

摘要

最近十多年來台灣許多知名連鎖品牌挾台灣優勢進入中國市場以擴展事業版圖，但卻也出現層出不窮的糾紛或投資不利事件。台商如何成功進軍中國大陸發展連鎖品牌，並落實當地化管理與人才培育成了海外加盟事業發展的成功要件之一。本個案介紹台灣一家小型餐飲公司—豪俐企業二度進入大陸餐飲市場之過程，內容陳述其第一次進入大陸福州市場的失敗經驗，如何改變企業主大陸市場經營思維、和影響其第二次進入大陸市場之策略作為，包括：當地化營運思維、行銷策略擬定與執行、加盟管理制度建立、跨文化管理與人才培育，從中進一步討論豪俐現階段是否應擴張業務至上海以外地區？或守成現有上海市場的營運決策選擇。從個案中可以了解到大陸餐飲文化、消費特性、展店策略、當地化思維、加盟制度與人員管理等議題。

關鍵詞：連鎖店管理、失敗、跨文化管理、發展策略