

优极：

越野跑领域的“藏羚羊”

经济日报·中国经济网记者 余 颖



走在北京秀水河胡同，优极（北京）体育用品有限公司CEO张东跟人撞衫了——一件亮蓝的优极跑步T恤，一条桃粉的优极短裤。可骑在自行车上、迎面而来的那个人跟他穿得一模一样！擦身而过的时候，两人几乎同时睁大了眼瞪着对方。

“好尴尬！这两件衣服不是套装，销售也不是搭配着卖的，怎么会撞衫呢？”张东哆嗦了一下，又开心起来，“优极这么小众的专业品牌，在北京这个大城市都能撞衫，那证明我们的产品已经有很多人购买嘛！”

也就是在那一刻，记者相信了这个创立才2年多的品牌，有希望在越野跑领域发出中国之声。

越野跑“大神”最懂跑步的人要什么

国外品牌的产品，并不完全契合中国人需要。多年的运动经验，让张东成了最了解中国越野跑爱好者的创业者

在中国的越野跑圈，张东是“大神”级人物，他跑过巨人之旅，完成过八百流沙。

不在跑圈的人，不知道这两个词意味着什么。

“八百流沙”越野赛在甘肃瓜州莫贺延碛的戈壁举行，要求选手在150小时里徒步穿越由戈壁、沙漠、雅丹、冰川组成的400公里无人区。整个赛程无法导航，选手要自己背着补给，24小时不间断地跑完全程。何时停下来休息、何时补充给养，由选手自己决定，但最短时间内完成比赛的人才才是冠军。

巨人之旅则在意大利阿尔卑斯山区举行，全长330公里，选手要在150小时内穿越高寒缺氧地带，翻过25座山，总爬升达2.4万米。

这就意味着越野跑必须选择最专业的装备。他们需要能长时间支撑脚部、减震效果极佳的跑鞋，而不是主打轻便的城市跑鞋，也不是耐磨的登山靴；需要能用最少的负荷承载最多功能，还不会轻易移位的背包，对耐磨性、大容量要求却不高；需要兼具吸汗防水的运动服、压缩衣，还要有地方存放手机、能量胶等小物件。

高门槛使得越野跑专业装备一直由萨洛蒙、北面等世界顶级品牌把持，纵横四海的阿迪达斯、耐克在越野跑领域只能打打酱油。

全世界的跑者都在穿这些品牌，张东也不例外。他买遍了一线品牌的产品，仅短裤就有十几条，越野跑包多到号称越野跑圈的“包王”。

但买得多了，张东慢慢不满足了，“我为什么一定要穿国外品牌？而且，按照外国人体型、需要设计的产品，并不完全契合中国人需要”。2015年，张东和另



行人路过优极在北京的一家专卖店。本报记者 余 颖摄



今年8月底，法国霞慕尼小镇举行环勃朗峰越野赛，优极赞助了部分参赛者。

（资料图片）

外两个越野跑爱好者一起，成立了优极，开始研发生产中国人自己的越野跑装备。

他从货架上找到一个带吸管的大口水壶，“很轻，只有一个鸡蛋重”。张东让记者掂了一下，又拿回去，竟然从底下转下一个水杯，“跑步的时候，不需要拧开盖子，直接就可以喝，到了补给站，水杯可以取下来装粥、汤”。这样的设计不仅可以减少赛事中一次性餐具的使用数量，还可以大大提高选手的比赛效率。

这个水壶在京东众筹时，原本5万元的目标很快冲到了40万元，819%的完成率证明了跑友们需要这样的设计。真格和险峰这两大投资基金，也通过这次众筹注意到了优极，598万元的天使轮投资，在中国原创体育装备领域，差不多是头一份。

一个人能搞定“八百流沙”，但搞不定创业

跟越野跑靠个人不一样，创业是团队合作。对企业究竟应该往什么方向走，是做爆款还是做产品，需要沟通磨合

创业3年，张东一边回想这些年自己吐槽过的产品，一边回忆着自己一直想要的“开脑洞”功能，什么背后有口袋装软水瓶的T恤、不需要解带子就能取挂手杖的越野跑包、怎么揉也不会皱的速干衣，一串串灵感的火花就这样变成了优极的产品雏形。

不过对张东来说，产品开发就像马拉松，抬腿就能跑，创业团队和发展方向才是他的“八百流沙”，差一点都会摔倒在终点前。

跟越野跑靠个人不一样，创业是团队合作。而优极3个合伙人的故事，并不像《中国合伙人》那般完美。

“团队是因为跑步认识的，并没有在一起干过事。等到开始合作，才发现彼此的做事风格并不一致。”张东总结了创业者经常遇到的“坑”。更关键的是，等到项目开始运转，大家发现3个人加在一起，也提供不了创业需要的全部资源和能力。对企业究竟应该往什么方向走，是做爆款还是做产品，是专注装备还是扩展培训、赛事，大家始终无法达成一致。

