

# 制造业 数字化 现状调查

2024

释放数字化转型的力量



# 导言

在未蓝云，我们致力于了解制造商如何开辟通往可持续性未来的道路，并战略性地加强他们的运营。

因此，我们连续第四年与制造业专业人士合作，开展民意调查以了解他们对 2024 年及以后的计划。

作为年度调查的一部分，我们询问了制造商有关数字化转型的工作情况、2024 年的优先事项和可持续性。

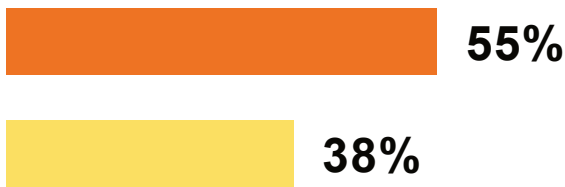
性。除此之外，我们还分析了数字化实施的成熟度如何影响其业务的多个领域，如创收、盈利能力等。

我们的研究结果清楚地表明，在数字化方面处于领先地位的制造商转型项目比那些没有规划或刚刚起步的项目实现的价值要大得多。

让我们回顾一下这方面的主要发现。

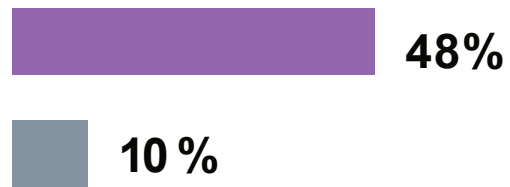
## 主要数据

### 提高盈利能力



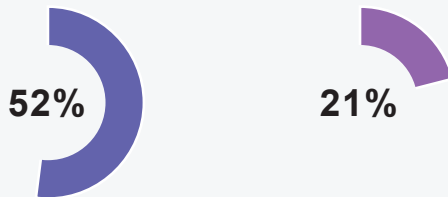
有57%的公司通过先进的数字化实施提高了盈利能力，而在刚刚起步的公司中，这一比例仅为38%。

### 增加销售额



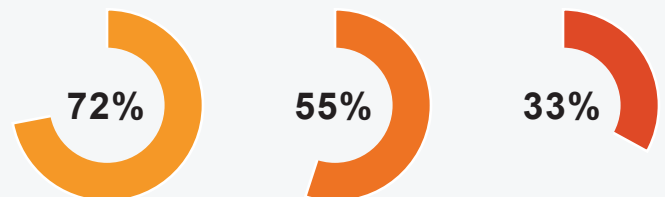
48% 已加强数字化实施的公司报告销售额有所增长，而尚未开始数字化实施的公司仅有10% 报告销售额有所增长。

### 人工智能热情



52% 在数字化实施方面领先的公司对人工智能更感兴趣，而在刚刚起步的公司中，这一比例仅为21%。

### 投资重点



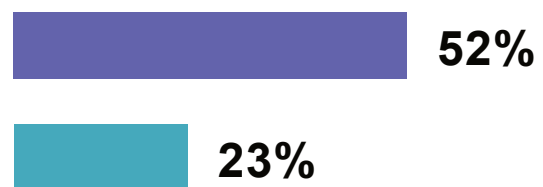
先进企业优先考虑的投资项目包括供应链优化（2%）内部流程数字化（55%）和数字直销（33%）。与处于转型早期阶段的企业相比，这些企业的转型速度更快。

### 生产力提升



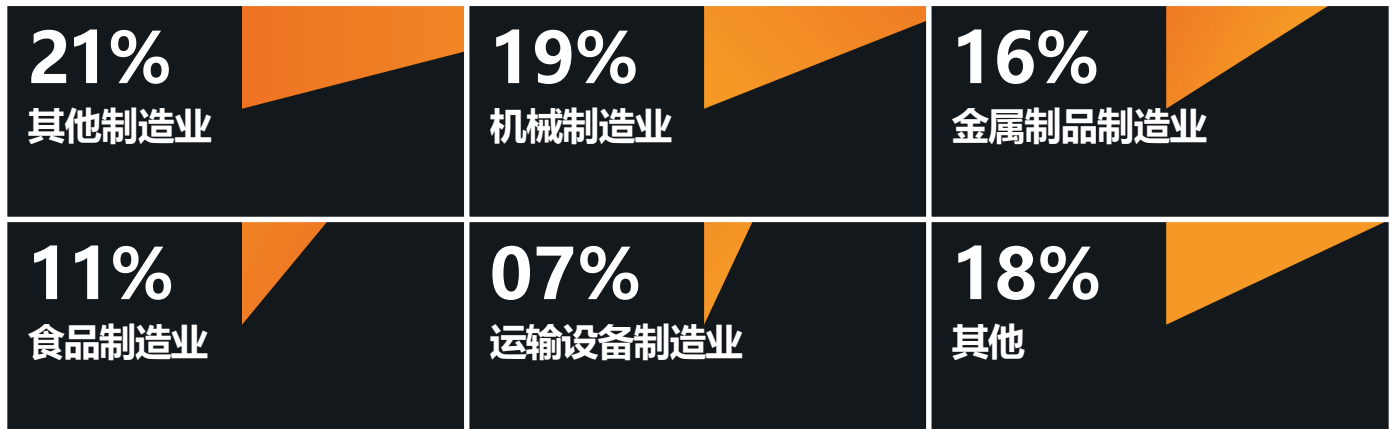
74% 已进入数字化转型的制造商表示生产事得到了提高，相比之下，只有53%的人处于初始阶段。

