



HOP HING GROUP HOLDINGS LIMITED
(Incorporated in the Cayman Islands with limited liability)



企业推介

2012年11月



免责声明

This presentation and the accompanying slides (the “Presentation”) which have been prepared by Hop Hing Group Holdings Limited (“Hop Hing” or the “Company”) do not constitute any offer or invitation to purchase or subscribe for any securities, and shall not form the basis for or be relied on in connection with any contract or binding commitment whatsoever. They are only being furnished to you and may not be photocopied, reproduced or distributed to any other persons at any time without the prior written consent of the Company. This Presentation has been prepared by the Company based on information and data which the Company considers reliable, but the Company makes no representation or warranty, express or implied, whatsoever, and no reliance shall be placed on, the truth, accuracy, completeness, fairness and reasonableness of the contents of this Presentation. This Presentation may not be all inclusive and may not contain all of the information that you may consider material. Any liability in respect of the contents of or any omission from this Presentation is expressly excluded.

Certain matters discussed in this presentation may contain statements regarding the Company's market opportunity and business prospects that are individually and collectively forward-looking statements. Such forward-looking statements are not guarantees of future performance and are subject to known and unknown risks, uncertainties and assumptions that are difficult to predict. The Company's actual results, levels of activity, performance or achievements could differ materially and adversely from results expressed in or implied by this Presentation. The Company assumes no obligation to update any forward-looking information contained in this presentation. Any forward-looking statements and projections made by third parties included in this Presentation are not adopted by the Company and the Company is not responsible for such third-party statements and projections.



业务概览

合 快餐业务概况



提供多种食品，主要包括牛肉饭、鸡肉饭和猪肉饭



提供多种冰淇淋蛋糕、冷冻甜点和饮料，包括“暴风雪”系列甜点

- 为特许经营地区（包括北京、天津、河北、辽宁、黑龙江、吉林和内蒙古）的独家特许经营商, 经营协议的剩余年期为不少于约20年
- 授权方通常不享有提前终止权，但极少数情况除外，例如违反特许经营协议而未予以补偿、破产等
- 特许经营协议条款非常优厚，对商业运营有极小的限制（如门店开设、产品开发、定价、原料采购等）

