

政府統計處昨日公布，本港10月零售業總銷貨價值按年下跌2.9%，首10個月合計跌幅更達7.1%。消費結構持續改變，亦令餐飲業界生意受挫。連鎖快餐店大快活集團(0052)昨公布截至9月之中期業績，純利按年大減57.3%至1,552.1萬元；另一餐飲集團富臨(1443)中期更轉蝕4,060萬元。面對逆境，業界紛紛出招自救。大快活集團行政總裁羅輝承昨表示，未來將專注4個關鍵範疇，包括具高增長潛力的晚市市場、擴大「超值」產品的選擇、健身人士和年輕顧客等客群的細分市場，以及長者和吞嚥困難人士的全新軟餐計劃等等，發掘市場增長潛力。

●香港文匯報記者 曾業俊

中期財報顯示，大快活收入按年跌0.3%至15.535億元，毛利率按年降1.9個百分點至7.5%，純利按年倒退57.3%至1,552.1萬元，每股盈利11.98仙。派中期息5仙，去年同期派11仙。羅輝承昨表示，集團已意識到香港消費者行為的結構性轉變，已制定策略應對影響以吸引和留住顧客。有關策略的成效已於大快活的上半年中期業績逐步反映，集團於過去半年已陸續推出新措施，以推動業務發展並建立增長勢頭。

### 「消費降級」或成增長機遇

集團指，今年餐飲業已經高度分散，預計這種趨勢將持續。受經濟壓力影響，飲食消費向下調整的趨勢預期將為集團帶來增長機遇。集團亦已加大力度將大快活打造成高質且價格合理的美食品牌，尤其在晚市業務方面，許多菜式已擺脫傳統「快餐」的概念。另外，軟餐在未來有龐大發展空間。

大快活指，集團於期內專注4個關鍵營運範疇，其中一個為具高增長潛力的晚市市場，屬大快活主要增長動力，原因為顧客在經濟不景時往往傾向「消費降級」。集團亦積極擴大「超值」產品選擇，以滿足更多精打細算顧客的需求。此外，市場策略亦包括吸引更多具高增長潛力的目標顧客群，例如健身人士和年輕顧客等市場細分。最後，集團致力加強與本地社區的聯繫，特地推出一項針對長者和吞嚥困難人士的全新軟餐計劃。

### 店舖續租磋商更優惠租金

截至9月底，大快活於香港共經營149間大快活快餐店，以及10間特色餐廳，這些特色餐廳均錄得穩健表現。在大灣區的內地城市，集團於期內共運營23間大快活快餐店。在目前淡市情況下，租金持續下降，集團已就即將到期的續租合約磋商更優惠租金，有關正面影響將於下半年展現。此外，大快活App手機應用程式登記會員人數持續攀升，期末會員人數已超過92萬，成為重要的推廣工具。

### 餐飲業迎長期結構性調整

大快活集團執行主席羅開揚總結，鑑於近期香港的消費習慣發生明顯變化，集團認為香港的餐飲業將面臨長期結構性調整。期內，集團通過各種計劃適應和利用餐飲業變化並發展業務，已開始展現出卓越成效。管理層相信，大快活的企業定位、審慎管理、創新理念及市場觸覺將為集團帶來樂觀的增長前景。

大快活昨收報6.59元，無升跌。

# 大快活四範疇谷生意

## 港消費結構性轉變 餐飲業紛紛出招自救



**大快活集團**

- 專注具高增長潛力的晚市市場；
- 擴大「超值」產品的選擇；
- 拓展健身人士和年輕顧客等客群的細分市場；
- 推出針對長者和吞嚥困難人士的全新軟餐計劃。



**富臨集團**

- 採取全時區餐飲的品牌策略，增加「概念線」品牌及類別，提供多元化菜式，以及不同價位選擇；
- 繼續各區域尋覓合適位置擴展美食廣場業務，引入多地不同餐廳品牌；
- 尋覓合適時機，將集團多元化且優質的餐飲品牌推動至內地各地及其他亞洲地區。

