

新股資料概要：泡泡瑪特國際集團有限公司

建議認購

招股詳情：

行業	潮流玩具	集資用途	
股票代號	9992	用於為公司的消費者觸達渠道及海外市場擴展計劃撥付	30%
招股價	31.5 – 38.5 港元	部分資金	
集資淨額	4,109.4 – 5,028.2 百萬港元	用於為潛在投資、收購本行業價值鏈上下游公司及與該	27%
時間表		等公司建立戰略聯盟撥資	
公開認購日期	01/12/2020 上午 09:00 [^]	用於投資技術舉措，以增強公司的營銷及粉絲參與力度	15%
公開截止認購日期	04/12/2020 中午 12:00 [^]	及提升業務的數字化程度	
定價日	04/12/2020	用於擴大公司的 IP 庫	18%
公佈申請結果	10/12/2020	用作營運資金及一般公司用途	10%
掛牌日期	11/12/2020	保薦人	摩根士丹利亞洲有限公司 中信里昂證券資本市場有限公司

[^] 本公司孖展認購截止日期可能早於公開認購截止日期

新股分析：

根據弗若斯特沙利文報告，中國潮流玩具零售的市場規模由 2015 年的人民幣 63 億元增加至 2019 年的人民幣 207 億元，複合年增長率為 34.6%。受中國潮流玩具的受歡迎程度不斷上升所推動，潮流玩具零售的市場規模預期於 2024 年將達人民幣 763 億元，自 2019 年起的複合年增長率預測為 29.8%。中國的潮流玩具零售市場仍處於早期階段，在未來仍有可觀的增長空間。泡泡瑪特作為中國潮流玩具文化的領先者，同時具有 IP 開發的優勢，有望享受該賽道高速增長的紅利，投資者可考慮認購。

公司簡介：

根據弗若斯特沙利文報告，分別以 2019 年的零售價值（市場份額為 8.5%）及 2017 年至 2019 年的收益增長計，公司是中國最大且增長最快的潮流玩具公司。IP 是公司業務的核心。公司建立了覆蓋潮流玩具全產業鏈的一體化平台，包括藝術家發掘、IP 運營、消費者觸達及潮流玩具文化的推廣，通過該平台公司得以激發粉絲對潮流的熱情，給他們帶來快樂和美好。

業務簡要：

泡泡瑪特國際集團有限公司作為中國潮流玩具文化的開拓者及主要推廣者，公司激起人們對潮流文化及玩具的熱情，並引領中國潮流玩具迅猛發展及大規模商業化。潮流玩具（按弗若斯特沙利文報告的行業術語）指巧妙融合了潮流文化及內容的玩具。公司基於 IP 開發各種潮流玩具產品。公司將由公司開發的所有潮流玩具產品歸類在「泡泡瑪特」品牌旗下，分類為泡泡瑪特品牌產品。根據弗若斯特沙利文報告，「泡泡瑪特」已成為中國最受歡迎的潮流玩具品牌。根據弗若斯特沙利文報告，按參觀人次計，公司憑藉公司的行業影響力及資源發起並舉辦了中國最大的潮流玩具展。憑藉公司的會員計劃、線上潮流玩具社區及公司舉辦的各種潮流玩具文化活動，公司形成了一個龐大且活躍的粉絲社區。

憑藉公司的一體化平台及市場領先地位，公司通過與公司的藝術家、知名 IP 提供商及內部設計團隊合作，在潮流玩具行業吸引並維持了一批優質 IP 資源。截至 2020 年 6 月 30 日，公司運營 93 個 IP，包括 12 個自有 IP、25 個獨家 IP 及 56 個非獨家 IP。

公司強大的 IP 運營能力對公司 IP 庫的成功商業化至關重要，並讓公司得以保持競爭優勢。公司根據公司的 IP 源源不斷地創作原創、獨特和有趣的潮流玩具產品，從而提升其知名度並增加其商業價值。得益於公司 IP 的廣泛知名度，公司能夠通過 IP 授權與各行各業的知名公司合作，探索其他變現機會，並進一步推廣公司的 IP。

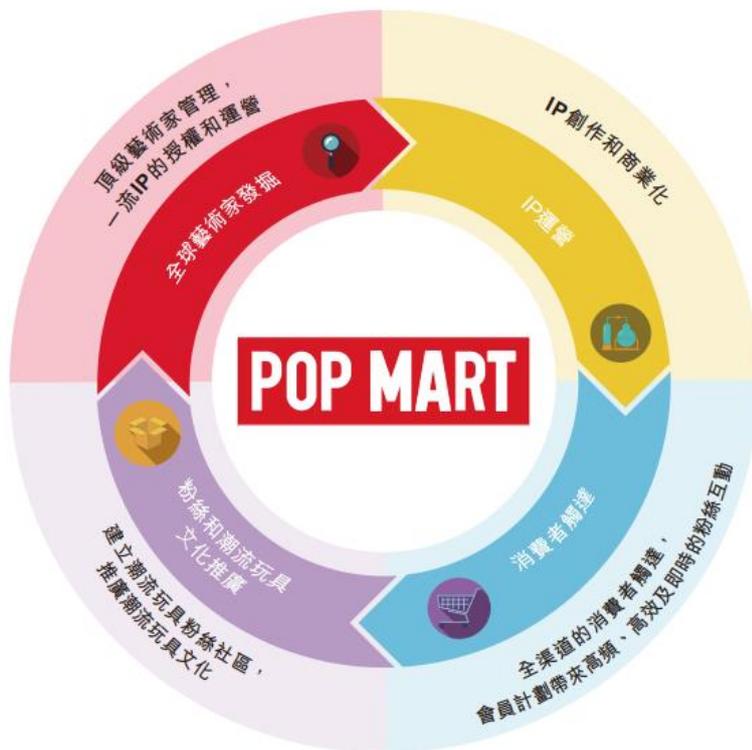
公司已建立全面而廣泛的銷售和經銷網絡來觸及消費者。截至 2020 年 6 月 30 日，公司的銷售和經銷網絡包括(i)主要位於中國 33 個一二線城市主流商圈的 136 間零售店；(ii)位於中國 62 個城市的 1,001 間創新機器人商店，這些商店如售貨機般運作並幫助公司擴大消費者觸達範圍，為粉絲提供交互式的有趣購物體驗；(iii)公司的天貓旗艦店、泡泡抽盒機、葩趣（公司自主開發的線上潮流玩具社

