

**申万宏源证券承销保荐有限责任公司**

**关于润本生物技术股份有限公司**

**首次公开发行股票并在主板上市之**

**上市保荐书**

保荐机构



**申万宏源证券承销保荐有限责任公司**  
SHENWAN HONGYUAN FINANCING SERVICES CO.,LTD

二〇二三年六月

# 目录

目录.....	2
一、发行人基本情况 .....	3
(一) 基本资料.....	3
(二) 发行人的主营业务.....	4
(三) 主要经营和财务数据及指标.....	4
(四) 发行人面临的主要风险.....	5
二、发行人本次发行情况 .....	10
三、保荐代表人、项目协办人及项目组其他成员情况 .....	10
(一) 保荐代表人.....	10
(二) 本次证券发行项目协办人及其他项目组成员.....	11
(三) 本次证券发行上市项目组通讯方式.....	11
四、保荐人是否存在可能影响其及其保荐代表人公正履行保荐职责的情形的说明.....	11
五、保荐人按照有关规定应当承诺的事项 .....	12
六、保荐人按照有关规定应当说明的事项 .....	13
(一) 发行人已就本次证券发行上市履行了《公司法》《证券法》和中国证监会及贵所规定的决策程序.....	13
(二) 发行人符合主板定位及国家产业政策的说明.....	14
(三) 发行人符合《上海证券交易所股票上市规则（2023年2月修订）》规定的上市条件的说明.....	25
七、保荐人对发行人持续督导工作的安排 .....	29
八、保荐人认为应当说明的其他事项 .....	30
九、推荐结论 .....	30

**申万宏源证券承销保荐有限责任公司**  
**关于润本生物技术股份有限公司**  
**首次公开发行股票并在主板上市之**  
**上市保荐书**

上海证券交易所：

作为润本生物技术股份有限公司（以下简称“发行人”、“公司”、“润本股份”）首次公开发行股票并在主板上市的保荐机构，申万宏源证券承销保荐有限责任公司及其保荐代表人已根据《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》《首次公开发行股票注册管理办法》《上海证券交易所股票上市规则》等法律法规和中国证监会及上海证券交易所的有关规定，诚实守信，勤勉尽责，严格按照依法制定的业务规则和行业自律规范出具上市保荐书，并保证所出具文件真实、准确、完整。

现将有关情况报告如下：

## 一、发行人基本情况

### （一）基本资料

公司中文名称	润本生物技术股份有限公司
公司英文名称	Runben Biotechnology Co., Ltd.
注册资本	34,390.3314 万元
法定代表人	赵贵钦
有限公司成立时间	2013 年 12 月 30 日
股份公司成立日期	2020 年 11 月 18 日
公司住所	广州经济技术开发区新庄五路 3 号
邮政编码	510627
电话号码	020-38398399
传真号码	020-38398366
互联网网址	<a href="http://www.runben.com/">http://www.runben.com/</a>
电子信箱	security@runben.com

负责信息披露和投资者关系的部门、负责人和电话号码	负责信息披露和投资者关系的部门：证券事务部 负责人：吴伟斌 电话号码：020-38398399
--------------------------	---

## （二）发行人的主营业务

公司主要从事驱蚊类、个人护理类产品的研发、生产和销售，目前已形成驱蚊产品、婴童护理产品、精油产品三大核心产品系列。公司秉承“为消费者美好健康生活创造价值”的企业使命，深耕家居个人生活领域，坚持“大品牌、小品类”的研产销一体化战略，以新一代驱蚊产品切入消费者生活，不断发现消费者未被满足的需求与痛点，丰富品类。

公司主要通过天猫、京东、抖音、唯品会、拼多多等大型电商平台合作，采用线上直销、线上平台经销、线上平台代销等互联网销售模式为消费者提供优质产品。报告期内，线上渠道<sup>1</sup>对销售收入的直接贡献度分别为 78.73%、77.72% 和 78.04%。凭借线上销售的优异表现，公司产品在天猫、京东、抖音等平台保持较高的市场占有率。报告期内，“润本”品牌在天猫平台的蚊香液销售额<sup>2</sup>占比分别达到 16.42%、18.32%和 19.99%，连续三年排名第一。

公司抓住了新零售时代的机遇，发挥研产销一体化优势，成功在驱蚊、个人护理领域形成核心市场竞争力，筑起品牌的护城河，“润本”品牌已快速成长为优质国货的知名品牌。

## （三）主要经营和财务数据及指标

项目	2022年12月31日 /2022年度	2021年12月31日 /2021年度	2020年12月31日 /2020年度
资产总额（万元）	82,542.02	64,633.95	27,646.69
归属于母公司所有者权益（万元）	72,258.69	56,164.54	25,013.72
资产负债率（母公司）（%）	7.80	5.02	9.99
营业收入（万元）	85,608.92	58,214.72	44,282.83
净利润（万元）	16,004.49	12,064.73	9,471.21

<sup>1</sup> 线上渠道指线上直销、线上平台经销以及线上平台代销，下同。

<sup>2</sup> 天猫平台的蚊香液产品包括婴童用品类目（以下简称“婴童类目”）及洗护清洁剂/卫生巾/纸/香薰类目（以下简称“家清类目”）的蚊香液产品，“润本”品牌蚊香液产品销售额占比数据来源于阿里巴巴商家操作平台“千牛工作台”，千牛工作台列示平台各类目产品每月销售额排名前 50 名的品牌，销售额占比=“润本”品牌蚊香液在婴童类目及家清类目的销售金额/千牛工作台婴童类目及家清类目蚊香液前 50 名品牌销售金额。

项目	2022年12月31日 /2022年度	2021年12月31日 /2021年度	2020年12月31日 /2020年度
归属于母公司所有者的净利润（万元）	16,004.49	12,064.73	9,471.21
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润（万元）	15,436.62	11,667.62	9,182.45
基本每股收益（元）	0.47	0.36	0.31
稀释每股收益（元）	0.47	0.36	0.31
加权平均净资产收益率（扣除非经常性损益后）（%）	24.04	25.91	49.71
经营活动产生的现金流量净额（万元）	16,532.39	13,865.18	8,713.52
现金分红（万元）	-	3,439.03	-
研发投入占营业收入的比例（%）	2.28	2.34	2.42

#### （四）发行人面临的主要风险

##### 1、与发行人相关的风险

###### （1）品牌声誉受损的风险

公司坚持“大品牌、小品类”的策略，经过多年培育，“润本”品牌已具有较高影响力，同时随着居民人均收入水平的提升，消费者的品牌消费意识增强，选择品牌知名度高的产品已成为大众消费者的主流选择，因此品牌声誉对公司的经营至关重要。

如果公司无法有效实施产品质量控制和品牌声誉保护措施，一旦发生产品质量问题，由此引起消费者权益纠纷、投诉等事件，或公司的产品、品牌被仿冒进行非法生产、销售，将对公司品牌口碑和产品销售造成不利影响，进而影响公司盈利情况及持续经营能力。

###### （2）电商平台销售相对集中的风险

我国线上电商渠道的集中度较高，其中天猫、京东、抖音等电商平台占据国内电商平台较大市场份额，根据前瞻产业研究院数据，2021年中国零售电商平台份额中，淘系（包括天猫与淘宝）为52%，京东为20%。报告期内，公司主要通过天猫、京东、抖音等电商平台实现产品的销售。报告期内，公司通过天猫、京东、抖音实现销售收入分别为32,202.59万元、41,184.65万元和

59,163.30 万元，占主营业务收入的比例分别为 72.75%、70.77%和 69.14%，集中度较高。

如果公司未来无法与电商平台持续保持良好的合作关系，或电商平台的销售政策、收费标准等发生对公司重大不利的变化、或公司在天猫、京东、抖音等主流电商平台的经营情况不佳且未能及时开拓其他电商平台，公司的销售规模和经营业绩将受到不利影响。

