



中信证券股份有限公司

关于

认养一头牛控股集团股份有限公司

首次公开发行股票并在主板上市

之

上市保荐书

保荐机构（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）

目 录

声 明.....	2
第一节 发行人基本情况	3
一、发行人基本信息.....	3
二、发行人主营业务.....	3
三、发行人核心技术.....	5
四、发行人研发水平.....	6
五、主要经营和财务数据及指标.....	6
六、发行人面临的主要风险.....	6
第二节 本次证券发行情况	13
一、本次证券发行基本情况.....	13
二、项目保荐代表人、协办人及项目组其他成员情况.....	13
三、保荐人与发行人的关联关系.....	15
四、保荐机构内部审核程序和内核意见.....	16
第三节 保荐机构承诺事项	18
第四节 对本次证券发行上市的保荐意见	19
一、保荐结论.....	19
二、本次证券发行履行的决策程序.....	19
三、发行人符合主板定位.....	20
四、发行人符合《上海证券交易所股票上市规则》规定的上市条件.....	24
第五节 上市后持续督导工作安排	29

声 明

中信证券股份有限公司（以下简称“保荐机构”“本保荐机构”或“中信证券”）及保荐代表人已根据《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上海证券交易所的有关规定，诚实守信，勤勉尽责，严格按照依法制定的业务规则和行业自律规范出具上市保荐书，并保证所出具文件真实、准确、完整。

如无特别说明，本上市保荐书中的简称与《认养一头牛控股集团股份有限公司首次公开发行股票并在主板上市招股说明书》中的简称具有相同含义。

第一节 发行人基本情况

一、发行人基本信息

中文名称：认养一头牛控股集团股份有限公司

英文名称：Adopt A Cow Holding Group Co., Ltd.

注册资本：人民币36,423.53万元

法定代表人：徐晓波

有限公司成立日期：2014年7月9日

股份公司设立日期：2021年7月1日

住所：浙江省杭州市余杭区仓前街道余杭塘路2636号1幢402室

邮政编码：311100

联系电话：0571-8523 5590

传真号码：0571-8523 5590

互联网网址：<https://www.ryytn.com>

电子信箱：securities@ryytn.net

二、发行人主营业务

公司主要从事“认养一头牛”品牌乳制品的研发、生产与销售业务，产品包括多种款式的纯牛奶、酸奶、奶粉、奶酪等乳制品及生牛乳。公司以建立自有优质奶源为业务发端与发展基础，逐步向自主品牌运营、自有生产基地拓展深化，形成了线上销售与线下销售相结合的乳制品一体化经营体系。



自成立以来，公司秉承“奶牛养得好，牛奶才会好”的经营理念，以“只为用户养好牛”为品牌使命，致力于从源头做起，逐步建立优质乳制品的现代化、一体化产业链，为消费者提供品质、放心的营养产品，便捷、可靠的消费体验。截至 2022 年 6 月末，公司已在河北、黑龙江、山东等地相继建立了 7 座现代化奶牛牧场、1 座乳制品数智化工厂，5 座自有牧场与 2 座联营牧场的奶牛存栏数合计超 6 万头，至 2022 年 1-6 月的奶源自供比例已提升至 88.17%，处于行业较高水平，多项原奶品质指标优于欧盟标准，有效保证了优质奶源的稳定供应。其中，公司自有牧场康宏牧场遴选为“奶牛标准化示范场”、“国家奶牛核心育种场”，并于 2018 年和 2020 年两次荣获“中国青贮饲料质量评鉴大赛金奖”。

报告期内，公司在巩固线上渠道市场优势的同时，积极推进线下渠道发展，注重新产品开发，相继推出了“A2 β -酪蛋白纯牛奶”、“娟姗纯牛奶”等多款明星产品，产品品牌得到了消费市场与电商平台的广泛认可。公司“认养一头牛”品牌天猫旗舰店于 2020 年获“天猫年度超级新秀奖”、“年度最受欢迎品牌”及“双十一最佳贡献奖”，并在 2020 年至 2022 年的“618”与“双十一”天猫品牌旗舰店销量排名中蝉联乳制品行业第一；京东平台官方旗舰店在 2020 年取得了乳制品品类“双十一”销售额第一、会员数第一的经营佳绩；抖音平台官方旗舰店于 2021 年荣获“抖音电商食品饮料行业卓越品牌”。

依托于一体化全产业链布局，科学、严格的产品质量管控体系，领先、多元的线上电商运营能力，公司的品牌影响力、产品竞争力近年来得到了较快发展，实现了乳制品生产加工、物流配送体系及线上线下销售与现代化农牧业的深度融合、产业升级。得益于良好的经营创新与销售业绩，公司入选了《2022 中国食

品饮料百强榜》及“中国奶业 D20（20 强）”名单，并先后荣获了“FBIF2019 中国十大食品创新公司”、“第三届（2020-2021）iSEE 创新奖”、“优秀乳品加工企业”、“中国奶业数字化转型卓越案例”及第二十届中国食品安全大会颁发的“年度食品安全诚信单位”等表彰奖项。

三、发行人核心技术

公司致力于通过自主研发、持续创新满足消费者对营养健康食品的追求。公司近年来通过对畜群养护繁育、液态奶制品安全保障技术、乳制品口感风味提升以及信息数智化等关键技术的持续研发投入，提升了公司在乳制品行业的整体技术和运营水平。

