

赛维时代科技股份有限公司 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):东方证券承销保荐有限公司

根据《国民经济行业分类》(GB/T4754-2017),赛维时代科技股份有限公司(以下简称“赛维时代”、“发行人”或“公司”)所属行业为零售业(F52)。2023年6月27日(T-4日),中证指数有限公司发布的零售业(F52)最近一个月平均静态市盈率为23.24倍。本次发行价格20.45元/股对应的发行人2022年扣非前后孰低归属于母公司股东的净利润摊薄后市盈率为47.40倍,高于中证指数有限公司发布的行业最近一个月静态平均市盈率23.24倍,超出幅度为103.96%,高于同行业可比上市公司2022年扣除非经常性损益后归属于母公司股东净利润的平均静态市盈率45.22倍,超出幅度为4.82%,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。

赛维时代首次公开发行4,010万股人民币普通股(A股)并在创业板上市(以下简称“本次发行”)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,并已经中国证券监督管理委员会(以下简称“中国证监会”)予以注册(证监许可[2023]998号)。

发行人和本次发行的保荐人(主承销商)东方证券承销保荐有限公司(以下简称“东方投行”)保荐人(主承销商)或主承销商”协商确定本次发行股份数量4,010.00万股,占发行后总股本的10.02%。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。

本次发行适用于中国证监会发布的《证券发行与承销管理办法》(证监会令[第208号])、《首次公开发行股票注册管理办法》(证监会令[第205号])、深交所发布的《深圳证券交易所首次公开发行股票发行与承销业务实施细则》(深证上[2023]100号)、《深圳市场首次公开发行股票网下发行实施细则》(深证上[2023]110号)、《中国证券业协会发布的《首次公开发行股票承销业务规则》(中证协发[2023]118号)、《首次公开发行股票网下投资者管理规则》(中证协发[2023]119号),请投资者关注相关规定的变化,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。

发行人和主承销商特别提请投资者关注以下定向配售(以下简称“战略配售”)、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:

1.本次发行采用向参与战略配售的投资者定向配售(以下简称“战略配售”)、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:

本次发行的战略配售、初步询价及网上网下发行由保荐人(主承销商)负责组织实施。初步询价及网下发行通过深交所网下发行电子平台进行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”)登记结算平台实施;网上发行通过深交所交易系统进行。

2.初步询价结束后,发行人和主承销商按照《赛维时代科技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》”)约定的剔除规则,在剔除不符合要求的投资者报价后,协商一致将拟申购价格高于23.40元/股(不含23.40元/股)的配售对象全部剔除;将拟申购价格为23.40元/股、拟申购数量小于980.00万股(不含)的配售对象全部剔除。以上过程共剔除98个配售对象,对应剔除的拟申购总量为88,180.00万股,约占本次初步询价剔除无效报价后拟申购数量总和8,737,550.00万股的1.0092%。剔除部分不得参与网下及网上申购。

3.发行人和主承销商根据初步询价结果,综合考虑有效认购倍数、发行人所处行业、发行人基本面、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20.45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2023年7月3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申购日同为2023年7月3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.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”)、企业年金基金和职业年金基金(以下简称“年金基金”)、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”)和合格境外机构投资者资金报价中位数、加权平均数孰低值,故保荐人相关子公司无需参与本次战略配售。

根据最终确定的发行价格,本次发行的战略配售由发行人高级管理人员与核心员工参与本次战略配售设立的专项资产管理计划和其他参与战略配售的投资者组成,最终战略配售数量为665.38111万股,占本次发行数量的16.59%。其中,发行人高级管理人员与核心员工参与本次战略配售设立的专项资产管理计划最终战略配售股份数量为265.28111万股,占本次发行数量的6.62%;其他参与战略配售的投资者最终战略配售股份数量为400.10万股,占本次发行数量的9.98%。

本次发行初始战略配售数量为862.00万股,占本次发行数量的20.00%。最终战略配售数量为665.38111万股,约占本次发行数量的16.59%,初始战略配售与最终战略配售的差额136.6189万股将回拨至网下发行。

5.本次发行价格为20.45元/股,此价格对应的市盈率为:
(1)42.66倍 每股收益按照2022年度会计师事务所依据中国会计准则审计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);

