

網上車市[1490.HK]

中性

招股詳情

行業	汽車
上市類別	主板
主要股東	徐翀(66.65%)
發行新股股份數目(百萬股)	204
招股價(港元)	1.08 – 1.28
發售所得款項(百萬港元)	220 - 261
配售發售股份數目(百萬股)	183.6
公開發售股份數目(百萬股)	20.4
FY19 淨利潤(人民幣百萬元)	52
FY19 經調整市盈率(倍)	21-25
總市值(百萬港元)	1,300-1,541
備考調整後每股有形資產淨值(港元)	0.38-0.42
面值(美元)	0.0001
交易單位(股)	4,000
保薦人	農銀國際

時間表

開始登記日期	2020年12月31日
截止登記日期	2021年1月8日
公佈申請結果	2021年1月14日
退回支票日期	2021年1月14日
股份買賣日期	2021年1月15日

財務資料

年結於12月31日 (人民幣百萬元)	FY18	FY19	20財年 六個月
收益	157.8	177.6	58.9
銷售成本	(21.3)	(28.9)	(9.5)
毛利	136.6	148.8	49.4
其他收入	1.2	7.0	10.0
經銷及銷售開支	(43.8)	(47.8)	(16.8)
一般及行政開支	(19.5)	(34.4)	(13.1)
研發開支	(7.8)	(12.5)	(3.3)
其他開支	(6.8)	(3.7)	1.9
經營利潤	59.8	57.4	28.2
財務費用	(0.2)	0.3	(0.1)
其他費用	0.0	0.0	(0.1)
除所得稅前盈利	59.7	57.7	28.1
所得稅開支	(12.1)	(5.9)	(3.4)
淨利潤	47.6	51.7	24.7

回撥機制

公開招股的超額倍數	公開招股佔總招股的比例
15-50 倍	30%
50-100 倍	40%
超過 100 倍	50%

業務

網上車市(“車市”)運營提供汽車資訊的線上汽車垂直媒體平台，該等資訊由車市的內部創作團隊製作並發佈於公司網站、APP 及超過 1,000 家業務合作夥伴平台。

公司透過提供線上廣告服務及交易促成服務產生收入，線上廣告收入自 2017 年的 1.18 億元(人民幣，下同)上升至 2019 年的 1.75 億元，佔總收入 99%。車市的廣告服務合約數目由 2017 年的 344 份上升至 2019 年的 406 份，而平均合約費用由 2017 年的 43 萬元升至 2019 年的 56.1 萬元。

自 2018 年 10 月起，車市開始提供交易促成服務。公司透過為汽車經銷商和一家汽車保險公司的團購活動提供促銷服務向彼等提供交易促成服務。車市的團購活動的月平均值由 2018 年的一場增至 2019 年的 8.3 場。

根據灼識諮詢報告，以 2019 年每日獨立訪客約 11.2 百萬人計，車市在中國所有汽車垂直媒體廣告平台中排名第一，且以媒體相關收入計排名第五。中國現時約有 25 家汽車垂直媒體平台，市場規模按收入計約為 145 億元。市場集中度極高，前五大平台佔 2019 年市場總收入的 96.6%。而中國線上汽車廣告行業市場規模則預估在 2019-2024 年間年複合增長率達 8.6%，主要得益於互聯網用戶快速增長。

在收入穩定成長下，車市淨利潤由 2017 年的 2,748 萬元升至 2019 年的 5,171 萬元。淨利潤率亦受惠規模經濟效應由 2017 年的 23.4% 升至 2019 年的 29.1%。雖然 2020 年上半年因疫情影響收入年跌 24%，淨利潤仍因營運開支減少而上升 13%。

公司基石投資者包括華泰金控、人民網、弘毅投資、沿海國際資產，合計認購 11.7 百萬美元，佔上市後約 6% 股權。

香港市場少有汽車資訊線上媒體平台標的，加上近期互聯網新股表現良好，我們相信上市後短期股份在投機氣氛熾熱下有上升空間。但因其市值小，機構投資者一般不能買入，我們對長期投資價值傾向保守。建議中性。

集資用途

鞏固車市的市場地位及提高 PGC 的數量	39.8%
強化研發及 IT 系統並開發新產品	36.1%
未來投資及收購	14.1%
一般營運資金	10%

分析員：何沛鴻, CFA
christopher.ho@kgi.com