中荣印刷集团股份有限公司
首次公开发行股票并在创业板上市发行公告

保荐机构（主承销商）：华林证券股份有限公司

特别提示

根据中国证券监督委员会（以下简称"中国证监会"）发布的《上市公司行业分类指引》（2012年修订），中荣印刷集团股份有限公司所属行业为"造纸和纸制品业（C22）"。截至2022年9月28日（T-4日），中证指数有限公司发布的"造纸和纸制品业（C22）"最近一个月平均静态市盈率为15.46倍。本次发行价格26.28元/股对应的发行人2021年扣除非经常性损益前后孰低的归属于母公司股东的净利润摊薄后市盈率为25.16倍，低于同行业可比上市公司2021年扣除非经常性损益前后孰低的归属于母公司股东净利润的平均静态市盈率28.67倍，高于中证指数有限公司2022年9月28日（T-4日）发布的行业最近一个月静态平均市盈率，超出幅度为62.74%。存在未来发行人股价下跌给投资者带来损失的风险。发行人和保荐机构（主承销商）提请投资者应当充分关注定价市场化蕴含的风险因素，知晓股票上市后可能跌破发行价，切实提高风险意识，强化价值投资理念，避免盲目炒作，审慎研判发行定价的合理性，理性做出投资决策。

中荣印刷集团股份有限公司（以下简称"中荣股份"或"发行人"）根据中国证监会颁布的《证券发行与承销管理办法》（证监会令〔第144号〕）（以下简称"《管理办法》"）、《创业板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》（证监会令〔第167号〕）（以下简称"《注册办法》"）、《创业板首次公开发行证券发行与承销特别规定》（证监会公告〔2021〕21号）（以下简称"《特别规定》"），深圳证券交易所（以下简称"深交所"）颁布的《深圳证券交易所创业板首次公开发行证券发行与承销业务实施细则（2021年修订）》（深证上〔2021〕919号）（以下简称"《实施细则》"）、《深圳市场首次公开发行股票网上发行实施细则》（深证上〔2018〕279号）（以下简称"《网上发行实施细则》"）及《深圳市场首次公开发行股票网下发行实施细则（2020年修订）》（深证上〔2020〕483号）（以下简称"《网下发行实施细则》"），中国证券业协会颁布的《注册制下首次公开发行股票网下投资者管理规则》（中证协发〔2021〕212号）（以下简称"《注册制网下投资者管理规则》"）、《注册制下首次公开发行股票承销规范》（中证协发〔2021〕213号）、《首次公开发行股票配售细则》（中证协发〔2018〕142号）等相关法律法规、监管规定及自律规则等文件，以及深交所有关股票发行上市规则和最新操作指引等有关规定组织实施首次公开发行。

华林证券股份有限公司（以下简称"华林证券"或"保荐机构（主承销商）"）担任本次发行的保荐机构（主承销商）。

本次发行最终采用网下向符合条件的投资者询价配售（以下简称"网下发行"）和网上向持有深圳市场非限售A股股份或非限售存托凭证市值的社会公众投资者定价发行（以下简称"网上发行"）相结合的方式进行。

本次网下发行通过深交所网下发行电子平台（以下简称"网下发行电子平台"）及中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司（以下简称"中国结算深圳分公司"）登记结算平台进行进行，请网下投资者认真阅读本公告及《网下发行实施细则》等相关规定。本次网上发行通过深交所交易系统，请网上投资者认真阅读本公告及深交所发布的《网上发行实施细则》。

敬请投资者重点关注本次发行流程、网上网下申购及缴款、弃购股份处理等方面，具体内容如下：

1、初步询价结束后，发行人和保荐机构（主承销商）根据《中荣印刷集团股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市初步询价及推介公告》（以下简称"《初步询价及推介公告》"）规定的剔除规则，在剔除不符合要求投资者报价的初步询价结果后，将拟申购价格高于31.16元/股（不含31.16元/股）的配售对象全部剔除；拟申购价格为31.16元/股，申购数量小于1,140万股（含1,140万股），且申购时间同为2022年9月28日（T-4日）14:38:42:471的配售对象中，按照深交所网下发行电子平台自动生成的配售对象顺序从后往前排列予以剔除。

以上过程共剔除104个配售对象，剔除的拟申购总量为106,990万股，占本次初步询价剔除无效报价后拟申购数量总和10,593,680万股的1.0099%。剔除部分不得参与网下及网上申购。具体剔除情况请见附表"网下投资者询价申报情况"中被标注为"高价剔除"的部分。

2、发行人和保荐机构（主承销商）根据初步询价结果，综合考虑发行人所处行业、市场情况、同行业上市公司估值水平、募集资金需求及承销风险等因素，协商确定本次发行价格为26.28元/股，网下发行不再进行累计投标询价。

投资者请按此价格在2022年10月11日（T日）进行网上和网下申购，申购时无需缴付申购资金。本次网下发行申购日与网上发行申购日同为2022年10月11日（T日），其中，网下申购时间为9:30-15:00，网上申购时间为9:15-11:30，13:00-15:00。

3、本次发行的发行价格不超过剔除最高报价后网下投资者报价的中位数和加权平均数以及剔除最高报价后通过公开募集方式设立的证券投资基金（以下简称"公募基金"）、全国社会保障基金（以下简称"社保基金"）、基本养老保险基金（以下简称"养老金"）、根据《企业年金基金管理办法》设立的企业年金基金（以下简称"企业年金基金"）和符合《保险资金运用管理办法》等规定的保险资金（以下简称"保险资金"）报价中位数、加权平均数孰低值。根据《实施细则》第三十九条第（四）项，保荐机构相关子公司无需参与本次战略配售。

本次发行不安排向发行人的高级管理人员与核心员工资产管理计划及其他外部投资者的战略配售。最终，本次发行不向战略投资者定向配售。初始战略配售与最终战略配售的差额241.50万股将回拨至网下发行。

4、本次发行最终采用网下向符合条件的投资者询价配售（以下简称"网下发行"）和网上向持有深圳市场非限售A股股份和非限售存托凭证市值的社会公众投资者定价发行（以下简称"网上发行"）相结合的方式进行。

本次网下发行通过深交所网下发行电子平台（https://eipo.szse.cn）及中国结算深圳分公司登记结算平台进行；网上发行通过深交所交易系统实施。

5、限售期安排：本次发行的股票中，网上发行的股票无流通限制及限售期安排，自本次公开发行的股票在深交所上市之日起即可流通。

网下发行部分采用比例限售方式，网下投资者应当承诺其获配股票数量的10%（向上取整计算）限售期限为自发行人首次公开发行并上市之日起6个月。即每个配售对象获配的股票中，90%的股份无限售期，自本次发行股票在深交所上市交易之日起即可流通；10%的股份限售期为6个月，限售期自本次发行股票在深交所上市交易之日起开始计算。

