



針對納米樓湧現，多採用開放式廚房設計，梁湘東近年推出一旋風無味抽油煙機，靠隔味隔煙和易清潔吸引年輕客。

搶攻納米樓專用抽油煙機

「超輕吸水地拖，方便又乾淨……」昇鋒國際董事梁湘東預科畢業後就到百貨公司賣地拖，自稱因外表老實，深得家庭主婦歡心，二十多年前每月薪金連佣金最高有兩萬多元。自此，「師奶」亦成為他的米飯班主，推出養生機、智能抹窗機械人等產品都大受歡迎。

現時公司旗下有五個品牌，近年除了留住師奶客，亦積極吸納年輕客群。針對納米樓湧現，他又推出一旋風無味抽油煙機，靠隔味隔煙和易清潔吸引新客。面對現時經濟不景氣，他坦言今次影響最大，〇八年賣地拖和廚電，投入成本小和沒有網店競爭，好易轉身。

「今次都好彩轉型轉得快，不可以坐以待斃，希望可以做到本地的家居機械人大王，做一個領導位置。」

撰文・李淑賢 攝影・李宇家 設計・美術組

昇

鋒國際二千年成立，早期以生產廚電為主，發展近二十年，現時在中港澳亦有自營品牌的零售業務，「香港有兩間實體店可做示範，而在內地和澳門則有網店和零售專櫃。」昇鋒國際董事梁湘東說。現時公司旗下有五個品牌，分別是智能廚電品牌「寶康達」、創意家品「保樂潔」、智能機械人「Prologic Robotics」、創意廚具「品味廚」及個人護理品牌「朗兒」。梁湘東笑稱自己太多產品想推出市面，好像智能機械抹窗機和養生機完全走不同路線，所以想分開發展。

「希望每個品牌都至少有一樣皇牌產品，再慢慢深化下去，把不同產品放在一起，只會變做四不像。」

深得師奶歡心

其中「寶康達」和「保樂潔」已獲香港品牌發展局授權使用「香港名牌」的稱號，品牌過往主要顧客為師奶，其中〇四年推出市面的卡扣式化妝棉地拖，最大賣點是輕身，至今已銷售超過十萬枝。「這個就是『保樂潔』的皇牌產品，無論經濟環境如何，都不會影響銷售量，十分穩定。」

事實上，梁湘東對地拖特別有情意結，他預科畢業後曾到九龍灣永安和沙田八百伴的百貨專櫃賣地拖，笑稱自己外表老實加上當年仍然是個小鮮肉，所以深得家庭主婦歡心，成為最高佣金員工之一，每月最高薪金有兩萬元。由於錢賺得太容易，心亦雄起來，把十多萬元



←七年自己生產智能抹窗機，今年十一月將有迷你版推出市面。



積蓄用作創業，到廣州賣衫。他憶述早年全是在香港製衣廠拾貨再回內地賣，「當時北方市場好跟風，好似蒙特嬌到貨就是錢，一貨難求，有幾多要幾多。我搶唔到就賣次級嘞，好似花恤衫，加上自己又有眼光，一過期全部係垃圾變死貨。」梁湘東笑稱：「賣衫唔易做，最後一年蝕晒所有錢，惟有返香港做回老本行，即是賣地拖。」

除了地拖，亦開始賣其他清潔產品，後來愈來愈了解師奶心態和消費模式，推出愈來愈多的廚電，如可以用作煲湯、做甜品果汁等的養生機。後來，引入更多新型智能家電，如迷你抹窗機，「好受年輕人歡迎，現時推出新產品除了實用，還要考慮外觀和顏色。」

因大部分供應商都在順德，加上當地營運成本都較深圳和廣州低，梁湘東一五年在佛山市順德區開設分公司，主要用作倉儲和出貨。他認為在大灣區設分公司和開設銷售專櫃，都需要注意知識產權的保護和跟足財務和稅制規定

地拖Sales 誓做「家居機械人大王」



▲零七年開始用商天娥做代言人，每年的工展會和美食博覽都是品牌吸納新客的好機會。

