

## OPERATIONS REVIEW KAJIAN OPERASI

**F&N Sweetened Condensed Milk (SCM)** remained the core product of the dairies division and maintained brand leadership with a market share of about 50 per cent. During the year, **F&N SCM** was ranked No. 1 (for the non-alcoholic/tobacco products) in A C Nielsen's Malaysia's Top 100 Brands Awards, beating many international FMCG brands.

For the year, total sales volume of **F&N SCM** declined 6 per cent (comparing favourably with the overall industry contraction of 11 per cent). However, margins improved significantly due to better product mix and pricing management. These factors were complemented by softer prices for skimmed milk powder.

Continued success of **F&N SCM** reflected efforts to strengthen brand building and distribution channels. Anchoring the year's marketing initiatives for the brand was the 4th **F&N Cabaran Tariking** promotion, a nation-wide teh tarik skills competition that has become a major event in Malaysia's cultural calendar.

**F&N Sweetened Vitaminised Milk (SVM)** was introduced in 2001 and quickly established itself as an important brand variant enjoying both volume and margin strength. In the short period between its introduction and the end of the 2002 financial year, **F&N SVM** contributed a significant extension to SCM product life cycles.



Sweetened Dairy Creamer, specially formulated for teh tarik.

Krim Pekat Manis, diformulasikan istimewa untuk teh tarik.

14



F&N Cabaran Tariking Competition.

Pertandingan Cabaran Tariking F&N.

**Susu Pekat Manis F&N (SPM)** terus kekal sebagai produk teras bahagian tenusu dan telah mengekalkan kepimpinan jenama dengan menguasai kira-kira 50 peratus bahagian pasaran. Pada tahun yang dilaporkan, **SPM F&N** telah mendapat tempat pertama (bagi produk bukan alkohol/tembakau) dalam Anugerah 100 Jenama Terbaik Malaysia, mengatasi banyak jenama BPL lain.

Pada tahun yang dilaporkan, jumlah volum jualan **SPM F&N** merosot 6 peratus (keputusan yang agak baik berbanding kejatuhan 11 peratus untuk industri secara keseluruhan). Namun begitu, margin telah meningkat dengan ketara disebabkan campuran produk dan pengurusan harga yang lebih baik. Faktor-faktor ini telah disokong oleh harga susu tepung krim yang lebih rendah.

Kejayaan berterusan **SPM F&N** mencerminkan usaha untuk memperkukuhkan pembinaan jenama dan saluran pengedaran. Inisiatif pemasaran jenama telah diterajui oleh promosi **Cabaran Tariking F&N** keempat, satu pertandingan kemahiran membuat teh tarik di seluruh negara yang kini menjadi acara utama dalam kalendar kebudayaan Malaysia.

# DAIRY PRODUCTS

## PRODUK TENUSU

## OPERATIONS REVIEW Dairy Products KAJIAN OPERASI Produk Tenusu

In the evaporated milk segment, sales volume improved by 7 per cent over the previous year. Growth resulted from successful marketing strategies that included the promotion of expanded use of the product.

The pasteurised milk business experienced an identical growth pattern, with the improvement stemming from a surge in sales of **Magnolia** and **Farmhouse** fresh milk.

Sales and volumes in the pasteurised juice category also grew significantly. Gains were spearheaded by **Sunkist** juice, which increased sales by 27 per cent.

**Susu Manis Bervitamin F&N (SMV)** telah diperkenalkan pada tahun 2001 dan kini menjadi satu pilihan jenama penting yang mempunyai kekuatan volum dan juga margin. Dalam tempoh yang singkat dari tarikh diperkenalkan sehingga akhir tahun kewangan 2002, **SMV F&N** telah memberi sumbangan yang ketara kepada tempoh kitaran hayat produk SPM.

Dalam segmen susu sejat, volum jualan meningkat sebanyak 7 peratus berbanding tahun sebelumnya. Pertumbuhan dicapai melalui strategi pemasaran yang berjaya, termasuk promosi penggunaan tambahan produk tersebut.

Perniagaan susu dipastur mengalami corak pertumbuhan sama, di mana peningkatan diperolehi daripada pertambahan jualan susu segar **Magnolia** dan **Farmhouse**.

Jualan dan volum dalam kategori jus dipastur juga telah meningkat dengan ketara. Peningkatan ini diterajui oleh jus **Sunkist**, dengan peningkatan jualan sebanyak 27 peratus.

