



內附各種獎項，專訪及照片

*內容眾多不能盡錄

*只能參考，未經許可，不可轉發



天然洗面皂 無害去角質無患子

春花秋實，11月樹上果降落大地，吸引識貨之人到城市綠洲尋寶。

啡色小果實無患子表皮乾癢，卻紅遍環保界。網上傳言，無患子皂水功效神奇，用於潔膚能治皮炎和脫髮等問題；以之洗滌，更能去除農藥和擦亮珠寶。註冊中醫鄭智仁解釋，無患子含天然皂素，自古已是民間常用洗滌用品，去除角質之餘還不會洗走所有皮脂，適合冬天乾燥天氣使用。不過他指無患子非萬能，有些神效只是商品宣傳噱頭。

記者：彭海燕 攝影：任慶泉、梁志永

■無患子果皮含皂苷，是天然清潔劑，但鄭智仁中醫提醒，無患子食用上有小毒，不宜口服，也應盡量避免接觸眼睛，以免刺激眼部黏膜。

記=記者 鄭=鄭智仁中醫

記：無患子皂水為甚麼有清潔力？有何好處？

鄭：無患子果皮含皂苷，是天然介面活性劑，放在水裏能產生豐富泡沫，古人常用來洗面、洗髮和洗衣。現代的清潔劑可能添加合成香料、防腐劑、抗氧化劑等化學成份，容易造成皮膚過敏。人造清潔劑的另一缺點，是含有合成介面活性劑，自然界難以分解，當中含壬基苯酚的清潔劑，更是生態殺手，會令魚貝變異成雌雄同體，導致生態失衡。

記：無患子可以用來護膚嗎？

鄭：無患子含水溶性茶多酚，用其皂水潔面，能去油脂和收毛孔。現代研究還發現，其果皮含有抗炎成份，有助解決油性皮膚造成的暗瘡問題。另外，無患子含天然果酸，酸鹼值介乎 pH5 至 pH7，能去除老化角質，加速皮膚更新。

能緩和化學性脫髮

記：男士們很擔心的脫髮和皮膚問題，無患子能解決嗎？

鄭：這些頭髮問題成因其實很多，例如洗髮水生產商在產品加入矽膠，令髮絲變得潤滑，但容易堵塞毛孔及頭

■無患子皂水呈弱酸性，能去除角質層，其顏色越深，濃度越高。



髮角質，導致頭屑、發炎及脫髮等問題。另一種情況，是頭皮油脂分泌太過盛，導致脂溢性皮炎，出現脫髮情況。如果因為人造洗髮水導致頭皮損傷，使用無患子替代可減低化學品導致的傷害，而無患子本身的皂素也可清除頭皮上過盛的油脂。可是其皂水起泡力則不及人造洗髮水，嫌麻煩的話，亦可選擇間歇性使用。

記：女性用無患子清潔私密部位，能抑制病菌嗎？

鄭：其皂苷對部份革蘭氏陰性細菌和真菌有抑制作用，能治療由大腸桿菌、綠膿桿菌、白色念珠菌和黑曲霉菌引致的皮膚病。以白色念珠菌引致的陰道炎為例，用無患子皂水清潔患處能抑制細菌在黏膜繁殖，有效舒緩炎症。另外，無患子還可改善真菌感染所引致的皮膚病，據《嶺南草藥志》記載，以適量無患子，加入好醋煎沸，趁熱搽洗患處，可治療此類皮癬。

記：用開水煮出的無患子皂液，濃度會否太低影響潔力？

鄭：商業生產的無患子皂水多用乙醇提煉而成，皂苷濃度較高，清潔力也較佳。自家製作的無患子皂水，純粹混入熱水取得有效成份，成品潔力當然沒那麼高，但已足夠一般家庭日常使用。如想增加皂苷濃度，煮皂水時可多加數顆無患子。