目前，公司主要产品的生产技术和运营技术情况如下：

序号	技术名称	技术主要内容	所处阶段
1	青贮调制技术	根据奶牛生理状况、外部环境调制适宜奶牛生产和提高抵抗力的青贮饲料，可有效应对冷应激和热应激	大批量生产
2	无菌后添加生产 0 乳糖牛奶技术研究	通过筛选乳糖酶原料，测试乳糖酶水解条件，优化乳糖酶添加工艺，开发常温 0 乳糖牛奶产品，实现杀菌后添加乳糖酶，灌装后产品在货架期常温放置条件下实现水解，从而达到 0 乳糖	大批量生产
3	长保质期饮用型酸奶创新工艺研究	通过设计产品酸甜配方、稳定剂配方，设计创新工艺，采用独特工艺技术，优化发酵后发酵基料与稳定剂配比，保证成品顺滑口感，保证酸奶在货架期不出现分层、析水现象	大批量生产
4	法式风味益生菌酸奶研制	通过添加浓缩乳清蛋白粉和菌种、果胶、变性淀粉等稳定剂；研究开发稠厚型常温酸奶，实现酸奶口感浓郁自然，风味酸甜可口	大批量生产
5	可常温存放的稀奶油加工技术研究	以无水奶油和脱脂奶为原料,配比一定量的稳定剂、乳化剂，通过优化化料温度、杀菌温度、均质方式及均质压力等工艺条件开发可常温存放的稀奶油	大批量生产
6	基于物联网的电商物流管理系统的研发	一种基于物联网的电商物流管理系统，具有配送、仓管和用户集成管理，商品分拣更加透明，减少纠纷的优点	投入运营
7	基于互联网的移动端电商服务系统的研发	提供一种基于互联网的移动端电商服务系统，电商移动 APP 配合移动端电商服务系统实现了商品展示、商品搜索、购买支付、个人支付和辅助设置	投入运营

四、发行人研发水平

公司自成立以来在设备研发、工艺改进以及外观设计等方面持续投入，截至报告期末，公司共拥有 33 项专利技术，其中实用新型专利 10 项，外观设计专利 23 项；拥有 16 项软件著作权，45 项作品著作权。

为保证技术成果能够有效转化，公司制定了销售部门、生产质量部和信息数智部协同的产品研发机制。其中，销售部门负责收集和分析市场需求，提出产品研发项目建议；生产质量部负责产品研发项目的设计、试验、试制和工艺审查编制、现场技术服务、工艺验证试制等生产活动的组织；信息数智部负责主导信息化、数字化运营提升项目。

五、主要经营和财务数据及指标

报告期内，公司主要财务数据和财务指标如下：

项目	2022-6-30	2021-12-31	2020-12-31	2019-12-31
资产总额（万元）	469,532.25	410,213.93	147,797.29	90,862.16
归属于母公司所有者权益（万元）	275,446.26	268,288.46	55,805.97	35,398.91
资产负债率（母公司）	14.83%	11.33%	27.38%	50.92%
营业收入（万元）	159,748.69	256,612.75	164,971.68	86,467.31
净利润（万元）	9,419.51	14,028.57	14,659.27	10,529.32
归属于母公司所有者的净利润	6,814.31	14,039.72	14,523.94	10,778.08
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润（万元）	5,025.89	12,507.15	12,265.96	10,318.68
基本每股收益（元）	0.19	0.48	不适用	不适用
稀释每股收益（元）	0.19	0.48	不适用	不适用
加权平均净资产收益率	2.51%	15.27%	32.68%	35.92%
经营活动产生的现金流量净额（万元）	3,287.66	17,456.19	15,115.52	15,066.18
现金分红（万元）	-	-	-	-
研发投入占营业收入的比例：	0.33%	0.27%	0.04%	-

六、发行人面临的主要风险

（一）与发行人相关的风险

1、经营风险

（1）品牌声誉及不实报道风险

公司主导品牌“认养一头牛”在乳制品行业已初步具备较高的知名度和用户基础。但若未来出现针对公司品牌的重大不利失实报道或公司对品牌形象维护不力,使得消费者对公司产品的信任度和忠诚度下降,进而将会对产品销售产生重大不利影响。同时,如果未来乳制品行业或本公司受到媒体的负面不实报道,对行业发展及公司品牌认知产生重大不利影响,相关报道或认知及其扩散情况未能得及时、有效的澄清和消除,将可能对公司经营业绩造成不利影响。

(2) 原材料等成本上涨的风险

直接材料成本是公司主营业务成本的重要构成,主要原材料市场价格的较大波动将会对公司营业成本及经营业绩产生重大影响。其中,生牛乳作为乳制品生产所需的主要原材料,公司主要采用自有奶源以及第三方合作奶源的供应模式。

一方面,公司在河北、黑龙江等地建立了多座现代化牧场,为公司的乳制品生产提供了稳定、可靠的奶源供应。牧场运营所需青贮玉米、苜蓿、豆粕等原材料多为大宗农产品,其价格通常会随着市场供需变化而发生较大幅度波动。如遇极端气候变化、国际贸易争端等因素导致市场供应下降,或者物流运输成本增长,将导致主要原材料价格或其他成本出现大幅上涨,公司经营业绩或将因此发生大幅波动。

另一方面,虽然公司与第三方合作奶源供应商建立了良好的合作关系,但未来如果同行业乳品企业对上游奶源的竞争性采购加剧,公司对生牛乳的采购可能会出现合作中断、供应不足或者价格大幅上涨的不利状况,将会对公司生产经营产生不利影响。

(3) 产品质量管理控制的风险

产品质量与食品安全对于乳制品企业至关重要。多年以来,公司已在产品质量管控方面积累了丰富的经验,形成了一套成熟、有效、可靠的质量管理体系与内控制度。考虑到公司产品生产的中间环节较多,牧场经营、乳制品加工、仓储物流等环节仍需要一定程度的人工操作,并存在向合作外部供应商采购原材料或外协生产的情况,一旦公司因人员设备操作疏忽、供应商采购风险或其他偶发因素导致产品质量管理出现疏漏,并出现产品质量或食品安全问题,将可能致使公

司遭受产品责任索偿、负面宣传、政府处罚或品牌形象受损，进而对公司的声誉、市场销售和经营业绩产生重大不利影响。

(4) 营销策略未及时调整风险

近年来，互联网电商销售模式正在发生持续、快速且深刻的行业变革，相较于中心化流量的淘宝、天猫及京东等传统电商平台，小红书、抖音、拼多多等新兴内容平台呈现爆发式增长，网络流量入口呈现碎片化发展趋势。同时，线上赋能线下的新零售模式也成为电商平台及线上品牌快速进入线下市场的方式，营销渠道更为多元化。由于新媒体、新零售模式的快速演变，且互联网的高效性也对快速响应能力提出了更高的要求。能否及时抓住销售模式的变革方向与转变趋势，灵活调整符合市场偏好的营销策略以顺应变革，是企业未来能否保持市场竞争力的关键因素。若公司在后续发展中不能及时顺应行业趋势变革而错过发展窗口期，或者公司管理能力无法适应业务模式的快速演变，将会对公司业绩及未来可持续发展产生不利影响。