### Revenue Hasil



### Operating Profit Keuntungan Operasi



### Assets Employed Aset Digunakan



Farmhouse fresh & low fat milk.

Susu segar & rendah lemak Farmhouse.



Magnolia's range of sterilised milk.

Rangkaian susu disteril Magnolia.



### Sunkist Licensee Achievement Award

This strong performance was recognised when **F&N** was awarded the prestigious 2002 **Sunkist Licensee Achievement Award** for outstanding sales growth. The award was the first presented to a Southeast Asian licensee by California-based Sunkist Growers Inc.

As part of a 2002 product development and improvement program, **Sunkist** orange juice was fortified with Vitamins A, double C and E. This measure gained strong acceptance after entering the market in July. New variants of fruit cocktail and green guava were also successfully launched to add to the **Fruit Tree** range of juices during the year.

**F&N's** dairies division retained its ranking among the top three players in the ice cream sector, aided by the introduction of a new range of products marketed under the **Magnolia** brand. Despite lower sales volume, ice cream margins improved considerably.

At the beginning of 2002, the dairies division began distributing the Australian **Yoplait** range of yoghurts for Malaysia.

Strategic diversification in dairy-related product categories, accompanied by a marketing plan with an extensive mix of activities, and staff training to improve core competencies and systems improvements were undertaken during the year to drive growth.

16



A selection of  
Yoplait yogurts.  
Pilihan produk  
dadih Yoplait.

Mr Tiam Swei Chong from  
Dairies Division receiving the  
Sunkist Licensee  
Achievement Award.

Mr Tiam Swei Chong dari  
Bahagian Tenusu menerima  
Anugerah Pencapaian  
Pemegang Lesen Sunkist.



### Anugerah Pencapaian Pemegang Lesen Sunkist

Prestasi kukuh tersebut telah diiktiraf apabila **F&N** dianugerahkan dengan **Anugerah Pencapaian Pemegang Lesen Sunkist** 2002 yang berprestij kerana pertumbuhan jualan luar biasa. Anugerah tersebut telah disampaikan buat pertama kali kepada pemegang lesen di Asia Tenggara oleh Sunkist Growers Inc. yang berpangkalan di California.

Sebagai sebahagian daripada program pembangunan dan peningkatan produk 2002, jus oren **Sunkist** telah diperkayakan dengan Vitamin A, C berganda dan E. Langkah tersebut telah mendapat sambutan menggalakkan selepas memasuki pasaran pada bulan Julai. Pilihan baru koktel buahan dan jambu batu hijau telah berjaya dilancarkan untuk menambah pilihan rangkaian jus **Fruit Tree** dalam tahun yang dilaporkan.

Bahagian tenusu **F&N** mengekalkan kedudukannya di tiga tempat teratas dalam sektor aiskrim, dibantu oleh pengenalan rangkaian produk baru yang dipasarkan di bawah jenama **Magnolia**. Walaupun volum jualan lebih rendah, margin aiskrim mencatatkan peningkatan yang membanggakan.

Pada awal tahun 2002, bahagian produk tenusu mula mengedarkan rangkaian dadih **Yoplait** dari Australia di Malaysia.

Pempelbagaian strategik bagi kategori produk berkaitan susu, disokong oleh rancangan pemasaran yang merangkumi pelbagai kegiatan, serta latihan kakitangan untuk meningkatkan keupayaan teras dan peningkatan sistem telah dilaksanakan pada tahun yang dilaporkan untuk menjana pertumbuhan.

## OPERATIONS REVIEW

### KAJIAN OPERASI

Although revenue improved marginally by 1 per cent, PBIT for the 2002 financial year dipped 12 per cent. This was due partly to the write back of exceptional income in the previous financial year and intense competition in the export market.

Despite lower PBIT for this financial year, the glass division has experienced spectacular growth since the 1995 restructuring. Profits have increased two-fold from RM13.5 million to RM30.1 million and revenue have also increased by two-fold from RM109.6 million to RM240.4 million.

Domestic sales for both Malaysia and Vietnam collectively accounted for about 75 per cent of total revenue. Export sales were made to customers in The Philippines, Hong Kong, Myanmar, New Zealand, Papua New Guinea and Taiwan.

