

行業概覽

本節載列若干摘錄自政府官方來源及獨立第三方Ipsos所編製Ipsos報告的資料。我們相信資料來源乃有關資料的合適來源，並在摘錄及轉載有關資料時採取合理審慎態度。我們並無理由相信該等資料存在錯誤或誤導，或當中遺漏任何事實致令該等資料存在錯誤或誤導。然而，該等資料未經我們、我們任何聯屬人士或顧問、獨家保薦人、[編纂]、聯席[編纂]、[編纂]或其任何聯屬人士或顧問或參與[編纂]的任何其他人士獨立核證，惟Ipsos就Ipsos報告所載資料而進行者除外。概無就Ipsos報告的準確性發表任何聲明。董事經採取合理審慎措施後確認，市場資料自Ipsos報告日期起至本[編纂]日期止並無不利變動。

I. 緒言

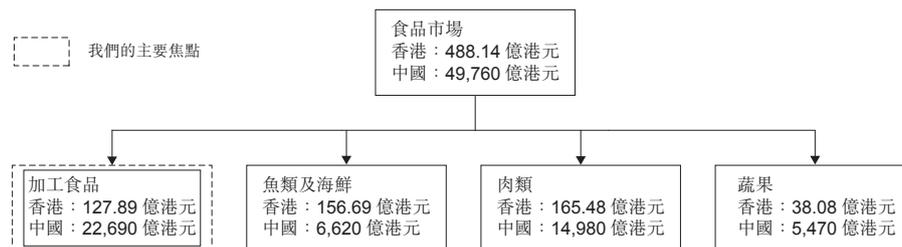
我們主要以聲譽良好兼屢獲殊榮的「鴻福堂」品牌生產及銷售中式草本飲品及其他飲品、中式湯品及龜苓膏。我們透過兩個主要渠道推銷產品：(i)直接銷售：於旗下零售店直接現金銷售以及透過優惠券及預付會員卡銷售大多數鮮製產品及部分精選樽裝產品，另於香港及中國其他地點進行部分直接現金銷售；及(ii)間接銷售：主要透過香港、中國及海外的分銷商及第三方零售商銷售保鮮飲品及部分精選鮮製產品。於二零一三年，鮮製產品佔我們的收益約70.9%，主要包括中式草本及非草本飲品、中式湯品、龜苓膏及其他食品。另一方面，於二零一三年，保鮮飲品佔我們的收益27.5%，包括各款以樽蓋密封的中式草本飲品及非草本飲品。於二零一三年，我們的飲品及食品銷售分別達到377,200,000港元及267,900,000港元。

II. 香港及中國飲食市場概覽

我們主要於香港及中國飲食市場經營業務，主打產品大多歸入飲食市場的加工食品分類(即中式湯品及龜苓膏產品)及中式草本飲品分類(即中式草本飲品)。

根據Ipsos報告，食品市場可劃分為四大種類：魚類及海鮮、肉類、蔬果及加工食品。中式湯品及龜苓膏產品歸類為加工食品。二零一三年度，香港及中國食品市場的零售總值分別約為488.14億港元及49,760億港元，加工食品分類佔其中約26.2%及45.6%。下圖載列食品市場的零售價值分析：

