

Penyata Ketua Pegawai Eksekutif

Para Pemegang Saham dan Pemegang Berkepentingan yang Dihargai,

Tahun kewangan berakhir 30 September 2023 (TK2023) merupakan tahun yang boleh kita raikan bersama. Kami menyambut ulang tahun ke-140 F&N; serta meraikan gabungan sebagai SATU kumpulan, termasuk pengambilalihan Cocoland dan Sri Nona baru-baru ini. Apa yang lebih penting ialah kami meraikan kekuatan asas yang memberikan kami daya tahan untuk mengharungi satu lagi tahun yang mencabar dan menunjukkan prestasi yang lebih baik daripada yang telah dicapai pada TK2019, iaitu tahun sebelum pandemik Covid.

F&NHB mencatatkan peningkatan sebanyak 11.9% dalam hasil tahun ke tahun berikutan pemulihan semua pasaran kami termasuk eksport, aktiviti pemasaran dan promosi yang konsisten serta strategi pengurusan harga yang disasarkan. Kemasukan pelancong antarabangsa dan penggunaan luar rumah selepas pandemik di Thailand merupakan kelebihan tambahan.

Walaupun harga sesetengah komoditi stabil sepanjang tahun, komoditi lain seperti plat timah/tin dan minyak sawit kekal tinggi pada tahun 2023. Manakala harga gula pula meningkat. Untuk mengukuhkan keuntungan, kami terus mengawal kos dan seterusnya berjaya memperoleh ganjaran daripada kecekapan tenaga yang dihasilkan oleh pemasangan solar kami. Kami juga melihat penjimatan operasi daripada peningkatan automasi dalam gudang kami di Thailand dan Malaysia. Untuk Eksport, kami mendapat manfaat daripada usaha menstabilkan kos penghantaran.

Secara strategik, kami bukan sahaja meraikan kejayaan selama 140 tahun malah kekal fokus untuk meningkatkan kestabilan dan kelestarian kami dalam perniagaan makanan dan minuman (F&B), seterusnya menyumbang kepada kesejahteraan sosial dan alam sekitar yang lebih baik.



LIM YEW HOE
Ketua Pegawai Eksekutif

PENYATA KETUA PEGAWAI EKSEKUTIF

KISAH KEJAYAAN 140 TAHUN



Sambutan ulang tahun ke-140 kami memberi peluang untuk perpaduan dan kesyukuran, terutamanya kerana ia bertepatan dengan tahun yang menggembirakan. Satu siri jamuan makan malam bersama pekerja telah diadakan di Semenanjung Malaysia, Sabah dan Sarawak, bermula dengan Kota Kinabalu dan Kuching pada bulan Ogos 2023, dan berakhir dengan “jamuan besar” di Kuala Lumpur pada 18 November. Jamuan yang terakhir itu sememangnya penting kerana buat pertama kalinya kami berjaya mengumpulkan seramai 3,000 orang pekerja termasuk pekerja asing dari seluruh Semenanjung Malaysia; dan 50 orang rakan sekerja dari Thailand. Dalam memenuhi nilai korporat kami untuk memberi perhatian kepada pihak berkepentingan termasuk penyumbang terdahulu, kami juga menjemput berpuluh-puluh ahli lembaga pengarah dan pengurusan kanan yang terlah bersara serta wakil Kelab Alumni F&N untuk menyertai kami dalam sambutan finale tersebut.

Di luar Kumpulan, di bawah tema “Kisah Kita... Selamanya”, kami meraikan ulang tahun ini dengan kempen dan jerayawara di seluruh negara. Untuk menunjukkan penghargaan kami atas sokongan berterusan daripada pelanggan dan pengguna kami sepanjang tahun, kami telah menganjurkan pelbagai kempen yang menawarkan hadiah menarik, seperti skuter Vespa edisi terhad.

PERKEMBANGAN BAHARU

Kami sentiasa percaya dalam bekerja sebagai sebuah organisasi yang bersatu kerana kami sedar bahawa sinergi antara unit perniagaan akan meletakkan kami dalam kedudukan yang lebih kukuh untuk mengatasi cabaran dan memacu pertumbuhan selanjutnya.

Semasa Dialog Awam Ketua Pegawai Eksekutif pada bulan Jun 2023, saya terus menekankan mengapa F&NHB adalah “Better Together as One”. Dan mengapa, semasa kami membina segmen keempat, iaitu makanan Halal, adalah penting untuk kami memaksimumkan sinergi yang dimiliki oleh Cocoland dan Sri Nona serta antara kedua-dua perniagaan dan Kumpulan. Kekuatan Cocoland sebagai pembuat kuih-muih melengkapkan produk makanan Halal Sri Nona, dan terdapat potensi untuk menggunakan empat kilangnya bagi mengembangkan produk Sri Nona. Pada masa yang sama, jenama daripada dua unit perniagaan baharu ini boleh memanfaatkan laluan kepada pasaran Kumpulan yang mantap, bukan sahaja di peringkat tempatan tetapi juga di peringkat antarabangsa. Kedua-dua unit perniagaan ini telah mula menyumbang kepada hasil Kumpulan, dan kami berharap untuk melihat pertumbuhan yang bermakna dalam segmen perniagaan ini pada tahun-tahun akan datang.



