

产业链上的破局实践

■ 本报记者 杨磊 见习记者 云春燕 王章蕊

在宿迁产业高质量发展的浪潮中,围绕核心产业的链条延伸与协同创新正成为鲜明特征。一批民营企业依托科技赋能、模式创新与政策借力,打破传统发展壁垒,不仅为自身开

辟了新赛道,更串联起上下游产业的协同共生,为宿迁制造业与特色产业的融合发展注入鲜活动能。

9月12日,记者走访宿迁市洋河新区三家企业,探寻它们在数字化转型、产业链配套与市场突围中的实践路径,见证产业协同如何成为激活区域经济活力、助力企业降本增效的关键纽带。



宏亚包装厂房

“智”造包装 包装企业的产业链重构

记者走进市洋河新区创意包装产业园看到,江苏宏亚包装科技有限公司(以下简称“宏亚包装”)的现代化厂房在阳光下格外亮眼。车间内,全自动模切机精准裁切卡纸,智能糊盒生产线将平面纸板折压成立体酒盒,机械臂灵活抓取成品送入分拣区;中控室内,工作人员通过智能生产管理系统实时监控各环节数据——设备运行参数、订单进度、物料库存等信息在屏幕上动态更新。这一幕,正是宏亚包装用科技重构包装生产流程的生动缩影。

作为2022年8月市洋河新区管委会重点引进的环保彩印包装企业,宏亚包装从落地之初就锚定“高端化、智能化、环保化”定位,主营各类礼盒、高档精品酒盒、日用品盒、吸塑纸卡及彩箱、周转箱等产品。凭借过硬的品质与高效的服务,宏亚包装已快速跻身行业前列,成为洋河酒厂、蒙

牛乳业、海天味业、日本狮王等多个企业的供应商,产品覆盖酒类、食品、日用品等多个领域。

在宏亚包装的研发中心,技术人员正围着一台新型印刷设备调试参数,桌上摆放着不同材质的包装样品。“传统包装企业多停留在‘接单生产’的应用层面,要实现高质量发展,必须向‘底层技术突破’转型。”宏亚包装总经理朱宝剑介绍,该公司组建了20余人的研发团队,专注于新材料、新工艺的研发与实践,今年上半年研发经费占比达营业收入的5%以上。

据了解,除技术创新之外,宏亚包装还通过供应链管理构建核心竞争力。宏亚包装建立“成本—服务—效率—韧性—可持续性”五位一体的管理体系:通过整合5家核心原材料供应商、优化库存布局,材料成本降低8%;建立风险预警机制,与多家供应商签订

长期合作协议,在去年纸价波动时,公司不仅未出现断供,还将成本涨幅控制在5%以内。

数字化、智能化是宏亚包装提升效率的另一“法宝”。宏亚包装全面推行ERP与智能生产管理系统,引入全自动模切机、视觉检测设备,实现从订单下单到成品出库的全流程数字化管控。“以前生产计划靠人工排程,会出现设备闲置或订单延误的情况。现在智能排产系统能根据订单优先级,设备产能自动制定计划,生产周期缩短了15%。”朱宝剑介绍,数字化管理提升了设备综合效率,降低了废品率,还让库存周转效率显著提升。

“虽然今年订单量略有下滑,但我们通过开发新客户、优化成本结构,生产经营依然保持平稳。”朱宝剑透露,该公司正在对接一家大型企业,拓展包装业务,通过发展新客户来提高订单量。



定制“焕”新 白酒企业的市场转型

在江苏省苏洋酿酒有限公司(以下简称“苏洋酿酒”)的展厅里,摆满了各式各样的定制酒:有印着企业LOGO的商务接待酒,有专为婚礼设计礼盒酒,还有刻着个人姓名与祝福语的私人定制酒——每一款酒的包装都独具特色,从酒瓶造型到礼盒设计,都融入了客户的个性化需求。

“我们从2003年就开始做定制酒业务,主打‘品质+创意’,为客户打造专属的饮酒体验。”苏洋酿酒董事长王嘉宇介绍,凭借精准的定制定位,苏洋酿酒发展了无锡商会、天目湖宾馆和本地大型企业等多家客户。“以前企业接待,商务往来需求旺盛,定制酒不仅能体现企业形象,还能传递心意,订单源源不断。”王嘉宇说。

然而,近年来受市场环境的影响,企业接待量下降,定制酒业务也随之下滑。“2023年,我们意识到不能只依赖定制业务,必须开拓市场端销售,打造‘定制+零售’的双轮驱动模式。”王嘉宇介绍,该公司主动求变,一方面与江苏省供销合作总社达成战略合作,推出“苏供1954”系列酒,即将进入供销社覆盖全省的线下门店;另一方面与铂酒网网络科技(宿迁)有限公司合作,开通抖音线上销售渠道,通过直播带货、短视频推广等方式,吸引年轻消费者。“通过市场端的拓展,今年上半年公司销售额同比稳住了基本盘,缓解了定制业务下滑的压力。”王嘉宇说。

在白酒生产与销售环节,包装是连接产品与消费者的重要桥梁,尤其是定制酒,包装的创意与质感直接影响客户满意度。“客户选择定制酒,不仅看重酒的品质,更在意包装是否符合自身定位。”王嘉宇坦言,目前该公司的定制酒包装,包括酒瓶和礼盒,大多需要从外地采购,“主要原因有两个:一是本地包装企业的工艺水平达不到定制要求,比如有些客户需要在酒瓶上做浮雕、烫金、烤花工艺,本地企业的设备和技术难以实现;二是部分本地包装企业对订单量有要求,我们的定制酒订单多是小批量、多批次,比如有些企业一次只订500瓶,达不到本地包装厂的起订量,对方不愿意接单。”

