

MEDIA COVERAGE REPORT



kai India

NOVEMBER 2023

KAI
KITCHEN

**NOW
UNMASKING
IN INDIA**

Over **3.15 Cr.** Knives Sold Worldwide*

KAI INDIA is representing KAI GROUP in India.

Seiki City in Gifu State is a small town which is located in middle of Japan, where KAI GROUP belongs, and is famous worldwide for the production of fine knives. The history (about 800 years) of Seiki cutlery industry dates back to the 12th century, when the master swordsmith Motochige moved from Kiyusaka district to Seiki and began making his swords there. He chose Seiki for its rich natural as well as material conditions. Seiki offered, at the top of the list, good quality iron sand, charcoal and water. During Muromachi Era (1338-1573), which began just about a century later, there were over 300 swordsmiths working in Seiki. Kanetsuna Magoroku ("Seiki Magoroku" is registered brand of KAI) and Saburo Shintaro were two of the most famous swordsmiths. The superior quality of Seiki swords (the one I am holding is REPLICA, it has no EDGE) and the name of Seiki were quickly recognized throughout Japan and overseas and its solid reputation as a sword making center was established. The techniques and skills and the ancient attitudes of traditional Japanese sword making has been passed down the centuries and are still alive in today's modern cutlery industry. KAI GROUP ex Seiki City remains a vibrant center among Japanese cutlery manufacturers.

PHOTO: MD. KAI RICH

PREPARED BY



www.brandstandpr.in

WHAT'S BUZZING!



Meta

Meta to ban political advertisers from using Generative AI

SAMSUNG

Samsung dials up its 'tap to pay' proposition for Galaxy Watch6



Rangriti unveils its first-ever brand film, featuring actor Kirti Sanon. In the picture: Kirti Sanon with Siddharath Bindra, MD, Rangriti



Kai India unveils its print campaign featuring MD Rajesh U Pandya in Japanese Kabuki Mask.

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

By Our News Bureau

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 experi-



ence. 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 kuma-dori 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.



Fri, 17-23 Nov 2023

UNVEILS ITS PRINT CAMPAIGN

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."

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."



100% Stainless Steel Blade | Made in India | Cuto Great Since 1908

अमर उजाला

बुधवार 1 नवम्बर, 2023

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

नई दिल्ली। 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 कैपेन 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। काई इंडिया के मार्केटिंग के प्रमुख, श्री हितेश सिंगला, इस महत्वपूर्ण कैपेन के लिए अपने विचार साझा करते हुए कहा, काई इंडिया में हमेशा से ही हम कला और क्राफ्टमैनशिप के प्रति पैशनेट रहे हैं।

नवोदय टाइम्स

नई दिल्ली • बुधवार • 1 नवम्बर, 2023

काई इंडिया के एमडी राजेश यू पांड्या बने कंपनी विज्ञापन का चेहरा

गुड़गांव, 31 अक्टूबर (ब्यूरो): जापान के प्रसिद्ध ब्यूटी एवं किचनवेयर ब्राण्ड काई की भारतीय शाखा काई इंडिया के मैनेजिंग डायरेक्टर राजेश यू पांड्या अब कंपनी के एक और नए विज्ञापन में नज़र आ रहे हैं। यह शानदार कैंपेन 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 के प्रशंसक, काई इंडिया के प्रबंध निदेशक राजेश यू पांड्या ने इस कैंपेन 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 कैंपेन है, यह हमारी प्रतिबद्धता को मजबूत करता है और काई को अलग बनाने वाली कला की सराहना करता है।



राजेश यू पांड्या

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

नई दिल्ली, (वीआ)। जापान के प्रसिद्ध ब्यूटी एवं किचनवेयर ब्राण्ड कार्ड की भारतीय शाखा कार्ड इंडिया के मैनेजिंग डायरेक्टर श्री राजेश यू पांड्या अब कंपनी के एक और नए विज्ञापन में नज़र आ रहे हैं। यह शानदार कैपेन 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 XIII के प्रशंसक, कार्ड इंडिया के प्रबंध निदेशक राजेश यू पांड्या ने इस कैपेन पर अपने विचार साझा करते हुए कहा, काबुकी स्पष्टता, कलात्मकता और ट्रेडिशन को दर्शाता है और हम प्रत्येक कार्ड 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।

21 NOVEMBER 2023

ಜಾಹೀರಾತು ಪ್ರಚಾರಕ್ಕೆ ಚಾಲನೆ

ಬೆಂಗಳೂರು: ಜಪಾನ್‌ನ ಜನಪ್ರಿಯ ಬ್ರಾಂಡ್ ಇಯಾನ್ ಭಾರತೀಯ ಅಂಗಸಂಸ್ಥೆಯಾದ ಇಯಾನ್ (ಕೆಎಐ) ಇಂಡಿಯಾ, ಪ್ರೀಮಿಯಂ ಅಡುಗೆಮನೆಯ ಪರಿಕರಗಳನ್ನು ತಯಾರಿಸುವಲ್ಲಿ 115 ವರ್ಷಗಳ ಪರಂಪರೆಗೆ ಪ್ಯಾತಿ ಪಡೆದಿದೆ. ಕುಟುಕು ಮಾಸ್ಕ್ ನೋಂದಿಗೆ ವ್ಯವಸ್ಥಾಪಕ ನಿರ್ದೇಶಕ ರಾಜೇಶ್ ಯು ಪಾಂಡ್ಯ ಅವರ ಪೋಸ್ಟ್ ಚಾಕು ಮುದ್ರಣ ಚಾಹಿರಾತು ಪ್ರಚಾರವನ್ನು ಚಾಲನೆ ನೀಡಿದರು.

ಈ ಅನುಭವದ ಅಧಿಯಾನವು ಜಪಾನಿ ರಂಗಭೂಮಿಯ ಶಾಸ್ತ್ರೀಯ ರೂಪವಾದ ಕುಟುಕಿಯ ಸಾರ ಒಳಗೊಂಡಿದ್ದು, ಇದು ವೀಕ್ಷಕರನ್ನು ಹಿಡಿದಿಡುವುದಲ್ಲದೆ ಮತ್ತು ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕವಾಗಿ ಪ್ರೀಮಿಯಂ ಅನುಭವ ಸೃಷ್ಟಿಸುತ್ತದೆ.

ಕುಟುಕು ಎಂಬುದು ಜಪಾನಿನ ರಂಗಭೂಮಿಯ ಒಂದು ಶಾಸ್ತ್ರೀಯ ರೂಪವಾಗಿದ್ದು, ಸಾಂಪ್ರದಾಯಿಕ ನೃತ್ಯದೊಂದಿಗೆ ಸಾಹಿತ್ಯದ ಪ್ರದರ್ಶನವನ್ನು ಬೆರಸುತ್ತದೆ. ಕುಟುಕು ಥಿಯೇಟರ್ ಉನ್ನತ ಸ್ಥರಿಯ ಪ್ರದರ್ಶನಗಳು, ಮನವೋಹಕ, ಹೆಚ್ಚು ಅಲಂಕಾರದ ವೇಷಭೂಷಣಗಳು ಮತ್ತು ಕೆಲವು ಕಲಾವಿದರು

ಧರಿಸುವ ಬಹಳ ಸೂಕ್ಷ್ಮ ವಿವರಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡ ಕುಟುಕಿಯ ಮೇಕಪ್‌ಗೆ ಹೆಸರುವಾಸಿಯಾಗಿದೆ.

ಇಯಾನ್ ಇಂಡಿಯಾದ ವ್ಯವಸ್ಥಾಪಕ ನಿರ್ದೇಶಕರಾದ ಶ್ರೀ. ರಾಜೇಶ್ ಯು ಪಾಂಡ್ಯ ಅವರು ಇಚ್ಛಾಪೂರ್ವಕವಾಗಿ ಫಿಲಾಂಥಿಕ್ (ಜಪಾನೀಸ್ ಕುಟುಕು ನಟ/ನಿರ್ಮಾಪಕ) ರ ಶೀಘ್ರ ಅಧ್ಯಯನವಾಗಿದೆ ಎಂದು ಹೇಳಿದರು.

