

收购完成一年后 庆祝成功合并



总协同效应

跟踪了500+个项目

合并

21家公司完全合并

采购

节省1,400万瑞士法郎

产品上市

在10+个国家/地区发布34款新品

第一年主要成就

5

个双品牌整合设计

500+

项目跟踪

运营协同效应超过

2,500万瑞士法郎

21

家公司完全整合

5+

个非派丽所在国家/地区推行“更合理花费”概念

34

款新品在超过10个国家/地区发布

48%

的协同效应项目为交叉销售

所有

国家/地区均有协同效应的报告

35+

运营协同标准项目启动



亲爱的朋友们

就在一年前的5月23日，我们正式宣布派丽合并完成。之后，我们见证了各个公司、各级员工以及目标市场的出色工作。这充分彰显了前所未有的团队协作精神。所有人都在朝着同一目标向前迈进，力争成为一家取得卓越成果的成功公司。

我们跟踪了超过500个计划。这些计划可以确保完全施展协同潜能，预计实现多达8,000万至1亿的协同效益。仅采购方面，我们已节省高达1,400万瑞士法郎。

合并之后，西卡增加了38个品牌，其中不乏一些非常成功的品牌，比如Davco、Revear、Klaukol、Parexlanco和Seifert。合并工作已经紧锣密鼓地开始，并推出了双品牌。随处都能看到新的计划：在超过10个国家/地区推出34款新品，总协同效应的48%为交叉销售，超过35个运营协同计划开始实施。

祝贺这些国家/地区迄今为止取得的优异成绩。尽管新冠肺炎疫情目前仍在持续，你们已经更加专注和高效地投入到了工作中。每个人都表现出了出色的团队合作精神和共克时艰的坚定决心。这有助于未来我们共同取得成功。让我们热烈欢迎所有派丽员工加入新的西卡大家庭！

“我们正在举行派丽并购一周年庆典，借此机会，可以共同回顾这一年来许多团队和个人付出的巨大努力。我们在对所取得成就感到骄傲的同时，更多的还要意识到不足，因为仍有许多工作等待我们去探索，众多机会等待我们去把握。由于制定了许多计划，我们见证了合并后的公司正变得日益强大，我们的分销实力也得到了不断加强。现在，我们需要继续沿着这条道路砥砺前行，争取成为建筑装修领域当之无愧的佼佼者。”

PHILIPPE JOST
建筑负责人

PAUL SCHULER
首席执行官

目录

分销网络与交叉销售	4	贴砖竞赛与新品环氧美缝剂	12
合并成功因素	5	新加坡金牌西卡门店	14
加强分销	6	采购斩获	15
与员工建立信任	7	支持可持续性建设	16
智利：合二为一	8	备受菲律宾客户青睐	18
合并派丽品牌	10	成就与后续行动	19

增加分销网络： 2020年增加10%+的分销商



在中国的成功交叉销售策略

自收购以来，我们制定了强大的交叉销售策略。这不仅可以提供额外的增长，也为新冠疫情后的复苏和继续实施扩张策略提供了基础。

- 超过70%的3,200家现有德高专卖店和23,300多家德高销售网点内销售西卡产品。
- 开展新的西卡产品零售模式，在中国已开设10家西卡专卖店
- 该模式首先从零售业务的密封和粘接品类开始，预计将在2020年扩展到其他类别
- 交叉销售协同效应不仅会在零售渠道中产生，在我们日益发展的电子商务平台上也是如此
- 自合并完成以来，已经推出了10款西卡新品



亚太地区分销和建筑装修负责人兼中国区副总裁邵德先生

合并成功因素

SÉRGIO FERREIRA – 业务发展经理，建筑装修，拉丁美洲

“两家公司的合并流程非常有条理、有组织且有包容性，还会定期举行会议。

员工的敬业度、对业务的相互理解以及积极探寻每个公司所能提供的服务，这些都是合并成功的主要原因。

现在，随着公司的合并，未来我们将会取得更大成就。我们掌握着绝佳的交叉销售机会。因此，我们将会从系统的角度而非产品角度重点关注合并后的方案。

仍有很多工作需要完成，我们将始终坚定不移地前进！”



