

2024上海物流展|自动分拣机、自动引导搬运车展览会

产品名称	2024上海物流展 自动分拣机、自动引导搬运车展览会
公司名称	展会信息平台
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	中国展会信息平台
联系电话	13122552507 13122552507

产品详情

2023上海物流展|第23届亚洲国际物流技术与运输系统展览会(CeMAT ASIA)

物料搬运、自动化技术、运输系统、物流的国际盛会

时间：2023年10月24日 - 10月27日

地点：上海新国际博览中心（上海市浦东新区龙阳路2345号）

主办单位

中国物流与采购联合会、中国机械工程学会、德国汉诺威展览公司、汉诺威米兰展览（上海）有限公司

同期举办

上海国际工业零部件及分承包展览会（ISA）

亚洲国际动力传动与控制技术展览会（PTC ASIA）

亚洲国际高空作业机械展览会（APEX）

上海国际压缩机及设备展览会(ComVac)

上海国际重型机械装备展览会（HeavyMachinery）

亚洲国际冷链设备及技术展览会（CCA）

展会介绍

亚洲物料搬运和物流技术行业具规模的国际展会之一，亚洲国际物流技术与运输系统展览会（简称亚洲物流展）自2000年以来已成功举办了22届，作为德国汉诺威全球工业系列展的一员，CeMAT ASIA始终秉承德国汉诺威展会科技、创新及服务的先进理念，立足中国市场，为各展商提供高端展示平台。

由点至面的制造业数智化升级路径-【供应链升级、终端市场、信息系统、战略规划】

oTMS总裁兼联合创始人

制造业信息化由来多年，信息化和数智化的区别在哪里？

笔者认为，信息化是主要从手工到计算机的跃升，把原来的手工流程经过优化梳理后在计算机中固化下来，通过系统来约束作业，减少人为因素的影响，减少出错，便于规模化经营和协作。现在，随着云计算、大数据、AI及各种智能设备的普及，企业在信息化的基础上进行供应链升级，应用新技术，软硬件结合，把原有的供应链信息孤岛连接起来，原先缺失的功能完善起来。

因此，数智化是信息化的升级和延伸，是制造业供应链升级的必经之路。不论信息化，还是数智化，其核心是要服务于企业经营管理，帮助企业增收、降本、提效以及更好地服务客户。

制造业数智化升级的推动因素

无论是过去基础的信息化建设，还是现在倡导的数字化、智能化，背后都有相对明确的推动因素。

1. 国家政策、行业规范的要求

就如同会计电算化带来了财务软件的普及应用，电子发票给费控软件带来的巨大商机。国家政策和行业的规范要求都推动了企业管理走向数字化。近，国家大力扶持数字经济的文件密集出台，如：1月12日《国务院关于印发“十四五”数字经济发展规划的通知》、1月15日求是网发表的总书记《不断做强做优做大我国数字经济》的文章，这无疑也对制造业产生了深远的影响。

2. 黑天鹅事件的促进

2020年至今，疫情给我们的生活和企业经营带来了巨大的不确定性和不可控性。如果一家企业是国内供应链为主，国内采购、国内生产、国内销售，疫情虽然有影响，但从时间长度和影响严重性角度来讲，相对可控；但如果企业的经营行为有较大比例的国际供应链，比如原材料的海外采购或成品的海外销售，那么疫情的影响就可能非常大，也更加不可控。oTMS的客户中，48%是外资企业，52%是中国本土企业，因此我们注意到这些企业对自身供应链管理的要求正在提升。供应链必须要足够有韧性，更能应对突然情况，才能使企业在不确定的环境中突出重围。

3. 终端市场的变化

渠道下沉、渠道多元化，使得很多企业的商流模式从以往的“批发模式”变为“零售模式”，即过去主

要服务于全国一、二级大经销商，现在需要服务于全国一、二、三、四线城市的经销商以及终端个人客户。批发模式下，订单特点是大批量、低频次，特点是规模化，大批量采购、大批量制造、大批量的销售；而在零售模式下，订单特点是小批量、高频次，特点是精细且柔性。