(2)39.76倍 每股收益按照2022年度会计师事务所依据中国会计准则审计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);

(3)47.40倍 每股收益按照2022年度会计师事务所依据中国会计准则审计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)44.20倍 每股收益按照2022年度会计师事务所依据中国会计准则审计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20.45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《国民经济行业分类》(GB/T4754-2017),赛维时代所属行业为“零售业”分类代码:F52。中证指数有限公司已经发布的行业最近一个月静态市盈率为23.24倍(截至2023年6月27日(T-4日)),请投资者决策时参考。

截至2023年6月27日(T-4日),可比上市公司估值水平如下:

证券代码	证券简称	2022年扣非前EPS(元/港币)	2022年扣非后EPS(元/港币)	T-4日股票收盘价(元/港币)	对应的静态市盈率-扣非前(2022年)	对应的静态市盈率-扣非后(2022年)
002640.SZ	跨境通	0.0115	-0.0448	3.53	306.96	-78.79
300464.SZ	星徽股份	-0.7036	-0.6305	6.66	-9.47	-10.56
300866.SZ	安克创新	2.8123	1.9222	86.93	30.91	45.22
2148.HK	VESYNC	-0.1096	-	3.01	-27.46	-
平均值	剔除跨境通、星徽股份、VESYNC	-	-	30.91	45.22	-

数据来源:Wind,数据截至2023年6月27日(T-4日)。注1:市盈率计算可能存在尾数差异,为四舍五入造成。注2:2022年扣非前后EPS=2022年扣除非经常性损益后归母净利润/T-4日总股本。注3:跨境通、星徽股份、VESYNC的2022年扣非前、扣非后市盈率均为负值,因此均未纳入市盈率平均计算。注4:VESYNC为港股上市公司,其2022年年报以美元披露,上表中每股收益按照港币兑美元0.1277的比率折算后,以港币列示。

与行业内其他公司相比,赛维时代在以下方面存在一定优势:

作为国内知名跨境电商,基于突出的经营业绩、市场贡献和品牌影响力,公司曾获得全球跨境电商电子商务协会授予的“最具影响力企业”奖、深圳市跨境电商电子商务协会授予的“2017年度跨境电商行业前十优秀出口商”及“2018优秀跨境电商出口企业”、广东省跨境电商电子商务协会授予的“2019跨境电商行业百强企业(10强)”、广东省商务厅授予的“2022年广东省数字贸易龙头企业”、广东省省级跨境电商企业(龙头企业)”和“省级公共海外仓”、深圳知名品牌评价委员会授予的“深圳知名品牌Retro Stage”、深圳市中小企业服务局授予的“2022年深圳市创新型中小企业”和“2022年深圳市专精特新中小企业”以及广东省跨境电商电子商务协会“跨境电商高质量发展引领单位(2022-2023)”等多个奖项。

多年来公司在基础平台层、销售端和供应端持续深耕,通过不断打磨平台化快速反应能力,满足全球消费者对高品质、个性化的时尚生活需求。在基础平台层面,公司已具备全链路数字化能力,并搭建了“小前端+大中台”的敏捷型组织架构;在销售端,公司基于跨区域、跨平台的销售网络,构建品牌矩阵支撑的多品类延伸能力;在供应端,公司依托庞大而优质的供应商生态、全球仓储物流网络布局,并通过自研的服装柔性供应链系统赋能生产,构建高效供应能力。

(1)依托全链路数字化能力和敏捷型组织,构建平台化快速反应能力

A.全链路数字化能力:基于贯穿产品开发设计、供应链、品牌孵化与运营的信息流闭环架构,实现全链路数字化能力

提供紧贴时尚潮流的产品,加快供应链响应速度、精细化运营是跨境电商企业参与市场竞争的关键。公司以全链路数字化能力为基础,致力于打通全业务链条数据,实现全面技术驱动的业务模式。公司通过多年来在产品开发设计、销售运营管理、效果监测和营销技术应用、物流系统算法和模型等方面积累的竞争优势,不断完善技术驱动的业务流程,从而形成了较高的竞争壁垒。

