

# 美國哈姆斯頓大學榮譽博士暨 世界傑出華人頒獎典禮

**金句：**一名優秀的銷售員要擅長「换位」思考，設身處地為客人着想，檢討自己的錯處，問題必能迎刃而解。

從尖沙咀到銅鑼灣，在這些遊客旺區，你總會找到一家富麗堂皇、格調高雅的太子珠寶鐘錶行。買名錶，到太子，太子珠寶鐘錶的世界名錶最新最齊全；「瞬間看地球」電視節目更是讓太子珠寶鐘錶這一品牌在香港、在珠三角家喻戶曉。但是，誰知道這個成功的香港品牌，卻原來起步於北京道一個「樓梯底」。

本報記者 嚴偉基

## 换位思考 以客為尊 太子珠寶鐘錶

## 鄧鉅明



鄧鉅明手上的「明日之星」

身為珠寶鐘錶集團的老闆，鄧鉅明手上又帶着甚麼名錶呢？答案是DeWitt的Academia Chronographe Sequential 型號：AC6005 零售價：HK\$208,000

### 老闆腕上的「明日之星」

身為珠寶鐘錶集團的老闆，鄧鉅明手上又帶着甚麼名錶呢？答案是DeWitt的Academia Chronographe Sequential 型號：AC6005 零售價：HK\$208,000

### 懷念「餐蛋米」的日子

太子珠寶鐘錶主席鄧鉅明一身休閒服，隨和輕鬆。當年那段艱辛的創業史娓娓道來。原來，太子珠寶鐘錶前身是大亞銀行，1982年創辦的時候租的是北京道的一間地舖。「嚴格說來，一個只有四呎闊的樓梯底也談不上是一個地舖，或許只能稱為六分之一的地舖。」就在這四呎闊的樓梯底，鄧鉅明奮鬥了兩年。這兩年，他年終無休，每天都會惠顧鄰近茶餐廳，吃一個醬肉雞蛋米粉，一日兩餐，從不間斷。當時還捨不得喝接近十元的飲品，他笑說：「不符合比例嘛！」

### 緊跟旅遊潮流變遷

兩年後，遇上業主瘋狂加租，鄧鉅明「被迫」搬離樓梯底，在家人的支持下，正式成立太子公司，在漢口道漢口中租了一個舖位。八十年代的香港雖然經濟起飛，但太子公司成立之初也不盡如意，尤其是遇上不同國籍的遊客，作為零售服務行業，就不得不迎合客人需要。鄧鉅明笑言自己話像「三軍司令」，日、美、法、蘇等各國的語言都會說上幾句。「只要換通各國客人的不同興趣不同消費習慣，耐心講解，細心應對，客人總是有機會買錶的。」此時的他，已經懂得一定要站在消費者的位置想問題，採用换位思考方是銷售成功之道。

### 也業於來港消費，他們多買勞力士，如Submariner (潛行者系列) 等鋼錶。

鄧鉅明熟悉旅遊業，明白不同國籍旅客自有不同嗜好，店舖的風格和產品必須跟着做潮流而變。他表示，每隔數年，太子就因應市場而改變銷售風格、人貨品種。每一次市場改變都是鄧鉅明應付的，作為店舖的領導，鄧鉅明不僅要敏銳地把握潮流，更要具備改革的決心，果斷出手。

### 香港精神最佳縮影

由樓梯底搬到六間格調高雅的店舖，由第一種金到現時的財富，從寂寂無名到名揚香江，店舖版圖日益擴大，代理名錶多達五十多種，太子伴隨着香港的發展而成長，它的成功見證着香港經濟社會20餘載的發展。鄧鉅明的成功路，一路走來，並不輕鬆，他那種不屈不撓的奮鬥精神，那種敏銳的市場觸覺，那種靈活的市場策略，那種以客為本的服務精神，也正是他人創業精神的最佳縮影。

