

制造业“智慧升级” 创新更要守住本心

从制造到“智造”需遵循制造技术演变与创新发展规律,避免“弯道超车”
“跨越式发展”等焦躁思维干扰

□ 陈 刚 杨绍功 潘 晔

刷脸订制专享咖啡的家居机器人、用“意念”控制的“机电灵巧手”、聚合各类资源和应用的工业云平台……这是近日在南京举行的“2018世界智能制造大会”上展示的一批最新应用,折射出制造业正在经历的升级与颠覆。业界人士认为,中国已成为全球最大的智能制造市场,但发展智能制造需要守住“制造升级”的本心。

赋能制造升级

在大会期间,各类机器人和智能制造方案,不仅具备人工一般达不到的速度和精度,更实现了生产运行的全流程升级。

与会企业对制造升级满怀热情。

车间里,工人和机器协作生产;车间外,屏幕上实时显示每条生产线的人员、温湿度、物料等信息——这是中国电科十四所基于数字孪生技术打造的智能制造试点示范车间,实现了制造从虚拟到现实的结合。这样的智能车间,正在为

中国制造业升级赋能。仅在南京,就有11个国家级智能制造领域试点示范项目、40个省级示范智能车间、40家市级智能工厂。

当前,智能制造正在惠及更广泛的企业,推动中国制造业群体转型。以中国航天科工集团打造的“工业互联网空间+云制造支持系统”为例,通过搭建公共云平台,重点服务于中小微企业。

近年来,中国智能制造推进体系初步形成,关键领域实现突破,试点示范成效明显,开放合作不断拓展。在国家层面实施了305个试点示范项目,生产效率平均提高近30%。

前景广短板多

在会上发布的《2017—2018中国智能制造发展报告》显示:中国已成为全球最大的智能制造市场,到2020年市场规模将超过2200亿元;工信部2017年12月发布了《第一批智能制造系统解决方案供应商推荐目录》,其中主营业收入10亿元以上的已超过20家。中国电科十四所所长胡明春

介绍说,他们不仅自主研发了智慧企业整体解决方案,还牵头制定了部分行业标准,自主开发了工业软件、智能装备。受访机构和企业普遍认为,智能制造前景广阔。

多位专家判断,中国的智能制造仍处于起步阶段,不少企业还在进行数字化“补课”。中国机械工业联合会专家委员会名誉主任朱森第认为,智能制造目前还处于大企业“唱戏”、中小微企业围观的状态,而中小企业智能转型是推进智能制造的重点和难点所在。

据与会人士分析,我国关键技术装备和工业软件还存在短板,高档数控机床、底层操作系统等还依赖进口;智能制造应用推广总体还处于自动化向数字化过渡阶段,协同推进机制尚需进一步完善;尽管多数企业有发展智能制造的意愿,但碍于高端人才缺乏等因素,无力或无法实施智能制造。

尤需“守住本心”

众多企业人士和专家直言,智能制造不能只是“看着热闹”,而应该是制造业水平扎扎

实实的进步。

“生产机器人的意义在于培养机器短时间习得能力,让设备与设备、与人更好地协作,而非哗众取宠。”ABB中国首席技术官刘前进表示,智能制造的发展存在一些误区,有的企业过分关注于人工智能、虚拟现实这些技术,而脱离了企业自身需求。

“从工业1.0,到2.0直至5.0,一步也不能少,要逐步走向更有效、更低成本的制造。”中国科学院自动化研究所复杂系统管理与控制国家重点实验室主任王飞跃说,从制造到“智造”需遵循制造技术演变与创新发展的规律,避免“弯道超车”“跨越式发展”等焦躁思维的干扰。

浙江吉利控股集团董事长李书福表示,智能制造是中国制造业转型升级的必由之路,发展智能制造需要环境、资金、人才与可持续发展政策的支持,需要一代又一代年轻的力量。“智能制造不是一蹴而就的,企业需要‘一根筋’地坚持制造,以‘工匠精神’长久做下去。”徐工集团总经理杨东升说。



