

# 發揮優勢 續創輝煌

香港優勢產業特選系列 ① 文化創意篇

# 羅氏時裝集團

## 文化創意先行者 打造創新時裝王國

90年代，創意產業的概念於港出現。及後，文化及創意產業被經濟機遇委員會確認為本港六大優勢產業之一，是最具活力的經濟領域之一。事實上，自由多元的社會環境促使香港擁有大批本地文化創意精英。90年代末，香港音樂、影視一度席捲亞洲，影響世界。時至今日，香港已成為世界文化創意都會之一，在區內以至全球都佔有顯要位置。這背後，政府以及香港眾多文化創意從業者的不懈努力功不可沒，羅氏時裝集團（下稱：羅氏集團）即是當中佼佼者。

### 傳統製衣 為舊工廈披新衣

羅氏集團以傳統成衣製造業起家，經過四十年的發展，已成為一家業務範圍涵蓋成衣製造、時裝零售及地產發展的時裝集團。羅氏集團副主席及行政總裁羅正杰表示，「公司的目標是『To have LAWSGROUP apparel in every closet』（將羅氏集團的衣服帶到每個衣櫃內）。憑着對創意及對品質的執着，羅氏集團在時裝設計、生產及供應方面不僅享譽業界，更是站在全球頂尖位置。羅氏對於時裝演繹的熱情並不僅僅局限於布料及服裝。集團「Passion for Fashion」的理念亦融入至旗下的地產項目，活化工廈即是最有力的例證之一。

活化工廈計劃是由港府於2010年推出的釋放工廈空間項目，羅氏集團是第一批的計劃申請者，並不遺餘地推動工程，成功打造了「D2 Place」這一活化工廈的卓越典範，成為業界佳話。提到活化工廈的初衷，羅正杰表示，事實上，羅氏早於80年代便涉足香港地產市場，擁有豐富的地產發展經驗。他認為，香港很多的工業大廈都有自己的特點和創意之處，就像許多外國的LOFT，這些工廈作為歷史建築的一部分是需要保護並保存下來的。然而，香港樓價高企，對於經濟價值較小的舊工廈，很多發展商都會選擇最經濟的拆卸重建，這對於建築材料也是一種浪費。羅正杰希望，透過活化，將時尚理念融入建築當中，為舊工廈換上時尚新裝，建立亮麗的地標，為城市帶來活力。這也是羅氏集團地產部一直秉承的「Fashion the City」理念。

### 活化工廈 欲造港版東大門

「D2 Place」是羅氏集團活化工廈項目打響的頭炮，亦是其得意之作。羅正杰解釋道，「D2」的名字具有雙重意義，一是因為其位於荔枝角地鐵站D2出口，另外亦蘊涵着 Designers' Dream（設計師之夢）的特殊意義。他續解釋，「D2 Place」的設計理念是 Fashion Hub（時尚樞紐），以潮流時裝和生活品味為主題，引入時尚服飾店、特色餐廳及室內高爾夫球場等，將舊工廈改造成一個文化創意的地標性建築。為進一步推動香港本地時裝業和文化創意產業的發展，羅氏集團以場地贊助形式提供「D2 Place」9樓全層給非牟利組織「Fashion Farm Foundation」作為基地，為本地時裝設計師和創意人提供工作室及溝通、交流、合作的平台，幫助他們實現夢想。現時，「D2 Place」定期與各類型的時尚及文化創意組織合辦多元化的活動，包括時裝秀、時裝展覽、天台音樂會、創意市集等，逐漸成為匯聚本土文化創意的新地標。隨着各類文創活動的成功舉辦，「D2 Place」在圈內的認知度不斷提升，引來海內外時尚業界的熱切關注。

羅正杰表示，集團銳意以「D2 Place」為軸點，將荔枝角發展成為可媲美韓國東大門的文化創意新區。他認為，韓國東大門的發展模式是香港可以借鑒的。深水埗、長沙灣一帶是傳統的時裝發源地，其深厚的製衣業背景和根基為本土時裝發展提供良好的環境，完



羅氏集團副主席及行政總裁羅正杰表示，未來，集團將繼續將「Passion for Fashion」的理念，融入旗下各業務的發展中，進一步推進集團各業務及文化創意事業的發展。

全有潛力成為港版東大門。他亦希望，「D2 Place」的成功落成，不僅可以給業界一個啟發，亦能讓政府聽到文化創意業的聲音，看到文化創意業的發展可能性。

### 為港府點讚 開創文創新未來

對於文創行業的推廣，羅正杰認為，「首先要推廣香港文化。城市經濟發展到一定程度時，文化也要跟上，紐約、倫敦、東京就是成功的例子。文化是一個整體，是一個綜合產業鏈，電影、音樂和時裝相互依附。首先要讓人喜歡你的文化，欣賞你的文化，才會買你的電影、音樂和時裝。」他續解釋，「韓國文化創意業為何成功？這有賴於政府的大力支持及推廣，令其影視、音樂非常成功，時裝自然而然地也為人所知。」

香港文創產業近年的發展被不少人認為有日漸萎靡的趨勢，更有業界人士直指政府不作為。對此，羅正杰表示，二三十年前香港電影亦一度風靡亞洲，文化創意在香港曾經擁有傳統優勢。雖然在種種原因之下，近年行業生存環境大不如前，但近年港府對文化創意產業的支持力度加大，業界亦有許多有心人士不懈努力，造就不少出彩點，PMQ就是最成功的項目之一。他表示，「不可以一味地唱衰（政府），香港這段時間大多負能量，我們需要正能量。」他續指，「今年政府財政預算案中，特別提及撥5億預算，用於推動時裝業的發展。這代表政府對於文創行業十分支持和重視，業界上下都感到很鼓舞，要為政府點讚。」

踏入四十周年，羅氏集團將繼續秉承「Passion for Fashion」的理念，大力推進集團各項業務及文化創意事業的發展。展望未來，羅氏集團更期望將這份「Passion」帶出香港。集團冀憑藉多年於深圳、珠海經營廠房的實力，以及於香港推進文化創意產業的經驗，參與國內的活化及文創項目，致力實現兩岸合作，開創文化創意產業的新未來。



羅氏集團旗下的時裝品牌bread n butter進駐政府活化創意地標PMQ，開設集時裝、精品、花店及餐廳於一體的概念店 Showcase By bread n butter。



「D2 Place」9樓的「Fashion Farm Foundation」基地，匯聚本地時裝設計師，為他們提供發展及交流的平台。



「D2 Place」經常邀請本地唱作歌手於天台花園舉辦迷你音樂會。



「D2 Place」定期舉辦創意市集、時裝秀、時裝展覽及品牌時尚貿易展，逐漸成為時尚樞紐及文創地標。



「D2 Place」的天台花園上充滿美食和音樂，人頭攢動。



位於荔枝角地鐵站D2出口的「D2 Place」已成為香港文化創意新地標。