

RAVEN

| 第 2 期 |



开拓“新疆界”

安德森工厂的壮大
引领新一代安全服





Glen Raven 全球社区



尊敬的读者：

在最新一期的《Raven》杂志中，我们向您介绍了 Glen Raven Asia 以及我们最近在中国苏州建立的新工厂。这个新的中心即将是一个了不起的开端，我们将通过其巩固对在中国有业务的客户的服务，并帮助我们探索我们在整个亚洲扩展业务的方式。

我们在中国的新工厂是过去几十年内在我公司进行的一个更大的变革的一部分。我们已经将对自身的认识，从一家具有某些国际利益（多数与贸易规定有关）的美国公司转变成一家真正的全球企业。在 Glen Raven，我们将“真正的全球企业”定义为一家专注于满足世界各地专业客户的需要，使用我们自己的制造资产以及其他公司的制造资产，建立创新织物解决方案的企业。

Glen Raven 的全球变革于 1998 年开始加速，当时我们合并了法国的 Dickson 公司。这一合并不仅使我们在整个欧洲以及很多其他国家拥有制造设施和市场份额，还使我们开始将我们自己看成另一种类型的公司。

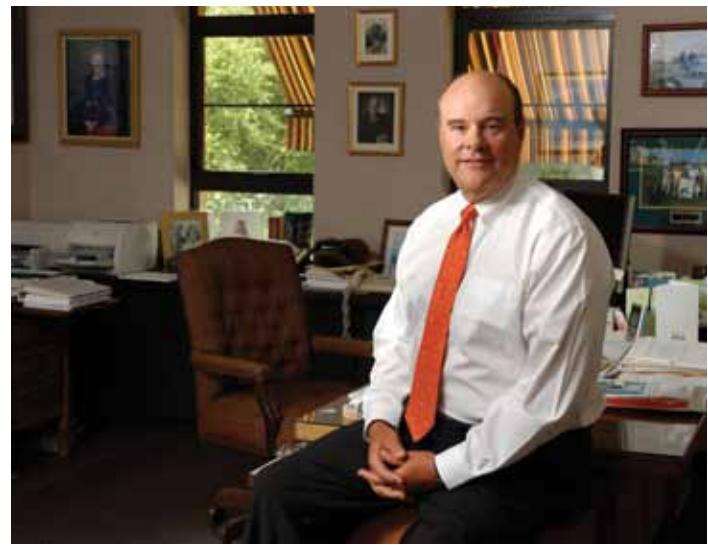
现在，我们通过一个遍布全球的 Glen Raven 销售服务网络在全球超过 120 个国家和地区销售产品，提供服务，从亚洲到拉丁美洲，从欧洲到澳大利亚。这些专业人员不仅代表 Sunbrella®、Dickson® 和其他品牌，他们还持续寻求使我们能够比别人更好地满足客户需求的途径。

在这一期《Raven》杂志中，您有机会认识这些同事的一部分。您可以阅读这些同事以自己的文字来表述的他们对 Glen Raven 作为全球化公司的观点，以及全球服务对我们的客户的意义。我相信您能感受到他们的激情、热情与乐观。

在本期中，我们还将介绍在南卡罗莱纳州的正在壮大中的安德森工厂，该工厂是世界上最先进的垂直集成纺织制造厂之一。我们还将探索创新的本质以及我们如何保证我们的创新精神 – 持续了 127 年 – 至今仍然保持活力。您还将看到我们在安全服织物市场中的成长。

我希望您享受我们第二期的杂志，如果您有任何问题或评论，请随时与我联系。

Allen E. Gant, Jr.
总裁



2-3



4-5



6-7



8-9



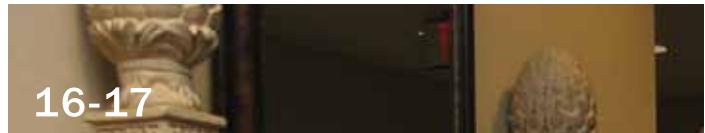
10-11



12-13



14-15

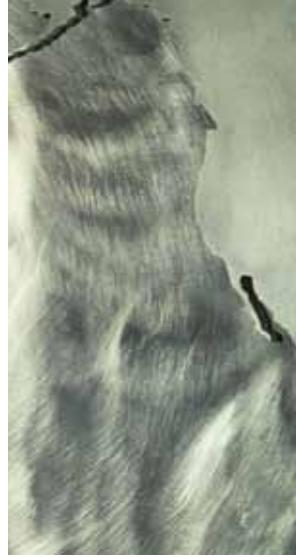


16-17

全球

“我们将逐渐成为全球纺织市场中的领导者，
因为我们坚持不懈地进行变革。”

Wendy Miller



Harold Hill
总经理，
Glen Raven Technical Fabrics



Patti Bates
营运副总裁，Glen Raven
Technical Fabrics

2

新产品、新市场、计算得出的风险

Harold Hill 是 Glen Raven Technical Fabrics 的总经理，该公司包括欧洲的 Dickson Coatings 和 Glen Raven Logistics。Hill 于 1992 年以 Park Avenue Finishing 事业部总裁的身份加入 Glen Raven，并于 2004 年担任 Glen Raven Technical Fabrics 的总经理。他在纺织行业的各个方面有 20 多年的经验。

