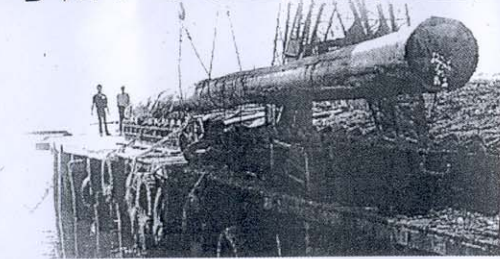


去年营业额1.6亿

新茂控股业绩标青



■新茂控股已经是与2家沙巴树桐供应商有着为期10年的不可撤回的合约，并享有最优先的权利购买树桐，从而减低面对树桐供应短缺的风险。

报道 张昌耀

尽管有许多本地的企业机构在1997年的东南亚金融危机时，遭遇业务上的重大挫折，甚至面临倒闭的命运；然而，已经在2004年3月19日上市的新茂控股（CYMAO 5082，主板工业产品股）有限公司，不但在当年没有面对任何财务上的困境，反而凭着全方面的市场策略逐年取得业绩的增幅，更刷新了在2003年全年财年取得1亿6千515万2千零吉的营业额。

新茂控股有限公司执行董事林凯宣，在接受《南洋商报》访问时表示，新茂控股目前并没有债务在身。在截至2003年8月31日止的3个月，新茂控股的营业额是1亿零850万2千吉，税后盈利则是1千零83万1千零吉。

“不过，在2003年的全年财年，新茂控股的营业额是1亿6千515万2千零吉，比2002年财年的1亿3千961万3千零吉数据，增加18%。在税后盈利方面，2003年的税后盈利会达到1千648万零吉，较前年的1千437万零吉数据，增长大约15%。”

营业额4年猛涨174%
“在1997/1998年

■新茂控股的合板产量是已经超过12万立方米，超越了早前工厂机械设计的产能。

林凯宣林凯民携手合作 新茂控股攀高峰

新茂控股另一位执行董事林凯民也表示，新茂控股是投资控股有限公司，旗下的独资公司是新茂合板私人有限公司（CYMAO Plywood Sdn Bhd），专注生产与合板产品下游工业的行銷。

新茂合板是由其父亲林财泰，既是该公司的董事兼经理一手成立，并在他的努力与以真经营下，合板业务蒸蒸日上，从而奠定日后的强盛基础。

新茂合板在林凯宣与林凯民兄弟的内外配合下，业务更上一层楼。

筹集2250万资金
已在3月19日上市的新茂控股将从该项公开发售新股计划中筹集2千250万零吉的资金，这些资金将会用来作资本开用用途、收购地段、兴建新工厂与厂房、营运资本，及上市计划开销。

在这2千500万零吉的资金，有410万5千零吉是作为资本开用，1千269万5千零吉是作为营业资本，120万零吉是用来收购地段的，250万零吉是作建新厂与厂房，而剩余的200万零吉则供上市计划开销。

与沙巴供应商签约
当受问及新茂控股是否会担心面对树桐供应出现短缺的问题，林凯民表示，尽管新茂控股本身没有拥有任何树桐砍伐特许合约；但是，该公司已经是与2家沙巴树桐供应商有着为期10年的不可撤回的合约，该公司将享有最优先的权利购买树桐，从而减低面对树桐供应短缺的风险。

“这2家树桐供应商所供应的树桐将达到合板产量的50%份额。目前，已经同意获得的累积树桐、单片与合板数量，是已经超过目前所需。”

在2002年，沙巴的树桐总供应量是达到440万立方米，较2001年的供应量增加69.2%。

除了与本地2家树桐供应商有合约之外，新茂控股也与海外树桐供应商签约；例如，北美洲、欧洲、南非、俄罗斯等。

本消费者对合板的需求有所增加。毕竟，随着这些国家的经济开始进入复苏的阶段，许多室内装修工程也跟着活跃起来。”

“当1997/1998年发生东南亚金融危机时，合板的价格就开始面对逐渐下滑的情况，当时整个合板市场陷入低迷趋势，这导致合板价格节节败退，并在2002年跌至每立方米250美元（955零吉）的谷底水平。”

印尼中国大抛售

他解释说，合板价格之所以会下滑并不是因为合板市场出现供过于求的问题，而主要的原因是当时有许多印尼的合板生产面对财务问题；因此，为了尽快脱离困境，这些印尼合板生产商惟有透过大量生产的途径，并进行倾销活动，以低价求售。此举却无形中造成合板市场的供应需求一时失去平衡点。

