



the difference

Discover

Amway™

2003 annual report

Amway (Malaysia) Holdings Berhad (340354 U)



1	Five Year Financial Highlights
2	Chairman's Letter
6	Surat Pengerusi
10	Operations Review

Contents

14	Corporate Information	24	Audit Committee Report	31	Statement by Directors
16	Profile of Directors	27	Statement on Internal Control	31	Statutory Declaration
19	Statement on Corporate Governance	28	Directors' Report	32	Report of the Auditors
33	Balance Sheets				
34	Income Statements				
35	Consolidated Statement of Changes in Equity				
37	Cash Flow Statements				
39	Notes to the Financial Statements				
60	Regional Distribution Centres				
60	Particulars of Properties				
61	Notice of Annual General Meeting				
63	Analysis of Shareholdings				



Amway's General Manager, Paul Yee (centre), with some of the top prize winners of the Amway Contest held in October and November 2002.



Chairman of Alticor Inc, Mr Steve Van Andel, handing out goodie bags to the children of Rumah Tunas Harapan Amway.

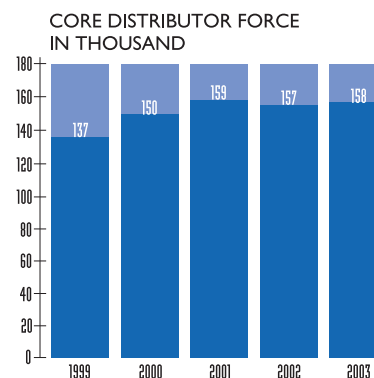
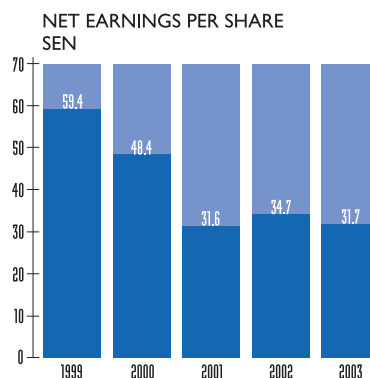
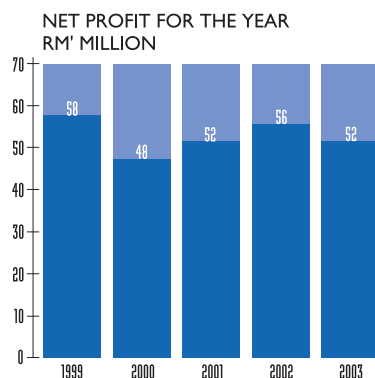
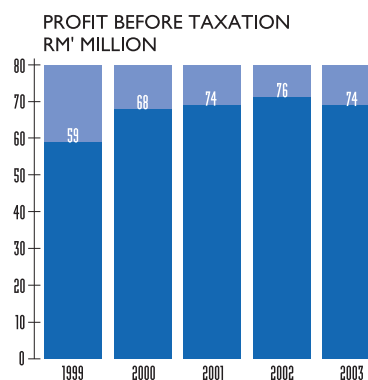
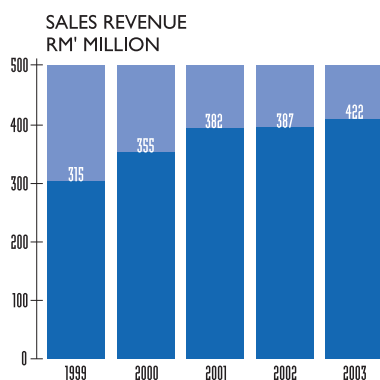
5 Year Financial Highlights



	1999 RM' Million	2000 RM' Million	2001 RM' Million	2002 RM' Million	2003 RM' Million
Sales revenue	315	355	382	387	422
Profit Before Taxation	59	68	74	76	74
Net Profit for the year	58 #	48	52	56	52
Net Earnings Per Share (Sen)	59.4	48.4	31.6 **	34.7	31.7
Core Distributor Force (in Thousand)	137	150	159	157	158

** Based on enlarged capital after 2 for 3 bonus issue during the year.

The tax expense provided by the Group was minimum in view of the tax waiver for 1999 pursuant to the Income Tax (Amendment) Act, 1999.



CHAIRMAN'S LETTER

(2003 ANNUAL REPORT)

THE YEAR THAT WAS

Fiscal Year 2003 was a year of solid growth powered by the resilience and perseverance of Amway Distributors. This solid growth was achieved in the face of adversities such as the SARS outbreak that threw the world's economy off the road of tentative recovery which in turn, impacted consumer confidence. Despite these conditions, I'm glad to report that your Company managed to stay on course, driven by strategic imperatives that the management put in place to keep Distributors focused on their business. These strategies included exciting product promotions, enhanced sales incentives for Distributors and expanding our infrastructure to enhance efficiency in coping with increasing business volume. Amway was thus able to achieve another record year in sales revenue, comfortably surpassing the RM400 million mark.