“*Glen Raven Technical Fabrics* 考虑计算得出的风险，探索新的产品，并在全球范围内开拓新的市场。我们逐渐成为一个以市场为导向的组织，追求创新产品，我们能够依托这些新产品建立明显的与众不同之处和竞争优势。”

“我们在美国和法国有强大的制造资产，但是我们也愿意充分利用我们没有的资产。我们的目标是确定战略合作伙伴，与我们一起开发让我们能够生产长期优势产品的专有技术。”

“汽车顶篷织物、安全服织物、军用特种织物、物流服务 – 这些只是 *Technical Fabrics* 在世界范围内的部分增长引擎。我们正在我们的企业文化中建立灵活性，在我们找到盈利机会时快速增长。”

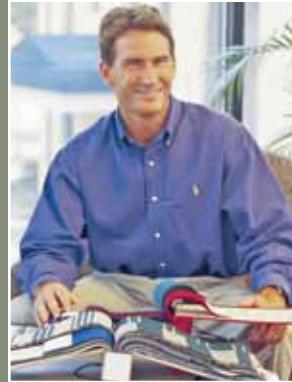
全球采购，全球伙伴

Patti Bates 是 Glen Raven Technical Fabrics 的营运副总裁。Bates 在 Glen Raven 有 18 年的工作经验，她密切关注制造、产品开发与营销，保证 Glen Raven 拥有创新产品所需的资源和材料，包括世界最高质量和最具价格竞争力的纱线。

“原材料占织物总成本的比重高达 65%，我们做出的材料选择极其重要。我们测试并采购世界各地的纱线，包括美国、墨西哥、中国台湾、韩国、中国大陆和其他国家或地区。”

“我的典型一天可能是这样的，首先与中国方面进行电话会议，接着打电话到墨西哥，然后与我们的美国供应商之一举行会议。我进行很多研究和谈判，但是决定纱线购买是一个团队决定。”

“我扮演的最重要的角色之一是在营销和开发之间进行联络。营销想生产一种特殊的织物，我和我们的纺织工程师则寻找最好的原材料并建立可靠的符合成本效益的采购安排。”



Steve Ellington
总经理，
Glen Raven Custom Fabrics



Wendy Miller
客户投诉经理

全球观点，全球文化

Steve Ellington 是 Glen Raven Custom Fabrics 的总经理，负责 Sunbrella® 品牌在世界各地的业务以及 Dickson-Constant 在欧洲的业务。Ellington 于 1983 年加入 Glen Raven，从事工业工程设计和销售，之后于 1991 年被任命为国内销售经理，于 1998 年被任命为总经理。

“我们收购 Dickson, SA 的那一年，1998 年，是 Glen Raven 的分水岭，真正地将我们提升到全球业务的状态。我们在欧洲总共有 800 名雇员，改变了我们的整个行事方法。”

“现在，我们对我们的业务有一个全球的视角。当我们谈论客户时，我们必须考虑他们所讲的语言、他们与我们的文化差异以及我们的营销和产品设计对他们的影响。”

“作为一家全球公司甚至会影响你对一天的工作和生活的安排，并且开始对亚洲比美国早 12 个小时，比澳大利亚早 14 个小时这样的事情非常敏感。这使我们成为更大、更强和更好的公司。”

“我们对将 Glen Raven 文化的元素传播到世界各地深感自豪 – 对员工真正的关心和一种企业家精神。”

3

全球物流专家

Wendy Miller 在 Glen Raven 七年的职业生涯都专注于国际运输以及不断变化的物流世界和海关规定。在她的当前职位中，她负责进口/出口/合规性文件、全球物流以及代表 Glen Raven Custom Fabrics 进行费率谈判。她以前在 Glen Raven Logistics 服务，帮助客户进行进出口合规性工作。

“我的目标是按照海关的相关法律和规定，在合规性方面提供最佳服务。在我们全球化的世界中，不可逆改的事实是变革始终促你前行，你每天都必须仔细阅读并进行研究，以跟上不断出现的问题，例如自由贸易协议、有关贸易、商业、海关和物流的规定的改变。”

“作为一家全球公司，我们能够通过陆运、空运或海运将客户的货物运送到世界上的任何地方。我们进行合同费率谈判，帮助那些数量不足以让自己有谈判资格的客户减少运输成本。”

“我们将逐渐成为全球纺织市场中的领导者，因为我们坚持不懈地进行变革。Glen Raven 在有才能的人身上进行投资，这些人充满自信，是梦想家也是行动家，是创新者也是实现者，是决策者也是终生学习者。”

法国

4



Emmanuel Guyart
国际经理，法国

每天都在世界旅行

Emmanuel Guyart 是一名国际销售经理，主要从事 Dickson 在欧盟以外地区的销售。过去五年来，他的主要责任包括与客户保持紧密联系，以及对市场增长提供支持。Guyart 拥有国际贸易学位，之前是中东和亚洲地区电子配件区域出口经理。

“每天即使你没有外出，你仍然在世界旅行。早晨你与来自亚太地区的交谈，下午你来到大洋的另一边与来自南美的客户联系，并且与北卡罗莱纳州的 *Glen Raven* 同事讨论我们的共同国际业务。”

“尽管我们在一个细分行业中工作，世界范围内的竞争很残酷，但这真的使我们的工作更加享受，因为我们必须每天将每一件事情放回一个大熔炉中。在国际上，我们以 *Dickson*® 品牌为名几乎支持每一件产品，我们还在中东和西欧销售 *Sunbrella*® 产品。”

