

LABUBU 全球熱賣 IP 經濟大爆發

現象級 IP「LABUBU」風靡全球，成功點亮泡泡瑪特（9992）的股價和業績表現。泡泡瑪特昨日收報 316 港元創歷史新高，單日大升 12.54%，市值更突破 4,000 億港元大關。受惠 LABUBU 大賣，上半年公司收入大漲逾 2 倍至 138.8 億元（人民幣，下同），純利按年飆升近 4 倍至 45.7 億元。董事會主席兼行政總裁王寧昨在分析師會議上樂觀表示，今年收入「達到 300 億元相當輕鬆」，本周內將發布迷你版 LABUBU。基於海外市場的快速增長，公司會繼續擴大全球業務版圖，料年底海外門市將超過 200 家。該公司還稱，未來將繼續深挖 IP 的價值，目標使 LABUBU 成為長生命周期的世界頂級 IP。

●香港文匯報記者 周曉菁



王寧先生

▶ 泡泡瑪特王寧表示，公司會繼續擴大全球業務版圖，料年底海外門市將超過 200 家。網上直播截圖

▶ LABUBU 本周內將發布迷你版。

泡泡瑪特：全年收入「300 億相當輕鬆」

泡泡瑪特上半年業績亮眼，海外市場貢獻功不可沒，已成為集團強勁增長新引擎。財報顯示，中國仍是泡泡瑪特最大市場，收入飆 1.35 倍至 82.82 億元，惟屬增長最慢地區，收入佔比降至 59.7%。海外收入按年猛增 4.4 倍達 55.9 億元，佔比由去年同期的 22.8%，大幅躍升至 40.3%。其中，美洲市場表現最驚人，收入暴增 11 倍至 22.6 億元；亞太市場亦增 2.5 倍至 28.5 億元；歐洲及其他地區也錄得超 7 倍增長。

美洲門店半年增逾倍

截至今年 6 月底，泡泡瑪特於全球 18 個國家/地區營運 571 家門店，上半年淨增 40 間。其中，美洲市場的門店數量增加最多，淨增 19 間至 41 間。集團亦營運 2,597 台機械人商店，上半年淨增 105 台。單計港澳台地區，合共經營 34 間零售店及 41 台機械人商店，分別按年增加 9 間及 6 台。

下半年拓中東 首站多哈

首席運營官官德透露，目前共有 140 家海外門市，預計年底將超過 200 家門市。下半年計劃進入中東市場，在卡塔爾多哈開設第一家門市。首席財務官楊鏡冰補充，正組建更強大美國團隊，未來一兩年將在美進入快速開店期。王寧更信心滿滿表示，今年北美連同亞太區的總銷售額，將達到去年中國市場的水平。

LABUBU 貢獻 35% 收入

泡泡瑪特旗下擁有多個 IP，THE MONSTERS（LABUBU 所屬家族）上半年實現收入 48.14 億元，以此計算，LABUBU 為公司貢獻約 35% 的收入，市場有聲音認為單一 IP 發展或不健康。王寧回應，今年不管是對外合作還是 LABUBU 新品開發，都相對較克制，沒有過度地消耗這個 IP。而大家抱怨買不到 LABUBU，實際反應 LABUBU 還有很大需求和未來價值。知識產權是業務的「核心」，「更多樣化的 IP 可以證明我們是一家相對更加健康的平台化公司」，強調每個 IP 都各具特色，會給所有 IP 更多資源，希望每個 IP 能夠給不同消費者帶來陪伴和快樂。