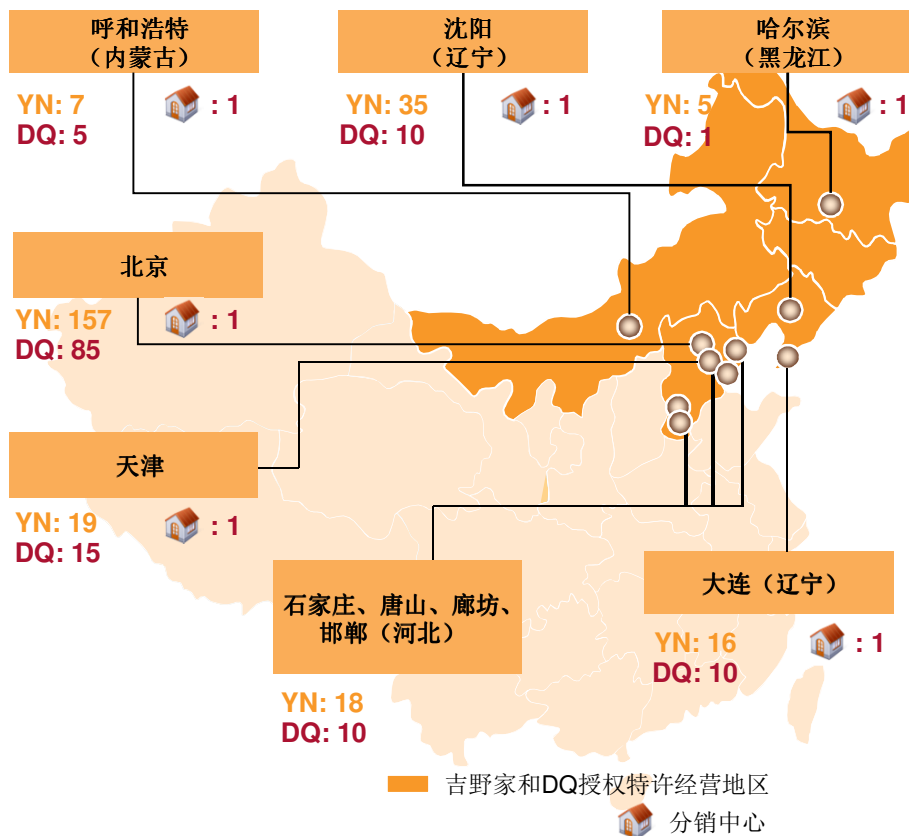




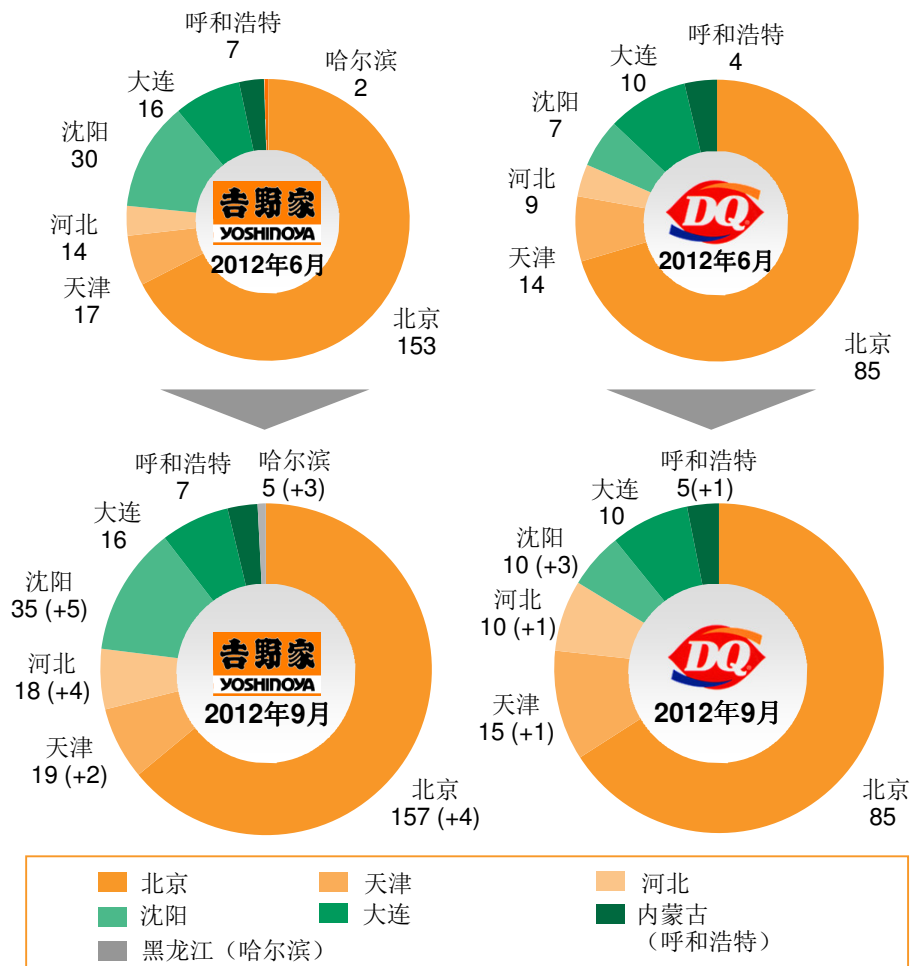
快餐业务 - 第三季新开25家门店

257家吉野家、136家DQ门店

截至2012年9月30日



门店数量及扩张情况摘要





充分发挥我们的竞争优势

管理层优势



管理层在中国拥有**20**多年经营快餐业务的经验



管理层融合本土零售经验、国际视野和公司治理，实现协同效应

在创建多品牌快餐业务 方面有业绩可循



快餐业务分别占集团**2012**年上半年营业收入和息税前营业利润的**68.9%**和**94.6%**



新开**76**家门店 (截至**2012**年**9**月**30**日)

