

西门子S7-1500模块6ES7513-1AL02-0AB0

产品名称	西门子S7-1500模块6ES7513-1AL02-0AB0
公司名称	浔之漫智控技术（上海）有限公司-西门子PLC
价格	.00/件
规格参数	品牌:西门子 西门子:PIC 西门子:中国代理商
公司地址	上海市松江区石湖荡镇塔汇路755弄29号1幢一层A区213室
联系电话	18717946324 18717946324

产品详情

西门子S7-1500模块6ES7513-1AL02-0AB0

专业销售西门子S7-200/300/400/1200/1500PLC，ET200分布式I/O:ET200S、ET200M、ET200SP、ET200PRO、3RW系列软启动器(3RW30/3RW40/3RW44/3RW31)、3RK系列电机启动器、数控系统、变频器(MM420/MM430/MM440/S110/S120/G120/G120C/V10/V20/V60/V80/V90/G130/G150)、人机界面、触摸屏、伺服、电机、西门子通讯电缆、现场总线、DP接头、工控机，西门子低压电器，仪器仪表等，并可提供西门子维修服务，欢迎来电垂询。

作为quanqiulingxian的工业自动化和数字化解决方案提供商，西门子PLC控制器在工业自动化领域具有广泛的应用。作为西门子PLC控制器的全国代理商，我们引入了西门子PLC模块总代理，提供最新的西门子PLC控制器和西门子PLC模块，我们致力于为客户提供最优质的西门子PLC控制器产品，同时也提供各种控制面板和自动化系统的设计、开发和集成服务，帮助客户提高生产效率和管理效益。

自动化与信息化是实现智能制造投资的部分。企业在做自动化改造前千万要慎重，为什么要升级自动化？投资回报率是多少（合理的投资回报期应控制在5年以下）？自动化设备可靠性怎样？有何风险？能适应产品的升级换代吗？一定要想清楚，否则成本不降反升。很多企业投入后才发现设备不成熟故障频繁，或者上马的设备不好用，还不如人工操作灵活方便，结果几十万、上百万投入的设备被任性地搁置，这种无效的投入甚至会拖垮企业。随着技术的进步和人力成本的提高，自动化是个不可逆转的趋势。对于不同的行业不同的企业，有的有成熟的自动化方案，有的则没有，企业需要结合自身情况来规划自动化方向。从投资回报、容易实现的部分做起，当然还要结合前面所讲的标准化和模块化，并且满足精益生产的要求，优化相应的生产流程，一步一步循序推进，且不可操之过急，盲目跟风。 / 5、服务化 / 目前拥有超过6亿的网民，7亿台智能终端，互联网的蓬勃发展加速了从制造向服务的转型。美国倡导的“工业互联网”将人、数据和机器连接起来，形成开放而化的工业网络，其内涵已经超越制造过程以及制造业本身，跨越产品生命周期的整个价值链，涵盖、能源、交通、等更多工业领域。此外，制造企业还可以通过设备的联网数据监测、分析和改善设备的设计与制造，提高产品可靠性和效率。当然行业不

同产品不同，可服务的内容也千差万别，互联网+模式下，传统企业需要不断创新商业模式找到一款适合自己的服务方式来打动客户。 / 6、个性化 / 过去30年，市场商品种类急剧膨胀了几十、上百倍，这是一个个性化消费的时代，每个人都可以拥有自己的博客、微博、微信等，传播自己的声音。个性化本身不是一个新鲜词，早在一百多年前人们就通过手工作坊制作个性化的商品，个性化实现的难度在于需要达到大批量生产的低成本和高品质。消费者直接在网上或者电话下单，选择自己喜欢样式，企业根据定制订单生产交货。将有效降低库存，运营成本则比其降低了一半以上。高品质、低成本的个性化实现首先取决于你的精益生产水平，也就是精益所倡导的“价值来自真正的顾客需求的拉动”。个性化实现其次取决于你的标准化和模块化的设计。高速发展的互联网等信息技术为其提供了支持，使得个性化实现变得容易。

就现阶段来说，个性化还是有限条件的个性化，无法做到*的个性化，不管是汽车、电脑、手机还是服装等商品，个性化都是在一定范围内选择。每个企业需要根据自己的精益化水平、标准化/模块化水平以及信息化水平来决定自己的个性化模式，并不是越个性化越好，它建立在一定的实施条件基础之上。也许未来3D打印和人工智能的发展能够为*的个性化提供一种可能。 / 7、生态化 / 企业的竞争正在从单个企业之间逐渐向供应链之间乃至生态系统之间的竞争转变。凯文·凯利在《失控》中写道：“大企业之间的结盟大潮，尤其在信息和网络产业当中，是世界经济日益增长的共同进化的又一个侧面，与其吃掉对手或与之竞争，不如结成同盟——共生共栖……

控制的未来是：伙伴关系、协同控制、人机混合控制，人类与我们的创造物一起共享控制权。” /

8、化 / 在世界互联互通的今天，当你的企业做到一定规模，需要考虑化来配置资源，以提率降低成本。化资源包括市场资源、设计资源、采购资源和生产资源。我国的“一带一路”战略就是寻找化的市场资源，输出我们的富余产能包括高铁技术等。设计资源则是在国外设立研发技术中心，开发贴近本土的产品或者弥补国内设计能力的不足，还可以形成24小时不间断产品开发，以缩短研发周期，如华为、海尔、联想等企业都在国外建立了研发机构。采购和生产资源是寻求品质更佳、成本更低的物资供应地，除了考虑采购和制造单价外，还需要考虑运输成本增加、供应链复杂化、供应链可视化、交货周期拉长、更高的库存、环保碳排放、质量稳定性、当地政策以及汇率波动等问题。