



• 位于巴生的海鸥企业于1975年5月1日隆重开幕营业。

海鸥展翅亮丽起飞

上个世纪七十年代，在马来西亚来说，是面对变革的年代。这个时期，亚洲的经济出现了显著的变革，由于一些国家采取积极的经济政策，为经济活动注入新的因素，导致经济发展出现质和量的变化，形成一股由亚洲四小龙带头大步向前发展的形势。当时的马来西亚，也在努力摆脱依赖原料生产的单一经济特色，努力推行工业化计划，国际贸易开始出现较兴旺和多元化的景象。特别是在1974年马来西亚冲破了意识形态上的压力，和中国建立外交关系，对马中两国的商贸往来产生了巨大的推动作用，中国货品在马来西亚以价廉物美的特点，获得消费者的普遍青睐。就在这种历史和经济背景下，一家以经营中国商品为主的企业宣告诞生了。

初创规模不起眼

这家企业初创时期，规模简直小到一点都不起眼，可是，经过三

十多年的努力经营，今天却已成了全马中国商品经销商的佼佼者。这家公司就是海鸥企业。

海鸥企业成立于1975年5月1日。当时，公司的股本只有马币十六万八千令吉，参与投资的，每人出资不过数百到三两千元。他们之中，有不少人是曾经参与左翼政治运动，在当时政治低潮中，既失去了政治舞台，也面对就业上的困难，于是兴起创办企业的念头，一来能谋求经济上的出路，二来也替中国商品推广市场。公司选在5月1日开张，也彰显公司的创办者大多是劳动阶层，今后应该贴近中下层民众；公司之所以采用“海鸥”这个名字，是因为一开始时是销售中国海鸥牌洗发香波系列，当然，也意含海鸥能迎风雨、搏巨浪，海阔天空任翱翔的顽强精神。

在创办之初，海鸥在巴生市区



中找到一个店面，从门市生意经营开始。可是，别看它的资本微不足道，别看它只在马来西亚一个二线城市找到立足点，海鸥的成立，在中国商品市场上，立刻有如天空中升起的一颗璀璨新星，成为人们关注的焦点。原因是，这家公司一开始就汇集了一股不容忽视的声势，无论在经营理念，还是在推销策略方面，都有一种与众不同的气势。令人感到诧异的是，它的每一个招式都发足劲道，尽管外人看不出虚实，它却又每每到位，获得



• 海鸥创业初期即贯彻取诸社会、用诸社会的宗旨，捐赠支持巴生四所独立中学。

消费者的热烈响应，很快的，业务蒸蒸日上，从此写下了一家小企业年年赚钱、营业不断增长的辉煌记录。

亲朋戚友来帮衬

公司选在巴生创立，反过来说也有地利上的优势，因为公司里有不少股东是当地人，或长期在这个地方活动，亲朋戚友众多，一呼百应，前来“帮衬”（光顾）的人很多，生意一下子就旺起来。直到今天，即使业务已遍及全马，海鸥的总部和制造厂仍设在巴生地区。海鸥的董事经理陈凯希回忆当时的情况时这么说：“开创

初期，没有经验，没有资本是我们的弱点。但是，勤勤恳恳，踏踏实实，埋头苦干，又是我们的优点。”

捐献文教搞公益

海鸥创立之初，就提出“取诸社会，用诸社会”的宗旨，标榜“君子爱财，取之有道”，营业上坚持“正货正价，童叟无欺”。开始时，这些话让人听起来觉得有些是门外汉的夸夸其谈，或认为那不过是生意人的噱头。可是，对这些理念，海鸥却身体力行，说到做到，三十余年如一日执著地坚持，正正经经做生意，绝不弄虚作假；在公益事业上，甚至尚未取诸社会，已先做了贡献，开门营业第一天，就捐献四千元给巴生四所独立中学，从此就坚持了年年捐献教育、文化和公益事业的传统。

其实，在马来西亚经营中国商品固然有它先天的优势，同样的也有不易攻克的难关，一向来市场竞争极为激烈，利润微薄，一家新企业要加入分一杯羹确实是谈何容易。海鸥一问世，不少人就将信将疑，大多数人心里在嘀咕：海鸥要维持门面，让员工拿一份薪水或许是没有问题，要做大做好，恐怕不好指望。这种看法确实并非没有根据的，在接下来的几年里，市场进行了几番淘汰，有些同行都面对惨淡经营的困境，可是，这种宿命论并未在海鸥身上应验，它一成立之后不仅先声夺人，而且是迅速的