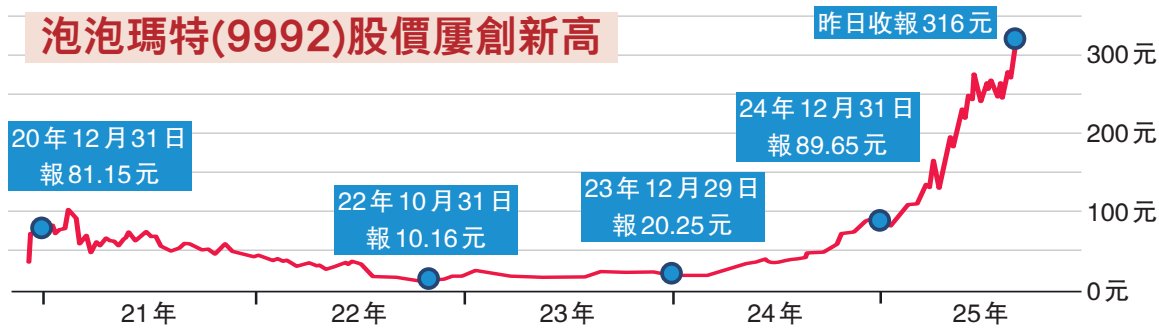
對於 LABUBU 產品極度供不應求，王寧稱，

毛絨產品的需求非常大，目前仍在追產能的階段，這是重點方向。在滿足基本毛絨需求情況後，會逐漸增加材料創新。他還指，除 IP 產品、樂園、飾品等創新業務均具有較大發展潛力。泡泡瑪特城市樂園（POPLAND）正在升級中，相信未來樂園還會不斷進行優化，帶來更好的體驗。管理層展望，今年上半年利潤率約為 33%，下半年利潤率將有所提升，預計今年淨利潤率約為 35%。

盈利超預期 大行齊唱好

泡泡瑪特周二（19 日）放榜，由於業績勝預期獲多間大行唱好。摩通表示，泡泡瑪特上半年盈利超出預期 4%，強勁海外擴張推動毛利率改善，評級「增持」，目標價 340 港元。里昂指出，泡泡瑪特上半年淨利潤及調整後淨利潤超預期，維持「跑贏大市」評級，以反映其在構建具有可持續 IP 孵化及變現能力的 IP 平台的中期潛力，目標價 318 港元。高盛指出，泡泡瑪特上半年盈利超該行預期及盈喜公告營運利潤率擴張優於預期，未來展望為關鍵，評級「中性」，目標價 260 港元。花旗表示，泡泡瑪特上半年業績強勁符合預期，IP 實力全面展現，評級「買入」，目標價 384.5 港元。

股價突破 300 元創新高



香港文匯報訊（記者 周曉菁）業績超乎市場預期，谷起泡泡瑪特（9992）股價再創新高，昨日全日抽升 12.5%，收報 316 元，首次突破 300 元收市，盤中更曾高見 319.4 元，全日成交量達 3,832 萬，成交額 115.12 億元，成為昨日成交最活躍的個股。目前，其總市值已突破 4,000 億元大關，達 4,362.5 億元。年初至今，泡泡瑪特股價已累升約 2.5 倍。

摩通稱中國消費領域首選

大行紛紛看好公司下半年收入及盈利增長，中信里昂將其目標價上調 6%，由 300 元調高至 318 元，維持「跑贏大市」評級。華泰證券維持買入評級，目標價為 348 元，稱堅定看好公司作為潮流 IP 一站式平台的拓品類、拓 IP 成長動能，樂園、飾

品、甜品等創新業務正多點開花，影視動畫等內容布局有望助力公司 IP 全球影響力再上新台階。

摩根大通分析指，基於公司 7 月的產量較 6 月份翻倍，並預計 8 月將有進一步顯著的改善，認為這對公司下半年的增長非常有利。該行強調，泡泡瑪特有機會被納入恒生指數，認為該股依然是中國消費領域的首選。

其他新消費股也頗受青睞，奧特曼概念股魯可（0325）升 1.95% 收報 115.2 元，該股為內地拼搭角色類玩具品牌，將於周五公布中期業績，與年初招股價 60.35 元比，已累升約九成。蜜雪集團（2097）升 5.33% 報 474 元，上市半年來，已較招股價漲逾 1.3 倍。另外，名創優品（9896）昨收報 40.88 元，升 3.546%，較 2022 年 7 月上市價升 1.96 倍。

