

兴业证券股份有限公司

关于

深圳千岸科技股份有限公司

**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

上市保荐书

保荐机构（主承销商）



（福州市湖东路 268 号）

二〇二五年六月

保荐机构及保荐代表人声明

兴业证券股份有限公司（以下简称“兴业证券”、“保荐人”或“保荐机构”）及其保荐代表人已根据《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》”）、《北京证券交易所股票上市规则》（以下简称“《股票上市规则》”）等法律法规和中国证监会及北京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。

本上市保荐书如无特别说明，相关用语具有与《深圳千岸科技股份有限公司招股说明书》中相同的含义。

目录

保荐机构及保荐代表人声明.....	1
目录.....	2
一、发行人概况及本次证券发行情况.....	3
二、保荐机构对发行人本次证券上市是否符合北京证券交易所发行上市条件的说明.....	11
三、保荐机构是否存在可能影响公正履行保荐职责的情况.....	26
四、保荐机构按照中国证监会和北京证券交易所有关规定应当承诺的事项.....	26
五、持续督导期间的工作安排.....	27
六、保荐机构和相关保荐代表人的联系地址及通讯方式.....	28
七、保荐机构认为应当说明的其他事项.....	28
八、保荐机构对发行人本次股票上市的保荐结论.....	28

一、发行人概况及本次证券发行情况

（一）发行人概况

1、发行人的基本信息

发行人名称	深圳千岸科技股份有限公司
英文名称	Shenzhen Thousandshores Technology Co., Ltd.
证券代码	874600
证券简称	千岸科技
统一社会信用代码	91440300559872352Y
注册资本	7,275.00 万元
法定代表人	何定
成立日期	2010 年 8 月 2 日
办公地址	广东省深圳市南山区南山大道 3186 号莲花广场 B 栋 1101
注册地址	广东省深圳市南山区南山大道 3186 号莲花广场 B 栋 1101
邮政编码	518052
电话号码	0755-86344651
传真号码	0755-86344651
公司网址	https://www.1000shores.cn/
电子信箱	ir@1000shores.com
负责信息披露和投资者关系的部门	董事会办公室
董事会秘书或者信息披露事务负责人	高娜
投资者联系电话	0755-86344651
经营范围	一般经营项目是：电子商务平台技术服务；信息传输、软件和信息技术服务；计算机软、硬件、通讯产品、电子产品、机械设备的研发及销售；经营电子商务（涉及前置性行政许可的，须取得前置性行政许可文件后方可经营）；国内贸易；货物及技术进出口。（以上法律、行政法规、国务院决定禁止的项目除外，限制的项目须取得许可后方可经营）
主营业务	公司从事自有品牌产品的研发、设计和销售，产品覆盖艺术创作、数码电子、家居庭院、运动户外四大领域
主要产品与服务项目	公司长期坚持打造国际知名自有品牌，自主创立品牌包括 Ohuhu、Tribit、Sportneer、iClever 等

2、发行人的主营业务

公司是一家从事自有品牌产品研发、设计并主要通过电商平台和自营网站进行销售的高新技术企业。一方面，公司以产品的研发设计创新为核心驱动力，依

托研发技术积累，打造核心优势品类与市场知名品牌。另一方面，公司以信息系统技术创新为公司业务高效运转的核心基石，通过自主开发设计的跨境电商全业务链条数字化与智能化运营管理系统，打造公司平台化快速反应能力与精细化服务水平，高效地将自主品牌的差异化产品销售给全球消费者，主要产品包括艺术创作、数码电子、运动户外、家居庭院等类别，为全球消费者提供有趣生活体验。



(1) 公司以产品研发设计创新为核心驱动力

在产品研发环节，公司长期根植消费者家庭休闲生活核心场景，并借助公司运营系统的多样化智能趋势追踪功能，同时通过线上消费者反馈与线下用户调研等多渠道的消费者互动信息，实现对特定消费人群行为与心理特征的精准把控，形成了系统化的消费者需求分析能力，并构建自身的场景化、精细化与差异化创新性产品研发设计理念。在此基础上，公司通过专业研发人才队伍建设，标准研

发实验室的搭建，与针对各品类产品特性功能开发的完善核心技术体系的建立，成功研发打造了覆盖艺术创作、数码电子、家居庭院、运动户外四大领域的产品矩阵，为全球消费者提供有趣生活体验，有效满足消费者个性化与差异化的消费需求，公司多个系列核心品类产品长期位列于亚马逊 BS（Best Sellers）榜单百名榜。

基于强大的差异化消费需求把控能力与突出的产品研发创新实力，公司成功创立了 Ohuhu、Tribit、Sportneer、iClever 等具有市场影响力的自有品牌。其中公司 Ohuhu 品牌荣获“2019 年度亚马逊全球开店中国出口跨境品牌百强”、“2021 年度浙江省跨境电商出口知名品牌”、“第二十二届深圳（湾区）知名品牌”，并多次进入 OneSight 编制的《BrandOS 出海品牌社媒影响力榜单》排名和易势科技联合每日经济新闻发布的《中国跨境电商品牌影响力排行榜》Top100 榜单，且自 2019 年以来在文具办公品类中保持榜首，旗下马克笔产品深受绘画爱好者的热捧，荣获 2024 年度德国红点设计奖（Red Dot）、法国设计奖和美国缪斯设计奖金奖，品牌销售额与销售量在亚马逊绘画笔类产品中排名前列。近年来 Ohuhu 品牌关键词搜索热度在亚马逊主要站点与 Google Trends 中均保持在较高水平，且呈良好增长趋势，品牌的市场影响力与消费者粘性不断增强。公司蓝牙音箱荣获顶级科技媒体 Wirecutter 最佳音箱奖、美国知名科技媒体 CNET 颁发的“CNET 2020 Editor's Choice”大奖，耳机系列产品亦数次荣获德国红点设计奖（Red Dot）、汉诺威工业设计奖（iF）、日本 VGP SUMMER 大奖等诸多奖项，并常居亚马逊同类产品畅销榜单。

（2）信息系统技术创新系公司业务高效运转的核心基石

在信息系统开发建设环节，公司自设立之初便组建了专业的信息系统开发技术团队，经过多年研发和技术攻关，成功研发了囊括 ERP 企业管理系统、WMS 仓储管理系统、TQC 品质管理系统、智能营销管理系统等多个子系统为一体的运营管理系统，打造了覆盖产品研发设计、采购、仓储、物流、销售、日常运营管理等全业务链条的数字化与智能化运营管理体系，以数字化技术赋能上下游产业链，通过搭建全产业链的高效流畅协作运转机制，进一步提升运营效率、降低运营成本，形成稳定可靠的技术优势，为公司业务高速发展提供强有力的支撑，进一步提高企业的核心竞争力。

