



碼上看

陳國基:期待全方位加強與黑龍江合作



掃碼睇文

《詠春》火爆倫敦 未來兩天門票近售罄



掃碼睇片

國產大飛機 C919 承運旅客破50萬人次



掃碼睇片

消費風向變幻 飲食股多盈警 餐飲業逆市謀突圍

近年，北上消費熱潮成風，加上內地過江龍食店旋風式席捲香江，本港食肆面臨前所未有的挑戰，生意難撈，經營多年的「老字號」也難逃結業的命運。環顧2024年上半年，一眾香港飲食股業績出現倒退：太興(6811)賺少76%、翠華(1314)賺少35%、譚仔國際(2217)賺少61%、稻香(573)賺少88%。惟雖有一些餐飲品牌感到困難重重，仍有快餐股「仔寶」大家樂(341)與大快活(052)等，在逆市中脫穎而出錄得增長，總體生意量穩步上揚，取勝之道在於靈活多變及迎合市場需要。「積極求變，勇於創新」，一直以來都是香港成功的基石，本港餐飲業如今面對逆市，業界亟需識變應變求變，調節經營手法，尋求轉型之路，在逆風中開拓新機遇，突圍而出，讓香港的品牌繼續發光發亮！

香港商報記者 韓商

太興上半年利潤減七成

太興集團近期公布，上半年只賺1071萬元，比去年同期跌了76.35%，其實，太興集團旗下的多個茶餐廳品牌，收入均有增長，如「太興」品牌繼續是主要收入來源，其收益增長4%至6.1億元，來自「敏華冰廳」的收益微增0.9%至4.4億元，來自「茶木」的收益增長10.5%至1.8億元。期內，太興共有210間分店，較去年底淨減1間，於港澳有167間，43間在內地。

太興直言，上半年本港經濟復蘇及入境旅客人數上升緩慢，市場持續北上消費，本地消費習慣也有所改變，令集團收益升幅受壓。故上半年關店相關開支以及就餐廳所計提之資產減值撥備，均較去年同期有所上升。

翠華減香港與內地分店

同樣開茶餐廳的翠華控股6月份公布，截至今年3月底的全年業績，期內錄得純利只有3908.7萬元，按年少賺35.48%，截至今年3月底，香港餐廳數目減少5間至29間，內地減少3間至36間，澳門仍是3間，新加坡增加1間至4間。

稻香上半年純利跌逾八成

本港茶餐廳生意不景，酒樓的生意就更加難做。酒樓股稻香控股較早前公布了截至6月30日止中期業績，期內錄得收益12.85億元，按年跌14.6%，公司權益持有人應佔溢利僅402萬元，按年大跌88%。

稻香集團指，期內港人北上消費新常態持續，每逢周末和長假期，北上南下逆差超過10萬人次，加上消費模式的轉變和人力成本不斷上升，為業務帶來衝擊。期內集團旗下的食肆及餅店由112間減至90間，關22間舖或約20%。

敘福樓老闆勸同業勿死頂

敘福樓集團(1978)近日公布中期業績，期內轉蝕2653萬元，去年同期溢利約4760萬元。據了解，擁有「牛角」、「牛瀾鍋」、「挽肉及米」等品牌的敘福樓集團在7月份已關閉4間分店，分別為7月15日關閉的奧

海城牛角及MMC(即「牛瀾鍋」)、7月31日關閉的淘大商場永華日常及牛角男坊。面對行業困難時期，敘福樓主席黃傑龍提醒同業要量力而為，勿過分「死頂」致輸身家，建議待經營環境好轉後，屆時再開新店。

上半年本港食肆普遍生意難撈，但亦有少數例外。快餐股仔寶大家樂同大快活均在逆市下仍取得不俗的成績，這兩家公司都以截至3月底為止為全年業績。

大家樂去年度盈利3.3億元，按年升約2倍；撇除政府疫情資助，盈利按年升幅更多達3.8倍。期內，大家樂在香港有380間門店，按年淨增加4間；內地則有171間門店，淨增加18間，內地新店數目創歷史新高。

大家樂坦言，鑑於經濟復蘇及入境旅客人數升幅均較預期緩慢等因素，去年度下半年經營環境增添壓力。不過，集團對長遠增長前景仍然樂觀，將持續完善已確立具競爭力的業務模式。

大快活：經濟低迷洽租更有利

至於大快活去年全年純利5070萬元，較前一年增加12.9%。扣除年內政府補貼金額140萬元，溢利為4930萬元。期內，大快活共有182間店舖，其中158間位於香港，24間位於內地。年內集團位於香港的快餐連鎖店共有149間，並有9間特色餐廳，包括3間ASAP、3間一碗肉燥和3間一葉小廚。

