

Love, Bonito 进军香港零售市场

东南亚著名女装品牌加快推进在港业务，借此加强全球业务布局。



在2000年代中期，Love, Bonito的多名创办人售卖她们昔日心爱的衣服，由此便踏上了创业之路。她们希望为亚洲女性提供设计精美、合身而且能迎合她们不同人生阶段的服饰，在这股热诚驱使下，她们于2010年正式成立了总部设于新加坡的 Love, Bonito 品牌。

过去十年间，Love, Bonito 蓬勃发展并成为了一家高增长公司，是东南亚最具影响力的垂直整合、全渠道女装品牌之一。Love, Bonito 策略性地在新加坡、香港、印尼、马来西亚及柬埔寨等主要市场开设了21家实体店，并建立了强大

且直接面向消费者的电子商贸平台。公司采取以客户为本的方针，迅速扩大品牌在香港的网上及实体业务，借此为其加速国际扩张的目标奠定了基础。

在香港声名鹊起

Love, Bonito 打造专为亚洲女性设计的自家品牌系列，提供多元化服装。品牌会考虑到顾客身型、肤色、喜好及气候等因素，确保产品拥有最佳的剪裁及舒适度。Love, Bonito 在东南亚稳占市场后，于2019年进军香港。Love, Bonito 行政总裁宋思霖表示，公司当时意识到香港存在庞大的发展机遇。

宋思霖说：“我们留意到香港的受众群与我们的新加坡总部非常相似。这两个城市都相当国际化，而女性都过著多样化的生活，肩负著多项责任。因此，我们希望为这座城市的女性提供实用美观兼备的服装，性价比能超越国际品牌。”

她认为，香港蓬勃的零售市场带动 Love, Bonito 的增长。从在中环开设首家快闪店，到去年在这里拥有四个购物空间，Love, Bonito 一直扩大大地客户群。她解释道：“我们透过电子商贸平台、实体店舖以及社交媒体与顾客连系。近年，品牌在香港的业绩更录得

显著增长。尽管疫情带来了挑战，但我们对这座城市仍是充满信心，因此在2022年我们于香港繁华的商业区开设了旗舰店。”

宋思霖补充：“我们很高兴品牌于今年9月在黄金购物地段开设了我们的全球最大规模的品牌体验店，为香港的顾客提供精心打造的零售体验。”

无缝整合线上线下渠道

鉴于香港消费者精通科技和购物区的客流量强劲，Love, Bonito 将线上线下的渠道无缝整合，提升客户体验。宋思霖指出：“香港的全渠道发展潜力庞大。作为一个‘网上起家’且直接面向消费者的品牌，我们已准备就绪充分把握这些商机。此外，我们善于透过数据分析，了解顾客的需要及购物行为。实体店于我们而言亦同样重要，提供了更多机会让我们与顾客互动。我们在店内融入创新意念，并让顾客亲身试穿品牌服饰，为他们提供独一无二、高度个性化的购物体验。”

她总结道：“香港的市场稳定并充满活力。我们在这里的发展为品牌的整体营运及国际化计划注入了活力。随著品牌发展，我们将进一步巩固在香港的地位，并志于成为全球亚洲女性的时尚目的地。”

“香港的全渠道发展潜力庞大。作为一个‘网上起家’且直接面向消费者的品牌，我们已准备就绪充分把握这些商机。”

Love, Bonito
行政总裁
宋思霖

Love, Bonito

- 在东南亚知名的全球女装品牌
- 公司在香港拥有四个购物空间，产品可寄往全球20个国家或地区

lovebonito.com/hk