

本报记者来到位于温州中国鞋都1号的康奈集团工业园区采访那天正是午餐时间，穿过园区花园到公司员工食堂大楼用餐，看见墙上写着醒目的康奈愿景：“成为世界知名品牌，成就康奈百年基业”。

随同中国改革开放发展起来的康奈，经过 30 多年的市场浪潮洗礼，已创造了一个又一个的发展奇迹，并获得了 400 多项荣誉和 20 多个同行业第一。

随着中国改革开放进一步深化，康奈能否“借势”更好地谋划百年愿景？

康奈集团有限公司总经理郑莱毅告诉记者：“康奈将朝着愿景目标不断推向前进，题中要义即要求我们不断探索发展的新途径和新理念，以洞察未来的眼光和站在未来的高度，以全新的姿态来思考企业未来的定位和发展模式，做好现在服务于战略的每一件事。”

实际上，近年来中央及省市领导、国内外客商高层、行业精英、消费者代表等前往这家“中国鞋王”生产基地检查、调研和参观，让来宾们赞叹的是，康奈愿景不是康奈人嘴里的口号，也不是挂在墙上的标语，而是落实到了康奈“为顾客提供舒适产品，为人们带来美好感受”的企业使命中，融入到了从管理者、普通员工到经销商的勤劳和智慧中，变成了企业行为的有机部分。

●转型升级将产品和服务的价值增值

康奈是郑莱毅的父亲郑秀康先生 1980 年从国有企业领导岗位上“下海”创办的，郑秀康是机械领域和鞋业的专家，所以康奈在制造领域发展得很快，这为企业在专业领域奠定了非常好的基础，30 年发展成了中国皮鞋的领军企业。2010 年 12 月，“中国鞋业大王”郑秀康在康奈 30 年庆时正式宣布儿子郑莱毅和女儿郑莱莉正式接班，35 岁的郑莱莉出任康奈投资有限公司董事长兼总经理，32 岁的郑莱毅出任康奈集团有限公司总经理。

这个曾留学海外，顶着父辈光环成长的青年企业家，能否带领康奈保持在行业的领先、领跑地位，使康奈事业承前启后、再上台阶？面对众多媒体的关注，郑莱毅表示：“我不是‘富二代’，我是‘创二代’。康奈将继续发扬争创第一的精神。”言谈举止间透着股自信的锐气。

9 月 14 日，本报记者采访郑莱毅的那天下午，他正忙于在飞赴沈阳前处理公司的一些事务，他第二天要出席在沈阳举行的康奈“寻梦之旅”开幕式。康奈携手旅游卫视共同启动康奈“梦享女主角”全国征选活动，并现场首次发布了《未完成的作品》——康奈和陈坤首部微电影处女作。

“康奈希望通过这个活动，让更多女性能在这个平台追寻自己的梦想，并了解康奈，喜欢康奈的产品，享受康奈品牌、文化带给她们的快乐和惊喜。”郑莱毅说，鞋子走到今天，已经不单单是作为生活必需品了，它需要适应人们对审美变化和对品牌的追求。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，并努力将自身的技术优势与社会发展需求紧密地结合，实现企业的转型升级，要在做精做强中更好地发展，这是康奈成为世界知名品牌，成就百年基业的基础。

“现在重要的是康奈人要把该做的事情做好。”郑莱毅说，首先是做好转型升级。康奈的转型升级就是逐步实现产品的升级和品牌打造的过程。康奈依靠公司 30 多年来专注做皮鞋创建的研发实力，盯紧行业的技术变革，提高研发提高品质和管理，通过挖掘消费者的潜在需求，将产品和服务的价值提升和超越，夯实了企业转型升级从而做精做强的根基。

今年 4 月，中国皮革协会从全国 400 多家获得真皮标志的鞋企中评选出十大“中国真皮领先鞋王”，康奈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，成为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。

郑莱毅说，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，致力于打造中国的“舒适鞋履大师”。今年上半年，康奈推出了高端品牌“康奈世家”个性化高端定制服务；为配合 9 月 15 日的“梦享女主角”活动，康奈又特别打造了系列产品，以自由、寻梦的创意、艺术般的浪漫基调，高雅的欧式设计风格，配以野性动物花纹面料，华丽的皮草，用时尚语言，描绘出当今的都市女性既呼应潮流趋势，又彰显个性的魅力特质。

“消费者穿我们的鞋子是一种享受，在满足穿着需求的情况下带来舒适感和穿着体验，这是未来我们在品牌传播，包



康奈集团有限公司总经理 郑莱毅

郑莱毅：立足当前，放眼未来

□ 本报记者 何沙洲

括生产研发各个领域会强化的，一定要塑造一个不同于其他品牌的价值观，包括品牌内涵、外观、舒适、服务等等。”郑莱毅如是说。

●在“两个市场”树立起卓越的品牌形象

受外需持续疲软、企业成本上升及贸易环境趋紧等因素的影响，近几年温州市鞋类出口形势低迷，但是单价超过 40 美金的高档鞋却一枝独秀，高端制造已成为眼下温州市皮鞋行业转型升级外贸出口的突破口。据海关统计，仅 2011 年温州出口高档皮鞋 44 万多双，平均单价 44 美金，只是这些产品除了康奈的高端品牌“康奈世家”外，其余的几乎是青一色的高档贴牌生产。

“面对国际品牌竞争的压力，康奈在加快经济转型，转变发展方式的同时，更加大了产品的科技研发和品牌建设。”郑莱毅说，近年来，康奈不热衷做大，而是强调做精，以高端制造为前提，打造属于自己的品牌形象，隆重推出了“康奈世家”高档品牌系列，聘请著名影星陈坤代言，开展高端皮鞋定做业务等等。同时，关注全球市场的顾客需求，做好国内外的“两个市场”。