Sementara itu, kami sedang membina peniagaan tenusu dalam usaha menjadi pengeluar susu segar terkemuka di Malaysia. Berikutan pemerolehan Ladang Permai Damai pada bulan Oktober 2022, kami mengadakan majlis pecah tanah ladang tenusu kami di Gemas, Negeri Sembilan pada 15 Jun 2023. Apabila fasa 1 ladang siap sepenuhnya, kami akan mengeluarkan 100 juta liter susu segar setiap tahun. Hasilnya, ladang tersebut akan menggandakan pengeluarannya kepada 200 juta liter, bagi memenuhi pasaran domestik dan antarabangsa. Kami telah mencapai kemajuan yang baik dengan ladang, di mana kerja-kerja pembersihan tapak telah pun selesai selepas mendapat kelulusan Penilaian Kesan Alam Sekitar kami.



INOVASI BAHARU

Sejak beberapa tahun kebelakangan ini, kami telah memulakan pelbagai projek perbelanjaan modal (Capex) yang bertujuan untuk mengembangkan keupayaan pengeluaran dan gudang kami serta meningkatkan kecekapan di kemudahan ini. Kami telah mencapai kemajuan yang ketara pada tahun 2023 dengan penyiapan beberapa inisiatif yang menyumbang kepada kecekapan operasi dan penjimatan tenaga, mengurangkan beberapa kesan kos input yang tinggi dan perbelanjaan tenaga yang meningkat.

Di Semenanjung Malaysia, kami telah menyelesaikan semua kerja pembaikan di gudang bersepadu kami di Shah Alam, yang sebelum ini terjejas akibat banjir. Kami juga mengkomersialkan barisan ketupat automatik untuk NONA di Rawang. Di Malaysia Timur, kami mengendalikan barisan air minuman baharu di Taman Perindustrian Kota Kinabalu (KKIP) dan barisan air mineral baharu di Matang.

Di Thailand, kilang susu cair dan minuman berasaskan tumbuhan bernilai RM128 juta yang dinanti-nantikan di Wang Muang telah mula beroperasi pada Oktober 2022. Pelancaran ini menandakan peralihan strategik ke arah segmen susu cair apabila kami mengurangkan pergantungan kami kepada susu pekat selaras dengan trend dan pilihan pasaran.

PENYATA KETUA PEGAWAI EKSEKUTIF

SENTIASA DEKAT DENGAN PENGGUNA KAMI

Dalam membangunkan perniagaan kami, F&NHB juga terus kekal dekat dengan pengguna kami. Evolusi kami sentiasa disesuaikan untuk memenuhi keperluan mereka yang sentiasa berubah.

Memandangkan lebih ramai rakyat Malaysia kini menjalani gaya hidup aktif, kami mengembangkan pemakanan sukan dengan pengenalan 100PLUS PRO Berprotein Tinggi Diperkaya dengan elektrolit, Vitamin B, protein, dan asid amino rantai bercabang (BCAA). Minuman isotonik tidak bergas ini direka untuk membekalkan tenaga semasa senaman berat dan memudahkan pemulihan otot selepas latihan. Saya berbesar hati memaklumkan bahawa para ahli sukan lelaki dan wanita elit Malaysia adalah antara yang pertama menikmati minuman sukan berjenama kami dan Serbuk AKTIF 100PLUS semasa Sukan Asia ke-19 dan Sukan Para Asia Ke-4 di Hangzhou.

Berikutan gelombang haba yang lebih kerap, kami bekerjasama dengan ASTRO dan OMNIA Radio cruiser untuk memberi kelegaan daripada cuaca panas kepada orang ramai di seluruh negara dengan minuman isotonik terkemuka Malaysia, 100PLUS. Seterusnya kami menekankan kepentingan untuk kekal terhidrat dengan jerayawara sempena Hari Penghidratan Sedunia 2.0. Jerayawara ini membolehkan para peserta menikmati pelbagai aktiviti dan peluang memenangi hadiah eksklusif, termasuk jersi yang ditandatangani oleh ikon badminton Datuk Wira Lee Chong Wei.

Inisiatif kami untuk mendekatkan jenama 100PLUS kepada pengguna selama ini telah membawa kepada Anugerah Platinum dalam kategori Minuman Bukan Alkohol yang dimenangi dalam Anugerah Jenama Putra 2022, serta Anugerah Jenama Minuman Terbaik 2022 dalam Anugerah Jejak Jenama Kantar tahunan.



