

Loài người bắt đầu bước chân vào chế tác những chiếc đồng hồ cơ khí từ 500 năm trước đây. Với 180 năm, Patek Philippe chính là thương hiệu đã viết nêm một phần ba lịch sử ấy. Trong suốt từng ấy năm, có nhiều thương hiệu xuất hiện rồi biến mất. Song, kể từ khi thành lập vào năm 1839, Patek Philippe vẫn giữ vững vị trí là một trong những thương hiệu đồng hồ danh giá nhất thế giới. Danh giá ấy, đến từ không gì hơn ngoài di sản đã được thương hiệu nắm giữ và truyền đời.



năm 2019. Ba năm sau, cửa hàng thứ hai được chính thức khai trương tại thành phố Hồ Chí Minh. Ông có thể cho chúng tôi biết thêm góc nhìn của ông về thị trường Việt Nam không, và kế hoạch tiếp theo của thương hiệu tại đây là gì? Nói thật lòng là khi mới bắt đầu, tôi không biết rõ về thị trường Việt Nam. Khi mở ra cửa

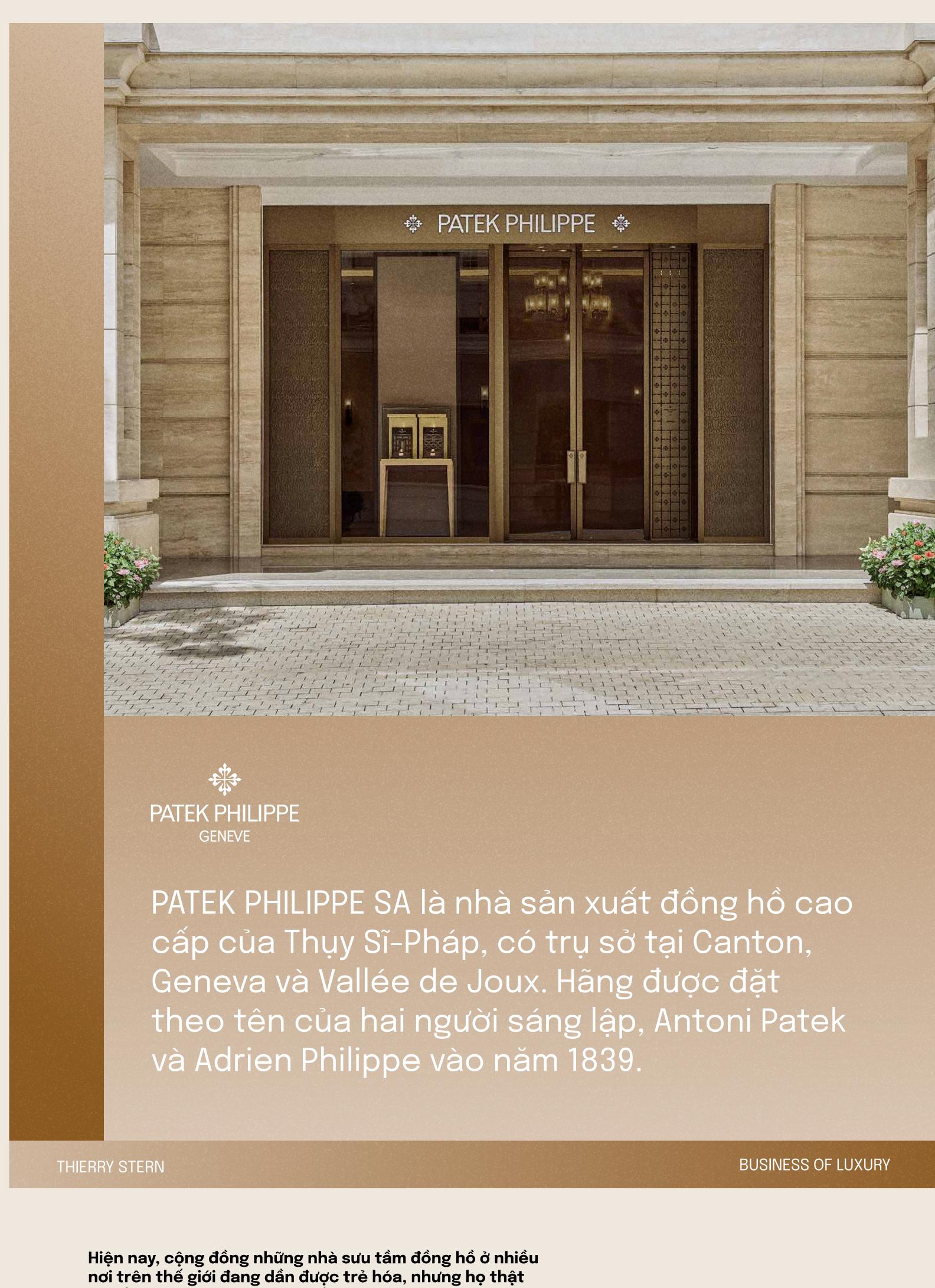
Cửa hàng Patek Philippe đầu tiên ở Việt Nam được khai trương vào

