马可波罗控股股份有限公司
首次公开发行股票并在主板上市发行公告

保荐人（主承销商）：招商证券股份有限公司

特别提示

本次发行高剔比例：发行人和保荐人（主承销商）根据剔除无效报价后的初步询价结果，对所有符合条件的配售对象的报价按照拟申购价格由高到低、同一拟申购价格上按配售对象的拟申购数量由小到大、同一拟申购价格同一拟申购数量上按申购时间由后到先、同一拟申购价格同一拟申购数量同一申购时间上按深交所网下发行电子平台自动生成的委托序号顺序从后到前排序，剔除拟申购数量中报价最高部分配售对象的报价，剔除的拟申购量不超过符合条件的所有网下投资者拟申购总量的3%，本次发行执行3%的最高报价剔除比例。当拟剔除的最高申报价格部分中的最低价格与确定的发行价格相同时，对该价格上的申报不再剔除。剔除部分的配售对象不得参与网下申购。

本次网下发行部分限售期安排：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30%（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，70%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；30%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。

马可波罗控股股份有限公司（以下简称“马可波罗”、“发行人”或“公司”）根据《证券发行与承销管理办法》（证监会令〔第228号〕）（以下简称“《管理办法》”）、《首次公开发行股票注册管理办法》（证监会令〔第205号〕）、《深圳证券交易所首次公开发行证券发行与承销业务实施细则（2025年修订）》（深证上〔2025〕267号）（以下简称“《业务实施细则》”）、《深圳市场首次公开发行股票网上发行实施细则（2018年修订）》（深证上〔2018〕279号）（以下简称“《网上发行实施细则》”）、《深圳市场首次公开发行股票网下发行实施细则（2025年修订）》（深证上〔2025〕224号）（以下简称“《网下发行实施细则》”）、《首次公开发行证券承销业务规则》（中证协发〔2023〕18号）（以下简称“《承销业务规则》”）、《首次公开发行证券网下投资者管理规则》（中证协发〔2025〕57号）（以下简称“《管理规则》”）和《首次公开发行证券网下投资者分类评价和管理指引》（中证协发〔2024〕277号）等相关法律法规、监管规定以及自律规则等文件组织实施首次公开发行股票并在主板上市。

本次发行的保荐人（主承销商）为招商证券股份有限公司（以下简称“招商证券”、“保荐人（主承销商）”或“主承销商”）。

本次发行的战略配售在保荐人（主承销商）处进行，初步询价和网下发行均通过深圳证券交易所（以下简称“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，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进行，请网上投资者认真阅读本公告及《网上发行实施细则》等相关规定。

本次发行价格13.75元/股对应的发行人2024年扣除非经常性损益前后孰低的归母净利润的摊薄后静态市盈率为14.27倍，低于中证指数有限公司2025年9月30日（T-3日）发布的同行业最近一个月平均静态市盈率32.20倍，低于同行业可比上市公司2024年扣除非经常性损益前后孰低归属于母公司股东净利润的平均静态市盈率27.69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。

敬请投资者重点关注，主板注册制下的市场化定价机制与核准制下定价机制存在差异，在高价剔除、“四个值”计算、发行价格确定等环节发生重大变化，请投资者重点关注本公告“一、（二）剔除最高报价有关情况”、“一、（三）发行价格的确定”部分。

主板注册制下网上网下回拨机制发生重大变化，请投资者重点关注本公告“二、（五）回拨机制”部分。

主板注册制下网下投资者限售规则发生重大变化，请投资者重点关注本公告“二、（六）限售期安排”部分。

敬请投资者重点关注本次发行方式、发行流程、网上网下申购及缴款、回拨机制及弃购股份处理、网下高价剔除比例、网下发行部分限售期安排等方面，具体内容如下：

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”）与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。

