

## 航天云网：把好钢用在刀刃上

航天科工集团创建了中国首个工业互联网平台——航天云网，致力于打造“创新与创业相结合、线上与线下相结合、制造与服务相结合的”新业务，为企业提供全网营销、供应链管理、智能制造解决方案、工业大数据和双创等全要素服务。

航天云网是以云制造服务为核心，以资源共享、能力协同为目标的“互联网+智能制造”产业化创新服务平台。截止目前云端注册企业已经突破 268 万户，分布全球 202 个国家和地区，发布协作与采购需求金额达 5763 亿元，平台成交金额 3000 亿元；国际云平台成交达 10 亿美元；有 92 万台设备接入云平台，36 万台设备在线。该平台以工业互联网的模式，利用航天科工军工制造等优势，为纺织、汽车、轻工等多个领域制造业企业提供“互联网+智能制造”产业化创新服务，加快产业转型。

通俗地说，航天云网就像一个工业产品的“淘宝”，不过和淘宝是相反的；淘宝是店家有什么，客户就去搜什么，最后完成交易；而航天云网却是用户需要什么，就在平台发布相应的需求信息，让更多企业接收任务，去竞标，最后签约完成交易。云网的用户可以更直观地比较多家企业的核心技术、企业规模、产品质量、生产效率、售后服务等。

航天科工 203 所三室作为时频产品研制的核心部门，是航天云网平台的首批试用者，已在此平台发布了多条有关时频产品的需求信息，并在第一时间受到了多家企业的关注，经过三室对各家企业的调研签约，最终经过任务接收和竞标等流程，完成了签约。在三室对云网平台的使用过程中，不仅为时频产品开发人员提供了更广阔的设计思路，而且提高了时频产品的性能，缩短了研制周期，带来了更大的效益。

云网平台不仅注册新用户简单，操作方便直接，界面设计美观，工业数据库盈千万，而且任务发布具有透明性、广泛性。在未来发展的趋势下，云网能够在有限资源内充分利用信息化和互联网的优势，一方面使招标企业找到优质廉价的产品和服务，另一方面使优质的投标企业脱颖而出，拿到更多的订单。此平台做到了军民融合，有利地促进了产品国产化，有效地提高了产品质量和和生产效率，从而提升了企业竞争力，创新了用户体验，真正做到了“把好钢用在刀刃上”。(赵航)

## 茅台保健酒业公司与东营圈里圈外公司商谈合作细节

近日，茅台保健酒业公司党委书记、董事长王开馥，党委副书记、副董事长、总经理赵富刚在临用基地(黔醇酒业)办公室与东营圈里圈外国际贸易有限公司李忠国就如何进一步深入合作事宜进行座谈，并交换合作细节有关的意见和建议。总经理助理程秋，两办主任周俊，销售公司工作人员参加座谈。

王开馥表示，去年保健酒业公司携手东营圈里圈外国际贸易有限公司联袂推出多场茅台不老酒新品推广活动，取得极大反响与赞誉，今年 3 月，又在北京落成了首家茅台不老酒文化中心，得到了集团公司的肯定和业界人士的关注，对保健酒业公司、茅台不老酒知名度和美誉度的提升发挥了重要作用，表明双方的合作是正确的，是很有前景的，下一步要深入交流，密切配合，丰富推广内容，尽快把茅台不老酒推向全国市场。(黎正勋)

持物业的会所、商业、公建等设施，改造或配建老年活动中心、社区诊所、托老所等社区服务项目，同时将选择二三线城市郊区，合作开发高端综合医养社区，建设医疗机构、公寓、中式合院等。

在布局养老地产的同时，2018 年 11 月 2 日，该集团召开财务共享服务中心咨询项目启动会，标志着山东能源集团财务共享、协同发展迈出一大步。

山东能源集团此次建设的共享财务服务中心，是通过集中提供财务基础服务方式，在各单位共享财务软件基础上实施五个统一，即统一会计科目，统一信息系统，统一共享财务审批流程，统一财务核算标准，统一数据标准(报表编制方法)，确保财务核算的标准化、流程化操作，并在税务、资金、财务收据等方面实现资源共享，提高财务部门工作效率和工作质量，节约人工成本。

同时，山东能源集团持续放大协同效应，今年正式签约增资控股枣庄银行，实现实质性控制；成立财务公司、创投投资公司，参股 5 家商业银行、1 家证券公司，控股地方商业银行取得重大进展；拓展融资租赁业务，实现实体经济与金融产业联动协同。

