

## 如意集团荣登2017年服务型制造示范企业名单

# 由制造到服务、品牌的华丽蝶变

本报通讯员 李云鹏 本报记者 于伟

日前,国家工信部对拟入选2017年服务型制造示范企业(项目、平台)名单进行公示,山东如意科技集团有限公司成功入选。

作为一个全球化的科技创新型纺织服装产业集团,如意通过整合全球资源,利用信息化、智能化的手段,打造的服务型制造模式,为如意供应链的整合提供了重要的支撑。预计如意未来五年销售收入将会以20%以上的速度递增,真正实现由制造向服务、向品牌的转变。

### 聚焦设计服务 全产业链集成设计创新

个性化定制服务成为趋势,个性化需求也越来越凸显供应链的重要性。如意以集成化设计为主线,原料—纱线—面料—服装—品牌于一体的集成设计模式,改变了纺织服装产业的设计格局。

信息化、智能化系统的应用,也为个性化服务提供了重要的底层支撑。如意与清华大学美术学院、东华大学、江南大学等学校合作,通过建设纱线库、色彩趋势库、染色库、面料库、人体大数据库、服装版型库等纺织知识库,以及虚拟仿真、图形处理、三维量体、人机交互技术的应用,虚拟设计与现实结合,打造设计师流水线,设计不再只为产品服务,更为下游和用户服务。

2013年以来,如意针对终端战略合作伙伴开展以设计服务为引领的销售策略,以西班牙百货、玛莎百货为例,如意为其提供了基于供应链的全方位设计服务,为两家公司提供了12个系列服装设计方案、300款面料配套措施以及多种原料的使用方式,完成了服装直接配送到柜台的物流配送解决方案,减少了用户库存,提高了快速反应能力。设

计服务策略的采用,使个性化定制产品销售量每年翻番,实现了双方的共赢。

### 主推智能制造 订单进度客户实时可查

从顾客需求开始,到接受产品订单、采购原材料、共同进行产品设计、生产、配送,如意在产业链协同制造模式下,整个环节都通过互联网联接起来并进行实时追踪。在单机设备中,通过信息化技术提升控制水平,再利用互联网、大数据和各种集成技术,把设备数据上传到管理系统,同时连通生产车间数据,实现车间、用户等各个环节数据的快速传送,实现由生产加工到服务制造的转变。

客户订单信息通过全球在线营销服务系统采集,制造体系可以根据需求,通过服装一体化系统及数字化纱线系统,迅速仿真出服装、面料、纱线效果,进一步分析出包括纱线构成、原料选择、颜色选择、染化料用量等解决方案,核算出不同方案制造成本。

在生产制造过程中,通过智能化的软硬件载体,使得产品信息、生产进度、生产工艺等信息能够被及时追踪,客户可及时查看订单情况。制造过程采用智能化染色、粗细络



如意科技时尚中心一楼展厅。

联、单锭检测、数码印花、智慧吊挂等智能装备,员工骑着电动车手持IPAD穿梭于生产线,监控整个加工过程,成品经检验合格后配送至客户手中。

这些功能的实现,基于如意近三年投资了200亿元,在全产业链进行的智能化布局。

### 创新敏捷供应 多种类物流可快速分发

物流供应方面,如意成立了专业的供应链管理,在各产业园区内部建立了大型原料仓库,供应商可免费使用,或供应商自建仓库(距离不超过1km),根据生产需求采取领料卡登记制度,按月度领用消耗进行核算及财务结算。

同时,允许仓库对周围其他企业提供原料供应,一方面加速了物料周转速度,实现企

业零库存的管理;另一方面,供应仓库同时可作为供货企业营销分中心,针对区域市场展开营销服务,扩大了供应企业的营销范围。

运输方面,通过物流外包,将物流信息集合公司的信息化系统里面,当产品的出库信息传达到仓库时,跟随出口单会生成一个对应的物流信息,其中包括了出库产品编号、数量、收货方、运单号、预计到货时间等,通过微信、短信、邮件等方式传递给接受人,各方对运输状态能够及时监控。

其次,如意有着大量的国际国内贸易往来,单纯的物流外包服务跟不上业务发展需求,于是在国际成立多个物流联盟,物流方提供区域的货物进出口清关、仓储和物流服务。

### 服务型制造显成效 未来五年增长可期

如今,如意的服务型制造转型,取得了较好的成效,整体开发周期提升了50%以上;产品品质得到提升,高端纺织品市场占有率达到23%;成本降低,纺纱劳动用工由原来的万锭200人减少到15人,达到国际领先水平。

