

主席评论

我很高兴代表雀巢(马来西亚)有限公司，向各位提呈雀巢集团和公司截至2003年12月31日财政年的年报及财务报告。

业绩

经过充满挑战的2002年后，集团取得了长足的成长：营业额增加7.2%，从24亿7960万零吉至26亿5700万零吉，营业盈利增加12.7%，从2亿1940万零吉增至2亿4720万零吉。

不过，2002年的净盈利则从2002年的1亿8260万零吉减至2003年的1亿6200万零吉。净利减退，是由于集团以2910万零吉的成本结束糖果业务所产生的不利影响所致。

鉴于原料成本的大幅度增加，尤其是原产品市场飘忽不定，增幅高达双位数，集团能取得上述业绩，诚属令人鼓舞。此外，与零吉挂勾的美元走势日趋疲弱，也使进口产品价格不断高涨。

集团营业额增加主要是经过中东战事和非典(SARS)疫情后，主要产品如美禄、雀巢咖啡、美极及冰淇淋等销量增加；顾客基础经过2002年后恢复正常水平，以及消费者需求在2003年下半部回升所致。集团在推介新产品、改进和革新现有产品、展开积极的商业和消费者促销活动，以及改进分销渠道方面所作的努力，立竿见影，带来了正面的业绩。

集团在2003年进行业务上的整合，调整经营策略，导致糖果业务的结束。在年杪，集团向少数股东收购了生产公司雀巢东协(马来西亚)私人有限公司的股权，以致集团目前全资拥有属下的所有主要生产机构。

股息

公司秉承尽早和提高为股东提供投资回酬的方针，而增加了2003年的中期股息。

董事部建议派发每股38.95分须扣税和21.95免税终期股息。此股息将于2004年5月20日支付。加上公司于2003年10月支付的中期股息，公司于2003年财政年所支付的股息总计1亿7640万零吉(或每股净75.2分)。

经济环境

一般曾预料2003年会有好的开端，但年初发生的多项事件，使希望落空。虽然食品业不易受到上述事件的影响，但销量在最后一个季度才恢复正常。政府推出的“经济振兴配套”，有助于促长国内需求和消费，同时扶持了整体的信心。

国家领导人的顺利交棒，以及2003年杪的经济数字可观，整体上也对经济产生了正面的影响。

业务

配合公司的经营策略，特别是在创新和改良方面，公司在2003年推出了多种新的和改良的产品。其中含有Arabica咖啡豆的NESCAFÉ改良配方重新推出后，反应极佳。扩大系列的3合1咖啡也十分成功，对公司业绩的成长，贡献超卓。

MILO ACTIGEN-E在2002年重新推介后，继续加强其坚稳的基础。

公司的冰淇淋销量连续三年创下双位数的增幅。目前，雀巢冰淇淋在市场占有无可匹比的领导地位。公司冰淇淋业务得以持续成长，主要归功于产品创新和有效的分销工作。

在2002年杪推出的OMEGA PLUS继续吸引新的消费者。

MAGGI系列产品在推出了不含味精的名厨上汤等加值产品后，继续取得长足的增长。

集团的出口业务也连续三年创下双位数成长的佳绩。这对充份利用集团的生产设施的产能有正面的影响。

集团过去推行的各项计划，如Target 2004+ 撙节计划和在GLOBE计划下推行了一年的企业卓越活动，继续带来了正面的效益，进而使公司得以应付原产品和货币波动所造成的成本增加，以提高毛赚幅。

展望

除却不可预料的事件，公司将继续展开各项业务，以期来年提高股东的投资价值。

我在此谨代表董事部同人和管理层，感谢全体股东、生意伙伴、以及全体员工对集团的信心、承诺及支持。