

傲基股份 (2519)

| | |
|--------|--------------|
| 開始認購日期 | 2024年10月31日 |
| 截止認購日期 | 2024年11月5日上午 |
| 公開發售結果 | 2024年11月7日 |
| 上市日期 | 2024年11月8日 |
| 保薦人 | 華泰國際 |

集團概要:

| | |
|----------|-------------------------|
| 公開發售價 | \$14.56-15.6 元 |
| 市值 | \$6,045.4-6,477.2 百萬港元 |
| 行業 | 家具及家居用品 |
| 全球發行股數 | 29,894,700 |
| 集資總額 | \$466.4 百萬(HK\$15.6 計算) |
| 香港發售股份佔比 | 10.0% |
| 每手入場費 | 4,727.2 港元 |

集團簡介:

集團是專注於提供優質家具家居類產品的線上零售商。憑藉穩健的供應鏈管理及有效的物流解決方案，為消費者提供廣泛「家與生活」場景下的愉快生活體驗。根據弗若斯特沙利文的資料，按 2023 年的 GMV 計，集團在中國賣家的家具家居類產品 B2C 海外電商市場中排名第一；按 2023 年的 GMV 計，集團在全球家具家居類產品 B2C 電商市場中排名第五。集團的收入主要來自商品銷售及提供物流解決方案。

行業現況

全球家具家居類產品市場的 GMV 由 2018 年的 13,766 億美元增加至 2023 年的 17,367 億美元，複合年增長率為 4.8%。與線下渠道相比，隨著電商基礎設施(如倉儲、物流解決方案及支付系統)的發展，線上渠道的家具家居類產品市場已經歷並預期將繼續經歷更高的增長。按線上渠道劃分的全球家具家居類產品市場的 GMV 由 2018 年的 2,030 億美元增至 2023 年的 4,373 億美元，2018 年至 2023 年的複合年增長率為 16.6%，預計 2028 年將達 7,794 億美元，2023 年至 2028 年的複合年增長率為 12.3%。

經國農證券認購截止日期

2024年11月4日 3pm

經國農證券認購手續費

| | |
|--------|-----------|
| 現金全數認購 | 一律\$0 手續費 |
| 孖展融資認購 | \$100 手續費 |
| 融資借貸日數 | 1 日 |

行業風險

集團在第三方電商平台的業務受該等平台的政策及執行規管。例如，由於平台可酌情解釋及執行其規則及政策，而該等規則及政策並非集團所能控制，倘相關電商平台質疑集團經營的相關業務原因，集團經營多家門店以促進不同產品品類下的定制產品上架並進行定制銷售和營銷工作可能會受到挑戰。請參閱「業務－集團的銷售網絡－賣家門店管理」。在該等情況下，該等平台有權因集團網店的管理及運營方式等原因暫停或終止集團賣家的賬戶、賣家門店或銷售活動。在若干條件下，他們亦可以在一段時間內扣留集團的銷售收入，或集團可能不得不取消訂單，而此將產生相關費用。

主要財務數據:

| (千元人民幣) | 2022 | 2023 |
|------------|-------------|-------------|
| 收入 | 7,100,230 | 8,682,977 |
| 銷售成本 | (4,621,181) | (5,689,287) |
| 毛利/(毛損) | 2,479,049 | 2,993,690 |
| 除稅前溢利/(虧損) | 232,002 | 639,908 |
| 淨溢利/(虧損) | 223,169 | 520,101 |

集資用途

| 集資用途 | (百分比) |
|--------------|-------|
| 用於傲基股份的業務擴張 | 70% |
| 用於加強傲基股份的數字化 | 15% |
| 用於潛在投資或併購機會 | 10% |

主要股東

| 股東名稱 | 持股百分比(%) |
|------|----------|
| 陸海傳 | 17.05% |