ಏ, ಈ ನವೀನ ಅಧಿಯಾನ ಕುಟುಕು ಹೆಚ್ಚು ಆರೋಗ್ಯಕರವನ್ನು ಪಂಚೀಕರಿಸಿತು. ಮಾತನಾಡಿ, "ಪ್ರತಿ ಇಯಾನ್ ಚಾಕುವಿನಲ್ಲಿ ಮೇಲೆ ಹಿಡಿಯಲು ಪ್ರಮುಖವಾದ ನಿಖರತೆ, ಕಲಾತ್ಮಕತೆ ಮತ್ತು ಸಂಪ್ರದಾಯದ ಸಾರವನ್ನು ಕುಟುಕು ಪ್ರತಿನಿಧಿಸುತ್ತದೆ.

ಈ ಅನನ್ಯ ಅಧಿಯಾನದ ಭಾಗವಾಗಲು ನಾನು ರೋಮಾಂಚನಗೊಂಡಿದ್ದೇನೆ. ಅದು ನಮ್ಮ ಚಾಕುಗಳನ್ನು ಎತ್ತಿ ತೋರುವುದರಲ್ಲದೆ ಎಲ್ಲರನ್ನು ಹಿಡಿದಿಡುವಂತಹ ಕುಟುಕಿಯ ವಿಶ್ವಕ್ಕೆ ಗೌರವ ಸಲ್ಲಿಸುತ್ತದೆ. ಇದು ಬ್ರಾಂಡ್‌ಗಾಗಿ ನನ್ನ ಎರಡನೇ ಅಧಿಯಾನವಾಗಿದೆ, ಅಲ್ಲದೆ ಇದು ನವೀನತೆಗೆ



ನಮ್ಮ ಬದ್ಧತೆಯನ್ನು ಪುನರ್‌ದೃಢೀಕರಿಸುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಇಯಾನ್‌ನ ಪ್ರತ್ಯೇಕತೆಯ ಕಲಾತ್ಮಕತೆಯನ್ನು ಸಂಪ್ರಮುಖವಾದ ಎಂದು ನಾನು ನಂಬುತ್ತೇನೆ" ಎಂದರು.

ಜಗತ್ತಿನ ಎಲ್ಲೆಡೆ 3.15 ಕೋಟಿಗೂ ಹೆಚ್ಚಿನ ಸಂಖ್ಯೆಯ ಚಾಕುಗಳನ್ನು ಮಾರಾಟ ಮಾಡುವುದರೊಂದಿಗೆ, ಜಪಾನಿನ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯ ಚೈತನ್ಯವನ್ನು ಸಾಕಾರಗೊಳಿಸುವುದು

ಮಾತ್ರವಲ್ಲದೆ ಬ್ರಾಂಡ್ ಅನ್ನು ನಿರೂಪಿಸುವ ಅನುಭವದ ಗುಣವನ್ನು ಮತ್ತು ಕಲಾತ್ಮಕತೆಯನ್ನು ಒತ್ತಿಹೇಳುವ ಅತ್ಯಾಕರ್ಷಕ ಪ್ರಯಾಣ ಪ್ರಾರಂಭವು ಇಯಾನ್ ಇಂಡಿಯಾ ಸಿದ್ಧವಾಗಿದೆ.

ರೂಪ ಮತ್ತು ಇಯಾನ್ ಪ್ರೀಮಿಯಂ ಪ್ರದರ್ಶನವನ್ನು ಸಾದರಪಡಿಸುವುದರೊಂದಿಗೆ ಇಯಾನ್ ಇಂಡಿಯಾ ತನ್ನ ಕೆಚ್‌ವೇರ್ ಉದ್ಯಮದಲ್ಲಿ ಜಾಗತಿಕ ಮುಂಚೂಣಿಯ ಸಂಸ್ಥೆಯಾಗಿ ದೃಢವಾಗಿ ಸ್ಥಾಪಿಸಿಕೊಂಡಿದೆ ಅಲ್ಲದೆ ಮುಂಬರುವ ಮುದ್ರಣ ಅಧಿಯಾನವು ಉತ್ಕೃಷ್ಟತೆ ಮತ್ತು ಸ್ವಪನೀಲತೆಗೆ ಇಯಾನ್ ಇಂಡಿಯಾದ ಸಮರ್ಪಣೆಗೆ ಸಾಕ್ಷಿಯಾಗಿದೆ.

ಮುದ್ರಣ ಪ್ರಚಾರ ಅಭಿಯಾನ

ಬೆಂಗಳೂರು: ಜಪಾನ್‌ನ ಜನಪ್ರಿಯ ಬ್ರಾಂಡ್ ಕಾಯ್‌ನ ಭಾರತೀಯ ಅಂಗಸಂಸ್ಥೆಯಾದ ಕಾಯ್(ಕೆಎಐ) ಇಂಡಿಯಾ, ಪ್ರೀಮಿಯಂ ಅಡುಗೆಮನೆಯ ಪರಿಕರಗಳನ್ನು ತಯಾರಿಸುವಲ್ಲಿ 115 ವರ್ಷಗಳ ಪರಂಪರೆಗೆ ಖ್ಯಾತಿ ಪಡೆದಿದೆ. ಕಬುಕಿ ಮಾಸ್ಕೋನೊಂದಿಗೆ ವ್ಯವಸ್ಥಾಪಕ ನಿರ್ದೇಶಕರಾದ ರಾಜೇಶ್ ಯು ಪಾಂಡ್ಯ ಅವರ ಹೊಸ ಚಾಕು ಮುದ್ರಣ ಜಾಹೀರಾತು ಪ್ರಚಾರವನ್ನು ಪ್ರಕಟಿಸಲು ಉತ್ಸುಕವಾಗಿದೆ. ಈ ಅಸಾಧಾರಣ ಅಭಿಯಾನವು ಜಪಾನಿ ರಂಗಭೂಮಿಯ ಶಾಸ್ತ್ರೀಯ ರೂಪವಾದ ಕಬುಕಿಯ ಸಾರ ಒಳಗೊಂಡಿದ್ದು, ಇದು ವೀಕ್ಷಕರನ್ನು ಹಿಡಿದಿಡುವುದಲ್ಲದೇ ಮತ್ತು ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕವಾಗಿ ಶ್ರೀಮಂತ ಅನುಭವ ಸೃಷ್ಟಿಸುತ್ತದೆ.

ಕಬುಕಿ ಎಂಬುದು ಜಪಾನೀ ರಂಗ ಭೂಮಿಯ ಒಂದು ಶಾಸ್ತ್ರೀಯ ರೂಪವಾಗಿದ್ದು, ಸಾಂಪ್ರದಾಯಿಕ ನೃತ್ಯದೊಂದಿಗೆ ನಾಟಕೀಯ ಪ್ರದರ್ಶನವನ್ನು ಬೆರೆಸುತ್ತದೆ. ಕಬುಕಿ ಥಿಯೇಟರ್ ಉನ್ನತ ಸೈಲಿಯ ಪ್ರದರ್ಶನಗಳು, ಮನಮೋಹಕ, ಹೆಚ್ಚು ಅಲಂಕಾರದ ವೇಷಭೂಷಣಗಳು ಮತ್ತು ಕೆಲವು ಕಲಾವಿದರು ಧರಿಸುವ ಬಹಳ ಸೂಕ್ಷ್ಮ ವಿವರಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡ ಕುಮದೋರಿ ಮೇಕಪ್‌ಗೆ ಹೆಸರುವಾಸಿಯಾಗಿದೆ.

