

如意三天三夜的头脑风暴,到底捞出啥干货?

如意:推动“制造”向“智造”转变

本报记者 马辉

新年伊始,山东如意集团上千管理人员“闭门修炼”三天,大家纷纷围绕“传统纺织企业如何拥抱互联网”这一新锐话题,在创新思维的激荡碰撞中梳理现实,各抒己见。如意纺、国家纺纱工程技术中心、布局一带一路等殊荣都已过去。未来,如意集团也将通过信息化与工业化深度融合推动企业技术创新,全面推进“互联网+智能制造+个性化定制”公司十三五战略规划的实施,促进企业市场创新、管理创新、商业模式创新,推动“如意制造”向“如意智造”、“如意创造”转变。

头脑风暴,颠覆传统生产方式

开年之际,在山东如意集团的总部驻地济宁高新区,为期三天的集团创新大会火热开场,来自全球各地近千名中高层管理人员汇集一堂,他们集思广益,在创新思维的激荡碰撞中梳理现实,他们群策群力,以智慧去勾勒未来如意的完美画卷。

“每天从早晨开到晚上,直到晚上11点多,大家都感觉很有激情,没人愿意早离开。”山东如意集团宣传部部长李云鹏说。当然,这不是看电影,整个会议利用十几个小时的时间,播放央视推出的大型纪录片《互联网时代》和《品牌的奥秘》,让参会人员深刻领会互联网时代在政治、经济、文化等众多领域带来的深刻变化,理清企业在转型升级、跨越发展中的优势与不足。

“颠覆!”对于如意股份公司首席面料设计师王彦兰来说,这种颠覆是彻底的,智能化的手段颠覆了生产方式,互联网的发展模糊了时间和空间的距离。信息化、数字化的手段,让我们的工作

效率成倍甚至成十多倍的提升,未来这种互联网思维和创新意识还将体现到更多的细节上。

“互联网给了如意这一传统纺织企业又一个全新平台,互联互通,对于全球化视野的如意来说,会提供更多的红利。”如意数码印染进出口公司电商经理刘文臣说,如意印染花布此前大量销售到非洲,随着传统大染坊被数码印染的逐步替代,高端、定制、新潮的数码印刷品,堪比LV等奢侈品牌的产品,能对接到欧洲的高端市场,更多订单的获取,也要依靠互联网来实现,这对于未来的如意来讲,拥抱好互联网,就等同抓住了高端市场。

“智能化、数字化的全面应用,将在未来转换成强大的核心竞争力。”汶上如意技术有限公司总设计师张红梅也感受到前所未有的思维冲击,她说,企业怎样用好新生的工具,解决好现有的问题,这是实现“科技如意、高端如意、品牌如意、国际如意”的关键所在。



新常态下的转型创新已成为如意发展的重心。本报记者 张晓科 摄

拥抱互联网,市场脚步更轻盈

作为纺织服装企业,如意集团属于典型的传统行业,当走上了科技创新、高端定位的大道,传统的他们在拥抱互联网后,开始变得脚步轻盈。这种变化,呈现在如意集团上下的各个层面。

在位于金宇路的新贵和,如意旗下劳尔卡迪尼的定制服装展厅内,一位顾客正在通过苹果平板电脑定制自己心仪的西装。在这一平板电脑的专业APP上,可以随意选择面料、分叉、前后扣、口袋等十多个细节。“这是真正的私人订制。”如意毛纺集团策划中心经理牛家珍告诉记者,通过这一APP,可以满足不同人群的穿衣需求,还可以通过APP了解整个西装

的制作进度,更加彰显如意的个性化服务。

“原来出差拜访客户的时候,都是要标配一个28寸的大箱子,现在外出,人手一个的平板电脑就能解决全部问题。”牛家珍一边演示一边向记者说,很多的产品都可以通过图片直观地展现在客户面前,省了很多的时间和成本。

这样的变化王彦兰也感同身受。她说,例如西班牙百货这一客户,以往都要飞十几个小时来工业园考察订货,后来改为国际快递的方式,一次邮递200多种面料供他们选择,等回复过来,一个月时间就过去了。在互联网时代,提前输入各种标准色,只需通过仿真系统转

换出仿真图案传输过去,当天就可以确定货品的品类,变得格外便捷。

不仅是成品,作为如意销量颇大的纱线,直接面对的是Zara、优衣库等国际知名休闲品牌,要想博得这种快时尚、大众化公司的青睐,总是要及时捕捉一线时尚元素。张红梅说,原来的时候,要派出很多信息员去汇集信息,成本极高,效率却不高,现在借助互联网的极大张力,可以更有效、及时、全面地汇集这些时尚信息,服务于产品的开发,从而赢得更多客户。

纺织服装的原料——棉花,如意也通过互联网做起了大文章。“借助互联网平台,实现了棉花的大宗交易,也推动

了棉花品牌的建设。”如意物产集团副总经理张伟就给记者讲了这样一个故事:去年8月份,他们在新疆收购了10万吨棉花,这些棉花足足够10万锭工厂使用10年。眼看就要到10月份的棉花收获期,于是,如意借助大数据服务,联动其他5家合作伙伴,只用了短短1个半月就把棉花卖光了。