「娃衣」銷售急增 有店家年賣 200 萬元



●一套「娃衣」動輒賣到幾十元甚至上百元人民幣，有商家大量購入輸往海外銷售。

香港文匯報訊（記者 曾業俊）隨著泡泡瑪特旗下盲盒公仔「Labubu」市場規模不斷擴大，為其設計製作的微型服裝已成為玩家的最新熱點，引爆「娃衣」銷售急增增長。「娃衣」單品動輒賣到幾十元甚至上百元（人民幣，下同），其價格低、更新快、利潤高的優勢特點，吸引一些傳統服裝企業進入此新興領域，令「換裝」成為經濟成新賽道，全球搶下單國產「娃衣」。有「娃衣」賣家僅靠每年開團售賣，年收入便高達 200 萬元。

工廠每日生產多達 3 萬套

據內媒報道，有專賣 Labubu「娃衣」的浙江義烏國際商貿城老闆介紹，公司於今年 3 月底才搬到

義烏，不到 3 個月就擴展 3 間門店，每日推出 10 款至 20 款新品，累計推出千餘個款式，全新自己原創設計，工廠每日生產 2 萬至 3 萬套「娃衣」，但倉庫基本無任何庫存。另有小紅書 Labubu「娃衣」店主表示，自己自去年 10 月起開始售賣自製鉤織「娃衣」，產品定價在 58 元至 78 元，僅半年已每月穩錄 300 張訂單，包括來自海外的大單。亦有「娃衣」買家透露曾購入一款定價達 298 元的「娃衣」，賣家每年至少開團售賣 4 次，單次能賣出 1,500 多件，折算年收入高達 200 萬元。

配飾成本幾毫 能賣 10 元

此外，Labubu 相關配飾和周邊也是大熱商品，例如一個來貨價只需幾毫子的 Labubu 配飾眼鏡能賣 10 元，扣除物流成本後利潤高達 5 倍。每日都有不少從事跨境電商的商人到義烏的玩具店大手掃入 Labubu 配飾，包括手袋、手套、筆袋及手錶等，然後一箱箱發貨海外。據電商平台數據顯示，去年「娃衣」全年銷售額按年增長逾 117.08%，今年 5 月銷售更是暴漲，單月銷售額突破千萬。特別是義烏的「娃衣」生產企業迎來大量海外訂單，南美、北美、日韓等地的訂單量甚至倍增。有義烏國際商貿城經營戶表示，最近幾個月「娃衣」銷量增長較快，主要是東南亞、日韓銷售量增長起碼 3 倍以上，工廠亦增添多 1 倍工人。

京東入主促銷 3 日 佳寶生意飆逾 2 倍



●全場八折福利活動令佳寶超市客流量較平時多逾 1 倍。

香港文匯報訊（記者 莊程敏）京東近日完成對佳寶食品超級市場的收購，並結束為期 3 天（8 月 16 日至 18 日）的全場八折福利活動。最新數據顯示，大促銷期間，佳寶超市全港門店銷售

額環比激增超過 2 倍，客流量環比增長超 1 倍，京東自有品牌多款被搶斷貨。該公司指，這一成績不僅超出市場預期，亦充分展示香港市民對京東與佳寶合作的高度認可與熱情參與。

在活動首日，各門店顯眼處皆是 3 天全場八折的海報，多家門店更迅速排起購物的人龍，大家紛紛把握機會，以更實惠價格選購商品。今次大促銷活動涵蓋新鮮蔬果、海鮮水產、糧油雜貨、肉禽蛋奶等全品類商品，滿足香港市民多樣化的購物需求，特別是京東自有品牌的多款商品。