山东能源集团实行营销、供应、资金“三统一”管理，将省内煤炭全部纳入统销范围，形成分层级、清单化物资集中采购格局，可归集资金集中度达到 63.98%。7 年来，山东能源集团累计实现营销增收 168 亿元、降本挖潜 210 亿元、财务创效 90 亿元，资产效能大幅提升，争取政策支持及财政补助 80 亿元。

(弋永杰 曹士刚 陈海燕)



融合科技创新成果，努力为消费者提供好品质的鞋品，让消费者穿着放心、舒心、开心；同时，我们通过引领风尚的设计，努力满足消费者时尚和个性化需求；当然，我们也会依靠现代化信息手段和技术，提高服务意识和水平，更好地服务消费者。”

据了解，三十年来，日泰品牌一直站在时尚品牌前沿，收获了许多鞋品品牌权威大奖，傲立中国鞋市场，深受消费者喜爱。

“日泰皮鞋，不一般我喜欢！”至今，这句真情意切的话语流传在大卖场、鞋超市、百货商店，以及街头巷尾，也留在了消费者的心中。

“消费者对日泰皮鞋赞不绝口，不离不弃，这是对‘日泰’品牌的爱，也是对我们创业的一种鼓励，未来，我们将励精图治，好好做鞋，做时尚的鞋，做百年日泰，让日泰皮鞋惠及更多的消费者。”金哲敏如是说。

三十年耕耘市场，三十年傲立市场，日泰品牌真的“不一般，我喜欢！”



●1954 陶瓷文化创意园成为工业旅游新亮点。



●领尚琉璃坊的一组(八骏马图)吸引着市民。

正凸显“乘法效应”。

阳春四月，春暖花开。伴随着外出踏青游人的增多，各地景点逐渐火爆起来。位于淄川区龙泉镇的中华琉璃文化创意园也迎来了熙熙攘攘的人群，成了热门旅游景点。令许多人意想不到的是，该企业竟然是世界规模最大的手工热塑琉璃生产基地，年产各类琉璃艺术品 120 余万件，产品远销美、英、法、意等 30 多个国家和地区，在国际市场享有盛誉。尤其是在机械化生产遍布全球的今天，他们返璞归真，反其道而行，全部产品采用纯手工制作。热塑车间古朴的八卦炉，原始而宏大的生产场景，传统而古老的操作形式，给人一种深深的震撼；大型展厅内充满历史沧桑韵味与厚重感的琉璃文物，琳琅满目的热塑工艺品、灯工料景、琉璃内画、琉璃雕刻令人目不暇接，成为一道亮丽的风景，吸引着看腻了现代都市喧哗色彩人们的眼球。

在取得巨大经济效益的同时，企业不忘对中国琉璃制作技艺的传承与保护，以文化促发展，以发展兴文化，在各级党委政府的支持下投资兴建中华琉璃文化创意园。文创园由德国著名的标恒公司策划设计，充分融合了传统、现代与古典元素，深度结合了源远流长的中华琉璃文化艺术，全面建成后将成为中国第一个高端琉璃艺术品基地和中国琉璃文化向国内外展示的前沿窗口，促进中华古老琉璃文化焕

发新的生机，大大提升淄博琉璃的品牌影响力。“中华琉璃文创园”成了当地一条特色文化旅游线路。“从开园起，我们就确定了以琉璃生产、加工和文化旅游融合发展的策略，去年，园区接待游客 6 万多人次，实现外贸销售额 2500 多万元。”中华琉璃文创园总经理陈京田介绍，为延伸产业链，该园区还建成为一个 400 多平方米的淘宝店，每天推出 30 个至 50 个库存版产品限量促销，既释放了顾客的购买力，又吸引更多人关注琉璃艺术。

新时代，新发展。如今的淄川陶琉文化发展搭上了互联网的快车，在“淄川文化云”的助推下，绽放出更加耀眼的光芒。在兆霞陶瓷生活馆，借助“淄川文化云”培训平台，每周的茶艺体验课如期举办。“我们提供茶艺师进行免费指导，既是企业品牌的推介，也解决了群众基本文化需求，是一举两得的好事。”负责人赵林绪说。

“文化事业抑或文化产业，越往纵深发展，越要突破单打独斗的模式，最大限度优化资源，形成合力。”淄川区政府副区长朱泉杰说，下一步，淄川还将推动“文化+”理念向生态农业、产业扶贫、乡村振兴等领域延伸，为实现新旧动能转换贡献更多实践经验。(闫盛霆 仇慧清)

