RAVEN®

| 第 16 期 |

GLEN RAVEN®

LET ENDLESS POSSIBILITIES BEGIN®

Dickson 分享全球影响力

第 16 期

2012 年春

尊敬的读者：

1998 年 5 月 7 日是 Glen Raven 历史上的里程碑。这一天我们宣布收购法国 Dickson, S.A.，一夕之间我们成为真正的全球公司。

我们从第一天起就承诺，Dickson 将在我们的支持但不干预的情况下自主运营。结果证明，这是我们做的最佳决定，Dickson 团队完美展现出自身的智慧、创新及对不断变化的机遇的敏锐反应。

在过去 14 年里，Dickson 担当创新先锋，造福客户，并使Glen Raven 整体形成全球性协作。在欧洲，我们的 Sunbrella® 品牌在航海和家居装饰业的发展，促使我们与 Dickson 员工真正在品牌化和运营到质量和物流等各个领域，建立密切的工作关系。

Dickson 实际上是三家不同但密切相关的公司。Dickson-Constant 与 Glen Raven Custom Fabrics 关系紧密，而其在收购前曾是主要竞争对手。如今，Dickson-Constant 和 Custom Fabrics 通过 Sunbrella® 和 Dickson® 织物在世界各地的营销而紧紧地联合在一起。

Dickson PTL 是一家技术纺织品公司，专注于生产带有涂层和层压的特殊产品，如轮胎行业专用离型膜。Dickson PTL 凭借其先进制造设备及员工的专长，成为耐热阻燃性工程材料领域的世界领先者。

Dickson Saint Clair 是欧洲领先的油布供应商之一，供应多个行业及商业应用，包括公路拖车的软面。作为全防晒项目的一部分，由该公司制造、由Dickson-Constant 营销的防晒产品，无不体现出该公司的创新精神。Dickson Saint Clair 同样是图形织物领域的佼佼者，其环保的 EverGreen 系列尤为出色。

经常有人问我，为什么 Glen Raven 成为全球公司对我们的客户而言至关重要。实际上这有许多原因。今天的每家公司，不论市场或规模大小，均受到全球经济的影响。Glen Raven 积极参与全球商务，对世界经济具有深刻理解，并将此运用到创新产品和服务之中，使我们的客户受益。

我们的全球业务最重要的客户利益也许在于，我们能吸纳全世界最优秀的人才 — 每日辛勤工作以改善我们当前所提供的产品和服务，并发现下一个伟大理念。由于我们不仅运营于欧洲，在中国和印度亦有业务，我们深知在世界上的任何地方随时都能掀起顺应市场变化的创新。这种创新将使我们的客户具有竞争力并不断发展。

Glen Raven 全球运营之间的合作不断增加，令我们大受鼓舞。制造、研发和运营部门的员工共享信息、理念及经验，一切尽在采纳最佳实践，而不论这些实践源自何处。

我们希望您能有兴趣了解有关我们 Dickson 业务的更多信息并一睹我们法国员工的风采。我们相信您将更深地认识到，为何全球化对我们的客户、贸易伙伴、员工及股东至关重要。

Allen E. Gant, Jr.
总裁兼首席执行官
Glen Raven, Inc.

DICKSON-CONSTANT
2-15

DICKSON PTL
16-25

DICKSON SAINT CLAIR
26-36

封面 位于法国里尔的 Hotel Alliance 是一家由 17 世纪的修道院改建的豪华酒店。为减少酒店餐厅玻璃天花板的吸热量，酒店购置了由 Dickson Saint Clair 的 Sunworker 织物制成的八扇遮篷百叶帘。Hotel Alliance 是 Dickson-Constant 在欧洲各地主的众多防晒项目之一。

内页，顶部 目前欧洲的防晒产品造型和尺寸多种多样，均出自 Dickson-Constant 的战略举措，在传统遮阳篷市场的基础之上借助节能解决方案大举开拓。

内页，底部 来自 Dickson PTL 的高科技织物被铸成波纹管，用于保护精密制造设备，如激光切割机。这些织物将灵活性和耐热性巧妙结合，反映出公司在独特应用领域的专业知识。

DICKSON-CONSTANT
大力发展家居装饰和防晒产品

Dickson-Constant 经营百年，在欧洲已成为遮阳篷织物领域无可争议的翘楚，向整个欧洲大陆，以及北美、南美、非洲及亚洲多个海外市场供应织物。但在 1998 年 Dickson-Constant 被 Glen Raven 收购后，这一焦点开始发生重大的战略改变。

合并后，Dickson-Constant 开始多样化其产品经营。通过添加 Glen Raven 的 Sunbrella® 织物，Dickson-Constant 创造出航海和家居装饰市场的新机遇，并依托 Dickson 和 Sunbrella® 商标的市场主导地位，发起双品牌战略。

Sunbrella 品牌在航海市场上的全球实力，在具有悠久航海传统的欧洲，对 Dickson-Constant 而言实属天赐的发展良机。对于新近繁荣的新兴市场，如东欧、中国、巴西和俄罗斯，Sunbrella 航海产品同样也是增长动力。

显然在合并后，Dickson-Constant 可向 Glen Raven Custom Fabrics 借鉴学习，促进其在家居装饰领域的发展。2001 年，Dickson-Constant 开始注重将 Sunbrella 品牌引入家居装饰领域，首先瞄准户外和休闲家具，其次是住宅室内装饰。Sunbrella 织物仅是数项多样化举措（包括技术防晒）之一。

这一发展转变的效果极为显著。在 1998 年 Dickson 被 Glen Raven 收购时，其 97% 的销售额来自遮阳篷织物。随着遮阳篷织物在过去 14 年的持续发展，如今约占该公司销售额的 60%，而其他 40% 则来自新产品和新市场。

Dickson 总裁 Eugène Deleplanque 表示：“在我们合并时，Glen Raven 意图进行国际扩张，但从其 1998 年所处的地位来看十分困难。”“而收购 Dickson 后，Glen Raven 一举成为全球化公司。合并也为 Dickson 带来发展机遇，使我们能在传统的遮阳篷市场重点之外开展多样化经营。Glen Raven 和 Dickson 高度互补，这对双方公司和我们的客户来说都是极好的发展。”

Dickson-Constant 一贯遵循三大战略：创新、全球发展及品牌支持。尽管合并前 Glen Raven 与 Dickson 是主要竞争对手，但这之后他们一致追求更加密切的合作，依据全球市场预见和国际最佳实践进行新产品开发。

Dickson-Constant 持续稳定地推出新产品，近年来表现更为出色，彰显其创新本色。由于经济衰退，众多欧洲竞争对手紧缩开支，Dickson-Constant 却继续开展创新，包括欧洲风格、品种丰富的 Sunbrella 织物系列、Orchestra Max（自我清洗遮阳篷织物）、Sunworker（技术防晒），及用于船舶、帐篷和遮阳篷的光伏织物。今秋公司将引进全新的编织地板系列。

“对创新和新产品的关注是我们经受住经济衰退考验的主要原因，”Deleplanque 说，“随着我们增添更好的新产品，我们对现有客户而言变得愈加重要，同时我们也吸引到了来自全新领域的客户。”

对 Dickson-Constant 来说，创新并不仅限于产品。公司也积极追求新理念，探讨如何利用战略部署的销售团队及专注于特定领域的市场经理来接近市场。

其最重要的市场举措之一即是技术防晒，并建立综合的产品供应，识别新应用，如凉棚和遮篷，以及任用经验丰富的经理来推广用于商业建筑的智能遮阳解决方案。

“保持灵活和创新至关重要，”Deleplanque 表示，“我们利用研发和设计，使自身脱颖而出。”

Dickson-Constant 的创新思考包含制造和运营。就在刚过去的一年，公司通过了 ISO 9001、ISO 14001 及 OHSAS 18001 的质量、环境及安全认证。Dickson-Constant 计划在其位于 Wasquehal 的制造中心安装一种新的数字检查系统，并于今夏在 Lesquin 附近成立一家新综合仓储和分销中心。Dickson-Constant 长久持续追求创新的营销方案，如关于手机的遮阳设计应用，及关于其经销商网络的加强型销售工具。

在整个 Dickson 组织方面，Deleplanque 追求在 Dickson-Constant、Dickson PTL、Dickson Saint Clair 及 Glen Raven 的全世界运营之间展开更紧密的合作。例如，Dickson Saint Clair 制造 Sunworker — Dickson-Constant 的防晒战略中的核心要素。

“国际性是我们战略中的第二个关键要素，”Deleplanque 表示，“我们的产品重心在相对较小的细分市场，如遮阳篷、休闲家具及航海。如果我们将自身局限于法国，那么发展潜力会相对较小。我们必须能够将产品销往众多不同国家。”

如今 Dickson-Constant 在法国以外国家的销售额占其销售总额的逾 70%，而且力求持续地国际扩张。公司在瞄准欧洲境内发展机遇的同时，还在“金砖四国 (BRIC)”（巴西、俄罗斯、印度和中国）积极扩张。Dickson PTL 亦积极开展出口销售，瞄准金砖四国，寻求在轮胎衬里和防护工作服等不同市场的发展。

Sunbrella® 织物在欧洲的户外精装市场越来越受欢迎。

欧洲最大的房地产公司 Unibail-Rodamco，为其巴黎总部增置了由 Dickson Sunworker 织物制成的室内百叶帘，作为能源管理计划的一部分。

品牌支持 — 尤其是双品牌战略 — 是 Dickson-Constant 战略的第三个要素。随着 2001 年在欧洲推出 Sunbrella 品牌，公司开始为 Sunbrella 和 Dickson 品牌进行不同的定位。

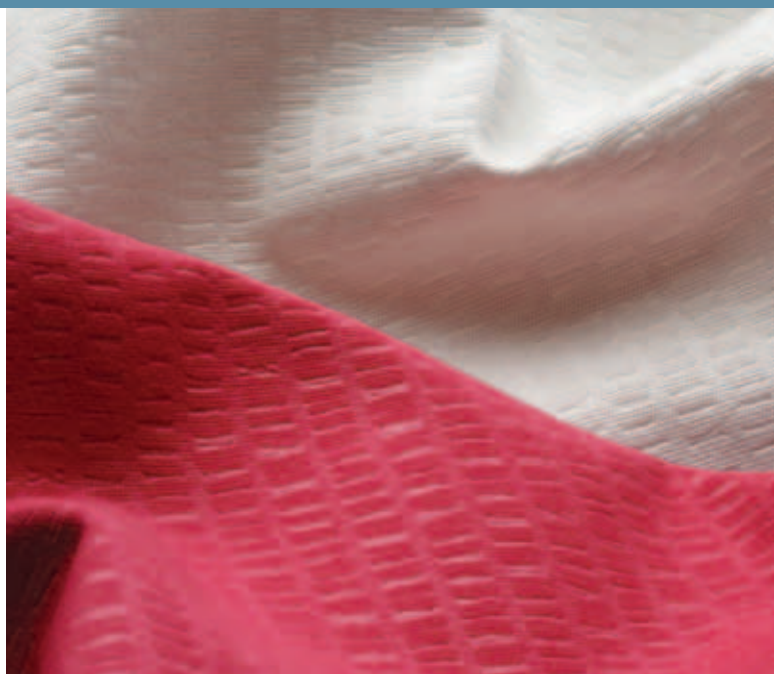
“我们拥有 Sunbrella 和 Dickson 这两个非常强势的品牌，” Deleplanque 说，“Sunbrella 擅长航海和户外织物，而 Dickson 在欧洲的优势在于遮阳篷和技术防晒。”

Dickson-Constant 与 Glen Raven 近年来的合作进程加快，这在很大程度上是由 Sunbrella 品牌在欧洲的扩张所驱动。美法两国的制造、研发和管理团队为 Sunbrella 织物在欧洲的纤维采购、纺织和整饰展开密切合作。

美法两国间的合作对 Dickson 新地板产品的开发十分重要，并且 Glen Raven 的南卡罗来纳州 Anderson 工厂提供的纱线在法国进行编织。今年晚些时候，Dickson 将就安装 Anderson 当前配备的同类数字检查系统与 Anderson 工厂密切合作。持续的信息共享促使业务各个方面的最佳实践运用于全球。

“当你将全球视野引入业务中时，对你的客户而言，你将是一个更有价值的合作伙伴，” Deleplanque 表示，“你能将你从世界各地汲取来的理念灵活运用，使所有人受益。”

以下 Sunbrella® 织物设计出自 Dickson-Constant，尽显欧式美学，其在家居装饰中的舒适性、风格及耐用性吸引到越来越多的客户而大受欢迎。在室内装饰方面，Sunbrella 织物因其成品美观、防褪色及经久耐用，而在欧洲被视为制作窗帘的理想材料。



DICKSON 的全球扩张促成 GLEN RAVEN 合并

Eugène Deleplanque 为 Dickson-Constant 工作多年，在公司的全球扩张中扮演重要角色。

1980 年在巴黎完成大学教育（主修商业和经济学）后，Deleplanque 加入Dickson, S.A. 的母公司 ADF，依循长久的家庭传统继续从事纺织品业。Deleplanque 先是被分派到南美，之后又到了南非。在两次任命中，他均负责为 Dickson 的遮阳篷织物开发新市场。

“1990 年，我接到了我的第三个国际任务 — 北美 — 并搬到波士顿，” Deleplanque 说，“我的任务是发展美国遮阳篷市场，于是我四处出差，与全国各地的遮阳篷制造商会面。当然，我不断地碰上 Glen Raven — 市场龙头。”

