

10月14日上午,在国家扶贫日来临之际,北京市举办了扶贫先进事迹报告会。报告会上,有80个集体和150名个人荣获“北京市扶贫协作奖”,谢智刚、任铁、刘全华、曹子立、刘长安等5名北京市扶贫协作奖获得者结合自身扶贫经历进行了宣讲。

创新与变革将是新阶段中国制造最大机遇

老品牌对接新平台,新技术带来新服务,随着数字技术的全面渗透,制造业迎来新格局

□ 张辛欣

信息技术的“加持”下,生产理念正在颠覆、制造模式大不相同。随着新制造浪潮兴起,改变无处不在。当互联网平台向全制造领域渗透,当制造“新势力”加速成长,产业格局会变吗?新机遇如何把握?

老品牌遇上新平台 推动形成新制造格局

推出智能SUV G3i,配置自动驾驶辅助和全场景自动泊车,提出面向车主的免费加电计划……2020北京车展上,小鹏汽车带来的智能出行方案引发关注。

数据驱动、智能出行是汽车产业的关键性变革,也是未来发展的战略高地。在这个“新赛道”,造车“新势力”加速崛起,逐步呈现出与传统品牌平分秋色的态势。

改变的不仅是汽车。当阿里推出“犀牛智造”平台进入服装领域,严选、必要、苏宁等互联网企业集成优质工厂实现“C2M”……新

平台“对垒”老品牌,让一直以来的“采买、生产、营销”模式掀起波澜。

“制造新生代与传统品牌在模式与路径上各不相同。”国家信息中心首席信息师张新红认为,通过社交贴近用户、以生态集成制造的新平台,将生产环节大幅缩短,对市场反应更加敏捷,制造边界也逐步拓展。

新平台会“颠覆”老品牌吗?未来的制造格局将是怎样?

“与其说竞争,不如将其看作合作与共赢。”中国服装协会会长陈大鹏认为,消费升级带来需求的多元化、个性化,内在更加柔性、外在更加协同的生产方式是大势所趋。品牌要借助平台力量积极上云,平台也要依靠品牌长期积累的产业链和研发制造优势。

平台与制造企业进行供应链合作,品牌加大对数据的标注和运用……融合发展的实践正在展开,更加开放的商业模式逐步形成。

工信部数据显示,截至今年6月,全国工业电子商务普及率达

到63%,制造业重点行业骨干企业双创平台普及率超过84.2%。

“新制造是把商业互联网和工业互联网接通,不但接通,而且让它们没有区别。”中国企业联合会特约研究员胡麒牧认为,让互联网思维深入到每道工序和环节,提升企业数字化生存能力,推动形成品牌向上的力量,“这将是新的制造格局”。

新技术与新服务 补齐短板赢得先机

变局之下,唯有跟上步伐,方能把握机遇。深耕技术、拓展服务,成为新阶段企业角逐市场的“利器”。

操控台进行智能导引、光学追踪精准定位、机械臂辅助将螺钉准确植入……在北京天智航公司的展厅内,骨科手术机器人在精准医疗中发挥着作用。

骨科手术对精度要求极高,手术机器人的辅助不仅可以提高准确率、缩短手术时间,更能实现医

疗资源下沉。天智航总经理徐进介绍说,截至8月,企业研发的骨科手术机器人已在全国80余家医疗机构完成8000余例手术。

技术延伸了制造的价值,是拥有市场的先决条件。当前,很多产业都面临“数字变局”,跟上智能化浪潮,不仅意味着补齐短板,更是在“新赛道”上赢得先机。

开展新服务也是很多企业的选择。

刚落幕的天坛国际脑血管病会议2020上,北京安德医智发布的颅内动脉瘤辅助诊断系统借助人工智能技术,将脑动脉瘤诊断准确率大幅提升。“下一步将与北京天坛医院合作进行验证和临床,并将人工智能服务向更多医院延伸。”安德医智董事长梁伟民说。

工程装备企业通过大数据监测实现对工业品的运维和管理;龙头制造企业聚焦供应链打造产业平台……向服务转型,不仅成为一些制造企业做大做强“密码”,更让传统制造业焕发出新的光彩。

一个纺织车间的 数字革命

相较同等产能规模纺织企业,国内纺织重镇福州长乐区的福建景丰科技有限公司,在用工用地等方面是“缩微企业”,但在体现竞争力的生产和管理质效上是“大企业”。这种反差,源自7年前其为适应生产要素成本快速上升以及市场要求优质产品稳定高效供应等变化而实施的车间数字革命。数字化带来的生产经营利好,使景丰公司在行业产能总体过剩、今年市场严重萎缩情况下,1月~8月份产量仍同比增长超10%并保持盈利。图为福建景丰科技有限公司纺丝车间中的“天车”智能化运输设备。

新华社记者 秦宏 摄



延伸阅读

“新赛道”你跟上了吗

从大规模到个性化、从“渠道为王”到“用户定义”、从自有工厂到共享协同,新制造在很多地方颠覆了传统模式,为人们带来新体验,为产业找到突破点

□ 张辛欣

“大块头”汽车也能个性化定制、智能平台可以自主对接供需、同一流水线上的产品都对应不同的“主人”……今年以来,数字技术加速产业变革,制造业出现了不少新现象。

从大规模到个性化、从“渠道为王”到“用户定义”、从自有工厂到共享协同,新制造在很多地方颠覆了传统模式,为人们带来新体验,为产业找到突破点。究竟是什么是新制造?新制造又将改变什么?