KATARINA LUCIC – 区域战略与合并经理，亚太区

“当所有人齐心协力，朝着共同目标迈进，脑海中想着充分利用彼此的市场和产品专业知识，更好地服务客户时，我们将会取得怎样的成就？这真是一件不可思议的事情。”

KILSON NOGUEIRA – 分销业务销售总监，派丽巴西

“市场细分回顾是合并过程中交叉销售取得成功的关键因素，因为我们有新的来自派丽的分支客户群，它们之前并不存在于西卡之中，比如商铺和瓷砖店。这样，我们便可采用品类管理概念来介绍西卡复杂的产品。衷心感谢西卡和派丽团队的紧密合作，让我们在巴西拥有了良好的开端。”

EVELYNE PRAT – 水泥系统公司技术负责人

LUZ GRANIZO – 工程砂浆技术负责人

“派丽团队加入西卡研发社区已经一年了，我们感觉已经成为了这个家庭的一份子。我们与Luz Granizo的首个重要目标便是将人心凝聚在一起，让他们了解相同的主人翁精神并彼此学习。

我们在60个国家/地区设有65个技术中心，他们都能了解到派丽和西卡在水泥配方领域的专业知识。作为团队，我们所有人都致力于为建筑市场提供可持续高性能的解决方案。”





在法国分销商处展示西卡货架

加强分销

品类管理是分销业务中的关键组成部分之一。品类管理是将我们的产品以适合我们经销商的品类组合解决方案进行组织的过程，如大卖场的建材，或关联经销商的地面铺装解决方案等。

品类管理可让西卡充分采纳客户的观点，成为品类的单一来源供应商，同时还能不断完善西卡产品线的交叉销售。

在收购派丽之前，西卡的顶级品类是混凝土和维修，占分销销售额的32%。此类别开发良好，解决方案在所有国家/地区的西卡建筑商、家居中心和五金商店都非常畅销。

在收购派丽之后，西卡的地面铺装细分市场与混凝土和维修处于同一水平。这赋予了西卡新渠道进入地面铺装市场的机会，这样便可以为地面准备（自流平地基）、地板胶粘剂和瓷砖铺贴提供高端解决方案。此前西卡在这方面表现并不突出，但现在西卡可以接触各国家/地区的新分销网络。这也让西卡通过为客户提供强大的解决方案，占领商店内新的销售区域。

合并旨在打造这些类别的方案，从而获得新的分销渠道（如地面铺装经销商），并赢得新的机会。为帮助实现目标，西卡任命了来自派丽的地面铺装品类经理建立公司分销团队，以确定交叉销售解决方案，并充分利用我们目标市场的所有解决方案开发地面铺装细分市场。此举最终将有利于西卡的长期增长，并巩固公司在分销市场的地位。



STEPHANE HAUSTCH, 地面铺装品类经理 - 公司分销商

“为了开发地面铺装品类，我们在拉丁美洲三个国家（哥伦比亚、厄瓜多尔和秘鲁）充分调查了瓷砖铺设材料的上市途径，包括防水和自流平基层解决方案。

我们得出的结论是：我们在当地的主要竞争对手在地面铺装经销商细分市场表现并不活跃（仅占15-25%的市场份额）。因此，我们与当地的团队一起，在结合特定的产品和装修解决方案后，共同构思了可专门针对瓷砖店的地面铺装品类概念。我们充分利用了西卡和派丽的团队力量，共同实现了目标！”

为成功合并建立信任

派丽人力资源负责人Catherine Mathieu女士揭示了派丽和西卡员工如何为成功合并做出了贡献。

您如何描述西卡和派丽文化的相似性和差异性？

派丽和西卡的员工对业务都拥有同样的热情，对客户服务都怀有强烈的责任感，并且渴望不断创新。我们的员工对公司也有高度使命感，许多员工都是和公司一起发展成长起来的。

在收购前，由于派丽的规模和传统，相较书面形式，他们更偏向口头文化。公司的结构也非常精简，通过人际网络协调关键流程。与西卡相比，派丽只在少量的国家/地区之间存在直接联系。通过合并到西卡，我们获得了强大的区域组织的支持。

