

中信建投证券股份有限公司

关于

**欣贺股份有限公司
首次公开发行股票并上市**

之

发行保荐书

保荐机构



中信建投证券股份有限公司
CHINA SECURITIES CO.,LTD.

二〇二〇年八月

保荐机构及保荐代表人声明

中信建投证券股份有限公司及本项目保荐代表人余翔、罗贵均根据《中华人民共和国公司法》、《中华人民共和国证券法》等有关法律、法规和中国证监会的有关规定，诚实守信，勤勉尽责，严格按照依法制订的业务规则、行业执业规范和道德准则出具本发行保荐书，并保证发行保荐书的真实性、准确性和完整性。

目 录

释 义	3
第一节 本次证券发行基本情况	4
一、本次证券发行具体负责推荐的保荐代表人	4
二、本次证券发行项目协办人及项目组其他成员	4
三、发行人基本情况	5
四、保荐机构与发行人关联关系的说明	6
五、保荐机构内部审核程序和内核意见	6
六、保荐机构对私募投资基金备案情况的核查	8
第二节 保荐机构承诺事项	9
第三节 关于有偿聘请第三方机构和个人等相关行为的核查	12
第四节 对本次发行的推荐意见	14
一、发行人关于本次发行的决策程序合法	14
二、本次发行符合相关法律规定	14
三、发行人的主要风险提示	25
四、发行人的发展前景评价	33
五、保荐机构对本次证券发行的推荐结论	39

释 义

在本发行保荐书中，除非另有说明，下列词语具有如下特定含义：

公司、发行人、欣贺股份	指	欣贺股份有限公司
欣贺有限	指	欣贺（厦门）服饰有限公司，系发行人前身
控股股东	指	欣贺国际有限公司
实际控制人	指	孙氏家族成员，即孙瑞鸿、孙孟慧、卓建荣、孙马宝玉
股东大会	指	欣贺股份有限公司股东大会
董事会	指	欣贺股份有限公司董事会
监事会	指	欣贺股份有限公司监事会
章程、公司章程	指	欣贺股份有限公司章程
《公司法》	指	《中华人民共和国公司法》
《证券法》	指	《中华人民共和国证券法》
《首发办法》	指	《首次公开发行股票并上市管理办法》
《保荐管理办法》	指	《证券发行上市保荐业务管理办法》
中国证监会、证监会	指	中国证券监督管理委员会
中信建投证券、保荐人、保荐机构	指	中信建投证券股份有限公司
发行人律师	指	北京市天元律师事务所
申报会计师、容诚会计师事务所	指	容诚会计师事务所（特殊普通合伙）
本次发行、首次公开发行	指	发行人本次在中国境内（不含香港、澳门和台湾地区）发行以人民币认购和交易的普通股股份的行为
报告期	指	2017年度、2018年度、2019年度、2020年1-6月
元、万元	指	人民币元、万元

本发行保荐书中部分财务数据的合计数与所列数值直接相加之和如在尾数上有差异，均为四舍五入所致。

第一节 本次证券发行基本情况

一、本次证券发行具体负责推荐的保荐代表人

中信建投证券指定余翔、罗贵均担任本次欣贺股份有限公司首次公开发行的保荐代表人。

上述两位保荐代表人的执业情况如下：

余翔先生：保荐代表人，研究生学历，现任中信建投证券投资银行部高级副总裁，曾主持或参与的项目有：翰宇药业、津膜科技、今创集团、东岳硅材、科兴制药（在会）等首次公开发行项目，证通电子、平潭发展等非公开项目，证通电子公司债、正海磁材发行股份购买资产等项目。作为保荐代表人无正在尽职推荐的项目。

罗贵均先生：保荐代表人、中国注册会计师、中国注册评估师、ACCA，本科学历，现任中信建投证券投资银行部执行总经理，曾主持或参与的项目有：乾照光电、翰宇药业、锦泓集团、威尔药业、东岳硅材、派能科技（在会）等首次公开发行项目，华联综超、南京熊猫、苏文科、锦泓集团、红相股份等非公开项目，锦泓集团重大资产购买项目，深圳机场、锦泓集团等可转债项目。作为保荐代表人正在尽职推荐的项目为上海派能能源科技股份有限公司首次公开发行股票并在科创板上市项目（在会）。

二、本次证券发行项目协办人及项目组其他成员

（一）本次证券发行项目协办人

本次证券发行项目的协办人为倪正清，其保荐业务执行情况如下：

倪正清先生：社会科学硕士，现任中信建投证券投资银行部副总裁，曾主持或参与的项目有：国轩高科配股、美利云非公开、永新股份非公开、中兴通讯非公开、顺丰控股可转债等再融资项目，徽商银行、银河表计、紫晶存储等首次公开发行项目，以及祥源文化财务顾问项目、创业软件发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金项目、永新股份发行股份购买资产项目等。

（二）本次证券发行项目组其他成员

本次证券发行项目组其他成员包括郑元慕、陈嘉辉、刘建亮、杜伟、徐能来、李豪。

郑元慕女士：研究生学历，现任中信建投证券投资银行部高级副总裁，曾主持或参与的项目有：锦泓集团、威尔药业、派能科技（在会）等首次公开发行项目，锦泓集团重大资产重组、锦泓集团非公开发行、南京熊猫重大资产重组、盛路通信重大资产重组、海安广电私募债等项目。

陈嘉辉先生：保荐代表人，中国注册会计师、CFA，研究生学历，现任中信建投证券投资银行部副总裁，曾主持或参与的项目有：清源股份首次公开发行、锦泓集团重大资产重组、锦泓集团非公开发行、锦泓集团可转债、卓越世纪城私募债等项目。

刘建亮先生：保荐代表人，研究生学历，现任中信建投证券投资银行部总监，曾主持或参与的项目有：锦泓集团、清源科技、威尔药业、东岳硅材、派能科技（在会）等首次公开发行项目，深圳机场可转债、中葡股份非公开发行、证通电子非公开发行、锦泓集团非公开发行、锦泓集团可转债、翰宇药业公司债、彩生活公司债等再融资项目，锦泓集团、浔兴股份重大资产重组等并购重组项目。

杜伟先生：研究生学历，现任中信建投证券投资银行部高级经理，曾主持或参与的项目有：威尔药业、派能科技（在会）首次公开发行项目，锦泓集团可转债项目。

徐能来先生：研究生学历，现任中信建投证券投资银行部高级经理，曾主持或参与的项目有：科兴制药（在会）、五株科技（在会）首次公开发行项目、思维列控重大资产重组项目。

李豪先生：硕士研究生学历，现任中信建投证券投资银行部高级经理，曾参与的项目有：威尔药业、东岳硅材、紫晶存储、派能科技（在会）首次公开发行项目，锦泓集团可转债项目。

三、发行人基本情况

公司名称：	欣贺股份有限公司
注册地址：	厦门市湖里区湖里大道 95 号鸿展大厦
成立时间：	2006 年 6 月 7 日

注册资本:	32,000 万元
法定代表人:	孙瑞鸿
董事会秘书:	朱晓峰
联系电话:	(0592) 3107822
互联网地址:	http://www.xinhee.cn
主营业务:	中高端女装的设计、生产和销售
本次证券发行的类型:	首次公开发行普通股

四、保荐机构与发行人关联关系的说明

经保荐机构自查，截至本发行保荐书出具日，本保荐机构及其法定代表人、高级管理人员及经办人员与发行人之间不存在直接或间接的股权关系或其他实质性利害关系。

(一) 中信建投证券或其控股股东、实际控制人、重要关联方不存在持有发行人或其控股股东、实际控制人、重要关联方股份的情况；

(二) 发行人或其控股股东、实际控制人、重要关联方不存在持有中信建投证券或其控股股东、实际控制人、重要关联方股份的情况；

(三) 中信建投证券本次具体负责推荐的保荐代表人及其配偶，董事、监事、高级管理人员不存在拥有发行人权益、在发行人任职等情况；

(四) 中信建投证券的控股股东、实际控制人、重要关联方不存在与发行人控股股东、实际控制人、重要关联方相互提供担保或者融资等情况；

(五) 除上述情形外，中信建投证券与发行人之间亦不存在其他关联关系。

五、保荐机构内部审核程序和内核意见

(一) 保荐机构关于本项目的内部审核程序

本保荐机构在向中国证监会推荐本项目前，通过项目立项审批、质控部审核及内核部门审核等内部核查程序对项目进行质量管理和风险控制，履行了审慎核查职责。

1、项目的立项审批

本保荐机构按照《中信建投证券股份有限公司投资银行类业务立项规则》的规定，对本项目执行立项的审批程序。

本项目的立项于 2018 年 5 月 14 日得到本保荐机构保荐及并购重组立项委员会审批同意。

2、质控部的审核

本保荐机构在投资银行业务委员会（简称“投行委”）下设立质控部，对投资银行类业务风险实施过程管理和控制，及时发现、制止和纠正项目执行过程中的问题，实现项目风险管控与业务部门的项目尽职调查工作同步完成的目标。

本项目的项目负责人于 2019 年 3 月向质控部提出底稿验收申请；2019 年 3 月 4 日至 2019 年 3 月 8 日，质控部对本项目进行了现场核查，并于 2019 年 3 月 11 日对本项目出具项目质量控制报告。

质控部针对各类投资银行类业务建立有问核制度，明确问核人员、目的、内容和程序等要求。问核情况形成的书面或者电子文件记录，在提交内核申请时与内核申请文件一并提交。

3、内核部门的审核

本保荐机构投资银行类业务的内核部门包括内核委员会与内核部，其中内核委员会为非常设内核机构，内核部为常设内核机构。内核部负责内核委员会的日常运营及事务性管理工作。

内核部在收到本项目的内核申请后，于 2019 年 3 月 22 日发出本项目内核会议通知，内核委员会于 2019 年 3 月 29 日召开内核会议对本项目进行了审议和表决。