成本优势



致力于实施农餐对接战略



系统化开店过程以控制租赁成本；通过引进标准化绩效指标提高门店生产率以控制劳动力成本

系统优势



在中国**20**年的业务发展形成了本地化的采购、物流、加工、质量控制体系



业务符合国际标准，高度标准化、规模化

良心品质



通过严格的内部控制提供始终如一的安全、美味食品



快子大学 – 培养他们成为我们未来的领导者并确保他们了解我们的核心价值，包括食品安全的重要性

提供价格适中的优质安全食品



精益求精的供应和生产链管理

精心设计的供应链配以一流的管理



- 以严格标准选择供应商，以确保稳定、优质且成本合理的食品供应
- 良心品质
 - 来自东北的优质大米
 - 强有力的内部控制
 - 农餐对接



- 从采购、储存和加工到门店食品准备的各个环节层层把关，保持高卫生标准



- 对运输、仓储、配送中心进行良好的设计、维护和管理



- 集中化和标准化的食品加工和制备流程
- 通常采购经过加工的配料，以最大程度地确保食品安全



- 质量控制体系屡获殊荣，确保最高的食品质量

- 持续改进
- 研发和投资
- 精细的信息技术系统
- 人力资源管理
- 高级管理层的支持与愿景



业务回顾(2012年1月至9月)

完成收购快餐业务

- 成功于2012年3月完成收购华北地方吉野家及Dairy Queen的经营权
- 于2012年9月完成换股与配售,并引入高质素的机构投资者如长线投资者Arisaig, 扩阔股东基础与流通量

大规模扩张

- 截至2012年9月30日的门店数目达到393家（分别为257家吉野家门店及136家DQ门店）
- 2012年新增90个门店的计划保持不变
- 中国北方地区的人均消费水平依然强劲

第3季度运营资料

- 快餐业务的销售较去年同期增长14.3%
- 同店销售增长2%; 主要是由于中国整体经济增速减缓、北京地区暴雨及洪灾, 加上2012年九月钓鱼岛问题引发反日情绪所致
- 对中国经济的中长期发展仍然乐观