现在，我们拥有好几个销售点，而此前只有一个。这帮助改变了决策过程的动态性。同时，它提供了更多的支持和工具。

我们的另一个共同点是“信任”。派丽的口号是“共同积累专业知识”，西卡的是“诚就卓越”。这些标语都充分彰显了我们希望与客户建立长久的合作关系。



Catherine Mathieu

在合并过程中，如何确保派丽员工融入西卡文化？

合并是基于“业务发展、交叉销售、更好购买、更好消费”原则来计划和组织的，通过采用积极、高效和务实的方式，以更好地开展工作。当然，我们已根据各个国家/地区的业务规模及其相关环境进行了调整。

我们花费了大量时间，通过网络研讨会或面对面演讲，向每位派丽员工解释了西卡的五项价值观和准则以及合规政策，这些都是西卡集团的重要组成部分。

我们还任命了好几位派丽经理担任西卡集团总部和当地的关键职务，这也是能够成功合并的关键所在。有些经理还受邀参加了集团的培训课程，这对于了解集团文化以及为员工提供人际交往机会至关重要。

文化整合的下一步是什么？

尽管当前我们面临全球健康危机，但我们的团队在分享最佳实践和扩展人际关系方面仍表现出了坚定的责任感。

我们正在制定共同的定量和定性目标，以增强共同的责任感。最后，我们正在奠定共同的历史基础，包括共同的成功和市场发展（如幕墙业务），以确保每个人都有强烈的西卡集团归属感。



赞助由Easy组织的当地足球锦标赛，Easy是一家DIY分销商，他们的承包商和终端用户都参加了比赛。

西卡智利：合二为一

西卡（智利）公司总经理Daniel Monteiro和合并经理Sergio Wertheim透露了他们去年取得的合并成就。

请向我们介绍这两家公司的背景

西卡智利在全国设有2家工厂和4个商业办事处，拥有约150名员工，活跃于7个目标市场，并在当地生产75%的产品，主要有外加剂、工业砂浆、环氧胶粘剂和地坪、密封胶和液体卷材。其主要工厂和总部位于圣地亚哥，另一个工厂和办事处位于安托法加斯塔，未来还将在康塞普西翁和蒙特港设立办事处。

派丽智利在全国设有3家工厂和办事处，约有140名员工，主要活跃于砂浆和瓷砖胶粘剂市场（现为建筑装饰目标市场），其95%的产品在当地生产。其总部和主要工厂均位于圣地亚哥，在阿里卡和洛杉矶也设有工厂。

如您所见，尽管两家公司规模类似，但他们在不同的市场开展业务。凭借此次合并，销售总额的60%通过分销

渠道实现，我们的工厂可以为超过1,500名客户提供服务。我们正在充分利用西卡和派丽的最佳实践经验，致力于打造一家实力强大的公司。

一年来你们取得了哪些成就？

收购结束后不久，我们就启动了合并流程，到2019年9月，合并后的组织有了一个清晰的架构。这个目标明确的组织于2020年1月正式落地，公司目标只有一个：齐心协力，砥砺前行。从那时起，研发、销售、营销、人力资源、运营和部分财务团队的同事们一直在一起工作。

此外，还催生出了不少交叉销售的机会，双方的销售团队不断联系新客户和销售新产品。我们的瓷砖胶粘剂品

牌SikaCeram®补充了多款新产品（如瓷砖填缝剂），凭借强大的产品线，西卡与该领域当前市场上的龙头企业展开了竞争。部分拉丁美洲地区的生产线无法生产出所有产品，还有些地区没有派丽的分公司，所以在交叉销售计划的基础上，西卡智利公司正在向这些地区出口上述产品。

在业务方面，第一项举措是将砂浆生产地从圣华金迁到兰帕，这里的生产效率更高，产能更强。此外，我们还关闭了阿里卡工厂，并将厂址迁到了智利矿都安托法加斯塔，巩固了北部地区的业务。这两项工作均于2019年年底前完成。