参加本次内核会议的内核委员共 7 人。内核委员在听取项目负责人和保荐代表人回复相关问题后，以记名投票的方式对本项目进行了表决。根据表决结果，内核会议审议通过本项目并同意向中国证监会推荐。

项目组按照内核意见的要求对本次发行申请文件进行了修改、补充和完善，并经全体内核委员审核无异议后，本保荐机构为本项目出具了发行保荐书，决定向中国证监会正式推荐本项目。

（二）保荐机构关于本项目的内核意见

本次发行申请符合《证券法》及中国证监会相关法规规定的发行条件，同意作为保荐机构向中国证监会推荐。

六、保荐机构对私募投资基金备案情况的核查

（一）核查对象

根据《私募投资基金监督管理暂行办法》的规定，私募投资基金系指在中华人民共和国境内，以非公开方式向合格投资者募集资金设立的投资基金，包括资产由基金管理人或者普通合伙人管理的以投资活动为目的设立的公司或者合伙企业。

保荐机构对发行人的股东情况进行核查，核查对象包括：

序号	股东名称	持股数量（股）	持股比例
1	欣贺国际有限公司	272,716,480	85.2239%
2	厦门市骏胜投资合伙企业（有限合伙）	26,538,880	8.2934%
3	厦门欣贺股权投资有限公司	4,800,000	1.5000%
4	Purple Forest Limited	4,429,760	1.3843%
5	厦门欣嘉骏投资有限公司	4,029,760	1.2593%
6	巨富发展有限公司	3,555,520	1.1111%
7	鸿业亚洲有限公司	2,607,360	0.8148%
8	厦门市君豪投资合伙企业（有限合伙）	1,322,240	0.4132%
总计		320,000,000	100.0000%

（二）核查方式

本保荐机构调阅了公司法人及合伙企业股东的工商登记材料、合伙人协议、公司注册信息、境外企业法律意见书，取得了发行人股东出具的承诺函，履行了必要的核查程序。

（三）核查结果

根据核查，发行人股东不存在属于相关法律法规和自律规则要求备案的私募投资基金。

第二节 保荐机构承诺事项

一、中信建投证券已按照法律、行政法规和中国证监会的规定，对发行人进行了尽职调查、审慎核查，同意推荐欣贺股份本次首次公开发行股票并上市，并据此出具本发行保荐书。

二、通过尽职调查和对申请文件的审慎核查，中信建投证券作出以下承诺：

（一）有充分理由确信发行人符合法律法规及中国证监会有关证券发行上市的相关规定；

（二）有充分理由确信发行人申请文件和信息披露资料不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏；

（三）有充分理由确信发行人及其董事在申请文件和信息披露资料中表达意见的依据充分合理；

（四）有充分理由确信申请文件和信息披露资料与证券服务机构发表的意见不存在实质性差异；

（五）保证所指定的保荐代表人及本保荐机构的相关人员已勤勉尽责，对发行人申请文件和信息披露资料进行了尽职调查、审慎核查；

（六）保证保荐书、与履行保荐职责有关的其他文件不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏；

（七）保证对发行人提供的专业服务和出具的专业意见符合法律、行政法规、中国证监会的规定和行业规范；

（八）自愿接受中国证监会依照本办法采取的监管措施；

（九）中国证监会规定的其他事项。

三、中信建投证券按照《关于进一步提高首次公开发行股票公司财务信息披露质量有关问题的意见》（证监会公告[2012]14号）和《关于做好首次公开发行股票公司2012年度财务报告专项检查工作的通知》（发行监管函[2012]551号）的要求，严格遵守现行各项执业准则和信息披露规范，勤勉尽责、审慎执业，对发行人报告期内财务会计信息的真实性、准确性、完整性开展全面自查，针对可能造成粉饰业绩或财务造假的12个重点事项进行专项核查，同时采取切实有效的手段核查主要财务指标是否存在重大异常，并以必要的独立性走访相关政府部

门、银行、重要客户及供应商。

中信建投证券就上述财务专项核查工作的落实情况，作出以下专项说明：

（一）通过财务内部控制情况自查，确认发行人已经建立健全财务报告内部控制制度，合理保证财务报告的可靠性、生产经营的合法性、营运的效率和效果；

（二）通过财务信息披露情况自查，确认发行人财务信息披露真实、准确、完整地反映公司的经营情况；

（三）通过盈利增长和异常交易情况自查，确认发行人申报期内的盈利情况真实，不存在异常交易及利润操纵的情形；

（四）通过关联方认定及其交易情况自查，确认发行人及各中介机构严格按照《企业会计准则》、《上市公司信息披露管理办法》和证券交易所颁布的相关业务规则的有关规定进行关联方认定，充分披露了关联方关系及其交易；

（五）通过收入确认和成本核算情况自查，确认发行人结合经济交易的实际情况谨慎、合理地进行收入确认，发行人的收入确认和成本核算真实、合规，毛利率分析合理；

（六）通过主要客户和供应商情况自查，确认发行人的主要客户和供应商及其交易真实；

（七）通过资产盘点和资产权属情况自查，确认发行人的主要资产真实存在、产权清晰，发行人具有完善的存货盘点制度，存货真实，存货跌价准备计提充分；

（八）通过现金收支管理情况自查，确认发行人具有完善的现金收付交易制度，未对发行人会计核算基础产生不利影响；

（九）通过可能造成粉饰业绩或财务造假的 12 个重点事项自查，确认如下：

1、发行人不存在以自我交易的方式实现收入、利润的虚假增长；

2、发行人不存在发行人或其关联方与其客户或供应商以私下利益交换等方法进行恶意串通以实现收入、盈利的虚假增长；

3、发行人不存在发行人的关联方或其他利益相关方代发行人支付成本、费用或者采用无偿或不公允的交易价格向发行人提供经济资源；

4、发行人不存在发行人的保荐机构及其关联方、PE 投资机构及其关联方、PE 投资机构的股东或实际控制人控制或投资的其他企业在申报期内最后一年与发行人发生大额交易从而导致发行人在申报期内最后一年收入、利润出现较大幅

度增长；

5、发行人不存在利用体外资金支付货款，不存在少计原材料采购数量及金额，不存在虚减当期成本和虚构利润；

6、发行人不存在采用技术手段或其他方法指使关联方或其他法人、自然人冒充互联网或移动互联网客户与发行人（即互联网或移动互联网服务企业）进行交易以实现收入、盈利的虚假增长等；

7、发行人不存在将本应计入当期成本、费用的支出混入存货、在建工程等资产项目的归集和分配过程以达到少计当期成本费用的目的；

8、发行人不存在压低员工薪金、阶段性降低人工成本粉饰业绩；

9、发行人不存在推迟正常经营管理所需费用开支，不存在通过延迟成本费用发生期间增加利润和粉饰报表；

10、发行人不存在期末对欠款坏账、存货跌价等资产减值可能估计不足；

11、发行人不存在推迟在建工程转固时间或外购固定资产达到预定使用状态时间等，不存在延迟固定资产开始计提折旧时间；

12、发行人不存在其他可能导致公司财务信息披露失真、粉饰业绩或财务造假的情况。

（十）通过未来期间业绩下降信息披露情况自查，确认发行人对于存在未来期间业绩下降情形的，已经披露业绩下降信息风险。

经过财务专项核查，本保荐机构认为，发行人的财务管理、内部控制、规范运作等方面制度健全，实施有效，报告期财务报表已经按照企业会计准则的规定编制，财务会计信息真实、准确、完整，如实披露了相关经营和财务信息。

第三节 关于有偿聘请第三方机构和个人等相关行为的核查

根据《关于加强证券公司在投资银行类业务中聘请第三方等廉洁从业风险防控的意见》（证监会公告[2018]22号）等规定，本保荐机构就在投资银行类业务中有偿聘请各类第三方机构和个人（以下简称“第三方”）等相关行为进行核查。

（一）本保荐机构有偿聘请第三方等相关行为的核查

本保荐机构在本次保荐业务中不存在各类直接或间接有偿聘请第三方的行为，不存在未披露的聘请第三方行为。

（二）发行人有偿聘请第三方等相关行为的核查

本保荐机构对发行人有偿聘请第三方等相关行为进行了专项核查。经核查，发行人在律师事务所、会计师事务所、资产评估机构等该类项目依法需聘请的证券服务机构之外，存在直接或间接有偿聘请其他第三方的行为。发行人还聘请了福建卓知项目投资顾问有限公司（以下简称“福建卓知”）和欧睿信息咨询（上海）有限公司（以下简称“欧睿（上海）”），具体情况如下：

1、聘请的必要性

（1）福建卓知：发行人与其就募投可行性研究报告项目达成合作意向，并签订合同。福建卓知就发行人的募投项目完成了可行性研究报告。

（2）欧睿（上海）：发行人与其就发行人在上市相关材料中引用欧睿国际有限公司（Euromonitor International Limited，以下简称“欧睿国际”）享有版权的行业研究数据和信息达成合作意向，并签订合同。根据发行人与欧睿（上海）的合同及授权文件，发行人可在上市相关材料中引用欧睿国际享有版权的行业研究数据及信息，并按市场价格支付费用。

2、第三方的基本情况、资格资质、具体服务内容

（1）福建卓知：是第三方行业研究与投融资咨询机构，主要业务有行业市场研究、企业管理咨询、建设项目管理咨询、造价咨询等。

该项目服务内容为募投可行性研究报告的咨询服务，撰写募投可研报告等。

（2）欧睿（上海）：欧睿（上海）是欧睿国际在中国的子公司。欧睿国际成立于1972年，是一家全球性的战略市场信息提供商、独立的市场研究机构，主要产品包括关于行业、国家以及消费者分析的市场信息数据库，以及市场研究报告等。