ಕಾಯ್ ಇಂಡಿಯಾದ ವ್ಯವಸ್ಥಾಪಕ ನಿರ್ದೇಶಕರಾದ ರಾಜೇಶ್ ಯು ಪಾಂಡ್ಯ ಅವರು ಇಚಿಕಾವಾ ದಂಜುರೊ XIII (ಜಪಾನೀಸ್ ಕಬುಕಿ ನಟ/ನಿರ್ಮಾಪಕ) ರ ತೀವ್ರ ಅಭಿಮಾನಿಯಾಗಿದ್ದು, ಈ ನವೀನ

ಅಭಿಯಾನ ಕುರಿತು ತಮ್ಮ ಆಲೋಚನೆಗಳನ್ನು ಹಂಚಿಕೊಂಡು ಮಾತನಾಡಿ, “ಪ್ರತಿ ಕಾಯ್



ಚಾಕುವಿನಲ್ಲಿ ಮೇಲೆತ್ತಿ ಹಿಡಿಯಲು ಶ್ರಮಿಸುವ ನಿಖರತೆ, ಕಲಾತ್ಮಕತೆ ಮತ್ತು ಸಂಪ್ರದಾಯದ ಸಾರವನ್ನು ಕಬುಕಿ ಪ್ರತಿನಿಧಿಸುತ್ತದೆ. ಈ ಅನನ್ಯ ಅಭಿಯಾನದ ಭಾಗವಾಗಲು ನಾನು ರೋಮಾಂಚನಗೊಂಡಿದ್ದೇನೆ, ಅದು ನಮ್ಮ ಚಾಕುಗಳನ್ನು ಎತ್ತಿ ತೋರುವುದರಲ್ಲದೇ ಎಲ್ಲರನ್ನು ಹಿಡಿದಿಡುವಂತಹ ಕಬುಕಿಯ ವಿಶ್ವಕ್ಕೆ ಗೌರವ ಸಲ್ಲಿಸುತ್ತದೆ. ಇದು ಬ್ರಾಂಡ್‌ಗಾಗಿ ನನ್ನ ಎರಡನೇ ಅಭಿಯಾನವಾಗಿದೆ, ಅಲ್ಲದೇ ಇದು ನವೀನತೆಗೆ ನಮ್ಮ ಬದ್ಧತೆಯನ್ನು ಪುನರ್‌ದೃಢೀಕರಿಸುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಕಾಯ್‌ಯನ್ನು ಪ್ರತ್ಯೇಕಿಸುವ ಕಲಾತ್ಮಕತೆಯನ್ನು ಸಂಭ್ರಮಿಸುತ್ತದೆ ಎಂದು ನಾನು ನಂಬುತ್ತೇನೆ” ಎಂದರು.

ಕಾಯ್ ಇಂಡಿಯಾದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವಿಭಾಗದ ಮುಖ್ಯಸ್ಥರಾದ ಹಿತೇಶ್ ಸಿಂಗ್ ಅವರು, “ಕಾಯ್ ಇಂಡಿಯಾದಲ್ಲಿ, ನಾವು ಯಾವಾಗಲೂ ಕಲೆ ಮತ್ತು ಕರಕುಶಲತೆಯ ಸಂಯೋಜನೆ ಬಗ್ಗೆ ಉತ್ಸುಕರಾಗಿದ್ದೇವೆ. ಪಾಂಡ್ಯ ಅವರು ಕಬುಕಿ ಅಭಿಮಾನಿಯಾಗಿ, ಕೇವಲ ಉಪಕರಣಗಳಲ್ಲದ, ಕಲಾಕೃತಿಗಳು ಎಂದು ಒತ್ತಿಹೇಳುವ, ಉನ್ನತ ಗುಣಮಟ್ಟದ ಅಲ್ಲದೇ ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ಪರಂಪರೆ ಸಂಭ್ರಮಿಸುವ, ಒಂದು ತಾಜಾ ದೃಷ್ಟಿಕೋನ ನೀಡುವ ಚಾಕುಗಳನ್ನು ಸಾದರಪಡಿಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ” ಎಂದರು.

ಮುದ್ರಣ ಪ್ರಚಾರ ಅಭಿಯಾನ

ಬೆಂಗಳೂರು: ಜಪಾನ್‌ನ ಜನಪ್ರಿಯ ಬ್ರಾಂಡ್ ಕಾಯ್‌ನ ಭಾರತೀಯ ಅಂಗಸಂಸ್ಥೆಯಾದ ಕಾಯ್(ಕೆಎಐ) ಇಂಡಿಯಾ, ಪ್ರೀಮಿಯಂ ಅಡುಗೆಮನೆಯ ಪರಿಕರಗಳನ್ನು ತಯಾರಿಸುವಲ್ಲಿ 115 ವರ್ಷಗಳ ಪರಂಪರೆಗೆ ಖ್ಯಾತಿ ಪಡೆದಿದೆ. ಕಬುಕಿ ಮಾಸ್ಕೋನೊಂದಿಗೆ ವ್ಯವಸ್ಥಾಪಕ ನಿರ್ದೇಶಕರಾದ ರಾಜೇಶ್ ಯು ಪಾಂಡ್ಯ ಅವರ ಹೊಸ ಚಾಕು ಮುದ್ರಣ ಜಾಹೀರಾತು ಪ್ರಚಾರವನ್ನು ಪ್ರಕಟಿಸಲು ಉತ್ಸುಕವಾಗಿದೆ. ಈ ಅಸಾಧಾರಣ ಅಭಿಯಾನವು ಜಪಾನಿ ರಂಗಭೂಮಿಯ ಶಾಸ್ತ್ರೀಯ ರೂಪವಾದ ಕಬುಕಿಯ ಸಾರ ಒಳಗೊಂಡಿದ್ದು, ಇದು ವೀಕ್ಷಕರನ್ನು ಹಿಡಿದಿಡುವುದಲ್ಲದೇ ಮತ್ತು ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕವಾಗಿ ಶ್ರೀಮಂತ ಅನುಭವ ಸೃಷ್ಟಿಸುತ್ತದೆ.

ಕಬುಕಿ ಎಂಬುದು ಜಪಾನೀ ರಂಗಭೂಮಿಯ ಒಂದು ಶಾಸ್ತ್ರೀಯ ರೂಪವಾಗಿದ್ದು, ಸಾಂಪ್ರದಾಯಿಕ ನೃತ್ಯದೊಂದಿಗೆ ನಾಟಕೀಯ ಪ್ರದರ್ಶನವನ್ನು ಬೆರೆಸುತ್ತದೆ. ಕಬುಕಿ ಥಿಯೇಟರ್ ಉನ್ನತ ಸೈಲಿಯ ಪ್ರದರ್ಶನಗಳು, ಮನಮೋಹಕ, ಹೆಚ್ಚು ಅಲಂಕಾರದ ವೇಷಭೂಷಣಗಳು ಮತ್ತು ಕೆಲವು ಕಲಾವಿದರು ಧರಿಸುವ ಬಹಳ ಸೂಕ್ಷ್ಮ ವಿವರಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡ ಕುಮ ದೋರಿ ಮೇಕಪ್‌ಗೆ ಹೆಸರುವಾಸಿಯಾಗಿದೆ.

ಕಾಯ್ ಇಂಡಿಯಾದ ವ್ಯವಸ್ಥಾಪಕ ನಿರ್ದೇಶಕರಾದ ರಾಜೇಶ್ ಯು ಪಾಂಡ್ಯ ಅವರು ಇಚಿಕಾವಾ ದಂಜುರೊ XIII (ಜಪಾನೀಸ್ ಕಬುಕಿ ನಟ/ನಿರ್ಮಾಪಕ) ರ ತೀವ್ರ ಅಭಿಮಾನಿಯಾಗಿದ್ದು, ಈ ನವೀನ ಅಭಿಯಾನ ಕುರಿತು ತಮ್ಮ ಆಲೋಚನೆಗಳನ್ನು ಹಂಚಿಕೊಂಡು ಮಾತನಾಡಿ, “ಪ್ರತಿ ಕಾಯ್ ಚಾಕುವಿನಲ್ಲಿ ಮೇಲೆತ್ತಿ ಹಿಡಿಯಲು ಶ್ರಮಿಸುವ ನಿಖರತೆ, ಕಲಾತ್ಮಕತೆ ಮತ್ತು ಸಂಪ್ರದಾಯದ ಸಾರವನ್ನು ಕಬುಕಿ ಪ್ರತಿನಿಧಿಸುತ್ತದೆ” ಎಂದರು.