In August 2001, Malaya Glass Products Sdn. Bhd. (MGP) entered into a joint venture with the Tuopai Liquor Company to establish a RM106.4 million glass manufacturing plant in China's Sichuan Province, known as Sichuan Malaya Glass Ltd (SMG). When fully completed, it will be one of the best high-tech plants in China.

#### Revenue Hasil

|           |       |
|-----------|-------|
| 2001/2002 | 237.8 |
| 2000/2001 | 235.2 |

RM million juta

#### Operating Profit Keuntungan Operasi

|           |      |
|-----------|------|
| 2001/2002 | 30.1 |
| 2000/2001 | 34.1 |

RM million juta

#### Assets Employed Aset Digunakan

|           |       |
|-----------|-------|
| 2001/2002 | 340.4 |
| 2000/2001 | 280.0 |

RM million juta

## GLASS PACKAGING

### PEMBUNGGKUSAN KACA



Walaupun perolehan telah meningkat secara marginal sebanyak 1 peratus, KSFC untuk tahun kewangan merosot sebanyak 12 peratus. Kejatuhan ini sedikit sebanyak telah disebabkan oleh pengiraan semula pendapatan luar biasa yang dibuat akibat perubahan dalam dasar perakaunan untuk tahun 2001, serta persaingan sengit dalam pasaran eksport.

Walaupun mencatatkan KSFC yang lebih rendah untuk tahun kewangan ini, bahagian kaca mengalami pertumbuhan luar biasa sejak penyusunan semula dibuat pada tahun 1995. Keuntungan telah meningkat dua kali ganda daripada RM13.5 juta kepada RM30.1 juta dan hasil juga telah bertambah dua kali ganda daripada RM109.6 juta kepada RM240.4 juta.

Jualan tempatan bagi Malaysia dan Vietnam merangkumi 75 peratus daripada jumlah perolehan. Jualan eksport telah dibuat kepada pelanggan-pelanggan di Filipina, Hong Kong, Myanmar, New Zealand, Papua New Guinea dan Taiwan.

Pada Ogos 2001, Malaya Glass Products Sdn. Bhd. (MGP) telah menyertai usaha sama dengan Tuopai Liquor Company untuk menubuhkan sebuah kilang pengeluaran kaca bernilai RM106.4 juta di Wilayah Sichuan China, yang dikenali sebagai Sichuan Malaya Glass Ltd (SMG). Apabila siap sepenuhnya, kilang ini akan menjadi salah sebuah kilang terbaik yang berteknologi tinggi di China.

## OPERATIONS REVIEW Glass Packaging KAJIAN OPERASI Pembungkusan Kaca

MGP's 60 per cent stake required an investment of RM38.3 million, while the joint venture partner's 40 per cent stake required RM25.5 million. The balance was financed from external borrowings. The plant has a production capacity of 80,000 tonnes per annum and is expected to commence production in early 2003.

On 2 October 2002, SMG signed an agreement with Sichuan Tuopai Holdings Co to acquire its entire glass manufacturing operations for RM9.9 million. These have an annual production capacity of 50,000 tonnes.

Construction of the new Sichuan joint venture plant, coupled with the acquisition of the additional production facilities, will boost the glass division's total output from the present 210,000 tonnes to 340,000 tonnes per annum.

MGP and SMG have also signed a technical collaboration agreement to provide training, testing, advice on operations, production and quality standards, including ISO9002. Towards this end, MGP last year hosted a series of intensive training programs for two batches of employees from China at the Johor Bharu plant. More training is scheduled to ensure that the SMG China operations are state-of-the-art.



SMG trainees gaining some practical experience under the guidance of MGP personnel.

*Pelatih SMG menerima pengalaman praktikal di bawah pengawasan personel MGP.*

Chairman of SMG, Mr Sim Kuang Meng and Chairman of Tuopai Holdings, Mr Li Jia Shun exchanging the signed Acquisition Agreement of Tuopai Glass Co Ltd.