tại đây. Họ mua sản phẩm của Patek Philippe vì biết rõ về lịch sử thương hiệu, và rất hứng thú tìm hiểu cách thức chúng tôi làm ra những tạo vật đẹp đẽ này. Có vẻ như ở đây, mọi người đều tận hưởng và tôn trọng thế giới bên trong mỗi chiếc đồng hồ. Chuyện đó không đơn giản. Dường như mọi người ở đây đều rất giỏi việc chế tạo ra nhiều thứ, nên họ trân trọng và hiểu được độ khó khi tạo ra một chiếc đồng hồ là như thế nào. Chúng tôi rất hạnh phúc khi nhận ra điều ấy. Cửa hàng này không phải chỉ dành cho khách du lịch. Chúng tôi đã dành rất nhiều thời gian làm việc với Tam Sơn (đơn vị phân phối Patek Philippe tại Việt Nam – PV) để có thể phục vụ cho người bản địa. Chúng tôi sớm nhận ra là một cửa hàng không đủ để đáp ứng nhu cầu, nhưng phải chờ lâu hơn vì nguồn cung hạn chế, chúng tôi không thể nào cung ứng đủ số lượng đồng hồ cho những người ao ước sở hữu. Đó là lý do mà chúng tôi mất đến vài năm mới có thể mở ra cửa hàng thứ hai. Bước tiến này hợp lý thôi vì thị trường ở Việt Nam khá lớn, và khách hàng cũng thấy vui hơn khi biết là họ không cần phải bay đi nơi khác để mua sản phẩm mà họ muốn. Việc ở đây, ngay tại trung tâm thành phố Hồ Chí Minh này, theo tôi là bước tiến rất thông minh. Giờ chúng tôi có tổng cộng hai cửa hàng, tôi không nghĩ là mình thật sự cần tăng số lượng lên nữa, hai là đủ, và điều chúng tôi cần làm là cung cấp sản phẩm, kiến thức về kỹ thuật

hàng đầu tiên, tôi cảm thấy khá ấn tượng với thẩm mỹ và kiến thức của những khách hàng

chế tác. Ví dụ như sự kiện ngày hôm qua chẳng hạn (tiệc khai trương cửa hàng – PV), tôi rất ngạc nhiên với số lượng và các mẫu đồng hồ Patek Philippe mà mọi người đeo. Vì vậy, thách thức của chúng tôi hiện tại là không chỉ cung cấp sản phẩm, mà phải là những sản phẩm thật sự thú vị để đáp ứng được thị hiếu của người tiêu dùng. Tôi dám nói là thị trường nơi đây đã sẵn sàng, có thể chưa phải quá chín muồi nhưng gần như ở mức

