

中机质协动态

第3期

(总期第409期)

中国机械工业质量管理协会秘书处编

2020年6月编发

关于振兴“中国品质”提升核心竞争力的建议

山东五征集团董事长/第十三届全国人大代表 姜卫东

质量发展是兴国之道、强国之策。质量反映一个国家的综合实力,是企业和产业核心竞争力的体现。党和国家在不同的发展阶段都高度重视质量工作,特别是国务院颁布实施《质量振兴纲要(1996年-2010年)》以来,我国下大力气抓质量基础工作,尊重知识、重视人才,质量发展的社会环境逐步改善,主要产业整体素质和企业质量管理水平有了较大提高,产品质量明显提升。但是,我国工业发展历史短、基础相对薄弱,质量发展水平和核心竞争能力与西方国家相比还有很大差距。

过去,我国制造业发展更多依赖低成本竞争优势,但随着技术创新水平和质量水平的不断提升,中国制造业低成本优势不断衰减,也面临着西方国家打压和发展中国家加速追赶的双重压力,传统的“粗放型”增长方式已难以为继。中国制造要实现从数量效益型向质量效益型的转变,实现从制造业大国向制造业强国的转变。

当前,《质量发展纲要(2011年-2020年)》接近尾声、“中国质量奖”延缓(第三届应在2018年评选)、“质量工程师认证”项目过早取消,都无形中削弱了原本应大力加强的质量管理工作;工信部等11个部门联合推出《关于引导企业创新管理提质增效的指导意见》,起到了积极的引导作用,但成效有待提高;《中共中央国务院关于开展

质量提升行动的指导意见》(2017.9.5)极大地提振了质量工作者的信心,也指明了努力的方向,但只提出了到2020年的工作目标,需制定更长远目标,重启行动计划;质量教育资源投入严重不足,尤其是质量人才匮乏。

面对疫情过后以中国作为主要领导的世界新格局的日渐到来,“中国品质”也将迎来赶超“德国品质”和“日本品质”的大好时机。建议:

1.政府在全社会营造重视质量、提升品质的浓厚氛围,将现行的国家级“中国品牌节”变为“中国品质-品牌节”,向内传达出品质新概念,向外传播中国的品质文化;依据《中共中央国务院关于开展质量提升行动的指导意见》三年实施状况,重定“中国品质”战略目标,激活政府与企业的质量工作潜力。

2.制定实施《质量发展纲要(2021年-2030年)》,全面提高质量管理水平,推动建设质量强国,促进经济社会高质量发展。

3.将“中国品质”的政府领导责任落实到工信部或发改委,以高屋建瓴,整合资源,强力领导各类组织提升工作、研发、产品、服务、解决方案的品质。

4.把“中国质量奖”提升到国家级水平,由国家领导亲自颁奖,以体现质量工作的“一把手”性质;通过“中国质量奖”重点推动品质标杆行动特

色工程,以标杆带动产业品质提升。

5. 加快推动企业质量技术创新,鼓励企业加强研发能力和试验检测能力建设,研发具有核心竞争力、高附加值的创新性产品。持续创新质量发展激励机制,设立专项资金,支持企业产品研发、质量攻关。充分发挥质量标杆企业的示范引领作用,加强全员、全方位、全过程质量管理,提

高全员质量意识和品质意识,实现质量水平的全面提升。

6. 加大质量教育资源投入,加强高等院校的质量教育学科建设,依据用人单位及质量管理特点,培养专家型质量管理与实践人才,为社会输出高素质的质量管理人才。

工信部《关于工业大数据发展的指导意见》发布

——着力打造工业大数据生态体系

近年来,我国工业大数据应用迈出关键步伐,在需求分析、流程优化、能源管理等环节,数据驱动的工业新模式新业态不断涌现。工业企业对于跨企业、跨行业数据共享合作的需求正在快速增加,但目前企业普遍反映,数据权属界定不清、规则不明、难以定价等基础性问题没有得到解决。专家表示,供需双向发力,才能共同推动工业大数据全面深度应用。

工业和信息化部日前发布《关于工业大数据发展的指导意见》(以下简称《指导意见》),提出促进工业数据汇聚共享、融合创新,提升数据治理能力,加强数据安全,着力打造资源富集、应用繁荣、产业进步、治理有序的工业大数据生态体系。

总体处于探索起步阶段

工业大数据是工业领域产品和服务全生命周期数据的总称,包括工业企业在研发设计、生产制造、经营管理、运维服务等环节中生成和使用的数据,以及工业互联网平台中的数据等。当前,工业大数据是推动制造业数字化、网络化、智能化发展的关键生产要素,全球主要国家和领军企业都在积极发展数据驱动的新型工业发展模式。