该项目服务内容为授权发行人在上市相关材料中引用欧睿国际享有版权的行业研究数据及信息。

3、定价方式、实际支付费用、支付方式和资金来源

公司与第三方均通过友好协商确定合同价格，资金来源均为自有资金，支付方式均为银行转款。

福建卓知服务费用（含税）为人民币 9 万元，实际已支付 9 万元。

欧睿（上海）服务费用（含税）为人民币 18 万元，实际已全额支付。

经本保荐机构核查，发行人相关聘请行为合法合规。

第四节 对本次发行的推荐意见

中信建投证券接受发行人委托，担任其本次首次公开发行的保荐机构。本保荐机构遵照诚实守信、勤勉尽责的原则，根据《公司法》、《证券法》和中国证监会颁布的《证券发行上市保荐业务管理办法》等法律法规的规定，对发行人进行了审慎调查。

本保荐机构对发行人是否符合证券发行上市条件及其他有关规定进行了判断、对发行人存在的主要问题和风险进行了提示、对发行人发展前景进行了评价，对发行人本次首次公开发行履行了内部审核程序并出具了内核意见。

本保荐机构内核部门及保荐代表人经过审慎核查，认为发行人本次首次公开发行符合《公司法》、《证券法》等法律、法规、政策规定的有关首次公开发行的条件，募集资金投向符合国家产业政策要求，同意保荐发行人本次首次公开发行。

一、发行人关于本次发行的决策程序合法

2019年1月25日，欣贺股份召开第三届董事会第四次会议，审议通过了《关于公司首次公开发行人民币普通股（A股）股票并上市的议案》等关于首次公开发行股票并上市的相关议案。

2019年2月13日，欣贺股份召开2019年第二次临时股东大会，审议通过了《关于公司首次公开发行人民币普通股（A股）股票并上市的议案》等关于首次公开发行股票并上市的相关议案。

2020年8月10日，欣贺股份召开第三届董事会第十次会议，审议通过了《关于调整公司首次公开发行人民币普通股（A股）股票发行方案的议案》等关于首次公开发行股票并上市的相关议案。

经核查，本保荐机构认为发行人已就首次公开发行股票履行了《公司法》、《证券法》及中国证监会规定的决策程序。

二、本次发行符合相关法律规定

（一）本次发行符合《证券法》规定的发行条件

依据《证券法》对发行人符合首次公开发行股票并上市条件进行逐项核查，核查情况如下：

1、发行人本次发行上市符合《证券法》规定的条件

(1) 发行人具备健全且运行良好的组织机构。

(2) 发行人具有持续经营能力。

(3) 发行人最近三年财务会计报告被出具无保留意见审计报告。

(4) 发行人及其控股股东、实际控制人最近三年不存在贪污、贿赂、侵占财产、挪用财产或者破坏社会主义市场经济秩序的刑事犯罪。

(5) 符合经国务院批准的国务院证券监督管理机构规定的其他条件。

经核查，本保荐机构认为发行人符合《证券法》规定的发行条件。

2、发行人已聘请中信建投证券担任本次发行上市的保荐人，符合《证券法》第十条的规定。

(二) 依据《首次公开发行股票并上市管理办法》对发行人符合发行条件进行逐项核查情况

1、发行人的主体资格

(1) 发行人系依法设立且合法存续的股份有限公司，符合《首次公开发行股票并上市管理办法》（以下简称“《首发管理办法》”）第八条之规定

核查过程及事实依据如下：

本保荐机构经查阅发行人的工商档案、相关验资报告，确认发行人前身是欣贺（厦门）服饰有限公司。2012年2月23日，厦门市投资促进局出具《关于同意欣贺（厦门）服饰有限公司变更为外商投资股份有限公司的批复》（厦投促审【2012】090号），批准欣贺有限整体变更为股份公司。2012年2月24日，公司取得厦门市人民政府核发的《中华人民共和国外商投资企业批准证书》（商外资厦外资字【2006】0144号）。2012年4月26日，公司取得厦门市工商行政管理局核发的《营业执照》。根据《公司章程》以及发行人现行《营业执照》（统一社会信用代码：91350200784171077C）的记载，发行人为永久存续的股份有限公司。

发行人不存在股东大会决议解散、因合并或分立而解散、不能清偿到期债务依法宣告破产、违反法律、法规被依法吊销营业执照、责令关闭或者被撤销及经营管理发生严重困难、通过其他途径不能解决而被人民法院依法解散等根据法律、法规以及《公司章程》规定需要终止的情形。

经核查，发行人为依法设立并合法存续的股份有限公司，符合《首发管理办法》第八条之规定。

(2) 发行人持续经营时间三年以上，符合《首发管理办法》第九条之规定
核查过程及事实依据如下：

根据《首发管理办法》第九条第二款之规定，发行人持续经营时间可以从欣贺有限成立之日（即 2006 年 6 月 7 日）起计算。发行人现行《营业执照》（统一社会信用代码：91350200784171077C）登记发行人的成立时间为 2006 年 6 月 7 日。发行人持续经营时间超过三年以上，符合《首发办法》第九条之规定。

(3) 发行人的注册资本已足额缴纳，发起人或者股东用作出资的资产的财产权转移手续已办理完毕，发行人的主要资产不存在重大权属纠纷，符合《首发管理办法》第十条之规定

核查过程及事实依据如下：

本保荐机构经查阅发行人的相关工商档案、审计报告、验资报告、权属证书及现场实地考察，发行人系由欣贺有限整体变更而成，根据《公司法》的规定，欣贺有限的资产、业务、债权和债务全部由发行人承继，因此，不存在发起人投入发行人的资产或权利的权属另需转移给发行人的情形；根据大华会计师事务所出具的《验资报告》（大华验字【2012】135 号），发起人出资已全部到位。发行人的注册资本已足额缴纳。发行人的主要资产不存在重大权属纠纷。

(4) 发行人的生产经营符合法律、行政法规和公司章程的规定，符合国家产业政策，符合《首发管理办法》第十一条之规定

核查过程和事实依据如下：

发行人主营中高端女装的设计、生产和销售，拥有完整的产业链条和显著的品牌优势。本保荐机构经查阅国家相关法律法规、产业政策、公司章程及现场实地考察，确认发行人生产经营符合法律、行政法规和《公司章程》的规定，符合国家产业政策。

(5) 发行人最近 3 年内主营业务和董事、高级管理人员没有发生重大变化，实际控制人没有发生变更，符合《首发管理办法》第十二条之规定

①本保荐机构经访谈发行人实际控制人、高级管理人员，查阅发行人工商资料、三会决议等文件，确认发行人主营业务为中高端女装的设计、生产和销售，

最近3年内主营业务未发生变化。

②本保荐机构经访谈发行人实际控制人，查阅发行人工商资料等文件，确认发行人实际控制人为孙氏家族成员，即孙瑞鸿、孙孟慧、卓建荣、孙马宝玉，最近3年内实际控制人未发生变更。

③公司董事、高级管理人员最近三年的变更情况：

A、最近三年董事变动情况

报告期初，发行人董事为罗永晖、孙瑞鸿、孙孟慧、卓建荣、王斌、Ong Yew Thiong Gilbert（王有忠）、徐珊（独立董事）、林涛（独立董事）、张韶华（独立董事）。发行人最近三年董事变动情况如下：

股东大会审议时间	变更董事类别	新增董事	减少董事	变更原因	变更后董事
2018年5月31日，公司2017年度股东大会	内部董事	陈国汉	罗永晖	罗永晖任期届满因个人原因辞职，公司董事会换届新聘任董事	孙瑞鸿、孙孟慧、卓建荣、王斌、林宗圣、陈国汉、陈友梅（独立董事）、李成（独立董事）、吴锦凤（独立董事）
	外部非独立董事	林宗圣	Ong Yew Thiong Gilbert（王有忠）	2018年1月5日，Ong Yew Thiong Gilbert（王有忠）先生因L Capital Xiamen Fashion Ltd.转让股权退出辞职，公司董事会换届新聘任董事	
	独立董事	陈友梅、李成、吴锦凤	徐珊、林涛、张韶华	独立董事已连任满两届，公司董事会换届新聘任独立董事	

发行人非独立董事共计6名，其中孙氏家族董事孙瑞鸿、孙孟慧、卓建荣，厦门骏胜提名董事王斌报告期内未发生变动，留任董事占比2/3，未发生重大变化。

B、最近三年高级管理人员变动情况

报告期初，发行人高级管理人员为罗永晖（总经理）、卓建荣（副总经理）、陈国汉（副总经理、财务总监）、郑仁贵（董事会秘书）、王碧黛（采购总监）。发行人最近三年高级管理人员变动情况如下：

董事会审议时间	任职	变化后	变化前	变更原因
2018年5月31日，公司第三届董事会第一次会议	总经理	孙瑞鸿	罗永晖	2018年5月，罗永晖任期届满因个人原因辞职，公司董事会新聘任总经理

	副总经理	卓建荣	卓建荣	-
	副总经理、财务总监	陈国汉	陈国汉	-
	副总经理	邱迎平	-	公司新聘任副总经理
	董事会秘书	朱晓峰	郑仁贵	2018年1月,郑仁贵先生因个人原因辞职,公司董事会新聘任董事会秘书
	采购总监	王碧黛	王碧黛	-
2019年1月23日,公司第三届董事会第三次会议	副总经理、董事会秘书	朱晓峰	-	公司聘任董事会秘书朱晓峰先生为副总经理,兼任董事会秘书

