

# 第16屆世界傑出華人獎

## THE 16th WORLD OUTSTANDING CHINESE AWARD

創立·主辦 世界華商投資基金會 World Chinese Business Investment Foundation  
合辦 世界華人協會  
協辦 文匯報、鎮報月刊、經濟日報

電話 // 852 2545 0363 傳真 // 852 2545 0317 電郵 // info@wcbfund.org 網址 // www.wcbfund.org

富康玩具製品有限公司董事長勞富文博士，是「親親我」品牌創始人及專利產品「咬咬樂」咀嚼訓練器發明者，40年來他專注母嬰事業，從事國際頂尖嬰幼兒用品、玩具的研發生產，着重推動「主動進食、咬出聰明」的創新科學育養嬰幼兒概念；行事果斷、創意思維特多的勞富文博士立志成為「嬰兒餵養專家」，期望改變全世界嬰兒的餵食習慣，提高全人類健康，提升從嬰幼兒餵養開始的營養素質和讓中國的嬰兒以合理的價格享受到具有國際品質的嬰幼兒產品。



勞富文博士代表公司領取「香港名牌」金獎



勞富文博士代表公司領取「香港星級品牌2015」企業獎



勞富文博士代表公司領取「香港工商業獎創意獎」



# 勞富文博士

## 自創品牌走向世界 新概念嬰兒餵養專家

個人名片



勞富文博士被喻為「嬰兒餵養專家」，他期望改變全世界嬰兒的餵食習慣。

- HRH Sultan UBP 親王
- 富康玩具製品有限公司
- 東莞親親我實業有限公司董事長
- Fu Hong kidsme Ltd 主席
- 奇材孵化有限公司主席
- 傑思美優質教育有限公司董事長
- 廣東省雲浮市政協原委員
- 香港荃灣官立中學校校友會慈善基金董事
- 香港幼兒教育產業聯會創會副主席

籍貫廣東開平的勞富文博士，成長於六兄弟姊妹的大家庭，就讀中學時已被發掘擁有運動天賦，其中在游泳及足球方面更被重點栽培，1977年，他曾代表香港足球青年軍到海外比賽，然而考慮到足球員的待遇微薄，只好放棄了成為職業足球員的夢想。

1978年，勞富文博士中學畢業後，二十歲的他打了百封求職信，最終一家英國洋行錄取他任職公司信差，憑著主動積極的工作表現，他不到一個半月時間就被提升為新成立的嬰兒部門擔當要職，開始接觸到不同的塑膠製品，為了對行業吸收更多知識，他更自費夜間到工業學院進修設計包裝及工模製造等文憑。

在把握塑膠工藝基礎後，三十歲的勞富文博士於1989年，決心自立門戶創辦了富康實業，以來料加工嬰幼兒產品為起點，在國外獲取訂單，在國內設廠生產，替外國公司做OEM、ODM（代工設計及生產）出口業務；富康過往代工的國際知名母嬰產品就包括輔餵用品、口腔護理、衛浴用品、益智玩具等，通過了美國和歐盟相關玩具檢測標準的認證，世界知名嬰童用品品牌，10個中至少過半數是由富康代工走向世界。

### 代工遭壓價激發自創品牌

對勞富文博士而言，發展自有品牌，完全是受一件小事的刺激。2002年，他在深圳逛商場時偶爾發現，一個國際品牌的水杯售價49元，而這個水杯正是富康生產。「我們當時的出廠價只有5元，差價居然接近10倍！」品牌和代工之間巨大的差距讓勞富文博士意識到世界工廠的附加價值低，原本的商業模式正在遭遇瓶頸，無論是被迫還是主動轉型，公司都必須逐漸將過去的價格優勢變為價值優勢。

