

中信建投证券股份有限公司

关于

**重庆登康口腔护理用品股份有限公司
首次公开发行股票并在主板上市**

之

上市保荐书

保荐人



中信建投证券股份有限公司
CHINA SECURITIES CO.,LTD.

二〇二三年四月

保荐人及保荐代表人声明

中信建投证券股份有限公司及本项目保荐代表人邓必银、严延已根据《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》等法律法规和中国证监会及深圳证券交易所有关规定，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上市保荐书，并保证所出具文件真实、准确、完整。

目 录

释 义.....	3
一、发行人基本情况	4
(一) 发行人概况.....	4
(二) 发行人主营业务.....	4
(三) 发行人主要财务数据及财务指标.....	5
(四) 发行人存在的主要风险.....	6
二、发行人本次发行上市情况	9
三、本次发行上市的保荐代表人、协办人及项目组其他成员情况	10
(一) 本次发行上市的保荐代表人.....	10
(二) 本次发行上市的项目协办人.....	10
(三) 本次发行上市的项目组其他成员.....	11
四、关于保荐人是否存在可能影响公正履行保荐职责情形的说明	12
五、保荐人对本次发行上市的内部审核程序和内核意见	13
(一) 保荐人内部审核程序.....	13
(二) 保荐人关于本项目的内核意见.....	14
六、保荐人按照有关规定应当承诺的事项	14
七、保荐人关于发行人是否已就本次发行上市履行《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的说明	15
八、保荐人关于发行人是否符合板块定位及国家产业政策所作出的专业判断以及相应理由和依据，以及保荐人的核查内容和核查过程	16
(一) 发行人符合主板定位的理由及依据.....	16
(二) 发行人符合国家产业政策的理由及依据.....	20
(三) 保荐人核查内容和过程.....	21
九、保荐人关于本次发行上市是否符合《上市规则》上市条件的说明	22
十、持续督导期间的工作安排	23
十一、保荐人和相关保荐代表人的联系地址、电话和其他通讯方式	23
十二、保荐人关于本项目的推荐结论	23

释 义

在本上市保荐书中，除非另有说明，下列词语具有如下特定含义：

发行人、登康口腔、公司	指	重庆登康口腔护理用品股份有限公司
《公司法》	指	《中华人民共和国公司法》
《证券法》	指	《中华人民共和国证券法》
《上市规则》	指	《深圳证券交易所股票上市规则（2023年修订）》
《公司章程（草案）》	指	《重庆登康口腔护理用品股份有限公司章程（草案）》
中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
深交所、证券交易所	指	深圳证券交易所
保荐人、中信建投证券	指	中信建投证券股份有限公司
审计机构、天健会计师事务所	指	天健会计师事务所（特殊普通合伙）
股东大会	指	重庆登康口腔护理用品股份有限公司股东大会
董事会	指	重庆登康口腔护理用品股份有限公司董事会
报告期	指	2019年1月1日至2022年6月30日
最近三年	指	2019年、2020年和2021年
最近一年	指	2021年
报告期各期	指	2019年、2020年、2021年和2022年1-6月
报告期各期末	指	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
A股	指	公司本次向境内投资者发行的普通股，每股面值人民币1.00元，以人民币认购
本次发行上市	指	重庆登康口腔护理用品股份有限公司首次公开发行股票并在主板上市
元、万元、亿元	指	人民币元、万元、亿元

注：本上市保荐书中部分合计数与各单项数据之和在尾数上存在差异，或小数点后尾数与原始数据存在差异，这些差异可能系由精确位数不同或四舍五入原因所致。

一、发行人基本情况

（一）发行人概况

公司名称	重庆登康口腔护理用品股份有限公司
英文名称	Dencare (Chongqing) Oral Care Co., Ltd.
注册资本	12,913.03 万元
法定代表人	邓嵘
成立日期	2001 年 12 月 14 日
住所	重庆市江北区海尔路 389 号
邮政编码	400025
电话	023-67015789
传真	023-67012679-2686
互联网网址	http://www.dencare.com.cn/
电子信箱	ir@dencare.com.cn
其他信息	负责信息披露和投资者关系的部门：证券部 负责人：杨祥思 电话号码：023-67015789

（二）发行人主营业务

发行人主要从事口腔护理用品的研发、生产与销售，是中国具有影响力的专业口腔护理企业。发行人旗下拥有口腔护理知名品牌“登康”“冷酸灵”，以及高端专业口腔护理品牌“医研”、儿童口腔护理品牌“贝乐乐”、高端婴童口腔护理品牌“萌芽”，主要产品涵盖牙膏、牙刷、漱口水等口腔清洁护理用品，同时发行人把握行业发展现状及机遇，大力创新开发电动牙刷、冲牙器等电动口腔护理用品，积极拓展口腔抑菌膏、口腔抑菌护理液等口腔卫生用品，以及牙齿脱敏剂等口腔医疗器械用品。

作为国家级高新技术企业、国家级科改示范企业、国家工业品牌培育示范企业，重庆老字号企业，发行人一直致力于研究、开发适合国人口腔健康的优质口腔护理产品。发行人于 2009 年成立了行业内首家抗牙齿敏感研究中心——“冷酸灵牙齿抗敏感研究中心”，拥有国家级工业设计中心、CNAS 国家认可实验室和重庆市企业技术中心、重庆市工程研究中心、重庆市工程技术研究中心、重庆市工业和信息化重点实验室、重庆市博士后科研工作站等省部级创新平台。发行

