

# ISSUE 15

## 马来西亚家具总会简报 NEWSLETTER

ISSUE 15, MARCH 2022

### Events / Activity Photos 活动报告



砂劳越木材行业发展局（STIDC）与砂劳越家具公会（SFIA）于2022年3月16日至19日拜访马来西亚半岛。拜访团由STIDC总经理 Yang Berbahagia Datu Haji Hashim Bojet 和 SFIA会长张国诗带领。

砂劳越在其州政府的支持下配合SFIA建立砂劳越家具城。

在拜访期间，他们不仅参观了马来西亚家具总会、麻坡家具同业商会和隆雪家具公会，还参观了麻坡家具城和雪州国际家具城等著名的家具生产基地。

这次的拜访为所有参与人员提供了交流和商讨的机会，同时标志着马来西亚半岛和砂劳越之间良好的合作关系开端。

The Sarawak Timber Industry Development Corporation (STIDC) and Sarawak Furniture Industry Association (SFIA) organised a visit to Peninsula Malaysia from March 16-19, 2022 led by General Manager of STIDC, Yang Berbahagia Datu Haji Hashim Haji Bojet and President of SFIA, Leo Chiang.

Sarawak with its humble background is seeking to establish their own furniture parks via the SFIA with strong support from its state government.

During their visit, the entourage has visited the Malaysian Furniture Council, Muar Furniture Association and Kuala Lumpur & Selangor Furniture Association along several prominent furniture manufacturing clusters such as the Muar Furniture Park and the Selangor International Furniture City without forsaking individual factory visits.

This invaluable visit will provide guidance and experience for the entourage as well as mark a new beginning of a great working relationship between Peninsula Malaysia and Sarawak.







## 第49届中国（广州）国际家具博览会延期举办 49th CIFF Guangzhou was postponed

2021 年中国的国内生产总值（GDP）增长 8.1%，超过 110 万亿元人民币，显示了中国在全球疫情肆虐下，仍然拥有的抗疫韧性和经济潜力。

第49届中国（广州）国际家具博览会（CIFF）原定于2022年3月18日至21日举办民用家具展和在2022年3月28日至31日举办的设备配料展。该博览会在广州举办，总面积为700,000平方米，预计将有4,000多家公司和350,000名参观者。

本届博览会以“设计引领、内外循环、全链协同”为新定位，旨在汇聚结构性改革，实现中国市场与国际市场的对接。

根据广州市会展业改革发展工作联席会议办公室《关于暂停近期展览活动的紧急通知》，3月11日起暂停广州市内所有展览活动，原计划于2022年3月18 - 21日、28 - 31日举办的第49届中国（广州）国际家具博览会和2022中国广州国际家具生产设备及配料展览会延期举办，展会具体时间将视情另行通知。

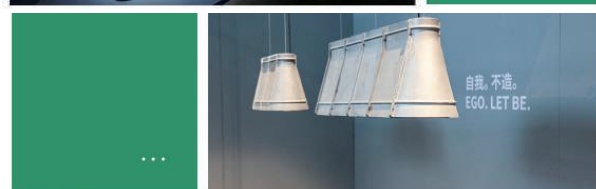
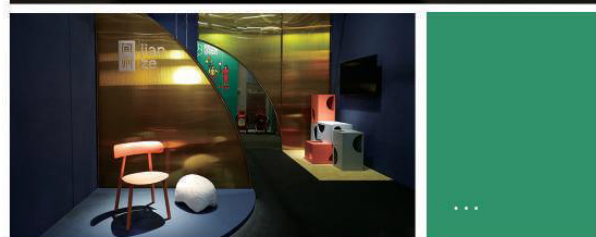
In 2021, China's GDP increased by 8.1% exceeding 110 trillion CNY which showcase its resilience and economic potential of the Middle Kingdom while pandemic ravages the entire globe.