2、初步询价结束后，发行人和保荐人（主承销商）根据《马可波罗控股股份有限公司首次公开发行股票并在主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，经发行人和保荐人（主承销商）协商一致，将拟申购价格高于15.56元/股的配售对象全部剔除；将拟申购价格为15.56元/股，且申购数量小于3,700万股（不含3,700万股）的配售对象全部剔除；将拟申购价格为15.56元/股，拟申购数量等于3,700万股，且申报时间晚于2025年9月30日14:32:14:683的配售对象全部剔除；将拟申购价格为15.56元/股，拟申购数量等于3,700万股，且申报时间同为2025年9月30日14:32:14:683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到前剔除23个配售对象。

以上过程共剔除291个配售对象，剔除的拟申购总量为682,180万股，约占本次初步询价剔除无效报价后拟申购数量总和22,778,250万股的2.9948%。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：投资者报价信息统计表”中被标注为“高价剔除”的部分。

3、发行人和保荐人（主承销商）根据初步询价结果，综合考虑剩余报价及拟申购数量、有效认购倍数、发行人所处行业、市场情况、同行业可比上市公司估值水平、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13.75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2025年10月13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2025年10月13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。

发行人与保荐人（主承销商）协商确定的发行价格为13.75元/股，本次发行的发行价格不高于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”）和合格境外投资者资金报价中位数和加权平均数的孰低值（以下简称“四个数孰低值”）。

4、本次发行参与战略配售的投资者为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，即招商资管马可波罗员工参与深主板战略配售集合资产管理计划（以下简称“马可波罗员工战配资管计划”）。根据最终确定的发行价格，马可波罗员工战配资管计划最终战略配售股份数量为1,194.92万股，占本次发行数量的10.00%。

本次发行初始战略配售数量为1,194.92万股，占本次发行数量的10.00%，最终战略配售数量为1,194.92万股，占本次发行数量的10.00%。本次发行初始战略配售数量与最终战略配售数量相同，本次发行战略配售无需向网下发行进行回拨。

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30%（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，70%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；30%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。

战略配售股份限售期安排详见本公告“三、战略配售”。

6、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。

7、本次发行回拨机制：网下、网上申购结束后，发行人和保荐人（主承销商）将根据网上申购的情况于2025年10月13日（T日）确定是否启动回拨机制，对网下、网上的发行数量进行调节。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《马可波罗控股股份有限公司首次公开发行股票并在主板上市网下发行初步配售结果公告》（以下简称“《网下发行初步配售结果公告》”），于2025年10月15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2025年10月15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，该配售对象获配的新股全部无效。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，并按照规范填写备注。

网上投资者申购新股中签后，应根据《马可波罗控股股份有限公司首次公开发行股票并在主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》”）履行资金交收义务，确保其资金账户在2025年10月15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部分的股份由保荐人（主承销商）包销。

9、提供有效报价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项目的违规次数合并计算。配售对象被采取不得参与网下询价和配售业务、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。网下投资者被采取不得参与网下询价和配售业务、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。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。

10、中止发行情况：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，发行人和保荐人（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。

11、发行人和保荐人（主承销商）郑重提示广大投资者注意投资风险，理性投资，请认真阅读本公告及2025年10月10日（T-1日）公告的《马可波罗控股股份有限公司首次公开发行股票并在主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。

12、发行人和保荐人（主承销商）承诺，截至本公告发布日，不存在影响本次发行的重大事项。有关本公告和本次发行的相关问题由保荐人（主承销商）保留最终解释权。

估值及投资风险提示

1、本次发行价格为13.75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）根据中国上市公司协会发布的《中国上市公司协会上市公司行业统计分类指引》（2023年），公司所属行业为非金属矿物制品业（C30），截至2025年9月30日（T-3日），中证指数有限公司发布的非金属矿物制品业（C30）最近一个月平均静态市盈率为32.20倍。

（2）截至2025年9月30日（T-3日），《马可波罗控股股份有限公司首次公开发行股票并在主板上市招股意向书》（以下简称“《招股意向书》”）中披露同行业上市公司估值水平具体如下：

