

概 要

本概要旨在向閣下提供本文件所載資料的概覽。由於是概要，本文不包含所有可能對閣下重要的資料。閣下在決定[編纂]前，應閱覽整份文件。

任何投資都存在風險。投資於股份的部分特定風險已於本文件「風險因素」一節概述。閣下在決定[編纂]前，應仔細閱讀該節內容。

概覽

我們是香港「譚仔雲南米線」及「譚仔三哥米線」品牌快速休閒連鎖餐廳¹的領先及知名連鎖餐廳營運商，在中國內地及新加坡亦擁有業務，專營米線（一種以大米製成的麵食，是亞洲飲食文化中歷史悠久的馳名主食，通常不含麩質及添加劑）。於最後可行日期，我們合共經營156間餐廳，包括覆蓋港九新界18區的76間譚仔餐廳及74間三哥餐廳、三間位於中國內地深圳的譚仔餐廳及三間位於新加坡的三哥餐廳。我們的所有餐廳均以兩個自家品牌（即譚仔及三哥）自營。



譚仔雲南米線



譚仔三哥米線

為了管理龐大的業務，我們建立了高度標準化及可擴展的業務模式，往績證明該模式靈活機動，穩創佳績。我們還與第三方共同開發不同種類的烹飪設備，以進一步提高我們卓越的經營表現和效率。因此，我們的高度標準化業務模式可有效、有系統及成功地複製到其他新市場。於往績期間，我們成功保持餐廳數目增長，並將財務表現維持較穩定水準。自往績期間開始至最後可行日期，我們的餐廳數目已由107間增長45.8%至156間。截至二零一九年、二零二零年及二零二一年三月三十一日止年度，我們分別錄得收益1,556.2百萬港元、1,691.2百萬港元及1,794.7百萬港元，於往績期間的複合年增長率為7.4%。同年，我們的年度溢利分別為197.7百萬港元、190.9百萬港元及287.8百萬港元，往績期間的複合年增長率為20.7%。

以我們在香港的成功為基礎，我們擬繼續擴大在現有市場的餐廳網絡並開拓新國際市

¹ 根據歐睿，快速休閒餐廳是以具競爭力的價格提供優質食物和服務的食肆。詳情請參閱「行業概覽 — 消費者食品服務業的分類」一節。

概 要

場。利用[編纂]所得款項，預計我們將擴大香港、中國內地、新加坡的餐廳網絡，並在未來進駐日本及澳洲市場，管理層相信這將有助於我們把握潛在商機，鞏固市場地位。

本公司[編纂]將構成自Toridoll日本分拆及本集團業務於聯交所主板單獨[編纂]。

營運數據概要

下表列載於所示年度的若干餐廳主要績效指標：

	截至三月三十一日止年度		
	二零一九年	二零二零年	二零二一年
收益 (千港元)			
<i>按品牌</i>			
譚仔	825,654	856,993	890,300
三哥	<u>730,519</u>	<u>834,186</u>	<u>904,393</u>
總計	<u><u>1,556,173</u></u>	<u><u>1,691,179</u></u>	<u><u>1,794,693</u></u>
<i>按訂單類別</i>			
堂食	1,234,864	1,225,784	903,994
外賣自取及到戶	<u>321,309</u>	<u>465,395</u>	<u>890,699</u>
總計	<u><u>1,556,173</u></u>	<u><u>1,691,179</u></u>	<u><u>1,794,693</u></u>
<i>按產品類別</i>			
米線及配料	1,148,757	1,244,155	1,343,086
小食	261,279	283,299	298,335
飲料	115,689	121,433	108,037
其他 (附註1)	<u>30,448</u>	<u>42,292</u>	<u>45,235</u>
總計	<u><u>1,556,173</u></u>	<u><u>1,691,179</u></u>	<u><u>1,794,693</u></u>
每餐廳日均收益 (港元) (附註2)			
<i>按品牌</i>			
譚仔	44,848	42,173	37,537
三哥	37,935	39,107	37,206
整體	<u>41,314</u>	<u>40,603</u>	<u>37,369</u>
<i>按訂單類別</i>			
堂食	32,784	29,429	18,823
外賣自取及到戶	8,530	11,173	18,546
整體	<u>41,314</u>	<u>40,603</u>	<u>37,369</u>

概 要

	截至三月三十一日止年度		
	二零一九年	二零二零年	二零二一年
顧客總數 (千人) ^(附註3)			
<i>按品牌</i>			
譚仔	14,848	13,916	15,143
三哥	<u>14,220</u>	<u>15,021</u>	<u>15,591</u>
總計	<u><u>29,068</u></u>	<u><u>28,937</u></u>	<u><u>30,734</u></u>
<i>按訂單類別</i>			
堂食	22,841	21,248	15,604
外賣自取及到戶	<u>6,227</u>	<u>7,689</u>	<u>15,130</u>
總計	<u><u>29,068</u></u>	<u><u>28,937</u></u>	<u><u>30,734</u></u>
每餐廳日均顧客人數 ^(附註4)			
譚仔	807	685	638
三哥	738	704	641
整體	<u>772</u>	<u>695</u>	<u>640</u>
每顧客人均消費 (港元) ^(附註5)			
譚仔	55.6	61.6	58.8
三哥	51.4	55.5	58.0
整體	<u>53.5</u>	<u>58.4</u>	<u>58.4</u>