ಕಾಯ್ ಇಂಡಿಯಾದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವಿಭಾಗದ ಮುಖ್ಯಸ್ಥರಾದ ಹಿತೇಶ್ ಸಿಂಗ್ಲಾ ಅವರು, “ಕಾಯ್ ಇಂಡಿಯಾದಲ್ಲಿ, ನಾವು ಯಾವಾಗಲೂ ಕಲೆ ಮತ್ತು ಕರಕುಶಲತೆಯ ಸಂಯೋಜನೆ ಬಗ್ಗೆ ಉತ್ಸುಕರಾಗಿದ್ದೇವೆ. ಪಾಂಡ್ಯ ಅವರು ಕಬುಕಿ ಅಭಿಮಾನಿಯಾಗಿ, ಕೇವಲ ಉಪಕರಣಗಳಲ್ಲದ, ಕಲಾಕೃತಿಗಳು ಎಂದು ಒತ್ತಿಹೇಳುವ, ಉನ್ನತ ಗುಣಮಟ್ಟದ ಅಲ್ಲದೇ ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ಪರಂಪರೆ ಸಂಭ್ರಮಿಸುವ, ಒಂದು ತಾಜಾ ದೃಷ್ಟಿಕೋನ ನೀಡುವ ಚಾಕುಗಳನ್ನು ಸಾದರಪಡಿಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ” ಎಂದರು.

ಕಾರ್ಯ ಇಂಡಿಯಾ ಜಪಾನೀಸ್ ಕಬುಕಿ ಮಾಸ್ಕ್ ಮುದ್ರಣ ಅಭಿಯಾನ ಅನಾವರಣ

ಸಂಜೆ ವಿಕಲ್ಪಿಸ್ ಪುಸ್ತಕ, ಜೊಳನೂರು ಪುಟ: ಜಪಾನೀಸ್ ಮುದ್ರಣ ಕಾರ್ಯದ ಫಲವಾಗಿ ಇಂದಿನಿಂದ ಇಂಡಿಯಾದಲ್ಲಿ ಅಂಚೆ(ಕೆಎಂಐ) ಇಂಡಿಯಾ ಪ್ರಾಯಮಾಣ ಅರ್ಜಿಯನ್ನು ಪರಿಶೀಲಿಸುವ ಕಾರ್ಯವನ್ನು ಆರಂಭಿಸಿ 113 ದಿನಗಳ ಕಾಲದಿಂದಿತ್ತು. ಈ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಈ ಕಾರ್ಯವನ್ನು ಸುಗಮವಾಗಿ ನಿರ್ವಹಿಸಲು ಇಂಡಿಯಾ ಮತ್ತು ಜಪಾನೀಸ್ ಸರ್ಕಾರದ ನಡುವೆ ಸಹಕಾರದ ಒಪ್ಪಂದವನ್ನು ಸಹಿ ಮಾಡಲಾಗಿದೆ. ಈ ಒಪ್ಪಂದದ ಅಡಿಯಲ್ಲಿ ಇಂಡಿಯಾದಲ್ಲಿ ಇಂಡಿಯಾ ರಂಗರೂಪಿಯನ್ನು ಮುದ್ರಿಸುವ ಕಾರ್ಯವನ್ನು ಆರಂಭಿಸಲಾಗಿದೆ. ಈ ಕಾರ್ಯವನ್ನು ಮುಂದುವರಿಸಲು ಇಂಡಿಯಾ ರಂಗರೂಪಿಯನ್ನು ಮುದ್ರಿಸುವ ಕಾರ್ಯವನ್ನು ಆರಂಭಿಸಲಾಗಿದೆ. ಈ ಕಾರ್ಯವನ್ನು ಮುಂದುವರಿಸಲು ಇಂಡಿಯಾ ರಂಗರೂಪಿಯನ್ನು ಮುದ್ರಿಸುವ ಕಾರ್ಯವನ್ನು ಆರಂಭಿಸಲಾಗಿದೆ.



ಜಪಾನೀಸ್ ಮತ್ತು ಕೋಕೊವುಗಳನ್ನು ಮುದ್ರಿಸುವ ಕಾರ್ಯವನ್ನು ಆರಂಭಿಸಲು ಇಂಡಿಯಾ ರಂಗರೂಪಿಯನ್ನು ಮುದ್ರಿಸುವ ಕಾರ್ಯವನ್ನು ಆರಂಭಿಸಲಾಗಿದೆ. ಈ ಕಾರ್ಯವನ್ನು ಮುಂದುವರಿಸಲು ಇಂಡಿಯಾ ರಂಗರೂಪಿಯನ್ನು ಮುದ್ರಿಸುವ ಕಾರ್ಯವನ್ನು ಆರಂಭಿಸಲಾಗಿದೆ. ಈ ಕಾರ್ಯವನ್ನು ಮುಂದುವರಿಸಲು ಇಂಡಿಯಾ ರಂಗರೂಪಿಯನ್ನು ಮುದ್ರಿಸುವ ಕಾರ್ಯವನ್ನು ಆರಂಭಿಸಲಾಗಿದೆ.

ಇಂಡಿಯಾದಲ್ಲಿ ಮುದ್ರಣ ಕಾರ್ಯವನ್ನು ಆರಂಭಿಸಲು ಇಂಡಿಯಾ ರಂಗರೂಪಿಯನ್ನು ಮುದ್ರಿಸುವ ಕಾರ್ಯವನ್ನು ಆರಂಭಿಸಲಾಗಿದೆ. ಈ ಕಾರ್ಯವನ್ನು ಮುಂದುವರಿಸಲು ಇಂಡಿಯಾ ರಂಗರೂಪಿಯನ್ನು ಮುದ್ರಿಸುವ ಕಾರ್ಯವನ್ನು ಆರಂಭಿಸಲಾಗಿದೆ.

ಇಂಡಿಯಾದಲ್ಲಿ ಮುದ್ರಣ ಕಾರ್ಯವನ್ನು ಆರಂಭಿಸಲು ಇಂಡಿಯಾ ರಂಗರೂಪಿಯನ್ನು ಮುದ್ರಿಸುವ ಕಾರ್ಯವನ್ನು ಆರಂಭಿಸಲಾಗಿದೆ. ಈ ಕಾರ್ಯವನ್ನು ಮುಂದುವರಿಸಲು ಇಂಡಿಯಾ ರಂಗರೂಪಿಯನ್ನು ಮುದ್ರಿಸುವ ಕಾರ್ಯವನ್ನು ಆರಂಭಿಸಲಾಗಿದೆ.

ಜಾಹೀರಾತು ಪ್ರಚಾರಕ್ಕೆ ಚಾಲನೆ

ಬೆಂಗಳೂರು

ಜಪಾನ್‌ನ ಜನಪ್ರಿಯ
ಬ್ರಾಂಡ್ ಕಾಯ್‌ನ ಭಾರತೀಯ
ಅಂಗಸಂಸ್ಥೆಯಾದ ಕಾಯ್ (ಕಿಎಐ)
ಇಂಡಿಯಾ, ಪ್ರೀಮಿಯಂ
ಅಡುಗೆಮನೆಯ ಪರಿಕರಗಳನ್ನು
ತಯಾರಿಸುವಲ್ಲಿ
115 ವರ್ಷಗಳ
ಪರಂಪರೆಗೆ

ಖ್ಯಾತಿ
ಪಡೆದಿದೆ.
ಕಬುಕಿ ಮಾಸ್ಟ್
ನೊಂದಿಗೆ



ವ್ಯವಸ್ಥಾಪಕ
ನಿರ್ದೇಶಕ ರಾಜೇಶ್ ಯು ಪಾಂಡ್ಯ
ಅವರ ಯೋಶ ಚಾಕು ಮುದ್ರಣ
ಜಾಹೀರಾತು ಪ್ರಚಾರವನ್ನು ಚಾಲನೆ
ನೀಡಿದರು.