随着持续在美国建立 Dickson 销售网络，Deleplanque 意识到阳光充足的加州存在巨大的发展机会。他搬到西海岸并成立 Dickson 分销中心，建立根据地。

“美国市场的发展极为成功，这里已占有我们 20% 的销售总额，” 他说，“这一发展促使我们在美国成立制造部门，从而降低装运成本、改善客户服务并更好地管理货币汇率。”

经过大量的调研，Dickson 在 1991 年购置了位于佐治亚州 Elberton 的 New Elberton Mills。Dickson 精心安排了 New Elberton 的转变，后者持续地为 Dickson 在美国的发展提供动力。

1992 年 Deleplanque 作为国际销售总监重返法国，且在同年 Dickson 意识到将 Dickson-Constant、Dickson PTL 及 Dickson Saint Clair 创建为各自独立的业务单位。这一改变为这三家公司的进一步发展创造了条件。正是在美国及世界范围的持续发展导致 Dickson 最重要的战略变革 — 在 1998 年被 Glen Raven 收购。

“我十分赞成被 Glen Raven 收购，” Deleplanque 说，“Glen Raven 显然是我们最大的竞争对手，而我们从其夺取市场份额是持久不变的艰巨挑战。与此同时，Glen Raven 希望在欧洲及国际间进行扩张，而单纯依赖其美国总部显得困难重重。”

在 1998 年 5 月完成收购时，Deleplanque 和 Thierry Constant 在 Dickson 任高管职位。Constant 退休后，Deleplanque 升任总裁职位。

“当我们被 Glen Raven 收购时，面对昔日的竞争对手变成了今日的老板，我们自然忧虑不安，” Deleplanque 说，“当 Allen（E. Gant, Jr.，Glen Raven 总裁）来到 Dickson，他对我们说，我们的员工是最重要的资产，而他希望我们能继续坚持我们曾在欧洲的做法。他并没打算命令我们该做什么。”

在 Dickson 文化方面，Deleplanque 强调工作乐趣，始终惬意欢乐。他在每位新员工入职六个月后与其面谈，了解工作状况。他向员工们及时公布每季度有关公司战略和业绩的最新信息。

“如果工作无乐趣，如果工作不令人愉悦，那么我们的工作将不会做到最好，” 他说，“我希望我们的员工早上醒来会期待投入工作。我知道我们在此并非为玩乐，我们是来工作的，但我们应该享受到尽可能多的乐趣。”

最新编织地板
DICKSON-CONSTANT 创新

Aymeric Fauvarque 四年前加入 Dickson-Constant 之前担任法国最大的地板产品分销商的产品经理。这正是领导 Dickson-Constant 的最新创新 — 编织地板发展的理想背景。这样的背景也帮助 Fauvarque 确定了新产品成功的必备条件。

“我来到 Dickson 时，这里已经取得重大进展，但我担心的是样品切边处的磨损问题，”他说，“磨损的纱线并不符合产品的高端重点。将这样带有磨损的地板当作优质地板来销售着实非常困难；事实证明找到解决这一问题的方法堪称挑战。”

Fauvarque 发起了国际研究，发现一家纱线制造商的单丝纱线不会在切边处磨损。最终研究促成 Glen Raven Custom Fabrics 建成 Anderson 工厂，该工厂运营着世界上最先进的纱线业务之一。经过研发和技术投资后，Anderson 成功地制造出 Dickson 需要的纱线。

新产品“Dickson Woven Flooring”计划在今秋引入。这是真正的世界性产品，纱线产自 Anderson，在 Wasquehal 的 Dickson 工厂纺织，而采用的泡沫衬背来自一家比利时公司。Dickson 将该产品定位为商业专用。

“商业市场已准备好迎接类纺织品地板，但直到今天也没人能提供一种美观、极具质感，并且高度耐磨、易清洗的产品，”Fauvarque 说，“我们将凭借 Dickson Woven Flooring 来满足这一需求。”

新产品达到了重要的国际标准，包括 Oeko-Tex（对健康无害）、FloorScore（室内空气质量）、Sound Guard（音质）、Fray Guard（无磨损边缘），经过防火认证（欧盟 — CFl-S1；美国 — ASTM Class 1）及使用分类（欧盟 33，重型商用）。

Dickson 地板产品经理 Aymeric Fauvarque 展示样品。

Beta 测试，包括在 Dickson Wasquehal 工厂附近一家特定活动策划公司的测试安装，证明该产品不仅外形美观，而且经久耐用、容易清洗。

“Dickson Woven Flooring 在构造和颜色方面具有极大的灵活性，”Fauvarque 说，“事实上我们能将其编织成任何颜色，制成多种质地。使用该产品有望创造出完全独特的外观。”

Dickson Woven Flooring，提供板材和地板砖两种选择，适合办公室、酒店、餐厅及零售店使用。产品具有极佳的隔音和绝热性能，并高度耐磨，能有效减轻椅轮产生的印痕。同时其安装简单、防静电、不褪色、行走舒适，遇潮时可防滑，并能抵御刺激性化学品。有关户外应用的测试正在进行中；并计划推出后进行持续加强。

“纹理地板市场飞速发展，在过去四年里增长一倍，”Fauvarque 说，“我们的新产品真正独一无二 — 首款成功结合乙烯性能和编织品美感的选择。”

DAVID CORFMAT，销售总经理

维持市场视野

作为 Dickson-Constant 的销售总经理，David Corfmat 领导着遍及全世界的销售团队。除负责不同地区的三名销售经理外，Dickson-Constant 研发部亦向他报告，保证客户需求与产品开发直接挂钩。Corfmat 在 1986 年加入 Dickson，在其职业生涯中始终担任销售职位。

“我工作中的一个重要部分就是保证我们保持对全部市场区域的关注，而远不限于法国。我们必须认识到，我们在一个国家做的决定能影响到我们在世界各地的客户，因为我们的客户常常在许多不同国家和地区运营 — 法国、西班牙、意大利、南美，甚至任何地区。我关注我们如何接近市场并协调所有人的行动，以使我们与我们的销售和营销战略及定位保持一致。”

GHISLAIN BARROIS，财务经理

适时投资，筹建未来

Dickson-Constant 的财务经理 Ghislain Barrois，认为自己很幸运地在阿尔卑斯山脉服法国兵役，领略到爬山、北欧滑雪、营救和生存的纷繁复杂，而所有这些均培养了管理一家像 Dickson-Constant 这样的国际公司财务所需的严谨纪律。他于 1999 年加入公司，领导一个 13 人的团队，负责公司的法律和财务事宜。

“我的军旅生涯使我有机会体验超越你以为的自身极限，以及当你登上山顶看到脚下山谷美景，祝贺你的团队努力时的美妙感觉。Glen Raven 赋予我们财力并改善我们获取为求发展和变革所需资源的途径。Glen Raven 对我们公司进行投资，改善了我们与金融界的关系。大家都能看到，Glen Raven 股东保证我们拥有我们需要的援助。”

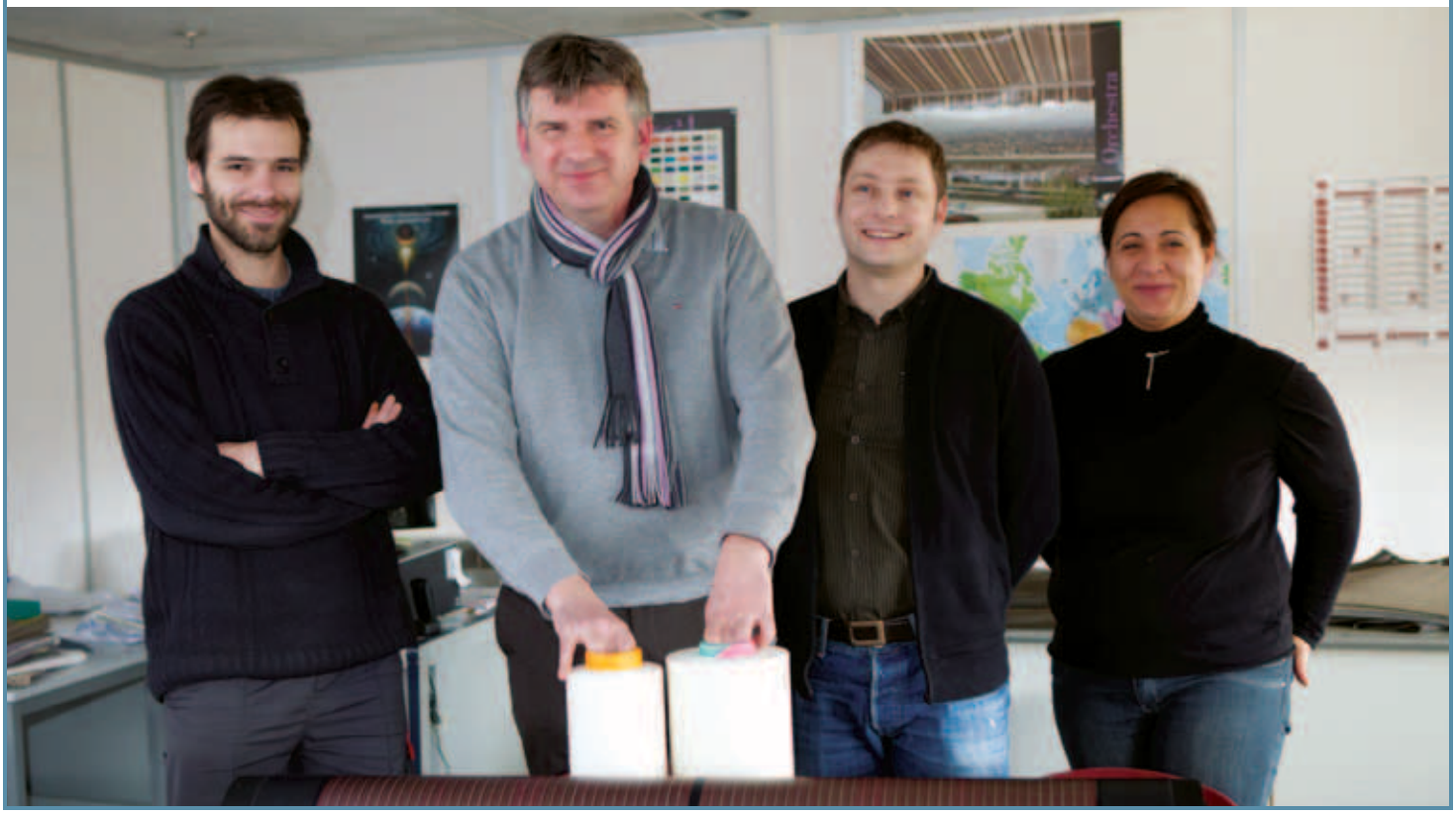
LAURENT RAYMOND，研发经理

专注研发

Laurent Raymond 七年前加入 Dickson-Constant，担任防晒产品的市场经理，不久调任其当前的研发经理一职。凭借 20 多年的纺织品经验，他帮助公司扩大巩固在家居装饰和防晒领域的领先地位。

“尽管 Dickson 一贯专注遮阳篷织物，我们还进军家居装饰和防晒领域，这有赖于研发和新产品。我们的研发团队高度集中于较少的项目。我初任此职时，我们有 100 个项目，但今天我们集中在 15 到 20 个项目，这些项目范围较广，并以为我们的客户谋求长期机遇为目标。我们的工作常常需要与外部资源合作以开展项目，比如光伏项目。我们还与美国的 Glen Raven Custom Fabrics 密切合作。”

Dickson-Constant 的研发团队包括（从左至右）研发技术员 Damien Chomette、研发经理 Laurent Raymond 及研发工程师 Guillaume Battistetti 和 Maria Henry。



JEAN-FRANÇOIS DEHOUCK，
工业和人力资源经理

Jean-François Dehouck 于 1994 年加入 Dickson-Constant，职责涵盖信息服务、供应链管理及人力资源，常常发现他的团队处于 Dickson-Constant 战略举措的中心。近年来的主要重心在于加强系统以支持 Dickson 的国际发展、产品创新和市场多样性。

“我们不信仰微管理。每名员工制定三或四个主要目标，并在全年内，由管理层和员工进行调查记录以检查进度。这种方法提供了追求成功的动机。在我的各项工作中，人力资源我是最喜欢的部分 — 在改变未发生之前花时间去解释我们为什么要做出改变。如果人们一开始能够了解目标，那么让他们成功地改变就容易得多。”

DICKSON-CONSTANT
成立新分销中心

不同于 Glen Raven 的美国业务模式 — 制造和分销分别属于单独的子公司，Dickson-Constant 负责承担这两种活动。这一要求使其对新分销中心（今夏开业）的投资显得至关重要。

位于 Lesquin，距离公司办事处约 15 分钟的新中心，以及位于 Wasquehal 的制造中心将从两地整合 Dickson-Constant 的仓储和分销。借助最新的计算机条形码库存，新中心将提供更高水平的物流支持，满足 Dickson 增长的家居装饰和防晒业务日趋复杂的要求。

“Lesquin 的分销中心将帮助我们控制成本，并使我们有机会实施极为先进的库存管理系统，” Dickson-Constant 工业和人力资源经理 Jean-François Dehouck 说，“此外，通过在 Wasquehal 工厂整合仓储，我们获得了发展空间。”

