

中国水行业 50 精英对话

水工业市场杂志 编

中国环境科学出版社·北京

陶氏化学在中国水市场辉煌绽放

——与陶氏水处理及过程解决方案业务部大中华区商务
总监王晓兰对话

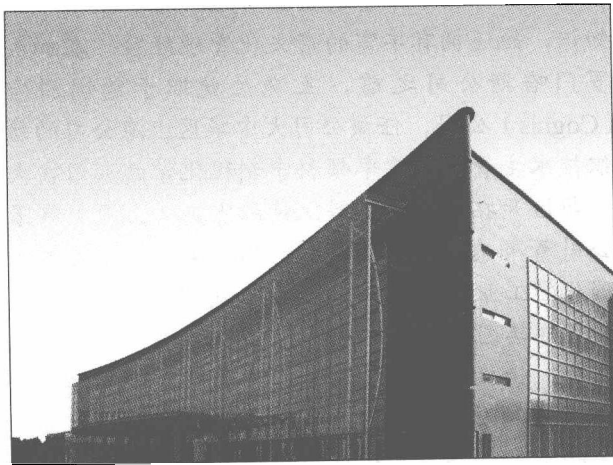


王晓兰简介

王晓兰目前负责主管中国业务开发的的活动以及陶氏水处理及过程解决方案业务部在中国的商务活动。2008 年，王晓兰加盟上海罗门哈斯公司（Rohm and Haas），任大中华区操作助剂和杀菌剂部门总经理。在从事化工行业的 18 年中，她先后担任了包括研发、营销、商务和综合管理在内的多项职务。除了丰富的企业管理经验和专业技术知识，她还拥有丰富的跨文化管理经验。在加入罗门哈斯公司之前，王晓兰就职于德国科宁（Cognis）公司，任该公司大中华区上海公司的纺织技术主管。她曾率领科宁制程化学品部门在大中华区开拓业务并任科凯精细化工（上海）有限公司董事总经理。王晓兰的职业生涯始于英国帝国化学工业公司（ICI），在该公司供职的 11 年中，她曾在英国（主要工作地）、马来西亚和中国等地工作。她拥有英国伦敦大学帝国理工学院化学博士学位，以及亨利管理学院工商管理硕士学位。王晓兰是烯烃羰基化反应催化剂系统——甲基丙烯酸甲酯（MMA） α 工艺的关键部分的主要发明人。

陶氏公司简介

陶氏是一家多元化的化学公司，运用科学、技术以及“人元素”的力量不断改进推动人类进步的基本要素。陶氏为全球 160 个国家和地区的客户 provide 种类繁多的产品及服务，并将可持续发展的原则贯彻于化学和创新，使客户能为各消费市场提供更加优质的产品，包括纯水、食品、药品、涂料、包装，以及个人护理产品、建筑、家居和汽车等众多领域。2008 年陶氏销售额达 575 亿美元，在全球拥有员工 46 000 名。陶氏在全球 35 个国家拥有 150 个生产基地，生产 3 300 余种产品。2009 年 4 月 1 日，陶氏收购全球领先的特殊材料制造商——罗门哈斯公司。罗门哈斯 2008 年销售额达 100 亿美元，在全球 30 个国家拥有 98 个生产基地，员工约 15 000 名。



早在 20 世纪 30 年代，陶氏就已经在中国大陆开展业务，至今在华投资额达 9 亿美元。2008 年陶氏在大中华区的销售额为 33 亿美元。在完成对罗门哈斯的并购后，陶氏在大中华地区共有 5 个业务中心和 20 个生产基地，员工约 3 900 名，就销售额而言，中国已成为陶氏的第二大市场。

作为可持续发展的领导者，陶氏已 9 次荣登道琼斯可持续发展指数榜，在全球享有盛誉。陶氏也坚持在中国倡导可持续发展，并采取了一系列积极措施，包括维持一流的环境、健康和安全表现，提供创新型环保产品，创造改变行业面貌的合作机会等，不断推动可持续发展的更高标准。

位于上海张江高科技园区的陶氏中心于 2009 年 4 月投入使用。作为陶氏在亚太区的商业和创新中心，它由多个功能部门组成，包括世界领先的研发中心、全球信息技术中心及其他管理和综合设施，共可容纳 1 800 名员工。