For the year under review, the Group turnover amounted to RM422.30 million, up 9% from the previous year. This is a laudable feat as the increase in turnover was achieved against a climate of weak consumer confidence and economic uncertainty. It is heartening to note that this was also achieved with a Core Distributor Force that was almost the same size as the previous year, which meant that Distributor productivity had increased significantly, a testimony to the resilience of Amway Distributors. An important point to note is the Company's recognition of an impairment loss of RM6.225 million resulting from the reduced value of our freehold land in Bukit Jelutong which was written down according to independent professional valuation. This impairment loss had partially contributed to the lower pre-tax profit of RM73.96 million.

Accordingly, the Board of Directors is pleased to recommend a fourth quarter interim dividend of 7.5 sen per share, giving a total net dividend of 36 sen for the whole year which amounted to a total pay-out of RM59,179,000 (after 28% tax).

I had in my last letter to you mentioned the need for your Company to effect positive measures so that we can effectively take on the competition and maintain our market share. In the last fiscal year, your management set in motion a strategic plan to help Amway Discover the Difference.

DISCOVER THE DIFFERENCE WITH AMWAY DISTRIBUTORS

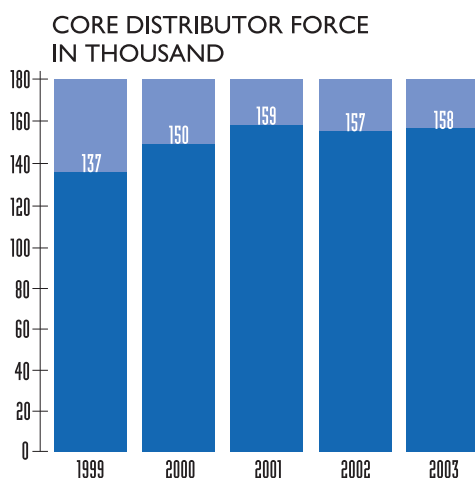
Amway Distributors continued to show their mettle and triumphed through difficult economic conditions, truly making a difference to their destiny. Distributor productivity was on the up-trend, reflecting a strong desire by Distributors to weather difficult conditions through increased activities. This commitment was very evident through the presence of 16,000 Distributors at this year's National Convention. The motivational spirit is also reflected in the higher number of qualifiers for Fiscal Year 2003. There were two new Crown Ambassadors as well as many other new higher qualifiers. There were also 325 Distributorships who qualified for SQ12 in Fiscal Year 2003, up nearly 120% from the previous year. This meant that more Distributors consistently achieved strong monthly sales for 12 consecutive months. On behalf of the Board, I wish to extend my congratulations to all of them.

Another driver of Distributor productivity was the enhanced Amway Sales Incentive Programme (SIP) and Non-Cash Award (NCA) programmes which were introduced during the fiscal year. This involved additional funds which resulted in the increase in operating costs. The management deemed this investment as necessary to further enhance the competitiveness and attractiveness of the Amway Business Opportunity. Response to the programmes was overwhelming. Distributor motivation and productivity were also buoyed by Amway's incentive trips aimed at recognizing achievers. With South Africa and Paris as the next Leadership Seminar and Diamond Invitational destinations respectively, many Distributors increased the momentum in growing their business.



About 750 Distributors will be going to South Africa at the end of 2003, 60% more than those who went to last year's Leadership Seminar in Melbourne, Australia. This is a record number of qualifiers for the Leadership Seminar ever.

It is a testimony of Amway's resilience and enduring presence that even after 27 years, we are still able to attract motivated Distributors, many of whom have been Amway Distributors for years. Underpinning this partnership is mutual respect, trust, a strong commitment to doing the business and doing it well. Amway Distributors are characterized by a high level of product knowledge and training. To support them, Amway brought in scientists from Ada, Michigan who were able to impart their knowledge to an appreciative audience.



I would also like to take this opportunity to thank the members of the Amway Diamond Advisory Council (ADAC) who continue to play an important bridging role between the Company and Distributors. Through ADAC's invaluable feedback and on-the-field experience, programmes were targetted and issues resolved, ensuring a conducive business environment.

DISCOVER THE DIFFERENCE WITH AMWAY PRODUCTS

Another key strategy undertaken to increase sales and sponsoring activities among Distributors was in the area

of new product launches and promotions. Apart from creating much excitement among Distributors, it also served to maintain the competitiveness of the Amway Business Opportunity. A total of 24 new products were launched in Fiscal Year 2003. Out of that, four new products were introduced under the Nutrition and Wellness business line, including two under the Tropical Herbs range; 12 from ARTISTRY, our Skincare and Cosmetic business line and eight new products under the Personal Care business line. The response from Distributors and customers was simply overwhelming resulting in incremental sales of RM15.351 million, nearly 3.6% of Amway's total sales revenue.