凭借多年的技术积累与创新沉淀，公司技术实力与市场地位获得了行业、政府部门、社会机构等的高度认可，并积累了丰富的知识产权成果。近年来，公司被认定为深圳市专精特新中小企业、深圳市科技型中小企业、国家鼓励的软件企业、广东省数字贸易龙头企业（贸易数字化平台类）、技术先进型服务企业，并参与《数字化供应链体系架构》国家标准（标准计划号：20221956-T-339）的起草。截至报告期末，公司已获授权专利 334 项，其中发明专利 18 项，实用新型专利 102 项，外观设计专利 214 项，另有计算机软件著作权 70 项。

3、发行人主要经营和财务数据及指标

项 目	2024.12.31/ 2024 年度	2023.12.31/ 2023 年度	2022.12.31/ 2022 年度
资产总额（万元）	81,978.20	63,887.69	65,436.49
归属于母公司所有者权益（万元）	49,661.17	34,838.68	27,616.63
资产负债率（母公司）（%）	13.98	21.36	35.92
营业收入（万元）	166,714.39	139,985.68	153,875.43
净利润（万元）	14,418.68	9,642.60	2,649.73
归属于母公司所有者的净利润（万元）	14,418.68	9,642.60	2,649.73
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润（万元）	14,297.93	9,140.96	2,230.61
基本每股收益（元）	1.98	1.33	0.36
稀释每股收益（元）	1.98	1.33	0.36
加权平均净资产收益率（%）	34.13	30.49	10.11
经营活动产生的现金流量净额（万元）	17,187.49	20,720.64	14,918.74
现金分红（万元）	-	3,000.00	-
研发投入占营业收入的比例（%）	1.60	1.43	1.55

4、发行人存在的主要风险

（1）经营风险

①Amazon 平台集中度较高的风险

公司主要通过 Amazon 等第三方电商平台以及公司自有品牌网站实现自有品牌产品的销售。Amazon 是公司最主要的销售平台，2022 年、2023 年和 2024 年公司通过 Amazon 平台实现的销售收入占主营业务收入的比例分别为 95.49%、93.42%和 90.30%，逐年下降，但集中度较高。

如果公司未来无法与 Amazon 平台保持良好的合作关系，或 Amazon 平台的销售政策、收费标准等发生重大不利变化，亦或公司在 Amazon 平台的经营情况不及预期，且未能及时拓展其他有效的销售渠道，将对公司的经营业绩产生不利影响。此外，如果 Amazon 由于市场竞争、经营策略变化或当地国家政治经济环境变化而造成市场份额降低，而公司未能及时调整销售渠道策略，亦可能对销售额产生负面影响。

②受美国关税政策影响业绩波动甚至大幅下滑的风险

报告期内，公司境外收入占主营业务收入的比例分别为 99.65%、99.56%、和 99.57%，占比较高，为公司营业收入的主要来源，销售市场主要包括美国、加拿大、欧洲等国家和地区。其中，发行人来自美国地区的主营业务收入占比分别为 57.78%、53.08%和 51.01%。

2025 年 2 月以来，美国数次对华加征关税，若公司未来无法通过终端涨价、与供应商成本共担等方式进行成本转嫁，或者公司品牌影响力无法持续保持竞争优势，将对公司美国市场业务带来不确定性，公司将面临经营业绩波动甚至大幅下滑的风险。

③品牌力受损的风险

公司自设立以来持续打造具有市场影响力的自有品牌，并坚持精品模式运营，已成功创立了 Ohuhu、Tribit、Sportneer、iClever 等具有市场影响力的自有品牌。品牌影响力对公司的持续盈利具有重要影响，如公司产品质量、品牌维护、运营推广及售后服务等方面出现问题，将会直接影响公司的品牌形象和品牌美誉度，进而对公司的经营业绩和持续盈利能力产生负面影响。

④新技术和新产品开发失败的风险

面对激烈的市场竞争，公司构建了场景化、个性化和差异化的产品创新设计理念，并掌握了产品开发的相应核心技术体系，同时搭建了全链路的数字化和智能化的运营体系，以快速响应市场变化，满足消费者需求。若公司新品开发失败或者不及市场预期、公司信息系统无法及时更新迭代满足行业趋势变化，将对公司的财务状况和未来发展将产生不良影响。

⑤采用成品采购经营模式的风险

公司采用成品采购的经营模式，对供应商的产能与交付能力有一定的要求，虽然公司已对供应商的资金能力、资质认证和生产规模等进行严格筛选，但若部分核心供应商因其自身经营问题或外部突发事件导致产能波动或供应能力阶段性中断，而公司短期内难以通过调整供应商弥补产能缺口，则可能直接造成订单履约延迟或缺货，进而影响公司市场份额和品牌形象。

⑥境外监管政策变动的风险

公司主要从事跨境电商出口贸易业务，报告期内，公司主要的销售区域为北美洲和欧洲等，并主要通过在美国、德国、中国香港等国家和地区设立境外子公司进行海外市场的销售。公司的经营活动不仅受到中国政府相关法律法规的管辖，还在税收、知识产权、消费者权益保护及不正当竞争等方面面临不同国家和地区复杂的监管环境。如果未来境外子公司或消费者所在国家或地区法律法规及相关监管要求发生不利变化，而公司管理层未能正确理解或及时根据相关监管政策的变化进行调整，则可能使公司面临相关国家的监管或处罚措施，从而对公司经营业绩造成不利影响。

(2) 财务风险

①存货管理的风险

报告期各期末，公司存货余额分别为 23,658.92 万元、17,892.94 万元和 23,842.55 万元，占资产总额的比例分别为 36.16%、28.01%和 29.08%。报告期内，公司存货周转率分别为 3.28 次/年、4.05 次/年和 4.69 次/年。由于公司所处行业的经营模式需维持较高规模的备货，一定程度增加了公司的存货跌价风险和资金占用压力。若公司未来不能合理控制存货规模，或市场竞争、消费者需求等因素变化导致公司产品不能持续满足市场需求而出现滞销、存货积压，则公司可能存在存货跌价的风险，进而对公司的财务状况和经营成果产生不利影响。此外，公司存货主要存放于亚马逊 FBA 仓、自营仓和其他第三方仓等，若该等仓库存货或其他在途存货因管理不善，而出现损失或损害等情况，将对公司的经营业绩造成不利影响。

②海运价格波动的风险

公司主要通过海运的方式将商品运输至北美、欧洲等主要海外销售地区的

FBA 仓、自营仓及第三方仓，国内仓至海外仓产生的物流费用纳入头程物流成本。2022 年，受国际宏观环境影响，国际海运物流紧张，海运费显著异常上涨，公司头程物流成本显著提高，对公司经营业绩产生了一定影响。2023 年，国际海运费回落至正常水平，公司头程物流成本随之下降。2024 年，全球经济和国际贸易回暖，全球集装箱航运贸易量回升，受红海事件等地缘冲突影响，全球运力供给紧张，头程物流费用较 2023 年有所上涨。如果未来发生国际运力供不应求的事件，海运价格持续大幅上涨，将对公司经营业绩产生一定不利影响。

