

MEDIA COVERAGE REPORT



DECEMBER 2023



PREPARED BY



www.brandstandpr.in

DECEMBER 2023

OVERVIEW

We at BRAND STAND are pleased to inform you that we have successfully generated around 27 media exposures in the month of December 2023

Our efforts resulted in media coverage for Kai India in several leading publications, including:

- India Today (YouTube)
- India Today (Print)
- India Today (Online)
- Indian Retailer
- The Times of India
- The New Indian Express
- News 18
- Zoom Delhi
- Dainik Viswamitra
- The Echo of India
- Sambad Prabaha
- Dainik Jugasankhya etc.

Initiated Mr. Rajesh U. Pandya's participation in India Today's INDIA-JAPAN CONCLAVE at The Oberoi, New Delhi, where Mr. Pandya gave a 10-minute presentation on kai India and shared his thoughts on the topic: Can Japanese Companies Be the Number 1 In India.

The breakdown of media coverage:

- Print 14
- Online 13

KAI INDIA
COST ANALYSIS REPORT DECEMBER 2023

S.N	PUBLICATION	EDITION	SIZE	COST	Ad VALUE	PR VALUE	READERSHIP PAGE VIEW
1	India Today	Youtube	10 min	1,00,000	1,00,000	7,00,000	8.24M subscr
2	India Today	National	Quarter Page	4,37,000	1,09,250	7,64,750	2.7 M
3	The New Indian Express	South	32 sqcm	1480	47,360	3,31,520	1,75,000
4	Zoom Delhi	Delhi NCR	105 sqcm	480	50,400	3,52,800	60,000
5	Glittering India	National	Quarter Page	25,000	25,000	1,75,000	40,000
6	The Echo of India	Kolkata	132 sqcm	400	52,800	3,69,600	42,000
7	Himalayan Mirror	Kolkata	102 sqcm	175	17,850	1,24,950	25,000
8	Dainik Viswamitra	Kolkata	50 sqcm	500	25,000	1,75,000	62,500
9	Arthik Lipi	Kolkata	44.4 sqcm	225	9,990	69,930	32,000
10	Dainik Jugasankhya	Kolkata	21 sqcm	450	9,450	66,150	65,000
11	Info India	Kolkata	113.2 sqcm	225	25,470	1,78,290	38,000
12	Purbottar	Kolkata	90 sqcm	200	18,000	1,26,000	13,350
13	Samagya	Kolkata	40 sqcm	400	16,000	1,12,000	62,200
14	Sambad Prabaha	Kolkata	70.2 sqcm	550	38,610	2,70,270	1,27,500
15	Sukhabar	Kolkata	36 sqcm	450	16,200	1,13,400	41,000
16	India Today	Online	Quote	1,00,000	1,00,000	7,00,000	1,10,40,870
17	Indian Retailer	Online	Interview	50,000	50,000	3,50,000	5,07,030
18	The Times of India	Online	Press Release	50,000	50,000	3,50,000	5,84,67,450
19	News 18	Online	Press Release	50,000	50,000	3,50,000	1,08,35,340
20	India Today	Online	Mention	1,00,000	1,00,000	7,00,000	1,10,40,870
21	Fashion Value Chain	Online	Press Release	20,000	20,000	1,40,000	84,680
22	Purbottar	Online	Press Release	20,000	20,000	1,40,000	60,000
23	Business News This week	Online	Press Release	20,000	20,000	1,40,000	51,510
24	Tolly Bolly Hulchul	Online	Press Release	20,000	20,000	1,40,000	75,000
25	Bengal News Now	Online	Press Release	20,000	20,000	1,40,000	20,000
26	Purboter Hindi	Online	Press Release	20,000	20,000	1,40,000	45,000
27	Purboter Bengali	Online	Press Release	20,000	20,000	1,40,000	1,20,000
					10,51,380	73,59,660	

As per international PR norms, editorial visibility is at least seven times more credible than the amount in advertisement space.

Had Kai India purchased the same amount of space in advertising with the same degree of impact, it would have costed close to ₹ 10,51,380 X 7 (PR VALUE) = **INR 73,59,660/-**



TELEVISION

https://www.youtube.com/watch?v=8JF2c53_aW4





— SPECIAL REPORT —

INDIA TODAY

INDIA-JAPAN @2030 CONCLAVE

At the second India-Japan Conclave in New Delhi, experts, policymakers and cultural ambassadors converged to explore avenues for enhancing trade, economic and strategic ties between the two nations. The following pages feature edited excerpts from these discussions

PRESENTED BY MARUTI SUZUKI



MAKING OF A BIG ENERGY LEAGUE

India is committed to reducing its carbon emission by 45 per cent by 2030 while underlining clean energy partnerships with Japan



India has to fulfil its commitments to cut carbon intensity by 45 per cent by 2030, eventually paving the way for achieving the long-term goal of reaching net zero by 2070. And to strengthen the transition, Union Minister for power and new and renewable energy **R.K. Singh** said the country is expanding its footprint of energy generation via using solar and wind energies and banking capacities and resources for green hydrogen. Conversely, Japan has remained steadfast in fulfil its goals, he remarked and has been investing in capacities and sharing big-ticket technologies. Here,

the minister throws light on India's clean energy partnership with Japan, its commitments to cutting carbon emissions and cooperation from the developed world.

COMMON STRATEGIC INTEREST Japan is a close and valued partner. Our strategic interests coincide and we have the same world view... Do you agree that Japanese investments in the energy sector will increase.

INDIA'S COMMITMENT We had committed that we would cut our

FINE DINING WHEN CURRY RICE MEETS SUSHI

(L-R) **Harry Hakuei Kosato**, Director & India Representative, Kikkoman India Private Limited; **Suvir Saran**, Michelin Star Chef and Culinary Director, Bastian Hospitality, Mumbai; **Sandeep Arora**, Founder, Spiritual Luxury Living, and Consulting Editor, Whisky Magazine (UK)



moment. In the West, the word fusion is a dirty word...we are pouring things that mask flavour, mask hideous ingredients and then you can label them Italian or sushi and people think they're eating something exciting. I think we need to take our people back to a conversation on what ingredients really are. Whether it's Japanese or Indian. So I think there's no bandwagon saying Japanese food is going to go to Hathras, Meerut and Bhadohi

and become something incredible. It will be sushi dal, dal chawal sushi. But that's not what's going to make Japan happy or India healthier.

HEALTHY EATING

Harry Hakuei Kosato: Health comes from good habits, good ways of spending time. And that, I think, has to be also education-wise. People need to realise in India, and I think people are ripe for that kind of huge, huge change,

where you know we demand more. We want the best ingredients. Ask your chef, ask your restaurant. Are they using the best ingredients? You know, once a year you might go have a £400 meal or \$400 meal. But why can't you have a nicely-priced sushi or nicely-priced tempura, which is maybe 20 per cent Indianised? I think that's fine. But I think restaurants have to change. The consumer has to change. Importers have to change. ■

CONNECT CAN JAPAN BE NO. 1 IN INDIA?



“ **THE KEY IS HAVING A LOCALISED APPROACH KEEPING IN MIND THE INDIAN CONSUMER'S FOCUS ON VALUE FOR MONEY AND THE COUNTRY'S REGIONAL DIVERSITY** ”

RAJESH U. PANDYA
MD, Kai Manufacturing
India Pvt. Ltd



“ **JAPANESE COMPANIES MUST ADAPT TO THE INDIAN MARKET, MAINTAIN A LONG-TERM COMMITMENT, DEVELOP COUNTER-MEASURES TO DEAL WITH THE CHAOS AND FOCUS ON THE FUNDAMENTALS** ”

SOUMYADEEP GANGULY
Partner,
McKinsey & Co.



WEDNESDAY 20.12.2023

Make-up

Unlock the enchantment of Christmas with Moira's Chrismagic Glamour Kit, a delightful collection that transforms ordinary moments into extraordinary memories.

WHERE: www.moirabeauty.in



Jewellery

Experience the breathtaking beauty of Forever New's exclusive creation in the jewellery world - the Signature Collection. Dazzling and exquisite, the arrival of this line sets a new fashion, reflecting the belief that no ensemble is truly complete without a touch of stunning jewellery.

WHERE: www.forevernew.co.in

Culinary

This festive season, KAI INDIA is delighted to present the ideal Christmas gift for culinary enthusiasts and home chefs – KAI Hocho Premium Bread Knife. Designed with precision and crafted for perfection, this knife is set to revolutionize your kitchen experience.