报告期内,发行人高级管理人员的变化主要系郑仁贵因个人原因辞职、罗永晖换届离任和新聘任总经理、副总经理、董事会秘书导致,离任高级管理人员比例 2/5,新任高级管理人员均在发行人工作十年以上,长期在发行人从事经营及管理工作,对发行人发展方向和发展战略有深入的了解,具备相应的资格和经验,上述任职变动不会影响发行人经营决策的持续性和稳定性,不会对发行人经营产生重大不利影响,不构成重大变动。

(6) 发行人的股权清晰,控股股东和受控股股东、实际控制人支配的股东持有的发行人股份不存在重大权属纠纷,符合《首发管理办法》第十三条之规定

本保荐机构经访谈发行人实际控制人、高级管理人员,查阅发行人工商资料等文件,确认发行人的股权清晰,控股股东和受控股股东、实际控制人支配的股东所持发行人股份不存在重大权属纠纷。本次申请首次公开发行前,股东所持有的发行人股份均不存在质押情况。

2、发行人的独立性

经核查,本保荐机构认为,发行人具有完整的业务体系和直接面向市场独立经营的能力,信息披露符合《首发管理办法》第四十二条之规定。

(1) 资产独立

公司系由欣贺有限整体变更而来,相应承继了欣贺有限的全部资产及负债。公司合法、独立的拥有与生产经营相关的机器设备、专利、商标和土地等资产的所有权或使用权,该等资产不存在法律纠纷或潜在纠纷,与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业的资产产权界定明晰。

(2) 人员独立

公司与全体在册员工签订了劳动合同,具有独立的劳动、人事和薪酬管理体系。公司的总经理、副总经理、财务负责人、董事会秘书以及核心技术人员均没

有在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中担任除董事、监事以外的其他职务，没有在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业领薪。公司的财务人员没有在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中兼职。

（3）财务独立

公司设立了独立的财务部门，并配备了专职的财务人员。公司根据现行会计制度及相关法律法规，结合公司的实际情况制定了相应的财务会计管理制度，建立了独立的财务核算体系，并独立作出财务决策。公司独立在银行开立账户，不存在与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业共用银行账户的情况。公司依法独立进行纳税申报和履行纳税义务，不存在混合纳税的情形。

（4）机构独立

公司拥有独立的生产经营和办公机构场所，不存在与股东单位混合经营、合署办公的情形。公司依据《公司法》和《公司章程》设立了股东大会、董事会、监事会等机构并制定了相应的议事规则，各机构依照相关规定在各自职责范围内独立决策、规范运作。

公司建立了适应自身发展需要的职能机构，各职能机构分工明确，各司其职，独立行使经营管理职权。公司机构设置不受控股股东、实际控制人及其控制的其他企业干预。

（5）业务独立

公司拥有独立、完整的技术研发、市场推广和服务体系以及面向市场的独立经营能力。公司业务独立于公司控股股东、实际控制人及其控制的其他企业，与公司控股股东、实际控制人及其控制的其他企业不存在同业竞争情况和显失公平的关联交易。

经核查，发行人在独立性方面不存在严重缺陷。

3、规范运行

（1）公司治理

根据对发行人组织架构、治理制度、三会文件及议事规则等文件资料的核查，并结合对相关机构运作情况的考察，本保荐机构认为，发行人已经依法建立健全股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书等制度，相关机构和人员能够依法履行职责，符合《首发管理办法》第十四条的规定。

（2）上市前的辅导

本保荐机构已于 2018 年 9 月至 2019 年 4 月期间对发行人进行了上市前的辅导工作。发行人的实际控制人、董事、监事、高级管理人员及持股 5%（含 5%）以上的股东在辅导过程中参与了相关证券及上市知识的培训。

本保荐机构认为，发行人的董事、监事和高级管理人员已经了解与股票发行上市有关的法律法规，知悉上市公司及其董事、监事和高级管理人员的法定义务和责任，符合《首发管理办法》第十五条的规定。

（3）董事、监事、高级管理人员的任职资格

根据对发行人董事、监事和高级管理人员简历、与任职情况及资格有关的三会文件、胜任能力和勤勉尽责情况、薪酬及兼职情况、持股及其他对外投资情况等方面的核查，本保荐机构认为，发行人的董事、监事和高级管理人员符合法律、行政法规和规章规定的任职资格，且不存在下列情形，符合《首发管理办法》第十六条的规定：

①被中国证券监督管理委员会采取证券市场禁入措施尚在禁入期的；

②最近 36 个月内受到中国证券监督管理委员会行政处罚，或者最近 12 个月内受到证券交易所公开谴责的；

③因涉嫌犯罪被司法机关立案侦查或者涉嫌违法违规被中国证券监督管理委员会立案调查，尚未有明确结论意见的。

（4）内部控制

根据对发行人各项业务及管理规章制度、内部控制环境、内控制度的运行、会计管理控制的相关资料、内部审计部门设置情况及相关内部审计制度等方面的核查，本保荐机构认为，发行人的内部控制制度健全且能够被有效地执行，能够合理保证财务报告的可靠性、生产经营的合法性，符合《首发管理办法》第十七条的规定。

（5）经核查，发行人不存在下列情形，符合《首发管理办法》第十八条的规定：

①最近 36 个月内未经法定机关核准，擅自公开或者变相公开发行过证券；或者有关违法行为虽然发生在 36 个月前，但目前仍处于持续状态；

②最近 36 个月内违反工商、税收、土地、环保、海关以及其他法律、行政

法规，受到行政处罚，且情节严重；

③最近 36 个月内曾向中国证监会提出发行申请，但报送的发行申请文件有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏；或者不符合发行条件以欺骗手段骗取发行核准；或者以不正当手段干扰中国证监会及其发行审核委员会审核工作；或者伪造、变造发行人或其董事、监事、高级管理人员的签字、盖章；

④本次报送的发行申请文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏；

⑤涉嫌犯罪被司法机关立案侦查，尚未有明确结论意见；

⑥严重损害投资者合法权益和社会公共利益的其他情形。

(6) 对外担保

经核查，本保荐机构认为，发行人的公司章程中已明确对外担保的审批权限和审议程序，截至本发行保荐书签署之日，发行人不存在为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业进行违规担保的情形，符合《首发管理办法》第十九条的规定。

(7) 资金管理

经核查，本保荐机构认为，发行人有严格的资金管理制度，截止本发行保荐书签署之日，不存在资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业以借款、代偿债务、代垫款项或者其他方式占用的情形，符合《首发管理办法》第二十条的规定。

4、发行人的财务与会计

(1) 主要财务数据

根据容诚会计师事务所出具的标准无保留意见的《审计报告》（容诚审字[2020]361Z0315号），发行人主要财务数据如下：

① 合并资产负债表主要数据

单位：万元

项目	2020-6-30	2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31
流动资产	148,350.34	156,926.27	149,721.18	156,305.32
非流动资产	95,242.39	98,542.11	85,933.86	65,546.13
资产总计	243,592.73	255,468.38	235,655.05	221,851.45
流动负债	47,971.68	58,145.13	53,223.33	44,515.85
非流动负债	217.92	223.15	232.51	137.51

项目	2020-6-30	2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31
负债合计	48,189.60	58,368.29	53,455.84	44,653.36
归属于母公司股东权益	195,403.12	197,100.09	182,199.21	177,198.09
股东权益合计	195,403.12	197,100.09	182,199.21	177,198.09

② 合并利润表主要数据

单位：万元

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
营业收入	77,325.78	196,520.98	176,010.02	163,397.56
营业利润	10,223.42	32,979.10	28,027.18	26,670.35
利润总额	10,085.95	32,886.68	27,997.49	26,381.90
净利润	7,412.81	24,222.30	20,569.71	19,208.23
归属于母公司股东的净利润	7,412.81	24,222.30	20,569.71	19,208.23
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	6,940.26	23,678.61	20,203.76	19,106.25

③ 合并现金流量表主要数据

单位：万元

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
经营活动产生的现金流量净额	16,551.10	19,179.03	21,544.48	30,693.59
投资活动产生的现金流量净额	12,808.05	-10,866.55	-16,410.87	-8,940.70
筹资活动产生的现金流量净额	-9,690.24	-10,080.40	-16,200.00	-16,150.00
汇率变动对现金及现金等价物的影响	115.72	178.72	331.43	-402.53
现金及现金等价物净增加额	19,784.63	-1,589.21	-10,734.96	5,200.36
期末现金及现金等价物余额	47,066.36	27,281.73	28,870.94	39,605.90

本保荐机构认为，发行人资产质量良好，资产负债结构合理，盈利能力较强，现金流量正常，符合《首发管理办法》第二十一条的规定。

(2) 发行人的内部控制

经核查，本保荐机构认为，发行人的内部控制在所有重大方面是有效的，并由容诚会计师事务所出具了“容诚专字[2020]361Z0406号”《内部控制鉴证报告》，符合《首发管理办法》第二十二条的规定。

(3) 发行人的会计基础工作

经核查，本保荐机构认为，发行人会计基础工作规范，财务报表的编制符合企业会计准则和相关会计制度的规定，在所有重大方面公允地反映了发行人的财

务状况、经营成果和现金流量，并由容诚会计师事务所出具了标准无保留意见的《审计报告》（容诚审字[2020]361Z0315号），符合《首发管理办法》第二十三条的规定。

（4）会计政策

经核查，本保荐机构认为，发行人编制财务报表以实际发生的交易或者事项为依据，在进行会计确认、计量和报告时保持了应有的谨慎；对相同或者相似的经济业务，选用了一致的会计政策，未随意变更，符合《首发管理办法》第二十四条的规定。

（5）关联交易

经核查，本保荐机构认为，发行人已完整披露关联方关系并按重要性原则恰当披露了关联交易，关联交易价格公允，不存在通过关联交易操纵利润的情形，符合《首发管理办法》第二十五条的规定。

