

人物簡介 梁湘東先生，升鋒國際有限公司董事總經理，香港品牌聯合會會長，香港中華廠商聯合會會董，香港商業專業評審中心理事，九龍西區各界協會副會長，香港黃大仙工商業聯合會副會長。

從 事與人們的生活息息相關的行業，梁湘東先生的身上總有一種使命感，那就是要通過自身的創造，減輕人們的生活負擔，提升人們的生活幸福感。所以從開始到現在，無論如何求新求變，“以人為本”的理念一直是他們發展的核心，這一理念亦是梁湘東先生職業理想的彰顯。從為個人，到為員工，到為社會大眾，他完成了自己從一位企業老板到一位企業家的轉變，眼中有了大世界，大格局，也逐漸有了大責任和大情懷。

白手起家 獨木成林

在創業之前，梁湘東先生其實已經拿到了當時公司的最高薪水，即使不去選擇當老板，他依然可以憑借這一份薪水過衣食無憂的生活，可當時才二十一歲的他，滿腔熱血，渴望有所作為，於是堅定地辭掉了那一份工作，開始了自己的創業之路。

作家王小波先生曾說：“二十一歲，在我一生的黃金

時代。我有好多奢望……我覺得自己會永遠生猛下去，什麼也錘不了我。”一樣的二十一歲，梁湘東先生也曾一樣的理想主義，無所畏懼。在創業的頭幾年，他與朋友合伙先後進入過自己並不太了解的服裝和其他領域，並從香港跑到了內地，可正因為了解不夠，準備不足，他的這幾次創業都以失敗告終。結果雖然不盡如人意，但這個過程卻真真切切地給他上了一課，在積累營商經驗的同時，梁湘東先生亦開始學會審慎選擇，謹慎投資，也正是在這個時候，他想起了自己曾經打暑假工的經歷。

梁湘東先生學生時期曾在家庭用品行業打過暑假工，雖然只有短短兩個月，但這個行業易銷售，高利潤的特點卻給當時的他留下了很好的印象。之後再想起這段經歷，梁湘東先生便感覺自己找到了自己創業的方向，於是他灑脫地告別了之前的種種，開始了新的探索。

創業的過程無疑是孤獨且煎熬的，因為要從無到有地搭建起一座高樓，從整體到細節他都需要考慮周到，而這個過程中的痛苦和壓力他往往只能獨自承受。梁湘東先生言：

梁湘東

打造香港家居名牌



01 梁湘東先生在香港生產力促進局分享網絡營銷
02 抽油煙機傳媒導賞日



“做老板是最累的事情，在選擇之前就要有這個心理準備。而且我們在這個創業的過程中會遇到各種各樣的問題，很多時候都會覺得自己還有太多不足。”為了更多地補足這種不足，他不斷去進修各種課程，與公司共成長。很多年之後再回想起這段起始階段的歲月，梁湘東先生滿心感慨，他表示，有些坎當時覺得真的很難過，但到真正過來了再回頭看的時候就會發現，那只是成長中一段必要的經歷而已，經歷過就會更了解，錯誤犯得多了也就能試驗出對的路。

經歷過幾年的沉寂，捱過了金融風暴及SARS的危機，2004年，梁湘東先生的公司終於迎來了自己的機會。2004年升鋒國際有限公司研發出了電壓力鍋等新型家用電器，這些產品的問世給人們的家居生活帶來了新的享受，在香港市場大受歡迎，公司得以迅速成長壯大。這一年也成為了他們發展的轉折點，其後他們開始穩步增長，在十幾年間不僅走入了香港的家家戶戶，產品更是遠銷馬來西亞，新加坡等國家。如今，升鋒國際已成為香港家居用品行業首屈一指的公司，公司旗下也已經衍生出了五個品牌——智能廚電品牌Primada寶康達、創意家品Pro Logic保樂潔、智能機械人Prologic Robotics、創意廚具Home Make Taste品味廚及個人護理品牌Rogic朗見，獲得嘉獎無數。例如，香港名牌獎，商業評審中心產品創新獎等等。每一個獎項，都象是梁湘東先生人生中的一個驚嘆號，充分肯定了他的選擇和耕耘。

先行者的使命與榮耀

創辦這樣一個家居用品公司，賺錢並非梁湘東先生的唯一目的，他更希望的，是通過公司一系列的研發，推動人們生活方式的革新，解放人們的雙手。

現代都市的生活節奏已經越來越快，雖然科技在不斷地滲透進人們的生活，豐富人們的生活，但似乎人們的時間已經變得越來越不夠用，享受生活似乎也已經變成了一種奢侈的願望。在這種境況之下，梁湘東先生便更希望將人們從繁瑣的家務中解脫出來，將更多的時間和精力用於享受自己當下的人生。所以一方面，他推出許多智能化的產品，無需人類參與，便可完成烹飪、清洗或清理工作；另一方面，他不斷更新設計，簡化程序，大大縮短了人們在家務上所需花費的時間。他相信這是科技本身賦予人類的價值。