With this the 49th China International Furniture Fair (CIFF) is supposed to take place from March 18 - 21, 2022 (covering home furniture, leisure furniture etc) and March 28 - 31, 2022 (covering office furniture, commercial furniture, furniture machinery and raw materials etc) in Guangzhou has a total exhibition area of 700,000 m<sup>2</sup> with more than 4,000 companies and 350,000 visitors expected.

The fair is based on the new "Design Trend, Global Trade, Full Supply Chain, All in CIFF" aiming to bring together structural reform and bring synergy between the Chinese national and international markets.

Following the announcement by Guangzhou government that all exhibition events should be suspended from March 11, the organizers have postponed the 49th China International Furniture Fair (CIFF Guangzhou) and China International Furniture Machinery & Furniture Raw Materials Fair 2022 (CIFM).

The fairs were originally scheduled for March 18 - 21 and March 28 - 31 in Guangzhou. New dates will be announced at a later time.



## 韩国在疫情期间 · 对沙发的认可和需求逐步上升

### *Prolonged pandemic brings to rising demand of sofas in South Korea*



随着奥密克戎变种病毒导致疫情持续肆虐全球，许多国家的人民包括韩国在内，都选择继续居家生活和工作。根据韩国文化体育观光部公布的《国民休闲活动调查》，与家人和朋友面对面的休闲活动总比例有所下降。

然而不需会面的活动如看电视、上网、浏览社交媒体和独立媒体制作等，呈上升趋势。居家趋势让室内家具，尤其是对沙发的需求有所增加。

韩国主要的家具企业，如Shinsagae Casa, Hanssem和Fursys Group等，接而展开了激烈的市场营销活动，让其销售量均得增长。



马来西亚对外贸易发展局（MATRADE）指出，由马来西亚公司制造出口的躺椅和单人沙发，则是最受韩国人欢迎的产品。因此大力鼓吹马来西亚业者探索和研究这方面的市场潜能。

The Omicron variant has prolonged the Covid-19 pandemic across the globe. This caused many to continue living and working from home including South Korea. According to its National Leisure Activity Survey by the Ministry of Culture, Sports and Tourism, the overall proportion of leisure activities involving face to face with family and friends decreased.

Whilst non-face to face activities saw an upward trend such as watching TV, surfing the Internet, engaging in social media and one-person media production. The constant staying at home trend has seen interior furniture especially sofas experienced a rise in demand.

With that, the South Korean furniture industry has been engaging an intensive marketing competition with major players such as Shinsagae Casa, Hanssem and Fursys Group recording growth in their sales volume.

As for Malaysian companies, Matrade has noted that recliners and one-person sofas are the top products in demand and it is up to our players to explore this niche segment.



*Source: Matrade Online News Issue 3/2022*



## 经过2年的经济放缓 · 2022年预见增长曙光

*Many economies projected to grow in 2022 following slow 2020 and 2021*

随着各国边境开始重新开放，全球经济也在经历两年的动荡低迷后，逐渐复苏、重见曙光。首先处于南亚地区的印度，是迄今为止因疫情累积死亡人数最多的国家；其国家生产增长在2021年12月低至10个月以来的最低点，工业生产指数（IIP）仅增长了0.4%，而同年的11月则还有1.3%的增长。

尽管身为南亚巨人的印度在2022-2023年的增长率为7.8%，低于政府之前预期的8% - 8.5%；但印度储备银行的预测则指出，其在2022 - 2023年第一季度的国内生产总值增长可达到17.2%。其次是第二季度的7.0%、第三季度的4.3%，和最后第四季度的4.5% 增长率。

近期俄罗斯与乌克兰因发生冲突而受到制裁，与俄罗斯关系密切的斯里兰卡势必会受到一些影响。身为印度最大区域竞争对手的巴基斯坦，因获得惠誉国际评级公司将其信用评级维持在 B-水平；尽管其消费者价格指数（CPI）在2022年1月达到两年新高通胀率13%，但2022年的经济增长预测为4.5%。

