

# 甘肅在港推介207個項目 涵蓋六大領域

【大公報訊】「甘肅—香港」投資合作推介會昨日在港舉行，促進香港特別行政區各界與甘肅省經濟貿易深度合作與交流。甘肅招商代表團成員們分別推介各市，面向港臺的招商引資項目數量多達207個，投資金額約為1500億元，共涵蓋六個大類別：文化旅遊康養產業、中醫藥及生物醫藥產業（含醫療器械）、新能源及其裝備製造產業、特色農產品及食品加工產業、流通網絡體系建設、有色冶金產業。

甘肅省政協黨組書記、主席莊國泰表示，香港為甘肅提供了一個海內外交

流的平台，雙方進一步合作也是進一步互利共贏。甘肅省具有三大特點，一是自然資源豐富，包括礦產、地理景觀資源等；二是國家安全的重要通道，包括經濟、文化、生態等方面；三是發展基礎雄厚，包括交通、工業等，將會與香港航空商討開通多條民航直飛航線。

甘肅省商務廳副廳長汪德元介紹稱，甘肅與香港的經貿關係密切，香港是甘肅最大境外直接投資

來源地，連續兩年穩居甘肅實際利用外資金額的第一位。香港累計在甘肅設立330家外資企業，實際利用外資金額8.3億美元（約65億港元）。

對於甘肅省投資環境及優勢，汪德元提到，甘肅省的地理位置是連結「一帶一路」的黃金通道。甘肅省也是全國資源大省、「有色金屬之鄉」以及新能源產地。招商引資優惠政策方面，近年甘肅省全力打造市場化、法制化、國際化的營商環境，對外資企業在甘肅投資經營提供服務保障。除了國家規定不予免稅的產品以外，對投資總額內進口資源設備

免徵關稅，同時對符合條件的外商投資企業按照實際到位金額給予獎勵，最高可達實際到位資金的2%。

## 隴港合作共拓「一帶一路」商機

商務及經濟發展局副局長陳百里表示，香港和甘肅省同是「一帶一路」倡議實踐的關鍵地區，香港亦會發揮「背靠祖國、聯通世界」的優勢，一方面希望幫助甘肅省的企業來到香港，提供金融服務、專業服務；另一方面實行「規劃城市網絡」，將海外的基金人才項目通過香港傳遞到甘肅省。



「甘肅—香港」投資合作推介會昨日在港舉行。

## 內地家用火鍋食材龍頭 上市後市值料超160億

# 鍋圈IPO入場費2416元 孖展未足額



火鍋燒烤食材股鍋圈派表認購，一手入場費約2416.1元，預料集資淨額約3.56至4.11億元。華泰國際和中金公司擔任聯席保薦人，並引入恆順醋業、欣鑫、錦鼎資本及中糧資本共4名基石投資者，投資總額達2.21億元，而公司預計上市後市值超過160億元。公開發售部分，首日孖展未足額，分析指出，目前港股氣氛不理想，加上外圍不確定因素影響，有興趣的投資者可少量入手，同時不建議孖展入場。

大公報記者 蔣去情

鍋圈昨日首日認購，全球發售6880萬股，香港公開發售部分佔10%，發售價為每股5.98元，以每手400股設計，一手入場費約2416.1元，認購期將於下周四截止，並於11月2日正式掛牌。有別於九毛九（09922）及呷哺呷哺（00520），鍋圈主營在家火鍋產品，並推出自家品牌「鍋圈食匯」。

### 全國設9844家零售網點

鍋圈始發於2015年，前身為鍋圈供應鏈（上海）有限公司，隨後在今年改制為股份公司，並更名鍋圈食品（上海）股份有限公司。作為內地「在家吃飯餐食產品」品牌，鍋圈主要提供即食、即熱、即煮和預製食材，並專注於在家火鍋和燒烤產品，截至今年4月底在全國建立有包含9844家零售商的銷售網絡。

在內地所有零售家中，按2022年的「在家吃飯餐食產品」零售銷售額計，前5大零售商佔據市場份額的11.1%，其中鍋圈佔據3%，為內地最大的在家吃飯餐食產品零售商；若按照2022年在家火鍋及燒烤產品的零售額計算，鍋圈佔據12.7%的市場份額，為內地最大的家用火鍋和燒烤供應商。