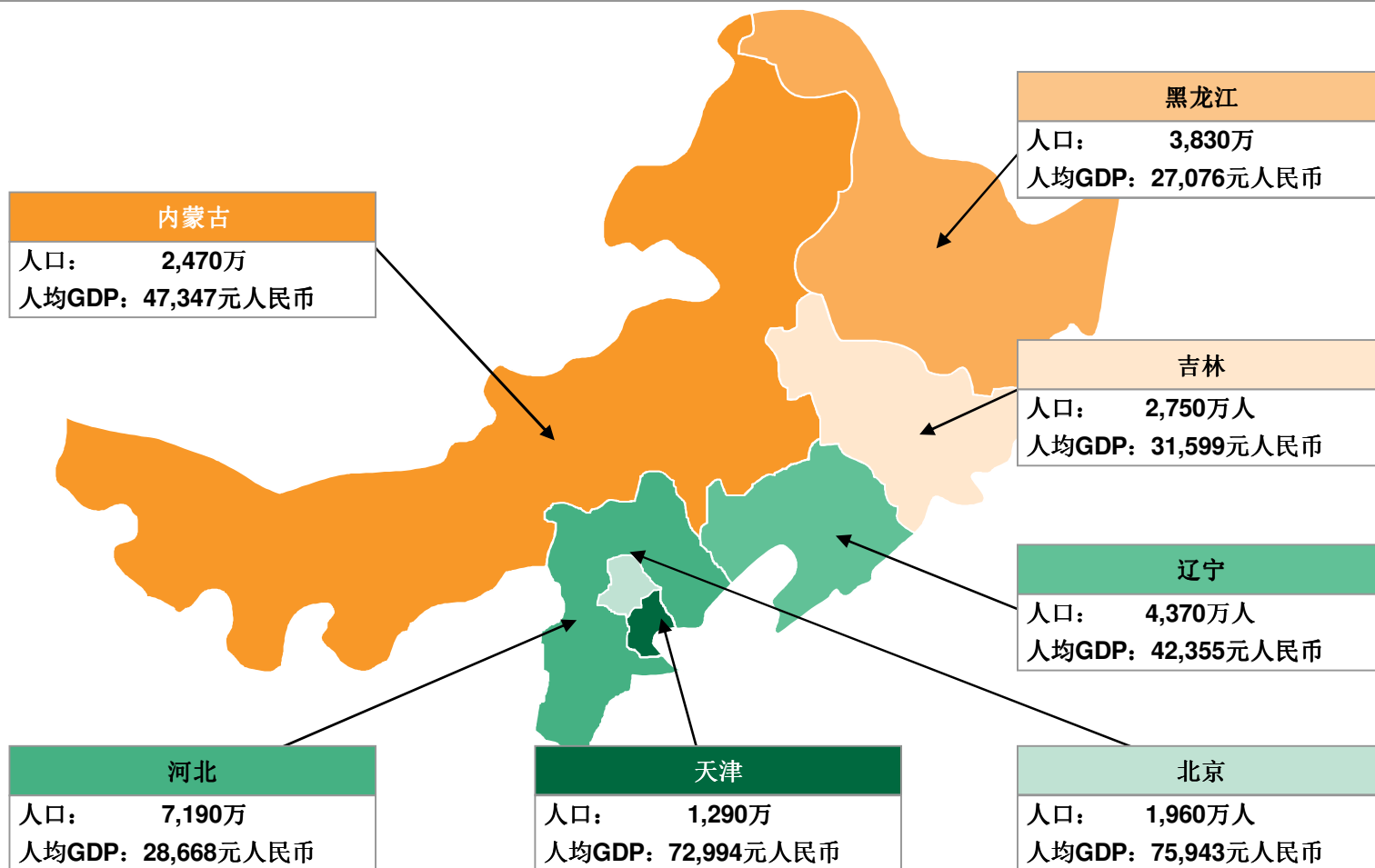


未来展望



在现有特许经营地区享有可观的增长机遇

现有特许经营地区覆盖超过2.3亿人



资料来源: CEIC 2010年数据。



未来战略

不断提高客户满意度

- 大力发展外卖送餐服务以扩展客户基础
- 开发新产品以迎合客户多变的口味
- 对客户满意度实施系统化管理



开设高盈利、高回报的新店

- 凭借与当地业主及监管机构的良好关系缩短新门店开业周期
- 根据各地具体情况设计合适的门店扩张计划
- 进一步提高现有特许经营地区的市场渗透率



增强品牌竞争力，提高同店销售额

- 延长营业时间以提高门店销售额
- 改造现有门店布局以为同店销售额持续增长提供支撑
- 目标是保持最近两年的同店销售额增长势头，并继续缓解2012年的成本压力



确保食品安全和高品质操作

- 实施农餐对接，确保对采购流程各个环节的控制权
- 5步式标准化操作程序，严格控制质量



加强人力资源管理，将员工流动率降至最低

- 快子大学 – 提供各类培训计划，以培育优秀员工及培养合兴管理文化：“合心伴我兴 无处不年轻”
- 春芽计划 – 从指定大学招聘未来中层管理候选人的管理培训生计划



规模经济

多品牌发展



附录：
2012年上半年财务状况回顾



2012年上半年合并业绩概览

截至6月30日的六个月

(百万港元)	2012年上半年	2011年上半年	变化 (%)
营业收入	1,389	1,128	+23.1%
毛利润	677	547	+23.7%
EBITDA	169	149	+13.7%
营业利润	118	99	+18.8%
净利润	74	62	+19.9%
基本每股收益 (港分) ⁽¹⁾	11.47	5.88	+95.1%
摊薄后每股收益 (港分) ⁽¹⁾	0.60	0.30	+100.0%
毛利润率 (%)	48.7%	48.5%	+0.2%
EBITDA利润率 (%)	12.2%	13.2%	-1.0%
营业利润率 (%)	8.5%	8.8%	-0.3%
净利润率 (%)	5.3%	5.5%	-0.2%