Lesquin 工厂占地 11,000 平方米（118,000 平方英尺），具有 28 个装卸站台。除仓储和分销之外，该中心还将包括 Dickson-Constant 的制样业务。

“中心将为 80 个国家的18,000 多个 Dickson-Constant 客户提供服务，” Dehouck 说，“我们的新分拣包装自动化系统属于最新技术，将显著改善效率和服务。”

右对页图 Dickson-Constant 新分销中心的成立是紧密合作的成果，反映出制造以及销售和客户服务的需求。在中心的团队会议与会者（从左至右）依次是整饰和仓库主管 Marc Urbanczyk、仓库经理 Bruno Franquart、技术生产总监 Herculano Pacheco 及工艺部经理 Olivier Notredame。

PIETER VERHELST， 室内及户外家具市场经理
JEAN VAN DER GHINST， 欧洲销售经理

Sunbrella® 织物的发展

室内外家具市场经理 Pieter Verhelst 与欧洲区销售经理 Jean Van der Ghinst 在 Dickson 的职业经历相似，主要负责 Sunbrella® 品牌在欧洲家居装饰领域的发展。

Van der Ghinst 12 年前开始在 Dickson 工作，最初负责瑞士和比利时市场，后来负责整个欧洲的 Sunbrella 品牌。他当前的职责包括Sunbrella 在欧洲的销售。Verhelst 在六年前左右加入 Dickson-Constant，他最初同样也是负责瑞士和比利时市场，而后担任其目前的职位 — 家居内外装饰市场经理。

“Sunbrella 在欧洲航海市场一直享有盛誉，但其在休闲家具领域才刚刚崭露头角。对于那些追求舒适和精美的消费者，它很快吸引了一大批忠实拥趸。Sunbrella 是内饰布应用的理想之选，这种材料所制成的窗帘具有不会褪色的特性。我们为我们的客户提供培训，传授他们如何推销 Sunbrella，目前，该品牌在欧洲的业绩十分出色，其销售额在三年内翻了一番。”
— Jean Van der Ghinst

“我们在八年前启动了 Sunbrella 在欧洲的发展计划，主推美国风格系列，时至今日，在历经多年演变后，我们的产品已是清一色的欧式设计风格。在 Sunbrella 进驻之前，欧洲市场上普遍使用基本和乙烯材质的户外织物。如今，人们为户外空间购置的产品日趋纷繁，这种趋势与我们早前的预期不谋而合。我们拥有高端织物的市场需求。”
— Pieter Verhelst

左对页图 欧洲销售经理 Jean Van der Ghinst（左），与室内及户外家具市场经理 Pieter Verhelst 负责制定 Sunbrella® 织物在欧洲的营销及销售战略。有着相同职业发展轨迹的两人的强强联手，必将助力 Dickson-Constant 着力发展家居装饰业务。

ARNAUD DALLE，航海市场经理

Arnaud Dalle 于 2000 年加入 Dickson-Constant 的 DIY 销售部门。他于 2007 年被任命为全球航海市场经理，，全权负责全球航海市场的业务，包括产品开发、市场营销、销售和物流。他肩负着为 Sunbrella® 和 Dickson® 这两个品牌制定双品牌战略的使命。

“1998 年，当 Dickson 被 Glen Raven 收购之时，其在航海市场所占的份额还很小。自此，航海业务开始稳步增长，其销售额占到了 Sunbrella 的 98%。我们在欧洲大部分地区拥有强劲的市场份额，在东欧、俄罗斯、中国、印度和巴西等发展中国家也有可观的发展前景。我们的团队同时也在开辟欧洲巨大的邮轮市场。无论身处的市场如何，我们将坚持一贯如一的价值主张 —“尽管航海织物仅占到了船舶成本的一小部分，但却能显著提升船只的外观和舒适度。”

DICKSON-CONSTANT 开辟防晒产品新市场

Peter Winters 认为，防晒不止是销售遮阳篷织物。它代表着一种节能环保趋势，这对于欧洲，乃至全球的未来而言，都寓意深远。

“遮阳正成为一门作为全新的科学不断发展，”Dickson-Constant 新任命的遮阳及建筑产品部总监 Winters 如是表示，“我们正在倡导一种集遮阳与采光于一体的全面节能方法。”

Winters 在遮阳篷织物销售方面拥有逾 20 年的经验，他已做好充分准备，以带领 Dickson-Constant 实施这一战略举措。他在比利时开立了 Dickson 的首个销售办事处，在其职业生涯中，他在许多地方任职。在新岗位上，他着眼于名副其实的全球化发展。

“尽管遮阳篷市场业已成熟且发展日趋缓慢，但防晒领域仍蕴含着巨大潜力，包括织物在凉棚、遮篷及建筑物的高科技防晒等领域中的应用，”他表示，“欧盟委员会为减少能源消耗制定了严格的标准，不仅如此，欧洲经济的发展也与之息息相关。”

欧盟委员会已确立 20-20-20 标准，即到 2020 年，将减少 20% 的二氧化碳排量，节约 20% 的能源消耗，并增加 20% 的可再生能源使用。在欧洲，预计 41% 的能源消耗都来自于建筑物，显然，为实现这一目标，商业关注必不可少。

“欧洲高度依赖进口能源，我们超过 50% 的能源都需要从别国进口，”他说道，“进口能源的金额每年达 5,500 亿欧元。如果我们能减少能源消耗，并将节约的资金用于经济投资，那么整个欧洲经济都必将从中获益匪浅。”

为寻求在防晒领域的发展机遇，Dickson-Constant 制定了由三部分构成的战略：推出综合防晒产品系列，增进与监管机构的往来，与建筑师、建筑规范制定专家和建筑物所有人加强沟通。

Dickson-Constant 防晒系列提供齐全的产品选择，包括 Sunbrella® 和 Dickson® 品牌织物，以及 Dickson 全线技术产品，如 Sunworker 和 Sunworker Cristal。通过销售工具，我们将重点介绍这些织物的节能特性。

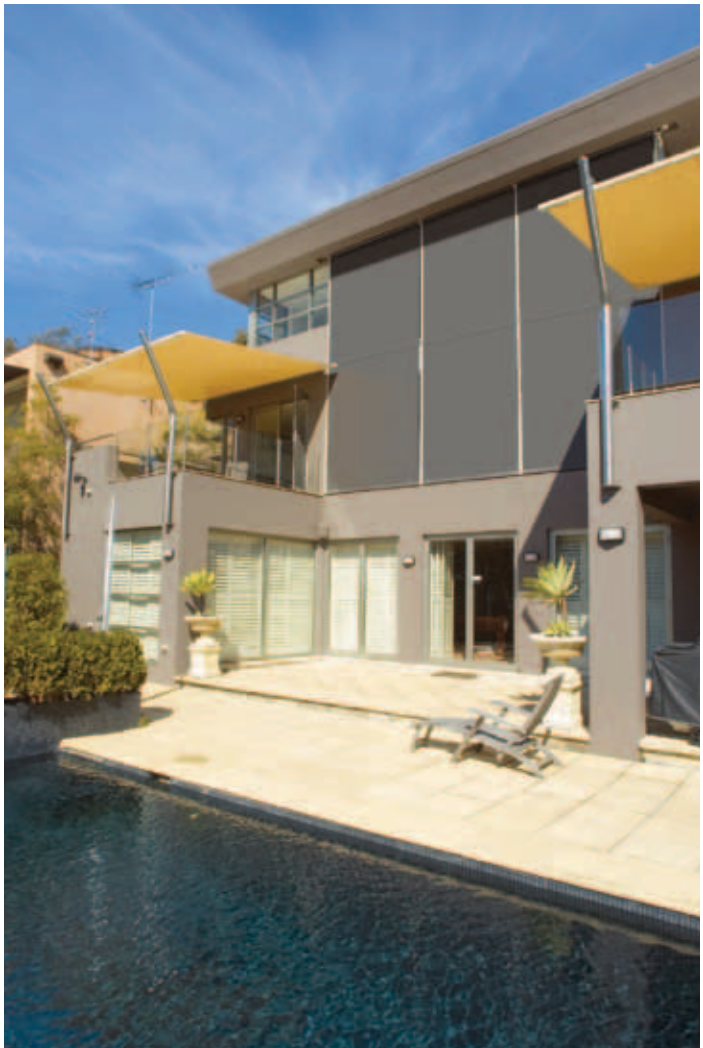
近年来，Dickson-Constant 正大力推广商业楼宇遮阳用途的 Sunworker 产品系列。通过充实可供室内和户外使用且具有不同采光度的织物，Dickson 将继续加强这一系列。

在监管参与方面，Winters 是欧洲遮阳组织 (European Solar Shading Organization, ESSO) 的理事会会长，该组织是代表欧洲遮阳和卷扎行业的总括机构。其目标是向监管者、建筑师和建筑物所有人证明遮阳可为能源节省做出重大贡献。

“瑞士是率先将遮阳理念融入建筑物设计的国家，”Winters 表示，“如果想要在整个欧洲达成这种一致的理解和承诺，我们就必须向建筑师和建筑规范制定专家传达我们的智能遮阳理念。其挑战在于，我们必须证明我们的产品是能源解决方案中不可或缺的一部分，未使用遮阳产品，便不能称之为解决方案。”

我们向业界传达的主要讯息很简单 — 使用智能遮阳的窗户将具有夏季散热、冬季保暖的功能，因此可成为倍加高效的节能元素。

“欧盟委员会设定的目标至关重要，”Winters 说道，“没有一项单一的技术，可让我们实现这些目标。我们必须综合运用多项技术。这是一项艰巨的挑战，也正是我们在产品创新和营销方面大力投入并与监管机构、建筑师和建筑物所有人加强沟通的原因所在。”



右上图 Dickson-Constant 遮阳及建筑产品部总监 Peter Winters 推广遮阳理念，建议客户在满足欧洲日益严苛的节能标准时，可将其作为一项核心要素。**下图** 在其努力下，巴黎文化中心 (Paris Cultural Center) 和一些私人住宅采用了产自 Dickson Saint Clair 的 Sunworker 织物。

JEAN-PAUL TAUVEL，采购总监

Jean-Paul Tauvel 于 1982 年加入 Dickson-Constant 工程部，此前他在里尔攻读纺织工程。1990 年，他出任采购总监一职，负责采购所有的原材料，包括纤维及纱线。在 Glen Raven 于 1998 年收购 Dickson 后，他的职位也发生了重大变动。

“我们加入 Glen Raven 是一个绝佳的合作机遇，因为我们使用相同类型的纤维。我们不仅从批量采购中受惠，也从共享 Glen Raven 的测试和质量保证中获益。我们与 Glen Raven 的 Anderson 工厂合作密切，他们负责检验我们所使用纱线的颜色、韧性和其他技术性能。纤维和纱线是一切业务的基石，因此，与 Glen Raven 的合作关系对我们至关重要。”

DICKSON-CONSTANT 支持双品牌战略

Dickson-Constant 最为关键的增长动力之一，便是其双品牌战略，通过确立 Sunbrella® 与 Dickson® 差异化而又互补的市场定位和营销战略，从而充分发挥两个品牌的优势。自 Glen Raven 于 1998 年收购 Dickson 后，这种方法便得以改良。

“这两个品牌均提供高端产品，以其上乘品质和溢价定价而著称，”Dickson-Constant 营销总监 Patrick Raguet 表示，“我们的双品牌战略旨在为这两个品牌制定差异化的市场定位，从而为我们的客户带来销售和营销机遇。”

从品牌语言来看，Dickson 品牌强调“创新与时尚”，Sunbrella 的品牌定位关键词则是“永恒与精致”，最终目标是实现“两个品牌交相辉映，两种格调相得益彰”。

视觉形象是双品牌战略的核心。Dickson 为 Sunbrella 品牌拍摄了一组以意大利古城堡废墟为背景的照片。而 Dickson 品牌则拍摄了一系列橙色人物剪影，并在后期修片中配以西班牙的场景，以强调其市场覆盖范围。

“Sunbrella 的图像旨在传达 Sunbrella 织物愈久弥坚的耐用品质，”Dickson-Constant 营销经理 Marie-Hélène Roeland 表示，“我们特意选择了一种不拘一格的表现形式，让 Sunbrella 从其他户外品牌中跳脱出来。这些图片将刊登在全欧洲的著名杂志中。

“两年前，作为我们在家居装饰市场重新定位的一部分，我们修改了我们的标志，也正是在那时，我们采用了这些 Dickson 图像，”她继续说道，“我们希望通过独特的视觉元素，让这个品牌焕发出独有、时尚的风格与特质，且无需配以文字，一眼即可识别。”

左图 鲜明独特的图像，是 Dickson-Constant 双品牌战略的一部分，用以支持 Dickson® 和 Sunbrella® 品牌。古堡衬托出 Sunbrella 织物“永恒与精致”的特质，而 Dickson 品牌则是通过极具可识别性却可广泛应用于多种媒介的橙色人物形象，传达其“创新与时尚”的品牌定位。

PATRICK RAGUET， 营销总监，以及
MARIE-HÉLÈNE ROELAND， 营销经理

支持双品牌

Patrick Raguet 拥有在多个国家从业的丰富履历，1994 年他曾被派驻至 Dickson-Constant 在澳大利亚的母公司，并一直为该公司效力，直至 1998 年。此后他加入一家中国出版公司，在 2006 年又重回 Dickson-Constant，并于 2008 年开始担任营销总监一职。

