

美洲新聞

Lawson Products公司更名為 Distribution Solutions Group



LAWSON Products

這家專營經銷的公司，旗下囊括了維修及操作用C零件經銷商Lawson Products、代工供應鏈服務提供商Lawson Products，以及電子測試和量測解決方案提供商Lawson Products。董事長兼最高執行長J. Bryan King表示：「我們很興奮能事業轉型進化到這一步，我們相信Distribution Solutions Group以及其口號『強大的解決方案，科學驗證的結果』，代表了我們強大的領導地位。」



Powerful Solutions. Proven Results.

1952年在芝加哥創立的Lawson Products，透過全美的據點以及哥斯大黎加、加拿大、墨西哥和加勒比海，經銷維修及操作用產品與服務。它旗下的經銷商Bolt Supply House服務西部加拿大的顧客，它的Kent Automotive品牌供應車修產品給汽車車修市場。

2022年第一季，Lawson Products 的銷售(含扣件)成長13.8%，達到1.179億美元。平均單日銷售成長12%，達到184萬美金。Lawson與Partsmaster兩家合併的銷售藉由價格、銷量以及業務人員生產力的挹注，成長了12.1%。2021年調升了價格，2022年第一季銷售環比提升。Bolt Supply House的銷售增加了26.9%，原因是分支據點的銷售依舊強勁，以及對油氣業顧客的銷售回溫。銷售位於高檔，使第一季毛利增加了590萬美金，達到6,050萬美金。銷售利潤率下降至51.3%，淨收入增加近三倍，達到900萬美金。

Distribution Solutions Group透過超過3,000名員工服務12萬名顧客。它透過經銷服務中心出貨到北美、歐洲、亞洲、南美和中東給顧客。



Henkel進行供應鏈脫碳

接合劑製造商Henkel訂定目標，將在2030年實現氣候友好型發展。該公司與能源永續公司Schneider Electric合作，要在2025年將營運的碳排放量減半。

Henkel的永續事業主任Ulla Hüppe說：「脫碳是我們達成永續性目標的進程中不可或缺的一環。我們全面投入Schneider Electric公司的計畫，也很榮幸被徵詢以分享我們的專業，幫助其他供應商起步。我們能一同推進正面的環境影響。」

2021年Henkel的每噸產品碳排已減半(對比2010基數年)，提供了永續性的成功典範。

在Schneider Electric公司負責永續採購與外部生產的副總Christophe Quiquempoix說：「氣候變遷帶來的挑戰無法單靠一家企業的行動來克服。企業的供應鏈佔有很大的碳排比例，所以對供應鏈夥伴進行呼籲是面對氣候採取行動時的關鍵步驟。能源是溫室氣體排放的主要來源，雖然我們都知道去碳並不容易，但這卻是很必要的。」

Hilti集團在2021年的 銷售上升



喜利得在2022年前四季的銷售成長5.6%，達到20.3億瑞郎(約20.4億美元)。以當地幣值換算，成長率達到9%。最高執行長Christoph Loos說：「全球供應鏈的瓶頸，以及原物料、能源和運輸價格的飆漲因俄烏戰爭與中國封城而惡化。」

以當地幣值換算，集團在歐洲的銷售增加8.8%，在北歐與南歐也取得正面的進展。在美洲，成長率達到10.9%，主要因為拉美地區銷售成長強勁。受到疫情影響，亞洲銷售僅微幅成長1.1%。東歐/中東/非洲地區銷售達兩位數(15.4%)，主要是俄烏戰爭以及相關的對俄制裁所帶來的效應要等到未來幾個月後才會反映在事業績效上。」

充滿挑戰的市場環境和利率的上升使建築業經濟緩成長的機率增加。「儘管如此，我們仍預期價格的調升會讓換算成當地貨幣的全年銷售成長率達到雙位數。」

該集團供應產品、系統、軟體與服務給全球建築和能源產業。它擁有約3.1萬個團隊成員，遍布120國，在2021年銷售額逼近60億瑞郎。Hilti在1941年創立於列支敦斯登，是由馬丁·喜利得家族信託所持有的私營企業。