网下投资者参与初步询价报价及网下申购时，无需为其管理的配售对象填写限售期安排，一旦报价即视为接受本公告所披露的网下限售期安排。

6、网上投资者应当自主表达申购意向，不得全权委托证券公司进行新股申购。

7、发行人和保荐机构（主承销商）在网上网下申购结束后，将根据网上申购情况于2022年10月11日（T日）决定是否启动回拨机制，对网下、网上发行的规模进行调节。回拨机制的启动将根据网上投资者初步有效申购倍数确定。

8、网下投资者应根据《中荣印刷集团股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市网下初步配售结果公告》（以下简称"《网下初步配售结果公告》"），于2022年10月13日（T+2日）16:00前，按最终确定的发行价格与获配数量，及时足额缴纳新股认购资金。

认购资金应该在规定时间内足额到账，未在规定时间内或未按要求足额缴纳认购资金的，该配售对象获配新股全部无效。多只新股同日发行时出现前述情形的，该配售对象全部无效。不同配售对象共用银行账户的，若认购资金不足，共用银行账户的配售对象获配新股全部无效。网下投资者如同日获配多只新股，请按每只新股分别缴款。

网上投资者申购新股中签后，应根据《中荣印刷集团股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市网上摇号中签结果公告》（以下简称"《网上摇号中签结果公告》"）履行缴款义务，确保其资金账户在2022年10月13日（T+2日）日终有足额的新股认购资金，不足部分视为放弃认购，由此产生的后果及相关法律责任由投资者自行承担。投资者款项划付需遵守投资者所在证券公司的相关规定。

网下投资者如同一配售对象同日获配多只新股，务必对每只新股分别足额缴款，并按照规范填写备注。如配售对象单只新股资金不足，将导致该配售对象当日全部获配新股无效，由此产生的后果由投资者自行承担。

网下和网上投资者放弃认购部分的股份由保荐机构（主承销商）包销。

9、当出现网下和网上投资者缴款认购的股份数量合计不足本次公开发行数量的70%时，发行人和保荐机构（主承销商）将中止本次新股发行，并就中止发行的原因和后续安排进行信息披露。

10、提供有效报价网下投资者未参与网下申购或者未足额申购或者获得初步配售的网下投资者未按照最终确定的发行价格与获配数量及时足额缴纳认购资金的，将被视为违约并应承担违约责任，保荐机构（主承销商）将违约情况报中国证券业协会备案。配售对象在深交所、上海证券交易所（以下简称"上交所"）、北京证券交易所（以下简称"北交所"）股票市场各板块的违规次数合并计算。被列入限制名单期间，相关配售对象不得参与深交所、上交所、北交所股票市场各板块相关项目的网下询价及申购。

网上投资者连续12个月内累计出现3次中签后未足额缴款的情形时，自结算参与人最近一次申报其放弃认购的次日起6个月（按180个自然日计算，含次日）内不得参与新股、存托凭证、可转换公司债券、可交换公司债券的申购。

11、发行人与保荐机构（主承销商）郑重提示广大投资者注意投资风险，理性投资，认真阅读2022年10月10日（T-1日）刊登在《中国证券报》、《上海证券报》、《证券时报》、《证券日报》，经济参考网和中国金融新闻网上的《中荣印刷集团股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市投资风险特别公告》（以下简称"《投资风险特别公告》"），充分了解市场风险，审慎参与本次新股发行。

估值及投资风险提示

新股投资具有较大的市场风险，投资者需要充分了解新股投资及创业板市场的风险，仔细研读发行人招股意向书中披露的风险，并充分考虑如下风险因素，审慎参与本次新股发行。

1、本次发行价格为26.28元/股，请投资者根据以下情况判断本次发行定价的合理性。

（1）按照中国证监会制定的《上市公司行业分类指引》（2012年修订），发行人所处行业为"制造业（C）"中的"造纸和纸制品业"（分类代码为"C22"）。中证指数有限公司已经发布的行业最近一个月静态平均市盈率为15.46倍（截至2022年9月28日，T-4日），请投资者决策时参考。

截至2022年9月28日（T-4日），主营业务与发行人相近的上市公司的市盈率水平情况如下：

股票代码	证券简称	2021年扣非前EPS（元/股）	2021年扣非后EPS（元/股）	T-4日股票收盘价（元/股）	对应的静态市盈率-扣非前（2021年）	对应的静态市盈率-扣非后（2021年）
603499	翔港科技	-0.0916	-0.1086	6.90	-75.34	-63.53
002799	环球印务	0.4221	0.3536	15.00	35.54	42.42
002803	吉宏股份	0.6006	0.5316	13.57	22.59	25.53
002831	裕同科技	1.0932	0.9759	29.98	27.42	30.72
002191	劲嘉股份	0.6933	0.5589	8.94	12.90	16.00
平均值					24.61	28.67

数据来源：Wind资讯，数据截至2022年9月28日（T-4日）。

注1：市盈率计算如存在尾数差异，为四舍五入造成；

注2：2021年扣非前/后EPS=2021年扣除非经常性损益前/后归母净利润/T-4日总股本；

注3：计算市盈率平均值时剔除了负值影响。

本次发行价格26.28元/股对应的发行人2021年扣除非经常性损益前后孰低的归属于母公司股东的净利润摊薄后市盈率为25.16倍，低于同行业可比上市公司2021年扣除非经常性损益前后孰低的归属于母公司股东净利润的平均静态市盈28.67倍，高于中证指数有限公司2022年9月28日（T-4日）发布的行业最近一个月静态平均市盈率，超出幅度为62.74%。存在未来发行人股价下跌给投资者带来损失的风险。

本次发行的定价合理性说明如下：

1）优质的大客户优势

公司凭借稳定的产品质量、突出的创意设计能力、领先的制造水平、持续的技术创新以及快速的服务响应与十余家全球500强企业及多家国内外知名企业建立了合作关系。公司的优质大客户优势为公司在行业竞争中带来以下有利条件：

a、在细分领域形成品牌效应，有助于公司开拓细分领域其他客户

公司长期合作的客户中存在较多各细分领域的领军企业。在日化行业，公司口腔护理品牌与中的黑人、佳洁士、高露洁、冷酸灵、纳美等保持长期合作关系，并且是宝洁、高露洁、好来化工、欧莱雅等公司认证的合格供应商；在食品及保健品行业，企业与雀巢、亿滋、玛氏、汤臣倍健等建立了长期合作关系；在电子行业，公司服务的客户包括小家电及个人护理电器领域的飞利浦、家庭娱乐及音像领域的佳能以及电子烟领域的英美烟草等。

