

美的智慧生活科技成果展示引人注目



美的 打造全新工业互联网平台 助力中国制造升级转型



美的集团董事长方洪波致辞

2018年10月19日，美的集团成立50周年纪念日。在这个有特殊意义的日子，美的集团举行战略发布会，发布了美的工业互联网平台M.IoT及AI科技家电品牌COLMO，宣布将以全新愿景、使命、价值观开启转型升级的历史新征程。

工业互联网是互联网从消费领域向生产领域、从虚拟经济向实体经济拓展的核心载体，连接了工业全系统、全产业链、全价值链，支撑工业智能化发展的关键基础设施，正成为全球产业布局的新方向、制造大国竞争的新焦点。

大力发展工业互联网，成为美的集团2018年重大战略转型。工业互联网不仅有望为这家世界500强企业带来生产方式的蝶变，也将成为美的推动中国制造业升级转型、实现“科技尽善，生活尽美”愿景的新途径。

美的集团创始人何享健表示，未来集团营收将“剑指”5000亿元“大关”。

抢滩工业互联网 助力制造业升级转型

“工业互联网是生产力变革的关键基础，代表着制造业和经济发展的新趋势。全新推出的工业互联网平台M.IoT，是美的自主开发，兼备‘制造业知识、软件、硬件’三位一体，实力领先的完整的工业互联网平台，并展现出产业链闭环联动的广阔前景。”

美的集团副总裁、CIO兼IT总监张小懿说，数十年丰富而独到的制造业知识，全价值链数字化解决方案，与世界机器人巨头的协同，加上在工业仿真等核心领域领先的软件实力，让美的拥有得天独厚的先天优势。M.IoT平台已在美的集团内部成功应用，接下来既可对外为大型企业提供定制化、数字化转型服务，亦可向中小企业输出低成本的套餐式解决方案，助推更多行业伙伴实现上云上平台。

据最新研究报告显示，2023年全球工业互联网的市场规模将达到914亿美元，其中以亚太地区的年复合增长率为最高。在中国，随着《关于深化“互联网+先进制造业”发展工业互联网的指导意见》、《工业互联网发展行动计划（2018—2020年）》等政策密集出台，工业互联网将迎来快速增长。

面对这样的态势，美的集团的工业互联网平台M.IoT可谓是应运而生。张小懿通过一个注塑车间的案例，展现了美的工业互联网平台M.IoT“牛刀小试”的成果。

注塑是生产中的常见环节之一，也聚集了传统制造业存在的普遍痛点，如：突发问题多、异常难管理；生产设备多、故障难掌控；参数靠经验、知识难传承等。经历一系列工业互联网改造的注塑车间，效果显著：通过“计划采购一体化”等精益管理，原材料库存减少八成；智能装备提升生产整体效率17%，让工人避免暴露在高温、有害的工作环境中；优化对设备的智能预测与维护后，故障响应时间缩减80%，故障率减少36%，停机时间缩短57%，产品品质也有效提升；将人工智能应用于品质检测，使检验成本下降55%，外观检测精度上升80%；以往需要人工24小时监控的烘干机、色母机等设备，由于改为智能预警，异常响应时间缩短75%，黑点率和色差率也有效降低……

张小懿分析，要解决传统制造业中存在的问题，归根结底是通过技术手段，提升企业的敏捷度和精益水平。由于工业互联网可以把实体、信息、

业务流程和人员连接起来，借助数据分析、优化决策，所以降本、增效、保质成为可能。

目前美的集团的工业互联网平台已经在微波炉的磁控管工厂，以及美的家用空调南沙工厂深入试点，均运转顺利，为M.IoT进一步应用到不同的企业与行业，奠定了良好基础。

三位一体的核心能力，构成美的特有优势

在工业互联网平台的“卡位战”中，美的打出“制造业知识、软件、硬件”组合拳，同样值得探究。

工业互联网并非狭隘的“设备联网”或“机器换人”，由于涉及研发、订单、计划、制造、采购、品质、物流、客服等产业链全生命周期的管理，它的运转更像一支交响乐团：硬件如同乐器，是最基本的工具；但正如不懂乐理的乐手无法演奏，制造业知识不可或缺；而软件起到的作用就像指挥家，少了它的调度，各种乐器只能混合出无序的杂音。因此，对于真正的工业互联网平台而言，制造业知识、软件与硬件缺一不可，但水平的高下，不仅要看三者的实力，也取决于协同的程度。