WHERE: <https://kaiindiaonline.com>





PREMIUM BREAD KNIFE: A PERFECT CHRISTMAS GIFT

This festive season, KAI INDIA is delighted to present the ideal Christmas gift for culinary enthusiasts and home chefs - KAI Hocho Premium Bread Knife. Designed with precision and crafted for perfection, this knife is set to revolutionize your kitchen experience. With a long blade tailored for effortless slicing of cakes, bread, and pastries, this knife is a versatile addition to any kitchen.

KAI Hocho Premium Bread Knife is the

perfect Christmas gift for culinary enthusiasts and home chefs. This knife embodies a seamless blend of traditional craftsmanship and modern technology, featuring a super sharp Japanese-style blade made from high-quality carbon steel. Gift the joy of cooking this Christmas with the Kai Hocho Premium Bread Kitchen Knife, where precision meets affordability," said Rajesh U Pandya, Managing Director, KAI India

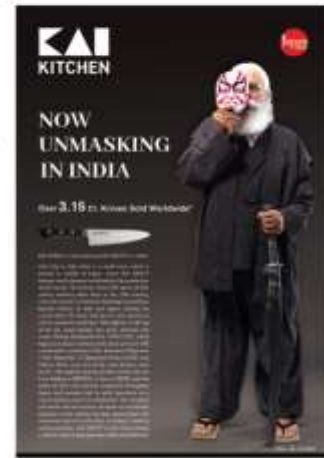
This Christmas, gift the joy of cooking with the Kai Hocho Premium Bread Kitchen Knife from Kai India at price of INR 599. Available at growing eco-conscious customers in India and abroad.



GLITTERING INDIA

Kai India unveils Print Campaign featuring MD Rajesh U Pandya in Japanese Kabuki Mask

Kai India, the Indian subsidiary of Japan's renowned brand KAI, known for its 115-year legacy in crafting premium kitchenware, is excited to announce their new knife print ad campaign featuring Managing Director, Mr. Rajesh U Pandya, with Kabuki mask. This exceptional campaign promises to embrace the essence of Kabuki, a classical form of Japanese theater, creating a visually captivating and culturally rich experience. Kabuki is a classical form of Japanese theatre, mixing dramatic performance with traditional dance. Kabuki theatre is known for its heavily stylised performances, its glamorous, highly decorated costumes, and for the elaborate kumadori make-up worn by some of its performers. Mr. Rajesh U Pandya, Managing Director of Kai India, an ardent admirer of Ichikawa Danjuro XIII (Japanese Kabuki actor/producer) shared his thoughts on this innovative campaign, stating "Kabuki represents the essence of precision, artistry, and tradition that we have strived to uphold in every Kai knife. I am thrilled to be a part of this unique campaign that not only highlights our knives but also pays tribute to the captivating world of Kabuki. This is my second campaign for the brand, and I believe it reinforces our commitment to innovation and celebrating the artistry that sets Kai apart." With over 3.15 crore knives sold worldwide, Kai India is ready to embark on an exciting journey that not only embodies the spirit of Japanese culture but also underscores the exceptional quality and craftsmanship that defines the brand. Kai India has firmly established itself as a global leader in the kitchenware industry, offering the perfect blend of form and function. The upcoming print campaign promises to be a testament to Kai India's dedication to excellence and creativity. Mr. Hitesh Singla, Head of Marketing at Kai India, shared his views for this ground-breaking campaign, saying "At Kai India, we have always been passionate about the intersection of art and craftsmanship. Mr. Pandya, as a Kabuki admirer, offers a fresh perspective, emphasizing that knives are not just tools but works of art, offering top-quality knives and celebrating the cultural heritage." Founded in Seki in 1908, KAI group products have cult status in Japan. The brand is known for its high-quality beauty care and personal grooming products integrating practical aesthetics with refined craftsmanship providing well-designed, innovative houseware, and beauty care products that are used widely in day-to-day lives. Japan-based KAI Group made a foray into the Indian market by setting up a manufacturing facility spanning over 30,000 sq mt in Neemrana, Rajasthan. KAI brings over 800 years of Japanese legacy of forging blades, directly to Indian households with its kitchenware range. KAI Also offers high-precision beauty and personal care products to Indian consumers adding value to their daily life. They are determined to provide products prepared with detailed R&D and superior Japanese technology. With its clear vision and mission, KAI is marching forward towards becoming a household name in India.



Kai India unveils its print campaign

EOI CORRESPONDENT

KOLKATA, DEC 12/--/ Kai India, the Indian subsidiary of Japan's renowned brand KAI, known for its 115-year legacy in crafting premium kitchenware, is excited to announce their new knife print ad campaign featuring Managing Director, Rajesh U Pandya, with Kabuki mask. This exceptional campaign promises to embrace the essence of Kabuki, a classical form of Japanese theater, creating a visually captivating and culturally rich experience, sources informed.

Kabuki is a classical form of Japanese theatre, mixing dramatic performance with

traditional dance. Kabuki theatre is known for its heavily stylised performances, its glamorous, highly decorated costumes, and for the elaborate kumadori make-up worn by some of its performers, sources said.

Mr Pandya, an ardent admirer of Ichikawa Danjuro XIII (Japanese Kabuki actor/producer) shared his thoughts on this innovative campaign, stating "Kabuki represents the essence of precision, artistry, and tradition that we have strived to uphold in every Kai knife. I am thrilled to be a part of this unique campaign that not only highlights our knives but also pays tribute to the

captivating world of Kabuki. This is my second campaign for the brand, and I believe it reinforces our commitment to innovation and celebrating the artistry that sets Kai apart."

Hitesh Singla, Head of Marketing at Kai India, shared his views for this ground-breaking campaign, saying "At Kai India, we have always been passionate about the intersection of art and craftsmanship. Mr. Pandya, as a Kabuki admirer, offers a fresh perspective, emphasizing that knives are not just tools but works of art, offering top-quality knives and celebrating the cultural heritage."

HIMALAYAN MIRROR

KOLKATA, TUESDAY 19 DECEMBER 2023

Kai India introduces a print campaign featuring MD Rajesh U Pandya in a Japanese Kabuki Mask

Kolkata: Kai India, the Indian subsidiary of Japan's renowned brand KAI, known for its 115-year legacy in crafting premium kitchenware, is excited to announce their new knife print ad campaign featuring Managing Director, Mr. Rajesh U Pandya, with Kabuki mask. This exceptional campaign promises to embrace the essence of Kabuki, a classical form of Japanese theater, creating a visually captivating and culturally rich experience. Kabuki is a classical Japanese theatre style that blends dramatic performance with traditional dance, known for its

stylized performances, glamorous costumes, and elaborate kumadori make-up worn by some performers.

Kai India, a global leader in the kitchenware industry, has sold over 3.15 crore knives worldwide, embodying Japanese culture and exceptional quality. The brand's upcoming print campaign will showcase its dedication to excellence and creativity, showcasing the brand's perfect blend of form and function. The campaign promises to be an exciting journey for Kai India. Mr. Rajesh U Pandya, Managing Director of Kai India, an



ardent admirer of Ichikawa Danjuro XIII (Japanese Kabuki actor/producer) shared his thoughts on this innovative campaign, stating "This is my second campaign for the brand, and I believe it reinforces our commitment to innovation and celebrating the artistry that sets Kai apart."