③汇率波动的风险

作为从事出口跨境电商零售业务的公司，报告期内公司境外销售占当期主营业务收入的比例超过 95%，外销业务主要以美元、欧元、加元等为结算币种。美元、欧元、加元兑人民币汇率受全球政治、经济影响呈现一定波动，受汇率波动影响，公司报告期内的汇兑收益金额分别为 1,848.36 万元、563.91 万元和 141.46 万元，若未来主要结算货币兑人民币的汇率发生大幅波动，而公司未能采取有效措施应对汇率风险，可能导致公司出现大额汇兑损失，进而影响公司经营业绩。

（3）其他风险

①公司治理风险

公司实际控制人为何定、何文，何文与何定为姐弟关系，且签订了《一致行动人协议》，何定与何文合计持有公司 54.78%的股份，何定担任公司董事长、总经理，何文担任公司董事、副总经理。公司已按照《公司法》《上市公司章程指引》等法律法规的要求成立了由股东大会、董事会、监事会和高级管理人员组成的治理架构并有效运行。但实际控制人仍可能利用其主要决策者地位，对公司的战略规划、生产经营、人事安排、重大资本支出和利润分配等重大事项施加影响，从而影响公司决策的科学性和合理性。且随着公司的发展，公司经营规模持续扩大，业务范围不断扩展，人员逐渐增加，将会对公司治理提出更高的要求。因此，公司未来经营中存在因公司治理不适应发展需要而影响公司持续、稳定、健康发展的风险。

②募集资金投资项目风险

本次募集资金投资项目是依据公司发展战略，在充分考虑包括市场潜力、自

身管理能力等因素后确定的投资项目。募集资金投资项目的实施将有助于提升新品开发能力和品牌建设能力，对增强公司综合竞争力具有重要意义。公司对募集资金拟投资项目进行了充分的可行性论证，但项目经济效益的数据均为预测性信息。如果项目实施因市场环境发生重大变化、组织管理不力等原因不能按计划进行，可能导致募投项目经济效益的实现存在较大不确定性，进而对公司经营计划的实现和持续发展产生不利影响。

③发行失败的风险

公司本次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受宏观经济市场环境、资本市场形势、投资者对公司的判断等多重因素影响。若公司发行新股存在认购不足或其他不利变化，则会给公司带来发行失败的风险。

（二）本次证券发行情况

股票种类	人民币普通股（A 股）		
每股面值	1.00 元		
发行股数	公司拟向不特定合格投资者公开发行股票不超过 2,425 万股（未考虑超额配售选择权），或不超过 2,788.75 万股（全额行使超额配售选择权）；且发行后公众股东持股占发行后总股本的比例不低于 25%。公司及主承销商可以根据具体发行情况择机采用超额配售选择权，采用超额配售选择权发行的股票数量不得超过本次发行股票数量的 15%。最终发行数量由股东大会授权董事会与主承销商根据具体情况协商，并经中国证监会同意注册后确定		
发行股数占发行后总股本比例	—		
定价方式	通过发行人和主承销商自主协商直接定价、合格投资者网上竞价或网下询价方式确定发行价格。最终定价方式将由股东大会授权董事会与主承销商根据具体情况及监管要求协商确定		
每股发行价格	以后续的询价或定价结果作为发行底价		
发行市盈率	【】倍（按扣除非经常性损益前后净利润的孰低额和发行后总股本全面摊薄计算）		
发行前每股净资产	【】元	发行前每股收益	【】元
发行后每股净资产	【】元	发行后每股收益	【】元
发行市净率	【】倍（按每股发行价格除以发行后每股净资产计算）		
预计净利润（如有）	不适用		
发行方式	本次发行将采取网下向询价对象申购配售和网上向社会公众合格投资者定价发行相结合的发行方式，或证券监管部门认可的其他发行方式		
发行对象	符合国家法律法规和监管机构规定的，已开通北京证券交易所股票交易权限的合格投资者（法律、法规和规范性文件禁止购买者		

	除外)
承销方式	【】
募集资金总额	【】万元
募集资金净额	【】万元
募集资金投资项目	品牌建设和渠道推广项目
	产品开发中心建设项目
	供应链及运营中心系统建设项目
	补充流动资金
发行费用概算	本次发行费用总额为【】万元，包括：承销及保荐费【】万元、审计及验资费【】万元、评估费【】万元、律师费【】万元、发行手续费【】万元
战略配售情况	【】
询价对象范围及其他报价条件	【】
优先配售对象及条件	【】

二、保荐机构对发行人本次证券上市是否符合北京证券交易所发行上市条件的说明

（一）公司本次公开发行符合《公司法》《证券法》规定的发行程序

1、对本次证券发行履行《公司法》、《证券法》的决策程序的说明

发行人就本次证券发行履行的内部决策程序如下：

2025年5月8日，发行人召开第二届董事会第十二次会议，审议并通过了《关于公司申请公开发行股票并在北交所上市的议案》等关于本次公开发行股票并在北京证券交易所上市的相关议案。

2025年5月27日，发行人召开2025年第三次临时股东大会，审议并通过了与本次公开发行股票并在北京证券交易所上市的相关议案，并同意授权公司董事会全权办理本次公开发行股票并在北京证券交易所上市的相关事宜。

经核查，本保荐机构认为：发行人已就本次股票向不特定合格投资者公开发行并在北交所上市履行了《公司法》《证券法》以及中国证监会和北京证券交易所规定的决策程序。

2、对本次证券发行符合《证券法》规定的发行条件的说明

本保荐机构依据《证券法》第十二条公司首次公开发行新股的条件，对发行人的情况进行逐项核查，并确认：

（1）发行人具备健全且运行良好的组织机构

根据发行人《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》《总经理工作细则》《独立董事工作制度》《董事会秘书工作细则》及本保荐机构的适当核查，发行人已依法建立了股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书等公司治理体系。发行人目前有 7 名董事，其中 3 名为发行人选任的独立董事；发行人设 3 名监事，包括 1 名职工代表监事。

根据本保荐机构的尽职调查、发行人的说明、发行人审计机构容诚会计师事务所（特殊普通合伙）出具的容诚审字[2025]518Z0992 号《内部控制审计报告》、发行人律师北京市中伦律师事务所出具的《法律意见书》，确认发行人设立以来，股东大会、董事会、监事会能够依法召开，规范运作；股东大会、董事会、监事会决议能够得到有效执行；重大决策制度的制定和变更符合法定程序。

综上所述，发行人具有健全且运行良好的组织机构，符合《证券法》第十二条第一款第（一）项的规定。

（2）发行人具有持续经营能力

发行人具有从事主营业务所必需的业务资质，且该等业务资质不存在被吊销、撤销、注销、撤回的重大法律风险或者到期无法延续的风险；发行人不存在能够对其生产经营产生重大影响的诉讼、仲裁与行政处罚案件；根据《审计报告》，发行人盈利能力、偿债能力、营运能力等主要财务指标良好，具有持续经营能力。