### 采用技术解决方案

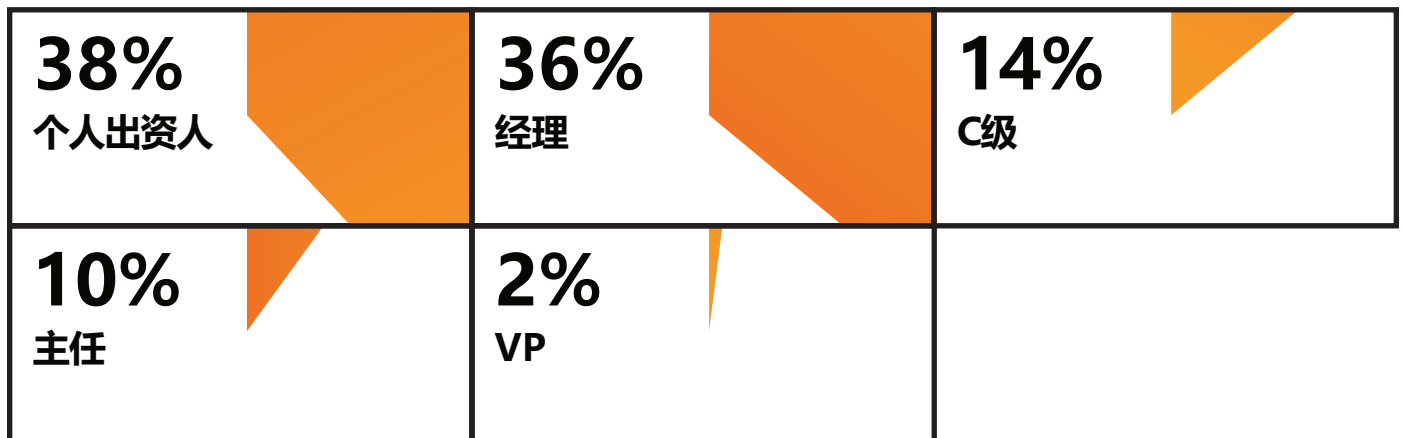


先进的公司更倾向于使用第三方软件来提高创收能力，如 CPQ（配置价格、报价）软件（占52%，初学者占23%）

## 什么最能描述您的制造业?



## 以下哪项最能说明您在贵公司的级别?





# 数字化转型

在过去的四年里，制造业的发展充满了挑战，每年都会遇到一系列独特的困难。疫情最初的冲击波造成的混乱波及全球供应链，迫使制造商迅速重新评估其运营战略。

此外，制造商还面临着市场波动、贸易紧张局势和地缘政治变化，这些都增加了复杂性、需要灵活的决策方法。

变化是永恒不变的，制造商面临着数字化或眼睁睁地看着订单与自己擦肩而过的抉择。

数字化转型已成为当务之急，它为制造商提供了一条提高效率、优化资源、建立更敏捷、反应更迅速的生态系统的途径。

64%

调查发现，64%的受访者处于数字化早期阶段或已进入实施阶段



## 您的数字化转型工作进展如何？



■ 尚未开始

■ 规划了数字化转型战略, 但尚未开始实施

■ 正处于实施的早期阶段

■ 我们已进入实施过程, 计划明年继续实施

■ 我们对现在的状况感到满意, 没有计划实施

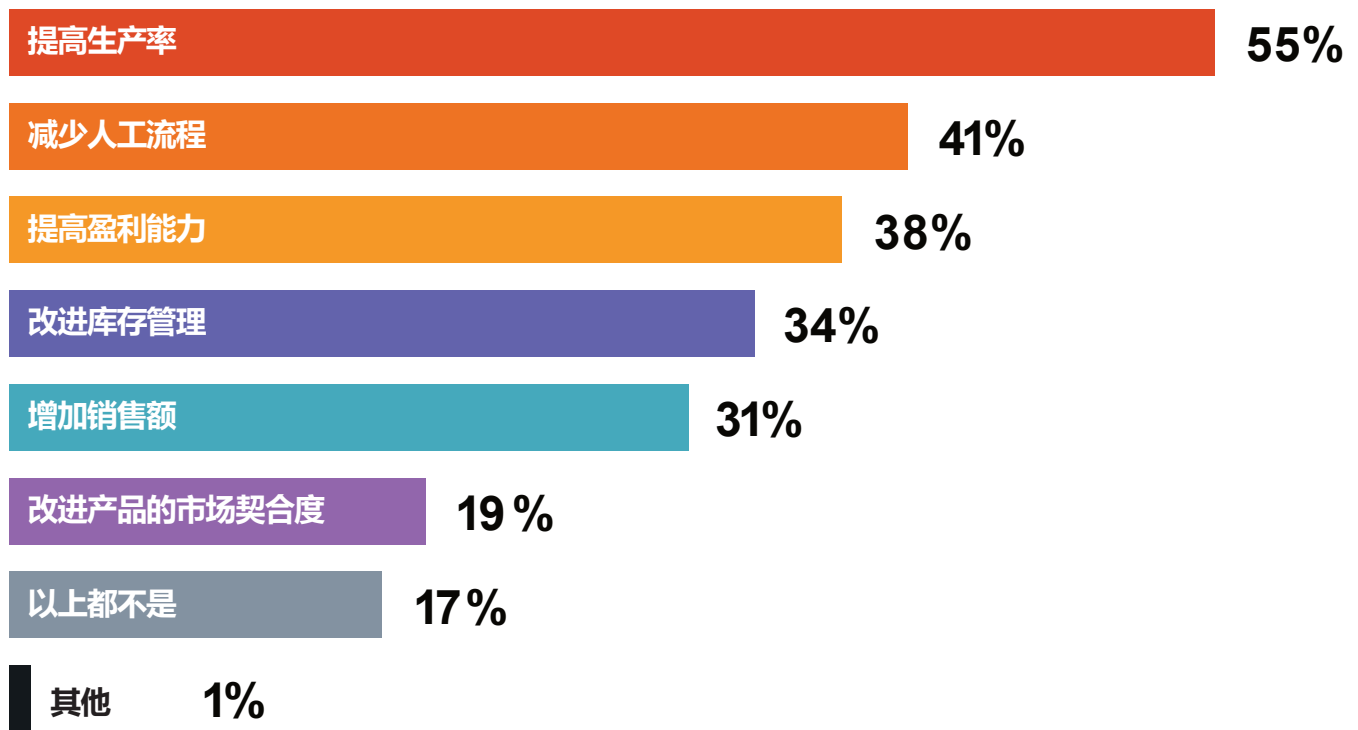
虽然众多制造商在数字化转型方面取得了长足进步, 但仍有一部分公司(占17%)尚未开始数字化转型。

