

吉林化纤大力推进供给侧结构性改革——

需求才是第一资源

经济日报·中国经济网记者 李己平



作为一家以化学纤维生产销售为主营业务的老牌国企，吉林化纤集团股份公司头顶诸多桂冠。它是全球最大的竹纤维生产基地、最大的腈纶纤维生产基地、最优质的人造丝生产基地，全国最大的碳纤维原丝生产基地，全国唯一的保健功能纺织品原料基地和国家差别化腈纶研发生产基地。其产品风行国内20多个省市区及全球10多个国家和地区。在去年行业产品价格整体下滑的大背景下，集团吉林本埠实现利润1.5亿元，员工收入增长10.75%；今年上半年，实现产值49.89亿元，同比增长55.7%，预计全年将迈上百亿元台阶。

回顾吉林化纤过去半个多世纪的发展历程，“顺利”并不是唯一的主题词。在最困难的时候，它甚至曾经连续亏损45个月。

是什么让它涅槃重生？

“坚持‘要素和创新双驱动’‘供给侧和需求侧双升级’‘行业领跑和产业带动双发力’，紧紧围绕‘夯实主业，加快升级，适度多元化’发展战略，调整产品结构、提升产品质量、提高企业供给能力。”吉林化纤有关负责人告诉记者。

到一线去感受需求

说起如何更好地了解客户需求，各家生产企业都有自己的“秘籍”。吉林化纤的“秘籍”是，改变销售人员对客户推销产品的模式，转而让生产者定期出入一线，直面客户听取并感受需求。通过这一改变，产品研发推广的依据不再是冰冷的调研数据，而是每位生产者、产品设计者的亲身经历，这样“活生生”的需求自然更符合客户喜好。

“需求才是企业的第一资源。经过一系列改革，从‘一把手’到车间班组长，集团上下每个人都是客户经理，都可以和需求全天候无缝对接。”吉林化纤集团股份公司总经理助理、生产处处长王冬梅告诉记者。目前集团已经将定期走访客户的工作流程细化为基层、中层、高层3个层次，不同职位的工作人员从不同视角观察市场，而后共同探讨提高供给质量的途径，科学调整生产工艺，不断完善产品性能，进



图为吉林化纤粘胶长丝加工生产线。

(资料图片)

而有效提高供给水平。统计显示，凭借这套反向操作思路，集团上半年产品销量同比增长17.9%。

“大丝饼”的推出就是吉林化纤大力推进供给侧结构性改革的一个成功案例。在调研过程中，吉林化纤工作人员发现，下游纺织用户最讨厌丝饼断线，因为接头越多生产效率越低，产品质量也会受到影响。如果把缠丝的丝筒做得粗一些，丝线长度势必增加，纺织时就可以少停机。

发现这一问题后，吉林化纤立刻着手改进丝筒。从2014年开始，研发人员多次组织科研攻关，单个丝饼重量由原来的540g逐步升级到940g，大大满足了下游纺织企业自动化、高效率的生产需求。统计显示，仅此一项改变便使吉林化纤的人造丝产品成功替代国际一流的筒管法产品，新增人造丝客户近20家。

不断内省 把握需求

要赢得市场认可，精准把握需求很重要，确保产品品质过硬更重要。多年来，吉林化纤积极对标国际一流产品品质，精心呵护企业核心竞争力。

人造丝是吉林化纤的传统优势产品，目前产能已突破5万吨，占全球总产能的23%、全国总产能的27.7%，产销率始终保持100%。工作人员告诉记者，该款产品之所以能取得如此成绩，“匀质化”是核心要素——动辄几万米甚至几十万米的丝丝粗细均匀。

吉林化纤认为，对待拳头产品一定要认准一个关键词——“好上加好”。为此，集团采用匀质化数控调节设备，改进部分生产工艺及指标控制方式，最终实现产品细度和染色更均匀的目标。目前，匀质化生产的“白金马”牌人造丝匀质保染产品已经能够满足最高端的面料需求，在日本、韩国等高端市场的占有率均超过45%。

