

(上接C1版)
倍;低于可比公司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27.11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。

本次发行定价合理性说明如下:
与行业内其他公司相比,太力科技在以下方面存在一定优势:

(一)研发优势
公司长期以来注重创新和研发,设立了太力研究院,拥有3,600多平方米研发场地,是广东省、中山市工程技术开发中心;公司已建立了完善的研发体系与研发机制,形成了一支涵盖材料研究、结构设计、工业设计、模具设计、智能控制等多环节的产品研发队伍,在材料研究、产品设计、研发等方面具有较强的竞争实力。公司在全球已取得800余项专利,涵盖发明专利、实用新型专利和外观设计专利。此外,公司成功研制了航天压缩袋产品,为航天员的太空生活保驾护航,并持续提供优质的产品。

相比较于行业中大多数中小企业缺乏自主创新能力,公司在行业内具有较强的技术优势,产品创新迭代快,且创新程度持续深入。公司研发内容已从产品的外观逐步拓展到产品结构、功能、新材料方面,形成了一体化的创新优势。区别于行业内其他企业产品,突出的技术研发优势使得公司产品获得了多个行业内首创,也是公司产品持续获得高于行业平均毛利率和顾客复购率的有效保障。公司一直以来持续重视对专利技术的研发和保护,形成了较高的技术壁垒,具备较强的可持续盈利能力。

(2)自动化生产低成本优势
相比较行业中大多数中小企业的手工作业,公司湖北工厂建成了自动化生产线,采用高精度的全自动化生产设备,自主研发改进全自动叠袋机、全自动包装机、复合膜自动接料机、气阀自动焊接机、二维码自动赋码机、自动品质检测及剔除、自动装箱机械手、VGA自动搬运等智能设备,实现了热封、骨条焊接、气嘴焊接、赋码、叠袋、包装等工艺的无人化操作,可达到全自动精益生产程度。高效的自动化生产提高了产品生产效率、产品质量及成型精度,先后减少作业人员200多人;大批量的生产也形成了规模效应,有效降低了公司产品单位成本,产品具有更大的盈利空间。

(3)品牌及产品定价优势
公司凭借创新的产品研发设计、优质的产品品质、持续二十余年的品牌投入和经营,建立了较强的品牌影响力和市场地位。在产品定位方面,公司坚持高端的品牌定位,以高品质、时尚外观的产品和优秀的产品体验,为消费者提供高价值产品,满足各类场景的收纳和整理应用,为全球家庭的居家、出行提供一站式解决方案。公司的产品进入国家航天产品研发与生产行列,已累计25次成功进入太空,受到国家航天单位的荣誉表彰。高端的品牌定位及优秀的产品的力,凸显了公司产品价值,使公司在行业内具有较强的产品定价能力和品牌溢价能力。

同时,公司通过天猫、京东、抖音、小红书、微博等平台以及具有影响力的自媒体合作等途径,积极推广公司品牌,倡导时尚精致的生活方式。公司产品在消费者心目中树立了较高的行业知名度和美誉度,行业地位逐步提升。未来,公司将进一步加强品牌建设,致力于成为行业第一品牌,高端收纳、户外、防护用品领导企业。

(4)销售渠道优势

(上接C1版)
产品,满足各类场景的收纳和整理应用,为全球家庭的居家、出行提供一站式解决方案。公司的产品进入国家航天产品研发与生产行列,已累计25次成功进入太空,受到国家航天单位的荣誉表彰。高端的品牌定位及优秀的产品的力,凸显了公司产品价值,使公司在行业内具有较强的产品定价能力和品牌溢价能力。

同时,公司通过天猫、京东、抖音、小红书、微博等平台以及具有影响力的自媒体合作等途径,积极推广公司品牌,倡导时尚精致的生活方式。公司品牌在消费者心目中树立了较高的行业知名度和美誉度,行业地位逐步提升。未来,公司将进一步加强品牌建设,致力于成为行业第一品牌,高端收纳、户外、防护用品领导企业。

④销售渠道优势
近年来,随着国民经济持续稳定增长,人均消费水平提升,拉动家居用品的消费需求,人们对家居用品的关注点也从简单实用性,向兼顾美观、轻便、易于收纳整理转变,塑料制品以成本低廉、轻便美观、与当前消费者偏好高度吻合的特点,形成了产品持续发展的潜力。

公司经过多年的快速发展和积累沉淀,目前已形成了线上线下融合的新零售模式,稳步提升市场占有率。自2018年开始,公司打破传统线下销售格局,大力发展线上销售模式,充分利用新媒体时代营销渠道多元化趋势,建立了电商运营团队,打造网络直播基地和数字化社区,建设了自有电商直播基地、摄影基地,拥有自有主播团队,建立“直播矩阵”联合达人合作,打通了“人”“货”“场”的销售路径,让消费者通过直播在可视化空间展选品、选购。

