



稻香公佈二零一八年中期業績

* * * * *

經營環境仍充滿挑戰 業務策略帶來總收益及 母公司擁有人應佔溢利溫和增長

(二零一八年八月二十三日，香港訊) — 領導中式飲食文化潮流的**稻香控股有限公司**（「稻香」或與其附屬公司 — 「集團」；股份編號：573）宣布截至二零一八年六月三十日止六個月之中期業績（「回顧期」）。

截至二零一八年六月三十日，本集團的總收益達 2,079,800,000 港元，按年上升 5.4%（二零一七年：1,973,000,000 港元）。總收益的上升主要由於人均消費上升，特別受惠於海鮮銷售及包括宵夜時段推出的火鍋放題帶動人均消費從而令期內的同店銷售有所增長。母公司擁有人應佔溢利上升至 51,300,000 港元（二零一七年：40,800,000 港元）。撇除期內因中國內地政府強制關閉本集團旗下養豬場造成的一次性虧損 16,300,000 港元，則母公司擁有人應佔溢利上升 53.7% 至 62,700,000 港元。香港業務仍是本集團主要的收益貢獻來源，佔總收益約 61.7%（二零一七年：63.9%），中國內地業務則佔餘下的 38.3%（二零一七年：36.1%）。

董事會建議派發截至二零一八年六月三十日止六個月的中期股息每股 5.50 港仙，派息率為 109.0%。

稻香主席鍾偉平先生表示：「鑒於飲食行業持續充滿挑戰，本集團將建基於其傳統中式食肆的穩固基礎，從而推出一系列菜式餐廳，滿足不同類型顧客的口味。此外，本集團將繼續翻新旗下食肆以增加對新一代顧客的吸引力，並將制定不同市場推廣策略及尋求與其他零售品牌合作的機會，從而多元化擴展產品組合。」

香港業務

於報告期末，香港業務的收益溫和回升至 1,283,200,000 港元（二零一七年：1,260,500,000 港元）。母公司擁有人應佔溢利則為 48,200,000 港元（二零一七年：27,300,000 港元）。

面對激烈競爭，本集團採取一系列季節性市場推廣策略，包括主打推廣海鮮菜式，以及延續於宵夜時段推出火鍋放題的策略，以吸引目標顧客，上述策略均有助進一步推高同店銷售額及人均消費增長。除此之外，本集團亦尋求長遠穩固發展，自二零一七年下半年起陸續裝修八家食肆，包括位於旺角雅蘭中心的新裝修分店—稻香漁港市集。此家專門提供海鮮菜式的店舖已於六月中開幕，其格調能吸引中高消費的目標顧客，此類顧客不僅對精緻中式菜式講究，同時亦追求舒適的用餐氣氛。此外，本集

團亦關閉多家食肆或適調食肆面積。於回顧期末，本集團共經營 60 家食肆（二零一七年：66 家），包括兩家（二零一七年：3 家）以偏好非中菜菜式顧客為目標的 RingerHut 日本餐廳。

本集團致力多元化發展其食肆組合，已落實多項合作，另有更多合作業務關係正在籌備當中。值得留意的成功例子有台灣菜餐廳度小月，其首家香港分店已於二零一七年六月在尖沙咀開業，第二家分店亦已於回顧期內於銅鑼灣開業。Flamingo Bloom 為本集團的另一個合作項目，該店為時尚中式茶坊，已於回顧期後(二零一八年七月)於國際金融中心商場開業。管理層相信有關合作不僅有助擴闊本集團的業務組合，更為業務發展帶來更大靈活性。

泰昌餅家方面，本集團繼續發掘如過往進軍新加坡市場般的海外合作機會。於回顧期內，本集團在香港共經營 18 家泰昌餅家（二零一七年：19 家）。除整合其餅店網絡外，本集團亦將致力透過與不同品牌及超市合作增加分銷渠道。

中國內地業務

中國內地業務於回顧期內錄得收益 796,600,000 港元（二零一七年：712,500,000 港元）。而母公司擁有人應佔溢利則下降至 3,100,000 港元（二零一七年：13,500,000 港元），主要由於回顧期內因政府強制關閉本集團旗下養豬場而確認的一次性虧損 16,300,000 港元所致。

