

Thương hiệu vang bóng một thời : Anh Bảy Chà Hynos

Song Nhi sưu tầm

Quảng cáo bằng phim nhựa rất công phu và tốn kém. Ngoài chi phí cho việc dàn dựng để thành một đoạn quảng cáo hoàn chỉnh, muốn được chiếu ở rạp nào thì người chủ của đoạn phim đó phải thanh toán tiền chiếu. Thế mà phim Vương Vũ cướp "báu vật" Hynos không những xuất hiện trong các rạp từ miền trung vào đến tận Cà Mau mà còn lan sang các nước Đông Nam Á...



Yêu anh Bảy Chà

Dẫn đầu về sức bán trong nước nhưng vẫn không làm cho ông chủ Hynos hài lòng. Ông Vương Đạo Nghĩa nghĩ đến việc đưa Hynos xuất khẩu sang các nước lân cận. Đoạn phim này được đưa đến các rạp ở Lào, Thái, Campuchia, Singapore, Mã Lai chiếu và mặt hàng Hynos hi vọng sẽ chiếm lĩnh được thị trường ở các nước này.

Trong khi đó, tại Sài Gòn chương trình phát thanh thương mại của đài phát thanh Sài Gòn ngày đêm ra rả: *"Anh yêu em hay anh yêu kem hay anh yêu anh Bảy Chà da đen? Anh yêu em, anh yêu luôn kem, anh yêu luôn anh Bảy Chà da đen"*.

Chương trình này bắt đầu có từ những năm 1965- 1966 và Hynos được phát đầu tiên. Từ đó, câu hát trên đi vào trí nhớ của những đứa trẻ, chúng đã ê a khắp xóm.

Thuở ấy các phương tiện giải trí chưa có nhiều. Nhà nào giàu có lắm mới sắm được truyền hình để hàng đêm thu hút nhiều hàng xóm đến cùng xem. Chỉ có máy thu thanh (radio) tương đối phổ biến. Vì thế quảng cáo trên đài phát thanh có kết quả rõ

rệt.



Hình ảnh quảng cáo Hynos xuất hiện trong bộ phim Mỹ - Full Metal Jacket

Hình ảnh quảng cáo Hynos xuất hiện trong bộ phim Mỹ - Full Metal Jacket. Bộ phim nằm trong danh sách 500 phim hay nhất mọi thời đại do Tạp chí Empire bình chọn năm 2008.

Ngoài quảng cáo trên các phương tiện thông tin, quảng cáo trên các báo cũng được Hynos quan tâm.

Những câu quảng cáo rất mộc mạc đậm chất dân quê đã làm nhiều người dân hưởng ứng: "Trồng lúa mới có gạo mà ăn, thế mà có người đã phải trồng răng mới có răng mà ăn. Vì không săn sóc răng một cách chu đáo có người đã bị sâu răng và mất nhiều răng. Với Hynos phosphate, đánh răng sớm chiều, răng vững bền nhiều".



Bên cạnh còn có hình ảnh một bàn tay cấy từng bụi lúa và hộp kem với anh bảy chà cười tươi rói.

Những cung cách quảng cáo rất gần gũi với người dân đã làm cho Hynos trở thành bạn của mọi người. Sau "anh yêu em hay anh yêu kem ..." một đoạn nhạc theo điệu cha cha cha tiếp tục vang lên :

*"Chà chà chà, Hynos, chà chà chà.
Chà chà chà, hàm răng em trắng bóc.
Cha cha cha, cha cha cha.
Và ngàn nụ cười, nụ cười tươi như hoa".*

Rồi tiếp theo đó, nhiều pano được dựng lên trên các tòa nhà cao tầng, trước chợ, dọc theo quốc lộ. Mặt hàng Hynos đi đâu cũng thấy đi đâu cũng gặp, trở thành thân thuộc lúc nào không hay.

Chỉ còn vang bóng

Khi Hynos xuất hiện trên thị trường đã có nhiều loại kem đánh răng khác. Sự có mặt của Hynos chưa làm ảnh hưởng nhiều đến các nhãn hàng khác. Thế nhưng từ khi đổi chủ, Hynos đã lợi ngược dòng một cách táo bạo.

Nếu nói về chất lượng sản phẩm, Hynos không thua gì các loại kem đánh răng khác kể cả hàng ngoại nhập. Bao bì, mẫu mã của Hynos cũng khá hấp dẫn nhưng vẫn chưa được nhiều người biết đến.

Mãi đến khi chương trình quảng cáo trên đài phát thanh xuất hiện, nhãn hiệu Hynos được vang lên mỗi ngày đến nỗi từ những câu đối thoại, những câu hát trong đoạn quảng cáo của Hynos in sâu vào trong tâm thức mỗi người.

Hình ảnh anh bảy Chà có làn da đen nhánh và nụ cười với hàm răng trắng muốt trở thành bạn của mọi người mọi nhà.