附註：

- (1) 包括若干餐廳供應的早餐餐點。
- (2) 按餐廳所得收益除以餐廳總營運日數計算。
- (3) 我們用賣出的米線碗數代表所服務的顧客總數。
- (4) 按所服務的顧客總數除以餐廳總營運日數計算。我們用賣出的米線碗數代表所服務的顧客人數。
- (5) 按餐廳所得收益除以所服務的顧客總數計算。我們用賣出的米線碗數代表服務的顧客人數。

概 要

於往績期間，譚仔品牌及三哥品牌均錄得收益增長，乃主要由於我們在二零一九年下半年香港社會運動及二零二零年初COVID-19疫情下仍得以擴大餐廳網絡。

截至二零二零年三月三十一日止年度，譚仔品牌的每餐廳日均收益有所減少，乃主要由於二零一九年下半年香港若干區域的社會運動及二零二零年初COVID-19疫情令客流量減少，惟因年內餐牌價格上調產生額外收益而部分抵銷；而三哥品牌的每餐廳日均收益有所增加，乃主要由於年內餐牌價格上調產生額外收益，惟因社會運動及COVID-19疫情的影響而部分抵銷。與譚仔品牌相比，三哥品牌受社會運動的影響較小，且於截至二零二零年三月三十一日止年度的業績更佳，主要原因為三哥餐廳距離社會運動的核心地區較遠。

截至二零二一年三月三十一日止年度，譚仔品牌的每顧客人均消費輕微減少，乃主要由於(i)年內提供超值小食／飲料、米線套餐外賣自取以及為顧客贈送小食，導致同年按正價購買的小食及飲料減少；惟因以下因素而部分抵銷：(ii)外賣到戶訂單增加，而網上外賣平台的餐牌價格整體高於實體餐廳的價格；同年，三哥品牌的每顧客人均消費增加，主要由於外賣到戶訂單增加及推出當季限定優質米線選擇。三哥品牌外賣到戶的增長較譚仔品牌更為顯著，我們相信主要原因在於年內三哥品牌使用的外賣平台的營銷支援和普及性。

詳情請參閱本文件「業務 — 我們的餐廳 — 餐廳經營績效」一節。

下表列載於往績期間的可比較餐廳^(附註)收益詳情：

	截至三月三十一日止年度			
	二零一九年	二零二零年	二零二零年	二零二一年
可比較餐廳數目				
譚仔		47		46
三哥		44		44
總計		<u>91</u>		<u>90</u>
可比較餐廳收益 (千港元)				
<i>按品牌</i>				
譚仔	751,464	733,404	722,894	632,214
三哥	<u>588,131</u>	<u>623,623</u>	<u>622,086</u>	<u>586,991</u>
總計	<u>1,339,595</u>	<u>1,357,027</u>	<u>1,344,980</u>	<u>1,219,205</u>

本文件為草擬本。其所載資料並不完整及可作更改。閱讀本文件有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

概 要

	截至三月三十一日止年度			
	二零一九年	二零二零年	二零二零年	二零二一年
按訂單類別				
堂食	1,081,430	995,528	988,109	623,490
外賣自取及到戶	258,165	361,499	356,871	595,715
總計	1,339,595	1,357,027	1,344,980	1,219,205

可比較餐廳收益增長率

譚仔	-2.4%	-12.5%
三哥	+6.0%	-5.6%
整體	+1.3%	-9.4%

附註： 我們將可比較餐廳界定為在比較期間內全面經營的餐廳，不包括在有關期間內新開、關閉或裝修超過30天的餐廳。

詳情請參閱本文件「業務 — 我們的餐廳 — 可比較餐廳的營運表現」一節。

餐廳數目變動

下表列載於往績期間及直至最後可行日期按品牌及地點列示的餐廳數目變動：

	截至二零一九年三月三十一日止年度				截至二零二零年三月三十一日止年度			截至二零二一年三月三十一日止年度			由二零二一年四月一日 直至最後可行日期		於最後可 行日期
	年初	開設 ^(附註1)	關閉	年末	開設 ^(附註1)	關閉	年末	開設 ^(附註1)	關閉	年末	開設 ^(附註1)	關閉	
	譚仔	51	2	—	53	11	(2)	62	12	(2)	72	5	
香港	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	3	—	3
中國內地	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
小計	51	2	—	53	11	(2)	62	12	(2)	72	8	(1)	79
三哥	56	1	(3)	54	12	(3)	63	10	(1)	72	2	—	74
香港	—	—	—	—	—	—	—	3	—	3	—	—	3
新加坡	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
小計	56	1	(3)	54	12	(3)	63	13	(1)	75	2	—	77
總計	107	3	(3)	107	23	(5)	125	25	(3)	147	10	(1)	156