दैनिक विश्वमित्र

कोलकाता मंगलवार ■ 12 दिसम्बर, 2023 ■ मार्गशीर्ष कृष्ण 14 सम्वत् 2080

काबुकी मास्क के साथ काई इंडिया के एमडी

कोलकाता, 11 दिसंबर (नि.प्र.)। जापान के प्रसिद्ध ब्यूटी एवं किचनवेयर ब्राण्ड काई की भारतीय शाखा काई इंडिया के मैनेजिंग डायरेक्टर श्री राजेश यू पांड्या अब कंपनी के एक और नए विज्ञापन में नज़र आ रहे हैं। यह शानदार कैम्पेन जापानी थिएटर के एक क्लासिकल रूप काबुकी को दर्शाता है, और दृश्यात्मक रूप से मोहक और सांस्कृतिक रूप से समृद्ध अनुभव देता है। काबुकी जापानी थिएटर का एक शास्त्रीय रूप है, जिसमें पारंपरिक नृत्य के साथ नाटकीय प्रदर्शन का मिश्रण होता है। काबुकी थिएटर अपने भारी शैली वाले प्रदर्शनों, अपनी ग्लैमरस, अत्यधिक सजी हुई वेशभूषा और इसके कुछ कलाकारों द्वारा पहने जाने वाले विस्तृत कुमादोरी मेकअप के लिए जाना जाता है। जापानी काबुकी अभिनेता/निर्माता इचिकावा डेंजुरो दखखख के प्रशंसक, काई इंडिया के प्रबंध निदेशक श्री राजेश यू पांड्या ने इस कैम्पेन पर अपने विचार साझा करते हुए कहा, काबुकी स्पष्टता, कलात्मकता और ट्रेडिशन को दर्शाता है और हम प्रत्येक काई चाकू में यही सब कायम रखने का प्रयास करते हैं।

লিপি

আর্থিক

কলকাতা • বৃহস্পতিবার • ২৭ অগ্রহায়ণ, ১৪৩০ • ১৪ ডিসেম্বর, ২০২৩ • KOLKATA • THURSDAY • DECEMBER 14, 2023

কাই ইন্ডিয়া'র নতুন ছুরিতে উঠে এসেছে জাপানি কারুকার্য কাবুকি

কলকাতা : জাপানের বিখ্যাত ব্র্যান্ড কাই-এর ভারতীয় সহায়ক সংস্থা, কাই ইন্ডিয়া ১১৫ বছর ধরে প্রিমিয়াম কিচেনওয়ার তৈরিতে নিজেদের পারদর্শীতা দেখিয়ে আসছে। তাদের নতুন নাইফ প্রিন্ট অ্যাড ক্যাম্পেইনে এবার

নেতৃত্ব দিচ্ছেন মিঃ রাজেশ ইউ পান্ড্য। তুলে ধরা হয়েছে কাবুকি মাস্ক-এর শিল্পকলা। এই ব্যতিক্রমী প্রচারাভিযানটি

জাপানি থিয়েটারের একটি ধ্রুপদী রূপ কাবুকির সারমর্মকে তুলে ধরার প্রতিশ্রুতি দেয়।

কাবুকির সঙ্গে কাই-এর
ক্যাম্পইন
জাপানের বিখ্যাত ব্র্যান্ড কাই-এর
ভারতীয় সহায়ক সংস্থা, কাই ইন্ডিয়া
১১৫ বছর ধরে প্রিমিয়াম
কিচেনওয়ার তৈরিতে নিজেদের
পারদর্শিতা দেখিয়ে আসছে। তাদের
নতুন নাইফ প্রিন্ট অ্যাড ক্যাম্পইনে
এবার নেতৃত্ব দিচ্ছেন মি. রাজেশ ইউ
পাল্যা। তুলে ধরা হয়েছে কাবুকি
মাস্ক-এর শিল্পকলা। এই ব্যতিক্রমী
প্রচারাভিযানটি জাপানি থিয়েটারের
একটি ধ্রুপদী রূপ কাবুকির সারমর্মকে
তুলে ধরার প্রতিশ্রুতি দেয়, যা
মনোমুগ্ধকর এবং সাংস্কৃতিক ভাবে
সমৃদ্ধ। কাই ইন্ডিয়ার হেড অফ
মার্কেটিং মি. হিতেশ সিংলা বলেছেন,
কাই ইন্ডিয়াতে, আমরা সবসময়ই
শিল্প এবং কারুকার্যকে প্রাধান্য দিতে
উৎসাহী।

इंफो इंडिया

कोलकाता एवं पोर्ट ब्लेयर से एक साथ प्रकाशित

कोलकाता, बुधवार, 13 दिसम्बर, 2023

काबुकी मास्क के साथ काई इंडिया के एमडी राजेश यू पांड्या बने कंपनी के नए विज्ञापन का चेहरा

कोलकाता, 12 दिसम्बर। जापान के प्रसिद्ध ब्यूटी एवं किचनवेयर ब्राण्ड काई की भारतीय शाखा काई इंडिया के मैनेजिंग डायरेक्टर श्री राजेश यू पांड्या अब कंपनी के एक और नए विज्ञापन में नज़र आ रहे हैं। यह शानदार कैम्पेन जापानी थिएटर के एक क्लासिकल रूप काबुकी को दर्शाता है, और दृश्यात्मक रूप से मोहक और सांस्कृतिक रूप से समृद्ध अनुभव देता है। काबुकी जापानी थिएटर का एक शास्त्रीय रूप है, जिसमें पारंपरिक नृत्य के साथ नाटकीय प्रदर्शन का मिश्रण होता है। काबुकी थिएटर अपने भारी शैली वाले प्रदर्शनों, अपनी ग्लैमरस, अत्यधिक सजी हुई वेशभूषा और इसके कुछ कलाकारों द्वारा पहने जाने वाले विस्तृत कुमादोरी मेकअप के लिए जाना जाता है। जापानी काबुकी अभिनेता/निर्माता इचिकावा डेंजुरो दखखख के प्रशंसक, काई इंडिया के प्रबंध निदेशक श्री राजेश यू पांड्या ने इस कैम्पेन पर अपने विचार साझा करते हुए कहा, काबुकी स्पष्टता, कलात्मकता और ट्रेडिशन को दर्शाता है और हम प्रत्येक काई चाकू में यही सब कायम रखने का प्रयास करते हैं। मुझे इस अनूठे अभियान का हिस्सा बनने पर बहुत खुशी हो रही है, जो हमारे चाकूओं को हाइलाइट करने के साथ-साथ काबुकी की मोहक दुनिया को भी सलामी देता है। यह मेरा काई के लिए दूसरा ऐड कैम्पेन है, और मैं मानता हूँ कि यह हमारी प्रतिबद्धता को मजबूत करता है और काई को अलग बनाने वाली कला की सराहना करता है। “ दुनिया भर में 3.15 करोड़ से अधिक चाकू बेचने के साथ, काई इंडिया एक रोमांचक यात्रा शुरू करने के लिए तैयार है जो न केवल जापानी संस्कृति की भावना का प्रतीक है बल्कि ब्रांड को परिभाषित करने वाली अविश्वसनीय गुणवत्ता और शिल्प कौशल को भी दर्शाता है। काई इंडिया ने खुद को किचनवेयर उद्योग में एक जाने माने ब्रांड के रूप में मजबूती से स्थापित किया है, जो रूप और कार्य का सही मिश्रण पेश करता है। यह कैम्पेन उत्कृष्टता और रचनात्मकता के प्रति काई इंडिया के समर्पण का एक प्रमाण होने का वादा करता है। काई इंडिया के मार्केटिंग के प्रमुख, श्री हितेश सिंगला, इस महत्वपूर्ण कैम्पेन के लिए अपने विचार साझा करते हुए कहा, “काई इंडिया में हमेशा से ही हम कला और क्राफ्टमैनशिप के प्रति पैशनट रहें हैं। मिस्टर पांड्या, जो काबुकी के प्रशंसक हैं, इस कैम्पेन के साथ एक ताजा दृष्टिकोण प्रस्तुत करते हैं, इस बात पर जोर देते हुए कि चाकू सिर्फ टूल नहीं हैं बल्कि कला का नमूना हैं, हम काई में उच्च गुणवत्ता के चाकू प्रदान करते हैं और सांस्कृतिक धरोहर का सम्मान करते हैं।”

SATURDAY, 23 DECEMBER 2023

কাই ইন্ডিয়া'র নতুন ছুরিতে উঠে এসেছে জাপানি কারুকার্য কাবুকি

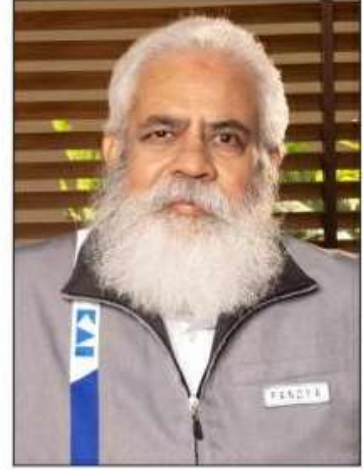
কলকাতা: জাপানের বিখ্যাত ব্র্যান্ড কাই-এর ভারতীয় সহায়ক সংস্থা, কাই ইন্ডিয়া ১১৫ বছর ধরে প্রিমিয়াম কিচেনওয়ার তৈরিতে নিজেদের পারদর্শীতা দেখিয়ে আসছে। তাদের নতুন নাইফ প্রিন্ট অ্যাড ক্যাম্পেইনে এবার নেতৃত্ব দিচ্ছেন মিঃ রাজেশ ইউ পান্ডা। তুলে ধরা হয়েছে কাবুকি মাস্ক-এর শিল্পকলা। এই ব্যতিক্রমী প্রচারাভিযানটি জাপানি থিয়েটারের একটি ধ্রুপদী রূপ কাবুকির সারমর্মকে তুলে ধরার প্রতিশ্রুতি দেয়, যা মনোমুগ্ধকর এবং সাংস্কৃতিকভাবে সমৃদ্ধ।