Marie-Hélène Roeland 于七年前加入 Dickson，此前她就职于法国最大的一家广告公司的里尔办事处，而 Dickson-Constant 正是她的主要客户。Raguet 负责 Sunbrella® 和 Dickson® 品牌的整体营销战略，而 Roeland 则负责统领营销及品牌工具的生产，包括展览会、广告、公共关系、网站和辅助材料等。“由于我们坚持 Sunbrella 和 Dickson 双品牌战略，因此，品牌管理是我职责中的一项要务。

Sunbrella 品牌在航海市场一直享有很高的知名度，而其在室内外装饰领域的发展也如日方升。Dickson 在欧洲一直被视作一家历史悠久、享有盛誉的公司，提供这两个品牌的产品，将有助于提升我们的市场形象。” — Patrick Raguet

“我们面临的最大挑战之一，就是必须为各国提供不同的营销支持。语言的迥异、文化的差异和产品系列的不同，要求我们必须针对每种具体情况对我们的营销工具做出相应调整。另一个重要因素，则是我们通过培训和销售工具对我们的经销商给予支持的方式。我们与经销商建立了密切的关系，因此他们对我们寄以厚任。” — Marie-Hélène Roeland

上图 营销经理 Marie-Hélène Roeland 和营销总监 Patrick Raguet 负责领导 Sunbrella® 和 Dickson® 在欧洲的品牌定位和营销支持战略。他们的这张合影拍摄于 Dickson 公司位于法国 Wasquehal 总部的展示厅内。

DICKSON-CONSTANT
凭借不断创新引领行业发展

Dickson-Constant 始终坚持将创新作为一项基本战略，其在新产品开发中的里程碑包括：

- **光伏** — Dickson-Constant 始终是将光伏电池集成至户外高性能织物的行业领袖。该公司是欧洲首家将配有太阳能面板的 bimini 顶篷推出市场的公司，并在二月份举办的欧洲 R+T 展览会期间展示其可发电的遮阳篷织物。

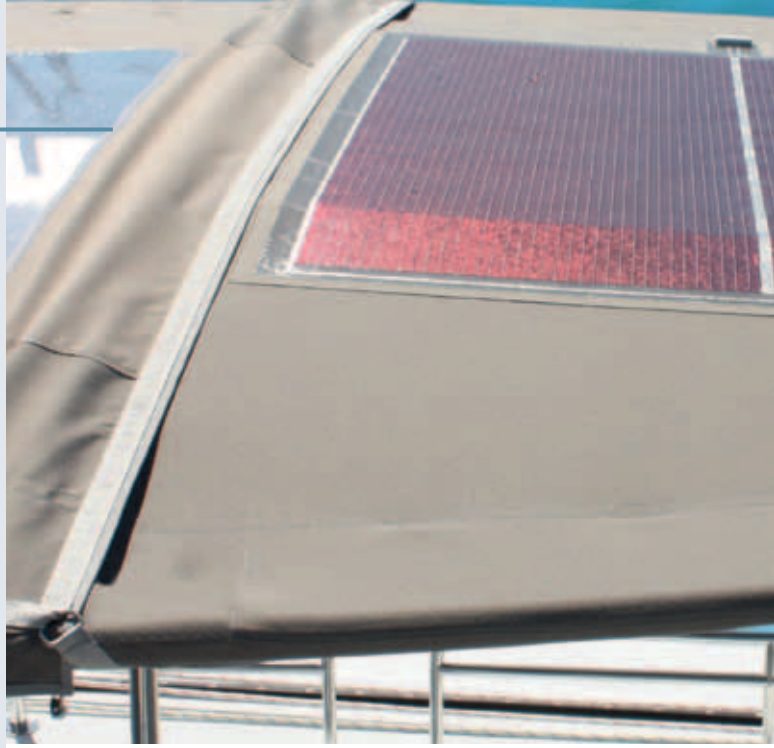
- **遮阳** — Sunworker 系列遮阳产品是 Dickson 为树立其在提升建筑物能效领域的领袖地位所制定的战略的核心。这个产品系列出自 Dickson Saint Clair，在商业市场上日益受到青睐，其创新之处在于它为用户提供了多种选择，可以调节透光度和透热度，可供户内和户外应用。最新一代的 Sunworker 系列 — Sunworker Cristal，可应用于建筑领域，不仅具有防晒特性，还具有防水性能。

- **Dickson 机织地面材料** — 作为商业地板领域的创新突破，这一全新的产品系列将于秋季推出。设计精良的 Dickson 机织地面材料，完美结合了乙烯塑料的优良性能和编织物的美观与质感。

- **自洁式遮阳篷** — Dickson 始终引领低维护特性遮阳篷产品的发展，其推出 Orchestra Max 系列，是一种基于纳米技术并可自我清洁的遮阳篷织物。织物上的纳米颗粒可形成一层致密的的保护层，能将污物阻挡在表面，且极易清洗。Orchestra Max 织物专为对遮阳蓬外观具有严格要求且传统清洁方式极为不便的商业应用而设。

- **阻燃织物** — 在欧洲，用于室内及户外空间的织物往往必须具备阻燃性能，通过提供结合了阻燃技术的特殊产品 — 出自 Dickson Saint Clair 的 Alto FR 品牌产品，Dickson 很好地解决了这一问题。而提供其他的可选款式，则是来年的首要重心。

- **当地销售支持** — Dickson-Constant 正稳健加强其国际销售团队所使用的软件工具。最新版软件可在 iPhone、平板电脑和个人电脑上运行，确保销售代表可掌握每位客户的最新信息，从而鼓励他们有针对性地致电客户，并更迅速地为当地发生的问题提供解决方案。



CHRISTOPHE CATTEAU， 设计经理

Dickson-Constant 的创新成果，**上图，按顺时针顺序**，包括航海 bimini 顶篷的光伏织物，高端商业设施使用的自我清洁遮阳篷织物，遮阳设计的移动应用及高度防水和抗紫外线的阻燃遮阳篷织物 (Alto FR)。

设计，以创新为本

作为 Dickson-Constant 的设计总监，Christophe Catteau 在纺织品设计领域拥有超过 23 年的丰富经验，其中包括曾效力于一家专门从事家用亚麻制品和室内装饰的法国公司，以及一家同样以亚麻制品和室内装饰为核心业务的意大利印花公司。他全权负责 Dickson-Constant 的设计事宜，包括与 Glen Raven 设计团队开展合作。

“设计是所有创新战略的核心，因此它也必将是 Dickson-Constant 未来发展的核心。我认为，应将设计视为优化生产力和竞争力的主要因素之一，而一件设计优良的产品，确实能够脱颖而出。Dickson-Constant 将继续通过强调将设计作为其重要元素，维持其市场战略地位。精良设计所创造的附加值，提升了 Dickson-Constant 的可视度、认同度和可靠性。”

左图 设计经理 Christophe Catteau 与设计师 Paula Ferreira（左）及 Fanny Donette。

DICKSON PTL 为五大洲提供独特的解决方案

不少公司都宣称，他们出品的产品独具特色，但真正能提供“只此一家，别无他者”的产品的公司，可谓凤毛麟角。但 Dickson PTL 却是一个例外，它能够信心十足地为全世界提供高度专业化的技术产品。

“我们的涂层和层压产品系列均是自主设计，并在这里的工厂进行组装，”Dickson PTL 总经理 Thierry Mosa 表示，“我们拥有一套专属的机械设计软件，甚至那些为我们提供各类部件的公司，也无从知晓我们的机械是如何组装的。通过采用这种方式，我们坚信，PTL 模式难以被仿制，可以说是决不可能被复制。”

除了涂层和层压产品系列的独门设计，在 Dickson PTL 的两个“厨房”中还藏有高度保密的涂层和层压配方。这些涂层加工和层压配方，赋予了 Dickson PTL 产品独一无二的特性，如耐热性和阻燃性，因此其在全球各地都需求旺盛。

公司独一无二的市场地位，凭借其员工数十年的丰富经验以及在持续研发方面大力投入得以进一步巩固，资深的技术人员和先进的测试设施便是其力证。

Mosa 表示，“高技术含量与上佳的品质，是我们所有产品的核心所在，有赖于此，我们的产品才能够畅销全球，”并强调，Dickson PTL 销售额的 80% 以上均来自法国以外。“在我们所服务的细分市场，我们是无可匹敌的行业领跑者。”

Dickson PTL 是高科技的涂层与层压产品的专业提供商，公司名则是取自英文 “Plastic Textiles Lyon” 或 “PTL”。该公司在四个专业化细分市场都确立了其领先地位，分别是：轮胎制造专用离型膜、建造用途的通风管道、激光切割技术专用的机器保护波纹管，以及防热、防火及防融熔金属飞溅的个人防护设备。同时，它还为有特殊需求的客户提供独一无二的应用。

“我们业务最至关重要的一个方面，就是必须谙知终端用户，也就是我们客户的客户的需求”Mosa 表示。“如果你能够为终端用户解决问题，那么你就可以对客户说，我有一个解决方案，您可以将它推销给您的客户。这是最有力的优势。”

从上至下 Dickson PTL 总经理 Thierry Mosa 站在由 Dickson 织物制成的个人防护设备旁；设备操作员 Pridarom Pornsvan 调整层压产品系列；存于 PTL 仓库的织物以多种颜色编码分类。

Dickson PTL 专致于生产在极端条件下使用的个人防护设备所采用的材料。

由 Dickson PTL 研制织物制成的波纹管可保护高科技激光切割机的组件。

研制出轮胎制造商专用的离型膜，是 Dickson PTL 最成功的创新成果之一。这种离型膜可提高生产效率和产品品质，因此全球多家领先的轮胎制造商皆采用了这类材料。通过纵切产品系列，Dickson PTL 可生产出不同宽度的离型膜，并以各种颜色编码予以标识区别，让轮胎制造商能够轻易辨别出与各轮胎部件相匹配的衬里。

在全球市场内，轮胎制造业呈现一派欣欣向好之势，事实上，Dickson PTL 的所有市场业务亦是如此。例如，由于西欧已不再时兴铸造业务，目前，Dickson PTL 防护服织物的最大需求是来自于巴西、印度和中国等发展中经济体。

Dickson PTL 的机器保护市场则包含了以制造精密工业设备而闻名的区域，如亚洲和西欧等激光切割产业密集区。该公司在这一领域提供的产品，以使用寿命耐久、灵活性俱佳而著称，可为精密高科技机器提供理想的保护。

Mosa 在 PTL 的工作性质，令他可接触到公司的各个方面。他拥有纺织工程背景，为 Dickson Saint Clair 效力已超过 14 年，最初是担任实验室经理一职。而后，他曾先后在 PTL 和 Dickson Saint Clair 负责技术管理、销售和营销工作，并曾担任 PTL 业务部门经理。自 Matthew Watson 去年退任后，他被任命为 PTL 的总经理。

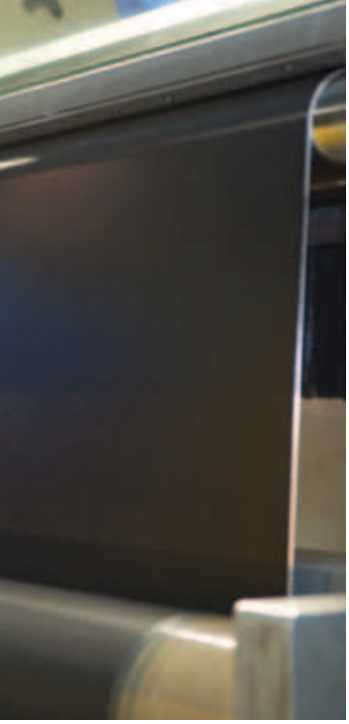
在他的统领下，Dickson PTL 致力于新涂层和层压产品系列的运营，以支持关键细分市场，并同时不断寻求专业技术织物领域的挑战。Dickson PTL 已享誉国际。

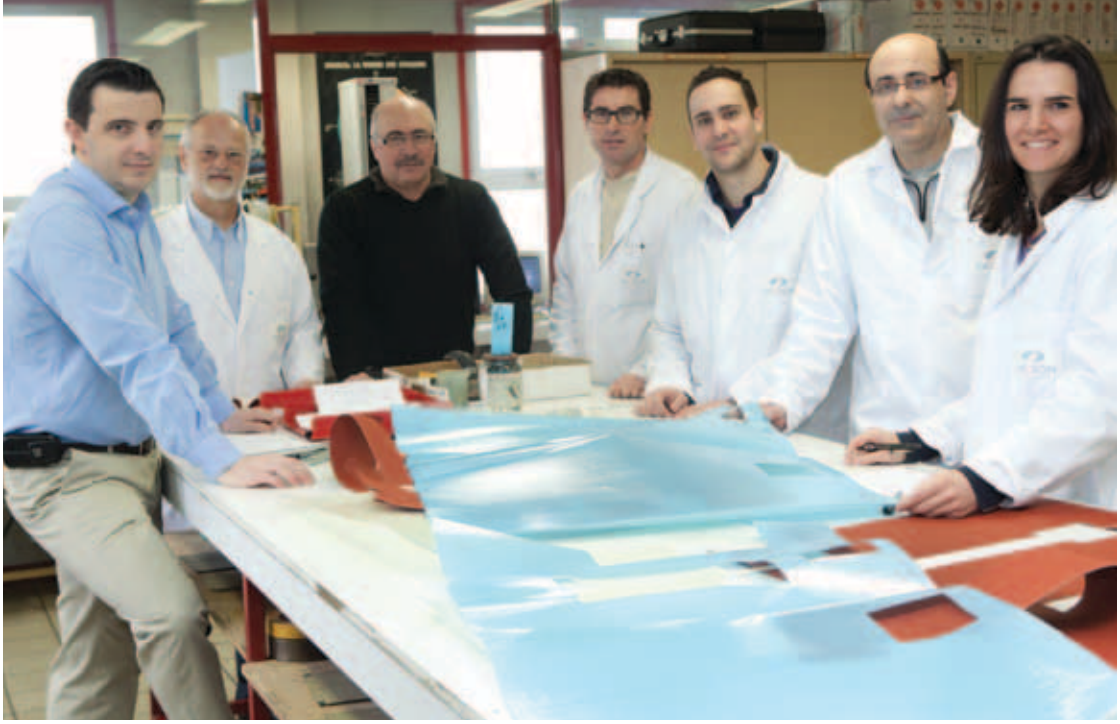
“我们的新层压产品系列的竞争优势之一，在于其能够压合高科技材料，这将助力我们生产诸如隔离产品及阻热织物等技术织物，”Mosa 表示，“我们所提供层压材料，具有全面而理想的性能特性和强大的价值主张。”