記：除了潔膚，無患子真的還能清除農藥、擦亮珠寶嗎？

鄭：以我所知，目前未有研究證明其皂水可清除農藥，而且蔬果表面不平，易積藏清潔液中化學成份，建議用清水洗淨。至於珠寶表面的塵埃，其實用甚麼皂液也能洗淨。

■鄭智仁中醫



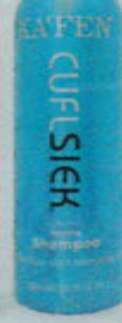
■有人愛到旺角花墟等公園拾無患子，不過還是到坊間一些有機食材店購買較安全。



■皂苷能抑制白色念珠菌生長，舒緩陰道炎。



■台灣熱賣的 KAVEN CURFSLIKH 洗髮水剛被揭發疑含矽膠，恐致脫髮。用無患子皂水洗髮可減少刺激頭皮，緩和這類脫髮和皮膚問題。



自家製無患子皂水



預備 20 粒去核無患子果肉，加入 1 公升開水浸 1 小時。



果肉連水放入煲內煮滾，煮約 1 小時後放涼。



完成後隔渣，存入密封玻璃瓶，隨時取用。





CMC
2015 汇聚推介品牌大奖
RECOMMENDED BRAND AWARDS

sun'ki[®]

汇聚推介天然护肤品大奖
CMC RECOMMENDED
NATURAL BODYCARE AWARD



香港品牌發展局
Hong Kong Brand
Development Council



香港品牌名冊
Brand HKiD

「香港品牌名冊」登記確認書 Confirmation of Registration with Brand HKiD

經香港品牌發展局審核，生肌企業(香港)有限公司之「生肌」符合「『香港品牌』認定標準」，獲准予「香港品牌名冊」的登記資格。

The Hong Kong Brand Development Council (the BDC) hereby confirms that “**Sunki**” of **Sunki Enterprise (H.K.) Limited** satisfies the identification criteria on “Hong Kong Brand” and has been accepted for registration with the “Hong Kong Brand i-Directory” (Brand HKiD).

准許範圍 Scope of Registration

登記編號： Registration Number:	BIDP0283
登記品牌名稱： Name of Registered Brand:	生肌 Sunki
核准組別： Registered Stream:	產品品牌 Product Brand
登記公司名稱： Name of Registrant:	生肌企業(香港)有限公司 Sunki Enterprise (H.K.) Limited
登記資格類型： Registration Type:	正式登記 Full Registration
登記資格有效期限： Validity Period:	至2022年06月30日 Valid until 30 June 2022
發出日期 Date of Issue:	08/01/2021

黃家和

黃家和 BBS, 太平紳士
香港品牌發展局主席
Simon Wong, BBS, JP
Chairman of the BDC



Certificate of Membership

This is to certify that

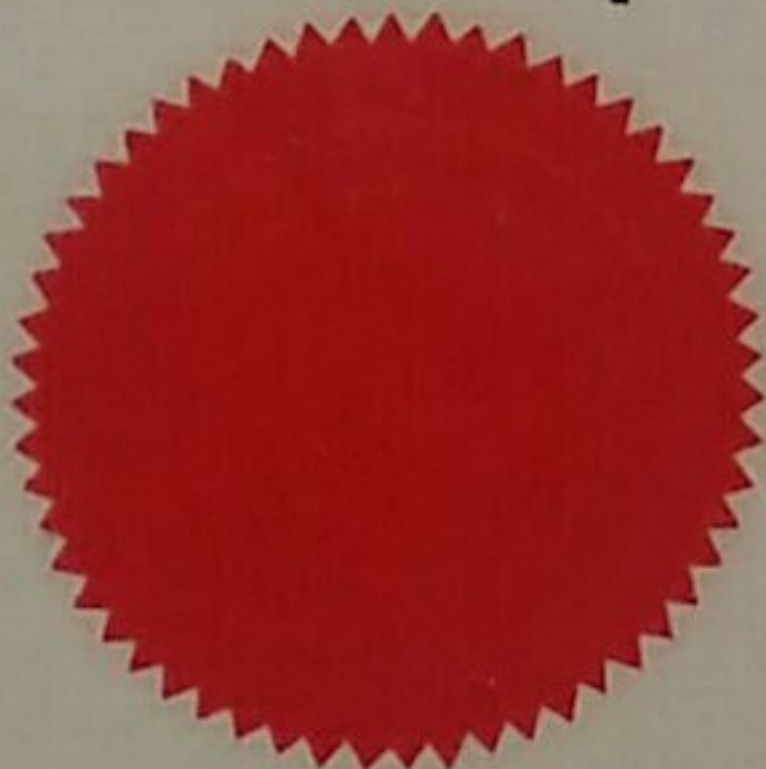
生肌企業(香港)有限公司

Sunki Enterprise (H.K.) Ltd.