### （3）经营业绩对热销单品存在一定依赖的风险

公司以驱蚊系列产品（包括电热蚊香液、驱蚊液等）作为基本盘，迅速拓展至更为广阔的个人护理市场，报告期各期，公司包括电热蚊香液 45ml、植物精油贴 36 片、皴裂膏 15g 等在内的前五大单品的销售金额分别为 21,868.95 万元、25,574.55 万元、29,307.86 万元，销售集中度（各期前五大单品的总销售收入/当期主营业务收入）分别为 49.40%、43.95%和 34.25%。2022 年公司前五大单品对收入贡献程度仍较高，其中第一大单品电热蚊香液 45ml 报告期内销售收入占驱蚊系列产品收入比例分别为 27.44%、24.27%和 19.89%。

发行人主营产品属于日常消费品，销售额与产品是否满足消费者的偏好与需求紧密相关，如果公司未来无法基于消费者需求与偏好进行产品研发和创新，无法及时推出适合消费者需求的新产品导致经营业绩对少数热销单品的依赖度上升或未来消费者偏好变化导致热销单品实现收入不及预期，将削弱公司的市场竞争优势，对公司经营和盈利能力产生不利影响。

### （4）经销商合作风险

非平台经销渠道是公司的重要销售渠道之一，报告期各期公司非平台经销渠道的主营业务收入占比分别为 21.27%、22.28%和 21.96%。虽然目前公司的非平台经销商大多数与公司有较长的合作历史，但如果未来发生不可预见的风险事件，导致较多经销商不继续与公司合作，将对公司的经营产生一定的不利影响。

### （5）存货管理风险

报告期各期末，公司存货账面价值分别为 4,522.25 万元、5,689.69 万元和 10,271.30 万元，占流动资产比例分别为 31.89%、16.52%和 20.14%，存货账面价值不断增加，且可能会随着公司经营规模的扩大继续增加。公司产品主要通过电

商渠道实现销售，为快速响应市场需求，保证产品供应的即时性，公司往往需保持相当规模的存货。同时，产品种类繁多也对公司库存管理能力提出了较高的要求，若公司供应链管理不当，导致存货周转速度放缓甚至库存积压，将会对公司盈利能力产生不利影响。

#### （6）产品质量问题引起的诉讼、处罚风险

公司驱蚊系列产品、婴童护理系列产品及精油系列产品作为大众日常消费品，其产品质量和安全性备受广大消费者、监管部门的关注。若公司采购的原材料或质量控制流程出现问题，导致公司产品出现重大质量问题，或公司在生产过程中未能按备案及标签标识的成分或其他法律法规的要求生产，则公司可能面临被监管部门处罚的风险，同时公司的品牌声誉度和消费者信任度将受到负面影响，进而对公司整体经营业绩带来不利影响。

## 2、与行业相关的风险

### （1）市场需求变化的风险

随着经济和社会的快速发展，城乡居民收入水平持续增长，人们的生活方式越来越多元化，驱蚊系列产品、婴童护理系列产品和精油系列产品市场流行趋势不断变化，消费者对驱蚊系列产品、婴童护理系列产品和精油系列产品的品质和个性化要求也不断提升。如果公司未来对产品市场需求的判断不够及时或准确，可能存在产品无法满足市场需求变化的风险，将对产品的销售和公司的收入水平造成不利影响。

### （2）行业竞争加剧风险

日化行业在我国属于充分竞争行业，国内外知名企业数量众多，同时国内存在较多小规模企业，市场集中度低，行业竞争较为激烈。此外，近年来随着线上销售模式的推广与普及，传统日化企业正逐步开始加码互联网销售渠道的建设与布局。虽然公司在电商领域具备先发优势，且“润本”品牌已具有较高的知名度和用户粘性，并不断在品牌文化、销售运营、客户服务等方面巩固自身差异化竞争优势，但若未来市场参与者数量不断增加，线下传统企业加大电商渠道投入，导致行业全渠道尤其线上渠道竞争愈发激烈，而公司又未能持续投入资源进行产品开发、供应链优化、市场维护和开拓，有效应对未来复杂和

激烈的市场竞争环境，公司的生产经营将面临不利影响。

### (3) 行业驱动因素变化的风险

驱蚊用品行业及个人护理行业属于充分竞争行业，国内外企业数量众多，市场集中度低，行业竞争较为激烈。

网购渗透率提高、户外出行盛行、用户需求转变以及消费者卫生习惯改善等因素均系公司产品销售收入快速增长的驱动因素。如果未来上述公司收入增长的行业驱动因素发生重大变化，如消费者网购意愿下降、人们户外出行意愿下降导致对户外驱蚊产品的需求减少、公司产品未能满足消费者对产品温和、便捷、个性化、原料安全、配方温和进一步的需求等，公司产品研发及推出未能根据行业驱动因素的变化及时作出调整，将可能对公司产品的销售和公司的成长性造成不利影响。

此外，公司驱蚊类、个人护理类产品是面向大众市场的居民日常消费品，受消费者偏好的影响较大，如果未来公司未能及时洞察行业驱动因素的变化、消费者需求偏好的变化，无法及时开发及推出符合消费者偏好的新品，或公司现有产品不再满足消费者需求偏好，公司的市场竞争优势及产品市场认可度将被削弱，对公司经营和盈利能力产生不利影响。

### (4) 行业监管政策变化的风险

2021年8月，国家市场监督管理总局发布《化妆品生产经营监督管理办法》，该办法自2022年1月1日起施行，对化妆品生产许可程序、化妆品生产管理要求及化妆品经营和监督管理等方面提出了更高的要求。未来，随着公司所处行业的不断发展，监管部门可能进一步出台相关政策，对化妆品生产经营提出更高的要求。

如果未来公司所处行业的监管法规和监管政策发生重大变化，公司可能需要花费更大的成本满足合规要求，将对公司的盈利能力造成不利影响。

### (5) 极端寒冷天气对公司经营的影响

报告期各期，公司驱蚊系列产品销售收入金额分别为16,913.20万元、22,774.64万元和27,225.78万元，占主营业务收入的比例分别为38.21%、39.14%



和 31.82%，是公司的主要品类之一。驱蚊系列产品主要在夏、早秋季节使用，在极端寒冷天气情况下，消费者对驱蚊系列产品的需求将下降，并对发行人经营业绩带来影响。

#### （6）原材料价格波动的风险

公司生产需要农药原药、溶剂、功能性辅料、油脂类原料和表面活性剂等原料，无纺布、复合膜袋、瓶罐、泵头、软管、彩盒和纸箱等包材与基材，报告期内，公司的直接材料占主营业务成本的比例分别为 63.85%、65.91%和 68.31%，直接材料占主营业务成本的比例较高，为主营业务成本重要的组成部分。未来如果主要原材料价格出现较大幅度上升而公司未能采取有效措施予以应对，将对公司的经营业绩带来不利影响。

### 3、其他风险

#### （1）实际控制人不当控制风险

本次发行前，赵贵钦与鲍松娟直接或间接控制公司 85.38%股份，是公司的共同实际控制人。此外，两人分别在公司担任董事长兼总经理和董事兼副总经理。

虽然公司建立了完善的法人治理结构，并制定安排了一套防范控股股东操控决策和经营机构的监督约束机制，但控股股东及实际控制人仍可能通过公司董事会或行使股东表决权等方式对公司的战略规划、经营管理、利润分配决策等重大事项进行控制，从而影响公司决策的科学性和合理性，并可能损害公司和中小股东的利益。

#### （2）募投项目实施后产能不能及时消化的风险

发行人本次募集资金投资项目用于黄埔工厂研发及产业化项目、渠道建设与品牌推广项目、信息系统升级建设项目及补充流动资金。募投项目实施过程中可能出现因经济环境发生重大变化或者市场开拓不力，导致新增产能不能及时消化、预期收益不能实现的风险。

