

GERMAN  
POOL



德國寶



# 廚房新概念

德國寶（香港）有限公司董事長陳國民詳述公司進軍內地市場的策略。



如果你曾經以為德國寶是一個德國品牌，你可不是唯一有這個誤會的人。事實上，德國寶是一個香港品牌，但即使你對此感到有點意外，你絕不會對德國寶產品的品質感到失望，因為德國寶產品的品質可媲美任何一個優質的德國品牌。

國民解釋：「現時，許多人都希望有一個清潔、整齊和美觀的廚房，廚櫃因而變得非常重要，而且消費者大都希望能找到可以與廚櫃裝置和風格相配合的電器。因此，我們可以透過廚櫃，帶動家庭電器的銷售。」

我們認為特許經營是拓展國內市場的最佳辦法。

## 多元化的優質產品

德國寶（香港）有限公司董事長陳國民說：「我們可沒有想到會有這個誤會。公司成立之初，管理層訂下了目標，希望把全世界最好的都匯集在這裏。當時德國是世界有名的工業國家，我們遂決定把公司命名德國寶(German Pool)，顯示我們力求做到高品質、高標準的決心。」

德國寶最初只製造電熱水器，經過不斷發展，演變成一家具規模的企業，生產抽油煙機、電磁爐等一系列家庭電器和廚櫃。陳國民說：「有見家庭電器是現代生活中不可或缺的一部份，我們從一開始就決定建立一個品牌，售賣多元化的家庭電器。」

廚櫃與家庭電器屬不同的業務範疇，但德國寶發展廚櫃業務，是有根據的。陳

## 特許經營計劃

以廚櫃帶動電器銷售，成為德國寶現時的業務方向。德國寶在香港選取了幾個地點，開設陳列室，推銷其廚櫃和電器產品。陳國民表示，公司會在今年下半年，在華南地區開展特許經營計劃，透過特許經營店，把這個銷售模式擴展至內地。

陳國民解釋說：「我們認為特許經營是拓展國內市場的最佳辦法。許多透過國內百貨公司或連鎖店銷售產品的企業，都因為這些店舖收費高、付款條款欠佳，遇到資金周轉的困難。以特許經營店方式銷售產品，可以解決這個問題，亦是開拓國內偏遠地區市場的一個方法。」

陳國民指出，即使銷售點售出的貨品數量很少，亦需要提供維修服務。「產品可能因為使用不當而需要維修，若銷售點附近沒有相關的支援服務提供，買家會誤以為產品品質有問題，影響品牌的聲譽。因此，我們計劃中的特許經營店將會是產品

銷售點以及維修和支援中心。」

陳國民詳細介紹德國寶的特許經營計劃：「我們希望培育一批對行業有興趣，願意開設特許經營店的內地公司。我們將不會與之分賬，而是透過供應德國寶產品予他們賺取利潤，但我們會小心計算供應產品的價格，保證特許經營者有利可圖，業務有發展空間。我們亦會提供培訓予特許經營者，教導他們德國寶的產品知識、銷售和服務技巧，這樣他們才可以維持德國寶品牌的聲譽。」

德國寶打算在三年內，在華南和華北地區開設200家特許經營店，並希望在五年內，特許經營店的數字可達1,000家，並擴展至國內更多地區。

要管理好數目龐大的特許經營店，實非易事。陳國民表示，德國寶會派一隊專業人員走訪各地區，監察特許經營店的營運，確保各店舖都遵照特許經營權協議的規則運作。他說：「再充分利用先進的資訊科技，我們可以如管理香港店舖般管理這些特許經營店。」

德國寶非常重視拓展國內市場，並已開展了在順德科技工業園興建生產總部的計劃。有關計劃將整合現有生產線，以提高生產力，更好地利用公司的資源。生產總部亦設有培訓中心和陳列室。

### 取長補短

生產總部的規模雖然龐大，但德國寶仍然會委託其他工廠進行生產。陳國民解釋：「沒有任何一家企業是樣樣皆精的，德國寶只會製造我們專長的产品，我們會找尋更好的生產商，生產其他產品。」

