中信证券股份有限公司

关于

八马茶业股份有限公司

首次公开发行股票并在创业板上市

之

上市保荐书

保荐人（主承销商）

中信证券股份有限公司
CITIC Securities Company Limited

广东省深圳市福田区中心三路 8 号卓越时代广场（二期）北座

二〇二一年十二月

中信证券股份有限公司

关于八马茶业股份有限公司

首次公开发行股票并在创业板上市之上市保荐书

深圳证券交易所：

中信证券股份有限公司（以下简称“保荐机构”、“中信证券”）接受八马茶业股份有限公司（以下简称“发行人”、“八马茶业”、“公司”）的委托，担任八马茶业首次公开发行股票并在创业板上市的保荐机构。

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有关规定，保荐机构和保荐代表人本着诚实守信、勤勉尽责的职业精神，严格按照依法制定的业务规则和行业自律规范出具本上市保荐书，并保证所出具的本上市保荐书真实、准确和完整。

本上市保荐书如无特别说明，相关用语具有与招股说明书相同的含义。

第一节 发行人基本情况

一、基本信息

公司名称	八马茶业股份有限公司
英文名称	Bama Tea Co., Ltd.
注册资本	人民币 7,600 万元
法定代表人	吴清标
有限公司成立日期	1997 年 7 月 28 日
股份公司成立日期	2014 年 9 月 10 日
注册地址	深圳市罗湖区南湖街道东门南路华都园大厦 7 楼
邮政编码	518001
电话	0755-82389378
传真	0755-82242331
公司网址	www.bamatea.com
电子信箱	zq@bamatea.com

二、主营业务

公司是一家知名的全茶类全国连锁品牌企业，主要从事茶及相关产品的研发设计、标准输出及品牌零售业务，产品覆盖乌龙茶、黑茶、红茶、绿茶、白茶、黄茶、再加工茶等全品类茶叶以及茶具、茶食品等相关产品。公司以“让天下人享受茶的健康与快乐”为使命，秉承“责任、突破、卓越、共荣”的企业价值观，致力于为消费者提供高品质的产品和优质的服务体验。

公司创始人之一王文礼是国家级非物质文化遗产项目乌龙茶制作技艺（铁观音制作技艺）代表性传承人。在继承和发扬历代相传的独特制茶技艺的基础上，公司注重科技创新，引入现代化的生产及管理体系，不断巩固和提高产品品质，形成了一套特有的生产技术和标准。公司在中国各大名茶原产地甄选优质名茶，不断加强与业内名家合作，开发定制各类茶叶、茶具、茶食品等，实施跨区域、跨品类的平台化发展战略。

报告期内，公司运用自身的渠道及品牌优势，整合优化供应链资源，向广大成品茶、茶具及茶食品供应商及加盟商输出八马产品及服务标准，并通过“直

营+加盟”、“线上+线下”的全渠道销售体系统一对外销售产品，为广大消费者提供丰富、健康、正宗、优质的中国好茶及相关产品。

三、核心技术与研发水平

（一）核心技术基本情况

截至本上市保荐书签署日，发行人掌握的核心技术如下：

序号	技术名称	行业技术水平	公司技术优势	对应专利	技术来源	所处阶段	核心技术形成背景、过程
1	浓香型铁观音品质风格形成技术	市场上浓香铁观音烘焙方法众多，烘焙工具、烘焙方法、烘焙温度、烘焙时间、烘焙过程都各不相同，而这些因素的不同都会影响茶叶的质量	公司董事长王文礼为国家级非物质文化遗产项目乌龙茶制作技艺（铁观音制作技艺）代表性传承人，掌握浓香型铁观音精制加工特有的技术，包括整形、拼配、烘焙等，能够加工生产出外形匀整、感官品质风格独特、质量稳定的浓香型铁观音产品。烘焙是浓香铁观音品质形成的重要工序之一，公司核心团队潜心研究烘焙等方法的改进和调整，形成了八马浓香铁观音特有的色、香、味、形	浓香型铁观音的生产方法（专利号ZL201010245727.8）浓香铁观音的烘焙方法（专利号ZL201510156593.5）	自主研发	大批量生产阶段	铁观音是乌龙茶的一种，长期以来受社会各界人士的喜爱。90 年代开始，铁观音原产地安溪茶叶经济腾飞，2000 年前后，众多安溪茶叶从业者受市场影响开始研发各种口味的铁观音产品。公司通过市场调研分析，结合当时茶叶出口状况，决定研发浓香型的铁观音产品。 2008 年开始公司成立研发小组，通过产地、初制加工工艺、采摘程度、品种、烘焙时间、烘焙温度、烘焙工具等进行全方位的试制及反复试验，最终生产出具有炒米香，茶汤果味甜香，滋味兰花香的浓香铁观音产品。并在 2010 年 8 月向专利局申请发明专利“浓香型铁观音”的生产方法，在 2015 年 4 月申请了专利浓香铁观音的烘焙方法，完成研发
2	清香型铁观音品质风格形成技术	铁观音的初制过程对天气较为依赖。每年铁观音茶季采制时间仅有十来天，茶芽变老，很难做出高品质的铁观音茶叶	独有的杀青机有效地提高了茶叶品质的稳定性，远红外萎凋及自动温湿度控制技术，减少初制对天气的依赖。结合八马清香型铁观音精制加工特有的技术，包括整形、拼配等，加工生产出外形匀整、感官品质风格独特、质量稳定的清香型铁观音产品	一种新型杀青机（专利号 ZL201720712954.4）	自主研发	大批量生产阶段	乌龙茶初制过程中，其中萎凋、做青、杀青过程受天气、温湿度影响较大。 2016 年 3 月，公司成立研发小组，针对清香铁观音初制过程中碰到的问题进行研讨，反复进行试验试制并最终确定技术参数，通过加强杀青过程中的温湿度控制及远红外萎凋等技术，达到提高清香型铁观音品质的目的，最终形成清香型铁观音品质风格形成技术
3	自动茶叶包装技术	目前茶叶生产、包装等工序间还未有效形成线性化，趋于半自动化，人机结合效率还存在较大提升空间	采用 PLC 自动化控制技术，根据包装进度，自动集中供料，实现茶叶自动化称重、真空包装，运用该技术能够有效地减少人与茶在生产过程的接触，保证了产品生产加工的高清洁化，提升产品的质量卫生水平	一种全自动茶叶包装线（专利号ZL201520527893.5）	引进吸收再创新	生产使用阶段	传统的茶叶包装方式为手工加（茶）料，手工分装称茶、手工真空包装，效率低，且员工劳动强度大，基于该原因公司对生产线进行升级改造，2012 年 6 月引进全自动包装生产线，实现茶叶自动化加（茶）料及全自动真空包装，有效地减少人与茶在生产过程的接触，保证了产品生产加工的高清洁化，提升产品的质量卫生水平。并在 2015 年 7 月向专利局申请实用新型专利一种全自动茶叶包装线

