

广东安居宝数码科技股份有限公司 首次公开发行股票并在创业板上市发行公告

保荐人(主承销商):国信证券股份有限公司

特别提示

1.广东安居宝数码科技股份有限公司根据《证券发行与承销管理办法》(2010年10月11日修订)、《关于深化新股发行体制改革指导意见》以及《首次公开发行股票并在创业板上市管理暂行办法》等相关规定制定《广东安居宝数码科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市管理暂行办法》(以下简称“发行管理办法”)并已在创业板上市管理暂行办法中进行了备案。本次发行采用网下询价配售和网上定价发行相结合的方式。网下询价配售和网上定价发行均采用深圳证券交易所(以下简称“深交所”)网下发行电子平台进行。请询价对象及其管理的配售对象认真阅读本公告。关于网下发行电子化实施细则,请查阅深交所网站 www.sse.com.cn 的《深圳市场首次公开发行股票网下发行电子化实施细则》(090919)。

2.发行人与保荐人(主承销商)郑重声明:“大投资者”指机构投资者,理性投资,认真阅读2010年12月24日(即T-1日)刊登在《中国证券报》、《证券时报》、《上海证券报》和《中国证券报》上的《广东安居宝数码科技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》。

重要提示

1.广东安居宝数码科技股份有限公司(以下简称“安居宝”或“发行人”)首次公开发行1,800万股人民币普通股(A股)(以下简称“本次发行”)的申请已获中国证券监督管理委员会证监许可[2010]1182号文核准。本次发行的股票拟在深交所创业板上市。

2.本次发行采用网下询价配售对象询价(以下简称“网下发行”)与网上向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。由保荐人(主承销商)国信证券股份有限公司(以下简称“国信证券”或“保荐机构”)分别通过深交所网下发行电子平台和深交所交易系统实施。本次发行股票申购称为“安居宝”,申购代码为300155,该申购简称及申购代码同时适用于本次发行网下申购与网上申购。

3.本次发行的申购时间为2010年12月27日(即T日)9:30-15:00,即360万股,即360万股,网下发行数量为本次最终发行数量减去网下申购发行数量。

4.本次发行的申购工作已于2010年12月27日(即T日)9:30-15:00,即360万股,即360万股,网下发行数量为本次最终发行数量减去网下申购发行数量。

5.若本次发行中,发行人实际募集资金总额为88,200万元,募集资金的使用安排等相关情况已于2010年12月17日(即T-3日)刊登在《中国证券报》、《证券时报》、《上海证券报》和《中国证券报》上的《广东安居宝数码科技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》中进行了披露,招股说明书全文可在中国证监会指定网站(包括深交所 www.cninfo.com.cn;中证网 www.cs.com.cn;中国证券网 www.cnstock.com;证券时报网 www.secm.com;中国证券报网 www.cnstock.com)以及发行人网站 www.anjuba.com 查询。

6.配售对象只能选择网下发行或网上发行一种方式进行申购。参与网下询价的配售对象不能同时参与网上发行。若同时参与网下发行和网上发行,网上发行部分为无效申购。

7.网下发行重要事项:

0 在初步询价期间提交有效报价(即申报价格≥49元/股)的配售对象方可参与网下申购。提交有效报价的配售对象应按时向询价系统提交有效报价,逾期提交的报价无效。

0 本次网下发行申购时间为:2010年12月27日(即T日)9:30-15:00,参与网下询价的配售对象应在2010年12月27日(即T日)9:30-15:00,即360万股,即360万股,网下发行数量为本次最终发行数量减去网下申购发行数量。

