

中国建材通讯

CHINA BUILDING MATERIALS MAGAZINE



中国建筑材料集团有限公司主办
2015年 第7期(总94期)
内部资料 免费交流

2015年上半年工作电视电话会议

**加快转型升级 推动四个转变
全力以赴实现“稳增长”目标**

中国建材集团连续第5年入围《财富》世界500百强

读书汇智：技术不是命运 命运由我们自己塑造 / 把握中国大势 推动集团更好发展



①



②



③



④

图片新闻 中国建材集团 News in pictures

1. 中国建材集团召开“三严三实”第一个专题学习研讨会。宋志平董事长主持会议并作了重要讲话，曹江林总经理作了重点发言，其他班子成员都作了发言。

2. 宋志平参加第三届“生态文明·美丽家园”关注气候中国峰会并作主题演讲。峰会上，泰安中联的水泥智能工厂项目成功获评中国十大绿色技术创新。

3. 宋志平会见蚌埠市市委书记周春雨一行。

4. 中国建材集团在北京召开直管企业纪委书记座谈会。

积极应对新常态 全力以赴稳增长

本刊评论员

面对经济新常态，今年上半年，中国建材集团逆势图强、迎难而上，在稳增长、促改革、调结构、增效益等方面锲而不舍，下了许多真功夫，取得了不错的成绩，主要指标处于行业前列。

面对严峻复杂的经济形势，集团认真落实国资委“抓发展、稳增长”决策部署，遵循“整合优化、增效降债”“早、细、精、实”“四抓四控、四增四减”“稳价、降本、收款、压库”四项经营原则，紧抓市场、倡导市场竞争，强化数字化管理、逐月开展KPI对标，制定成本节约计划、坚决落实“真四减”，大力实施“八大工法”、创建“六星企业”，做了大量扎实有效的工作，努力提升企业效益。

集团进一步深化改革，规范有序地推进发展混合所有制经济和落实董事会职权“双试点”工作。

加快结构调整和转型升级。在传统产业领域，水泥业务创新重组模式、与大企业资本“混合”、向“四化”方向延伸，玻璃业务继续推进重组整合、大力发展新业务；在“三新”产业领域，稳步推进石膏板产能布局，重组整合新型房屋业务，开发一批新产品，得到市场广泛认可。

稳步推进国际化经营。李克强总理在哈萨克斯坦、德国、法国多次见签集团国际项目、莅临集团展台，对集团加快“走出去”提出期望；积极推进国际产能和装备制造合作，新签海外工程合同约12亿美元，多个项目列入“一带一路”重点支持范围；加快全球布局，推广BNBM HOME建材家居、“跨境电商+海外仓”和新型房屋业务，成效显著。

加强科技创新和产研结合。累计形成有效专利近5000项，名列央企第24位，连续4年发布国际标准；智能化低能耗水泥示范线、石膏板高强轻板技术、千吨级高端碳化生产线等技术产生良好效益。

扎实开展“三严三实”专题教育，呈现良好开局。

……

这些成绩说明集团已经顺利进入紧张有序的“新常态”。不久前又传来两个好消息，国资委公布集团连续第7年获评中央企业业绩考核A级，集团连续第5年入围财富世界500强、稳居全球第二大建材企业。

集团作为一家充分竞争领域的“草根央企”，一路走来风雨兼程，经历多年市场考验，不断做大做强做优，靠的是清晰的战略、坚强的执行力、改革创新的精神和不怕任何艰难困苦的勇气与信心。下半年，形势复杂、任务艰巨，积极应对新常态，全力以赴稳增长，要下更大的功夫。集团全体同仁要加倍努力，一方面继续强化数字化管理和市场营销，努力完成全年稳增长目标；另一方面以开放视野，全力以赴整合优化、转型升级，切实深化改革创新，在建设又强又优、具有世界一流水平的跨国建材企业的征途中再上新台阶！

Contents 目录

2015年第7期(总94期)



编委会:

主任: 宋志平
副主任: 姚燕 曹江林
郝振华 光照宇

编委: (按姓氏笔划为序)

干志平 卫锋 王于猛 王益民
叶迎春 光照宇 曲新 刘贵平
李文彪 宋江涛 宋志平 宋春玲
张继武 张健 邳晓 郝振华
姚文君 姚燕 郭光明 曹江林
常张利 崔淑红 彭寿 魏如山

总编: 光照宇
副总编: 张继武
主编: 干志平
副主编: 宋春玲
编辑: 张静 江秀龙
刘媿媿 丁一

主办单位: 中国建筑材料集团有限公司
地址: 北京市海淀区复兴路17号
国海广场2号楼19层 邮编: 100036
电话: 010-68138072 / 68138057
投稿邮箱: zhgjctx@126.com

卷首语

1 积极应对新常态 全力以赴稳增长 本刊评论员

要闻

- 4 中国建材集团连续第5年入围《财富》世界500强
- 5 宋志平出访法国取得圆满成功
- 6 曹江林连续4年荣膺《机构投资者》亚太区“最佳CEO”
- 7 中国建材集团发布2014年社会责任报告

专题报道

- 9 加快转型升级 推动四个转变 全力以赴实现“稳增长”目标 宋志平
- 18 全力以赴稳增长 努力完成全年各项目标任务 曹江林
- 23 抓四减 降成本 推进企业效益提升 中国联合水泥
- 26 依靠科技创新、结构调整、精细管理、市场开拓
实现业绩稳步提升 中国巨石



研究与探索

29 建材产业服务化转型的政策措施建议
——建材产业服务化转型战略研究系列报告之七

姚燕 张健 金玲

管理看台

35 “互联网+”与建材行业转型升级 祁晓荔

读书汇智

38 技术不是命运 命运由我们自己塑造
——《第二次机器革命》读书心得 高宁远

41 把握中国大势 推动集团更好发展
——《习近平谈治国理政》读书心得 石丽洁

员工论坛

43 井冈山英雄 井冈山精神 黄敏

工作动态

45 中国建材集团荣获“中国工业行业履行社会责任五星级企业(2015)”称号等10篇

资讯

47 习近平：国企改革要做到三个有利于等7篇

征稿启事

48 劳动最美丽——一线工程师故事





中国建材集团 连续第5年入围《财富》世界500强

中国建材集团以406.44亿美元的营业收入位列第270位。今年上榜的全球3家建材企业中，中国建材集团紧随法国圣戈班集团，稳居全球建材企业第2位。

7月22日，美国《财富》杂志全球同步公布2015年世界500强企业排行榜，中国建材集团连续第5年入围世界500强，以406.44亿美元的营业收入位列第270位。在今年上榜的全球3家建材企业中，中国建材集团紧随法国圣戈班集团，稳居全球建材企业第2位，另外一家上榜建材企业为爱尔兰CRH。据悉，《财富》世界500强2015年入围门槛提高至237.2亿美元。

近年来，中国建材集团按照“做强做优、世界一流”的发展战略，坚持走市场化成长道路，在宋志平董事长带领下，同心同德，攻坚克难，实现了跨越式发展，过去十多年销售收入、利润年复合增长率超过40%，连续7年获得国资委年度经营业绩考核A级。2014年，面对经济新常态，中国建材集团积极应对经济放缓、需求不足、产能过剩、价格下行等挑战，

坚持整合优化、转型升级，深化改革创新，强化基础管理，提高发展质量和效益，实现利润总额130亿元、同比增长13%，营业收入2504亿元，主要产品销量稳中有升，圆满完成“保增长”目标任务。并被确定为发展混合所有制经济和落实董事会职权的“双试点”企业。

作为一家高度市场化的建材央企，中国建材集团将继续按照做强做优做大的要求，坚持不懈地提质、增效、升级，坚定不移地改革、创新、转型，努力实现管理模式、业务范围、技术结构、市场领域“四个转变”，进一步完善规模优势、发挥技术优势、提升管理优势、强化机制优势，积极创建创新驱动型、质量效益型、制造服务型、社会责任型的“四型企业”，成为具有世界一流水平的建材产业集团。





宋志平出访 法国取得圆满成功

在中法两国总理共同见证下，中国建材集团与法国施耐德公司签署了战略合作协议，宋志平董事长与施耐德全球执行副总裁吕克·雷蒙代表双方公司签字。

6月29日至7月3日，李克强总理对法国进行正式访问期间，中国建材集团与法国施耐德公司在中法两国总理共同见证下签署了战略合作协议，宋志平董事长与施耐德全球执行副总裁吕克·雷蒙代表双方公司签字。宋志平还参加了“中法工商峰会”，并围绕“数字与环境革命对企业未来转型发展”的主题发表演讲。在法期间，他还调研了欧洲单体最大的300兆瓦太阳能电站。



中国建材集团与法国施耐德公司的合作高度契合此次总理出访“推动两国产能合作，促进共同开发第三方市场”的主要议题，获得两国政府高度重视，并作为重点示范项目纳入“开展第三方市场合作联合声明”目录。施耐德公司作为全球能效专家，其先进的能源管理信息平台对100多个国家的基础设施、电力、能源、建筑等项目建设发挥了重要作用。根据协议，中国建材集团和法国施耐德公司将在水泥、玻璃、新能源、新型房屋等领域紧密合作，发挥各自优势共同开发国内外市场，联合打造智能化、信息化、现代化的中法制造平台，成为将法国高端技术与中国中高端设备相结合、将金融与实体相结合的典范。在签约活动中，该项目作为第一个签约项目首先亮相，获得两国政府与中法实业界的高度关注。签约结束后，宋志平还参加了两国总理午宴并合影留念。

在法国图卢兹召开的“中法工商峰会”上，李克强总理与瓦尔斯总理先后发表重要演讲，表示两国未来合作将更加灿烂和辉煌。宋志平在峰会论坛结束环节与空客公司总裁法布里斯共同探讨热点议题，并致以精彩的总结性演讲。宋志平的演讲围绕

建材行业节能减排与环境保护、工业化生产与个性化定制、智能化生产与能效信息管理等方面，深入浅出地论述了互联网、大数据建设与建材企业未来转型的关系，阐明了对企业思维模式、生产方式结构性改变的内在动力。宋志平将中国经济发展比喻成一架空客飞机，“互联网+”与“一带一路”构成其腾飞的两翼。在双方共同努力下，中法务实合作一定会结出更加丰硕的果实。宋志平的演讲紧密结合论坛主题与两国合作方向，博得全场嘉宾热烈掌声并引起巨大反响，提升了集团国际影响力。

出访期间，宋志平还调研了位于法国西南部的由施耐德公司参与的欧洲单体规模最大的Cestas300兆瓦光伏电站。宋志平高度评价了施耐德公司先进的技术与管理经验，将其与中国建材集团丰富的工程与市场经验紧密结合起来，对双方业务快速增长起到了积极推动作用。他表示，此次合作不仅对中国建材集团新能源业务快速发展，真正植入“法国芯”，实现做强做优起到关键性作用；同时也为双方发挥各自优势，互利共赢，共同开发国内外市场，特别是第三方光伏市场奠定了重要基础。



曹江林连续4年 荣膺《机构投资者》亚太区“最佳CEO”

《机构投资者》从近1600家候选公司中评选出154家“受尊敬公司”，中国建材股份有限公司（中国建材3323.HK）连续第3年获得该荣誉，且排名由去年的第57位提升到第30名；并再次被评为“中国最佳公司”，位列基础材料行业第1名。

近日，美国著名金融杂志《机构投资者》（Institutional Investor）一年一度的“亚太区公司管理团队”排行榜评选揭晓。该杂志从近1600家候选公司中评选出154家“受尊敬公司”，中国建材股份有限公司（中国建材3323.HK）连续第3年获得该荣誉，且排名由去年的第57名提升到第30名；并再次被评为“中国最佳公司”，位列基础材料行业第1名。中国建材股份总裁曹江林连续4年荣膺“最佳CEO”，连续3年位列亚太区基础材料行业“最佳CEO”榜首。中国建材股份董秘局员工孟佳钰被评为亚太区基础材料行业“最佳投资者关系专业人员”。

《机构投资者》评选“受尊敬公司”主要考量内容包括公司战略规划、商业实践、竞争优势、经营表现及股东回报、投资者关系等方面；“最佳公司”则关注公司治理规范、成长性好、业绩优良、财务报告和信息披露透明等因素。2014年，中国建材努力克服经济下行带来的需求不足和产能严重过剩的双重困难，坚决落实“整合优化、增效降债”工作思路，实现经营业绩稳步增长和公司持续稳定发展。特别是在困难的情况下，中国建材以行业健康发展为目标，引领了水泥行业的市场竞争，带动行业取得了优于其他基础原材料行业的突出表现。今年被评为“受尊敬公司”的还包括中国建筑和联想集团等公司，被评为“最佳公司”的还包括百度和中国电信等公司。

《机构投资者》评选“最佳CEO”的标准包括战略眼光、专业能力、职业素养和敬业精神等方面，并关注是否善于赢取投资者对公司长期的信心。曹江林以其敏锐的感知力、卓越的领导力、高超的经营管理能力以及身先士卒的敬业精神，与管理团队一起不断克服挑战、推动公司实现稳健发展，赢得了国际投资者的广泛赞誉。2014年，面对新常态和

水泥平台期复杂多变的经济形势和艰巨繁重的经营发展任务，曹江林以一贯的忠诚勤奋，勇挑重担、攻坚克难，带领公司管理层强化数字化管理和绩效对标，实现了经营业绩稳步增长。2015年是公司上市以来最具挑战的一年，经营压力前所未有的，曹江林带领公司管理层逆市图强、迎难而上，实现了公司稳健经营。其他行业荣膺“最佳CEO”的还包括中国电信CEO王晓初、联想集团CEO杨元庆、腾讯CEO马化腾等。

《机构投资者》杂志是全球投资界最具影响力的金融杂志之一，该杂志严格审核卖方投行分析师、买方基金经理等业界人员资格，根据其填写的问卷投票结果得出有关公司及从业人员的排名。本次评选由820位买方分析师和基金经理、以及625位卖方分析师投票而出，上榜公司来自中国、澳大利亚、韩国、印度、新加坡等12个国家和地区。





中国建材集团 发布2014年社会责任报告

这是集团连续第6年发布社会责任报告,也是连续第3份五星级社会责任报告。报告以“创新,新常态下的企业履责之道”为主题,全面展现了中国建材集团履行社会责任的理念、措施和成效,系统总结了履行经济责任、社会责任和环境责任的具体实践。

7月15日,中国建材集团正式发布了《2014社会责任报告》,这是中国建材集团连续第6年发布社会责任报告。报告以“创新,新常态下的企业履责之道”为主题,从责任管理、市场绩效、科技创新、节能环保、员工关爱、企业公民六个方面,全面展现了中国建材集团履行社会责任的理念、措施和成效,系统总结了履行经济责任、社会责任和环境责任的具体实践。

当前,中国经济进入新常态,经济、社会和环境形势都面对新的机遇和挑战,中国建材集团以创新为驱动,通过机制创新解决活力和持续发展的动力问题,通过技术创新解决竞争力问题,通过商业模式创新解决发展规模问题,通过管理创新解决效益和成本问题,以实际行动探寻出一条新常态下的企业履责之道。

中国建材集团以市场绩效为先导,坚持以优异的经营业绩回报股东和投资者,以高质量产品服务客户,与供应商和行业伙伴共同成长,成为利益相关者共同创造价值的平台。同时,中国建材集团坚持行业利益高于企业利益的理念,努力推动行业的结构调整和转型升级,与行业及产业链企业共同成长、和谐共赢。2014年,中国建材集团成功应对经济下行、投资趋缓、产能过剩等压力,实现利润总额130亿元,上缴税金146亿元,完成了“保增长”的任务目标,较好地履行了经济责任。

中国建材集团以科技创新为驱动,整合科研资源、汇聚科技人才、保障科技投入,以雄厚的科研实力肩负起行业创新重任;实施自主创新、联合创新、集成创新的融合创新模式,推进技术攻关、成果转化和信息共享,打造我国建筑材料和无机非金属材料专业领域规模最大、实力最雄厚的综合性科研开发机构。2014年,集团持续推进以国家级企业技术

中心为核心的产研技术创新体系,涌现出一批重大产研成果;累计持有专利4255项,承担国家级科研课题21个,获得省部级以上奖励117项,继续担当行业创新引擎。

中国建材集团以节能环保为途径,综合利用工业和城市废弃资源,用尽可能低的消耗和排放制造低碳产品;致力于为社会提供质量可靠、绿色环保的建材产品,为新能源产业提供产品和服务支持;乐于分享有效的节能环保技术和管理经验,探索工业与自然和谐共处的发展方式。2014年,集团累计消纳固体废弃物约7881万吨,已建和在建余热发电装机容量近2003MW,实际发电量约为72亿千瓦时,相当于节约标煤288万吨,减少二氧化碳排放749万吨。

中国建材集团以员工关爱为己任,坚决维护员工基本权益,不断丰富员工生活;重视职业健康,提高员工职业健康危害防范意识;建设幸福建材家,不断完善员工帮扶救助体系,为困难职工和特殊群体办实事、做好事、解难事。2014年,集团用于特殊员工群体帮扶奖励投入约1637万元。

中国建材集团以企业公民为归属,追求企业与所在区域的共同发展。通过特色的社会公益项目回馈和回报社会,用实际行动履行企业公民责任。坚持区域共赢,响应“一带一路”战略,与所在区域的国家开展深入的交流与合作。投身社会公益,创新扶贫机制,变输血为造血,切实解决困难群众生活需求。2014年,集团员工提供志愿服务累计9418小时。

中国建材集团《2014社会责任报告》经中国社会科学院经济学部企业社会责任研究中心进行评级,综合评定结果为五星,是一份卓越的社会责任报告。这是截至目前我国建材行业企业获得的最高评级,也是中国建材集团连续第3份五星级社会责任报告。

专题报道

中国建材集团2015年上半年工作电视电话会议

7月10日，中国建材集团召开2015年上半年工作电视电话会议。会议传达了国务院国资委推进中央企业参与“一带一路”建设暨国际产能和装备制造合作工作会议精神，系统总结了中国建材集团上半年工作，全面安排了下半年工作，专项部署了参与“一带一路”建设、加强国际产能和装备制造合作以及稳增长工作。中国建材集团董事长宋志平作重要讲话，副董事长姚燕主持会议，总经理曹江林作工作报告。中联水泥和中国巨石分别作交流发言。



讲话
摘要

中国建材集团2015年上半年工作电视电话会议

加快转型升级 推动四个转变 全力以赴实现“稳增长”目标

中国建筑材料集团有限公司党委书记、董事长 宋志平

刚才曹江林同志代表集团对2015年上半年工作做了系统总结，明确提出了下半年的目标任务和工作措施。报告总结全面、目标明确、措施得当，我完全同意。中联水泥和中国巨石分别做了经验交流，上半年还有几家企业做得也不错，时间关系只选择了这两家。这两家企业很有特色：中联水泥着力稳定价格、降低成本，尤其在“四减”方面做了大量的工作；中国巨石是一家管理优良、具有世界一流水平的公司，在上半年严峻的经济形势下，做到了量价齐升、效益突出。这两家企业介绍的经验有不少“真货”，“真货”来源于真干，这两家企业的共同特点就是做事情真抓实干，他们的经验非常扎实，值得集团各单位认真学习。

今年上半年，经济形势异常复杂严峻，经济下行压力仍然很大，集团生产经营压力巨大。在国资委的正确领导下，在监事会的监督指导下，在集团领导班子的带领下，集团各级企业



认真学习领会中央和国资委有关会议精神，深入贯彻落实国资委“稳增长”工作要求和集团年度工作会议提出的各项任务，全体干部员工同心同德、攻坚克难，取得了不错的成绩。在此，我代表集团公司董事会，对集团各级领导班子的工作给予充分肯定和大力表扬，对集团全体干部员工所付出的艰

辛努力表示衷心的感谢！

下面，我讲三段话，一是关于集团上半年的工作，二是当前经济形势和集团下一步工作的思路，三是传达刚刚结束的国资委推进中央企业参与“一带一路”建设暨国际产能和装备制造合作工作会议的主要精神。

一、关于集团上半年工作

随着我国经济进入“新常态”，经济增速由高速转向中高速，传统建材行业供需矛盾更加突出，产能严重过剩、需求持续不足、价格大幅下滑，企业经营面临巨大挑战。面对困难形势，在国资委的正确领导下，在监事会的监督指导下，集团上下振奋精神、团结一心、迎难而上，在稳增长、促改革、调结构、增效益方面做了大量卓有成效的工作，为全年生产经营奠定了扎实基础。

