



混沌天成國際證券期貨有限公司
CIF SECURITIES FUTURES LIMITED

公司基本资料

乐享互动是中国的效果类自媒体营销服务提供商，利用商业智能技术为行业客户及自媒体发布者提供服务，根据弗若斯特沙利文的资料，按 2019 年总收益计，乐享互动的市场份额为 1.5%。根据弗若斯特沙利文的资料，以总收益计，中国的效果类自媒体营销市场规模从 2014 年的人民币 13 亿元增至 2019 年的人民币 318 亿元，复合年增长率为 90.0%。该机构的数据还显示，按 2019 年总收益计，排名第二至五名的市场参与者的市场份额分别为 1.0%、0.9%、0.6%及 0.5%。我们相信在具有利好行业趋势的快速增长市场中作为行业领先者，非常有利于乐享互动日后取得持续而快速的发展。乐享互动使用专有技术及平台在行业客户与自媒体发布者之间架设纽带，提供符合其各自需要的服务。通过在优质及多样化的自媒体网络上分析及分销乐享互动行业客户的产品，为他们提供效果类营销服务，帮助行业客户获得用户。对于网络文学及 Html 5 游戏以外的在线产品（如应用、在线推广活动及小程序）而言，乐享互动在不同自媒体平台上提供推荐分销策略，供行业客户选择。乐享互动的行业客户（即乐享互动的客户）主要包括在线产品提供商及通过乐享互动的效果类营销服务推广其实物产品的商家。乐享互动的在线产品提供商主要包括营销代理、应用开发商、网络文学提供商、Html 5 游戏开发商及小程序开发商。于往绩记录期，乐享互动与超过 145 个行业客户合作。截至 2020 年 3 月 31 日，乐享互动所服务的应用组合覆盖超过十个种类（如游戏、视频及工具应用）；乐享互动所服务的网络文学产品包括覆盖 69 个文学类别的超过 681 册网络书籍；而乐享互动所服务的 Html 5 游戏产品包括超过 157 个覆盖 RPG、战略、动作及冒险种类的 Html 5 游戏。

新股发售

乐享互动

(主版: 6988.HK)

行业: 媒体及互联网服务

公开发售价: \$2.14-\$3.21 港币

本公司申购时间 :10/09-14/09 17:00pm

市值 : HK\$ 4,565.4-6,981.6 百万港元

孖展息率: 3.18%p.a.

上市日: 9 月 23 日

每手股数 1000 股

主要风险因素

- 未能挽留现有行业客户及自媒体发布者或吸引新的行业客户及自媒体发布者或会对收益及业务产生不利影响
- 乐享互动可能无法就效果类自媒体营销服务市场中快速变化的技术及新市场趋势及时有效地创新、适应及作出响应。
- 倘效果类自媒体营销服务行业未继续发展或发展或增长速度低于预期，乐享互动的盈利能力及前景或会受到重大不利影响。
- 乐享互动评估及预测潜在目标受众的算法可能为或变得有瑕疵或无效，且效果类营销可能未达到令人满意的结果。
- 乐享互动收集数据的能力有限，或收集及使用有关数据的权利受到质疑，均可能大大降低服务的价值，并导致失去行业客户及自媒体发布者。
- 倘乐享互动从行业客户及自媒体发布者所收集的数据不准确或虚假，乐享互动的业务、财务状况、经营业绩及声誉均可能受到重大不利影响。

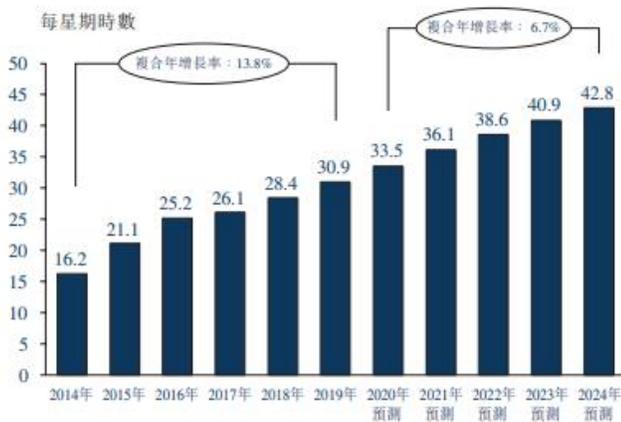
行业概览

互联网经济是近年来中国经济的主要增长驱动力之一。2019年，中国人均互联网经济占人均国内生产总值的32.0%。中国拥有一大批不断增长的智能手机用户。在使用智能手机热潮的推动下，中国移动互联网用户人数由2014年的556.8百万人增加到2019年的830.7百万人，复合年增长率为8.3%，预计到2024年前将达到1,044.1百万人，2019年至2024年的复合年增长率为4.7%。中国移动互联网用户的渗透率稳步增长，由2014年的40.7%增至2019年的59.3%。然而，中国人均互联网经济仍远低于美国、日本和韩国等发达国家。

