

第二条跑道落成 美的智造抢夺全球家电定义权

■ 本报记者 许意强

3月8日,在“智启未来”美的集团2017战略发布会上,美的与它的小伙伴库卡和高创等一起,无比坚定地宣告新愿景:成为一家全球领先的消费电器、暖通空调、机器人及工业自动化系统的科技集团。

美的以资本为助力,以科技创新为转型驱动,在2017年迎来冲刺世界级企业的关键期。这些举措不但让美的成功实现产业链扩张和海外市场边界的拓展,还进一步完善智能家居和智能制造的系统布局,为美的集团构建起“第二跑道”。

超越家电的第二跑道

每个行业都有拐点,也有天花板。优秀的企业最先触及天花板,也最先捅破天花板,而利用拐点进行弯道超车,则是企业以最小的代价获得最快发展的动力。美的正是这样一位既敢于“吃螃蟹”,又会利用拐点的赛道高手。

作为中国家电第一阵营的美的,充分抓住智能化机会,以制造业为立身之本,以科技创新为转型驱动力,致力于研发制造智能化家电设备和推动生产线的工业自动化升级,进而构建智慧生态系统。

如果将美的看做一座房子,那么家用电器、暖通空调、机器人和自动化构成了美的的三大支柱,这个房子的基石由很多的核心零部件组成,比如传统家电和暖通空调领域的压缩机、控管、电控部件;在新兴领域,比如运动控制器、编码器、驱动器,还有伺服电机等;在商用和服务领域,有瑞仕格(swisslog)和安得物流。而大数据,云计算和人工智能则是房子的黏合剂。

这些布局让美的在行业中鹤立鸡群,呈现迥异的企业形态。首先,美的不仅是个硬件企业,还有着强大的“美的大脑”,具有大数据、健康云等方面的优势。与制造企业相比,美的机器人、自动化系统能力涵盖智能生态系统下所有的产品,将制造实现设备智能化、生产透明化、物流智能化、管理系统化、决策数据化。与国际化企业相比,伴随几次成功大并购,美的成功实现在全球范围内配置资产、人才、研发、基础设施等资源,真正打造出世界级的企业。

对于这样的企业来讲,社会已经很难再用“家电”这个标签来认识美的。可以说,美的



美的智能机器人首次亮相2017AWE展

已经成功构建起以智能制造为核心的第二跑道,超越原先的家电小伙伴们,进入世界级制造巨头行列。

成就物联网新霸主

作为第二跑道的关键,美的智能工厂令人震撼:在美的自动化工厂生产线上,可以做多种标准化的产品,合格率是99.9%;也可以根据客户的需要选择产品的颜色和功能,实现设计的自动化。

在C2M(顾客对工厂)即反向定制的制造模式下,客户从下订单到收货,12天内完成,并可全程跟踪订单。更为重要的是,美的制造的成本、速度、效益发生根本性改变,其市场维修率减少30%,订单交付周期缩短50%,效率增长百分之百。

这一系列变化背后,则是一连串抢占制高点的并购大动作。现在,在库卡的帮助下,美的集团在机器人本体生产、工业自动化方案、系统集成以及智能物流等领域全面布局。在高创的Ilan Cohen博士看来,高创将成为美的完善机器人及工业自动化产业链布局的有力一环。

业内人士指出,“抓住新产业的制高点,然后不断通过合作并购完善分支布局,美的的全产业链布局就会更加完整。美的这一步走得非常漂亮,这不只是为家电产业打破天花板寻找到新通道,更重要的是借助智能化重构制造产业的新秩序。”

这些全球范围内配置的优

质技术和产业资源,与美的自身的智能工厂结合在一起,形成了“美的大脑”,并在大数据、健康云的黏合下,成为智能制造的生力军。作为智能制造核心的数据,美的把所有业务模式和每个环节连接起来,有厂房、生产线、设备、车辆、渠道、服务机构、网点、生产工人等等,在智能制造整体解决方案的推动下,实现面向用户个性化需求的大规模定制服务,这让美的拥有竞争优势。这种优势进一步将美的推向全球产业新霸主的地位。

当前,以规模化的成本驱动为代表的传统制造业正因为劳动力成本升高逐渐式微,而以技术驱动的智能制造业逐渐崛起。而美的推动了这一转变,让制造从简单的机器向系统解决方案转变,从简单的透明化向人机互动转变,从生产系统的智能化到生态系统的智能化转变。无疑,站在工业4.0的制高点上,美的将在物联网时代领导全球产业发展。

