

先進製造驅動訂單增值： 構建企業核心競爭力

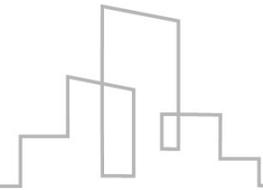
Advanced Manufacturing Drives Order Value
Addition: Building Core Competitiveness

Presenter: Stephen Cheung

自我介紹



Star Steels

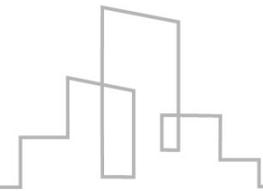


星鋼成立於2010年，是中國華南地區領先的高精度數控車削零部件製造商，工廠坐落於東莞市鳳崗鎮

願景是成為世界級高精度零件製造商，通過不斷完善同提升設備，最大限度地實現完全自動化生產，同步提升員工技能，不斷提高產品的質量和精確性，盡力追求完美



Star Steels

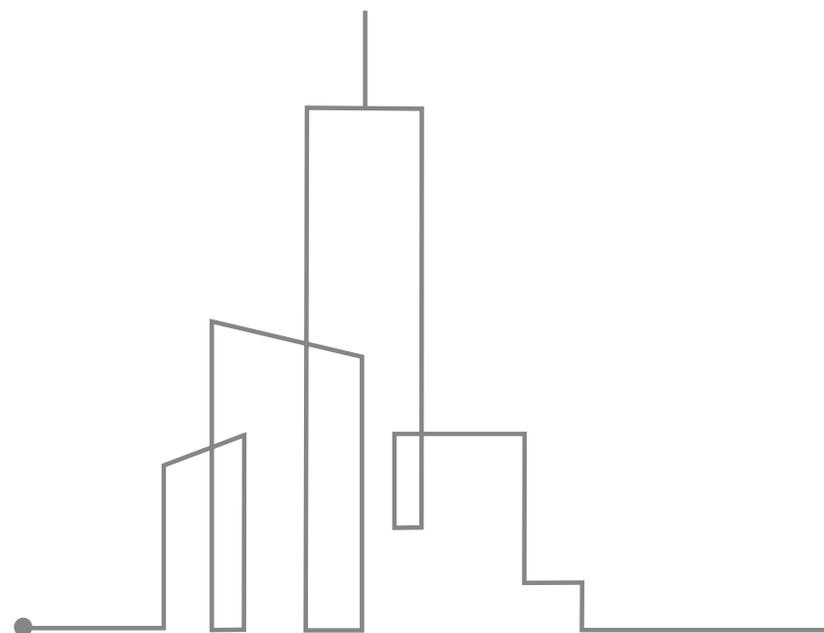


目前公司現有職工80人，工程技術人員20餘人，關鍵性生產設備百餘臺，公司主要業務涉及汽車、醫療、食品、電子和家電等各個行業，是一家提供精密五金零配件一站式生產加工、銷售和出口服務的科技公司。公司自成立以來，堅持以人爲本，誠信立業的經營原則。



目录 CONTENTS

- 01 何為訂單增值？
- 02 為何需要先進制造？
- 03 驅動訂單增值的實踐路线
- 04 展望



PART ONE

何為訂單增值？



金屬製造業困境， 訂單利潤去哪了？



成本攀升：多維度的利潤擠壓

- 原材料價格劇烈波動
- 綜合運營成本持續上升
- 高進低出的剪刀差

01

低價競爭：行業“內卷”的惡性循環

- 餓死同行，累死自己
- 創新投入不足
- 被動接受訂單

02

訂單附加值低：價值鏈定位的困境

- 同質化嚴重
- 局限於簡單加工

03

訂單增值：不止於產品，更是價值

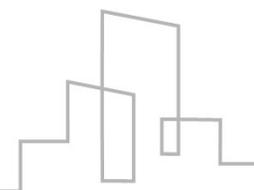
訂單增值不僅指單筆訂單金額的提升

訂單增值，通過提供超出基礎產品或服務範圍的附加價值，使客戶願意為之支付更高價格的價值創造過程。

核心在於從單純的"產品供應商"轉變為"價值共創夥伴"。金屬制造企業不再僅僅提供標準化金屬產品，而是根據客戶特定需求，提供包括技術解決方案、定制化加工、供應鏈優化等在內的全方位服務。