此外，中国政府帮助当地的合板生产商增加出口量，赚取更多的外汇，以提高该国的国际储备金数量。为了达到赚取外汇的目标，中国政府就为出口商提供奖赏与津贴，这包括合板生产商；不过，自2004年1月1日起，中国政府减少了对木材工业领域的津贴。

根据2003年7月份马来西亚木材理事会的统计显示，印尼是全球最大的硬木合板生产商。在2002年，印尼的合板产量是630万立方



新茂控股产品多样化

合板80%供外销

林凯宣说，经过多年的研究开发，新茂控股的合板系列产品已经是超过30种。合板系列产品的多样化将以为顾客提供更多合板产品选择机会，从而增加利润性的购买。

“再说，若是与依赖单一合板产品相比，多样化合板产品面对的销售风险无疑将会更低。另外，新茂控股的合板产品市场也会随着多样化的产品系列而扩大。”

新茂控股是设在沙巴的山打根，主要是从事生产一系列的合板产品；例如，单片（Veneer）、传统合板（decorative plywood）、特殊合板（specialty plywood）。

“新茂控股生产的传统合板是供一般用途；不过，在贴面合板方面，这个程序牵涉到0.1毫米至0.9毫米厚度的贴面片，为了达到贴面合板美

观与更实用，新茂控股从美国、俄罗斯、加拿大、非洲、中国、日本、德国、法国、瑞士与马来西亚的多样木材品种特别挑选出来；例如，红桉木（red oak）、桦木（birch）、桉木（ash）、枫木（maple）、樱桃木（cherry）等，更在过以品质的标准排列出来。”

“此外，特殊合板都会具有防水、抗湿、可弯曲等特性。换句话说，新茂控股的特殊合板都是依据顾客的规格而制定；因此，该集团可以在售价与利润方面取得更高的利益。”

大马市场份额2.3%

“在2002年，新茂控股生产11万8千220立方米的合板；不过，在去年，该公司的合板产量是已经超过12万立方米，超越了早前工厂机械设计的产能。新茂控股生产的合板，有80%是出口到外国，剩余的20%则是在本地内

销”。在2002年，马来西亚的合板供应量是510万立方米，因此，新茂控股的市场份额是2.3%。

“新茂控股对出口的合板存数量表示乐观，今年的合板出口量将可以比去年增长10%。”

他说，新茂控股对本身以合板为基础的下游业务深表信心，因为该集团拥有一个与众不同的市场行销策略。毕竟，是要在这合板工业脱颖而出，新茂控股不得不慎重进行全方位商业性的考虑。

“与其它一般的合板生产商不一样，新茂控股销售的不仅是产品那么简单，而是高质服务的附加值价值产品配套。”

这无庸置疑的列明顾客永远是第一，任何产品或服务若是能够从顾客的角度去做，没有不会成功的。顾客要求的是方便，厂商若是在供应产品方面迎合顾客的口味，处处为顾客着想，维系与顾



兄弟同心 打造新茂控股

尽管全球合板业务面对的竞争越来越强；然而，新茂控股的合板产品在海外市场却深受欢迎，顾客更在采购后留步不走，从而助长该公司合板业务逐年增加，到底林凯宣与林凯民两兄弟采取的是什么市场策略呢？

据一份南非木材建筑协会的报告，全球的合板需求将会在今年达到6千600万立方米。新茂控股的合板产品之所以会在海外市场受到欢迎，而海外顾客则在采购后更会留步不走，到底其中的秘诀是什么呢？

他说，新茂控股不只是合板，而是在为量顾客订购合板所需规格之后，为后者提供建设性意见，并在经过顾客同意之后进行加工程序，这减轻海外顾客的等待时间，而新茂控股在待客完成加工程序之后，便会依据顾客的指示，将产品直接寄送到顾客的零售商，从而进一步为顾客减少内陆运输的费用。

当然，新茂控股并不会白白免费提供该项一站式的全面服务，那些接受类似产品服务的顾客必须支付较高的价钱。重要的是，顾客们那在意外出较高的合板产品价格；毕竟，对海外顾客来说，那绝对是省时又省钱。”

“因此，为了确保供应给海外顾客的合板产品拥有高品质及符合顾客的产品规格要求，新茂控股已经在最后的生产线上制定有效的检查站，避免供应不对的情况出现。”

他接着说，新茂控股不时都在寻找新途径，引进新工艺科技，为生产带来改良，以求更好的合板产品品质。该集团也设有研究开发部门，主要是注重在研新制产品，对现有的产品进行更完美的修改工作与处理木材废料的再循环研究。