序号	技术名称	行业技术水平	公司技术优势	对应专利	技术来源	所处阶段	核心技术形成背景、过程
4	供应链管理技术	茶叶市场企业普遍规模较小，对全供应链控制能力较弱，信息传导响应不及时，供需错配导致企业库存高企、周转率低、商品同质化等问题	结合信息识别技术、大数据体系，以信息化、智能化设备为载体，通过与企业 ERP 系统的有效链接，加强对供应商端、销售终端及产品侧的管理和监测。公司通过该项技术，增强全链条数字化建设，优化整合供应链资源，将消费需求传导至生产端，降低成本，提升效率	-	引进吸收再创新	日常使用阶段	近几年，公司在各业务线快速发展的背景和需求下，开始搭建供应链中台体系，对底层数据结构和供应链管理、仓储管理、生产管理等多个系统进行了优化升级；同时，人员架构上，成立了供应链中心部门，引入供应链专业性人才和数字化管理方式，整合计划、采购、供应商管理、仓储物流和生产等职能，对各环节进行统筹精细化运营管理，以支持各业务线的快速发展，提高周转，优化库存结构，整体提高客户服务水平

公司的核心技术中涉及 1 项专利（即“浓香型铁观音的生产方法”）是从发行人实际控制人控制的企业福建省安溪溪源投资有限公司受让取得，该等专利由福建省安溪溪源投资有限公司 2010 年 8 月申请取得，基于对同一控制下的企业进行规范整合的需要，2011 年 4 月福建省安溪溪源投资有限公司将该专利转给发行人子公司福建八马。除上述专利外，发行人核心技术不存在来源于关联方的情形。

（二）研发、投入及合作研发情况

1、正在进行的研发项目

公司始终坚持技术创新，在继承和发扬传统制茶技艺的同时，结合现代科学研究成果，致力于推动茶行业深层次的发展，截至本上市保荐书签署日，公司正在进行的主要研发项目、进展情况、研发预算、累计投入金额及拟达成的目标如下表所示：

序号	研发项目	相应人员	经费预算（万元）	累计投入金额（万元）		拟达到的目标	进展情况
1	基于茶叶酚氨比为依据的创新型铁观音拼配技术研究	林荣溪、周灼能、黄烈平、谢承昌等	200.00	**2021 年 1-6 月**	**25.52**	形成一套基于酚氨比为依据的铁观音创新型拼配技术，进一步丰富铁观音产品口味、提升铁观音产品品质	研发中,公司以不同年份、不同季节的 6 款畅销产品进行实验，分别对茶叶进行感官审评、内含物含量测定，探索安溪铁观音化学拼配技术关键指标。目前实验阶段已完成，整理总结报告中
				2020 年	40.70		
				2019 年	42.76		
				2018 年	17.11		
				合计	126.08		
2	基于化学成分含量变化的陈香型铁观音贮存工艺技术研究	林荣溪、周灼能、黄烈平、谢承昌等	190.00	**2021 年 1-6 月**	**15.31**	初步探明影响陈香型铁观音品质的环境因子，提出基于化学成分变化的陈香型铁观音储存工艺	研发中,公司通过采集多款陈香型铁观音进行贮存工艺技术研究，通过不同存放方式、不同存放地点等进行实验，已完成不同试验处理，试验样品还需进一步检测分析，尚未进行审评及生化分析
				2020 年	25.11		
				2019 年	22.67		
				2018 年	11.65		
				合计	74.74		
3	基于化学成分变化的浓香型铁观音烘焙技术研究	林荣溪、周灼能、黄烈平、谢承昌等	190.00	**2021 年 1-6 月**	**10.21**	通过研究浓香型铁观音不同烘焙时间段茶叶中化学成分含量情况与茶叶感官品质的关联性，形成一套基于以化学成分含量为依据的浓香型铁观音烘焙技术	研发中,公司通过采集小浓香及赛珍珠等多款茶叶进行实验，进行样品生化成分分析，包括茶多酚、水浸出物等，已完成样品生化分析检测、数据分析，暂未提出基于化学成分变化的铁观音烘焙技术
				2020 年	17.64		
				2019 年	17.61		
				2018 年	7.68		
				合计	53.14		

报告期内，发行人在研项目各期投入金额分别为 36.44 万元、83.05 万元、83.44 万元**以及 51.03 万元**，占研发费用的比例分别为 22.00%、14.56%、25.44%**以及 13.45%**。其中，2018 年，发行人在研项目投入金额较低，主要原因系上述

三个研发项目均于 2018 年 4 月立项，前期项目准备阶段支出较少。2019 及 2020 年，发行人在研项目投入金额较为稳定，其中 2019 年由于发行人优化产品线，推出较多新品，如普洱茶“信记号”系列产品，研发设计费用增长较多，故在研项目投入金额占研发费用的比例相对较低。

2、公司研发投入情况

单位：万元

项　　目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
研发费用	**379.52**	328.01	570.22	165.64
占营业收入的比例	**0.47%**	0.26%	0.56%	0.23%

3、公司的合作研发情况

公司自成立以来就十分注重加强自身研发能力和体系建设，与国内多所高等院校、科研院所展开研发合作，以持续不断地提升改进生产技术和开发新产品。公司先后与中国农业科学院茶叶研究所、福建省农业科学院茶叶研究所、福建省农业科学院、集美大学以及福建农林大学安溪茶学院等单位开展合作，在茶园病虫害防治、茶叶精制加工工艺、茶叶加工设备开发等方面取得了有效的技术成果，推动公司技术和产品的持续发展。截至本上市保荐书签署日，公司正在执行的合作研发项目情况如下：

序号	合同对方	履行期限	合作事项
1	中国农业科学院茶叶研究所	无期限	国家茶叶产业技术体系泉州综合试验站
2	福建省农业科学院茶叶研究所	2018 年 4 月至 2021 年 8 月	基于化学成分变化的铁观音精制加工技术研究与应用
3	福建省农业科学院	2020 年 10 月-2025 年 10 月	八马茶产业研究院
4	集美大学	2013 年 3 月-2023 年 3 月	乌龙茶连续化智能化精加工技术集成研究与应用
5	福建农林大学安溪茶学院	无期限	乌龙茶质量与安全控制省重点实验室

主要合作情况如下：

（1）中国农业科学院茶叶研究所

报告期内，福建八马与中国农业科学院茶叶研究所达成合作协议，建立泉州综合试验站。

该项合作中，中国农业科学院茶叶研究所向福建八马支付经费，由福建八马开展适应供给侧结构改革的茶叶多元化加工利用技术研究、茶树遗传资源收集、创新与新特品种改良研究、茶园土壤肥力提升与化肥减施增效技术研究与应用、茶叶加工品质调控技术研究、茶业自动化加工关键技术与装备研究、基于消费者需求的供给侧产品结构调整研究等。

（2）福建省农业科学院茶叶研究所

报告期内，福建八马与福建省农业科学院茶叶研究所达成合作协议，共同进行“基于化学成分变化的铁观音精制加工技术研究与应用”的相关课题研究。

该项合作中，福建八马负责项目总体实施方案的制定、组织、实施过程监督、检查和协调、项目进展和验收报告编制等；福建省农业科学院茶叶研究所为项目的实施提供技术支撑服务，协助福建八马完成项目进展报告和项目验收报告等。

（3）福建省农业科学院

报告期内，福建八马与福建省农业科学院达成合作协议，共同建设“八马茶产业研究院”，围绕解决闽南乌龙茶产业发展瓶颈和福建八马技术需求，在茶树栽培、专用有机肥料、茶叶加工、包装数字化技术应用、生态智慧茶园建设等相关环节、相关领域设立横向研发项目、技术开发等“四技服务”项目，或争取省市政府科技项目立项。其主要内容如下：