#### （3）募投项目新增折旧和摊销风险

本次募集资金投资项目全部建设完成后，公司固定资产和无形资产预计将大幅增加，每年将新增一定的折旧摊销费用。由于募集资金投资项目产生效益需要

一定周期，如果未来市场环境发生重大变化，或者募集资金投资项目在投产后没有及时产生预期效益，公司将面临销售收入增长不能消化募集资金投资项目每年新增的折旧及摊销费用风险，进而导致公司业绩受到不利影响。

#### （4）涉及正在执行的对赌协议的风险

公司及实际控制人曾与股东金国平、颜宇峰、李怡茜、JNRY VIII 之间存在对赌协议，截至本上市保荐书签署日，涉及公司义务及责任的约定或安排视为自始无效，未附加任何效力恢复条款。其他特殊股东权利条款自公司向证券交易所或其他有权审核机构递交上市申请且被受理之日自动终止，并于上市申请被撤回、撤销、不予批准等公司未能实现首次公开发行股票并上市的情形发生时自动恢复。若发生该等情形，公司实际控制人可能须履行股份回购条款，如果实际控制人届时无法回购股份，可能对公司股权结构稳定性产生不利影响。

## 二、发行人本次发行情况

股票种类	人民币普通股（A 股）
每股面值	1.00 元
发行股数	拟发行不超过 6,069.00 万股、占发行后总股本的比例不低于 15%，全部为公开发行新股，公司原有股东不公开发售股份。
发行方式	采用网下向询价对象配售和网上资金申购定价发行相结合的方式，或者证券监管机构认可的其他发行方式（包括但不限于向战略投资者配售股票）
发行对象	符合资格的询价对象和在上海证券交易所开设股票交易账户的合格投资者（国家法律、法规和规范性文件禁止购买者除外）；中国证券监督管理委员会、上海证券交易所等监管部门另有规定的，按其规定处理
承销方式	余额包销

## 三、保荐代表人、项目协办人及项目组其他成员情况

### （一）保荐代表人

申万宏源证券承销保荐有限责任公司作为润本生物技术股份有限公司首次公开发行股票并在主板上市的保荐机构，指派具体负责推荐的保荐代表人为张晓和刘令。

保荐代表人张晓的保荐业务执业情况：

2004 年保荐制实施以来，作为签字保荐代表人完成的证券发行项目有广东

联泰环保股份有限公司（603797，上交所主板）公开发行可转换公司债券项目及非公开发行股票项目、广东洪兴实业股份有限公司（001209，深交所主板）首次公开发行股票并上市项目、广东绿岛风空气系统股份有限公司（301043，深交所创业板）首次公开发行股票并上市项目。

保荐代表人刘令的保荐业务执业情况：

2004 年保荐制实施以来，作为签字保荐代表人完成的证券发行项目有广东久量股份有限公司（300808，深交所创业板）首次公开发行股票并上市项目、广东联泰环保股份有限公司（603797，上交所主板）非公开发行股票项目、广东绿岛风空气系统股份有限公司（301043，深交所创业板）首次公开发行股票并上市项目。

## **（二）本次证券发行项目协办人及其他项目组成员**

### **1、项目协办人**

本次证券发行项目协办人为俞隽鑫。

项目协办人俞隽鑫的保荐业务执业情况：非执业注册会计师，曾任职于毕马威华振会计师事务所（特殊普通合伙）从事审计业务，2020 年起从事投资银行业务。

### **2、项目组其他成员**

本次证券发行项目组其他成员为：李天文、曹云、刘林宁、陈林地、温馨、虞一鸣、罗飞、杨俊波。

## **（三）本次证券发行上市项目组通讯方式**

联系地址：广州市天河区珠江西路 15 号珠江城大厦 58 楼 5806 室

电话：020-83628185

传真：020-83628239

## **四、保荐人是否存在可能影响其及其保荐代表人公正履行保荐职责的情形的说明**

经核查：

截至本上市保荐书签署日，发行人与保荐人之间不存在下列可能影响公正履行保荐职责的情形：

（一）保荐人或其控股股东、实际控制人、重要关联方持有或者通过参与本次发行战略配售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、重要关联方持有保荐人或其控股股东、实际控制人、重要关联方股份的情况；

（三）保荐人的保荐代表人及其配偶，董事、监事、高级管理人员，持有发行人或其控股股东、实际控制人及重要关联方股份，以及在发行人或其控股股东、实际控制人及重要关联方任职的情况；

（四）保荐人的控股股东、实际控制人、重要关联方与发行人控股股东、实际控制人、重要关联方相互提供担保或者融资等情况；

（五）保荐人与发行人之间的其他关联关系。

## **五、保荐人按照有关规定应当承诺的事项**

（一）保荐人承诺已按照法律、行政法规和中国证监会、上海证券交易所的相关规定，对发行人及其控股股东、实际控制人进行了尽职调查、审慎核查，充分了解发行人经营状况及其面临的风险和问题，履行了相应的内部审核程序。

保荐人同意推荐润本生物技术股份有限公司首次公开发行股票并在上海证券交易所主板上市，相关结论具备相应的保荐工作底稿支持。

（二）保荐人已按照《证券发行上市保荐业务管理办法》以及中国证监会、上海证券交易所的其他有关规定对发行人进行了充分的尽职调查：

1、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；

2、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；

3、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；

4、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；

5、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；

6、保证上市保荐书及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；

7、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；

8、自愿接受中国证监会依照《证券发行上市保荐业务管理办法》采取的监管措施，自愿接受上海证券交易所的自律监管；

9、中国证监会规定的其他事项。

## **六、保荐人按照有关规定应当说明的事项**

### **（一）发行人已就本次证券发行上市履行了《公司法》《证券法》和中国证监会及贵所规定的决策程序**

发行人就本次证券发行上市履行的内部决策程序如下：

1、2022年3月15日，发行人召开第一届董事会第九次会议，该次会议审议并通过了《关于公司申请首次向社会公众公开发行人民币普通股股票并上市的议案》的相关议案。

2、2022年3月31日，发行人召开2022年第二次临时股东大会，该次会议审议并通过了《关于公司申请首次向社会公众公开发行人民币普通股股票并上市的议案》的相关议案。

3、2023年2月18日，发行人召开第一届董事会第十三次会议，该次会议审议并通过了《关于调整润本生物技术股份有限公司申请首次向社会公众公开发行人民币普通股股票并上市的议案》的相关议案。

4、2023年2月20日，发行人召开2023年第一次临时股东大会，该次会议审议并通过了《关于调整润本生物技术股份有限公司申请首次向社会公众公开发

行人民币普通股股票并上市的相关议案》的相关议案。

依据《公司法》《证券法》和中国证监会、上海证券交易所的规定，发行人申请在境内首次公开发行股票并在主板上市已履行了完备的内部决策程序。

## （二）发行人符合主板定位及国家产业政策的说明

### 1、发行人符合主板定位的具体情况

#### （1）发行人业务模式成熟

自成立以来，公司一直专注于驱蚊类、个人护理类产品的研发、生产、销售及服务，深耕行业十余年，公司具备成熟的采购、生产及销售模式，保障公司经营业绩稳步增长。

#### ①采购模式成熟，与供应商合作稳定

公司采用“以产定采，安全库存”的采购模式，即根据销售需求及生产计划，结合材料安全库存情况，制定采购计划，并通过严格的供应商管理体系，对供应商和采购流程实施有效管理。

1) 已建立完整的供应商库、并进行动态调整：公司在各类原料供应商的遴选上，注重其技术实力、产品品质和服务水平，制定了严格的《采购业务管理制度》、《供应商评估及准入程序》等采购管理制度，根据供应商具体情况制定合作供应商名单，并根据其市场信誉、产品质量、生产经营运作等情况进行实时更新，已建立了完善的供应商库。