通过与各细分领域的领军企业的长期合作，公司已在日化、食品、保健品、电子等细分领域的印刷包装行业形成了自己的品牌效益，有助于公司开拓细分领域其他客户。另外，公司还逐渐在医药领域建立自己的品牌效应，公司逐步扩大与拜耳、同仁堂、中新药业、万通药业、华北制药等医药领域客户的合作范围和规模。

b、与国内外知名品牌客户持续合作，推动公司收入稳步增长

公司已与多家国内外知名企业建立合作关系。该类国内外知名品牌客户产品种类齐全、收入规模大，属于各自行业市场发展的引领者。发行人与国内外知名品牌客户保持着长期的友好合作伙伴关系，公司营业收入随着下游客户市场的规模增大而同步增长。报告期内，已与发行人合作15年以上的客户包括宝洁、好丽友、玛氏、雀巢、飞利浦、亿滋、维达纸业等国际国内知名品牌客户，该类客户对公司营业收入的平均贡献率超过50%。

c、接收行业前沿信息，保持管理、生产技术水平领先

公司的下游客户多为国内外知名企业。通过和国内外大客户合作，发行人有机会了解并掌握快速消费品、消费电子市场不同细分领域对包装物的市场需求特征，如日化领域的色彩管理要求、食品领域的材料安全需求、消费电子的结构韧性要求等。国内外大客户的高端需求推动发行人加深对快速消费品、消费电子行业前沿发展的理解，并不断更新和提升管理、生产技术水平。

d、把握市场机遇，快速拓展新兴行业、领域

公司从成立之初，即与国内外知名客户开展合作，按照高标准、高水平的要求进行公司治理、经营及建设。经过三十余年与国内外客户的持续合作，公司已形成一整套完善的管理、研发、生产、供应链体系，建立了从上至下多层次、多方位的营销服务网络，能够快速响应客户、市场的变化及满足相应需求。以上能力使得公司在新兴行业、领域兴起时，能够快速把握市场机遇，调动公司力量进行研发工作，并通过营销服务和生产体系的配合，迅速切入到相关行业、领域，把握先机。近年来，公司已拓展智能穿戴、电子烟、在线教育等多个新兴行业、领域，借助新拓展领域的迅速发展，也将带动公司未来业绩持续提升。

2）引领行业的创意设计优势

公司具有引领行业的创意设计能力，已经获得了客户、市场及行业的高度认可。

经过超过三十年在印刷包装行业的精耕细作，公司已形成以市场需求为导向的研发设计体系。基于对市场需求的深刻理解和通过与国内外知名品牌客户长期合作，公司根据不同细分市场不同客户的需求，建立了按日化、食品保健品、消费电子、药品等来划分的市场需求库，更好地向客户提供定制化创意设计方案。

报告期内，公司提供的创意设计获得了宝洁、高露洁、玛氏、雀巢、亿滋、汤臣倍健、飞利浦、英美烟草等国际国内知名客户的广泛认可，并与部分客户在其德国法兰克福、荷兰德拉赫滕和美国波士顿、辛辛那提等地的国际研发中心进行合作开发，增强并展现了公司在部分细分领域的前瞻性研发能力。公司通过领先行业的创意设计水平，深入参与客户的前端开发设计，从而与客户形成了紧密的合作关系，提高了自身产品的附加值，并为客户产品的不断推陈出新做出了较大贡献。同时，公司多款产品创意设计获得了广东之星创意大赛银奖和铜奖、Pentawards（全球包装设计大奖赛）国际设计银奖、iF设计奖和红点设计奖等多个国内外知名创意设计类奖项。

3）突出的智能制造优势

公司在智能制造领域方面具备行业领先优势，是行业内唯一获得工业和信息化部"智能制造试点示范项目"的企业。

应"中国制造2025"的发展趋势，公司多年来持续投入智能制造及管理的升级改造，陆续引入了ERP、CRM、PDM、MES、WMS、SRM、BPM等一系列管理软件，形成了从客户管理、产品开发、制程控制到财务管理的完善闭环管理体系。依托以上信息化系统，公司积极探索上下游生态链的互联互通，在业内率先实现了远程自主产品开发、上游需求数字化对接等技术的突破。极大的提高了公司对市场需求的预测性，从而有效提高物流和资金流的资源配置效率。

与此同时，公司近年来加大力度投入在硬件升级上，2018年落成投产的中山新工厂，融合了印刷行业特点和工业4.0设计理念，大量使用了业内先进技术；如高密集无人自动库、机械码垛、自动物流系统、AGV等等。通过定制的智能生产管理软件的整合，有效的实现了从物料入仓、生产过程到成品出库的一码全流程可视化管理，大幅提升了生产效率和交付准时率。软硬件的结合使公司具备了较强的生产成本控制能力。

4）人才及管理优势

在人才管理方面，公司坚持"以人为本"，实行科学有效的内部培养与外部引进相结合的模式，组建自身的管理层团队和专业技术人才队伍。

公司的关键管理人员既有内部培养，也有外部引进。

内部培养的关键管理人员，大多已服务公司超过十年以上。如公司董事长兼总经理黄焕然、董事兼副总经理张志华、董事林沛辉和周淑瑜均从事印刷生产经营均超过三十年，积累了丰富的印刷行业管理经验及广泛的市场和社会资源，准确把握市场需求，不断带领公司进行生产和管理创新。

外部引进的关键管理人员大部分拥有国际知名企业的工作背景。如公司董事兼副总经理杨建明和赵成华均从国际知名企业引进至公司的关键管理岗位。外部优秀人才的引进可以为公司注入新鲜思想，帮助公司吸收其他企业优秀的生产和管理经验，促进公司管理能力进一步提升。

通过内部培养和外部引进相结合的人才战略，公司已形成优势互补的良好人力资源格局，建立了高水平的人才和管理层队伍，提升公司的综合竞争能力。

5）绿色环保优势

随着绿色环保意识不断深入，公司积极实施绿色印刷、清洁生产，从源头管理、过程控制、末端治理入手，推行可持续发展道路。

源头管理上，公司从创意设计着手，推行绿色设计理念，减少塑料材料的应用，此外公司推广使用水性胶水、水性油墨、大豆油墨等易降解材料；过程控制上，公司推行清洁生产、7S管理，引进柔版印刷设备、引进澜达纳米水性印刷设备、CTP数字制版设备，计算机配色系统及节墨软件等工程技术，在生产过程中使用LEDUV印刷等工艺减少各生产环节的能耗及污染；末端治理上，将生产过程中会产生少量VOCs废气及其他污染物通过安装清废设备处理、安排具备资质的处理机构定期回收等措施降低污染物对环境的影响。

本次发行存在因取得募集资金导致净资产规模大幅度增加对发行人的经营模式、经营管理和风险控制能力、财务状况、盈利水平及股东长远利益产生重要影响的风险。

发行人和保荐机构（主承销商）提请投资者关注投资风险，审慎研判发行定价的合理性，理性做出投资决策。

（2）本次发行价格确定后，本次网下发行提交了有效报价的投资者数量为204家，管理的配售对象个数为4,458个，占剔除无效报价后所有配售对象总数的53.12%；有效拟申购数量总和为5,655,290万股，占剔除无效报价后申购总量的53.38%，为战略配售回拨后、网上网下回拨前网下初始发行规模的1,637.58倍。

（3）提请投资者关注发行价格与网下投资者报价之间存在的差异，网下投资者报价情况详见本公告附表"网下投资者询价申报情况"。

（4）《中荣印刷集团股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市招股意向书》（以下简称"《招股意向书》"）中披露的募集资金需求金额为89,256.95万元，本次发行价格26.28元/股对应融资规模约为126,932.40万元，高于前述募集资金需求金额。