除銷售額大增，佳寶客流量亦較平時環比超過 1 倍的顯著提升。此外，京東 App 香港站點亦開設佳寶食品京東香港自營旗艦店，令香港市民足不出戶亦能下單購物。

藉京東網絡加快食品供港

該公司指出，京東在此次大促銷中的供應鏈優勢得到充分展現。通過產地直採、冷链直發等高效物流方式，京東確保商品的新鮮度和品質，同時以更短的供應鏈路和更快的時間將優質商品送達消費者手中。以陽光玫瑰葡萄為例，通過京東的供應鏈體系，該商品在短時間內從四川運抵香港，不僅保持極高的新鮮度，更以八折優惠後的親民價格贏得香港消費者的廣泛贊譽。

此外，京東為傳遞對香港社區的深切關懷，為 65 歲及以上長者準備 6 萬月餅禮盒，活動期間在佳寶消費任何金額皆可免費領取一份，悉數發放完畢。

百度次季淨利潤 48 億勝預期

香港文匯報訊（記者 周曉菁）百度（9888）發布第二季財報，因廣告需求繼續受壓，季度總收入同比跌 4% 至 327 億元（人民幣，下同），淨利潤增 33% 至 73.2 億元，經調整歸屬百度的淨利潤按年下降 35% 至 48 億元，勝市場預期。首席執行官李彥宏昨在電話會議中透露，目前正在研發下一代版本大模型，在多項核心能力上都會有重大提升，準備就緒後會立刻發布。

李彥宏指出，智能雲業務持續實現穩健的收入

增長，這一表現有助於緩解在線營銷業務的短期壓力。集團正在深化百度搜索的 AI 轉型，以提升用戶體驗並為長期增長構建更加堅實的基礎。

深化百度搜索之 AI 轉型

期內，百度核心收入為 263 億元，同比減少 2%；在線營銷收入為 162 億元，同比減少 15%；受智能雲業務增長所帶動，非在線營銷收入為 100 億元，同比增長 34%。傳即將來港分拆

上市的愛奇藝收入為 66 億元，按年減少 11%。

首席財務官何海建表示，百度將繼續致力投資於 AI，重點推動整個移動生態的 AI 轉型，保持智能雲的健康增長勢頭，並加速蘿蔔快跑的全球擴張。

在第二季，蘿蔔快跑全球出行服務覆蓋 16 個城市，次數超 220 萬，同比增長 148%，累計出行服務次數超 1,400 萬，位居全球第一。

百度昨收報 87.25 港元，跌 0.74%，美股盤前跌近 3%。

港貿發局訪泰加強東盟合作



●香港貿發局主席馬時亨(右二)出席在曼谷舉行的新加坡暨區域商務論壇。

香港文匯報訊（記者 莊程敏）香港貿發局積極協助港企開拓新市場，貿發局主席馬時亨日前出訪泰國曼谷，與當地政府及商界代表會面，推廣香港的營商優勢。馬時亨表示，泰國是香港很重要的貿易及投資夥伴，很高興是次商貿訪問有機會與泰國商務及龍頭企業，以及其他區內的政商領袖會面，進一步促進港泰、以至香港與東盟的商貿聯繫。

港背靠內地 聯繫人優勢凸出

馬時亨在曼谷參與新加坡工商聯合總會（SBF）舉辦的新加坡暨區域商務論壇，並於討論環節發表演說。他指在充滿不確定性的環境中，中國憑藉強大的工業基礎和龐大的人口規模，成為變局中的穩定力量。而中國香港作為一個自由港，其背靠內地、面向世界的優勢，讓香港作為「超級聯繫人」、「超級增值人」、「高增值供應鏈中心」等角色更為凸出。在邁向多元發展的全球商貿格局，香港正是理想的營商平台。

出訪期間，馬時亨與泰國商務部副部長 Chantawit Tantasith、正大集團資深董事長謝國民會面，就進一步加強港泰兩地經貿合作交換意見。