Cert. No. E32130927

Complies with the assessment criteria of the Hong Kong Quality Brand

Permanent Honorary Committee Member



Association of Hong Kong Quality Brand



HONG KONG QUALITY BRAND

香港優質商號



United Nations
Global Compact
聯合國全球契約



PRI Principles for
Responsible
Investment
聯合國責任投資原則

Social Caring Pledge

*Social Enterprise Research Institute
is proud to recognize*

生肌企業(香港)有限公司
SUNKI ENTERPRISE (H.K.) LIMITED

as a Signatory of Social Caring Pledge, which
declares to support the following initiatives in 2016/2017:

- I.
To promote environmental protection;
- II.
To eliminate the discrimination of employment and occupation;
- III.
To eliminate all forms of forced and compulsory labour;
- IV.
To promote community involvement and development;
- V.
To work against corruption in all its forms, including extortion and bribery;
- VI.
To provide quality, healthy and safe products and/or services to customers.

In witness whereof, we place the official seal of
Social Enterprise Research Institute on this Eighteenth day of
January, Two Thousand and Sixteen

Dr. Charles Mossop
President

Effective Until: 18. 1. 2017



Prof. Harald zur Hausen
Honorary Life Chancellor

Certificate No: SCP160005



Signatory of:



United Nations Global Compact

主禮及講者嘉賓:



曾鈺成太平紳士
立法會主席



陸恭蕙太平紳士
環境局副局長



黃譚智媛太平紳士
香港地球之友主席



黎廣德先生
低碳亞洲行政總裁

諾貝爾獎學人 社會關愛系列 約章簽署典禮暨綠色經濟論壇

二零一六年一月十八日 (星期一) 下午二時正至五時正 香港灣景國際酒店

「一個月前，在哈佛大學最後一堂課裡，有一個學生向我發問：「很多公司在環境、社會方面都無基建樹，既然如此，我們為何要堅持保護環境和顧及社會民生？」而我的答案是有些人必需先開始。」

—聯合國全球契約網絡主席兼社會企業研究所榮譽主席古斯塔沃·佩雷斯貝蘭加先生 (Mr. Gustavo Pérez Berlanga)

政商社福界代表 共同推動社會關愛

為響應聯合國全球契約 (UN Global Compact) 中倡議的原則，並推動可持續發展，社會企業研究所訂立「社會關愛企業約章」，以鼓勵亞洲企業在此倡議基礎上開展公司年度發展議程，有效地實踐社會責任，約章範疇包括提倡人權、勞工標準、環境保護和反貪腐。是次「社會關愛企業約章」簽署典禮將由社會企業研究所理事會成員帶領近30間企業及商會簽署承諾，並由社會企業研究所榮譽主席查理斯·莫索普博士及立法會主席曾鈺成 GBS 太平紳士作見證。



社會關愛企業約章

此乃一份承諾表示企業或個人對社會責任的倡議及委身，宣告將實踐以下原則：

- 承諾一：主動推動環境保護；
- 承諾二：消除就業和職業歧視；
- 承諾三：消除任何形式的強逼性勞工；
- 承諾四：積極參與社區發展活動；
- 承諾五：反對貪腐，包括敲詐和賄賂；
- 承諾六：為顧客提供品質、健康及安全之產品及服務。

社會企業研究所將按著六大核心目標開展專題論壇，以協助企業實踐承諾。而是次舉辦的「良心企業與綠色經濟」論壇則旨在協助企業實踐環境保護之承諾，推動可持續發展營商理念。

