

Gaming & Lottery Management

GAMING

Malaysia

The Number Forecast Operators (NFO) industry continued to suffer from the effect of the Asian financial crisis during the financial year under review.

On the whole, Sports Toto Malaysia performed better than the other NFOs. While the other operators registered declines in turnover ranging from 2% to 9%, Sports Toto Malaysia reported a turnover of RM2.27 billion, an increase of 5.6% over the previous year's turnover of RM2.15 billion.

Profit before tax was 9.1% lower at RM375.8 million compared to RM413.6 million in the previous year. This was attributed to the effect of an increase in gaming tax and pool betting duties enforced on 1 November 1998, being fully reflected in the financial year ended 30 April 2000 compared to a six month impact in the previous corresponding year.

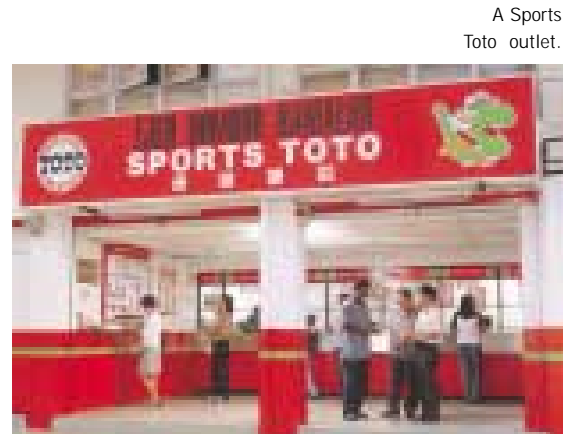
Overseas

In the Philippines, a new game called Superlotto 6/49 was launched on 2 July 2000 and the first draw was held on 16 July 2000. Draws for this game are held weekly on Sunday.

With the introduction of the new game, there are now a total of five games, the others being the Lotto 6/42, Megalotto 6/45, 4 Digit and 6 Digit games. Currently, there are over 1,300 terminals operating in more than 900 outlets in Manila and other provincial cities in Luzon Island.



The Computer Room which houses the central computer system.



A Sports Toto outlet.

In Ghana, draws for the Super 5/90 and 6/40 Jackpot games continue to be held weekly on Tuesday and Wednesday respectively. Over 100 off-line PC based terminals are operating in the capital city of Accra and nearby cities.

Due to a need to maintain operational efficiency, the company will be implementing a new on-line lottery system and replace some of the existing on-line selling terminals purchased in 1989. With the advent of electronic commerce, Sports Toto Malaysia is concurrently looking into selling its products through distribution channels other than its conventional outlets. In line with this, an added feature will be introduced after the implementation of the new on-line system to enable sales to be captured from these distribution channels as well as the on-line selling terminals.

A total estimated capital expenditure of more than RM30 million is expected to be incurred for this exercise in the current financial year. The implementation exercise will be carried out in phases with the new on-line lottery system maintained in parallel with the existing on-line lottery system for a period of time, during which time the rest of the existing on-line terminals will be replaced as the need arises.

With the continued recovery in the Malaysian economy, it is anticipated that this will lead to increasing NFO sales as disposal income and consumer spending increases.

Given the improving economic growth and barring unforeseen circumstances, the Directors anticipate that the results for the current financial year ending 30 April 2001 will be better than the year under review.

PERTARUHAN

Malaysia

Industri pengendali-pengendali Nombor Ramalan (NFO) terus terjejas, kesan daripada krisis kewangan Asia pada tahun kewangan dalam kajian.

Pada keseluruhannya, prestasi Sports Toto Malaysia adalah lebih baik daripada NFO-NFO lain. Manakala pengendali-pengendali lain mencatatkan penguncupan jumlah dagangan di antara 2% hingga 9%, Sports Toto Malaysia telah mencatatkan jumlah dagangan sebanyak RM2.27 bilion, iaitu peningkatan sebanyak 5.6% daripada jumlah dagangan RM2.15 bilion tahun lalu.

Keuntungan sebelum cukai adalah 9.1% lebih rendah, iaitu RM375.8 juta berbanding dengan RM413.6 juta pada tahun sebelumnya. Penurunan ini adalah kesan kenaikan cukai pertaruhan dan duti pertaruhan pool yang berkuatkuasa pada 1 November 1998 yang digambarkan keseluruhannya pada tahun kewangan berakhir 30 April 2000, berbanding dengan kesan 6 bulan atas cukai tahun sebelumnya.

Luar Negara

Di Filipina, permainan baru Superlotto 6/49 telah dilancarkan pada 2 Julai 2000 dan cabutan pertamanya diadakan pada 16 Julai 2000. Cabutan-cabutan untuk permainan ini diadakan pada setiap hari Ahad.

Dengan pengenalan permainan baru ini, kini terdapat sejumlah lima permainan, termasuk Lotto 6/42, Megalotto 6/45, permainan 4 digit dan permainan 6 digit. Pada masa ini terdapat lebih daripada 1,300 terminal beroperasi di lebih 900 premis di Manila dan lain-lain bandar di Pulau Luzon.

Di Ghana, cabutan-cabutan permainan Super 5/90 dan Jackpot 6/40 terus diadakan pada setiap hari Selasa dan Rabu. Lebih daripada 100 terminal berasaskan komputer peribadi 'off-line' sedang beroperasi di ibu kota Accra dan bandaraya-bandaraya yang berdekatan.

Sebagai keperluan mengekalkan kecekapan operasi, syarikat akan melaksanakan sistem loteri on-line baru dan menukar sesetengah daripada terminal penjualan on-line yang di beli pada tahun 1989. Dengan kemajuan elektronik

dagangan, Sports Toto Malaysia kini sedang mengkaji untuk menjual produknya melalui saluran-saluran yang lain daripada premis-premis jualan biasanya. Sehubungan ini, satu ciri tambahan akan diperkenalkan selepas pelaksanaan sistem on-line baru untuk membolehkan jualan

dapat dikesan dari saluran-saluran pengedaran ini dan juga dari terminal-terminal jualan on-line.

Anggaran modal perbelanjaan berjumlah lebih daripada RM30 juta dijangka akan digunakan untuk keperluan ini pada tahun kewangan semasa. Perbelanjaan ini akan dilaksanakan dengan sistem loteri on-line baru secara berperingkat-peringkat selari

dengan sistem loteri on-line sedia ada dalam suatu tempoh. Pada masa itu terminal on-line sedia ada yang lain akan diganti mengikut keperluan.

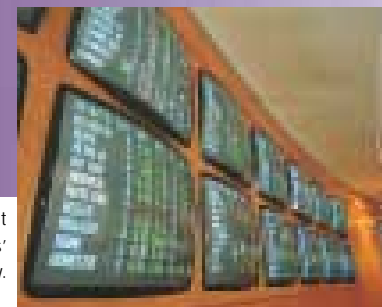
Pemulihan ekonomi Malaysia yang berterusan dijangka akan meningkatkan jualan NFO dengan bertambahnya pendapatan tolak cukai dan perbelanjaan pengguna.

Berasaskan pertumbuhan ekonomi yang kian bertambah dan berwaspada dengan keadaan di luar dugaan, Pengarah-pengarah menjangka prestasi bagi tahun kewangan semasa yang berakhir 30 April 2001 akan lebih baik daripada tahun dalam kajian.



A draw being conducted in The Philippines.

Financial Services



Stock price TV wall at Inter-Pacific Securities' viewing gallery.

STOCKBROKING

Inter-Pacific Capital Sdn Bhd recorded a surge in profits, contributed mainly by its two stockbroking subsidiaries, Inter-Pacific Securities Sdn Bhd ("IPS") and Eng Securities Sdn Bhd ("ENG"). Pre-tax profit soared to RM111 million, an increase of 188.3% as compared to RM38.7 million achieved in the previous financial year. Turnover also registered a substantial increase of 189.4% to RM192 million from RM66.4 million in the previous financial year.

The improved performance was mainly due to the general upward trend in the stock market and the increase in the volume of shares transacted on the Kuala Lumpur Stock Exchange. The value of shares transacted on the Exchange was RM649.8 billion for the 12 months ended 30 April 2000 as compared to RM190.2 billion in the preceding 12 months while the Composite Index increased from 675.0 points on 30 April 1999 to 898.4 on 30 April 2000.

The futures market, on the other hand, continued to be lacklustre with low trading volumes. Despite the difficult market conditions, Inter-Pacific Futures Sdn Bhd recorded a satisfactory pre-tax profit of RM877,000 for the financial year ended 30 April 2000.

In tandem with the rapid development in information technology and e-commerce, IPS and ENG launched an internet-based client ordering system known as PacOnline and EngOnline respectively in August 2000. This system enables clients to transmit their orders via the Internet to be executed by the dealers. In addition, it also has features which allow users access to live price quotes, market information, corporate news and technical charts. IPS and ENG have been enhancing their services and systems and had recently obtained ISO9002 certifications for their CDS Department and Margin Department respectively. This marked a milestone as IPS and ENG became the first two stockbroking companies in Malaysia to obtain ISO9002 certifications.

Although our economy has emerged from the crisis and is back on the growth path, the stockbroking industry is presently faced with various challenges as it braced itself for a consolidation in the industry. Taking into consideration the reduction in brokerage rates and the challenges ahead, Inter-Pacific Capital



Main entrance to Inter-Pacific Securities.

Sdn Bhd expects to report satisfactory operating results for the financial year ending 30 April 2001.

GENERAL INSURANCE

For the financial year under review, **Berjaya General Insurance Berhad** recorded an increase in the overall operating pre-tax profit of 118.6% to RM41.4 million compared to RM18.9 million in the previous year.

Despite a drop in claims loss ratio from 65.6% to 60.08%, underwriting profit achieved was RM8.0 million compared to RM9.6 million in the previous year due to a drop in earned premium from RM96.9 million to RM83.7 million.

Performance from investment in quoted securities was good due to the improved stock market activities with a net profit of RM22.5 million after write back of provision for diminution in value of investment compared to a net loss of RM7.1 million last year. Other investment income generated RM10.9 million compared to RM16.4 million last year, attributed mainly to declining interest rates which affected fixed deposit interest income.

With the recovery of the economy, the outlook for the insurance industry looks good and the company is optimistic of its prospects for the next financial year. We see great opportunities as well as challenges ahead and with the commitment and efforts of all involved, the company looks forward to a bright future while it prepares itself for the accelerating pace of change experienced by the insurance industry in the coming years.

HIRE PURCHASE AND LEASING

Prime Credit Leasing Sdn Bhd recorded an increase in operating revenue of 8.5% from RM24.7 million in the previous year to RM26.8 million. This was mainly due to the recognition of interest-in-suspense arising from the full settlement of some loan accounts.

Despite accounting for the write-down in value of quoted shares, pre-tax profit increased significantly from RM252,000 to RM4.5 million due to the write-back of provision for doubtful debt upon full settlement of some loan accounts and improved security value of collaterals pledged.

The economic growth this year will be focused on the service, manufacturing and agricultural sectors which are the major contributors to the economy. The government's emphasis on K-economy (knowledge-driven economy) through the development of the information technology industry, would be the new focus of financing. The company would look into the vast potential in this sector.

While domestic demand is the main impetus for growth, consumer financing and Employee Share Option Scheme (ESOS) financing within the Berjaya Group of Companies will be maintained. Loans growth will be in tandem with Bank Negara's targeted growth of at least 10% this year due to an increase in market share of key loan products.

PEMBROKERAN SAHAM

Inter-Pacific Capital Sdn Bhd telah mencatatkan keuntungan yang melambung tinggi, sebahagian besar sumbangan daripada kedua-dua anak syarikat pembrokeran sahamnya, Inter Pacific Securities ("IPS") dan Eng Securities Sdn Bhd ("ENG"). Keuntungan sebelum cukai telah melonjak naik ke RM111 juta, iaitu peningkatan sebanyak 188.3% berbanding dengan RM38.7 juta diperolehi pada tahun kewangan sebelumnya. Jumlah dagangan juga telah mencatatkan kenaikan yang tinggi sebanyak 189.4% kepada RM192 juta dari RM66.4 juta pada tahun sebelumnya.

Prestasi yang memberangsangkan ini disebabkan oleh arah aliran pasaran saham dan peningkatan jumlah saham yang diniagakan di Bursa Saham Kuala Lumpur. Nilai saham-saham yang diniagakan di Bursa Saham adalah RM649.8 bilion bagi 12 bulan berakhir 30 April 2000 berbanding dengan RM190.2 bilion bagi tempoh 12 bulan sebelumnya, manakala Indeks Komposit telah meningkat dari 675.0 mata pada 30 April 1999 kepada 898.4 mata pada 30 April 2000.

Walaupun bagaimanapun, pasaran hadapan terus lembap dengan jumlah perniagaan yang rendah. Walaupun keadaan pasaran adalah sukar, Inter-Pacific Futures Sdn Bhd telah mencatat keuntungan sebelum cukai sebanyak RM877,000 bagi tahun kewangan berakhir 30 April 2000.

Selaras dengan perkembangan pesat dalam teknologi maklumat dan e-dagang, IPS dan ENG melancarkan sistem pesanan pelanggan berasaskan internet yang dikenali sebagai PacOnline dan EngOnline, masing-masing pada Ogos 2000. Sistem ini membolehkan pelanggan-pelanggan membuat pesanan melalui Internet untuk dikendalikan oleh pengedar-pengedar. Sistem ini juga mempunyai kemudahan untuk pengguna mendapatkan sebutbarga saham secara langsung, maklumat pasaran, berita korporat dan carta-carta teknikal. IPS dan ENG telah mempertingkatkan perkhidmatan dan sistem mereka dan baru-baru ini mendapat pengiktirafan ISO9002 bagi Jabatan CDS dan Jabatan Margin masing-masing. Pencapaian ini adalah titik permulaan bagi Kumpulan setelah IPS dan ENG menjadi dua syarikat pembrokeran saham yang pertama di Malaysia mendapat pengiktirafan ISO9002.

Walaupun ekonomi negara kita telah pulih dari krisis dan kembali membangun, industri pembrokeran saham kini menghadapi berbagai cabaran semasa dalam mengukuhkan kedudukannya di dalam industri. Inter Pacific Capital Sdn. Bhd. dijangka akan mencatatkan keputusan operasi yang memuaskan bagi tahun kewangan berakhir 30 April 2001 dengan mengambil kira penurunan kadar brokeran dan cabaran-cabaran di masa hadapan.

INSURAN AM

Bagi tahun kewangan dalam kajian, **Berjaya General Insurance Berhad** secara keseluruhannya mencatatkan peningkatan dalam keuntungan operasi sebelum cukai sebanyak 118.6% ke RM41.4 juta berbanding dengan RM18.9 juta pada tahun sebelumnya.

Walaupun terdapat penurunan nisbah tuntutan kerugian daripada 65.6% ke 60.08%, keuntungan taja jamin

mencatat jumlah sebanyak RM8.0 juta berbanding dengan RM9.6 juta dalam tahun sebelumnya, ekoran kekurangan perolehan premium dari RM96.9 juta ke RM83.7 juta.

Prestasi pelaburan dalam sekuriti disebutbarga adalah baik kesan aktiviti pasaran saham yang semakin pulih dengan mencatatkan keuntungan bersih sebanyak RM22.5 juta selepas pengembalian peruntukan rosotnilai pelaburan, berbanding dengan kerugian bersih sebanyak RM7.1 juta tahun lepas. Pendapatan dari pelaburan lain adalah RM10.9 juta berbanding dengan RM16.4 juta tahun lepas. Sebab utama penurunan ini adalah penurunan kadar faedah yang menjejaskan pendapatan dari faedah simpanan tetap.

