

Tam Jai International Co. Limited

譚仔國際有限公司

(Stock Code: 2217.HK)

2024/25 財年中期業績

2024 年 11 月



免責聲明



本簡報及隨後任何討論中的資料，陳述和意見並非就任何證券或其他金融工具提供建議或作出推介，亦不構成對該等證券或金融工具的出售要約或招攬任何認購或購買要約。

譚仔國際有限公司（「本公司」）的潛在投資者和股東（「潛在投資者和股東」）請務必注意本簡報及隨後任何討論中所提及的資料由本公司和其附屬公司（「本集團」）在相關報告期的業務數據和財務資料摘錄而成。本簡報及隨後任何討論目的並非提供全面資訊或提供任何形式的理財或其他建議，本集團所提供的資料只作一般說明用途，部分資料亦未經獨立核證。本集團並不會對本簡報及隨後任何討論中所提及的資料或該等資料所產生的數據作出明示或隱含的聲明或保證，潛在投資者和股東亦不應依賴其客觀性、準確性、完整性和正確性。

本簡報及隨後任何討論中所提及有關本集團的業績或業務表現數據僅屬歷史數據性質，過往表現並不能保證本集團將來的業績。本簡報及隨後任何討論中的任何前瞻性陳述和意見均是基於發表該陳述和意見當時的計畫、信念、期望、估算和預算所作出，當中因此涉及風險與不確定性。本公司不會保證該等前瞻性陳述中所提及的任何事情是準確、可達成、會實際發生、將會實現或完整。實際業績可能與前瞻性陳述及意見中所提及，暗示及 / 或反映之預期表現有重大差異。本集團、各董事、高級職員、僱員或代理概不承擔(a)就本簡報及隨後任何討論中提及的前瞻性陳述或意見作出更正、更新或補充之任何義務；及(b)倘若任何前瞻性陳述或意見不能實現或最終證實為不正確而引致之任何責任。

潛在投資者和股東在買賣本公司證券時請務必審慎行事。

簡報目錄

1. 業績亮點
2. 業務概覽
3. 財務摘要
4. 發展策略
5. 可持續發展
6. 投資者關係聯絡
7. 附錄



01

業績亮點



#Tem Tem TamJaiMei

業績亮點



集團收益按年增長1.2% 達1,403.5百萬港元

淨利潤達36.1百萬港元



面對市場挑戰，香港業務收益仍增長 1.7%

分店數目達198間，包括新品牌「山牛」餐廳
收購「丸龜製麵」所有香港分店



著手整合新加坡及中國內地業務

力求提高整體盈利能力



海外市場：下半年開始產生特許經營收入

 計劃下半年在澳洲開3間分店

 簽訂授權協議以進軍馬來西亞



中期派息：每股1.35港仙

在手現金達1,345.8百萬港元

勇於挑戰



至誠服務



02

業務概覽



#Tem Tem TamJaiMei

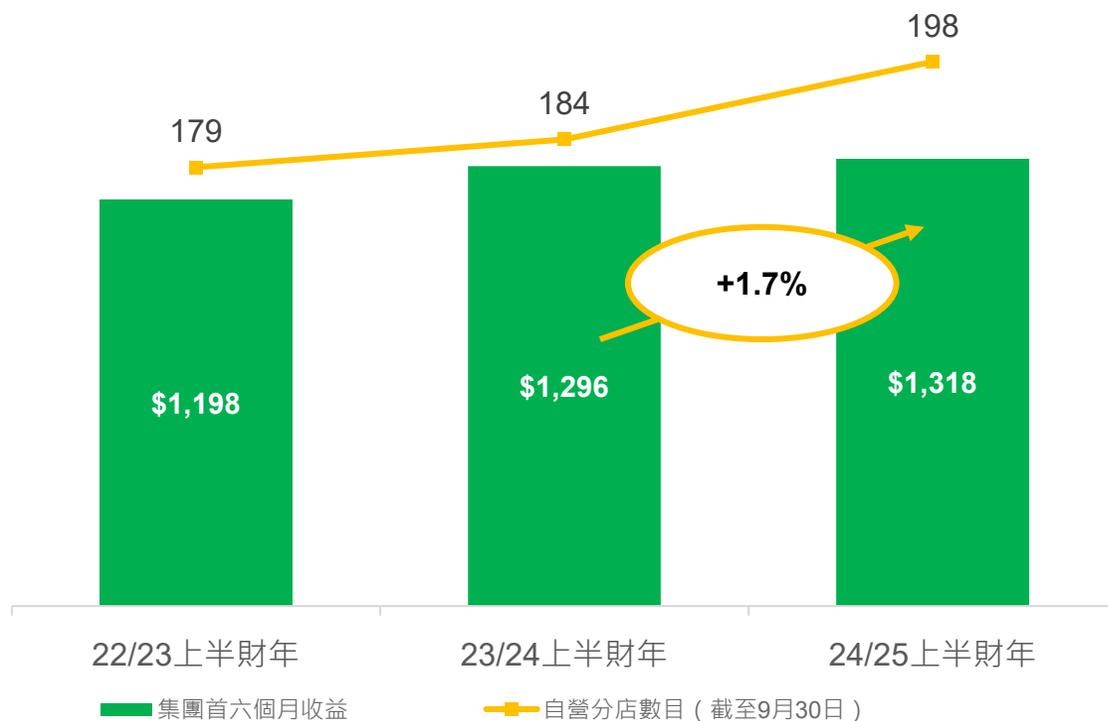


香港：儘管市場環境充滿挑戰，收益穩定增長



收益及分店數目 (自營)

(百萬港元)



- 經營環境挑戰持續
 - 經濟未明，消費情緒趨於謹慎
 - 港人北上消費成風
- 受惠於擴充分店網絡，集團收益按年增長**1.7%**
 - 首間授權店「山牛」開業