一是经营业绩来之不易。集团上半年取得不错的业绩，从建材行业来看，主要指标好于行业整体水平；从中央企业来看，与同类企业相比处于中等偏上水平；从企业自身来看，上半年数据和多数年份同期走势吻合；从具体业务来看，除了水泥价格压力较大外，玻璃纤维、石膏板、风机叶片、超薄玻璃等，都取得了很好的成绩。集团管理层措施得力、各级经营班子执行到位，值得肯定和表扬。在国资委发布的2014年中央企业经营业绩考核中，集团连续第7年获评A级，并获评2014年“保增长”优秀单位。这些成绩的取得难能可贵，大家都付出了巨大努力。

二是深化改革有序开展。今年是推进国企改革的关键之年。上半年，集团与各改革牵头部门密切沟通，参加国资委、发改委等有关部委的改革专题会议，汇报集团的改革思路和工作进展，接待了发改委体改司、国资委产权局、宝钢集团、中粮集团等单位

专题调研，并到多家单位调研交流。经过和国资委有关司局的反复沟通，到今年4月，集团发展混合所有制经济和落实董事会职权“双试点”方案全部获批。改革是个细致活，不仅要有热情，还要做得规范稳妥，要经得住时间的考验。集团正按照试点方案，有条不紊、扎实有序开展各项试点工作。混合所有制试点方面，集团公司已经起草了一系列制度文件，正在征求意见阶段，6家试点企业的试点实施方案已经制定完成并有序推进。落实董事会职权试点方面，明确了落实高管人员选聘、业绩考核和薪酬管理权的实施细节和流程，外部董事和改革办对拟新增的新业务领域开展了大量调研。

三是转型升级稳步推进。面对水泥行业严峻的经营形势，各板块企业负责人深入一线、跑市场，积极探索市场竞合新模式，千方百计增销量、保份额，做维护行业市场秩序的中流砥柱。各企业多措并举降本增效，结合企业实际制定“增节降”方案，积极创建“六星企业”，夯实基础管理，取得明显成效。积极清理低效无效资产，引导集团资源向主业集中，严格控制非主业投资，减少管理层级，切实提高资本配置效率和经营运行质量。全面启动“责任蓝天行动”，围绕“蓝天是企业的第一责任”实施技术升级和精益管理，提升能效和环保水平、发展循环经济、建设生态工厂，履行社会责任。围绕“一带一路”战略，加快

走出去步伐，一批项目成功列入发改委“一带一路”重点支持项目；以“跨境电商+海外仓”为代表的全球外贸服务平台建设取得显著进展，基本实现线上线下无缝衔接；加快落实BNBM HOME模式在非洲地区的复制推广，成果显著。

四是科技创新卓有成效。多年来集团大力实施科技创新战略，完善创新体制机制，激发创新活力与动力，科技创新工作不断取得突破，走在了我国建材行业的前列。集团目前拥有10余项引领全球的高端技术，累计有效专利近5000项，其中发明专利770余项，有效专利在央企中名列第24位。今年上半年，总院成功发布建材行业第三项国际标准，突破新型水工大坝水泥、核电水泥等制备关键技术。水泥方面，集团在泰安建成全球首条日产5000吨智能化水泥生产线，建立了矿山开采三维数据库、GPS调度指挥系统、在线分析控制系统，取消了均化库，可以实现无人值守，生产管理如“行云流水”。玻璃方面，成功生产出0.2毫米超薄玻璃。“三新”方面，最新研发的石膏板发泡技术可降低10%的石膏用量，节约成本2亿元；中复神鹰生产出T800碳纤维实现航空航天应用，并通过科技成果鉴定。经过10多年的创新发展，集团已经拥有了一流的企业、一流的技术、一流的产品和一流的人才队伍，提升了核心竞争力，推动了集团的深刻变革和快速发展。

五是党群工作和队伍建设不断加强。集团党委按照中央和国资委部署,制订了切合实际的实施方案,召开征求意见座谈会,开展党委书记讲专题党课活动,全面启动“三严三实”专题教育工作。扎实落实“两个责任”,建立领导联系点,召开党建现场会,从严从实加强党风廉政建设和反腐倡廉工作,营造风清气正的发展环境。加强学习型组织建设,广泛开展“读书会”活动。举办集团第二期中青班、基层党组织书记示范轮训班、共青团工作培训班,并组织相关人员积极参加专题培训,推动学习型组织和人才队伍建设,着力提高人才队伍素质。积极对总部和所属企业领导人员进行调整补充,尤其是及时补充齐备了5名纪委书记;全面实施集团总部管理人员下基层实习锻炼制度;举办第六届“中

联水泥杯”乒乓球比赛,弘扬企业文化,增强企业凝聚力。大力实施安徽石台县定点扶贫革命老区“百县万村”项目。上半年,集团及所属企业获得3项重量级荣誉,包望同志获评“全国劳动模范”、蚌埠院荣获“全国文明单位”、集团总部获评“首都文明单位”荣誉称号,提升了集团的社会形象和文化竞争力。

上半年,集团公司以建设规范运作、有效制衡的现代法人治理机制为核心,加强规范董事会建设,发挥董事会推动集团转型升级、科学发展方面重要的战略引领作用。共召开董事会会议6次,专项研讨会1次,形成重要决议28项,审议通过了发展战略与规划、财务预算决算、年度投资计划、集团全面风险管理报告、新型房屋业务整合、发行中期票据等重要议案。召开专门委员会

会议9次,形成提交董事会议案9项。各位外董勤勉尽责,为企业经营发展殚精竭虑,多次深入市场一线考察调研,积极为企业发展出谋划策。集团公司董事会再度被评价为运行良好,得到国资委的表扬。

在严峻复杂的经济形势下,集团上半年取得的这些成绩,得益于国资委的正确领导,得益于集团明晰的发展战略,得益于集团各级领导班子和广大干部员工的辛勤付出。作为一家充分竞争领域的企业,中国建材集团面对激烈的市场竞争,一路摸爬滚打才取得了今天的业绩。面对当前严峻的经济形势和巨大的经营压力,我们要锁定目标不动摇、振奋精神不松劲、爱拼敢赢不低头、超常努力不懈怠,认真总结经验,冷静分析不足,推进企业发展迈上新台阶。

二、当前经济形势和集团下一步发展思路

当前,经济运行有一些向好的迹象,但也面临着很多深层次的矛盾、问题和挑战。从宏观上看,世界经济仍处在国际金融危机之后的深度调整期,国内经济发展进入新常态,“三期叠加”的影响仍在持续,经济下行压力依然较大。从央企层面看,中央企业进入到调整阶段,面临增速放缓、各种矛盾交织叠加等重大考验。从建材行业来看,尽管政府对房地产等行业实施了较为宽松的政策,但房地产市场恢复和基建投资项目的启动仍然缓慢,投资增速持续下滑,导致水泥市场陷入低迷态势。在较为悲观的市场预期下,企业心态发生很大变化,一些龙头企业固守“让利不让市”

的观点,维护市场秩序的共识基础动摇,水泥价格持续下滑,行业效益显著下降。

我们也要看到发展中的积极因素和有利条件。当前我国经济运行仍处在合理区间,就业形势稳定,经济发展质量进一步提高,一些新的经济增长点破茧而出,众多领域的改革积极推进,“三大战略”“四大板块”和“中国制造2025”等国家战略加快实施。国务院对稳增长高度重视,近期多次召开会议,多项相关政策陆续出台。我国的结构调整、转型升级应是一个循序渐进的过程,需要找到一个更妥善、更合理的方式,近期一些文件正在全力以赴地优化政策,给未来发展

带来了希望。

集团是一家身处充分竞争领域的“草根央企”,底子薄、基础弱,一路走来风雨兼程,完成了一件又一件“不可能完成的任务”,依靠的就是清晰的战略、坚强的执行力、改革创新的精神和不怕任何艰难困苦的勇气和信心。毛主席说过,我们的同志在困难的时候,要看到成绩,要看到光明,要提高我们的勇气。做企业就是需要一股气、一股劲,集团企业有着超乎寻常的抗压力、耐受力,面对困难,我们的信心比黄金还重要,但我们的信心不是盲目自信,而是来源于经验的积累和困难的磨练,我们有很多在困难和坎坷中磨练出来的“指战员”,我们



就是在市场竞争中脱胎换骨、获得新生，我们应该有十足信心，应该越挫越勇、越战越勇。

下半年，我们要紧紧围绕国资委对中央企业的工作要求，结合企业发展实际，坚定信心、振奋精神，坚决贯彻落实年初工作会议制定的各项工作安排，按照“整合优化、增效降债”的工作思路和“早、细、精、实”的工作原则，落实“四抓四控、四增四减”工作重点，执行“稳价、降本、收款、压库”工作方针，充分利用好“格子化管控”“八大工法”“六星企业”“增节降工作法”等一整套特色管理工法，加强组织、细化措施、落实责任，真抓实干、奋发有为，积极开展生产经营工作，确保完成各项工作目标。

结合江林同志对下半年的工作安排，就集团下一步的发展思路，我强调以下几点：

（一）努力提质增效，全力以赴稳增长

今年集团稳增长的压力很大，要重点做好四项工作：

一是维护好水泥业务的价和量。我们要用正确的思想引导行业企业的

思想，积极动员行业协会发挥作用，加强与战略伙伴合作，坚持“价本利”不动摇，坚定敢打必胜的信心，努力把价格恢复到合理位置，一以贯之地维护行业价格稳定。我们要继续发挥“三不四千”的精神，积极开展立体竞合和精细竞合，做市场竞合的倡导者和践行者；要推行节能限产和错峰生产，遏制恶性竞争，进一步夯实核心利润区优势，维护市场健康。

二是坚决落实“四减”。各级企业要按照“年度成本节约计划”，切实减层级、减机构、减冗员、减公车，要在“真”字上下功夫，切实降本，不能搞形式、做样子。中联水泥上半年减掉684辆公车，值得大家学习。要在强化管理的基础上，积极探索业务整合、债务重组、人员分流、企业重组等多种方式，通过优化内部资源配置，梳理管理流程，优化管理架构，压缩管理层级，减少各项费用，切实提高企业管控能力和抗风险能力。到2015年末，差旅费、会议费、业务招待费等要确保同比下降8%~10%。

三是盘活资源，优化配置。各单位要盘活存量，用好增量，切实提高资源利用效率。要加强资金管理，严控

应收账款和存货规模增长，要严控资本支出，合理确定融资规模和结构，提高资金使用效率，确保资金安全。各级管理公司和平台公司要进一步强化资金预算和集中管理，力争财务费用有较大幅度下降，保持较好的现金流。各单位要进一步收缩退出低效无效、不具备竞争优势、不属于国家产业政策支持发展的业务领域。对于长期亏损、扭亏乏力、市场前景不好的业务资产及历史遗留问题，及时处置，加快退出。不得通过企业内部利益输送或者将亏损因素转嫁其他企业等方式实现表面盈利。要集中资源发展战略核心产业和效益好的业务，资本性支出要向着回报水平高、盈利能力强的领域倾斜，加速形成新的盈利增长点。

四是严控经营风险，妥善处理遗留问题。经济增速放缓，会使企业在多年持续快速发展中积累的隐性风险逐步凸显，各类风险可能形成系统性风险，甚至危及企业生存。各单位要高度重视风险管控，全力以赴防控投资风险、债务风险、资金风险、业务风险和法律风险。以前有理论认为勇于冒险和积极创新是企业家的两个重要特点，现在大家普遍认为，企业家不

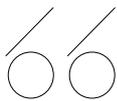
应是个冒险家，应该理性而谨慎，不应偏好风险，应该专注于机遇。做生意要量力而行，要打有准备有把握之仗，不能甘冒风险。《论语》中讲，“暴虎冯河，死而无悔者，吾不与也，必也临事而惧，好谋而成也。”意思是说，那种空手和老虎搏斗，不乘船就过河，即使死了都不悔悟的人，我是不会与他共事的。我一定要找那种遇事谨慎、善于谋划、能做成事的人共事。这里讲的就是风险。做企业也要引以为戒。泰康人寿董事长陈东升说，他做企业从来心无旁骛，从来不敢有一丝赌意。我们也提出做企业“赚钱不赌钱”，千万不能盲目冒险，有风险也要可控可承担。

（二）加快转型升级，实现“四个转变”

转型升级是新常态下企业刻不容缓的任务，也是新时期企业拓展发展空间、提高盈利能力的重大契机。我们要围绕“做强做优、世界一流”的目标，坚定不移地转方式、调结构，全力推动管理模式、业务领域、技术结构、市场区域的“四个转变”，为实现企业健康可持续发展筑牢根基。

一是集团管理由产业母子管理型向投资股权管理型转变。包括内部机制由行政化管理向市场化管理转变，二级公司由非上市公司向上市公司转变，效益目标由重视收入利润向重视市值转变。要提高集团资产证券化比例，以拥有8至10家专业化的上市公司为目标，加快证券化进度。同时，上市公司建立以市值为导向的管理机制，实现实体经济与资本运营“双轮驱动”。

二是业务从过于单一向适度多元化转变。事实证明，业务过于单一无法应对行业发展的大周期。集团现有三大主业同属建材领域。下一步，我



毛主席说过，我们的同志在困难的时候，要看到成绩，要看到光明，要提高我们的勇气。做企业就是需要一股气、一股劲，集团企业有着超乎寻常的抗压力、耐受力，面对困难，我们的信心比黄金还重要，但我们的信心不是盲目自信，而是来源于经验的积累和困难的磨练，我们有很多在困难和坎坷中磨练出来的“指战员”，我们就是在市场竞争中脱胎换骨、获得新生，我们应该有十足信心，应该越挫越勇、越战越勇。



们会结合试点工作要求，朝着适度多元方向发展，建立风险对冲机制，构筑业务组合力，既可以确保企业不会因行业波动产生颠覆性风险，也可以获得稳定持续的收益。

三是技术由中高端向高端转变。目前，我国建材行业中，水泥、玻璃、新型建材、玻璃纤维等装备技术都已经处于世界中高端水平，下一步应该向高端迈进。高端才有高价，有技术含量才能有市场话语权。我们要从追赶型向赶超型迈进，从望尘莫及到望其项背，再到并驾齐驱，进而引领全球高端技术。我们要综合运用“互联网+”、制造业服务化、集成创新等模式，瞄准全产业链，推动产业链高端化，同时推动全球化集成创新，占据技术制高点，进一步提高企业的核心竞争力。

四是市场领域从偏重国内市场向“一带一路”大市场转变。“一带一路”国家战略为企业走出国门、拓展新的发展空间指明了方向。李克强总理在《政府工作报告》明确提出“促进冶金、建材等产业对外投资”，并多次指示加快水泥、玻璃成套装备“走出去”步伐。我们要紧抓机遇，积极推进装备“走出去”和国际产能合作，水

泥、玻璃、新型建材及装备制造等业务从偏重国内市场向“一带一路”大市场转变，努力实现由世界500强企业向跨国公司的转变。

（三）加大改革力度，大力推进“双试点”工作

改革是推动发展的制胜法宝，只有通过深化改革，才能充分调动企业和广大干部职工的积极性，才能激发企业活力、创造力，培育发展动力和市场竞争能力，才能实现企业的可持续发展。中央关于深化国有企业改革的重要文件，将会在近期出台，我们要认真做好贯彻落实。

首先，要认真学习领会文件精神，切实学懂弄通，准确把握深化国有企业改革的目标任务、基本原则和重大措施，自觉把思想和行动统一到中央的决策部署上来。要按照文件要求，结合企业实际，扎实推进国有企业分类改革、完善现代企业制度、完善国有资产管理体制、发展混合所有制经济、强化监督防止国有资产流失、加强和改进党对国有企业领导等重点改革工作。在推进改革过程中，要加强措施落实情况的督促检查，及时纠正



偏差，确保达到预期效果。

其次，作为国资委改革“双试点”企业，我们要按照试点方案，抓紧做好各项改革工作，解放思想、开拓创新，勇做改革的先锋和旗帜。在混合所有制试点中，要在产权多元化、健全现代企业制度、建立健全职业经理人制度等方面有序推进，力争做出一批先进的可复制的经验模式。要通过改革实现集团内部管理机制向完全市场化转变，集团对投资企业要严守股东身份，行使股东权利，要致力于建立规范的公司治理结构，完善董事会的功能和职权，健全委托代理模式，有效保障公司的独立性，依法进行战略管控，而不是作为上级领导单位。在落实董事职权试点中，国资委同意集团增加两个拟发展的新业务。做企业最难的就是选业务和选人，必须慎之又慎，否则就可能给企业带来颠覆性风险。我们要把握机会，调研和借鉴成功企业的好做法，选择好新的业务领域。

第三，要切实防范国有资产流失，既要完善企业内部监督制度，又要建立健全高效协同的外部监督机制。要加强对关键业务、改革重点领域、国有资本运营重要环节的监督。各单位要切实加强对改革的领导，深化监

督检查，推动措施落实到位，确保改革沿着正确的方向顺利推进。

（四）强化创新驱动，不断提升企业竞争力

习近平总书记多次在讲话中强调，创新是民族进步之魂，是引领发展的第一动力，抓创新就是抓发展，谋创新就是谋未来。6月底，国务院印发《关于大力推进大众创业万众创新若干政策措施的意见》（国发〔2015〕32号）文件，提出大众创业万众创新是发展的动力之源，也是富国之道、公平之计、强国之策。张毅主任要求，中央企业要把创新摆在发展全局的核心位置。集团要继续大力实施创新驱动发展战略，推进以科技创新为核心的全面创新，以创新促转型，以创新增效益。

一是要继续加强科技创新。传统建材领域，继续推进水泥的“特种化、高标号化、商混化、制品化”和玻璃的“Low-E化、光伏化、电子化、智能化”的“双四化”方向转型；充分利用集团特种水泥基地和国家级技术中心创新平台，积极发展高性能混凝土，主动推进建筑业高标号混凝土等行业标准的提升，推动节能减排，同时要加快特种水泥产品细分，提供个性化服务，提高附加值。“三新”产

业领域，加强规划指引，优化产业布局，大力发展新型建材、玻璃纤维及复合材料、薄膜太阳能电池、风机叶片、碳纤维等新材料，扩大产业规模；抓住城镇化和新农村建设机遇大力推广新型房屋，打造加能源5.0绿色小镇。国际业务领域，大力发展BNBM HOME、“跨境电商+海外仓”、新型房屋三大业务，建设全球领先的建材综合服务商。

二是在创新的方式方法上，突出“融合性创新”。要把从0到1的垂直创新和从1到N的水平创新融合起来，把企业持续性创新和破坏性创新融合起来，把互联网技术和实体经济融合起来，把万众创新和企业创新融合起来，把制造业和制造服务业融合起来。要提倡协同创新，推进各种创新资源的充分融合和有效利用，形成企业内外的创新合力，实现竞争力的新飞跃；加快总院开放性创新平台建设，突出大数据和云计算中心，充分发挥“中央研究院”强磁场作用，推动技术创新、智能制造、标准引领和一体化综合技术服务。坚持需求导向和产业化方向，继续强化产研协同创新和集成创新力度，通过联合攻关和产业链合作，突破一批行业共性、关键性技术。要注重开放性创新，加大海外技术并购力度，对国外具有技术专长、人才优势的高端产业开展跨国收购，牢牢占据行业制高点，提升国际竞争力。

（五）扎实推进“三严三实”专题工作，打造过硬干部队伍

“三严三实”专题教育工作既是一项重大的政治任务，也是一项重要的管理工作。要紧密结合集团中心目标和重点任务，着眼于提升党员干部队伍整体素质，扎扎实实、认认真真开展好“三严三实”专题教育，坚持问

题导向,突出以上率下,切实抓好专题研讨、民主生活会和整改落实等关键动作,切实解决集团党员干部存在的“不严不实”问题,做到既讲政治,又讲实效,既改作风,又强能力,打造一支适应集团深化改革和转型发展要求的过硬的干部队伍。

要全面从严从实加强企业党的建设。张毅主任强调,要认真贯彻落实习总书记的指示要求,把党建工作同改革发展工作同谋划、同部署、同考核。要坚守企业党组织在公司法人治理结构中的法定地位。坚持党的建设与企业改革发展同步谋划、党的组织及工作机构同步设置,实现体制对接、机制对接、制度对接、工作对接,充分发挥党组织的政治核心作用,确保党的领导、党的建设在改革中得到体现和加强。

创建“四好”领导班子,将思想政治建设放在首位,切实增强领导班子的政治意识和大局意识。把“三严三实”贯穿于企业领导干部管理全过程,严格考察程序,加强监督管理,打造集团党员干部作风建设新常态。推进所属企业党委换届工作,增强基层党建活力,发挥基层党组织战斗堡垒作用和党员先锋模范作用。加强思想宣传和文化建设,推动读书会活动深入开展,广泛开展“道德讲堂”活动,弘扬社会主义核心价值观,践行集团文化。落实全面从严治党要求,强化党风廉政建设和反腐倡廉工作,强化“两个责任”落实,加大执纪和惩处力度,重点关注各级企业领导干部的政治立场,查找发现在遵守、执行政治纪律和政治规矩、组织纪律、廉政纪律等方面存在的问题,抓早抓小抓严,发现违纪苗头要马上提醒教育,触犯了法律要及时进行处理。

