

A4 | **TEBIEBAODAO** | 特别报道

迎接十八大·全国名优企业在行动



◎中央媒体关注康奈转型升级

□ 本报记者 何沙洲
特约记者 王滨

4月下旬,中国皮革协会在北京发布第八届真皮标志排头品牌榜单,在全国400多家获得真皮标志的鞋企中评选而出的十大“中国真皮领先鞋王”中,温州鞋企占据4席,其中康奈是唯一一家连续五届蝉联“中国真皮领先鞋王”称号的中国鞋企。

业内人士和评委认为,康奈连续五届蝉联“中国真皮领先鞋王”称号,是凭着鲜明的品牌形象、过硬的产品质量、舒适的穿着感受和诚信经营,赢得了越来越多的国内外消费者的赞誉。

康奈集团总经理郑莱毅告诉记者,康奈代表的是一种懂生活、会享受的生活方式。为了更好地将产品和服务的价值进行增值,2010年,康奈推出了康奈世家高端系列产品;2012年,康奈更是推出了“每一步都是享受”的品牌主张,并携手“行走的力量”公益活动明星陈坤,共同打造行走新概念,要做中国的“舒适鞋履大师”。

●●致力于打造“消费者最需要一双舒适且时尚的鞋子”

目前,我国正处于城市化的快速发展时期,预计在未来的二三十年内这一趋势仍将持续。但都市里高速运转的生活节奏,拥挤的车流和水泥森林,让人们既享受到了现代化生活的



◎温州市委常委、副市长孟建新(左三),中国皮革协会名誉理事长徐永(左二),英国SATRA技术中心总裁Austin simmons(右二),陈坤(右三),康奈集团董事长郑秀康(中),总经理郑莱毅(左一),副总裁郑莱莉(右一)共同启动康奈品牌形象。

便利,又时常处在紧张压抑的状态之中。可以说,中国现在是“生产总值”上去了,国民的“幸福总值”还没上去。

如何提高国民的“幸福指数”?康奈以一直致力于打造“消费者最需要一双舒适且时尚的鞋子”为己任。

2012年1月11日,国内超人气当

红男星陈坤走进位于温州市区府前街的“康奈世家”首家精品定制店,为双双皮鞋精品所震撼,这里的皮鞋比意大利的世界名牌皮鞋毫不逊色,价格达到几千元甚至上万元,如珍珠镶嵌的皮鞋15888元,鳄鱼皮做的皮鞋19888元。陈坤现场和康奈首席制鞋匠师一起体验了品牌超凡的定制服务。陈坤不断惊叹于一个看似简单的脚型测量中所包含的无数细节,并将自己的名字签在了那个为其量身打造的鞋楦上。

采访报道康奈发展多年的本报记者了解到,康奈早在2008年就建立了中国第一家的名人鞋模库。康奈的高端定制拥有独立自主的鞋楦数据库,在此基础上配合自身研发机构设计的舒适度标准,再提交意大利大师精心设计,利用电脑鞋楦矢量贴合技术造就舒适合脚的鞋款。

当天,陈坤是作为康奈品牌形象代言人前往参加康奈集团举行的“鞋履世家,舒适睿变”品牌形象发布会暨“康奈世家”首家精品定制店的开业仪式。发布会现场“舒适”、“尊享”、“精致”等关键词醒目地镌刻在展板上,配上旁边陈列的康奈经典鞋款,优雅、时尚和品质无需多言就已经栩栩呈现。而现场展示的制鞋工艺流程的海报更是细致地展示了康奈先进精湛的制鞋技艺。所有的陈设都以最直观的方式把康奈对舒适的设计理念传递给了现场来宾。

发布会上,康奈推出了“每一步都是享受”的品牌主张和更加精致时尚的品牌标志,郑莱毅表示,将着力打造

亲切愉悦的、自信得体的、务实向上的、乐观进取的、有品质感和优越感的品牌形象。他说:“康奈代表的是一种懂生活、会享受的生活方式。康奈懂得,穿鞋不只是为了最基本的行走与观感,更体现了一个人对待生活的看法与态度。所谓‘享受’,不只是身体的,更是心灵的优越体验。”

2011年,陈坤发起了大型慈善项目“行走的力量”,旨在号召人们积极地走出去,从行走中获取正能量。康奈也多年来致力于慈善公益事业,康奈携手陈坤,就是希望能打造出一种“舒适行走的关爱”的态度。