武汉车展首设新能源智能汽车展区
近日,以“擎动荆楚,驾驭未来”为主题的2018第十九届武汉国际汽车展览会在武汉国际博览中心开幕。图为参观市民坐上自动驾驶体验车辆无人驾驶。(张 畅 摄)

荐 读

自主品牌汽车迎接市场考验

广汽传祺以技术创新和产品质量赢得口碑

□ 徐 甜

在法国巴黎凡尔赛门展览中心举行的2018年巴黎国际汽车展近日落下帷幕。中国广汽集团董事长曾庆洪在车展期间表示,面对国际市场考验,中国自主品牌汽车须展现出过硬的“智”造和“质”造实力,以技术创新和产品质量赢得口碑,才能长远立足。

广汽集团旗下广汽传祺作为受邀参展的中国汽车品牌携明星车型亮相,并面向全球首发全新SUV车型GS5,备受业内人士和参观者关注。曾庆洪认为,作为一个年轻品牌,广汽传祺获得巴黎车展主办方的邀请参展,体现了欧洲市场消费者对中国汽车工业发展的关注。

全新传祺GS5在造型、动力、配置等方面的技术创新受到业内人士高度评价。据曾庆洪介绍,这是广汽传祺的换代产品和拳头产品,智能化和物联化等技术应用是该车型设计的一大亮点。

“汽车上的空调、音乐、人机对话等应用都添加了人工智

能元素,使我们的汽车从一个代步工具,摇身一变成成为移动生活的重要载体,成为像手机一样的移动终端,可以满足用户商务、家庭和娱乐全方位的需求。”曾庆洪说。

曾庆洪认为,技术和品质是中国自主品牌汽车立足市场的根本。“领先的技术、过硬的品质、优越的性价比和贴心的服务,使我们的产品能够取得消费者的信赖。”

据介绍,历经十年发展,广汽传祺已形成“全球化研发、全球化采购、全球化销售”的新格局。曾庆洪强调,中国自主品牌汽车走向国际市场,“人才和技术”这两大核心竞争力缺一不可。

“广汽在全球共有4000多名研发人员,实现了人才和技术的全球化。在北美,广汽硅谷研发中心与洛杉矶前瞻设计中心相继成立,担负着技术研发、设计创意甚至产品企划等工作,广汽底特律研发中心筹备工作正在推进。

曾庆洪在介绍公司国际化布局时说,践行“一带一路”倡议是广汽“走出去”的重要方向之一。

资 讯

新能源汽车智能汽车市场需求巨大

本报讯 近日,由中国机械工业联合会、中国国际贸易促进委员会主办的2018第五届中国(武汉)国际新能源·智能汽车发展与合作峰会(以下简称峰会)在湖北武汉举行。来自国内外行业知名专家及新能源汽车、智能汽车产业的领军企业、人物,围绕新能源汽车、自动驾驶、智能网联、智慧出行、汽车标准体系建设等重点领域展开研讨交流。

“目前,中国新能源汽车年度产销量与累计销售量均已占全球市场50%。在智能化浪潮推动下,中国智能网联汽车快速发展,并蕴育着巨大的市场需求。”中国机械工业联合会会长王瑞祥说。

据中国汽车工业协会数据显示,2017年,中国新能源汽车产销分别完成79.4万辆和77.7万辆,同比分别增长53.8%和53.3%,产销量连续3年位居世界第一。随着产业、产品结构深度调整,绿色、智能等新技术、新业态集中发力,新能源汽车发展势头良好。王瑞祥指出,未来汽车工业要以绿色、智能为主攻方向,将重点突破燃料电池技术及相关产业链关键零部件配套,超前布局智能驾驶技术研发和产业化应用,提升产业绿色化、智能化水平,将加快发展新能源汽车、智能网联汽车等绿色高端产品。

(梁 婷 武一力)