“互联网是开放的,讲求共赢的,同样也可以让资源利用最大化。”张伟说,同样借助互联网,如意的每一袋棉花都实现了可追溯,在哪里产的,什么级别,都可以一目了然,这就是如意棉花品牌得以在行业内叫响的关键。“如今,如意棉花的交易量能占到全国1/20还要多。”

山东省科技金融常态化路演中心落户济宁高新区

5家制造企业登台寻融资

本报济宁1月12日讯(记者 高雯 通讯员 杨琳) 7日,山东省科技金融常态化区域路演中心揭牌落户济宁国家高新区,5家加工制造业企业带着优秀的项目参与首期路演,展示产品、对话专家,分享转型经验,寻求融资和发展建议。

当日上午,在济宁高新区资本中心,5家企业在这里进行首期路演。与以往多是创新创业型企业不同,这次参与路演的企业都是加工制造业,除了投资机构,现场吸引了很多寻求合作和借鉴经验的传统加工制造企业同行。

“我们之前是做建筑类设备销售的,在设备维护中发现很多工人不懂得人机对话,致使生产效率低。我们决定转型做数字化建筑设备的研发,利用大数据平台将加工数据通过网络传送,能

节省一半的人工,生产效率比人工提高10倍以上。”在路演中,山东连环钢筋加工装备有限公司董事长秘书田波说,虽然整体加工制造行业低迷,但研发出的好产品、技术含量高的设备,永远不缺市场。他们的产品广泛应用于高铁地铁、高速公路、水利电站等领域。

“济宁很多传统的加工制造业企业没有自己的研发中心,只是在做传统的机械的代加工,在如今加工制造业的‘大浪淘沙’期,这类上游没有研发中心、下游没有销售市场的加工制造企业会面临着被淘汰。”山东天工机电设备有限公司监事张潜说,原本做矿用设备的他们吸纳高分子材料技术人才,提前5年就着手转型研发填海造地的耐腐蚀管道,现在市场前景广阔。

第一次参与路演的张潜

说,限制企业科技转型的难题在于融资,路演中心给他们提供了对话投资机构、寻求融资的好机会,不用再跑全国各地寻求合作。

济宁市惠达投资公司相关负责人说,这次参与路演的企

业,都是走出传统加工制造领域的领先企业。研发提高生产效率、提高利用率的新产品,是传统的加工制造企业增加自身核心竞争力的必经之路,也是寻求融资、吸引投资人的亮点。

本报记者 高雯

致力转型创新

制造欲变智造

日前,国家级工业设计中心落户如意,围绕“互联网+”工业转型模式,如意集团工业设计中心加大了对信息化、智能化和自动化方面的科研投入,投资5亿元建设“互联网+智能制造+个性化定制”纺织服装发展模式,高标准启动超仿真纺织面料设计系统、数字化服装设计与展示系统、三维立体人体测量系统、德国SedoTreepoint数字印染工艺管理系统、产品生命周期管理系统(PLM)等系统,全面启动公司两化融合建设和信息化系统升级换代,实现信息化和智能制造,从而提升企业工业设计的硬件和软件基础,打造全新模式如意工业设计中心,成为山东省信息技术产业基地落户济宁后,全市信息产业蓬勃发展的一支生力军。

“新常态下的转型创新已成为企业发展的重心,企业在经济下滑的形势下实现逆势成长。”如意集团董事长邱亚夫表示,推进智能转变的同时,时刻把握国际发展态势,顺应国家发展方向,围绕“一带一路”国际产业布局,集团先后在宁夏、新疆、巴基斯坦等地投资布局,随着各地项目的陆续建成、投产达产,形成了竞争的新优势,为企业带来了良好的经济、政治和社会效益,国际化经营实现突破提升。

邱亚夫表示,今后如意集团也将通过信息化与工业化深度融合推动企业技术创新,全面推进“互联网+智能制造+个性化定制”公司十三五战略规划的实施,促进企业市场创新、管理创新、商业模式创新,推动“如意制造”向“如意智造”、“如意创造”转变,实现集团的跨越发展。

相关链接

装配机器人项目 投资人颇感兴趣

在路演中,济宁齐力机电设备有限公司带来的自动化焊割机器人、装配机器人项目吸引了很多投资人关注。

“智能机械装备的研发和生产是当下加工制造业发展的大趋势。”济宁齐力机电设备有限公司管理部部长王鹏说,提高产品高科技含量、加快设备更新换代,是当下传统加工制造企业的转型方向,他们与上海交大建立产学研合作关系,研发各类智能机器人,实现智能切割机企业的转型提升。

“市场已经大而全,如何能在细分领域里深耕细作是考验加工制造企业的根本。”山东乐得士软木科技有限公司总经理刘宝宣说,他们主做的可再生栓皮栎树皮绿色生态建材,软木类地板产品填补了山东省内空白,软木砖产品填补了国内行业空白。

刘宝宣认为,开辟新领域与研发新产品同理都是在自己的细分市场里做精细,传统制造业企业抓住智能化、产业化发展的潮流,做出有自身核心竞争力的产品,具有不可替代性才会不被市场淘汰。

本报记者 高雯



公司负责人推荐自己的项目。本报记者 张晓科 摄

说,限制企业科技转型的难题在于融资,路演中心给他们提供了对话投资机构、寻求融资的好机会,不用再跑全国各地寻求合作。

济宁市惠达投资公司相关负责人说,这次参与路演的企