Quảng cáo nhiều đi kèm chất lượng tốt khiến kem Hynos được nhiều người tin dùng. Nhờ vậy mà trong vòng 10 năm, từ một cơ xưởng sản xuất nhỏ bé, Hynos đã vượt lên thành một xí nghiệp với các thiết bị sản xuất hiện đại.

Các sản phẩm cùng loại xuất hiện trước có nhiều uy tín cũng đã bị Hynos đánh bật. Hynos có mặt khắp nơi trong nước và còn lan sang các nước lân cận.

Được vậy cũng nhờ vào tầm nhìn và cái tâm của nhà sản xuất. Ông Vương Đạo Nghĩa sẵn sàng trích ra hơn 50% lợi nhuận để lo cho quảng cáo. Bên cạnh đó, ông luôn trăn trở đến chất lượng sản phẩm.

Đến năm 1975, kem đánh răng Hynos được bàn giao cho nhà nước và trở thành doanh nghiệp quốc doanh. Sau hơn 40 năm vắng bóng, mặc dù anh Bảy Chà không còn hiện diện ở mọi lúc mọi nơi nhưng trong tâm thức những người lớn tuổi anh Bảy Chà vẫn mãi còn nụ cười rạng rỡ như ngày nào ...

Người tiêu dùng mãi nhớ đến Hynos - một mặt hàng mà quảng cáo luôn đúng với thực tế, không lừa dối để bán được hàng.

Bài đọc thêm :

Sài Gòn xưa: Chiêu biến sản phẩm vô danh thành thứ không ai có thể chối từ

Vốn là người có nhiều hiểu biết và chấp nhận làm ăn táo bạo, ngay khi mua lại thương hiệu kem đánh răng Hynos, Vương Đạo Nghĩa một mặt luôn tìm cách nâng cao sản phẩm của mình, mặt khác tìm mọi cách đưa hình ảnh sản phẩm đến tận khách hàng.

Tại Sài Gòn vào những năm đầu thập niên 1970, các rạp chiếu bóng đua nhau chiếu phim võ hiệp Hồng Kông. Hai tài tử nổi tiếng lúc bấy giờ là Vương Vũ và Trịnh Phối Phối được rất nhiều khán giả hâm mộ.

Cả hai thường xuất hiện chung trong một cuốn phim. Thế nhưng trong một đoạn phim ngắn khoảng chừng 10 phút, một mình Vương Vũ đã làm nhiều người thót tim...

Thành công nhờ... cướp được xe hàng

Một ngày vào đầu năm 1972, chúng tôi rất vất vả để mua tám vé vào xem phim "Thập Tam thái bảo" do Khương Đại Vệ, Địch Long đóng vai chính chiếu ở rạp Văn Hoa trên đường Trần Quang Khải.

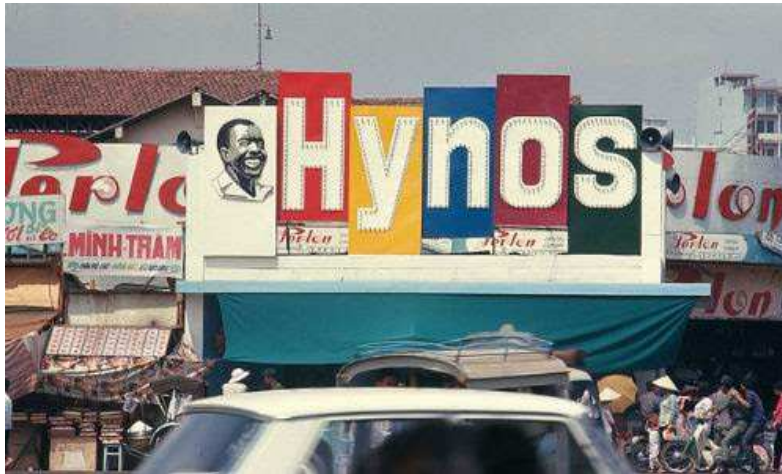
Khán giả ngồi chật cả rạp. Hết ghế, nhiều người đứng hai bên và phía cuối rạp để xem cho được bộ phim này.

Đèn trong rạp tắt. Màn cửa đã kéo kín lại. Trên màn ảnh bắt đầu xuất hiện những spot quảng cáo các sản phẩm trong nước đang có mặt trên thị trường. Sau hơn 10 phút, dường như đến đoạn giới thiệu những bộ phim sắp chiếu.

Màn ảnh lớn đang chiếu cảnh núi rừng trùng điệp. Trên con đường đất xuyên qua cánh rừng, một nhóm bảo tiêu trang bị gươm giáo đẩy chiếc xe chở báu vật lầm lũi di chuyển. Không ai nói với ai lời nào, tất cả đều căng thẳng tột độ. Chỉ huy nhóm này là một tráng sĩ râu hùm hàm én với thanh đao sắc bén trong tay.