要继续加强中央八项规定精神落

实情况的监督检查,巩固“四风”整治成果。继续抓好党群共建、稳定、扶贫、老干部等工作,维护企业健康发展。各级企业党组织书记要带头落实党建工作责任制,切实履行好党建工作第一责任人的职责,守土有责、守土尽责,融入中心、创新思路,把企业党建工作做实、做细、做出成效,将党组织的政治优势转化为企业的发展优势和竞争优势。

下面,我对集团各级领导干部提一些希望与要求:

一是要严于律己,率先垂范。企业的领导干部是全体干部员工的表率,要每天躬身自省,做到三个“想一想”:想一想是不是做到了“把时间用在学习上,把心思用在工作上”,是不是真的一心扑在工作上;想一想是不是在集体中发挥了正能量;想一想是不是真正做到了为集团建功立业、添砖加瓦。

二是大力弘扬团结向上的文化。企业是商业上的竞争组织,要靠共同的文化和共同的价值观维系,要靠团结一致、万众一心增强凝聚力。集团给各企业做好服务,各企业要维护集团的大局和荣誉,做到步调一致。我们绝不允许在企业内部搞无原则、无意义的纠纷和矛盾,尤其在当前面临较大经营发展压力的时刻,大家更要团结进取,奋发图强。

三是积极主动,勇于担当。企业中的矛盾和问题是客观的,领导干部要积极主动化解,耐心细致做工作,避免矛盾累积,否则矛盾一旦爆发,往往不可收拾。发生问题时不能激化和扩大矛盾,要做到靠前指挥,把工作做在前头,各级领导干部都要做到不拖拉、不推诿、不上交、不添乱。解决矛盾、处理问题是领导干部的份内职责,要做到当日事当日毕。

四是要大力培养年轻队伍。年轻一代是企业的活力之源。企业要实现基业长青、永续发展,就要加大对年轻干部的培养力度。集团已连续举办了两届中青班,效果很好,今后还要组织党委书记、纪委书记培训班。我们要不拘一格大力提拔年轻干部,增加年轻干部的比重,选派年轻干部到基层锻炼学习,让他们在领导岗位上建功立业。

五是要关心关怀干部和职工。企业是人、企业靠人、企业为人、企业爱人,企业要始终以人为本,把实现人的幸福和价值作为重要目标和根本追求。“企业是人”指的是企业是人格化、人性化的,被大家赋予了一定的性格和特征。“企业靠人”是指企业的一切都是由人完成的,要靠领导者的带领以及广大干部员工的努力和付出来发展。“企业为人”是指企业归根结底是为了人。“企业爱人”是指企业既要发挥员工的积极性和创造性,也要提高员工的待遇,关心员工的学习、生活和工作,解决大家的困难,让员工与企业共同成长,让大家有安全感、温暖感、幸福感。

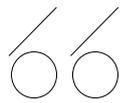
另外,我再强调一下安全稳定工作。在当前的形势下,各单位更要紧绷安全生产这根弦,要按照习近平总书记严守安全生产“红线”的要求,坚决贯彻落实企业安全生产主体责任,坚决实行安全事故“零容忍”和“一票否决”,坚持“一岗双责、党政同责”,保证必要的人力、物力投入。同时,要高度关注信访稳定工作,伴随着改革的深化,维护稳定的任务将会更加艰巨。各单位要及时掌握职工群众的思想动态,及时解决职工群众的合理诉求,主动开展困难职工帮扶工作,有效预防和化解各类矛盾,努力创造和谐稳定的发展环境。

三、认真学习推进中央企业参与“一带一路”建设暨国际产能和装备制造合作工作会议精神，切实抓好贯彻落实

6月18~19日，国资委在京召开推进中央企业参与“一带一路”建设暨国际产能和装备制造合作工作会议，研究部署推进中央企业参与“一带一路”建设、加强国际产能和装备制造合作以及稳增长等工作。李克强总理作重要批示，王勇国务委员，国资委主任、党委书记张毅作重要讲话，国资委副主任、党委副书记张喜武作工作情况通报。

李克强总理批示指出，近年来，中国装备“走出去”初见成效，取得积极进展，央企立足自身，主动作为，不畏艰难，勇于开拓，在其中发挥了领头羊、主力军作用。当前，利用我国优势产能，突出重点领域，推动国际产能合作，条件具备，机遇难得。希望同志们牢固树立大局意识，紧密结合“一带一路”战略，善于抓住和对接当地需求，坚持创新合作模式，坚持市场导向和商业运作原则，更加注重质量信用品牌服务提升，更加注重装备标准技术管理同进，更加注重自身发展与造福当地并重，推动形成优进优出格局，促进新一轮高水平对外开放，为我国发展增添新动能、实现经济提质增效升级作出更大贡献！

王勇国务委员强调，国资委和中央企业要深入贯彻落实党中央、国务院的决策部署，认真学习领会李克强总理重要批示精神，勇挑重担，主动



过去，国家支持企业“走出去”，往往是对单个地区或单个项目进行支持，这次是国家全方位为企业“走出去”鸣锣开道，总理亲自担“推广员”，对企业来讲是千载难逢的发展机遇，同时也为新常态下企业的转型升级赢得了宝贵时间和巨大空间。



作为，以市场为导向，以项目为载体，以创新为动力，将企业优势与国外需求相结合，积极参与“一带一路”建设，推进国际产能和装备制造合作，拓展发展新空间、打造增长新动力，为推动国家战略实施和经济持续健康发展贡献更大力量。

张毅主任在讲话中回顾总结了中央企业开展国际化经营、参与“一带一路”建设取得的积极进展，分析了形势，并对下一步工作提出具体要求。一是加强组织领导，做好整体规划。二是创新方式方法，加大联合出海力度，推动高效产能合作，实现合作共赢。三是依法合规经营，强化监督管理，完善风险管控体系。四是创新选

人用人机制，培养国际化人才。五是履行社会责任，树立良好形象。

国资委这次工作会议十分重要，高屋建瓴，部署周密，我们要认真学习、深刻领会领导同志讲话精神和会议精神，细化措施，统筹兼顾，切实把各项部署要求落实到位。

实施“一带一路”战略、推进国际产能和装备制造合作，是党中央、国务院根据全球经济深刻调整变化，统筹国内国际两个大局，构建全方位对外开放新格局作出的重大战略决策。过去，国家支持企业“走出去”，往往是对单个地区或单个项目进行支持，这次是国家全方位为企业“走出去”鸣锣开道，总理亲自担“推广员”，对企

业来讲是千载难逢的发展机遇,同时也为新常态下企业的转型升级赢得了宝贵时间和巨大空间。“一带一路”经济带建设包括基础设施互联互通、能源资源合作、园区和产业投资合作、贸易及成套设备出口、自贸区建设等领域,所涉及的多个新兴经济体经济发展迅速,城镇化进程不断加快,对装备和基础设施需求强劲,为中国企业提供了广阔的市场前景。具体到建材行业,将从四方面直接受益:一是国内部分省份启动“一带一路”相关重大基础设施建设的机遇;二是在国外投资建厂、开展国际产能和装备制造合作的机遇;三是中国政府和所在地政府税收等优惠;四是贷款、基金等金融支持。

但也应看到,“一带一路”战略、国际产能和装备制造合作涉及众多国家和地区,涉及众多产业的融合和生产要素的调配,我们既面临前所未有的重大机遇,也面临国际政治经济局势错综复杂、系统性风险加大、贸易保护主义抬头、市场开拓难度加大等多重挑战。

从集团的情况来看,多年来我们在海外总包、跨国经营等方面积累了丰富经验。集团拥有13家甲级资质的国家级科研设计院所和多个装备制造基地,在水泥、玻璃、玻纤装备、新型建材、房建材料等领域具有突出的研发设计优势,在42个国家和地区设有67家境外企业和机构,近年来累计完成规模以上海外总承包项目110个、总合同额近80亿美元。李克强总理等中央领导同志对集团积极参与“一带一路”建设,推进国际产能和装备制造合作寄予厚望。我们要按照国家总体战略要求,立足发展战略和企业自身优势,准确把握形势,主动抓住机遇,沉着应对挑战,敢于担当,积极作为,

加大全球资源整合力度,加快推进国际化转型。

一是统筹规划,形成走出去合力。“一带一路”包括国内国际两个市场,国内市场是腹地,沿线16个重点国家是关注方向。集团要加强对“一带一路”建设工作的统一部署,确定总体思路、发展方向和工作重点,因国因业因企施策,有力有序有效走出去。要将参与“一带一路”建设作为企业“十三五”和中长期发展规划的重要内容,与企业年度计划、境外重大项目投资计划紧密衔接,确保规划切实得到落实,真正发挥战略引领作用。要加强内部组织协调,建立健全工作制度,明确责任分工,扎实开展相关工作。

二是用足政策,打好产融结合组合拳。“走出去”不能单打独斗,要在国家金融政策的支持下协同发展,与中投、丝路基金、亚投行、国新等国内主权基金开展合作,采用设立基金、合作投资、融资租赁、买方信贷等多种方式,与海外投标、企业投资结合起来,实现以股权投资带动工程承包、装备出口、运营管理和备品备件等后续服务,力争做到“凡建必营”。

三是创新模式,提高国际化运营能力。过去“走出去”做EPC,拿到项目就做,做完项目就走人,很难在当地市场扎根。今后要在保证质量优异、技术领先、品牌知名的基础上,以项目为依托,把投资管理、远程监控、维修保养、零配件提供等都做起来,提供“一条龙”的全方位服务。中国建材是一家以收购见长的企业,我们要积极稳妥开展扩大投资建厂和股权合作力度,获取境外先进技术、高端人才、战略资源,不断向价值链高端迈进。此外还要推动“中国标准”走出去,建立中国的自主品牌和话语权,加快从中

国制造向中国创造转型。

四是严控风险,强化监督管理。“走出去”风险很高,“一带一路”沿线民族众多、宗教复杂,一些国家政治局势变化或利益集团斗争激烈,部分沿线国家政策多变、法律体系不健全,部分国家经济基础薄弱,投资建设周期长、收益不确定性高。之前央企有一轮大规模的走向海外,但遇到很多困难,造成了不小的损失。集团资产多但资本有限,在“一带一路”过程中一定要慎重,要加强对“一带一路”沿线国家和地区政治、经济、法律、文化的研究,加强项目可行性和论证,充分做好风险评估和应对预案,妥善防范和化解各类风险,要建立完善信用保险和商业保险机制,有效防范战争等因素带来的重大风险。总之,“走出去”要走得稳、走得准,不要“为走而走”。

五是模范履责,坚持互利共赢的文化。要秉承为当地经济发展作贡献、与当地企业密切合作、与当地人民友好相处的“三原则”,以开放包容的思想融入全球化经济,树立负责任的国际形象,推动当地经济和社会发展。在“走出去”的过程中,企业之间应当加强沟通交流,国内纵向联合、国外横向协作,探讨“走出去”的新途径新方式。纵向联合,就是把工程公司、设计院、大型装备企业等产业链上下游纵向联合起来;横向协作,就是与国内大型集团加强合作,合理布局,有序地抱团“出海”。

同志们,下半年的工作任务艰巨而繁重。我们要坚定信心,顽强拼搏,团结协作,积极进取,加快转型升级,推动四个转变,全力以赴实现“稳增长”目标,为把集团建设成又强又优、具有世界一流水平的跨国建材企业努力奋斗!

中国建材集团2015年上半年工作电视电话会议

全力以赴稳增长 努力完成全年各项目标任务

中国建筑材料集团有限公司总经理 曹江林

这次会议的主要任务是，贯彻落实国资委刚刚召开的推进中央企业参与“一带一路”建设暨国际产能和装备制造合作工作会议精神，交流经验，分析形势，总结集团上半年工作，研究部署下半年工作，进一步统一思想，坚定信心，全力以赴稳增长，努力完成年度任务，实现提质增效升级。下面，我代表集团作工作报告。



一、上半年各项工作取得积极进展

首先告诉大家一个好消息：国资委近日公布2014年中央企业业绩考核结果，集团连续第7次获评A级。这是对过去一年工作的肯定和鼓励。

今年是2008年金融危机以来最困难的一年。上半年面对前所未有的经营压力，在国资委的正确领导下，在监事会的监督指导下，在以宋志平

董事长为首的董事会的带领下，中国建材集团认真落实国资委“抓发展、稳增长”决策部署，遵循“整合优化、增效降债”“早、细、精、实”“四抓四控、四增四减”“稳价、降本、收款、压库”四项经营原则，做了大量扎实有效的工作。集团按照国资委“降本增效、提质升级”主题活动总体安排，明确

“稳增长”目标和措施，紧抓市场，强化数字化管理，坚决落实成本节约计划，实现经营业绩与预期基本吻合，主要指标处于行业前列。上半年生产经营的特点：一是主要经营指标出现企稳回升迹象；二是主产品销量基本稳定，成本费用好于去年，毛利率处于行业领先水平；三是资产负债率降

低2.9个百分点。集团各级企业逆势图强、迎难而上，付出了超常的努力和辛苦，取得这样的成绩实属不易。在做好经营工作的同时，在宋志平董事长的带领下，集团各项工作齐头并进，取得积极进展。

总结上半年的工作，要点有以下五个方面：

(一) 狠抓生产经营和深度管理整合，切实提升企业效益

一是深入市场，全力稳价保份额。各级企业负责人坚持在一线、跑市场，坚持“价本利”理念不动摇，发扬“三不四千”精神，积极开展“分区域、分品种、分结构”的立体和精细竞争，倡导实施错峰限产。中联水泥推行“片区经营一体化”管理模式，南方水泥实施熟料阴霾限产及对接计划，西南水泥推进营销组织机构整合和小区域产供销财一体化试点，北方水泥积极倡导并参与冬季错峰生产，千方百计保价格保市场保份额。二是多措并举，实现降本增效。各级企业努力实施“八大工法”、创建“六星企业”，全面落实成本节约计划，深入推进精益生产和精细管理，通过集中采购、控制能耗、降低备品备件等方式，有效降低成本。深入推进“真四减”，以“机构精简、人员精干”为原则加大“减层级、减机构、减冗员”力度，同时全面推动公车改革，中联水泥减员方案实施顺利、4级营销管理模式简化为3级、减公车684辆，南方水泥持续推进成员企业合并管理、减少总经理职数，西南水泥制定“三定”升级版方案、进一步精简机关人员、优化工序和岗位设置，北新建材撤销总部二级部门、实现部门扁平化。三是强化风险管控。要求并组织各级企业规避高风险业务，妥善处理存量困难和问

题，严格资本开支项目审批程序，引导企业降低资金成本，调整风险管理思路，完善内审管理体系、上半年实施各类专项审计375项。

(二) 继续巩固传统优势，加快调整转型步伐

一是提升传统业务质量。水泥业务：创新重组模式，继续推动与大企业间的资本“混合”，托管3家水泥企业和1家商混企业，规范粉磨站租赁，重组2个矿山项目，夯实核心利润区，提升市场话语权；继续向“四化”方向延伸发展，努力推动提升行业标准，优化特种水泥销售模式，优化商混布局、细分市场，推进实施部分骨料项目。玻璃业务：做实做优玻璃平台，大力发展新玻璃业务，一批新项目建成投产，成功实现0.28、0.25、0.2毫米超薄玻璃量产，加快CIGS薄膜太阳能电池国产化进程。二是“三新”产业发展迅速。石膏板业务25亿平方米发展规划稳步推进，“净醛”石膏板等新产品获市场广泛认可。重组整合新型房屋业务，打造专业化综合营运平台、促进规模化盈利，上半年新签约32个项目。发挥“巨石”品牌优势，中国玻纤更名为中国巨石，高端产品比重不断提升。新开发投产7款新叶型产品，国内首支68米6MW碳纤维海上用风机叶片出口欧洲。成功生产出航空航天急需的高性能T800碳纤维产品。此外，集团和各级企业注重与地方政府、相关央企、国内外同行建立良好的合作关系，有力地支持了集团调整转型和平稳发展。

(三) 稳健推进国际化经营，积极参与“一带一路”建设

党中央、国务院高度重视中央企业参与“一带一路”建设、推进国际产

能和装备制造合作，李克强总理在年初国务院常务会上点名加快建材生产线等中国装备“走出去”，国资委最近召开专题会议部署相关工作，集团抓住机遇，稳健推进国际化经营，积极参与“一带一路”建设。一是积极推进国际产能和装备制造合作。李克强总理在哈萨克斯坦、德国、法国先后多次见签集团海外项目、莅临集团海外展台，对集团加快“走出去”提出很大期望。巨石埃及玻纤项目、中国建材工程哈萨克斯坦玻璃及光伏项目和印尼工业园及玻璃项目分别被列为国家发展改革委“一带一路”重点支持和支持项目。德国Avancis铜铟镓硒薄膜电池工厂恢复生产。集团上半年新签海外工程合同约12亿美元。二是加快全球市场布局。中建材投资复制推广BNBM HOME模式，积极拓展南太、非洲及中南美地区市场。中建材进出口加快推进“跨境电商+海外仓”模式，打造易单网、优备网、大宗网等网络平台，布局14个海外仓，服务“一带一路”和建材等大宗物资的贸易流通。北新集团洽谈4家海外代理商，成功新签巴新、莫桑比克、尼日尔等新型房屋项目。三是积极开展国际合作。集团与施耐德电气公司签署能源管理合作协议，提升集团能源管理水平的时候，共同开发第三方市场，为“一带一路”沿线国家提供优质成套设备和能源管理服务。

(四) 推进科技创新和产研协同，巩固强化技术优势

一是强化科技战略顶层设计。依托总院优势，布局国家“十三五”研发计划、一带一路、中国制造2025和3D打印4个领域的研发重点，落实储备国家重大项目近20项、国拨经费1.5亿元。总院发布建材行业第三项国际标

准，积极筹备国际水泥化学大会、收到论文600多篇。集团专利申请量和授权量均增长15%以上，累计有效专利近5000项。二是布局科技创新平台建设。推进碳纤维及复合材料企业国家重点实验室建设。加强光伏行业服务平台建设，中国检验认证筹建国家太阳能光伏(电)产品质检中心。布局国际科技合作创新平台，搭建中埃联合共建玻纤重点实验室、亚洲水泥与混凝土研究院、中孟墙材创新研发中心。三是推动产研合作深度发展。强化技术中心研发部平台作用，梳理储备一批产研结合和重大成果转化项目。发挥碳纤维产业联盟平台作用，推动国产高性能碳纤维多领域应用，制定和推广碳芯电缆标准体系。职工和企业积极申报技术革新奖334项，增长超过20%。四是加快新技术开发应用。泰安中联日产5000吨智能化低能耗水泥示范线建成投产，实现工艺流程新突破，用工人数量减少80%、生产成本降低23%、节约能源15%、生产效率提高30%。北新建材突破高强轻板技术，石膏板面密度降至5.7kg/m²，综合能耗降至0.74kgce/m²。中复神鹰千吨级高端碳化生产线建成投产，生产成本降低5%。这些是集团技术从中高端向高端转化的典范，均产生了良好效益。

(五) 加强党的建设，充分发挥党组织政治优势

一是全面启动并扎实推进“三严三实”专题教育工作。“三严三实”专题教育是一项重大的政治任务，集团党委按照中央和国资委党委要求，广泛征求意见，制订实施方案，作出全面部署。5月28日，集团党委书记、董事长宋志平同志主讲“三严三实”专题党课。集团党委直管企业、总部各



党支部按照集团部署扎实开展，呈现良好开局。二是加强党的组织建设和制度建设。落实“两个责任”，制订实施5项相关制度。建立集团领导干部基层联系点。稳步推进北新集团等企业党委换届工作。在德州中联成功召开集团党建调研现场会。圆满完成国资委《混合所有制中央企业党组织建设研究》课题任务。三是加强党员干部和人才队伍建设。深入推进学习型组织建设，成功开展“读书会”活动。举办第二期中青年干部培训班、基层党组织书记示范轮训班、共青团工作培训班，提高了干部职工综合素质。研究混合所有制企业中长期激励机制，推进职业经理人试点工作。选树先进典型，22个集体和个人受到国家、国资委表彰，荣获全国劳模等荣誉。四是加强党风廉政建设。召开集团反腐倡廉建设工作会，全面部署2015年反腐倡廉工作。深化“三转”工作，持续贯彻中央八项规定精神，加大执纪问责力度，防止“四风”反弹。防控廉洁风险，强化内控内审，开展提质增效专项效能