「我們是出口0到3歲的母嬰用品，20多年來都是做貼牌生產。2008年金融危機後，外貿訂單幾乎停滯。公司被迫從「零」開始，創辦自己的品牌，開闢內銷市場。」

2007年，勞富文博士開始開闢內銷市場，成立東莞「親親我」實業有限公司，翌年成立自家品牌



勞富文博士向到訪公司的波斯尼亞和黑塞維那全權大使講解產品

「親親我」，正式啟動創建自家品牌戰略，致力品牌運營和內銷，開啟了轉型升級之路。

### 嬰兒咀嚼食物新概念

2007年，勞富文博士的兒子出生，他最初設計「咬咬樂」咀嚼訓練器的靈感就是這樣得來，他的兒子甚至成為了他最早設計產品的第一批使用者。「不少父母，曾有一個經歷：嬰兒由飲奶轉吃半固體食物時，都很困難，因為嬰兒常會抗拒父母或家傭餵食。」

有次勞富文博士跟家人出外用餐，兒子當時比較小，家人要帶很多嬰兒餐具，因此比較麻煩。太太跟他提出，能不能發明一個產品解決這個問題，讓父母帶嬰兒外出不用帶那麼多餐具。2008年，他成功發明「咬咬樂」咀嚼訓練器，產品由矽膠網袋和手柄組成，矽膠網袋前端均勻分佈了大小適中的網孔，將切好的食物放進過濾網，扣好塑膠手柄，讓嬰兒可以像吮吸奶嘴一樣學懂自主進食。

「由於蔬果、肉類這類輔食都需要咀嚼，在嬰兒腸胃可以接受的情況下，愈早讓嬰兒安全的吃到輔食，就愈能給他補充多種營養，促進他發育成長。嬰兒四個月以後會流很多口水，其實那是在釋放想吃輔食的信號，這設計的作用，是讓嬰兒好像咬奶嘴般，將食物的碎屑和汁液會透過小孔流出，從而學懂自發和主動咀嚼食物，而毋須父母或家傭餵

食。其最大好處是，產品讓四個月以上的嬰兒輕鬆、主動地進食各類輔食，讓傳統被動餵食順利變成主動進食，嬰兒咀嚼活動可以有別刺激嬰兒的腦部發育。」

當「咬咬樂」推出後，「親親我」管理團隊找到早教或教育領域和醫學界的專家和學者們交流，把產品介紹給消費者，讓大家研究並試用，經過大量市場調研和努力，2009年首年的銷售量就達20多萬個，經過多年發展，現已在全國20多個省份有售，並已出口至歐洲、美國和拉丁美洲。

將自己定位為嬰兒餵養專家的勞富文博士，於2017年，受到兒科教授丁宗一的啟發，他開始大力倡導科學「銜接餵養」理念。「簡單來說，嬰兒從出生那一刻開始便是投資健康的起步點，在寶貴4到12月這一黃金時間段裏，做好科學「銜接餵養」是寶貴健康體格的最好保證，並能夠為孩子的將來打下最堅實的基礎。」勞富文博士除了改變全世界嬰兒的餵食習慣，亦積極推廣科學「銜接餵養」理念以增強國民身體素質，務求抓好寶貴生命最初的1,000日，讓寶貴更好地吸收營養，抵禦有害細菌，讓孩子健康、聰明、安全、快樂地成長。

勞富文博士親身見證「親親我」兩次轉型的跨度，集團從代工到自主品牌再到電子商務，不斷調整自己的發展方向和產品。在他看來，品牌必須不斷變革，多從社會學、消費者的角度思考問題，消費者的感受才是對產品、品牌的最終驗收。

「公司亦曾經委託美國兩間名牌大學哥倫比亞大學及史丹福大學對數十名幾個月至兩歲大的嬰兒做試驗，結果超過80%的母親都滿意試驗效果。尤其是幾個月至一歲多的嬰兒，更是所有母親都滿意試驗效果。」

勞富文博士經過九年努力，現時「咬咬樂」在內地絕大部分省份都有售，零售點包括母嬰店、百貨公司、沃爾瑪及華潤萬家的部分分店。由2014年底開始，「咬咬樂」更出口至美國、歐洲和東南亞等國家及地區。而香港的零售點包括千色店、Acon、一田、永安、UNY、Apiato、Piago和其他公司的母嬰店等。年前，更開始出口到巴西等拉丁美洲國家。

