

“中国制造 2025”脚步渐近 民企将成发力主体

规划最迟 5、6 月份发布,政策解读将在“五一”前后展开

■ 本报记者 朱虹

据权威人士透露,已经通过国务院常务会议审议的“中国制造 2025”规划(以下简称“规划”)正式发布日期渐近。据《中国企业家报》记者了解,该规划正在修改相关内容,预计最迟在 5、6 月就会发布。专家表示,该规划相当于未来十年国内制造业转型升级的一个行动指南,由于国内制造业中民营企业占绝大多数,所以民营企业将成为规划参与企业主体。

规划相关内容正在修改

据了解,规划提出了九大任务、十大重点领域和五项重大工程。其中,九大任务包括提高国家制造业创新能力等;十大重点领域包括新一代信息通信技术产业、高档数控机床和机器人、生物医药等领域;五项重点工程包括国家制造业创新中心建设、智能制造等。

“国务院审议通过之后,该规划的一些相关内容正在修改。”工业和信息化部赛迪智库专家安琳博士对《中国企业家报》记者表示,预计规划最迟在 5、6 月份就会发布。而且相关政策解读在“五一”前后就会展开。届时国办或工信部将会发布系统的 2025 的解读文章。

据了解,该规划在 3 月份已经通过国务院常务会议审议。3 月 27 日,工信部副部长苏波在国务院政策例行吹风会上表示,为实现“中国制造 2025”确定的目标,官方将成立国家制造强国建设领导小组,并制定“1+X”的实施方案和规划体系。

和利时集团高管对《中国企业家报》记者表示,规划当中包括智能制造行业,因此,作为自动化与信息技术解决方案供应商,该规划的发布将利好企业。其实从 2013 年底,中国工程院就向中央提出了“中国制造 2025”的建议。从那时起企业就一直在关注相关事宜发展进程,当然也期盼该规划能够尽早发布。

制造业转型升级指南

据工信部此前表示,“中国制造 2025”规划将以顶层设计、重点行业等结合的“1+10”模式出现,内容除转型升级之外,工业化、信息化“两化深度融合”也被重点提及。该规划由工信部牵头会同国家发改委、科技部等 20 多个部委以及 50 多名院士编制,核心在于提出中国建设制造业强国的三个十年“三步走”战略,并重点对第一个十



CNS 供图

年的目标、任务进行了具体部署。

安琳表示,该规划一旦发布,对相关企业的产生非常大的影响。因为该规划不仅是普通的规划,还是一个规划纲要,相当于未来十年国内制造业转型升级的一个行动指南。

安琳进一步指出,该规划是一个项目体系,每一个专项项目都是一个体系。因为规划里面提到的重点领域和重点方向每一个后面都跟着一个重大专项,重大专项下面都是一堆项目,这些都会由企业为主体来参与。即政府提出一个项目,企业参与实施。而且它的这些专项有的是技术突破型专项,要由企业来解决。

上海工业自动化仪表研究院院长徐洪海日前表示,“我国智能制造发展已经具备了较好的条件,这将是‘中国制造 2025’规划实现目标的基础。”

和利时集团高管对记者表示,在技术创新方面,企业深耕轨道交通自动化领域,研制的信号系统及系列产品获得了国际安全认证,很多高端产品在市场上得到广泛应用。

华为公司一位内部人士告诉《中国企业家报》记者,企业内部非常鼓励职工申报发明专利,还有数千元的高额奖金,目前公司拥有的专利数量已经超过 36500 项,其中九成以上为发明专利。

企业呼吁 尽快出台扶持政策

事实上,在工信部等方面制定该

规划过程中,一些央企已经闻风先行,比如,今年 1 月,中石化董事长傅成玉就对外透露,中石化将成立创新工场,并将把 3D 打印业务作为未来的一个经济增长点;2 月,宝钢股份联合宝钢集团发布公告称,将投资 20 亿元组建电商平台。

有业内人士担忧,该规划是否将类似 PPP 项目,成为央企国企的“香饽饽”,民营企业或被边缘化。

对此,安琳向记者表示,对于主体参与企业是国企还是民企,在规划中没有提到。不过国内制造业绝大多数都是民营企业,所以民营企业应该是规划参与企业主体,而且国家尤其要支持民营企业技术改造,并且,项目将采取申报和遴选的机制,例如公开项目后,企业都来申报和投标,政府再从中遴选,因此也是公平竞争。此外,国家还会对遴选中的企业进行相应补贴。

