

「韓風」時尚襲廣州 特色品牌扎堆來

韓最大服裝運營商進駐穗國際服裝城 冀形成融合和創新



◆廣州 apM 時代國際服裝城。

香港文匯報廣州傳真



◆韓國 apM Luxe 項目在廣州正式試業。

香港文匯報記者盧靜怡 攝

香港文匯報訊（記者 盧靜怡 廣州報道）「韓風」時尚潮流備受全球年輕人關注。發跡於韓國潮流聖地東大門的韓國 apM Luxe 項目，近日在廣州正式試業。來自韓國東大門商圈的首批過百家韓國品牌集體進駐廣州。現場發現，商場位於火車站和地鐵上蓋，位置便利，對於粵港澳大灣區居民來說，多了一個方便可逛的「寶藏」服裝批發城。有韓國服裝品牌主理人表示，實地到廣州開店後，最大的感受是中國和韓國的時裝批發店鋪運營方式有許多不同：「希望把在韓國十餘年從業積累的經驗和心得也融合進中國市場，形成融合和創新。」

正式試運營的韓國 apM Luxe 項目，位於廣州 apM 時代國際服裝城二樓。整個項目空間達到兩萬平方米，整體布局開闊明亮。商場內播放著韓語流行曲，不少打扮入時的韓國服裝品牌主理人穿梭其中。香港文匯報記者探訪門店時，發現每個門店都有來自韓國的主理人在打點，不時聽到的韓語對話，讓人恍如置身韓國購物一樣。現場來自韓國的不同品牌門店裝修風格別出心裁，無論是布光還是櫥窗展示均有獨特的設計，環境和氛圍都很有藝術感。

廣州是公認服裝產業聖地

是次進駐的韓國 apM 集團是韓國最大規模的服裝批發園區運營商，目前在韓國東大門 apM、apM Luxe、apM PLACE 三個大型批發商街擁有 2,000 名以上的設計師、1,500 個以上品牌入駐，年交易額在 6.5 萬億韓元以上。韓國 apM 集團今年在中國全資成立廣州韓東國際控股有限公司，目前已經投入 3,000 萬元人民幣打造該項目。同時在旗下位於韓國東大門超過 1,000 家商戶中，選拔了最具原創設計性的首批 100 餘家品牌商戶入駐。

談及選擇廣州的原因，韓東公司董事長金正賢表示，廣州是世界公認規模最大的服裝產業聖地，擁有完備的服裝產業鏈基礎，在原輔料供應鏈、產品生產力和物流服務方面都居領先地位。他表示，正是完備的產業基礎、可觀的產業規模、韓國時裝進駐中國「第一站」的合作淵源讓公司選擇落戶廣州。

時裝類項目只是第一步

來自韓國的「A CORE PRODUCER」主理人 Juyoung Oh 告訴香港文匯報記者，自己是韓國設計師，從事服裝行業 15 年，其間來過中國七八次，對中國市場規模之龐大印象深刻。「我們是韓國的獨立服裝品牌，比較重視設計感和舒適性，希望人們可以很方便地穿上時尚的衣服。我們留意到中國年輕人也越來越重視個性的服裝，希望大家的需求能夠融合。」

Juyoung Oh 告訴香港文匯報記者，處理完開店事宜，過兩天他就飛回韓國，下周再飛到廣州，從此開啟兩地走的生涯。他笑言，之所以跨國發展，是希望可以打響自己的服裝品牌，讓更多人熟知自己的設計，「中國是一個很好的起點。」

來自韓國的「BLOSSOM」品牌主理人表示，她自 2006 年開始就在韓國從事時裝批發行業，這次韓東公司在東大門招商時，她認為自己和品牌都做好了來到廣闊的中國市場迎接挑戰的準備。此前也提前和考察團來到流花地區實地考察，最終成為了第一批從東大門帶設計師入駐的品牌之一。

「對未來發展的構想並不止步於 apM Luxe，和韓國 apM 集團合作的時裝類項目只是第一步。」apM 時代國際服裝城負責人宋偉洪表示，28 萬平方米的經營面積能給 apM 帶來足夠持續深挖的發展潛力。從這次合作中充分汲取成功經驗後，市場還將延續在飾品、鞋類等時裝關聯品類方面的一體化發展路徑，考慮專注韓國特色，引入韓國美妝品牌，繼續往「鞋服飾妝」時尚產業一體化道路上深入探索。



商場名稱：廣州 apM 時代國際服裝城二樓
 地鐵站：廣州火車站
 面積：項目空間達到兩萬平米
 服裝品牌數量：來自韓國東大門的逾百家獨立品牌店
 投資：目前已經投入 3,000 萬元人民幣打造