Dengan pulihnya ekonomi, syarikat yakin prospek industri insurans adalah cerah dalam tahun kewangan semasa. Dengan adanya pelbagai peluang dan cabaran yang bakal datang serta komitmen dan kerjasama dari semua pihak yang terlibat, Syarikat berharap akan melalui masa depan yang cerah dalam persediaannya menghadapi perubahan yang cepat yang dialami oleh industri insurans di tahun-tahun akan datang.

SEWA BELI DAN SEWA PAJAK

Prime Credit Leasing Sdn Bhd telah mencatatkan peningkatan jumlah dagangan operasi sebanyak 8.5% daripada RM24.7 juta pada tahun lalu kepada RM26.8 juta. Sebahagian besar peningkatan ini disebabkan pengambilan kira faedah terakru hasil daripada bayaran penuh pinjaman.

Sungguhpun nilai pelaburan dalam saham disebut harga telah menyusut, peningkatan yang tinggi dalam keuntungan sebelum cukai dari RM252,000 ke RM4.5 juta adalah disebabkan oleh pengembalian peruntukan hutang ragu berikutan pembayaran habis hutang dan peningkatan nilai sekuriti atas cagaran kolateral.

Pertumbuhan ekonomi tahun ini akan memberi tumpuan kepada sektor perkhidmatan, pembuatan dan pertanian yang menjadi penyumbang utama kepada ekonomi negara. Penekanan kerajaan ke atas K-ekonomi (ekonomi dorongan pengetahuan) melalui pembangunan industri teknologi maklumat, akan menjadi tumpuan baru pembiayaan kewangan. Syarikat akan mengkaji potensi luas dalam sektor ini.

Manakala permintaan domestik adalah penggerak utama pembangunan, pembiayaan kewangan pelanggan dan pembiayaan Skim Opsyen Saham Untuk Kakitangan (ESOS) dalam Syarikat-Syarikat Kumpulan Berjaya akan dikekalkan. Pertumbuhan pinjaman-pinjaman akan selaras dengan pertumbuhan sasaran Bank Negara sebanyak sekurang-kurangnya 10% tahun ini ekoran peningkatan bahagian pasaran untuk produk-produk pinjaman utama.



Hotels, Resorts & Recreation Development

HOTELS AND RESORTS DEVELOPMENT

Berjaya Hotels & Resorts ("BHR") has over a relatively short period established itself as one of the top owner-operated hospitality chains in Malaysia. The hotels and resorts are all strategically located in Malaysia, Mauritius, Seychelles, Fiji, Sri Lanka and the United Kingdom. These prime locations coupled with creative and aggressive marketing and promotional initiatives and excellent customer service has enabled BHR to withstand the economic crisis and emerge leaner and stronger to face the challenges of the new millennium.

During the year under review, BHR upgraded its computer systems and successfully crossed over the Year 2000 without any glitches. BHR will continue to focus strongly on customer service and has just successfully completed a courtesy campaign aptly named "Courtesy Comes from The Heart".

VACATION TIMESHARE

For the year under review, **Berjaya Vacation Club** ("BVC") recorded a 95% increase in turnover as compared to the last financial year. This was mainly due to a significant increase in number of memberships from 7,000 to more than 10,000 as a result of the effective new marketing strategy adopted by the company in January 1999.

As one of the most credible timeshare companies in Malaysia, BVC participated in various promotions



Bukit Kiara Equestrian & Country Resort, Kuala Lumpur - coffee house.

throughout the Klang Valley particularly at various shopping complexes such as 1 Utama, Carrefour Hypermarket and Giant Hypermarket which have proven to be successful. BVC had also participated in various joint-promotion campaigns such as the Home Ownership Campaign 1999 and 2000, Franchise Asia 1999 and 2000, Sun Bonanza Hunt and Kenny Rogers Roasters Millennium Contest.

Two additional sales venue in KL Plaza, Kuala Lumpur and Subang Jaya, Selangor have also been set up during the financial year. BVC has also consolidated and relocated its entire operation to KL Plaza to provide better access to its members. With its prominent location in the precinct of Bintang Walk and a total office area of 6,300 sq. ft., this new office is not only easily accessible but can now provide all its services under one roof.

During the year, BVC relocated its Johor Bharu branch office to Menara Landmark to provide better services to its members. BVC has also opened 15 units of apartments in Meranti Park at Bukit Tinggi Resort in Bentong, Pahang for its members' use in February 2000. BVC's affiliation with Resort Condominiums International has enabled its members to stay in over 3,600 resorts in over 90 countries.

BVC is currently finalising a deal to purchase eight units of apartments in Port Dickson and also planning to purchase a block of apartments comprising 16 units of two and three bedroom apartments in Cameron Highlands.

The timeshare market is expected to continue its growth trend in view of the current positive

Berjaya Langkawi Beach & Spa Resort, Malaysia.



PEMBANGUNAN HOTEL DAN PUSAT PERANGINAN

Dalam tempoh yang agak singkat, **Berjaya Hotels & Resorts** ("BHR") telah berjaya mencipta nama sebagai salah sebuah rangkaian hospitaliti kendalian pemilik yang terkemuka di Malaysia. Semua hotel dan pusat perangnya terletak di kedudukan strategik di Malaysia, Mauritius, Seychelles, Fiji, Sri Lanka dan United Kingdom. Lokasi-lokasi utama ini serta usaha pemasaran dan promosi yang kreatif dan agresif serta perkhidmatan pelanggan yang cemerlang telah membolehkan BHR bertahan dalam krisis ekonomi dan muncul lebih teguh dan kuat untuk menghadapi berbagai cabaran pada alaf baru.

Pada tahun yang ditinjau, BHR telah mempertingkatkan sistem komputernya dan berjaya melintasi Tahun 2000 tanpa sebarang gangguan. BHR akan terus memberi fokus yang mendalam terhadap perkhidmatan pelanggan dan berjaya menganjurkan satu kempen berbudi bahasa yang diberi nama "Budi Bahasa Lahir dari Hati".

PERCUTIAN PERKONGSIAN MASA

Pada tahun yang ditinjau, **Berjaya Vacation Club** ("BVC") mencatatkan peningkatan perolehan sebanyak 95% berbanding pencapaiannya pada tahun kewangan yang lepas. Pertambahan ketara bilangan keahlian daripada 7,000 kepada lebih 10,000 berikutan strategi pemasaran baru yang agresif yang dirangka oleh syarikat pada bulan Januari 1999 adalah penyebab utama pencapaian prestasi yang bertambah baik itu.

Sebagai salah sebuah syarikat percutian perkongsian masa yang paling berwibawa di Malaysia, BVC telah menyertai berbagai promosi di seluruh Lembah Klang terutamanya di pusat-pusat membeli-belah seperti 1 Utama, Pasar Besar

Carrefour dan Pasar Besar Giant yang terbukti begitu berjaya. BVC turut menyertai berbagai kempen promosi bersama seperti Kempen Pemilikan Rumah 1999 dan 2000, Franchise Asia 1999 dan 2000, Sun Bonanza Hunt dan Peraduan Alaf Baru Kenny Rogers Roasters.

Pada tahun kewangan dalam tinjauan, dua tempat jualan tambahan telah dibuka di KL Plaza, Kuala Lumpur dan di Subang Jaya, Selangor. BVC juga telah menyatu dan memindahkan keseluruhan operasinya ke KL Plaza untuk menyediakan akses yang lebih baik kepada para ahlinya.

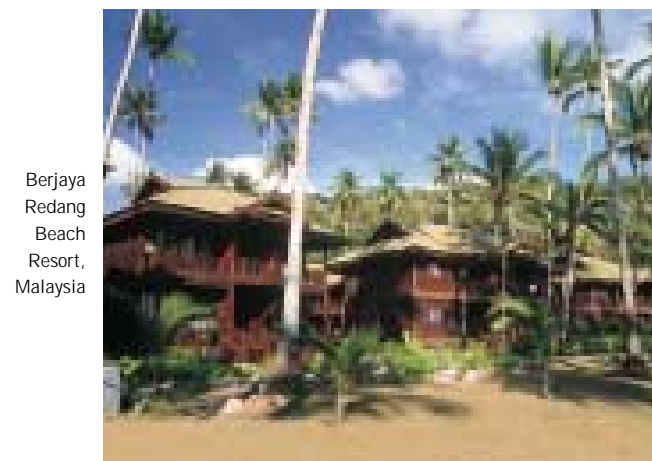
Pada tahun kewangan ini, BVC memindahkan pejabat cawangannya di Johor Bahru ke Menara Landmark untuk menyediakan perkhidmatan yang lebih baik kepada para ahlinya. Di samping itu, BVC juga telah membuka 15 unit pangsapuri di Meranti Park di Bukit Tinggi Resort, Bentong, Pahang untuk kegunaan para ahlinya pada bulan Februari 2000. Penggabungan BVC dengan Resort Condominiums International telah membolehkan para ahlinya menginap di lebih 3,600 pusat peranginan di lebih 90 buah negara.

Kini, BVC sedang dalam peringkat akhir perbincangan untuk membeli lapan unit pangsapuri di Port Dickson dan juga sedang merancang untuk membeli satu blok pangsapuri yang meliputi 16 unit pangsapuri dua dan tiga bilik di Cameron Highlands.

Pasaran percutian perkongsian masa dijangka akan berkembang memandangkan aktiviti ekonomi negara semasa yang positif yang menjurus kepada peningkatan permintaan untuk produk berkaitan istirehat.



Berjaya Tioman Beach Resort, Malaysia - club house.



Berjaya Redang Beach Resort, Malaysia

economic activity in the country as it leads to a higher demand for leisure related products.

CLUBS AND RECREATION

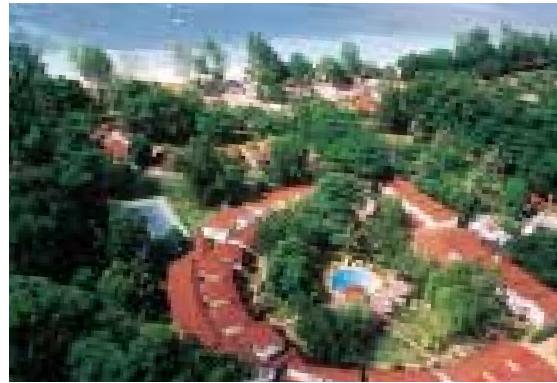
The Group's golf, equestrian and recreation Clubs continue to show better performance in tandem with the recovering economy. Confidence has improved and Club members have demonstrated an increased propensity to spend. Recruitment of new members on the other hand is hampered by the over supply of golf and recreation Clubs not only in the Klang Valley but all over the country.

Newer Clubs having to recoup their investment tend to initiate price wars. This created a lot of downward pressure on existing Clubs. Nevertheless all our Clubs have launched various membership drives and the results were encouraging.

As one of Malaysia's premier equestrian resorts, **Bukit Kiara Equestrian and Country Resort** continued to be a popular venue for VIP functions and social events. The Club's membership for the financial year stood at approximately 4,500.

With an international standard 18-hole golf course, **Bukit Jalil Golf & Country Resort** is strategically located in the heart of the Multimedia Super Corridor. During the year, the Club continued to record an impressive growth in membership with 900 additional new members, which brings the total membership to approximately 5,300.

The fully furnished seven-block Berjaya Tioman Suites is ideal for a family holiday.



Berjaya Praslin Beach Resort, Seychelles.

A major membership recruitment drive was carried out at major shopping complexes in the Klang Valley to create awareness and to promote the Club. Various other activities were organised for the members and their families in line with the image of being a family oriented Club such as 'Smartkids Fun Club' for the children and 'Mums Fun Club' for the lady members where activities such as cooking demonstrations, embroidery classes, fashion shows and health talks were carried out.

Kelab Darul Ehsan continued to maintain its popularity serving a niche to the commercial and residential clientele in Ampang township. The Club's membership stood at approximately 4,300.

The **Tioman Island Golf Club** located on Tioman Island, Pahang with an international standard 18-hole golf course is affiliated with seven other clubs in Malaysia and two clubs in Singapore. The Club has a membership strength of 1,700.

Desa WaterPark, Kuala Lumpur's largest family entertainment water ThemePark and the only ThemePark located within the Kuala Lumpur city area offers a full range of water recreation facilities for the whole family. Boasting an exciting variety of water rides and slides, it also houses the longest Master Blaster in Asia - *The Thunderbolt*. Other water recreation facilities at the Park include *Pink Slide*, *Supertube*, *Splash-Out*, *Water Factory*, *Shock Wave*, *Ripple Bay*, *Action River*, *Bubble Pool* and *Baby Wave*.

Bukit Jalil Golf & Country Resort, Kuala Lumpur.



KELAB DAN REKREASI

Kelab golf, equestrian dan rekreasi Kumpulan terus menampilkan prestasi yang bertambah baik selaras dengan pemulihan ekonomi negara. Tahap keyakinan telah bertambah baik dan para ahli Kelab semakin menunjukkan kecenderungan untuk berbelanja. Pengambilan ahli baru sebaliknya terjejas akibat lebih bilangan Kelab golf dan rekreasi bukan sahaja di Lembah Klang, tetapi juga di seluruh negara.

Beberapa Kelab baru yang ingin mengembalikan pelaburan mereka, cenderung untuk memulakan perang harga. Ini telah mewujudkan tekanan kepada Kelab-Kelab yang sedia ada untuk menurunkan harga. Walau bagaimanapun, semua Kelab kami telah melancarkan berbagai kaedah untuk menambahkan keahlian dan membawa kesan yang memberangsangkan.

Sebagai salah sebuah Kelab equestrian bertaraf perdana di Malaysia, **Bukit Kiara Equestrian and Country Resort** terus menjadi lokasi yang popular bagi majlis untuk orang-orang kenamaan dan acara sosial. Keahlian Kelab ini pada tahun kewangan ini berjumlah lebih kurang 4,500 ahli.

Dengan sebuah padang golf 18 lubang bertaraf antarabangsa, **Bukit Jalil Golf & Country Resort** mempunyai kedudukan yang strategik di tengah-tengah kawasan Koridor Raya Multimedia. Pada tahun ini, Kelab tersebut mencatatkan pertumbuhan yang memberangsangkan dengan pertambahan 900 ahli baru, menjadikan jumlah keahliannya kepada lebih kurang 5,300 ahli.

Satu kempen pengambilan keahlian secara besar-besaran telah dijalankan di beberapa pusat membeli-belah di

Lembah Klang untuk menerbitkan kesedaran dan mempromosi Kelab tersebut. Berbagai aktiviti dianjurkan untuk para ahli dan keluarga mereka selaras dengan imejnya sebagai sebuah Kelab berorientasikan keluarga iaitu 'Smartkids Fun Club' bagi kanak-kanak dan 'Mums Fun Club' untuk para ahli wanita di mana aktiviti seperti pertunjukan memasak, kelas menyulam, pertunjukan fesyen dan ceramah kesihatan dijalankan.

Kelab Darul Ehsan terus mengekalkan kedudukannya sebagai sebuah Kelab popular yang memenuhi keperluan khusus pelanggan perniagaan dan penduduk di perbandaran Ampang. Keahlian Kelab ini berjumlah lebih kurang 4,300 ahli.

Tioman Island Golf Club yang terletak di Pulau Tioman, Pahang dengan sebuah padang golf 18 lubang bergabung dengan tujuh lagi kelab lain di Malaysia dan dua buah kelab di Singapura. Kelab ini mempunyai keahlian seramai 1,700 orang.

Desa WaterPark, Taman Tema Air hiburan seisi keluarga yang terbesar di Kuala Lumpur dan satu-satunya Taman Tema yang terletak dalam kawasan kotaraya Kuala Lumpur menawarkan kemudahan rekreasi air yang lengkap untuk seisi keluarga. Selain mempunyai berbagai jenis permainan air dan luncur air yang menarik, Taman Tema ini juga menyediakan *The Thunderbolt* - Master Blaster yang terpanjang di Asia. Kemudahan lain yang disediakan di sini termasuk *Pink Slide*, *Supertube*, *Splash-Out*, *Water Factory*, *Shock Wave*, *Ripple Bay*, *Action River*, *Bubble Pool* dan *Baby Wave*.



