

区域经理销售业绩奖获奖感言

龙牌石膏板销量在上海地区质的飞跃，是在全体人员的共同努力下完成的。感谢事业部领导正确果断的市场决策，感谢前任销售经理留下了一个活跃的市场，一个努力的团队。

作为一线销售人员，2011年我将会更加积极的规划市场，更加及时准确的反馈市场变化，付出更多的努力。

成绩属于过去，做好现在才能成就未来。在北新建材这个平台下，每个人都有机会发挥出自己的最大潜力。新的一年，我将继续为公司扩大客户群体，完善销售渠道，加强市场推广，提高产品定位，争取创造出更好的业绩。

北新建材以构建立体化的客户关系网络为方向，逐步建立公司与客户的纵向关系，客户与客户之间的横向关系，形成多元互动，充满活力，自我扩张的客户关系网络的销售政策，成就了我今天的成绩。

牛年扬鞭奋蹄，兔年疾走如飞。在新的一年里，我将潜心挖掘市场，用心服务客户，争取取得更好的销售业绩。

首先要感恩北新给我提供了这个成长和展示的舞台，这个舞台锻炼了我，提升了我，给我美好的回忆，并且为我的梦想插上了翅膀。我坚信，这世界上只要有梦想，只要不断努力，只要不断学习，就有成功的那一天。

感谢公司对我工作的认可和鼓励。公司的国际化才刚刚起步，北新建材的产品在国际市场上有广阔的市场空间，做为销售人员，我们将再接再厉，努力把公司的产品、品牌推向世界各地，为公司的国际化做出自己的贡献。

最佳战略合作伙伴奖获奖感言

连续3年拿到北新建材年度优秀海外合作伙伴奖，我们感到非常高兴，很感谢岩矿棉事业部和国际业务部的支持。十几年前就和北新结下了不解之缘，诚如大会上王兵董事长所讲的，北新的大品牌、大渠道、大发展深深地打动了我们。北新的产品在台湾反响不错，优质的质量和完善的支持使得我们2010年的销售在数量上已经超过了Armstrong。我们真诚的希望和北新建材共同努力，将台湾市场做大做强，也希望明年的北新销售年会能在台湾召开。

品质永远是远洋中广装饰追求的第一位。通过与北新建材的合作，我们把技术标准和供货流程与龙牌产品进行对接，发现龙牌产品完全满足了远洋中冠装饰对绿色建筑的要求，解决了

我们的后顾之忧。北新建材的高品质产品、大品牌效应、绿色环保理念和远洋中冠装饰公司的企业文化相融相通，随着北新建材的产业布局越来越广，辐射的区域越来越大，产品的种类越来越多，未来合作的机会也越来越大，我们希望能和北新建材一起共同发展，取得共赢。

我做龙牌做了 20 多年，北新的产品有很大的发展前景。龙牌产品质量过硬，服务到位，不愧是中国的第一品牌。北新的发展很快，尤其是近年来建了这么多的生产线，运输物流成本降低了很多，这是其他公司不具备的优势，我们想长久的做下去。今年能拿奖，我很高兴，这是北新建材对我们工作的一个肯定，我很感动也很激动。

05 年下半年开始，天津励天成和北新有了第一次合作。这几年时间来，北新的产品质量、品牌效应以及公司领导对龙牌产品投入的心血，我们都看在眼里，暖在心里。去年在天津做得最有影响力的天津津塔和天津海河教育园两个项目，都受到了业主和甲方的一致好评。北新建材和我们经销商的关系就好比大人和孩子。北新建材对我们从小到大不遗余力的支持，让我们深受感动。对北新的未来我们充满了希望，希望在北新建材的带领下，我们能够大跨步的前进，再前进，我们也将让更多的人认识北新，了解北新，走进北新.....