综上，发行人具有健全且运行良好的组织机构，符合《证券法》第十二条第一款第（二）项的规定。

（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

根据容诚会计师事务所（特殊普通合伙）出具的最近三年的审计报告（容诚审字[2024]518Z0528 号和容诚审字[2025]518Z0991 号），公司最近三年的财务会计报告被出具标准无保留意见的审计报告。

综上，发行人符合《证券法》第十二条第一款第（三）项的规定。

（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

根据发行人及其控股股东、实际控制人出具的承诺及声明，以及相关政府部门出具的证明文件，发行人及其控股股东、实际控制人最近三年内不存在贪污、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。

综上，发行人符合《证券法》第十二条第一款第（四）项的规定。

（5）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

经保荐机构核查，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》第十二条第一款第（五）项的规定。

（6）发行人已聘请具有保荐资格的兴业证券股份有限公司担任本次发行上市的保荐机构

发行人已聘请具有保荐资格的兴业证券担任本次发行上市的保荐机构，符合《证券法》第十条第一款的规定。

综上，发行人本次发行符合《证券法》规定的发行条件。

（二）公司本次公开发行符合《注册管理办法》规定的上市条件

1、发行人符合《注册管理办法》第九条的规定

发行人于 2024 年 10 月 21 日在全国股转系统挂牌，目前为创新层公司。预计截至北交所上市委员会召开审议会议之日，公司为在全国股转系统连续挂牌满十二个月的创新层挂牌公司。

综上，发行人符合《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》第九条的规定。

2、发行人符合《注册管理办法》第十条的规定

（1）具备健全且运行良好的组织机构

根据发行人提供的公司治理制度文件、报告期内发行人的三会会议文件等材料，并经保荐机构核查，发行人已按照《公司法》等法律、法规、部门规章的要

求设立了股东大会、董事会、监事会，选举了独立董事、职工代表监事，聘请了总经理、副总经理、董事会秘书、财务总监等高级管理人员，具备健全且运行良好的组织机构。发行人符合《注册管理办法》第十条第一款的规定。

(2) 具有持续经营能力，财务状况良好

发行人具有从事其主营业务所必需的业务资质，且该等业务资质不存在被吊销、撤销、注销、撤回的重大法律风险或者到期无法延续的风险；发行人不存在能够对其生产经营产生重大影响的诉讼、仲裁与行政处罚案件；根据《审计报告》，发行人盈利能力、偿债能力、营运能力等主要财务指标良好。发行人符合《注册管理办法》第十条第二款的规定。

(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

发行人最近三年的财务会计报告均被出具标准无保留意见的审计报告；发行人最近三年会计基础工作规范，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，无虚假记载。发行人符合《注册管理办法》第十条第三款的规定。

(4) 依法规范经营

保荐机构核查了发行人市场监督、税务、安监、人力资源和社会保障局等主管政府部门出具的无违规证明；同时，网页查询了国家企业信用信息公示系统、证券期货市场失信记录查询平台、中国裁判文书网、中国执行信息公开网、信用中国等。经核查，发行人依法规范经营，最近三年内，发行人及其控股股东、实际控制人均不存在贪污、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，最近12个月内未受到中国证监会行政处罚。发行人符合《注册管理办法》第十条第四款的规定。

3、发行人符合《注册管理办法》第十一条规定的相关情形

根据相关政府部门出具的证明以及公司或其他相关主体出具的承诺，并经保荐机构核查，发行人及其控股股东、实际控制人不存在下列情形：

(1) 最近三年内存在贪污、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；

(2) 最近三年内存在欺诈发行、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) 最近一年内受到中国证监会行政处罚。

综上，发行人符合《注册管理办法》第十一条的规定。

(三) 公司本次公开发行符合《股票上市规则》规定的上市条件

1、发行人符合《股票上市规则》2.1.2 的规定

(1) 发行人于 2024 年 10 月 21 日在全国股转系统挂牌，目前为创新层公司。预计截至北交所上市委员会召开审议会议之日，公司为在全国股转系统连续挂牌满十二个月创新层挂牌公司。发行人符合《股票上市规则》第 2.1.2 条第一款的要求。

(2) 发行人符合《股票上市规则》第 2.1.2 条第二款的要求。具体详见本节“（二）公司本次公开发行符合《注册管理办法》规定的上市条件”相关内容。

(3) 发行人 2024 年末归属于母公司股东的净资产 49,661.17 万元，不低于 5,000.00 万元。发行人符合《股票上市规则》第 2.1.2 条第三款的要求。

(4) 根据本次发行相关的董事会、股东大会决议，发行人本次拟公开发行股票不超过 2,425 万股（含本数，未考虑超额配售选择权），发行的股份预计不少于 100 万股，预计发行对象不少于 100 人。发行人符合《股票上市规则》第 2.1.2 条第四款的要求。

(5) 公司现有股本总额为 7,275.00 万元，本次公开发行后，公司股本总额不少于 3,000.00 万元。发行人符合《股票上市规则》第 2.1.2 条第五款的要求。

(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%。发行人符合《股票上市规则》第 2.1.2 条第六款的要求。

(7) 发行人选择的具体上市标准为《股票上市规则》2.1.3 第一项上市标准，即“（一）预计市值不低于 2 亿元，最近两年净利润均不低于 1,500 万元且加权平均净资产收益率平均不低于 8%，或者最近一年净利润不低于 2,500 万元且加

权平均净资产收益率不低于 8%”。结合发行人的盈利能力和市场估值水平等因素合理估计，预计发行时公司市值不低于 2 亿元；公司 2023 年、2024 年归属于母公司股东的净利润（扣除非经常性损益前后孰低数）分别为 9,140.96 万元和 14,297.93 万元，最近两年净利润均不低于 1,500 万元；公司 2023 年、2024 年加权平均净资产收益率（扣除非经常性损益前后孰低数）分别为 28.91%和 33.84%，均不低于 8%。发行人符合《股票上市规则》第 2.1.2 条第七款的要求。

（8）发行人符合《股票上市规则》第 2.1.2 条第八款北交所规定的其他上市条件。

2、发行人符合《股票上市规则》2.1.3 的规定

发行人选择的具体上市标准为“预计市值不低于 2 亿元，最近两年净利润均不低于 1,500 万元且加权平均净资产收益率平均不低于 8%，或者最近一年净利润不低于 2,500 万元且加权平均净资产收益率不低于 8%”，结合发行人的盈利能力和市场估值水平等因素合理估计，预计发行时公司市值不低于 2 亿元；公司 2023 年、2024 年归属于母公司股东的净利润（扣除非经常性损益前后孰低数）分别为 9,140.96 万元和 14,297.93 万元，最近两年净利润均不低于 1,500 万元；公司 2023 年、2024 年加权平均净资产收益率（扣除非经常性损益前后孰低数）分别为 28.91%和 33.84%，均不低于 8%，符合《股票上市规则》第 2.1.3 条第一款的要求。

