

南方水泥

管理整合不斷深入，區域一體化管理全面展開

2009年，南方水泥有限公司（「南方水泥」）大力實施「CRM」經營戰略（C—成本領先，R—區域化，M—市場拓展），確立了以營銷集中、財務集中、採購集中為重點的區域業務一體化管理模式，協調和整合資源，優化管理層級，快速構建了杭州、嘉興、湖州、金華、江蘇、上海、江西、湖南八大區域公司和桂林直屬公司，大力推進一體化管理，實施市場營銷集中，逐步實現了市場布局、市場開發、價格、營銷的統一，區域市場控制力逐步增強，幾大核心利潤區初步形成。同時，煤炭等大宗原燃材料也逐步實現集中統一採購。

市場協同格局初步形成，區域市場控制力進一步提升

2009年，南方水泥積極拓展市場，建立區域市場協同機制，初步形成了南方水泥和區域內大企業主導的環太湖、浙中南、上海、閩浙贛、湖南、江西六大區域的市場協同格局，價格和盈利能力明顯提高，自2009年8月，江浙滬地區連續調價，使一直在低位徘徊的價格走出低谷，進入了上升通道。南方水泥還實施成本節約特別計劃，各區域公司積極開展生產技術對標和成本對標，全面推進技術改進，有效地降低了綜合成本。

完善聯合重組和項目建設，戰略布局更加優化

2009年上半年，南方水泥成功受讓浙江三獅集團有限公司（「三獅集團」）下屬10家水泥企業的股權，標志著南方水泥浙江區域大規模聯合重組的基本完成。下半年，南方水泥把握機遇，進一步完善聯合重組和項目建設，戰略布局不斷優化，市場控制力和競爭力明顯提升。截至2009年底，南方水泥的水泥總產能約1億噸，成為中國東南經濟區最具影響力的大型水泥集團。

北方水泥

2009年3月，本公司與遼源金剛水泥（集團）有限公司（「遼源金剛」）、弘毅投資產業一期基金（天津）（「弘毅投資」）（共同出資設立了北方水泥有限公司（「北方水泥」），其中，本公司佔45%股權。北方水泥成立後，全力推動在吉林、遼寧、黑龍江三省的聯合重組，截至2009年底，水泥總產能超過800萬噸。目前，北方水泥在東北地區的聯合重組正在穩步推進。