

广发证券股份有限公司

关于

傲雷科技集团股份有限公司

首次公开发行股票并在创业板上市

之

上市保荐书

保荐机构



二〇二六年六月

## 声 明

广发证券股份有限公司（以下简称“广发证券”“保荐人”或“保荐机构”）及具体负责本次证券发行上市项目的保荐代表人已根据《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》”）等法律、法规和中国证监会及深圳证券交易所的有关规定，诚实守信，勤勉尽责，严格按照依法制订的业务规则和行业自律规范出具本上市保荐书，并保证本上市保荐书的真实、准确、完整。

如无特别说明，本上市保荐书中所有简称和释义，均与《傲雷科技集团股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书》一致。

## 目 录

声 明 .....	1
目 录 .....	2
<b>第一节 本次证券发行基本情况 .....</b>	<b>3</b>
一、发行人基本情况 .....	3
二、本次证券发行的基本情况 .....	25
三、保荐代表人、项目协办人及项目组其他成员情况 .....	26
四、发行人与保荐人的关联关系 .....	27
<b>第二节 保荐机构的承诺事项 .....</b>	<b>29</b>
一、本保荐机构已按照法律法规和中国证监会及深圳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。 .....	29
二、本保荐机构已按照中国证监会、深圳证券交易所的有关规定对发行人进行了充分的尽职调查，并对本次发行申请文件进行了审慎核查，本保荐机构承诺： .....	29
三、保荐机构及负责本次证券发行保荐工作的保荐代表人特别承诺 .....	30
<b>第三节 保荐机构对本次证券发行上市的推荐意见 .....</b>	<b>31</b>
一、本保荐机构对本次证券发行上市的推荐结论 .....	31
二、本次证券发行上市所履行的程序 .....	31
三、发行人符合板块定位及国家产业政策的核查情况 .....	31
四、本次发行符合上市条件 .....	45
五、保荐机构对发行人持续督导工作的安排 .....	50
六、保荐机构和相关保荐代表人的联系方式 .....	50
七、保荐机构认为应当说明的其他事项 .....	51

## 第一节 本次证券发行基本情况

### 一、发行人基本情况

#### (一) 发行人基本信息

中文名称	傲雷科技集团股份有限公司
英文名称	Olight Group Co., Ltd
法定代表人	范江
注册资本	10,249.7620 万元
有限公司成立日期	-
股份公司成立日期	2017 年 12 月 25 日
注册地址	中山市翠亨新区北辰路 21 号翠亨国际科创中心 2 栋 604
办公地址	深圳市宝安区福海街道新和社区福海信息港 A2 栋 5 楼
邮政编码	528449
电话号码	0760-88586888
传真号码	0760-88586986
互联网网址	www.olight.cn
电子信箱	public@olight.com
所属行业	电气机械和器材制造业（代码：C38）
经营范围	一般经营项目是：移动照明设备、手电筒、彩灯、照明产品、户外用品、日用品、警用设备的研发与销售；技术转让与专业技术服务；品牌管理服务；电子商务系统开发与应用服务；经营货物及技术进出口（国家限制或禁止进出口的服务或技术除外）。许可经营项目是：跨境电子商务平台技术服务。（国家限制或禁止的服务或技术除外）（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）

#### (二) 发行人的主营业务

公司是一家专业从事高品质消费级移动照明产品的研发、设计、生产和销售的国家高新技术企业、国家专精特新“小巨人”企业，主要产品覆盖多种类型的手电、夹灯、头灯、其他移动照明产品和周边产品，可广泛运用于日常照明、户外运动、维修维护、搜寻救援以及娱乐狩猎等场景。通过多年的产品迭代、技术升级、品牌建设和商业模式探索，公司已成长为全球消费级移动照明领域的知名企业，致力于为全球用户提供设计感强、实用性高、功能丰富的消费级移动照明产品。



在销售渠道及品牌建设方面，公司主要依托“Olight”品牌布局境内外市场，并采用“线上销售为主，线下销售为辅”的销售模式实现全球化销售。在线上销售渠道方面，公司已构建“亚马逊+品牌官网”双轮驱动的跨境电商销售模式，在充分利用亚马逊等第三方电商平台庞大用户基数、成熟运营体系以及完善生态配套的同时，依托品牌官网打造消费级移动照明领域的品牌私域流量生态，有效实现了对美国、德国、法国、英国、澳大利亚、日本等全球主要市场的广泛覆盖。此外，公司积极布局线下销售渠道，通过借助全球各地零售商或贸易商的本土化优势，对公司线上销售渠道未覆盖的市场进行有力补充，进一步强化市场对公司品牌的认知。经过多年的市场开拓与品牌推广，公司已成功构建了以“Olight”品牌为核心的全球化品牌运营体系，在全球主要市场建立起较高的品牌知名度，积累了广泛且稳定的用户群体，构筑起坚实的市场基础。自2022年第四季度以来，公司“Olight”品牌11次荣登“BrandOS 出海品牌社媒影响力榜单”，2024年入选深圳工业总会、中国信通院广东工业互联网创新中心等联合发布的“中国出海品牌百强榜新锐品牌”，并于2026年获评为“福布斯中国DTC跨境影响力品牌”，标志着“Olight”品牌在全球市场的影响力稳步提升，获得了全球消费者的广泛认可，并成功跻身全球消费级移动照明行业知名品牌行列。

在技术创新及产品研发方面，公司自成立以来始终坚持“以技术创新为驱动”的产品理念，通过技术创新不断赋能产品研发，在消费级移动照明领域构建起强

大的技术实力。截至 2025 年 12 月 31 日，公司已在全球范围内申请并获授权专利 1,292 项，其中发明专利 67 项，并参与 2 项国家标准和 1 项团体标准的制定，相关技术成果已广泛应用于公司的主营产品中。基于公司在技术创新方面的持续、高强度投入，公司及其子公司获得了“创新型中小企业”“广东省制造业单项冠军企业”“广东省制造业企业 500 强（第 268 名）”“国家专精特新‘小巨人’企业”等荣誉称号，并被认定为“东莞市移动照明工程技术研究中心”“东莞市市级工业设计中心”和“广东省工程技术研究中心”。此外，公司高度重视用户的产品体验，将产品创新视为公司发展的核心竞争力，持续投入丰富资源升级产品矩阵，构筑公司在消费级移动照明领域的差异化竞争优势。报告期内，公司多款产品持续入选亚马逊最畅销产品（Best Seller）和亚马逊之选（Amazon's Choice），20 余款产品累计荣获德国 iF 产品设计奖 9 次，德国红点设计奖 10 次、法国设计奖 2 次以及美国缪斯设计金奖、银奖和国际消费电子展（CES）创新奖、IFA“最佳智能家居”奖各 1 次，彰显了公司研发的消费级移动照明产品在创新设计、工艺品质和用户体验方面的突出表现，展现出差异化的市场竞争优势。

在信息化及数字化建设方面，公司高度重视信息技术的自主研发与持续投入，已形成立体式的信息技术体系。截至 2025 年 12 月 31 日，公司 IT 研发团队人数为 51 人，占员工总数比例为 4.70%，拥有 260 项计算机软件著作权。公司 IT 研发团队持续优化 IT 系统布局、丰富 IT 系统功能，自主开发的 OMall（傲雷商城系统）、OMS（傲雷业务中台系统）、OBD（傲雷大数据系统）、OIM（傲雷智造系统）、OCLOUD（傲雷云系统）等 IT 系统已覆盖前台、中台、后台等各个业务层面的重要环节，与外部引进的 SAP、WMS、APS、PLM 等 IT 系统高效协同，全面支撑公司线上销售业务的运营及日常经营管理。此外，公司充分认识到数据资产在提升运营效率、优化客户体验以及驱动业务创新方面的重要价值，通过深化 OBD（傲雷大数据系统）等数据分析平台的应用，加强对用户行为、市场趋势及供应链数据的挖掘与分析，为业务决策提供科学、可靠的数据支撑。2025 年 5 月，公司成功通过 DCM 数据管理能力成熟度稳健级三级评估，标志着公司的数据管理能力已达到国家标准的稳健级要求，在信息化和数字化方面的建设处于行业领先水平。

未来，公司将秉持“以创新创造成就全球移动照明及关联领域领导者，并最

终进入中国制造 500 强”的企业愿景，以“照亮世界”为战略使命，深入贯彻落实产品研发创新战略，为用户创造极致的产品服务体验，并通过模式创新、业态创新带动传统制造业的优化升级，进一步推动国内消费级移动照明品牌的出海征程，助力国家落实更大范围、更宽领域、更深层次的对外开放。

报告期内，公司主营业务未发生重大变化。

### **（三）发行人的核心技术与研发水平**

#### **1、发行人的核心技术情况**

公司自成立以来始终坚持“以技术创新为驱动”的产品理念，持续深耕消费级移动照明领域，在消费级移动照明领域构建起强大的技术实力，现已建立具备自主知识产权的核心技术体系，其主要体现在产品研发和 IT 系统研发两方面：

公司在产品研发方面的技术体现在新材料、光学设计、电子电路、智能充电、机械结构、机电一体化以及制造工艺等领域的融合创新，能够形成新风格和差异化的竞争优势，以改善客户使用体验；公司 IT 系统研发方面的技术体现在通过信息化、数字化技术提升公司在销售、采购、产品研发、仓储物流、营销推广等主要经营环节的业务效率；相关核心技术已广泛应用于公司主营产品及各个业务环节，并为公司经营业绩的快速增长做出了积极贡献，具体情况如下：

## (1) 产品类核心技术

序号	技术领域	核心技术名称	技术来源	技术特征	技术先进性及具体表征	技术应用情况	所处阶段	核心技术保护措施
1	新材料	硬质阳极氧化铝合金制备技术	自主研发	1、该技术是一项系统性铝合金材料工程解决方案，应用于消费级移动照明产品的外壳结构件，通过创新性的多组元合金成分设计，结合精密控制的挤压铸造工艺，实现了纳米级强化相在基体中的可控、均匀析出，有效抑制了元素偏析与杂质相形成，从而大幅提升产品结构体的成型性与加工效率； 2、材料组份针对阳极氧化表面处理工艺，氧化膜厚达36~50 $\mu\text{m}$ ，表面硬度370~500HV，氧化着色均匀且低色差。	1、微观组织可控，实现纳米增强相的可控析出，提升材料均质性； 2、从材料在产品应用中的需求出发，将“成分设计-成型工艺-阳极氧化”作为整体系统性优化，从而实现高性能、高可制造性。	应用于消费级移动照明产品	大批量生产阶段	已申请发明专利3项
2	制造工艺	基于微孔填充的金属面防水透光技术	自主研发	该技术应用于消费级移动照明设备的亮度指示或剩余电量指示，应用高功率激光在特定厚度的金属上打孔，金属厚度控制在特定尺寸区间，微孔直径控制在某特定数值，微孔也保持特定间距的均匀分布，在微孔中填充特殊的导光材料并固化，光线可通过小孔透出，在金属表面呈现特定的字母、数字或图案，小孔的密封性可达IPX8防水等级，金属外表面能最大限度的保持完整性，极大提高了产品的高级感与美观性。	显示与金属机身的一体化无缝融合，从根本上杜绝了因指示窗口密封失效导致的进水，同时将显示表面可靠性提升至与金属壳体相同的级别。	应用于消费级移动照明产品	大批量生产阶段	非专利技术，形成技术秘密
3	光学设计	光学透镜技术	自主研发	1、该技术基于光学原理，对消费级移动照明产品的透镜进行优化设计，将常规透镜优化为照明效果更好的新型透镜； 2、提高消费级移动照明产品的光利用效率，减少杂散光，使得照射出去的光斑更加完整均匀，还可根据使	利用折射、全反射和聚焦原理来控制和优化光线输出，从而形成特定的光束效果，其核心目标是将灯泡或LED发出的光线集中成所需的聚光（远射）或泛光（大范围照明）	应用于消费级移动照明产品	大批量生产阶段	已取得实用新型专利11项

				用者需求调整光效，如远光、近光，特殊光斑等，提升用户的使用体验，适应不同的使用环境。	模式。			
4	智能充电	电池智能充电与分选及存储一体化系统技术	自主研发	<p>1、该技术是一套闭环式电池智能充电、分选与存储一体化系统，应用于家庭或集成自动电池充电站设备；</p> <p>2、该系统集成了自动进料、智能检测、高效充电、品控分选与仓储出料五大核心模块，其工作流程为：待处理电池在进料模块中实现有序排列；充电模块通过高精度传感对其进行型号与健康状态的自动识别，仅将合规且完好的电池送入充电仓进行快速充电；系统设有独立废料仓，对型号不符或已损坏的电池进行安全隔离存放；满电电池则由出料模块进行有序存储，便于用户即时取用；</p> <p>3、各模块在协同控制下构成无缝衔接，用户仅需一次性投入电池，即可在输出端获得满电电池，实现了从投放到取出的全程无人化、自动化操作，极大提升了能源补给效率、安全性与用户体验。</p>	<p>1、自动分类与存放，废料仓收集不合格或已损坏电池，出料模块有序存放满电电池，便于用户取用；</p> <p>2、充电流程自动化，对电池充电实现了“投入—检测—充电/分拣—取出”全程自动化；</p> <p>3、直接从出料口取得多个预充满的电池，零等待体验。</p>	应用于智能充电仓	大批量生产阶段	已申请境内发明专利6项，境外发明专利4项
5	电子电路	多传感器融合的主动安全监控与防护技术	自主研发	<p>1、该技术通过内置感应器检测产品状态，如光感应器、温度感应器等，通过软件算法和控制策略，判断当前产品是否处于安全状态，如出光口是否被遮挡、产品内部温度是否过高、周围环境温度是否过高等，从而执行对应的安全措施，如调整光输出强度、启动散热器等，主动提高产品的安全性；</p> <p>2、该技术在破坏透镜或光杯完整性的情况下将感应光路导入到内部隐藏式感应器，从而最大限度维持光照强度。</p>	区别于常规技术中在光杯或者透镜中开孔的形式，在不破坏透镜或光杯完整性的情况下将感应光路导入到内部隐藏式感应器，从而实现出光口遮挡状态的感应，从而最大限度维持光照强度。	应用于消费级移动照明产品	大批量生产阶段	已取得境内发明专利2项和实用新型专利4项，境外发明专利2项
6	智能充电	充电及控制的	自主	该技术将消费级移动照明产品的后盖与底座开关结合	将充电接口和开关集成为一个部	应用于消	大批量生	已取得实用

