



**太興集團公佈2019年全年業績
收益按年增長4%至32.5億港元
經調整溢利為1.35億港元**

* * * * *

**強勢推出 6 款全新罐裝食品產品及加強外送服務
以應對目前市況並擴大收入來源**

業績摘要

- 2019 財年收益增加約 4.0% 至 3,252.3 百萬港元 (2018 財年: 3,126.1 百萬港元)
- 毛利率維持於 71.3% 的穩定水平 (2018 財年: 71.6%)
- 2019 財年經調整溢利¹ 為 135.0 百萬港元 (2018 財年: 153.3 百萬港元)，經調整溢利率為 4.2% (2018 財年: 4.9%)
- 於今年第二季推出六款全新罐裝食品產品以抓緊「在家用膳」持續增長的需求；同時透過加強與中國內地及香港領先第三方外送平台的合作關係，把握外送業務的增長潛力
- 全年股息總額為每股 5.04 港仙，派息比率為 65.3%

(香港訊，2020年3月27日) 在香港、中國內地、澳門及台灣擁有超過 200 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 2019 年 12 月 31 日止年度（「回顧年度」或「2019 財年」）的全年業績。

於回顧年度，集團收益按年增長 4.0% 至 3,252.3 百萬港元 (2018 財年: 3,126.1 百萬港元)。收益增加主要歸因於集團主要市場的餐廳營運收益上升，加上旗艦品牌「太興」及組合內較年輕的品牌，特別是「敏華冰廳」及「錦麗」表現穩定所致。

集團毛利為 2,319.7 百萬港元 (2018 財年: 2,239.0 百萬港元)，毛利率維持穩定於 71.3% (2018 財年: 71.6%)。本公司股東應佔溢利為 76.9 百萬港元 (2018 財年: 304.9 百萬港元)，主要歸因於回顧年度及 2018 財年錄得多個一次性非經常項目。倘撇除於 2018 財年錄得出售分類為持作出售的非流動資產之一次性收益、回顧年度內的一次性上市開支及推行一項新會計政策（香港財務報告準則第 16 號租賃，自 2019 年 1 月 1 日或之後開始的期間生效）的影響，本公司股東應佔經調整溢利¹ 應錄得 135.0 百萬港元 (2018 財年: 153.3 百萬港元)。每股基本盈利為 8.65 港仙 (2018 財年: 40.66 港仙)。

¹經調整溢利不包括(i)上市開支；(ii)於 2018 財年確認的出售分類為持作出售非流動資產的收益；及(iii)採納香港財務報告準則第 16 號租賃產生的影響

為與股東分享集團成果，董事會議決，建議就截至2019年12月31日止年度派發末期股息每股普通股1.80港仙。連同年內派發的中期股息，全年股息總額為5.04港仙，派息比率為65.3%。

業務回顧

於2019年12月31日，集團餐廳網絡有205間餐廳，遍佈香港、中國內地、澳門及台灣，以11個休閒餐飲品牌經營。

「太興」作為集團的旗艦品牌，繼續成為主要收益來源。於回顧年度，「太興」餐廳錄得收益1,931.8百萬港元，佔集團總收益59.4%。年內此品牌其中一個重要里程碑不得不提集團於2019年5月在台灣開設首間「太興」餐廳，並大受市場歡迎。

另一方面，「敏華冰廳」連鎖餐廳亦備受市場愛戴，收益按年大幅增加 148.6%至 299.5 百萬港元。該連鎖餐廳亦錄得理想同店銷售增長率 3.2%，其翻座率為 15，表現強勁。繼於2019年7月在廣州開設首間「敏華冰廳」後，集團於年內再在中國內地增設兩間餐廳，顯著擴大了此品牌於中國內地的版圖。為維持出色表現，集團未來將於大灣區及其他潛力龐大的市場繼續推廣「敏華冰廳」品牌。