獲諾貝爾學人認可 意義非凡

除簽署典禮外，企業亦可獲邀出席於 2016 年 4 月舉行之《諾貝爾獎學人晚宴暨社會關愛企業計劃頒獎典禮》，角逐由諾貝爾獎學人頒發之《社會關愛企業卓越獎》、《亞洲社會關愛領袖獎》及《綠色社會關愛企業獎》。自舉辦「社會關愛企業計劃」以來，已有超過300間大小企業參與。此計劃獲諾貝爾獎得主豪森教授 (Prof. Harald zur Hausen) 所簽注、認可及推動而成立，盼望藉民間合作改善根本問題，使社會可持續發展。



歡迎各界人士報名參與約章，詳情請參閱網站 <http://www.seriasia.org> www.facebook.com/seriasia.org

贊助機構



Hong Kong China Foundation
香港中華基金會

簽署機構



支持機構



DU SHANG

ISSUE 29 第二十九期
AUG 八月 2015

珠江客轮官方独家授权杂志

渡赏

Entertainment 娱乐

汪明荃拒变脸不言休

Beauty 美容

好莱坞女星大斗“发”

幸福摩天轮



cmg
2015 汇聚推介品牌大奖
RECOMMENDED BRAND AWARDS

年度奖项“2015汇聚推介品牌大奖”再度推出！

第二批得奖品牌现已隆重登场 (详情请参阅P.9-23)

压轴奖项将于九月号公布，敬请密切留意！





Sunki 香茅万用膏是居家户外必备之物



護膚都可以環保？
一切從肌膚開始！



“无患子”能驱蚊驱菌，护肤也可以环保



“无患子”能驱蚊驱菌，护肤也可以环保



汇聚推介天然护肤品大奖

CMC RECOMMENDED NATURAL BODYCARE AWARDS

生肌企业香港有限公司自创立以来，一直以“天然”为概念，主打无患子、天然及全植物性的个人护理产品，让肌肤重拾天然美。

“生肌”这一品牌产品以“无患子”为主，建立全植物成分的个人护理保养品，主要为无患子产品包括，洗发水、沐浴露、手造肥皂及护肤用品。“生肌”所使用的无患子由专人种植监察，从幼苗开始培植，直到结成果实就用上六年之多的悉心栽培，可见其产品天然所在。“生肌”之所以采用天然的产品，是因为天然产品在制造过程中所产生的物质，大部分容易分解于大自然，能减少对环境的污染和对人体的危害。在保护肌肤与秀发，享受健康与美丽的同时，还可以保护地球。

因此，“生肌”透过专业的检测及用家的亲身试验，不断改良及更新产品，务求为顾客提供纯天然的产品，与其一同分享更加好的生活及为地球出一份力。

“Be energetic, natural and beauty” is the aim of Sunki to have its own natural skincare and body care line. Soapberry Fruit, the significant ingredients in its major products which is not only giving you a healthier body as well as protect our earth. Environmental-friendly concept is now very popular over the world. Sunki is confident to become a high reputation body care brand by its unique concept and close to earth products.



Sunki 无患子天然芦荟保湿修护面膜



Sunki 无患子丝瓜金盏花保湿修护面膜



“生肌”纯天然产品能减少对皮肤的伤害

门市地址

香港铜锣湾轩尼诗道555号崇光(香港)百货B2楼崇光超市
香港九龙尖沙咀漆咸道南61-65号首都广场1楼F166铺

电话



生肌企業(香港)有限公司

「工展顯關懷—惠澤社群」之愛心企業

第50屆工展會

致 意

李秀恒

戴澤良

香港中華廠商聯合會會長
李秀恒博士 BBS, 太平紳士

香港中華廠商聯合會展覽服務有限公司主席
戴澤良博士 Ph.D.

