



北新建材:出手是“龙牌”

年产5000万平方米高档大型生产线建成试产,跃居全球最大石膏板产业集团

本报记者 梁隽好

十年前一个业务排名全国第三的公司——北新建材,在2012年9月27日,成为了全球最大的石膏板产业集团,其标志性事件则是其淮南5000万平方米石膏板生产线的建成试产。

至此,北新建材拥有了全资和控股的大型石膏板生产线54条,石膏板产业规模达16.5亿平方米,超过世界500强法国圣戈班集团的15亿平方米,跃居全球最大的石膏板产业集团,并打造了石膏板行业领导品牌——龙牌。中国建材集团董事长宋志平高度评价集团旗下的这个A股上市公司是“一个企业带动一个行业,成就一个行业的典型范例”。

33年创业,赢取全球最佳

承载着邓小平“要尽快把中国新型建筑材料厂建起来”的重要嘱托,1979年,北新建材在北京市海淀区创立。1982年,全套引进了中国第一条年产2000万平方米石膏板生产线,实现了石膏板的规模化生产,开创了现代石膏板工业的新纪元;1997年,在北京自主设计和建造了国内第一条具有自主知识产权的年产2000万平方米石膏板生产线,首次实现了石膏板的生产线“中国制造”。经历了20年市场培育,北新建材积累了丰富的技术和人才,构建了遍布全国的营销网络。2004年,按照国务院国资委关于央企要强化主业、做强做大的指示精神,北新建材对中国石膏板行业的现状和发展前景进行了研究和分析,制定了以石膏板为主业,用3年时间将石膏板业务发展到3亿平方米成为中国第一的战略目标。彼时,北新建材只有北京的两条生产线,年产能4500万平方米,业务规模在中国排第三位。

正是以此为起点,北新建材依托在石膏板行业的多年积累和领先优势,确立了从北京西三旗一平方公里的大基地模式走向全国进行石膏板产业布局的发展模式,同时进行了组织机构的调整和业务流程再造。2005年,通过对山东泰和(现已更名为泰山石膏有限公司)进行联合重组,实现强强联合、优势互补。2007年,北新建材



中国建材集团董事长宋志平在淮南5000万平方米石膏板生产线建成试产仪式上

联合泰山石膏大规模启动石膏板项目的全国性布局和项目建设;2008年,项目建设全面开花,石膏板在覆盖全国主要市场区域的梯队形产业布局基本形成。除在北方市场继续保持绝对领先优势外,在华东、华南等地区建设的多条大规模现代化生产线相继投产进入市场。2010年北新建材石膏板产业规模达10亿平方米,成为亚洲最大的石膏板产业集团。目前,北新建材已经拥有遍布全国的54条石膏板生产线,业务规模达16.5亿平方米,通过8年持之以恒的不懈奋斗,北新建材从中国第三发展成为世界第一的石膏板产业集团,企业连续8年实现产业规模和经济效益的快速增长,创造了全球石膏板产业发展的奇迹,被全球石膏板行业大会连续两年评为“全球石膏板行业最佳年度企业”,赢得了世界同行的认同和赞誉。

品牌加技术创新,双管齐下

品牌建设和技术创新作为北新建材发展的两大战略引擎。通过技术创新、品牌创新政策激励职工开展自主创新、争创名牌等措施,加快了技术创新和品牌建设步伐。

作为中国石膏板行业的领军企业,北新建材及龙牌在获得“中国名牌”、“中国驰名商标”后,相继囊括多项行业顶级荣誉,如“全国建筑工程装饰奖选材之最”、“中国五星级饭店首选品牌”、“中国建材行业引领绿色消费十大品牌”、蝉联全球石膏板大会颁发的“全球石膏板行业年度公司”大奖、连续三届入选世界品牌实验室发布的“中国500最具价值品牌”百强企业,品牌价值从2009年的76.33亿元,位列第95位,提升

到2012年的168.92亿元,排名第83位。北新建材的龙牌产品也是中国为数不多的在技术、质量、价格方面都超过外资世界500强同行的高端自主品牌。奥运会、世博会等全国所有的地标建筑和国家重点项目绝大部分都是采用了北新建材的龙牌石膏板系列产品。

在石膏板生产线设计与建设领域,北新建材通过设计创新,实现了工艺布置简约、投资成本低、综合能耗低、运行成本低、产品质量高、技术含量高的综合效果,进一步提升了北新建材石膏板生产线关键生产技术和装备制造技术的创新水平。石膏板生产成型速度从第一条生产线40米/分钟提升到60米/分钟,再到目前全国最高速度超过100米/分钟;另外,通过优化工艺设计,北新建材积极探索节能减排的技术工艺和方法,开发余热利用技术,极大节约了生产过程的能耗;北新建材所有石膏板生产线采用国际先进生产的工艺方案和技术装备,无论是产能,还是在能耗和环保方面均达到一流水准。2010年北新建材获得国家科技部等多部委联合认定的国家级创新型中小企业。

