推行“待人宽厚、处事宽容、环境宽松”和“向心力、亲和力、凝聚力”的“三宽三力”行为准则，形成了与自然和谐、与社会和谐、与竞争者和谐、与员工和谐的文化氛围，使之成为促进企业健康发展的重要软实力。

有效的管理整合成为联合重组成功的重要保障。中国建材在管理整合过程中，创新了一整套独具特色的管理理念和整合方法，为我国企业联合重组提



供了宝贵经验，受到国务院国资委领导的充分肯定。

“ ” 中国建材认为，作为建材央企，要在激烈的市场竞争中赢得主动，必须走市场化道路，寻求市场内在动力，建立适应市场经济要求的管理体制与经营机制。

中国建材探索了“央企市营”的动力机制，其核心一是央企控股的多元化股份制，二是规范的法人治理结构，三是职业经理人制度。

这些机制在中国建材的联合重组与发展过程中起到了重要作用，推进了与不同所有制企业的合资合作，提升了市场竞争力。把市场机制真正引入到央企内部，用少量国有资本带动大量社会资本，来共同推动企业的发展。中国建材通过走一条包容性成长的道路，带动其他所有制企业共同进步，成为市场经济健康力量的引领者，得到了行业与资本市场的普遍支持与认同。

“ ” 在以联合重组实现水泥业务做大做强的同时，中国建材在轻质建材、玻璃纤维和复合材料、工程服务业务领域，大力推进新型建材、新型房屋和新能源材料为主体的“三新”战略，强化集成创新，推进节能减排，在结构调整和转型发展上迈出了坚实步伐。

5年来，中国建材旗下的北新建材大力发展以新型墙体材料为主的轻质节能新型建材，加快石膏板产业布局，一跃成为亚洲第一大石膏板供应商，并集成石膏板、轻钢龙骨、岩棉等新型建材部品部件，采用多种新型环保节能技术，大力发展低碳化、太阳能技术和高节能工业化新型房屋。旗下的中国复材大力发展大兆瓦级风电叶片，收购欧洲第二大风电叶片厂，建设了海外研发中

心，构建起具有国际竞争力的集研发、设计、制造为一体的我国最大兆瓦级生产研发基地；走自主创新与集成创新相结合的创新之路，打破国际技术壁垒，大力发展碳纤维材料，成为我国最大碳纤维供应商。旗下的中国玻纤大力发展大型池窑拉丝生产技术以及高性能玻璃纤维生产技术，成为全球最大的玻璃纤维生产商。旗下的中国建材工程大力发展新玻璃、新材料、新能源、新装备产业，在TFT液晶基板玻璃技术、太阳能光伏玻璃技术、浮法玻璃熔窑全氧燃烧技术等多个领域处于行业领先地位。

展望未来： 做强做优，培育世界一流企业

“十二五”时期，中央企业改革发展的核心目标是“做强做优，培育具有国际竞争力的世界一流企业”。国务院国资委王勇主任在写给中国建材集团的新春贺信中，明确要求中国建材集团“在加快转变发展方式中发挥表率作用，为促进建材产业快速健康发展和国民经济又好又快发展做出新的贡献”。

在“十一五”发展过程中，中国建材集团已经成为资产和收入双过千亿的企业，拥有“羽翼”丰满的业务平台，为成为世界一流企业打下了坚实基础。但在通往世界一流企业的道路上，仍然会有不少挑战，必须通过进一步创新发展模式和全面提升管理水平，才能够实现这一目标。作为集团创造经济效益的核心企业和重要的产业平台，中国建材做强做优是中国建材集团迈向世界一流建材企业的前提和基础。

“十二五”时期，我国发展仍处于可以大有作为的战略机遇期，建材行业也处于结构调整的重大机遇期。我们确信，我国经济发展的刚性需求和建材行

业进一步集约化发展的趋势，使未来10年必将是建材行业健康发展的黄金10年。中国建材要继续坚持清晰的企业发展战略、坚持符合规律的成长方式、坚持“央企市营”的动力机制、坚持扎实有效的管控模式、坚持正确的企业方向，抓住机遇、顺势而为，实现质的飞跃。

要切实转变发展方式，以科技创新促进产业升级和结构调整，提升核心竞争力，探求企业新的成长模式；致力于行业市场健康化，从行业的健康发展中要效益，努力推动行业价值的持续提升；着力营造核心效益区和协同效益区，切实提升企业盈利能力。

要继续推进和完善水泥业务的联合重组，强化在水泥行业中的影响力和带动力，巩固行业排头兵地位；延伸和优化产业链，积极探索商品混凝土和水泥制品业务发展模式，成为居全球前列的水泥和商品混凝土供应商。

要大力发展“三新”业务，把新型建材、新型房屋、新能源材料等新型产业进一步基地化、规模化，形成中国建材新的增长点，以创新求发展、向创新要效益。

要发挥央企在“走出去”战略中的引领作用，迈开“走出去”步伐，用全球化视野，加快在国外建设资源基地、制造基地和研发中心，提升国际竞争力。

回顾过去，我们感慨万千，在社会各界的支持与帮助下，中国建材用5年时间创造了行业发展史上的奇迹。展望未来，我们豪情满怀，作为中国建材集团的核心企业，中国建材将在国务院国资委的正确领导下，全面落实科学发展观，积极投身于建材行业转方式、调结构的洪流中去，在做强做优、成为具有国际竞争力的世界一流企业道路上，谱写崭新的篇章！

聚焦中国建材之 3

跨越式发展的五年

2006年3月23日，成立仅一年的中国建材股份有限公司在香港联合交易所成功上市，转眼5年时光已匆匆而过。

这5年正值“十一五”期间，国家经济快速发展，GDP达到39.8万亿元，年均增长达11.2%。5年来，我国建材行业在“由大变强、靠新出强”跨世纪发展战略指导下，取得迅猛发展，中国成为全球最大的建材生产国和消费国。与此同时，建材行业的结构调整取得突破性进展，产业集中度不断提高。

受惠于国家经济快速发展和建材

行业结构调整的战略机遇，上市5年来，中国建材坚持科学发展观，快速推动资本运营与联合重组两个轮子，深入实施管理整合，大胆开展创新实践，实现了跨越式发展，演绎了一个快速成长、创新发展的传奇故事。

数字：印证跨越式发展

上市5年，中国建材主要经营指标持续大幅增长：收入复合增长率为55%，利润总额复合增长率为56%，净利润复合增长率为60%；总资产复合增长率为56%，国有资产保值增值率超过

400%。截至2010年，股东分红超过10亿元，占可供分配利润的47%。

5年来，中国建材四大主营业务——水泥、轻质建材、玻璃纤维及复合材料、工程服务的业务规模均快速增长；截至2010年底，水泥产能从2006年初的1100万吨增至2.0亿吨，居世界前列；石膏板产能从2006年初的3.6亿平方米增至10亿平方米，居世界前列；玻璃纤维产能从2006年初的21万吨增至100万吨，居世界第一；风电叶片产能从零增至15000片，居中国第一；工程服务收入复合增长率超过40%，居中国前列。





体会：创新才能发展

一是要有和谐的企业环境；二是要有清晰的发展战略；三是要有创造性的执行力；四是要有创新精神。

曹江林

中国建材股份有限公司总裁



在企业自身快速发展的同时，中国建材积极践行国家产业政策，履行社会责任，为促进建材行业发展方式转变和结构调整、节能减排做出积极贡献。5年共消纳工业废弃物8300万吨，节电110亿千瓦时，节煤390万吨，减排二氧化碳750万吨。

优异成绩的取得，是以董事长宋志平为核心的中国建材集团和中国建材董事会的战略指导、正确领导和全力支持的结果，是全体干部员工“五加二”、“白加黑”辛勤付出、共同奋斗的结果。

中国建材在发展过程中始终得到国务院国资委的正确领导和悉心指导，得到发改委、工信部、环保部、中国证监会、中国建材联合会、中国水泥协会以及地方政府的大力支持。作为一家高度市场化的上市公司，中国建材具前瞻性的发展战略、优异的经营业绩、优秀的管理团队和企业文化获得了各级政府部门、资本市场和行业内外的高度肯定。全球最大建材企业法国圣戈班集团董事长白法先生称赞中国建材是近年来全球最具动力的建材公司。中国建材股票先后被纳入摩根士丹利中国概念股

指数成分股、恒生中国企业指数成分股、道琼斯中国海外50指数成分股。

工作：展现不凡努力

“十一五”时期是中国建材发展进程中极不平凡的5年。我们受益于国家经济快速发展和行业结构加快调整的良好机遇，也经历了行业竞争异常激烈的市场环境和金融危机的严峻挑战。回顾5年难忘历程，我们破解了诸多难题，战胜了众多挑战，真可谓不容易、不平凡。

——

资金是企业的血液，没有资金就无法发展。建材是一个既关系国计民生又高度市场化的重资产行业。在这样的一个领域，要实现快速发展，提升核心竞争力，资金尤为重要。

2004年年初，中国建材集团按照国资委业务专业化和做大做强的要求进行战略调整，制定了“大建材”战略，做出主业改制重组并在境外上市的决定。

境外上市谈何容易，进入国际资本市场，要求公司结构精干、主业突出、业绩优良、成长性好。而当时的中国建材各级子公司数量众多、业务分散、盈利

能力差，底子薄、基础弱，因此有中介机构认为中国建材上市是一件不可能完成的任务。在各级主管部门和中国建材集团上上下下的大力支持下，全体员工努力拼搏，创造性地开展工作，克服了组织、技术、操作各个层面的重重困难，仅用1年时间，就完成了集团内部涉及大大小小100余家公司的规模重组改制，明晰了主营业务，并于2006年3月成功在香港上市。

上市之初，中国建材确定的战略目标是“成为世界一流建材生产商，为股东创造最大回报”。要实现这一目标，就必须做大业务规模，中国建材确立了大建材战略，锁定水泥业务的联合重组。为满足发展所需资金，上市不久中国建材就紧锣密鼓实施了再融资工作，5年间进行了3次配股，连同IPO共筹集资本金110亿港元。

再融资是企业的一件大事，也是一件难事。特别是2009年2月的增发，正值金融危机爆发，资本市场极不稳定，投资者信心极其脆弱。在这样的背景下，要以一个好价格发股几乎是不可能的，然而中国建材做到了。这次增发成

功，成为H股配售的一个优秀范例，得到了各部委、监管机构、建材行业以及境内外媒体的一致好评。

从IPO到后续的3次增发，中国建材都获得了投资者强劲的超额认购。这得益于中国建材在资本市场树立的良好形象及投资者对公司建立起的强大信心。公司管理层长期保持与投资者的顺畅沟通，用心倾听投资者对公司发展的建议，赢得了投资者的高度肯定和大力支持。公司业绩优异，每年都制订合理的分配方案，为投资者带来良好回报，因而投资者这样评价中国建材：“说到做到，做得比说得更好。”

在获得资本市场强力支持的同时，中国建材大胆探索新的融资模式，创造性地推进业务板块权益融资，引进战略投资者，进行以国有资本带动社会资本、推动充分竞争领域的央企资源有效配置的有益尝试，中国玻纤、北方水泥、中复连众、南方水泥先后进行了权益融资，筹集资金44亿元人民币。此外，中国建材高度重视银企关系，搭建了良好的间接融资平台，与多家大型金融机构建立了战略合作伙伴关系，获得了金融机构的有力支持。

中国建材5年来的快速发展，创新的融资模式发挥了巨大作用，奠定了坚实的资金基础。

——

中国建材一直坚持这样的风格：首先设定目标，分析实现目标需要什么条件、已具备什么条件、尚缺少什么条件，然后是行动，缺什么找什么。

怎么做大？中国建材的答案是：遵循行业发展规律，结合自身发展特点，走联合重组的成长道路。

可以说中国建材的发展史就是一部联合重组史。中国建材本身就是



联合重组的基础上成立的，其四大主营业务——水泥、轻质建材、玻璃纤维及复合材料、工程服务都是通过联合重组的方式实现了规模的快速扩张。5年中，中国建材联合重组近200家企业。

最为典型的是水泥业务的重组。5年中，中国建材联合重组水泥企业超过180家。中国建材三大水泥公司中联水泥、南方水泥、北方水泥共计2亿吨的水泥产能，大多是通过联合重组取得的。中国建材上市前后，我国建材行业通过实施“由大变强、靠新出强”跨世纪发展战略取得了长足发展，但也面临一系列突出问题，特别是水泥行业，大而不强、集中度低、恶性竞争激烈、行业价值长期偏低，亟需大企业的整合。在中国建材联合会和中国水泥协会的指导帮助下，中国建材决定选择市场化程度高、竞争激烈、整合呼声高的淮海经济区和东南经济区，按照区域化原则迅速推进联合重组。这个发展思路同时得到了地方政府的大力支持和区域内企业的积极响应，南方水泥正是在这样的背景下产生的，自成立至今短短3年时间产能已超过1.2亿吨，成为我国超大型水泥企业集团之一。中国建材水泥业务重组创造了世界水泥发展史上的奇迹和企业整合的范例，南方水泥的重组整合获全国管理现

