



## 鴻福堂發表上市後首份中期業績 取得理想業務增長

收益上升 **24.4%** 至約 **364.9** 百萬港元  
毛利率高企於 **60.5%**

### 財務摘要

(百萬港元)	截至六月三十日止六個月		
	2014	2013	變化
收益	<b>364.9</b>	293.4	<b>+24.4%</b>
毛利	<b>220.6</b>	176.1	<b>+25.3%</b>
毛利率	<b>60.5%</b>	60.0%	<b>+0.5 個百分點</b>
純利 未計及一次性上市相關開支及與首次公開發售 前購股權相關的股份基礎酬金開支	<b>21.2</b>	16.6	<b>+27.7%</b>
計及一次性上市相關開支及與首次公開發售前購 股權相關的股份基礎酬金開支後	<b>4.4</b>	16.6	<b>-73.5%</b>

(二零一四年八月二十七日，香港) — 全港最大中式草本飲品、湯品及龜苓膏零售商鴻福堂集團控股有限公司（「鴻福堂」或「公司」）及其附屬公司（「集團」）（股份代號：1446）在香港聯合交易所有限公司主板上市後發表首份截至二零一四年六月三十日止六個月（「2014 年上半年」或「報告期內」）之中期業績，取得理想業務增長。

集團的總收益較二零一三年同期上升24.4%至約364,900,000港元，毛利上升25.3%至約220,600,000港元，毛利率上升至60.5%。受惠於有效的營運管理及更強大的規模經濟效益，在撇除一次性上市相關開支及與首次公開發售前購股權相關的股份基礎酬金開支後，純利增加27.7%至21,200,000港元，每股基本盈利按相同基準則為4.47港仙，去年同期則為3.51港仙。若計算以上提及的兩個項目在內，純利則為4,400,000港元。

鴻福堂主席謝寶達先生說：「儘管消費意欲下降，集團在兩大業務中仍取得穩健增長。二零一四年對集團而言是尤其重要的一年。鴻福堂於香港成功上市，加上其穩固的業務模式、穩健的企業文化、優質的產品及服務以及龐大的發展潛力，集團的業務勢將於未來再創新高，尤其是在中國內地。」

### 直接銷售

於二零一四年六月三十日，集團於香港共有101家零售店，於中國內地有25家自營零售店，總數達126家。於報告期內，直接銷售業務的收益為245,400,000港元，較二零一三年同期上升25.1%，佔集團總收益67.3%。

香港業務的收益較二零一三年同期上升27.5%至235,300,000港元，主要由同店銷售增長及翻新店鋪銷情改善所帶動。鴻福堂於期內共開設18家新店，於二零一四年六月三十日店鋪總數達至101家。中國內地方面，該業務仍處於發展階段，錄得收益10,100,000港元。

## **間接銷售**

於報告期內，間接銷售業務錄得收益119,600,000港元，較二零一三年同期上升23.0%，佔集團總收益32.8%。就中國內地市場，收益較二零一三年同期上升29.9%至52,100,000港元。為把握中國內地消費市場龐大的增長潛力，集團已建立更大的分銷網絡，覆蓋至13個省份共44個城市，其中新增的包括吉林、湛江、清遠及蘇州。

期內，香港の間接銷售業務的收益為67,500,000港元，較二零一三年同期增長18.2%，增長主要受集團暢銷產品包括雞骨草及夏枯草飲品的銷售穩定增長所帶動。

## **前景**

縱使本年度下半年的本地消費意欲轉弱，集團管理層仍有信心集團可進一步擴大本地市場份額。至於中國內地方面，消費意欲正逐步改善。由於鴻福堂在國內市場仍處於初始階段，管理層對集團能夠鞏固當地市場地位保持樂觀。

## **直接銷售**

在香港，集團將繼續審慎地拓展零售網絡以維持增長動力。繼上半年開設18間新店後，集團於二零一四年八月底前已在香港開設四間新零售店。因此，管理層有信心集團能夠按照擴展計劃於二零一四年實現增設共25間新店的目標。今年上半年新開設的店舖預期會在下半年成為集團的主要收益增長動力，進一步提升集團的整體表現。

至於中國內地，集團已於七月於廣州開設三間新店，以吸引消費力相對較高的目標客戶。集團計劃於年底前在廣州及上海繼續開設更多店舖。

## **間接銷售**

間接銷售業務在推動集團業務增長方面擔當重要角色，管理層將積極提升在國內的市場佔有率。鴻福堂將透過增加向個人第三方零售商進行銷售，並直接銷售產品予主要客戶，以繼續提高於廣東市場的滲透率。在一線城市，尤其是上海，管理層會運用鴻福堂的獨特、受歡迎的品牌定位，擴大分銷網絡至當地大型超級市場及便利店。多個零售商在與管理層會面時，均表示希望把鴻福堂品牌的產品上架。此外，集團亦計劃在北京開設銷售辦事處，作為推行銷售網絡擴充策略的另一基地，尤其是在華北地區。集團亦已按計劃擴展至寧波、杭州及大連，並將繼續擴展網絡至更多一線及二線城市。

## **新生產設施**

在中國內地，位於蘇州的新生產設施預期將於二零一四年第四季度投入服務，屆時將可直接應付集團在上海、華東及華中地區業務擴展所帶來的需求增長。同時，位於香港的大埔廠房預期約於二零一四年十月達致全面產能，將會替代荃灣廠房作為集團在香港的主要生產設施。

鴻福堂董事總經理關宏勇先生總結：「集團對下半年的整體業務前景保持審慎樂觀，同時會密切留意經營環境包括各項主要成本指標，以實現更大盈利能力。集團有信心能夠鞏固在香港的龍頭地位，同時提高在國內作為領先健康飲食概念品牌的商譽。」

- 完 -

**有關鴻福堂 (股份代號：1446)**

鴻福堂創立於 1986 年，於2014年7月4日在香港聯合交易所有限公司主板上市，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。集團於共有126家零售店，主要位於香港，亦覆蓋中國內地。根據Ipsos 2013年報告，鴻福堂為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。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30日覆蓋 44 個中國城市。

集團網站：<http://www.hungfooktongholdings.com>

**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)