而中亚地区的乌兹别克斯坦是该地区人口最多的国家。这国家的经济正在复苏，预计2022年的国内生产总值增长为5.9%，明年为5.6%。其复苏的部分原因迅速发展的建筑业。通过提高城市地区的住房密度，住宅项目预计将达到7,160万平方米，仅塔什干市就达到48万平方米。此外，其工业和服务业在2022年分别实现了8.7% 和9.2%的惊人增长，成为推动经济复苏的主要动力。

After a turbulent two years, the world has some sense of optimism for 2022 as borders start to reopen and economies beginning to pick up pace from a sluggish 2020 and 2021. The first region we would like to touch is South Asia, India in particular. As being one of the countries suffering the highest casualties to Covid-19, India has only managed to perform marginally where its production growth slowed to a 10-month low in December 2021 while only registering a paltry 0.4% growth of the Index of Industrial Production (IIP) compared to the 1.3% registered in November 2021.

Despite the new projected growth rate of the South Asian giant of 7.8% (2022 - 2023) is lower than the government's previous 8% - 8.5, the prediction by the Reserve Bank of India stated that in Q1 2022-2023, the GDP growth will be at 17.2% followed by 7.0% (Q2), 4.3% (Q3) and finally 4.5% in Q4.

Sri Lanka with its close ties to Russia is bound to suffer some effects of the ongoing sanctions on Russia due to its conflict in Ukraine. Whereas India's great regional rival Pakistan has seen Fitch Ratings affirming its long-term rating at B- with an economic growth at 4.5% for 2022 despite seeing it reach a two-year high inflation of 13% in January 2022 in its Consumer Price Index (CPI).

Moving on to the region of Central Asia, Uzbekistan, the most populous nation in the region has witness its economy recovering with a projected GDP growth of 5.9% in 2022 and subsequently 5.6% the next year. Part of the reason with its recovery is the rapid construction development where residential projects are expected to reach 71.6 million sqm through raising housing density in urban areas with Tashkent City alone is set to deliver 480,000 sqm. Furthermore, its industrial and service sector registered equally impressive growth at 8.7% and 9.2% respectively in 2021 as its main driving force behind the economic revival.



随着私有化政策允许外国资本流入乌兹别克斯坦国内市场，预计乌国政府的其他经济改革也将带来更友好的商业环境，在就业机会和收入增加方面使当地居民受益。

中东地区的情况也良好，如阿拉伯联合酋长国在2022年的预计经济增长为2.6%，非石油经济增长为3.4%。该国也举办了许多活动，例如正在如火如荼进行的2020年迪拜世博会；为当地酒店、食品和饮料、房地产、批发和零售、运输、制造和金融服务业等带来了更高的正面收益。

Additional economic reforms from the government is also expected to see a more business friendly environment take place as privatization policies allow foreign capital to flow into the domestic markets, benefitting the local population in terms of job opportunities and rising income.

Things are also looking decent for the Middle East as countries like the United Arab Emirates has been expected to grow 2.6% in 2022 with its non-oil economy expanding 3.4%. This is supported with the number of events taking place in the region such as the ongoing Dubai EXPO 2020 where it played a part in supporting growth of the local hospitality, food and beverages, real estate, wholesale and retail, transport, manufacturing and financial services sectors.





整体而言，阿联酋的非石油对外贸易总额仅在2021年就达到近5.1929亿美元，比2020年增长27%，比2019年增长11%。

这为马来西亚木材业提供了机会。据马来西亚统计局（DOSM）报告显示，与2020年同期相比，2021年1月至2021年11月出口至阿联酋的锯才增长了34.4%，达到马币1.4677亿令吉。马来西亚统计局也指出，虽然从2021年1月至2021年11月，马来西亚出口至阿联酋的胶合板总额与2020年同期相比下降了34.2%，为马币1,086万令吉，但在建筑领域使用胶合板的机会仍保持积极态度。

同样引人注目的是卡塔尔。按人均国内生产总值计算，卡塔尔可说是世界上最富有的国家之一。其石油占国内生产总值的50%以上，占政府收入的70%。与去年相比，石油为该国的出口增长贡献了107.8%，达到97.8亿美元。

