（上接C1版）

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、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2024年7月12日（T-1日）刊登在《中国证券报》《上海证券报》《证券时报》《证券日报》及巨潮资讯网（www.cninfo.com.cn）上的《深圳市绿联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。

**估值及投资风险提示**

1、本次发行价格为21.21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），绿联科技所属行业为"计算机、通信和其他电子设备制造业（C39）"。截至2024年7月9日（T-4日），中证指数有限公司发布的"C39计算机、通信和其他电子设备制造业"最近一个月平均静态市盈率为33.11倍，请投资者决策时参考。

截至2024年7月9日（T-4日），可比A股上市公司的市盈率水平情况如下：

| 证券代码 | 证券简称 | T-4日收盘价（2024年7月9日，元/股） | 2023年扣非前EPS（元/股） | 2023年扣非后EPS（元/股） | 2023年扣非前市盈率 | 2023年扣非后市盈率 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 300866.SZ | 安克创新 | 63.97 | 3.0557 | 2.5423 | 20.93 | 25.16 |
| 603195.SH | 公牛集团 | 75.22 | 2.9944 | 2.8652 | 25.12 | 26.25 |
| 300787.SZ | 海能实业 | 11.99 | 0.4886 | 0.4179 | 24.54 | 28.69 |
| 平均值 | | | | | 23.53 | 26.70 |

资料来源：WIND数据，截至2024年7月9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。

本次发行定价合理性说明如下：

1）行业因素：消费电子市场空间巨大，存量与增量市场发展空间充足

近年来，在技术不断创新等因素推动下，全球消费电子产品创新层出不穷，渗透率不断提升，消费电子行业快速发展，并形成了庞大的产业规模。根据Statista 的数据，2018年全球消费电子行业市场规模已达9,404亿美元，全球消费电子行业市场规模整体呈稳步增长态势，至2023年已达10,516亿美元，预计2028年将增长至11,767亿美元，市场规模巨大，行业内发展空间充足。

作为我国经济战略举措的关键组成部分，消费电子行业在我国总体工业中的重要性日益提高，加之我国居民消费水平不断提升，消费电子产品市场需求持续增长，促进了我国消费电子行业健康快速发展。根据Statista数据，2019年，我国消费电子市场规模为2,443亿美元，2021年增长至2,455亿美元，市场规模庞大。我国消费电子行业体量庞大，随着技术进步、产业创新、智能手机与PC 等需求触底复苏等，行业仍有增长空间。预计至2028年，我国消费电子行业将上升至2,550亿美元。

公司是全球科技消费电子知名品牌企业，公司通过丰富的产品矩阵，为用户构建了移动办公、居家生活、户外出行、车载空间等应用场景下智能设备使用的生态闭环。消费电子及其周边产品行业广阔的市场空间为公司业绩持续攀升带来长足的驱动力。

2）品牌优势：科技消费电子领域的知名品牌

公司依托"UGREEN绿联"品牌布局境内外市场，采用线上、线下相结合的模式，实现在中国、美国、英国、德国、日本等全球多个国家和地区的销售，已成为科技消费电子领域的知名品牌。公司战略布局线上销售平台，线上销售触达全球众多国家和地区，积极布局线下销售渠道，国内经销网络覆盖全国主要省级行政区域，境外线下销售快速增长，品牌线下影响力持续增强，品牌全球影响力持续提升。

公司产品在海内外市场均拥有较高知名度和美誉度。2022年公司被深圳工业总会评为第十九届"深圳知名品牌"以及荣获2022年粤港澳大湾区"年度推荐品牌"。公司曾获得"阿里巴巴王者店铺""京东年度好店"等荣誉，多年获得亚马逊"年度最受欢迎品牌卖家"，入选"亚马逊全球开店中国出口跨境品牌百强"；多年获得Lazada平台颁发的"年度激'赞'卖家奖"；荣获Shopee平台颁发的"年度最具影响力品牌奖"；曾入选全球速卖通"十大出海品牌"。公司产品连续入选亚马逊平台最畅销产品（Best Seller）、亚马逊之选（Amazon's Choice），且在京东、天猫等主流平台榜单中均排名领先。

3）产品矩阵：丰富产品矩阵打造多场景智能设备使用的生态闭环

万物互联时代，智能设备日新月异、人均保有量快速增长，相互间链接需求亦不断增强。公司作为全球科技消费电子知名品牌企业，通过丰富的产品矩阵，为用户构建了移动办公、居家生活、户外出行、车载空间等应用场景下智能设备使用的生态闭环。