		一体化端口	研发	成一体,使得后盖既能作为开关使用,同时还能实现充电功能,使得产品的整体外观更加精美,防水效果得到显著提升。	件,最大限度的保持机身的完整性和美观度,规避了常规 Type-C 充电口带来的防尘和防水问题。	费级移动照明产品	产阶段	新型专利 3 项
7	智能充电	自适应电流磁吸快连一体化充电技术	自主研发	该技术应用于消费级移动照明产品,提供了一种自适应电流的磁吸充电方案,内部电路智能识别充电头功率与受电设备功率,动态匹配充电电流,实现了充电器的协议兼容与多电流产品通配能力,充电器的磁性接口与受电产品自动对位、快捷连接与分离,提供更好的充电体验。	1、通过磁性接口界面,实现充电器与受电器之间的面接触,正极与负极以同心圆分布,连接无方向性要求,可快速完成; 2、电路可智能识别电源适配器的输出功率与负载的额定输入功率,动态匹配最优充电电流;凭借良好的兼容性,产品可适配市面上主流规格的充电头进行充电。	应用于消费级移动照明产品	大批量生产阶段	已取得实用新型专利 4 项
8	机械结构	磁吸与锁紧连接技术	自主研发	该技术通过利用磁吸或机械或两者的复合结构,实现消费级移动照明产品的快速吸附、精准对接及稳固锁定,有效克服传统机械连接的繁琐操作与结构局限;同时集成磁感自锁电路与微控制单元,实时检测自锁信号并控制电路通断,避免误触开机导致的电量损耗与安全隐患,在提升连接便捷性与结构通用性的同时,全面增强了系统的可靠性与安全防护等级。	1、磁吸的便捷性与物理结构连接的稳固性相结合,可靠易用; 2、创新的“连接即通电,分离即断电”逻辑,在提升安全性的同时实现了低待机功耗,安全且环保。	应用于消费级移动照明产品	大批量生产阶段	已取得境内发明专利 2 项和实用新型专利 4 项,境外发明专利 1 项
9	机电一体化	基于磁感应的多功能开关交互技术	自主研发	1、该技术是一项基于磁感应的多功能开关交互技术,应用于消费级移动照明产品,通过单一开关实现了多种功能控制,用户可通过按压或旋转控制照明产品的开、关、调光、锁定与解锁等多种操作; 2、该技术通过磁铁与霍尔器件的耦合,利用霍尔效应将机械开关的旋转方向、角度变化、按压行程变化量,转化为电信号,然后应用 MCU 对电信号进行处理,	1、该技术实现了通过一个开关控制电源开关、锁定与解锁、亮度调节等多种操作,简化了产品设计并优化了用户体验; 2、磁铁与霍尔感应器件通过物理隔离,增强产品密封性,大幅提升了产品的防水性能。	应用于消费级移动照明产品	大批量生产阶段	已取得发明专利 1 项,实用新型专利 5 项

				实现产品特定功能控制； 3、该技术通过磁铁与霍尔器件的无线感应实现按键与电路之间物理上的隔离，具备极高的防水性，同时一个开关实现多种操作简化了产品结构，提升了人机交互的直观性。				
10	机械结构	自适应轨道的徒手快装结构系统	自主研发	1、该技术提出了一种位置可调、可徒手装卸的轨道灯结构系统； 2、该技术基于齿条啮合定位原理，在短轨道灯灯体一侧设置齿条滑轨，使得轨道灯的连接夹持件固定到固定槽后，灯体可沿齿条滑轨动态滑动，使得同款轨道灯在不同类型的固定槽上均可匹配安装； 3、该技术另一方面基于拉杆凸轮夹持机械原理，设计弹性件和凸轮的组合结构，通过徒手操作凸轮扳手锁止和松开连接夹持件，将短轨道灯锁定到轨道固定槽上，相较于传统的螺丝固定结构，该技术可在不需要其他配件和工具的情况下徒手将轨道灯安装到轨道上，操作更加快速、便捷。	1、创新的结构设计使灯体相对轨道安装位置可调，柔性安装，提升灯具的通配性； 2、采用弹性件与凸轮组合的夹持结构，通过徒手扳动凸轮扳手即可锁紧或松开，实现快速固定，无需螺丝或工具。	应用于消费级移动照明产品	大批量生产阶段	已取得发明专利1项，实用新型专利3项
11	机械结构	防松型轨道快装结构系统	自主研发	该技术利用活动夹紧装置将轨道灯与轨道固定连接，在装配固定过程中，无需另用其它工具，并且配置固定后具有螺丝反转功能，无需担心在操作过程中受到震动而导致螺丝松动，安装简单，拆卸容易，具有良好的稳固效果。	1、活动式夹紧装置将灯具与轨道固定，全程无需额外工具即可完成装配与拆卸； 2、具备防反转锁定功能，可防止因震动等外力导致螺丝松脱，确保长期使用时的连接可靠性。	应用于消费级移动照明产品	大批量生产阶段	已取得发明专利2项，实用新型专利1项

(2) IT 系统类核心技术

序	核心技术名称	技术	技术内容	技术先进性及具体表征	技术应用	所处	核心技术保
---	--------	----	------	------------	------	----	-------

号		来源		公司核心技术特点	行业传统技术特点	情况	阶段	护措施
1	OMall (傲雷商城系统)	自主研发	<p>1、该系统基于 React 技术栈和微服务架构，结合 Redis 与 ES 多级缓存、消息队列和容器编排技术，采用 AWS 等云服务器部署，通过高效技术组合确保网站对复杂查询的秒级响应和对百万级用户并发秒杀请求的稳定处理；</p> <p>2、该系统借助热力图路径算法、逻辑回归预测算法和 RFM 模型，智能分析点击、浏览、搜索等用户行为，据此描绘用户画像、预测用户购买行为，并推送定制化的商城界面；</p> <p>3、该系统采用标签化、分层会员制的用户管理方案、结合 K-均值、层次聚类算法归集各类客群，以向特定客群精准定向推送定制化的营销邮件、站内信等；</p> <p>4、该系统具备高级 SEO 自动巡检优化功能，可定时检测解决潜在的影响 SEO 评分的问题，以持续增强关键词排名精度、提升站外搜索引擎引流效果。</p>	<p>1、该系统基于 React 微服务架构，结合 Redis 与 ES 多级缓存，确保核心页面加载时间&lt;2 秒，复杂查询响应时间&lt;3 秒，在业务峰值（如百万级用户并发秒杀场景）下，通过动态扩缩容与消息队列削峰，该系统可用性保持&gt;99.99%；</p> <p>2、该系统的用户画像系统采用实时流处理，对点击、浏览、搜索等行为数据延迟&lt;1 分钟，结合逻辑回归与 RFM 模型，预测用户购买意向的准确率&gt;85%；</p> <p>3、该系统的营销系统通过 K-Means 与层次聚类算法，实现客群自动分群，分群准确率&gt;90%，并支持针对不同客群的千人千面界面推送与精准营销，邮件/站内信打开率提升&gt;40%；</p> <p>4、该系统的 SEO 子系统实现全自动化巡检与优化，每周自动修复影响排名的技术问题，使核心关键词在目标搜索引擎的排名稳定性与平均位置提升&gt;30%。</p>	<p>1、行业标准电商网站平均页面加载时间为 3-5 秒，高并发场景下系统稳定性普遍不足，易出现服务降级或崩溃；</p> <p>2、用户行为分析多为 T+1 离线模式，画像更新延迟，预测模型准确率通常在 70-75%区间；</p> <p>3、营销推送多依赖简单标签规则，分群粗糙，个性化程度低，导致营销内容打开率普遍低于 20%；</p> <p>4、SEO 优化严重依赖人工定期检查与调整，响应速度慢，排名波动大，难以实现持续、稳定的站外引流效果；</p> <p>5、系统整体架构以单体或简单分布式为主，弹性扩展能力弱。</p>	应用于品牌官网业务	大批量生产阶段	已取得 10 项计算机软件著作权
2	OMS (傲雷业务中台系统)	自主研发	<p>1、该系统基于微服务架构、智能 API 网关和高效分布式存储，结合信息队列</p>	<p>1、该系统基于智能 API 网关与分布式存储，实现与超过 30 个内外部系</p>	<p>1、行业内多数企业的业务协同仍依赖人工传递 Excel、邮件或</p>	应用于业务中台	大批量生	已取得 10 项计算机软

			<p>和灵活分布式调度技术,连通了公司内部系统间、公司内部系统与外部电商平台物流等平台间的信息孤岛;</p> <p>2、该系统高度整合了生产需求处理、订单需求处理、物流任务处理等核心任务涉及的部门,通过任务信息自动化传递实现了部门间高效协同,显著提升了核心业务流程的时效性、连贯性和准确性;</p> <p>3、该系统打通了内部支持性系统与外部平台(国内外电商平台、各品牌官方网站点、主流跨境物流平台)的数据交互,实现了在全球各销售平台统一维护和发布商品信息,自动汇总、自动拆合销售订单、自动创建对应运单,达到对全球自营仓和第三方仓的库存情况实时管控、自动补货和机器语言预测分析。</p>	<p>统(如 ERP、WMS、主流电商平台、跨境物流商)的高效集成,数据同步延迟&lt;5 秒;</p> <p>2、该系统核心业务流程(如订单到生产、发货)的自动化流转率达到 98%,将传统跨部门协作任务的耗时从数小时缩短至分钟级;</p> <p>3、该系统可以实现全球商品信息“一处维护,多处发布”,维护效率提升 70%;</p> <p>4、该系统可以将订单自动聚合与拆分、运单自动创建准确率&gt;99.5%;</p> <p>5、该系统通过机器学习和时序预测模型对全球多仓库存进行实时监控与智能补货,将库存周转率提升 25%,缺货率降低 40%;</p> <p>6、该系统支持每日处理千万级业务事件,峰值吞吐量达每秒万级事务。</p>	<p>使用功能孤立的系统,数据一致性差,跨平台对接通常通过定制化点对点接口实现,成本高、维护难,数据同步延迟在分钟甚至小时级别;</p> <p>2、业务流程自动化程度低,大量依赖人工核对与操作,错误率高。库存管理多基于安全库存阈值等简单规则,缺乏跨仓联动的智能预测,导致库存成本高或错失销售机会;</p> <p>3、系统处理能力有限,难以支撑业务的快速增长与全球化复杂场景。</p>		产阶段	件著作权
3	SCADA 数据采集及可视化系统	自主研发	<p>1、该系统基于物联网、SNMP 协议、RLU、PLC、Web 服务、智能 API 网关、MQTT 和 MySQL 分布式存储技术,开发了具有分散控制、集中管理功能的 SCADA 制造数据采集系统,集成了 BOM 管理、工艺管理、计划协同、生产执行管理,条码追溯,生产员工绩效管理等功能的数据看板;</p>	<p>1、该系统通过物联网协议(如 MQTT、SNMP)和边缘计算单元(RLU/PLC),实现车间全量设备数据秒级(采集频率≤1 秒)采集与上传,设备稼动率、OEE(全局设备效率)等关键指标实时计算,准确率&gt;98%,并以可视化看板形式动态呈现;</p>	<p>1、传统制造业的数据采集依赖于人工录入或周期性报表,数据延迟大、颗粒度粗,无法实现实时监控,设备效率分析多为事后统计,无法指导实时生产;</p> <p>2、各业务系统(如 MES、ERP)之间集成度低,形成信息孤岛,</p>	应用于生产环节	大批量生产阶段	已取得 6 项计算机软件著作权