生产商推迟数字化转型的比例, 为落后者的潜在后果敲响了警钟。

在数字化整合逐渐成为生存代名词的时代, 那些抵制这种不可避免的转变的公司可能会发现自己处于非常不利的地位。

让我们来看看这些转型努力是如何改变企业的。

## 贵公司的数字化转型计划如何改变了业务?



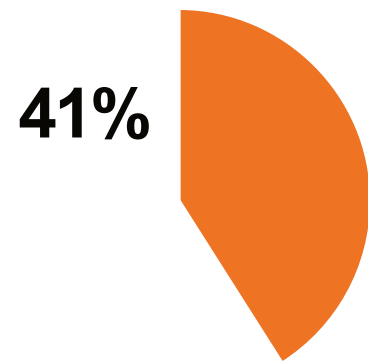
对于制造商来说，面对如此多的变化，重要的是要看到其举措的实际效果。

55%的受访者认为生产率得到了提高，这证明了数字化转型对制造商的影响。

提高生产率往往是数字化转型的目标，许多受访者的积极回应证明了采用新解决方案帮助团队减少工作量的战略意义。

减少制造过程中的人工操作对提高精度、效率和整体运营水平至关重要。

41%的受访者指出他们的举措有助于实现流程自动化。这些措施提高了产品质量，而生成的实时数据则实现了数据驱动决策。



41%的受访者指出，数字化有助于实现流程自动化

## 延迟转型会带来的后果

延迟数字化转型可能会给制造商带来严重后果，先进的数字化实施所带来的益处的数据就证明了这一点。

**提高盈利能力：**先进的数字化实施与盈利能力的提高息息相关，57%的公司从中受益，而早期阶段的受益比例为38%。

延迟转型会阻碍流程优化、成本降低和收入最大化，从而影响盈利底线。

**销售额增加：**采用先进数字技术的公司销售额显著增长(48%)，而落后的公司仅增长10%。

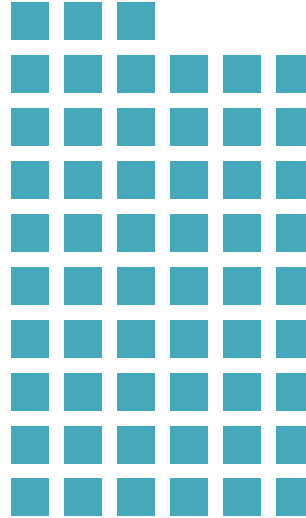
数字技术通过开拓新市场、简化流程和提升客户体验来推动销售。推迟转型有可能错失销售机会，并落后于竞争对手。

**提高生产率：**与处于初级阶段的制造商(53%)相比，处于高级数字化阶段的制造商提高了生产率(74%)。

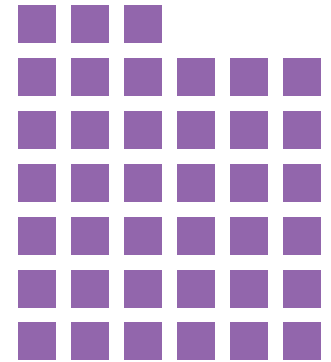
数字化工具实现了任务自动化，优化了工作流程，增强了员工能力，从而提高了效率。延迟转型会降低生产力收益，阻碍满足市场需求的灵活性。

### 提高盈利能力

57%

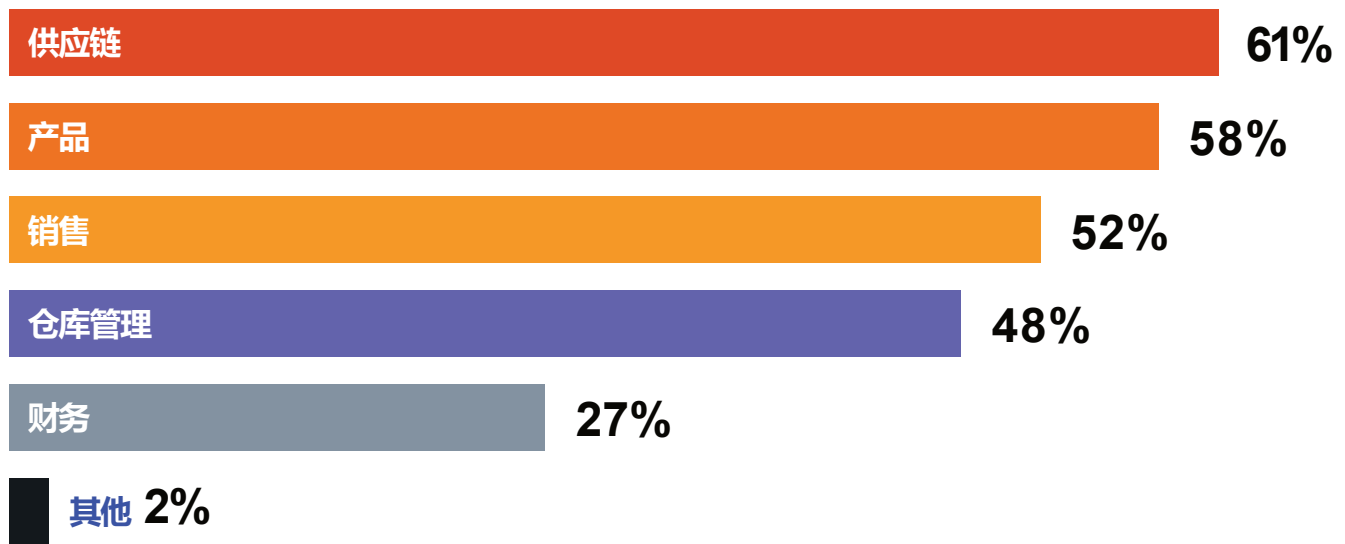


38%



先进的数字化实施与盈利能力的提高息息相关，57%的企业从中受益，而早期阶段的受益企业为38%。

## 贵公司的数字化转型计划侧重于哪些领域？



自2020年以来，供应链一直是全球制造商面临的问题。61%的受访者指出，在即将到来的一年里，供应链问题将成为重点，但很多人的情况并没有得到改善。一位受访者指出了制造业的变化，“由于供应链问题，制造业也变得举步维艰”。

