四十载打造专业厨具王国的奥秘

——专访美国美亚集团主席兼首席执行长郑建穗

他是个华人,来自中国香港,操一口流利英语,却至今粤语乡音未改,在大洋彼岸开创了一番别开生面的事业,令人刮目相看。

他是个企业家,自信、渴望成功、随时准备接受挑战。在与他的交谈中,听到最多的话就是"Trust me, let me do it(让我来,我能行)"。在上世纪 70 年代大胆地将铝加工厂转型成全球知名锅具企业,拥有超过 20 个品牌。在营销上,屡屡以创新的方式,结合电视名厨与渠道,高知名度遍及北美。

他是个发明家,已经到了痴迷的程度,他所在的企业平均每年有 10 项左右的专利等待批复。在上世纪 80 年代,首度将不粘材质结合一圈一圈的高低坑纹,发明了 CIRCULON 圈圈锅。之后又发明了可以在洗碗机使用的不粘锅、不导热的中空铸钢手柄、结合不锈钢与防烫硅胶的手柄。

从传统家族生意起步,他用四十多年的时间打造出一个专业厨具王国。在许多发达国家,一般水准或以上的厨师,大概都会拥有一些他公司生产的厨具,但提起他的名字,知道的人却不多。

郑建穗(Stanley Cheng)是美亚厨具集团(Meyer Corp.)主席兼首席执行长。这家总部设在美国加利福尼亚州瓦列霍市(Vallejo)的公司,是美国最大的厨具公司之一。2012 年,美亚厨具成立了中国区品牌营销总部,进军中国大陆市场。近日,郑建穗在上海接受了记者专访,畅谈其创业故事、发明经历和在中国大陆的营销战略。

创业故事

从管家族铝厂到做全世界锅具

1951 年,郑建穗的父亲郑荣之在香港创办了以铝制品为主的加工厂,起初是以生产手电筒、烟灰缸、露营灯具和网球拍等金属用品为主的美亚制造厂有限公司,从而奠定了美亚在金属制造业的基础。取名"美亚",有结合"美国"与"亚洲"的含义。

郑建穗在家排行老五,在上世纪 60 年代赴美留学,在俄勒冈大学主修商业,后来转读工程系。因为在那个年代的华人观念中,要在美国社会生存,掌握一门专业技术是非常必要的。"工业工程能够帮助我搞开发、创新,而商业能够使我明白零售渠道有哪些,消费者会有什么样的问题。"

1971 年,郑建穗在美国学成后返港,开始接管他父亲在香港的美亚制造厂。而那时候,这家厂生产的都是一些如烟灰缸、电筒之类市场寿命较短的产品。在 20 世纪 80 年代的美国,普通大众喜爱上了具有高科技和易清洁的高档厨具。在认真进行市场调查后,郑建穗不愿墨守陈规,他眼光独到地将家族企业,转型至专业的厨具公司。随后不久,在香港工厂诞生了美亚的第一款锅具。从此潜心发展厨具事业,并开始生产不粘锅,取得了骄人成绩。

郑建穗认为,成为一个好的制造商是不够的,还要成为好的营销商。"我知道,我要创造一个品牌出来。"1985 年,他发明了独特的高低坑纹专利设计,并注册了 CIRCULON 品牌,正式推出坚固耐用的阳极氧化不粘锅具,CIRCULON 很快便成为欧美家喻户晓的知名品牌。

1996 年,美亚厨具建成了 1.3 万平米的美国总部大楼,奠定了美国厨具行业的领导者地位。

2009 年,美亚厨具设在泰国的工厂成为该集团在全球规模最大的生产基地,有着世界一流的先进设备,厂房面积达 18 万平方米,年产量超过三千万个锅具。2009 年建成的该集团现代化全球物流中心,让美亚厨具产品能有效地行销到世界各地。

2011 年,美亚集团统计称,其在全球出品的锅具已达八亿个。

创造传奇

销量10年增长10倍

在美亚的锅具产品中,很多是"首创产品"。业界认为,美亚改变了人们对锅子粗犷沉重的印象,既有奢华高雅的意大利手工艺术铜锅,又有健康、省油、轻松煮的彩色不粘锅。这都源于郑建穗不竭的创新动力。"华人勤劳、聪明,只有聪明还不够,因为只有勤劳,运气才会眷顾你。"

在上世纪 80 年代,美国社会的普通大众都爱上使用一些较高级、较高科技和容易清理的厨具。郑建穗创立的美亚集团,在这个市场也分了一杯羹。郑忆述说,当时他返美定居后,常阅读工程杂志,知道 DuPont 研发了一种不粘底的平底锅。在认真进行过市场调查后,郑大胆地将家族铝制品厂,转为不粘锅生产厂。

那时候,不粘厨具以软质的铝制成,容易刮花,而贴在表面的不粘涂层,在煮过酸性食物后,很容易会整块剥落,而且,酸性会与铝质产生化学作用,令食物失色和变味。因此,当时的不粘锅被视为用后数个月便只好丢弃的玩意儿。

不过,郑建穗将这种厨具加以改良,他认为,不粘涂层贴在更硬的表面上会更坚硬。于是,他在 1985 年推出一种价格适中的"CIRCULON"圈圈不粘锅系列,这批厨具使用比不锈钢坚硬两倍的阳极氧化合金,结果,它们真的比旧式不粘锅耐用三倍。而锅内底部的高低圈圈坑纹,也会减轻磨损机会,迅速的热传导,更可均匀地遍布整个锅身,避免局部热点的破坏,这也是 CIRCULON 圈圈锅能保质十年的重要科技。不过,考虑到部分顾客的需求,郑又在 1986 年推出另一款名为"Anolon"品牌的阳极氧化平底不粘锅,后来又增加设计了可以放入洗碗机清洗的功能,使得当时业界为之侧目。