			<p>2、该系统通过兼具物联化、可视化、数字化、智能化的 SCADA 系统和可视化看板,实现了实时监控分散在各车间的生产设备并采集设备运行数据、同步自动化分析设备稼动率,以监管设备运行效率、把控生产质量、及时处理设备故障报警;</p> <p>3、该系统兼具智能制造系统与 ERP、PLM 等业务系统连通,高效处理生产需求,显著提高了生产流程管理的透明度、实时性和有效性。</p>	<p>2、该系统具备智能预警与根因分析功能,从设备异常发生到系统告警的平均时间&lt;10 秒,通过与 ERP、PLM 系统深度集成,实现生产订单、BOM、工艺路线的自动下发与执行反馈,生产数据追溯完整率&gt;99.9%;</p> <p>3、该系统将生产计划达成率提升 15%,设备非计划停机时间减少 30%。</p>	<p>生产执行与计划脱节;</p> <p>3、可视化看板多为静态报表,缺乏交互性与实时性;</p> <p>4、故障处理依赖人工巡检与经验判断,响应慢,停机损失大;</p> <p>5、整体生产过程的透明度、可控性与协同效率处于较低水平。</p>			
4	无人仓储物流自动化调度系统	自主研发	<p>1、该系统采用 Putwall 分拣技术优化了仓储物流调度,基于波次挑选算法归集适合批量处理的销售订单,并智能化检索货物所处位置、设定就近的取货、运输路线,实现了对立库中 AGV 自动引导车和 A42 立体箱式机器人的最优调度;</p> <p>2、该系统配备 2D 视觉技术的机器人可根据系统指令对货物进行精准取放,并运输往工作台进行后续的分拣、包装和发货。</p> <p>3、依托强大的软件算法和高度自动化的硬件,该系统显著提高了订单的分配、拣货、分拣各物流环节的自动化水平、运作效率和精准程度。</p>	<p>1、该系统核心采用基于深度学习的波次挑选算法和三维路径规划算法,将订单批量处理效率提升 50% 以上;</p> <p>2、该系统的调度中枢能实时最优调度数十台 AGV 和 A42 机器人,任务响应时间&lt;1 秒,多机协同路径冲突率&lt;0.1%;</p> <p>3、该系统集成 2D/3D 视觉引导的机器人可实现毫米级精准取放,拣选准确率&gt;99.8%;</p> <p>4、该系统通过 Putwall 分拣技术与自动包装线联动,单订单出库平均时间缩短至 15 分钟以内;</p> <p>5、该系统支持 7x24 小时不间断运</p>	<p>1、行业通用的仓储管理系统 (WMS) 主要实现信息化管理,自动化调度能力弱,多依赖人工叉车或简易 AGV 执行固定路线搬运;</p> <p>2、订单拣选以“人到货”或“货到人”的纸单/电子标签拣选为主,效率低、错误率高(普遍&gt;2%);</p> <p>3、机器人应用多为单一场景试点,缺乏大规模、多机种的集群调度与协同能力;</p> <p>4、仓储作业高度依赖人工,劳动力密集,运营成本高,且难以应对订单量波峰,智能化、</p>	应用于仓储环节	大批量生产阶段	已取得 6 项计算机软件著作权

				行, 仓库整体空间利用率提升 35%, 人工干预需求降低 80%。	柔性化水平有限。			
5	OBD (傲雷大数据系统)	自主研发	<p>1、该系统基于大数据与人工智能技术构建, 核心在于多源业务数据的实时采集、融合与智能分析;</p> <p>2、该系统采用分布式数据架构与实时、离线大数据底层数据库, 实现从运营监控、流程优化到决策支持的全链路数字化管理, 利用可视化引擎实现关键指标的动态展示辅助资源调度与风险预警;</p> <p>3、与传统系统相比, 该系统具备高并发处理能力、智能决策支持和跨平台协同等先进特性, 显著提升企业运营效率与管理精度。</p>	<p>1、该系统构建于云原生大数据平台之上, 支持每日 TB 级多源数据 (业务日志、数据库、物联网数据) 的实时采集与融合, 数据入仓延迟&lt;1 分钟。提供基于 SQL 与拖拽式的双向数据查询分析, 对亿级记录复杂查询的响应时间&lt;5 秒;</p> <p>2、该系统内置数十个 AI 预测模型 (如销量预测、风险预警), 关键业务指标预测准确率&gt;90%;</p> <p>3、该系统通过统一的可视化引擎, 支持创建超过 50 种交互式报表与实时监控大屏;</p> <p>4、该系统建立了超过 200 个关键流程节点的数字孪生, 实现流程瓶颈自动识别与优化建议, 推动企业运营效率提升 20%以上。</p>	<p>1、企业传统运营多依赖各业务系统分散的报表和定期的线下会议进行分析决策, 数据割裂, 口径不一, 决策延迟以天或周为单位;</p> <p>2、数据分析工具门槛高, 仅限 IT 或数据分析师使用;</p> <p>3、缺乏系统的、基于数据的预测与预警能力, 风险应对滞后。可视化多为静态 PPT 或 Excel 图表, 无法实时反映业务状态。流程管理依赖人工经验, 缺乏量化的、持续的优化机制;</p> <p>4、数据驱动决策的文化与能力尚未形成。</p>	应用于决策层及业务中枢	大批量生产阶段	已取得 4 项计算机软件著作权
6	傲雷智慧商城 APP	自主研发	<p>1、该系统基于业界领先的涂鸦 IoT 平台与模块化 Android+H5 混合架构, 构建覆盖智能照明控制、全球化电商运营及数据智能分析的一体化平台;</p> <p>2、该系统能够实现设备全生命周期管理、15+国际支付方式无缝接入, 并通过 Emarsys 推荐引擎与自研 AI 评论生</p>	<p>1、该系统采用模块化混合架构 (Android+H5), 实现一次开发多端部署, 功能迭代上线周期缩短 40%;</p> <p>2、该系统深度集成涂鸦 IoT 平台, 支持超过 200 款智能照明设备的即插即用与全生命周期管理, 设备配</p>	<p>1、行业多数智能硬件厂商的 APP 为纯原生开发, 跨平台兼容性差, 迭代速度慢;</p> <p>2、设备连接协议不一, 配网流程复杂, 成功率普遍低于 90%;</p> <p>3、支付方式有限, 国际化支持不足;</p>	应用于傲雷商城 APP	大批量生产阶段	已取得 3 项计算机软件著作权

			<p>成系统提升用户交互体验；</p> <p>3、该系统具备物联网成熟度高、AI 应用深入、全球化架构完善、安全防护全面等核心优势，形成了显著的技术壁垒与市场竞争力。</p>	<p>网成功率&gt;99%，控制指令延迟&lt;300 毫秒；</p> <p>3、该系统集成 15 种以上国际支付与税务方案，满足全球化合规销售；</p> <p>4、该系统通过自研 AI 评论摘要与情感分析系统，自动生成高质量产品洞察，辅助运营决策；</p> <p>5、该系统结合 Emarsys 智能推荐引擎，实现个性化商品推荐，推荐点击转化率较基线提升 25%；</p> <p>6、该系统的应用通过多层次安全加固（代码混淆、传输加密、风险行为监控），并通过了 SOC2 安全审计。</p>	<p>4、用户评论数据未被有效挖掘利用，推荐系统多为基于规则的简单关联推荐，个性化程度低，转化率提升有限；</p> <p>5、应用安全重视不足，常见代码漏洞与数据泄露风险；</p> <p>6、整体在物联网体验、全球化运营与数据智能应用上处于初级阶段。</p>			
7	AI 智能广告运营平台系统	自主研发	<p>1、该系统面向跨境电商广告运营场景，连接亚马逊等电商平台，以及 Google、Facebook 等第三方出海推广平台，实现广告账号、广告计划、广告素材、关键词、受众、预算及投放效果的统一管理；</p> <p>2、该系统可对接 CMS、OMS 及公司内部数据系统，实现产品信息、广告素材、库存状态、订单转化及经营指标的自动采集、清洗、同步和关联分析，为广告投放决策提供统一数据底座；</p> <p>3、该系统引入 AI 广告运营智能体，围绕素材生成、投放创建、预算优化、效</p>	<p>1、该系统支持 Google、Facebook 等主流广告平台的数据接入与统一管理，可实现广告账号、广告系列、广告组、素材、关键词、受众、商品及操作日志等数据的自动同步，核心广告管理流程自动化率超过 90%；</p> <p>2、该系统内置 AI 素材生成及创意生产能力，支持基于产品图片、产品卖点、投放渠道和目标受众生成广告视频、文案及创意素材方案，结合多变量测试机制提升素材迭代效率，在标准化素材场景下，创意</p>	<p>1、行业内广告运营通常依赖人工分别登录不同广告后台进行操作，平台之间数据口径不统一，广告账号、素材、关键词、受众和预算难以集中管理，跨平台分析效率较低；</p> <p>2、传统广告素材制作主要依赖人工设计和人工剪辑，创意产出周期较长，难以针对不同平台、地区、产品和受众快速生成多版本素材，A/B 测试覆盖范围有限；</p> <p>3、传统广告系统与 CMS、OMS</p>	应用于决策层及业务中枢	大批量生产阶段	已申请 2 项计算机软件著作权

			<p>果诊断和策略执行形成自动化 workflow，实现广告运营任务的自动识别、自动分析、自动建议，并在授权规则范围内执行投放调整。</p>	<p>制作周期较人工方式缩短约 70%，部分投放场景点击率 CTR 实现明显提升；</p> <p>3、该系统具备 AI 实时监测和智能出价能力，可对预算消耗、点击率、转化率、订单量、ROI、ROAS、CPC、CPM 等核心指标进行持续监测，并基于机器学习模型、规则引擎和 AI 智能体动态生成预算调整、出价优化、受众调整和低效广告处置建议；</p> <p>4、该系统支持广告策略的预演、审核、执行、复核、日志追踪和异常预警机制，可对预算调整、智能出价、广告暂停、素材轮换、关键词优化、受众调整等策略进行闭环管理，在保证人工授权和风控边界的前提下提升广告策略执行效率，并推动广告投资回报率 ROAS 持续改善。</p>	<p>及销售数据系统集成度较低，广告内容、产品库存、订单转化和经营数据之间缺乏实时联动，容易导致投放策略滞后或数据失真；</p> <p>4、传统出价、预算分配和受众定位多依赖人工经验或简单规则，缺少基于机器学习模型和 AI 智能体的动态预测、自动诊断和实时调优能力，广告投资回报率 ROAS 波动较大；</p> <p>5、传统广告运营系统通常以报表展示为主，缺少从问题发现、原因分析、策略生成、审核执行到结果复核的全流程闭环能力，难以支撑大规模、多平台、多产品的精细化广告运营管理。</p>			
8	OIM（傲雷智造系统）	自主研发	<p>1、该系统基于 React 技术栈和微服务架构，整合 MES、SRM、QMS 三大核心模块，打通从原材料采购、生产执行到成品质量检测的全链路数据闭环，实现制造与质量管理的统一协同；</p> <p>2、系统与 ERP、APS、WMS、电商平台、业务中台等内外部系统深度集成，</p>	<p>1、系统实现 MES、SRM、QMS 一体化部署，打破传统系统孤岛，数据流转延迟&lt;5 秒，关键质量节点追溯完整率&gt;99.9%；</p> <p>2、与 APS、WMS、ERP 系统无缝对接，实现生产订单自动下发、物料自动拣配、成品自动入库，生产</p>	<p>1、MES、SRM、QMS 多为独立系统，集成度低，数据重复录入，信息孤岛严重；</p> <p>2、质量管理多为事后抽检，缺乏实时监控与闭环反馈，异常响应滞后；</p> <p>3、供应商管理依赖人工评估与</p>	应用于生产制造、供应链管理和质量控制全流程	大批量生产阶段	已申请 4 项计算机软件著作权

			<p>支持订单驱动生产、物料自动协同、质量数据实时回传，形成“计划-执行-反馈-优化”的智能闭环；</p> <p>3、构建统一的质量追溯模型与供应链协同平台，支持对供应商交付、生产过程中的关键质量节点、异常停线等进行实时监控与异常预警。</p>	<p>计划达成率提升 20%；</p> <p>3、支持对超过 500 家供应商的统一管理与绩效评估，通过机器学习模型预测供应风险，供应商交付准时率提升 15%；</p> <p>4、系统内置质量管理模型，实现质量异常自动告警，每日异常监控，质量缺陷率降低 15%；</p> <p>5、每日可处理超过 100 万条生产与质量数据，支持千万级数据接入与实时分析。</p>	<p>Excel 记录，缺乏系统化、数据驱动的绩效与风险控制机制；</p> <p>4、生产与质量数据多以日报、周报形式呈现，无法支持实时决策与动态调度。</p>		
9	OCLLOUD（傲雷云系统）	自主研发	<p>1、该系统以 Spring Boot、Spring Cloud 及 Spring Cloud Alibaba 为基础，采用模块化微服务架构和统一依赖治理体系，对服务注册发现、配置管理、网关路由、认证鉴权、Feign 调用、负载均衡、分布式事务、消息队列、缓存、分布式锁、数据权限、文件存储、短信、邮件、支付、日志、定时任务、搜索、验证码、接口文档等底层能力进行标准化封装；</p> <p>2、该系统通过 starter 组件化机制沉淀企业级公共能力，各业务系统可按需引入并替换具体实现，同时配套 auth、Gateway、Admin、Log、Message、Filesystem、Sms、Email、Pay、Canal</p>	<p>1、该系统构建了覆盖 30 余类基础能力的可插拔 starter 体系，统一管理 Spring 生态组件版本和公司级技术规范，降低多业务线重复选型、重复集成和版本冲突风险；</p> <p>2、该系统以统一网关和鉴权服务承载入口安全、路由转发、请求头治理、链路 TraceId 透传和 URL 权限校验，提升跨系统访问控制的一致性；</p> <p>3、该系统通过 AOP 日志、RabbitMQ 异步消费、Canal 数据变更感知、Sentinel 限流熔断、分布式锁和分布式事务等机制，增强服务调用、业务操作、数据同步和异常排查的可</p>	<p>1、行业内传统业务系统通常以单体应用或点对点接口方式建设，认证、网关、日志、消息、文件、支付等能力由各系统重复实现，技术口径不统一，扩展和维护成本较高；</p> <p>2、传统微服务项目往往缺少统一依赖治理和 starter 封装，组件版本兼容、公共配置和安全策略依赖项目团队自行维护，容易形成架构碎片化；</p> <p>3、跨系统调用、消息处理和数据同步缺乏统一链路标识及集中日志沉淀，线上问题定位更多依赖人工排查，故障闭环效</p>	<p>应用于公司商城、中台、权限、网关、日志、消息、支付、短信、邮件、文件、数据同步等基础服务及多个业务系统建设</p>	<p>大批量生产阶段</p> <p>通过内部代码仓库权限管控、Maven 组件版本化发布、技术文档沉淀、代码评审及核心模块封装等方式保护</p>

