



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

公司基本资料

农夫山泉是中国包装饮用水及饮料的龙头企业，致力于向消费者提供高质量的产品。根据弗若斯特沙利文报告 2012 年至 2019 年间，我们连续八年保持中国包装饮用水市场占有率一的领导地位。以 2019 年零售额计他们在茶饮料、功能饮料及果汁饮料的市场份额均居于中国市场前三位。

农夫山泉遵守适用的中国法律法规 从天然水源取水，并结合水源点的水资源条件，在对取水量的合理性进行充分论证的基础上向相关政府机关提出取水申请，经相关政府机关审批获得取水许可证、采矿许可证（仅适用于矿泉水）或者在少数情况下与第三方持有取水许可证的国有供水公司订立供水协议。十大水源分布在中国不同区域，全面覆盖全国市场供应。上述水源所在地生态环境卓越，水质优异。农夫山泉对优质天然原水做包括过滤及杀菌在内的必要处理。我们的包装饮用水产品含有钾、钠、钙、镁及偏硅酸等对人体有益的天然矿物元素，包括饮用天然水及天然矿泉水。我们的业务健康增长。于 2017 年、2018 年及 2019 年以及截至 2019 年及 2020 年 5 月 31 日止五个月，我们的收益分别为人民币 17,491 百万元、人民币 20,475 百万元、人民币 24,021 百万元、人民币 9,917 百万元及人民币 8,664 百万元。2017 年至 2018 年及 2018 年至 2019 年，农夫山泉的收益较上年分别增长 17.1% 及 17.3%。根据弗若斯特沙利文报告，这一增速远高于同期中国软饮料行业 5.0% 及 6.6% 的增速以及全球软饮料行业 2.7% 及 3.4% 的增速。于 2017 年、2018 年及 2019 年的净利润率分别为 19.4%、17.6% 及 20.6%。根据弗若斯特沙利文报告，这一盈利水平远高于同期中国软饮料行业 6.9%、7.1% 及 9.6% 的平均盈利水平。

新股发售

农夫山泉

(主版: 9633.HK)

行业: 饮料

公开发售价: \$19.5-\$21.5 港币

本公司申购时间 :25/08-27/08 17:00pm

市值 : HK\$ 8,346 百万港元

孖展息率: 2.78%p.a.