“1998 年郑秀康董事长就提出了打造国际品牌的口号。”郑莱毅介绍，经过两年的酝酿，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，产品由“中国制造”变成“世界制造”，逐步实现了“走出去”战略。目前，康奈在国内有皮鞋专卖店 2800 多家，在法国、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，并出口 30 多个国家和地区。

郑莱毅表示，面对全球化市场竞争，没有自主研发力量，没有高精技术，没有自己的品牌，就只能成为打工企业，赚的就只是血汗钱。他认为，对于中国企业来说，从“中国制造”到“中国创造”是一个必然的过程。为了做好“两个市场”，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，让康奈在安全、舒适、被限用

的化学物质等标准上与国际接轨，让康奈的研发视觉随时与世界鞋业最新趋势保持同步，而且为开发具备中国特色的鞋类舒适度标准打下了基础。

“我们在温州、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。”郑莱毅介绍，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，包含 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。

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，“每一步都是享受”的企业文化理念也逐渐影响着越来越多的消费者。同时，康奈走舒适品牌之路，与国外合作创建舒适时尚新标准，也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。

郑莱毅说，企业就好比一只鹰，两只翅膀有力，才能飞得更高更远。因此，康奈现在和将来，都将致力于打造自己的核心技术和高端产品，增强企业核心竞争力，在“两个市场”树立起卓越的品牌形象。

●只有怀抱高度的责任感，才会抓住历史赋予的发展契机

营销大师菲利普·科特勒认为：消费者在选择不同企业的产品时，首先考虑的是否能够获取最大顾客受让价值。

业内专家认为，康奈就是因为能在工艺上追求精益求精和“打造舒适与时尚并存的鞋子”的价值理念受到国内外消费者青睐。

对此，郑莱毅认为，康奈是坚持了以质取胜，坚持了不断创新，坚持了以人为本。他说，脚上皮鞋的选择关乎消费者的身心健康，康奈恪守“为顾客提供舒适产品，为人们带来美好感受”的使命，其主力设计队伍一年数度到全球各地考察调研，与世界资深鞋业设计大师切磋交流，致力于让消费者“每一步都是享受”。当然，这种为消费者打造舒适与时尚的人本和谐文化，首先表现在对康奈员工的关怀。

目前，传统制鞋正向科技制鞋转变，从设计研发、生产、物流、销售，到品牌建设都发生了很大变革，企业需要更多技术型的、复合型新型人才。为此，康奈加强

对员工的技术和经营管理培训，逐步形成符合市场经济规律与企业改革发展的劳动竞赛模式，既提高员工技能素质，又推动企业转型升级，并为员工的职业生涯规划美好前景。

去年 5 月，温州市关爱农民工志愿服务活动启动仪式在康奈集团工业园隆重举行，郑莱毅代表康奈向中国志愿服务基金会捐款 100 万元。实际上，康奈围绕建设“活力和谐企业”在满足员工的生活需求、文化需求、精神需求和政治需求上做了大量工作。记者在康奈随机采访员工，他们指着宿舍楼、食堂、俱乐部、图书室、操场和洁净的车间说：“我们在康奈工作很快乐！”他们谈起公司把解决员工实际问题和提高员工满意度作为工作“着眼点”和“落脚点”，把维护职工权益与企业利益作为“关注点”与“支撑点”，为员工搭建成长和施展才能的平台，为员工开设掌握更多生产以外生活技能的“情感交流站”等等，他们说：“我们在康奈工作很幸福！”

记者了解到，近年来，康奈以高端品牌与高端制造为引领，转型升级取得实质成效，各项经济指标保持行业领先地位，同时积极开展爱心活动，承担环境保护、节能减排、社会公益等社会责任，相继获得了“全国质量奖”、“省政府质量奖”、“市长质量奖”以及“全国职工之家”、“全国厂务公开先进单位”、“温州市首批活力和谐企业”、“浙江省劳动关系和谐企业”、浙江省“百佳”关爱农民工先进企业等荣誉称号。郑莱毅荣膺“全国用户满意杰出管理者”称号。

同时，康奈在发展中不忘回报社会，企业的两代领导都在不断地关注并切身参与到社会公益的建设中，以自己的身体力行，带动着每位员工的积极行动。在赈灾、环保、扶助农民工、助学扶弱等多领域的公益行动中，一直都有康奈人活跃的身影。

“因为改革开放而发展起来的康奈，一开始就以‘感恩’作为企业文化的主题。”郑莱毅说，在这个以改革创新为中心的时代，社会给予了每个企业大量的机遇与挑战，只有怀抱高度的责任感、努力地夯实基础、创造更大的社会财富，企业才会积极以规范、灵活、高效、创新的运营机制去抓住历史赋予的每一个发展契机，才能迎接机遇与挑战，以更好的发展去履行社会责任。他希望，追求更好更强发展的康奈，不仅能使消费者能从康奈的转型升级中获取最大受让价值，更能享受到康奈“人本和谐”的高品质服务。

【商海旅程·集萃】



◎康奈基业长青发布会启动仪式



◎陪同人力资源和社会保障部部长尹蔚民视察康奈



◎康奈集团高层领导和嘉宾共同启动康奈品牌新形象



◎观看康奈员工文艺演出



◎郑莱毅向康奈品牌形象代言人陈坤赠送定制皮鞋



◎与意大利零售业商会负责人签约