ಈ ಆಸಾಧಾರಣ ಅಭಿಯಾನವು
ಜಪಾನಿ ರಂಗಭೂಮಿಯ ಶಾಸ್ತ್ರೀಯ
ರೂಪವಾದ ಕಬುಕಿಯ ಸಾರ
ಒಳಗೊಂಡಿದ್ದು, ಇದು ವೀಕ್ಷಕರನ್ನು
ಹಿಡಿದಿಡುವುದಲ್ಲದೇ ಮತ್ತು
ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕವಾಗಿ ಶ್ರೀಮಂತ ಅನುಭವ
ಸೃಷ್ಟಿಸುತ್ತದೆ.

ಕಬುಕಿ ಎಂಬುದು ಜಪಾನೀ
ರಂಗಭೂಮಿಯ ಒಂದು
ಶಾಸ್ತ್ರೀಯ ರೂಪವಾಗಿದ್ದು,
ಸಾಂಪ್ರದಾಯಿಕ ನೃತ್ಯದೊಂದಿಗೆ
ನಾಟಕೀಯ ಪ್ರದರ್ಶನವನ್ನು
ಬೆರೆಸುತ್ತದೆ. ಕಬುಕಿ ಥಿಯೇಟರ್
ಉನ್ನತ ಸೈಲಿಯ ಪ್ರದರ್ಶನಗಳು,
ಮನಮೋಹಕ, ಹೆಚ್ಚು ಅಲಂಕಾರದ
ವೇಷಭೂಷಣಗಳು ಮತ್ತು ಕೆಲವು
ಕಲಾವಿದರು ಧರಿಸುವ ಬಹಳ
ಸೂಕ್ಷ್ಮ ವಿವರಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡ
ಕುಮದೋರಿ ಮೇಕಪ್‌ಗೆ
ಹೆಸರುವಾಸಿಯಾಗಿದೆ.

ಕಾಯ್ ಇಂಡಿಯಾದ ವ್ಯವಸ್ಥಾಪಕ
ನಿರ್ದೇಶಕರಾದ ಶ್ರೀ. ರಾಜೇಶ್
ಯು ಪಾಂಡ್ಯ ಅವರು ಇಚ್ಛಾವಾ
ದಂಬುರೊ ಫಿಫ್‌ಥಿಸ್ (ಜಪಾನೀಸ್
ಕಬುಕಿ ನಟ/ನಿರ್ಮಾಪಕ) ರ
ತೀವ್ರ ಅಭಿಮಾನಿಯಾಗಿದೆ ಎಂದು
ಹೇಳಿದರು.

ಜಾಹೀರಾತು ಪ್ರಚಾರಕ್ಕೆ ಚಾಲನೆ

ಬೆಂಗಳೂರು: ಜಪಾನ್‌ನ ಜನಪ್ರಿಯ ಬ್ರಾಂಡ್ ಕಾಯ್‌ನ ಭಾರತೀಯ ಅಂಗಸಂಸ್ಥೆಯಾದ ಕಾಯ್(ಕೆಎಐ) ಇಂಡಿಯಾ, ಪ್ರೀಮಿಯಂ ಅಡುಗೆಮನೆಯ ಪರಿಕರಗಳನ್ನು ತಯಾರಿಸುವಲ್ಲಿ 115 ವರ್ಷಗಳ ಪರಂಪರೆಗೆ ಖ್ಯಾತಿ ಪಡೆದಿದೆ. ಕಬುಕಿ ಮಾಸ್ಕ್ ನೊಂದಿಗೆ ವ್ಯವಸ್ಥಾಪಕ ನಿರ್ದೇಶಕ ರಾಜೇಶ್ ಯು ಪಾಂಡ್ಯ ಅವರ ಹೊಸ ಚಾಕು ಮುದ್ರಣ ಜಾಹೀರಾತು ಪ್ರಚಾರವನ್ನು ಚಾಲನೆ ನೀಡಿದರು.

ಈ ಅಸಾಧಾರಣ ಅಭಿಯಾನವು ಜಪಾನಿ ರಂಗಭೂಮಿಯ ಶಾಸ್ತ್ರೀಯ ರೂಪವಾದ ಕಬುಕಿಯ ಸಾರ ಒಳಗೊಂಡಿದ್ದು, ಇದು ವೀಕ್ಷಕರನ್ನು ಹಿಡಿದಿಡುವುದಲ್ಲದೇ ಮತ್ತು ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕವಾಗಿ ಶ್ರೀಮಂತ ಅನುಭವ ಸೃಷ್ಟಿಸುತ್ತದೆ.



ಕಬುಕಿ ಎಂಬುದು ಜಪಾನೀ ರಂಗಭೂಮಿಯ ಒಂದು ಶಾಸ್ತ್ರೀಯ ರೂಪವಾಗಿದ್ದು, ಸಾಂಪ್ರದಾಯಿಕ ನೃತ್ಯದೊಂದಿಗೆ ನಾಟಕೀಯ ಪ್ರದರ್ಶನವನ್ನು ಬೆರೆಸುತ್ತದೆ. ಕಬುಕಿ ಥಿಯೇಟರ್ ಉನ್ನತ ಸೈಲಿಯ ಪ್ರದರ್ಶನಗಳು, ಮನಮೋಹಕ, ಹೆಚ್ಚು ಅಲಂಕಾರದ ವೇಷಭೂಷಣಗಳು ಮತ್ತು ಕೆಲವು ಕಲಾವಿದರು ಧರಿಸುವ ಬಹಳ ಸೂಕ್ಷ್ಮ ವಿವರಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡ ಕುಮದೋರಿ

ಮೇಕಪ್‌ಗೆ ಹೆಸರುವಾಸಿಯಾಗಿದೆ.

ಕಾಯ್ ಇಂಡಿಯಾದ ವ್ಯವಸ್ಥಾಪಕ ನಿರ್ದೇಶಕರಾದ ಶ್ರೀ. ರಾಜೇಶ್ ಯು ಪಾಂಡ್ಯ ಅವರು ಇಚಿಕಾವಾ ದಂಜುರೊ ಫಿಫ್‌ಫಿಫ್ (ಜಪಾನೀಸ್ ಕಬುಕಿ ನಟ/ನಿರ್ಮಾಪಕ) ರ ತೀವ್ರ ಅಭಿಮಾನಿಯಾಗಿದೆ ಎಂದು ಹೇಳಿದರು. ದ್ವಿ, ಈ ನವೀನ ಅಭಿಯಾನ ಕುರಿತು ತಮ್ಮ ಆಲೋಚನೆಗಳನ್ನು ಹಂಚಿಕೊಂಡರು. ಮಾತನಾಡಿ, "ಪ್ರತಿ ಕಾಯ್ ಚಾಕುವಿನಲ್ಲಿ ಮೇಲೆತ್ತಿ ಹಿಡಿಯಲು ಶ್ರಮಿಸುವ ನಿಖರತೆ, ಕಲಾತ್ಮಕತೆ ಮತ್ತು ಸಂಪ್ರದಾಯದ ಸಾರವನ್ನು ಕಬುಕಿ ಪ್ರತಿನಿಧಿಸುತ್ತದೆ.

ಈ ಅನನ್ಯ ಅಭಿಯಾನದ ಭಾಗವಾಗಲು ನಾನು ರೋಮಾಂಚನಗೊಂಡಿದ್ದೇನೆ, ಅದು ನಮ್ಮ ಚಾಕುಗಳನ್ನು ಎತ್ತಿ ತೋರುವುದರಲ್ಲದೇ ಎಲ್ಲರನ್ನು ಹಿಡಿದಿಡುವಂತಹ ಕಬುಕಿಯ ವಿಶ್ವಕ್ಕೆ ಗೌರವ ಸಲ್ಲಿಸುತ್ತದೆ. ಇದು ಬ್ರಾಂಡ್‌ಗಾಗಿ ನನ್ನ ಎರಡನೇ ಅಭಿಯಾನವಾಗಿದೆ, ಅಲ್ಲದೇ ಇದು ನವೀನತೆಗೆ ನಮ್ಮ ಬದ್ಧತೆಯನ್ನು ಪುನರ್‌ದೃಢೀಕರಿಸುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಕಾಯ್‌ಯನ್ನು ಪ್ರತ್ಯೇಕಿಸುವ ಕಲಾತ್ಮಕತೆಯನ್ನು ಸಂಭ್ರಮಿಸುತ್ತದೆ ಎಂದು ನಾನು ನಂಬುತ್ತೇನೆ" ಎಂದರು.