Desa WaterPark, Kuala Lumpur.

Property Investment & Development



Berjaya Megamall,
Kuantan, Pahang.

PROPERTY INVESTMENT

The Group's commercial properties located in the golden triangle of Kuala Lumpur namely **KL Plaza**, **Plaza Berjaya** and **Kompleks Kota Raya** enjoyed an improvement in occupancy rates of between 77% to 81% during the year compared to the rates of between 67% to 75% in the previous year. The improvement in occupancy rates were due to the gradual improvement of the economic condition where retailers have regained confidence to re-enter the market and this has enhanced the demand for retail space. Generally, all complexes have reduced their rental rates in order to retain the existing tenants and to remain competitive.

The construction of the RM3 million huge teflon structures in front of KL Plaza in late 1999 under the 'Bintang Walk' project has pushed KL Plaza into the limelight. Since then, the number of shoppers and tourists visiting KL Plaza has increased. KL Plaza also boasts of being able to attract tenants of renown brand names such as *Planet Hollywood*, *Starbucks*, *Coffee Bean* and *Tower Records*. Two new additional tenants have recently opened in KL Plaza namely *World of Cartoons* / *Nike Town*, an outlet selling an array of *World of Cartoons*, *Nike* and *American Athletics* sportswear and accessories and *MCities Live!*, the largest one-stop music and entertainment outlet in Kuala Lumpur. The opening of these two outlets have further increased the popularity of KL Plaza among the city folks.

Berjaya Megamall, Kuantan has achieved an occupancy rate of 80% during the year compared to 71% in the previous year. The growth was due to the aggressive and innovative marketing strategies in leasing retail shops and active advertising and promotion programmes. Close cooperation with the leading Chinese newspaper in the East Coast, *Nanyang Siang Pau* has lead to wide coverage of our events and write-ups on our tenants has boosted our marketability. **Berjaya Megamall** has been regarded as a venue for well-known artistes to promote their new albums, product launches and roadshows such as *Petronas Formula One* and *Dunhill Euro 2000 Soccerfest*.

Supported by interesting promotional events every month, **Berjaya Megamall** has maintained its position as a comprehensive one-stop retail, food and entertainment shopping complex in the East Coast.

KL Plaza,
Kuala Lumpur.



PROPERTY DEVELOPMENT

PROPERTY MARKET OVERVIEW

After the sharp contraction experienced in 1998, the Malaysian economy is on the upward trend. The latest economic data clearly indicated that the Malaysian economy is well on its way to recovery. The revival of the country's economy has given rise to a more confident property market in 1999. The property market is also strengthened by the comprehensive measures undertaken by the Government and private sector to resuscitate the property and construction industries, namely low interest rates, increased financial liquidity, home ownership campaign, etc.

For the financial year 1999/2000, the Property Division has been actively procuring the necessary government approvals for the various development projects in anticipation of a rebound in the property market. The Property Division's resources were also concentrated on the development and marketing of on-going projects, which has achieved a total sales value of over RM80 million during the financial year 1999/2000 and up to May 2000.

ON-GOING PROJECTS

A major portion of the Group's landbank is concentrated within Wilayah Persekutuan and Selangor. Therefore, the development projects undertaken by the Property Division are mainly located within these two states. As at June 2000, the Property Division had completed 396 units of properties, whilst 1,105 units of properties are presently under various stages of construction.

The **Greenfields Apartments** in Bukit Jalil Golf & Country Resort comprising 482 units in three high rise blocks was launched in two phases since late 1995. Phase 1 containing 326 units in two blocks was completed in 1999 whilst Phase 2 with 156 units in the third block was completed and handed over to purchasers in January 2000. To date, 431 units or 89% have been sold and this generated a total sales value of RM90.43 million.

Another comprehensive mixed development project undertaken by the Property Division is **Berjaya Park** in Jalan Kebun, Shah Alam. Phase 1 of **Berjaya Park** involved the development of 104.25 acres of industrial land which was completed in 1998. 136 units of the single storey terrace houses were launched in stages since 1998 and to date 124 units or 86% with a total sales value of RM15.13 million, have been sold. These single storey terrace houses have been completed and vacant possession were handed over to the purchasers in May 2000. Since mid 1999, the Property Division has launched 264 units of double storey terrace houses in various stages. To date 234 units or 88.6% of the double storey terrace houses with a total sales value of RM39.44 million have been sold. The targeted date of completion of these houses will be from mid 2001 onwards.

PELABURAN HARTANAH

Hartanah perdagangan Kumpulan yang terletak di segi tiga emas Kuala Lumpur meliputi **KL Plaza**, **Plaza Berjaya** dan **Kompleks Kota Raya** menikmati kadar penghunian yang bertambah baik antara 77% hingga 81% pada tahun ini berbanding kadar antara 67% hingga 75% pada tahun sebelumnya. Kadar penghunian yang bertambah baik ini adalah hasil peningkatan secara berperingkat keadaan ekonomi bagi memulihkan keyakinan para pengusaha gedung perniagaan dan kembali menyertai pasaran dan ini juga telah mempertingkatkan permintaan untuk ruang niaga. Secara keseluruhan, semua kompleks telah menurunkan kadar sewa mereka untuk mengekalkan penyewa mereka yang sedia ada dan untuk mengekalkan daya saing.

Pembinaan struktur teflon yang besar bernilai RM3 juta di depan KL Plaza pada lewat tahun 1999 di bawah projek 'Bintang Walk' telah membawa satu daya tarikan kepada KL Plaza. Sejak itu, bilangan pembeli-belah dan pelancong yang mengunjungi KL Plaza bertambah. KL Plaza juga mampu menarik minat penyewa dengan jenama terkemuka seperti *Planet Hollywood*, *Starbucks*, *Coffee Bean* dan *Tower Records*. Baru-baru ini, dua penyewa baru telah membuka gedung di KL Plaza, iaitu *World of Cartoons/Nike Town*, yang menjual berbagai barangan serta aksesori sukan *World of Cartoons*, *Nike* dan *American Athletics* dan *MCities Live!*, gedung muzik dan hiburan setempat terbesar di Kuala Lumpur. Pembukaan kedua-dua gedung ini telah meningkatkan lagi populariti KL Plaza di kalangan penduduk bandaraya Kuala Lumpur.

Berjaya Megamall, Kuantan menikmati kadar penghunian 80% pada tahun yang ditinjau berbanding 71% pada tahun sebelumnya. Pertumbuhan ini adalah hasil strategi pemasaran yang agresif dan inovatif dalam pajak sewa kedai dan program pengiklanan serta promosi yang dijalankan secara aktif. Hubungan erat dengan akhbar Cina, *Nanyang Siang Pau* yang terkemuka di Pantai Timur telah memberi liputan yang meluas kepada berbagai acara dan penulisan rencana mengenai penyewa kami dan ini telah membantu mempertingkatkan usaha pemasaran kami. **Berjaya Megamall** telah dikenali sebagai tempat bagi para artis terkenal mempromosi album baru mereka, pelancaran produk dan promosi bergerak seperti *Petronas Formula One* dan *Dunhill Euro 2000 Soccerfest*. **Berjaya Megamall** yang mendapat sokongan melalui berbagai acara promosi bulanan, mampu mengekalkan kedudukannya sebagai sebuah kompleks membeli-belah dengan gedung runcit, makanan dan hiburan setempat yang menyeluruh di Pantai Timur.

PEMBANGUNAN HARTANAH

TINJAUAN PASARAN HARTANAH

Selepas mengalami penyusutan yang ketara pada tahun 1998, kini ekonomi Malaysia sedang semakin berkembang dengan pesat. Data ekonomi terkini jelas menunjukkan bahawa ekonomi Malaysia sedang mengalami pemulihan. Peningkatan semula ekonomi negara telah melahirkan keyakinan di pasaran hartanah pada tahun 1999. Pasaran hartanah telah diperkukuhkan lagi oleh langkah-langkah menyeluruh yang dijalankan oleh Kerajaan dan sektor swasta

untuk memulihkan industri hartanah dan pembinaan. Ini termasuk penetapan kadar faedah yang rendah, peningkatan kecairan dalam sistem kewangan, kempen pemilikan rumah dan beberapa langkah lain.

Pada tahun kewangan 1999/2000, Bahagian Hartanah berusaha secara aktif untuk mendapatkan kelulusan kerajaan yang diperlukan untuk berbagai projek pembangunan sebagai jangkaan pemulihan pasaran hartanah. Sumber Bahagian Hartanah juga ditumpukan kepada pembangunan dan pemasaran beberapa projek sedang dijalankan yang mencapai nilai jualan melebihi RM80 juta pada tahun kewangan 1999/2000 dan sehingga bulan Mei 2000.

PROJEK-PROJEK YANG SEDANG DIJALANKAN

Sebahagian besar tanah simpanan Kumpulan tertumpu di dalam kawasan Wilayah Persekutuan dan Selangor. Justeru itu, projek-projek pembangunan yang dijalankan oleh Bahagian Hartanah kebanyakannya terletak di kedua-dua negeri ini. Setakat bulan Jun 2000, Bahagian Hartanah telah menyiapkan 396 unit hartanah, sementara 1,105 unit hartanah lagi kini sedang dalam berbagai peringkat pembinaan.

Greenfields Apartments di Bukit Jalil Golf & Country Resort yang meliputi tiga blok bertingkat tinggi yang mengandungi 482 unit dilancarkan dalam dua fasa sejak lewat tahun 1995. Fasa 1 mengandungi 326 unit dalam dua blok telah disiapkan pada tahun 1999, sementara Fasa 2 dengan 156 unit di blok ketiga telah siap dan diserahkan kepada para pembeli pada Januari 2000. Sehingga kini, 431 unit atau 89% telah dijual dan ini telah menjana jualan bernilai RM90.43 juta.

Satu lagi projek pembangunan bercampur yang serba lengkap dijalankan oleh Bahagian Hartanah adalah **Berjaya Park** di Jalan Kebun, Shah Alam. **Berjaya Park** Fasa 1 melibatkan pembangunan 104.25 ekar tanah perindustrian yang telah disiapkan pada tahun 1998. Sebanyak 136 unit rumah teres satu tingkat telah dilancarkan secara berperingkat sejak tahun 1998 dan sehingga kini, 124 unit atau 86% dengan jualan bernilai RM15.13 juta telah dijual. Rumah teres satu tingkat ini telah disiapkan dan pemilikan kosong telah diserahkan kepada para pembeli pada bulan Mei 2000. Sejak pertengahan 1999, Bahagian Hartanah telah melancarkan 264 unit rumah teres dua tingkat dalam berbagai peringkat. Sehingga kini, 234 unit atau 88.6% daripada rumah teres dua tingkat ini bernilai RM39.44 juta telah dijual. Rumah-rumah ini dijangka akan disiapkan mulai pertengahan tahun 2001.

Pada tahun kewangan 1999/2000, 72 unit rumah berangklai dua tingkat di **Taman Kinrara IV**, Puchong yang melibatkan jualan bernilai RM9.59 juta telah dilancarkan dan dijual. Pemilikan kosong unit-unit ini telah diserahkan kepada para pembeli pada akhir Julai 2000. Sebanyak 54 unit daripada 56 unit kedai/pejabat/pangsapuri empat tingkat yang terletak di **Taman Kinrara IV** juga yang melibatkan jualan bernilai RM7.69 juta telah dijual dan disiapkan bersama pengeluaran sijil kelayakan menduduki.

Kinrara Ria
Apartments and
Arena Green
Apartments'
promotional
leaflets.



During the 1999/2000 financial year, 72 units of double storey link houses in **Taman Kinrara IV**, Puchong with a total sales value of RM9.59 million were launched and sold. Vacant possession of these units were handed over to the purchasers at the end of July 2000. Also in Taman Kinrara IV, 54 units out of 56 units of 4-storey shops/offices/apartments with a total sales value of RM7.69 million have been sold and completed with certificate of fitness issued.

The market's response to the launching of **Kinrara Ria Apartments** in Taman Kinrara IV, Puchong has been very encouraging and further reinforce that the property market has bottomed out. Kinrara Ria Apartments which comprises 320 units of 3 room medium-cost apartments was launched in May 2000. To date, 178 units or 55.6% with a total sales value of RM15.60 million have been sold.

PROJECTS COMING ON STREAM

During the last financial year, the Property Division has been concentrating on the development of **Seputeh Heights**. This project which comprises 108 freehold luxurious bungalow lots, is a "first" of its kind in the country as the product will only be available for sale upon completion. Seputeh Heights is planned around the gated community concept and will be provided with 24-hour security and top of the range security features.

The Property Division was very excited with the scheduled launching of Phase I and Phase 2A of **Arena Green Apartments** in Bukit Jalil Golf & Country Resort in July 2000. The Arena Green Apartments comprises of 1,240 units of medium cost apartments. Phase 1 with 551 units in three blocks are priced at RM89,999 to RM99,999 for 2-room units and RM149,999 for 3-room units, generated a total sales value of RM56 million. Due to overwhelming response, Phase 1 and Phase 2A have been 100% and 85% sold out respectively.

Also in Bukit Jalil Golf & Country Resort, the Property Division is planning for the development of 543 units of condominiums. The plan on the proposed development has been submitted to the authorities and pending approval. This project is scheduled to be launched in early 2001.

The residential property sector remained as the leading sector of the property market with the focus of demand continued to centre on terrace houses. The Property Division has immediate plans to market the available 293 units of conventional terrace houses in Berjaya Park in various stages to capture this demand.

MARKET OUTLOOK

With the availability of cheap financing, improved consumer and business confidence, steady economic

recovery, better employment opportunities and higher wage expectation, the upward trend in the property market is expected to continue. The residential sector is expected to dominate the property market with the demand expected to be concentrated on the medium-cost housing priced below RM150,000. However, the demand for high end landed residential properties in choiced locations is also expected to improve in tandem with the improving economy.

In line with the increase demand in property market, the Property Division is planning to develop more residential properties to capture a major share of the demand for this sector.

NEW PANTAI HIGHWAY PROJECT

Another subsidiary of Berjaya Land Berhad, **New Pantai Expressway Sdn Bhd** ("NPE") is the concessionaire for the New Pantai Highway, an urban highway running 19.6km in length that stretches from Subang Jaya to Bangsar and interchanging at Pantai Dalam into Taman Desa heading towards Seremban Expressway. It is a privatised Government project where NPE is to build, operate and collect toll on the New Pantai Highway for 30 years.

New Pantai Highway is scheduled to be operational in the second half of 2002, and is designed as an alternative to Federal Highway Route II and a traffic dispersal scheme for Subang Jaya. The highway will have approximately seven interchanges of various designs, four collection points, two river bridges and two underpasses. The cost of the project is approximately RM983 million.

Phase I of PJS 8 underpass in Bandar Sunway has been completed. Works in the construction of the approaches to the underpass in Phase 2 is underway. Works for the underpass passing Federal Highway Route 2 have also begun. Meanwhile, construction works at Jalan Sultan Utama alignment leading towards Kampung Lindungan and the earthworks at PJS 5 are in progress and works at Jalan Klang Lama alignment will be starting soon.

The company's future plans include the undertaking of extension works in Subang Jaya involving the upgrading of the entire portion of Jalan Sultan Utama and project management services to widen its earnings base.



Greenfields Apartments at Bukit Jalil, Kuala Lumpur.

Excavation works for the 2nd phase of the PJS 8 underpass at Bandar Sunway.