二零一三年度中國及香港食品市場零售價值



資料來源：Ipsos報告、香港政府統計處、中國國家統計局

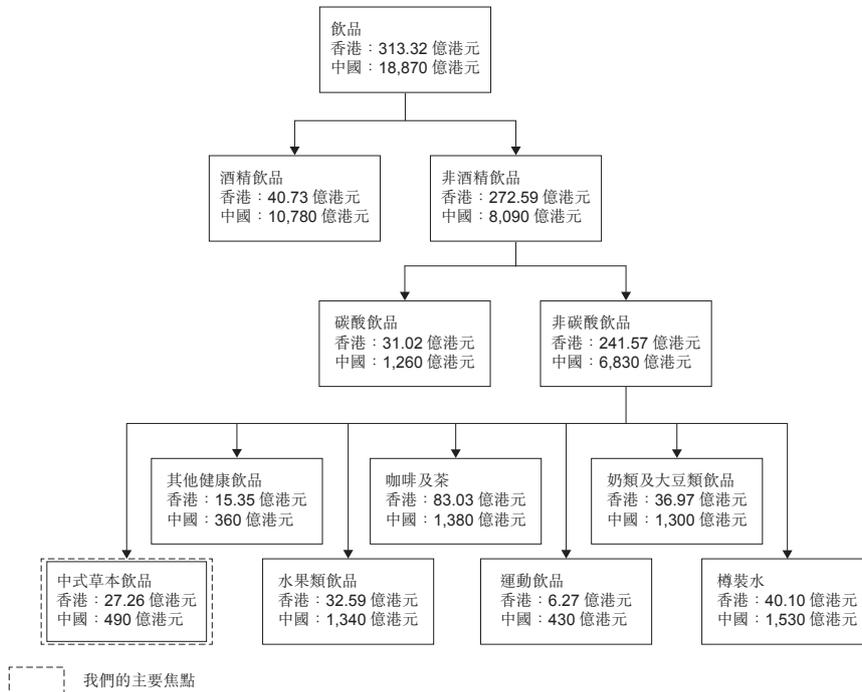
行業概覽

附註：

- (1) 食品與飲品零售價值指零售及貿易業務產生的銷售價值，不包括向餐廳、酒店、快餐店及其他小食店進行的銷售。

飲品主要分類為酒精及非酒精飲品。非碳酸飲品歸入非酒精飲品分類，並可進一步細分為七類：樽裝水、奶類及大豆類飲品、運動飲品、咖啡及茶、水果類飲品、中式草本飲品及其他健康飲品。根據 Ipsos 報告，二零一三年度，香港飲品市場的零售總值約為 313.32 億港元，中式草本飲品分類佔其中約 8.7%。至於中國飲品市場，非酒精飲品市場高度分散，概無單一分類佔據 9% 以上份額，其中中式草本飲品於二零一三年佔中國飲品市場的 2.6%。下圖載列飲品市場按產品種類劃分的零售價值分析：

二零一三年度香港及中國飲品市場零售價值



資料來源： Ipsos 報告、香港政府統計處、聯合國食物及農業組織、中國國家統計局

附註：

- (1) 食品與飲品零售價值指零售及貿易業務產生的銷售價值，不包括向餐廳、酒店、快餐店及其他小食店進行的銷售。

行業概覽

III. 香港及中國飲食市場近期演變及動力

於二零一一年、二零一二年及二零一三年，我們來自香港及中國的收益佔總收益分別97.3%、97.6%及97.5%。於二零一三年，我們源自香港及中國的收益分別佔80.2%及17.3%。因此，我們備受香港及中國飲食市場的以下演變及趨勢影響：

香港

中式草本產品漸受認同

香港政府近年推行多項政策及措施，大力支持傳統中醫藥行業發展。香港消費者愈加關注及接受中醫及中草藥的益處及療效，帶動中草藥製成的食品與飲品需求增加。

健康意識提高

在政府宣揚健康生活模式的連番攻勢下，消費者愈來愈傾向購買營養豐富及／或有益健康的食品與飲品。隨著消費者的健康意識提高，消費重點逐漸由肉類轉移至有機產品及蔬果等其他食品種類，而營養豐富或有益健康的其他飲品亦持續取代碳酸飲品的需求。

消費者生活模式轉變

工作時間過長及生活節奏忙碌令不少消費者的時間備受限制，不欲花費光陰及精神準備或享用正式餐點，而傾向選購即食及方便食品。市場對方便快捷食品的龐大需求應運而生，尤其是標榜健康及營養價值或以天然材料製成的包裝食品與飲品。

中國

中式草本產品廣受接納

中草藥文化於中國根深柢固，配方涼茶較碳酸飲品更受歡迎。於中國，涼茶被視為有助促進健康，甚至可治療或預防疾病。根據Ipsos報告，於二零零三年華南爆發非典型肺炎時，「王老吉」銷量較過去幾年激增400%。

行業概覽

經濟增長蓬勃及消費者富裕

在政府政策及經濟轉型扶持下，中國經濟於過去十年蓬勃增長。國內可支配收入水平提升，帶動消費者的飲食支出增加。於中國，愈來愈多受過教育的富裕消費者開始選購較為健康的食品與飲品。

