



策略激盪

報導：陳圓鳳

攝影：METTA PHOTOGRAPHY

◆ 黃觀生（右）和胡原誠，在Nilai 3締造百貨批發市場的傳奇。



在森州 NILAI 3 的百貨批發中心，在逆市中創造「重生」，把空置幾年的廠房變成搶手的「聚寶盆」，提升了整個產業計劃的價值，同時，也為百貨批發商提供「一站式」的採購便利，價格更具有競爭性，這個成功試探的背後，原來是兩個傳奇人物擦出火花的合作。

NILAI 3 中國百貨批發中心

2個金頭腦創造傳奇

空廠房變聚寶盆

雖然每個人都知道中國有很多生意機會，十三億人口袋裡的錢似乎「探囊可取」，但是，每一個人也慨嘆的說：「跟中國人做生意很難，中國人的錢太難賺了。」不過，黃觀生卻不是這麼想。

他笑著說：「不是難不難的問題，而是你有沒有找對人，而且，我們不一定要賺他們的錢，為什麼不反過來讓他們幫我們賺錢？」

黃觀生在地產業界幾十年，向來非常低調，「基地」在森美蘭，整個NILAI 3就是他的發展計劃，在產業界陷入低潮的這兩年，NILAI 3的打樁機沒有停過，售出的單位價值超過兩億。

「不管做什麼都好，最重要的是方法，當別人都不敢做的時候，就是我最好的機會，等別人看到也想做的時候，我已經跑在前面了。」

首相給靈感

最近在百貨界，特別是售賣中國貨商人當中非常熱門的「NILAI 3百貨批發中心」，就是黃觀生「跑在前面」的成功試探，做中國商品的生意人一大把，年資久遠，財雄勢大的也非常多，但是，從來沒有人想到開闢一個「批發中心」。

「是首相的話給我這個靈感。」

首相拿督斯里馬哈迪醫生在幾個月前，提醒我國的廠家打起十二分精神面對中國商品的衝擊，因為各方面的低成本因素，中國商品可以賣得非常便宜，便宜到我們無法想像，無法競爭的地步。

黃觀生說：「首相講得一點都沒有錯，既然沒有辦法跟中國貨競爭，就不要競爭，不如買中國貨

來賣。」

既然中國貨成本低，就意味著利潤很高，所以，「賣中國貨」就變成大有利可圖的生意。

「很多人在賣中國貨，但是，都是通過很多手，通過代理，我的想法就是要直接從廠家拿貨。」這就要依靠一個「中國通」。黃觀生通過親戚的介紹，認識一位跑遍中國大江南北，深入到窮鄉僻壤搜貨的胡原誠。

有了「買辦」的人還不夠，還要有一個「聚散中心」。

「這一區的廠房都是我蓋的，都有買主了，但是，遇到97年的經濟風暴，有些買主不敢開廠，所以就空置了兩、三年。我就想，與其空著等，不如由我跟屋主租來用。」就這樣，一個以中國貨為

黃觀生的傳奇

◆ 黃觀生是個鋒芒內斂的實業家。



黃觀生低調出擊 泥水堆中臥虎藏龍

黃觀生對自己的經歷一直是輕描淡寫的帶過，不願意多談，只知道他童年坎坷，少年創業，從雜役做起，當過泥水工人，最後在泥水堆中建構事業，是森州很有名的發展商。

這位五十三歲的「生意人」，外表看來很平凡，但是，在「NILAI 3百貨批發中心」做生意的

店主都說：「黃觀生不是一個簡單的人，生意做得很大，但是，他幫忙我們搬貨，幫忙我們疊貨。」

自從批發中心開辦後，幾乎每一天晚上，黃觀生都是最後幾位離開的人之一，他很喜歡這個由自己一手開創的地方，本來廠房蓋起來有沒有用是買主的事情，因為他的一個「想法」，給空置的廠房附加的價值，這麼「負責任」的發展商真是難得。

「這個地方很好，真的很好，一到傍晚就特別涼，我很喜歡在這邊坐，喝喝茶，談談天，散散步，這裡有很多本來不認識的人，因為作生意的關係都變成好朋友了。」

黃觀生很感性的說：「交到志同道合的朋友是最高興的，所以，就算大家是生意人，坐下來也不一定就是談賺錢，隨便談天說地也是很開心的。」

其中一位「茶友」說：「黃觀生是一個傳奇人物，他已經收購了一間很出名的掛牌公司。」

讓〈企業家〉在時機成熟後，揭開「黃觀生的傳奇」。

主的「百貨批發中心」就成立了。

在現階段，「NILAI 3百貨批發中心」的店面大約有五十間，黃觀生的最終目標是「五百間」。

「可能嗎？有可能的，這五十間也是在不可能的情況下發展起來的，只要可以真正提供最便宜的中國貨，就可以吸引更多批發商來跟我們合作。」

主動找成功

從去年十二月尾開始到現在，「NILAI 3百貨批發中心」已經吸引了來自全馬各地的大小百貨商

做「買賣」，通過這個中心，他們買到最低成本的中國貨，有些商人以為他們本來所拿的價錢已很便宜的，沒想到在這裡一比較之下，才發現原來還有更便宜了。

「NILAI 3百貨批發中心」會不會如黃觀生的計劃，發展成一個匯聚各國百貨商品的「國際百貨商品批發中心」，目前可能還難以下定論，但是，黃觀生已經示範了一個成功的「方法」，空置的廠房除了「被動」的「等待」機會之外，應該還有「主動」突破困境的方法。

