

微博(9898)

開始認購日期	2021年11月29日
截止認購日期	2021年12月2日上午
公開發售結果	2021年12月7日
上市日期	2021年12月8日
保薦人	高盛、中信里昂

集團概要:	
公開發售價	\$ 388 元
市值	\$ 91,022 百萬港元
行業	社交媒體
全球發行股數	11,000,000 股
集資總額	\$42.68 億(HK \$388 計算)
香港發售股份佔比	10.0%
每手入場費	\$7,838.20 港元

集團簡介:

集團是中國領先的社交媒體平台，供人們創作、發現和傳播內容。自 2009 年推出以來，成為許多微博用戶日常生活中不可或缺的一部分。憑藉先發優勢和在社交媒體行業積累的專業知識和洞察力，微博在中國和全球 190 多個國家的華人社區積累了龐大的用戶群。2021 年 6 月，微博的月活躍用戶為 5.66 億，平均日活躍用戶為 2.46 億。

行業現況

根據灼識諮詢的資料，中國社交媒體平台的合併用戶群總人數由 2016 年的 488.9 百萬人增加至 2020 年的 738.3 百萬人，佔 2020 年中國手機網民總人數的 74.9%。由於社交媒體平台的滲透已達到相當高的水平，社交媒體平台的月活躍用戶預期於 2020 年至 2025 年間將以 3.7% 的複合年增長率溫和增長，於 2025 年達到 883.4 百萬人。社交媒體平台產生的廣告收入由 2016 年的人民幣 83 億元增加至 2020 年的人民幣 1,386 億元，複合年增長率為 102.2%，並預期 2020 年至 2025 年期間將以 28.2% 的複合年增長率進一步增加至 2025 年的人民幣 4,807 億元。

經國農證券認購截止日期

2021 年 12 月 1 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	5 日

行業風險

集團的成功取決於隨著集團用戶群的規模擴大及集團在中國互聯網人口中的市場滲透率提高，集團預期用戶增長率將隨時間減緩。倘集團的用戶增長率減緩或集團的用戶數量下降，集團的成功將愈發取決於集團留住現有用戶及提高平台用戶活躍度和黏性的能力。倘人們認為集團平台上的內容及其他產品和服務缺乏趣味性和實用性，集團可能無法留住及吸引用戶或提高其參與度。許多在早期大受歡迎、以用戶為導向的網站及移動應用程序的用戶群或參與度已出現下降。

主要財務數據：

(千人民幣元)	2018	2019	2020
收入	1,718,518	1,718,518	1,718,518
營業成本	(1,109,254)	(1,109,254)	(1,183,133)
毛虧損	(1,317,218)	(1,056,714)	(595,335)
除稅前利潤	668,842	602,397	375,913
淨利潤	572,620	492,833	314,597

集資用途	(百分比)
用於持續擴大用戶群及提升用戶參與度及改善內容生態系統	45%
用於提升微博的用戶體驗及變現能力	25%
用作一般營運資金	10%

主要股東

股東名稱	持股百分比(%)
新浪公司。	44.4%
Ali WB Investment Holding Limited	29.6%