该项合作中，福建八马为合作项目提供研发资金、必要的设备和实验、办公场所。福建省农业科学院为合作项目提供人才、技术、大型仪器设备支持。一个合作项目设立一个课题组，负责人由福建省农业科学院担任，参与研发人员由双方共同组织选派，福建八马应为课题组配备财务、文秘等辅助人员。

（4）集美大学

报告期内，福建八马与集美大学达成合作协议，集美大学为福建八马茶叶加工全程自动化生产线提供技术服务，开展产学研合作，推进福建八马承担的福建省科技重大项目“乌龙茶连续化智能化精加工技术集成研究与应用”的顺利实施，共同完成茶叶全程自动化生产线的设计施工及调试培训等事项，合作期限 10 年。

该项合作中，双方约定福建八马向集美大学支付茶叶加工全程自动化生产线系统整合费，集美大学需优先选择福建八马作为行业产学研合作对象，提供技术咨询服务，支持福建八马进行各级科技项目申报，优先向福建八马转让技术成果，优先录用福建八马推荐的人选攻读本校农业机械推广硕士和工程硕士学位，允许福建八马在本项目范围内使用集美大学 LOGO，免费进行与本项目相关的技术辅导及软件升级。

（5）福建农林大学安溪茶学院

报告期内，福建八马与福建农林大学安溪茶学院达成合作协议，共同参与研究泉州科技局科技创新平台建设计划项目“乌龙茶质量与安全控制省重点实验室”。

该项合作中，福建八马负责实验室建设申报文本的编制，签署项目任务书，负责实验室创新平台总体实施方案的制定、组织、实施过程监督、检查和协调、项目进展和验收报告编制等；福建农林大学安溪茶学院负责及时提供实验室创新平台建设技术支持，提供人员参与实验室人才队伍建设。

（三）核心技术团队

公司产品事业部及研发部负责新产品开发，核心技术团队包括 6 名核心技术人员、多名经验丰富的茶师以及包装设计人员等。团队人员拥有中国制茶大师、制茶高级工程师、国家一级评茶师、国家一级茶叶加工工、国家一级茶艺师等资质及职称。上述技术团队为公司新产品的开发和技术创新提供了技术支撑。

四、主要经营和财务数据及指标

项　　目	2021 年 1-6 月 /2021-06-30	2020 年度 /2020-12-31	2019 年度 /2019-12-31	2018 年度 /2018-12-31
资产总额（万元）	**118,253.29**	90,323.20	75,158.98	58,591.79
归属于母公司所有者权益（万元）	**58,285.02**	50,274.30	41,212.67	33,544.52
资产负债率（母公司）（%）	**66.85%**	58.55	61.17	55.64
资产负债率（合并）（%）	**50.75%**	44.34	45.06	42.44
营业收入（万元）	**81,472.18**	124,681.76	102,254.98	71,864.22
净利润（万元）	**7,961.01**	11,644.09	9,087.61	4,810.35

项　　目	2021 年 1-6 月 /2021-06-30	2020 年度 /2020-12-31	2019 年度 /2019-12-31	2018 年度 /2018-12-31
归属于母公司所有者的净利润（万元）	**8,010.72**	11,646.99	9,188.16	4,882.35
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润（万元）	**7,518.04**	10,983.40	8,663.49	4,382.64
基本每股收益（元/股）	**1.05**	1.53	1.21	0.64
稀释每股收益（元/股）	**1.05**	1.53	1.21	0.64
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的加权平均净资产收益率（%）	**13.85**	24.20	23.31	13.70
经营活动产生的现金流量净额（万元）	**11,040.69**	6,946.25	14,515.67	8,772.72
现金分红（万元）	**2,280.00**	2,660.00	1,520.00	1,596.00
研发投入占营业收入的比例（%）	**0.47**	0.26	0.56	0.23

五、风险因素

（一）创新风险

近年来，公司逐步建立了“直营+加盟”、“线上+线下”的全渠道销售体系，并开始运用各类社交及直播平台进行营销及推广活动，同时引入了现代化的生产及管理体系及产品存储相关的新技术，实现了在业态、模式及技术等方面的创新。若未来公司在业态、模式及技术方面的创新思路无法顺应市场的发展趋势，可能存在公司相关投入无法获得对应的预期收益，进而对公司业绩及市场地位造成不利影响的风险。

（二）经营风险

1、市场竞争的风险

近年来，随着消费者品牌意识不断增强，茶叶企业间的竞争进一步体现为以品牌、商业模式、营销渠道和质量为核心的综合实力竞争，茶叶行业市场份额正逐步向具有品牌优势、渠道优势、产品优势的品牌茶叶企业聚集。若公司未来不能通过各种方式不断增强品牌效应、持续拓展营销渠道、继续保持产品质量，则无法扩大现有竞争优势，乃至在未来市场竞争中丧失现有优势地位。

2、茶产品市场需求变化的风险

茶产品零售行业下游直接面向广大终端消费者，消费者的购买力和消费喜好对行业的经营具有直接影响。茶产品种类较多，主要包括乌龙茶、黑茶、红

茶、绿茶、白茶、黄茶、再加工茶等茶叶类产品以及茶具、茶食品等，业内企业需要及时了解消费者需求的变化情况，并快速提供与之相适应的商品和服务。若茶产品市场需求出现重大变化，且公司不能及时针对市场消费习惯变化制定出相应的营销策略和产品组合策略，则公司的产品销售将会受到不利影响，从而导致公司经营业绩下滑。

3、物料供应价格波动的风险

公司采购的主要物料为毛净、茶叶半成品、定制成品茶、茶具、茶食品以及包装辅料等。报告期内，主要物料采购金额分别为 35,648.71 万元、51,688.35 万元、65,781.96 万元**及 36,437.81 万元**，采购金额较大。

公司采购的物料中，毛净、茶叶半成品及定制成品茶均以鲜叶为基础，温度、降水、土壤环境、光照强度等自然条件的变化均可能会造成鲜叶的供应情况出现波动；此外，所有的采购物料均受行业竞争、市场供求、经济环境等因素影响。若公司采购的物料受上述因素影响而出现价格上涨，则将对公司盈利能力产生不利影响。

4、加盟模式风险

加盟模式是公司进行渠道拓展的重要一环。报告期内，公司通过线下加盟模式销售额分别为 29,338.43 万元、48,043.87 万元、59,468.98 万元**及 38,657.08 万元**，占主营业务收入比例为 41.12%、47.44%、48.07%**及 47.88%**，占比较高且呈逐渐上升趋势。

若公司的重要加盟商发生变动，或是严重违反特许经营合同，或是不能很好地理解公司的品牌理念和发展目标，则将会对公司的经营业绩及品牌形象造成不利影响。

此外，若加盟商因经营管理不善、经营资质不全等问题受到行政处罚、消费者诉讼或食品安全事故相关诉讼，公司存在作为共同被告或主要责任方被行政立案调查、面临民事赔偿、行政责任或刑事责任的法律风险，从而对公司商标品牌、商业信誉产生不利影响。