产、技术、销售多专业协同发力，采场、市场、现场深度对接成为枣矿集团决胜市场的法宝。

“以前，生产人员不问销售，销售人员不懂生产，眼里只有自己的一亩三分地，工作不协同、目标不统一，造成了生产和市场的脱节。”枣矿集团相关负责人说。

在此基础上，枣矿集团成立了煤炭产品研发中心，先后与全国十余所知名院校、大型钢铁和焦化企业建立了煤炭产品技术交流和协作研发机制，为客户提供“定单生产”和燃料综合解决方案服务，目前精煤种类达 20 个，新产品销量占比达 25% 以上。

### 产业协作合力发展

埠村位于济南章丘区东部，距城区约 10 公里，山东能源集团建设的首家医养机构章丘区逸乐医养中心就位于此。

山东能源集团兴于煤炭，但并没有止步于煤炭，在医养产业方面同样拥有一定基础。一方面，拥有以上市公司新华医疗为代表的国内龙头医疗器械生产商，另一方面下属各大矿业集团都拥有实力雄厚的职工医院，其中枣矿中心医院是三甲医院。

大力协同发展医养健康一体化产业，山东能源集团以组建颐养健康集团为契机，加快内外部资源整合，抓好重点示范项目，扩大“颐乐”品牌影响力，形成协同发展的大健康产业格局。

在山东章丘逸乐南侧，由山东能源置业集团有限公司开发的“山能智城”已破土动工。山能置业将开展嵌入式养老服务，利用自

通、区位、管理等优势，已与枣矿集团、枣矿物产、肥城市政府以及周边企业达成合作意向，采取股份合作模式，搭建投资平台，推动项目发展，年内有望落实 2 个至 3 个项目。目前，煤炭储备项目已获得批复。

### 煤炭产销深度协同

“南方能源的客户要一船发热量在 5000 大卡以上的混煤，3311 工作面早班生产的煤炭直接装北仓……”在枣矿集团新安煤业公司早调度会上，该公司产销协同办公室主要成员、运销科科长付强详细分解当天的煤炭生产销售计划。

他们坚持市场对接煤仓，采取分仓分储的方法，把发热量在 5000 大卡以上的混煤直接装北仓，发船运；把发热量在 4800 大卡以下和 4800 大卡至 5000 大卡之间的混煤分别装东、西仓；把 1 号精煤和 2 号精煤，分别储存在两个精煤仓中，保证客户要什么煤，就能发什么货。

枣矿集团高庄煤业公司负责煤炭销售计划的温明国有一个看家宝——“数据清单”。这些 PPT 表格动态记录了重要客户的煤质要求、运输方式、销售价格、资金回收情况等。

“我们将客户划分为硫分宽松客户、一般客户和硫分苛刻客户。”温明国介绍，在工作面接续、硫分出现波动的时候，产销协同办公室及时调整策略，以高硫煤客户销售为主，多销多售，最大限度减少把高硫煤卖给硫分苛刻的客户，让好煤卖个好价钱。

这是枣矿集团推动煤炭产销深度协同的缩影。跨部门、跨专业、跨矿并联动运作，生

为驰名商标时，日泰有一篇宣传文案对“日泰”有过这样的诠释：

观日出，登泰山，拾级而上，品尘世变化，一呼一吸，一张一弛，总有白云、青松为伴。

感谢过去的日子，在阳光与风雨中，潜心经营，泰然应对多变的市场，企业取得迅速发展，从国家免检，到驰名商标，日泰迈出的每一步，都离不开社会对企业支持与信任。

据悉，日泰品牌创立之后，在市场上“冉冉升起”，逐渐成为了服务于百姓的知名品牌。

### “向日葵”图腾

21 世纪，日泰品牌风靡全国，消费者对日泰品牌好奇心倍增，什么是“日泰”？“日泰”特质是什么？“日泰”追求什么？为了让消费者深入浅出地理解“日泰”，日泰人导入的日泰品牌图腾“向日葵”。

向日葵有对太阳的热情，有对太阳的执着，日泰人把这种简单的初心嫁接到“日泰”发展的生命体系里，用发展原理想念延伸到经济学领域，展示出日泰不断向上，面朝理想，蓬勃发展的信心。

同时，向日葵代表追逐阳光，是向往光明之花，象征着健康、快乐、活力，追求积极的人生，永远有积极的心态。向日葵的花语是信念、光辉、忠诚、爱慕，向日葵代表着勇敢地去追求自己想要的幸福。

向日葵的花姿虽然没有玫瑰那么浪漫，没有百合那么纯净，但它阳光、明亮，预示着日泰人对消费者爱得坦坦荡荡，爱得不离不弃。于是，“向日葵”图腾也诠释了“日泰”的品牌内涵。