监察，深入推进惩防体系建设，实现廉政建设责任制全覆盖。五是加强宣传思想文化工作和精神文明建设。围绕“一带一路”战略、新常态和平台期、改革、转型等主题开展系列宣传，积极参加中宣部、国资委“寻找最美央企人”等活动，在人民日报等核心媒体刊发报道132篇(段)。蚌埠院、中国建材总院和集团总部分别获“全国文明单位”“首都文明单位标兵”“首都文明单位”荣誉。积极履行社会责任，落实“责任蓝天行动”，实施定点扶贫革命老区“百县万村”项目。大力宣传社会主义核心价值观，弘扬企业文化，组织开展“中联水泥杯”乒乓球比赛等活动，营造和谐向上的氛围。

上半年经营压力很大，成绩来之不易。集团各级企业攻坚克难，精神可嘉。在此我代表集团经营班子向全体干部员工表示衷心感谢！在充分肯定成绩的同时，我们更要重视经济增长疲软、市场需求下降、经营压力增大，以及新的效益增长点亟待加快发展、深度管理整合任务繁重等困难和问题。

二、努力完成稳增长目标任务

国资委最近召开的推进中央企业参与“一带一路”建设暨国际产能和装备制造合作工作会议对当前的形势作了深入分析。我国经济下行压力依然较大，中央企业进入调整阶段。机遇是国家正加快实施“三大战略”“四大板块”和“中国制造2025”等国家战略，同时上半年国家各项稳增长政策措施部署基本完成、下半年进入执行落实阶段。当前企业面临的形势可以概况为六个字：新常态、平台期。新常态的关键词是中速增长、结构调整、转型升级、创新驱动、集约发展。平台期是指传统的建材行业已步入成熟期，需求不会再有较大增长。新常态和平台期给企业带来新的要求：做强做优、绩效优先、精细管理、技术领先。过去追求规模，现在利润、管理、营销和技术越发关键。

国资委明确要求2015年央企经济效益增长要高于2014年，召开多次

会议部署稳增长工作。集团对此高度重视，结合实际情况，明确了“利润增长、收入稳定”的任务目标，研究制定了经营管理的指导原则：“整合优化、增效降债”“早、细、精、实”“四抓四控、四增四减”“稳价、降本、收款、压库”，进一步部署了“稳增长”工作措施。一是坚定信心，紧抓市场。集团经过多年市场的考验，应对困难积累了一套独到的理念和办法。集团总部要统领全局，协调服务。各级企业要强化责任，自我加压、主动作为。主要负责人绝大多数时间都要在市场，及时调整策略，优化营销渠道，提高市场占有率；加强市场竞合，促进行业自律，实现供需平衡。各级企业领导干部要以身作则，强化执行力。二是苦练内功，降本增效。按照国资委增收节支的要求，树立一切成本皆可控的理念。集团编制了“八大工法”“六星企业”“增节降工作法”

等管理手册，各级企业要认真学习，深化“三五”管理，扎实推进“真四减”“真集中”“真精简精干”工作，坚决执行。成本节约要天天讲、周周讲、月月讲，形成成本习惯和文化。三是紧盯KPI，绩效问责。国资委要求坚持“业绩升、薪酬升，业绩降、薪酬降”的原则。集团强化数字化管理，业绩考核引入奋斗目标，鼓励企业自加压力，多做贡献。四是盘活资产，优化配置。证券化是宋志平董事长提出的集团未来发展的新战略，各级企业要积极行动起来，进一步优化资源配置，加速形成新的盈利增长点。按照国资委有关要求，在当前经济形势下，做好清理压降两金占用工作，落实亏损企业专项治理工作。五是严控风险，稳健经营。新常态和平台期，风险易发频发，要倍加重视，严加防范投资风险、债务风险、资金风险、业务风险、法律风险。

三、切实做好改革发展稳定工作

新常态下，集团改革发展稳定和创新转型升级任务艰巨而紧迫。我们要按照国资委决策部署，统筹兼顾，全面安排，全力推动集团实现管理模式、业务领域、技术结构、市场区域“四个转变”，努力建设创新驱动型、质量效益型、制造服务型、社会责任型“四型企业”。

（一）积极稳妥推进改革试点工作

在宋志平董事长的亲自领导下，

上半年集团规范有序地推进改革，扎实开展发展混合所有制经济和落实董事会职权“双试点”工作，取得积极进展。集团要继续以“双试点”为契机，积极稳妥推进改革。一要认真学习贯彻中央关于深化国企改革的重要文件，统一认识，准确把握国企改革的目标任务、基本原则和重大措施，积极配合国企改革分类改革、防止国有资产流失、加强和改进党对国企领导等部署，做好完善现代企业制度、发展混合所有制经济

等重点工作。二要积极稳妥做好改革试点工作。在发展混合所有制试点方面，6家试点单位要切实抓好改革方案完善，争取做出特色和亮点；其他企业也要积极探索，稳妥推进；在落实董事会职权试点方面，要推进各级企业规范董事会建设，提高治理水平。三要在改革中化解问题，防范国有资产流失。坚持以问题为导向，加强预防，及时跟踪、密切研究改革相关安排，通过试点化解问题，完善企业内部和外部监督机制，杜绝国有资产流失。

（二）加快推进结构调整和转型升级

大力推动结构调整和转型升级是集团提质增效、实现可持续发展的关键举措。一要改造提升传统产业。积极与大企业开展股权合作，推进水泥“四化”，促进行业标准提升。继续做优做实做好玻璃平台，加快新玻璃业务发展。二要规划布局“三新”产业。大力发展新型建材、玻璃纤维及复合材料、薄膜太阳能电池、风机叶片、碳纤维等新材料，扩大产业规模。继续推进房屋业务整合，大力推广新型房屋和绿色小镇项目。三要积极探索新业务和新的商业模式。国资委在落实董事会职权试点中批复同意集团增加两项新业务，集团正在考察新的产业。加快推进制造业向数字化、网络化、智能化发展，向制造服务业转型。四要坚持绿色发展。今年是“十二五”万家企业节能低碳行动和2013-2015年任期节能减排考核之年，各级企业要确保全面完成节能减排目标。同时要落实好“责任蓝天行动”。

（三）积极稳健加快国际化进程

一要做好落实“一带一路”战略的整体规划。高度重视国家构建开放型经济新体制的机遇，认真总结国际化经营的经验，立足企业发展战略和比较优势，制定整体规划，扎实有序推进相关工作。二要创新方式方法。重点围绕水泥、玻璃等高效产能，采取多种方式推动产能有序转移。加大商产融合合作力度，尝试通过融资租赁等方式实施对外承包工程，做好BNBM HOME、“跨境电商+海外仓”、新型房屋、新能源材料业务的推广，形成集群竞争力，打造全球领先的综合服务体系。积极通过加强

国际合作开拓第三方市场，开创优势互补、互利共赢的局面。三要依法合规经营。遵循国际市场和秩序，加强境外业务监管和境外业务审计，切实防范各类风险。四要倡导包容文化。加强沟通融合，积极履行社会责任，营造有利于企业国际化发展的人文环境。

（四）大力推动科技创新

一要继续做好创新驱动发展战略顶层设计。紧密结合“十三五”和中国制造2025制定集团“十三五”科技专项规划，做好国家项目的申报、验收、成果认定。强化核心技术专利布局和国际专利与标准申请制定。二要继续深化协同创新力度。一方面加强内部产研协同和产业链上下游合作，积极落实国资委规划工作会精神，加快建立科技成果转化引导基金，推动重大成果转化推广；另一方面加强企业间协同创新，围绕集团产业急需的关键技术，集成各类创新要素开展联合攻关，加速成果转化。三要继续建设和用好新能源材料等创新平台。加强光伏、建材装备等行业服务平台建设，推动科技与现代服务的融合。加快中国建材大数据中心建设，推动“互联网+”和智能化应用。开好国际水泥化学大会，提升国际影响力。四要加快技术产品化、产品市场化、市场效益化步伐。落实国家深化标准化工作改革方案精神，加快培育发展团体标准，提升行业技术标准，促进降本增效。

（五）全面从严加强企业党建

一要深入开展“三严三实”专题教育，实现两手抓两促进。各单位要抓好专题教育的四个“关键动作”，树立问题意识，自觉对标，深入查找、着

力解决“不严不实”的问题，使“三严三实”成为领导干部修身做人的基本遵循、干事创业的行为准则。二要夯实组织基础，增强基层党建活力。将党的建设与国企改革同步谋划、党的组织及工作机构同步设置，实现体制、机制、制度、工作“四个对接”。发掘弘扬一线党员先进事迹，发挥党员模范带头作用。三要加强党风廉政建设和反腐败工作。认真贯彻落实中央纪委五次会议精神，强化纪律和规矩，建设“法制央企”“阳光央企”。持之以恒抓好中央八项规定精神的贯彻落实，加强监督检查，加强内部审计，强化执纪问责，营造“山清水秀”的企业生态。四要加强干部队伍建设。坚持党管干部、党管人才原则，提高市场化选人用人水平，加大后备干部培养和优秀年轻干部选拔力度，推进职业经理人试点工作，建立财务总监和财务负责人委派制、轮换制，实施总部管理人员实习锻炼制度，优化强化激励约束机制。领导干部要落实“八字要求”，争做“五有干部”，在工作上花時間、负责任、做事情、出业绩。五要有效开展宣传思想工作，弘扬践行集团文化。弘扬社会主义核心价值观，践行集团文化，提高文化软实力和品牌影响力。主动宣传集团改革发展的经验和成绩，讲好企业故事，宣传先进典型，内聚人心，外树形象。做好工青妇侨和老干部等工作，抓好信访稳定工作，承担社会责任，为集团发展凝聚强大合力。

同志们，集团下半年的经营、改革、转型任务十分艰巨，希望各企业振奋精神，全力以赴，认真贯彻本次会议的要求，确保各项工作扎实平稳有序推进，努力完成全年目标任务，为建设世界一流建材产业集团，为国民经济持续健康发展作出新的更大贡献！

经验
交流

中国建材集团2015年上半年工作电视电话会议

抓四减 降成本 推进企业效益提升

中国联合水泥集团有限公司



产品推介会

2015年上半年,中国联合水泥在中国建材的正确领导下,面对国家经济增速放缓、市场需求不足、产能严重过剩等重重困难,上下一心、团结一致,紧紧围绕年度生产经营目标任务,认真贯彻落实中国建材“整合优化、增效降债”“早、细、精、实”“四抓四控、四增四减”“稳价、降本、收款、压库”四项经营原则,扎实开展各项工作,取得了较好的成效。

在“四减”工作方面,中国联合水泥严格按照中国建材的部署,真抓实干。尤其是曹江林总经理以中国联合水泥河南运营管理区为联系点,全面指导中国联合水泥的“四减”工作,为中国联合水泥“四减”工作的有效开

展,提供了支持和保障。

一、减层级,促进管理扁平化

从总体上看,中国联合水泥法人企业层级清晰,符合中国建材企业层级设置要求。今年上半年,按照中国建材“四减”工作部署,在法人层级设置已基本不可能减少的情况下,为进一步在实质上减少管理决策层级,提高管理效率,适应经济新常态的发展要求,中国联合水泥依据公司法及有关规定,对现有企业的董事会、监事会进行了改组优化。同时,以提高资源配置能力、市场反映能力和区域市场协同力为主线,经过十余次上下沟通和论证,制定并下发了

《中国联合水泥优化经营管理体制和机制的方案》,构建了跨企业立体协同的机制。

(一)进一步优化子公司治理结构

上半年,中国联合水泥经过认真梳理,按照不同的股权结构,经认真分析研究提出方案,并报中国建材批准,对二级企业的治理结构进行了再优化。一是对全资子公司设置执行董事和监事,取消公司董事会和监事会设置,简化办事程序,提高工作效率。二是对控制子公司精干董事会成员职数,缩短决策流程,提高决策效率。三是进一步明确董事会、监事会和经理层的权责关系和议事规则,理清工作程序,强化经理层责任,规范公司治理行为。四是优化董、监事人员结构,把懂财务、会经营、原则性强、熟悉企业运作规则的人员充实到企业董事会、监事会,提高决策质量,维护股东利益。

(二)建立小区域立体协同机制

上半年,中国联合水泥着力构建以核心利润区为基础的跨企业片区立体协同机制。在原运营管理区的基础上,成立跨企业的区域管理委员会,模糊企业法人边界和产业边界,谋求区域利润最大化。一是调动各种资源,深化小区域的横向市场协同,提高市场协同的执行效果。二是优化区

域物流配置，提高产、供、销各环节的运输协同，降低物流成本。三是建立纵向产业链协同机制，提高对终端市场控制能力，增强产业间技术协作带来的低成本效应，降低产业间交易成本。四是形成生产向高效率企业集中的竞争机制，推动营销决策和生产决策的集中化和可协调性，促进区域整体收益最大化。

（三）实施商混企业管理平台化整合

中国联合水泥按照“管理简约、资源共享”要求，对区域商混企业进行管理平台化整合，实现了在一个管理平台下多法人企业的“销售一体、运营一体、财务一体、管理一体”。

通过优化企业法人治理结构、区域协同机制建立和商混企业管理平台化等减层级方案的实施，虽然没有减少法人单位的层级，但是从内部管理层级的优化上，实质上实现了扁平化管理，提高了决策效率，从而进一步促进了企业的经营效率和效益的提升。

二、减机构，提高工作效率

根据中国建材“四减”工作部署，中国联合水泥从公司总部、运营管理区和企业三个层面，积极推进机构精简和优化，进一步提高工作效率。

（一）精简总部机构，优化部门职能

上半年，中国联合水泥率先从总部开始推进机构精简工作。一是指挥前移，贴近一线，在枣庄设立中国联合水泥运营中心，撤销运营管理部。二是根据公司发展工作重心的调整、工作量的变化，以及部门之间工作的相关性，将战略发展部与项目管理部合并，使业务发展和投资管理融为一体，成立新的战略发展部，撤销项目管理部。

（二）精简企业组织机构，优化企业内部管理

上半年，中国联合水泥把精简优化企业的组织机构作为“减机构”的重点方面，公司成立两个专门小组，同时推进熟料水泥企业和商混企业机构精简工作。一是优化熟料水泥企业内部部门设置，实行部门职能合并与业务集成，并对机构优化后的企业管理制度、管理流程进行了同步梳理和优化，在保证机构精简后有序运作的条件下，全面提高企业管理的制度化、标准化和统一化。中国联合水泥熟料水泥企业机构精简方案，已在四个区域、15个企业进行了试点，拟在8月份全部展开，争取在2015年底全面完成。二是以优化经营管理，促进商混企业组织机构精简。商混企业组织精简工作，已于上半年全面完成，从目前运作来看，企业管理效率明显提高。

（三）精简合并区域销售机构，提高销售业绩

在推进机构精简的工作中，中国联合水泥将区域销售机构优化整合纳入其中，以促进销售业绩提升。通过区域销售机构的优化整合，强化了市场协同的执行力，减少了横向内部协调成本，加强了产销之间的协调和对市场的服务能力。

三、减冗员，提升产业竞争力

根据中国建材“533”人员配置总要求，中国联合水泥结合自身实际，在组织机构精简的基础上，从定岗定员入手，在公司总部、运营管理区和企业等各个层面，通过各种途径和方法，在坚持“积极、稳妥、依法”的原则下，切实落实人员精干工作，取得了阶段性成果。

（一）设定“50”目标，落实本部人员精简

上半年，公司总部在组织机构精简的基础上，按照中国建材设定的公司总部“50”目标，打破部门界限，进行全面的定岗定编，并按照人岗适配的原则在全公司范围内进行定员，积极推进精简人员工作。

（二）设定“30”目标，落实区域人员精简

上半年，淮海运营管理区积极有序地推进人员精干分流工作，通过建立公开竞聘上岗机制，实现“30”目标。河南运营管理区和内蒙运营管理区虽然在人员配置上没有超过30人，但也按照中国建材“减冗员”要求，正在进行人员效率评估，努力精干人员队伍。

（三）以规范用工管理为抓手，精干商混员工队伍

为提高商混业务的竞争力和盈利能力，今年上半年，中国联合水泥在广泛调研、充分征求意见、多次修改完善的基础上，以提高劳动生产率为导向，制定了《规范商混企业劳动用工指导意见》。各商混企业积极主动，成立专项工作领导机构，按照要求制订切实可行的方案，积极推进人员精干工作。中国联合水泥总部成立了8个督导组，对19个商混管理平台进行全程监督指导。

（四）精心组织，积极推进熟料水泥企业人员精干工作

上半年，中国联合水泥在精简水泥企业组织机构设置的基础上，针对不同规模、不同装备基础的企业，按照高标准的要求，有差别地制订了多个水泥熟料企业定员标准，建立了包括15种类型的企业定员标准体系，并在淮海、河南、内蒙、河北区域选择了10个熟料水泥生产企业和5个粉磨企业先行试点。按照整体工作步骤安排，拟于8月份在总结试点方案的基础上，



全面推进熟料水泥企业的组织精简、人员精干工作。

(五) 建立制度, 保障减冗员工作的有效落实

为保障减冗员工作的有效落实, 中国联合水泥出台了《直接管理人员聘用规定》《高管人员薪酬管理制度》和《员工行为红线规定》等多项制度, 各单位积极组织员工宣贯学习并认真执行。通过总部督查、区域互查和企业自查, 持续开展全方位的监督检查, 确保执行到位。同时, 将干部问责制纳入干部管理, 通过业绩考核和年度综合考核评价, 对业绩持续较差的总经理、财务负责人等进行免职或降职; 实施总经理和财务负责人交流制度, 对在同一单位工作时间过长的总经理、财务负责人进行了部分调整。上半年共调整高管人数47人, 通过调整后的各单位, 各项工作进步明显。

四、减公车, 促进降费增效

上半年, 中国联合水泥在运营管理区、各企业全覆盖推进减公车工作, 中国联合水泥成立以主要领导为组长的领导小组, 强化领导, 在广泛摸底调研的基础上, 制定了《中国联合水泥公务用车改革方案》。按照方案要求,

今年3月份开始率先在河南、内蒙、河北区域积极推进, 随后在淮海区域全面推进。目前各单位公车改革目标已全部落实到位, 共处置公务用车684辆, 年减少费用支出约6000万元, 盘活资产3800余万元。

(一) 全面推进, 确保车改全覆盖

一是将中国联合水泥直接管理的运营管理区、子公司和三级企业, 以及高管人员全部纳入公车改革范围, 不搞特殊, 不设例外。二是坚持方案的可行性, 把单位公务用车和单位的经营实际结合起来, 保留单位主要负责人用车相对固定, 营销机构以及跨区域的管理机构合理进行公务车配置。三是明确规定单位副职人员的用车补贴标准和补贴使用管理办法。

(二) 严格车辆处置程序, 避免企业资产流失

方案要求, 富余车辆采取以下方式进行处置, 不得擅自留存。一是在确保公司利益最大化前提下, 各单位优先选择以抵账方式处置富余车辆。二是以评估价为处置基准, 优先考虑车辆原使用人购买。三是采取公开拍卖等方式进行公开处置。四是合理设置司勤人员岗位数量, 依法妥善分流富余人员。

(三) 明确领导责任, 强化责任追究

按照方案要求, 一是各单位主要负责人对本单位公务用车改革工作负第一责任。二是严肃车改纪律, 严格责任追究, 对车改过程中和车改后出现违规行为的单位和个人, 一经查实, 给予单位负责人和财务负责人降职或免职处理。通过制度纪律, 保证改革方案的实施。

各位领导、各位同仁, 上半年, 中国联合水泥在中国建材的正确领导下, 在宋志平董事长和曹江林总经理的亲自指导下, 在“四减”工作方面取得了一定的成效, 但与中国建材的要求还存在差距, 还要向各兄弟单位取经、学习。在当前严峻的市场环境下, 落实“四减”工作, 为企业提质增效做出贡献显得尤为重要。下半年, 我们要继续围绕“稳价、降本、收款、压库”这条主线, 在紧抓“四减”工作的同时, 进一步落实好“四抓、四控、四增”等各方面的工作, 带领全体干部职工, 凝心聚力、攻坚克难, 为完成年度生产经营目标任务做出贡献。

(根据中国联合水泥在2015年上半年工作会议上的交流发言选摘整理)

