（上接C1版）

提供有效报价网下投资者未参与网下申购或者未足额申购或者获得初步配售的网下投资者未按照最终确定的发行价格与获配数量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，保荐机构（主承销商）将违约情况报中国证券业协会备案。配售对象在深交所、上交所、北交所股票市场各板块的违规次数合并计算。被列入限制名单期间，相关配售对象不得参与深交所、上交所、北交所股票市场各板块相关项目的网下询价和配售。

6、网上投资者认购缴款

投资者申购新股摇号中签后，应依据2022年10月13日（T+2日）公告的《网上摇号中签结果公告》履行缴款义务，网上投资者缴款时，应遵守投资者所在证券公司相关规定。T+2日日终，中签的投资者应确保其资金账户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。

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。

7、本次发行网下网上申购于2022年10月11日（T日）15:00截止。申购结束后，发行人和保荐机构（主承销商）将根据网上申购情况于2022年10月11日（T日）决定是否启动回拨机制，对网下、网上发行的规模进行调节。有关回拨机制的具体安排详见本公告“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2022年9月23日（T-7日）披露于中国证监会指定网站（巨潮资讯网www.cninfo.com.cn；中国证券网www.cnstock.com；中证网www.cs.com.cn；证券日报www.zqrb.cn；证券时报网www.stcn.com；经济参考网www.jjckb.cn；中国金融新闻网www.financialnews.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。

10、本次发行股票的上市事宜将另行公告。有关本次发行的其他事宜，将在《中国证券报》、《上海证券报》、《证券时报》、《证券日报》、经济参考网和中国金融新闻网上及时公告，敬请投资者留意。

释 义

在本公告中，除非另有说明，下列简称具有如下含义：

发行人/中荣股份	指中荣印刷集团股份有限公司
中国证监会	指中国证券监督管理委员会
协会	指中国证券业协会
深交所	指深圳证券交易所
中国结算深圳分公司	指中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司
网下发行电子平台	指深圳证券交易所网下发行电子平台
保荐机构（主承销商）/华林证券/主承销商	指华林证券股份有限公司
本次发行	指中荣印刷集团股份有限公司首次公开发行不超过4,830万股人民币普通股（A股）的行为
网上发行	指本次通过深交所交易系统向持有深圳市场非限售A股股份和非限售存托凭证总市值1万元以上的社会公众投资者定价发行人民币普通股（A股）之行为（若启动回拨机制，网上发行数量为回拨后的网上实际发行数量）
网下发行	指本次发行中通过深交所网下发行电子平台向网下投资者询价配售人民币普通股（A股）的行为（若启动回拨机制，网下发行数量为回拨后的网下实际发行数量）
投资者	指持有中国结算深圳分公司证券账户的自然人、法人及其管理的自营业务或证券投资产品、符合法律规定的其他投资者、根据创业板市场投资者适当性管理的相关规定已开通创业板交易的自然人等（国家法律、法规禁止者除外）
网上投资者	指参加本次网上申购的投资者为除参与网下询价、申购、缴款、配售的投资者以外的日均持有深圳市场非限售A股股份或非限售存托凭证市值符合《深圳市场首次公开发行股票网上发行实施细则》所规定的投资者
网下投资者	指符合《中荣印刷集团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》要求的可以参与本次网下询价的投资者
配售对象	指网下投资者所属或直接管理的，已在协会完成备案，可参与网下申购的自营投资账户或证券投资产品
有效报价	指初步询价中网下投资者申购价格不低于最终确定的发行价格且未被剔除的报价部分，同时符合保荐机构（主承销商）和发行人事先确定且公告的其他条件的报价
有效申购	指符合本公告中有关申购规定的申购，包括按照规定的程序、申购价格与发行价格一致、申购数量符合有关规定等
网下发行资金专户	指中国证券登记结算深圳分公司在结算银行开立的网下发行银行资金账户
T日	指参与本次网下申购的网下投资者按照其有效申购数量进行申购和本次网上定价发行申购股票的日期，即2022年10月11日
《发行公告》	指《中荣印刷集团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》，即本公告
元	指人民币元

