

雀巢取得强劲首季业绩

重点摘要

- 受评估季度的营业额增加 4.2% 至 14 亿 3000 万令吉。
- 国内销售与出口销售偏高引领强劲业绩，分别增长 4.4% 和 3.4%。
- 营运盈利提升 1.3% 到 3 亿 300 万令吉，税前盈利高达 2 亿 9500 万令吉，增长了 1.3%。

八打灵再也 24 日讯 – 马来西亚雀巢有限公司在财政年取得开门红，在截至 2018 年 3 月 31 日止的首季营业额和盈利皆取得增长。

业绩回顾：2018 年首季按年比较

强劲的国内和出口销售令受评估季度的营业额从上年同期增长 4.2% 到 14 亿 3000 万令吉。

马来西亚雀巢有限公司首席执行官 Alois Hofbauer 先生说：“我们非常高兴在受评估季度能够继续加速增长。我们的良好增长主要归功于进行中的 FIT 策略，此策略由三大支柱组成，即‘迈向成长’、‘创新成长’和‘转变成长’。此策略明显证明取得高度成效并贡献集团持续增长。

“我们稳固市场营销和促销投资见效使营业额增长。与此同时，创新仍是集团的主要成长主力之一，我们欣慰在受评估季度可为大马人民提供更多美味又创新的产品。

在受评估季度中，农历新年期间的策略市场营销和促销活动令该集团取得正面的业绩表现。营运盈利提升 1.3% 至 3 亿 300 万令吉，税前盈利增长了 1.3%，高达 2 亿 9500 万令吉。增长的营业额有助补贴农历新年期间偏高的原产品价格和市场营销投资。

展望

Hofbauer 先生说：“我们欣慰以此强劲姿态展开新财政年。除了递交更好的业绩表现，我们也坚守雀巢承诺，即提升所有大马人民的生活品质及打造更健康的未来。我们的集团已超过一个世纪持续滋养大马人民。我们确切希望与计划陪同大马这个美丽的国家继续茁壮成长直至下一个世纪甚至更久远。对此，我们将继续以更健康与更美味的食品滋养大马人民，同时推出各种举措和活动来鼓励更活跃的生活方式。”

“今年预计持续充满挑战，凭着长期 FIT 策略、巩固品牌组合、高效人才及持续专注创新，我们有信心能继续为公司带来持续性正面成长。” Hofbauer 先生总结。

马来西亚雀巢简介

世界最大的食品和饮料制造商—雀巢（Nestlé）总部设于瑞士。雀巢网络遍布于全球 189 个国家，旗下 32 万 8000 名职员皆坚守雀巢要提升品质的承诺，以打造更健康的未来。我们的表现以营养、健康和保健策略为主。雀巢自 1912 年成立至今以优质品牌和产品滋养马来西亚人民同时维持我们符合回教教义的卓越与忠诚。这与我们标榜的美好食物，美妙人生（GOOD FOOD, GOOD LIFE）承诺相辅相成。欲知更多有关我们如何在过去超过一个世纪滋养马来西亚人民，敬请浏览 www.nestle.com.my 或我们的脸书页面 <http://www.facebook.com/NestleMalaysia>。

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

Joanne Lim or Yasmin Kadir

acorn communications

电话： (+603) 7958 8348

手机： +6012-304 7604 (Joanne) or

+6017-237 9048 (Yasmin)

电邮：acorncommunications@acornco.com.my