tiệm cận. Ở đây, mọi người có thể dễ dàng bán ra một chiếc đồng hồ điểm chuông cho ai đó hiểu được nó, không chỉ như một vật phẩm đẹp đẽ khi đeo lên, mà còn là thứ gì đó chuyên chở được vẻ đẹp mà khách hàng thẩm thấu. Kiến thức chính là nằm ở đó, và tôi mong là nó sẽ gia tăng nhiều hơn nữa ở các khách hàng của chúng tôi. Liệu tôi có gặp khó khăn trong tương lai gần khi không cung ứng đủ sản phẩm để bán không? Chắc chắn là có rồi, việc này xảy ra ở mọi nơi, đó là điều hiển nhiên khi chúng tôi hoàn toàn chế tác thủ công các sản phẩm của mình và việc đó tốn rất nhiều thời gian, nhưng tôi nghĩ mọi người ở đây đều hiểu được chuyện đó.



sự rất chú trọng vào giá trị cốt lõi của thương hiệu. Liệu đây có phải là thách thức dành cho một thương hiệu lâu đời và truyền thống như Patek Philippe?

và có lòng trân trọng công sức của chúng tôi.

Tôi nghĩ chúng tôi luôn luôn nên tự chuyển mình để phù hợp với các thế hệ mới. Từ cách đây rất lâu, chúng tôi đã học được là không thể để mình già đi cùng với những vị khách hàng cũ. Việc truyền tải thông tin đến lượng khách hàng mới luôn là mục tiêu của tôi. Như tôi vẫn thường nói, đó cũng là tương lai của con tôi, một khi nó được chuyển giao quyền nắm giữ thương hiệu. Cơ hội mà chúng tôi có thể tiếp cận dễ dàng được với những lượng khách hàng trẻ hơn chính là nhờ giới truyền thông, Internet, Instagram. Trong quá khứ, không có những chuyện này. Đồng hồ cao cấp chỉ được dành cho giới tinh hoa, những người có cơ hội nhận được những cuốn sách từ thương hiệu về kỹ nghệ chế tác, hay ghé thăm xưởng sản xuất. Nhưng giờ đây, thế giới đã trở nên nhỏ hơn, bạn có thể di chuyển dễ dàng hơn, tiếp cận những điều mới mẻ ở bất cứ nơi đâu. Thế nên, tôi thấy có rất nhiều người trẻ đào sâu vào tìm hiểu Patek Philippe. Chúng tôi chỉ cần cẩn trọng hơn thôi – liệu họ đến với chúng tôi vì vẻ bề ngoài, vì vị thế xã hội, hay họ chỉ đơn thuần là những người yêu đồng hồ? Tôi có thể nói là đôi khi với thế hệ mới, điều khá nguy hiểm là họ sẽ không chỉ đeo một chiếc đồng hồ, mà là nhiều chiếc cùng lúc. Thực ra điều này cũng tốt thôi, nhưng chúng tôi không hy vọng họ sẽ bán đi chiếc đồng hồ của mình sau vài tuần mua được, kiếm lời, rồi lại mua cái khác. Mục tiêu cho tất cả chúng tôi chính là giúp thế hệ mới tìm hiểu kỹ hơn về thương hiệu. Tôi không thích chuyện một ai đó bắt đầu cuộc chơi với chiếc đồng hồ cực kỳ đắt đỏ. Việc thẩm thấu kiến thức cần có thời gian, chứ không phải câu chuyện bạn cầm tiền tới cửa hàng và đòi hỏi thứ tốt nhất họ có. Chào đón thế hệ mới không có nghĩ là chúng tôi quên đi thế hệ cha chú của họ. Patek

Philippe không phải là thương hiệu đồng hồ thời trang, nó phải trường tồn qua năm tháng. Thứ bạn đeo trên tay ngày hôm nay phải thậm chí còn trở nên đẹp hơn trong 10 năm sau

nữa. Đối với tôi, khách hàng là những người sẽ gắn bó lâu dài, tin tưởng vào thương hiệu



Đối với Covid-19, tôi phải nói thách thức lớn nhất chính là vẫn giữ được hoạt động sản xuất đồng hồ của Patek Philippe. Tôi nghĩ là tất cả các hãng như chúng tôi đều phải tìm nhiều cách để vẫn có thể sản xuất được sản phẩm, và để sản phẩm đến được tay khách hàng lại là một thách thức khác nữa. Rất nhiều cửa hàng bị đóng cửa, và không thể tiếp cận khách hàng. Nhưng đến cuối cùng, tất cả chúng ta đều đồng hội đồng thuyền cả. Tất cả đều công bằng, cơ hội san sẻ cho các thương hiệu đều như nhau.

