



(於開曼群島註冊成立之有限公司)
(股份代號：6811)

太興集團 2020 年的中期收益為 13.2 億港元
稅息折舊及攤銷前盈利(EBITDA)為 1.17 億港元
公司擁有人應佔溢利為 840 萬港元

* * * * *

高潛力品牌如「敏華冰廳」及「阿參雞飯」
成功把握外賣「新常態」

業績摘要

- 2020 年上半年收益減少 19.7% 至 1,316.9 百萬港元 (2019 年上半年：1,639.4 百萬港元)
 - 在香港、澳門及台灣主要業務的收益減少 13.2% 至 1,135.5 百萬港元—外送及外賣業務銷售額增加在一定程度上抵銷了因 2019 冠狀病毒病而實施的社交距離措施所導致人流減少的影響
- 毛利及毛利率分別為 928.4 百萬港元 (2019 年上半年：1,179.5 百萬港元) 及 70.5% (2019 年上半年：71.9%)
- 儘管經營環境充滿挑戰，集團的稅息折舊及攤銷前盈利 (EBITDA) 為 117.1 百萬港元，稅息折舊及攤銷前盈利率為 8.9%
- 2020 年上半年公司擁有人應佔溢利為 8.4 百萬港元
- 董事會議決就截至 2020 年 6 月 30 日止六個月建議派發中期股息每股普通股 1.3 港仙
- 「敏華冰廳」的收益錄得理想增長，於回顧期內在內地及中國內地共增設 7 間餐廳

(香港訊，2020 年 8 月 28 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）剛公佈其截至 2020 年 6 月 30 日止六個月（「2020 年上半年」或「回顧期」）的中期業績。

新型冠狀病毒疫情（「2019 冠狀病毒病」）於 2019 年底爆發，在 2020 年上半年對集團於中國內地、香港、澳門及台灣之業務造成無可避免之不利影響。然而，集團於回顧期內，尤其是在香港，仍能保持穩定的收益，這是由於外送及外賣服務的銷售額激增在一定程度上抵銷了因實施社交距離措施而導致人流減少的影響，以及「敏華冰廳」於回顧期內錄得理想增長並成為集團主要收益來源之一所致。

於 2020 年上半年，集團收益為 1,316.9 百萬港元（2019 年上半年：1,639.4 百萬港元），較去年同期減少 19.7%。香港仍是集團最主要的業務市場，香港、澳門及台灣市場於 2020 年上半年所貢獻收益合共為 1,135.5 百萬港元（2019 年上半年：1,308.1 百萬港元），較 2019 年上半年同期下降 13.2%。就中國內地而言，由於集團大部分餐廳於 2 月暫停營業，以及實施公共衛生措施及封鎖導致顧客流量減少，因此中國內地市場於 2020 年上半年所貢獻的收益為 181.4 百萬港元（2019 年上半年：331.4 百萬港元）。集團旗下的餐廳於 2020 年 3 月逐漸重啟，表現較上一個季度有所改善。

集團毛利及毛利率分別為 928.4 百萬港元（2019 年上半年：1,179.5 百萬港元）及 70.5%（2019 年上半年：71.9%）。儘管集團已於期內積極採取措施控制成本，但仍未能大幅降低部分間接成本。由於 2020 年上半年錄得收益減少，公司股東應佔溢利為 8.4 百萬港元（2019 年上半年：50.3 百萬港元）。公司股東應佔每股基本盈利為 0.84 港仙（2019 年上半年：6.49 港仙）。為與股東分享成果，董事會議決就截至 2020 年 6 月 30 日止六個月建議派發中期股息每股普通股 1.3 港仙。

目前，集團的財務狀況穩健，並擁有充裕的現金及穩定的營運現金流，能夠應付當前逆境並推動未來發展。於 2020 年 6 月 30 日，集團擁有現金及現金等價物 629.2 百萬港元（於 2019 年 12 月 31 日：711.1 百萬港元）。

業務回顧

於 2020 年 6 月 30 日，集團餐廳網絡有 203 間餐廳，遍佈香港、中國內地、澳門及台灣，以 12 個休閒餐飲品牌經營。

集團旗艦品牌「太興」繼續為集團之主要收益來源。回顧期內，「太興」品牌產生總收益 692.6 百萬港元（2019 年上半年：986.8 百萬港元），佔集團總收益 52.6%。「太興」是大眾市場口碑載道之品牌，其大部分餐廳位於購物中心或人口密集的社區，讓其可滿足家庭顧客在「居家工作」日漸流行的情況下之龐大需求。