同时，我们也在简化目前的派丽品牌组合，以确保品牌能持续成长，我们计划将六个派丽品牌精简到三个。强大的品牌实力有助于客户轻松识别出我们的产品。

在管理方面，通过将派丽纳入西卡ERP，我们正努力将两家公司合并为一个法人实体。这项工作正在进行中，我们预计可以在2020年第二季度末完成。本次ERP合并将强化同一系统下的“同一公司”精神。

合并成功的关键因素是什么？

合并其实就是与人和流程打交道，要想做出正确的决策，就必须熟悉市场情况。我们认为以下是这次合并成功的关键因素：

- 两家公司的员工都很开明，他们认可并实施最佳实践经验，而不是以他们熟悉的方式行事。
- 大多数员工都明白，合并是职业发展的重大机遇。
- 我们任命了一位双方认可的高级经理，并任命他为两家公司的合并经理，负责协调合并事宜。

收购后新增

40

家经销商

- 我们能确定正确的行动计划，并为其配置资源，促使计划早日实现。
- 我们制定了共同的目标，并一起努力实现这些目标。

接下来有什么打算？

从现在起到5月底，我们将调整在圣地亚哥的配送中心，将分布于城市周边的四个配送中心合并为兰帕的一个，这里距工厂更近。

7月初，两家公司都将纳入ERP中，合并为一个法人实体的工作将在30天内完成。

我们计划于2021年在康塞普西翁建立新厂，巩固南部地区的业务，我们的目标是增加砂浆产量，并开始生产预混料。

最后，我们的下一步计划是成为一家公司——西卡，新公司将得益于西卡和派丽积累的宝贵经验。



在派丽工厂开展的西卡客户培训活动

合并派丽品牌



Reveal是阿根廷涂料市场的一个知名品牌，专注于纹理装修领域

收购派丽后，西卡旗下多出了38个品牌，他们的内部合并活动已经启动。未来五年内，大多数派丽品牌和产品都将合并到西卡的产品系列中。下一步是做好规划，并确保产品平稳“上架”。

西卡确定了在分销业务中表现强劲的品牌，并为它们制定了过渡之路——逐步在包装、营销、沟通方面树立品牌合并形象。这样做能与客户保持顺畅的（可视化）沟通，并顺利将品牌价值转移到西卡上。

这种新型合并过程和品牌过渡方法也将用于其他收购公司的合并活动中。

对于大多数需要过渡的品牌来说，包装、营销和沟通的开发和实施早已启动，而其余活动都均在规划阶段。

22

个品牌3-5年内全面合并

9

个品牌2020年内全面合并

38

个品牌（共计）

11

个需要过渡的强大分销品牌

品牌过渡案例



Reveal是阿根廷涂料市场的一个知名品牌，专注于纹理专修领域

在阿根廷，Reveal主要在涂料经销商的店内销售，目标人群是西卡的一类新型终端用户：业主。这一细分市场的客户认为西卡是一个技术型品牌，而Reveal的品牌形象则更具感性。Reveal和西卡强强联合后，这两个品牌将分别从彼此的优势和核心品牌资产中获益。

在巴西的瓷砖胶粘剂市场上，Portokoll的市场份额高于西卡。西卡计划在巴西和整个南美地区加强西卡品牌的影响力。进入品牌过渡阶段后，市场将对西卡品牌更为熟悉，这有利于开发SikaCeram®瓷砖粘合剂系列产品。



将PortoKoll（巴西）和Seifert（比利时）合并到西卡的第一个过渡阶段的包装示例。

Seifert在比利时本土市场的外墙业务中占有很高的市场份额，而西卡目前还尚未进入这个市场。两个品牌都能从中受益：西卡可以接触到新客户，而Seifert则可借助西卡的销售网络分销他们的产品。Seifert之前从未通过分销出售过产品。

贴砖技术更上一层楼

作为一家领先的瓷砖铺装材料制造商，西卡为贴砖技师举办了大量活动。西卡在许多国家和地区定期组织培训，分享技术指导，传授最新产品技术，致力于提升贴砖技师的专业知识和技能。