Sambutan pasaran terhadap pelancaran **Kinrara Ria Apartments** di Taman Kinrara IV di Puchong adalah sangat menggalakkan dan ini mengukuhkan keyakinan bahawa kelembapan pasaran hartanah telah berlalu. Kinrara Ria Apartments yang meliputi 320 unit pangsapuri kos sederhana 3 bilik ini telah dilancarkan pada bulan Mei 2000. Sehingga kini, 178 unit atau 55.6% dengan jualan bernilai RM15.60 juta telah berjaya dijual.

PROJEK-PROJEK YANG AKAN DILANCARKAN

Sepanjang tahun kewangan yang lepas, Bahagian Hartanah telah memberi tumpuan terhadap pembangunan di **Seputeh Heights**. Projek yang meliputi 108 lot banglo mewah milik bebas ini adalah "satu-satu seumpamanya" di negara ini kerana produk tersebut akan hanya tersedia untuk jualan apabila disiapkan. Seputeh Heights dirancang berkonsepkan sebuah kawasan kediaman berpagar dan akan disediakan kawalan keselamatan 24 jam serta mempunyai ciri-ciri keselamatan yang terunggul.

Bahagian Hartanah telah melancarkan Fasa 1 dan Fasa 2A **Arena Green Apartments** di Bukit Jalil Golf & Country Resort pada Julai 2000. Arena Green Apartments ini meliputi 1,240 unit pangsapuri kos sederhana. Fasa 1 dengan 551 unit dalam tiga blok ini berharga antara RM89,999 hingga RM99,999 bagi unit 2 bilik dan RM149,999 bagi unit 3 bilik ini telah menjana jualan bernilai RM56 juta. Sambutan yang hangat daripada para pembeli menyebabkan Fasa 1 dan Fasa 2A masing-masing telah dijual 100% dan 85%.

Di Bukit Jalil Golf & Country Resort ini juga, Bahagian Hartanah merancang untuk membangunkan 543 unit kondominium. Pelan untuk pembangunan yang dicadangkan ini telah dikemukakan kepada pihak-pihak berkuasa dan sedang menunggu kelulusan. Projek ini dijadual akan dilancarkan pada awal tahun 2001.

Sektor hartanah kediaman kekal sebagai sektor yang terulung di pasaran hartanah dengan fokus permintaan masih tertumpu kepada rumah teres. Untuk menarik permintaan sedemikian, Bahagian Hartanah mempunyai rancangan untuk memasarkan 293 unit rumah teres konvensional dalam berbagai peringkat di Berjaya Park.

SUASANA PASARAN

Dengan adanya pembiayaan yang murah, tahap keyakinan pengguna dan perniagaan yang bertambah baik, pemulihan ekonomi yang mantap, peluang pekerjaan yang lebih baik dan jangkaan gaji yang lebih tinggi, dijangka mendorong arah aliran di pasaran hartanah untuk terus meningkat. Sektor kediaman dijangka akan menguasai pasaran hartanah dengan permintaan dijangka akan tertumpu kepada rumah kos sederhana berharga bawah RM150,000. Walau bagaimanapun, permintaan bagi hartanah kediaman di atas tapak untuk pasaran atasan di lokasi terpilih juga dijangka akan bertambah baik selaras dengan keadaan ekonomi yang kian pulih.

Selaras dengan peningkatan permintaan di pasaran hartanah, Bahagian Hartanah sedang merancang untuk

membangunkan lebih banyak hartanah kediaman bagi mencapai bahagian permintaan yang lebih besar dalam sektor ini.

PROJEK LEBUHRAYA PANTAI BARU

Sebuah lagi syarikat subsidiari Berjaya Land Berhad, **New Pantai Expressway Sdn Bhd** ("NPE") adalah pemegang konsesi bagi Lebuhraya Pantai Baru, sebuah lebuhraya dalam bandar sejauh 19.6 km yang bermula dari Subang Jaya ke Bangsar dan dengan persimpangan bertingkat di Pantai Dalam menuju ke Taman Desa menghalu ke Lebuhraya Kuala Lumpur-Seremban. Ia adalah sebuah projek Kerajaan yang diwastakan di mana NPE bertanggungjawab untuk membina, mengendalikan dan mengutip tol di Lebuhraya Pantai Baru untuk tempoh 30 tahun.

Lebuhraya Pantai Baru dijadual akan beroperasi pada setengah tahun kedua tahun 2002 dan dibina sebagai jalan alternatif ke Lebuhraya Persekutuan Laluan II dan sebagai satu skim penyuraian trafik bagi Subang Jaya. Lebuhraya ini akan mempunyai lebih kurang tujuh persimpangan bertingkat yang berbagai rekabentuk, empat tempat mengutip tol, dua jambatan sungai dan dua laluan bawah. Projek ini juga dianggarkan menelan belanja sebanyak RM983 juta.

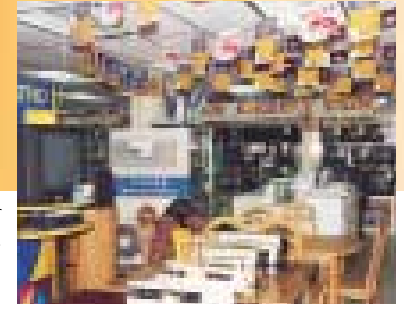
Fasa 1 laluan bawah PJS 8 di bandar Sunway telah pun disiapkan. Kerja bagi pembinaan jalan menuju laluan bawah dalam Fasa 2 sedang dijalankan. Kerja bagi laluan bawah menuju Laluan 2 Lebuhraya Persekutuan juga telah dimulakan. Sementara itu, kerja pembinaan di penjarangan Jalan Sultan Utama menuju ke Kampung Lindungan dan kerja tanah di PJS 5 sedang berjalan lancar dan kerja di penjarangan Jalan Klang Lama akan dimulakan tidak lama lagi.

Rancangan masa depan syarikat ini termasuklah menjalankan kerja sambungan di Subang Jaya yang melibatkan peningkatan keseluruhan Jalan Sultan Utama, dan menyediakan perkhidmatan pengurusan projek bagi meluaskan asas pendapatannya.



The crowd during the launch of Arena Green Apartments.

Consumer, Marketing & Direct Selling



Singer, one of the master distributors for Astro in Malaysia.

COSWAY (M) SDN BHD

For the year under review, the group registered a turnover of RM345 million representing an increase of 28% compared to the last financial year. The group's profit before tax recorded a slight decrease from RM19.2 million in the previous year to RM18.5 million. The increase in turnover was due to a significant improvement in the results of its Malaysian operations. However, stiff competition and weak consumer spending power faced by our international operations in Brazil, The Philippines and Thailand, had affected the group's overall profit.



Bioglo Breast Cream - a new product from Cosway's Bioglo range.

The aggressive new product introduction undertaken by the group throughout the financial year had greatly contributed to Cosway's success in the Malaysian operations. Among the new products launched during the year which were well received were Aubry Diffusion, Lactessens, PowerMax and Prolin. The group will continue to emphasize on offering quality products at affordable prices as its competitive advantage over its competitors.

To further enhance the Cosway Redemption Programme, five new redemption centres were opened during the financial year in Malacca, Bukit Mertajam, USJ Subang Jaya, Wangsa Melawati and Brunei bringing the total redemption centres to 19 throughout Malaysia and Brunei. Four more centres will be opened in the current financial year in Malaysia.

For the coming financial year, Cosway plans to tap the international market through eCosway, an online business portal. eCosway resembles a Worldwide Shopping Mall where thousands of unique products from all over the world will be featured and made available to shoppers worldwide. eCosway offers an opportunity to consumers to shop as well as earn an income using the Cosway multi-level marketing concept. eCosway is expected to contribute significantly to the group's future growth.



Given the improving economy in Malaysia, our local operation is expected to continue growing whilst measures would be stepped up to improve the revenue and profitability of our international operations in the future.

SINGER (MALAYSIA) SDN BHD

Driven by the changing trend of consumer habits and increasing competition within the industry, Singer ventured into several new business schemes during the year under review to meet the needs of the consumers.

Firstly, to mitigate interest rate volatility and to make it more affordable for customers to own Singer products, the company shifted a large part of its Hire Purchase Portfolio ("HP") to the Equal Payment Scheme ("EP") in July 1999. Under the EP scheme, Singer is able to obtain a far higher yield as compared to the HP scheme, thus providing it with a comfortable buffer to absorb the negative effects of interest volatility. For the customers, they are no longer required to pay a minimum down payment which is mandatory under the Hire Purchase Act thus giving them wider financial flexibility.

Secondly, a synergistic venture was forged with Measat Broadcast Network Systems Sdn Bhd where Singer was appointed master distributor for Astro Digital Multimedia Systems ("DMS") in Malaysia. Sales of Astro DMS were encouraging and have moderately boosted Singer's overall revenue and considering its growth potential, we expect a greater contribution from this product in the coming years as private consumption improves.

The third venture allowed Singer to add another channel towards penetrating the civil servant market through a Supply Agreement with the Agriculture Industrial Development Multipurpose Co-operative Society. This agreement enables Singer's products to be made available to 850,000 civil servants on a salary deduction scheme.

Recognising the global trend in marketing through the Internet, Singer is re-evaluating its strategies in terms of market positioning to be in line with the Government's call for a shift in doing business via the Internet or e-commerce. Singer's process of doing business through the Internet would generally, consists of both "business to consumer" and "business to business" transactions. Hence, we have since October 1999 set up a website at www.singermsia.com.my.

Besides, Singer has also implemented various strategic measures and customer promotional activities to rebuild its branding throughout the year under review. In October 1999, the company entered into a partnership agreement with Microsoft Malaysia to tap

COSWAY (M) SDN BHD

Pada tahun yang ditinjau, kumpulan ini mencatatkan perolehan sebanyak RM345 juta yang merupakan peningkatan sebanyak 28% berbanding pencapaian pada tahun kewangan sebelumnya. Walau bagaimanapun, kumpulan mengalami pengurangan kecil keuntungan sebelum cukai daripada RM19.2 juta sebelumnya kepada RM18.5 juta pada tahun kewangan ini. Pertambahan perolehan ini adalah disebabkan oleh peningkatan ketara operasinya di Malaysia. Walau bagaimanapun, persaingan hebat dan kelemahan kuasa belanja pengguna yang dihadapi oleh operasi antarabangsa kami di Brazil, Filipina dan Thailand telah menjejaskan keuntungan keseluruhan kumpulan ini.

Pengenalan produk baru secara agresif yang dijalankan oleh kumpulan sepanjang tahun kewangan ini memberi sumbangan besar terhadap kejayaan Cosway dalam operasinya di Malaysia. Antara produk baru yang dilancarkan pada tahun ini yang mendapat sambutan baik adalah Aubry Diffusion, Lactessens, PowerMax dan Prolin. Kumpulan akan terus memberi penekanan untuk menawarkan produk berkualiti pada harga yang mampu dibeli kerana ia mempunyai kelebihan daya saingan berbanding para pesaingnya.

Untuk mempertingkatkan lagi Program Penebusan Cosway, lima pusat penebusan telah dibuka pada tahun kewangan ini iaitu di Melaka, Bukit Mertajam, USJ Subang Jaya, Wangsa Melawati dan Brunei, menjadikan jumlah pusat di seluruh Malaysia dan Brunei 19 buah kesemuanya. Empat pusat lagi akan dibuka pada tahun kewangan semasa di Malaysia.

Pada tahun kewangan akan datang, Cosway merancang untuk merebut peluang di pasaran antarabangsa melalui eCosway, sebuah portal perniagaan secara on-line. eCosway menyerupai sebuah Gedung Membeli-Belah Sedunia di mana beribu produk unik dari seluruh dunia ditampildan disediakan kepada para pembeli-belah di seluruh dunia. eCosway menawarkan peluang kepada para pengguna untuk membeli-belah serta memperolehi pendapatan menggunakan konsep pemasaran berbilang peringkat Cosway. eCosway dijangka akan memberi sumbangan ketara kepada pertumbuhan masa depan kumpulan ini.

Berdasarkan keadaan ekonomi yang bertambah baik di Malaysia, operasi tempatan kami dijangka akan terus berkembang serta langkah-langkah akan dipertingkatkan untuk menambah hasil dan meningkatkan keuntungan operasi antarabangsa kami pada masa depan.

SINGER (MALAYSIA) SDN BHD

Perubahan corak perbelanjaan pengguna dan pertambahan persaingan dalam industri telah mendorong Singer untuk menceburi beberapa skim perniagaan baru pada tahun yang ditinjau untuk memenuhi keperluan para pengguna.

Pertama, bagi mengurangkan kesan turun naik kadar

faedah dan untuk menjadikan produk Singer lebih mampu dimiliki oleh para pelanggan, syarikat telah memindahkan sebahagian besar Portfolio Sewa Beli ("HP") kepada Skim Pembayaran Sama Rata ("EP") pada bulan Julai 1999. Di bawah skim EP, Singer mampu memperolehi hasil yang jauh lebih tinggi berbanding dengan skim HP dan dengan ini menyediakan kepadanya penampungan untuk menyerap kesan negatif turun naik kadar faedah. Bagi para pelanggan, mereka tidak lagi diperlukan membuat bayaran pendahuluan minimum yang menjadi syarat di bawah Akta Sewa Beli. Ini memberikan mereka kemudahan yang fleksibel dari segi kewangan.

Kedua, Singer telah menjalin hubungan sinergi dengan Measat Broadcast Network Sdn Bhd di mana Singer telah dilantik sebagai pengedar bagi Astro Digital Multimedia Systems ("DMS") di Malaysia. Jualan Astro DMS adalah menggalakkan dan ini telah membantu secara sederhana hasil keseluruhan Singer dan memandangkan potensi pertumbuhannya, kami menjangka produk ini akan memberi sumbangan lebih besar pada tahun akan datang apabila tingkat penggunaan bertambah baik.

Penglibatan perniagaan ketiga membolehkan Singer menambah satu lagi saluran tambahan ke arah menembusi pasaran kakitangan perkhidmatan awam, melalui Perjanjian Bekalan dengan Persatuan Koperasi Serba Guna Pembangunan Perindustrian Pertanian. Perjanjian ini membolehkan produk Singer dipasarkan kepada lebih 850,000 kakitangan perkhidmatan awam berdasarkan skim potongan gaji.

Menyedari tentang corak global dalam pemasaran melalui Internet, Singer sedang menilai semula berbagai strateginya dari segi peletakan pasaran supaya selaras dengan seruan Kerajaan yang menggalakkan perpindahan kaedah melakukan perniagaan melalui Internet atau e-dagang. Proses menjalankan perniagaan melalui Internet yang diikuti oleh Singer secara umum akan meliputi urusniaga "perniagaan kepada pengguna" dan "perniagaan kepada perniagaan". Justeru itu, sejak bulan Oktober



Business alliance signing ceremony between Singer (M) Sdn Bhd and Microsoft (M) Sdn Bhd on 25 August 1999.



on the latest Microsoft technology and applications that would enhance office automation and collaboration and facilitate the deployment of the digital nervous system within the company. This will serve as a platform for the company to venture into its e-commerce business plan. In April 2000, Singer launched the "Customer First" campaign to develop a new corporate image to reflect Singer's renewed passion and drive through providing exceptional customer service and quality products.

Singer will continue to focus on its core markets, operating through its wide network of outlets and sales agents providing personalized service to customers. Singer will continue to work on increasing the productivity of its outlets and competitiveness in order to sustain its market position. Against the backdrop of economic recovery and improved consumer spending, we expect a better performance in the coming year.

UNZA HOLDINGS BERHAD

The financial year under review was one of the most successful for the group. With the recovery of the economy and the return of consumer confidence, all the main brands recorded substantial increase in growth over the previous year.

For the financial year ended 30 April 2000, the group achieved a turnover of RM146.3 million which represents an increase of 14% over the previous year's turnover of RM127.8 million. This resulted from the country fast recovery from the financial crisis. The group's domestic sales increase by 17% while exports grew by 4%.

