

# 合肥恒鑫生活科技股份有限公司 首次公开发行股票并在创业板上市发行公告

## 特别提示

合肥恒鑫生活科技股份有限公司(以下简称“恒鑫生活”、“发行人”或“公司”)根据中国证券监督管理委员会(以下简称“中国证监会”)颁布的《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〕)(以下简称“《注册办法》”)、深圳证券交易所(以下简称“深交所”)颁布的《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》”)及《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》”)、中国证券业协会颁布的《首次公开发行股票承销业务规则》(中证协发〔2023〕18号)(以下简称“《承销业务规则》”)、《首次公开发行股票网下投资者管理规则》(中证协发〔2024〕237号)(以下简称“《网下投资者管理规则》”)和《首次公开发行股票网下投资者分类评价和管理指引》(中证协发〔2024〕277号)等相关法律法规、监管规定及自律规则等文件,以及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本次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)为华安证券股份有限公司(以下简称“华安证券”、“主承销商”或“保荐人”)。本次发行最终采用网下向符合条件的投资者询价配售(以下简称“网下发行”)及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。

本次发行初步询价和网下发行均通过深交所网下发行电子平台(以下简称“电子平台”)进行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,请网下投资者认真阅读本公告及《网下发行实施细则》等相关规定。本次网上发行通过深交所交易系统进行,请网上投资者认真阅读本公告及深交所发布的《网上发行实施细则》。

本次发行适用于中国证监会发布的《证券发行与承销管理办法》(证监会令〔第208号〕)、《首次公开发行股票注册管理办法》(证监会令〔第205号〕)、深交所发布的《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)、《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)、中国证券业协会发布的《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〔2024〕237号)和《首次公开发行股票网下投资者分类评价和管理指引》(中证协发〔2024〕277号),请投资者关注相关规定的变化。

本次发行价格39.92元/股对应的发行人2023年扣除非

## 保荐人(主承销商):华安证券股份有限公司

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19.24倍,低于中证指数有限公司2025年3月3日(T-4日)发布的同行业最近一个月静态平均市盈率20.68倍,亦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的归属于母公司股东净利润的平均静态市盈率37.91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。

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环节,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《合肥恒鑫生活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,在剔除不符合要求投资者报价的初步询价结果后,将拟申购价格高于43.20元/股(不含43.20元/股)的配售对象全部剔除;将拟申购价格为43.20元/股,且拟申购数量小于850万股(不含850万股)的配售对象全部剔除;拟申购价格为43.20元/股,拟申购数量为850万股,系统提交时间为2025年3月3日13:27:19:403的配售对象中,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15个配售对象。以上过程共剔除75个配售对象,剔除的拟申购总量为48,290万股,占本次初步询价剔除无效报价后拟申购总量4,815,740万股的1.0028%。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: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,综合考虑发行人基本面、所处行业、可比公司估值水平、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39.92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2025年3月7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2025年3月7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、本次发行价格为39.92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”)和合格境外机构投资者资金报价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。

本次发行不安排向发行人的高级管理人员和核心员工资

产管理计划及向其他外部投资者的战略配售。依据本次发行价格,保荐机构相关子公司不参与战略配售。最终,本次发行不向战略投资者定向配售。本次发行初始战略配售数量与最终战略配售数量的差额127.50万股将回拨至网下发行。

4、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%的股份限售期为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。

5、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证券申购。

6、发行人和保荐人(主承销商)在网上网下申购结束后,将根据网上申购情况于2025年3月7日(T日)决定是否启动回拨机制,对网上、网下的发行规模进行调整。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《合肥恒鑫生活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2025年3月11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《合肥恒鑫生活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2025年3月11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。

8、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。

9、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付认购资金的,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总次数合并计算。

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,认真阅读2025年3月6日(T-1日)披露的《合肥恒鑫生活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》,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39.92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),恒鑫生活所属行业为“(C22)造纸和纸制品业”。截至2025年3月3日(T-4日),中证指数有限公司发布的(C22)造纸和纸制品业最近一个月静态平均市盈率为20.68倍,请投资者决策时参考。

截至2025年3月3日(T-4日),可比A股上市公司估值水平如下:

