

# 科技赋能助推企业高质量发展

## 大众报业集团融媒体采访团再探淄博高精尖企业

### 采访亮点

#### 拥抱氢能时代

## 四大支柱产业 擎起发展新版图

8月26日下午,大众报业集团融媒体采访团的记者,来到了东岳集团位于桓台的东岳未来氢能技术示范中心。在这里,记者仿佛进入一个未来王国,氢动力汽车、轮船、火车加足了马力,氢能小镇里天蓝风淡、空气清新……

为加快实现氢燃料电池膜产业化和市场化应用,2017年12月,东岳集团正式创建山东东岳未来氢能材料有限公司,致力于建成全球领先的高性能燃料电池膜及关键材料供应商。

“氢能产业的发展契合东岳集团产业链的发展方向,是最能体现科研高度和东岳科研价值的好领域,是我们最终的选择。”东岳集团董事长张建宏表示。东岳未来氢能公司的东岳氢能研发中心、第五代燃料电池膜生产线都将在今年陆续投入运行,氢能公司燃料电池膜生产线的配套原材料生产基地已于今年6月18日成功投产,这是东岳在氢能关键材料领域争夺世界制高点的开创性工程。

接下来,东岳集团将不负期望和信任,发挥全产业链和规模、科技、技术优势,把项目做实、把科研做实、把管理做实,并加快上海科创板IPO进程,创造科技+资本全新发展模式,迎接和拥抱氢能时代。

记者了解到,今年上半年,在新冠肺炎疫情突如其来、东岳集团前进的脚步仍然铿锵有力,每一步都足以载入企业的发展史册。3月12日,东岳集团分拆子公司——山东东岳有机硅材料股份有限公司(简称:东岳硅材)在深交所“云上市”,山东新年第一股就此诞生。4月18日,东岳硅材年产30万吨有机硅项目开工暨园区项目建设推进誓师大会举行,未来18个月里,投资29.8亿元的东岳硅材30万吨有机硅单体及20万吨深加工项目将建设竣工。6月9日,东岳未来氢能材料有限公司举行股权增资签约仪式,与5家投资公司代表签约,签约增资金额3亿元。

至此,一直被认为是氟硅材料龙头企业的东岳集团,进入了产业链进一步丰富完备的全新发展时期,氟、硅、膜、氢四大支柱产业擎起了东岳产业新版图。



8月26日下午,东岳未来氢能技术示范中心展示的氢能发动机。



8月26日下午,山东省最大的牛仔服装生产企业海思堡集团智能生产车间内,一名工人用激光在牛仔裤上雕刻纹饰。



8月26日下午,东岳未来氢能技术示范中心展示的赛车模型。

## “互联网+牛仔制造”思维 打造百亿级智能制造平台

8月26日下午,在位于桓台县的海思堡集团,大众报业集团融媒体采访团的记者注意到一个很小的细节,车间里的每一件牛仔裤都带着一个卡片。原来,这个卡片里存储着定制者对款式、花样等的要求,只要扫一下卡片,怎么制作这件牛仔裤就一目了然。

记者了解到,这是一个牛仔个性化定制全工艺流程智能生产车间,每件衣服自主下单,智能排版、自动裁剪,每个款式由1000件起订变为1件起订,生产工期由过去的30天缩短到7天,生产效率比传统制造提高200%,设计成本、材料库存分别下降60%,实现了牛仔服装标准化、精细化、柔性化生产。

海思堡集团是山东省最大的牛仔服装生产企业。同很多传统服装企业一样,过去海思堡以大订单量的外贸服装加工为主,2014年随着国外订单开始往东南亚国家转移,公司订单迅速减少,生产成本陡增,库存明显积压,利润也随之出现下滑。就此,海思堡开始考虑自身转型升级问题,紧紧抓住国内“私人定制”消费市场潜力巨大商机,积极引入新理念、新技术等,采取“互联网+牛仔制造”思维,积极建设ASPOP服装工业互联网平台,实现由传统服装订单式生产向现代标准化、精细化、柔性化、定制化生产转变,成为全国首家全工艺流程实现智能制

