

吕伟立：引进新文化 经商须“脱框而出”

(吉隆坡 6 日讯) 日出茶太 (Chatime) 马来西亚执行总裁吕伟立说, 他的经商之道在于, 该经营模式必须最终在我国能够形成一种新的文化, 就犹如当初引入日出茶太, 就是为了在我国开辟崭新的现代茶饮文化。

他也是 LOOB Holding 私人有限公司董事经理, 并解释 LOOB (look out of the box), 就是

“脱框而出”。

不做传统生意

“我们不做传统的生意。因此, 我的公司叫做公司的精神就是做市场以外的生意, 为大马人带入新的文化。”他今天在 UCSI 大学菁英社举办的讲座会后的记者会上这么说。

掌控市场须奠定基础

在玻璃市长大的吕伟立说, 8 年前在澳洲读完大学后回马工作, 当时他加入在一家从事脐带血保存的公司成为销售员。

为了业绩, 他必须到医院直接和孕妇接洽, 但由于当时这项技术仍不为人所熟悉, 因此他不断地被拒绝。在那时候已习惯被人拒绝的滋味。

他工作了约 2 年后, 觉得失去人生的方向, 便有了辞职创业的念头, 当时, 他年仅 24 岁。

世道再差也要吃喝

“当时我做了许多资料收集, 到很多展览会考察, 发现无论世道多么差, 人们总还需要吃、喝, 因此决定往餐饮业发展。”由于他只想从事简单的餐饮业, 因此他就从面包店及饮品业中二者择其一, 惟面包店的成本太高, 因此他选择了饮品。当时我发现, 我国的饮茶的文化就是在嘛嘛档, 未有新颖的现代饮茶文化, 因此我决定到台湾去考察。”

完全没有经商经验, 家里也未曾有人从事餐饮业的吕伟立, 到了台湾后可说是大开眼界, 在台湾拥有 198 个茶饮品牌, 全台湾遍布 2 万 5000 家各牌子的茶饮分店, 他更形容台湾人喝茶如喝水一般。

被 10 大品牌拒绝

最终, 他决定拜会台湾 10 大茶饮品牌, 和他们商讨将该品牌引入我国的合作。在台北的 3 个月半的时间内, 他被这位列 10 大的品牌一一拒绝。

“他们拒绝我的理由都类似, 分别是他们对我国市场不太感兴趣, 因为我国没有现代茶饮文化, 也很难培养。”

心灰意冷返国后, 吕伟立却机缘巧合认识了日出茶太。在初步接触后, 日出茶太负责人亲临大马, 商讨开拓市场的事宜, 促成了 2010 年他在 Pavilion 广场的第一家分店。



吕伟立认为热忱是创业的根本, 并劝诫欲创业的学生, 应该先探讨创业的真谛。

激烈竞争存活靠热忱

“9 个月后, 大约有 46 家台湾茶饮品牌涌入我国, 但那时候, 我已经开设了 25 家分店, 远远抛开对手。”

他说, 2011 年, 日出茶太也成了我国成长最快的中小型企业之一, 1 年内开设了 40 家分店。

特许经营只想成果

“时至今日, 当初疯狂涌入的台湾茶饮品牌在市场的激烈竞争下所剩无几。”

他表示, 日出茶太是由总公司直接经营及拥有, 因为他对特许经营不太有信心。

他说, 许多品牌都是特许经营, 而他们进入市场的原因只是想要有成果 (result driven) 而不是出于热忱。

“在过去三四年间, 许多品牌的都被加盟商‘扼杀’, 因为他们不重视服务及质量。”

他认为, 这些品牌的消失对于市场而言是一种损失, 因为每家品牌都有其特有的产品, 理应在市场占有一席之地, 却被没有热忱的加盟商扼杀了。

24 岁创业盼有人可以超越

不到 30 岁的他，在 4 年半前成功把日出茶太引入我国市场引起巨大反响，一跃成为受瞩目的年轻企业家，但他不希望任何人跟随他的脚步，而是希望他们可以超越他甚至任何人。

“4 年半以前，对大马人而言，创业仍算一个繁重的议程。当年我创业时，鲜少看见有人在 24 岁时就可以创业，但今天已很普遍。”

创业失败因没发自内心

另一方面，他却认为，当国家及社会开始持续推广创业精神时，存在一种危险的现象，因为学生可能会错误诠释创业精神。

“学生可能会认为当企业家是很酷的，创业是

一种生活方式，那是大错特错。

“对我而言，当企业家是真正的使命（true calling）是当你决定创业的背后意义。你会发现，有 10 个年轻人出来创业，9 个皆失败，那是因为他们的创业并非发自内心，他们是因为环境不断催化创业精神而事他们也加入创业行列。”

他鼓励学生不要一味想要经营生意，应该先探讨内心的真正感到热忱的东西是什么，又是什么原因促使你从事这门生意。

“很多人想要效仿某人，如我、拿督李宗伟、拿督妮科戴维，一心想成为他们一样的人，那是错误的，因为这必须来自发自内心的真正热忱。不要以我为例子，而是应该以过程为例。”