证券代码	证券简称	T-4日股票收盘价(元/股)	2023年扣非前EPS(元/股)	2023年扣非后EPS(元/股)	对应的静态市盈率(倍)-扣非前(2023年)	对应的静态市盈率(倍)-扣非后(2023年)
301193.SZ	家联科技	16.99	0.24	0.09	71.92	182.44
301355.SZ	南王科技	12.06	0.37	0.32	32.69	38.22
001356.SZ	富岭股份	14.06	0.37	0.37	38.42	37.59
算数平均值(剔除部分公司)					35.55	37.91

数据来源:Wind资讯,数据截至2025年3月3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;

(下转C3版)

# 合肥恒鑫生活科技股份有限公司 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):华安证券股份有限公司

合肥恒鑫生活科技股份有限公司(以下简称“恒鑫生活”、“发行人”或“公司”)首次公开发行不超过2,550.00万股人民币普通股(A股)并在创业板上市(以下简称“本次发行”)的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,并已获得中国证监会(以下简称“中国证监会”)同意注册(证监许可〔2024〕1909号)。

经发行人和本次发行的保荐人(主承销商)华安证券股份有限公司(以下简称“华安证券”、“主承销商”或“保荐人”)协商确定,本次发行股票数量为2,550.00万股,占发行后总股本的25.00%。全部为公开发行新股,公司股东不进行公开发售股份。本次发行的股票拟在深交所创业板上市。

本次发行适用于中国证监会发布的《证券发行与承销管理办法》(证监会令〔第208号〕)、《首次公开发行股票注册管理办法》(证监会令〔第205号〕)、深交所发布的《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)、《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)、《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)、中国证券业协会发布的《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〔2024〕237号)和《首次公开发行股票网下投资者分类评价和管理指引》(中证协发〔2024〕277号),请投资者关注相关规定的变化。

本次发行价格39.92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19.24倍,低于中证指数有限公司2025年3月3日(T-4日)发布的同行业最近一个月静态平均市盈率20.68倍,亦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的归属于母公司股东净利润的平均静态市盈率37.91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。

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、本次发行最终采用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。

初步询价和网下发行由保荐人(主承销商)通过深交所网下发行电子平台组织实施;网上发行通过深交所交易系统进行。

2、初步询价结束后,发行人和保荐人(主承销商)根据《合肥恒鑫生活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,在剔除不符合要求投资者报价的初步询价结果后,将拟申购价格高于43.20元/股(不含43.20元/股)的配售对象全部剔除;将拟申购价格为43.20元/股,且拟申购数量小于850万股(不含850万股)的配售对象全部剔除;拟申购价格为43.20元/股,拟申购数量为850万股,系统提交时间为2025年3月3日13:27:19:403的配售对象中,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15个配售对象。以上过程共剔除75个配售对象,剔除的拟申购总量为48,290万股,占本次初步询价剔除无效报价后拟申购总量4,815,740万股的1.0028%。剔除部分不得参与网下及网上申购。具体剔除情况请见《合肥恒鑫生活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》”)“附表:初步询价报价情况”中被标注为“高价剔除”的部分。

3、发行人和保荐人(主承销商)根据初步询价结果,综合考虑发行人基本面、所处行业、可比公司估值水平、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39.92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2025年3月7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2025年3月7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、本次发行价格为39.92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”)和合格境外机构投资者资金报价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。

本次发行不安排向发行人的高级管理人员和核心员工工资产管理计划及向其他外部投资者的战略配售。依据本次发行价格,保荐机构相关子公司不参与战略配售。最终,本次发行不向战略投资者定向配售。本次发行初始战略配售数量与最终战略配售数量的差额127.50万股将回拨至网下发行。

5、本次发行价格为39.92元/股,此价格对应的市盈率为:(1)14.28倍(每股收益按照2023年度经会计师事务所遵照中国会计准则审计的扣除非经常性损益前的归属于母公司股东的净利润除以本次发行前的总股本计算);

(2)14.43倍(每股收益按照2023年度经会计师事务所遵照中国会计准则审计的扣除非经常性损益后的归属于母公司股东的净利润除以本次发行前的总股本计算);

(3)19.04倍(每股收益按照2023年度经会计师事务所遵照中国会计准则审计的扣除非经常性损益后的归属于母公司股东的净利润除以本次发行后的总股本计算);