整理：香港文匯報記者 盧靜怡



◆ apM Luxe 項目配套的韓中服裝專業版坊。

香港文匯報廣州傳真



◆ 廣州 apM 時代國際服裝城二樓，不少打扮入時的韓國服裝品牌主理人穿梭其中。

香港文匯報記者盧靜怡 攝



◆ 韓國 apM Luxe 項目內除了服裝外，還有手袋店可以逛。

香港文匯報記者盧靜怡 攝

人生地不熟 急需運營推廣

特稿

韓國 apM Luxe 項目內，不少新店門前還擺放著各式花籃，上面不少是韓文的祝福語。項目新開張，所有門店均是第一次開門迎客，來自韓國的老闆們和中國的員工均笑意盈盈，氣氛熱鬧。香港文匯報記者看到，門店名稱多為英文，而店內的服裝均是原汁原味的韓國設計。由於是正式試運營第一天，不少初來乍到的韓國主理人都充滿憧憬和好奇，不時與鄰近的服裝品牌互相打招呼，也下載一些常用的中國通訊軟件，學習當地的線上營銷網絡。

「第一次來廣州，起初是會有點緊張。但現在已經很放鬆了，這裏環境很好，氛圍也很棒。」「A CORE PRODUCER」主理人 Juyoung Oh 表示。香港文匯報記者在採訪中發現，作為「過江龍」，這些韓國主理人也面臨著人生地不熟的瓶頸。其中，大多數韓國主理人都提到，對於中國線上運營並不熟悉，和本土時裝批發商戶相比，初來乍到的他們在線上獲客方面處於劣勢，如何招募到熟悉中國新媒體運營和社群推廣、又能精準展示韓國時裝設計特色的人才，成為他們當前階段考慮的重點。

優勢互補 合建經營網絡

也有韓國主理人夥同中國設計師合作，齊齊開拓市場。品牌「Arrows」的主理人呂小姐是一位在韓留學創業的中國人，說起這次和「一起回國」的經歷，呂小姐很是興奮。「我從事這個行業已經六年了，在韓國留學的時候因為兼職開始接觸到時裝批發行業，到後來逐漸在東大門 apM Place 擁有了自己的品牌 Addt、Prima Luce，其間也很多次想過要回國創業。」

呂小姐表示，廣州和運營方對於來自海外的店家給予很多支持和幫助，讓他們感到安心。「我們和廣州及周邊的很多生產基地建立了聯繫渠道，建立起本地的經營網絡。這對於我來說幫助很大，對於來自韓國的商戶就更不用說了。」她說，目前品牌的设计、生產環節重心還在韓國，在 apM 提供的專業版坊和生產渠道對接等支持下，她已經着手建立本地的生產線。下一步，她希望能夠招募到更多熟悉中韓兩國風格的時裝設計師，在中韓兩條生產線的優勢互補下，將自己的原創品牌向更加精緻的方向雕琢。香港文匯報記者了解到，目前居住在廣州的逾萬名韓籍人士當中，約有 60% 從事服裝及面料相關工作。相信項目落地後，將吸引更多韓籍人士到廣州發展。

◆ 香港文匯報記者 盧靜怡 廣州報道

提供配套服務 便利經營體驗



◆ apM Luxe 項目配套的韓中法律稅務支援中心和專業版坊。

香港文匯報廣州傳真

香港文匯報訊（記者 盧靜怡 廣州報道）此次韓國 apM Luxe 項目試業，擦亮了廣州建設國際消費中心城市的新招牌。廣州近年致力打造高消費資源聚集地，為了讓項目成功落地，apM 時代國際服裝城負責人宋偉洪表示，在去年疫情期間，市場方三次飛赴韓國東大門，和韓國 apM 集團洽談合作構想。當市場方提出請韓國 apM 集團派出團隊來穗實地運營、組織東大門的韓國時裝設計企業批量入駐開設門店時，深深受到中國廣闊市場和投資環境吸引的韓方即刻開始了企業意向摸底。「沒想到原來韓國時裝企業對進入中國事情都期待了很久！大家一拍即合。」

為了讓韓國時裝品牌更加順利落戶，在廣州各

政府部門支持下，apM Luxe 項目目前已經開設了韓中法律稅務支援中心、專業版坊、客戶休息室等多種配套設施，為來自韓國的入駐商戶提供全流程一站式便利服務，包括協助辦理團體訪問簽證、營業執照及銀行開戶辦卡等行政業務協助辦理服務、法律和稅務專業服務、樣衣打版製作、諮詢及翻譯服務、生活便利信息相關服務等。

首批入駐的「BLOSSOM」品牌主理人告訴記者，項目運營方有專門的團隊來協助和她一樣的進駐商戶，幫助辦理團體訪問簽證、辦理營業執照、銀行開戶辦卡、提供翻譯服務、提供生活便利信息，幫助她獲得了比預期更加順利的經營和生活體驗。