附註：

(1) 包括因搬遷而開設的餐廳。

概 要

財務資料概要

綜合損益及其他全面收益表

下表列載於往績期間的綜合損益表，詳情載於本文件附錄一會計師報告：

	截至三月三十一日止年度		
	二零一九年	二零二零年	二零二一年
	千元	千元	千元
收益	1,556,173	1,691,179	1,794,693
已消耗食品及飲料成本	(374,990)	(385,267)	(411,464)
其他收益	1,522	5,922	168,631
其他收益／(虧損)淨額	161	(1,647)	(837)
員工成本	(476,973)	(538,800)	(559,442)
自有物業、廠房及設備折舊	(40,610)	(46,192)	(66,482)
使用權資產折舊、租金及相關開支	(282,111)	(318,978)	(359,907)
水電開支	(39,411)	(42,057)	(36,135)
耗材及包裝	(19,716)	(27,615)	(48,818)
維修及保養	(11,479)	(12,378)	(12,067)
手續費用	(4,352)	(25,916)	(55,468)
清潔開支	(8,280)	(11,362)	(14,147)
[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
其他開支	(51,553)	(45,754)	(56,586)
融資成本	(11,145)	(12,132)	(14,489)
除稅前溢利	237,236	229,003	320,251
所得稅開支	(39,527)	(38,107)	(32,459)
年度溢利	<u>197,709</u>	<u>190,896</u>	<u>287,792</u>

水電開支於截至二零二一年三月三十一日止年度有所減少，主要由於我們在香港政府推出的電費補貼計劃下獲得電費補貼導致電費下降。手續費用於整個往績期間增加，乃主要由於在COVID-19疫情期間，外賣到戶訂單數量增加。

我們於截至二零二一年三月三十一日止年度的溢利較截至二零二零年三月三十一日止年度大幅增加，主要歸因於與COVID-19疫情有關的一次性政府補貼及租金寬減。如果不考慮與COVID-19相關的政府補貼154.5百萬港元及租金寬減15.6百萬港元(其中包括計入其他收益的11.7百萬港元及抵銷租金及相關開支項下營業額租金的3.9百萬港元)，我們於截至二零二一年三月三十一日止年度錄得純利較截至二零二零年三月三十一日止年度減少，主要

概 要

由於(i)客流量減少導致每間餐廳的收益減少；(ii)外賣自取及到戶訂單增加導致消耗品及包裝開支增加；及(iii)與餐廳網絡擴張相關的折舊開支增加。

非經常性項目

於截至二零二一年三月三十一日止年度及由二零二一年四月一日直至最後可行日期期間，我們主要因COVID-19疫情從業主處獲得租金寬免，金額分別為15.6百萬港元及4.0百萬港元。截至二零二零年及二零二一年三月三十一日止年度及由二零二一年四月一日直至最後可行日期期間，我們已獲香港政府授予防疫基金的補貼，金額分別為2.0百萬港元、153.7百萬港元及0.4百萬港元；及新加坡政府授予COVID-19疫情相關補貼，金額分別為零、0.8百萬港元及0.5百萬港元。該等租金寬免及政府補貼屬非經常性質。詳情請參閱本文件「業務— COVID-19疫情的影響」及「財務資料」兩節。

關鍵綜合財務狀況表資料

	於三月三十一日		
	二零一九年	二零二零年	二零二一年
	千港元	千港元	千港元
非流動資產	594,979	716,801	851,563
流動資產	364,421	375,171	553,419
資產總值	959,400	1,091,972	1,404,982
流動負債	337,427	402,097	526,070
非流動負債	266,043	313,324	333,438
負債總額	603,470	715,421	859,508
流動資產／(負債)淨額	26,994	(26,926)	27,349
權益總額	355,930	376,551	545,474

我們於二零一九年及二零二一年三月三十一日錄得相對較低的流動資產淨值結餘分別27.0百萬港元及27.3百萬港元，以及於二零二零年三月三十一日錄得流動負債淨額26.9百萬港元，乃主要由於我們根據香港財務報告準則第16號租賃將擴充餐廳網絡相關的重大租賃負債確認為部分流動負債，於二零一九年、二零二零年及二零二一年三月三十一日分別為213.3百萬港元、235.3百萬港元及289.5百萬港元，據此，我們未來所有租金付款均以非流動資產(即使用權資產)連同流動及非流動金融負債(即租賃負債)的形式確認。

概 要

關鍵綜合現金流量表資料

	截至三月三十一日止年度		
	二零一九年 千港元	二零二零年 千港元	二零二一年 千港元
營運資金變動前的經營現金流量	542,585	568,019	701,642
營運資金(減少)/增加	(25,900)	(26,427)	14,656
已付所得稅	(45,058)	(14,088)	(8,982)
經營活動所得的現金淨額	471,627	527,504	707,316
投資活動所用的現金淨額	(10,622)	(91,123)	(120,540)
融資活動所用的現金淨額	(247,615)	(441,458)	(427,286)
現金及現金等價物增加/(減少) 淨額	213,390	(5,077)	159,490
年初的現金及現金等價物	93,048	306,438	301,361
年末的現金及現金等價物	306,438	301,361	460,851

關鍵財務比率

財務指標	於三月三十一日/截至該日止年度		
	二零一九年	二零二零年	二零二一年
純利率	12.7%	11.3%	16.0%
資產回報率	23.1%	18.6%	23.1%
權益回報率	76.9%	52.1%	62.4%
流動比率	1.1	0.9	1.1
速動比率	1.1	0.9	1.0

