



稻香公佈二零二零年中期業績

* * * * *

二零二零年八月二十八日，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) 公佈其截至二零二零年六月三十日止六個月的中期業績。

截至二零二零年六月三十日止六個月，本集團的總收益為 1,147,400,000 港元 (二零一九年：2,027,700,000 港元)。母公司擁有人應佔虧損為 101,200,000 港元 (二零一九年：溢利 72,000,000 港元)。此外，於回顧期內錄得使用權資產減值為 15,000,000 港元 (二零一九年：無) 及物業、機器及設備項目減值為 3,700,000 港元 (二零一九年：10,800,000 港元)。於回顧期內，香港特別行政區政府轄下的防疫抗疫基金提供一次性的補助 32,600,000 港元 (二零一九年：無)。董事會決議不派發截至二零二零年六月三十日止六個月的中期股息。

稻香集團主席鍾偉平先生表示：「香港物流中心於期內幫助集團拓闊收益來源。本集團成功出口包裝食品至法國、越南及非洲等海外市場，並計劃進一步擴大其全球據點至出口往澳洲及柬埔寨。而東莞物流中心於疫情期間一直正常運作，並增加產量以應付冷凍和包裝食品的殷切需求。本集團亦把握上述需求上升的機會，擴大於此業務分部的市場份額。」

香港業務

於回顧期內，香港業務的營業額減少，收益為 703,800,000 港元 (二零一九年：1,252,100,000 港元)。除利息、稅項、折舊及攤銷前虧損為 7,600,000 港元 (二零一九年：溢利 99,600,000 港元)，而母公司擁有人應佔虧損為 41,300,000 港元 (二零一九年：溢利 45,100,000 港元)。

疫情為香港業務帶來前所未有的挑戰。部分食肆暫停晚市營業約兩個星期，隨後隨著疫情從四月下旬開始改善而重新開放。但是，由於第三波疫情，所有食肆都在七月到八月期間，暫停營業 17 天。在如此嚴峻情況下，為了優化營運，稻香迅速採用內部監控以管理成本及提升效率。本集團亦採取不同的市場推廣策略，例如在早市和茶市時段推出受大眾歡迎的「點心半價」優惠，在五月至六月在食肆推出「一蚊雞」推廣，再次提升銷售額和顧客流量，同時亦推出其他推廣優惠，例如火鍋放題，以配合本集團開拓多元化收益來源的目標。此外，本集團一直與業主就租金減免進行磋商。另本集團善用政府的寬免措施以減少某些開支。

營運方面，本集團在這關鍵時期採用已升級的採購系統以改善成本管理，加上在旗下各食肆精明地部署人手，使相關成本持續下降。為進一步優化人手及提升餐飲體驗，本集團在旗下食肆引入「茶車」，讓顧客可自行沖泡茗茶，與中式佳餚完美配搭。此外，旗下大部分食肆已採用手機點餐服務，推動流轉量。鑒於目前疫情，本集團夥拍外送服務供應商，並制定不同份量的套餐。

總而言之，縱使收益受到疫情嚴重影響，但稻香會藉此機會更努力改善服務，以及作好充分準備，務求在疫情後恢復正常營運。本集團已密切注視消費模式和行為的轉變，配合不斷變化的趨勢。

稻香在香港維持強大的食肆網絡，於回顧期內經營 49 家食肆。本集團一直致力整合及重組食肆，已達到削減成本的目的。稻香將繼續專注加強其著名中餐集團的地位，以鞏固旗下的中餐食肆品牌。

至於泰昌餅家的業務，自重塑品牌後一直保持其優質餅店的地位。於回顧期內，泰昌餅家於香港擁有穩固業務據點，店舖數目達 15 家，包括於黃金地段及時尚地點開設分店，例如新購物中心 V Walk 和山頂廣場等，吸引來自不同地區和各行各業的顧客。海外業務方面，泰昌餅家在新加坡的五家分店於回顧期內繼續帶來收益。

