

[即時發佈]

本文件不會直接或間接於或向美國（包括美國的領土及屬地、任何州以及哥倫比亞特區）發佈、刊發、分派。本文件並不構成在美國境內購買或認購證券的任何要約或招攬或其組成部分。股份並無亦不會根據一九三三年美國證券法（經不時修訂）（「美國證券法」）登記。除非已進行登記或獲豁免遵守美國證券法的登記規定，否則證券不得在美國境內發售或出售。證券不會於美國進行公開發售。發售股份乃根據美國證券法項下S規例以離岸交易形式於美國境外發售及出售。

閣下應注意不應過份依賴本新聞稿所載任何前瞻性陳述。我們不能保證該等前瞻性陳述將會證實為正確。反映在該等前瞻性陳述的預期可能有變，我們概不承擔公開更新或修訂本新聞稿任何前瞻性陳述的義務。



## 鴻福堂集團控股有限公司 宣佈於聯交所主板上市詳情

（2014年6月22日，香港） — 全港最大中式草本飲品、湯品及龜苓膏零售商<sup>1</sup>鴻福堂集團控股有限公司（「鴻福堂」或「集團」）公佈計劃於香港聯合交易所有限公司（「聯交所」）主板上市的詳情。

鴻福堂是次發售共158,000,000股股份，當中90%，即142,200,000股股份作國際發售，可予調整，餘下10%，即15,800,000股股份作香港公開發售（其中1,580,000股股份作僱員預留股份）。經扣除全球發售的包銷佣金及其他估計開支後，並假設發售價為每股發售股份1.15 港元，即指示性發售價範圍1.00 港元至1.30 港元的中位數，且超額配股權不獲行使，估計全球發售所得款項淨額約為148,000,000港元。

香港公開發售將於2014年6月23日（星期一）開始，並於2014年6月26日（星期四）中午12時正結束；最終發售價及分配結果預期將於2014年7月3日（星期四）或左右公佈。鴻福堂股份預期將於2014年7月4日（星期五）在聯交所主板掛牌，股份代號為1446，每手買賣單位為2,000股股份。

高誠證券有限公司為是次全球發售的獨家保薦人及獨家全球協調人，並與申銀萬國融資（香港）有限公司擔任聯席賬簿管理人及聯席牽頭經辦人。

### 企業摘要

鴻福堂是2013年度全港最大中式草本飲品、湯品及龜苓膏零售商<sup>1</sup>，佔34.4%市場份額。「鴻福堂」品牌建基於傳統草本文化、健康飲食及天然成分等核心價值，配合嚴格品質監控，致力為客戶提供方便食用的優質產品，並且屢獲殊榮。截至2014年6月13日，集團的「自家CLUB」會員計劃已吸納超過380,000名會員。

鴻福堂銳意發展香港及國內市場，把握中國龐大消費市場的潛在增長，相信旗下中國業務日後可為集團帶來可觀收益及利潤貢獻。

### 一. 直接銷售與間接銷售雙管齊下的有效銷售模式，得以抓緊中港兩地蘊藏的無窮商機及增長潛力

#### 直接銷售

截至2014年6月13日，集團於香港共有97間自營零售店，主要分佈於位置便利、人口密度及客流高的港鐵站及購物中心。受惠於同店銷售增長和網絡擴充，集團香港的直接銷售於2011年至2013年期間錄得複合年增長率11.7%。截至2014年6月13日，中國方面，集團於廣東主要城市及上海共有25間零售店，並計劃於未來12個月內分別在廣州及上海開設至少10間自營零售店，主攻中高端收入客戶。

<sup>1</sup>資料來源: Ipsos 報告，按2013年的收益及零售店數目計算

### 間接銷售

集團的間接銷售客戶主要為第三方零售商（如超級市場及連鎖便利店）及分銷商，將保鮮飲品分銷至香港、中國及海外市場。截至2014年6月13日，集團的保鮮飲品於內地**39個城市銷售**，來自中國的間接銷售收益由2011年的4,270萬港元增至2013年的8,590萬港元，**期內複合年增長率達41.8%**。

### **二. 財務表現**

集團收益由2011年約4.8億港元增至2013年近6.5億港元，複合年增長率為16.0%。經營活動現金流入淨額穩健增長，由2011年約2,700萬港元升至2013年約5,900萬港元。除所得稅前溢利由2011年的950萬港元增至2013年的4,850萬港元<sup>2</sup>，期內複合年增長率為126.0%。毛利率由2011年約57.0%增至**2013年約60.0%**。