公司产品主要可以分为传输类产品、音视频类产品、充电类产品、移动周边类产品和存储类产品五大系列，满足了用户智能设备的交互连接、充电续航、数据存储与传输、安全防护等需求。公司打造的具有强品牌力的产品矩阵满足了消费者多元化需求，以产品赋能品牌，再以品牌反哺产品，形成了业绩增长的关键驱动力。

在公司品牌势能持续释放，境内外销售渠道开拓成果显著，以及加大对核心产品研发与推广投入的等有利因素催化下，以NAS（网络附属存储）产品、高功率氮化镓快充产品、TWS耳机产品、移动充电、高清音视频线为代表的核心品类产品收入将进一步增长，是公司后续业绩增长的重要支撑。

4）技术实力：坚守原发技术创新的发展理念

公司作为科技消费电子领域的国家级高新技术企业，始终坚持原发技术创新的发展理念，为消费者提供全方位数码解决方案和优质产品，凭借创新的技术研发和设计理念积累了用户口碑和品牌心智。报告期内公司自主完成ID设计、结构设计、功能设计及软件研发的产品产生的收入、毛利额占比已超过主营业务的90%。

公司拥有一支经验丰富、创新意识强、创造力高的研发团队，团队核心成员均具有多年的消费电子行业从业经历，在消费电子领域积累了丰富的研发设计经验，对行业前沿技术的发展和市场需求变化具有敏锐的预判能力。截至2023年12月31日，公司拥有研发技术人员668人，占总人数的20.96%，高水平的研发人才团队持续有效地为公司研发创新提供活力。公司高度重视研发创新，研发投入保持较高增速，最近三年年均复合增长率达17.41%，最近三年研发投入合计约5.56亿元。

公司在科技消费电子领域的工业设计、硬件设计、软件研发、工艺制造等方面掌握多项核心技术。同时，公司是《移动式和便携式无线充电装置发射端通用规范》《车内用直流电源适配器技术规范》《USB充电数据线技术要求与测试方法》《开关电源性能认证技术规范》起草单位之一。2021年，公司的产品设计部被广东省工信厅认定为"广东省工业设计中心"，被深圳市工信局认定为"深圳市工业设计中心"，技术沉淀日益加深。公司凭借出色的产品设计，累计获得德国红点设计奖、汉诺威工业（iF）设计奖、当代好设计大奖、中国红星奖超过40项，产品设计实力得到了国内外工业设计领域的广泛认可。同时，公司是《移动式和便携式无线充电装置发射端通用规范》《车内用直流电源适配器技术规范》《USB充电数据线技术要求与测试方法》《开关电源性能认证技术规范》起草单位之一，公司技术沉淀日益加深，研发与技术实力不断增强。

5）供应链优势：自有产能与供应链深度整合，打造领先的生产智造能力

自有生产能力方面，公司拥有海盈智联和志泽科技两家生产子公司，掌握自主生产能力，实现从产品研发到制造、销售全链条把控产品，确保产品竞争力。公司对自有产能的掌控，可以为新产品预研、生产工艺和成本评估、产品风险评估等提供技术支持，提升了公司供应链稳定性，降低了价格波动风险，为优化成本提供了良好的保障。

外部供应商管理方面，公司拥有完备的供应链体系和多元的采购模式，建立了严格的供应商甄选与导入流程，对供应商进行针对性管理，通过供应双方的信息互通和考核，协同提高供应链的市场竞争力。通过与供应商紧密的协同合作，公司对国内各个生产区域供应商形成了一套较为全面的数据库，对其生产工艺特点、产能等各方面信息有直观的认知，为公司长远稳定发展奠定了坚实的供应链基础。

综上，公司通过深度整合供应链、精益生产减少了不必要的成本浪费，实现价值向终端客户的不断转移。通过加强跨职能跨组织合作的协同能力和快速制定有效策略应对突发状况的柔性管理能力，保障公司品质高、成本低、交付快速的市场竞争优势。公司与供应链上下游形成良好的合作关系，产业链协同发展，逐步形成一个高效、稳定、健康的供应链体系，巩固了公司产品的竞争优势。