依靠科技创新、结构调整、精细管理、市场开拓 实现业绩稳步提升

中国巨石股份有限公司



2015年上半年，中国巨石以调结构、促改革，拓市场、优战略，提质量、精管理，重创新、抓技改，提效能、降成本，强队伍、传文化为主要工作思路。以结构调整为出发点，突出改革优势；以市场开拓为关键点，完善战略布局；以质量提升为根本点，强化精细管理；以科技创新为支撑点，紧抓技术改造；以效能提升为着力点，坚持降本增效；以队伍建设为切入点，倡导文化引领。通过公司全体干部员工的共同努力，上半年实现了产品产量、销量的较大增长，取得了良好的经营业绩。

罗马城不是一天建成的，业绩的取得是公司长期以来始终坚持控制总量、提高质量、优化存量、扩大销量的结果，为今年实现业绩历史最好打下

了坚实的基础。特别是中国巨石作为全球玻纤行业的“领军者”，在过去几年始终坚持控制行业总量，以市场手段淘汰行业落后产能，有效化解产能过剩矛盾，虽然付出了巨大的努力和牺牲，但终于收获了在国内经济面临较大下行压力的背景下，玻纤行业却逆势上扬的良好局面。今年以来，中国巨石进一步加大技术创新、结构调整、精细管理和市场开拓的工作力度，实现了业绩大幅增长。

一、通过技术创新，实现效率提升、质量提高、成本下降，产品竞争力进一步增强

从去年开始，中国巨石的生产线陆续进入冷修改造期，在这个周期内

积累多年的各项技术创新成果得到了用武之地，公司也迎来了新一轮技改升级的良机，不断引领企业转型升级。中国巨石长期以来积累的技术创新成果释放出巨大的能量，从已经完成的两个技改项目取得的效果来看，在不新增土地指标、不增加能源消耗、不增加污染物排放、不多雇佣一个劳动力的情况下，实现了生产规模的扩大、作业效率和人均产能的提升、单位能耗和制造成本的降低、产品质量和高端产品比例的提高，取得了显著的经济效益和社会效益。今年下半年，中国巨石还将有多条生产线进行冷修和技改，改造完成后，生产效率将进一步提高，产品质量将更加稳定，能源消耗等成本指标将进一步下

降,企业竞争力和行业比较优势将得到显著提升。

二、通过结构调整,实现转型升级新突破

在技术提升的同时,中国巨石还坚定不移地做好产品结构、生产结构、库存结构的调整。大力实施产品结构调整,坚持产品从满足客户需求向引领客户发展转变,实施产品高端化战略,不断提高高端化产品、差异化产品、优质特色产品和优质客户需求产品的比重。大力实施生产结构调整,朝着集中生产、专线生产、精益生产、专业分工、突出优势、贴近市场的方向努力,进一步做好各条生产线产品方案的规划,确定主导产品和优势产品,充分发挥先进产能的优势,不断提高生产效率。利用大数据思路做好产销平衡和计划调度,提升销售订单的准确性,提升生产交付的及时性,并探索“智慧工厂”建设。大力实施库存结构调整,朝着匹配市场需求、降低呆滞品比例、提升优等品比例的方向努力,密切关注市场需求和库存结构变化,坚持先进先出,以产、销、存相匹配的要求把库存品的优化当作一件大事来抓。通过上半年的努力,库存总量控制在最优区间,库存优等品率显著提高,并实现了东中西、国内外外地库存时间和产销率的相对平衡。

三、通过精细管理,实现综合成本的继续优化

中国巨石建立了系统完善的精细化管理制度,使各项制度贯穿于企业生产经营的方方面面,做到了有制度、有检查、有整改、有考核、有提高,形成管理闭环。绩效管理方面,经济责任制合同和考核办法在20年的执行过程中不断规范和完善,形成了从公



司高管到一线员工,从职能部门到生产分厂的考核系统,愈加科学合理的考核制度使员工的工作积极性显著提高。成本管理方面,不断完善“增收节支降耗”项目制管理法,加之中国建材集团花费大量的时间和精力与中国巨石一起总结这一工作法,使得成本管理理念更加深入人心,让每一个员工都成为节支降耗的主体。优化管理方面,伴随着“机器换人”和自动化改造的提升,公司继续推进优化增效工作,为公司提升竞争力打下了坚实基础。总部经济建设和集中管理方面,“中国玻纤”总部迁址桐乡和“中国巨石”成功更名,实现了投资主体和经营主体的合并,提高了公司的运营效率和风险管控能力,使决策程序进一步简化,各方资源利用更加便捷,为中国巨石实施总部经济模式提供了条件。同时,继续实行“公司工厂化管理”和“工厂公司化经营”模式,在内部管控上全面实施“统一采购、统一销售、统一财务、统一生产、统一技术”的“五统一”工作,实现资源共享,简化管理流程,实行专业分工,降低管理成本,管控模式进一步优化,取得了良好的效果。

四、通过市场开拓,实现销量增加、价格上扬、现金流增加和效益提升

进入2015年,面对下游市场转暖和产品出现结构性、区域性、季节性供应紧张的难得局面,公司制定了稳销量、降风险的销售工作主线。公司通过优化销售结构,提升高端产品和高附加值产品比例,提高中高端市场比重、高新产品比重、高价位高附加值产品比重,提高直销比重,提高战略客户、跨国客户、行业50强和世界500强等大客户比重等措施,使产品结构和客户结构更趋合理。上半年累计实现销量同比增长11.07%,销售额同比增长19.33%。

生于忧患,死于安乐。下半年,全球经济依旧复苏乏力,我国经济仍然面临较大下行压力,如果经济形势得不到明显改观,玻纤行业逆势上扬的局面将很难持续。我们将尽可能抓住第三季度的时机,对四季度市场可能发生的大变化和困难做好充分准备,确保圆满完成全年各项预算目标,向集团和董事会交出一份满意的答卷。

(根据中国巨石在2015年上半年工作会议上的交流发言选摘整理)



建材产业服务化转型

战略研究系列报告



建材产业服务化转型的政策措施建议

——建材产业服务化转型战略研究系列报告之七

中国建筑材料集团有限公司 姚燕 张健 金玲

资源和环境是大自然赋予人类社会的宝贵财富。当前，雾霾天气范围扩大，环境污染矛盾突出，大自然向粗放型发展方式亮起了红灯。作为资源依赖性强、环境敏感度高的建材产业，转变发展方式更是刻不容缓，实施服务化转型战略、打造服务型产业体系，是建材产业发展方式转变的有效途径。

建材等资源型产业服务化转型是一种通过增强服务意识、加大服务要素投入、增加服务产出实现资源型产业从生产型向生产服务型转变的产业转型和升级模式。建材产业的服务化转型战略是指以建筑材料科学、现代管理科学和信息化网络技术等为支撑，建立新的运营模式、服务方式和管理方法，实现产业链主导权从大规模生产能力向以新技术研发能力为基础的、贴近终端消费的服务化战略能力转化的资源类产业升级路径。

从生产型向生产-服务型转变，打造服务型产业体系，是建材产业服务化转型的目标。打造服务型产业体系主要通过全面树立服务观念、加大服务要素投入、加快发展服务产业、建立服务导向的评价体系等实现。

一、发达国家支持制造业服务化转型的主要做法

制造业服务化是当今世界制造业

发展的重要趋势，制造业强国纷纷将其作为提升制造业发展水平的重大战略。发达工业国家政府通过制造业服务化有关政策推动，实现了制造业的转型和提升，巩固和强化了世界制造业强国地位，对我国工业转型升级有一定的启示和借鉴作用。

（一）美国政府制造业服务化支持政策及措施

全球金融危机爆发以来，很多专家认为，金融危机的根源在于近十年来美国经济的“去工业化”，美国新的经济增长必须依靠实体创新而非金融创新，因为金融创新导致了房地产市场泡沫破灭、金融市场过度扩张及金融资产过度升值、商业银行和投资银行混业经营风险无法控制等等。2011年8月，美国总统奥巴马签署《制造业促进法案》。2012年在国情咨文中，奥巴马强调“构建永恒的美国”的关键是重振美国制造业、发展本土能源、提高劳工技能教育及复兴美国价值。

“再工业化”战略成为美国重塑竞争优势的关键。

美国奥巴马政府提出“再工业化”战略，是一种现实的考量。尽管制造业在美国经济中的比重只有15%左右，但由于经济总量巨大，美国制造业在全球的份额仍高达20%左右，依然是世界第一制造业大国。现在，美国力图通过“再工业化”重振本土工

业，一方面是防止制造业萎缩失去世界创新领导者的地位，一方面是要通过产业升级化解高成本压力，寻找像“智慧地球”一样能够支撑未来经济增长的高端产业，而不是仅仅恢复传统的制造业。Roy Rothwell和Waiter Zegveld把“再工业化”定义为产业的结构转型面向高附加值、知识密集要素和产品以及服务于新市场以技术创新为主的产业等。

美国学者和研究机构将“制造业服务化”定义为以产品为导向的服务类型，主要由传统产品制造商所提供，并将产品视为提供服务或功能的工具或平台，具备市场销售性，能满足消费者个性化需求。从2002年开始，美国国家自然科学基金把针对服务工程的ESS (exploratory research on engineering the service sectors) 项目作为重点，形成较为完整的政策框架。

金融危机发生后，美国并没有因此而大幅度减少研发投入。国会公布的《2009年美国恢复和再投资法案》的草案包含增加133亿美元科技投入，其中研究和开发99亿美元，研究和开发设施设备34亿美元。2010财年联邦部门研发拨款中，美国国家科学基金会、能源部科学办公室和国家标准技术研究院为代表的基础研究主体的研发拨款朝着十年内翻番的目标稳



步前进。美国对具有国家战略价值的新兴产业投入了巨资，借助于税收补贴等手段，利用杠杆效应撬动社会资本在这些领域的投资。美国还采取了一系列措施，如设立民用空间项目计划，组建公私合营企业探索清洁煤技术的商业化模式，鼓励私人投资进入宽带服务领域等，意在推动民间参与科技开发和利用，以保持美国的创新活力和经济增长。

人才培养与研究方面，由美国环保署委托泰勒斯研究所执行产品服务化的研究分析，至今仍持续进行，主要目的是借助实证资料弥补文献研究内容的不足。美国环保署也资助在硅谷开展了区域性的实验研究计划，主要成果是发展了推进制造业服务化的支持网络，包括与企业共同编撰工具手册及订价法，出版各年份产业报告等。

市场秩序与环境方面，由政府出面建立营运模式共创与知识交流的平台，用以向企业推广其研究的制造业服务化运作模式。环保署挑选了

“化学品管理服务”作为推广对象，联合许多大型化学品制造商，进行了包括相关制度建立、案例分析、实际参与执行等在内的一系列实验性经营活动。

（二）德国政府制造业服务化支持政策及措施

工业4.0 (Industrie 4.0) 是德国政府《高技术战略2020》确定的十大未来项目之一，并已上升为国家战略，旨在支持工业领域新一代革命性技术的研发与创新。“工业4.0”概念包含了由集中式控制向分散式增强型控制的基本模式转变，目标是建立一个高度灵活的个性化和数字化的产品与服务的生产模式。

德国学术界和产业界认为，“工业4.0”概念即是以智能制造为主导的第四次工业革命，或革命性的生产方法。该战略旨在通过充分利用信息通讯技术和网络空间虚拟系统—信息物理系统 (Cyber-Physical System) 相结合的手段，将制造业向智能化转型。

“工业4.0”项目主要分为两大

主题，一是“智能工厂”，重点研究智能化生产系统及过程，以及网络化分布式生产设施的实现；二是“智能生产”，主要涉及整个企业的生产物流管理、人机互动以及3D技术在工业生产过程中的应用等。该计划将特别注重吸引中小企业参与，力图使中小企业成为新一代智能化生产技术的使用者和受益者，同时也成为先进工业生产技术的创造者和供应者。

为推进“工业4.0”计划的落实，德国三大工业协会——德国资讯技术和通讯新媒体协会 (BITKOM)、德国机械设备制造业联合会 (VDMA) 以及德国电气和电子工业联合会 (ZVEI) 共同建立了“第四次工业革命平台”办事处，以吸引并协调所有参与本次革命的资源。

（三）日本政府制造业服务化支持政策及措施

日本认为“制造业服务化”是一套整合了“产品”及“服务”、提供销售市场并创造附加价值来满足顾客需求的系统，使用回收物质制造产品的商

业模式。

人才培养与研究方面,日本建立了多层次的人才培训体系和科学的人力资源开发培养体系,包括研究生、本科生和职业教育等,为制造服务业发展提供大量专业人才。在行业协会的组织和倡导下,日本全面开展在职教育,建立相应的职业资格认证制度;通过确立专业人才能力开发和客观评价的体系来引导培训教育工作,并从世界各国引进制造业服务化领域的专业人才,促进人才流动。市场秩序与环境方面,日本政府积极建立完备的基础设施,制订相关技术标准,为制造业服务化发展提供重要支撑。制定了25种与企业相关的认证体系,通过组建行业协会来加强和完善制造服务业市场的管理。除此之外,日本还制定了相应的法规或职业资格认证程序,从制度上保证了人员的业务水平、服务运作的规范化进程以及契约签订的严谨程度。在信息技术推广和应用方面,政府主持制订了《IT基本法》等一系列法律法规,来规范市场运作。

(四) 欧盟制造业服务化支持政策及措施

欧盟各国认为“制造业服务化”是包括产品、服务、基础建设等共同开发的系统,具备更强的竞争力,能够满足顾客个性化需求,比传统商业模式具有更好的环境生态效益。欧盟正在积极制定政策,计划将自身的制造业打造成为以复杂产品系统概念为基础,并发展“高附加价值欧洲制造”、“知识为基础的工厂”。基于这样的政策基调,欧盟相关机构做出了一系列努力。

人才培养与研究方面,先后出台制定了FP5-FP7计划,其中FP5提出“延伸性产品”的基本概念,成为后续研究计划的基础。这些计划一脉

相承,层层推进,从理论方面支撑起制造业服务化的推进工作,并研究拟定了“制造业2020规划”。建立知识社群,增加与产业利害相关的关系人的参与程度;促进在其成员国内部分享永续制造策略,着重扩大制造研发活动的补助范围;确保财务资源的流通;维持和促进制造业正面的公共形象;推行国际网络共享与合作。欧盟开展了关于“确保欧洲制造业未来的策略性研究议题”的讨论,并通过欧盟FP7开展较大规模的联合技术计划,在各国家和地区开展具体的研究计划来落实。

市场秩序与环境方面,欧盟注重发展支持网络,制定政策的同时开展相应研究工作。例如:英国“经济暨社会研究委员会”资助成立“复杂产品系统创新中心”;挪威研究委员会建立“研究型创新中心”,以支持新兴制造业和跨部门的研究,建立新一代制造的理论、方法、模型和管理工具。

(五) 芬兰政府制造业服务化支持政策及措施

芬兰政府机构和研究人员认为“制造业服务化”是一种创新的商业模式,具备明显将重点由产品转移到更多的服务之上的特性。其政策框架的出发点是将“制造业服务化”视为服务业和服务创新发展的方向之一,目标是掌握发展竞争优势,建立以“客户为中心”的制造服务业。

人才培养与研究方面, Technology Industries of Finland自2003起发表一系列研究计划,针对“制造业服务化”进行可行性研究,阐明制造服务的任务;明确“创新制造”计划的推动方向。基于此,芬兰政府编制了关于“制造业服务化”的延伸规划,明确其发展方向与路径;主要研发计划包括支持跨组织的合

作,分析与发展相关的议题、要素与模式等。

市场秩序与环境方面,芬兰政府设立每年一度的制造服务企业日,促进服务化转变企业的沟通与交流;出台相关规定规范市场与行业秩序。

芬兰国家技术创新局将“服务业和服务创新”作为重点推进工作之一,提出“建立以顾客为中心的服务业是芬兰竞争力的来源”,确定“制造业服务化”也是芬兰“服务业和服务创新”的重要切入点,先后部署创新制造、创新服务、创新运营模式等3项工作计划,对制造业服务化发展给予引导和资金支持。

创新制造(“SISU2010计划”)从制造业的角度来思考制造服务化的方向和可行性,提出制造业的创新思维,结合芬兰制造业的相关基本能力,发展新的生产方式和制造技术,在未来提供个性化产品。发展“创新制造”的三大技术基础是:新的制造业生产方式和技术、应用于工业生产和物流的信息通信技术、未来生产系统。“创新制造”三大主题是:柔性生产解决方案、先进生产和制造技术、自组织生产等,最终达到自主化生产。

创新服务旨在发展创新服务的理念,拓展芬兰企业提供先进服务的领域。“创新计划”提出开展服务模式创新的四个方面:新的网络和价值链结构、技术和产品创新、组织创新、顾客对接和服务传递系统创新。通过举办“BestServ”论坛,建立厂商和客户跨组织的互动平台,促进制造服务化的创新。组织开展企业模型和生命周期运营相关技术研究以及定期举办制造服务企业等活动。

运营模式创新。芬兰国家技术创新局从企业战略和企业需求的角度

出发,研究探索与之相适应的制造和运营的方式。运营模式创新有三大重点,分别是:制定公司制造/运营战略的战略规划、开发创新运营概念所需的专有技术和技能、发展创新运营概念;思想目标:开发制造和运营的相关专有技术、发展新的运营概念模式、建立不同产业部门的联系网络、通过辅助服务计划,开发中小企业的专有技术和技能。

二、我国支持制造业服务化转型的主要做法

近几年来,中国政府一直高度重视制造服务业及相关产业的发展。

《国民经济和社会发展第十一个五年规划纲要》将生产性服务业分为交通运输、现代物流、金融服务、信息服务和商务服务等。“十一五”规划纲要明确提出“大力发展主要面向生产者的服务业”。在《国务院关于加快发展服务业的若干意见》中强调,“大力发展面向生产的服务业,促进现代制造业与服务业有机融合、互动发展。通过发展服务业实现物尽其用、货畅其流、人尽其才,降低社会交易成本,提高资源配置效率,加快走上新型工业化发展道路。”

2005年10月,《中央关于制定国民经济和社会发展第十一个五年规划的建议》中明确指出,“十一五”期间要大力发展现代制造服务业,要运用现代经营方式和信息技术改造提升传统服务业,提高服务业的比重和水平。

2005年11月,《国家信息化发展战略(2006-2020)》也指出,应把“加快服务业信息化”作为政策法规环境,依托信息网络,改造和提升传统服务业,加快发展网络增值服务、电子商务、现代物流、连锁经营、专业信息、



咨询中介等新型服务业,大力发展电子商务,降低物流成本和交易成本。

2006年2月,在《国家中长期科技发展规划纲要(2006-2020)》中,把现代服务业与信息产业并重,并把“现代服务业信息支撑技术及大型软件”作为优先主题。

2007年3月,国务院发布《关于加快发展服务业的若干意见》,除了提到要大力发展面向民生的服务业之外,特别提出了要大力发展面向生产的服务业,促进现代制造业与服务业的有机融合、互动发展;推进业务外包,提升物流的专业化,积极发展信息服务业,健全金融市场体系,大力发展科技服务业等意见。

国民经济和社会发展第十二个五年规划纲要提出要“通过转型升级提高产业核心竞争力”、“把推动服务业大发展作为产业结构优化升级的战略重点”和“促进生产性服务业与先进制造业融合,推动生产性服务业加速发展”。十八大报告和十八届三中全会对增强服务意识、发展服务业也有提及。资源型产业要应对资源、生态环

境、产能过剩、结构不良、经济和市场等制约,需要向服务化转型。

2014年5月14日,李克强总理在国务院常务会议上部署了生产性服务业发展的举措,指出:加快发展生产性服务业,是向结构调整要动力、促进经济稳定增长的重大措施,既可以有效激发内需潜力、带动扩大社会就业、持续改善人民生活,也有利于引领产业向价值链高端提升,实现服务业与农业、工业等在更高水平上有机融合,推动经济提质增效升级。

三、政策建议和措施

(一) 树立服务理念,打造服务型产业体系

实施服务化转型战略,需要将“善用资源、服务社会”的理念渗透到政府对建材产业的规划和监管上,渗透到建材企业的生产和经营中。在建材产业发展上,各级政府要摒弃单纯追求GDP贡献的思维,要从建设生态文明和可持续发展的角度,综合考虑资源存量、环境容量、市场空间等因素,合理规划和布局建材产业,建立健

全建材产业规划、审批、监管体系，鼓励建材产业利用新兴技术改造传统产业，鼓励建材产业科技型、服务型的产业链延伸，对不符合资源综合利用和环保要求的资源型开发项目坚决不予批准建设，坚决取缔落后产能。

建材产业的服务化转型，资源型企业是主体。与非资源型企业不同的是，资源型企业除了要考虑利润最大化目标外，还要注重社会效益，包括资源供应安全和环境保护等。资源型企业要摒弃传统的以产定销的观念，要以客户为中心，树立服务意识，通过加大技术、管理、人才等要素的投入，通过发展物流、技术、金融等生产性服务业，提升价值链、完善供应链，提高服务客户、服务社会的质量和能

