

雀巢首季业绩亮眼 由国内市场带动

摘要

- 成功推出新产品以及推展“**Lebih Nilai, Lagi Hebat**”促销活动，国内营业额增长 4.1%。
- 营业额从去年同期上涨 0.4% 至 13 亿零吉。
- 本季度营运盈利增长 3.1%，净利比去年同期提升 2.4% 至 1 亿 8 千 790 万令吉。

八打灵再也 20 日讯 – 马来西亚雀巢有限公司（Nestlé (Malaysia) Berhad）在截至 2015 年 3 月 31 日止财政年首季交出强稳业绩表现，营业额从去年同期增长 0.4% 至 13 亿零吉。

马来西亚雀巢有限公司董事经理贺富华先生说：“尽管消费者情绪普遍疲弱，马来西亚雀巢有限公司仍可取得稳健增长，令我们深受鼓舞。这主要是受到在 2 月杪推展的“**Lebih Nilai, Lagi Hebat**”全国促销活动带动，主要产品组别均取得巩固成长。这项活动是一项积极的举措，在落实消费税 (GST) 前价格变动不明朗之际，确保雀巢消费者持续在购买喜爱产品时更物有所值。”

“集团在此季度成功推出新产品，包括 NESCAFÉ BLEND & BREW、KIT KAT RUBIES 和 MAT KOOL BUTTERFLY，这些产品皆获得市场热烈反应。”

出口销售在此季度取得适度增长，联号公司的需求持续放缓。不过，销量下滑的影响则比上一季低，展现平稳趋势。

然而，原产品价格受评估的季度整体比去年同期来得有利，不过棕油和咖啡豆则例外。尽管马币兑美元汇率走低持续带来影响，但有利的原产品走势，加上偏高的营运绩效致使毛盈利增长 5.3%，令赚幅有所提升。

集团也通过提升在市场行销与宣传活动的投资，推高市场份额增长。偏高的营业额及赚幅提升令营运盈利从去年同期增长 3.1% 至 2 亿 5 千 90 万令吉，净利则提升 2.4% 至 1 亿 8 千 790 万令吉，惟利息开销偏高。

2015 年展望

贺富华先生补充：“虽然面对严谨市场情况，我们非常开心公司仍以强稳姿态展开财年。今年尽管预计将挑战重重，尤其消费者需求受到消费税影响，需要调整期来恢复需求。不过，基于马来西亚经济强稳，我们对长期前景维持谨慎乐观，也将持续专注于策略规划以提升营业额与盈利，同时扩展制造厂房。”

“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，必定将为集团开拓新商机。”他说。

“接下来，我们将透过我们创新的产品组合，持续提升市场行销投资，并向马来西亚人民提倡健康生活方式。其中一项振奋人心的新产品为我们最近推介的 **MILO Nutri G**，即包含糙米全谷粮、麦、燕麦和薏米的便利早餐谷粮。与其他产品一样，此产品符合雀巢要成为营养、健康与保健产品佼佼者的目标。”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

Michelle Vincent or Yasmin Kadir

acorn communications

电话： (+603) 7958 8348

电邮： acorncommunications@acornco.com.my