

致欧家居科技股份有限公司 首次公开发行股票并在创业板上市发行公告

保荐人(主承销商):广发证券股份有限公司

特别提示

致欧家居科技股份有限公司(以下简称“致欧科技”、“发行人”或“公司”)根据《证券发行与承销管理办法》(证监会令〔第208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股票发行与承销业务实施细则》(深证上〔2023〕100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》(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(2023年修订)》(深证上〔2023〕110号,以下简称“《网下发行实施细则》”)、《首次公开发行股票承销业务规则》(中证协发〔2023〕18号)、《首次公开发行股票网下投资者管理规则》(中证协发〔2023〕19号,以下简称“《网下投资者管理规则》”)以及深圳证券交易所(以下简称“深交所”)有关股票发行上市规则和最新操作指引等有关规定组织实施首次公开发行股票并在创业板上市。

本次发行的保荐人(主承销商)为广发证券股份有限公司(以下简称“保荐人(主承销商)”或“广发证券”)。

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”)、网下向符合条件的网下投资者询价配售(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。

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

本次发行价格24.66元/股对应的发行人2022年经审计的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39.58倍,低于可比上市公司2022年经审计的扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润的平均静态市盈率42.76倍,高于中证指数有限公司2023年6月6日(T-4日)发布的“F52 零售业”最近一个月平均静态市盈率23.39倍,超出幅度为69.22%,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本次发行的发行方式、网上网下申购及缴款、回拨机制、中止发行及弃购股份处理等方面,具体内容如下:

1、初步询价结束后,发行人和保荐人(主承销商)根据《致欧家居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》”)规定的剔除规则,在剔除不符合要求的网下投资者报价后,协商一致将拟申购价格为36.59元/股,且拟申购数量小于1,200万股(不含1,200万股)的配售对象全部剔除;将拟申购价格为36.59元/股,拟申购数量等于1,200万股,且申报时间为2023年6月6日14:52:28:067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28个配售对象。以上过程共剔除86个配售对象,对应剔除的拟申购总量为76,010万股,约占本次初步询价剔除无效报价后拟申购总量7,537,750万股的1.0084%。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:配售对象初步询价报价情况”中被标注为“高价剔除”的部分。

2、发行人和保荐人(主承销商)根据初步询价结果,综合考虑有效申购倍数、发行人基本面、所处行业、同行业上市公司估值水平、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为24.66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6月12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6月12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。

3、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”)和合格境外投资者资金报价的中位数和加权平均数孰低值,故保荐人相关子公司无需参与本次战略配售。

本次发行初始战略配售数量为803.00万股,占本次发行数量的20.00%。参与战略配售的投资者承诺的认购资金已于规定时间内全部汇至保荐人(主承销商)指定的银行账户。根据最终确定的发行价格,本次发行的战略配售由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和其他参与战略配售的投资者组成。

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为广发原驰·致欧科技战略配售1号集合资产管理计划(以下简称“致欧1号集合资产管理计划”)。根据最终确定的发行价格,致欧1号集合资产管理计划最终战略配售数量为46.3503万股,占本次发行数量的1.15%,如存在尾数差异,为四舍五入造成。

其他参与战略配售的投资者为服务贸易创新发展引导基金(有限合伙)(以下简称“服贸基金”),所属类型为具有长期投资意愿的大型保险公司或其下属企业、国家级大型投资基金或其下属企业。根据最终确定的发行价格,服贸基金最终战略配售股份数量为401.5000万股,占本次发行数量的10.00%。

本次发行最终战略配售数量为447.8503万股,占本次发行数量的11.15%。初始战略配售数量与最终战略配售数量的差额355.1497万股回拨至网下发行。

4、限售期安排:本次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,其他参与战略配售的投资者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。

5、网上投资者应当自主表达认购意向,不得委托证券公司代其进行新股申购。

6、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于2023年6月12日(T日)决定是否启动回拨机制,对网下和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。

7、网下投资者应根据《致欧家居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》(以下简称“《网下发行初步配售结果公告》”),于2023年6月14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6月14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,该配售对象获配新股全部无效。如同一配售对象同日获配多只新股,请按每只新股分别

足额缴款。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。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。

网上投资者申购新股中签后,应根据《致欧家居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》(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2023年6月14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股票数量的70%时,本次发行因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。

8、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纳认购款的,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次数合并计算。

9、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股票数量的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。