代化创新成果一等奖。

在联合重组过程中，中国建材坚持三大原则。一是指导原则“战略、效益、协同、风险”。即要符合国家产业政策，符合公司战略；被重组企业要具有一定效益或潜在效益；被重组企业要能与现有企业产生协同效应；风险可控、可承受。二是执行原则“资产、人员、价格、合作/非竞争”，即资产边界清晰、人员边界清晰、不超出既定定价范围及原股东与公司的非竞争与合作条款。三是行为原则“专业、负责、尊重、共赢”。

中国建材成立了专门的组织机构负责联合重组。一是集团层面的领导小组，负责定战略、定原则；二是执行小组，负责分区域推进实施；三是协调小组，负责协调上下。中国建材建立了严格规范的程序，即选择区域、选择企业、审计评估、法律尽职调查、业务尽职调查、谈判、签订协议、交接与管理整合。5年来，共有19家国内外知名专业中介机构团队参与了联合重组。

有力的组织保障、严格的操作流程保证了中国建材所有联合重组均规范、高效。

——

联合重组实现做大，管理整合实现



做强。重组难，整合更难。

中国建材重组的企业所有制不同，有国有、有民营、有外资，还有混合所有制；规模也不同，大中小企业都有。如何在做大的同时快速做强，这是摆在中国建材面前的一道难题，因为整合能否成功直接决定着重组能否成功。为了破解这一难题，中国建材创造了一套具有特色的整合系统。

一是通过“央企市营”动力机制实现包容性成长。

作为建材央企，要在激烈的市场竞争中赢得主动，必须走市场化道路，建立适应市场经济要求的管理体制与经营机制。中国建材引入“央企市营”动力机制，通过央企控股的多元化股份制、规范的法人治理结构和职业经理人制度，用市场化方式把央企的品牌、资金实力与民企的市场活力有机融合，走一条市场化道路。

在股权设置上，无论是作为上市公司的中国建材，还是各个业务板块，中国建材都倡导和实施股权多元化，坚持“正三七”和“倒三七”。每一个法人公司，均按国资委的要求和市场经济的规则及管理实际情况设置规范有效的法人治理结构。中国建材在关键的“人”的问题上，尝试职业经理人制度，即职业化的道德、职业化的能力和职业化的激励与约束。

二是通过文化整合构建核心价值观。

核心价值观：一要创新。树立全员创新意识，既要讲技术创新，也要讲管理创新，形成创新文化。二要绩效。这是做企业的基本要求，从2006年徐州会议开始，中国建材召开了一系列管理整合现场会、培训会和经验交流会，形成了统一的绩效文化。三要和谐。国家构建和谐社会，企业也要营造和谐环境。

联合重组进来的企业干部员工背景不同、想法不一，中国建材的想法和做法是尊重人、理解人、帮助人，形成与自然和谐、与社会和谐、与竞争者和谐、与员工和谐的和谐文化。四要责任。企业既要讲经济效益，又要讲社会效益，作为央企更要讲社会责任。中国建材要求干部员工对自己负责、对企业负责、对环境负责、对社会负责，形成责任文化。

中国建材文化整合的方式是领导干部以身作则，定期开展培训，定期层层沟通交流。通过天天讲、月月讲、年年讲，做到思想统一、步调一致。今天，“创新、绩效、和谐、责任”已成为中国建材的核心价值观，成为全员的理性认同和自觉行为。

三是通过实施“三五”模式推进管理整合。

中国建材在管理整合实践中形成了自身特色的“三五”管理整合模式，使之成为管理整合的基本原则。

“三五”管理，即“五化”、“五集中”、“五类关键经营指标(KPI)”。“五化”是指一体化、模式化、制度化、流程化、数字化，其核心是数字化。“五集中”指市场营销集中、采购集中、财务集中、技术集中、投资决策集中。“五类关键经营指标”是指每位员工至少要对其岗位对应的5个数字化经营指标负责。

中国建材管理整合的方法是对标管理和辅导员制度，将KPI自上而下层层分解、定期对标、滚动调整，对指标不理想的企业及时选派辅导员，现场指导改进。

四是推行“PCP(价本利)新经营模式”。

多年来，水泥行业一直沿用传统的“VCP(量本利)经营模式”，就是在市场空间一定的条件下，将产能利用率发挥到

极致，通过压低成本、压低市场价格展开竞争。在产能过剩的大环境下，“VCP经营模式”难以实现应有的企业价值。中国建材将企业、行业与社会的利益统一在科学发展、可持续发展的高度上，在管理整合中创造性地倡导并实施“PCP(价本利)新经营模式”，重构合理的价格体系，使水泥这个资源和能源消耗较高的产业，尽可能拥有合理的价值。

上述创新举措和符合企业特质的管理体系，使中国建材的管理整合取得了良好效果，企业发展质量和盈利能力大幅提升，同时也促进了行业发展方式、发展理念的转变，带动了行业价值的理性回归。中国建材管理整合的做法也得到了国资委领导的好评和行业内外的高度肯定。

——

科技创新是企业发展的灵魂，是企业提升核心竞争力的不竭动力。5年来，中国建材经过不懈努力，走出了一条自主创新与集成创新相结合的创新之路。

5年来，中国建材完成了万吨级超大型新型干法水泥成套技术的开发与成功应用，开发运用了浮法玻璃全氧燃烧技术及利用玻璃熔窑余热发电技术，自主研发并建设了全国最大的利废石膏板生产线，开发了国际领先的超大规模全氧燃烧池窑拉丝玻璃纤维成套技术，全国最大规格5兆瓦风电叶片自行设计并批量生产，T700、T800碳纤维制造技术取得重大突破，玻璃纤维高性能、低成本E6、E7新配方研制成功，液晶显示屏玻璃基板、薄膜太阳能电池用TCO导电膜玻璃基板等光电玻璃领域产品制造技术取得多项突破。中国建材5年来取得的重大技术突破，覆盖水泥、玻璃、新型建材、玻璃纤维及复合材料、新型光电材料等领域，多项技术处于行业领先水平。

中国建材围绕对行业发展具有重要作用的共性、关键性、前瞻性技术开展科技创新,突出节能、减排、利废及新能源开发重点,引领产业技术升级,促进行业朝着绿色建材方向健康发展。截至2010年底,中国建材累计拥有有效专利688项,获国家级奖励的科技成果3项,获省部级科奖励的科技成果140项。

中国建材十分重视创新机构体系建设,各业务板块在国内外设有研发机构,其中国家企业技术中心(分中心)2个,国家级博士后流动站3个,海外研发中心1个,省级技术中心(实验室)8个,2家企业为国家创新型试点企业。中国建材还紧紧依托集团的科技资源,与集团的科研院所紧密合作,推进新技术的研发与应用。

体会:创新才能发展

回顾上市5年来中国建材走过的不平凡历程,感慨万千。中国建材成长的每一步,都离不开国资委的正确领导,离不开各级政府部门的大力支持,离不开中国建材集团和董事会的科学决策,离不开管理层和全体干部员工的创造性执行和不懈努力。中国建材的发展有力印证了董事长宋志平提出的“五个坚持”,即坚持清晰的发展战略、坚持符合规律的成长方式、坚持“央企市营”的动力机制、坚持扎实有效的管理模式和坚持正确的企业方向。

回顾过去5年的工作,体会良多,特别在以下几个方面尤为深刻。

中国建材的跨越式发展受益于“十一五”期间国民经济快速发展和产业结构调整的大环境,受益于国资委和各级政府部门的大力支持,也受益于中国建材所特有的包容性成长环境。中国

建材有一个“三宽三力”(待人宽厚、处事宽容、环境宽松,凝聚力、向心力、亲和力和力)的企业氛围,有想干事、能干事、干成事的良好内部环境,有让大批优秀人才脱颖而出的良好机制。

中国建材集团按照国资委对建材央企提出的发展要求,坚持科学发展的战略思想,以“善用资源、服务建设”为核心理念,大力推进水泥、玻璃的结构调整、联合重组和节能减排,大力发展新型建材、新型房屋、新能源材料,努力建设具有持续创新能力与国际竞争力的综合性建材产业集团。在这一战略指引下,中国建材始终如一地坚持走专业化、规模化成长道路。水泥业务坚持大水泥区域化发展策略,石膏板业务坚持规模化全国市场发展策略,玻璃纤维业务坚持规模化全球市场发展策略,风电叶片业务坚持规模化全国市场发展策略,工程服务业务坚持全球市场新技术发展策略。这些清晰的战略和策略,就是中国建材发展的总纲领、总路线。

战略和策略确定之后,重在执行,而执行一要干部以身作则,二要有创造性。天道酬勤,一分汗水一分收获。上市五年来,公司管理层和全体干部员工全身心投入中国建材这项大业,出色完成了一项又一项任务。在执行中每天都会遇到复杂性的问题和困难,各层级权责明确、各负其责,大家在不偏离既定战略和原则的前提下,创造性地发挥各执行层的主观能动性,破解问题,战胜困难,使战略扎实推进。

创新赢得实力,创新赢得领先,创新赢得发展,创新赢得尊严。中国建材的发展背景,要求干部员工必须树立

创新意识,培育创新精神,增强创新能力,必须遵循市场规律和行业发展逻辑,进行战略、体制、文化、管理、技术等方方面面的创新。正是因为有了这种敢于创新、勇于创新、善于创新的精神,中国建材才取得了突出的经营成绩,获得了跨越式发展。

“十一五”时期,中国建材实现了跨越式发展,为中国建材集团做大做强贡献了力量。在中国建材集团2011年工作会议召开前夕,国资委王勇主任在给集团的贺信中,对集团“十二五”期间的发展提出了明确要求,即“以建设成为世界一流建材集团为目标,加快推动布局结构调整和资源优化配置,加强管理融合,强化科技创新,加大国际化经营力度,着力增强核心竞争力和品牌影响力,实现发展质量新的飞跃,在加快转变发展方式中发挥表率作用,为促进建材产业快速健康发展和国民经济又好又快发展做出新的贡献”。国资委领导的重要指示和殷切希望是对中国建材极大的鞭策和鼓舞,我们深知,中国建材与国资委做强做优的要求还有差距,与既定的战略目标还有差距,与国际行业巨头还有差距。

“十二五”时期仍是我国发展的战略机遇期,也是建材行业结构调整的重大机遇期,中国建材要保持25%以上的复合增长率,保持效益和规模同步增长,初步实现成为世界一流的建材制造商、为股东创造优异回报的战略目标。

展望未来,目标已定,任务艰巨。新的起点、新的征程,我们激情满怀,信心百倍。我们坚信,在以宋志平董事长为核心的中国建材集团和中国建材董事会的战略指导下,在社会各界的大力支持下,在全体干部员工的共同努力下,中国建材一定会再创新的辉煌!