(1) 归属于公司股东的每股收益。



快餐业务 - 营业收入构成基本保持不变

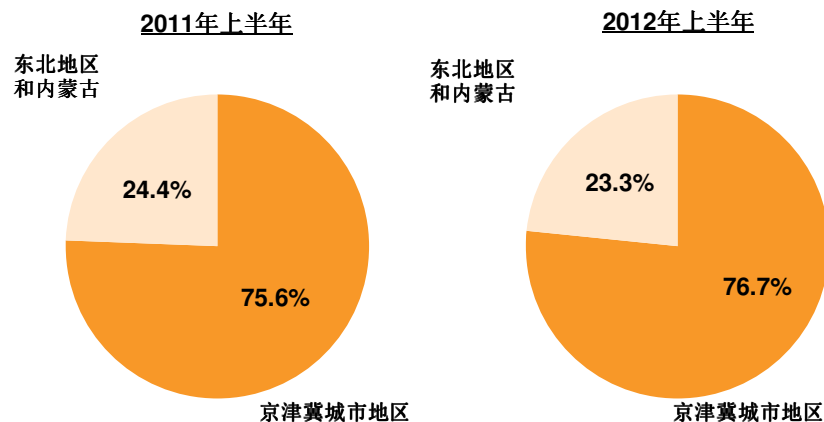
快餐业务概况

截至6月30日

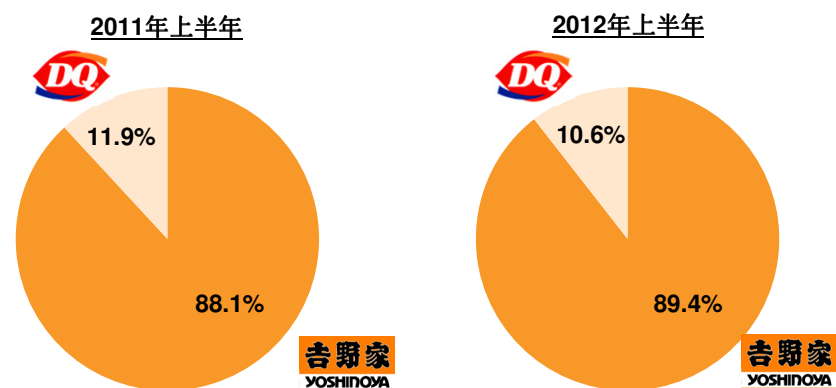
(单位: 百万港元, 除非另有说明)

	2012年 上半年	2011年 上半年	变化
营业收入	956.5	743.1	+28.7%
毛利润	572.1	445.6	+28.4%
营业利润 ⁽¹⁾	115.6	95.9	+20.6%
毛利润率	59.8%	60.0%	-0.2%
营业利润率 ⁽¹⁾	12.1%	12.9%	-0.8%

