

四川四海集团：推进新发展，实现新跨越

磨励创业十三年，四川四海集团从原来单一的生猪屠宰加工企业迅速发展成为涵盖生猪养殖、食品加工、房地产、环保、机械、医疗设备研发、金融七大产业的多元化综合性民营企业集团，是四川省 25 户工业强省战略“百亿工程”重点发展企业之一，中国民营经济 500 强，拥有“省级技术研发中心”和“博士后科研工作站”。旗下的四川四海食品股份公司为“农业产业化国家重点龙头企业”，与香港华润五丰、澳门南光结成战略加盟，诚纳八方贤才，形成了畜牧、兽医、动物营养、食品加工、模具、机械、计算机工程、金融证券、营销管理等综合型高素质管理团队。集团现总资产为 18 亿元，年销售收入增至 80 多亿元。

四海集团认真坚持安全发展、科学发展，按照“提升主业，多元拓展，膨胀总量，壮大规模”的发展思路，在巩固提升猪肉食品加工主业的基础上，加快发展其他产业，创新做强、投入做大、文化做久，走新型工业化道路，着力建设科技领先、管理精细、多元发展、规模膨胀的“两型六化”企业(本质安全高效型、绿色生态和谐型，企业管理精细化、基础建设标准化、技术装备现代化、岗位操作规范化、员工行为军事化、内部经营市场化)，推进企业安全可持续发展。

四海集团拥有年屠宰生猪 360 万头，年加工熟食品 3 万吨，年产精密医用设备 500 台(套)和多种规格锻压冲床 1500 台(套)的产能，其中食品加工业务板块在集团多元化发展的战略中处于支柱地位，“蜀娇”牌商标为中国驰名商标，“蜀娇”牌鲜冻猪分割肉为“中国名牌”产品，被农业部认定为“无公害农产品”和“绿色食品三 A 级产品”。公司在中国内地拥有一流的品牌、现代化的生产基地、稳定高效的产品供应链、强大的营销网络和优秀的服务团队。公司产品遍布全国各地，还远销俄罗斯、新加坡、我国香港、澳门等国家和地区。

党的十八大以来，四海集团更加坚持调结构、转方式，实现由“资源依赖型”向“多元化可持续发展型”的战略转型，在成都-资阳工业园重点规划的《年产 10 万吨猪肉制品深加工生产线建设项



● 生猪屠宰部门员工意气风发



● 四海集团研发人员专心致志搞研发



● 四海集团生猪屠宰厂区一角

目》已完成一期工程，先期投资 3.11 亿元建成了国际现代化标准的年产 3 万吨的猪肉制品深加工工厂，利用自身无公害养殖资源，成功开发出西式香肠、西式火腿、西式酒店、西式烤肉和中式低温五大产品系列，共 200 多个品种的“百乐海”高、低温肉制品。

集团年产 3 万吨柑桔果酒及皮渣综合利用建设工程项目，总投资 4.5 百万元，通

过项目带动，集团能充分利用资阳市当地柑桔资源优势，实现产业结构调整，增加产品附加值，开辟企业盈利渠道。

集团规划投资 2.7 亿元在泸州市合江县上马合江农产品冷链物流中心项目，占地 175 亩，总建筑面积 7 万平方米，主要包括冷链物流区、综合配套区、城市配送区、货运站场 4 个功能区，集冷链物流、配送、加工、包装、运输和信息服务、电子商务服

务、结算服务、金融服务、生活服务等综合服务于一体，有效整合合江冷链物流资源，将立足合江，辐射川、渝、黔地区，成为川南、黔北地区重要的冷链物流节点，促进区域经济质量的提升。

并购整合低成本扩张。加强资本市场化运作，撬动社会资本，实施低成本扩张。公司确定了“开展同行业并购，提升上市业绩的稳定性”的策略；近年来，公司多次组

织专项并购投资团队到资源丰富的东北、华北和华东等省市，以及主要的消费城市，考察同行业企业和销售市场，从生产加工水平、销售渠道、企业资产水平、固定资产现状等深入调研，为实施集团同业并购战略提供了目标企业和并购参照。计划 2014 年并购数家符合公司发展需要的生猪屠宰与深加工企业，加快企业经营和盈利规模再上台阶。

中国移动通信集团四川有限公司(无线音乐基地)：乘十八届三中全会东风 助力文化发展

“建设社会主义文化强国，增强国家文化软实力，必须坚持社会主义先进文化前进方向，坚持中国特色社会主义文化发展道路，坚持以人民为中心的工作导向，进一步深化文化体制改革。要完善文化管理体制，建立健全现代文化市场体系，构建现代公共文化服务体系，提高文化开放水平。”……党的十八大以来，十八届三中全会公报中关于文化发展和文化建设的重要论述，引起了文化工作者们的广泛共鸣，也引发了我们的关注和思考。

