

(上接A09版)

数据来源:Wind资讯,数据截至2025年3月3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2:2023年扣非前/后EPS=2023年扣除非经常性损益前/后归母净利润/T-4日总股本;

注3:剔除部分公司指未选取招股书列示的家联科技及泉舜纸塑,由于家联科技静态市盈率偏高,故在计算时作为极值剔除;泉舜纸塑已退市,无可参考数据。

与行业内其他公司相比,公司在以下方面存在一定优势:

①产业链和产品线优势

在生产纸制餐饮具方面,公司具备从PLA粒子改性、淋膜、印刷、成型的全流程加工生产能力;在生产塑料餐饮具方面,公司具备从PLA粒子改性、片材加工、成型、印刷的全流程加工生产能力,形成了公司核心竞争优势。掌握上述全流程的核心技术及生产工艺,使公司提升了应对客户个性化需求的响应能力,缩短了产品试样周期,保证了大规模生产时的产品品质,并可以有效控制生产成本,提高盈利能力。

公司产品线齐全,能够生产各种规格与式样的纸制餐饮具,包括纸杯、杯套、纸餐盒等;以及塑料餐饮具,包括塑料杯盖、塑料杯、刀叉勺、吸管等,还可以根据客户的个性化需求进行定制。公司丰富的产品类型增强了公司的竞争力,为公司实现业绩持续稳定增长打下了坚实的基础。

②技术优势

自成立以来,公司始终坚持以市场需求为导向进行技术研发创新,培育了一支研发经验丰富、自主创新能力强的专业技术队伍。公司及子公司安徽恒鑫为国家高新技术企业,公司连续6年被评为中国轻工业塑料行业(降解塑料)十强企业,被评为安徽省“专精特新”中小企业、安徽省“专精特新”冠军企业、安徽省印刷优势企业、安徽省消费品工业“三品”示范企业,入选第四批专精特新“小巨人”企业名单。

公司重视技术和产品的持续研发,将技术研发能力视为增强公司市场竞争力的核心要素。经过多年的研发投入,公司目前拥有5项发明专利,83项实用新型专利及19项外观设计专利,并积累了PLA粒子改性技术、PLA淋膜技术、纸杯高速成型技术等核心技术体系。

公司建设有安徽省企业技术中心、合肥市企业技术中心、合肥市工业设计中心。公司的PLA环保纸杯成型车间于2018年被认定为合肥市“数字化车间”,PLA环保杯盖成型数字化车间于2018年被认定为合肥市“数字化车间”,刀叉勺注塑成型车间于2020年被认定为合肥市“数字化车间”,PLA环保纸杯智能工厂项目于2020年被认定为合肥市“智能工厂”。公司的PLA冷饮吸管、PLA注塑餐具、PLA热成型餐饮具、PLA发泡一次性餐饮具及PLA生物降解淋膜纸制品获得国家级绿色设计产品的称号。

③可生物降解系列产品优势

在国内外禁限塑政策趋严的情况下,具备可生物降解产品开发、生产能力的餐饮具企业,能够在未来的竞争中占得先机。公司在国内较早开展PLA材料应用于餐饮具的研发工作,在PLA粒子改性技术、PLA淋膜技术、PLA片材制备技术、PLA成型技术等方面建立了雄厚的技术体系,形成了较强的核心竞争力。公司PLA餐饮具为行业内代表性的可生物降解产品,成为国内咖啡、茶饮等众多知名企业的可生物降解餐饮具的优选产品。

报告期内,公司可生物降解餐饮具收入分别为41,202.49万元、55,419.70万元、75,411.23万元和41,393.01万元,占主营业务收入的比例分别为59.19%、52.56%、54.04%和57.63%,可生物降解产品的营收规模与营收占比均较高。随着未来禁限塑政策的推进,公司将凭借既有优势并不断加大研发投入,保持并持续提升公司在可生物降解系列产品领域的优势地位。

