

南洋高報



2018年8月23日●星期四

A9



报道：陈富全 摄影：谢诗韵

扎根本土，放眼引领本地商家接轨国际市场的马来西亚本土网购平台“众金网”(PG Mall)电子商场，创办仅仅一年时间已吸引超过6000多个国内外知名品牌商家入驻，超强用户网络更覆盖全马，迅速崛起成为国内电子商务的一颗新星。

这些大卡士的品牌，包括雀巢(Nestle)、麦丁(Mydin)、白兰士(Brands)、Nivea、Eucerin、雅培(Abbott)奶粉、HURIX'S好力、redOne、奥嘉华(Ogawa)、BROZ Car Accessories、Yusof Taiyob、Raiya、通源工业(Thong Guan Trading)、Cobizco、Skechers、MyKuali Penang、Passion发纳贸易公司、各大品牌家具公司、智能手机、电脑及电器连锁店等。

PG MALL 创办一年吸引逾6000品牌入驻



众金网电商新星

风靡全马的电子商场“众金网”(PG Mall)创办一年内吸引6000多个国内外知名品牌入驻。

零注册费零成本为号召 鼓励年轻人投身网络创业

PG MALL以“零注册费，零成本”作为号召，鼓励更多本地商家与年轻人参与网络创业。

拿督威拉黄俊豪指出，这个年代网上创业已是一股新趋势，本地企业家应该把握机会，善用网络扩展业务与新商机，在网上电子商务分一杯羹。

他说，众金网(PG Mall)不仅是网上购物商场，更是一个电子创业平台。

“众金网扮演着配对商家和顾客的角色，为了鼓励更多本地商家参与网络创业，甚至以不同产品分类收取限额5%的交易费(Transaction Fee)以及零注册费，不管是

注册为商家或顾客都是免付费的，让年轻人轻松创业。”

他说，众金网更多的宏愿是协助本土企业家与商家接轨国际接轨，最佳的例子是于去年6月7日与大马网络企业家协会(PUIM)签署合作伙伴关系协议，齐心把本地商家机会与平台与国内外企业家交易，期望把本地品牌推向世界舞台。

全马跑透讲解

相较于其他网购平台，众金网更具诚意，提供在籍训练，公司专员在全马跑透讲解，商家主办巡回说明会，对网购一知半解的商家提供培训，以便更快上手。



众金网拥有一支强大的专业团队全面监督众金网的操作，提供后援及谘询。

做到尽善尽美 专业团队监督操作

众金网设想周全，为商家消费者做到尽善尽美。

为了支援众金网电子商务的操作，众金网拥有一支强大专业团队全面监督众金网的操作，以及提供后援，包括确保网站顺利操作、提升网站效率、马上解决随时出现的技术问题、给予商家的商品上载与支援，提供谘询、还有应对及解决购物者的投诉与状况等，加以协调与改善。

此外，众金网也有一支年轻有冲劲的团队，负责接洽与招揽新商家加入，同时也配合不同节日与季节推出创意优惠活动，如11月11日的“光棍节”、1月11日的

“小光棍”、还有12月12日的购物节，或者是农历新年、马来人开斋节、圣诞节、每天中午12时、下午4时及晚上9时的HOTSALES，还有5%现金回扣。

互动抽奖催谷买气

众金网职员不时通过FB Live举办抽奖互动活动，催谷买气以及吸引更多年轻买家。

众金网可以使用网上银行转帐付款、信用卡或扣账卡付款，也可以使用C-Wallet的电子现金付款。众金网也推用手机运用程序，方便智能手机用户手机上购物。

大马第一电子商务平台，众金网在芸芸电子商务中脱颖而出，成为商家及大马人最热爱的网购平台，主要是以全球独一无二的“消费商”模式经营，以及“零注册费”及“低成本”，让商家及消费者达到利润共享。