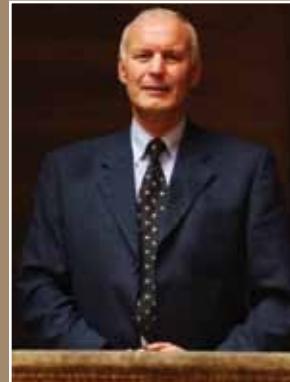
“作为一家全球公司，我们可以将产品发送到世界上的任何地方而不用考虑产品在哪里制造。”

“作为一家全球公司，我们可以将产品发送到世界上的任何地方而不用考虑产品在哪里制造。”

Emmanuel Guyart



Eugene Deleplanque
总经理,
Dickson-Constant, 法国



Matthew Watson
总经理
Dickson Coatings, 法国

全球网络，全球连接

Eugene Deleplanque 是 Dickson-Constant 的总经理，负责整个欧洲和世界各地的 Dickson® 遮阳篷、家具和航海用织物市场。Deleplanque 是 Dickson 在世界市场中成长的功臣之一，包括扩展美国市场。Deleplanque 于 1998 年 Glen Raven 合并 Dickson, SA 时加入 Glen Raven，在其职业生涯中参与了全球制造、营销和产品开发的各个方面。

“在 Glen Raven，我们有全球观点的优势，这种优势使我们能够向客户提供与众不同的创新想法。我们可以使客户与来自其他国家或地区的公司保持联系，并帮助他们找到在他们运营的国家没有的产品。”

“几乎我们的全部客户都逐渐全球化了，客户总部设在欧洲国家，制造在亚洲、美洲和欧洲并且全球经销也不是什么不寻常的事。在 100 多个国家或地区销售 Dickson 品牌的产品使我们成为全球公司，并且帮助我们了解我们服务的不同市场以及这些市场的发展情况。”

“我们为客户提供服务，了解他们的全球需要，通过了解当地文化以及使用当地语言的居民对他们的不同需求提供支持。”

占领独一无二的细分市场

Matthew Watson 担任 Dickson Coatings 总经理一职已经有 16 年了。他于 1998 年随着与 Dickson 的合并加入 Glen Raven。立足法国，Watson 全面负责一系列的高科技织物，包括 Dickson PTL 和 Dickson St. Clair 生产的织物介质和建筑织物到工业安全服。

“我们向全世界的特殊市场细分销售具有高度差异性的特殊产品。我们织造高韧性聚酯织物，并且在构造中涂有各种两三层厚的组分。我们致力于生产新的产品和不断更新现有的产品营销方式，以时刻领先竞争对手一步。”

“我们的目标是使 Dickson Coatings 成为涂层行业的‘保时捷’，我们选择占领有极少或根本没有直接的竞争对手的细分市场。作为一家创新公司，我们必须保持一种初创精神，提供具有价格竞争力的产品。”

“这个工作最激动的一部分是开发新产品并找到将新产品投入市场的方法。现在消费者市场中的耐热披风是我正在处理的产品中最让人激动的项目。”

亚洲



Alexis Maklakoff
国际营销经理，中国和北太平洋
周边地区，中国



Dan Crowe
营运项目经理，中国团队，
美国/中国

6

开拓新市场

Alexis Maklakoff 是中国和北太平洋周边地区的国际营销经理，在一个广阔的地理区域中为多个市场中的 Dickson®、Sunbrella® 和 Glen Raven 品牌产品提供支持。Maklakoff 在 Dickson 和 Glen Raven 有 13 年的工作经验，最近迁到美国的一个新营销岗位。

“我真正享受我的工作先锋的一面 – 看着市场从无到有成长起来，与不同的文化打交道，使我们的产品适应各种各样不同的需求。我与极具商业头脑的人以及高效率的人打交道。”

“开拓新市场对一家跨国公司至关重要，亦是我们的未来之匙。因为它发展迅速，Glen Raven 已经决心致力于此，而我个人也从中得到极大的满足。”

“我们正在使用我们现有的国际团队与世界各地的客户进行交流。这一网络使我们能够为日趋全球化的客户提供高效率中介和服务。无论客户身在何处，我们都能为他们快速处理事务，客户们对这一点非常欣赏。”

三大洲的技术专家

Dan Crowe 在 Glen Raven 的制造舞台已经有 20 多年的经验。他的职业生涯几乎涵盖制造的每一方面，包括工业工程设计、生产计划、织造与研发。最近，Crowe 担任 Glen Raven 中国工厂的营运项目经理，主要负责工艺选择与设备安装。他多次长期出差到中国，帮助工厂的启动。

“建设我们的中国新工厂需要将中国的办事方式与西方的办事方式有机组合。中国的文化与整个管理方式与美国的有很大差异，这真是一个挑战。”

“在我们于中国安装设备、培训同事、采购新设备、使工厂投产的过程中，我们克服了所有这些差异，包括语言障碍。在做一些新的事情时所面临的挑战真的给我一种成就感。参与中国团队是一件非常享受的事，因为它值得做，富有挑战而且对 Glen Raven 非常重要。”

“现在三大洲上都有制造，我们可以极大地缩短供应链。我们可以在全球范围内更快地交付产品，并且也能更快地提供技术帮助。”



“在商业化的今天，你必须是一家全球公司，而要成为一家全球公司，你必须在中国开展业务。”

Hua Li (Wally)