(4)19.24倍(每股收益按照2023年度经会计师事务所遵照中国会计准则审计的扣除非经常性损益后的归属于母公司股东的净利润除以本次发行后的总股本计算)。

6、本次发行价格为39.92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),恒鑫生活所属行业为“(C22)造纸和纸制品业”。截至2025年3月3日(T-4日),中证指数有限公司发布的(C22)造纸和纸制品业最近一个月静态平均市盈率为20.68倍。

截至2025年3月3日(T-4日),可比上市公司估值水平如下:

证券代码	证券简称	T-4日股票收盘价(元/股)	2023年扣非前EPS(元/股)	2023年扣非后EPS(元/股)	对应的静态市盈率(倍)-扣非前(2023年)	对应的静态市盈率(倍)-扣非后(2023年)
301193.SZ	家联科技	16.99	0.24	0.09	71.92	182.44
301355.SZ	南王科技	12.06	0.37	0.32	32.69	38.22
001356.SZ	富岭股份	14.06	0.37	0.37	38.42	37.59
算数平均值(剔除部分公司)					35.55	37.91

数据来源:Wind资讯,数据截至2025年3月3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;注3:剔除部分公司指未选取招股书列示的家联科技及泉舜纸业,由于家联科技静态市盈率偏高,故在计算时作为剔除对象;泉舜纸业已退市,无可参考数据。

本次发行价格39.92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19.24倍,低于中证指数有限公司2025年3月3日(T-4

日)发布的同行业最近一个月静态平均市盈率20.68倍,亦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的归属于母公司股东净利润的平均静态市盈率37.91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,公司在以下方面存在一定优势:

1)产业链和产品线优势  
在生产纸制餐具方面,公司具备从PLA粒子改性、淋膜、印刷、成型的全流程加工生产能力;在生产塑料餐具方面,公司具备从PLA粒子改性、片材加工、成型、印刷的全流程加工生产能力,形成了核心技术竞争优势。掌握上述全流程的核心技术及生产工艺,使公司提升了应对客户个性化需求的响应能力,缩短了产品试样周期,保证了大规模生产时的产品品质,并可以有效控制生产成本,提高盈利能力。

2)技术优势  
自成立以来,公司始终坚持以市场需求为导向进行技术研发创新,培育了一支研发经验丰富、自主创新能力强的专业技术队伍。公司及子公司安徽恒鑫为国内高新技术企业,公司连续6年被评为中国轻工行业塑料行业(降解塑料)十强企业,被评为安徽省“专精特新”中小企业、安徽省“专精特新”冠军企业、安徽省印刷优势企业、安徽省消费品工业“三品”示范企业、入选第四批“专精特新”“小巨人”企业名单。

公司重视技术和产品的持续研发,将技术研发能力视为增强公司市场竞争力的核心要素。经过多年的研发投入,公司目前拥有5项发明专利,83项实用新型专利及19项外观设计专利,并积累了PLA粒子改性技术、PLA淋膜技术、纸杯高速成型技术等核心技术体系。

公司建设有安徽省企业技术中心、合肥市企业技术中心、合肥市工业设计中心。公司的PLA环保纸杯成型车间于2018年被认定为合肥市“数字化车间”,PLA环保杯盖成型车间于2018年被认定为合肥市“数字化车间”,刀叉勺注塑成型车间于2020年被认定为合肥市“数字化车间”,PLA环保纸杯智能工厂项目于2020年被认定为合肥市“智能工厂”。公司的PLA冷饮吸管、PLA注塑餐具、PLA热成型餐具、PLA发泡一次性餐饮器具及PLA生物降解淋膜纸制品获得国家级产品设计产品的称号。

3)可生物降解系列产品优势  
在国内外禁限塑政策趋严的情况下,具备可生物降解产品开发、生产能力的餐饮企业,能够在未来的竞争中占得先机。公司在国内较早开展PLA材料应用于餐饮具的研发工作,在PLA粒子改性技术、PLA淋膜技术、PLA片材制备技术、PLA成型技术等方面建立了雄厚的技术体系,形成了较强的核心竞争力。公司PLA餐具为行业内代表性的可生物降解产品,成为国内咖啡、茶饮等众多知名企业可生物降解餐具的优选产品。

