



by redemption coupons for entry into selected theme parks and entertainment outlets. These campaigns helped to counter our competition in supermarkets, petrolmarts and major provision stores.

During the year, a Consumer Information Centre was set-up to record and monitor the responsiveness of the company to complaints. This centre proved particularly useful in addressing concerns raised following the experience of Coca-Cola in Belgium.



Surplus production lines in Johore Bahru and Butterworth were discontinued in an effort to match capacity with the current market reality. These rightsizing measures were successfully implemented towards the end of the financial year.

Various other efforts to enhance productivity and build management efficiencies included the implementation of the JD Edwards suite of enterprise software to provide timely management information. It is also part of the plan activated some years ago to prepare the soft drinks operation for Y2K compliance and readiness.

100Plus dalam bungkus *Bag-in-Box* baru, yang direkabentuk bagi saluran fountain dan mesin jualan terbukti mendapat sambutan hangat terutama daripada para pengguna sekolah. Satu lagi aktiviti yang berjaya menjana volum adalah promosi "**Twin-Clip**" – tawaran bernilai bagi pembelian dua pek PET dan "**Mega Value Pack**" bungkus 6 tin mudah yang disertakan dengan kupon tukaran untuk memasuki beberapa taman tema dan pusat hiburan terpilih. Kempen ini melawan persaingan di pasar raya, kedai stesen minyak dan kedai runcit utama.

Pada tahun ini, sebuah Pusat Maklumat Pengguna telah ditubuhkan untuk merekod dan memantau tahap maklum balas operasi terhadap aduan yang dikemukakan. Penubuhan pusat ini terbukti bermanfaat untuk menyelesaikan masalah yang timbul dengan meneladani pengalaman yang dilalui oleh Coca-Cola Belgium.

Lebih barisan pengeluaran di Johor Bahru dan Butterworth telah diberhentikan sebagai usaha untuk memadankan kapasiti dengan suasana pasaran semasa. Langkah penyesuaian saiz operasi ini telah dilaksanakan menjelang akhir tahun kewangan ini.

Berbagai usaha lain untuk mempertingkatkan produktiviti dan membina kecekapan pengurusan turut melibatkan pelaksanaan suite perisian perniagaan JD Edwards untuk menyediakan maklumat pengurusan tepat pada masanya. Ia juga merupakan sebahagian daripada rancangan yang digerakkan sejak beberapa tahun lepas untuk mempersiapkan operasi minuman ringan supaya mematuhi dan bersedia menghadapi Y2K.

dAIRY PRODUCTS

bARANGAN TENUSU

In the wake of the recession, demand for most of the dairy products declined in volume terms; however, overall turnover held steady.

Despite a decline in consumption, sales of **F&N Sweetened Condensed Milk** and **Evaporated Milk** continued to grow at the expense of competition. Both categories achieved leadership with a market share in excess of 40% in the later part of the year.

During the year, several marketing programmes aimed at strengthening the core products were activated. Foremost on the list was the creation of the first National “**Cabaran Teh Tarik**” Contest. The contest was aired on national television for some weeks in collaboration with RTM Malaysia and culminated in a final live telecast that captured the traditional essence of Teh Tarik as Malaysia’s favourite beverage.

Riding on the success of this programme, a new product variant known as “the **F&N Teh Tarik Dairy Creamer**” was introduced. A national consumer contest was also organised in conjunction with the launch. Another notable television programme sponsored during the year was a cooking show

Kemelesetan ekonomi telah mengakibatkan kemerosotan dari segi volum permintaan ke atas kebanyakan barangan tenusu; namun keseluruhan perolehan kekal teguh.

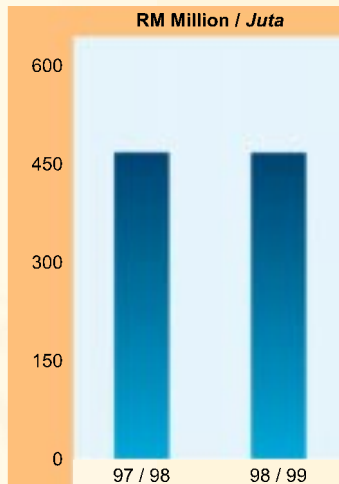
*Walaupun menghadapi masalah penurunan penggunaan, jualan bagi **Susu Pekat Manis** dan **Susu Sejat F&N** terus berkembang mengatasi persaingan. Kedua-dua kategori susu ini mencapai kepimpinan dengan penguasaan bahagian pasaran melebihi 40% pada lewat tahun ini.*