Hua Li (Wally)
总经理，
Glen Raven 亚洲，中国

承诺 – GLEN RAVEN 亚洲

Hua Li (Wally) 是 Glen Raven 亚洲的总经理，负责 Glen Raven 最近在中国苏州成立的 190,000 平方英尺的中心。除了管理该工厂以外，他还向负责 Glen Raven 的整体亚洲战略，包括与美国和欧洲公司的协调。Wally 以前在中国和印度尼西亚管理过纺织厂，这使他对在东西方文化下的纺织经营有独特的观点。

“Glen Raven Asia 和我们在这里的新工厂是对服务本地区的清晰承诺。我们不仅向中国大陆的制造端提供织物，还与这一地区的贸易伙伴和客户培养良好合作关系。”

“在商业化的今天，你必须是一家全球公司，而要成为一家全球公司，你必须在中国开展业务。Glen Raven 已经做出这个正确的战略承诺，使我们能够以独特的方式为我们的客户服务。”

“修建这个新的工厂是组建团队和融合文化的过程。来自世界各地的 Glen Raven 同事将他们的专业知识应用到修建和启动过程中。通过紧密合作，我们大家都学会了为我们的客户的利益如何更好地融合东西方观点。”



Ying Ping Gu
营销经理，中国

GLEN RAVEN 在亚洲打上烙印

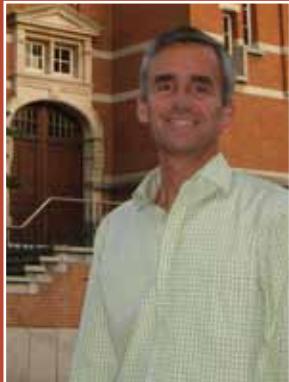
Ying Ping Gu 是 Glen Raven 在亚洲的第一批营销代表之一，差不多在八年前被派遣到在中国大陆新建立的办事处工作。她的目标是在该地区的主要制造商之间建立起 Sunbrella® 和 Dickson® 品牌名声。在加入 Glen Raven 之前，Gu 为一家汽车电子产品公司做进出口服务。

“我们最大的客户是将我们的织物用于家具、伞和遮阳篷等成品的公司，这些公司将产品出口到美国、欧洲和其他国家。我们还满足本地市场的需要。”

“我的最大挑战是跨越三大洲工作 – 亚洲、欧洲和北美洲 – 的不同时区、语言和文化。与我合作的人群的多样性也是工作中最享受的一部分，此外，我还与最高质量的漂亮织物打交道。我不必担心半夜三更会响起与质量问题有关的电话。”

“Glen Raven 的管理层始终愿意倾听来自世界各个角落的人的需要，并且始终鼓励创新。现在，我们在公司内有一个全球态度。”

比利时



Peter Winters
销售总监，
欧洲

长期投资

Peter Winters 是 Dickson- Constant 在欧洲的销售总监，立足比利时，产品时常涵盖整个欧洲的遮阳篷、日照防护、休闲家具、航海、工业和特殊用途市场。Winters 在 Dickson 有 15 年的工作经验，负责销售团队管理、营销战略制定与实施。在加入 Dickson 之前，他是一家生产日照防护产品的公司的出口销售经理。

“作为一家全球公司，*Glen Raven* 正在朝正确的方向前进。通过在美国、中国和欧洲拥有制造能力，以及在所有重要的世界市场中拥有销售队伍，我们成为一家全球公司。我们在区域市场中也有自己的员工，这意味着我们正在将文化与交流也考虑在内。”

“我们努力成为每一名客户的最有可能的合作伙伴，为专业人士提供漂亮的产品型录、服务、营销支持和工具。当我们第一次将创新产品带入市场中时，我们的客户可以看到我们是真正地在他们的长期将来与安全方面投资。”

“我相信，我们的 *GlenOvation* 计划是一个非常好的倡议，因为它使每一名同事都考虑我们的将来。只有开发新的产品并在我们的服务中创新才能推动我们的将来，支持我们的客户在未来取得成功。”

拉丁美洲



Roberto J. Davalos
销售经理，
拉丁美洲

世界公民

Roberto Davalos 七年前加入 *Glen Raven*，面临开拓拉美地区、服务现有客户及开发新客户的挑战。Davalos 将 Sunbrella® 和 Dickson® 品牌介绍给了从船舶制造商和家具制造商到酒店和学校等各行各业的客户。在加入 *Glen Raven* 之前，他从事建筑产品行业，包括窗户和遮阳篷。

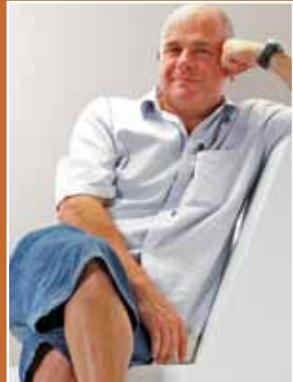
“我的最大挑战是熟悉我们的全部拉丁美洲客户，并更好地了解他们的需求以及我们可以如何满足这些需求。我与每个市场中的所有细分行业打交道，从遮阳篷到家具，从低端到高端经销商与最终用户。”

“目标是始终掌握在各个市场中的机会并且用 *Glen Raven* 提供的产品与服务满足这些需求。*Glen Raven* 给了我实现这个目标的自由，使这个工作非常有趣。”