坚持社会主义先进文化前进方向

全会关于文化的论述与党的十八大和全国宣传思想工作会议精神一脉相承，首先强调了文化建设要围绕社会主义核心价值观体系，坚持社会主义先进文化的前进方向，这个是根本。作为国内无线音乐行业的价值链领导者，中国移动无线音乐基地坚持社会主义文化价值导向，自觉承担起加快发展社会主义先进文化的历史责任，在弘扬主旋律、传播中华民族优秀文化、传承中国特色社会主义先进文化的舆论阵地上发挥着它的独特作用。

作为党和政府可管可控的优质文化传播主阵地，无线音乐基地近年来积极响应党和政府的号召，承办由四川省委宣传部主办的红歌会和“坚守精神家园，歌唱美好生活”等社会主义核心价值观体系歌曲创作与演唱活动，取得了良好的效果。通过建立互联网线上营销、内容传播体系等新型传播方式进行爱国主题歌曲、励志主题歌曲以及各类社会热点事件相关歌曲传播，借助音乐弘扬主旋律、传播正能量。2012 年代表着中国祝福伦敦奥运会的歌曲《北京祝福你》，仅仅 3 天时间，点击率超过了 500 万次。无线音乐基地大力弘扬民族文化，引入及传播优秀音乐作品，内容涵盖优秀健康的通俗音乐、地方民歌、地方戏曲等；通过与地方文化部门、各大电子音像出版社、唱片公司等深入合作，将维吾尔族、藏族、彝族等地区口口相传的特色音乐内容进行录制并进行数字化管理和科学集中存储，目前已收集各类少数民族语言的民

歌、器乐、戏曲等 2 万余首，累计下载量超过 150 万次。

无线音乐基地还将利用西部少数民族音乐资源优势，建立中国民族音乐展示交流中心，促进民族音乐产品的开发、创作、传播以及关联产业的发展。通过对西部民族音乐的专项扶持，量身打造独家“原生态歌曲铃音包”，在自有门户网站上建立民族原生态音乐专区，促进西部民族音乐传播推广。同时，通过联合电视台、互联网媒体，联手打造“藏歌会”等人民群众喜闻乐见的娱乐互动活动，对少数民族优秀原生态歌曲和音乐人才进行挖掘，通过商业化的运作，扩大西部民族音乐的文化吸引力和国际市场竞争力。

坚持以人民为中心的工作导向

进一步深化体制改革，一定要坚持以人民为中心的工作导向；不管怎么改，文化是一定要为人民服务。对于文化体制改革来说，如何为人民服务，如何更好地满足人民的文化需求是需要首要考虑的因素。人民群众是文化的创造者，也是文化的消费者；我们的一切产品和业务，都要以满足人民群众的文化需要为出发点和最终归宿。在传统唱片业不断萎缩的同时，无线音乐基地依托中国移动全球第一的网络和客户规模，通过电信网络建立起的音乐发行平台向中国移动通信网内近 7 亿的客户提提供“低耗能、高附加值”的数字音乐产品及服务。无线音乐使传统的音乐产品形式、展示方式和消费市场得以极大的扩展，拯救了传统的音乐文化产业，极大地丰富了人民群众的音乐娱乐生活。音乐基地在入驻东郊记忆公园以后，持续深化整合、利用和挖掘现有的各种音乐文化产业资源，在园区精心打造“音乐产业集聚区”，探索新型音乐文化产业模式，提供人民群众喜闻乐见的音乐娱乐产品和形式，推动健康向上的主流文化建设，力争成为国家数字音乐产业基地，更好的服务于人民大众。音乐基地贯彻落实党的群众路线，借助移动互联网技术平台，充分发挥手机、互联网新媒体作用，讴歌时代精神，助力提升人民群众精神

文化生活品质。

2013 年雅安 4.20 地震发生后，无线音乐基地第一时间在“咪咕音乐”各大门户开设了名为“相亲相爱，为雅安加油”的歌曲展示及网友互动专区，组织上线了《用爱祈祷》、《要你坚强》等百余首抗震救灾歌曲，全部供人们免费收听和下载，通过“咪咕音乐”传递爱的信念，向灾区人民表达慰问和祝福。无论过去，今天还是以后，音乐基地的一切产品和业务活动都将以人民群众的需要为基本出发点，坚持以人为本、以用户为中心，切实提升用户体验，致力于更好地满足广大人民群众日益增长的文化生活需要。