কাবুকি জাপানি থিয়েটারের একটি ধ্রুপদী রূপ, যা ঐতিহ্যবাহী নৃত্যের সঙ্গে নাটকের মেলবন্ধনকে বোঝায়। কাবুকি থিয়েটার তার নিজস্ব ভঙ্গি, উজ্জ্বল ও সুসজ্জিত পোশাক এবং শিল্পীদের কুমাডোরি মেক-আপের জন্য পরিচিত।

কাই ইন্ডিয়ার ম্যানেজিং ডিরেক্টর

মিঃ রাজেশ ইউ পান্ডা, ইচিকাওয়া দাঞ্জুরো XIII (জাপানি কাবুকি-এর অভিনেতা/প্রযোজক)-এর পরম অনুরাগী। তিনি এই উদ্ভাবনী প্রচারাভিযানের বিষয়ে বলেন, “কাবুকির সূক্ষ্ম শৈল্পিক ভাব এবং ঐতিহ্যের উপস্থাপন প্রতিটি কাই ছুরিতে ধরে রাখার চেষ্টা করা হয়েছে। আমি এই অনন্য ক্যাম্পেইনের অংশ হতে পেরে রোমাঞ্চিত। ব্র্যান্ডের জন্য এটি আমার দ্বিতীয় ক্যাম্পেইন।”

কাই ইন্ডিয়া বিশ্বব্যাপী ৩.১৫ কোটিরও বেশি ছুরি বিক্রি করেছে। এটি শুধুমাত্র জাপানি সংস্কৃতিকেই তুলে ধরেনা বরং ব্র্যান্ডের গুণমান এবং জিনিসের কারুকার্য ব্র্যান্ডের পরিচিতিও তৈরি করেছে। কাই ইন্ডিয়ার হেড অফ মার্কেটিং মিঃ হিতেশ সিংলা বলেছেন, “কাই ইন্ডিয়াতে, আমরা সবসময়ই শিল্প এবং কারুকার্যকে প্রাধান্য



দিতে উৎসাহী।” ১৯০৮ সালে সেকিতে প্রতিষ্ঠিত, কাই গ্রুপের পণ্যগুলি জাপানে কাল্টের মর্যাদা পেয়েছে। জাপান-ভিত্তিক কাই গ্রুপ রাজস্থানের নিমরানায় ৩০,০০০ বর্গ মিটারের বেশি বিস্তৃত একটি ম্যানুফ্যাকচারিং ইউনিট স্থাপন করেছে।



समाज्ञा

सोमवार, 18 दिसम्बर 2023

काबुकी मास्क के साथ काई इंडिया के एमडी राजेश यू पांड्या बने कंपनी के नए विज्ञापन का चेहरा

कोलकाता, समाज्ञा : जापान के प्रसिद्ध ब्यूटी एवं किचनवेयर ब्रांड काई की भारतीय शाखा काई इंडिया के एमडी राजेश यू पांड्या अब कंपनी के एक और नए विज्ञापन में नजर आ रहे हैं। यह शानदार कैम्पेन जापानी थिएटर के एक क्लासिकल रूप काबुकी को दर्शाता है, और दृश्यात्मक रूप से मोहक और सांस्कृतिक रूप से समृद्ध अनुभव देता है। काई इंडिया एक ऐसी कंपनी है जो गहन आर एम डी एवं जापानी तकनीक के साथ आधुनिक प्रोडक्ट्स लेकर आती है। इसी दृष्टिकोण के साथ काई आज हर भारतीय परिवार का जाना-माना नाम बनती जा रही है। दुनिया भर में 3.15 करोड़ से अधिक चाकू बेचने के साथ, काई इंडिया एक रोमांचक यात्रा शुरू करने के लिए तैयार है।

সংবাদ প্রবাহ

Tuesday, 19 December, 2023

জাপানি কারুকার্য কাবুকির সঙ্গে এবার ভারতের বাজারে কাই-এর ক্যাম্পেইন

নিজস্ব সংবাদদাতা : জাপানের বিখ্যাত ব্র্যান্ড, কাই-এর ভারতীয় সহায়ক সংস্থা, কাই ইন্ডিয়া ১১৫ বছর ধরে প্রিমিয়াম কিচেনওয়্যার তৈরিতে নিজেদের পারদর্শিতা দেখিয়ে আসছে। তাদের নতুন নাইফ প্রিন্ট অ্যাড ক্যাম্পেইন এবার নেতৃত্ব দিচ্ছেন রাজেশ ইউ পান্ডা। তুলে ধরা হয়েছে কাবুকি মাস্ক-এর শিল্পকলা। এই ব্যতিক্রমী প্রচারাভিযানটি জাপানি

থিয়েটারের একটি ধ্রুপদী রূপ, কাবুকির সারমর্মকে তুলে ধরার প্রতিশ্রুতি দেয়, যা মনোমুগ্ধকর এবং সাংস্কৃতিকভাবে সমৃদ্ধ। কাবুকি জাপানি থিয়েটারের একটি ধ্রুপদী রূপ, যা ঐতিহ্যবাহী নৃত্যের সঙ্গে নাটকের মেলবন্ধনকে বোঝায়। কাবুকি থিয়েটার তার নিজস্ব ভঙ্গি, উজ্জ্বল ও সুসজ্জিক পোশাক এবং শিল্পীদের কুমাডোরি মেক আপের জন্য পরিচিত। কাই ইন্ডিয়ার

ম্যানেজিং ডিরেক্টর রাজেশ ইউ পান্ডা, জাপানি কাবুকি-এর অভিনেতা/প্রযোজক ইচিকা ওয়াদা জুরো-এর অনুরাগী। তিনি এই উদ্ভাবনী প্রচারাভিযানের বিষয়ে বলেন, কাবুকির সূক্ষ্ম শৈল্পিক ভাব এবং ঐতিহ্যের উপস্থাপন প্রতিটি কাইছুরিতে ধরে রাখার চেষ্টা করা হয়েছে।

কাইয়ের শিল্পকলার প্রসার

নিজস্ব প্রতিনিধি : জাপানের বিখ্যাত ব্র্যান্ড কাই-এর ভারতীয় সহায়ক সংস্থা, কাই ইন্ডিয়া ১১৫ বছর ধরে প্রিমিয়াম কিচেনওয়্যার তৈরিতে নিজেদের পারদর্শিতা দেখিয়ে আসছে। তাদের নতুন নাইফ প্রিন্ট অ্যাড ক্যাম্পেইনে এবার নেতৃত্ব দিচ্ছেন রাজেশ ইউ পান্ডা। এখানে তুলে ধরা হয়েছে কাবুকি মাস্ক-এর শিল্পকলা। এই ব্যতিক্রমী প্রচারাভিযান জাপানি থিয়েটারের এক ধ্রুপদী

রূপ কাবুকির সারমর্মকে তুলে ধরে। কাবুকি মনকে অত্যন্ত মুগ্ধ করে আর সাংস্কৃতিকভাবে সমৃদ্ধ।

কাবুকি জাপানি থিয়েটারের এমন এক ধ্রুপদী রূপ, যা ঐতিহ্যবাহী নৃত্যের সঙ্গে নাটকের মেলবন্ধনকে বোঝায়। কাবুকি থিয়েটার তার নিজস্ব ভঙ্গি, উজ্জ্বল ও সুসজ্জিত পোশাক আর শিল্পীদের কুমাডোরি মেকআপের জন্য পরিচিত।

The consumer connect: Can Japan be No. 1 in India?