理念的变革:为谁而造

2020年的秋天,制造业“闯入”了一只“犀牛”——9月,阿里巴巴新制造平台——犀牛智造对外亮相。过去3年里,通过和淘宝上200多个中小商家试点合作,“犀牛”跑通了小单起订、快速反应的柔性模式,实现按需生产。

传统模式下,企业根据生产线的能力和经验来确定产能,而数字与制造的结合,可让工厂不受生产线制约,品牌从生产能力中“释放”,消费者也可拥有更个性化的产品与服务。可以100件起订、7天交货、库存降低约30%——“犀牛”的“闯入”引发了不小的波澜。

为谁而造,是推动制造业变革的重要逻辑。新制造,聚焦的是从供给到需求的转变。

“让用户定义生产。”在谈及智能电动汽车与传统汽车最大的不同时,蔚来汽车创始人李斌这样解释,是按照用户喜好个性化配置,根据用户需要带动产业链技术升级。

“新制造的重点不在制造本身,而是通过技术实现供需匹配,把消费互联网和工业互联网紧密结合,构建新优势。”中国贸促会研究院副院长赵萍认为,这对促进产业与消费双升级,畅通经济循环意义重大。

方式的升级:由谁来造

今天,制造是什么样子的?走进杭州一家服装工厂,你会发现一些端倪:每块面料都有专属ID,吊挂衣架自动分配至工位,车间同时为多个品牌服务……共享、协同正成为关键词。

未来,由谁来造?互联网衍生的“共享模式”,正在重塑制造业。

上半年,福建石狮首个“共享工厂”落地,为中小企业提供生产场所、仓储配套,为接单难的企业提供订单。纵然面对疫情影响,通过共享协同,12万件海外服装很快上线生产;在很多城市,轻工企业把接单、设计、组装等环节拆分共享,降低市场风险,集成供应链能力……

从“做制造要先建厂”到只要有想法就能付诸实践,共享工厂的推出不仅提高资源利用效率、降低生产成本,也让很多中小企业不再受限于制造能力,更专注于自身优势和业务创新。

有共享制造,更有创新协同。

整合产业链及配套设施,北京精雕科技集团与门头沟地区合作打造快速制造平台,面向中小企业开放机电科技产品制造能力,加速孵化创新;投资建厂的同时引进合作伙伴、为平台上的企业建设信息化系统,联想在赋能中小企业的过程中实现供应链聚合……通过协同创新,很多企业在重塑优势。

“制造不是单枪匹马或简单的合作,而是寻求长远的共赢。”联想集团高级副总裁关伟认为,从由工厂做产品到由品牌建生态,方式的升级既是将管理延伸,更是让创新集成,有助于实现稳定、高效生产,激发更多活力。

价值的再塑:超越造物本身

不局限于造物本身,产品与文化、消费等加速融合重塑着制造的价值。

服装品牌爱慕在工厂开设工

坊,体验非遗刺绣为主的工业旅游加速兴起,把工厂“搬进”市场,生产制造成为时下流行的“消费品”。

据新华社消息,经过4万多用户在网络社区的“票选”,第四届NIO Day(蔚来日)选定在成都举办。“这是我们与用户的‘赴约’,地点、方式、嘉宾等都会充分吸纳用户意见。”李斌说,蔚来正在构建和完善车友互动社区,“让一群有趣的人聚在一起,分享愉悦的生活方式”。

消费升级包含了消费者多方面诉求,引发情感共鸣,带来快乐和美的享受,是新制造的一个着力点。

今年以来,不少企业通过工业互联网平台配置资源、柔性转产、稳链固链,有力支撑了经济恢复。在数字技术的赋能下,制造与服务边界不断淡化。

工信部数据显示,目前全国有影响力的工业互联网平台已超过70个,服务的工业企业数量超过40万家。

“制造业网络化协同、服务化延伸趋势明显。”工信部信息技术发展司司长谢少锋说,下一步将打造多层次、系统化的工业互联网平台体系,培育跨行业、跨领域的综合型平台,加快供应链向供应链网络转变,制造向服务等多领域延伸。

经济瞭望编辑部
主任:吴宏林
编辑:刘念
新闻热线:(010)56805008
监督电话:(010)56805167
邮箱:ggj1w2018@163.com