

阿里巴巴揭幕新製造數字工廠

以雲智能為中小企帶來「按需定產」柔性供應鏈的試點項目首度亮相

中國杭州，2020年9月16日 – 阿里巴巴集團（紐交所代碼：BABA 及港交所代號：9988，「阿里巴巴」或「阿里巴巴集團」）旗下迅犀數字工廠今日揭幕，標誌其新製造戰略成果首度亮相市場。

藉助阿里巴巴雲計算及物聯網基礎設施，阿里巴巴推出犀牛智造平台，今日亮相的試點項目迅犀數字工廠為中小企業提供端到端的全鏈路數字化解決方案，享受由需求驅動的定製化生產服務。由此，小企業及生產商可以更迅速地應對客戶日新月異的需求，進一步挖掘國內規模逾 30 萬億元人民幣（超過 4 萬億美元）¹、正在開啟數字化進程中的製造業的市場機遇。

阿里巴巴犀牛智造首席執行官伍學剛表示：「數據是新製造的核心，客戶的需求瞬息萬變，而且更偏好於個性化而非大量生產的商品。『新製造』以數據驅動和智能技術，幫助傳統製造業實現按需定產，在滿足個性化需求的同時，提高盈利及降低庫存壓力。」

新製造戰略試點的登場是阿里巴巴實施「五新」戰略的另一里程碑。「五新」戰略由阿里巴巴集團創始人馬雲於 2016 年首次提出，包括新零售、新製造、新金融、新技術及新能源。

長期以來，服裝業內大大小小的企業都面臨生產週期長及庫存水平偏高的難題。犀牛智造在發展初期確定以服裝業為起點，希望借助各類嶄新技術，包括實時資源分配、流程及成本規劃、內部自動化物流方案及犀牛智造的智能製造操作系統等，能以合理的成本及更短的交付時間來生產出小批量訂單，犀牛智造可以將生產效率從 25% 提升至平均 55%。

犀牛智造的趨勢和銷售預測模型，以及人工智能驅動的決策優化體系，讓工廠能夠及時掌握消費市場的需求脈動，同時降低研發成本，把握由個性化消費帶來快速發展的機遇。

服裝一直是阿里巴巴中國零售市場上最大的商品品類之一，這令阿里巴巴在客戶洞察方面具備獨一無二的優勢。過去，每年由於庫存造成的浪費佔服裝行業銷售的 30% 左右。迅犀彰顯阿里巴巴「讓天下沒有難做的生意」的初心，透過犀牛智造，中小企可以在快速發展的服裝市場保持競爭力。

自成立以來，犀牛智造已先後與淘寶及天貓商家、直播主播和街頭服裝設計師合作，探索並試驗服裝生產新的可能性。

世界經濟論壇於 9 月 14 日甄選了犀牛智造旗下的迅犀數字工廠加入成為全球燈塔網絡的燈塔工廠，這是一個由成功應用第四次工業革命技術的全球領先企業所組成的社區。迅犀被選入主因其結合了強大的數字技術及消費者洞察，打造出全新數字化新製造模式。

¹ <https://www.statista.com/chart/20858/top-10-countries-by-share-of-global-manufacturing-output/>

迅犀的正式亮相正值是新冠疫情促使各行各業加快數字化轉型之時。未來，迅犀將有助服裝製造商進一步降低庫存水平，並持續提高效率和個性化能力。假以時日，這項技術將有望被時裝和服飾以外的其他行業所採用。伍學剛續說：「我們期待向製造業同行學習，並與他們合作，共同構建新製造生態圈。」

###

關於阿里巴巴集團

阿里巴巴集團的使命是讓天下沒有難做的生意，集團旨在構建未來的商業基礎設施，其願景是讓客戶相會、工作和生活在阿里巴巴，並成為一家活 102 年的好公司。

媒體查詢

李子繁
阿里巴巴集團
+852 5237 8897
eva.lee@alibaba-inc.com

李潔玲
阿里巴巴集團
+852 9728 0979
k.lee@alibaba-inc.com