

PEMBERITAHUAN PERTANYAAN LISAN DEWAN RAKYAT
MESYUARAT KETIGA, PENGGAL KEDUA,
PARLIMEN KEEMPAT BELAS

PERTANYAAN : LISAN

TARIKH : 24 OKTOBER 2019

DARIPADA : TUAN TAN KOK WAI [CHERAS]

SOALAN NO 42

TUAN TAN KOK WAI [CHERAS] minta **MENTERI PERDAGANGAN ANTARABANGSA DAN INDUSTRI** menyatakan keuntungan dan kerugian yang dialami oleh Malaysia yang disebabkan oleh perang perdagangan di antara Amerika Syarikat dan China serta strategi yang telah digunakan oleh Kerajaan untuk menangani cabaran yang dihadapi.

JAWAPAN

Tuan Yang di-Pertua,

1. Perang perdagangan diantara Amerika Syarikat dan Republik Rakyat China (China) yang kini memasuki tahun kedua telah menyebabkan Malaysia mengalami impak tidak langsung berikutan kedudukan Malaysia di dalam rantaian nilai global (*global value chain*). Antaranya adalah gangguan dalam rantaian bekalan untuk produk perantaraan (*intermediate goods*) yang dieksport secara langsung ke Amerika Syarikat dan produk yang dieksport ke Amerika Syarikat melalui China. Amerika Syarikat berkemungkinan juga akan menggantikan import produk-produk dari China (*Chinese imports*) dengan produk-produk dari negara ASEAN, termasuk Malaysia.

2. Ini dapat dilihat melalui perdagangan Malaysia dengan China bagi tempoh Januari hingga Ogos 2019 yang telah menyusut sebanyak 1.2% kepada RM203.73 bilion berbanding tempoh yang sama pada tahun 2018. Eksport Malaysia ke China telah turun secara marginal sebanyak 0.1% kepada RM88.96 bilion, berikutan pengurangan eksport barangan elektrik dan elektronik (E&E), keluaran getah, petroleum mentah serta barangan

optik dan saintifik. Walau bagaimanapun, eksport Malaysia ke China bagi produk *Liquefied Natural Gas* (LNG), kimia dan bahan kimia, barangan besi dan keluli serta barangan perkilangan logam telah meningkat, manakala import dari China pula mencatatkan penurunan sebanyak 2% kepada RM114.77 bilion.

3. Perdagangan Malaysia dengan Amerika Syarikat bagi tempoh 8 bulan ini (Januari hingga Ogos 2019) telah berkembang sebanyak 4.9% kepada RM106.48 bilion berbanding tempoh yang sama tahun 2018. Eksport Malaysia ke Amerika Syarikat tumbuh pada kadar 4.3% kepada RM61.77 bilion berikutan peningkatan eksport Malaysia bagi barangan E&E, kayu, perkilangan plastik, makanan yang diproses serta keluaran getah. Import Malaysia dari Amerika Syarikat pula meningkat sebanyak 5.6% kepada RM44.71 bilion.

Tuan Yang di-Pertua,

4. Perang perdagangan antara Amerika Syarikat dan China dijangka akan berpanjangan. Namun, dalam jangkamasa panjang Malaysia berpotensi mendapat manfaat daripada krisis ini yang mana kemungkinan berlakunya lencongan pelaburan (*investment diversion*) oleh syarikat-syarikat besar China dan syarikat-syarikat multinational (MNCs) ke rantau ASEAN, termasuk Malaysia. Oleh itu, lencongan pelaburan atau penempatan semula pelaburan (*investment relocation*) secara tidak langsung akan menggalakkan perdagangan dan pengaliran masuk pelaburan ke negara-negara lain di ASEAN yang merangkumi Malaysia.

5. Sehingga kini, Amerika Syarikat kekal sebagai penyumbang terbesar pelaburan asing di Malaysia diikuti oleh China. Jumlah pelaburan asing yang diluluskan bagi sektor perkilangan mulai Januari sehingga Jun 2019 dari Amerika Syarikat adalah sebanyak 49 projek yang bernilai RM11.7 bilion, manakala 30 projek bernilai RM4.8 bilion pula adalah daripada China. Projek-projek ini dijangka dapat mewujudkan 7,471 peluang pekerjaan.

