

“海”纳百川 探秘工业互联网

晚报小记者走进海尔卡奥斯生态体验中心 沉浸式感受企业文化

作为家喻户晓的品牌,海尔如今不仅是家电行业的翘楚,更是中国顶级智能制造模式的开拓者。近日,青岛晚报小记者走进海尔卡奥斯生态体验中心,亲身感受科技赋能、创新驱动下的海尔如何攻克生态品牌战略下的产业“新高地”。高大上的体验中心,丰富的产品展示,深入的企业文化探索,给小记者们上了生动的一课。



高大上的体验中心,丰富的产品展示,深入的企业文化探索,给小记者们上了生动的一课。



青岛晚报小记者走进海尔卡奥斯生态体验中心。高静文 摄

个性化定制家电快捷方便

“大家知道海尔吗?”“知道!”“那大家知道卡奥斯吗?”“不太了解……”在参观前,讲解员首先给同学们解释了卡奥斯COSMOPlat的概念。它是海尔推出的具有中国自主知识产权、全流程引入用户全流程参与体验的工业互联网平台。在卡奥斯生态体验中心,充满科技感的展示区让同学们惊叹不已,更是清晰诠释了海尔在物联网和5G加持下的个性化定制生产。“首先由用户在终端上定制商品,再由工厂制造,最终运输到用户。这样不仅提高了效率,也使入库率达到了80%,节省了大量原用于存放多余商品的资金,让公司有更多投入来研究更多用于生产的智能机械。”六十五中的刘兆瑞说道。

“比如您想购买一台冰箱,传统的购物模式是直接去商场选购已经生产好的产品,即使产品不能100%满足客户需求,由于可选余地较小,顾客也只能勉为其难地购买了。这是因为一条生产线只可生产一款冰箱,冰箱的规格、颜色都是固定好的,无法改变。而有了卡奥斯COSMOPlat,情况就截然不同了。因为生产线具有很强的兼容性,客户可以根据自己需求,从头到脚、从内到外,对冰箱的颜色、规格、压缩机型号等进行个性化调整,一条生产线可以生产上千款不同的冰箱,从而满足顾客的个性化需求。这便是卡奥斯的优势所在,卡奥斯要实现三个百分之百目标:百分之百定制、百分之百不入库、百分之百终身用户。”来自65中的杨钦皓说道。

“灯塔工厂”赋能企业高质量发展

自2018年助力海尔中央空调互联工厂获选全球首批、中国首座灯塔工厂以来,卡奥斯COSMOPlat跨行业赋能沈阳海尔冰箱互联工厂、天津海尔洗衣机互联工厂、青岛啤酒厂、郑州海尔热水器互联工厂、海尔冰箱互联工厂及合肥海尔卡奥斯智控互联工厂等7座灯塔工厂和1座可持续灯塔工厂,成为国内赋能灯塔工厂最多的企业,树立



青岛晚报小记者了解企业文化。

数字领航的中国样板。

“在卡奥斯生态体验中心,对家电、家居、物流、医疗、化工等行业进行数字化转型,根据用户需求进行个性化定制,全面展开数字化赋能,赋能企业高质量发展,助力数字经济腾飞等国际大趋向。再比如,海尔在医疗领域有‘盈康一生’,在物流领域有日日顺供应链,能够提高工作效率,更好地满足客户需求。”青大附中的王钰童说道。

面对物联网时代,海尔率先开启了生态品牌建设。在智慧住居领域,当用户的需求从单一的产品转向更为个性化的场景,海尔的创新在于打造可持续迭代的场景方案,在一个个场景里,家电产品不再“孤军奋战”,而是通过平台相互协同,提供主动服务。“现在很多人都爱好自驾游,而开房车就是自驾游的最好选择,但是房车都是提前设计生产好的,而每个人的生活习惯都不一样,在这样一个移动的家住起来就不太舒服。而有了卡奥斯COSMOPlat,便可将房车中的每一件设施甚至零件按照客户的喜好、习惯进行定制,房车成为了真正意义上‘移动的家’。”65中的杨钦皓说道。

