

Viza Valve: Specialize in valve products and carry forward the spirit of the craftsman

维萨阀门： 以“精专”谋市场，用产品诠释“工匠精神”

工业经济时期，规模与效益密切相关。然而，在如今这个产能过剩的时代，尤其对于阀门行业，比之过分追求短期利益的多元化扩张，“精专”则更能赢得国内外市场的认可。维萨（Viza）自成立之时起，即专注于阀门产品——站在客户的角度，以项目需求为驱动，在不断提升产品品质的同时，靠先进的工艺技术来降低成本，形成自己的竞争优势。

作为外向型阀门制造商，维萨长期深耕海外市场，产品广泛应用于石油、天然气、石油冶炼、石油化工、电厂及水处理行业，在油田、天然气计量撬块及FPSO上有优异的表现。不论是传统的欧洲市场、蓬勃的美洲市场或是新兴的第三国家市场都对维萨的产品与服务给予很高的认可。以大量成功的海外项目为背书，近年来，维萨也逐渐将部分重心放置国内市场，并计划拓展更严苛工况下的阀门，如电厂高温高压关键位置、LNG超低温及SUBSEA海底等。

日前，《阀门世界亚洲》编辑一行再次来到位于昆山的维萨总部及生产基地，并就其在海外市场的发展经验、产品结构及工艺改善方向、国内市场战略等话题，对公司副总朱希先生进行了采访。

作者：王虹

集中资源，持续关注细分市场

阀门企业是否要自备工程公司的职能？这一直是生产型企业的诉求，阀门厂家都希望做顾问型的销售，帮客户去定制解决方案。但是，这不代表生产厂家需要盲目地将精力及资本摊铺在产业链的所有环节。维萨始终坚持：做阀门，就是要做精、做专、做强，有的放矢，而不是看人家做什么我就做什么。目前，维萨旗下的大口径锻钢固定球阀的需求量最大。公司的TF系列锻钢固定球阀具备其独有的核心技术，贴合石油天然气的工况需求，质量稳定可靠，成本控制合理。优质的产品加上同各地代理分销商的密切合作，确保了良好的客户体验，建立了市场美誉度。同时，在基本产品的基础上，维萨根据客户需要，开发并完善了更高端的延伸产品系列。

朱希表示：“任何一家公司都不可能生产所有种类的阀门，一台阀门上的所有零件也不可能全部自己生产。‘全系列的工程阀门解决方案’是指一整套相关行业的产业链，这是已经客观存在的。对于用户来说，他们需要的是解决方案。这就要求阀门企业对整个产业链有足够的了解，深入的认识，再结合对客户需求的理解，来定制解决方案。这是高要求的增值服务，是阀门企业的发展方向。而在这个产业链的完善中，中国阀门厂家的主要职责不应该是全产业的覆盖，而



MOV 闸阀-西班牙CLH现场

是坚守工匠精神，专注于专业领域内的深入研究，不断创新，努力提升品质和运营效率，朝做专、做精方向发展。”

研发技术部是维萨的关键部门，被称为公司两大发动机之一。该部门人才众多，既有经验丰富的老阀师，又有年轻



用户现场的维萨气液联动球阀产品



临时仓储区

有冲劲的新一代。技术部还担任着向公司各个岗位输送优秀人才的使命，这也意味着维萨的每一名员工都拥有扎实的技术背景，使他们得以在各自的岗位上能够更好地发挥作用，也逐渐将维萨打造成专业、成熟的技术型公司。

维萨的所有产品都是基于客户订单生产的，不做常规库存。从这个意义上来说，维萨定制化产品占比为100%。其中超过一半的产品基于项目订单，可以理解

为根据项目定制的特殊产品。维萨曾为新加坡SLNG提供锻钢上装式固定球阀。在这个案例中，市场上传统的上装式球阀多为铸件，而客户要求必须是锻件，因此维萨特别设计了锻件产品，小到2”，大到28”，上线后工作稳定良好，得到客户的好评反馈。