本次发行价格21.21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24.00倍，低于中证指数有限公司2024年7月9日（T-4日）发布的"C39 计算机、通信和其他电子设备制造业"最近一个月平均静态市盈率33.11倍；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归属于母公司股东净利润的静态市盈率26.70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262家，管理的配售对象个数为5,891个，占剔除无效报价后所有配售对象总数的94.47%；对应的有效拟申购数量总和为6,698,250万股，占剔除无效报价后拟申购总量的94.26%，对应的有效申购倍数为战略配售回拨后，网上网下回拨前网下初始发行规模的2,521.75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"配售对象初步询价报价情况"。

（4）《深圳市绿联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150,371.29万元，本次发行价格21.21元/股对应募集资金总额88,021.50万元，扣除预计发行费用约10,797.89万元（不含增值税）后，预计募集资金净额约为77,223.61万元（如存在尾数差异，为四舍五入造成），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、发行人基本面及其所处行业、市场情况、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。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，剔除最高报价后公募基金、社保基金、养老金、年金基金、保险资金与合格境外投资者资金报价中位数和加权平均数孰低22.2212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）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格。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。

2、根据初步询价结果，经发行人和主承销商协商确定，本次公开发行新股4,150.0000万股，本次发行全部为新股，不安排老股转让。发行人本次募投项目预计使用募集资金150,371.29万元。按本次发行价格21.21元/股计算，发行人预计募集资金总额为88,021.50万元，扣除发行费用10,797.89万元（不含增值税）后，预计募集资金净额约为77,223.61万元（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。

3、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、绿联科技首次公开发行4,150.0000万股人民币普通股（A股）（以下简称"本次发行"）的申请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〔2024〕402号）。本次发行不进行老股转让，发行股份全部为新股。发行人股票简称为"绿联科技"，股票代码为"301606"，该简称和代码同时用于本次发行的初步询价及网上网下申购。本次发行的股票拟在深交所创业板上市。

2、发行人和保荐人（主承销商）协商确定本次发行新股数量4,150.0000万股，发行股份占本次发行后公司股份总数的比例为10.0022%，全部为新股发行，无老股转让。本次公开发行后总股本为41,490.9806万股。

本次发行的初始战略配售数量为830.0000万股，占本次发行数量的20.00%。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、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。

根据最终确定的发行价格，本次发行的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专项资产管理计划和其他参与战略配售的投资者。本次发行最终战略配售数量为829.8084万股，约占本次发行总量的20.00%。初始战略配售数量与最终战略配售数量的差额0.1916万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2,656.1916万股，约占扣除最终战略配售数量后本次发行数量的80.00%；网上初始发行数量为664.0000万股，约占扣除最终战略配售数量后本次发行数量的20.00%。最终网下、网上发行合计数量3,320.1916万股，网上及网下最终发行

（下转C3版）

（上接C1版）

公司拥有一支经验丰富、创新意识强、创造力高的研发团队，团队核心成员均具有多年的消费电子行业从业经历，在消费电子领域积累了丰富的研发设计经验，对行业前沿技术的发展和市场需求变化具有敏锐的预判能力。截至2023年12月31日，公司拥有研发技术人员668人，占总人数的20.96%，高水平的研发人才团队持续有效地为公司研发创新提供活力。公司高度重视研发创新，研发投入保持较高增速，最近三年年均复合增长率达17.41%，最近三年研发投入合计约5.56亿元。

公司在科技消费电子领域的工业设计、硬件设计、软件研发、工艺制造等方面掌握多项核心技术。同时，公司是《移动式和便携式无线充电装置发射端通用规范》《车内用直流电源适配器技术规范》《USB充电数据线技术要求与测试方法》《开关电源性能认证技术规范》起草单位之一。2021年，公司的产品设计部被广东省工信厅认定为"广东省工业设计中心"，被深圳市工信局认定为"深圳市工业设计中心"，技术沉淀日益加深。公司凭借出色的产品设计，累计获得德国红点设计奖、汉诺威工业（iF）设计奖、当代好设计大奖、中国红星奖超过40项，产品设计实力得到了国内外工业设计领域的广泛认可。同时，公司是《移动式和便携式无线充电装置发射端通用规范》《车内用直流电源适配器技术规范》《USB充电数据线技术要求与测试方法》《开关电源性能认证技术规范》起草单位之一，公司技术沉淀日益加深，研发与技术实力不断增强。

5）供应链优势：自有产能与供应链深度整合，打造领先的生产智造能力

自有生产能力方面，公司拥有海盈智联和志泽科技两家生产子公司，掌握自主生产能力，实现从产品研发到制造、销售全链条把控产品，确保产品竞争力。公司对自有产能的掌控，可以为新产品预研、生产工艺和成本评估、产品风险评估等提供技术支持，提升了公司供应链稳定性，降低了价格波动风险，为优化成本提供了良好的保障。