IV. 香港中式草本飲品、湯品及龜苓膏市場

我們以香港飲食市場為據點，主攻中式草本飲品、湯品及龜苓膏(「中式草本DSJ」)市場。於二零一一年、二零一二年及二零一三年，我們源自香港的銷售佔總收益分別約86.2%、85.0%及80.2%。

概覽

中式草本飲品、湯品及龜苓膏起源於中國帝制時期，當時被視為不可或缺的代表食品，廣泛應用於醫療保健。中式草本飲品及湯品傳統流傳至今，尤其盛行於華南地區。現代中式草本食品與飲品製造商以中國傳統配方與天然草藥為賣點，吸引現今消費者。

中國食用中式草本DSJ產品的傳統對香港消費者影響深遠。中式湯品於正餐中扮演重要角色，而香港消費者普遍視食用傳統中式草本產品為改善整體健康的天然保健方法。龜苓膏主要以龜板混合中草藥製成，性質溫和，透過調理「陰虛」達致護膚及排毒效果，亞洲人普遍視之為解決皮膚痕癢及青春痘的良方。

中式草本DSJ產品主要於零售店銷售及透過超市、酒店、餐廳、及雜貨店等第三方渠道經銷。我們採取有效的雙重銷售模式，涵蓋直接銷售與間接銷售渠道，於二零一三年分別佔我們來自香港的總收益約76.5%及21.5%。

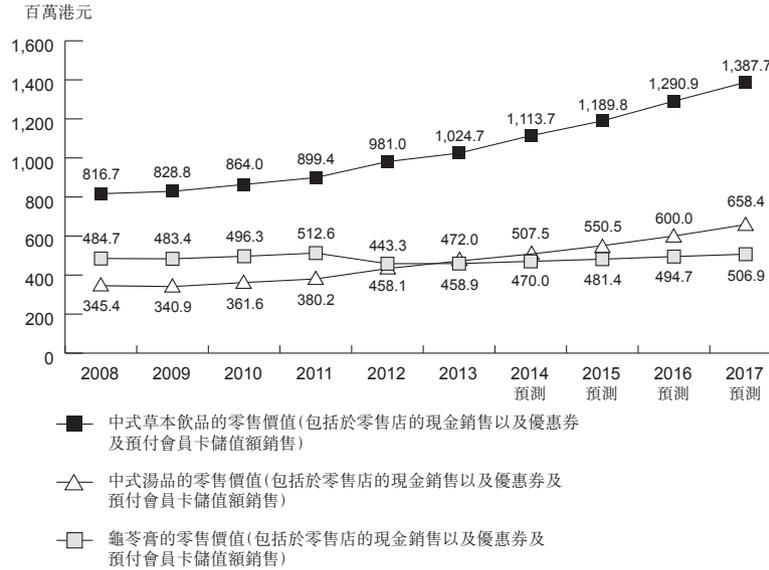
於零售店銷售中式草本DSJ產品

中式草本DSJ產品於零售店的零售價值

我們的直接銷售主要包括於零售店的現金銷售及透過兌換優惠券及預付會員卡進行的銷售。於二零一三年，我們來自香港的直接銷售為395,900,000港元。根據Ipsos報告，中式草本DSJ產品的零售價值自二零零八年以來持續增長，並可望於二零一四年至二零一七年延續升勢。於二零零八年至二零一七年間，中式草本飲品、湯品及龜苓膏的零售價值估計複合年增長率分別為6.1%、7.4%及0.5%，主要受健康意識提升及香港生活繁忙的消費者對方便食品與飲品需求增加所帶動。下圖載列二零零八年至二零一七年間中式草本DSJ產品於香港零售店的零售價值。