其战略核心竞争力包括 Dickson PTL 通过专有技术实现的阻燃性和耐热性。从个人防护设备专用的材料，到用于车辆引擎室的电缆保护产品，这种专业知识已应用于多类产品。

“相对较小的业务规模，是我们的优势所在，”Mosa 如是说道，“由于我们的决策可由一小部分人做出，因此我们能够迅速满足客户需求，创新举措也更易落实。PTL 的目标，是要在市场了解其需求前把握这种需求，并迅速制定我们的对策。”

从上至下，顺时针 Dickson PTL 涂层操作员 Mohamed Fquir 站在公司最新研制的涂层产品线旁。Dickson PTL 的研发团队成员从左至右依次为：总经理 Thierry Mosa、质量实验室经理 Jean-Paul Berthet、质量经理 Pierre Charriere、实验室技术员 Gilbert Bocquin、研发部新员工 Maxence Drevet、研发部技术人员 Fernand Guerrero 及研发部工程师 Alice Blanc。Dickson PTL 的销售和营销团队成员从左至右依次为：总经理 Thierry Mosa 和区域销售经理 Philippe Jomard、Cécile Guillermin 及 Enrico Panza。





CHRISTOPHE DESTOMBES，
人力资源、财务及信息服务经理
Dickson PTL 和 Dickson Saint Clair

Christophe Destombes 于 1988 年加入 Dickson，担任 Saint Clair 工厂的工厂经理，他在这一职位上效力了 10 年，而后被任命为 Dickson PTL 和 Dickson Saint Clair 的人力资源、财务和信息服务经理。

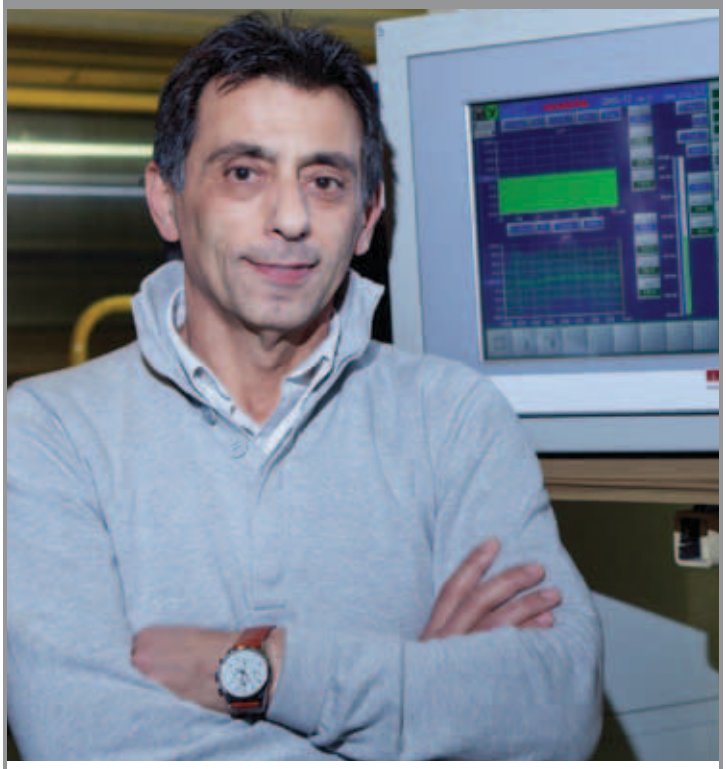
“我工作中最为重要的一方面，也是我非常乐于做的工作，就是对人力资源的关注。在经济疲弱的背景下，欧洲度过了异常艰难的四年，在此形势下，我们必须增进与员工的沟通，让他们对未来充满信心。我希望能够在 PTL 和 Saint Clair 营造一种让我们的员工不断发展专业技能的氛围，并打造一个高效的组织。我们可通过良好沟通以帮助员工不断适应，从而实现这一目标。”

ENRICO PANZA，区域销售经理

Enrico Panza 是设于意大利都灵附近的 Dickson PTL 分部的区域销售经理，负责 Dickson PTL 在意大利、德国、奥地利和瑞士的全系列产品和性能。他在 Dickson 工作已有五年，此前曾在电子产品行业担任销售顾问。

“我们发现，我们的产品几乎可应用于任何工业环境，这一事实让我欣慰不已。Alp Transit 隧道工程在对一段穿越阿尔卑斯山的铁路隧道进行施工时，就采用了我们提供的织物。我们还是塞尔维亚油田的俄罗斯消防员所使用的防滑耐热防护服的织物供应商。我们的专业知识，确保我们能满足世界任何地方的特殊用途。”

SALVATORE TRIPODI，生产经理



Salvatore Tripodi 于 1979 年加入 Dickson PTL 涂层部门，并在 1990 年被任命为生产经理。在其为 Dickson 效力的漫长职业生涯中，他几乎在业务的每个方面都积累了深厚的经验。

“每一天都意味着创新的机遇，每一天都是改善我们产品质量的良机。在我看来，创新应是一个循序渐进的过程，而不可一蹴而就。如果你的创新脚步走得过于急切，就会引发一些其他问题。像 Dickson PTL 这样将产品运送至世界各地的公司，为远在千里之外的客户解决质量问题困难重重。在产品离开我们的工厂时，必须确保一切都万无一失。”

CÉCILE GUILLERMIN，区域销售经理

适应全球多样性

正如 Dickson 几乎所有的销售人员一样，Dickson PTL 的区域销售经理 Cécile Guillermin 贯通多国语言，包括英语、法语、德语和意大利语。她于 1997 年加入 Dickson，最初担任销售助理，此前她曾攻读法语和国际业务。Guillermin 于 2002 年晋升为区域销售经理，主要负责东欧、德国、荷兰、中东和非洲的业务。

“在沟通方式上，我们必须非常灵活。你在德国与客户接洽的方式，放到其他国家就绝对行不通。应对这两种截然不同的情况，将有助于你理解人的多样性，并能更加包容地看待差异性。如果你不去适应，不考虑这种差异并随之作出调整，你就永远无法在世界各地都取得成功。”

DICKSON PTL
借助创新产品实现产业转移

Dickson PTL 的区域销售经理 Philippe Jomard 比任何人都深知，要想对制造流程进行根本性变革，必须投入大量时间和精力。拥有信誉卓著的全球品牌和数百万美元生产设施的国际轮胎制造商们，在面对 Dickson PTL 所提供的一种用于在轮胎制造过程中加工橡胶的新产品时，理所当然会慎之又慎。

“我们的轮胎衬里彻底颠覆了传统，经过八年多的不懈奋斗，才奠定了今日的地位，”Jomard 表示，“有几次在会客时，曾有潜在客户问我来自哪个星球。但最终，通过让我们的衬里接受测试，我们让轮胎公司心悦诚服，并且他们很快就意识到，我们预测的优势将会兑现。”

要想生产优质的轮胎，就必须实现对不同组件的精确校准，同时还应避免橡胶污染。Dickson PTL 开发的产品，不仅能够满足这些特殊标准，与传统采用的一次性材料相比，还具有耐用性更持久的额外优势。

“我们的离型膜的最大益处在于，我们藉此提升品质和生产率。”Dickson PTL 的资深员工 — 29 年资历的 Jomard 表示，除负责轮胎衬里外，他还负责俄罗斯、法国部分地区、南非及印度的销售工作。“我们的衬里可确保各轮胎组件间的紧密契合，让生产平稳运行，并获得更高的生产质量。”

Dickson PTL 的轮胎衬里已被全球众多的轮胎领先企业所采用，这也是公司坚毅品质和技术专长的力证。

“在 Dickson PTL，我们的所有产品都具有极高的技术含量并高度专业化，”Jomard 说道，他曾在 Dickson PTL 的多个岗位任职，包括生产、质量和物流部门。“我们所有的销售人员都必须成为专家，才能赢得客户的信任。如果你不是专家，那么在会见客户时，从到场的那一刻起，你就已经出局了。”

区域销售经理 Philippe Jomard（**上图**）引领 Dickson PTL 离型膜的销售额增长，世界领先的轮胎企业皆青睐这种离型膜。**下图** Fabrice Chambouleyron 操作的纵切产品系列，可生产特定宽度的离型膜，以满足轮胎生产的不同需求。

Jean-Paul Berthet，质量实验室经理，正在进行测试。

DICKSON PTL 继续专注于产品创新

创新一直都是 Dickson PTL 的心灵与灵魂，这点可体现在公司始终凭借以高级涂层和层压为主的创新性应用进军国际市场。最近的部分创新包括以下方面：

- **离型膜** — Dickson PTL 开发的轮胎离型膜为轮胎产业注入创新元素，这种离型膜可提高世界各地轮胎工厂生产轮胎的质量和生产效率。

- **防护工作服** — 防护工作服的材料是 Dickson PTL 的特色。这种材料制成的服装不仅耐热，还能经受住铸造车间中飞溅的熔融物。尽管铸造车间业务已从北美及欧洲迁往发展中地区，如亚洲、印度、俄罗斯及巴西，但 Dickson PTL 仍通过出口战略追随客户。

- **激光切割防护** —Dickson PTL 在开发保护高科技机器（如激光切割机）的材料方面不失为一个领跑者。Dickson 的防护材料被制成既耐用又高度灵活的波纹管状配件。

- **阻燃和阻热** — 阻燃和阻热技术是 Dickson PTL 的核心竞争力，多应用于防护工作服、管道绝缘和汽车电缆。

ALICE BLANC，研发经理

满足客户需求

在里昂学习纺织工程后，Alice Blanc 在法国南部的一家纱线纺织公司入职，并于 10 年前成为 Dickson PTL 产品开发团队的一员。

“我们在 Dickson PTL 的目标是，创造新颖产品，满足客户的特别需求。我们以解读客户需求开始，然后在实验室制作样品。接下来会让客户评审并提出意见，最后我们会跟进生产，确保我们的织物能够起作用，因为我们并不需要只能在实验室里使用的产品。我喜欢与客户直接接触，也喜欢与 Dickson 的生产和质量部门进行协调。”

Dickson PTL 仓库内景

ANNE KNAUBER， Dickson PTL 的安全与环境工程师兼 Dickson Saint Clair 的安全工程师

Anne Knauber 于 2003 年加盟 Dickson PTL，如今在 Dickson PTL 和 Dickson Saint Clair 负责安全问题，还在 PTL 负责环境问题。

“我最重要的工作就是确保我们照顾好自己的员工，让他们在工作时，不会受到任何伤害，另外，我们还要关心环境问题。我们正在研究如何能够把最环保的化学物质融入到我们的所有流程中，也就是说，在任何可能的地方用水基代替溶剂基化学品。今年，我们会把相邻建筑中的一个层压产品系列移到主工厂中，而此举将成为环境控制中的一项重大改进。”

客户提出问题，
DICKSON PTL 制定解决方案

尽管 Dickson PTL 专注于四大核心市场（离型膜、通风管道、个人防护设备和机器防护），但公司还擅长解决高度专业化的需求，而这类需求往往需依赖阻热和阻燃方面的核心竞争力才能满足。

Alp Transit 当时正在瑞士完成 60 千米（37 英里）隧道，其在完成和打磨轨道期间需用到防护织物，因为热芯片容易引起较高的火灾风险。Dickson PTL 开发的聚氨酯涂层玻璃纤维材料在整个项目期间被切割及制作成 500 米（1,600 英尺）长条纹，用以防护。

另一高度专业化的解决方案专为在西伯利亚油田工作的俄罗斯消防员而创。这些工人面临着不同程度的危险，从极寒（零下 58 华氏度）到特大火情，更不用说潮湿环境下引起滑倒和跌倒的危险。Dickson PTL 就此提供用作衬里的硅涂层芳族聚酰胺纤维织物，解决了这一难题，同时还兼顾了灵活性与舒适感。

Dickson PTL 其他的独特高科技解决方案还包括确保可折叠篷顶防水密封的材料、抵抗各类天气的 Airbus 喷气发动机外壳，以及在道路重铺项目中让柏油维持高温的材料。

右图 Gilbert Bocquin，实验室技术员，对 Dickson PTL 的织物展开强度测试。
下图 Martine Verdier 为客户准备织物样品卡。