			<p>等公共服务,形成统一接入、统一安全、统一运维和统一协同的技术底座。</p>	<p>观测性与可靠性; 4、该系统将文件、短信、邮件、支付、消息等通用能力抽象为标准接口并支持多供应商实现切换,使新系统建设可以复用成熟组件,显著缩短基础能力接入周期。</p>	<p>率较低; 4、多租户、数据权限、限流熔断、分布式事务等横切能力若分散建设,容易造成安全边界不一致和业务协同效率不足。</p>			
--	--	--	--	--	---	--	--	--

## 2、发行人的研发水平情况

### (1) 研发水平情况

公司自成立以来，始终重视新产品和新技术的开发与创新工作，将新产品研发、新技术研发和 IT 系统建设作为公司保持核心竞争力的重要保证。

报告期内，公司研发费用占当期营业收入比例情况如下：

单位：万元

项目	2025年度	2024年度	2023年度
研发费用	8,911.40	7,428.30	6,435.44
营业收入	166,534.85	135,025.31	119,190.11
占比	<b>5.35%</b>	<b>5.50%</b>	<b>5.40%</b>

报告期内，公司研发费用分别为 6,435.44 万元、7,428.30 万元和 8,911.40 万元，占当期营业收入比例分别为 5.40%、5.50%和 5.35%，公司持续、高强度的研发投入为公司的技术创新和产品研发创新奠定了良好的基础。

截至 2025 年 12 月 31 日，公司员工总人数为 1,084 人，其中：核心技术人员 2 人，占员工总数比例为 0.18%；研发人员 205 人，占员工总数比例为 18.91%。公司研发人员按照学历分类，本科及以上学历 107 人，占研发人员总数比例为 52.20%。

公司建立了由技术研究院、CMF 中心、数信中心以及事业部研发团队构成的多层次研发架构，覆盖理论基础研究、前沿技术探索、工艺技术优化、数字化平台升级及产品设计开发等各个方面，不同部门合理分工、协同作业，形成了层次丰富、架构科学的技术研发体系，有利于充分调动研发人员的积极性、激发研发人员的创新活力。

公司通过引入业界领先的 IPD 流程，不断优化研发项目管理，旨在提高产品研发的成功率和效率。公司在研发中全面贯彻“技术创新贴近市场需求”的理念，确保研发活动与公司战略、市场需求和行业发展趋势紧密结合，在研发流程中整合了任务书开发、概念与计划、开发阶段、验证阶段、发布结项等环节，以促进核心技术的应用和研发成果的落地。为进一步提升研发效率，公司集中统筹各部门优势资源，通过明确研发项目的重要环节和职责分工、建立了研发部门和

其他业务部门间的通力合作和高效沟通的机制，以更好地实现对研发全流程的科学合理管控，进一步提升研发效率、加快研发落地节奏。

公司针对研发人员制定了较为完善的员工管理规则、工资薪酬制度和绩效考核办法，完善了人才招聘、薪酬激励、培训考核等各项人员管理措施，并通过多次实施股权激励将核心技术人员与研发团队中的骨干人员引入员工持股平台，有效地吸引了高端的研发人才，充分调动了研发团队的积极性和创造性，使员工利益与公司长远发展深度绑定，提升了公司核心研发团队的稳定性。

## (2) 主要荣誉或奖项情况

截至本上市保荐书出具日，公司及其子公司获得的主要荣誉或奖项情况如下：

序号	主体名称	荣誉或奖项名称	颁发单位	颁发时间/有效期
1	傲雷科技	广东省制造业单项冠军企业	广东省工业和信息化厅	2025年-2027年
2		创新型中小企业	广东省工业和信息化厅	2025年9月4日，有效期三年
3		2025年广东省制造业企业500强（第268名）	广东省制造业协会、广东省发展和改革委员会、暨南大学产业经济研究院	2025年
4		技术先进型服务企业	广东省科学技术厅、广东省商务厅、广东省财政厅、国家税务总局广东省税务局、广东省发展和改革委员会	2024年12月9日至2027年12月9日
5		广东省知识产权示范企业（2024年度）	广东省知识产权保护协会	2024年
6		高新技术企业	广东省科学技术厅、广东省财政厅、国家税务总局广东省税务局	2024年11月28日，有效期三年
7		专精特新中小企业	广东省工业和信息化厅	2026年2月10日，有效期三年
8	东莞傲雷	国家专精特新“小巨人”企业	中华人民共和国工业和信息化部	2025年7月1日至2028年6月30日
9		创新型中小企业	广东省工业和信息化厅	2025年9月4日，有效期三年
10		东莞市市级制造业单项冠军企业	东莞市工业和信息化局	2024年
11		广东省工程技术研究	广东省科学技术厅	2024年4月23日，有

		中心		效期五年
12		专精特新中小企业	广东省工业和信息化厅	2026年2月10日, 有效期三年
13		东莞市2023年度瞪羚企业	东莞市科学技术局	2023年
14		高新技术企业	广东省科学技术厅、广东省财政厅、国家税务总局广东省税务局	2023年12月28日, 有效期三年
15		2023年东莞市“倍增计划”试点企业	东莞市倍增计划工作领导小组办公室	2023年
16		2025年东莞市“倍增企业”	东莞市工业和信息化局	2025年
17		东莞市移动照明工程技术研究中心	东莞市科学技术局	2022年
18		东莞市市级工业设计中心	东莞市工业和信息化局	2022年
19		东莞市质量管理优秀单位	东莞市市场监督管理局	2025年12月
20		移动照明产品智能车间	东莞市工业和信息化局	2022年12月
21		高新技术企业	全国高新技术企业认定管理工作领导小组办公室	2025年11月18日, 有效期三年
22	重庆傲雷	创新型中小企业	重庆市巴南区经济和信息化委员会	2025年12月26日至2028年12月26日
23		科技型中小企业	重庆市科学技术局	2025年
24		重庆市科技型企业	重庆市科学技术局	2023年

### (3) 参与制定的国家或行业标准

截至本上市保荐书出具日, 公司参与制定的国家或行业标准情况如下:

序号	标准名称	标准类型	标准号码	发布单位	发布时间
1	灯和灯系统的光生物安全 第7部分: 主要发射可见辐射的光源和灯具	国家标准	GB/T 30117.7-2026	全国照明电器标准化技术委员会、全国光辐射安全和激光设备标准化技术委员会	2026年
2	数字化供应链成熟度模型	国家标准	GB/T 45403-2025	全国信息化和工业化融合管理标准化技术委员会	2025年
3	户外运动用品第3部分: 移动照明灯具	团体标准	T/CSGF 018.3-2023	中国体育用品业联合会	2023年

### (四) 发行人的主要经营和财务数据及指标

报告期内，发行人的主要经营和财务数据及指标情况如下：

项目	2025年12月31日/2025年度	2024年12月31日/2024年度	2023年12月31日/2023年度
资产总额（万元）	132,276.27	104,945.00	74,326.52
归属于母公司所有者权益（万元）	55,307.21	48,097.07	39,963.23
资产负债率（母公司）	17.47%	25.98%	36.35%
营业收入（万元）	166,534.85	135,025.31	119,190.11
净利润（万元）	8,446.78	5,376.64	5,712.28
归属于母公司所有者的净利润（万元）	8,423.20	5,432.37	5,714.62
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润（万元）	8,527.99	7,315.73	5,727.43
基本每股收益（元）	0.82	0.53	0.59
稀释每股收益（元）	0.82	0.53	0.59
加权平均净资产收益率	16.68%	12.41%	20.30%
经营活动产生的现金流量净额（万元）	7,918.98	11,333.45	5,767.78
现金分红（万元）	2,017.07	1,537.46	933.36
研发投入占营业收入的比例	5.35%	5.50%	5.40%

上述指标的计算公式如下：

(1) 资产负债率=负债总额/资产总额

(2) 加权平均净资产收益率= $P / (E_0 + NP \div 2 + E_i \times M_i \div M_0 - E_j \times M_j \div M_0 \pm E_k \times M_k \div M_0)$

其中：P 分别对应于归属于公司普通股股东的净利润、扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润；NP 为归属于公司普通股股东的净利润；E<sub>0</sub> 为归属于公司普通股股东的期初净资产；E<sub>i</sub> 为报告期发行新股或债转股等新增的、归属于公司普通股股东的净资产；E<sub>j</sub> 为报告期回购或现金分红等减少的、归属于公司普通股股东的净资产；M<sub>0</sub> 为报告期月份数；M<sub>i</sub> 为新增净资产下一月份起至报告期期末的月份数；M<sub>j</sub> 为减少净资产下一月份起至报告期期末的月份数；E<sub>k</sub> 为因其他交易或事项引起的净资产增减变动；M<sub>k</sub> 为发生其他净资产增减变动下一月份起至报告期期末的月份数。

(3) 基本每股收益= $P \div S$

$S = S_0 + S_1 + S_i \times M_i \div M_0 - S_j \times M_j \div M_0 - S_k$

其中：P 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于普通股股东的净利润；S 为发行在外的普通股加权平均数；S<sub>0</sub> 为期初股份总数；S<sub>1</sub> 为报告期因公积金转增股本或股票股利分配等增加股份数；S<sub>i</sub> 为报告期因发行新股或债转股等增加股份数；S<sub>j</sub> 为报告期因回购等减少股份数；S<sub>k</sub> 为报告期缩股数；M<sub>0</sub> 为报告期月份数；M<sub>i</sub> 为增加股份下一月份起至报告期期末的月份数；M<sub>j</sub> 为减少股份下一月份起至报告期期末的月份数。

(4) 稀释每股收益= $[P + (\text{已确认为费用的稀释性潜在普通股利息} - \text{转换费用}) \times (1 - \text{所得税率})] / (S_0 + S_1 + S_i \times M_i \div M_0 - S_j \times M_j \div M_0 - S_k + \text{认股权证、股份期权、可转换债券等增加的普通股加权平均数})$ 。

其中，P 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润。公司在计算稀释每股收益时，已考虑所有稀释性潜在普通股的影响，直至稀释每股收益达到最小。

(5) 研发投入占营业收入的比例=研发费用/营业收入。

## **(五) 发行人存在的主要风险**

### **1、海外销售集中的风险**

公司销售收入主要来源于境外，报告期各期来源于境外的主营业务收入占当期主营业务收入比例分别为 98.87%、98.63%和 98.57%，销售区域主要集中于北美洲和欧洲等地区。同时，为支持全球化销售，公司已在美国、德国、澳大利亚、法国、日本等国家设立子公司来具体负责当地市场的销售业务。但伴随着全球政治环境和经济形势愈加复杂，国际贸易摩擦频发，部分国家通过调整进口、关税、外汇等政策推行贸易保护主义以保护本国产业，可能会造成全球供应链波动加剧、物流效率降低、运营成本上升等不利情况。同时，公司境外经营需遵守不同国家和地区在税收、知识产权、隐私保护、消费者权益保护及反不正当竞争等方面的法律法规，相关监管要求可能随着当地经济社会的发展而动态变化。若未来公司产品主要出口国家和地区的贸易政策、政治经济环境以及相关监管要求发生不利变化，而公司管理层未能及时、准确把握相关区域的经营环境及监管要求变化情况，将对公司境外业务的正常开展以及经营业绩的稳定发展产生不利影响。

### **2、新技术及新产品研发的风险**

随着全球消费级移动照明市场竞争日趋激烈，行业技术迭代与产品更新换代速度持续加快，LED 芯片技术、智能控制技术、电池储能技术、光学设计技术等核心领域不断涌现突破性创新，市场需求也向智能化、多功能化、轻量化等方向快速演进。在此背景下，公司必须持续加大研发资源投入、完善研发体系建设并扩充专业研发团队，紧密跟踪行业前沿技术发展趋势，不断丰富技术储备，才能巩固并提升公司现有的技术优势和品牌影响力。报告期内，公司投入的研发费用分别为 6,435.44 万元、7,428.30 万元和 8,911.40 万元，占当期营业收入的比例分别为 5.40%、5.50%和 5.35%。尽管公司报告期内持续加大研发投入，但新技术与新产品的研发具有周期长、不确定性高等特点，部分新技术的研发投入可能短期内无法实现商业化成果转化，个别重点研发项目亦存在技术攻关失败的风险，前述情形均可能对公司短期经营业绩造成一定不利影响。