### **三. 行業前景**

根據Ipsos報告，2008年至2017年間，中國中式草本飲品業務的貿易價值預期以**複合年增長率20.0%蓬勃增長**。香港方面，2008年至2017年間，於零售店銷售的中式草本飲品及中式湯品零售價值以複合年增長率6%至7%蓬勃增長。

### **四. 增長策略**

集團將進一步擴大及強化其中國間接銷售網絡以進一步滲透中國內地市場，包括加強與現有主要客戶的關係及發掘更多主要客戶，以及擴大廣東省及上海的間接銷售並拓展至寧波、杭州及大連等地。同時，優化及擴大香港的直接銷售渠道，計劃於2014年（全年）、2015年及2016年分別開設約25間、30間及35間新零售店，並翻新部份店舖。

此外，集團將擴大及優化產能，以應付零售店網絡及保鮮飲品分銷業務擴充所帶動的需求增長。集團計劃中的大埔及蘇州的新生產設施預期於2014年9月至10月全面投入運作。集團亦會透過有效市場推廣策略進一步提升品牌形象，重點宣揚健康生活概念、產品安全與質素，以鞏固市場領導地位。

- 完 -

---

<sup>2</sup>扣除2013年產生的一次性上市相關開支5,900,000港元後

## 集資所得款項淨額用途

項目	約
於香港及中國開設新零售店	35.3% 或 5,220 萬港元
宣傳及市場推廣	22.7% 或 3,350 萬港元
償還銀行借貸	13.3% 或 1,960 萬港元
營運資金及其他一般企業用途	10.0% 或 1,480 萬港元
增聘員工	8.3% 或 1,230 萬港元
擴大中國內地間接銷售的分銷網絡	6.7% 或 990 萬港元
提升資訊系統	3.7% 或 540 萬港元

## 主要財務數據

(千港元)	截至12月31日止年度		
	2011年	2012年	2013年
收益	479,298	578,693	645,049
毛利	273,092	351,398	387,099
毛利率	57.0%	60.7%	60.0%
除所得稅前溢利	9,532	48,115	48,521*
經營活動所得現金淨額	27,452	57,275	58,896

\*扣除2013年產生的一次性上市相關開支5,900,000港元後

## 圖片說明

### 圖片一

- 鴻福堂集團控股有限公司財務總監兼公司秘書曾啟明先生(左二)
- 鴻福堂集團控股有限公司董事總經理兼執行董事關宏勇先生(左三)
- 鴻福堂集團控股有限公司主席兼執行董事謝寶達先生(右三)
- 鴻福堂集團控股有限公司總經理兼執行董事司徒永富博士(右二)



圖片二

- 鴻福堂集團控股有限公司財務總監兼公司秘書曾啟明先生(左二)
- 鴻福堂集團控股有限公司董事總經理兼執行董事關宏勇先生(左三)
- 鴻福堂集團控股有限公司主席兼執行董事謝寶達先生(中)
- 鴻福堂集團控股有限公司總經理兼執行董事司徒永富博士(右三)
- 高誠證券有限公司董事總經理劉志華先生(右二)



圖片三

- 高誠證券有限公司董事總經理劉志華先生(左一)
- 鴻福堂集團控股有限公司總經理兼執行董事司徒永富博士(左二)
- 鴻福堂集團控股有限公司主席兼執行董事謝寶達先生(中)
- 鴻福堂集團控股有限公司董事總經理兼執行董事關宏勇先生(右二)
- 鴻福堂集團控股有限公司財務總監兼公司秘書曾啟明先生(右一)



### **有關鴻福堂**

鴻福堂創立於1986年，為一間推廣健康飲食概念的現代化企業，經營產品種類繁多。鴻福堂為2013年度全港最大中式草本飲品、湯品及龜苓膏零售商，佔34.4%市場份額<sup>3</sup>。為把握中國龐大消費市場的增長潛力，集團向第三方零售商及分銷商銷售保鮮飲品，截至2014年6月13日覆蓋39個中國城市。

### **傳媒垂詢：**

#### **縱橫財經公關顧問有限公司**

李惠兒	+852 2864 4834	<a href="mailto:vicky.lee@sprg.com.hk">vicky.lee@sprg.com.hk</a>
陳麗明	+852 2864 4892	<a href="mailto:ming.chan@sprg.com.hk">ming.chan@sprg.com.hk</a>
駱瑞琪	+852 2864 4851	<a href="mailto:agnes.luo@sprg.com.hk">agnes.luo@sprg.com.hk</a>

[www.sprg.com.hk](http://www.sprg.com.hk)

---

<sup>3</sup> 資料來源: Ipsos 報告，按2013年的收益及零售店數目計算