Di Thailand, kami mendapat sambutan hangat dengan pelancaran susu UHT TEAPOT Evaporated Creamer dalam pek 1L. Dicipta khusus dengan mengambil kira pengguna berat seperti kedai F&B, produk ini mencapai jualan lebih daripada lima kali ganda berikutan pelancarannya disebabkan kemudahan penggunaan dan harga yang lebih menjimatkan.

Sebagai sebahagian daripada komitmen berterusan kami dalam menekankan tentang manfaat susu di Thailand, F&N Magnolia telah memperkenalkan kempen “Kebaikan yang Lazat” melalui pendekatan pelbagai aspek, menggabungkan saluran luar dan dalam talian – mempromosikan kebaikan susu untuk kesihatan seluruh keluarga. Pelbagai aktiviti mencuba produk telah dijalankan di institusi pendidikan dan pejabat korporat untuk menggalakkan orang ramai mencuba susu UHT kami, yang diperkaya dengan nutrien penting.



MEMBANGUNKAN RAKAN NIAGA KAMI

Menjelang penghujung TK2022, kami telah mewujudkan Program Anugerah Rakan Niaga F&N untuk membantu pembekal kami meningkatkan kualiti perkhidmatan mereka dan berkembang di peringkat serantau bersama F&N. Tiga puluh lapan pembekal mengambil bahagian dalam program tahun ini, dan pemenang Anugerah Emas telah diberi penghormatan pada majlis anugerah di Bangkok pada 7 Oktober 2023.

Di Thailand, kami terus membina keupayaan lebih 2,000 petani yang membekalkan operasi tenusu kami melalui Sistem Ladang Cemerlang. Pada tahun ini, kami menjalankan program komprehensif selama empat bulan tentang ciri-ciri dan amalan pertanian yang baik. Kami juga menubuhkan pusat pembelajaran di kilang pembuatan kami untuk mewujudkan kesedaran tentang amalan pembuatan lestari.



“ ”

Di Thailand, kami terus membina keupayaan lebih 2,000 petani yang membekalkan operasi tenusu kami melalui Sistem Ladang Cemerlang.

Untuk penglibatan yang lebih baik dengan petani, kami memanfaatkan aplikasi mudah alih khusus yang menilai pematuhan kepada Amalan Pengilangan Baik (GMP), sifat fizikal susu mentah, dan memantau masa menunggu dan penghantaran ke F&N Dairies Thailand (F&NDT). Ini telah membantu mengurangkan masa penghantaran susu sebanyak 70%.

Seterusnya, untuk mempertingkatkan lagi masa penghantaran, kami telah menghulurkan bantuan THB1.1 juta ke arah pembangunan pusat pengumpulan susu (MCC) untuk Koperasi Susu Khao Yai di Nakhon Ratchasima. MCC mula beroperasi pada Ogos 2023.

Sementara itu, untuk meningkatkan keselamatan air bagi penternak susu di Wilayah Saraburi, kami juga menyediakan pam air berkuasa solar bagi membolehkan penternak mengusahakan makanan sendiri untuk lembu mereka sambil memupuk kelestarian dalam operasi mereka. Yang jelasnya, pam air sel solar membantu petani mengurangkan perbelanjaan mereka, maka menyumbang kepada kesejahteraan ekonomi mereka.

PENYATA KETUA PEGAWAI EKSEKUTIF

MENINGKATKAN IMPAK SOSIAL KAMI

Selain memberikan nilai kepada pengguna dan memupuk perkongsian yang kukuh, kami juga memainkan peranan kami dalam menyumbang kepada masyarakat yang lebih baik melalui inisiatif yang disasarkan untuk meningkatkan kesejahteraan komuniti dan pekerja kami.

Tahun ini, kami sangat berbesar hati untuk menyambung sepenuhnya aktiviti jangkaun komuniti perayaan kami. Kami berbesar hati menyantuni lebih 500 penerima, termasuk pelajar dari latar belakang kurang berkemampuan, anak yatim, orang kurang upaya dan warga emas. Usaha ini berjaya dilaksanakan melalui sumbangan, serta masa dan dedikasi daripada sukarelawan kami yang bersemangat.

Selama lebih sedekad, kami telah menerapkan kesedaran alam sekitar di kalangan pelajar melalui program kitar semula sekolah tahunan kami di seluruh negara. Dalam hal ini, kami telah menjalin kerjasama strategik dengan GRAB Malaysia, KLEAN, dan MRANTI untuk memperkenalkan 18 Mesin Layan Diri Songsang berkuasa AI yang canggih di seluruh lokasi utama di Lembah Klang. Kami amat percaya bahawa masyarakat pada umumnya akan menjadi agen perubahan yang akan berusaha ke arah membina negara yang lebih hijau.