銷售疲軟使FDI指數的成長減速

經季節調整的4月扣件經銷商指數從三月的57.2下跌到52.6，主因包括市場大環境成長減速導致銷售指數下跌、特殊扣件的原物料取得受限、恐慌性採購潮降溫，以及春假效應使銷售減弱。貝雅公司分析師David Manthey說：「定價持續調高，特別是針對不鏽鋼產品，這已透過同比定價指數的上升獲得了印證。整體來看，市場與成長的形勢依舊很正面，但與近幾個月相比之下，成長相對減速。」

經季節調整的前瞻指數從前三月的65.4下降到55.1，受到就業率數字不高以及未來半年景氣看好度下降的衝擊。David Manthey寫道：「整體來說，需求仍在正常狀態，供應鏈中的挑戰拉長了交付訂單的交期，我們相信扣件經銷商指數將保持上升狀態。」四月最主要的大事是成長減速。其中一位問卷回覆者說看見某些市場的成長在減速，但自己其他的事業還是在成長。另一位回覆者說事業正在萎縮，恐慌性採購已經結束，產品已經慢慢都到貨了。

產品的取得與否以及延長的交期仍使問卷回覆者感到憂慮。Manthey解釋：「接單力道仍然很強。原料價格還在上升，尤其是不鏽鋼，但至少我們又能夠固定出貨了。端看材料，新訂單的交期延長到了4至6個月。」縱使有供應鏈方面的挑戰，許多回覆者的銷售仍優於預期。

Fastenal公司4月的單日銷售成長20.3%，略低於預估的22.2%。扣件的銷售非常強，同年成長25.5%，與前一個月的25.2%成長大致一致。



專用工具及扣件經銷商協會：設法留住員工，有金錢以外的考量

專家Lisa Ryan在網路研討會中對協會的成員表示，要避免優秀員工寧可離職另謀街頭的低薪工作，關鍵在於企業文化。她回想起來覺得很奇妙的是，焊材產業的因緣際會讓她進入Lawson Products公司工作，當時她是新進人員的課堂上唯一的女性。學習金屬的前置作業與接合組裝作業，甚至是聞到了焊接時的氣味，讓她一頭栽進了這份工作。但她想起，其實是因為老闆引導的公司文化，才讓她願意足足待上了七年。

當時是新人的她，在Premier Automotive Supply公司的野餐會中找上了最高執行長Mort Mandel。執行長有興趣與她會談，她也因此讓執行長成為自己的支持者。平常的話，若她想要與執行長搭上話，理應是要徵詢好幾位不同階層主管的同意。此外，假如是在家遠端工作，可能也不會有這種面對面接

觸的機會。她發現，尤其是在疫情下的遠端工作會錯失與高層面對面會談的機會。為了能與遠端工作的員工維持人與人面對面接觸的感覺，她建議別在遠端會議中關掉鏡頭。

此外，她還提到員工的離職往往不是因為錢。「他們會離開，是因為想離開你的企業文化。正面的企業文化代表員工離職率非常低。」她遇過某些員工願意為了更好的工作文化而接受減薪，甚至減薪20%。