联合的力量

王庆功

中国建材报记者

经济史学家认为，大国崛起的背后都有微观层次上公司的力量在起作用，公司的力量主要有二：一是规模，二是创新。行业经济发展亦如是。在中国建材行业这个既关系国计民生又充分竞争、高度市场化的基础原材料领域里，中国建材堪当这样的公司。

大 而不强、发展失衡、创新乏力，建材行业转型调整风起云涌；

资本运作、联合重组、“央企市营”，中国建材合心合力利剑出鞘。

21世纪前5年的中国建材行业竞争充分、规模壮大、繁荣发展，水泥、玻璃产能占据全球50%以上的份额，但这些产能是通过几千家企业完成的，企业过于分散、集中度低、技术水平不高。作为关系国计民生的基础原材料行业，中国建材业饱受“大而不强”的困扰。中国建材行业新一轮起航必须转变经济发展方式，而“两高一剩”（高度依赖资源、高耗能和产能过剩）的建材行业转变经济发展方式的主要着眼点在哪里？如何走一条由大变强、靠新出强的道路？6年前，刚刚成立的中国建材股份有限公司（以下简称“中国建材”）就面临着这样一个难题。

2005年，通过一系列债务和业务重组，中国建筑材料集团有限公司（以下简称“中国建材集团”）摆脱了债务缠身



的局面，轻装上阵，明确了从新型建材向“大建材”转变的战略定位。新设立的中国建材就承担着实施这个战略的重任。

中国的建材市场70%是水泥，而水泥又是国家建设的重要物资，作为一家央企，如果不进入水泥业务，等于没有进入建材的核心领域，也就无法成为主流的建材企业，这是当时中国建材高层的一致看法。而行业产能规模足够大且几近饱和、生产过度分散、在激烈的竞争中缺少有市场领导力的大型企业的现状，要求致力于成为行业领导者的中国建材必须改变传统的新建模式另辟蹊径。

不审势即宽严皆误。作为一家央企，中国建材要在行业结构调整中成为中坚力量，就必须创新战略和成长方式，通过联合重组增加集中度，提高资源的配置效率，提升企业的竞争力。中国建材选择了推动资本运营和联合重组两个轮子，走一条存量优化的发展道路。

2006年3月23日，香港联合交易所，成立仅1年的中国建材在联交所主板成功上市。在面对众多国际投资者的

上市路演推介会上，中国建材董事局主席宋志平斩钉截铁地说：“中国建材要演绎一个稳健经营的故事，一个业绩优良的故事，一个行业整合的故事，一个快速成长的故事。”

斗转星移、日新月异。上市5年间，中国建材收入、归属于母公司净利润、总资产复合增长率均超过55%。中国建材水泥产能达到2亿吨，增长16倍；石膏板产能达到10亿平方米，增长3倍；玻璃纤维产能达到100万吨，增长5倍；风电叶片由从零增长到1.5万片，碳纤维实现了全国产业化量产；工程服务收入增长了4倍。中国建材已成为中国最大水泥生产商，亚洲最大石膏板生产商，中国最大风电叶片制造商，全球最大玻璃纤维生产商，中国重要的建材工程服务提供商。

中国建材追求的不仅仅是企业自身在激烈竞争中的快速发展，更令人称道的是以推动行业健康发展为己任，致力于提升行业整体价值，中国建材所引领的行业整合和结构调整使我国建材行业市场格局和发展进程出现了深刻变革，行业发展要从重产能、产量向重

效益、价值转变的理念已成为越来越多企业和企业家们的共识。

在中国建材香港上市5周年之际，让我们共同聆听中国建材倾情谱写的一曲雄浑壮丽的交响乐章。

做大规模 战略指导下的大手笔联合重组

徐州，中国历史文化名城，全国重要的交通和铁路枢纽，能源基地和工业基地。

2001年3月，中国建材旗下最早的水泥企业——中国联合水泥集团有限公司（以下简称“中国联合水泥”）控股重组江苏巨龙水泥集团有限公司后，成为徐州地区的龙头老大。2006年初，徐州海螺日产1万吨的生产线投产，年产水泥400万吨。一时间，两雄对峙。

为了避免双方在同一市场的恶性竞争，中国建材掌门人宋志平与海螺水泥掌门人郭文叁“握手和谈”，重组徐州海螺。2006年7月1日，联合重组徐州海螺完美收官，这得益于两家大企业高层的理性与成熟，开创了国内大企业联合重组的新篇。中国建材凭借资本运营积蓄的能量完成大水泥区域化战略，亦以此真正在建材行业内升华、放大。

之后，中国建材在淮海经济区及周边先后联合重组泰山水泥、德州大坝水泥、港源水泥、河南浙川、山东金鲁城、内蒙古乌兰水泥等众多水泥企业，产能规模达到8000万吨，成为区域内的大型企业集团。

在抢占淮海经济区市场主导地位的同时，中国建材又于东南经济区以迅雷不及掩耳之势大规模联合重组，其势难挡。

2006年，率先在全国完成结构调整的浙江省水泥工业，陷入了发





展的困境，产能严重过剩，企业高度分散，众多的水泥企业在无序竞争与过度竞争的泥潭中难以生存，浙江也成为全国水泥价格的洼地，全行业亏损。

在别人看来浙江水泥产业是个沼泽，在中国建材看来这是一个巨大的机会，且稍纵即逝。宋志平率领团队与中国水泥协会会长雷前治等专家，几下江南，调研论证。

2007年3月，受宋志平之邀，尖峰水泥董事长杜自弘、浙江水泥董事长冯光成、虎山水泥董事长张剑星、三狮集团董事长姚季鑫四大浙江水泥业巨头齐聚杭州汪庄。中国建材致力于行业发展与互让共赢的重组理念、模式和文化，管理层的坦诚与尊重，使他们毅然决定，站到中国建材旗下。

头雁先飞，群雁齐追。此后，江西万年青水泥、湖南韶峰水泥等地方龙头水泥公司也先后与中国建材合作。

2007年9月26日，广受业内外关

注的南方水泥有限公司（以下简称“南方水泥”）在上海正式成立。之后的短短3年多时间，南方水泥在环太湖、浙中南、沪、闽、赣、湘、桂等区域内联合重组150家企业，产能超过1.2亿吨，成为东南经济区最具影响力的大型水泥集团。

能用众力，则无敌于天下矣；能用众智，则无畏于圣人矣。南方水泥的成立，开创了中国企业联合重组的新模式。无论是在中国还是全球水泥行业，不同寻常的“中国建材速度”都是一个难以复制的奇迹。

中国建材在对淮海经济区、东南经济区进行水泥产业布局的同时，把北方版图作为水泥战略的下一个目标区域。

2009年3月23日，在香港上市3周年之际，中国建材宣布成立北方水泥有限公司（以下简称“北方水泥”）。而今，北方水泥已重组了辽源金刚、佳木

斯鸿基等10余家企业，产能超过1000万吨。

北方水泥的成立，带动了我国东北水泥行业整合和结构调整，也基本完成了中国建材水泥业务的版图规划。

大胆创新 取得管理整合实效

在中国建材看来，创新不仅是技术更是体制和模式。

联合重组能否成功，关键是能不能实现规模效应。中国建材又亮出了一大法宝——管理整合。

中国建材重组的企业有国企、民企还有混合所有制企业。为推进重组，更为了重组后融合与管理，中国建材创新体制机制，大胆实施“央企市营”。其核心内容：一是多元化的股份制，二是规范的治理，三是职业经理人制度。

多元化的股份制是以“七三”为原则，中国建材收购70%，给被重组企业

所有者留30%，让他们“带枪参加革命”，大家一块干。职业经理人制度与此异曲同工。张剑星希望继续做水泥，选择了加入中国建材。目前他依然是虎山集团董事长，同时也成为南方水泥的执行副总裁。中国建材联合重组的企业，约80%为民营企业，其中又有约80%的企业家像张剑星一样，选择继续担任原企业的管理者，成为职业经理人，实现自己的事业梦想。

中国建材在管理整合中一方面抓文化融合，将其独创的以“创新、绩效、和谐、责任”为核心价值观的企业文化通过管理整合现场会、管理培训等多种形式有效植入到被重组企业，得到了广泛认同；另一方面创新管理，全面实施“三五”管理模式，推动企业经营理念由“量本利（VCP）”向“价本利（PCP）”转变，通过一体化管理，实现市场营销、采购、财务、技术、投资决策集中管理，节约各项成本，抢占区域市场占有率，构建核心利润区。

在整合中，中国建材以对标为主要方法，从中国建材总部到业务板块，到区域公司，再到基层企业，均建立了对标制，月月对标，按季滚动，逐步优化。中国建材大力开展内部协同、外部竞合，推动区域内的水泥价格恢复到了相对合理的水平，促进了行业价值的合理回归。

一季度是建材行业的传统淡季，往往在这个阶段水泥价格处于全年的低谷。而今年1月份，中国建材所属的淮海和东南区域内水泥价格仍然保持在较高的合理价位，并实现了良好盈利，这在历史上是从未有过的现象。行业专家、证券分析师多认为，出现这样的局面，是因为中国建材通过区域重组与整合，促进市场健康和科学发展的理

念得到了业界的广泛认同，推动了区域内建材行业发展方式的转变和产业结构的调整。在中国建材管理层看来，这也是源于中国建材的发展遵循了行业发展规律，符合行业发展逻辑。

中国建材推动的联合重组与管理整合也得到了国资委、国家发改委、工信部及地方政府和行业协会的大力支持和高度肯定。

对很多人而言，中国建材联合重组与管理整合的成功不仅仅只是我国大型建材央企的成功，它还为全球的企业重组提供了良好的借鉴。今年初，南方水泥联合重组与管理整合的成功经验被评为国家级企业管理现代化创新成果一等奖，并被哈佛商学院列为管理案例。

一脉相承 业务板块并驾齐驱

中国建材的发展史就是一部联合重组、管理整合，实现经济效益与社会效益，实现多赢共赢的成长史。中国建材遵循发展规律、创新发展理念、转变发展方式、破解发展难题，成为推动建材行业联合重组的中坚力量。

联合重组不仅仅出现在水泥板块，中国建材旗下的北新建材、中国复材、中国玻纤、中国建材工程、中建材投资等每一个业务板块都是经由同样的发展道路，在各自的领域内做大做强成为市场经济健康力量的引领者。

北新建材与山东泰和强强联手，一举成为“石膏板大王”，之后优势互补，合力推动全国产业布局，现产能规模已稳居亚洲第一；

中国复材收购德国第二大风电叶片商NOI公司，成为中国风电叶片的领

导者，联合重组设立中复神鹰碳纤维有限公司，成为中国最大碳纤维生产商；

中国玻纤借力资本市场，引进战略投资，助推“巨石”变“巨人”，高端产品惊艳市场，放眼全球有序扩张；

中国建材工程联合重组上海新建重型机械有限公司、新疆建材设计研究院，全面向“集成化、产业化、工程化、国际化”转型；

中建材投资锐意创新，发展物流贸易、投资业务、住宅产业化配套业务，致力于打造具有核心竞争力和可持续发展的国际化企业。

单独去看，中国建材旗下每个板块公司都是行业龙头，在各自业务领域起着举足轻重的作用。而在中国建材这个大旗下，大家一脉相承，合心合力，相得益彰，共同传承践行和优化着中国建材独特的发展理念，成为我国建材行业一道优美的风景线。

“三新”战略 助推科学发展

中国建材管理层认为，中国建材的发展经历了3个重要节点：一是中国建材在香港成功上市，奠定了快速发展的基础；二是开展大规模水泥联合重组，建立起中联水泥、南方水泥和北方水泥等颇具规模的专业公司，形成了在水泥领域的主导地位；三是大力推进“三新产业”，在创新能力和结构转型上迈出了坚实步伐。

中国建材大力推进的“三新产业”即新型建材、新型房屋和新能源材料。在这方面，中国建材走了一条联合重组、集成创新的道路。

几年前，当中国建材的石膏板规模还只有4500万平方米的时候，就雄



心勃勃地提出了10亿平方米的战略目标。或许，在那个时候有很多人会觉得这个目标遥不可及，殊不知，中国建材正是一个有理想、也敢于去实现理想的公司。凭着对中国新型建材尤其是石膏板产业的专业与敏感嗅觉，中国建材旗下的A股上市公司北新建材加速联合重组和新线建设、完善全国布局，用2年时间将石膏板规模做到了中国第一，又用了3年时间做到了亚洲第一、世界第三，于2010年实现了全国10亿平方米石膏板业务规模的战略目标。

中国建材上市之初，旗下的中国复材的主导产品只有传统的玻璃钢管罐等，盈利能力不高。上市不久，中国建材管理层敏锐地认识到中国的风电事业的来临，大胆推动中国复材进入了风电叶片产业。我国最早研究风电叶片的是上海，最早付诸实施的是新疆。当中国建材选择进入的时候，并不是自己盲目去研究。而是通过收购欧洲第二大风电设备厂商德国NOI公司，建立海外研发基地，由他们做模具和设计，向大功率兆瓦级叶片进军，100多位洋人科研

专家顷刻之间成为自己的员工。中国复材将核心技术引入国内与生产制造结合起来，不断创新，先后成功研发出1.5兆瓦至5兆瓦风电叶片，并在短短3年时间内建设了连云港、沈阳、酒泉、包头、新疆哈密及德国北豪森6个风电叶片基地，创造了令人称道的发展速度，成为中国最大、全球前三的风电叶片供应商，目前，5兆瓦的风电叶片成功下线实现量产。

碳纤维是21世纪最具诱惑力的高性能新型纤维材料，在国民经济发展和国防建设中具有重要意义和不可替代的作用，但碳纤维生产技术一直被美国和日本垄断。2007年10月，中国复材通过重组组建了中复神鹰，2008年12月，中复神鹰打破国际技术壁垒，年产1000吨碳纤维生产线顺利投产，首次在国内实现碳纤维量产。目前，中复神鹰T300以上碳纤维系列产品规模化生产能力（原丝及碳丝）达5000吨，成为全国最大供应商，工艺、生产设备和产品实现了真正意义的国产化；6K×T800原丝已形成批量生产，碳化后产品强度达5.0GPa；国内目前处于试

验室水平的T700干喷湿纺核心技术已有重大突破。

中国建材新型房屋业务，在国家新农村建设和建材下乡等政策带来的机遇下加快推进，并在北京、内蒙古等省市自治区开展试点推广。

此外，中国建材坚持集成创新，占据行业发展制高点，水泥万吨生产线工艺技术、核电与高铁等特种水泥生产工艺技术，以及石膏板制造技术与成套装备、兆瓦级大型风电叶片设计与制造、T700与T800碳纤维制造技术与装备、大型无碱池窑拉丝生产工艺与装备、信息显示液晶玻璃基板技术、薄膜太阳能电池用TCO导电膜玻璃基板技术、太阳能光伏玻璃技术、大型节能环保立磨等方面保持行业领先地位，取得了一大批国内领先、国际一流的重要科研成果，引领建材行业结构调整、节能减排、转型升级，实现科学发展。

