

泰飲食集團MK 藉聯營合併壯大

CEO推四大策略 股價看高一線

泰國天氣非常炎熱，所以泰式菜中有很多是涼拌的，但有一家火鍋店多年來可以屹立不倒，它便是不少港人十分熟悉的「MK火鍋店」，在港人常到的Terminal 21商場分店，每逢假日至少要輪候半小時才能入座。時至今日，火鍋店更已成為泰國的著名飲食集團MK集團（MK Restaurant Group或股票代號BKK：M）。

海外股票投資 泰國篇

大公報記者 許臨



早在1962年，泰國首家的MK店已經在Siam Square開業，由於始創人的名字為Mrs. Makong King Yee，店名便稱為MK，但開業初期不是一家火鍋店，而是一家泰國餐廳。到了1984年，MK與泰國最大連鎖百貨業Central Shopping Center合作，在Central Lad Prao內開設了「Green MK」，相隔一年後才正式轉型為火鍋店，並取名「MK火鍋店」。

MK火鍋店一般在百貨商場內開業，曼谷Asiatique河濱夜市、Terminal 21、Central World等都有分店。與內地著名的海底撈一樣，MK火鍋店會為食客提供高品質的服務，以點餐為例，顧客除了使用觸控點餐機，亦可以看紙本菜單，而菜單亦有泰文、英文、日文等語言。MK火鍋店的價位也很大眾化，最超值的組合套餐只是499泰銖（約118港元），包含火鍋料、肉片、青菜，單點蔬菜約20泰銖（約4.7港元），肉品亦僅100泰銖（約23.7港元）左右。

特色「整點舞」 食客熱捧

此外，MK火鍋店有著名的「整點舞」，店內會忽然響起音樂，所有店員跳起舞來。許多食客會錄影和拍攝下來，並上載至Facebook或Instagram，同時為MK火鍋店作間接宣傳。對比那些硬性要求顧客在其Facebook專頁給LIKE換折扣的食店，MK火鍋店明顯更懂得宣傳。

發展至今，MK集團已是一家跨國飲食集團，除了火鍋店，亦有其他不少品牌，如「Na Siam」泰式料理餐廳系列、「Yayoi」及「Miyazaki」日式餐廳系列。面對越來越多海外企業進駐泰國，MK集團不斷透過聯營及合併，以提升其競爭優勢。

其實，投資股票，除了要留意公司的業務外，也要分析管理層的能力。MK集團現任CEO是Rit Thirakomen，本身修讀電子工程，畢業於Chulalongkorn University，1985年曾與夥伴成立書店SE-ED，並擔任主席13年，SE-ED已發展成為泰國最大的書店，擁有逾400家分店，並在泰國交易所上市。他在1987年退休後，便開始接管家族生意，那就是MK集團。

