

制造转型,有智才有其他

张绪旺

汉字的巧妙,在产业转型的道路上,竟然运用得如此淋漓尽致。以前我们谈中国制造,往往伴随大而强的担忧,由此,变革中国制造,给出了许多方案,比如提升附加值的“值造”,提升品质的“质造”,以及最具热度的“智造”。

成为焦点不是没有理由,智造所蕴含的智慧含量,是制造业于“科技就是第一生产力”的现实体现,这一点永不落伍。

当然,智造谈何容易。如果说,中国制造吃透了人口红利,用薄利多销攻占全世界,取了一种差异化竞争策略。那么,中国智造,不只是内部转型的问题,还意味着全球企业站在了同一个角度针尖对麦芒,压力可想而知。

智造谈何容易,还体现在产业穿透力上。坦白说,过去中国发展最快的是新经济属性的制造业,集中在家电数码、互联网硬件等领域,这些产品生来就是科技产品,自带智慧基因,比如华为、格力以及小米——它们从智

造1.0,窜升到智慧3.0,并不太难。

反倒是食品、服装等轻工业,汽车、能源等重工业,产值庞大、模式成熟,需要智慧改造的地方很多,难度也就越大,伤筋动骨的不仅是利益,还有思维。

因此,北京商报“从制造到智造”策划将带读者走近天猫精灵、小米、波司登、北汽新能源、三夫户外、足力健、洽洽、三元等企业:这里有大众熟知的智能音箱,但它绝不仅仅是一款音箱;这里有从烧油到用电的新型汽车,但互联网带给它的还有更多;这里有闲暇时光最爱的瓜子、牛奶,也有消费者并不了解的生产链条智慧升级;即便是看起来营销概念居多的老人鞋,也有不为人知晓的大数据方法论……

从制造到智造,不同产业有不同诉求,也未必都能让消费者直接感知。但在新中国成立70周年的企业发展长河中,智慧化升级是企业不变的追求,并且变的越来越必须和紧迫。

如果追求酷炫的消费使用效果,智造体现在产品创新上,让用户第一时间尝鲜黑科技;如果追求百分百的品质保障,智造体现在研发质检上,将质量保障从底线行为变成高级享受;如果追求低成本高效率的产值,智造体现在生产线升级换代上,让机器人流水线变成现实……

纵然,新技术的落地存在去魅的过程,企业转型需要擦亮眼睛,但绝不能抱有拒之千里之外的想法。在褒贬不一的微商都学会了大数据营销的当下,作为社会经济主体的企业,学会智慧转型是道必答题。

尤其是在“中国制造2025”成为实施制造强国战略第一个十年行动纲领的背景下,制造业转型的第一要素就是考虑智慧升级,创新为制造业发展提供了“源头活水”,我国的船舶、机床、汽车、飞机等重型机械和高端产品逐渐在世界范围产生巨大影响。原因在哪里?制造转型,有智才有其他。



CONTENTS | 目录

T03 | 天猫精灵:寻找物联网升级密码

T04 | 小米:手机编织AIoT生态链

T05 | 波司登:老品牌时尚翻身

T06 | 北汽新能源:40万辆车跑通新科技

T07 | 三夫户外:代理商的研发生意经

T08 | 足力健:老年需求“摸”出来

T09 | 洽洽:“炒煮”的海外商机

T10 | 三元:乳品加工的保鲜秘方

T11 | 企鹅体育:AI加持新产品落地

T12 | 康佳:从一到多的智造蜕变

T13 | 中脉科技广告

T14-T15 | 伊利广告