

舵稳当奋楫 风劲好扬帆

——神宇集团高管一席谈

■ 本刊报道员 彭将宇 严泽

近年来,建筑防水的应用领域不断延伸和扩展,形成了“大防水”的概念。防水行业不仅仅是解决“漏水”,它已成为一项涉及建筑安全、百姓民生、环境安全和建筑节能的重要产品和技术,行业科技创新能力和保持持续的健康发展尤为重要。

作为湖南省防水协会会长单位,神宇集团投入大量资金和科研力量,研发了一系列高性能和环保型产品,取得了 35 项国家专利,推动了行业前进的步伐。在不断提高产品质量及知名度的同时,时刻不忘初心的使命感和责任感,为全人类赖以生存的环境贡献力量,为我国防水材料的发展目标而砥砺前行。

走进神宇集团,记者零距离与神宇相关负责人面对面交谈,还原了一个真实、立体的神宇面容。

●神宇建材总经理 骆汉：深耕不辍 顺应市场需求不断发展

神宇集团是中南地区大型的防水、保温和砼外加剂材料生产商,集科研、生产、施工和技术服务于一体,是全国知名防水建材企业及系统综合服务商。集团有长沙市神宇建筑防水防腐有限公司、湖南神宇新材料有限公司、广西神宇新材料有限公司、长沙市神宇建材有限公司、海南神宇建筑防水科技有限公司等子公司。集团在长沙、宁乡、南宁设有三大生产基地,能生产各类防水卷材、防水涂料、墙体保温材料、混凝土添加剂等 200 多类产品。

近年来,随着中国经济的持续快速发展,城市化进程和工业化进程的不断发 展,环境污染日益严重,国家对环保的重视程度也越来越高。以前对于环境问题国家都是大包大揽,结果却收效甚微。国家每年投入到环境保护方面的财政支出高达几百个亿,致使国家不堪重负。国家正积极探索代价小、效益好、排放低、可持续的环境保护新道路,因此必须加快提升我国节能环保技术和服务水平。因此,我们公司生产的“绿色建材”就应运而生,并通过绿色建材产品认证。绿色建材,又称生态建材、环保建材和健康建材,指健康型、环保型、安全型的建筑材料,在国际上也称为“健康建材”或“环保建材”,指采用清洁生产技 术,少用天然资源和能源、大量使用工业或城市固体废物生产的无毒害、无污染、无放射性、有利于环境保护和人体健康的建筑材料。

在面向市场,面向消费者,大部分项目要求使用通过绿色建材认证的产品,我们的研发技术能满足现有市场的所有产品需求。比如我们在 2021 年供货的湖南新广电节目生产基地项目,供货 800 多万元,全部使用的都是绿色建材品类。我们作为绿色建材先行者,在行业中取得了不错的成绩,能满足业主方的产品需求。鉴于国内房地产企业的发展前景,我们遇到的挑战不小。业绩、回款方面的难度都比往年增大不少,各种新型防水材料不断涌现,升级换代的步履也加快了。

另一方面,作为一个企业肯定我们也是积极承担自己相关的社会责任。首先,整个集团拥有员工 300 多人,严格落实《劳动法》《公司法》有关规定,和全体职工签订了《劳动合同》,按时足额发放工资福利,购买五险一金,落实带薪休假制度,很好保护了员工合法权益。同时,努力拓展经营,提高经营效益,不断提高员工工资福利水平,维护队伍稳定,从未主动辞退员工。现在整个集团拥有员工 300 多人。其次,企业照章纳税,守法经营,严格落实个税代扣政策,按期足额缴纳企业所得税去年整个集团整体税收是 2800 多万,从未拖欠。第三,严格落实意识形态工作责任制,认真贯彻落实中央、省委及报业集团党委关于意识形态工作的决策部署,积极参加集团组织的意识形态专题培训,切实提升意识形态工作能力,宁乡市政府、经开区政府等领导经常督导工作。

无论环境怎么变换,我们的初衷只有一个,那便是研发生产过硬的防水产品,能为社会解决漏水问题。正如我们的企业核心价值观所言:以人为本,创造满意。我们希望为所有客户带去满意的产品和服务,也希望给我们的企业员工带去满意的收入。未来我们还是会继续在防水行业深耕不辍,不断创新,顺应市场需求继续发展。