“文化之旅”品味精神基因

在二楼的海尔文化展,小记者们观看短片,漫步展馆,来了一场“文化之旅”。展馆依托实物、照片及影音资料,通过丰富、创意的展览形式,讲述海尔30多年创业历程。一个个生动的故事、一件件真实的展品和一件件内涵丰富的艺术装置让参观者真切体会海尔30多年创新引领背后的文化脉络,感受海尔以“人的价值最大化”为宗旨,不竭探索引领的精神基因。“十三条厂规”“砸冰箱”“美国建第一个海外工业园”“沙拉式文化融合”“去掉12000多名中间管理层”“砸组织”“砸标签”,这些不同时期的故事既是海尔发展历程的真实记录,也是改革开放以来中国企业成长的缩影,向参观者展示了中国企业、人单合一模式、中国品牌引领世界的初心和使命,给小记者们留下深刻印象。

“从今往后,海尔的产品不再分等级了,有缺陷的产品就是废品,把这些废品都砸了,只有砸得心里流血,才能长点记性!”其他厂家看中的是数量,而张瑞敏看重的是质量。冰箱广受用户欢迎也验证了张瑞敏决策的正确性:其他冰箱不停打折无人问津,海尔冰箱价格上升却仍被抢购。我十分佩服他。他敢于去做,使负债累累的公司重新焕发生机,是我们学习的好榜样!”市北中学郑瑜轩说道。

“1984年,青岛电冰箱总厂成立,谁也不会想到,这个看起来又土又旧的工厂会在日后成为世界500强。到底是什么让海尔雄起了呢?海尔集团创始人张瑞敏告诉我们,是人的价值,是人单合一的力量。”第四实验中学的陈俊博说道。观海新闻/青岛晚报记者 高静文 小记者 张家瑞 杨钦皓 郑瑜轩 高蕴宁 刘兆瑞 陈俊博 王钰童

小记者手记

“海”纳百川 做科技时代的引领者

张家瑞(青岛书院路小学):“如果哪台冰箱有瑕疵,谁做出来的谁就把它砸了!”这是海尔给我的第一印象。海尔,一家拥有近40年历史的跨国企业,它是如何从一家名不见经传的小冰箱厂发展为产品品类多元的实业翘楚的呢?带着无尽的好奇,我跟随小记者团来到了海尔卡奥斯生态体验中心,了解了海尔历史和海尔文化!

“用户参与设计”是我印象最深刻的理念之一。产品在生产出来之前就已经有用户了。高达80%的不入库率大大减少了空间的使用。而过硬的质量,也印证了张瑞敏对员工说过的那句话,那一锤砸掉的是一台冰箱,收获的却是用户无尽的信任。

做事要追求完美,做人要永不退缩,唯有秉持努力的态度才能有更好的明天!这是海尔之行予我最大的收获。

高蕴宁(青大附中):这次活动的集合点是一座三翼鸟雕塑,笔直的雕塑上方是三只舒展的翅膀,在蓝天背景下振羽高飞,颇有抽象风格。三翼鸟是海尔旗下的子品牌,专注物联网时代的智慧住居。为什么取名三翼鸟和卡奥斯呢?原来卡奥斯来自英文“Chaos”,寓意“混沌”,而三翼鸟是一种奇异吸引子,初始条件下极其微小的事件,通过混沌运动导致巨大的变化,海尔相信这只亚马逊丛林里的“三翼鸟”扇动翅膀,必将创造出巨大的蝴蝶效应。我被海尔的品牌文化深深地吸引了。

参观海尔文化展时,我对海尔创业发展史有了更加深入的了解。海尔是中国的知名民族品牌,也是最早走出国门的品牌。创始人张瑞敏曾用一把锤“砸”掉了76台有缺陷的冰箱,传为佳话。他提出“企业是人,文化是魂”,坚持实现“人的价值最大化”。海尔文化是动态的、不断优化的,在每个时期有不同的内涵,早期是克服困难解决问题,如今是开放式创新,形成一个生态系统,海尔工业互联网平台卡奥斯正在引领工业互联网生态建设和赋能实践。

从1984年到现在,近40年的创业发展,让我对海尔品牌由衷敬佩,独特而有深蕴的企业文化令人印象深刻,日新月异的科技发展开拓了我们的视野,看似冰冷的技术不仅可以注入文化的灵魂,也有生态的活力。我们作为新时代的初中生,要紧跟信息时代的步伐,努力学习,做具有无限可能的“三翼鸟”。