

# 百勝拓展鄉鎮 力爭全國開店兩萬家

## 屈翠容：生意漸穩定 同店銷售恢復九成



百勝中國（09987）在內地經營肯德基（KFC）及必勝客（Pizza Hut）等品牌，管理層認為，疫後消費變得更理性，在價格優勢的「護城河」下，集團提出明確的開店計劃，並以自營和加盟的「組合拳」模式推進發展。百勝中國計劃2026年全國店數達2萬家，其中肯德基更會向鄉鎮市場發展。

大公報記者 李潔儀西安報道（文、圖）

百勝中國首席執行官屈翠容認為，雖然短期經濟信心不穩，但企業肯定有方法做生意，集團已較3年前更能靈活應對顧客需求，旗下門店在今夏生意漸見穩定，同店銷售已恢復至2019年的90%水平。她認為，畢竟消費豐儉由人，集團在加價策略亦會較為小心，直言「能夠開門做生意已很感恩」。

「疫後消費更理性，消費者追求『平靚正』產品。」屈翠容表示，肯德基產品做到19至30元人民幣並不易，亦正好在消費降級中取得份額。

### 西部供應鏈中心啟動

首席財務官楊家威認為，餐飲行業的毛利合理，直言價格線是集團的「護城河」，期望力爭毛利穩定甚至有提升空間。

楊家威補充說，中國一年GDP（國內生產總值）超過17萬億美元（約133萬億港元），按照每年5%增幅，相等於每年新增約1萬億美元（約7.8萬億港元）經濟。他續說，集團早已在西安、寧夏、甘肅起動供應鏈中心，應付國內基數仍低的省份市場。

目前，百勝中國共有3個自建物流中心交付，4個項目在建，物流倉網已經擴張至33個物流中心。

### 配合AI提高揀貨率

記者走訪集團自持的西安供應鏈支持中心，倉儲面積合共1.1萬平方米，主力供應陝西、甘肅、寧夏等7個省份及自治區的逾800家門店。該中心利用集成自動化，配合人工智能及機器調動，提升

揀貨效率達70%。

百勝中國日前明確指出，目標在2026年將全國店數增至2萬家，其中，肯德基加盟店有1000家，希望未來的新店中，15%至20%屬於加盟店。

楊家威指出，加盟店主要由前員工經營，亦有大型加盟商，如中石化（00386）、中石油（00857）。他表示，偏遠地區（如西藏）便需要以加盟店形式發展，讓集團通過自營和加盟模式的「組合拳」推進發展。

### 高鐵機場店賺錢能力高

另外，肯德基積極下沉鄉鎮市場，屈翠容表示，高鐵及機場店賺錢能力較高，惟亦會控制售價波幅不超過30%。她續說，在鄉鎮市場需要配合推廣活動和產品線，以差異化產品推進市場。

在上周舉行的投資者日上，屈翠容透露，與2014年相比，2022年平均每家肯德基和必勝客門店的資本支出分別下降了50%和60%。以肯德基為例，開設一家新店的平均投資，已由2014年300萬元人民幣，降至去年的150萬元人民幣。



▲肯德基西安大雁塔餐廳。



▲百勝中國首席執行官屈翠容（左）及首席財務官楊家威。

### 百勝中國開店計劃

品牌	目前狀況	計劃
肯德基	● 在中國迎來第1萬家門店，進駐全國逾1900個城鎮	● 未來3年每年淨增1200家以上門店，其中加盟店佔15%至20%
必勝客	● 已突破3000家門店	● 未來3年每年淨增400至500家門店
Lavazza	● 已在全國11座城市營運逾100家店	● 未來3至5年實現門店數達1000家目標

大公報記者整理

## 創新產品需求勁 借科技搶先機

### 新聞分析 李潔儀

最近，一杯「醬香拿鐵」成功引發內地消費者熱議，歸因老品牌跳出舊有框框，着力打開年輕客群的消費力。事實上，內地的餐飲業已邁進多場景、大連鎖的發展階段，通過數字化手段達至精準營銷和降本增效的功能。

百勝中國（09987）在內地擁有逾1.36萬間店舖，2021年底已在上海、南京、西安三地建立數字化研發中心，作為投資戰略的重要部分，利用大數據、人工智能、數字化餐飲雲服務等技術，推動集團端到端數字化建設。

此外，百勝中國旗下肯德基一年推出5000種新品，當中的咖啡品牌

KCOFFEE銷售額約2億美元（約15.8億港元）；必勝客的榴槤pizza在去年的銷售亦高達1億美元（約7.8億港元），反映創新產品的海量需求。疫情期間，居家烹飪受到青睞，百勝中國當時就推出了新零售產品線。

由此可見，產品創新配合科技手段，能有效地協助企業搶佔市場先機。

## 深圳催谷「首店經濟」 品牌爭先湧入

【大公報訊】記者毛麗娟深圳報道：隨着積壓的消費需求及假日經濟的周期性集中消費逐漸釋放，疊加宏觀因素綜合影響，二季度開始，深圳零售市場進入常態化復甦階段，服務消費的恢復性增長優於商品消費。仲量聯行華南區研究部總監曾麗表示，消費恢復和經濟增長有望帶動深圳優質零售品牌進一步拓展市場，形成更豐富的消費業態。

今年以來，各大購物中心客流較去年明顯回升，餐飲消費活力旺盛，復甦態勢超预期。各大品牌更是紛紛

積極拓店吸客，除有鮮潭、客語等大眾連鎖餐飲品牌，還有數家中高端餐廳首進鵬城，如SAVOR Group聯手粵菜名廚譚國鋒於深圳灣萬象城開設高檔粵菜館明筵，以及老牌本幫菜館吉士，星座進駐平安金融中心。目前，深圳餐飲業態佔商場租賃成交數量達近四成。