国内某工业软件和服务公司工作人员对《中国企业家报》记者表示,相比单纯依靠政策支持,公司更注重自身革新。2014 年公司启用了“年费服务模式”,用户在年度服务期内可获得产品最新版本使用授权和多种技术服务保障,这是一次大商业模式上的大胆尝试。

华为内部人士则建议,为确保该规划能够有效实施,相关部门应尽快出台税收、投融资等扶持政策,简化审批手续,创造公平竞争的环境,鼓励企业创新,吸引社会资本。

事实上,在国家政策指引下,越

来越多的企业正积极参与制造业的升级变革,发力两化融合,不少企业已经探索出了适合自身发展的转型路径。

4 月 16 日,具有鲜明工业 4.0 特征的海尔可视互联工厂在广东佛山举行了发布会,首批由 50 万用户参与定制定制的洗衣机正式下线。据了解,作为全球洗衣机行业最先进的互联工厂,海尔积极探索从大规模制造向大规模定制转型。在海尔互联工厂中,不仅可以为用户定制个性化产品,更可以通过可视化生产让用户对产品生产进行“跟踪”。

美的空调已经在全国的六个生产基地开展了自动化生产制造的转型升级。美的家用空调事业部总裁吴文新透露,未来五年,美的还将在自动化领域投入 50 亿元,对制造系统全面升级。

而杭州中策橡胶有限公司日前花费 8000 多万元跟高校合作研发了 MES 智能生产系统,让机器来识别每一条轮胎上的编码,实现智慧化生产。该系统启用后,1 个人可以照看 25 台机器。

东莞龙昌玩具以玩具贴牌生产起家,为拥有自主知识产权,龙昌玩具每年投入约 2000 万元进行设备更新、人才引进和科研活动,形成由 200 多名技术人员组成的研发队伍,其中 20 多人拥有高级工程师认证。目前该公司销往国内外的拳头产品智能机器人单价高达 2000 多元。

2025·前沿



互联网首度“对撞”机器人 O2O 重塑商业模式

■ 本报记者 张龙

周翊鹏很忙,但效率很高,他用了 1 个月零 20 天的时间建设了一个 O2O 模式的互联网机器人销售平台。

在中国机器人网 CEO 赵勇看来,这是互联网第一次介入机器人行业,机器人行业虽然是新兴产业,但其采购销售模式仍然是传统行业的模式,而互联网改造的恰恰是这一点。

在即将发布的“中国制造 2025”规划中,机器人位列十大重点推动领域中的第二位,这也为互联网进入提供了政策基础。而推进两化融合也是该政策的九大战略重点之一。

国内第一家上市的机器人企业新松机器人中央研究院院长徐方告诉《中国企业家报》记者,互联网进入到机器人行业肯定是趋势。

去渠道化:降三分之一成本

作为新时达机器人公司的副总经理,周翊鹏向《中国企业家报》记者解释了这一平台:“O2O 模式的核心在于整合资源。通过平台为终端用户提供产品、系统集成和服务资源,客户在这个平台可以实现主动采购决策,对产品和服务进行购买。”

而第一单生意在不经意间就来了。“我就是在微信朋友圈发了这个消息,一个院校就通过该平台买了一个 SA1400 型机器人。”周翊鹏说。

彼时,该平台上线只有 4 天,其中两天还是周末。

在周翊鹏看来,通过平台模式,把机器人、集成商、服务商等弄到平台上来,围绕客户转,才能回到服务客户这样一个商业本质上。

周翊鹏表示,在 O2O 模式下,新时达作为机器人研发、制造的公司,和系统集成商的关系由厂商和渠道的关系,转变为互相合作的伙伴关系,合作的目的是为客户提供优质的产品和服务。集成商可以通过平台获得客户资源,寻找客户而产生的销售成本大大降低;项目信息都是以机器人采购为前提的,不会陷入十谈九不成的境地;集成商不必垫资采购机器人产品,其资金成本大大降低,系统集成的进入门槛也由此降低了。

在该平台上,当一个客户选择了一台机器人后,平台会为该客户推荐 5 个集成商、服务商来抢单,竞争机器人的外围设备和服务项目。而在该平台上,目前已经云集了 300 多家集成商。

“现在机器人都是通过集成商卖出去的,很传统的。互联网时代了,还用传统的销售采购模式去做这样一个新兴产业,是不合理的。未来一定是去中间化、去渠道化的。”赵勇说。

传统的机器人行业营销方式是这样的,机器人厂商将机器人销售给系统集成商,系统集成商在购买机器人之后,将机器人集成到为客户提供的非标生产线或者工作站中,再将生产线或工作站提供给最终客户。在这个过程中,系统集成商需要先期代购机器人产品。由于机器人经过系统集成商(渠道商)环节,客户很难拿到比较优惠的价格。即便机器人厂商主动让利,这种厂商让利行为只能对集成商有利,而不能有效地传递到最终客户。同时,由于系统集成商需要先期代购机器人产品,其资金压力也比较大。