2009, 新中国水利事业从起步到飞跃, 迎来了她的 60 华诞。伴随中国水利发展, 陶氏化学也迎来了她在中国的第 30 个生日, 其旗下的陶氏水处理及过程解决方案业务部从将先进的膜理念引入中国, 到实现了在中国水处理领域的所有应用, 都对推动中国水利的发展作出了实实在在的贡献。

主持人: 请简要介绍一下陶氏化学在中国的发展情况。

王晓兰: 一部中华民族的文明史, 就是一部治水史, 就是兴水之利、除水之害的发展史。改革开放 30 年, 中国治水思路实现了从传统水利向现代水利、可持续发展水利转变, 从工程措施主导型向资源综合管理主导型转变。其间, 作为世界领先技术拥有者以及行业领导者的陶氏化学见证了中国水利的发展, 并积极参与其中。

早在 20 世纪 30 年代, 陶氏就已经在中国大陆开展业务, 1979 年, 随着中国实行改革开放, 陶氏在广州正式设立在华的第一个业务办事处。如今, 陶氏在大中华地区设有 5 个业务中心和 10 个生产基地, 员工约 2 000 名。2008 年陶氏在大中华地区的销售额达 33 亿美元。

主持人: 陶氏将先进的膜技术和理念带入中国, 请介绍一下陶氏在中国市场提供的膜技术与其主要的性能和应用的情况。

王晓兰: 20 世纪 80 年代末, 陶氏水处理业务部正式将先进的膜技术和理念带入中国, 对中国水处理技术的应用起到了革命性的推动作用。1994 年投入运营的郑州热电厂在中国首次尝试使用全芳香高交联度聚酰胺复合膜, 即陶氏 FILMTEC™ 反渗透膜代替以往的醋酸膜, 在十几年的运营中, 陶氏产品经受住了考验, 体现出高度的化学物理稳定性和耐久性, 能够承受严苛的化学清洗, 并同时保证高产水量和高脱盐率。在随后的发展中, 陶氏水处理技术在中国的应用经历了从工业推广发展到城市废水回收利用直至满足城镇农村居民以及家庭直饮水需求。陶氏水处理的关键技术及产品——FILMTEC™ 反渗透膜、DOWEX™ 离子交换树脂、ADSORBSIA™ GTO™ 钛基除砷吸附剂、DOW™ Ultrafiltration 超滤膜和 DOW™ Electrodeionization 电除盐器在中国市场上也得到广泛应用, 为中国水利的发展作出了重要的贡献。

主持人: 陶氏水处理技术对于中国新能源领域提供了哪些水问题的解决方案?

王晓兰：20 世纪 90 年代末，陶氏水处理技术进驻中国新能源领域，致力于为中国的核电站提供高效节能的超纯水解决方案。控制水质是核电站成功运转至关重要的因素，DOWEX™ 树脂在改善水质的同时更能减少树脂的交叉再生，从而提高系统的成本效益。目前 DOWEX™ 树脂产品正服务于岭澳核电站（二期），该设施在满足华南地区居民用电需求方面发挥着关键作用。

主持人：2008 年，陶氏水处理技术凭借其丰富的污水回用经验，成功助力绿色奥运，请简要介绍一下陶氏水处理技术在绿色奥运中的应用情况。

王晓兰：随着先进的膜技术被越来越多地利用于不同领域，陶氏水处理技术逐步在中国市政用水和废水回用领域崭露头角，并凭借其丰富的污水回用经验，成功助力绿色奥运。陶氏向北京的三项污水回用工程——北小河污水处理厂改扩建及再生水利用、北京首都机场市政中水回用设施及北京经济技术开发区中水回用设施，提供陶氏 FILMTEC™ 反渗透膜设备，使这 3 个污水再利用项目的污水日处理总量达到 4.5 万 t，在与奥运相关的市政污水再利用项目中居首位，帮助北京实现了废水回用率达到 50% 的奥运目标。

主持人：在近几年，陶氏先后收购了国内最大的水处理工程公司及超滤膜制造商——浙江欧美环境工程有限公司，并购了世界领先的原材料公司罗门哈斯，整合后的陶氏在业务方面的概况如何？