上市日: 9 月 8 日

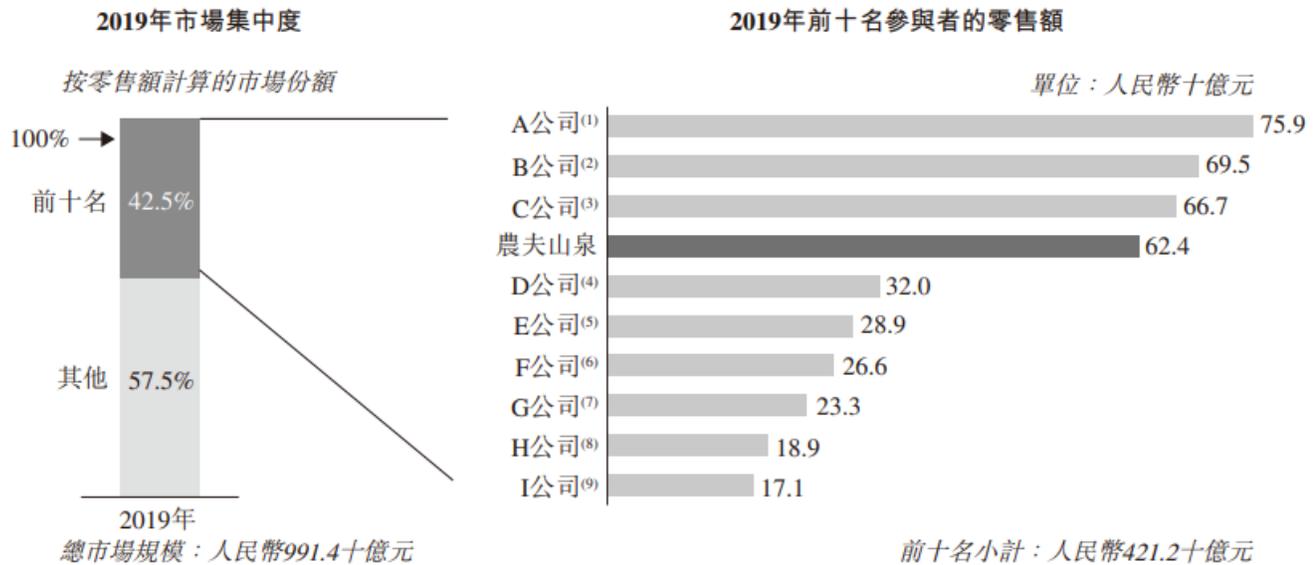
每手股数 200 股

主要风险因素

- COVID-19 疫情对农夫山泉的产品需求、业务营运及财务状况造成及可能继续造成不利影响。
- 如果水源受到污染或供应无法满足业务需求，农夫山泉的经营业绩与业务前景可能会受到重大不利影响。
- 农夫山泉的营销活动可能未能有效吸引消费者，进而可能会对农夫山泉的经营业绩造成不利影响。
- 若农夫山泉未能成功地改良现有产品或开发、推出及推广新产品，则可能对农夫山泉的业务发展计划及盈利能力造成不利影响。
- 无法有效应对竞争可能会对农夫山泉的市场份额及盈利能力造成不利影响。可能无法持续实现收益的增长及良好的盈利能力。
- 原材料及包装材料的价格波动及质量变化可能会对农夫山泉的盈利能力及经营业绩造成不利影响。

根据弗若斯特沙利文报告，中国软饮料市场集中度相对较低。按 2019 年零售额计算，前十名参与者合共仅占 42.5% 的市场份额，其中前四大参与者零售额显著高于其他参与者，合共占 27.7% 的市场份额。下图载列 2019 年中国软饮料市场前十名参与者的市场集中度、市场份额及零售额详情。

2019年中國軟飲料市場前十名參與者



中国是全球最大的软饮料市场之一。根据弗若斯特沙利文报告，按零售额计算，2019年中国软饮料市场规模为人民币 9,914 亿元，从 2014 年至 2019 年复合年增长率为 5.9%。受城镇化进程加快、居民可支配收入增长以及消费升级趋势等因素的推动，中国软饮料市场将持续增长，从 2019 年至 2024 年，复合增长率预计将维持在 5.9%。2024 年中国软饮料市场规模预计将达到人民币 13,230 亿元

下表载列 2014 年至 2024 年中国软饮料市场按类别划分的市场规模明细。

下表載列2014年至2024年中國軟飲料市場按類別劃分的市場規模明細。

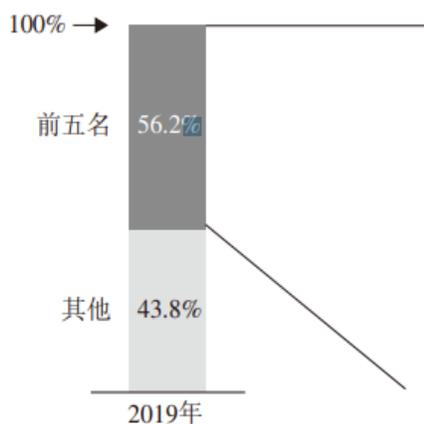
	零售額			複合年增長率	
	2014年 (人民幣 十億元)	2019年 (人民幣 十億元)	2024年 (預計) (人民幣 十億元)	2014年至 2019年 %	2019年至 2024年 (預計) %
軟飲料總計	743.3	991.4	1,323.0	5.9%	5.9%
包裝飲用水	119.6	201.7	337.1	11.0%	10.8%
蛋白飲料	124.3	147.4	174.6	3.5%	3.4%
果汁飲料	127.5	143.5	160.3	2.4%	2.2%
功能飲料	58.1	111.9	175.6	14.0%	9.4%
固體飲料	82.1	91.3	95.6	2.1%	0.9%
碳酸飲料	78.8	88.5	98.4	2.3%	2.1%
茶飲料	65.3	78.7	93.6	3.8%	3.5%
植物飲料	51.0	69.1	93.2	6.3%	6.2%
風味飲料	31.8	44.4	58.5	6.9%	5.7%
咖啡飲料	3.7	13.2	34.0	29.0%	20.8%
其他飲料	1.1	1.7	2.1	9.1%	4.3%