有關我們關鍵財務比率的定義及波動的評論，請參閱本文件「財務資料 — 關鍵財務比率」一節。

COVID-19疫情的影響

政府當局為控制COVID-19疫情而採取的措施

自COVID-19爆發後至最後可行日期為止，香港政府一直因應疫情的不同階段，實施不同的防疫措施，直接影響消費者食品服務業，當中部分措施包括：(i)規定餐桌之間須有一定距離及安裝隔板；(ii)限制每張餐桌可服務的顧客人數及同一時間可服務的顧客總數；(iii)限制提供堂食服務；(iv)要求對顧客進行體溫檢測；(v)要求提供消毒搓手液；及(vi)要求通過特定的接觸追蹤系統或以書面形式對顧客進行登記。

概 要

於往績期間及直至最後可行日期，除了本文件「業務 — COVID-19疫情的影響」一節所載的五宗事件外，我們已在所有重大方面遵守政府當局就COVID-19疫情實行的相關法規及措施。

COVID-19疫情對我們業務及財務表現的影響

受COVID-19疫情影響，自二零二零年初以來，我們的客流量普遍減少，導致我們截至二零二一年三月三十一日止年度的可比較餐廳收益減少。堂食服務及入座數量已經並可能繼續受到政府當局實施的防疫措施影響。然而，由於我們努力調整業務以應對不斷增加的外賣自取及到戶訂單，並給予促銷折扣以促進外賣自取及到戶銷售，加上我們擁有餐廳網絡龐大，餐款亦適合外賣自取及到戶訂單，故外賣自取及到戶訂單的增加在很大程度上緩解了堂食訂單所受到的影響。有關可比較餐廳表現的詳情，請參閱本文件「業務 — 我們的餐廳 — 可比較餐廳的營運表現」一節。

我們已通過縮短部分餐廳的營業時間及調整人力規劃以應對訂單從堂食流向外賣自取及到戶，嘗試減輕社交距離措施導致的客流量減少的影響。我們亦已向業主爭取租金寬減，以紓緩疫情造成的影響。此外，我們已從香港政府授予的防疫抗疫基金取得補貼及取得新加坡政府授予關於COVID-19疫情的補貼。該等補貼已成為無條件及不可撤回。詳情請參閱本文件「財務資料 — 綜合損益及其他全面收益表經選定項目描述 — 其他收益」一節。

儘管COVID-19疫情帶來重重挑戰，我們的業務仍保持盈利。截至二零二一年三月三十一日止年度，計及上述政府補貼及租金寬減，我們錄得純利287.8百萬港元，較截至二零二零年三月三十一日止年度的190.9百萬港元增加50.8%；經營現金流錄得正數，約為707.3百萬港元，較截至二零二零年三月三十一日止年度的527.5百萬港元增加約34.1%。倘不計已收取的非經常性政府COVID-19防疫補貼154.5百萬港元及租金寬減（包括計入其他收益的11.7百萬港元及與租金及相關開支下營業額租金抵銷的3.9百萬港元），我們截至二零二一年三月三十一日止年度來自正常業務過程的純利將低於截至二零二零年三月三十一日止年度。

近期表現說明對於我們食品及服務的需求有所回升。根據截至二零二一年七月三十一日止四個月的未經審核管理賬目，(i)收益較截至二零二零年七月三十一日止四個月增加38.6%，於截至二零一九年七月三十一日止四個月達135.3%；(ii)每餐廳日均收益較截至二零二零年七月三十一日止四個月增加15.6%，於截至二零一九年七月三十一日止四個月達98.9%；(iii)顧客總數較截至二零二零年七月三十一日止四個月增加34.8%，於截至二零一九年七月三十一日止四個月達129.2%；(iv)每餐廳日均顧客人數較截至二零二零年七月三十一日止四個月增加12.5%，於截至二零一九年七月三十一日止四個月達94.5%；及(v)日均每座位售出碗數較截至二零二零年七月三十一日止四個月增加12.4%，於截至二零一九年七月

概 要

三十一日止四個月達95.5%。基於上述，董事認為我們的表現已恢復至與二零一九年下半年社會運動及二零二零年初爆發COVID-19之前的水平大致相同甚或更佳的水平。

於二零二零年七月至二零二一年六月期間，我們暫停合共54間餐廳的堂食、外賣自取及／或到戶服務，平均暫停期間為約五天，以進行消毒及／或隔離，主要因為僱員、其密切接觸者或若干顧客感染COVID-19。截至最後可行日期，所有受影響餐廳均已恢復正常營業。

於往績期間及截至最後可行日期，我們並無於供應商供應的食材或其他原材料方面遇到任何重大短缺、延誤或中斷情況，以致對我們的營運及財務狀況造成重大不利影響。

進一步詳情請參閱本文件「業務 — COVID-19疫情的影響」一節。

我們的品牌

譚仔及三哥品牌分別擁有超過24年及12年的歷史，已成功在香港飲食文化建立提供優質美味米線的卓著聲譽。受中國西南部菜式啟發，我們的米線通過各式各樣的配料、湯底和辛辣提供「混搭」美食體驗，而我們的10級辣度表已成為香港飲食文化界中廣為人識的辛辣量度標準。我們的招牌湯底(如麻辣湯底、糊辣湯底等)及招牌菜式(如土匪雞翼等)均成為顧客至愛的美食。林林總總的配料、湯底、辛辣程度、小食及飲料可供選擇及按個人口味定制，可混搭出無數的組合，讓顧客品嚐不同配搭的各種滋味，從而吸引彼等再次光顧餐廳。根據歐睿調查，譚仔及三哥品牌在香港主要亞洲粉麵專門店中享負盛名。歷經多年的發展、精心研製和改良後，我們認為譚仔及三哥米線在香港飲食文化中已成新一代熱門爽心美食。