快餐业务营业收入 - 按地区划分



快餐业务营业收入 - 按品牌划分

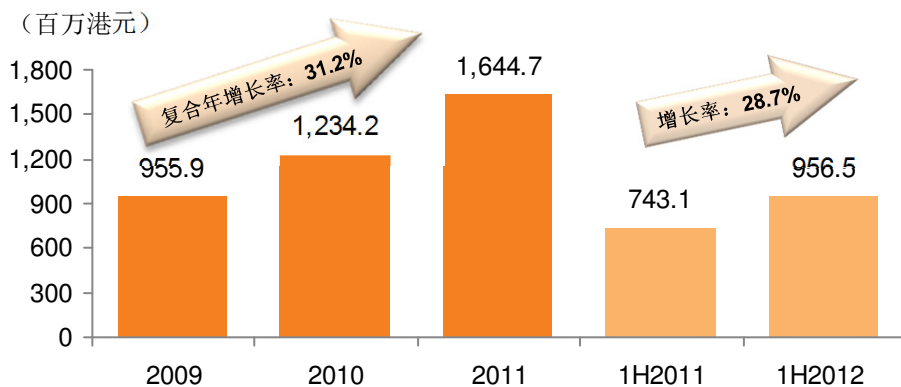


(1) 在2011年上半年190万港元及2012年上半年410万港元的总公司支出未分配前。

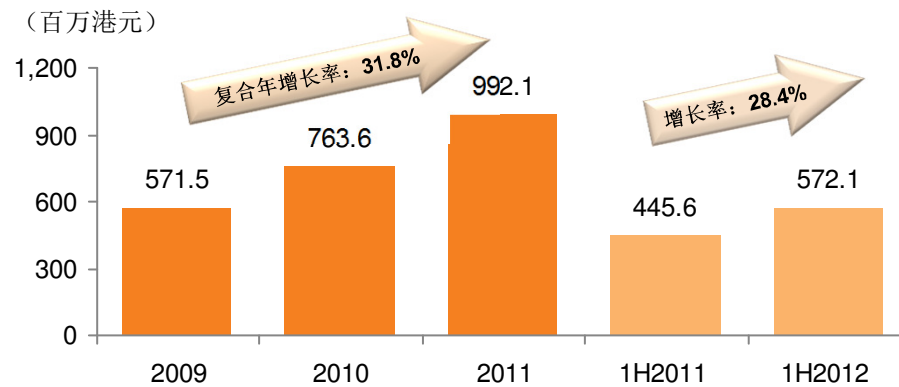


快餐业务营业收入增长稳健，盈利能力强劲

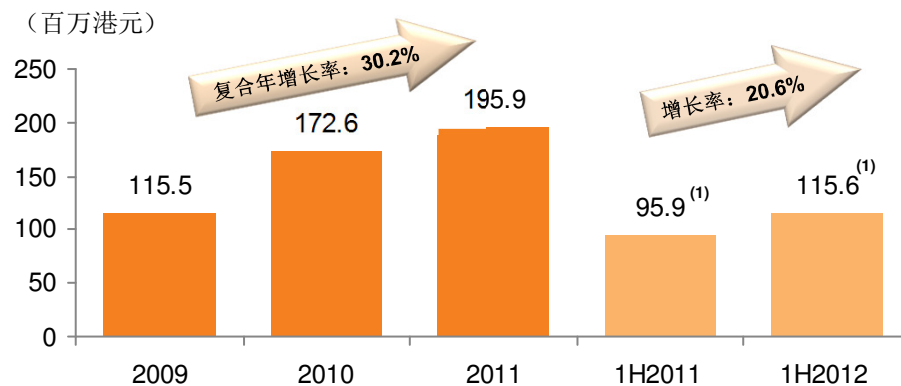
快餐业务营业额



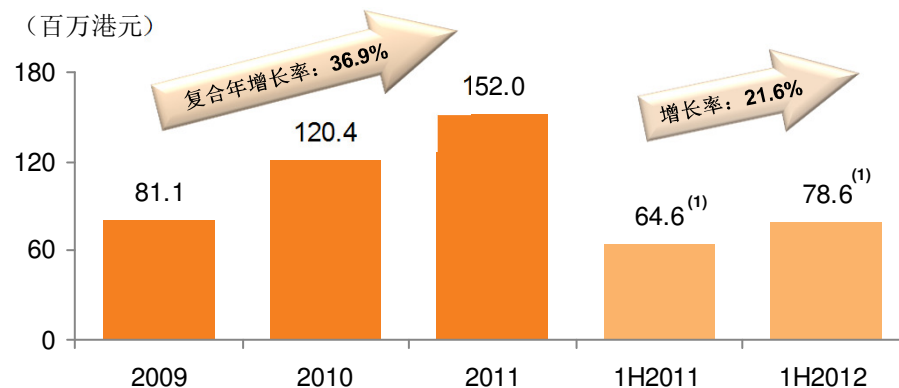
快餐业务毛利润



快餐业务息税前利润



快餐业务净利润



(1) 在2011年上半年190万港元及2012年上半年410万港元的总公司支出未分配前。



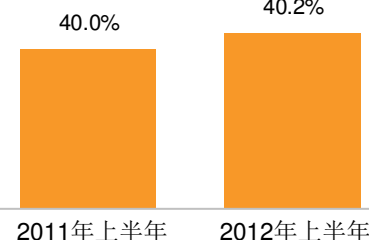
快餐业务 - 通胀环境下有效控制成本

快餐业务控制成本措施

食品成本

- 食品成本占营业收入比例为**40.2%**，增加**0.2**个百分点
- 通过以下措施使食品成本占比维持在**40%**左右
 - 农餐对接
 - 直接从国有企业购买，提高采购效率
 - 调整菜单价格进行均衡

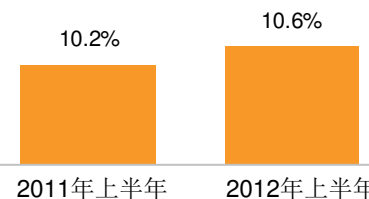
食品成本占营业收入比例%



劳动力成本

- 劳动力成本占营业收入比例为**10.6%**，增加**0.4**个百分点
 - 中国食品消费服务行业的劳动力成本平均增长约**10%**
- 尽管该期间门店数量大幅增加，但劳动力成本占比基本保持稳定
- 工作流程和体系改善使得劳动力生产率持续提高