2014年对供应链解决方案的关注反映了制造业内部的一种认识，即一个精心策划、技术先进的供应链不仅是一种竞争优势，而且是实现以下目标的先决条件。

正如强调投资重点的数据所示，推迟数字化转型会给制造商带来重大影响：

**供应链优化：**先进企业优先考虑供应链优化，72%的企业强调其重要性。简化运营、降低成本、效率是至关重要的优势。CPQ等数字技术可提供实时可视性，使制造商能够发现低效率问题并迅速应对市场变化。

延迟转型可能会导致成本增加、交货时间延长和竞争力下降。

**内部流程数字化：**内部流程数字化是先进企业的另一个重点，55%的企业在这方面进行了投资。自动化、协作改进和数据驱动决策是核心。

延迟转型会导致效率低下、数据孤岛和 workflows 分散，从而阻碍业务灵活性和创新。

**数字直销：**先进企业重视数字直销，33%的企业将投资放在首位。利用在线渠道和通过电子商务平台，制造商可以与客户直接接触，扩大市场覆盖面，推动收入增长。

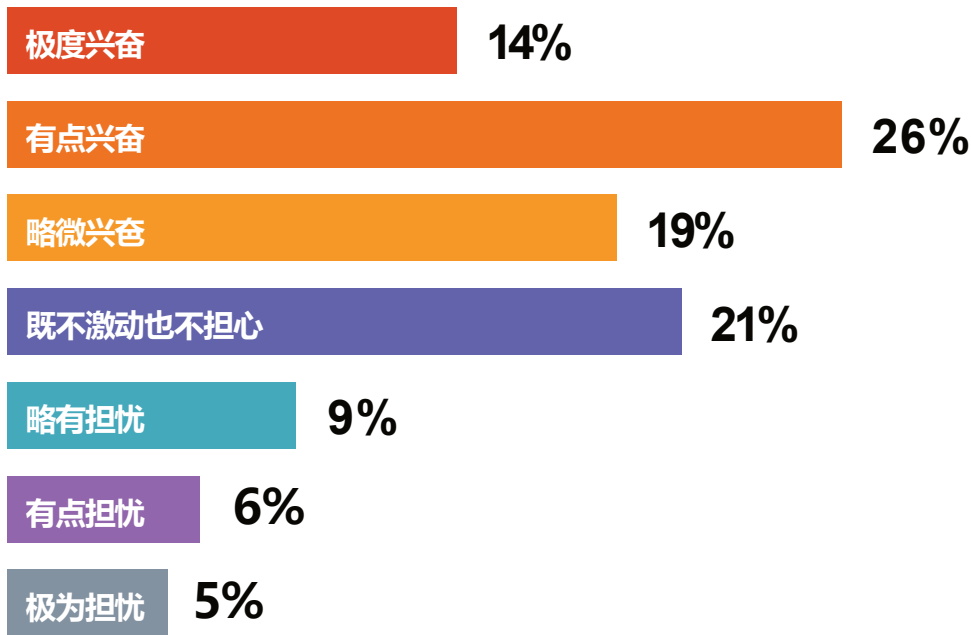
延迟转型会限制制造商利用在线商务的能力，使其容易受到采用数字销售模式的竞争对手的冲击。





与许多行业一样，制造业也在深入研究各行各业正在发生的人工智能革命。

### 您对制造业中的人工智能有多兴奋或担忧？



59% 的受访者在他们的工作中对人工智能表现出一定程度的兴奋。

这部分人认为，人工智能是前所未有的创新、效率和竞争力的催化剂。他们预见，在未来，智能机器将优化流程、提高生产力，并促进尖端产品的开发。

虽然受访者的兴奋程度很高，但也有20%的受访者对人工智能将如何影响其企业的生产流程存在不同程度的担忧。

这种细微的情感变化突出表明，必须负责任地引导人工智能与制造业的融合，确保以合乎道德的方式利用人工智能的潜在优势，促进行业的持续发展。

## 延迟数字化转型，尤其是延迟采用人工智能，会对制造商造成严重影响

**竞争差距：**与刚刚起步的公司(21%)相比,数字化程度较高的公司(52%)对人工智能更感兴趣。

这表明，人工智能将推动对销售成功至关重要的洞察力、效率和个性化体验，从而使落后者在竞争中处于明显的劣势。

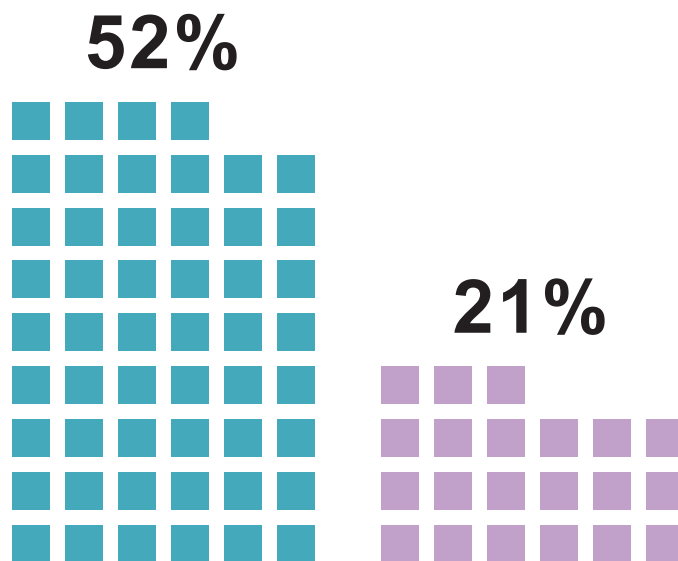
**错失良机：**延迟采用人工智能意味着错失提高销售效率、改善预测和简化运营的机会。

