

# ELEVATOR

电 梯

A MAGAZINE

INA ELEVATOR INDUSTRY

2014年06期

本期人物 COVER PEOPLE

威特中国董事总经理  
李韶华

视角 VIEW

全球10家  
主要电梯公司  
的2013年

市场 MARKET

保障房，  
路还有多远？

特别策划 SPECIAL

300m+摩天楼  
与电梯

# WITTUR, SAFETY IN MOTION

## 威特，安全随行

■ 余威

2014年5月13日，李韶华满怀笑容和观众打着招呼，这是他就任威特中国总经理以来第一次参加中国国际电梯展，为此他带领团队精心准备了好几个月。和李韶华一道而来的，还有威特集团亚太区执行副总裁 Sergio Biglino 和全新的集团标语——安全随行（SAFETY IN MOTION）。

### 安全至上

从最初关注产品本身的“EXCELLENCE IN COMPONENTS”，到注重整体系统解决方案的“EXCELLENCE IN

SOLUTION”，再到关注安全的“SAFETY IN MOTION”，威特始终坚持自身的努力创新和自我完善。“我们始终在思考如何能更好的服务于全球市场，力求提供精良的产品与良好的客户体验，当市场发生变化时，我们也必须调整自身的战略。”威特集团亚太区执行副总裁 Sergio Biglino 表示。

无疑，威特希望通过卓越的产品和解决方案来实现高安全性，这也是其以客户为中心的充分体现，而选择了通过中国电梯展向业界传递这种心声，中国的战略地位作用不言而喻。

威特集团高层曾多次强调，进入中

国以来，威特始终坚持高品质产品的前提下，为客户提供可靠的产品和完善的服务。过去，威特更多的是通过为中国用户提供安全钳、限速器等安全部件产品，随着中国用户需求的变化以及中国本地化的推进，威特开始把更多的安全理念引入中国，植入到产品中。“安全理念在威特的经营过程及产品中无处不在，如今，该是我们把这种理念广泛推广给中国用户的时候了，”李韶华说。

于是，威特把最能体现“安全”的 UCM（轿厢意外移动解决方案）带给了中国用户，其不仅拥有精准的位置和速度测量，自我监控系统为实现无故障运

作采用完全冗余设计；此外，电子接口箱包括EOS独立运行所有必需的组件，无需改动电梯控制系统。这在一定程度上为整机用户解决了后顾之忧，有行业人士表示，作为全球领先的部件供应商，威特的UCM解决方案会为中国电梯安全事业发展带来一定的推动作用。

也绝非UCM单兵作战，威特的曳引机、门系统等产品也在全球各个研发机构不断升级、完善。更为重要的是，威特把供应链管理作为重中之重，“我们始终在强化供应链的品质，并使其不断完善，为此我们专门成立了一个关于供应商质量的部门，通过专注于供应商质量的管理而杜绝一切不安全的因素。” Sergio Biglino强调。

## 贴近中国不仅是口号

之所以把新标语发布的地点选在中

国，意在传递一个信号，那就是威特集团对于中国市场的关注。

贴近中国，这是威特过去这些年一直在积极推进的事务。曾经一段时期内，威特高端、高品质的产品为其塑造了良好的品牌形象，品牌影响力在中国市场大幅提升，但同时面临的一个问题是，如何为更多的中国客户提供本地化的产品和服务。为此，2013年威特中国二期新工厂建成投产，投入了运行灵活的流水作业生产线和新型技术，适用于种类广泛的门系统生产，尤其是威特高端电梯门产品的本土化生产。另外，对于非门产品的本土化生产也在新工厂内开展。与这一战略相随而行的是，过去几年威特持续对中国进行新型设备的投资、人才的引进、测试和培训中心的建设，尤其是2012年以来，集团对亚太区组织架构做了进一步的完善。此外，通

过庞大的欧洲专家队伍对威特中国研发计划予以强力支持等。

种种表明，威特的中国战略正在由原来的“将国际标准的产品引入中国”变为“专门为中国研发产品”，这是威特中国战略的一个重要转型。“一个成功的跨国企业必须具备快速响应市场的能力，在遵循威特全球设计和制造标准的基础上，威特中国正在通过本地化的产品开发、本地化的人才培养以及服务，来贴近中国用户”，李韶华希望通过完善威特中国学院，为员工提供进一步的培训，以提升企业的整体竞争力。