“作为 *Glen Raven* 的销售人员，我们不能将我们自己看成某个国家的公民，而应该将我们自己看成世界公民。全球经济的未来属于那些能够预测不同市场细分的需求、风格、爱好、希望，更为重要的是，能够在世界任何地方供应的公司。”



南太平洋周边地区



Simon Gatliff

营销经理，南太平洋周边地区

创新思考

立足澳大利亚，Simon Gatliff 是 Glen Raven 在南太平洋周边地区的营销经理，服务新加坡、印度尼西亚、澳大利亚、新西兰和多个太平洋岛国内的所有细分市场。Gatliff 11 年前加入 Glen Raven，最初他的服务范围涵盖所有亚太国家和地区。在加入 Glen Raven 之前，他是一家美国家具公司的国际营销经理，在欧洲和美国生活与工作。

“我在 *Glen Raven* 的责任是创新思考，通过前瞻性的思考让公司保持领先，在所有市场中支持我们的两个遮阳篷品牌 (*Sunbrella*® 和 *Dickson*®)。我不断寻找能够有助于我们公司的全球成长的新市场和机会。”

“我为我们的批发商、经销商、制造商和最终用户提供营销支持。对于我们的产品的用途以及最适合终端产品的首选零件，我是所有细分市场中客户的一个有用资源。我们的品牌备受赞誉。”

“作为 *Glen Raven* 激奋人心的全球团队的一员非常令人自豪，因为我们不断地在市场内及与客户建立我们的网络。我们‘全球思考，全球行动’，在 *Glen Raven* 公司大伞之下巩固和加强我们品牌的价值。”

瑞典



Grégory Couture

董事总经理，
Dickson, 瑞典

生态、能源、智能纺织

Grégory Couture 是 Glen Raven 设在瑞典的 Göteborg 子公司的总经理。Couture 已经为公司工作了 13 年，领导一个代表 *Dickson-Constant*、*DicksonCoating* 和 *Sunbrella*® 产品在瑞典、丹麦、挪威、荷兰和冰岛开展业务的团队。此团队同时扮演销售和市场推广角色。

“我们的 *Dickson*® 品牌在日照防护市场中有强大的地位，*Sunbrella* 航海用品出现坚实的增长，使我们处于该类市场领先地位。我们前面的机会包括 *Sunbrella* 家具织物的住宅内饰，这一市场非常巨大。”

“生态、节能和智能纺织是能够帮助我们并确保我们的将来的概念。我们的行业会快速变化，速度比过去 30 年快得多。然而我们公司，由于其国际和全球地位，具有在这种环境中需要的所有品质。”

“我无法想到到现在还没有 *Glen Raven* 产品销售的国家。旅行到不同的国家和文化，会见不同背景和年龄的人，与我的同事和经销商一起制定战略 – 这些是此工作的真正乐趣所在。”





安德森
工厂的壮大



“Glen Raven Custom Fabrics 中的单词‘custom (定制)’在您考虑我们生产的各种各样的织物样式和图案时有特殊的含义。”

Jack Woodson

Glen Raven 的安德森制造厂是纺织行业中最现代化的一家纺织厂之一，宣布了一项为期三年，耗资 2000 万美元的扩展计划，提高其生产高质量高档织物以满足精明消费者的需求。扩展计划中的一个关键元素是将提花织造生产能力从 Glen Raven 附近的仅隔 50 公里的乔治亚州埃尔伯顿市的工厂，迁到安德森工厂。

“我们的埃尔伯顿工厂是世界上最成熟的提花织造公司之一，非常有助于我们提供的创新 Sunbrella® 家具织物的制造，”Glen Raven Custom Fabrics 的总经理 Steve Ellington 说。“遗憾的是，埃尔伯顿工厂的某些设施可以追溯到二十世纪二十年代，这意味着它不再适合现代化和扩展。”

通过将埃尔伯顿提花厂搬迁到超现代化的安德森工厂，Glen Raven 将获得显著的经营效率以及在需要时继续扩大生产的能力。埃尔伯顿的所有 166 名同事都在安德森工厂安顿了岗位，作为合并过程的一部分，预计合并将在今年年中完成。

“我们在安德森工厂投资，确保维护一个一流的，垂直整合的制造和开发工厂，”Ellington 说。“此合并将整合两个工厂最好的一面 – 来自埃尔伯顿和安德森工厂的先进纺织技术和员工的技能与奉献精神。此合并将最终使我们成为一家更强大更灵活的公司，更好的满足客户的需求。”

Glen Raven 的安德森工厂于 1995 年开始生产，在最初设计时即考虑了扩展能力。它有足够的现有面积来容纳从埃尔伯顿工厂迁移过来的提花织造和其他技术支持功能。两个工厂的合并将使埃尔伯顿工厂能够利用安德森工厂的物流和技术支持服务。

拥有几乎 1,000,000 平方英尺的面积，安德森工厂采用来自世界各地的一流制造技术建造。它是 Glen Raven 客户和贸易伙伴喜爱的参观地点。

“我们的客户和供应商总是带着深刻印象离开，并且了解到关于我们如果生产高性能织物的一些重要东西，”安德森工厂的营运总监，具有九年 Glen Raven 工作经验的 Woodson 如是说。“我们最先考虑的是我们同事的安全、质量和生产力。这已深入到企业文化之中。”