行業概覽

中式草本DSJ產品於香港零售店的零售價值



資料來源： Ipsos 報告、香港政府統計處

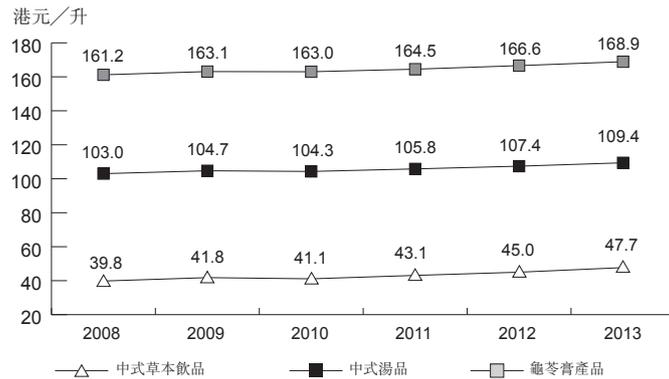
部分零售商(包括本集團)向顧客銷售預付優惠券以補足現金銷售。預付優惠券為代金券或以電子形式儲存在卡內，賦予顧客購買產品或特別交易權利。顧客向中式草本DSJ產品零售商購買預付優惠券後，可於零售店或其他合作門店以等值或折扣價兌換貨品。預付優惠券為有效的銷售工具，可吸引顧客重複光顧，一般針對特定產品以折扣套裝形式出售。附帶折扣的預付優惠券更可為零售商吸納新客。香港中式草本DSJ產品零售商所銷售預付優惠券的有效期一般約為12個月。由於顧客不得於預付優惠券到期後兌換任何產品，業界普遍做法是零售商確認沒收收入為業務營運一部分。根據Ipsos報告，業內沒收收入水平介乎總收益約0.4%至4.0%(零售)及約1.0%至7.0%(優惠券銷售)。

中式草本DSJ產品於零售店的價格走勢

自二零零八年以來，中式草本DSJ產品於零售店的平均零售價一直穩步上揚，與零售店的零售價格增長相符。平均零售價增長受需求升溫及通脹帶動。於二零一三年，中式草本飲品、湯品及龜苓膏於零售店的平均零售價估計分別為47.7港元/升、109.4港元/升及168.9港元/升。下圖載列二零零八年至二零一三年間中式草本DSJ產品於零售店的平均零售價。

行業概覽

中式草本DSJ產品於零售店的平均零售價



資料來源：Ipsos 報告

中式草本DSJ產品零售商

於二零一三年，按零售店數目及收益計算，本集團位列香港中式草本DSJ產品零售商之首。於最後可行日期，我們於香港的龐大零售網絡由97間自營零售店組成，包括9間位於街道地面的街舖、38間位於購物中心或商業大樓、屋苑或其他建築物內商場的購物中心店以及50間位於港鐵站內的港鐵店。我們相信，該等位置可便利目標顧客，而購物中心的高人流及促銷推廣活動亦對我們有利。

據Ipsos所述，香港中式草本DSJ產品零售商可分為兩類：(i)傳統非連鎖零售商，一般屬家族業務及出售獨有配方產品；及(ii)連鎖零售商¹，著重產品種類多樣性及品牌推廣，通常設有完善管理系統及除零售店以外的多元化銷售渠道，包括超市及便利店、網上買賣及優惠券。根據Ipsos報告，我們為二零一三年度香港中式草本DSJ市場最大連鎖零售商，擁有強大品牌認受性及具規模銷售網絡。

近年，連鎖零售商不斷擴充零售網絡，務求接觸一眾傾向於附近店舖購買便利食品與飲品的消費者，達到促銷效果。連鎖零售商開始於中式草本DSJ市場佔據主導地位，店舖數目於二零零八年至二零一三年間按複合年增長率11.5%顯著增長。非連鎖零售商逐漸式微，店舖數目持續收縮。

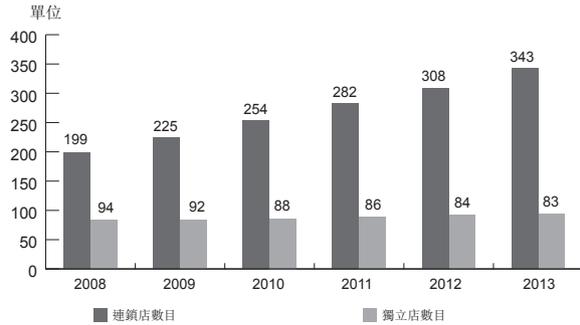
儘管零售店總數由293間整體複合年增長7.8%至426間，惟零售商數目維持穩定，於二零零八年至二零一三年間僅增加三名至86名。據Ipsos所述，此乃由於(i)本地龍頭憑藉對當地消費者口味及喜好的瞭解而佔優；及(ii)零售物業租金隨香港房地產市場復甦而上升等入行門檻所致。誠如下文「香港中式草本DSJ產品零售商的競爭形勢」一段所討論，五大領先零售商均為本地業者，於二零一三年佔據80.3%市場份額。

