

香港交易及結算所有限公司及香港聯合交易所有限公司對本公告之內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表示概不就因本公告全部或任何部份內容而產生或因倚賴該等內容而引致之任何損失承擔任何責任。



Xiabuxiabu Catering Management (China) Holdings Co., Ltd. 呷哺呷哺餐飲管理(中國)控股有限公司

(於開曼群島註冊成立的有限公司)

(股份代號：520)

盈利預警

本公告由呷哺呷哺餐飲管理(中國)控股有限公司(「**本公司**」)，連同其附屬公司統稱「**本集團**」)根據香港聯合交易所有限公司證券上市規則(「**上市規則**」)第13.09(2)條及證券及期貨條例(香港法例第571章)第XIVA部之內幕消息條文(定義見上市規則)而刊發。

本集團董事會(「**董事會**」)謹此知會本公司股東(「**股東**」)及本公司的有意投資者，根據對本集團截至二零二四年六月三十日止六個月未經審核綜合管理帳目的初步評估及董事會目前所得資料，本集團預期截至二零二四年六月三十日止六個月收入約為人民幣24億元，相較於截至二零二三年六月三十日止六個月收入減少約15.9%。相較於截至二零二三年六月三十日止六個月本集團錄得淨利潤人民幣212萬元，本集團預期於截至二零二四年六月三十日止六個月將錄得淨虧損介乎約人民幣2.6億元至2.8億元之間。

本集團截至二零二四年六月三十日止六個月的淨虧損主要乃由於(i)整體市場大環境消費呈疲軟態勢且消費降級，餐飲市場競爭激烈導致餐飲客流到店意願低迷，使本集團下屬品牌營收同比下降；(ii)經謹慎考慮，就預計要關閉及持續虧損餐廳，於二零二四年上半年計提相關減值損失約為人民幣2億元。然而本集團在二零二四年上半年積極優化運營模式的同時，為消費者提供更多高品質、高性價的消費選擇，其中包括(i)堅守品質，通過主動降價、推出套餐，以提升客流；(ii)通過集採優勢增強及穩固本集團議價能力，進一步降低平均採購單價。

本集團除嚴控各項支出，以維持合適資金狀況，並推展各項營運管理，包括(i)呷哺呷哺通過實施品牌視覺提升計劃，品牌重新規劃鎖定「家」概念，邁向話題性、年輕感、時尚化的品牌包裝升級方向，增強消費黏性；(ii)持續借力抖音等線上平台流量紅利，強化品牌形象及聲勢；(iii)快速佈局外送業務服務範圍，推出點擊率較高的外送新品，搶佔簡餐熟食市場，並積極拓展電商合作引流；(iv)持續強力推進付費會員業務，給消費者帶來紅利的同時為集團業績增長提供強勁動能。

由於截至二零二四年六月三十日止六個月的業績尚未落實，本公告所載資料僅為董事會對目前所得資料的初步評估，有關資料包括本集團截至二零二四年六月三十日止六個月的未經審核綜合管理帳目，有關帳目並未經本公司核數師審閱，亦未經董事會審核委員會審閱。

本公司將完全遵照上市規則的規定，預期將於二零二四年八月底前刊發本公司截至二零二四年六月三十日止六個月的中期業績公告。

股東及有意投資者於買賣本公司股份時，務請審慎行事。

承董事會命
呷哺呷哺餐飲管理(中國)控股有限公司
主席
賀光啓

香港，二零二四年八月二日

於本公告日期，董事會包括執行董事賀光啓先生；非執行董事陳素英女士及李潔女士；以及獨立非執行董事韓炳祖先生、張詩敏女士及葛文達先生。