与采用人工智能驱动战略的竞争对手相比，这会导致收入损失和增长受阻。

**增长有限：**人工智能驱动的销售解决方案可提供更深入的客户洞察、优化的定价和高效的销售流程。

如果不采用人工智能，制造商就有可能阻碍其增长潜力，并在适应市场需求和客户期望方面落后。

### 竞争差距



与刚刚起步的公司 (21%)相比，数字化程度较高的公司(52%)对人工智能更感兴趣。



# 2024年优先事项

经济前景的起伏不定给制造商带来了极具挑战性的决策环境，这一点从调查反馈中可见一斑。46%的受访者努力保持不变。

这种一致性表明，这些公司致力于实现其数字化转型目标，并有可能随着时间的推移逐步取得进展。

## 近期不确定的经济形势对您的数字化转型工作有何影响？



2024

■ 加快了数字化转型的步伐

■ 我们没有做出任何改变，我们努力保持稳定

■ 我们放慢了数字化转型的步伐

■ 我们已经转移了工作重心但我们的努力仍在

25%的受访者正在加快数字化转型的步伐，这表明他们正在积极主动地迎接变革和创新。

这种加速表明，企业更加致力于保持领先地位，并利用数字技术推动增长和竞争优势。

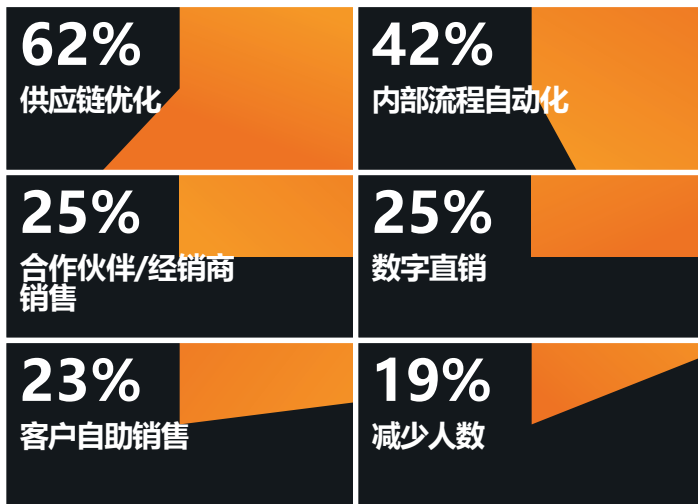
通过在转型计划中优先考虑速度和敏捷性，这些公司正在定位自己，以便更快地适应市场变化和新兴机遇。

然而，对于那些在不确定性面前犹豫不决的人来说，一个值得警惕的故事出现了，因为放慢转型的步伐可能会被证明是一个危险的赌注。

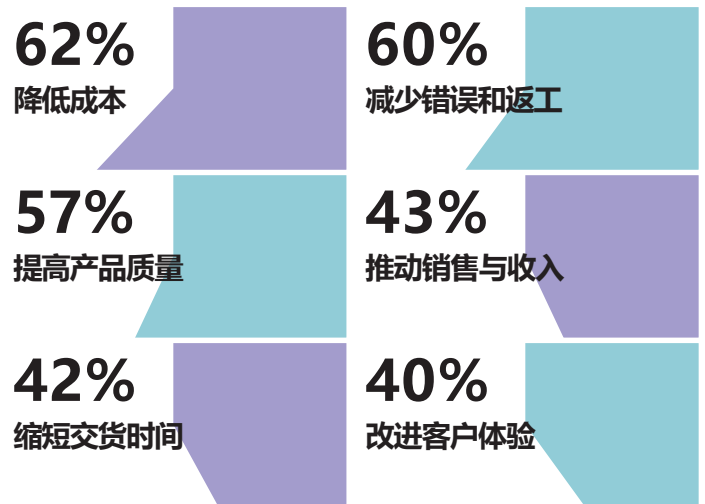
随着人工智能等新技术将彻底改变世界格局，那些勇往直前的企业将获得巨大优势。

这突出表明，即使在动荡的经济形势下，也必须保持适应性和前进的动力。

## 在当前经济不确定的情况下，您认为哪些关键投资举措最为重要？



## 您认为哪些战略领域对保持竞争力和促进来年增长最为重要？



降低成本仍是制造商在2024年促进增长的最重要领域。这是因为在经济可能出现不确定性的情况下，企业正努力实现利润最大化并降低风险。

减少错误和返工对制造商来说至关重要，因为这直接影响到财务效率、产品质量和品牌声誉。尽量减少失误不仅能降低额外成本，还能确保始终如一的高质量产品，提高客户满意度，维护公司形象。