JEAN PAUL PACCALLET，涂层产品生产经理

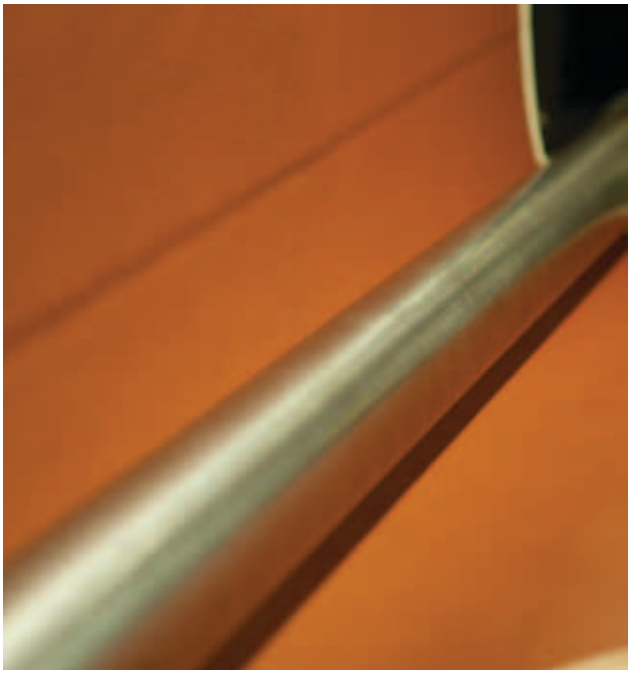
Jean Paul Paccallet 与 Dickson PTL 风雨同舟 21 载，现任涂层产品系列经理。涂层产品生产线一旦开始运转，就像一个有生命力的有机体，丝毫不能放松警惕。（上为与机器操作员 Mohamed Madani（前者）的合影。）

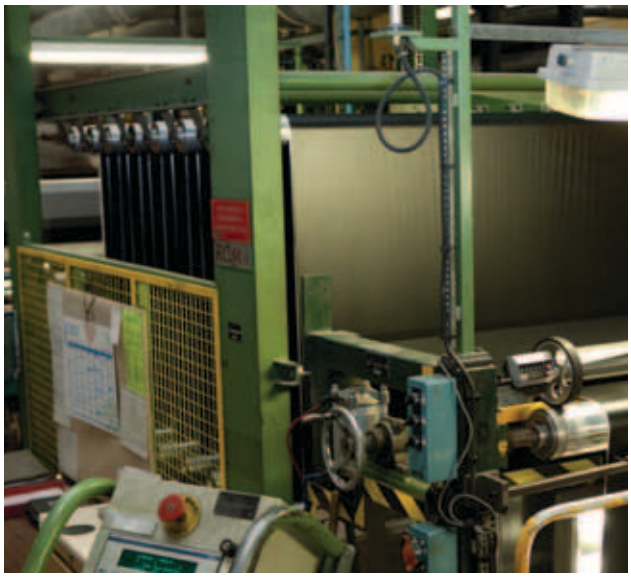
“涂层产品生产线上每天都会面临挑战，而且每天都不一样。涂层产品可受温度、湿度和许多不同的因素影响，这些因素每时每刻都在发生变化。你必须紧盯流程，迅速找出任何问题的解决方案。”

CHRISTOPHE NOUVION，维修经理

Christophe Nouvion，自 2003 年起成为 Dickson PTL 团队成员，现任维修经理。

“每天都是全新的一天，因为你每天都能学到新的东西。在 Dickson PTL，新涂层产品系列的关键在于‘简单’。与老旧的系统相比，它更容易运作，而且在这个新产品系列上工作令人感到愉快。当其运作时，我们可获得更多有关流程的信息，更能控制温度和精确的压力。”





Dickson PTL 为世界各地创造所需的高科技材料的能力得益于其工作人员的专有技术和丰富的专业知识和经验。

从顶部 图片起依次是 Xavier Christophe，Dickson Saint Clair 总经理；招待场所，采用 Dickson Saint Clair 结构性织物而建；Dickson Saint Clair 制造中心涂层产品生产线的特写。

DICKSON SAINT CLAIR
强调产品、市场、流程变化

若要简单说明现今在 Dickson Saint Clair 的日子，总经理 Xavier Christophe 可能会用一个词来形容，那就是 — 变化。事实上，在现今颇具挑战性的经济形势中，随着 Dickson Saint Clair 开发创新产品、使制造现代化、应对客户不断变化的需求，公司的每一方面都在经历转变。

“Dickson Saint Clair 正发生某种程度的转变，类似于 1990 年代早期时候，”Christophe 表示，“这无疑是令人振奋的时刻，但同样也是对我们提出高要求的时刻，在这期间，欧洲经济形势不明朗已近四年。”

Dickson Saint Clair 的转变模式可追溯至 1992 年，那时，Dickson PTL 和 Dickson Saint Clair 是公认的全职能业务部门。在那之前，位于 Wasquehal 的 Dickson, S.A. 一直处理营销和销售，而 PTL 和 Saint Clair 则作为制造中心。

“1990 年代早期经历的变化，让我们打好了发展基础，肩负起战略职责，”Christophe 表示，“在与 Dickson 所有部门的合作过程中，因受到 Glen Raven 的鼎立支持，过去几年的变化速度再次加快，而 Glen Raven 则是在对我们的未来进行投资。”

完成工程学业后，Christophe 于 1988 年加入 Dickson-Constant，就职于质量管理部门，并于 1990 年加入 Dickson Saint Clair 的管理层团队。1996 年，他出任 Dickson Saint Clair 和 Dickson PTL 的业务总监，并于 2010 年担任 Dickson Saint Clair 业务部门经理。2011 年 Matthew Watson 退休后，他接任为 Saint Clair 的总经理。

Dickson Saint Clair 是领先的油布材料供应商，产品用于多个行业及商业应用，包括公路拖车。在欧洲，公路拖车一般都在一侧装有伸缩乙烯基，以便用叉车装卸货物。

Dickson Saint Clair 同样是生产临时结构所用织物的佼佼者，如体育和娱乐场所特有的大帐篷。在历史上著名的伦敦塔搭建的大帐篷融合了其结构性织物。

Christophe 为 Dickson Saint Clair 引领的产品转变最重要的两个领域就是防晒和可印制织物市场。在这两个领域中，Dickson Saint Clair 开发的增值产品拥有巨大的发展潜力。

“在与 Dickson-Constant 合作的过程中，我们在遮阳市场中发现巨大机遇”Christophe 表示，“他们可提供优越的营销优势，而我们则拥有技术专业知识，30 多年以来，我们已为这个市场设计并生产无数产品。”

Greenpeace International 采用 EverGreen 织物制作出长 22 米、宽 22 米（72 英尺 × 72 英尺）的条幅，献给欧盟委员会，强烈要求在科学测试前禁止基因工程食物。

采用 EverGreen 织物建成的专属购物场所，包括瑞典的这家购物中心。

Dickson Saint Clair 制造的技术防晒织物 Sunworker 系列经 Dickson-Constant 推出市场后，用于商业建筑。Saint Clair 会继续加强并扩大 Sunworker 系列，包括稀松组织产品 Sunworker Open，该产品可增加采光，还曾于今年在斯图加特举办的 R+T 展览会上进行推介。

“我们的 Sunworker 产品系列尚在发展中，我们会继续创新，提供全新的产品，”Christophe 表示，“我们仍是一家相对较小的公司，因此，我们能够快速成长适应起来。”

近年来，由于 EverGreen 系列突出，Dickson Saint Clair 也在环保的图形织物领域中脱颖而出，成为个中佼佼者。EverGreen 品牌如今已是市场上最环保的图形织物，也因此被众多高端零售商、著名公共空间和环保组织（如绿色和平和 Slow Food）采用。

“2012 年，我们将在 EverGreen 系列中再推三款全新的产品，其中两款是市场上从未有过的，”Christophe 表示，“图形产品开发对我们来说至关重要，我们生产的用于跑马灯的 Jet Scroll 产品即可证明这一点（旋转广告展示牌在欧洲非常流行）。Jet Scroll 是唯一提供百分百保证的产品，保证可长期在极端的湿热条件下使用。我们的 Jet 250 产品也是唯一不含 PVC 的外部条幅和广告牌产品。”

为协助开拓图形织物市场，Dickson Saint Clair 在整个欧洲创建经销商网络，并在亚特兰大设立办事处，为北美和南美客户提供服务。公司近期在满足 ISO 14001 环境标准方面的成就提升了其作为环保领头人的市场形象。

就资本投资而言，Dickson Saint Clair 过去几年一直在开展纺织机更换项目和大量电脑升级，前者快要完工。研发仍是公司变革战略的核心。

“去年，我们推出了抗菌版 PVC 产品，其使用者是运输医疗设备的首个响应者，”Christophe 表示，“我们拥有一个有效的研发项目，可持续研究提升产品质量和加强产品应用的方式。我们今年将采取的一个关键举措就是加强织物的焊接性；我们也在探索像防白蚁材料一样多种多样的全新应用。”

尽管变化对 Dickson Saint Clair 而言必不可少，但其许多核心优势是恒久不变的。公司经营着欧洲最大的涂层产品系列，不仅产能高，还有能力生产宽度在 3 米（大约 10 英尺）以上的产品。Dickson Saint Clair 在业界得到广泛好评，因为其承诺与客户保持密切联络并提供大量油布材料存货。

“我们拥有强大的员工阵容，其中不乏经验老道的资深人士，还有朝气蓬勃的热血青年，在提供深度专业知识的同时，也不忘奉上众多别具一格的新思路，”Christophe 表示，“过去两年，公司发生了很多变化，现在情况正慢慢稳定下来，也已初见成效。”

上图 历史上著名的伦敦塔，采用 Dickson Saint Clair 结构性织物在标志性场地建造招待场所和游客场所。

DICKSON SAINT CLAIR 以员工感受为基准

为了密切了解员工不断变化的想法，Dickson Saint Clair 每三、四年就会进行相同问题的员工调查，这些问题涉及工作条件、沟通、安全和环境的方方面面，共计 52 个。结果将按调查进行比较，以为管理层规划提供指导。

“我们会与我们员工分享结果，这样，他们就会知道我们在听，”人力资源经理 Christophe Destombes 表示，“一个往期调查结果显示，要加强工厂内部的交流。部门经理需每月召开员工大会，而我们协助他们报告我们的战略和状况。”

在最近的调查期间，80% 以上的员工完成了调查，这项调查以匿名形式进行，以确保每个人都能诚实以对。人力资源代表参与了所有的轮班，确保每个人都有机会完成调查。

Adeline Vial，人力资源助理，将 Dickson Saint Clair 一项近期员工调查的结果列成表格。

NICOLAS MARIE，涂层部门经理

涂装宽幅织物，增值

Nicolas Marie 于 2002 年完成学业后加入 Dickson Saint Clair，在检验及运输部就职，出任纺织工程师。他于 2011 年被委任为涂层部门经理，负责法国最大的两个涂层产品系列。

“我们在 Saint Clair 经营两个涂层产品系列 — 一个为溶剂基涂层，另一个为水基涂层。我们的最大优势在于，我们有能力涂装长达 3.2 米（约 10 英尺）的宽幅聚酯基织物和网状材料。溶剂产品系列支持卡车油布、遮阳织物和可印制织物等应用，而水成产品系列则生产可印制的 EverGreen 织物系列。两个产品系列均符合欧洲有关安全使用化学品的标准 REACH。我们务必要重视和保护环境，继续依靠我们在 EverGreen 织物方面获得的 ISO 14001 认证和领导力。”

EVERGREEN 系列
设立环保标准

说到环保图形材料，Dickson Saint Clair 的 EverGreen 系列无疑设立了标准。EverGreen 织物完全不含 PVC，可提供环保生命周期。

产品的环境质量赢得世界众多高端零售商的忠诚追捧。从体育赛事到博物馆，您亦不难在这些高级公共场所发现 EverGreen 织物的身影。

产品的环境管理声名在外，促使“绿色和平”也来使用它们；“绿色和平”创作的一幅大壁画曾在国际上展示给世界领导人。Slow Food 是一个国际组织，致力于可靠的食物种植，现已采用 EverGreen 织物进行特别活动。

尽管 EverGreen 在环境质量方面领跑市场，但其绝不会牺牲清晰的印刷效果。EverGreen 印制织物的高质量令国际零售商宜家家居主动提供一系列印制艺术图案。

EverGreen 媒体织物日渐成为对环境敏感性和照片一般清晰的印刷效果具有高要求的应用的首选。Slow Food 是一个国际组织，致力于可靠的食物采购，**左图**，现已选择 EverGreen 举办特别活动，一如澳大利亚墨尔本国际泳联世界游泳锦标赛所做的一般，**下图**。

FABIEN RÉGUDY，图形市场经理

定位优质产品

Dickson Saint Clair 图形市场经理 Fabien Régudy 的主要目标是在全世界范围内发展环保媒体织物 EverGreen 系列。他与 Dickson 风雨同舟 12 载，他负责推广营销工具、制定品牌战略和开发产品，还负责法国、比利时、荷兰和斯堪的纳维亚的图形销售。

“全球数字印刷市场迅猛发展，Dickson Saint Clair 把自己定位为优质供应商，提供优质的可印制织物和卓越的服务与技术支持。我们凭借种类繁多的织物崭露头角，几乎满足任何需求，从广告到装饰，甚至是内部设计。同样出类拔萃的有荣获多项环境证书的全系列环保织物。我们的织物还被宜家家居店出售的油画采用。”