她提供7點建議來維繫與員工的關係：

1. 認可員工的傑出。
2. 提供員工管道。她說尤其是年輕的員工希望有管道能進到管理階層。
3. 表達同理心。你的員工會了解到在有需求時能得到照應。在你展現同理心的同時，即使有少數員工可能會利用你的同理，但仍有97%的員工會感謝你提供協助。
4. 彈性。每個職位都非得是早八晚五嗎？或者，是否能為缺保母照顧小孩或遭遇其他狀況的員工調整工時？
5. 做能夠留住員工的面談。一般雇主都是等到員工提出離職時面談，但其實應該新增能留住員工的面談。可以先從詢問員工「最喜歡公司的三件事」開始。別問員工不喜歡什麼，而是要問「如果你是我，你會想做出什麼改變？」她說員工傾向在第一輪面談中說你想聽的話，但在後面幾輪會傾訴更多心裡話。
6. 做教育訓練投資。許多雇主因為員工會離開而不願投資教育訓練。但她問道：「如果你不用親自訓練他們，他們也願意留下來呢？」她建議提供給員工1500美元作為教育訓練補助，可用於讓員工參加午餐講座、派員工參展或出席國際演講會。有3%到5%善用教育訓練的員工會成為你的種子領導者。
7. 對你的下屬表達謝意。她想起自己擔任鍛造部門的銷售員時，老闆曾在她的績效獎金單上親手寫了讚美的話。

Field Fastener公司宣布領導職位交接

Field Fastener是一間家族企業，對全球提供庫存管理、技術支援服務與扣件和其他C級零件的完整供應鏈方案。該公司宣布領導職位交接的計畫。董事長兼最高執行長Jim Derry已宣布Adam Derry將接任董事長職位。此外，Chris Pauli將升職擔任執行副總與首席財務長。Jim Derry將續任最高執行長一職。



1990年，Jim Derry和Bill Derry從Dick Field手中收購了Field Fastener公司。自那時起，Field Fastener公司的成長急遽加速，每年平均成長率達到18%，歸功於它的世界級企業文化以及堅持以顧客為本。該公司目前的據點分佈於伊利諾伊州羅克福德、德州泰勒、南卡羅來納州佛羅倫薩、伊利諾伊州特洛伊、墨西哥蒙特雷和蒙克洛瓦，以及台灣高雄市。Jim Derry作為最高執行長，將與重點客戶建立關係，專攻併購與策略規劃。擔任董事長的Adam Derry將為公司上下提供策略指導，確保公司達成財務與組織目標。Adam Derry將負責公司的營運計畫、十年策略計畫，以及守護並強化公司企業文化。



Copper State Bolt & Nut Co.
Your Fastener Specialist

Copper State Bolt & Nut公司慶祝50週年

Copper State Bolt & Nut公司慶祝50年來為經銷商、製造商提供高品質產品、絕佳的服務，並與來自建築、採礦、製造業、再生能源產業的顧客建立強韌的關係。

Martin Calfee在1972年於亞歷桑納州鳳凰城設立該公司，當時占地六千平方英尺，有6名員工。他了解為高品質的顧客服務打好基礎至關重要。

他說：「從一開始我的目標就是要成為美國最佳經銷商。」「我想要提供城鎮內最好的顧客服務，我也希望我的供應商認為我是他們最好的顧客。」為實現這一點，該公司確保所有員工、顧客與廠商了解他們自己也是一家人。正是因為對「關係至上」的重視，讓該公司得以擴大規模到500名員工，遍布於美國西部10個州下的30個據點，服務超過2萬名顧客。

Rotor Clip公司與LISI Automotive公司合作

Rotor Clip與LISI Automotive NOMEL公司合作服務工業市場。這兩間公司在全球是應用導向的解決方案領導者，雙方擁有加總起來超過200年的絕佳製造經驗，為汽車、航太、醫療等產業提供服務。



Rotor Clip在全球是製造與設計簧環、扣環與波形彈簧的領導者，如今透過LISI Automotive公司來擴大產品陣容、工程能力與服務。這兩家公司在歐盟市場中完備的製造據點與經銷據點能發揮綜效。LISI Automotive事業發展總經理Christophe Martin表示：「我們兩家品牌在歐洲都有知名度，我們會為顧客提供建議、發揮技術專業並提供當地生產的多種產品。」「在歐洲市場面臨巨大變革的當下，這項合作會確保增加供應鏈的穩定性。」

John Wolz, FIN編輯 (globalfastenernews.com)
Mike McNulty, FTI副總兼編輯 (www.fastenertech.com)