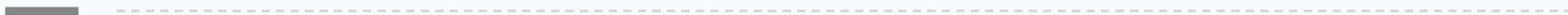
訂單增值的核心邏輯



核心邏輯是價值競爭取代價格競爭。它幫助企業跳出單純比拼價格的“紅海”，通過創造獨特價值吸引並留住客戶，從而提升平均訂單價值和整體盈利能力。

對於企業而言，深入理解和有效實施訂單增值策略，是構建差異化競爭優勢、提升客戶忠誠度，並最終實現可持續盈利增長的關鍵。

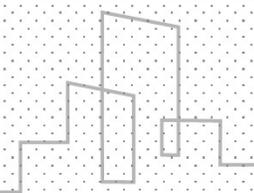
升值不是推翻重來，而是從你最痛的一個點開始，用先進工具解決它，然後像滾雪球一樣擴大成果。



核心挑戰：如何跳出“成本競賽”的紅海？



理解訂單增值：價值升維



技術增值：

智能生產驅動，通過引入自動化生產線、工業物聯網平臺和AI視覺質檢等新技術，可以大幅提升產品的一致性和可靠性。技術增值直接體現在產品能賣得更貴、贏得更優質客戶上。你的產品不再是可以被隨意替換的“標準件”，而是因其卓越的性能、精度或獨特性，成為客戶的“核心件”。

01

服務增值：

提供一體化解決方案而非單一產品。客戶購買的是一個能解決其最終問題的方案。能夠快速響應詢價、訂單變更和售後需求。優質的服務能極大提升客戶粘性。當你的服務成為其高效運轉的保障時，你們的關係就從一次性的交易變成了長期的戰略合作，訂單的持續性和利潤空間自然得到保障。

02

品牌增值：

品牌增值是最高層次的增值，它建立在技術與服務之上，是客戶對企業綜合實力和長期承諾的信任。這種信任會讓客戶在選擇時優先考慮你，甚至願意支付品牌溢價。意味着你的產品是“可靠、省心、有保障”的象徵，能夠幫助你在紛繁的市場中脫穎而出，吸引優質訂單，並有效抵禦價格戰的衝擊。