（5）本次发行遵循市场化定价原则，在初步询价阶段由网下机构投资者基于真实认购意图报价，发行人与保荐机构（主承销商）根据初步询价结果，并综合考虑有效认购倍数、发行人所处行业、发行人基本面、可比上市公司估值水平、市场情况、募集资金需求及承销风险等因素，协商确定本次发行价格。本次发行价格不超过剔除最高报价后网下投资者报价的中位数和加权平均数以及剔除最高报价后公募基金、社保基金、养老金、企业年金基金和保险资金报价中位数、加权平均数孰低值。任何投资者如参与申购，均视为其已接受该发行价格，如对发行定价方法和发行价格有任何异议，建议不参与本次发行。

（6）投资者应当充分关注定价市场化蕴含的风险因素，知晓股票上市后可能跌破发行价，切实提高风险意识，强化价值投资理念，避免盲目炒作，监管机构、发行人和保荐机构（主承销商）均无法保证股票上市后不会跌破发行价格。

新股投资具有较大的市场风险，投资者需要充分了解新股投资及创业板市场的风险，仔细研读发行人招股意向书中披露的风险，并充分考虑风险因素，审慎参与本次新股发行。

2、根据初步询价结果，经发行人和保荐机构（主承销商）协商确定，本次公开发行新股4,830万股，本次发行不设老股转让。发行人本次发行募集资金拟投入募投项目金额为89,256.95万元。按本次发行价格26.28元/股，预计发行人募集资金总额约为126,932.40万元，扣除预计发行费用约为9,649.74万元（含增值税）后，预计募集资金净额约为117,282.66万元，如存在尾数差异，为四舍五入造成。

3、发行人本次募集资金如果运用不当或短期内业务不能同步增长，将对发行人的盈利水平造成不利影响或存在发行人净资产收益率出现较大幅度下降的风险，由此造成发行人估值水平下调、股价下跌，从而给投资者带来投资损失的风险。

重要提示

1、中荣股份首次公开发行4,830万股人民币普通股（A股）（以下简称"本次发行"）并在创业板上市的申请已经深圳证券交易所创业板上市委员会审议通过，并已经中国证券监督管理委员会同意注册（证监许可〔2022〕1528号）。

中荣印刷集团股份有限公司股票简称为"中荣股份"，股票代码为"301223"，该简称和代码同时用于本次发行的网上发行及网下发行。按照中国证监会《上市公司行业分类指引》（2012年修订），公司所处行业为"C22造纸和纸制品业"。本次发行的股票拟在深交所创业板上市。

2、发行人和保荐机构（主承销商）协商确定本次公开发行股票4,830万股，占发行后公司总股本的比例为25.01%，全部为公开发行新股，公司股东不进行公开发售股份。本次公开发行后总股本为19,312.7560万股。

本次发行初始战略配售（本次发行不安排向其他外部投资者的战略配售，如本次发行价格超过剔除最高报价后网下投资者报价的中位数和加权平均数以及剔除最高报价后公募基金、社保基金、养老金、企业年金基金和保险资金报价中位数、加权平均数孰低值，保荐机构相关子公司将按照相关规定参与本次发行的战略配售）发行数量为241.50万股，占本次发行数量的5.00%。

本次发行不安排向其他外部投资者的战略配售。依据本次发行价格，保荐机构相关子公司不参与战略配售。最终，本次发行不向战略投资者定向配售。初始战略配售与最终战略配售的差额241.50万股回拨至网下发行。

网上网下回拨机制启动前，战略配售回拨后网下初始发行数量为3,453.45万股，占本次发行数量的71.50%；网上初始发行数量为1,376.55万股，占本次发行数量的28.50%。战略配售回拨后，网下、网上发行合计数量4,830万股，网上及网下最终发行数量将根据回拨情况确定。

3、本次发行的初步询价工作已于2022年9月28日（T-4日）完成。发行人和保荐机构（主承销商）根据初步询价情况，并综合考虑发行人基本面、所处行业、可比上市公司估值水平、市场情况、募集资金需求、有效认购倍数以及承销风险等因素，协商确定本次发行价格为26.28元/股，网下不再进行累计投标询价。此价格对应的市盈率为：

（1）17.95倍（每股收益按照2021年度经会计师事务所遵照中国会计准则审核的扣除非经常性损益前归属于母公司股东净利润除以本次发行前总股本计算）；

（2）18.87倍（每股收益按照2021年度经会计师事务所遵照中国会计准则审核的扣除非经常性损益后归属于母公司股东净利润除以本次发行前总股本计算）；

（3）25.16倍（每股收益按照2021年度经会计师事务所遵照中国会计准则审核的扣除非经常性损益后归属于母公司股东净利润除以本次发行后总股本计算）；

（4）23.93倍（每股收益按照2021年度经会计师事务所遵照中国会计准则审核的扣除非经常性损益前归属于母公司股东净利润除以本次发行后总股本计算）。

4、本次发行的网下、网上申购日为2022年10月11日（T日），任一配售对象只能选择网下或者网上一种方式进行申购。

（1）网下申购

本次发行网下申购时间为：2022年10月11日（T日）9:30-15:00。

本公告附件中公布的全部有效报价配售对象，方可且必须参与网下申购。提交有效报价的配售对象名单见附表"网下投资者询价申报情况"中被标注为"有效报价"的部分。未提交有效报价的配售对象不得参与本次网下申购。

网下投资者应通过网下发行电子平台为其参与申购的全部配售对象录入申购单信息，包括申购价格、申购数量及保荐机构（主承销商）在本公告中规定的其他信息。其中申购价格为本次发行价格26.28元/股，申购数量应等于初步询价中提供的有效报价所对应的"拟申购数量"。在参与网下申购时，投资者无需缴付申购资金，获配后在2022年10月13日（T+2日）缴纳认购款。

凡参与初步询价报价的配售对象，无论是否为"有效报价"均不得再参与本次网上申购，若同时参与网下和网上申购，网上申购部分为无效申购。

配售对象在申购及持股等方面应遵守相关法律法规及中国证监会、深交所和中国证券业协会的有关规定，并自行承担相应的法律责任。网下投资者管理的配售对象相关信息（包括配售对象全称、证券账户名称（深圳）、证券账户号码（深圳）和银行收付款账户等）以在中国证券业协会登记备案的信息为准，因配售对象信息填报与备案信息不一致所致后果由网下投资者自负。

保荐机构（主承销商）将在配售前对有效报价投资者及管理的配售对象是否存在禁止性情形进行进一步核查，投资者应按保荐机构（主承销商）的要求进行相应的配合（包括但不限于提供公司章程等工商登记资料、安排实际控制人访谈、如实提供相关自然人主要社会关系名单、配合其它关联关系调查等），如拒绝配合或其提供的材料不足以排除其存在上述禁止性情形的，保荐机构（主承销商）将剔除不予配售。