(5) 三河百宏牧场搬迁的风险

子公司三河百宏与华夏畜牧签订了《牧场租赁协议》，整体承租了后者位于三河市李旗庄镇农业园区中心路西饲料区及三河市李旗庄镇西杨庄村北的奶牛牧场。该牧场建设土地尚未办理土地流转手续，且一处挤奶厅及一处办公楼尚未取得房产证。若未来华夏畜牧及三河百宏因未能及时办理土地流转手续，或者因未能取得相关房产证明而被有关部门要求拆除相关建筑设施或受到违规处罚，则公司将因无法继续使用该租赁牧场而面临搬迁的风险，届时将可能会对公司经营业绩产生不利影响。若对上述牧场进行搬迁，主要涉及奶牛迁移、人员转移、办公用品搬迁等工作，搬迁费用经测算约为 100 万元；同时，公司募投项目“海勃日戈智慧牧场建设项目”建成后可作为搬迁新址。

(6) 环保未持续有效实施风险

公司建立了乳制品产业供产销一体化经营模式，覆盖从上游牧场经营至乳制品终端销售的产业链各环节，经营过程会产生排泄物、废水、废气、废渣等污染性排放物。为此，公司严格按照环保法规及相关标准，在牧场经营、乳制品加工、食品制造等环节，对各类潜在污染物进行了有效治理与防范，使得污染物的排放

与处理完全符合环保要求。公司同时经营多家大型牧场，如果未来因设备设施故障、人员操作不当、标准提高及改进滞后等因素，发生排放物未达到国家规定标准，公司将面临被环保部门做出处罚甚至停产整顿的风险，对公司的生产经营产生重大不利影响。

(7) 新冠疫情等不可抗力风险

受新型冠状病毒疫情影响，2022 年一季度深圳、上海、北京周边等地先后出现了新冠疫情加剧的情况，为应对突发疫情，部分地区采取了停工停产、人员隔离、限制物流运输等应急措施。目前，我国对新冠疫情防控措施有序放开，但若国内疫情反复出现感染高峰，亦可能对社会经济生活以及公司生产经营、产品销售产生不利影响。除前述新冠疫情外，台风、水灾、火灾、地震、战争、其他传染病疫情等不可抗力事件，也可能对公司的日常生产经营造成不利影响。

2、财务风险

(1) 销售费用持续增长的风险

公司产品销售以线上渠道为主，与天猫/淘宝、京东、抖音等各大主要电商平台建立了持续、良好的合作关系。2019 年至 2022 年 1-6 月，公司线上销售收入分别为 52,750.78 万元、124,607.53 万元、195,128.02 万元和 117,644.16 万元，占主营业务收入的比例分别为 62.30%、77.50%、77.67%和 77.19%。目前，天猫/淘宝、京东、抖音等第三方线上渠道已逐渐发展成为成熟的开放电商平台，如果公司未来无法与上述电商平台保持良好的合作关系，或上述电商平台的销售政策、收费标准、平台流量等发生重大不利变化，或公司在上述电商平台的经营情况不及预期，且未能及时拓展其他新兴销售渠道，将对公司的经营业绩产生不利影响。

同时，公司 2019 年至 2022 年 1-6 月各期销售费用分别为 19,416.86 万元、30,278.30 万元、48,304.74 万元和 35,169.11 万元，销售费用率分别为 22.46%、18.35%、18.82%和 22.02%，销售费用金额增长较快。销售费用支出主要用于电商平台的产品销售及品牌营销推广。随着网购用户增量趋于稳定，主要头部电商平台的商家竞争日趋激烈，边际获客成本有所提高。如果公司未来不能及时开发低成本的获客渠道，或者上述销售费用投入无法取得预期效果，公司的经营业绩

可能受到不利影响。

(2) 产品销售毛利率波动风险

公司产品销售毛利率水平受宏观经济环境、产品价格、产品结构、原材料价格等多种因素影响。2019年至2022年1-6月,公司主营业务毛利率分别为40.95%、30.79%、28.86%和31.98%,将2019年运费合并至主营业务成本后,各期主营业务毛利率分别为29.05%、30.79%、28.86%和31.98%,总体保持相对平稳。公司2021年度主营业务毛利率有所下降,主要系原材料价格上升以及产品价格调整所致。若未来原材料价格发生不利变动、行业竞争加剧或主要产品市场需求不及预期,且公司不能及时就上述因素变化做出正确的经营策略调整,公司毛利率可能产生一定波动。

(3) 存货余额跌价损失的风险

2019年至2022年6月末,公司存货账面价值分别为10,684.69万元、28,761.86万元、45,231.21万元和58,495.38万元。报告期内,公司存货余额逐年增长,主要随着业务规模扩大,为保障未来业务需要,扩大了原材料采购,公司增加了以乳制品为主的库存商品备货规模并在2022年尝试开展牛肉业务,存货中消耗性生物资产增加。若公司销售增长放缓或供应链管理不当,导致存货周转速度放缓甚至库存积压,则可能出现存货跌价风险,从而对公司经营业绩产生不利影响。

(4) 税收优惠政策变化的风险

报告期内,公司依据《中华人民共和国增值税暂行条例》《中华人民共和国企业所得税法》和《中华人民共和国土地使用税暂行条例》等税收政策,公司从事牧场经营取得的自产生牛乳收入免征增值税、减免企业所得税;公司从事奶类初加工项目的所得减免征收企业所得税;公司鲜活肉产品的销售业务免征增值税。未来若国家税收优惠政策发生变动导致公司及子公司不能持续享受上述税收优惠,将对公司未来盈利水平产生不利影响。

(二) 与行业相关的风险

1、行业食品安全及影响风险

乳制品作为家庭及个人日常消费品,具有频繁购买、快速食用的消费特点。以2008年“三聚氰胺”事件为例,行业食品安全事件通常会对消费者一段时间

的购买需求及行业景气状况产生重大影响。经历“三聚氰胺”事件后的十余年以来，我国乳制品行业目前已逐步建立了较为完善的监管体系，严格规范了行业各环节质量标准。但如未来再度发生影响较为重大的行业食品安全事件，行业整体消费信心势必将会受到严重削弱，市场需求或将出现大幅缩减，消费者可能因此转向购买进口产品或其他替代食品，受此影响公司经营业绩也将会受到重大不利影响。