2) 采购的原料成熟、市场供应充分：公司产品的原材料主要包括塑瓶、无纺布、纸盒等基材与包材、以及农药原药和溶剂等较为成熟的化工产品，市场供应充足，且公司与主要供应商已合作多年，并与部分重要供应商签订长期战略合作协议，公司现有的供应商体系是公司经过初选、试样、检测、量产等过程严格评估筛选后形成的，主要供应商都是与公司保持长期的合作关系的有实力的公司，合作期限一般达5年以上。

3) 历史上未发生原料断供情况：公司经营历史上未出现过原材料货源断供情形，亦不存在因外购、委托加工导致产品质量、产品安全方面的问题。

综上所述，公司的采购模式成熟，原材料供应具有稳定性和可持续性。

②生产模式稳定，产品自产率高

公司持续扩充产能，不断提升生产自动化与供应链智能化程度，目前已建成广州、义乌两大生产基地，建筑面积总计约 10.50 万平方米，2022 年公司 80.56% 的产品可自行生产，强大的自有供应链确保公司能充分把控质量控制、生产进度、产品检测等环节，提高生产效率和市场响应能力，实现用户需求驱动产品供给。

同时，公司具备生产经营所必须的资质证书及备案文件，齐备的业务资质可保证公司生产活动合规有序，为公司持续生产经营奠定坚实基础。公司的资质情况如下：

公司名称	证件名称	许可内容	发证单位	有效期限
润本股份	《化妆品生产许可证》(粤妆 20161345)	一般液态单元(护发清洁类#、护肤水类#、啫喱类#); 膏霜乳液单元(护肤清洁类#、护发类#)	广东省药品监督管理局	2022.11.22 - 2027.11.22
	《消毒产品生产企业卫生许可证》(粤卫消证字[2014]-01-第 8005 号)	湿巾、卫生湿巾、纸巾(纸)、化妆棉(巾)	广东省卫生健康委员会	2022.05.23 -2026.05.22
广州润康家	《农药生产许可证》(农药生许(粤) 0048)	电热蚊香液、驱蚊液、电热蚊香片、饵剂(2019-01-28)、驱蚊乳(2019-01-28)、驱蚊花露水(2019-01-28)、喷射剂(2019-01-28)	广东省农业农村厅	2018.08.30 - 2023.08.29
	《农药登记证》(WP20210123)	驱蚊花露水	中华人民共和国农业农村部	2021.06.11 - 2026.06.10
	《农药登记证》(WP20200027)	驱蚊液		2020.05.22 - 2025.05.21
	《农药登记证》(WP20200025)	杀蟑饵剂		2020.05.22 - 2025.05.21
	《农药登记证》(WP20200024)	电热蚊香液		2020.05.22 - 2025.05.21
《农药生产许可证》(农药生许(浙) 0085)	电热蚊香液, 电热蚊香片, 驱蚊液, 驱蚊乳, 驱蚊花露水, 喷射剂	浙江省农业农村厅		2022.01.28 - 2027.01.27
浙江润峰	《化妆品生产许可证》(浙妆 20220018)	一般液态单元#; 膏霜乳液单元#; 腊基单元#	浙江省药品监督管理局	2022.03.31 - 2027.03.30
	《全国工业产品生产许可证》(浙 XK16-114-00196)	食品用洗涤剂	浙江省市场监督管理局	2022.01.18 - 2027.01.17

公司名称	证件名称	许可内容	发证单位	有效期限
	《消毒产品生产企业卫生许可证》(浙卫消证字(2021)第0182号)	卫生用品	浙江省卫生健康委员会	2021.09.26 - 2025.09.25
鑫翔贸易	《第二类医疗器械经营备案凭证》(粤穗药监械经营备20225919号)	2002年分类目录:6801,6802,6803,6804,6805,6806,6807,6808,6809,6810,6812,6813,6815,6816,6820,6821,6822,6823,6824,6825,6826,6827,6828,6830,6831,6832,6833,6834,6840(体外诊断试剂除外),6841,6845,6846,6854,6855,6856,6857,6858,6863,6864,6865,6866,6870,6877** 2017年分类目录:01,02,03,04,05,06,07,08,09,10,11,12,14,15,16,17,18,19,20,21,22**	广州市市场监督管理局	-
润凡电商	《第二类医疗器械经营备案凭证》(粤穗药监械经营备20231364号)	2002年分类目录:6801,6802,6803,6804,6805,6806,6807,6808,6809,6810,6812,6813,6815,6816,6820,6821,6822,6823,6824,6825,6826,6827,6828,6830,6831,6832,6833,6834,6840(体外诊断试剂除外),6841,6845,6846,6854,6855,6856,6857,6858,6866864,6865,6866,6870,6877**3,2017年分类目录:01,02,03,04,05,06,07,08,09,10,11,12,14,15,16,17,18,19,20,21,22**	广州市市场监督管理局	-

注: #表示具备眼部用护肤类、婴儿和儿童用护肤类化妆品生产条件。

### ③销售模式成熟

公司主要通过天猫、京东、抖音、唯品会、拼多多等大型电商平台合作,采用线上直销、线上平台经销、线上平台代销等互联网销售模式为消费者提供优质产品,报告期内,线上渠道对销售收入的直接贡献度分别为78.73%、77.72%和78.04%,销售模式基本保持稳定。

#### 1) 线上渠道已成为驱蚊及个人护理行业的主流销售渠道

线上销售模式在驱蚊、个人护理行业已较为成熟,根据灼识咨询数据,我国驱蚊市场规模(狭义的驱蚊,不包含杀虫)由2017年的51.81亿元增至2022



年的 74.59 亿元,年均复合增长率约为 7.56%,预计 2027 年市场规模可达 101.70 亿元。其中,2022 年的线上市场规模约为 18.27 亿元,线上渗透率约为 24.50%,且仍保持不断上升趋势,线上市场规模 2017 年至 2022 年的年均复合增长率为 22.28%,远高于线下渠道,贡献了整个市场的主要增量;2022 年-2027 年的线上预计年均复合增长率为 15.38%,远高于线下 2.70%的预计复合增长率。

根据灼识咨询数据,个人护理行业 2022 年市场规模已高达 5,118.18 亿元,其中,线上销售占比逐渐提高,2022 年线上渠道市场规模约为 2,245.86 亿元,占整体市场的比例约为 43.88%,占比较高且保持持续上升趋势,预计 2024 年线上渠道将超过线下市场规模。

线上渠道也已成为同行业企业的主流销售渠道。同行业公司中,个人护理行业大多以线上销售作为主要销售渠道,而原来以线下销售渠道为主的其他驱蚊行业企业线上销售占比亦呈逐年上升趋势,目前线上销售也占较高比重,具体线上销售占比情况如下:

所属行业	企业	2022 年	2021 年	2020 年
个人护理	贝泰妮	80.33%	82.04%	82.38%
	珀莱雅	90.98%	84.93%	70.01%
	水羊股份	90.37%	88.15%	90.11%
	上海家化	39.24%	42.04%	42.35%
	上美股份	74.94%	74.55%	75.19%
驱蚊	彩虹集团	42.30%	34.81%	28.08%
	朝云集团	34.43%	24.11%	17.29%

注:同行业公司数据来自于各公司公开披露的信息文件。

因此,在驱蚊、个人护理行业线上化趋势下,公司采取线上销售符合行业惯例,销售模式成熟。

## 2) 公司深耕线上渠道多年,已具备成熟的线上运作经验和模式

公司以互联网渠道为主,布局线上渠道多年,与天猫、京东、抖音、唯品会、拼多多等大型电商平台建立稳定合作关系,积累了巨大的线上消费者群体:

A. 传统电商平台:2019-2022 年,天猫平台直营店铺销售收入金额由 14,808.77 万元增长至 30,023.99 万元,业务规模增速在天猫平台处于领先地位;

天猫、京东平台直营店铺的年购买用户数由 2019 年 537.95 万人增至 2022 年 1,041.22 万人；

B. 新型电商平台：公司亦通过新媒体电商平台（如抖音、快手、小红书等）向消费者提供丰富的优质产品，公司在抖音渠道的销售金额 2022 年达到 15,768.02 万元，带动品牌全面发展。

根据灼识咨询数据，2022 年公司驱蚊产品在整个线上渠道的市场占有率约为 19.9%、婴童护理产品在整个线上渠道的市场占有率约为 4.2%，公司在前述电商平台的市场占有率或排名（排名指标主要依据电商平台公开的特定活动排名数据）具体如下：

