



Good food, Good life

新闻稿

八打灵再也 23 日讯

Nestlé 在 2020 年再创辉煌的一年 受本地销售和出口推动，第四季业绩表现强劲

重点摘要

- 虽面对严峻环境，全年营业额仍增至 54 亿令吉。
- 本地消费和出口销售带动第四季营业额增长 3.1% 至 13.7 亿令吉。
- 尽管与 COVID 防疫工作相关的费用不断增加，第四季的税后盈利增至 1 亿 3250 万令吉。
- 为了提高员工的安全和运营连续性，COVID-19 安全和预防相关措施的全年成本达到了 6,200 万令吉。
- 尽管全年面临外在挑战，集团仍宣布派发每股 0.92 令吉第三中期股息，在本财政年度累计达到每股 2.32 令吉股息。

马来西亚雀巢有限公司在截至 2020 年 12 月 31 日止的财政年再次取得强劲业绩表现，营业额达 54 亿令吉。集团的走势改善今年最后季度的表现，使营业额和盈利较 2019 年同期稳健增长。这主要受到强劲的家庭消费、出口复苏以及在复苏式行动管制令 (RMCO) 期间更加开放的运营条件带动户外管道增长所主导。

业绩回顾：2020 年第四季按年比较

该集团在第四季的营业额比 2019 年第四季增长 3.1% 至 13 亿 7000 万令吉。核心食品和饮料业务持续成为主要贡献业务，由于强劲的家庭消费推动 6% 增长。出口业务亦取得良好增长表现。尽管仍远低于 COVID 疫情之前的水平，下半年的 RMCO 期间的管制放宽使户外管道取得较好的销售，集团的业绩有所贡献。

马来西亚雀巢有限公司首席执行官 Juan Aranols 先生说：“我们的团队在艰难（尤其是户外管道）和竞争激烈的环境中坚持不懈推动所有品牌和管道的增长机会，使第四季的业绩表现标青。凭借扎实的品牌计划、振奋人心的创新和强大的销售执行力，我们的品牌持续获得消费者的认可。”

产品创新的加速推广也是本季度的主要增长动力。除了前几个季度推出的创新产品，新产品进一步增强了产品组合，包括 MILO Nutri Breakfast、新形式的 MAGGI 辣椒酱以及推介 KIT KAT GOLD（冰淇淋和糖果版本）。本季度的一大亮点是 NESCAFÉ Classic Kopi Kedah 的推介，这是有史以来首个 100% 采用马来西亚种植的咖啡豆制作的 NESCAFÉ 产品。

该集团的税前盈利达 1 亿 6740 万令吉，填补了 2019 年与前三个报告季度的差距。这主要归因于受影响的户外管道、更高的运营费用以保护所有员工的工作安全并确保运营连续性，其中包括对确保所有员工与工作地点安全至关重要的广泛 COVID-19 抗原测试计划。尽管如此，该集团的税后盈利达 1 亿 3250 亿令吉，比去年同期略高。

“自从 COVID 大流行疫情爆发以来，我们的首要任务是不惜任何成本保护所有员工的安全。例如，我们于 10 月开始展开大规模测试计划，迄今已进行超过 14 万个测试，累计成本高达数百万令吉。在与病毒的斗争的同时，我们需保持谦虚，在应用所有 SOP 和遏制措施中保持积极主动和纪律。我们也履行了保障工作和就业承诺，尽管我们不得不承担庞大的成本压力，但我们仍设法在 2020 年避免进行任何劳动力重组计划。”

为配合集团致力为股东提供稳固和可持续价值的承诺，董事会宣布在截至 2020 年 12 月 31 日止财政年派发每股 0.92 令吉的第三中期股息。这将使本年度的总股息达每股 2.32 令吉：尽管 2020 年情况波动，仍然派发稳定股息。

业绩回顾：2020 年全年按年比较

大流行疫情影响上半年表现，也加剧了 2020 年农历新年的挑战，使该集团全年营业额高达 54 亿 1000 万令吉。随着大流行疫情的最严重影响开始消退，本地销售和出口均逐步恢复。