3、发行人符合《股票上市规则》2.1.4 的规定

保荐机构取得了相关政府部门出具的证明以及公司或其他相关主体出具的承诺，并进行公开查询。经核查，本次发行不存在《股票上市规则》第 2.1.4 条规定的如下相关情形：

（1）最近 36 个月内，发行人及其控股股东、实际控制人，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）最近 12 个月内，发行人及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员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）发行人及其控股股东、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）发行人及其控股股东、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，对发行人经营稳定性、直接面向市场独立持续经营的能力具有重大不利影响，或者存在发行人利益受到损害等其他情形。

4、发行人符合《股票上市规则》2.1.5 的规定

本次发行上市无表决权差异安排，符合《股票上市规则》第 2.1.5 条的规定。

综上，本保荐机构认为，发行人符合向不特定合格投资者公开发行股票并在北交所上市条件。

（四）公司创新发展能力相关核查情况，核查过程、依据和结论意见

1、公司创新发展能力情况

公司具有产品创新、技术创新特征，且充分利用人工智能等数字信息技术助力产业链升级与效率提升。

（1）产品创新

公司产品以“提升消费者生活质量，丰富消费者有趣生活体验”为核心，通过场景化、精细化与差异化的创新性产品研发设计理念，精准挖掘特定消费人群的行为特征与需求，并基于已积累的产品创新设计技术，成功研发打造了覆盖艺术创作、数码电子、运动户外、家居庭院四大领域的产品矩阵，基于突出的产品创新性能，形成具有市场竞争力的优势品类。报告期内，公司主营业务收入呈现

出向艺术创作、数码电子和运动户外三大产品类别集中的趋势，公司该三大应用领域主要产品创新特征情况如下：

①艺术创作

公司艺术创作类产品以 Ohuhu 品牌为主，其中优势品类产品为绘画笔。

A、产品整体的创新设计理念及技术实力

创新设计理念	对艺术创作人群的心理进行精准把控，通过打造产品青春、活泼的风格特征，向用户传递积极乐观生活态度，为各类热爱并向往艺术创作的人群提供艺术创作灵感。
创新设计技术	① 多功能性马克笔墨水配方及工艺技术 ：基于不同溶剂、染料的材质特点，进行马克笔墨水配方及配套工艺技术的研发，建立马克笔墨水配方参数数据库，并不断优化迭代； ② 马克笔核心构件适配性测试分析技术 ：针对笔头、储水芯、墨水等马克笔核心构件的不同材质进行定量测试，构建参数数据库，并在此基础上对不同材质之间的应用适配性进行测试分析，实现最佳技术参数匹配。
市场认可度	① 绘画笔品牌 Ohuhu 荣获“2019 年度亚马逊全球开店中国出口跨境品牌百强”、“2021 年度浙江省跨境电商出口知名品牌”、“第二十二届深圳（湾区）知名品牌”，并多次进入 OneSight 编制的《BrandOS 出海品牌社媒影响力榜单》排名和易势科技联合每日经济新闻发布的《中国跨境电商品牌影响力排行榜》Top100 榜单，且自 2019 年以来在文具办公品类中保持榜首； ② 核心马克笔产品 深受绘画爱好者的热捧，荣获 2024 年度德国红点设计奖（Red Dot）、法国设计奖和美国缪斯设计奖金奖，品牌销售额与销售量在亚马逊绘画笔类产品中排名前列。

B、产品具体性能指标分析

公司绘画笔类产品叠色效果好、出墨流畅、色泽稳定性高、质感细腻，以公司某热销款绘画笔为例，该款产品不同颜色相叠加后线迹的饱和度指标较大，墨水颜色呈现更为透亮；马克笔可书写长度较长，马克笔结构与墨水达到了高水平的适配；同时在稳定性、耐水性和耐晒性方面均具有良好的表现。由于公司马克笔具备出色的性能表现，其深受绘画爱好者们的热爱，在亚马逊平台上销量排名前列，2025 年 3 月该款产品有 27 天进入亚马逊美国站点绘画马克笔 BS 榜单前 10 名。

②数码电子

公司数码电子类产品以 iClever 品牌和 Tribit 品牌为主，其中核心品类产品为儿童耳机、蓝牙音箱。

A、产品整体的创新设计理念及技术实力

创新设计理念	在满足用户基本休闲娱乐需求的基础上，一方面强化产品使用安全，注重对特定人群的听力保护；另一方面，基于产品的特定使用场景需求，强化产品防水、防汗、长续航等个性化性能开发，全方位多角度的为用户提供极致的音频视听体验。
创新设计技术	① 安全声压级检测和控制技术 ：自动降低持续过大音量，控制用户安全声压，同时又节省芯片数量，提升设备电量的持久耐用性 ② 主动降噪声控技术 ：针对不同音频设备特点的实现定制化降噪，有效消除环境噪音，保护听力，降低音频设备在动态使用过程中的噪音干扰； ③ 多维音质控制与改善技术 ：基于不同音频设备特点实现对音质效果的精细化控制；根据不同用户听力状况定制最佳音频效果方案，使用户获取最真实听觉体验；实现各种极限状态下的不失真超重低音效果，使产品低音更饱满；通过拓展声场打造更真实的现场感体验； ④ 电池自防护与长续航技术 ：有效避免电池短路或者反焊接造成设备损坏；根据设备的输出功率（音量大小），以及音乐输入信号的大小，调整电池给系统的供电电压和电流，达到省电的目的； ⑤ 多样化防水结构设计技术 ：创新多样防水结构设计，以最低的成本方式，在结构空间允许的前提下，实现不同部位的高等级防水方案，并最大化降低对设备声学特性的影响。
市场认可度	①耳机系列产品数次荣获德国红点设计奖（Red Dot）、汉诺威工业设计奖（iF）、日本 VGP SUMMER 大奖等诸多奖项； ②XSound Go 蓝牙音箱荣获顶级科技媒体 Wirecutter 最佳音箱奖； ③StormBox Micro 蓝牙音箱荣获美国知名科技媒体 CNET 颁发的“CNET 2020 Editor's Choice”大奖。

