

华府首创的华裔老人日间健康护理中心

# Sevita RAINBOW Adult Day Health Care Center 彩虹老人日间健康护理中心

地址: 8400 Helgerman Ct, Gaithersburg, MD 20877

**彩虹宗旨**  
真心对待 细心照顾  
耐心辅导 热心员工



- 💡 隶属全美最大的医疗护理机构, 正规化、现代化、人性化的管理模式。
- 💡 拥有华人优良传统, 积累了十四年专业管理经验和细心的工作人员。
- 💡 完善的医护服务: 预约医生, 问诊, 跟踪健康状况及安排交通接送。
- 💡 在营养师的指导下提供营养美味的早餐、午餐及点心。
- 💡 协助申请各项老人福利(包括Medicaid 和 Medicare)。
- 💡 提供有趣的室内外娱乐及购物活动和中美两国传统节日庆祝活动。
- 💡 全新装修, 安全舒适卫生的活动环境。



加入我们吧  
彩虹这头是您  
期待已久的幸福

衷心感谢华府地区的华裔老人的支持!  
在新的一年里我们推出全新打造的彩虹老人日间健康护理中心!

**欢迎您来电咨询: 301-987-8889**

## 名创优品开启港股招股? 港股再上市的名创能够走多远?



在中国新消费市场上, 有一家非常有名的上市公司, 这就是号称中国版MUJI的名创优品, 当年名创优品凭借极致性价比的优势成为中国全球化发展最成功的新零售企业之一, 如今名创优品再次启动了自己的港股上市历程, 很多人都在问名创优品的港股上市该怎么看? 实现港股再上市的名创优品还能走多远?

### 一、名创优品开启港股招股?

据界面的报道, 在美国纳斯达克上市不到两年的名创优品, 选择以双重主要上市模式再次登陆资本市场。

6月30日, 计划在港交所再上市的名创优品启动招股, 拟发行4110万股股份, 其中香港发售占10%, 国际发售占90%, 最高公开发售价每股发售股份22.10港元, 预期将于2022年7月13日上午9时正开始买卖。

名创优品此次全球发售预计募资总额9.08亿港元, 募资净额8.02亿港元, 将用于公司的门店网络扩张和升级、供应链优化和产品开发、增强公司的技术能力和品牌推广及培育等。

双重主要上市公司会同时拥有在两个上市地的同等上市地位, 如在其中一个上市地退市, 并不影响在另一个上市地的上市地位。由于不同市场之间的资产定价逻辑存在差异, 受此影响, 双重主要上市后的两地股价行情亦相对独立。此前, 知乎便于今年4月选择这种方式赴港上市。

创立于2013年的名创优品, 依靠性价比的产品与加盟模式, 用了7年时间于

2020年10月15日在美国纽交所敲钟上市。

财务方面, 名创优品2019-2021财年经调整后净利润分别为人民币8.4亿、9.3亿和4.8亿, 3年累计净利润近23亿元, 同期净利润率分别为9.0%、10.4%和5.3%。截至2021年12月31日, 就进入的国家和地区数量而言, 其在全球自有品牌综合零售行业拥有最广泛的全球门店网络, 已进入全球约100个国家和地区, 在全球有超5,000家门店。

从海外市场来看, 截至2022年3月31日的2022财年第三财季, 名创优品总营收达23.4亿元。其中, 国内营收为18.2亿元, 同比增长1.9%; 海外营业收入为5.2亿元, 同比增加17.4%。

2020年12月, 名创优品推出潮玩新品牌TOP TOY, 与此同时, 名创优品董事长CEO叶国富也宣布了公司推出“X-战略”, 意在实现多元化经营, 将名创优品转变成一个新零售平台, 并孵化更多子品牌。招股书引述弗若斯特沙利文报告称, TOP TOY在2021年的GMV达3.74亿元, 在中国潮流玩具市场中排名第7。

### 二、港股再上市的名创优品能够走多远?

熟悉我们的朋友都知道, 名创优品是我们长期跟踪研究的一家公司, 作为中国新消费市场的代表企业, 名创优品这些年凭借自身极致性价比的优势实现了从0到1的突破, 并且凭借着这种优势实现了从中国走向世界的路径, 如今名创优品又要在港股再次上市, 拿下港股市场之后的名创

优品, 我们到底该怎么看? 名创优品又能走多远呢?