广州投入首批新能源纯电动SUV出租车

本报讯 广州近投入首批新能源纯电动SUV(运动型多用途汽车)出租车,快充仅需30分钟即可恢复80%电量,可满足高频次的出租行业用途。

该类出租车内设报警按钮,一经启动,顶灯随即显示红色“SOS”字样,向车外及监控后台同时求救。

据悉,这批SUV出租车共投放503辆,从2018年10月起开始陆续投入营运,主要用作缓解广州白云机场及广州南站的运力压力。

据出租车租赁公司之一的广州公交集团白云公司市场经营部管理员黄丽赞介绍,此批

投放的SUV出租车属于中高端纯电动车,乘坐空间和尾箱空间比现有的普通出租车宽敞。与普通出租车一样,起步价为12元人民币。

本批新能源纯电动SUV出租车采用新型LED顶灯,增添了直接显示功能,根据“空车、有客、暂停服务、预约、交班一目的地、SOS”等实时情况,通过不同颜色不同文字显示出不同的车辆状态。

为进一步确保乘车安全,出租车的顶灯更设有先进的防伪识别功能,能通过信号的辨别,迅速鉴别出套牌或使用假牌的出租车。(黎敏婕)



香港电子产品出口势头强劲

近日,第38届香港秋季电子产品展和第22届国际电子组件及生产技术展在香港会展中心开幕,双展共迎来25个国家和地区的4300多家参展商,组成全球最大的电子产品商贸平台。据香港贸发局副局长周启良介绍,今年前7个月,作为香港最大的出口创汇产品,电子产品出口总值同比上升13%。图为秋季电子产品展上参展商展示蓝牙迷你音箱。

(张 炜 摄)

外贸发展以“不变”应万变

继续加大研发力度,提升产品品质和附加值,练好“内功”,
扩大自主品牌,培育外贸竞争新优势

□ 程景伟

以“不变”应万变,中国外贸发展有自己的坚持和节奏。

以“不变”应万变 培育外贸竞争新优势

面对当前中美贸易摩擦带来的不确定性,正在广州举办的第124届广交会上,广大中国参展企业从容应对,继续加大研发力度,提升产品品质和附加值,扩大自主品牌,积极培育外贸竞争新优势。

“这些全都在美国加征关税的范围之内,但影响没有想象中那么大。”在广交会家电展区,华帝股份有限公司海外事业部品牌管理总监胡跃勇指着身后一排电器展品。同时,到

该企业展位洽谈的境外采购商络绎不绝。

胡跃勇表示,美国市场约占该公司出口份额20%,上半年对美出口同比增长25%以上。“从2014年开始,公司重点加大对北美市场的产品研发投入,推出了很多竞争力更强的创新产品,走上中高端市场线路。”胡跃勇说。

中国家电巨头格兰仕集团董事长、总裁梁昭贤表示,虽然他做好了最坏的打算,但目前看来中美贸易摩擦带来的影响相当有限。格兰仕60%的产品出口,其中美国市场占据15%~20%左右,今年前三季度对美出口同比增长7.8%,预计第四季度出口增长超过20%。

“格兰仕早就在美国本土设立了研发中心,建立起销售

团队,有信心应对贸易摩擦。”梁昭贤说。

响应“一带一路”倡议 聚焦新兴市场

不少参展中国企业近年来积极响应国家“一带一路”倡议,在东南亚、非洲、中东等新兴市场运营得风生水起。深圳市康铭盛科技实业股份有限公司的市场主要集中在“一带一路”沿线国家和中国国内,该公司国际业务总经理安玉明说,目前美元兑人民币汇率走强,这将有利于出口,对中国出口企业而言是一针“强心剂”。预计今年公司出口额从去年5亿元的基础上增长至6亿元。

广东博德精工建材有限公司国际二部销售总监李杰荣

称,近年来,“一带一路”倡议带来众多商机,该公司与中国厨柜、卫浴等泛家居企业联手开拓市场。经过几年的努力,该公司瓷砖产品及其整体解决方案在多个新兴市场国家形成了比较优势,尤其是来自非洲的采购需求巨大,因此他们对本届广交会成交有信心。

中国企业练好“内功” 掌握发展主动权

开拓多元化市场是近年来广交会大力推动的重点内容。据官方统计数据 displays,第123届广交会“一带一路”沿线国家和地区的采购商占与会总人数比重已达44.54%,成交额约占1/3。广交会新闻发言人、中国对外贸易中心副主任徐兵说,