光荣榜

光荣榜

2010 年度北新建材销售金奖

上海源胜实业有限公司

2010 年度北新建材销售银奖

北京新北龙腾建材有限公司
长沙市芙蓉区名佳装饰材料商行
北京大视野工贸有限责任公司
上海顾龙建筑材料有限公司

2010 年度北新建材销售铜奖

北京回龙观冠龙装饰材料经营部
上海利方建材有限公司
江西赣龙新型建筑材料有限公司
沈阳新龙瑞建材有限公司
郑州郑汴新龙建材商行
广州筑龙建材有限公司
天津市励天成建材销售中心

2010 年度北新建材海外最佳合作伙伴奖

Saint-Gobain Gyproc India Ltd

台湾崧贺实业股份有限公司

2010 年度北新建材最佳战略合作伙伴奖

苏州金螳螂建筑装饰股份有限公司
北京丽贝亚建筑装饰工程有限公司
北京远洋中广建筑装饰工程有限公司

2010 年度北新建材最佳销售经理奖

石膏板事业部：白国峰 魏月钢
岩矿棉事业部：宋洋
住宅部品事业部：杨进虎 杨宏
国际业务部：许成源

2010 年度北新建材最佳销售飞跃奖

石膏板事业部：张雨青 陈成科
岩矿棉事业部：王 宇 王颖宇
住宅部品事业部：管江翻 张 智 代永顺
外墙及屋面事业部：卢春光

携手北新 抢占上海市场

诚挚的感谢北新建材授予源胜公司全国销售冠军的称号，连续两年荣获此项殊荣，令我既感到自豪又感到压力重大。荣誉虽然授予了源胜公司，但是其中包含更多的是对我们全体经销商的肯定，我们大家在全国各地经营龙牌产品，为北新建材多年来取得的辉煌业绩打下了坚实的基础。

源胜公司立足于中国经济龙头——上海，是一家及生产、装饰、经销为一体的实业公司。众所周知，很多外资品牌在上海很有竞争力。这几年上海市场的竞争发生了巨大的变化，北新建材全国 10 亿平米生产线的建成，尤其是在太仓投放了两条石膏板生产线后，改变了上海市场以前外资品牌独大的格局。2009 年 5 月，源胜公司加入了北新建材这个大团队。事实证明，源胜公司和北新建材的合作是成功的，也是具有重要战略意义的。我们在过去的 2010 年，石膏板销售达到了 700 万平米。如今龙牌石膏板在上海的年销售量达到了 1200 万平米。市场占有率持续提高，短短两年，龙牌就已在上海独占鳌头。其中，源胜公司担当了北新建材打开上海市场的历史使命。虽然付出很多，但也取得了许多的成功，同时也体现了北新建材整体的竞争力。我对北新建材的今天所取得的辉煌成绩表示祝贺，为源胜公司选择龙牌这一民族产品，感到光荣。

成绩仅代表过去，展望未来，我相信明天会更美好。北新建材已经向世界级的石膏板产业迈进，北新建材的大发展之路，和合作伙伴的运营理念，已遥遥领先行业的所有竞争对手。源胜公司将和北新建材一起，与其他经销商一道，努力扩大市场，提高市场占有率，在北新建材迈进世界级的石膏板集团的道路上贡献自己的一份力量。

和北新建材共同成长

1995年北新建材的营销年会是在也昆明召开的。那一年，我也作为经销商代表在大会上发言。时隔16年，北新的变化、经销商的变化、市场的变化，都可以用天翻地覆来形容。北新建材从生产老三样的工厂，已发展成为一个大的集团。

