



Good food, Good life

新闻稿

八打灵再也，2021 年 8 月 24 日

雀巢大马次季销售盈利高涨

在新冠肺炎疫情期间持续确保员工安全和支援社区

主要亮点

- 2021 年次季营业额增加 13.2%，至 13 亿 8000 万令吉，归功于核心食品饮料（F&B）业务稳定表现和户外（OOH）活动复苏（对比 2020 年次季行动管制（MCO）期间低迷表现）
- 税后盈利增加 27.5%，至 1 亿 3450 万令吉，由强劲的营业额成长推动，抵消同期因保护员工和确保营业持续性的 COVID-19 相关高昂花费
- 宣布派发净中期股息每股 0.70 令吉

雀巢（大马）有限公司持续在 2021 年次季增速，不止反映了其稳定的家庭消费、也显现公司在 COVID-19 期间运营限制下专注确保客户供应持续性，以及确保所有员工和商业伙伴安全的不懈努力。

业绩回归 (2021 年次季 vs 2020 年次季)

本季度营业额增加 13.2%，至 13 亿 8000 万令吉，对比去年同期的 12 亿 2000 万令吉。这归功于强劲的国内销售增幅 15.8%，而其中集团核心食品饮料业务上涨 8.4%。Nestlé Professional 旗下的户外业务也从去年受行动管制令影响的低迷中复苏。基于营运限制，只能专注本地市场，也导致出口业务在 2021 年次季仅微涨 2.5%。

雀巢大马首席执行官 Juan Aranols 表示：“我们首要任务依然是确保人们安全和供应持续性，而两者都需要我们所有团队付出巨大努力和韧性。对员工进行系统性的抗原测试和严格执行标准作业程序（SOP），有助于保持我们的营业额和运营正常运行，以满足我们大多数品牌的稳定需求。考虑到 COVID-19 将在短期内持续影响市场，我们也继续为未来建设，涉足高增长类别，并推进我们的环境可持续性计划。”

该集团在本季度推出大量的新产品。这包括推向零售市场的 HARVEST GOURMET 植物性系列，以及不含乳制品的美禄和 NESCAFÉ。其他在 2021 年次季推出的新产品，亦包括 LIVELY Tea 茶饮系列、Iced NESCAFÉ 系列扩展还有通过全新的 KIT KAT Blocks 进入巧克力片市场。

2021 年次季税前盈利和税后盈利各别增加至 1 亿 7700 万令吉和 1 亿 3450 万令吉。本季度强劲复苏，主要由高营业额成长驱动，从而抵消按年较高的原产品价格和营销花费。另外，次季 COVID-19 相关费用依旧庞大，这包含预防现场感染措施的广泛抗原测试项目、PPEs 和其他措施费用。

业绩回顾：2021 年年初至今 vs 2020 年年初至今

雀巢大马截至 2021 年 6 月 30 日止营业额增长 6.6%，至 28 亿 3000 万令吉，对比去年同期的 26 亿 5000 万令吉。这主要由按年增长 7.7% 的本地销售驱动，其中核心食品饮料业务取得 6.7% 增幅，而 OOH 业务从因受 MCO 影响的去年同期低迷中缓慢复苏。

Aranols 先生补充道：“上半年成绩证实了我们逐年推动可持续成长，并且效率、品牌支持和创新推动我们的模式韧性。我们每天将继续努力工作，以美味、优质和营养的产品，满足人民的期望。”

Aranols 先生补充道：“上半年成绩证实了我们逐年推动可持续成长，并搭配投资品牌效率和基于消费者价值主张，推向市场的创新效率模式韧性。我们每天将继续努力工作，以美味、优

雀巢 2021 年上半年税前盈利为 3 亿 9740 万令吉，按年提高 2.8%。这主要由较高的营业额拉动，并稍微抵消上涨的原产品价格、营销花费和 COVID-19 相关成本，总体接近 5000 万令吉。另外，全新的植物性食品方案生产工厂所带来的再投资津贴税务回扣，亦令该集团支付较低的税务，从而取得较高的税后盈利 3 亿零 970 万令吉。

配合该集团传达股东价值的承诺，雀巢董事局宣布在 2021 年 12 月 31 日止的财政年派发每股 0.70 令吉的中期股息，与 2020 财政年首次中期股息持平。

展望

针对接下来的财政年展望，Aranols 先生指出：“国家疫苗接种计划进展令人钦佩，并展现了“Malaysia Boleh!”的最佳精神，激励雀巢大马全体人员每天都做到最好。隧道尽头的曙光已现，我们希望所有遭受这疫情折磨的大马人都能够保护自己生命并恢复生计。在过去的 2021 年上半年，我们继续为社区提供救济，向食品银行捐赠约 750 万令吉并支援非政府组织。我们也在尽自己的绵力鼓励所有大马人接种疫苗，即通过“Join the fight. Stop Covid 19”项目，为已接种疫苗的大马人提供 2 万 5000 张价值 20 令吉的优惠券作为奖励。”

“随着经济活动逐步复苏，今年余下的主要挑战来自于食品原产品价格上涨，而我们在上半年通过对冲政策减轻了此影响。我们预估，原产品价格带来的影响将在未来数月变得更明显。”

“虽然如此，我们仍然有信心在 2021 年交付稳健的成绩单，实现良好的营业增长和盈利表现。”

Aranols 先生补充道：“在我们良好的势头基础上，我们将持续在下半年驱动现有成长业务，并努力实现可持续性增长，同时支持马来西亚走上复苏之路。”

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 270,000 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，请联系：

Shaheen Zaffar

Nestlé (Malaysia) Berhad

Tel: +603 7965 6650

Mobile: +6012 235 6865

E-mail: Shaheen.MohamedZaffar@my.nestle.com

Alya Nurina or Yasmin Kadir

acorn communications

Tel: (+603) 7958 8348

Mobile: +6010-221 8216 (Alya) or

E-mail: +6017-237 9048 (Yasmin)

acorncommunications@acornco.com.my