此外，西卡正在将派丽的“贴砖大赛”推广至更多国家和地区。去年，首届国际贴砖大赛决赛由德高中国在广州主办，中国区贴砖大赛的冠军与从法国、澳大利亚、阿根廷、摩洛哥、巴拉圭等5个参赛国家脱颖而出的国家级贴砖技师汇聚一堂。

在广州的总决赛中，贴砖大师们需在限定时间内完成一个技术项目，然后由陪审团打分。这是所有参赛贴砖技师一展身手的舞台，也是一段难忘的经历；他们不仅收获了奖项和认可（赛事经电视报道，亲临大型商场现场观看比赛的观众超10万余名），也是一次与各国同行交流心得的难忘旅程。

西卡非常重视贴砖技师，并致力于提升他们的技术水平和专业知识，西卡深知项目的成功既需要优质的产品，也离不开技艺高超的匠人。西卡的分销网络遍布全球100个国家和地区，而派丽每年会在全球范围内培训近10万名贴砖技师，具备丰富的行业经验和专业知识，双方的共同努力必将使贴砖技师的技术更上一层楼。



2019年9月，贴砖大赛在澳大利亚悉尼举办

每年，全球有
100,000
名贴砖技师参加培训



2019年11月，国际贴砖大赛在中国广州举办

在社交媒体上观看去年贴砖大赛视频的人次超

1,400万



新型环氧瓷砖美缝剂使用方便，装饰效果出色

双管环氧瓷砖美缝剂

西卡推出了一款创新产品，可降低贴砖技师的工作难度，提升工作效率。

虽然环氧瓷砖美缝剂的技术性能很高，但清理施涂后残留的胶体却并不轻松。借助派丽的专业知识，西卡推出了SikaCeram®-850 Design。这款产品采用了双组分硬管包装，易于手持，美缝剂可以像密封胶一样施涂，所以与传统美缝剂应用相比，这款产品可减少残留胶体量。与其他环氧美缝剂一样，SikaCeram®-850 Design也具备优异的耐污性、化学性和防潮性。此外，SikaCeram®-850 Design还配有一个特殊的清洁套件，可确保瓷砖饰面干净整洁。

SikaCeram®-850 Design已在东南亚和拉丁美洲上市，并提供定制化包装和营销工具。





2020年2月金牌门店正式开业

新加坡金牌西卡门店

在派丽的鼎力支持下，西卡新加坡与AikChinHin (ACH) 建立了长期合作伙伴关系，在新加坡开设了第一家西卡金牌门店。

西卡金牌门店于2020年2月19日正式开业，旨在销售丰富多样的西卡产品，产品经过精心挑选，能够全面满足当地分销行业的需求。

西卡金牌门店坐落于新加坡中部繁忙的工业区，门店以互动体验为特色，各类产品的展示穿插其间，丰富客户的体验。利用这一方式，往来客户就可以直观地了解各种产品的应用和使用功能，方便客户根据自己的需求选择正确的西卡产品。

为了进一步推动西卡金牌门店的成功运营，ACH员工还定期接受产品培训和动手应用课程，使他们能够积极响应客户的任何疑问，并提供出色的售前和售后服务。

ACH拥有一支庞大的室内和室外销售团队，可以向其广泛的五金店客户推广西卡产品。

西卡品牌将在ACH门店网络中的五个分店和五个德高红标门店中推广，从而提高西卡在分销领域的品牌知名度；此外，我们还在本地市场中推广和开发西卡系列产品。

采购斩获

西卡采购负责人Marcos Vazquez向我们展示了出色的团队合作如何确保延伸采购协同效应。

收购完成后的最初几周对于采购团队来说是一个艰难的时期。采购是快速致胜的关键，而对于收购之后第一笔精打细算的开支来说，时间是一个至关重要的因素。与派丽采购团队合作制定协同效应计划是我们工作的重中之重，其中包括核实合并支出数据、制定行动计划以协调原材料，以及做好与所有主要供应商进行谈判的准备。

收购首日之后，我们迅速合并了西卡和派丽的全球、区域以及国家采购团队，开始为各个国家和供应商制定相应的计划。就在这短短的时间内，我们打造了一支经验丰富的专业团队，不仅营造了良好的团队氛围，团队成员之间还积极共享专业知识和最佳实践经验，齐心协力实现我们雄心勃勃的采购协同目标。

