



上市能否助力港餐太兴破解水土不服



又一餐饮品牌赴港上市。近日,香港餐饮品牌太兴集团控股有限公司(以下简称“太兴集团”)于香港上市,公司发行约2.5亿股,发售价定为每股3港元。太兴集团是一家多元化的休闲餐饮集团,旗下包括“太兴”、“茶木”、“靠得住”等多个餐饮品牌。近年来,太兴集团一直在品牌多元化、时间差异化、品类创新等方面寻求突破。值得注意的是,太兴集团主要收入来源于香港及澳门门店,而旗下主要品牌近几年在内地的日平均销售额和日平均顾客数逐渐下滑。在业内人士看来,对于上市后的太兴集团来说,瞄准消费群体的核心需求,加强品牌与消费者之间的消费黏性,是促进品牌在内地消费升温的关键所在。

加速门店布局

加速门店布局成为太兴集团上市后的重头戏。北京商报记者了解到,太兴集团上市所得款项净额约为6.947亿港元,其中约44%用于开设新餐厅,并计划于2019财年、2020财年以及2021财年在中国内地开设11间、12间以及13间新餐厅。另外,约11%用于翻新集团于中国香港及中国内地现有餐厅,约35%用于增强及扩展集团于中国香港的食品厂房以及扩展中国内地的食品厂房,约10%用于集团的一般营运资金。

从招股书上来看,2016-2018年太兴集团的营收一直呈上升趋势,分别为25.13亿港元、27.71亿港元和31.26亿港元,净利润分别为1.97亿港元、2.1亿港元和3.05亿港元。值得注意的是,公司主要收入来源于香港及澳门门店。数据显示,2016财年香港及澳门收入占73%,2017财年占75.9%,2018财年增长至77.7%。而内地门店占比从2016财年的27%下降到2018财年的22.3%。另外,北京商报记者发现,太兴集团旗下的太兴、茶木等主要品牌近几年内地门店的日平均销售额和日平均顾客数逐

渐下滑。

对此北京商报记者联系太兴集团,对于内地业务发展规划等问题以电话、邮件的形式进行采访,但截至发稿前未收到任何回复。

探索差异化经营

餐饮业已经成为消费行业的重头戏,随着消费者对餐饮的需求逐渐多元化,餐饮品牌开始在产品、品类、场景等多方面进行升级转型。太兴集团从2008年起开始逐步拓展品牌组合,目前旗下包括太兴、茶木、靠得住、敏华冰厅、东京筑地食堂等9个餐饮品牌,其中包含了中菜、越南菜及日本料理等,如今全国拥有191间餐厅(184间自营、7间特许经营),其中香港126间、内地63间、1间位于澳门、1间位于台湾。

实际上,太兴集团也已经开始向消费领域延展,增加新品类、新场景。北京商报记者走访调查太兴集团旗下营收贡献最大的餐饮品牌太兴餐厅了解到,太兴餐厅周一至周五的7点45分-10点45分提供早餐服务,周六日从8点30分开始。从太兴餐厅北京财富购物中心店看到,早餐包含的餐品比

较丰富,包括粥、米粉、三明治、牛奶、奶茶等,不难看出太兴餐厅希望丰富门店品类,以多时段的方式满足多元化消费需求,获取新流量红利。另外,太兴餐厅也瞄准了茶饮市场,于今年1月在内地门店推出了罐装奶茶,售价15元/罐。

对于太兴集团在内地市场的发展情况,中国食品产业分析师朱丹蓬表示,太兴集团内地业务下滑的主要原因在于“水土不服”。上市后的太兴集团会继续夯实品牌在港澳地区的优势,另外,如今内地餐饮行业处于爆发式增长阶段,内地的行业潜力有目共睹,企业会通过资本的力量加大对内地市场的产品组合、调性、场景等的调整。

解决“水土不服”问题

中国内地餐饮行业依旧存在广阔的市场空间,而从太兴集团的内地餐饮业务发展情况来看,如何最大限度地捆绑内地消费群体,让消费者与品牌之间的消费黏性加强,品牌功能更加复合是核心。

2019年1-5月全国餐饮收入实现了15756.61亿元,同比增长9.3%。餐饮规模占社会消费品零售总额的比重达

到10.9%,与社会消费品零售总额增长差距扩大至1.2%,餐饮市场对于社会消费品零售总额增长的贡献率,1-5月是12.3%,拉动社会消费品零售总额增长1个百分点。

中国食品产业分析师朱丹蓬表示,中国餐饮行业的红利让太兴集团感受到了行业的爆发性增长。在此情况下,企业开始加速扩张的脚步,而依托资本市场的力量可以使企业在扩张速度和扩张质量方面更加有保障。在进行扩张的同时,对于企业来说更重要的是布局的落地能力和变现能力。对于内地发展来说,解决“水土不服”问题的关键所在是如何准确地瞄准消费群体的核心需求。

在门店转型升级方面,中国烹饪协会会长姜俊贤曾向北京商报记者表示,目前餐饮业正在向数字化趋势发展,如今主要消费群体以年轻人为主,而年轻消费群体对餐饮的年轻化、个性化和智能化的需求逐渐增加,这也要求企业开始向新餐饮转型。另外,在数字化推动下,烹饪技法的科技含量也在不断上升,分子料理、机器人等烹饪技法在餐饮行业中的出现率上升。

北京商报记者 郭诗卉 郭缤璐