我国是全球第一制造大国,工业大数据资源极为丰富。工信部信息技术发展司相关负责人表示,近年来我国工业大数据应用迈出关键步伐,在需求分析、流程优化、能源管理等环节,数据驱动的工业新模式新业态不断涌现。

但是,与互联网服务领域大数据应用的普及和成熟相比,工业大数据更加复杂,还面临数据

采集汇聚不全面、流通共享不充分、开发应用不深化、治理安全短板突出等问题,总体上仍处于探索和起步阶段。

“工业大数据采集汇聚过程中面临的痛点较多。”据工信部信息技术发展司相关负责人介绍,比如因企业信息化基础差、设备接口不开放等造成数据采集不上来;企业数据底账不清,不知道自己有哪些数据、分布在哪里,大部分工业数据处于“睡眠”状态;因设备不互联、通信协议不兼容等造成不同数据不匹配、不互认,数据孤岛现象普遍;数据失真、失准及一致性差等因素导致数据汇聚质量不高;等等。

形成高质量数据链

针对这些问题,《指导意见》部署了三项重点任务来推动全面采集、高效互通和高质量汇聚,包括加快工业企业信息化“补课”、推动工业设备数据接口开放、推动工业通信协议兼容化、组织开展工业数据资源调查“摸家底”、加快多源异构数据融合和汇聚等具体手段,目的是为了形成完整贯通的高质量数据链,为更好地支撑企业在整体层面、在产业链维度推动全局性数字化转型奠定基础。

此外,在国家层面把基础数据汇聚起来,建设以大数据为手段支撑政府精准施策、精准管理的平台,正变得日益重要。比如,在此次疫情初期,针对重点物资保障需求不明、底数不清、对接不畅等困难,工信部依托制造强国产业基础大数据平台快速建成“国家重点医疗物资保障平台”,运用信息化手段保障重点医疗物资的科学调度、统筹平衡和高效供应,为打赢疫情防控阻击战提

供有力支撑。

借鉴这些经验,此次《指导意见》强调部署了“建设国家工业互联网大数据中心”“建立多级联动的国家工业基础大数据库”等具体手段,以更好地服务政府决策和企业发展。

促进数据市场化配置

工业企业对于跨企业、跨行业数据共享合作的需求正在快速增加,但目前企业普遍反映,因数据权属界定不清、规则不明、难以定价等基础性问题没有得到解决,跨企业、跨行业的数据共享流通难以开展。

对此,工信部信息技术发展司相关负责人坦言,这是一个全球性难题。为了克服这个难题,《指导意见》将通过探索建立工业数据空间、加快区块链等技术在数据流通中的应用、完善工业大数据资产价值评估体系等方式,从技术手段、定价机制、交易规则等多个方面着手,激发工业数

据市场活力,促进数据市场化配置。

中国软件测评中心副主任杨春立表示,目前有一些领军企业在工业大数据应用上已开展了深入探索。但总体看,大量工业企业的数应用仍然是局部的、低水平的,亟需政策推动,让这些企业想用、会用工业大数据。

针对这些问题,《指导意见》提出,通过在需求端组织开展工业大数据应用试点示范、开展工业大数据竞赛等手段,解决不想用、不敢用等问题;通过在供给端培育海量工业APP、工业大数据解决方案供应商、向中小企业开放数据服务能力、培育应用生态等手段,降低企业数据应用的成本投入和专业壁垒,解决不会用、不敢用问题。

“供需双向发力,将共同推动工业大数据全面深度应用。”工信部信息技术发展司相关负责人说。

(来源:经济日报)

李克强对云上2020年中国品牌日活动作出重要批示

5月10日,云上2020年中国品牌日活动拉开帷幕。中共中央政治局常委、国务院总理李克强对活动作出重要批示。批示指出:加强品牌建设,不断提升中国产品和服务的质量与影响力,是坚定实施扩大内需战略、推动高质量发展的重要方面。各地区、各有关部门要坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导,贯彻党中央、国务院决策部署,实施创新驱动发展战略,深入推动大众创业、万众创新,坚持质量第一效益优先,在全社会进一步增强品牌意识,引导企业弘扬专业精神工匠精神,打造更多名优品牌,以更强的竞争力拓展市场空间,更好满足群众消费升级和国家发展的需要。

中共中央政治局常委、国务院副总理韩正出席有关活动并宣布开幕。

当日上午,韩正和全国政协副主席、国家发展改革委主任何立峰在北京主会场,中共中央政治局委员、上海市委书记李强在上海主会场,通过互联网平台共同出席活动启动仪式。启动仪式上首先宣读了李克强总理重要批示。随后播放中国品牌日活动主题片,上海、湖北、吉林、浙

江、四川等省(市)人民政府和中铁工程装备集团有限公司有关负责同志先后汇报品牌建设情况,李强、何立峰分别致辞。10时许,韩正宣布云上2020年中国品牌日活动开幕并触屏启动。