一、初步询价结果及定价

（一）初步询价情况

2022年9月28日（T-4日）为本次发行初步询价日。截至2022年9月28日（T-4日）15:00，保荐机构（主承销商）通过深交所电子平台系统收到357家网下投资者管理的8,408个配售对象的初步询价报价信息，报价区间为13.50元/股-53.53元/股，申报总量为10,612,810万股，对应的申购倍数为战略配售回拨后，网上网下回拨机制启动前，网下初始发行数量的3,073.10倍。具体报价情况参见“附表：网下投资者询价申报情况”。

（二）剔除无效报价情况

经保荐机构（主承销商）及见证律师广东华商律师事务所核查，有1家网下投资者管理的16个配售对象未按《初步询价及推介公告》的要求提交承诺函等关联关系核查资料，无配售对象为禁止参与配售的关联方，无配售对象拟申购金额超过其提交的备案材料中的资产规模或资金规模。

上述1家网下投资者管理的16个配售对象的报价已被认定为无效报价，对应的申报数量为19,130万股，无效报价部分不计入有效申报总量。

该类配售对象的名单见“附表：网下投资者询价申报情况”中被标注为“无效报价（未报备）”的配售对象。

剔除上述无效申购报价后，共357家网下投资者管理的8,392个配售对象，符合《初步询价及推介公告》规定的网下投资者的参与条件，报价区间为13.50元/股-53.53元/股，拟申购数量总和为10,593,680万股。

（三）剔除最高报价有关情况

1、剔除情况

初步询价结束后，发行人和保荐机构（主承销商）根据剔除无效申报后的询价结果，对所有报价按照申报价格由高到低、同一申报价格的按拟申购数量由小到大、同一申报价格同一拟申购数量的按申报时间（申报时间以深交所网下发行电子平台记录为准）由后向前的顺序进行排序，剔除的拟申购量为剔除无效报价后所有网下投资者拟申购总量的1%。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，对该价格上的申购不再剔除。剔除部分不得参与网下申购。

经发行人和保荐机构（主承销商）协商一致，将拟申购价格高于31.16元/股（不含31.16元/股）的配售对象全部剔除；拟申购价格为31.16元/股，申购数量小于1,140万股（含1,140万股），且申购时间同为2022年9月28日14:38:42:471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往前排列予以剔除。

以上共剔除104个配售对象，对应剔除的拟申购总量为106,990万股，占本次初步询价剔除无效报价后拟申购数量总和10,593,680万股的1.0099%。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“网下投资者询价申报情况”中被标注为“高价剔除”的部分。

2、剔除后的整体报价情况

剔除无效报价和最高报价后，参与初步询价的投资者为347家，配售对象为8,288个，全部符合《初步询价及推介公告》规定的网下投资者的参与条件。本次发行剔除无效报价和最高报价后剩余报价区间为13.50元/股-31.16元/股，剩余报价拟申购总量为10,486,690万股，整体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3,036.58倍。

剔除无效报价和最高报价后，网下投资者详细报价情况，具体包括投资者名称、配售对象名称、申购价格及对应的拟申购数量等资料请见附表“网下投资者询价申报情况”。

剔除无效报价和最高报价后网下投资者剩余报价信息如下：

类型	报价中位数（元/股）	报价加权平均数（元/股）
网下全部投资者	26.4000	26.2847
公募基金、社保基金、养老金、企业年金基金、保险资金	27.0000	26.4369
公募基金、社保基金、养老金、企业年金基金、保险资金和合格境外机构投资者资金	26.9100	26.4279
基金管理公司	26.3000	26.1497
保险公司	27.4500	26.5622
证券公司	27.1300	27.2894
财务公司	0.0000	0.0000
信托公司	25.4000	24.0333
合格境外机构投资者资金	24.5700	25.0810
其他（私募基金、期货公司或其资产管理子公司一对一资产管理计划、期货公司或其资产管理子公司一对多资产管理计划）	26.3500	26.1976

（四）发行价格的确定

在剔除最高报价部分后，发行人与保荐机构（主承销商）综合考虑剩余报价、拟申购数量、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26.28元/股。

此发行价格对应的市盈率为：

（1）17.95倍（每股收益按照2021年度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归属于母公司股东净利润除以本次发行前总股本计算）；

