

# 工业4.0时代来了？

## 汽车制造走在了前头，工业机器人应用大有可为

什么是工业4.0？站在目前这个时点的我们，可能很难给出一个明确简洁的回答。就像互联网刚起来的时候，人们并不知道它会驶向何处一样。但唯一可以确定的是，它将影响并改变我们的日常生活。日前，在南京国际博览中心举办的2015中国（南京）国际物料配送、搬运及物流信息化展览会上，一场关于工业4.0的讨论在激烈地展开。

现代快报记者 张曦

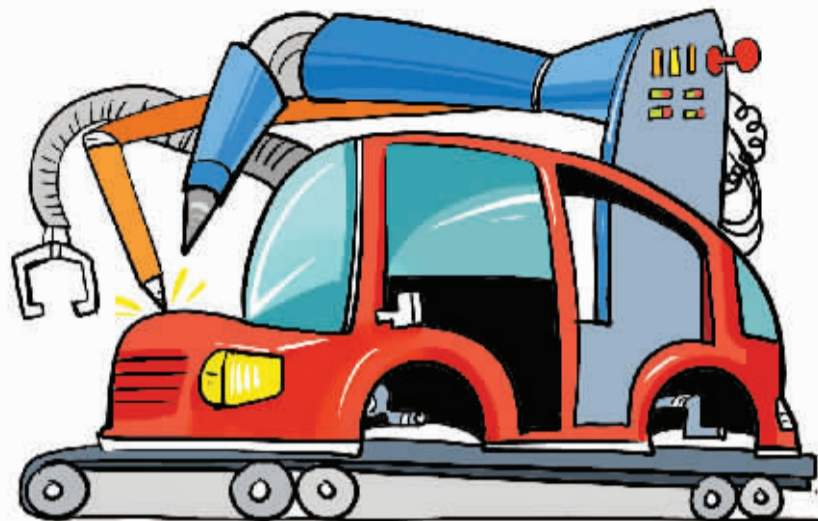
### 工业4.0要拼软实力

德国物流研究院中国首席科学家房殿军尽量通俗易懂地解释工业4.0——它是德国率先提出的理念，它的愿景是为了实现包括低成本的个性化定制、大幅提升生产率、柔性化生产等等目前还尚待解决的工业问题。由于汽车制造业已经实现了模块化生产、标准化生产，所以它可以快速定制，在工业4.0领域走到了前头。现在包括家电、电子3C等领域都开始往工业4.0方向转型。

“国内企业最喜欢看的是设备，但软实力才是工业4.0时代真正要解决的

问题之一。”房殿军举例说，宝马3系的发动机，325i、328i、330i、335i，在硬件方面并没有大的不同，但是通过电子控制的不同，它实现了不同型号不同效率的发动机。中国的制造企业未来不仅要通过硬件考虑，还要以软件来考虑，这样成本可控。

他认为，工业4.0时代还有个关键的问题，就是需要实现供应链的联网。比如厂家接到一个汽车订单，如果在德国不能完成用户的个性化要求，就会立即通过供应链的联网，传给美国的生产线，从而快速完成订单。



漫画 雷小露

### 看运势不如看思维方式

房殿军提到一个很有意思的中国现象：中国式工厂。意思是中国企业建工厂喜欢方方正正的，讲究风水设计原理，往往是建设速度很快，拿了地先建设厂房，再布置设备。而德国工厂往往设计不好看，但都是从工业流程考虑，非常实用、有效率。他认为从工业4.0的角度中国式工厂不可取，正确的规范化步骤应该是：定流程——进设备——建工厂外壳。

“企业要转变的是思维方式！”曾在海尔集团负责智能制造战略的曾玉波

认为，工业4.0是一个时代，是一个战略，而不是一个标准，不是一个解决方案。他认为，人们的生活方式在改变，所以也造成了工业制造的改变。目前比较新潮的是基于C2B的个性化定制模式，把用户体验、粉丝经济、个性化定制、服务中心、配送、用户体验串联在一起，而未来随着个性化需求和互联网的发展，会形成生态圈经济，设计这块可能会独立出来，以创客设计师的圈子形式存在，物流生态圈、制造生态圈都会自成一体，高效运转。

### 机器人应用大有可为

工业4.0时代当然离不开机器人。而在工业机器人的应用方面，汽车又走到了各行业的前头。工业机器人“四大家族”的销量大部分都来自于汽车行业，3C、食品饮料的逐渐普及则成为行业未来的增长点。

相关数据统计，2013年国内工业机器人购买量大约3.6万台，2014年销量则超过4万台，增长迅速。某外资咨询公司行业分析师估计，不包括低端的直角坐标机器人，未来行业的年增长率将达到20%以上。