+9
上半年淨增加餐廳數目

-4.0%
可比較餐廳收入按年變幅



以全新店鋪模式進軍新商圈



香港科技大學



首間校園店

- ✓ 可吸納年輕客群的優越位置
- ✓ 為未來進一步擴張奠下基礎



以靈活策略維持增長



超值優惠



✓ 增加客流

早市供應擴大至40%分店



✓ 提高餐廳使用率

新素食餐牌



✓ 吸引更多廣泛的客群

外送平台優惠



✓ 提升收益

策略性調整餐牌定價



✓ 維持利潤率



加強客戶關係管理活動

- ✓ 引入全新的電子印花會員計劃，以提升重覆購買率
- ✓ 有效的優惠券策略，提高顧客消費金額
- ✓ 遊戲功能：吸引年輕顧客

會員數目*：
158萬

+72%
按年增長



活躍用戶*

+40%
按年增長

來自CRM系統的
收益

+113%
按年增長

*截至2024年9月30日



電子印花會員計劃

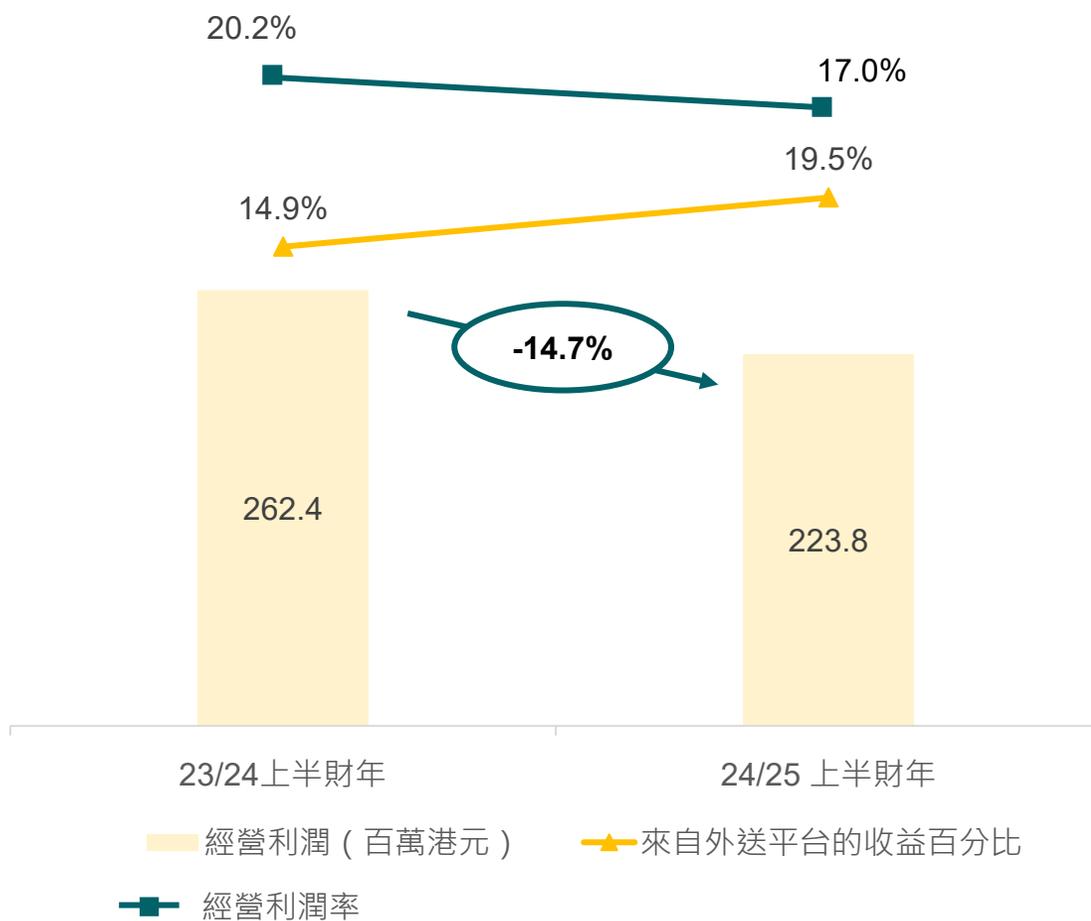


手機應用程式遊戲





經營利潤率正在恢復中



• 經營利潤上半年按年減少14.7%

- 推出更多優惠以提升客流及收益
- 外送平台的收入佔比上升，以致手續費用支出增加
- 第一季度受嚴重影響

• 經營利潤率於第二季度回升

- 調整策略以提升收益及利潤率
- 策略性將折扣優惠轉移至自家渠道
- 優化前線員工部署策略
- 嚴格控制成本



中國內地：整合分店網絡，應對激烈競爭



整合大灣區餐廳網絡

24/25上半財年	關閉	遷移 / 翻新	分店數目 ^[1]
深圳	-1	3	9
廣州	-2	0	8
二線城市 ^[2]	-1	0	6
總數	-4	3	23

^[1] 截至2024年9月30日

^[2] 包括東莞、珠海、中山和佛山

- 因競爭激烈導致收益按年下降及虧損擴大
- 上半年淨關閉4間表現欠佳的分店
- 下半年將繼續整合分店網絡

加強本地化措施



深圳皇庭廣場分店

- ✓ 全新餐廳店面設計：開放式廚房設計有助於向當地顧客展示品牌的獨特定位
- ✓ 更多本地化食品選擇





新加坡: 現正整合業務



- 上半年收益減少；虧損顯著擴大
 - 競爭加劇、通脹高企及長期人手不足
- 整合餐廳網絡及業務
 - 在2025年3月前關閉表現不佳的餐廳
 - 預計下半年將產生一次性結業開支
 - 目標提升下一財年的整體盈利能力