### 3、亚马逊平台销售占比较高的风险

公司线上销售主要采用“亚马逊+品牌官网”双轮驱动的跨境电商销售模式，也是公司最主要的销售模式。报告期内，公司通过亚马逊渠道实现的主营业务收入占当期主营业务收入比例分别为 41.72%、47.52%和 54.17%，占比较高。亚马逊平台是欧美国家消费者的主要线上购物平台，如果亚马逊平台未来由于市场竞争、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，则可能对公司经营业绩产生不利影响。此外，如果未来亚马逊平台的店铺注册管理政策、销售政策、结算政策、平台费用率政策等发生不利于销售方的调整，或亚马逊平台调整经营策略，或公司不能够持续满足平台的规则要求，也可能对公司业务经营造成不利影响。

### 4、存货管理的风险

公司主要依托“Olight”品牌布局境内外市场，并采用“线上销售为主，线下销售为辅”的销售模式实现全球化销售。为快速响应市场需求，保障产品供应的充足性及跨境物流运输的及时性，提升境外客户的消费体验，公司需要提前准备一定规模的存货。随着销售规模的扩大，公司存货规模呈上升趋势，报告期各期末的存货账面价值分别为 20,627.73 万元、21,413.23 万元和 26,659.26 万元，占当期流动资产比例分别为 40.05%、34.25%和 41.93%，主要包括存放在境内自有仓库的原材料、自制半成品，处于海运状态的在途存货以及存放于境外亚马逊各地仓库和公司海外自营仓的库存商品等。若公司未来不能合理控制存货规模，或市场竞争、消费者需求等因素发生变化导致公司产品不能持续满足市场需求而出现销售迟滞和存货周转不畅，则可能存在存货跌价的风险；若公司存货因管理不善发生毁损、丢失等情形，将直接影响公司生产经营的连续性，进而对公司经营业绩造成不利影响。

### 5、经营业绩季节性波动风险

报告期内，公司来源于第四季度的主营业务收入占全年主营业务收入比例分别为 39.21%、43.36%和 42.86%，公司收入具有明显的季节性特征，主要由于欧美发达国家的主要法定节日（如感恩节、圣诞节等）和购物节日（如黑色星期五、网络星期一等）集中在第四季度，消费者在此期间对公司产品的消费需求相较往

常更加旺盛，因此导致公司来源于第四季度的销售收入占全年收入比重较大。鉴于公司收入存在的季节性可能会导致公司利润、经营性现金流量等财务指标在各季度之间出现较大波动，公司经营业绩因此存在季节性波动风险。

## 6、公司募集资金投资项目用地尚未落实的风险

公司本次募集资金投资项目“移动照明生产基地建设项目”拟选址中山翠亨新区南朗工业区。截至本上市保荐书签署日，公司尚未取得该募集资金投资项目用地的国有土地使用权。2026年1月22日，公司与中山翠亨新区管理委员会签署了《战略合作框架协议》，中山翠亨新区管理委员会承诺，在符合相关法律规定的前提下，依法公开出让位于中山翠亨新区南朗工业区面积约63亩的土地用于项目建设，地块用途为工业用地，出让年限50年，供地方式为由中山市人民政府授权的具有土地出让资格的部门按国家土地政策规定进行建设用地公开交易，公司须按规定参与竞买，依法取得土地使用权。若公司未能如期取得募集资金投资项目的国有土地使用权，可能会对募集资金投资项目的实施产生不利影响。

## 二、本次证券发行的基本情况

股票种类	人民币普通股（A股）		
每股面值	人民币1.00元		
发行股数	不超过3,417.2380万股	占发行后总股本比例	不低于25%
其中：发行新股数量	不超过3,417.2380万股	占发行后总股本比例	不低于25%
股东公开发售股份数量	不适用	占发行后总股本比例	不适用
发行后总股本	不超过13,667.0000万股		
每股发行价格	[ ]元		
发行市盈率	[ ]倍		
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		
发行方式	本次发行采取网下向询价对象配售发行和网上向社会公众投资者定价发行相结合的方式或证券监管部门认可的其他方式（如发行时中国证监会关于股票发行方式的规定有变化，则按变化后的发行方式发行）		
发行对象	符合资格的询价对象和在深圳证券交易所开户并开通创业板市场交易账户的境内自然人、法人等投资者（法律、法规、中国证监会及深圳证券交易所规范性文件规定的禁止购买者		

	除外)
承销方式	余额包销
拟公开发售股份股东名称	不适用
发行费用的分摊原则	不适用
募集资金总额	[ ]万元
募集资金净额	[ ]万元
募集资金投资项目	研发基地建设项目
	市场推广及品牌基地建设项目
	移动照明生产基地建设项目
	补充流动资金项目
发行费用概算	本次发行费用总额(不含增值税)为[ ]万元,其中: 1、承销及保荐费用:[ ]万元; 2、审计及验资费用:[ ]万元; 3、律师费用:[ ]万元; 4、信息披露费用:[ ]万元; 5、发行手续费等其他费用:[ ]万元
高级管理人员、员工拟参与战略配售情况	在符合相关规定的前提下,发行人高级管理人员、员工可参与战略配售,认购本次公开发行新股。在本次公开发行股票发行前,发行人将履行内部程序审议该事项的详细方案,并依法进行详细披露
保荐人相关子公司拟参与战略配售情况	发行人或本次发行若符合保荐机构跟投要求的,保荐机构将安排相关子公司参与本次发行战略配售,具体按照深圳证券交易所相关规定执行
拟公开发售股份股东名称、持股数量及拟公开发售股份数量、发行费用的分摊原则	不适用
拟上市地点	深圳证券交易所创业板

### 三、保荐代表人、项目协办人及项目组其他成员情况

#### (一) 本次证券发行上市的保荐代表人情况

广发证券指定曾燕华、王争光作为傲雷科技集团股份有限公司(以下简称“发行人”、“公司”或“傲雷科技”)本次发行的保荐代表人。

**曾燕华先生:** 保荐代表人, 曾先后参与或负责海利尔 IPO 项目、中泰证券 IPO 联席主承销项目、百合股份 IPO 项目、晶台股份 IPO 项目、文明股份推荐挂牌项目以及尚睿科技推荐挂牌项目等, 具有丰富的投行业务经验和大消费行业实务经验。自执业以来, 执业记录良好, 未受到过监管部门的处罚。

**王争光先生:** 保荐代表人, 曾先后参与或负责晶台股份 IPO 项目、东呈集

团 IPO 项目、乐舒适 IPO 项目、若羽臣 A+H 项目，袁记食品集团 IPO 项目等，以及海南瑞泽重大资产重组等，具有丰富的投行业务经验和大消费行业实务经验。自执业以来，执业记录良好，未受到过监管部门的处罚。

## **(二) 本次证券发行上市的协办人情况**

广发证券指定高纪元作为本次发行的项目协办人。

**高纪元先生：**保荐代表人，曾先后参与永兴东润 IPO 项目、水晶岛 IPO 项目、若羽臣 A+H 项目等，具有较为丰富的投行业务经验。自执业以来，执业记录良好，未受到过监管部门的处罚。

## **(三) 项目组其他成员情况**

本次发行项目组的其他成员：凌子轩、张静雯、刘怡达、王楚媚，最近 3 年内执业记录良好，未受到监管部门的处罚。

# **四、发行人与保荐人的关联关系**

## **(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**

截至本上市保荐书出具日，保荐人或其控股股东、实际控制人、重要关联方不存在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**

截至本上市保荐书出具日，发行人或其控股股东、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，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**

截至本上市保荐书出具日，保荐人的保荐代表人及其配偶，董事、监事、高级管理人员，不存在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**

截至本上市保荐书出具日，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、重要关联方不存在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**

截至本上市保荐书出具日，除因担任发行人本次证券发行的保荐机构（主承销商）形成的业务关系外，保荐人与发行人之间不存在其他关联关系。

## 第二节 保荐机构的承诺事项

**一、本保荐机构已按照法律法规和中国证监会及深圳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。**

本保荐机构同意推荐发行人证券发行上市，并具备相应的保荐工作底稿支持。

**二、本保荐机构已按照中国证监会、深圳证券交易所的有关规定对发行人进行了充分的尽职调查，并对本次发行申请文件进行了审慎核查，本保荐机构承诺：**

1、有充分理由确信发行人符合法律法规及中国证监会、深圳证券交易所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、自愿接受深圳证券交易所的自律监管。

### **三、保荐机构及负责本次证券发行保荐工作的保荐代表人特别承诺**

1、本保荐机构与发行人之间不存在未披露的关联关系；

2、本保荐机构及负责本次证券发行保荐工作的保荐代表人未通过本次证券发行保荐业务谋取任何不正当利益；

3、负责本次证券发行保荐工作的保荐代表人及其配偶未以任何名义或者方式持有发行人的股份。

## 第三节 保荐机构对本次证券发行上市的推荐意见

### 一、本保荐机构对本次证券发行上市的推荐结论

本保荐机构已按照中国证监会、深圳证券交易所的相关规定进行了充分的尽职调查、审慎核查，保荐机构认为：发行人具备首次公开发行股票并在创业板上市的条件，发行人首次公开发行股票符合《公司法》《证券法》《首次公开发行股票注册管理办法》和《深圳证券交易所股票发行上市审核规则》等有关法律法规的要求。因此，广发证券同意推荐傲雷科技申请首次公开发行股票并在创业板上市。

### 二、本次证券发行上市所履行的程序

发行人召开的第三届董事会第十一次会议和第三届董事会第十三次会议审议通过了《关于公司申请首次公开发行人民币普通股（A股）股票并在创业板上市的议案》等与本次发行上市有关的议案。

发行人召开的2026年第一次临时股东会审议通过了《关于公司申请首次公开发行人民币普通股（A股）股票并在创业板上市的议案》等与本次发行上市有关的议案。

经核查，保荐机构认为，发行人已就本次发行上市履行了《公司法》《证券法》和中国证监会及深圳证券交易所规定的决策程序。

### 三、发行人符合板块定位及国家产业政策的核查情况

#### （一）发行人符合板块定位

保荐机构依据《深圳证券交易所创业板企业发行上市申报及推荐暂行规定（2024年修订）》的要求，对发行人是否符合创业板定位进行了逐项核查，认为发行人符合创业板定位，具体情况如下：

#### 1、发行人符合创业板定位相关指标要求

公司符合《深圳证券交易所创业板企业发行上市申报及推荐暂行规定（2024年修订）》第四条第二套标准相关指标要求，具体情况如下：

创业板定位相关指标二	是否符合	指标情况
最近三年累计研发投入金额不低于 5,000 万元	<input checked="" type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	报告期内，公司研发投入分别为 6,435.44 万元、7,428.30 万元和 8,911.40 万元，最近三年累计研发投入金额为 22,775.15 万元，大于 5,000 万元。
最近三年营业收入复合增长率不低于 25%	不适用	2025 年度，公司营业收入为 166,534.85 万元，超过 3 亿元，不适用营业收入复合增长率要求。

注：最近一年营业收入金额达到 3 亿元的企业，或者按照《关于开展创新企业境内发行股票或存托凭证试点的若干意见》等相关规则申报创业板的已在境外上市的红筹企业，不适用相关规定的营业收入复合增长率要求。

## 2、发行人关于符合创业板定位的具体说明

### (1) 发行人能够通过创新、创造、创意促进新质生产力发展

#### ①公司构建了立体化创新体系，以前瞻研发持续驱动产品升级，满足“创新”的特征

公司始终将技术创新作为发展的核心驱动力，已构建起一个覆盖新材料、光学设计、电子电路、智能充电、机械结构、机电一体化以及制造工艺等领域的立体化、前瞻性研发体系。

在研发实力方面，公司建立了由专注于前沿技术探索的技术研究院、致力于材料与工艺创新的 CMF 中心、负责开发覆盖公司业务全流程 IT 系统的数信中心以及负责各产品线具体开发任务的事业部研发团队构成的多层次研发架构。截至 2025 年 12 月 31 日，公司共拥有研发人员 205 人，占员工总数比例为 18.91%；报告期内投入的研发费用持续增加，分别为 6,435.44 万元、7,428.30 万元和 8,911.40 万元，年复合增长率达 17.67%。经过多年持续、高强度的研发投入，截至 2025 年 12 月 31 日，公司已在全球范围内申请并获授权专利 1,292 项，其中发明专利 67 项，实用新型专利 886 项，外观设计专利 339 项，并拥有 260 项计算机软件著作权，构筑了深厚的技术护城河。

在前沿技术布局方面，公司坚持应用技术开发与基础研究并重的发展思路，重点围绕物联网技术、产品软件开发平台、新型铝合金材料一体成型压铸工艺、阳极氧化表面处理工艺、光学技术、反射式光学系统及半导体光电器件等方向开展前瞻性研究。同时，公司积极推进“产学研”深度融合，与武汉理工大学就适用于液态模锻的铝合金材料等前沿领域开展联合攻关，致力于研发满足高性能产

