

## 南源塑膠 謹慎變通

「我们致力于创造知识型员工，以控制公司的营运成本，不过与同侪比较，我们的开销仍是最少的。」 ■林尊耀



虽然核心业务伸缩膜 (stretch film) 及工业包装袋不属于抗跌性业务，不过南源塑胶 (BPPLAS, 5100, 主板工业产品组) 认为，地球人口不断增长，加上工业迅速发展，人们的收入也越来越高，因此对需求增长颇有信心，并证明该公司所选择的路向都是正确的，因为只有步入“正轨”后，才不会“两头不到岸”，并继续朝正确的方向迈进。



林尊耀：虽然经济回扬，不过需求却无法即时回到原点。

从去年第四季，市场需求已回落，南源塑胶的很多订单被取消，产品除了面临滞销问题，原产品价格走低也导致产品销售价下降。

该公司董事经理林尊耀深信，尽管股市及经济回弹，不过却无法在短时间将需求带回至原点，预计须花上2至4年的时间才能回到2007年的“风光时期”。

“公司的营运业务仍取决于外围市场走势，不过相信下半年的情况将持续改善。”

由于南源塑胶以出口为导向，因此不得不正视这个问题，其中所采取的策略包括提升成本效益、开源节流及提高人力资源的素质。

“我们致力于创造知识型员工，以控制公司的营运成本，不过与同侪比较，我们的开销仍是最少的。”他补充，目前全公司仅有350名员工，当中包括外劳，不过却有能写下庞大的营业额，可谓取得不俗的表现。

无论如何，他说，该公司在机器投资方面并不会显得特别节约，因为便宜的机器无法带来良

好的成本效益。

### 投资前深思熟虑

“我们会作出明智的投资抉择，主要购买来自美国及欧洲的机器，所以我们的作风并不保守。不过，我们必须明白，商机来得越快，危机也更加靠近，因此在展开任何投资活动前，都会深思熟虑，确保每一个决定都是明智的。”

林尊耀强调，南源塑胶将抱持谨慎的态度，不会因目前的机器价格偏低，就盲目或急着购买机器，预计下半年或明年初才会添购机器。

无论如何，他指出，将时时刻刻改善公司的系统，而研发工作更不断地进行着，主要秉持“半生产，半研发”的理念。

他指出，为了挽救需求走低窘境，该公司也积极寻求策略，尽量配合客户的要求，并尝试去了解他们的问题。

他透露，公司面临的其中一个挑战是严重缺乏人才，因此当前之急是展开人才培养计划，因为现今的大学生只有学术上的理论，犹如一张白纸，在透过培训后，才能更符合企业需求。

### 下半年需求改善

### 花心思满足顾客需求

谈到业务发展，林尊耀说，伸缩膜占南源塑胶70%营业额，其余的30%则为工业包装袋。由于顾客对产品要求越来越高，除了注重环保意识，也要物超所值的产品，他不讳言，公司须在包装方面更费心思，尽量满足顾客的要求。

然而，询及这会否导致成本负担加重，他说：“成本肯定会提升，不过这已成为市场的一种趋势，我们需要将眼光放得更远，才能与同侪较劲。”

去年原产品占该公司70%生产成本，预计今年将减低至70%。

在大马，进行类似业务的公司有近450家，大型的却只有4家，因此该公司算是国内5大業者之一，市占率介于6至8%。

他提到，南源塑胶超过60%产品是出口至海外25个国家，主要以亚洲市场取得最卓越的表现，而其他的市场则包括欧洲、中东及美国等。

### 放眼进军澳纽市场

“我们不一定要拓展新的市场，因为目前专注的市场仍充满潜在商机，取得的幅度颇大，不过我们仍放眼进军澳洲及纽西兰市场。”

随大量投资活动大举进军中东市场，林尊耀不忘点名当

地拥有庞大的潜能，进而带动颇大的需求量。

他指出，从竞争角度而言，该公司的营运成本还算低，且营运模式相当简化，不过若与泰国或新加坡比较，却有点被“比下去”的感觉，因为他们的产品出口至澳洲享有5%免税优惠。

为此，他希望大马政府能与区域国家，包括中国签署更多双边协议，以促进双方的经贸合作及扩大这块“市场蛋糕”。

目前南源塑胶的年产量达6万吨，产能则介于70至80%，不过因需求问题，预计今年平均产能只达到60至70%。

### 产品可循环使用

林尊耀坦言，尽管有人质疑该公司的塑料产品与环保意识背道而驰，不过他强调，凡事都应该以客观的态度来看待，因为其产品都获得大马规格及工业研究局 (SIRIM) 的认证，拥有强烈的安全及环保意识。

“我们不喊口号，不过可以保证的是，我们的产品素质良好，可进行再循环和再使用。”他指出，其实公司为运输业作出显著贡献，包括防止货物受损及确保安全性。

问及南源塑胶手上是否有属意的并购计划，他指出，公司不排除任何机会寻求相关领域的并购活动，惟目前仍以内部成长为发展主轴。