除適調店舖面積外，本集團亦採納改革方案，包括推出更多種類之色香味俱全的菜式吸引顧客。本集團過往亦有採納類似創新模式，如其佔地超過 22,000 平方米、集中式食肆、自營超市、室內遊樂場、博物館、商店及停車場於一身的綜合餐飲消閒中心。三家以家庭顧客為目標的綜合餐飲中心成功吸引中高收入家庭，於回顧期內繼續為本集團帶來穩定收入。批發業務為中國內地業務另一表現突出的範疇。本集團的東莞廠房擁有重大競爭優勢，在其支持下，包裝急凍食品銷售增加 26.3%，有關增幅反映本集團增加使用電子商貿，包括善用與「天貓」及「京東」等網上銷售平台的關係向全國顧客分銷包裝食品。另外，本集團透過「大眾點評」、「美團」及「餓了嗎」等外送平台提供外賣服務亦為其善用互聯網的成功例證。

於二零一八年六月三十日，本集團在中國內地經營共 46 家食肆（二零一七年：45 家）。另外，本集團於期內亦經營合共 26 家「烘焙達人」店舖，合共帶來收益 14,500,000 港元（二零一七年：14,200,000 港元）。控制成本仍然是本集團最專注的範疇，因此除善用東莞物流中心外，本集團亦尋求透過使用網上銷售渠道減低經營實體店帶來的挑戰。

周邊業務

周邊業務項下的超市業務表現令人鼓舞，於回顧期內佔本集團收益相當部份。憑藉為香港市場生產 OEM 產品的經驗，本集團的自家品牌在為周邊業務貢獻更高營業額方面擔當重要角色。為推動本分部的發展，本集團將善用網上銷售渠道擴大覆蓋範圍至中國內地主要地區，以及致力經營包裝食品以促進批發業務發展。

展望

展望未來，隨著推行市場主導策略，管理層預期本集團將於中港兩地維持理想增長。儘管如此，本集團仍將按最新消費情況及消費習慣適時調整策略，以確保可持續業務發展。同時，管理層將繼續整合及加強中港兩地的核心業務，以提供更優質食品及服務。

香港業務方面，管理層將積極發掘合作機會，引進更多著名品牌，同時多元化擴展收益來源及顧客群。本集團亦將同樣為泰昌餅家業務尋找合作機遇，尤其與超市的合作商機，以增加分銷渠道。

中國內地方面，本集團將通過其物流中心以支持各項業務運作。本集團亦將採用線上線下渠道推動批發業務增長，前者包括利用相關電子商貿平台；後者則包括加強與超市及分銷商的關係。本集團將繼續就電子商貿發掘更多不同網上平台，吸引來自全國各地的顧客。至於實體店業務方面，除專注深圳及廣州等主要都會中心外，本集團亦將考慮於大灣區內其他城市開設新食肆，以把握此蓬勃發展的地區的龐大潛力。

稻香行政總裁梁耀進先生總結：「儘管近期發展令人鼓舞，但本集團深明仍需作出重大努力以維持業務增長勢頭。因此，本集團將善用各項競爭優勢，把握新湧現機遇及擴展新收益來源，從而為股東帶來穩定回報。」

- 完 -

有關稻香控股有限公司

成立於 1991 年，稻香一直採取創新的市場策略，致力成為備受推崇及首屈一指的中式飲食集團。截至 2018 年 08 月 23 日止，稻香及其聯營公司旗下擁有 18 個品牌共 153 間食肆網絡及餅店，遍佈香港及中國內地，包括稻香、稻坊、稻香超級漁港、客家好棧、迎囍大酒樓、潮樓/潮館、鍾菜、鍾廚、燒一流、迎·潮、迎囍皇宮、RingerHut、泰昌餅家、T CAFÉ 1954、烘焙達人、稻·小廚、度小月及 Flamingo Bloom。2007 年 6 月，稻香於香港聯合交易所有限公司主板成功上市。

新聞垂詢：

稻香控股有限公司

蔡慧宜 電話：(852) 3960 6273 電郵：joannechoi@taoheung.com.hk