Dalam menyumbang ke arah masyarakat yang lebih sihat, kami terus mengembangkan rangkaian pilihan yang lebih sihat, mengakhiri tahun ini dengan 65 produk, membentuk 64% daripada jumlah portfolio minuman dan tenusu sedia untuk diminum (RTD) yang disokong dengan Logo Pilihan Lebih Sihat (HCL) di Malaysia atau Thailand. Kami semakin maju ke arah matlamat kami untuk mempunyai pilihan yang lebih sihat membentuk dua pertiga daripada keseluruhan portfolio sedia untuk diminum kami menjelang 2025. Kami juga memperkenalkan 100PLUS ZERO tanpa gula kami dalam saiz pek 1.75L baharu, memenuhi keperluan pengguna yang mementingkan nilai.

Sementara itu, menerusi 100PLUS, kami terus mempromosikan pembangunan sukan di negara ini sebagai rakan hidrasi kepada Persatuan Bola Sepak Malaysia (FAM), Persatuan Badminton Malaysia (BAM), Konfederasi Hoki Malaysia dan Majlis Sukan Negara. 100PLUS juga merupakan rakan kongsi minuman rasmi Kelab Bola Sepak Johor Darul Takzim dan Selangor.



Kami juga gembira kerana dapat menyambung semula sepenuhnya platform penglibatan pekerja kami dalam komuniti selepas wabak. Pada masa yang sama, kami terus memberi penekanan yang besar terhadap keselamatan dan kesihatan pekerja kami dengan memberikan vaksinasi selesema dan menganjurkan pelbagai program kesihatan dan keselamatan. Ini termasuk program Keselamatan, Kesihatan dan Alam Sekitar (S.H.E) di pejabat dan kilang kami di Malaysia dan Thailand untuk meningkatkan kesedaran tentang kepentingan keselamatan, kesihatan dan alam sekitar di tempat kerja. Sebahagian daripada usaha bersepadu kami untuk memupuk budaya yang menekankan tingkah laku selamat di kalangan pekerja, kami merekodkan masa hilang sifar akibat kemalangan pada TK2023.

Teras kepada kesejahteraan ialah rasa selamat daripada semua bentuk gangguan. Tahun ini, kami juga melancarkan Dasar Melarang Gangguan Seksual yang dipertingkatkan di semua pejabat kami di Malaysia.

Untuk mengekalkan tahap motivasi yang tinggi dan meningkatkan pembangunan profesional pekerja kami, kami juga telah meningkatkan pelbagai inisiatif berkaitan latihan. Antara lain, kami memperkenalkan Program Mencungkil Potensi Kepimpinan dan Pengurusan (LAMPU) F&N yang komprehensif, yang terdiri daripada modul pemikiran kritis, kemahiran komunikasi, pembangunan peribadi dan gaya kepimpinan. Melalui program ini, kami berusaha untuk merealisasikan potensi kepimpinan bakat kami.



KELESTARIAN ADALAH TERAS PERNIAGAAN KAMI

Sebagai pengilang yang bertanggungjawab, kami mengiktiraf kewajipan kami untuk mengurangkan pelepasan dan memainkan peranan ke arah peralihan kepada sifar bersih. Pelaburan yang dibuat sejak beberapa tahun kebelakangan ini untuk menggantikan bahan api fosil dengan tenaga solar merupakan bukti komitmen kami dalam hal ini. Selain mengendalikan sistem solar PV atas bumbung terbesar di Malaysia, kami telah melaksanakan sistem yang serupa di loji kami di Thailand. Rancangan sedang dijalankan untuk memperluaskan sistem bumbung solar ke lebih banyak kemudahan, termasuk kilang kami di Rawang kerana kami juga meneroka cara lain untuk meneruskan usaha karbon rendah kami dengan lebih jauh.

Menyedari minat yang semakin meningkat daripada pelabur dan pihak berkepentingan dalam usaha kami untuk mengurangkan perubahan iklim dan mengurus risiko yang berkaitan, kami secara progresif membangunkan Pasukan Petugas bagi Pendedahan Kewangan Berkaitan Iklim (TCFD). Matlamat kami adalah untuk mematuhi sepenuhnya rangka kerja ini menjelang tarikh akhir yang ditetapkan oleh Bursa Malaysia pada 2025.

Untuk mengekalkan rantai bekalan yang bertanggungjawab terhadap alam sekitar, kami telah menggunakan minyak sawit yang dihasilkan secara lestari. Dalam hal ini, saya berbesar hati untuk berkongsi bahawa kami adalah syarikat pertama di Malaysia yang menyokong 100% minyak sawit yang digunakan dalam produk kami kredit RSPO. Matlamat kami adalah untuk beralih kepada 100% minyak sawit yang diperakui RSPO secara fizikal menjelang 2025. Pada tahun 2023, Kumpulan menggunakan 60% Minyak Sawit Persijilan Mampan dan baki 40% dengan kredit RSPO.

Di ladang bersepadu kami, kami merintis konsep “farm-to-bottle” yang komprehensif dengan menggabungkan penanaman makanan haiwan dan kemudahan pemprosesan susu dalam persekitaran kandang tenusu. Pendekatan inovatif ini akan membolehkan kita menghasilkan bukan sahaja susu segar tetapi juga dengan cara yang paling mampan. Kumpulan juga akan dapat mengurangkan kesan karbon keseluruhan kami dengan mengurangkan keperluan untuk mengimport susu.