## 富臨擴美食廣場業務 擬攻內地

香港文匯報訊(記者 曾業俊)受到旅客及市民消費能力下降影響，香港連鎖酒樓富臨集團(1443)公布截至今年9月之中期業績，營業額按年跌4.4%至8.54億元，盈虧轉虧4,063.8萬元，去年同期賺211.1萬元，每股虧損3.13仙，不派中期息。富臨表示，隨着旅客及市民對在港消費及飲食模式改變，集團繼續採取全時區餐飲的品牌策略，進一步增加旗下「概念線」品牌及類別，提供多元化的菜式，以及不同價位的選擇，使不同消費能力的顧客在全日不同時段均可品嚐旗下各式餐館美食。

### 消費力降 中期轉蝕4063萬

富臨指出，集團毛利率按年減0.4個百分點至71.7%，收入減少主要由於期內香港經濟表現疲弱，旅客及市民的消費能力均明顯

下降所致。雖然7月至9月季度訪港旅客量按年增長9.6%，惟內地旅客興起「不過夜」低消費旅遊，對本地旅遊業及餐飲業支持力度有限，大部分行業的大型企業營商氣氛減弱，市民於周末及假日出現北上消費熱潮，導致本地消費市道低迷，餐飲業更是大受影響。

展望未來，富臨預期旅客和市民消費模式轉變，會繼續影響餐飲業，然而中央優化個人遊等惠港措施，加上美國進入減息周期，料為餐飲消費的前景帶來正面作用。此外，特區政府已公布今年下半年香港盛事年表，涵蓋超過100項盛事，預料可吸引更多旅客來港，帶動本地消費氣氛，期望可與上述的國家措施產生協同效應，令旅遊及餐飲業受惠。

富臨指出，集團未來將繼續擴展美食廣場業務，引入多地不同餐廳品牌，為當區居民

帶來更多美食選擇。現時，集團的美食廣場已覆蓋元朗、屯門、九龍灣及啟德等民生地段。未來，集團將繼續於各區域尋覓合適位置，開設更多美食廣場。

另外，集團期內於內地珠海市新增1店，未來會繼續尋覓合適時機，將集團多元化且優質的餐飲品牌推廣至內地各地及其他亞洲地區。

截至今年9月底止，富臨在香港共經營107間餐館，分別為14間「富臨」系列品牌、7間「陶源」系列品牌、81間「概念線」系列餐館、5間美食廣場，及於內地經營3間餐館，總數與3月底時相同，惟「富臨」減少1間，「概念線」增加1間。其中，富臨系的中期收入按年跌14%至3.06億元；陶源系收入按年跌24.9%至7,517.8萬元；概念線系列按年增8.5%至4.16億元。

## 譚仔國際進軍墨爾本 首度採海外特許經營

香港文匯報訊(記者 莊程敏)譚仔國際(2217)繼續衝出國際，繼之前進軍日本及新加坡後，再宣布與合營公司夥伴ST Group Food Industries Holdings Limited於墨爾本Swanston Street開設澳洲的首間餐廳，亦是集團首間海外特許經營分店。新店以「譚仔香港米線」(Tamjai Mixian)品牌開業，融合「譚仔雲南米線」及「譚仔三哥米線」品牌。店舖以摩登前衛裝潢，入口設有湯底試飲櫃檯，讓顧客探索湯底及不同辣度。

### 鄰近唐人街 同市下季再開2店

店舖位於墨爾本核心商業區，鄰近唐人街，面積約123平方米，最多可容納42位顧客。集團指出，受惠於該區龐大的人流量和



●以「譚仔香港米線」(TAMJAI MIXIAN)品牌開業的墨爾本分店，面積約123平方米。

華人網絡，預料會為新店吸引多元化的顧客群，而其位置亦讓新店增加知名度，有助建立正面的品牌形象。集團計劃於明年第一季末前在墨爾本再增設兩間分店，由譚仔國際與ST Group組成的合營公司直接營運，並