ಜಗತ್ತಿನ ಎಲ್ಲೆಡೆ 3.15 ಕೋಟಿಗೂ ಹೆಚ್ಚಿನ ಸಂಖ್ಯೆಯ ಚಾಕುಗಳನ್ನು ಮಾರಾಟ ಮಾಡುವುದರೊಂದಿಗೆ, ಜಪಾನಿ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯ ಚೈತನ್ಯವನ್ನು ಸಾಕಾರಗೊಳಿಸುವುದಾಗಿದೆ.

21 TUESDAY NOVEMBER 2023

ಜಾಹೀರಾತು ಪ್ರಚಾರಕ್ಕೆ ಚಾಲನೆ

ಬೆಂಗಳೂರು: ಜಪಾನ್‌ನ ಜನಪ್ರಿಯ ಬ್ರಾಂಡ್ ಕಾಯ್‌ನ ಭಾರತೀಯ ಅಂಗಸಂಸ್ಥೆಯಾದ ಕಾಯ್(ಕೆಎಐ) ಇಂಡಿಯಾ, ಪ್ರೀಮಿಯಂ ಅಡುಗೆಮನೆಯ ಪರಿಕರಗಳನ್ನು ತಯಾರಿಸುವಲ್ಲಿ 115 ವರ್ಷಗಳ ಪರಂಪರೆಗೆ ಖ್ಯಾತಿ ಪಡೆದಿದೆ. ಕಬುಕಿ ಮಾಸ್ಕೋ ನೊಂದಿಗೆ ವ್ಯವಸ್ಥಾಪಕ ನಿರ್ದೇಶಕ ರಾಜೇಶ್ ಯು ಪಾಂಡ್ಯ ಅವರ ಹೊಸ ಚಾಕು ಮುದ್ರಣ ಜಾಹೀರಾತು ಪ್ರಚಾರವನ್ನು ಚಾಲನೆ ನೀಡಿದರು.



ಈ ಅಸಾಧಾರಣ ಅಭಿಯಾನವು ಜಪಾನಿ ರಂಗಭೂಮಿಯ ಶಾಸ್ತ್ರೀಯ ರೂಪವಾದ ಕಬುಕಿಯ ಸಾರ ಒಳಗೊಂಡಿದ್ದು, ಇದು ವೀಕ್ಷಕರನ್ನು ಹಿಡಿದಿಡುವುದಲ್ಲದೇ ಮತ್ತು ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕವಾಗಿ ಶ್ರೀಮಂತ ಅನುಭವ ಸೃಷ್ಟಿಸುತ್ತದೆ.

ಕಬುಕಿ ಎಂಬುದು ಜಪಾನೀ ರಂಗಭೂಮಿಯ ಒಂದು

ಶಾಸ್ತ್ರೀಯ ರೂಪವಾಗಿದ್ದು, ಸಾಂಪ್ರದಾಯಿಕ ನೃತ್ಯದೊಂದಿಗೆ ನಾಟಕೀಯ ಪ್ರದರ್ಶನವನ್ನು ಬೆರೆಸುತ್ತದೆ. ಕಬುಕಿ ಥಿಯೇಟರ್ ಉನ್ನತ ಸೈಲಿಯ ಪ್ರದರ್ಶನಗಳು, ಮನಮೋಹಕ, ಹೆಚ್ಚು ಅಲಂಕಾರದ ವೇಷಭೂಷಣಗಳು ಮತ್ತು ಕೆಲವು ಕಲಾವಿದರು ಧರಿಸುವ ಬಹಳ ಸೂಕ್ಷ್ಮ ವಿವರಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡ ಕುಮದೋರಿ ಮೇಕಪ್‌ಗೆ ಹೆಸರುವಾಸಿಯಾಗಿದೆ.

ಕಾಯ್ ಇಂಡಿಯಾದ ವ್ಯವಸ್ಥಾಪಕ ನಿರ್ದೇಶಕರಾದ ಶ್ರೀ. ರಾಜೇಶ್ ಯು ಪಾಂಡ್ಯ ಅವರು ಇಚ್ಛಾಕಾಮ ದಂಬುರೊ (ಜಪಾನೀಸ್ ಕಬುಕಿ ನಟ/ನಿರ್ಮಾಪಕ)ರ ತೀವ್ರ ಅಭಿಮಾನಿಯಾಗಿದೆ ಎಂದು ಹೇಳಿದರು. ದ್ವಿ, ಈ ನವೀನ ಅಭಿಯಾನ ಕುರಿತು ತಮ್ಮ ಆಲೋಚನೆಗಳನ್ನು ಹಂಚಿಕೊಂಡರು. ಮಾತನಾಡಿ, "ಪ್ರತಿ ಕಾಯ್ ಚಾಕುವಿನಲ್ಲಿ ಮೇಲೆತ್ತಿ ಹಿಡಿಯಲು ಶ್ರಮಿಸುವ ನಿಖರತೆ, ಕಲಾತ್ಮಕತೆ ಮತ್ತು ಸಂಪ್ರದಾಯದ ಸಾರವನ್ನು ಕಬುಕಿ ಪ್ರತಿನಿಧಿಸುತ್ತದೆ.

ಈ ಅನನ್ಯ ಅಭಿಯಾನದ ಭಾಗವಾಗಲು ನಾನು ರೋಮಾಂಚನಗೊಂಡಿದ್ದೇನೆ, ಅದು ನಮ್ಮ ಚಾಕುಗಳನ್ನು ಎತ್ತಿ ತೋರುವುದರಲ್ಲದೇ ಎಲ್ಲರನ್ನು ಹಿಡಿದಿಡುವಂತಹ ಕಬುಕಿಯ ವಿಶ್ವಕ್ಕೆ ಗೌರವ ಸಲ್ಲಿಸುತ್ತದೆ.



**NOW
UNMASKING
IN INDIA**



By afaqs! | Published: 16 Nov 2023, 6:57 IST

PRINT

Kai India's MD Rajesh U Pandya in Japanese Kabuki Mask

Share Via:



Have news to share? Write to us at newsteam@afaqs.com

CITY TODAY NEWS

KAI INDIA UNVEILS ITS PRINT CAMPAIGN FEATURING MD RAJESH U PANDYA IN JAPANESE KABUKI MASK

Posted on November 21, 2023 by City Today News (Citytodaynews)



Bengaluru November -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 theatre, 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.

KAI KITCHEN

NOW UNMASKING IN INDIA

Over 3.15 Cr. Knives Sold Worldwide*

KAI (USA) is representing KAI (INDIA) in India. Advertising on this board is a paid service which is limited to readers of Japan where KAI (INDIA) belongs and is done exclusively for the promotion of the brand. The company cannot be held responsible for any content appearing on this board or the use of the text and graphics. This advertisement is not intended to be used for any other purpose. KAI (INDIA) is a registered trademark of KAI and Japan. This is not a part of the new product line. The superior quality of KAI knives is the main reason for its success. KAI (INDIA) and the name of KAI have gained international recognition and respect and its value appreciation as a brand name is well established. The company and its products are the source of pride for traditional Japanese sword making. It has been passed down the generations and has been a part of the traditional sword making industry. KAI (INDIA) is a part of the traditional sword making industry which is well known.