（2）网上申购

本次网上申购时间为：2022年10月11日（T日）09:15-11:30、13:00-15:00。

2022年10月11日（T日）前在中国结算深圳分公司开立证券账户、且在2022年9月30日（T-2日）前20个交易日（含T-2日）的日均持有深圳市场非限售A股股份和非限售存托凭证市值的投资者（中华人民共和国法律、法规及发行人须遵守的其他监管要求所禁止者除外）可通过交易系统申购本次网上发行的股票，其中自然人需根据《深圳证券交易所创业板投资者适当性管理实施办法（2020年修订）》等规定已开通创业板市场交易（国家法律、法规禁止者除外）。网上投资者应当自主表达申购意向，不得全权委托证券公司代其进行新股申购。

投资者按照其持有的深圳市场非限售A股股份及非限售存托凭证市值（以下简称"市值"）确定其网上可申购额度。投资者相关证券账户市值按2022年9月30日（T-2日）前20个交易日（含T-2日）的日均持有深圳市场非限售A股股份和非限售存托凭证的市值计算。投资者相关证券账户开户时间不足20个交易日的，按20个交易日计算日均持有市值。投资者持有多个证券账户的，多个证券账户的市值合并计算。投资者相关证券账户持有市值按其证券账户中纳入市值计算范围的股份数量与相应收盘价的乘积计算。根据投资者持有的市值确定其网上可申购额度，持有市值1万元以上（含1万元）的投资者才能参与新股申购，每5,000元市值可申购一个申购单位，不足5,000元的部分不计入申购额度。每一个申购单位为500股，申购数量应当为500股或其整数倍，但最高不得超过其按市值计算的可申购上限和当次网上初始发行股数的千分之一，即不得超过13,500股，同时不得超过其按市值计算的可申购额度上限。对于申购量超过按市值计算的网上可申购额度，中国结算深圳分公司将对超过部分作无效处理。对于申购数量超过申购上限的新股申购委托，深交所交易系统将该委托视为无效委托予以自动撤销。

申购时间内，投资者按委托买入股票的方式，以确定的发行价格填写委托单。一经申报，不得撤单。

投资者参与网上申购，只能使用一个有市值的证券账户。同一投资者使用多个证券账户参与同一只新股申购的，以及投资者使用同一证券账户多次参与同一只新股申购的，以该投资者的第一笔有市值的证券账户的申购为有效申购，其余申购为无效申购。投资者持有多个证券账户的，多个证券账户的市值合并计算。确认多个证券账户为同一投资者持有的原则为证券账户注册资料中的"账户持有人名称"、"有效身份证明文件号码"均相同。证券账户注册资料以T-2日日终为准。

融资融券客户信用证券账户的市值合并计算到该投资者持有的市值中，证券公司转融通担保证券明细账户的市值合并计算到该证券公司持有的市值中。

5、网下投资者认购缴款

2022年10月13日（T+2日）《网下初步配售结果公告》中获得初步配售的全部网下有效配售对象，需在2022年10月13日（T+2日）8:30-16:00足额缴纳认购资金，认购资金应当于2022年10月13日（T+2日）16:00前到账。

认购资金应该在规定时间内足额到账，未在规定时间内或未按要求足额缴纳认购资金的，该配售对象获配新股全部无效。多只新股同日发行时出现前述情形的，该配售对象全部无效。不同配售对象共用银行账户的，若认购资金不足，共用银行账户的配售对象获配新股全部无效。网下投资者如同日获配多只新股，请按每只新股分别缴款。

保荐机构（主承销商）将在2022年10月17日（T+4日）刊登的《中荣印刷集团股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市发行结果公告》（以下简称"《发行结果公告》"）中披露网上、网下投资者获配未缴款金额以及保荐机构（主承销商）的包销比例，列表公示并着重说明获得初步配售但未足额缴款的网下投资者。

（下转A09版）

中荣印刷集团股份有限公司
首次公开发行股票并在创业板上市投资风险特别公告

保荐机构（主承销商）：华林证券股份有限公司

特别提示

根据中国证券监督管理委员会发布的《上市公司行业分类指引》（2012年修订），中荣印刷集团股份有限公司所属行业为"造纸和纸制品业（C22）"。截至2022年9月28日（T-4日），中证指数有限公司发布的"造纸和纸制品业（C22）"最近一个月平均静态市盈率为15.46倍。本次发行价格26.28元/股对应的发行人2021年扣除非经常性损益前后孰低的归属于母公司股东的净利润摊薄后市盈率为25.16倍，高于中证指数有限公司2022年9月28日（T-4日）发布的行业最近一个月静态平均市盈率，超出幅度为62.74%；低于同行业可比上市公司2021年扣除非经常性损益前后孰低的归属于母公司股东净利润的平均静态市盈率28.67倍。存在未来发行人股价下跌给投资者带来损失的风险。发行人和保荐机构（主承销商）提请投资者关注投资风险，审慎研判发行定价的合理性，理性做出投资决策。

发行人和保荐机构（主承销商）提请投资者应当充分关注定价市场化蕴含的风险因素，知晓股票上市后可能跌破发行价，切实提高风险意识，强化价值投资理念，避免盲目炒作，审慎研判发行定价的合理性，理性做出投资决策。

中荣印刷集团股份有限公司（以下简称"中荣股份"、"发行人"）首次公开发行4,830万股人民币普通股（A股）（以下简称"本次发行"）并在创业板上市的申请已经深圳证券交易所（以下简称"深交所"）创业板上市委员会审议通过，并已经中国证券会同意注册（证监许可〔2022〕1528号）。

经发行人与保荐机构（主承销商）华林证券股份有限公司（以下简称"华林证券"或"保荐机构（主承销商）"）协商确定本次发行数量为4,830万股，占发行后总股本的25.01%。全部为公开发行新股，发行人股东不进行老股转让。本次发行的股票拟在深交所创业板上市。

发行人、保荐机构（主承销商）特别提请投资者关注以下内容：

1、本次发行最终采用网下向符合条件的投资者询价配售（以下简称"网下发行"）和网上向持有深圳市场非限售A股股份和非限售存托凭证市值的社会公众投资者定价发行（以下简称"网上发行"）相结合的方式进行。

本次网下发行通过深交所网下发行电子平台进行；本次网上发行通过深交所交易系统，采用按市值申购定价发行方式进行。

2、初步询价结束后，发行人和保荐机构（主承销商）根据《中荣印刷集团股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市初步询价及推介公告》（以下简称"《初步询价及推介公告》"）规定的剔除规则，在剔除不符合要求投资者报价的初步询价结果后，将拟申购价格高于31.16元/股（不含31.16元/股）的配售对象全部剔除；拟申购价格为31.16元/股，申购数量小于1,140万股（含1,140万股），且申购时间同为2022年9月28日14:38:42:471的配售对象，按照深交所网下发行电子平台自动生成的配售对象顺序从后往前排列予以剔除

以上过程共剔除104个配售对象，对应剔除的拟申购总量为106,990万股，占本次初步询价剔除不符合要求投资者报价后拟申购数量总和10,593,680万股的1.0099%。剔除部分不得参与网下及网上申购。