10、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2023年6月9日(T-1日)刊登在《证券时报》《上海证券报》《中国证券报》和《证券日报》上的《致欧家居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》(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。

(下转C2版)

致欧家居科技股份有限公司 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):广发证券股份有限公司

致欧家居科技股份有限公司(以下简称“致欧科技”、“发行人”或“公司”)首次公开发行人民币普通股(A股)(以下简称“本次发行”)并在创业板上市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”)同意注册(证监许可〔2023〕850号)。

经发行人和本次发行的保荐人(主承销商)广发证券股份有限公司(以下简称“广发证券”或“保荐人(主承销商)”)协商确定,本次发行股票数量4,015.00万股,全部为公开发行新股,发行人股东不进行公开发售股份。本次发行的股票拟在深交所创业板上市。

本次发行价格24.66元/股对应的发行人2022年经审计的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39.58倍,低于可比上市公司2022年经审计的扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润的平均静态市盈率42.76倍,高于中证指数有限公司2023年6月6日(T-4日)发布的“F52 零售业”最近一个月平均静态市盈率23.39倍,超出幅度为69.22%,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。

发行人和保荐人(主承销商)特别提请投资者关注以下内容:

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。

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

2、初步询价结束后,发行人和保荐人(主承销商)根据《致欧家居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》”)规定的剔除规则,在剔除不符合要求的网下投资者报价后,协商一致将拟申购价格为36.59元/股,且拟申购数量小于1,200万股(不含1,200万股)的配售对象全部剔除;将拟申购价格为36.59元/股,拟申购数量等于1,200万股,且申报时间为2023年6月6日14:52:28:067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28个配售对象。以上过程共剔除86个配售对象,对应剔除的拟申购总量为76,010万股,约占本次初步询价剔除无效报价后拟申购总量7,537,750万股的1.0084%。剔除部分不得参与网下及网上申购。

3、发行人和保荐人(主承销商)根据初步询价结果,综合考虑有效申购倍数、发行人基本面、所处行业、同行业上市公司估值水平、市场环境、募集资金需求及承销风险等因素,协商确定本

次发行价格为24.66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6月12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6月12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”)和合格境外投资者资金报价的中位数和加权平均数孰低值,故保荐人相关子公司无需参与本次战略配售。

本次发行初始战略配售数量为803.00万股,占本次发行数量的20.00%。根据最终确定的发行价格,本次发行的战略配售由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和其他参与战略配售的投资者组成。最终战略配售数量为447.8503万股,占本次发行数量的11.15%。其他参与战略配售的投资者最终战略配售股份数量为401.5000万股,占本次发行数量的10.00%。回拨至网下发行。

5、本次发行价格24.66元/股对应的市盈率为:(1)35.45倍(每股收益按照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的2022年归属于母公司净利润除以本次发行前的总股数计算);

(2)35.63倍(每股收益按照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的2022年归属于母公司净利润除以本次发行前的总股数计算);

(3)39.39倍(每股收益按照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的2022年归属于母公司净利润除以本次发行后的总股数计算);

(4)39.58倍(每股收益按照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的2022年归属于母公司净利润除以本次发行后的总股数计算)。

6、本次发行价格为24.66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)根据中国证监会《上市公司行业分类指引》(2012年修订),公司所属行业为“零售业”(F52),2023年6月6日(T-4日)截至2023年6月6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23.39倍。

截至2023年6月6日(T-4日),主营业务与发行人相近的上市公司市盈率水平情况如下:

证券代码	证券简称	2022年扣非前EPS(元/股)	2022年扣非后EPS(元/股)	T-4日股票收盘价(元/股)	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)
300866.SZ	安克创新	2.8123	1.9222	83.89	29.83	43.64
300592.SZ	华凯易居	0.7478	0.6866	28.75	38.45	41.87
	平均值				34.14	42.76

数据来源:Wind资讯,数据2023年6月6日(T-4日)截至2023年6月6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2:2022年扣非前/后EPS=2022年扣除非经常性损益前/后归属于母公司股东的净利润/T-4日总股本;

注3:招股书披露的可比公司中,遨森电商自2021年6月16日起终止在全国中小企业股份转让系统挂牌,因此均未纳入可比上市公司估值对比。

本次发行价格24.66元/股对应的发行人2022年经审计的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39.58倍,低于可比上市公司2022年经审计的扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润的平均静态市盈率42.76倍,高于中证指数有限公司2023年6月6日(T-4日)发布的“F52 零售业”最近一个月平均静态市盈率23.39倍,超出幅度为69.22%,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。