●神宇区域销售经理 廖正达：团队协作 实现市场的占领和目标达成

作为销售经理,需要充分考虑销售工作时间的自主属性,建立明确的基准工作时长和基准工作天数。每周和每月的销售工作都需要涵盖多个方面,包括了项目情况、客户拓展、经销商管理、品牌入库入围、销售与回收、服务与质保等等。同时,销售业绩的评估也被分为了月度、季度、半年和年度考核,我们必须自觉地接受公司领导的监督和管理,并且按照日常工作工作的标准去执行。同时也需要紧密关注团队内部的管理和学习培训,不断提升团队精细化



●神宇集团董事长 王小武



●神宇建材总经理 骆汉

管理、调整平衡与提质升级的水准。在这个高度竞争的销售市场,仅靠一人之力是远远不够的,唯有凭借团队协作才能实现市场的占领和目标的达成。

而销售人员应该掌握公司产品性能与特性、应用与要求等专业知识,从而来展示自己的专业性。越专业,越能显得自己权威,也越能拥有说服力和信任度。例如,防水涂料 JS 分为一型和二型,不贴瓷砖墙面需要使用一型,而贴瓷砖墙面则必须使用二型。实际上,确实存在着客户未按照使用要求来使用产品的情况,从而导致脱落等后果。因此,销售人员在推荐产品时,必须综合考虑项目特征并明确告知客户,以便更好地为客户提供服务。

销售人员除了掌握销售专业知识这方面外,销售工作本身也是一个不断面临不确定性和挑战性的行业,然而要应对这些挑战,需要掌握基本的素养和常识性知识。在与客户初次见面时,称呼的恰当使用尤其重要。例如,对于姓“代”的厂长来说,称呼“代厂长”稍显欠妥;而对于姓“付”的总经理,称呼“付总”则也是稍欠妥当。在面对不同性别、年龄、国籍的客户时,了解常识性的称呼方法是必不可少的。作为例子,我们有一个叫做广东经销商的合作伙伴,他们的公司很大,初次见面时介绍蒙总、星总时我便感到很奇怪,这种姓氏该如何书写,甚至询问是否有这样姓这样的姓氏。后来才发现,这是家族企业,其员工中有 80% 都姓叶。最终对方选择直接取其中一个字作为称呼,颇为有趣。

如今,神宇是湖南省防水协会会长单位,坐拥本省防水企业的头把交椅。企业的品牌和口碑建立在产品品质和二十多年经营历史的基础上。产品的品质经过客户和消费者时间的检验和历史的验证,广受好评,堪称最佳品牌。神宇参与了许多湖南省的重大工程,如长沙高铁南站、黄花机场、省博物馆、省广电中心、长沙地铁、过江隧道、高架桥等。产品在越来越多的重大工程中得到选用,凸显出其性能、安全性和成本优势。神宇重点向长沙地铁、深圳地铁、南宁地铁等供货,获得了业主方和总包方的一致认可,成为最佳供应商和长期合作伙伴。优质产品品质、企业的品牌和口碑也是我们销售的坚实后盾。

公司实施立足湖南、开拓周边、深入全国三步走计划。首先,与湖南本土的建筑公司、房地产企业深度合作,做出标杆,同时引领湖南本土防水企业规范化和创新发展。其次,重点在广东、广西、江西、海南、云南、四川、重庆等省份,通过新建投资产业园区、新建工厂、新办公办、发展经销商合作模式、创新服务模式、落脚点在重大项目等方面,市场的占用率与知名度逐步提高。最终,随着长期合作伙伴、特许经营商的发展壮大与重大项目的应用而不断推进,以意愿、实力、利益的有效绑定与高效互动,我中有你你中有我的滚雪球发展模式,充分合作与服务质量既有静态的保障,又有动态的联动;既是传承的,又是创新的。在点、线、面、立体的等多方面体现了活力与张力、韧性 与强度,业务延伸全国。

最后,我想到一个让我印象较深的事情:一次偶然的陌生来电,我了解到对方(杨总)的基本诉求后,积极响应并开展服务。通过约定见面后才了解到,杨总的在建项目需要防水材

料,他推荐来找我的项目经理是多年前的客户,这样让我既惊讶又惊喜。虽然后来他们这个项目改了设计,没有采用防水材料。在这次短暂的会谈后,在这位项目经理牵线搭桥下,杨总成了神宇经销商合伙人,他在工程领域的资源与神宇的市场推广政策,开始了密切的结合,也开启了神宇的服务质量之旅、市场拓展之路。相遇都是缘分,也许一次见面可能匆匆而过,但再相遇可能就妙不可言。神宇能如此发展壮大,大抵都是有迹可循的。