美的集团的底气，来自过硬的基本功：美的不仅拥有50年的制造实践，还拥有从原材料加工、核心零部件生产到电子、注塑、钣金、总装等关键环节的深厚积淀；软件方面，美的已拥有成熟的全价值链支撑套件，并在工业AI技术及云平台有所布局，合作伙伴Visual Components的加入，更让美的在数字化仿真方面跻身世界前三，这意味着美的可以将产品从研发、生产到使用的过程转变为数字镜像，通过虚拟的全生命周期测试与管理，将产品创新、制造效率和有效性水平大幅提升；同时，美的集团旗下拥有的库卡等世界一流的机器人与自动化服务提供商，也提供了硬件的实力保障。

美的通过M.IoT提供的，不仅仅是云端的链接、海量工业数据的汇聚，更是将制造业知识、软件、硬件三者结合，基于工业机理、业务实践所生成的研、产、销全价值链集成解决方案。依托这样的差异化优势，美的可在工业互联网竞争中占据有利地位。

美的集团董事长方洪波介绍，美的2018年研发投入已经达到15亿美元（约为124亿人民币），这是美的集团的研发投入首次超过百亿元人民币。未来，美的将更加拥抱技术、产业链发展趋势和全球布局的战略。

因需而定的解决方案，满足企业差异化需求

M.IoT的未来发展，与整个制造行业的升级转型密切相关；随着人口红利的衰退，技术驱动成为众多制造企业的生存关键；当消费升级愈演愈烈，下游用户对工业产品的个性化、供应效率、周转速度的要求必然水涨船高，各类产品迭代速度也会加快，这都会倒逼整个产业对工业互联网产生更多需求。

但不同类型的制造企业，在拥抱工业互联网时难点与发展路径也各不相同。大型企业往往有着庞杂的内外部体系与繁复的工业场景，技术攻关难点重重；中小企业则可能因为高昂的上云费用与设备人才投入，对工业互联网望而却步。从中，美的看到了机遇。因此，针对大型企业较为复杂的数字化转型需求，美的会通过整合的定制化方案予以实现；对于中小企业，则提供成熟的套餐解决方案，助其以更经济的成本实现上云上平台。同时，由于旗下美云智数和库卡已积累相当数量的实战经验，美的有望将现有的客户群，从提供单点服务的模式，发展为整体解决方案的合作。

成熟的应用经验、三位一体的独有优势、加上清晰的发展规划，全新发布的M.IoT有望为众多传统制造企业的升级转型提供切实有效的解决方案。

此外，发布会上，美的还发布了AI科技家电品牌COLMO。COLMO将AI核心技术融于高端家电，推动家电行业进入“人性化交互”时代，并通过深度学习的运用以及大数据专家系统，引领家庭场景的智能变革。

作为富有社会责任感的企业，在本次发布会上，美的还宣布捐赠1亿元用于支持脱贫攻坚，通过卫生扶贫、教育扶贫、产业扶贫等模式结合，到2020年实现扶贫攻坚任务目标。过去20年间，创始人何享健和美的集团在扶贫、救灾、养老、教育等慈善领域总共投入超过70亿元。

春华秋实五十载。1968年，何享健在艰难岁月中播下的一粒追求美好生活的种子，成就了今天的美的；创业精神、治理机制与全球人才，滋养着美的向善而生、勇立潮头，虽然社会、生活、制造的形态千变万化，美的却一直在主动求变中茁壮成长，成为如今横跨消费电器、暖通空调、机器人与自动化系统、智能供应链（物流）的世界500强企业。

展望未来，美的集团董事长方洪波满怀信心地表示，科技、用户、全球化，是美的迎接下一个繁茂时代的关键所在。他说：“世界上也许没有永远的公司，但美的想走得更远。”



美的集团创始人何享健



美的集团副总裁、CIO兼IT总监张小懿发布美的工业互联网平台M.IoT



美的集团抢滩工业互联网



美的集团捐赠1亿元用于支持脱贫攻坚