

雀巢于 2014 财政年取得稳健增长 由国内业务带动

要点

- 成功推介新产品和强稳市场营销支持带动国内业务巩固增长，营业额增加 4.1%。
- 截至 2014 年 12 月 31 日止的财政年营业额从上年增加 0.4% 至 48 亿令吉。
- 股东常年大会上建议派发每股 1.75 令吉终期股息。

吉隆坡 23 日讯 – 尽管面对挑战重重的经济情况，马来西亚雀巢有限公司（Nestlé (Malaysia) Berhad）的国内业务在截至 2014 年 12 月 31 日止的财政年取得巩固增长，营业额比上年增长 4.1%。

马来西亚雀巢有限公司董事经理贺富华先生在集团股东常年大会后表示：“我们于去年的业绩表现符合预期。尽管面对不稳定的经济情况及要求严谨的市场，我们的国内业务再次成为业绩成长领先业务，令我们的 2014 年业绩得持续稳固，也让我们深受鼓舞。我们在市场营销与宣传活动投入的庞大资金获得回报，国内销售提升与市场份额扩展就是最佳证明。”

2014 年的焦点包括建立于雀巢营养、健康和保健平台的‘Lebih Kebajikan, Lebih Nilai’以及‘Lebih Nilai, Lebih Funtastik’活动。配合推介新产品进行的其他长年宣传活动包括雀巢 Ais Krim Goreng、MAGGI Royale Penang Seafood Curry 和 Korean Spicy Braised Beef 快熟面，以及雀巢 KIT KAT RUBIES，让集团得以加强在所有主要产品组别的市场份额，包括糖果、雪糕和饮料业务。

联号公司如菲律宾和印尼因开发自有制造厂房令需求走低，导致出口业务取得适度增长。尽管 2014 年的出口放缓但生产成本增加，集团持续应用雀巢持续卓越平台令其节省成本和提升营运生产率。净盈利从上年稍微下滑至 5 亿 5 千 40 万令吉，营运盈利则走低 1.3%。

作为集团持续为股东提升价值的承诺，董事局在股东常年大会上建议针对截至 2014 年 12 月 31 日止的财政年派发每股 1.75 令吉终期股息。这令 2014 财政年派发的股息总额高达每股 2.35 令吉。

2015 财政年首季

集团在截至 2015 年 3 月 31 日止的财政年首季持续成长趋势，营业额增长 4.1%。雀巢有史以来最大型的宣传活动——全国消费者活动 ‘Lebih Nilai, Lagi Hebat’ 成为业务增长主要贡献来源。

此外，尽管经济情况走稳令出口销售面对比上季较低的影响，但出口业务仍在 2015 财政年首季持续放缓。原产品趋势整体比上一季良好。毛盈利因赚幅提升而增长 5.3%。

集团在市场行销与宣传活动注入较高的投资，令集团取得更大的市场份额。结果显示，营运盈利从去年同期增长 3.1%至 2 亿 5 千 90 万令吉，净利则增长 2.4%至 1 亿 8 千 790 万令吉。

展望

贺富华先生补充：“虽然面对重重挑战，尤其消费者需求受到消费税影响，但我们仍相信市场充满潜能，也对长期前景维持乐观展望。我们将持续专注于业务增长，同时持续产品创新与策略市场行销的投资，以加强提升营业额与盈利表现。”

“对此，我们位于莎亚南 Sri Muda 的新厂房已经竣工，并将如期在 2015 年 8 月全面营运。随着制造产能提升，我们放眼进军国内与出口业务的无限商机。” 贺富华先生总结。

马来西亚雀巢简介

世界最大食品和饮料制造商，也是营养、健康和保健食品佼佼者—雀巢（Nestlé）总部设于瑞士。雀巢自 1866 年以来承诺为消费者提供高品质、美味和安全营养产品，与我们标榜的美好食物，美妙人生（Good Food, Good Life）承诺相辅相成。雀巢自 1912 年成立至今凭着优质品牌和产品，以及我们要提升营运社区的生活的承诺，赢得了消费者的信赖。在雀巢，我们的消费者都是我们一切中心所在。我们提供最优质的产品；坚守我们的瑞士根基，同时维持我们符合回教教义的卓越与忠诚。欲知更多有关我们如何在过去超过一个世纪来能滋养马来西亚人民，敬请浏览 www.nestle.com.my 或我们的面子书页面 <http://www.facebook.com/NestleMalaysia>。

欲知更多详情，敬请联络：

Maxine Lim

Nestlé (Malaysia) Berhad

电话： (+603) 7965 5185

电邮： Maxine.Lim@my.nestle.com

Joanne Lim or Yasmin Kadir

acorn communications

电话： (+603) 7958 8348

电邮： acorncommunications@acornco.com.my