将于今年11月在卡塔尔举办的2022年世界杯也带动了房地产业的增长。许多环境、社会和治理（ESG）项目，如多哈地铁、卢塞尔市、姆谢雷布市中心等，仍是该国努力展示其减少温室气体和碳排放的承诺与决心。目前，根据卡塔尔司法部属下房地产部门披露，卡塔尔的房地产市场有望在2022年达到稳定的定价指数。许多人正改善他们的住宿，以公寓为主的住宅市场也持续增加。

世界主要石油生产国沙地阿拉伯2021年的国内生产总值与2020年相比，增长了3.30%。这一增长可归功于不断增加的非石油活动、政府服务活动和石油活动。其工业生产指数（IPI）在2021年12月达到了11.20%的增长率。

据报导，沙地阿拉伯的新冠病毒感染率逐渐下降，该国大约87.10%的人口已完成疫苗接种。因此在国家经济复苏的道路上带来的冲击已减缓，前景良好。

Overall, the total value of the UAE's non-oil foreign trade in 2021 alone amounted to nearly US\$ 519.29 million, a 27% growth compared to 2020 and 11% compared to 2019's figure.

This provides an opportunity to the Malaysian timber industry as the Department of Statistics Malaysia (DOSM), reported that sawntimber export to the UAE from January 2021 to November 2021 has increased by 34.4% to RM 146.77 million compared to the same period in 2020. As for plywood, DOSM notes while the total export from Malaysia to the UAE from January 2021 to November 2021 has registered a decline of 34.2% towards RM 10.86 million compared to the same period in 2020, opportunity for the usage of plywood in the construction sector remains positive.

Equally noticeable is the UAE's rich cousin, Qatar. It is considered as one of the wealthiest countries in the world in terms of GDP per capita. Oil which made up more than 50% of its GDP and 70% of the government's revenue has seen it contributing to the nation's soaring export by 107.8% to US\$ 9.78 billion compared to the previous year.

Another aspect driving its growth is the real estate sector attributing to the FIFA World Cup 2022 to be held in November later this year. Many environmental, social and governance (ESG) projects such as the Doha Metro, Lusail City, Msheireb Downtown remains key in the nation's effort to showcase its commitment in reducing green gas and carbon emission. At present, Qatar's real estate market is expected to reach stable pricing index in 2022 according to its Ministry of Justice's Real Estate. Many are upgrading their accommodations while the supply of property continues to increase in the market with the majority of them apartment units.

Saudi Arabia, the world's major oil producer has witnessed its GDP grew 3.30% in 2021 compared to the contraction in 2020. The increase can be attributed to the growth of non-oil activities, government services activities and oil activities while its Industrial Production Index (IPI) achieved a 11.20% growth rate in December 2021.

As Covid-19 infections are reportedly decreasing in Saudi Arabia accompanied with an estimated 87.10% of the country's population being fully vaccinated, it is hopeful that the path of recovery will continue will less hassle.