对安全的承诺成就 900 多万小时无工作时间损失的安全生产事故和事故发生率 1.1 的记录，而行业平均值为 5。质量和生产力反映在工厂生产的遮阳篷、航海用品、家具和汽车织物中。

“我们每周的产量高达 900,000 码，”Woodson 说。“这个生产总量最令人惊讶处在于我们接受 50 码到 10,000 码的织物订单。Glen Raven Custom Fabrics 中”的单词‘custom’ 在您考虑我们生产的各种各样的样式和图案时有特殊的含义。”

为了简化埃尔伯顿同事的过渡，Glen Raven 人力资源代表单个会见了受两个工厂的合并影响的埃尔伯顿同事。选择不搬到安德森工厂的员工得到离职补偿金。

“对我们的高性能织物的需求持续增长，以及我们执行了此合并/扩展计划、我们的整体制造能力也将提高，”Ellington 说。“此计划代表了我们对客户、同事和社区的长期承诺。我们将成为一家更强大更有效率的公司。”

引领新一代 安全服

“开发防护织物和安全服所面临的挑战是保护性能、经济性和舒适度的平衡。”

Mike Jeffrey



针对暴露于电气危险和火焰中的工人的安全标准越来越严格，因此需要开发新的高科技织物，这些织物不仅提供工作保护，而且还在需要艰辛身体活动的炽热的工作环境中也能穿着舒适。

“现在正在形成一种共识，即向你的员工提供的安全服仅仅满足各种政府安全标准是不够的，” Protective Textile Solutions 的营销代理 Mike Jeffrey 说。Protective Textile Solutions 公司是一家立足于加拿大安大略省的公司，专业经营北美地区的高科技织物工业应用。

“如果衣服太硬、太热或穿着不舒适，让员工遵守着装规定非常重要，”他继续道。“如果你的员工拒绝一直 穿着安全服，或者他们剪掉安全服的袖子等使其更舒适，那么提供安全服则毫无意义。”

北美阻燃织物市场估计为每年 3300 万码以上。这一市场包括经过处理的棉和毛等天然纤维、具有固有阻燃特性，专为保护衫、短裤、防护服、手套和大衣而设计的人工合成材料。此细分市场在最近几年来受到一系列日趋严格的安全标准的影响，包括美国国家防火协会 (National Fire Protection Association) NFPA70E，该标准是与电弧防护有关的安全标准。

“开发防护织物和安全服所面临的挑战是保护性能、经济性和舒适度的平衡，” Jeffrey 说。“织物必须完全满足政府标准，同时必须持久耐值得投资。最后，只有行业里的每个人都认识到衣物舒适的重要性，才能为员工提供持久的保护。”

即将在这个市场中推出的最新织物之一是 GlenGuard® FR，它是一种阻燃织物，由 Glen Raven Technical Fabrics 制造。GlenGuard FR 的研发工作进行已超过两年，以期解决保护性能、经济性和舒适度 的问题。它满足或超过包括 NFPA 70E 在内的所有与消防有关的主要政府标准。

“GlenGuard 在业界受到极大的关注，因为它是 20 年来在安全服市场中的第一个真正突破，” Jeffrey 说。“GlenGuard 提供现今单层衣服 (例如防护服、短裤和衬衫) 市场中最佳的保护重量比。使用 GlenGuard，工人们的安全服可以符合政府的安全保护规定，并且仍然保持外观体面，感觉舒适。”

GlenGuard 织物采用混纺克密尔聚酰胺纤维® SofShield 纤维及溶液染色 FR 改良丙烯酸纤维制造。形成的织物具有固有阻燃特性，同时即使在反复商业洗涤之后也不褪色。GlenGuard 纤维还具备增强的耐磨损性，从而延长了使用寿命，具备耐化学腐蚀性并改进的防潮能力，从而提高了工人的舒适度。织物手感柔软，有助于提高舒适度。

Glen Raven 推出新的织物，同时启动一项大型工业洗衣服务并成立一家电弧防护衣制造公司。Glen Raven 还与多家安全服制造商开展合作。这些制造商将在他们供应的产品中添加 GlenGuard，同时若干领先的工业和石油公司正在进行现场试用。

Glen Raven 正在继续其与 GlenGuard 有关的持续开发计划，探索在许多需要高水平保护的场合 扩展业务的机会，并进一步提高工人的舒适度。



开拓 “新疆界”



14



len Raven 最近宣布成立一个名为“新疆界”的新部门。目标是在全球范围内的公司内部建立一个创新焦点。Philippe Petot，一位经验丰富的高官，最近刚刚完成其中国工厂项目的使命，已经被任命为这一新部门的总监。最近，Petot这样评价“新疆界”：

对一个公司部门而言，”新疆界”是一个不寻常的名称。否则，为什么不赋予它“创意部”的名字呢？

我们需要一个涵盖公司整体目标的名称。这个名称将给我们带来新机会和新机遇。新产品新服务当然具有最高优先级别，但拥有了创新的动力，我们就可以积极面对能给我们公司带来新机遇的整个外部环境。我们确实在为Glen Raven寻找新的疆界，而不仅仅是改善产品和服务。

你如何将创新用到Glen Raven营运部门的工作中去的呢？

您可以将其归纳为两个领域—灵感和信息。我是整个公司内创新的主要倡导者，我支持将创新作为我们企业文化的一个重要元素。营运部门将继续负责公司的创新，而我的部门将在支持他们的工作过程中提供额外的资源。

