



合興公佈二零一九年中期業績¹
收入升 **5.9%**至人民幣 **10.28** 億元

純利達人民幣 **5,680** 萬元

* * * * *

以「產品為王」及「物超所值」
的經營策略 致力提升顧客滿意度

業績摘要

- ◆ 營業額增加 5.9%至人民幣 1,028,000,000 元
- ◆ 毛利上升 4.0%至人民幣 645,100,000 元，而毛利率則維持於 62.8%的穩定水平
- ◆ 縱然面對艱難的營商環境，但集團純利仍然維持在人民幣 56,800,000 元的合理水平
- ◆ 外送業務仍然是主要增長動力之一，其中冰雪皇后的外送業務大幅增長 54 %至人民幣 1,530 萬元；而吉野家的外送業務亦增長 12%至人民幣 336,200,000 元
- ◆ 集團整體的同店銷售增長 1.5%，其中冰雪皇后的同店銷售增長達 9.7%，而吉野家的同店銷售增長則為 0.7%
- ◆ 除吉野家外，集團的客戶關係管理系統於今年起引入了冰雪皇后和芳叔品牌，會員總人數更已超過 700 萬，有助集團準行「精準營銷」及各品牌交叉促銷的市場推廣
- ◆ 集團繼續穩健擴展分店網絡，於二零一九年六月三十日，集團共經營 576 間店舖，較二零一八年底淨增加 17 間

(二零一九年八月二十九日，香港訊) – 合興集團控股有限公司（「合興」或「集團」；股份代號：47）今天公佈截至二零一九年六月三十日止六個月（「回顧期內」）之中期業績。

回顧期內，集團收入增加 5.9%至人民幣 1,028,000,000 元(二零一八年中中期：人民幣 971,000,000 元)。儘管餐飲業仍然處於非常激烈的競爭狀態，同業以價格戰搶佔市場佔有率、食材價格上升、第三方外送平台費用增加，削弱了餐飲企業的盈利水平。然而，集團透過致力提升顧客體驗，並穩健擴展分店網絡來提高銷售收入。

期內，集團毛利上升 4.0%至人民幣 645,100,000 元(二零一八年中中期：人民幣 620,500,000 元)，毛利率則維持於 62.8%的穩定水平(二零一八年中中期：63.9%)。集團整體的同店銷售增長 1.5%，其中冰雪皇后的同店銷售增長達 9.7%，而吉野家的同店銷售增長則為 0.7%。股權持有人應佔溢利為人民幣 56,800,000 元(二零一八年中中期：人民幣 61,600,000 元)。期內每股基本盈利為人民幣 0.58 仙(二零一八年中中期：人民幣 0.63 仙)。

合興執行董事及行政總裁洪明基先生表示：「在二零一九年上半年度，縱然面對艱難的營商環境，

¹ 考慮到集團的大部分交易均以人民幣計值及結算，及更改呈列貨幣將可減少港幣兌人民幣匯率波動對集團綜合財務報表造成之影響，同時可讓公司股東及潛在投資者更清晰地瞭解集團之實際財務表現，因此合興集團從 2019 年的財務報表開始，改用人民幣作為其呈列貨幣

我們樂見集團收入仍然錄得穩健的增長，並能保持合理的盈利水平。主要由於集團堅定採取了多個致力提升顧客滿意度的營銷策略，包括加入零售商品的售賣，以滿足顧客不同場景的用餐及購物體驗。同時，我們致力實行品牌升級策略，以顧客視角進行品牌和形象設計，以及加大顧客關係管理系統、自助點餐機等科技手段的應用，體現品牌的年輕化，此等策略效果理想，成功提升顧客對旗下品牌的忠誠度，並能保持收益穩健增長。」

業務回顧及增長策略

於二零一九年六月三十日，集團共經營 576 間店舖，較二零一八年淨增加 17 間。（二零一八年十二月三十一日：559 間），包括 369 間吉野家（淨增加 12 間）、175 間冰雪皇后（淨增加 2 間）及 32 間以其他品牌經營的店舖（淨增加 3 間）。

回顧期內，集團的外送業務持續增長，全賴吉野家及冰雪皇后外送業務的擴展。此兩大品牌的外送業務分別為集團貢獻了人民幣 3.36 億元及人民幣 1,500 萬元的收入，並分別佔其品牌銷售收入的 39% 及 13%。值得注意的是，來自冰雪皇后之外送業務收入較去年同期大幅上升 54%，而來自吉野家之外送業務亦較去年同期增長 12%。

集團把「提升顧客滿意度」作為二零一九年的重要策略之一，並以「物超所值」作為主要經營理念。針對同業的低價策略，集團適時開展針對外送產品和「物超所值」產品的促銷活動，推出工作日特惠午餐、團購套餐等，以帶動店舖堂食消費。與此同時，集團亦增加了產品售賣時段，包括推出下午茶、小吃等休閒食品，以及實施部分店舖延長售賣時間等，從而增加收益來源。

另一方面，集團充分利用自有客戶關係管理系統和科技、外部平台及資源，持續不斷收集顧客資訊，定期分析總結和回顧，並制定針對性的應對和完善措施，致力讓顧客的體驗極致化，此等措施對品牌形象提升和營業增長起了積極作用。其中，集團的客戶關係管理系統系統自二零一七年下半年推出後，會員人數大幅上升。於二零一九年六月三十日，吉野家，冰雪皇后和芳叔的總會員人數已經超過 700 萬。為了增強推廣效益，集團將利用吉野家、冰雪皇后及其他品牌的會員計劃，進行交叉推廣和發展「精準營銷」促銷活動。另外，為適應科技快速發展和不斷更迭的市場環境，在保持餐飲業核心優勢的前提下，集團將繼續透過結合科技及顧客數據分析，以調整營銷策略，從而推展線上和線下市場拓展計劃。同時，集團亦致力拓展新零售策略，在現有餐飲店舖基礎上加入零售商品的售賣，以滿足顧客不同場景的用餐及購物體驗。

展望

展望下半年，受中國政府的財政及激勵政策等因素影響，中國速食連鎖業總體上預期將能保持相對平穩發展的勢態。面對不斷轉變的顧客需要，合興將回歸基本，以「產品為王」和「物超所值」作為主要發展理念，繼續優化與升級產品和服務。同時，為滿足顧客需求、提升顧客滿意度為業務導向，我們亦致力透過科技，互聯網和與顧客互動的互相配合帶給企業的優勢開展經營。集團於二零一九年下半年將繼續堅守一貫以顧客滿意度為宗旨的既定經營發展策略，並根據市場變化及時對相應策略作必要調整。此外，合興會繼續引入新產品線，並在食品零售領域進行積極和深入探索，以形成集團新的利潤增長點。

洪先生總結：「縱然面對全球增長放緩及貿易緊張局勢加劇等宏觀因素，但作為成熟的品牌餐飲企業，我們有信心能保持穩定及持續的增長。同時，集團將繼續發掘不同機會，包括加強與特許經營授予者及現有業務夥伴的合作，以及探索潛在機會，以推動集團發展成為中國領先的多品牌快餐經營者，長遠為股東創造理想的可持續回報。」

- 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，合興擁有快餐連鎖店吉野家、冰雪皇后(Dairy Queen)，及引入其他品牌芳叔(Uncle Fong)在中國北部地區的經營權，同時亦經營自家品牌野葉子(Take a Green Break)，店舖遍及北京市、天津市、河北省、遼寧省、黑龍江省、吉林省，以及內蒙古自治區及河南省。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



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