从产品结构上看，由原来的老三样已经发展到十大系列产品；从生产能力上看，原来只生产两千万平方米石膏板，现在已经发展成为10亿平米的石膏板产能；从生产的布局上看，北新建材已走出西三旗，布满大江南北；在技术创新方面，我们最有深切体会，市场需要什么，北新建材就紧跟什么。例如，中央电视台电视塔，是用了钢结构的外形的建筑，这个建筑需要大量的龙骨和防火石膏板，该项目不仅需要生滑产动链接的龙骨，还需要1200帕到4800帕的耐高压的防火石膏板。而当时北新在生产和技术上对此还是一片空白，但北新毅然决然的说，“我们能完成，能攻关完成这个项目”。经过反复研究和合作，通过技术人员和生产人员的共同努力，我们成功的做了钢结构斜面墙体滑动连接的成功案例，并且申请了专利。在中央电视台项目上，我们做了一个专利。高层建筑要完成1200帕到4800帕的系统消防，如果有烟或者火苗的话水上不去，只能采用惰性气体灭火，但是高压喷出的惰性气体近似于爆破，石膏板墙体必须要经受住这样强大的压力。在北新建材的大力支持下，我们又完成了这个攻关项目，并取得了专利证书

从北新的销售服务看，有了很大的进展。“用户第一，服务无限，”经销商有什么困难都会积极的包容、指导，落到实处。在品牌建设上，北新建材三十年来如一日，始终紧紧的抓住品牌建设，经销商在市场第一线能深刻体会到北新建材强大的品牌效应。北新的每一点进步和发展，每一个举措，都对经销商有很大的影响力。

我今年已经65岁了，我们公司在营销活动中，已经做了23年，一直跟着北新建材，一步一个脚印。从石膏板年销售几十万平米，到现在年销售200万平米；龙骨从一百多吨，发展到去年将近三千吨。

每当我们看到人民大会堂的屋顶，国家博物馆，中央电视塔，鸟巢，水立方，国家体育馆，国贸三期，天津金塔，三号航站楼，还有中南海的085工程，这些雄伟知名的建筑，我们心中有一种成就感，因为在这些工程里面，印记着我们的努力，同时对北新的感激之情也油然而生，因为这些成绩的取得与北新的领导、支持是分不开的，与技术人员的支持是分不开的

未来，我们将一如既往的推行龙牌系列产品，紧紧抓住终端用户，实现厂商互动互赢。我们期待着北新建材带领我们经销商获得新一轮的更大的发展，祝愿北新建材早日实现成为世界第一的理想，更希望作为民族品牌，龙牌真正成为世界级品牌。

强强联合 再创辉煌

金螳螂与北新建材的合作到今天已经有四个年头了，双方的合作可谓是强强联合，经过几

年不断的磨合，双方的合作越来越紧密，越来越成熟，金螳螂公司的集中采购也逐步形成以龙牌为主的战略合作方式。我们之间的合作是双赢的，既符合北新建材的大品牌发展思路，也切切实实的带来了多方面的利益。其一，精简了我司的采购量，采购流程，节约了采购成本；第二，保证了产品的品质，屏蔽了假货；第三，北新建材生产线遍布全国，确保了物流的及时性，保证了工程的工期；第四，与北新的合作不仅是销售与采购的关系，更重要的是北新建材能够提供技术方案到全方位质量保障的服务。石膏板系统对整个工程来说，比值比较低，但是他的覆盖率非常大，可以说 99%以上，小到家装，大到国家的重点工程，比如说鸟巢、世博园，都采用我们的石膏板，因此石膏板系统的质量和服务，对装饰公司来说重要性不言而喻。对于金螳螂而言，和北新的合作，选用了龙牌的产品，确保了工程的质量，确保了工程的进度。

在这里我有很多案例，比如 2010 年完工的张家港国宾馆，是张家港市政府挂牌的首要工程，由于国家所要求的防火隔声等要求有了提升，所以要求我们防火要求超过 3 小时，隔声超过 55 分贝，但是隔墙的厚度不允许增加。在这种高难度的情况下，金螳螂及时和北新建材的技术部门取得了联系，北新建材也在第一时间安排了人员进行配合，在双方的努力下顺利完成了这个工程。期间还有一些小插曲，比如由于设计的变更，设计图纸的不完善等，导致我们供货的规格上面都出现了一些小问题，但是在北新建材强大的物流网络和生产体系的保障下，最终确保了整个工程的按时完成。金螳螂与北新建材的合作，还有很多可圈可点之处，比如说我们在成都 611 所项目中，我们充分的利用了北新建材的生产网点，采用定尺寸生产，通过定尺寸的生产，降低了损耗率，提高了金螳螂在投标过程中的竞争力，成功的拿下了 611 所项目，目前该项目的进程已经达到 90%，即将完工。所有这些都离不开北新建材强大的物流配送能力，强大的生产能力，也离不开在座各位经销商们的积极配合。