受益于这一出色的团队合作精神，我们才能自豪地宣布：我们已经大幅降低了价格，每年可节省超过1,400万瑞士法郎。不仅如此，我们还完成了各个国家采购团队的合并；我们将持续开展更多节约举措，努力超越过去12个月合并计划所取得的成就，创造更多价值。



Marcos Vazquez

谈判亮点

包装

充分利用公司供应商的优惠价格，为本地纸袋供应商实现更优定价。派丽和西卡的本地和区域采购团队与当地供应商经协商谈判达成了互惠互利的采购条件，年度总消耗量约为5,000万件。这些新条件已于2019年10月起生效。

利用总部、区域和地方结构

每年节省总额为
500,000瑞士法郎



原材料

重新协商谈判整个西卡集团的铝酸盐水泥业务。利用全球消费降低各个区域的价格。西卡全球物料部门经理在当地采购团队的支持下，就西卡-派丽的总量进行了重新谈判。更高的总量和共同的增长潜力成就了更实惠的价格。新达成的价格自2019年10月起生效。

充分利用总量和增长优势

每年节省总额为
250,000瑞士法郎

在EMEA区域重新谈判了硅灰。利用西卡和派丽的捆绑需求量达成了更优渥的条件（包括非派丽国家）。自2020年3月起实施新价格。

利用数量优势采购派丽B材料，实现节约

每年节省总额为
150,000瑞士法郎



6

款新品已在新加坡上市



PARNATUR®, 首款“易喷涂”隔热隔音麻基砂浆

携手支持可持续性建设

西卡始终坚持可持续发展战略。通过与派丽进行合并，公司将能够进一步提高其战略实力。

多年来，可持续发展一直是西卡企业管理的关键价值和核心要素。派丽和西卡团队秉持创新理念，致力于为可持续建筑做出贡献；增强可持续发展理念，不断开发新产品来满足客户需求，同时减少对环境的影响。自2019年中期以来，派丽的可持续发展计划已融入到西卡框架之中。这些计划已经纳入总体可持续发展战略、产品制定、社会承诺、职业健康与安全以及生产设施资源管理之中。

战略性聚焦气候表现

随着向低碳经济过渡的趋势不断增强，战略重点也日益聚焦气候表现以及新技术和操作方法的开发之上。西卡可持续发展战略“更多价值——更少影响”的远大目标是：截至2023年，每吨二氧化碳的排放量减少12.0%，从而减少能源和水资源消耗、减少废弃物、提高可再生能源电价。在合并过程中，派丽企业社会责任（CSR）计划“责任建设”及其对可持续发展的贡献已经过审查，并纳入到西卡可持续发展战略之中。联合计划旨在提高产品的可持续性和耐用性，优化资源管理，以减少西卡及其客户的总体环境足迹。

西卡聚焦17个联合国可持续发展目标（UN SDG）中的八大目标。这八大目标与“可持续发展战略”保持一致，各项计划推动这一战略的执行。例如，UN SDG 13“气候行动”促进了可再生能源使用的增加、减少了二氧化碳排放量，同时推动了对客户碳足迹产生积极影响的产品开发。

支持可持续建筑的新解决方案

对于可持续发展解决方案，优先考虑使用回收或生物来源的原材料项目。诸如PARNATUR®（首款“易喷涂”隔热隔音麻基砂浆）等新解决方案有助于在建筑业中推广生物来源的骨料，以帮助降低能耗。纤维混凝土是一种

天然解决方案，它具有高度的CO₂储存系数，可以完全回收利用。此外，位于法国里昂附近的前派丽研发中心“西卡水泥系统全球技术中心”目前正在研究工业制造副产品粘合剂和沙子的替代产品。团队正致力于开发产品配方，例如重新使用和限价砂浆厂的生产尾料或除尘器粉末。原材料替代产品不仅可以提高产品的可持续性，还具有优异耐磨性等其他功能。

