



(於開曼群島註冊成立之有限公司)
(股份代號：6811)

太興集團公佈 2021 年全年業績 收益增加 13.4% 至 3,173 百萬港元

* * * * *

「敏華冰廳」及「亞參雞飯」品牌持續為集團增長帶來驅動力
優化內部管理 靈活業務策略 業績顯著提升

業績摘要

- 集團積極提高業務韌性，降本增利，收益增加13.4%至3,173百萬港元（2020年財年：2,797.9百萬港元），扭轉去年的跌勢
- 毛利及毛利率分別為2,294.7百萬港元（2020財年：1,976.3百萬港元）及72.3%（2020年：70.6%）
- 本公司股東應佔溢利為99.7百萬港元（2020年財年：119.0百萬港元）
- 董事會建議派發末期股息每股4.95港仙，2021財年股息為每股7.45港仙，派息比率為75%
- 「敏華冰廳」的收益顯著增長54.2%至760.5百萬港元；「亞參雞飯」的收益亦錄得大幅增長414.9%至145.2百萬港元
- 倘撇除香港政府「保就業」計劃之津貼、政府補貼及租金減免，業績表現比2020財年顯著改善，彰顯集團業務模式的韌性提高

(香港訊，2022年3月29日) 在香港、中國內地、澳門及台灣擁有接近220間餐廳的餐廳網絡，源自香港的多元品牌休閒餐飲集團**太興集團控股有限公司**（「太興集團」或「集團」；股份代號：6811）今天公佈其截至2021年12月31日止年度（「回顧年度」或「2021財年」）的全年業績。

集團在疫情下積極優化內部及餐廳管理，致力穩定運營和降本增利，以提高其韌性，這使集團在回顧年度取得令人滿意之整體業績。集團的整體收益按年增長13.4%至3,173百萬港元（2020財年：2,797.9百萬港元）。毛利及毛利率分別為2,294.7百萬港元（2020財年：1,976.3百萬港元）及72.3%（2020財年：70.6%）。本公司股東應佔溢利為99.7百萬港元（2020財年：119.0百萬港元）；倘撇除2020財年香港政府「保就業」計劃之津貼、政府補貼及租金減免，集團2021財年之業績表現比2020財年顯著改善。每股基本盈利為9.94港仙（2020財年：11.89港仙）。

此外，集團憑藉審慎之理財政策，使其財務狀況得以維持穩健，並具備充足現金及穩定之營運現金流量，有助其抵禦當前逆境並推動業務進一步增長。於2021年12月31日，集團之銀行貸款已全數還清，其現金及現金等價物為452.6百萬港元（於2020年12月31日：562.1百萬港元）。

董事會議決，建議就截至2021年12月31日止年度派發末期股息每股普通股4.95港仙。連同2021財年派發之中期股息2.50港仙，股息總額將為7.45港仙。

業務回顧

於2021年12月31日，集團餐廳網絡有217間餐廳，分別位於香港、中國內地、澳門及台灣，以休閒餐飲品牌經營。

「敏華冰廳」繼續成為收益增長的主要驅動力之一，亦為集團第二大的收益來源。回顧年度，收益顯著增長54.2%至760.5百萬港元（2020財年：493.2百萬港元），佔總收益24.0%（2020財年：17.6%），在疫情中，充分展現了其強勁的品牌韌性。「敏華冰廳」於回顧年度是眾多品牌中開設最多門店之品牌，集團策略性地於香港及中國內地分別增設了7間及13間新店，令此品牌的餐廳總數目達至58間，進而發揮最佳績效。

於回顧年度，東南亞美食品牌「亞參雞飯」的收益增長速度令其從眾多品牌中脫穎而出，按年大幅增加414.9%至145.2百萬港元（2020財年：28.2百萬港元）。鑒於「亞參雞飯」的菜單選項更通用，人手需要相對較少，集團相信這種營運模式對其未來發展及競爭力不容小覷。隨著「亞參雞飯」之市場反應熱烈，集團乘勝追擊，於香港的核心商業區及住宅區增設7間分店，並於九月在中國內地開設首間「亞參雞飯」，冀能為其開拓中國內地分店網絡。

