到2045年我国有望处于世界制造强国领先地位——

制造业开启智慧转型路

经济日报·中国经济网记者 杨阳腾

透视

信息技术、移动技术、Web技术、嵌入式系统、物联网、云数据、大数据、人工智能等八类重大技术将为制造业智慧转型提供重要支撑。“中国制造+互联网”应抓住智能化技术的创新、转化、推广和应用这个核心，被+的行业企业应成为行动主体，主动拥抱互联网，自我变革，应对挑战。

4月7日，机械手在杭州正泰光伏组件智能工厂车间进行装框作业。该智能工厂被工信部列为“中德智能制造合作2016年试点示范项目”。 新华社记者 申宏摄

日前，以“全球制造业智慧转型之路”为主题的第二届中国制造2025（深圳）高峰论坛在深圳举行，论坛邀请国内外制造领域代表就世界制造业创新发展的新趋势特征、“中国制造2025”实施以来的进展、大变局时代下制造业如何以智慧引领未来等议题展开深入探讨。

制造业转型靠什么

“推动信息化和工业化的深度融合，其中，工业化起着主导和支撑的作用，信息化发挥着驱动和引领的作用。”全国政协常委、经济委员会副主任、工业和信息化部原部长李毅中在发表主旨演讲时指出，要充分发挥信息化对经济发展的驱动引领作用，用信息化助推智能制造，用互联网优化配置各种自然资源、社会资源。

李毅中表示：“在诸多‘互联网+’行动中，‘中国制造+互联网’应是重中之重。要抓住重点，抓住智能化技术的创新、转化、推广和应用这个核心。”他称，全国90%以上的企业已经普遍使用互联网，超过1/3的企业已经在其供应链和销售网全面采用了电子商务。实践证明，被+的行业企业应是行动主体，不要消极等待，要认清当今新经济的发展方向，主动拥抱互联网，自我变革，应对挑战。

实现制造业的智慧转型，离不开技术支持。中国工程院院士、同济大学校长钟志华表示，信息技术、移动技术、Web技术、嵌入式系统、物联网、云数据、大数据、人工智能等八类重大技术将为智慧转型提供重要支撑。他认为，“中国制造2025”实际是瞄准制造强国的第一步。制造强国分三步走，每10年为一步，从2015年到2025年是第一个阶段，我国进入制造强国之列，排位相对靠后；到2035年我国将处在制造强国中间位置；到2045年我国将处于世界制造强国领先地位，这也正是实现第二个一百年目标之时，中国整体进入世界强国行列。

新华社世界问题研究中心主任、新华社原副总编辑夏林表示，从“蛟龙入海”到“嫦娥奔月”，再到“高铁出境”，以高端设备制造业、高技术产业等为代表的新主体、新业态快速增长，正为中国经济注入强大的内驱动力，成为发展的新引擎。“这印证了中国从制造大国向制造强国的转变，不仅是经济社会发展的根本要求，更有着深刻现实意义和深远历史影响。”夏林说。

智能转型未来可期

论坛上，徐工集团、沈阳机床、埃森哲、江森自控等走在制造转型发展一线的海内外企业家代表围绕智能制造前沿趋势展开了交流。在制造业一呆就是47年的徐工集团董事长、党委书记王民说：“现在制造业还处在艰苦地转型升级过程中。现在全球的制造业企业，特别是装备制造企业都在研究技术、研究质量、研究降低成本，研究如何使客户更高兴、更愿意买自己的产品。”

王民表示，徐工的智能化制造已经全面开展，要解决的问题就是从市场开始，最终又到市场，形成一个闭环。“我相信要不了几年，这个行业最前沿、最高端的两三家企业里面，肯定有一家会是徐工。”王民说。

沈阳机床股份有限公司代理董事长、总裁赵彪表示，随着国家工业经济转型，沈阳机床在中低端面临能力过剩。面对困难，沈阳机床突破了一直被日本和德国垄断的机床操作控制系统核心技术。有了自主核心技术，目前该企业在全国各个区域推广应用智能制造，以智能工厂方式落地。

“真正的智能制造是一种生产方式和生产关系的变化，由于有了智能技术，使得大而全的生产方式可以变成单独的、分散的以业务单元形式解决的方式。智能制造要解决的是社会总效率提升的问题，同时使得‘大众创业、万众创新’的想法或理念能够落地并开花结果。”赵彪指出。

埃森哲全球副总裁、大中华区副主席吴琪分享了两个案例，说明产品智能化的价值。他说，西门子在马德里到巴塞罗那的铁路区间，利用智能系统使铁路准点率达到99.9%，使得铁路的市场份额从原来的40%变成了60%。飞利浦研究出一种植入人体的芯片，可以提前8小时-12小时预判发生脑血栓和冠心病的因素。发现危险后，后台会联系医生、救护车、医院。他说，如何通过智能制造使产品和服务更具竞争力，是中国智能制造必须考虑的突破口。

德国不莱梅大学教授、中德智能制造教育联盟（筹）牵头人Georg Spoettl指出，工业4.0时期，人们通过网络和相关智能化机器从事制造，也意味着生产的形成和联系的数据传输更快了。同时，数据的储存和传输速度也非常快，人机交互变得非常好，这对智能制造非常有效。

