

**CAEXPO 2019: Sesi B2B Malaysia-China kerjasama strategik promosi
perusahaan dua Negara
AstroAwani
21 September 2019
Afiezy Azaman,**

NANNING: Program Sesi padanan perniagaan (B2B) Malaysia-China bersempena Ekspo China-ASEAN (CAEXPO) 2019 dilihat membuka lebih banyak peluang kepada syarikat tempatan untuk menembusi pasaran besar China.

Menurut Menteri Perdagangan Antarabangsa dan Industri, Datuk Ignatius Darell Leiking program itu dalam masa yang sama turut meluaskan pasaran produk Malaysia ke wilayah lain selain Guangxi.

Beliau berkata, Program julung kali diadakan itu anjuran Perbadanan Pembangunan Perdagangan Luar Malaysia (Matrade) dengan kerjasama Chinese Construction Bank (CCB).

"Hari ini adalah satu permuafakatan antara china melalui perdagangan (B2B), saya lihat ramai yang telah meterai perjanjian dan mereka (peniaga tempatan) lakukan yang terbaik.

"Program ini akan diteruskan oleh Matrade dan CCB dari semasa ke semasa, mereka akan cuba mendapatkan pasaran di negara lain juga sekaligus ini dilihat perkembangan positif terhadap produk Malaysia yang diiktiraf dan dipercayai masyarakat dunia," katanya.

Beliau berkata demikian ketika ditemui pemberita selepas melancarkan program sesi padanan perniagaan (B2B) Malaysia-China bersempena Ekspo China-ASEAN (CAEXPO) 2019 di Nanning, China.

Dalam majlis yang sama, Timbalan Setiausaha Sekretariat CAEXPO Shi Chuyao

berkata jumlah dagangan antara Malaysia - Guangxi pada tahun 2018 bernilai RM4.1 billion meningkat 44 peratus daripada tahun sebelumnya.

"Malaysia adalah sumber pelaburan utama kepada Guangxi bagi menarik negara ASEAN, pada tahun 2018 Malaysia menubuhkan tujuh buah Perusahaan baru di Guangxi dengan pelaburan asing bernilai 1 billion dolar peningkatan 963 peratus dan berada di ranking pertama negara ASEAN.

"Sesi padanan perniagaan China-Malaysia (B2B) adalah kaedah inovatif mengukuhkan kerjasama ekonomi dua negara, kami akan mengambil peluang untuk meningkatkan peranan Nanning serta mempromosikan perusahaan Malaysia-China dalam kerjasama pelbagai bidang, kongsi peluang perniagaan dan menyumbang kepada pembinaan komuniti ASEAN," katanya.

Sementara itu, rata-rata pengusaha syarikat tempatan dan China menunjukkan reaksi positif terhadap program tersebut dan meletakkan beberapa sasaran untuk mendapatkan rakan kongsi bersama.

Menurut peniaga tempatan, Fauziah Hussain, beliau berharap dapat bertukar strategi perniagaan, meluaskan pasaran serta meningkatkan nilai jualan sedia ada melalui program tersebut.

"Dengan adanya program ini kami harap dapat pembeli yang besar, CCB dapat membantu syarikat Malaysia terutama bumiputera untuk ke platform China kerana dengan bantuan mereka kita dapat menikmati fasiliti mereka jadi kami kena belajar dan melihat perkara ini.

Bagi peniaga dari Nanning, Shen Wen Zhi berkata beliau telah bekerjasama dengan pengusaha dari Malaysia selama lima tahun dan berpendapat produk tempatan negara

mempunyai kualiti dan harga yang berpatutan.

"Saya ingin memperbanyakkan lagi untuk import produk seperti rempah dan biskut dari Malaysia kerana di Nanning, produk ini amat mendapat perhatian pembeli di China," ujarnya.

© 2019 AstroAwani Network Sdn. Bhd.

(535275-D) All Rights Reserved.

Source: <http://www.astroawani.com/berita-malaysia/caexpo-2019-sesi-b2b-malaysia-china-kerjasama-strategik-promosi-perusahaan-dua-negara-218128>