如下图所示，自2014年到2019年，中国人均移动互联网上花费的时间每年均有所上升，且预计于2024年前将继续增长。这为行业客户、媒体平台及自媒体发布者提供商机。在争取用户关注方面竞争激烈。吸引智能手机用户关注的能力，如通过针对各用户定制的定向广告及内容，日渐成为成功的关键因素。

2014年至2024年（预测）

中國人均移動互聯網上花費的時間



2019年及2024年（预测）

中國人均移動互聯網上花費的時間明細



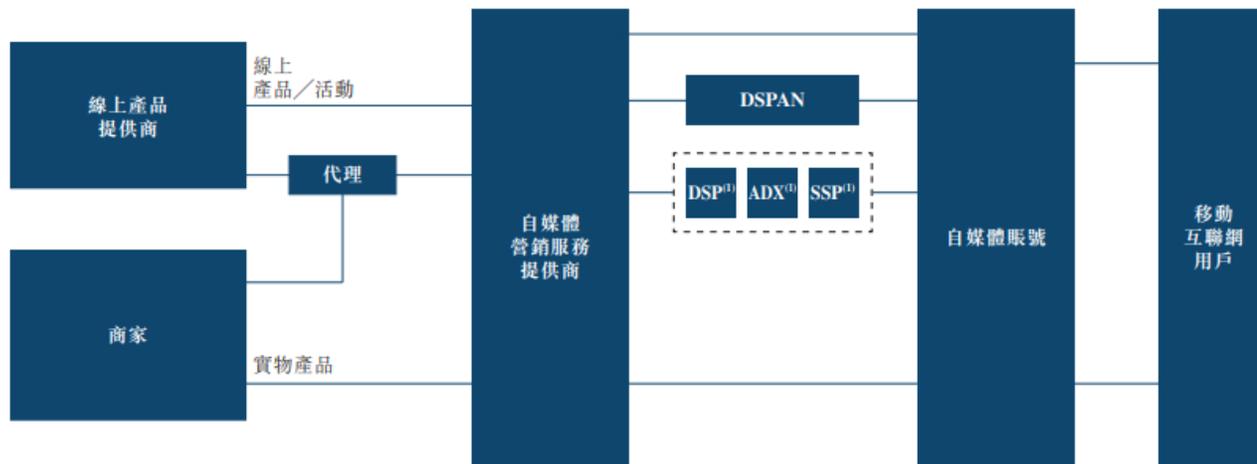
(1) 其他主要包括網絡音樂、新聞及網絡長視頻。

資料來源：中國互聯網絡信息中心、弗若斯特沙利文

自媒体平台一般可基于内容形式划分为三个类别：文本类、视频类及音频类。微信公众号是截至2020年3月31日中国最大的文本类自媒体平台。按截至2020年3月31日的MAU计，抖音及快手分别为中国最大及第二大短视频平台。抖音亦为领先直播平台。在特定兴趣类型中还有许多领先的自媒体平台，例如动漫及游戏的哔哩哔哩及女性小区的美柚。

行业价值链的各个市场参与者在行业客户的营销预算总额中均占有一定比例。一般而言，营销代理获得约15%的营销预算总额，自媒体营销服务提供商获得约20%的营销预算总额，自媒体平台或自媒体发布者代理获得约5%的营销预算总额，而自媒体平台及自媒体发布者占有约60%的营销预算总额。于本行业内，就自媒体发布者通过变现其流量资源所获得的收益而言，倘变现服务并非由自媒体平台或其官方代理安排或提供，则自媒体平台（如微信）通常不会进一步向自媒体发布者收取费用。