平台	市占率/排名
天猫	报告期内公司蚊香液产品销售额占比分别达到 16.42%、18.32%和 19.99%，连续三年排名第一
	2022 年天猫“618”活动“婴童用品”类目排名前三
京东	2020 年-2022 年，“润本”京东自营官方旗舰店销售额在京东“618”活动月中连续三年名列母婴用品之洗护用品品牌前二
	“蚊香液”搜索结果按销量排序排名第一
抖音	抖音 2022 年“618”活动“婴童用品”排名前三
	2023 年抖音好物年货节“婴童用品”类目店铺排名第二
拼多多	“润本”品牌店铺分别位列拼多多“防蚊水店铺榜口碑榜”第一、“蚊香液店铺榜口碑榜”第一

综上所述，线上渠道已成为驱蚊及个人护理行业的主流渠道，公司以互联网销售为主，报告期内互联网销售贡献的收入占比保持稳定，且公司产品在整体线上渠道及主流电商平台均有较高的市占率或排名，因此公司销售模式成熟。

## （2）经营业绩稳步增长，形成较大业务规模

单位：万元

项目	2022年12月31日 /2022年度	2021年12月31日 /2021年度	2020年12月31日 /2020年度
资产总额	82,542.02	64,633.95	27,646.69
营业收入	85,608.92	58,214.72	44,282.83
净利润	16,004.49	12,064.73	9,471.21
扣除非经常性损益后归属于 母公司所有者的净利润	15,436.62	11,667.62	9,182.45

经过多年的发展与沉淀，近年来公司营业收入与经营业绩稳步增长，已经形

成了较大的业务规模。

报告期内，公司业绩持续增长，公司营业收入分别为 44,282.83 万元、58,214.72 万元和 85,608.92 万元，年均复合增长率达到 39.04%；净利润分别为 9,471.21 万元、12,064.73 万元和 16,004.49 万元，年均复合增长率为 29.99%；扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润分别为 9,182.45 万元、11,667.62 万元和 15,436.62 万元，年均复合增长率为 29.66%。

报告期内，公司营业收入和资产规模逐年增长，业务规模较大。2022 年，公司营业收入达到 85,608.92 万元，净利润达到 16,004.49 万元；2022 年末资产总额达到 82,542.02 万元，员工总数为 788 人。公司生产规模较大，自有产能不断提升，目前公司拥有广州、义乌两大生产基地，建筑面积总计约 10.50 万平方米。

综上，报告期内公司业务规模与经营业绩整体呈现稳定增长趋势，目前已形成较大的业务规模。

### （3）发行人具有行业代表性

公司深耕行业十余年，优质的国货品牌形象深入人心。公司多年来始终高度重视品牌形象建设，从产品品质、营销渠道、售后服务等多方面入手，大力打造润本品牌，获取细分领域的差异化竞争优势，已快速成长为国内家居个人生活领域的知名品牌之一，建立了一个庞大、忠诚且持续增长的客户群体。

在驱蚊行业和婴童护理细分行业较为分散的市场竞争格局下，公司驱蚊产品和婴童护理产品均有较高的市场占有率：①在驱蚊领域，公司聚焦新一代驱蚊产品，在驱蚊行业的整体市场份额位于头部行列；②在婴童护理领域，公司主打“大品牌、小品类”策略，不断丰富产品矩阵，在婴童护理线上渠道的市占率较高；③公司经营的部分细分品类在行业内具有明显领先优势（如驱蚊产品中的电热蚊香液、驱蚊液，婴童护理产品中的儿童润唇膏、儿童面霜等）。具体如下：

所属市场	市场份额	行业市场集中度
驱蚊	整体市场份额： 2022 年公司驱蚊产品在整个驱蚊市场的份额约为 5.0%，在线上渠道市场	行业分散：国内驱蚊行业企业超过 5,000 家；处于登记有效期的卫生杀虫剂总数为 2,874 个

	份额约为 19.9%；	
	细分品类份额： 2022 年公司电热蚊香液的整体市场份额约为 16.2%，驱蚊液的整体市场份额约为 15.9%。	
婴童护理	整体份额： 2022 年公司婴童护理产品的整体市场份额约为 1.9%，在线上渠道的市场份额约为 4.2%；	行业分散：2022 年国内个护行业有约 5,500 家企业，其中婴童护理企业超过 1,000 家。 国货个人护理市场前五大企业的合计份额仅约为 8.9%。国产母婴护理产品中市场份额最高的企业占比仅为 3.3%。
	细分品类份额： 2022 年公司儿童面霜的整体市场份额约为 8.6%；公司儿童润唇膏的整体市场份额约为 9.5%。	

此外，公司在所处行业领域享有较高品牌知名度，且荣获主流电商平台细分品类多项重要奖项。品牌榜单方面，“润本”品牌在国内消费品牌独立调查排名网站 MAIGOO（买购网）评出的“2023 年驱蚊液十大品牌榜”位列第一；行业奖项方面，公司凭借近年在天猫、京东等主流电商平台的突出表现，先后获得 2021 年度京东洗护行业峰会“行业口碑奖”、2022 年度天猫婴童洗护行业奖、2022 年度最受欢迎婴童洗护奖等奖项。

综上所述，公司在驱蚊及个人护理行业具有行业代表性。

综上所述，公司业务模式成熟、经营业绩稳定、规模较大、具有行业代表性，具备“大盘蓝筹”特色，符合主板定位要求。

## 2、发行人符合国家产业政策的具体情况

### （1）公司驱蚊产品符合产业政策和国家经济发展战略

#### ①公司驱蚊系列产品符合产业政策导向

驱蚊产品是指居民用于防治蚊虫的日常卫生杀虫用品，公司主营驱蚊系列产品包括电热蚊香液、蓝牙智能加热器套装及驱蚊喷雾等温和、环保类驱蚊产品。

《轻工业发展规划（2016-2020 年）》提到，“重点发展安全高效、无害健康的家庭卫生杀虫用品。”公司蚊香液选用国内外知名品牌原料，根据使用场景、用户需求偏好等开发产品配方，并依托优质生产工艺实现高效、安全的产品效果；同时，电热蚊香液产品亦可搭配蓝牙加热器，可定时开关，一台手机设备可连接五个加热器，掌控不同空间的驱蚊开关，驱蚊便捷、安全、高效。公司驱蚊喷雾产品采用获得美国 AAP、EPA、CDC 和世卫组织推荐使用的成分，经过第三方

多次皮肤刺激测试评估，温和、不刺激、健康无害，能够持久驱蚊。

## ②公司驱蚊产品符合国家经济发展战略定位

近年来，农药产业受到国家政策的引导与支持，驱蚊产品属于卫生农药的细分类别，《“十四五”全国农药产业发展规划》提出，“推进农药企业集团化、品牌化、国际化发展，逐步改变农药企业多小散的格局。”自成立以来，公司集中优势资源专注打造“润本”品牌，成功在驱蚊领域形成核心市场竞争力，2020-2022年公司“润本”品牌蚊香液在天猫平台市场占有率连续三年排名第一，“润本”已快速成长为优质国货的知名品牌。未来，公司将积极拓展海外市场，传播中国品牌的独特价值和形象，重点开拓和培育稳定、优质的海外客户资源，使“润本”成为被广大消费者认可的国际化品牌。该规划还提到，“将农药研发纳入国家科技计划项目，支持新农药、新剂型、新工艺研发创新。”公司高度重视研发创新，不断根据消费者需求开发新产品，例如目前在研产品含有驱蚊酯的驱蚊凝胶配方已经基本完成，采用凝胶体系驱蚊酯，满足消费者对驱蚊方式多样化的需求。