SYLVIE BOSSE，环境经理

倡导环保

Sylvie Bosse 是一名本质上的环保主义者，她在 Dickson Saint Clair 担任环境经理一职可谓称心如意。她已为 Dickson 工作 15 年，并帮助带领公司进行 ISO 14001 环境标准认证。

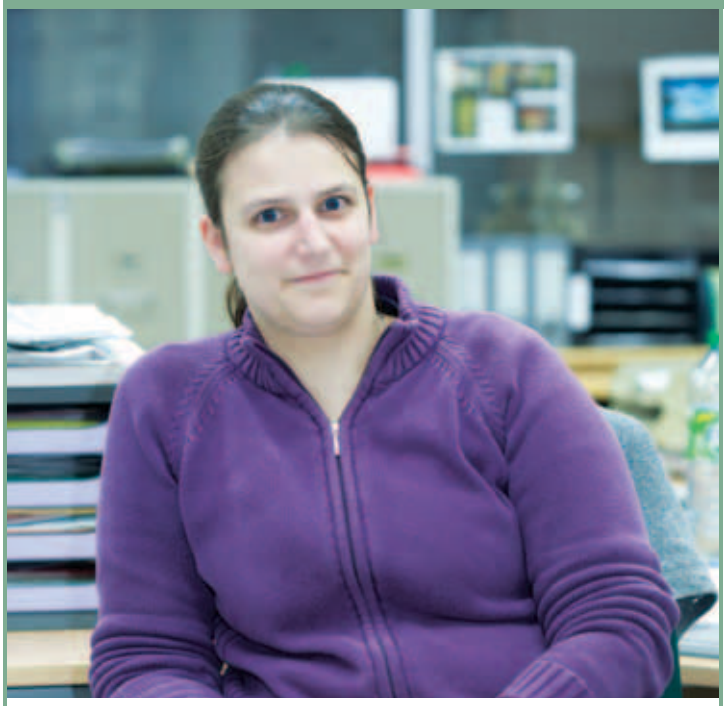
“在工作中，我最喜欢的一件事就是能有机会倡导环境保护。当我发现人们理解并支持我的看法时，我会感到非常兴奋。我是 EverGreen 媒体织物团队的一员，我有责任确保我们为客户提供尽可能最好的质量，但我们在依此行事之时还要保护环境。我们不断地评估我们采用的流程和材料。”

ARNAULD FONTAINE，印刷专家

Arnauld Fontaine 拥有必要的实战经验，能够最好地呈现 Dickson Saint Clair 用于宽幅面和数字印刷的全系列图形材料。他的研究和工作经验涉及图形和色彩管理，还经常接触摄影师、印刷工人并进出洗印厂。Fontaine 已为 Dickson 工作五年，具有制定营销材料方面的经验。

“我的工作涉及全系列图形，包括用于广告的 PVC 条幅和环保替代材料 EverGreen，它让我们打入了装饰高端市场。我们不仅与我们的直接客户密切合作，还与印刷设备制造商及软件开发商来往密切，从而确保我们既能提供优质图形材料，又能提供帮助客户发展的解决方案。这种亲密的合作关系让我们得以适应市场变化。”

MAGALIE TÊTE，质量经理



Magalie Tête 曾接受过化学工程培训，她于五年前加入 Dickson Saint Clair 前在一家纸业公司的开发部门就职。她负责 Dickson Saint Clair 整个产品系列的整体质量问题。

“产品质量的稳定性对希望我们产品始终如一的客户最重要，如此他们便能放心加工和印刷。我们与客户保持良好的联系，以监控质量并确保我们达到期望。客户增添设备或调整流程后，我们通常必须改变产品以示响应。我们会不断地监控、评断及改变。”

DIDIER RIVOIRE，研发经理

Didier Rivoire 在 Dickson 工作 20 年，经验相当丰富，主要负责 Dickson Saint Clair 的研发工作。

“我们的重点是通过完善流程和材料改进产品质量。我们都已意识到这一情况，这就意味着，我们在不断探索新材料和流程的同时，还会确保稳定的质量。EverGreen 媒体织物的开发最是振奋人心，它是市场上最具环境敏感性的产品。研发团队亦密切参与到 RAL 颜色系统过渡阶段，而这要求对整个工厂进行改变。”

FLORENCE EVIEUX，物流经理

Dickson Saint Clair 油布材料客户希望他们所需的颜色始终有存货，且能在同一天预备发货。这一期望即是对物流经理 Florence Evieux 工作的界定，Florence Evieux 负责生产计划。她已在 Dickson Saint Clair 工作七年，此前在一家汽车公司担任类似的职位。

“过去一年期间，我们最大的任务之一就是采用 RAL（欧洲色彩匹配系统）。这是一项庞大的工程，我们将所有的油布色彩改为 RAL 编号，影响了从化学到存货管理的方方面面。我们完成了这一转变，而且几乎没有受到干扰。标准颜色在计划和设计中的采用也惠及我们的客户。”

从上至下 帕皮提港口，是位于南太平洋塔西提岛上的法属海外领土，增建了 13,000 平方米（140,000 平方英尺）的建筑，特别采用 Dickson Saint Clair 的 Sunworker 水晶织物。作为法国第三大最繁忙的客运港口，该港口承建工程项目，以提升众多游客对这一美丽岛屿的体验。

DICKSON SAINT CLAIR 纺织业务现代化

身为 Dickson Saint Clair 的纺织经理，Lawrence Briard 造就了多年来纺织车间最大的转变 — 纺织机的更换，这一过程从五年前开始，一直持续到现在。迄今为止，工厂 36 台织机中已有 28 台完成更换。

“许多年以来，油布材料纺织技术的改变并不足以保证更换项目顺利进行，”Briard 表示，其已与 Dickson Saint Clair 风雨同舟 25 载。“但最近几年来，新的技术应运而生，使得更换项目对我们的客户有益。”

新纺织机的运行速度不仅是早一代设备的两倍，还能纺织出均匀的纱线。均匀的纱线可打造成均匀的织物，而均匀的织物则可打造成高级的涂层和印刷产品。Dickson Saint Clair 的大部分油布材料被用于制造高速公路拖车的侧面，这些侧面上通常都有多色图形。

“新机器也更容易为用户使用，也更便于我们的员工操作，”Briard 表示，“另一个主要优势就是运转时间更长，也就是说改变越少，效率更高。”

据 Briard 称，Glen Raven 在新设备中的投资有利于鼓舞员工士气。

“当员工看到安装的新织机后，定会斗志昂扬，这也正是 Dickson 和 Glen Raven 为未来所做的投资，”他表示。

左图 纺织工 Rachad Chemli，来自 Dickson Saint Clair 近期进行更新的纺织部门。**上图** Lawrence Briard，Dickson Saint Clair 的纺织经理，过去五年来一直领导新纺织设备的引进。

FLORENCE GRIÉNAY，销售助理

Dickson Saint Clair 销售助理 Florence Griénay 已为公司工作 18 年，她典型的一天，是与客户采用法语、英语和西班牙语交流，进行下单、完成样品请求、核对存货及回答实验室技术问题。这些只是 Dickson Saint Clair 销售团队工作的一部分。

“我们的新电脑系统可提供每一客户的完整信息，所以我们能够跟踪订单状态，查阅他们在我们公司的历史记录，包括最后一次造访销售部门。这个职位最大的好处之一便是我们获得授权，可制定决策帮助客户。我们不必对他们说我们会再与他们联系。我们能马上做出决策，然后解决问题。”

SANDRINE PIRARD，销售助理

从销售助理 Sandrine Pirard 在法国南部 Dickson Saint Clair 的职位来看，其专注于法国和英国的客户服务。

“当我们与客户合作时，我们不光要适应他们的语言，还得适应他们的文化和他们做生意的方式。在一个小时内，我可能要与法国人、英国人以及德国人对话。我不仅要说他们的语言，还必须以他们语言思考，以照顾到他们的需要。”

ALAIN CACHET，检验主管

Alain Cachet，检验主管，带领团队发现及修正任何涂层产品问题。他已为 Dickson Saint Clair 工作 32 年。

“我喜欢在 Dickson 工作的原因在于，我拥有自主权可监督检验部。没有人告诉我该做什么，他们都很信任我。我还喜欢这项工作的培训方面，也喜欢与员工一起工作，帮助他们认识我们想要实现的目标。”

创新在 DICKSON SAINT CLAIR 无处不在

创新是 Dickson Saint Clair 未来成功的制胜法宝，因为其用创新的增值产品补充了标准产品系列（如油布）。最近的部分创新包括：

- **Sunblock** — Dickson Saint Clair 已为其 Sunblock 织物系列开发出全新的涂饰，可用于临时结构。新产品的美感有所提升，不再是传统乙烯的塑料外观和感觉。

- **Arcade FR** — 此类全新阻燃产品系列（主要用于防晒）的产生得益于可生产更轻薄产品的新纺织设备。其拥有最佳的性能平衡和华丽的外观，可用于小帐篷及要求具备阻燃功能的其他防晒应用。

- **Sunworker Open** — 此款新版 Sunworker 防晒织物于 2 月在斯图加特国际 R+T 展览会期间推出。此款新产品可提升内部透光度，同时保留节能性能。

- **跑马灯织物** — 在繁忙的十字路口播放滚动广告在欧洲是一种流行的户外广告形式。Dickson Saint Clair 开发的媒体织物可用于跑马灯，完美融合了卓越的印刷质量与无与伦比的耐用性。

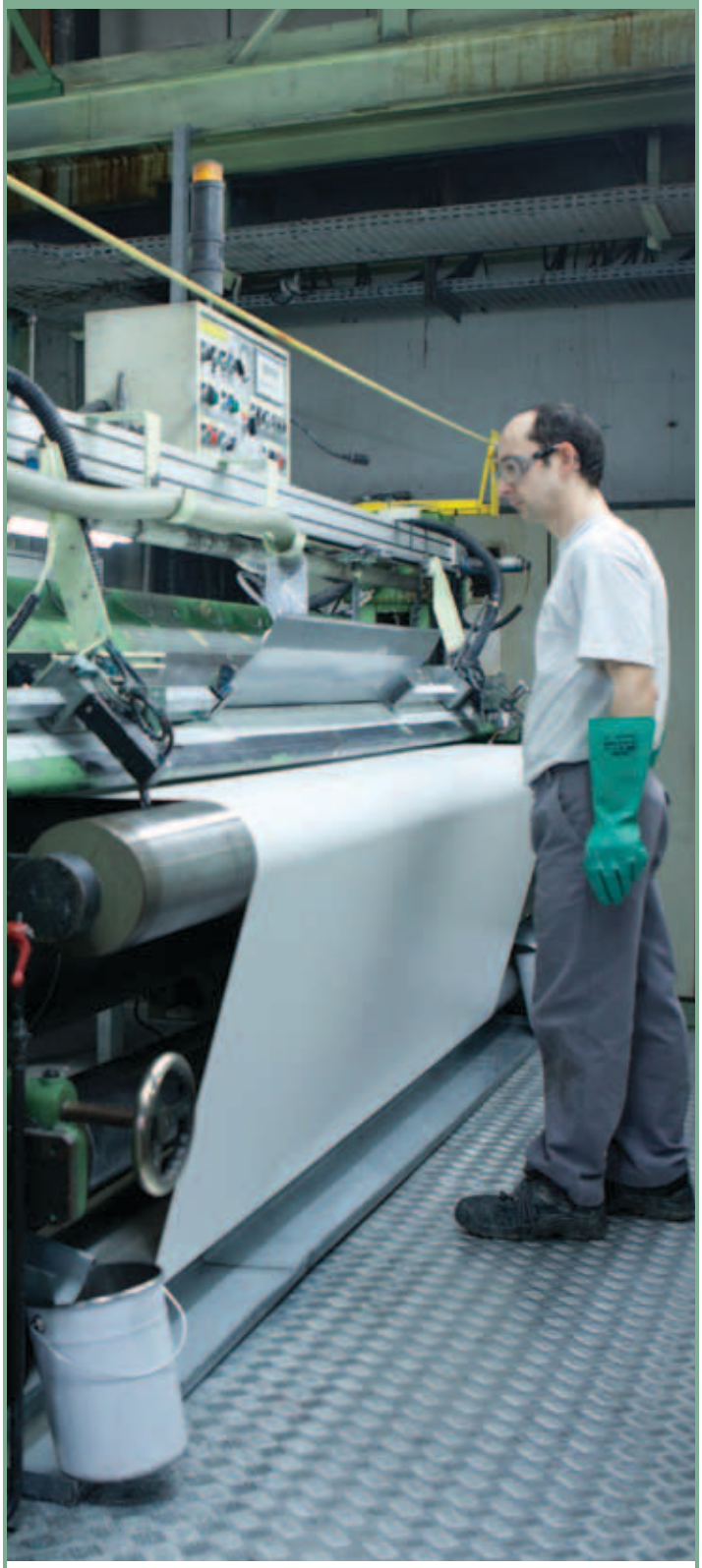
- **产品升级** — 持续的研发不断加强 Dickson Saint Clair 的产品质量，包括油布材料焊接性的提升。

