

## 公司基本资料

蓝月亮是中国领先的以消费者为核心的家庭清洁护理公司。公司研发、生产及销售多款产品，涵盖衣物清洁护理、个人清洁护理及家居清洁护理三大品类。根据弗若斯特沙利文报告，于2017年、2018年及2019年各年，公司的洗衣液、洗手液及浓缩洗衣液产品在其各自市场的市场份额均排名第一。根据同一份报告，于2019年，以零售销售价值计算，「蓝月亮」在中国衣物清洁护理市场及个人清洁护理市场中均排名第四，在家居清洁护理市场中则排名第五。公司享誉数十年，得益于公司对客户满意的执着追求、洞察及确立消费趋势的能力，专注于成功的产品落地能力。

中国为全球最大的家庭清洁护理市场之一，在主要经济体中增长潜力最高。按零售销售价值计算，预计中国家庭清洁护理市场的市场规模将由2019年的人民币1,108亿元增长至2024年的人民币1,677亿元，占2019年至2024年全球家庭清洁护理行业增长超过三分之一。特别是，以零售销售价值计算，衣物清洁护理市场为中国家庭清洁护理行业最大的市场，占2019年中国总体家庭清洁护理市场的61.2%；

中国消费者用于洗衣液及浓缩洗衣液等优质产品的花费与日俱增。虽然该等产品在美国及日本等发达国家相当普遍，而中国的渗透率一直迅速增长。根据弗若斯特沙利文报告，中国洗衣液的市场渗透率由2015年的32.0%上升至2019年的44.0%，预测于2024年将进一步上升至58.6%。于2019年，浓缩洗衣液在日本及美国的渗透率达到100%，而同年浓缩洗衣液在中国的渗透率为8.2%，显示出有关产品在中国有巨大的增长潜力。

电子商务为中国一个重要及快速增长的零售渠道。于2019年至2024年，中国家庭清洁护理产品电子商务渠道销售额的复合年增长率预计将达到16.2%，到2024年时将占中国整体家庭清洁护理产品市场的31.9%。



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

## 新股发售

### 蓝月亮

(主版:6993. HK)

行业:家居及个人护理

公开发售价:\$10.2-13.16 港币

本公司申购时间:4/12-8/12 16:00pm

市值:HK\$586-756 亿港元

孖展息率:3.38%p. a.