### 树百年品牌

金融风暴席卷全球后，中国鞋业市场迎来了至暗时刻，一些鞋品牌“转型升级”搞金融投资，一些鞋品牌华丽转身，脱离了鞋主业。恰恰在鞋业低迷时，日泰人提出“做制鞋专家、树百年品牌”的愿景，专注做鞋，一心一意搞日泰品牌。

日泰人做品牌的初心是“提高消费者生活质量”，为了这个初心，日泰在产品品质上下功夫，做良心鞋做放心鞋，从原材料到工艺，日泰人精益求精，使日泰品牌鞋品有了保障。对此，金哲敏称：“我们坚守工匠精神，

艺美术大师 33 人。

淄川区依托自身资源优势，采取本土培养与引进大师相结合、文化传承与时尚元素相结合、传统技艺与科技研发相结合、打造专业化平台与建设网络渠道相结合等方式，不断增强创新能力，品牌知名度不断提升。一是成为鲁青瓷的重要生产基地。鲁青瓷是中国顶级文化瓷种之一，名列世界四大青瓷，目前淄川已形成泰山、鲁青等几大著名品牌，产品先后获中国陶瓷行业名牌、山东名牌、山东省著名商标、产品质量国家免检、当代国瓷称号。二是制作工艺被定位为非物质文化遗产。“淄博陶瓷烧制技艺”被认定为第三批国家级非物质文化遗产。三是琉璃艺术制品远销海外。淄川拥有山东产量最大的手工琉璃艺术品生产企业，拥有“zhenhui-liuli”一个国外商标、“领尚”牌和“宝泉”牌国内商标，产品远销美、英、法、意等 30 多个国家和地区，在国际享有盛誉。

### 创意支撑培育产业新动能

漫步在熙熙攘攘的 1954 陶瓷文化创意园区内，陈旧红砖的老厂房、锈迹斑斑的老旧设备、不知年月的碎瓷片……60 多年的历史痕迹依稀可见。它的前身是建于 1954 年的原国有重点陶瓷企业淄博瓷厂。淄博瓷厂曾是淄博人的骄傲，更是全国陶瓷界瞩目的焦点。1982 年，淄博瓷厂生产的鲁青瓷刻瓷文具荣获德国慕尼黑第 34 届手工艺品博览会金奖。这是新中国成立以来，中国陶瓷艺术品在世界上获得的第一枚金牌。鲁青瓷还数次被作为国礼赠送给外国政要。然而上世纪 90 年代，全国陶瓷业不景气，淄博瓷厂也破产了，只剩下一片破旧的老厂房。如何让老工业企业焕发新机？在

淄川区委、区政府的大力支持下，从 2012 年起，从淄博瓷厂走出来的昆仑瓷器股份有限公司董事长任峰开始对该片区进行规划设计，专门聘请德国标恒设计、台湾简学义大师等专业设计团队现场驻扎厂区，对老工业遗存进行高起点规划布局。在大师的妙手规划下，车间成了创意陶瓷博物馆，老窑炉成了工业展厅，旧仓库成了咖啡馆……老工业废墟成了一个让人叹为观止的文化特色小镇。

据了解，1954 陶瓷文化创意园位于淄川区昆仑镇的核心区，是在 1954 年建厂的淄博瓷厂老建筑基础上，投资 7.5 亿元，秉承“修旧如旧，新旧升级”的设计理念，打造的集陶瓷加工、展示、展览、大师工作室、陶瓷培训中心、各配套服务工程为一体的陶瓷文化特色产业基地。该园区既保留有 60 多年历史的老厂房、老设备，又融入了现代的艺术设计元素。文化创意让这片象征着淄博陶瓷工业辉煌与过去的老厂区浴火重生，成为工业旅游发展的新亮点。

“光润滑青瓷，疑有天人捧玉后，雪沫乳花浮午盏，静参禅味吃茶时。”这是 1973 年原佛教主席赵朴初为鲁青瓷题诗。鲁青瓷在中国陶瓷发展历史上，具有举足轻重的作用。如今，围绕鲁青瓷文化和鲁青瓷产品，淄川区委区政府高度重视，借助山东昆仑陶瓷股份有限公司、淄博泰山瓷业有限公司等先进企业，大力发展鲁青瓷文化。

### 文旅融合释放“乘法效应”

在实施新旧动能转换重大工程的大背景下，文化创意、精品旅游等优势产业的提升发展被摆上显著位置。淄川顺势而为，文旅融合

# 擦指成拳

## 山东能源发挥协同效应增强竞争力

前不久，山东能源集团所属新矿、枣矿、淄矿、肥矿、临矿、龙矿六家设计院，自发组织召开了第一次共享发展研讨会。他们此举旨在打破各设计院小、弱、散的状态，破解资质准入、市场开拓、人力资源、注册师储备、设计水平优势难以发挥的瓶颈。这也是能源集团发挥协同效应的一个缩影。

