

2018年04月03日
星期二
第273期
本期共四版

媒体热线:010-68735742

网址:www.zqcn.com.cn

E-mail:qiyebaoxinwenbu@163.com

建言国资监管 助力国企发展

国务委员 王 勇

祝願《中國國資報道》
圍繞中心 服務大局 突出特色

王 勇

二〇一八年五月

指导单位:国务院国资委新闻中心 联办单位:中央企业媒体联盟《中国企业报》 顾问:厉以宁

迈向营销2.0 北新建材打造产业链增值平台

张 杰

3月18日,二月初二,以“龙牌”为主导品牌的北新建材2018年营销峰会在京召开。中国建材集团有限公司董事长、党委书记宋志平出席峰会并发表主旨讲话。北京市建筑设计研究院有限公司党委书记、董事长、总经理徐全胜,当代节能置业股份有限公司总裁张鹏,中国建筑装饰协会副会长张京跃出席峰会并做精彩演讲。北新建材董事长王兵致开幕词并发表《迈向营销2.0,打造产业链增值平台》主题演讲。

在此次峰会召开前一天,北新建材发布了2017年度业绩报告:在一个充分竞争、完全开放的普通制造业,以仅仅160亿元左右的总资产实现了23.4亿元归属于母公司股东的净利润,经营性现金流量净额26.5亿元,应收账款余额占营业收入比例为1.6%,资产负债率降至22.4%,自2004年以来实现年均净利润复合增长率30%,以靓丽的业绩开启北新建材携手产业链相关方共创共享打造产业链增值平台,迈向营销2.0新时代。

宋志平在题为《北新建材:高质量发展标杆企业》的主旨讲



中国建材集团有限公司董事长、党委书记宋志平

话中评价北新建材2017年的业绩“极其优异,超乎想象。”宋志平回顾了带领北新建材1997年上市的历程,及2002年接手中国建材离开北新建材十几年来一直关心北新建材的发展。宋志平在讲话中感慨万分地说,当时根本不曾想到北新建材的石膏板业务规模能够做到目前的21.8亿平方米,并跃居全球第一,更想不到归属于母公司股东的净利润可以达到23.4亿元。北新建材有好的带头人、有好的职工队伍、有忠诚度高营销网络和广大客户的支持,这些都是北新建材成功的关键因素。北新建材源于国有企业改制上市,具有改革意识并且是

一路改革发展起来的,实现了国有企业的高度市场化。北新建材的成功源于创新能力,北新建材的核心在于“新”,并将石膏板做出了“花”,从双防板到净醛石膏板、相变石膏板,产品不断出新,一个普通制造业坐拥3000多项专利,这是非常不容易的,创新是北新建材经久不衰的生命力。在质量上,北新建材始终坚持“质量上上、价格中上”的质量导向,始终坚持“质量和信誉是北新永远的追求”的导向;在服务上始终坚持“客户至上”的顾客导向,致力于为客户创造价值,客户的信赖也是北新生存的基础。北新建材的成功还源于拥有一个“共享型”

的营销网络,企业不再是简单的所有者、经营者,而是打造了一个基于共同价值链、产业链结合起来的共享平台和网络。

王兵在开幕致辞中简单回顾了北新建材从“黄金十年”走向“钻石十年”的营销之路,重点针对目前市场形势对“营销2.0”提出了新的思路和要求。北新建材针对中国国情和市场现状提出了“四个市场和四个增长”,即把市场视野扩展为“工程分销市场、家装零售市场、创新应用市场、翻修改造市场”,实现“从公建到住宅、从国内到国际”四个增长。与此同时,北新建材的营销系统全面升级,迈向营销2.0。

峰会上来自设计、开发、行业协会的上下游产业链的代表就全产业链携手打造绿色智能化建筑进行了主题演讲。峰会还举行了隆重的颁奖典礼,评选出北新建材2017年度销售业绩奖、品牌忠诚奖、优秀经销商奖、金牌战略合作伙伴、金牌大区经理奖、金牌区域经理奖、金牌营销伙伴奖、金牌营销拓展奖、金牌应用奖、制高点工程贡献奖以及各产品销售金奖等共22类奖项,165个单位或个人受到表彰和奖励。

以文化升级助力企业转型

姚兵

在企业转变发展方式、加快转型升级的大背景下,文化如何发挥在企业战略转型中的引领作用,提升管理效能,为深化改革提供新的动力支撑,是建筑企业普遍面临的重要课题。

近年来,中交一航局坚持以企业文化融入战略并形成良性互动为核心,历经“探索实践、系统推进、创新提升”等建设阶段,实现了文化与战略的相融相促。一航局获评国务院国资委、交通运输部、中国企业文化研究会、中国建筑业协会确立的“四重”全国文化建设示范单位,为企业发展提供了强大的文化支撑。

