

雀巢 2017 年取得开门红 营业额与盈利皆取得增长

重点摘要

- 季度营业额增长 4.4% 至 14 亿令吉。
- 过去两年的新产品建立强稳基层，而强劲的市场行销与促销活动则加强国内与出口销售，成为营收增长主因。
- 国内与出口销售分别取得 4.7%和 3.6%的稳固增长。
- 季度税后盈利增 4.4% 至 2 亿 3 千万令吉。

八打灵再也 25 日讯 – 马来西亚雀巢有限公司在财政年取得开门红，截至 2017 年 3 月 31 日的首季营业额与盈利接取得增长。

表现回顾 – 2017 年首季按年比较

国内与出口销售分别增长 4.7%和 3.6%。强劲的表现令首季营业额从上年的 13 亿令吉增长 4.4%至 14 亿令吉。

马来西亚雀巢有限公司首席执行官贺富华先生说：“我们在今年有个美好的开始，取得良好业绩表现。国内销售主要受到市场行销与贸易促销活动带动，加上前两年推出的新产品也打造强稳的基层，持续令集团受惠。我们决定在 2016 年最后一个季度提前投资市场营销和贸易促销活动给今年第一季度带来正面的成果。”

“此外，我们在受评估季度推出数项新创新产品，包括 NESCAFÉ GOLD Creamy Latte 和 Dark Latte、美极 Hot Mealz、美极 Roasted Sesame Chicken Noodles 以及 KIT KAT Mini。这也是我们为迎合求变求新的大马人需求而持续进行的创新与革新部分举措。”

内部效率提升举措与严谨的成本管理有助缓冲原产品价格上涨及令吉疲弱的冲击，促使集团的盈利架构持续稳健。这也令集团的税前盈利从去年同期增长 5.4% 到 2 亿 9 千 100 万令吉；税后盈利则增长 4.4% 到 2 亿 3 千万令吉。

展望

贺富华先生补充：“接下来，偏高的成本与消费者信心水平依然是 2017 年面临的挑战。不过，尽管难以预测的经济情况，我们对加强、创新与转型的成长策略充满信心，相信其将引领我们面对这些挑战。”

“我们持续着重提升效率的举措，包括供应链与投资成功的品牌与创新，以及提升贸易与消费者宣传。此外，大马的长期前景良好也对本公司有利。”他说。

“我们为股东开创价值，也以目标为先，即提升生活品质及贡献更健康的未来。为达到此目标，我们承诺提供更美味与更健康的饮食滋养更健康与更快乐的大马人民。这也和我们要为大家提供美好食物，美妙人生的承诺相辅相成。” 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深品质的承诺，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 或我们的面子书页面 <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 或 Yasmin Kadir

acorn communications

电话： (+603) 7958 8348

手机： +6012-304 7604 (Joanne) 或

+6017-237 9048 (Yasmin)

电邮： acorncommunications@acornco.com.my