

港美股IPO戰略配售基金

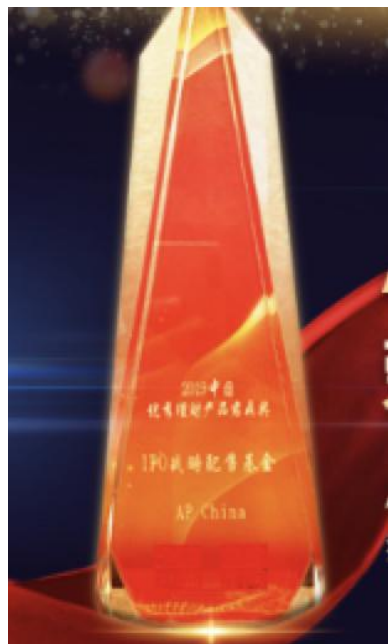


NAYUKI

— 項目介紹 —



- AP China Unicorn Fund是一家涉及趨勢性行業優質企業股權、IPO戰略配售、大宗交易、固定收益、定向增發和母基金投資的基金管理公司。AP China通過篩選聚焦在移動互聯網/高科技、醫療健康，新服務、新零售、新媒體形式及消費升級行業的頭部公司，審慎甄選靈活運用各種投資策略創造穩定高額收益的優質稀缺基金，綜合利用市場結構、投資者行為、資產風險收益特徵等研究成果優化基金組合，力爭創造優秀穩定的投資回報。
- 管理團隊擁有豐富的股權項目投資及投行經驗、敏銳的風險機會識別能力，及優秀的資產配置能力，為投資者尋求超群的長期投資回報。業務覆蓋大中華區、美國等多地區，2019年迄今主要參與了39個IPO錨定投資項目，實現正收益比達**97%**。



2019中國優秀理財產品
君鼎獎



2019中國最受創業者歡迎
私募股權投資機構



2019胡潤新金融百強榜
優秀投資機構

AP China產品矩陣



特別聲明：本產品僅在中國大陸以外的地區向專業投資者展示



專注

AP China專注於港美股新股市場，善於把握新經濟發展機會，經歷兩年發展，成為港美股新股市場的執牛耳者，2019年至今，投資項目歷史正收益率達**97%**。



專業

AP China擁有強大的投研團隊，擁有多位資深分析師，管理團隊擁有豐富的股權項目投資及投行經驗、敏銳的風險機會識別能力。



啟明醫療

上市日期 19.12.10
退出收益 **19.85%**



保利物業

上市日期 19.12.19
退出收益 **22.85%**

九毛九

九毛九

上市日期 20.01.15
退出收益 **46.06%**



思摩爾國際

上市日期 20.07.10
退出收益 **111.93%**



農夫山泉

上市日期 20.09.08
退出收益 **61.86%**



快手科技

上市日期 21.02.05
退出收益 **165.48%**

AP China——高獲配

AP China獲配情況Vs. 傳統機構獲配情況

項目名稱	AP China Unicorn Fund 獲配比例	傳統機構獲配比例
中煙國際	100%	5%-10%
網易-S	100%	5%-10%
京東集團-SW	100%	10%-15%
華潤萬象生活	100%	10%-15%



提前啟動：用諮詢優勢，公司可以提前參與到項目的發售過程中。提前表達意向，更高獲配概率。



強大現金流：AP China基金本身資本雄厚，整合客戶資源之後加上基金的資本一起參與配售，申購金額足夠大，獲配率也會相應地提升。



投行資源：AP China與Morgan Stanley、工銀國際、招銀國際、UBS、JP Morgan等頂級投行券商合作，獲取一手項目資源。

Morgan Stanley
摩根士丹利

Bank of America
Merrill Lynch

J.P.Morgan

Goldman Sachs
高盛

招銀國際
CMB INTERNATIONAL

中信建投國際
CHINA SECURITIES INTERNATIONAL

CICC
中金公司

農銀國際
ABC INTERNATIONAL

特別聲明：本產品僅在中國大陸以外的地區向專業投資者展示

2019年迄今IPO項目正收益比率**97%** 



38個項目實現盈利

主要參與了**39**個IPO錨定投資項目 



單項目最高收益率**165%+**



基金要素	
項目名稱	港美股IPO戰略配售基金
投資目標	奈雪的茶（Nayuki Holdings Limited）
認購起點	200萬港幣，10萬港幣疊加
募集截止日期	聆訊後第3個工作日（T+3）
基金費用	投行通道費：4%（價內收取）； 認購費：面議
超額收益分配	基金管理人收取基金收益部分20%作為業績報酬
估值	最終估值根據目標公司上市發行價來確定
上市地點	香港證券交易所