以战略变革为先导 指引企业转型方向

熔铸“大道之为”的企业精神。作为新中国的“筑港摇篮”,一航局在70余年发展中,曾创造出“四海为家、流动为荣”的奉献精神、“宁让汗水飘起船,不让工期拖一天”的拼搏精神、“风沙洗日月、

烈火炼金身”的坚守精神、“干一流的,做最好的”创优精神等响彻行业内外精神财富。

近年来,在经营战略的调整转型中,一航局承建了以远海工程、港珠澳大桥、蒙内铁路为代表的多个国家重大政治工程、战略工程和民族工程。在传承优良文化基因基础上,一航人进一步发扬为国筑岛、为国建桥、支撑国家发展战略的担当与情怀,提炼生发出以“行大道、担大任、成大器”为代表的“大道一航”企业哲学,“干一流的,做最好的”一航信仰,“不慕虚荣,脚踏实地”的一航作风,以及“讲诚信,有信誉;有本事,能干事;走正道,行大道”的一航处世之道。这些新的理念体系,增添了顺应时代潮流的精神特质,成为引领一航文化建设的新的精神品格。

重构“价值创造”的商业模式。为客户提供有价值的产品和服务,是企业立足市场竞争的根本。在新的战略目标引领下,一航局将“以工为主、工商相融、工强商优”作为转型目标。“工”强调技能和执行力、履约能力,“商”则强调统筹一体化发展、资源深度整合和

跨界整合、全产业链价值创造。在传承优秀工程师文化基因基础上,一航局加快吸收现代商业文明基因长青的文化精髓,引导全员树立为客户、为利益相关方创造价值观念,用商思维、商视角强化与合作伙伴价值对接。采用创新性的商业模式、开创性的解决方案,为业主提供综合性、直通终端的一揽子服务,正成为一航局生产经营的价值核心和员工坚定的价值追求。

打造“竞合共赢”的价值思维。面对市场价值观念的调整,一航局确立了“正心至诚,竞合共赢”的经营理念,塑造了“在竞争中合作,在合作中共赢”的市场新思维。一航局在转型中强化了价值是由顾客和企业共同创造的“竞合共赢”理念,替代零和博弈思维。在实践中,通过提倡与价值链上下游系统协调发展,充分利用互补的企业资源;打破惯性思维,构建开放创新的商业文明,建立高效的反应机制,创造共商共融的盈利模式;同时倡导依法合规的法治思维,将制度执行意识与法治思维渗透到每个企业单元,将企业文化工作持续进行变革、走向深化。

深化机制创新 拓展文化新体系

一航文化的建设,始终坚持上承顶层设计,立足企业实际,找准切入点、抓好落脚点,不断丰富完善理论框架与运行机制。近两年来,一航局相继召开全局性企业文化建设会,修订新版《企业文化建设纲要》,有规划、分步骤地搭建起适应文化建设体系的“梁”和“柱”。

一是构建“1346”的建设框架。即以一部《企业文化建设纲要》总体布局,一张蓝图绘到底,完善视觉识别、理念识别和行为识别三个系统;以项目文化和品牌建设、职业道德建设与文明创建为四个建设载体;按照布魂、布局、布法、布道、布典、布标“六布”步骤(布魂,即确立核心理念;布局,即从全局出发,制定规划、设计实施方案和基本原则;布道,即讲解、宣传科学的企业文化知识;布法,即传播、交流企业文化建设和文化管理的方法;布典,即培育典型、树立标杆、带动全局、提供参照;布标,即形成文化建设的标准,实现定量

考核)整体推进、全面实施。

二是明晰“三级联动”的运行机制。一航局总部、下属子公司总部和基层项目部是文化建设的参与主体。其中,一航局总部是企业文化建设顶层理论设计与调研指导的主体,负责对企业文化理论体系进行优化提升,对三级子公司和基层项目部文化建设调研指导。下属子公司总部是资源整合与监督的主体,负责整合本单位文化资源,监督基层项目文化运行。基层项目是文化践行的主体,强调过程的控制、纠偏与管理,项目经理为第一责任人、支部书记为第一推动者、党政工团齐抓共管、全员共同参与。

三是实现文化建设环节的闭合。在企业战略调整与文化重塑期,为更准确地对公司文化现状进行评估,一航局经反复调研、实践与论证,启动了项目文化建设评测工作,形成《企业文化测评指导意见》,文化建设进入“布标”阶段,就一航局各单位开展文化建设的合规性、员工的认同度以及企业文化特质等情况进行评估。

(下转第九版)