Sungguh menggembirakan melihat usaha kelestarian kami terus diiktiraf. Antara pencapaian ketara tahun ini termasuk disenaraikan di kalangan enam teratas daripada 101 buah syarikat minuman yang dinilai secara global dalam Penilaian Kelestarian Korporat Global S&P 2022. Selain itu, kami bukan sahaja mengekalkan kedudukan kami dalam Indeks FTSE4Good Bursa Malaysia dan Indeks Syariah FTSE4Good Bursa Malaysia, tetapi kami juga telah meningkat kepada 1% teratas dalam Supersektor kami dalam penarafan FTSE4GOOD ESG yang terkini.



PENYATA KETUA PEGAWAI EKSEKUTIF



ULASAN PRESTASI

Selepas tiga tahun prestasi yang positif tetapi lemah akibat COVID-19, kami berasa sangat gembira melihat jumlah pendapatan dan pendapatan bersih kami melebihi jumlah sebelum pandemik, tanpa mengambil kira sumbangan daripada Cocoland. Ini adalah hasil sumbangan semua unit perniagaan kami, yang kini meraih manfaat daripada pengukuhan berterusan kecekapan operasi walau pun dalam melalui tahun-tahun yang mencabar.

Memandangkan persekitaran harga komoditi yang tinggi, kami menyemak strategi jualan dan pemasaran kami, kembali kepada asas sambil memfokuskan pada jenama teras kami. Di samping menunjukkan komitmen kami untuk menyampaikan Nikmat Sebenar, Kebajikan Sejati melalui kempen ulang tahun kami, kami mempergiatkan penglibatan pengguna kami melalui aktiviti pelaburan jenama yang memfokuskan kepada Minuman Ringan Berkarbonat F&N, serta produk lain, antaranya seperti, F&N Magnolia, F&N SEASONS, 100PLUS, F&N Teh Tarik dan Ketupat NONA.

Memanfaatkan kemasukan pelancong dan penggunaan luar rumah, pasukan di Thailand menumpukan pada memacu pengedaran dan kecemerlangan dalam pelaksanaan dalam kedai bersama-sama dengan pembinaan jenama dan penglibatan pengguna. Ia juga membina hubungan kukuhnya dengan penaja melalui program kesetiaan dan pelbagai kempen penglibatan jenama untuk meningkatkan jualan, antaranya ialah kempen TEAPOT “Colour Your Life”. Kempen itu juga memperkenalkan duta jenama terbaharunya, Thanapob Leeratanakajorn yang berkarisma, untuk meningkatkan keterlihatan jenama.

Produk-produk baharu untuk tahun ini termasuklah 100PLUS PRO, NONA Ketupat Wangi Haruman Pandan, LOT 100 Kurma Gummy, dan Krimer Sejat UHT 1L Teapot dalam format pembungkusan baharu di Malaysia. Di Thailand, kami memperkenalkan Perisa Nom Yen sebagai tambahan terbaharu kepada Susu Pekat Manis TEAPOT dalam tiub yang diinspirasi daripada susu merah jambu Thai yang popular.

Usaha bersepadu dalam mencipta nilai untuk pelanggan dan pengguna kami memungkinkan F&NHB kekal sebagai peneraju pasaran kami dalam kategori teras. 100PLUS kekal sebagai minuman isotonik No. 1 yang tidak dapat dipertikaikan di Malaysia, di mana kami juga merupakan peneraju dalam segmen teh RTD, SCM dan kategori susu sejat. Di Thailand, kami adalah No.1 dalam jumlah kategori susu manis dan sejat, manakala di Kemboja dan Laos, TEAPOT adalah jenama susu pekat No. 1.



PRESTASI KUMPULAN

Bagi tahun kewangan, hasil Kumpulan meningkat sebanyak 11.9% daripada RM4.47 bilion pada TK2022 kepada RM5.0 bilion apabila volum jualan meningkat seiring dengan pemulihan pasaran. Pertumbuhan hasil juga mencerminkan strategi pengurusan harga yang berjaya dilaksanakan pada tahun sebelumnya, sumbangan oleh Cocoland dan pemulihan eksport ke Afrika, ASEAN dan Greater China.

Hasil daripada Eksport meningkat sebanyak 22% untuk mencecah RM1.0 bilion pada TK2023, membentuk 21% daripada jumlah hasil Kumpulan, peningkatan daripada 19% pada TK2022. Kumpulan kini mengeksport ke 93 buah negara, dengan produk utama ialah SCM dan susu sejat.

