

NEW HOONG FATT WORKS HARD FOR BUSINESS EXPANSION IN ASEAN

今年展望乐观·新鸿发全力扩展东盟

企业故事

新鸿发集团（NHFATT,7060,主板消费产品服务组）乐观看待2019财政年表现，将利用自身竞争优势专注于东盟市场，致力提高销量。

公司董事经理陈日新早前在股东大会后受访时指出，他们谨慎乐观看待2019财政年表现将比去年好。

他表示，今年资本支出比过去几年投入是较少，因为他们过去已花费不少在扩展产能，目前平均使用率为70%。

该公司核心业务为汽车替代零件制造（REM），制造超过3300个汽车内部零件。

他指出，今年资本支出将用作增加适合的产品予市场。“现在我们将专注提高销售，而所有资源和产能将投入其中。”

同时，他指出，这不仅是在收入上的提升，还要取得更高的收益。

陈日新指出，东盟是他们的重点市场。

他表示，在2017年东盟人口达6亿5000万人，已注册车辆为2亿2020万辆，东盟市场仍有增长空间。

“马来西亚每年汽车销量在50万至60万之间，而印尼是超过100万辆，虽然只多了一倍，但人口却是我们的近10倍。”

他表示，新鸿发具有竞争优势，比如东盟自由贸易协定，大部分进出口关税被降到0至5%，而他们大部分产品是0%关税。

此外，他指出，物流上也因地域优势可非常快运到，比如从本地运输到泰国只需约5天。

他指出，新鸿发进军印尼五六年，销量每年增长双位数，虽然是因较低基数，但印尼确实是成长市场。

另一方面，他表示，公司出口至超过50个国家，有些国家受全球因素影响需要一些时间缓和，就像土耳其和阿根廷，但他们也将关注其他可增长的市场。

他指出，过去许下在2021年将出口营业额比重增至60%的目标未曾改变。

但根据该公司2018财政年年报显示，其出口收入占总营业额比重从前期52.9%下滑至50.3%。

公司主席金凤琼解释，事实上，去年公司出口以美元计算是增长的，但兑换回马币导致比重下跌。不过，陈日新指出，目前外汇较有利于他们。

询及将如何处理雪兰莪及印尼土地，陈日新表示，公司未有完整规划，但却有许多选择可探索，未来不排除在他们需要建设仓库或物流时使用，但不是现在。

对于未来是否扩展业务至原件供应商（OEM），他表示不会冒险进入，而是采取有机增长。

作者：杨惠平

文章来源：星洲日报 2019-07-15

https://www.sinchew.com.my/content/content_2084917.html