

新股資料概要：微博股份有限公司

招股詳情：

行業	社交媒體平台	集資用途	
股票代號	9898	用於持續擴大用戶群及提升用戶參與度	45%
招股價	不高於 388 港元	用於研發以提升用戶體驗及變現能力	25%
集資淨額	不高於 2,004.3 百萬港元	用於有選擇性地尋求戰略聯盟、投資和收購	20%
時間表		用作營運資金及一般公司用途	10%
公開認購日期	29/11/2021 上午 09:00 [^]	保薦人	高盛 (亞洲) 有限責任公司
公開截止認購日期	02/12/2021 中午 12:00 [^]		瑞士信貸 (香港) 有限公司
定價日	02/12/2021		中信里昂證券資本市場有限公司
公佈申請結果	07/12/2021		中國國際金融香港證券有限公司
掛牌日期	08/12/2021		

[^] 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：

已在美國上市的內地社交平台微博啟動香港招股，微博的港股定價上限較美股上周五收市價 42.79 美元，溢價約 16.4%。微博是次發售的股份，550 萬股屬新股，另新浪減持舊股 550 萬股，各自集資及套現 21.3 億元。微博採用同股不同權架構，股本包括 A 類普通股和 B 類普通股，每股 A 類普通股有一票投票權，每股 B 類普通股有 3 票投票權。近期新股氣氛冷淡，加上受美股等外圍因素影響，預料微博招股氣氛受影響。再加上，微博與騰訊、阿里巴巴等科企有關連，而近月內地連番收緊科網行業監管導致科網股股價下挫，料市場整體持觀望態度。

公司簡介：

微博是中國領先的社交媒體平台，供人們創作、發現和傳播內容。通過為中國和全球華人社區的個人和組織提供一種簡單而具有啟迪性的方式，使他們可以實時公開表達自己，在龐大的平台上與他人互動，與世界保持聯繫，微博由此在中國產生了深遠的社會影響。微博自 2009 年推出以來，一直致力於實現更快捷、更輕鬆、更豐富的人際交流，並已成為許多微博用戶日常生活中不可或缺的一部分。

截至今年 9 月底止，微博第三季收入為 6.1 億美元，按年增長 30%，以固定匯率計增長 23%；歸屬股東淨利潤為 1.82 億美元，按年增長 438%。截至季末，MAU (月活躍用戶) 為 5.7 億，按年增 6200 萬人，DAU (日活躍用戶) 為 2.5 億，按年淨增 2300 萬人。不過，微博廣告客戶數量逐年下跌，在 2018 年至 2020 年的廣告客戶數量分別為 290 萬、240 萬和 160 萬，至 2021 年上半年跌至 60 萬，較 2020 年同期下跌 50%，主要由於中小型企業客戶流失。

業務簡要：

微博服務於廣大用戶，包括普通人、名人、明星、關鍵意見領袖 (「KOL」) 等公眾人物或影響力人物，以及媒體機構、企業、政府機構、公益機構等組織，使其成為中國社會的縮影。截至 2021 年 6 月 30 日，微博上有 440 萬個經認證賬號，例如名人、明星、KOL、企業合作夥伴和媒體機構。作為領先的社交媒體，微博讓中國和全球華人社區的人們能夠為公眾所知，並接觸到更廣闊世界的豐富思想、文化和經驗。在 2021 年 6 月，微博有 4,190 萬月活躍內容創作者，創作公開自我表達的原創微博。在 2021 年 6 月，微博平台的頭部內容創作者達到 230 萬，較 2019 年 6 月達到了 24% 的複合年增長率。2021 年 6 月的頭部內容創作者指截至 2021 年 6 月 30 日粉絲超過 10,000 人，或 2021 年 6 月其內容月瀏覽量超過 10,000 次的內容創作者，去除重複人數。

公司於 2012 年開始在公司的平台上變現，此後公司經歷了穩健的收入和利潤率增長。公司的收入由 2018 年的 1,718.5 百萬美元增至 2019 年的 1,766.9 百萬美元，但在 2020 年略微下降至 1,689.9 百萬美元，主要是由於 COVID-19 疫情帶來的負面影響和不確定性。公司的收入同比增長率在 2020 年第四季度恢復至 10%，並進一步增加至 2021 年第一季度的 42% 及第二季度的 48%，此乃由於 COVID-19 疫情在中國逐漸得到控制，廣告需求相應恢復所致。

公司的收入主要來自購買廣告及營銷服務的客戶，並在較小程度上來自收費服務，例如 VIP 會員。廣告及營銷服務產生的收入佔公司 2020 年收入總額的 88% 及佔公司截至 2021 年 6 月 30 日止六個月收入總額的 86%。公司 2018 年、2019 年及 2020 年的經營利潤分別為 609.3 百萬美元、597.6 百萬美元及 506.8 百萬美元。公司的經營利潤由截至 2020 年 6 月 30 日止六個月的 164.2 百萬美元增至 2021 年同期的 301.8 百萬美元。公司的經營利潤率（即經營利潤與收入總額的比率）於 2020 年達到 30.0% 及於截至 2021 年 6 月 30 日止前六個月達到 29.2%。

下圖說明公司用來計量規模和用戶參與度的指標。



競爭優勢

- 中國社交媒體行業的開拓者和領導者
- 具有強大網絡效應的穩健生態系統
- 龐大、多元化和高參與度的用戶群
- 不斷增長的豐富且全面的內容供應
- 可靠並持續增長的變現能力
- 尖端技術能力和可擴展基礎設施
- 擁有良好往績記錄，富有遠見且經驗豐富的管理團隊

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 ShenwanHongyuanSingaporePrivateLimited。

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