

西部证券股份有限公司
关于
英氏控股集团股份有限公司
向不特定合格投资者公开发行股票
并在北京证券交易所上市
之
发行保荐书

保荐人（主承销商）



（陕西省西安市新城區東新街319號8幢10000室）

二〇二五年六月

声 明

西部证券股份有限公司（以下简称“西部证券”或“保荐人”）接受英氏控股集团股份有限公司（以下简称“英氏控股”、“公司”或“发行人”）的委托，担任其向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市（以下简称“本次发行”或“本次证券发行”）的保荐人。

保荐人及其保荐代表人根据《中华人民共和国公司法》（以下简称“《公司法》”）、《中华人民共和国证券法》（以下简称“《证券法》”）、《北京证券交易所证券发行上市保荐业务管理细则》和《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 47 号——向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市申请文件》等法律法规和中国证券监督管理委员会（以下简称“中国证监会”）、北京证券交易所有限责任公司（以下简称“北交所”）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，并保证本发行保荐书的真实性、准确性和完整性。

如无特别说明，本发行保荐书中的简称与《英氏控股集团股份有限公司招股说明书（申报稿）》中的简称具有相同含义。

目 录

声 明.....	1
目 录.....	2
第一节 本次证券发行的基本情况	3
一、保荐人、保荐代表人、项目组成员.....	3
二、发行人基本情况.....	4
三、保荐人与发行人关联关系.....	5
四、保荐人内部审核程序和内核意见.....	5
第二节 保荐人承诺事项	8
第三节 对本次证券发行的推荐意见	9
一、对本次证券发行的推荐结论.....	9
二、本次发行履行了法定的决策程序.....	9
三、公司本次发行符合《公司法》规定的发行条件.....	10
四、本次证券发行符合《证券法》规定的发行条件.....	10
五、本次发行符合《注册管理办法》规定的发行条件.....	11
六、本次证券发行符合《上市规则》规定的发行条件.....	13
第四节 发行人存在的主要风险及发展前景	16
一、发行人面临的主要风险.....	16
二、保荐人对发行人发展前景的评价.....	21
第五节 其他事项的核查意见与说明	27
一、发行人募集资金投资项目合规性的核查意见.....	27
二、保荐人对发行人即期回报摊薄情况的核查意见.....	27
三、保荐人关于本次发行聘请第三方行为的核查意见.....	28
四、关于发行人创新发展能力的核查意见.....	29
五、相关责任主体承诺事项的核查意见.....	39
六、发行人私募投资基金备案的核查情况.....	39
七、审计截止日后主要经营状况的核查情况.....	40
八、保荐人的推荐结论.....	43

第一节 本次证券发行的基本情况

一、保荐人、保荐代表人、项目组成员

（一）保荐人

西部证券接受英氏控股的委托，担任其向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市的保荐人。

（二）保荐代表人、协办人及项目组成员

1、保荐代表人

西部证券指定韩星、瞿孝龙作为本次英氏控股集团股份有限公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市项目的保荐代表人。

上述两位保荐代表人的执业情况如下：

韩星：保荐代表人、经济学硕士，拥有十余年投行工作经验，主要经办的项目有：可孚医疗（301087.SZ）、华致酒行（300755.SZ）、华凯创意（300592.SZ）、科创信息（300730.SZ）、九典制药（300705.SZ）、红宇新材（300345.SZ）、尔康制药（300267.SZ）、宝德股份（300023.SZ）首次公开发行股票并在创业板上市项目，信安世纪（688201.SH）首次公开发行股票并在科创板上市项目，盐津铺子（002847.SZ）首次公开发行股票并在中小板上市项目，尔康制药（300267.SZ）2014年非公开发行项目，烽火电子（000561.SH）重大资产重组项目，英氏控股（874431.NQ）新三板挂牌项目，以及多家公司的改制辅导上市、持续督导工作。

瞿孝龙：保荐代表人、注册会计师、经济学学士，拥有十余年的证券研究和投资银行业务经历，先后担任银鸽投资（600069.SH）非公开发行股票的项目协办人、保龄宝（002286.SZ）、利民股份（002734.SZ）、盐津铺子（002847.SZ）、科创信息（300730.SZ）、华纳药厂（688799.SH）、可孚医疗（301087.SZ）首次公开发行股票并上市项目的保荐代表人等，具有丰富的改制、发行及承销实践经验。

2、项目协办人及其他项目组成员

（1）项目协办人

武文涛：具有一般证券执业资格，工学学士，拥有多年会计师事务所及投资银行业务经验，作为项目组核心成员完成了信安世纪（688201.SH）科创板 IPO、农尚环境（300536.SZ）创业板 IPO、广西建工集团 2019 年公开发行永续期公司债券、英氏控股（874431.NQ）新三板挂牌等项目，同时参与了恒光信息、智同生物、荣信汇科等 IPO 项目的辅导工作。

（2）其他项目组成员

其他项目组成员：彭希茜、鲁冰蕊、陈彦宇、韦婧、朱佳璐、柳煜涵、赵港、赵佳祥、贺子萱。

二、发行人基本情况

公司名称	英氏控股集团股份有限公司
英文名称	Enoulite Holding Group Co.,Ltd.
注册资本	15,053.2725 万元
法定代表人	马文斌
成立日期	2014 年 10 月 20 日
住所	长沙市芙蓉区隆平高科技园隆园五路 6 号 1 栋 6 楼
邮政编码	410000
联系电话	0731-88727323 转 8166
传真号码	0731-88727323
互联网网址	www.enoulitegroup.com
电子邮箱	yskg@engnice.com
信息披露部门	证券部
信息披露负责人	易佳
信息披露部门联系电话	0731-88727307
本次证券发行类型	向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市
经营范围	以自有合法资金开展孕婴童产业及项目投资（不得从事股权投资、债权投资、短期财务性投资及面对特定对象开展受托资产管理等金融业务，不得从事吸收存款、集资收款、受托贷款、发行票据、发放贷款等国家金融监管及财政信用业务）；预包装食品的生产、研发和销售；乳制品（含婴幼儿配方乳粉）、食用植物油的销售；纸尿裤、纸尿片、纸巾、湿纸巾、女用卫生巾、卫生用品的生产与销售；房屋租赁；自营和代理各类商品及技术的进出口，但国家限定公司经营或禁止进出口的商品和技术除外。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后

方可开展经营活动)

三、保荐人与发行人关联关系

截至本发行保荐书签署之日，西部证券与发行人之间的关系如下：

（一）保荐人或其控股股东、实际控制人、重要关联方不存在持有发行人或其实际控制人、重要关联方股份的情况；

（二）发行人或其实际控制人、重要关联方不存在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，本保荐人的董事、监事、高级管理人员均不存在拥有发行人权益、在发行人任职等情况；

（四）保荐人及其控股股东、实际控制人、重要关联方与发行人及其实际控制人、重要关联方之间不存在相互持股的情况、相互提供担保或融资的情况；

（五）保荐人与发行人之间不存在其他影响保荐人独立性的关联关系。

四、保荐人内部审核程序和内核意见

（一）内部审核程序

本保荐人对投资银行业务实施的项目内核审查制度，是根据中国证监会对保荐人（主承销商）发行承销业务的内核审查要求而制定的。本保荐人投资银行业务内部审核由股权融资与并购业务内核委员会、投资银行业务内核部（以下简称“内核部”）、投资银行业务质量控制部（以下简称“质控部”）进行。本保荐人内部审核程序如下：

第一阶段：项目的立项审查阶段

本保荐人股权融资与并购业务立项小组负责保荐业务及上市公司并购重组财务顾问业务的立项审议工作，并对项目是否予以立项做出决议。

立项会议的召开由立项委员会主席审批后经立项秘书召集。立项会议采取表决制，每一名参会成员有一票的表决权。同意立项的决议应当至少经三分之二以上的参会立项委员表决通过。

第二阶段：项目的管理和质量控制阶段

项目立项后，本保荐人质控部适时掌握项目的进展过程，以便对项目进行事中的管理和控制，进一步保证项目质量。

本保荐人投资银行区域总部负责项目申报材料的初审，申报材料符合要求的，报投资银行区域总部负责人批准，提交质控部审核。质量控制部负责组织对向不特定合格投资者公开发行股票项目进行现场核查，现场核查内容包括并对项目尽职调查工作底稿进行审阅，对相关专业意见和推荐文件是否依据充分、项目组是否勤勉尽责进行判断，并最终出具现场核查报告。质控部在审核完成项目组提交的反馈意见回复并确认无异议且经质控部负责人批示同意后，根据项目组尽职调查工作完成情况、工作底稿的完备程度出具质量控制报告以及底稿验收意见，验收通过后提交内核部。

第三阶段：项目的内核审查阶段

本保荐人内核部负责对报审材料进行初步审核，保荐人质控部、内核部对项目进行问核，询问项目的尽职调查工作情况，以及项目组在尽职调查中对重点事项采取的核查手段、核查过程和核查结果。问核情况形成记录，由问核人员和被问核人员确认后，提交内核会议。

保荐人内核部出具审核意见，经内核负责人批准后，向内核委员会主席发起召开内核委员会会议的申请。内核部安排内核秘书负责根据内核委员会主席的要求，通知内核成员和项目人员参会，撰写会议纪要，跟踪内核意见落实情况等。内核会议参与审议并具有表决权的内核委员应不少于七人，且至少有一名合规管理部人员参与投票表决，内核意见至少应有参与表决的内核委员会成员三分之二以上表决同意方为有效（回避的委员不具有表决权）。

本保荐人所有保荐项目的发行申报材料都经由质控部、内核部审查通过，并履行公司审批程序后，再报送监管机构审核。

（二）内核意见

2025年5月12日，保荐人召开了关于本次发行的内部审核会议，会议应到内核委员7人，实到7人，分别为：倪晋武、滕晶、周会明、薛冰、吴丽颖、马晶晶、李佩璇。内核会议由保荐人内核委员会主席主持，项目组汇报了项目执行情况并回答了内核委员的提问，内核委员认真审核了项目组提交的申报材料并提

出了内核意见。

本保荐人股权融资与并购业务内核委员对发行人申报材料进行了严格的质量控制和检查，确认不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。上述内部审核会议表决结果为同意票数达到参会委员三分之二以上，同意保荐发行人申请向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市。

第二节 保荐人承诺事项

保荐人承诺已按照法律法规和中国证监会及北京证券交易所相关规定，对发行人及其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。