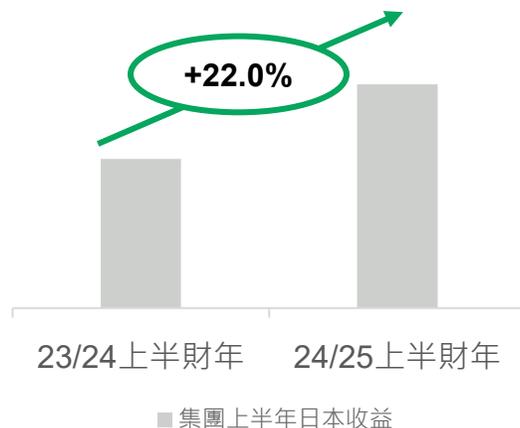




日本: 表現最佳的海外市場



收益

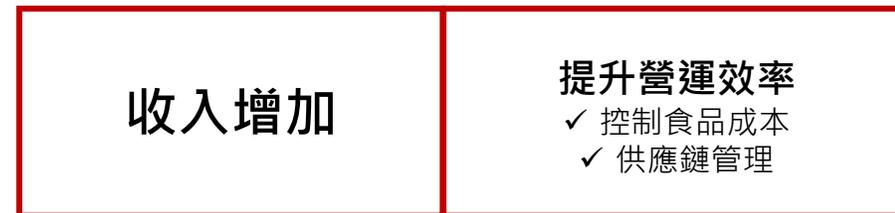


+22.0%
可比較餐廳收入按年變幅

- ✓ 成功推出本地化食品
- ✓ 實施有效的營銷方案，帶動電視及社交媒體曝光率上升
- ✓ 提高品牌的知名度及認受性



營運虧損大幅減少



有望實現
收支平衡



03

財務摘要

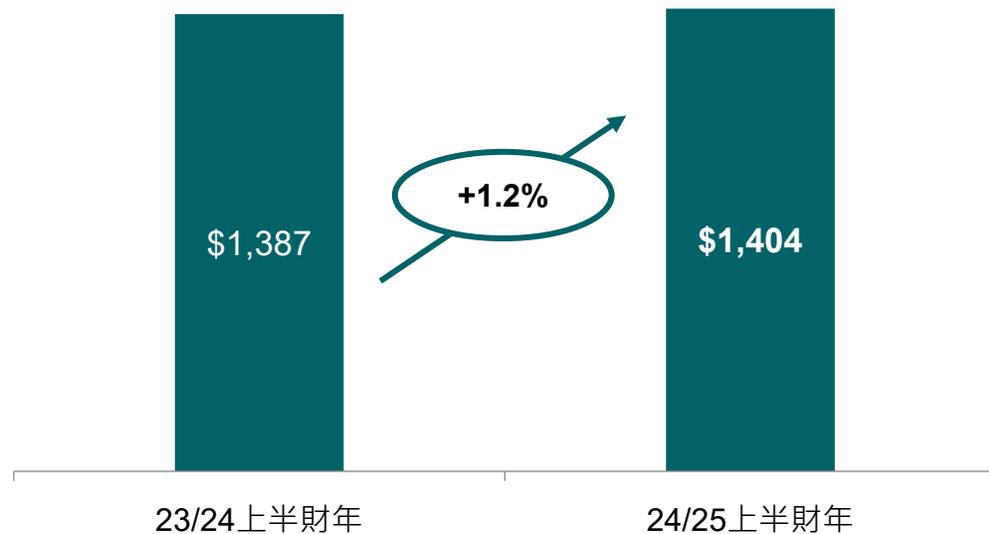


#Tem Tem TamJaiMei

期內業績

期內收益增加1.2%

(百萬港元)



上半年集團的核心市場面臨重大挑戰，歸因於：

- 經濟放緩
- 競爭日益激烈

綜合損益表

(百萬港元)