*Pengerusi SMG, En Sim Kuang Meng dan Pengerusi Tuopai Holdings, En Li Jia Shun bertukar Perjanjian Pengambilalihan Tuopai Glass Co Ltd yang telah ditandatangani.*

*Kepentingan 60 peratus MGP memerlukan pelaburan RM38.3 juta, manakala kepentingan 40 peratus rakan usaha sama pula melibatkan RM25.5 juta. Bakinya dibiayai oleh pinjaman luar. Kilang ini mempunyai kapasiti pengeluaran 80,000 tan setahun dan dijangka memulakan pengeluaran pada awal 2003.*

*Pada 2 Oktober 2002, SMG telah menandatangani perjanjian dengan Sichuan Tuopai Holdings Co untuk mengambilalih keseluruhan operasi pengeluaran kacanya untuk RM9.9 juta. Pemerolehan tersebut mempunyai kapasiti pengeluaran tahunan sebanyak 50,000 tan.*

*Pembinaan kilang usaha sama baru di Sichuan, ditambah dengan pemerolehan kemudahan pengeluaran tambahan, akan meningkatkan jumlah pengeluaran bahagian kaca daripada 210,000 tan kepada 340,000 tan setahun.*

*MGP dan SMG juga telah menandatangani perjanjian kerjasama teknikal untuk menyediakan latihan, ujian, nasihat operasi, pengeluaran dan piawaian kualiti, termasuk ISO9002. Untuk tujuan ini, pada tahun lepas MGP telah menganjurkan satu siri latihan intensif untuk dua kumpulan kakitangan dari China bertempat di kilang Johor Bahru. Lebih banyak latihan telah dijadualkan untuk memastikan operasi SMG China berjalan lancar dengan menggunakan kemudahan terkini.*

**OPERATIONS REVIEW**  
**KAJIAN OPERASI**

# HUMAN RESOURCE

## SUMBER MANUSIA

The F&N Group devotes considerable financial and management resources to staff welfare, motivation and skills training.

Staff of all levels benefited from training, irrespective of whether they were executives, supervisors or technical personnel. Each business unit organised various training program based on individual business needs such as key account management, effective selling skills, technical skills and Total Quality Management. In order to continue achieving the Group's mission of cultivating a positive and conducive work environment, a High Performance Re-alignment program and Job Evaluation Workshop were organised at the Group level for the business units.

Various social activities were also conducted in the Group to reinforce camaraderie and team spirit. The dairies division organised their Family Day with the theme "F&N Number 1" at Sunway Lagoon whilst the theme for the soft drinks division was "Sunshine and Fun" which was held at a beach resort. The glass division had their festive celebration during Prophet Muhammad's Birthday in the true spirit of Muhibbah.

In keeping with the tradition of recognising the long service of employees in the Group, a total of 52 employees were awarded for their services of more than 10 years.

The Group's total workforce at the end of the financial year was 4,239 employees.

19



Interaction Management Program  
for Managers/Executives.

Program Interaksi Pengurusan  
bagi Pengurus/Eksekutif.

*Kumpulan F&N memperuntukkan sumber kewangan dan pengurusan yang besar untuk kebajikan, motivasi dan latihan kemahiran kakitangan.*

*Semua peringkat kakitangan telah mendapat manfaat daripada latihan, tidak kira sama ada mereka bertugas sebagai eksekutif, penyelia atau kakitangan teknikal. Setiap unit perniagaan menganjurkan pelbagai program latihan berdasarkan keperluan khusus perniagaan masing-masing seperti pengurusan akaun penting, kemahiran jualan yang berkesan, kemahiran teknikal dan Pengurusan Kualiti Menyeluruh. Demi mencapai wawasan Syarikat untuk memupuk suasana kerja yang positif dan sesuai, satu program Penjajaran Semula Prestasi Tinggi dan Bengkel Penilaian Kerja telah dianjurkan di peringkat Kumpulan bagi unit-unit perniagaan.*

*Pelbagai aktiviti sosial juga telah dianjurkan di dalam Kumpulan untuk mengeratkan silaturrahim dan menguatkan semangat berpasukan. Bahagian produk tenusu telah menganjurkan Hari Keluarga dengan tema "F&N Nombor 1" di Sunway Lagoon, sementara bahagian minuman ringan pula telah mengadakan acara yang sama bertemakan "Keceriaan dan Kegembiraan" di sebuah pusat peranginan tepi pantai. Bahagian kaca pula telah menganjurkan sambutan perayaan sempena Maulidur Rasul, dengan semangat Muhibbah yang sejati.*

*Bagi meneruskan tradisi Kumpulan mengiktiraf kakitangan yang telah lama berkhidmat, seramai 52 kakitangan tempatan telah diberi anugerah kerana berkhidmat selama lebih daripada 10 tahun.*

*Pada akhir tahun kewangan, Kumpulan mempunyai sejumlah 4,239 kakitangan.*