

# 七十年品牌持續創新 鴻興印三代拓展新版圖



“相信不少人聽到「鴻興」這個名字，腦海裡馬上浮現「印刷」、「製造業」、「工業股」等字眼。然而今時今日的鴻興，業務早已開拓甚廣，有各式各樣以環保和個性化為賣點的自家品牌紙製品，甚至跨行業發展，延伸至親子和教育、出版及版權相關的範疇等。去年慶祝70周年的鴻興，由已故任昌洪榮譽主席於1950年創立，其兒子任澤明執行主席於1992年帶領公司上市；踏入21世紀，第三代的任加信先生（Christopher）、任加恒先生（Nicholas）及任加怡小姐（Stephanie）亦先後加入，憑著新一代的魄力和新思維帶來創新和變革。且看這幾位「印三代」如何為鴻興開創新版圖。”

## 鴻興「印三代」



### 任加信 (Christopher)

帶領書籍及包裝印刷業務的銷售及市場推廣團隊，並創立了多個面向年輕一代的品牌，如 Yum Me Play、STEM Plus Limited、HH Bespoke 及 HH Lifestyle 等。除了為鴻興建立印刷王國外，更希望為兒童和教育工作者提供更佳的教育書籍和工具。



### 任加恒 (Nicholas)

營運鴻興子公司貝路加 (Beluga)，負責創意設計和產品開發，將印刷技術結合數碼科技。近年更創立自家品牌 Papery，主打集創新設計、生活風格和功能性於一身的可持續發展產品。



### 任加怡 (Stephanie)

負責版權方面的業務，作為外國和國內出版社的橋樑，把前者的版權賣到中國市場；同時負責本地精品包裝方面的業務。

## 不同的起步點 同樣的目標

大哥 Christopher 和二哥 Nicholas 年少時已常常跟父親出席國際展會，如法蘭克福書展和意大利博洛尼亞兒童書展，從小薰陶下，兩人入行前對印刷出版業已有所涉獵。

Christopher 於 2007 年大學畢業後，於美國一家出版社工作了半年，隨後加入鴻興，至今入行已十幾年。他在外國讀書多年，希望可以回港多陪伴祖父，亦非常高興有機會與祖父和父親「三代同堂」在公司共事。

與大哥不同，Nicholas 大學畢業後在會計師樓探索了一年，因著電子書興起，加上父親覺得他靈感多多又熱愛電子遊戲，可在鴻興發揮所長，於是他於 2011 年加入公司，開拓新產品和發展設計方面的業務。

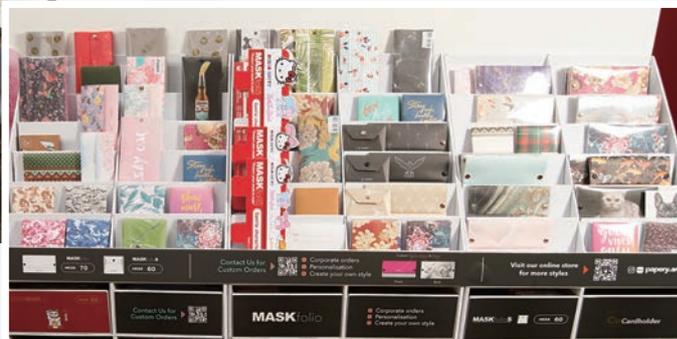
妹妹 Stephanie 於大學主修酒店管理，畢業後曾到酒店擔任管理培訓生，並在香港私人飛機公司工作一年，後來適逢鴻興開展版權方面的業務，她亦深感興趣，因而也與她兩位哥哥一樣加入公司。



■ 鴻興經歷過爺孫三代同堂共事的時代。圖中前排為任昌洪先生夫人，後排左起為任澤明先生夫人、Christopher、Nicholas 和 Stephanie。家庭成員的關係一向都很親密。



■ Christopher 主力負責鴻興產品包裝業務，多年來得到世界各地客戶的信賴。



■ Nicholas 看準市場需要，其品牌 Papery 推出款式眾多的洗水牛皮紙口罩套 MASKfolio，為疫情帶來色彩。

## 充滿挑戰的旅途 堅毅無懼的態度

Christopher 喜歡接受挑戰，遇到難題不會退縮，也不輕言放棄。他指出2021年是面臨最大考驗的一年，新冠肺炎疫情帶來的衝擊陸續顯現。慶幸生意尚算不錯，可是供應鏈出現諸多阻礙，原材料價格上漲不少，紙張價格瘋狂急升是全行業都面對的難題，製作兒童書所需的塑料和晶片等越來越貴，加上船運延誤導致貨期推遲，實在令人頭疼。他表示，最直接的解決辦法就是通過有效的溝通，跟供應商和客戶協商，攜手渡過難關。