0 网下有效申购总量小于360万股,发行人和保荐人(主承销商)将按照网下申购的实际申购数量直接进行配售。

0 网下有效申购总量大于360万股,发行人和保荐人(主承销商)将按照网下申购的实际申购数量直接进行配售。

0 网下有效申购总量大于360万股,发行人和保荐人(主承销商)将按照网下申购的实际申购数量直接进行配售。

0 网下有效申购总量大于360万股,发行人和保荐人(主承销商)将按照网下申购的实际申购数量直接进行配售。

0 网下有效申购总量大于360万股,发行人和保荐人(主承销商)将按照网下申购的实际申购数量直接进行配售。

0 网下有效申购总量大于360万股,发行人和保荐人(主承销商)将按照网下申购的实际申购数量直接进行配售。

0 网下有效申购总量大于360万股,发行人和保荐人(主承销商)将按照网下申购的实际申购数量直接进行配售。

0 网下有效申购总量大于360万股,发行人和保荐人(主承销商)将按照网下申购的实际申购数量直接进行配售。

0 网下有效申购总量大于360万股,发行人和保荐人(主承销商)将按照网下申购的实际申购数量直接进行配售。

0 网下有效申购总量大于360万股,发行人和保荐人(主承销商)将按照网下申购的实际申购数量直接进行配售。

0 网下有效申购总量大于360万股,发行人和保荐人(主承销商)将按照网下申购的实际申购数量直接进行配售。

0 网下有效申购总量大于360万股,发行人和保荐人(主承销商)将按照网下申购的实际申购数量直接进行配售。

根据配售对象报价及申购数据,依次计算各价位上的累计申购总量及对应的认购数量,统计如下:

| 序号 | 申报价格(元/股) | 报价位上的申购数量(万股) | 大于等于该价位上的累计申购数量(万股) | 对应网下发行认购数量 | 对应2009年摊薄后净利润(万元) |
|----|-----------|---------------|---------------------|------------|-------------------|
| 1 | 58.00 | 810 | 1,620 | 4,500 | 87.46 |
| 2 | 55.00 | 810 | 3,240 | 4,500 | 77.46 |
| 3 | 53.00 | 360 | 1,980 | 5,700 | 74.65 |
| 4 | 52.50 | 360 | 2,340 | 6,500 | 73.94 |
| 5 | 52.00 | 315 | 2,655 | 7.38 | 73.24 |
| 6 | 51.70 | 90 | 2,745 | 7.63 | 72.82 |
| 7 | 51.60 | 405 | 3,150 | 8.75 | 72.68 |
| 8 | 51.30 | 90 | 3,240 | 9.00 | 72.13 |
| 9 | 50.80 | 45 | 3,285 | 9.13 | 71.55 |
| 10 | 50.51 | 180 | 3,465 | 9.63 | 71.14 |
| 11 | 50.13 | 360 | 3,825 | 10.63 | 70.61 |
| 12 | 50.10 | 2,160 | 5,985 | 16.63 | 70.42 |
| 13 | 49.02 | 360 | 6,345 | 17.63 | 69.04 |
| 14 | 49.00 | 360 | 6,705 | 18.63 | 69.01 |
| 15 | 48.01 | 90 | 7,065 | 19.63 | 67.62 |
| 16 | 48.00 | 405 | 7,470 | 20.75 | 67.61 |
| 17 | 47.84 | 45 | 7,515 | 20.88 | 67.38 |
| 18 | 47.30 | 90 | 7,605 | 21.13 | 66.62 |
| 19 | 47.08 | 45 | 7,650 | 21.25 | 66.21 |
| 20 | 46.00 | 810 | 8,460 | 23.50 | 64.79 |
| 21 | 45.20 | 45 | 8,505 | 23.63 | 63.66 |
| 22 | 45.00 | 360 | 8,865 | 24.63 | 63.38 |
| 23 | 44.00 | 90 | 8,955 | 24.88 | 61.97 |
| 24 | 43.90 | 540 | 9,495 | 26.38 | 61.83 |
| 25 | 42.50 | 45 | 9,540 | 26.50 | 59.86 |
| 26 | 42.00 | 1,080 | 10,620 | 29.50 | 59.15 |
| 27 | 41.00 | 225 | 10,845 | 30.33 | 57.75 |
| 28 | 40.80 | 90 | 10,935 | 30.38 | 57.46 |
| 29 | 40.00 | 810 | 11,745 | 32.13 | 56.34 |
| 30 | 39.00 | 45 | 11,790 | 32.75 | 54.93 |
| 31 | 38.70 | 360 | 12,150 | 33.75 | 54.51 |
| 32 | 37.60 | 90 | 12,240 | 34.00 | 52.96 |
| 33 | 36.00 | 45 | 12,285 | 34.13 | 50.70 |
| 34 | 33.00 | 45 | 12,330 | 34.25 | 48.48 |

注:2009年每股收益按照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后孰低的2009年净利润除以本次发行前总股本计算;

