

昇觀

Weimob 微盟

微盟集團 (02013.HK)

公司背景



The image shows a screenshot of the Weimob website homepage. The header includes the Weimob logo, stock code 2013.HK, and navigation links for solutions, cases, cloud services, channel cooperation, knowledge base, and investor relations. The main content area features the title '微盟微商城' (Weimob Weimob City) and a sub-headline '全渠道小程序电商解决方案 助力企业构建私域流量进入品牌电商新时代'. A '免费试用' (Free Trial) button is visible. The background is blue with a 3D cube graphic containing icons for shopping, a camera, and a refresh symbol.

圖片來源: 微盟集團官方網站

公司業務

微盟集團是中國領先的企業雲端商業及營銷解決方案提供商 (SaaS)，也是中國領先為中小企業提供在騰訊等社交網絡進行精準營銷的服務提供商。公司在成立之初主打 SaaS 業務，其產品覆蓋社交電商、智慧零售、智慧餐飲、智慧酒店、本地生活等多個垂直行業佈局，致力於為企業提供完整的一站式解決方案。2016 年，微盟順應微信生態廣告業務變現的趨勢，推出精準營銷業務。公司業績在 SaaS 和精準營銷業務雙輪驅動，持續高速增長。

微盟圍繞商業雲、營銷雲、銷售雲打造智慧商業服務生態，透過去中心化嘅智慧商業解決方案賦企業實現數字化轉型得。微盟精準營銷業務以智能算法、營銷自動化等技術及優質媒體源，為廣告主提供一站式精準營銷投放服務。微盟雲平台透過開放微盟核心產品技術能力，吸引第三方開發者，打造雲端生態體系，為商戶提供更多應用選擇同更好嘅服務。

精準營銷

壹站式移動廣告精準投放平台



微信公眾號廣告

微信公眾號廣告是基於微信公眾號生態體系的營銷形式，營銷內容以文章內容的形式出現在微信公眾號文章中，微信公眾號營銷提供微信公眾號關注、移動應用下載、卡券分發及品牌推廣等多種營銷活動。



微信朋友圈廣告

微信朋友圈廣告是基於微信公眾號生態體系為基礎的原生廣告。以四個主要形式（即本地推廣、原生推廣、小視頻廣告、圖文廣告）在微信朋友圈中進行展示。用戶可以通過點贊、評論等方式針對營銷內容與廣告主進行互動，並使得營銷內容可以依托社交網絡進行傳播。這提供了額外營銷維度，並增加品牌推廣。



QQ和QQ空間營銷

根據公開資料，截至2017年12月31日，QQ智能終端每月擁有6.830億個活躍賬戶，最高同時在線賬戶數達2.708億。QQ廣告憑借騰訊的用戶行為數據和跨終端賬戶系統為廣告主提供靈活和精準的營銷受眾選擇，例如通過受眾屬性標籤定向、活動記錄及行為簡介來讓自己的營銷活動展示在目標顧客面前。

根據公開資料，截至2017年12月31日，QQ空間每月擁有5.633億個活躍賬戶。QQ空間信息流廣告出現在顧客QQ好友動態中，是一種原生社交廣告。

圖片來源: 微盟集團官方網站

微盟集團半年業績

2021年8月16日，微盟集團（02013.HK）發布2021年上半年業績報告。財報顯示，2021年上半年微盟營收13.83億元（人民幣，下同），較2020年上半年同期增長44.5%，毛利7.66億元同比增長81.8%。微盟數字商業收入9.59億元，較去年同期呈現翻倍增長，訂閱解決方案和商家解決方案收入雙雙大幅提升，大客化、生態化、國際化三大集團戰略取得突破進展。

數字商業收入翻倍「TSO」全鏈路顯身手

財報顯示，2021年上半年，微盟數字商業收入達9.59億元，同比增幅達107.6%，主要由訂閱解決方案和商家解決方案推動。代表SaaS業務的訂閱解決方案錄得收入5.49億元，較去年同期增長159.2%；SaaS產品付費商戶同比增長15.2%達101867名，每用戶平均收益5395元，較上年提升56.5%。

大客化-TSO全鏈路營銷初現成效



圖片來源: 微盟集團半年業績簡報

另一方面，受益於「TSO」全鏈路營銷服務的深入推進，2021年上半年，微盟商家解決方案服務商家獲取流量的精準投放毛收入56.4億元，較2020年上半年增長38.6%；收入4.1億元人民幣，同比上升63.8%；付費商戶數27484名，每用戶平均收益14909元，同比增長46.6%。據悉，微盟於2020年提出「T（流量）-S（SaaS工具）-O（運營）」全鏈路智慧增長解決方案，2021年上半年，微盟橫向佈局多元化流量渠道、縱向進行區位場景和服務場景延伸，得益於上述舉措，越來越多品牌客戶與微盟集團合作探索全鏈路營銷模式。