### 抱团取暖抵御风险

时间回拨到山东能源集团成立后的 2012 年，煤炭市场进入寒冬。新矿集团、枣矿集团和肥矿集团在贵州省有 3 家子公司，由于种种原因，发展不理想，甚至有拖垮母公司的风险。

山东能源集团发挥协同效应，把 3 家子公司整合成贵州矿业。当时，贵州矿业注册资本人民币 2 亿元，有各类煤矿 17 座，设计产能 1000 万吨，在贵州省获得煤炭资源总量超过 21 亿吨，曾有员工 4380 人。贵州矿业成立后，充分发挥协同效应，各子公司共同抵御市场风险，共谋发展。目前，贵州矿业已让世界 500 强的旗帜高高飘扬在乌蒙高原。

面对融资政策持续收紧、部分银行抽贷断贷等资金安全难题，山东能源集团对内强化协同，对外多元筹资，确保资金链安全，创新实施肥矿集团改革重组，肥矿集团重获新生，成为全国较大资产、较大债务困难企业改革重组的成功案例。

重生后的肥矿集团积极融入山东省新旧动能转换重大工程部署，契合区域定位，瞄准新兴业态，推进智慧肥城综合保税物流园区建设，充分发挥肥城老区土地、铁路、厂房、交

# “不一般 我喜欢” ——透视日泰集团创业三十周年(二)

谭儒

“日泰是中国鞋业品牌的拓荒者之一，有幸上榜中国皮革协会‘中国真皮鞋王’榜单，风靡市场 30 年，这是品牌的价值体现，也是我们的骄傲。”日前，日泰集团董事长金哲敏回望日泰成立三十周年如是说。他认为，改革开放四十年，中国鞋业品牌从无到有，大浪淘沙，潮起潮落，而大潮里的每朵浪花对鞋业品牌发展都有意义，日泰品牌也有存在的价值。

### “日泰”，寓意“日出泰山”

日泰品牌源于日泰创始人金家父子的一次登泰山的启发：“日泰”，蕴含“日出泰山”的磅礴寓意。金哲敏告诉笔者，“那天，我们矗立玉皇顶，面对东方，等待日出，远方云气弥漫，烟波浩渺，雾霭蒙蒙，当晨曦绽放，旭日东升，云烟散去，天穹一片光明，后来，我们确定了我们创业品牌为‘日泰’，我们渴望我们的品牌像初升的太阳一样，冉冉升起，光芒普照，惠及消费者。”

2005 年 8 月，“日泰和英文”组合被认定

# “陶琉名都”淄川：文化助力 创意无限

老旧窑窑车间变身创意休闲餐厅，琉璃烧制工厂成为热门旅游景点，陶瓷博物馆、琉璃文创园等向公众免费开放……如今的淄川，依托现代化发展手段，淄川区用活“文化+”思维，融合创意产业、旅游、互联网等多个领域，带活区域发展“一盘棋”，不断满足人民群众对美好生活的新期待。

淄博市淄川区坐落于山东省中部，自西汉建县，历史文化底蕴深厚，最具说服力的证据就是在这块大地上延续不断的陶琉文化。在悠久岁月里，淄川创造了灿烂的陶琉文明，现今在新型城市化发展战略的背景下，淄川承接悠久的产业文明，加快产业转型升级，增强产业核心竞争力，谋篇布局，起承转合之间，迎来陶琉发展里程中的又一次新希望。

### 厚重底蕴打造陶琉新名片

从公元前 2500 多年的寨里镇北沈龙山文化遗址的蛋壳黑陶，到南北朝时期的寨里窑青瓷，再到被誉为中国北方民窑艺术明珠的以磁村窑为代表的唐宋金元瓷器，无不以靓丽灿烂的身姿、博大精深的内涵，向人们展示着昔日淄川的辉煌。寨里窑址是迄今为止发现的中国北方最早的青瓷产地之一，该窑烧造的青瓷莲花尊被定为国家一级文物。作为非物质文化遗产重点保护的鲁青瓷作品连续 5 年被评为中国(淄博)国际陶瓷博览会唯一贵宾礼品；淄博琉璃制品已成为国内生产琉璃品的中心。先后建立起“李粹源艺术中心”、“张广庆内画艺术研究院”以及 1954 陶瓷文化创意园、中华巨型园林陶瓷文化创意园，为陶琉文化传承发展搭建起良好平台。目前，全区共有淄川籍及在淄川工作的国家级工艺美术大师 11 人，省级工