新闻稿

Good Food, Good Life

雀巢在 2014 财政年扩展国内市场份额
建议派发每股 1 令吉 75 仙终期股息

要点

- **截至 2014 年 12 月 31 日止财政年营业额达 48 亿令吉，比上年增长 0.4%。**
- **市场与宣传活动的重点投资带动国内销售并扩大市场份额。**
- **挑战重重的市况令营运盈利与净盈利稍微下滑。**
- **建议派发每股 1 令吉 75 仙终期股息，与上年终期股息相同。**

八打灵再也 2015 年 2 月 23 日讯 – 马来西亚雀巢有限公司（Nestlé (Malaysia) Bhd）在截至 2014 年 12 月 31 日止财政年取得适度成长，营业额比上财政年增长 0.4% 至 48 亿令吉。

马来西亚雀巢董事经理贺富华先生说：“集团在今年的营业额增长主要由国内业务带动。尽管 2014 年的消费者情绪压抑，我们注入的市场与宣传活动投资为我们旗下所有组别的产品带来更强稳的市场份额，尤其是糖果、雪糕和饮品业务。”

出口业务的成长表现平平，全球经济挑战重重，加上需求减低，导致联号公司的出口量下滑。菲律宾和印尼投资当地的制造厂房，令此情况加剧。

成本方面，原产品价格在 2014 年走势不一，在第三季开始下滑。不过，令吉在第四季贬值却冲淡了这利好因素。

NESTLÉ (MALAYSIA) BERHAD
(Company No. 110925-W)
GROUP CORPORATE AFFAIRS DEPARTMENT
22-1, 22ND FLOOR, MENARA SURIAN, NO.1 JALAN PJU 7/3, MUTIARA DAMANSARA
47810 PETALING JAYA, SELANGOR, MALAYSIA
TEL: 03-7965 6000 FAX: 03-7965 6767 Website: www.Nestlé.com.my

为了缓冲此因素和维持具竞争力的产品成本，集团借助雀巢持续卓越平台，着重于内部节省措施。此举抵消偏高的成本，并维持与去年相等的毛赚幅水平。此外，集团在市场行销与宣传活动的投资比上年来得高，令营运盈利微跌 1.3%，净盈利则从去年下滑 2.0% 至 5 亿 5 千 40 万令吉。

集团在截至 2014 年 12 月 31 日止的第四季取得 11 亿令吉营业额，比上年同期减少 2.6%。这主要受到消费者消费情绪下滑影响，打击了国内销量。

尽管大多数原产品价格除了棕油外在受评估的季度中处于有利趋势，但令吉兑美元汇率贬值却冲淡了此因素。登岸成本相对偏高影响了毛赚幅达 90 个基点。为了减轻严峻市场情况的冲击，集团落实成本合理化措施以减低营运开销。加上偏低的税务，第四季的净盈利达 9 千 830 万令吉，比上年同期偏低；净赚幅则稍微增长了 10 个基点。

配合集团要提升股东价值的承诺，董事局宣布在截至 2014 年 12 月 31 日止的财政年派发每股 1 令吉 75 仙终期股息，令全年派发的股息共达每股 2 令吉 35 仙。

贺富华先生补充：“来年将充满挑战，尤其全球原油价格疲弱及经济情况不稳定。加上消费税即将在 2015 年 4 月落实，必定会影响消费者的购买情绪，预计消费者需求回稳之前将面对一个调整期。”

“集团持续着重于业务和非核心业务增长。配合集团要扩张制造产能的策略，我们位于莎亚南的 Sri Muda 新厂房即将在 2015 年首季投入营运。同时，我们也期望透过持续进行的产品革新和策略市场行销投资，有助带来营业额和盈利增长。长期而言，我们承诺坚守成为营养、健康和保健领域的佼佼者，提供营养均衡饮食及推广健康生活方式。” 贺富华先生总结。

欲知更多详情，请联络：

Zainun Nur Abdul Rauf
Nestlé (Malaysia) Berhad
电话：(+603) 7965 6445
电邮：ZainunNur.AbdulRauf@my.nestle.com

Michelle Vincent or Yasmin Kadir
acorn communications
电话：(+603) 7958 8348
电邮：acorncommunications@acornco.com.my