在与企业上下游合作伙伴关系的建立上，维萨始终同关键供应商和代理分销商保持充分沟通及理念上的一致，在业务

链条上无缝衔接，重承诺守信用，各司其职，相互协作。

内外兼修，拓展国内电站市场

历经近20年的发展，公司依靠对产品质量和服务的专注，已成功立足于包括欧美大型EPC公司及最终用户在内的国际中高端市场。目前，维萨的业务主要围绕三条产品线展开，包括高压球阀系列，铸钢闸阀/截止阀/止回阀系列，以及低压蝶阀/软密封闸阀系列。其中高压产品线主要应用于石油天然气、化工和管线运输行业，而闸截止系列产品中，除了常规类型以外，公司也开发了相对高端的产品比如超低温、波纹管、通过TA-LUFT测试的具备低泄漏性能的产品等不同系列。除此之外，公司还紧跟市场潮流，加大环境友好型产品的升级换代。

近年来，在保有传统海外市场的同时，维萨也将国内市场的开发上升到战略高度。通过和用户、设计院、施工单位



维萨研发人员团队建设

的密切合作，开拓行业细分市场。显著的海外业绩以及在文件制作方面的规范水准，都为其拓展国内市场奠定了积极的基础。朱希表示：“大量国际项目上的成功应用与客户反馈，使得我们对自身产品质量的层级水平还是相当有自信的。一些生产厂由内贸起家，再发展外贸的时候会强调‘自己的外贸产品质量可以做到更好一些’，然而实际上，同样一个公司的质量体系，很难维持一个相对高的水平和一个相对低的水平同时运营，高的极易向低的去靠近。中国的阀门企业有两类，一类是外贸出身，一类是内贸出身，我们不能武断地评价哪个更好，但在某些方面仍然有所区别”。

国内外客户在需求上也并不相同。国外客户基本上只要东西好、服务好，订单的承接和业务的发展都是“短平快”的节奏，一般会很快见到效益；国内可能战线就拉的比较长，要努力为客户制定最为详细的解决方案与全方位服务。朱希说：

“维萨始终将服务视为产品不可分割的一部分。售前，根据客户的需求提供解决方案；售中，确保按承诺交付；售后，提供延续、增值服务。三者要有机结合并形成良性循环。”因此，在拓展国内市场的过程中，维萨将根据国内客户的需要持续全面升级、完善服务体系与服务质量。

未来，维萨的国外项目将以油田设备、天然气站、海上采油平台为主；同时，国内将主要集中于电站领域。响应国家“一带一路”的战略号召，维萨将发挥自身优势，积极参与国内市场与海外市场的合作项目。

从“中国产品”做“国际品牌”

阀门行业的变化很明显：以前做出口的阀门企业不多，且基本上以贴牌为主；现在则如雨后春笋般密集，并且更多地推广自有品牌、项目操作等。加之客户

需求日趋复杂，国际市场的发展难度越来越大。作为集设计开发、生产制造、贸易销售、及售后服务于一体的现代化集团公司，维萨能够提供从原材料到成品阀门的全链条产品服务，这是其发展国际市场的基本优势。

另一方面，对于维萨来说，有一个比较好的状态就是其不依赖于哪一个固定市场。而更多的属于项目驱动型。因此，尽管近年来海外市场受经济危机影响呈现不同程度的起伏，维萨都能够因时而动，及时抓住各方潜力。尤其，随着第三世界国家发展环境趋于稳定，维萨逐渐将注意力转移——第三世界国家市场本身资源丰富，但项目基本掌控在欧美企业手里；因此，维萨也有计划通过与欧美企业的合作最终将项目落地第三世界国家，这也是其未来发展海外市场的主要方向之一。

对于发展国际市场，朱希表示：“目前国内的阀门企业在国际市场上的地位比较尴尬。之前几十年的发展中，国内企业



维萨阀门副总经理朱希先生

主要依靠劳动力成本的优势帮国外做贴牌取得了原始的积累。近年来，随着劳动力成本优势的逐渐丧失，使中国阀门处境艰难。因此，要想稳定地立足于国际市场，中国的阀门企业需要：拥有远大的理想和长远的目标，多培养创造国际一流的品牌；重视技术研发，靠技术革新降低成本，创造竞争优势；重视用户体验，推动中国用户广泛优先采用本国产品；重视行业自律，严把质量关；尝试资本运作，收购国际优良资源。作为制造商应该引领行业发展，这不仅是维萨的长期发展目标，更希能与阀门全行业共勉。” ■



金属硬密封球阀-伊拉克鲁迈拉油田-BP英国石油

“维萨·大事记”

1998年：成立

2000年：创立天津维萨低压蝶阀产品线生产基地

2003年：创立昆山维萨中高压闸、截、止和球阀产品生产线基地

2008年：创立美国分公司

2010年：全资收购有近20年历史的江苏泰伯铸件公司