

推晚市送餐服務見效 生意雙位數增

阿活撼贏大家樂翠華

香港文匯報訊(記者 周曉菁)本港餐飲業陸續公佈全年業績,大快活(0052)一枝獨秀,昨日宣佈全年錄得純利2億元,較去年多賺39.5%;撇除出售持有的非流動資產收益淨額,獲得盈利1.89億元,按年升31.3%,末期派息55仙,加公司上市25周年派特別息45仙。與早先公佈分別少賺11.7%和54.5%的大家樂(0341)和翠華(1314)相比,大快活逆市成暫時的贏家。

主席羅開揚昨日於業績會上解釋,公司去年業績可領跑餐飲業,主要得益於客源和平均消費的上升,去年推出晚市送餐服務,帶動晚市生意呈雙位數的增長,優惠時段的套餐亦吸引了不少食客光顧。

年內料增開16店舖

行政總裁陳志成表示,本港快餐業務的同店銷售增長令人滿意,上升約5%,去年本港新開13間大快活店舖,預計今年會擴充16間店舖,以滿足顧客需要。他透露,第一季度已經新開4間,且3間已簽約,半年內基本完成了目標的一半。而內地快餐業務轉虧為盈,亦增長約5%,去年新開了1間店舖,未來仍會持審慎態度,在廣州及深圳地區擴張業務。

此前大家樂加班超時,取消加班費等問題成為媒體焦點,羅開揚指出,集團完全不鼓勵員工加班,平均工時為9至10小時,即使有加班要求也是因為大清早,平均加班

只有1小時左右,且一定會向員工提供津貼,津貼的金額數目也高於最低時薪,「只要員工開心,顧客就會開心」。

承諾今年不會加價

對於顧客最關心的加價問題,羅開揚稱去年加價1.3%,低於每年計劃加價2%,並承諾今年不會加價。被問及是否會學習其他本港快餐品牌,在旗下多設品牌時,他指集團還是希望專注做好一個品牌,即使未來市場需求向好也只會發展一至兩個品牌,而去年新開的概念餐廳As Simple As Possible也只會考慮在年內多增至多2間店舖。

提及領展商場出租的相關營運策略,陳志成認為,領展作為上市公司需要保障股東利益,集團有30間在領展商場,佔到四分之一的比例,只要商場能帶來人流,做到生意,而且租金合理,會繼續考慮在領展旗下商場開店。



	大快活	大家樂	翠華
收入	24.28億(+8.2%)	75.7億(+2.9%)	18.68億(+3.7%)
純利	核心純利1.89億(+31.3%)	5.18億(-11.7%)	7,167.5萬(-54.5%)
毛利率	15.9%	13.8%	71.3%
末期派息(連特別息)	1元	98仙	3.1仙
分店	香港125間 內地10間	香港351間 內地110間	港澳37間 內地24間
昨股價	29.95元	24.1元	1.27元
較兩年前股價	↑87.9%	↓7.8%	↓66.2%

製表:記者 周曉菁

研究：逾半企業無完整數碼策略

香港文匯報訊 在現今這個以「流動為先、雲端為先」的時代,科技已經融入我們日常生活各方面,因此企業不得不進行數碼業務轉型。據Microsoft的研究發現,雖然亞洲的企業領袖視數據文化為實現數碼轉型關鍵,但少於半數企業擁有完整數碼策略,認為亞洲企業需加大力度發展數據文化。

數據導向決策力有差距

Microsoft 亞洲發表首個亞洲數據文化研究(2016)結果顯示,雖然有多達88%受訪亞洲企業領袖認為,擁有數據導向的靈活業務對他們的機構而言十分重要,但只有不足一半人(43%)相信其機構已擁有完整數碼策略。他們更認為,公司在推動數據導向決策能力方面存在差距。

該研究向亞洲13個市場的中型以至大型企業共940位企業領袖進行問卷調查,研究這些組織的數碼與數據策略,以及迎合數碼經濟的準備程度。香港共有70位資深企業領袖參與了這項研究。

分析預測性數據趨重要

Microsoft 香港雲端及企業商務部主管余敏為表示,雲端、流動及數據的融合正在改變企業與其客戶的交易方式,並衍生的需求,使企業向數碼及數據導向業務轉型成為必然。數據已成為新經濟的動力,企業需要將數據轉化為可採取行動的深刻洞察和見解,並藉此預測未來,從而走在最前,開發新的收入來源。她認為,面對經濟不確定性及具破壞性的競爭對手,分析及預測性數據是企業存活所必須的。