本次发行定价合理性说明如下:

①自有品牌优势

公司定位为全球互联网家居品牌商,以良好的产品用户体验打造品牌影响力,公司自有品牌产品已在欧美日等多地市场获得了消费者的青睐和认可。2017年,公司荣获“亚马逊全能卖家”称号;2019年,公司获评“亚马逊年度最受欢迎品牌卖家”,同年SONGMICS、VASAGLE同时入选“亚马逊全球开店中国出口跨境电商品牌百强”;2022年,公司荣膺亚马逊全球开店颁发的“2021年度‘赢’以恒”年度卖家”称号,并连续两年入选网经社评定的“中国跨境电商百强榜”。公司在互联网家居市场上建立了良好的品牌形象,品牌知名度和市场美誉度不断提升。

②供应链快速响应优势

对于跨境电商品牌企业而言,优质的供应链体系是高效率、低成本保障产品快速转化为高品质产品和服务并投放目标市场的重要保障。公司多年来在在供应链合作、供应链管理、供应链管理信息化等方面不断对供应链体系进行建设和优化,已具备了快速响应的柔性供应链管理。

③仓储物流优势

公司经过多年持续对仓储物流体系的建设,已建立了具有差异化竞争优势的“国内外自营仓+第三方合作仓”跨境电商出口仓储物流体系。截至2022年12月31日,公司位于德国、美国、中国、英国的境内外自营仓面积合计超过280,000平方米。此外,公司不仅可以享受诸如亚马逊FBA仓等平台提供的仓储物流服务,而且以第三方专业物流服务商提供的

仓储物流服务作为有效补充,从而实现海外各地消费者发货需求的及时响应。

④质量控制优势

高质量的产品和服务是公司作为全球知名的互联网家居品牌商的重要支撑,公司始终以有效的质量控制为公司生存与发展的保障,坚持从全价值链构建质量控制体系。公司在产品研发设计、质量过程控制、仓储物流管理、供应链管理等方面均对产品及服务质量规范作出了严格要求,公司通过对业务全流程进行严格的质量把控,保证了产品和服务的质量,提高了公司产品的市场竞争力。

⑤研发设计优势

公司重视研发设计能力的提升,报告期内不断加大研发投入。公司紧跟海外市场需求变化和自身业务发展步伐,经过多年发展,公司建立了一套科学有效、运行良好的研发体系,组建了一支经验丰富的国际化研发设计团队。凭借公司良好的产品设计水平,2020年以来公司设计的多款产品相继荣获中国设计智造大奖佳作奖、当代好设计奖(Contemporary Good Design Award)、A'设计大奖(A' Design Award)、德国红点设计大奖(Red Dot Design Award)、国际CMF设计奖(CMF Design Award)、德国iF产品设计奖(iF Design Award)。

⑥构建全链条的数字化运营能力

公司构建了覆盖各个业务链条的数字化运营管理体系,为业务发展赋能。公司高度重视信息化系统的开发和优化,目前已构建了以EYEA、CRM、SRM、SAP等为主的信息化系统,并持续完善信息化规划和治理,不断引进优秀研发人才、扩充研发队伍,打造了一套覆盖各个业务链条的数字化运营管理体系,为公司高效管理和业务发展赋能。

⑦目标市场本地化运营优势

报告期内,公司的销售市场主要位于欧洲、北美和日本等地,并分别在德国、英国、美国和日本设立了全资子公司EUZIEL、FURNOLIC、AMEZIEL和ZIELJP,实现了本地化经营。在目标市场设立分支机构,公司能够更好地触达终端消费者,有助于公司深刻洞察消费者需求,及时跟踪掌握市场动向。同时,通过境外子公司开展经营活动,公司可以更好地适应当地相关法律法规的监管要求,进而保障公司业务稳定、健康、持续发展。

基于上述分析,公司在自有品牌、供应链、仓储物流、质量控制、研发设计、数字化运营能力、本地化运营等方面均具备较强的竞争优势,为上市后发行人的估值水平提供了较强的基本支撑,发行人本次发行定价具备合理性。

(2)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276家,管理的配售对象数量为6,597个,占剔除无效报价后所有配售对象总数的90.59%;有效拟申购数量总和为6,794,500万股,占剔除无效报价后申购总量的90.14%,为战略配售回拨后、网上网下回拨前网下初始发行规模的2,323.10倍。

(下转C2版)