



Good food, Good life

新闻稿

八打灵再也 2 日讯

Nestlé Malaysia 第三季营业额与净利增长 尽管面对多个疫情相关的行动管制

主要亮点

- 国内和出口市场的销售增长强劲使 2021 年第三季度营业额增长 3.6% 至 14 亿 4000 万令吉。
- 尽管在 2021 年第三季度大部分时间执行加强行动管制令(EMCO)影响了户外业务以及运营能力受限，国内业务仍取得 3.4% 的增长。
- 尽管原产品价格对公司不利，但增长杠杆和 EMCO 中削减消费使 2021 年第三季度的税后盈利增长 15.3% 至 1 亿 4800 万令吉。
- 宣布派发每股 0.70 令吉第二中期股息。

八打灵再也 2 日讯 – Nestlé (Malaysia) Berhad 的核心饮食与出口业务的市场需求强劲，使其在截至 2021 年 9 月 30 日的第三季度业绩取得增长。在第三季度的 COVID-19 营运限制（即工厂限制 60% 的劳动力）的情况下，该集团确保供应链连续性的同时继续以员工和业务合作伙伴的安全为首要考量。

业绩表现回顾 (2021 年第三季按年比较)

受评估季度的营业额从去年同期的 13 亿 9000 万令吉增长 3.6% 至 14 亿 4000 万令吉。这主要因为集团的饮食业务在 2021 年第三季度增长 5.5%，带动国内和出口市场销售稳健增长，分别提升 3.4% 和 4.5%。2021 年第三季度执行的 EMCO 则更进一步地影响了 Nestlé Professional 旗下的户外业务。

Nestlé Malaysia Berhad 首席执行官 Juan Aranols 先生说：“凭着团队的奉献与坚持不懈的精神，集团在面对各种行动管制中仍然取得强劲的季度业绩。我们一直保持安全运营并继续确保稳定供应，以满足市场对我们品牌的稳固需求，同时提升产品创新和加速环保行动。”

在第三季推出了振奋人心的产品创新，包括 NESCAFÉ Ready-To-Drink 限量版（椰糖、班兰和玫瑰露加奶）、NESCAFÉ Ice Caffé Latte、KIT KAT Chunky Raisin & Cookie 和 NESTLÉ Onde Onde 冰淇淋。该集团加速扩张 HARVEST GOURMET 植物性产品系列以及 Dairy Free MILO 和 NESCAFÉ 饮料，而 LIVELY Tea 在全国的推广则势头强劲。

2021 年第三季度的税前盈利和税后盈利分别增至 2 亿 760 万令吉和 1 亿 4800 万令吉。这主要是由于收入增长提升以及营销费用降低。第三季度主要受 EMCO 限制而令营销活动受限，与 2020 年第三季度相比，去年同期已经进入复苏 MCO 的限制放宽阶段。此外，原产品价格

上涨和 COVID-19 相关费用在 2021 年第三季度仍然相当可观，使盈利改善略有缓和。集团仍进行 COVID-19 抗原检测计划，为员工提供个人防护设备和其他 COVID-19 安全措施以预防职场感染和控制疫情。

业绩表现回顾：2021 年年初至今按年比较

截至 2021 年 9 月 30 日止的首九个月，集团的营业额从去年同期的 40 亿 4000 万令吉增加 5.6% 至 42 亿 7000 万令吉。这主要因为国内销售增长 6.3% 和零售饮食业务增长 6.2% 所带动。

Aranols 先生补充说：“我们在今年首九个月的收益和销售增长反映了业务和运营的弹性。我们仍然以员工和业务合作伙伴的安全为首要考量以及确保客户供应的连续性。最重要的是，我们一直致力于提供美味、高品质和营养丰富的产品，以满足消费者不断变化的需求和期望。”

集团在今年首九个月取得较高的销售额与减低营销开支，使税前盈利从去年同期增长 8.5% 至 6 亿 500 万令吉，税后盈利则增长 8.9% 至 4 亿 5770 万令吉。不过，原产品价格上涨以及与 COVID-19 相关的重大费用（约为 6500 万令吉）则略微抵消本财年迄今的盈利增长。

为反映集团创造股东价值的承诺，董事会宣布在截至 2021 年 12 月 31 日止的财政年度派发每股 0.70 令吉的第二中期股息，与 2020 年第二次中期股息相同。

“在集团表现良好的同时，我们也意识到弱势群体在此期间面对的困境，并持续通过各种举措为社区提供救济。我们仍然很注重食品捐赠，其中最近与当地一家非政府组织合作派发超过 2 万个营养包以滋养 B40 家庭。欢庆与马来西亚人 50 年的坚实关系的 MAGGI Sah Malaysia 活动也向 B40 社区捐赠 5 万个餐包。总体而言，我们在 2021 年期间已经为社区支持举措拨出约 1000 万令吉的款额。”

展望

Aranols 先生在评论未来的前景时说：“我们对马来西亚的前景保持乐观。随着国家疫苗接种计划已超过国内成年人口的 90%，我们希望马来西亚的经济复苏将在未来几个月内进一步加强。”

“我们的可持续发展之旅将在 2021 年继续推进，并将在 2022 年进一步加速。我们正在加快塑造无垃圾未来的步伐，将我们的上门收集与资源回收计划扩展到新的城市，期望能继续扩大覆盖社区。在 2021 年第四季度，一旦在近几个月放宽疫情的行动限制，我们即将扩大 RELeaf 项目下的种植活动。

“展望未来，今年第四季度的主要挑战将是食品原产品的成本上涨。我们预计未来几个月，尤其是 2022 年的影响将更加明显，以达成在 2023 年种植 300 万棵树的承诺。”

“尽管如此，我们有信心保持正面趋势，并在 2021 年再创佳绩。”Aranols 先生总结道。

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 6456

Mobile: +6012 235 6865

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

Yasmin Kadir

acorn communications

Tel: (+603) 7958 8348

Mobile: +6017-237 9048 (Yasmin)

E-mail: acorncommunications@acornco.com.my