推數據文化須由上而下

調查又顯示,有89%的香港企業領袖人認為數據文化應由上而下推動,而且領導層中應有一個正式的職位來推動其數據策略的成功應用。大部分香港企業領袖人認為數據文化應由資訊總監(CIO)、營運總監(COO)及行政總裁(CEO)來引導。數據總監

及數碼總監等新興職位的作用亦變得日趨重要。

余敏為稱,這些管理級別的企業領袖對推動組織內的改革起關鍵作用。研究結果顯示,企業領袖認為行政總裁應提倡新的數據文化。然而,根據Microsoft的經驗,為使這個新策略得以維持,新數據文化的價值觀須得到各階層員工接受及一同推動。首要利用科技推動數據民主化,讓更多人能夠輕鬆存取數據並作出明智決策,為企業創優增值。

港企重視安全管理監控

研究又指出,亞洲企業領袖人似乎很容易接受以新方式駕馭資訊。被問到有哪些數據處理能力在未來12至18個月對他們而言非常重要,受訪者的優先排序依次為:實時分析、預測性數據分析、數據可視化、物聯網以及雲端數據儲存。這些處理能力顯然反映了他們認為數據文化會如何因應他們的業務需求而演變。

在借助物聯網技術方面,香港的企業領袖更傾向將安全管理、安全監控,以及聯網生產營運作為首要考慮因素。

企業數碼轉型增效益部分案例

■將滯後指標化為具前瞻性的指標：

環球工程公司Laing O'Rourke在澳洲的營運部門開發出一款具有多重數據傳感器的智能帽,是為須承受外部環境風險的員工而設,以時刻監控他們的健康狀況。公司將系統負載在Azure上,並採用Azure物聯網配套設施進行實時數據分析,現已成功將其工具箱擴展了十倍。

■讓物聯網投入應用：

在台灣MacKay Hospital,物聯網為醫院提高了營運效率。他們給病人配備的可追蹤藍牙手腕標籤,可以實時追蹤病人住院期間的病情,並且透過Power BI將數據圖像化。這些數據提升了醫院的營運效率,減少了浪費,還提高了醫生的病例數與病例組合。

■助員工獲取更多有用分析：

印尼最大廉價航空公司Citilink部分地勤員工可透過Power BI的數據可視化工具,觀察到客戶的喜好並洞悉趨勢,從而為客戶提供更加貼心的服務。

■提升客戶忠誠度：

泰國的PTT正透過先進的數據分析及客戶關係管理進行企業轉型,以獲得關於客戶在能源使用方面,以及與公司互動的更多資訊,從而提升顧客忠誠度。



余敏為(左)表示,雲端、流動及數據的融合正在改變企業與其客戶的交易方式。旁為黎柏豪。

Pizza Hut活用數碼化 增生意吸粉絲

香港文匯報訊 在香港,連鎖餐廳必勝客(Pizza Hut)是業內最早推行數碼轉型的企業之一。必勝客所屬的怡和飲食集團香港及澳門資訊科技董事黎柏豪在分享經驗時表示,必勝客在去年採用了Microsoft的雲端方案,全面改革了網站設計,可按需要隨時加大訂單處理容量。同時還推出了全新流動應用程式,並配合其社交客戶關係管理(Social CRM),加速數碼轉型步伐,獲得不俗成績。

逾半銷售來自網上訂餐

黎柏豪稱,一直以來,集團積極透過引入創新科技改善業務流程,以提升業務表

現。其中,集團非常重視以客戶為中心的業務發展策略。他認為,隨著互聯網的發展,客戶愈來愈趨向於流動及網上平台訂餐,故此集團一方面必須保持數據處理平台的穩定性及適當地提升容量,以提供流暢的訂餐體驗,另一方面亦需要加強與客戶在線上、線下的互動及聯繫,以保持客戶的忠誠度,提升他們的光顧次數。

黎氏指,自從必勝客將網上訂餐系統遷移至Microsoft Azure後,隨着訂單處理容量及速度大大提升,網上營業額於半年內由佔總營業額三成半急增近兩成,現時逾半銷售額皆來自網上訂餐服務。而由於Microsoft Azure雲端服務按量收費且非常穩定,同時讓他們收集、管理和分析客戶消費習慣等數據,他們可以集中精力製成更多適合的數碼

營銷計劃,以提升業務表現。

流動程式送優惠顧客更易

至於必勝客的新流動應用程式,亦成功配合其社交客戶關係管理計劃,為必勝客帶來了更高的銷售收益。黎氏指,此應用程式取代了以往會員卡機制,除了更環保和節省傳統印刷傳單及廣告等開支外,還可將個人化的最新資訊及優惠更輕易快捷地傳送到顧客手中。程式中又特別增設了遙控取票、與朋友分享積分及推送驚喜優惠券等功能,以進一步加強與客戶的互動聯繫,提升顧客忠誠度及購買意慾。在應用程式推出後,再配合其他社交客戶關係管理的策略,必勝客會員人數在5個月內急升兩成,按年營業額亦錄得近三成增幅。

