

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

保荐人 (主承销商):招商证券股份有限公司

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 后EPS (元/股)	对应静态市 盈率-扣非 前 (Q024年)	对应静态市 盈率-扣非 后 (Q024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	南欧卫浴	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.帝欧卫浴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,因此帝欧卫浴、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,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。

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先进水平。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、质感逼真细腻的一系列新产品,研发出防滑、防静电、耐磨、易清洁、杀菌等高性能新技术产品。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,彰显了企业先进的生产力。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技术行业瓶颈;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。

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。

⑧ 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。

⑨ 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《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》 (以下简称 “《发行公告》”)。

⑩ 《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元股对应融资规模为164,301.50万元,低于前述募集资金需求金额。

⑪ 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疑问,建议不参与本次发行。

⑫ 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,预计发行人员募集资金总额为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。

9.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获配股票的限售期为12个月,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。

10.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。

11.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。

12.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。

13.网下投资者应严格遵守行业监管要求,资产规模等合理确定申购金额,不得超资产规模申购。提供有效报价网下投资者未参与申购或不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。

14.每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,无论是否有效报价,均不得参与网上申购。

15.网下、网上申购结束后,发行人和保荐人 (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”。

16.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。

17.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。

18.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。

19.请投资者务必关注风险,当出现以下情况时,发行人及保荐人 (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 若网下申购不足,申购不足部分向网下回拨后,网下投资者未能足额申购;

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》和《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) 》,中国证监会及深交所如发现发行承销涉嫌违法违规或者存在异常情形的,可责令发行人和保荐人 (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,发行人和保荐人 (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、保荐人 (主承销商) 、深交所和中国结算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,发行人和保荐人 (主承销商) 将择机重启发行。

20.拟参与本次发行申购的投资者,须认真阅读2025年9月25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;证券日报网,网址www.zqrb.com;经济参考网,网址www.jjckb.cn;中国金融新闻网,网址www.financialnews.com.cn;中国日报网,网址www.chinadaily.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。

21.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:马可波罗控股股份有限公司
保荐人 (主承销商):招商证券股份有限公司
2025年10月10日