Một lợi thế lớn mà Patek Philippe có so với các thương hiệu khác chính là chúng tôi rất gắn bó với những người mua ở địa phương. Điều này rất quan trọng, vì Covid-19 đã ngăn mọi cuộc du lịch, những thương hiệu thường xuyên giao dịch ở Trung Quốc hay những nước lớn khác đều gặp nhiều vấn đề. Nhưng Patek Philippe thì không. Chúng tôi biết là mình không có đủ sản phẩm để bán, tại sao lại phải bán cho khách du lịch trong khi dân địa phương không có để mua? Có lẽ đây là một trong những điều tuyệt vời nhất mà chúng tôi từng làm.

Đó cũng là lý do mà chúng tôi mở cửa hàng này tại đây, vì chúng tôi biết ở đây có một nền tảng khách hàng rất mạnh. Đây là một điểm đến lý tưởng của Patek Philippe. Đúng là chúng tôi không có đủ sản phẩm để bán thật, nhưng ít nhất là chúng tôi có thể cung ứng sản phẩm cho một phần khu vực này của Việt Nam. Đó mới là điều quan trọng.



Một số thương hiệu đồng hồ lâu đời hơn Patek Philippe, và thậm chí còn có năng suất cao hơn Patek Philippe nữa, nhưng Patek Philippe vẫn là một trong những cái tên danh giá nhất trong ngành công nghiệp đồng hồ. Vậy có lý do tiềm ẩn nào cho điều này không, thưa ông?

Như bạn cũng đã biết, chúng tôi đều đã từng trải qua những quãng thời gian thăng trầm, từng có những sản phẩm tốt và chưa tốt lắm, nhưng đối với tôi, điều quan trọng hơn cả chính là lòng trung thành của khách hàng. Vài năm gần đây, có một thương hiệu đồng hồ nổi lên, và tôi cực kỳ ngạc nhiên khi có lần tiếp xúc với một sản phẩm từ thương hiệu đó – nó có giá tầm 175.000 USD chỉ với kim giờ, phút và giây – một cái giá rất mắc. Tôi sửng sốt vì chuyện này điên rồ quá, nhưng câu chuyên ở đây chính là sự khác biệt với Patek Philippe: liệu chuyện đó sẽ kéo dài bao lâu? Chúng tôi đã tồn tại từ 1889, thương hiệu kia thì sao? 10 năm tuổi. Liệu họ sẽ trở thành một phần trong lịch sử đồng hồ của thế giới chứ? Đồng hồ của họ sẽ được trưng bày trong viện bảo tàng chứ? Tôi không chắc. Vì vậy, với Patek Philippe, điều mà chúng tôi đang cố gắng làm là duy trì chất lượng ổn định và áp khung chất lượng này cho tất cả sản phẩm, đồng thời luôn tiến về phía trước – tôi phải chắc chắn là sẽ còn sửa được những chiếc đồng hồ cũ, đồng thời luôn có các bộ sưu tập mới để duy trì giá trị của thương hiệu.

Điều quan trọng với tôi, nếu bạn là chủ sở hữu một chiếc Patek Philippe, bạn phải biết giá trị đằng sau đó, không chỉ bởi vì nó điểm tô cho vẻ ngoài của bạn, mà vì sự tôn trọng bạn dành cho thương hiệu, sự ngưỡng mộ công sức làm ra chiếc đồng hồ, và bạn muốn trở thành một phần trong lịch sử đồng hồ thế giới. Sau khi thương hiệu tôi vừa kể mất đi, sẽ có một thương hiệu khác nổi lên, nhưng khi nói về đồng hồ điểm chuông, lịch vạn niên, Split Second Chronograph, họ sẽ không có mặt ở đó. Đây chính là vốn liếng kiến thức mà chúng tôi muốn giữ vững, là thứ sẽ tồn tại mãi mãi, tôi chắc chắn.