保荐人同意推荐发行人证券发行上市，相关结论具备相应的保荐工作底稿支持，并据此出具本上市保荐书。

作为英氏控股向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市的保荐人，西部证券就如下事项做出承诺：

1、有充分理由确信发行人符合法律法规及中国证监会、北京证券交易所所有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、监事和高级管理人员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人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、保证本发行保荐书、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。

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。

9、自愿接受北京证券交易所的自律监管。

10、中国证监会、北京证券交易所规定的其他事项。

第三节 对本次证券发行的推荐意见

一、对本次证券发行的推荐结论

本保荐人遵循诚实守信、勤勉尽责的原则，按照《中华人民共和国公司法》（以下简称“《公司法》”）《中华人民共和国证券法》（以下简称“《证券法》”）《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票注册管理办法》（以下简称“《注册管理办法》”）和《北京证券交易所股票上市规则》（以下简称“《上市规则》”）等法律、法规、政策规定的有关发行的条件，募集资金投向符合国家产业政策要求。为此，本保荐人同意保荐发行人申请向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市。

二、本次发行履行了法定的决策程序

经核查，发行人已就本次证券发行履行了《公司法》《证券法》等有关法律法规及中国证监会、北京证券交易所规定的决策程序，具体如下：

（一）董事会决策程序

2024年5月24日，发行人召开第四届董事会第三次会议，审议通过《关于公司申请公开发行股票并在北交所上市的议案》《关于公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市募集资金投资项目及其可行性的议案》等与本次发行相关的议案。

2025年5月6日，发行人召开第四届董事会第十次会议，审议通过《关于调整公司申请公开发行股票并在北交所上市方案的议案》《关于调整公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市募集资金投资项目及其可行性的议案》等与本次发行相关的议案。

（二）股东会决策程序

2024年6月12日，发行人召开2024年第三次临时股东大会，审议通过《关于公司申请公开发行股票并在北交所上市的议案》《关于公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市募集资金投资项目及其可行性的议案》等与本次发行相关的议案。

2025 年 5 月 23 日，发行人召开 2025 年第二次临时股东会审议通过《关于调整公司申请公开发行股票并在北交所上市方案的议案》《关于调整公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市募集资金投资项目及其可行性的议案》等与本次发行相关的议案。

综上，本保荐人认为，发行人本次发行已获得了必要的批准和授权，履行了必要的决策程序，决策程序合法有效。

三、公司本次发行符合《公司法》规定的发行条件

根据发行人 2024 年第三次临时股东大会、2025 年第二次临时股东会审议通过的《关于公司申请公开发行股票并在北交所上市的议案》《关于调整公司申请公开发行股票并在北交所上市方案的议案》，发行人本次拟发行每股面值为人民币一元的股票，每股的发行条件和价格相同，每一股份具有同等权利，任何单位或者个人认购每股股份应当支付相同价额，且发行价格不低于票面金额，符合《公司法》第一百四十三条、第一百四十八条的规定。

四、本次证券发行符合《证券法》规定的发行条件

保荐人依据《证券法》对发行人是否符合发行条件进行了逐项核查，经核查，本保荐人认为发行人本次发行符合《证券法》规定的发行条件，具体情况如下：

（一）发行人具备健全且运行良好的组织机构

发行人设立以来，已依法建立健全了股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书等各项公司治理方面的制度，建立健全了管理、销售、财务、采购等内部组织机构和相应的内部管理制度，董事、监事和高级管理人员能够依法履行职责，具备健全且运行良好的组织机构。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。

（二）发行人具有持续经营能力

根据天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）出具的标准无保留意见的《审计报告》，发行人 2022 年度、2023 年度和 2024 年度归属于母公司所有者的净利润分别为 11,733.62 万元、22,020.09 万元和 21,059.62 万元，扣除非经常性损益后归属于母公司所有者净利润分别为 11,407.50 万元、21,614.03 万元和 19,049.66

万元，具有持续经营能力，财务状况良好。综上，发行人符合《证券法》第十二条第（二）项的规定。

（三）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

发行人的内部控制制度健全且被有效执行，能够合理保证财务报告的可靠性，最近三年财务会计文件无虚假记载，无其他重大违法行为，最近三年财务会计报告被出具无保留意见审计报告。发行人符合《证券法》第十二条第（三）项的规定。

（四）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

根据发行人说明、相关主管单位出具的证明及保荐人核查，发行人及其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。

（五）发行人符合中国证券监督管理委员会规定的其他条件

经保荐人核查，发行人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，符合《证券法》第十二条第（五）项的规定。

五、本次发行符合《注册管理办法》规定的发行条件

本保荐人根据《注册管理办法》对发行人本次发行的相关条款进行了逐项核查，经核查，本保荐人认为，发行人本次发行符合《注册管理办法》规定的发行条件，具体情况如下：

（一）发行人符合《注册管理办法》第九条的规定

2024年4月23日，公司股票在全国中小企业股份转让系统公开转让并挂牌，目前所属层级为创新层，截至本保荐书签署日，连续挂牌时间已超过1年，符合《注册管理办法》第九条的规定。

（二）发行人符合《注册管理办法》第十条的规定

1、发行人具备健全且运行良好的组织机构

经保荐人核查，发行人已依法建立了股东大会、董事会、监事会、董事会秘

书等公司治理体系。发行人历次股东大会召集、召开符合法定程序，表决内容合法、合规。公司董事、监事人数及资格均符合法定要求。同时发行人对总经理、副总经理、财务总监、董事会秘书等高级管理人员的分工授权合理，与其业务分工、职责相匹配。

综上，发行人具备健全且运行良好的组织机构，符合《注册管理办法》第十条第一项的规定。

2、发行人具有持续经营能力，财务状况良好

经保荐人核查，发行人报告期内连续盈利，经营业绩稳定，财务状况良好，管理层稳定，公司所在的行业不存在重大不利变化，公司具有持续经营能力，符合《注册管理办法》第十条第二项的规定。

3、最近三年财务会计报告无虚假记载，被出具无保留意见审计报告

发行人最近三年财务会计报告的审计意见均为标准无保留意见，符合《注册管理办法》第十条第三项的规定。

4、依法规范经营

报告期内，发行人不存在重大违法违规行为，依法规范经营，符合《注册管理办法》第十条第四项的规定。

综上所述，保荐人认为发行人符合《注册管理办法》第十条之规定。

（三）发行人符合《注册管理办法》第十一条的规定

经公开信息查询，并经保荐人核查：

1、发行人及其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；

2、发行人及其实际控制人最近三年不存在欺诈发行、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、发行人及其实际控制人最近一年内未受到中国证监会行政处罚。

综上所述，保荐人认为发行人符合《注册管理办法》第十一条之规定。

六、本次证券发行符合《上市规则》规定的发行条件

（一）符合《上市规则》第 2.1.2 条的规定

1、发行人为在全国股转系统连续挂牌满 12 个月创新层挂牌公司

2024 年 4 月 23 日，公司股票在全国中小企业股份转让系统公开转让并挂牌，目前所属层级为创新层，且截至本发行保荐书签署日，在全国股转系统连续挂牌满十二个月。

2、发行人符合中国证监会规定的发行条件

发行人符合中国证监会发布《注册管理办法》中规定的发行条件，详见本发行保荐书“第三节、对本次证券发行的推荐意见”之“五、本次发行符合《注册管理办法》规定的发行条件”。

3、发行人最近一年期末净资产不低于 5,000 万元

发行人截至 2024 年 12 月 31 日归属于母公司所有者的股东权益为 95,260.78 万元，高于 5,000 万元，符合相关要求。

4、发行人向不特定合格投资者公开发行的股份不少于 100 万股，发行对象不少于 100 人

公司本次公开发行股份数量预计不少于 100 万股且不超过 1,308.9800 万股（含本数，未考虑超额配售选择权。含采用超额配售选择权发行的股票数量在内，公司本次拟向不特定合格投资者发行股票数量不超过 1,505.3270 万股），发行对象预计不低于 100 人，符合相关要求。

5、公开发行后，公司股本总额不少于 3,000 万元

本次发行前，公司股本总额为 15,053.2725 万元，本次公开发行后，公司股本总额预计不超过 16,362.2525 万元（含本数，未考虑超额配售选择权。含采用超额配售选择权发行的股票数量在内，公司股本总额预计不超过 16,558.5995 万股），不少于 3,000 万元，符合相关要求。

6、公开发行后，公司股东人数不少于 200 人，公众股东持股比例不低于公司股本总额的 25%；公司股本总额超过 4 亿元的，公众股东持股比例不低于公司

股本总额的 10%

发行人股本总额未超 4 亿元，公开发行后公众股东持股比例预计超过 25%，预计股东人数将超过 200 人，符合相关要求。

7、发行人市值及财务指标符合本规则规定的标准

详见本发行保荐书“第三节、对本次证券发行的推荐意见”之“六、本次证券发行符合《上市规则》规定的发行条件”之“（二）符合《上市规则》第 2.1.3 条的规定”。

8、北交所规定的其他上市条件

经核查，发行人符合北交所规定的其他上市条件。

综上，公司符合《上市规则》第 2.1.2 条的有关规定。

（二）符合《上市规则》第 2.1.3 条的规定

公司 2023 年度、2024 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孰低者为计算依据）分别为 21,614.03 万元和 19,049.66 万元，加权平均净资产收益率（以扣除非经常性损益前后孰低者为计算依据）分别为 31.80%和 22.05%，且发行人预计市值不低于人民币 2 亿元。

因此，公司符合《上市规则》第 2.1.3 条的相关规定。

（三）符合《上市规则》第 2.1.4 条的规定

发行人及相关主体不存在以下情形：

1、公司及其实际控制人最近 36 个月内存在贪污、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；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；

2、公司及其实际控制人、董事、监事、高级管理人员最近 12 个月内受到中国证监会及其派出机构行政处罚；或因证券市场违法违规行为受到全国中小企业股份转让系统有限责任公司、证券交易所等自律监管机构公开谴责；

3、公司及其实际控制人、董事、监事、高级管理人员因涉嫌犯罪正被司法

机关立案侦查或涉嫌违法违规正被中国证监会及其派出机构立案调查，尚未有明确结论意见；

4、公司及其实际控制人被列入失信被执行人名单且情形尚未消除；

5、最近 36 个月内，未按照《证券法》和中国证监会的相关规定在每个会计年度结束之日起 4 个月内编制并披露年度报告，或者未在每个会计年度的上半年结束之日起 2 个月内编制并披露中期报告；