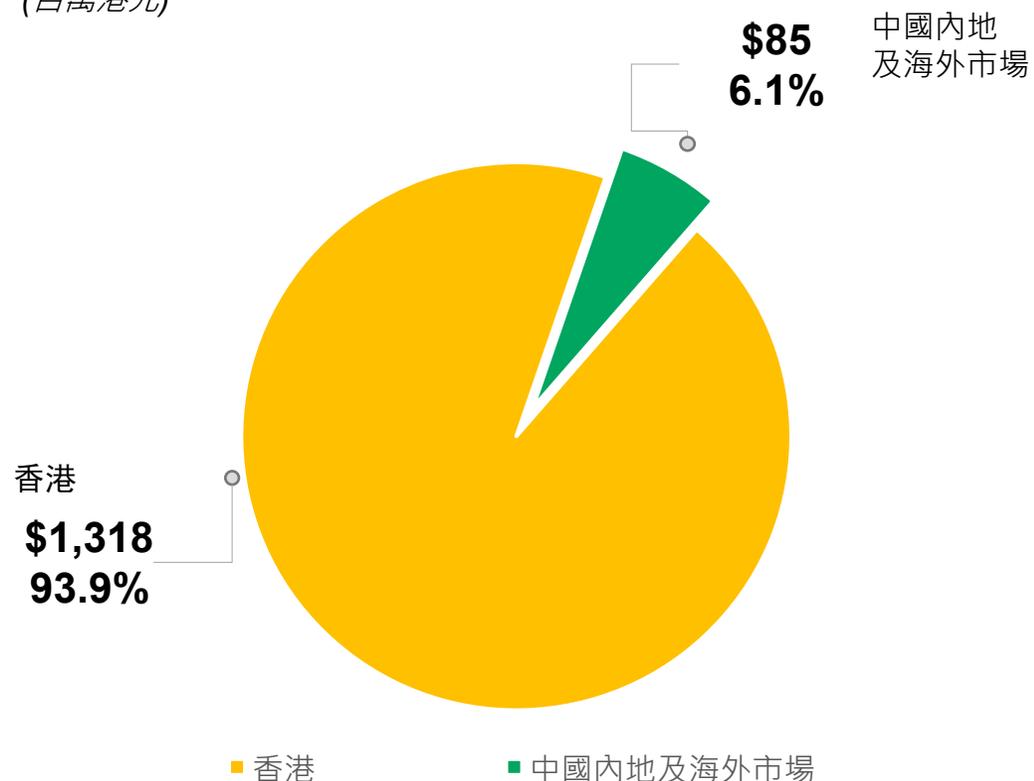
截至 9 月 30 日止 6 個月

	24/25財年	23/24財年
收益	\$1,404	\$1,387
除稅前溢利	\$50	\$102
期間溢利	\$36	\$82
利潤率	2.6%	5.9%

收益*按地理位置及訂單形式劃分

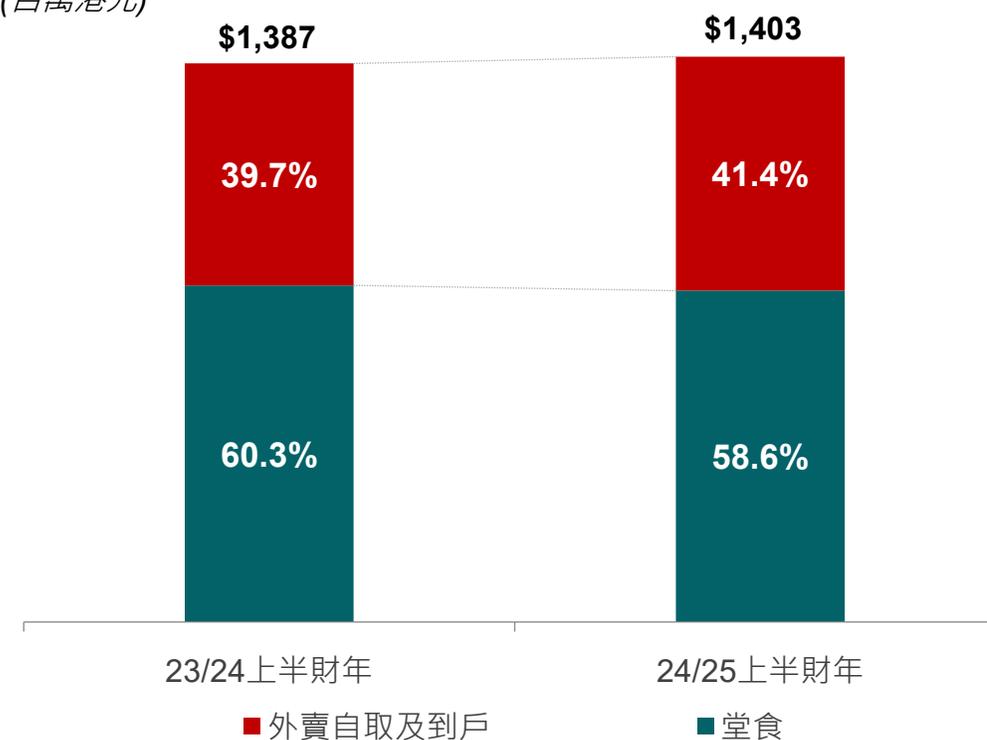
主要收益來自香港

(百萬港元)



外賣自取及到戶訂單保持重要收入貢獻*

(百萬港元)



外賣自取及到戶訂單包括顧客於餐廳進行的外賣自取訂單，及經網上外送平台進行的外送到戶訂單

*只包括來自餐廳營運的收入

收益按營運指標劃分

地區	顧客人均消費 (港元) ^[1]			日均每座位售出碗數 ^[2]			日均每餐廳收益 (港元) ^[3]		
	2024	2023	2022	2024	2023	2022	2024	2023	2022
截至9月30日止6個月									
香港	\$61.0	\$61.6	\$61.1	6.1	6.1	6.0	\$37,333	\$39,137	\$38,581
中國內地	\$36.2	\$41.5	\$49.1	3.1	3.3	3.1	\$7,633	\$10,017	\$11,540
新加坡	\$81.2	\$88.8	\$82.7	2.9	3.1	4.4	\$16,755	\$19,970	\$25,511
日本	\$69.8	\$65.7	\$64.1	6.3	5.5	5.2	\$26,855	\$22,020	\$20,265
整體	\$60.5	\$61.3	\$61.2	5.8	5.8	5.9	\$32,998	\$35,015	\$36,213

[1] 透過收益除以餐廳總顧客人數得出。我們以每日售出的米線碗數為顧客人數的代數。

[2] 透過售出的米線碗數 (包含堂食、外賣自取及到戶) 除以總座位容量，並參照總經營日數下的店面座位數除以我們的餐廳數目得出。

[3] 透過餐廳收益除以總經營日數得出。

經營利潤分析

(百萬港元)

截至 9 月 30 日止 6 個月

	24/25財年	23/24財年
收益	\$1,404	\$1,387
餐廳及中央廚房經營成本:		
-所使用食品及飲料成本	\$337	\$328
-員工成本 ^[1]	\$368	\$360
-使用權資產折舊、租金及相關開支 ^[1]	\$267	\$255
-耗材及包裝	\$29	\$33
-水電開支	\$46	\$45
-手續費用	\$76	\$45
-廣告及推廣	\$21	\$23
-清潔開支	\$13	\$12
-維修及保養	\$10	\$10
-其他開支 ^[1]	\$22	\$19
經營利潤	\$215	\$257
經營利潤率	15.3%	18.5%