0 网下有效申购总量小于360万股,发行人和保荐人(主承销商)将按照网下申购的实际申购数量直接进行配售。

0 网下有效申购总量大于360万股,发行人和保荐人(主承销商)将按照网下申购的实际申购数量直接进行配售。

0 网下有效申购总量大于360万股,发行人和保荐人(主承销商)将按照网下申购的实际申购数量直接进行配售。

0 网下有效申购总量大于360万股,发行人和保荐人(主承销商)将按照网下申购的实际申购数量直接进行配售。

0 网下有效申购总量大于360万股,发行人和保荐人(主承销商)将按照网下申购的实际申购数量直接进行配售。

0 网下有效申购总量大于360万股,发行人和保荐人(主承销商)将按照网下申购的实际申购数量直接进行配售。

0 网下有效申购总量大于360万股,发行人和保荐人(主承销商)将按照网下申购的实际申购数量直接进行配售。

0 网下有效申购总量大于360万股,发行人和保荐人(主承销商)将按照网下申购的实际申购数量直接进行配售。

0 网下有效申购总量大于360万股,发行人和保荐人(主承销商)将按照网下申购的实际申购数量直接进行配售。

0 网下有效申购总量大于360万股,发行人和保荐人(主承销商)将按照网下申购的实际申购数量直接进行配售。

0 网下有效申购总量大于360万股,发行人和保荐人(主承销商)将按照网下申购的实际申购数量直接进行配售。

0 网下有效申购总量大于360万股,发行人和保荐人(主承销商)将按照网下申购的实际申购数量直接进行配售。

0 网下有效申购总量大于360万股,发行人和保荐人(主承销商)将按照网下申购的实际申购数量直接进行配售。

0 网下有效申购总量大于360万股,发行人和保荐人(主承销商)将按照网下申购的实际申购数量直接进行配售。

0 网下有效申购总量大于360万股,发行人和保荐人(主承销商)将按照网下申购的实际申购数量直接进行配售。

0 网下有效申购总量大于360万股,发行人和保荐人(主承销商)将按照网下申购的实际申购数量直接进行配售。

0 网下有效申购总量大于360万股,发行人和保荐人(主承销商)将按照网下申购的实际申购数量直接进行配售。

三、网下发行

1.参与对象

经主承销商确认,参与了初步询价且其报价不低于本次发行价格的询价对象为22个,配售对象为29个,其对应的有效报价总量为7,065万股,参与网下询价的询价对象通过深交所网下发行电子平台询价其报价是否有效及有效报价对应的申购数量。

2.网下发行

参与网下询价的询价对象必须足额、及时向中国结算深圳分公司的网下发行资金专户划付申购资金。

0 申购资金=发行价格×有效申购数量

0 配售对象应足额在中国证券账户系统填报银行账户申购资金

0 申购对象应在2010年12月27日(即T日)15:00之前到达中国结算深圳分公司的网下发行资金专户,该日15:00之后到账的均为无效申购。参与网下询价的配售对象资金到账时间:

0 配售对象在深交所网下发行电子平台一旦提交申购,即被视为向保荐人(主承销商)发出正式申购要约,具有法律效力。

0 配售对象在深交所网下发行电子平台一旦提交申购,即被视为向保荐人(主承销商)发出正式申购要约,具有法律效力。

0 配售对象在深交所网下发行电子平台一旦提交申购,即被视为向保荐人(主承销商)发出正式申购要约,具有法律效力。

0 配售对象在深交所网下发行电子平台一旦提交申购,即被视为向保荐人(主承销商)发出正式申购要约,具有法律效力。

0 配售对象在深交所网下发行电子平台一旦提交申购,即被视为向保荐人(主承销商)发出正式申购要约,具有法律效力。

0 配售对象在深交所网下发行电子平台一旦提交申购,即被视为向保荐人(主承销商)发出正式申购要约,具有法律效力。

0 配售对象在深交所网下发行电子平台一旦提交申购,即被视为向保荐人(主承销商)发出正式申购要约,具有法律效力。

0 配售对象在深交所网下发行电子平台一旦提交申购,即被视为向保荐人(主承销商)发出正式申购要约,具有法律效力。

0 配售对象在深交所网下发行电子平台一旦提交申购,即被视为向保荐人(主承销商)发出正式申购要约,具有法律效力。

0 配售对象在深交所网下发行电子平台一旦提交申购,即被视为向保荐人(主承销商)发出正式申购要约,具有法律效力。

0 配售对象在深交所网下发行电子平台一旦提交申购,即被视为向保荐人(主承销商)发出正式申购要约,具有法律效力。

0 配售对象在深交所网下发行电子平台一旦提交申购,即被视为向保荐人(主承销商)发出正式申购要约,具有法律效力。

0 配售对象在深交所网下发行电子平台一旦提交申购,即被视为向保荐人(主承销商)发出正式申购要约,具有法律效力。

0 配售对象在深交所网下发行电子平台一旦提交申购,即被视为向保荐人(主承销商)发出正式申购要约,具有法律效力。

0 配售对象在深交所网下发行电子平台一旦提交申购,即被视为向保荐人(主承销商)发出正式申购要约,具有法律效力。

0 配售对象在深交所网下发行电子平台一旦提交申购,即被视为向保荐人(主承销商)发出正式申购要约,具有法律效力。

0 配售对象在深交所网下发行电子平台一旦提交申购,即被视为向保荐人(主承销商)发出正式申购要约,具有法律效力。

0 配售对象在深交所网下发行电子平台一旦提交申购,即被视为向保荐人(主承销商)发出正式申购要约,具有法律效力。

0 配售对象在深交所网下发行电子平台一旦提交申购,即被视为向保荐人(主承销商)发出正式申购要约,具有法律效力。

四、本次网下发行申购款项在冻结期间产生的全部利息归证券投资者保护基金所有。

0 本次网下发行申购款项在冻结期间产生的全部利息归证券投资者保护基金所有。

0 本次网下发行申购款项在冻结期间产生的全部利息归证券投资者保护基金所有。

0 本次网下发行申购款项在冻结期间产生的全部利息归证券投资者保护基金所有。

0 本次网下发行申购款项在冻结期间产生的全部利息归证券投资者保护基金所有。

0 本次网下发行申购款项在冻结期间产生的全部利息归证券投资者保护基金所有。

0 本次网下发行申购款项在冻结期间产生的全部利息归证券投资者保护基金所有。

0 本次网下发行申购款项在冻结期间产生的全部利息归证券投资者保护基金所有。

0 本次网下发行申购款项在冻结期间产生的全部利息归证券投资者保护基金所有。

0 本次网下发行申购款项在冻结期间产生的全部利息归证券投资者保护基金所有。

0 本次网下发行申购款项在冻结期间产生的全部利息归证券投资者保护基金所有。

0 本次网下发行申购款项在冻结期间产生的全部利息归证券投资者保护基金所有。

0 本次网下发行申购款项在冻结期间产生的全部利息归证券投资者保护基金所有。

0 本次网下发行申购款项在冻结期间产生的全部利息归证券投资者保护基金所有。

0 本次网下发行申购款项在冻结期间产生的全部利息归证券投资者保护基金所有。

0 本次网下发行申购款项在冻结期间产生的全部利息归证券投资者保护基金所有。

0 本次网下发行申购款项在冻结期间产生的全部利息归证券投资者保护基金所有。

0 本次网下发行申购款项在冻结期间产生的全部利息归证券投资者保护基金所有。

0 本次网下发行申购款项在冻结期间产生的全部利息归证券投资者保护基金所有。

0 本次网下发行申购款项在冻结期间产生的全部利息归证券投资者保护基金所有。

0 本次网下发行申购款项在冻结期间产生的全部利息归证券投资者保护基金所有。

0 本次网下发行申购款项在冻结期间产生的全部利息归证券投资者保护基金所有。

0 本次网下发行申购款项在冻结期间产生的全部利息归证券投资者保护基金所有。

0 网下有效申购总量大于360万股,发行人和保荐人(主承销商)将按照网下申购的实际申购数量直接进行配售。

0 网下有效申购总量大于360万股,发行人和保荐人(主承销商)将按照网下申购的实际申购数量直接进行配售。

0 网下有效申购总量大于360万股,发行人和保荐人(主承销商)将按照网下申购的实际申购数量直接进行配售。

0 网下有效申购总量大于360万股,发行人和保荐人(主承销商)将按照网下申购的实际申购数量直接进行配售。

宁波先锋新材料股份有限公司 首次公开发行股票并在创业板上市初步询价及推介公告

保荐机构(主承销商):中国建银投资证券有限责任公司

特别提示

宁波先锋新材料股份有限公司根据《证券发行与承销管理办法》、《关于深化新股发行体制改革的指导意见》以及《首次公开发行股票并在创业板上市管理暂行办法》等相关规定制定《宁波先锋新材料股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市管理暂行办法》(以下简称“发行管理办法”)并已在创业板上市管理暂行办法中进行了备案。本次发行采用网下询价配售和网上定价发行相结合的方式。网下询价配售和网上定价发行均采用深圳证券交易所(以下简称“深交所”)网下发行电子平台进行。请询价对象及其管理的配售对象认真阅读本公告。关于网下发行电子化实施细则,请查阅深交所网站 www.sse.com.cn 的《深圳市场首次公开发行股票网下发行电子化实施细则》(090919)。