第二个强项，是众金网采取与优质厂商合作，强强结合，为购物者提供厂

商直接供货的正品，让购物者买得安心。

“消费商”模式双重现金回馈

众金网(PG Mall)创办人兼执行主席拿督威拉黄俊豪指出，以上重量级厂商对众金网的信任，来自于在各大网购平台作深入比较、审核、考察及多方位的考量后，最终决定与PG Mall合作，可谓是英雄重英雄。

他说，“消费商”模式，也赋予顾客们“双重现金回馈”，一名免费注册

成为众金网会员的顾客，每次在这个网购平台上购物，都可以获得现金回馈；这名顾客如果将众金网介绍给亲朋戚友加入成为会员，亲戚或朋友每次购物，这位顾客也同样会获得“介绍人奖励金”，吸引消费者纷纷转换平台到PG Mall。

众金网独特的共享经济商业模式，强调“购买、分享、赚钱”的哲理，让消费者们在消费的同时，也在与亲朋戚友分享的同时，赚取无止境的奖励。

“众金网电子商务的产品大众化，包括时尚服装、电子产品、日常用品、健康与美丽、孕妇与婴儿、玩具、休闲与运动用品、家居与书籍，还有各类专业服务等，各式各样的产品和服务提供予消费者尽情享受网上购物或服务，以最低的价格提供最优质的货品，非常方便。”

他说，众金网除了吸引6000多个国内外知名品牌入驻之外，各阶层购物者用户已衝上25万个，而且持续不断增长，包括男女老幼、家庭主妇、专业人士，并以上班族居多。

他深信，知名厂商选择众金网，看中众金网除了其明确的经营方针以外，还有庞大及不断增长的购物群网络未来巨大发展潜力。而“消费商”利潤共享经营模式，深获厂商和消费者的认同，造就PG Mall快速崛起。



黄俊豪：众金网引领本地商家与企业接轨国际市场，将本土品牌推向世界舞台。

强强合作盼达百万注册用户

众金网(PG Mall)今年3月也与大马邮政公司(Pos Malaysia)及马来西亚第一家后台移动虚拟网络营运商redONE Network 通讯签约，冀望通过强强合作使众金网注册用户于明年2月冲上百万目标。

从今年4月1日起，凡在大马邮政平台购买产品或相关服务，如缴水电单、汇款和购买单证信托等，即可获得PG Mall折扣券；redONE 用户则可通过简讯获得PG Mall折扣代码，在该平台购物时享有10令吉折扣。

一半用户每月网购

黄俊豪指出，目前众金网用户约有25万网购者，当中50%的网购者每月都积极使用此平台网购。“通过三方合作，预料每3月为众金网带来250万令吉的商店总值，这也是该公

司通过电子商务的天衣无缝的购物环境，将本地厂商带入全球平台的长期战略重要部分。”

他鼓励本地厂商，包括经销商、零售商及制造商，善用众金网扩展他们的网购业务。他指出，与大马邮政公司成为合作伙伴关系是非常重要的，因为该公司在全国700多个邮政局的强大联络网，可以帮助众金网与市区的百万网购者接触。

功用大众金行概念

“我们用了10年时间，从传统零售珠宝和金条买卖中脱颖而出，建立了今天的大众金行(Public Gold)，这是因为我们一直利用互联网作为交易平台，我们也将这个概念应用于众金网。”随着这项合作模式的成功，众金网接下来将与TEKUN National签约，从而获得PG Mall折扣券购物。

签约POS Laju

商家独家物流合作伙伴

到不同国内外商货、品牌与选择还有价格上作出比较，再配合可信赖与有效率的快递服务，将货品送上门，不需开车出门堵车，在目前智能手机普遍化的时代人人拇指刷屏购物，更方便快捷与省时。

他说，众金网的未来发展与方向，就是继马来西亚、新加坡、印尼及汶莱后，扩展到东南亚国家与越南、柬埔寨、泰国、缅甸及菲律宾等。



众金网职员不时通过FB Live举办抽奖互动活动，提升面子书专页人气。