Tuan Yang di-Pertua,

6. Perang perdagangan antara Amerika Syarikat dan China dilihat belum ada perkembangan positif dalam menemu jalan penyelesaian. Namun, Kementerian Perdagangan Antarabangsa dan Industri (MITI) bersama-

sama agensinya seperti MATRADE dan MIDA telah mengambil langkah-langkah yang wajar bagi mengurangkan kesan risiko ke atas perdagangan dan pelaburan Malaysia akibat perang perdagangan antara Amerika Syarikat dan China.

7. Dari aspek perdagangan, antara strategi-strategi yang telah dilaksanakan oleh Kerajaan bagi mempromosi perdagangan Malaysia termasuk:

i) Program promosi eksport ke China

- menganjurkan aktiviti promosi eksport di bandar-bandar peringkat pertama (*first tier*), peringkat kedua (*second tier*) dan peringkat ketiga (*third tier*) di China;
- satu projek khas akan dianjurkan dari 5 hingga 10 November 2019, iaitu Astaka Malaysia di *China International Import Expo* (CIIE) buat kali kedua di Shanghai. Malaysia telah ditawarkan sebagai salah sebuah Negara Tetamu Kehormat oleh China sempena CIIE 2019 dan lain-lain Kementerian dan agensi seperti Kementerian Industri Utama (MPI), Kementerian Pertanian dan Industri Asas Tani (MOA), Malaysia Automotive, Robotics and IoT Institute (MARii), Malaysia Digital Economy Corporation (MDec) dan Malaysia International Trade Exhibition Center (MITEC) akan turut serta dalam program ini. MPOB dan MPOC dibawah selian Kementerian Industri Utama (MPI) akan mempromosikan minyak sawit di China manakala syarikat pertengahan tempatan yang dipilih akan mempamerkan keunggulan produk dan perkhidmatan Malaysia di China;
- kerjasama program *In-Store Promotion* telah diadakan dengan pasaraya-pasaraya besar dan rangkaian peruncitan utama di negara China seperti Parkson, 7 Eleven, Kumpulan Hua Lian, Chengdu Hongqi dan lain-lain dalam mempromosi produk-produk Malaysia khususnya produk makanan dan minuman, kesihatan dan produk Halal;
- mempromosi sektor e-Dagang, sektor yang mempunyai potensi besar di China dalam meningkatkan eksport negara. Beberapa

Memorandum Persefahaman (MoU) telah ditandatangani antara MATRADE dan Syarikat-syarikat Milikan Kerajaan China atau *State Owned Enterprise* khususnya syarikat yang mempunyai platform e-Dagang seperti Alibaba, China Post (Guangxi), Qinzhou Free Trade Port Area Management Committee, Bank of China (Malaysia), China Construction Bank (CCB) serta Industrial and Commercial Bank of China (ICBC Malaysia) bagi menganjurkan Program Penyumberan Antarabangsa atau *International Sourcing Programme* ke Malaysia bagi meningkatkan penyertaan syarikat-syarikat Malaysia di platform e-Dagang China;

- mengadakan perjumpaan dengan syarikat-syarikat *International Buying Houses* untuk mempromosi Malaysia sebagai destinasi alternatif import selain China khususnya bagi pasaran Amerika Syarikat, di mana Malaysia mampu menawarkan produk yang berkualiti dengan harga yang kompetitif berbanding negara ASEAN lain;
- menyelaraskan penyertaan syarikat-syarikat Malaysia dalam beberapa pameran perdagangan peringkat antarabangsa seperti *Canton Fair* di Guangzhou (1 – 5 Mei 2019), *China-ASEAN Expo* (CAEXPO) di Nanning (21 – 24 September 2019) dan *Automechanika* di Shanghai (3 – 6 Disember 2019); dan
- menyelaraskan Kempen Minggu Malaysia 2019 dari 16 hingga 22 September 2019 di Shanghai untuk mempercepatkan eksport Malaysia ke pasaran global termasuk China melalui e-Dagang. Sesi pepadanan perniagaan (B2B) melalui Alibaba.com dan 1688.com telah diadakan dalam kempen ini dan menarik lebih 100 jenama Malaysia yang menawarkan lebih 800 produk. Antara produk yang mendapat sambutan baik dalam kempen ini di China adalah durian *Musang King* dan sarang burung dari Malaysia.