*Pada tahun ini beberapa program pemasaran telah dilancar untuk mengukuhkan berbagai barangan utama. Pengenalan Pertandingan “**Cabaran Teh Tarik**” Peringkat Kebangsaan yang menduduki senarai utama dalam program promosinya, telah disiarkan di televisyen seluruh negara dengan kerjasama RTM. Kemuncak program ini disudahi dengan siaran langsung peringkat akhir yang menampilkan citarasa tradisi teh tarik sebagai minuman kegemaran rakyat Malaysia.*

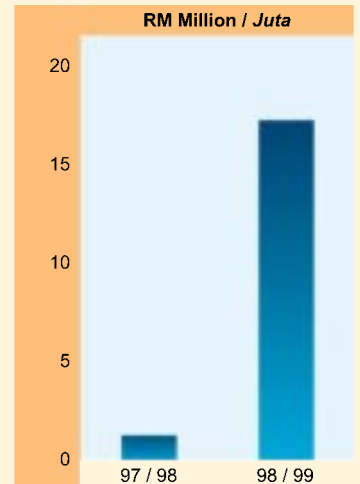
*Berdasarkan kejayaan program tersebut, satu varian barangan baru yang dikenali sebagai “**Krimer Tenusu Teh Tarik F&N**” telah diperkenalkan. Satu pertandingan pengguna*



Turnover / Perolehan



Profit before taxation / Keuntungan sebelum cukai



featuring Puan Zaidah, a celebrity chef. A series of eight programmes were shown during the Hari Raya and Chinese New Year festivities.



Teh Tarik peringkat kebangsaan juga telah dianjurkan bersempena dengan pelancaran tersebut. Satu rancangan memasak yang menampilkan Puan Zaidah, seorang jurumasak selebriti, merupakan satu lagi program televisyen yang diminati ramai tajaan kami pada tahun ini. Satu siri 8 program telah disiarkan pada Hari Raya dan Tahun Baru Cina.

Other marketing activities undertaken included the successful launches and re-positioning of the UHT range of milk products to cater to more health conscious consumers. Three new variants of **Magnolia Fresh Milk, High Calcium** and **Super Slim** were added to the range.

The pasteurised products division achieved a revenue increase of 80% over its previous year aided by an expansion of direct distribution, introduction of new products and a successful penetration of fresh milk into major coffee chains.

Daisy Hi-Lo, a low-fat and high-calcium pasteurised milk, targeted at young adults, captured a market share of about 25% within 12 months of its launch. The quality of **Magnolia Fresh Milk** was further improved with a double-sealed cap to retain freshness. Fruit juices under the **Sunkist** and **Fruit Tree** brands were further improved and re-introduced in new 1.89-litre gable top packaging (a first in Malaysia) in the later part of the year.

*Beberapa aktiviti pemasaran lain yang dijalankan meliputi kejayaan pelancaran dan peletakan semula imej barangan susu jenis UHT untuk memenuhi keperluan para pengguna yang mementingkan kesihatan. Tiga varian baru yang terdiri daripada **Magnolia Fresh Milk, High Calcium** dan **Super Slim** telah ditambah kepada jenis barangan UHT sedia ada.*

Operasi tenusu bagi bahagian barangan dipastur mencapai pertambahan hasil sebanyak 80% berbanding pada tahun sebelumnya yang dibantu melalui pengembangan pengedaran langsung, pengenalan barangan baru dan kejayaan penembusan susu segar ke dalam kedai kopi terkemuka.

Daisy Hi-Lo, susu rendah lemak dipastur dan berkalsium tinggi yang disasar kepada golongan dewasa muda berjaya menguasai 25% bahagian pasaran dalam tempoh 12 bulan selepas dilancarkan. Kualiti **Magnolia Fresh Milk** telah dipertingkatkan lagi dengan tudung dua penutup bagi mengekalkan kesegarannya. Jus buah-buahan berjenama **Sunkist** dan **Fruit Tree** yang dipertingkatkan lagi dan diperkenalkan dalam pek gable top 1.89 liter (yang pertama di Malaysia) pada lewat tahun ini. Varian baru seperti jus **Epal** dan **Anggur** juga telah diperkenalkan kepada jenis barangan **Sunkist**.





New variants such as **Apple** and **Grape** juices were also added to the **Sunkist** range.

To meet the increase in demand for such products, a new RM15 million pasteurised plant was installed towards the end of the financial year. The plant in Petaling Jaya is capable of producing pasteurised products in various modern packages.