二零一六年一月三日

近年各大護膚品牌經常標榜不同的天然護膚產品，但又有多少是真的「天然」呢？Eunis（唐湘榕）癌症康復後便無法再使用市面上的護理產品。她飽受折磨，深明有膚髮問題的人都面對同樣煎熬，所以決定成立天然個人護理品牌，希望用「真正適合自己」的產品呵護他們的肌膚。

由於很多人不了解天然護理產品，所以Eunis經常會讓員工，或自己親自到不同熱點向客人介紹相關資料。

真·天然護理品牌「拯救」

皮膚問題者

本

身經營餐館的Eunis於二〇〇四年患上乳癌，經過電療和化療後康復，皮膚亦因此受到很大傷害，並且大量脫髮，無法使用市面上的護理產品，甚至是最基本的洗髮精與沐浴露。「所以我特地在市面上購買不同的產品，很多我都試過，朋友介紹的貴價產品都試，但結果一樣幫不到我。」直至有人向Eunis介紹了無患子的清潔產品，使用後發現頭髮和皮膚漸漸修復，最終幫助她重拾本來的容貌和自信。原來無患子是古代主要的清潔劑，含有天然皂素，只用水搓揉，便會產生泡沫，以供清潔，是天然的起泡劑。無患子較化學合成的起泡劑溫和、不易引起皮膚敏感，以及具有抗菌、滋潤和保濕成分。

引入天然清潔劑

自身的經歷令Eunis看準了香港特別多人有濕疹及其他頭髮和皮膚問題，卻找不到適合自己的護理產品這一點，想到將無患子產品引入香港。雖然身邊試用過無患子產品的朋友認為效果一般，Eunis依然對無患子充滿信心：「不好的地方，我可能有機會把它做好呢。這也是一個商機來的，可以試試。起碼幫到自己，可能有同樣問題的人也需要這樣的產品。」

與經驗廠家合作

後來機緣巧合之下，Eunis認識了台中一家有七十多年歷史、專做天然護理產品的廠家，並將他們的無患子產品直接帶回香港賣。



病後成立



生肌企業的王牌產品是無患子胺基酸洗髮露和無患子玻尿酸沐浴乳，是公司最先研發的產品。

Eunis 說對於這家工廠的第一印象十分滿意，她形容自己第一次踏進工廠時，感覺很舒服，員工不需要穿保護衣物，空氣中沒有一般工廠中刺鼻的化學品氣味，反而是充滿清新的植物香氣。Eunis 表示因為自己本身是「門外漢」，所以與優質的廠家合作，不只能保證優質的生產線，還能以他們的經驗幫助建立自己品牌，「他們給了我一個很好的提議，既然你這麼有心，不如做自己的品牌，然後我配合你。你需要什麼原料，或是什麼要求，我依照你的意思去做行不行。」Eunis 考慮到工廠經驗豐富，也同意創立本土品牌更能推廣產品，便於二〇〇九年開始研究成立生肌企業，終在二〇一二年推出首批產品：無患子洗護系列。

雖然較內地成本高，但環境和水源優質，再配合逆滲透技術製作「純水」，將水中之重金屬、細菌、病毒、農藥等雜質完全去除，才能做出真正的天然產品，不像其他產品「用一些香料去蓋過水的氣味，或者是加

一些防腐劑，讓水的成本低一些。」除了優質水源外，工廠還找到其他優質的原料，如一般產品的透明質酸從蘆薈或海藻萃取，而生肌企業使用的則是從菇菌中提取。

大眾多誤解

生肌企業最早推出的只是個人清潔產品，有洗髮精、沐浴露和護髮素，Eunis 認為這是其他人最容易接受的產品。其後開始製作其他護理產品如面霜、化妝水等，務求讓客人建立完全地使用天然護理產品的信心，並且長遠地消費。

天然產品好處多多，但 Eunis 發覺香港人主要接觸的天然產品多是食材、保健品等，對天然個人護理產品的認知仍然不多，所以一開始推出天然護理產品的時候，比較難吸引客人消費，因為「他們覺得那些所謂的（皮膚）問