附註：

(1) 連鎖零售商指擁有3間以上分店的零售商。

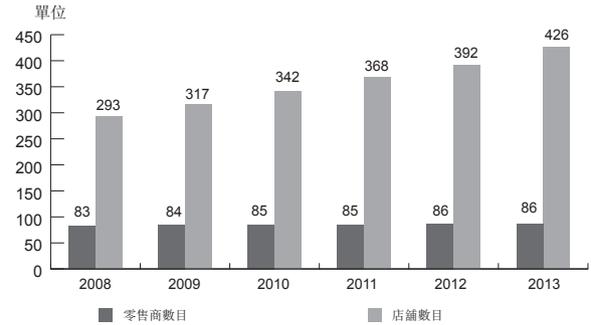
行業概覽

香港中式草本DSJ產品連鎖及獨立零售店數目



資料來源：Ipsos 報告

香港中式草本DSJ產品零售商及零售店數目

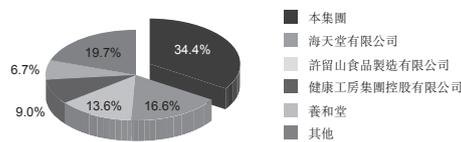


資料來源：Ipsos 報告

香港中式草本DSJ產品零售商的競爭形勢

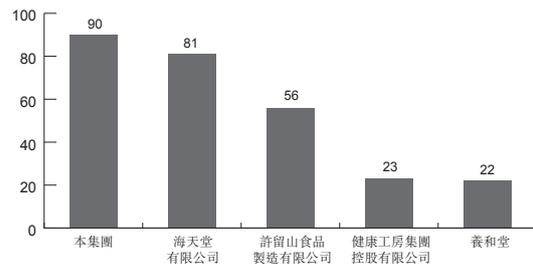
根據Ipsos報告，本集團於二零一三年擁有最多零售店及佔據約34.4%市場份額，位列香港中式草本DSJ產品零售商之首。本地業者對當地消費者口味及喜好瞭如指掌，並借助此優勢主導香港中式草本DSJ市場。五大龍頭均為以連鎖店模式經營業務的本地零售商。中式草本DSJ產品零售商主要於零售店數目及位置以及產品質素及種類方面競爭。採取連鎖店模式的零售商透過建立品牌信譽及於高人流地段擴大零售店網絡增加收益，亦傾向集中管理生產線以控制產品質素。部分業者提供獨特創新的產品，力求突圍而出。下圖載列二零一三年度香港中式草本DSJ產品主要零售商的市場份額⁽¹⁾及店舖數目：

二零一三年度香港中式草本DSJ產品主要零售商的市場份額



資料來源：Ipsos 報告

二零一三年度香港五大中式草本DSJ產品零售商於香港持有的店舖數目



資料來源：Ipsos 報告

於第三方分銷渠道銷售中式草本DSJ產品

分銷模式

中式草本DSJ產品通常透過超市、便利店、酒店、餐廳及雜貨店等第三方渠道分銷。部分自設零售店的中式草本DSJ產品品牌擁有人或選擇透過第三方渠道分

附註：

(1) 不包括優惠券及預付會員卡儲值額銷售。

行業概覽

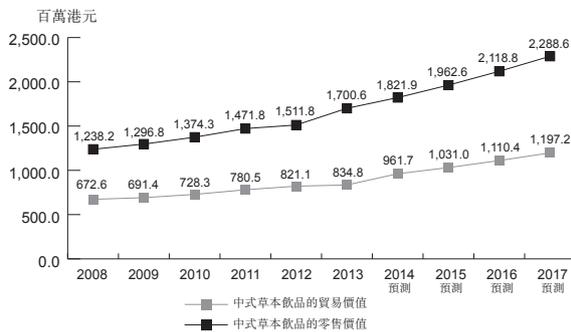
銷產品，進一步把握市場需求。中式草本DSJ產品品牌擁有人借助第三方分銷渠道的完善網絡接觸廣大消費者。我們主要與(i)第三方零售商(包括超市及便利店等主要記賬客戶及其他第三方零售商)及(ii)分銷商進行間接銷售，符合市場慣例。