证券代码	证券简称	T-3日收盘价（元/股）	2024年扣非前EPS（元/股）	2024年扣非后EPS（元/股）	对应静态市盈率-扣非前（2024年）	对应静态市盈率-扣非后（2024年）
003012.SZ	东鹏控股	7.18	0.2839	0.2593	25.29	27.69
002918.SZ	蒙娜丽莎	17.13	0.3057	0.2517	56.04	68.06
002798.SZ	帝欧水华	6.46	—	—	—	—
算术平均值（剔除负值及异常值）					25.29	27.69

数据来源：Wind资讯，数据截至2025年9月30日。

注：1、市盈率计算如存在尾数差异，为四舍五入造成；

2、2024年扣非前/后EPS=2024年扣除非经常性损益前/后归母净利润/T-3日总股本；

3、帝欧水华2024年扣非前后归属于母公司股东的净利润为负值，蒙娜丽莎2024年扣非前后对应的静态市盈率显著较高，因此帝欧水华、蒙娜丽莎未纳入同行业上市公司市盈率算术平均值计算范围。

本次发行价格13.75元/股对应的发行人2024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14.27倍，低于同行业可比上市公司2024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27.69倍，低于中证指数有限公司2025年9月30日（T-3日）发布的同行业最近一个月静态平均市盈率32.20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。

本次发行的定价合理性说明如下：

与行业内其他公司相比，发行人在以下方面存在一定优势：

（1）品牌优势

公司注重品牌建设，以“为中国陶瓷打造出第一个世界知名品牌”为使命，主要拥有“马可波罗瓷砖”“唯美L&D陶瓷”两大自有品牌，是国内建筑陶瓷行业最早品牌化的企业之一。2007年建立东莞市唯美陶瓷博物馆，为瓷砖文化立传；连续17年冠名深圳马可波罗队（更名前为东莞马可波罗队）；近年来，大力推进数字化营销，持续提高品牌影响力。经过多年发展，“马可波罗瓷砖”“唯美L&D陶瓷”已在行业内拥有较高的知名度和美誉度。根据世界品牌实验室（World Brand Lab）发布的2024年《中国500最具价值品牌》，公司“马可波罗瓷砖”的品牌价值连续十三年位列建筑陶瓷行业第一、“唯美L&D陶瓷”品牌的品牌价值位列建筑陶瓷行业第六，公司品牌优势明显。

（2）渠道优势

公司重视渠道建设，深耕渠道。公司坚持“厂商一体化，合作长久化”，深化厂商合作制，打造出了稳定度高、忠诚度高的经销商队伍。公司在全国拥有完善、优质的终端体系，国内销售网点覆盖全国所有省级城市和地级市，并深入到县级市场。截至2024年末，公司共有8,276家销售终端。公司拥有立体化营销网络，产品远销全球多个国家和地区。公司重视整装渠道建设，与全国主要城市的重点整装公司均建立良好的合作关系，成为稳定的合作伙伴。工程渠道方面，马可波罗瓷砖是众多大型集团公司的战略合作品牌，产品先后入驻奥运场馆、世博、北京大兴国际机场、敦煌国际会展中心等“大国工程”及北京中国尊、上海国际金融中心、广州西塔等众多地标建筑。根据《2025房建供应链企业综合实力TOP500-首选供应商服务商测评报告》，马可波罗瓷砖以22.00%的品牌首选指数，连续十一年荣获建陶品牌供应商排名第一的殊荣。

（3）绿色制造优势

公司的绿色制造水平在国内建筑陶瓷行业内处于领先地位。东莞市唯美陶瓷工业园有限公司、江西和美陶瓷有限公司、江西唯美陶瓷有限公司、重庆唯美陶瓷有限公司四个生产子公司均被授予国家级“绿色工厂”。