6、中国证监会和北交所规定的，对公司经营稳定性、直接面向市场独立持续经营的能力具有重大不利影响，或者存在公司利益受到损害等其他情形。

综上，公司符合《上市规则》第 2.1.4 条的有关规定。

（四）符合《上市规则》第 2.1.5 条的规定

本次发行上市无表决权差异安排，符合《上市规则》第 2.1.5 条的规定。

综上所述，保荐人认为，发行人符合《公司法》《证券法》《注册管理办法》《上市规则》规定的向不特定合格投资者公开发行股票并在北交所上市的条件。

第四节 发行人存在的主要风险及发展前景

一、发行人面临的主要风险

（一）宏观经济波动风险

公司所属行业为食品制造业和纸制品制造业，产品主要为婴童食品和婴幼儿卫生用品，其市场需求受居民可支配收入水平、通胀水平等宏观经济因素影响。根据国家统计局数据，近年来我国居民可支配收入水平逐年提高，2014年至2024年间，全国居民人均可支配收入由20,167元增长到41,314元，年均复合增长率为7.43%，为公司过往发展营造了良好的市场环境。然而，当下全球宏观经济格局复杂多变，不稳定因素层出不穷，国内经济发展也受此影响，呈现出一定的波动性。这些宏观经济因素将影响居民收入购买力及消费意愿，给公司业绩发展带来不确定性。

（二）市场竞争加剧风险

国内婴童食品与卫生用品行业正面临着内部竞争及海外品牌的外来竞争，特别是在产品同质化严重、价格竞争激烈的市场环境下，企业需要不断创新，提升产品差异化竞争力。如果未来公司不能采取有效措施应对市场竞争，例如未能精准洞察目标客户需求、未能快速推出符合市场趋势的高品质产品、未能持续优化产品工艺与配方、未能通过供应链管理降低成本或未能加强品牌推广与渠道拓展以提升市场占有率等，公司可能面临市场份额缩小和盈利能力下滑的风险。

（三）人口出生率下滑风险

公司的产品主要为婴幼儿辅食、婴幼儿卫生用品、儿童食品等婴童产品，其终端用户群体为婴幼儿与儿童，行业的发展与婴幼儿群体数量密切相关。近年来，我国的人口出生率从2016年的13.57%下降至2023年的6.39%，2024年有所回升至6.77%；2022年、2023年和2024年，我国的新生儿数量分别为956万、902万和954万人。如若未来人口出生率持续下滑，将会影响公司所处的婴幼儿辅食及卫生用品行业规模及增速，从而对公司的经营业绩产生不利影响。

（四）原材料等成本上涨的风险

直接材料成本是公司主营业务成本的重要组成部分，主要原材料市场价格的

大幅波动会对公司的营业成本和经营业绩产生显著影响。婴幼儿辅食的主要原料（如大米、面粉等）属于农产品，其价格受供求关系、国家政策、天气和病虫害等因素影响，存在一定波动。婴幼儿卫生用品的主要原材料（如无纺布、氨纶、吸收物料等）来自材料制造和石油化工行业，而石油化工行业的产品价格受国际油价影响较大，因此国际油价的波动会对生产成本产生一定影响。面对原材料价格波动，如果公司未能及时调整策略，则可能对公司的经营业绩产生不利影响。

（五）品牌声誉风险

公司主要品牌“英氏”“舒比奇”在婴幼儿辅食与卫生用品行业已具备较高的知名度和用户基础，同时公司也逐步进行“忆小口”“伟灵格”儿童食品和营养食品的品牌建设。但若未来出现对公司品牌的重大不利失实报道或公司对品牌形象维护不力的情况，消费者对公司产品的信任度和忠诚度将会下降，进而会对产品销售产生重大不利影响。此外，如果婴幼儿辅食和卫生用品行业或公司本身受到媒体的负面不实报道，且未能及时、有效地澄清和消除相关负面影响，可能进一步损害行业发展和公司品牌形象，对公司经营业绩造成不利影响。

（六）食品安全风险

食品安全问题长期受到广泛关注，各级政府部门及社会公众对食品安全和质量问题日益重视。公司作为食品制造业企业，食品质量安全控制是经营管理的中中之重。公司产品从生产到销售需历经生产、储存、流通等多个环节，构建并严格执行全面有效的质量控制体系至关重要。除自主生产外，公司基于行业特性和战略布局，部分产品采用委托生产模式。未来如果公司或受托生产商因质量把控不力而引发食品安全问题，则会对公司生产经营和品牌声誉产生不利影响。

（七）经营规模扩大带来的管理风险

报告期各期，公司营业收入分别为 129,605.21 万元、175,831.70 万元和 197,433.38 万元，保持较快增长。随着我国婴幼儿辅食及卫生用品行业发展，公司资产规模、业务规模及人员规模均将进一步扩大，这对公司管理层经营管理能力提出更高的要求。若公司在组织架构、经营决策及业务管理、财务内控等方面不能适应规模迅速增长的需要，将可能引发管理风险，进而对公司的盈利能力造成不利影响。

（八）技术泄密的风险

公司现有技术由专利技术和非专利技术两种类型构成。其中非专利技术不受《中华人民共和国专利法》等相关法律法规的保护，存在因技术人员流失或在生产经营中对配方保护不当导致技术泄密风险，进而削弱公司的竞争优势，给公司的生产经营和发展造成不利影响。

（九）募投项目无法实现预期收益的风险

公司拟将本次发行募集资金运用于湖南英氏孕婴童产业基地（二期）创新中心建设项目、婴幼儿即食营养粥生产建设项目、产线提质改造项目、全链路数智化项目、品牌建设与推广项目以加强自身在行业引领、婴童产品研发、品牌价值提升、销售端及产业链各环节的核心竞争力。本次募投项目建设完成后，公司的年度成本投入及固定资产规模在客观上将进一步增加，团队规模亦会有所提升，同时募投项目的实施也对公司的项目管理能力和经营协调能力提出了较高要求。因此，若市场环境及行业格局发生重大变化，或是公司未能按既定计划完成募投项目实施，募投项目的预期收益可能无法完全实现，公司也可能存在因固定资产折旧费用或人员投入等增加而导致利润下降的风险。

（十）毛利率波动的风险

报告期各期，公司主营业务毛利率分别为 55.10%、57.81%和 57.38%，毛利率较为稳定。若市场竞争进一步加剧、或公司未能及时推出满足市场需求的新产品，亦或公司在成本控制、市场策略、内部管理等方面未能采取有效方式应对，则可能导致公司毛利率波动风险。

（十一）线上销售渠道集中风险

公司秉持多层次、多品牌的运营方针，采用线上线下协同发展的营销模式。在线上销售领域，公司借助天猫、京东等电商平台搭建起销售渠道。报告期各期，公司通过天猫、京东、抖音和拼多多平台实现的销售收入，占线上销售收入的比例分别为 82.10%、82.19%和 88.21%，线上销售渠道集中度较高。

由于公司线上销售渠道相对集中，一旦上述四家电商平台在业务模式、政策、制度等方面发生重大调整，可能对公司线上产品的销售规模与盈利水平产生重大不利影响。

此外，天猫、京东、抖音和拼多多已发展为成熟的开放性电商平台。若公司未来难以与这些平台维持良好合作关系，或平台销售政策、收费标准、流量分配等出现重大不利变动，又或者公司在这些平台的经营状况未达预期且未能及时开拓其他新兴销售渠道，将对公司经营业绩产生不利影响。

（十二）业绩波动风险

报告期各期，公司营业收入分别为 129,605.21 万元、175,831.70 万元和 197,433.38 万元。公司销售费用亦逐年增长，边际获客成本有所提高。未来随着市场竞争加剧，若公司的经营管理、业务开拓等方面出现重大不利变化或滞后于行业发展状况，将可能导致公司营业收入产生较大波动，进而导致经营业绩波动风险。

（十三）财务内控风险

报告期内，公司曾存在第三方回款等财务内控不规范情形，截至报告期期末，公司已经规范完毕，相关内控制度完善并得到有效执行。但若在未来经营过程中财务内控制度不能得到有效执行，可能会导致公司利益受损或受到有关部门处罚的风险，进而损害公司其他股东的利益。

（十四）市场宣传行为不当的风险

随着电商平台的快速发展以及新兴社交媒体与直播、短视频平台、长视频媒体的快速崛起，电商推广渠道越发丰富多样化。在媒介渠道丰富的同时，对于互联网营销广告的监管政策也越发规范、严格。互联网广告合规性涉及消费者知情权、知识产权侵权、不正当竞争、消费者权益保护等多个领域，当前相关监管政策也不断出台更新。未来若公司在广告宣传中行为不当，将可能面临被处罚风险，进而给公司的经营和名誉带来不利影响。

（十五）关联交易风险

报告期内，公司存在向关联方销售婴幼儿辅食及卫生用品相关产品的情形。若发行人关联交易相关制度不能得到有效执行，出现不公允的关联交易，则存在关联方及利益相关方利用关联交易损害公司及其他中小股东利益的风险。

（十六）实际控制人不当控制风险

截至本发行保荐书签署日，马文斌、万建明和彭敏合计控制公司 52.02%的表决权股份。如果公司实际控制人利用其控股地位，通过在股东大会上行使表决权，对公司的经营决策、人事任免等事项进行不当控制，则存在实际控制人不当控制、损害公司及其他中小股东利益的风险。

（十七）发行失败风险

《证券发行与承销管理办法》等法规均明确规定了发行失败的相关情形。根据上述法规规定，在公司本次公开发行获准后的实施过程中，本次发行的发行结果将受到证券市场整体情况、投资者对公司本次发行方案的认可程度等多种内外部因素的影响，可能出现有效报价不足或网下投资者申购数量低于网下初始发行量等导致发行失败的情形，进而使公司面临股票发行失败的风险。

（十八）摊薄即期回报风险

本次发行募集资金到位后，公司总股本和净资产将有所增长，而募集资金投资项目具有项目建设和实施周期，在短期内难以完全产生效益，公司利润增长在短期内可能不会与总股本和净资产增长保持同步，每股收益和净资产收益率等财务指标可能出现下降，本次发行存在摊薄即期回报的风险。