（二）推动建材产业科技创新，依托科技发展服务型生产

加大科技创新，提升建材产业的自主创新能力是建材产业服务化转型的有效手段。建材产业服务化转型的过程，也是技术创新能力提升、技术要素投入加大、技术贡献率增加的过程。建材产业的科技创新，应遵循生态发展规律，以循环经济理念为指导，以资源充分利用和减轻环境影响为主要目标，利用现代高新技术和先进适用技术改造提升建材产业，创新生产工艺，构建起符合循环经济要求的建材产业高技术发展模式，以提高自然资源的开采率、利用率、回采率，实现剩余物与排放物的再利用与再循环。

国家可制定专门的建材产业的科技规划和政策，引导和支持建材产业的科技创新。对于建材产业面对的共性问题，可以建立协同创新体系，进行联合攻关，提高科技开发的效率和效应，如勘探开发技术，环境保护技术与资源开发利用后的生态恢复技

术等。

（三）大力发展依托生产性服务业，培育建材产业新的增长点

建材产业价值链中包含着众多服务环节，如物流服务、技术服务、金融服务、贸易服务等，这些服务环节因资源开发、加工、利用而生，并与资源开发利用过程紧密相连。作为大宗商品，水泥、玻璃、混凝土、石膏板等建材产品在这些生产性服务环节上具有相似性，国家可以通过建材产业生产性服务业发展规划和财政、金融等激励政策，推动建材产业在物流、金融、贸易等领域打破界限，建立协同性、一体化的建材产业物流体系、金融服务体系、工程技术服务体系、市场贸易服务体系，打造一批专业化的资源产品物流园区、金融服务中心、交易市场，培育专业化的、上规模的依托资源开发利用的物流、金融、工程技术、贸易服务企业集团，充分利用服务资源，提高服务效益。

就物流服务而言，建设一批加工、配送、交易中心，通过定制、直供、供应链金融等方式满足大型客户需求，通过综合批发市场、物流园、品牌店等多种方式满足客户个性化需求。与西方发达国家相比，我国建材物流的金融服务、交易中心建设明显落后。金融服务机构应发挥结算平台、筹融资平台、资金管理平台功能，降低筹融资成本，提高资金运作效率和效益，为建材产业的发展提供了金融服务与支持。为建材产业的境外成员企业提供跨境金融服务。

工程技术服务在建材产业中具有较强的发展前景，当前重点是促进重组联合，提高工程技术服务产业集中度，建设一批技术先进、设计施工能力强、具有国际竞争力的工程技术服务企业集团。

（四）完善建材产业市场体制，提升企业市场服务能力

经过多年的改革，我国建材产业逐步形成以大型企业为主体的产业结构，产品价格市场化机制不断推进，市场在资源配置中的作用不断增强。完善建材产业混合所有制体制和管理机制。通过商业模式创新、产品创新、服务创新、组织创新，将服务理念贯穿于企业经营的全过程，在研发、设计、制造、销售等一系列环节，均充分考虑客户和社会的要求，建设节约型、环保型、服务型资源性产业。

资源性产品的市场机制改革，要兼顾民生需求和环境友好，注意完善生态补偿机制和代际补偿机制，建立一整套能够反映资源勘探开发、生态补偿、枯竭后退出等完全成本的制度体系，并将这些成本反映到资源性产品的价格中。

（五）进行建材产业服务化转型试点，推广建材产业转型经验

建材产业的服务化转型是一个庞大的系统工程，依靠科技进步和产业升级，实现资源生产和利用方式的转型，也是资源型企业主营业务由生产产品向产品-服务系统变革的过程。国家除了制定技术创新政策鼓励建材企业开发有利于服务化转型的技术、制定产业政策鼓励建材企业发展生产性服务业外，还可以选择一些具有技术和服务优势的建材企业，选择资源约束、雾霾较严重的京津冀都市圈，进行服务化转型的试点，鼓励建材企业进行商业模式创新，总结建材企业发展循环经济、物流服务、金融服务、工程技术服务、海外资源开发等方面成功的模式和经验，并加以宣传和推广，完善相关行业标准，完善建材产业相关规划，创造有利于建材企业服务化转型的外部环境，引导建材企业制

定并实施符合自身条件和外部环境的服务化转型规划，实现服务化增值和价值链高端化，最终将建材产业打造成服务型产业体系。

（六）建立服务化导向的建材产业评价体系，引导建材产业转型升级

建材产业服务化转型战略的推进，需要改变已有的以增长速度、产值为重点的考核评价体系，加大资源消耗、环境损害、生态效益、产能过剩、科技创新、安全生产、新增债务、客户满意等指标的权重，促进建材产业重视科技创新，发展循环经济，关注生态环境，实施绿色生产，提升客户服务。从具体指标上看，可以整合节能指标完成率、排放指标完成率、客户满

意度、服务业务占比、技术贡献率、资源综合利用和废物利用等指标，建立建材产业服务化评价体系，对建材企业进行具体应用、排序公布，对服务化程度较高的企业利用税收、金融等政策加以鼓励，对服务化程度较低的企业限期整改，甚至关闭。

（七）建立产学研结合的人才培育机制，培养服务化转型需要的创新人才

建材产业的服务化转型，是建材产业经营观念、业务领域、技术水平、管理能力的全面变革，需要大量的技术、管理高级专门人才，特别是金融保险、现代物流、法律、管理咨询、国际资本运营等方面的人才。为解决人才

瓶颈，建材产业应采取有效措施，加大高层次、紧缺人才的培养和引进力度，可通过技术入股、管理人员持股、股票期权激励、成果有偿转让等方法吸引国内外优秀人才；通过产学研结合、定向招生、订单培养等方式，培养、吸收服务化转型需要的专门人才；同时加强在职教育，提升在职人员的技术素养、管理素养和市场意识，深入宣传服务社会、服务市场的理念和方法，建立健全人才评价体系，为服务化转型打下坚实的人才基础。

（八）加强建材产业国际合作，提升国家资源安全和国际竞争力

建材产业因资源而生，经过多年的快速发展，我国水泥、玻璃、石膏板等建材产品产量位列全球前茅，建材产业可持续发展的资源瓶颈凸现。开拓海外资源，加强国际贸易，充分利用国际国内两个市场、两种资源，在更大范围、更宽领域和更高层次上参与国际合作和竞争，是保障国家资源安全和提升建材产业国际竞争力的内在要求。虽然建材产业的国际化经营已经起步，但是存在国际化经营能力普遍不足、国际化人才短缺、海外资源开发风险控制能力缺乏等问题。

可以借鉴日本等政府支持资源型企业海外资源开发的办法，通过政府承担或补贴前期的地质勘探成本和风险、海外资源开发的贷款贴息等方式，支持海外资源开发。海外资源开发除了要获取海外资源，还涉及金融、物流、港口、铁路、海运等多个环节，国家可以鼓励建材企业与以上领域的国内和国际企业组建战略联盟，协同开发海外资源，降低海外投资成本和风险，实现优势互补、合作共赢。具有技术优势和装备优势的建材企业，也可以通过技术输出和装备出口，提升国际市场影响力和竞争力。



“互联网+” 与建材行业转型升级

上海凯盛朗坤信息技术有限公司 祁晓荔



李克强总理在2015年政府工作报告中提出：“制定‘互联网+’行动计划，推动移动互联网、云计算、大数据、物联网等与现代制造业相结合，促进电子商务、工业互联网和互联网金融健康发展，引导互联网企业拓展国际市场。”

习近平总书记近日在七省市负责人座谈会上强调：“要加快改造提升传统产业，深入推进信息化与工业化深度融合，着力培育战略性新兴产业，大力发展服务业特别是现代服务业，积极培育新业态和新商业模式，构建现代产业发展新体系。”

日前，国家各部委纷纷出台了有关中国制造2025、智能制造2015专项行动等文件。这充分说明国家正在积极推进由新一代信息技术和工业技术相融合的第四代工业革命，而“互联网+”正是推进新型工业化服务和支撑的基础。

一、“互联网+”时代中国建材行业发展趋势

“互联网+”有四个基本要素。一是技术基础，即构建在现代信息和通信基础上的互联网平台；二是实现路径，即互联网平台与传统产业的各种跨界融合；三是表现形式，即各种跨

界融合的结果呈现为产品、业务、模式的不断迭代出新；四是“互联网+”的最终形态，即一个由产品、业务、模式构成的，动态的、自我进化的、连接一切的新生态系统。实施这些要素的关键就是利用物联网、云计算、大数据对传统行业进行再造，利用这些技术将生产制造和服务创新结合，推动生产方式向数字化、网络化和智能化变革，激发创新创业活力，有力促进产业结构的优化升级。

德国提出的“工业4.0”目标就是建设分布式信息物理融合系统（Cyber Physical System）与嵌入式互联网技术相互协同，使得生产资源形成一个循环网络，具有“自主性、可调节性、可配置”；产品具有独特的可识别性；可根据整个价值链，自组织集成化生产设施；亦可根据实际条件，灵活制定生产工艺等等特点。

美国也提出了不同于德国“工业4.0”的流程行业智能制造路线图。其中核心思想就是：将工厂生产的各类数据提取量化，使其转变为知识，再将知识转变成模型（标杆企业建模、标杆企业资产全局建模），最后将人力、知识和模型集成到关键绩效指标管控上。从而使得工厂的管理效益和效率不再简单地依靠人来完成，更加

精确的体现利用技术进步成果实现的科学管理。

智能制造的核心就是建设信息物理系统——CPS(cyber physical systems)。作为计算进程和物理进程的统一体，是集成计算、通信与控制于一体的下一代智能系统。CPS通过人机交互接口实现和物理进程的交互，使用网络化空间以远程的、可靠的、实时的、安全的、协作的方式操控一个物理实体。而CPS的核心就是基于各种传统和实时的采集数据的主数据流的管理。

1.首要着力点在于横向、纵向整合价值链，实现各个环节信息共享，达到生产全流程的整体优化。

2.数字化技术植入产品和服务，使个性化定制浸入每一个角落。数字化技术赋予产品新的生命力。

3.商业模式：

离散工业的商业模式：研发环节实行个性化定制；流通环节采用数字化营销，扁平化分销。

流程工业的商业模式：整合价值链上下游，采用O2O的集中销售模式，统一采购、统一下单、统一生产，

从而达到高效化和绿色化的目标。

4.售后环节:产品+服务模式、产品即服务模式。通过物联网和大数据手段向顾客提供数字化增值服务,从而达到延长产业链,纵向拓展业务的目的。

二、借助“互联网+”的机会推进行业转型升级

产业结构调整是当前中国经济结构调整的重中之重,互联网以席卷之势冲击传统行业,过去在第三产业包括物流服务、电子商务以及互联网金融方面有了长足的发展,下一步就是第一产业、第二产业都要进行改造以提高其生产力。要形成一个由市场决定价格,市场发挥决定性作用的新现代市场经济。因此与国企改革相关的领域,比如说在对资源、流程型领域进行混合所有制改革、引入互联网金融、大项目建设采用PPP模式投资等,可以创造大量的市场机会。

总的来说,要围绕国家经济新常态发展的战略布局,找准自己的战略定位,结合自身的优势长处,扬长避短、取长补短,才能得到企业健康良性发展的机会。

1. 传统企业转型势在必行

中国经济步入新常态,传统的产业更需要转变发展方式,寻找新的动力源。互联网必将成为经济转型升级的一个新引擎,连接起企业与新经济的桥梁。互联网对第三产业的渗透由来已久,很多企业因此受益匪浅。今年,以工业4.0、供应链金融、PPP为主线的互联网应用向第二产业渗透的风潮开始越刮越猛,同时农产品电商、农村供应链金融、民间贷款将互联网对接上了第一产业,至此,互联网对于第一、第二、第三产业已然实现了全面覆盖。今年以来,科技板块超级活

跃的背景下,传统行业的互联网化故事可谓万众瞩目,一个新的市场机会已经随着这波热潮悄然产生。抓住这个机会,企业就会在这次变革中重新确立自己的定位,起到行业引领的作用。互联网经济原则是“数一数二,不三不四”。

中国建材行业是国家很重要的基础性产业,在向制造服务业转型的过程中,一定要抓住“互联网+”转型的趋势,通过不断创新商业模式,创建产业新的价值链,积极探索如何依靠互联网实现高效转型。积极探索中国制造走出去的成长之路,用高质量的装备和高效的管理手段占领国际高端市场,继而实现中国制造强国的百年梦想。

2. 传统企业转型应该借鉴发达国家的经验

在企业转型升级和由制造大方向制造强国转变的过程中,我们要借助西方发达国家,特别是德国制造的经验,弯道超车、后来居上。德国制造的产品大到汽车,小到螺丝刀,他们为什么好,好在哪里?不是所有的人都清楚。德国制造的口碑是建立在一个非常有意思而且关键的观点上:不信任人。

德国人有一个根深蒂固的观念,是人都会犯错,都会有误差,特别是在生产环节,这些人引入的负面影响经过流水线的每个环节逐级放大,必然会最终影响产品的品质。

整个产品的生产工程中,人的因素越多,最终产品出问题的可能性越大。所以德国人提高品质的思路非常直接,就是在生产环节要动用一切可能的手段把人的天然影响降低到最小,把每件事情都分解成机器(或者人像机器一样动作)能简单执行的环节。换句话说,就是提高生产的自动化水平,只要机器能做的,在成本合理的

范围内,就坚决不让人做。

3. 德国制造

流程化:德国工厂自动化程度比我们现今很多工厂的自动化程度都高很多。生产流程化的核心目的就是把生产过程切分成非常细小的片段,每个片段都遵循严格的顺序加工,片段之间用自动化的传动装置连接起来,每个片段简单到不需要人工操作的时候,就被机器取代了。利用软件应用系统,把企业(甚至非生产型组织)内部所有流程都固化到软件,把企业中每个人都通过软件固化到一个功能,最后完成了企业的可靠高效运作,这就是流程化的威力。

可测量:对性能标准要求高的各种测量仪器仪表,德国人希望生产的每个环节都可以精确测量到产品和生产线的各种问题并及时纠正。通过这些测量手段,他们在生产过程中引入了大量的反馈回路来保证产品品质波动控制在很小的范围内,这也是保证产品品质的重要前提。

自动化:自动化就是把人类不擅长做的重复易错的交给机器人。工厂完全是机器自己在生产,而人的作用被形象化为两种:一是做生产规划,下达生产指令;二是给机器打下手帮助保持生产线高效可靠运转。

职业化:在德国学历不是最重要的,更为重要的是是否具有与本专业相关联的知识经验的积累,这对于可靠的生产和工程质量事关重大。

工具化:工欲善其事必先利其器。德国人喜欢工具,几乎可以做到每件事情都有专门的工具。这就是德国工具在全世界普及率最高的原因。

德国已经进入了后工业时代。也就是说一座工厂里面没有一个自然人,所有的工序从进料、生产、质量检查、成品包装,到货物堆栈全部由机

器完成。整个车间几乎只需要有一个人监控,就可以完成所有的生产。作为“操作工”其实本身就是工程师,他只需要按下按钮和定期排错。

德国产品很少以价格去竞争同行业产品,一是有行业保护,二是所有人都知道,价格并非决定一切,甚至有可能让整个行业都陷入恶性循环,他们更愿意在保证利润的同时,让利润转化成更好的产品和更完善的服务。

这就是德国制造,不追求价格,但追求价值;不追求外在,但追求细节;不追求广告,但追求口碑;不追求速度,但追求质量。

因此,中国建材行业实施“互联网+”行动计划,应该借鉴德国,设计方面包括设备的选型、设计对标、优化方案;建设方面包括3D建模、动态仿真、实时对标;生产运营方面包括智能装备、数据对标、知识库建立、专家诊断、环保节能等;管理方面包括云存储、合理化定价、自动绩效评价等。

三、“互联网+”如何提升建材行业经济效益?

在“互联网+”的商业模式中,提高收入只能靠吸引客户吗?吸引客户很重要,但经营客户更重要。吸引客户、成单盈利、维系客户三个问题是企业的三大痛点,企业往往只能直接带来利益的吸引客户和成单盈利买单。但笔者认为带来潜在利益的维系客户同样重要,甚至高于前两者。经营老客户要远远比吸引新客户更容易,成本更低,同时成单几率更高。此外经营好老客户带来的口碑营销,潜在价值不容估量。高管往往会为市场销售忙得焦头烂额,企业每年都要花费大量成本来吸引客户,但高昂费用引来的客户并没有手段留存,同时企业已有的存量客户没有办法增值。如何

低成本、低流失、高增值的经营客户成为企业迫在眉睫的问题。

1. 解锁数字化客户、渠道和市场

目前,国内各行各业都在实施企业数字化转型,其中主要催化剂就是客户。他们对个性化服务有着非常高的需求,他们希望与最好的机构、品牌打交道,为他们提供最好的价格、最优的体验、最佳的产品质量。如果企业无法达到客户的预期目标,那客户极有可能转向你的竞争者阵营。

利用物联网和云计算平台集聚的大数据流为企业提供了新的机会,让他们可以对客户进行更加深入的了解,了解对客户的需求以及在这些需求背后的深层次原因,并为客户提供最佳的体验。举例来说,集中招标采购平台,可以利用大数据更好地解决供货上议价的能力和库存问题,我到底需要什么样的货品,需要多少,什么时候需要,谁家的性价比好等等。这样的做法与传统分级采购相比可以至少减少10%~17%的采购成本。

根据埃森哲的调查,53%的企业管理者表示他们已经开始部署基于大数据的商业智能系统,用以借助信息化的手段,提升企业的竞争能力。本次调查中,58%的用户表示大数据能够帮助他们在数字化竞争下保持竞争力。大多数人认为大数据对于业务运营的颠覆将与互联网相同。

2. 大互联网时代,企业与客户需有效联接

我们身处大互联网的时代。移动互联网、工业互联网、大数据、云计算等新技术迅速崛起,让世间一切联接皆成为可能。“人与人”“人与信息”“人与服务”……联接,已经无处不在,而且正愈演愈烈。无论是个人还是企业都已经身处于“联接”的范围之内,都能够感受到联接所带来的

价值。事实上,“互联互通、信息共享的大联接”时代已经来临。但国内大多数传统企业却依然在被如何联接企业与客户所困扰。传统解决方法只能打通企业内部协同,无法做到企业与客户之间的双向互动。采用“互联网+”的平台服务模式可以便捷地打通企业与客户间有效联接,平台化对接的方式能在企业完成客户引入之后,有效地形成企业与客户良性互动。

3. 创新工业生产组织方式,积极拓展网络化经营管理模式

近期,国务院下发了“关于大力发展电子商务加快培育经济新动力的意见”(国发〔2015〕24号)。支持生产制造企业深化物联网、云计算、大数据、三维(3D)设计及打印等信息技术在生产制造各环节的应用,建立与客户电子商务系统对接的网络制造管理系统,提高加工订单的响应速度及柔性制造能力;面向网络消费者个性化需求,建立网络化经营管理模式,发展“以销定产”及“个性化定制”生产方式。鼓励企业大力开展电子商务服务,将品牌经营,优化配置研发、设计、生产、物流等优势资源进行整合,满足网络消费者需求。鼓励创意服务,探索建立生产性创新服务平台,面向初创企业及创意群体提供设计、测试、生产、融资、运营等创新创业服务。这些政策为传统工业制造企业转型升级提供了发展动力。

总之,国家制定“互联网+”行动计划,意味着国家以信息化手段促进经济发展的思路基本确立。中国建材行业应以此为创新、转型的催化剂,借机对传统的建材行业进行全面升级,在技术标准、政策等多个方面实现与“互联网+”充分对接,创造更新、更大的成长空间。

一直以来，集团公司非常重视学习型组织建设，始终倡导“把时间用在学习上，把心思放在工作上”。今年4月份，集团党委决定在集团各级党团组织中广泛开展“读书会”活动。到目前为止，集团总部已成功举办两次集中交流活动，反响热烈，成效显著。为落实集团领导加强学习的要求，激发企业内部职工读书学习的热潮，本刊特开设“读书汇智”栏目，刊登大家参与集中交流活动和日常读书时的心得体会。