那段日子，张东经常回忆起自己在茫茫戈壁无人区的时候，四周都是山丘、沙地、河谷，看不清方向，全靠直觉和经验摸索。跟创业伙伴意见不一，又赶上账面上钱最少的时候，张东也会想起自己在八百流沙比赛中，是怎样计划10个补给包的分配，在体力不支时的坚持。

张东把跑步的风格带到了创业中，坚持每季每种单品只推两三个型号，走极简风格。

成立2年多，优极只有70多款产品上市，不少产品都得到了专业跑友的喜爱。在跑友们的越野跑好物推荐帖里，优极经常与萨洛蒙、北面一起出现。

优极所有的产品都对标国际一线品牌，有时材质还会更好。短裤的面料、版型就做了十几个版本，工厂跑了几家才确定的，也算是为创业交的学费。

这笔学费没白花。这几年跑友圈晒出的大合照中，穿优极的跑友越来越多。这样的照片帮优极做了精准的免费宣传，每次大型比赛之后，优极的销量就会上一个台阶。

2016年，优极在没有宣传推广的情况下，实现了300万流水。慢慢地，另外两位创始人淡出了优极，现在只持有很少一点股份。今年张东又找到了一位做过电商，又懂服装供应链的越野跑爱好者，为优极开拓品牌，预计流水将达到1000万元。同时，新的融资也即将结束，开始加大市场宣传的力度。

原创品牌要做社群，发展潜在合作伙伴

张东把跑步群当作收集信息和推广渠道。同时，还赞助国内比赛能拿前三的几位选手，用意见领袖方式影响跑友们

一个跑步爱好者从路跑，到参加半马、全马，最终大多会爱上野外找虐的越野跑。他们管这叫“入圈”。而入圈的第一步，就是入群，以前是QQ群，现在是微信群。

优极也有5个跑步群，参加比赛的队员可以攒积分，换优极的产品。

周一下午，“优极跑团周三夜跑群”里发起了夜跑故宫的号召，很快报名人数就达到了32人。周三晚上，参赛者聚集在东华门附近，有男有女，还有一位70多岁、身板挺直的老大爷。

“无名”是那天的志愿者，负责计时。“他穿的就是优极的短裤，应该是一代。”无名指着眼前的一位跑友，很肯定地说。拉过来一看，还真是。这位跑友的T恤是用积分换的，但短裤是自己买的。无名笑嘻嘻地告诉他，短裤已经有2代了，俩人立刻约好了要去店里“拔草”。

跑完比赛，大家分吃了西瓜，举着优极的旗帜照了个合影就散了。但群里的消息一刻也没有停过，发照片的、交流跑步心得的，拉新人入群的。更多时候，群里是在交流比赛信息。有的在招呼去盘锦红海滩半马，有的在推荐去香港100，有的怀念中登协的比赛，因为“100块钱管3天吃住，住大酒店，赛完报销单程路费”。

张东默默地“潜伏”在群里，没有几个人知道他就是优极

的创始人。他把跑步群当作收集信息的渠道，也算一个推广渠道。同时，优极还赞助了国内比赛能拿前三的几位选手，用意见领袖的方式影响跑友们。

他自己也在别人的群里，毛大庆组织的跑步“毛线团”，戈壁挑战赛的“戈友群”，中欧商学院的运动群，几乎都是中国爱好运动的企业家最集中的地方。这些一起跑过步、洒过汗、经历过伤痛的跑友，成为了优极潜在的合作伙伴。

“去年以来，单是这些企业定制运动服，就足够让优极活得不错。”张东在无意之中找到了稳定的客源，也赶上了最新的“社群经济”风口。

“你有没有发现，爱运动的人总是越穿越随便？”张东问了许多企业家，发现主要是因为运动品牌穿着特别舒服，穿惯了运动服装的人，很难再忍受商务服装的“绷劲儿”。但是，跑越野跑、馬拉松的很多都是白领、金领，他们其实很需要商务装，只是此前运动品牌和户外品牌不提供这类产品。

“

创业者言

- 方向：要做就做有一定门槛和难度的项目
- 团队：找合适的人，不要试图改变不合适的人
- 方法：坚持，项目失败多是创业者自我放弃了
- 提升：深陷困难时，要抽离到更大的格局去解决问题

“如果我能把商务装做得像运动装一样舒服，或者把运动装做出商务范儿，不就能满足客户的需求吗？”为了让记者看看商务范儿的运动装，张东试穿了一款拉链半袖马甲POLO衫，面料柔滑软糯，裁剪笔挺贴身，穿上秒变商务男，只有胸口那个小小的藏羚羊标志在说，“我是越野出身”。