除便利之外，綠色健康也始終是梁湘東先生矢志追求的目標。傳統的烹飪工具，設計簡便，總會招致油煙四散，長



03 梁湘東先生和同事參加香港理工大學培訓課程
04 香港品牌會到“阿里巴巴”考察留影
05 公司晚宴聚會



期的使用也難免會給廚房各處留下一層黑膩膩的油污，既不衛生亦不健康。梁湘東先生的公司開發出的新的抽油煙機，不僅讓廚房徹底告別了油煙味，還讓各類廚房用具變得易清洗，無殘留，讓廚房真正變得綠色衛生的同時，也增強了大家的烹飪幸福感。

梁湘東先生表示，要將一個本身在市場上很受歡迎的產品繼續大賣並不困難，困難的是將一個尚未問世的产品推向市場，並獲得大眾的認可。如今他的一系列創新已經獲得了許多人的贊賞，但在他走這一條無人走過的道路之前，擔憂和壓力也曾佔據着他的內心，這是屬於一個先行者的重擔。但當每一件從無到有的產品在他的手中真正做到普及化的時候，當客戶們給予他如潮的好評的時候，當業內人士紛紛向其豎起拇指的時候，梁湘東先生便會收穫前所未有的滿足感。這是屬於一個先行者的榮耀。

眼下的圍困與選擇

這二十餘年的經商歷程，梁湘東先生經歷過社會的各種



06 香港品牌聯合會第五屆董事局就職典禮
07 贊助香港ViUtv烹飪節目Cooking Girls



08 鋒公司在香港工展會參展展位

風起雲湧，但眼下正在發生的這一種變革，卻是他從未經歷的。

隨着互聯網的發展及各類社交媒體的興起，我們的世界正在變得越來越透明，人與人之間、群體與群體之間、人與社會之間的界限已經被迅速打破。如此透明的世界，帶給我們的，除了從四面八方撲面而來的各類資訊，還有許多社會規則的破碎和重整。譬如以前在商業領域，相關資訊只掌握在專業人士的手中，行業中人則擁有更多行業的規則制定權，而如今，他們的主動權已經隨着信息的透明化而消失，薄利多銷似乎已經成為了製造業唯一的出路。這亦是梁湘東先生目前面臨的難題之一。

為了走出這一困囿，梁湘東先生正在主動帶領自己的公司進行大刀闊斧的改革，“如果還沿着之前的老路去走的話，那條路只會越走越窄。為了跟上時代發展的步伐，我們必須要進行大膽革新。”如今，他已經帶領公司開始嘗試網上銷售、品牌形象營銷等新模式，儘管在一開始收效甚微，但足以證明他已經在主動適應時代的發展。

除互聯網及社交網絡的影響之外，梁湘東先生表示，香港與內地角色的轉換也成為了香港工商界人士新的困擾。

“以前是香港影響內地比較大，現在是內地影響香港比較大。香港的許多優勢漸漸都已經不在，而內地已經發展得越來越好。”梁湘東先生如是說。雖然內地的崛起給他們帶來了許多的新機遇和新方向，但與此同時，也讓他們產生了一些憂慮——香港經濟對於內地的依賴性越來越強的話，該怎麼增強自身抗風險的能力？如果內地游客不再熱衷香港，內地人不再追求港貨，香港應該怎麼主動去贏得市場……這種種追問都飽含力量，梁湘東先生亦每日思考，如今“一帶一路”倡議和粵港澳大灣區的建設對於香港發展而言或許是最好的時機，儘管跨出這一步會面臨很大的風險，但停留在原地，他們也會面臨同樣的危機，所以守不如進。

為了讓公司實現更長遠的發展，梁湘東先生還有幾個重點希望早日在未來完成：一，將公司章程變得更加完善，推出各類獎勵制度，為員工創造一個更好的工作環境，不僅讓他們能夠更好地發揮自身所長，也讓他們從工作中產生更多的獲得感；二，形成完整的行業產業鏈，建立一個更加健康的行業生態；三，將公司的經營方式變得更加地開放，將“人無我有，人有我精”這樣的理念不只運用在產品的研發上，還運用在公司的經營之上。



09 鋒公司新春聯歡晚宴
10 慶祝梁湘東先生榮獲PVCBS院士



企業家的承擔與社會情懷

事業之外，服務亦是梁湘東先生生活的重要一部分。以前香港的許多零售商通過舉辦各種展覽會來拓展市場，在籌辦這一場又一場展覽會的過程中，他們逐漸聚集起一班同業，彼此攜手處理過程中遇到的各類問題，這也成為了香港品牌聯合會的雛形。到展覽會這一形式逐漸式微之後，大家重新進行資源整合，開始共促轉型，香港品牌聯合會的作用便愈加凸顯，它也因此成長為了一個更加專業的行業協會。如今，梁湘東先生已經成為該協會的會長，為協會發展盡心盡力，盡職盡責。

梁湘東先生每年都會組織公司的員工參與許多的公益活動，比如探訪老人院、比如義工活動、比如捐資助學等等，“這是我們一定要做的事情。”梁湘東先生將此形容為企業必做之事，是因為他將扶弱濟貧看成了企業發展的一部分，認為這是一位企業家所必須承擔的社會責任，這與他多年來誠信立業，真誠待人的思想一脈相承。所謂的“一個人像一支隊伍”，或許正如梁湘東先生這般，意志堅定，所求明確，執行徹底，或許這也正是他成功的最大理由。