B、产品具体性能指标分析

就儿童耳机而言，以公司某热销款儿童耳机为例，该款产品采用更科学准确的 dBA（A 计权分贝）方式进行音量测量，测量方式更贴近人类对声音的实际感知效果，同时基于硬件与软件的多重调试，蓝牙耳机和有线耳机均实现了 74/85dBA 两种音量档位的限制，蓝牙耳机同时在有线模式下实现了 85dBA 的档位限制，为儿童提供更安全可靠的听力保护。同时，产品使用不含 BPA 的儿童安全改性塑料，并通过支臂加厚与头弓内置金属钢条等特殊结构设计，在保证材料安全无危害的同时，极大程度减少了儿童耳机在使用过程中的支臂断裂风险。为增加儿童学习和娱乐体验的丰富多样性，耳机增加了便携的分享设计，儿童玩伴间可实现互动聆听。相较同类竞品而言，公司该款产品设计更贴合儿童用户人群的特点，为儿童提供了更安全可靠的听力保护方式，同时满足了儿童互动娱乐的天性需求，因而取得了更好的销售表现，2025 年 3 月该款产品持续进入亚马逊美国站点贴耳式耳机 BS 榜单百名榜。

就蓝牙音箱而言，以公司某热销款蓝牙音箱为例，该款蓝牙音箱最大输出功

率为 16W，采用两个 42mm 直径的驱动器和 1 个被动低音辐射器，同时支持蓝牙 5.3 协议，达到 IPX7 级防水，电池续航时间长达 24 小时。设计紧凑，便于携带，并基于户外使用场景的特殊需求设计了可拆卸挂绳。音质方面，通过通过相应的声学算法实现对低频音质表现的强化，适合户外使用和高音量播放而不失真。相较同类竞品而言，该产品提供更大输出功率与更长电池使用寿命，更符合用户的户外使用需求，在保证音质效果的同时具备一定的价格竞争优势，因此该产品在亚马逊美国站点 BS 榜单排名中具有良好的表现，2025 年 3 月该款产品持续进入亚马逊美国站点便携蓝牙音箱 BS 榜单百名榜。

③运动户外

公司运动户外类产品以 Sportneer 品牌为主，产品主要包括训练器材、户外用品、自行车用品等。

A、产品整体的创新设计理念及技术实力

创新设计理念	在人体工学原理基础上，精准定位各类户外和健身爱好者差异化与专业化的功能需求，并积极挖掘健身行业未来趋势，为用户提供更安全、便捷、舒适的健身选择。
创新设计技术	① 基于人体工学原理与用户需求挖掘的创新结构设计技术 ：创新结构设计，使公司运动户外产品不仅具备结构稳定、便捷易收纳、快速拆装、功能多样化等属性特点，还更符合人体工程学原理，极大提升用户使用的安全性； ② 自适应校准技术 ：以智能化的方式实现设备校准过程，具有灵活性、实时性、精准性和可靠性的特点，提升产品的稳定性与安全性，改善用户体验； ③ 电机电磁结构设计技术 ：优化电机整体输出效率和扭矩输出，以实现高效的能量转换。该结构设计实现了单电机达到 260 磅的力量训练，相较行业内双电机 220 磅力量训练而言，产品性能实现了大幅提升； ④ 高功率瞬态性能/电源突波管理技术 ：让电源拥有高能量密度、低内阻、快速放电能力和较好的循环寿命，解决了传统电源在面对高功率瞬态需求时存在功率输出滞后、能量密度不高、内阻较大等问题，极大地提升了电机的整体性能。
市场认可度	产品畅销欧美，其中自行车训练架及可调节负重沙袋更是常居亚马逊同类产品畅销榜单。

B、产品具体性能指标分析

公司运动户外类产品主要基于人体工学的设计，产品表现出较好的稳固性与灵活性，且兼容属性强。

以公司某款可调节负重沙包为例，该款产品配重采用 5 格设计，五格口袋平均分布组成，内部由 5 个重量尺寸相同的可拆卸小沙袋进行填充。口袋设计拆卸

方便，5 秒便可实现拆卸/安装，符合用户的渐进式负重需求，口袋车缝牢固，采用弹性优质面料，拆卸安装操作沙袋不会破损。其中各个小沙袋采用纯银灰铁填充物，颗粒大小均匀，触感柔软亲肤。沙包固定结构使用升级版的加宽魔术贴设计，黏贴牢固，保证运动的稳固性，且面料摩擦 10 万次亦不会破损。整体而言，该款产品在面料、车缝工艺、魔术贴等方面进行了多次升级，填充物在可调节沙包类别中质量优异，同时结合人体工学结构在沙包尺寸上进行了多次调整，相较竞品而言，该款产品具有更高的面料舒适度与更强的牢固程度，铁砂颗粒排布均匀，更符合用户的便捷需求，销量常居于亚马逊腕踝力量训练类产品第一，2025 年 3 月该款产品持续占据亚马逊美国站点腕踝力量训练类产品 BS 榜单第 1 名。

又以公司某款自行车配件 U 型锁为例，该款产品采用环保美观的硅胶涂层材料，相较竞品的 PVC 材质，具有更好的质感与环保性能，且可实现高强度抗剪，并利用 150cm 的钢缆长度与魔术贴设计，使该款产品相较竞品具有更高适配性与更强的收纳性，因而具有更好的市场销售表现，2025 年 3 月该款产品持续占据亚马逊美国站点自行车 U 型锁产品 BS 榜单第 1 名。

综上所述，公司针对“提升消费者生活质量，丰富消费者有趣生活体验”的核心诉求，基于对特定消费场景需求的深入挖掘，不断优化升级产品的创新设计理念，强化产品的创新设计技术，形成了性能指标突出、市场认可度高的创新性与高竞争力产品矩阵，公司符合北交所关于产品创新属性的定位需求。

(2) 技术创新

由于跨境电商涉及境内境外、线上线下多个业务环节，流程复杂，因此需要强大、完善的信息系统支撑各项业务活动。公司凭借自己强大的 IT 研发团队与技术实力，持续推动数字化信息技术在跨境电商全业务流程中的运用，通过数字化手段解决业务需求，以数字化技术指导供应链管理，分析大量交易数据，实时把握市场消费需求，构建供应商、客户、商品的多维模型，实现精准营销推广，赋能上下游产业链运营效率提升、降低运营成本，提高企业的核心竞争力。公司主要业务环节的数字化信息技术创新特征与运用情况如下：

所属业务环节	技术名称	技术特色	技术运用具体情况与效果
采购环节	智能采购指引系统	此系统技术基于全球各渠道的在库和在途产品数量、到货周期与未来消耗预	报告期内，公司智能采购指引系统为公司提供采购