Japanese quality and reliability can be attractive to Indian consumers in the long term



(L to R) Manish Sharma, Rajesh U. Pandya and Soumyadeep Ganguly



India Today Bureau

ISSUE DATE: Dec 25, 2023 | UPDATED: Dec 15, 2023 20:52 IST

"Japanese firms can become the No. 1 choice for Indian consumers conscious about the total cost of ownership and factors such as trust, safety, craftsmanship and reliability"

–Manish Sharma, Chairman, Panasonic Life Solutions, India and South Asia

"The key is having a localised approach keeping in mind the Indian consumer's focus on value for money and the country's regional diversity"

–Rajesh U. Pandya, MD, Kai Manufacturing India Pvt. Ltd

KAI India's Retail Revolution: Heritage, Innovation, and a Web of 50,000+ Touchpoints

Retail & Business

KAI India's Retail Revolution: Heritage, Innovation, and a Web of 50,000+ Touchpoints



BY - [Nandini Banerjee](#)

Managing Editor, IndianRetailer.com & Retailer Magazine

Dec 28, 2023 / 7 MIN READ



KAI India's roots run deep, tracing back to a heritage that spans over a century. The journey through time and ingenuity is captivating, a powerhouse where heritage intertwines with futuristic brilliance. It is a legendary saga of craftsmanship, innovation, and global triumphs — a story where each product is not just made; it's a masterpiece crafted in the crucible of time. KAI India's three-pronged distribution approach includes general trade, modern trade, and e-commerce, with a vast network of over 50,000 touchpoints.

Rajesh U Pandya, Managing Director, KAI India sheds light on the company's heritage, commitment to quality craftsmanship, innovative design, and its strategic role in the global market. His vision is ambitious, aiming for a 30 percent annual increase in sales, showcasing the company's commitment to aggressive growth in the Indian market.

Heritage First

Pandya proudly attributes the company's success to the Endo family, who have steered KAI for four generations. "Endo family, running KAI for 115 years, symbolizes our commitment to heritage integration," he says. The Endo family's dedication began in 1908, laying the foundation for a company that would become a hallmark of quality craftsmanship. Pandya underscores the rarity of a company retaining its essence and values through multiple generations. KAI India's longevity is a testament to the enduring spirit of the Endo family and their unwavering commitment to excellence.

Where Tradition Meets Innovation

The second pillar of KAI India's success lies in its dedication to quality craftsmanship, deeply rooted in Japanese traditions. Pandya explains, "In Japan, the tradition was to join a company after university and retire from the same company, fostering expertise and quality craftsmanship." KAI India embraces this tradition, combining age-old practices with contemporary innovations.

The company's workforce, dedicated to creating products for over four decades, epitomizes the concept of 'mono zuri', meaning the art of crafting a product. This commitment to craftsmanship results in products that stand out for their quality and durability. Pandya acknowledges that while the tradition may be evolving, KAI India remains steadfast in delivering products synonymous with precision and excellence.

Conversations with Consumers

Innovation is at the heart of the brand's ethos. Pandya shares, "We engage with consumers, discuss internally, and leverage a robust R&D to create innovative designs." The company's approach involves understanding user needs intimately, especially when designing products like razors. Pandya emphasizes that involving end-users in the design process ensures products are not just functional but also aesthetically pleasing.

Whether crafting a razor tailored to fit a female's hand or developing versatile designs for both men and women, KAI India's commitment to innovation is evident. The company strives to create products that not only meet market demands but also exceed consumer expectations, setting a new standard for design and functionality.

A Hands-On Approach

Customer loyalty is not merely earned; it's cultivated through hands-on engagement. Pandya believes in the power of letting people experience the quality first-hand. "Hands-on experiments ensure customers know the quality is of a very high standard, making them loyal to us," he affirms.

KAI India's philosophy centers on engaging customers directly, allowing them to experience the superior quality of the products. By fostering this connection, the company builds a loyal customer base that values not just the products but the brand's commitment to excellence.

Proudly 'Made in India'

KAI India's product range spans knives, kitchen knives, razors for both men and women, and nail clippers. What makes these products even more remarkable is their origin — 100 percent made in India. Pandya explains, "We believe in making in India, selling in India, and skill development in India, along with women's empowerment."

The decision to establish a manufacturing unit in India was strategic. He emphasizes, "India is a lucrative market, and making products here ensures they are tailored to Indian needs." The company's commitment goes beyond mere production; it reflects a dedication to enhancing efficiency in cooking and personal grooming, aligning with the essential daily needs of consumers.

Global Expansion

KAI's global expansion strategy is not just about market penetration but establishing India as a manufacturing hub for the entire group. Pandya outlines the significance, stating, "Certain merchandise, if not fulfilled by Shanghai or Vietnam plants, is transferred to our Neemrana manufacturing plant in India."

The company's presence in the US, Shanghai, Vietnam, and now India positions it as a key player on the global stage. Neemrana, with its strategic location close to both Delhi and Jaipur, and emphasis on skill development, is poised to become a manufacturing hub for the KAI group.

Bread Knife Options For Slicing Your Loaves Easily (December, 2023)

A bread knife is an essential tool for any kitchen that regularly makes bread. Its long, serrated blade is designed to cut through crusty bread without crushing it, making it easier to slice through large, dense loaves.



A bread knife is a type of kitchen knife designed specifically for cutting bread. It typically has a long, serrated blade that is designed to slice through crusty bread without crushing it. The serrated edge of the blade allows the knife to cut through the tough crust while still maintaining a clean cut through the soft interior of the bread.

One of the key features of a bread knife is its length. Bread knives typically range in length from 7 inches to 12 inches, with 9 inches being a common size. The long blade allows the knife to make long, sweeping cuts through loaves of bread, making it easier to cut through large, crusty loaves.

The serrated edge of a bread knife is also an important feature. The serrations on the blade create small teeth that grip the bread and allow the knife to cut through the crust without crushing it. This is important because crushing the bread can cause it to lose its shape and texture.

Another important feature of a bread knife is its blade material. The blade of a bread knife needs to be strong and durable, as it will be used to cut through tough crusts and dense breads.

Take a look at some of the best bread knives available online for you.

Product Name	Customer Rating	Approx. Price
Kai Hocho Premium Bread Kitchen Knife	4.6/5	Rs. 449
Zolyss 10 Inch Cake Knife Multifunction Bread Knife	4.0/5	Rs. 249
Prime bakero and Mouldoro Stainless Steel Bread Knife	4.2/5	Rs. 250

Kai Hocho Premium Bread Kitchen Knife



The Kai Hocho Premium Bread Kitchen Knife is a high-quality bread knife that is designed to make slicing cakes, bread, and pastries a breeze. The knife features a long blade that is perfect for cutting through soft bakery products and a sharp point that helps the knife come out easily. One of the standout features of this bread knife is its super sharp blade.

The blade is designed using traditional Japanese style methods and is made from modern carbon steel. The knife features a nylon resin handle that is comfortable to hold in the palm of your hand. Its ergonomic design allows you to chop and dice with ease, making it one of the best bread knives available.

Your Ultimate Christmas Gift Guide for Memorable Surprises

Discover joy in giving with our Christmas Gift Guide, a curated selection of thoughtful presents to make this festive season truly special. From luxurious beauty sets and stylish accessories to festive home decor and innovative tech gadgets, our guide offers a diverse array of options for every personality and preference. Whether you're shopping for family, friends, or colleagues, find the perfect gift that reflects the warmth of the season. Delight your loved ones with meaningful surprises that bring smiles and create lasting memories. Explore our Christmas Gift Guide and share the spirit of giving this holiday season.

Kai Hocho Premium Bread Knife: A Perfect Christmas Gift



This festive season, **KAI INDIA** is delighted to present the ideal Christmas gift for culinary enthusiasts and home chefs – Kai Hocho Premium Bread Knife. Designed with precision and crafted for perfection, this knife is set to revolutionize your kitchen experience. With a long blade tailored for effortless slicing of cakes, bread, and pastries, this knife is a versatile addition to any kitchen.

What sets this knife apart is its super sharp Japanese-style blade, a fusion of traditional craftsmanship and modern carbon steel. This unique combination not only ensures a consistently sharp edge but also makes the blade rust-proof, enhancing its durability and resistance to wear. The ergonomic nylon resin handle adds an element of comfort to the knife, allowing for a secure grip during chopping and dicing. This knife provides both strength and balance, ensuring a safe and enjoyable cooking experience.

