知食君今天在香港证交所网站注意到，
即将正式挂牌交易的卫龙美味全球控股有限公司（Weilong Delicious Global Holdings Ltd
，以下简称“卫龙食品”）于昨日（11月23日）更新了聆讯后的招股书。

依据香港媒体的报道，卫龙食品将开始香港IPO上市前投资者教育，考虑在IPO中筹资不到1.5亿美元。此前，坊间对卫龙食品募资额的猜测为4亿-5亿美元。据悉，募资拟用于扩大和升级公司的生产设施与供应链体系，以在未来三至五年提高公司的产能、仓储管理和产品质量等各项工作。

知食君此前曾在报道中表示，卫龙食品于2021年5月首次向港交所递交IPO申请，后于11月12日二次递表，两天后通过聆讯。但鉴于2021年香港二级市场行情趋淡，卫龙食品决定延期上市，今年6月再次递表并通过聆讯。按照时间推算，如果在今年年底前上市，卫龙食品无需再次递表。而于昨日再次递表，显示卫龙上市日期仍未确定。

招股书显示，卫龙食品在上市前的股东架构中，控股股东为刘卫平、刘福平兄弟通过和全球资本持股
84.45%；员工激励平台卫龙未来发展持股2.04%；其他投资者包括CPE源峰持股4.26%、高瓴持股2.26%、腾讯
（00700.HK）持股1.23%、云锋基金
持股1.23%，河南财政厅及漯河经开区管委会旗下的上海泓漯持股2.26%。

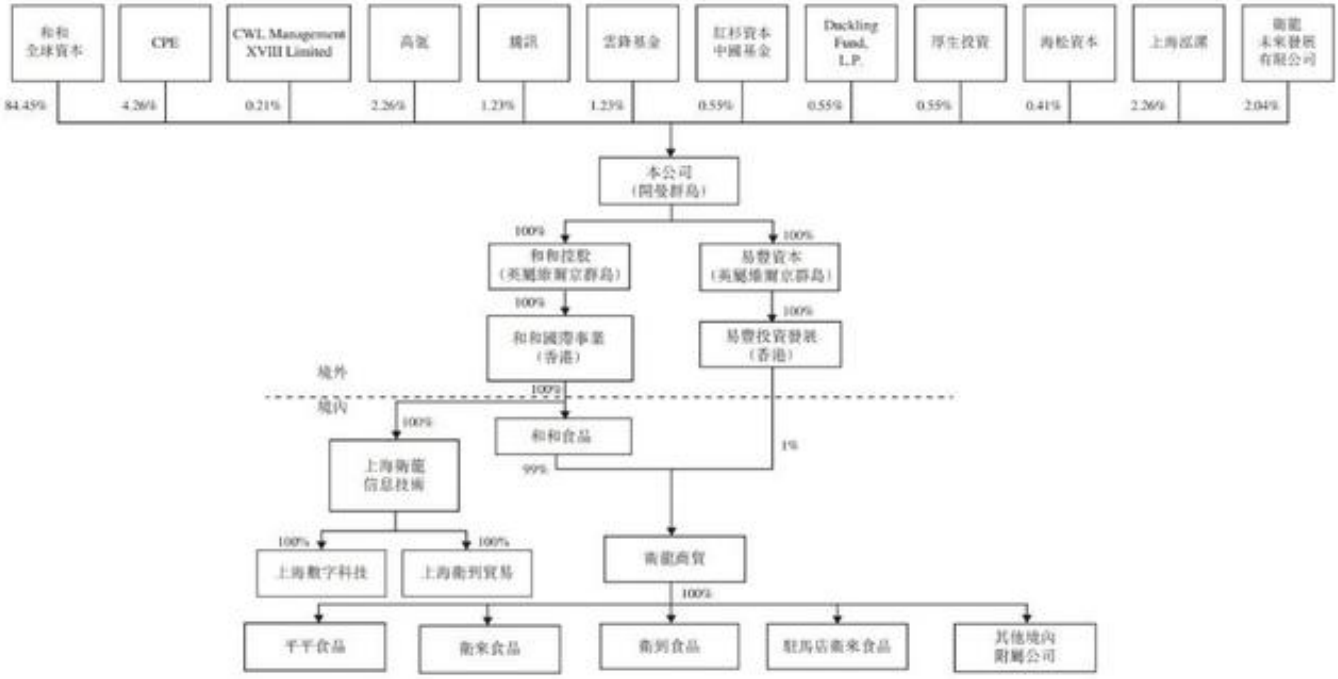
辣味休闲食品市场排名老大

在新招股书中，卫龙食品声称自己是中国领先的辣味休闲食品企业，增长势头。它援引弗若斯特沙利文的资料显示，按2021年零售额计，卫龙食品在中国所有辣味休闲食品企业中排名第一，市场份额
达到6.2%，且在调味面制品及辣味休闲蔬菜制品细分品类的市场份额均排名第一。依据弗若斯特沙利文数据，卫龙食品认为自己是25岁及以下年轻人心目中休闲食品第一品牌。