“此外，新茂控股也与中国北京大学、美国西南德州大学、美国杜邦化学，及马来西亚森林研究院，进行合作。”

新茂控股是已经被马来西亚木材工业局（Malaysian Timber Industry Board）鉴定为一家木材产品供应商，因为该集团取得的树桐全都是来自符合马来西亚国家政策的林管理森林。

“新茂控股的合板产品，有大约80%是出口到国外；例如，美国、中东、墨西哥、韩国、台湾、新加坡、台湾、泰国、日本与孟加拉国，而美国就已经占了62%、中东占5.5%、墨西哥占3.7%、韩国占3.5%，而台湾则占0.9%。”

“与其它一般的合板生产商不一样，新茂控股销售的不仅是产品那么简单，而是高质服务的附加值价值产品配套。”

这无庸置疑的列明顾客永远是第一，任何产品或服务若是能够从顾客的角度去做，没有不会成功的。顾客要求的是方便，厂商若是在供应产品方面迎合顾客的口味，处处为顾客着想，维系与顾

客之间的良好关系，就不会害怕顾客轻易的离去。

合板的主要消费市场是来自海外，而本地的合板消费市场是非常小。“新茂控股的合板产品有大约80%是出口到国外；例如，美国、中东、墨西哥、韩国、台湾、新加坡、台湾、泰国、日本与孟加拉国，而美国就已经占了62%、中东占5.5%、墨西哥占3.7%、韩国占3.5%，而台湾则占0.9%。”

“与其它一般的合板生产商不一样，新茂控股销售的不仅是产品那么简单，而是高质服务的附加值价值产品配套。”

这无庸置疑的列明顾客永远是第一，任何产品或服务若是能够从顾客的角度去做，没有不会成功的。顾客要求的是方便，厂商若是在供应产品方面迎合顾客的口味，处处为顾客着想，维系与顾

客之间的良好关系，就不会害怕顾客轻易的离去。

合板的主要消费市场是来自海外，而本地的合板消费市场是非常小。“新茂控股的合板产品有大约80%是出口到国外；例如，美国、中东、墨西哥、韩国、台湾、新加坡、台湾、泰国、日本与孟加拉国，而美国就已经占了62%、中东占5.5%、墨西哥占3.7%、韩国占3.5%，而台湾则占0.9%。”

“与其它一般的合板生产商不一样，新茂控股销售的不仅是产品那么简单，而是高质服务的附加值价值产品配套。”

这无庸置疑的列明顾客永远是第一，任何产品或服务若是能够从顾客的角度去做，没有不会成功的。顾客要求的是方便，厂商若是在供应产品方面迎合顾客的口味，处处为顾客着想，维系与顾

客之间的良好关系，就不会害怕顾客轻易的离去。

代客送货省时省钱
卖产品也卖服务

一份南非木材建筑协会的报告，全球的合板需求将会在今年达到6千600万立方米。新茂控股的合板产品之所以会在海外市场受到欢迎，而海外顾客则在采购后更会留步不走，到底其中的秘诀是什么呢？

他说，新茂控股不只是合板，而是在为量顾客订购合板所需规格之后，为后者提供建设性意见，并在经过顾客同意之后进行加工程序，这减轻海外顾客的等待时间，而新茂控股在待客完成加工程序之后，便会依据顾客的指示，将产品直接寄送到顾客的零售商，从而进一步为顾客减少内陆运输的费用。

当然，新茂控股并不会白白免费提供该项一站式的全面服务，那些接受类似产品服务的顾客必须支付较高的价钱。重要的是，顾客们那在意外出较高的合板产品价格；毕竟，对海外顾客来说，那绝对是省时又省钱。”

“因此，为了确保供应给海外顾客的合板产品拥有高品质及符合顾客的产品规格要求，新茂控股已经在最后的生产线上制定有效的检查站，避免供应不对的情况出现。”

他接着说，新茂控股不时都在寻找新途径，引进新工艺科技，为生产带来改良，以求更好的合板产品品质。该集团也设有研究开发部门，主要是注重在研新制产品，对现有的产品进行更完美的修改工作与处理木材废料的再循环研究。

“此外，新茂控股也与中国北京大学、美国西南德州大学、美国杜邦化学，及马来西亚森林研究院，进行合作。”

新茂控股是已经被马来西亚木材工业局（Malaysian Timber Industry Board）鉴定为一家木材产品供应商，因为该集团取得的树桐全都是来自符合马来西亚国家政策的林管理森林。