譚仔由譚仔創始股東於一九九六年創辦。自開辦首間譚仔餐廳開始，譚仔在香港本地快速聚集人氣。二零零八年，三哥創始股東基於其本身的商業理念創辦了三哥，作為一個獨立的餐廳品牌，提供類似餐點但不同的湯底。自此，譚仔及三哥各自發展且樹立了自有的品牌形象。於二零一八年，東利多香港看見譚仔及三哥以及香港飲食行業的巨大發展潛力和譚仔及三哥在國際飲食業的龐大潛力，故收購了以譚仔及三哥品牌經營連鎖餐廳的兩個公司集團。經過多年的發展，各自已成為獨一無二及廣為人識的品牌，並擁有自己的捧場客，但整體而言，兩個品牌在市場定位、主要餐牌組合及顧客基礎方面並無重大差異。舉例而言，譚仔及三哥各自有其忠實的擁護，彼等因湯底、食材、調味料、品牌形象、餐廳佈置及顧客

概 要

服務等因素而更偏好兩者中的其中一個。因此，我們相信維持兩個品牌將有助我們利用每個品牌的強勁品牌知名度，由此獲取的市場份額較我們將兩個品牌合併或終止任何一個品牌所取得的市場份額更高。

譚仔及三哥的目標客戶包括社會各階層人士，主打青少年及年輕至中年人。譚仔及三哥定位為快速休閒餐廳，旨在以實惠價格提供優質食品及快速服務。我們在準備譚仔及三哥的湯底時仔細挑選不同的食材和辣度，務求為兩個品牌創造出不同的口味。每個品牌均擁有獨家的特色米線及配料、湯底、小食及特飲組合。另外，兩個品牌的餐廳設計大不相同。各自為餐廳店面及環境採用鮮明的色系，已打造出獨樹一幟的品牌形象。更多詳情，請參閱本文件「業務 — 我們的餐廳 — 品牌」一節。

我們的市場排名及獎項

根據歐睿，我們的市場份額較二零一九年有所增長，且在市場繼續穩佔具競爭力的位置，詳情如下：

香港市場分部	二零一九年			二零二零年		
	排名	市場份額	按銷售價值 計算的市場 分部規模 (十億港元)	排名	市場份額	按銷售價值 計算的市場 分部規模 (十億港元)
亞洲粉麵專門店	第1名	58.5%	2.9	第1名	64.4%	2.6
快速休閒餐廳	第2名	6.6%	25.5	第2名	10.0%	17.7
休閒餐廳	第5名	2.5%	68.0	第3名	4.0%	41.6

附註：根據歐睿，亞洲粉麵專門店是食品的一個專門子分部，因此可在消費者食品服務行業的不同子類別下經營。於香港，亞洲粉麵專門店一般為快速休閒餐廳的子分部，而快速休閒餐廳則為休閒餐廳的子分部。

譚仔及三哥餐廳的食物和服務質素為我們贏得多個獎項，例如連續五年獲香港中小型企業聯合會頒發「香港星級品牌大獎 — 企業獎」(二零一五年至二零一九年)、獲戶戶送表揚為「戶戶送全球最受歡迎美食第7名」(二零一九年)、獲Time Out Hong Kong表揚為「戶戶送香港最受歡迎美食第1名」(二零一九年)以及獲香港零售管理協會頒發「傑出服務獎 — 十大傑出服務零售品牌」(二零一九年)。於二零一一年至二零一三年，我們一間三哥餐廳亦榮登香港及澳門米芝蓮指南的「車胎人美食推介」。

供應商及客戶

供應商主要包括食材供應商。於往績期間，我們與五大供應商已建立一至六年不等的業務關係。截至二零一九年、二零二零年及二零二一年三月三十一日止年度，向最大供應商作出的採購分別佔總採購的21.8%、18.3%及18.0%，而向五大供應商作出的採購合共分別佔總採購的46.5%、44.1%及44.2%。

概 要

於往績期間，我們的客戶主要為公眾散客。董事認為，因為我們的客戶組成多元，識別往績期間的五大客戶並不可行。

詳情請參閱本文件「業務 — 採購 — 供應商」及「業務 — 客戶」各節。

物業

於最後可行日期，我們並無自置任何物業，用作餐廳、中央廚房、倉庫及辦公室的物業均是租賃或特許予我們。我們的餐廳在最後可行日期的租賃期限介乎約六個月至六年，平均約為三年。於最後可行日期，我們有24間餐廳的租約已到期或將在未來六個月內到期，其中有兩間已經續約。我們的使用權資產折舊、租金及相關開支及租賃負債的利息合計（「租賃物業開支」）分別為293.3百萬港元、331.1百萬港元及374.4百萬港元，分別佔我們截至二零一九年、二零二零年及二零二一年三月三十一日止年度總收益的18.8%、19.6%及20.9%。詳情請參閱本文件中「業務 — 物業」一節。