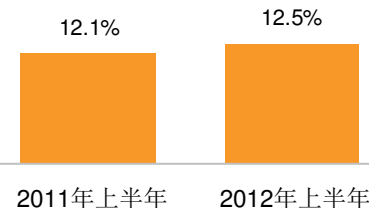
劳动力成本占营业收入比例%



租赁成本

- 随着城市化进程快速推进，近几年租赁成本有所上升
- 租赁成本占营业收入比例为**12.5%**，增加**0.4**个百分点
- 凭借与主要业主的战略关系，在门店数量快速扩张的同时单位门店租赁成本得以保持稳定
- 租期长达**5-10**年，部分还具有另外延长**1-5**年的选择权

租赁成本占营业收入比例%





快餐业务 - 运营资本管理健全

积极的成本管理带来健康的现金周转周期⁽¹⁾

周期	截至6月30日 2012	截至12月31日 2011	截至6月30日 2011
应收账款周转天数	0.9	0.8	1.0
库存周转天数	52.7	37.3	51.1
应付账款周转天数	52.0	57.4	53.2
现金周转周期	1.6	(19.3)	(1.1)

注：仅指快餐业务的数据。

(1) 基于资产负债表均值数据计算。



快餐业务 - 现金流充裕，财务状况健康

快餐业务现金流来源		
截至6月30日		
(百万港元)	2012年 上半年	2011年 上半年
经营活动产生的净现金流入 (对其它现金流量项目调整前)	85.7	84.7
购买固定资产	(68.6)	(42.8)
支付利息及偿还银行贷款和非控股股东贷款	(12.8)	(2.9)
现金增加(对其它现金流量项目调整前)	4.3	38.9
其它现金流量项目		
集团公司间的资金流动	(45.4)	-
支付股息	(148.0)	-
现金增加净额	(189.0)	38.9

快餐业务举债情况		
	截至6月30 日	截至12月 31日
(百万港元)	2012年上半年	2011
现金	142.7	176.2 ⁽¹⁾
总债务	26.0	37.0
净现金	116.7	139.2

快餐业务股本回报率 ⁽²⁾		
	2012年上半年	2011
股本回报率	72.9%	84.5%

注：仅指合兴快餐业务的数据。

(1) 包含2010年之前宣布的应从利润中派发的1.555亿港元股息。(2) 计算方法为净利润除以平均总股本。2012年上半年股本回报率计算方法为截至2012年6月30日的过去12个月净利润除以2011年6月30日至2012年6月30日的平均总股本



合兴食用油业务概况

概况

- 合兴还从事食用油和油脂的采购、提取、炼制、混合、瓶装、推广和分销，供香港、澳门、中国大陆和海外国家的家庭、餐馆和其他餐饮企业使用，并提供配套服务
- 合兴在食用油的进口、瓶装和分销方面拥有逾70年的经验，是香港领先的食用油制造商之一，可生产多种食用油产品
- 合兴的品牌包括“狮球唛”和“骆驼唛”等家喻户晓的品牌

