

微博-SW[9898.HK]

中性

招股详情

行业	互联网
上市类别	主板
主要股东	曹国伟(41.0%)
发行新股股份数目(百万股)	11
招股价(港元)	<388
发售所得款项(亿港元)	20
配售发售股份数目(百万股)	1.1
公开发售股份数目(百万股)	9.9
FY20 经调整利润(亿美元)	3.13
FY20 市盈率(倍)	37.2
总市值(亿港元)	910.2
备考调整后每股有形资产净值(港元)	101.51
面值(美元)	0.00025
交易单位(股)	20
保荐人	高盛、瑞信、中信证券及中金

时间表

开始登记日期	2021年11月29日
截止登记日期	2021年12月2日
公布申请结果	2021年12月7日
退回支票日期	2021年12月7日
股份买卖日期	2021年12月8日

财务资料

年結於12月31日 (美元百萬元)	2019	2020	2021上半年
收益	1,766.9	1,689.9	1,033.4
銷售成本	(328.8)	(302.2)	(172.3)
毛利	1,438.1	1,387.8	861.0
營銷開支	(465.3)	(455.6)	(298.4)
研發費用	(284.4)	(324.1)	(198.0)
行政開支	(90.7)	(101.2)	(62.9)
其他	0.0	0.0	(0.0)
經營虧損	597.6	506.8	301.8
其他	(50.7)	(159.3)	(114.6)
融資成本	55.5	28.4	4.6
經營虧損	602.4	375.9	191.8
所得稅抵免	(109.6)	(61.3)	(61.9)
減:少數權益	(1.8)	1.2	(0.9)
淨利潤	494.7	313.4	130.8

回拨机制

公开招股的超额倍数	公开招股占总招股的比例
15-50 倍	30%
50-100 倍	40%
>100 倍	50%

业务

微博是中国领先的社交媒体平台，供人们创作、发现和传播内容。2021年6月，微博的月活跃用户为5.66亿，平均日活跃用户为2.46亿。根据灼识咨询报告，按2021年6月的月活跃用户和日活跃用户计，微博是中国十大移动应用程序之一，也是中国三大社交媒体平台之一。

微博月活跃用户由2018年的4.62亿升至2021年6月5.66亿。截至2021年6月30日，微博上有440万个经认证账号，例如名人、明星、KOL、企业合作伙伴和媒体机构。在2021年6月，微博有4,190万月活跃内容创作者，创作公开自我表达的原创微博。在2021年6月，微博平台的头部内容创作者达到230万，较2019年6月达到了24%的复合年增长率。由2019年6月至2021年6月，日均观看视频用户数量以20%的复合年增长率增长。

微博于2012年开始在我们的平台上变现，收入主要来自购买广告及营销服务的客户。广告及营销服务占2020年收入88%。收入由2018年的17.2亿美元下降至2020年16.9亿美元，主要是由于COVID-19疫情带来的负面影响和不确定性。但在2020年第四季度恢复至10%，并进一步增加至2021年第一季度的42%及第二季度的48%，得益于COVID-19疫情在中国逐渐得到控制，广告需求相应恢复所致。2021头9个月收入同比上升39.5%至16.4亿元，而净利润则按年上升10%。

政策风险方面，国内于7月颁布网络安全法，当中规定若干购买影响或可能影响国家安全的网络产品及服务的关键信息基础设施运营者，及可能影响国家安全的数据处理活动的数据处理者，或者掌握超过一百万用户个人信息的运营者赴国外上市时必须向网络安全审查办公室申报网络安全审查。该政策目前对微博是否关键信息基础设施运营者暂时仍不确定，可能构成日后营运风险。另外，今年8月网信办发布互联网信息服务算法推荐管理规定，由于该草案尚未颁布，可能影响公司算法运行机制，及相关广告收入。

微博上市估值37.2倍2020年市盈率，略高于互联网同业平均。现时互联网监管政策收紧，可能对微博未来营构成风险及影响广告收入。因此给予中性评级。

集资用途

- 持续扩大用户群及提升用户参与度，以及改善内容生态系统 45%
- 研发以提升我们的用户体验及变现能力 25%
- 有选择地寻求战略联盟、投资和收购 20%
- 营运资金及一般公司用途 10%

分析员：何沛鸿, CFA
christopher.ho@kgi.com