（6）财务指标

经核查，发行人财务指标如下：

①发行人2017年度、2018年度和2019年度归属于母公司股东的净利润（以扣除非经常性损益前后较低者为计算依据）分别为19,106.25万元、20,203.75万元和23,678.61万元，最近3个会计年度净利润均为正数且累计超过人民币3,000万元；

②2017年度、2018年度和2019年度，发行人的营业收入分别为163,397.56万元、176,010.02万元和196,520.98万元，最近3个会计年度营业收入累计超过人民币3亿元；

③公司目前的股本总额为人民币32,000万元，超过人民币3,000万元。

④最近一期末账面无形资产（扣除土地使用权、水面养殖权和采矿权等后）占净资产比例为0.46%，不高于20%。

⑤最近一期末公司不存在未弥补亏损。

本保荐机构认为，发行人财务指标符合《首发管理办法》第二十六条的规定。

（7）纳税情况

报告期内，发行人依法纳税，各项税收优惠符合相关法律法规的规定，经营成果对税收优惠不存在严重依赖，符合《首发管理办法》第二十七条的规定。

（8）经核查，本保荐机构认为，发行人不存在重大偿债风险，不存在影响

持续经营的担保、诉讼以及仲裁等重大或有事项，符合《首发管理办法》第二十八条的规定。

(9) 经核查，本保荐机构认为，发行人申报文件中不存在如下情形，符合《首发管理办法》第二十九条的规定：

- ①故意遗漏或虚构交易、事项或者其他重要信息；
- ②滥用会计政策或者会计估计；
- ③操纵、伪造或篡改编制财务报表所依据的会计记录或者相关凭证。

(10) 根据对发行人的行业环境、竞争态势、业务经营模式、盈利模式、关联关系、主要财务指标和战略规划等方面的核查，本保荐机构认为，发行人不存在下列影响持续盈利能力的情形，符合《首发管理办法》第三十条的规定：

- ①发行人的经营模式、产品或服务的品种结构已经或者将发生重大变化，并对发行人的持续盈利能力构成重大不利影响；
- ②发行人的行业地位或发行人所处行业的经营环境已经或者将发生重大变化，并对发行人的持续盈利能力构成重大不利影响；
- ③发行人在用的商标、专利、专有技术、特许经营权等重要资产或者技术的取得或者使用存在重大不利变化的风险；
- ④发行人最近一年的营业收入或净利润对关联方或者有重大不确定性的客户存在重大依赖；
- ⑤发行人最近一年的净利润主要来自合并财务报表范围以外的投资收益；
- ⑥其他可能对发行人持续盈利能力构成重大不利影响的情形。

5、发行人募集资金的运用

根据公司于 2019 年 2 月 13 日召开的 2019 年第二次临时股东大会决议和 2020 年 8 月 10 日召开的第三届董事会第十次会议决议，公司拟公开发行不低于 8,000.01 万股且不超过 10,666.67 万股人民币普通股，本次发行募集资金扣除发行费用后，将按轻重缓急顺序投资于以下项目，项目总投资 101,293.02 万元，具体为：

单位：万元

序号	项目名称	总投资额	计划募集资金投入	项目备案情况	项目环评情况
1	欣贺股份有限公司品牌营销网络建设项目	67,302.48	67,000.00	厦外资备(2019)08号	不适用

序号	项目名称	总投资额	计划募集资金投入	项目备案情况	项目环评情况
2	欣贺股份有限公司企业信息化建设项目	18,273.23	9,887.39	厦湖经信投备(2019)009号	不适用
3	欣贺股份有限公司仓储物流配送中心项目	15,717.31	10,000.00	厦同外资备(2019)007号	201935021200000073号《建设项目环境影响登记表》
合计		101,293.02	86,887.39	-	-

经核查，本保荐机构认为：

- (1) 募集资金使用方向明确，全部用于主营业务。
- (2) 募集资金数额和投资项目与发行人现有生产经营规模、财务状况、技术水平和管理能力等相适应。
- (3) 募集资金投资项目符合国家产业政策、投资管理、环境保护、土地管理以及其他法律、法规和规章的规定。
- (4) 发行人董事会对募集资金投资项目的可行性进行了认真分析，确信投资项目具有良好的市场前景和盈利能力，有效防范投资风险，提高募集资金使用效益。
- (5) 募集资金投资项目实施后，不会产生同业竞争或者对发行人的独立性产生不利影响。
- (6) 发行人已制定《募集资金管理制度》，在募集资金到位后建立募集资金专项存储制度，将募集资金存放于董事会指定的专项账户。

三、发行人的主要风险提示

投资者在评价公司此次发行的股票时，除招股说明书提供的各项资料外，还应特别认真考虑下述各项风险因素。下述风险因素根据重要性原则或可能影响投资决策的程度大小排序，但该排序并不表示风险因素将依次发生。

(一) 市场风险

1、行业竞争风险

服装行业是市场化程度较高、竞争较为激烈的行业。女装行业的品牌数量较多，时尚品牌不断涌现，国际品牌对中国市场日益重视并加强渗透，使得女装市

市场竞争日趋激烈。目前，女装行业的竞争已由低层次的价格竞争逐步向品牌竞争方向发展，主要体现在品牌、研发设计、渠道等方面。如公司不能采取有效措施，积极应对市场竞争，巩固和持续提升品牌影响力和市场竞争力，则公司可能面临市场占有率和盈利水平发生不利变化的影响。

2、“新冠肺炎”冲击线下销售的风险

2019年12月，我国武汉市爆发新型冠状病毒感染肺炎，并于2020年1月底向全国扩散，对居民的健康及消费产生负面影响。疫情防控期间，大部分居民减少户外聚集活动，多数商场、购物中心停止运营，线下客流量因此受到较大冲击。而公司产品主要通过线下门店进行销售，此次疫情对公司2020年一季度和上半年的业绩产生较大影响。

截至2020年3月上旬，本次疫情已初步得到遏制，各地商场和购物中心陆续恢复营业，居民日常消费开始回归正轨。若本次疫情就此得以控制并逐渐消退，居民对中高端女装消费将逐步回归至正常水平，由于消费回暖存在一定的恢复期，预计将对公司短期业绩产生一定影响，但对公司中长期业绩影响较小。

截至2020年6月末，虽然本次疫情已得到有效控制，但病毒源头尚未明确，治疗新冠病毒引起的肺炎的特效药物和疫苗仍处于科研论证阶段，距离研制成功和批量生产尚未有明确时间表，本次疫情的后续发展仍存在一定的不确定性。另一方面，本次新冠病毒疫情自2020年2月底开始呈现全球大流行趋势，我国邻近国家如韩国和日本以及其他部分国家和地区相继出现疫情爆发迹象，且国外确诊病例数呈上升趋势，国内已出现境外输入病例，进一步增加了国内疫情防控的不确定性。若国内疫情反复或持续时间较长，以及已出台实行的防疫政策和措施持续较长时间或后续根据疫情发展出台新的防疫政策，致使消费习惯发生改变，国内中高端女装市场将可能较长时间维持低迷状态，公司经营业绩面临出现下降或大幅下降的风险。

3、宏观经济波动风险

服装行业受到宏观经济波动影响。中高端女装的需求弹性比一般服装更大，受宏观经济波动的影响更为明显。目前，公司产品主要在国内市场销售。如宏观经济发生不利变化，可能对公司销量、经营业绩和财务状况产生不利影响。

（二）经营风险

1、过于倚重“JORYA”品牌的风险

经过多年的发展与经营，公司产品已跻身国内一线女装品牌之列，已形成 JORYA、JORYA weekend 定位高端，ANMANI（恩曼琳）、GIVH SHYH、CAROLINE、AIVEI 和 QDA 定位中高端的金字塔式的品牌架构，全方位覆盖中高端女装市场。目前，公司“JORYA”和“JORYA weekend”女装品牌具有较高的市场美誉度，2019 年品牌销售收入占比约 50%左右。因此，公司的销售业绩很大程度上取决于“JORYA”和“JORYA weekend”在市场上的知名度、美誉度和忠诚度。未来，如果出现对该品牌不利影响的负面宣传或纠纷，或竞争品牌市场形象及知名度的上升等情形，将可能会影响相关品牌产品在市场上的影响力和认可度，进而可能影响公司的销售业绩。

2、多品牌运营的风险

公司目前拥有 JORYA、JORYA weekend、ANMANI（恩曼琳）、GIVH SHYH、CAROLINE、AIVEI 和 QDA 七个自创品牌，覆盖中高端品牌女装市场。

多品牌运营有赖于公司在战略、供应链、销售渠道等资源方面的统一协调，对公司经营管理提出了更高的要求。如公司在研发设计、生产管理、营销等方面未能持续提升而无法满足不同品牌运作要求，或各品牌未能持续维持或强化差异化特征，则可能降低品牌的市场竞争力，对公司经营业绩产生不利影响。

3、品牌维护风险

品牌价值和影响力是中高端女装公司的核心竞争力之一，通常需要长时间的培育和持续的维护。在激烈的市场竞争中，品牌文化、品牌风格等通常是品牌女装与其他竞争对手进行有效区分的重要因素，也是品牌获取消费者认可的重要因素之一。

维护品牌价值和影响力，要求公司制定精准的品牌市场定位、风格定位、市场推广策略等，需要投入大量的人力、财务资源。若公司未能采取精准的品牌市场定位、风格定位、市场推广策略等，可能对公司维持良好的品牌形象或持续提升品牌价值和影响力产生不利影响，从而导致公司面临市场占有率下降、经营业绩下降的风险。