Berdasarkan hasil yang lebih tinggi, keuntungan sebelum cukai (PBT) Kumpulan meningkat sebanyak 37.6% kepada RM624.7 juta daripada RM454.1 juta pada TK2022. Tidak termasuk item bukan operasi sekali sahaja – terutamanya daripada keuntungan nilai saksama atas penilaian semula kepentingan ekuiti dalam Cocoland sebelum pelaksanaan penswastan – PBT Kumpulan meningkat sebanyak 21.3% daripada RM472.9 juta kepada RM573.9 juta.

Keputusan ini juga dikaitkan dengan tumpuan bersepadu pada peningkatan margin, kecemerlangan operasi, pengurusan rantai bekalan dan inisiatif kelestarian, yang membantu mengurangkan kesan kos input yang lebih tinggi dan perbelanjaan tenaga yang meningkat. Akibatnya, keuntungan selepas cukai Kumpulan yang diselaraskan bagi tahun tersebut meningkat 22.4% kepada RM489.7 juta daripada RM399.9 juta pada TK2022 walaupun RM29.9 juta kos faedah lebih tinggi untuk membiayai pemerolehan strategik baru-baru ini.

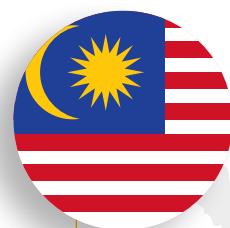
HASIL
RM5.0
bilion

TK2022: RM4.47 BILION

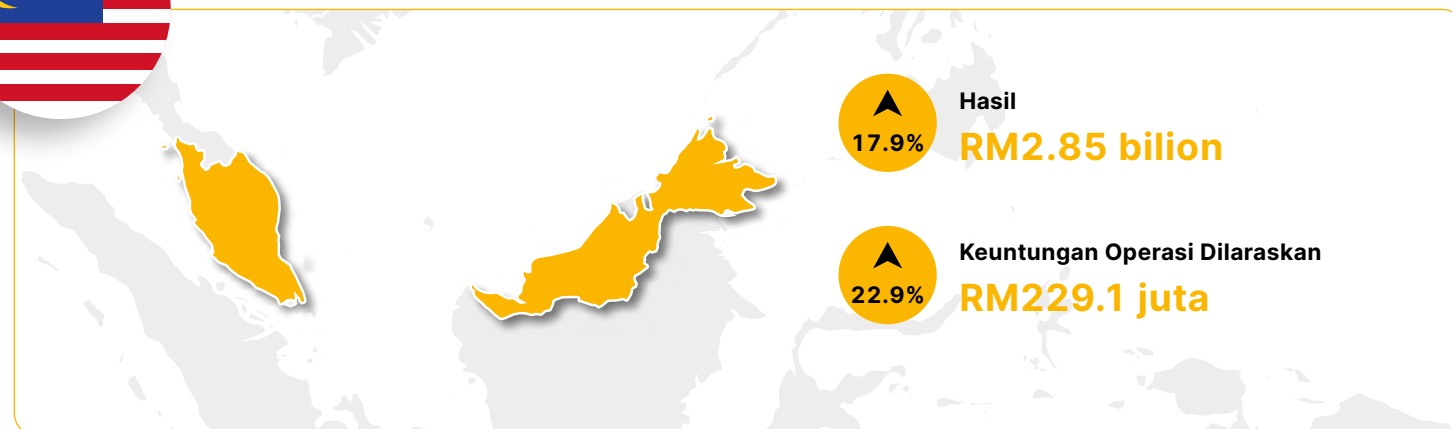
KEUNTUNGAN
SEBELUM CUKAI
RM624.7
juta

TK2022: RM454.1 JUTA

PENYATA KETUA PEGAWAI EKSEKUTIF



Makanan & Minuman Malaysia (F&B Malaysia)

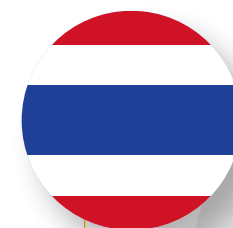


Pemulihan dalam penggunaan luar rumah bersama dengan peningkatan jualan semasa musim perayaan membawa kepada pertumbuhan 17.9% dalam hasil di F&B Malaysia kepada RM2.85 bilion. Hasil dirangsang lagi oleh sumbangan daripada Cocoland dan pemulihan kukuh dalam Eksport di wilayah tertentu bersama-sama dengan pertumbuhan saluran perniagaan ke perniagaan (B2B).