王晓兰：2006 年，作为反渗透膜技术的领导者，陶氏收购了国内最大的水处理工程公司及超滤膜制造商——浙江欧美环境工程有限公司。在陶氏技术的支持下，超滤产品已经脱胎换骨，其研发及生产能力大大增强。它继承了陶氏反渗透膜的各项优异性能，作为反渗透膜预处理件，它可以直接处理各类条件复杂的水质，并凭借着其稳定的质量和优异的表现出口全球，成了拥有世界领先技术的陶氏超滤产品，也是市场上综合能力最强的产品之一。采用了 DOW™ Ultrafiltration 超滤膜的大唐王滩电厂反渗透海水淡化系统，是中国第一个投运的“双膜法（超滤+反渗透）”海水淡化项目，有效地节约了淡水资源，创造了经济、环保、绿色、节能的运营模式，为中国海水淡化技术的发展做出了新的、有意义的探索。为了能进一步提高陶氏超滤膜技术，更好地为中国市场服务，陶氏还在中国专门成立了全球超滤技术研发基地，与位于欧洲和北美另外两个研发基地紧密合作，依托陶氏全球领先的产品研发能力，将为中国市场带来拥有突破性技术的新一代超滤膜产品。

2009 年 4 月，陶氏化学完成了对世界领先的原材料公司罗门哈斯的并购，

实现了战略转型，整合后的陶氏水处理及过程解决方案融合了双方的技术创新和应用开发能力，成为拥有了全球最先进的膜技术和离子交换工艺的行业领袖，并进一步拓展了业务范围。同时，其下属的全资子公司陶氏欧美环境工程公司也实现了收购后的成功转型，进一步提高其工程能力，专注于新产品和新应用的开发，为特殊水处理和过程工艺提供核心装置或解决方案。

主持人：饮用水安全问题是我国政府与普通百姓都非常关注的问题，在保障饮用水安全方面陶氏都做了哪些工作？

王晓兰：技术资源的整合，增强了陶氏水处理助力中国水利发展的信心。随着国家不断提高对人民群众饮用水安全的关注和投入，新技术在该领域的应用成为了关注点。利用膜法技术改造城镇居民的饮用水系统，采用离子交换树脂工艺去除水源中的金属离子以及有毒物质，都可以成为保障饮用水安全的核心技术。作为全球水处理行业唯一一个同时拥有膜产品和离子交换产品的行业领导者，陶氏水处理及过程解决方案已完成了技术储备，并进入了正式应用阶段，为实现新近出台的国家饮用水 106 项标准提供了技术保障。事实上，早在 2007 年，陶氏水处理就开始了城镇直饮水项目的试点，为杭州大门岛东南端的观音礁村捐赠的水处理设备，通过对当地蓄水直接处理，使观音礁村 1 000 多名村民喝上干净放心的饮用水。在此基础上，陶氏正在结合中国的具体国情，不断与时俱进，引进其在全球其他地区提供安全用水系统的成功经验，积极参与中国农村安全用水项目，为早日解决全国 3 亿人饮用水安全问题做出贡献。

除提供水处理技术和全方位解决方案外，陶氏还积极履行其企业社会公民的责任，主动回馈社会。陶氏化学水处理事业部于 2008 年 5 月向水利设施遭到严重破坏的四川汶川地震灾区捐赠两套价值 200 万元人民币的可移动式饮水设备，每天为 6 000 人提供了清洁饮用水，解决了当地灾民安全饮水问题。此外，陶氏还赞助了全球“蓝色星球长跑”活动，呼吁人们关注严峻的安全饮水问题并筹募善款。

主持人：陶氏对于水资源保护与解决水危机做出了贡献，未来陶氏在中国市场有何发展目标与愿景？

王晓兰：近日，陶氏水处理与过程解决方案业务部高级研究员 Bill Mickols 获美国化学学会 2009 年度化学英雄奖。与 Mickols 先生分享这一奖项的还有他已故的前同事、FILMTEC™ 创始人 John Cadotte，这一荣誉充分体现了陶氏对世界水资源保护和解决世界水危机的贡献。而在中国，陶氏不仅仅带来了先进的技

术及产品，更为我们带来了节水、爱水及可持续发展的理念。陶氏水处理产品从原材料、工艺设计、生产等环节保证产品的耐久性、稳定的运行能力，产品的最优设计和可靠性为客户降低了系统资本投入和运营成本。陶氏正将宏观的“可持续发展”理念落实到具体的产品设计和研发中，并运用强大的创新力量致力于中国水资源的可持续利用研究与实际应用，不断提出完美的解决方案，携手中国水利并肩前进，辉煌绽放。（杨光）