报告期内,公司可生物降解餐具收入分别为41,202.49万元、55,419.70万元、75,411.23万元和41,393.01万元,占主营业务收入的比例分别为59.19%、52.56%、54.04%和57.63%。可生物降解产品的营收规模与营收占比均较高。随着未来禁限塑政策的推进,公司将凭借既有优势并不断加大研发投入,保持持续提升公司在可生物降解系列产品领域的优势地位。

4)生产规模优势  
纸制与塑料餐具产品的规格和品类众多,下游应用领

域广阔且市场规模巨大。企业只有具备大规模的生产能力,才能提供不同规格和品类的产品,并根据下游客户的不同要求进行定制化生产,从而在激烈的市场竞争中占据优势地位。因此,规模化生产对纸制与塑料餐具生产企业的发展至关重要。

公司目前已发展成为知名的纸制与塑料餐具提供商,先后建设了多条先进的纸制与塑料餐具生产线,形成年产90亿只的纸制与塑料餐具的生产能力。公司已在全国建立了多个生产基地,同时覆盖使用可降解餐具消费市场相对集中的区域市场,具备为国内外客户规模化定制产品及快速批量交货的能力。

生产规模优势衍生出公司在采购、生产、销售环节的优势:在采购端,公司在采购原材料时,既可以保证主要原材料供应质量的稳定性,又具备相对较强的议价能力,从而在稳定产品质量的同时,可以有效降低成本;在生产端,由于生产规模大,生产能力强,公司能充分发挥生产规模优势;在销售端,由于生产基地布局合理,公司具备较快的客户需求响应速度,提升了开拓与服务客户的能力。

5)质量控制优势  
由于餐具直接接触食品,为保障食品安全,下游客户对餐具的质量要求

非常严格。在食品安全方面,公司和公司主要产品通过了BRC认证、FDA认证、LFGB测试,以及国内食品接触材料及制品的相关标准,满足高端餐饮企业对供应商提出的认证和测试要求。在管理体系方面,公司通过了ISO9001国际质量管理体系、ISO14001国际环境管理体系、ISO45001职业健康安全管理体系和SEDEX认证,完善了管理体系。在环境保护方面,公司的可生物降解产品通过了DIN和BPI等堆肥认证,产品的生物降解性能获得权威机构认证。

公司根据各产品特点,制定了严格的全工序作业指导书、检验标准和体系化的质量控制措施,从原料进厂到生产制造过程,再到成品检验等,严格规范生产和检验人员作业标准,通过生产端和检验端的严格管控来提高并稳定良品率。建立了对质量控制流程的不断改进,同时完善并严格执行产品首件确认、过程巡检、入库检验和出厂抽检等多层次的检验流程,使得公司产品良品率稳定在99%以上。完善的生产质量控制体系,确保了产品的质量,使得“人、机、料、法、环、测”环环相扣,为确保公司产品质量、成本控制和提升市场竞争力打下了坚实的基础。

6)品牌及客户优势  
公司非常注重品牌的塑造和推广,通过国内外专业展会、专业杂志、网络平台等各种平台进行品牌宣传,积极参与行业协会举办的各种活动,建设有中英文的企业宣传网站以介绍产品、宣传品牌,提高公司品牌在业内的知名度。

凭借较强的研发创新能力、生产制造能力以及可靠的产品品质等,公司与众多终端客户形成了稳定的业务合作关系,包括瑞幸咖啡、星巴克、Manner咖啡等知名咖啡品牌;喜茶、蜜雪冰城、Coco都可茶饮等极具影响力的茶饮品牌;以麦当劳、汉堡王等为代表的全球连锁快餐品牌。公司积累的良好客户资源,有利于公司口碑宣传强化和品牌影响力提升。

与知名客户合作,公司可以进一步巩固和提升竞争优势:品牌客户具有较强的社会责任感,倡导绿色环保生活方式,优先选择具有可生物降解特性的餐饮具,与品牌客户合作提升了公司可生物降解产品的销量;品牌客户具有较强的行业前瞻性,通过配合其对产品各异需求开发,可以不断提升公司竞争优势。

(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257家,管理的配售对象个数为6,514个,占剔除无效报价后配售对象总数的97.05%;对应的有效拟申购总量为4,670,200万股,占剔除无效报价后拟申购总

(下转C3版)