以上的和第二点，笔者认为制造业数智化升级的主要推动因素，第三点是辅助因素。终端市场的变化在服务行业先行，因此服务业是在数智化升级的梯队，但可以预见，随着市场格局的变化，制造业也必将会快马加鞭、迎头赶上。

数据整合驱动智能决策

制造业数智化升级过程中的“痛点”

制造业企业流程更严谨、更复杂，因而升级过程中遇到的痛点或挑战更多。以下列举的痛点，比如关于组织和人的部分，是各行业都会遇到的，但比如流程化有关的问题，则是专属于制造业的较为突出的问题。数智化是方向，是美好的彼岸，但能否少折腾、不伤筋动骨地到达美好的彼岸，取决于在数智化的过程中，企业和服务商如何共同来应对以下挑战。

1. 内部信息系统众多，但是联通性低

大部分的制造业企业或多或少地应用了不同类型的信息系统，尤其是大型制造业企业，普遍在生产、财务、销售、客服、OA等企业内部各业务体系，应用了众多的软件，但是不同系统之间联通性差，各个系统都作为孤岛存在，不同业务数据共享度低。加之制造业体系和流程较为复杂，在缺乏强有力的外部推动因素的情况下，内部变化动力不足。所以，经常出现的情况是，尽管内部有很多系统，不同的部门和业务线在实际工作中，很多任务依然得通过邮件来完成；很多数据依然不能快速共享，无法支持企业根据数据做出快速的判断和决策。

2. 业务复杂度高，既往流程固化，改变难度大

制造业企业的业务复杂度高，而且内部大量的工作流程和工作习惯是多年积累、沉淀的结果，受不同时期的业务特点和技术局限性影响较大。数智化升级的目的是通过诸如云计算、5G、AI、大数据等先进技术的应用来提高企业经营管理的效率，并带来更高的产出。所以，这个升级过程必然需要对存在的各种可行但是“别扭”的流程做重新的优化梳理，而不是一成不变地把原有的流程简单地数字化、线上化。这就要求企业够跳出原有思维框架想问题，并且接受流程上的改变，在推行过程中，必然会有阻力。

同时，不能忽略一些非常基础但是核心的问题，比如企业的基础数据。每个企业或多或少都建立了自己的基础数据，但是如果仔细回顾，数据的质量确实存在很大参差。比如，产品的重量体积是否准确？客户联系人信息是否准确？如果有变化，更新是否及时？如果核心数据不完善，那么对于后续的升级也会带来更高的难度。

3. 数智化转型需要企业内部存在有效的变革组织和执行机制

企业的数智化升级往往需要优化业务流程，从而会改变对应员工的现有工作习惯。数智化升级战略一般是由高层发起，中层参与讨论，一起制定出来的。在大的战略框架中，每个业务线的数智化产品选型也往往是由企业高层、业务线负责人、IT负责人共同来确定。然而，由于涉及现有流程的更改，如果企业未能与业务线的具体操作人员提前沟通、统一认知、达成共识，往往会在落地实施的过程中遇到阻力，从而影响最终的实际效果。

4. 长远战略规划 vs 阶段性数智化目标

企业的数智化升级是一个需要长期投入和耐心的持久战。这里的投入不仅意味着较大的资金投入，也包括中高层管理层的注意力的投入；而这里的耐心，指的是从投入到见效只是开始，还需要企业长期的运行、维护以及优化，来确保新的数智化体系能够真正满足企业的持续经营管理目标。所以，在数智化过程中相对健康的结构应该是，有一个企业级的数智化战略和目标，在这个大目标之下，分解为若干个小目标，每个小目标有对应具体要做的事情以及判断是否成功的标准。同时，每个小目标是彼此关联的。这里笔者想引入一个“点-线-面”的模型结构。