3、发行人和保荐机构（主承销商）根据初步询价结果，综合考虑发行人基本面、所处行业、可比上市公司估值水平、市场情况、募集资金需求、有效认购倍数以及承销风险等因素，协商确定本次发行价格为26.28元/股，网下发行不再进行累计投标询价。

投资者请按此价格在2022年10月11日（T日）进行网上和网下申购，申购时无需缴付申购资金。本次网下发行申购日与网上发行申购日同为2022年10月11日（T日），其中，网下申购时间为9:30-15:00，网上申购时间为9:15-11:30，13:00-15:00。

4、发行人与保荐机构（主承销商）协商确定的发行价格为26.28/股。本次发行的发行价格不超过剔除最高报价后网下投资者报价的中位数和加权平均数以及剔除最高报价后通过公开募集方式设立的证券投资基金（以下简称"公募基金"）、全国社会保障基金（以下简称"社保基金"）、基本养老保险基金（以下简称"养老金"）、根据《企业年金基金管理办法》设立的企业年金基金（以下简称"企业年金基金"）和符合《保险资金运用管理办法》等规定的保险资金（以下简称"保险资金"）报价中位数、加权平均数孰低值，故保荐机构相关子公司无需参与跟投。

本次发行不安排向发行人的高级管理人员与核心员工资产管理计划及其他外部投资者的战略配售。依据本次发行价格，保荐机构相关子公司不参与战略配售。最终，本次发行不向战略投资者定向配售。初始战略配售与最终战略配售的差额241.50万股将回拨至网下发行。

5、本次发行价格26.28元/股对应的市盈率为：

（1）17.95倍（每股收益按照2021年度经会计师事务所遵照中国会计准则审核的扣除非经常性损益前归属于母公司股东净利润除以本次发行前总股本计算）；

（2）18.87倍（每股收益按照2021年度经会计师事务所遵照中国会计准则审核的扣除非经常性损益后归属于母公司股东净利润除以本次发行前总股本计算）；

（3）25.16倍（每股收益按照2021年度经会计师事务所遵照中国会计准则审核的扣除非经常性损益后归属于母公司股东净利润除以本次发行后总股本计算）；

（4）23.93倍（每股收益按照2021年度经会计师事务所遵照中国会计准则审核的扣除非经常性损益前归属于母公司股东净利润除以本次发行后总股本计算

6、本次发行价格为26.28元/股，请投资者根据以下情况判断本次发行定价的合理性。

（1）根据中国证监会发布的《上市公司行业分类指引》（2012年修订），中荣股份所属行业为"造纸和纸制品业（C22）"。截至2022年9月28日（T-4日），中证指数有限公司发布的"造纸和纸制品业（C22）"最近一个月平均静态市盈率为15.46倍。

截至2022年9月28日（T-4日），可比公司的估值水平情况如下：

股票代码	证券简称	2021年扣非前EPS（元/股）	2021年扣非后EPS（元/股）	T-4日股票收盘价（元/股）	对应的静态市盈率-扣非前（2021年）	对应的静态市盈率-扣非后（2021年）
603499	翔港科技	-0.0916	-0.1086	6.90	-75.34	-63.53
002799	环球印务	0.4221	0.3536	15.00	35.54	42.42
002803	吉宏股份	0.6006	0.5316	13.57	22.59	25.53
002831	裕同科技	1.0932	0.9759	29.98	27.42	30.72
002191	劲嘉股份	0.6933	0.5589	8.94	12.90	16.00
平均值					24.61	28.67

数据来源：Wind资讯，数据截至2022年9月28日（T-4日）。

注1：市盈率计算如存在尾数差异，为四舍五入造成；

注2：2021年扣非前/后EPS=2021年扣除非经常性损益前/后归母净利润/T-4日总股本；

注3：计算市盈率平均值时剔除了负值影响。

本次发行价格26.28元/股对应的发行人2021年扣除非经常性损益前后孰低的归属于母公司股东的净利润摊薄后市盈率为25.16倍，低于同行业可比上市公司2021年扣除非经常性损益前后孰低的归属于母公司股东净利润的平均静态市盈率28.67倍，高于中证指数有限公司2022年9月28日（T-4日）发布的行业最近一个月静态平均市盈率，超出幅度为62.74%，存在未来发行人股价下跌给投资者带来损失的风险。

本次发行的定价合理性说明如下：

1）优质的大客户优势

公司凭借稳定的产品质量、突出的创意设计能力、领先的制造水平、持续的技术创新以及快速的服务响应与十余家全球500强企业及多家国内外知名企业建立了合作关系。公司的优质大客户优势为公司在行业竞争中带来以下有利条件：

a、在细分领域形成品牌效应，有助于公司开拓细分领域其他客户

公司长期合作的客户中存在较多各细分领域的领军企业。在日化行业，公司口腔护理品牌与中的黑人、佳洁士、高露洁、冷酸灵、纳美等保持长期合作关系，并且是宝洁、高露洁、好来化工、欧莱雅等公司认证的合格供应商；在食品及保健品行业，企业与雀巢、亿滋、玛氏、汤臣倍健等建立了长期合作关系；在电子行业，公司服务的客户包括小家电及个人护理电器领域的飞利浦、家庭娱乐及音像领域的佳能以及电子烟领域的英美烟草等。

通过与各细分领域的领军企业的长期合作，公司已在日化、食品、保健品、电子等细分领域的印刷包装行业形成了自己的品牌效益，有助于公司开拓细分领域其他客户。另外，公司还逐渐在医药领域建立自己的品牌效应，公司逐步扩大与拜耳、同仁堂、中新药业、万通药业、华北制药等医药领域客户的合作范围和规模。

b、与国内外知名品牌客户持续合作，推动公司收入稳步增长

公司已与多家国内外知名企业建立合作关系。该类国内外知名品牌客户产品种类齐全、收入规模大，属于各自行业市场发展的引领者。发行人与国内外知名品牌客户保持着长期的友好合作伙伴关系，公司营业收入随着下游客户市场的规模增大而同步增长。报告期内，已与发行人合作15年以上的客户包括宝洁、好丽友、玛氏、雀巢、飞利浦、亿滋、维达纸业等国际国内知名品牌客户，该类客户对公司营业收入的平均贡献率超过50%。

c、接收行业前沿信息，保持管理、生产技术水平领先

公司的下游客户多为国内外知名企业。通过和国内外大客户合作，发行人有机会了解并掌握快速消费品、消费电子市场不同细分领域对包装物的市场需求特征，如日化领域的色彩管理要求、食品领域的材料安全需求、消费电子的结构韧性要求等。国内外大客户的高端需求推动发行人加深对快速消费品、消费电子行业前沿发展的理解，并不断更新和提升管理、生产技术水平。

d、把握市场机遇，快速拓展新兴行业、领域

公司从成立之初，即与国内外知名客户开展合作，按照高标准、高水平的要求进行公司治理、经营及建设。经过三十余年与国内外客户的持续合作，公司已形成一整套完善的管理、研发、生产、供应链体系，建立了从上至下多层次、多方位的营销服务网络，能够快速响应客户、市场的变化及满足相应需求。以上能力使得公司在新兴行业、领域兴起时，能够快速把握市场机遇，调动公司力量进行研发工作，并通过营销服务和生产体系的配合，迅速切入到相关行业、领域，把握先机。近年来，公司已拓展智能穿戴、电子烟、在线教育等多个新兴行业、领域，借助新拓展领域的迅速发展，也将带动公司未来业绩持续提升。