北新建材是中国建材行业的领导者，龙牌是民族品牌的骄傲，为中国石膏板的发展立下了汗马功劳。我第一年来参加北新建材的大会的时候，刚好坐在王总边上，他跟我强调一个词，“家国情怀”，今天我向王总汇报一下，为了您这句“家国情怀”，我们金螳螂在推广龙牌的使用方面，我们尽了很大的力气。2011 年以后，金螳螂加大了整合工作，从设计、业务、施工等方面进一步加大整合力度，这对龙牌石膏板的推广有着更多的利好。我相信，通过 2011 年的内部整合，并加大与北新建材的合作，今年一定会取得更好的业绩。

在此，我对北新建材这几年取得的骄人的成绩表示祝贺，这也更加坚定了我们继续与北新建材展开全方面合作的信心，我们愿意与北新建材一道，互惠互利，合作共赢，共同为中国建筑行业美好的明天努力。

北新建材营销工作年会在昆明隆重举行

本报讯 2 月 21 日，北新建材 2011 年营销工作年会在昆明隆重举行，中国建材集团董事兼中国建材股份有限公司总裁曹江林出席大会并做重要讲话，中国建材报社社长陈才来、中国建设报社副社长翟建、中华建筑报社总编邓千等应邀出席大会，北新建材董事长王兵致欢迎辞并做营销工作报告。

营销工作年会是北新建材的年度盛会，来自全国各地包括海外的经销商代表及核心合作伙伴

代表等齐聚一堂，共谋发展，几十年来，已成为北新建材的一项重要标志性品牌文化活动。本届年会秉承北新建材“大品牌、大渠道、大发展”的营销战略为主题，共同探讨新形势下的竞争环境、竞争策略与营销策略，共同分享拓展市场的经验与成果，并学习交流新产品、新应用及系统解决方案等，为在新的一年里与经销商等合作伙伴统一思想、加强合作打下了良好的基础，同时也更加坚定了大家对未来大合作大发展的希望与信心。

北新建材董事长王兵在大会上致欢迎辞，他首先对长期以来与北新建材利益一致、同甘共苦的经销商朋友们所做的卓越贡献表示衷心的感谢，并从产业布局建设、品牌建设、技术创新、市场营销、海外发展、新渠道模式开拓、新型房屋业务、龙牌散热器及公司整体赢利能力十大方面向大家介绍了北新 2010 年取得的成绩。他谈到，2010 年，北新建材紧抓市场，“制高点”策略取得了很大的进展，在“大项目、大客户、大订单”上斩获颇丰，在项目、客户、渠道等三波制高点策略取得全面成功的基础上，2010 年又延伸到第四波产学研制高点，与各建筑名校、设计院所建立了紧密的合作联系，赢得了对未来市场的影响力。在深入推行“以客户为中心”的专业化服务方面，2010 年北新建材不断完善客户经理制，并践行一站式服务的原则，使客户满意度大幅提升。他说所有这些成绩的取得，都离不开中国建材的正确领导，离不开各位领导对北新建材的悉心指导与帮助，离不开各媒体朋友的关心支持。在谈到 2011 年的工作时，他表示，北新建材将推动新一轮的石膏板规划布局及选址工作，公司要将石膏板业务规模发展到二十亿平方米，成为石膏板行业全球的绝对领导者。同时将开始建设年产 5000 万平米高档板生产线和年产 1 亿平米全球最大的石膏板生产线，将北新的石膏板技术推向全世界，推动石膏板市场的高档化。