2、牧场经营及奶源安全风险

生牛乳作为乳制品行业的主要原材料，受冷链物流影响，主要由国内牧场所供应。奶牛等生产性生物资产存在着一定程度的疫病传播风险，若未来公司牧场发生较大规模的牛类疫病，将导致牧场无法正常运营，进而影响公司的奶源供应。另一方面，如行业内爆发大规模动物疫病，疫病及恐慌情绪的蔓延也将会引起消费者对乳制品消费需求的下降，并将进一步影响公司产品销售及经营业绩。

3、乳制品行业竞争加剧风险

近年来，随着线上销售模式的推广与普及，传统乳制品企业正逐步开始加码互联网销售渠道的建设与布局。虽然公司在乳制品电商领域具备先发优势，且“认养一头牛”品牌已具有较高的知名度和用户粘性，并不断在品牌文化、销售运营、客户服务等方面巩固自身差异化竞争优势，但若未来行业需求增长放缓，市场参与者数量不断增加，导致行业竞争进一步加剧，而公司又未能及时采取有效措施应对竞争，则将可能面临市场份额下降、增速放缓、经营业绩下降等风险。

另一方面，乳制品属于快速消费品，产品多元化、品牌年轻化等因素正被更多的消费者所偏好和关注。随着未来市场竞争加剧，若公司未能及时开发出符合客户消费需求的产品，将对公司产品销售、市场开拓产生不利影响。

4、经济波动致需求下降风险

近年来，随着国内人均可支配收入的提升以及居民消费观念的转变，乳制品市场需求正稳步提升。但对于我国部分人群，乳制品在食品消费结构中的占比相对较低，消费需求的收入弹性较大，并非属于日常刚性需求消费品。如果未来我国经济发展出现增长放缓或衰退的情况，乳制品作为可选改善型消费品，其消费需求可能会出现较明显的增长放缓或停滞下降，将对公司的业务发展、财务状况

和经营业绩产生不利影响。

（三）其他风险

1、募投项目实施及影响风险

本次募集资金投资将用于“海勃日戈智慧牧场建设项目”、“品牌建设营销推广项目”、“信息系统升级改造项目”及“补充公司运营资金”。公司已结合国家产业政策，行业发展趋势、公司未来的发展战略以及实际经营状况和技术条件，对本次募集资金投资项目进行了可行性及必要性的分析研究，但仍然存在市场环境变动、用户需求趋势变化等不可控因素。本次募集资金投资项目实施效果可能达不到预期。

同时，部分募投项目建设周期较长，建设初期或不能为公司带来收益。本次募集资金投资项目实施后，固定资产、生物性资产等长期资产将会增加，相应的折旧和摊销金额增加可能会对公司的财务状况和经营成果产生负面影响。

2、发行摊薄即期回报的风险

本次发行募集资金到位后，公司的总股本及净资产将在短时间内大幅增长。由于募投项目的实施以及投资效益的体现需要有一定的周期，短期内公司净利润增长幅度可能会低于净资产和总股本的增长幅度，每股收益和加权平均净资产收益率等财务指标将出现一定幅度的下降，导致即期回报被摊薄的风险。

3、股票价格较大波动的风险

首次公开发行股票并在主板上市后，除公司的经营业绩外，公司股票价格的形成还将受到国内外宏观经济形势、行业状况、资本市场走势和各类重大突发事件等多方面因素的影响。投资者应在充分了解股票市场的投资风险及公司所披露的风险因素的前提下，审慎做出投资决定。

第二节 本次证券发行情况

一、本次证券发行基本情况

(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	不超过 4,047.06 万股	占发行后总股本的比例	不低于 10%
其中：发行新股数量	不超过 4,047.06 万股	占发行后总股本的比例	不低于 10%
股东公开发售股份数量	-	占发行后总股本的比例	-
发行后总股数	不超过 40,470.59 万股		
每股发行价格	【】元		
发行市盈率	【】倍 (每股收益按【】年经审计的扣除非经常性损益前后孰低的归属于母公司股东的净利润除以发行后总股本计算)		
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 (按照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	本次发行采用网下向询价对象配售发行与网上按市值申购定价发行相结合的方式或监管机构认可的其他方式		
发行对象	符合国家法律法规和监管机构规定条件的询价对象和在上海证券交易所开立股票账户以及符合中国证监会、上海证券交易所规定的其他投资者 (国家法律、法规、中国证监会及上交所规范性文件禁止购买者除外)		
承销方式	余额包销		
募集资金总额	【】万元		
募集资金净额	【】万元		
募集资金投资项目	海勃日戈智慧牧场建设项目		
	品牌建设营销推广项目		
	信息系统升级改造项目		

	补充公司运营资金
发行费用概算	本次发行费用共计【】万元（不含税），包括承销及保荐费【】万元，审计及验资费【】万元，律师费【】万元，本次发行相关信息披露费【】万元，发行手续费及其他【】万元
高级管理人员、员工拟参与战略配售情况（如有）	如公司决定实施高级管理人员及员工战略配售，则公司将履行内部程序审议该事项的具体方案，并依法进行披露
保荐人相关子公司拟参与战略配售情况（如有）	保荐机构及相关子公司将根据中国证监会、上海证券交易所相关规定确定是否参与本次发行战略配售
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（如有）	不适用
（二）本次发行上市的重要日期	
刊登发行公告日期	【】年【】月【】日
开始询价推介日期	【】年【】月【】日
刊登定价公告日期	【】年【】月【】日
申购日期	【】年【】月【】日
缴款日期	【】年【】月【】日
股票上市日期	【】年【】月【】日