（2）18.87倍（每股收益按照2021年度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后归属于母公司股东净利润除以本次发行前总股本计算）；

（3）25.16倍（每股收益按照2021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后总股本计算）；

（4）23.93倍（每股收益按照2021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后总股本计算）。

本次发行的定价合理性说明如下：

1）优质的大客户优势

公司凭借稳定的产品质量、突出的创意设计能力、领先的制造水平、持续的技术创新以及快速的服务响应与十余家全球500强企业及多家国内外知名企业建立了合作关系。公司的优质大客户优势为公司在行业竞争中带来以下有利条件：

a、在细分领域形成品牌效应，有助于公司开拓细分领域其他客户

公司长期作为客户中存在较多各细分领域的领军企业。在日化行业，公司口腔护理品牌与中的黑人、佳洁士、高露洁、冷酸灵、纳美等保持长期合作关系，并且是宝洁、高露洁、好来化工、欧莱雅等公司认证的合格供应商；在食品及保健品行业，企业与雀巢、亿滋、玛氏、汤臣倍健等建立了长期合作关系；在电子行业，公司服务的客户包括小家电及个人护理电器领域的飞利浦、家庭娱乐及音像领域的佳能以及电子烟领域的英美烟草等。

通过与各细分领域的领军企业的长期合作，公司已在日化、食品、保健品、电子等细分领域的印刷包装行业形成了自己的品牌效益，有助于公司开拓细分领域其他客户。另外，公司还逐渐在医药领域建立自己的品牌效应，公司逐步扩大与拜耳、同仁堂、中新药业、万通药业、华北制药等医药领域客户的合作范围和规模。

b、与国内外知名品牌客户持续合作，推动公司收入稳步增长

公司已与多家国内外知名企业建立合作关系。该类国内外知名品牌客户产品种类齐全、收入规模大，属于各自行业市场发展的引领者。发行人与国内外知名品牌客户保持着长期的友好合作伙伴关系，公司营业收入随着下游客户市场的规模增大而同步增长。报告期内，已与发行人合作15年以上的客户包括宝洁、好丽友、玛氏、雀巢、飞利浦、亿滋、维达纸业等国际国内知名品牌客户，该类客户对公司营业收入的平均贡献率超过50%。

c、接收行业前沿信息，保持管理、生产技术水平领先

公司的下游客户多为国内外知名企业。通过和国内外大客户合作，发行人有机会了解并掌握快速消费品、消费电子市场不同细分领域对包装物的市场需求特征，如日化领域的色彩管理要求、食品领域的材料安全需求、消费电子的结构韧性要求等。国内外大客户的高端需求推动发行人加深对快速消费品、消费电子行业前沿发展的理解，并不断更新和提升管理、生产技术水平。

d、把握市场机遇，快速拓展新兴行业、领域

公司从成立之初，即与国内外知名客户开展合作，按照高标准、高水平的要求进行公司治理、经营及建设。经过三十余年与国内外客户的持续合作，公司已形成一整套完善的管理、研发、生产、供应链体系，建立了从上至下多层次、多方位的营销服务网络，能够快速响应客户、市场的变化及满足相应需求。以上能力使得公司在新兴行业、领域兴起时，能够快速把握市场机遇，调动公司力量进行研发工作，并通过营销服务和生产体系的配合，迅速切入到相关行业、领域，把握先机。近年来，公司已拓展智能穿戴、电子烟、在线教育等多个新兴行业、领域，借助新拓展领域的迅速发展，也将带动公司未来业绩持续提升。

2）引领行业的创意设计优势

公司具有引领行业的创意设计能力，已经获得了客户、市场及行业的高度认可。

经过超过三十年在印刷包装行业的精耕细作，公司已形成以市场需求为导向的研发设计体系。基于对市场需求的深刻理解和通过与国内外知名品牌客户长期合作，公司根据不同细分市场不同客户的需求，建立了按日化、食品保健品、消费电子、药品等来划分的市场需求库，更好地向客户提供定制化创意设计方案。