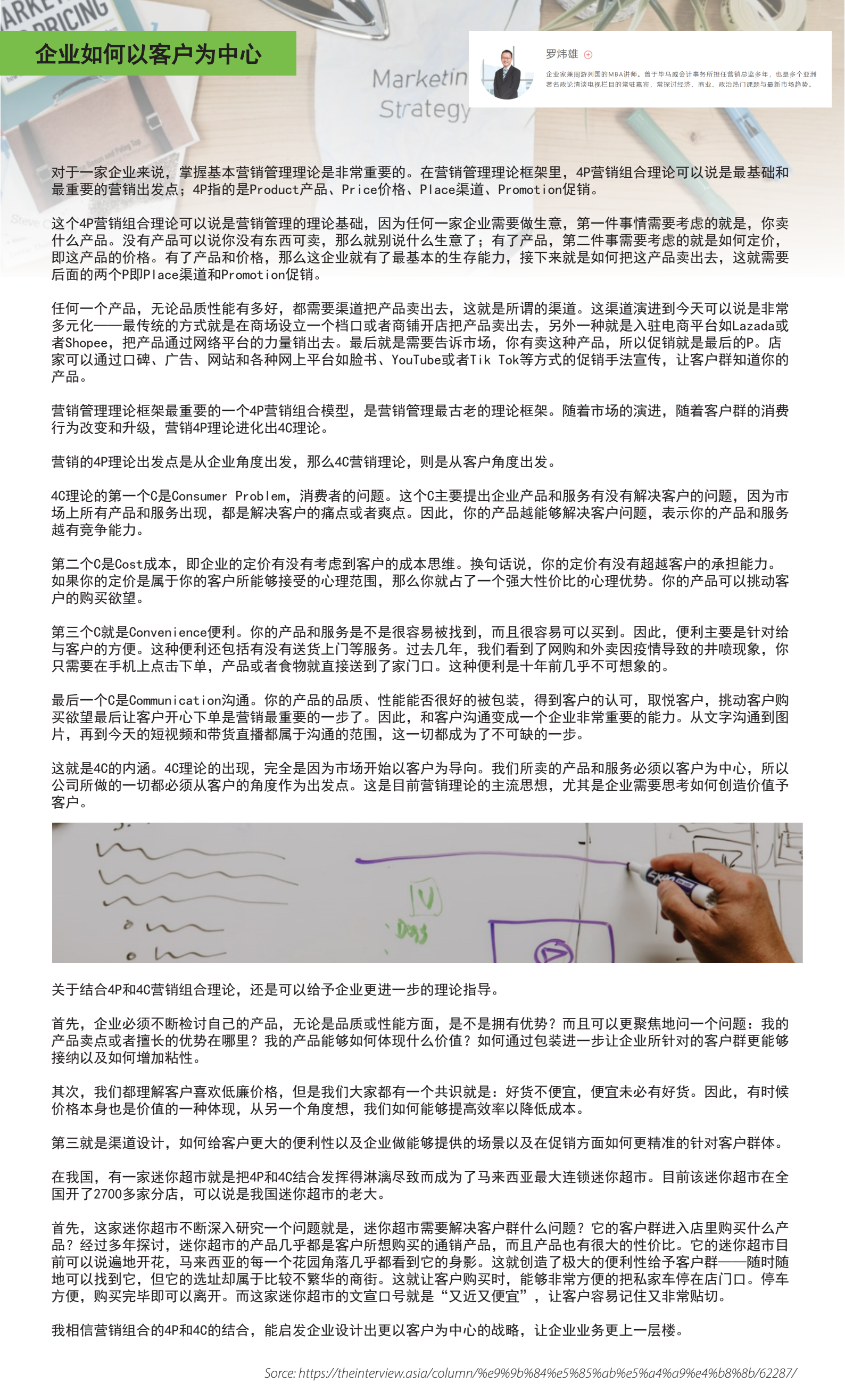
**Fitch affirms Pakistan's stable outlook**

The Fitch Ratings affirmed Pakistan's long-term foreign-currency issuer default rating (IDR) at 'B-' with a stable outlook saying the government's good economic policy actions helped resisting the shocks of corona virus pandemic.


FitchRatings

EMERGING PAKISTAN





# 企业如何以客户为中心



罗炜雄

企业家兼周游列国的MBA讲师。曾于毕马威会计事务所担任营销总监多年，也是多个亚洲著名政论清谈电视栏目的常驻嘉宾，常探讨经济、商业、政治热门课题与最新市场趋势。

对于一家企业来说，掌握基本营销管理理论是非常重要的。在营销管理理论框架里，4P营销组合理论可以说是最基础和最重要的营销出发点；4P指的是Product产品、Price价格、Place渠道、Promotion促销。