④生产规模优势

纸制与塑料餐饮具产品的规格和品类众多,下游应用领域广阔且市场规模巨大。企业只有具备大规模的生产能力,才能提供不同规格和品类的产品,并根据下游客户的不同要求进行定制化生产,而在激烈的市场竞争中占据优势地位。因此,规模化生产对纸制与塑料餐饮具生产企业的发展至关重要。

公司目前已发展成为知名的纸制与塑料餐饮具提供商,先后建设了多条先进的纸制与塑料餐饮具生产线,形成年90亿只的纸制与塑料餐饮具的生产能力。公司已在全国建立了多个生产基地,同时覆盖使用可降解餐饮具消费市场相对集中的区域市场,具备为国内外客户规模化定制产品及快速批量交货的能力。

生产规模优势衍生出公司在采购、生产、销售环节的优势:在采购端,公司在采购原材料时,既可以保证主要原材料供应质量的稳定性,又具备相对较强的议价能力,从而在稳定产品质量的同时,可以控制好成本;在生产端,由于生产规模大、生产能力强,公司能充分发挥生产规模优势;在销售端,由于生产基地布局合理,公司具备较快的客户需求响应速度,提升了开拓与服务客户的能力。

⑤质量控制优势

由于餐饮具直接接触食品,为保障食品安全,下游客户对餐饮具的质量要求非常严格。在食品安全方面,公司和公司主要产品通过了BRC认证、FDA认证、LFGFB测试,以及国内食品接触材料及制品的相关标准,满足高端餐饮企业对供应商提出的认证和测试要求。在管理体系方面,公司通过了ISO9001国际质量管理体系、ISO14001国际环境管理体系、ISO45001职业健康安全管理体系和ISEDEX认证,完善了管理体系。在环境保护方面,公司的可生物降解产品通过了DIN和BPI等堆肥认证,产品的生物降解性能获得权威机构认可。

(上接A09版)

有效报价的投资者数量为257家,管理的配售对象个数为6,514个,占剔除无效报价后配售对象总数的97.05%;对应的的有效拟申购总量为4,670,200万股,占剔除无效报价后拟申购总量的96.98%,对应的的有效申购倍数为战略配售回拨后、网上网下回拨机制启动前网下初始发行规模的2,561.47倍。

(4) 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披露的《发行公告》。

(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愿报价,发行人与保荐人(主承销商)根据初步询价结果情况并综合考虑剩余报价及拟申购数量、有效认购倍数、发行人基本面、所处行业、可比公司估值水平、市场环境、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投资者资金报价中位数和加权平均数孰低值(41,8094元/股)。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) 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愿报价,发行人与保荐人(主承销商)根据初步询价结果情况并综合考虑剩余报价及拟申购数量、有效认购倍数、发行人基本面、所处行业、可比公司估值水平、市场环境、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39.92元/股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投资者资金报价中位数和加权平均数孰低值(41,8094元/股)。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。

(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,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、发行人和保荐人(主承销商)均无法保证股票上市后不会跌破发行价。

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。

7. 按本次发行价格39.92元/股,发行新股2,550.00万股计算,发行人募集资金总额预计为101,796.00万元,扣除预计发行费用11,904.53万元(不含增值税)后,预计募集资金净额约为89,891.47万元(如存在尾数差异,为四舍五入造成)。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

公司根据各产品特点,制定了严格的全工序作业指导书、检验标准和体系化的质量控制措施,从原料进厂到生产制造过程,再到成品检验等,严格规范生产和检验人员作业标准,通过生产端和检验端的严格管控来提高并稳定良品率。通过对质量控制流程的不断改进,同时完善并严格执行产品首件确认、过程巡检、入库终检和出厂抽检等多层次的检验流程,使得公司产品良品率稳定在99.9%以上。完善的生产质量控制体系,严格的质量控制措施,使得“人、机、料、法、环、测”环环相扣,为确保公司产品质量、成本控制和管理提升、市场开拓打下了坚实的基础。

⑥品牌及客户优势

公司非常注重品牌的塑造和推广,通过国内外专业展会、专业杂志、网络平台等各种平台进行品牌宣传,积极参与行业协会举办的各种活动,建设有中英文的企业宣传网站以介绍产品、宣传品牌,提高公司品牌在业内的知名度。