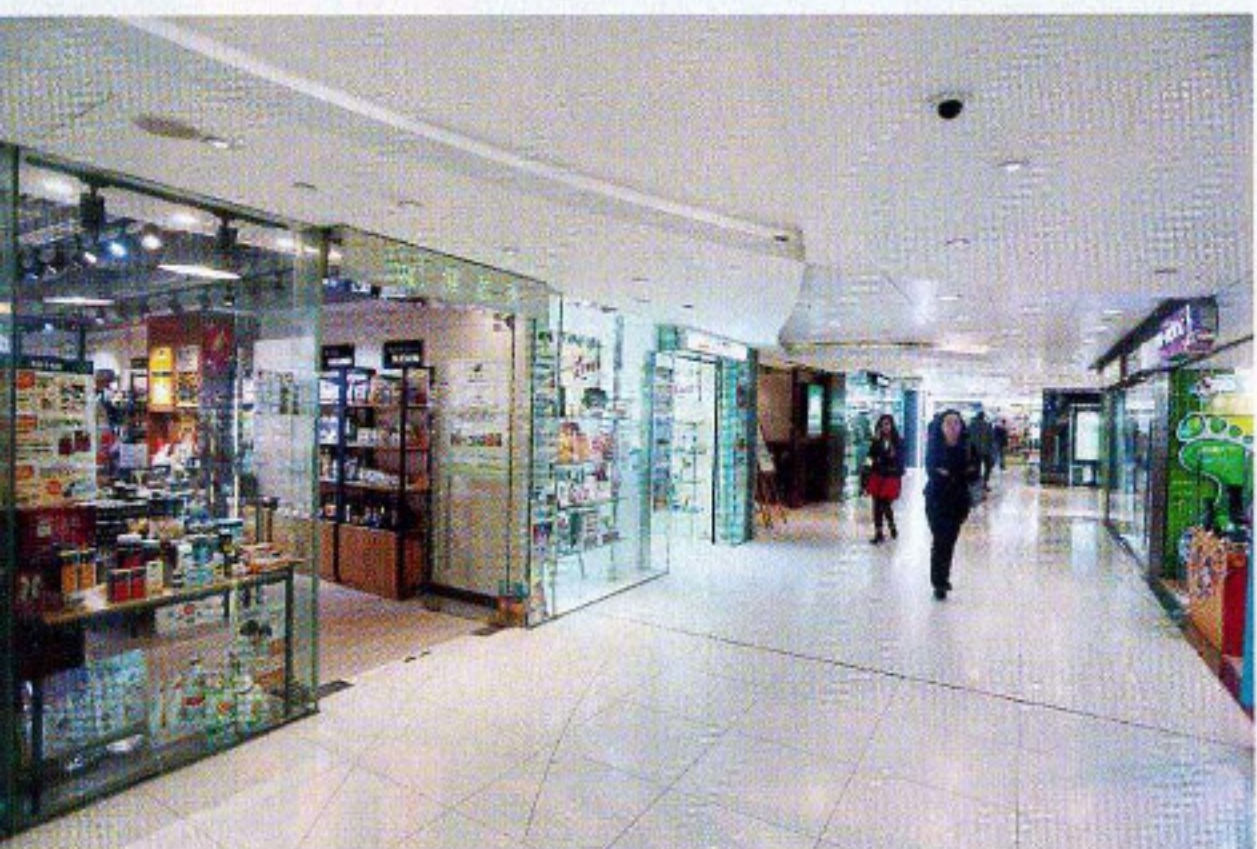
生肌主打的原料無患子，是天然的起泡劑，含有天然皂素，只要用水搓揉，便會產生泡沫，具有抗菌、滋潤和保濕成分。





題都不是很大問題，所以不願意多花錢去買一些好的（產品）。」幸好，近年情況開始轉變，有很多人為了預防皮膚問題而選擇天然產品。

另外，Eunis亦遇上一些心急的客人希望快速見效，所以每次推廣時，Eunis和員工都向客人解釋天然個人護理產品更注重循序漸進的調理，所以沒有一般產品的即時效果，但長遠而言能強健膚髮，可惜不少人沒有耐性等候，所以在使用後不久便放棄了。生肌企業成立初期的收益同樣不高，亦令Eunis有所動搖，但因為對產品的信心和幫助他人改善膚髮問題的成功感，令她堅持下去。