（十九）因可比上市公司可比性较差，影响投资者价值判断的风险

目前，A 股上市公司中尚不存在以婴童食品、婴幼儿卫生用品的研发、生产以及销售作为主营业务的上市公司。公司在选取可比公司时，已充分考虑与公司业务、财务的可比性，但公司与相关公司在产品用途及所在细分领域等方面仍存在不同程度的差异，因此公司招股说明书部分业务信息、财务指标等与相关公司的可比性较差，投资者可能无法通过同行业对比获知公司在行业中的地位，从而可能影响投资者对公司价值的准确判断。

（二十）招股说明书引用的行业统计数据其统计口径可能存在差异

招股说明书所引用的有关行业的统计及其他信息，来自不同的公开刊物和研究报告，其统计口径可能存在差异。因此，引用自不同来源的统计信息未必完全具有可比性。

二、保荐人对发行人发展前景的评价

（一）我国婴幼儿辅食产业发展面临的机遇

1、新生儿数量巩固辅食消费人群基数，市场潜力巨大

近年来，我国人口出生率呈下降趋势，由于人口基数大，新生儿人口数量依旧可观，婴幼儿辅食产品受众群体巨大。同时，随着国家推出“双减”“三孩”等减轻生育硬性成本的一系列政策，全国各地鼓励生育相关政策和配套措施也逐步完善，并且随着我国居民消费水平的提高和消费结构的逐渐优化，母婴行业的消费潜能和意愿有望得到释放。

2、喂养观念的改变提升渗透率，促进产业规模的扩大

经过几十年的发展，尤其是近年来“健康中国行动”的实施，对“生命早期1000天”的关注及行业协会、专家、市场主体对辅食科学喂养理念的宣传推广，婴幼儿的科学喂养理念深入人心，我国辅食的渗透率逐年提升。

此外，新生代父母的精细化育儿理念持续释放辅食市场的需求。中国高等教育的普及，年轻一代较高学历的父母逐渐成为育儿市场消费主力，他们更加注重科学育儿，在育儿方面的支出持续提高。根据 CIC 灼识咨询研究，2019 年中国食用辅食的婴幼儿全年人均辅食支出为 3,589 元，大幅落后于其他成熟辅食市场。随着婴幼儿群体食用辅食的频次变高、宝宝辅食需求逐渐被满足，2024 年该数字已达 6,247 元。预计 2029 年中国婴幼儿全年人均辅食支出将达 7,318 元。科学育儿观念在消费者中的普及将持续助力辅食市场消费需求的不断释放。

3、日趋严格的监管措施促进供给端产业升级，优胜劣汰提升产业集中度

在法律法规方面，国家出台了《中华人民共和国食品安全法》、《婴幼儿辅助食品生产许可审查细则》等一系列法律法规，对婴幼儿辅食的开发、研发、生产、销售等环节进行规范，保障行业健康有序发展。

在产业政策方面，近年来国家出台了《中国儿童发展纲要》、《国民营养计划》、《食品安全标准与监测评估“十四五”规划》及有关行业标准，意在引导辅食行业向规范化、规模化、供给质量和效率显著提高方向发展，支持产业规模不断壮大，产业结构不断优化。

新政策法规的发布实施，促使整个行业逐步提高行业集中度，呈现优胜劣汰的态势，产业得到均衡发展。优质企业通过持续加大质量保障和研发投入，建立和塑造国产品牌形象，提升自主品牌在市场上的影响力，提高市场占有率，推动行业良性发展。

4、技术和观念的进步推动行业发展和产品创新

随着国外品牌引进海外产品、国内辅食产品迭代创新，中国婴幼儿辅食产品以单一谷类辅食为主的格局正在转变，逐渐向高端化、精细化、多品类方向转变，辅食企业顺应市场发展，开发出了多种新品，满足消费者日益变化的需求。

同时，新技术的应用，使新产品更加适应婴幼儿的身体发育和营养吸收。如在米粉中添加二价铁离子能够直接被人体吸收，带来更高的铁吸收率；米粉酶解工艺的应用，更利好婴幼儿的吸收，冲调性更好，营养成分更稳定；冻干技术应用到辅食生产工艺中，有助于平衡产品新鲜度等。此外，辅食类企业在产品原料、包装、形态和规格的创新，不断满足消费者的精细化喂养需求，创造新的溢价支撑点。

5、配套产业的日益完善强化了企业的核心竞争力

我国的食品工业经过多年的发展，已经形成了较为成熟的产业链条和较为完善的监管政策。原材料供应商、加工设备制造企业、产品生产企业、品牌运营商、销售平台及渠道商、零售终端之间分工明确，产业集群效应明显，为行业的发展提供了良好的平台。

辅食行业内的企业在自主建厂的同时，可以采用代加工模式，直接利用生产企业已有的生产线和设备生产产品，快速响应市场需求，迅速占领市场，在市场竞争中赢得有利地位；而代加工企业也可以专注食品生产和质量安全。产业分工与协作，强化了企业的核心竞争力，能够进一步提升我国婴幼儿辅食产业的运营水平。

（二）我国婴幼儿卫生用品行业发展面临的机遇

1、三孩政策出台及配套鼓励生育措施，减缓新生儿出生数量下降趋势

近几年我国新生人口数量有所下降，国家出台了三孩政策及配套的鼓励生育

措施，使得下降趋势有所缓解。与此同时，由于低线城市的养育成本更低、育龄人群的生活压力更小，生育意愿和生育率更高，预计未来一段时间，下沉市场新生人口增速将略高于一二线城市。

2、健康育儿理念深入人心，婴幼儿纸尿裤成为重点消费品类

随着生活水平和育龄人群受教育程度的提升，人们的育儿理念从过去传统、粗糙的育儿方式转变为现阶段科学化、精细化、个性化的育儿方式，育儿理念的更新带动母婴消费的升级，育龄人群提升了卫生护理意识，追求健康育养。婴幼儿卫生用品已经成为母婴消费中的重点品类之一。

3、线上线下渠道优势互补、互相融合

婴幼儿卫生用品是高频易耗的快消品，线上渠道购买方便、价格实惠、促销活动多，吸引了更多消费者；同时随着互联网电商的发展，企业加速数字化转型步伐，各类品牌增加线上化布局，使得近年来婴幼儿纸尿裤线上渠道的销售额逐年攀升。但是，具备体验和服务优势的线下渠道依然重要，未来线上和线下渠道将优势互补，互相融合，给消费者带来更好的购物体验，进一步促进企业的发展。

（三）发行人的竞争优势

1、原创“科学5阶精准喂养体系”，建立核心产品及品牌优势

作为我国辅食分阶喂养的倡导者和先行者，公司长期致力于婴幼儿辅食添加的科学性、合理性研究，独创的“科学5阶精准喂养体系”，从生理、营养和感知力发育三个维度，以婴幼儿成长的重要生命体征信号为核心，以婴幼儿成长的五个关键节点“坐”“咬”“爬”“站”“走”作为辅食分阶变化的标志，指导消费者科学育儿，为万千中国家庭带来了更加精准、便捷、高效的婴幼儿喂养解决方案。

公司的婴幼儿辅食产品以“科学5阶精准喂养体系”为核心，产品涉及多个品类，能够满足6至36月龄的婴幼儿多样的辅食添加需求。公司不断深化创新产品品类，夯实核心产品的优势地位，宣传推动婴幼儿科学喂养，将“英氏”品牌建设成为具有较强影响力的婴幼儿辅食国民品牌。“英氏”在中国婴幼儿辅食市场中的排名逐年提升，报告期各期排名均为第1，品牌形象深入人心。

2、多品牌多产品矩阵，满足多年龄段的婴童需求

公司以婴幼儿为核心服务人群，构建了“英氏”婴幼儿辅食、“舒比奇”婴幼儿卫生用品、“忆小口”儿童食品、“伟灵格”营养食品等四大品牌矩阵，产品覆盖婴幼儿米粉、即食粥、面条、果蔬泥、佐餐油、肉制品、饼干、零食类、婴幼儿卫生用品、山楂系列、儿童意面、DHA 等众多产品类别。

多样化的产品，从多个维度满足了婴童不同年龄段的营养及护理需求；多品牌、多品类产品矩阵的背后，是公司领先于竞争者的产品理念和产品开发能力；公司不断进行新产品的创新开发，各品牌、品类之间能充分发挥协同优势，是公司可持续发展的坚实基础，为公司赢得市场提供了有力支持。

3、技术与研发优势带来强大的新产品开发与管理能力

公司历来重视新产品开发和生产工艺的改进，坚持以自主研发为导向，掌握核心技术与工艺。公司掌握了婴童食品多维度协同锁鲜与品质稳态化集成技术、婴幼儿辅食营养素全流程多维协同稳定控制创新制造技术、婴幼儿辅食低敏配方及科学控制技术、人体工程学裁切工艺设计、无防腐剂色素低糖型山楂棒的生物保鲜与天然色泽稳态化集成技术等多项生产核心技术，拥有多项专利和完善的研发、检验设备体系，具备较强的产品开发能力。公司引入 IPMS（集成产品开发）流程管理机制，建立了以品类带头人牵头负责的全套产品研发与管理机制，提高了研发成功率和研发效率，并有效地节约了研发费用。公司通过构建产学研结合、内外部联动的创新体系，与优质的委托生产工厂、高等院校、科研院所进行联合研发与技术创新，将基础营养科学研究、原材料品质研究和生产实践进行整合，不断指导产品研发。

4、“五共质量管理体系”保证产品质量安全与供给稳定

公司通过实施“五共质量管理体系”，激发了英氏自有工厂及受托生产商的潜能，使各个工厂形成与公司一致的“质量文化、质量标准、质量行为”。“五共质量管理体系”囊括了工厂的最佳实践，将其与合作伙伴共享，使英氏产业链上的各企业形成协同效应，从而提升供应链效率，提高供应链的质量水平，保障了公司产品的质量安全性与供应链稳定性，提升了整个辅食行业的质量管理水平。

5、立体化、全渠道融合的营销网络全面覆盖市场的优势

公司坚持以用户为中心，全渠道融合运营，形成了以线下直营渠道、线下经销渠道与线上平台销售、线上自营店铺、线上分销等渠道相结合的立体多元的营销网络和渠道布局，实现了对用户的全触点营销和全渠道深度分销覆盖。

截至本发行保荐书签署日，公司建立了遍布全国 31 个省市自治区的深度分销网络，产品覆盖线下六万余个零售终端，包括孩子王、乐友、爱婴室、小飞象、孕婴世界等专业母婴连锁，山姆会员店、开市客、沃尔玛、Ole’、大润发、永辉、盒马、胖东来等专业超市，以及美团、京东到家等新零售渠道和众多小型母婴店、中小型超市等。线下渠道为消费者提供了更直观的购物体验，增加客户触点与体验场景，进一步加快品牌的市场渗透，提升母婴人群科学喂养认知水平，提高品牌知名度。