另外,公司线上销售模式基于用户大数据,通过用户画像等维度加强选品能力,实现人、货、场的高效匹配。通过分析市场数据及需求信息,公司更清晰地了解消费者偏好特性,从而促进公司形成更具针对性的产品研发、产品定价和品牌推广策略,提高市场竞争力。

公司通过信息的高效传播,营销链条的长线铺设,线上及线下的双向配合,借助自身树立的专业品牌形象,促进被动消费转为主动,激发消费者消费欲望,实现了销售收入的快速增长。

⑤管理信息化优势
公司建立了完善的信息化管理体系,引入电商平台订单系统(OMS)、SAP系统、WMS系统等业务系统,全面加强公司物流、信息流、单据流、资金流等之间的融合,建立了涵盖供应链管理、生产管理、销售管理、财务管理等综合信息管理平台,有效整合了公司采购、成本库存管理、市场策略等活动;同时公司结合SAP及各电商平台后台数据,利用算法模型加BI展示的方式,自主开发经营数据过程监管工具,实时掌控经营数据,有效降低经营风险,为公司快速决策提供保障,增强了公司面对瞬息万变市场竞争的快速反应能力和科学决策能力。

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273家,管理的配售对象个数为6,646个,占剔除无效报价后配售对象总数的98.14%,对应的

近年来,随着国民经济持续稳定增长,人均消费水平提升,拉动家居用品的消费需求,人们对家居用品的关注点也从简单实用性,向兼顾美观、轻便、易于收纳整理转变,塑料制品以成本低廉、轻便美观、与当前消费者偏好高度吻合的特点,形成了产品持续发展的潜力。

公司经过多年的快速发展和积累沉淀,目前已形成了线上线下融合的新零售模式,稳步提升市场占有率。自2018年开始,公司打破传统线下销售格局,大力发展线上销售模式,充分利用新媒体时代营销渠道多元化趋势,建立了电商运营团队,打造网络直播基地和数字化社区,建设了自有电商直播基地、摄影基地,拥有自有主播团队,建立“直播矩阵”联合达人合作,打通了“人”“货”“场”的销售路径,让消费者通过直播在可视化空间展选品、选购。

另外,公司线上销售模式基于用户大数据,通过用户画像等维度加强选品能力,实现人、货、场的高效匹配。通过分析市场数据及需求信息,公司更清晰地了解消费者偏好特性,从而促进公司形成更具针对性的产品研发、产品定价和品牌推广策略,提高市场竞争力。

公司通过信息的高效传播、营销链条的长线铺设、线上及线下的双向配合,借助自身树立的专业品牌形象,促进被动消费转为主动,激发消费者消费欲望,实现了销售收入的快速增长。

(5)管理信息化优势
公司建立了完善的信息化管理体系,引入电商平台订单系统(OMS)、SAP系统、WMS系统等业务系统,全面加强公司物流、信息流、单据流、资金流等之间的融合,建立了涵盖供应链管理、生产管理、销售管理、财务管理等综合信息管理平台,有效整合了公司采购、成本库存管理、市场策略等活动;同时公司结合SAP及各电商平台后台数据,利用算法模型加BI展示的方式,自主开发经营数据过程监管工具,实时掌控经营数据,有效降低经营风险,为公司快速决策提供保障,增强了公司面对瞬息万变市场竞争的快速反应能力和科学决策能力。

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273家,管理的配售对象个数为6,646个,占剔除无效报价后配售对象总数的98.14%,对应的有效拟申购数量总和为5,205,760万股,占剔除无效报价后申购总量的98.18%,对应的有效申购倍数为战略配售回报后、网上网下回拨机制启动前网下初始发行规模2,981.45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“初步询价报价情况”。

4、《广东太力科技集团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54,223.40万元,本次发行价格17.05元/股对应募集资金总额为46,154.35万元,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发行人基本、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

有效拟申购数量总和为5,205,760万股,占剔除无效报价后申购总量的98.18%,对应的有效申购倍数为战略配售回报后、网上网下回拨机制启动前网下初始发行规模的2,981.45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披露的《广东太力科技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》(以下简称“《发行公告》”)。

(5)《广东太力科技集团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54,223.40万元,本次发行价格17.05元/股对应募集资金总额为46,154.35万元,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有效申购倍数、发行人基本、本次公开发行的股份数量、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17.05元/股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(18.2994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。

(7)本次发行有可能存在上市后跌破发行价的风险。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17.05元/股,发行新股2,707.0000万股计算,预计发行人募集资金总额为46,154.35万元,扣除预计发行费用约9,202.28万元(不含增值税)后,预计募集资金净额约为36,952.07万元,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参与本次战略配售设立的专项资产管理计划获配股票限售期为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