生肌企業現設三十多個售賣點，但Eunis最終還是想擁有自己的專門店，她相信門市的出現更能增加消費者對生肌企業的認識。

▲生肌企業由2012年只有三款產品開始，六年後，生肌有接近三十款產品，而且每次都是以「三款又三款」的方式推出產品。

◀由於自身經歷的緣故，Eunis研發了健康美胸護理油，同時希望喚醒大眾對胸部健康的注意。



雖然產品口碑不錯，但要靠「一個傳一個」的策略宣傳始終是慢。Eunis希望未來能設立專門店，她相信門市的出現更能增加消費者對生肌企業的認識。

多參展曝光 以口碑吸引客人

歐美品牌一直主佔香港的化妝品護膚品市場，而且西方國家亦較多人使用天然產品，故大多使用天然護理產品的人都會選擇大型的歐美品牌。Eunis指出她最大的困難是生肌企業的名度不高，為了增加曝光率，生肌企業不停參展，如工展會等，將消費者對展覽的信心與自家品牌掛鉤，而且Eunis說逛展覽的人一般都「抱着一個尋找和嘗試新產品的心態」，對他們的口碑存開放態度。不過她也坦白說

創 業 錦 囊

「三款又三款」

集中心力 方可研發好產品

有別於一般口頭上的「會聆聽客人意見」，Eunis說基本上「客人建議我們做什麼產品，才考慮推出什麼新產品」，因為每個產品的研發資金都不少，不會貿然以「嘗試」的態度研發新產品。如上年推出的百分百的物理防曬，是在很多對市面防曬霜敏感的客人要求下才研發的，前後花約三年時間。而且Eunis說與她合作的廠商亦教路每次應該只研發三款產品，她指「如果是少量的產品，我們比較容易應付，無論是時間或是人力物力、資金由低做起上來是比較容易一些」，例如三件一套的無患子洗浴系列，以及一起推出洗臉奶、爽膚水和面霜。她指這樣亦有助集中資源推廣每一隻新產品，同時客人亦不會被其他自家產品模糊了焦點。

一切由心出發 生肌企業 (香港) 有限公司 唐湘榕女士

All From the Heart

Sunki Enterprise (Hong Kong) Limited – Ms Tong Sheung Yung



近年來，由於化學品的大量使用使全球面臨嚴重的環境污染問題。為了保護環境、改善健康，各類標榜純天然成份的個人護理產品如雨後春筍，深受市場歡迎。今期的專訪主角 - 生肌企業 (香港) 有限公司董事唐湘榕女士，就憑藉敏銳的市場觸角及對產品質量的堅持，強調一切由心出發，成功開拓出自己的品牌定位，致力提供優質健康的護理用品。

唐氏於 2012 年成立生肌企業 (香港) 有限公司，主打生產銷售純天然的個人護理品。選擇從事這行業與唐氏的親身經歷有關，她早年因個人健康接受治療，但在過程中出現頭髮脫落、皮膚敏感等問題，當時市面上的護髮產品大都帶有化學成分，對皮膚和頭髮造不良影響，一直困擾著唐氏。直到後來在機緣下，她開始使用了由一家台灣廠商生產的天然無患子護膚產品，令問題得到顯著改善。由此啟發到唐氏這類產品的市場潛力，為了幫助更多人改善健康，她毅然創立生肌企業 (香港) 有限公司，專門研發天然健康的個人護理產品。

唐氏稱，香港人一直以來傾向選擇歐洲品牌，但是這些產品未必適合東方人的體質，因此她決定從零開始，進行研發，決心做適合東方人的天然護理用品。其公司於前數年仍處於萌芽階段，至近年產品開始正式投入市場，剛開始時主打推出「無患子洗髮水」。她解釋「無患子」是一種純天然植物，含有天然皂素，有去油污、驅蟲及抗真菌的功效。經過精煉後的無患子，是現時發現到最高皂素含量的天然草本植物，能有效把污穢油垢排除和分解。而其出產的無患子洗髮水，特別採用低敏感天然植物配方，能夠強化頭皮及髮絲自禦力。同時唐氏又強調公司產品所採用的水，是使用逆滲透技術製作的純水，能令肌膚感覺更加自然、清爽及健康，這也是其獨特的賣點。