看好泰經濟 每年開45分店

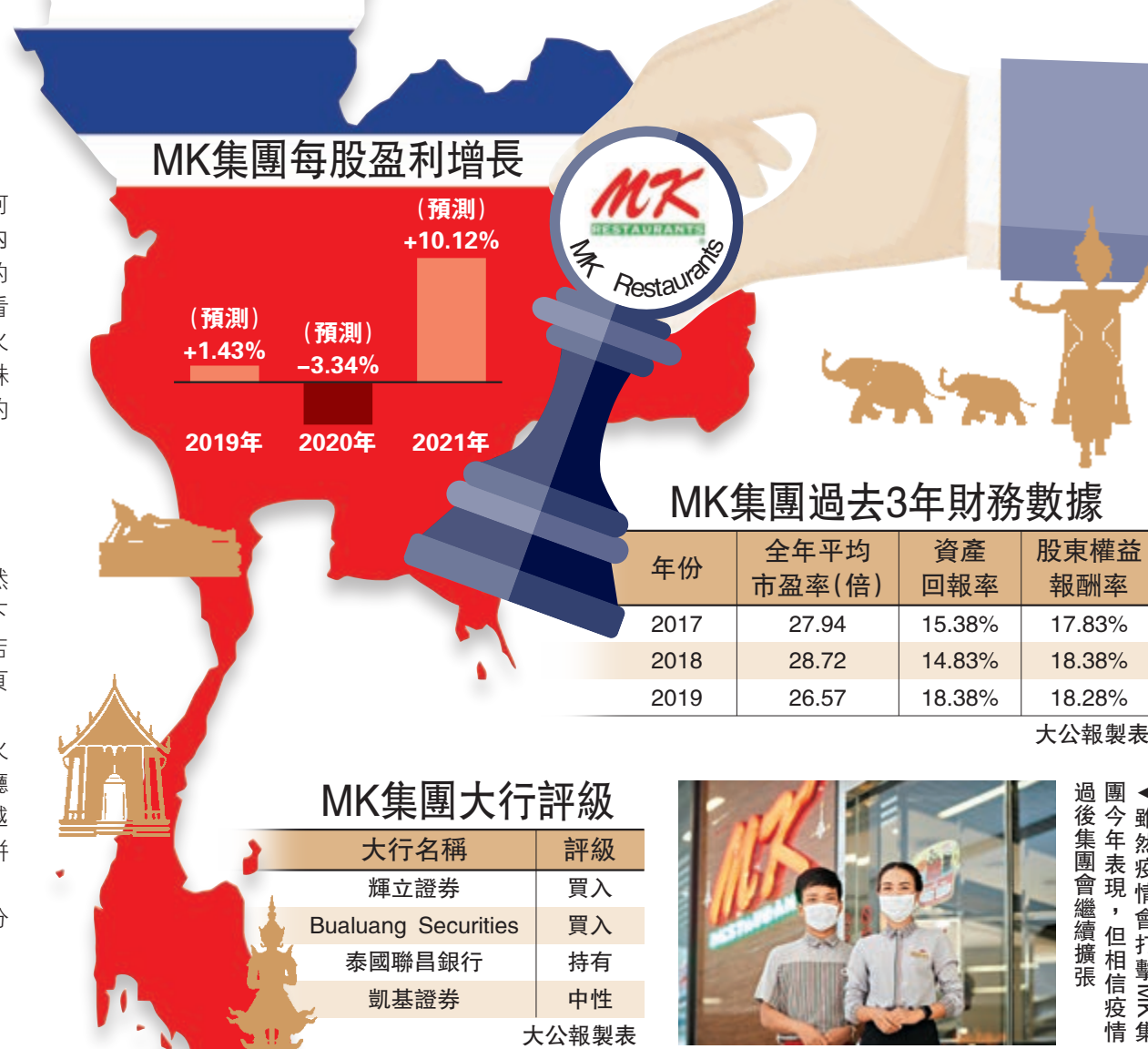
Rit Thirakomen認為，隨著泰國經濟快速發展，集團也應該加快擴張，泰國餐飲業年均市場總值超過4000億泰銖（約950億港元），加上泰國是旅遊大國，有很大發展空間。2017年，Rit Thirakomen提出每年投資4億泰銖（約950萬港元），在未來5年裏，每年在泰國開設15家MK火鍋店，25家Yayoi及5家Miyazaki，並在海外開設加盟店。

此外，Rit Thirakomen的擴展還有四大策略：1）收購合併、2）建立新品牌、3）與其他品牌組合營、4）特許經營權。去年MK集團便與7至8個飲食品牌商討合營計劃，同時又與在泰國擁有逾40年歷史的Laem Charoen Seafood洽談合作，希望在泰國開拓海鮮食店。

按MK集團近年的發展步伐，雖新冠肺炎影響泰國經濟發展，但相信疫情過後，MK集團會在Rit Thirakomen帶領下繼續積極擴張，以配合泰國經濟發展。由於MK集團的規模有望不斷壯大，相信也會反映在其股價之上。



MK集團股價走勢



MK集團每股盈利增長

年份	全年平均市盈率(倍)	資產回報率	股東權益報酬率
2017	27.94	15.38%	17.83%
2018	28.72	14.83%	18.38%
2019	26.57	18.38%	18.28%

大公報製表

MK集團大行評級

大行名稱	評級
輝立證券	買入
Bualuang Securities	買入
泰國聯昌銀行	持有
凱基證券	中性

大公報製表



雖然疫情會打擊集團今年表現，但相信疫情過後集團會繼續擴張

建東部經濟走廊 冀成亞洲中心樞紐

經濟發展

亞洲區內投資者近年常提及「東部經濟走廊」（Eastern Economic Corridor），原因是這對泰國，以至全亞洲的經濟都有深遠影響。

東部經濟走廊包含幾個部分，首先是泰國



▲阿里巴巴在2018年與泰國政府簽署備忘錄，包括投資智慧數碼中心

斥資2250億泰銖（約535億港元）建造高速鐵路連結當地3個機場，包括Suvarnabhumi、Don Mueang及U-Tapao-Rayong-Pattaya機場，再用雙軌鐵路連結泰國的3個重要海港。