《“十四五”全国农药产业发展规划》同时提出，“坚持高质量发展。优化生产布局，开发推广高效低毒农药替代高毒高风险农药，推进绿色化、智能化、连续化生产，着力打造农药产业升级版，培育大企业，创响大品牌。”公司驱蚊产品主要为电热蚊香液、驱蚊液等新型驱蚊产品，较第一代有机磷类、有机氯类以及第二代早期产品盘式蚊香等传统防治驱蚊产品更为温和、环保；目前，公司在驱蚊行业已经具有较高的市场占有率，“润本”品牌已成为驱蚊领域的头部品牌之一。

## (2) 公司个人护理产品符合产业政策和国家经济发展战略

### ①公司个人护理类产品符合产业政策导向

公司的个人护理类产品包括婴童护理系列产品和精油系列产品，根据《国民经济行业分类》，公司婴童护理系列产品及业务、精油系列产品及业务属于“化妆品制造”和“其他日用化学产品制造”。《广东省推动化妆品产业高质量发展实施方案》提到，“力争到2025年，培育年销售收入超过200亿元、100亿元的领军企业各3-5家、超过50亿元的本土企业10家以上，拥有10个以上知名

民族品牌，本土自主品牌产品市场占有率占全国 50% 以上，打造国内乃至全球最具影响力和知名度的化妆品产业高质量发展集聚群。”公司深耕个人护理用品多年，受益于行业增长及消费升级的大趋势，预计未来销售收入规模将持续增长。公司坚持“大品牌、小品类”的经营战略，专注于细分市场，采用差异化竞争策略，打造婴童护理系列产品和精油系列产品，在个人护理行业持续发力，目前已形成良好的知名度和市场认可度，“润本”已快速成长为国内个人生活领域的知名品牌之一，品牌影响力不断增强。

## ②公司个人护理产品符合国家经济发展战略定位

1) 《“十四五”国家药品安全及促进高质量发展规划》提到，“鼓励化妆品生产经营者采用先进技术和先进管理规范，提高化妆品质量安全水平。”公司始终坚持以产品质量为自身发展之根基，严格按照国家相关质量标准和要求，建立完善生产质量管理体系，经 Intertek 评估，公司化妆品生产质量管理体系符合“ISO22716:2007 (E) 化妆品-良好操作规范 (GMP) 指南”和“美国食品和药品管理局《化妆品良好操作规范指南》2020”的要求。

公司对研发、生产、销售、售后服务等经营环节进行严格控制。研发方面，公司持续引进高端技术人才，不断提高产品研发能力，努力提升包括稳定性、功效性在内的各项产品性能；原料方面，公司与罗伯特、德之馨、扬农化工、道达尔、默克等国内外知名原料企业合作，严格控制原材料质量，从源头确保产品品质；售前生产和售后服务方面，公司坚持精细化管理，利用信息化管理系统对生产过程、成品管理、销售管理、风险信息管理、产品召回等多个环节进行有效记录，确保各环节产品信息的可追溯性，严把生产质量关。长期以来，公司凭借优异的产品品质获得了广泛的市场认可。

2) 《国民经济和社会发展第十四个五年规划和 2035 年远景目标纲要》提到，“开展中国品牌创建行动，保护发展中华老字号，提升自主品牌影响力和竞争力，**率先在化妆品、服装、家纺、电子产品等消费品领域培育一批高端品牌。**”公司个人护理类产品覆盖居家生活、出游踏青、四季护肤、沐浴清洁等多元应用场景，建立了一个庞大、忠诚且持续增长的客户群体，根据京东官方统计数据，“润本”京东自营官方旗舰店销售额在 2020-2022 年京东“618”活动月中连续三年名列母婴用品之洗护用品品牌前二，优质的国货品牌形象深入人心。

除上述政策外，其他与公司主营业务相关的产业政策如下：

行业	发布部门	时间	政策名称	内容	公司情况
关于新消费	工业和信息化部等5部门	2022.07	《数字化助力消费品工业“三品”行动方案（2022—2025年）》	1、到2025年，消费品工业领域数字技术融合应用能力明显增强，培育形成一批新品、名品、精品，品种引领力、品质竞争力和品牌影响力不断提升； 2、深化新一代信息技术创新应用，围绕健康、医疗、养老、育幼、家居等民生需求大力发展“互联网+消费品”，加快绿色、智慧、创新产品开发，以优质供给助力消费升级。	1、公司以互联网销售为主； 2、公司产品围绕“育幼”（如婴童护理产品）、“家居”（产品主要为家居生活用品）等民生需求。
	工业和信息化部等5部门	2022.06	《关于推动轻工业高质量发展的指导意见》	鼓励轻工企业加快模式创新，构建有跨界融合特点的“商品+服务+文化”组合，联合互联网平台企业向线下延伸拓展，建立品牌与消费者间的深层次连接，形成基于数字决策的智慧营销模式。积极运用新技术，推动传统制造模式向需求驱动、供应链协同的新模式转型。	1、公司采用C2M模式：依托线上渠道快速获取消费者的偏好信息进行产品迭代；自有供应链的弹性、灵活度保证用户需求驱动产品供给； 2、公司通过互联网平台与终端消费者建立连接与互动，2022年，公司仅天猫、京东平台直营店铺的购买用户数就达到1,041.22万个。
	全国人大审议通过，授权新华社发布	2021.03	《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》	深入实施扩大内需战略，增强消费对经济发展的基础性作用和投资对优化供给结构的关键性作用，建设消费和投资需求旺盛的强大国内市场。 顺应消费升级趋势，提升传统消费，培育新型消费，适当增加公共消费。以质量品牌为重点，促进消费向绿色、健康、安全发展，鼓励消费新模式新业态发展。健全现代流通体系，发展无接触交易服务，降低企业流通成本，促进线上线下消费融合发展。	1、公司主打新一代驱蚊产品及婴童护理等个护产品，产品安全、温和，符合“绿色、健康、安全”消费的政策导向； 2、公司以互联网销售为主，符合“新模式新业态”、“降低流通成本”等政策导向。
驱蚊行业	工业和信息化部等5部门	2022.06	《关于推动轻工业高质量发展的指导意见》	积极应用新技术、新工艺、新材料，提升产品舒适性、安全性、功能性。	1、公司专注新一代驱蚊产品，较传统驱蚊产品更为温和、环保； 2、公司由用户需求驱动产品供给，通过工艺技术的创新提升产品使用体验，例如公司的无酒精驱蚊酯驱蚊液产品、蓝牙控制加热器、驱蚊凝胶（在研）等满足消费者对驱蚊方式多样化的需求。
	国家发展	2021.12	《产业结构	鼓励类：……	1、公司驱蚊产品主要