实际上,早在2001年,康奈就将产品核心诉求定位于舒适,率先打出“舒适鞋”概念,并开始进行自主研发。2004年,康奈与世界鞋业最权威的英国制鞋检测技术中心SATRA签订合作协议,在国内建立了符合SATRA认证的世界级鞋类设计研发中心。与SATRA的合作,让康奈不但在安全、舒适、被限用的化学物质等标准上与国际接轨,而且得以利用其仪器和标准研发多重技术,为开发具备中国特色的鞋类舒适度标准打下了基础。

参加康奈“鞋履世家,舒适睿变”品牌新形象发布会的中国皮革协会名誉理事长徐永在发言中肯定了康奈集团转型升级的成功,康奈提出了转型升级不是简单的转产,而是剥离一切不适应顾客需求的、不利于市场导向的、不利于企业发展的因素,是企业的创新和变革,对康奈集团来说就是逐步实现产品的升级和品牌打

造的过程。他说:“在康奈定制店里,我看到了康奈世家皮鞋的制造工艺和时尚的款式,看到了康奈集团对皮鞋舒适性的追求和阐述。康奈世家皮鞋的档次可以与世界名牌皮鞋媲美。”

而面对康奈赠送的量身订制的鞋子,陈坤更是赞不绝口:“很开心可以为康奈代言,这是一个非常有品位和内涵的品牌,需要让更多的人知道中国品牌也可以造就出品质与时尚并存的精美产品。”

4月20日,清华大学08级时尚管理班学员前往康奈府前街的精品定制店,面对一双双做工精美的高端皮鞋时,学员们发出由衷的赞叹:“这是我在国内见到的第一家真正意义上的皮鞋定制店。”“平时,皮鞋我都穿国外的牌子,今天看来我要破例了。”“来,服务员,给我量量脚,我要定制两双这种款式的牛皮大底皮鞋。”……康奈集团专门派出技术人员,让他们享受了量“身”定制的尊贵服务。

●●精品,“精”在做工,“精”在技术

温州市鞋革行业协会理事长、康奈集团董事长郑秀康去年在温州市鞋革行业协会成立20周年会上提出,做成百年品牌,温州鞋企要做好“三双鞋”,即“文化鞋”、“科技鞋”和“责任鞋”。郑秀康说,温州鞋企从做鞋文化中,找到了企业发展之路,找到了做大企业品牌的信心;更多的温州鞋企也已经进入“道德经营”的阶段,在积极承担社会责任、捐助社会公益事业上的表现尤为突出。同时,温州鞋类产品越来越多地运用一些高新技术,有纳米鞋、透气鞋、运动皮鞋等。像康奈推出了“量脚定制”服务——用电脑技术来采集顾客脚型的三围数据后,再根据顾客喜好,为顾客挑选合适的款式;同时康奈等一些鞋企还把定制服务搬进传统鞋店,成了鞋市可圈可点的亮点。

郑秀康说,作为劳动密集型的产业,制鞋业就像“候鸟”一样,其发展和转移受到土地资源、劳动力成本、原材料供应、环境保护以及销售市场等多方面因素的影响和制约,可以说如今温州鞋企在收获的同时也面临着危机和挑战;做好品牌转型升级,提高产品的竞争力和产品附加值,走出去,走上去,与世界品牌同台竞争,是不变的追求,也是打造行业百年品牌的必由之路。

对每一个企业来说,无论怎样强调产品质量的重要性都不过份,质量永远是企业的生命。坚持打造远远领先于同行的、一流的、优异的产品品质,是一个卓越企业的第一追求。康奈在近几年复杂多变的国际国内经济形势下,坚持做好“科技鞋”走高端和品牌路线逆势而上的事实,就有力地证明了这一点。

1996年,康奈开始为国外品牌加工,产品出口欧洲;2001年,康奈到海外开设品牌专卖店,使康奈品牌走向

世界;2006年,康奈牵头组建俄罗斯乌苏里斯克境外经贸合作区,实现从“产品输出”到“资本输出”的转变,产品由“中国制造”变成“世界制造”,逐步实现了康奈三步走的“走出去”战略。2008年国际金融危机波及欧洲,法国市场深受影响,但康奈的法国专卖店却逆世上扬,销售业绩比上一年度增长30%,引起欧洲各大媒体的关注。目前,康奈在国内有皮鞋专卖店2800多家,同时出口30多个国家和地区;2001年,康奈在法国巴黎开出中国鞋业海外第一家品牌专卖店,后来又陆续在美国、意大利、西班牙、德国、英国、荷兰、澳大利亚、新西兰、越南等10多个国家开设专卖店230多家。