^[1]集團餐廳和中央廚房的相關成本，不包括總部和辦公室的任何成本。

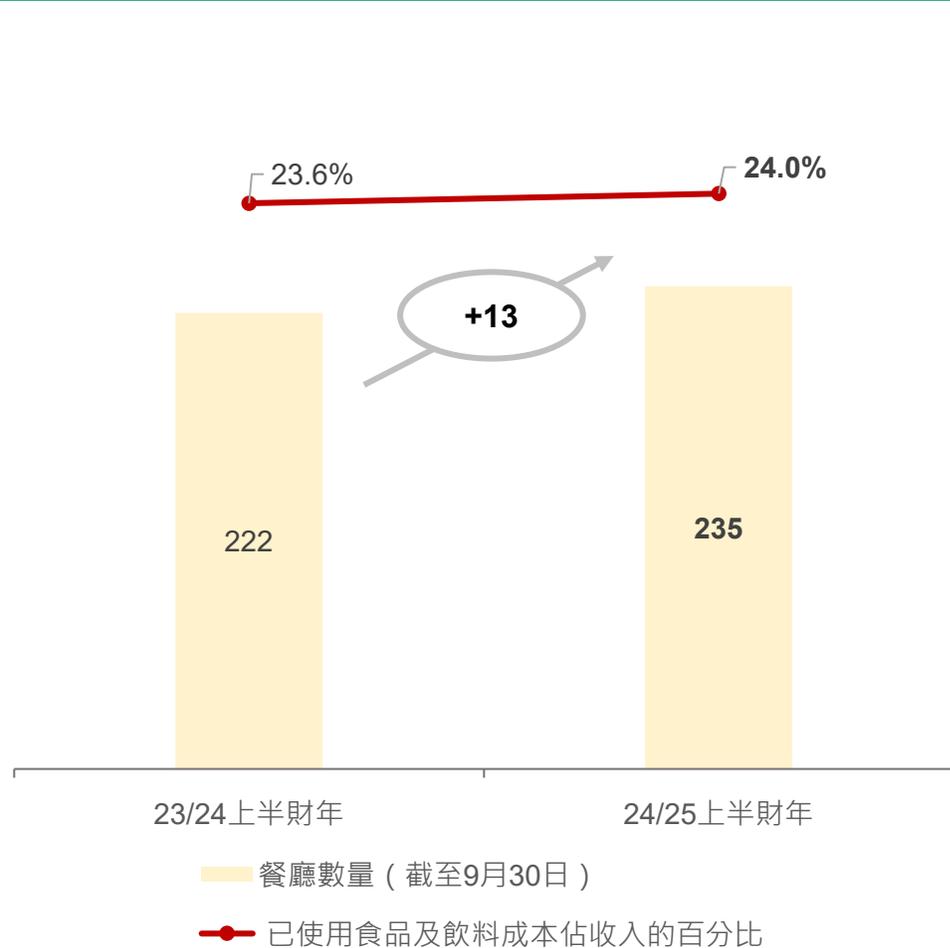
按地理位置劃分

	截至 9 月 30 日止 6 個月		
	24/25財年	23/24財年	百分比變動
香港			
收益	\$1,318	\$1,296	1.7%
經營利潤	\$224	\$262	-14.7%
經營利潤率	17.0%	20.2%	-3.2 百分點*
中國內地及海外市場			
收益	\$86	\$91	-7.2%
經營虧損	-\$9	-\$5	+68.6%
經營虧損率	-10.6%	-5.9%	+4.7 百分點*

