

用品、園藝工具甚至男女裝服飾，應有盡有。

此外，時代坊內來自泰國的SB家具店來頭也不小，也是馮永發所引以為榮的生意夥伴之一，一如大創產業，都是利用時代坊作為進軍北美市場的亞洲過江猛龍。據他表示，這家1953年創立的泰國家具製造與零售商，其家具賣點為顧客易於親自動手組裝，與北歐IKEA家具的概念如出一轍。該公司在歐洲與日本及亞洲，以高品質與具有競爭力的價格的優勢賣得成績

不錯，開始建立品牌知名度。而在本國市場，全球所向披靡的IKEA亦受其所牽制（泰國盤谷銀行提供購買SB家具八成購買價的超低息優惠貸款，當然與此不無關係）。但泰國SB家具店卻從未涉足美洲，因此便汲汲於利用他的時代坊，作為登陸北美市場的橋頭堡，以進一步拓展其全球布局建立品牌形象的企業版圖。

迄今，據馮永發的估計，時代坊商場二百六十個零售單位中，約七成半已經簽約租出，其中三成的租戶為遍布加拿大國內或國際的大零售業者。時代坊鎖定亞洲新興跨國零售業者的市場策略，也成功吸引了新加坡著名高科技按摩椅零售業者Osim加拿大總代理商的加盟進駐。新加坡這家以品牌形象聞名於世的Osim保健產品上市公司，年營

業額高達二億四千萬坡元。迄至去年上半年為止，全球擁有四百三十一間分售店，其中八成半分布於香港、台灣、新加坡、馬來西亞與中國，又在十五個國家內設有六十八家特許分銷店。最近一年多以來開始進軍加拿大，覓得一位加拿大總代理商，已在大溫地區與艾伯達開了六家分銷店，儘管該總代理已在大溫最旺的渥太華中心商場設有分銷店，仍然決定加盟時代坊，開設多一家分店。

這佔地五十萬方呎的商場複合體（包括酒店在內），更加不能僅僅是個購物中心而已。

「我已與許多世界一流的表演藝術家、音樂家，尤其是來自亞洲各地者緊密合作，邀請他們到時代坊登台表演獻藝。這些表演將吸引主流媒體的熱烈新聞報道，為宣傳新商場省下一大筆的宣傳費，因此，我寧願出錢邀請來自亞洲的世界一流表演藝術家前來。」

除了這個以亞洲名藝術家為號召的勝出策略之外，為了使時代坊對亞洲購物者與西方購物者一樣有吸引力，他不但完全按西方商場建築規格建時代坊，規定坊內所有商店招牌必須有顯目的英文，規定店員也必須會講中英兩種語文，而且還決定率先全加各地商場，每年舉辦兩次時代坊百萬元幸運大獎抽獎遊戲，以為該商場製造洶涌不絕的人潮與金潮。

毋庸置疑，在芸芸全加亞洲移民貨殖列傳中，馮永發是率先建立亞洲商場的第一人，率先帶領了全加拿大的亞洲商場商業潮流，堪稱罕見的創造企業潮流的華人創業家之一。如今他又重新出發，率領全加亞洲商場業，不畏風險與困難，大手筆投資再造其亞洲商場轉型為西方商場時代坊。但它將來是否真正能夠成為加拿大各色人種經常光臨的西方商場？且拭目以待吧。



馮永發與加拿大前總理克雷蒂安合照

建立亞洲商場第一人

作為商場業主，馮永發要使時代坊轉型成為西方商場，必須使出他軟硬兼施、剛柔相濟的十八般武藝。硬功就是硬體建設，包括商場內的數碼通訊設備、整個建築物皆是透明玻璃日夜生輝的設計；柔功的就是軟體建設，包括商場管理與國內外租戶成分組合。在零售業潮流日益趨向消閑娛樂的主題概念發展的今天，