中國內地業務

於回顧期內，中國內地業務產生的收益總額為 443,600,000 港元（二零一九年：775,600,000 港元），除利息、稅項、折舊及攤銷前虧損為 19,300,000 港元（二零一九年：溢利 96,800,000 港元）。母公司擁有人應佔虧損為 59,900,000 港元（二零一九年：溢利 26,900,000 港元）。

受疫情影響，本集團的食肆由二零二零年一月底至三月關閉，部份食肆於三月開始提供外送服務。本集團於回顧期內共經營 45 家食肆，全部於四月起回復正常營業，但收益及溢利難免出現下跌。東莞及華中的食肆則於四月至六月錄得按年收益增長。

面對充滿挑戰的營商環境，本集團加倍努力管理成本，推行多項措施，包括重新調配員工及加強員工培訓，確保他們能夠勝任各種任務。我們還致力於提升中央廚房系統，以確保廚房，點心和燒味（「廚，點、味」）有關的烹飪規範得到更好的整合。本集團亦與業主磋商，期望在疲弱的租賃市場下達成更有利的租賃條款。政府的支援措施亦有助本集團減少若干開支。

外賣服務是本集團著重的另一分部，與香港的情況相似，外賣和外送服務在疫情中對銷售十分重要。由於能透過連接本集團食肆網絡的全國性手機下單平台更有效地訂購食物，因此深受顧客歡迎。為了提高顧客的黏性，稻香推出了特別的餐單以滿足客戶的口味，此範疇的銷售額因而按年上升三倍。

期內，三間綜合餐飲中心繼續為本集團帶來新收益來源。至於批發業務，則為擴大集團品牌的網上市場提供強力支援，特別是於疫情時的包裝代工產品。超市方面的業務合作促進增長，並使本集團接觸到更多客戶。本集團亦加強銷售及市場推廣以進一步加強批發業務的貢獻，擴大銷售網絡和提高市場滲透率。整體來說，儘管疫情流行，此業務模式的收益依然上升了 92%。

於回顧期內，「烘焙達人」業務有 21 家店舖。本集團依照主要業務策略繼續精簡成本。為達到這個目標，本集團充分利用東莞物流中心，發揮其主要競爭優勢，為批發業務提供烘培產品，同時與餐飲供應商和超市合作，並發展網上銷售。

展望

面對全球經濟不明朗和疫情流行的廣泛影響，稻香的綜合業務模式奠定了穩固的基礎以支持業務營運。短期內，本集團將謹慎管理資產和營運現金，並保留更多資源作未來發展之用。針對食肆現時的发展，本集團將制定更多元化的推廣策略，令傳統中菜繼續穩步向前，從而鞏固稻香優質中餐食肆的聲譽。面對現時的情況，本集團將加強外送服務，包括提升相關能力，推出新包裝，更新餐單以滿足消費潮流。因應消費習慣和偏好的改變制定合適策略對確保業務的可持續發展至關重要。至於香港和中國內地的業務，本集團將促進線上及線下的批發業務。前者需要把握更多與超市合作的機會，後者則要發展電商平台吸引不同地區的客戶，從而提高收益和溢利，同時擴大本集團在批發市場的份額。為了支持這些策略，本集團將善用物流中心，利用廠房的高度自動化以達到靈活的營運時間，同樣重要的是在新型冠狀病毒危機之中，確保包裝食品的生產不受干擾。

稻香集團主席鍾偉平先生總結：「管理層對本集團能夠在史無前例的挑戰下維持業務穩定充滿信心。除了發揮本身的多個競爭優勢外，管理層將致力提升營運，豐富產品組合及把握新增的機遇，從而創造新的收益來源，最終為股東帶來合理的回報。」

- 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 2020 年 6 月 30 日止，稻香連同其聯營公司旗下有 14 個品牌共 130 間食肆網絡及餅店，遍佈香港、中國內地及新加坡，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、泰昌餅家及烘焙達人。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