競爭優勢

我們認為我們具備以下競爭優勢：

- 我們憑廣闊的餐廳網絡在香港市場佔據領先地位。
- 我們是香港米線市場先鋒，品牌知名度高引以為榮。
- 我們的米線視為備受歡迎的新一代爽心美食。
- 我們的高度標準化和可擴展的業務模式有助未來發展。
- 我們的業務模式靈巧機動，時勢艱險下仍交出穩健的往績記錄。
- 我們實施嚴格的食物安全及質量控制措施。
- 我們的管理層團隊經驗豐富及行業知識淵博。

詳情請參閱本文件「業務 — 競爭優勢」一節。

業務策略

我們計劃實施以下業務策略：

- 擴充餐廳網絡。
- 擴大香港的中央廚房，並在中國內地、新加坡及澳洲設立新的中央廚房。

概 要

- 翻新餐廳及改善餐廳的經營設備。
- 透過數碼化提升顧客體驗及營運效率。
- 國際品牌建設和新市場進入推廣。
- 繼續投入品牌建設及市場營銷。
- 實施措施推動同店收益增長。

詳情請參閱本文件「業務 — 業務策略」一節。

[編纂]

假設[編纂]為每股[編纂]港元(即指示性[編纂]範圍的[編纂])，且[編纂]未獲行使，估計扣除我們就[編纂]應付的[編纂]、費用及估計開支後的[編纂]所得款項淨額將為約[編纂]港元。我們擬以下列方式使用該等所得款項淨額：

- (i) 約[編纂]港元(佔所得款項淨額的約[編纂]%)，將用於擴大餐廳網絡，其中，我們將動用(a)約[編纂]港元在香港(香港島、九龍及新界)開設38間餐廳(包括大約相同比例的譚仔及三哥)；(b)約[編纂]港元在中國內地(廣東省)開設58間譚仔新餐廳；(c)約[編纂]港元在新加坡(中區、北區、東北、東區及西區)開設24間三哥餐廳；(d)約[編纂]港元在日本(東京)開設25間三哥餐廳；及(e)約[編纂]港元在澳洲(墨爾本及悉尼)開設15間三哥餐廳。有關[編纂]港元中，約[編纂]港元、[編纂]港元及[編纂]港元將分別於截至二零二二年、二零二三年及二零二四年三月三十一日止年度使用。詳情請參閱本文件中「業務 — 業務策略 — 擴充餐廳網絡」一節；
- (ii) 約[編纂]港元(佔所得款項淨額的約[編纂]%)，將用於擴充香港的中央廚房及在中國內地、新加坡及澳洲設立新的中央廚房，其中約[編纂]港元及[編纂]港元將分別於截至二零二二年及二零二三年三月三十一日止年度使用；
- (iii) 約[編纂]港元(佔所得款項淨額的約[編纂]%)，將用於翻新餐廳及提升經營設備，其中約[編纂]港元、[編纂]港元及[編纂]港元將分別於截至二零二二年、二零二三年及二零二四年三月三十一日止年度使用；
- (iv) 約[編纂]港元(佔所得款項淨額的約[編纂]%)，將用於推行客戶關係管理系統、語音訂餐系統、企業資源規劃系統，以及提升我們的資訊及科技基礎設施，其中約[編纂]港元、[編纂]港元及[編纂]港元將分別於截至二零二二年、二零二三年及二零二四年三月三十一日止年度使用；

概 要

(v) 約[編纂]港元(佔所得款項淨額的約[編纂]%)，將用於國際品牌建設及新市場進入推廣，其中約[編纂]港元、[編纂]港元及[編纂]港元將分別於截至二零二二年、二零二三年及二零二四年三月三十一日止年度使用；及

(vi) 約[編纂]港元(佔所得款項淨額的約[編纂]%)，將用作一般企業用途及營運資金。

我們將不會收到[編纂]根據[編纂]獲行使而出售[編纂]的任何所得款項。

詳情請參閱本文件「未來計劃及[編纂]」一節。

[編纂]

[編纂]、證監會交易徵費及聯交所交易費將由我們與[編纂](如適用)按比例攤分，以及我們將單獨負責其他[編纂]。我們將支付的[編纂]的估計[編纂]總額(包括所有[編纂]的[編纂])約為[編纂]港元(根據[編纂]的中位數每股[編纂][編纂]港元計算及假設[編纂]未獲行使)，佔[編纂]所得款項總額的約[編纂]%(基於[編纂][編纂]港元，即指示性[編纂]範圍的中位數及未行使[編纂])，其中(i)[編纂]港元已於截至二零二一年三月三十一日止年度的綜合損益及其他全面收益表中扣除；(ii)[編纂]港元預期將分別於截至二零二二年三月三十一日止年度的綜合損益及其他全面收益表中扣除；及(iii)[編纂]港元預期將於[編纂]後列作權益扣減。董事謹此強調，上文披露的[編纂]估計金額僅供參考。有關[編纂]的[編纂]最終金額將根據當時的變數和假設變化而調整。

