

# 辣條第一股 衛龍IPO本周闖關

## 內地龍頭收入年增22% 擬籌78億擴產能

矚目新股

內地最大辣味休閒食品企業——衛龍美味，市傳其IPO申請將在本周闖關，集資10億美元（約78億港元），有望成為「辣條第一股」。據招股書指出，去年在內地辣味休閒食品市佔率為5.7%，居「一哥」位置，按零售計，更超過第二至五名的市場份額之和。公司在2018至2020年收入分別為27.5億元（人民幣，下同）、33.8億元及41.2億元，其間年複合增長率達22.4%，遠超內地休閒食品行業同期的4.1%。

大公報記者 李 信

談到衛龍美味的威水史，除了在內地辣味休閒食品市場排名第一，調味麵製品及辣味休閒蔬菜製品細分品類的市場份額均排名第一。衛龍的產品亦深受年輕消費者喜愛，根據弗若斯特沙利文的數據，公司有95%的消費者是35歲及以下，25歲及以下的年輕消費者則佔55%。品牌知名度方面，衛龍是25歲及以下年輕人心中休閒食品的第一品牌。而過去3年的盈利增長也不俗，2018至2020年盈利分別為4.76億元、6.58億元及8.18億元。

### 騰訊雲鋒等已投資42億

截至去年底，公司與超過1900名經銷商合作，覆蓋超過57萬個零售終端，約70%的該等零售終端位於低線城市。公司執行一套嚴格的篩選及評估機制，定期拜訪經銷商及零售終端，以監督經銷商的業績。同時，公司通常在經銷商付款後交付產品；除非在產品保質期內發生的產品質量問題，一般不接受經銷

### 上市前的持股分布

和全球資本	92.17%
CPE源峰（中信產業基金）	2.32%
高瓴	1.17%
騰訊	0.64%
雲鋒基金	0.64%
紅杉資本中國基金	0.29%
Duckling Fund, L.P.	0.29%
厚生投資	0.29%
其他	2.19%

大公報製表

商的退貨或換貨。

除了業務不俗外，衛龍賣點還包括在於遞交上市申請前已引入多個實力雄厚的投資者，包括CPE源峰（中信產業基金）、高瓴資本聯合領投的戰略融資、騰訊投資、雲鋒基金、紅杉資本等，總投資金額約5.49億美元（約42.82億港元）。

### 加建工廠 2025年增產逾72萬噸

至於集資用途方面，公司將用於擴大和升級生產設施與供應鏈體系，以進一步提高產能、倉儲管理和產品質量。其中部分用於建設新的工廠；在華南或華東地區增設2家工廠，該工廠計劃於2023年開始投產和於2025年全面運營，預計每年增加調味麵製品、蔬菜製品、豆製品，以及其他產品的產量約39.96萬噸。另外，部分集資所得將用於在雲南曲靖市增設一家工廠，該工廠計劃於2022年開始投產和於2024年全面運營，預計每年增加調味麵製品、蔬菜製品、豆製品，以及其他產品的產量19.76萬噸。

此外，公司又會將部分集資所得用於擴大和升級吉林工廠，生產線預計於2023年全面運營，預計每年增加蔬菜製品、豆製品及其他產品的產量約13.08萬噸。集資所得也會用於升級生產設備，主要包括引進調味麵製品與蔬菜製品的自動化設備，例如自動拌料系統及自動包裝系統。集資的其他用途方面還包括將倉儲設備、系統自動化和智能化、收購對業務有協同作用的企業、拓展銷售和經銷網絡等。



### 公司發展史

<b>2020年</b>
●上海衛龍美味生物科技開始運營。杏林食品工廠開始建設
<b>2019年</b>
●建立22個銷售區域，並通過整合線上及線下資源建立全管道銷售及經銷網絡
●衛到食品生產設施竣工投產，自動化水準及產能得到提升
<b>2017年</b>
●成功導入全球領先的SAP資訊管理系統
●在京東開設自營線上店鋪
<b>2015年至2016年</b>
●實施一系列品牌及營銷策略，以升級品牌形象。
<b>2010年至2015年</b>
●調味麵製品及豆製品產能擴張
●引入拉伸膜包裝機等自動化設備，不斷改善生產工藝
●在天貓開設自營線上店鋪，實現線上品牌推廣
<b>2006年至2010年</b>
●平平食品第二個工廠開始建設投產，推出大麵筋、小麵筋
<b>2004年</b>
●成立平平食品，進駐漯河工業園
<b>2003年</b>
●申請衛龍商標
<b>2001年</b>
●創辦人劉衛平及劉福平在漯河市創業，開創出第一根辣條