虽然外地采购能满足定制需求,但也带来了供应链成本与效率的问题。“从外地采购包装,不仅运输成本高,还会延长交货周期。”王嘉宇说,“如果本地有能满足要求的包装企业,我们肯定优先选择,这样不仅能降低运输成本,还能缩短交货周期。”他也理解本地包装企业的顾虑,小批量定制确实会增加模具成本和生产损耗,企业追求经济效益无可厚非。王嘉宇说:“希望未来随着宿迁包装产业的升级,能有更多企业具备小批量定制的能力,这样我们就能实现‘本地酿酒+本地包装’的协同,降低供应链成本,提升整体竞争力。”

对于未来,王嘉宇表示:“随着宿迁白酒产业链的不断完善,希望能与本地包装企业加强合作,共同开发更具创意、更环保的定制包装。同时,通过市场端的持续拓展,让苏洋酿酒不仅能服务好定制客户,还能走进更多普通消费者的生活,为宿迁白酒产业的多元化发展贡献一份力量。”

记者手记

从技术突围,到配套补位,再到市场转型,宿迁的企业正以产业链为纽带,上演着一场协同共生的发展实践。在这场实践中,包装产业作为连接生产与消费的关键环节,既为白酒企业提供了高效、优质的配套服务,也在自身升级中开辟了新空间;而白酒企业的转型需求,又为包装产业的技术突破与模式创新提供了方向。

科技是协同发展的核心驱动力——数字化提升生产效率、智能化降低成本、新材料突破传统壁垒;政策是重要助推器——主动服务解决企业难题、搭建平台促进资源对接;企业主动求变则是破局关键。这种多方联动的模式,不仅激活了单个企业的活力,更形成产业链上下游的协同效应,为宿迁区域经济高质量发展注入持久动力。

双厂“链”动 配套企业的链条延伸

在宿迁市洋河新城龙腾包装材料有限公司(以下简称“龙腾包装”)的生产车间里,一排排晶莹剔透的玻璃瓶正通过流水线进行灯光质检,工人熟练地挑出瑕疵品;不远处,宿迁华塑泡沫包装材料有限公司(以下简称“华塑泡沫”)的厂房内,泡沫颗粒经过发泡、熟化、成型,变成一个个适配酒瓶的缓冲包装——这两家由唐林禹创办的企业,正从“单一生产”向“链条协同”转型,为本地酒企提供“玻璃瓶+泡沫包装”的配套服务,成为市洋河新区白酒产业链上的重要一环。

龙腾包装深耕酒瓶生产多年,年产值达5000万元,70%的产品直供洋河本土酒企,包括中小型酒厂及部分洋河酒厂配套供应商,是区域内酒类包装的核心配套商。“洋河白酒产业

基础雄厚,配套企业集中,熟练工人多,这是我们最大的区位优势。”唐林禹说,从事酒瓶生产多年,他深知本土配套对酒企的重要性,“本地供货不仅能缩短交货周期,还能降低酒企的物流成本。”

但随着白酒行业竞争加剧,单纯的酒瓶生产利润不断压缩。“2024年,我们决定投资建立华塑泡沫,延伸产业链,通过‘玻璃瓶+泡沫包装’的组合服务,提高客户黏性,同时分摊成本压力。”唐林禹介绍,华塑泡沫引入自动化生产设备,涵盖发泡、熟化、成型、烘干全流程,“现在自动化设备投产,一条生产线只需1名技术员操作、1名人员辅助。”

不过,转型过程中并非一帆风顺。“酒类包装产品品类多,每个酒企的酒

瓶尺寸、包装要求都不同,需要定制不同的模具和生产参数。”唐林禹坦言,目前华塑泡沫仍处于半自动化状态,部分环节需要人工调整,比如更换模具时,机器需要重新调试参数,还需要额外投入模具费用,对小批量订单来说,成本压力较大。此外,技术人员短缺也是一大难题——公司现有技术员多为从外地聘请的资深技工,本土人才难招。“我们推行‘传帮带’制度,让老技术员带新人,但年轻人觉得学习期间薪资低,工作环境辛苦,愿意留下来的不多。”唐林禹说。

面对利润压缩与人才短缺的挑战,唐林禹带领企业从“降本”“提效”双管齐下破局:成本管控上,除调整生产时间,规划光伏供电,还通过集中采购、与供应商签订长期协议降低泡沫颗粒采

购成本;市场拓展上,依托龙腾包装的客户资源,华塑泡沫快速打开市场,今年上半年销售额达800万元,预计全年突破1500万元;同时借力政策环境,政府通过完善环保、安全规章制度,淘汰产能落后、不合规的小企业,减少恶性竞争。

“下一步,我们计划进行数智化建设,引入生产管理系统,实时监控生产进度和成品率,进一步提升效率。同时拓展周边城市的酒企客户,把产品销售到周边城市。长远来看,我们还想涉足纸箱、彩盒等其他包装领域,为宿迁白酒产业链的完善贡献更多力量。”唐林禹说,他还希望包装企业与酒企能加强对接,同时也希望本土技能人才认定政策更加完善,吸引更多人留在宿迁从事技能工作。



苏洋酿酒酒窖