"CIRCULON"和"Anolon"的销量创下高峰,而到 2005 年底为止,美亚集团在 10 年内已增长了 10 倍,单是美国的销售额已高达 2.5 亿美元。

除了厨具之外,郑建穗还在世界闻名的加州纳帕谷开设 Hestan 酿酒厂,以极为特殊的酿酒法,一年只生产 5000 箱红、白葡萄酒,该酒厂首批推出的 2002 年 Cabernet Sauvignon 红酒,获酒评权威 Robert Parker 给予 95 分高分。该酿酒厂的产品,曾经登上奥巴马总统为前中国国家领导人设下的白宫宴会餐桌。

创富中国

要做就要改变整个市场

2012 年美亚厨具来到上海,成立了中国区品牌营销总部。虽然美亚集团在广东肇庆和中山早就设有工厂,但是其产品却在中国市场上比较少见。选择现在进入中国大陆市场销售,郑建穗开玩笑说:"我的普通话说得不好,所以先在英语国家打响名气、建立品牌,然后再倾力发展中国大陆业务。"

美亚有 20 多个国际品牌,先期进入中国的有 5 个品牌,涵盖了从高到低的各种消费需求。

以高端奢华著称的意大利手工艺术锅具品牌 RUFFONI,与高端的欧洲品牌竞争,市场售价在 8000 元人民币左右。在高等级不粘锅市场,ANOLON 安珑与 CIRCULON 圈圈锅,售价基本在 2000 元上下。在中等级市场,以 MEYER 美亚品牌 700 元左右一个的售价进入市场。而 SILVERSTONE 思乐顿,是郑建穗认为未来国内低端锅具市场中的唯一国际品牌,300 元一个的售价完全可以与国内品牌面对面竞争。

至于渠道,高端品牌 RUFFONI、ANOLON、CIRCULON 已经进驻一线城市的高级商场,比如北京新光天地、广州友谊总店、广百总店等,上海的静安久光百货、古北高岛屋以及 HOLA 特力屋等地已经能够觅见其身影。走进北京、上海、广州的商场,如果你发现小 S 笑吟吟地拿着别致的锅具对您眨眼,那就是美亚锅具集团。除了在百货、超市、大卖场以及零售店铺的销售外,美亚还会利用在欧美成功的电视购物销售经验,以及电子商务平台,实现多渠道齐头并进。

对于未来三年的中国市场,郑建穗给自己设定了目标。这也是他一贯的风格,"要做就要改变整个市场"。他给美亚定的计划是抢占不粘锅市场第一品牌,改变中国的重油烟烹饪习惯,以高、中、低价商品抢占不锈钢锅市场,带入烘焙产品,在市场上领先,总目标是成为整体锅具市场的前三名品牌。

【个人观点】

■ 看待竞争对手——有一点进步就值得高兴

众所周知,中国厨具市场可谓是"一片红海"。虽然在许多发达国家已经名闻遐迩,但美亚厨具对于广大中国消费者来说,只能算是初来乍到。郑建穗对即将到来的竞争淡然处之:"因为对手在国内的销售规模百倍于我们,所以我们的未来很光明,有一点进步就值得高兴。我不希望以低价位来取胜,用便宜的商品赚取短期的利润,所以此次选择先期进入中国市场的五个品牌覆盖了不同的消费群体。而且,我要提醒,目前中国的低端厨具市场里几乎没有国际品牌。"

■ 看待失败——失败是成功的基础

"不要害怕失败,唯有你害怕失败,那才是真正的失败。"郑建穗开玩笑说,自己每年都会经历失败,还认为失败是好事。原因很简单,创新、改革、尝试一定会有代价。"如果 100 个 idea(主意)里有 20%是失败的,那你还能应付,因为这 20%的失败就是那 80%成功的代价,这个代价你能够应付,不算太高。"以四十多年的商场打拼经历,郑建穗归结失败和成功之间的关系:"失败是成功的基础。只有 Keep trying(不断尝试),才会使得企业长期稳健地发展。"

■ 看待下一代——努力追求真正的快乐

郑建穗希望自己的下一代努力去追求真正的快乐。他觉得,人生的快乐与美满的家庭密不可分,而且这其中孩子取得多方面的成功显得非常重要。只有拥有美满的家庭和真诚的朋友,才能达到人生的平衡。

本报记者 **陈杰**

|相|关|链|接|

美亚厨具——美国锅具领导企业

美亚集团创立于 1951 年,起初是以生产手电筒、烟灰缸、露营灯具和网球拍等金属用品为主的铝制品加工厂,现在是美国最大的厨具集团之一。根据粗略统计,在美国平均每 2.5 只锅具,就有一只是由美亚制造的。而且在英国、澳大利亚、加拿大等国市场也拥有极高的占有率。

■ 拥有超过 20 个国际品牌

在世界各国,美亚厨具集团拥有超过 20 个国际品牌,包含意大利 RUFFONI、澳大利亚 ESSTEELE、法国 BON JOUR、美国 ANOLON、CIRCULON、MEYER、FARBERWARE、RACHAEL RAY、PAULA DEAN、SILVERSTONE、英国 PRESTIGE 等。

■ 世界级生产基地

美亚集团在意大利、泰国、中国都设有生产基地。这些工厂雇用超过 8000 名员工,拥有超过 100 条一贯化的锅具生产线,每年可生产 4200 多万只锅。据有关方面披露的信息,美亚集团每年的全球营业额超过十亿美元。