致力于环境、健康和社区服务

目前正在采取一些行动来减少西卡生产工厂的能耗，例如系统性能耗措施、能源采购优化和工艺改进。除了减少能源、废弃物和水资源的消耗，“2023可持续发展战略”还注重职业健康与安全；同时，西卡成功采用了派丽的“在线安全”模板。通过共享与根本原因和预防措施相关的信息，可以扩展知识库并提高预防事故的能力。

在选定的国家设立派丽计划，并与法国社会企业“PUR Projet”以及社区农林业、再造林和保护项目方面的专家携手合作推进这一计划。这一计划旨在减轻气候变化影响、节约用水以及支持当地社区发展。



收购的派丽公司的可持续发展专家们已完全融入西卡可持续发展团队之中。

截至2023年，每吨产品能源使用量减少

15%

截至2023年，每吨产品CO₂排放量减少

12%



PARNATUR®旨在减少建筑水泥的使用、减少CO₂排放

备受菲律宾客户青睐

派丽德高前总经理、西卡菲律宾新任总经理 Christophe Lejeune向我们透露，客户对产品范围的扩展倍感兴奋。

西卡菲律宾至今实现的最大合并成就是什么？

合并过程的首要任务是如何以最佳方式合并两个企业的内部人员。两家公司的团队都十分优秀，而我们所面临的挑战之一就是确定最佳的结构，以实现人员优势互补，为市场和客户提供更优质的服务。合并的积极方面在于：两家公司拥有相似的企业文化，这对合并大有帮助。

在回顾我们各自的客户时，我们看到有分销和直销两种业务模式。我们现在正在根据市场行为发展这两种模式，其重点在于：在开发新客户的同时继续为现有客户提供优质服务。

就我们提供的产品范围而言，两家公司仅有几种竞争产品为不同的细分市场提供服务，且每个品牌在各个目标市场中都具有良好的市场地位。在企业的带领和区域团队的支持下进行了品牌推广活动，使我们能够针对每个目标市场进行可靠定位，从而为每个品牌确立合适的定位。正因如此，我们能够为客户提供更广泛的产品；同时与竞争对手相比，我们获得了更广泛的定位。

在运营方面，我们在不同地点运营两个不同的中心，它们目前已完全合并，可以更有效地为客户提供服务，且各个中心都有确定的产品范围。



Christophe Lejeune和团队

德高员工合并哪些方面优势显著？

首先我要说的是，合并的过程非常专业，德高员工对这一过程的工作质量和协作精神印象深刻。

我们看到了一个结构提升且角色划分明确的企业。各类政策得到了更明确的定义，为每个人的活动提供了清晰的改进指导方针。

西卡开发了Sika-World等众多优质工具，能够帮助获取全球技术知识并收获大量信息。各职能共享各个目标市场和技术的最佳实践经验。培训模块可满足每位员工的需求。

两家公司在菲律宾都树立了优良口碑。市场对此次收购有何响应？

到目前为止，由于产品线的优势互补，市场对此响应良好。我们现在能够为客户提供从项目开始到完成等各个环节的全系列产品，以满足他们的一切需求。

客户能够通过一站式服务获得更广泛的建筑解决方案，他们对此感到兴奋不已。两家公司都收获了跨产品系列的客户订单，而他们也将其视为扩展业务的难得契机。



阿根廷和巴西的西卡和派丽团队合作参加了巴西举办的建筑师和承建商贸易展览会Revestir Expo

成就与后续行动

在我们热烈庆祝派丽合并完成一周年之际，我们不仅细细回想了这些重大成就，还更加坚定了努力实现协同效应的决心。

忙忙碌碌的一年转瞬即逝。在中国，相当数量的新销售网点和店中店开张。派丽和西卡的所有员工都必须了解新市场、新产品和新流程，与新同事建立和谐的合作关系，有些还要调动至新部门。合并当然并非一日之功，我们不仅要实施500项多项计划，还要克服许多挑战。我们的每一位员工都秉持着沟通和开放的心态，凭借坚持不懈的努力克服了种种挑战，打下了成功合作的坚实基础。

目前，我们正积极投身于西卡集团未来发展的浪潮之中。我们任重道远，还有众多公司有待合并、15个ERP系统和30多个品牌等待整合。销售团队将充分利用交叉销售的协同效应，后勤部门也会加强运营，优化采购支出和成本效益，关注SG&A协同效应。