* 百分點為兩個百分比之間的差值單位。

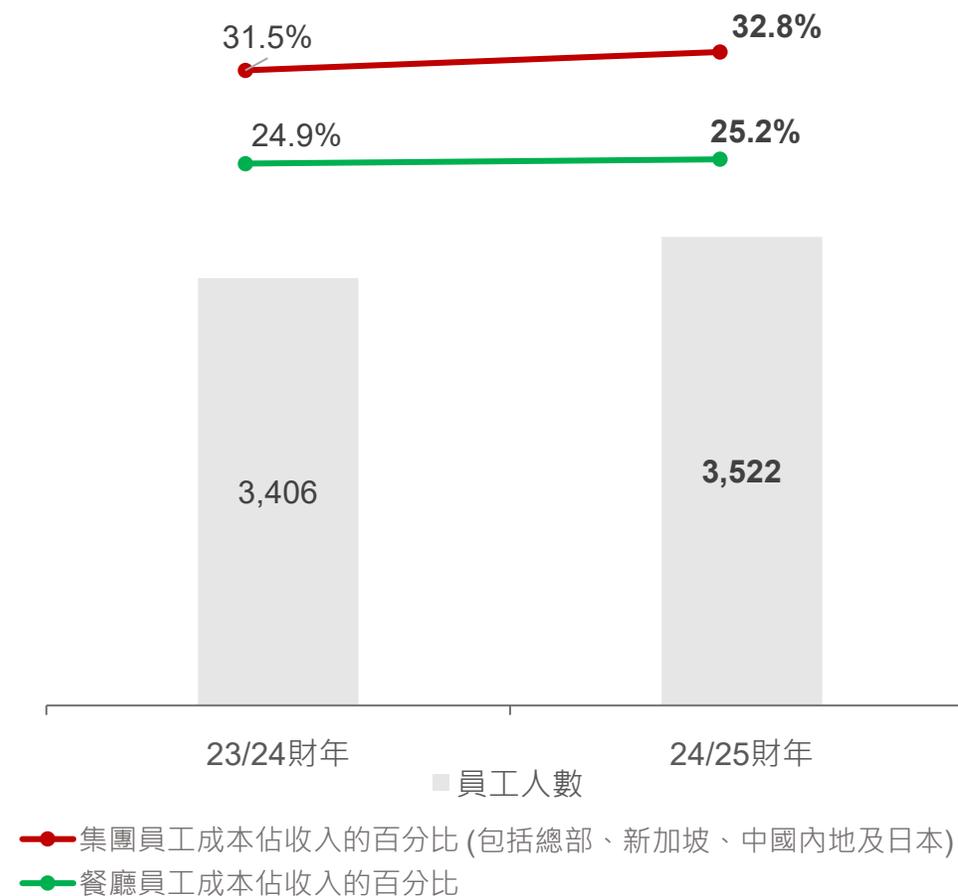
成本分析

食物成本佔收益百分比



集團員工成本佔收益百分比

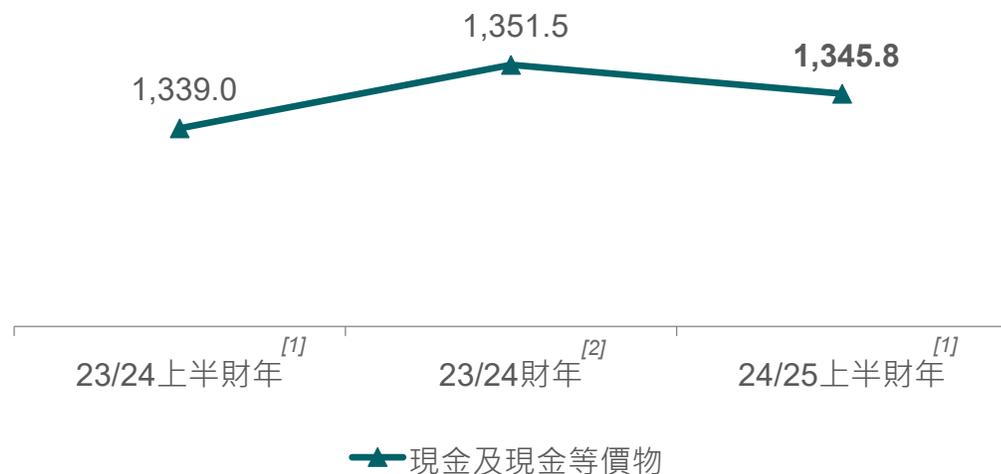
(百萬港元)



與股東分享成功

現金及現金等價物

(百萬港元)



[1] 截至9月30日
[2] 截至3月31日



中期股息

1.35

港仙 / 股

去年同期: 3.0 港仙 / 股



派息比率

2024/25上半財年

50.0%

去年同期: 49.2%

其他主要財務數據

主要財務指標		24/25上半財年	23/24上半財年
		每股盈利 (港仙)	基本
	攤薄	2.7	6.1
流動比率 [1]		2.3	2.3
速動比率 [2]		2.3	2.2
資產回報率 [3]		2.8%	6.1%
股本回報率 [4]		4.9%	10.8%