公司拥有专业的节能管理技术团队，先进的节能管理理念和技术贯穿整个生产过程，使公司单位产品综合能耗水平优于国家标准的先进值水平。公司利用自有专利技术，使陶瓷废料得到多渠道大规模资源化利用，可大幅降低瓷砖生产企业抛光废料的排放压力，减少废料堆放和填埋带来的环境污染和经济损失，为行业的绿色发展做出了一定贡献。

（4）技术优势

公司的技术水平在国内建筑陶瓷行业内处于领先地位。公司设置研发技术中心来承担其研发工作，并组建技术委员会与专家委员会，以产学研合作、产业链强强联手研发、国际间合作研修、博士后工作站、大师工作室、工程实践教育基地等多种方式构建创新平台。截至目前，公司已创建两个国家级行业创新、设计平台，八个省级创新平台和一个博士后站点，行业首批通过CNAS国家实验室认证企业，拥有五家高新技术企业。截至报告期末，公司拥有专利825项，其中境内授权发明专利197项。

公司不断加大科研经费投入，完善创新机制，建立“专业人才阶梯晋升评定机制”，设置总裁奖、专项奖、专利奖、产品开发奖和项目奖等奖项，用以激励科技人员的创新积极性，推动科技创新早出成果、多出成果。截至目前，公司科技成果中：15项被评定/鉴定为国际领先、30项被评定/鉴定为国际先进、36项被评定/鉴定为国内领先、9项被评定/鉴定为国内先进。

（5）产品优势

公司是国内最大的建筑陶瓷制造商和销售商之一，产品涵盖抛釉砖、抛光砖、仿古砖、瓷片、岩板、岗岩和文化陶瓷等所有品类，现已开发出产品花色超万种，是行业内产品品类最全的公司之一。公司精准洞悉市场需求和国际潮流，每年推出数百款新产品供应市场，引领行业。

公司依托自有的两个国家级行业创新、设计平台，八个省级创新平台和一个博士后站点，大力研发新工艺、新技术。开发出仿木、仿石、仿皮等图案丰富、质感逼真细腻的系列新产品，研发出防滑、防静电、耐磨、易清洁、杀菌等高功能新技术产品。公司自主研发的三大核心技术产品——曲面岩板、3mmSPT智能抛光亮面岩板以及AI随机无限连纹产品，彰显了企业先进的产品力。曲面岩板，实现半径小至15cm圆弧，可实现圆柱造型、方形柱、整片弧形背景两大弯曲造型及连纹设计效果，并已实现系列化、规模化生产。3mmSPT智能抛光亮面岩板，攻克了釉面装饰技术难关，做到了超薄全抛镜面效果。AI随机无限连纹，突破了常规连纹产品版面限制，任意两片产品即可实现连纹效果。

公司拥有先进的岩板生产设备和技术，突破了岩板产品生产的三大行业难题和技术瓶颈：一是突破了岩板产品切割加工时容易破裂的行业难题；二是突破了大规格超薄岩板产品的湿法淋釉装饰的行业技术瓶颈；三是突破了超薄大规格岩板产品的强度及柔韧性不足导致无法进行抛光的问题。公司生产的岩板产品品类齐全，表面效果涵盖哑光与全抛釉，厚度2.5mm至15mm，最大规格可达1600*3200mm。

（6）文化创意优势

公司坚持以文化创新引领品牌高质量发展，打造了行业专业建筑陶瓷博物馆——东莞市唯美陶瓷博物馆。作为国家AAA级旅游景区和东莞市首批工业旅游示范点，博物馆已免费接待各类游客超过100万人次。