近年來，深圳持續加碼「首店經濟」。2020年，深圳以創建國際消費中心城市為目標，明確提出「加快發展首店經濟」的任務。2022年2月，深圳市商務局發布的《深圳市關於加

快建設國際消費中心城市的若干措施》提出，做強「首店+首發」經濟。

據統計，2023年上半年，深圳主流商業市場累計新開121家首店。在新開的首店品牌中，時尚生活業態、服裝和休閒餐飲分別佔深圳新開首店的24%、18%和13%。

### 羅湖商場派消費券吸港客

另外，本月初開幕的深圳羅湖新商場KK TIME推出優惠活動，港人於10月7日前憑香港身份證、回鄉卡，每日可以領取200元的消費券。

# 受益經濟復甦預期 資金追捧蒙牛

### 每周精選股

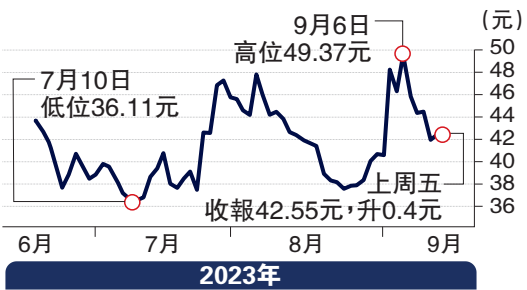
內地上周公布新增貸款、工業增加值、社會消費品零售等多項經濟數據普遍優於預期，政策落地效果值得繼續期待。投資者對經濟復甦受益股有興趣，不妨跟着資金走。本周專家推介蒙牛乳業（02319）。蒙牛股價自年初下跌，直到8月下旬才喘穩。蒙牛中期盈利倒退，但優於預期，證券界看好下半年業績有改善，加上公司回購股份，所以在整體港股報跌的情況下，股價9月份暫有半成漲幅。入市的投資者要記緊專家提供的止蝕位。

今年全國主要城市不約而同提出「金九銀十」目標，希望藉此傳統樓市旺季，推動房地產行業復甦，重回健康發展軌道。本周專家推介從事房地產相關服務的貝殼（02423）。貝殼上半年扭

虧為盈，兼派發特別股息，但始終受制於內房股投資氣氛疲弱，股價無法走出獨立行情。若果「金九銀十」得到成績，貝殼股價應有好表現。



▲市場憧憬下半年業績持續改善，蒙牛在9月份已累計有約半成的漲幅。



### 蒙牛乳業（02319）

買入價：27.5元

目標價：30元

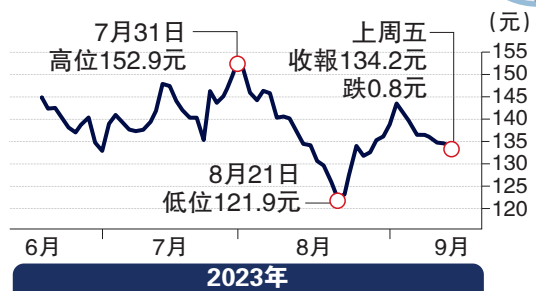
止蝕價：25元

評論：普羅大眾在疫後更重視營養健康，支持整體乳製品消費需求及終端銷售見平穩復甦。未來相信公司繼續擴大高端奶市場份額，並帶動全年整體收入增長。



掃一掃 有片睇

光大證券國際證券策略師 伍禮賢



### 百度集團（09888）

買入價：134元

目標價：155元

止蝕價：120元

評論：百度繼第一季扭虧為盈後，第二季營運延續向好勢頭。受惠其在線營銷業務表現及經營槓桿效應，核心收入和利潤迎來加速增長。此外，市場預期ERNIE（文心大模型）3.5將逐步融入集團所有業務，將可帶來更廣闊的市場機遇。

實德金融策略研究部首席分析師 郭啟倫

### 恒基地產（00012）

買入價：19.35元

目標價：25.2元

止蝕價：16.64元

評論：恒基地產上半年成績表稍為好於預期，核心淨利潤增加18.2%至60.7億元。期內恒基出租率維持穩定的93%。另一市場焦點是恒基旗下中環甲級寫字樓The Henderson，現時預租率已接近五成，對恒基股價逐步見底應該有好作用。

### J.M.Smucker（US：SJM）

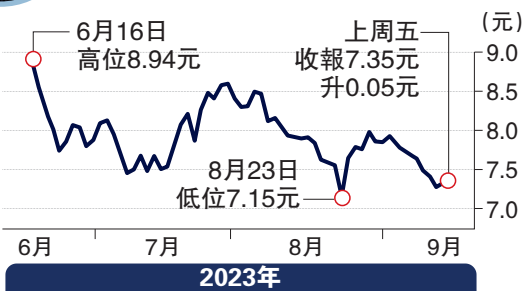
買入價：119.77美元

目標價：155.7美元

止蝕價：112.58美元

評論：SJM是一家超過100年歷史的包裝食品品牌，最近打低競爭對手General Mills，以56億美元收購美國著名的甜點零食品牌Hostess Brands。當投資者消化完SJM收購帶來的現金流壓力後，應逐步聚焦在其收入來源及利潤增長之上。

第一上海首席策略師 葉尚志



### 思摩爾國際（06969）

買入價：7.1元

目標價：9元

止蝕價：6元

評論：思摩爾是霧化技術的行業龍頭，現時主要收入來自於電子煙，而在歐洲逐步開放大麻應用在美容和醫療領域，估計也可以是未來發展趨勢。投資者可考慮於7.1元水平或以下逐步趁低買入，目標看9元，止蝕可定在6元。