二、项目保荐代表人、协办人及项目组其他成员情况

中信证券指定高若阳、徐骥为认养一头牛首次公开发行股票并在主板上市项目的保荐代表人；指定方嘉晟为项目协办人；指定何康、马宁、王迪冈、李融、马齐玮为项目组成员。

（一）项目保荐代表人保荐业务主要执业情况

高若阳，男，现任中信证券投资银行管理委员会总监。高若阳拥有 12 年投资银行工作经历，先后参与或负责了杭州天元宠物用品股份有限公司 IPO 项目、浙江一鸣食品股份有限公司 IPO 项目、宁波容百新能源科技股份有限公司 IPO 项目、深圳市安奈儿股份有限公司 IPO 项目、安正时尚集团股份有限公司 IPO 项目、广州白云电器设备股份有限公司 IPO 项目、喜临门家具股份有限公司 IPO 项目及湖南梦洁家纺股份有限公司 2018 年再融资项目等。

徐骥，男，现任中信证券投资银行管理委员会高级经理。徐骥拥有 7 年投资银行工作经历，先后参与或负责了宁波球冠电缆股份有限公司 IPO 项目、广州山

水比德设计股份有限公司 IPO 项目及浙江洁美电子科技股份有限公司 2022 年再融资项目等。

(二) 项目协办人保荐业务主要执业情况

方嘉晟，男，现任中信证券投资银行管理委员会副总裁。方嘉晟拥有 5 年投资银行工作经验，先后参与了浙江一鸣食品股份有限公司 IPO 项目、杭州天元宠物用品股份有限公司 IPO 项目等。

三、保荐人与发行人的关联关系

(一) 本保荐机构或其控股股东、实际控制人、重要关联方持有发行人或其控股股东、重要关联方股份情况

截至报告期末，保荐人中信证券通过中信证券股份有限公司自营业务账户、信用融券专户或资产管理业务账户等方式间接持有公司股份（穿透后持股比例不超过 0.00001%），该等投资行为系相关金融产品管理人所做出的独立投资决策，并非中信证券主动针对公司进行投资。

上述中信证券间接持有发行人股份的主要路径包括：1、经发行人股东鲜丰水果上层股东宁波梅山保税港区红杉智盛股权投资合伙企业（有限合伙）、苏州麦星致远创业投资企业（有限合伙）向上穿透至 11 层以上，合计间接持有发行人股份比例小于 0.00001%；2、经发行人股东海邦沣华上层股东上海智鼎博能投资合伙企业（有限合伙）向上穿透至 21 层以上，合计间接持有发行人股份比例小于 0.00001%。

除上述情况外，本保荐机构或本保荐机构的控股股东、实际控制人、重要关联方未持有发行人或其控股股东、重要关联方股份。

(二) 发行人或其控股股东、重要关联方持有本保荐机构或其控股股东、实际控制人、重要关联方股份情况

除可能存在少量、正常的二级市场证券投资外，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本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) 本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

截至上市保荐书签署日，本保荐机构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) 本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

截至上市保荐书签署日，本保荐机构控股股东、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

截至上市保荐书签署日，本保荐机构与发行人之间不存在其他关联关系。

四、保荐机构内部审核程序和内核意见

(一) 内部审核程序

中信证券设内核部，负责本机构投资银行类项目的内核工作。本保荐机构内部审核具体程序如下：

首先，由内核部按照项目所处阶段及项目组的预约对项目进行现场审核。内核部在受理申请文件之后，由两名专职审核人员分别从法律和财务的角度对项目申请文件进行初审，同时内核部还外聘律师及会计师分别从各自的专业角度对项目申请文件进行审核。审核人员将依据初审情况和外聘律师及会计师的意见向项目组出具审核反馈意见。

其次，内核部将根据项目进度召集和主持内核会议审议项目发行申报申请，审核人员将把项目审核过程中发现的主要问题形成书面报告在内核会上报告给参会委员；同时保荐代表人和项目组需要对问题及其解决措施或落实情况向委员进行解释和说明。在对主要问题进行充分讨论的基础上，由内核委员投票表决决定项目发行申报申请是否通过内核委员会的审核。内核会后，内核部将向项目组出具综合内核会各位委员的意见形成的内核会反馈意见，并由项目组进行答复和

落实。

最后，内核部还将对持续督导期间项目组报送的相关文件进行审核，并关注发行人在持续督导期间出现的重大异常情况。

（二）内核意见

2022年5月19日，疫情期间以263电话会议系统召开认养一头牛IPO项目内核会，对该项目申请进行了讨论，经全体参会内核委员投票表决，该项目通过了中信证券内核委员会的审议，同意将认养一头牛IPO项目申请文件上报监管机构审核。

第三节 保荐机构承诺事项

一、保荐机构已按照法律法规、行政法规、中国证监会及上海证券交易所的相关规定，对发行人及其控股股东、实际控制人进行了尽职调查、审慎核查，充分了解发行人经营状况及其面临的风险和问题，履行了相应的内部审核程序，同意推荐发行人证券发行上市，据此出具上市保荐书。

二、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。

三、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。

四、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。

五、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。

六、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。

七、保荐机构保证上市保荐书、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。

八、保荐机构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。

九、保荐机构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。

十、保荐机构自愿接受上海证券交易所的自律监管。

十一、若因保荐机构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 对本次证券发行上市的保荐意见

一、保荐结论

本保荐机构根据《证券法》《证券发行上市保荐业务管理办法》《首次公开发行股票注册管理办法》（以下简称“《管理办法》”）《上海证券交易所股票上市规则》《证券公司从事股票发行主承销业务有关问题的指导意见》《保荐人尽职调查工作准则》和《关于进一步提高首次公开发行股票公司财务信息披露质量有关问题的意见》（证监会公告[2012]14号）等法律法规的规定，由项目组对发行人进行了充分的尽职调查，由内核会议进行了集体评审，认为认养一头牛具备了相关法律、法规规定的首次公开发行股票并在上海证券交易所主板上市的条件。

因此，中信证券同意对认养一头牛控股股份有限公司首次公开发行股票并在上海证券交易所主板上市予以保荐。

二、本次证券发行履行的决策程序

（一）董事会审议通过

发行人于2022年3月15日召开第一届董事会第十次会议，审议通过了《关于公司首次公开发行股票并在主板上市方案的议案》等与本次发行上市相关的议案，并提请股东大会批准。