这个4P营销组合理论可以说是营销管理的理论基础，因为任何一家企业需要做生意，第一件事情需要考虑的就是，你卖什么产品。没有产品可以说你没有东西可卖，那么就别说什么生意了；有了产品，第二件事需要考虑的就是如何定价，即这产品的价格。有了产品价格，那么这企业就有了最基本的生存能力，接下来就是如何把这产品卖出去，这就需要后面的两个P即Place渠道和Promotion促销。

任何一个产品，无论品质性能有多好，都需要渠道把产品卖出去，这就是所谓的渠道。这渠道演进到今天可以说是非常多元化——最传统的方式就是在商场设立一个档口或者商铺开店把产品卖出去，另外一种就是入驻电商平台如Lazada或者Shopee，把产品通过网络平台的力量销出去。最后就是需要告诉市场，你有卖这种产品，所以促销就是最后的P。店家可以通过口碑、广告、网站和各种网上平台如脸书、YouTube或者Tik Tok等方式的促销手法宣传，让客户群知道你的产品。

营销管理理论框架最重要的一个4P营销组合模型，是营销管理最古老的理论框架。随着市场的演进，随着客户群的消费行为改变和升级，营销4P理论进化出4C理论。

营销的4P理论出发点是是企业角度出发，那么4C营销理论，则是从客户角度出发。

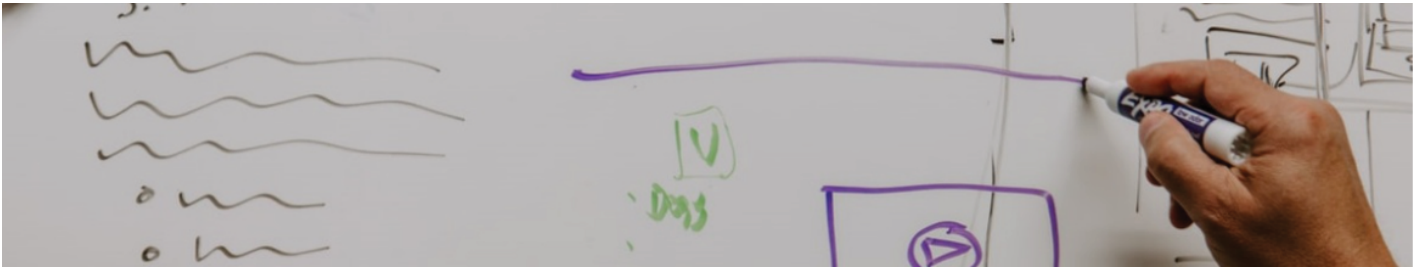
4C理论的第一个C是Consumer Problem，消费者的问题。这个C主要提出企业产品和服务有没有解决客户的问题，因为市场上所有产品和服务出现，都是解决客户的痛点或者爽点。因此，你的产品越能够解决客户问题，表示你的产品和服务越有竞争能力。

第二个C是Cost成本，即企业的定价有没有考虑到客户的成本思维。换句话说，你的定价有没有超越客户的承担能力。如果你的定价是属于你的客户所能够接受的心理范围，那么你就占了一个强大性价比的心理优势。你的产品可以挑动客户的购买欲望。

第三个C就是Convenience便利。你的产品和服务是不是很容易被找到，而且很容易可以买到。因此，便利主要是针对给与客户的方便。这种便利还包括有没有送货上门等服务。过去几年，我们看到了网购和外卖因疫情导致的井喷现象，你只需要在手机上点击下单，产品或者食物就直接送到了家门口。这种便利是十年前几乎不可想象的。

最后一个C是Communication沟通。你的产品的品质、性能能否很好的被包装，得到客户的认可，取悦客户，挑动客户购买欲望最后让客户开心下单是营销最重要的一步了。因此，和客户沟通变成一个企业非常重要的能力。从文字沟通到图片，再到今天的短视频和带货直播都属于沟通的范围，这一切都成为了不可缺的一步。

这就是4C的内涵。4C理论的出现，完全是因为市场开始以客户为导向。我们所卖的产品和服务必须以客户为中心，所以公司所做的一切都必须从客户的角度作为出发点。这是目前营销理论的主流思想，尤其是企业需要思考如何创造价值予客户。