史学家认为，你能看到多远的过去，就能看到多远的未来。在新的发展节点上，中国建材管理层认为，今后10年将是建材行业的黄金10年。但建材行业要应对碳排放等问题，实现艰巨的节能减排任务，唯有加快转变发展方式，走减量化、集约化、低碳化的道路，才能适应时代发展的要求。加快经济发展方式的转变，强化自主创新、加快转型升级也将是中国建材“十二五”期间面临的最重要的任务。

时间是历史的音符，是发展的坐标。我们期待中国建材在企业道路上带给我们更多的惊喜，我们同样期待未来在中国建材等大企业集团推动下，建材行业创造更多的科学发展的奇迹。

聚焦中国建材之 5

青春在拼搏中闪耀光芒



2006年3月23日，是令每一个中国建材人热血沸腾的难忘的日子——中国建材成功在香港主板市场上市！公司赴港融资受到投资者的积极响应和热烈追捧，出现了香港近年来罕见的火爆认购场面。承销商摩根士丹利将中国建材成功上市评为其近几年IPO项目最成功的案例之一。

公司成功赴港上市，离不开中国建材集团领导的正确引领和指导，离不开公司全体员工的努力和付出，当然也离

不开平均年龄只有二十几岁的上市办十人团队的辛勤付出。每当我忆起上市办那攻坚克难、惊心动魄的工作点滴，脑海中便浮现出他们不舍昼夜带病坚持忘我拼搏的场景。虽然时隔5年，但这些场景却历历在目，已深深地刻在我生命的记忆中，成为永远挥之不去的珍贵情结。

2004年初，上市办组建伊始，所有成员都面临着巨大的挑战，大家不仅要兼顾原有单位所负责工作，还要尽快完成前期法律、业务尽职调查资料收集、整理和建库等新的工作。虽然上市办的

成员来自不同单位、不同专业、不同岗位，但做好、做精、快速高质量地完成上市工作是每位成员的宗旨。建库工作量之大，资料数据之繁琐，分类之复杂，是常人难以想像的。为了争取时间，团队成员曾连续几天昼夜不间断工作，累了困了就趴在电脑旁小憩一会，通宵撰写材料，凌晨录入资料时，瞬间坐着就睡着了，有时饿到坚持不住才发现整整一天都没有吃饭……

正是由于大家抱着那颗不畏艰难的决心，才能在短短2个月的时间完成法



杨 涛

中国建材股份有限公司

中国建材的年轻团队忘我拼搏精神的缩影，
他们的素质与品质、活力与信念，
令我们对未来怀着持续必胜的信心。

律、业务尽调库的建立，并对所属公司的业务、法律文件进行了全面梳理和科学分类，提高了所有中介机构审阅基础资料的效率，极大地推进了上市工作进度。在这个过程中，大家的工作能力和专业水平都有了飞速地提高，从最初的“生力军”变为后来的“主力军”，分别在财务、投资、法律等专项工作中挑起了大梁。

随着重组上市进程不断深入推进，招股书撰写工作正式启动。招股书撰写小组成员在与行业专家和企业领导进行了大量访谈的基础上，针对宏观调控后水泥等主要行业的最新变化，在短短1个月的时间内出色完成招股书素材相应部分的收集和整理，从单一突出水泥完善为四大板块各有亮点，并且先后3次连续昼夜奋战一周，重新拟写了公司的资本故事。该项工作得到了承销商摩根士丹利和招股书执笔律师美国达维律师事务所的高度肯定，为后续招股书的完善、修订奠定了坚实的基础。

在招股书将要定稿之际，撰写小组骨干肩负着公司领导的重托，先后两次赴港，与在港中介机构现场针对招股书进行最后的复核和完善工作，几天时间里平均每天工作近20个小时，并且在招股书定稿印刷前两天昼夜奋战。由于睡

眠不足，抵抗力下降，小组成员全部病倒，但是他们均带病坚持工作，直到最后招股书定稿印刷。

上市准备期间，公司一共完成了7次境内外审计工作，这在其他上市融资案例中是极其少见的。上市办成员在审计时的专业水准和敬业态度，得到了德勤会计师事务所团队的广泛认可和高度赞扬。

关联交易也是公司上市的一项工作重点。这项工作是将业务数据、法律关系、财务逻辑相互结合的艰苦而细致的系统工作。鉴于公司重组分立的特点，有的中介机构甚至评价我们拥有着最为复杂的关联交易。可见该项工作量之大，难度之高。大家需要在公司各附属公司、审计师和双方律师等等各方之间进行反复沟通协调，常常因审计师或律师的一个疑问，上市办成员就要连夜全面调整数据，甚至为快速解决难点，常常奋战数个通宵。有的同事家在外地，妻子怀孕期间，他仅在春节假期回老家探望一次。其实他多么想多回去陪陪妻子和即将出世的孩子，但他知道，还有很多工作等着他去做，很多难题等着他与同事一起去攻克，没有时间容他去思考这些儿女情长，对她们的思念和愧疚只能深深埋藏在心里……

上市工作准备就绪后，公司递交了A1表，接踵而来的是香港联交所5轮的反馈意见及正式聆讯。在公司领导直接的参与组织下，上市办成员各负其责，继续发扬不怕吃苦连续作战的作风，每次均确保第一时间迅速提供联交所的反馈材料，确保了公司上市聆讯以最快的速度进行。快速高效的工作，得到了中介机构的高度赞扬，有的中介机构甚至用“绝无仅有”来形容公司在聆讯期间的快速响应。

繁忙的工作导致不规律的饮食和不定期的加班，经历了两年的上市过程，很多上市办成员的视力都急剧下降，眼药水成为必备用品之一，有的成员甚至因为工作劳累、眼镜度数变化，在一年之内换了3副眼镜。方便面、胃药、感冒药都成为了最受大家欢迎的加班伴侣，“今夜无人入睡”这部伟大的歌剧的主旋律无数次在公司无声地上演着。繁重的工作，单调的生活，这群年轻人没有退缩，没有抱怨，在他们的脑海里只有奋勇拼搏……他们的宣言是：用青春和汗水铸就自己无悔的人生。

这就是中国建材的年轻团队忘我拼搏精神的缩影，他们的素质与品质、活力与信念，令我们对未来怀着持续必胜的信心。

第1 大科技成果



航空航天及国防重大工程用无机非金属新材料及先进复合材料开发应用

中国建筑材料科学研究总院研制的光学纤维面板、镀金属玻璃纤维和微通道板等系列产品，应用于国防军工和高新技术领域。

中国建筑材料科学研究总院通过对“XX型飞机驾驶员风挡玻璃”的成功研制，开发了关键的工艺装备，攻克了玻璃精确成型、双面镀膜等一系列技术难题，掌握了一套拥有自主知识产权的高性能风挡玻璃研制生产技术，研制的飞机风挡玻璃具备良好的光学性能，抗飞鸟撞击能力，具有防冰除雾和泄静电等多种功能以及长寿命和高可靠性的特点，达到同类产品的国际水平。

此外，中国建筑材料科学研究总院还为我国自主研制的轰炸机、大型运输直升机、大型客机、系列飞机、磁悬浮高速列车、高速铁路动车组配套风挡玻璃，产品达到国际先进水平。

“XX飞机驾驶员风挡玻璃的研制”获国家科学技术进步二等奖。

第2 大科技成果



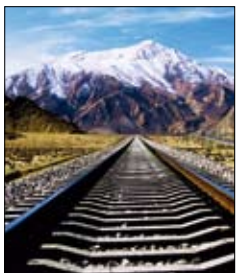
用脱硫石膏制备大型纸面石膏板生产线关键技术与装备开发

北新集团建材股份有限公司所研发的以脱硫石膏为原料大规模生产纸面石膏板的关键技术和装备，解决了以100%脱硫石膏为原料生产纸面石膏板时生料输送和煨烧、熟料级配调整、料浆流变性能改善以及石膏板干燥等技术难题。相关成果具有自主知识产权，达到国际先进水平。

此套技术与装备已在北新建材新建生产线中得到全面推广和应用，并逐步向全行业推广，获得了巨大的社会和经济效益。以年产3000万平方米石膏板的生产线为例，每年可消纳脱硫石膏25万吨，节约因堆放脱硫石膏占用的土地70亩，年产值可达1.8亿元。

该项目获北京建材行业联合会·北京硅酸盐学会科研成果一等奖；中国建筑材料集团有限公司科学技术进步特等奖。

第3 大科技成果



高性能水泥混凝土关键技术研究及重大工程应用

高胶凝性硅酸盐水泥熟料生产技术是中国建筑材料科学研究总院承担的国家973计划项目“高性能水泥制备和应用的基础研究”的重大科研成果，提出高阿利特含量和高介稳态的高对称性结构产生熟料高胶凝性的理论，实现了大型新型干法生产线上稳定生产出阿利特含量65%左右、28天抗压强度达到65MPa的高胶凝性水泥熟料。

利用高胶凝性硅酸盐水泥熟料与30%左右的粉煤灰、石灰石粉等混合材制备的42.5复合水泥，其3天抗压强度大于25MPa，28天抗压强度约为50MPa；利用高胶凝性硅酸盐水泥熟料和30%-40%的工业废渣活性混合材制备的42.5复合水泥比现有同等级水泥中工业废渣的掺量提高10%以上。

熟料率值			凝结时间 (h:min)		抗折强度/MPa		抗压强度/MPa	
KH	n	p	初凝	终凝	3d	28d	3d	28d
0.945	2.45	1.65	1:12	1:59	6.1	9.3	35.5	65.7

中国建筑材料科学研究总院“混凝土耐久性关键性技术研究及工程应用”获国家科技进步二等奖。该技术包括原材料质量和性能控制技术、混凝土耐久性设计和控制技术、破损混凝土工程的诊断

和修补技术、混凝土安全性专家系统等。成果为三峡工程、青藏铁路、南水北调、田湾核电站、首都机场新航站楼、向家坝水电站、三门核电工程、南京地下铁道工程、渝怀铁路重庆嘉陵大桥、武汉长江一桥、武汉长江二桥等100多个工程的建设提供了强有力的技术支持。项目的直接经济效益达两亿元，间接经济效益达数百亿元。

高速铁路无砟轨道板混凝土技术为中国建筑材料科学研究总院承担的铁道部重大科研项目“无砟轨道结构混凝土材料的试验研究-B”的科研成果之一，替代德国技术，具有自主知识产权。

该技术采用普通硅酸盐水泥替代超细水泥，通过早强型聚羧酸系高性能减水剂和ZYY系列早强型矿物掺合料的联合使用，调整胶凝材料早期水化进程，在无外加温养护条件下，实现16h混凝土抗压强度大于48MPa的技术要求。

技术和产品已应用于京沪高速铁路、武广客运专线试验段、京石高速铁路、京秦客运专线、石武高速铁路等国家重大铁路建设工程。

第4大科技成果



5000t/d 级以上新型干法水泥生产线配套的大型系列装备研发与应用

合肥水泥研究设计院通过对引进技术的消化吸收和再创新，开发出了大型立磨、大型辊压机、高效燃烧器、步进式篦式冷却机和新型预热预分解系统等高效节能水泥生产装备，并实现了在5000t/d的新型干法水泥生产示范线上的应用，熟料产量达到5800t/d，烧成热耗2950kJ/kg以下，水泥综合电耗低于85kWh/t，技术水平达到国际先进，打破了大型水泥生产线核心装备长期依赖国外引进的局面。

HRM4800立式磨完全替代了进口设备，使用单台国产立式磨比用进口立式磨减少设备购置费约1200万元，备品备件的价格比进口设备降低50%左右。2007至今累计完成HRM4800大型立磨销售超过15台套。

HFCG160-140辊压机成功应用，完全替代了国外辊压机，全面进入亚东水泥。截止2009年底，有累计150台套此规格辊压机投产，即有1.5亿吨水泥是采用本辊压机生产出来的。按每吨水泥粉磨比传统的球磨机节省8kWh/t计算，每年将节电12亿度。经济和社会效益十分显著。

HRM4800立式磨和HFCG160-140辊压机累计销售收入已超过6亿元人民币。目前这两种磨机已开始出口菲律宾、埃塞俄比亚等国家。

第5大科技成果



超薄电子玻璃成套生产技术开发与应用

洛玻集团洛阳龙海电子玻璃有限公司龙海超薄玻璃生产线于2006年1月19日建成投产，投资数亿元。

龙海公司商品化生产的0.5mm-1.1mm全系列产品，产品质量达到STN级，能够满足ITO行业、电子行业、高精仪器及玻璃深加工等的需求；产品分布安徽、广东、江苏、上海等10多个省市，市场占有率达75%以上。