持续不断的技术创新转化成了北新建材产品优势:从耐火极限4小时、隔声量66dB高防火、高隔声墙体,到酒店、学校、医疗、家装等行业的专业系统解决方案以及参加国家标准《轻质吊顶隔墙施工规范》图集、国家标准《家装精装修》等各种行业规范编制,打造了“系统解决方案专家”的品牌形象,石膏板制造技术、应用技术均达到世界先进水平,真正实现了品牌建设与技术创新“双管齐下”。

从北京两条生产线年产4500万平方米到覆盖全国的54条生产线年产16.5亿平方米,从每分钟40米的生产速度到每分钟100米的生产速度,北新建材不断向世界级彰显着中国品牌和自主创新的力量。淮南生产线试产后,北新建材在全国拥有石膏板生产线54条,产能达到16.5亿平方米,跃居全球最大的石膏板产业集团。加上正在建设的4条生产线和拟开工的2条生产线,合计60条生产线,将提前完成全国20亿平方米的石膏板产业布局。

十年调整 亮点纷呈

——十六大以来中国企业改革发展述评之五

本报记者 丁明豪

正当钓鱼岛成为全球关注焦点的时刻,我国第一艘航空母舰“辽宁舰”正式交给海军入列,昂首驶向蓝色的海洋。

“辽宁舰”除了外壳之外,全部是由我国科研人员自主研发的。从动力系统到控制系统,从武器装备到辅助设施,在6年多的时间里,众多企业和科研单位通力合作,创造了多项具有自主知识产权的新技术,完成了中国第一艘航空母舰的建造和试验试航任务。

“辽宁舰”的研发成功正是近10年来中国经济结构调整和产业升级的缩影。如果没有我国企业科技创新能力大幅度提升以及以信息化为基础的产业升级,我国就不会具备研发和生产航母技术的产业基础。

上有“神九” 下有“蛟龙”

2012年显然是中国企业创新史上最光彩夺目的一章。6月18日,载着3名航天员的神舟九号飞船与天宫一号目标飞行器实现自动交会对接,这是我国实施的首次载人空间交会对接。

6月24日,“蛟龙”号载人潜水器在马里亚纳海沟的下潜实验中成功突破7000米深度,再创中国载人深潜新纪录。在为这些“上天”和“探海”的壮举感到自豪的同时,中国人更是深切地体会到高铁速度带来的直接便利。

9月28日上午9时,武汉站开往郑州东站的G502次作为郑武高铁首发车。全程536公里的距离只用了2个小时,比1951年的16个小时快了14个小时,比10年前快了12个小时,比此前的动车又快2个小时。目前,中国已经是全球高铁技术最先进的国家。

和高铁速度同步的是中国企业的创新研发能力。数据显示,中国的科技研发投入已连续多年保持10%的增速,目前每年的研发支出超过1500亿美元,仅次于美国的4000亿美元而位居世界第二。

2002年,我国专利申请量为25万件,到2011年,我国专利申请量突破163万件,是10年前的6.5倍;2002年,我国授权的发明专利仅2.1万件,而2011年发明专利授权量则达到了17.2万件,是10年前的8.5倍。

在专利数量和质量大幅度提高的同时,我国知识产权运用水平也明显提升。2007年至2011年,我国专利、集成电路布图设计技术合同申请登记数量从3194件增加至6924件,合同金额从174.3亿元增至408.5亿元。

研发投入和研发能力的不断增强,使我国高新技术制造业规模不断扩大,为我国未来向高技术产业强国迈进奠定了坚实的基础。

内生“海尔” 外购“沃尔沃”

宏基集团创始人施振荣提出的“微笑曲线”理论,形象生动地说明了研发和制造处于产业链的高端,而加工制造环节则处于产业链的低端。除了提升研发能力外,中国制造业要想获得并保持持续的全球竞争力,还必须有许多在全球叫得响的品牌。

今年8月的一个下午,生活家地板的德国代理商惊喜地给生活家集团CEO刘硕真打来电话:他在美国纽约时报广场的大屏幕上看到了生活家地板的宣传片。

现在,人们发现越来越多的中国公司登上了这个顶级公司云集的竞技场。包括格力、五粮液等众多中国品牌选择在纽约时报广场做广告的方式,来提高品牌的全球影响力。

事实上,海尔是第一个到国外做广告的中国企业。当海尔的广告灯箱矗立在日本东京银座的那一时刻,这个中国公司的品牌梦想已经彰显无遗。目前海尔的产品已经销售到全球100多个国家和地区,成为我国企业中最先进入全球品牌100强名单的企业。