吉林化纤另一优势产品腈纶纤维的蜕变也得益于供给侧结构性改革。早些年，腈纶纤维只是价格低廉的消耗品，技术含量并不高。为了让这一传统产品涅槃重生，吉林化纤就精细生产全过程展开科研攻关，从聚合到纺丝再到毛条生产等各环节均涵盖其中，从工艺到设备再到人员全要素一个都不能少。经过多年持续不断地改进，目前吉林化纤生产的腈纶纤维在光泽度和滑爽性等核心要素上均取得了巨大突破，产品性能得到客户肯定，市场占有率稳步提高。

统计显示，今年上半年，吉林化纤人造丝销量增长6685吨；腈纶纤维国际市场竞争力明显提升，其中印度尼西亚的市场份额大幅增长36%。目前，集团已形成人造丝、腈纶纤维、竹纤维、碳纤维4大主力产品，产销率均为100%。

超前创新 引导需求

超前引导需求，再以创新满足需求，这是吉林化纤华丽蜕变的又一“秘籍”。吉林化纤认为，有效果、有效率创新需要把握三大要点。

第一是做“宽”，即要避免产品同质竞争，走差别化发展之路。比如，吉林化纤腈纶年生产能力为38万吨，如

此庞大的产品规模如果不辅之以差别化调整策略，仅集团内部同类产品间的同质化竞争就不可避免。为此，集团仅在腈纶一个板块内就开发出功能保健、原色、环保仿真、安全防护4大系列20多个品种，并建立起可针对市场需求变化迅速调整生产计划和产品结构的生产体系。统计显示，今年上半年，集团腈纶产量同比增长19.3%，国际市场份额继续提高。

第二是增“高”，即推动传统优势产品再升级。比如，人造丝既是替代天然蚕丝的高附加值产品，也是集团最具优势的产品之一。为进一步深耕市场，尤其是满足高端客户潜在需求，集团开展了“有中生新”集中攻关，先后实现匀质化、细旦化（一种可使产品各项指标更加接近天然蚕丝，并有望完全替代天然产品的高新技术）、大型化和连续化4项升级。“四化”升级后的新人造丝产品质量全球一流，供不应求。

质量优势还带来了价格优势。统计显示，吉林化纤生产的AA级单位产品售价每吨高于二档丝、三档丝2000元至5000元，产品毛利率达16%至18%，是同行业的6倍，科技价值得到充分体现。

第三是做“长”，即上下游产业链一体化延伸。比如，竹纤维是近年来集团倾力打造的又一拳头产品。为此，集团先通过自主创新创立拥有自主知识产权的民族品牌“天竹纤维”，而后打通从竹浆粕到竹纤维再到竹纤维的完整产业链，紧接着组建“天竹联盟”产业合作平台，协同上下游共同创新发展。目前，该平台成员企业已由32家发展到135家，其中包括七匹狼、九牧王、三枪、爱慕、洁丽雅等知名品牌。得益于平台的聚合效应，竹纤维应用领域不断扩大，市场认知度日益提高，目前国内市场份额已达70%。

实践证明，“超前引导需求，再以创新满足需求”的思路确实有效。统计显示，吉林化纤新产品上线、迭代速度远超同行，新产品综合贡献率已提升至32.6%。

大型歌舞《炭河千古情》在湖南宁乡首演——

宋城演艺输出轻资产模式

本报记者 郑彬

悠悠的炭河水流淌了3000年，英雄与美人的故事一直在湖南宁乡传唱。日前，由宋城集团旗下宋城演艺发展股份有限公司和湖南宁乡市委、市政府共同打造的大型歌舞《炭河千古情》在湖南宁乡首演。

作为中国演艺第一股、全球主题公园集团十强企业、“全国文化企业三十强”称号获得者，宋城演艺以“旅游演艺+主题公园”的成熟模式逐步构建起自己的“宋城王国”。目前，公司已扩张至海南三亚、云南丽江、四川九寨沟等地，并在上海、广西桂林、陕西西安等地形成储备项目。

“与传统的异地品牌扩张重资产策略不同，此次宁乡《炭河千古情》+炭河古城项目是宋城演艺尝试管理输出、品牌输出、创意输出的轻资产运营模式首次落地。”宋城集团董事局主席黄巧灵告诉记者，选择宁乡项目，是基于当地丰富的历史文化、旅游资源的综合考量，特别是四方羊尊的出土让他充满好奇。