2007年2月，《超薄浮法玻璃成套技术与关键设备在电子玻璃工业化生产开发应用》成果，荣获国家科学技术进步一等奖；截至目前，累计实现销售收入近10亿元，取得了良好的经济效益和社会效益。

蚌埠玻璃工业设计研究院自主研发了0.5mm溢流下拉法TFT超薄玻璃成套生产技术，首条工业化生产线正在建设中，即将投产。

第6 大科技成果



兆瓦级系列复合材料风力发电机叶片生产成套技术

中国复合材料集团所属的连云港中复连众复合材料集团有限公司通过收购德国NOI公司, 引进消化吸收再创新, 解决了高精度母模制造、液压翻转模具制造、快速真空树脂导入成型、低温型叶片开发等关键制造技术, 率先在国内生产出1.5兆瓦、2.0兆瓦、3.0兆瓦大型兆瓦级复合材料风电叶片。

中复连众在连云港、沈阳、酒泉、包头等地建设叶片生产基地, 并在德国建立了海外研发中心和生产基地, 开发生产1.5兆瓦~5兆瓦六大系列二十多种型号的兆瓦级叶片产品, 多项技术和产品填补了国内空白并达到国际先进水平, 产品批量出口阿根廷、日本等国。经过三年多的努力, 中复连众已成为国内最大的风电叶片制造商, 并将依托国家级企业技术(分)中心, 坚持科技创新, 引领国内复合材料风电叶片的发展。



第7 大科技成果



年产十二万吨玻璃纤维池窑拉丝生产线成套技术与关键装备

“年产十二万吨玻璃纤维池窑拉丝生产技术与装备研制项目”由巨石集团有限公司承担。

该项目成功研发了世界最大规模的年产十二万吨玻璃纤维池窑拉丝生产技术与关键装备, 项目技术达到国际领先水平, 取得专利授权17项。公司投资10亿元建设了一条示范生产线, 与传统生产技术相比, 单位生产能耗降低40%, 窑炉废气排放量减少80%, 并从源头控制了氮氧化物污染的产生, 其节能减排技术达到国际领先水平。

本项目荣获2008年中国建材集团科技进步特等奖; 2009年浙江省科学技术二等奖。

项目所取得的技术成果已经在巨石集团的六条生产线上推广应用, 合计生产能力为55万吨/年, 取得了很好的经济社会效益。

第8 大科技成果



碳纤维原丝及碳丝产业化成套技术及装备

中国复合材料集团有限公司在连云港组建中复神鹰碳纤维有限公司, 依靠自主创新, 实现了碳纤维产业化。

中复神鹰发挥在成套化纤机械方面的研发、制造优势, 通过整合实验室成果与工业化腈纶生产控制技术并加以集成创新, 组织技术攻关, 先后完成了聚丙烯腈原丝制备、碳纤维预氧化、低温碳化、高温碳化和碳纤维后处理等关键制备技术的工程化研究, 以及聚丙烯腈原丝、碳纤维预氧化和碳化等关键装备的开发, 解决了高质量原丝制备、原丝及碳纤维工程技术放大、关键设备国产化等技术难题, 形成了具有自主知识产权的聚丙烯腈基碳纤维工程化技术和碳化成套设备及装置的设计制造技术。

2008年12月由中复神鹰公司自主设计和制造的年产2500吨聚丙烯腈原丝和1000吨碳纤维项目正式投产, 产品达到国外T300水平。2010年5月, 公司千吨级碳纤维与关键设备项目顺利通过国家级鉴定, 总体技术已达国际先进水平。

第9 大科技成果



新型节能抗震房屋技术开发与推广

()

北新集团和北新建材股份研发的工厂化新型房屋是一种专业化设计、标准化施工、模块化组装,由新型轻质建材构成的房屋体系,它集成了石膏板、轻钢龙骨、岩棉等新型建筑材料和部品部件,是一种环保节能的低碳化房屋。

与传统砖混体系房屋相比较,该房屋体系使用的材料在生产过程中排碳量少,在建设和使用过程中节水、节能、保温,寿命期到达后可回收,可以配套太阳能暖房系统、水处理等系统,是一种环保节能的低碳化房屋。

该成果应用CAD技术和CAM技术,开展节能、环保、抗震的钢结构(集成)房屋体系开发和应用研究,已获得多项专利,整体技术水平处于国内领先。

该新型房屋广泛应用于一般工农业、商业、服务性建筑,并在旧房增层、改造、活动式可拆迁建筑等方面发挥了作用。目前已在北京、山西、山东等地建造了多种类型的乡村住宅,未来应用空间巨大。

中国建筑材料科学研究总院开发了三板一柱轻钢结构住宅体系。该房屋体系采用新型建筑结构体系,在钢筋混凝土梁的基础上,使用H型钢及矩形钢管组合成钢结构骨架。在钢立柱旁辅以混凝土挂柱,将混凝土外墙挂板、隔墙板、屋面板及保温材料分别安装于钢结构骨架上,形成三板一柱轻钢结构建筑主体。

该成果大量利用了建筑垃圾、粉煤灰、矿渣、炉渣、煤矸石等固体废弃物,符合国家节能减排要求,目前已获得多项实用新型专利,并在北京、山西、山东等地建造了多种类型的乡村住宅,满足了不同地区对建筑节能的要求。

第10 大科技成果



太阳能光伏玻璃与薄膜电池生产技术开发与应用

蚌埠玻璃工业设计研究院自主研究开发了太阳能光伏玻璃生产工艺新技术,该技术重点攻克了超白原料制备、炉窑结构优化、压延成型及配套燃烧等关键技术难题,采用该技术设计的太阳能光伏玻璃生产线所生产的产品质量完全达到国际标准,打破了国际玻璃巨头对该技术的垄断,推动了我国太阳能光伏产业的快速发展。

截止目前,该技术已在东莞南玻、中航三鑫等15条生产线上应用,取得了显著的经济和社会效益。“东莞南玻超白光伏电子太阳能玻璃生产线工程”获2008年度全国优秀工程勘察设计金奖,“太阳能光伏电子超白玻璃工程技术开发”获2008年度建材行业科技进步一等奖。

开发了薄膜太阳能电池用TCO导电膜玻璃的成套技术与装备;开发了CIGS和CdTe薄膜太阳能电池的中试生产线,在部分关键技术已取得重大突破。





建材企业 如何学台塑推进内部信息化

1 引言

台塑是当代中国企业学习先进管理很好的范本。被称为“经营之神”的王永庆将中国文化底蕴与现代管理理念融为一体，为我们提供了很多值得感悟、学习和借鉴的宝贵经验，其中就包括台塑极其高效的信息化管理。

当前，以水泥为代表的建材行业正

在开展工业化与信息化的“两化融合”评估工作，我国已把推进国民经济和社会信息化作为实现产业优化升级和实现工业化、现代化的关键环节及覆盖现代化建设全局的战略举措。近年来，我国建材企业信息化建设取得了一定成效，但与台塑相比，仍有很大差距，要达到管理、设计、生产、经营和销售全面数字化还有很长的路要走。以ERP为例，国

内很多企业包括建材行业的大部分企业都正在或者已经导入ERP，但真正带来理想效果的案例屈指可数。虽然台塑与建材企业在体制、产品、市场和环境上存在差异，但企业信息化的基本理念是相通的，本文拟通过分析台塑经验期为建材企业做好信息化，最大化地节约成本，提高生产效益，真正依靠信息化打造企业核心竞争力提供借鉴。

2 台塑信息化经验

20多年前,美国哈佛大学教授理查德·诺兰(Richard.L.Nolan)在深入研究信息化历程的基础上,总结归纳出信息化发展的一般规律:无论对于一个行业,还是对于一个国家或地区来说,信息化大体要经历初始、扩展、控制、统一、数据管理和成熟这样几个发展阶段,各个阶段之间并非截然分开,也不能超越。这就是著名的诺兰模型。通过30年的不断磨合,台塑已经进入信息化发展最高阶段——成熟阶段。台塑信息化管理最大的特色是一体化,管理架构和管理组织一体化,高度集权,打破了业务壁垒,下属企业信息化建设包括软件开发、软件系统和计算机购置都归总部专属机构管理,实现了信息管理“统一规划、统一实施”。台塑内部合理的管理流程则保证了跨部门的有效合作,形成了“制度提出方+信息部门+制度使用方”三方共同协商制,使信息化和企业管理制度有机融合。

早在1967年台塑就建立计算机导入管理制度,1983年就在各子公司推广ERP,1989年实现ERP整合计划。如今,台塑集团的信息化可以做到每月的第一日就完成上月所有数据的输出(结算),从中获得了巨大的效益。与此同时,台塑在信息化上敢于尝鲜,诸多最先进的理念与技术都在台塑集团中得到了很好的应用。比如,为加强设备管理,台塑推出了“RFID(无线射频识别技术)+PDA(掌上电脑)+信息管理平台”三合一体系,缩短对设备的巡检作业时间,让管理者能够随时掌握设备运转动态,降低设备异常风险与处理成本。

台塑信息化之所以能成功,首先归功于高层领导无条件的支持与重视。王永庆先生对于信息化事业具有高度的前



瞻性,他深知信息化是一项长期工程,不能因初期效果不明显半途而废,而是着眼于追求长期效果。王永庆先生根据企业发展实际和市场需求,对企业信息管理不断提出新要求。最为典型的是台塑“一日决算”,从过去的半个月、十天,到三天,直至一日决算,无一不是在王永庆的不断要求中实现的。当前很多企业的高层并不十分重视信息化工作,觉得这是一项花钱的事情,如果不上信息化,企业的正常运转和各项功能的发挥也丝毫不会受到影响。正因为企业高层领导缺乏前瞻性、不予支持,企业的信息化建设发展缓慢。其实这是短视之见,随着中国市场化程度越来越高和经济全球化步伐的加快,企业要想在激烈的市场竞争中立于不败,没有强大的信息化支撑是很难实现的。

其次归因于其相当严密的制度体系。公司在1966年就建立了比较完善的管理制度、严明的管理流程,每个部门的分工相当明确,这样就有效杜绝了部门之间的扯皮现象,所有数据都能在第一时间输入信息化系统,避免信息的失真和

流失。当前很多企业信息化失败的原因在于企业自身的管理比较松散,缺乏严格执行的制度,这给信息化的实施带来巨大的阻力与困难,于是许多企业的信息化规划,尤其是ERP项目最终都成了摆设,怕上了系统之后给原来的工作流程、工作责任等带来风险。但台塑恰恰就是在严密的制度体系之上开展信息化,这告诉我们,只有基础夯实了,信息化成功实施才有了保障。

第三得益于其拥有一支专业管理团队。信息化管理队伍,不仅需要专业的信息化知识,如网络技术等方面知识,还需要对企业的业务,即对企业的价值链有全面的了解。通过这样一支队伍,最终带动全员参与。台塑信息化管理组织——台塑网软件科技有限公司是后来成立的,其工作团队由以往推动集团信息化建设的核心成员组成。当一个企业不断发展壮大,原先的信息化团队可以逐步成为企业最重要的业务板块,以其专业、服务和创新的精神,对内、对外提供全方位的最佳的信息化整合服务,提升整个集团的竞争优势。

3 建材企业信息化之路

目前我国建材企业多是大而不强，信息化程度更是参差不齐。大多数建材企业处于诺兰模型的第三阶段——控制阶段，好一点的企业到了第四阶段——统一阶段。不同的企业应根据自己的具体情况制定相应的信息化规划，这点非常重要。以行业内信息化工作推动较好的巨石集团为例。该企业信息化建设围绕着“决策用的商业智能BI+集团化ERP管控+工厂级MES系统+横向拓展的电子商务”模式展开，这种模式是目前大多数软件公司根据流程性行业信息化建设总结出来的实践经验。其中以集团化ERP管控为核心，对于发展中的中国企业的粗放型管控力度较好，同时在工厂级别辅以MES系统进行细化，较好地解决了ERP系统精细化管理的数据实时性问题。

巨石信息化管理体系如下图所示：

并非所有企业的信息化都得采取类似的思路。目前，建材行业的很多企业也和我国大多数企业一样，形成了一种错误的观念：凡是在部分企业做到并获益的，肯定是好的，于是纷纷效仿，缺乏对自身的认识、定位和规划。比如说在专业团队的建设上，台塑这种超大且成熟的

