



## 合興公佈二零一九年全年業績

收入升 **5%**至人民幣 **21.03** 億元 純利微升至人民幣 **1.04** 億元

\* \* \* \* \*

外送業務持續增長

轉型為「智能餐飲企業」及善用科技 增加收入來源及提升顧客滿意度

### 財務摘要

- 收入上升 5.0% 人民幣 2,102,800,000 元
- 毛利上升 4.3% 至人民幣 1,320,400,000 元，而毛利率維持於 62.8% 的穩定水平
- 外送業務持續增長，其中吉野家的外送業務收入增長約 8% 至人民幣 715,000,000 元，而冰雪皇后的外送業務收入增長 49% 至人民幣 32,000,000 元，分別佔各自品牌收入約 40% 及 14%
- 集團整體的同店銷售增長為 1.3%，其中吉野家的同店銷售增長為 1.3%，而冰雪皇后的同店銷售增長達 1.9%
- 儘管環境充滿挑戰，合興仍錄得純利微升至人民幣 104,100,000 元
- 集團進一步增強會員基礎，會員人數達到 8,500,000 人，複購率按年上升 12%
- 董事會建議派發末期股息每股 0.248 港仙

(二零二零年三月三十日，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十二月三十一日止年度(「二零一九財年」或「年內」)之經審核全年業績。

儘管全球經濟複雜且充滿挑戰，合興於二零一九財年仍然錄得令人滿意的業績。年內，集團收入增加 5.0% 至人民幣 2,102,800,000 元(二零一八財年：人民幣 2,003,600,000 元)。毛利上升 4.3% 至人民幣 1,320,400,000 元(二零一八財年：人民幣 1,265,600,000 元)，毛利率維持於 62.8% 的穩定水平。股權持有人應佔溢利上升 0.6% 至人民幣 104,100,000 元(二零一八財年：人民幣 103,500,000 元)。全年每股基本盈利為人民幣 1.07 分(二零一八財年：人民幣 1.05 分)。

為與股東分享成果，董事會建議派發二零一九財年末期股息每股 0.248 港仙(二零一八財年：每股 0.61 港仙)。

合興執行董事及行政總裁洪明基先生表示：「於二零一九年，縱使營商環境充滿挑戰，我們很高興看到集團的銷售及溢利持續增長。集團於年內繼續秉承提升顧客滿意度的首要宗旨。集團運用已升級的客戶關係管理系統分析並根據顧客的意見，積極改善產品及服務質素，透過共享資源優化業務流程。此外，集團於年內加大了科技賦能，以改善營運效率和提升顧客滿意度。集團對客戶關係管理系統進行升級，以便針對不同顧客的喜好和需要，進行更精準的營銷及銷售活動。同時，集團透過多元化的網上營銷及銷售活動及自有外送團隊，繼續把握外送業務的龐大商機，使集團於年內保持穩定的收益增長。」

### 業務回顧

於二零一九年十二月三十一日，集團共經營 597 間店舖，於年內淨增加 38 間。(二零一八年十二月三十一日：559 間)，包括 385 間吉野家、189 間冰雪皇后及 23 間以其他品牌經營的店舖。

年內，集團的吉野家及冰雪皇后外送業務持續增長，主要有賴不同的推廣活動加強與顧客的互動，以及集團已優化的自有外送團隊。吉野家的外送業務收入上升8%至人民幣715,000,000元（二零一八財年：人民幣661,000,000元），佔吉野家總收入的40%（二零一八財年：39%）。冰雪皇后的外送業務收入大幅上升49%至人民幣32,000,000元（二零一八財年：人民幣22,000,000元），佔冰雪皇后總收入的14%（二零一八財年：10%）。

二零一九財年，集團推行了四大業務策略：1）提升顧客滿意度，透過針對來自第三方平台的顧客評分進行每日追蹤，採取切實的回應行動；2）深化激勵機制，積極改善店鋪的營運及服務；3）研發物超所值的產品以吸引不同飲食喜好的顧客；以及4）利用科技去提升營運效率和提升顧客滿意度。憑藉集團有效執行各種策略，為集團帶來不同程度的貢獻，提升營運效率及增加收入來源。

事實上，二零一九年是集團的科技賦能之年。為改善營運和提升顧客滿意度，集團對客戶關係管理系統進行升級，包括建立跨品牌會員系統和顧客標籤系統，建立更準確的顧客資料庫，洞悉顧客行為變化，在時間和地域上擴大與顧客的接觸範圍，從而推行更精準的營銷活動。二零一九年會員計劃總人數超過850萬。

