



## ——记达索系统“2014 大中华区 3D 体验高峰论坛”

### Solutions of Product Innovation to Speed up Business Increase on 3D EXPERIENCE

本刊记者 金 卯

【编者按】2014年6月5日,全球3D设计、3D数字样机和PLM解决方案、3D体验解决方案领导者达索系统在京举行“2014大中华区3D体验高峰论坛”。论坛以3D体验在航空航天、汽车、高科技电子、建筑等12个行业的最佳实践为基础,对3D体验平台为企业战略及业务增长方面带来的价值进行了充分探讨,嘉宾们还分享了各自在低碳、智能化产品创新方面的心得。增加了云服务的达索系统3D体验平台,彻底颠覆了传统的工作模式,“3D体验”与线上线下360度无缝化技术的完美结合,将为产品创新再添新“翼”,加速企业在体验时代下的业务增长。

2012年,达索系统推出“3D体验”的概念;2014年,达索系统推出了增加云功能的3D体验平台最新解决方案。2年来,达索系统完成了由PLM到3D体验的升级和转型,同时也为各个行业带来了全新的工作体验。达索系统新的解决方案能全面满足12个不同行业、不同规模的企业需求,还可有效降低企业IT硬

件的部署成本。该方案使产品研发、协同设计更加高效,帮助企业获得更多的业务增长,首批试用用户均给予其高度评价。本刊记者通过论坛上的所见所闻,更深入地了解了“3D体验”背后的故事。

#### 行业组织战略

在达索系统的3D体验平台的背

后,有一个引人注目的名词——行业组织战略。达索系统副总裁 Monica MENGHINI 女士正是这个战略的建议者,她告诉记者:“达索系统以前的市场营销战略主要以品牌为主,针对不同的行业都有自己的拳头产品,但是针对各种不同市场打各种品牌的战略对客户来说太复杂,我们应该用一种更简单的方式沟通,所以我向公

司提出了‘行业组织战略’的建议并且被采纳,即在达索系统大的平台下推出针对不同行业的解决方案。”

达索系统航空航天业副总裁 Michel Tellier 先生又从航空行业解决方案的角度诠释了 3D 体验平台的真正意义:“3D 体验平台是按行业划分,不是按以前产品为导向的思路。3D 体验平台不仅仅提供产品,还提供业务咨询方案,比如在飞机的概念阶段,在向用户提供具体的产品之前,我们会先告诉用户行业的发展趋势是什么,还会关注客户的客户,比如,我们会告诉航空 OEM,航空公司的需求是什么,甚至会具体到一些技术指标。在研发过程中,把上游、下游都整合进来,制定整个解决方案,而不是仅仅关注技术层面。”

### “3D 体验”之天时、地利、人和

近几年来,我国经济增速总体放缓,中国工业尤其是制造业正处于转型升级的调整期,在这样的经济背景下,达索系统的 3D 体验平台的推广是否会受到影响呢?达索系统大中华区总经理王皓峰先生表示:“目前,在这样的大背景下,我认为 3D 体验平台的价值就更显著了。因为企业可以通过 3D 体验平台降低成本,缩短产品设计的周期,能够使研发更契合于市场的需求,这将大大提升企业的竞争力,所以我相信在这样的大的经济环境下,越来越多的企业会认识到 3D 体验平台对于他们不仅是一个有价值的东西,而是必须进行投资的部分。”

当前,随着互联网风暴席卷全球,世界正在由产品经济转向体验经济。在体验经济时代,企业提供的不再仅仅是商品或服务,而是提供充满感情的产品体验。消费者消费的也不再仅仅是商品,而是追求通过产品所带来的一种情绪上、体力上、智力上甚至精神上的体验。这也是达索系统 2012 年前瞻性地提出 3D 体验



战略的原因所在。“体验”作为一种独特的经济形式将成为未来经济增长的钥匙,企业也将因此面临全新的竞争。3D 体验平台是达索系统顺应企业未来的“体验”需求而推出的,它是一种全新的、在业界是独一无二的工作模式,消费者在产品未投产前就能获得真实的体验并给予反馈,并通过在虚拟世界不断地体验和验证,保证真实世界的产品一次就能够做到最好。时下云计算和大数据的热潮,必将加速 3D 体验被更广泛应用的进程。

### 倾听与陪伴

论坛上,王皓峰总经理表示:“达索系统一直非常重视倾听中国企业的需求和声音,并非常愿意把我们在全球 30 多年来丰富的行业经验和成功案例分享给更多的中国企业。3D 体验平台是智慧的高度集合,我们将深耕行业,以客户的业务需求为导向,继续践行为用户创造绝佳的创新体验,帮助中国企业在未来 3~5 年完成转型。”

达索系统在中国的客户是多元化的,涉及的行业非常多。不同的行业,需求也不同。针对每个不同的行业,不同的客户,达索系统是如何

做的呢?记者了解到:以达索系统的 V6 平台为例,在航空航天等传统行业,产品的更新周期较长,接受 V6 比较迟缓。“对于这些特殊客户,达索系统会非常耐心地陪伴,帮助他们把现有的项目做好,并且会为他们未来的发展提出一些建议和解决方案。我们和很多航空企业都有很深入的交流,并且合作是长期的。”王皓峰总经理告诉记者。

另外,达索系统最大的代理商安托集团总裁王义华先生告诉记者:“20 多年前,安托把达索系统引入中国。现在我很高兴地看到,达索系统在中国的应用推广非常好。与其说我们是代理商,不如说是服务商。除了代理达索系统的产品,我们还会在达索系统的产品上衍生我们的服务。早期的时候,我们的服务主要是培训和定制开发,随着达索系统产品应用的不断深化以及用户在信息化方面的投入不断加大,达索系统的应用范围越来越广。所以把一些成熟的经验积累下来,即知识工程的建设和开发就显得尤为重要,这也是安托目前正在投入力量去做的事情,希望能够帮助用户把数字化工程真正做起来。”

(责编 谷雨)