大公報製表

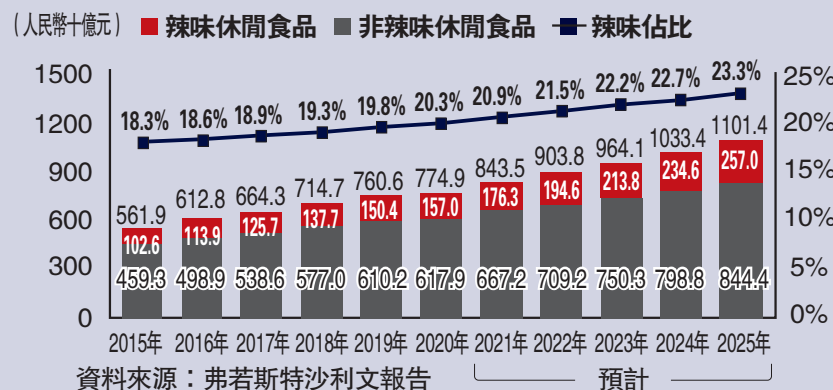
### 近年財務數據

(單位：億元人民幣)

年份	金額	同比變幅
收入		
2018年	27.51	—
2019年	33.84	+23.01%
2020年	41.20	+21.73%
利潤		
2018年	4.76	—
2019年	6.58	+38.18%
2020年	8.18	+24.41%

大公報製表

### 內地休閒食品行業按口味劃分的零售額



## 辣味休閒食品市場規模 直撲3000億

### 潛力巨大

內地是全球最大休閒食品市場之一，發展潛力巨大。據弗若斯特沙利文報告，按零售額計算，去年內地休閒食品行業市場規模為7749億元（人民幣，下同），2015至2020年年複合增長率為6.6%。受居民可支配收入增長、城鎮化進程加快、消費場景日益豐富等因素推動，料2020至2025年內地休閒食品市場年複合增長率將達到7.3%。按零售額計算，2025年內地休閒食品行業的市場規模料達到1.1萬億元（約1.34萬億港元）。報告指出，受疫情的影響，按零售額計算，去年內地休閒食品行業年增速放緩至1.9%。但受益於內地嚴格的疫情控制及防範

措施，料今年行業同比增速預計將恢復至8.9%。按零售額計，內地辣味休閒食品在整體休閒食品行業中的份額，從2015年的18.3%增長至2020年的20.3%。

此外，內地辣味休閒食品行業2020至2025年料將按照10.4%的年複合增長率增長，至2025年零售額將達到2570億元（約3132億港元），料同期內地非辣味休閒食品行業年複合增長率為6.4%。然而，內地休閒食品市場頗為分散，按零售額計算，去年內地前十五大休閒食品公司的市場佔有率為22.4%。同時，辣味休閒食品市場格局也較為分散。按零售額計，去年內地前五大辣味休閒食品公司的市場佔有率為10.7%。

## 辣條出國 售價漲逾六倍

### 話你知

號稱「年輕人的社交貨幣」的辣條，又甜又辣、鹹中帶着油香俘獲了大江南北吃貨的胃。作為一款價格低廉的「國民零食」，它成功走出國門，在160多個國家銷售，且身價暴增。一包300克售價10元人民幣的辣條，在美國零食網站上可以賣到10美元的高價，漲幅超過六倍。而這統稱為「辣條」的零食製作原料，可以分為「調味麵製品」和「膨化豆製品」兩類，即調味後的小麥粉或大豆製品。

「調味麵製品」和「膨化豆製品」的起源地均為湖南平江，所以當地也被中國食品工業協會授予「中國辣條之鄉」的稱號。辣條原型是當地特有的麻辣醬乾、麻辣豆筋……1998年因洪水導致醬乾原料大豆減產而價

格飆升，3位製作醬乾的老闆試着用麵粉代替豆粉，採用單螺桿擠壓機械加工製作條狀坯體，結合麻辣醬乾的麻辣風味特點，加入辛香料，創新發明了辣條。如今，雖然「辣條一哥」衛龍身在河南漯河，但其創始人、號稱「辣條之父」的劉衛平亦是湖南平江人。