毫无疑问，智能制造在全球范围内快速发展，成为制造业重要发展趋势，给产业发展和分工格局带来深远影响。目前，我国传统制造业正在向智能制造转变，以3D打印、机器人、无人机为代表的新兴产业发展快速，一大批领军企业正在崛起。智能制造产业的健康发展，将成为推动生产方式变革的有力推手，形成新的生产方式、产业形态、商业模式。与会专家表示，2017年将会是智能制造飞速发展的第一年。加快发展智能制造，对推进企业创新驱动发展，实现转型升级具有重要意义，这也是中国制造业开疆拓土的关键所在。

市场瞭望

2020年销售额将突破2万亿元

休闲食品打响“品牌战”

本报记者 吉蕾蕾

内蒙古的风干牛肉、福建的糖果、河南的枣制品、湖北的鸭脖、四川的泡椒凤爪……近年来，我国休闲食品产业与农业资源紧密相连，形成了具有地域特色的突出品类，整个行业快速发展。

“目前，我国休闲食品企业多达几十万家。近3年来，休闲食品行业销售收入复合增长率超过20%，年销售额已突破万亿元。”在近日举行的第三届中国休闲食品产业发展高峰论坛上，中国食品科学技术学会休闲食品加工技术分会副理事长兼秘书长毕金峰介绍说，预计到2020年，我国休闲食品产业销售额将突破2万亿元。

随着人们生活水平提高、消费升级和工作节奏加快，人们对安全、多样、方便的休闲食品需求越来越大。数据显示，预计未来5年至10年，休闲食品主营业务收入将达食品工业总收入的五分之一以上，有数万亿元潜在市场需求，将为我国休闲食品企业发展、科技创新、资源整合和消费服务等提供无限商机和市场。

值得关注的是，与美国、日本等发达国家相比，我国休闲食品消费量还有一定差距。毕金峰表示，在休闲食品消费方面，我国年人均消费量仅25克左右，远低于发达国家年人均消费3000克左右的水平，差距达100倍以上。“我国休闲食品发展空间巨大，这一市场未来仍将以高于20%的速度增长”。休闲食品在满足消费者娱乐和休闲需要的同时，逐渐成为一日三餐外的“第四餐”。

“尽管我国休闲食品产业近年来快速发展，但仍存在一些问题。”中国食品工业（集团）公司总经理蔡永峰认为，一方面，我国休闲食品企业总体规模小而散、行业门槛较低；另一方面，企业产品种类繁多，品牌意识不强，产品市场竞争力较弱。同时，企业研发能力不足，缺乏创新产品，产品同质化现象比较严重，价格竞争激烈。

如何破解休闲食品产业所面临的难题？蔡永峰认为，树立品牌意识是休闲食品企业成功的关键，特色和差异化是休闲食品企业发展的重点，营养健康是休闲食品产业发展的主流方向。

“发展休闲食品产业，不仅需要休闲食品原料如粮油、果蔬、畜禽、水产、特色农产品、药食同源食品等多产业跨界，更需要从原料品质与安全的源头抓起，推进休闲食品加工业供给侧结构性改革，加强一二三产业融合发展，打造休闲食品加工全产业链和价值链。”毕金峰表示，随着消费者升级、渠道个性化释放和市场竞争不断加剧，休闲食品产业的竞争已经由原来的产品和技术竞争转向品牌竞争，一些优势品牌企业必将占据有利地位，形成企业优势和地域优势，企业间的强强合作和优势互补及销售渠道的深入拓展将是产业发展大势所趋。

梅赛德斯-奔驰携新一代S级轿车闪耀上海国际车展

2017年4月19日，梅赛德斯-奔驰携梅赛德斯-奔驰、梅赛德斯-迈巴赫、梅赛德斯-AMG及smart四大品牌共47款车型盛装亮相2017年上海国际车展4.1号馆。以新一代梅赛德斯-奔驰S级轿车领衔的恢弘产品阵列绽放出时代前沿的夺目风采，为消费者及来宾奉上一场星光熠熠的汽车盛筵。

新一代梅赛德斯-奔驰S级轿车以创领时代的磅礴气势全球首发，凭借延续至尊血统的华美格调、令身心尊享从容的舒适体验以及行业标杆级别的智能科技完美诠释其耀目之姿。智能的几何多光束LED大灯能够针对不同的路况和驾驶状态单独熄灭或点亮每盏灯内的LED点光源，实现智能的精细化光束分布，在提升亮度的同时避免炫目，令行车更加安全。它的照明距离达到理想的近650米；而LED灯源所组成的三条灯眉熠熠生辉，更具辨识度。此外，豪华的内饰设计与舒适配置，则令新一代S级轿车成为了当代英杰定义格局的理想空间。在同级车型中率先研发的“畅心醒神”功能将车内的不同舒适配置相连接而打造成一个智能的整体系统，并提供6种专业模式可选。同时，行政座椅可以向后倾斜，最大可调节范围达到43.5度并提供腿部支撑，将后排打造成可以全身心放松和休息的陆地头等舱。