不过，依据弗若斯沙利文的研究报告，中国休闲食品市场相对分散，按零售额计，2021年前15大企业的市场总占有率为21.5%，而在约3000家年收入超过2000万元的企业中，卫龙食品排名第10，在所有本土企业中排名第6位。按零售额计，卫龙食品占整体休闲食品市场的份额为1.3%。

细化到辣味休闲食品市场，同样呈现相对分散的局面，按零售额计，2021年前5大企业的市场总占有率为11.5%，卫龙食品排名第一，是第二大企业的3.9倍，超过第2名至第5名企业的市场份额之和。

行业地位特殊，资本市场对其给出了较高估值。



（图：卫龙食品股权结构）

2021年5月，
卫龙食品在递交招股书之前
进行过一次Pre-IPO轮融资
，融资金额为5.49亿美元（折合人民币35.6亿元），换算后企业估值达600亿元人民币，远超已经上市的3
大休闲食品龙头企业三只松鼠（71.82亿元）、良品铺子
（143.96亿元）和洽洽食品（229.82亿元）的市值之和。

卫龙食品估值被看高一线，创始人刘卫平和刘福平兄弟（持股比例达到92.17%）身价则是水涨船高。

2021年10月27日，胡润研究院发布《2021胡润百富榜》，其中显示刘卫平、刘
福平
兄弟俩首
次入榜，以280亿身
家居总榜单第223位，成为河南仅次于牧原股份
秦英林/钱瑛夫妇的第二富豪。今年11月8日，胡润研究院发布《2022胡润百富》榜显示，刘卫平身价缩水至220亿元，排名亦下滑至第251位，但仍是河南食品行业的第二巨富。

卫龙食品销售额微降

卫龙食品的产品组合主要为调味面制品（包括大面筋、小面筋、麻辣棒、小辣棒及亲嘴烧）、蔬菜制品（魔芋爽及风吃海带）和豆制品及其他产品（主要包括软豆皮、78卤蛋及肉制品），其中，调味面制品和蔬菜制品的年零售额超过10亿元（人民币，以下同），大面筋、魔芋爽、亲嘴烧
和小面筋的年零售额均超过5亿元。

截至2022年6月30日，卫龙食品与超过1830家线下经销商合作，覆盖了中国约73.5万个零售终端，但是，卫龙食品经销网络覆盖的县域数量有所减少，由2021年底的623个缩减至592个。同时，卫龙食品还表示在加强对各大电商平台的布局，2019年、2020年、2021年以及截至2021年及2022年6月30日止6个月，卫龙食品线上渠道产生的收入分别为2.51亿元、3.82亿元、5.54亿元、2.68亿元和2.39亿元，分别约占总收入的7.4%、9.3%、11.5%、11.7%及10.6%。

卫龙食品在招股书中介绍，2019年、2020年和2021年间，公司收入增长迅速，3年的总收入分别为33.85亿元、41.2亿元和48.0亿元，年复合增长率达到19.1%。但在今年上半年，卫龙食品的总收入相比去年同期有所下滑，2021年1-6月，卫龙食品的总收入为23.0亿元，今年同期为22.6亿元，同比下降1.8%。其中，调味面制品的收入下降了4.3%，蔬菜制品和豆制品及其他产品在期内也都出现销量下滑。还比较不妙的是，卫龙食品今年上半年净亏损2.6亿元，去年同期为盈利3.6亿元。

对于营收下滑和由盈转亏，卫龙食品做了相应解释，它表示，前10个月销售额减少“主要是由于疫情于中国若干地区的区域性复发，以及2022年上半年对主要产品类别进行最新产品升级而做出价格调整，致使客户需要一定时间应对该价格调整，所以销量受到了暂时性的影响”，不过，卫龙预计疫情及价格调整均不会对2022年的经营业绩及利润率造成重大不利影响。

对于期内出现的利润
亏损，卫龙称“主要是
由于与前投资有关的一次性地以股份
为基础的付款，部分被我们的毛利于同期由人民币8.497亿元增至人民币8.615亿元所抵消”。

还值得注意的是，原材料价格的上涨令卫龙食品业绩承压。

招股书显示，2018年，国内大豆油的价格为5.7元/千克，2021上涨至9.6元/千克，涨幅
高达68.4%。卫龙食品声称这是由于同期国际市场大豆价格在不断上涨，而大豆正是卫龙豆制品的主要原材料。迫于成本压力，卫龙食品于今年4月宣布涨价。

（图片来源：网络，如有侵权，请联系删除）