品需求的新型材料。上述布局充分体现了公司对产业技术演进趋势的敏锐洞察，以及整合外部优质资源驱动技术创新的战略能力。

在核心技术积累及成果转化方面，公司围绕消费级移动照明产品的核心需求，在硬质阳极氧化的新型铝合金及其制备技术、光学透镜技术、基于微孔填充的金属面防水透光技术、多传感器融合的主动安全监控与防护技术以及自适应电流磁吸快连一体化充电技术等关键领域取得突破，形成了具备自主知识产权的核心技术体系，并广泛应用于主营产品。公司紧跟消费升级趋势，致力于将传统移动照明产品升级为高品质、多功能的消费级科技产品。相较于仅满足基础照明需求的传统产品，公司通过集成多传感器融合的主动安全防护、自适应电流磁吸快充等核心技术，在智能化、自动化水平上实现显著突破，完成了对传统产品的升级换代。同时，公司对硬质阳极氧化铝合金、防水透光金属面等新材料与新工艺执行严苛的质量与安全性标准，有助于产品在实现复杂实用功能的同时保持行业领先的可靠性。这种以核心技术驱动的差异化竞争优势，使公司产品在售价上大幅高于传统消费级移动照明产品，展现出较强的创新溢价能力。

综上所述，公司已构建起“应用研发-前沿探索-成果转化”的闭环创新机制，成功实现了从基础照明向智能化、高端化移动照明的跨越，能够持续将技术创新转化为产品性能与用户体验的实质性提升，符合“创新”的特征。

**②公司实现了从自主研发设计到智能生产的全链条掌控，完成了技术创新向高品质产品的转化，满足“创造”的特征**

公司不仅致力于技术“创新”，更具备将创新理念和核心技术转化为高品质实体产品的“创造”能力，实现了从市场需求洞察、产品自主设计到智能制造交付的全产业链闭环。

在产品设计与开发环节，公司基于对全球消费者在日常照明、户外运动、维修维护、搜寻救援等场景的深刻洞察，独立完成产品定义、工业设计、结构开发、电子电路及嵌入式软件设计，确保每款产品均能体现公司的原创设计理念与核心功能集成。

在生产制造环节，公司采用“自主生产为主、外协加工为辅”的方式组织生产，以保障核心工艺品质与生产效率。公司积极契合制造业转型升级导向，通过

投入大量资源优化生产工艺，将技术优势深度转化为制造优势。公司大力推动生产环节的信息化与数字化升级，通过自主开发的 OIM（傲雷智造系统）深度集成 SCADA 数据采集及可视化系统，实现对生产流程的实时监控、数据分析和精益管理。这种智能化改造有效解决了传统生产方式中信息不透明、生产过程繁琐的痛点，确保了产品精度、良率与质量达到行业一流水平。此外，公司通过引入自动化镗雕机、自动化组装设备等，在部分生产环节形成了具有技术壁垒的自动化生产能力，相比传统手工或半自动技术路线，有效提升了公司的生产效率和产品一致性，形成了明显的规模化生产优势，符合国家关于制造业转型升级的政策导向。

在质量管控环节，公司依托 ISO9001 质量管理体系认证及 ISO14001 环境管理体系认证建立了完善的品质管控体系，产品亦严格符合北美洲、欧洲、大洋洲等地区的主流市场标准认证要求，确保交付给全球消费者的产品在亮度、射程、续航时间、抗冲击及防水防尘等关键性能指标上保持稳定可靠。

综上所述，公司已形成“自主设计、智能生产、严控质量”一体化的全链条创造能力，通过信息技术对传统制造模式的深刻重塑，实现了生产效率与管理效能的明显提升，有助于公司稳定、高效地将技术创新成果转化为具有市场竞争力的实体产品，充分体现了“创造”的特征。

### **③公司通过全球化品牌运营与数字化营销创新，塑造具有国际影响力的消费级移动照明品牌，满足“创意”的特征**

公司在品牌建设与市场运营中充分体现了“创意”特征，通过富有创意的品牌战略、数字营销和用户运营，成功将创新创造优势转化为高附加值的品牌价值优势，引领了中国消费级移动照明品牌出海的新模式。

在品牌塑造与创意传播方面，公司自成立之初便确立打造全球化自主品牌“Olight”的战略，并创新性地融合了数字化内容营销与社群运营；通过持续运营 Facebook、YouTube、Instagram 等海外主流社交平台，构建高黏性的全球粉丝社群、社媒；自创“傲雷粉丝节”，通过线上直播、粉丝共创、线下聚会等形式，将用户转化为品牌共建者。

在商业模式与营销创新方面，公司成功构建“亚马逊+品牌官网”双轮驱动

的销售模式，在亚马逊平台开设店铺的同时，也在美国、德国、澳大利亚、日本、法国等全球主要市场建设本土化品牌官网。品牌官网不仅可作为销售渠道，更成为品牌形象展示、用户数据沉淀和私域流量运营的核心阵地，公司在此基础上灵活运用搜索引擎优化（SEO）、内容营销、网红合作、个性化邮件等数字化手段，实现全球消费者的精准触达和高效转化。

上述富有创意的品牌实践成效显著，公司“Olight”品牌自 2022 年第四季度起 11 次荣登“BrandOS 出海品牌社媒影响力榜单”，于 2024 年入选深圳工业总会、中国信通院广东工业互联网创新中心等联合发布的“中国出海品牌百强榜新锐品牌”，并于 2026 年获评为“福布斯中国 DTC 跨境影响力品牌”，标志着“Olight”品牌已成为获得全球消费者情感认同和文化认可的创意品牌，并成功跻身全球消费级移动照明行业知名品牌行列。

综上所述，公司在品牌运营、用户沟通以及商业模式构建方面展现出卓越的创意能力，符合“创意”的特征。

#### **④公司通过跨境电商与信息技术协同创新，激活业务发展新动能，满足“新技术、新产业、新业态、新模式与传统产业深度融合”的要求**

公司专业从事高品质消费级移动照明产品的研发、设计、生产和销售，主要通过跨境电商销售模式实现产品的全球化销售，并以自主构建的 IT 系统充分支撑市场开拓与业务运营，是传统制造业与“新技术、新产业、新业态、新模式”深度融合的代表性企业。

在销售模式创新方面，公司多年来持续探索产品销售的新模式，通过精准定位海外市场，加速全球化布局，已建立起“亚马逊+品牌官网”双轮驱动的跨境电商销售体系，并较好地与公司的业务和产品融合。依托“亚马逊+品牌官网”双轮驱动的电商销售模式，公司突破了制造业传统线下销售渠道的固有限制，实现对美国、德国、澳大利亚、日本、法国等全球主要市场的业务覆盖，这一模式不仅推动了制造产业的优化升级，展现出产品出口的新业态，更有利于服务国家高水平对外开放。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）》（国统字〔2018〕111 号），公司采用的跨境电商模式归属于“0812 现代零售服务”下属的“081201 互联网零售”，属于新产业、新业态、新商业

模式的范畴。

在信息化及数字化建设方面，公司高度重视信息技术的自主研发与持续投入，已形成覆盖前台、中台、后台等各个业务层面重要环节的立体式信息技术体系。公司自主开发的 OMall（傲雷商城系统）、OMS（傲雷业务中台系统）、OBD（傲雷大数据系统）、OIM（傲雷智造系统）、OCLOUD（傲雷云系统）等 IT 系统，与外部引进的 SAP、WMS、APS、PLM 等 IT 系统协同作业，全面支撑公司线上销售业务的运营及日常经营管理。其中，公司 OMall（傲雷商城系统）作为公司品牌官网的门户网站，系公司开展品牌官网业务的基本阵地；公司 OMS（傲雷业务中台系统）、OBD（傲雷大数据系统）、OIM（傲雷智造系统）可以实现公司内部信息流的高效流转与实时监控，使得公司能够对日常业务运营、生产线作业实现精益化的管理，有效提升了公司的运营管理效率和生产效率；公司 OCLOUD（傲雷云系统）作为公司的 IT 基础设施，为各个系统的运营提供了底层架构的支撑，保障公司各 IT 系统高效运行。公司围绕 IT 系统已研发形成多项核心技术，相关核心技术已与公司生产经营深度融合，在市场营销和运营管理等方面展现出显著的成效。2025 年 5 月，公司成功通过 DCMM 数据管理能力成熟度稳健级三级评估，标志着公司的数据管理能力已达到国家标准的稳健级要求，在信息化和数字化方面的建设处于行业领先水平。

综上所述，公司在消费级移动照明领域创新性地采用了跨境电商销售模式，并将信息技术深度融入日常生产经营，积极推动传统制造业向信息化、数字化方向转型升级，充分满足“新技术、新产业、新业态、新模式与传统产业深度融合”的要求。

因此，公司属于能够依靠创新、创造、创意促进企业摆脱传统经济增长方式和生产力发展路径，促进科技成果高水平应用、生产要素创新性配置、产业深度转型升级、新动能发展壮大成长型创新创业企业，且能够通过创新、创造、创意促进互联网等新技术、新产业、新业态、新模式与传统产业深度融合，推动行业向高端化、智能化、绿色化发展。

## （2）发行人的技术创新性及其表征

### ①公司围绕产品核心性能与用户体验构建了自主可控的核心技术体系，通

## 过系统性创新持续赋能产品迭代与升级

公司的技术创新始终以解决用户核心痛点和提升产品综合价值为导向，已构建了一个覆盖新材料、光学设计、电子电路、智能充电、机械结构、机电一体化以及制造工艺等领域的完整技术体系，该体系以“用户体验为牵引，自主设计为核心”，是确保公司在消费级移动照明领域持续创新、实现产品快速迭代的系统性工程。

在新材料及制造工艺领域，公司通过自主研发或委外研发实现了从材料源头到最终成品的深度优化。针对高端产品对轻量化、高强度及精致外观的复合需求，公司联合武汉理工大学开发了硬质阳极氧化铝合金制备技术，该技术制备的改性铝合金材料突破了传统压铸铝难以阳极氧化的行业瓶颈，在实现高强韧与优异表面处理性能的同时，有效降低生产成本并提升生产效率，已成功应用于公司多款量产产品中。为实现指示功能与金属机身的一体化融合，公司掌握了基于微孔填充的金属面防水透光技术，使显示元素能够无缝集成于金属表面之下，在解决传统独立窗口密封与进水隐患的同时，有效提升产品的整体设计美感与高级感。

在智能充电及电子电路领域，公司致力于为用户提供便捷、安心的一站式解决方案。针对用户充电过程中的兼容性、效率与安全问题，公司开发了自适应电流磁吸快连一体化充电技术，该技术能够自动识别设备并匹配最佳充电方案，通过便捷的连接方式简化操作。更进一步，公司构建了电池智能充电与分选及存储一体化系统技术，该技术为行业首创，集成检测、充电、分选与存储功能，实现零等待的续电体验，是公司在智能充电领域的前瞻性布局。在安全防护方面，公司突破了传统方案的局限，开发了多传感器融合的主动安全监控与防护技术，该技术能够实时感知设备工作状态与环境变化，并通过智能算法提前预警与主动干预，将产品安全等级从被动应对提升至主动防护。

在机电一体化及机械结构领域，公司通过高度集成的创新结构简化操作并拓展应用边界。为提升交互的直观性与简洁性，公司研发的基于磁感应的多功能开关交互技术将复杂的物理操控按键集成为单一开关，用户通过按压或旋转即可完成多种功能的控制，该技术在简化产品物理结构、增强耐用性、提高防水性能的同时，有效提升用户操作的流畅度。针对户外及专业场景中设备安装的便利性与

稳固性需求，公司创新性开发了磁吸与锁紧连接技术和防松型轨道快装结构系统，该技术利用快装与锁紧结构，用户无需借助额外工具即可快速完成设备的安装、精准定位与可靠固定，有效提升不同环境下设备安装的便捷性和稳定性。

综上所述，公司的核心技术体系呈现出鲜明的系统性与用户导向特征，并紧紧围绕最终产品体验在新材料、光学设计、电子电路、智能充电、机械结构、机电一体化以及制造工艺等领域协同演进。这种以自主可控技术为基础的系统化创新能力，有助于公司持续推出在性能、品质、安全与易用性方面均具有良好市场竞争力的产品，构成了驱动公司产品持续迭代与保持市场竞争力的核心支柱。

## ②公司自主构建了全面支撑业务运营与战略决策的数字化底座，实现了信息技术与核心业务的深度融合

公司的技术创新不仅体现在实体产品上，更深刻贯穿于公司整体运营与发展的脉络之中。公司通过自主研发并成功部署一套覆盖全球销售、智能生产、精准仓储及智慧决策的全链路数字化系统，构建起一个高效、敏捷、数据驱动的“数字化底座”，实现了信息技术与核心业务的深度耦合与双向赋能，成为驱动公司全球化运营与持续增长的核心引擎。

在前端用户触达层面，公司通过先进的数字化平台实现了全球用户的精准触达与高效服务。公司自主研发的 OMall（傲雷商城系统）与傲雷智慧商城 APP 构建了全球品牌官网与移动终端入口，该系统采用微服务架构与多级缓存技术，保障了在全球高并发访问场景下流畅的用户体验，核心页面加载时间明显优于行业平均水平。此外，该系统深度集成大数据分析 with 人工智能算法，能够实时分析用户行为，构建精准画像，并实现个性化推荐与营销，使得营销邮件打开率、商品推荐转化率等关键指标出现明显提升。同时，公司自研的 AI 智能广告运营平台系统实现对全球主流广告渠道的统一管理与 AI 驱动的智能投放，有效提升广告投放力度与市场覆盖率。上述前端系统不仅是销售渠道，更是品牌体验、用户洞察和私域流量运营的战略枢纽。