The ice cream business was especially hard hit by the recession. Nevertheless, marketing activities continued to be pursued to enhance brand visibility in key supermarkets and other high traffic outlets. During the year, 20 new products were introduced and new imageries were created for the **Magnolia** and **Meadow Gold** brands. In a move to differentiate our products from competition, the packaging for the **Magnolia** ice cream range was changed to a new attractive colour-coordinated oval tub.



Bagi memenuhi pertambahan permintaan barangan sedemikian, sebuah loji pastur bernilai RM15 juta telah dipasang menjelang akhir tahun kewangan ini. Loji di Petaling Jaya ini berupaya mengeluarkan barangan dipastur dalam berbagai pek moden.

Kemelesetan adalah punca utama yang menjejaskan perniagaan ais krim. Walau bagaimanapun, berbagai aktiviti pemasaran telah diteruskan bagi mempertingkatkan daya penglihatan jenama di pasaraya-pasaraya utama dan saluran runcit lain yang mempunyai aliran trafik tinggi. Pada tahun ini, 20 barangan baru telah diperkenalkan dan imej baru juga telah dicipta untuk jenama **Magnolia** dan **Meadow Gold**. Barangan ais krim **Magnolia** telah diubah dalam bentuk oval tub dengan koordinasi warna menarik yang baru sebagai usaha untuk membezakan barangan kami daripada persaingan.



g LASS PACKAGING

p EMBUNGKUSAN KACA

The oversupply situation in the domestic market continued throughout the year with margins remaining under pressure from competition. Although sales volume for the year saw a 6% increase over the previous year, revenue declined as a result of depressed selling prices.

Export markets were further developed during the year, helped by the depreciated Ringgit. Although margins were tight, export sales assisted cash flow and enabled optimal utilisation of production resources. Some 45% of capacity was exported to markets in Singapore, Hong Kong, Vietnam, Myanmar, Papua New Guinea, Philippines, Cambodia and Mauritius. In the previous year, exports had accounted for 32% of capacity.

The three furnaces in Johore Bahru with a total capacity of 380 tonnes / day operated at full capacity throughout the year producing flint, amber and green bottles for both the domestic and export markets. A weaker Ringgit resulted in higher fuel and gas prices during the year. Similarly affected were some imported



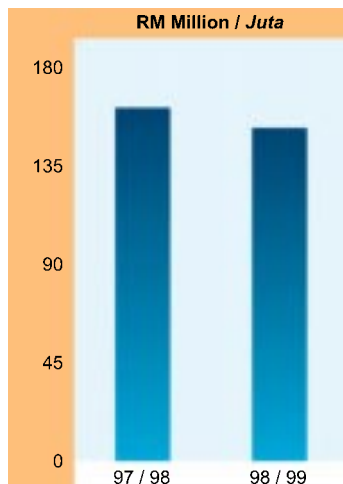
Situasi lebih bekalan di pasaran dalam negeri berterusan sepanjang tahun dengan margin kekal dilanda tekanan daripada persaingan. Walaupun volum jualan bagi tahun ini mencatatkan pertambahan sebanyak 6% berbanding pada tahun sebelumnya, hasil susut disebabkan oleh kemelesetan harga jualan.

Penyusutan nilai Ringgit telah membantu mengembangkan lagi pasaran eksport pada tahun ini. Walaupun margin adalah kecil, namun jualan eksport mampu membantu aliran tunai dan membolehkan penggunaan sumber pengeluaran secara optimum. Kira-kira 45% daripada kapasiti dieksport ke Singapura, Hong Kong, Vietnam, Myanmar, Papua New Guinea, Filipina, Kemboja dan Mauritius. Pada tahun sebelumnya, eksport merupakan 32% daripada kapasiti.

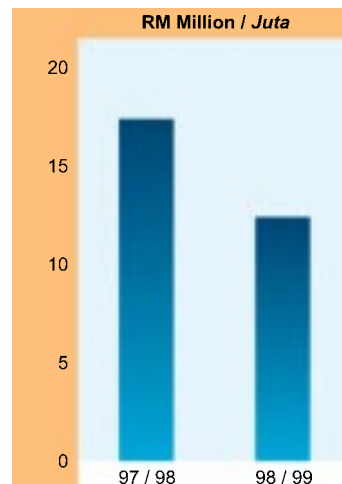
Ketiga-tiga relau di Johor Bahru dengan kapasiti berjumlah 380 tan/hari beroperasi pada kapasiti penuh sepanjang tahun dengan mengeluarkan botol flint, perang dan hijau untuk pasaran dalam negeri dan eksport.



Turnover / Perolehan



Profit before taxation / Keuntungan sebelum cukai



materials. These cost increases could not be passed on to customers due to poor domestic demand. The operation's strong emphasis on customer service has helped it to defend its domestic market share, despite intense competition.