建立健全现代文化市场体系

要完善文化管理体制，建立健全现代文化市场体系，构建现代公共文化服务体系，就是要将能推向市场，该推向市场的，交由市场来决定；在为人民服务的同时，优化文化市场体系结构。在中国移动互联网进入大众化时代，中国数字音乐产业迈进产业发展的“黄金机遇期”的同时，一系列新的挑战随之而来：一是盗版问题，二是收费模式问题，三是内容管控问题。无线音乐基地携手整个产业，创造性的解决这一系列困扰行业发展的的问题，使传统的音乐产品形式、展示方式和消费市场得以极大的扩展，促使新旧媒体融合创造出新的产业类型和盈利模式。与上游音乐内容提供商合作，推动音乐产业知识产权和内容管控问题的解决；通过手机话费收费模式，解决了困扰数字音乐行业的内容收费问题，打通了产业的商业模式链条。这种行之有效的商业模式，构筑起了“上游（唱片公司）——核心平台（无线音乐基地中央音乐平台）——下游（用户）”的无线音乐产品格局，使音乐内容企业与中下游企业之间紧密合作，建立起数字音乐完整的产业链，推动数字音乐的健康持续发展。而音乐基地居于这个生态系统的中心地位，对整个产业的繁荣发展发挥着引擎作用。

音乐基地作为通信、音乐、互联网三个

行业的跨界者，打造了基于版权运营、业务拓展和前向收费三大核心能力；但音乐基地不能够满足于仅仅作为一个提供基础能力的“平台型”基地而存在，而是要全面向“服务型”实体产业基地转型，并以此带动整个行业生态圈良性发展。在此战略定位下，一是要全面对接国家各大音乐产业基地，优化配置资源，共享行业发展成果，力争形成优势互补、互通有无、齐头并进、百花齐放的良性发展局面，助力提升各大音乐产业基地的知名度和影响力；二是以创新性的音乐文化体验形态为基础，以适宜的软硬环境为支撑，开辟产业、文化、消费相结合的发展路径，拓展复制、跨界、产业链延伸等扩展类业务，形成对外的强大影响力和辐射力，努力探索数字音乐的多元化发展道路，服务于全国数字音乐产业生态圈；三是全面融入国家音乐产业基地的规划和建设，培育音乐产业的特色品牌，以龙头效应拉动基地业态的良性发展，促进整个产业结构的战略转型，推动经济增长向依靠具有比较优势的绿色环保产业的新进式转轨或升级。

提高文化开放水平

十八届三中全会是个里程碑，提出了文化发展新目标和方向。随着我国综合国力和影响力的日益提升，中华文化越来越显示出其深厚文化底蕴和独特魅力，具体到音乐文化产业来说，那些建立在中华民族艺术特色基础上并能达到世界一流艺术水准和表演水平的文艺作品，代表着中华文化的核心和精髓，构成核心价值体系的正是那些能够真正征服人心并赢得市场欢迎的作品。作为四川省文化旗舰企业，无线音乐基地承担着推动中华文化走出去的责任和使命，今后要以更强的实力和更多的努力，为中华文化走向世界的系统工程添砖加瓦。

作为中国音乐文化发展的前沿阵地和四川省外事参观基地，无线音乐基地将建立优质内容互通桥梁，加速国际合作进程，向海外输出优秀音乐产品，探索“华语音乐走出去”的新模式。

2013 年 6 月，基地与印尼第二大电信运营商 XL Axiata 开展合作，使印尼 XL Axiata 用户能便捷获取高品质的华语正版歌曲。通过联系环球、华纳、索尼等全球知名的海外唱片公司、版权机构及海外音乐人，择优引入，加强独占和首发优质内容的引入，实现全球范围内的数字音乐资源共享。ISRC 在我国音像出版界实施并在亿万盒音像版物上印刷，这是我国音像事业走向世界的标志。为此，无线音乐基地将积极开展国际合作，推动中华文化和华语歌曲走出去：一是与跨国电信运营商沃达丰、沙特、印尼等十余家通信运营商达成合作意向，通过业务交流和合作项目渗透海外市场；二是通过中国移动的巴基斯坦海外分公司、中国移动香港公司，将 280 万海量内容资源，向海外大网用户进行传播；三是通过与华为、中兴等国际知名设备商合作，借助其在海外市场的平台建设优势和当地运营经验，开展内容代理与转售、业务设计与分发、音乐能力输出，推动华语音乐国际化；四是积极参与国际数字音乐领域的行业交流活动，倡导世界文化交流与融合，提升影响力，提高管理能力，努力寻求音乐行业全球话语权。

三中全会公报中有关文化建设的重要论述，为无线音乐基地的未来发展指明了前进的方向，这对于蓬勃发展的数字音乐产业来讲，无疑增添了发展环境利好和强有力的政策支撑，也更加坚定了无线音乐基地锐意进取、开拓创新、服务民众的信心和决心。对业界来说，如何借助政策东风，积极调整战略思路，扩大生产与消费将成为一道更为迫切、更为实际的工作。无线音乐基地将在关于文化建设指导思想的引领下，在相关部门统筹指导下，加快培育和发展以新一代移动通信为代表的战略性新兴产业，发挥创新精神，以更加开放的心态和思维，不断更新技术手段，完善内容传播渠道，创新运营服务方式，促进文化创意产业结构调整、产业升级、发展方式转变和新媒体发展，实现国内音乐产业的规模化、快速化、健康化发展，为繁荣文化事业和促进信息消费、满足人民群众文化生活需要做出新的更大贡献。