

2014年度香港傑出企業

對經濟全球化的趨勢和急速轉變的市場環境，創意已成為企業建立競爭力的重要策略，更是港商迎接產業轉型以及把握世界市場巨大商機之致勝之道。香港原創廚具品牌康加實業 (Konstar)，產品設計創新、質素超卓，過去20多年來深受全球家庭及飲食界愛戴。集團主席汪恩光帶領員工立足本港，拓展內地和國際市場，為許多正積極朝高增值方向進發的香港企業樹立了榜樣。

擁有 540 多項國際發明・實用新型・設計專利

KONSTAR® 港產原創廚具 揚威國際

愛不釋手・動 源於生活的感動



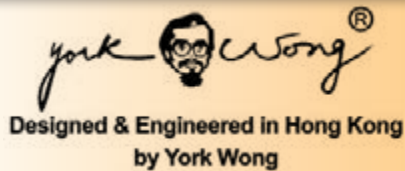
■有諸內形諸外，令人愛不釋手的Konstar廚具。

港式廚具品質保證

- 2000年 獲香港工業總會頒發「香港Q嘜優質產品計劃」認證
- 2005年 廠房獲中國品質認證中心頒發「ISO 9001」認證
- 2010年 獲德國萊茵(TUV)集團頒發「ISO 9000」認證
- 2011年 廠房獲「ISO 14001」認證
- 2014年 「星級洗滌脫水器」、「蘋果削皮器」及「轉筒刨切機」獲德國設計協會頒發「德國紅點設計」
- 2014年 獲香港工業總會頒發「Q嘜人氣品牌大獎」
- 2014年 公司獲香港總商會頒發「香港工商業獎：消費產品設計」優異證書
- 2014年 獲創新科技成就大獎及中國發明專利三項
- 2014年 榮獲香港品牌發展局頒發「香港名牌」



■「德國紅點設計」得獎產品



一切從心出發

事業上，汪恩光大半生與廚具打交道；個人興趣上，則愛收藏古董車，他的「寶貝」包括勞斯萊斯、豐田世紀、平治、解放、北吉、老上海、老鳳凰、NSX等，尤其偏愛中國製造的紅旗轎車，共擁有7台不同型號的老紅旗。

汪恩光的廚具和模型車生意，同樣辦得有聲有色，他認為用心以外，行動力一樣重要。「有些事情要馬上做，今日不做，機會錯過了，往後就遺憾。」汪恩光讓更多人認識紅旗車，更於去年11月贈送了1台老式紅旗車CA770到法國國家汽車博物館，成為了中法建交50周年的重點項目，並親身出席了進館揭幕儀式。將中國歷史經典汽車展現人前，他自己也想不到，「本來只是收藏古董車的我，竟然可以為中國汽車工業作出少少貢獻，可謂人生無憾。」

汪恩光創辦的世紀龍出品的模型車，像真度逼真，零件的大小比例、顏色、質感，均做得逼真和精準。談到產品的高質素，他表示「做每件事情，都有一個定位，我的定位是能力範圍內做到最好，質素要高，這是對自己的一種要求，沒有人逼你，但我認為不可失禮中國人，發揚紅旗車精神。」他製造的廚具也一樣，創意與實用兼備，正如他所言，在能力範圍內做到最好。外國人對「made in China」出品沒信心，不相信是他的原創作品，直至去到廠房參觀，看到他的設計室、試驗室，以及看過所有專利文件和證書後，才由衷的讚賞。



■汪恩光畫作《鳳凰涅槃》



■2014年榮獲香港Q嘜人氣品牌大獎，並由政務司司長林鄭月娥頒發獎狀。



■2014年榮獲創新科技成就大獎，汪恩光出席頒獎典禮。



■在香港品牌發展局2014年名牌選舉中，Konstar被選為香港名牌之一，汪恩光於頒獎典禮上接受殊榮。

Konstar源於「Hong Kong Star，香港明日之星」，成立於1993年，多年來一直以創新的思維，致力發明設計各種多功能的港式廚具。集團主席汪恩光經常掛在嘴邊的一個詞，就是「創意」。創意造就了每一件產品的誕生，創意也成就了康加實業的輝煌。

香港品牌 創意無限

在康加實業的辦公室裡，新穎廚具琳瑯滿目，小巧、精緻，像一排排的精品玩具，就如康加實業的產品理念動詞所說的：「愛不釋手，動」。展示了康加實業的產品精神：有諸內形諸外，着重產品的功能及外觀，致力為用家增添煮食的樂趣及帶來更大的方便。

談到品牌的起源，汪恩光二話不說，拿起生果刀表演了一項絕活，利用手指的定位與刀的配合，三兩下就把蘋果皮很平均地刨了下來。他表示，這就是他與廚具結緣的源頭，小時候經過街市，小販就是這樣「刷刷」幾下就刨走個梨的皮，覺得很神奇，開始對廚具產生了興趣。創意源於生活，體驗生活，發揮意念。他憑藉這份熱情，發揮天賦與創意，扭轉了中國人以往以菜刀、砧板的煮食方式，開創了精巧新煮意的港式廚具。港式廚具的特點是簡單和實用，無需用電，巧妙的運用了槓桿力學，將手動轉動功率發揮得淋漓盡致，輕鬆榨汁、刨絲、碎肉，令烹煮前的準備變得輕而易舉。