以客户需求为导向，提供全面系统解决方案

——与 ITT 中国和印度市场及业务发展总监袁为对话



袁为简介

袁为先生是北京人士，目前办公室设在上海，现任职 ITT 中国和印度市场及业务发展总监。他领导 ITT 公司在中国和印度地区负责策略规划、市场营销、产品线管理，以及收购兼并事务。

袁为先生在现场工程、销售和营销，以及高层管理领域拥有 16 年的工作经验。他同时拥有电气工程学士和 MBA 学位。在加入 ITT 公司之前，袁为先生曾服务于通用电气公司和西门子公司，并在多个领域出任高级职务。在担任通用电气中国能源部门市场总监期间，他成功制定发展规划、推动发电项目进展并实现 4 亿美元的订单增长。在担任加拿大西门子公司输配电业务部门经理期间，袁为先生领导团队在 2 年内实现利润倍增。在担任西门子中国公司销售经理期间，他成功夺取三峡工程 5 000 万美元的重要订单。同时袁为先生也对在中国和加拿大两地市场，发展合资企业与行业战略合作伙伴关系方面富有经验和阅历。

ITT 公司简介

ITT 三个字母代表的是国际电报电话公司，ITT 最早的业务是做电报电话的，这是一家成立于 1920 年的美国公司。20 世纪 50 年代到 60 年代，公司成长得很快，通过并购逐渐发展成为一家大型跨国公司。作为一家跨国企业，ITT 公司非常重视与中国的合作和在中国的发展。ITT 公司与中国的渊源可以追溯到 20 世纪 30 年代。早在 1928 年，ITT 公司就在上海安装了中国第一台电话交换机。1996 年，ITT 公司在北京成立了 ITT（中国）投资有限公司，大大推动了公司在中国的投资与发展。对于 ITT 来讲，中国是非常重要的有增长潜力的市场。作为全球水技术的领先者，ITT 注重水技术的研发，主要提供清水、污水输送及处理等流体技术领域全方位解决方案。ITT 公司致力于为中国的流体技术和环保产业提供产品、技术和工程等方面的全面系统解决方案。ITT 流体技术诸多品牌的产品，如：飞力的潜水泵和搅拌机，Sanitaire 的曝气系统，SBR 和 ABJ 工艺，Wedeco 的臭氧和紫外线消毒系统，古尔兹的供水系统，高质泵的工业泵送系统，T Bell & Gossett 的暖通空调流体控制系统和生物制药过程控制阀门等被广泛应用于中国 26 个省市自治区的重点工程项目。其中包括：黄河小浪底水利枢纽工程防洪排水系统、三峡永久船闸工程、北京高碑店污水处理一二期工程、北小河污水处理厂、小红门污水处理厂、清河污水处理厂、沈阳污水处理厂、昆明污水处理厂、重庆污水处理厂、扬子石化项目、浙江饮用水处理工程，以及宝钢集团不锈钢工程等项目。目前，ITT 更加强调中国市场的重要性，加大各方面投入，以中国为基地，发展对外出口业务，服务整个亚洲乃至欧美市场，实现公司的本土化发展，不断改善中国人的生活品质。

主持人：ITT 是世界泵业的航母，从 20 世纪 80 年代进入中国市场以来取得了很大成功，ITT 主要着眼于中国的哪些市场，中国市场业务的分配比例是如何安排的？都取得了哪些成绩？

袁为：ITT 在中国市场采取均衡发展的战略，发挥公司各方面的优势，保持在每个领域都有业务，促进公司的健康发展。目前，公司主要着眼于：①流体处理市场，包含市政供水和水处理、各类工业水处理、建筑及住宅给排水等；②运动流体控制市场，广泛应用于交通运输、食品/饮料工业、医药制造、电子制造行业等。其中，流体处理市场是 ITT 的核心业务，运动流体控制市场正在不断拓展。具体业务包括：水的泵送、臭氧、紫外消毒、过滤、曝气、污泥处理等，这些都是公司业务增长最快的部分。