股東資料

緊隨[編纂]完成後及不計及因行使根據[編纂]前購股權計劃授出的任何購股權及根據[編纂]後購股權計劃可能授出的購股權而可能發行的任何股份及假設[編纂]未獲行使，東利多香港(由Toridoll日本全資擁有)將直接持有本公司已發行股本的約[編纂]%。假設Toridoll日本的持股自二零二一年三月三十一日起及截至[編纂]並無變動，粟田先生以其個人身份及透過T&T及SMBC銀行)連同彼之配偶粟田太太(透過T&T及SMBC銀行)將控制Toridoll日本已發行股本的約[49.16]%。T&T為於日本成立的公司，由粟田先生及粟田太太分別控制40%及40%。SMBC銀行為信託銀行，為及代表粟田先生、粟田太太及T&T持有Toridoll日本股份。據此，東利多香港、Toridoll日本、粟田先生、粟田太太及T&T各自將於[編纂]後被視作[編纂]規則所界定之控股股東。

概 要

由於[編纂]預期將由[編纂]授予[編纂]，故其可能須出售最多[編纂]股[編纂]（佔根據[編纂]初步提呈的[編纂]約[編纂]%），因此，於行使[編纂]後本公司的已發行股本並無變動。

詳情請參閱本文件「與控股股東的關係」一節。

[編纂]統計數字

我們申請在主板[編纂]，基於我們符合上市規則第8.05(3)條的市值／收益測試，此乃參考(i)截至二零二一年三月三十一日止年度的收益為約[1,794.7]百萬港元，超過500百萬港元；及(ii)基於指示性[編纂]範圍的低點，[編纂]時預期市值逾4,000百萬港元。

	根據 [編纂]港元	根據 [編纂]港元
股份市值 ⁽¹⁾	[編纂]港元	[編纂]港元
每股未經審核備考經調整綜合有形資產淨值 ⁽²⁾⁽³⁾	[編纂]港元	[編纂]港元

附註：

- (1) 市值乃基於預期緊隨[編纂]完成後將有[編纂]股已發行股份計算。
- (2) 本公司權益股東應佔本集團每股未經審核備考經調整綜合有形資產淨值乃基於[編纂]股已發行的股份而得出，並假設緊接[編纂]完成前[編纂]股已發行在外股份及根據[編纂]已於二零二一年三月三十一日完成而將會發行[編纂]股股份（不包括股份獎勵計劃下以信託形式持有的[編纂]股股份），但並無計及因行使根據[編纂]前與[編纂]後購股權計劃可能授出的任何購股權而可能配發及發行的任何股份，或本公司根據授予董事配發及發行或購回股份的一般授權而可能配發及發行或購回的任何股份。
- (3) 並無對本集團於二零二一年三月三十一日的未經審核備考經調整綜合有形資產淨值作出任何調整，以反映任何交易結果或本集團於二零二一年三月三十一日後訂立的其他交易，包括但不限於於二零二一年七月向東利多香港支付的股息280,000,000港元。倘該股息於二零二一年三月三十一日支付，則本公司權益股東於二零二一年三月三十一日應佔本集團未經審核備考經調整綜合有形資產淨值將減少約280,000,000港元，以及本公司權益股東應佔本集團每股未經審核備考經調整綜合有形資產淨值將減少約0.21港元。

滿足市值／收益測試及根據上市規則第8.05A條的豁免

我們申請於主板[編纂]，基於我們符合上市規則第8.05(3)條的市值／收益測試。大多數執行董事於東利多香港收購本集團後在二零一八年四月一日後加入本集團，因此本集團未能符合上市規則第8.05(3)(b)條項下的管理層維持不變的規定，但我們已遵守上市規則第

概 要

8.05A(1)及(2)條。因此，我們已向聯交所申請並[已]獲聯交所批准豁免嚴格遵守上市規則第8.05(3)(b)條的規定。詳情請參閱本文件「豁免嚴格遵守上市規則」一節。

東利多香港收購本集團的影響

於二零一八年一月，東利多香港完成收購一組集團公司，其從事分別以譚仔及三哥品牌經營連鎖餐廳，總代價為約19億港元（「收購事項」）。完成收購事項後，本集團由東利多香港全資擁有，而譚仔前任股東及三哥創始股東（均為獨立第三方）不再持有本集團任何權益。

於收購事項後，我們進行內部重組以精簡企業架構及內部工作流程，讓董事會、行政總裁及首席財務官中央管理兩個品牌。我們設立了集團層面的部門（例如採購、質量核證、人力資源及行政），該等部門管理兩個品牌的相關職能。

於收購事項之前，我們於香港經營兩個中央廚房，其分別為譚仔及三哥餐廳提供服務。二零二零年，我們將該兩個中央廚房合併為一個新的中央廚房，藉此加強標準化程度及管理效率。我們採納中央採購政策，據此，採購部門負責為所有譚仔及三哥餐廳以及中央廚房採購食材。我們推行多個標準化程序（例如食物加工、餐廳管理、顧客服務、清潔、員工培訓及質量控制），確保食品及服務質量穩定及提高經營及管理效率。