Fiscal Year 2003 also featured more attractive product promotions with high-value, high quality premium items. A NUTRILITE promotion featuring a very elegant cutlery set provided Distributors with a strong incentive to retail the products. The same encouraging response was also met with another NUTRILITE promotion that offered a free protein shaker. The offering of high-value, high-quality premium items reinforced the effectiveness of our strategy to help Distributors counter a weak retail environment. Incremental sales from both these promotions formed nearly 8.3% of total NUTRILITE sales.

Another promotion that received overwhelming response was the AMWAY Water Treatment System I (WTSI) trade-in promotion. Having proved successful when launched last year, the sequel resulted in the Home Tech business line experiencing a record month of sales and ending the year nearly 30% above Fiscal Year 2002's Home Tech sales.

The Personal Shoppers Catalogue (PSC) maintained its primary function as a door opener for the business. A total of 53 new products were introduced which generated RM24.56 million in sales, or nearly 51% of total PSC sales. Fiscal Year 2003 also saw mooncake sales bringing in RM5.2 million in total sales, an increase of nearly 24% over Fiscal Year 2002. Because of the nature of the products in the PSC which have short sale cycles, new product introductions helped inject variety and excitement for Distributors and customers. In that manner, we are also constantly expanding our strategic alliances with reputable brands.

DISCOVER THE DIFFERENCE WITH OUR SERVICE

Last year, I had promised you an enhanced amway2u.com, our e-commerce web-site, which captured nearly 18% of national orders. We made further enhancements in Fiscal Year 2003, and relaunched the new-look amway2u.com in July to rave reviews and increasing usage. The rationale for enhancing amway2u.com is simple – to underpin our operational efficiency with internet technology. A significant element to the usage of amway2u.com is the provision of flexibility and efficiency to Distributors in doing the business 24 hours a day, seven days a week. Where they previously had to wait for printed literature to update them on new products and promotions, now they are able to access the information with the click of a mouse. Ordering is taken to a new height with Distributors getting on-line to place orders at anytime of the day.

The results were stunning. For Fiscal Year 2003, orders placed through amway2u.com made up 29% of annual national sales at a value of RM120 million. In the month of July when we ran a promotion through the net, the value of orders transacted over the net was RM26 million or 64% of national sales for the month. This makes Amway one of the largest companies in Malaysia with the highest value transacted over the net. This feat wouldn't have been achieved but for the willingness of Distributors to embrace technology and to explore new frontiers. When amway2u was first launched in 2001, internet literacy amongst Distributors was low. Today, the Company has to upgrade its infrastructure to cope with the increasing volume of web orders.

While technology is important in keeping our business relevant in today's changing times, we remain true to the fundamental nature of direct selling. The Relationship Management initiative, conceptualised in the middle of the fiscal year, is one such example. When ready, Relationship Management will bring an effective difference to the way Distributors sell, sponsor and service.

AWARDS AND RECOGNITION

Recognising Amway's tradition of creating value for our shareholders, your Company was voted as a sector leader in the KPMG/The Edge Shareholder Value Awards. Amway also won the distinction of being polled number 5 out of 75 companies in this same award. Earlier in March 2003, Amway was nominated as a finalist in the Consumer Product category at the KLSE Corporate Awards 2002 for Excellent Corporate Governance.

On the product side, ARTISTRY is one of the top five largest-selling prestige brands of facial skin care and

colour cosmetics in the world and the largest-selling in Malaysia based on a Euromonitor Study of estimated global retail sales 2000.

CORPORATE GOVERNANCE

Your Company had appointed Ernst & Young as our Internal Auditors reporting to the Audit Committee. One of their main functions is to help in the development of a risk management process for the Company. I am pleased to say that we now have in place, an on-going process for identifying, evaluating, monitoring and managing significant risks that may impact our operations. This process is regularly reviewed by the Audit Committee.

As an integral element under the Malaysian Code on Corporate Governance, your Directors will regularly undergo training to keep them abreast of relevant changes in laws and regulations. All the Directors have attended the Mandatory Accreditation Programme.

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

The values that underpin our success are partnership, integrity, personal worth, achievements, personal responsibility and free enterprise which are reflected in the respect that we have for our stakeholder groups, for the communities in which we do business in and for the environment.

We are committed to being a responsible Company. We have open channels of communication with the authorities on matters that relate to Distributors, the industry and to direct selling. We have a good working relationship with consumer-related groups.

In fulfilling another element of corporate social responsibility – community service – we have started to dedicate our resources in a more focused manner. With the global launching of the One by One Campaign for Children by our parent Company late last year, we have localised the intent by championing causes that will help children lead healthier lives. Driven by a dedicated theme, your Company hopes to make a difference in the lives of children with the full backing of its staff and a supportive Distributor force.

BUSINESS ENVIRONMENT

In a move that reflects the Government's increasing acknowledgement of the direct selling industry as a core industry, the Ministry of Domestic Trade and Consumer Affairs had introduced several key measures in the year 2003. The most significant one is the relaxation of the ruling on license renewal. Amway now has the option to renew our 3-year license for up to five years.