这些年的成就包括：在流体处理业务方面主要是广泛参与了各类大型和巨型水利项目，如三峡工程等；在各地市政水处理市场上参与的广度和深度都在行业内保持领先地位，为中国的城镇供水和污水处理能力的改善贡献良多；在建筑方面，除了商业建筑楼宇方面取得了成功，更自豪的是为中国的大型标志性公共建筑提供了先进的设备和可靠的服务，如北京奥运的运动场馆和接待设施、上海世博会园区以及北京、上海和广州等地的新机场项目等重大标志性项目。

作为一个注重企业社会责任的公司，ITT 除了开展业务外，也正在积极投身环保和社会公益事业，并将此看做是与业务发展同等重要的业绩。例如，积极赞助世界环境日的公益宣传活动，对西部缺水地区提供对口支援的“母亲水窖”项目，赞助中国学生参加世界青少年水奖的科学比赛以及在中国汶川地震后开展对灾区的现场救助，保障灾区饮用水源的安全等。

主持人：这些年 ITT 公司在中国市场发展得很快，2008 年年底，ITT 把中国和印度的业务纳入一体化发展，您不但负责中国市场的业务，同时还负责印度市场的业务，您认为如此快速发展的原因是什么？在这个过程中，公司在市场与业务发展方面都做了哪些重要调整？

袁为：首先，ITT 对中国市场很重视。早在 1996 年，ITT 就在中国沈阳开设了第一家水泵制造厂，并且，投入大量财力和物力使之成为全球先进的生产基地之一。这与很多跨国企业轻视中国市场，引进设备缓慢和技术保留的做法完全不同。ITT 非常重视中国客户的价值体验和反馈，并将公司在美欧总部的诸多先进管理理念和工具很早地运用到中国的组织结构中。其次，ITT 采取了正确的市场营销策略。ITT 的以市场为导向，以客户价值增加为目标的市场进入和开发战略以及据此开展的营销活动让客户真切地感受到行业领袖企业的卓越解决方案和

服务品质，这使得十多年来 ITT 在中国能够一直取得稳定而有机的增长。再次，是对人力资源的重视，ITT 视员工为企业最大的资产，沿用公司在中国和欧洲各地分部的做法，对于员工的培养和能力的开发不遗余力，确保中国团队能够同步掌握全球最先进的产品制造工艺和企业管理水平，并保持对优秀人才的吸引能力。最后，很重要的一点是，ITT 将其严谨的企业合规教育和制度沿用到中国，这确保了公司以及全体员工始终在正确的道路上做正确的事，我们认为一个伟大的企业首先是一个遵纪守法的公司。

重要的调整是面对全球经济发展的趋势，根据公司对中印这两个发展中国家的定位以及公司的整体市场划分，将中国和印度这两个全球最大的经济体纳入同一区域发展平台，更好地服务于全球新兴市场的客户特殊需求。综合利用中国和印度的研发中心，实行中国在生产制造和印度在 IT 技术以及语言等方面的优势互补，加快公司亚洲业务的快速发展。另外，区域平台和公司的美欧全球平台紧密联系，促进公司发展的本土化，对市场变化进行快速反应。另一个是 ITT 在 2008 年开始整合旗下的流体技术在华企业，以一个统一的面貌服务客户，为客户提供更广泛和更全面的解决方案，简化了与客户沟通的层级和通道，使得与客户之间的联系更为紧密。公司从以产品为导向转到以市场为导向，建立中国研发中心和中国制造厂，推行产品、管理流程以及人才等方面的本地化，开发出适合中国客户需求的产品。目前，从技术研发、产品生产以及市场营销整个流程都实现了本地化，建立了一支快速反应的本土化团队。

主持人：ITT 是具有百年历史的大企业，在流体方面已经积累了 50 多年的经验，ITT 飞力品牌在 ITT 整体业务中占有很大的比例，能否介绍一下 ITT 飞力的业务与发展情况？