值得注意的是，该集团核心餐饮业务的极为稳固的销售执行和诱人品牌宣传活动使马来西亚人民在这艰难时刻受到激励，令全年销售增长 2.3%。这包括完美落幕的雀巢终生薪金有奖竞赛、MILO 70 周年庆典、MAGGI Confirm Malaysia 活动以及我们咖啡品牌活动，包括扩大 STARBUCKS at HOME 系列以及推出采用 100% 马来西亚咖啡豆制成的 NESCAFÉ Classic Kopi Kedah。当然还有在行动管制令期间把雀巢冰淇淋带给马来西亚家庭的创新策略。

集团在 2020 年全年取得稳定的赚幅表现，税前盈利和税后盈利分别达 7 亿 2480 万令吉和 5 亿 5270 万令吉。业绩表现比 2019 年来得逊色主要受到 COVID-19 疫情打击户外管道销售，以及高达 6200 万令吉与 COVID-19 相关的大量开销，这笔资金被投入大流行疫情救灾工作和保护员工安全和营运连续性得综合措施。此外，上财政年也受益于八打灵再也工厂撤资相关的 2100 万令吉的一次性收益。

我们确保安全，保护全体人民的工作和收入；我们确保持续供应基本食品和饮料；我们通过多种救济计划帮助了社区

Juan Aranols 先生表示：“我们在大流行疫情期间始终专注于重要事项：确保安全并保障全体员工的工作和收入，确保我们的客户获得持续基本食品和饮料供应并通过各种救济计划提供社区帮助。我也自豪地通知大家，我们已全面执行 2020 年资本投资计划（过去 6 年来最高数额），并在可持续发展议程方面取得了良好进程。其中两大焦

点为完成在沙巴州种植 100 万棵树木的 RiLeaf 项目，以及在所有 UHT 系列中全面转换可持续采购纸吸管。我要赞扬我们所有团队坚持不懈的努力以及坚定不移的承诺，为所有马来西亚人带来正面影响。”

2021 年展望

Aranols 先生进一步补充：“我们预计 COVID-19 疫情的全球影响将会持续到上半年。我们将继续致力确保员工安全和为客户供应产品，并通过各种计划再次帮助弱势社区。我们还预测许多主要原产品的价格出现大幅反弹，预示着我们将继续竭尽所能管理涨幅的紧张局势。当然，我们将长期专注业务并提供安全与优质的营养产品，以满足所有马来西亚人的口味和期望。”

“本集团在 2021 年会有振奋人心的发展，例如我们即将进入新兴的植物基领域。我们植物基的膳食解决方案制造工厂是亚洲内仅有的两家工厂之一，现已建成并投入运营，即将于 4 月正式启动。我们预计在 2021 年投入大量新资金以进一步扩大和提升制造设施，并创造新的就业机会。最后，我们将在 2021 年继续加倍努力为大家开创一个更绿色与永续经营的未来，其中的重要项目包括放眼在 2021 年到 2023 年间种植 300 万棵树的 RELeaf 计划、持续对抗塑料废料，或在我们所有工厂中加快转换采用可再生能源。” Aranols 先生总结。

About Nestlé Malaysia

雀巢 (NESTLÉ) 是世界最大的食品和饮料制造商。总部设于瑞士的雀巢事业网络遍布全球 180 多个国家，旗下 291,000 名职员皆秉持雀巢充分发掘食品的力量以提升当下和未来每个个体的生活品质的承诺。我们的优越表现奠基于营养、健康和保健策略。雀巢自 1912 年成立至今，始终以优质品牌和产品滋养马来西亚人民并赢得了消费者的信赖。我们致力于改善我们事业运营所在社区的生活，同时维持我们的清真品质和诚信。这与我们为每个人提供“美好食物、美妙人生” (GOOD FOOD, GOOD LIFE) 的承诺相辅相成。

欲了解更多有关我们如何为马来西亚民众提供营养超过一个世纪，敬请浏览网站 www.nestle.com.my 或我们的面子书专页 <http://www.facebook.com/Nestle.Malaysia>。

欲知更多详情，请联络：

Maxine Lim

Nestlé (Malaysia) Berhad

电话： +603 7965 6650
手机： +6012 353 1337
电邮： Maxine.Lim@my.nestle.com

Alya Nurina or Yasmin Kadir

acorn communications

电话： +603 7958 8348
手机： +6010-221 8216 (Alya) or
+6017-237 9048 (Yasmin)
电邮： acorncommunications@acornco.com.my