為提升銷售，集團針對各個時段銷售的不同痛點做了針對性的改善。集團不單於早餐和下午茶時段增設自助餐及半自助餐，更推出創新及物超所值的飲品和推廣優惠組合，同時亦為顧客提供更豐富的非飯類選擇如麵類產品，以吸引不同飲食喜好的顧客。此外，集團把握外送服務市場不斷擴大所帶來的機遇，發展多元化的外送產品組合，推出加強與顧客互動的推廣活動如讓顧客可以自由拼餐，加上推行優化集團自有騎手等有效措施，令外送業務的收入增加。

另一方面，集團在瀋陽成立了財務共享中心，負責集中處理集團各附屬公司業務的會計流程，在整合、提升效率、人員共用方面體現了管理優勢。同時，集團的獨立供應鏈公司亦於年內開始運作，透過資源共享和大量採購，降低了採購成本，為新品研發提供更多質優價廉的原材料以及為顧客提供物超所值的新產品。

## 展望

展望未來，中國經濟仍充滿挑戰，預期新型冠狀病毒疫情對各行各業造成嚴重衝擊，餐飲和旅遊行業尤甚，令集團於二零二零年第一季度或會錄得虧損。在目前疫情下，經營環境會復甦緩慢。因此，集團在二零二零年上半年放慢開店的步伐，待新型冠狀病毒疫情受到控制時，會在一二線城市有度有序地開店。

同時集團採取多項措施統籌和管理現金使用情況，緩和疫情所產生的資金壓力，包括分別與業主及供應商磋商減低租金及延長信貸期。集團亦考慮未來在店鋪引入更多科技元素，包括提供自助點餐機及微信小程序點餐，以推廣「零接觸」送餐服務，此服務模式亦相當受集團的目標年輕顧客歡迎。在新型冠狀病毒疫情過後，相信美味及方便地在家用膳將越來越流行，促使餐飲行業面臨轉型。為滿足顧客對在家用膳的需求，集團推出了全新的「家庭廚房」產品系列，包括不同種類的定形包裝食品，方便顧客可以在家中能夠享受集團的招牌美食。

在二零二零年的管理方面，為把握在行業整合所帶來的商機，集團將集中於提升顧客滿意度。為達到此目標，集團將於二零二零年全面推出已升級的客戶關係管理系統，對消費者行為變化作出更有效回應，致力爭取三大點餐平台的五星級好評及零差評。集團亦將加強其產品競爭力。除了提高改善招牌產品的食品質量及運作流程之外，將集中於研發品類豐富的燉煮類產品和有競爭力的飲品，推動新的業務增長。集團將加大對科技的投入，建立數據分析平台、客戶關係管理後台管理系統及升級業務智能（BI）系統等，加快和優化數據處理分析速度，從而更有效支持業務決策，提升效率。

在改善營運效率方面，集團將根據新的行業發展趨勢，進一步優化激勵機制以提升業務表現。集團將推行流程改革，優化和精簡流程，利用科技和系統提升效率。集團將繼續秉持「良心品質」的經營宗旨，致力於向顧客提供美味、健康、安全、滿意和放心的食品。

洪先生總結：「我們相信目前疫情是暫時性，集團會作好準備，我們會充分利用先進科技，在未來整體經濟復甦時把握商機。我們會恪守最佳業務守則，以『顧客滿意度提升』作為集團經營的基本原則，致力為消費者提供美味、安全、健康的產品以及優質服務。我們會發揮本身的優勢，包括品牌知名度、店鋪規模、財務實力，以及充分運用科技把握未來餐飲業的商機。憑藉我們過去三十年跨越不同的經濟周期、在國內的悠久經營歷史，我們有信心合興能夠應付種種的行業挑戰，保持在中國快餐業的領先地位，長遠為股東帶來合理回報。」

**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速食連鎖經營商。憑藉已簽訂的長期特許協議，合興擁有速食連鎖店吉野家、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，同時亦經營自營品牌野葉子(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 則為深受歡迎的霜淇淋品牌，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@sprq.com.hk](mailto:heidi.so@sprq.com.hk)

[maggie.au@sprq.com.hk](mailto:maggie.au@sprq.com.hk)