2023年2月23日，发行人召开了第一届董事会第十六次会议，全体董事出席会议，审议通过了《关于修订公司首次公开发行股票并在主板上市方案的议案》等相关议案；相关议案在2022年第三次临时股东大会对董事会的授权范围内，故无需提交股东大会审议。

（二）股东大会审议通过

发行人于2022年3月31日召开2022年第三次临时股东大会审议并通过了《关于公司首次公开发行股票并在主板上市方案的议案》等与本次发行上市相关的议案。

本保荐机构认为，发行人本次公开发行股票并在主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。

三、发行人符合主板定位

根据《首次公开发行股票注册管理办法》，主板突出“大盘蓝筹”特色，重点支持业务模式成熟、经营业绩稳定、规模较大、具有行业代表性的优质企业。公司符合主板定位，具体说明如下：

（一）所属行业市场空间巨大

公司主要从事自主品牌乳制品的研发、生产与销售业务，产品包括多种款式的纯牛奶、酸奶、奶粉、奶酪等乳制品及生牛乳。公司所属乳制品行业作为关乎国计民生、食品安全、促进农业现代化转型升级的基础性产业，具有着巨大市场空间。

1、国计民生基础产业，契合国家发展战略

乳制品行业是关系国计民生、食品安全的保障性产业，并作为促进一二三产业协调发展的基础性产业，构成了维护国家农产品供给安全的重要组成部分。持续、健康发展的乳制品行业，对于带动产业结构持续优化、改善居民膳食结构、增强国民体质、增加产业农户收入具有重要意义。

“十四五”规划纲要提出，要“夯实粮食生产能力基础，保障粮、棉、油、糖、肉、奶等重要农产品供给安全”，将“奶”列为需要保障供给安全的重要农产品。2022年中央一号文件在强调“全力抓好粮食生产和重要农产品供给”中，提出“加快扩大牛羊肉和奶业生产”的工作部署，凸显了乳制品行业的保障性作用。同时，乳制品行业涵盖了第一产业畜牧养殖及上游饲料作物种植、第二产业乳制品加工生产、第三产业商品流通零售，是促进经济社会平稳发展的基础性、引领性行业。因此，实现乳制品行业的高质量发展，是我国农产品稳产保供、经济稳中有进的重要组成。

2、产业政策大力支持，推动行业转型升级

近年来，我国乳制品行业的规模化、标准化、现代化水平大幅提升，自主品牌建设持续推进，产品质量监管不断加强，产业升级日见成效，为促进农产品稳产保供、满足消费升级、推动乡村振兴及建设农业强国等发挥了积极作用。

为推进奶业振兴，保障乳制品质量安全，提振广大民众对国产乳制品消费信

心，提升民族奶业竞争力，我国先后出台了《全国奶业发展规划（2016-2020年）》《关于进一步促进奶业振兴的若干意见》等相关产业政策，明确提出加强优质奶源基地建设、提升饲草料生产加工和养殖装备水平、推进生产加工销售一体化等多项产业政策规划。

同时，2023年中央一号文件在强调“抓紧抓好粮食和重要农产品稳产保供”中，将推进畜禽规模化养殖场、大力发展青贮饲料、加快推进秸秆养畜，作为发展现代设施农业、构建多元化食物供给体系的重要工作之一。国家产业政策的持续大力支持，为乳制品行业的持续、繁荣发展提供有力保障。

3、国内千亿市场规模，消费需求持续增长

营养均衡是提高国民抵抗力的有效方法之一，乳制品则是公认的健康、营养食品。随着乳制品行业的转型升级、居民生活质量的持续提升，我国乳制品消费市场已初具规模。根据中国奶业协会统计，2021年度我国规模以上乳制品加工企业实现主营业务收入4,687.4亿元，比上年增长11.7%。

同时《全国奶业发展规划（2016-2020年）》也指出，我国人均奶类消费量为世界平均水平的1/3、发展中国家的1/2，具有较大提升空间。同时，随着社会经济进入后疫情时代，国内民众对乳制品的营养价值认知、日常消费习惯已进一步加强。例如，中国营养学会于2022年4月所发布《中国居民膳食指南（2022）》明确建议，中国居民每人每天摄入奶及奶制品由300克提高到300-500克，预示着我国乳制品消费市场将迎来更为广阔的市场规模与发展空间。

（二）公司经营业务符合主板定位

公司业务模式成熟、经营业绩稳定、规模较大，在现代化牧场运营、全产业链布局、产品持续创新、互联网产业赋能等方面具有行业代表性，符合主板定位。

1、全产业链布局，业务模式成熟

公司以自有优质奶源为业务发端与发展基础，通过自主品牌运营和自有生产基地把控品质，形成了线上与线下销售相结合、全产业链一体化运营的成熟业务模式。

截至2022年6月末，公司已在河北、黑龙江、山东等地相继建立了7座现

代化自有及联营奶牛牧场、1座乳制品数智化工厂，奶牛存栏数合计超6万头，有效保证了优质奶源的稳定供应，并已逐步形成了以自主生产为主、外协加工为辅的生产模式，荣获“优秀乳品加工企业”。

报告期内，公司营业收入主要来源于主营业务收入，即乳制品及生牛乳销售业务，占比在95%以上。同时，公司以线上销售渠道为主，积极拓展线下销售渠道，各期线上渠道销售收入占比保持在60%以上。受益于国内物联网基础设施、电商运营模式、物流配送体系及线上消费习惯的普及完善，公司线上销售模式及全产业链业务体系已较为成熟，保障了线上销售收入与主营业务的持续增长；2021年公司销售收入突破25亿元，入选《2022中国食品饮料百强榜》及“中国奶业D20（20强）”。

2、经营业绩稳定，业务规模较大

公司产品属于日常消费品，巨大且稳步增长的市场空间，成熟的业务模式、运营体系与竞争优势保障了经营业绩的稳定增长，业务规模处于行业前列。2019年至2022年1-6月营业收入分别为86,467.31万元、164,971.68万元、256,612.75万元和159,748.69万元，实现净利润为10,529.32万元、14,659.27万元、14,028.57万元和9,419.51万元。