B.敏捷型组织:通过“小前端+大中台”和“阿米巴”组织架构满足公司多品牌、多品类的业务模式,实现人均效益、市场响应效率等方面的多维提升

多年来,公司已构建了涵盖服饰配饰、百货家居、运动娱乐等品类的时尚生活产品矩阵。为了在维持各品牌差异化定位、快速响应市场需求的同时,打造平台化的快速反应能力,公司从2017年开始布局并优化“小前端+大中台”的组织架构,以实现人均效益、市场响应效率等方面的多维提升。

②基于跨区域、跨平台的销售网络,构建品牌矩阵支撑的多品类延伸能力

A.根植于多年的数据沉淀、市场运营经验积累及信息化系统布局,公司已实现跨平台的全球化销售能力
出口跨境电商具有明显的区域性,不同地区的居民消费能力、消费习惯存在较大差异。公司依靠对不同销售区域用户的数据库沉淀,基于大数据的流行趋势分析系统以及多年的跨境经营经验,准确洞察当地市场的消费习惯和需求特征,为公司把握行业发展趋势、提升经营规模奠定了基础;同时,针对不同销售区域,公司在产品开发、供应链、营销推广等环节均针对性地采取差异化策略,实现精准匹配用户需求。

不同海外电子商务平台运营的规则和经验存在较大差异,所以在运营模式上也不尽相同。每家平台在账号注册、用户互动回评、退换货政策、广告投放模式和监管政策要求等方面都有自己的独特性。为提升各平台的运营效率和运营稳定性,公司在发展早期即投入较多的人力、物力和财力,积累了丰富的运营经验,并通过信息化手段将运营经验沉淀为系统流程。

目前,公司线上营销网络已覆盖美国、德国、英国等多个国家和地区,以及Amazon、Wish、eBay、Walmart等第三方电商平台 and SHESHOW、Retro Stage 等多个垂直品类自营网站。

B.通过底层能力共享及敏捷型组织优势,构建品牌矩阵支撑的多品类延伸能力

基于全链路数字化能力、高效供应能力,充分发挥敏捷型组织架构的优势,公司已具备了品牌矩阵支撑下的多品类延伸能力,从而实现公司收入结构的多元化和收入规模的持续增长。

公司多品类延伸能力主要体现在三个方面:一是公司目前已初步形成涵盖服饰配饰、家居百货、运动娱乐、数码汽摩四大品类的品牌矩阵,基于内部品牌孵化运营及孵化能力的共享,公司未来还会在新的品类上继续孵化、运营新的品牌;二是在部分品类,公司已形成多个品牌对消费者交叉覆盖,从而在这些细分市场获取更高的市场份额,比如在女装领域,公司孵化运营了Zeagoo、Meaneor、SHESHOW、Retro Stage、Beyove、In'voland 等品牌,在家居居衣领域,公司孵化运营了Ekouaer、Avidlove、Hotouch、ADOME 等品牌;三是对于部分品牌,公司围绕品牌的市场、风格定位,不断扩展新产品,增强用户粘性,比如运动健身品牌ANCHEER,起初以锂电自行车为主,后续拓展了跑步机、户外帐篷、平衡车等产品,从而带动该品牌收入的增长。

报告期内公司已孵化63个营收过千万的自有品牌,占公司报告期内商品销售收入的比重为88.07%。其中,家居服品牌Ekouaer、男装品牌Coofandy、内衣品牌Avidlove、运动器材品牌ANCHEER等21个品牌在报告期内营业收入过亿,占公司报告期内商品销售收入比重为77.38%。从品牌影响力来看,截至2023年2月,Avidlove、Ekouaer、Coofandy、ANCHEER 等多个品牌的多款产品均处于Amazon Best Sellers 细分品类前五。

③依托供应商生态和全球仓储物流布局,构筑高效供应能力

A.基于全链路数字化能力,搭建多层次、动态的优质供应商生态,满足消费者的个性化需求
作为目前海外消费主力,美国千禧一代及Z世代消费者十分注重个性化与自我的彰显,甚至希望参与产品的创造过程,与品牌分享反馈和产品改进建议,而这种消费行为的变化对跨境电商卖家的供应链体系提出了较高要求。同时,服装配饰快消化、家居用品时尚化等趋势也要求跨境电商企业拥有更强的供应链快速反应能力。为应对上述趋势,公司多年来注重搭建兼具广度及深度的自有品牌供应链体系。通过优质的供应商生态,公司能够持续、及时地向市场推出不同品类且兼具时尚、品质及高性价比的商品,满足消费者的个性化需求。

