

爱思威：中印越特许经营潜能大



江进兴手握中国连锁经营协会颁发的中国特许经营十年(1998至2008年)发展贡献大奖奖状。爱思威是今年仅两家获颁该奖的非中国公司之一。

何丽丽 ● 报道

人口超过8000万，而其中半数年龄少过24岁的越南是特许经营的大好市场，经济正在起飞的印度及中国也是如此。印度的基础设施目前正紧锣密鼓地建设当中，预料完成后将大大增加当地商机，为特许经营带来庞大市场。

至于中国，相信奥林匹克将引发一场文化大交流，使得外国人对于中国的文化了解加深，从而更容易接受其与文化有关的事物如食品、服装、饰品等，反之亦然。这么一来中国品牌以特许经营方式开拓海外市场较容易，海外品牌进入中国也是如此。

特许经营顾问公司爱思威(Asia-wide Franchise)主席兼董事经理江进兴日前受访时发表以上看法。爱思威是本地一家特许经营咨询服务公司，曾为无数品牌在世界各地尤其亚洲地带发展特许经营体系。

爱思威是今年仅两家获中国连锁经营协会颁发的中国特许经营十年(1998至2008年)发展贡献大奖的非中国公司之一。另一家公司的基地在中国，爱思威的则是在本地。

该奖项是为肯定在中国特许经营市场上有杰出表现的人士而设的。中国连锁经营协会目前是唯一获全球特许经营

协会认可的中国特许经营协会。

本地特许经营业近五年取得每年平均10%至15%的增长，仍然有很大的增长空间。除了餐饮业，教育与儿童托管等行业近期在特许经营方面也取得了非常显著的发展，这类经营方式也已渐渐延伸到了医疗领域。

就经济衰退是否会波及到这个行业，江进兴认为特许经营似乎有“防衰退”的力量，因为这类公司与其他竞争者相比，多半规模都较大，在一定程度上还是有议价能力(bargaining power)。但碰到汇率风险或油价高涨，这些特许经营品牌就得发掘出别的特点及占优势的事项以确保业务不受大环境因素影响。

若一家公司欲朝特许经营方向发展，先决条件是什么呢？江进兴指出公司的品牌一定要有特点或在自己的领域有优势，否则寻找加盟商将会成难题；公司最好是已拥有至少两家连锁店，将来管理加盟商时将简易一些。

江进兴表示，美国有不少私募股权投资基金会收购有潜力的品牌，将业务及策略整顿一番，结果再次出击，打响品牌使得它飞黄腾达。他认为这是个不错的概念，因此有意在亚洲设立一个私募股权投资基金会收购在本区域有发展潜能的品种，致力为它们打出一个名堂来。