數字商業解決方案付費商戶規模的增長與每用戶平均收益的提升體現了微盟集團作為SaaS行業領軍者的不俗實力和不斷提升的客戶變現能力。財報顯示，隨着大客化、生態化、國際化三大戰略的落地，微盟集團加強了研發的投入以及新產品的研發，造成2021年上半年經調整淨利潤虧損1.19億元人民幣，主要投入在研發、運營等領域。微盟表示，這些投入有助於微盟建立和鞏固產品、運營和品牌端的領先優勢，目前公司現金流充足，截至2021年上半年，公司擁有現金及現金等價物49.63億元，財務結構健康。



圖片來源: 微盟集團半年業績簡報

智慧零售收入激增 大客化、國際化取得突破進展

在深化全鏈路佈局的同時，微盟的「大客化、生態化、國際化」三大核心戰略也取得突破性進展。

2021 年上半年，微盟升級大客運營體系，在智慧零售、智慧餐飲等業務的推動之下，微盟集團的大客轉型成效顯著，大客收入佔比不斷提升。其中，智慧零售業務收入 1.83 億元，較 2020 上半年的人民幣 0.46 億元激增 298.3%，在訂閱解決方案的佔比由 2020 年上半年的 15.1% 快速提升至 33.4%，成為驅動 SaaS 訂閱解決方案收入增長的主要引擎。

微盟智慧零售服務的 4699 家商戶中，品牌商戶數達 830 家，品牌商戶的每用戶平均訂單收入 23.2 萬元。通過與頭部零售品牌和服务商的共建共創，微盟積累了豐富的行業經驗，智慧零售產品在大客市場的服務能力與競爭優勢不斷提升。下一步，微盟智慧零售將在鞏固現有時尚零售領域優勢的同時，加速向商業地產、商超便利、家居建材、數碼電器等行業滲透，提升大客佔比。

微盟智慧餐飲板塊也有不俗表現。2021 年上半年，微盟智慧餐飲以「三店一體」為核心、以「企微運營」為抓手，幫助眾多餐飲品牌構建高效、精準的私域增長路徑。財報顯示，2021 年上半年微盟智慧餐飲收入 2800 萬元，同比增長 24.4%，佔訂閱解決方案收入的 5.0%；餐飲商戶的每用戶平均訂單收入 1.5 萬元。

微盟的國際化戰略也取得突破性進展。2021 年 7 月，微盟正式發佈跨境獨立站產品 ShopExpress，為中國出海商家提供全鏈路數字化出海解決方案，目前已經有超 100 家企業加入 ShopExpress 內測。

加速推進生態化，創造長期價值，價值回歸可期

2021 年上半年，微盟集團的生態化戰略同步推進。在流量生態上，微盟集團接入了微信、抖音、快手、QQ、百度、支付寶多平台生態流量，並初步對接海外主流媒體渠道，包括 Google、Facebook、Twitter 等。投資生態方面，今年 2 月，微盟集團成立微智數科產業基金，對 AI、雲計算和大數據等領域進行前沿佈局。上半年，微盟集團還通過華映微盟產業基金成功參與跨境電商 SaaS 服務商「馬幫軟件」的 A+輪融資。開發者生態方面，截至 2021 年上半年，微盟雲平台已經接入超過 550 名第三方開發者，累計提交 1500 多個應用。生態化戰略的持續推進為微盟集團的 TSO 全鏈路營銷佈局和大客化、國際化戰略落地提供強大助力。

微盟表示，在復甦增長和企業數字化轉型的宏觀背景下，將長期堅持大客化、生態化、國際化的核心戰略，並加快推進微盟雲平台建設和 TSO 業務發展。微盟集團將重點圍繞「構建開放生態、提升大客業務佔比、升級全鏈路運營能力、加快國際化佈局、探索更多戰略合作機會」五大方向發力。

隨着中國企業數字化轉型進程加快，微盟的未來發展模式也獲市場和機構持續認可，微盟於今年上半年完成 6 億美元配售及可轉債募資，騰訊、GIC、加拿大養老基金均參與認購。筆者看好公司大客化戰略帶來的高質量業績增長以及 TSO 全鏈路營銷的潛在業績催化。