1

區移動應用程序)和其他中國主流電商平台等增長迅猛的線上渠道；(iv)公司的北京國際潮玩展和上海國際潮玩展；及(v)批發渠道，主要包括中國的25家經銷商及韓國、日本、新加坡和美國等21個海外國家及地區的22家經銷商。

公司致力於推廣潮流玩具文化，藉以提升公司的品牌知名度，鞏固行業領先地位及加強公司的商業化能力。通過不懈的努力，公司吸引並建立了年輕、熱情並快速增長的粉絲群。公司制定了多渠道會員計劃，以建立公司的粉絲社區、加強其黏度及增加重複購買。公司的粉絲可以通過線上渠道（可於包括微信及支付寶在內的多個平台接入）及線下渠道（如零售店）免費註冊為會員。公司有四個會員等級，不同的會員等級提供不同的權益，如積分兌換、生日促銷活動等。透過公司的會員計劃，公司亦能夠頻繁、高效及實時地與公司的粉絲進行溝通。截至2020年6月30日，公司有合共3.6百萬名註冊會員。

憑藉覆蓋潮流玩具全產業鏈的一體化平台，公司的業務於往績記錄期間實現快速增長。公司的總收益由2017年的人民幣158.1百萬元增加225.4%至2018年的人民幣514.5百萬元，並再增加227.2%至2019年的人民幣1,683.4百萬元。公司的總收益由截至2019年6月30日止六個月的人民幣543.4百萬元增加50.5%至截至2020年6月30日止六個月的人民幣817.8百萬元。公司於2017年、2018年及2019年以及截至2019年及2020年6月30日止六個月分別錄得純利人民幣1.6百萬元、人民幣99.5百萬元、人民幣451.1百萬元、人民幣113.6百萬元及人民幣141.3百萬元。



競爭優勢：

- 中國潮流玩具文化的開拓者
- 強大的IP創作及運營能力
- 全渠道銷售及經銷網絡形成全面且覆蓋廣泛的消費者觸達
- 黏性極高的活躍粉絲群
- 憑藉絕佳的全球運營能力把握全球市場增長的機遇

披露

分析員及其關連人士並沒有持有報告內所推介股份的任何及相關權益。

免責聲明

只供私人翻閱。本報告（連帶相關的資料）由申萬宏源研究（香港）有限公司撰寫。申萬宏源研究（香港）有限公司為申萬宏源集團成員，本報告不論是向專業投資者、機構投資者或是個人投資者發佈，報告的資料來自申萬宏源研究（香港）有限公司相信可靠的來源取得，惟申萬宏源研究（香港）有限公司並不保證此等資料的準確性、正確性及或完整性。本報告部份的內容原由上海申萬宏源研究所撰寫並於國內發表，申萬宏源研究（香港）有限公司對認為適用的內容進行審閱並翻譯，然後採用。本報告內的資料、意見及預測只反映分析員的個人意見及見解，報告內所載的觀點並不代表申萬宏源集團的立場。本報告並不構成申萬宏源研究（香港）有限公司對投資者買進或賣出股票的確實意見。報告中全部的意見和預測均反映分析員在報告發表時的判斷，日後如有改變，恕不另行通告。申萬宏源集團各成員公司（包括但不限於申萬宏源研究（香港）有限公司和申萬宏源證券（香港）有限公司）及其董事、行政人員、代理人及僱員可能有在本報告中提及的證券的權益和不就其準確性或完整性作出任何陳述及不對使用本報告之資料而引致的損失負上任何責任。故此，讀者在閱讀本報告時，應連同此聲明一併考慮，並必須小心留意此聲明內容。倘若本報告於新加坡分派，只適用分派予新加坡證券及期貨法第 4A 條所界定的認可投資者和機構投資者，本報告及其內容只供相關認可投資者或機構投資者翻閱。任何人於新加坡收取本報告，並對本報告有任何疑問，可致電 65-6323-5207 聯繫 Shenwan Hongyuan Singapore Private Limited。

版權所有

聯繫公司：申萬宏源研究（香港）有限公司，香港軒尼詩道 28 號 19 樓
其關連一方：申萬宏源研究所，中國上海市南京東路 99 號 3 樓