ii) Program promosi eksport ke Amerika Syarikat

- fokus promosi eksport diteruskan ke atas sektor terpilih terutamanya E&E, produk berasaskan getah, peralatan optik dan saintifik serta produk berasaskan kayu. Kerajaan juga sedang giat mempromosi eksport bagi sektor baru seperti pakaian, kasut

NO. SOALAN : 42

fesyen dan reka bentuk, makanan dan minuman, produk Halal yang terdiri dari makanan dan bukan makanan, bahan bangunan mesra alam, perkhidmatan pembuatan atau penyelenggaraan, pembaikan dan *overhaul (maintenance, repair and overhaul - MRO)* Aeroangkasa serta perkhidmatan Teknologi Maklumat dan Komunikasi (ICT);

- mengadakan kerjasama dengan saluran perdagangan dan pasaran elektronik (e-Dagang) seperti Ebay dan Amazon sebagai salah satu platform untuk memasuki pasaran Amerika Syarikat dan meningkatkan momentum eksport Malaysia;
- menyelaraskan penyertaan syarikat-syarikat Malaysia dalam beberapa pameran perdagangan dan padanan perniagaan di peringkat antarabangsa di Amerika Syarikat seperti *OffShore Technology Conference 2019* di Houston (6 - 9 Mei 2019), *Semicon West 2018* di San Francisco (9 - 11 Julai 2019), *Florida International Medical Expo* di Miami dan *High Point Market* di North Carolina (19 - 23 Oktober 2019) dengan kerjasama *Malaysian Timber Council*;
- menganjurkan Program Penyumberan Antarabangsa yang membawa ahli perniagaan Amerika Syarikat untuk bertemu dan mendapatkan sumber produk dari syarikat-syarikat Malaysia sempena Pameran Perdagangan Antarabangsa Utama dan Program Penyumberan Antarabangsa Khusus di Malaysia seperti *Export Furniture Exhibition (EFE)*, *Malaysia International Halal Showcase (MIHAS)*, *Oil and Gas Asia (OGA)*, *Malaysian Wood Expo (MWE)*, *Langkawi International (LIMA)*, *Semicon SEA*, *Association of Private Hospitals of Malaysia (APHM) International Conference and Exhibition* dan *International Greentech and Eco Products Exhibition and Conference (IGEM)*. Semua program-program ini dibuat dengan kerjasama agensi Kerajaan yang berkaitan seperti Lembaga Minyak Sawit Malaysia (MPOB), Majlis Promosi Eksport Getah Malaysia (MREPC), Malaysian Timber Council (MTC), Malaysia Healthcare Travel Council (MHTC), Tourism Malaysia, Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan (FAMA), Malaysia Digital Economy Corporation (MDec), Malaysia Petroleum Resources Corporation (MPRC); dan

NO. SOALAN : 42

- agensi-agensi MITI juga telah memudahcara Misi Perdagangan dan program bagi lain-lain Kementerian seperti Lawatan Kerja Kementerian Industri Utama ke San Francisco (24 – 27 Oktober 2019), Lawatan Kerja oleh Kementerian Komunikasi dan Multimedia ke San Francisco dan Los Angeles (3 -10 Februari 2019) serta Lawatan Kerja Kerajaan Negeri Sarawak ke Silicon Valley (28 September 2019).

Tuan Yang di-Pertua,

8. Pelabur-pelabur dari Amerika Syarikat dan China dilihat yakin dengan persekitaran perniagaan Malaysia yang dinamik dan cergas serta disokong oleh ekonomi yang berorientasikan pasaran terbuka dan dasar-dasar kerajaan yang pro-perniagaan. Malaysia mempunyai kelebihan untuk menarik pelaburan yang terkesan dari perang perdagangan Amerika Syarikat dan China memandangkan kedudukannya terletak di tengah-tengah Asia Tenggara serta menawarkan lokasi strategik yang kompetitif dari segi kos untuk para pelabur asing dan domestik yang berhasrat menubuhkan operasi pengeluaran produk berteknologi tinggi untuk pasaran serantau dan antarabangsa.

Sekian, terima kasih.