先健：左心耳封堵器尾季歐洲發售

香港文匯報訊(記者 周曉菁)內地的醫療器械產業體系仍處於初步發展、完善階段。先健科技(1302)財務副總監朱勝立昨於媒體午餐會表示,除3個重點發展項目——左心耳封堵器、可吸收支架、起搏器以外,公司還有15個項目正在研發中。他相信,公司有實力成為全球領先的心血管醫療器械供應商,並對旗下產品進入全球市場表示樂觀。

產品研發投入勝同業

朱勝立指出,公司對產品的前期研發投入非常高,實驗室研發、臨床試驗、註冊三個環節的費用佔公司總收入的20%,大大高於內地其他同類公司。據悉,目前內地上市醫械企業的研發投入比基本都在10%之內,業內平均值為3%至5%,而國際平均值為15%。

近十年內,內地醫療器械企業的數目以成倍速度擴展,但整體呈現出生產企業多、產品科技含量低的弱點。朱勝立坦言,許多醫械企業的確以生產醫用棉、針筒、普藥等走量的低值耗材為主,公司目前主要研發中高端產品,且專攻心血管及周圍血管微創介入的高值耗材供應,而業內龍頭企業如邁瑞、魚躍、威爾等,基本以生產專業醫療設備為主,產品價值高,運用廣泛,故公司規模較大。

LAmbre獲歐洲CE肯定

早前報道指出,公司研發的左心耳封堵



先健科技財務副總監朱勝立表示,對旗下產品進入全球市場感樂觀。周曉菁攝

器LAmbre,本月中旬已獲歐洲CE認證可推出銷售,朱勝立在午餐會開始與記者們分享了這個喜悅。他表示,LAmbre屬公司重點發展項目,預計於第4季可在歐洲發售,2年至3年內該產品可帶來超過現今公司年收入總額的3億元人民幣。

國外銷售份額料續擴

朱勝立透露,雖然目前銷售額的77%來自內地,但LAmbre毛利率達9成,預計國外銷售份額會逐漸擴大,可擴大至7成。公司目前主推的LAmbre、可吸收支架和起搏器暫時都未列入內地醫保系統,他稱公司一直都在努力,一旦納入,能利好患者的康復和公司的收入。

深企推3D動態海外倉助電商出口

香港文匯報訊(記者 李昌鴻 深圳報道)為了更好地幫助內地跨境電商企業出口,深圳海歸企業飛鳥國際跨境電商綜合服務有限公司近日正式推出「3D動態海外倉」,為出口企業提供海外的倉儲、物流、配送、融資、法律和稅務等一站式服務,從而幫助出口跨境電商縮短物流響應時間和訂單周期,提升了買家網購體驗效果,促進內地商品的出口發展。

銷售規模今年料3500億

據了解,深圳是內地跨境電商企業和從業者最集中的城市,特別是深圳的跨境電商上市公司已經佔據內地跨境電商上市公司90%以上。業內人士預計,深圳出口跨境電商行業2016年的整體銷售規模將達3,500億元人民幣。而隨着行業的快速發展,跨境電商的分工也越來越明確,海外倉的興起便是其中之一。

飛鳥國際董事長李哲敬告訴記者,海外倉是將商品以大宗運輸形式先運往目標市

場國家,在當地設立倉庫,建立庫存,然後再根據電商銷售的訂單,從當地倉庫直接進行分揀、包裝和配送。其最為明顯的優勢就是將零散的國際間運輸轉化成了大宗運輸,降低了物流成本。

減運輸時間 降物流成本

他認為依託海外倉平台,將國際派送轉化成了本地派送,縮短了物流響應時間和訂單周期,提升了買家網購體驗效果。飛鳥國際正式推出的「3D動態海外倉」已在英國、法國、德國、意大利、美國、澳大利亞、西班牙、直布羅陀等國家和地區建立了直營海外倉,可日處理訂單量峰值達到8萬單以上。服務來自世界各地的客戶超過3,000家,提供跨境倉儲、物流、配送、電商運營、電商軟件、企業管理、海外稅務和法律諮詢及供應鏈金融等一站式服務,加上「綠色頭程+白色清關+分散倉儲」的解決方案等,從而可以更好地促進內地跨境電商企業出口發展。



飛鳥國際推出3D動態海外倉,促進跨境電商出口。李昌鴻攝