5、食品安全风险

近年来随着我国经济快速发展，人民的生活质量迅速提高，政府和消费者对食品安全问题的重视程度不断加大，国家也相继出台了《食品生产加工企业质量安全监督管理实施细则（试行）》《食品安全法》等一系列法律法规，加大了食品安全领域的监管力度，规范了食品相关企业的经营行为并确立了惩罚性赔偿制度。

公司主要产品包括茶叶、茶食品等。若由于质量管控措施未严格执行、加工程序操作不当、供应环节管控不力等原因而导致发生食品安全问题，公司将面临市场形象受损、业绩水平下滑以及行政处罚的风险。

6、新产品开发的市场风险

为了进一步增强配套服务能力及盈利能力，公司需要不断在茶叶、茶具、茶食品等产品品类方面开发新产品以满足消费者多元化的需求。若新产品不能获得市场的认可，或前期宣传效果不佳，在一段时间内没有形成相对稳定的客户群，导致公司对新产品的投入不能取得预期收益，将对公司经营业绩产生不利影响。

7、销售的季节性风险

茶产品零售行业具有一定的季节性特征。公司一、三、四季度主营业务收入占比稍高，2018 至 2020 年各年度第一、三、四季度的主营业务收入合计占比分别达到 81.02%、80.42%及 77.31%，主要系由于第一季度的元旦、春节，第三季度的中秋、国庆等传统节假日是茶叶的消费旺季，且近年来“双十一”、“双十二”等电商平台促销活动带动了第四季度消费的增长，从而导致公司销售情况在季度间存在一定程度的不均衡。如果不能持续、准确把握市场需求趋势，提前制定采购、配送、库存备货等计划，公司将面临备货不足流失市场份额或部分产品过剩造成产品积压的经营风险。

8、房屋租赁的风险

截至 2021 年 6 月 30 日，公司以租赁方式取得且正在使用的与生产经营相关房屋共计 369 项，部分租赁房屋存在尚未取得房屋所有权证等产权证明文件等情形，若第三方对上述房屋租赁事宜提出异议，则可能影响公司继续承租该

等房屋，从而对公司经营造成不利影响。

9、网络销售模式下第三方平台收入集中度较高的风险

2018 年至 2020 年，公司网络销售模式下的主营业务收入从 12,677.38 万元提升至 24,060.69 万元，占主营业务收入比重比从 17.77%提升至 19.45%，其中通过京东平台和天猫平台实现的对外销售收入占比较高。报告期内各期，公司通过天猫平台、京东平台实现销售收入分别为 9,491.19 万元、12,383.81 万元、18,268.43 万元**及 12,725.05 万元**，占网络销售渠道比例分别为 74.87%、76.05%、75.93%**及 70.89%**，存在网络销售模式下销售渠道集中度较高的风险。由于我国互联网电商行业市场集中度较高，各品牌商家往往选择在天猫、京东、唯品会等市场份额领先的电商平台开设旗舰店的方式或与其进行电商平台入仓模式进行合作，以较低的成本迅速覆盖互联网的主要流量入口，从而快速实现业务扩张。若该等电商平台的业务模式、经营策略或经营稳定性发生重大变化，且公司不能及时作出调整，则可能对公司的经营业绩产生不利影响。

（三）内控风险

1、实际控制人控制风险

王文彬、王文礼、王文超、陈雅静、吴小宁为公司实际控制人。本次发行前，五人共持有公司 62.80%的股份；本次发行后，按最大发行股数计算，五人合计持有公司的股份比例为 46.88%，占比较高。若控股股东、实际控制人利用其控制地位通过行使投票权或其他方式对公司的发展战略、经营决策、财务管理、人事任免等进行不当控制，可能会损害公司和中小股东的利益。

2、经营规模扩大引发的管理风险

2018 年至 2020 年，公司的规模扩张较快，营业收入从 2018 年的 71,864.22 万元增长至 2020 年的 124,681.76 万元。随着公司业务的发展，人员规模与营销网络将不断扩大，公司的管理体系也将更加复杂，经营决策和风险控制的难度增加。如果公司在产品质量控制、直营店运营、加盟商管理及网络销售等方面的管理水平无法相应提高，或者缺乏明确的发展战略与合理的渠道规划，都将会对公司经营造成不利影响。

3、人才流失风险

随着经营规模的扩大，公司在物料采购、茶叶生产、品质控制、品牌管理、市场营销、信息化管理等方面的人才储备也需同步扩充。茶叶产品具有一定特殊性，其职业技能的形成除需具备专业知识以外，还需要长时间的行业经验积累，本行业人才培养周期相对较长。随着行业内竞争的不断加剧，如果公司因管理不当造成人才流失，或人才培养无法满足公司业务发展的需求，将对公司的可持续发展产生不利影响。

4、关联交易风险

报告期内，公司在采购、销售中存在关联方向公司供应茶叶相关产品或装修设计等服务以及关联方作为加盟商等情形。若发行人关联交易相关制度不能得到有效执行，出现不必要、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。

（四）财务风险

1、存货跌价风险

公司为快速响应市场需求，保证存货供应的充足性及物流运输的及时性，需要置备一定规模的存货。随着销售规模的扩大，线上、线下直营以及加盟渠道的快速扩张，公司存货规模呈上升趋势，报告期各期末，存货账面价值分别为 15,052.34 万元、20,899.69 万元、32,046.13 万元及 33,823.39 万元，绝对金额较大，占总资产的比例分别为 25.69%、27.81%、35.48%及 28.60%。若出现部分存货因市场需求变化而导致价格下降或出现滞销等情况，则公司需对该等存货计提跌价准备或予以报损，从而对公司财务状况和经营成果产生不利影响。

2、应收账款风险

报告期各期末，公司应收账款账面价值分别为 1,537.43 万元、1,990.85 万元、3,334.71 万元及 2,263.84 万元，占总资产的比例分别为 2.62%、2.65%、3.69%及 1.91%。应收账款水平主要系由客户信用水平、履约能力决定，若部分客户出现支付困难、拖延付款等现象，公司将面临无法及时收回货款的风险。

3、政府补助减少的风险

报告期内，公司计入当期损益的政府补助分别为 478.95 万元、671.77 万元、849.86 万元**及 825.12 万元**，占当期利润总额比例分别为 6.79%、5.38%、5.21%**及 7.44%**。如果公司未来不能继续获得政府补助或者获得的政府补助减少，将引起公司净利润降低，对公司当期经营业绩产生不利影响。

4、净资产收益率被摊薄的风险

2018 年至 2020 年，公司扣除非经常性损益后加权平均净资产收益率分别为 13.70%、23.31%及 24.20%。本次发行募集资金总额为 68,278.78 万元，发行完成后，随着募集资金的到位，公司的净资产将显著增加。鉴于募集资金投资项目需要一定的建设期和达产期，产生预期收益需要一定的时间，若公司净利润的增长在短期内不能与净资产的增长保持同步，则将面临净资产收益率较以前年度有所下降的风险。

（五）法律风险

1、品牌、商标被侵犯与损害的风险

公司系一家全茶类全国连锁品牌企业，拥有“八马”、“信记号”、“掌门茶”、“小马茶趣”等自有品牌及相关商标。随着市场竞争日益激烈，公司业务规模不断扩大，公司自有品牌、商标存在被他人以仿制、仿冒等方式侵犯、侵害的风险，从而可能对公司品牌形象造成不利影响，损害公司的商业利益。