行业	发布部门	时间	政策名称	内容	公司情况
	和改革委员会	(修订)	调整指导目录(2019年本))	6、高效、安全、环境友好的农药新品种、新剂型、专用中间体、助剂的开发与生产,定向合成法手性和立体结构农药生产,生物农药新产品、新技术的开发与生产。	为电热蚊香液、驱蚊液等新型驱蚊产品,较第一代有机磷类、有机氯类以及第二代早期产品盘式蚊香等传统防治驱蚊产品更为温和、环保; 2、“润本”品牌已成为驱蚊领域的头部品牌之一,在驱蚊行业已经具有较高的市场占有率。
个人护理	工业和信息化部等5部门	2022.06	《关于推动轻工业高质量发展的指导意见》	1、围绕健康、 <u>育幼</u> 、养老等迫切需求,大力发展功能食品、化妆品、休闲健身产品、 <u>婴童用品</u> 、适老化轻工产品等; 2、在家用电器、皮革、五金制品、钟表、自行车、家具、 <u>化妆品</u> 、 <u>洗涤用品</u> 、乳制品、酿酒、功能性食品等领域培育一批国际知名品牌。推广具有 <u>中国文化</u> 、 <u>中国元素</u> 、 <u>中国技艺</u> 的产品,树立行业品牌; 3、加大缺少品牌影响力的细分产品的品牌培育力度。 <u>植物资源化妆品…适用于母婴童和老年人的洗护产品…等</u> ;	1、公司婴童护理产品属于政策支持的“适用于母婴童的洗护产品”、“婴童用品”范畴,也可满足“育幼”的迫切需求; 2、公司将洋甘菊、紫草积雪草、姜根等草本植物提取液物应用于婴童的皮肤护理产品;以天然植物提取的植物精油,制作芳香、香体的精油产品,属于政策支持的“植物资源化妆品”范畴。
	国务院	2020.06	《化妆品监督管理条例》	<u>国家鼓励和支持开展化妆品研究、创新,满足消费者需求,推进化妆品品牌建设,发挥品牌引领作用。国家保护单位和个人开展化妆品研究、创新的合法权益。国家鼓励和支持化妆品生产经营者采用先进技术和先进管理规范,提高化妆品质量安全水平;鼓励和支持运用现代科学技术,结合我国传统优势项目和特色植物资源研究开发化妆品。</u>	1、公司坚持用户需求为导向的产品研发,重视产品的创新与迭代; 2、公司重视特色植物资源在化妆品中的应用,将洋甘菊、紫草积雪草、姜根等草本植物提取液物应用于婴童的皮肤护理产品;以天然植物提取的植物精油,制作芳香、香体的精油产品。

综上,公司主营业务及产品符合产业政策导向及国家经济发展战略。

### 3、保荐机构的核查程序

保荐机构执行了以下核查程序:

- (1) 查阅了发行人所属行业相关法律法规、国家产业政策及行业数据;
- (2) 取得了发行人生产经营所需的各项资质、权利证书等;



(3) 访谈了发行人主要管理层，实地查看发行人生产经营场所，了解公司的经营模式、经营业绩情况；

(4) 对发行人主要客户、供应商进行实地走访，并访谈天猫、京东、抖音等主要电商平台，了解发行人采购、销售等主要业务流程，了解发行人行业地位；

(5) 登录天猫、京东、抖音等电商平台查看公司产品销售情况及后台数据，了解公司在相关电商平台的销售排名；

(6) 获取发行人财务报表、相关审计报告，了解发行人相关经营数据及财务状况。

#### **4、关于发行人符合主板定位、国家产业政策的结论性意见**

经充分核查，本保荐机构认为发行人符合主板定位、国家产业政策，推荐其在主板发行上市。

### **(三) 发行人符合《上海证券交易所股票上市规则（2023年2月修订）》规定的上市条件的说明**

发行人股票上市符合《上海证券交易所股票上市规则（2023年2月修订）》规定的上市条件：

#### **1、符合《上市规则》第3.1.1条之“（一）符合《证券法》、中国证监会规定的发行条件”规定**

申万宏源证券承销保荐有限责任公司对发行人首次公开发行股票并在主板上市是否符合《证券法》规定的发行条件进行了逐项核查，结果如下：

(1) 经核查发行人的组织结构图、《公司章程》及历次章程修正案、《内控鉴证报告》、内部控制制度等文件，以及发行人最近三年的股东（大）会、董事会、监事会会议资料等文件，发行人已经建立了股东大会、董事会和监事会，依法选举了董事、监事，依法聘任了总经理、副总经理、财务总监、董事会秘书等高级管理人员，并根据公司生产经营业务需求设置了相关的职能部门。据此，发行人具备健全且运行良好的组织机构，符合《证券法》第十二条第（一）项的规定。

(2) 经核查发行人财务、税务等资料，并参考发行人审计机构出具的标准

无保留意见的《审计报告》，发行人最近三年连续盈利且持续增长，发行人具有持续经营能力，符合《证券法》第十二条第（二）项的规定。

（3）容诚会计师事务所（特殊普通合伙）已就发行人 2020 年度、2021 年度及 2022 年度的财务会计报告出具标准无保留意见的《审计报告》，符合《证券法》第十二条第（三）项的规定。

（4）经核查发行人及其控股股东、实际控制人出具的声明与承诺，发行人报告期内的营业外支出明细表、控股股东、实际控制人的无犯罪记录证明，保荐机构与相关方的访谈情况，并经网络查询确认，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，符合《证券法》第十二条第（四）项的规定。

（5）发行人符合国务院证券监督管理机构规定的其他条件。

**申万宏源证券承销保荐有限责任公司对发行人首次公开发行股票并在主板上市是否符合《首次公开发行股票注册管理办法》规定的发行条件进行了逐项核查，结果如下：**

（1）符合《注册办法》第十条之规定

①经核查发行人设立时的营业执照、公司章程、发起人协议、创立大会文件、资产评估报告、审计报告、验资报告、工商登记文件等资料，发行人前身广州润峰婴儿用品有限公司成立于 2013 年 12 月 30 日，并于 2020 年 11 月 18 日以截至 2020 年 7 月 31 日经审计的账面净资产值折股整体变更设立股份有限公司。截至本上市保荐书签署日，发行人已持续经营三年以上。

经核查发行人设立时董事会决议、发起人协议、创立大会暨第一次股东大会决议、审计报告、资产评估报告、验资报告、营业执照等资料，发行人整体变更相关事项经董事会、创立大会暨第一次股东大会表决通过，相关程序合法合规；改制设立时，广州润峰的所有资产、业务均全部进入发行人，广州润峰原有的债权、债务关系均由发行人承继；改制设立前后，公司主要发起人拥有的主要资产和实际从事的主要业务未发生重大变化，改制中不存在侵害债权人合法权益情形，与债权人不存在纠纷，已完成工商登记注册和税务登记相关程序，整体变更相关事项符合法律法规规定。

②核查发行人公司治理制度规定，包括三会议事规则、董事会专门委员会议事规则、总经理工作细则、内部控制制度等文件资料，发行人已经依法建立健全由股东大会、董事会及其专门委员会、监事会、高级管理人员以及独立董事、董事会秘书等组成的公司治理结构，制定了《公司章程》《股东大会议事规则》《董事会议事规则》《监事会议事规则》《独立董事工作制度》《关联交易管理制度》《润本生物技术股份有限公司董事会秘书工作细则》《战略委员会工作细则》《润本生物技术股份有限公司审计委员会工作细则》《提名委员会工作细则》《薪酬与考核委员会工作细则》《内部审计制度》等相关制度，组织机构健全且运行良好，相关机构和人员能够依法履行职责。

(2) 符合《注册办法》第十一条之规定

①经核查发行人财务会计资料，结合容诚会计师事务所（特殊普通合伙）出具的标准无保留意见的《审计报告》（容诚审字[2023]510Z0005号），保荐机构认为，发行人会计基础工作规范，财务报表的编制和披露符合企业会计准则和相关信息披露规则的规定，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，并由注册会计师出具标准无保留意见的审计报告。

②经核查发行人内部控制相关制度及运行记录等资料，结合容诚会计师事务所（特殊普通合伙）出具的无保留结论的《内部控制鉴证报告》（容诚专字[2023]510Z0019号），保荐机构认为，发行人内部控制制度健全且被有效执行，能够合理保证公司运行效率、合法合规和财务报告的可靠性，并由注册会计师出具无保留结论的内部控制鉴证报告。

(3) 符合《注册办法》第十二条之规定

经本保荐机构的审慎核查，发行人具有完整的业务体系和直接面向市场独立持续经营的能力。公司资产完整，业务及人员、财务、机构独立于控股股东、实际控制人，与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业间不存在对发行人构成重大不利影响的同业竞争，以及严重影响独立性或者显失公平的关联交易，符合《注册办法》第十二条第（一）项的规定。