於二零一三年，超市為香港分銷中式草本飲品及其他種類飲品的主要渠道，佔整個飲品業超過60%零售價值，致勝關鍵在於定期推廣攻勢及多元化產品種類。於二零一一年、二零一二年及二零一三年，我們向香港主要記賬客戶(包括超市)進行的銷售分別為58,600,000港元、69,500,000港元及70,300,000港元，佔香港間接銷售所得銷售收益的67.1%、65.9%及63.1%。

於第三方分銷渠道銷售中式草本DSJ產品的貿易及零售價值

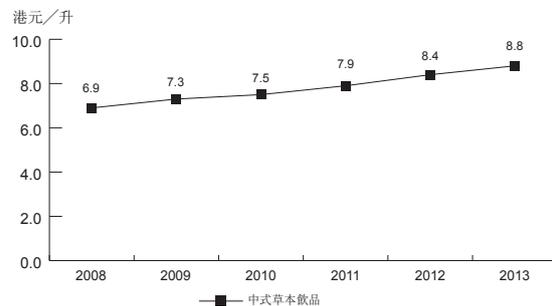
誠如下圖顯示，自二零零八年以來，透過第三方分銷渠道銷售中式草本飲品的貿易價值、零售價值及平均批發價持續上升。於二零一四年至二零一七年間，中式草本飲品的貿易價值預期由約961,700,000港元增至1,197,200,000港元。

中式草本飲品貿易價值及零售價值總額



資料來源：Ipsos 報告

香港中式草本DSJ產品平均批發價



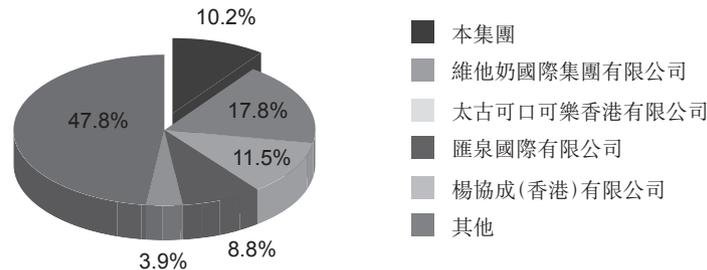
資料來源：Ipsos 報告

行業概覽

香港中式草本DSJ產品商透過第三方分銷渠道進行銷售的競爭形勢

根據Ipsos報告，於二零一三年，香港中式草本DSJ產品商透過第三方分銷渠道錄得銷售總收益約1,095,000,000港元。根據Ipsos報告，於二零一三年，本集團按收益計為香港第三大透過第三方分銷渠道進行銷售的中式草本DSJ產品商，佔據約10.2%市場份額。維他奶國際集團有限公司及太古可口可樂香港有限公司為最大及第二大貿易商，於二零一三年各佔17.8%及11.5%市場份額。中式草本DSJ產品貿易市場集中，五大領導佔近半市場份額。由於現時業界龍頭(包括跨國企業及本地企業)已建立品牌認受性及多元化產品供應，有意加入中式草本DSJ產品貿易市場的業者面對激烈競爭。下圖載列二零一三年度透過第三方分銷渠道進行銷售的香港中式草本DSJ產品商應佔市場份額：

二零一三年度透過第三方分銷渠道進行銷售的
香港中式草本DSJ產品商應佔市場份額



資料來源：Ipsos報告

V. 中國中式草本DSJ市場

儘管往績記錄期內中國對我們貢獻不大，但我們相信待品牌日後建立市場知名度及認受性後定能發揮龐大市場潛力。

我們於二零零七年涉足中國零售業務，在深圳開設首間自營零售店，其後陸續於廣州及佛山地鐵沿線增設店舖。於往績記錄期，我們於中國的直接零售佔總收益少於5%。

憑藉不懈努力，我們旗下中國分銷業務於往績記錄期錄得驕人增長。中國間接銷售業務的收益由二零一一年的42,700,000港元增至二零一三年的85,900,000港元，複合年增長率約為41.8%。廣東省主要城市仍為我們於中國的最重要銷售據點，於二零一一年、二零一二年及二零一三年分別佔中國間接銷售收益的93.0%、85.6%及72.8%。