2、社会保险及住房公积金补缴风险

报告期内，公司存在未为少量员工缴纳社保及住房公积金的情况。截至本上市保荐书签署日，公司不存在因社保及住房公积金欠缴问题受到相关主管部门的行政处罚。若未来社保和住房公积金政策出现变化，公司可能面临社保及住房公积金补缴或处罚的风险。

（六）募集资金投资项目的风险

1、募集资金投资项目不能达到预期收益的风险

本次募集资金计划用于“八马茶业营销网络建设项目”、“福建八马物流配送中心建设项目”、“八马茶业信息化建设项目”和补充流动资金。若出现募集

资金投资项目对应的市场需求发生不利变化、行业发展形势不及预期等不利因素，则存在募集资金投资项目不能达到预期收益目标的风险。

2、募集资金投资项目新增折旧和摊销的风险

本次募集资金投资项目全部建设完成后，公司预计每年将新增一定的折旧摊销费用。如果未来市场环境发生重大变化，或者募集资金投资项目在投产后没有及时产生预期效益，公司将面临销售收入增长不能消化每年新增折旧及摊销费用的风险，进而导致公司业绩受到不利影响。

（七）其他风险

1、受新型冠状病毒肺炎疫情影响的风险

2020 年初，我国爆发新型冠状病毒肺炎疫情，对公司销售造成了一定不利影响。目前虽然国内新型冠状病毒肺炎疫情控制情况良好，但全球范围内新型冠状病毒肺炎疫情仍持续蔓延。若新型冠状病毒肺炎疫情在全球范围内不能得到有效控制，导致全球经济下行压力持续增加，居民消费意愿及消费能力将受到负面影响，公司的经营业绩将因此面临下滑的风险。

2、发行失败风险

公司本次发行将采取网下询价对象申购配售和网上向社会公众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，届时将受到国际和国内宏观经济形势、资本市场走势、投资者偏好、价值判断、市场供需等多方面因素的影响。公司在首次公开发行过程中可能存在因投资者认购不足而导致的发行失败风险。

3、其他不可抗力引起的风险

公司不排除因政治、经济、自然灾害、传染病流行等其他不可控因素带来不利影响的可能性，提请广大投资者注意相关风险。

第二节 发行人本次发行情况

一、本次发行的基本情况

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	本次公开发行新股数量不超过 2,580.00 万股，占本次发行后总股本比例不低于 25%，本次发行不涉及股东公开发售股数。最终发行数量依据中国证监会同意注册的发行规模确定。公司股东大会授权董事会与保荐机构（主承销商）在中国证监会同意注册的发行规模内，根据具体情况协商确定最终发行数量
发行方式	采用网下向询价对象询价配售和网上资金申购定价发行相结合的方式，或以中国证监会认可的任何其他发行方式进行
发行对象	符合资格的战略投资者、网下投资者和在深圳证券交易所开户的境内自然人、法人等投资者（中国法律、行政法规、所适用的其他规范性文件及公司须遵守的其他监管要求所禁止者除外）或中国证监会规定的其他对象
承销方式	由保荐人（主承销商）中信证券股份有限公司余额包销

二、项目保荐代表人、协办人及项目组其他成员情况

（一）保荐代表人主要执业情况

许阳女士：现任中信证券投资银行管理委员会高级副总裁、保荐代表人。曾负责或参与新疆浩源 IPO 项目、西麦食品 IPO 项目、芯原股份 IPO 项目，兰太实业、智动力再融资项目等。

史松祥先生：现任中信证券投资银行管理委员会执行总经理、保荐代表人。曾负责或参与飞科电器、奥美医疗、**箭牌家居** IPO 项目，雅戈尔、新纶科技、劲嘉股份、腾邦国际、美的集团、三峡水利、赢合科技、创维数字、亿纬锂能、齐心集团、智动力、英联股份再融资项目，美的集团 IPO 换股吸收合并美的电器并整体上市项目、新纶科技发行股份收购千洪电子项目等。

（二）项目协办人主要执业情况

肖骁先生，项目协办人，现任中信证券投资银行委员会副总裁。曾参与奥美医疗 IPO 项目，齐心集团、智动力、得润电子再融资项目，新纶科技发行股份收购千洪电子项目等。

（三）项目组其他成员主要执业情况

林真女士，现任中信证券投资银行委员会副总裁，律师。曾参与齐心集团非公开、昇兴股份非公开、云南能投收购 ST 云维控股权、东亚机械 IPO 等项目。

王彦钧先生，现任中信证券投资银行管理委员会高级经理，金融风险管理师（FRM）。曾参与**景创科技 IPO 项目，**山西焦煤公司债、中航国际租赁公司债、华发集团公司债、华发投控公司债、步长制药公司债、西安曲江文投公司债、光明集团公司债、东方证券公司债、云南交投企业债、上海地产企业债、桂北投企业债等项目。

李古阳先生，现任中信证券投资银行委员会高级经理。曾参与中信证券五矿健弘第 1-10 期资产支持专项计划等项目。

刘博瑶女士，现任中信证券投资银行委员会高级经理。曾参与金龙汽车非公开、东亚机械 IPO、**兴通海运 IPO** 等项目。

吴军先生，现任中信证券投资银行管理委员会副总裁。曾参与奥美医疗 IPO 项目、奥拓电子非公开、昇兴股份非公开等项目。

汪杰勇先生，现任中信证券投资银行管理委员会高级经理。曾参与新莱应材重大资产重组等项目。

三、保荐人与发行人的关联关系、保荐人及其保荐代表人是否存在可能影响公正履行保荐职责情形的说明

（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

保荐人全资子公司中信证券投资有限公司通过南海成长精选（天津）股权投资基金合伙企业（有限合伙）（以下简称“南海成长”）间接持有发行人股份，南海成长投资成为发行人股东，系其作为已备案的股权投资基金独立作出的投资决策，中信证券投资有限公司作为发行人第十六层股东（折算后持股比例小于 0.00001%），持股比例极低，上述间接持股关系不影响保荐机构的独立性。除上述情形外，保荐人或其控股股东、实际控制人、重要关联方不存在其

他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

截至本上市保荐书签署日，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

截至本上市保荐书签署日，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的情况，亦不存在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

截至本上市保荐书签署日，本保荐人的控股股东、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异于正常商业条件的担保或者融资的情况。

（五）保荐人与发行人之间的其他关联关系

截至本上市保荐书签署日，本保荐人与发行人之间不存在其他关联关系。

第三节 保荐人承诺事项

保荐人已按照法律法规和中国证监会及贵所的相关规定，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。

本保荐人同意推荐发行人证券发行上市，并据此出具本上市保荐书，相关结论具备相应的保荐工作底稿支持。本保荐机构通过尽职调查和对申请文件的审慎核查，承诺如下：

保荐机构有充分理由确信发行人符合法律法规及中国证监会有关证券发行上市的相关规定。

保荐机构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。

保荐机构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。

保荐机构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。

保荐机构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。

保荐机构保证保荐书、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。

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。

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。

若因本保荐人为发行人首次公开发行股票制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，本保荐机构将依法赔偿投资者损失。