张东对这款商务线秋装寄予厚望。他相信，用越野跑的基因做休闲装，套用最时髦的话来说，就是“降维打击”，最严苛的野外条件下都舒服实用，平时穿着，或者跑个马拉松、小区遛弯，那就是小菜一碟。

脱下马甲，张东特意指着上面的藏羚羊标志让记者看。曾有人吐槽这头藏羚羊线条不流畅，看起来不像别家吉祥物那么“萌”，优极的品牌听着也不洋气，建议他去国外注册个公司，换个名字“出口转内销”。张东只是一笑，“这头羊是从中国最早的原始岩画里‘抠’的。我就是想让全世界知道，优极是中国的原创品牌，中国自己也有优秀的户外运动装备”。

打破属地固定管户格局——

江苏完成国地税征管体制改革综合试点

本报讯 江苏省深化国税、地税征管体制改革综合试点工作各项任务基本完成，形成了一批创新成果，现代化税收管理新格局已基本建立。

江苏国地税在推进改革中，不仅注重技术手段的革新，更注重制度创新。一是打破属地固定管户的格局，解除税务人员和纳税人之间的固定管户关系，铲除权力寻租土壤。改变传统税收管理方式，建立科学抽查机制，对信用好、无风险的纳税人不打扰，对低风险的纳税人予以提醒，对严重失信、高风险的纳税人重点监管。二是规范约束，破除任性执法、随意用权。以正列举的方式列明税收管理职责，取消法外设定的审批、调查和核查事项，减少税收管理事项329个，清理非行政许可审批事项70项，取消实地调查事项157个。三是扎紧制度“笼子”，建立全方位的执法权制衡机制。由经验管理向数据管理转变，并推行税收检查“三个一”，即一户纳税人一年内检查不超过一次。

经过试点，江苏国地税着力打造税收征管改革、电子税务局和税收大数据“三大品牌”：建立了以纳税人自主申报为前提，信用评价为基础，风险管理为导向，分类分级管理为重点，依托现代信息技术和大数据的现代化税收征管格局；成功试点国家税务总局电子税务局示范项目，通过互联网、云计算、大数据与先进的现代化税收管理深度融合，全面对接省政府“一张网”，建立了具备880项功能的电子税务局和“掌上办税平台”，

实现线上线下业务互通，为全省700万用户提供服务，并在税务总局“互联网+税务”优秀项目评比中获一等奖；成功试点税务总局大数据综合平台创新项目，基于金税三期系统，建立集数据采集、数据存储和智能分析等于一体的数据情报综合管理平台，全方位支撑纳税服务、风险管理和行政管理全过程。

江苏国地税还推出“五大版本”，为全国推进改革探索道路，积累经验。一是纳税服务现代版。在全国率先推行实名办税，推出“税E融”“税添富”等多种“银税合作”项目，共向13.2万户纳税人发放贷款560亿元。二是风险管理标准版。全面实施分类分级管理，建立税收岗责体系，完善风险管理运行机制；建立《税收事中事后管理目录》，形成全方位覆盖的事中事后监管体系。三是国际税收精品版。制定2016年度至2018年度国际税收遵从管理规划，主动服务对外开放和“一带一路”建设，专门组建跨境税源风险分析团队和反避税中心，建立健全跨国企业税收监控机制。四是国地税合作高端版。推出《江苏省国税、地税互相委托代征税实施办法》，实现委托代征信息“一次采集，共享共用、税款自动清分”。五是税收协同共治加长版。建立了横跨54个部门、120个行业协会的税收协同共治格局，制定并实施《江苏省税收协同共治工作意见》等系列文件，推动部门涉税信息共享、税收失信联合惩戒和跨部门税收合作等工作高水平全方位展开。（朱晓燕）

构建合作互信税企和谐关系——

海口“管理”与“服务”并进助力企业发展

本报讯 近年来，海口市地税局将“放管服”改革作为全面深化税收征管改革、提高现代税收治理能力的关键举措，积极构建与企业合作互信、共防风险的税企和谐关系，切实提高企业税法遵从的意识和能力。

年前，海口市地税局了解到海南亚洲制药公司有股权转让行为，涉税业务相对复杂，海口市地税局大企业局立即对此展开动态监控，及时为企业提供政策辅导，帮助企业避免涉税风险。该局以团队服务的方式，通过深入企业沟通了解，认真查阅资料，为企业解读政策规定，对企业可能漏申报的税款及时进行风险提示，对纳税人应享受的优惠政策及时告知，并对涉税流程提供全方位辅导，帮助企业解决疑难问题，赢得了纳税人的理解和支持。