OUTLOOK

The Malaysian economy is projected to continue to improve in the new fiscal year. Based on the measures taken to strengthen the Group's business, the Board expects that revenue for the new fiscal year will be comparable to those of fiscal year 2003. However, the aggressive sales incentive and marketing promotion programmes coupled with the increase in product cost will exert pressure on the operating margin.

Being cognizant of the situation, your Company has put some measures in place. Moving forward, we will creatively focus our resources on opportunities that will generate new value for the Company. We must now identify core competencies that will drive our next phase of growth. And I believe that these core competencies will be underpinned by the following key strategies:

Introduction of new products

Clearly, new products continue to provide the impetus for more sales. With a strong research and development legacy at Amway World Headquarters in Ada, Michigan and the Nutrilite Health Institute in California, USA, we are poised to deliver meaningfully differentiated products that will excite Distributors and customers and spur them on to increase retailing activities.

Increase brand awareness and reputation

Our power brands will continue to drive growth and as a result, brand awareness is critical to the success of the power brands, especially NUTRILITE which will be celebrating its 70th Anniversary next year and ARTISTRY. We intend to do this through an integrated approach of advertising, sponsorship and public relations. This is an investment we are committed to in the medium-to-long-term as brand-building becomes an increasingly crucial tool in enhancing the awareness level of our brands among consumers. Increased product recognition and recall for NUTRILITE and ARTISTRY will help Distributors engage and convince customers of the products' efficacy more effectively.

Grow distributor force and productivity

Your management is identifying tactics to grow the number of Distributors joining and renewing with Amway.

While the trend points to increasing Distributor productivity, an enlarged base of Distributors will definitely push the selling, sponsoring and servicing to another level.

Greater accessibility to our business opportunity and products

We are constantly improving the way we meet with growing Distributor productivity and activities. One of the ways is to ensure that we have the geographical reach. Your Company is currently exploring opportunities to increase its presence in more towns and cities by increasing its distribution infrastructure. We are also looking at improving our ordering system to facilitate efficient ordering for Distributors.

APPRECIATION

On behalf of the Board, I wish to record my sincere appreciation to Y.M. Tengku Yunus Kamaruddin who resigned as an Independent Non Executive Director and Chairman of the Audit Committee on 4 November 2002. I would also like to express the Board's appreciation to Mr Craig Neil Meurlin who will be retiring as Non-Independent Non-Executive Director having served the Board since the Company's listing in 1996.

We wish to acknowledge the winning partnership with Amway Distributors without whom the Group would not have been able to achieve such a fine performance. Our deepest appreciation goes out to the management and staff for their unwavering dedication and loyalty. The Board also wishes to thank the government authorities for their guidance and support and our business partners and shareholders for their confidence.

To my fellow Directors, I thank you for your advice and support and look forward to your continued co-operation.

TAN SRI DATUK AHMAD FAROUK
Chairman

SURAT PENGERUSI (LAPORAN TAHUNAN 2003)

PADA TAHUN YANG BERLALU

Tahun Fiskal 2003 adalah tahun pertumbuhan kukuh yang dijana oleh ketahanan dan ketabahan Pengedar-pengedar Amway. Pertumbuhan kukuh ini dicapai ketika berhadapan dengan kesukaran seperti wabak SARS yang telah menggelincirkan ekonomi dunia dari percubaan ke arah pemulihan yang kemudiannya memberi kesan terhadap keyakinan pengguna. Walaupun dalam keadaan sebegini, saya dengan sukacita melaporkan bahawa Syarikat anda telah berjaya untuk terus berada di landasannya, dipacu oleh langkah-langkah segera yang strategik yang diambil oleh pihak pengurusan demi mengekalkan tumpuan Pengedar terhadap perniagaan mereka. Strategi-strategi ini termasuk promosi produk yang menarik, insentif jualan yang dipertingkatkan bagi Pengedar dan memperluaskan infrastruktur kami untuk meningkatkan kecekapan dalam menangani pertambahan jumlah perniagaan. Dengan itu, Amway telah mampu mencapai satu lagi tahun rekod perolehan dengan mudah, melebihi paras RM400 juta.

Untuk tahun di bawah kajian, perolehan Kumpulan berjumlah RM422.30 juta, peningkatan sebanyak 9% daripada tahun sebelumnya. Ini adalah kejayaan yang mengagumkan dan patut dipuji kerana peningkatan dalam perolehan telah dicapai semasa keyakinan pengguna berada di tahap yang lemah dan ekonomi yang tidak menentu. Ia memang mengembirakan apabila menyedari bahawa kejayaan ini juga telah dicapai dengan saiz kumpulan Tenaga Pengedar Teras yang hampir sama dengan tahun sebelumnya. Ini bererti produktiviti Pengedar telah meningkat secara ketara, satu bukti terhadap ketahanan Pengedar Amway. Satu perkara penting yang perlu diberi perhatian ialah kesedaran Syarikat tentang kerugian sebanyak RM6.225 juta yang melemahkan akibat dari penurunan nilai tanah pemilihan bebas Syarikat di Bukit Jelutong mengikut penilaian profesional bebas. Kerugian yang melemahkan ini sebahagiannya telah menyumbang kepada keuntungan sebelum cukai yang lebih rendah sebanyak RM73.96 juta.