2.发行人与保荐人(主承销商)郑重声明:“大投资者”指机构投资者,理性投资,认真阅读2010年12月24日(即T-1日)刊登在《中国证券报》、《证券时报》、《上海证券报》和《中国证券报》上的《宁波先锋新材料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》。

3.本次发行的申购时间为2010年12月27日(即T日)9:30-15:00,即360万股,即360万股,网下发行数量为本次最终发行数量减去网下申购发行数量。

4.本次发行的申购工作已于2010年12月27日(即T日)9:30-15:00,即360万股,即360万股,网下发行数量为本次最终发行数量减去网下申购发行数量。

5.若本次发行中,发行人实际募集资金总额为88,200万元,募集资金的使用安排等相关情况已于2010年12月17日(即T-3日)刊登在《中国证券报》、《证券时报》、《上海证券报》和《中国证券报》上的《宁波先锋新材料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》中进行了披露,招股说明书全文可在中国证监会指定网站(包括深交所 www.cninfo.com.cn;中证网 www.cs.com.cn;中国证券网 www.cnstock.com;证券时报网 www.secm.com;中国证券报网 www.cnstock.com)以及发行人网站 www.xianfeng.com 查询。

6.配售对象只能选择网下发行或网上发行一种方式进行申购。参与网下询价的配售对象不能同时参与网上发行。若同时参与网下发行和网上发行,网上发行部分为无效申购。

7.网下发行重要事项:

0 在初步询价期间提交有效报价(即申报价格≥49元/股)的配售对象方可参与网下申购。提交有效报价的配售对象应按时向询价系统提交有效报价,逾期提交的报价无效。

13.本次发行初步询价阶段的具体报价情况将在网下配售结果公告中进行披露。

14.网下有效申购总量小于360万股,发行人和保荐人(主承销商)将按照网下申购的实际申购数量直接进行配售。

15.网下有效申购总量大于360万股,发行人和保荐人(主承销商)将按照网下申购的实际申购数量直接进行配售。

16.网下有效申购总量大于360万股,发行人和保荐人(主承销商)将按照网下申购的实际申购数量直接进行配售。

17.网下有效申购总量大于360万股,发行人和保荐人(主承销商)将按照网下申购的实际申购数量直接进行配售。

18.网下有效申购总量大于360万股,发行人和保荐人(主承销商)将按照网下申购的实际申购数量直接进行配售。

19.网下有效申购总量大于360万股,发行人和保荐人(主承销商)将按照网下申购的实际申购数量直接进行配售。

广东安居宝数码科技股份有限公司 首次公开发行股票并在创业板上市投资风险特别公告

保荐人(主承销商):国信证券股份有限公司

1.本次发行可能存在上市后跌破发行价的风险。投资者应当充分关注定价市场化蕴含的风险因素,如股票上市后可能跌破发行价,切实提高投资意识,强化价值投资理念,避免盲目炒作。监管机构、发行人和保荐人(主承销商)均无法保证股票上市后不会跌破发行价。

2.本次发行可能存在上市后跌破发行价的风险。投资者应当充分关注定价市场化蕴含的风险因素,如股票上市后可能跌破发行价,切实提高投资意识,强化价值投资理念,避免盲目炒作。监管机构、发行人和保荐人(主承销商)均无法保证股票上市后不会跌破发行价。

3.本次发行可能存在上市后跌破发行价的风险。投资者应当充分关注定价市场化蕴含的风险因素,如股票上市后可能跌破发行价,切实提高投资意识,强化价值投资理念,避免盲目炒作。监管机构、发行人和保荐人(主承销商)均无法保证股票上市后不会跌破发行价。

4.本次发行可能存在上市后跌破发行价的风险。投资者应当充分关注定价市场化蕴含的风险因素,如股票上市后可能跌破发行价,切实提高投资意识,强化价值投资理念,避免盲目炒作。监管机构、发行人和保荐人(主承销商)均无法保证股票上市后不会跌破发行价。

5.本次发行可能存在上市后跌破发行价的风险。投资者应当充分关注定价市场化蕴含的风险因素,如股票上市后可能跌破发行价,切实提高投资意识,强化价值投资理念,避免盲目炒作。监管机构、发行人和保荐人(主承销商)均无法保证股票上市后不会跌破发行价。