造的服装企业,走出了一条中小企业高质量发展的成功之路。

面对不断变化的市场需求,实现网络协同制造、建设产业平台,正是海思堡持续探索的方向。通过一系列技术引进创新,海思堡牢牢掌握了工业4.0服装制造技术和版型库、工艺库、款式库等工业大数据。在此基础上,海思堡依托ASPOP服装工业互联网平台,整合市场、创新要素等资源,利用互联网技术,汇聚企业、高校、科研院所等各方力量,构建以企业为主体、产学研结合的协同网络,让中小微服装企业从单打独斗走向众创、共创、广域协同,资源整合从产业链整合走向跨行业、跨界融合互补,着力构建牛仔服装行业中小微企业协同创新、融通发展的新格局。创新实行共享设计师模式,与来自北京、上海、郑州等国内城市的20余名服装设计师进行签约,通过海思堡下单平台,设计师可以随时上传自己的作品,客户每购买一件产品设计师可以提成50元。下一步,海思堡将横向联合100家制造能力在50万件至200万件的中型服装企业,并将服装智能制造技术输出给200家服装企业,合作共享工业4.0牛仔服装制造技术、工业大数据平台及设计师平台,面向市场提供个性化定制服务,打造百亿级智能制造平台。

## 个性定制产品拓展国内市场 传统行业 搭上大数据快车

8月26日下午,大众报业集团融媒体采访团的记者,来到了淄博宝恩集团位于桓台的宝恩家具展厅。琳琅满目、风格各异的真皮沙发和床,让人应接不暇。记者坐在了有一款360°旋转的沙发上,全身立刻放松下来,舒适度极高。

宝恩集团董事长张继国介绍,宝恩家具采用宝恩皮革为真皮原料,并融入人体工学原理,开发设计集休闲、保健、时尚于一体的新型智能功能性家具,使宝恩家具庄重典雅又具时尚功能。2005年,宝恩沙发成为美国白宫特选产品,美国十大家具品牌中有六家是宝恩家具采购商。

今年,面对突如其来的疫情,宝恩集团也在探索新的营销模式,他们把与消费者联系的方式搬到了网上,开始进行网络直播,搭上了大数据的快车。“我们的家具都设置为功能性家具,比如这款床,床头是可以拆卸的,消费者也可以根据自己的喜好参与家具的设计,就像搭积木一样,对床头、床板等进行选择,自己搭配样式。”

淄博宝恩集团是中国皮革行业龙头企业,集制革与皮革制品研发生产于一体,是中国制革专业委员会主席单位、中国皮革协会副理事长单位,是国家工信部首批通过的两化融合贯标单位。张继国介绍,在政府的具体指导下,公司积极应对贸易战和疫情带来的影响,在新产品研发、市场拓展及新营销方面做了大量工作,并取得不错的效果。新研发的宝恩皮革风格鲜明、手感优良、性能卓越,已成为国际市场高档皮革代名词,在美国国际家具市场叫响“淄博皮”;宝恩集团是国内国际诸多高端家具品牌的指定供应商。

另外,宝恩集团是COACH(驰脱)、MK、CK、TB等世界知名奢侈品牌的主要皮革供应商。宝恩集团利用优质皮革资源,建立自主品牌“德幸尼”,设计生产的真皮包袋均为纯手工制作,集时尚与功能于一体,并通过高端定制化业务,进一步凸显品牌调性。

目前,公司正积极转变业务模式,由原来以国际市场业务为主,转变为国内外市场拓展同步推进、国内国际双循环的发展模式,组建新营销中心,通过全员营销、全网销售、直播带货、线上线下(体验)相融合等方式,以品牌营销代替传统营销,积极拓展国内市场,有效提升了品牌影响力和市场份额。



8月26日下午,中国皮革行业头部企业——淄博宝恩集团展厅内,记者们正在采访宝恩集团董事长张继国。