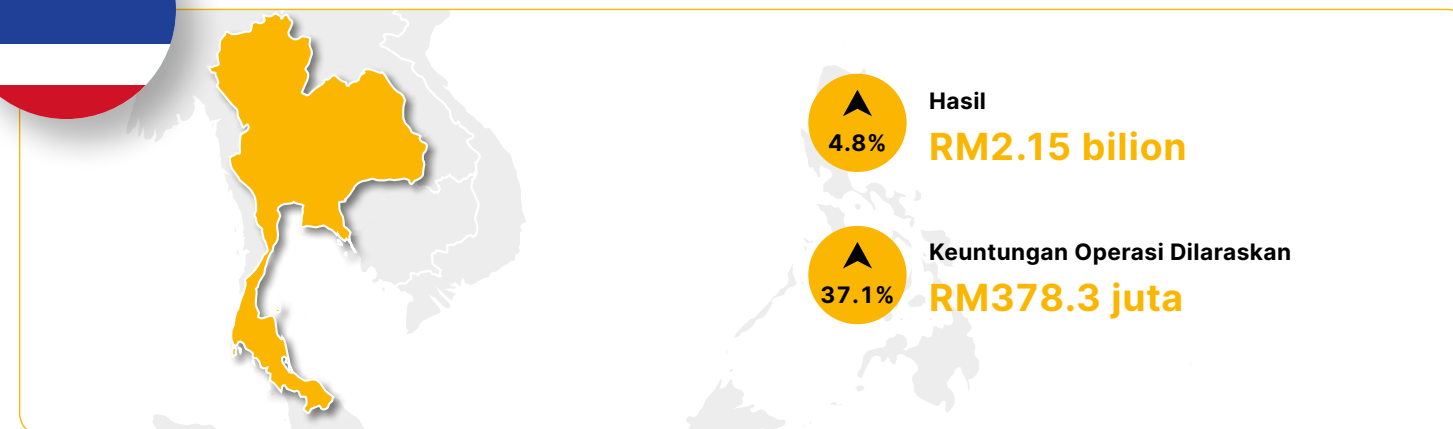
Barisan air minuman baharu di Taman Perindustrian Kota Kinabalu (KKIP) menyumbang kepada jualan air yang lebih tinggi (Ice Mountain dan Borneo). Pada masa yang sama, kegemaran abadi, seperti F&N SEASONS dan minuman ringan berkarbonat juga mencatatkan peningkatan jumlah jualan pada tahun tersebut.



Didorong oleh hasil yang lebih tinggi, keuntungan operasi untuk F&B Malaysia (tidak termasuk item bukan operasi sekali sahaja) meningkat 22.9% kepada RM229.1 juta berbanding RM186.4 juta pada TK2022, sebahagiannya diimbangi oleh perbelanjaan pengiklanan dan promosi yang lebih tinggi serta kos komoditi yang lebih tinggi.



Makanan & Minuman Thailand (F&B Thailand)



Sebagai kesan daripada tumpuan pada laluan ke pasaran dan pelaksanaan dalam kedai yang cekap, serta konsistensi dalam pembinaan jenama dan penglibatan pengguna, F&B Thailand mengakhiri tahun ini dengan hasil meningkat sebanyak 4.8% (1.7% dalam Baht Thailand) kepada RM2.15 bilion daripada RM2.05 bilion pada TK2022. Disokong oleh pemulihan dalam pelancongan dan penggunaan luar rumah, hasilnya juga mendapat manfaat daripada pertukaran asing THB kepada MYR yang menggalakkan.

Langkah strategik untuk mengurus harga, pengurusan diskaun yang lebih baik dan peneraju pasaran yang kukuh dalam kategori susu pekat manis dan sejat membantu menyederhanakan peningkatan kos input dan pembungkusan serta perbelanjaan pengiklanan dan promosi yang lebih tinggi. Disiplin penetapan harga dan diskaun yang sama turut diperluaskan ke Kemboja dan Laos, di mana kami turut melihat peningkatan yang bermakna dalam margin. Penambahbaikan margin Indochina membantu menyederhanakan pesanan yang kurang daripada akaun utama eksport antarabangsa.

Didorong oleh kecekapan operasi dan pengurusan margin yang lebih baik, F&B Thailand berjaya mencapai pemulihan margin yang kukuh dari suku kedua dan seterusnya dan menyaksikan keuntungan operasinya tidak termasuk item bukan operasi sekali sahaja meningkat lebih kukuh sebanyak 37.1% (33.0% dalam Baht Thailand) kepada RM378.3 juta berbanding TK2022.

Eksport ex-Malaysia

Pasukan Eksport kami telah memanfaatkan alat risikan perniagaan kami dengan cekap untuk mengharungi cabaran yang timbul akibat peningkatan kos harga komoditi dan persaingan. Ini, bersama-sama dengan pengukuhan pengurusan akaun utama kami, membolehkan kami memanfaatkan pasaran yang pulih seperti Afrika, ASEAN dan China.

Memfokuskan pada aplikasi produk, kami mencapai pertumbuhan kukuh dalam saluran B2B sambil mengembangkan pengedaran produk jenama kami sendiri di rantau Timur Tengah dan Afrika Utara (MENA), serta China. Selain sumbangan daripada Cocoland, Eksport mendapat manfaat daripada penetapan harga taktikal dan gabungan portfolio strategik.

PENYATA KETUA PEGAWAI EKSEKUTIF

PANDANGAN DAN MELANGKAH KE HADAPAN

Tahun kewangan akan datang berkemungkinan kekal tidak menentu disebabkan isu geopolitik yang berterusan dengan harga komoditi dan barangan serta perkhidmatan lain yang kekal tinggi. Namun, kami percaya kami telah membangunkan asas yang kukuh untuk mengharungi ketidaktentuan masa hadapan.

