

JUST REAL 毛新雨要借体育营销将中国智造推向世界

□本报记者 吴雨辰

名片册 26

毛新雨

杭州臻元休闲用品有限公司 董事长

年龄:38

“

“一个箱子需要很多功能吗?不需要,但要实实在在的功能。我们的箱子人踩上去不会破,用榔头敲也不会破;拖的时候轮子没有声音;甚至箱子内部有抗菌的功能,保证箱子内食品和贴身衣物的安全……”介绍起自己的产品,毛新雨总是滔滔不绝,散发出一种独特的自豪感。

这位还未到不惑之年的浙江企业家已经可以称得上浙江最懂箱包的人,他创立的杭州臻元休闲用品有限公司和JUST REAL品牌已经收获了多项赞誉,特别是2016年成为里约奥运会中国奥运代表团行李箱及抗菌保温包的官方产品供应商,让深谙制造业创新之道的毛新雨名声大作。今年,他又与浙江代表团达成了2017年全运会的赞助协议,将体育用品营销推向了新的浪潮。

”

A 情怀支撑创业 奥运供应商实现体育营销

2016年6月1日,在国家体育总局会议大厅举行的新闻发布会上,杭州臻元休闲用品有限公司成为里约奥运会中国奥运代表团行李箱及抗菌保温包的官方产品供应商,其品牌JUST REAL一举成名。采用百分之百的防弹PC材料的旅行箱和能做到48小时之内保温和保冷双重效果的抗菌保温包顿时成了舆论焦点。原本从外贸行业只身下海创业的毛新雨也走向了前台,成为关注的焦点。

2001年,这位从浙大毕业的企业家虽然在学校里就拿到了管理和电子商务双学士,但天生向往开拓进取、且英语流利的他毕业后直接选择了进入外贸行业,成为一名业务员。不过,善于思考的毛新雨入行不久就发现了传统外贸的痛点。

“当时外贸企业和老外对接都要通过广交会,老外通过中间人挑你的产品,这些中间人谈价砍价非常厉害,比如他问你5块卖不卖,又问旁边的人4块8买不买,旁边的同意了又当面问你4块7卖不卖,毫无尊严。”这样的经历让他感到屈辱,也让他直面传统外贸公司的痛点:沟通的不畅通和对国外文化的不了解让大部分利润都被中间商赚走。

“当时我就觉得受不了,他们凭什么这样!”英语优秀且自信的毛新雨向公司提出直飞国外,直接对接客户。很快,他便带着自己的产品到国外与各种零售商对接,国外市场恰恰也需要低价且优良的产品,市场越做越大。5年以后,毛新雨把其所在箱包部门的业绩提高了20倍,自己也成为公司最年轻的股东。

B 情结触碰体育 技术拜师世界名牌

创业后,毛新雨选择的行业还是熟悉的箱包,但着重推出体育户外用品,这和他个人的爱好密不可分。这位70后从小就是铁杆的球迷,对足球有着异常的痴迷。虽然近些年国足从打进世界杯的高峰滑落到低谷,但毛新雨仍经常奔赴各地现场观战为国足加油助威,还常常飞至世界各地看球,诺坎普、伯纳乌等著名球场都有他的身影。

但看球的过程中,自己天天打交道的箱子却让他遭遇过一些不必要的麻烦。有次在机场登机时,旅行箱怎么也打不开,有次甚至箱子磕碰后坏掉,直接影响看比赛的行程,让他很不爽。

