

Headline **Dutch Lady Looking For 1 Billion Income Within 3 years**
Date **22 Jun 2010**
MediaTitle **Nanyang Siang Pau**
Section **Business**
Journalist **N/A**
Frequency **Daily**
Circ / Read **114,049 / 250,000**

Language **Chinese**
Page No **C2**
Article Size **149 cm²**
Color **Full Color**
ADValue **1,789**
PRValue **5,367**



推动乳制品消费

子母牌放眼 3 年达致 10 亿营收

(吉隆坡 21 日讯) 子母牌 (DLady, 3026, 主板消费产品股) 期望通过创新、品牌多样化和推动乳制品消费活动, 放眼在未来 3 年内达到 10 亿令吉的营业额水平。

子母牌 2009 财政年的营业额和净盈利, 分别达 6 亿 9185 万令吉和 6040 万令吉, 如今是国内最大的乳制品商, 占了 19% 的市场份额。

子母牌董事经理塞巴斯温登柏在接受《商业时报》专访时表示, 该公司设下的 10 亿令吉营业额目标, 或可比预期的 3 年更早达到目标。

目前, 国内乳制品市场每年的成长率达 10%。

子母牌市场董事拉胡克拉克表示, 占了该公司 60% 销量贡献的婴儿和儿童营养产品, 和占了 30% 销量的液体牛奶, 将继续推动着子母牌营业额的成长。该公



司其余 10% 营业额, 是来自浓缩奶和 Joy 品牌的果汁产品。

仍有增长空间

他说, 子母牌将专注在继续推广牛奶产品的营养价值, 来推高市场消费和其销量。

目前, 大马人每人每日消费的乳制品只占了约 25 公升, 远远低于欧洲人媒体的每人每日消费的 70 至 120 公升乳制品。

因此, 拉胡克拉克相信国内市场还有相当大的成长空间, 扩大市场的规模, 而不是同业互抢走对方销量的竞争。