注：以上費用不包含新股征費1.0077%及交易手續費0.33%（包括但不僅限於經紀佣金，證監會交易所征費，印花稅等）。

注：現在開始接受10%定金認購，聆訊通過後三個工作日內全款到賬。



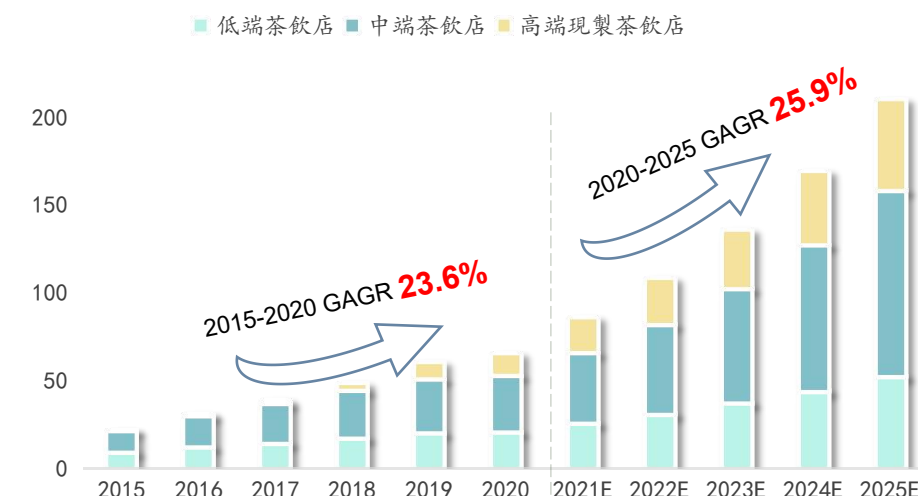
奈雪的茶是中國的領先高端現製茶飲店品牌，首創在中國使用新鮮水果製備現製茶飲並首先在中國創新提出現製茶飲搭配烘焙產品的概念。根據灼識諮詢的資料，截至2020年9月30日，按覆蓋的城市數目計，奈雪的茶擁有**覆蓋中國最廣泛的高端現製茶飲店網絡**。截至2020年9月30日止九個月，奈雪的茶每單平均銷售價值達到人民幣43.3元，於中國高端現製茶飲連鎖店中排名第一。

投資亮點一：現製茶飲迅速擴容，高端品牌增速最快

- 茶飲行業緊隨消費者需求變化，經歷三大階段：粉末時代：滿足消費者簡單的飲茶消費需求；街頭時代：進一步滿足了便利性需求；新式茶飲時代：除滿足消費者多樣化、個性化、健康的飲茶消費需求外，還滿足消費者社交和情感需求。2020年中國茶市場規模約4,107億元，其中現製茶飲約1,136億元，2015年至2020年複合增速達21.9%，呈現快速發展勢頭。
- 現製茶飲中高端品牌擴容速度最快。相較准入門檻較低的中低端茶飲，高端現製茶對供應鏈要求高，行業集中度較高。年輕人和女性是新式茶飲的消費主力人群，具有消費黏性強頻次高、對高單價茶飲的接受度較好的特點。隨居民收入水準提升、健康及品牌意識興起，消費升級下仍有多樣化、個性化的消費需求和消費場景尚待挖掘，具備消費、社交、情感需求的現製茶飲行業驅動因素仍可持續，行業景氣度較高。