2）引领行业的创意设计优势

公司具有引领行业的创意设计能力，已经获得了客户、市场及行业的高度认可。

经过超过三十年在印刷包装行业的精耕细作，公司已形成以市场需求为导向的研发设计体系。基于对市场需求的深刻理解和通过与国内外知名品牌客户长期合作，公司根据不同细分市场不同客户的需求，建立了按日化、食品保健品、消费电子、药品等来划分的市场需求库，更好地向客户提供定制化创意设计方案。

报告期内，公司提供的创意设计获得了宝洁、高露洁、玛氏、雀巢、亿滋、汤臣倍健、飞利浦、英美烟草等国际国内知名客户的广泛认可，并与部分客户在其德国法兰克福、荷兰德拉赫滕和美国波士顿、辛辛那提等地的国际研发中心进行合作开发，增强并展现了公司在部分细分领域的前瞻性研发能力。公司通过领先行业的创意设计水平，深入参与客户的前端开发设计，从而与客户形成了紧密的合作关系，提高了自身产品的附加值，并为客户产品的不断推陈出新做出了较大贡献。同时，公司多款产品创意设计获得了广东之星创意大赛银奖和铜奖、Pentawards（全球包装设计大奖赛）国际设计银奖、iF设计奖和红点设计奖等多个国内外知名创意设计类奖项。

3）突出的智能制造优势

公司在智能制造领域方面具备行业领先优势，是行业内唯一获得工业和信息化部"智能制造试点示范项目"的企业。

应"中国制造2025"的发展趋势，公司多年来持续投入智能制造及管理的升级改造，陆续引入了ERP、CRM、PDM、MES、WMS、SRM、BPM等一系列管理软件，形成了从客户管理、产品开发、制程控制到财务管理的完善闭环管理体系。依托以上信息化系统，公司积极探索上下游生态链的互联互通，在业内率先实现了远程自主产品开发、上游需求数字化对接等技术的突破。极大的提高了公司对市场需求的预测性，从而有效提高物流和资金流的资源配置效率。

与此同时，公司近年来加大力度投入在硬件升级上，2018年落成投产的中山新工厂，融合了印刷行业特点和工业4.0设计理念，大量使用了业内先进技术；如高密集无人自动库、机械码垛、自动物流系统、AGV等等。通过定制的智能生产管理软件的整合，有效的实现了从物料入仓、生产过程到成品出库的一码全流程可视化管理，大幅提升了生产效率和交付准时率。软硬件的结合使公司具备了较强的生产成本控制能力。

4）人才及管理优势

在人才管理方面，公司坚持"以人为本"，实行科学有效的内部培养与外部引进相结合的模式，组建自身的管理层团队和专业技术人才队伍。

公司的关键管理人员既有内部培养，也有外部引进。

内部培养的关键管理人员，大多已服务公司超过十年以上。如公司董事长兼总经理黄焕然、董事兼副总经理张志华、董事林沛辉和周淑瑜均从事印刷生产经营均超过三十年，积累了丰富的印刷行业管理经验及广泛的市场和社会资源，准确把握市场需求，不断带领公司进行生产和管理创新。

外部引进的关键管理人员大部分拥有国际知名企业的工作背景。如公司董事兼副总经理杨建明和赵成华均从国际知名企业引进至公司的关键管理岗位。外部优秀人才的引进可以为公司注入新鲜思想，帮助公司吸收其他企业优秀的生产和管理经验，促进公司管理能力进一步提升。

通过内部培养和外部引进相结合的人才战略，公司已形成优势互补的良好人力资源格局，建立了高水平的人才和管理层队伍，提升公司的综合竞争能力。

5）绿色环保优势

随着绿色环保意识不断深入，公司积极实施绿色印刷、清洁生产，从源头管理、过程控制、末端治理入手，推行可持续发展道路。

源头管理上，公司从创意设计着手，推行绿色设计理念，减少塑料材料的应用，此外公司推广使用水性胶水、水性油墨、大豆油墨等易降解材料；过程控制上，公司推行清洁生产、7S管理，引进柔版印刷设备、引进澜达纳米水性印刷设备、CTP数字制版设备，计算机配色系统及节墨软件等工程技术，在生产过程中使用LEDUV印刷等工艺减少各生产环节的能耗及污染；末端治理上，将生产过程中会产生少量VOCs废气及其他污染物通过安装清废设备处理、安排具备资质的处理机构定期回收等措施降低污染物对环境的影响。

本次发行存在因取得募集资金导致净资产规模大幅度增加对发行人的经营模式、经营管理和风险控制能力、财务状况、盈利水平及股东长远利益产生重要影响的风险。

发行人和保荐机构（主承销商）提请投资者关注投资风险，审慎研判发行定价的合理性，理性做出投资决策。

（2）本次发行价格确定后，本次网下发行提交了有效报价的投资者数量为204家，管理的配售对象个数为4,458个，占剔除无效报价后所有配售对象总数的53.12%；有效拟申购数量总和为5,655,290万股，占剔除无效报价后申购总量的53.38%，为战略配售回拨后、网上网下回拨前网下初始发行规模的1,637.58倍。

（3）提请投资者关注发行价格与网下投资者报价之间存在的差异，网下投资者报价情况详见同日刊登于《中国证券报》、《上海证券报》、《证券时报》、《证券日报》、经济参考网、中国金融新闻网及巨潮资讯网（www.cninfo.com.cn）的《中荣印刷集团股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市发行公告》（以下简称"《发行公告》"）。

（4）《中荣印刷集团股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市招股意向书》（以下简称"《招股意向书》"）中披露的募集资金需求金额为89,256.95万元，本次发行价格26.28元/股对应融资规模为126,932.40万元，高于前述募集资金需求金额。

（5）本次发行遵循市场化定价原则，在初步询价阶段由网下机构投资者基于真实认购意图报价，发行人与保荐机构（主承销商）根据初步询价结果，并综合考虑有效认购倍数、发行人所处行业、发行人基本面、可比上市公司估值水平、市场情况、募集资金需求及承销风险等因素，协商确定本次发行价格。本次发行价格不超过剔除最高报价后网下投资者报价的中位数和加权平均数以及剔除最高报价后公募基金、社保基金、养老金、企业年金基金和保险资金报价中位数、加权平均数孰低值。任何投资者如参与申购，均视为其已接受该发行价格，如对发行定价方法和发行价格有任何异议，建议不参与本次发行。

（6）投资者应当充分关注定价市场化蕴含的风险因素，知晓股票上市后可能跌破发行价，切实提高风险意识，强化价值投资理念，避免盲目炒作，监管机构、发行人和保荐机构（主承销商）均无法保证股票上市后不会跌破发行价格。