我也计划将营运部门提供类似信息交换中心型的服务，向他们提供有关技术，竞争开发，消费者趋势和世界经济趋势的信息。现在世界有大量的信息，公司管理层根本不可能紧跟生死攸关的新发展。我希望通过摘要和趋势报告的形式简化他们的工作。这些摘要和趋势报告罗列了帮助他们更创新地思考所需要的信息。



“我们确实在为 Glen Raven寻找新的疆界，而不仅仅是改善产品和服务。”

Philippe Petot

尽管大多数创新源自营运部门，我们也将寻找削弱跨部门界线的机会以及寻求全新组织的新挑战。当我们谈及“新疆界”时，我们致力于从一个更加长远的角度出发。

您已经谈到以创新为基础的企业文化。创新文化看起来是什么样子？

一家具有创新文化的公司在于人们通过不同的镜头看待周围事物 - 产品，工艺，客户需求，消费者和业务趋势。这些镜头不仅促使他们看到事物的本质，还能看到其带给客户的最终利益。创新文化基于对“将会是什么”而不是“现在是什么”的永不满足的好奇心。

就创新程度而言，您对现在的Glen Raven有何评价？

整体而言我给我们打高分，但不是我们想要达到的高分。我们拥有127年的悠久历史 - 期间包含了很多创新。正是这些创新支持我们公司拥有如此之长的历史，这种精神到现在也在发扬光大。

创新是我们的核心价值之一，我们有一个名为GlenOvation的计划，正是为了奖励提出创意的员工。但是我们认为我们可以做的更好，这也是为什么我们建立“新疆界”部门的原因。我们拥有人才，资源和创意。我希望在协调所有元素方面有所帮助。

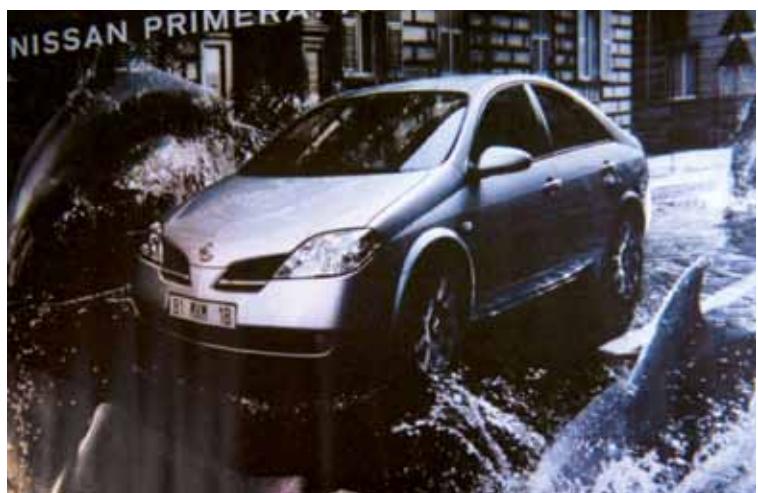
为什么创新如此重要？

现今世界上创新就是一切。在全球经济中，工作将以最符合成本效益的方式迁移到能够完成任务的国家，资本也将会在全球范围内运转。支持最好的想法，无论这些想法是在哪里构想的。

在多年前，Glen Raven即做出决定，我们将不在日常用品领域中竞争。我们的力量一直保持在而且将继续保持在以专有技术为基础的高科技产品中，以及能够占据主导地位的市场内。要维护此战略，创新绝对至关重要。创新思考，结合我们在制造，采购，营销和物流方面资源的深度，将确保我们继续保持在全球市场中的领先地位。

15

近期Glen Raven创新产品，从左到右，用于极端温度条件下的安全服；用于住宅内部装饰的高档Sunbrella®织物；用于汽车顶棚的新一代织物；高端零售商要求的环保并且具备最高水平的印刷清晰度的织物。



学习创新、全球化、变革

连

续两年，Glen Raven 在北卡罗莱纳大学 Chapel Hill 校园的 Kenan-Flagler 商学院为其 60 多名管理层成员主办了为期两天的密集的研讨会。主题是创新、全球化、营销和变革管理。Kenan-Flagler 是美国一流的商学院之一，对全球很多大公司提供战略咨询服务。以下是发言人的简短摘录，所有发言人都是北卡罗莱纳大学商学院教员，他们进行讲授、开展研究并向一流全球公司提供咨询服务。



全球竞争

Peter J. Brews

博士、法学学士、演讲

Brews, 一名南非本地人，是Kenan-Flagler商学院的副教授。他拥有商业与法律硕士学位，以及商业及与略计划及政策博士学位。



调整营销的 4P

Sridhar

Balasubramanian 博士演讲

Balasubramanian 博士是北卡罗莱纳大学营销副教授，专业从事营销战略、渠道管理和客户关系管理研究。

“有人爱全球化，有人恨全球化，有人既爱又恨，因为全球化创造工作机会，将中国视为把握机会的公司也是如此。缺乏全球化战略的美国公司将其视为一种威胁。中间的是一些知道他们需要指定‘全球’战略，但是无法确定如何前进的公司。”

“对美国的国家安全最大的威胁不是恐怖主义。是我们自己的国家不安全，很不幸，911事件将它放大了。在911之前，全球化被大多数人视为一个机会，但是在那恐怖的一天之后，我们边境以外的活动都变成了威胁。如果我们继续在国际上将自己隔离起来并关闭我们的国家和我们的经济，这会带来负面影响并降低我们的全球竞争力。”