集團的其他附屬品牌亦於回顧年度表現亮麗。其中，「茶木」於年內持續帶來可觀約521.5百萬港元的收益，佔集團總收益16.0%，繼續成為集團第二大收益來源。「錦麗」收益按年上升43.9%至138.4百萬港元，部分歸因於菜單款式增加。至於「靠得住」品牌，收益按年增長12.8%至235.5百萬港元，集團亦於回顧年度在香港及中國內地分別為「靠得住」開設1間及2間分店。

集團亦銳意繼續透過多元品牌策略向顧客提供更多餐飲選擇，三個全新附屬品牌已於回顧年度推出。於1月，集團在旺角以「夫妻沸片」品牌開設首間台式火鍋餐廳；於10月，集團在尖沙咀圓方推出雅緻的「茶餐廳」品牌「瓊芳冰廳」；至12月，集團在中環以「亞參雞飯」品牌開設提供各式東南亞美饌的餐廳。

前景

展望 2020 年，新冠狀病毒疫情爆發預料將對香港和中國內地經濟帶來不同程度的影響。為應對目前艱難的經營環境，集團已制定若干業務策略及推出新措施以推動銷售。

其中，集團將在 2020 年第二季推出 6 款全新罐裝食品產品，包括梅菜扣肉、咖喱牛腩、蕃茄肉醬、香菇肉燥、咖喱雞、五香肉丁等口味，將於集團旗下分店、及香港和中國內地指定網上平台發售，預期將可滿足「在家用膳」持續增長的需求，並為集團帶來新的收入來源。集團未來將繼續善用其東莞食品廠房開發更多罐裝食品和飲料產品，藉此達致擴大收入來源和全面善用產能的雙軌目標。

另一方面，鑑於外送業務的龐大增長潛力，集團將繼續積極與香港及中國內地領先的第三方外送平台合作，以提升外送業務的佔有率。由於對該業務前景深感樂觀，集團自 2019 年起已加大力度壯大其外送業務，特別是 2020 年第一季度爆發新冠狀病毒疫情以來，突顯集團具備足夠能力應付外送訂單增加。此外，集團亦正與多個外送平台攜手合作，通過連結旗下品牌各自的招牌產品以提升知名度，以便顧客需要美食送到府上時，會即時聯想到集團旗下各特色品牌。同時，集團的「T-Factory」手機應用程式亦將有助進一步推動外送業務，並透過收集客戶數據，迅速掌握最新市場趨勢，對菜單作出相關調整及推行營銷活動。

鑑於現時經濟和地緣政治氣候因素，集團對擴展餐廳網絡將抱持審慎態度，並待疫情受控後的適當時機，繼續發展及優化其高增長品牌，包括「敏華冰廳」、「錦麗」及「靠得住」等；並審視其成熟品牌的定位，以按照不同市場需求調整策略。集團亦會探索物色潛在夥伴進軍海外市場的機會，並藉着提供各式各樣佳餚，以滿足全球顧客的口味和喜好，最終推動海外業務擴展及保持增長勢頭。

太興集團主席兼執行董事陳永安先生總結：「儘管所有餐飲企業目前正面對艱難的經營環境，但我對太興集團的長期增長潛力仍然充滿信心，這全賴本集團堅實的業務基礎、以及過去 30 年面對經濟順逆時的豐富經驗。憑藉本集團針對大眾市場的多品牌策略、以及大部份分店位於受經濟周期影響較微的社區鄰里商場，我們有信心本集團在當前經濟下行時仍能保持營運穩健。展望未來，我們將致力發展有效的全渠道商業模式，在完善的餐廳網絡支持下，進一步擴展業務至罐裝食品和飲料產品、並加強外送業務，以推動本集團長遠業務發展。」

- 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」、「東京築地食堂」、「漁牧」、「飯規」、「夫妻沸片」、「瓊芳冰廳」及「亞參雞飯」。目前，太興集團的餐廳網絡共有超過 200 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

電話: (852) 2864 4829

電郵: iris.lee@sprg.com.hk

區美馨

電話: (852) 2864 4815

電郵: maggie.au@sprg.com.hk

陳曦彤

電話: (852) 2864 4851

電郵: queenie.chan@sprg.com.hk