袁为：飞力（Flygt）大约占 ITT 业务的 45%，而流体技术在飞力自身的比例几乎是百分之百。飞力一开始就是做流体的，它发明了世界上的第一台潜水泵。ITT 流体技术部旗下的 ITT 飞力集团现已更名为 ITT 水与污水公司。从这个新的公司名称就能看出新组建的公司将能提供更广泛的产品和服务，涵盖市政清水和污水处理，旗下品牌更不仅仅限于闻名世界的飞力潜水泵和潜水搅拌机，还包括陆续从集团内部转入以及外部收购的品牌，包括德国 WEDECO（紫外和臭氧）、美国 LEOPOLD（过滤和气浮）、Sanitaire（曝气）等诸多品牌。ITT 飞力品牌的系列产品仍将集中满足客户在市政水泵送和水处理业务、建筑给排水，以及部分工业水处理的泵送解决方案上的需求。从产品开发战略上，将引入更多产品系列在中国生产，以便贴近中国客户的需求。2009 年，ITT 更是将针对中国等新兴市场开发的 STEADY 1300 系列（飞力世代）泵全面推向市场，在保持传统飞力水

泵质量可靠、坚固耐用的前提下，为中国客户提供了更出色性价比的选择。现在，公司正在从简单的潜水泵和搅拌器生产商，向水处理供应商以及全方面解决方案方向发展。

主持人：对于许多国外品牌来说，既要能生产出质量优秀的产品，同时价格又要适合中国市场广大用户的需求，这是一个比较大的挑战，ITT 在这方面采取了什么样的发展策略？另外，ITT 在中国市场的业务与发展过程中遇到了什么样的困难，是怎样解决的？

袁为：其实刚才提到的 STEADY 1300 系列产品就是很好的例证，跨国企业其实也能满足客户对高性价比的需求。以这个产品为例，在开发之初，飞力在瑞典的研发团队就广泛听取了中国客户的意见和实际需求，同时也对市场上同类型国产设备进行了剖析，在总结提取了客户的核心需求和关切，通过适度减少冗余设计以及简化部分非必需功能的设计理念，我们推出了具有杰出性价比的产品同时也满足了客户对于高性能产品的需求。

此外，ITT 中国已经在南京基地成立了高水准的研发团队，相信这将更加帮助公司开发适合独立支撑发展中国家市场的产品。另外，公司借助全球化平台优势，服务于新兴市场，专注于中高端市场，为不同市场层次的客户量身定做产品。这样既适应了市场的需求，又保持了 ITT 的品牌特色。

面对经济危机，ITT 从组织结构入手，实行端到端的服务。根据市场变化，了解客户需求，整合资源，严格控制成本。这种调动所有资源帮助客户解决问题，共同发展，进而实现公司自身发展的策略，既帮助客户创造了价值，企业又度过了危机。

主持人：贴近客户，真诚地为客户解决问题，这一直是 ITT 强调的品牌能够做大做强的重要方面，我们在客户服务方面有什么样的特色，又是如何去具体做的？

袁为：我们的“贴近客户”理念实际从产品开发阶段就已经开始了。ITT 奉行基于客户价值的产品开发（我们称为 VBPD），在充分了解客户实际需求的同时开发有针对性的产品，是最终能够提供有效解决方案的根本。

此外，ITT 也将跨国企业的全球优势真正运用到了为客户解决问题的实际现场。当面对客户提出的难题时，我们可以动用全球资源来予以解决。以飞力产品在上海肇嘉浜路泵站的事件为例，我们在泵站的结构施工与产品的结合方面碰到了一些困难，瑞典的专家团队来到实地勘察现场设计方案，在解决问题的过程中

还从法国飞力团队的类似工程中得到启发，最终圆满地解决了客户的难题。

此外，ITT 对于产品维修保养以及相关零部件的质量的重视也达到非常严苛的程度，这是 ITT 的产品比竞争对手产品更为耐用以及故障率更低的重要原因。

市场是动态的，实行全面贴近市场战略，就是以市场为导向，聆听市场声音，企业的组织结构以及产品开发也以此为基础，开发出市场需求的产品。ITT 的服务团队，包括分销商团队、ITT 团队以及全球技术专家团队的密切配合，保障了市场声音能快速反映到公司的各个部门，最好最快地服务中国市场的客户需求。

主持人：ITT 在中国水处理市场取得了许多高端项目，这显示了 ITT 在市场营销方面怎样的特色与优势，所奉行的营销理念是什么？

袁为：在高端项目的争夺上，ITT 确实有些优势和独到之处。比如，因为 ITT 在全球众多高端项目中有相当数量的应用实例，我们在高端项目的投资方、建设方，以及设计方等处都已经有了相当的行业知名度和品牌美誉度。