●神宇党支部书记 彭建桥：党建赋能 将党建优势转化为发展优势

当前,中国经济发展进入了一个全新的阶段。企业作为一支重要的经济力量,更加需要发挥其特有优势与潜力,以应对激烈的市场竞争,实现高质量发展。同时,党的领导对企业的发展至关重要。

神宇党建工作不是单纯的党建工作,神宇的党建工作与企业的生产经营工作同频共振,同谋划、同部署、同推进、同考核。不断将党建优势切实转化为发展优势,有力推动神宇高质量发展。

首先落实党建工作责任制,牢固树立“抓企业党建也是工作业绩”的政绩观。自觉把基层党建工作摆在首要位置,坚持与主 板业务同谋划、同部署、同推进、同考核、同落实。以党建工作活动树公司品牌,以党建活动促公司经营,以党建活动促公司稳健。牢牢围绕公司生产经营目标,转变党组织和党员活动方式,紧贴安全生产,经营实际,以党员示范岗为抓手,把优秀党务工作者和优秀共产党员纳入集团的评优评先体系,使广大党员和职工把气力凝聚到实现全年生产经营目标和各项任务上来。强化制度落实。进一步完善《党务公开制度》,强化制度保证,认真落实“三会一课”,加强党建执行力,加强党的纪律和党性修养教育,管好党员这个主体,通过书记带头讲党课等具体活动,严格规范组织生活,确保各项制度落到实处。

其次加强企业党员的作风建设。可以说企业党员的作风建设,一直在路上,全面加强党员的纪律作风建设,营造风清气正、积极向上的政治氛围一直是我们支部工作的重点。只有企业发展壮大了,做大做强了,职工群众的效益上去了,才能不断提升党员群众的幸福感。树立先进典型,发挥榜样作用。榜样的作用是无穷的,一个榜样就是一面旗帜。支部采取以点带面的方法,在车间二级公司的党员中挖掘先进党员,总结典型优秀经验加大宣传,使企业党员群众在典型的带动下,奋发工作锐意进取为公司的发展争做贡献。公司广东大区廖正达同志发挥模范带头作用,不畏艰苦积极钻研,为集团在广东地区的发展贡献了自己的力量。根据宁乡市委组织部要求在职工群众中开展了三亮三比活动。亮身份比贡献,亮立场比担当,亮作风比作为。通过活动,突出了党员同志的先进性模范性。

2022 年度神宇共召开党员大会 6 次,支部委员会 12 次,书记上党课 6 次。全体党员坚持每天学习“强国半小时”学习制度,每个党员首先在思想上武装自己。集中学习党的二十大



●神宇党支部书记 彭建桥



●神宇区域销售经理 廖正达

报告、习近平新时代中国特色社会主义思想,认真贯彻落实习近平总书记重要批示精神和党中央重大决策部署,把“不忘初心、牢记使命”作为全体党员的终身课题,推动党的二十大精神入脑入心,严格落实意识形态工作责任制,深入贯彻二十大精神,以每个党员为载体,全力推进党的创新理论成果进企业、进车间、进班组,力求企业在生产经营的主战场上,充分发挥党组织的政治核心作用和党员的先锋模范作用,使广大党员和职工“有职有责、有岗有位、有位有为”。

2023 年我们建设好了党群之家和党员活动室,更新了党建阵地宣传栏,并设置了党员先锋示范岗。在生产车间醒目位置,张贴醒目的宣传标语,积极营造努力向上的氛围,一个支部就是一座堡垒,一个党员就是一面旗帜。建设好阵地,利用好阵地,更好地在促党建、强主 板业务上起到超前的作用,这样才能不断地增强党组织的号召力、凝聚力、战斗力,更好地为公司的发展增光添彩。

如今,我们建立健全支部各项制度和相关措施,多与党员沟通交流,做好党员和群众的政治思想工作,增强党员的凝聚力、向心力。坚持高标准,严要求,严格按照党员发展标准和要求有计划有目的的培养积极上进的入党积极分子,给支部的发展注入新鲜血液,深入贯彻实施双培工程,把党员培养成业务骨干,把业务骨干培养成党员,一起赋能公司质量发展。

●神宇集团董事长 王小武：历经风雨 争做行业内的领跑者

我 1988 年化工专业毕业以后,满怀热血和梦想,怀揣着一颗有追求的心,想做出一番成绩,干出一番事业。一次偶然的机会,我作为甲方在与乙方合作的过程,就发现乙方正好在使用防水材料。通过与对方沟通那天发现那时候很多工程都是存在漏水问题,需要进行防水与修补。我当时灵机一动,想到自己作为化工专业的毕业生,可以利用自己的专业知识和技术去研究一款质量极好的防水材料,彻底解决渗漏问题。这不仅可以实现自己的价值,更是对社会的贡献。梦想只有通过实践才能变为现实,在经过一番研究以后,我因此决定创业,专注于研究防水材料的生产 和销售。