值得注意的是，与去年相比增加了8%，优先考虑提高产品质量的制造商比例达到57%。

自去年以来，该指数一直在不断上升，这表明行业的关注点

正在发生关键性的转变。这一激增表明制造商进一步认识到产品质量与整体成功之间的直接关联。提高质量标准不仅符合客户的期望，也是对竞争激烈的市场做出的战略性回应。

在不确定的经济形势下，供应链的应变能力和适应能力已成为制造商最关心的问题。

62%的受访者继续强调供应链优化的重要性，这再次证明了供应链优化作为顶级投资领域的地位。

制造商清楚地认识到优化的供应链不仅能抵御经济的不确定性，还能使他们获得持续的成功。



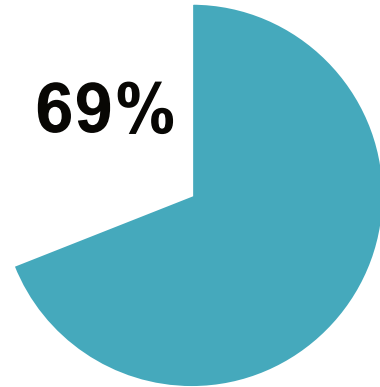
## 可持续性规划

可持续发展已成为制造商的首要任务。除了满足客户不断变化的要求外，可持续性还将通过降低成本和资源依赖性来推动经济复苏。

采用可持续的做法符合不断变化的消费者偏好提高了市场声誉。它可以降低与法规和供应链中断相关的风险，促进更稳健的业务模式。

可持续性还能促进创新，提高运营效率，确保符合不断发展的环境标准。

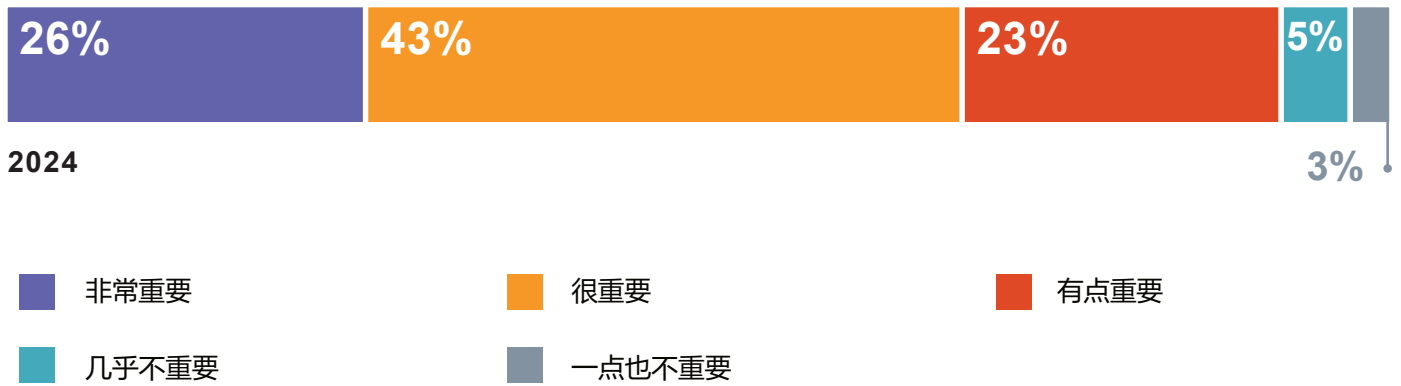
在一个要求负责任的世界里，制造商发现可持续发展不仅是一种选择，更是长期成功的关键驱动力。让我们来详细了解一下可持续发展对制造商的影响。



**69% 的制造商认为可持续发展倡议对其 2024 年目标极为重要或非常重要**



## 今年的可持续发展倡议对您来说有多重要？



可持续发展对制造业的重要性将继续在。69%的受访者认为可持续发展极为重要或非常要。

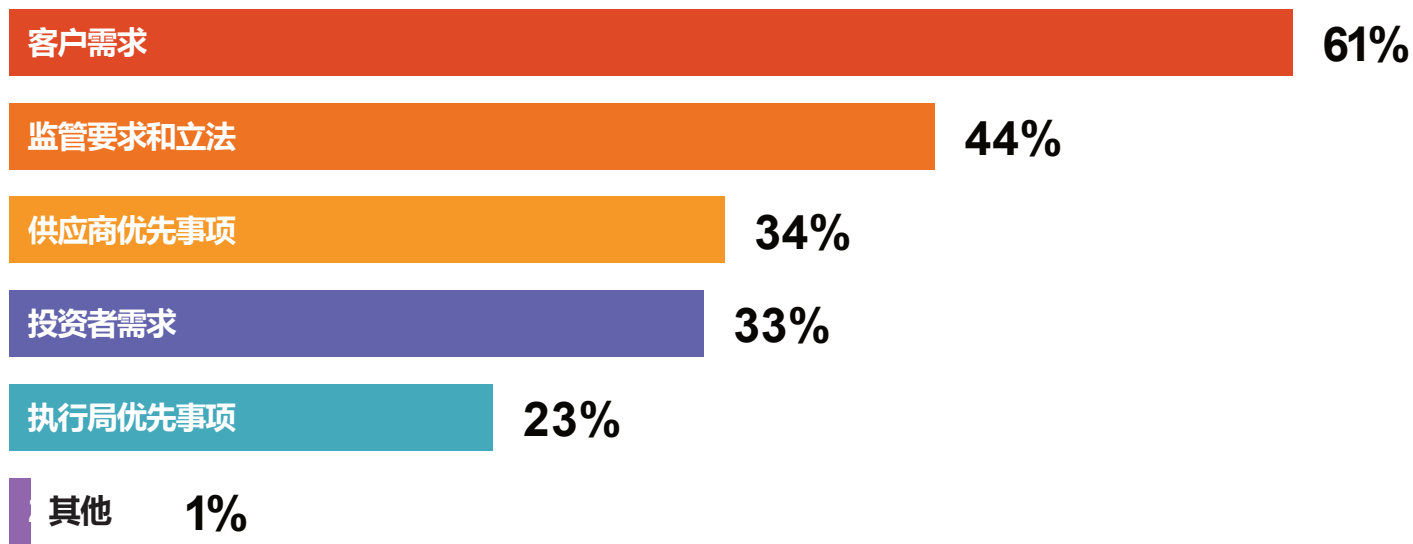
这反映出业界日益认识到，可持续发展不仅是一种趋势，也是长期成功的战略需要。

制造商正在认识到可持续发展实践对竞争力、遵守法规以及满足具有环保意识的消费者群体的期望的影响。

这一转变凸显了可持续发展在塑造制造业未来中不可或缺的作用。



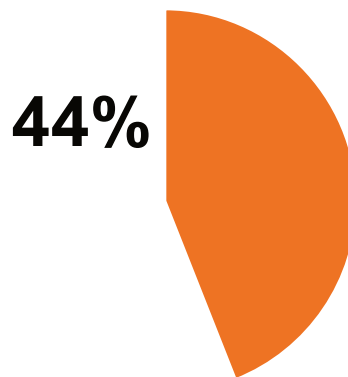
## 哪些因素促使贵组织需要更加关注可持续发展?