Oleh yang demikian, Lembaga Pengarah dengan sukacita mengesyorkan dividen pada suku keempat sebanyak 7.5 sen sesaham, mencatatkan jumlah dividen bersih 36 sen untuk seluruh tahun tersebut yang mana jumlah bayarannya adalah sebanyak RM59,179,000 (selepas cukai 28%).

Saya pernah menyebut kepada anda dalam surat saya yang lalu bahawa pihak Syarikat anda perlu menguatkuasakan langkah-langkah positif supaya kami boleh bersaing secara berkesan dan mengekalkan bahagian pasaran kami. Dalam tahun fiskal lalu, pengurusan anda telah menggerakkan satu plan strategik untuk membantu Amway Mengetahui Kelainannya.

KETAHUI KELAINANNYA BERSAMA PENGEDAR AMWAY

Pengedar-pengedar Amway terus menunjukkan kecekalan mereka dan berjaya menempuh keadaan ekonomi yang sukar, sehingga ia benar-benar mengubah nasib mereka. Produktiviti pengedar telah berada dalam aliran menaik, menggambarkan keinginan gigih Pengedar untuk mengatasi keadaan yang sukar dengan meningkatkan tahap aktiviti. Komitmen ini amat jelas menerusi kehadiran 16,000 Pengedar di Konvensyen Kebangsaan tahun ini. Semangat motivasi ini juga tergambar dalam bilangan penyandang yang lebih tinggi untuk Tahun Fiskal 2003. Terdapat juga dua Duta Mahkota dan juga ramai penyandang lebih tinggi baru yang lain. Terdapat juga 325 Pengedaran yang layak untuk SQ12 dalam Tahun Fiskal 2003, iaitu peningkatan hampir 120% daripada tahun sebelumnya. Ini bererti lebih ramai Pengedar mencapai jualan bulanan kukuh secara konsisten selama 12 bulan berturut-turut. Bagi pihak Lembaga, saya ingin mengucapkan tahniah kepada mereka semua.

Satu lagi pemacu produktiviti Pengedar ialah Program Insentif Jualan (SIP) dan Program Anugerah Bukan Tunai (NCA) Amway yang dipertingkatkan yang telah diperkenalkan dalam tahun fiskal. Ini melibatkan dana tambahan yang menyebabkan pertambahan kos operasi. Pihak pengurusan menganggap pelaburan ini sebagai penting untuk meningkatkan lagi daya saing dan daya tarikan Peluang Perniagaan Amway. Sambutan terhadap program-program ini adalah sungguh menggalakkan. Motivasi dan produktiviti pengedar juga ditingkatkan oleh lawatan insentif Amway yang bertujuan untuk mengiktiraf pencapaian pengedar-pengedar. Dengan Afrika Selatan dan Paris masing-masing sebagai destinasi Seminar Kepimpinan dan Jemputan Intan, ramai Pengedar telah meningkatkan momentum dalam mengembangkan perniagaan mereka. Kira-kira 750 Pengedar akan ke Afrika Selatan pada hujung 2003, iaitu pertambahan sebanyak 60% daripada bilangan yang pergi ke Seminar Kepimpinan tahun lalu di Melbourne, Australia. Ini adalah bilangan pengedar yang mencatatkan rekod yang berjaya melayakkan diri ke Seminar Kepimpinan selama ini.

Ini adalah satu bukti kehadiran ketahanan dan ketabahan Amway yang membuktikan bahawa walaupun setelah 27 tahun, kami masih lagi mampu menarik Pengedar yang bermotivasi, yang mana ramai di kalangan mereka telah menjadi Pengedar Amway sejak bertahun-tahun. Yang mengukuhkan perkongsian ini ialah rasa saling hormat-menghormati, percaya-mempercayai, komitmen yang kuat untuk melakukan perniagaan Amway dan melakukannya dengan baik. Pengedar Amway mempunyai tahap pengetahuan yang tinggi mengenai produk dan latihan. Untuk menyokong mereka, Amway telah membawa saintis-saintis dari Ada, Michigan untuk menyampaikan pengetahuan mereka kepada pendengar yang menghargainya.

Saya juga ingin mengambil peluang ini untuk mengucapkan terima kasih kepada ahli-ahli Majlis Penasihat Intan Amway (ADAC) kerana terus memainkan peranan penting dalam merapatkan hubungan di antara Syarikat dan Pengekar. Menerusi maklum balas ADAC yang tidak ternilai dan pengalaman langsung daripada para Pengekar, program-program telah disasarkan dan isu-isu diselesaikan, demi memastikan suatu persekitaran perniagaan yang kondusif.