上市日:12月16日

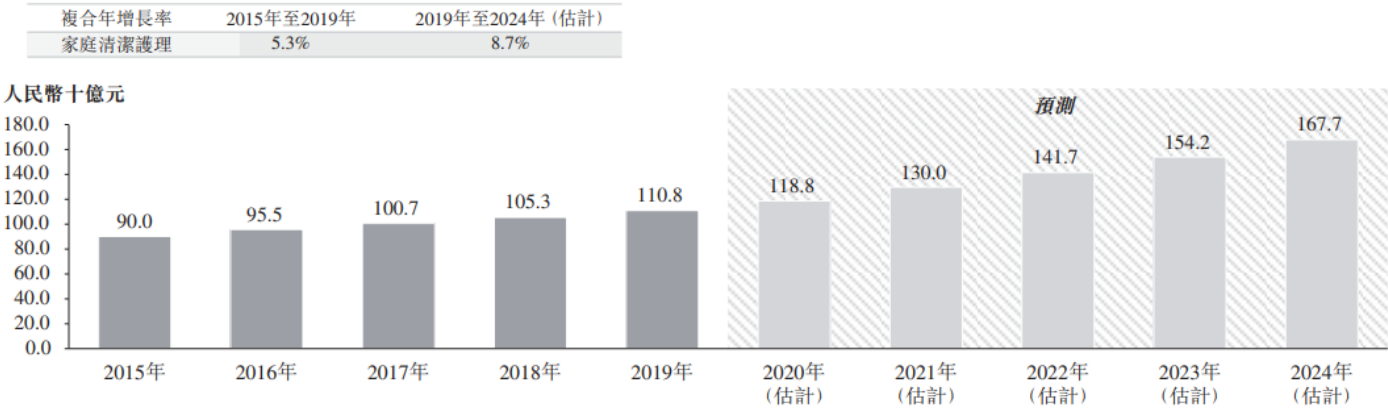
每手股数 500 股

### 主要风险因素

- 公司的业务面对消费者需求、喜好及消费模式变动
- 公司未必能成功研发、推出及推广新品牌及产品、将品牌及产品组合多元化。
- 公司经营所在行业竞争激烈，倘公司无法有效竞争，公司的业务、财务状况、经营业绩及前景将受到重大不利影响。
- 公司的市场营销活动未必能有效吸引消费者。
- 公司面临与疫情、传染病及其他疾病爆发（包括近期新型冠状病毒爆发）有关的风险。
- 公司的销售及分销伙伴可能积存过多或陈旧存货，而过量积存存货可能对公司分销商日后的订单量造成影响。
- 与公司的产品或家庭清洁护理行业有关的任何质量问题均可能导致客户及销售流失，而倘有关问题与公司的产品有关，公司可能面临产品责任申索。
- 原材料、能源、运输及其他必要供应品或服务的供应、质量及成本变动可对公司的业务、财务状况及经营业绩造成影响。
- 公司依赖少数主要销售及分销伙伴销售公司的产品。

行业概览

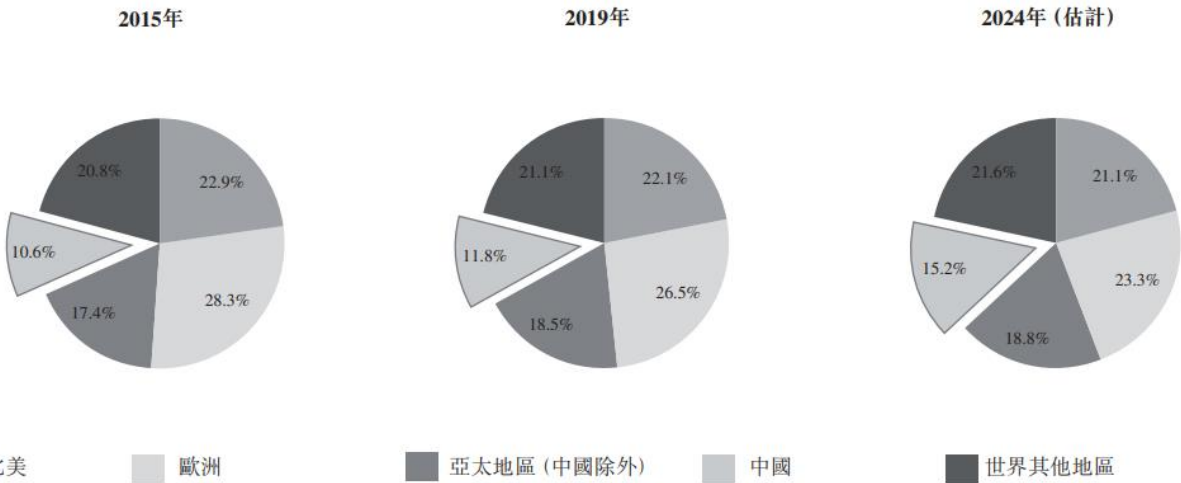
2015年至2024年（估計）家庭清潔護理行業的市場規模（中國）



資料來源：弗若斯特沙利文報告

2015年、2019年及2024年（估計）按地區劃分的家庭清潔護理行業市場規模明細（全球）

複合年增長率	2015年至2019年	2019年至2024年（估計）
北美	1.6%	2.4%
歐洲	0.9%	0.7%
亞太地區（中國除外）	4.1%	3.6%
中國	5.3%	8.7%
世界其他地區	2.9%	3.8%