资料显示，2016年6月份，宋城宁乡项目签约。宋城演艺凭借品牌、管理和创意输出等一揽子服务获得2.6亿元相关服务费用，并将在后续管理中收取管理费。1年后，宁乡宋城炭河古城开始试营业，为其量身打造的《炭河千古情》也揭开了神秘面纱。至此，宋城演艺交出了轻资产输出的第一张答卷。

“虽然是轻资产项目，质量却丝毫不打折扣。”宋城演艺品牌策划部总经理杨欢介绍说，《炭河千古情》是古老文明与现代高科技的一次绚丽碰撞，短短60分钟的演出高潮迭起，为游客展现了宁乡源远流长的历史文化。

在黄巧灵看来，不能简单地将演艺项目孤立看待，而是要将其与当地演艺行业发展、旅游产业升级结合在一起考量。为此，除投入规划设计、工程建设、艺术编导、品牌策划等精锐力量，宋城演艺还持续输出市场营销、旅游电子商务、策划推广和景区托管服务。

“项目开始运营并不是服务的结束，而是一个新的开始。”黄巧灵说，在以往的国内旅游演出轻资产输出项目中，创意方大多不参与后期运营，这也导致很多优秀项目经营乏力。意识到这一核心问题，宋城演艺决定开展为期5年的托管运营，帮助项目真正落地生根，以期辐射并带动周边地区相关产业。

事实上，宁乡项目的初步成功也打开了宋城集团轻资产模式异地复制的大门。根据最新资料，宋城演艺轻资产输出模式将在广东佛山市听音湖片区、江西宜春市国家5A级旅游景区明月山落地。通过这一模式，合作方可以共享宋城品牌与专业优势，以更多的投资、更有创意的文化力、更有效率的运营模式打造当地文化地标。

“城市演艺市场拥有巨大的想象空间，我们也会一直坚持轻资产输出模式的探索，未来不排除向北京、上海这种超大城市布局的可能性。”黄巧灵透露说。

潍柴控股完善税收风险内控体系——

把税收预警嵌入生产管理

本报记者 管斌

最近，潍柴控股集团有限公司发生了一件新鲜事。集团旗下潍柴重机股份有限公司准备向另一家集团下属公司出售一台旧设备。听起来应该挺顺畅的一件事，却在集团财务部卡了壳。

“并非我们有意刁难，而是税务风险内控体系给出了更好的选择。按照我国税收政策，旧设备出售只能开具普通发票，无法抵扣；但出租设备可以开具专用发票，能正常抵扣。作为财务部门，我们有义务提醒下属企业，共同把好税务关口。”潍柴控股集团财务部税收科科长西辛告诉记者，在集团税收科的建议下，设备出售顺利改为出租，为集团节约了20多万元的税款。

潍柴控股集团有关负责人告诉记者，近年来集团一直保持高速发展，企业经营规模不断扩大，国内外分公司、子公司越来越多，跨区域、跨行业经营日益频繁。这意味着，税收因素愈发成为企业制定发展规划、拓展市场业务的重要考量。要使企业在规范生产经营、依法缴纳税款的基础上更好地规避涉税风险、降低税收成本，亟需建立一套行之有效的企业税收风险内控管理体系。

基于这样的考虑，潍柴控股集团在潍坊市国税、地税部门的联合指导下，对集团相关岗位和业务环节的税收风险点展开剖析梳理和汇总归并，从企业生产经营涉及的采购、销售、投资、融资、研发、进出口、期间费用管理等18个业务模块入手，逐项识别各业务模块涉及的涉税风险，并逐一制定配套控制程序。集团层面还编制形成《企业税收内控建设规范》，建立起流程有序、权责明晰的税收风险内控体系。

“税收风险内控体系的实施能将税收‘预警器’嵌入到企业自身生产管理的全过程中，并将分散于各环节的税收风险点集中归口管理，在为企业降低涉税风险的同时进一步节约税收成本，有效实现规范经营、依法纳税、规避风险、降低成本的合理预期。”潍柴控股集团财务部部长曲洪坤告诉记者，“目前集团绝大多数业务事项都要先经过税务风险内控审核，然后才能到税务部门走法务条款审核程序。税收风险内控体系运行1年多来，集团先后修订完善了47个业务合同，共计为企业依法节约税收成本600多万元”。