技术不是命运 命运由我们自己塑造

——《第二次机器革命》读书心得

中国建筑材料集团有限公司 高宁远

本书的主题是数字化技术如何改变我们的经济和社会，面对如此庞大的话题，两位学院派作者通过条理分析比较明确地展现了他们的观点。本书分为前后两个部分。

第一部分

(一) 如何量化社会发展

“社会发展”这个词指的是一种掌握物质和知识环境的群体能力。伊恩·莫里斯在《西方将主宰多久》一书中，用4个指数来界定“社会发展”：能量获取（每个人从社会环境中获得的卡路里，主要用于事物消耗、家庭和商业消费、工农业生产，以及交通运输）、社会组织（最大城市的规模）、战争能力（军队数量、武器的发展速度和打击能力）以及信息技术（共享和处理信息的工具、能力以及使

用程度）。所有的社会发展可以简单地归结为这4组数据的组合。

莫里斯通过这些指数，描绘出了一张人类历史发展曲线图（图1）。数千年以来，人类发展曲线一直呈现出平缓向

上的趋势，社会的发展与进步极其缓慢，而在200多年前，剧变发生，人口和社会发展使得人类历史的发展曲线几乎弯曲了90度，形成一个反“L”。这个突然转折的点，就是瓦特的蒸汽机登上历史舞台，

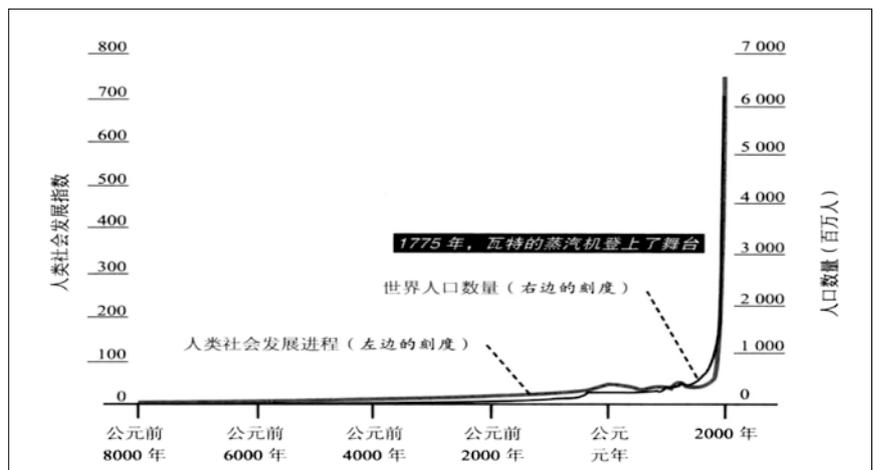


图1. 莫里斯描绘出的人类历史发展曲线

工业革命（第一次机器革命）开始的时期。可以说蒸汽机是迄今为止，人类历史上最重要的发展和进步。

（二）为什么定义数字化时代为第二次机器革命

“工业革命引领了人类第一次机器革命——我们的社会发展进程第一次主要由技术创新驱动，这一次机器革命堪称是我们整个世界最深刻的社会大转折”。

第一次机器革命延伸了人的肌肉力量，而数字时代开启的第二次机器革命，将对更多认知性的工作，以及更多的动力控制系统进行自动化。

“在经济历史学家中有一个广泛性的共识，即一些技术在促进经济进步的过程中会发挥重要的作用。为了做到这一点，它们必须扩散到很多行业……经济学家们把类似蒸汽机和电力这样的创新称为通用目的技术（General Purpose Technologies）。是对经济体系的很多部门都有着潜在而重要影响的深刻的思想技术。”

数字化技术正是具备对各个行业都有巨大影响的通用目的技术，看到这样的前景和未来，因此作者认为数字化技术是第二次机器革命。

（三）指数化、数字化和组合作

作者在此书中谈数字化技术，具有创新性的一点是提出了数字技术进步的三个主要特征：指数化、数字化和组合作。

1. 指数化

戈登·摩尔在1965年对集成电路预测说：在保持原件成本价格最低的情况下，其结构复杂程度每年大约增加两倍……我们有充分的理由相信，这一增长率至少还能持续10年。

如今，已经过去50年了，我们的集成电路越来越小，价格越来越便宜，但是内存和运算能力却越来越好。摩尔定律还

将继续发挥它的魔力。这是一种稳定的指数增长曲线。

2. 数字化

在里程碑式的著作《信息统治》中，数字化被定义为：对信息流进行数字化的编码。也就是把所有的信息和媒体形式，包括文字图像音频视频都变成“0”和“1”。

3. 组合作

手机的移动加上基于地理位置的信息服务诞生了一大批像滴滴、快滴这样的打车服务，大众点评等信息生活服务。

“创新所做的真正工作并不是提出什么大的和新鲜的事物，而是把已经存在的事物重组起来。”

在数字化时代，这种组合作让人看到的趋势就是跨界的力量。很多问题的解决并非完全依赖于专业的能力，而是一种跨界的组合。比如说3D打印人体器官，就是把工程学、生物学和材料学结合在一起。很多问题的解决依赖于“众包”，让更多的思想参与进来。所以通才的培养很是重要。

第二部分

（一）数字化技术的经济增长衡量体系

经济学告诉我们生产率的增长带来经济的增长。作者比较发现，在电气化时代（1890—1940）和第二次机器革命时代（1970—2020）生产率的增长曲线是一致的，都是先缓慢增长随后加速增长。这个现象说明，通用目的技术出现后，一直需要填补创新。作者认为“可能最重要的填补式创新是商业生产模式和组织架构的变革——这种变革使新技术的出现成为可能”。

1937年西蒙·库兹涅茨提出第一套国民经济核算系统，GDP。而当时还是在原子经济时期，那一套方法早已不适用

于比特经济。“我们关注越来越多的思想，而不是事物，是比特，而不是原子，是交流而不是交易。”

“免费的数字化产品、共享经济以及我们各种关系中的无形资产及其变化，对我们的工作、生活都有着非常大的影响。它们也需要新的组织结构、新的技能和新的制度，并且甚至可能也需要我们对一些价值进行再评估。”

很明显，我们的生活水平由于丰富的互联网资源不断提升，而GDP并没有涵盖这些免费的服务带来的经济效益。所以GDP已经没有办法准确衡量我们的生活水平。

作者在书里提出了一些重新衡量数字时代的“信息经济”的方式，比如“消费者剩余”。“消费者剩余比较的是消费者愿意为某种产品或服务所偿付的价格与他实际要付的价格。如果你愿意付一美元去读一份晨报，但这时你免费拥有了这份报纸，那么你就获得了一美元的消费者剩余。”或者另一种不同的方式，以人民的时间成本来计算，通过把使用者的时间价值纳入考量因素，并对比他们花费在互联网上以及其他事情上面的时间，估算出互联网每年为每一位使用者所创造的价值为2600美元。

（二）技术红利与收入分化

“数字化技术带来的经济红利指的是现代技术进步所提供事物体量的增大、种类的增长、质量的提升以及成本的下降。但同时也造成了收入分化，也就是意味着人们在收入、财富和其他重要的生活指标的差异化越来越大、越来越明显。”

印刷术的普及带来“知沟”，网络的普及带来“数字鸿沟”。我们的社会总是结构化的，大部分的资源掌握在小部分的人手里，也就容易造成马太效应，穷者越穷富者越富。

作者在其另一本书《与机器竞赛》中

写道，技术对失业的威胁是真实存在的。为了解这种威胁，我们将阐释技术变化所创造的赢家和输家的三个交集：

一是高技能劳动者VS低技能劳动者。技能型技术变革使得低技能劳动者的彻底失业，以及一些依靠经验和服务的工种例如厨师、园艺师等职业竞争越来越来大。

二是超级明星VS其他所有人。数字技术带来了很多的红利，但是这些红利大多被超级明星瓜分，互联网更是赢家通吃。也就是说传统市场里第一名和第十名之间的差距是技能和付出的差距，而在数字技术时代，第一名会拥有全部，第二名就什么都没有。

三是资本VS劳动力。随着机器智能化提升，资本的投入比劳动力显得更为重要。

（三）如何使红利收入最大分化最小

本书作者最后尝试性地提出了一些自己的建议。

1. 创立一个全国性的资本所有权多元且基本不可分割的共同基金，利用这一基金为国民不断地提供资本红利，但要确保这种资本的回馈不会高度集中于某些群体。

2. 使用税收、调控、竞赛、应对挑战或者其他激励手段努力引导技术变革，引导的方向是能够增强人类能力的机器而不是替代人类的机器，是新的产品和服务而不仅仅是为了节省劳动力。

3. 奖励那些通过非营利组织和其他组织机构做对社会有益的工作的人们。

4. 鼓励只有依靠人类才能完成的特殊工作，比如照看婴儿和幼儿的工作的人们。

5. 对食品、服装和住房这些基本需求提供保证，消除极端贫困，让市场调控贫困水平之上的收入。

我的理解

通读全书后我对其中技术爆炸与指数化的部分有一些额外的看法。我们先看一个段子：

问：我想换个水果手机，我是买6好呢，还是6p好呢，还是6s好呢，还是6sp好呢？

答：等7吧。

作者提到我们正站在变革的边缘，而这次变革将和人类的出现一般意义重大，但是点到为止并没有深入，我认为这里的论据还可以再深入一些。

想象一下1750年的地球，那个时代没有电，通讯基本靠吼，交通主要靠动物。一个叫老王的人来到2015年，他肯定会被吓倒——大铁疙瘩在宽敞的路上飞驰，和地球另一头的人视频聊天，看几千公里外正在进行的体育比赛等等各种各样的高科技。如果小王从1500年来到1750年，他会很惊讶但肯定不会被吓到，要想达到吓倒的效果，小王需要从更早的公元500年来到1750年。

未来学家Ray Kurzweil把这种人类的加速发展称作加速回报定律。之所以会发生这种规律，是因为一个更加发达的社会，能够继续发展的能力也更强，发展的速度也更快——这本就是更加发达的一个标准。21世纪的人们比15世纪的人们懂得多得多，所以21世纪的人发展起来的速度自然比15世纪的人更快。

他认为整个20世纪100年的进步，按照2000年的速度只要20年就能达成。他认为2000年开始只要花14年就能达成整个20世纪一百年的进步，而之后2014年开始只要花7年（2021年），就能达到又一个20世纪一百年的进步。几十年之后，我们每年都能达成好几次相当于整个20世纪的发展，再往后，说不定每个月都能达成一次。按照加速回报定律，人类在21世纪

的进步将是20世纪的1000倍。如果定律是正确的，那2030年的世界可能就能把我们吓尿了——下一个吓尿单位可能只需要十几年，而2050年的世界会变得面目全非。

所以本书作者的警示其实并不是杞人忧天，这也是为什么很多顶尖科学家警告世界要当心人工智能的出现，因为人工智能同样遵循这个定律，并且由于它的高起点，使得他可能在一天之内，从变形虫的智商提升到人类不能睥睨的高度。

然而科技是不断进步的，尤其是信息化时代，信息技术已经渗透到了几乎我们身边的每一个日常行为之中，随着信息化革命的加速，所有的行业、所有的商品、所有的服务都跟着一起在提高，无论被动还是主动。

拿我们的产品举例，三十年前，我们卖水泥靠的是吆喝和大字招牌，十年前，我们用电话和广告，如今，我们可以靠互联网来隔空交易。那么将来，我们将会如何把水泥卖到千家万户？也许经销商点开水果手表，点一下我要进货，然后列出了一大串供货商，由近到远，由便宜到昂贵，由高标号到低标号，由信誉好到信誉差，智能排列，最优选择。也可能是拆迁户按一下自己的眼镜，说我要盖一栋房子，在他用眼镜刷卡交钱的时候，房产证已经打印出来从他身边的某个无线打印机中飞到手上，然后两条街以外的施工队机器人和水泥厂的无人卡车正在赶到他的开工地点。未来是什么样的，我们都不知道，但是无论怎样机器革命都将使我们从工作中解脱出来，转而更多的从发明和发现、创造和创建、爱好和社群中获得深深的满足感。这促使我们更加深入地思考我们真正需要的是什么，我们珍视的价值是什么，正如作者在结尾所说，技术不是命运，命运由我们自己塑造。



把握中国大势 推动集团更好发展

——《习近平谈治国理政》读书心得

中国建筑材料集团有限公司 石丽洁

刚拿到这本书时，着实被其高大上的书名和厚重的外表震住了，毕竟作为一名普通的企业员工，“治国理政”于我而言还是有一段遥远的距离。然而，当我真正翻开书用心阅读后，这本书给我的感觉逐渐变得亲切起来，习近平总书记运用了清新质朴的语言，像说故事、讲道理一般娓娓道来，正如本届国家领导集体的执政风格一样，踏实、务实、负责、为民。

整本书收录了习近平总书记从2012年11月到2014年6月的讲话、演讲、谈话、答问等共79篇，分为18个专题，以改革、创新、生态、“一带一路”等时下民众关心和热议的焦点为关键词，深入地展示了中央领导集体的治国理念和执政方略，向我们描述了一幅美丽的画卷。在这画卷中，蕴含着我国政府治国理政的终极目标，即实现中华民族伟大复兴的中国梦和全球持久稳定、繁荣的世界梦。我仿佛看到了在本届党中央的领导下，我国与世界各国和平共处，我国企业与全球企业合作共赢，让我无时无刻不感受着正能量。

在阅读过程中，我将书中内容与工作相结合，产生了一些浅薄的感想，下面我把这些感想与大家分享。

第一点感想：企业的生命力在于不断改革创新，迅速复制成功经验，真正实现有质量、重效益、可持续的发展。

改革创新是企业持续稳定发展的不竭动力和源泉，正如习近平总书记在书中所讲“改革开放只有进行时没有完成时”，它是企业历经百年、长盛不衰的必由之路。处于市场竞争最激烈的建材行业，我们要想实现可持续发展，必须“坚持全面深化改革，勇于变革创新，强化创新驱动”，不断探索新的道路，并且移动互联网时代要求我们速度要快，迅速抢占行业竞争的先机和制高点。与此同时，经营质量与效益是企业可持续发展的核心，应作为检验变革创新成功与否的重要标准。

自2002年起，集团通过三次战略的变革与创新迅速实现了企业腾飞，集团整体国际化经营能力和水平也在不断提升。近三年来，集团海外资产的年均增长率保持在100%以上，海外员工人数也以26%的年均增长率不断提高，集团的跨国指数以及在中国100大跨国公司中的排名逐年提升。然而，我们也应看到，与世界一流跨国企业相比，我们目前的国际化程度还不够高。我认为主要原因是我们在很长的一段时间内，专注于开发国内市场，我们的主要战略资源和市场影响力都集中在国内。

为此，我们首先提高企业的国际化经营意识和理念，在此基础上，两条腿走路。一方面，专心研发、自主创新，并在

创新成功后，迅速实现全球复制，这种创新不应只局限于产品创新，还应包括市场创新、管理模式创新等，例如，由我们自主研发的“跨境电商+海外仓”模式以及BNBM HOME模式，都是近年来集团外贸模式创新的亮点，下一步，我们要将推动国际化发展的着力点转移到加快模式全球化复制上来；另一方面，通过并购获取先进技术，并迅速在集团内全面推广，实现从1到N的复制，提高企业核心竞争力。真正实现以“CNBM”的技术和品牌优势参与全球建材市场的竞争。

第二点感想：要抢抓“一带一路”战略机遇，积极推进集团国际化进程。

2013年9月，习近平总书记走进中亚，提出了共同建设“丝绸之路经济带”的构想；随后的10月，在椰树茂的东南亚，习主席又提出了共同建设“21世纪海上丝绸之路”的倡议。“一带一路”构想跨越时空，从历史深处走来，一经提出，响应云集。

“一带一路”随之被写入国家战略，进入了从国家层面全面推进务实合作的新阶段。

在我看来，习近平总书记的“一带一路”构想为中国及世界带来了一种机遇和变革，是新形势下中国与世界新型互动关系的载体。从以商品为主要媒介到以双向投资为主要媒介，从搭乘国际顺风车到给别国搭乘顺风车，从区域合作的跟



随者到引领者。它体现了我国的经济硬实力和软实力。

作为世界上最宏大的系统工程之一，“一带一路”的建设需要我们一代人，甚至是几代人耗费精力、倾注心血来完成。企业是整个建设过程的主体，为落实好这项战略，我认为我们可以从以下几个方面努力：首先，我们要系统、仔细地研究国家“一带一路”相关文件，并依据国家战略，制订集团自身发展的“十三五规划”以及国际化中长期规划，从战略高度推动“一带一路”的落实，并提前做好人力、财力、物力等战略储备；第二，通过创新共赢的合作模式，与沿线国家寻找共同利益的契合点，拓展新的合作领域，探索新的盈利商机，共同实现价值提升。未来，共同打造境外经贸合作区、工业园区，寻求EPC+、PPP等合作模式都是我们积极探讨的领域；第三，要以优势互补、互利共赢为原则，利用好国家相关政策资源，全面深化产业投资合作，推进企业优势产能和装备“走出去”。目前我们通过积极参加国家领导人高访团活动并以此为平台，与知名企业签署合作协议，推介集团优势产能、装备和“三新产品”等，接下来，我们将继续加强与沿线国家的产业投资合作；第四，要积极主动地防范各类风险，一方面，通过加强教育、培训、属地化管理等方式来防控风险，另一方面，通过投保中信

保，来抵预政治风险和收汇风险。通过以上措施，尽快融入到“一带一路”中，提高集团的实力和区域影响力。

第三点感想：持包容共生的态度“走出去”，以互利共赢的理念处外交。

习近平总书记在书中，屡次向我们传递了和平共处、合作共赢的理念。和平共处是中华民族最深层的文化基因，正如孔子在《论语》中所讲“礼之用，和为贵”，它更是世界各国人民的永恒追求和普遍梦想，是我们实现所有梦想的前提，而互利共赢又是维护世界和平共处的有力保证。在当前形势下，各国相互联系、相互依存的程度空前加深。荀子有言曰“合则强，孤则弱”。我们应共同推动建立以合作共赢为核心的新型国际关系。

近年来，越来越多“走出去”的中国企业都意识到这一观点的重要性，然而真正做得好的企业并不多。中国路桥在塞尔维亚承建大桥项目时，实施了健康安全环境管理，按时回收施工泥浆，定期对泥土和水资源抽样检查，避免对多瑙河产生污染；为了满足河边野生动物的生存需求，增加陆上滩桥和北岸引桥长度；他们整合资源，推行属地化管理，将45%的工作量交由当地公司实施，并大量使用当地建材，带动了当地基建发展。山东电建公司在沙特执行燃油电站项目时，工程全部分包给当地公司，真正实现工程分

包国际化，利用当地公司熟悉欧美标准的优势，塑造精品工程，融入当地市场；通过与当地和谐共处，项目部在安保、施工场地使用、签证申请、供水、供电等方面都获得了政府给予的极大便利，真正做到了“建一个工程，树一座丰碑，交一方朋友，拓一处市场”。集团在分享全球市场过程中，也积极践行着这一观点。作为中资企业“走出去”的成功典范，中建投巴新公司积极参与当地市场竞争，坚持和谐共赢的经营理念，对当地经济和社会发展做出了贡献，被巴新前总理亲切称作是中巴两国的“公司大使”。

共生包容的理念不只体现在对当地社会，对于一同“走出去”的企业我们也应努力践行共赢和多赢。说到这里，我想起曾经听到的一个案例，集团与同行兄弟企业在境外投标做国际工程，两家企业都是国内工程承包业的龙头企业且实力相当，往往最终，业主会在两家竞争者中选择其一，多次经验告诉我们互相压价、恶性竞争的结果往往会损害中国企业的整体利益。因此遇到类似情况，集团大都选择主动退出，放弃竞标。这源于多年来，共生多赢思维、包容文化、“行业利益高于企业利益”等企业文化的熏陶。

有人说，读过《习近平谈治国理政》就能把握中国大势，我认为这是有道理的，该书为世界各国希望了解和认识中国的读者开启了一扇窗，也为我国从事各行各业的人指明了前进的方向。作为世界五百强企业的员工，集团“走出去”成为具有世界知名度和国际影响力的全球建材强企业是我们每一个人的梦想，更是我们企业的梦想，“员工梦”凝聚“企业梦”，“企业梦”汇聚“中国梦”，为此，我将认真学习并坚决践行习近平总书记的理念和战略，为“企业梦”和“中国梦”的美丽画卷再添多彩一笔。



井冈山英雄 井冈山精神

中建材资产管理公司 黄敏

5月18~22日，我有幸参加了在全国青少年井冈山革命传统教育基地举办的中国建材集团共青团工作培训班。一周的培训，既有专题讲座，又有现场教学、情景式教学等多种学习方式，真实再现了革命先烈的艰苦卓绝的斗争生活，让我们直观地感受到了井冈山革命斗争的历史烟云，鲜活、生动地向我们展示了井冈山革命斗争的历史长卷。走进历史，感悟历史，让我们对井冈山精神有了新的认识。短短5天的培训结束了，而那首豪迈的诗词依然振奋我心。“山下旌旗在望，山头鼓角相闻。敌军围困万千重，我自岿然不动。早已森严壁垒，更加众志成城。黄洋界上炮声隆，报道敌军宵遁。”（《西江月 井冈山》）。