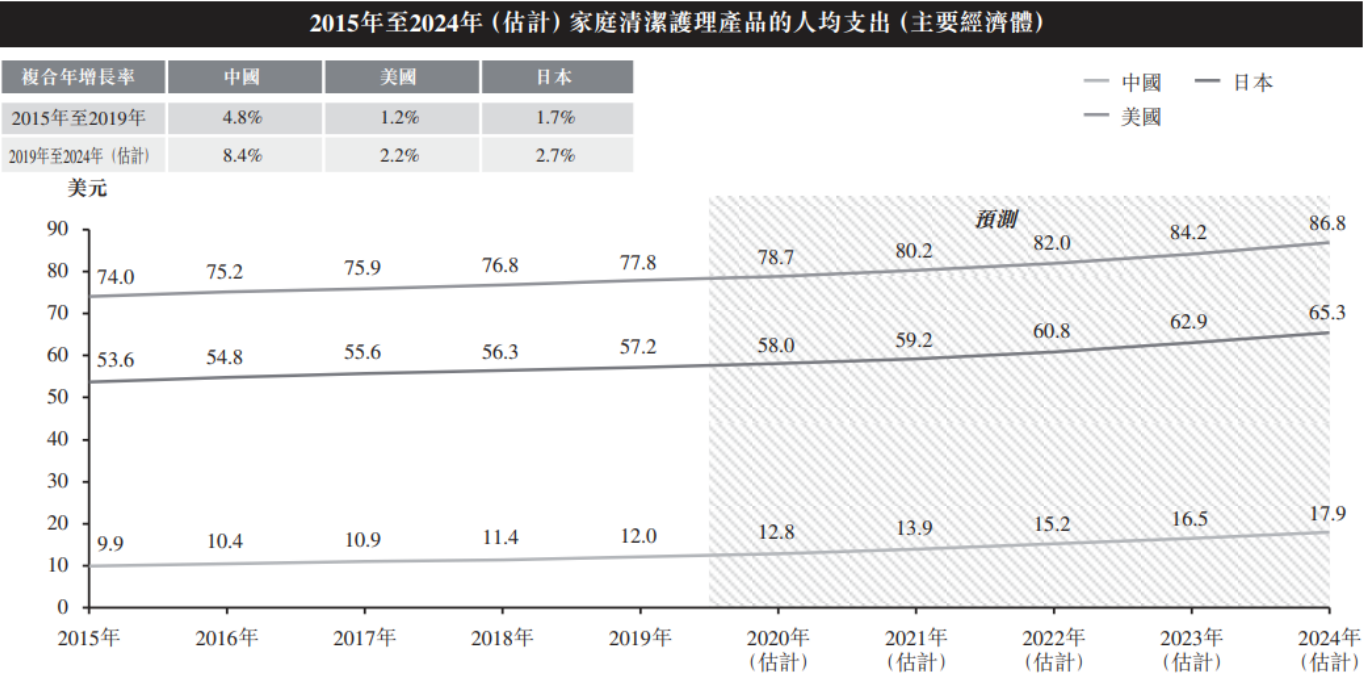


資料來源：弗若斯特沙利文報告

下圖載列於2019年至2024年按地區劃分的全球家庭清潔護理行業零售銷售總價值增量市場規模。

中国家庭清洁护理市场发展迅速，是主要经济体中增长潜力最大的市场：根据弗若斯特沙利文报告，中国家庭清洁护理行业的零售销售总价值由 2015 年的人民币 900 亿元增至 2019 年的人民币 1,108 亿元，复合年增长率为 5.3%，增长速度高于同期全球家庭清洁护理行业 2.5% 的复合年增长率。根据弗若斯特沙利文报告，于 2019 年至 2024 年期间，中国家庭清洁护理行业的零售销售总价值预期继续以 8.7% 的复合年增长率增长，到 2024 年将达人民币 1,677 亿元，上述增量占同期全球家庭清洁护理行业增量的三分之一以上。

中国家庭清洁护理产品人均支出具备巨大增长潜力：根据弗若斯特沙利文报告，中国家庭清洁护理产品的人均支出由 2015 年的 9.9 美元增至 2019 年的 12.0 美元，复合年增长率为 4.8%。尽管中国的家庭清洁护理产品人均支出以往以及预计未来低于其他主要经济体（包括美国及日本），但其增速却高于该等经济体。由于中国消费者对优质家庭清洁护理产品的需求不断上升，预期到 2024 年，中国的家庭清洁护理产品人均支出将达到 17.9 美元。下图载列于 2015 年至 2024 年主要经济体的家庭清洁护理产品人均支出。

