



KENYATAAN MEDIA

INDUSTRI BERASASKAN KAYU CATAT PRESTASI KUKUH SUKU PERTAMA 2021

1. Eksport sektor berasaskan kayu merekodkan prestasi kukuh di suku pertama 2021 meskipun negara masih berdepan dengan krisis pandemik. Jumlah eksport meningkat 9.9% kepada RM6.04 bilion berbanding tempoh yang sama tahun lepas. Tiga pasaran utama negara ke Eropah, Amerika dan Oceania menunjukkan pertumbuhan eksport yang menggalakkan.
2. Pasaran eksport ke Eropah mencatat pemulihan yang memberangsangkan. Jumlah eksport ke pasaran ketiga terbesar ini meningkat 9.9% kepada RM561.2 juta. Ini antaranya berikutan peningkatan permintaan produk dan perabot kayu DIY dari golongan yang bekerja dari rumah dan pembelian yang lebih dari kebiasaan disebabkan kebimbangan pengimport akan kekurangan bekalan dan kenaikan harga. Tiga produk utama ke pasaran tersebut adalah perabot kayu (RM242.9 juta), produk kayu tanggam (RM96.5 juta) dan kayu gergaji (RM73.9 juta).
3. Eksport ke benua Amerika, pasaran terbesar negara melonjak 46.9% kepada RM2.44 bilion. Amerika Syarikat (AS) adalah penyumbang utama di pasaran ini dengan pembelian lebih daripada 60% daripada eksport perabot kayu negara dan meningkat 47.1% kepada RM1.93 bilion. Pertumbuhan positif ini adalah disebabkan pakej rangsangan ekonomi di negara tersebut bagi mengurangkan beban individu dan perniagaan yang terkesan akibat pandemik COVID-19 serta pergeseran perdagangan antara AS dengan China yang secara tidak langsung membuka peluang perniagaan kepada negara-negara ASEAN termasuk Malaysia. Eksport ke pasaran Oceania seperti Australia dan New Zealand turut merekodkan peningkatan 19.0% kepada RM297.7 juta.
4. Eksport ke pasaran Afrika dan Asia masing-masing mengalami penurunan 5.1% dan 11.0% kepada RM91.8 juta dan RM2.66 bilion. Nilai eksport ke pasaran Asia Barat menyusut 35.3%, Asia Timur 6.8% dan Asia Selatan 8.1%.
5. Penurunan permintaan di Asia Timur adalah disebabkan oleh perang perdagangan antara China dan AS serta Eropah yang mengakibatkan penurunan permintaan terhadap bahan mentah dan komponen kayu. Ini juga ditambah dengan perayaan Tahun Baru Cina yang lalu di mana aktiviti pengilangan berehat selama 40 hari. Permintaan dari China dijangka melonjak semula pada suku kedua disebabkan dasar “peredaran dua jenis” (dual circulation) yang bertujuan mengurangkan kebergantungan China terhadap MNC untuk eksportnya dan meningkatkan penggunaan domestik. Manakala

Jepun mengambil pendekatan mengurangkan bekalan import untuk menggalakkan penggunaan kayu domestik dengan menawarkan pelbagai aktiviti promosi dan insentif.

6. Di India dan UAE, gelombang kedua COVID-19 telah menghadkan aktiviti komersial. Ini termasuk penutupan perniagaan dan perintah berkurang oleh pihak berkuasa di India. Import juga terjejas akibat kekurangan kapasiti kontena dan kapal. Di samping itu, Malaysia terpaksa bersaing dengan China yang menawarkan harga yang kompetitif di pasaran India dan UAE dengan caj pengangkutan dari China jauh lebih rendah daripada Malaysia.
7. Pelbagai usaha terus dijalankan oleh Majlis Kayu-Kayan Malaysia (MTC) bagi membantu syarikat berasaskan kayu mengekalkan kelangsungan perniagaan. Antaranya, program menggalakkan industri ke arah pendigitalan dan e-platform serta membuka peluang perniagaan menerusi webinar, dialog maya dan sesi padanan perniagaan (B2B) secara dalam talian.
8. Pada tahun ini, MTC telah menganjurkan lapan webinar mengenai pemasaran digital dengan penyertaan lebih 560 peserta dan satu webinar tentang peluang perolehan sumber bahan mentah import sebagai alternatif ke arah mewujudkan produk nilai tambah yang lebih tinggi.
9. MTC beserta pejabat serantaunya di Houston, AS; Rotterdam, Belanda; Dubai, UAE; Guangzhou, China dan Bengaluru, India giat menganjurkan sesi B2B dalam talian dengan pengimport kayu dan perabot seperti dari India dan Qatar. Sesi dialog maya dengan pengimport juga turut dianjurkan melibatkan negara Bangladesh, Belgium, Seychelles dan Mauritius. Selain itu, penyertaan di pameran perdagangan secara fizikal dan maya juga diteruskan. Ini termasuk penyertaan di Dubai Woodshow dan Interzum Guangzhou secara fizikal dan Building Holland secara maya.
10. Bagi mengukuhkan lagi pasaran di Timur Tengah, sebuah lagi pejabat serantau, *Commodities Integration Marketing Company* akan ditubuhkan oleh Kementerian Perusahaan Perladangan dan Komoditi di Jeddah, Arab Saudi pada pertengahan tahun ini bagi mengembangkan perdagangan sektor agrikomoditi di pasaran tersebut.
11. Di samping itu, MTC juga menawarkan beberapa program baharu seperti berikut:
 - i. *Young Entrepreneur Society* (YES), sebuah program yang direka untuk membantu industri di dalam perancangan peralihan pengurusan perniagaan kepada generasi muda sejajar dengan inisiatif MTC menggalakkan syarikat perkayuan mentransformasikan perniagaan untuk memastikan mereka kekal berdaya saing di dalam persekitaran norma baharu.
 - ii. Program Penempatan Jurutera dan Latihan Pra-Siswazah dalam Industri Kayu Kayan 2021 (EPIP), sebuah program untuk meningkatkan bakat pengetahuan dalam industri perkayuan, terutamanya mengenai proses kejuruteraan dan pembuatan.

- iii. *TimbeReality*, sebuah program khusus untuk para pemain industri mempromosikan produk berasaskan kayu melalui saluran Realiti Maya atau *Virtual Reality* (VR).
 - iv. Program Inkubator Reka Bentuk (DIP), sebuah program menghubungkan pereka/arkitek tempatan dengan syarikat berasaskan kayu dan perabot untuk menghasilkan produk kayu dan perabot bernilai tinggi buatan Malaysia ke pasaran antarabangsa.
 - v. Program Keusahawanan Pemasaran Digital (DMEP), sebuah program menyediakan latihan dan kejurulatihan kepada syarikat perkayuan Malaysia yang mempunyai minat untuk melengkapkan aktiviti pemasaran semasa mereka di platform digital.
 - vi. Program Bantuan Eksport (EAP), sebuah program bantuan dengan dana RM1 juta kepada pengeksport produk kayu Malaysia, khususnya PKS bagi mengurangkan beban kos pengangkutan laut yang tinggi akibat kesan pandemik. sebahagian daripada caj pengangkutan lautan.
8. Semoga dengan insentif serta program yang ditawarkan oleh MTC ini dapat membantu para pemain industri meningkatkan lagi produktiviti mereka untuk menghasilkan produk kayu yang bernilai tinggi demi kelangsungan perniagaan dan ekonomi negara.

Muhtar Suhaili
Ketua Pegawai Eksekutif
Majlis Kayu-Kayan Malaysia
Kuala Lumpur
1 Jun 2021