这次中国品牌日活动通过互联网平台在云上开展,是在常态化疫情防控下创新活动形式、持续推动中国品牌建设发展的积极探索。活动由国家发展改革委联合中宣部、工业和信息化部、农业农村部、商务部、市场监管总局、国家知识产权局和上海市人民政府举办,主题是“中国品牌,世界共享;全面小康,品质生活;全球战‘疫’,品牌力量”。活动内容包括云上中国自主品牌博览会和云上中国品牌发展国际论坛,遴选1300余家企业参加,并邀请著名专家学者和知名企业代表进行演讲,与海内外网友共话中国品牌发展未来,共推全球战“疫”合作。

中央有关部门负责同志在北京主会场,各省、自治区、直辖市及计划单列市人民政府、新疆生产建设兵团有关负责同志在各地会场参加活动。

(中国政府网)

云上2020年中国品牌日活动开幕 中国品牌建设成绩单亮眼

5月10日,第四个中国品牌日,云上2020年中国品牌日活动正式拉开帷幕。活动首次采用全程在线形式,举办云上中国自主品牌博览会(简称“云上品博会”)和云上中国品牌发展国际论坛。云上品博会以上海展览中心为背景,设置1个中央展馆和37个地方展馆,共有1000多家品牌企业参展。记者了解到,尽管中国经济受到疫情冲击,但中国品牌建设仍然成绩亮眼。从线上展览展示等可以看出,传统品牌纷纷提质增效、转型升级,新品牌则加速涌现和成长。

传统品牌提质增效 品牌力逐渐加强

进入制造业大省广东的线上展馆,格力、美的、TCL等一个个家电品牌十分醒目。受新冠肺炎疫情影响,今年以来,家电等传统制造业生产销售遇到困难,但格力电器董事长兼总裁董明珠在中国品牌日相关活动上说,由于技术先进,企业的品牌力反而在加强。“对用户来讲,十年前的空调跟今天的空调相比,运行所消耗的电费都不再一样。过去空调的电费可能要两百块钱、三百块钱一个月,现在要一百块钱。一定要注重科技,尊重市场,打造好品质的产品。”她说。

集中力量提高产品质量,顺应消费升级趋势,已经成为企业品牌建设的必由之路。清华大学公共管理学院院长江小涓在中国品牌发展国际论坛上说,从企业竞争看,以前主要是不断扩大市场份额,现在则主要是存量竞争,因此要靠质量和品牌来提升单位产品的附加值。江小涓表示:“从人民消费的需求看,现在人们的生活需求从实惠转为了享用。要从一个结结实实的产品,变成一个精神、心理多功能需求的载体,则一定要体现到品牌的意义上去。”

传统品牌转型升级 围绕互联网等新模式发力

除了在生产端提质增效,一些传统品牌还在

销售端发力,积极拥抱互联网等新业态、新模式。娃哈哈集团董事长兼总经理宗庆后说,由于在营销模式上有所改变,娃哈哈目前已经适应了疫情影响。他还透露,娃哈哈准备“一口气”推出4个电商平台,包括保健品电商平台、跨境电商平台等。他说:“现在我们的电商平台正在紧锣密鼓地开发软件,因为我们原来有基础,我们很早之前就是‘两化融合’的试点单位。我们信息部也有五六十人,最近又招了一些人来开发这些软件。”

同样受益于互联网,大量新品牌快速诞生和成长。以老字号品牌著称的上海,今年展出了几十家新锐自主品牌。一些新锐品牌推出的智能芯片、光刻机、刻蚀机、高端医疗影像设备等,填补了国内空白。上海市委书记李强说,上海正充分发挥互联网平台的作用。他表示:“上海正大力发展在线新经济,聚焦无人工厂、在线配送、在线文娱等12个重点领域,全力打响上海新时代互联网经济品牌。”

积极采用“互联网+”、人工智能等技术 新品牌正在加速涌现

接下来,我国将深入实施创新驱动发展战略,鼓励引导企业更多地采用“互联网+”、人工智能、大数据、云计算、5G等新技术,加快产品升级步伐,推动新产业、新业态、新模式快速发展,为企业创造品牌注入科技力量。国家发改委主任何立峰指出:“要充分激发因疫情催生壮大的无人配送、生鲜电商、远程医疗、远程办公等新兴的需求,加快促进消费回补和潜力的释放。在线上、线下联动开展品牌营销特色活动,聚集消费人气,打造购物品牌,促进形成国货精品消费的新热潮。”

(央广网)

中国机械工业质量管理协会 邮编:100055
地 址:北京西城区广安门外大街248号
机械大厦2109室
联系人:杜卫民 尹 河

电 话:(010)68570536 传 真:(010)68570536
网 址:www.cmqma.org.cn
电子信箱:zhongjizhixie@163.com zjzx4950@sina.com