4、不能准确把握女装流行趋势和市场需求变化的设计风险

女装行业的消费者品味多元化且不断变化，女装产品具有款式多、变化快的特点。因此，准确把握女装流行趋势和消费者需求变化，并不断开发新的适销的产品，是品牌女装公司提升持续盈利能力的关键。若公司未能准确把握女装流行趋势和市场需求变化，未能及时推出适销的产品，将对公司品牌和销售业绩产生不利影响。

5、撤店风险

报告期内，公司存在部分店铺经营不善进行撤店的情况。

如果未来出现行业竞争加剧，市场经营环境发生重大不利变化，或公司管理人才大量流失，品牌影响力下降等情形，可能导致公司撤店数量增加，如不能快速拓展新店铺，则公司可能存在店铺数量不能增加甚至下降，进而影响公司业绩的风险。

6、经销商模式风险

公司主要通过自营模式和经销模式进行销售。报告期内，公司主营业务收入中经销模式收入的比重分别为 19.22%、10.36%、8.45%、3.87%。若公司管理及服务水平的提升未能适应信息技术高速发展背景下经销商的发展，可能会出现部分经销店铺管理水平和服务质量下降，进而对公司的品牌形象和经营业绩造成不利影响。

7、管理商模式风险

管理商模式是公司自营模式的一种。公司通过管理商在当地所拥有的销售渠道、人脉资源等优势进行旗下品牌的推广，由管理商对门店直接管理，根据其销售情况以管理费或分成形式支付报酬。随着公司管理商所管辖的店铺数量增加，可能出现部分门店在管理能力和服务方面达不到公司要求的标准，对公司品牌形象产生负面影响，进而对公司的经营业绩造成不利影响。

8、网络销售对线下销售模式冲击带来的风险

中高端女装时尚化程度高，目标客户群体有限，客户在实体店中的购物体验及销售人员的营销服务是中高端女装品牌获得消费者认可的重要因素，行业销售模式目前以线下消费为主，电子商务渠道的发展对于行业的影响相对有限。公司现已建立自身的电商渠道，报告期内，公司电子商务销售收入分别为 14,755.02 万

元、17,683.06 万元、26,485.75 万元、16,713.27 万元，呈逐年上升的趋势，销售占比分别为 9.07%、10.08%、13.54%、21.68%。如果未来中高端女装客户群的网络购物消费习惯逐步强化，及线上与线下互动结合的 O2O 业务模式趋于成熟，使得网络销售能够结合线下实体渠道给予中高端消费者更好的消费体验，或出现新适用于中高端女装网络应用技术及销售模式，则将会对线下实体销售渠道产生一定冲击。

9、外协生产的风险

报告期内，公司外协生产比重逐步提升，因此公司产品的产量、质量、生产周期等，受到外协生产商生产能力、加工工艺及管理水平等因素的影响。公司已制定外协生产管理流程，确保外协生产质量。但如果外协生产商的生产能力、加工工艺及管理水平等发生波动，可能导致产品供应的迟延或产品质量问题，从而对公司的经营业绩产生不利影响。

10、品牌被侵权的风险

公司的品牌存在被侵权的风险，主要有：

第一，公司商标存在被侵权的风险。截至 2020 年 6 月 30 日，公司拥有与服装相关的注册商标 105 项（即核定使用类型为第 25 类的商标），存在商标被恶意冒用的风险。

第二，公司存在产品被仿冒的情况。仿冒产品在面辅料、制作工艺、服务等方面与公司产品存在较大差距。仿冒产品销售会影响品牌形象和消费体验，也会对公司现有销售渠道带来不利影响，对品牌形象的维护和品牌运营带来不利影响。

11、QDA 品牌的运营风险

QDA 品牌是公司成立时间相对较短的品牌，于 2012 年 12 月进入市场运营，目前尚处于培育阶段。公司虽已有运作中高端女装品牌的丰富经验，但由于品牌在培育阶段需投入资源进行品牌推广，其盈利能力在品牌成熟后才能逐步体现。

12、商标使用风险

公司主营中高端女装的设计、生产和销售，已形成 JORYA、JORYA weekend 定位高端，ANMANI（恩曼琳）、GIVH SHYH、CAROLINE、AIVEI 和 QDA 定位中高端的金字塔式的品牌架构，拥有显著的品牌优势。商标作为中高端女装

品牌经营的核心知识产权，是消费者认知公司品牌的重要标识，对公司生产经营至关重要。未来公司品牌服装相关在用商标（核定使用类型为第 25 类的商标）被诉讼或被宣告无效，将可能影响公司对应品牌商标的正常使用，进而可能对公司生产经营造成重大不利影响。

（三）财务风险

1、存货风险

报告期各年末，公司库龄 1 年以上的产成品余额分别为 35,152.23 万元、38,154.61 万元、49,238.43 万元、51,517.32 万元，逐年增长，分别占公司产成品余额的比例为 57.11%、50.51%、51.16%、58.49%。如果未来公司商品的设计款式、品牌定位等未能适应中高端女装市场发展需求，或未能通过相关管理制度及有效渠道及时销售公司过季商品，公司过季商品金额和计提的存货减值准备快速增加，可能导致公司存在业绩下滑的风险。

2017 年末、2018 年末、2019 年末、2020 年 6 月末，公司的存货账面余额分别为 71,206.72 万元、88,221.28 万元、108,032.21 万元、97,774.09 万元，存货账面价值分别为 46,017.03 万元、59,561.29 万元、76,475.00 万元、67,401.67 万元，存货账面价值占同期资产总额的比例分别为 20.74%、25.27%、29.94%、27.67%。2017 年末、2018 年末、2019 年末、2020 年 6 月末，存货跌价准备金额分别为 25,189.69 万元、28,659.99 万元、31,557.20 万元、30,372.41 万元，占当年存货账面余额的比例分别为 35.38%、32.49%、29.21%、31.06%。存货占用了营运资金，如果存货规模过大，会降低公司运营效率。如果公司未能准确把握流行趋势，导致产品滞销并产生跌价风险，将会对公司经营业绩产生较大不利影响。

2、应收账款收回风险

报告期各期末，公司应收账款净额为 7,097.51 万元、9,857.55 万元、15,392.31 万元、14,474.50 万元，占期末资产总额的比例分别为 3.20%、4.18%、6.03%、5.94%。如果未来客户出现支付困难或现金流紧张，从而拖欠公司结算款甚至发生坏账，将对公司经营业绩产生影响。

3、销售费用逐步上升的风险

报告期内，公司销售费用分别为 71,073.91 万元、81,371.43 万元、89,910.97 万元、35,476.01 万元，呈上升趋势。销售管理费、职工薪酬、商场费用、店面

装修费和租赁费等销售费用是公司重要经营费用支出，公司未来还将继续进行营销网络建设和拓展，预计未来几年销售费用还将持续提高。如果公司销售情况不理想，未能抵消上述销售费用上升的影响，将可能导致公司经营业绩下滑。

4、原材料和人工成本上升的风险

原材料和人工成本是服装行业产品成本的重要组成部分。服装面辅料价格波动和人工成本持续上升，将影响公司自产产品和外协生产的采购成本，公司如不能有效应对原材料价格波动及劳动力成本上升的不利影响，将会对公司经营业绩造成不利影响。

5、净资产收益率下降的风险

本次发行成功且募集资金到位后，公司的净资产会随之大幅增加，募集资金将被用于品牌营销网络建设项目等项目，募投项目实施后长期资产的大幅增加将导致每年折旧和摊销费用的增加。鉴于募集资金投资项目需要一定的建设期和达产期，募集资金产生预期收益需要一定的时间，公司净利润的增长在短期内不能与公司净资产增长保持同步，可能导致净资产收益率较以前年度有所下降。

（四）募集资金投资项目风险

1、募投项目的实施风险

公司本次发行募集资金计划用于品牌营销网络建设项目。在募集资金投资项目实施过程中，可能会遇到诸如国家政策、宏观经济形势、消费者偏好等变化以及资金投入延迟等因素，从而导致项目实施所依赖的基本条件发生变化，同时也会受公司自身管理水平等内在因素的影响，可能对募集资金投资项目的实施和预期收益带来一定的不确定性。

2、店铺数量大幅增加带来的管理风险

公司拟将本次募集资金中的 67,000.00 万元用于品牌营销网络的建设，项目建成后，将新增自营店铺 365 家。销售网络建设的提速将对公司研发设计能力、生产能力、终端销售拓展和管理能力提出更高的要求，若公司不能在人事管理、生产管理、财务管理、营销管理等方面及时提升，可能会导致品牌营销网络建设项目难以达到预期目标的风险。

（五）实际控制人控制风险

截至本发行保荐书签署之日，公司实际控制人孙氏家族成员孙瑞鸿、孙孟慧、卓建荣和孙马宝玉合计控制公司 87.8350%的股份，本次发行后仍将控制公司 65.8762%的股份（按发行 10,666.67 万股新股计算）。如果实际控制人通过控股股东对公司的人事安排、经营决策、投资担保、资产交易、章程修改和分配政策等重大决策予以不当控制，则可能给公司和其他股东带来风险。

（六）首次公开发行股票摊薄即期回报的风险

本次发行后，随着募集资金的到位，公司股本及净资产将大幅增加。由于募集资金投资项目的建设 and 经济效益的实现需要一定时间，公司每股收益和净资产收益率等指标将有可能下降，投资者即期回报面临被摊薄的风险。

（七）经营业绩下降的风险

报告期内，公司营业收入分别为 163,397.56 万元、176,010.02 万元、196,520.98 万元、77,325.78 万元，营业利润分别为 26,670.35 万元、28,027.18 万元、32,979.10 万元、10,223.42 万元，整体处于增长趋势。但公司盈利水平会受到宏观经济波动、消费市场整体疲软及成本、费用上涨等因素影响。