潍坊市地税局副局长李强表示，一方面，建立完善税收风险内控体系可以帮助企业将税收风险管理的重心前移，把事后检查处罚的被动式服务转变为事前预防、税中发现的主动式服务；另一方面，通过税收风险体系的运作，企业自身便可高效完成税收风险审核自查的第一关，税务部门在日常征管服务中只需审核企业信息系统内风险控制节点、控制程序，便可及时发现可能存在的问题，进而提醒企业修订完善，大大提高了税务部门的工作效率和针对性。

“税务风险内控体系的建立实施，使企业税务管理质效大大提升，初步实现了税企共赢的目标，这一工作方法值得更多企业效仿。”潍坊市国税局局长王衍明表示。



图为吉林化纤碳纤维原丝生产线。

(资料图片)

陌陌平台非物质文化遗产专场开播——

直播圈来了个“文化担当”

本报记者 李景

8月22日晚，非物质文化遗产直播专场在陌陌平台开播。核雕项目传人马宁、古彩戏法传人田学明、口技项目传人方浩然3位大师级艺术家在直播平台上表演了自己的绝活，在线用户看得津津有味，直播间里互动不停、礼物不断，直播热度丝毫不亚于“网红”直播节目。

“非遗+直播”，这个跨界不一般。陌陌科技有限公司最新发布的财报显示，今年第二季度，陌陌净营收为3.122亿美元，同比增长215%，其中直播服务营收2.594亿美元。截至目前，直播服务对公司净营收的贡献率已高达83%。

对于社交平台出身的陌陌来说，直播业务竟然撑起了大半江山，着实让人大跌眼镜。不过，对于陌陌公司

董事长唐岩来说，这一转变并不突兀。“视频已经成为年轻一代分享和互动的主要方式，线下的娱乐消遣活动也正在向线上转移。尤其是在过去一年里，网络直播已经迅速成为日活用户流量变现的重要载体。”

不过，从财报中不难发现，陌陌直播付费用户增长已经显现出一定程度的停滞，想要继续挖掘直播服务的潜力必须寻找新的内容增长点。非遗文化与网络直播的结合就是陌陌突破直播内容边界的新尝试。

事实上，陌陌的非遗直播已经酝酿多时。从今年3月份起，中央民族乐团官方音乐会、中国爱乐乐团等专业团体和个人就纷纷亮相陌陌直播，总计观看人数达到1500万人次。5月份，国家一级演员、北方昆曲剧院天

帅和梅派传人、北京京剧院青年演员白金在陌陌的直播也吸引了15万人在线倾听国粹艺术，打赏的虚拟礼物超过200万星光值。

一边是传统艺术寻找新生，一边是陌陌直播寻求新路，双方一拍即合。借助互联网技术，传统艺术正在以全新姿态进入大众视野，拥有用户流量支撑的网络直播也在不遗余力地帮助传统艺术“圈粉”。

“缺乏有效传播途径是非遗文化艺术传承艰难的重要原因之一。与音乐会、传统演出不同，互联网直播能让表演者和观众实现更多互动，增强二者间的关联属性，这必然会对传统艺术的传承发展提供巨大推动力。”陌陌公司副总裁、直播业务负责人贾维表示，网络直播的特点就是打破人数、场

地、地域、文化背景的限制，为各类艺术表演形式提供新的渠道。目前，已有不少民间艺术传承人看到了这一机遇，纷纷表示愿意“尝鲜”。

同时，当前众多直播平台都在走主播年轻化、高颜值、娱乐化的表演路线，内容同质化现象严重，一旦观众出现审美疲劳，平台运营将面临巨大挑战。从这个意义上讲，传统艺术的注入将成为直播产业中的一股清流”。

业界专家评价认为，用户和社区黏性是直播平台健康良性发展的关键要素。虽然非遗直播在用户活跃度和黏性上的贡献还有待进一步验证，但直播产业格局无疑会因非遗直播的进入产生变化。陌陌直播或者说直播产业的下一个风口，或将由非遗文化艺术打开。