报告期内，公司提供的创意设计获得了宝洁、高露洁、玛氏、雀巢、亿滋、汤臣倍健、飞利浦、英美烟草等国际国内知名客户的广泛认可，并与部分客户在其德国法兰克福、荷兰德拉赫滕和美国波士顿、辛辛那提等地的国际研发中心进行合作开发，增强并展现了公司在部分细分领域的前瞻性研发能力。公司通过领先行业的创意设计水平，深入参与客户的前端开发设计，从而与客户形成了紧密的合作关系，提高了自身产品的附加值，并为客户产品的不断推陈出新做出了较大贡献。同时，公司多款产品创意设计获得了广东之星创意大赛银奖和铜奖、Pentawards（全球包装设计大奖赛）国际设计银奖、iF设计奖和红点设计奖等多个国内外知名创意设计类奖项。

3）突出的智能制造优势

公司在智能制造领域方面具备行业领先优势，是行业内唯一获得工业和信息化部“智能制造试点示范项目”的企业。

应“中国制造2025”的发展趋势，公司多年来持续投入智能制造及管理的升级改造，陆续引入了ERP、CRM、PDM、MES、WMS、SRM、BPM等一系列管理软件，形成了从客户管理、产品开发、制程控制到财务管理的完善团环管理体系。依托以上信息化系统，公司积极探索上下游生态链的互联互通，在业内率先实现了远程自主产品开发、上游需求数字化对接等技术的突破。极大的提高了公司对市场需求的预测性，从而有效提高物流和资金流的资源配置效率。

与此同时，公司近年来加大力度投入在硬件升级上，2018年落成投产的中山新工厂，融合了印刷行业特点和工业4.0设计理念，大量使用了业内先进技术；如高密集无人自动库、机械码垛、自动物流系统、AGV等等。通过定制的智能生产管理软件的整合，有效的实现了从物料入仓、生产过程到成品出库的一码全流程可视化管理，大幅提升了生产效率和交付准时率。软硬件的结合使公司具备了较强的生产成本控制能力。

4）人才及管理优势

在人才管理方面，公司坚持“以人为本”，实行科学有效的内部培养与外部引进相结合的模式，组建自身的管理层团队和专业技术人才队伍。

公司的关键管理人员既有内部培养，也有外部引进。

内部培养的关键管理人员，大多已服务公司超过十年以上。如公司董事长兼总经理黄焕然、董事兼副总经理张志华、董事林洁辉和周淑瑜均从事印刷生产经营均超过三十年，积累了丰富的印刷行业管理经验及广泛的市场和社会资源，准确把握市场需求，不断带领公司进行生产和管理创新。

外部引进的关键管理人员大部分拥有国际知名企业的工作背景。如公司董事兼副总经理杨建明和赵成华均从国际知名企业引进至公司的关键管理岗位。外部优秀人才的引进可以为公司注入新鲜思想，帮助公司吸收其他企业优秀的生产和管理经验，促进公司管理能力进一步提升。

通过内部培养和外部引进相结合的人才战略，公司已形成优势互补的良好人力资源格局，建立了高水平的人才和管理层队伍，提升公司的综合竞争能力。

5）绿色环保优势

随着绿色环保意识不断深入，公司积极实施绿色印刷、清洁生产，从源头管理、过程控制、末端治理入手，推行可持续发展道路。

源头管理上，公司从创意设计着手，推行绿色设计理念，减少塑料材料的应用，此外公司推广使用水性胶水、水性油墨、大豆油墨等易降解材料；过程控制上，公司推行清洁生产，7S管理，引进柔版印刷设备、引进澜达纳米水性印刷设备、CTP数字制版设备，计算机配色系统及节墨软件等工程技术，在生产过程中使用LEDUV印刷等工艺减少各生产环节的能耗及污染；末端治理上，将生产过程中会产生少量VOCs废气及其他污染物通过安装清废设备处理、安排具备资质的处理机构定期回收等措施降低污染物对环境的影响。

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。

发行人和保荐机构（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。

二、本次发行的基本情况

（一）股票种类

本次发行的股票为境内上市人民币普通股（A股），每股面值1.00元。

（二）发行数量和发行结构

本次公开发行股票4,830万股，发行股份占发行后公司总股本的比例为25.01%。本次公开发行股份全部为新股，公司股东不进行公开发售股份。本次公开发行后总股本为19,312.7560万股。