第四节 保荐人对本次证券发行上市的保荐结论

一、本次发行履行了必要的决策程序

（一）董事会决策程序

2021 年 2 月 25 日，发行人依照法定程序召开第三届董事会第二次会议，审议通过了本次发行的相关议案。

（二）股东大会决策程序

2021 年 3 月 13 日，发行人召开了 2021 年第二次临时股东大会，审议通过了本次发行的相关议案。

综上，本保荐机构认为，发行人本次公开发行股票并在创业板上市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。

二、发行人符合创业板定位所作出的专业判断以及相应理由和依据，保荐人的核查内容和核查过程

（一）公司具有明显的创新及创意特征

作为一家知名的全茶类全国连锁品牌企业，公司的业务发展及经营理念具有较为明显的创新及创意特征。

1、发行人的创新特征：品牌、产品、培训体系的创新及茶生态体系的构建

品牌创新：公司素来注重品牌的建设与创新。在多维度、多渠道的宣传和推广下，“八马”已成为国内茶叶知名品牌，具有较高的辨识度，拥有忠实的客户群体，有利于公司拓展营销网络，促进业务发展。同时，公司不断培育“信记号”、“掌门茶”、“小马茶趣”等子品牌，并最终形成品牌矩阵，进一步提高公司的市场影响力及行业地位。

产品创新：公司坚持研发设计，不断开发新品，向消费者提供独特风味、市场认可度高的产品。此外，公司成立了创新事业部，专门致力于创新产品及相关事务的研究及开发，围绕茶文化不断推出创新性产品。报告期内，公司以

茶叶及茶具产品为基础开发了茶食品、茶饮料、现制现售的新式茶饮等创新性产品，且均已实现了对外销售。**报告期各期，公司研发设计并销售的茶叶、茶器具、茶食品、茶饮料等新品数量合计分别为 357 个、626 个、468 个以及 279 个，打造了丰富的产品线。**

培训体系创新：公司还成立了深圳市罗湖区八马茶业培训学校，对公司内外展开茶艺师、评茶员的职业资格培训，并开设其他有关茶艺、茶文化的课程，以茶为载体推动中华文化的宣传普及。**此外，公司建立了“创富学院”线上学习平台，面向所有公司员工、加盟商及其员工，向其传授茶行业专业知识、经营管理、销售技能等。截至本专项说明出具之日，“创富学院”课程总量已达 500 余节，学员人数超过 10,000 人，课程总点击次数超 100 万次。**“创富学院”以线上培训的方式，突破时间与空间的限制，开创茶行业渠道标准化培训体系，提升培训覆盖率，快速增强从业人员素质。

茶生态体系的构建：截至本专项说明出具日，八马茶业围绕自主创新初步构建起了茶叶、茶具、茶食品、茶饮料、新式茶饮以及科研教育、人才培养、技能培训等系统化的茶生态体系。参见下图所示：

2、发行人的创意特征：产品方案、营销方式与传统文化精华相结合

产品创意：在“文化自信”的背景下，茶文化作为中国传统文化中极具代表性的一种，在年轻消费群体中的接受度不断提升。公司积极尝试将茶与传统

精粹文化 IP 相互碰撞，以敦煌壁画的飞天仙女、九色鹿、三耳兔、翼马、明月、藻井等元素为灵感来源，携手跨行业头部品牌共同推出了《国家宝藏》联名款产品——六福临门，以及《知否 知否 应是绿肥红瘦》官方联名定制款建盏、周大福联名款产品——鹿与茶鲸等产品，向年轻消费群体传播中华优秀传统文化。

“六福临门”	联名定制建盏	“鹿与茶鲸”

营销创意：随着国潮兴起，公众对传统文化表现出了浓厚的兴趣和高度的认同感。公司始终坚持弘扬中国传统茶文化，让天下人享受茶的健康与快乐的同时，更感受茶文化之美。例如 2021 年七夕期间，公司以创新方式致敬经典，开展“茶叶复新”活动，在官方微博上复刻唐代名画《调琴啜茗图》，邀请大众共赴“茶会”。公司“茶叶复新”活动全网曝光超千万，其中#茶叶复新#微博话题阅读近 600 万次，微信曝光超 655 万次，抖音短视频曝光量超 10 万次。公司通过此次七夕活动，复刻传统茶生活，引导饮茶新风尚，弘扬传统茶文化，实现商业价值与文化价值的统一。

（二）公司将传统茶叶零售与新技术、新业态、新产业、新模式进行了深度融合

公司以“让天下人享受茶的健康与快乐”为使命，积极布局中国各大名茶产区，甄选优质名茶，坚持贯彻跨区域、跨品类的平台化发展战略。报告期内，铁观音及部分岩茶为公司自主生产，小部分茶叶产品为公司自主分装，其他大部分茶叶产品以及茶具、茶食品等均由合格供应商依据公司的定制要求及质量标准进行生产并供应。在探索、确立并贯彻执行公司整体发展战略的过程当中，公司将传统的茶叶生产、产品零售与新技术、新业态、**新产业**、新模式进行了深度融合。

1、与新技术的深度融合

公司在继承和发扬历代相传的拼配、烘焙等独特制茶技艺基础上，注重科技创新，引入了现代化的生产及管理体系，将新技术与传统的茶叶生产进行了深度融合。同时，公司还先后与中国农业科学院茶叶研究所、福建省农业科学院茶叶研究所、福建省农业科学院、集美大学以及福建农林大学安溪茶学院等高校及科研机构开展产学研合作，建立先进的技术标准，培养优秀的技术人才，为公司提高核心竞争力提供技术支撑。

公司及其子公司作为起草单位之一参与了多项国家标准及地方标准的起草和制定工作。其中，由公司及深圳市标准技术研究院等单位领衔起草的深圳市地方标准《茶叶贮存运输技术规范》（DB4403/T 88—2020）于 2020 年 10 月 1 日起正式实施。该标准对于深圳市涉茶企业科学保管和储运茶叶、保障茶叶质量安全、推进深圳市茶叶行业的高质量发展等方面均将产生积极影响。

公司建有智能货仓系统以及普洱茶标准化仓储系统。八马智能货仓系统，实现了仓库系统的智能化作业和信息化管理，通过条码及 PDA 等技术手段，自动采集及记录相关存货数据，使用 AGV 小车，运用机器人操作系统，解决了传统货仓人工拣货的繁琐，全面提升仓储效率。目前，八马智能货仓最大日订单处理量可超 10,000 余件。八马普洱茶标准化仓储系统，通过配备一系列智能监控和温湿度智能调节设备，为普洱茶提供最佳转化和储存条件，安装人脸识别系统，配备专人管理，管理员全身灭菌，安装智能排风系统，检测全仓空气质量，打造高洁净度环境。

公司通过福建省省级现代农业智慧园项目验收，应用大数据、物联网等技术，对茶园示范场区的气象环境、土壤墒情、病虫害、农事活动等进行实时监测并上传云端，为科学化茶园管理提供数据支持，实现茶园的精准监测、智能管理。此外，公司还率先将“碳达峰、碳中和”的发展理念，贯彻于整个智慧茶园的建设当中，联合科研机构、技术单位共同研究茶园碳排放的监测统计，展示茶园碳中和的程度，通过开发低碳农业新技术来降低碳排放，增加茶园固碳能力，发挥农业的碳汇作用。公司的“智慧茶园”对现代农业茶产业园区建设起到示范带动作用，有利于供应商建提高生产种植水平，强化对供应商的标准输出。