我们坚信，只要我们同舟共济、携手前行，我们必将战胜当前的健康危机挑战，强势出击。

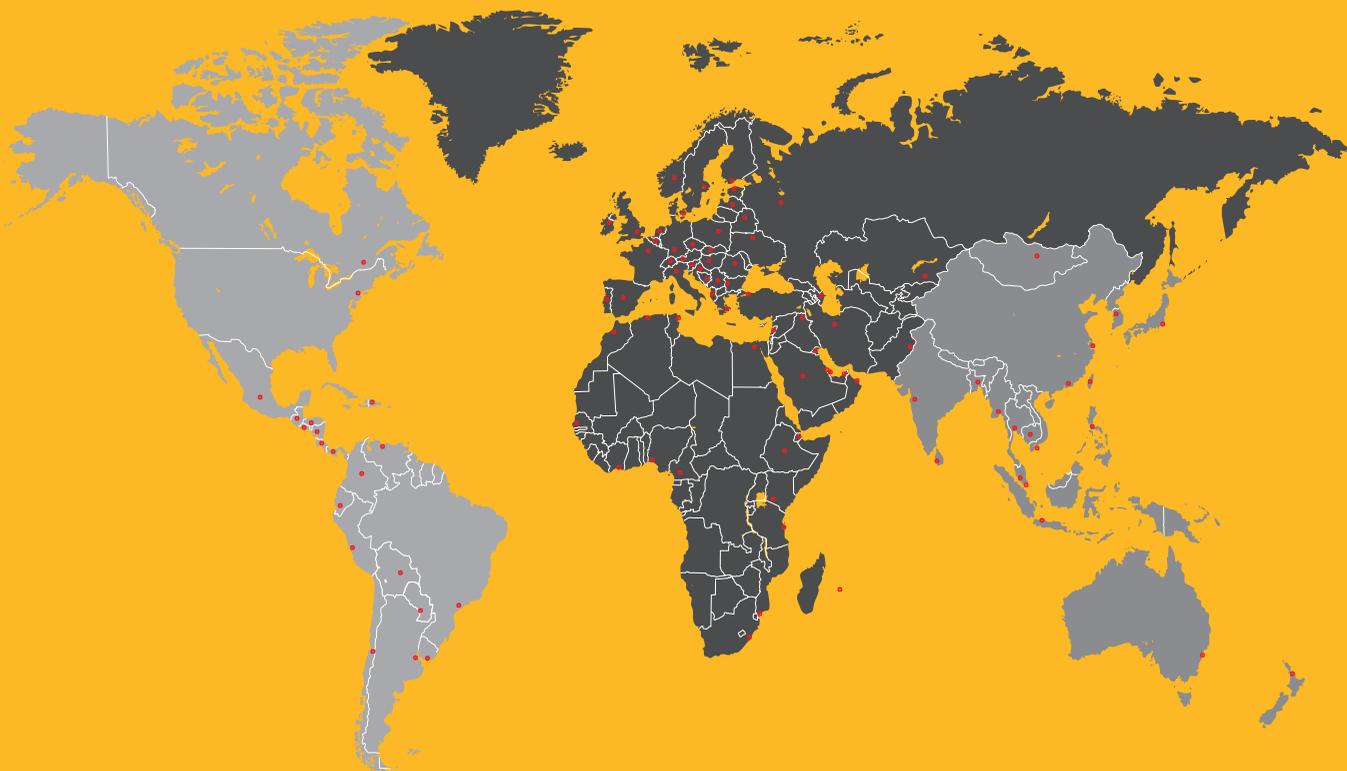
截至2023年有望实现协同效应

1亿瑞士法郎

5

家亚太地区公司完成合并

成功合并并在23个国家持续进行——为
我们的业务发展带来了众多新机遇。



团结就是力量——向更多西卡国家
推广致胜模式和成功案例

西卡集团
瑞士，巴尔市
Zugerstrasse 50号
邮编 6341

联系信息
电话 +41 58 436 68 00
传真 +41 58 436 68 50
www.sika.com

BUILDING TRUST