他介绍，由于汽车工业涉及到大量的焊接（尤其是点焊）、喷涂等工序，所以工业机器人应用在汽车行业尤为普及，是工业机器人“四大家族”最主要的客户群体。

德国库卡在汽车整车厂的销量最大，发那科主要应用于通用等品牌，ABB则应用于长城、标致等品牌，安川更多地应用在零部件领域。

而国内的机器人企业也在奋起直追，比如新松、广州数控等企业，开始在某些细分领域崭露头角。

除此以外，这几年随着工业4.0的风潮兴起，工业机器人在电子3C、食品饮料、个人护理、物流等行业的应用也越来越多，成为各企业新的利润增长点。他分析，随着人工成本上涨、机器人价格下降、安全意识提高、产业转型升级等因素，工业机器人行业在未来大有可为。

### 新车发布

## 车企不等待，新车发布忙

近来，车企发布新车的速度和频次可以用“疯狂”来形容，“不等待”成为众车商的普遍态度。各家使出浑身解数要起发布新车这板斧，落力营销，抢滩市场。



## 质领新标准 新速腾“质”感上市



3月23日，一汽-大众新速腾在珠海闪耀上市，就此拉开了速腾品牌续写中国市场传奇的新篇章。秉承一汽-大众打造“高品质汽车”的精髓，新速腾在造型设计、动力操控、舒适安全等方面实现了全面的从“心”进化。

作为一款德国血统的大众经典车型，速腾品牌自诞生之始就专注于最新德国工艺与现代动感造型的完美结合，以原汁原味的德系血统、精湛的制造工艺、领先的科技装备，让国内消费者在平实、中庸的传统A级轿车之外，拥有了一个品质卓越、科技领先、性能出众的新选择，开创了真正的A级细分市场，也缔造了A级别的行业标准。

自2006年第一代车型上市以来，已累计销售了130万辆，书写了A级市场的纪录。将最新德国工艺与现代动感造型完美结合的大空间A级舒适轿车——一汽-大众新速腾，在造型设计、动力操控、舒适安全等方面，将A级轿车的品质标准提升到一个全新高

度，为城市精英带来无与伦比的驾乘体验。

一汽-大众汽车有限公司董事、总经理张丕杰先生表示：“新速腾不仅传承了德国大众汽车的精髓，更为满足中国消费者的需求而进行了创新和升华。新速腾所映射出的德国精致工艺、大众‘质’造标准以及质感人生体验，为中国A级汽车市场树立了新标准。”

新速腾全系搭载大众最新一代EA211发动机，包括1.6L自然吸气发动机，1.4 TSI常规功率版以及1.4 TSI高功率版共3种不同的动力，并配备大众先进的7速DSG双离合自动变速箱、6速Tiptronic手自一体变速箱或5速MQ手动变速箱。

自2015年起，大众汽车品牌在中国市场逐步启用全新“基于引擎扭矩”的车尾标识体系，目的就是为了让大众汽车的扭矩性能一目了然，进而使消费者不仅仅关注排量，而更加关注引擎的实际性能”。

### 海马挚爱版车型限量上市

日前，海马挚爱版车型限量上市发布会在南京举行。此次上市的车型分为挚爱版海马S7和挚爱版福美来M5，两款限量车型均应海马赞助的热门剧集《何以笙箫默》为爱而生，旨在为车主创造幸福的有车生活。另外，发布会现场还启动“新春豪礼巨献、厂家亿元直补”活动，活动期间订购挚爱版海马S7可享万元巨惠。

挚爱版海马S7的官方售价为10.98万元，限量发售2015台，乐享万元钜惠。新车增加人车交互系统等，进一步提升整车性价比。挚爱版福美来M5在完美沿袭了福美来CTCC冠军底盘基因之外，车身采用了优雅靓丽的玫瑰红色车漆，象征浪漫无瑕的纯真爱情。

### 一汽丰田全新皇冠闪耀上市

日前，一汽丰田全新CROWN皇冠在上海宣布上市。全新皇冠搭载了2.5L V6自然吸气发动机的5款车型，售价27.98万-38.58万元，而后续搭载2.0T发动机的车型将于2015年下半年上市。

此次上市的全新皇冠作为该车系的

第14代车型，其整体基于海外版皇冠MAJESTA长轴打造，在外观造型方面正对中国客户需求进行了重新设计，并在内饰和配置方面有所提升。较以往车型给消费者留下的中庸、老气形象，全新一代皇冠被誉为“年轻10岁”。一汽丰田总经理姜君表示，希望以2.5L标准版不到28万元的价格吸引到日益成熟的年轻一代80后对C级车的关注。

### 东风悦达起亚KX3登场

日前，东风悦达起亚KX3在郑州上市，发布1.6L、2.0L和1.6T三个排量共9款车型，售价区间为11.28万元-18.68万元。除了7款单色外观，KX3本次还特别推出青花瓷、丹墨色2款独有的双色外观，以青春的明媚多彩与都市的精致炫目，为追求个性、品味时尚的都市魅力人群带来无与伦比的妙趣驾乘体验。

作为满足快速增长的新兴SUV市场需求推出的一款全新车型，KX3结合了品牌领先的设计理念与国内消费者的用车需求，将与狮跑、智跑共同组成更为强大的SUV家族，进一步完善品牌SUV产品线，实现对各细分市场的全面覆盖。