在内部运营协同层面，公司通过一体化平台打破数据孤岛，实现全球业务的高效流转与无缝协同。公司自主研发的 OMS（傲雷业务中台系统）作为业务中台的核心，将内部各职能系统（如 SAP、WMS 等）与全球主流电商平台、物流

服务商高效连接，实现全球商品信息“一处维护、多处同步”，订单自动聚合、拆分与运单创建，将跨部门、跨平台协作流程从小时级缩短至分钟级，自动化率与准确性均处于行业前列。这种深度集成与自动化保障了公司在复杂全球业务网络中的运营连贯性、准确性及响应速度。

在生产与供应链层面，公司依托物联网与智能技术推动精细化管理与效率变革。在生产端，公司自主研发的 OIM（傲雷智造系统）深度集成 SCADA 数据采集与可视化平台，通过实时采集车间数据，实现生产过程的透明化监控、智能化预警与动态优化，有效提升设备利用率与计划达成率。仓储物流端，公司自主研发的无人仓储物流自动化调度系统依托算法调度 AGV 等自动化设备，实现作业流程的高度自动化与智能化，拣选准确率达到行业领先水平，在提升出库效率的同时，能有效优化空间利用率并降低运营成本。上述系统将传统制造业的“黑盒”作业模式，全面转化为可度量、可优化、可预测的数字化运营流程。

在战略决策支持层面，公司构建基于大数据的“智慧大脑”，赋能科学决策。公司自主研发的 OBD（傲雷大数据系统）作为统一的数据平台，汇聚全链条业务数据，通过可视化引擎与算法预测模型，为管理层提供实时、动态的业务全景视图与决策支持—从销售预测、库存优化到风险预警，推动公司决策模式从“经验驱动”升级为“数据驱动”，实现运营效率与风险管控能力质的飞跃。公司底层基础设施依托自主研发的 O CLOUD（傲雷云系统），为各业务系统提供稳定、弹性、安全的基础设施支撑，保障全链路数字化体系的高效协同与持续演进。

综上所述，公司的数字化建设已形成从前端用户交互到后端生产制造，从日常运营协同到高层战略决策的完整有机体系，以 OMall（傲雷商城系统）、OMS（傲雷业务中台系统）、OIM（傲雷智造系统）、OBD（傲雷大数据系统）、O CLOUD（傲雷云系统）等为代表的全栈自研系统间数据互通、业务互联，共同构成支撑公司业务全球化发展的坚实数字基座。这一深度融合的数字化能力有效提升公司的运营效率，构成了公司的差异化竞争优势，也充分体现了信息技术对传统制造业的深刻重塑与价值赋能。

### ③公司的技术创新实力与产业化能力已获得行业权威机构广泛认可

公司技术的先进性、产品的创新性以及产业化应用的有效性，已获得境内外

权威机构的广泛认可，这些外部评价体系为公司技术实力提供了客观、有力的第三方佐证。

在权威资质认定方面，凭借在技术创新方面的持续、高强度投入，公司及子公司获得了一系列代表中国制造业高水平发展的荣誉称号。公司自 2021 年起连续被评定为“国家高新技术企业”和“技术先进型服务企业”，2023 年被深圳市中小企业服务局评定为“深圳市专精特新中小企业”，2024 年被广东省知识产权保护协会评定为“广东省知识产权示范企业”，2025 年被广东省工业和信息化厅评定为“创新型中小企业”和“广东省制造业单项冠军企业”，并于 2025 年入选“广东省制造业企业 500 强（第 268 名）”；公司全资子公司东莞傲雷自 2020 年起连续被评定为“国家高新技术企业”，2022 年和 2023 年被广东省工业和信息化厅分别评定为“创新型中小企业”和“广东省专精特新中小企业”，2023 年被东莞市科学技术局评定为“东莞市 2023 年度瞪羚企业”，2024 年被东莞市工业和信息化局评定为“东莞市市级制造业单项冠军企业”，2025 年被国家工业和信息化部评定为“国家专精特新‘小巨人’企业”，并先后被认定为“东莞市移动照明工程技术研究中心”和“东莞市市级工业设计中心”和“广东省工程技术研究中心”。上述荣誉构成了公司在技术创新方面的官方认可体系，反映了公司在研发投入、知识产权、成果转化及成长性等方面均达到行业领先水准。

在产品工业设计方面，公司产品在创新设计、工艺品质和用户体验等方面赢得国际级奖项的认可。报告期内，公司多款产品持续入选亚马逊最畅销产品（Best Seller）、亚马逊之选（Amazon's Choice），20 余款产品累计荣获德国 iF 产品设计奖 9 次，德国红点设计奖 10 次、法国设计奖 2 次以及美国缪斯设计金奖、银奖和国际消费电子展（CES）创新奖、IFA“最佳智能家居”奖各 1 次。上述奖项的评审标准涵盖商业化、创新性、功能性、美学品质等多个维度，公司产品能够屡获殊荣，既体现了公司在产品设计上的独特性与审美追求，也反映出公司将先进技术、人机交互与精湛工艺有机融合的能力，展现出具有国际竞争力的创新设计与品质水准。

在行业标准制定方面，公司已从技术跟随者成长为行业规则的重要参与者和贡献者。公司参与编制了国家标准《数字化供应链成熟度模型》（GB/T 45403-2025）和《灯和灯系统的光生物安全 第 7 部分：主要发射可见辐射的光

源和灯具》（GB/T 30117.7-2026），并作为《户外运动用品 第3部分：移动照明灯具》团体标准的主要起草单位之一。参与国家和团体标准的制定，体现了公司技术实力和市场地位获得权威认可，表明公司的技术实践、质量要求和产业认知已被纳入行业共同遵循的准则，进一步巩固了公司在技术创新与规范发展中的影响力与引领地位。

综上所述，上述来自政府部门、国际专业机构以及行业组织的认可，既是对公司过往创新成果的肯定，也体现了对公司持续创新能力、产业化水平及行业贡献的综合认可，为公司的品牌形象和市场拓展提供了有力的信誉支撑。

### （3）发行人的成长性及其表征

全球户外运动市场的持续扩容与全球零售电商行业的快速发展，为公司所处的消费级移动照明行业创造了广阔的增长空间。根据 Statista 数据，2024 年全球户外运动用品市场规模超过 260 亿美元，2025 年预计为 279.60 亿美元，随着健康生活方式普及与装备升级需求，预计到 2030 年市场规模将突破 360.09 亿美元，2025-2030 年年复合增长率达 5.19%。作为户外运动的核心装备之一，手电、头灯等消费级移动照明产品在户外场景中的渗透率有望持续提升，Verified Market Research 数据显示，2024 年全球消费级移动照明行业的市场规模约为 29.45 亿美元，预计到 2032 年将增长至 50.37 亿美元，年复合增长率达 6.90%，其中在线上渠道的增速更为显著，年复合增长率达 7.37%。公司作为国内消费级移动照明品牌出海的先行者，精准把握市场扩容与全球零售电商发展的双重机遇，通过持续的产品创新、品牌推广和商业模式优化，在报告期内实现了经营业绩的快速增长。

在全球市场竞争中，以公司 2024 年度主营业务收入规模测算，公司在全球消费级移动照明行业的市场占有率约为 6.52%，稳居行业领先梯队。同时，公司“Olight”品牌已在北美洲、欧洲等全球主要市场建立了较高的市场知名度，积累了广泛且稳定的用户群体，自 2022 年第四季度起 11 次荣登“BrandOS 出海品牌社媒影响力榜单”，于 2024 年入选深圳工业总会、中国信通院广东工业互联网创新中心等联合发布的“中国出海品牌百强榜新锐品牌”，并于 2026 年获评为“福布斯中国 DTC 跨境影响力品牌”。因此，领先的市场占有率与良好的品牌声誉形成良性互动，为公司持续成长奠定了坚实基础。

公司的持续成长还得益于体系化的技术创新与高效的产品研发能力。公司已初步构建起从市场需求洞察、任务书开发、技术预研、产品开发、中试及量产实现到商业变现的高效创新体系，有助于公司敏锐洞察市场趋势，快速将技术储备转化为具有竞争力的实体产品。此外，公司超过 200 人的专业研发团队以及持续、高强度的研发投入，为创新体系的运行提供了坚实保障，使公司能够持续推出受市场欢迎的高品质产品，及时响应甚至引领消费趋势。同时，公司依托 400 余人的成熟销售团队及体系化的新品推广机制，可在研发成果落地后精准触达目标客群，围绕用户核心痛点高效开展消费者教育与市场渗透，有力支撑新品快速上量，进而实现规模化销售。上述能力不仅支撑了公司当前经营业绩的快速增长，更构成了公司面向未来、抵御风险、实现可持续发展的核心动能与竞争壁垒。

财务表现方面，报告期内公司营业收入从 2023 年度的 119,190.11 万元增长至 2025 年度的 166,534.85 万元，年复合增长率达 18.20%；扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润由 2023 年度的 5,727.43 万元提升至 2025 年度的 8,527.99 万元，年复合增长率达 22.02%。收入和利润同步快速增长，反映出公司在实现规模扩张的同时，盈利质量与运营效率同步提升。这种高质量的成长特征得益于公司对全球市场需求的敏锐洞察、持续的产品创新迭代以及全球化渠道的高效运营，共同构筑了公司良好的盈利前景与可持续成长基础。

综上所述，在全球户外运动市场持续扩容及全球零售电商行业快速发展的背景下，公司凭借高效的商业模式、良好的品牌声誉、优秀的技术创新和产品研发能力，以及持续向好的财务表现，已构建起坚实的竞争壁垒和可持续的成长动能，展现出高质量成长特征与良好的盈利前景，具备较强的成长性。

因此，公司符合创业板“深入贯彻创新驱动发展战略，适应发展更多依靠创新、创造、创意的大趋势，主要服务成长型创新创业企业，支持传统产业与新技术、新产业、新业态、新模式深度融合”的板块定位。

#### **(4) 发行人符合创业板行业领域及其依据**

根据《深圳证券交易所创业板企业发行上市申报及推荐暂行规定（2024 年修订）》第五条：“属于上市公司行业分类相关规定中下列行业的企业，原则上不支持其申报在创业板发行上市，但与互联网、大数据、云计算、自动化、人工

智能、新能源等新技术、新产业、新业态、新模式深度融合的创新创业企业除外：

（一）农林牧渔业；（二）采矿业；（三）酒、饮料和精制茶制造业；（四）纺织业；（五）黑色金属冶炼和压延加工业；（六）电力、热力、燃气及水生产和供应业；（七）建筑业；（八）交通运输、仓储和邮政业；（九）住宿和餐饮业；（十）金融业；（十一）房地产业；（十二）居民服务、修理和其他服务业。禁止产能过剩行业、《产业结构调整指导目录》中的淘汰类行业，以及从事学前教育、学科类培训、类金融业务的企业在创业板发行上市。”

公司专业从事高品质消费级移动照明产品的研发、设计、生产和销售，根据中国证监会发布的《上市公司行业统计分类与代码》（JR/T0020-2024）及国家统计局发布的《国民经济行业分类》（GB/T4754-2017），公司主营业务所处行业属于“C38 电气机械和器材制造业”之“C387 照明器具制造”；根据国家统计局发布的《战略性新兴产业分类（2018）》及国务院发布的《工业战略性新兴产业分类目录（2023）》，公司主营业务所处行业为“7 节能环保产业”之“7.1 高效节能产业”之“7.1.3 高效节能电气机械器材制造”，属于我国当前重点发展战略性新兴产业。

综上所述，公司所属行业不属于《深圳证券交易所创业板企业发行上市申报及推荐暂行规定（2024 年修订）》第五条规定的原则上不支持其申报在创业板发行上市或禁止类行业。公司选择所属行业分类的依据充分，行业分类准确，不存在所属行业分类变动的可能，不存在主要依赖国家限制产业开展业务的情形。

#### （5）发行人符合创业板定位相关指标及其依据

公司选择的创业板定位相关指标为指标二，公司符合创业板定位相关指标及其依据如下：

##### ①最近三年累计研发投入金额不低于 5,000 万元

2023 年度、2024 年度和 2025 年度，公司研发投入分别为 6,435.44 万元、7,428.30 万元和 8,911.40 万元，最近三年累计研发投入金额为 22,775.15 万元，大于 5,000 万元，符合该指标的要求。

##### ②最近三年营业收入复合增长率不低于 25%

2025 年度，公司实现营业收入 166,534.85 万元，超过 3 亿元，不适用营业收入复合增长率指标要求。

## （二）发行人符合国家产业政策

公司专业从事高品质消费级移动照明产品的研发、设计、生产和销售。根据国家统计局发布的《战略性新兴产业分类（2018）》及国务院发布的《工业战略性新兴产业分类目录（2023）》，公司主营业务所属行业为“7 节能环保产业”之“7.1 高效节能产业”之“7.1.3 高效节能电气机械器材制造”，属于我国当前重点发展的战略性新兴产业。