[1] 根據相關期間期末的流動資產總值除以同期期末的流動負債總額計算。

[2] 根據相關期間期末的流動資產總值減存貨除以同期期末的流動負債總額計算。

[3] 根據相關期間的年化溢利除以同期期初及期末的平均資產總值再乘以100%計算。

[4] 根據相關期間的年化溢利除以權益股東於同期期初及期末應佔平均總權益再乘以100%計算。

04

未來計劃



#Tem Tem TamJaiMei

香港：多元化品牌組合帶來新增長動力

與Toridoll日本豐富的餐廳組合產生協同效應



丸亀製麵

- 收購現有9間香港餐廳

2024 年11月



山牛

- 簽訂授權協議
- 首間餐廳大獲好評 

2024 年4月



24/25 下半財年

+4 間新餐廳



海外市場：特許經營模式穩步成長

成功與當地企業達成合作關係，印證譚仔對世界各地顧客具吸引力

新

馬來西亞：與Hextar Group建立策略合作夥伴關係



- 首間餐廳將於2025年在吉隆坡開業

借助當地合作夥伴
的專長及資源

減輕整體國際業務的風險

產生特許經營收入

加強集團盈利能力



菲律賓

- 與Suyen Group 簽訂特許經營協議
- 首間餐廳將於2025年開業



海外市場：首間澳洲分店即將開業



2024年11月底
首間特許經營餐廳將在墨爾本開業

- 「譚仔香港米線」
新品牌將應用在海外市場
- 墨爾本：下半年開設 3 間新餐廳
- 悉尼：2025年開啟下一階段發展



首間餐廳：墨爾本唐人街內的斯旺斯頓街

審慎拓展餐廳網絡

自營餐廳



Hong Kong

計劃下半年開設5間新餐廳
探索新店鋪模式



下半年開設4間餐廳



Mainland China

整合餐廳網絡
推出全新店鋪模式



Singapore

整合餐廳網絡以減少虧損



Japan

計劃於2025/26財年在東京開設新餐廳

合營 / 特許經營品牌餐廳



Australia

下半年開設3間餐廳



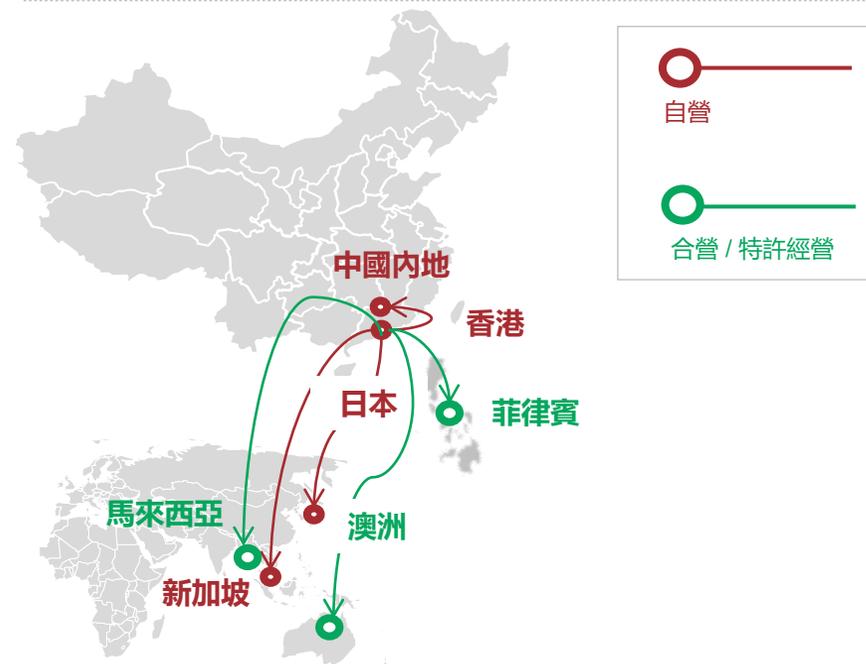
Malaysia

2025年開設首間餐廳



Philippines

2025年開設首間餐廳

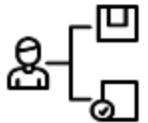


數碼化及效率



數據整合及基礎設施

- ✓ 加強數據分析和業務走勢
- ✓ 支持未來擴張



全新POS系統

- ✓ 簡化前線員工的工作流程
- ✓ 提高生產力及營運效率



升級CRM系統

- ✓ 互動式功能、精準營銷及遊戲化元素 ↑
- ✓ 顧客忠誠度 ↑
- ✓ 策略性地將渠道銷售轉向CRM系統 ↑



05

可持續發展



#Tem Tem TamJaiMei

我們的ESG核心支柱



潤澤社區

提供營養均衡的優質食品，維護顧客及社區的身心健康。



2

ZERO HUNGER



- 顧客福祉
- 社區參與
- 食品安全及韌性



綠色倡議

控制和減少我們對氣候的影響，保護自然環境。



11 SUSTAINABLE CITIES AND COMMUNITIES



12 RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION



- 資源管理
- 廢物管理
- 氣候變化風險
- 可持續發展實踐



提人為本

為員工和合作夥伴創造共享價值，同時助其自我增值。



3 GOOD HEALTH AND WELL-BEING



4 QUALITY EDUCATION



- 員工健康與安全
- 僱員參與度、多元性和包容力
- 勞工權利
- 供應商協作



潤澤社區



健康新嚮態

Go-Green素食餐單
提供植物肉與更多
素食選擇



贊助小童群益會
《玩轉腦朋友2》
慈善電影放映
推廣精神健康及
自我關懷



「線」有善報：
自2021年共捐贈約
60,000碗米線





提人為本



在2024財年提供逾
37,700小時的員工
培訓



「香港青年科普電影節」
贊助活動
培育本土年輕藝術人才及宣
揚女性賦權



自2015年起向逾220位員工
子女發放共**730萬港元**
獎學金

未來創本視
Fight For Show - Future
微電影展 X 創變者對談
Micro Film Festival & Changemakers Roundtable
3.22 FRI - 3.23 SAT





綠色倡議



所有香港店舖實行廚餘分類，令**固體廢物總量減少5%***



世界自然基金會
「環保海鮮企業會員計劃」
創始成員



自我們推行走塑外賣政策，
70%外賣顧客
棄用即棄餐具



WWF-Hong Kong

*與截至2023年3月31日止財政年度（「2023財年」）的密度（單位/百萬港元）比較
© 2024 Tam Jai International Co. Limited. All rights reserved.

我們的承諾及殊榮



渣打企業成就大獎 2024
Standard Chartered Corporate Achievement Awards



HKGA Award 2023
Hong Kong Green Shop Alliance Award
香港綠建商舖聯盟大獎
2023



06

附錄



#Tem Tem TamJaiMei

所得款項用途

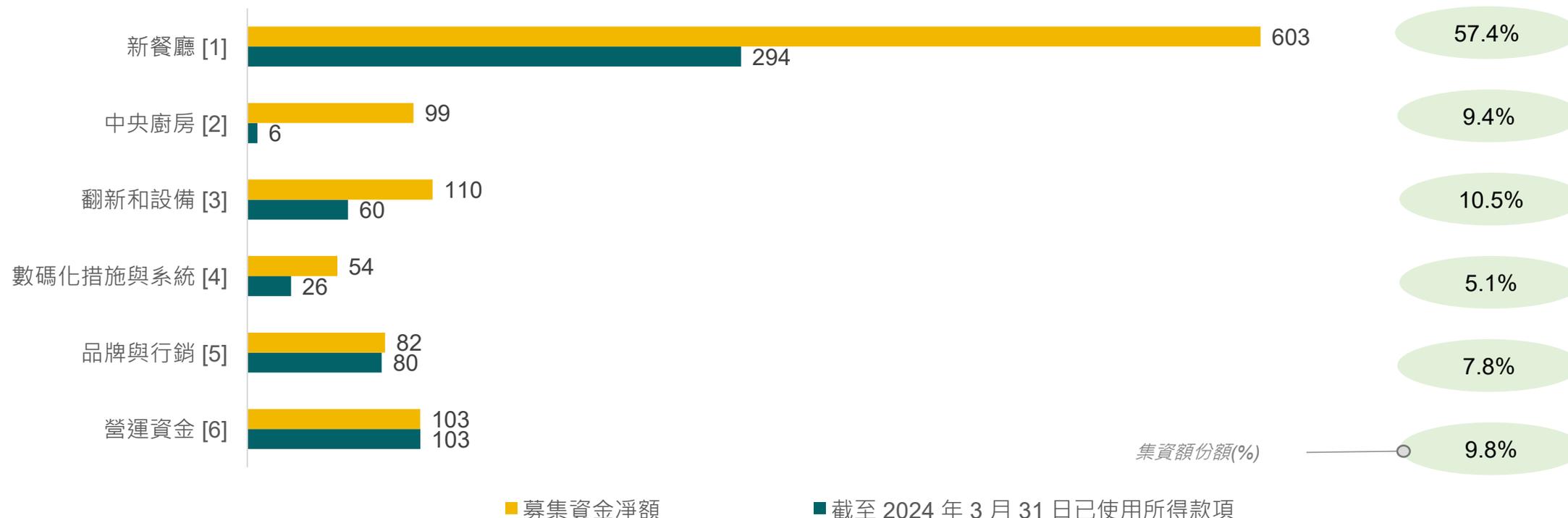


原本只用於透過自營餐廳擴張餐廳擴張網絡，現已包含通過合營或特許經營方式在指定海外市場開設餐廳

截至2024年9月30日，在所得款項淨額1,051百萬港元中，已使用568.3百萬港元

(百萬港元)