Profit before tax increased from RM12.0 million in the previous year to RM14.3 million, an increase of 19%. This resulted from a commendable growth in sales and lower overheads and interest costs.

The new look for SHUREI range of products.



While the recovery of the economy provided ideal trading conditions, it was the aggressive marketing plans and effective tactics that enabled the group's brands to outperform the market. One of the major promotions mounted was a Fragrance Fair promoting all four fragrance brands of ENCHANTEUR, ENTRE NOUS, DASHING and ROMANO in all major outlets during the months of November and December 1999.

The group continued the exercise of updating its brands and their appearance with the relaunch of SHUREI's UV Shield, MAXKLEEN household cleaners', MAXKLEEN 9 Concentrated Detergent, and the introduction of new liquid hand soap for ENCHANTEUR, additions to talc, hand and body lotion and deodorants for ENTRE NOUS, family shower cream for New & Trendy and hair tonic for ELITE.

A reassessment audit of the manufacturing operation was conducted in July 1999 by SIRIM and the group successfully obtained the re-certification of its ISO 9002 status.

The prospects for the group are bright in the year ahead, especially with the recovered economy and more so the acquisition of Berjaya Unza Holdings (BVI) Limited which was completed in June 2000. This will allow many operational synergies, which are expected to further enhance results for the current year.

THE CATALOG SHOP SDN BHD

For the year under review, the company's turnover increased 20% over the last financial year. The good performance was due to major consolidation efforts and new business strategies implemented during the year. Major revamp was also undertaken for the entire organisation to re-position itself against competitors. The consolidation efforts included restructuring of the organisation structure to better strategise its business process, implementation of strict operational control systems and repositioning of business strategies and shop outlets.

Two Megastores were opened in Penang and Bukit Mertajam in the northern region. Two others were opened in Selangor, a satellite shop in Rawang and a Megastore in Pandan Indah. This brings the total number of outlets to 12 Megastores and five satellite shops throughout the nation.

The company targets to open 10 more shops with new expansion plans to Johor in the Southern region as well as East Malaysia. Aggressive "above-the-line" promotion activities will also be launched to boost

Visitors at the opening of a new Catalog Shop outlet at Banting.



1999, kami telah mewujudkan sebuah laman web di www.singermsia.com.my.

Di samping itu, Singer juga telah melaksanakan berbagai langkah strategik dan aktiviti promosi pelanggan untuk membina semula jenamanya sepanjang tahun yang ditinjau. Pada bulan Oktober 1999, syarikat telah memeterai satu perjanjian perkongsian dengan Microsoft Malaysia untuk merebut peluang daripada teknologi dan aplikasi Microsoft yang terkini bagi mempertingkatkan automasi pejabat serta permuafakatan dan mempermudah penggunaan sistem saraf digital dalam syarikat. Ini akan menyediakan platform bagi syarikat untuk melibatkan diri dalam rancangan perniagaan e-dagangnya. Pada bulan April 2000, Singer telah melancarkan kempen "Utamakan Pelanggan" untuk membentuk sebuah imej korporat yang baru bagi menggambarkan kesungguhan serta dorongan baru Singer melalui penyediaan perkhidmatan pelanggan yang cemerlang dan produk yang berkualiti.

Singer akan terus memberi fokus kepada beberapa pasaran utamanya, yang dikendalikan melalui rangkaian saluran jualan dan ejen jualan yang menyediakan perkhidmatan secara peribadi kepada para pelanggan. Singer akan terus berusaha gigih untuk mempertingkatkan produktiviti saluran jualannya serta daya saingan bagi mengekalkan kedudukan pasarnya. Dengan keadaan ekonomi yang semakin pulih serta tingkat perbelanjaan pengguna yang bertambah baik, kami menjangka akan mencapai prestasi yang bertambah baik pada tahun akan datang.

UNZA HOLDINGS BERHAD

Tahun kewangan yang ditinjau adalah satu tahun yang paling berjaya bagi kumpulan ini. Dengan pemulihan ekonomi dan keyakinan pengguna yang kembali pulih, semua jenama utama mencatatkan peningkatan pertumbuhan yang ketara berbanding pada tahun sebelumnya.

Bagi tahun kewangan berakhir 30 April 2000, kumpulan ini mencapai perolehan sebanyak RM146.3 juta yang merupakan pertambahan sebanyak 14% berbanding perolehan pada tahun sebelumnya sebanyak RM127.8 juta. Ini adalah hasil pemulihan pesat ekonomi negara daripada krisis kewangan. Jualan domestik kumpulan ini meningkat sebanyak 17% sementara eksport pula berkembang sebanyak 4%.

Keuntungan sebelum cukai bertambah daripada RM12.0 juta pada tahun sebelumnya kepada RM14.3 juta, meningkat sebanyak 19%. Ini menyebabkan pertumbuhan jualannya memberangsangkan di samping pengurangan kos overhead dan kadar faedah.

Walaupun pemulihan ekonomi menyediakan keadaan dagangan yang unggul, namun rancangan pemasaran yang

agresif dan taktik berkesan telah membolehkan jenama kumpulan mengatasi prestasi pasaran. Salah satu daripada promosi utama yang dijalankan adalah Fragrance Fair yang mempromosikan keempat-empat jenama wangian iaitu ENCHANTEUR, ENTRE NOUS, DASHING dan ROMANO di semua saluran jualan utama sepanjang bulan November dan Disember 1999.

Kumpulan meneruskan langkah mempertingkatkan jenamanya dan penampilan mereka dengan pelancaran semula UV Shield SHUREI, pencuci barangan kegunaan rumah MAXKLEEN, Pekatan Cecair Pencuci MAXKLEEN 9 dan pengenalan sabun tangan cecair baru ENCHANTEUR di samping bedak, losyen tangan dan tubuh dan deodoran untuk ENTRE NOUS, krim mandian keluarga untuk New & Trendy dan tonik rambut ELITE.

SIRIM telah menjalankan audit penilaian semula operasi perkilangan kumpulan pada bulan Julai 1999 dan mengekalkan pengesahan ISO 9002 yang diperolehinya.

Kumpulan ini mempunyai prospek yang cerah pada tahun akan datang, terutamanya berikutan pemulihan ekonomi dan pengambilalihan Berjaya Unza Holdings (BVI) Limited yang diselesaikan pada bulan Jun 2000. Ini akan membolehkan pencapaian berbagai sinergi operasi yang dijangka akan mempertingkatkan lagi keputusan bagi tahun semasa.

THE CATALOG SHOP SDN BHD

Pada tahun yang ditinjau, syarikat ini mencatatkan peningkatan perolehan sebanyak 20% berbanding pencapaian pada tahun kewangan sebelumnya. Prestasi memuaskan ini adalah hasil berbagai usaha pengukuhan secara besar-besaran dan strategi perniagaan baru yang dilaksanakan pada tahun ini. Usaha penyusunan semula secara besar-besaran juga telah dijalankan bagi keseluruhan organisasi untuk memantapkan semula



Furniture display at The Catalog Shop.

sales. The company also plans to set up regional warehouses in the Northern, Central and Southern regions to strengthen its distribution network throughout the country.

BERJAYA HVN SDN BHD

The group's turnover decline slightly by 4.5% during the year compared to the previous year due mainly to the poor performance from the retail business. The distribution business has however performed better with an 8.6% increase in turnover.

The retail business continued to be adversely affected from the rampant video CD piracy. As such, strategic steps were taken to close four non-performing outlets to reduce losses suffered by the retail business. With the passing of the Optical Disk Bill 2000 in July 2000, whereby first time offenders can be fined up to RM500,000 or jailed a maximum of 3 years, the company expects piracy to be in better control. This we believe will result in a better performance in the coming year.

In October 1999, Berjaya HVN (S) Pte Ltd ("Berjaya HVN (S)"), a wholly-owned subsidiary was incorporated in Singapore. Berjaya HVN (S) is the distributor for Lyrick Studio (Barney), Children Television Network (Sesame Street), China Television Programme Agency ("CTPA"), Columbia TriStar, Universal Pictures International and many independent movies. With more aggressive marketing and a dynamic sales force, the performance of Berjaya HVN (S) has been impressive and this contributed to the overall increase in the turnover of the distribution business.

Berjaya Coffee Company (M) Sdn Bhd was established in May 1998 and granted the licence for the exclusive rights to develop and operate Starbucks retail stores in Malaysia. Since the opening of its first retail store in Malaysia located at KL Plaza, Kuala Lumpur in December 1998, the company has grown rapidly with a total of 14 stores currently and plans to open another 6 stores by April 2001.



Starbucks Coffee outlet at Gurney Road, Penang.



Starbucks stores offer a complete menu of internationally acclaimed coffee beverages, a selection of more than 20 varieties and blends of the finest *arabica* coffee beans; freshly baked local pastries and desserts; and a wide selection of coffee brewing equipment and accessories.

The specialty coffee cafe market in Malaysia is developing at a tremendous pace where Malaysians are growing to accept specialty coffee cafes as a lifestyle. This is evident in the amount of specialty coffee outlets that are mushrooming now.

To penetrate and maintain a competitive edge, our strategies involve the effective selection of property to expand our retail locations, comprehensive and well rounded training programs for our store level employees and the ongoing introduction of new beverage products that are aimed to create excitement and build customer loyalty.

To remain competitive, Starbucks has also upgraded the designs of its stores to suit the environment and surrounding where the stores are located.

The principal company, Starbucks Coffee Company is listed on the NASDAQ, USA and has over 2,500 retail locations worldwide including Japan, Hawaii, Singapore, the Philippines, Taiwan, Thailand, the United Kingdom, New Zealand, South Korea, China and the Middle East. Through its subsidiary, Starbucks Coffee International, Malaysia represents its ninth Pacific Rim market.

Berjaya Roasters (M) Sdn Bhd, the franchise holder for Kenny Rogers Roasters restaurant in Malaysia has to date opened to a total of 23 outlets spanning across major towns in the country. The company has introduced a new concept and table service to its 23rd outlet in Mid Valley Megamall which was opened in July 1999. During the year, its first sidewalk table service restaurant was also introduced at the KL Plaza Bintang Walk. The feedback and response from customers at both locations have been very encouraging.

kedudukannya berbanding para pesaing. Usaha penguikuan yang dijalankan termasuk penyusunan semula struktur organisasi untuk mengatur semula proses perniagaannya, melaksanakan sistem kawalan operasi yang ketat dan mengatur semula strategi perniagaan dan saluran kedainya.

Dua Megastore telah dibuka di Pulau Pinang dan Bukit Mertajam di kawasan Utara. Dua lagi dibuka di Selangor, sebuah kedai satelit di Rawang dan sebuah Megastore di Pandan Indah. Ini menjadikan bilangan saluran kedainya kepada 12 Megastore dan lima kedai satelit di seluruh negara.

Melalui rancangan pengembangannya, syarikat ini bermatlamat untuk membuka 10 lagi kedai yang akan dibuka di Johor bagi kawasan Selatan dan Malaysia Timur. Aktiviti promosi "above-the-line" juga akan dilancarkan secara agresif untuk merangsang jualan. Syarikat ini juga merancang untuk mewujudkan beberapa gudang kawasan di kawasan Utara, Tengah dan Selatan bagi mengukuhkan rangkaian pengedarannya di seluruh negara.

BERJAYA HVN SDN BHD

Perolehan syarikat ini merosot sedikit, iaitu sebanyak 4.5% pada tahun yang ditinjau berbanding pencapaian pada tahun sebelumnya terutamanya berikutan kelemahan prestasi perniagaan peringkat runcitnya. Walau bagaimanapun, perniagaan pengedaran mencatatkan prestasi yang bertambah baik dengan pertambahan perolehan sebanyak 8.6%.

Perniagaan peringkat runcit terus terjejas akibat kejadian video CD cetak rompak yang berleluasa. Justeru itu, berbagai langkah strategi telah diambil untuk menutup empat saluran kedai yang tidak mencatatkan prestasi memuaskan bagi mengurangkan kerugian yang ditanggung oleh perniagaan peringkat runcit. Dengan kelulusan Rang Undang-undang Cakera Optik 2000 pada bulan Julai 2000 di mana kesalahan pertama boleh didenda sehingga RM500,000 atau hukuman penjara maksimum 3 tahun, syarikat ini menjangka kejadian cetak rompak akan dapat dibendung dengan lebih baik lagi. Ini kami percaya akan membolehkan ia mencapai prestasi yang lebih baik pada tahun akan datang.

Pada bulan Oktober 1999, Berjaya HVN (S) Pte Ltd ("Berjaya HVN (S)"), sebuah syarikat subsidiari milik penuh telah ditubuhkan di Singapura. Berjaya HVN (S) adalah pengedar bagi Lyrick Studio (Barney), Children Television Network (Sesame Street), China Television Programme Agency ("CTPA"), Columbia TriStar, Universal Pictures International dan berbagai filem bebas yang lain. Dengan usaha pemasaran yang lebih agresif dan tenaga jualan yang dinamik, Berjaya HVN (S) telah berjaya menampilkan prestasi membanggakan dan ini telah menyumbangkan peningkatan menyeluruh dalam perolehan perniagaan pengedaran.



Berjaya Coffee Company (M) Sdn Bhd telah ditubuhkan pada bulan Mei 1998 dan diberi lesen bagi hak eksklusif untuk membangun dan mengendalikan cawangan Starbucks di Malaysia. Sejak pembukaan cawangan pertama di Malaysia yang terletak di KL Plaza, Kuala Lumpur pada bulan Disember 1998, syarikat ini telah berkembang dengan pesat dan kini mempunyai 14 cawangan dan merancang untuk membuka 6 lagi cawangan menjelang April 2001.

Restoran Starbucks menawarkan menu lengkap minuman kopi bertaraf antarabangsa, pilihan 20 jenis dan campuran biji kopi arabica yang bermutu; pastri segar buatan tempatan dan beraneka pilihan peralatan serta aksesori pembancuh kopi.

Pasaran kafe kopi khusus di Malaysia sedang berkembang pada kadar yang pesat di mana rakyat Malaysia semakin mula menerima kafe kopi khusus sebagai satu gaya hidup. Ini terbukti melalui bilangan saluran kopi khusus yang tumbuh bagai cendawan.



Untuk menembusi dan mengekalkan kelebihan daya saingan, strategi yang kami rangka melibatkan pemilihan hartanah untuk meluaskan lokasi cawangan kami, program latihan yang menyeluruh dan terperinci untuk kakitangan peringkat cawangan dan pengenalan secara berterusan produk minuman baru yang bertujuan untuk menerbitkan keceriaan dan membina kesetiaan pelanggan.

Bagi mengekalkan daya saingan, Starbucks juga telah mempertingkatkan rekabentuk restorannya supaya sesuai dengan persekitaran dan keadaan sekeliling kedudukan restoran tersebut.

Syarikat induk, Starbucks Coffee Company sebuah syarikat disenaraikan di NASDAQ, Amerika Syarikat dan mempunyai lebih 2,500 lokasi runcit di seluruh dunia termasuk di Jepun, Hawaii, Singapura, Filipina, Taiwan, Thailand, United Kingdom, New Zealand, Korea Selatan, China dan Timur Tengah. Melalui syarikat subsidiarinya, Starbucks Coffee International, Malaysia merupakan pasarannya yang kesembilan di Lingkaran Pasifik.



A wide variety of pastries and coffee merchandise are available at Starbucks Coffee outlets.

The company has also introduced several new products on the menu to suit local taste such as *Golden Vanilla Muffin*, *Pasta* with special spicy sauce and *Ice Blend Coffee*. Subsequent to the year end in July 2000, the company introduced its second flavour chicken-*Black Pepper Chicken* which is marinated in black pepper sauce. In line with its tagline, "Less salt, less fat, less calories", the company will continue to promote its roasted rotisserie chicken as a distinctive healthy alternative to fried chicken and other quick-service restaurants. The company plans to open another four outlets by end of 2001.