创业的道路上总是充满坎坷磨难。在人员方面,我独自承担了业务员、销售员和技术员的职责。在资金方面,因为出身于农村的贫困家庭,我没有资金上的帮助。在市场资源方面,由于缺乏经验和年轻的原因,客户资源极为有限。当时,建筑行业也没有地下工程如地下室和地铁等大型项目,只有路面需要做防水,很难发现哪里有项目启动、哪里有合适的客户群体。天行健,君子以自强不息,那时天不亮我就出门,跑遍长沙每一个地区,登上每一座屋顶,站在高处放眼望去。哪个地方在冒烟,哪个地方在施工,哪里就有我的身影。凭借着不懈的努力、优异的产品质量和服务,我在这一行业中崭露头角。

创业艰难是必然的,但既然选择了创业这条路,就不要嫌路远,因为美好风光在远方。一

个人对他所从事行业的热爱程度,决定了他的专注程度,而专注的程度就决定了他与成功的距离。从业多年以来,我一直在不断鞭策自己,将压力和挑战当作激发潜能与自我完善的驱动力。所以即便闲暇之时,我始终保持对行业顶尖技术的关注和学习,争做行业内的领跑者。

深耕防水 30 年,我与神宇一起成长,见证了防水行业的发展历程。在整个防水行业不断地变革升级、不断地迈进中都贡献了自己的一份力量。勤于积累,精于应用。神宇也从单一防水材料供应商成长为建筑建材系统综合服务商,年销售收入复合增长率达到 40%,取得中国住房和城乡建设部颁发的防水防腐保温工程专业承包包壹级资质,被中国建筑防水协会评为湖南省质量信用 AAA 级企业,先后获湖南省质量标杆企业、湖南高新技术企业、湖南省建筑防水行业标杆企业、湖南省建材行业优秀企业、湖南省建筑防水材料先进生产单位、中华全国工商业联合会会员等诸多重要荣誉。

如今,防水材料市场仍有诸多问题与挑战。首先,虽然防水材料市场规模庞大,预计每年有 5000 亿的市场份额。但如果按 10 亿为一个单位进行划分,可以分给 500 家企业,500 家企业再平均到每个省份,每个省份就有十来家企业竞争。防水的质量问题往往在 3-5 年后才能显现,行业内技术水平不足的小型企 业众多,质量不达标产品大量混杂在市场中,行业内落后产能过剩。

其次,由于涉及人们的生命财产安全,漏水问题也是受到了广泛的关注。在建筑领域,大约 30%-40% 的问题与防水有关。但防水问题的原因是多方面的,虽然看似简单,但要解决问题却是一个非常烦琐而复杂的过程。这涉及市场的恶性竞争、适用性问题和施工单位方面的具体配合等多个问题。防水仅占建筑流程的一个小部分,监理、建设单位、施工队等从各个方面来说都不重视防水问题,从而导致对整个行业的投诉率很高。而且为了追赶施工进度,防水工程普遍存在粗糙作业的问题,没有足够的时间去保障施工质量,都在奉行“先做后补”的策略。

第三,而随着“双碳”战略的推进,各行各业都朝着绿色低碳循环方向发展,建筑行业也在加速转型,国家的产业政策规划发展尤为重要。国家统计局数据和中国建筑科学研究院测算,我国目前既有建筑面积约 800 亿平方米,同时目前市场上每年新增近 1 亿平方米的采光瓦屋顶面积,一旦走向规模化应用,光伏建筑一体化,及附着在建筑物上的,太阳能光伏发电系统市场将达到万亿级别。而在光伏屋面中,屋面防水年限须与光伏系统生命周期相匹配,为更具耐久性优势的高分子防水卷材打开了新的应用场景。未来随着光伏屋面的大力推广,高分子防水卷材的使用需求将进一步扩大。

老骥伏枥,志在千里。下一步,我将不留余力地研发出一款革命性新型防水材料,无论在什么样的施工环境、施工工艺下都能够一劳永逸解决漏水问题。神宇集团铸剑二十年,一直以追求卓越为核心,精益求精,不断践行。未来定不负重托,将继续秉承“以人为本、创造满意”的理念,给公司员工以及客户而言交出一份让人满意的答卷;达成上市目标。