

FOR IMMEDIATE RELEASE



PRESS  
RELEASE

## 马来西亚业务于**2013**年取得强劲利润增长战胜市场

马来西亚**Carlsberg**集团力求卓越探讨拓展计划及提高效率

吉隆坡24日讯 - 马来西亚Carlsberg集团将在本财政年度策略性的拓展其高端品牌组合及利用进行中的成本效率措施，来推动成长和为股东营造更多价值。

根据马来西亚Carlsberg 集团董事经理皇德生，该集团在疲软的麦芽酒市场内结束了具有挑战性的2013年，并在本国的营运以及其第四季度里交出令人满意的业绩，为集团旗下的高端品牌达到两位数增长。

Carlsberg集团公布马来西亚业务2013年财政年度的营业额增加了RM1千40万或增长了0.9%，相比之下，前一年的利润增幅为RM1 千500万或9.8%。

他说：“我们的多元品牌组合策略和多样化销售管道在截至2013年12月31日的财政年度中取得卓越表现。引人入胜的营销活动，加上成本效率方案和物流流程的优化是我们战胜挑战和增强业务的关键。”

整体而言，该集团在营业额达到RM15亿6000万中，税前盈利下降了3.8%至RM2亿3千640万。在2013年第四季度，该集团的税前盈利达RM7千670万，相比前一年同季度有着56%的明显增进。

皇德生指出，“这整年的业绩稍跌是因为新加坡业务为了要提供更佳的产品新鲜度而做出存货重组措施所造成。在新加坡的基本业务仍保持健康水平”。

“在马来西亚，Carlsberg旗舰品牌皇帽啤酒（Carlsberg Brand）依然是集团业务的主要领航产品，并快速成为市场内最炙手可热的品牌。在Asahi的卓越表现和达到99%的品牌意识下，Somersby在苹果酒领域中继续领先和Kronenbourg 1664的配合下，我们的高端品牌继续在市场上快速增长。”

他补充，“2014年在马来西亚和新加坡消费者受经济局势影响而谨慎支出下将更具挑战性。然而，我们会持续巩固众品牌的市场地位，消费者也敬请期待更多的宣传活动。我们成为利物浦、阿森纳、热刺、斯托克城和西汉姆联的官方啤酒的同时，也正式成为Barclays英超联赛官方啤酒，巩固我们在足球圈子里的地位。我们预计，这将有助于在2014/2015赛季中快速增加旗舰品牌皇帽啤酒（Carlsberg Brand）的需求量。此外，2014世界杯的赞助品牌之一是我们旗下的百威啤酒（Budweiser）。配合世界杯的到来，百威啤酒（Budweiser）也发起了一项消费者宣传活动，提供马来西亚的球迷和啤酒爱好者一个享受独特足球体验的机会。”

“存货重组措施的结束和有助于我们在新加坡开拓Asahi Super Dry市场的MayBev私人有限公司51%股权收购运动将有效增强我们的业绩。Asahi作为新加坡第二大啤酒品牌，MayBev私人有限公司收购运动明显加强了我们的高端产品组合。”皇德生说。

尽管受到市场情绪和生活水平提高的影响，该集团仍对2014年的业绩表示乐观。

“即使面对疲弱市况，我们将致力于探讨拓展计划及提高效率。我们会继续巩固众品牌在市场上的地位，并配合执行各类引人入胜的宣传活动，建立品牌优势。”他补充。

该集团宣布每50仙普通股将派发56仙的终期和特别单层股息。2013年总申报和拟议的全年股息为每股61仙。年度收益共计每股61仙而Carlsberg去年的净资产则达致每股90仙。

----- 结束 -----

此新闻稿由马来西亚Carlsberg集团和acorn communications提供,供即时发布。欲知更多详情，请

联络：

**Carlsberg Malaysia**

Pearl Lai  
Head of Group Communications  
& Marketing Activation  
D/L: 03 – 5522 6408  
[pearl.lai@carlsberg.asia](mailto:pearl.lai@carlsberg.asia)

**acorn communications sdn bhd**

I Ching Goh  
H/P: 014 – 218 1906  
Yogini Singham  
Tel: 03 – 7958 8348  
[acorncommunications@acornco.com.my](mailto:acorncommunications@acornco.com.my)