下圖載列自媒體營銷市場的價值鏈：



(1) DSP：需求側平台。ADX：廣告交易平台。SSP：供給側平台。DSPAN：需求側平台及廣告網絡。

2014年至2024年（預測）中國 自媒體營銷市場規模（以收益計）⁽¹⁾



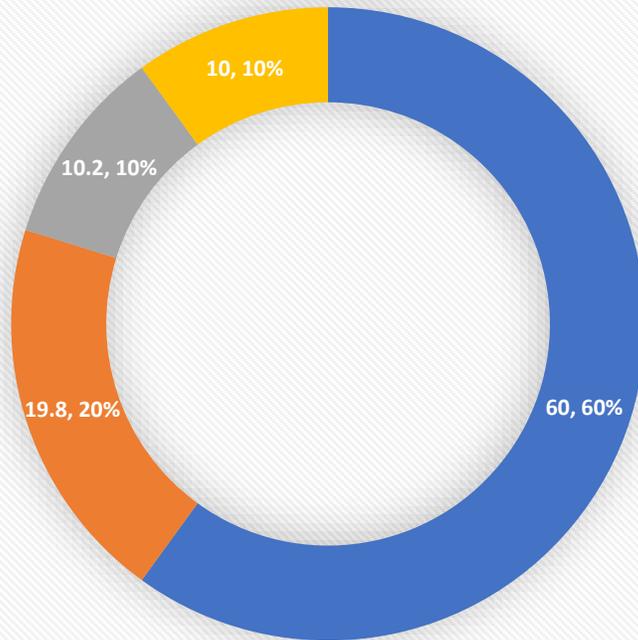
(1) 市場規模指自公司（例如品牌、營銷代理、網絡文學提供商及遊戲提供商）為宣傳彼等的產品或服務以作營銷用途而花費於自媒體的所收取的所有收益。

(2) 非效果類自媒體營銷指通常按CPM或CPT基準向行業客戶收費的營銷活動。該等定價模式通常顯示服務提供商並無對其服務表現或效能作出任何保證。

在微信、微博、今日头条和抖音等领先自媒体平台日渐受移动互联网用户关注而普及的推动下，行业客户对自媒体投放的资源及营销预算多于传统门户网站。以2019年收益计，自媒体营销市场规模约占移动广告市场总额的三分之一。以收益计的自媒体营销市场规模由2014年的人民币162亿元增加至2019年的人民币1,593亿元，复合年增长率为57.9%，并预计于2024年前达到人民币3,648亿元，2019年至2024年的复合年增长率为18.0%。尽管效果类营销按2019年收益计仅占自媒体营销市场的20.0%，但效果类营销具有高增长潜力，因为其一般是比非效果类营销更有效率和效果的营销工具，因此，预期日后效果类营销服务将占据更多市场份额。

乐享互动集资用途

乐享互动集资用途



■ 將用作發展樂享互動的短視頻自媒體變現業務

■ 將用作持續加強樂享互動的效果類自媒體營銷服務的能力

■ 將用作擴展樂享互動的國際業務

■ 將用作營運資金及一般企業用途

1. 将用作发展乐享互动的短视频自媒体变现业务 60%
2. 将用作持续加强乐享互动的效果类自媒体营销服务的能力 19.8%
3. 将用作扩展乐享互动的国际业务 10.2%
4. 将用作营运资金及一般企业用途 10%

免责声明

1. 本档仅为向本公司客户提供有关新股上市公司的资料，并不构成向本公司客或任何司法权区的公众被视为诱使认购或购买任何证券，亦不拟构成该等劝诱；客户不应根据本文件中的资料作出任何投资决定。
2. 本档的全部数据源均来自有关新股招股书其内所载信息，本公司对有关新股招股书的内容概不负责，对其准确性或完整性亦不发表任何意见，并明确表示概不就因有关新股招股书全部或任何部分内容而产生或因倚赖该等内容而引致的任何损失承担任何责任。
3. 本公司或其任何附属公司、其董事、高级人员、分析员或雇员或会持有有关新股的股票、认股证、期权或第三者所发行与所述公司有关的衍生金融工具等。

风险披露声明

买卖证券的风险

1. 证券价格会波动，有时甚至急剧波动。任何个别证券的价格皆可上升或下跌及可在某些情况下变成毫无价值。买卖证券未必获利，反而可能招致损失。

买卖创业板股票的风险

1. 创业板乃为较于联交所上市的其他公司可能带有更高投资风险的公司提供上市的市场。客户应知悉投资于该等公司的潜在风险，并应经过审慎周详考虑后方作出投资决定。创业板的较高风险及其他特色表明创业板较适合专业及其他经验丰富的投资者。
2. 由于创业板上市公司的新兴性质使然，于创业板买卖的证券可能会承受较于主板买卖的证券更高的市场波动风险，同时亦无法保证在创业板买卖的证券会有高流通量的市场。