本港飲食股 近期業績表現

太興(6811) 上半年賺1071.9萬，按年跌76.35%

翠華(1314) 去年全年賺3908萬元，按年跌35%

譚仔國際(2217) Q2賺1300萬元，按年跌61.76%

稻香(573) 上半年賺402.2萬元，按年勁跌88%

敘福樓(1978) 上半年盈轉蝕2653萬元

大快活(052) 去年全年賺5070萬元，按年升12.9%

大家樂(341) 去年全年賺3.3億元，按年升兩倍

本港飲食股 疫前至今股價表現

Table with 4 columns: 飲食股(代號), 疫情前股價(元)(2020年1月3日), 上周五收市價(元), 變幅(%)

大快活指出，香港正經歷經濟下行周期，顧客在等待經濟轉趨明朗期間只能收緊開支。大快活認為，愈來愈多內地城市居民現可免簽證來港，一定程度上有助抵銷港人「北上消費」的影響。與此同時，經濟低迷亦令租金成本下降，為大快活帶來擴張機會，來年集團旗下三分之一餐廳的新租賃租金將進行磋商，或有助改善盈利能力。

業界籲政府出手 減稅減租

香港餐飲業協會主席楊振年接受本報記者訪問時表示，今年上半年，香港餐飲業的業績普遍不佳，這與多重因素有關。首先，香港與內地的通關恢復後，許多港人選擇北上消費，這一趨勢持續影響本地市場。其次，餐飲企業面臨營運成本持續攀升，尤其是在租金和物價方面。此外，經濟環境的整體不振，也導致消費者減少外出用餐的頻率，進一步打擊了本港餐飲業的收益。

倡拓內地市場分散風險

楊振年建議同業，可以考慮多方面的策略來應對這些挑戰。開拓內地市場是一個選項，這不僅可以幫助企業分散經營風險，還能抓住內地消費市場的持續擴大的機遇。

楊振年也建議本地飲食企業，可以通過優化營運模式，來降低成本和提高效率，例如精簡菜單和提升線上銷售能力。此外，業界也應團

結，積極尋求政府的支持，期待政府能出台減免租金和稅收等針對性支援措施。

楊振年希望，港府可以通過提供財政支援，如減免稅收和租金補貼來幫助本港餐飲業，這可以顯著減輕企業的財政壓力。同時，加強政策的協調和執行，確保如「夜繽紛」等刺激經濟的活動措施能夠有效落實。最後，港府還應考慮進一步放寬行業管制和簡化行政流程，減輕行業經營成本，為餐飲企業創建一個更有利的營商環境。



楊振年建議本地飲食業界，可以通過優化營運模式，來降低成本和提高效率。網上圖片

「譚仔味」衝國際闖出新路

米線專家譚仔國際近期亦公布，截至2024年6月30日止首財季業績，集團收益為6.85億元，按年下跌0.29%；除稅後溢利為1300萬元，按年下跌61.76%。譚仔國際坦言，香港核心市場仍然充滿挑戰，出境旅客人數接連上升，消費氣氛疲弱。但相對於其他本港食肆而言，譚仔國際集團的策略，就是把握「一帶一路」機遇，將特許經營拓展東亞及東南亞市場。

開拓日本市場 成績最為理想

譚仔國際在截至2024年3月底為止的全年業績報告上，提及一直設法實現將「譚仔味」帶到世界每個角落的願景，推動發展特許經營業務衝出香港，當中以開拓日本市場

成績最為理想，相信與母公司東利多株式會社支持有莫大關係。譚仔國際表示，在24財年中期，香港以外市場的經營虧損(餐廳層面)已大幅收窄68.3%至534.7萬元，離盈利已近在咫尺。

早在2023年10月，譚仔國際與ST Group Food旗下附屬公司建立合營公司，ST Group Food曾經成功於澳洲及新西蘭為多個亞洲品牌發展展次特許經營業務，除澳洲之外，譚仔國際亦努力開拓菲律賓市場，已與當地Suyen Corporation旗下附屬公司落實相關特許經營主協議的細節。

最近譚仔國際又宣布，與馬來西亞綜合企業Hextar Group of Companies的成員Hextar Retail Berhad建立戰略夥伴合作，以進軍馬來西亞市場，標誌著譚仔國際開拓「一帶一路」沿線龐大的東南亞市場，邁出重要一步。