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。

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。

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。

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。

7、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2,707.0000万股,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54,223.40万元。按本次发行价格17.05元/股,预计发行人募集资金总额为46,154.35万元,扣除预计发行费用约9,202.28万元(不含增值税)后,预计募集资金净额约为36,952.07万元(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、太力科技首次公开发行2,707.0000万股人民币普通股(A股)(以下简称“本次发行”)的申请已于2023年8月11日经深交所上市审核委员会审议通过,并已获中国证监会同意注册(证监许可[2025]308号)。本次发行的保荐人(主承销商)为民生证券股份有限公司(以下简称“保荐人(主承销商)”或“民生证券”)。发行人股票简称为“太力科技”,股票代码为“301595”,该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创业板上市。根据《中国上市公司协会上市公司行业统计分类指引》(2023年),太力科技所属行业为“C29 橡胶和塑料制品业”。

2、发行人和保荐人(主承销商)协商确定本次发行新股数量为2,707.0000万股,发行股份占本次发行后公司股份总数的25.00%,全部为公开发行新股,公司股东不进行公开发售股份。本次公开发行后总股本为10,828.0000万股。

本次发行初始战略配售数量为406.0500万股,占本次发行数量的15.00%。

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18.2994元/股,故保荐人相关子公司无需参与跟投。

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太力科技员工工资管计划,太力科技员工工资管计划最终战略配售股份数量为270.7000万股,占本次发行数量的10.00%。本次发行最终战略配售数量为270.7000万股,占本次发行数量的10.00%。

初始战略配售与最终战略配售股数的差额135.3500万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1,746.0500万股,占扣除最终战略配售数量后本

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,不得概括委托证券公司将进行新股申购。

10、网下投资者应根据《广东太力科技集团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》,于2025年5月12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,并按照规范填写备注。

网上投资者申购新股中签后,应根据《广东太力科技集团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2025年5月12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。

12、网下投资者应当结合行业监管要求、资产规模等合理确定申购金额,不得超资产规模申购。提供有效报价的网下投资者未参与网下申购或未足额申购,以及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)将违约情况向中国证券业协会报告。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。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。

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。

次发行数量的71.67%;网上初始发行数量为690.2500万股,占扣除最终战略配售数量后本次发行数量的28.33%。最终网下、网上发行合计数量2,436.3000万股,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4月29日(T-4日)完成。发行人和保荐人(主承销商)根据初步询价结果,并综合考虑发行人所处行业、市场情况、可比公司估值水平、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17.05元/股,网下不再进行累计投标,此价格对应的市盈率为:

(1)16.16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);

(2)15.80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);

(3)21.55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后总股本计算);

(4)21.07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后总股本计算)。

本次确定的发行价格不高于网下投资者剔除最高报价部分后全部报价的中位数和加权平均数,以及公募基金、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的报价中位数和加权平均数的孰低值。

本次发行价格确定后发行人上市时市值约为18.46亿元。2023年和2024年,发行人归属于母公司股东的净利润(以扣除非经常性损益前后的孰低者为准)分别为8,075.67万元和8,567.86万元。根据深交所主板、创业板上市条件调整的过渡期安排,《深圳证券交易所创业板股票上市规则(2024年修订)》自规则发布之日起实施。尚未通过深圳证券交易所上市审核委员会审议的拟上市公司,适用新规则第2.1.2条规定的上市条件;已经通过深圳证券交易所上市审核委员会审议的拟上市公司,适用原规则第2.1.2条规定的上市条件。公司为已经通过深圳证券交易所上市审核委员会审议的拟上市公司,因此适用《深圳证券交易所创业板股票上市规则(2023年8月修订)》第2.1.2条规定的上市条件,发行人满足在招股书中明确选择的具体上市标准“最近两年净利润均为正,且累计净利润不低于人民币5,000万元”。

4、本次发行的网下、网上申购日为T日(2025年5月8日),任一配售对象只能选择网下或者网上一种方式进行申购。参与本次初步询价的配售对象,无论是否为有效报价,均不得参与网上申购。参与战略配售的投资者不得参与本次发行的网上发行与网下发行,但证券投资基金管理人管理的未参与战略配售的公募基金、社保基金、养老金、年金基金除外。

(1)网下申购
本次发行网下申购时间为:2025年5月8日(T日)9:30-15:00。

在初步询价期间提交有效报价的网下投资者管理的配售对象,方可且必须参与网下申购。网下投资者应通过网下发行电子平台为其参与申购的全部配售对象录入申购单信息,包括申购价格、申购数量及保荐人(主承销商)在发行公告中

(下转C3版)

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“一、(五)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退还给参与网上申购的投资者。

16、本次发行前的股份有限限售期,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认购的;

(3)扣除最终战略配售数量后,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股票数量的70%;

(4)发行人在发行过程中发生重大事项影响本次发行的;

(5)根据《管理办法》第五十六条和《业务实施细则》第七十一条,中国证监会和深交所发现证券发行实施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缴款投资者的退款事宜。中止发行后,在中国证监会予以注册同意的有效期内,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2025年4月24日(T-7日)披露的《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、本投资价值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:广东太力科技集团股份有限公司
保荐人(主承销商):民生证券股份有限公司
2025年5月7日