於 Nicholas 而言，這兩年反而充滿突破，疫情使全球口罩需求飆升，他自創的品牌 Papery 抓緊時機，推出洗水牛皮紙製成的可循環再用口罩套 MASKfolio，既符合環保大趨勢，設計亦新穎有品味，香港差不多所有口罩售賣點都有其蹤影。創意無限的他，更與卡通和奢侈品品牌合作，製作精美而具特色的產品，行銷本地和海外。這十年來，他一直希望能夠證明自己的能力，從開始探索到漸漸獨當一面，近年 Papery 的成績令他非常滿意。

入行就等於轉行可說是 Stephanie 的寫照，雖然於大學修讀的跟這行業無關，但面對這個新挑戰，她除了向前輩和兩位哥哥請教外，更參加了香港印刷業商會屬下印刷科技研究中心（APTEC）教授紙張的課程，穩打穩紮地從基本學起；及後她負責包裝方面的業務時，喜能學以致用。在公司鍛煉了三年後，她覺得已經日漸上手，亦抱著天天向上的精神，務求對整個行業和客戶的需求了解得更透徹。



■ 香港不少品牌都是鴻興客戶，Stephanie 看到自己有份參與的產品放在貨架而感到興奮。



■ 鴻興著力進軍親子市場，圖中的紙製玩具滑梯，據知連荷里活知名女星的女兒也擁有一件。





■ 兄妹三人各有專長和風格，可為鴻興注入不同的新動力。



■ Yum Me Play 舉辦的活動場地售賣鴻興不同客戶的產品和提供合作夥伴的服務，將「客上客」的觀念貫徹執行。

## 各有所長與作風 同為鴻興添色彩

「客上客」是 Christopher 為鴻興引入的商業模式，就是指公司與客戶之間不只是單向關係，而是雙方都是彼此的客人，通過互補的方式將利益和機會最大化。例如 Yum Me Play 提供平台售賣鴻興印刷客戶的書籍、桌遊、玩具和相關產品，為客戶增加曝光率；如果對方的產品銷量增加，就有助帶動鴻興的印刷訂單。這種營銷方式使各個商業合作夥伴成為互惠互利的共榮體。

Christopher 的宏願是世界各地的人都享用鴻興的產品和服務。近年，行業面對前所未有的考驗，但困難卻激勵他越戰越勇，積極尋求新方向。為了進步，改變是必需的，縱使絕不容易。他主導推行的內部改革，有些員工、特別是服務多年的老臣子難以一下子接受。這時候，良好的溝通就至關重要，耐心地解釋務求達至互相理解，並給予時間逐步過渡。他重申，「人」是公司最寶貴的資源，老員工經驗非常豐富，只要知人善任，就可以創造更大的價值。

而 Nicholas 指出，他經營的原則是：實用、環保、具品味。貝路加的產品都是日常用品，紙



■ Yum Me Print 利用雲端數碼技術，讓用家迅速將手機的相片列印出來，又提供美圖、設計獨特相框和錄製留言等功能，更可以電子支付方式付款。

製品是循環可回收的。Papery 亦會與本地設計師和插畫家合作，推出各種風格迥異的產品，而且充滿特色。為了滿足個性化市場的需求，客戶可於其產品上刻上名字；這服務從構思到實際執行，全都出自他團隊的手筆。此外，他負責的業務亦包括令相片列印變得方便快捷而有趣的 Yum Me Print。

在管理上，Nicholas 則提倡平衡的重要。他領導的設計和創意部門，同事都各具性格，有時會與客戶持不同意見，他會及時作出協調。對於品牌的自創項目，他會給予設計師較大的創作自由，但客戶主導的產品則必須要尊重對方的需要。此外，他又讓貝路加的員工押後一小時上班，更切合創作同事的作息習慣。然而在



■ 鴻興自家製作的紙製足球機，供同事休息時輕鬆一下。

人性化的安排下，他對績效和成果的要求亦會高。

Stephanie 則重視「以人為本」，在大學主修酒店管理的她從讀書到步入職場都身處服務行業，善於洞察各方的需要，喜歡與同事和客戶交流。早前，她在公司創辦了「Yoga Thursday」——組織同事一起於午飯時間練習瑜伽，輕量運動不但有益健康，更可助打破各級同事之間的隔膜。活動初期，同事都需要熱身適應，然而她鏗而不捨，漸漸在公司建立了良好的口碑，參與人數開始增加，令她甚為鼓舞。

Stephanie 亦即將擔任新的職務，負責鴻興美國市場的書籍及包裝印刷業務，希望這個崗位能進一步發揮她的優點。

## 推廣數碼技術及教育 發展跨行業新市場

鴻興一直積極推行數碼化，於香港科學園更有程式研發團隊。營運方面，數碼化大幅減少生產過程中的人手工序，提升效率。業務方面，鴻興一直在科技範疇作重點投資和推廣，並開展親子和教育市場，旗下的 STEM Plus Limited 致力推動「印刷+數碼」網上學習產品系列，於提高本地科學、技術、工程和數學 (STEM) 教育水準的工作上不遺餘力，更與香港教育工作者聯會合作，為兒童 STEM 產品建立全港首個權威性標準。