B.通过全球布局的仓储、物流体系,确保及时的物流配送
购买后到货商品是否达到预期,物流配送是否如期而至是重要的客户体验触点。根据Google《中国时尚电商发展报

告》,配送及时性在美国消费者线上购物的主要影响因素中排名第三。

为满足消费者对配送时效性的要求,公司以欧洲、北美海外仓及国内仓为依托,建立完善的仓储物流体系,并无缝对接全球物流合作方。公司境内跨境物流体系已逐步完善,国内仓2022年日最大订单处理能力已超12万单;同时,公司还在美国及欧洲设立海外仓。借助海外仓库,公司可实现就近发货,使消费者享受到快速到货的极致客户体验,并且可以更加灵活地对市场作出反应,提高经营效率。2022年,公司欧洲仓、美东仓、美西仓日最大订单处理能力分别超过9,500单、19,000单及20,500单。基于公司强大的仓储及物流体系,报告期内公司日均发货订单处理量近7万单。

鉴于公司完善的跨境物流仓储体系,公司也将物流仓储体系开放予第三方,并获得客户高度认可。2020年,物流服务收入相较2019年增长203.21%,达到29,467.78万元。2021年和2022年,公司物流服务收入则分别为22,897.81万元和114,357.12万元。

C.通过数据驱动的服装柔性供应链,匹配服装类跨境电商小批量、多品种、高品质”生产需求

服装行业属于时尚行业,需要应对消费者个性化、快时尚的流行需求,所以供应链需同步调整节奏以满足“小批量、多品种、高品质”的生产要求。同时,跨境物流周期较长、海外消费者需求变化快等问题进一步提高了对供应链管理能力的要求。基于多年积累的服装行业洞察及实践经验,公司开发出基于遗传算法的服装柔性供应链系统,从而实现供应链数字化和高效、灵活的生产自动排程。

公司的服装柔性供应链系统通过打通各环节的信息流,实现供应端、生产端、销售端的协同和联动,并结合基于遗传算法的自动排程功能,最终实现全链条整体经营效率的提升。在供应端,面料辅料供应商可通过供应链协同系统实时获知加工厂的面辅料需求情况,缩短备货周期,实现上下游联动;在销售端,基于互联网和大数据技术应用,客户订单需求通过互联网实时下达传递到工厂数据库,系统根据产能和订单交期,自动生成物料采购和后续生产计划;在生产端,公司结合多年自主生产数据及生产经验的积累,不断迭代更新服装柔性供应链系统算法,使其能更快、准确地根据产能、产品工序、产品面料辅料信息等因素变化进行自动化排产,计算生成最优的生产调度计划,以提高生产效率,缩短生产周期。

本次发行价格20.45元/股对应的发行人2022年扣除非经常性损益前后孰低归属于母公司股东的净利润摊薄后市盈率为47.40倍,高于中证指数有限公司2023年6月27日(T-4日)发布的行业最近一个月平均静态市盈率23.24倍,超出幅度为103.96%;高于可比公司2022年扣除非经常性损益后归属于母公司股东净利润对应的平均静态市盈率45.22倍,超出幅度为4.82%,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。

Q)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133家,管理的配售对象数为4,630个,占剔除无效报价后所有配售对象总数的61.29%;有效拟申购数量总和为5,252,490.00万股,占剔除无效报价后申购总量的60.11%,为战略配售回拨后,网上网下回拨机制启动前网下初始发行规模的1,943.10倍。

Q)提请投资者关注本次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在《上海证券报》、《中国证券报》、《证券时报》《证券日报》、《经济参考报》和巨潮资讯网(www.cninfo.com.cn)的《赛维时代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》以下简称“《发行公告》”)。

(4)《赛维时代科技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62,245.65万元,本次发行价格20.45元/股对应融资规模为82,004.50万元,高于前述募集资金需求金额。

