

Untuk Siaran Segera

NESTLÉ CATAT PEROLEHAN LEBIH TINGGI PADA SEMBILAN BULAN PERTAMA BERASASKAN JUALAN TEMPATAN KUKUH

SOROTAN UTAMA

- Perolehan sebanyak RM3.7 bilion dicatatkan pada sembilan bulan pertama 2014, 1.4% lebih tinggi daripada tempoh yang sama tahun lepas.
- Peningkatan pelaburan dalam aktiviti pemasaran dan promosi pacu jualan domestik dan perkukuh kedudukan bahagian pasaran.
- Penurunan kecil dalam keuntungan operasi dan untung bersih disebabkan pelaburan pemasaran lebih tinggi.

Petaling Jaya, 27 Oktober 2014 - Nestlé (Malaysia) Berhad telah mengumumkan keputusan kewangannya bagi sembilan bulan pertama berakhir 30 September 2014 hari ini, dengan mencatatkan perolehan sebanyak RM3.7 bilion. Angka ini merupakan peningkatan 1.4% berbanding tempoh yang sama tahun kewangan lepas.

En. Alois Hofbauer, Pengarah Urusan, Nestlé (Malaysia) Berhad, berkata, "Prestasi kami bagi tempoh ini menepati jangkaan. Kami terus memanfaatkan portfolio jenama kami yang kukuh serta kempen pemasaran strategik untuk memacu pertumbuhan bahagian pasaran tempatan."

NESTLÉ (MALAYSIA) BERHAD

(Company No. 110925-W)

GROUP CORPORATE AFFAIRS DEPARTMENT
22-1, 22ND FLOOR, MENARA SURIAN, NO.1 JALAN PJU 7/3, MUTIARA DAMANSARA
47810 PETALING JAYA, SELANGOR, MALAYSIA
TEL: 03-7965 6000 FAX: 03-7965 6767 Website: www.Nestlé.com.my

Perolehan lebih tinggi bagi tempoh sembilan bulan ini adalah terutamanya disokong oleh jualan domestik yang lebih kukuh, kesan daripada pelaburan lebih besar dalam aktiviti pemasaran dan promosi. Kempen seperti “Lebih Kebaikan, Lebih Nilai”, Piala Dunia dan aktiviti promosi Ramadan meningkatkan jualan dan mengukuhkan lagi bahagian pasaran Kumpulan. Beberapa kategori seperti Konfeksi, Minuman Cecair dan Aiskrim juga mencatatkan pertumbuhan perniagaan yang mantap.

Sementara itu, perniagaan eksport yang merangkumi jualan kepada syarikat bersekutu Nestlé di negara lain, agak lembap dengan jumlah eksport lebih rendah berbanding tempoh yang sama pada tahun lepas. Kemerosotan ini disebabkan oleh persekitaran global yang semakin mencabar dan juga permintaan yang semakin rendah bagi eksport ke pasaran Filipina dan Indonesia yang telah melabur dalam keupayaan pengeluaran tempatan, produk-produk yang sebelum ini diimport dari Malaysia.

Dari segi kos input, harga komoditi memperlihatkan tren bercampur dengan harga bahan mentah semakin menurun pada suku ketiga. Disebabkan oleh harga purata tahunan yang lebih rendah serta penjimatan kos kesan daripada inisiatif dalaman, untung kasar meningkat sebanyak 1.7% dalam tempoh sembilan bulan berbanding tempoh yang sama tahun lepas.

Walaupun perolehan lebih tinggi daripada perniagaan tempatan, keuntungan operasi yang diraih lebih rendah sedikit iaitu 0.9% berbanding tempoh yang sama tahun lepas kerana peningkatan perbelanjaan operasi. Pelaburan pemasaran yang lebih tinggi merupakan punca utama kenaikan perbelanjaan. Untung bersih berjumlah RM452.1 juta telah dicatatkan, penurunan kecil berbanding tempoh yang sama tahun lepas. Prestasi keuntungan yang jauh lebih baik pada suku ketiga yang dilaporkan merapatkan jurang prestasi bagi sembilan bulan pertama tahun ini.

Bagi suku ketiga berakhir 30 September 2014, Kumpulan mencatatkan perolehan RM1.2 bilion. Dengan untung kasar lebih tinggi dan perbelanjaan operasi lebih rendah, untung operasi meningkat sebanyak RM196.7 juta dengan peningkatan margin sebanyak 200 mata asas berbanding suku tahun sama tahun lepas, manakala untung bersih berjumlah RM150.1 juta, mewakili peningkatan margin sebanyak 170 mata asas.

En. Hofbauer menambah, “Bagi suku terakhir tahun kewangan ini, kami akan terus mengambil pendekatan positif yang lebih berhati-hati. Memandangkan permintaan tempatan dijangka kekal sederhana, kami akan mengukuhkan kelebihan daya saing dengan mempelopori inovasi dan menambah baik portfolio produk, sambil menggalakkan pemakanan seimbang demi menyokong usaha Kerajaan menggalakkan rakyat Malaysia mengamalkan gaya hidup yang lebih sihat.”

“Dalam pada itu, kami akan mengekalkan tumpuan terhadap pertumbuhan perolehan dan juga keuntungan. Kami yakin terhadap prospek jangka panjang, lebih-lebih lagi dengan meningkatkan kapasiti pengeluaran di kilang baru Sri Muda. Kilang ini dijangka siap tidak lama lagi dan dijadual akan mula beroperasi pada separuh pertama 2015,” rumus En. Hofbauer.

Kumpulan terus berusaha meningkatkan pelaburan pemasaran sejajar dengan matlamat Nestlé untuk menjadi pemimpin dalam Pemakanan, Kesihatan & Kesejahteraan, selain menjadi penanda aras industri bagi prestasi kewangan dan diyakini oleh semua pihak berkepentingan.

Untuk maklumat lanjut, sila hubungi:

Zainun Nur Abdul Rauf
Nestlé (Malaysia) Berhad
Tel: (+603) 7965 6445
E-mel: ZainunNur.AbdulRauf@my.nestle.com

Michelle Vincent atau Yasmin Kadir
acorn communications
Tel: (+603) 7958 8348
E-mel: acorncommunications@acornco.com.my