提高早教及幼兒教育產業認同



勞富文博士大力倡導科學「銜接餵養」理念，以提高嬰幼兒的營養健康水平。

為了秉承一貫支持優質社會發展的宗旨，勞富文博士於2017年，成為「香港幼兒教育產業聯會」的創會副主席，他以創會副主席身份聯繫帶動母嬰孕同業的參與和支持。他表示，隨著香港父母對早教及幼兒教育的日益關注，建立早教及幼兒教育平台凝聚同業力量，增強有關產品及服務的質素，提高早教及幼兒教育產業在香港和內地的認同性，這些都是事在必行的。

在國家大力提倡「引進來，走出去」、「一帶一路」等政策的大環境下，「香港幼兒教育產業聯會」的願景是發掘和倡導香港的優質早教及幼兒教育科技產品和服務，匯聚業界及機構專家，合作發展創商機及創建相關的認證機制。他強調，該會秉承一貫支持優質社會發展的宗旨，致力為兩岸四地提供一個可持續發展的早教及幼兒教育平台；並結合同業力量，為早教及幼兒教育產業爭取有利的拓展條件及商機。

「我們對早教及幼兒教育行業未來充滿信心，隨着二胎政策的開放，期望把早教及幼兒教育產業發揚光大。希望通過發展「早教及幼兒教育」產業，定期舉辦有關的發展研討會、培訓項目和交流活動，務求提升同業的專業水準。能夠對香港的人口及人力資源、教育、經濟和社會福利，並希望獲得政府支持，以彰顯香港社會公義及進步創新的社會風氣。」



2011年，勞富文博士代表公司領取「阿里巴巴全球十佳網商」獎項。



勞富文博士接受愛奇藝母嬰訪問



勞富文博士接受新城電台訪問



勞富文博士接受媽媽會客廳訪問

## 藉電商平台拓展內銷

勞富文博士從工廠思維跳躍到品牌思維，不斷考驗着他的學習能力和管理智慧，在零售市場發力之後，他又注意到電子商務是營銷的網銷新渠道，足以改變傳統的企業思維。2010年，「親親我」成立了電子商務部門，從集團內部挑選出優秀人才進行市場營銷，為公司貢獻每年以翻倍的速度增長的銷售額。其中最重要是他的發明「咬咬樂」咀嚼訓練器在母嬰界成為創新品種。

「旗艦店的定位為經營品牌形象，以及創造客戶體驗，所有售賣的產品均為官價，另外也會不時進行新產品首次銷售，或者其他的品牌活動。至於網上分銷商則獲該公司以折扣供貨，它們的定價通常會比官價低。」勞富文博士成功發展了經銷、直營和網銷三者混合的市場營銷模式，當時在轉型至電子商貿的過程中，他物色獲好評的網店，邀請成為公司的網上母嬰類產

品分銷商合作單位。

「親親我」旗艦店在2010年上線之後，即獲選為「2011年阿里巴巴全球十佳網商」之一。翌年，「親親我」再獲阿里巴巴選為「2012年十佳網貨品牌」之一。勞富文博士表示，除了純線上的宣傳活動，「親親我」亦有舉行一些打通線上線下的活動。除了在網上大力宣傳實體店舉行的試用活動外，2012年，「親親我」舉辦「中國潮媽秀」，通過網絡海選潮媽，以展示年青母親的非一般才藝作招徠，其後更將頒獎禮安排在阿里巴巴杭州總部的網商大會內舉行。2013年決賽則安排在香港迪士尼樂園舉行，大收宣傳之效。同時，為了迎合媽媽們，親親我公司以專門的團隊搞活動，每年開展100多場落地活動，在互動中贏得口碑。而「咬咬樂」咀嚼訓練器已由全世界數百萬嬰幼兒安全、健康和開心地使用。



勞富文博士出席「香港星級品牌大獎2012頒獎典禮」，代表公司領取中小企業獎。