



(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 2022 年全年業績

\* \* \* \* \*

### 嚴控成本效果顯著 毛利率逆市再提升 多元品牌發展策略 迎接疫後復常機遇

(香港訊，2023年3月28日)在香港、中國內地及澳門擁有逾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2022年12月31日止年度（「回顧年度」或「2022財年」）的全年業績。

回顧年度初期，2019冠狀病毒第五波疫情嚴峻，香港特區與內地政府均大幅收緊防疫措施，嚴重打擊餐飲業的經營環境。集團亦無可避免受到影響，2022財年的整體收益為26.75億港元，本公司股東應佔集團虧損為43.2百萬港元（當中包括物業廠房及設備以及使用權資產減值虧損40.2百萬港元）。在不利的營商環境及全球通脹影響下，集團積極優化內部管理及餐廳網絡，迅速採取有效的成本控制措施，多管齊下，令成本有所下降，毛利率更逆市按年提升0.3個百分點至72.6%，展現集團優秀的抗逆能力以及韌性。隨著香港疫情趨向緩和，香港特區政府逐漸放寬防疫措施，消費者開始恢復外出用餐的習慣，加上節日氣氛帶動，香港業務營業額在下半年開始回升，12月尤其明顯。

集團憑藉審慎之理財政策及行之有效的成本控制措施，財務狀況維持穩健，並具備充足現金及穩定之營運現金流量，以推動業務穩定發展。於2022年12月31日，集團沒有銀行借貸，現金及現金等價物約為282.6百萬港元。集團維持穩定的派息政策，並對日後業務復甦充滿信心，董事會議決，建議派付截至2022年12月31日止年度之末期股息每股2.50港仙，連同2022財年派發之中期股息2.50港仙，建議股息總額將為5.00港仙。

#### 業務回顧

於2022年12月31日，集團餐廳網絡有209間餐廳（於2021年12月31日：219間），其中自營餐廳共207間（於2021年12月31日：217間），特許經營餐廳共2間（於2021年12月31日：2間），位於香港、中國內地及澳門分別為158間、50間及1間。

集團新動力「亞參雞飯」逆市增長，收益按年顯著提升33.4%至約1.94億港元，佔集團總收益7.2%。「亞參雞飯」不時推出新款菜式，目前除海南雞飯、喇沙米線等招牌菜式外，更提供多款別具亞洲風味時令菜式及甜品，賦予顧客新鮮感，並鞏固其在東南亞餐廳中的領先品牌地位。部分分店亦增設小菜菜單，以吸引更多家庭顧客，加強於晚市時段的競爭力，提升整體營銷金額。於回顧年度，集團於香港核心商業及住宅區增設5間及內地增設1間「亞參雞飯」，以進一步釋放其增長驅動力。

集團重點拓展的品牌「敏華冰廳」於回顧年度錄得收益約7.20億港元，佔集團總收益26.9%，為第二大收益來源。「敏華冰廳」持續完善菜單組合，包括加入小菜選項，提高晚市時段的客流量，以優化店舖於各個時段的營業額。香港與內地團隊亦實踐強強聯手，透過產品研發、推廣等多方面合作，發揮協同效應。集團更邀請人氣歌手曾比特擔任兩地共同代言人，配合一系列上線下線營銷推廣活動，刺激兩地產品銷量，推高品牌知名度。

台式休閒餐廳「茶木」於回顧年度錄得收益約 2.73 億港元，佔集團總收益 10.2%。適逢品牌創立十週年，「茶木」於回顧年度積極推展品牌革新，包括把部分店舖改裝為全新形象店，並推出新款菜單及供應自家品牌的產品；集團更將又一城及第一城分店重整以精簡輕盈的模式作營運，主打簡易餐牌，務求為顧客締造耳目一新的用餐體驗。

至於集團之旗艦品牌「太興」，於回顧年度持續穩步發展，錄得收益約為 10.53 億港元，佔集團總收益之 39.4%，繼續為眾品牌之冠。於回顧年度，「太興」為打破其傳統形象，於市場注入新鮮感，集團首次引入新生代偶像作產品代言人參與「太興味道 隨時都飲到」廣告，配合不同渠道的宣傳推廣太興罐裝飲品系列，成功吸引年輕客群的關注，成效超乎預期。