“所以我要让我这样的球迷避免遇到这样的问题,有合适的工具圆自己的梦,我要在国内研发自己的箱子。”这便是毛新雨当初立下的誓言。

但创业何其艰难,特别是对于品牌的

打造,让毛新雨屡屡碰壁。

“别人凭什么买你的箱子?”这个问题让他思考了很久,为了打造自己产品的认知度,提升产品质量,创业初期臻元只得转向代工。

“没人买我的品牌,我就认真思考,寻找差距,我决心要学世界上做得最好的品牌。”他借助从前外贸的人脉,给世界知名的路易威登、香奈儿等品牌做代工,狠下心来拜师学艺。同时,自创业起,臻元每年投入自主研发的资金都超过100万,凭着对世界一流品牌的理解和优质生活的理解,臻元的产品很快在质量上独居特色,且拥有保温、抗菌等一系列专利,产品还通过美国FDA(食品药品监督管理局)认证,被称为食品级的产品。从单纯的代工,逐步成为了一边为大品牌做代工,一边为知名品牌提供独家的技术服务。



虽然将产品卖到了世界各地,但毛新雨在销售的时候却遭遇了不少冷眼。“有很多老外对我说,你们中国货很便宜,但是not real(不是真的)。而且事实上这样的产品的确很多。”心怀不甘的毛新雨凭着爱国情结,下定决心打造自己的品牌,名称就叫JUST REAL(就是真的),在他看来,自己就是要证明,中国人也能做真正的好产品,同时,公司取名“臻元”也寓意万物归真。

而且在他看来,给别人做代工就是学习,不仅仅学习产品的制造,还包括制造、销售环节汇总一切的事物,首当其冲就是对品牌的理解。“中国人对品牌的理解是怎样的?大量加广告,反复灌入消费者脑中。比如‘今年过节不收礼,收礼只收脑白金’这些砸了多少钱,但到现在还有多少人会用这些产品?”毛新雨举例告诉记者,香奈儿的广告词是“一个女人的梦”,请皇室、明星做自己的代言,让顾客觉得用香奈儿的包就是明星女人的梦,效果就完全不同。

也正因此,当臻元产品技术成熟之后,他第一个找的代言就是中国奥运体育代表团,不仅让中国奥委会的专员看到了自己箱子的独特性,还凭着自己的故事和创业历程打动了他们,成为了里约奥运会中国奥运代表团的官方供应商。也让这家专注于外贸的企业扬名国内。

C 期待用产品 将高品质生活带给国人

对毛新雨来说,现在的臻元称得上家大业大,仅办公楼就拥有三座大厦,有时他开玩笑会说:“我现在不上班一样能活得非常舒适。”但对民族品牌和体育有着别样情怀的毛新雨并未让自己原地踏步,如今他已经不只是想做一个卖箱子的人,在国外见到了高品质生活的他也希望把这种理念传递给更多国人,通过产品真正提高国人的生活质量。

“我为什么要从外贸做回国内市场?为什么要找中国奥委会合作?这就是一种情结,我真的想做好这件事,把国外那种健康生活的品质带到中国。”多年走南闯北的毛新雨很了解发达国家的生活品质有多高,美国的食物要求非常严,不仅是食品,只要和食物接触的产品都要达到FDA标准,这给了他很强的启发。他很清楚中国人的优势何在:如果做时尚产品,我们做不过法国意大利,但论材料研发,中国人真的很强。

在他的理念下,臻元研发团队近年来已经成功研发在产品内层使用抗菌材料,有效阻止病菌的滋生和传播,产品通过美国FDA(食品药品监督管理局)认证,被称为食品级的产品。臻元自主研发生产的“保温冰包”等产品,被中国水上运动中心采用,并与中国皮划艇协会、中国赛艇学会、中国帆船协会等成为合作伙伴。

“我希望国人也可以花更好的费用,得到更好的理念,健康生活的理念。”产品的技术优势让毛新雨对国内市场有种特殊的情结,用他专业的眼光来看,很多国际知名品牌的箱包质量并不能达到自己的标准,同样是臻元代工生产的,有的品牌易坏且没有抗菌保温功能,但价格却比臻元自己的品牌产品贵3-4倍。

“我希望让国人对生活质量的需求深入到骨子里,我的产品不是空谈,直接就能提高生活质量,价格比国外品牌还便宜很多。”在毛新雨的设想中,他也希望能有更多和他类似想法的人,通过JUST REAL这个平台,将中国智造推向更广阔的舞台。