截至目前，公司已经获得了以“浓香型铁观音的生产方法”、“浓香铁观音的烘焙方法”为代表的 5 项发明专利及其他 15 项实用新型及外观设计专利。公司坚持技术创新及研发，不断致力于推动茶行业深层次的发展。目前公司正在开展“基于茶叶酚氨比为依据的创新型铁观音拼配技术研究”、“基于化学成分含量变化的陈香型铁观音贮存工艺技术研究”以及“基于化学成分变化的浓香型铁观音烘焙技术研究”等研发项目。

未来公司将基于自身业务及主要产品与新技术进一步进行深度融合。

2、与新业态的深度融合

公司运用自身的渠道及品牌优势，面向众多成品茶、茶具及茶食品供应商及加盟商输出八马产品及服务标准，积极整合上游茶厂资源，同时通过“直营+加盟”、“线上+线下”的全渠道销售体系统一对外销售产品。报告期内，公司探索、确立并贯彻执行高品质、跨区域、跨品类的平台化发展新业态，致力于为全中国广大消费者提供丰富、健康、正宗、优质的全品类好茶及相关产品。

此外，公司设立了“数字零售支持办公室”和“信息中心”，自上而下推动数字化变革，通过搭建自有大数据体系，实现内部和终端的协同运作目标。公司利用现有信息化系统以及各类创新方式，打通线上、线下销售渠道，构建大数据体系，记录与公司发生交易、互动的顾客行为、消费者决策路径以及会员信息等内容，从而进行精准分析，实现线上、线下的融合及高效的数字化运营体系。数字化体系的构建，对于公司未来成功研发新品、实现精准营销、建立

共享仓库就近配送、私域社区运营、新开店面选址等均具有重要的战略意义。

3、与新产业的深度融合

自 2016 年以来，我国陆续发布了《中共中央、国务院关于深入推进农业供给侧结构性改革加快培育农业农村发展新动能的若干意见》《农业农村部 国家市场监督管理总局 中华全国供销合作总社关于促进茶产业健康发展的指导意见》等政策，要求推进农业供给侧结构性改革，积极拓展茶产业营销渠道，创新发展线下销售渠道，利用网络、数据、技术等现代要素，建立新型线上销售体系，推动营销渠道网络化；提高茶产业链供应链现代化水平，大幅提升茶科技水平，培育创响知名品牌，促进一二三产业深度融合。

公司将茶产业与零售产业、电子商务产业进行了深度融合，以零售业的经营理念及运作模式来经营传统茶产业，赋予传统茶产业在新时代下的生命与活力。公司通过多年的发展，已经形成了遍布全国的“直营+加盟”线下销售渠道，并规范、统一门店运营标准及形象设计，成为了知名的连锁零售品牌，将茶产业与零售产业进行了深度融合。与此同时，公司积极发展电商业务，与主要电商平台天猫、京东达成稳定合作，并创立自身平台微商城，引入抖音直播，不断创新茶产业与电子商务产业的结合形式。

4、与新模式的深度融合

在消费升级和技术升级的驱动下，公司全面发展多样性、多内容、多维度和多触点的新零售模式。公司以消费者为核心，以提升效率、降低成本为目的，以技术创新为驱动，线上线下相融合，开展要素革新，不断适应和满足消费者多样化和个性化的消费需求。

在品牌营销方面，公司通过对市场数据的分析，更清晰地了解目标市场的细分特征和消费者的需求偏好，实现更具针对性的产品研发，为消费者提供个性化的产品和服务，增强其品牌忠诚度。此外公司通过社交媒体、直播平台、流量私域等线上推广方式，能够增强需求转化的效果。

在供应链协同方面，公司利用自身品牌优势以及在终端掌握的大数据资源，在供应链系统中充当消费者的“代言人”。公司通过向供应商输出产品标准，为其提供精准的需求信息，刺激供应链向需求导向的个性化和定制化方向重构，

以提升产业链的协同效应，降低自身和供应商的运营成本。

在销售网络方面，公司在不断巩固传统线下直营及加盟销售渠道的基础上，运用在主流电商平台开设自营店铺、电商平台入仓等形式进行网络销售，不断完善“线上+线下”的全渠道网络建设。通过“直营+加盟”、“线上+线下”的全渠道销售体系，公司建立与消费者紧密连接的通道，最大程度地覆盖消费群体的主要生活场景，满足消费者即买即得的消费需求。

未来，公司将进一步巩固及发展新零售业务，回归到满足消费者需求的价值起点。

（三）公司不属于《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》第四条限制申报的行业

公司主要从事茶及相关产品的研发设计、标准输出及品牌零售业务，业务模式兼具茶行业及零售行业的特征。公司采用自主生产、自主分装与定制采购相结合的方式获取产品，且以定制采购为主，报告期内各年度公司定制采购的产品占主营业务收入的比例分别为 52.43%、59.81%、54.06%及 **52.83%**。在销售端，公司通过“直营+加盟”、“线上+线下”的全渠道销售体系统一对外销售产品，报告期内公司直营模式下的销售收入（包括线下直营及网络销售）占主营业务收入的比例分别为 58.68%、52.33%、51.69%及 **51.81%**，加盟模式下公司将产品卖断给加盟商之后，加盟商仍系主要通过开设加盟店的方式进行对外零售。

根据中国证监会颁布的《上市公司行业分类指引》（2012 年修订）之“2.2 当上市公司某类业务的营业收入比重大于或等于 50%，则将其划入该业务相对应的行业”，公司所处行业为“F52 零售业”；根据国家统计局颁布的《国民经济行业分类》（GB/T4754-2017），公司所处行业为“F522 食品、饮料及烟草制品专门零售”。从所属行业看，公司不属于《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》第四条限制申报创业板的下述行业：“（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。”

（四）保荐机构核查意见

公司主要从事茶及相关产品的研发设计、标准输出及品牌零售业务。未来，在国家政策大力支持及居民消费持续升级的背景下，我国茶叶行业具有广阔的发展空间和良好的发展前景。

报告期内，公司不断扩大业务规模，业务和财务指标保持较快增长，成长性良好。同时公司坚持创新驱动发展，依靠创新、创意开展生产经营，形成多项核心技术，与新技术、新业态、**新产业**、新模式进行了深度融合，符合《首发办法》对于创业板企业的定位要求，特此说明。

三、保荐人对发行人是否符合上市条件的说明

八马茶业股票上市符合《证券法》《证券发行上市保荐业务管理办法》《首发办法》《上市规则》《保荐人尽职调查工作准则》等法律法规规定的上市条件：

（一）发行人符合《证券法》规定的发行条件

本保荐机构依据《证券法》相关规定，对发行人是否符合《证券法》第十二条规定的发行条件进行了逐项核查，核查意见如下：

（一）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、采购、销售、财务、研发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，符合《证券法》第十二条第一款第（一）项的规定。

（二）根据信永中和出具的《审计报告》（报告编号：XYZH/2021SZAA50089），发行人 2018 年度、2019 年度、2020 年度连续盈利，财务状况良好，具有持续经营能力，符合《证券法》第十二条第一款第（二）项的规定。