行業概覽

分銷渠道

於中國，個體涼茶店為銷售中式草本飲品及龜苓膏的傳統渠道，但其發展因產品質素及安全缺乏監管、租金成本高昂及政府法規收緊而備受制肘。根據Ipsos報告，於二零一二年，經涼茶店銷售的中式草本DSJ產品僅佔約4.0%。相反，於國內超市、餐廳及雜貨店銷售的預先包裝中式草本DSJ產品因售價較低及品牌效應較強而愈來愈受歡迎。

根據Ipsos報告，於各種分銷渠道中，雜貨店及小食亭佔二零一二年度最大份額約60%。於二零一二年，超市、便利店及百貨公司佔中國零售總值約11.0%，而酒店及餐廳則佔29.0%。

貿易及零售價值與批發價

根據Ipsos報告，於二零零八年至二零一七年間，中國中式草本飲品業務的貿易價值蓬勃增長，複合年增長率約為20.0%。零售價值及批發價增長與廣東省及中國市場整體貿易價值增長相符。於往績記錄期，我們專注於廣東省發展零售業務及保鮮飲品分銷業務。二零一三年度，廣東省佔中國整體中式草本飲品貿易價值約27.3%。該等產品於廣東省的貿易價值亦呈現正面增長趨勢，複合年增長率約為12.1%，較中國整體市場增長緩慢。展望未來，我們擬於廣東省及其他早已展開產品分銷業務但尚未建立強大分銷網絡及市場知名度的地區(特別是華東及華南主要城市)開拓及擴展現有分銷網絡。下圖載列中國及廣東省中式草本飲品貿易總值、零售總值及批發價。

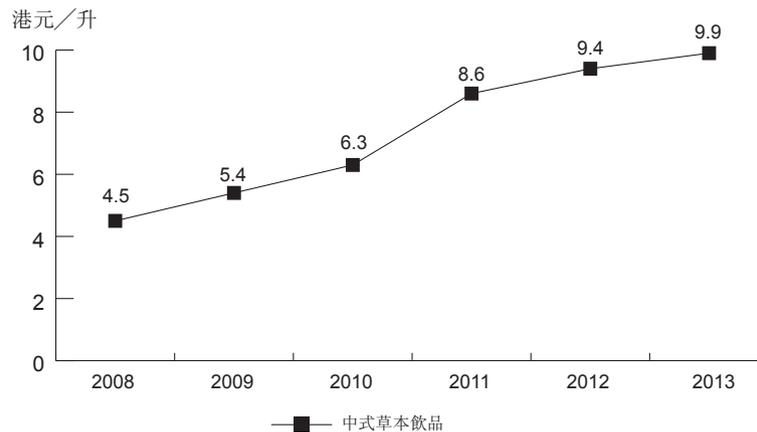
中國及廣東省中式草本飲品貿易價值及零售價值總額



資料來源：Ipsos 報告

行業概覽

中式草本飲品平均批發價



資料來源：Ipsos 報告

中國中式草本DSJ市場的競爭形勢

根據Ipsos報告，加多寶集團旗下「王老吉」品牌佔據中國中式草本DSJ市場的龍頭位置。加多寶集團旗下品牌包括王老吉、和其正及寶慶堂。華南地區的中式草本飲品主要品牌包括黃振龍涼茶、鄧老涼茶、徐其修涼茶及潘高壽涼茶，全部均為傳統老字號，於華南地區擁有極高知名度，但全國市場佔有率仍有待開發。市場競爭關鍵在於品牌定位成敗，而此取決於強大市場推廣及宣傳攻勢以及廣闊分銷網絡。

我們先後於二零零二年及二零零七年在中國展開間接銷售業務及零售業務。與現有主要業者相比，我們於中國市場的資歷尚淺。然而，我們相信憑藉對傳統中草藥文化的深厚認識及對產品質素與安全的堅持，定能於中國爭取更大市場佔有率。我們標榜現代化生產系統，整個生產過程貫徹嚴格品質監控及安全標準。