胡原誠的傳奇



◆ 胡原誠赤手空拳闖蕩中國，從來沒有遇到「對手」。

翻山越嶺闖中國 胡原誠無所不找

雜，什麼都有，還包水陸運輸、包報稅，什麼都包，是「中國全包」。

通常，採辦貨物的人，都只是專攻幾種，但是，胡原誠卻什麼都辦，只要你開出單子，他就有辦法找到，而且價錢是最便宜的，真是神通廣大。

「沒有什麼秘訣的，我想，就是講誠意，每次和新的廠家交易，我都告訴他們，如果貨不對辦，以後就沒有機會再合作，其實，中國的廠家面對很大的競爭，他們也想要拉住顧客，不敢亂來。」

說沒有秘訣，其實還是有秘訣，胡原誠捉緊一個原則：「不要把價錢壓得太死，大家都是做生意，都要賺錢，如果把價錢壓得太死，他們就會偷工減料。」

胡原誠的外表看起來也是很平凡，還帶點鄉土味，但是，和黃觀生一樣，他也是個「傳奇人物」。

「NILAI 3百貨批發中心」的店主說：「老胡真的很厲害，要什麼他都找得到。」

為了找貨，胡原誠這些年是翻山越嶺，深入到不知名的農村，有時還得在破爛的巴士車上過夜。

黃觀生也說：「像老胡這樣跑透中國的人，全馬沒有幾個吧！」

〈企業家〉發現，胡原誠是全馬最大的進口鐘錶代理商，他單打獨鬥的中國「採辦」事業只是其中一項而已。

「我正在進行一些計劃，時機成熟後，我就借〈企業家〉雜誌公佈。」

胡原誠也是個「傳奇人物」。

在中國做生意的人，沒有幾個不曾「中計」，但是，胡原誠敢說：「我跑中國整二十年，沒有被騙過！」這太傳奇了。

也許有人會說，胡原誠礙於面子，就算被騙也不好意思講出來，但是，這也許不是最重要的，最重要的一點是他真的可以找到最便宜的貨，整個「NILAI 3百貨批發中心」幾千種貨品，都是他一手「發掘」的，他幾乎是一個購物中心的「總代理」。

從小小的面巾到大件的茶桌，還有五金、紡織品、陶瓷品、文具、乾糧等等，瑣瑣碎碎，拉拉雜

朽木的驚艷

朽木也可雕 鄧天明慧眼識珍品

進入「NILAI 3百貨商品批發中心」，一定會看到那間擺了幾十張「根雕」茶桌的單位，也一定會情不自禁的進去參觀。

負責人鄧天明說：「剛開始的時候，很多人都不看好這些根雕茶桌。」事實證明鄧天明的眼光不錯，這些用「朽木根雕」茶桌，很受歡迎，三個月內，已經賣出40%。

「本來我是計劃批發給傢俬中心，現在發現零售也可以出貨。」為什麼「根雕茶桌」那麼受歡迎？因為這些「朽木」經過工匠們的巧手雕刻後，變得既實用，又有藝術價值。

茶桌是專為愛好喝茶的人而設計的，內有水管，外有佛教特色的造型，像「彌勒佛像」和「觀世音菩薩像」，外觀非常的雅緻，配合喝茶人追求的含蓄文化氣質，簡直就是一件完美的藝術品，就算不喝茶的人，如果想要「附庸風雅」，這種「根雕茶桌」也是絕佳的裝飾品。

很多顧客問：「這些都是真的樹根嗎？是化學品做的？還是塑膠品？」

鄧天明斬釘截鐵的說：「全部都是真的樹根，沒有半點是假的。」

「我跟著老胡到武夷山選貨，每一張都是我親手挑選的。」

在那個「根雕茶桌」的工廠內，堆滿了看起來一點也不起眼的大樹頭，工匠們個個做得「頭昏眼花」，因為功夫很細，很耗費眼力，工匠們都是



◆ 鄧天明的根雕茶桌是品味的選擇。

「藝術家」。

每一張茶桌的設計都不一樣的，因為每一個樹頭都不一樣，「獨特」就是藝術品必備的條件。

「年輕的工匠很少，這門手藝很可能失傳。」

除了「根雕茶桌」，鄧天明還買進茶具和中國水墨畫及油畫，都很受歡迎，有批發，也有零售。

鄧天明是最早支持「NILAI 3百貨商品批發中心」的商家，他對這個計劃很有信心。

「買中國貨是一種趨勢，每個人都知道中國貨很便宜，可以有很高的利潤，但是，中國那麼大，怎樣辦貨？有一個像老胡這樣的中國通，對我們來講，就解決了很多的問題。」

同時，「NILAI 3百貨批發中心」，這和「百貨公司」提供「一站式」的便利購物一樣，批發商不需要到處找代理，不需要到處比較價錢。

「這個地點也很好，雖然是在吉隆坡以外，但是，沒有塞車，容易上下貨，很多本來在吉隆坡買貨的批發商，都轉過來這裡，我很看好這個中心的發展。」 E