KETAHUI KELAINANNYA DENGAN PRODUK AMWAY

Satu lagi strategi penting yang diambil untuk meningkatkan aktiviti penjualan dan penajaan di kalangan Pengekar ialah dalam bidang pelancaran promosi dan produk baru. Selain mewujudkan suasana keterujaan di kalangan Pengekar, ia juga bertujuan mengekalkan daya saing Peluang Perniagaan Amway. Sebanyak 24 produk baru telah dilancarkan dalam Tahun Fiskal 2003. Daripada jumlah tersebut, empat produk baru telah diperkenalkan di bawah rangkaian perniagaan Pemakanan dan Kesejahteraan, termasuk dua di bawah rangkaian Tropical Herbs; 12 dari ARTISTRY, rangkaian perniagaan Penjagaan Kulit dan Kosmetik kami serta lapan produk baru di bawah rangkaian perniagaan Dandan Diri. Sambutan daripada Pengekar dan pelanggan memang cukup hebat yang mana ia telah menghasilkan peningkatan jualan sebanyak RM15.351 juta, hampir 3.6% daripada jumlah hasil jualan Amway. Tahun Fiskal 2003 juga telah menampilkan lebih banyak promosi produk menarik dengan barangan premium yang bernilai dan berkualiti tinggi. Promosi NUTRILITE yang menampilkan set kutleri yang sangat elegan memberi insentif yang kuat kepada Pengekar untuk menjual produk-produk NUTRILITE. Sambutan menggalakkan yang sama juga diterima untuk satu lagi promosi NUTRILITE yang menawarkan penggoncang protein percuma. Penawaran barangan premium yang bernilai dan berkualiti tinggi memperkukuhkan semula keberkesanan strategi kami untuk membantu Pengekar menangani persekitaran jualan runcit yang lemah. Pertambahan jualan daripada kedua-dua promosi ini membentuk hampir 8.3% daripada jumlah jualan NUTRILITE.

Satu lagi promosi yang menerima sambutan hebat ialah promosi tukar beli Sistem Rawatan Air AMWAY 1 (WTS1). Setelah pelancaran pada tahun lalu terbukti berjaya, promosi yang diadakan buat kali kedua ini menyebabkan rangkaian perniagaan Alatan Berteknologi Di Rumah mencatatkan rekod jualan bulanan tertinggi dan mengakhiri tahun tersebut dengan hampir 30% melebihi jualan Alatan Berteknologi Di Rumah bagi Tahun Fiskal 2002.

Personal Shoppers Catalogue (PSC) mengekalkan fungsi utamanya sebagai pembuka pintu untuk perniagaan ini. Sebanyak 53 produk baru diperkenalkan yang mana ia telah menjana RM24.56 juta, atau hampir 51% jumlah jualan PSC. Tahun Fiskal 2003 juga memperlihatkan jualan kuih bulan membawa masuk jumlah jualan sebanyak RM5.2 juta, satu peningkatan hampir 24% daripada Tahun Fiskal 2002. Disebabkan ciri produk PSC yang mempunyai kitaran jualan yang pendek, pengenalan produk-produk baru membantu menyuntik kepelbagaian dan keterujaan untuk Pengekar-pengekar dan pelanggan. Dengan cara itu, kami juga sentiasa memperluaskan perikatan strategik kami dengan jenama bereputasi baik.

KETAHUI KELAINANNYA DENGAN PERKHIDMATAN KAMI

Tahun lalu, saya telah menjanjikan kepada anda amway2u.com yang dipertingkatkan, tapak web e-niaga kami yang telah memperolehi hampir 18% pesanan dari seluruh negara. Kami melakukan peningkatan selanjutnya dalam Tahun Fiskal 2003, dan melancarkan semula amway2u.com berwajah baru pada bulan Julai yang mendapat sambutan hebat dan penggunaan yang meningkat. Rasional terhadap peningkatan amway2u.com adalah mudah – untuk mengukuh kecekapan operasi kami dengan teknologi internet. Elemen penting dalam penggunaan amway2u.com ialah peruntukan fleksibiliti dan keberkesanan untuk Pengekar melakukan urusan niaga 24 jam sehari, tujuh hari seminggu. Jika sebelum ini mereka terpaksa menunggu kedatangan risalah untuk mendapat maklumat tentang produk dan promosi baru, sekarang mereka dapat mengakses maklumat itu dengan mengklik tetikus. Kini pemesanan dipertingkatkan kerana Pengekar boleh membuat pesanan dalam talian pada bila-bila masa.