凭借较强的研发创新能力、生产制造能力以及可靠的产品品质等,公司与众多终端客户形成了稳定的业务合作关系,包括瑞幸咖啡、星巴克、Manner咖啡等知名咖啡品牌;喜茶、蜜雪冰城、Coco都可茶饮等极具影响力的茶饮品牌;以麦当劳、汉堡王等为代表的全球连锁快餐品牌。公司积累的良好客户资源,有利于公司口碑宣传强化和品牌形象提升。

与知名客户合作,公司可以进一步巩固和提升竞争优势:品牌客户具有较强的社会责任感,倡导绿色环保生活方式,优先选择具有可生物降解特性的餐饮具,与品牌客户合作提升了公司可生物降解产品的销量;品牌客户具有较强行业前瞻性,通过配合其对产品各异需求的开发,可以不断提升公司竞争优势。

本次发行价格39.92元/股对应的发行人2023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19.24倍,低于中证指数有限公司2025年3月3日(T-4日)发布的同行业最近一个月静态平均市盈率20.68倍,亦低于同行业可比上市公司2023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37.91倍,但仍存在未来发行人股价下跌给投资者带来损失的风险。发行人和保荐人(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) 根据本次发行确定的发行价格,本次网下发行提交了有效报价的投资者数量为257家,管理的配售对象个数为6,514个,占剔除无效报价后配售对象总数的97.05%;对应的的有效拟申购总量为4,670,200万股,占剔除无效报价后拟申购总量的96.98%,对应的的有效申购倍数为战略配售回拨后、网上网下回拨机制启动前网下初始发行规模的2,561.47倍。

(3) 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本公司“附表:初步询价报价情况”。

(4) 《合肥恒鑫生活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82,832.00万元,本次发行价格39.92元/股对应募集资金总额为101,796.00万元,扣除预计发行费用11,904.53万元(不含增值税)后,预计募集资金净额约为89,891.47万元(如存在尾数差异,为四舍五入造成)。

(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愿报价,发行人与保荐人(主承销商)根据初步询价结果情况并综合考虑剩余报价及拟申购数量、有效认购倍数、发行人基本面、所处行业、可比公司估值水平、市场环境、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投资者资金报价中位数和加权平均数孰低值(41,8094元/股)。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) 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愿报价,发行人与保荐人(主承销商)根据初步询价结果情况并综合考虑剩余报价及拟申购数量、有效认购倍数、发行人基本面、所处行业、可比公司估值水平、市场环境、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39.92元/股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投资者资金报价中位数和加权平均数孰低值(41,8094元/股)。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。

(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次发行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,不得概括委托证券公司进行新股申购。

1. 恒鑫生活首次公开发行2,550.00万股人民币普通股(A股)(以下简称“本次发行”)的申请已经深交所创业板上市委员会审议通过,并已经中国证监会同意注册(证监许可

(2024)1909号)。发行人股票简称为“恒鑫生活”,股票代码为“301501”,该简称和代码同时用于本次发行的初步询价、网上申购及网下申购。本次发行的股票拟在深交所创业板上市。根据《中国上市公司协会上市公司行业统计分类指引》(2023年),恒鑫生活所属行业为“(C22)造纸和纸制品业”。

2. 发行人和保荐人(主承销商)协商确定本次发行的股票数量为2,550.00万股,占发行后总股本的25.00%。全部为公开发行新股,发行人股东不进行公开发售股份。本次公开发行后公司总股本为10,200.00万股。

本次发行不安排向发行人的高级管理人员和核心员工资产管理计划及向其他外部投资者的战略配售。本次发行的初始战略配售数量为127.50万股,占本次发行数量的5.00%。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公募基金、社保基金、养老金、年金基金、保险资金和合格境外投资者资金报价中位数和加权平均数孰低值,故保荐人及相关公司无需参与本次战略配售。本次发行初始战略配售数量与最终战略配售数量的差额127.50万股将回拨至网下发行。