康加實業的產品多樣化，功能齊備，能應付廚房內的各種需要；旗下產品包括切片器、碎肉器、榨汁器、攪拌器、磨碎器，還有削皮器、水果去芯器等。港式廚具精巧環保，既不用電，又集多功能於一身，其代表作「多用途可調節刨切器」是一套多用途刨切器，配備「V」形刀片，能更快、更利落地切削多類型食材的正方、菱形、網狀等14款形狀，是全球首創。另外，產品的外觀採用自然及流線的外形，跳出固有刨切器的直線及方角外形，而且包裝盒的形象強調自然與人體工學的融合。康加實業的港式廚具質素之高，常常被誤當來路貨，事實上每一件均是香港設計、香港監製、內地生產。

深受國際市場認可 精益求精

康加實業的港式廚具能夠名揚國際，除了產品有創意、實用之外，還積極從香港「走出去」，向國際市場進發。經過20多年的堅持，成功打破歐美壟斷精品廚具的局面，其出名已得到多間外國廚具名牌公司的認可，紛紛向康加實業購入功能及設計專利，並在產品上印上「York Wong Design」標誌。不少海內外名牌公司甚至不再成立設計部，依靠康加實業所提供的設計和製造，以ODM(採購方委託製造方設計及生產)形式代工生產，其在生產製作過程深受國際夥伴的信賴，在國際的創意廚具市場中取得了主導的地位。

精品廚具市場競爭激烈，康加實業依然敢於接受挑戰，並不斷變更、創新以適應不同的消費層和市場。汪恩光表示，「我們在韓國的經營相當艱辛崎嶇，花了10幾年的心血才能扭轉當地人對『made in China』產品的質疑，成功在日本與歐美為主導的韓國廚具市場佔一席位。」他表

示，康加實業在韓國推出首個廣告時，產品訂單隨即飆升，打破了當地電視銷售的紀錄，開了個滿堂紅，用實力證明了港式廚具的品質。

從事廚具發明超過20載的汪恩光表示，「創意」是其最重要的創業資本，也是不斷增值的企業資本。他坦言，其實近年歐、美、日已少推出新作品，沒有創意，只懂得轉顏色、換包裝。汪恩光不滿足現有的成績，與時並進，從設計角度入手，以用家體驗為導向，不斷推陳出新；最新推出的「星級洗滌脫水器」、「蘋果削皮器」及「轉筒刨切機」於2014年獲「德國紅點設計」，彰顯品牌在產品設計及技術上的創新性及優秀品質，同年並獲得中國發明專利三項。

香港之光 產品暢銷海內外

康加實業的港式廚具香港設計、監製，在東莞自設廠房，製模部配備由歐美、日本引進最現代化的模具和CNC加工中心，全電腦操作，確保所有模具精確無誤。各部門均取得ISO9001國際標準認證。生產部備有日、韓最先進的注塑機，再配合由熟練技工操作的裝配線和包裝線，嚴格監控生產流程，確保產品質量。多年來得到世界各地顧客的認同與支持，無論生產量、生產規模以及產品質量均達到世界級水平。

旗下的港式廚具遠銷至東歐、西歐、美加、南美、日本、韓國、東南亞及中東等地，並獲得超過540多項國際的發明、實用新型及外觀專利。同時，亦已滲透世界各地的電視購物頻道及郵購等銷售網絡。

同時也積極拓展內地市場，進駐大型百貨公司，並於各大城市設銷售點，定期進行產品示範的推廣活動；並派專員到溫州、寧波、杭州、上海、昆山、蘇州、天津、北京、石家莊等內地城市舉辦培訓課程，為當地經銷商提供產品資訊。

康加實業還積極參與香港、內地及德國等地的大型展覽會，如「重慶工展會」、「哈爾濱工展會」、香港貿發局舉辦的「香港巡迴品牌展覽」及相關營商活動、「香港家庭用品展」、「Mega Show」及德國「Ambiente Fair」等。在德國「Ambiente Fair」展覽中，康加實業的港式廚具曾被譽為改變歐洲人飲食習慣的廚具，其創新設計為食材準備帶來新的演繹方法，啟發了世界各地飲食文化的煮食意念。

全力推行 社會責任

推行社會責任是企業應盡的本分，透過實踐這個本分可以建立一個優良的企業文化。作為植根於香港的中小企業，康加實業深明自身的成功源於社會的支持，期望能與社會一起共同發展和成長。康加實業積極贊助慈善及非牟利機構的籌款活動，包括支持內地山區兒童的教育計劃，以及參與港粵教育學院的「神州青雲路就業計劃」，與年輕人分享於內地市場發展的經驗，培育下一代。同時，定期聘請國際認證機構「SGS」的講師提供培訓講座，如國際食品接觸材料法規等；亦曾多次安排香港設計學員、香港中小企經貿促進會會員，參觀廠房，培訓學習及分享經營理念。



■KONSTAR 團隊參加展覽