而通过 O2O 模式,购买机器人的客户究竟能省多少钱?周翊鹏给记者算了一笔账,在平台上,一个机器人标价 81888 元,而同一个产品,国外巨头 ABB 要卖 11 万多元,传统模式下,集成商再卖给终端客户要达到 14 万元。在平台上,大项目的客户基本可以省三分之一的钱。

呼唤第三方平台

“新时达是第一个吃螃蟹的,但严格来说,该平台还不是第三方平台,未来要把这个模式打通,还要靠第三方来实现。”赵勇说。

对此,周翊鹏毫不讳言:“我们希望有企业加入到这个平台,也欢迎第三方来做这个平台。”

当这个平台出现之后,记者了解到,一些业内的微信群曾展开过争论,有人恐惧,有人观望,有人赞成。

思尔特机器人副董事长林天益告诉《中国企业家报》记者,暂时是观望,要看到成功的案例。但相信这会是一种销售模式的补充。

徐方告诉记者,这是趋势,必须要通过互联网,包括新松也有自己的渠道,建设了机器人网站、物流机器人网站等。

在一位外企机器人企业销售高管看来,在互联网没有像今天这样发达之前,生产商和客户对于产品的信息掌握程度差异很大。存在明显的信息不对称,生产商掌握更多的产品信息,而客户往往蒙在鼓里,消除信息不对称,将会使机器人厂家和客户都受益。而第三方平台如果能够出现,会避免一个企业建设的平台,另一个企业不愿意参加的情况。同时,第三方平台掌握的大数据反过来可以指导企业按需生产。

而当前 O2O 模式的出现,“首先可以去掉传统销售中的灰色方面,让客户的采购链条更透明。其次,去渠道化后的机器人价格更为低廉,会吸引小企业使用机器人,从而带动市场需求。更解决政府提出的‘机器换人’的政策。”赵勇告诉《中国企业家报》记者。

经营食品网店要实名登记

“史上最严”食品安全法修订获全国人大通过,同时获修订通过的还有广告法

■ 新文

食品安全法和广告法修订草案 24 日经十二届全国人大常委会第十四次会议表决通过。食品安全法是该法自 2009 年实施以来,中国立法机关对这一民生立法的重要修改,被称为“史上最严”。修改后的食品安全法自 2015 年 10 月 1 日起施行。

经过三次审议,修改后的食品安全法保留了现行食品安全法的基本框架,对现有的一些条款作出重要修改,明确食品生产经营者是食品安全

第一责任人等重要表述,建立食品安全全程追溯制度,并新增了大量条款,对保健食品、婴幼儿配方乳粉、网络食品交易等现实问题作出新的规定。

修改后的食品安全法将对食品安全相关环节实施最严格的全过程管理。具体来看,一是对生产、销售、餐饮服务各环节实施最严格的全过程管理,强化生产经营者主体责任,完善追溯制度;二是建立最严格的监管处罚制度,对违法行为加大处罚力度,构成犯罪的,依法严肃追究

刑事责任。加重对地方政府负责人和监管人员的问责。

在这次修法当中,互联网食品交易问题较以往做了比较明确的规定,要求网络食品第三方交易平台要对入网经营者实名登记,要明确管理责任;要求网络食品第三方交易平台要对依法取得许可证才能经营的食品经营者许可证进行审查,特别是发现入网食品经营者有违法行为的,应当及时制止,并且要立即报告食品药品监管部门,对发现严重违法行为的,应当立即停止提供网络交易平台的

服务。

新广告法明确,任何单位或者个人未经当事人同意或者请求,不得向其住宅、交通工具等发送广告,也不得以电子信息方式向其发送广告。在互联网页面以弹出等形式发布的广告,应显著标明关闭标志,确保一键关闭。违者将被处五千元以上三万元以下罚款。新增的规定还有:利用互联网发布广告,未显著标明关闭标志,确保一键关闭的,将处五千元以上三万元以下的罚款。

(相关评论详见第十二版)

欢迎关注中国企业家报多媒体



中国企业家报人微博
weibo.com/zqgybnews



中国企业家报人微信
zqgybnews



中国企业家网
www.zqcn.com.cn



中国企业家网微信
zhongguoqiye wang



中国企业家掌上通
登录中国企业家网下载

《中国企业家报》每周二出版,若一周内收不到报纸,敬请读者致电 010-68735752,我们将及时回复解决。