不仅如此，新一代S级轿车全系车型的发动机全面升级，其中新一代S 500 L 4MATIC车型配备的全新直列六缸发动机创新地采用了48伏集成式启动电机系统，媲美V8发动机的动力输出以及出色的燃油经济性。9速自动变速箱的加入则令车辆的加速性能、驾乘舒适性、燃油经济性得到再度提升。

同样，新一代S级轿车所搭载的主动式车道变更辅助系统也得到升级，驾驶者只需轻触转向灯控制杆，这一功能即可主动协助驾驶者完成变道。新一代车载互联系统Mercedes me互联如同一位高知高能的睿智管家，为客户提供包括智能导航、移动办公、信息娱乐等多个范畴的悉心服务，以及多达12项专为中国客户提供的附加服务。

梅赛德斯-奔驰A级概念轿车作为新一代新生代车型的前瞻之作在车展现场全球首秀，绽放未来之光。A级概念轿车的设计融合了“热辣与炫酷”的两极风格，以平滑的表面为核心元素，带来更加简约而直接的感官体验。A级概念轿车将轿跑车风格的动感比例注入到豪华新生代轿车之中，如经典的三厢设计以及后移的修长驾驶舱；而相对垂直的C柱、大尺寸车窗与高挑的腰线则是源自轿车的经典元素。带有镀铬垂直辐条的垂瀑式格栅以及带有隆起的修长发动机罩，让A级概念轿车的前脸流露出自信的魅力。拥有标志性设计的“双眉”大灯与其内侧的醒目网格不但昭示了梅赛德斯-奔驰的独特基因，同时以无比精巧的构造散发出理性与智慧的光辉。

此外，梅赛德斯-奔驰还重磅推出了两款市场首发车型：新一代 GLA SUV和全新E级轿跑车。“中国制造、专属中国”的新一代GLA SUV全新配备了效率更高的高性能LED大灯，拥有令人过目难忘的全新前脸设计，同时，专属中国的两种全新车身颜色配合更为硬朗的新轮毂设计凸显了这款车型的运动天赋，为天生无畏的年轻都市精英提供了极具诚意的卓越之选。而全新E级轿跑车也首次向中国消费者一展其感性唯美的焕新风姿、令人心潮澎湃的动态性能以及与全新E级车家族源于一脉的智能风采。

除上述几款车型外，奔驰展台星徽耀目，包括2017梅赛德斯-奔驰V 260 L臻藏版、新一代梅赛德斯-迈巴赫S 680轿车、梅赛德斯-AMG S 63 L 4MATIC+、梅赛德斯-AMG S 65 L及全新梅赛德斯-AMG 43系列在内的诸多车型。smart BRABUS tailor made专属定制更是凭借个性化定制的外观与内饰将其个性魅力发挥到极致，厂商建议零售价格为人民币299,888元至人民币329,888元。

“得益于国产车型的巨大贡献，我们去年在华业务增长迅猛。这样的良好表现归功于我们与合作伙伴北汽集团共同践行的本土化战略，彰显了我们对中国的坚定承诺。”戴姆勒股份公司董事会成员、负责大中华区业务的唐仕凯表示，“我们将继续为中国客户带来创新的理念和激动人心的产品。随着中国成为梅赛德斯-奔驰SUV车型最重要的市场，新一代GLA SUV即将上市，这款新生代车型亦融入了我们的SUV基因。此外，本届车展全球首发的A级概念轿车未来也将加入新生代车型家族，在中国本土生产。”

北京汽车集团有限公司党委书记、董事长徐和谊表示：“过去一年，国产车型销量首次突破30万辆，2017年第一季度奔驰又迎来了销售业绩上的开门红。后来居上，是北汽集团和戴姆勒集团十二载携手前行的丰硕成果。‘合则赢’，成就了奔驰在华强势崛起的‘奔驰之道’。展望2017年，中国豪华车市场精彩纷呈。今后，我们双方将继续寻求在新能源、智能化等方面的战略联手，为这两个世界500强企业开启深化合作的新篇章，为消费者奉上更智能、更贴心的舒适体验。心所向，驰以恒，我相信，通过大家的共同努力，奔驰在华业绩必将再创新高，更加辉煌！”

“2017年第一季度，梅赛德斯-奔驰共向中国消费者交付了超过15万辆梅赛德斯-奔驰及smart汽车，实现37%的同比增长。”北京梅赛德斯-奔驰销售服务有限公司总裁兼首席执行官倪恺表示：“一直以来，我们通过提供高品质的产品、服务与客户体验，致力于满足消费者的需求与期待。昨夜在上海全球首发的旗舰豪华座驾新一代S级轿车，彰显出我们对于中国市场的重视。同时，我们通过Mercedes me三里屯体验店和电商平台等举措为客户带来全维度的创新服务。我们将一如既往地真诚投入，以赢得更多中国客户的青睐。”

梅赛德斯-奔驰A级概念轿车全球首发

全新梅赛德斯-奔驰E级轿跑车市场首秀

新一代梅赛德斯-奔驰GLA SUV市场首秀

·广告