线上渠道方面，公司电商运营团队经过多年实践，积累了丰富的品牌推广与销售经验，与天猫、京东、抖音、拼多多等主流电商平台建立合作关系，依托电商平台面向终端消费者。同时，公司积极把握直播电商平台的快速发展节奏，自建直播团队使品牌直播间成为产品、品牌和“5 阶科学喂养理念”宣传推广的窗口。

线上线下互相融合的营销渠道突破了品牌营销网络建设的局限性，为更多的母婴人群提供更优质、更方便、更全面的产品与服务，是公司报告期收入持续快速增长的重要保障。

6、计划准、周转快、体验好的敏捷型供应链优势

公司通过构建数智化供应链中台，打通了主要业务系统，实现了供应链全链路的数据集成，为供应链端对端的高效协同和快速反应提供了系统保障。公司对进销存、计划、订单进行“三位一体”的全面管理，实现了客户需求与排产计划的持续精准，真正实现了以销定产。在生产环节，公司根据产品特性安排采购与生产，提高了生产柔性和交付能力、缩短了生产交付周期、大大降低库存和呆滞风险，公司全链存货周转率逐期提升。多类型的仓储配送策略，针对不同的业务场景配备不同的仓配布局，实现快速反应和优质的消费服务体验。公司通过实施敏捷型供应链，使得“需求计划—原材料采购—生产制造—物流配送”全链路以周为单位同频共振和快速响应，销售需求计划执行准确率达到行业领先水平，实

现了用户体验好、产品周转快，营运效率持续处于行业领先水平。

7、成熟、稳定、高执行力的团队优势

公司管理人员、核心技术人员稳定、人才结构合理，具有丰富的婴童食品与卫生用品行业管理、运营经验，对行业有较为深刻的理解与认知。公司自成立以来管理人员稳定，对公司的发展理念、公司文化和价值观高度认同，对行业的发展趋势和公司的技术、产品、业务流程、发展战略等均非常熟悉，能够做出最有利于公司发展的决策；核心技术人员对行业发展动态、产品研发趋势等具有深刻认知，对公司的改革创新、市场开拓等起着重要推动作用。

公司注重管理层和核心技术人员的培养，并在同上下游知名企业合作的过程中持续引入先进的管理理念。当前，公司的人才优势已经日渐显现，长期稳定、专业、高执行力、熟悉公司文化和价值观的管理人员、核心技术人员是公司更好、更稳定、更快发展的坚实后盾。公司管理人员将有效把握行业发展方向，紧跟市场步伐，为公司制定科学、合理的发展规划和发展战略，并确保在日常工作中加以落实和执行，促进公司长期健康发展。

综上，保荐人认为，发行人竞争优势较强，具有良好的发展前景。

第五节 其他事项的核查意见与说明

一、发行人募集资金投资项目合规性的核查意见

保荐人核查了发行人相关经营资料、财务资料等，详细分析了发行人募集资金投资项目可行性研究报告，查阅了相关产业政策、投资管理等法律法规，核查了本次募集资金投资项目投资备案进度，并与发行人董事和高级管理人员对公司未来发展与规划进行了沟通。

保荐人认为发行人募集资金均用于主营业务，并有明确的用途；募集资金数额和投资方向与发行人现有生产经营规模、财务状况、技术水平、管理能力及未来资本支出规划等相适应，符合国家产业政策、投资管理以及其他法律法规的规定。

二、保荐人对发行人即期回报摊薄情况的核查意见

发行人向不特定投资者公开发行股票前总股本为 15,053.2725 万股，根据发行人的发行方案，发行新股数量不超过 1,308.9800 万股（含本数，未考虑超额配售选择权），或不超过 1,505.3270 万股（含本数，全额行使本次股票发行的超额配售选择权），因此发行后总股本不超过 16,362.2525 万股或不超过 16,558.5995 万股。

本次募集资金拟用于湖南英氏孕婴童产业基地（二期）创新中心建设项目、婴幼儿即食营养粥生产建设项目、产线提质改造项目、全链路数智化项目和品牌建设推广项目。

本次发行完成后，随着募集资金的到位，公司的资金实力大幅增强，同时公司总股本和净资产均有较大幅度的增长，后续募集资金投资项目的效益将逐步体现，公司的净利润将有所增加。但由于募集资金投资项目的实施需要一定的时间周期，相关效益的实现也需要一定的时间，因此短期内公司的每股收益和净资产收益率等指标存在被摊薄的风险。

为降低本次发行摊薄公司即期回报的风险，增强对股东利益的回报，公司拟通过强化募集资金管理、加快募投项目投资进度、加强经营管理和内部控制、进一步完善利润分配制度等措施，提升资产质量，提高销售收入，增厚未来收益，

实现可持续发展，以填补回报。公司实际控制人、董事及高级管理人员亦根据中国证监会相关规定对公司填补回报措施能够得到切实履行作出了相关承诺。

本保荐人认为：发行人所预计的即期回报摊薄情况的合理性、填补即期回报措施以及发行人实际控制人、董事及高级管理人员所做出的相关承诺事项，符合《国务院关于进一步促进资本市场健康发展的若干意见》和《国务院办公厅关于进一步加强资本市场中小投资者合法权益保护工作的意见》中关于保护中小投资者合法权益的精神，以及中国证监会《关于首发及再融资、重大资产重组摊薄即期回报有关事项的指导意见》的规定。

三、保荐人关于本次发行聘请第三方行为的核查意见

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，本保荐人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）本保荐人有偿聘请第三方等相关行为的核查

1、聘请的必要性

为控制项目的信息系统风险，加强对项目以及发行人信息系统事项开展的独立尽职调查工作，本保荐人聘请立信会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称立信会计师）担任本次证券发行的保荐人（主承销商）信息系统专项核查会计师。

2、第三方的基本情况、资格资质、具体服务内容和实际控制人

立信会计师持有编号为 31000006 的《会计师事务所执业证书》，为中国注册会计师协会单位会员，专业开展审计、财务等领域的工作，且具备证券相关业务从业资格。立信会计师主要为本保荐人提供信息系统专项核查服务，辅助本保荐人加强对项目及发行人的信息系统核查方面的尽职调查工作。

3、支付费用、支付方式和资金来源

本次立信会计师的服务费用为 18.80 万元（含税），支付方式为银行转账。保荐人本次用于支付立信会计师服务费用的资金来源为自有资金。

（二）发行人除依法需聘请的中介机构外，存在直接或间接有偿聘请其他第三方的行为

本保荐人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，存在有偿聘请其他第三方的行为。

发行人聘请了深圳大象投资顾问有限公司对本次发行上市的募集资金投资项目提供可行性分析服务；聘请了湖南清旗环保科技有限公司作为环保咨询服务机构；聘请了北京荣大科技股份有限公司、北京荣大商务有限公司、北京荣大商务有限公司北京第二分公司提供申报材料制作相关服务。

（三）保荐人关于聘请第三方机构的核查意见

综上，保荐人及发行人存在聘请第三方等相关行为。

本次发行申请中，本保荐人除聘请立信会计师作为本次保荐业务的信息系统专项核查会计师外，保荐人不存在其他未披露的聘请第三方行为，相关聘请行为合法合规。

发行人在保荐人、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，另有偿聘请其他第三方机构深圳大象投资顾问有限公司、湖南清旗环保科技有限公司、北京荣大科技股份有限公司、北京荣大商务有限公司、北京荣大商务有限公司北京第二分公司的行为合法合规。

经核查，保荐人和发行人相关聘用行为合法合规，符合《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。

四、关于发行人创新发展能力的核查意见

（一）公司的创新发展能力

1、创新投入

报告期三年，公司的平均研发投入金额为 1,063.01 万元，最近三年研发投入复合增长率为 76.10%，最近一年研发投入金额为 1,714.83 万元。截至 2024 年末，公司共有研发人员 33 人，其中博士研究生 1 人，硕士研究生 26 人，公司研发人

员在婴幼儿辅食行业具有丰富的实践经验和技术积累。

公司制定了较为完善的研发管理制度和体系，研发活动以婴童营养与生长发育体征研究、技术发展及生产工艺研究、母婴产品发展及消费市场需求研究为出发点，建立了适合中国婴幼儿及其哺喂养育人群的产品矩阵，并且以产品销售与科学喂养理念推广过程中的市场反馈反哺产品研发，研发团队制定相应的策略并对产品的营养配方、制造工艺、包装保鲜、口味等方面进行调整和改进，以更好地满足消费者的需求，形成良性循环。同时，公司与中国营养学会、中国妇幼保健协会和湖南省农产品加工与质量安全研究所等科研院所，及上海交通大学、江南大学和中南林业科技大学等高校建立了产学研合作关系，在营养学、生理学、医学等多学科科学理论深度研究的基础上，实现研究成果的产业化，全方位为公司产品的科学性、创新性和安全性提供了理论支撑与实践保障。

公司建立了“湖南省省级企业技术中心”，是“湖南省产融合作制造业重点企业”，参与了“十四五”国家重点研发计划“食品营养与安全关键技术研发”项目，湖南省重大科技攻关“揭榜挂帅”制项目——“婴幼儿营养辅食安全加工关键技术研究、示范”和 2023 年度湖南省重点领域研发计划项目“浆果精深加工及高值利用关键技术与产品开发”等三项省部级以上的科技专项课题项目。

公司在对绩效考核优异的研发员工进行奖励外，还制定了技术创新激励制度，对在产品创新、技术创新、发表专利论文、获取职称等方面取得成果的公司员工、团队进行激励。市场化的创新激励机制鼓励公司研发人员不断进行产品和技术的创新，提升个人专业能力，有利于激发公司的创新活力。

2、创新产出

（1）独创“科学 5 阶精准喂养体系”，为我国婴幼儿提供精准科学的整体辅食喂养方案

1) “科学 5 阶精准喂养体系”的创新理念

作为我国辅食分阶喂养的倡导者和先行者，公司独创了英氏“科学 5 阶精准喂养体系”，并正与中国营养学会联合推动婴幼儿辅食分阶喂养标准化体系建立工作。公司长期致力于婴幼儿辅食添加的科学性和合理性研究，以婴幼儿成长的