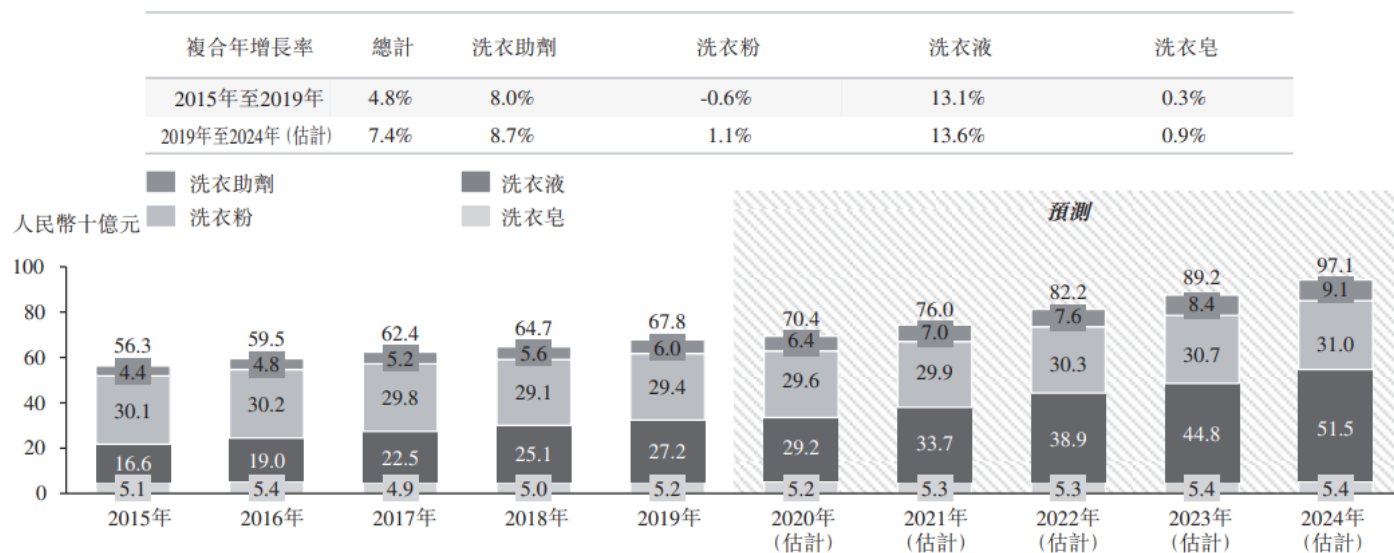


資料來源：弗若斯特沙利文報告

根据弗若斯特沙利文报告，于 2019 年，中国衣物清洁护理产品、个人清洁护理产品及家居清洁护理产品的零售销售价值分别为人民币 678 亿元、人民币 95 亿元及人民币 335 亿元，分别占中国家庭清洁护理产品零售销售总价值的 61.2%、8.6%及 30.2%。