7、发行人本次发行计划使用募集资金投入的金额为89,256.95万元。按本次发行价格26.28元/股、发行新股4,830万股计算，若本次发行成功，预计发行人募集资金总额约为126,932.40万元，扣除预计发行费用约为9,649.74万元（含增值税）后，预计募集资金净额约为117,282.66万元。

本次发行存在因取得募集资金导致净资产规模大幅度增加对发行人的生产经营模式、经营管理和风险控制能力、财务状况、盈利水平及股东长远利益产生重要影响的风险。

8、本次发行的股票中，网上发行的股票无流通限制及限售期安排，自本次公开发行的股票在深交所上市之日起即可流通。

网下发行部分采用比例限售方式，网下投资者应当承诺其获配股票数量的10%（向上取整计算）限售期限为自发行人首次公开发行并上市之日起6个月。即每个配售对象获配的股票中，90%的股份无限售期，自本次发行股票在深交所上市交易之日起即可流通；10%的股份限售期为6个月，限售期自本次发行股票在深交所上市交易之日起开始计算。

网下投资者参与初步询价报价及网下申购时，无需为其管理的配售对象填写限售期安排，一旦报价即视为接受本公告所披露的网下限售期安排。

9、网上投资者应当自主表达申购意向，不得全权委托证券公司进行新股申购。

10、网下投资者应根据《中荣印刷集团股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市网下初步配售结果公告》，于2022年10月13日（T+2日）16:00前，按最终确定的发行价格与初步配售数量，及时足额缴纳新股认购资金。

认购资金应该在规定时间内足额到账，未在规定时间内或未按要求足额缴纳认购资金的，该配售对象获配新股全部无效。多只新股同日发行时出现前述情形的，该配售对象全部无效。不同配售对象共用银行账户的，若认购资金不足，共用银行账户的配售对象获配新股全部无效。网下投资者如同日获配多只新股，请按每只新股分别缴款。

网上投资者申购新股中签后，应根据《中荣印刷集团股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市网上摇号中签结果公告》履行资金交收义务，确保其资金账户在2022年10月13日（T+2日）日终有足额的新股认购资金，不足部分视为放弃认购，由此产生的后果及相关法律责任由投资者自行承担。投资者款项划付需遵守投资者所在证券公司的相关规定。

网下和网上投资者放弃认购的股份由保荐机构（主承销商）包销。

11、当出现网下和网上投资者缴款认购的股份数量合计不足本次公开发行数量的70%时，发行人和保荐机构（主承销商）将中止本次新股发行，并就中止发行的原因和后续安排进行信息披露。

12、配售对象应严格遵守中国证券业协会行业监管要求，申购金额不得超过相应的资产规模或资金规模。提供有效报价网下投资者未参与网下申购或者未足额申购或者获得初步配售的网下投资者未按照最终确定的发行价格与获配数量及时足额缴纳认购资金的，将被视为违约并应承担违约责任，保荐机构（主承销商）将违约情况报中国证券业协会备案。配售对象在深交所、上海证券交易所（以下简称"上交所"）、北京证券交易所（以下简称"北交所"）股票市场各板块的违规次数合并计算。被列入限制名单期间，相关配售对象不得参与深交所、上交所、北交所股票市场各板块相关项目的网下询价及申购。

网上投资者连续12个月内累计出现3次中签后未足额缴款的情形时，自结算参与人最近一次申报其放弃认购的次日起6个月（按180个自然日计算，含次日）内不得参与新股、存托凭证、可转换公司债券、可交换公司债券网上申购。

13、每一配售对象只能选择网下发行或者网上发行中的一种方式进行申购。凡参与初步询价的，无论是否为有效报价，均不得参与网上申购。

14、网下、网上申购结束后，发行人和保荐机构（主承销商）将根据总体申购的情况确定是否启用回拨机制，对网下、网上的发行数量进行调节。具体回拨机制请见《发行公告》中"二、（五）回拨机制"。

15、本次发行结束后，需经深交所批准后，方能在深交所公开挂牌交易。如果未能获得批准，本次发行股份将无法上市，发行人会按照发行价并加算银行同期存款利息返还给参与网上申购的投资者。

16、本次发行前的股份有限售期，有关限售承诺及限售期安排详见《招股意向书》。上述股份限售安排系相关股东基于发行人治理需要及经营管理的稳定性，根据相关法律、法规做出的自愿承诺。

17、中国证监会、深交所、其他政府部门对本次发行所做的任何决定或意见，均不表明其对发行人股票的盈利能力、投资价值或投资者的收益做出实质性判断或者保证。任何与之相反的声明均属虚假不实陈述。请投资者关注投资风险，审慎研判发行定价的合理性，理性做出投资决策。

18、请投资者务必关注风险，当出现以下情况时，发行人及保荐机构（主承销商）将协商采取中止发行措施：

（1）网下申购总量小于战略配售回拨后网下初始发行数量的；

（2）若网上申购不足，申购不足部分向网下回拨后，网下投资者未能足额申购的；

（3）网下和网上投资者缴款认购的股份数量合计不足本次公开发行数量的70%；

（4）发行人在发行过程中发生重大会后事项影响本次发行的；

（5）根据《证券发行与承销管理办法》（证监会令〔第144号〕）第三十六条和《深圳证券交易所创业板首次公开发行证券发行与承销业务实施细则（2021年修订）》（深证上〔2021〕919号）第五条，中国证监会和深交所发现证券发行承销过程存在涉嫌违法违规或者存在异常情形的，可责令发行人和保荐机构（主承销商）暂停或中止发行，对相关事项进行调查处理。

如发生以上情形，发行人和保荐机构（主承销商）将中止发行并及时公告中止发行原因、后续安排等事宜。投资者已缴纳认购款的，发行人、保荐机构（主承销商）、深交所和中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司将尽快安排已经缴款投资者的退款事宜。中止发行后，在中国证监会同意注册的有效期内，且满足会后事项监管要求的前提下，经向深交所备案后，发行人和保荐机构（主承销商）将择机重启发行。

19、拟参与本次发行申购的投资者，须认真阅读2022年9月23日（T-7日）披露于中国证监会指定网站（巨潮资讯网www.cninfo.com.cn；中国证券网www.cnstock.com；中证网www.cs.com.cn；证券日报网www.zqrb.cn；证券时报网www.stcn.com；经济参考网www.jjckb.cn；中国金融新闻网www.financialnews.com.cn）上的《招股意向书》全文，特别是其中的"重大事项提示"及"风险因素"章节，充分了解发行人的各项风险因素，自行判断其经营状况及投资价值，并审慎做出投资决策。发行人受到政治、经济、行业及经营管理水平的影响，经营状况可能会发生变化，由此可能导致的投资风险应由投资者自行承担。

20、本投资风险特别公告并不保证揭示本次发行的全部投资风险，建议投资者充分深入了解证券市场的特点及蕴含的各项风险，理性评估自身风险承受能力，并根据自身经济实力和投资经验独立做出是否参与本次发行申购的决定。

发行人：中荣印刷集团股份有限公司

保荐机构（主承销商）：华林证券股份有限公司

2022年10月10日