媒体文告

雀巢在 2016 年取得开门红

强劲国内销售带动首季业绩

重点摘要

- **强劲的国内销售与出口销量增长带动首季业绩增长。**
- **13 亿令吉的营业额比去年同期增长 2.8%。**
- **首季盈利增 4.6% 至 5 亿 2 千 150 万令吉；净盈利增 17.5% 至 2 亿 2 千 70 万令吉。**

八打灵再也 26 日讯 – 马来西亚雀巢（Nestlé (Malaysia) Berhad）在财政年取得开门红，截至 2016 年 3 月 31 日止的首季取得 **13 亿令吉**营业额，比去年同期增长 **2.8%** 。

业绩表现评估-2016 年首季比较 2015 年首季

马来西亚雀巢董事经理贺富华先生说：“很高兴能在财政年保持成长趋势。尽管 2015 年的表现偏高，加上市场情况吃紧，强劲的国内销售成为首季业绩的主要贡献业务。这主要因为集团进行强势的市场行销与宣传举措，加上 2015 年成功推出的产品令集团在 2016 年持续受惠其中。出口业务自 2015 下半年稳健成长，并在受评估的季度取得双位数增长，进一步提升集团业绩表现。”

“我们在受评估季度也推出新产品，即雀巢美禄冰淇淋和雀巢 DRUMSTICK 冰淇淋 Caffe de Caramel。此外，在持续进行的产品创新与革新举措下，目前在大马透过雀巢可可计划 100%采用可持续发展的可可生产雀巢 KIT KAT。雀巢 KIT KAT 成为全球首个 100%采用可持续发展可可的糖果品牌，我们也对此引以为荣。”

尽管面对偏高的外汇汇率打击，但该集团仍凭着首季营业额增长和原料价格走势向好，致使盈利增长 **4.6%** 至 **5 亿 2 千 150 万令吉**。此外，集团持续进行的成本与组合管理也带来正面效应。

同时，首季的净盈利按年增长 **17.5% 至 2 亿 2 千 70 万令吉**。这主要因为市场行销投资活动的时机与偏地的实际税率导致营运开销减低。

展望

贺富华先生补充："市场情况不稳定、消费者情绪偏低，加上市场竞争激烈，我们预料 2016 年的国内和国际市场充满挑战。不过，我们取得强稳的开端，加上我们稳固的业务性质，我们乐观认为能够应对严峻的经济环境。"

"大马业务的业绩在首季表现良好，对区域表现带来贡献。身为前瞻性的集团，我们持续专注实效成本管理的平衡策略，同时为雀巢的未来作出投资，在大马建立强稳的基础以从受惠于该国的长期良好展望。"

"秉持着'Doing Well, by Doing Good'的企业原则以及为相关人士创造共享价值，我们有信心能持续巩固身为世界领先的营养、健康和保健公司的地位，并有能力在 2016 年引领集团持续增长。" 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
Tel: (+603) 7965 5185
Mobile: +6012-353 1337
E-mail: Maxine.Lim@my.nestle.com

Joanne Lim or Yasmin Kadir
acorn communications
Tel: (+603) 7958 8348
Mobile: +6012-304 7604 (Joanne) or
+6017-237 9048 (Yasmin)
E-mail: acorncommunications@acornco.com.my