Kumpulan berjaya mengekalkan pertumbuhan dalam perniagaan makanan dan minuman sedia ada di samping mengintegrasikan perniagaan baharu dan menubuhkan segmen pertaniannya. Ini merupakan bukti kebolehsuaian pekerja kami, dan daya tahan kami sebagai sebuah organisasi.

Dengan ladang tenusu kami di Gemas, kami bersedia untuk menyokong Kerajaan Malaysia dalam cita-citanya untuk mewujudkan jaminan makanan. Kami juga mempunyai rancangan besar untuk membangunkan tonggak makanan Halal kami, memanfaatkan kekuatan Cocoland dan sinergi dengan NONA dan Kumpulan.

Tumpuan kami pada TK2024, seperti pada TK2023, adalah



untuk mengukuhkan jenama sedia ada kami. Kami teruja dengan pelancaran BORNEO Springs. Untuk melengkapi air murni yang diperoleh dari hutan berusia 130 juta tahun, kami telah mereka bentuk pembungkusan supaya mesra alam secara optimum, menampilkan kertas dan penutup botol yang diperakui FSCTM yang diperbuat daripada tebu. Kami percaya BORNEO Springs berpotensi untuk menjadi produk unggul pada masa hadapan.



Di Malaysia Timur, kami juga mengharapkan pemulihan dalam sektor pelancongan dan peningkatan pelaburan yang serentak ke rantau ini.

Di Thailand, kami akan memanfaatkan kebangkitan semula sektor pelancongan sambil terus memenuhi keperluan pelanggan dan pengguna dengan produk yang dipilih secara teliti. Kami juga ingin meningkatkan pemacu penembusan kami ke lebih banyak peruncit luar bandar supaya mendapat manfaat daripada inisiatif dompet digital yang dicadangkan oleh Kerajaan Thai yang baharu di mana semua warga Thailand berumur 16 tahun ke atas menerima 10,000 Baht.

Pada saat menulis ini, kami juga sedang bersiap sedia untuk meraikan ulang tahun ke-15 TEAPOT di Thailand, Kemboja dan Laos mulai bulan Oktober 2023.



Kami juga optimis untuk mengekalkan momentum dalam Eksport, memandangkan pembukaan semula ekonomi global secara beransur-ansur selepas wabak. Pertumbuhan di ASEAN dan China akan memberi impak positif untuk F&NHB kerana ia mewakili pasaran utama kami.

Kami akan terus mengekang kos kami dengan memfokuskan pada pendigitalan untuk mengurangkan buruh manual dan penggunaan sumber asli sambil meningkatkan produktiviti. Pada masa yang sama, kami akan terus memperkukuh platform kelestarian kami. Pelaburan yang dibuat sehingga kini telah memastikan kami menyepadukan prinsip alam sekitar dan sosial ke dalam operasi kami untuk hasil jangka panjang yang optimum. Ini adalah sebahagian daripada komitmen kami untuk mencipta nilai sebenar untuk pelbagai pihak berkepentingan yang merupakan sebahagian daripada ekosistem F&N.

PENGHARGAAN

Sungguh mengagumkan rasanya untuk dapat meraikan ulang tahun ke-140 kami dalam tahun yang sangat positif untuk F&NHB. Untuk ini, saya harus berterima kasih kepada banyak pihak.

Seperti biasa, saya ingin merakamkan penghargaan kepada pemegang saham kami atas kepercayaan anda terhadap keupayaan kami untuk melakukannya; rakan kongsi perniagaan dan pembekal kami kerana berkongsi visi dan nilai kami dan berada bersama kami dalam melalui perjalanan pertumbuhan kami; pelanggan kami atas sokongan konsisten anda selama ini; dan, semestinya, pengguna kami yang benar-benar diutamakan dalam setiap perkara yang kami lakukan. Kejayaan kami bergantung pada bukti menunaikan janji kami untuk Nikmat Sebenar, Kebaikan Sejati kepada anda.

Saya juga ingin menyampaikan rasa terima kasih yang tulus kepada seluruh keluarga F&NHB. Komitmen padu anda yang tidak putus-putus kepada Kumpulan membolehkan kita mencapai kedudukan kita hari ini. Terima kasih kepada semua pengarah kami atas bimbingan dan keyakinan anda yang mantap terhadap pasukan. Yang paling penting, thank you, terima kasih dan kop khun krub kepada semua kakitangan kami atas kesungguhan dan dedikasi anda terhadap perjalanan berterusan Kumpulan. Dengan sokongan anda yang berterusan, kita akan mencapai tahap yang lebih tinggi dalam bergerak ke Hadapan Bersama-sama untuk masa depan yang lebih cemerlang.



Lim Yew Hoe

LIM YEW HOE
Ketua Pegawai Eksekutif