产品组合



花生油



玉米油



菜籽油



橄榄油



烹饪用油

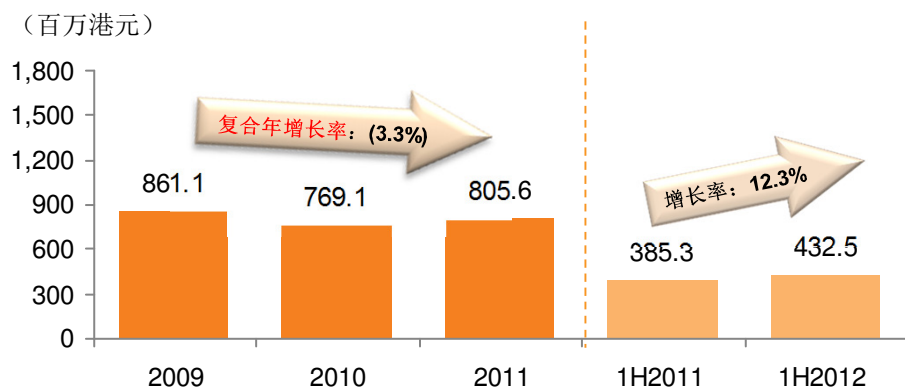


健康食用油

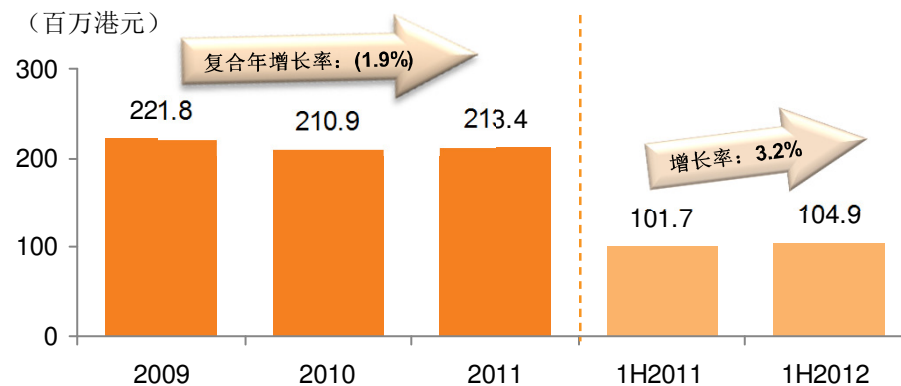


食用油业务 - 业绩稳定

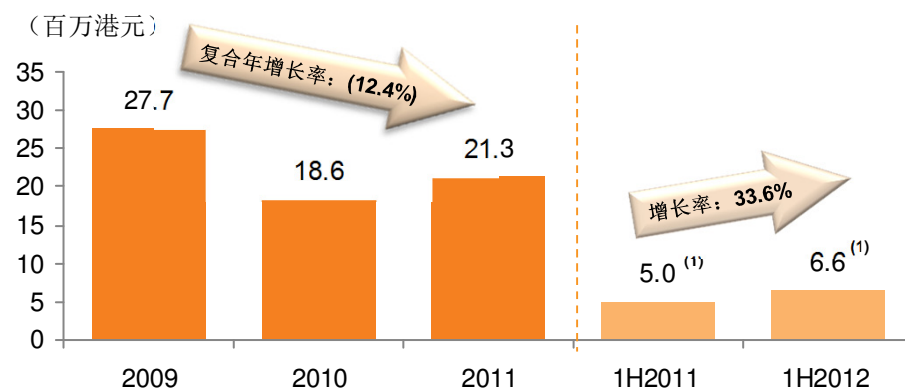
食用油业务营业收入



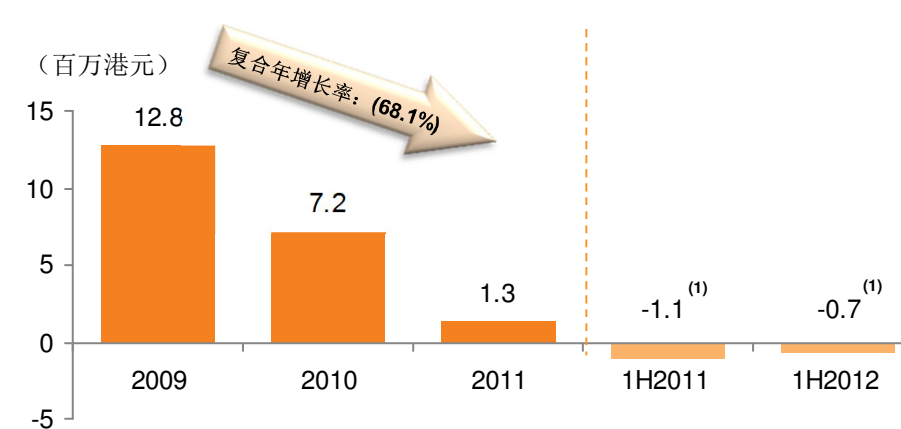
食用油业务毛利润



食用油业务息税前利润



食用油业务净利润



(1) 在2011年上半年190万港元及2012年上半年410万港元的总公司支出未分配前。