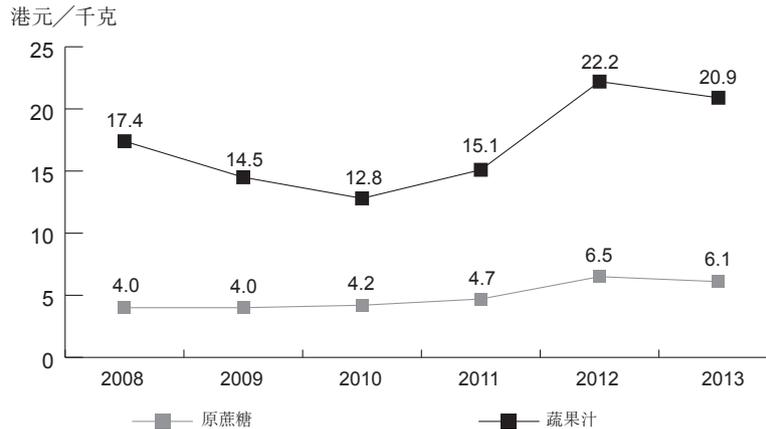
VI. 主要原材料的價格走勢

於往績記錄期，按採購量計算，糖、甘蔗及果汁為我們的主要原材料。我們未能從公開渠道取得相關糖價數據。於二零零八年至二零一三年間，香港進口約65,900,000公斤甘蔗，其中83.7%源自中國。據Ipsos所述，受中國強勁本地需求影響，甘蔗採購價由二零零八年每公斤4.0港元複合年增長約8.8%至二零一三年每公斤6.1港元。

儘管貿易價值因二零零八年爆發全球金融危機及二零一一年通脹升溫而兩度回落，但果汁需求一直上揚。隨著消費者對健康飲品及食品的需求增加，預期果汁的貿易價值及單位價格將持續增長。單一果汁的單位價格由二零零八年每公斤17.4港元複合年增長約3.7%至二零一三年每公斤20.9港元。

行業概覽

下圖載列甘蔗及蔬果汁的平均價格：



資料來源：IPSOS 報告、香港政府統計處

附註：

- (1) 原蔗糖界定為由甘蔗製成的固態原糖，並無添加香料或色素。
- (2) 蔬果汁的單位價格指橙汁、西柚汁、菠蘿汁、葡萄汁及蘋果汁以外任何單一果汁。

VII. 中式草本DSJ市場的未來機遇及挑戰

根據Ipsos報告，預期未來將湧現更多豐富產品種類及開發創新產品的訴求，而消費者亦將愈來愈傾向選購以天然健康食材製成的中式草本DSJ產品。為改善品牌形象及產品外觀，市場同業將擴大市場推廣及宣傳規模。

另一方面，中式草本DSJ產品市場同業之間競爭將日益激烈，帶動經營成本不斷增加。在二零一三年爆發龜苓膏發黴醜聞的陰霾下，重建消費者對龜苓膏產品的信心亦為市場同業帶來挑戰。

VIII. 有關IPSOS 報告

我們已委託獨立第三方Ipsos就中式草本食品與飲品編製報告，費用為358,000港元。Ipsos於一九七五年在法國巴黎創立，自一九九九年起在NYSE Euronext Paris公開上市，現為世界第三大研究公司，在全球85個國家僱有約16,000名僱員。

編製Ipsos報告時，Ipsos曾進行以下一手及二手資料市場研究：(i) 諮詢本集團；(ii) 案頭研究；及(iii) 與中式草本DSJ產品機構及專家、零售商、超市、生產商、品牌擁有人及分銷商進行行業訪談。據Ipsos所述，收集所得資料經多重研究法反覆核實以確保準確，並以內部分析模型及技巧分析。

行業概覽

Ipsos 報告所用假設如下：

- 假設經濟於預測期間維持穩定增長；及
- 假設於預測期間不會發生影響香港中式草本DSJ產品供求的外來衝擊，如金融危機或爆發大規模疫症等。

Ipsos 的市場規模及預測模型考慮以下參數：

- 香港本地生產總值及通脹增長率；
- 香港人口增長及租金水平；及
- 二零零七年至二零一三年每戶平均開支。

Ipsos 所進行研究或受上述假設的準確性及參數選擇影響。