



合興公佈二零一六年全年業績
股權持有人應佔溢利飆升 **89.4%**至 **124,600,000 港元**
* * * * *

加強 **O2O** 策略及自營外送團隊滲透外賣市場及刺激銷售

財務摘要

- ◆ 營業額(以人民幣計算)上升 7.8%至人民幣 1,790,200,000 元；若以港元計算，則上升 2%至港幣 2,091,300,000 元
- ◆ 毛利增加 3.6%至港幣 1,338,400,000 元，毛利率增加 1.0 個百分點至 64.0%
- ◆ EBITDA 增加 36.4%至港幣 277,500,000 元，EBITDA 利潤率增加 3.4 個百分點至 13.3%
- ◆ 股權持有人應佔溢利飆升 89.4%至港幣 124,600,000 元
- ◆ 董事會建議派發末期股息每股 0.62 港仙

(香港訊，二零一七年三月二十八日) – 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十二月三十一日止年度(「二零一六財年」)的經審核全年業績。

於回顧年內，集團的人民幣銷售收入增長 7.8%至人民幣 1,790,200,000 元 (二零一五財年：人民幣 1,660,500,000 元)；以港元計算，集團的營業額上升 2%至港幣 2,091,300,000 元 (二零一五財年：港幣 2,050,100,000 元)。營業額增長主要源於新開店舖帶來的額外銷售、以及顧客消費習慣改變令外送業務需求增加所致。

於年內，集團繼續實施大宗採購主要食材之策略、並透過推出新產品來調整銷售產品組合，令食物成本得以有效控制。因此，集團的毛利按年上升 3.6%至港幣 1,338,400,000 元 (二零一五財年：港幣 1,292,000,000 元)，毛利率則由二零一五財年的 63.0%提升 1.0 個百分點至二零一六財年的 64.0%。此外，集團透過激勵計劃、積極開設規模較小的店舖、以及加強互聯網的市場推廣策略，令整體營運效率得以提高，加上由營業稅改為增值稅的有利因素下，令集團的股權持有人應佔溢利飆升 89.4%至港幣 124,600,000 元 (二零一五財年：港幣 65,800,000 元)。而全年每股基本盈利則上升 90.9%至 1.26 港仙(二零一五財年：0.66 港仙)。

董事會建議就截至二零一六年十二月三十一日止年度派發末期股息每股 0.62 港仙(二零一五財年：每股 0.25 港仙)。

合興執行董事及行政總裁洪明基先生表示：「即使面對挑戰重重的經營環境，集團憑藉堅守於年初制定的六大主要業務經營策略，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，成功改善大部分同店銷售表現，令本集團的營業額及盈利表現於回顧年內錄得理想的增長，這些策略將繼續引領合興在經營模式創新上昂首邁步。」

業務回顧及增長策略

年內，集團不時檢討及調整其開店策略，並積極在策略據點開設面積較小的分店，不但降低了店舖租金成本，同時提升了營運效益。於二零一六年十二月三十一日，集團共經營 470 間店舖(二零一五年十二月三十一日：455 間)，包括 313 間吉野家、143 間冰雪皇后及 14 間以其他品牌經營的店舖。集團於現有市場合共增加 15 間淨新店(二零一五年十二月三十一日：30 間淨新店)，包括淨增加 10 間新吉野家分店及淨增加 1 間新冰雪皇后分店。同時，集團加入了新品牌「芳叔」，為中國北方地區的消費者提供香港地道的著名小吃，如蛋撻、雞蛋仔等。

於回顧年內，集團的整體同店銷售(以人民幣計算)增長 2.3% (二零一五財年：下跌 3.1%)。其中吉野家的同店銷售增長 3.1% (二零一五財年：下跌 3.0%)。冰雪皇后同店銷售下跌 5.2% (二零一五財年：下跌 4.2%)，主要由於集團於年內重新規劃冰雪皇后的店舖網絡，重點加強其在策略性據點的市場滲透；年末時，集團增設了冰雪皇后部份產品的外送服務，令冰雪皇后的同店銷售相對上半年有所改善。

隨著顧客消費習慣的改變，外送業務需求進一步增長。為了提供更具效益及優質的外送服務，集團建立了自營的外送團隊，並加強和各主流餐飲外送平台的緊密合作，包括於年內增設了外賣平台，以及與更多智能支付營運商合作，冀為顧客帶來更快速及滿意的外送體驗。集團在外送方面的措施使吉野家的外送業務大幅增長，其外送收入佔比從二零一五財年的 17% 增長至二零一六財年的 28%。

同時，集團於年內繼續推行激勵計劃，透過給予員工更大的經營自主權，提升了前線員工的工作積極性和主動性，不但提高了店舖的營運效率，更令營運成本有所下降。

展望

展望二零一七年，以線上到線下(「O2O」)為主要經營模式的外送市場將會持續暢旺。面對年輕主流消費群日新月異的消費需求、以及餐飲行業競爭的加劇，集團需要提供豐富的產品以滿足消費者廣泛而不同的需求，從而提升顧客體驗及加強顧客的忠誠度。因此，集團於來年的主要目標包括：1) 擴大分店網絡以支援更大範圍和更快速的外送服務；2) 通過新開通的互聯網平台，以增強 O2O 的營銷，並對顧客的消費數據進行更精準收集及作出分析，以瞭解及滿足顧客不斷轉變的需求，從而提高營銷的效率與效益。

同時，集團將繼續擴大推行激勵計劃，重點培育優秀人才，以提高企業組織效能。集團將繼續以創新及靈活的開店策略，繼續在中國北方地區的策略性據點為旗下品牌包括吉野家、冰雪皇后及新加入的「芳叔」等擴展分店網絡，積極開設面積較小而回報可觀的分店，為顧客提供便捷及多元化的食品種類。同時，集團亦會繼續物色及評估其他策略機會，矢志成為中國具領導地位的多品牌餐飲營運商。

洪先生總結：「展望未來，我們不單會繼續強化外送服務，還將全方位提升顧客極致用餐體驗，我們將繼續不遺餘力地推陳出新，為顧客提供嶄新的產品及消費體驗；同時透過餐廳及廚房設計的優化變革，以有效提升分店坪效。集團將會繼續物色合適的地區開設實體店，並一如既往地進行風險管理及監控。憑藉管理團隊對中國餐飲市場的透徹瞭解及高瞻遠足的業務增長策略，我們有信心繼續帶領集團在變化萬千的中國餐飲市場中發掘更多商機，並致力為股東締造長遠可持續的理想回報。」

-完-

合興集團控股有限公司(股份代號:47)

公佈二零一六年全年業績

二零一七年三月二十八日

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，合興擁有快餐連鎖店吉野家、冰雪皇后(Dairy Queen)、及新引入品牌芳叔(Uncle Fong)在中國北部地區的經營權，同時亦於該等地區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.hophing.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



芳叔



傳媒垂詢：

縱橫財經公關顧問有限公司

蘇嘉麗

Tel: (852) 2864 4826

區美馨

Tel: (852) 2864 4815

heidi.so@sprg.com.hk

maggie.au@sprg.com.hk