

维萨阀门：打造具有世界影响力的“中国品牌”

行业：工业 总部：中国



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。

在位于昆山锦溪镇的维萨阀门（以下简称“维萨”）生产车间里，工人们正在紧张有序地组装着球形阀门，清洗配件、装配、试压、成品检验，一整套工序下来，这批球形阀门即将打包发往世界各地。

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。2017年之前，从传统的欧洲市场，到蓬勃的美洲市场，再到新兴的第三国家市场，99%以上的产品都是出口海外。近年来，维萨积累了大量成功的海外项目经验，同时也逐渐开始布局国内市场。

维萨的背后，实际上是整个中国阀门产业的飞速发展。经过几十年的发展，如今，中国阀门企业数量居全球首位，阀门生产水平有了较大提高，阀门产量也大幅提升，主要产品除了满足国内市场需要外，还远销全球各个国家和地区。

在浙江温州永嘉县，这里不仅是“中国泵阀之乡”，更是中国目前规模最大、规格最全的阀门制造集散地，目前大大小小的泵阀企业多达2,300多家，生产的泵阀产品远销俄罗斯、欧盟、美国、中东、东南亚等150多个国家和地区。

如今，摆在维萨以及更多中国阀门企业面前的一个问题是：面对广阔的海外市场拓展机会，如何在这么多家企业中突破重围？

“我觉得，核心竞争力首先肯定是质量为先，也就是说企业的质量体系如何保证持续稳定地输出优质产品。其次是性价比，且生产效率与质量管理水平有很大关系。”维萨阀门副总经理陈聪说，“在市场上如何定位自己，怎样通过产品和服务区传递价值，这就是企业的品牌，而这个品牌是由企业长期稳定的优质产品、准确的市场策略，还有用户口碑所积累起来的。阀门属于通用机械行业，对于新技术的应用相对滞后；且产业工人与供应链水平有限，西方工业精益化生产的很多经验套路并不适用现在很多阀门企业；如何从质量数据维度进行的精益化生产分析，这是在同质化竞争的大背景下我们所看到的挑战和机遇。”

为了抓住同质化竞争大背景下的机遇，2003年，维萨正式开启了认证之路。从ISO 9001、CE/PED质量体系认证到API 607/6FA防火认证，再到后来的低泄漏TA-LUFT、API 624认证，还有今年新加的SIL3认证，维萨与TÜV莱茵合作，在质量认证和管理方面始终走在行业的前列。

“对维萨来说，认证是具有价值和前瞻意义的。”陈聪说，“TÜV莱茵在国际上的影响力和口碑都非常好，所以我们要取得任何证书的时候，TÜV莱茵都是首选的合作方。”

在陈聪看来，比起其他第三方认证机构或者发证方，TÜV莱茵更为严格。早先维萨在进行SIL3认证（需确认）时，最初是通过另一家第三方认证机构获得了证书，也与一些客户顺利达成了合作。但在后来的一个项目中，被客户当面指出“证书中的计算和定级并不适用你们的产品范围，你们并不明白其正确的计算方法”，如此评价令维萨如鲠在喉。第二年续证时，维萨在多家公司询价过程中，碰到了TÜV莱茵主动将此前客户提出的“尴尬”问题点了出来，并提供了专业的解释，令维萨颇为赞许。

“TÜV莱茵的专业和严谨给我留下很深刻的印象。对制造商来说，与TÜV莱茵合作取证不仅仅是获得一张证书那么简单，还有更重要的，是对要求的深刻理解和规范执行，以及对我们品质的推进和品牌的提升。”陈聪说。

如今，不只是维萨，TÜV 莱茵正在助力更多的中国阀门企业提升产品安全性和功能可靠性，及时洞悉国内外行业标准和产品法规要求，不断引领和创新阀门关键核心技术突破，提升质量和管理，打造具有世界影响力阀门行业的“中国品牌”。