Roasters Asia Pacific (HK) Limited holds the master franchise rights for Kenny Rogers Roasters in Asia-Pacific region. Currently there are 60 outlets operating in Malaysia, the Philippines, Singapore, China and Indonesia through franchised and company-owned operations. In Malaysia, through Roasters Asia-Pacific (M) Sdn Bhd, the first sub-franchising outlet was opened in Gurney Tower, Penang in June 2000. The franchisee, Golden Equation Sdn Bhd has been appointed as the franchisee for Penang Island and will be developing a total of five restaurants in Penang.

Roadhouse Grill, Inc., listed on NASDAQ, USA is the owner, operator and franchisor of a full service, casual dining restaurants under the brand name "Roadhouse Grill". With 73 fully operational restaurants in the financial year, Roadhouse Grill is one of the largest operators of the roadhouse-style casual dining restaurants in the USA. Roadhouse Grill currently has company owned locations in 12 states in the USA and has franchised restaurants in Las Vegas, Nevada, Malaysia and Brazil. The company has also entered into a joint-venture with a franchisee, Cremonini S.p.A to develop Roadhouse Grill restaurants in Europe principally in Italy, United Kingdom, France, Spain and Germany.



Tender and juicy Black Pepper Chicken from Kenny Rogers.

An interior view of a Roadhouse Grill restaurant.



The Roadhouse Grill concept is family oriented and is physically designed with a rustic wood interior and exterior along with neon lights to have immediate visual "street" impact and to appeal to a broad range of consumer audiences. Guest satisfaction comes from an extremely positive "overall experience", supported by excellent food, warm, personal and caring service and management in place trained to exceed all guest expectations. Roadhouse Grill features truly authentic American food, moderately priced and features exhibition style cooking. Guests are treated to complimentary peanuts and special, proprietary homemade yeast rolls.

As the company moves into financial year 2001, the goal has been set to add another 15 restaurants which will make a total of 88 fully operational restaurants. The primary geographic area will be those areas already proven receptive to the Roadhouse Grill concept, thus, capitalizing on extending our existing expansion strategy.

In the financial year 2001, the company's marketing and advertising strategy will focus on communications, programs and media to generate awareness. The company will move its advertising focus from a "branding" effort to a more "informative positioning" where emphasis will be placed on the overall Roadhouse Grill dining experience with great food, excellent service and an unpretentious atmosphere. Additionally, as the casual dining segment continues to develop added-value programs, the company is planning to introduce Loyalty/Reward Programs.

CarLovers Carwash Limited, a subsidiary listed on the Australian Stock Exchange is Australia's only car wash company listed on the Stock Exchange. It is the leader in the carwash industry in Australia and one of the largest and dynamic chain of automatic and self serve carwash operators in the world. CarLovers currently has 50 company operated and 32 franchised carwash operators in Australia. CarLovers

Kenny Rogers Roasters outlet in Mid Valley Megamall, Kuala Lumpur.



Berjaya Roasters (M) Sdn Bhd, pemegang francais restoran Kenny Rogers Roasters di Malaysia sehingga kini telah membuka sebanyak 23 cawangan di bandar-bandar utama di negara ini. Syarikat ini telah memperkenalkan satu konsep dan servis meja baru kepada cawangannya yang ke 23 di Mid Valley Megamall yang dibuka pada bulan Julai 1999. Pada tahun kewangan ini, khidmat meja restoran persiaran kaki pertama juga telah diperkenalkan di Bintang Walk KL Plaza. Maklum balas dan sambutan yang amat menggalakkan telah diterima daripada para pelanggan di kedua-dua lokasi tersebut.

Syarikat juga telah memperkenalkan beberapa produk baru dalam senarai menu untuk disesuaikan dengan selera tempatan seperti Golden Vanilla Muffin, Pasta dengan sos pedas yang istimewa dan Tea Blend Coffee. Selepas akhir tahun pada bulan Julai 2000, syarikat ini telah memperkenalkan ayam citarasa kedua, "Black Pepper Chicken" (Ayam Lada Hitam) yang digaul di dalam sos lada hitam. Selaras dengan cogan katanya, "Less salt, less fat, less calories", syarikat ini akan terus memperkenalkan ayam panggangnya sebagai makanan alternatif kepada ayam goreng yang baik untuk kesihatan serta restoran servis pantas yang lain. Syarikat merancang untuk membuka empat buah cawangan lagi menjelang akhir tahun 2001.

Roasters Asia Pacific (HK) Limited, pemegang hak francais induk bagi Kenny Rogers Roasters di rantau Asia Pasifik. Kini terdapat sebanyak 60 buah cawangan kedai yang beroperasi di Malaysia, Filipina, Singapura, China dan Indonesia melalui program francais dan syarikat operasi sendiri. Di Malaysia, saluran sub francais yang pertama telah dibuka di Gurney Tower, Pulau Pinang pada bulan Jun 2000 melalui Roasters Asia Pacific (M) Sdn Bhd. Pemegang francais, Golden Equation Sdn Bhd telah dilantik sebagai pemegang francais untuk Pulau Pinang dan akan memajukan sebanyak lima buah restoran.

Roadhouse Grill, Inc. yang disenaraikan di NASDAQ, Amerika Syarikat adalah pemilik, pengendali dan pemilik francais khidmat lengkap restoran hidangan makanan kasual di bawah jenama "Roadhouse Grill." Dengan 73 buah restoran milik syarikat yang operasi penuh pada tahun kewangan ini, Roadhouse Grill merupakan salah sebuah

pengendali terbesar restoran makanan kasual gaya roadhouse di Amerika Syarikat. Syarikat ini memiliki lokasi-lokasi yang menyediakan perkhidmatan kepada 12 negeri di Amerika Syarikat dan memiliki restoran yang difrancaiskan di Las Vegas, Nevada, Malaysia dan Brazil. Syarikat ini juga telah menyertai usahasama dengan sebuah pemegang francais, Cremonini S.p.A untuk memajukan restoran Roadhouse Grill di Eropah khususnya di Itali, United Kingdom, Perancis, Sepanyol dan Jerman.

Konsep Roadhouse Grill adalah berorientasikan keluarga dan direkabentuk secara fizikal daripada kayu kasar yang tidak berketam di bahagian dalaman dan luaran di samping lampu neon untuk menimbulkan kesan "jalan" yang jelas dan sesuai dengan segenap lapisan pengguna. Kepuasan pengunjung timbul daripada "pengalaman keseluruhan" yang sangat positif, disokong oleh kelazatan hidangan, layanan mesra, prihatin dan bersifat peribadi serta tenaga pengurusan terlatih untuk melayani permintaan pelanggan. Roadhouse Grill menampilkan makanan Amerika tulen, berharga sederhana dan bercirikan proses masakan di tempat terbuka. Para pengunjung dialu-alukan untuk menikmati hidangan kacang percuma dan rol yis buatan di rumah yang istimewa.

Ketika syarikat ini melangkah masuk ke tahun kewangan 2001, matlamat telah ditetapkan untuk menambah 15 buah lagi restoran menjadikan jumlah keseluruhan sebanyak 88 buah restoran milik syarikat yang beroperasi sepenuhnya. Kawasan geografi utama adalah lokasi yang terbukti memberi sambutan baik terhadap konsep Roadhouse Grill yang akan memanfaatkan strategi pengembangan semasa kami.

Pada tahun kewangan 2001, strategi pemasaran dan pengiklanan syarikat akan memfokus kepada aktiviti perhubungan, berbagai program dan media untuk mewujudkan kesedaran di kalangan pengguna. Syarikat akan menukar fokus pengiklanan daripada usaha berasaskan "jenama" kepada "perletakan" yang lebih berinformatif dengan tumpuan diberi kepada pengalaman



Sizzling, juicy steak - a savory meal at Roadhouse Grill Restaurant.

also jointly operates carwashes in petrol stations under the banner "CarLovers" with major oil companies in Australia.

CarLovers prides itself in its technologically advance and environmentally friendly equipment. Its technical, research and development department is one of the best equipped both in terms of technology and personnel.

Video Ezy Australasia Pty Ltd, is involved in the franchise business of renting and retailing video, DVD and console games in Australia and New Zealand. Video Ezy has continued to dominate and currently has a total of 545 stores in Australia and New Zealand. Video Ezy has established itself as the most innovative video retail company in the world and remains the largest and most successful video chain operator in these countries.

Video Ezy International Ltd holds the master franchise for Video Ezy's concept worldwide except for Australia and New Zealand. The company has so far secured franchisees in Malaysia and Thailand.

Thailand continues to be a star performer and the rapid growth provides significant royalties back to Video Ezy Australasia. Our relationship and performance here has led to the introduction of Video Ezy to this region including Singapore, Indonesia and Taiwan. It is expected that within the next 12 months, Video Ezy will have a presence in each of these markets.

Video Ezy is also currently in negotiations with investors in the United Kingdom and The People's Republic of China and is expecting to make its mark in these territories by mid 2001.



A Video Ezy outlet in Australia.



A CarLovers car wash outlet in Australia.

Taiga Forest Products Ltd ("Taiga") a company listed on the Toronto Stock Exchange, Canada is the largest independent Canadian building products distributor, specialising in the wholesale distribution of lumber and panel products.

For the financial year ended 31 March 2000, Taiga has recorded an increase of 30% in sales and 14% in profit due to very strong housing starts in the United States and Canada. The company continued to benefit from the increased market penetration of its new subsidiary, Dynamic Forest Products Ltd. Taiga has commenced construction of a distribution centre in Saskatoon, Saskatchewan. This new facility, expected to be completed before the end of 2000 will increase productivity and provide the additional space required to handle new product lines.

During the year, Taiga continued to strengthen its national distribution network through investment in its full-service distribution centres located in 15 key Canadian markets. These facilities are designed to receive large incoming shipments from manufacturers and rapidly reassemble outgoing mixed loads for customers. This will ensure the company continues to boost service levels and increase operating efficiencies. Taiga's product mix played a key role in helping the Company to weather volatile markets and positioning it to capitalise on strong housing starts and an active renovation market in both Canada and United States. Taiga's product mix is focused on 10 products that represent close to 80% of typical retail buildings centre's sales.

The outlook for Taiga is positive, despite the oversupply problems in the industry. Housing starts in both the United States and Canada are expected to be strong, and the renovation and repair market has never looked brighter. Inflation appears to be under control and consumer confidence remains high. Taiga is well positioned to grow its market share, as consolidation in the industry continues.

Taiga Forest Products, Ltd - largest Canadian building product distributor.



keseluruhan menikmati hidangan di Roadhouse Grill, perkhidmatan cemerlang dan suasana yang meriangkan. Di samping itu, memandangkan segmen hidangan makanan kasual terus membantu memajukan program tambah nilai, syarikat ini merancang untuk memperkenalkan Program Kesetiaan/Ganjaran.

CarLovers Carwash Limited, sebuah syarikat subsidiari yang disenaraikan di Bursa Saham Australia adalah satu-satunya syarikat mencuci kereta Australia yang disenaraikan di Bursa Saham. Ia merupakan peneraju dalam industri mencuci kereta di Australia dan salah sebuah pengendali rangkaian syarikat pencuci kereta automatik dan perkhidmatan cucian kereta dilakukan sendiri yang terbesar dan paling dinamik di dunia. CarLovers kini mempunyai 50 syarikat beroperasi dan 32 pengendali cucian kereta difrancaiskan di Australia. CarLovers juga mengendalikan secara bersama pusat cucian kereta di stesen-stesen minyak di bawah jenama "CarLovers" dengan syarikat-syarikat minyak terkemuka di Australia.

CarLovers berbangga memiliki peralatan yang maju dari segi teknologi dan mesra alam sekitar. Jabatan teknikal, penyelidikan dan pembangunannya adalah salah satu jabatan yang paling lengkap sama ada dari segi teknologi mahupun tenaga manusia. Kakitangan CarLovers melaksanakan kerja-kerja pemasangan, pembaikan dan penyenggaraan serta terlatih bagi memastikan kualiti cucian tertinggi.

Video Ezy Australasia Pty Ltd, terlibat dalam perniagaan francais sewaan dan jualan runcit video, DVD dan permainan komputer di Australia dan New Zealand. Video Ezy terus menguasai pasaran dan kini mempunyai 545 kedai di Australia dan New Zealand. Video Ezy telah mengukuhkan kedudukannya sebagai organisasi jualan runcit video yang paling inovatif di dunia dan kekal sebagai pengendali rangkaian kedai video yang terbesar dan paling berjaya di kedua-dua negara tersebut.

Video Ezy International Ltd memegang hak francais bagi konsep Video Ezy di seluruh dunia kecuali bagi Australia dan New Zealand. Setakat ini syarikat tersebut telah memperolehi hak francais di Malaysia dan Thailand.

Prestasi terbaik dan pertumbuhan pesat yang dipamerkan oleh Thailand telah memberikan royalti yang besar kepada Video Ezy Australasia. Jalanan hubungan dan prestasi baik kami telah mendorong kepada pengenalan Video Ezy di rantau ini termasuk Singapura, Indonesia dan Taiwan. Dalam tempoh 12 bulan, Video Ezy dijangka akan mempunyai kehadiran di pasaran-pasaran tersebut.

Kini, Video Ezy sedang berunding dengan para pelabur di United Kingdom dan Republik Rakyat China dan kehadirannya dijangka mula dirasai di negara-negara tersebut menjelang pertengahan 2001.

Taiga Forest Products Ltd ("Taiga"), sebuah syarikat yang disenarai di Toronto Stock Exchange, Kanada merupakan pengedar bebas barangan bangunan terbesar di Kanada, yang mengkhusus dalam pengedaran barangan kayu dan panel.

Bagi tahun berakhir 31 Mac 2000, Taiga mencatatkan peningkatan sebanyak 30% dalam jualan dan 14% dalam keuntungan yang didorong oleh pengukuhan aktiviti pembinaan rumah di Amerika dan Kanada. Syarikat ini terus mendapat manfaat daripada penembusan ke pasaran baru yang semakin pesat oleh syarikat subsidiari barunya iaitu Dynamic Forest Products Ltd. Taiga telah memulakan pembinaan pusat pengedaran di Saskatoon, Saskatchewan. Kemudahan baru tersebut dijangka akan disiapkan sebelum akhir tahun 2000 dan akan mempertingkat serta menyediakan ruang tambahan yang diperlukan untuk mengendalikan barisan keluaran baru.

Pada tahun ini, kami terus memantapkan rangkaian pengedaran dalam negara melalui pelaburan di dalam semua pusat pengedaran khidmat penuh kami. Kemudahan-kemudahan ini yang terletak di 15 lokasi nadi bagi pasaran Kanada, direka untuk menerima penghantaran masuk barangan dalam jumlah yang besar daripada pengilang dan dipasang semula dengan cepat untuk dihantar keluar mengikut keperluan para pelanggan. Ini akan memastikan syarikat terus mempertingkatkan tahap perkhidmatan dan memperbaiki kecekapan operasinya. Campuran keluaran memainkan peranan penting membantu kami menghadapi cabaran keadaan turun naik di pasaran dan meletakkan kami dalam kedudukan yang sesuai untuk memanfaatkan aktiviti permulaan pembinaan rumah yang kukuh dan pengubahsuaian yang aktif di pasaran Kanada dan Amerika Syarikat. Campuran keluaran Taiga difokus kepada 10 barangan yang merupakan hampir 80% daripada keluaran yang biasa terdapat di pusat jualan runcit bahan binaan.