Tôi thích sự cạnh tranh, cạnh tranh sẽ thúc đẩy chúng tôi, nhưng chúng tôi biết mình là ai và sẽ đi đến đâu. Khi bạn mua một chiếc đồng hồ Patek Philippe, bạn đã mua một phần của lịch sử. Tất cả chúng ta đều có chiến lược của riêng mình, và chiến lược của tôi chính là giữ cho Patek Philippe ở đỉnh cao nhất của nó trong toàn ngành công nghiệp, có được sự ngưỡng vọng, và tôi cũng truyền dạy điều đó cho con mình, để một khi tiếp quản thương hiệu, chúng có thể làm được điều tương tự. Đó không phải là câu chuyện về tài sản, mà chính là di sản.



đồng hồ điểm chuông mỗi khi được xuất xưởng. Vì vậy, tôi muốn hỏi là với khối lượng công việc của một chủ tịch thương hiệu, làm thế nào ông có thể sắp xếp làm hết tất cả những điều đó?

Rất đơn giản thôi, tôi chỉ cần chạy từ phòng này sang phòng khác (cười). Tôi đùa đấy, bạn nói đúng, chuyện đó không dễ dàng chút nào, nhưng tôi quen rồi. Ví dụ, công việc này tốn

Ông vốn rất nổi tiếng với sự can thiệp sâu vào quy trình chế tác

đồng hồ, đặc biệt là việc kiểm định tiếng chuông của từng chiếc

của tôi khoảng 5 đến 10 phút mỗi ngày, nhưng đó là bổn phận của tôi, tôi cần là người có cái nhìn bao quát, tôi đứng ở vị trí trung tâm của Patek Philippe với những con người đứng đầu ở các mảng khác nhau. Đó chính là điều chủ chốt. Và để là người có cái nhìn bao quát, tôi phải "chạy" từ phòng này sang phòng khác, từ phòng thẩm định đồng hồ điểm chuông, cho đến phòng sản xuất, phòng IT, phòng thương mại, vân vân... Bạn chỉ có thể làm điều đó nếu bạn có nguồn nhân sự vững chắc. Ở Patek Philippe, chúng tôi có 16 phân ban, mỗi phân ban trong số đó lại được một người điều hành chính. Đó là những con người làm việc còn cật lực hơn tôi, là những chuyên gia thực thụ, và tôi phải dựa vào họ. Đối với tôi, đây là điều rất quan trọng vì nó cho phép tôi làm việc ở bất cứ công đoạn nào, không nhất thiết là phải đi quá sâu, nhưng ít nhất là biết được chuyện gì đang diễn ra.

Tính đến nay, tôi đã làm việc trong ngành này được 60 năm, tôi hiểu sản phẩm, tôi hiểu con người, tôi hiểu tất cả các cửa hàng, và họ đã giúp ích cho những điều này rất nhiều. Họ

là những người đã cho phép tôi ở đây ngày hôm nay, vì tôi biết ở Geneva, đang có rất nhiều