如果我国经济发生不利波动，消费者对中高端女装的需求减少，如果公司未能采取有效措施应对原材料、人工成本的波动，将导致公司业绩存在下降的风险。

（八）公司内部管理控制可能存在的风险

中高端女装企业终端数量较多，鉴于公司自营业务规模和人员规模不断扩大、门店及分公司数量增多和涉及的管理区域较大，公司财务管理、资金管理、税务管理、人员管理和合规管理等内部管理控制工作日益复杂，综合管理难度增加，可能因相关经办人员工作疏忽、对公司内部管理控制制度执行力度不足等原因，导致公司内部管理控制不能实现预期目标的风险。

（九）股票价格波动的风险

股票市场投资收益与投资风险并存。股票价格不仅受公司盈利水平和发展前景的影响，而且受投资者的心理预期、股票供求关系以及政治、经济、金融政策

等因素的影响。公司股票的市场价格可能因上述因素的影响而背离其投资价值，直接或间接对投资者造成损失，投资者对此应有充分的认识。

（十）盈利预测风险

公司编制了 2020 年度盈利预测报告，容诚会计师事务所对此出具了“容诚专字[2020]361Z0342”号《盈利预测审核报告》。公司预测 2020 年实现营业收入 182,389.71 万元，同比 2019 年降低 7.19%，预测 2020 年归属于母公司股东的净利润 17,690.97 万元，同比 2019 年降低 26.96%，预测扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润 17,159.06 万元，同比 2019 年度下降 27.53%。尽管公司 2020 年度盈利预测的编制遵循了谨慎性原则，但是由于：（1）盈利预测所依据的各种假设具有不确定性；（2）新冠疫情控制的不确定性及其对消费行为和习惯的影响、行业形势和市场行情具有不确定性；（3）其它不可抗力的因素，公司 2020 年度的实际经营成果可能与盈利预测存在一定差异。公司提请投资者注意：盈利预测报告是管理层在最佳估计假设的基础上编制的，但所依据的各种假设具有不确定性，投资者进行投资决策时应谨慎使用。

四、发行人的发展前景评价

（一）中高端女装行业拥有良好的市场前景

1、国家产业政策大力支持服装行业发展，促进行业转型升级和消费升级

纺织服装行业是我国优势产业、重要民生产业和创造国际化新优势的产业。目前，中国服装行业已全面进入到转型升级的新时期，国家相继出台《中国服装制造 2020 推进计划》、《中国服装行业“十三五”发展纲要》、《纺织工业发展规划（2016-2020 年）》等服装行业的政策文件，支持服装行业发展，并明确提出扩大中高端纺织服装产品供给、大力推进品牌建设、提升中国服装业的全球竞争力，对于推动服装行业品牌化建设、促进产业升级有积极意义。

国家产业政策对纺织服装行业的大力支持，有利于我国服装产业升级和持续健康发展。此外，国家政策对消费升级的引导也有助于带动产业升级。

2、居民收入的持续增长促进消费升级需求

我国居民人均可支配收入的持续增加催生消费升级需求，为中高端女装发展

提供了良好的基础。2013-2018年，我国城镇、农村居民的衣着类消费金额呈现较快增长的趋势。人均可支配收入不断增加的背景下，我国养老、医疗、住房等社会保障体系的不断完善，将有利于激发社会居民的服装消费潜力。

3、品牌意识不断增强、消费理念的转变带动中高端女装需求增长

随着人均收入的提高和生活方式的变化，我国居民的消费心理和消费习惯也逐渐发生变化。品牌在我国消费者购物决策过程中的作用日益重要，已成为影响我国消费者购物的最重要因素。对服装消费而言，也从过去价格为主的消费心理逐渐转变为对品牌、款式、质量、服务等全方位考量的消费理念。消费理念的转变和普及有利于我国品牌服装的发展。

4、商业零售网络日益完善有助于提升品牌服装企业的销售体验和拓展销售渠道

近年来，随着中国商业地产的快速发展，商业零售终端网络日益完善，除传统的百货商场、街边店外，购物中心等新兴的商业零售业态呈现良好的发展态势，为品牌服装拓展销售网络提供了多样化的选择。购物中心往往能够为品牌服装的门店提供更大的设计展示空间，有助于其展示时尚个性的品牌定位以及提供独特的消费体验，日益成为重要的零售渠道。此外，以奥特莱斯为主的购物中心，则在有效维护品牌形象的同时，为过季品牌服装提供了理想的销售渠道。

除了零售业态的逐渐丰富外，随着中心城市零售渠道的日益饱和，商业地产也在逐步从一、二线城市向三、四线城市拓展。零售终端渠道的日益下沉为品牌服装企业进一步拓展销售网络，并享受三、四线城市居民日益增长的品牌服装消费潜力奠定基础。

5、成熟完整产业链保障行业发展

经过三十余年的发展，我国纺织服装行业已形成了从上游纤维加工到研发设计、成衣制造，再到营销渠道、品牌管理等一系列不断完善的产业体系，并在江苏、浙江、福建、广东等地区形成了多个成熟、完整的产业集群，聚集了众多面料辅料供应商和成衣加工商，为自有品牌建设提供了丰富的供应链资源。同时，通过与欧美、日韩等发达国家进行广泛地交流合作，我国服装行业正在产品研发、品牌建设、供应链管理等方面不断提升，为培养具有国际影响力的国内自主品牌奠定了良好基础。

（二）公司具备明显的竞争优势

1、品牌优势

（1）七大品牌形成金字塔式的架构，形成对女装市场多维度、深层次的渗透

公司已形成 JORYA、JORYA weekend 定位高端，ANMANI（恩曼琳）、GIVH SHYH、CAROLINE、AIVEI 和 QDA 定位中高端的金字塔式的品牌架构。各品牌在定位、设计风格、目标客户等方面既有差异，又形成互补和延伸，目标客户群体覆盖了 18-45 岁年龄段的主力消费人群，覆盖中高端品牌女装市场，形成了对女装市场多维度、深层次的渗透。

公司各品牌在风格、年龄等方面存在梯度，可有效针对同一年龄段、不同风格的客户，亦可持续满足消费者在其成长的不同阶段的消费倾向的变化。

JORYA 是公司定位最高的品牌，其创立时间最早，运作时间最长，品牌知名度和忠诚度最高，其创立于 20 世纪 90 年代初，是历史较长的国内自主高端女装品牌之一，担负着公司品牌定位和产品推广的重任。JORYA 品牌高贵、典雅、精致的独特设计风格，更能突出女性的精致、性别魅力，弥补了细分风格女装市场的不足。JORYA weekend 年轻前卫、时尚简约的风格与 JORYA 品牌高端典雅精致的风格形成互补。

品牌	品牌企业创立时间	截至 2020 年 6 月末的存续时间 (年)
PORTS	1961 年	58
LANCY FROM25	2000 年	19
VGRASS	1997 年	22
ELLASSAY	1996 年	23
玖姿	2001 年	18
JORYA	1992 年	27

公司成功运作 JORYA 品牌，积累了品牌运作经验。在此基础上，公司创立和运作了其他六个品牌，成功将 JORYA 品牌的运营经验应用到其他品牌的运营中，丰富了风格、拓展了目标消费群体和市场。

（2）品牌知名度较高并不断巩固

为了适应公司持续提升的品牌档次，公司不断在更高端的商场开设店铺，提高销售渠道档次。近年来，公司相继进驻北京东方、北京 SKP、上海港汇、深圳

万象城、广州太古汇等高端商场及大型购物中心。随着公司渠道档次的提高，公司的品牌知名度持续提升。

随着公司品牌知名度的提升，公司营业收入和经营业绩均呈现增长，并获得了各级政府部门的认可和表彰，公司取得的主要荣誉如下：

获得时间	荣誉称号	颁布机构
2019年8月	全国服装行业质量领先品牌	中国质量检验协会
2019年7月	入选2018年度全国服装行业百强企业	中国服装协会
2019年7月	2018年度超2亿元纳税特大户	厦门市湖里区人民政府
2018年11月	2018年度中国连衣裙十大品牌（JORYA、ANMANI（恩曼琳）、CAROLINE）	品牌排行网
2018年7月	入选2017年度全国服装行业百强企业	中国服装协会
2018年3月	全国产品和服务质量诚信示范企业	中国质量检验协会
2017年7月	入选2016年度全国服装行业百强企业	中国服装协会
2017年9月	全国质量诚信质量标杆典型企业	中国质量检验协会
2016年	JORYA中国驰名商标	国家工商行政管理总局

（3）全方位的品牌推广措施，提升公司品牌形象

女性在选购服装时，更关注购物环境，注重消费体验；因此，女装品牌主要通过打造精美、高档的终端形象作为品牌推广的有效方式。公司根据目标客户的消费特点，针对性的制定了包括终端形象、媒体投放和公关活动、客户关系管理（CRM）等在内完整的品牌推广策略，以提高公司品牌在目标消费群体中的知名度和影响力。

措施	内容
终端形象	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 店铺装修：对每个品牌终端门店进行统一设计、统一装修，将品牌定位、设计风格、核心价值融入到门店的形象中 ➢ 店铺形象设计：持续创新公司店铺形象设计，打造高端的店铺形象 ➢ 陈列：各品牌都设有专门人员负责店铺陈列，并根据每季服装主题设计橱窗、陈列模特以加强展示效果
媒体投放和公关活动	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 时尚杂志：选择《服饰与美容 VOGUE》、《时尚芭莎 BAZZAR》等与公司品牌定位相符的时尚女性杂志投放平面广告；积极拓展平面媒体关系，如《时装 L' OFFICIEL》、《FIGARO》、《时尚 COSMO》等，通过当红明星封面、明星专访大片、时装大片、单品推荐等对公司品牌进行曝光推荐 ➢ 时装静态展：陆续在上海久光商场、青岛万象城、厦门磐基名品中心、南京德基广场等地标性商场举办 JORYA 品牌时装静态展 ➢ 媒体预览：每年举办两次媒体预览；2018年1月和7月，JORYA 品牌分别在北京三里屯与北京宝格丽酒店发布了2018年系列新品 ➢ 户外广告媒体：与全国各地大型商场合作，以户外海报、LED 视频、灯箱及吊幅等多种媒体形式进行宣传 ➢ 自媒体平台：运用当下最热门的自媒体平台（如微信、微博等）传递品牌

