

各出奇招摆脱疫情阴霾

本专版每逢星期四刊登。欢迎商团提供资讯，请传真到63198125或电邮到zbcj@sph.com.sg

SME
专版

中小
企业

老板
生意经



蓝一洋

工商总会如何从旁提供协助。企业根据各自的情况进行转型开拓新商机，他们各出法宝灵活应对充满变数的商业环境，以下让我分享几个例子供各企业参考。

礼品零售商Supermama的手工作品家居用品独树一帜，包括瓷器在内的产品都具有独特的新加坡风味。尽管该公司在疫情期间面对营运挑战，却能坚持品牌的定位并及时调整策略，不但推出新系列产品，还把门店转设在新加坡国家博物馆和新加坡亚洲文明博物馆，以便更接近目标客户。Supermama也积极开展与海外供应商的合作关系，其中包括由工商总会通过GlobalConnect@SBF计划向他们引介的越南制造商，进而把生产线扩充至越南。

零售和商业装修公司IDV Concepts Asia因外籍员工在疫情期间被隔离或选择回国而面临人

力短缺的问题。为了提高劳动生产力，该公司于2020年3月加入工商总会的“工业4.0人力资本计划”（Industry 4.0 Human Capital Initiative），利用物联网解决方案进行业务转型。自从应用任务分配软件协助公司主管更有效地追踪工程项目的具体进度，并提升员工运用物联网的技能，该公司的实际生产力大大提高了40%。

传统企业加快数码化 开源节流提高员工技能

多数企业在疫情期间也加快了数码化进程以应对实体店休业和员工居家办公的情况。许多传统的中小企业也通过数码化开源节流并提高员工的技能适应新常态。

已营运将近30年的万隆科技有限公司（Ban Leong Technologies）便是一个例子。

万隆经销数码产品，在疫情期间迅速扩展电子商务并积极培训员工，以便为公司疫后的发展铺路，其中包括通过工商总会的“东南亚专业人士转业计划”提升员工的外调技能。这个项目已扩充涵盖更多市场，成为培训国际化专业人士的转业项目（Career Conversion Programme for Internationalisation Professionals），希望更多企业能利用这个项目培训员工，为开拓海外业务做好准备。

一些企业的服务对象为航空、酒店和游轮业等行业，当这些关键客户因为疫情而大幅度缩减运营规模甚至长时间不能运作，受影响的企业又该如何应对？

当旅游业停摆，向旅游市场提供旅客用品的高华公司（GUAVA Amenities）便首当其冲受到波及。所幸，高华在危机中

找到新的商机，转而供应与疫情相关的一系列产品，如口罩、个人防护设备、洗手液、护理包和外卖订单所需的可持续餐饮消耗品。除此之外，高华也在过去两年致力开拓海外市场，工商总会有幸从旁协助该公司通过可持续的产品提高全球销量。

与理工和工教院合作 提供在职培训

一系列的安全管理措施导致餐饮业深受影响，佳乐富集团（JR Group）却能抱持开放的心态不断创新顺应新形势。该公司观察到消费者在疫情期间对便当的需求增加，与其简单地增加新口味，他们深入探讨消费趋势，从而推出更具针对性的产品，开发出全新的Chef-in-Box系列扩大销售群体。

除了访问中小企业，我和同

事也走访了大专教育机构。各大专院校是商业生态系统的重要一环，不但能协助中小企业提升技能，还培养业界所需的未来人才。去年8月，工商总会与本地五所理工学院与工艺教育学院签署了谅解备忘录，计划更密切合作共同向会员推动通过“技能创前程”计划的在职培训，以期提升新加坡的劳动力。

2022年的展望虽然更加乐观，但复苏与发展的道路仍充满变数，由以上所举的例子可见，复苏的策略也大不相同。新加坡工商联合总会期许在新的一年里为2万7000多名会员公司提供更好的服务，协助和支持更多会员利用各项措施进行转型，在虎年一起走出疫情。

作者是新加坡工商联合总会
执行总裁