Walaupun industri ini menghadapi lebih bekalan, suasana masa depan bagi Taiga kelihatan positif. Permulaan pembinaan rumah di Amerika Syarikat dan Kanada dijangka mantap manakala pasaran pengubahsuaian dan pembaikan juga menampilkan perkembangan menggalakkan. Keadaan inflasi kelihatan terkawal dan keyakinan pengguna kekal tinggi. Ketika pergabungan di dalam industri ini terus dilaksanakan, Taiga berada dalam kedudukan yang baik untuk meningkatkan bahagian pasaran kami.



Taiga Forest Products Ltd, Canada.

Industry

DUNHAM-BUSH (MALAYSIA) BHD

The group recorded a turnover of RM440.9 million for the financial year ended 30 April 2000, a decline of 2.2% compared to the previous financial year's turnover of RM450.9 million. The decline was mainly due to a continued lack of building construction activities in the Asia-Pacific region including Malaysia which adversely affected the group's overall performance. The ongoing restructuring programme of Dunham-Bush Inc, USA involving downsizing the Harrisonburg, operations and relocation of its labour content productions to Apodaca, Mexico had also affected the group's performance. The group continued to record losses albeit lower of RM13.9 million compared to a loss of RM25.8 million in the previous year.

The continuing losses suffered by the USA subsidiary, mainly from the high cost of production for high labour content products and the economic slow down in the Asia-Pacific region had affected the profitability of the group as a whole. A better performance by our overseas operations in Dunham-Bush Yantai Co Ltd and Dunham-Bush UK which both recorded profits were able to mitigate the losses suffered by our USA subsidiary.

In spite of the general difficult trading conditions in Malaysia and the Asia-Pacific countries, the Malaysian operations had demonstrated its resilience, recording a slightly lower profit before taxation of RM10.1 million compared to RM12.6 million in the previous year, and a lower turnover of RM125.9 million compared to RM129.0 million recorded in the previous year. The lower profit was mainly due to the high depreciation cost and interest incurred for its new Kidamai factory and office complex since 1998.



Chiller testing facilities in Kidamai factory, Kajang, Malaysia.



Industrial refrigeration unit - Model IPCX-900 built in the Harrisonburg plant, USA.

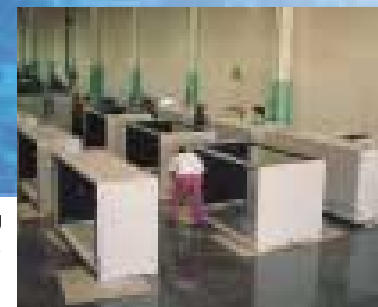
During the year, products from the Malaysian operations continued to make inroads into untapped markets and continue to gain market share in the existing market. The products from Malaysia are now being exported, not only to the Asean countries, but also to other parts of the world such as Europe, Africa, Russia, former states of Soviet Union, Middle-East, Asia, and Central and Latin America.

The Malaysian operations continued to invest substantially in research and development and training of its employees. Besides introducing new technology to improve its production line, the company also sends its engineers to factories in USA under secondment for training and to attend technical courses and seminars.

To reduce operational cost incurred in the USA operations, the work force in Dunham-Bush Inc, Harrisonburg, Virginia has been successfully reduced through the relocation of its heating products' operation to Mexico. The restructured and downsized Harrisonburg operation will focus on the production and research and development of high technology chillers instead. It is anticipated that monthly losses will continue albeit at a diminishing pace as redundancy payments are reduced and productivity stabilised with the completion of the relocation exercise to Mexico.

The new Mexico subsidiary, Dunham-Bush Industries de Mexico S.A. de C.V. has commenced operations in May 2000. The Mexico factory which currently manufactures air-handling units will commence production of heating products, relocated from its USA subsidiary, in October 2000 upon the completion of its additional 8,000 square meters of built-up area. This factory will also be manufacturing residential and packaged unitary air-conditioners, fan-coils, condensing units and other associated air-conditioning products for its local and export

Assembly of air-handling units in the Mexico factory.



DUNHAM-BUSH (MALAYSIA) BHD

Kumpulan mencatatkan perolehan sebanyak RM440.9 juta bagi tahun kewangan berakhir 30 April 2000, penyusutan sebanyak 2.2% berbanding dengan perolehan sebanyak RM450.9 juta pada tahun kewangan sebelumnya. Penyusutan ini disebabkan terutamanya oleh pengurangan aktiviti pembinaan di rantau Asia-Pasifik termasuk Malaysia yang menjejaskan prestasi keseluruhan kumpulan. Program penyusunan semula yang sedang dijalankan oleh syarikat subsidiari kumpulan di Amerika Syarikat, Dunham-Bush Inc, USA, yang melibatkan pengecilan saiz operasi Harrisonburg, Virginia dan pemindahan pengeluaran yang bergantung kepada tenaga buruh ke loji baru di Apodaca, Mexico juga telah menjejaskan prestasi kumpulan. Kumpulan mencatatkan kerugian sebelum cukai sebanyak RM13.9 sungguhpun kerugian ini berkurang berbanding dengan kerugian yang ditanggung pada tahun sebelumnya berjumlah RM25.8 juta.

Kerugian berterusan yang dialami oleh syarikat subsidiarinya di Amerika Syarikat, terutamanya dari kos pengeluaran yang tinggi untuk produk berasaskan tenaga buruh dan kelembapan ekonomi di rantau Asia-Pasifik telah memberi kesan kepada keuntungan kumpulan secara keseluruhan. Prestasi bertambah baik oleh operasi luar negara kami, terutamanya Dunham-Bush Yantai Co. Ltd. dan Dunham-Bush UK yang mencatatkan keuntungan, telah membolehkan kumpulan mengurangkan kerugian yang dialami oleh syarikat subsidiarinya di Amerika Syarikat.

Walaupun keadaan dagangan di Malaysia dan negara-negara Asia-Pasifik secara keseluruhan sukar, namun operasi kami di Malaysia telah menunjukkan kemantapan sungguhpun mengalami sedikit pengurangan dalam keuntungan sebelum cukai iaitu berjumlah RM10.1 juta berbanding dengan RM12.6 juta pada tahun sebelumnya, dan perolehan sebanyak RM125.9 juta berbanding dengan RM129.0 juta pada tahun kewangan sebelumnya. Pengurangan keuntungan operasi adalah disebabkan terutamanya oleh kos susutnilai dan faedah ditanggung yang lebih tinggi yang terlibat dalam pembukaan operasi baru di kompleks pejabat dan kilang barunya di Kidamai.

Pada tahun di bawah kajian, barangan dari operasi Malaysia telah mendapat tempat di pasaran yang sebelum ini belum ditembusi dan terus menambah bahagian pasarnya di pasaran sedia ada. Kini, barangan dari Malaysia dieksport bukan sahaja ke negara-negara Asian, malah ke negara-negara di Eropah, Afrika, Rusia, bekas negara-negara Soviet Union, negara-negara Timur Tengah, Asia dan negara-negara di Amerika Tengah dan Amerika Latin.

Operasi di Malaysia terus menyalur pelaburan yang tinggi untuk penyelidikan dan pembangunan serta melatih para pekerjaannya. Selain daripada memperkenalkan teknologi

baru untuk memperbaiki lagi barisan produknya, syarikat juga menghantar para juruternya ke kilang-kilang kami di Amerika Syarikat untuk menjalani latihan dan menghadiri kursus dan seminar.

Bagi mengurangkan kos operasi di kilang Amerika Syarikat, tenaga buruh di Dunham-Bush Inc, Harrisonburg, Virginia telah dikurangkan apabila semua pengeluaran produk pemanasan ditempatkan semula di Mexico. Operasi Harrisonburg yang disusun semula dan dikesilkan saiznya akan memfokus pada pengeluaran serta penyelidikan dan pembangunan penyejuk berteknologi tinggi. Sementara menunggu penyelesaian program penyusunan semula, kerugian bulanan dijangka akan berterusan walaupun pada kadar yang semakin berkurangan kerana pembayaran berlebihan yang berkurangan dan produktiviti menjadi stabil apabila pengeluaran berpindah ke Apodaca selesai.

Syarikat subsidiari baru di Mexico, Dunham-Bush Industries de Mexico S.A. de C. V. telah beroperasi pada bulan Mei 2000. Kilang Mexico yang kini sedang mengilang unit pengendalian udara akan memulakan pengilangan produk pemanasan yang dipindah dari subsidiari Amerika Syarikat pada bulan Oktober 2000, apabila ruang binaan tambahan seluas 8,000 meter persegi siap dibina. Kilang ini juga akan mengilang penyaman udara unit kediaman dan pakej, lingkaran kipas, unit penyejat dan berbagai barangan penyaman udara lain yang berkaitan untuk pasaran tempatan dan pasaran eksport. Penubuhan operasi kilang Mexico akan merangsang pertumbuhan perniagaan kumpulan di Amerika Syarikat, negara-negara Amerika Tengah dan Amerika Latin yang akan turut mempertingkatkan tahap keuntungan jangka panjang kumpulan.

Memandang ke hadapan, kumpulan optimistik bahawa dengan ekonomi rantau Asia-Pasifik yang terus pulih dan ekonomi di Amerika Syarikat, Eropah, China dan negara-negara Timur Tengah yang stabil, nama Dunham-Bush,



The new Dunham-Bush factory at Nuevo Leon, Apodaca, Mexico.

markets. The set-up of the Mexico operation will spur the growth of the group's businesses in the USA, and Central and Latin American countries, thus enhancing the group's long term profitability.

Looking ahead, the group is optimistic that as the economy of the Asia-Pacific region continue its recovery path and the economy in USA, Europe, China, and the Middle East remain stable, the Dunham-Bush name, with its long history of product innovations and patents, will continue to spur the growth of the group's business worldwide. The group will continue to capitalize on the Dunham-Bush brand name and its technology by expanding its market presence globally.

For the year under review, **Finewood Forest Products Sdn Bhd** ("Finewood") registered a 20% decline in sales mainly due to the lower demand in joinery components from our main market, United Kingdom and lower demand in flooring products from China and other markets. Poor supply of raw materials from local sources has also resulted in higher material costs and lower margin for goods sold.

The future strategies for Finewood are to expand its flooring products into Europe, Japan, Singapore, USA and Canadian markets and to source aggressively for alternative materials from Indonesia, Myanmar, Canada, China, Vietnam and Surinam. To expand our customer base, we had participated in International Trade Fairs in China, Turkey and Australia to explore new markets. We will also explore synergising opportunities with Taiga Forest Products to export our range of garden and flooring products into the Canadian/North American markets. The company will focus on building its own



Dining furniture set produced by Berjaya Wood Furniture.



Berjaya Soutex - Spinning process.

brand name *Finely*, and reputation for quality products and services in the market and to recapture the sales and profit targets for the next financial year.

Meanwhile, **Berjaya Wood Furniture (M) Sdn Bhd** ("Berjaya Wood") has recommenced operations in 1998 and the results have been encouraging as turnover recorded a threefold increase as compared to the previous year. Our future strategies in turning the company around involve the introduction of our own brandname, *BWF Furniture*, which will allow us to earn at least a 10% price premium over generic products, participation in international trade fairs to establish contacts with big buyers and establishing relationships with major buyers. We also plan to expand our products to Japan, Korea and Europe other than the traditional market base in USA.

The textile division of the Group consists of yarn spinning operation under **Berjaya Soutex Sdn Bhd**, knitted fabric making operation under **Berjaya Knitex Sdn Bhd** and garment making operation under **Berjaya Bandartex Sdn Bhd**.

Generally, all the textile companies recorded positive improvement in turnover and profit before tax in the financial year under review compared to the previous year. Berjaya Knitex Sdn Bhd registered an increase in turnover and profit before tax of 19% and 158% respectively. The improvement was mainly attributed to higher exports and local sales and better sales mix which translated into higher profits. Berjaya Soutex Sdn Bhd registered an increase of 0.5% in turnover due to stable exchange rate. It registered an increase of 90% in profit before tax due to lower cost of raw materials and financial expenses. Meanwhile, Berjaya Bandartex Sdn Bhd registered an increase in turnover of 24% due to better export sales. It registered an increase of 7.1% in profit before tax due to improved productivity.

A range of wood-based building products from Finewood.



berserta sejarah pencapaian cemerlang dalam inovasi dan paten akan terus merangsang pertumbuhan perniagaan kumpulan di seluruh dunia. Justeru itu, kumpulan akan terus memanfaatkan keunggulan jenama Dunham-Bush dan teknologinya dengan menyalurkan pelaburan untuk memperhebatkan lagi kehadiran kami di seluruh dunia.

Bagi tahun berakhir 30 April 2000, **Finewood Forest Products Sdn Bhd** ("Finewood") telah mengalami penurunan jualan sebanyak 20% disebabkan terutamanya oleh permintaan yang lebih rendah dalam komponen tanggam daripada pasaran utama kami di United Kingdom serta keluaran lantai dari China dan pasaran-pasaran lain. Bekalan bahan mentah yang tidak mencukupi daripada sumber tempatan turut menyebabkan peningkatan dalam kos bahan dan margin yang lebih rendah bagi barangan yang dijual.

Finewood mengatur strategi masa depan untuk mengembangkan lagi produk lantai ke pasaran Eropah, Jepun, Singapura, Amerika Syarikat dan Kanada serta dengan agresif mendapatkan bahan alternatif dari Indonesia, Myanmar, Kanada, China, Vietnam dan Surinam. Untuk mengembangkan lagi asas pelanggan, kami telah menyertai dalam Pemeran Perdagangan Antarabangsa di China, Turki dan Australia untuk menerokai berbagai pasaran baru. Kami juga akan meneroka untuk mewujudkan peluang bersinergi dengan Taiga Forest Products bagi mengeksport berbagai jenis barangan seni taman dan lantai ke pasaran Kanada/Amerika Utara. Syarikat ini akan membina jenamanya sendiri yang dikenali sebagai *Finely*, dan mengukuhkan reputasi kualiti dan perkhidmatan di pasaran di samping berusaha untuk memperolehi semula sasaran jualan dan keuntungan bagi tahun kewangan akan datang.

Sementara itu, **Berjaya Wood Furniture (M) Sdn Bhd** ("Berjaya Wood") yang memulakan operasi pada bulan September 1998 telah menunjukkan prestasi yang memberansangkan dengan mencatatkan pertambahan jumlah dagangan tiga kali ganda berbanding tahun lepas.

Strategi masa depan kami dalam mengembalikan keuntungan kepada syarikat, termasuk memperkenalkan jenama sendiri, *BWF Furniture* bagi membolehkan kami meraih sekurang-kurangnya 10% keuntungan harga premium serta penyertaan dalam pameran-pameran perdagangan antarabangsa bagi mewujudkan perhubungan dan kerjasama dengan pembeli-pembeli utama. Kami juga merancang meluaskan pasaran produk kami ke Jepun, Korea dan Eropah selain daripada pasaran tradisional kami di Amerika Syarikat.

Bahagian tekstil Kumpulan yang merangkumi operasi pintalan benang di bawah **Berjaya Soutex Sdn Bhd**, operasi fabrik bertenun di bawah **Berjaya Knitex Sdn Bhd** dan operasi pembuatan pakaian di bawah **Berjaya Bandartex Sdn Bhd**.

Secara umum, semua syarikat tekstil mencatatkan peningkatan positif dalam keuntungan sebelum cukai pada tahun kewangan yang ditinjau berbanding tahun lepas. Berjaya Knitex Sdn Bhd mencapai peningkatan dalam jumlah dagangan dan keuntungan sebelum cukai masing-masing sebanyak 19% dan 58%. Peningkatan dalam keuntungan ini adalah disebabkan oleh jualan eksport dan dalam negara yang tinggi serta campuran hasil jualan yang baik. Berjaya Soutex Sdn Bhd pula mencatatkan peningkatan dalam jumlah dagangan sebanyak 0.5% disebabkan oleh kadar pertukaran asing yang stabil. Keuntungan sebelum cukai meningkat sebanyak 90% berikutan kos bahan mentah dan perbelanjaan pembiayaan yang lebih rendah. Sementara itu, Berjaya Bandartex Sdn Bhd telah merakamkan peningkatan dalam jumlah dagangan sebanyak 24% disebabkan oleh jualan eksport yang lebih baik. Keuntungan sebelum cukai bertambah sebanyak 7.1% disebabkan oleh produktiviti yang lebih tinggi.