Hasilnya memang mengagumkan. Untuk Tahun Fiskal 2003, pesanan yang dibuat menerusi amway2u.com membentuk 29% jualan tahunan seluruh negara yang bernilai RM120 juta. Dalam bulan Julai apabila kami menyiarkan promosi menerusi internet, nilai pesanan yang diurusniagakan melalui internet ialah RM26 juta atau 64% jualan seluruh negara untuk bulan itu. Ini menjadikan Amway sebagai satu daripada syarikat terbesar di Malaysia dengan nilai urusan niaga tertinggi melalui internet. Kehebatan ini tidak mungkin dicapai tanpa kesediaan Pengekar menerima teknologi dan meneroka sempadan yang baru. Apabila amway2u dilancarkan kali pertama pada 2001, celik internet di kalangan Pengekar adalah rendah. Hari ini, pihak Syarikat terpaksa menaik taraf infrastrukturnya demi menangani jumlah pesanan web yang semakin meningkat.



Walaupun teknologi adalah penting agar perniagaan kami kekal relevan dengan perubahan masa pada hari ini, kami terus mengekalkan bentuk asas jualan langsung. Konsep inisiatif Pengurusan Hubungan (Relationship Management) yang telah dibentuk pada pertengahan tahun fiskal adalah satu daripada contohnya. Setelah ianya tersedia, Pengurusan Hubungan akan membawa perbezaan yang berkesan terhadap cara Pengedar menjual, menaja dan memberi perkhidmatan.

ANUGERAH DAN PENGIKTIRAFAN

Mengakui tradisi Amway mewujudkan nilai untuk pemegang-pemegang saham kami, Syarikat anda telah dipilih sebagai peneraju sektor dalam Anugerah Nilai Pemegang Saham KPMG/The Edge. Amway juga diundi di tempat ke-5 daripada 75 Syarikat dalam anugerah yang sama. Sebelum ini, pada Mac 2003, Amway telah dicalonkan ke peringkat akhir kategori Produk Pengguna pada Anugerah Korporat BSKL 2002 untuk Pentadbiran Korporat Cemerlang.

Dari segi produk, ARTISTRY telah dipilih sebagai satu daripada lima jenama utama penjagaan kulit muka dan kosmetik warna berprestij paling laris di dunia mengikut anggaran jualan runcit global 2000 dalam kajian Euromonitor.

PENTADBIRAN KORPORAT

Syarikat anda telah melantik Ernst & Young sebagai Juruaudit Dalaman yang melapor kepada Jawatankuasa Audit. Satu daripada fungsi utama mereka ialah membantu dalam pembangunan proses pengurusan risiko untuk Syarikat. Saya sukacita menyatakan bahawa kini kami telah bersedia dengan proses yang berterusan untuk mengenalpasti, menilai, memantau dan mengurus risiko ketara yang mungkin menjejaskan operasi kami. Proses ini disemak semula secara kerap oleh Jawatankuasa Audit.

Sebagai elemen penting di bawah Kod Pentadbiran Korporat Malaysia, Pengarah-pengarah anda akan kerap menjalani latihan supaya mereka kekal sejajar dengan perubahan-perubahan yang relevan dalam undang-undang dan peraturan. Semua Pengarah telah menghadiri Program Akreditasi Mandatori.

TANGGUNGJAWAB SOSIAL KORPORAT

Nilai-nilai yang mengukuhkan kejayaan kami ialah perkongsian, ketulusan, jati diri, pencapaian, tanggungjawab diri dan perdagangan bebas yang dicerminkan dalam rasa hormat yang kami ada pada kumpulan pemegang amanah harta kami, untuk masyarakat di mana kami berniaga dan untuk alam sekitar.

Kami komited untuk menjadi Syarikat yang bertanggungjawab. Kami mempunyai saluran komunikasi terbuka dengan pihak berkuasa mengenai perkara-perkara yang berkaitan dengan Pengedar, industri dan jualan langsung. Kami mempunyai hubungan baik dengan kumpulan-kumpulan berkaitan pengguna.

Dalam memenuhi satu lagi unsur tanggungjawab sosial korporat – khidmat masyarakat – kami telah mula memperuntukkan sumber-sumber kami dalam cara yang lebih berfokus. Dengan pelancaran global Kempen “One by One” untuk kanak-kanak oleh Syarikat induk kami lewat tahun lalu, kami telah menjalankannya di peringkat setempat dengan memperjuangkan perkara-perkara yang boleh membantu kanak-kanak menjalani hidup lebih sihat. Dipacu oleh tema yang berdedikasi, Syarikat anda berharap untuk membuat perbezaan dalam kehidupan kanak-kanak dengan bantuan penuh daripada kakitangan dan sokongan padu tenaga Pengedar.

PERSEKITARAN PERNIAGAAN

Dalam suatu langkah yang mencerminkan peningkatan perakuan Kerajaan terhadap industri jualan langsung sebagai industri teras, Kementerian Perdagangan Dalam Negeri dan Hal Ehwal Pengguna telah memperkenalkan beberapa langkah penting pada tahun 2003. Paling ketara ialah kelonggaran terhadap peraturan pembaharuan lesen. Kini Amway mempunyai pilihan untuk memperbaharui lesen 3 tahun sehingga lima tahun.