憑藉上述核心品牌的紮實基礎，集團得以持續拓展其他不同的餐飲領域，透過構思新穎的品牌概念並用心落實，擴寬收入來源。集團於回顧年度先後開設多個嶄新時尚品牌，包括「Tommy Yummy」及「鳥世一」等，並營運米芝蓮推介的「星記海鮮飯店」，旨在為消費者提供更別具一格的中高端餐飲選擇，擴大不同客源，使集團業務廣泛覆蓋至不同喜好的目標顧客群。

此外，太興集團多年來堅守「太興關愛」精神，堅持身體力行，每年與至少 10 間社福機構合辦義工活動，援助社會上的弱勢社群，關愛社會。同時，集團各業務環節均陸續改用節能設備，致力減少碳排放，提升能源效益，務求透過不同行動以響應環保，關注「碳中和」的趨勢。於回顧年度，集團先後榮獲香港上市公司商會頒發的「ESG 卓越大獎」，以及香港董事學會頒發「傑出董事獎」（董事會類別）等，欣喜得到專業界別的認可。

## 前景

自 2022 年下半年起，香港餐飲市道已漸見曙光。隨著堂食限制逐步解除，配合年尾節日氣氛，食肆人頭湧湧的畫面復現，集團對本港經濟復甦感到樂觀。另一方面，集團未雨綢繆，率先採取多項成本控制措施，整合內部資源，現已整裝待發，以更有效率的營運方式迎接疫後復常的無窮機遇。

目前本港已正式撤銷大部分入境限制，伴隨較早前中國內地防疫政策鬆綁，意味旅遊業已逐步回復正常。有見及此，集團即將增加在香港國際機場的分店，冀為旅客提供更多元化的餐飲選擇；同時正審慎物色各遊客區的鋪位，在選址和租金合適的條件下，或將新增分店，繼續擴闊業務版圖。放眼中國內地，集團密切觀望其疫後復甦狀況，並已作好部署，將重心聚焦於大灣區，屆時將與香港現有的龐大網絡相輔相成，進一步鞏固集團的市場領導地位。

多元品牌已成為集團的核心優勢，而品牌之間聯乘將會是未來的發展策略。集團將鞏固「太興」、「敏華冰廳」、「茶木」及「亞參雞飯」等主要品牌的現有基礎，通過各種途徑如研發新款精美佳餚、設計富有特色的餐單繼續擴展客源，並以交叉營銷的方式帶動其他品牌；同時，集團靈活整合資源，採用精簡輕盈的營運模式，優化營運效率，為消費者提供新體驗，也為集團提升盈利能力。

集團首個綜合流動應用程式亦即將上架，提供電子禮券、外賣自取、外賣速遞和預先點餐等一站式服務，既可增加銷售渠道，減低對外賣平台的依賴，亦可培養顧客的忠誠度，旨在將協同效應發揮極致。往後，集團將繼續增加數碼科技的投入，包括提升現有智能系統的成熟及穩定程度，務求以更理想的營運效率為顧客提供更優質的用餐體驗。

太興集團主席兼執行董事陳永安先生表示：「太興集團歷經三十多載歲月，由最初一間港式燒味快餐店，蛻變成香港自營休閒餐飲集團的領導者之一，背後有賴其多元品牌的核心優勢，以及卓越的內部管理。縱然宏觀經濟仍受加息週期、地緣政治等不明朗因素影響，但相信最壞的時代已跟隨世紀疫情離去。憑著累積多年的營運經驗，以及高瞻遠矚的管理團隊，集團有信心克服未來的種種挑戰，在復甦的路上為股東創造更多價值。」

### 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「敏華冰廳」、「茶木」、「亞參雞飯」、「靠得住」、「錦麗」、「稻埕飯店」、「點煲」、「餃子馱」、「瓊芳冰廳」、「Tommy Yummy」、「烏世一」及「星記海鮮飯店」等。目前，太興集團的餐廳網絡共有逾 200 間餐廳，遍佈香港、中國內地及澳門。

### 新聞垂詢

#### 縱橫財經公關顧問有限公司

蘇嘉麗

電話: (852) 2864 4826

電郵: heidi.so@sprg.com.hk

梁頌欣

電話: (852) 2864 4862

電郵: vivienne.leung@sprg.com.hk

朱偉東

電話: (852) 2864 4892

電郵: addison.chu@sprg.com.hk