India-Japan@2030: A meeting of minds

The India-Japan Conclave in New Delhi on November 30 promises engaging perspectives from across the political, economic and cultural spectrums



India Today Bureau

UPDATED: Nov 29, 2023 18:45 IST

Edited By: Ashish Mukherjee



On November 30, the India Today Group will host a highly-anticipated event, the India-Japan Conclave, at The Oberoi in New Delhi. The day-long conclave will see the participation of senior leaders from across the political and economic spectrums of both nations. It will examine existing ties between the two countries and look at the road forward in terms of deepening cooperation in various spheres, from manufacturing and financial technology to green hydrogen and geopolitics.

The conclave will begin with an address by India Today Group editorial director (publishing) Raj Chengappa. This will be followed by a session with Union minister of power and new & renewable energy R.K. Singh, after which Japan's ambassador to India, Hiroshi Suzuki, will address the conclave on Indo-Japanese ties in the near future, in a session titled 'India-Japan@2030'. After that, the conclave will see a performance-cum-conversation by sitar maestro Pandit Shubhendra Rao, in a session titled 'Musical Exchange: India Meets Japan'. He will speak about his collaborations with Japanese musicians.

The sessions to follow immediately will examine two crucial areas in which India and Japan can collaborate: infrastructure and geopolitics. The first of these sessions, 'Geopolitics in Asia: The New Great Game', will see a discussion with Ram Madhav, member of the board of governors of the India Foundation. After that, Railway Board (infrastructure) member Roop Narayan Sunkar will discuss India's development in a session titled 'Infrastructure: The New Silver Bullet?'

After a break for lunch, the conclave will move into high gear, with sessions on sustainable trade, financial technology, green hydrogen, manufacturing and technology, among several others. The first of these sessions, 'India-Japan: A Transformative Voyage to Build Sustainable Business Ecosystem and Trade', will see the participation of Hitachi India managing director Bharat Kaushal, Japan embassy minister (economic and development) Kyoko Hokugo, and Japan International Cooperation Agency (JICA) chief representative Saito Mitsunori.

The following session is on financial technology, 'Finance: Tapping the Fin-tech Promise', and will draw perspectives from KPMG India's national co-head of digital risk security and governance Kunal Pande, Virgo Group managing director Kanav Monga and GHV founder Vikram Upadhyaya. This will be followed by a discussion on a fuel of the future—'The Green Hydrogen Boom'—which will include insights from L&T senior vice-president and head of green manufacturing and development Derek M. Shah, Godrej Industries associate vice-president and head of environmental sustainability Ramnath Vaidyanathan, ECube Investment Advisors managing partner and chief executive of climate change and sustainability services Rita Roy Choudhury, Japan Bank for International Cooperation representative Shinichiro Imahori, and Hitachi India general manager for social innovation business Abhijeet Chatterjee.

The session right after will bring quick perspectives on the India-Japan consumer connect from several business leaders, including Panasonic Life Solutions India and South Asia chairman Manish Sharma, **Kal Manufacturing India Pvt Ltd** managing director **Rajesh U. Pandya** and McKinsey & Company partner Soumyadeep Ganguly. This will be followed by a session with former NITI Aayog vice-chairman Rajiv Kumar, who will offer the India perspective on why Japan is important for our country. After that, Maruti Suzuki chairman R.C. Bhargava will speak on how India can build effective partnerships with Japan to boost manufacturing competitiveness.

Kai Hocho Premium Bread Knife: A Perfect Christmas Gift



Fashion Value Chain

December 16, 2023 • 2 min read

Home • BRAND COLLECTION • Kai Hocho Premium Bread Knife: ...



This festive season, KAI INDIA is delighted to present the ideal Christmas gift for culinary enthusiasts and home chefs – KAI Hocho Premium Bread Knife. Designed with precision and crafted for perfection, this knife is set to revolutionize your kitchen experience. With a long blade tailored for effortless slicing of cakes, bread, and pastries, this knife is a versatile addition to any kitchen.

What sets this knife apart is its super sharp Japanese-style blade, a fusion of traditional craftsmanship and modern carbon steel. This unique combination not only ensures a consistently sharp edge but also makes the blade rust-proof, enhancing its durability and resistance to wear. The ergonomic nylon resin handle adds an element of comfort to the knife, allowing for a secure grip during chopping and dicing. This knife provides both strength and balance, ensuring a safe and enjoyable cooking experience.

KAI Hocho Premium Bread Knife is the perfect Christmas gift for culinary enthusiasts and home chefs. This knife embodies a seamless blend of traditional craftsmanship and modern technology, featuring a super sharp Japanese-style blade made from high-quality carbon steel. Gift the joy of cooking this Christmas with the Kai Hocho Premium Bread Kitchen Knife, where precision meets affordability. said **Rajesh U Pandya, Managing Director, KAI India**

This Christmas, gift the joy of cooking with the Kai Hocho Premium Bread Kitchen Knife from Kai India at price of **INR 599**. Available at <https://kaiindiaonline.com> and leading e-commerce platforms.

<https://fashionvaluechain.com/kai-hocho-premium-bread-knife-a-perfect-christmas-gift/>

Home » Business » Kai India unveils its Print Campaign

Business

Kai India unveils its Print Campaign

By **Business Bureau** - December 13, 2023 👁️ 19



Kai India, the Indian subsidiary of KAI, has launched a new knife print ad campaign featuring Managing Director, Rajesh U Pandya, wearing a Kabuki mask, showcasing their 115-year legacy in premium kitchenware. This exceptional campaign promises to embrace the essence of Kabuki, a classical form of Japanese theater, creating a visually captivating and culturally rich experience.

Kabuki is a classical form of Japanese theatre, mixing dramatic performance with traditional dance. Kabuki theatre is known for its heavily stylised performances, its glamorous, highly decorated costumes, and for the elaborate kumadori make-up worn by some of its performers. Mr. Rajesh U Pandya, Managing Director of Kai India and a fan of Ichikawa Danjuro XIII, expressed his admiration for the innovative campaign. He said, "This is my second campaign for the brand, and I believe it reinforces our commitment to innovation and celebrating the artistry that sets Kai apart."

Kai India, with over 3.15 crore knives sold globally, is poised to continue its journey of embodying Japanese culture and showcasing exceptional quality and craftsmanship. Kai India, a global leader in the kitchenware industry, is set to unveil an upcoming print campaign that showcases their commitment to excellence and creativity.

<https://thepurbottar.in/kai-india-unveils-its-print-campaign/>

Kai Hocho Premium Bread Knife: A Perfect Christmas Gift

© December 18, 2023 👤 Sujata 📁 Technology 💬 0



This festive season, **KAI INDIA** is delighted to present the ideal Christmas gift for culinary enthusiasts and home chefs – KAI Hocho Premium Bread Knife. Designed with precision and crafted for perfection, this knife is set to revolutionize your kitchen experience. With a long blade tailored for effortless slicing of cakes, bread, and pastries, this knife is a versatile addition to any kitchen.

What sets this knife apart is its super sharp Japanese-style blade, a fusion of traditional craftsmanship and modern carbon steel. This unique combination not only ensures a consistently sharp edge but also makes the blade rust-proof, enhancing its durability and resistance to wear. The ergonomic nylon resin handle adds an element of comfort to the knife, allowing for a secure grip during chopping and dicing. This knife provides both strength and balance, ensuring a safe and enjoyable cooking experience.

KAI Hocho Premium Bread Knife is the perfect Christmas gift for culinary enthusiasts and home chefs. This knife embodies a seamless blend of traditional craftsmanship and modern technology, featuring a super sharp Japanese-style blade made from high-quality carbon steel. Gift the joy of cooking this Christmas with the Kai Hocho Premium Bread Kitchen Knife, where precision meets affordability." said Rajesh U Pandya, Managing Director, KAI India



This Christmas, gift the joy of cooking with the Kai Hocho Premium Bread Kitchen Knife from Kai India at **price of INR 599**. Available at <https://kaiindiaonline.com> and leading e-commerce platforms.

