



合興公佈二零一六年中期業績
股權持有人應佔溢利飆升 **54.1%**至港幣 **39,600,000** 元

* * * *

進一步加強 **O2O** 策略及外送業務

財務摘要:

- 集團的人民幣銷售收入上升 5.3%至人民幣 856,600,000 元
- 毛利增加 1.4%至港幣 641,300,000 元，毛利率改善 0.7 個百分點至 63.0%
- 集團 EBITDA 上升 19.1%至港幣 106,300,000 元
- 股權持有人應佔溢利飆升 54.1%至港幣 39,600,000 港元

(香港訊，二零一六年八月二十六日) – 合興集團控股有限公司（「合興」或「集團」；股份代號：47）今天公佈截至二零一六年六月三十日止六個月（「回顧期內」）的中期業績。

於回顧期內，集團的人民幣銷售收入增長 5.3%至人民幣 856,600,000 元（約港幣 1,017,400,000 元），去年同期為人民幣 813,900,000 元（約港幣 1,014,800,000 元）。收入上升主要由於新開店舖帶來額外銷售外，加上外送業務的銷售增加，以及不斷推出新口味產品成功刺激顧客消費所致。毛利升 1.4%至港幣 641,300,000 元（二零一五年中期：港幣 632,600,000 元），毛利率改善 0.7 個百分點至 63.0%（二零一五年中期：62.3%）。毛利增加源於集團繼續執行其行之有效的大宗採購主要食材之策略，加上由營業稅改為增值稅使食材成本下降。

於回顧期內，除利息、稅項、折舊及攤銷前盈利（「EBITDA」）增加 19.1%至港幣 106,300,000 元（二零一五年中期：港幣 89,300,000 元），公司股權持有人應佔溢利則為港幣 39,600,000 元，較去年同期的港幣 25,700,000 元增加 54.1%。溢利上升主要因為集團於回顧期內積極調整其經營策略，著重加強線上外送業務及開設規模相對較小的店舖，加上銷售成本下降以及有效控制營運成本所致。期內每股基本及攤薄盈利分別為 0.40 港仙及 0.40 港仙（二零一五年中期：分別為 0.26 港仙及 0.26 港仙）。

合興執行董事及行政總裁洪明基先生表示：「我們很高興本集團於回顧期內縱然面對充滿挑戰的營商環境，但仍能成功改善其盈利能力。管理層一直積極尋求有助推動業績增長的創新舉措，並欣然看到年初制定的六大經營策略，包括加強 O2O 策略及外送能力、強化信息系統、因地制宜的靈活開店策略、提升營運效率、提升顧客滿意度、及鞏固旗下品牌形象，對本集團於回顧期內在提升銷售、利潤及士氣等範疇均提供了不同程度的貢獻。」

業務回顧及增長策略

因應市況於合適的地點和時間開設新店

於二零一六年六月三十日，集團共經營 455 間店舖（二零一五年十二月三十一日：455 間）。於回顧期內，集團積極調整開店策略，尤其重視投資回報，因此積極開設面積相對較小的店舖，並力求新店設計能為顧客帶來更舒適的體驗。回顧期內，吉野家分店淨增加五間，其他品牌的新店淨增加一間。此外，鑑於商場人流在中國消費模式轉變下錄得下跌，集團因此淨關閉六間冰雪皇后分店；然而，集團積極為冰雪皇后品牌重新定位，並致力加強該品牌在策略性據點的滲透率。

加強 O2O 策略及外送能力

於回顧期內，集團積極加強「線上到線下」(O2O)的營銷策略，繼續善用互聯網平台工具，積極改革線上業務。為了提供更高效率及優質的外送服務，集團透過建立自營的外送團隊，矢志為顧客帶來更快速及令人滿意的外送體驗，並因此帶動外送銷售於回顧期內錄得顯著增長。

此外，於今年上半年，集團成功與更多電子支付工具供應商合作，以抓緊電子商貿所帶來的機遇，藉此進一步滲透年輕及高消費力的客戶群。集團除了積極加強與更多國內熱門網上飲食平台及搜尋器營運商的夥伴合作關係外，於今年下半年將開通其於一個國內手機通訊平台的官方電子商城，以進一步抓緊線上及線下訂餐的龐大機遇，並將電子商貿與實體店相連接，輔以集團日益壯大的自營外送團隊作支援。

透過強化信息系統以追蹤和分析市場及由不同網上平台(包括集團的官方網站、手機 WAP 訂購系統及社交平台)所彙集的消費數據，集團能剖析相關數據，從而進行最佳的市場分割，以迅速回應客戶不斷改變的需求及口味。這些措施均為達到擴大集團的市場份額及提高銷售之目標。

透過謹慎的成本控制措施繼續提升營運效益

集團積極實施「模擬老闆計劃」等激勵團隊措施，成功鼓勵店舖經理及主管積極提高店舖的營運效益，並因而減省了多項如公用服務及維修開支等營運成本，此等減省抵銷了部分人工成本的增幅。與此同時，隨著餐廳、廚房設計的優化變革，坪效的有效提升，也將為集團帶來實際的利潤回報。此外，集團亦致力開設規模相對較小的店舖，以降低投資成本，並提高回報。集團在鞏固與業主關係方面亦不遺餘力，務求爭取更優惠的租金，把租金成本維持在合理水平。

展望

展望未來，隨著互聯網日益普及，集團將繼續加強 O2O 營銷策略，並加強外送業務以提升銷售。集團將根據從多個網上平台收集所得的市場資料，繼續延展產品線以及推陳出新，為顧客提供嶄新的消費體驗。集團除了現有的快餐連鎖品牌及業務外，亦將繼續尋找及評估能為集團帶來長期穩定增長的策略性機會，矢志發展成為多品牌的快餐業務營運商。

洪先生總結：「展望未來，我們將透過線上平台匯集粉絲及了解消費者不斷轉變的需求及口味。我們亦將繼續積極發展新開發的 O2O 商業模式，以整合線上及線下業務，務求為顧客帶來最理想的體驗。憑藉上半年的佳績及未來陸續實踐的計劃，我們有信心能為股東帶來更佳回報，以維持業務長期可持續增長。」

-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，亦經營自營品牌茶叮叮，店舖遍及北京市、天津市、河北省、遼寧省、黑龍江省、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 Tel: (852) 2864 4826

heidi.so@sprg.com.hk

區美馨 Tel: (852) 2864 4815

maggie.au@sprg.com.hk