自二零一九年四月一日起直至最後可行日期，我們委聘東利多香港提供業務諮詢服務，包括(i)協助本集團制定業務策略，有關策略將與Toridoll日本的整體業務策略保持一致；(ii)為本集團各地區的業務提供市場趨勢統計資料或競爭分析及分享見解；及(iii)就改善前線餐廳營運提供專業知識及分享知識以及就本集團制定業務營運指引提供建議。東利多香港提供有關服務使我們受惠於其餐廳營運方面的技術知識及專業見解，幫助我們於往績期間制定業務策略及促進擴張。

收購事項對本集團並無任何重大不利財務影響。

關連交易

自收購事項完成後，本集團的業務及管理經過多年的提升及精簡。由於控股股東在全球連鎖餐廳的營運方面經驗豐富，我們將繼續向他們尋求建議及支援，以進一步發展我們的業務。我們已經與控股股東訂立若干持續關連交易，包括東利多香港向本公司提供的業務諮

概 要

詢服務，及Toridoll日本就我們即將在日本開展的業務向本公司提供營運支援服務。詳情請見本文件「關連交易」。

近期發展及並無重大不利變動

由二零二一年四月一日至最後可行日期期間，我們在香港開設五間譚仔餐廳，在香港開設兩間三哥餐廳及在中國內地深圳開設三間譚仔餐廳。同期，我們關閉一間香港譚仔餐廳。於最後可行日期，我們合共擁有156間餐廳，全部為自營。截至二零二一年七月三十一日止四個月，深圳的譚仔餐廳整體錄得經營溢利。

根據我們的未經審核管理賬目，截至二零二一年七月三十一日止四個月，我們的收益與上年同期相比增加。我們的收益增長是由於餐廳網絡不斷擴張及餐廳業績提高。

截至二零二一年三月三十一日止年度，我們的純利為287.8百萬港元，部分源於年內收到與COVID-19有關的一次性政府補助及租金優惠170.1百萬港元。我們對截至二零二二年三月三十一日止年度的純利預測預期將較截至二零二一年三月三十一日止年度大幅減少，因為預料與COVID-19有關的政府補助及租金優惠將會減少。

除本文件「財務資料 — [編纂]」一節所披露的估計非經常性[編纂]外，在沒有一次性政府補貼及租金減免的情況下，董事已確認，截至本文件日期，(i)自二零二一年三月三十一日（即會計師報告的報告期末）以來，我們的財務及交易狀況並無任何重大不利變動，而對本文件附錄一會計師報告所顯示的資料產生重大不利影響。

股息

截至二零一九年、二零二零年及二零二一年三月三十一日止年度，本公司向股東宣佈及分派股息分別75.0百萬港元、170.0百萬港元及120.0百萬港元，均以現金悉數支付，並由本公司的內部資源撥資。於二零二一年七月，本公司分別向東利多香港及僱員信託宣派及分派中期股息280.0百萬港元及0.6百萬港元，有關股息已分別於二零二一年七月及二零二一年八月以現金支付，兩者均由本公司的內部資源撥資。未來股息的宣派及派發將受多項因素影響，包括但不限於我們的經營業績、財務表現、盈利能力、業務發展、前景、資金需求及經濟前景。任何股息的宣派及派發以及股息的金額將受限於本公司的組織章程文件及公司條例，包括股東的批准。我們現時擬就各財政年度支付的股息總額為不少於擁有人應佔溢利30%。我們不保證將能夠宣派或分派任何董事會規劃所載金額的任何股息，甚或根本無法宣派或分派股息。

概 要

風險因素

我們的業務承受多項風險，投資[編纂]亦牽涉風險。我們認為可能對我們產生重大不利影響的部分主要風險包括以下各項：

- 我們很容易受到傳染病或傳染性疾病、動物疾病、食源性疾病的爆發、流行及／或大流行，以及與這些事件有關的負面報導的影響。
- 我們的業務取決於我們經營所在市場的宏觀經濟狀況，任何因經濟衰退而導致的可自由支配消費支出的減少均可能對業務產生不利影響。
- 我們的擴張計劃可能會導致風險和不確定性增加，這可能會對我們的業務、財務狀況和經營業績產生重大不利影響。
- 我們近期拓展或計劃進軍的新市場與香港市場不同，而我們擴張至該等新市場存在風險及不確定因素。
- 在現有市場開設新餐廳可能對現有餐廳的銷售額產生不利影響。
- 我們的成功取決於我們品牌的受歡迎程度，任何對我們品牌的損害，無論是在現有市場還是新市場，都可能對我們的業務和經營業績造成重大不利影響。

閣下應細閱本文件「風險因素」整節內容。

合規

於往績期間，我們未有於指定時限內就若干餐廳(包括已停止營運及繼續營運的餐廳)向勞工處提交開設應呈報工場呈報書，違反了香港法例第59章《工廠及工業經營條例》第9條。於最後可行日期，除已停止營運者外，我們已就所有相關餐廳向勞工處遞交相關呈報書，已修正所有不合規事件，以及我們已在所有重大方面遵守我們經營所在司法權區的適用法律及法規。

詳情請參閱本文件「業務 — 合規」一節。