外部供应商管理方面，公司拥有完备的供应链体系和多元的采购模式，建立了严格的供应商甄选与导入流程，对供应商进行针对性管理，通过供应双方的信息互通和考核，协同提高供应链的市场竞争力。通过与供应商紧密的协同合作，公司对国内各个生产区域供应商形成了一套较为全面的数据库，对其生产工艺特点、产能等各方面信息有直观的认知，为公司长远稳定发展奠定了坚实的供应链基础。

综上，公司通过深度整合供应链、精益生产减少了不必要的成本浪费，实现价值向终端客户的不断转移。通过加强跨职能跨组织合作的协同能力和快速制定有效策略应对突发状况的柔性管理能力，保障公司品质高、成本低、交付快速的市场竞争优势。公司与供应链上下游形成良好的合作关系，产业链协同发展，逐步形成一个高效、稳定、健康的供应链体系，巩固了公司产品的竞争优势。

本次发行价格21.21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24.00倍，低于中证指数有限公司2024年7月9日（T-4日）发布的"C39 计算机、通信和其他电子设备制造业"最近一个月平均静态市盈率33.11倍；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归属于母公司股东净利润的静态市盈率26.70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。

（3）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262家，管理的配售对象个数为5,891个，占剔除无效报价后配售对象总数的94.47%，对应的有效拟申购数量总和为6,698,250万股，占剔除无效报价后申购总量的94.26%，对应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2,521.75倍。

（4）提请投资者关注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刊登于《中国证券报》《上海证券报》《证券时报》《证券日报》及巨潮资讯网（www.cninfo.com.cn）上的《深圳市绿联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》（以下简称"《发行公告》"）。

（5）《深圳市绿联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150,371.29万元，本次发行价格21.21元/股对应募集资金总额88,021.50万元，扣除预计发行费用约10,797.89万元（不含增值税）后，预计募集资金净额约为77,223.61万元（如存在尾数差异，为四舍五入造成），低于前述募集资金需求金额。

（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发行人基本面、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、有效认购倍数及承销风险等因素，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、加权平均数孰低值。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。

（7）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格。

7、按本次发行价格21.21元/股、发行新股4,150.0000万股计算，发行人预计募集资金总额为88,021.50万元，扣除发行费用10,797.89万元（不含增值税）后，预计募集资金净额约为77,223.61万元（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、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专项资产管理计划获得本次配售的股票限售期为12个月，其他参与战略配售的投资者本次配售的股票限售期为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。

9、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进行新股申购。

10、网下投资者应根据《深圳市绿联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初步配售结果公告》，于2024年7月17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。多只新股同日发行时出现前述情形的，该配售对象全部无效。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。

网上投资者申购新股中签后，应根据《深圳市绿联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》履行资金交收义务，确保其资金账户在2024年7月17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的股份由保荐人（主承销商）包销。

11、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。

12、配售对象应严格遵守中国证券业协会行业监管要求，申购金额不得超过相应的资产规模或资金规模。提供有效报价的网下投资者未参与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。

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。凡参与初步询价的，无论是否为有效报价，均不得参与网上申购。

本次发行申购，任一投资者只能选择网下或者网上一种方式进行申购，所有参与网下报价、申购、配售的投资者均不得再参与网上申购；单个投资者只能使用一个合格账户进行申购，任何与上述规定相违背的申购均为无效申购。

14、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、（六）回拨机制"。

15、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返还给参与网上申购的投资者。

16、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。

17、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。

18、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）网下有效申购总量小于网下初始发行数量的；

（2）若网上申购不足，申购不足部分向网下回拨后，网下投资者未能足额申购的；

（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》（证监会令[第208号]）第五十六条和《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》（深证上[2023]100号）第七十一条，中国证监会和深交所发现证券发行承销过程存在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）、深交所和中国证券登记结算有限责任公司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。

19、拟参与本次发行申购的投资者，须认真阅读2024年7月5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;中国证券网，网址www.cnstock.com;证券日报网，网址www.zqrb.cn;证券时报网，网址www.stcn.com;中证网，网址www.cs.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。

20、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：深圳市绿联科技股份有限公司**

**保荐人（主承销商）：华泰联合证券有限责任公司**

**2024年7月12日**