相较境内乳制品行业上市公司，公司2021年乳制品营业收入已超过多家区域型上市乳企，规模仅次于伊利股份、光明乳业、新乳业及三元股份，具体如下：

单位：万元

公司名称	2021年度营业收入	2021年度乳制品营业收入
伊利股份	11,059,520.32	10,828,014.83
光明乳业	2,920,599.25	2,558,070.97
新乳业	896,687.24	837,408.19
三元股份	773,072.36	763,260.28
认养一头牛	256,612.75	251,237.49
皇氏集团	256,869.07	206,966.95
天润乳业	210,925.81	203,508.15
燕塘乳业	198,474.69	196,351.93
一鸣食品	231,637.94	112,494.30
庄园牧场	102,143.15	88,322.05

公司名称	2021 年度营业收入	2021 年度乳制品营业收入
阳光乳业	63,061.79	63,061.79

依托于一体化全产业链布局，科学、严格的产品质量管控体系，领先、多元的线上电商运营能力，公司品牌影响力、产品销售收入近年来实现了持续稳步增长，经营业绩稳定，主营业务已处于行业较大规模。

3、行业优秀代表，引领产业升级

公司以建立现代化规模牧场为创业起始，并向下游自主品牌乳制品运营销售、自有生产制造基地逐步拓展加强，在规模化科学饲养、全产业链食品安全、数智化管理运营等方面取得了多项行业代表性领先优势，促进互联网电商、数智化运营与现代农牧业及乳制品生产深度融合与产业升级。得益于行业代表性的经营创新与业绩增长，公司先后荣获了“FBIF2019 中国十大食品创新公司”、“第三届（2020-2021）iSEE 创新奖”及第二十届中国食品安全大会颁发的“年度食品安全诚信单位”等奖项。

在科学饲养方面，公司所运营及联合运营的 7 座大型牧场中，6 座牧场通过了“GAP 一级认证”及“SQF 食品安全和质量规范认证”，牧场运营与产出品质行业领先。根据《中国奶业统计资料 2021》，2020 年公司 5 座运营牧场的成母牛年均单产达 12.67 吨，为全国单产超过 12 吨的 4 个牧业集团之一；同时，根据行业权威杂志《荷斯坦》统计，在“2021 中国牧业集团 Top30”排名中，公司牧场平均规模位列行业第 5。其中，公司自有牧场康宏牧业被国家农业农村部认定为“奶牛标准化示范场”、“国家奶牛核心育种场”，并于 2018 年和 2020 年两次荣获“中国青贮饲料质量评鉴大赛金奖”。

在生产管控方面，公司自有山东生产基地于 2020 年建成投产，引进了全球先进无菌灌装设备及工艺，并于 2021 年通过 IFS、SQF、BRCGS 三大世界食品安全管理体系认证，安全品质管理水平与国际接轨。同时，公司生产基地配套高规格的中心化实验室，可自主完成 100 余项检测项目，细微、全面把控产品品质，构筑食品安全品质底线，并在 2022 年第十三届中国奶业大会入选“优秀乳品加工企业”。

在数智运营方面，公司已成为国内乳制品行业线上销售渠道领先品牌，促进

乳制品产品打破传统线下渠道多级经销直接触达消费者。公司“认养一头牛”品牌天猫旗舰店于2020年获“年度最受欢迎品牌”及“双十一最佳贡献奖”，并在2020年至2022年的“618”与“双十一”天猫品牌旗舰店销量排名中蝉联乳制品行业第一；抖音平台官方旗舰店于2021年荣获“抖音电商食品饮料行业卓越品牌”。同时，公司在乳制品奶源建设、产品开发、生产加工、品牌销售等产业链各环节积极推进数字化升级，促进了数字技术与传统行业的深度融合，于2022年入选中国奶业协会《中国奶业数字化转型卓越案例集》，成为乳制品行业数字化、现代化转型升级的代表企业。

综上，公司作为业务模式成熟、经营业绩稳定、规模较大并具有行业代表性的优质乳制品企业，符合主板“大盘蓝筹”定位。

针对上述事项，本保荐机构实施了以下主要核查程序：

(1) 访谈发行人实际控制人以及生产、采购、销售、研发、财务等业务环节的主要负责人，了解发行人业务模式的形成及演变过程，发行人业务模式的具体内容和显著特征，了解发行人经营业务变化的原因以及未来发展规划情况；

(2) 查阅乳制品行业的市场发展趋势，了解市场主流业务模式情况以及未来发展趋势；查阅同行业可比公司公开披露的招股说明书、年度报告、公司官网、公司介绍等资料，了解同行业公司业务模式与发行人是否存在差异；

(3) 获取发行人报告期内主要经营数据，了解发行人业务开拓的可持续性；通过公开渠道获取发行人主要竞争对手的经营数据，了解发行人在行业内的市场地位情况；

(4) 获取发行人近年来在行业中的主要荣誉情况，核查发行人在行业内的市场知名度与品牌影响力；

(5) 了解发行人在质量安全管理方面的建设情况，以及其参与重大行业项目或标准制定的情况，核查发行人的行业代表性。

经充分核查和综合判断，本保荐机构认为发行人符合主板定位要求，推荐其在主板发行并上市。

四、发行人符合《上海证券交易所股票上市规则》规定的上市条件

本保荐机构依据《公司法》《证券法》和《上海证券交易所股票上市规则》等相关规定，对发行人是否符合《上海证券交易所股票上市规则》规定的上市条

件进行了逐项核查，具体核查意见如下：

（一）发行人符合《证券法》、中国证监会规定的发行条件

1、发行人自设立为股份有限公司以来已依据《公司法》等法律法规设立了股东大会、董事会和监事会，在董事会下设置了战略委员会、提名委员会、审计委员会、薪酬与考核委员会四个专门委员会，并建立了独立董事工作制度、董事会秘书工作制度，建立健全了管理、生产、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。

2、根据天健会计师出具的《审计报告》，发行人 2019 年度、2020 年度、2021 年度和 2022 年 1-6 月实现营业收入分别为 86,467.31 万元、164,971.68 万元、256,612.75 万元和 159,748.69 万元；实现净利润分别为 10,529.32 万元、14,659.27 万元、14,028.57 万元和 9,419.51 万元；实现归属于母公司所有者的净利润分别为 10,778.08 万元、14,523.94 万元、14,039.72 万元和 6,814.31 万元。发行人具有持续经营能力，符合《证券法》第十二条第一款第（二）项的规定。