本次发行的初始战略配售（本次发行不安排向其他外部投资者的战略配售，如本次发行价格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、企业年金基金和保险资金报价中位数，加权平均数孰低值，保荐机构相关子公司将按照相关规定参与本次发行的战略配售）发行数量为241.50万股，占本次发行数量的5.00%。依据本次发行价格，最终本次发行不安排战略配售。初始战略配售与最终战略配售的差额241.50万股回拨至网下发行。

网上网下回拨机制启动前，战略配售回拨后网下初始发行数量为3,453.45万股，占本次发行数量的71.50%；网上初始发行数量为1,376.55万股，占本次发行数量的28.50%。战略配售回拨后，网下、网上发行合计数量4,830万股，网上及网下最终发行数量将根据回拨情况确定。

（三）发行价格及对应的市盈率

发行人和保荐机构（主承销商）根据初步询价结果，综合考虑发行人基本面、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26.28元/股。

（1）17.95倍（每股收益按照2021年度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归属于母公司股东净利润除以本次发行前总股本计算）；

（2）18.87倍（每股收益按照2021年度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后归属于母公司股东净利润除以本次发行前总股本计算）；

（3）25.16倍（每股收益按照2021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后总股本计算）；

（4）23.93倍（每股收益按照2021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后总股本计算）。

（四）募集资金

发行人本次发行募集资金拟投入募投项目金额为89,256.95万元。按本次发行价格26.28元/股，发行人预计募集资金约为126,932.40万元，扣除预计发行费用约为9,649.74万元（含增值税）后，预计募集资金净额约为117,282.66万元，如存在尾数差异，为四舍五入造成。

（五）回拨机制

本次发行网上网下申购于2022年10月11日（T日）15:00同时截止。申购结束后，发行人和保荐机构（主承销商）将根据网上申购情况于2022年10月11日（T日）决定是否启动回拨机制，对网下、网上发行的规模进行调节。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：

网上投资者初步有效申购倍数=网上有效申购数量/回拨前网上发行数量。

有关回拨机制的具体安排如下：

1、本次发行最终不向战略投资者定向配售；

2、网上、网下均获得足额认购的情况下，若网上投资者初步有效申购倍数未超过50倍的，将不启动回拨机制；若网上投资者有效申购倍数超过50倍且不超过100倍（含）的，应从网下向网上回拨，回拨比例为本次公开发行股票数量的10%；网上投资者初步有效申购倍数超过100倍的，回拨比例为本次公开发行股票数量的20%；回拨后无限售期的网下发行数量原则上不超过本次公开发行无限售期股票数量的70%；前述所指公开发行股票数量应当按照扣除设定限售期的股票数量计算，网下摇号限售股票无需扣除；

3、在网上发行未获足额申购的情况下，网上申购不足部分向网下回拨，由参与网下申购的投资者认购，保荐机构（主承销商）按照已公告的网下配售原则进行配售；网上申购不足部分向网下回拨后，仍未能足额申购的情况下，发行人和保荐机构（主承销商）将协商采取中止发行措施；

4、在网下发行未获得足额申购的情况下，不足部分不向网上回拨，中止发行。

在发生回拨的情形下，发行人和保荐机构（主承销商）将及时启动回拨机制，并于2022年10月12日（T+1日）在《中荣印刷集团股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市新股发行网上申购情况及中签率公告》（以下简称“《网上申购情况及中签率公告》”）中披露。