03

技術增值：

自動化生產線、工業物聯網平臺和AI視覺質檢等新技術，提高效率同時降低人工成本



幻尔科技 bilibili

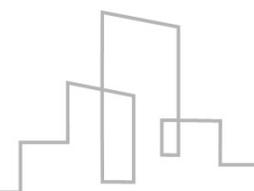
LeRobot

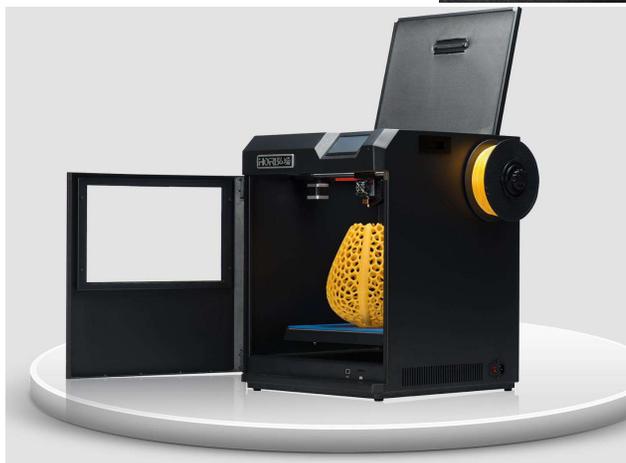
具身智能开源机械臂



这不是一台普通的机械臂

幻尔科技

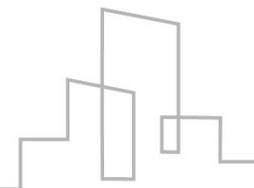




利用3D打印技術或者臺面CNC提高製造生產力

打印工件進行製造判定或者利用臺面CNC快速打板或小型量產

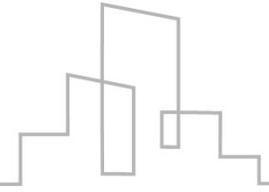
服務增值：



快速響應

提供一體化解決方案



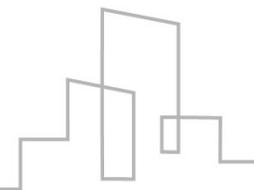


品牌增值：

技術增值+服務增值

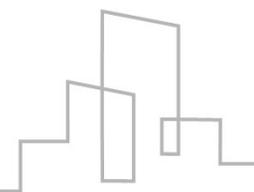


OEM到OBM



可以在工廠淡季的時候，做屬於自己的產品

OEM到OBM的好處



消化過剩產能：

有效利用淡季閒置的設備和人力，維持生產線的穩定運轉。

01

提升附加值：

不再僅僅賺取微薄的加工費，而是通過建立品牌來獲取更高的利潤空間。

02

增強抗風險能力：

減少對單一客戶或外部訂單的依賴，開拓新的收入來源。

03

會面臨的挑戰：



商業模式完全不同：

需要從以生產管理、成本控制為核心，轉向以市場營銷、品牌建設、渠道管理為核心。



需要大量資源投入：

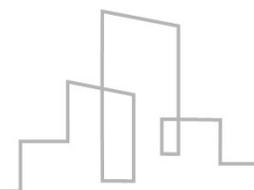
需要組建市場團隊、設計團隊，並投入資金進行品牌推广和渠道建設。



可能引發客戶顧慮：

如果自有品牌產品與客戶產品存在競爭關係，可能會影響原有的OEM合作關係。

獲客新方式：通過網絡平臺精準獲客



[我是买家](#) [我是工厂](#) [工业服务](#) [海智学院](#) [关于我们](#)

聚焦工业零部件的数字化平台

工艺/设备/工厂名称



117

国家和地区

100万+

询盘图纸

通過網絡平臺，獲取自己的目標客戶

PART TWO

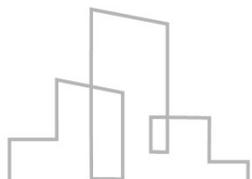
爲何需要先進製造？



先進製造，是實現全方位增值的唯一引擎。



先進制造的必要性：擁抱先進制造是必然選擇。



應對全球競爭格局的必然選擇：當前，全球產業鏈正在深度重構。部分高附加值環節在向發達國家回流，同時中低端產業也面臨其他經濟體的競爭。香港製造業必須向上突圍，通過先進制造搶佔價值鏈高端環節，才能避免在夾擊中陷入困境。



破解本土企業發展瓶頸的關鍵路徑：許多企業面臨創新能力不足、產品附加值不高、品牌影響力有限等挑戰。先進制造通過技術創新和數字化轉型，能夠有效幫助企業突破這些瓶頸，是走向高質量發展的關鍵。



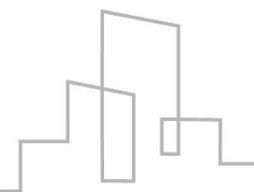
把握國家戰略機遇的明智之舉：國家層面正在大力推動製造業向高端化、智能化、綠色化轉型，致力於構建以先進製造業為骨幹的現代化產業體系。企業順勢而為，不僅能提升自身競爭力，也能更好地融入國家發展大局，享受政策紅利。

PART THREE

驅動訂單增值的實踐路徑



設備、數據與決策的升級路線



單點突破，實現 “過程可控”

- 在關鍵機牀加裝可檢測
產品及裝料的機械設備

01

部署 MES

- 實現 “柔性生產”

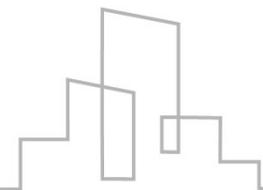
02

將重復性工作交給 機器處理

- 集成 AI 質量檢測系統（基於
機器視覺的自動質檢）
- 利用機械手包裝貨物

03

路徑



記錄下生產中的“浪費”