企业可以成立专门的信息化管理公司，但如果企业本身较小，完全没必要自己搞研发，可以外包给专业团队来做。

尽管如此，笔者认为，从台塑的经验中，我们仍然可以学到以下几点：

第一，全员参与，领导做起。很多人对信息化的认识都只停留在它是一种工具的层面上，这是片面的。信息化已经成为企业新的利润增长点，在未来市场竞争中充当重要的角色。企业信息化融合了IT技术和管理思想，一方面能支撑企业的业务开展和业务变革，更为重要的另一方面是能够推动企业的管理提升、业务发展及战略实现。当前建材行业工业化与信息化的融合并不十分理想，可以说传统高能耗的产业帽子一直未能摘下。殊不知理念是一种生产力，而作为企业的一种低碳管理手段，信息化更是一种具体的生产力。因此，信息化的思路需要至上而下的推广。

第二，了解自己，准确定位。即需要对企业自身做个判断，判断企业自身对信息化的需求到底是什么。产业型的企业，如水泥企业可以判断实现ERP的时机是否成熟、是否需要实现远程DCS数据采集等等。尤其是当前水泥企业正在鼓励联合重组，如果企业的母体管理体制机制不够强大，后期管理整合不

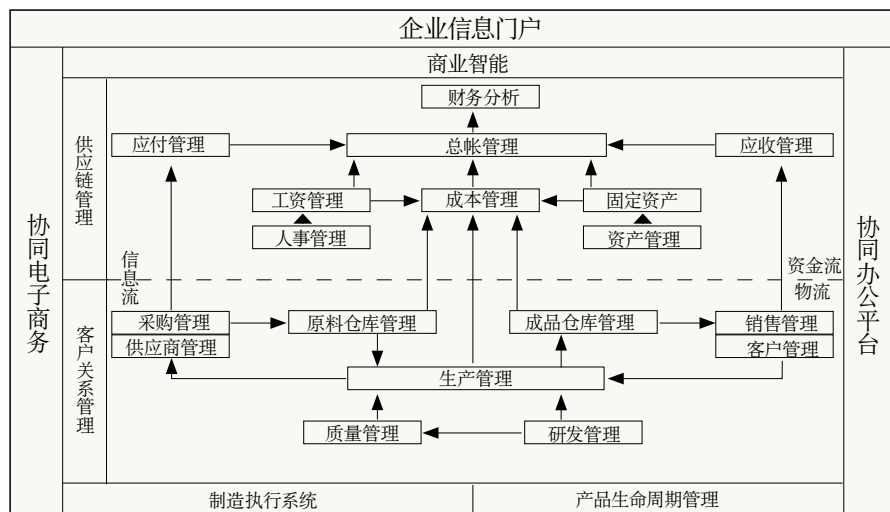
及时推进的话，新进企业势必带来管理新冲击，只有完善了信息化的一些先决条件，才能为后面成功实施提供保证。

对于一些科技型的建材企业，最关键的需求应该是对知识资源的管理、科技的查新等等，比如图纸、配方等的安全管理。只有了解了企业的真实和切实需求，才能找到准确的信息化之路。

第三，灵活多变，重在实施。信息化工程是循序渐进的，每个阶段应根据需求，选择重点开展工作。这就要求企业要有前瞻性，预留未来的改进和提升空间。与此同时，量力而行，做好当前每一个实施模块，要有重点、有步骤，即做到统筹规划、分步建设。在推广的过程中，信息化系统与原有的管理体制处于和谐状态很关键。这与企业自身的管理规范有一定联系，当然与在具体推进中的执行也是密不可分的。很多企业，包括台塑，都是在通过信息化的推广，改善企业原来存在的一些弊端，逐步过渡到现代企业状态中去。

4 总结

综上所述，在“十二五”期间，建材行业的信息化与工业化将进一步走向融合。特别是信息化将会渗透到从原料到用户的各个领域、每个环节当中。通过学习台塑的信息化先进管理经验，我们要运用信息技术、网络通讯、互联网以及最新物联网的发展成果，通过平台化IT技术架构和体系，实现企业信息化的业务过程，促进企业实现以增效为目标、融合为标志、服务为手段的发展思路，实现建材行业这一传统行业的转型，与此同时，打造新兴产业体系，走出一条新型工业化道路，最终推动整个“十二五”期间建材行业的信息化发展，从而推动建材行业步入科学发展的轨道。



浅析如何加强和改进 国有企业思想政治工作



思想政治工作是我们党的优良传统和政治优势，是企业生产经营工作的生命线，也是企业不可缺少的生产力要素之一，它对于调动员工的工作积极性，增强员工责任感，促进企业的改革和发展具有十分重要的作用。思想政治工作做好，不但可以培育干部职工的政治意识、责任意识、大局意识、奉献意识，而且可以提高他们的政治素质和文化素质，为本部门、本单位各项工作的开展提供有力的思想保证和强大的精神动力，思想政治工作的重要地位无可替代。改革开放以来，随着经济体制改革的不断深入，我国国有企业的思想政治工作也得到了不断加强，目前，大部分国有企业的思想政治工作开展的总体形势是好的，思想政治工作在推进国有企业改革和提高企

业经济效益等方面发挥了重要的作用，但同时，也有一些国有企业的思想政治工作遇到了这样或那样的矛盾，这些矛盾已经影响着国有企业思想政治工作的进一步开展。那么应该如何化解这些矛盾，如何进一步加强和改进国有企业思想政治工作，是摆在我们政工干部面前的一个新的课题。

一、国有企业思想政治工作中存在的主要问题

1

一些国有企业，由于种种原因，对于加强企业思想政治工作的重大意义认识不够到位，对国有企业的思想政治工作的重视不够，出现了政工机构不健全、

政工人员相对缺乏，一些制度不能落实、活动经费得不到保证等情况，一些国有企业领导对思想政治工作是说起来重要，做起来次要，忙起来不要，存在着抓生产经营一手硬，抓思想政治工作一手软的倾向。这给做好这些企业的思想政治工作带来了很大的难度。

2

企业效益对思想政治工作的影响。企业思想政治工作与企业效益息息相关，特别是当企业效益下滑时，思想政治工作受到的影响就更加直接。

3

目前，员工对一些国有企业思想政治工作内容单调、形式不活、缺乏新意反映强烈，一些国有企业员工认为，“思想政治工作的老方法、老手段，人们已经失去了兴趣”、“口号多，实际工作少，员工不感兴趣”，目前，他们迫切希望国有企业的思想政治工作改革创新，采用灵活多样、喜闻乐见的新形式，寓教于乐，迫切要求国有企业思想政治作用新的内容、新的形式和新的方法为员工服务，这也是目前困扰国有企业思想政治工作的突出问题。

当前,在一些国有企业中,政工干部认为企业思想政治工作难做,在他们看来,思想政治工作的“难”主要体现在:单位领导不够重视,人员思想感情复杂,传统方法单一被动,吸引员工难。一部分国有企业政工干部的畏难情绪,直接影响到国有企业思想政治工作的有效开展。

二、如何加强和改进国有企业思想政治工作

1

在企业思想政治工作中就是要突出人、重视人、管好人、用好人,核心就是人性化管理,就是要采取多种形式打开员工的情感之门,充分发挥每位员工的聪明才智,使其达到最佳境界。具体要讲,要做以下三个方面。一要淡化“官念”,起表率作用。作为管理者、经营者,不仅需用真正的力量启迪人心,而且还需用自身的人格魅力感化人心,感化了人心必然赢得信赖和支持,从而形成推进企业顺利发展的合力。二要尊重、理解、关心员工。俗话说:“你敬我一尺,我还你一丈”。从心理学观点看,企业给员工一分爱,员工就会给企业十分情,员工工作起来就会有使不完的劲。反之,“领导把我当牛看,我偏不给你好好干”。纵观许多成功的企业,无不把尊重、理解、关心员工和激励员工积极性摆上重要位置。三要维护员工权益及主人翁地位。只有维护员工权益及主人翁地位,使之主人翁意识增强了,真正当家作主,才能充分发挥其关心企业发展的积极性,参与企业管理的热情才会不断高涨,企业才能取得良好的经济效益。

2

“ ”

一要实现思想政治工作与企业中

心工作相结合。企业不同时期的工作重点各有不同,思想政治工作不但要与中心工作紧密配合,协调联动,而且还要超前一步,主动参与,不能游离于企业中心工作之外。具体来讲,思想政治工作在企业各项重大决策实施前要坚持当好“先行官”,鸣锣开道,做到兵马未动、舆论先行;在决策实施中当好“助推器”,靠舆论宣传造势;在决策实施后总结经验,为今后工作开展奠定基础,从而使思想政治工作的实效性和针对性得到增强。

二要实现思想政治工作与实际问题相结合。以求真务实的精神为职工群众办实事,办好事,解决具体问题,是增强思想政治工作说服力的本质要求。思想政治工作既是一门科学,也是一项群众工作,工作对象都是活生生有血有肉的人,所以思想政治工作必须转变作风,防止只务虚不务实,树立能干事干成事的务实作风,切实解决实际问题,把工作重心放在基层。必须带着感情做员工的思想政治工作,除了解决员工的思想问题外,还必须解决员工实际问题,在为职工群众办实事解决实际问题中扩大思想政治工作的影响力。

三要实现思想政治工作与党组织自身建设相结合。国有企业党组织作为思想政治工作的直接组织者和实施者,是思想政治工作人格化的承载,其自身建设决定着思想政治工作的活力和影响力。建立一套精干高效的企业政工机构,是做好新形势下思想政治工作的重要组织保证,这就要根据企业自身实际,保证政工组织机构健全,人员到位,不能出现空白点。党内组织生活要经常化、制度化,实行政工工作责任制。企业党组织要切实加强对思想政治工作的领导,主持制定思想政治工作的具体规划、年度计划和重要制度,并组织实施,要

建立起与企业中心工作相配套并纳入企业整体管理考核体系的思想政治工作责任体系。企业党组织和行政领导要采取有力措施,按照稳定队伍,优化结构,提高素质的思想,加强政工队伍建设,有计划地培养和建设一支专兼结合,充满活力的思想政治工作队伍。

四要实现思想政治工作与文化娱乐活动相结合。企业各种形式的文化娱乐活动是开展思想政治工作的重要载体,因此,思想政治工作必须要增强阵地意识。大力加强思想政治工作的阵地建设,是新形势下加强和改进思想政治工作的一项重要基础性工作。文化娱乐活动的职工群众参与性强,对职工群众的精神文明和道德品质有着很强的渗透力和影响力,这就要求我们深入研究各种文化娱乐活动所具备的特色和功能,实施“大政工”,通过工会、共青团等组织积极开展各种健康有益的文化娱乐、体育活动,寓教于乐、寓教于文,在潜移默化中达到培养人、教育人、锻炼人的效果。

五要实现思想政治工作与企业管理相结合。思想政治工作与企业管理相结合,就要求适应市场经济的特点,充分发挥思想政治工作的引导作用。运用科学的管理模式使企业适应市场经济的要求。为此,思想政治工作要积极帮助广大员工逐步树立市场意识、质量意识、风险意识、效益观念,自觉参与市场竞争。

六要实现解决思想问题与解决实际问题相结合。解决实际问题就是要开展为职工群众办实事活动,为员工排忧解难,扶贫帮困献爱心,遇员工婚丧嫁娶、住院生病,公司领导都应亲自探望,增强凝聚作用,可起到事半功倍之效。

3

“ ”

一是思路要创新。国有企业思想

政治工作必须冲破思想禁区,倡导创新思维,实现思路再突破,要从“等布置、听指令”转变为从实际出发,主动出击,牢牢把握工作主动权,要根据企业和员工的实际需要确定工作思路,力求工作上具有独创性、超前性,要适应新形势、采取新措施,确立新思路。

二是内容要创新。国有企业思想政治工作要适应中心工作的需要,跟上改革的步伐,注入时代的内容,拓宽服务的领域,要找准结合点,把思想政治工作与企业的生产经营、内部改革、机制转换等有机结合,坚持与企业各项工作整体配合,把刚性的约束和柔性的导向有机结合起来,使员工在情的激励下爱岗敬业,在制度的约束下努力工作,同时,要拓宽教育内容,有针对性地实施教育,以提高员工队伍的整体素质。

三是形式要创新。要打破国有企业思想政治工作原有的单一形式、单一渠道格局,充分发挥社会化宣传的作用,运用多种大众传媒唱响主旋律,打好主动仗。要有效地在第一时间里掌握第一手材料,并做出快速反映,要运用现代科技成果,使思想政治工作从统一教育向层次教育转变,从单纯说理向结合实际转变,从单向灌输向自我教育转变,从被动应付向超前预防转变,要用研究式、讨论式、启发式等方法开展工作,真正把广大员工团结在自己的周围。

四是载体要创新。企业文化是促使企业不断发展的精神动源,也是国有企业思想政治工作的重要载体。新时期国有企业思想政治工作要以企业文化为载体,要通过创建富有中国特色的企业文化,推动国有企业的思想政治工作,要围绕树立企业的价值观,培养企业精神和企业理念,塑造企业形象,加强职业道德建设等开展工作,要将教育培训、人才培养、文化教育、创造良好人文环