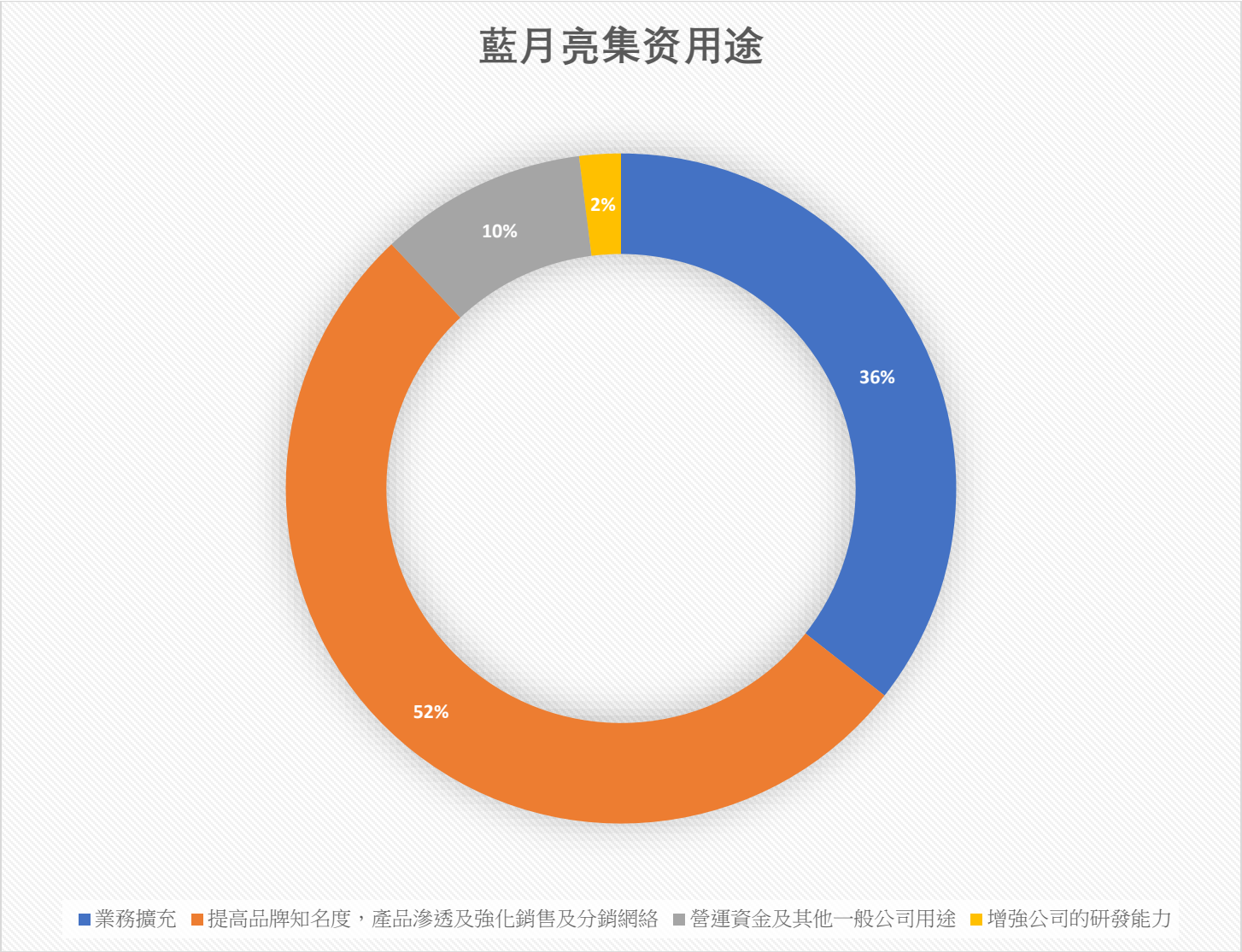
根据弗若斯特沙利文报告，衣物清洁护理产品按产品功能而言涵盖两大类，即洗衣剂产品及洗衣助剂。洗衣剂产品是适用于衣物洗涤的清洁剂，通常有洗衣液、洗衣粉及洗衣皂的形式。洗衣助剂是可促进清洁过程的洗衣产品，包括衣物柔软剂、衣物调节剂及衣物增白剂。中国的衣物清洁护理市场稳定增长：根据弗若斯特沙利文报告，衣物清洁护理市场是中国家庭清洁护理市场的最大细分市场，2019 年的零售销售价值为人民币 678 亿元，占 2019 年家庭清洁护理市场整体市场份额的 61.2%。根据弗若斯特沙利文报告，中国衣物清洁护理市场按零售销售价值计算的市场规模由 2015 年的人民币 563 亿元增至 2019 年的人民币 678 亿元，自 2015 年起复合年增长率为 4.8%，并预期自 2019 年起继续以 7.4%的复合年增长率增长，到 2024 年将达到人民币 971 亿元。下图载列 2015 年至 2024 年按产品划分的衣物清洁护理市场零售销售价值明细。

## 2015年至2024年（估計）按產品劃分的衣物清潔護理市場零售銷售價值（中國）



資料來源：弗若斯特沙利文報告

从洗衣粉向洗衣液转变：根据弗若斯特沙利文报告，由于便利性较强及洗后问题较少，中国消费者已逐渐从依赖洗衣粉转而越来越青睐洗衣液。根据弗若斯特沙利文报告，于2015年至2019年，洗衣液的零售销售价值以13.1%的复合年增长率快速增长，并于2019年达到人民币272亿元，而于该期间内洗衣粉零售销售价值则以复合年均0.6%的比率下降。此外，中国洗衣液市场的未来增长潜力巨大。根据弗若斯特沙利文报告，截至2019年，洗衣液在中国的渗透率（即洗衣液零售销售价值占洗衣剂零售销售总价值的百分比）为44.0%，远低于日本（79.5%）及美国（91.4%）等其他主要经济体，这表明在中国洗衣剂市场中，洗衣液仍有进一步替代洗衣粉的空间。根据弗若斯特沙利文报告，洗衣液的渗透率将持续提高，到2024年将达到58.6%，而预计自2019年起，洗衣液零售销售总价值将以13.6%的复合年增长率增长，到2024年将达到人民币515亿元。下图载列于2015年至2024年洗衣液零售销售价值明细以及于2019年中国、美国及日本的洗衣液渗透率。



集团集资所得 35.6%用于业务扩充、52.4%提高品牌知名度，产品渗透及强化销售及分销网络、10%用于营运资金及其他一般公司用途、2%增强公司的研发能力。



## 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。