



馮永發（右）與日本大創產業的主席兼行政總裁攝於這所一元商店開幕日

，有不少新的亞洲人購物商場出現於其附近地帶，與香港仔中心的模式一模一樣，使它不再具有獨具一格、領導潮流的商業優勢了。這時，馮深刻地意識到，是重建整個香港仔中心及其帶領商場文化潮流的優勢地位的時候了。爲了奪取商場業的發展先機，馮精心構思，另出奇謀，他向列治文市政府要求修改道路，擴大商場面積，把新商場擴大爲舊商場的三、四倍之大，以實現其西方商場的雄圖大略。

但自「九一一」恐怖事件爆發以來，環球經濟陷入不景氣，加以去年來加拿大國內與國際零售業都大受沙士病疫的慘重打擊，雪上加霜，國際零售業者如麥當勞與GAP皆宣布採取守勢，大事縮減開支與企業版圖，無意在他的新商場開設新分店。因此，馮永發招徠國際零售商的成績很不理想，到處碰了一鼻子的灰。「我向加拿大的國際零售業者招手，他們都不肯來。麥當勞與

GAP是爲了總部削減開支的政策而不來，至於其他亞洲的國際零售業者，他們認爲加拿大市場對他們來說是太小了。同時，在他們的腦海中，加拿大離亞洲太遙遠了，他們要派人不遠千里來管理太不合算。既然他們在亞洲的生意做得很好，倒還不如集中全力在亞洲，尤其是在大有前景的中國大陸零售市場爲未來的發展而布局，更加能有賺錢的把握。」馮不無感慨地說。

### 時代坊吸引亞洲零售業

誠然，在這段經濟不景氣的期間，馮永發要展開其夢幻商場的鴻圖大業，簡直猶如逆水行舟，倍加艱辛。但這一切意想不到的難題並沒有難倒他，不拘一格、創意橫生的他，靈機一觸，隨變而變，又生出一條將這一切難題迎刃而解的妙計。自去年開始，他風塵僕僕地到香港、日本、南韓、泰國等地推銷亞洲零售業

者利用其時代坊作爲進軍北美市場的跳板的構思。這一構思果然大有收穫，迄今，這一招已使他吸引到一些亞洲著名的零售業者進駐時代坊，其中包括來自泰國的SB家具店，來自香港的Moiselle時裝店，來自新加坡的Osim高科技按摩椅連鎖店，來自日本的大創產業一元商店。「一旦溫哥華的時代坊獲得成功，我們就能利用我們在美、加的關係網迅速地在美、加各大城市布局，逐步擴大企業版圖。」對信風水的企業家，他還與風水師密切合作，使進駐時代坊的商家對其商鋪的風水位置感到放心爲止。

時代坊的主力軍將是兩層樓面佔地二萬七千方呎的日本大創產業一元店。大創產業年營業額高達六十三億加元，在日本共有二千四百家分店，在香港、新加坡、南韓、台灣、泰國等亞洲各地擁有約一百家分店。時代坊內的大創產業零售店，是該公司與時代坊業主新時代集團的一項合夥生意。大創產業並準備以這家北美洲的首家分店作爲進軍新大陸市場的橋頭堡，它的北美總部也將設在時代坊之內。據悉，大創產業除了在時代坊的旗艦店外，在大溫哥華地區還準備起碼另開兩家分店，考慮中的首選地點包括本拿比和溫哥華市中心。另計劃在其他加拿大城市如多倫多、愛明頓、滿地可等，開設像時代坊的旗艦店；在美國洛杉磯、舊金山也有開店的計劃。又悉，時代坊內的大創產業旗艦店將銷售多達四萬款以上的商品，每款售價在二元到四元之間。種類包羅萬有，小自吃零食，以至廚房