生产商在两股力量的推动下，越来越多的向可持续发展迈进：61%的生产商顺应了具有环保意识的消费者的需求，寻求对环境影响最小的产品。

与此同时，44%的企业受到不断变化的监管环境的驱动。这些法规设定了更高的标准，迫使制造商采用可持续的做法，而不是可持续发展不仅仅是为了遵守法规，而是一种战略需要。

消费者的偏好和严格的法规交织在一起，凸显出可持续发展不再是一种选择，而是影响全球生产实践的现在和未来的关键因素。



**44% 的驱动力来自不断变化的监管环境**

## 推迟数字化转型会给制造商带来重大影响，尤其是在可持续发展方面

**可持续发展优势：**先进企业(60%)与尚未采取可持续发展措施的企业相比，准备更为充分开始数字化转型(37%)。

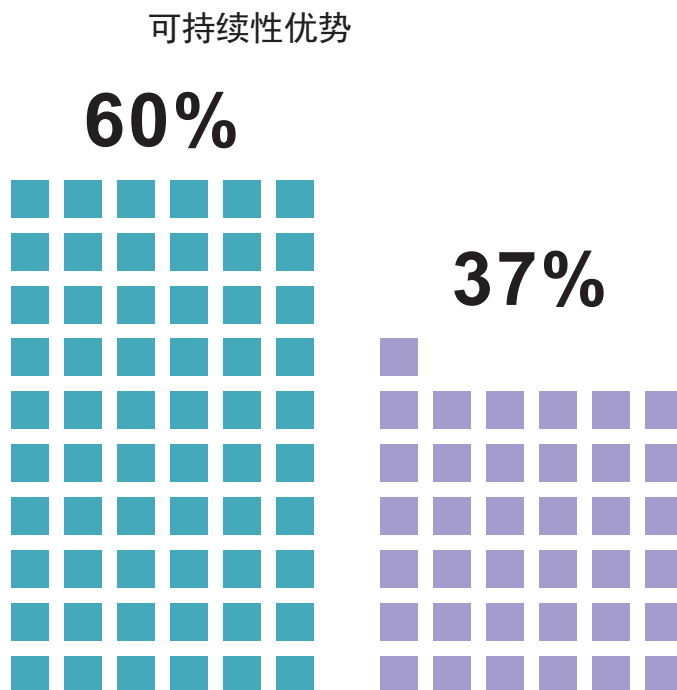
拥抱数字化可以更好地将可持续发展原则融入业务实践，改善环境足迹，降低成本，提高品牌声誉。

**错失良机：**数字技术提供了监测能源消耗、优化资源使用和减少浪费的工具。

推迟转型有可能错失提高可持续发展绩效、遵守法规和满足消费者期望的机会。

**竞争定位：**可持续性已成为市场上的一个关键差异因素，影响着消费者的决策和品牌忠诚度。

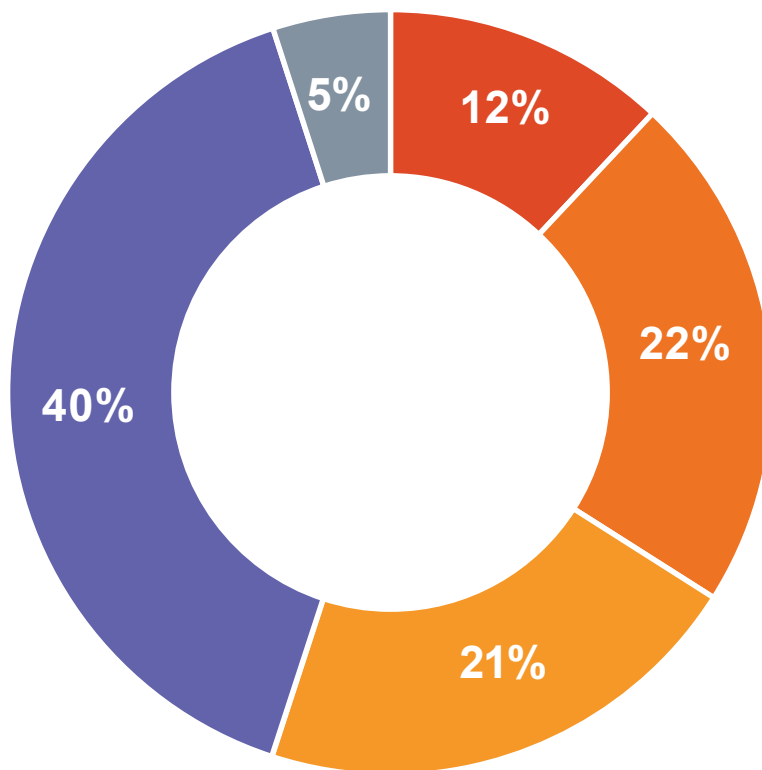
制造商推迟数字化转型可能会失去根据可持续发展属性区分产品的机会，影响市场份额和收入增长。