关于结合4P和4C营销组合理论，还是可以给予企业更进一步的理论指导。

首先，企业必须不断检讨自己的产品，无论是品质或性能方面，是不是拥有优势？而且可以更聚焦地问一个问题：我的产品卖点或者擅长的优势在哪里？我的产品能够如何体现什么价值？如何通过包装进一步让企业所针对的客户群更能够接纳以及如何增加粘性。

其次，我们都理解客户喜欢低廉价格，但是我们大家都有一个共识就是：好货不便宜，便宜未必有好货。因此，有时候价格本身也是价值的一种体现，从另一个角度想，我们如何能够提高效率以降低成本。

第三就是渠道设计，如何给客户更大的便利性以及企业做能够提供的场景以及在促销方面如何更精准的针对客户群体。

在我国，有一家迷你超市就是把4P和4C结合发挥得淋漓尽致而成为了马来西亚最大连锁迷你超市。目前该迷你超市在全国开了2700多家分店，可以说是我国迷你超市的老大。

首先，这家迷你超市不断深入研究一个问题就是，迷你超市需要解决客户群什么问题？它的客户群进入店里购买什么产品？经过多年探讨，迷你超市的产品几乎都是客户所想购买的畅销产品，而且产品也有很大的性价比。它的迷你超市目前可以说遍地开花，马来西亚的每一个花园角落几乎都看到它的身影。这就创造了极大的便利性给予客户群——随时随地可以找到它，但它的选址却属于比较不繁华的商街。这就让客户购买时，能够非常方便的把私家车停在店门口。停车方便，购买完毕即可以离开。而这家迷你超市的文宣口号就是“又近又便宜”，让客户容易记住又非常贴切。

我相信营销组合的4P和4C的结合，能启发企业设计出更以客户为中心的战略，让企业业务更上一层楼。





我国的中小型企业对国家的经济贡献显著。在2020年，中小企业的产值占国内生产总值的38%，为接近三二二国民提供就业机会。作为国家经济重要的一环，政府扶持中小企业，为他们提供很多税务奖掖与优惠。

#### 17%公司税率

中小型公司（SME companies）在首60万令吉的可征税收入（Chargeable income）中享有17%优惠公司税，针对其余的可征税收入则按照原有的24%公司税率计算。

值得注意的是，在税法下的中小型公司定义与一般中小企业发展机构以销售额或员工为准的定义不同。在税法下，中小型公司须符合以下条件：

- 1、大马税务居民公司；
- 2、在估税年开始时，普通股缴足资本不超过250万令吉；
- 3、其生意来源的毛收入（gross income from business source）不超过5000万令吉；
- 4、（i）同时该公司也不能被另外一家缴足资本超过250万令吉的公司所控制或；  
（ii）该公司不能控制另外一家缴足资本超过250万令吉的公司或；  
（iii）该公司与另一家缴足资本超过250万令吉的公司不能受到另外一家公司控制。

虽然如此，受限于1967年所得税法令第60F条款，不在大马股票交易所上市的投资控股公司（Investment Holding Company），不再是中小型公司，因为它没有来自生意来源的毛收入！因此，该投资控股公司首60万令吉可征税收入不再享有优惠税率17%。

#### 受鼓励的活动与产品

从事“受鼓励的活动”（Promoted activities）或生产“受鼓励的产品”（Promoted products）的中小型公司，可以享有新兴工业地位（Pioneer status）或投资税务优惠（Investment tax allowance）。前提是，在进行运作生产前，必须向大马投资发展局（Malaysian Investment Development Authority, MIDA）提出申请。再投资优惠（Reinvestment allowance）则适用任何中小型公司，无须事先申请。关于新兴工业地位，投资税务优惠和再投资优惠，可参阅前期文章。