（六）本次发行的重要日期安排

日期	发行安排
T-7日 （2022年9月23日） 周五	刊登《初步询价及推介公告》、《创业板上市提示公告》、《招股意向书》等相关公告与文件 网下投资者提交核查文件 网下路演
T-6日 （2022年9月26日） 周一	网下投资者提交核查文件 网下路演
T-5日 （2022年9月27日） 周二	网下投资者提交核查文件（当日12:00前） 网下投资者在中国证券业协会完成注册截止日（当日12:00前） 保荐机构（主承销商）开展网下投资者核查 网下路演
T-4日 （2022年9月28日） 周三	初步询价日（网下发行电子平台），初步询价期间为9:30-15:00 保荐机构（主承销商）开展网下投资者核查 战略投资者缴纳认购资金截止日（如有）
T-3日 （2022年9月29日） 周四	保荐机构（主承销商）开展网下投资者核查
T-2日 （2022年9月30日） 周五	确定发行价格 确定有效报价配售对象名单及其有效申购数量 刊登《网上路演公告》
T-1日 （2022年10月10日） 周一	刊登《发行公告》、《投资风险特别公告》 网上路演
T日 （2022年10月11日） 周二	网下发行申购日（9:30-15:00，当日15:00截止） 网上发行申购日（9:15-11:30，13:00-15:00） 确定是否启动回拨机制及网上网下最终发行数量 网上申购配号
T+1日 （2022年10月12日） 周三	刊登《网上申购情况及中签率公告》 网上申购摇号抽签 确定网下初步配售结果
T+2日 （2022年10月13日） 周四	刊登《网下发行初步配售结果公告》及《网上摇号中签结果公告》 网下发行获配投资者缴款，认购资金到账截止16:00 网上中签投资者缴纳认购资金
T+3日 （2022年10月14日） 周五	保荐机构（主承销商）根据网上网下资金到账情况确定最终配售结果和包销金额
T+4日 （2022年10月17日） 周一	刊登《发行结果公告》、《招股说明书》 募集资金划至发行人账户

注：1、T日为网上网下发行申购日；

2、上述日期为交易日，如遇重大突发事件影响本次发行，保荐机构（主承销商）将及时公告，修改本次发行日程；

3、如因深交所电子平台系统故障或非可控因素导致网下投资者无法正常使用其网下申购电子平台进行初步询价或网下申购工作，请网下投资者及时与保荐机构（主承销商）联系。

（七）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锁定期安排，一旦报价即视为接受本公告所披露的网下锁定期安排。

（八）拟上市地点

深圳证券交易所创业板。

三、战略配售

（一）本次战略配售的总体安排

本次发行不安排向发行人的高级管理人员与核心员工资产管理计划及其他外部投资者的战略配售，如本次发行价格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、企业年金基金和保险资金报价中位数、加权平均数孰低值，保荐机构相关子公司将按照相关规定参与本次发行的战略配售。

（二）战略配售获配结果

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、企业年金基金和保险资金报价中位数、加权平均数孰低值。依据本次发行价格，保荐机构相关子公司不参与战略配售。本次发行不安排向发行人的高级管理人员与核心员工资产管理计划及其他外部投资者的战略配售。最终，本次发行不向战略投资者定向配售。

（三）战略配售股份回拨

依据2022年9月23日（T-7日）公告的《初步询价及推介公告》，本次发行初始战略配售发行数量为241.50万股，占本次发行数量的5.00%。本次发行最终无战略投资者参与战略配售，最终战略配售数量与初始战略配售数量的差额241.50万股回拨至网下发行。

四、网下发行

（一）参与对象

经发行人与保荐机构（主承销商）确认，本次网下询价有效报价投资者数量为204家，管理的配售对象为4,458个，其对应的有效报价总量5,655,290万股。参与初步询价的配售对象可通过深交所网下发行电子平台查询其报价是否为有效报价及有效申购数量。

（二）网下申购

在初步询价期间提交了有效报价的网下投资者管理的配售对象必须通过深交所网下发行电子平台参与本次网下申购，通过该平台以外方式进行申购的视为无效。

1、参与网下申购的有效报价投资者应于2022年10月11日（T日）9:30-15:00通过网下发行电子平台录入申购单信息，包括申购价格、申购数量及保荐机构（主承销商）在本公告中规定的其他信息，其中申购价格为本次发行价格26.28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”。网下投资者为参与申购的全部配售对象录入申购记录后，应当一次性全部提交。网下申购期间，网下投资者可多次提交申购记录，但以最后一次提交的全部申购记录为准。有效报价网下投资者在深交所网下发行电子平台一旦提交申购，即被视为向保荐机构（主承销商）发出正式申购要约，具有法律效力。