Founded in Seki in 1908, KAI group products have cult status in Japan. The brand is known for its high-quality beauty care and personal grooming products integrating practical aesthetics with refined craftsmanship providing well-designed, innovative houseware, and beauty care products that are used widely in day-to-day lives. Japan-based KAI Group made a foray into the Indian market by setting up a

manufacturing facility spanning over 30,000 sq mt in Neemrana, Rajasthan. KAI brings over 800 years of Japanese legacy of forging blades, directly to Indian households with its kitchenware range. KAI Also offers high-precision beauty and personal care products to Indian consumers adding value to their daily life. They are determined to provide products prepared with detailed R&D and superior Japanese technology. With its clear vision and mission, KAI is marching forward towards becoming a household name in India.

জাপানি কারুকার্য কাবুকির সঙ্গে এবার ভারতের বাজারে কাই-এর ক্যাম্পেইন

By Business Bureau - December 13, 2023

84



জাপানের বিখ্যাত ব্র্যান্ড কাই-এর ভারতীয় সহায়ক সংস্থা, কাই ইন্ডিয়া ১১৫ বছর ধরে প্রিমিয়াম কিচেনওয়ার তৈরিতে নিজেদের পারদর্শীতা দেখিয়ে আসছে। তাদের নতুন নাইফ প্রিন্ট অ্যাড ক্যাম্পেইনে এবার নেতৃত্ব দিচ্ছেন মিঃ রাজেশ ইউ পান্ডা। তুলে ধরা হয়েছে কাবুকি মাস্ক-এর শিল্পকলা। এই ব্যতিক্রমী প্রচারাভিযানটি জাপানি থিয়েটারের একটি ধ্রুপদী রূপ কাবুকির সারমর্মকে তুলে ধরার প্রতিশ্রুতি দেয়, যা মনোমুগ্ধকর এবং সাংস্কৃতিকভাবে সমৃদ্ধ।

কাবুকি জাপানি থিয়েটারের একটি ধ্রুপদী রূপ, যা ঐতিহ্যবাহী নৃত্যের সঙ্গে নাটকের মেলবন্ধনকে বোঝায়। কাবুকি থিয়েটার তার নিজস্ব ভঙ্গি, উজ্জ্বল ও সুসজ্জিত পোশাক এবং শিল্পীদের কুমাডোরি মেক-আপের জন্য পরিচিত।

কাই ইন্ডিয়ার ম্যানেজিং ডিরেক্টর মিঃ রাজেশ ইউ পান্ডা, ইচিকাওয়া দাঃজুরো XIII (জাপানি কাবুকি-এর অভিনেতা/প্রযোজক)-এর পরম অনুরাগী। তিনি এই উদ্ভাবনী প্রচারাভিযানের বিষয়ে বলেন, “কাবুকির সূক্ষ্ম শৈল্পিক ভাব এবং ঐতিহ্যের উপস্থাপন প্রতিটি কাই ছুরিতে ধরে রাখার চেষ্টা করা হয়েছে। আমি এই অনন্য ক্যাম্পেইনের অংশ হতে পেরে রোমাঞ্চিত। ব্র্যান্ডের জন্য এটি আমার দ্বিতীয় ক্যাম্পেইন।”

কাই ইন্ডিয়া বিশ্বব্যাপী ৩.১৫ কোটিরও বেশি ছুরি বিক্রি করেছে। এটি শুধুমাত্র জাপানি সংস্কৃতিকেই তুলে ধরেনা বরং ব্র্যান্ডের গুণমান এবং জিনিসের কারুকার্য ব্র্যান্ডের পরিচিতিও তৈরি করেছে। কাই ইন্ডিয়ার হেড অফ মার্কেটিং মিঃ হিতেশ সিংলা বলেছেন, “কাই ইন্ডিয়াতে, আমরা সবসময়ই শিল্প এবং কারুকার্যকে প্রাধান্য দিতে উৎসাহী।” ১৯০৮ সালে সেকিতে প্রতিষ্ঠিত, কাই গ্রুপের পণ্যগুলি জাপানে কাল্টের মর্যাদা পেয়েছে। জাপান-ভিত্তিক কাই গ্রুপ রাজস্থানের নিমরানায় ৩০,০০০ বর্গ মিটারের বেশি বিস্তৃত একটি ম্যানুফ্যাকচারিং ইউনিট স্থাপন করেছে।

ব্যবসা

কাই ইন্ডিয়া জাপানি কাবুকি মাস্কে এমডি রাজেশ ইউ পাল্ড্য নেতৃত্ব দিচ্ছেন

🕒 December 13, 2023



জাপানের বিখ্যাত ব্র্যান্ড কাই-এর ভারতীয় সহায়ক সংস্থা, কাই ইন্ডিয়া ১১৫ বছর ধরে প্রিমিয়াম কিচেনওয়ার তৈরিতে নিজেদের পারদর্শীতা দেখিয়ে আসছে। তাদের নতুন নাইফ প্রিন্ট অ্যাড ক্যাম্পেইনে এবার নেতৃত্ব দিচ্ছেন মিঃ রাজেশ ইউ পাল্ড্য। তুলে ধরা হয়েছে কাবুকি মাস্ক-এর শিল্পকলা। এই ব্যতিক্রমী প্রচারাভিযানটি জাপানি থিয়েটারের একটি ধ্রুপদী রূপ কাবুকির সারমর্মকে তুলে ধরার প্রতিশ্রুতি দেয়, যা মনোমুগ্ধকর এবং সাংস্কৃতিকভাবে সমৃদ্ধ।

কাবুকি জাপানি থিয়েটারের একটি ধ্রুপদী রূপ, যা ঐতিহ্যবাহী নৃত্যের সঙ্গে নাটকের মেলবন্ধনকে বোঝায়। কাবুকি থিয়েটার তার নিজস্ব ভঙ্গি, উজ্জ্বল ও সুসজ্জিত পোশাক এবং শিল্পীদের কুমাডোরি মেক-আপের জন্য পরিচিত।

কাই ইন্ডিয়ার ম্যানেজিং ডিরেক্টর মিঃ রাজেশ ইউ পাল্ড্য, ইচিকাওয়া দাঞ্জুরো XIII (জাপানি কাবুকি-এর অভিনেতা/প্রযোজক)-এর পরম অনুরাগী। তিনি এই উদ্ভাবনী প্রচারাভিযানের বিষয়ে বলেন, "কাবুকির সূক্ষ্ম শৈল্পিক ভাব এবং ঐতিহ্যের উপস্থাপন প্রতিটি কাই ছুরিতে ধরে রাখার চেষ্টা করা হয়েছে। আমি এই অনন্য ক্যাম্পেইনের অংশ হতে পেরে রোমাঞ্চিত। ব্র্যান্ডের জন্য এটি আমার দ্বিতীয় ক্যাম্পেইন।"

কাই ইন্ডিয়া বিশ্বব্যাপী ৩.১৫ কোটিরও বেশি ছুরি বিক্রি করেছে। এটি শুধুমাত্র জাপানি সংস্কৃতিকেই তুলে ধরেনা বরং ব্র্যান্ডের গুণমান এবং জিনিসের কারুকার্য ব্র্যান্ডের পরিচিতিও তৈরি করেছে। কাই ইন্ডিয়ার হেড অফ মার্কেটিং মিঃ হিতেশ সিংলা বলেছেন, "কাই ইন্ডিয়াতে, আমরা সবসময়ই শিল্প এবং কারুকার্যকে প্রাধান্য দিতে উৎসাহী।" ১৯০৮ সালে সেকিতে প্রতিষ্ঠিত, কাই গ্রুপের পণ্যগুলি জাপানে কাল্টের মর্যাদা পেয়েছে। জাপান-ভিত্তিক কাই গ্রুপ রাজস্থানের নিমরানায় ৩০,০০০ বর্গ মিটারের বেশি বিস্তৃত একটি ম্যানুফ্যাকচারিং ইউনিট স্থাপন করেছে।

Share this:

[Share 0](#) [X](#) [X](#)<https://bengalnewsnow.com/kai-india-unveils-its-print-campaign/>

Home > Business > कबुकी मास्क के साथ काई इंडिया के एमडी राजेश यू पांड्या बने कंपनी के नए विज्ञापन का चेहरा

Business

काबुकी मास्क के साथ काई इंडिया के एमडी राजेश यू पांड्या बने कंपनी के नए विज्ञापन का चेहरा