### 去年收益71億 增八成

近3年來鍋圈經營表現不斷提升，2020年至2022年全年總收益分別為29.6億、39.6億和71.7億元人民幣，毛利則分別為3.3億、3.6億和12.5億元人民幣，整體情況持續向好。作為主要收入來源的加盟店渠道，規模從2020年的4296間擴大至今年4月底的9838間，未來將繼續擴大在內地的業務，在省會及直轄市開設更多門店，並滲透至更多縣級或以上城市。不過，近來港股表現不算理想，外圍環境亦持續波動，令市場認購預期不足。Vantage客席分析師李慧芬指出，目前港股走勢偏軟，市場關注外圍負面消息，包括地緣政治衝突及美國經濟數據，坊間熱錢是否可能因繼續加息而收緊，對於新股發行（IPO）的關注度不高，相信這段時間並非最佳上市時機。

### 專家：市況淡 建議現金認購

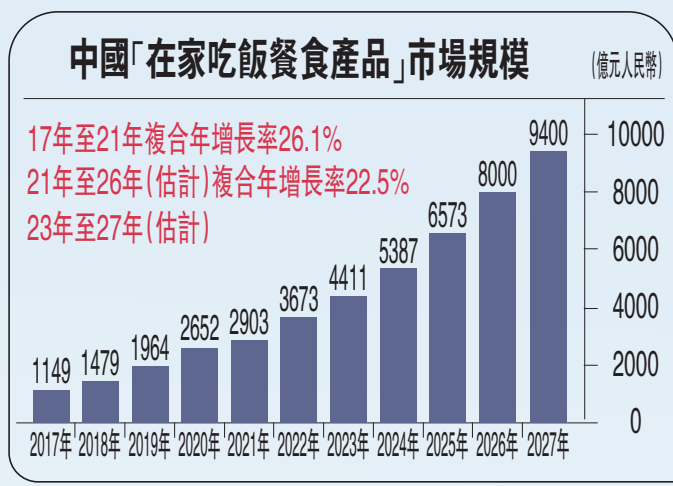
李慧芬認為，即便食品股有其受眾，但在新股支持面大減的預期下，可能缺乏大升的動力，不過考慮到入場費較便宜、保薦人知名度高，投資者可以小注現金認購，不建議投資者通過孖展入手。

凱基亞洲投資策略部主管溫傑同樣指出，現時市況比較差，暫時而言零售投資者興趣不大。

根據券商統計，截至昨日下午6點，鍋圈孖展申購額達1689萬元，相當於公開發售部分約四成。其中招銀國際借出1043萬元，盈立證券借出345萬元，富途證券借出200萬元，華盛證券借出80萬元，其他券商則借出21萬元。



鍋圈主營在家火鍋產品，並推出自家品牌「鍋圈食匯」。



## 鍋圈發展史

- 2015年**
  - 河南鍋圈供應鏈管理有限公司成立，後來成為鍋圈的附屬公司
- 2017年1月**
  - 第一家零售店於河南省鄭州市開業
- 2018年1月**
  - 擴展零售店網絡至逾100家門店
- 2019年1月**
  - 擴展零售店網絡至逾500家門店
- 2019年7月**
  - 鍋圈供應鏈(上海)有限公司成立
- 2020年6月**
  - 鍋圈App上線
- 2023年**
  - 改制為股份公司，更名為鍋圈食品(上海)股份有限公司

大公報記者整理

## 鍋圈近年收入及盈利數據(單位:人民幣)

年份	2020年	2021年	2022年	截至2022年4月底	截至2023年4月底
收入	29.6億元	39.6億元	71.7億元	21.6億元	20.8億元
毛利	3.3億元	3.6億元	12.5億元	3.0億元	4.4億元
母公司擁有人應佔利潤(虧損)	(4329.2萬元)	(4.6億元)	2.3億元	(3095.6萬元)	1.1億元

大公報記者整理

## 疫情改變習慣 預製住家菜市場撲萬億

【大公報訊】疫情期間由於餐廳關閉、感染風險及疫情管控措施，消費者更多在家用餐，令「在家吃飯市場」規模激增，其中「在家吃飯餐食產品」市場規模由2018年的1479億元（人民幣，下同）擴大至2022年的3673億元，估計到2027年可進一步提升至9400億元，自2022年的複合年增長率為20.7%。

### 規模年複合增速超20%

根據獨立全球諮詢公司弗若斯特沙利文的報告，基於城市化程度的提高、生活方式的改變和可支配收入的增加等各項因素，中國餐飲市場在過去多年快速發展，隨着人均每年可支配收入及人均食品支出的穩步上揚，按零售額計，餐飲市