■ Yum Me Play 在今年暑假隆重舉辦 Junior Racing Academy (JRA)，在媒體活動上 Christopher (左二) 與合作夥伴余慕莊女士 (中) 為活動揭開序幕。



■ JRA 以賽車為主題，為兒童策劃互動遊戲、想像遊戲、感官閱讀及 STEAM 學習等的全面體驗。



近年，鴻興創立的教育平台包括 Yum Me Play 和 iiTutors。前者為兒童體驗式學習提供全面資源，推出世界各地不同品牌、教育者、兒童心理學家和主題內容專家策劃的一系列產品和體驗，通過互動遊玩激發兒童的好奇心，讓他們自由地探索、創造和表達自己。而 iiTutors 則主打線上教授學童數學，在疫情肆虐的 2020 年，Christopher 洞悉市場需求，推出這項新業務，用戶數量每月都上升。Yum Me Play 和 iiTutors 之間的資料庫互通，雙方的客戶都可以會員的身份到另外一個平台購物，實現跨平台合作。



2021 年暑假，Yum Me Play 更開展大型項目 The Junior Racing Academy (JRA) 親子賽車互動體驗館——跟德國知名汽車品牌梅賽德斯一奔馳合作，給 3 至 16 歲的小朋友和青少年提供 STEAM 沉浸式賽車體驗。為期兩個月的活動在 K11 Musea 舉行，透過奔馳從德國運來的概念車、虛擬實景遊戲、科普賽車知識的展板等，小朋友可切實地學習到相關科學和機械原理，同時領略到團隊合作和協調的重要性，將學習和玩樂結合。JRA 背後的理念和願景，更是希望帶動商業共榮協作，這正是 Christopher 的「客上客」經營理念。





■ 鴻興現時的業務已多元化發展，產品除兒童書籍和包裝印刷品外，還有如設計時尚的紙製手提包、新穎而實用的家具等。



## 緊貼時代 重塑品牌 全新定位 展望未來

成立 70 多年來，鴻興秉承著三個宗旨：保持卓越營運表現，為所有持分者增值，以及幫助他們取得優秀的事業成果，其客戶涵蓋全球各地的跨國企業。現在集團在亞洲七個地方——香港、深圳、中山、鶴山、佛山、無錫及越南河內設有廠房，總面積共約 60 萬平方米，員工約 6,600 名。

不過，鴻興其實早已不只於印刷業務，更積極發掘投資機會，引進嶄新思維和技術，作出多元化的發展，因此公司現正進行品牌重塑 (rebranding)。時至今日，鴻興更需要與不同的持份者和公眾溝通，並重新調整其形象和市場定位，一改固有老牌印刷企業的印象。Christopher 表示，行業刻板的形象令年輕人為之卻步，招聘人手時曾遇到困難，因此要推廣「印刷業也可以很『潮』」的觀念，有助吸引新血入行。



■ 同事在處理從網上平台取得的 STEM 產品訂單。

此外，鴻興向來重視可持續發展，提倡採用潔淨能源和環保物料，並實行具能源效益的生產流程。位於大埔工業邨的香港總部在2020年擴充了綠色能源系統，目前在天台安裝的太陽能電池板共1,484塊，系統的總裝機容量達527千峰瓦，每年可產生562,000千瓦時的太陽能電力，減少的二氧化碳排放量相當於種植48,600棵樹，亦有助降低廠房的室內溫度及空調耗電量，可望每年減少80%電費。未來鴻興亦計劃擴大太陽能系統的規模，探討在其他生產廠房裝設天台太陽能系統的可行性。



■ 鴻興於天台安裝近1,500塊太陽能電池板，省電又環保。

## 工作生活取平衡 事業家庭兩不誤

初進鴻興時，三兄妹各有啟蒙導師，會直接地提出對業務的意見。不論在公司還是在家裡，他們與父親都有很多交流，有著不同的話題。

年輕一代都看重工作與生活之間的平衡 (work-life balance)，他們都鼓勵員工在專注工作時，也不忘兼顧身心健康。任氏一家都非常喜歡運動，每天總會抽空舒展筋骨減減壓；Christopher 空餘時喜歡跑步，Nicholas 則熱衷於高爾夫球；Stephanie 熱愛烹飪，曾到日本藍帶學校深造廚藝的她會在家裡一展身手，一來紓壓，二來亦能讓家人大飽口福，一舉兩得。■



■ 任氏三兄妹參與過香港印刷業商會一年一度的高爾夫球友誼賽，並曾捧盃而回。



■ 鴻興創辦人任昌洪先生（右）和其後接棒的任澤明先生（左）都是出色的企業家，任氏第三代在七十多年來打下的鞏固根基上可以各自發展所長。