壮大，一路勇往直前，从门市零售开始，发展到批发、进口、经销、药品制造和直销。从洗头香波开始，先后进军中酒、洋酒、中药、保健品、茶叶、油粮食品到轻工业产品等领域。营业基地从一间门市店发展到数十间连锁店，以至大量的加盟店和批发商客户，业务遍及全马。

巴生仍是大本营

尽管海鸥业务已遍及全马，并且开始扩散到本区域去，作为业务发祥地的巴生仍然是集团的大本营。在巴生加浦路的海鸥大厦是集团的营业总部及指挥中心，大厦后面则是海鸥制药(马)有限公司属下制药厂所在，专门研发生产各种中药及保健产品，这是马来西亚首家生产传统药品制造厂。为生产出品质优良的中药，该厂的设计和建造完全按照国际GMP的高标准，引进一流的生产线和检测仪器，生产片剂、冲剂、胶囊和丸剂等各类各药品，成为海鸥自创品牌的支柱。

俗话说“家大业大”，事业做大了，这个兼容药业制造基地的总部已渐显得有局促之感，在可以预见的将来，海鸥不但将会继续留驻巴生的大本营，更还会继续向纵向横的方向大手笔地扩大在这里的重镇，以应付未来发展的需求。

发展成上市公司

从小投资者集资成立开始，经过

连年取得可观的盈利，资本迅速累积增加，海鸥终于发展成一家具备相当规模的上市公司，1996年在吉隆坡股票交易所第二板挂牌上市，2007年10月股票再提升至主板交易。成为公共挂牌企业之后，海鸥的业务更是连年跃进增长，如今集团的净值和营业额都在马币一亿令吉以上，股票市值超过两亿令吉。



• 海鸥于1996年在吉隆坡股票交易所第二板挂牌上市，成为公共挂牌企业。

从十几万元做起，经过三十余年的发展，海鸥成为一个上亿元的企业集团，这样的业绩用“辉煌”两个字形容并不为过。不过，它今天的规模也并非一蹴而就的，就像人们常说的，罗马城不是一天建起来的，而是每年每月，甚至每日每时，不断的累积而来的。凡是海鸥的股东、友好、以至冷眼旁观者都知道，这三十多年来，公司从未发过意外的横财，更不曾是暴发户，它的每一块钱都是好不容易才挣下来的，它的财富是逐步逐步的累积而来的，如今回头来看，真是一步一个脚印。从第一个营业年头起，每一年的账目都没有令人惊心动魄



的变化，可是，却都有出现令人欣喜的盈利，在好年头，盈利多些；年头差时，盈利少些。过去十多年来，海鸥每年的税前盈利多时千馀万，少时也有几百万，2001年受金融风暴的余波冲击和内部整顿所影响，税前赚一点点，税后出现亏损，这是唯一的例外。

每年都派发股息

不管赚多赚少，公司每年都能给股东派发股息，甚至分红股；需要时也向股东要钱，发行附加股增资，只是往年的股息就够股东拿钱出来应付增股之所需，另外掏腰包的并不多。特别值得一提的是，海鸥股本的增加，大多是来自历年营业上盈余，这些盈余通过发红股的形式送给股东，达到增加公司资本的目的，自成立以来，公司发红股的次数前后共达10次，总共增加的股份不下数十倍。除了1996年上市时公开发股集资之外，公司的股本和规模就是这样靠业务发展和股东的支持而逐步扩大的。总括而言，一家企业能默默耕耘，年年在发展，骤看之下进展似乎不起眼，回头一看，是年年赚钱，年年分钱，累积起来是一个十分可观的数字，这可不是一件简单的事。煮酒论英雄，环顾本地企业世界，这份成绩单也够亮丽了。

陈凯希这么叙述道：“经过了32年的发展，公司可说是一帆风顺，尽管这艘船偶尔在暴风风中绕了道，搁了浅，触了暗礁，但毕竟它还是循著既定的方向稳健地前进。”

从十几万元做起，经过三十余年的发展，成为一个上亿元的企业集团，海鸥的发展过程绝对是一个值得引人深思的典型案列。

凭三大优势取胜

一家企业之所以能兴旺，天时、地利、人和是不可缺的因素。海鸥之所以能一日日的壮大，机遇是一个因素。可是，如果仔细的探索，也不难看出，它就是凭借三方面的优势，把业务推上去的，这三个因素，首先是要有好的产品，再来是相得益彰的营销策略，最后就是正确的长期经营理念。这三者互相有机的结合起来，形成一股强大的动力，让海鸥在消费大众心目中树立了绝佳的形象，取得源源不绝的支持力量，打开市场有如水到渠成。



● 海鸥连锁店与位于巴生的海鸥大厦总部。