	第一代 低端茶飲店	第二代 中端茶飲店	第三代 高端現製茶飲點
配料	<ul style="list-style-type: none"> • 合成添加劑及人工色素 • 奶精及奶茶粉 	<ul style="list-style-type: none"> • 罐頭水果、果醬及調味糖漿 • 碎茶及奶精 	<ul style="list-style-type: none"> • 優質新鮮原料，包括上乘茶葉、鮮奶及時令水果
代表產品	<ul style="list-style-type: none"> • 波霸奶茶 	<ul style="list-style-type: none"> • 風味奶茶，如芒果綠茶及蜂蜜柚子茶 	<ul style="list-style-type: none"> • 鮮果茶，如芝士草莓茶及柳丁茶 • 冷泡茶
2020年現製茶飲產品的平均售價	<ul style="list-style-type: none"> • ≤10元 	<ul style="list-style-type: none"> • ≥10元，≤20元 	<ul style="list-style-type: none"> • ≥20元
主要店型	<ul style="list-style-type: none"> • 供外賣的街店 	<ul style="list-style-type: none"> • 供外賣的街店 • 購物商城的外賣店 	<ul style="list-style-type: none"> • 設有社交空間的高端茶飲店 • 其他創新店型

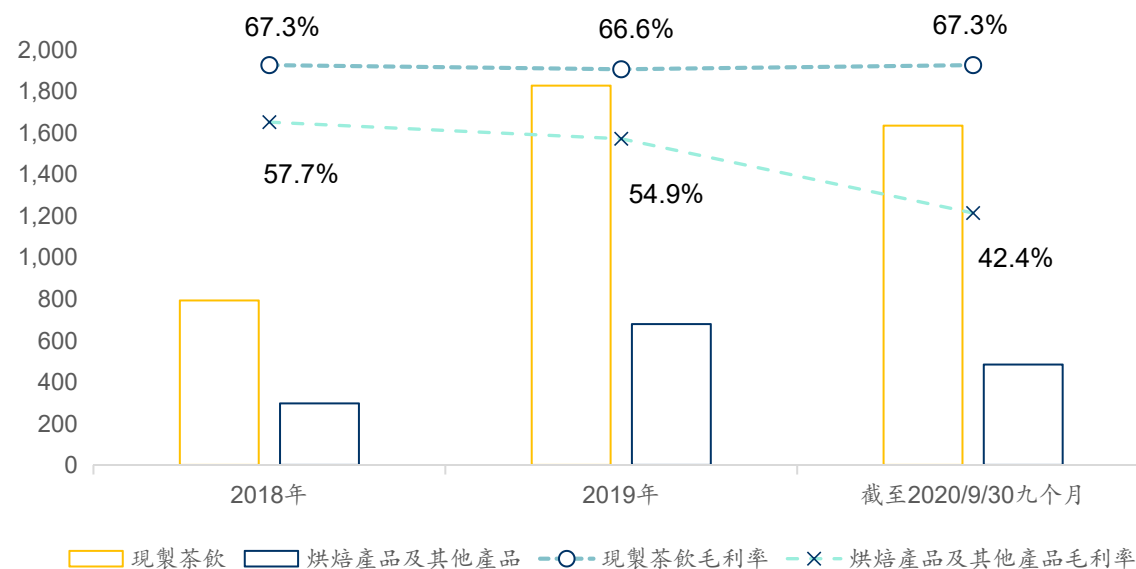
2015年至2025年（估計）中國現製茶飲店現製茶飲產品產生的零售消費價值（人民幣十億元）



投資亮點二：茶飲+軟歐包構築奈雪獨特品牌力，特色門店聚焦社交空間

- 公司主品牌奈雪的茶是國內第一家主打“茶飲+軟歐包”的新式茶飲品牌，茶飲+歐包的銷售額貢獻比約為7:3。茶飲：擁有強複購的經典單品+高上新頻次新品組合，同時為消費者提供個性化定制選擇；歐包（烘焙）：茶飲最佳伴侶，組合銷售有助提升整體客單價，奈雪是現製茶飲店中烘焙銷售額最高的品牌，未來中央廚房供貨模式有望進一步提升門店運營效率。
- 目前奈雪的茶包括5種門店類型，主力店型每家連鎖店只保留“40%的相似性”，其他不同的風格設計讓不同城市的顧客感受到新鮮感。除了傳統標準茶飲店外，還包括奈雪夢工廠、奈雪的禮物店（茶飲+文創周邊禮物結合）及奈雪酒屋BlaBlaBar（茶飲與酒吧結合）、奈雪PRO茶飲店等多元化類型，下午茶、酒吧、商務休閒功能各有側重，強調服務和休閒空間，打造都市全天會客廳，並積極帶動零售。