### 成就獲得社會認同

回首自己的成功，他堅信，每遇到困難局面，必須先從正面想法入手，以寬容的心做事。例如銷售員與客人之間難免會有爭執，但是一名優秀的銷售員要擅長「换位」思考，設身處地為客人着想，檢討自己的錯處，問題必能迎刃而解。

鄧鉅明衣着簡樸，卻是六間華麗珠寶鐘錶店的總舵手。



## 投資之道 量力而為

鄧鉅明不諱言自己愛好「賺錢」，不僅太子珠寶鐘錶經營風生水起，傳媒還經常報道他在物業投資方面屢見利潤，可以說是一位精明的企業家和投資者。他的投資秘訣是甚麼？鄧鉅明說，最關鍵是要量力而為。

「關心自己的負擔能力」，這是他投資樓市的格言。他表示，一個核彈爆炸或天災隨時會帶來全球經濟的大衰退，很多災難是不能預期及幸免的，只有作好出現損失的各種準備，這樣就不輕易受挫。

鄧鉅明樂天知命，也樂善好施。近年他積極參與各種公益活動，參與不同的慈善晚會如明愛慈善籌款晚會、香港公益金籌款晚會等，回饋社會，負起企業的社會責任。每次開設新店舖，他都會捐出二十萬元給慈善機構。

### 太子版圖擴展史

1982	太子珠寶鐘錶前身的大亞公司成立
1984	首間店舖 (總店) 於尖沙咀漢口道漢口中開張
1988	第一間分店於漢口道開張
1991	總店搬遷至尖沙咀彌敦道美蘭都大廈
1997	第二分店於銅鑼灣黃金商場開張
1998	漢口道分店遷移尖沙咀海運大廈
2000	總店因業務擴充遷移香港凱悅酒店
2003	第三分店於尖沙咀港威大廈開張
2003	海運大廈分店擴充
2004	第四分店於銅鑼灣海運街開張
2005	第五分店於尖沙咀新世界中心開張
2006	總店搬遷至北京道

### 銷售員四大要求

- 零售行業特別講究服務質量，太子珠寶鐘錶的顧客非常挑剔，銷售員的功力少一點也不可。鄧鉅明表示，他對銷售員有四大基本要求，缺一不可：
1. 興趣——對鐘錶要有興趣，並具備知識，這是第一要求；
  2. 禮貌——前線員工，每天接觸客人，禮貌自然重要；
  3. 語言——內地客佔七成，操國語變成例行公事；
  4. 耐性——客人永遠是對的，銷售員必須具耐性，才算稱職。



店內員工對鐘錶瞭如指掌，細心為客人逐一講解。

### 付費「拆」招牌

為了確保每間店舖的銷售服務保持一流水準，鄧鉅明不僅每周堅持巡舖檢討，並參與成為旅遊發展局的優質旅遊服務計劃。他還積極參與多項服務改善計劃，包括付費參與由香港零售管理協會主辦的「神秘顧客計劃」，讓神秘客人為自己的商場評分，以及時檢討和改善銷售服務，令每一位客人都能享受最完美的服務。

### 年底進軍澳門

累積多年經驗及雄厚實力，加上深受內地「自遊行」客人的喜愛，原以為如今是太子珠寶鐘錶打入內地市場的好時機。但是，鄧鉅明表示，進入內地市場必須循序漸進，見步行步。因為太子的手錶均為高價商品，在內地零售必須繳付高昂的銷售稅，一枚名錶在港售價六萬元，在大陸必須預付十萬元才能歸本，做錢差距離支付內地客人來港旅遊的住宿費了，加上如今簽證簡單，交通便捷，內地客人寧願來港消費。他透露，繼續看好「自遊行」市場，年底會進軍澳門市場。



海運分店



新世界分店



彌敦道分店



### 世界傑出華人獎

WORLD OUTSTANDING CHINESE AWARD

電話：2770 8638 傳真：2710 7722