“了解经济和社会进步非常重要。在美国起作用的模式并不是始终在世界的其他地方都起作用。中国经济是对美国经济的补充，因为制造外购；而印度是美国的竞争对手，因为它着重于信息技术。”

“从长远来看，美国经济是稳定的并且正在持续增长。我们继续会有宏观混乱和混沌的状况，因为我们遇到新的产品，不断变化的技术和不断出现的竞争，但是整体而言我们正在享受宏观稳定。所有类型的生命周期 – 产品、市场、组织 – 都变得越来越短，现在挑战将持续改造你自己。”

“你必须了解你的客户在做出购买决定时遵循的选择过程。否则你无法解释为什么有的产品成功，而有的产品失败。销售最重要的方面是倾听客户的意见。”

“将客户的头脑想成一个战场，在这个战场中，你与你的竞争对手争夺客户的注意力和欢心。你需要在指定情形下决定如何相对于竞争在这个战场中布置你的力量。不要惊讶，定位战略曾被描述为‘争夺客户头脑之战。’”

“在市场中定位产品或服务时有一个关键原则：理解是市场的反映。它不是你所认为的，也不是你认为客户所认为的。所有事实都在于客户的真正想法。”

“我们关于产品或服务创新的 99% 的想法是我们按照现有的关于我们的行业、我们的市场和我们的客户的假设进行猜测的。历史在我们的思考中占了很大的比重。除非你可以从这些假设中自由解放出来，否则难以创新思考。释放你的思维，让其自由思考。”

“如果你不是真正地了解客户是如何做出产品或服务选择的，那么你如何在市场中影响这些决定？你可以有技术质量优秀的产品，但是客户可能不根据这些质量做出他们的选择。它可能与你所想的完全不同。”



成长与 盈利能力

Albert H. Segars 博士演讲

Segars 博士是 RBC Centura 的创新与技术管理方面的著名教授。他的研究、教学和咨询领域包括创新、技术管理以及企业家关系。

“创新过程始于情报收集，而危险在于收集错误的情报、依赖错误的信息来源、收集太多的信息或只接受支持你的当前业务模型的信息。”

“创新由四个至关重要的阶段组成 – 情报收集、设计、选择和协调。如果按照旧的解决方案进行设计或者如果无法做出良好的选择，或根本没有选择，则创新过程在任何一个阶段都可能失败。协调是创新过程中确定是否实现需要的结果以及能够从成功与失败中汲取经验教训的地方。”

“创新者看到新的产品或服务时，他们会寻找这些产品和服务后面的潜在趋势。这些趋势可以是技术趋势，也可以是业务模型的新趋势。新趋势可以是创新趋势的灵感。”

“场景分析一个对创新极具有效的支持工具。通过场景分析，能够分析趋势中围绕趋势的不确定性，并且可以考虑极端情况。在场景分析中，我们不预测将来，我们考虑很多可能出现或可能不出现的不同的将来。此过程帮助你为想象不到的情况做好准备。”

Glen Raven, Inc.
Glen Raven, NC USA
336-227-6211

法国
Dickson-Constant
Wasquehal, 法国
33-3-20455959

Dickson St. Clair
Saint-Clair de la
Tour, 法国
33-4-74835100

意大利
Dickson-Constant
Gaglianico, 意大利
39-015-249-63-03

德国
Dickson-Constant GmbH
Fulda, 德国
49-661-380820

斯堪的纳维亚半岛
Dickson-Constant
Nordiska AB
Göteborg, Sweden
46-31-500095

拉丁美洲
Sunbrella/Dickson
Fort Myers, FL USA
239-466-2660

南非
Sunbrella/Dickson
Port Elizabeth, 南非
27-41-4844443

北太平洋周边地区
Sunbrella/Dickson
中国香港
852-2317-6390

南太平洋周边地区
Sunbrella/Dickson
澳大利亚悉尼
61 (2) 997-44393

中国
Sunbrella/Dickson
中国上海
86 (21) 6294-7668

Glen Raven Asia
中国江苏省苏州市
86 (512) 67638100



领导和 管理变革

Mabel M. Miguel 博士演讲

Miguel 博士是一名管理教授，在各种课程中向 MBA 学生讲授核心领导关系和管理技巧。她生于阿根廷，生活在委内瑞拉、巴巴多斯岛、法国和土耳其。

“公司的生存日益依赖快速和经常的变革能力，但是变革非常困难的。变化管理中的关键问题包括理解变化过程、理解能力和策略以及知道在变革开始过程中如何交流以控制阻力，并帮助员工在不断变化的环境中发展进步。”

“有效地管理变革是每一个人的责任。战略家必须后退并系统性地思考变革；这些变革的实施要求对个人反应敏感，同时仍然着重于目标和理想；被要求变化的个人必须理解变革的效果并做好准备。”

“对变革的阻力可通过几种方法来控制 – 为说明变革原因进行教育；参与实施；消除障碍，推动变革；为减少实际或预计损失而谈判；处理，可包括表意参与；强制，包括威胁、处罚或解雇。”

“**80%**的重大变革不能实现他们的预期目标，因为他们不能解决最富挑战性的障碍 – 人的接受与适应。从统计上而言，用在组织变革上的每五美元中就有四美元的付费不是最合理的，如果不是灾难性结果的话。”

RAVEN



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