近年来，国家政策体系持续为产业发展提供制度支撑：《工业能效提升行动计划》《关于完整准确全面贯彻新发展理念做好碳达峰碳中和工作的意见》《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》协同发力，推动 LED 照明技术向低碳化方向迭代升级；同时，《支持外贸稳定发展若干政策措施》及《“十四五”扩大内需战略实施方案》则为跨境电商模式提供通关、税收等多方面的政策红利。国际层面，《通用照明灯泡能源法规》及《温室效应及能源最低标准（通用照明服务用白炽灯）决议 2024》等政策通过能效标准升级与市场需求引导，为行业营造了更为规范化的发展环境。

上述行业政策法规的持续出台和实施，不断优化行业竞争格局，推动企业创新能力与发展质量同步提升。作为国内消费级移动照明品牌出海的先行者，公司充分把握政策红利持续释放窗口期，实现业务规模持续扩张；同时，跨境电商渠道的全球化布局与 LED 技术的迭代升级形成良性互动，共同驱动公司经营业绩保持稳健向好态势。

## （三）核查内容及核查过程

保荐机构执行了以下核查程序：

1、访谈发行人实际控制人、总经理、财务负责人及核心技术人员等主要人员，现场考察发行人生产经营场所，走访发行人主要客户、供应商，了解发行人的主要经营模式、主要产品情况、研发设计方面的创新情况；

2、获取并查阅发行人研发项目情况、发行人拥有相关知识产权情况、发行

人享有的资质及荣誉等情况，了解发行人核心技术及产品创新性；

3、查阅《上市公司行业统计分类与代码》（JR/T0020-2024）、《国民经济行业分类》（GB/T4754-2017）等相关规则，结合发行人主营业务、主要产品等特征判断发行人所属行业；

4、查阅并收集相关行业政策、行业研究报告与市场数据，了解消费级移动照明行业的发展概况、发展趋势，判断发行人生产经营是否符合国家产业政策；

5、查阅发行人报告期内经审计的财务报表及审计报告，了解发行人营业收入及研发投入的变动情况；

6、访谈发行人管理层，获取发行人报告期内的收入成本表，了解并分析发行人业绩增长情况，结合行业发展趋势和市场竞争格局，分析判断发行人的成长性及其可持续性；

7、比照《深圳证券交易所创业板企业发行上市申报及推荐暂行规定（2024年修订）》相关规定，判断发行人财务指标是否满足创业板定位相关指标要求，以及发行人所属行业是否符合创业板行业领域。

经核查，保荐机构认为：

发行人是专业从事高品质消费级移动照明产品研发、设计、生产和销售的国家高新技术企业、国家专精特新“小巨人”企业，主要通过跨境电商销售模式实现产品的全球化销售，并以自主构建的IT系统充分支撑市场开拓与业务运营，是传统制造业与“新技术、新产业、新业态、新模式”深度融合的代表性企业，具备较强的科技创新能力和较好的成长性，符合板块定位要求。

#### 四、本次发行符合上市条件

保荐机构依据《深圳证券交易所创业板股票上市规则》（以下简称“《股票上市规则》”），对发行人是否符合《股票上市规则》规定的上市条件进行了逐项核查，核查意见如下：

**（一）发行人符合《股票上市规则》第 2.1.1 条之“（一）符合中国证券监督管理委员会（以下简称中国证监会）规定的创业板发行条件”**

广发证券对发行人本次首次公开发行股票并在创业板上市是否符合《首次公开发行股票注册管理办法》（以下简称“《首发管理办法》”）规定的发行条件进行了逐项核查，结果如下：

## **1、发行人符合《首发管理办法》第十条的规定**

### **（1）发行人是依法设立且持续经营三年以上的股份有限公司**

保荐机构查阅了发行人的工商资料、创立大会相关文件等，发行人系 2017 年 12 月 25 日依照《公司法》及其他有关法律法规采取发起方式设立的股份有限公司。发行人的设立以及其他变更事项已履行了必要批准、工商登记等手续。本保荐机构经核查后认为：发行人是依法设立且持续经营三年以上的股份有限公司。

### **（2）发行人具备健全且运行良好的组织机构，相关机构和人员能够依法履行职责**

保荐机构查阅了发行人历次三会文件、《公司章程》《股东会议事规则》《董事会议事规则》等公司治理文件、内控制度等，保荐机构认为：发行人已依法设立股东会、董事会及下属各专门委员会以及开展日常经营业务所需的其他内部机构，聘请了总经理、副总经理、财务负责人及董事会秘书等高级管理人员，并依法建立健全了股东会、董事会及下属各专门委员会以及独立董事、董事会秘书等相关的规章制度，发行人具备健全且运行良好的组织机构，相关机构和人员能够依法履行职责。

本保荐机构认为：发行人符合《首发管理办法》第十条的规定。

## **2、发行人符合《首发管理办法》第十一条的规定**

### **（1）发行人会计基础工作规范**

保荐机构查阅了容诚会计师出具的《审计报告》和《内部控制审计报告》、发行人的原始财务报表及内部控制相关凭证和文件等资料，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，最近三年财务会计报告由容诚会计师出具了无保留意见的《审计报告》（容

诚审字[2026]518Z0578号)。

## **(2) 发行人内部控制制度健全且被有效执行**

保荐机构查阅了容诚会计师出具的无保留结论的《内部控制审计报告》(容诚审字[2026]518Z0579号),发行人于2025年12月31日按照《企业内部控制基本规范》和相关规定在所有重大方面保持了有效的财务报告内部控制。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审计报告。

本保荐机构认为:发行人符合《首发管理办法》第十一条的规定。

## **3、发行人符合《首发管理办法》第十二条的规定**

发行人自设立以来,严格按照《公司法》《证券法》等法律法规和《公司章程》的要求规范运作,建立健全了法人治理结构,在资产、人员、财务、机构和业务等方面均独立于实际控制人及其控制的其他企业,具有完整的业务体系和面向市场独立持续经营的能力。

**(1) 经核查发行人主营业务经营情况、主要资产、商标、专利以及著作权等资料,实地核查有关情况,并结合关联关系自查表、对发行人董事和高级管理人员的访谈等资料,保荐机构认为:**

发行人合法、独立地拥有与经营相关的设备、无形资产等主要资产的所有权或使用权,公司拥有独立完整的业务体系及相关资产,该等资产不存在法律纠纷或潜在纠纷,与实际控制人及其控制的其他企业的资产产权界定明晰。发行人资产完整,业务及人员、财务、机构独立,与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,不存在严重影响独立性或者显失公平的关联交易。

**(2) 经核查发行人报告期内的主营业务收入构成、重大销售、采购合同及主要客户、供应商等资料,以及发行人工商资料、历次董事会和股东会(或股东大会)决议、聘任文件、员工花名册,并对发行人实际控制人、董事、高级管理人员等进行访谈,取得股东出具的说明和承诺等,保荐机构认为:**

发行人自设立以来，专注于从事高品质消费级移动照明产品的研发、设计、生产和销售，公司主营业务、控制权和管理团队稳定，最近两年内主营业务和董事、高级管理人员均没有发生重大不利变化；发行人的股份权属清晰，不存在导致控制权可能变更的重大权属纠纷，最近两年实际控制人没有发生变更。

**(3) 经核查发行人主要资产权属资料、企业信用报告、诉讼或仲裁资料等相关文件资料，取得了信用广东出具的《无违法违规证明公共信用信息报告》以及境外律师出具的法律意见书，通过网络检索发行人相关信息，以及对发行人实际控制人及相关人员进行访谈，保荐机构认为：**

截至本上市保荐书出具日，发行人不存在涉及主要资产、核心技术、商标等的重大权属纠纷，不存在重大偿债风险，不存在对持续经营有重大不利影响的重大担保、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。

本保荐机构认为：发行人符合《首发管理办法》第十二条的规定。

#### **4、发行人符合《首发管理办法》第十三条的规定**

经核查发行人营业执照、主要业务合同、所在行业管理体制和行业政策，取得信用广东针对境内主体出具的《无违法违规证明公共信用信息报告》以及境外律师针对境外主体出具的法律意见书，进行公开信息查询，与发行人实际控制人、董事、高级管理人员访谈并取得其出具的声明与承诺等，保荐机构认为：

发行人的生产经营活动符合法律、行政法规和《公司章程》的规定，符合国家产业政策；发行人及其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，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。

发行人自 2025 年 3 月 28 日起不再设置监事会。发行人的董事、取消监事会前在任监事和高级管理人员不存在最近三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。

本保荐机构认为：发行人符合《首发管理办法》第十三条的规定。

综上所述，本保荐机构认为，发行人本次发行符合中国证监会有关规定。

**（二）发行人符合《股票上市规则》第 2.1.1 条之“（二）发行后股本总额不低于 3,000 万元”**

本次发行前，发行人股本总额为 10,249.7620 万股，若本次公开发行的 3,417.2380 万股股份全部发行完毕，公司股本总数将达到 13,667.0000 万股。

经核查，发行人本次发行后股本总额不低于 3,000 万元。

**（三）发行人符合《股票上市规则》第 2.1.1 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”**

保荐机构查阅了发行人第三届董事会第十一次会议、第三届董事会第十三次会议以及 2026 年第一次临时股东会审议通过的与本次发行上市相关的议案，发行人本次拟公开发行股票数量不超过 3,417.2380 万股，占发行后总股本比例不低于 25%。

经核查，发行人公开发行股份的比例为 25%，未低于 25%，公司股本总额未超过 4 亿元。

**（四）发行人符合《股票上市规则》第 2.1.1 条之“（四）市值及财务指标符合本规则规定的标准”**

保荐机构查阅了容诚会计师出具的审计报告，发行人 2024 年度、2025 年度归属于母公司股东的净利润（扣除非经常性损益前后孰低）分别为 5,432.37 万元和 8,423.20 万元，扣除非经常性损益前后孰低的净利润均为正且累计不低于人民币 1 亿元。

经核查，发行人符合《股票上市规则》第 2.1.2 条第（一）项的上市标准：“最近两年净利润均为正，累计净利润不低于 1 亿元，且最近一年净利润不低于 6,000 万元”。

**（五）发行人符合《股票上市规则》第 2.1.1 条之“（五）本所要求的其**

## 他上市条件”

经核查，发行人符合深圳证券交易所规定的其他上市条件。

## 五、保荐机构对发行人持续督导工作的安排

事项	工作安排
(一) 持续督导事项	在本次发行结束当年的剩余时间及以后三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	强化发行人严格执行中国证监会有关规定的意识，协助发行人制订、执行有关制度；与发行人建立经常性信息沟通机制，确保保荐机构对发行人关联交易事项的知情权，持续关注发行人相关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度	协助和督导发行人有效执行并进一步完善内部控制制度；与发行人建立经常性信息沟通机制，持续关注发行人相关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	督导发行人尽可能避免和减少关联交易，若关联交易为发行人日常经营所必须或者无法避免，督导发行人按照《公司章程》等规定执行，对重大的关联交易本保荐机构将按照公平、独立的原则发表意见。
4、督导发行人履行信息披露的义务，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	与发行人建立经常性信息沟通机制，督促发行人负责信息披露的人员学习有关信息披露的规定，适时审阅发行人信息披露文件。
5、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	建立与发行人信息沟通渠道，根据募集资金专用账户的管理协议落实监管措施，定期对项目进展情况进行跟踪和督促。
6、持续关注发行人为他人提供担保等事项，并发表意见	严格按照中国证监会有关文件的要求规范发行人担保行为的决策程序，要求发行人对所有担保行为与保荐机构进行事前沟通。
(二) 保荐协议对保荐人的权利、履行持续督导职责的其他主要约定	通过日常沟通、定期回访、现场检查、尽职调查等方式开展持续督导工作；有充分理由确信发行人或相关当事人可能存在违法违规行为以及其他不当行为的，应督促发行人或相关当事人做出说明并限期纠正，情节严重的，应当向中国证监会、交易所报告；可要求发行人或相关当事人按照法律、行政法规、规章、交易所规则以及协议约定方式，及时通报信息；可列席发行人或相关当事人股东会、董事会、监事会等有关会议；按照中国证监会、交易所信息披露规定，对发行人违法违规的事项发表公开声明。
(三) 发行人和其他中介机构配合保荐人履行保荐职责的相关约定	发行人协调相关当事人配合保荐机构的保荐工作，并督促其聘请的其他证券服务机构协助保荐机构做好保荐工作。
(四) 其他安排	无。

## 六、保荐机构和相关保荐代表人的联系方式

保荐机构（主承销商）：广发证券股份有限公司

法定代表人：林传辉

保荐代表人：曾燕华、王争光

联系地址：广东省广州市天河区马场路 26 号广发证券大厦

邮编：510627

电话：020-66338888

传真：020-87553600

## **七、保荐机构认为应当说明的其他事项**

本保荐机构无其他应当说明的事项。

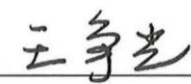
(本页无正文,专用于《广发证券股份有限公司关于傲雷科技集团股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市之上市保荐书》之签署页)

项目协办人:

  
高纪元

保荐代表人:

  
曾燕华

  
王争光

内核负责人:

  
崔舟航

保荐业务负责人:

  
肖雪生

保荐机构总经理:

  
秦力

保荐机构法定代表人、董事长:

  
林传辉

保荐机构(公章):广发证券股份有限公司



2026年6月4日