陳國民認為，要有效管理一系列的多元化產品，必須懂得下放權力，也要有一套良好的管理系統相配合。他說：「所謂『用人莫疑、疑人莫用』。不少現代企業之所以成功，全因他們有一套出色的管理系統，這是本地企業要學習的。」

**許多年前，不少廠商都認為自己有一套成功之道，但卻不願與他人分享交流。現時，廠商已經明白，若他們不改變這種想法，只是抱殘守缺，最終只會與一個毫無經驗的人無異。**

除了建立一套良好的管理系統外，陳國民認為，廠商必須要抱持開放的態度，樂於接受新事物。「許多年前，不少廠商都認為自己有一套成功之道，但卻不願與他人分享交流。現時，廠商已經明白，若他們不改變這種想法，只是抱殘守缺，最終只會與一個毫無經驗的人無異。因此，



Consumers now equate quality kitchen with German Pool.  
在消費者心目中，德國寶的廚房電器和設備都是優質的。



近年愈來愈多廠家參加商會舉辦的活動，參觀行家的工廠，互相交流經驗。」

技術知識和管理經驗可以互相分享，但設計就需要小心保護。德國寶非常注重產品設計，希望以此在芸芸競爭者中突圍而出，並透過產品設計，加強德國寶的品牌，提升邊際利潤。德國寶每年把約7%的收入，投放到設計和研發上，多年來，德國寶的產品獲得多項設計獎項。

**所以，保護品牌是相當重要的。公司若要保護品牌，自然會認真提升產品品質、做好管理和公關工作。**

縱使德國寶在產品創新和設計方面得到佳績，但陳國民認為，很難界定怎樣才是一個好的設計。「負責產品開發的管理層必須持中庸的態度，並在各方面取得平衡。產品設計固然重要，但產品是否實用、是否為市場所接受，也同樣要照顧到。」

#### 善用媒體作推廣

德國寶盡量採用不同設計概念的同時，亦堅守其市場定位——提供優質、價錢合理的產品予普羅大眾。陳國民說：「我們的目標顧客，是喜歡在家中煮食、決定廚房佈置的女士，通常他們都是廚房的CEO。」

因此，德國寶已連續三年，冠名贊助有線電視的烹飪節目「肥媽私房菜」，這個深受歡迎的節目，協助德國寶成功把產品

推廣至其目標顧客。陳國民說：「這個節目提升了產品的銷售額和知名度。節目中的廚櫃和電器都是德國寶的產品，許多參加工展會的顧客都跟我們說，他們在節目中看到德國寶的產品，知道這個品牌。」

這個宣傳策略的成功並非出於偶然，德國寶決定採取這個策略，是經過仔細考慮的。陳國民解釋：「我們希望接觸有消費能力的客戶，因此選擇在有線電視，而非免費電視台播出廣告。『肥媽私房菜』這個節目亦能吸引喜愛煮食的觀眾。此外，因為是冠名贊助，節目名稱會附上德國寶的品牌名稱和標誌，每節完結時，都會緊接我們的廣告，這樣，即使觀眾在廣告時段轉台，都會在轉台前看到我們的廣告。」



德國寶的宣傳策略，成功把品牌與煮食相聯繫，有助加強其品牌。陳國民說，因為消費者認識這個品牌，因此，公司在推出新產品時，就更容易得到他們的接受。「所以，保護品牌是相當重要的。公司若要保護品牌，自然會認真提升產品品質、做好管理和公關工作，因此，保護品牌實際是推廣品牌的方法。」

德國寶已建立了一個為人熟悉的品牌，下一步便是進軍國內市場，公司對競爭激烈的國內市場，顯得信心十足。陳國民總結說：「我們相信特許經營計劃可以取得成功。事實上，與其他國際品牌相比，我們不但成本較低，更擁有了解內地市場的優勢。」