

# BMJ HK Limited 立足香港 引进地道韩国风味，放眼亚洲市场

BMJ以香港为重要发展基地，拓展区内餐饮和款待业务。

自2024年进军香港市场，BMJ HK Limited 发展势头强劲，迅速成为香港主要的韩国餐饮和款待企业之一。集团以打造亚洲的韩国文化重要平台为愿景，持续丰富品牌组合，涵盖街头轻食至高级精致的韩式料理，展现韩国多姿多彩的饮食文化。

## 香港：企业加速发展的战略枢纽

BMJ HK 行政总裁卢炫锡表示：“香港拥有成熟的消费市场、高度国际化的商业环境，加上地理位置优越，是进军亚洲市场的理想门户。”他认为，香港的餐饮市场发展成熟且紧贴潮流，使其成为测试和推广韩国新餐饮概念的理想试点，有助品牌在稳健基础上拓展版图。公司刚推出韩式紫菜包饭品牌 Dotom，精心打造更具特色的韩国餐饮概念，满足香港消费者的需求。



除深耕香港市场外，BMJ HK 更将香港定位为地区总部，积极开拓粤港澳大湾区及其他亚洲市场。集团已计划于澳门、深圳和区内多个重点城市引入旗下品牌。

卢炫锡透露，未来 BMJ HK 将继续开发紧贴市场趋势的品牌，为食客带来正宗韩国风味，并且迎合本地市场的口味和需要。

## 香港餐饮业的独特优势

卢炫锡称，BMJ HK 将进一步利用香港优秀和多元化的人才资源，以推动业务增长和提升营运效率。此外，集团从投资推广署获得市场资讯和商界网络支援，助力公司顺利落户和拓展业务。

“香港是亚洲其中一个竞争最激烈，但亦是最具透明度的餐饮和款待市场。只要品牌定位清晰、执行到位，便能迅速获得市场回报。”

BMJ HK  
行政总裁  
卢炫锡



他总结道：“香港是亚洲其中一个竞争最激烈，但亦是最具透明度的餐饮和款待市场。只要品牌定位清晰、执行到位，便能迅速获得市场回报。对 BMJ 而言，香港既是验证实力的重要试点，也是将韩国餐饮概念推广至亚洲各地的战略平台。”

## BMJ HK Limited

- BMJ HK Limited 目前在香港营运的餐饮品牌包括 BBQ Chicken、三食、Hanyang、SolSot、Jejusic 和 Dotom
- 公司于香港聘用 80 名员工，未来将逐步提高本地招聘比例，以配合公司的可持续增长策略

[bmjhongkong.com](http://bmjhongkong.com)