根据发行人提供的资料并经本保荐机构审慎核查，发行人最近3年内主营业务未发生重大不利变化；发行人近3年董事、高级管理人员均未发生重大不利变

化。最近 3 年发行人的实际控制人为赵贵钦、鲍松娟，未发生变更，不存在导致控制权可能变更的重大权属纠纷，符合《注册办法》第十二条第（二）项的规定。

根据发行人提供的资料和发行人律师出具的法律意见书，并经本保荐机构审慎核查，发行人不存在主要资产、核心技术、商标等的重大权属纠纷，重大偿债风险，重大担保、诉讼、仲裁等或有事项，不存在经营环境已经或者将要发生重大变化等对持续经营有重大不利影响的事项，符合《注册办法》第十二条第（三）项的规定。

综上所述，保荐机构认为发行人符合《注册办法》第十二条之规定。

#### （4）符合《注册办法》第十三条之规定

经核查发行人出具的说明和发行人董事、监事及高级管理人员的无犯罪记录证明等资料，结合发行人律师出具的法律意见书及税务、工商、社保等行政部门对发行人遵守法律法规情况出具的相关证明，以及查询中国裁判文书网、全国被执行人信息查询系统、广东法院网等网站，保荐机构认为：①发行人生产经营符合法律、行政法规的规定，符合国家产业政策；②最近 3 年内，发行人及其控股股东、实际控制人不存在贪污、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，不存在欺诈发行、重大信息披露违法或者其他涉及国家安全、公共安全、生态安全、生产安全、公众健康安全等领域的重大违法行为；③董事、监事和高级管理人员不存在最近 3 年内受到中国证监会行政处罚，或者因涉嫌犯罪正在被司法机关立案侦查或者涉嫌违法违规正在被中国证监会立案调查且尚未有明确结论意见等情形。

### **2、符合《上市规则》第 3.1.1 条之“（二）发行后的股本总额不低于 5000 万元”规定**

本次发行前，发行人股本总额为 34,390.3314 万股，若本次公开发行的 6,069.00 万股股份全部发行完毕，公司股本总数将达到 40,459.3314 万股，符合上述规定。

3、符合《上市规则》第 3.1.1 条之“（三）公开发行的股份达到公司股份总数的 25%以上；公司股本总额超过 4 亿元的，公开发行股份的比例为 10%以上”规定

根据发行人 2023 年第一次临时股东大会决议，发行人本次拟公开发行股票数量不超过 6,069.00 万股，占发行后总股本比例不低于 15%，且发行后，公司股本总额将达到 40,459.3314 万元（超过 4 亿元），符合上述规定。

4、符合《上市规则》第 3.1.1 条之“（四）市值及财务指标符合本规则规定的标准”及《上市规则》第 3.1.2 条之“（一）最近 3 年净利润均为正，且最近 3 年净利润累计不低于 1.5 亿元，最近一年净利润不低于 6000 万元，最近 3 年经营活动产生的现金流量净额累计不低于 1 亿元或营业收入累计不低于 10 亿元”规定

根据容诚会计师事务所（特殊普通合伙）出具的标准无保留意见的《审计报告》（容诚审字[2023]510Z0005 号），发行人最近三年净利润（扣除非经常性损益前后孰低为准，下同）均为正，最近三年累计净利润为 3.63 亿元，不低于 1.5 亿元。最近一年净利润为 1.54 亿元，不低于 6000 万元。最近三个会计年度营业收入累计为 18.81 亿元，不低于 10 亿元，符合上述规定。

5、符合《上市规则》第 3.1.1 条之“（五）本所规定的其他上市条件”规定

经核查，发行人符合上海证券交易所所要求的其他条件。

## 七、保荐人对发行人持续督导工作的安排

事项	安排
（一）持续督导事项	保荐机构将在本次发行股票上市当年的剩余时间以及其后 2 个完整会计年度内对发行人进行持续督导
1、督导发行人有效执行并完善防止控股股东、实际控制人、其他关联方违规占用发行人资源的制度	（1）督导发行人建立健全并有效执行公司治理制度，包括但不限于股东大会、董事会、监事会议事规则以及董事、监事和高级管理人员的行为规范等； （2）督导发行人有效执行并完善防止控股股东及其他关联方违规占用发行人资源的制度； （3）与发行人建立经常性沟通机制，持续关注发行人上述制度的执行情况及履行信息披露义务的情况
2、督导发行人有效执行并完善防止其董事、监事、高级管理人员利用职务之便损害发行人利益的内控制	（1）督导发行人建立健全并有效执行内控制度，包括但不限于防止董事、监事、高级管理人员利用职务之便损害发行人利益的内控制度、财务管理制度、会计核算制度和内部审计制度，以及募集资金使用、关联交易、对外担保、对外投资、对子公

事项	安排
度	司的控制等重大经营决策的程序与规则等； (2)与发行人建立经常性沟通机制，持续关注发行人上述制度的执行情况及履行信息披露义务的情况
3、督导发行人有效执行并完善保障关联交易公允性和合规性的制度，并对关联交易发表意见	(1)督导发行人有效执行《公司章程》《关联交易管理制度》等保障关联交易公允性和合规性的制度，履行有关关联交易的信息披露制度； (2)督导发行人及时向保荐机构通报将进行的重大关联交易情况，并对关联交易发表意见
4、持续关注发行人募集资金的专户存储、投资项目的实施等承诺事项	(1)督导发行人执行已制定的《募集资金管理制度》等制度，保证募集资金的安全性和专用性； (2)持续关注发行人募集资金的专户储存、投资项目的实施等承诺事项； (3)如发行人拟变更募集资金及投资项目等承诺事项，保荐机构要求发行人通知或咨询保荐机构，并督导其履行相关信息披露义务
5、持续关注发行人为他人提供担保等事项，并发表意见	(1)督导发行人有效执行《公司章程》、《对外担保管理制度》等制度，履行有关对外担保的信息披露制度； (2)与发行人建立经常性沟通机制，持续关注发行人上述制度的执行情况及履行信息披露义务的情况
6、现场检查	(1)制定对发行人的现场检查工作计划，明确现场检查工作要求； (2)对发行人进行现场检查应当就核查情况、提请发行人及投资者关注的问题、本次现场核查结论等事项出具现场核查报告
(二) 保荐协议对保荐机构的权利、履行持续督导职责的其他主要约定	(1)可列席发行人或相关当事人股东大会、董事会、监事会等有关会议； (2)可查阅保荐工作需要的发行人或相关当事人资料，并要求发行人或相关当事人及时提供其发表独立意见事项所必需的资料； (3)可对发行人或相关当事人的信息披露文件及向中国证监会、上交所提交的其他文件进行事前审阅； (4)可核查监管部门关注的发行人或相关当事人的有关事项，必要时可聘请相关证券服务机构配合进行共同核查
(三) 其他安排	无

## 八、保荐人认为应当说明的其他事项

本保荐机构不存在应当说明的其他事项。

## 九、推荐结论

润本生物技术股份有限公司申请其股票上市符合《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》《首次公开发行股票注册管理办法》《上海证券交易所股票上市规则》等法律、法规的有关规定，发行人股票具备在主板上市的条件。


鉴于上述内容，保荐机构推荐润本生物技术股份有限公司的股票在贵所主板

上市交易，请予批准！



（以下无正文）

(此页无正文, 为《申万宏源证券承销保荐有限责任公司关于润本生物技术股份有限公司首次公开发行股票并在主板上市之上市保荐书》之签字盖章页)

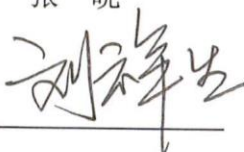
项目协办人:

  
俞隽鑫

保荐代表人:

   
张 晓                      刘 令

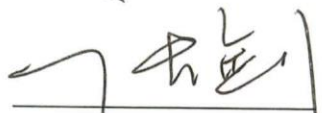
内核负责人:

  
刘祥生

保荐业务负责人:

  
王明希

法定代表人:

  
张 剑

保荐机构 (盖章): 申万宏源证券承销保荐有限责任公司



2023年6月12日