首先, 名创优品为什么要选择港股再次上市? 说起名创优品的港股再次上市, 这个逻辑其实和很多中概股公司是类似的, 这些年伴随着资本市场的发展, 中概股公司在美股其实正在处于一个相对尴尬的境地, 中概股在美股市场往往会遭到不太公正的待遇, 在多种政策波动的影响下, 大部分中概股公司的股价都处于持续下行的状态, 甚至有退市的风险。

在这样的大背景下, 中概股企业往往都选择了“不把鸡蛋放在一个篮子里”的做法, 从2020年开始就有大量的中概股公司开始回归, 在众多非美股资本市场之中, 对于中概股公司最友好, 而且上市条件和美股又最接近的无疑是港股资本市场。所以, 回归港股几乎成为了中概股们一致性的选择, 从之前大家熟悉的阿里巴巴、京东、网易, 再到最近一段时间的贝壳、知乎、蔚来汽车, 都是在这样的情况下逐渐回归港股的。因此, 名创优品的回归无疑也是在这个潮流之下顺势而为的一种选择。

与此同时, 名创优品作为一个新消费企业, 其本身的消费市场优势是相当明显, 在香港这消费盛行的大都市上市无疑更能获得市场的认知, 这比不熟悉名创优品消费模式的美国市场来说, 香港市场无疑是更加适合名创优品这样的企业上市, 这估计也是名创优品选择港股上市的重要原因所在。

其次, 名创优品的基本面能否得到香港市场的认同? 香港市场作为成熟的资本市场, 其本身对于上市公司的判断都不是根据上市公司的名声, 而是上市公司实打实的业绩, 而这次名创优品能否被香港市场所认同呢? 我们不妨从价值投资的角度来看看:

一是名创优品虽受疫情影响但依然保持了不错的增速。根据名创优品的财报数据显示, 从2019年上市以来, 虽然遭到了疫情的冲击, 但是在经历了短暂的影响之后, 名创优品依然保持了不错的市场增速, 自2019财年起, 名创优品最近15个季度持续盈利, 累计净利润近28亿, 平均每个季度赚1.88亿。虽然, 其增速没有上市之前那么快, 但是在基数效用和疫情的双重影响之下, 能保持如此增速在新消费企业之中已经殊为不易。

二是名创优品的整体利润水平能让资本市场满意。我们纵观名创优品这几年的财报数据能够发现, 名创优品2019-2021财年经调整后净利润分别为人民币8.4亿、9.3亿和4.8亿, 3年累计净利润近23亿元,

同期净利润率分别为9.0%、10.4%和5.3%。整体利润水平依然保持了不错的水平, 相比于众多港股上市的公司来说, 名创优品的利润水平也还可以。

三是名创优品的抗风险能力值得关注。除了连续盈利和足够的利润水平之外, 名创优品的整体抗风险能力还是相当不错的, 根据招股书的数据显示, 2019-2021财年经营活动产生的现金流分别为人民币10.4亿、8.3亿和9.2亿, 2022财年前3季度为10.5亿。从招股书披露的资产负债比率来看, 2021年末只有0.2%, 而账面现金高达53亿, 足够的现金帮助名创优品有着对抗市场风险的能力。

因此, 从各项财务指标来看, 名创优品凭借自身的财务水平和业务发展状况应该可以获得港股市场一定程度的认可。

第三, 名创优品究竟能够走多远? 前面的财务数据代表的是名创优品的历史发展情况和市场发展水平, 名创优品的未来无疑更加值得关注, 我们认为名创优品的未来可能性集中在以下几个方面:

一是性价比逻辑往往放之四海而皆准。之前, 在我们分析传音、SHEIN等一系列出海企业业务发展的时候就曾经反复提到, 性价比逻辑既是中国企业自身的发展优势, 也是往往能够凭借“真香定律”在世界市场有所作为的一种商业玩法, 对于当前的名创优品来说, 虽然受到疫情的影响其线下门店的开店速度有了一定的放缓, 但是其性价比的优势依然存在, 在中国广阔的下沉市场和亚非拉的大批第三世界国家, 对于物美价廉的优质商品无疑是难以抗拒的, 只要能够把这个优势发挥好, 名创优品的产品优势会始终存在。

二是天下武功唯快不破的速度优势。我们在前几年研究名创优品的时候专门说过名创优品的SKU优势, 可以凭借短期大量的市场创新和设计创新不断推陈出新以高性价比的玩法来征服用户, 当前这种速度依然是名创优品的主要市场抓手, 全世界的Y世代、Z世代消费者往往都在追求个性化和设计化, 只有能够不断掌握流行前沿趋势的产品才能被他们所认同。

三是潮玩市场的全球拓展逻辑。今年年初我们曾经反复讨论过中国潮玩出海的优势, 中国潮玩凭借着自己的设计和玩法已经成为了重要的中国IP出海的参与方, 名创优品旗下的TOP TOY潮玩这些年的发展都相当不错, 只要名创优品能够把这些潮玩在国际市场上推广开来, 无疑还能帮助名创优品进一步地征服消费者的需求。

因此, 名创优品机会很多, 这次上市之后拿到足够的资金, 名创优品如何把这笔钱花好就成了最关键的事情!