2005年5月1日,联想以12.5亿美元和18.9%股权收购了IBM全球PC业务。这一并购是迄今为止中国最成功的品牌并购案例。通过对IBM全球PC业务的收购,联想实现了由本土公司向跨国公司的跨越,目前已经发展成为全球第二位的PC厂商。

回首10多年前,很多中国企业还都以能够和国外企业合资为荣,10年之后,中国企业已经成为海外品牌并购中的当红主角。2008年,中联重科并购了意大利CIFA公司,实现了在技术、品牌和国际影响力方面的大幅度提升。2010年,吉利汽车把总收入超过自己20倍的豪华车巨头沃尔沃收入囊中,这是中国企业通过并购拥有的第一个世界级品牌。2012年9月4日,大连万达集团在洛杉矶宣布,已经完成对美国第二大院线集团AMC娱乐控股公司总计26亿美元的收购,这意味着万达已经成为全世界规模最大的影院运营商。

东部升级 西部承接

中国企业整个竞争力的提升,不单纯是某个企业技术和品牌实力的提升,更是完整产业链的形成和提升。2010年,中国制造业产值比重超越美国,位居“世界第一”,在全球制造业产值中的比重为19.8%,领先美国0.4个百分点。中国也被视为全球制造业高、中、低三个产业链均比较完整的少数国家之一。

2006年,经济学家郎咸平提出了“6+1”产业链理论。郎咸平认为,中国企业在应对外部竞争中仅仅占据了生产这个“1”的环节,而在包括产品设计、原料采购、仓储、运输、订单处理、批发以及终端销售这“6”环节上却严重缺失。因此,中国企业只能得到少得可怜的利润,而“6”所能创造的90%的价值都被欧美等发达国家的企业拿走了。

如今,随着战略性新兴产业的迅速发展,中国已经形成了高价值的产业链条和产业集群,在新兴产业的布局上,中国企业越来越多地占有了“6”的环节及其所产生的利润。

航天工业被称为经济发展的倍增器。这款经济发展的“倍增器”正在释放着巨大的能量。粗略估计,由我国航天产业所辐射出来的产业链,已经达到1200亿元的规模。

除航天以外,高铁项目、大飞机项目等高端项目都对产业链的完善和发展形成了巨大的牵动力。中国企业在关键产业领域以及核心技术方面的突破,特别是产业配套环境的进一步优化,会使中国企业在未来国际分工中处于有利地位。

和战略性新兴产业的发展一样,工业化与信息化融合正在成为中国企业产业升级的巨大动力。“十一五”时期,信息技术在工业研发设计、生产过程控制、产品营销管理、节能减排、安全生产等领域的应用不断深化。

伴随着科学发展观的形成和深化,产业结构调整和优化已经成为中国企业的自觉行为,并且形成产业梯度转移的势头。东部地区正在形成以战略性新兴产业为主体的新产业集群,而原有产业和产业集群加速向中西部转移,形成了东部、西部结合的完整的产业配套体系。许多东部地区都提出了“腾笼换鸟”的政策,由过去的“招商引资”变成“招商选资”,环保被放在更重要的位置,单位面积的GDP产出成为重要的衡量指标。

长青产业十年:黄金“食代”

(详见第十七版)

陈学利:广慈博爱每一天

——记山东威高集团有限公司董事局主席、党委书记陈学利



本报记者 蒋皓

每一天,全球有1万威高人怀着“良心、忠心、诚心”为人类健康、社会和谐奉献爱心。

每一天,全球有2000万医护人员携手同威高,开创健康未来。

每一天,全球有1000万人因使用威高产品减轻痛苦或恢复健康。

山东威高集团,作为中国最大的一次性使用医疗器械制造商、国家863产业化基地、国家火炬计划重点高新技术企业、山东省首批诚信示范企业,它不仅瞄准了“亚洲领先、世界领先”的强势目标,可贵的是,它将造福人类的使命时刻铭记在心里,用慈善行动阐释着“最受人尊敬”的企业公民的内涵。山东省十八大代表陈学利,正是这家声名远扬的良心企业的创始人和董事局主席。

自主创新,步步登高

1988年,时任威海市环翠区田村福利院院长、党支部书记的陈学利,将自己的人生坐标搬进了商界,以2.5万元创办输液器厂——威

海国营医疗器械厂一分厂。当时,输液器、注射器等一次性医疗耗材市场上,国内企业主要围绕价格进行恶性竞争,而国外企业则凭借高端产品独享超额垄断利润。对此,他深刻认识到,仅满足低端产品必输无疑,只有依靠科技创新,开发具有自主知识产权的高技术含量、高附加值产品,才能立于不败之地。