境等密切结合,使员工在良好文化氛围中陶冶情操,努力工作。

五是考核方法要创新。传统考核评价思想政治工作的方法往往注重工作量和活动形式,这不利于对思想政治工作实际效果作出综合评价,因此要建立新的考核机制,采取科学的客观的合理的方法对国有企业的思想政治工作进行综合考核,建立科学全面、定量和定性相结合的考核方法,使其在加强和改进国有企业思想政治中起到积极的推动作用。

4

做好思想政治工作要求必须建设一支高素质的国有企业政工干部队伍。因此,必须加强国有企业政工队伍建设,不断提高政工人员素质。一要加强学习。要建立国有企业政工人员定期学习的制度,以提高其理论素质。二要教育国有企业政工人员在学中干,在干中学。讲学习是人的终生目标,因此,国有企业政工人员要在坚持自学为主的基础上,结合新时期新形势新任务,结合企业发展情况,结合员工思想动态,不断学习,要学政治、学经济、学科技、学管理、学法律、学一切有利于工作的知识,在学习中应注意向书本学,向实践学,向他人学,只有通过学习,才能不断提高做好思想政治工作的能力和艺术,从而真正把国有企业的思想政治工作做好。三要在国有企业政工干部中开展爱岗敬业,乐于奉献的活动。国有企业政工干部要用高度的责任感,强烈的事业心,以及良好的形象和优良的成绩,赢得广大职工群众和上级组织的信赖。国有企业思想政治工作者还应具备五个方面能力。一是战斗力。政治工作是思想的交锋、政治的争辩,来不得

半点虚假和含糊、忍让与退缩,这就要求思想工作者要不断充实自己,武装自己的头脑,使自己更具战斗力。二是创造力。思想政治工作者的创造力表现在围绕中心工作,积极创新工作内容和工作方法,并非想当然凭空想象,闭门造车。三是感召力。感召力来自两个方面:一是自身正,这是“本钱”。政工干部必须自身正派,朴实高尚,廉洁自律,不谋私利,自己正,说出去的话才有威信。二是多做少说,这是品行。思想政治工作者要堂堂正正做人,实实在在做事,既做“知”的典型,又做“行”的楷模,说到做到,做不到的,一定不说。只有敢于喊出“向我看齐、对我监督”,才能赢得员工的敬重、尊重,才会实现一呼百应的工作效果。四是说服力。思想政治工作主体是人,是说服人、教育人、激励人的工作,要想让大家服,就得有一定的方式方法。思想政治工作者一要学习党的理论知识,用理论武装头脑,努力提高自己的政治理论修养和政策水平。二要学习经济管理知识,要学习市场经济、企业经营管理等方面知识,讲“内行”话。三要学习科学文化知识,不求是专家,但求是杂家、“通才”,方方面面的知识都有所涉猎,知识面要宽。五是应变力。数字时代,信息社会,瞬息万变,员工的思想状况也在不断变化,这就要求企业思想政治工作者不能因循守旧,墨守成规,人云亦云,而应顺时而变,以变应变。

总之,思想政治工作没有一成不变的固定模式,在新形势下,只要国有企业思想政治工作者坚持以邓小平理论和“三个代表”重要思想为指导,坚持科学发展观,根据社会发展的新情况,根据企业自身实际,不断研究探索和创新思想政治工作观念、方法和内容,就不难做好国有企业思想政治工作。



洛玻集团职工张爱民夫妇 17年如一日精心照顾瘫痪父亲、体弱母亲

在洛阳市老城区大众前街，提起洛阳浮法玻璃集团保卫部职工张爱民、耿晓兰夫妇，居民们都称赞他们夫妇17年如一日，精心赡养照顾瘫痪父亲和年老体弱母亲，家庭和睦，是大家学习的好榜样。日前，洛玻集团保卫部职工张爱民、耿晓兰夫妇被洛阳市评为“五好文明家庭标兵户”。

勇挑照顾瘫痪父亲的重任

张爱民的父亲是一位文职军人，转业后分到洛阳市文化局工作，母亲是退休职工，兄妹四个。1990年父亲

离休后，因患脑出血，虽经医院及时抢救保住了生命，但还是留下了偏瘫的后遗症。1991年父亲病情复发，造成全身瘫痪，出现语言障碍，家庭顿时陷入困境。当时，张爱民刚刚20多岁，未成家，在洛玻集团公司保卫部门卫工作，两个哥哥和一个姐姐先后成家，在外居住，看护料理父亲的重任，责无旁贷的落到了张爱民和母亲肩上。

父亲出院后，为了照看好瘫痪的父亲，哥哥、嫂嫂和姐姐，多次与母亲商量，如何解决护理好父亲生活问题。母亲因为张爱民还未成家，父亲却瘫痪

卧床在家，哥哥嫂嫂和姐姐同样也为张爱民担忧。为了不影响张爱民成家和工作，大家提出了轮流照顾父亲的建议。张爱民不同意，他说：“哥哥、姐姐都已经成家，在外居住，工作很忙，还要照顾孩子，轮流照顾父亲会影响工作和家庭生活。我与父母生活在一起，在父亲重病期间，需要有人来照顾，作为儿子，我应当承担照顾父亲的重任，与母亲住在一起，照顾父亲也比较方便。至于婚姻问题，大家不必牵挂，为了照顾好父亲，就算打一辈子光棍我也心甘情愿。”

从此，张爱民开始走上了照顾瘫

痪父亲的艰难之旅。由于父亲瘫痪，没有语言表达能力，照顾起来非常困难。为了不让父亲得褥疮，张爱民每天早上6点起床先给父亲翻个身，把家里打扫好，给父亲喂饭吃药，然后上班，下班立刻回家，给父亲换洗衣服和换洗尿布。一次部队战友聚会，张爱民无法推辞，当到了晚上8点，他马上起身回家，照看瘫痪的父亲，为他翻身、吃药。这样的作息，20多年来从未间断过。

好媳妇与夫共担护理责任

张爱民精细护理瘫痪的父亲，在洛阳老城区东北隅社区是出了名的，当邻居见到张爱民的母亲，都夸她养了一个孝顺的儿子。但由于种种原因，张爱民婚事一直没有解决，成为家人的一块心病。其实，曾经有好心人给张爱民介绍过对象，但当姑娘一听家里有个瘫痪的老人，都婉言拒绝了，直到遇见耿晓兰。耿晓兰老家在新疆，家里还有母亲和弟弟，1992年洛阳医专毕业，在洛阳第二肿瘤医院工作。张爱民与耿晓兰相处后，看到张爱民为人善良忠厚，耿晓兰说：“赡养老人是我们做儿女的应尽义务，我们可以共同承担起护理老人的责任。”1994年6月，两人结婚了。

常言道：有个好儿子，不如有个好媳妇。从此，耿晓兰就担负起了照顾公公的责任，耿晓兰像对待亲生父亲一样照顾瘫痪的公公，每天早上5点，她就起床先给公公翻个身，再把婆婆叫醒，上街买菜，喂公公吃饭吃药，然后上班。结婚17年从没有间断过。为了给公公增加营养，增强身体的抵抗力，耿晓兰每次看到电视上有关健康饮食的节目，就认真地用小本子记录下来，为公公做出可口的饭菜，由于公公无法用语言表达，她就仔细观察公公对食物的反

应，发现问题及时改进，慢慢摸索出了老人的饮食规律。公公80多岁了，没有牙，耿晓兰就将食物切成米粒大小再喂公公。

在精心照顾下，张爱民的父亲精神状况明显好转，脸上也有了光泽。街坊邻居说，张老头有个好儿媳妇，她天天为老人翻身，隔2天为老人换洗衣服，每周为老人换被褥，张老头瘫痪30年从未发生褥疮，老人真有福气。

耿晓兰与张爱民结婚17年，为了照顾好瘫痪的公公，她只回新疆老家三次。一次是新婚后回门，一共是10天。第二次是女儿小学毕业，耿晓兰带着孩子回老家看望姥姥和舅舅。第三次是2010年8月，因母亲和弟弟患病，耿晓兰回家看望母亲和弟弟。为了照顾好瘫痪的公公和年老体弱的婆婆，耿晓兰尽职尽责，她和丈夫从未陪孩子上街吃过饭，因为俩人不能同时离开家。

五好文明之家当之无愧

了解张爱民和耿晓兰家庭的人都知道，他们全家团结和睦。张爱民和耿晓兰结婚17年来，从未拌过嘴，婆媳和睦，就像娘俩一样，哥哥嫂嫂和姐姐对耿晓兰就像自己的亲妹妹一样感情非常好。他们的家庭美满和睦，成为老城区东北隅一道温暖的风景线。

2008年6月，耿晓兰早上起来看到天气比较好，就将公公的被褥拿到三楼晾晒，一不小心，崴了左腿。耿晓兰在住院治疗期间，两个嫂嫂和姐姐轮流到医院护理兄弟媳妇，出院后，她们在家细心护理了两个多月，直到耿晓兰生活能够自理为止。

耿晓兰对待婆婆就跟自己的亲妈一样孝顺。她经常一有空就与婆婆聊天，拉家常，解除老人的寂寞。通过交

流了解婆婆的心事，知道她在想什么，可以对症下药，解决婆婆的心病。一次，婆婆告诉耿晓兰，她感到眼睛看东西模糊，好像有东西在眼球上磨，经常流泪很不舒服。耿晓兰第二天就领着婆婆到洛阳市几家医院进行检查，最后确诊是眼结石，做完手术，婆婆的眼病很快就好了。其实，像这样的事情，耿晓兰不知道做了多少，婆婆也逢人就夸自己有个好儿媳妇。

2010年8月，耿晓兰妈妈和弟弟同时患病，婚后第三次耿晓兰回到新疆。然而刚到第三天，就接到张爱民打来电话，得知婆婆的高血压病又犯了，晚上总在喊她的名字。料理好妈妈和弟弟的事，耿晓兰含泪与母亲告别，匆忙回到洛阳照看婆婆。回到洛阳后，在她的精心照料下，婆婆的病很快就好转了。

张爱民和耿晓兰经济条件并不太好，张爱民在洛保保卫部工作，工资不高，耿晓兰在洛阳第二肿瘤医院工作，由于效益不好，现在在老城区一社区工作，工资较低。两个嫂嫂和姐姐收入比他们好，看到夫妻俩为照看瘫痪的父亲和年老多病的母亲操碎心，心里很是过意不去，每年假日总是给他们的儿女一些零花钱，可夫妻俩坚决不要，后来推脱不下，只好收下。可他们却说：“赡养老人是我们做儿女的责任，这是我们应该做的，我们要把这些钱存起来，等到哥哥姐姐家有事，再将这些钱还给他们。”