集團之旗艦品牌「太興」繼續發揮強韌且穩定的表現。於回顧年度，「太興」錄得收益1,464.0百萬港元（2020財年：1,472.1百萬港元），佔總收益46.1%，繼續成為集團之最大收益來源。於2021年下半年，集團陸續推出「太興」品牌之營銷推廣活動，包括全新電視廣告「太好又燒 太好味道」，且破格推出全新期間限定升級版「金箔叉燒」，吸引了消費者的青睞及提升品牌形象，成功以低營銷成本下取得高效益。

「茶木」仍為集團第三大收益來源，收益達364.6百萬港元（2020財年：398.2百萬港元），佔總收益之11.5%（2020財年：14.2%）。於回顧年度，集團積極透過線上線下營銷活動來加強推廣「茶木」品牌，並將計劃透過為其設計全新菜單組合，調整營銷策略，以貼近市場趨勢，冀為顧客帶來嶄新形象的「茶木」。

於回顧年度，新品牌「餃子馱」已於香港開設首間及第二間分店，短短一年已為集團帶來收益貢獻；「點煲」的營業表現超乎預期，集團會致力發揮其市場潛力，冀培育其成為另一新「星級品牌」。

前景

集團銳意繼續透過多元品牌業務模式，以審慎的營銷策略維護及抓緊擴大其市場佔有率的良機。在香港，憑藉於打造「敏華冰廳」及「亞參雞飯」等高回報、高增長品牌之卓越經驗，集團將培育更多具潛質的獨特品牌，吸納更廣大的顧客群；集團亦將進一步優化餐廳網絡，從而提升其市場滲透率。在中國內地，為配合疫情新消費需求，集團將逐步優化及整頓餐廳網路，且重點聚焦於大灣區。此外，集團將緊貼速食潮流，亦將策略性地以其形式發展餐廳網路，目標選址高客流量地段，並選擇面積相對較小之鋪位，以主力提供需求持續上升的外賣服務。

太興集團洞悉餐飲業走向數碼化及融入創新科技為大勢所趨，故將投放更多資源，引入先進科技系統及經營設備，以升級現有信息技術系統及加強大數據應用，藉此找出更多潛在商機，從而提升營運效率以及高效控制成本，以維持集團在區內休閒餐飲行業的領導地位和業內競爭力。其中，集團首個綜合流動應用程式很快逐步面世，這不僅能為顧客提供一站式外賣下單服務，亦能借助此平台建立顧客對集團的忠誠度，強化顧客關係管理，且能迅速將品牌的最新消息直接傳遞至顧客，同時樹立品牌形象。

太興集團主席兼執行董事陳永安先生表示：「我們將會繼續以審慎及務實的態度，致力提升內部營運管理層次，重新審視餐廳網絡策略，且嚴謹控制成本，致力提高集團的韌性。此外，我們亦會密切關注疫情對集團的營運影響及消費者對餐飲模式改變等，從中抓緊契機，穩步鞏固及擴張業務，務求在疫情過後，再創輝煌成績。」

- 完 -

有關太興集團控股有限公司

太興集團控股有限公司（「太興集團」）為源自香港的多元品牌休閒餐飲餐廳集團。除旗艦品牌「太興」外，集團透過自創、收購及授出特許權成功壯大品牌組合，當中包括「茶木」、「靠得住」、「敏華冰廳」、「錦麗」、「飯規」、「瓊芳冰廳」、「亞參雞飯」、「稻埕」、「點煲」、「餃子馱」、「興爺大排檔」、「鹵致號」及「蓉芳」。目前，太興集團的餐廳網絡共有接近 220 間餐廳，遍佈香港、中國內地、澳門及台灣。

新聞垂詢

縱橫財經公關顧問有限公司

李慧媛
蘇嘉麗
梁頌欣

電話: (852) 2864 4829
電話: (852) 2864 4826
電話: (852) 2864 4862

電郵: iris.lee@sprg.com.hk
電郵: heidi.so@sprg.com.hk
電郵: vivienne.leung@sprg.com.hk