6)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,发行人与主承销商根据初步询价结果情况并综合考虑有效认购倍数、发行人所处行业、发行人基本面、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。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、年金基金、保险资金和合格境外机构投资者资金报价中位数、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疑问,建议不参与本次发行。

6)本次发行有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,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、发行人和主承销商均无法保证股票上市后不会跌破发行价。

7、按本次发行价格20.45元/股和4,010.00万股的新股发行数量计算,若本次发行成功,预计发行人募集资金总额为82,004.50万元,扣除发行费用约9,694.72万元(含增值税)后,预计募集资金净额约为72,309.78万元。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、经营管理及风险控制能力、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创业板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。

战略配售方面,发行人的高级管理人员与核心员工参与本次战略配售设立的专项资产管理计划及其他参与战略配售的投资者获配股票限售期为12个月。参与战略配售的投资者获配股票的限售期自本次公开发行的股票在深交所上市之日起开始计算。限售期届满后,参与战略配售的投资者对获配股份的减持适用中国证监会和深交所关于股份减持的有关规定。

9、网上投资者应当自主表达申购意向,不得概括委托证券公司代其进行新股申购。

10、网下投资者应根据《赛维时代科技股份有限公司首

次公开发行股票并在创业板上市网下发行初步配售结果公告》,于2023年7月5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,认购资金应当于2023年7月5日(T+2日)16:00前到账。

网下投资者划出认购资金的银行账户应与配售对象在协会登记备案的银行账户一致。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,该配售对象当日获配新股全部无效。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《赛维时代科技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2023年7月5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。

当出现网下和网上投资者缴款认购的股份数量合计不低于扣除最终战略配售数量后本次公开发行数量的70%时,本次发行因网下和网上投资者放弃认购的股份由保荐人(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扣除最终战略配售数量后本次公开发行数量的70%时,发行人和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.网下投资者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。提供有效报价的网下投资者未参与申购或未足额申购以及获得初步配售的网下投资者未及足额缴纳认购款的,将被视为违约并应承担违约责任,主承销商将违约情况报中国证券业协会备案。网下投资者或其管理的配售对象在证券交易所各市场板块相关项目的违规次数合并计算。配售对象被列入限制名单期间,不得参与证券交易所各市场板块相关项目的网下询价和配售业务;网下投资者被列入限制名单期间,其所管理的配售对象均不得参与证券交易所各市场板块相关项目的网下询价和配售业务。

网上投资者连续十二个月内累计出现三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六个月(按一百八十个自然日计算,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。放弃认购的次数按照投资者实际放弃认购新股、存托凭证、可转换公司债券与可交换公司债券的次数合并计算。

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。参与本次初步询价的配售对象,无论是否为有效报价,均不得参与网上申购。

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,中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司将按深交所交易系统确认的该投资者的第一笔有市值的证券账户的申购为有效申购,对其余申购做无效处理。每只新股发行,每一证券账户只能申购一次。同一证券账户多次参与同一只新股申购的,中国证券深圳分公司将按深交所交易系统确认的该投资者的第一笔申购为有效申购。

14.网下、网上申购结束后,发行人和主承销商将根据总体申购的情况于2023年7月3日(T日)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“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退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的盈利能力、股票的投资价值或对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.请投资者务必关注发行风险,当出现以下情况时,发行人及主承销商将协商采取中止发行措施:

(1)网下申购总量小于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扣除最终战略配售数量后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208号])第五十六条和《深圳证券交易所首次公开发行股票发行与承销业务实施细则》(深证上[2023]100号)第七十一条,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,发行人和主承销商将及时公告中止发行原因、恢复发行安排等事宜。投资者已缴纳认购款的,发行人、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,在中国证监会予以注册决定的有效期内,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2023年6月21日(T-6日)披露于中国证监会指定网站巨潮资讯网,网址www.cninfo.com.cn;证券时报网,网址www.stcn.com;证券日报网,网址www.zqrb.cn;中国证券网,网址www.cnstock.com;中证网,网址www.cs.com.cn;经济参考网,网址www.jjckb.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:赛维时代科技股份有限公司
保荐人(主承销商):东方证券承销保荐有限公司
2023年6月30日