

创立6年便上市 Vanzo下月马股“飘香”

news.seehua.com/post/1251045

November 27, 2024



Vanzo控股独立非执行主席林胜利（中）、董事经理黄良泽（右2）、执行董事陈钱顺（右1）、合盈证券企业融资副主管黄荣良（左1）及董事经理拿督陈俊鏢，在招股书推介礼上合影。

（吉隆坡27日讯）大马本土汽车香氛品牌–Vanzo控股（Vanzo Holdings）即将在12月4日登陆马股创业板。该公司今日推介招股书，通过首次公开售股（IPO），以每股15仙发行9335万1000股新股，计划筹集1400万令吉。

按每股15仙发售价及上市后扩大的股本4亿6675万股计算，Vanzo控股上市后的市值将达7000万令吉。以2023财政年净利每股1.09仙计算，该公司上市的本益比为13.76倍。

根据招股书，Vanzo控股将公开发售9335万1000股新股，其中2333万8000股将让大马公众申请认购、2333万8000股供合格董事、员工及对公司有贡献的人士申请认购、其余的4667万5000股则通过私下配售予特定投资者。

现有股东将献售4667万5000股，并通过私下配售保留给特定投资者，预计从中套现700万令吉。

Vanzo控股是一家本土香氛公司，成立于2018年，专注于设计、营销和销售各类空气香氛及相关产品。其产品线涵盖汽车香氛、室内香氛及个人和居家护理产品。

目前，该公司在巴生谷及砂拉越设有6个线下销售亭（Kiosk），并透过国内各大超市、商场及线上进行产品销售。

增设销售亭提升市占率

根据独立市场研究报告，截至2023年底Vanzo是我国最大的本土空气香氛公司，按产品销售额计算，该公司在大马空气香氛市场的市占率是13.3%。

Vanzo控股计划从IPO集资1400万令吉，当中的660万令吉将用于增设4家新线下销售亭、以及市场营销活动，300万令吉偿还银行贷款、70万3000令吉充作日常营运资金，剩余的370万令吉支付上市费用。

Vanzo控股董事经理黄良泽在IPO推介礼后向媒体表示，公司计划通过设立更多线下销售亭来提升市占率。

公司将在沙巴、柔佛、檳城及巴生谷增设新销售亭，目标是在2025年上半年于沙巴和柔佛各设立一个，并于2026年上半年在檳城和巴生谷各增设一个。

询及公司自行设立线下销售亭，是否会影响与零售商的合作关系时，黄良泽回应说，鉴于不是所有零售商都销售公司全部系列产品，自行设立线下销售亭能够为消费者提供更全面的产品选择，与现有销售渠道互补。

针对过去三年公司线上销售营收占比逐渐下滑趋势，黄良泽解释，这主要是因为新冠疫情后，消费者的购物习惯从线上逐渐回归线下。

迎合趋势主攻线下销售

“这一趋势与公司所销售的香氛产品的特性息息相关，消费者往往需要亲自嗅闻和感受香味才决定是否购买。因此，我们未来将持续把业务重心放在线下销售，以更好地满足消费者需求和实体体验。”

为了进一步加强VANZO品牌及扩大其本地市占率，公司将持续推动行销与推广活动，同时扩展分销渠道，以提升品牌影响力与产品覆盖范围。

合盈证券为Vanzo控股此次IPO的首席顾问、保荐商、包销商兼配股代理，而Eco Asia Capital则是作为财务顾问。

Vanzo控股上市时间表

推介招股书/公开申请新股：11月27日

首次公开售股认购截止日期：12月4日

股票抽签日：12月9日

分配新股给成功申请者：12月13日

上市日期：12月17日

资料来源：招股书