曹江林总裁在大会上做重要讲话。他首先代表中国建材对长期以来与北新建材精诚合作的广大经销商和大客户代表表示衷心的感谢。他说北新建材 2010 年的发展成绩可圈可点，北新建材一直是中国建材旗下的红旗企业，是一个有思想、有行动的企业。2010 年公司全面完成了石膏板全国 10 亿平米产业布局的建设任务，圆满实现了 2006 年向市场和投资者做出的承诺，成为世界三巨头”，是非常了不起的成绩。他对北新建材在管理、市场、创新、品牌等各方面所取得的成绩给予充分肯定，尤其称赞公司在创新市场模式、拓宽市场应用领域以及品牌建设三大方面所取得的重要成就，开创了政企合作的“大同模式”，为进军住宅领域打下了基础。他说北新建材的成功有许多经验值得与广大经销商朋友们分享，他列举了其中最宝贵的三大经验，即：市场化机制、专业化发展战略和独具特色的企业文化。曹总还向大家简要介绍了中国建材股份公司的总体发展情况与成功的五大经验，特别是联合重组、管理整合，这同时也是北新建材发展成功的重要基础。他说，北新建材的客户就是中国建材的客户，只要客户需要，中国建材愿提供更多的合作机会和合作平台，实现与广大客户的共赢。

2010 年，北新建材紧紧围绕年初制定的发展目标及工作任务，积极应对国内外经济形势变化，按照“一体化、模式化、流程化、制度化、数字化”的要求，把 KPI 管理贯彻落实到每一个经营单位，持续优化各种流程，稳步推进各项工作，取得了一系列成果。在品牌建设方面，北新建材首次入选“亚洲品牌 500 强”，名列第 199 位，位列亚洲建材行业品牌前三强；在 2010 年全球石膏大会上，北新建材蝉联“全球最佳年度公司”称号，是迄今唯一蝉联此项大奖的石膏板企业。在技术创新方面，北新建材国内专利和国际专利同步发展，国内专利申请 797 件，获得授权专利 576 件。成功申请 PCT 国际专利 2 件，实现了北新建材国际专利申请零的突破。在推行与深化“制高点”战略方面，2010 年北新建材持续占领包括广州亚运会主要场馆、亚洲最大港口天津国际邮轮港、苏州第一高楼环球 188、中国最大酒店湖南张家界大成山水国际酒店等全国各地地标性建筑项目，龙牌系列产品以国际水平的质量与服务，赢得了设计院、业主和建设单位的一致认同，进一步奠定了公司的行业领导地位。

同时，北新建材积极推进“三新”发展战略，在公司良好的发展基础上持续优化调整，取得了良好的效果，公司的经营质量、管理水平得到普遍提升，经营业绩在去年的高位起点上大幅提升。在没有新增资本投入情况下，大力拓展市场和挖掘成本潜力，连续五年保持主产品产销量、收入

和利润 30%左右的增长。公司石膏板 10 亿平米全国布局项目建设任务全面完成，成为亚洲第一、世界前三大石膏板产业集团。这些荣誉和成绩，对坚持与北新建材合作共赢的广大经销商和战略合作伙伴也是重大的市场激励，与会的各经销商都表示非常振奋，特别是曹总、王总的讲话给大家更加坚定的信心，大家纷纷表示，要共同抓住未来建材行业发展的大好机遇，实现与北新建材的共同发展。

大会还举行了隆重热烈的颁奖典礼，共评选出年度海外最佳合作伙伴奖、最佳战略合作伙伴奖、销售金银铜奖、最佳销售经理奖、新产品最佳推广奖和最佳销售飞跃奖等八项大奖，并对获奖者和获奖单位予以表彰和奖励。出席会议的还有来自全国各地的北新建材经销商代表、战略合作伙伴代表，有来自欧洲、澳大利亚、南美、东南亚、非洲及香港、台湾等国家和地区的经销商代表，还有来自北新建材营销系统相关人员等共 800 余人参加了此次盛会。