战略配售回拨后、网上网下回拨机制启动前,网下初始发行数量为1,823.25万股,约占扣除最终战略配售数量后本次发行数量的71.50%;网上初始发行数量为726.75万股,约占扣除最终战略配售数量后本次发行数量的28.50%。战略配售回拨后最终网下、网上发行合计数量为2,550.00万股,网上及网下最终发行数量将根据网上、网下回拨情况确定。

3. 本次发行的初步询价工作已于2025年3月3日(T-4日)完成。发行人和保荐人(主承销商)根据初步询价结果,在剔除最高报价部分后,综合考虑发行人基本面、所处行业、可比公司估值水平、市场环境、募集资金需求及承销风险,协商确定本次发行价格为39.92元/股,网下不再进行累计投标。此价格对应的市盈率为:

(1) 14.28倍(每股收益按照2023年度经会计师事务所遵照中国会准则审计的扣除非经常性损益前的归属于母公司股东的净利润除以本次发行前的总股本计算);

(2) 14.43倍(每股收益按照2023年度经会计师事务所遵照中国会准则审计的扣除非经常性损益后的归属于母公司股东的净利润除以本次发行前的总股本计算);

(3) 19.04倍(每股收益按照2023年度经会计师事务所遵照中国会准则审计的扣除非经常性损益前的归属于母公司股东的净利润除以本次发行前的总股本计算);

(4) 19.24倍(每股收益按照2023年度经会计师事务所遵照中国会准则审计的扣除非经常性损益后的归属于母公司股东的净利润除以本次发行前的总股本计算)。

4. 本次网下发行申购日与网上申购日同为2025年3月7日(T日),任一配售对象只能选择网下发行或者网上发行一种方式进行申购。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。

(1) 网下申购 本次发行网下申购时间为2025年3月7日(T日)9:30-15:00。

在初步询价期间提交有效报价的网下投资者管理的配售对象,方可且必须参与网下申购。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、申购数量及保荐人(主承销商)在《发行公告》中规定的其他信息。其中申购价格为本次发行价格39.92元/股。申购数量应等于初步询价中其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2025年3月11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”,均不得再参与本次发行的网上申购,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注册的信息为准,因配售对象信息填报与注册信息不一致所致后果由网下投资者自负。

保荐人(主承销商)将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一步进行核查,投资者应按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,保荐人(主承销商)将拒绝向其进行配售。北京大成(合肥)律师事务所将对本次网下发行进行见证,并出具专项法律意见书。

(2) 网上申购 本次发行网上申购时间为2025年3月7日(T日)9:15-11:30,13:00-15:00。

2025年3月7日(T日)前在中国结算深圳分公司开立证券账户,且在2025年3月5日(T-2日)前20个交易日(含T-2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)可通过深交所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权限(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,不得概括委托证券公司进行证券申购。

12. 网下投资者应严格遵守行业监管要求,根据资产规模等合理确定申购金额,不得超资产规模申购。提供有效报价的网下投资者未参与申购或未足额申购或者获得初步配售的网下投资者未按时足额缴付认购资金的,将被视为违约并应承担违约责任,保荐人(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的违规次数累计计算。配售对象被列入限制名单期间,该配售对象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的网下询价和配售业务。

网上投资者连续12个月内累计出现3次中签但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、可转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。

投资者参与网上公开发行股票的申购,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,中国结算深圳分公司将以该投资者第一笔有市值的证券账户的申购为有效申购,其余申购作无效处理;每个新股发行,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,以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,其余均为无效申购。

14. 网上、网下申购结束后,发行人和保荐人(主承销商)将根据网上申购情况,对网下和网上发行的规模进行调节。具体回拨机制请参见《发行公告》中的“二、(五)回拨机制”。

8. 本次发行可能出现的中止情形详见“七、中止发行情况”。

9. 本公告仅对股票发行事宜扼要说明,不构成投资建议。投资者欲了解本次发行的详细情况,请仔细阅读2025年2月27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;中证网,网址www.cs.com.cn;中国证券网,网址www.cnstock.com;证券时报网,网址www.stcn.com;