重要生命体征信号为核心，以“辅食品种多样化”、“辅食质构科学化”和通过引导婴幼儿科学进食促进神经系统发育为依据，以婴幼儿成长的五个关键节点“坐”“咬”“爬”“站”“走”作为辅食分阶递进的标志，指导消费者科学育儿。对应“科学 5 阶精准喂养体系”，公司从营养、生理和感知力三个维度研究婴幼儿生长发育特点，结合《中国居民膳食指南（2022）》对 7-24 月龄婴幼儿蛋白、果蔬、谷物及油脂的添加指导，创新性地开发适应于不同阶段的产品，以满足不同阶段婴幼儿的健康发育需求。

2) “科学 5 阶精准喂养体系”的创新依据

辅食品种多样化、辅食质构科学化和通过引导婴幼儿科学进食促进神经系统发育是公司“科学 5 阶精准喂养体系”各阶段划分的科学依据。

《中国居民膳食指南（2022）》指出，食物多样化是平衡膳食的基础，能最大程度满足婴幼儿正常生理发育、免疫力及生理功能需求，满足身体能量和营养素的需求；食物多样化还有助于婴幼儿建立健康的饮食习惯，促进婴幼儿感知觉、心理认知和行为能力的发展等。根据国家卫生健康委发布的《婴幼儿喂养健康教育核心信息》，添加辅食坚持由少量到多量、由一种到多种，引导婴儿逐步适应。公司的辅食产品从原材料种类角度可分为谷薯类、果蔬类、鱼肉蛋豆类和佐餐油类等，能够全方位满足婴幼儿辅食营养与能量需求。

针对随着婴幼儿的成长，其摄食能力逐渐增强的特点，公司将产品设计的着力点聚焦于解决食物的质地与促进吞咽和咀嚼能力相匹配等问题上。根据国际吞咽障碍食物标准行动委员会（IDDSI）发布的统一的食物质构等级标准，将食物从液体到半固体到固体划分为八个等级。公司 1 阶至 5 阶辅食借鉴国际吞咽障碍食物分级标准的质构分类，由中度稠，过渡到半固体的糊状，最后达到正常的固体食物。

通过对婴幼儿辅食强化维生素、矿物质、DHA、益生菌、益生元等各种营养素，能够促进婴幼儿的神经发育。而婴幼儿辅食多样化的质地、温度、味道、颜色和形状等能够促进婴幼儿触觉、味觉、嗅觉、视觉、空间感知和动作计划能力等能力的发育。

3) “科学 5 阶精准喂养体系”的产品开发和创新成果

①立体化的产品矩阵

公司以“科学 5 阶精准喂养体系”为指导开发辅食产品，涵盖食物质构标准、营养配比参数等多个维度，从生理、营养、感知力方面为各阶段辅食明确界定科学、严谨、可量化的指标要求，具体情况如下：

项目		生理	营养	感知力
1 阶	婴幼儿特点	婴幼儿能扶坐、颈部能支撑头部、辅食添加初期肠胃娇嫩、消化吸收能力弱、容易便秘	婴幼儿体内铁营养需求高	婴幼儿萌牙前期，牙龈肿胀流口水、爱哭闹、需锻炼抓握能力、适应简单口味食物
	产品情况	质构等级：中度稠，粒度≤3mm； 产品：采用淀粉酶解工艺的泥糊状米粉、粒粒面等	强化维生素 C 与二价铁的婴幼儿米粉、肝粉等	可吸附口水的米饼、质地坚硬易抓握的磨牙棒等口味简单的一阶辅食
2 阶	婴幼儿特点	婴幼儿切牙开始萌出、爱啃咬、需锻炼咀嚼和吞咽能力	婴幼儿牙齿和骨骼快速发育、维生素 D 需求高，需添加适量油脂，提供部分能量及必需脂肪酸	婴幼儿五指分工动作逐渐灵活、需锻炼手眼协调的视觉能力、对味觉敏感、接触味道逐渐多样化
	产品情况	质构等级：高度稠或小颗粒，粒度≤5mm； 产品：碎末状的小颗粒米粉、碎碎面等	强化钙和维生素 D 的米粉、面条、果泥、核桃油和亚麻籽油等	易抓取的小造型泡芙、饼干等
3 阶	婴幼儿特点	婴幼儿爱爬爱动、尝试扶物站、长出 2-4 颗乳牙	婴幼儿需要更充足能量、增强体能	婴幼儿需锻炼拾取拿捏能力、开始认知颜色和外形、易挑食
	产品情况	质构等级：细馅型或大颗粒； 产品：能够练习咬、锻炼吞咽和翻动食物能力的大颗粒米粉、营养粥、小造型面等	强化锌的米粉、面条等	小造型易拾取拿捏的荤素谷物搭配、口味和营养丰富的溶溶豆、泡芙等
4 阶	婴幼儿特点	婴幼儿能独站、开始学习走路、乳磨牙开始萌出，需锻炼口腔肌肉和牙齿嚼碎能力	婴幼儿蛋白质需求高	婴幼儿逐渐认知形状颜色、能够趣味互动并进行情感培养和社交
	产品情况	质构等级：软质型； 产品：增加适当硬度、弹性和纤维质、造型	包含鱼类、肉类、蛋类、豆类等优质蛋白质	造型有趣、口味更加丰富的手指饼干、小小馒头；引入酸奶、奶酪、坚果等多样口

		面立体耐嚼、更劲道的彩蝶面、贝壳面等	的宽面、彩蝶面、贝壳面等	味
5 阶	婴幼儿特点	婴幼儿独走自如、爱跑跳、乳牙陆续长齐、能够咀嚼大颗粒的固体食物、消化吸收能力更成熟	婴幼儿饮食结构更复杂	婴幼儿学会语言交流、自主意识变强、需要进行社交探索 and 分享
	产品情况	质构等级：常规型；产品：食材多样，但需要控糖、控盐的五阶婴幼儿辅食	能够提供更丰富口感、食材种类更丰富的营养意式螺旋面等	公司开发了美味好玩、能够满足社交分享与亲子互动的炭烧棒等

②知识产权成果

基于“科学 5 阶精准喂养体系”公司研发了较多的辅食产品专利和非专利技术。在婴幼儿辅食方面，公司拥有专利 62 项，其中发明专利 3 项、实用新型专利 16 项、外观设计专利 43 项。

（2）公司的主要核心技术

公司通过长期实践探索，掌握了婴幼儿辅食、婴幼儿卫生用品和儿童食品领域的多项核心技术，形成了产品研制与应用创新相结合的技术体系。公司核心技术相关技术方向、技术简介、对应产品、技术成果及技术所处阶段详见招股说明书“第五节 业务与技术”之“四、关键资源要素”之“（一）主要核心技术和应用情况”。报告期内各期，公司应用核心技术的产品实现的收入分别为 128,278.00 万元、173,900.29 万元和 195,541.64 万元，占营业收入的比例分别为 98.98%、98.90%和 99.04%。

3、创新认可

（1）公司辅食销量连续三年排名第一，行业地位突出

我国婴幼儿辅食的基础研究和发展的历史较短，在过去很长时间，外资品牌主导了我国的婴幼儿辅食市场。公司凭借扎实的基础理论研究，结合我国婴幼儿在成长过程中的生理、营养、感知力情况，开发了适合不同成长阶段婴幼儿的产品矩阵，为我国婴幼儿科学喂养和辅食添加提供了成熟的国产化解决方案。根据多家知名的市场研究机构确认，“英氏”销售额已超越诸多外资品牌，在 2022 年至 2024 年婴幼儿辅食市场销量连续三年排名第一。根据北京大学国家发展研究

院发布的《中国线上消费品牌指数（2023-2025）》，“英氏”进入反映品牌质量的“全球品牌中国线上 500 强”。“英氏”领先的市场地位是公司在基础科学、产品研发、技术迭代方面不断创新的重要成果。“英氏”在我国婴幼儿辅食市场具有较强的行业代表性。

（2）公司立足产业深入科研，获得多方认可

公司是“湖南省省级企业技术中心”、“湖南省产融合作制造业重点企业”、湖南省人力资源和社会保障厅“博士后创新创业实验基地”、湖南省健康产品与生命科技工程技术研究中心联合共建单位。公司与湖南省产商品质量检验研究院成立“国家农副产品质量检验检测中心（湖南） 婴幼儿辅食联合研发实验室”，与中国工程院单杨院士团队共同组建了“婴幼儿辅食与营养产业发展研究院”科研合作平台，与江南大学创立了“婴童未来食品实验室”，与南京野生植物综合利用研究所共建了“敏感肌研究中心”。公司是中国营养学会、中国营养保健食品协会、中国妇幼保健协会、中国造纸协会生活用纸专业委员会成员单位。

（3）参与多项标准的研究与制定，推动行业标准化和规范化

公司基于营养学、生理学、医学、工程学的基础理论，深入行业实践，以自身较强的技术实力和技术水平主持并参与制定了多项标准，为行业的规范运营与健康发展做出了贡献。

公司是《儿童营养面条类制品》《儿童零食通则》《食用油（适用于婴幼儿）》《眼部营养食品通则》《DHA 藻油制品》《儿童干酪和儿童再制干酪》《儿童鱼肠》《儿童预包装膳食》《儿童意面》《儿童果糕》《医敏特护婴儿纸尿裤》《老年营养食品通则》《儿童山楂棒果糕》等 13 项团体标准的主要起草单位。公司正在参与《食品生产企业绿色制造评价规范》《奶粉定量充填包装机》《食品中微量营养素均匀性评价规范》《绿色食品 烘焙食品》《绿色食品 膨化食品》《绿色食品 果蔬酱》《婴幼儿辅助食品生产良好作业规范》《粉状食品中肽含量的定量分析方法》等国家标准、行业标准和地方标准的制定。

4、模式创新与转型升级

（1）创建“五共质量管理体系”提升辅食行业质量控制体系

1）“五共质量管理体系”的创建背景

随着科学育儿理念的不断普及，我国婴幼儿辅食市场正在快速发展，2024年婴幼儿辅食的市场规模已达到559.1亿元，但市场渗透率仅有38%，未来婴幼儿辅食市场还有广阔的发展空间。我国婴幼儿辅食行业的法规与国家标准体系处于不断完善的阶段，预计随着新国标修订及各类标准建设，将逐渐向国际先进水平看齐，有助于提高行业进入门槛，促进行业规范化与高质量发展，推动市场规模的进一步提升。