營收增長明顯，現製茶飲毛利率穩中有升（百萬人民幣）



奈雪CUP美術館活動、茶禮盒產品及深圳奈雪夢工廠圖片展示



特別聲明：本產品僅在中國大陸以外的地區向專業投資者展示

投資亮點三：現階段成熟店模型較強，模型優化將助力門店擴張加速

- 隨著門店網路的擴展、公司品牌影響力的持續提升，單店模型具備進一步優化的可能。截至2021年2月11日，奈雪的茶擁有約519家門店，94.2%的門店位於二線及以上城市，短期開店預計仍以二線及以上城市為主。2020年11月奈雪的茶推出了PRO店型，小店型利於覆蓋更廣客群。公司未來展店將以PRO店型為主，計劃2021年、2022年主要在一線城市及新一線城市分別開設約300間、350間奈雪的茶茶飲店，其中約70%將規劃為奈雪PRO茶飲店。奈雪的茶過往大店模型為主，19年成熟門店利潤率25%，單店投資回收期10-15月；20年新推Pro門店（加產品減面積降投入）提升經營效率。

PRO 對比標準店：品類場景增加，投入優化

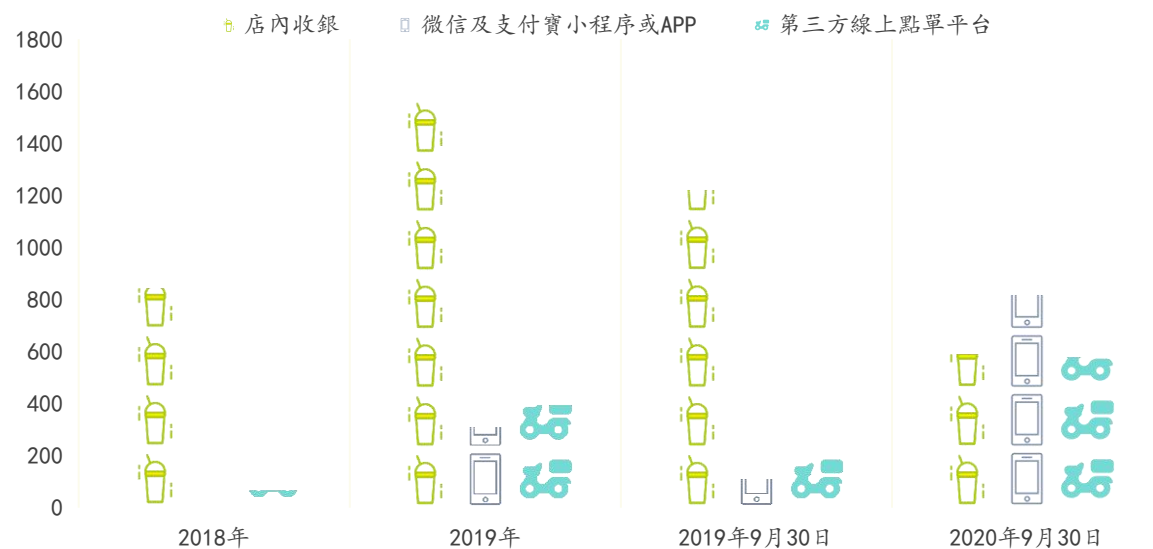
分類	標準門店	Pro門店
品類	茶飲+烘培（現製品）	茶飲+烘培（預製品為主）+咖啡
經營面積	180-300 m²	80-200 m²
人工	估算 15-20 人+不等	預計可以降至標準店人工的 50%
選址	購物中心為主	購物中心、辦公樓、社區等
消費場景	茶飲休閒，下午茶為主	下午茶休閒+商務洽談等
單店投入	185 萬	125 萬
空間設計	未預留到店自提和外賣專區	有獨立專區供到店自提及外賣訂單服務，降低排隊等候時間，提升效率