措施	内容
	讯息, 进行新品发布、促销活动、门店开业信息、品牌新闻动态、公关活动等资讯的发布
客户关系管理	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 升级客户关系管理系统 ➤ 加强客户管理, 建立客户档案系统 ➤ 分析客户销售行为, 提供针对性的营销策略 ➤ 策划会员活动

公司通过全方位、多渠道的品牌推广策略, 使公司品牌更加适应市场需求, 极大地吸引了公司主要目标群体对品牌的关注和喜爱, 不断地提高目标客户对品牌的认知度和忠诚度。

2、营销渠道优势

(1) 具备完善的、基本覆盖全国的销售网络体系

公司已形成了完善的、覆盖全国主要城市和目标客户群体的销售网络。截至2020年6月30日, 公司在全国拥有550家门店, 营销网络已覆盖除西藏外的所有省、自治区和直辖市。

(2) 公司主要店铺均开设在大型连锁商场和购物中心

公司店铺主要设立在王府井、银泰、金鹰、万象城等全国连锁商场和上市公司。近年来, 公司在北京SKP、上海港汇、深圳万象城、广州太古汇、南京德基广场等档次较高的商场开设了终端门店。公司渠道档次的提高, 大大提升了公司的品牌形象和品牌档次。

(3) 自营为主的销售渠道优势

报告期内, 公司以自营模式经营为主。截至2020年6月30日, 公司自营店铺数量为438家, 占店铺总数量的比例为79.64%; 2020年1-6月自营模式收入为56,214.19万元, 占主营业务收入的比例为72.93%。

自营是中高端女装销售的主流趋势。目前, Chanel、Louis Vuitton、Dior、Burberry等国际一线品牌均主要采取自营的销售模式, 只在少数国家和地区开设加盟店; 国内一线品牌PORTS也是采取自营为主的经营模式。

自营店有利于统一贯彻公司策略以及客户服务体系, 保证营销推广力度, 为公司不断提升品牌档次提供了强有力保障。自营模式有利于公司强化对于终端渠道的掌控力、提高客户体验, 从而提高盈利能力。

(4) 灵活多样的销售模式

公司销售模式分为自营模式和经销模式。其中, 自营模式又分为直营模式和

管理商模式。各种销售模式各有特点：直营模式下，公司的管控能力最强，但门店的拓展会受到公司渠道资源和管理能力的制约；管理商及经销模式下，公司可利用管理商或经销商当地的渠道资源快速拓展终端门店，同时，管理商还可弥补公司在部分地区缺乏经营经验的劣势。为了及时占有稀缺的销售渠道，公司灵活使用各种模式拓展销售终端，通常根据当地实际情况，结合合作伙伴的行业经验、渠道资源及资金实力等因素合理选择合作模式，做到公司与合作伙伴的双赢，从而不断完善公司的营销网络。

3、强大的独立研发设计能力

（1）各品牌独立设计，最大化品牌差异

设计是品牌女装的核心竞争力。公司拥有 7 个各具特色的品牌，为实现品牌的差异化，公司对产品设计实行分品牌管理。每个品牌均设有独立设计室，拥有独立的设计团队。每支设计团队由设计总监（首席设计师）领衔，由服装设计师、商品设计师、助理设计师、设计师助理等组成。各品牌设计团队均有丰富的设计经验，具有独立开展设计的能力，可以很好地延续和传承品牌风格，可以最大化地体现各品牌的风格、实现差异性。

（2）设计团队经验丰富，深谙中高端女装时尚发展趋势

设计水平是品牌女装核心竞争力之一。截至 2020 年 6 月 30 日，公司已形成合计 379 人的研发设计团队。公司设计团队从事中高端女装行业多年，团队设计师大多数拥有 5 年以上从业经验，具有丰富的服装设计经验。公司设计团队深谙亚洲女性特征，具有敏锐的时尚敏感度，能够准确把握国际流行趋势，并将时尚潮流与公司品牌风格进行很好的融合，在紧跟潮流趋势的同时，保持公司独特的品牌风格。

（3）较高的研发设计投入

公司自成立以来一直注重研发设计投入，持续进行较大金额的研发设计投入。报告期内，公司研发设计支出占主营业务收入的比例平均为 3.64%。

4、培育并积累了大批忠实的优质客户

多年来，公司凭借独特的品牌风格、精致的产品，培育了一批忠实的顾客群。公司制定了 VIP 会员制度，以增强品牌黏性、回报客户。报告期内，公司有效 VIP 会员数量持续快速增长。

公司举办形式多样的 VIP 活动回馈顾客，通过微信、微博等新媒体工具与公司忠实顾客进行互动，并进行针对性的营销，进一步增强了品牌与消费者的黏性。数量众多的 VIP 会员为公司分析消费者需求、消费习惯提供了必要的数据支持，可促使公司产品设计、营销政策更符合市场需求。

5、高效的供应链管理体系

中高端女装产品具有款式多、批量小、上市周期短的特点，对供应链管理的要求较高。公司以信息系统为依托，将企划、设计、采购、生产、销售、物流等部门有效组织为一体，实施协同运作，已形成一套行之有效的供应链管理体系。

公司通过实时了解各款式的销售情况，分析消费者的偏好，针对性的设计出畅销服装款式；商品企划阶段，公司各品牌事业部根据过往销售数据、门店销售反馈以及竞争品牌追踪等市场调研资料，制定商品企划方案，并在此基础上形成设计企划，提高产品和设计的市场针对性，有效提高了运营效率；采购和生产部门通过加强对供应商、外协和自制生产的管控，缩短了供货时间；商品管理部门对终端销售和存货进行实时监控，确保客户购买需求能得到及时满足；物流部门通过对专业货运公司进行组织，根据货品需求的紧急程度和配送的距离，制定合理配送计划，做到订单日清，有效的满足了终端的货品需求。

公司高效的供应链管理体系，能对市场需求做出快速反应，最大程度的满足客户需求，并有效降低运营成本。

（三）发行人的发展前景评价

综上所述，本保荐机构认为，发行人有较为明显的竞争优势，将在行业内保持强有力的竞争能力。若本次成功发行股票并上市，募集资金按计划投入，将进一步提高发行人在行业中的地位和市场竞争力。

五、保荐机构对本次证券发行的推荐结论

受发行人委托，中信建投证券担任其本次首次公开发行的保荐机构。中信建投证券本着行业公认的业务标准、道德规范和勤勉精神，对发行人的发行条件、存在的问题和风险、发展前景等进行了充分尽职调查、审慎核查，就发行人与本次发行有关事项严格履行了内部审核程序，并已通过保荐机构内核部门的审核。保荐机构对发行人本次发行的推荐结论如下：

本次首次公开发行股票符合《公司法》、《证券法》等法律、法规和规范性文件中有关首次公开发行股票的条件；募集资金投向符合国家产业政策要求；发行申请材料不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

根据《中信建投证券股份有限公司投资银行类业务内核规则（试行）》，中信建投证券同意作为欣贺股份本次首次公开发行股票的保荐机构，并承担保荐机构的相应责任。

（以下无正文）

(本页无正文，为《中信建投证券股份有限公司关于欣贺股份有限公司首次公开发行股票并上市之发行保荐书》之签字盖章页)

项目协办人签名: 倪正清

倪正清

保荐代表人签名: 余翔 罗贵均

余翔

罗贵均

保荐业务部门负责人签名: 吕晓峰

吕晓峰

内核负责人签名: 林焯

林焯

保荐业务负责人签名: 刘乃生

刘乃生

保荐机构总经理签名: 李格平

李格平

保荐机构法定代表人签名: 王常青

王常青



附件二：

关于保荐代表人申报的在审企业情况及承诺事项的说明

中信建投证券股份有限公司就担任欣贺股份有限公司首次公开发行股票项目的保荐代表人余翔、罗贵均的相关情况作出如下说明：

保荐代表人	注册时间	在审企业情况 (不含本项目)	承诺事项	是/否	备注
余翔	2018-4-10	主板(含中小企业板) 0 家	最近 3 年内是否有过违规记录, 包括被中国证监会采取过监管措施、受到过证券交易所公开谴责或中国证券业协会自律处分	否	
		创业板 0 家			
		科创板 0 家	最近 3 年内是否曾担任过已完成的首发、再融资项目签字保荐代表人	否	
罗贵均	2012-8-22	主板(含中小企业板) 0 家	最近 3 年内是否有过违规记录, 包括被中国证监会采取过监管措施、受到过证券交易所公开谴责或中国证券业协会自律处分	否	
		创业板 0 家			
		科创板 1 家 上海派能能源科技股份有限公司首次公开发行股票项目	最近 3 年内是否曾担任过已完成的首发、再融资项目签字保荐代表人	是	1、锦泓时装集团股份有限公司非公开发行项目于 2018 年 3 月在主板上市; 2、南京威尔药业股份有限公司首次公开发行项目于 2019 年 1 月在主板上市; 3、锦泓时装集团股份有限公司可转债项目于 2019 年 2 月在主板上市; 4、红相股份有限公司非公开发行项目于 2019 年 2 月在创业板上市; 5、山东东岳有机硅材料股份有限公司首次公开发行项目于 2020 年 3 月在创业板上市

中信建投证券股份有限公司
2021年 8 月 14 日