公司拥有一支百余人的工艺师队伍负责文化陶瓷产品的创作和生产，并与中央美院、清华美院、中国美协、故宫博物院、广州美院等单位深度合作。以高新技术提升传统产业，用传统文化塑造全球品牌，秉承“建筑陶瓷艺术化，艺术陶瓷大众化”理念，通过刀笔书画等表现形式融合中国传统文化，对传统瓷砖产品进行艺术化的演绎，相继开发出全新的建筑陶瓷产品系列，包括中国印象、唯美手工砖、马可波罗文化背景墙、晓光墨刻等一系列独创性艺术商品，将中国传统文化之精髓展现在瓷砖上，引导设计之风回归东方禅韵，受到国内外消费者和专家的广泛关注，文化陶瓷“东莞瓷刻”技艺作为传统美术类项目成功入选东莞市第七批市级非物质文化遗产代表性项目名录。公司制作的文化陶瓷产品在北京地铁8号线王府井站、前门站，敦煌国际会展中心、广州白云机场、哈尔滨地铁2号线、洛阳地铁2号线、佛山地铁2号线、东莞地铁2号线等多个工程得到应用。

（7）产能优势

公司年产能超过2亿平方米，自有产能位列行业前列。公司生产线在设备配置上坚持柔性生产的理念，打造了多条“变形金刚”生产线，产品设计与过程质量管理上采取系列化、标准化，各生产线可根据市场需求的变化快速调整规格与品类。

公司生产基地布局合理，可降低原料、能源成本与物流成本，同时加快了交货速度，更好地响应客户需求。东莞与清远基地可利用海运的低成本优势满足沿海地区、东北及出口的需要，江西基地可满足华中与华东地区的需要，重庆基地满足西部地区的需要。

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510家，管理的配售对象数量为7,620个，占剔除无效报价后所有配售对象总数的96.21%；对应的有效拟申购数量总和为22,080,580万股，占剔除无效报价后申购总量的96.94%，对应的有效申购倍数为网上网下回拨机制启动前（战略配售无需回拨）网下初始发行规模的2,933.12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告“附表：投资者报价信息统计表”。

4、《招股意向书》中披露的募集资金需求金额为237,656.26万元，本次发行价格13.75元/股对应募集资金总额为164,301.50万元，低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。本次发行价格不超过“四个数孰低值”。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市场风险，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13.75元/股和11,949.20万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164,301.50万元，扣除发行费用8,302.12万元（不含增值税）后，预计募集资金净额为155,999.38万元。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、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、马可波罗首次公开发行人民币普通股（A股）并在主板上市的申请已经深交所上市审核委员会审议通过，并已经中国证监会同意注册（证监许可〔2025〕1711号）。发行人股票简称为“马可波罗”，股票代码为“001386”，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主板上市。

根据中国上市公司协会发布的《中国上市公司协会上市公司行业统计分类指引》（2023年），马可波罗所属行业为“C30 非金属矿物制品业”。

2、发行人和保荐人（主承销商）协商确定本次公开发行新股的数量为11,949.20万股，占发行后公司总股本的10.00%，全部为公开发行新股，公司股东不进行公开发售股份。本次公开发行后公司总股本为119,492.00万股。

本次发行的初始战略配售发行数量为1,194.92万股，占发行数量的10.00%。本次发行参与战略配售的投资者为马可波罗员工战配资管计划，最终获配数量为1,194.92万股，占本次发行数量的10.00%。本次发行初始战略配售数量与最终战略配售数量相同，本次发行战略配售无需向网下发行进行回拨。

网上网下回拨机制启动前，网下初始发行数量为7,528.03万股，约占扣除战略配售数量后本次发行数量的70.00%；网上初始发行数量为3,226.25万股，约占扣除战略配售数量后本次发行数量的30.00%。最终网下、网上发行合计数量为10,754.28万股，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2025年9月30日（T-3日）完成。发行人和保荐人（主承销商）根据初步询价结果并综合考虑剩余报价及拟申购数量、有效认购倍数、发行人基本面及所处行业、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13.75元/股，网下不再进行累计投标。此价格对应的市盈率为：

（1）11.14倍（每股收益按照2024年度经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）；

（2）12.84倍（每股收益按照2024年度经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）；

（下转A14版）