In Vietnam, domestic sales volume dipped 11% during the year whilst revenue decreased by 17%, also the result of depressed selling prices arising from regional competition and poor domestic demand.

The single 160 tonnes per day furnace in Ho Chi Minh City operated at full capacity throughout the year, with exports making up for the decline in domestic volume. The main export markets were Hong Kong, Taiwan and the Philippines.

No rebuilding of furnaces was necessary during the year. The only major capital expenditure was for the installation of an additional decorating line in the Ho Chi Minh City plant to meet the growth in demand for printed containers.

Kelemahan nilai Ringgit menyebabkan kos tenaga bahanapi dan gas bertambah tinggi pada tahun ini. Bahan-bahan yang diimport juga turut terjejas. Kelemahan permintaan dalam negeri menyebabkan pertambahan kos ini tidak dapat dimasukkan ke dalam harga jualan kepada para pengguna. Walaupun menghadapi persaingan hebat, keteguhan tumpuan operasi ini terhadap perkhidmatan pelanggan telah membantu mempertahankan bahagian pasaran dalam negerinya.

Di Vietnam, volum jualan dalam negeri susut sebanyak 11% pada tahun ini sementara hasil pula berkurangan sebanyak 17% yang turut disebabkan oleh kelembapan harga jualan akibat persaingan serantau dan kelemahan permintaan dalam negeri.

Relau tunggal 160 tan sehari di Bandaraya Ho Chi Minh beroperasi pada kapasiti penuh sepanjang tahun dan eksport telah menampung penyusutan volum dalam negeri. Pasaran eksport utama terdiri daripada Hong Kong, Taiwan dan Filipina.

Tiada relau baru dibina semula pada tahun ini. Satu-satunya perbelanjaan modal utama pada tahun ini ialah pemasangan barisan hiasan tambahan di Loji Bandaraya Ho Chi Minh bagi memenuhi pertambahan permintaan untuk bekas bercetak.



h HUMAN RESOURCE

SUMBER MANUSIA

A dedicated and trained workforce is a prerequisite in a competitive environment of change. Machinery that manufacture our group products can be replaced or made to operate at higher speed and output. However, competitors can also invest in similar machinery. What differentiates a company is the competency of its human resource and their commitment to corporate objectives.

Developing employee competencies to support immediate and future requirements of our businesses is always a challenge. During the year, each of the Group's core operation continued to conduct training programmes to upgrade the skills of their workforce. For example, the glass operation conducted a series of workshops on statistical process control and computer applications to equip employees with the skills to operate sophisticated machinery.

Support for employee-related activities that build goodwill and teamwork continues to be encouraged to ensure a favourable industrial climate exists. Activities supported include numerous picnics and family day programmes that are held annually in all locations, where

Dalam sebuah persekitaran perubahan yang bersaing, tenaga manusia yang berdedikasi dan terlatih adalah satu keperluan penting. Mesin yang mengeluarkan barangan Kumpulan kami boleh diganti atau diatur untuk beroperasi pada kadar kelajuan dan output yang lebih tinggi. Walau bagaimanapun, para pesaing juga boleh melabur untuk mendapatkan mesin yang serupa. Apa yang membezakan sesebuah syarikat ialah kecekapan sumber tenaga manusianya serta komitmen mereka terhadap objektif korporat.



Langkah membentuk kecekapan kakitangan supaya dapat menyokong keperluan segera dan masa depan perniagaan kami sentiasa merupakan satu usaha yang mencabar. Pada tahun ini, setiap operasi teras Kumpulan telah meneruskan usaha menjalankan program latihan bagi mempertingkatkan kemahiran sumber tenaga manusia masing-masing. Operasi kaca misalnya, telah menjalankan satu siri latihan dalam kawalan proses statistik dan aplikasi komputer untuk memperlengkapkan kemahiran kepada kakitangan mengendalikan mesin yang canggih.

Sokongan terhadap aktiviti berkaitan kakitangan yang membina semangat muhibah dan memupuk semangat berpasukan di kalangan mereka sentiasa diberi galakan untuk



the group operates. During these events, recognition is accorded to long service employees. During the year, long service awards were handed out to 55 employees. Out of this, it is heartening to note that 39 employees each chalked up 25 years service; 3 employees had worked in the Group for over 35 years.

During the year, collective agreements with three unions within the Group were concluded in a cordial and peaceful industrial climate despite challenges faced by both management and unions in a difficult economic environment.