婴幼儿辅食的产能分布较为分散，且产品具有品类丰富、口味多元、工艺迭代不断推陈出新的特点，行业内生产工艺繁多复杂。婴幼儿辅食的目标消费群体为6-36个月的婴幼儿，家长们对产品的安全和品质高度关注。因此，为保障婴幼儿辅食产品的高品质和稳定性，解决婴幼儿辅食市场高速发展和供应链质量管理严格的矛盾，整合优质的生产资源，建立一套高度适配辅食行业的供应链质量管理体系，并不断对技术、工艺和产品迭代更新，有助于提升我国辅食行业的生产和质量管理水平。

2) “五共质量管理体系” 的创建原理

公司拥有十余年婴幼儿辅食产业技术实践和产品质量管理经验，始终以食品安全为根本，自有工厂先后通过了GMP、HACCP、ISO9001、BRC、IFS、CNAS等国内外先进的质量管理体系认证。为保障受托生产商质量管理能力，确保全部婴幼儿辅食产品能够达到公司预期的质量水平，公司在自我质量管理体系的基础上，融入SDCA、PDCA质量管理循环，建立了“共同研发、共用标准、共建体系、共享奖惩、共守目标”的“五共质量管理体系”，从管理、产品、协同三个维度，细分了25个模块，将自有工厂与受托生产商统一导入“五共质量管理体系”运行，打造优秀标杆工厂，在保障婴幼儿对辅食基本需求的基础上，不断提高产品标准，大幅提升婴幼儿辅食生产工厂作业水平。“五共质量管理体系”既确保了公司产品的安全性，又提升了行业供应链的整体质量管理水平。

3) “五共质量管理体系” 在产品、管理、协同方面的运行情况

①在产品维度铸就卓越品质

公司始终秉持超越客户期望的服务理念，将产品开发、验证确认、危害控制、产品一致性保障以及客户满意度提升五个关键环节紧密串联，形成全流程闭环管

理体系。在产品开发构思阶段，公司通过深入的市场调研与前沿技术研究，确保产品设计精准契合市场需求与行业趋势；研发过程中，公司通过多轮次严格的验证与确认，保障产品性能的可靠性与稳定性；建立了完善的危害控制机制，从原材料采购源头到生产加工、储存运输等各个环节，全面排查并消除潜在风险因素；公司制定了严格的产品一致性标准，确保每一批次产品质量稳定统一；公司高度重视客户反馈，持续优化产品，致力于为客户提供超越期待的优质产品体验。

②在管理维度实现质量管理进阶

管理维度紧密遵循质量管理的科学发展规律，为公司质量管理提供了清晰的进阶路线图，对于自有工厂和受托生产商的质量管理等级进行科学分级分类，引导各个工厂逐步达到“五共质量管理体系”的最高标准。

“五共质量管理体系”质量管理提升的阶段包括：在质量保证阶段，工厂在夯实质量检验的基础上，建立起了完善的质量管理制度与流程，对生产过程进行全程监控；在质量预防阶段，运用数据分析、风险预警等先进技术手段，提前识别并解决潜在质量问题；通过构建优秀的质量管理系统，整合工厂内部各部门资源，实现质量管理的协同化与高效化；在全面质量管理阶段，将质量管理融入工厂的战略与企业文化，持续提升整体运营质量与管理水平，实现从基础质量控制到全面质量管理的跨越。

公司从自有工厂和受托生产商实际的质量管理水平出发，实施分级分类管理，将不同工厂分别导入对应的质量管理提升的对应阶段，通过引导各个工厂质量管理水平的不断提升，最终实现各个工厂的质量管理水平达到卓越水平。

③在协同维度构建一体化质量管理生态

受托生产商是公司产品生产环节的重要组成部分，其产品质量直接关乎公司品牌声誉与市场竞争力。公司通过与厂商建立深度协同，保障在共同研发方面，公司与受托生产商共享研发资源与技术成果，共同开展新产品研发项目，确保产品满足市场需求与行业标准；通过建立共享奖惩机制，将产品质量与双方利益紧密挂钩，激励受托生产商积极提升产品质量；公司协助受托生产商共建质量管理体系，输出先进的管理经验与方法；各工厂共用统一的质量标准，从原材料采购、生产工艺到成品检验，确保双方在质量管控上的一致性；公司与受托生产商共守

统一的质量目标，形成紧密的质量共同体，共同构建一体化的质量管理生态，有效提升整个供应链的质量管控能力与运营效率。

4) “五共质量管理体系”的行业认可

“五共质量管理体系”被湖南省市场监督管理局推荐为“2024 年企业首席质量官质量变革创新入围案例”，收录在《全国企业首席质量官质量变革创新良好实践（2024 年）》。公司论文《婴童食品质量管理体系建立及应用-五共质量管理体系》发布于中国标准化研究院和中国标准化协会主编的期刊《中国标准化》。公司及受托生产商均以“五共质量管理体系”作为产品生产及质量控制的标准。

(2) “敏捷型供应链”模式创新

公司的产品品类丰富、生产工厂分布广、消费者对产品日期新鲜度及质量稳定性要求高，基于上述行业和市场特点，公司一直致力于建设又好又快的敏捷型供应链，用户体验好、产品周转快，营运效率持续处于行业领先水平。

1) 数智化供应链建设

公司从需求计划、供应商采购、生产制造、质量检测、物流配送、产品追溯、新鲜度监控等全环节实现业务数字化，搭建完成供应链中台，打通和集成了 SRM、OEM 协同平台、SAP、NC、旺店通等各系统平台，实现了全链路在库数据集成，供应链端对端的高效协同与快速反应。

2) “三位一体”以销定产的管理模式

公司对进销存、计划、订单进行“三位一体”的全面管理，通过全渠道精细化的进销存管理，构建销售计划预测模型和算法，让生产计划更大程度接近销售需求。公司构建了以重点客户订单日、新产品推广计划为核心的计划订单管理模式，解决供应链供需矛盾问题，达到供需持续平衡，提高计划准确率，公司存货周转率逐期提升。

3) “轻单快反”的生产供应模式

公司推动计划准、响应快的“轻单快反”生产供应模式，对生产和采购分最小经济批量和最小订单量两种模式进行管理。公司通过产品贡献度将产品分类，对于销量较大的产品按最小经济批量，对销量略小的产品按最小订单量生产和采

购，提升生产计划精准度。公司将供应链“需求计划—原材料采购—生产制造—质检—物流配送”全链路进行统筹管理，提升交付效率，实现以周为单位的订单交付。“轻单快反”的供应模式提高了生产柔性和交付能力、缩短了生产交付周期、大大降低库存和呆滞风险，提升了产品新鲜程度。

4) 多场景又好又快的交付模式

公司通过多类型的仓储配送策略，针对不同的业务场景配备不同的仓配布局，实现快速反应和优质的消费服务体验。公司探索实现了 B 端、C 端同仓的系统解决方案，在周转提效的同时，提升了仓储利用率和订单满足率。

(3) 以高效商业成功为目标的产品开发与管理模式

公司引入集成产品营销与销售 IPMS 流程管理机制，并在此基础上建立了以品类带头人牵头负责制的整套产品研发与管理机制，形成了“IPMS+品类带头人负责制”结合的管理模式。该模式贯穿用户洞察、市场研究、新品开发、工艺实现、技术管理、质量管理、新品上市、稳定销售等各环节的产品全生命周期，并且实现了全面的信息化、数字化和在线化。

该模式由品类带头人领导产品商业化全过程，将与产品相关的动作整理成为贯穿全公司各部门、公司级别的活动流程。通过定义各部门在产品生命周期各个环节中的关键职责和协同合作关系，以及品类带头人的外部研究和内部牵引、整合，推动公司在品类规划、产品开发、质量管理、商渠匹配、市场营销、产品全链路的量本利经营等方面进行不断优化，高效调度公司内外部的资源，使得公司实现产品商业成功和经营效益最大化。

(二) 核查方式

1、访谈了发行人的实际控制人、董监高及各部门主要负责人员，了解发行人盈利模式、销售模式、生产模式、研发模式、组织架构以及公司产品与技术创新；

2、走访了发行人主要客户及供应商，了解发行人与主要客户、供应商的合作情况，以及发行人行业市场地位、核心竞争力和可持续经营能力；

3、查阅了发行人同行业上市公司的公开资料、研究报告、行业网站、国家

政策文件等，了解发行人所处行业的市场规模及发展前景、技术指标、行业地位、技术壁垒；

4、查看发行人的销售费用明细表，分析客户的区域覆盖情况、产品类别情况、主要客户构成等情况；

5、查看发行人的研发费用明细表，对报告期各期研发投入占营业收入的比例进行分析；

6、核查发行人的员工花名册、研发部门核心技术人员简历和研发项目阶段性材料；

7、核查发行人专利权、商标权等相关无形资产的证明文件。

（三）核查结果

经核查，保荐人认为发行人具备持续的创新发展能力。

五、相关责任主体承诺事项的核查意见

保荐人查阅了发行人及持股 5%以上股东、实际控制人、发行人董事、监事及高级管理人员对相关事项的承诺函，并将承诺函的内容与《注册管理办法》《上市规则》《北京证券交易所上市公司持续监管指引第 8 号—股份减持和持股管理》等法律法规进行了比照，分析了承诺函的合规性。同时，保荐人查阅上述对象针对承诺事项未能履行所提出相应的约束措施的内容，对该等约束措施的及时性、有效性及可操作性进行了分析。

保荐人认为，发行人及持股 5%以上股东、实际控制人、发行人董事、监事及高级管理人员对相关事项均已做出承诺，承诺的内容符合相关法律法规的规定，内容合理，具有可操作性。若发生相关承诺未被履行的情形，出具承诺的相关责任主体已提出相应的约束措施，该等约束措施及时、有效，具备可操作性，能够保障投资者的利益不会受到重大侵害。

六、发行人私募投资基金备案的核查情况

截至本发行保荐书签署日，发行人 13 名非自然人股东中，7 名股东属于《私募投资基金监督管理暂行办法》中规定的私募投资基金或私募基金管理人，具体情况如下：

序号	股东名称	基金编号	基金管理人	基金管理人 登记编号
1	华润润湘	SGV590	深圳市华润资本股权投资有限公司	P1002724
2	财信精进	SLB367	湖南省财信产业基金管理有限公司	P1060992
3	财信精益	SQE433	湖南省财信产业基金管理有限公司	P1060992
4	湖南厚元	SNC463	西藏厚元资本管理有限公司	P1011411
5	齐鲁前海	SQH966	前海方舟（青岛）创业投资基金管理 合伙企业（有限合伙）	P1071592
6	前海方舟	/	/	P1030546
7	方舟青岛	/	/	P1071592