- **RAL 颜色标准** — 去年，Dickson Saint Clair 采用欧洲 RAL 颜色标准，确保通用颜色符合客户需求。

- **抗菌袋** — 为满足应急人员的需求，Dickson Saint Clair 提供一系列具有抗菌功能的 PVC 织物，用于医疗设备运输。

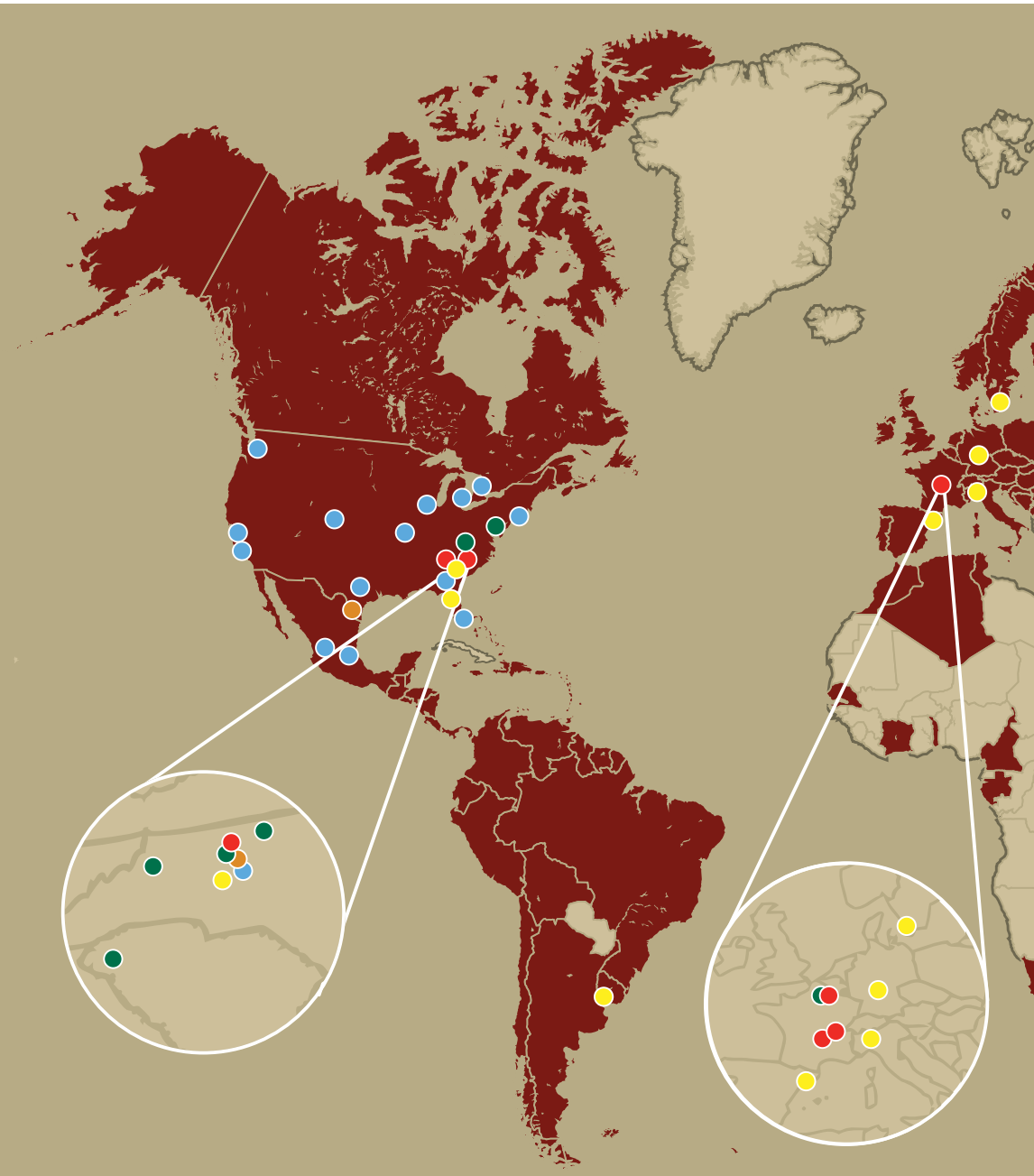
上图及顺时针方向 Dickson Saint Clair 的创新高度多样化，包括广告使用的跑马灯织物，应急人员用于运输设备的抗菌 PVC 材料以及包括多种具有光传导性能的产品在内的 Sunworker 防晒织物。

PIERRE-ALEXANDRE ERBS，涂层操作员



Pierre-Alexandre Erbs 是 Dickson Saint Clair 的一名涂层操作员，已与公司风雨同舟 18 载，主要在涂层部门就职，还在纺织部、检验部以及厨房（化学品准备区）供职。

“Dickson 非常爱护自己的员工，这就是我喜欢在这里工作，而且能在这里呆这么长的时间的原因。我为我在欧洲最长也是最有效率的涂层产品系列上工作而感到自豪。”



GLEN RAVEN 全球网点

- 公司
- 分销
- 制造
- 销售 / 服务
- 物流
- 销售国家

公司

Glen Raven, Inc.
北卡罗来纳州 Glen Raven
336.227.6211

GLEN RAVEN CUSTOM FABRICS

Glen Raven Custom Fabrics, LLC
北卡罗来纳州 Glen Raven
336.227.6211

Glen Raven Custom Fabrics Anderson 工厂
南卡罗来纳州 Anderson
864.224.1671

Glen Raven Custom Fabrics Norlina 工厂
北卡罗来纳州 Norlina
252.456.4141

Glen Raven Custom Fabrics Link Spinning
北卡罗来纳州 Glen Raven
336.227.6211

Glen Raven Custom Fabrics High Point 展示厅
北卡罗来纳州 High Point
336.886.5720

GLEN RAVEN TECHNICAL FABRICS

Glen Raven Technical Fabrics, LLC
北卡罗来纳州 Glen Raven
336.227.6211

Glen Raven Technical Fabrics Park Avenue 工厂
北卡罗来纳州 Glen Raven
336.229.5576

Glen Raven Technical Fabrics Burnsville 工厂
北卡罗来纳州 Burnsville
828.682.2142

TRI VANTAGE

Tri Vantage, LLC
北卡罗来纳州 Glen Raven
336.227.6211

综合分销 (Consolidated Distribution)
北卡罗来纳州 Mebane, 27302
877.540.6803

加利福尼亚州南部
加利福尼亚州因达斯特里市
800.841.0555

加利福尼亚州北部
加利福尼亚州 Hayward，94545
800.786.7607

科罗拉多州
科罗拉多州丹佛，80239
800.786.7609

佛罗里达州
佛罗里达州迈阿密，33172
800.786.7605

佐治亚州
佐治亚州 Lithia Springs，30122
800.786.7606

伊利诺斯州
伊利诺斯州 Elmhurst，60126
800.786.7608

密苏里州
密苏里州 Maryland Heights，63043
800.786.7603

新泽西州
新泽西州 Somerset，08873
800.786.7602

俄亥俄州
俄亥俄州克里夫兰，44113
800.786.7601

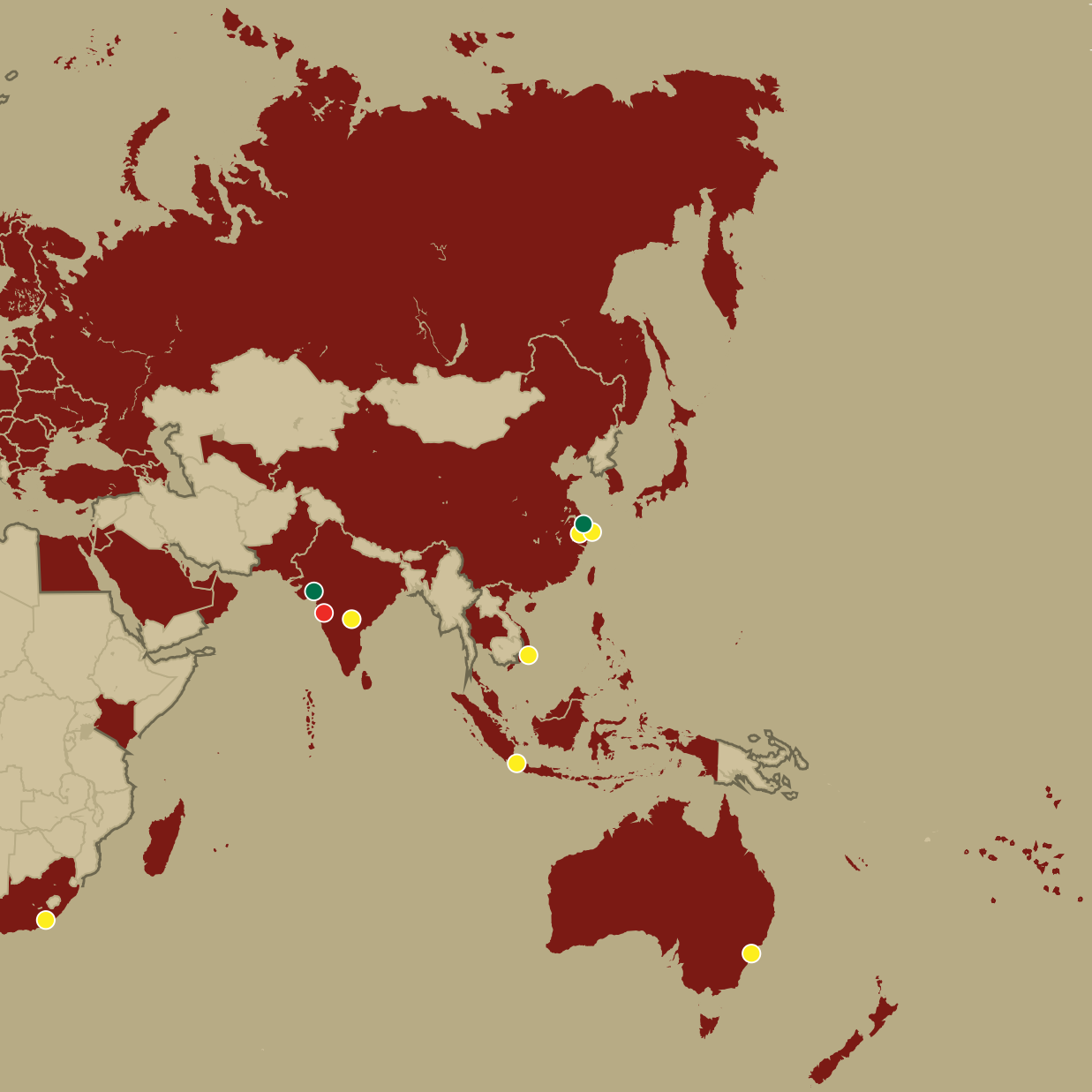
德克萨斯州
德克萨斯州欧文，75061
800.786.7610

华盛顿州
华盛顿州西雅图，98188
800.213.1465

加拿大，Trican Corporation
安大略省 Mississauga
加拿大 L5T 2H7
800.387.2851

墨西哥，Tunali Tec Cuernavaca
墨西哥 Jiutepec，Morelos
011.52.777.3620634

墨西哥，Tunali Tec Guadalajara
墨西哥 Guadalajara，Jalisco
011.52.333.6573660



RAVEN

第 16 期 | 2012 年春

Glen Raven, Inc.
1831 North Park Avenue
Glen Raven, NC 27217
336.227.6211
glenraven.com

GLEN RAVEN 物流 / 运输

Glen Raven Logistics
北卡罗来纳州 Altamahaw
800.729.0081

Glen Raven Logistics
德克萨斯州拉雷多
956.729.8030

STRATA

Strata Systems, Inc.
佐治亚州 Cumming，30040
800.680.7750

Strata Systems Sleeve-It Plant
宾夕法尼亚州 Pottstown
610.495.7400

Strata India
孟买总部
011.91.22.4063.5100

Strata India
Hyderabad 销售办事处
011.91.40.4003.7921

Strata India
Daman 工厂
011.91.260.2220160

R.J. STERN

R.J. Stern
西维吉尼亚州 Wilkinson
800.292.7626

DICKSON-CONSTANT

Dickson-Constant
法国 Wasquehal
011.33.03.20.45.59.59

意大利
意大利 Gaglianico
011.39.015.249.6303

西班牙
西班牙巴塞罗那
011.34.93.635.42.00

德国
德国富尔达
011.49.661.38082.0

斯堪的纳维亚
瑞典 Göteborg
011.46.31.50.00.95

DICKSON COATINGS

Dickson Saint Clair
法国 Saint-Clair-de-la-Tour
011.33.04.74.83.51.00

Dickson PTL
法国 Dagneux
011.33.04.37.85.80.00

Dickson Coatings USA
佐治亚州亚特兰大
404.495.5994

GLEN RAVEN 亚洲

Glen Raven Asia
中国江苏省苏州市
011.86.512.6763.8100

SUNBRELLA/DICKSON 全球办事处

拉丁美洲北部
美国佛罗里达州 Fort Myers
239.466.2660

南拉丁美洲
乌拉圭 Montevideo
011.598.2601 3143

大中华区
中国苏州
011.86.21.5403.8701

北太平洋地区
中国上海
011.86.21.5403.8385

越南
越南胡志明市
011.84.98.3128022

印度尼西亚
印度尼西亚雅加达
011.62.21.5289.7393

环南太平洋地区
澳大利亚悉尼
011.61.2.9974.4393

南非
南非伊丽莎白港
011.27.41.484.4443