



合興公佈二零一五年全年業績
純利上升 **86.0%** 至 **65,800,000** 港元
* * * * *

透過持續改善營運效益及推行 O2O 策略進一步擴展業務

財務摘要

- ◆ 在充滿挑戰的營商環境下錄得穩定營業額 2,050,100,000 港元
- ◆ 錄得令人滿意的毛利約 1,292,000,000 港元，毛利率增加 0.9 百分點至 63.0%
- ◆ 集團的除利息、稅項、折舊及攤銷前溢利（「EBITDA」）由二零一四財年的 185,500,000 港元增加 9.7% 至二零一五財年的 203,500,000 港元，EBITDA 利潤率則改善至二零一五財年的 9.9% (二零一四財年:8.6%)
- ◆ 純利飆升 86.0% 至 65,800,000 港元

（香港訊，二零一六年三月二十四日）—合興集團控股有限公司（「合興」或「集團」；股份代號：47）今天公佈截至二零一五年十二月三十一日止年度（「二零一五財年」）的經審核全年業績。

於二零一五年，中國經濟仍然疲弱，餐飲行業在互聯網的影響下繼續面對日新月異的轉變。儘管營商環境充滿挑戰，但集團的營業額仍然維持穩定，達 2,050,100,000 港元 (二零一四財年:2,157,900,000 港元)，毛利亦錄得 1,292,000,000 港元的理想水平 (二零一四財年:1,340,100,000 港元)。隨著集團在無損食物質素的前提下繼續執行其行之有效的大宗採購主要食材的策略，毛利率於回顧年內改善至 63.0% (二零一四財年:62.1%)。

此外，管理層作出果斷行動，調整業務及營運模式，加上集團致力維持高質素的店舖網絡及採納有效的管理控制措施，其店舖 EBITDA 百分比由二零一四年的 17.9% 增加 1.6 個百分點至回顧年內的 19.5%。因此，集團的 EBITDA 由二零一四財年的 185,500,000 港元增加 9.7% 至二零一五財年的 203,500,000 港元，而純利則增加 86.0% 至二零一五財年的 65,800,000 港元 (二零一四財年:35,400,000 港元)。快餐業務全年每股基本盈利為 0.66 港仙 (二零一四財年:0.35 港仙)。

董事會建議派發截至二零一五年十二月三十一日止年度的末期股息每股 0.25 港仙 (二零一四財年：每股 0.25 港仙)。

合興執行董事兼行政總裁洪明基先生表示：「我們欣然看到集團於如此具挑戰的營商環境下仍能改善其盈利能力。集團堅守「速度、實效及增值」三大營運原則，並設定不同財務基準以引領業務循正確方向發展。我們亦制定獎勵計劃，鼓勵團隊成員對公司擁有更強的歸屬感，共同致力提升銷售及盈利。年內，我們亦推行多項旨在刺激銷售的措施，包括優化餐牌、推行市場推廣活動及推出晚餐定食等，令集團的財務表現得以改善。」

業務回顧

審慎的開店策略

於二零一五年十二月三十一日，集團合共經營**455**間店舖，並於現有市場及指定地區合共增加**30**間淨新店(二零一四年: 淨關閉**15**間店舖)，包括**11**間吉野家淨新店、**9**間冰雪皇后淨新店及**10**間以其他品牌經營的新店。年內，集團調整其開店策略，著重開設面積較小的店舖，以提高經營效率及應付不斷增加的外送及外賣訂單。店舖設計方面，集團在開設新店以及即將進行翻新工程的現有店舖用上主題為「為夢想吃好飯」的最新設計概念。此外，集團於二零一五年四月推出新品牌「茶叮叮」，提供清新及健康飲料以吸引年輕客戶。

與網上平台合作以進一步滲透外賣市場及刺激銷售

於二零一五年，中國各大餐飲品牌迅速採用電子商貿推廣策略，餐飲品牌利用電子商貿作為市場推廣策略已成為市場一大趨勢，而外賣市場亦被視為擁有龐大商機。於二零一五年下半年，集團開始與多個受歡迎的網上平台合作，以增加旗下品牌及產品的知名度、擴大客戶覆蓋範圍及推動銷售。集團亦致力加強外送服務能力，以擴大客戶覆蓋範圍及擴闊收入來源。

嚴格的成本控制措施及錄得更高利潤率

在營商環境困難的情況下，成本控制仍然是集團最重視的其中一環。集團在無損食物質素的前提下繼續執行其行之有效的大宗採購主要食材的策略，並透過產品推廣活動讓集團能夠作出更靈活的產品組合管理，從而於去年成功改善毛利率水平。另一方面，餐飲行業人手短缺及中國薪酬水平整體上升為集團的人工成本增添壓力。然而，在困難的營商環境下，集團於回顧年內主動與業主就租金調整作出磋商，並成功降低整體租金成本，而集團改變營運策略開設更多面積較小的店舖亦有助降低租金成本及改善營運效率。此外，實施「模擬老闆計劃」在工作上賦予店舖經理及主管更大自主權力，更成功地令公用服務費及維修成本等其他店舖經營成本有所降低。

集團業務未來發展

展望二零一六年，合興將借助互聯網平台及工具加強直接與客戶的溝通及互動，以提高時效性；集團亦將仔細分析從網絡及社交平台搜集所得的客戶數據及喜好資訊，從而制定精準的市場推廣策略，迎合瞬息萬變的市場需要。營運模式方面，集團將積極推廣「共享經濟」模式，展示線上到線下(「O2O」)策略的潛力。線上業務方面，在積極推廣外送服務之同時，集團將致力改善外送服務的質素及時效性；至於線下業務，集團將更有效使用店舖面積，以提高各店舖的營運效率。

此外，集團將繼續採納合適的激勵計劃，在工作上給予員工更大的自主性，同時分配更多責任予店舖經理，從而減少架構重疊，以進一步提高整體營運效率。集團亦將對原材料的質量實行嚴格控制，並與對食品安全有著同樣抱負的供應商合作。

洪先生總結：「雖然預期二零一六年的營商環境將仍然挑戰重重，但憑藉合興穩固的基礎、高營運效率及經驗豐富的管理團隊，我們已準備就緒致力在艱難的市況下把握市場商機。我們將繼續推行成本控制措施、增加菜式選擇及借助O2O平台以提升客戶滿意度。除現有的快餐品牌及業務外，我們將會繼續物色及評估能帶來穩定長遠增長及能協助推進本集團成為多品牌快餐經營者的機會。」

-完-

關於合興集團控股有限公司（股份代號：47）

合興是一家領先的中國快餐連鎖經營商。憑藉已簽訂的長期特許協議，合興擁有吉野家及冰雪皇后(Dairy Queen)快餐連鎖店在中國北部地區的經營權，並新開發茶叮叮品牌，店舖遍及北京市、天津市、河北省、遼寧省、黑龍江省及吉林省，以及內蒙古自治區。吉野家為著名的牛肉飯品牌，擁有超過一百年歷史；而 Dairy Queen 則為深受歡迎的冰淇淋品牌，擁有超過七十年歷史。

如需進一步資料，敬請瀏覽 <http://www.hopping.com>。更多有關合興旗下品牌之最新資訊，亦可掃描下方二維碼關注各品牌之官方微信：

吉野家



冰雪皇后 Dairy Queen



茶叮叮



傳媒垂詢：

縱橫財經公關顧問有限公司

蘇嘉麗
區美馨

Tel: (852) 2864 4826
Tel: (852) 2864 4815

heidi.so@sprg.com.hk
maggie.au@sprg.com.hk