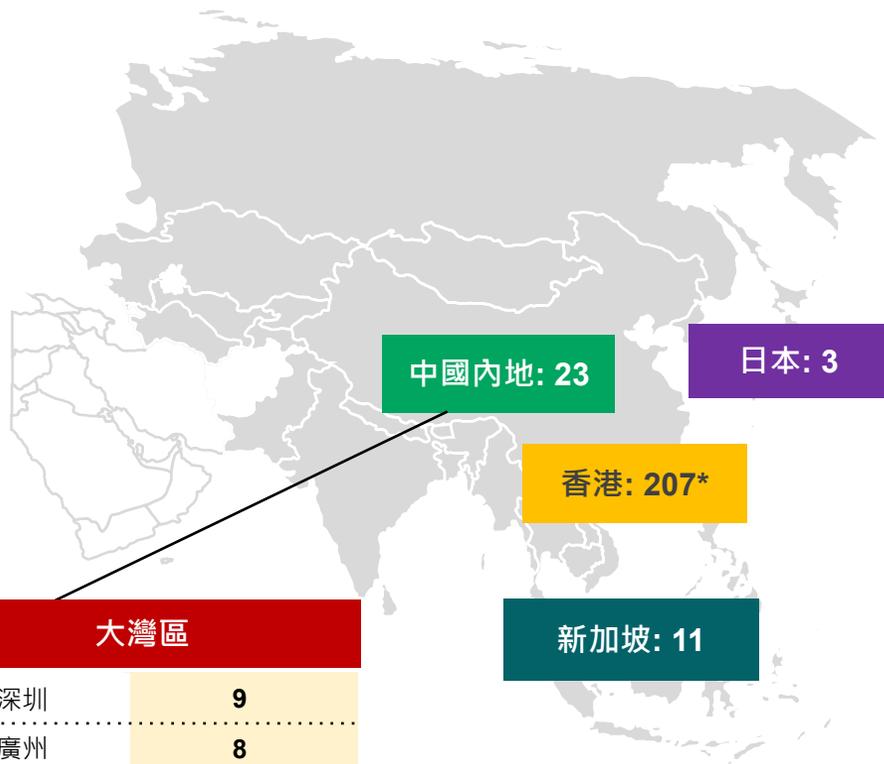
預期完全使用：2026年3月31日之前



- [1] 新餐廳-擴展餐廳網絡
- [2] 中央廚房-擴充香港中央廚房，並在中國內地、新加坡及澳洲設立新中央廚房
- [3] 翻新和設備-翻新餐廳及提升經營設備
- [4] 數碼化措施及系統-推行客戶關係管理系統、語音訂餐系統、企業資源規劃系統，並提升資訊科技基礎設施
- [5] 品牌推廣和市場營銷-國際品牌建設及新市場進入推廣
- [6] 營運資金-一般企業用途及營運資本

餐廳網絡

截至2024年9月30日



大灣區	
深圳	9
廣州	8
東莞	2
中山	1
珠海	2
佛山	1
小計	23



地理位置	2023年9月	2024年9月	按年變化	外送平台
香港	184	198*	+14	<ul style="list-style-type: none"> 戶戶送 Foodpanda KeeTa
中國內地	24	23	-1	<ul style="list-style-type: none"> 美團 餓了麼
新加坡	11	11	+0	<ul style="list-style-type: none"> Foodpanda Grab
日本	3	3	+0	<ul style="list-style-type: none"> Uber Eats 出前館
總計	222	235	+13	

*不包括9間「丸龜製麵」餐廳，本集團在2024年11月完成收購後，已將其整合至自營餐廳網絡之中。

香港市場推廣活動



中國內地市場推廣活動



譚仔茶檔

捶·十三式 檸檬茶

为味蕾带来多重享受
清新果香和茶香脆爽交织
斯里兰卡红茶
黄柠檬混合捶打
采用香水柠檬和

16元

独家联名 大招!!

<p>就係港味 柠檬茶 18元</p>	<p>老港 丝袜奶茶 16元</p>	<p>手工 拉茶鸳鸯 21元</p>
<p>鲜煮咖啡 16元</p>	<h3>独家联名</h3> <p>获十一项11专业大奖 七位冠军7 爆心打造 九种茶底9 香郁配比9</p>	

港茶有功夫

① 冲

② 焗

③ 捶

④ 回温

谭仔 譚仔米線

宅家 躺平 外卖点谭仔

椰香砂砂汤米线 **34**元

（谭仔与你 尽享国庆）

CHILL过黄金周 谭仔“宅”身边

配送费低至**0**元起
更有多款精选套餐，马上开吃!

*椰香砂砂汤米线为部分门店限定，具体请以店内实际为准
*产品图片仅供参考

店面佈局與設計



數碼港 · 香港



皇庭廣場 · 福田



金文泰 · 新加坡



新宿, 日本

里程碑

從本土街頭麵食到跨國連鎖餐廳



1996



香港開設首間「譚仔」

2011-2013



獲得米芝蓮推介

2018



獲Toridoll收購並成立譚仔國際

2019



「三哥」品牌重塑

「譚仔」及「三哥」網絡覆蓋全港18區

Oct 2021



在港交所上市

2023

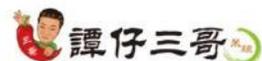


進入澳洲和菲律賓市場：合資與特許經營模式



特許經營：香港丸龜製麵

BRING TAMJAI TASTE ALL OVER THE WORLD



香港開設首間「三哥」



全港超過100間餐廳

委聘第三方服務供應商提供外賣服務



新加坡開設首間「三哥」



中國內地開設首間「譚仔」

#200間餐廳開張



以戰略合作夥伴形式進入馬來西亞市場



日本開設首間「三哥」

2024

2008

2017

2020



成立「譚仔美善基金」

2022

2021

獎項和認證



BDO ESG AWARDS
環境、社會及管治大獎 2023



HKRMA 零售業大獎榮獲 7 項大獎



2023年度傑出董事獎



第13屆君子企業獎



榮獲 Marketing Interactive 公關獎
“Campaign of the Year”



渣打銀行
2023 年企業成就獎



Kando Award

自 2018 年以來，我們獲得了第三方權威機構頒發的眾多獎項和認可，反映了我們對企業管理、ESG、品牌與行銷、優質食品與服務，以及締造健康工作文化的貢獻。





Tam Jai International Co. Limited
譚仔國際有限公司

謝謝