由於泰國位於亞洲中心，無論是從中國要往東南亞或從印度要往東亞，都要經過泰國，成功打造東部經濟走廊後，除了旅遊業發展得會更蓬勃外，中國、老撾及柬埔寨的貨物也可透過鐵路無縫地連接到泰國港口，而其他國家又可以透過東部經濟走廊連接泰國的機場，把泰國打造成航空及航空物流業中心樞紐。

泰國擁有近7千萬人口，是東南亞僅次於印尼的第二大經濟體。泰國近年在積極轉型，而東部經濟走廊正反映泰國未來10年的發展目標，不願再局限於旅遊業，要成為亞洲中心樞紐。

其實，東部經濟走廊所帶來的經濟效益，絕不只是旅遊業及物流業。若泰國成功發展成亞洲中心樞紐，將會有更多外資進駐泰國，這能讓泰國企業學習到更多的新技術，同時又可加強人才培育。

日本富士集團、鈴木汽車、奔馳等已看準機遇，進駐泰國為未來發展而鋪路。阿里巴巴也在2018年與泰國政府簽署備忘錄，內容包括貿易投資、智慧數碼中心（Smart Digital Hub）投資、中小企開發合作及數碼觀光合作。當中的智慧數碼中心投資額更高達110億泰銖（約26億港元）。事實上，泰國的製造業、電子零件、汽車、代工生產已屬成熟產業，吸引外資可進一步發展生物科技、智慧城市、高端醫療、數位科技等新領域，讓經濟發展更為平穩。

升值潛力勝海底撈 MK長線息價齊賺

企業分析

MK集團與海底撈（06862）在亞洲區內的知名度在伯仲之間。海底撈目前全球有466家直營分店，每年增加5至7家，當大部分的店都在中國，海外市場包括美國、日本、韓國、新加坡等。至於MK集團，全球有近700家分店，除了泰國外，分店遍布越南、印尼、新加坡。

海底撈近年在國內及其他國家也備受關注，股價自然會受到追捧，市值也因而較大，昨日海底撈的市值約1497.2億港元，但MK Restaurant Group，市值卻只有407.5億泰銖（約97.3億港元），相差達15倍以上。

此外，MK集團在2019年的預測營業收入174億泰銖（約41.8億港元），而海底撈2019年的營業收入則約237億港元，兩者雖仍有不少差距，但差距只有約5.7倍，若再比較兩者的「營業淨利潤」，海底撈2019年錄得29.55億港元營業淨利潤，而MK集團則錄得31.64億泰銖（約7.5億港元）營業淨利潤，兩者相差只有3.94倍。

那麼，兩者市值的差距高達15倍，代表了MK集團未來仍有很大的升值空間。

對利息一族而言，MK集團也是不俗的選擇，股息率高達5.68%，比不少港股還要高，加上其股價多年來表現穩定，長線有望賺息又賺價。



斷發展，至今已成泰國著名飲食集團

泰設兩股票市場 SET較穩陣

投資攻略

泰國證券市場早在1962年便成立，但卻要到1974年5月才正式立法通過，在1975年4月30日開始正式營運，至1991年1月才正式更名為泰國證券交易所（SET）。

泰國股票市場主要分兩大市場。首先是SET，是規模較大，成立時間較長，且具備一定盈利的公司籌集資金的市場；其次是在1999年6月才成立的MAI（Market for Alternative Investment），它又稱為中小企業板市場，中小型或高成長企業想進入資本市場獲取較低成本資金，又不符合SET的上市條件，便可選擇於MAI市場掛牌。

泰國最優秀的上市公司都集中在SET

市場，也是海外投資者的重點投資對象。泰國企業要在SET掛牌，首先發行資本要達3億泰銖（約7150萬港元），公司經營時間不少於3年，申請上市前至少1年內由同一經營團隊管理，且最近2至3年間淨利不低於5000萬泰銖（約1191萬港元），上一年度淨利不少於3000萬泰銖（約715萬港元）。管理階層的資格和公司本身及其子公司的章程皆要符合證券委員會規定。保持有效的審計和內部控制系統，且不存在利益衝突。

泰國企業即使在SET上市，所需達到的要求不比在港上市低很多，這也是泰國交易所為了保障小投資者的做法，故此，若選擇交易泰股，還是集中在SET市場會較好。