「敏華冰廳」於回顧期內的表現優於市場，收益大幅增加 85.6% 至 211.2 百萬港元（2019 年上半年：113.8 百萬港元），於 2020 年上半年成為集團第二大收益來源，佔集團於回顧期的總收益 16.0%（2019 年上半年：6.9%）。「敏華冰廳」秉持價廉物美的定價策略，深受香港及中國內地顧客歡迎，令其於市場疲軟之際仍能較許多餐廳更具抗跌能力。因此，集團於 2020 年上半年在香港及中國內地分別開設四間及三間餐廳。為保持其出色的業務表現，集團將於大灣區及其他高潛力市場繼續推動「敏華冰廳」之發展。

「茶木」一直為集團三大收益來源之一，於 2020 年上半年產生收益 204.9 百萬港元（2019 年上半年：274.7 百萬港元），佔集團總收益 15.6%（2019 年上半年：16.8%）。集團將繼續調整品牌組合菜單、實施營銷活動和策略以及優化手機應用程式及外賣平台，以應對不斷變化的消費模式。

集團於上一個財年推出若干新品牌，並樂見在香港中環開設首間餐廳之「亞參雞飯」廣受歡迎，成功吸引該區對外賣訂單有強勁需求的上班族。集團於回顧期內再開設兩間「亞參雞飯」餐廳，主要位於香港核心商業區，以應付該等地區的餐飲需求。

除餐飲業務外，集團亦從事罐裝產品業務。於 2020 年上半年，集團推出六款產品，包括梅菜扣肉、咖喱牛腩、番茄肉醬、香菇肉燥、咖喱雞及五香肉丁。自 2020 年 4 月推出以來，市場反應十分熱烈，首批由集團廠房製造之罐裝產品迅速售罄。集團計劃於 2020 年下半年推出第二批的罐裝食品產品，並將探索更多食品及飲料產品的商機。

前景

展望未來，預期香港及中國內地的整體餐飲行業將受到 2019 冠狀病毒病的影響。然而，集團的業務跨越三十載，故集團有信心能在行業整合之下透過審慎的發展策略在業務上取得新突破。集團已有周詳的業務策略，以緩和逆境帶來的影響以及進一步發展業務及推動銷售。

2019 冠狀病毒病爆發後，「在家用膳」模式日漸普及，帶動對外送及外賣服務之需求。因此，集團將繼續與香港及中國內地之領先第三方外送平台合作，以提升外送業務的佔有率。為進一步提升競爭力，集團將透過不同平台擴展其外賣業務，務求為顧客提供便捷服務之同時，亦可對菜單及營銷活動迅速作出調整；而罐裝食品及飲料產品亦將是集團把握「在家用膳」趨勢之另一途徑。集團將開發更多適合外賣及外送業務並具吸引力的產品，以迅速進軍此新興分部。

與此同時，集團將利用這些機會透過整合及相關擴展繼續優化餐廳網絡。於 2019 冠狀病毒病爆發後，集團憑藉多元品牌業務模式及良好的信譽，獲眾多業主以更優惠之租賃條款邀請於核心購物地區及人流密集的大型住宅購物中心開設分店。太興將根據人口密度、當區零售及商業吸引力、人口統計資料、消費模式等因素審慎考慮，於適當時機及地點開設合適的品牌餐廳迎合顧客品味，以為集團及其股東帶來最大回報。

多元品牌策略對集團的成功尤其重要，集團將繼續因應市場趨勢及顧客需求於香港及中國內地推出新品牌。於香港，集團已在黃埔開設新品牌「小白條」餐廳，以滿足該區上班族對外賣食品之熱切需求。於中國內地，集團 8 月初在深圳開設新餐廳「冬悅」。該餐廳專營台式麻辣火鍋，旨在抓住在中國內地廣受歡迎的「火鍋文化」。集團將在中國內地市場推出更多新品牌，以吸引更多美食愛好者，特別是有意品嚐新菜式的食客。

太興集團主席兼執行董事陳永安先生總結：「儘管我們在 2020 年上半年面對艱鉅的經營環境，但集團在過去三十年來已跨過各個短暫難關及挑戰，因此我對集團的長期增長潛力仍充滿信心。憑藉經驗豐富及高瞻遠矚的管理團隊以及完善的多元品牌策略，我們有信心集團將能夠在當前逆境下維持穩定業務，並同時透過審慎的發展策略取得業務新突破。」

- 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」、「亞參雞飯」、「稻埕飯店」、「冬悅」及「小白條」。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