可孚医疗为深圳证券交易所上市公司，珠海众霖、前海淮泽、方舟郑州、长沙英瑞、长沙英茂的资金来源于合伙人出资，不存在非公开募集资金情形，亦不存在委托其他方管理其资产或接受委托管理其他机构资产的情形，不属于《私募投资基金监督管理暂行办法》所规定的私募投资基金，无需履行私募投资基金备案程序。

七、审计截止日后主要经营状况的核查情况

（一）会计师事务所的审阅意见

公司财务报告审计截止日为 2024 年 12 月 31 日，天职国际对公司 2025 年 3 月 31 日的合并及母公司资产负债表、2025 年 1-3 月的合并及母公司利润表、合并及母公司现金流量表以及财务报表附注进行了审阅，出具了《审阅报告》（天职业字[2025]30026 号）。审阅意见如下：

“根据我们的审阅，我们没有注意到任何事项使我们相信该中期财务信息没有按照企业会计准则的规定编制，未能真实而公允地反映被审阅单位 2025 年 3 月 31 日的财务状况及相应 3 个月的经营成果和现金流量。”

（二）发行人的专项声明

根据《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票并上市业务规则适用指引第 2 号》的规定，公司在招股说明书中补充披露了财务报告审计截止日后的财务信息及主要经营状况，提供并披露了未经审计的财务报表。

公司及全体董事、监事、高级管理人员保证公司 2025 年 1-3 月财务报表所载资料不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确

性及完整性承担个人及连带责任。公司单位负责人、主管会计工作负责人及会计机构负责人保证公司 2025 年 1-3 月财务报表真实、准确、完整。

(三) 财务报告审计截止日后主要财务信息

1、合并资产负债表主要数据

单位：万元

项目	2025 年 3 月 31 日	2024 年 12 月 31 日	变动金额	变动比例
资产总额	144,196.56	148,528.51	-4,331.95	-2.92%
负债总额	40,945.81	53,384.03	-12,438.21	-23.30%
所有者权益	103,250.74	95,144.48	8,106.26	8.52%
归属于母公司所有者权益	103,388.74	95,260.78	8,127.96	8.53%

2、合并利润表主要财务数据

单位：万元

项目	2025 年 1-3 月	2024 年 1-3 月	变动金额	变动比例
营业收入	54,007.16	48,095.95	5,911.21	12.29%
营业利润	10,667.36	10,215.00	452.36	4.43%
利润总额	10,671.96	10,279.42	392.53	3.82%
净利润	8,095.23	7,693.08	402.15	5.23%
归属于母公司所有者净利润	8,116.93	7,704.17	412.76	5.36%
扣除非经常性损益后归属于 母公司所有者净利润	7,889.23	7,533.21	356.02	4.73%

3、合并现金流量表主要财务数据

单位：万元

项目	2025 年 1-3 月	2024 年 1-3 月	变动金额	变动比例
经营活动产生的现金流量净额	6,837.16	8,038.44	-1,201.27	-14.94%
投资活动产生的现金流量净额	-6,546.90	-16,121.19	9,574.29	59.39%
筹资活动产生的现金流量净额	-9,222.66	-53.51	-9,169.16	-17,136.75%

4、非经常性损益表主要财务数据

单位：万元

项目	2025 年 1-3 月
非流动资产处置损益	0.56
计入当期损益的政府补助（与企业业务密切相关，按照国家统一标准定额或定量享受的政府补助除外）	24.00

项目	2025 年 1-3 月
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外，持有交易性金融资产、衍生金融资产、交易性金融负债、衍生金融负债产生的公允价值变动损益，以及处置交易性金融资产、衍生金融资产、交易性金融负债、衍生金融负债和其他债权投资取得的投资收益	260.34
单独进行减值测试的应收款项减值准备转回	3.00
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	4.59
其他符合非经常性损益定义的损益项目	11.12
小计	303.62
减：所得税影响额	75.90
少数股东权益影响额（税后）	0.01
非经常性损益净额	227.70

5、财务报表审计截止日后主要财务变动分析

（1）财务状况分析

截至 2025 年 3 月 31 日，公司资产负债状况总体良好，资产总额为 144,196.56 万元，负债总额为 40,945.81 万元，归属于母公司所有者权益为 103,388.74 万元。其中资产总额较上年末变动较小；负债总额较上年末减少 12,438.21 万元，主要系公司偿还银行借款，同时支付英氏浏阳生产基地的工程款导致其他应付款余额减少所致。

（2）经营成果分析

2025 年 1-3 月，公司营业收入 54,007.16 万元，较上年同期增长 12.29%，净利润 8,095.23 万元，较上年同期增长比例为 5.23%，扣除非经常性损益后归属于母公司所有者净利润 7,889.23 万元，较上年同期增长 4.73%。公司坚持以自主品牌为主的发展战略，持续提升品牌影响力；通过创新开发新品类、拓展新渠道，销售规模持续提升；公司加强渠道与终端价格管理，有效提升了产品的竞争力水平；此外，公司进行精益化生产管理，持续降本增效。因此，公司收入及利润的变动与经营策略及发展趋势相匹配。

（3）现金流量分析

2025 年 1-3 月，公司经营现金流量净额为 6,837.16 万元，同比减少 1,201.27 万元，减少比例为 14.94%，主要系公司推广力度较大，付现费用金额增长；投

资活动产生的现金流量净额为-6,546.90 万元，同比变动 9,574.29 万元，主要系公司进行现金管理，本期购买与赎回银行理财产品的现金流量净额较上年同期增加了 9,170.00 万元；筹资活动产生的现金流量净额为-9,222.66 万元，同比变动较大，主要系偿还银行借款所致。

（4）非经常性损益情况

2025 年 1-3 月，公司非经常性损益净额为 227.70 万元，主要为购买的银行理财产品收益。

（四）财务报告审计截止日后主要经营情况

公司财务报告审计截止日为 2024 年 12 月 31 日，财务报告审计截止日至本发行保荐书签署日，公司经营情况稳定，主要经营模式未发生重大变化，主要客户和供应商的构成等其他可能影响投资者判断的重大事项等方面未发生重大变化，未发生对经营情况和未来经营业绩造成重大不利影响的事项。

八、保荐人的推荐结论

在对发行人进行充分的尽职调查、审慎核查的基础上，保荐人认为：发行人本次证券发行符合《公司法》《证券法》《注册管理办法》和《上市规则》等法律、法规及规范性文件中有关发行股票的条件，发行申请材料不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。西部证券同意担任英氏控股集团股份有限公司的保荐人并推荐发行人申请向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市，并承担相关的保荐责任。

附件：

《西部证券股份有限公司保荐代表人专项授权书》

《西部证券股份有限公司关于签字保荐代表人申报在审企业家数等业务情况的说明与承诺》

（以下无正文）

（本页无正文，为《西部证券股份有限公司关于英氏控股集团股份有限公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市之发行保荐书》之签字盖章页）

项目协办人：

武文涛

武文涛

2025年6月7日

保荐代表人：

韩星

韩星

2025年6月7日

瞿孝龙

瞿孝龙

2025年6月7日

保荐业务部门负责人：

邹扬

邹扬

2025年6月7日

内核负责人：

倪晋武

倪晋武

2025年6月7日

保荐业务负责人：

李锋

李锋

2025年6月7日

保荐人总经理：

齐冰

齐冰

2025年6月7日

保荐人董事长、法定代表人

徐朝晖

徐朝晖

2025年6月7日



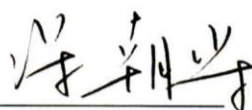
附件 1:

西部证券股份有限公司保荐代表人专项授权书

根据《证券发行上市保荐业务管理办法》及有关文件的规定，我公司授权韩星、瞿孝龙两位同志担任英氏控股集团股份有限公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市的保荐代表人，负责该公司发行上市的尽职保荐及持续督导等保荐工作事宜。

特此授权。

授权人（法定代表人）签字：

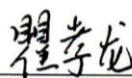


徐朝晖

保荐代表人：



韩 星



瞿孝龙



附件 2:

西部证券股份有限公司

关于签字保荐代表人申报在审企业家数等业务情况 的说明与承诺

西部证券股份有限公司作为英氏控股集团股份有限公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市项目的保荐人，现授权韩星、瞿孝龙两人作为保荐代表人具体负责该项目的尽职推荐及持续督导等保荐工作事宜。保荐人就签字保荐代表人负责在审项目、保荐工作家数的相关情况，说明与承诺如下：

韩星保荐执业情况：（1）熟练掌握保荐业务相关的法律、会计、财务管理、税务、审计等专业知识，最近五年内具备三十六个月以上保荐相关业务经历、最近十二个月持续从事保荐相关业务，最近十二个月内未受到证券交易所等自律组织的重大纪律处分或者中国证监会的重大监管措施，最近三十六个月内未受到中国证监会的行政处罚；（2）最近三年内未曾担任已完成的首次公开发行并上市项目或再融资项目签字保荐代表人；（3）截至本说明出具之日，无申报的在审企业；

瞿孝龙保荐执业情况：（1）熟练掌握保荐业务相关的法律、会计、财务管理、税务、审计等专业知识，最近五年内具备三十六个月以上保荐相关业务经历、最近十二个月持续从事保荐相关业务，最近十二个月内未受到证券交易所等自律组织的重大纪律处分或者中国证监会的重大监管措施，最近三十六个月内未受到中国证监会的行政处罚；（2）最近三年内，除担任本项目签字保荐代表人外，曾担任南华生物医药股份有限公司向特定对象发行股票并上市再融资项目的保荐代表人；（3）截至说明出具之日，无申报的在审企业；

本项目的签字保荐代表人符合《证券发行上市保荐业务管理办法》《北京证券交易所证券发行上市保荐业务管理细则》的规定，本公司同意授权韩星和瞿孝龙担任本项目的保荐代表人。

同时，本公司和本项目签字保荐代表人承诺：上述说明真实、准确、完整，如有虚假，愿承担相应责任。

（本页无正文，为《西部证券股份有限公司关于签字保荐代表人申报在审企业家数等业务情况的说明与承诺》之签字盖章页）

保荐代表人：



韩 星



瞿孝龙