也正是基于此，威特中国开始根据用户新产品的研发方案，生产和提供最为匹配的部件，同时也诠释了，威特不只是简单的部件供应商，更是一个安全、贴身的方案解决者。



# 对话

威特集团亚太区执行副总裁 **Sergio Biglino**  
威特中国董事总经理 **李韶华**

**ELEVATOR:** 2014年, 威特有怎样的产品和技术展示给行业和中国用户?

**Sergio Biglino:** 作为一个国际化的专业电梯部件供应商, 威特带给中国用户的是综合解决方案, 包括了曳引机、门系统、安全部件以及电梯改造套件等。这其中, 不仅有中国用户耳熟能详的产品, 更有全球领先的技术。比如, 安全部件方面, 除了传统的安全钳、限速器等, 威特还推出了UCM防轿厢意外移动解决方案。针对中国不断增长的高速梯市场, 我们依托集团技术优势, 逐步开始本地化生产。

总体来说, 安全、高速电梯解决方案、节能、更新改造业务是我们提供给中国用户的方案, 在这些解决方案中, 我们有相应的产品和服务来满足多样化的市场需求。

**ELEVATOR:** 在强化中国本地化运营方面, 近年来威特自身做出了怎样的改进?

**李韶华:** 过去很长一段时间内, 威特投入较多的资源为一些跨国企业提供服务, 如今要为更多中国本土用户服务, 威特就迫切需要做出改变。二期厂房的投产, 在加强企业灵活性、快速响应市场需求以及轻松应对中国用户的多样化需求方面, 正在发挥重大作用。从2013年起, 我们还大力拓展销售网络, 销售人员增长了3倍, 办公场所面积增长了4倍, 力争为更多的中国本地用户提供卓越的产品和服务。

事实上, 行进中国的这些年来, 威特的企业理念始终没有改变, 那就是在理解中国市场和中国用户需求的基础上, 把自身的强大技术能力转化为多样化的产

品。在这样的思路下, 威特旗下多种门系统及曳引机产品就是根据中国用户的喜好和中国市场的特点而开发的。

更重要的是, 产品之外, 我们需要思考如何建立一个好的业务模式。从中国电梯市场的发展现状来看, 庞大的后市场效益已经开始显现, 这将促使我们调整业务模式, 从而更好的为整机厂商提供卓越的更新、改造解决方案。

**ELEVATOR:** 您如何看待当前中国电梯行业的供应链体系? 整机企业的零部件自制, 会给零部件企业带来怎样的压力?

**李韶华:** 中国电梯市场的快速增长, 吸引了越来越多的部件企业加入到这个竞争行列中, 但从整个供应链分析, 只要少数优秀的部件企业能嵌入到整机企业的战略链条中去, 而伴随着新梯市场的增速放缓, 具有更新、改造优势的部件企业会赢得更大的生存空间。

的确, 整机企业自制零部件是行业出现的一大趋势, 这是市场发展的必然。从目前来看, 威特没有受到太大的影响, 这是因为, 威特之所以能在行业处于领先地位, 依靠的是卓越的运营, 并以此来提供稳定可靠的产品和快速响应的服务。更为重要的是, 威特不是在卖产品, 而是为整机厂商提供解决方案, 在这个过程中, 我们与整机厂商技术共享、共同研发, 实现交融式发展。

**ELEVATOR:** 除了改进产品, 强化业务模式之外, 您认为威特最终赢得中国用户的关键是什么?

**Sergio Biglino:** 作为市场的领导者, 持续的创新, 稳定的产品质量及快速的响应能力是威特最基本的服务标准。除此之外, 我们的目标是组建“专家型”的员工团队, 为此, 我们从中国不断输送工程师到欧洲兄弟公司的研究中心, 学



未来，李韶华和 Sergio Biglino携手推进威特的中国事业。



习8-12个月的专业知识，这并非普通的学习，而是真正的客户实地体验，经验丰富的他们未来在中国市场将会更加得心应手。

与此同时，我们还成立了威特学院，目的是组建“专家型”的员工团队。来自全球的威特技术专家经常来到中国，与威特中国的员工共同为客户的设计提出卓越有效的解决方案。

**ELEVATOR：在不断深入中国市场的同时，威特也面临着更艰巨的挑战，除了面对竞争对手还要平衡自我的经营，对此，威特将如何行进？**

**李韶华：**不假，企业的最终目的是赢利，这要兼顾短期和长期目标，但不容置疑的是，市场占有率的提升往往会带来更大的利润空间。过去两年，威特中国都以40%的速度增长，这在很大程度

上提升了集团的竞争力。

当然，在保证产品质量稳定性的同时，降低运营成本是威特一直以来行动的重点，提高产品的性价比是我们的努力方向；为客户提供出色的解决方案，也是威特在中国市场上独特的优势；通过技术创新，保持行业的领导者地位，差异化竞争一直是威特保持优势、强化竞争力的有力武器，比如说，安全和更新、改造方案。