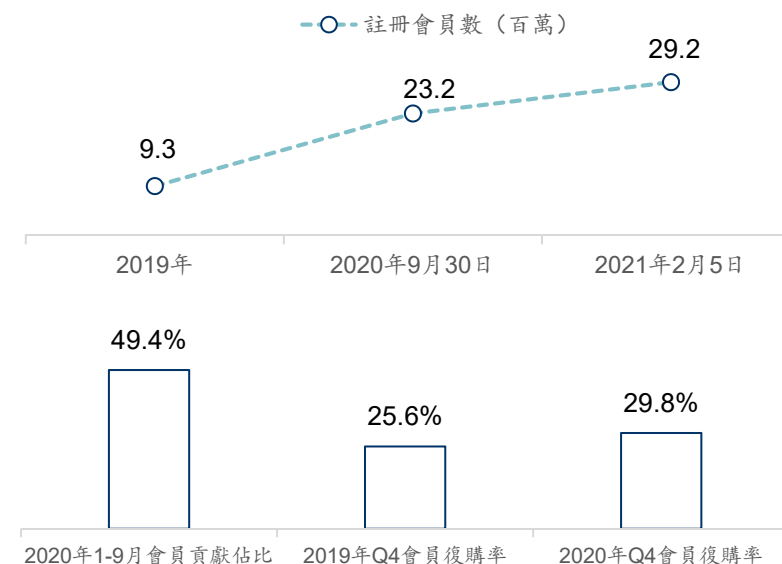
投資亮點四：數字化延伸銷售場景，供應鏈打造自身硬實力

- 線上線下數字化模式打通已經成為茶飲、咖啡行業的趨勢，可以節省消費者等待的時間，又便於品牌獲取並積累用戶數據。奈雪的茶順應數字化趨勢，通過推出小程序應用、精耕會員體系來給消費者提供更好服務，提升用戶粘性。2019年底奈雪的茶推出會員體系，截至2020年12月，會員數量已突破3000萬人，月均增長達200萬人。會員體系既提高了品牌的用戶粘性及產品複購率，同時通過積累會員消費數據，獲取消費者的消費特點及需求等，幫助品牌更好地進行產品定位、戰略規劃。
- 供應鏈方面，對於高端現製茶飲店而言，打造強勢的供應鏈體系能夠建立品牌護城河。奈雪通過多維度打造出強供應鏈系統、穩定的上游供應商資源；內部物流團隊/第三方合作模式共同組建的冷鏈物流系統，並增加前置中央廚房數量。

奈雪的茶收入按支付方式區分（單位：百萬元）



註冊會員數量增長快，復購率相對較高



1 現製茶飲迅速擴容，高端品牌增速最快

2 茶飲+軟歐包構築奈雪獨特品牌力，特色門店聚焦社交空間

3 現階段成熟店模型較強，模型優化將助力門店擴張加速

4 數字化延伸銷售場景，供應鏈打造自身硬實力

提請投資者注意，考慮到本基金投資之目標性質，本基金仍可能面臨一定市場風險。當投資認購或申購本基金時，可能獲得投資收益，但同時也面臨著投資風險，包括但不限於新股首日跌破發行價風險、股票二級市場流動性風險、市場波動風險、經濟週期風險、目標公司信用風險、目標公司經營風險、收益分配風險、政策風險等。為了維護投資者的利益，特別提示投資者在作出投資決策、簽署APPLICATION FORM（“申購表”）等相關協議前，請仔細閱讀本風險告知條款和基金合同以及其他相關檔，充分認識本基金的風險收益特徵和產品特性，認真考慮基金存在的各項風險因素。依據相關法律、法規的規定，並結合投資者提供的相關資訊，投資者被認定為合格專業投資者，其風險識別能力與承受能力與本基金相匹配。投資者確認，向基金管理人提供的有關投資目的、投資偏好、投資限制和風險承受能力等基本情況真實、完整、準確、合法，不存在任何重大遺漏或誤導。同時，投資者已充分知曉並確認自身的風險識別能力和承受能力，願意遵守法律、法規及有關規定，獨立決策、自願認購本基金份額，並自願承擔由上述投資風險引致的相關後果。

感謝觀看，歡迎合作聯繫