提高自主创新能力,人才是关键。为此,陈学利通过技术入股,设立研发公司,建立博士后工作站、制定新产品开发奖励政策等方式,先后聘请上百位院士、国内外知名专家担任顾问,引进16名博士和博士后等高端人才,使公司迅速形成了自己的研发平台与优势,先后建立了国家级企业技术中心、医用植入器械国家工程实验室、院士工作站、“泰山学者”实验室等研发机构,并在国外建立了多个研发基地。同时,公司还与国内外知名院校、科研机构联合组建技术联盟,开展产学研合作,共同攻克前沿关键技术。

2005年,威高集团开发的具有自主知识产权的高科技产品——心脏药物涂层支架面世,各项技术指标均达到国际标准,彻底改变了该产品长期被欧美企业垄断的局面。

2009年,中国首个血液透析器自主品牌——威高“聚膜”透析器正式发布上市,再次打破国外厂家在这一领域的垄断地位。

目前,公司已取得自主专利200多项,其中发明专利60多项,100多种产品打破国外垄断。

近5年来,公司主要经济指标年均增长超过40%,去年销售收入达到132亿元,利税26亿元。在过百亿元的年销售收入中,高科技含量、高附加值产品达到80%以上,高新技术产品的贡献达到90%以上。

在陈学利的带领下,经过24年

的砥砺奋进,威高集团从无到有、从小到大,已发展成为下辖30多个子公司,职工14000多人,总资产200多亿元,年销售收入突破百亿元,全球品种最全、全国最大的医疗系统解决方案制造企业。

扶危济困,回馈社会

不仅创业成功,陈学利还体现了新时期企业家的高尚情怀,是企业扶危济困的楷模。作为集团董事局主席,陈学利的工作千头万绪,异常繁忙。但是,不管多忙,他对慈善事业都坚持亲自抓亲自问。

陈学利出身农村,深知困难群众生活的艰辛与不易,对社会弱势群体格外关注。当得知还有很多白内障患者无钱医治时,他决定每年捐款100万元开展“威高光明行动”,对生活困难的白内障患者实施免费复明手术。

2004年,在市委和市残联的协助下,“威高光明行动”启动了,首次捐款100万元帮助500名贫困白内障患者实施免费复明手术。手术在市立医院和市立二院进行,由市残联与医院共同筛选,确定受助人。

当患白内障的75岁老人品兰香从陈学利董事长手中接过免费复明服务卡时,她感动得流下了热泪。在荣成,75岁的肖秀模老人有幸成为受助人,她儿子激动地说:“俺娘的眼原来真没希望了,没想到威高光明行动能为俺娘免费做白内障手术。”

目前,“威高光明行动”已成为慈善事业、公益事业一个响亮的品牌。已累计投入1500多万元,上万名白内障患者受益。

2006年,威高骨科公司在中华慈善总会的帮助下,在北京发起了“威高爱心工程”。每年捐助700万元骨科器械,为全国100名脊柱侧弯患者实施免费手术,使他们挺直腰杆。方

式是在全国建立定点医院,由中华慈善总会和定点医院筛选患者,实施手术。目前,中华慈善总会在全国已经确立了300多家定点医院,捐助器械价值500多万元,已累计向社会捐款捐物价值达3亿多元,大批脊柱侧弯患者得到了治疗,不少患者纷纷来信感谢威高。湖南怀化市麻阳苗族自治县舒家村中学生刘攀经威高爱心工程救助后,来信感谢:“我由于家庭经济困难无法支付就诊费用,一直得不到治疗。是中华慈善总会、威高集团、南华大学让我挺直了腰杆,从此自信地做人。”

威高扶残义举得到盛赞,陈学利先后被授予威海市“最具爱心慈善楷模”、全国“扶残助残”先进个人等荣誉称号。“慈心耀大地,光明耀万家”是受惠于“威高光明行动”的500名复明患者赠送给他的一面锦旗,代表了群众对这位十八大企业家代表真挚的感激之情。

“能够参加党的十八大,我感到非常激动和自豪,更感到肩上的责任重大。”陈学利说。他还曾经是党的十七大代表,作为山东省民营企业两届党代表,陈学利感慨颇多。党的十六大的代表名单上,首次出现了7名民营企业代表,十七大,这一群体的代表人数增加到17名,到了十八大达到了24名。“从无到有,从少到多,名单变化的背后,这是对民营企业家的无声鼓励和有力支持。”陈学利说,威高集团将生产出更多、更安全有效、老百姓用得起的医疗产品,为人民群众的生命健康服务,并把支持慈善和公益事业发展继续作为威高的义务和责任,为社会和谐稳定多做贡献。

(陈学利,1951年生,籍贯山东威海,现任威高集团有限公司董事局主席、党委书记。山东省优秀共产党员、全国劳动模范。)