6.本次发行可能存在上市后跌破发行价的风险。投资者应当充分关注定价市场化蕴含的风险因素,如股票上市后可能跌破发行价,切实提高投资意识,强化价值投资理念,避免盲目炒作。监管机构、发行人和保荐人(主承销商)均无法保证股票上市后不会跌破发行价。

7.本次发行可能存在上市后跌破发行价的风险。投资者应当充分关注定价市场化蕴含的风险因素,如股票上市后可能跌破发行价,切实提高投资意识,强化价值投资理念,避免盲目炒作。监管机构、发行人和保荐人(主承销商)均无法保证股票上市后不会跌破发行价。

8.本次发行可能存在上市后跌破发行价的风险。投资者应当充分关注定价市场化蕴含的风险因素,如股票上市后可能跌破发行价,切实提高投资意识,强化价值投资理念,避免盲目炒作。监管机构、发行人和保荐人(主承销商)均无法保证股票上市后不会跌破发行价。

9.本次发行可能存在上市后跌破发行价的风险。投资者应当充分关注定价市场化蕴含的风险因素,如股票上市后可能跌破发行价,切实提高投资意识,强化价值投资理念,避免盲目炒作。监管机构、发行人和保荐人(主承销商)均无法保证股票上市后不会跌破发行价。

10.本次发行可能存在上市后跌破发行价的风险。投资者应当充分关注定价市场化蕴含的风险因素,如股票上市后可能跌破发行价,切实提高投资意识,强化价值投资理念,避免盲目炒作。监管机构、发行人和保荐人(主承销商)均无法保证股票上市后不会跌破发行价。

11.本次发行可能存在上市后跌破发行价的风险。投资者应当充分关注定价市场化蕴含的风险因素,如股票上市后可能跌破发行价,切实提高投资意识,强化价值投资理念,避免盲目炒作。监管机构、发行人和保荐人(主承销商)均无法保证股票上市后不会跌破发行价。

12.本次发行可能存在上市后跌破发行价的风险。投资者应当充分关注定价市场化蕴含的风险因素,如股票上市后可能跌破发行价,切实提高投资意识,强化价值投资理念,避免盲目炒作。监管机构、发行人和保荐人(主承销商)均无法保证股票上市后不会跌破发行价。

13.本次发行可能存在上市后跌破发行价的风险。投资者应当充分关注定价市场化蕴含的风险因素,如股票上市后可能跌破发行价,切实提高投资意识,强化价值投资理念,避免盲目炒作。监管机构、发行人和保荐人(主承销商)均无法保证股票上市后不会跌破发行价。

14.本次发行可能存在上市后跌破发行价的风险。投资者应当充分关注定价市场化蕴含的风险因素,如股票上市后可能跌破发行价,切实提高投资意识,强化价值投资理念,避免盲目炒作。监管机构、发行人和保荐人(主承销商)均无法保证股票上市后不会跌破发行价。

15.本次发行可能存在上市后跌破发行价的风险。投资者应当充分关注定价市场化蕴含的风险因素,如股票上市后可能跌破发行价,切实提高投资意识,强化价值投资理念,避免盲目炒作。监管机构、发行人和保荐人(主承销商)均无法保证股票上市后不会跌破发行价。

16.本次发行可能存在上市后跌破发行价的风险。投资者应当充分关注定价市场化蕴含的风险因素,如股票上市后可能跌破发行价,切实提高投资意识,强化价值投资理念,避免盲目炒作。监管机构、发行人和保荐人(主承销商)均无法保证股票上市后不会跌破发行价。

17.本次发行可能存在上市后跌破发行价的风险。投资者应当充分关注定价市场化蕴含的风险因素,如股票上市后可能跌破发行价,切实提高投资意识,强化价值投资理念,避免盲目炒作。监管机构、发行人和保荐人(主承销商)均无法保证股票上市后不会跌破发行价。

18.本次发行可能存在上市后跌破发行价的风险。投资者应当充分关注定价市场化蕴含的风险因素,如股票上市后可能跌破发行价,切实提高投资意识,强化价值投资理念,避免盲目炒作。监管机构、发行人和保荐人(主承销商)均无法保证股票上市后不会跌破发行价。

19.本次发行可能存在上市后跌破发行价的风险。投资者应当充分关注定价市场化蕴含的风险因素,如股票上市后可能跌破发行价,切实提高投资意识,强化价值投资理念,避免盲目炒作。监管机构、发行人和保荐人(主承销商)均无法保证股票上市后不会跌破发行价。