同时,还实现了快速反应,面料服装一体化产品交期由原来的60天减少到面料定制7天+服装定制7天,形成了国内唯一一家从原料—纱线—面料—服装全产业链个性化定制的模式;经济效益明显,在服务型制造转型初期,如意年销售收入以10%的速度递增,随着服务型制造模式的不断完善,预计未来五年销售收入将会以20%以上的速度递增。

## 美猴集团原创动画片再获大奖

### 用现代科技和文化创意,演绎传统文化的魅力

本报见习记者 王博文

“用现代科技演绎传统文化,让全世界倾听中国的声音。”山东美猴文化创意集团董事长陈洪庆说,美猴集团一直依托现代科技,通过极具东方意蕴的动漫表现方式,让中华传统文化跃于银幕之上,鲜活地展示在大众面前。通过讲好中国故事,不仅让传统故事在国内普及,更是让文化走出国门,如今美猴集团已涉足文化产业的多个领域,让文化创意“航母”远航。



美猴集团的原创动漫作品。

### 中国传统故事走俏海外市场

近日,在2017年“弘扬社会主义核心价值观 共筑中国梦”主题原创网络视听节目征集活动暨第四届山东省原创网络视听节目大赛上,山东美猴文化创意集团创作的原创新动画片《始祖的足迹》和《凿壁偷光——匡衡的传说》再次获奖,这是继三次获得山东省文艺界最高奖“泰山文艺奖”后的又一重量级大奖。

“我们的动漫作品取材于始祖文化故事和经典榜样故事,将中华传统文化通过动漫的方式

### 用文化创意破解难题

目前,带着自己的作品,美猴集团已经走访过了美国、加拿大、意大利、法国、日本、韩国等众多国家。“记得有一次在美国,一位华人老太太紧紧抓住我的手,非常激动。”陈洪庆回忆说,在有生之年能够看到来自家乡的文化传到美国,这位华人老太太心里十分高兴。“我亲身感受到了美国华人对于中国传统文化的渴望,可能对于他们来说,看到我们的作品,就感受到了自己的家乡。”

展现在观众面前。”陈洪庆说,本次参赛的作品众多,能在众多参赛作品中脱颖而出,就是因为作品坚守了中华文化的立场,传承了中华文化的基因。

如今,美猴集团紧紧围绕儒家文化先后制作的传统文化题材原创新动画片已经累计超过了1000分钟。像《<论语>名句故事》、《孟母教子》、《女婿、伏羲的传说》等一系列的优秀中华传统故事在美猴集团的创作之下,通过极具东方意蕴的动漫表现形式,活灵活现的展现在大众的视

陈洪庆说。

1996年,美猴集团从一个小小的广告装饰公司,发展到现在包罗万象的文化创意“航母”,期间也曾遇到无数的困难。“当时在济宁高新区管委会的扶持下,我们渡过了难关,坚持艺术创作。”陈洪庆告诉记者,做第一部动画片时曾遇到了很大的困难,正是因为高新区对文化产业的重视,才让美猴集团突破一个又一个的难关,不断发展壮大。

野下。

同时,美猴动漫还走出国门,用作品与西方文化擦出耀眼的火花。今年9月13日-26日之间,美猴集团前往意大利、法国开展文化贸易促进活动,期间参加了意大利米兰国际消费品及礼品展、孔子家乡山东文化贸易米兰推介会、巴黎推介会等活动,展示了美猴集团原创动漫作品,并且受到一致好评,让素有欧洲文化艺术之都之称的米兰、巴黎与孔孟之乡来了一次完美的邂逅。

如今的美猴集团,不仅打造了取材儒家文化的传统文化题材原创新动画片,还利用闲置的旧厂房建起了自己的民营博物馆,通过对艺术的独到见解,做出的整体厨房也充满艺术气息。

正是因为对传统艺术的不断追求,陈洪庆带领美猴集团一步一个脚印,紧紧围绕“弘扬传统文化,秉承中华艺术,彰显现代科技,融入当代生活”的企业愿景,走出一条“用现代科技演绎传统文化”的康庄大道。