十几句话一个故事，三两个字

一个名字，但这每一个故事每一个名字都沉重得让人几乎喘不过气。先烈有的为了保守秘密被严刑拷打，有的为了保护同志命陨屠刀。敌人是凶残的，可红色根据地的革命先烈是无畏和坚强的。

张子清(1902—1930)，中国工农红军早期著名将领。1925年加入中国共产党，1928年，在草铺湾追击逃敌时，张子清腿部和左脚踝骨中弹负伤。张子清负伤后，党组织曾多次要安排他去外地治疗，都被他婉言谢绝。由于缺医少药，开了5次刀，脚上那颗子弹头始终没有取出来。伤口溃烂日渐恶化，但他为了鼓励同志们的斗志，强忍疼痛，给伤员讲故事。当时红军医院没有酒精，只有盐水洗伤口。团里的同志特意把从伙食中节省的一包盐

送给他洗伤口，他却用一张油纸细心地包好，藏在枕头底下。后来医院从前线转来一批重伤员，他连忙把这包盐交给护士排长。护士排长捧着这包盐，泪水夺眶而出。“张师长献盐”的故事就这样在红军中不胫而走，成为激励战士英勇杀敌的号角。1930年5月，终因伤重不治，牺牲在永新县南乡洞里村蕉林寺，年仅28岁。

伍若兰(1903—1929)，红四军政治部宣传队长，革命烈士。1925年秋加入中国共产党。长沙马日事变后，遭到未阳反动当局的悬赏通缉，她不惧风险，坚持地下斗争，几次危急关头，都在亲友和群众的掩护下脱险。1928年，同朱德结为夫妻，并随红军上了井冈山。1929年2月1日，部队途经江西寻邬县吉潭，遭国民党军包围。朱德



山的革命传统和精神中得到具体诠释。习近平总书记反复强调，“理想信念就是共产党人精神上的‘钙’，没有理想信念，理想信念不坚定，精神上就会‘缺钙’，就会得‘软骨病’。”他强调一个国家，一个

率警卫排同敌人展开了激战。她为保护朱德和毛泽东等军部首长的安全，率一部分战士从敌人侧翼进行突击，将火力引向自己。朱德和毛泽东等军部领导脱离了危险，而她却陷入敌军重围之中，因弹尽负伤被俘。敌人诱其同朱德脱离关系，自首投降，她威武不屈，怒斥敌人：“要我同朱德脱离，除非赣江水倒流！”铮铮话语，气壮山河。1929年2月8日，年仅26岁的一代女英豪，被惨杀于赣州，更令人发指的是，敌人还将她的头颅押送湖南长沙城示众。

曾志（1911—1998），中国共产党的优秀党员，久经考验的忠诚的共产主义战士，无产阶级革命家，中国共产党组织战线杰出的领导者，原中共中央顾问委员会委员，中共中央组织部原副部长。她15岁就毅然投身革命，进入了衡阳农民运动讲习所，并于当年加入了中国共产党。曾志一生十分坎坷，家庭生活中，两位伴侣夏明震、蔡协民在血雨腥风的革命斗争岁月里先后为革命捐躯。为了革命，曾将三个亲生儿子先后送人抚养。她只有一个信念：为了中国革命的胜利我舍得一切。解放后，曾志始终坚持革命者的优良作风，不搞特殊化。孙子想解决城镇户口，她严词拒绝；曾孙女到北

京就学，曾志为其选择民办大学，至今她的后代在井冈山仍然是普通的农民。1998年6月21日，曾志同志走完了她87年的生命历程，她留下遗嘱把省吃俭用节省的6万多元钱全部捐献给祁阳和宜章两县的“希望工程”，将骨灰埋在井冈山。陶斯亮在给妈妈的小花圈上这样写道：“您所奉献的远远超过一个女人，您所给予的远远超过一个母亲！”

在井冈山，切身感受着这一段段荡气回肠的故事，让我的泪水一次又一次地止不住流下来，我的心也一次又一次被猛然撞击、感染、振奋！88年过去了，风雨已洗尽了这片泥土上的斑斑血迹，但给后人留下了一段难以忘怀的记忆。亲历井冈山的历史，才会更加深刻理解什么是“革命”“信仰”“无畏”；静心聆听井冈山的故事，走入当年的场景中，才会带给我们更多的思想震撼。究竟是什么力量在支撑着像张子清、伍若兰等这些革命先烈，经历了那些艰苦卓绝的岁月仍然坚持斗争孜孜不倦地探寻中国解放之路？这就是信仰的力量——共产主义信仰！

崇高的理想，坚定的信念，是中国共产党和人民事业前进的力量源泉。这种坚定的共产主义信仰在井冈

民族，要同心同德迈向前进，必须有共同的理想信念做支撑。信仰富有，才有矜持不苟、舍己为公的洁白朴素。信仰纯洁，方有“只见公仆不见官”的不懈斗志。信仰坚定，方有“富贵不能淫，贫贱不能移，威武不能屈”的浩然正气。

那些血雨腥风的岁月已然成为过去，然而井冈山精神却成为了永恒。在当今物质生活极大丰富的年代，在多元多样多变的今天，利益至上成为一些人的生存哲学，物质欲望正在侵蚀着信仰的根基。正因如此，我们要始终加强理想信念教育，向张子清、伍若兰和曾志等老前辈学习，学习其对自己坚定信仰的忠诚，让共产主义信仰点亮我的人生。人一旦有了信仰，浮躁的心灵就有了熨帖，繁忙的工作就有了目标，人生的奋斗就有了意义。作为一个青年干部，我们要倍加珍惜革命先烈们带给我们的胜利果实，发扬和继承井冈山革命精神，坚定理想信念，加强党性修养，提倡持之以恒的辛勤耕耘和默默奉献；立足于中国建材集团发展大局，努力学习业务知识，不断提高做好本职工作的水平和能力，切实做好自己的本职工作，在平凡的岗位上作出不平凡的贡献。

（本文图片由湖南金磊南方唐芳丽提供）



01

中国建材集团荣获“中国工业行业履行社会责任五星级企业(2015)”称号

7月26日，“2015中国工业经济行业企业社会责任报告发布会暨第二届中国工业企业履责星级榜发布会”在人民大会堂举行。中国工业经济联合会、联合国工发组织正式发布了“2015第二届中国工业企业履责星级榜”，授予38家上榜企业“中国工业行业履行社会责任五星级企业(2015)”称号。中国建材集团凭借完善的社会责任管理体系、积极的履责实践和优秀的履责绩效，再次获评此荣誉。

中国工业企业履行社会责任星级评价是我国工业领域首个对企业社会责任管理水平、实践绩效进行全面、综合评价的活动。上榜企业是履行社会责任的先进典型，代表行业内先进的管理水平和履责水平，是资源节约、环境友好，具有良好经济、环境、社会效益的企业标杆。

02

中国建材集团企业年度工作报告连续5年获国资委通报表扬

7月3日，国资委发布了《关于2014年度<企业年度工作报告>填报工作情况的通报》，对2014年度112家中央企业报送的年度报告填报质量进行了全面总结和综合考评，对68家填报工作优秀企业予以通报表扬，集团再次名列其中。这也是集团连续第5年获得国资委通报表扬。

03

中国建材集团举办资产证券化培训

7月21日，中国建材集团在总部举办资产证券化业务培训。集团在京企业、部分外地企业的各级财务人员共计150余人分别在视频会主会场和分会场参加培训。培训理论结合实际，内容丰富、针对性

强，使全体人员对新三板及资产证券化相关知识有了更加深入的了解。参训人员纷纷表示，将以此次培训为契机，进一步加强资产证券化在本企业的应用，积极主动做好资产证券化相关工作。

04

李宁赴任梓桐村第一书记



7月28日，根据党中央部署，肩负着农村基层党组织建设、实施人才扶贫、带动贫困地区人民奔小康的使命和中国建材集团党委、18万名员工的重托，中国建材集团办公室主任助理李宁正式赴任安徽省石台县丁香镇梓桐村第一书记，这是集团深入贯彻落实习近平总书记关于大抓基层、推动基层建设全面进步、全面过硬的重要组织行动，也是继6月19日定点帮扶专项扶贫系列项目启动后实施精准扶贫的又一举措。李宁作为集团总部业务骨干，克服家庭困难，积极报名，体现了年轻干部勇于担当、敢挑重担的强烈责任意识，也展现

了一名共产党员发挥先锋模范作用、关键时刻能顶得上的优良品质。

05

RHI集团总裁 访问中国建材工程

日前，RHI集团总裁Franz Strulz、中国区总裁Marco Olszewsky一行到上海访问中国建材工程，双方就研发合作等议题进行了友好、坦诚的沟通和交流。

RHI是国际耐火材料行业的领军企业，是高端耐火材料、系统和服务的供应商。现有8000多名员工，32家生产工厂和超过70家销售办事处，年产超过170万吨的耐火材料产品，服务于钢铁、水泥、有色金属、玻璃、能源和化工行业众多客户。

06

蚌埠院被评为2015年度 安徽省行业技术中心

日前，蚌埠院通过层层选拔成功入选2015年度安徽省行业技术中心。此次入选安徽省行业技术中心，可以进一步巩固蚌埠院在科技创新、科研成果转化方面的优势，进一步吸引高层次科研人才，提升市场竞争力。

07

中国建材工程与中国进 出口银行上海分行签署 战略合作协议

6月27日，中国建材工程与中国进

出口银行上海分行在上海签署战略合作协议，中国进出口银行上海分行将继续发挥作为政策性银行的优势，坚定支持中国建材工程在更高层次和更广范围实施“走出去”战略。双方今后将本着“全面协作、平等互利、长期稳定、共同发展”的基本原则，定期进行战略合作经验交流和规划、方案研讨等，不断探索和扩大合作领域。

08

西安院与洛阳中冶重工 签署战略合作协议

日前，西安院与洛阳中冶重工机械有限公司签署了战略合作框架协议，双方将按照互惠互利原则，依托西安院科研优势、技术优势、人才优势，发挥洛阳中冶重工的制造优势，采用产学研相结合方式，通过研发合作、信息共享、工程总承包等合作，共同拓展和提升双方在烧结和非烧结墙体材料领域的市场空间，强化双方在墙体材料行业设备制造及工程总承包领域的优势地位，为绿色墙材行业提供整体解决方案。

09

“钢化玻璃自爆及建筑玻璃坠落风险检测 与预测关键技术”通过科技成果鉴定

日前，由中国建材总院、CTC共同承担的“钢化玻璃自爆及建筑玻璃坠落风险检测与预测关键技术”项目通过了成果鉴定。该成果解决了钢化玻璃自爆无法诊断和建筑玻璃坠落风险难以预测的技术难题，在钢化玻璃自爆和建筑玻璃坠落风险预测等关键技术领域填补了国内外空白。

10

中复神鹰“干喷湿纺高性能碳纤维关键技术及 产业化”项目通过鉴定

日前，中复神鹰碳纤维有限责任公司的“千吨级高强型、高强中模型干喷湿纺高性能碳纤维关键技术及产业化”项目顺利通过鉴定。专家组认为，项目具有自主知识产权，总体技术达到国内领先水平，产品性能与国际同类产品相当。目前，中复神鹰的产品已成功应用于电缆复合芯、碳/碳热场材料、建筑加固、体育休闲等领域，取得了良好的社会经济效益。



INFORMATION

习近平：国企改革要做到三个有利于

近日，习近平总书记在吉林调研时指出，要向全社会发出明确信息：搞好经济、搞好企业、搞好国有企业，把实体经济抓上去。在调研过程中，习近平反复强调，对国有企业要有制度自信。国有企业是推进现代化、保障人民公共利益的重要力量，要坚持国有企业在国家发展中的重要地位不动摇，坚持把国有企业搞好、把国有企业做大做强做优不动摇。推进国有企业改革要有利于国有资本保值增值，有利于提高国有经济竞争力，有利于放大国有资本功能。深化国有企业改革，要沿着符合国情的道路去改，要遵循市场经济规律，也要避免市场的盲目性，推动国有企业不断提高效益和效率，提高竞争力和抗风险能力，完善企业治理结构，在激烈的市场竞争中游刃有余。

(新华社)

INFORMATION

中国经济上半年增长7%

上半年，我国国内生产总值(GDP)296868亿元，按可比价格计算同比增长7%。分季度看，一季度同比增长7%，二季度增长7%。分产业看，上半年第一产业增加值20255亿元，同比增长3.5%；第二产业增加值129648亿元，增长6.1%；第三产业增加值146965亿元，增长8.4%。从环比看，二季度GDP增长1.7%。工业生产基本平稳，上半年全国规模以上工业增加值按可比价格计算同比增长6.3%。上半年固定资产投资237132亿元，同比名义增长11.4%。上半年第三产业增加值占GDP的比重为49.5%，比上年同期提高2.1个百分点，高于第二产业5.8个百分点。同期，单位GDP能耗同比下降5.9%。二季度主要指标增速企稳向好，国民经济出现积极变化，经济发展活力动力增强。(国家统计局网站)

INFORMATION

上半年国企经济运行继续向好

7月21日，财政部公布的上半年全国国有及国有控股企业经济运行情况显示，1-6月，国有企业利润总额12332.9亿元，同比下降0.1%，其中，中央企业8724.3亿元，同比下降3.1%；地方国有企业3608.6亿元，同比增长8.2%。数据显示，1-6月，国有企业营业总收入217689.8亿元，同比下降5.8%。其中，中央企业132120亿元，同比下降7.1%；地方国有企业85569.8亿元，同比下降3.7%。国有企业营业总成本211173亿元，同比下降5.3%，其中销售费用、管理费用和财务费用同比分别下降2.1%、增长0.4%和增长5.3%。国有企业应交税金18719.1亿元，同比增长1.5%。其中，中央企业14554.6亿元，同比增长1.3%；地方国有企业4164.5亿元，同比增长2%。6月份以来，国有企业经济运行状况继续向好，主要指标呈现回暖迹象。

(国家财政部网站)



47 家

7月22日，《财富》杂志发布了最新的世界500强企业排行榜。中国上榜公司数量继续增长，今年达到了106家(含香港地区5家，台湾地区7家)，国资委监管的中央企业有47家入围。

(国务院国资委网站)

增长 **22.2%**

上半年，我国企业对“一带一路”沿线的48个国家进行了直接投资，投资额合计70.5亿美元，同比增长22.2%。(新华社)

10.77 亿吨

6月份水泥产量2.18亿吨，同比下降5.8%；1-6月份全国规模以上水泥产量10.77亿吨，同比负增长5.3%。单月水泥产量和累计水泥产量同比下滑幅度继续扩大。

(国家统计局网站)

429 起

1-6月，国资委和中央企业各级纪检监察机构严肃查处了429起违反中央八项规定精神的问题，处理635人(含党纪政纪处分256人)。(国务院国资委网站)

征 稿 启 事

劳动最美丽

一线工程师故事

指导单位：国务院国有资产监督管理委员会、国家互联网信息办公室、中华全国总工会、中华全国工商业联合会
主办单位：国务院国资委宣传局 协办单位：中央企业媒体联盟、英大传媒集团、中航文化、中国新闻网
国务院国资委新闻中心 中国工业报社

近日，国务院国资委宣传局和新闻中心举办了“劳动最美丽——一线工程师故事”活动，采取网络展示、单位推荐、网友点赞投票、专家评选等形式，讲述一线工程师好故事，传播国企正能量。在集团快速发展的过程中，广大一线工程师付出了辛勤的努力，功不可没，现面向集团各级企业和科研院所广泛征集最美一线工程师故事，希望大家踊跃投稿，用好主题、好作品、好形式讲述并传播一线工程师（科技工作者）爱岗敬业、克己奉献、创新进取的动人故事。

投稿时间

从2015年8月1日开始，到2016年4月20日结束。

征稿要求

内容要求

- 1.作品扎根基层，视角独特，以小见大，创意新颖，手法多样，构思巧妙，表达流畅。
- 2.作品生动真实，紧扣主题，思想健康，积极向上，体现社会主义核心价值观。

形式要求

- 1.文字作品体裁不限，字数控制在3000字以内。
- 2.文字作品最后请注明作者工作单位、姓名和联系方式。
- 3.每篇作品需配发照片3—5张，照片要求画面清晰，有感染力，大小不低于1M，标注准确文字说明。

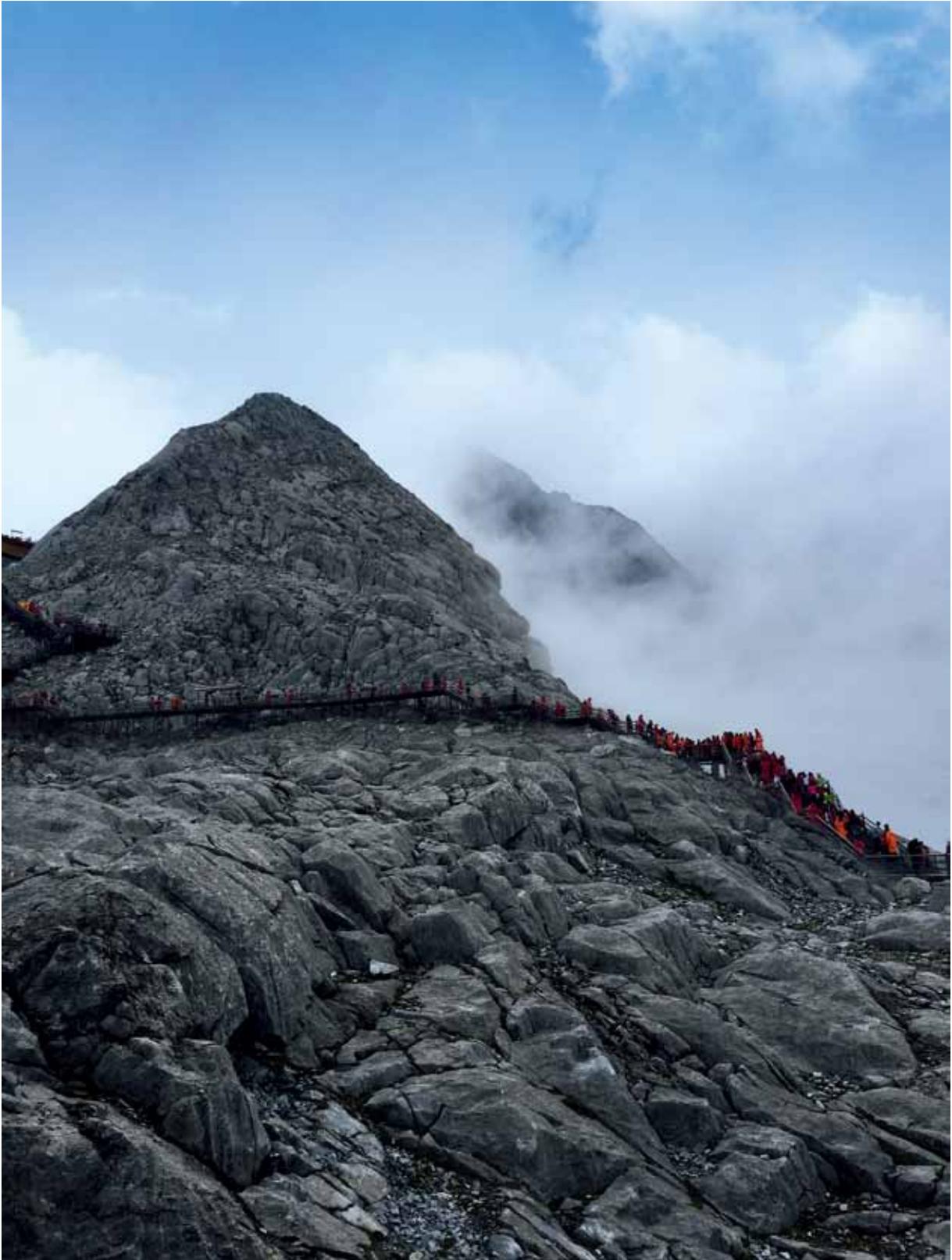
征稿方式

请各企业和科研院所将一线工程师的美丽故事报送至集团，集团将择取优秀作品统一向国务院国资委宣传局推送，并在《中国建材通讯》和集团网站刊登。投稿邮箱为zhgjctx@126.com，邮件标题请注明“单位+一线工程师故事”。

劳动最美丽，为一线工程师点赞！

中国建材集团
水泥工厂安全生产系列漫画
(四)





勇攀高峰(中国建筑材料集团有限公司 崔阳)