3、天健会计师就发行人 2019 年 12 月 31 日、2020 年 12 月 31 日、2021 年 12 月 31 日和 2022 年 6 月 30 日的财务状况以及 2019 年度、2020 年度、2021 年度和 2022 年 1-6 月的经营成果和现金流量出具了无保留意见的《审计报告》，符合《证券法》第十二条第一款第（三）项的规定。

4、根据发行人及其控股股东、实际控制人作出的书面确认，相关主管机关对发行人出具的证明文件，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。

5、发行人符合《证券法》第十二条第一款第（五）项的规定，具体如下：

（1）发行人符合《管理办法》第十条的规定

发行人于 2014 年 7 月 9 日完成有限公司设立，于 2021 年 7 月 1 日按原账面净资产值折股整体变更为股份有限公司。发行人自整体变更设立为股份有限公司以来，已依据《公司法》等法律法规设立了股东大会、董事会和监事会，在董事会下设置了战略委员会、提名委员会、审计委员会、薪酬与考核委员会四个专门

委员会，并建立了《独立董事工作细则》和《董事会秘书工作细则》，建立健全了管理、生产、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。因此，发行人是依法设立且持续经营三年以上的股份有限公司，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。

（2）发行人符合《管理办法》第十一条的规定

根据发行人的相关财务管理制度以及天健会计师出具的《审计报告》，并经核查发行人的原始财务报表，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，注册会计师对发行人最近三年一期财务报表出具了无保留意见的审计报告。

根据天健会计师出具的《内部控制鉴证报告》，并核查发行人的内部控制流程及其运行效果，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了无保留结论的内部控制鉴证报告。

（3）发行人符合《管理办法》第十二条的规定

通过访谈和实地走访发行人、主要关联方等方式实际核验发行人业务完整性，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。

经核查发行人的工商档案资料及报告期内的销售合同，发行人自设立以来一直专注于乳制品行业，主要从事“认养一头牛”品牌乳制品的研发、生产与销售业务，最近三年内主营业务没有发生重大变化。

经核查发行人的工商档案资料、历次三会资料及主要事项的审批流程签字文件，近三年发行人控制权和管理团队稳定，董事、高级管理人员未发生重大不利变化。

经核查发行人工商备案文件、股东说明并对发行人股东进行访谈，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，最近三年实际控制

人未发生变更。

根据国浩律师出具的《法律意见书》，并核查发行人主要资产的权属文件，访谈发行人业务人员，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，以及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。

（4）发行人符合《管理办法》第十三条的规定

经与发行人主要股东访谈和工商等登记资料核查，核查主要股东出具的声明与承诺，取得的主要政府主管部门出具的有关证明文件，以及公开信息查询，发行人生产经营符合法律、行政法规的规定，符合国家产业政策，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，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。

根据发行人董事、监事和高级管理人员提供的个人简历、无犯罪证明、其分别出具的相关承诺以及保荐机构通过公开信息的查询结果，发行人的董事、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。

（二）发行后的股本总额不低于 5,000 万元

发行人本次发行前股本总额为 36,423.53 万元，本次拟公开发行不超过 4,047.06 万股，发行后股本总额不低于 5,000 万元。

（三）发行人公开发行股份比例符合要求

发行人本次发行后股本总额将超过 4 亿元，本次公开发行股份数量占发行后总股本的比例不低于 10%。

（四）发行人财务指标符合要求

发行人符合《上海证券交易所股票上市规则》第 3.1.2 条第（一）项财务指标要求，具体情况如下：

1、根据天健会计师出具的《审计报告》（天健审〔2022〕9908号），2019年至2022年1-6月，公司扣除非经常性损益前后孰低的归属于母公司所有者净利润分别为10,318.68万元、12,265.96万元、12,507.15万元和5,025.89万元，最近三年净利润均为正且累计净利润不低于1.5亿元，最近一年净利润不低于6,000万元；

2、公司2019年至2022年1-6月，经营活动产生的现金流量净额分别为15,066.18万元、15,115.52万元、17,456.19万元和3,287.66万元，最近三年经营活动产生的现金流量净额累计不低于1亿元；

3、公司2019年至2022年1-6月，营业收入金额分别为86,467.31万元、164,971.68万元、256,612.75万元和159,748.69万元，最近三年累积营业收入不低于10亿元。

根据公司具体情况，公司选择适用并符合《上海证券交易所股票上市规则》第3.1.2条第（一）项规定的财务标准。

综上，本保荐机构认为，发行人符合《上海证券交易所股票上市规则》规定的上市条件。

第五节 上市后持续督导工作安排

（一）持续督导的期间为证券上市当年剩余时间及其后 2 个完整会计年度；

（二）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，应督促发行人作出说明并限期纠正；情节严重的，应当向中国证监会、上海证券交易所报告；

（三）按照中国证监会、上海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；

（四）督导发行人有效执行并完善防止大股东及其他关联方违规占用发行人资源的制度；

（五）督导发行人有效执行并完善防止高管人员利用职务之便损害发行人利益的内控制度；

（六）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；

（七）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、上海证券交易所提交的其他文件；

（八）持续关注发行人募集资金的使用、投资项目的实施等承诺事项；

（九）持续关注发行人为他人提供担保等事项，并发表意见；

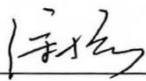
（十）中国证监会规定及保荐协议约定的其他工作。

（以下无正文）

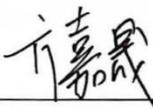
(本页无正文，为《中信证券股份有限公司关于认养一头牛控股集团股份有限公司首次公开发行股票并在主板上市之上市保荐书》之签章页)

保荐代表人：

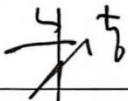

高若阳


徐 骥

项目协办人：


方嘉晟

内核负责人：


朱 洁

保荐业务负责人：

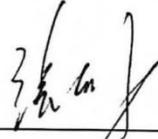

马 尧



2023年2月24日

(本页无正文,为《中信证券股份有限公司关于认养一头牛控股集团股份有限公司首次公开发行股票并在主板上市之上市保荐书》之签章页)

法定代表人:



张佑君



2023年2月14日