制造业数智化升级路径：点-线-面的关系模型

上文提到，整个企业数智化战略升级将是一个长期的过程，需要经历复杂甚至是痛苦的转型。那么该从何下手？笔者想用“点-线-面”的模型来解读这个进程：

点：一个业务条线/职能部门中的不同功能；

线：不同业务条线、不同职能部门；

面：企业的所有业务线、部门协同合作的经营全局。

其中，面的概念比较好理解，就是指企业的全局。线和点的关系可以通过举例来更好地理解，比如：市场和销售部门作为一条线，其中管理销售过程的CRM系统、电销系统、管理商机和转化的系统就相当于这条线上的不同个点；企业供应链部门是一条线，那么计划系统、采购系统、WMS、TMS就是这条线上的不同个点。

企业整体的数智化升级，首先具备足够多的点，每个点独立运转良好，然后需要把这些点连接成线，彼此联通、流程共享、数据共享，后要让多个线条，该联通的联通、该共享的共享、该独立的独立，从而编织成一张网，来真实、快速地反映企业经营管理现状，助力企业的决策。这才算是真正实现了数智化驱动企业发展。

端到端数字化 物流状态随时知晓

数智化驱动下的制造业解决方案

oTMS作为一家聚焦于企业数智化运输体系搭建的软件服务商，已服务于上百家大中型货主企业，亲身经历了大量企业在运输领域的数智化升级之路。

我们注意到，在疫情之后，尤其是2021年下半年，疫情仍在反复，大家意识到疫情将不会短期消失，这使得疫情对于供应链的影响持续发酵。制造业企业开启了一轮数字化升级，客户立项数量远大于服装、零售等行业。

同时，国外的一些大企业由于全球化布局更明显，受疫情影响更大。从2021年开始，他们纷纷加大投入，以提高企业内部全球物流体系的数字化水平。因为一家企业不可能影响到船公司、港口，所以他们选择尽快搭建自己的全球物流可视化体系，在不确定性这个大主题下，增加供应链的可预测性和确定性，提高自己的应对能力。

在这样的背景下，oTMS的解决方案不仅聚焦于运输执行的在途可视，更致力于与企业内部上游系统打通并抓取关键数据。基于企业物流网络，进行智能计划和分析，从而助力企业打造有韧性的物流管理体系。

以某大型制造企业为例，该企业拥有5个以上工厂、10个以上仓库（含厂内仓）、超过15家物流公司以及近2000家经销商。oTMS将所有生产厂、仓库（厂内仓库+区域仓库）、物流公司和终端经销商连接在同

一平台。

过去，该企业已经完成了初步的信息化。当ERP系统下单时，已经包含了发货工厂、仓库、物流公司的数据，TMS直接把订单分配给对应的物流公司，由此已实现了端到端的可视化管理。现在，在升级后，ERP系统下单时，仍然包含发货工厂、仓库、物流公司的数据，但是会首先通过oTMS的智能优化引擎，查询工厂/仓库的库存数据，根据不同工厂/仓库的运输成本和数据计算优发货选择，把计算结果和ERP系统中原发货策略进行成本和运输时间的对比，选择优方案。这既是在信息化之上叠加了智能化，做到智能计划和分单；也是我们之前提到的点和线的区别，系统之间形成了联动，更好地为前端服务。

同时，在落地过程中，我们考虑到零担订单需要进行二次或以上的中转运输，使用App的方式追踪在现实生活中较难实现，就采用了微信小程序，从而完成过程中不同司机之间的订单中转交接，大程度地保证数据链条不中断。

货物送达后，司机拍摄客户签收后的订单，通过App或者微信小程序上传签收单据的电子版本以及货物照片。与此同时，企业可以直接把物流数据通过API同步到终端系统，终端客户可以通过统一的经销商管理系统实时查看，再一次形成了系统间的信息同步。

未来，供应链数智化能力的构建将成为制造业的核心能力之一。对于大批想要升级的企业来说，我们建议依照点-线-面的逻辑模型，稳扎稳打，逐步链接优化。同时，管理层需足够重视，并组建起相关团队，在充分了解原有业务流程的基础上设计优化方案。任何的转型升级都不是一朝一夕，但我们坚信，在这条路上，一定会有越来越多的同行者，让中国制造业更加强大。