Kesatuan Eropah dan Amerika Syarikat masih merupakan pasaran eksport utama bagi Berjaya Bandartex Sdn Bhd. Dalam pasaran Kesatuan Eropah, keluaran kami terus mendapat sambutan. Walau bagaimanapun, pasaran ini menjadi semakin sukar dari segi harga akibat persaingan daripada kemasukan megastor Amerika Syarikat seperti GAP dan Walmart. Di Amerika Syarikat, jumlah eksport kami telah berkembang lebih dua kali ganda sepanjang tempoh 5 tahun iaitu daripada RM9.5 juta pada tahun 1995 kepada RM26.55 juta sehingga bulan April 2000. Kini, ia merupakan 55% daripada perolehan kami dan akan terus menjadi pasaran utama kami. Berjaya Soutex akan terus berusaha mengekalkan daya saingnya dan meningkatkan produktiviti dengan memberi tumpuan khusus kepada keunggulannya dalam aspek pengeluaran pintalan benang polyester yang bermutu tinggi. Syarikat juga akan terus meluaskan pasaran eksportnya ke Eropah dan Amerika Syarikat. Berjaya Knitex akan melabur dalam



Berjaya Knitex - Knitting process.

The major export markets of Berjaya Bandartex are still the European Union and USA. In the European Union market, our products continue to receive strong demand. However, this market is getting difficult in terms of pricing due to competition from big USA megastores such as GAP and Walmart.

In the USA, our export volume has grown to more than doubled over a 5-year period from RM9.5 million in 1995 to RM26.55 million up to April 2000. Currently, it accounts for 55% of our turnover and will continue to be our prominent market. We expect the USA market to do well in the current financial year as our niche customers are sustaining their strong demands. With the improvement in the economic condition, the performance of the textile division in the next financial year is expected to be better.

Shinca Electronics Sdn Bhd (formerly known as Shinca Sdn Bhd) is principally involved in the manufacturing and assembling of consumer electronics products and computer monitors. For the financial year under review, the company registered a decline of 20% in sales due to lower demand from a major customer in the USA. However, the introduction of two new customers, Action Industries (M) Sdn Bhd and Crystal Precision (M) Sdn Bhd has mitigated to some extent the drop in sales.

In July 1999, Shinca installed its first Surface Mount Technology line or SMT line, a technology where conventional components were transformed into smaller chips and placed onto the PCB (Printed Circuit Board) by using these SMT machines. Based on the future market trend, most electrical and electronic



products will be compact with features and designed with SMT components. This investment had further solidified Shinca's position as the only and preferred contract manufacturer for Sony. Shinca had managed to secure a new contract from Sony for the MHC mini-hifi product line as well as contracts from Crystal Precision (M) Sdn Bhd and Action Industries (M) Sdn Bhd for the production of car stereo and LCD television respectively.

The Company had also initiated a refurbishment plan on the re-construction of its existing building in Phase 1 of Penang Free Industrial Zone which started operations in August 2000.

With the installation of the second and third lines, Shinca is further strengthening its position and improving its competitiveness in the market. Various projects currently under study include production of Thumb Drives, a computer storage device and MP3 players.

Berjaya LeRun Industries Berhad, a manufacturer and distributor of a wide range of quality bicycles under popular brands such as LeRun, Yokohama, Champion and Nishiki underwent a remarkable financial year where both sales and operating profit before exceptional item had increased by 26% and 107% respectively. This has helped to turnaround the company. The improved performance was due to a reduction in cost of production resulting from improved productivity thereby enhancing profit margins and also aggressive marketing strategies.

The company is expanding its distribution channels and customer base by moving into non-traditional channel markets such as toy shops, sports centres, departmental stores and the corporate sector. It currently has 11 LeRun centres with three operating directly under the company while the remaining eight are located in Toys 'R' Us, Aktif Lifestyle, Parkson departmental store and other departmental stores. To tap on new business opportunities and the export market, the company had also launched its website - www.lerun.com.my in early 1999. During the year, the company launched 13 new models of bicycles, 35 new parts and accessories into the market. In view of the improving consumer spending and the introduction of aggressive business and marketing strategies, we anticipate that the company's performance in the current financial year will be better.

Berjaya LeRun showroom at KL Plaza.



Shinca - Assembling of computer monitors.



peralatan mesin baru untuk meningkatkan produktiviti dan kualiti produk. Kami menjangka pasaran Amerika Syarikat akan menunjukkan prestasi yang baik pada tahun kewangan semasa berikutan pengekalan permintaan yang kukuh oleh para pelanggan khusus kami. Bahagian tekstil dijangka akan menampilkan prestasi yang lebih baik pada tahun kewangan akan datang hasil dorongan pemulihan keadaan ekonomi.

Shinca Electronics Sdn Bhd (dahulu dikenali sebagai Shinca Sdn Bhd) pada dasarnya terlibat di dalam pengilangan dan pemasangan barangan elektronik pengguna dan layar komputer. Bagi tahun kewangan yang ditinjau, syarikat ini telah mengalami penurunan jualan sebanyak 20% disebabkan oleh pengurangan permintaan dari pelanggan kami di Amerika Syarikat. Walau bagaimanapun, pengenalan dua pelanggan baru, iaitu Action Industries (M) Sdn Bhd dan Crystal Precision (M) Sdn Bhd telah membantu membendung kejatuhan seterusnya dalam jualan.

Pada bulan Julai 1999, Shinca telah memasang barisan Space Mount Technology atau SMT, satu teknologi di mana komponen konvensional ditukar menjadi chip-chip yang lebih kecil dan dipasang kepada PCB (Printed Circuit Board) menggunakan mesin SMT tersebut. Berasaskan kepada arah aliran pasaran masa depan, kebanyakan barangan elektrik dan elektronik akan berbentuk padat dengan ciri-ciri dan rekabentuk menggunakan komponen SMT. Pelaburan ini akan mengukuhkan lagi kedudukan Shinca sebagai pengilang tunggal yang menjadi pilihan Sony. Shinca telah berjaya mendapatkan kontrak baru daripada Sony untuk barisan produk MHC mini-hifi serta kontrak daripada Crystal Precision (M) Sdn Bhd bagi pengeluaran stereo kereta dan Action Industries (M) Sdn Bhd untuk televisyen LCD.

Syarikat ini juga telah menyalur pelaburan di dalam melaksanakan rancangan pemulihan ke atas pembinaan semula bangunan sedia ada di Fasa I Zon Perindustrian Bebas Pulau Pinang yang mula beroperasi pada bulan Ogos 2000.

Dengan pemasangan barisan kedua dan ketiga, Shinca mengukuhkan lagi kedudukannya dan mempertingkatkan daya saingan di dalam pasaran. Pelbagai projek sedang

dikaji termasuk pengeluaran "Thumb Drives", sejenis alat penstoran komputer dan pemain MP3.

Berjaya Le Run Industries Berhad, pengilang dan pengedar berbagai jenis basikal berkualiti di bawah jenama terkemuka seperti Le Run, Yokohama, Champion dan Nishiki mengharungi satu tahun kewangan yang mengagumkan apabila jualan meningkat 26% dan keuntungan operasi sebelum perkara terkecuali meningkat sebanyak 107%. Keputusan tersebut telah membantu syarikat ini untuk kembali mencatatkan keuntungan. Prestasi yang bertambah baik ini adalah disebabkan oleh penurunan kos pengeluaran, peningkatan produktiviti dan margin keuntungan serta strategi pemasaran yang agresif.

Syarikat ini sedang mengembangkan asas pengedaran dan pelanggannya dengan beralih kepada saluran pasaran bukan tradisi seperti kedai alat mainan, pusat sukan, gedung membeli-belah dan sektor korporat. Buat masa ini, ia mempunyai 11 buah pusat Le Run dengan tiga buah dimiliki oleh syarikat dan lapan lagi terletak di dalam Toys 'R' Us, Aktif Lifestyle, pusat membeli-belah Parkson dan lain-lain gedung membeli-belah. Untuk memanfaatkan peluang perniagaan baru serta pasaran eksport, syarikat ini telah melancarkan laman webnya - www.lerun.com.my pada awal tahun 1999. Pada tahun ini, syarikat ini telah melancarkan 13 model baru basikal, 35 alat ganti dan aksesori baru ke pasaran. Memandangkan peningkatan perbelanjaan pengguna dan strategi perniagaan dan pemasaran yang agresif, kami meramalkan bahawa prestasi syarikat pada tahun kewangan ini akan bertambah baik.



Top-of-the-line bicycles from LeRun.



Social Responsibility

SOCIAL RESPONSIBILITY

As a responsible and caring corporate citizen, the Group continued to carry out its social responsibility diligently through the various charitable projects throughout the year. The orphans, old folks and the less fortunate who are in need of food, financial and medical aid continued to benefit from the success of the Group's businesses.

Under the *Berjaya Cares* charity programme, the Group organised goodwill visits to three charitable homes namely "The Compassion Home", "The Miracle Home" and 'Rumah Destiny' and donated cash and household products to these homes. Subsequent to the year end in June 2000, the Group visited two other homes namely 'Taman Megah's Handicapped and Disabled Children' in Petaling Jaya and 'Rumah Shalom' in Puchong which have brought cheer to the less fortunate and underprivileged children.

Berjaya Hotels and Resorts has embarked on various charitable and community projects in keeping with its objective to be a responsible corporate citizen. These include donation to BAKTI, 'Children's Protection Society', goodwill visit to 'Wawasan Orphanage Centre', child adoption exercise, donation to school, blood donation campaign and other charitable activities.

Bukit Kiara Equestrian and Country Resort had also sponsored various charity events including the 'Riding for Disabled' and hosted the 'Rotaract Shah Alam' project in aid of the underprivileged children



A group photo session with inmates of Taman Megah Handicapped and disabled Children's Home.



Goodies for underprivileged children from Sports Toto.

of Pure Life Society and donation to 5 1/2 month old toddler, Siti Hajar who suffered from malignant eye cancerous growth.

Sports Toto Malaysia continued to subscribe to the concept of establishing a more caring Malaysian society and donated to many good causes such as the Children Charity Concert (fund raising project for Children Protection Society), Kiwanis Down's Syndrome Foundation, Hospis Malaysia, Malaysian Aids Foundation - Paediatrics Fund, Dana Bakti Pahlawan, National Kidney Foundation of Malaysia, St. John Ambulans and Sabah Kidney Foundation. It had also gave financial assistance to disabled individuals for obtaining an artificial limb, a three-wheel motorcycle and a racing wheelchair.

Under the 'Giving Something Back To Society' charity program, Sports Toto organised its 12th annual Chinese New Year Ang Pow donation campaign with an increased allocation of RM650,000 and donated New Year Gifts and cash to more than 13,000 needy senior citizens of various races throughout the country.

In the field of sports, Sports Toto sponsored sporting events such as Ipoh half Marathon, Malay Mail Big Walk, Penang International Bridge Run, PJ Half Marathon, Nanyang Wushu Millennium Festival, Asia Archery Competition, Larian Berita Harian, Seremban Half Marathon and DAWEI 2000 World Team Table Tennis Championship.

Contributions were also made to the National Sports Council for the development and promotion of sports in the country and Sports Toto had allocated an amount of RM41.75 million for this cause.

A staff giving a helping hand to the aged.



TANGGUNGJAWAB SOSIAL

Sebagai warga korporat yang bertanggungjawab dan prihatin, Kumpulan terus melaksanakan tanggungjawab sosialnya dengan penuh kesedaran melalui berbagai projek sepanjang tahun ini. Warga tua dan golongan yang kurang bernasib baik yang memerlukan bantuan makanan, kewangan dan perubatan turut bersama-sama dapat menikmati manfaat daripada kejayaan perniagaan Kumpulan.

Di bawah program kebajikan *Berjaya Cares*, Kumpulan telah menganjurkan lawatan muhibah ke tiga buah rumah kebajikan iaitu "The Compassion Home", "The Miracle Home" dan "Rumah Destiny" dan menderma wang tunai serta barangan kegunaan kepada rumah-rumah ini. Selepas tahun kewangan berakhir pada bulan Jun 2000, Kumpulan telah melawat dua buah rumah kebajikan yang lain iaitu "Rumah Kanak-Kanak Cacat dan Kurang Upaya Taman Megah" di Petaling Jaya dan "Rumah Shalom" di Puchong yang sedikit sebanyak telah menceriaikan kanak-kanak yang kurang bernasib baik.

Berjaya Hotels and Resorts pula menjalankan beberapa projek kebajikan dan kemasyarakatan selaras dengan objektifnya untuk menjadi warga korporat yang bertanggungjawab. Ini termasuklah derma kepada BAKTI, "Persatuan Perlindungan Kanak-Kanak" lawatan muhibah ke "Pusat Anak-anak Yatim Wawasan", aktiviti pengambilan anak angkat, bantuan derma kepada sekolah, derma darah dan berbagai aktiviti amal yang lain.

Bukit Kiara Equestrian and Country Resort juga telah menaja berbagai acara amal termasuk "Riding for Disabled" dan menjadi hos projek "Rotaract Shah Alam" bagi membantu kanak-kanak kurang bernasib baik Pure Life Society. Ia juga turut sama menghulurkan derma

kepada Siti Hajar, bayi malang berusia 5 1/2 bulan yang menghadapi pertumbuhan barah malignan mata.

Sports Toto Malaysia terus menitikberatkan konsep untuk mewujudkan masyarakat Malaysia yang penyayang dan menghulurkan derma untuk berbagai tujuan kebajikan seperti Konsert Amal Kanak-Kanak (projek mengumpul derma untuk Persatuan Perlindungan Kanak-Kanak), Yayasan Down Syndrom Kiwanis, Hospis Malaysia, Yayasan Aids Malaysia - Tabung Paediatrik, Dana Bakti Pahlawan, Yayasan Buah Pinggang Malaysia, St John Ambulance dan Yayasan Buah Pinggang Sabah. Ia juga telah menghulurkan bantuan kewangan kepada individu-individu kurang upaya mendapatkan anggota palsu, motosikal tayar tiga dan kerusi roda untuk perlumbaan.

Di bawah program amal "*Giving Something Back To Society*", Sports Toto telah menganjurkan kempen derma Ang Pow Tahun Baru Cina yang ke 12 dengan menambahkan lagi peruntukan menjadi RM650,000 dan menderma Hadiah Tahun Baru dan wang tunai kepada lebih 13,000 warga tua yang memerlukan dari berbilang bangsa di seluruh negara.

Dalam bidang sukan, Sports Toto telah menaja berbagai acara sukan seperti Ipoh Half Marathon, Malay Mail Big Walk, Larian Antarabangsa Jambatan Pulau Pinang, PJ Half Marathon, Nanyang Wushu Millennium Festival, Pertandingan Memanah Asia, Larian Berita Harian, Seremban Half Marathon dan Pertandingan Ping Pong Berpasukan Dunia DAWEI 2000.

Di samping itu, sumbangan turut disampaikan kepada Majlis Sukan Negara bagi pembangunan dan penggalakan sukan di negara ini dan Sports Toto telah memperuntukkan sebanyak RM41.75 juta untuk tujuan tersebut.



Chinese New Year Ang Pow donation campaign - an annual event organised by Sports Toto.

Social Responsibility