“这不仅得益于康奈较早实施品牌‘走出去’战略,康奈这几年也在主动转变外贸发展方式,实现了品牌和效益的双提升。”郑莱毅说,在转变外贸发展方式上,康奈坚持走高端和品牌路线,把追求舒适、时尚列入企业的核心价值观,开展了以舒适为核心的一系列技术研发,提出了“每一步都是享受”的品牌诉求;并在国内率先开发了固特异工艺线缝皮鞋,做到了流水线作业式批量生产,让手工艺制作和现代化装备完美结合;针对白领阶层开发的商务舒适系列皮鞋,采用了微囊透气、吸湿减震、矢量鞋楦等多项专利技术。康奈通过提高产品的档次,相应提高了产品的附加值,提高了康奈皮鞋的市场竞争力。据海关统计,2011年,康奈皮鞋外贸销售收入比上年增长40%,平均出口单价达到25美元,比上一年度增长8.7%。

“在海外,康奈皮鞋平均销售价格达70多欧元,最高价格达到200欧元。”郑莱毅说,康奈走舒适品牌之路,与国外合作创建舒适时尚新标准,吸引了越来越多的海内外高端消费者,许多欧洲知名商场也主动邀请康奈进入开设精品形象店。

现在,康奈在北京、温州等城市开设的精品定制店已引起广泛关注。对此,郑莱毅表示,精品不能只靠形象,“精”在做工,“精”在技术,这才是高端产品的核心竞争力。郑莱毅告诉记者,一双康奈世家定制精品鞋的面世,从脚型测量、手工制楦到款式设计、样板制作、选择皮料……要经历280道工序、近300位匠师的精心制作。

能在工艺上追求精益求精,康奈的底气来自于一直坚持的技术研发。郑莱毅介绍说,康奈员工390多人中80%以上具有大专以上学历。“在温州、广州和海外都有企业的研发基地,每年研发3800多款皮鞋,研发经费占到销售收入的3%以上。”

无疑,280道精细工序、13项核心技术、30多项发明专利……这些数字,印证着康奈30多年的技艺积淀与“打造舒适与时尚并存的鞋子”的执着追求。

【要闻回顾】

康奈等鞋企首次参与国际标准的制订

【本报讯】随着温州制造业的发展,许多温州企业已不再是一个技术标准的跟随者,而是积极参与制修订国内外各类标准。温州康奈、红蜻蜓、奥康、泰马、奥古斯都五家鞋企2010年即参与了国际鞋业ISO/TC216技术标准中有关鞋子的抗菌、鞋底弯曲、有害物质限量等6项标准的起草制定,这是中国鞋企首次参与国际标准的制订。从地方标准到行业标准,从国家标准到国际标准,温州企业通过将创新技术转化为标准,在技术标准层面渐渐拥有了更多的话语权,从而提升了“温州制造”的整体水平,也取得了良好的经济效益。

康奈为台湾第一高人量脚制鞋

【本报讯】2011年8月底,身高22米,拥有37公分大脚的台湾第一高人张金国,穿上了康奈为他量身定做赠送的三双鞋。

由于专门为张金国定制鞋子的台湾鞋厂倒闭,使得他3双鞋子穿了8年。2011年初从事保安工作的他为抓贼摔车受伤后,更陷于无鞋可穿的窘境。温州市台办知悉后立即与康奈联络,康奈非常支持,免费帮台湾高人量身定做鞋子。这次赠送的三双鞋款式不同,其中一双凉鞋选用的是耐磨牛皮和轻薄鞋底。张金国的脚长约33厘米,鞋码为56码(欧洲标准),正常的男鞋尺码是38至42码。因为鞋子是超常规的,无论是鞋楦、鞋底还是鞋样都必须专门制作,工艺精细。据了解,一双鞋的费用约为三四千元。康奈集团副总

裁周津森表示:“很高兴能为台湾同胞提供帮助。”接下来,康奈集团计划为张金国制作棉鞋,让他一年四季出门无忧。

康奈获中国鞋类设计大赛金奖

【本报讯】2011年9月,由中国皮革行业协会和亚太区皮革展有限公司联合主办的2011“真皮标志·德威杯”中国鞋类设计大赛评比结果揭晓,康奈集团选送的作品“河川”蝉联男鞋皮鞋专业组最高奖——金奖。“真皮标志杯”中国鞋类设计大赛旨在提高我国制鞋行业的软实力,提升鞋类产品在时尚前沿的话语权。在该项赛事中,康奈选送作品曾多次获奖,并创下了连续三届获得特等奖的辉煌成绩。



◎康奈集团高层领导和嘉宾为“康奈世家”首家精品定制店剪彩。



◎一位消费者在“康奈世家”精品定制店享受康奈首席制鞋匠师的定制服务。



◎康奈技术人员给来宾讲解定制服务。