場規模由2018年的6.9萬億元增長至2022年的9.3萬億元，複合年增長率達7.8%。

近年來，在家吃飯已成為中國所有餐飲場景中的主流。按零售額計，在家吃飯市場規模由2018年的47.1%增長至2022年的60.3%，當中主要包括「在家吃飯餐食產品」、「在家做飯的新鮮食材」及「餐飲外賣到家服務」三類細分市場。

據了解，疫情期間人們逐步意識到買菜做飯有益健康，更加偏向在家吃飯，生活方式和習慣發生長久變化。因此，「在家吃飯餐食產品」作為一種可減少從頭開始烹飪的時間和技能要求的用餐選擇，逐漸受到在快節奏生活中追求健康飲食的消費者青睞，並成為在家吃飯市場中增長最快的分部。

## K Cash金融科技通過上市聆訊

【大公報訊】本地持牌放債人康業信貸旗下K Cash金融科技通過上市聆訊，星展銀行及中國平安資本（香港）擔任聯席保薦人。K Cash成立於2006年，透過金融科技提供無抵押信貸，包括貸款申請、信貸評估、提款及貸款還款，貸款產品主要有無抵押業主貸款、私人貸款和中小企貸款三類，在整體無抵押貸款業務方面，公司是本港第四大持牌放債人。

據招股書，上市所得資金將主要用於三大用途，分別為繼續發展及擴展科技業務，在營運流程中持續投資建立核心科技實力；通過向現有客戶及新客戶提供更



▲K Cash主要收益來自貸款利息，其中私人貸款收益率約為27%。

多貸款以拓展貸款組合，其中以無抵押業主貸款為重中之重，因為其信貸風險低於私人貸款及中小企貸款；補充營運資金。

K Cash主要收益來自貸款利息，近3年利息收入有所下滑，自2020年至2022年分別為3億元、2.7億元及2.3億元，至於2023年首5個月利息收入則按年上升5%至1億元。無抵押業主貸款收入佔比超過六成，為最大業務板塊。

公司盈利能力受淨利息收益率影響，2020年至2022年整體貸款產品淨利息收益率分別為23.8%、22.9%及23.2%，其中私人貸款收益率約為27%，在所有產品中回報最高，無抵押業主貸款約為22%，與總體水平相當。

## 天貓雙11下周預售 4.6萬海外品牌商參與

【大公報訊】電商平台陸續啟動「雙11」活動。阿里巴巴(09988)旗下天貓宣布，下周二（24日）晚上8時開啟今年雙11預售，在跨店滿300元（人民幣，下同）減50元的基礎上，首次大規模推出官方直降、立減，不用湊單、一件打折不優惠，預計今年將有10億消費者參與雙11活動，逾8000萬商品降至全年最低價。

淘天集團首席執行官戴珊在發布會

上強調，天貓成立的初心，並不是為成交規模，而是要給商家提供一個品牌孵化、培育、發展、壯大的大舞台。她認為，未來線上消費規模將進一步擴大，淘寶天貓將從千人千面走向億人億面，更好匹配每個消費者的需求。

### AI應用提升效率和創新

戴珊提到，未來是「在挑戰中創造機會」的周期，誰更注重品牌長期建

設，誰能打破慣性尋求創新，誰就能度過今天、衝過明天。她認為，中國市場強勁有力，老百姓對生活的需求，必將繼續帶來巨大的消費需求。

另外，戴珊指出，人工智能（AI）等新技術的爆發，將帶來大量商業機會，淘寶天貓將是一個超大的AI應用的試驗和孕育場，必帶來效率提升和巨大創新。

戴珊對今年雙11提出兩個目標，包

括要辦一屆快樂的天貓雙11，讓用戶開心地來、快樂地逛，給消費者帶來節日的快樂。其次，要幫助品牌商家獲取最大規模用戶增長，透過沉澱品牌資產、提升品牌力，成為一年中最大的增長機會。

### 最低價承諾「買貴必賠」

今年參與天貓雙11活動的商品數、品牌和商家數量繼續創新高，其中，4.6

萬個海外品牌商家，100萬款商品，包括限量款球鞋、聯名款、潮流收藏品以及明星限定款等蓄勢待發。

此外，今年天貓雙11將發放史上最大力度的紅包和優惠券，包括有88VIP大額券、淘寶直播紅包、品牌會員紅包、互動遊戲紅包四個方面。同時，淘寶上所有百億補貼商品承諾「買貴必賠」。倘若消費者買貴了，平台將補償差價等額紅包。