2、有效报价配售对象只能以其在中国证券业协会注册的证券账户和银行收付款账户参与本次网下申购。配售对象全称、证券账户名称（深圳）、证券账户号码（深圳）和银行收付款账户必须与其在中国证券业协会登记备案的信息一致，否则视为无效申购。因配售对象信息填报与备案信息不一致所致后果由配售对象自行负责。

3、网下投资者在2022年10月11日（T日）申购时，无需缴纳申购资金。

4、有效报价网下投资者未参与申购，将被视为违约并应承担违约责任。保荐机构（主承销商）将公告披露违约情况，并将违约情况报中国证监会、中国证券业协会备案。

5、有效报价配售对象在网下申购及持股等方面应遵守相关法律法规及中国证监会的有关规定，并自行承担相应的法律责任。

（三）网下初步配售股份

发行人和保荐机构（主承销商）将根据2022年9月23日（T-7日）刊登的《初步询价及推介公告》中确定的初步配售原则，将网下发行股票初步配售给提供有效报价并参与网下申购的配售对象，并将在2022年10月13日（T+2日）刊登的《网下初步配售结果公告》中披露初步配售情况。

（四）公布初步配售结果

2022年10月13日（T+2日），发行人和保荐机构（主承销商）将在《中国证券报》、《上海证券报》、《证券时报》、《证券日报》、经济参考网、中国金融新闻网及巨潮资讯网（www.cninfo.com.cn）上刊登《网下初步配售结果公告》，内容包括本次发行获得配售的网下投资者名称、每个获配网下投资者的报价、每个配售对象申购数量、每个配售对象初步获配数量、初步询价期间提供有效报价但未参与申购或实际申购数量明显少于报价时拟申购量的投资者信息。以上公告一经刊出，即视同已向参与网下申购的网下投资者送达获配通知。

（五）认购资金的缴付

1、2022年10月13日（T+2日）8:30-16:00，获得初步配售资格的网下投资者应根据发行价格和其管理的配售对象获配股份数量，从配售对象在中国证券业协会备案的银行账户向中国结算深圳分公司网下发行专户足额划付认购资金，认购资金应当于2022年10月13日（T+2日）16:00前到账。

认购资金不足或未能及时到账的认购均视为无效认购。请投资者注意资金在途时间。获得初步配售的网下投资者未及时足额缴纳认购款的，将被视为违约并应承担违约责任，保荐机构（主承销商）将违约情况报中国证券业协会备案。

2、认购款项的计算

每一配售对象应缴认购款项=发行价格×初步获配数量。

3、认购款项的缴付及账户要求

网下投资者应依据以下原则进行资金划付，不满足相关要求将会造成配售对象获配新股无效。

（1）网下投资者划出认购资金的银行账户应与配售对象在中国证券业协会登记备案的银行账户一致。

（2）认购资金应该在规定时间内足额到账，否则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，该配售对象全部获配新股无效。

（3）网下投资者在办理认购资金划入时，应在付款凭证备注栏中注明认购所对应的股票代码，备注格式为：“B001999906WXFX301223”，若没有注明或备注信息错误将导致划款失败。

（4）中国结算深圳分公司在取得中国结算结算银行资格的各家银行开立了网下发行专户，配售对象备案银行账户属结算银行账户的，认购资金应于同一银行系统内划付，不得跨行划付；配售对象备案银行账户不属结算银行账户的，认购资金统一划付至工商银行网下发行专户。

中国证券登记结算公司深圳分公司网下发行专户信息表：

序号	开户行	开户名称	银行账号
1	中国工商银行深圳分行	中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司网下发行专户	4000023029200403170
2	中国建设银行深圳分行	中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司网下发行专户	44201501100059868686
3	中国农业银行深圳分行	中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司网下发行专户	41000500040018839
4	中国银行深圳分行	中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司网下发行专户	777057923359
5	招商银行深纺大厦支行	中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司网下发行专户	755914224110802
6	交通银行深圳分行	中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司网下发行专户	443066285018150041840
7	中信银行深圳分行	中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司网下发行专户	7441010191900000157
8	兴业银行深圳分行	中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司网下发行专户	337010100100219872
9	中国光大银行深圳分行	中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司网下发行专户	38910188000097242
10	中国民生银行深圳分行	中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司网下发行专户	1801014040001546
11	华夏银行深圳分行	中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司网下发行专户	453020000184330000255
12	上海浦东发展银行深圳分行	中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司网下发行专户	79170153700000013
13	广发银行深圳分行	中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司网下发行专户	10208259401000028
14	平安银行深圳分行	中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司网下发行专户	0012400011735
15	渣打银行深圳分行	中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司网下发行专户	00000050151020906 4
16	上海银行深圳分行	中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司网下发行专户	0039290303001057738
17	汇丰银行深圳分行	中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司网下发行专户	622296531012
18	花旗银行深圳分行	中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司网下发行专户	1751696821
19	北京银行深圳分行	中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司网下发行专户	00392518000123500002910