“我们通过全程风险监控，加强了对企业重大涉税事项的监管，确保了国家税款的安全，同时也为企业解决了税务上的实际问题，为企业发展提供了助力。”海口市地税局大企业局局长刘海波说。

海口市地税局在规范企业纳税行为的同时，不断创新途径，为企业提供贴心

服务，“税企交流微信群”就是该局开展的个性化服务尝试。纳税人纷纷对这一举措“点赞”：“我们有什么不清楚的政策问题，或者有什么涉税事项都可以通过微信及时跟税务局沟通，这样也有效避免了我们的税收风险。”

目前，该局实现了通过微信及时告知纳税人政策信息；发出纳税提醒；解答纳税人疑惑，收集反馈纳税人意见；让纳税人体验到“全天候、人性化、高效率”的“不掉线”服务。同时，该局还建立了“岗位基本力量+专业团队支撑”的人员保障体系，为企业提供更为专业的政策辅导和业务指导，引导企业不断提高税法遵从能力。

海口市地税局局长林川说，随着“放管服”改革的进一步深入，他们将进一步将风险管理和纳税服务深度融合，让企业真正享受全方位、有保障的涉税服务，以点带面，建立与纳税人平等互信、互相尊重的新型征纳关系，为企业抢抓机遇、更好更快发展提供助力，实现税企双赢，进一步促进地方经济的发展和营商环境的优化，助推经济社会健康发展。（张珊珊）

（上接第一版）推动六大产业集团所有制改革，对接资本市场，加快产融结合，使其成为竞争力明显、充满活力和发展动力的现代产业集团。

在产业结构调整上，努力优化国有资本布局。围绕“一台六柱”的产业布局，加快进行资源整合和产业价值链的延伸。巩固交通基建领域优势，培育养护、机场、铁路等新兴业务；发挥重大装备设计制造、服务集成能力，整合海上风电等新能源装备、城市智能装备系统业务；布局城市公用基础设施资源，向城市运营领域不断延伸；发展海洋经济，进军岛礁综合开发，积极拓展绿色环保市场。

在资产结构调整上，不断提升企业可持续发展能力。通过PPP等多种投融资形式在码头航道、轨道交通、海底隧道、生态城市等方面，形成了一批可持续的经营性资产，工业园区、产业开发区、路港、城市综合开发运营等经营性资产近2500亿元，占总资产的25%左右。资产结构调整有效地支持了公司发展，提升了公司运营质量和效益。

深化内部改革提质增效

中国交建结合国资委“压缩管理层级、减少法人户数”等专项改革工作的部署，全面推进公司内部深化改革工作，取得了一系列重要进展。

自2016年5月开展“压减”工作以来，中国交建超额完成了第一阶段压减任务。压减法人企业115户，压缩法人层级3级（由10级压缩至7级）。压减后将节约人工成本近5.2亿元，节省管理费用约4.4亿元。

为增效升级，中国交建制定了《工作总体方案》，对6户企业按照“一企一策”“分类实施”方式进行专项治理。在确保完成国资委2017年要求处置完成

50%的目标的基础上，自加压力，力争2017年完成75%，2018年全部完成目标。

此外，中国交建还加快剥离企业办社会职能等工作。目前，中国交建存在教育机构5家、医疗机构20家，相关改革措施待国家关于教育医疗机构改革的具体政策出台后推进。广办大集体改革方面，中国交建内部尚存厂办集体企业3家，正在分别制定改革方案，争取2017年完成。

中国交建结合企业发展的现实需要，把党组织建到项目工地，形成其独特优势和红色竞争力。截至今年6月底，已对34家单位公司章程修订送审稿提出了意见和建议。

全面提升全球发展能力

2017年5月31日，中国交建完成了肯尼亚蒙内铁路建设并承担全部运营管理和维护任务，把中国的资金、技术、标准、装备制造和管理经验全产业链输出非洲，开创了“中国铁路走出去”新模式，推动中国交建由海外工程承包商向运营商、服务商转变。

“从1958年援外工程建设算起，中国交建有近60年海外发展的历史，经历了早期对外援助、劳务输出、参与低端工程承包、成套技术与设备输出、全球化发展五个阶段。”孙子宇说，面对当前国际化竞争的大趋势，中国交建加快全球市场的谋篇布局，在全球范围配置资源，推动营销、管理、人才集聚的国际化。

目前，中国交建在全球109个国家和地区设立了210个驻外机构，在全球145个国家和地区开展实质性业务。在“一带一路”沿线相关国家和地区建设了10320公里公路、152座桥梁、2080公里铁路、10座机场、95个深水泊位，提供集装箱桥吊754台。