100% Stainless Steel Blade | Made in India | Cuts Great Since 1908

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 featuring MD Rajesh U Pandya in Japanese Kabuki Mask

Bengaluru November –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 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 featuring MD Rajesh U Pandya in Japanese Kabuki Mask



Bengaluru November 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 New Ad Campaign Featuring MD Rajesh U Pandya In Japanese Kabuki Mask

By M V Vijayakumar November 15, 2023



Like

Kai India Unveils New Ad Campaign Featuring MD Rajesh U Pandya In Japanese Kabuki Mask

Bengaluru, NFAPost: Kai India, the Indian subsidiary of Japan's renowned brand KAI, known for its 115-year legacy in crafting premium kitchenware, announced new knife print ad campaign featuring Kai India 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.

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.

Kai India Managing Director Rajesh U 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," SAID KAI INDIA MANAGING DIRECTOR RAJESH U PANDYA.

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 Managing Director Rajesh U. Pandya

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.

Kai India Head of Marketing Hitesh Singla shared his views for this ground-breaking campaign and said Kai India has always been passionate about the intersection of art and craftsmanship.

"PANDYA, AS A KABUKI ADMIRER, OFFERS A FRESH PERSPECTIVE, EMPHASISING THAT KNIVES ARE NOT JUST TOOLS BUT WORKS OF ART, OFFERING TOP-QUALITY KNIVES AND CELEBRATING THE CULTURAL HERITAGE," SAID KAI INDIA HEAD OF MARKETING HITESH SINGLA.

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.

<https://thenfapost.com/kai-india-unveils-new-ad-campaign-featuring-md-rajesh-u-pandya-in-japanese-kabuki-mask/>



KIA INDIA UNVEILS PRINT CAMPAIGN FEATURING MD RAJESH U PANDYA IN JAPANESE KABUKI MASK

LJ Pinar 23 November 2023, 11:15 AM FASHION



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

Bengaluru – 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 1906, 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 KITCHEN

Japan

NOW UNMASKING IN INDIA

Over 3.15 Cr. Knives Sold Worldwide*

KAI INDIA is representing KAI GROUP in India. Seki-City in Gifu State is a small town, which is located in middle of Japan, where KAI GROUP belongs, and is famous worldwide for the production of fine knives. The history (about 800 years) of Seki cutlery industry dates back to the 12th century when the master swordsmith Minamoto no Yoritomo from Ryūkyū district in Seki and began making his swords there. He chose Seki for its rich natural as well as material conditions. Seki offered, at the top of the list, good quality iron sand, charcoal and water. During Muromachi Era (1338-1573), which began just about a century later there were over 300 swordsmiths working in Seki. Isewasa Nagayoshi ("Seki Nagayoshi" is registered brand of KAI) and Sakuro Shiro were two of the most famous name smiths. The superior quality of Seki swords (the one I am holding is REPUBLIC, it has no EDGE) and the name of Seki were quickly recognized throughout Japan and overseas and its solid reputation as a sword making center was established. The techniques and skills and the excellent attitudes of traditional Japanese sword making has been passed down the centuries and are still alive in today's modern cutlery industry. KAI GROUP in Seki City remains a vibrant center among Japanese cutlery manufacturers.

100% Stainless Steel Blade | Made in India | Cuts Great Since 1908

Photo: MD, KAI INDIA

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

Bengaluru November 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.



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

khaskhabar.com | नौम्वर, 27 नवम्बर 2023 8:19 PM (IST)



नई दिल्ली। जापान के प्रसिद्ध ब्यूटी एवं किचनवेयर ब्राण्ड काई की भारतीय शाखा काई इंडिया के मैनेजिंग डायरेक्टर राजेश यू पांड्या अब कंपनी के एक और नए विज्ञापन में नज़र आ रहे हैं। यह शानदार कैपेन जापानी धिएटर के एक क्लासिकल रूप काबुकी को दर्शाता है, और दृश्यात्मक रूप से मोहक और सांस्कृतिक रूप से समृद्ध अनुभव देता है।

काबुकी जापानी धिएटर का एक शास्त्रीय रूप है, जिसमें पारंपरिक नृत्य के साथ नाटकीय प्रदर्शन का मिश्रण होता है। काबुकी धिएटर अपने भारी शैली वाले प्रदर्शनों, अपनी गैमरस, 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 XIII के प्रशंसक, काई इंडिया के प्रबंध निदेशक राजेश यू पांड्या ने इस कैपेन 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 कैपेन 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 कैपेन उत्कृष्टता और रचनात्मकता के प्रति काई इंडिया के समर्पण का एक प्रमाण होने का वादा करता है।

काई इंडिया के मार्केटिंग के प्रमुख, हितेश सिंगला, इस महत्वपूर्ण कैपेन के लिए अपने विचार साझा करते हुए कहा, "काई इंडिया में हमेशा से ही हम कला और क्राफ्टमैनशिप के प्रति पैशनेट रहें हैं। मिस्टर पांड्या, जो काबुकी के प्रशंसक हैं, इस कैपेन 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 ग्रुप ने राजस्थान के नीमराना में अपने मेनुफैक्चरिंग युनिट के साथ भारतीय बाज़ार में प्रवेश किया था, जो 30000 वर्गमीटर से अधिक क्षेत्रफल में फैली है। काई भारतीय उपभोक्ताओं के लिए रोज़मर्रा 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।

https://www.m.khaskhabar.com//news.php/news-kai-india-md-rajesh-u-pandya-becomes-the-face-of-the-companys-new-advertisement-with-kabuki-mask-news-hindi-1-602407-KKN.html?short_url=news-kai-india-md-rajesh-u-pandya-becomes-the-face-of-the-companys-new-advertisement-with-kabuki-mask-news-hindi-1-602407-KKN

राजस्थान Posted by admin - November 27, 2023

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

ram



जयपुरजापान के प्रसिद्ध ब्यूटी एवं किचनवेयर ब्राण्ड काई की भारतीय शाखा काई इंडिया के मैनेजिंग डायरेक्टर राजेश यू पांड्या अब कंपनी के एक और नए विज्ञापन में नज़र आ रहे हैं। यह शानदार कैपेन 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 श्लैमरस, 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 टेंजुरो XIII के प्रशंसक, काई इंडिया के प्रबंध निदेशक श्री राजेश यू पांड्या ने इस कैपेन 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 कैपेन 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 कोशिल 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 कैपेन 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 कैपेन के लिए अपने विचार साझा करते हुए कहा, "काई इंडिया में हमेशा से ही हम कला और क्राफ्टमैनशिप के प्रति पैशनेट रहें हैं। मिस्टर पांड्या, जो काबुकी के प्रशंसक हैं, इस कैपेन के साथ एक ताज़ा 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 घुप ने राजस्थान के नीमराणा में अपने गेनुफ़ैक्टरिंग युनिट के साथ भारतीय बाज़ार में प्रवेश किया था, जो 30000 वर्गमीटर से अधिक क्षेत्रफल में फैली है। काई भारतीय उपभोक्ताओं के लिए रोज़मर्रा 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।