將店舖網絡擴充至悉尼。

譚仔國際主席、執行董事兼行政總裁劉達民表示，澳洲新店的開業不僅體現譚仔勇於挑戰以突破界限的不懈努力，更標註着集團的多項重大突破，包括首次進軍西方市場、推出全新國際品牌，以及通過合營和特許經營模式擴展全球網絡。未來，譚仔將利用透過與本地夥伴合作拓展澳洲市場的經驗，進一步實現將「譚仔味」帶到全世界的使命。

ST Group行政總裁TG Saw指，譚仔國際的餐廳營運經驗豐富，在品牌、員工培訓、店舖及菜單設計、資訊科技系統及基礎設施各方面，均為新店成功開業提供支持，而ST Group在營運層面及本地網絡亦發揮出互補優勢，有信心在澳洲持續擴展業務。

## 日本潮流品牌 金子眼鏡攻港

香港文匯報訊(記者 蔡競文)有66年歷史的日本潮流手工眼鏡品牌金子眼鏡在香港開設的首間直營店於今日(30日)開幕，為本港顧客提供日本手工眼鏡，展現日本高端工藝技術。公司負責人表示，希望利用香港店提升金子在港的品牌形象，為本地顧客提供最佳的服務。

### 投推署：顯港國際樞紐地位

投資推廣署助理署長劉智元昨日(29日)歡迎金子眼鏡在港開設首間門市，並祝願其業務蒸蒸日上。他表示，金子眼鏡落戶香港，不但為本地顧客提供高檔次的眼鏡選擇，亦顯示香港的國際樞紐地位甚受國際品牌的歡迎。

### 手工眼鏡日本工廠生產

新店位於中環心臟地帶，為顧客提供手工眼鏡及視光服務，所有眼鏡均由該品牌位於日本的工廠生產。Japan Eyewear Holdings Hong Kong和Japan Eyewear Holdings International董事長兼金子眼鏡戰略室長秋田徹表示，香港已有多間分銷商出售金子的眼鏡，很多香港顧客認識金子的品牌並親臨日本的直



●日本手工眼鏡品牌金子眼鏡在港開設的首間直營店今日開幕，為顧客提供手工眼鏡及視光服務。

營店，並希望金子在香港設點。他提到，希望利用香港店提升金子在香港的品牌形象，為本地顧客提供最佳的服務，讓他們在購買眼鏡後，可以安心地享受金子提供的保養、維修和眼鏡諮詢服務。

金子眼鏡成立於1958年，由一間眼鏡分銷商發展至今成為日本眼鏡業界公認的潮流「教主」，自家規劃、設計和銷售眼鏡品牌，並積極與不同名牌系列和服裝製造商合作，打造原創品牌。

## 嘉利4年5億擴泰國廠房



●嘉利國際何偉汗(右)表示，在中國新興興建的「嘉利工匠大樓」已全面啟用。

香港文匯報訊(記者 蔡競文)伺服器外殼解決方案供應商嘉利國際(1050)實行中國及泰國雙生產基地方案。該集團主席助理何偉汗昨表示，

房加大產能之後，到2027年可達到集團整體產能約30%。他認為，中國及泰國雙生產基地方案，可以靈活互補產能及技術，泰國廠房是全自動化布局，配備近90台機械臂以減少人力需求，提升生產效率。集團打算在泰國廠房鄰近地方租賃新廠房以強化模具開發能力及增設倉儲空間，同時計劃購置土地，以完善整體生產流程，實行一站式製造方案。