与尚未开始数字化转型(37%)的企业相比，先进企业(60%)为可持续发展举措做好了更充分的准备



## 在过去一年中，要求提供有关贵公司产品对环境或气候影响的信息有什么变化？



■ 显著增加

■ 增加

■ 略有增加

■ 保持不变

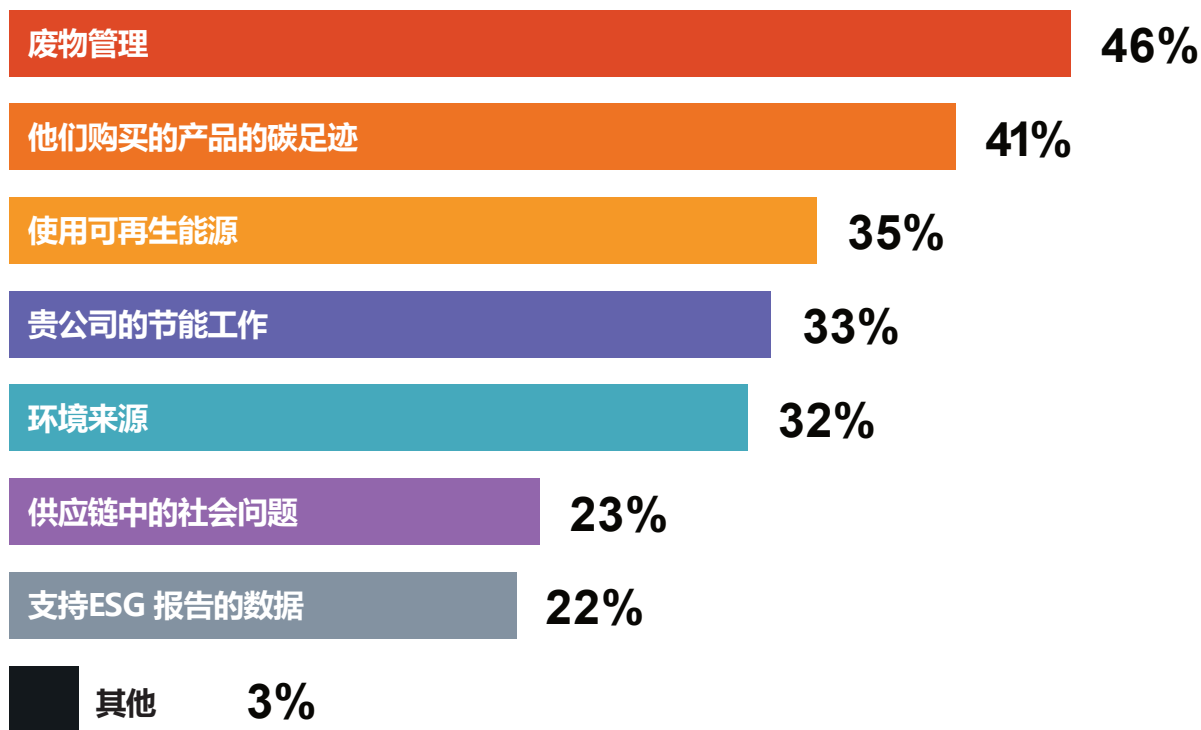
■ 略有减少

随着购买力向年轻化转变，在客户期望和监管要求的双重驱动下，制造商面临着越来越大的提高透明度的压力。

因此，满足他们对可持续产品的需求变得至关重要55%的受访者发现，对环境影响数据的需求至少有所增加。

这种转变为制造商提供了一个创新和开发可持续产品的绝佳机会，不仅能够满足消费者的偏好，同时也释放了销售和利润的潜力。让我们来看看客户对可持续发展最感兴趣的是什么。

## 客户对可持续发展的哪些方面最感兴趣？



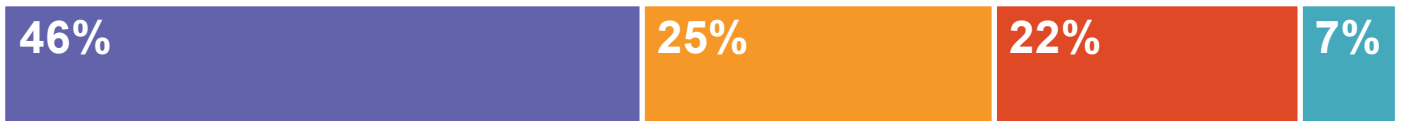
为了满足对透明度的更高期望，客户越来越多地要求制造商提供具体的产出。碳足迹报告作为产品环境影响的关键指标，成为其中的关键因素。

对于客户来说，这些信息至关重要，因为他们不仅关注产品本身，还关注产品对可持续发展的整体贡献。

同样重要的是提供全面的产品数据，使客户能够向自己的利益相关者报告影响，包括以下两个方面：消费者和董事会。

通过满足这些对详细报告的具体要求，制造商不仅能满足客户的期望，还能促进行业环境更加透明和负责。

## 您是否计划与客户分享产品对环境的影响？



■ 是的，我们已经在做了

■ 没有计划

■ 是的，但我们不知道如何做

■ 不，我们还没有开始估计影响，但计划这样做



# 展望未来

在我们即将结束连续第四次调查之际，我们从制造业专业人士那里收集到的见解生动地描绘了该行业迈向充满活力的未来的轨迹。我们的调查聚焦于数字化转型、2024年的优先事项和可持续发展，不仅捕捉到了当前的格局，还阐明了将塑造未来的战略和创新。

随着制造商为迎接 2024年的挑战做好准备,他们开始寻求解决高能耗、高污染和高成本的解决方案。

产品和客户需求的差异化是持续成功的关键。在这一过程中，未蓝云CPQ（配置、价格、报价）系统是您的战略盟友。

作为业界领先的 CPQ 解决方案，未蓝云可帮助制造商有效驾驭错综复杂的产品变化，并满足动态的客户期望。

随着工业格局的发展，未蓝云仍然是首选解决方案，为制造商提供在 2024 年复杂而苛刻的市场中蓬勃发展所需的敏捷性和精确性。

立即访问 <https://www.futrblue.com> 或预约个性化演示，了解更多信息



扫码申请  
免费试用



扫码了解  
更多信息