

不同集團 (6090)

開始認購日期	2025 年 9 月 15 日
截止認購日期	2025 年 9 月 18 日上午
公開發售結果	2025 年 9 月 22 日
上市日期	2025 年 9 月 23 日
保薦人	中信証券，海通國際

集團概要:

公開發售價	\$62.01-71.2 元
市值	\$5,627.5-6,461.5 百萬港元
行業	嬰幼兒及家居個人用品
全球發行股數	10,980,900
集資總額	\$680.93-781.84 百萬
香港發售股份佔比	10%
每手入場費	\$7,191.8 元

集團簡介:

集團是一家專注於設計並銷售育兒產品的中國公司。創立僅 5 年，BeBeBus 便在中高端育兒產品市場中取得了強勢的市場地位。2024 年，中高端育兒產品市場佔整個育兒產品市場的份額為 23.6%。按 GMV 計，2024 年，在中國中高端育兒產品市場中，BeBeBus 在中國育兒產品品牌中排名第二，擁有 4.2% 的市場份額，凸顯了集團在市場的穩固地位及強勁表現。

行業現況

中國中高端育兒產品市場規模由 2020 年的人民幣 256 億元增加至 2024 年的人民幣 340 億元，2020 年至 2024 年的複合年增長率為 7.4%，而同期大眾市場的複合年增長率為 3.4%。中高端育兒產品市場規模預計到 2025 年將達到人民幣 371 億元，到 2029 年將達到人民幣 509 億元，2025 年至 2029 年的複合年增長率為 8.2%。相比之下，大眾市場預計增長較慢，預計到 2029 年將達到人民幣 1,329 億元，同期的複合年增長率為 3.9%。

經國農證券認購截止日期

2025 年 9 月 17 日 4pm

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

中國育兒產品市場競爭激烈，近年持續增長，按 2024 年中高端育兒產品的 GMV 計，前五大品牌的市場份額合計約佔 18.9%。集團的部分現有和潛在競爭對手在某些市場可能擁有較集團更好的資源和更有利的競爭地位，這可能會令集團的競爭對手可較集團對新興技術和市場需求變化做出更有效的反應。部分競爭對手可能在一個或多個市場利用其強勢或主導地位，通過收購或通過增加集團平台的訪問難度在集團經營所在的領域取得針對集團的競爭優勢。因此，集團的競爭對手可能會通過犧牲集團用戶群的增長或參與度來贏得及吸引用戶，這可能會對集團的業務及財務業績產生負面影響。

主要財務數據：

(人民幣千元)	2023	2024
收入	474,221	570,631
銷售成本	(229,482)	(284,026)
毛利	244,739	286,605
除稅前溢利	142,926	222,586
淨溢利	109,448	164,396

集資用途

集資用途	(百分比)
用於不同集團的品牌活動及不同集團銷售網絡的擴大	34.1%
用於提升不同集團的生產能力	25.7%

主要股東

股東名稱	持股百分比(%)
WANGBOYANHOLDINGINC	46.55%