建立“價值偵探”視角

1

選一個範圍小、易測量、見效快的環節

鎖定“最小可行突破點”

2

數據驅動

3

引入生產數據追蹤

4

從“供應商”到“解決方案” 文化重塑：人人都是“增值點”

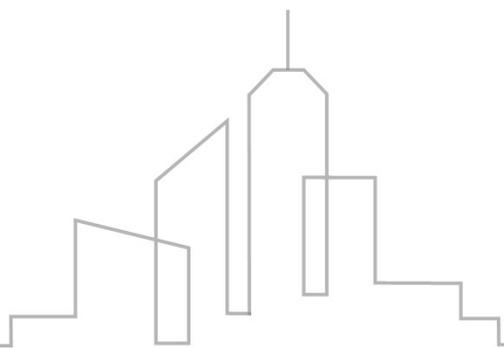
從“供應商”到“解決方案”

5

建立激勵機制

PART FOUR

展望



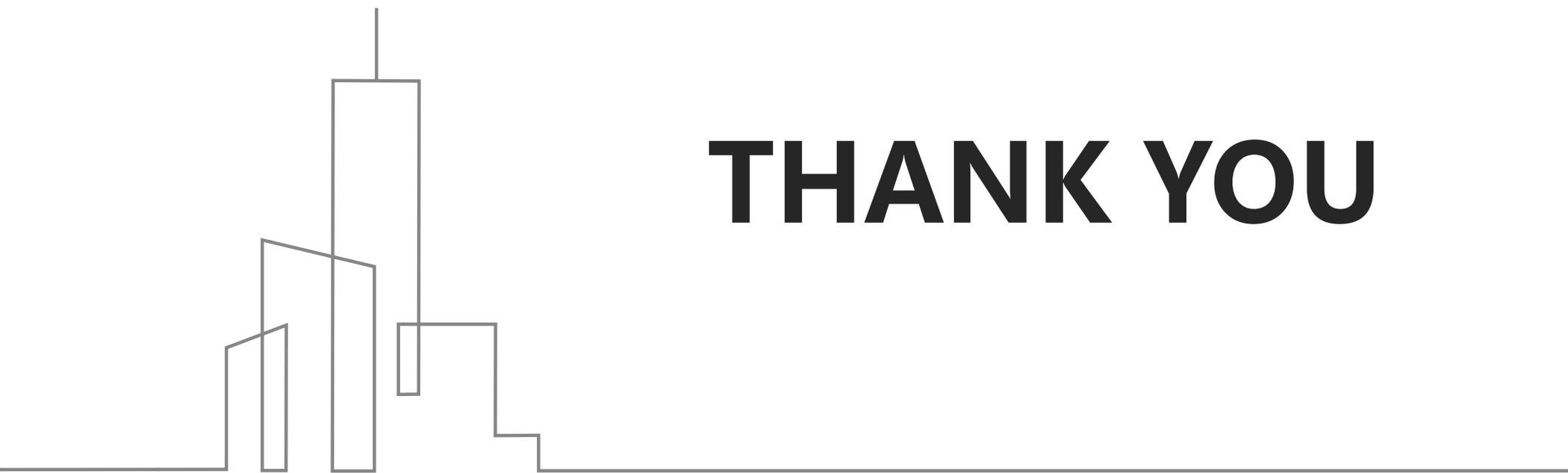
共贏展望：不止於 企業，更是香港產 業升級的未來

企業的生存之道

展望未來，讓我們攜手行動。政府的積極推動、業界的前瞻布局、學研界的智力支持以及金融界的資本活力，必須緊密結合起來。讓我們不再僅僅視自己為訂單的接受者，而要成為價值的創造者、創新的驅動者，以及香港邁向國際創新科技中心進程中不可或缺的貢獻者。

個體的競爭力，終將匯聚成整個行業的競爭力。當香港的金屬制造企業以其精湛的工藝、智能的生產和綠色的理念享譽全球時，我們每一位在座者，都不僅是商業上的成功者，更是香港由治及興新徵程上的參與者和建設者。





THANK YOU

Presenter: Stephen Cheung