



IFCA 标志



获上海新天地计划合约

助 IFCA 进军中国

报道 林秀芳

国内电脑软件配套制造商 IFCA (IFCAMSC, 0023, 自动报价市场) 在成功争取上海新天地计划的软件供应合约后, 将有助于打响名堂, 协助公司穿针引线, 进军中国市场, 预计该市场今年内将取得 3 位数增长率。

IFCA 主要业务是生产、销售和租借电脑软件配套, 其中, 核心产品包括产业管理系统、建筑及工程系统、酒店、俱乐部及休闲系统、金融及贷款系统、制造及分销系统等等。

该公司总执行长杨镜全表示, 该公司进军中国市场已有两年的时段, 所参与的软件配套计划却寥寥可数, 当中虽然也包括北京著名产业界中中海文的计划, 有关公司目前正参与多项的 2008 年北京奥运建设工程。

“此外, 公司在大马各领域的市场, 也写下不俗的成就, 其中曾参与的计划有来自产业、建筑、酒店等, 而且信手拈来的大型计划比比皆是, 如裕中城、双威镇、吉隆坡城中城、时代广场等。”

他说, 然而, 很可惜的是这些气势磅礴的大作, 无法协助公司大举进军中国市场, 主要原因是当地商家常要求展示在中国市场所经营过的工程记录; 基于此, 初期该公司已错过多项的计划, 没有当地的创举及大型计划的记录, 让他们无法说服及促销中国商家接受 IFCA 所推荐的产品。

守得云开见明月

“如今我们成功争取上海新天地的计划, 可说‘守得云开见明月’, 因为上海新天地在中国市场就如我国高档产业的发展计划一样, 知名度很高; 在取得这项计划之后, 公司就如鱼得水, 拥有一个非常亮丽的记录, 以便吸引更多商家接受公司推荐的产品。”

他指出, 如上所言, 中国市场的商家都很注重一家公司过往的工程记录和信誉, 而上海新天地正好为 IFCA 奠定稳固的基础, 以便为将来铺设平步青云之道。

“上海新天地是一个具上海历史文化风貌的都市旅游景点, 同时也集合国际水平的餐饮馆, 如法国、英国、德国、美国、巴西、意大利、日本、台湾、香港等的餐厅、购物、演艺等时尚、休闲、文化、娱乐活动的中心, 有关地标经常吸引国内外的游客驻足, 因此闻名遐迩。”

他深信, 上述计划为公司奠定稳固的基础, 相信将为公司创造更多的经营机会, 因此预计今年中国市场的增长率预料高达 3 位数。

“目前, 中国市场只占公司营业额约 2% 至 3% 之间, 所能发展的空间还很大, 预料未来将占显著的地位。”

他说, 中国工资近年来也因水涨船高, 一般预计商家将通过电脑化减低人力开支, 因此相信电脑软件业务将持续扩张。



■新天地是一个集合上海历史文化风貌的都市旅游景点。



■旅客喜欢到新天地休息、饮酒、聊天, 作乐等。

IFCA 过去三年曾取得骄青业绩, 倘若今年净利再创高峰, 将有助该公司符合转至主板的条件。

始于 2002 年至 2004 年期间, IFCA 净利便呈现节节上升趋势, 其中 2002 年取得 4.6% 增长率, 达 314 万 8 千令吉, 营业额是 2 千 226 万令吉, 2003 年增长率是 63.9%, 达 515 万 8 千令吉, 营业额是 2 千 971 万 3 千令吉, 以及 2004 年增长率是 53.8%, 达 793 万 4 千令吉, 营业额是 2 千 743 万

今年盈利料增长 30% 标青业绩有助转主板

8 千令吉。这三年的业绩表现, 足以让该公司符合转板次板的条件。

不过, 杨镜全预计今年盈利成长可再创 30% 增长率, 有关数据足以让该公司攀上主板的地位。杨镜全指出, 该公司也考量有关事项, 尤其是转板后, 将带



■杨镜全: 新天地计划, 为我们进军中国市场奠定稳固的基础。

杨镜全: 节省成本 研发部门拟迁至广州

IFCA 盼将研发部门迁移广州, 以作为中国及全球产品市场开发中心, 相对上海则成为公司促销产品的重要基地。

杨镜全表示, 该公司希望将 IFCA 在中国的电脑软件研发部门, 从上海搬到广州一带, 主要原因是可以节省成本。

“上海毕竟是一个繁华的大都市, 无论在各方面, 如员工、租金、衣食等, 相对其他地区的消费来得昂贵。因此, 为了节省开销, 我们计划将研发部搬到广州。”

他说, 除了上述原因, 实际上, 语言、文化和饮食方面的差异, 也是主要考量的因素。

“北方人的用语、食物及文化, 实际上跟大马人有很大的差别, 就以‘IFCA’之名初到上海时, 都必须入乡随俗, 取个中文名——‘竞优’, 未适应当地人的习惯用语; 因此, 我们希望选择本身熟悉的地区, 作为较佳的地方。加

上, 广州虽靠近香港, 然而开销相对比较低。”

他指出, 该公司希望广州研发中心不但作为中国市场的产品研发部门, 同时也专注开发新产品供全球市场的需求。此外, 该公司将持续扩张中国市场, 并以上海作为主要的销售基地, 作为扩张和推介产品的中心地带。

“我们将通过直接销售及雇用代理等, 两种方式招来生意, 其中, 也许是文化上的差异, 在洽谈生意方面, 我认为还是交由当地代理商处理比较合适。”

他说, 基于上海消费高, 因此如上所言, 商家将逐步迈向电脑化运作, 一来节省人力资源、时间, 同时也提高效率, 并减少错误。

“我们仍然锁定上海及北方为市场目标, 而上海将是更有利的促销战地, 因为它处于中国中部, 能同时兼顾南北方, 同时又是商业中心, 可说是最佳的经营地点。”

息是 1.5 仙或相等于 7.5% 回报率, 较一般的固定存款 3% 利率高。

杨镜全表示, 该公司非常自信今年能取得 30% 盈利增长, 主要原因是该公司已成功持有南非、马来西亚、中国及越南等国的计划, 总值 700 万令吉, 有关计划将于今年开始, 为公司带来盈利回报。

他说, 该公司将继续扩张海外市场网络至各区域, 其中包括亚洲、非洲、澳洲、欧洲及美洲等区域。