受鼓励的活动与产品的列表，一共有4个组别如下。详细见

<https://www.mida.gov.my/setting-up-content/promoted-activities/>。

- A. 受鼓励的活动和产品
- B. 高科技公司的受鼓励的活动和产品
- C. 指定行业的受鼓励的活动和产品
- D. 再投资奖掖的受鼓励的活动和产品

#### 小公司享有更多

由于我国超过80%企业为小型企业，为了进一步扶持这些企业，政府特别设定“小型公司”（Small scale companies）类别。除了以上受鼓励的活动和产品，小型公司额外的特定受鼓励的活动和产品也可享有新兴工业地位或投资税务优惠。详细见<https://www.mida.gov.my/setting-up-content/promotedactivities/>。同样从事这些受鼓励的活动或产品的非小型公司，则不能享有同样待遇。小型公司必须符合以下条件：

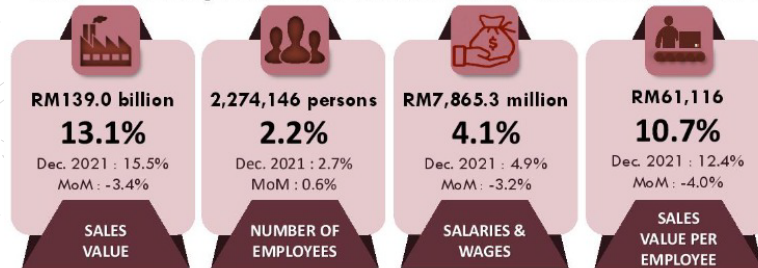
1. 在1965年公司法令下成立；
2. 股东资金（Shareholders' funds）不超过250万令吉，并且拥有以下的大马人股权结构：
  - i. 股东资金不超过50万令吉，而大马人股份持有比例不少于60%的公司。
  - ii. 股东资金超过50万令吉，但不超过250万令吉，而其中大马人股份持有比例为100%的公司。

#### 独资或合伙企业也受益

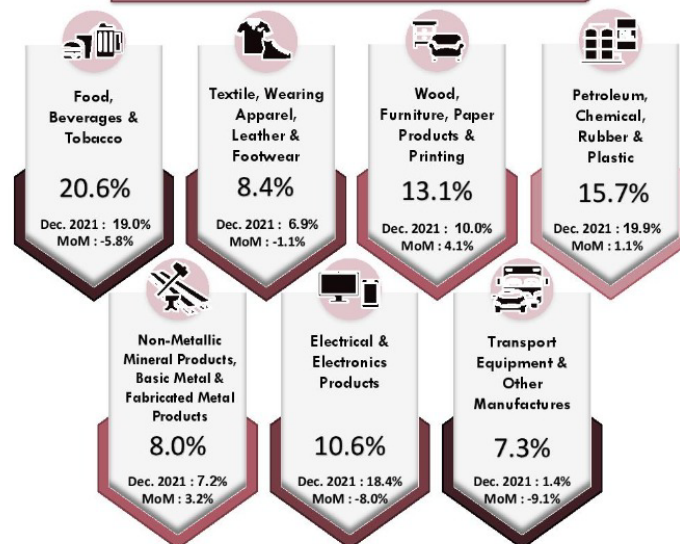
现有的独资企业（Sole proprietorship）或合伙企业（Partnership）也具资格申请上述税务奖掖与优惠。条件是它们必须成立一家新的私人有限或有限公司（Private limited company or Limited company）来接管现有的生产或活动，然后再以小型公司或中小型公司的资格申请税务奖掖与优惠。

Source:

## Malaysia's Manufacturing sales value expanded by 13.1 per cent in January 2022 with the total value of RM139.0 billion



### SALES VALUE BY SUBSECTOR



Note : Percentage growth refers to Year-on-Year (YoY) and Month-on-Month (MoM) changes

Source : Monthly Manufacturing Statistics, Malaysia  
January 2022  
Department of Statistics Malaysia

## PERFORMANCE OF WHOLESALE & RETAIL TRADE, JANUARY 2022