根据弗若斯特沙利文报告，中国包装饮用水市场相对集中，按 2019 年零售额计算，前五名参与者合共占 56.2% 的市场份额。其中，排名第一的农夫山泉领先优势较为明显，其 2019 年零售额领先排名第二参与者达 1.5 倍多。下图载列 2019 年中国包装饮用水市场前五名参与者的市场集中度、市场份额及零售额详情。

2019年中國包裝飲用水市場前五名參與者

2019年市場集中度

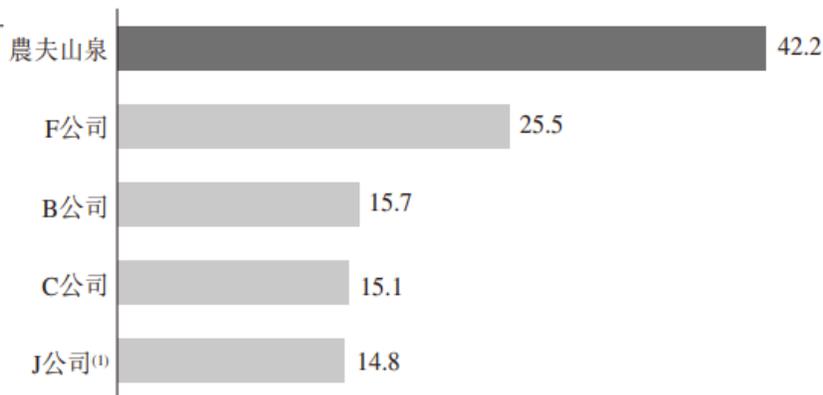
按零售額計算的市場份額



總市場規模：人民幣201.7十億元

2019年前五名參與者的零售額

單位：人民幣十億元



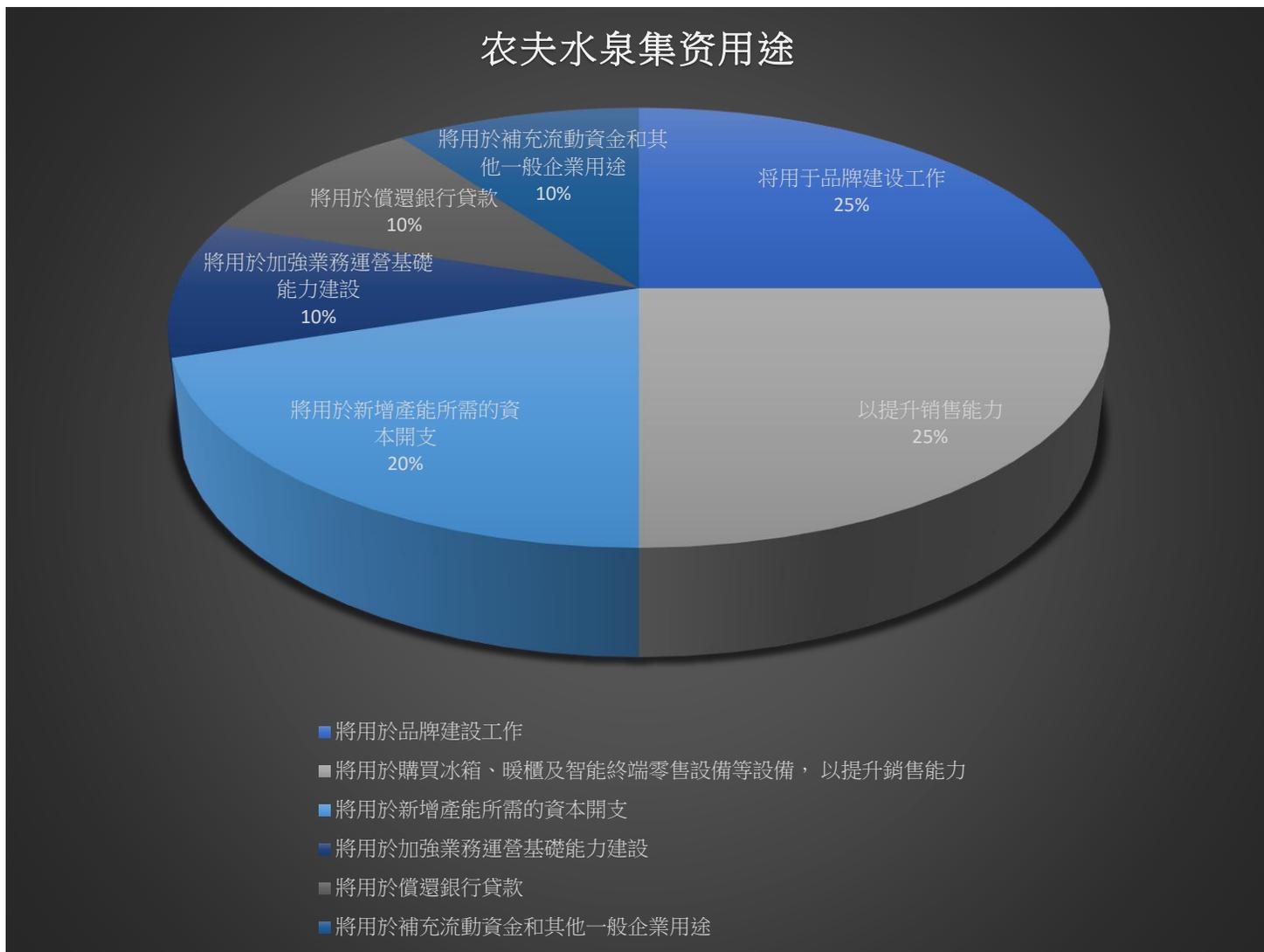
前五名小計：人民幣113.3十億元

附註：

下图 2019 年零售额计，农夫山泉在茶饮料、功能饮料及果汁饮料的市场份额均居于中国市场前三位。下表列示了我们各主要类别产品的情况。

產品類別	品牌標誌	產品圖片	市場份額排名 ⁽¹⁾	2019年市場份額 ⁽¹⁾	2019年度收益 (人民幣百萬元)
包裝飲用水產品			第一	20.9%	14,346
茶飲料產品			第三	7.9%	3,138
功能飲料產品			第三	7.3%	3,779
果汁飲料產品			第三	3.8%	2,311
總計					23,574

农夫山泉集资用途



转载来源(网易招股书)

假设发售价为每股 20.50 港元（即本招股章程所述指示性发售价范围的中位数），并假设超额配股权未获行使，经扣除我们就全球发售应付的包销佣金、费用及估计开支后，我们估计将收取全球发售所得款项净额约 7,768 百万港元。我们目前计划将该等所得款项净额用于以下用途：

约 25%，或 1,942 百万港元将用于品牌建设工作；

约 25%，或 1,942 百万港元将用于购买冰箱、暖柜及智能终端零售设备等设备，以提升我们的销售能力；

约 20%，或 1,553 百万港元将用于新增产能所需的资本开支；

约 10%，或 777 百万港元将用于加强业务运营基础能力建设；

约 10%，或 777 百万港元将用于偿还银行贷款；及

约 10%，或 777 百万港元将用于补充流动资金和其他一般企业用途。

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。