所属业务环节	技术名称	技术特色	技术运用具体情况与效果
		测等情况,通过实时数据追踪与精细化运行计算,为公司备货、备料决策提供精准数据支撑,对公司的供应链采购行为提供有效指引,在控制缺货、缺料风险的情况下,最大限度提升公司货物周转率和资金使用效率,提高公司采购运营效率。	指引近 9 万次,为公司提供缺货预警超 22 万次,并依据预计的不同缺货程度,给予不同的操作建议指引。
品控环节	智能品质管理系统	此系统技术囊括安全合规、认证测试、品质检测与改善等品质管控的全流程模块。一方面,系统的安全合规和认证测试模块,积累了针对公司各品类产品在不同国家和地区合规认证要求的丰富数据库并动态更新,为公司产品的安全合规性提供了基础保障;另一方面,基于行业规范化的质检标准与公司制定的 SIP 规范,设置多种模式下质检系统操作与追踪流程,提供精细化质检指引,减少人工判断失误,有效降低公司产品不良率和客诉率,并通过数据报表的量化呈现,实现对员工及供货方行为的有效考核管理。	报告期内,公司累计新增进行了近 300 款产品在不同销售目的地的安规与法规咨询,进行产品认证申请近 1,000 次,进行产品合规性申请 3,200 余次,推进签署产品 SIP 规范 600 余份,指引完成货物质检近 9 万次,完成对供应商的定期考核 7,000 余次,推进数百款产品质量提升,公司安全合规认证数据库不断丰富,品控流程得到持续优化和完善。
仓储物流环节	自动化仓储与库存管理系统	此系统技术可用于对仓库库位的自动化管理,覆盖产品从收货上架、库内转移、定期盘点、产品换标、拣货出库、称重打单的整个仓储管理流程,可对同类产品进行自动归集,并对库存商品进行先进先出管理,有效提升了公司的仓储运行效率,大大降低公司呆滞库存与存货平均库龄。 同时,系统通过 API 数据接口高效同步 FBA 实时库存,系统算法可实现多维度数据分析,为 FBA 仓的补货与仓库调度决策提供数据支撑,有效提升公司安全库存,降低缺货率,提升发货及时率。此外,公司通过数据接口自动对接尾程物流商派送单号,实时同步物流商的派送轨迹,为在途货物跟踪监控、及时掌握商品配送信息提供有力支持。	报告期内,公司同步头程物流轨迹超 19 万条,同步自有仓 B2C 订单发货尾程物流轨迹超 32 余万条。
物流环节	智能排柜系统	此系统技术根据全球各渠道的在库和在途产品数量、到货周期、销量预测情况,计算需从中国仓发货到海外仓补货的产品种类和数量,并根据设定的毛利率、毛利额等条件对待发货产品进行智能优先级排序,在指定日期、指定体积要求下,对海运发货柜进行智能填充,以实现每个柜子的最大化利用率,有效提升仓库人员的发货效率,降低公司物流成本。	报告期内,通过智能化运算为公司提供近 6,000 次货柜填充有效指引。

所属业务环节	技术名称	技术特色	技术运用具体情况与效果
营销推广环节	智能广告系统	此系统技术可实现对多区域与多国家店铺广告投放的一站式管理与效果追踪。通过定制系统广告规则与竞价机制，可实现广告的自动化投放，同时基于对广告投放效果的实时追踪，与广告关键词的智能搜集与批量管理，自动优化广告投放策略，提高广告投放的精准度和效率，在最小广告成本下，有效提升公司营销推广的质量。	可自动托管 3 种广告类型，涵盖全面。同时，可自动追踪超 3,000 个我品和竞品的品牌及其搜索词的投放效果，以实现广告策略快速优化。
营销推广环节	智能营销管理系统	此系统技术包括销售中心、ASIN 中心、海卖助手等多个技术模块，可实现多维度销售目标管控、分品类销量排名与关键词搜索热点追踪、多国家与多站点销售数据及订单自动化管理等功能，以便于及时并全面了解公司不同产品、不同店铺、不同销售人员的销售真实情况，并基于实时情况针对性的调整销售与广告运营策略，动态优化公司营销推广效果。	每日追踪关键词数量超 1,000 个，每日追踪我品和竞品的广告位从 1 个上升至 3 个。同时可高效追踪我品和竞品的自然流量位置与用户星级评价数。
营销推广环节	智能客服追踪系统	此系统技术提供针对客诉与用户反馈问题的跨部门协作平台，并可进行分类标记和分析反馈，在高效完成客诉问题处理基础上，为公司各业务环节的工作提供改进参考建议，从而不断提升用户体验。	目前该系统已通过 API 实现了 96 个邮箱的自动抓取与推送，自 2019 年系统上线至今已累计为超 40 万客户提供售前、售后服务，且报告期内为公司提供数百条产品改善与 listing 优化建议。

（3）产业链升级与效率提升情况

一方面，跨境电商创新业务模式助力传统外贸转型升级。传统外贸模式是由国外进口商主导的 OEM 或集中采购模式，一般要跨越“国内工厂-外贸公司-目的国进口商-目的国批发商-目的国零售商”5 个渠道，产品交易的流程过长，渠道加价率较高，且商品的流转周期较长。

随着互联网技术的迅速发展，“互联网+外贸”的跨境电商业务模式逐步出现并发展壮大。根据国家统计局发布的《新产业新业态新商业模式统计分类（2018）》，公司所属“互联网零售”行业属于新产业、新业态、新商业模式的范畴。而跨境电商出口新模式“海外仓”的逐步建设完善，进一步打通了境内工厂到境外终端消费者的全链路跨境物流服务体系，实现中国品牌快速直接触达海外终端客户。跨境电商凭借其线上交易、非接触式交货、交易链条短等优势，为我国外贸发展注入新动能，是产业转型升级、创新驱动的重要助推器。

另一方面，跨境电商全面赋能产业带高效发展。经过二十多年的发展，我国跨境电商出口进入了深耕国内供应链的新阶段，通过“跨境电商+产业带”实现跨境电商对各地优势产业带的全面赋能，推动特色产品出口，实现产业转型升级，培育自主品牌，使数字经济与实体经济实现有效融合，即跨境电商通过数字化、协同创新、精准营销、智能物流等方式，形成立体联动的助力生态，推动产业带数字化、产品创新、国际市场扩大、高效履约，形成优质供应链进一步为我国跨境电商高质量发展提供强大支撑。具体情况如下：

赋能路径方式	赋能具体情况
跨境电商推动产业带数字化	跨境电商促使产业带从经销商主导的订单模式下的被动生产，转向协同效率更高的备货模式，即提前配备原材料，通过柔性化生产方式，对少量、多次的订单实现快速响应。在备货模式下，产业带上下游企业数字化进程持续提升，对供应链的把控能力增强，产业带订单积少成多，实现了大批量生产，进一步加快产业带的集聚化和数字化。
跨境电商加快产业带产品创新	传统外贸模式下产业带的企业不直接掌握消费市场的信息，产品和环节创新，都是基于国外采购商需求，或是自身成本考虑，多为局部的改进。跨境电商模式下，产业带的企业能够直接面对消费者反馈，通过上下游协同创新，实现产品迭代，是结构型创新，甚至能够引领消费需求。
跨境电商拓展产业带国际市场	传统外贸一般是通过展会形式获得国际订单，新产品打开国际市场的难度较大、周期较长，导致新兴产业带出口难度较大、成本高。跨境电商模式下，在符合进口国相关标准的情况下，新产品可以随时上架，并向潜在客户进行精准营销，能够缩短新兴产业带出口的周期，甚至快速占领国际市场，成为细分行业头部。
跨境电商提升产业带履约效率	在传统外贸模式下，产业带部分企业给国外品牌做代加工，走传统海运，效率低下，资金回流周期长。在跨境电商模式下，产业带企业能够借助跨境物流体系，制定数字化的跨境物流解决方案，改变流通方式，提高履约效率，提升消费者体验，实现智慧供应链建设。