耿晓兰常说：“我觉得自己很幸福，因为一家人能开开心心的在一起，夫妻恩爱，婆媳和睦，妯娌团结，能和这样的家人生活在一起，我幸福”。

如今，这个和睦的家庭已连续九年获得老城区“五好文明家庭”荣誉，日前，又被洛阳市评为“五好文明家庭标兵户”。

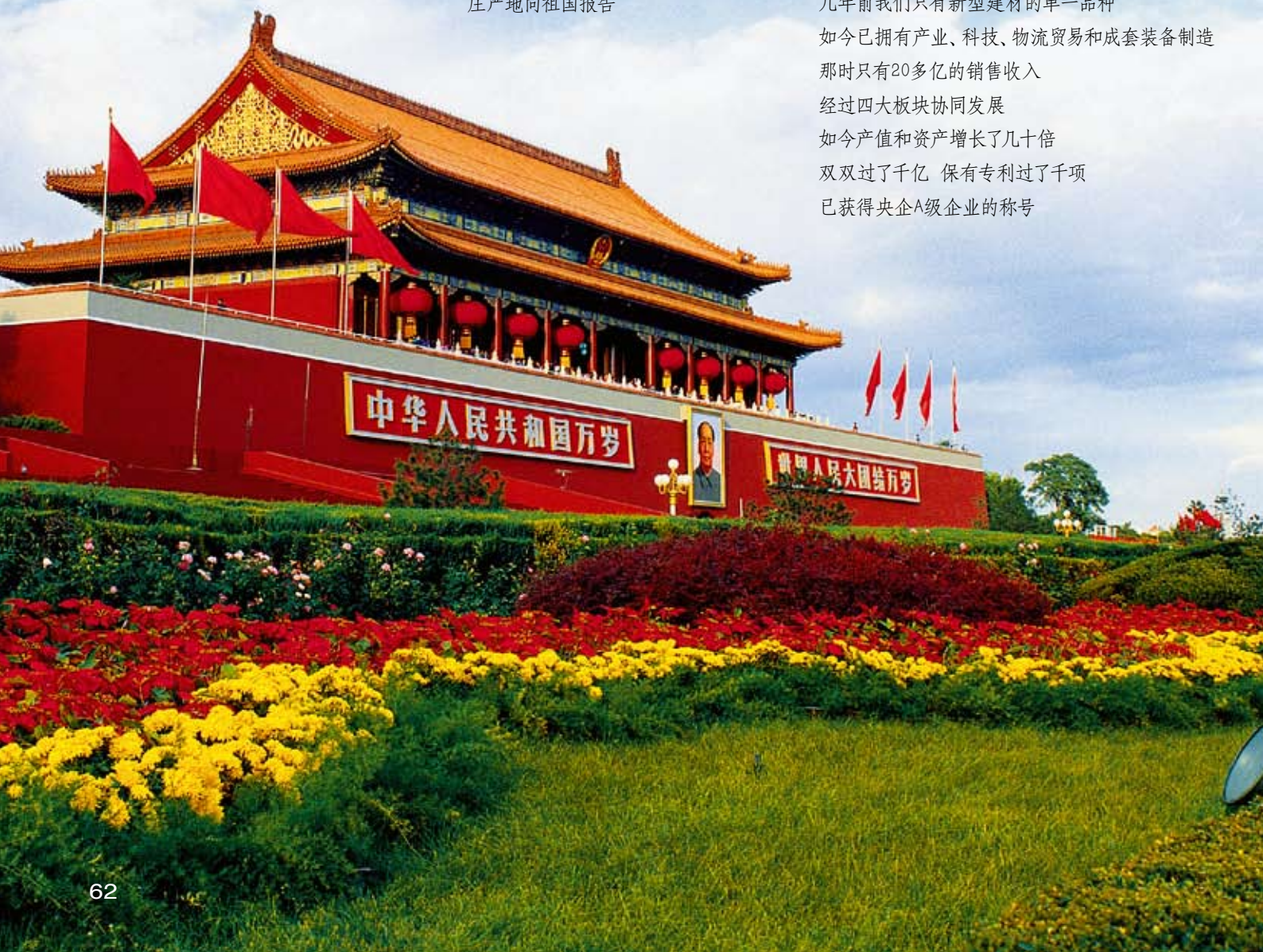
向祖国报告

(音乐视频朗诵诗)

挥别2010年冬日的背影
迎接2011年悄然地来到
拍打身上厚厚的征尘
拂去一年匆匆的辛劳
展开十二五辉煌的画卷
汇总十一五长长的报表
我们——
庄严地向祖国报告

报告祖国
我们来自一支叫中国建材的队伍
中央企业是我们的番号
队伍在改革开放之初组建
由一位叫小平的老人亲自动议缔造

向祖国报告
几年前我们只有新型建材的单一品种
如今已拥有产业、科技、物流贸易和成套装备制造
那时只有20多亿的销售收入
经过四大板块协同发展
如今产值和资产增长了几十倍
双双过了千亿 保有专利过了千项
已获得央企A级企业的称号





向祖国报告

八年前我们的业务还局限在国内有限的市场
现在我们公司的LOGO
已成为外籍员工的胸标
当初圣戈班等大牌企业曾对我们视之等闲
如今他们时常都要研究中国建材的新闻稿

向祖国报告

我们也曾经步履维艰
历史的包袱紧紧地捆住了双脚
我们用第一次思想解放
迎来从新型建材回归行业主流
从水泥入手做大宗建材的三级跳

向祖国报告

面对产能过剩的现实与低碳经济的号召
我们用第二次思想解放启动大规模联合重组
把结构调整和产业升级的梦想
像火炬一样熊熊燃烧
进退有序步入了发展的快车道

向祖国报告

我们的工厂已遍布大江南北
我们的产品和服务已走进奥运、世博、高铁、三峡、神舟与嫦娥号
中国玻纤的产能已居世界之冠
北新石膏板早已获得亚洲第一的名号
中联南方北方三大水泥公司的产能增长到2亿吨创造了水泥史上的奇迹
中复风电叶片的快速成长颠覆了原有的格局
碳纤维的发展更是得到了胡主席等党和国家领导人的亲切关怀和指导
一代一代建材人正在将我国建材产业发展的地基浇筑筑牢

向祖国报告

作为科技先导型企业
“十一五”700多项省部级以上科技成果把牢了行业发展的制高点
集团十大科技成就群星闪耀
从国家科技进步特等奖的某型产品到石膏板和水泥线的装备制造
从高性能水泥混凝土技术到太阳能光伏玻璃等三新产业的战略引导

离不开以建材总院为代表的科研团队
每一项成就都凝聚着他们的智慧和辛劳
科研院所的一批产业已形成规模
六大平台正在日益显现巨大的功效

向祖国报告

我们国际化的步伐也取得了重要进展
我们的队伍已经遍布非洲、欧洲、中东、北美以及南亚的印度半岛
合肥院在巴基斯坦的伤痛不能阻挡走出去的步伐
从巴新、越南、沙特到俄罗斯、巴西等40多个地区和国家
都有我们的技术人员和业务代表
CNBM的货柜流淌在世界各大港口和高速公路上
进出口公司的贸易额已达到了500亿元的新高

向祖国报告

这些年我们通过上市和增发募集了上百亿资金
中国建材荣列摩根投行核心指数股票
央企市营的机制和“三宽”“三力”的文化
得到了成功的实践
战略驱动与资本运营是快速成长的法宝
利润5年翻了12倍的成绩
创造了属于中国建材的速度和绩效

向祖国报告

我们是国资委董事会试点企业
集团董事会深谋远虑运筹帷幄如诸葛扇摇
经营团队都是业界的精英
数百名成员企业高管都是建材行业方方面面的领军代表
三大战略在每个单元都得到很好的落实
五化管理凸显管理现代化的功效
各业务板块全国布局成为管理创新的经典案例
为引领行业科学发展立下了汗马功劳

向祖国报告

我们坚信胸怀有多大企业就能做多大
 和谐、绩效与责任的理念一刻也不曾忘掉
 我们主动践行“建材下乡”的政策
 北新房屋吹响了住房工业化生产的号角
 我们以绿色制造践行包容式增长
 将余热发电几乎装上了所有的玻璃和水泥炉窑
 并毫不犹豫地把自己的低端产能频频起爆

向祖国报告

我们坚信思想有多远企业就能走多远
 “四型”企业的目标始终没有动摇
 我们不断完善福利保障让员工共享发展成果
 中国建材一家人的文化是共同的荣耀
 我们的篮球乒乓球赛已成为品牌赛事
 每一名建材员工都为之自豪
 企业年金制度已开始实施
 还成功发布了建材行业央企首份社会责任报告
 在扶危济困、灾后援建和公益捐款的行动中
 我们总是迅速行动争分夺秒

向祖国报告

我们收获的不仅仅是物质财富和技术进步
 另一条生产线也在将软实力源源不断地塑造
 建材股份等单位荣获中央企业先进党组织的荣誉
 国际工程曾获得全国国有企业创建四好班子先进集体的称号
 刘贵平作为抗震救灾英模出席国庆观礼
 宋志平、彭寿和任桂芳被授予全国劳模称号
 于宝林见义勇为至今仍为石城群众广为传诵
 张国良、张剑星和陈章水光荣地当选全国人大代表
 追求利润是市场经济的法则
 但精神财富和人才队伍更是我们宝贵的资产收益表

向祖国报告

企业的跨越式发展
 源于科学发展观始终回旋在我们的头脑
 创先争优把党的政治优势转化为现实生产力
 学习型党组织建设将知识型党员打造
 党建工作与生产经营同步谋划

思想政治工作成了上下连心的法宝

在中国建材的每一个工厂里
 在海外工程的每一个项目上
 到处都有党员身先士卒的身影和鲜红的党旗迎风舞蹈

向祖国报告

我们取得的每一点进步
 都离不开国资委的正确决策
 离不开监事会的悉心指导
 离不开各部委和建材行业领导的支持与帮助
 离不开老一辈建材人和中国建材10万员工年年岁岁的付出与辛劳

向祖国报告

虽然我们取得了一些成绩
 但面对您殷切的目光
 我们总觉得目标还太低 成绩还太少
 面对“十二五”转变经济发展方式的新要求
 中国建材新十年布局的蓝图已经绘好
 “十二五”达到2500亿产值的目标已被锁定
 做强做优的愿景时刻在我们的心中萦绕

向祖国报告

有国资委的坚强领导
 中国建材十万员工将紧密团结
 同心同德吹响第三次思想解放和发展转型的号角
 不管征途如何险峻 困难如何阻挡
 无论是鲜花满途 还是荆棘夹道
 我们都将豪情满怀地奔向——
 具有国际竞争力的世界一流建材产业集团的预定目标!

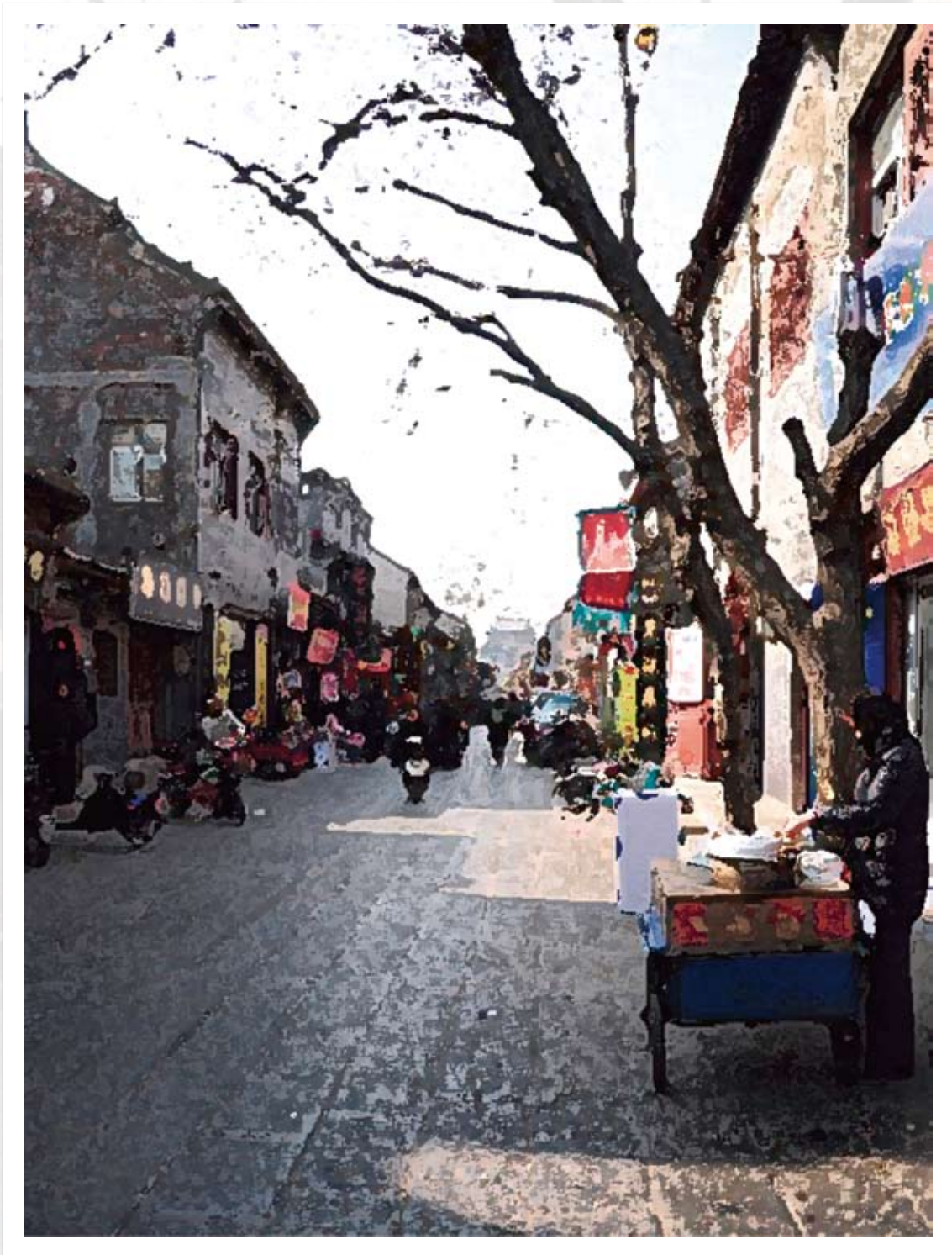
这首 诵 是 专 为2011年中国建材集团
 团 会 创 作 的 出 后 得 到 了 广 好 在 集 团 党
 群 工 作 部 和 中 国 复 材 党 委 公 联 合 创 作 过 程 中
 得 到 了 集 团 总 经 理 、 集 团 党 委 、
 中 国 复 材 党 委 宋 英 等 领 导 的 指 导 和 帮 助 是
 集 体 创 作 的 成 果 义 红 、 叶 迎



中国建筑材料集团有限公司

第四届乒乓球比赛





小街印象 董永杰