圖片來源: AAstock 財經網站

股價方面，微盟現時的股價差不多已回到年初水平，目前明顯低於大股東騰訊在 2021 年 5 月的增持價格（約 15 元/股），具一定吸引力。微盟集團(02013.HK)昨日 07/10/2021 開市跟隨大市上升，一度升逾 8%，下午抽上至 11.6 後企穩一路拾級而上，筆者建議趁今日 08/10/2021 回調之勢至 11.5 元或以下買入。微盟個股表現跑贏大市，預計之後股價會進入調整階段，加上在公司回購及資金流入的情況下，伺機買入為之上策。另外，經歷過政府政策的主導下，不論是反壟斷還是主張互聯互通政策，本質上都是幫助商家去更好地自主經營生意，尤其是中小商家，從長遠發展來看，對幫助商家提高私域運營效率的微盟而言，必定對長遠發展更為有利。建議投資者現階段買入，並長線持有，期盼價值回歸可期。

今期昇觀推介: **微盟集團(02013.HK)**

目標價 20 元，買入價 11.5 元以下，止蝕價 10.8 元。（截止 08/10/2021，建議時股價：11.52 元）

投資風險:

- 宏觀經濟增速下滑，行業競爭加劇，行業增長不及預期。
- 政策風險，變現率及毛利率提升不及預期，新業務拓展低於預期。
- 付費商家數增長不及預期，付費商家流失率提升。
- 業務過度多元化、協同不足，運營資金不足，盈利不達預期等。

昇悅證券交易部負責人員: 梁洛乾

(筆者為證監會第 1, 4 類持牌人士；筆者個人並沒有持有上述相關股份。)

昇悅證券有限公司簡介

昇悅證券有限公司為香港證券及期貨事務監察委員會監管之持牌機構(中央編號: BEG494)。致力成為香港金融業界的模範, 為客戶提供證券及債券交易服務。

昇悅集團的理念

- 恪守最高誠信, 以客戶的利益為依歸
- 追求卓越, 重視每個細節
- 不斷與時並進, 保持創新思維
- 專業團隊, 以客為本

免費開戶熱線: (中國)+139 2461 0696
(香港)+852 2110 0181

查詢郵箱: info@priorsecurities.com.hk

昇悅公眾號



昇悅客服微信號



權益披露

「昇悅證券」、「昇悅資管」及其關連人士並沒有持有報告內所推介證券的任何及相關權益。

免責聲明

昇悅證券有限公司(「昇悅證券」, 香港證監會 CE 編號: BEG494)及昇悅資產管理有限公司(「昇悅資管」, 香港證監會 CE 編號: BDR227)為同系公司, (「昇悅證券」、「昇悅資管」)為昇悅集團旗下的子公司, 以上報告內容由昇悅資管提供。本文件所載之資料僅作參考之用, 並未顧及任何獲得本文件人士的特定投資目標、財務狀況或其特定需要。本文件所載之資料並不構成亦不應被視為任何投資意見、或任何認購、交易或出售任何投資產品或服務之要約或招攬。本文件所載之資料是從本公司認為可靠的資料來源獲得。此文件所反映之意見乃屬昇悅證券、昇悅資產管理有限公司(「昇悅證券」、「昇悅資管」)之意見, 且會在不通知的情況下作出更改。本公司並無就本文件所載之資料之準確性、完整性、正確性或適時性作出任何陳述或保證。另本公司毋須亦不會就任何人士使用本文件或其內容承擔任何責任。本文件所引用之過去表現只供參考, 並不是未來表現之徵示。投資涉及風險, 於認購本文件所提及之任何產品前(如有), 閣下應諮詢其財務顧問之意見。若閣下決定不作該等諮詢, 亦應審慎考慮本文件所載任何產品對其是否適合。除非另有書面同意, 本公司並非閣下之顧問或以閣下之受信人身份行事。若干投資產品或買賣服務並非適合每一位投資者, 投資者宜因應本身之投資經驗、投資目標、財政資源及其他相關條件, 小心衡量自己是否適合參與此等買賣。投資涉及風險。證券價格可升可跌, 買賣證券可導致虧損或盈利。「昇悅證券」、「昇悅資管」及其員工、董事隨時可能替資料內容所述之公司提供投資、顧問、融資或其他服務, 或買賣(不論是否以委託人身份)擁有資料中所述及公司的證券; 而「昇悅證券」、「昇悅資管」的員工、董事亦可能為本文件資料內容所述及公司的董事。此文件由「昇悅證券」、「昇悅資管」所提供, 文



SFC CE NO. 證監會中央編號: BEG494



件並未受證券及期貨事務監察委員會審閱。