公司作为跨境电商行业中具有代表性的企业之一，目前围绕消费者家庭休闲生活需求研发打造了艺术创作、数码电子、运动户外、家居庭院四大品类产品。一方面，公司通过自身掌握的最前端消费者数据信息需求挖掘，实现场景化、精细化与差异化的创新性产品研发设计，带动相关领域供应链产品的快速创新迭代，助力相关产业带快速转型，可更好满足当代消费者不断更新的消费体验需求。另一方面，公司通过自身研发打造的全业务链条数字化与智能化运营管理系统，实现跨境电商各业务环节的高效与流畅运转，通过对各环节资源的有效整合与利

用，推动上游产业带企业实现数字化转型，并提升产业带整体履约效率。

2、核查过程及依据

（1）访谈发行人的实际控制人，了解发行人经营模式、研发模式、销售模式、组织架构、核心技术应用和产品定位等内容，综合分析发行人技术创新等情况。

（2）通过实地走访等形式，了解发行人与主要客户、供应商的合作情况、上下游企业对发行人的评价，以及发行人行业市场地位、核心竞争力、市场份额及可持续性能力。

（3）查阅发行人的员工名册及核心技术人员简历，了解研发人员数量及其背景，查看发行人的研发项目相关报告、研发费用明细表等资料，分析判断发行人研发能力、研发投入水平。

（4）查看行业法律法规、国家政策文件、行业研究报告等，了解发行人所处行业的市场规模及发展前景、技术指标、产业模式、行业地位、主要竞争对手以及技术壁垒。

（5）查阅发行人同行业可比公司的公开信息，分析发行人的行业地位、技术和业务模式优势及可持续性。

（6）分析发行人产品类别构成情况、主要销售平台和地区分布等情况，分析判断核心技术在主营业务收入中的占比情况。

（7）查阅发行人在报告期内获取的各类荣誉奖项和各类第三方数据提供方对发行人相关品牌的排名情况，分析相关荣誉奖项颁发机构和数据提供商的权威性和胜任能力。

（8）查阅发行人审计报告的营业收入、净利润等财务数据，分析判断成长性以及盈利能力。

（9）查阅发行人获得的商标、专利、软件著作权等，了解发行人核心技术与上述已取得的知识产权的匹配关系，综合判断发行人的创新情况。

3、核查结论

综上，本保荐机构认为，发行人公司具有产品创新、技术创新特征，具备创

新发展能力。

三、保荐机构是否存在可能影响公正履行保荐职责的情况

截至本上市保荐书签署日，保荐机构自营业务账户/信用融券专户/做市账户/资产管理业务账户以及重要子公司未持有发行人股份。上述情况满足《监管规则适用指引——机构类第1号》的规定。

除此情况外，保荐机构不存在下列可能影响公正履行保荐职责的情况：

（一）保荐机构或其控股股东、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机构或其控股股东、实际控制人、重要关联方股份的情况；

（三）保荐机构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）保荐机构的控股股东、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）保荐机构与发行人之间的其他关联关系。

四、保荐机构按照中国证监会和北京证券交易所有关规定应当承诺的事项

保荐机构承诺：

（一）保荐机构承诺已按照法律法规和中国证监会及北京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。

（二）保荐机构同意推荐发行人本次发行上市，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。

（三）保荐机构同意推荐发行人证券公开发行，并做出如下承诺：

- 1、有充分理由确信发行人符合法律法规及中国证监会和北京证券交易所有关证券发行的相关规定；
- 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、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、自愿接受北京证券交易所的自律管理；
- 9、遵守中国证监会、北京证券交易所规定的其他事项。

五、持续督导期间的工作安排

本保荐机构对发行人持续督导的期间为证券上市当年剩余时间及其后 3 个完整会计年度，督导发行人履行有关上市公司规范运作、信守承诺和信息披露等义务，审阅信息披露文件及向中国证监会、证券交易所提交的其他文件，并承担下列工作：

- （一）审阅上市公司信息披露文件及向中国证监会和本所提交的其他文件；
- （二）督促上市公司建立健全并有效执行信息披露制度，发布风险揭示公告；
- （三）督促上市公司建立健全并有效执行公司治理、内部控制等各项制度；

1、对上市公司发生的关联交易、对外担保、变更募集资金用途，以及其他可能影响持续经营能力、控制权稳定的风险事项发表意见；

2、对上市公司发生的资金占用、关联交易显失公允、违规对外担保、违规使用募集资金及其他可能严重影响公司和投资者合法权益的事项开展专项现场核查；

3、就上市公司存在的重大违法违规行为和其他重大事项及时向本所报告；

（四）督促上市公司或其控股股东、实际控制人信守承诺，持续关注上市公司募集资金的专户存储、投资项目的实施等承诺事项；

（五）中国证监会和本所规定的或者保荐协议约定的其他职责。

六、保荐机构和相关保荐代表人的联系地址及通讯方式

保荐机构：兴业证券股份有限公司

保荐代表人：王英、贺小波

联系地址：上海市浦东新区长柳路 36 号

联系电话：0755-23995226

传真号码：0755-23995179

七、保荐机构认为应当说明的其他事项

保荐机构特别提醒投资者认真阅读《深圳千岸科技股份有限公司招股说明书》“第三节 风险因素”，注意与发行人业务经营有关的风险以及其他投资者需关注的风险。

八、保荐机构对发行人本次股票上市的保荐结论

保荐机构兴业证券认为：深圳千岸科技股份有限公司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符合《公司法》、《证券法》等法律法规和中国证监会及北京证券交易所的有关规定，发行人股票具备在北京证券交易所上市的条件。兴业证券同意保荐发行人的股票上市交易，并承担相关保荐责任。

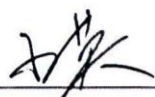
（以下无正文）

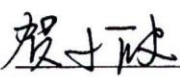
(本页无正文, 为《兴业证券股份有限公司关于深圳千岸科技股份有限公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市之上市保荐书》之签章页)

项目协办人:

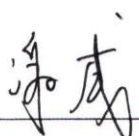

吕鹏飞

保荐代表人:

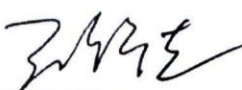

王英


贺小波

内核负责人:


谢威

保荐业务负责人:


孔祥杰

法定代表人
(授权代表人):


刘志辉

保荐机构:



2025年 6 月 20 日