Total employment in the group was reduced to 4,120 from 4,228 a year ago.

memastikan kewujudan sebuah iklim perindustrian yang sihat. Aktiviti-aktiviti yang diberi sokongan meliputi beberapa program perkelahan dan hari keluarga yang diadakan setiap tahun di setiap lokasi di mana Kumpulan beroperasi. Ketika aktiviti-aktiviti ini dijalankan, pengiktirafan diberi kepada kakitangan yang telah lama menyumbang perkhidmatan. Anugerah khidmat lama telah disampaikan kepada 55 orang kakitangan pada tahun ini. Kami bangga kerana daripada jumlah tersebut, 39 kakitangan telah mencapai tempoh perkhidmatan 25 tahun dan 3 kakitangan lagi telah berkhidmat lebih 35 tahun bersama Kumpulan.

Pada tahun ini, perjanjian kolektif dengan tiga kesatuan sekerja dalam Kumpulan telah dimeterai dalam suasana yang mesra dan aman walaupun pengurusan dan kesatuan sekerja berhadapan dengan cabaran akibat persekitaran ekonomi yang sukar.

Jumlah gunatenaga Kumpulan berkurangan daripada 4,228 orang pada tahun lepas kepada 4,120 pada tahun ini.



COMMUNITY INVOLVEMENT

PENGLIBATAN KEMASYARAKATAN

Despite the economic uncertainties, support and contribution to community activities continued throughout the year, albeit in a smaller way. Involvement by group operations was by way of sponsorships towards the various sporting and cultural events.

Amongst the sporting activities, soccer continued to be supported via the Football Association of Malaysia and its affiliates. The PJ Half Marathon, Ipoh Master badminton, the Penang International Mountain Bike Championship are some of the other events with international exposure. The PJ Half Marathon is an event that the group has been associated with since its inception 15 years ago. Held annually in Petaling Jaya, over 5,000 runners from all age groups took part in this year's event to promote friendship and a joyful camaraderie among local residents.

As part of our efforts to promote environmental preservation, our glass operation continued to embark on glass recycling projects. One such project was with the Kiwanis Club of Johor Bahru, an organisation dedicated to community services. Proceeds from the recycling project were channelled to fund the Kiwanis Down's Syndrome Centre and the club's other community projects. A total of 40 recycling centres were set up during the year.

In Vietnam, community involvement and interaction among employees was encouraged by way of an annual sports cum family day. In the year under review, the employees and union committee of Malaya-Vietnam Glass Ltd were awarded a Certificate of Appreciation by the Ho Chi Minh City Union for their dedicated service.

Walaupun berhadapan dengan keadaan ekonomi yang tidak menentu, namun sokongan dan sumbangan kepada aktiviti kemasyarakatan, sungguhpun kecil, tetap diteruskan pada tahun ini. Penglibatan operasi Kumpulan adalah melalui tajaan bagi berbagai acara sukan dan kebudayaan.

Antara aktiviti sukan tersebut, bolasepak terus diberi sokongan melalui Persatuan Bolasepak Malaysia dan persatuan gabungannya. PJ Half Marathon, Ipoh Master Badminton, Kejohanan Basikal Gunung Antarabangsa Pulau Pinang adalah antara beberapa acara yang mendapat liputan antarabangsa. Acara PJ Half Marathon adalah suatu acara yang turut disokong oleh Kumpulan sejak ia diperkenalkan 15 tahun lepas. Acara yang diadakan setiap tahun di Petaling Jaya yang bertujuan untuk memupuk semangat persahabatan dan kemesraan di kalangan penduduk setempat, telah disertai oleh lebih 5,000 pelari dari semua peringkat umur pada tahun ini.

Operasi kaca terus menjalankan projek pengkitaran semula kaca sebagai sebahagian daripada usaha kami untuk menggalakkan pemuliharaan alam sekitar. Salah satu projek sedemikian telah dianjurkan bersama-sama Kelab Kiwanis Johor Bahru, sebuah organisasi yang menjalankan berbagai usaha perkhidmatan kemasyarakatan. Kutipan daripada projek kitaran semula tersebut telah disalurkan untuk membiayai projek Pusat Down Syndrome Kiwanis dan berbagai projek kemasyarakatan lain kelab ini. Sebanyak 40 pusat pengkitaran semula telah didirikan pada tahun ini.

Di Vietnam, penglibatan dan interaksi kemasyarakatan di kalangan kakitangan digalakkan melalui acara sukan dan hari keluarga tahunan. Pada tahun yang ditinjau, kakitangan dan jawatankuasa kesatuan sekerja Malaya-Vietnam Glass Ltd telah diberi Sijil Penghargaan oleh Ho Chi Minh City Union kerana telah menyumbang perkhidmatan yang berdedikasi.