người giỏi chăm lo cho thương hiệu. Patek Philippe không phải chỉ là về sáng tạo ra những chiếc đồng hồ mới đẹp đẽ, nó còn là việc có đúng người, đúng vị trí, và có những con người giống bạn, những người tin tưởng vào thương hiệu. Thật lòng mà nói, hầu hết trong số họ còn đến từ ngành công nghiệp đồng hồ, từ những tập đoàn khác như LVMH, Richemont, Swatch..., họ biết, họ thấy sự khác biệt, tôi nghĩ đó cũng là điều quan trọng đối với họ, bởi vì khi làm việc với Patek Philippe, họ biết chiến lược mà chúng tôi đã chọn sẽ kéo dài, không phải là thứ sẽ thay đổi mỗi năm; họ biết điều họ có thể cống hiến sẽ hiệu quả và họ không cần phải thay đổi cứu sau một thời gian. Đây cũng là điều mà tôi cho là một trong những yếu tố thành công của Patek Philippe: DNA và chiến lược thương hiệu luôn không đổi, và đối với những người chuyện nghiệp, đó đúng là một mơ ước. Họ có ngân sách, tầm nhìn, và những người tin tưởng ở họ. Đó chính là lý do tôi có thể đi bất cứ nơi đâu, thậm chí có cả ngày cuối tuần (cười).



Tôi thích đồng hồ điểm chuông vì hai lý do. Thứ nhất, tôi có dịp sở hữu một chiếc là quà tặng từ khi còn rất trẻ. Thứ hai, khi còn nhỏ, tôi đã quan sát cha mình kiểm định chúng, và rất sợ hãi là mình sẽ không bao giờ có khả năng làm thế. Lúc ấy, cha tôi nhận về những

một niềm đam mê mãnh liệt với những chiếc đồng hồ điểm chuông.

Trong rất nhiều bài phỏng vấn trước đây, tôi có thể thấy ông có

Vậy ông có thể chia sẻ với chúng tôi lý do vì sao không?

thấp..., còn tôi không thấy sự khác biệt nào cả. Cha tôi nói, một ngày nào đó tôi cũng sẽ làm được như thế thôi, chỉ cần thực hành thật nhiều, tôi gần như không thể tin được. Và cuối cùng thì ngày ấy cũng đến, khi cha tôi nói "được rồi, con đến đây nghe đồng hồ điểm chuông với cha, giờ là lúc con phải học rồi." Tôi rất sửng sốt, nhưng đến nay, tôi đã có đủ khả năng kiểm định một chiếc đồng hồ điểm chuông trong vòng chưa tới một phút, và bạn tin được không, tôi lại giỏi chuyên đó, bởi vì cha tôi đã đúng: cầm trên tay thật nhiều chiếc đồng hồ điểm chuông, nghe thật nhiều, và bạn sẽ có kinh nghiệm.

Đó là lý do giờ đây tôi rất hạnh phúc, tôi luôn nhớ lại khoảnh khắc hoảng sợ ấy, tôi không biết mình nên viết nhận xét gì vào bản báo cáo. Giờ thì tôi biết chính xác vấn đề nằm ở đâu, và tôi có thể chia sẻ những khoảnh khắc tuyệt vời với những nghệ nhân đồng hồ tinh xảo nhất. Cứ mỗi lần kiểm định đồng hồ điểm chuông, các nghệ nhân sẽ ở đó. Có thể mất

chiếc đồng hồ điểm chuông, xem thử chúng đã đủ tốt hay chưa, âm thanh quá cao hay quá

đâu, và tôi có thể chia sẻ những khoảnh khắc tuyệt vời với những nghệ nhân đồng hồ tinh xảo nhất. Cứ mỗi lần kiểm định đồng hồ điểm chuông, các nghệ nhân sẽ ở đó. Có thể mất đến hàng trăm giờ để họ tạo nên tiếng động, và chỉ tốn tôi tầm một phút để đồng ý hoặc không. Thật khó khăn để bạn nói "không" với một người nghệ nhân nào đó, nhất là khi họ đã dành ra cả trăm giờ đồng hồ làm việc để tạo ra nó, nhưng đó là cách họ có thể cải thiện. Đây chính là thứ tôi thích ở đồng hồ điểm chuông, bên cạnh âm thanh của nó: âm thanh thì luôn tuyệt vời rồi, tôi rất thích nghe, nhưng tôi còn thích hơn chuyện được trò chuyên với những người nghệ nhân. Những tiếng chuông không bao giờ giống nhau, họ phải chấp nhận điều đó, và xử lý nó. Đó chính là cuộc sống.