### 長沙首家博物館 解密辣條真相

值得一提的是，早期辣條生產商販多為個體商戶，行業門檻低，製作不規範，產品多油、多糖、多鹽，使得辣條被貼上「垃圾食品」的標籤。不過，隨着行業標準出台，辣條製作逐漸標準化，食品安全也得到了保證。數據顯示，辣條確實營養不高，但這也不影響人們對辣條的狂熱，再嚇人的消息也可以「吃包辣條壓壓驚」。

湖南平江縣食品行業協會還在長沙黃興步行街建立內地首個辣條博物館，為大眾解密「辣條的真相」。通過實物展示破除了各種網絡謠言，辣條的主要原料是麵粉、油、辣椒、花椒、孜然、桂皮等家庭廚房用料，採用非油炸工藝製作。



▲湖南平江縣食品行業協會在長沙黃興步行街建立首個辣條博物館。

## 小紅書估值升至1560億 擬本港上市

### 陸續有來

內地網絡購物和社交平台小紅書，最近一輪融資中料籌得5億美元（約39億港元）。消息人士表示，包括新加坡國有投資公司淡馬錫控股、騰訊控股（00700）、阿里巴巴（09988）、元生資本、天圖投資等現有舊股東亦有參與。按此計算，公司估值高達200億美元（約1560億港元），較8月時

的100億美元急升一倍。

報道又指，小紅書未有正面回應融資金額，僅稱本輪融資以老股東增持為主，並感謝股東長期以來的信任和持續支持。自2013年成立以來，該公司共完成了最少6輪融資。此前，有報道表示，小紅書計劃將上市地點由美國轉到香港，最快今年提交上市申請，集資規模介乎5億至10億美元（約39億至78億港元）。

另外，路透旗下IFR引述知情人士報道，陽光保險集團正考慮明年在港上市，計劃集資約10億至20億美元（約78億至156億港元）。

目前正在與中金公司和瑞銀商討上市事宜。陽光保險於2005年成立，經營業務包括財產保險、人壽保險、信用與擔保保險、資產管理等。該公司近年則發展利用人工智能和大數據發展業務。

務能於香港公眾假期進行交易及結算服務。



## 港交所研假日交易 只涉非港元期貨期權

### 鞏固優勢

港交所（00388）刊發諮詢文件，建議讓非港元計價期貨及期權能於香港公眾假期進行交易及結算服務。根據資料顯示，涉及產品包括股票指數產品、匯率產品及商品，共72隻，但就沒有股票產品及利率產品。港交所首席營運總監戴志堅表示，有關的安排讓投資者可以在香港公眾假期時，繼續在港交所買賣證券在其他標的市場的衍生產品，以便他們進行風險管理。

根據建議，交易所參與者可選擇是否參與衍生產品假期交易，並分類為假期交易參與者或非假期交易參與者。同樣地，產品亦會分類為假期交易產品或非假期交易產品。同時，假期交易交易所參與者須確保其委任的結算參與者為假期交易結算參與者，而假期交易結算參與者則須確保結算銀行於假期支援。

為讓參與者熟悉假期運作，港交所會於實施後首個公眾日前一個月進行準備測試或市場演習，假期交易參與者須通過準備測試或市場演習。值得注意的是，1月1日元旦並不會有任何產品交

易，這與全球其他交易所的於元旦休市的做法一致。同時，過去一些半日交易日（如聖誕前夕、新年前夕、農曆新年前夕），假期產品將不受影響會維持全日交易，以及提供T+1時段，但新年前夕不會有T+1時段。

另外，若假期當日出現極端天氣（如颱風、黑色暴雨等情況），相關安排將跟從營業日的同一安排。

### 預計明年4月實施

戴志堅表示，推出衍生產品假期交易是鞏固香港作為國際風險管理中心的重要一步，能否於香港假期買賣這些非港元計價衍生產品，是國際投資者評估是否適合在個別市場建立及管理其投資組合時的重要考慮因素。他希望建議能滿足全球投資者需求，有關建議一經採納，將會廣受全球港交所客戶歡迎。

至於實施日期，港交所表示會視乎收到的市場意見及待取得監管批准後，希望於2022年4月推出衍生產品假期交易，並計劃於2022年第一季進行準備測試或市場演習。有關諮詢文件的截止日期為下月6日。