Đoàn bảo tiêu cứ đi. Nhiều người có vẻ mệt mỏi lơ lửng, muốn nghỉ ngơi. Chỉ huy phải quát vì đoạn đường này rất hiểm trở dễ bị phục kích. Nhưng tất cả những hình ảnh này không thoát qua được sự theo dõi của một nhóm cướp đang rình rập ở trên cao.

Đoàn bảo tiêu vào đến ngõ hẹp. Từ trên cao, một tên thảo khấu mặt mày hung hãn tung mình nhảy xuống. Những tên cướp xuất hiện dàn hàng ngang. Cầm đầu bọn cướp hất hàm buộc nhóm bảo tiêu phải giao nộp xe hàng.



Biển quảng cáo kem đánh răng Hynos

Bọn cướp gặp sức kháng cự mãnh liệt. Cuộc so gươm giữa chỉ huy nhóm bảo tiêu và bọn cướp vô cùng ác liệt. Thế nhưng nhóm bảo tiêu yếu dần rồi bị tiêu diệt.

Tên cầm đầu bọn cướp đánh một đòn chí mạng hạ gục người chỉ huy nhóm bảo tiêu. Hắn chạy đến chiếc xe và bật nắp. Thật bất ngờ, hắn cầm trên tay hộp kem Hynos đưa lên với nét mặt rạng rỡ. Cả rạp cười ồ lên tỏ vẻ ngạc nhiên.

Lần đầu tiên, một phim quảng cáo được thực hiện với sự có mặt của các diễn viên gạo cội của điện ảnh Hồng Kông. Tên cướp do Vương Vũ đóng và người chỉ huy bảo tiêu do La Liệt thủ vai. Vương Vũ và La Liệt đều là 2 diễn viên sáng giá vào thời điểm bấy giờ.

Thời ấy chưa ai dám nghĩ đến hình thức quảng cáo bằng phim ảnh nên khi đoạn phim quảng cáo của Hynos xuất hiện khiến nhiều người chú ý...

Kem đánh răng Hynos không phải là sản phẩm đầu tiên xuất hiện tại Việt Nam. Trước đó tại Sài Gòn đã có kem Perlon và Leyna. Nhưng từ khi có Hynos với cung cách làm ăn đầy sáng tạo đã đưa mặt hàng này lên vị trí hàng đầu.

Tầm nhìn của một ông chủ

Kem đánh răng Hynos có mặt trên thị trường vào những năm đầu của thập kỷ 1960. Khởi thủy mặt hàng này cũng chỉ là một hãng sản xuất nhỏ do một người Mỹ gốc Do Thái làm chủ.

Ông chủ người Mỹ này lấy vợ người Việt với quyết tâm sẽ làm ăn lâu dài ở Việt Nam. Thế nhưng không may, vợ ông mất sớm khiến ông chủ Hynos lâm vào tình trạng hụt hẫng.

Giờ đây, chung quanh ông đầy ắp hình ảnh và kỷ niệm của người vợ thân yêu. Ông muốn bỏ tất cả để về Mỹ tìm sự lãng quên. Ông tính đến việc bán hết cơ nghiệp để ra đi.



Vương Đạo Nghĩa là người rất táo bạo trong việc dùng quảng cáo để tăng độ phủ cho sản phẩm. Ảnh: Poster quảng cáo của kem đánh răng Hynos trên báo giấy.

Nhận thấy trong những người làm công cho mình có Vương Đạo Nghĩa - một thanh niên cần cù mẫn cán, ông gợi ý để Nghĩa mua lại cơ ngơi này với một giá rất thấp. Nhờ vậy, Vương Đạo Nghĩa có điều kiện trở thành ông chủ mới của Hynos.

Vốn là người có nhiều hiểu biết và chấp nhận làm ăn táo bạo, Vương Đạo Nghĩa một mặt luôn tìm cách nâng cao sản phẩm của mình, đồng thời tìm mọi cách đưa hình ảnh sản phẩm đến tận khách hàng.

Muốn được như thế không gì hơn ngoài phương thức quảng cáo. Ông là người có rất nhiều sáng kiến để quảng cáo hàng của hãng ông trên các cửa hàng ăn uống, chợ búa, hệ thống truyền thanh và truyền hình.

Câu chuyện bảo tiêu kể trên muốn thực hiện được không phải là việc đơn giản. Nhiều người hiểu chuyện kể lại với chúng tôi, ông chủ hãng Hynos nghe đâu có bà con với Vương Vũ. Trong một lần đến Hồng Kông, hai bên gặp nhau và bàn đến kế hoạch làm đoạn phim ngắn để quảng cáo cho Hynos.

Việc quảng cáo bằng phim sử dụng các tài tử gạo cội là việc làm hết sức mạo hiểm bởi chi phí cho đoạn phim quảng cáo ngắn ngủi này có giá cao ngất ngưởng.

Trời không phụ lòng người, Vương Đạo Nghĩa đã thành công. Kem đánh răng Hynos đã có mặt trong hầu hết các gia đình thời bấy giờ ...

Trần Chánh Nghĩa