

我报 my paper

星期四 2010年8月12日

MICA(P) 107/12/2009

WEBSITE: mypaper.sg

“出借”品牌 走向国外

杨丹旭

汤加 (Tonga) 对许多人来说,是个陌生的名字。不过不久前,在这个南太平洋的岛国,一个新加坡品牌就正式挂起招牌营业,迎来了第一批顾客。

今年6月,本地汽车服务中心Auto Saver与汤加人合作,在当地设立了特许经营(franchise)连锁店,提供汽车维修服务。除了将品牌“出借”,为当地的连锁店提供一整套经营体系,Auto Saver也提供管理、营运和操作的培训。

Auto Saver执行总裁翁思伟指出,不少本地公司到海外开设特许经营连锁店时,首先会想到印尼、马来西亚、中国等地,不过汤加这个鲜为人知的国家,却是一片充满商机的“沃土”。

翁思伟说:“像汤加这样的新市场,汽车服务行业不成熟,当地的汽车维修工作坊都以传统的方式经营,缺乏好的管理模式,Auto Saver进军汤加,正好能弥补这个不足。”

他透露,Auto Saver在汤加的连锁店,开业仅2个月,生意已翻了一番。公司也打算以汤加为“跳板”,在斐济(Fiji)、萨摩亚(Samoa)等西南太平洋岛国,吸引新的加盟商(fanchisee)。

近年来,越来越多企业通过特许经营方式,将本地品



本地汽车服务企业Auto Saver看中汤加(Tonga)这个新兴市场,并通过特许经营的模式,让品牌进军西南太平洋地区。(Auto Saver提供照片)

牌带出国,不少企业也进军一些不为人知的地区。例如本地餐饮品牌Thai Express就把特许经营连锁店开到了蒙古;而Pastamania的足迹则遍布中东的迪拜(Dubai)、科威特(Kuwait)和叙利亚(Syria)。

新加坡特许经营及许可协定协会(Franchising and Licensing Association)也在计划推出“特许经营援助计划”,鼓励本地企业通过特许经营模式,拓展本地和海外市场,让更多新加坡品牌“红”起来。

企业开设海外特许经营连锁店时,如何应对挑战?中小型企业(SME)如何借鉴这个模式,开拓新的市场?《热点新闻》带你探讨。

详文刊B6