By Business Bureau - December 13, 2023

20



जापान के प्रसिद्ध ब्यूटी एवं किचनवेयर ब्राण्ड काई की भारतीय शाखा काई इंडिया के मैनेजिंग डायरेक्टर श्री राजेश यू पांड्या अब कंपनी के एक और नए विज्ञापन में नजर आ रहे हैं। यह शानदार कैमन जापानी बिएटर के एक कलासिक्ल रूप काबुकी को दर्शाता है, और दृश्यात्मक रूप से मोहक और सांस्कृतिक रूप से समृद्ध अनुभव देता है। काबुकी जापानी बिएटर का एक शास्त्रीय रूप है, जिसमें पारंपरिक नृत्य के साथ नाटकीय प्रदर्शन का मिश्रण होता है। काबुकी बिएटर अपने भारी शैली वाले प्रदर्शनों, अपनी ग्लैमरस, अत्यधिक सजी हुई वेशभूषा और इसके कुछ कलाकारों द्वारा पहने जाने वाले विस्तृत कुमादोरी मेकअप के लिए जाना जाता है। जापानी काबुकी अभिनेता/निर्माता इचिकावा डैजुरो XIII के प्रशंसक, काई इंडिया के प्रबंध निदेशक श्री राजेश यू पांड्या ने इस कैमन पर अपने विचार साझा करते हुए कहा, "काबुकी स्पष्टता, कलात्मकता और रेटिशन को दर्शाता है और हम प्रत्येक काई चाकू में यही सब कायम रखने का प्रयास करते हैं। मुझे इस अनूठे अभियान का हिस्सा बनने पर बहुत खुशी हो रही है, जो हमारे चाकूओं को हाइलाइट करने के साथ-साथ काबुकी की मोहक दुनिया को भी सलामी देता है। यह मेरा काई के लिए दूसरा ऐड कैमन है, और मैं मानता हूँ कि यह हमारी प्रतिबद्धता को मजबूत करता है और काई को अलग बनाने वाली कला की सराहना करता है।"

दुनिया भर में 3.15 करोड़ से अधिक चाकू बेचने के साथ, काई इंडिया एक रोमांचक यात्रा शुरू करने के लिए तैयार है जो न केवल जापानी संस्कृति की भावना का प्रतीक है बल्कि ब्रांड को परिभाषित करने वाली अविश्वसनीय गुणवत्ता और शिल्प कौशल को भी दर्शाता है। काई इंडिया ने खुद को किचनवेयर उद्योग में एक जाने माने ब्रांड के रूप में मजबूती से स्थापित किया है, जो रूप और कार्य का सही मिश्रण पेश करता है। यह कैमन उत्कृष्टता और रचनात्मकता के प्रति काई इंडिया के समर्पण का एक प्रमाण होने का वादा करता है।

काई इंडिया के मार्केटिंग के प्रमुख, श्री हितेश सिंगला, इस महत्वपूर्ण कैमन के लिए अपने विचार साझा करते हुए कहा, "काई इंडिया में हमेशा से ही हम कला और क्राफ्टमैनशिप के प्रति पेशेवर रहें हैं। मिस्टर पांड्या, जो काबुकी के प्रशंसक हैं, इस कैमन के साथ एक ताजा दृष्टिकोण प्रस्तुत करते हैं, इस बात पर जोर देते हुए कि चाकू सिर्फ टूल नहीं हैं बल्कि कला का नमूना हैं, हम काई में उच्च गुणवत्ता के चाकू प्रदान करते हैं और सांस्कृतिक धरोहर का सम्मान करते हैं।" 115 वर्षों से भी अधिक पुराने काई युग ने राजस्थान के नीमराणा में अपने मैनूफैक्चरिंग युनिट के साथ भारतीय बाजार में प्रवेश किया था, जो 30000 वर्गमीटर से अधिक क्षेत्रफल में फैली है। काई भारतीय उपमहाद्वीप के लिए रोजमर्रा की ज़रूरत के हाउस होल्ड, ब्यूटी एवं पर्सनल केयर प्रोडक्ट भी पेश करता है। काई इंडिया एक ऐसी कंपनी है जो गहन आर एण्ड डी एवं जापानी तकनीक के साथ आधुनिक प्रोडक्ट्स लेकर आती है। इसी दृष्टिकोण के साथ काई आज हर भारतीय परिवार का जाना-माना नाम बनती जा रही है। 1908 में जापान के सेकी में स्थापित काई के प्रोडक्ट्स को दुनियाभर में खूब पसंद किया जाता है। ब्राण्ड को उच्च गुणवत्ता के ब्यूटी केयर एवं ग्रूमिंग प्रोडक्ट्स के लिए भी जाना जाता है। आधुनिक डिज़ाइन वाले इसके हाउसवेयर एवं ब्यूटी केयर प्रोडक्ट्स को बड़े पैमाने पर रोजमर्रा में इस्तेमाल किया जाता है। काबुकी मास्क के साथ काई इंडिया के एमडी राजेश यू पांड्या बने कंपनी के नए विज्ञापन का चेहरा

বহু

কাই ইন্ডিয়া'র নতুন ছুরিতে উঠে এসেছে জাপানি কারুকার্য কাবুকি

By Business Bureau - December 15, 2023 20



জাপানের বিখ্যাত ব্র্যান্ড কাই-এর ভারতীয় সহায়ক সংস্থা, কাই ইন্ডিয়া ১১৫ বছর ধরে প্রিমিয়াম কিচেনওয়ার তৈরিতে নিজেদের পারদর্শীতা দেখিয়ে আসছে। তাদের নতুন নাইফ প্রিন্ট অ্যাড ক্যাম্পেইনে এবার নেতৃত্ব দিচ্ছেন মিঃ রাজেশ ইউ পান্ডা। তুলে ধরা হয়েছে কাবুকি মাস্ক-এর শিল্পকলা। এই ব্যতিক্রমী প্রচারাভিযানটি জাপানি থিয়েটারের একটি ধ্রুপদী রূপ কাবুকির সারমর্মকে তুলে ধরার প্রতিশ্রুতি দেয়, যা মনোমুগ্ধকর এবং সাংস্কৃতিকভাবে সমৃদ্ধ।

কাবুকি জাপানি থিয়েটারের একটি ধ্রুপদী রূপ, যা ঐতিহ্যবাহী নৃত্যের সঙ্গে নাটকের মেলবন্ধনকে বোঝায়। কাবুকি থিয়েটার তার নিজস্ব ভঙ্গি, উজ্জ্বল ও সুসজ্জিত পোশাক এবং শিল্পীদের কুমাজোরি মেক-আপের জন্য পরিচিত।

কাই ইন্ডিয়ার ম্যানেজিং ডিরেক্টর মিঃ রাজেশ ইউ পান্ডা, ইচিকাওয়া দাঞ্চুরো XIII (জাপানি কাবুকি-এর অভিনেতা/প্রযোজক)-এর পরম অনুরাগী। তিনি এই উদ্ভাবনী প্রচারাভিযানের বিষয়ে বলেন, “কাবুকির সূক্ষ্ম শৈল্পিক ভাব এবং ঐতিহ্যের উপস্থাপন প্রতিটি কাই ছুরিতে ধরে রাখার চেষ্টা করা হয়েছে। আমি এই অনন্য ক্যাম্পেইনের অংশ হতে পেরে রোমাঞ্চিত। ব্র্যান্ডের জন্য এটি আমার দ্বিতীয় ক্যাম্পেইন।”

কাই ইন্ডিয়া বিশ্বব্যাপী ৩.১৫ কোটিরও বেশি ছুরি বিক্রি করেছে। এটি শুধুমাত্র জাপানি সংস্কৃতিকেই তুলে ধরেনা বরং ব্র্যান্ডের গুণমান এবং জিনিসের কারুকার্য ব্র্যান্ডের পরিচিতিও তৈরি করেছে। কাই ইন্ডিয়ার হেড অফ মার্কেটিং মিঃ হিতেশ সিংলা বলেছেন, “কাই ইন্ডিয়াতে, আমরা সবসময়ই শিল্প এবং কারুকার্যকে প্রাধান্য দিতে উৎসাহী।” ১৯০৮ সালে সেকিতে প্রতিষ্ঠিত, কাই গ্রুপের পণ্যগুলি জাপানে কালেন্টর মর্যাদা পেয়েছে। জাপান-ভিত্তিক কাই গ্রুপ রাজস্থানের নিমরানায় ৩০,০০০ বর্গ মিটারের বেশি বিস্তৃত একটি ম্যানুফ্যাকচারিং ইউনিট স্থাপন করেছে।



THANK YOU