成功研發了優質產品，又如何經營品牌之道？唐氏表示要打響品牌絕對是一項重大挑戰，由於資源所限，其公司並未有進行大規模的廣告宣傳，而是著力透

過用家的口碑，主動向朋友介紹，建立品牌的聲望。其公司特別設立了會員制度，由會員之間將產品的優點及名聲傳揚開去。此外，參加展銷會也是重點策略之一，生肌企業於前年更開始參加工展會，這對提升品牌的知名度極有幫助。此外，每當有客戶對產品提出意見時，唐氏均會細心聆聽和認真研究，主動改進務求不斷提升產品的質素。

不過，唐氏不諱言公司的未來發展充滿挑戰，除了企業營運成本高昂外，政府的支持力度亦嫌不足，阻礙了不少中小企的發展。因此她希望政府能夠提供更多的實質援助，協助本地中小企品牌可以茁助成長，甚至走向國際。

最後，唐氏十分高興加入廠商會這個大家庭，她認為本會能提供一個優質平台，讓不同業界專才增進聯繫，有助擴展人脈，開拓商機。

In recent years, environmental pollution has become more serious due to the massive use of chemicals in our daily lives. To safeguard the environment and our health, various personal care products that are made of natural ingredients are springing up in the market and are well-received by consumers. This month, we spoke to Ms Tong Sheung Yung, Director of Sunki Enterprise (Hong Kong) Limited - who shared with us about how she began everything from heart, how her market sensitivity and persistence in product quality had helped her define Sunki Enterprises' market positioning and stand out from the crowd. And most importantly, offering top-quality health care products to consumers.

Tong established Sunki Enterprise (Hong Kong) Limited in 2012 specializing in natural personal care products, and she chose to join the industry because of her personal experience. Tong was once suffered from hair loss, skin allergies due to the medical treatment she received a few years back. At that time, she found that majority of the hair care products available in the market are made of chemicals - that indeed bothered her a lot as the chemicals used in the products are bad for her skin and hair. She was later introduced to some natural soapberry skincare products from Taiwan in an occasion - and her hair and skin problems had been greatly improved since then. Tong realized the market potential of natural skincare products and as such, she had decided to establish Sunki Enterprise (Hong Kong) Limited. The brand specializes in natural personal health care products with a mission to help enhance people's health.

Tong said that Hong Kong people tend to choose European brands when it comes to choosing skincare products, yet it might not be suitable for Asians. As a result, she decided to embark on her own research and development of products, in hopes of tailoring the right

natural products for Asians. After spending a few years in R&D, the company has finally begun to roll out its products to the market recently with the brand's flagship product "Soapberry Shampoo". According to Tong, "soapberry" is a kind of natural plant that contains saponins, and it's commonly used as a degreasing, anti-insect and anti-microbial soaking agent. So far, refined soapberry is regarded as a natural plant that contains the most saponins which makes it particularly useful in removing oil. Tailoring for sensitive users, the soapberry shampoo produced by Sunki Enterprise (Hong Kong) Limited can also help strengthen users' hair and scalp as well as its self-defense ability. Tong added, the product is also unique in the water it used - the water is filtered by reverse osmosis technology which will give a natural, refreshing and healthy feeling to the skin.

When being asked how would she promote the brand after successfully invented the product, Tong admitted that there is still a big challenge ahead. Due to the limited resources, rather than spending money in advertising, the company would rather focus on building a strong word of mouth through friends to establish the brand's reputation. The company also has as its own membership system in place, of which members would help promote the benefits of the products and spread the news among their own network. Apart from that, another key strategy to raise brand awareness would be participating in trade fair. Since a few years ago, Sunki Enterprise (Hong Kong) Limited has started to take part in the Hong Kong Brands & Products Expo. This strategy has proven to be highly effective in raising the brand's awareness. Moreover, Tong emphasized that she values all the feedback from clients which would help improve the quality of the product constantly.

Tong admitted that the future development of the company is never easy. Apart from the high operation cost, there is also a lack of support from the government to SMEs which she believed has prevented them from greater development. She hopes that the government can provide more tangible assistance to local SMEs and brands to grow and even become part of international market.

Tong is glad to be part of the Chinese Manufacturers' Association of Hong Kong, as it provides an excellent platform for different industry professionals to network and communicate and, most importantly, to explore business opportunities.