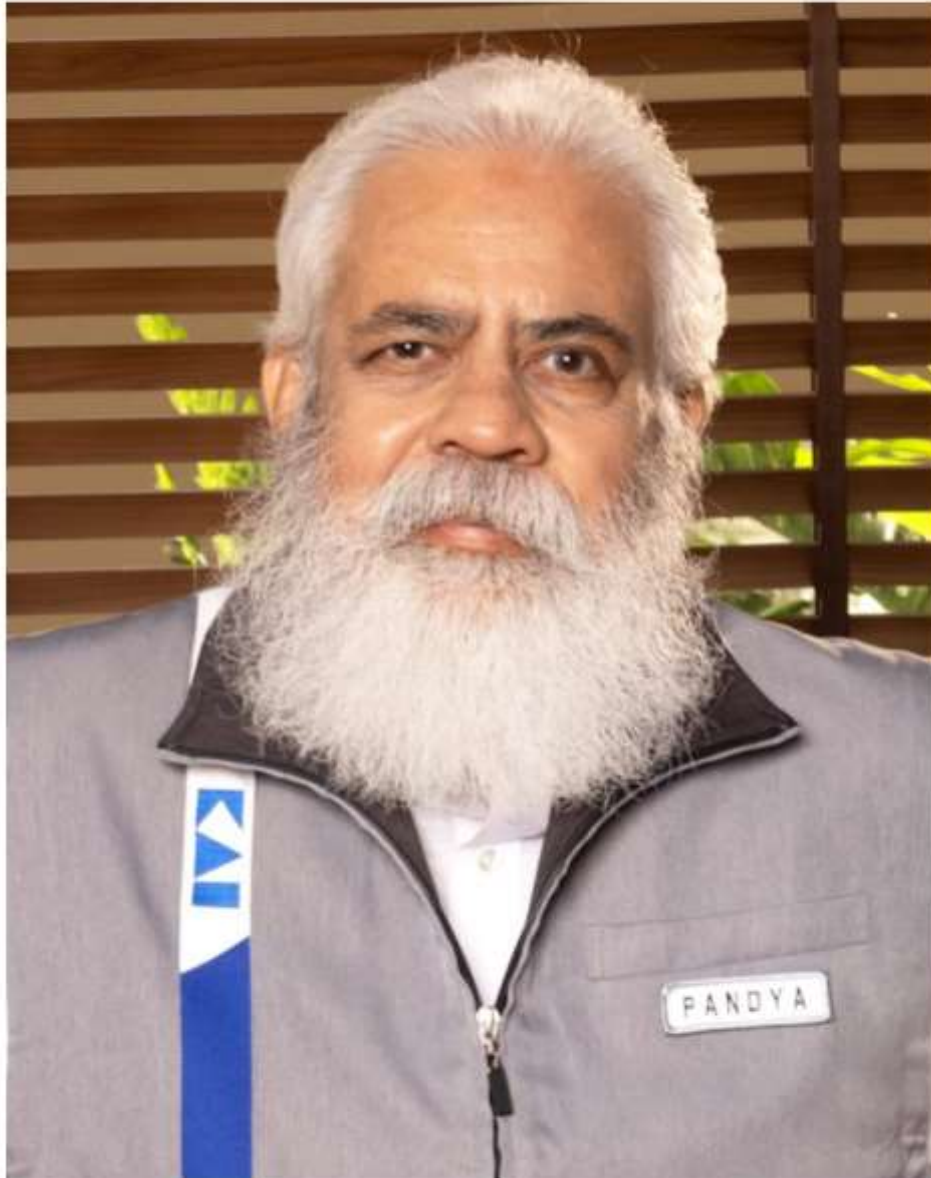
1908 में जापान के सेकी में स्थापित काई के प्रोडक्ट्स को दुनियाभर में खूब पसंद किया जाता है। ब्राण्ड को उच्च गुणवत्ता के ब्यूटी केयर एवं घुमिंग प्रोडक्ट्स के लिए भी जाना जाता है। आधुनिक डिज़ाइन वाले इसके हाउसवेयर एवं ब्यूटी केयर प्रोडक्ट्स को बड़े पैमाने पर रोज़मर्रा में इस्तेमाल किया जाता है। काबुकी 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

ananya Nov 27, 2023 - 23:07

0



अनन्य सोच। जापान के प्रसिद्ध ब्यूटी एवं किचनवेयर ब्राण्ड काई की भारतीय शाखा काई इंडिया के मैनेजिंग डायरेक्टर राजेश यू पांड्या (Kai India MD Rajesh U Pandya) अब कंपनी के एक और नए विज्ञापन में नज़र आ रहे हैं, ये कैपेन जापानी थिएटर के एक क्लासिकल रूप काबुकी को दर्शाता है। काबुकी जापानी थिएटर (kabuki Japanese theater) 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। पांड्या ने इस कैपेन पर अपने विचार साझा करते हुए कहा, "काबुकी स्पष्टता, कलात्मकता और ट्रेडिशन को दर्शाता है। मुझे इस अनूठे अभियान का हिस्सा बनने पर बहुत खुशी हो रही है, यह मेरा काई के लिए दूसरा ऐड कैपेन है। मैं मानता हूँ कि यह हमारी प्रतिबद्धता को मजबूत करता है और काई को अलग बनाने वाली कला की सराहना करता है। काई इंडिया के मार्केटिंग के प्रमुख हितेश सिंगला ने बताया कि काई इंडिया में हमेशा से ही हम कला और ज़ापटमैनशिप के प्रति घेनते रहे हैं।

<https://www.ananyasoch.com/Kai-India-MD-Rajesh-U-Pandya-becomes-the-face-of-the-companys-new-advertisement-with-Kabuki-mask>

Mumbai News Network Latest News

Thursday 23 November 2023

Kai India unveils its 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 groundbreaking 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.

MARKETING

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

Admin 6 Seconds Ago 0 5 Mins

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 groundbreaking 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.

BREAKING NEWS CROUSER व्यापार

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

By Khabredinraat November 28, 2023

38



जयपुर। जापान के प्रसिद्ध ब्यूटी एवं किचनवेयर ब्राण्ड काई की भारतीय शाखा काई इंडिया के मैनेजिंग डायरेक्टर राजेश यू पांड्या अब कंपनी के एक और नए विज्ञापन में नज़र आ रहे हैं। यह शानदार कैपेन 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 घौली वाले प्रदर्शनों, अपनी गैमरस, 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 डेजुरो XIII के प्रशंसक, काई इंडिया के प्रबंध निदेशक राजेश यू पांड्या ने इस कैपेन 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 कैपेन 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 कैपेन उत्कृष्टता और रचनात्मकता के प्रति काई इंडिया के समर्पण का एक प्रमाण होने का वादा करता है।

काई इंडिया के मार्केटिंग के प्रमुख हितेश सिंगता, इस महत्वपूर्ण कैपेन के लिए अपने विचार साझा करते हुए कहा, "काई इंडिया में हमेशा से ही हम कला और फ़ाउंडेशन के प्रति पैशन रखते हैं। मिस्टर पांड्या, जो काबुकी के प्रशंसक हैं, इस कैपेन के साथ एक ताजा दृष्टिकोण प्रस्तुत करते हैं, इस बात पर जोर देते हुए कि चाकू सिर्फ टूल नहीं है बल्कि कला का नमूना है, हम काई में उच्च गुणवत्ता के चाकू प्रदान करते हैं और सांस्कृतिक धरोहर का सम्मान करते हैं।"

115 वर्षों से भी अधिक पुराने काई ग्रुप ने राजस्थान के नीमराना में अपने मैनुफैक्चरिंग युनिट के साथ भारतीय बाज़ार में प्रवेश किया था, जो 30000 वर्गमीटर से अधिक क्षेत्रफल में फैली है। काई भारतीय उपभोक्ताओं के लिए रोज़मर्रा 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 रोज़मर्रा में इस्तेमाल किया जाता है। काबुकी मास्क के साथ काई इंडिया के एमडी राजेश यू पांड्या बने कंपनी के नए विज्ञापन का चेहरा।

[Marketing](#)
[Media](#)
[Print](#)

Kai India unveils Print ad with Managing Director Rajesh U Pandya in Kabuki Mask

By **Mediabrief News Desk** - November 28, 2023

Kai India, the Indian subsidiary of Japan's KAI announced their new knife print ad campaign featuring Managing Director, Rajesh U Pandya, with a Kabuki mask. This campaign aims to embrace the essence of Kabuki, a classical form of Japanese theatre, and create a visually captivating and culturally rich experience.

Kabuki is a classical form of Japanese theatre that mixes 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.

Rajesh U Pandya, Managing Director, Kai India, stated, "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 a journey that not only embodies the spirit of Japanese culture but also underscores the quality and craftsmanship that defines the brand. The upcoming print campaign aims to be a testament to Kai India's dedication to excellence and creativity.

Hitesh Singla, Head of Marketing, Kai India, shared his views, "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 beauty and personal care products to Indian consumers adding value to their daily life. They aim to provide products prepared with detailed R&D and Japanese technology. With its clear vision and mission, KAI aspires towards becoming a household name in India.

<https://mediabrief.com/kai-india-unveils-print-campaign-featuring-md-rajesh-u-pandya/?amp>



THANK YOU