（三）根据信永中和出具的《审计报告》（报告编号：XYZH/2021SZAA50089），信永中和对发行人 2018 年度、2019 年度、2020 年度、**2021 年 1-6 月**财务会计报告出具的审计意见为无保留审计意见，符合《证券法》第十二条第一款第（三）

项的规定。

（四）根据检索裁判文书网、公安机关出具的无犯罪记录证明以及发行人及其控股股东、实际控制人出具的声明，发行人及其控股股东、实际控制人最近三年不存在贪污、贿赂、侵占财产、挪用财产或者破坏社会主义市场经济秩序的刑事犯罪，符合《证券法》第十二条第一款第（四）项的规定。

（二）发行人符合《首发办法》规定的发行条件

本保荐机构依据《首发办法》相关规定，对发行人是否符合《首发办法》规定的发行条件进行了逐项核查，具体核查意见如下：

（一）经核查发行人发起人协议、《公司章程》《验资报告》、工商档案、《营业执照》等有关资料，发行人系于 2014 年 9 月 10 日发起设立的股份有限公司，在深圳市市场监督管理局注册登记，发行人是依法设立且合法存续的股份有限公司，持续经营时间在三年以上。

综上，本保荐人认为，发行人符合《首发办法》第十条的规定。

（二）根据发行人的相关财务管理制度以及信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）出具的《审计报告》（报告编号：XYZH/2021SZAA50089）、《内部控制鉴证报告》（报告编号：XYZH/2021SZAA50093），本保荐人认为，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**一期**财务会计报告由注册会计师出具无保留意见的审计报告。

根据发行人的相关内部控制制度以及信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）出具的《内部控制鉴证报告》（报告编号：XYZH/2021SZAA50093），本保荐人认为，发行人内部控制制度健全且被有效执行，能够合理保证公司运行效率、合法合规和财务报告的可靠性，并由注册会计师出具无保留结论的内部控制鉴证报告。

综上，本保荐人认为，发行人符合《首发办法》第十一条的规定。

（三）经审阅、分析发行人的《营业执照》《公司章程》自设立以来的股东

大会、董事会、监事会会议文件、与发行人生产经营相关注册商标、专利、发行人的重大业务合同、募集资金投资项目的可行性研究报告等文件、信永中和会计师出具的《内部控制鉴证报告》、发行人董事、监事、高级管理人员出具的书面声明等文件，保荐机构认为：

1、发行人资产完整，业务及人员、财务、机构独立，与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业间不存在对发行人构成重大不利影响的同业竞争，不存在严重影响独立性或者显失公平的关联交易；

2、发行人主营业务、控制权和管理团队稳定，最近二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；控股股东和受控股股东、实际控制人支配的股东所持发行人的股份权属清晰，最近二年实际控制人没有发生变更，不存在导致控制权可能变更的重大权属纠纷；

3、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，重大偿债风险，重大担保、诉讼、仲裁等或有事项，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。

综上，本保荐人认为，发行人符合《首发办法》第十二条的规定。

（四）经核查发行人工商档案资料、报告期内的重大业务合同，本保荐人认为，发行人一直专注于茶及相关产品的研发设计、标准输出及品牌零售业务，生产经营符合法律、行政法规的规定，符合国家产业政策。

经核查发行人工商档案资料、通过互联网公开信息检索、获取实际控制人无犯罪记录证明文件，本保荐人认为，最近三年内，发行人及其控股股东、实际控制人不存在贪污、贿赂、侵占财产、挪用财产或者破坏社会主义市场经济秩序的刑事犯罪，不存在欺诈发行、重大信息披露违法或者其他涉及国家安全、公共安全、生态安全、生产安全、公众健康安全等领域的重大违法行为。

经互联网公开信息检索、与发行人董事及高级管理人员访谈，本保荐人认为，发行人董事、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。

综上，本保荐人认为，发行人符合《首发办法》第十三条的规定。

（三）发行人符合《上市规则》规定的发行条件

本保荐机构依据《上市规则》相关规定，对发行人是否符合《上市规则》规定的发行条件进行了逐项核查，具体核查意见如下：

本次发行前，发行人股本总额为 7,600 万股，本次拟发行不超过 2,580 万股，发行人公开发行股份数达到本次公开发行后公司股份总数的 25%以上。发行人符合《上市规则》第 2.1.1 条的条件。

根据信永中和出具的审计报告（报告编号：XYZH/2021SZAA50089），基于发行人 2019 年度、2020 年度净利润均为正，且分别为 9,087.61 万元及 11,644.09 万元，发行人选择适用《上市规则》第 2.1.2 条第一款，即“（一）最近两年净利润均为正，且累计净利润不低于人民币 5,000 万元”。

综上，本保荐人认为，发行人符合《上市规则》的规定。

四、对公司持续督导期间的工作安排

事项	工作安排
（一）持续督导事项	在本次发行股票上市当年剩余时间及其后 3 个完整会计年度
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相关规定的意识，进一步完善各项管理制度和发行人的决策机制，协助发行人执行相关制度；通过《承销及保荐协议》约定确保保荐人对发行人关联交易事项的知情权，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
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	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，若有关的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》《关联交易决策制度》等规定执行，对重大的关联交易本机构将按照公平、独立的原则发表意见
4、持续关注发行人募集资金的专户存储、投资项目的实施等承诺事项	督导发行人按照《募集资金管理办法》管理和使用募集资金；定期跟踪了解项目进展情况，通过列席发行人董事会、股东大会，对发行人募集资金项目的实施、变更发表意见
5、持续关注发行人为他人提供担保等事项，并发表意见	督导发行人遵守《公司章程》以及中国证监会关于对外担保行为的相关规定

事项	工作安排
（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	有权要求发行人按照证券发行上市保荐有关规定和保荐协议约定的方式，及时通报与保荐工作相关的信息；在持续督导期间内，保荐机构有充分理由确信发行人可能存在违法违规行为以及其他不当行为的，督促发行人做出说明并限期纠正，情节严重的，向中国证监会、深圳证券交易所报告；按照中国证监会、深圳证券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	发行人及其高管人员以及为发行人本次发行与上市提供专业服务的各中介机构及其签名人员将全力支持、配合保荐机构履行保荐工作，为保荐机构的保荐工作提供必要的条件和便利，亦依照法律及其它监管规则的规定，承担相应的责任；保荐机构对发行人聘请的与本次发行与上市相关的中介机构及其签名人员所出具的专业意见存有疑义时，可以与该中介机构进行协商，并可要求其做出解释或者出具依据
（四）中国证监会、证券交易所规定及保荐协议约定的其他工作	无

五、保荐人对本次股票上市的推荐结论

作为八马茶业首次公开发行股票并在创业板上市的保荐人，中信证券承诺，本保荐人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。

本保荐人认为，八马茶业申请其股票上市符合《公司法》《证券法》《首发办法》及《上市规则》等法律法规的有关规定，八马茶业股票具备在深圳证券交易所创业板上市的条件。中信证券愿意推荐八马茶业的股票在深圳证券交易所创业板上市交易，并承担相关保荐责任。

（本页无正文，为《中信证券股份有限公司关于八马茶业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》之签章页）

保荐代表人：

许　阳

史松祥

项目协办人：

肖　骁

内核负责人：

朱　洁

保荐业务负责人：

马　尧

法定代表人：

张佑君

保荐人公章：　中信证券股份有限公司　2021 年 12 月 22 日