至於中國廠房，何偉汗表示，新興建的綜合生產大樓「嘉利工匠大樓」已全面啟用，設有近900台機器臂以減低工人數量，提升效率。

產品方面，何偉汗表示，隨着大數據時代的來臨及AI應用的快速普及，全球對伺服器架構的需求持續攀升。為應對不斷增長的市場需求，該集團推動伺服器產品的多元拓展，無論是通用伺服器及數據中心市場，抑或新興的AI伺服器部分，皆可以提供量身訂製客製化規格和結構的外殼設計，以滿足客戶的多元需求。截至9月底，嘉利國際中期純利1.01億元，按年升39%；收入15.26億元，按年升6%。

### 盼2027年佔總產能30%

何偉汗補充指，集團目前產能仍然以中國為主，期望泰國廠

## 提供裝修 彈性租期

## 俊業出招為商場吸租客

香港文匯報訊(記者 蔡競文)以發展元朗錦繡花園和大埔康樂園聞名的俊業集團，近年積極拓展旗下「俊業系列 Spark City Series」商業項目。繼「俊業長沙灣」及「俊業旺角」兩座銀座式商廈成功推出後，集團再下一城，將士瓜灣馬頭圍道原海悅廣場翻新活化為「俊業士瓜灣」商場，預計明年首季竣工開幕。

### 「俊業士瓜灣」明年首季開幕

該商場佔地約40,000方呎，毗鄰宋皇臺及士瓜灣地鐵站。士瓜灣多個重建及活化項目正在進行，俊業集團執行董事吳天偉表示，集團致力投入資源在品質、創新和以社區為中心的發展，提升資產質素，同時促進社區可持續發展。未來會繼續積極尋找具增值潛力的舊區物業進行翻新及重新定位，望為社區注入新動力。

商場現已有大型連鎖餐飲及教育機構進駐，包括麥當勞、吉野家、Parkland音樂學院、Eyelevel教育中心，未來將繼續積極引入餐飲、教育、醫療及寵物服務等多元化商戶，提供一站式生活配套，滿足區內居民及遊客的日常所需，打造社區新聚點。

為慶祝商場開幕，集團推出限時租務優惠。鑑於商場位處校網，15分鐘步行範圍內約有15間中小學，學生人數眾多，學習及教育相關行業需求龐大，集團租務負責人表示，未來會積極吸納更多教育機構進駐，以產生協同效應，並宣布由即日起至2025年農曆新年前，教育機構可享業主提供基本裝修及半年管理費半價優惠。

此外，其他行業亦可享不同推廣優惠，集團也將提供彈性租務方案，包括彈性租期，協助各行業及初創企業降低風險、靈活調整商業模式。

## SmarTone斥3.6億奪5G頻譜

香港文匯報訊 SmarTone(數碼通)昨日宣布，於850兆赫及6/7吉赫無線電頻譜拍賣中，合共投得110兆赫頻譜，成為暫定成功競投人。相關頻譜的使用費分別為1.515億元及2.1億元(共約3.6億元)，其指配及有關牌照的有效期為15年，分別於2026年6月1日及2025年3月31日或之前開始。

850兆赫頻譜具有覆蓋範圍廣及訊號穿透力佳等特性，是SmarTone獨家持有，早已於港鐵內採用850兆赫頻譜提供5G服務，是次再次投得頻譜，配合SmarTone近期陸續於九龍、灣仔及天

后等車站完成的3.3及3.5吉赫「5G黃金頻譜」擴容工程，乘客即使於繁忙時間出行，亦可享受流暢及無縫的網絡體驗。至於6/7吉赫頻譜具備高速及頻寬廣闊等特性，可大幅提升網絡容量及用戶體驗，為SmarTone於香港推展5G-Advanced以至未來發展6G網絡奠定良好的基石。是次成功投得關鍵的850兆赫及6/7吉赫無線電頻譜，印證SmarTone致力投資網絡基建及發展的長遠承諾，繼續為客戶帶來最佳5G網絡體驗，並引領香港的智慧城市發展。