TINJAUAN KE HADAPAN

Ekonomi Malaysia telah diunjurkan untuk terus meningkat dalam tahun fiskal yang baru. Berdasarkan langkah-langkah yang diambil untuk mengukuhkan perniagaan Kumpulan, pihak Lembaga menjangkakan perolehan untuk tahun fiskal baru akan setanding dengan tahun fiskal 2003. Bagaimanapun, program insentif jualan dan promosi pemasaran yang agresif yang diiringi dengan peningkatan kos produk akan memberi tekanan ke atas margin operasi.

Menyedari akan situasi ini, Syarikat anda telah melakukan beberapa langkah. Untuk maju ke hadapan, kami akan menumpukan sumber-sumber secara kreatif ke atas peluang-peluang yang akan menjana nilai baru untuk Syarikat. Kini kami mesti mengenal pasti kecekapan teras yang akan memacu fasa pertumbuhan seterusnya. Dan saya percaya bahawa kecekapan teras ini akan diperkukuhkan oleh strategi penting seperti berikut:

Memperkenalkan produk baru

Jelas sekali, produk-produk baru terus memberi dorongan terhadap jualan yang lebih banyak. Dengan warisan penyelidikan dan pembangunan yang kukuh di Ibu Pejabat Amway sedunia di Ada, Michigan serta Institut Kesihatan Nutrilite di California, Amerika Syarikat, kami telah bersedia untuk menawarkan produk yang sememangnya ada kelainan yang akan menyeronokkan Pengedar dan pengguna serta merangsang mereka untuk meningkatkan aktiviti jualan.

Meningkatkan kesedaran jenama dan reputasi

Jenama utama kami akan terus memacu pertumbuhan maka kesedaran jenama adalah penting untuk kejayaan jenama utama, terutama NUTRILITE yang akan menyambut Ulang Tahun ke-70 tahun hadapan dan ARTISTRY. Kami akan melakukan ini menerusi pendekatan bersepadu pengiklanan, penajaan dan perhubungan awam. Ini adalah satu pelaburan yang kami komited terhadapnya dalam tempoh jangka masa sederhana hingga jangka panjang kerana pembinaan jenama semakin menjadi alat penting dalam meningkatkan tahap kesedaran jenama di kalangan pengguna. Langkah-langkah pengiktirafan dan mengingati semula produk yang meningkat untuk NUTRILITE dan ARTISTRY akan membantu Pengedar menarik perhatian pelanggan dan meyakinkan mereka mengenai keberkesanan produk secara lebih efisien.

Meningkatkan tenaga pengedar dan produktiviti

Pihak Pengurusan anda sedang mengenal pasti taktik-taktik untuk meningkatkan bilangan Pengedar yang menyertai dan memperbaharui semula penyertaan mereka dengan Amway. Sementara aliran mengarah kepada meningkatkan produktiviti Pengedar, asas Pengedar yang diperbesarkan sudah tentu akan mendorong penjualan, penajaan dan pemberian perkhidmatan ke tahap lain.

Akses yang lebih luas terhadap peluang-peluang perniagaan dan produk kami

Kami sentiasa memperbaiki cara kami memenuhi produktiviti dan aktiviti Pengedar yang semakin bertambah. Satu daripada caranya ialah memastikan agar

kami mempunyai capaian dari segi geografi. Kini Syarikat anda sedang meneroka peluang-peluang untuk meningkatkan kewujudannya di lebih banyak bandar dan bandar raya dengan menambah infrastruktur pengedaran. Kami juga sedang mempertimbangkan cara untuk memperbaiki sistem pesanan kami bagi memudahkan pesanan yang lebih cekap untuk Pengedar.

PENGHARGAAN

Bagi pihak Lembaga, saya ingin merakamkan penghargaan ikhlas saya kepada Y.M. Tengku Yunus Kamaruddin yang telah bersara sebagai Pengarah Bukan Eksekutif Bebas dan Pengerusi Jawatankuasa Audit pada 4 November 2002. Saya juga ingin menyatakan penghargaan pihak Lembaga kepada Encik Craig Neil Meurlin yang akan bersara sebagai Pengarah Bukan Eksekutif Bukan Bebas setelah berkhidmat dengan Lembaga sejak penyertaan Syarikat pada 1996.

Kami ingin memperakui perkongsian cemerlang dengan Pengedar-pengedar Amway yang mana tanpa mereka Kumpulan mungkin tidak mampu mencapai prestasi yang sebegitu baik. Setinggi-tinggi penghargaan kami juga ditujukan kepada pihak pengurusan dan kakitangan terhadap dedikasi dan kesetiaan mereka yang tidak berbelah bagi. Lembaga juga ingin berterima kasih kepada pihak berkuasa kerajaan terhadap bimbingan dan sokongan mereka serta rakan kongsi perniagaan pemegang-pemegang saham kami terhadap keyakinan mereka.

Kepada rakan Pengarah, saya berterima kasih kepada anda terhadap nasihat dan sokongan serta semoga anda akan terus memberi kerjasama.

TAN SRI DATUK AHMAD FAROUK

Pengerusi