进入世界级企业新时代

日本东芝白电、德国库卡机器人、意大利Clivet、以色列高创等国际化企业与美的集团的成功合作,通过全球化经营、全球化资产配置,让美的离世界级企业的目标更近一步。

早在2011年,美的集团营收突破千亿大关,这也吹响美的实施新一轮转型变革的号

角。通过以“产品领先、效率驱动、全球经营”为主轴的战略转型,为美的在互联网时代赢得新一轮发展的主动权和定义权。

“制造业大规模、低成本的发展模式已经走不通了,必须壮士断腕寻找新模式。”美的集团董事长、总裁方洪波很早就认识到了这一点。过去几年来,美的探索出一套提质增效的“四则运算”法则。一是做减法,聚焦中高端产品,砍掉低贡献、低毛利的产品;二是做加法,加大对关键技术和核心技术的研发投入,让产品附加值更高;三是做乘法,建立多个战略平台;四是做除法,对闲置的资产和过剩的产能及时进行关停并转。

一个细节是,除了在全球展开对优质企业资本的收购,近年来美的还在美国硅谷、日本、意大利设立研究机构,并将在德国等国家设立海外研发中心,充分利用各个区域的优势,建立起全球化的大研发体系,最终实现从科技创新、产品研发到生产制造、品牌营销的全球化运营大格局。

2016年,美的集团总体保持良好发展态势,预计总产值为1575亿元左右,同比增长近200亿元。2017年开年以来,美的集团势头良好,一季度产值继续保持着两位数的稳步增长,这意味着美的集团借助“互联网+智能化”浪潮、“中国制造2025”、“一带一路”倡议等国家和产业政策,加速传统制造业转型步伐。

战略



“智能+”战略落地 美的空调产业化加速

■ 本报记者 许意强

自2017冷年开启“智能+”战略,意在重塑智慧空气生态圈的空调巨头美的,正在加速这一战略的无边界扩张。日前,《中国企业家》记者从2017年上海AWE展会上看到,美的空调科技馆首次亮相,从用户生活场景体验的角度,构建空气舒适、空气健康、空气大数据、空气便捷以及空气未来五大领域,立体化展示美的空调“智慧空气生态圈”的科技成果和智慧生活。

在空气舒适区域,美的空调主打智能体感和无风感两项黑科技。其中“智能王”挂机采用高清红外技术,配合超分解的采集算法,得到家庭和用户的冷热体感,依托美的自主知识产权构建的舒适度模型,准确感知到用户体感舒适度,让空调知冷暖、懂人心。同时一款名为“舒适星”的空调产品,创新使用三段式无风感技术,通过1906个排列均匀、大小不一、方向不同的散风微孔,实现空调冷风到凉风的转变,有凉感无风感。

在空气健康区域,美的空调专门搭建仿真住宅模型,通过Air+智能装备,检测空气中的有害成分,包括PM2.5、甲醛、煤气等,全方位、多维度检测评估空气质量。

在空气大数据区域,一面由四块大屏组成的监视墙引人注目,在线实时显示全国室内温度、室内湿度、室内PM2.5等数据和全国室内空气质量画像。这些数据来自全国各地超过40万台美的智能空调和智能设备,可以准确地评估家居室内的空气画像,真正做到专业的室内大数据的统计与分析。

在空气便捷区域,美的空调首次展示语音操控、投影触控、图像识别等一系列黑科技。其中“智能王”挂机可以实现“语音识别、语音播报、人机对话”等功能,让空调抛弃冰冷的机器印象,有温度更温馨。同时,美的空调首次将投影技术和触控技术结合到一起,发明空调首创交互技术。此外,美的“智能王”柜机创新采用“天使眼”科技,可以实现“智能安防、智能手势、智能送风”三大功能。

在空气未来区域,美的空调首次展示两款前瞻性的概念机型,以超高颜值和超酷炫的设计,展现未来空调带来的舒适、健康和便捷的生活。

透过一系列黑科技、新产品和系统解决方案可以清楚地看到,美的空调正在以家庭生活场景为平台,以健康舒适的空气为中心,通过智能空调等硬件产品,实时连接用户,从而让智慧空气生态圈赋予空调产业发展新动力。