注：以上账户信息以中国结算深圳分公司网下发行银行账户信息表为准，请登录中国证券登记结算有限责任公司网站：http://www.chinaclear.cn，在“服务支持-业务资料-银行账户信息表-中国结算深圳分公司网下发行专户信息表”栏目中进行查询。

4、不同配售对象共用银行账户的，若认购资金不足，则共用银行账户的配售对象的获配新股全部无效。

对未在规定时间内或未按要求足额缴纳认购资金的配售对象，中国结算深圳分公司将对其全部的初步获配新股进行无效处理，相应的无效认购股份由保荐机构（主承销商）包销。网下和网上投资者缴款认购的股份数量合计不足本次公开发行数量的70%时，将中止发行。

5、如网下投资者所管理的同一配售对象同日获配多只新股，务必对每只新股分别足额缴款，并按照规范填写备注。如配售对象单只新股资金不足，将导致该配售对象当日全部获配新股无效，由此产生的后果由投资者自行承担。

6、保荐机构（主承销商）按照中国结算深圳分公司提供的实际划拨资金有效配售对象名单确认最终有效认购。获配的配售对象未能在规定的时间内及时足额缴纳认购款的，发行人与保荐机构（主承销商）将视其为违约，将于2022年10月17日（T+4日）在《发行结果公告》中予以披露，并将违约情况报中国证券业协会备案。

7、若初步获配的配售对象缴纳的认购款金额大于获得初步配售数量对应的认购款金额，中国结算深圳分公司将于2022年10月14日（T+3日）通过原划款账户向配售对象退还应退认购款，应退认购款金额=配售对象有效缴付的认购款金额-配售对象应缴纳认购款金额。

8、网下投资者的全部认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。

（六）其他重要事项

1、律师见证：广东华商律师事务所将对本次网下发行过程进行见证，并出具专项法律意见书。

2、保荐机构（主承销商）特别提醒：若投资者的持股比例在本次发行后达到发行人总股本的5%以上（含5%），需自行及时履行信息披露义务。

3、配售对象已参与网下报价、申购、配售的，不得再参与网上申购。中国结算深圳分公司以网下投资者报送的其管理的配售对象的关联账户为依据，对配售对象参与网上申购的行为进行监控。

4、违约处理：有效报价网下投资者未参与网下申购或者未足额申购或者获得初步配售的网下投资者未按照最终确定的发行价格与获配数量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，保荐机构（主承销商）将违约情况报中国证券业协会备案。配售对象在北交所、上交所、深交所股票市场各板块的违规次数合并计算。被列入限制名单期间，相关配售对象不得参与北交所、上交所、深交所股票市场各板块相关项目的网下询价及申购。

五、网上发行

（一）网上申购时间

本次发行网上申购时间为2022年10月11日（T日）9:15-11:30，13:00-15:00。

网上投资者应当自主表达申购意向，不得全权委托证券公司代其进行新股申购。如遇重大突发事件或不可抗力因素影响本次发行，则按申购当日通知办理。

（二）网上发行数量和价格

本次网上发行通过深交所交易系统进行，回拨机制启动前，网上发行数量为1,376.55万股。保荐机构（主承销商）在指定时间内（2022年10月11日（T日）9:15至11:30，13:00至15:00）将1,376.55万股“中荣股份”股票输入在深交所指定的专用证券账户，作为该股票唯一“卖方”。

本次发行的发行价格为26.28元/股。网上申购投资者须按照本次发行价格进行申购。

（三）申购简称和代码

申购简称为“中