在一些高端项目尤其需要供应商能够提供尽可能广泛的产品供货范围和统一的维保体系，而这方面又恰恰是 ITT 最大的优势。从水处理市场的产品线广度来看，目前世界上没有比 ITT 更强大的供应商了，在整合销售架构组建一体化销售和服务客户前端之后，ITT 以统一的面貌面对客户，在提供顶尖质量的产品的同时，为客户创造便利，因而也得到了很多高端客户的欢迎。

另外，ITT 也十分重视和发展品牌建设，使得 ITT 品牌在业内成为最高质量产品的代名词，在一些高端楼宇的项目上是否运用了 ITT 的产品已经成为衡量楼宇品质和档次的标准之一。

在营销方面，比较核心理念始终是客户创造价值。公司的定位是全球水行业的引领者和改善人民的生活水平。ITT 积极倡导绿色建筑，改善人们的生活品质。也就是说，以我们的客户为基础，我们主要是先看一下我们的客户所面临的问题是什么，他所关注的问题是什么，然后根据我们在市场上的经验，针对客户的特殊问题提供产品。

在中国 ITT 的品牌也是非常具有影响力的，其原因有三：第一是我们对客户非常地了解，我们与客户有很多交流，关系很密切；第二是我们的技术在客户的具体环境中的应用；第三是我们产品的质量。最重要的一点是我们要了解客户的需求是什么，针对客户需求的了解为他找出合适的产品，这是我们在营销方面的优势。在目前的市场上客户更加注重节能和环保，我们的产品恰恰符合这两点，在客户中的广泛应用，使得我们成为市场上的一个领导者。

简而言之，我们了解客户的需求。另外，我们的技术得到最合理地应用，将两者结合在一起，形成最好的解决方案。

主持人：在中国市场 ITT 一方面在发展原有业务，另一方面又在不断地投资收购，未来 ITT 在中国市场业务与发展方面有什么计划？

袁为：ITT 本着市场决定公司发展的原则，制定公司的发展规划。其中，鉴于中国经济特别是环保产业的巨大发展空间，ITT 公司将更加强调中国市场发展的重要性。公司将以中国为持续发展的基地，综合利用中印区域平台和欧美全球平台优势，加大各个方面的投入力度，发展出口业务，服务整个亚洲乃至欧美市场，让业务量翻几番。同时，配合公司业务的发展战略，公司也将进一步实现本地化发展。尤其是加强对员工的培训以及领导力的开发，培养与业务发展相适应的管理人才，为客户提供全面系统的解决方案。（侯志远）

先进工艺助力中国水市场

——与西门子工业解决方案集团水处理技术部总经理安和睿对话



安和睿简介

安和睿 (Henrik Alt)，毕业于德国达姆施塔特科技大学，并取得物理学博士学位，西门子（中国）有限公司水处理技术部总经理，工业解决方案集团副总裁。目前，安和睿先生主要负责西门子水处理领域在中国区域的业务，并参与及负责了多个水处理行业的重要项目，对西门子水处理业务在整个中国区域内的开展起到了极其重要的推动作用。

自 2000 年起，安和睿博士就开始在德国西门子子公司工作，从事包括管理、咨询以及策略部门的工作。2000 年至 2005 年，他在慕尼黑西门子咨询管理部门任职，在此期间，他负责了多个项目的执行。2005 年至 2008 年，他在位于德国爱兰根的西门子工业解决方案集团任职。自 2008 年 3 月起，他开始出任西门子中国水处理技术部总经理的职务，同时被任命为西门子（中国）有限公司工业解决方案集团副总裁。

西门子水处理技术部简介

西门子水处理技术部 (Siemens Water Technologies) 面向全球的市政、工业、商业及机构客户提供节约成本的、可靠的水处理及废水处理系统及服务。西门子水处理技术部能够提供最广泛的水处理产品、系统、解决方案和服务, 包括市政、污水处理厂的新建及现有污水处理厂的升级改造、污泥减量化技术、化学投加与消毒技术、膜技术在再生水及饮用水处理领域的应用、脱盐技术、超纯水处理技术等, 并为钢铁、电力、石油天然气、半导体、制药, 以及食品饮料行业提供水处理解决方案。凭借在全球超过 20 万套水和废水处理装置的运行经验, 西门子已能够满足最严格的法规要求和最苛刻的工业标准。