人已参与 20 余项国家及行业标准的制修订，取得包含双重抗敏感、生物活性玻璃陶瓷专效修复等多项技术在内的 191 项国内授权专利。发行人连续十年担任中国口腔清洁护理用品工业协会理事长单位，核心品牌“冷酸灵”在抗敏感牙膏细分领域拥有 60% 左右的市场份额，是中国抗敏感牙膏市场的领导品牌，荣获“中国名牌”称号和“中国驰名商标”认定，广告语“冷热酸甜、想吃就吃”更是耳熟能详。根据尼尔森 2021 年线下零售统计数据，冷酸灵牙膏市场零售额份额位居行业第四、本土品牌第二；冷酸灵牙刷市场零售额份额位居行业第五、本土品牌第三；“贝乐乐”儿童牙刷、儿童牙膏零售额份额分列儿童品类行业第三、第五。

发行人始终坚守国有企业、民族品牌的社会责任，为更好的服务消费者、促进国民整体口腔健康水平的提升，发行人正逐步开拓口腔大健康全产业链市场，加快数字化转型，致力于成为世界领先的专业口腔健康与美丽产业引领者。

（三）发行人主要财务数据及财务指标

发行人报告期经审计的主要财务数据和财务指标如下：

项目	2022.6.30/ 2022 年 1-6 月	2021.12.31/ 2021 年	2020.12.31/ 2020 年	2019.12.31 / 2019 年
资产总额（万元）	92,476.40	96,370.51	97,170.14	85,941.91
归属于母公司所有者权益（万元）	46,612.01	50,871.07	50,766.62	43,040.63
资产负债率（母公司）（%）	49.66	47.32	47.75	49.92
营业收入（万元）	61,069.33	114,252.48	102,959.48	94,391.29
净利润（万元）	5,813.11	11,885.91	9,524.03	6,316.30
归属于母公司所有者的净利润（万元）	5,813.11	11,885.91	9,524.03	6,316.30
扣除非经常性损益后的归属于母公司所有者的净利润（万元）	5,043.63	9,689.34	7,370.95	3,851.39
基本每股收益（元）	0.45	0.92	0.79	0.60
稀释每股收益（元）	0.45	0.92	0.79	0.60
加权平均净资产收益率（%）	11.16	21.52	19.92	17.49

¹ 尼尔森是全球著名的市场研究公司，在全球超过 100 个国家提供市场动态、消费者行为、传统和新兴媒体监测及分析，服务对象包括消费产品和服务行业，以及政府和社会机构。尼尔森的主要客户包括快速消费品领域的零售商和制造商，同时也服务于汽车业、金融业、电信业和其他消费品集中行业，其根据客户的具体需求来定制调查方案，并拥有一套在全球范围内得到认可的专有调查产品和方法，为客户提供具有可比性的标准化数据。发行人与尼尔森有超过十年的合作历史，由尼尔森定期为发行人提供行业数据及研究报告用于了解行业趋势及市场动态、市场规模、同行业竞争对手等信息；招股说明书中引用的尼尔森的相关数据来源于其公开发售的相关报告及数据，为付费数据，但并非专门为发行人本次发行上市而定制。

项目	2022.6.30/ 2022年1-6月	2021.12.31/ 2021年	2020.12.31/ 2020年	2019.12.31 /2019年
经营活动产生的现金流量净额 (万元)	1,905.96	7,288.00	13,467.17	5,662.06
现金分红(万元)	10,072.16	15,226.44	4,873.85	3,180.00
研发投入占营业收入的比例(%)	2.84	3.11	3.08	3.21

注：主要财务指标计算方法如下：

1、资产负债率=总负债/总资产

2、基本每股收益=P/S； $S=S_0+S_1+Si \times Mi/M_0-Sj \times Mj/M_0-Sk$

其中：P为归属于公司普通股股东的净利润；S为发行在外的普通股加权平均数；S₀为期初股份总数；S₁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_i为报告期因发行新股或债转股等增加股份数；S_j为报告期因回购等减少股份数；S_k为报告期缩股数；M₀为报告期月份数；M_i为增加股份下一月份起至报告期期末的月份数；M_j为减少股份下一月份起至报告期期末的月份数

3、稀释每股收益=[P+(已确认为费用的稀释性潜在普通股利息-转换费用)×(1-所得税率)]/(S₀+S₁+S_i×M_i/M₀-S_j×M_j/M₀-S_k+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

4、加权平均净资产收益率=P/(E₀+NP/2+E_i×M_i/M₀-E_j×M_j/M₀)

其中：P为归属于公司普通股股东的净利润；NP为报告期净利润；E₀为期初净资产；E_i为报告期发行新股或债转股等新增净资产；E_j为报告期回购或现金分红等减少净资产；M₀为报告期月份数；M_i为新增净资产下一月份起至报告期期末的月份数；M_j为减少净资产下一月份起至报告期期末的月份数

5、研发投入占营业收入的比例=研发费用/营业收入

(四) 发行人存在的主要风险

1、市场竞争风险

中国口腔清洁护理用品行业市场环境成熟，可供消费者选择的品牌和品类数量众多，市场化竞争程度较高。近年来，随着国民消费水平和健康生活理念的不断提高，消费需求呈现出多样化、个性化、品质化的趋势，口腔清洁护理用品行业在保持稳步增长的同时，市场竞争已从价格竞争、渠道竞争转向品牌效应、研发技术、产品结构、服务质量、经营管理甚至资本实力等方面的全方位竞争。如果公司在品牌建设、核心技术突破、产品力提升、营销模式创新和客户高水平服务等方面不能持续满足市场需求，可能面临市场份额流失、盈利能力下降等风险。

公司主打品牌“冷酸灵”经过多年的培育与发展，已成长为我国抗敏感牙膏细分领域的领导品牌。根据尼尔森零售研究数据显示，报告期各期“冷酸灵”品牌在抗敏感牙膏细分领域的线下市场份额占比持续稳定在60%左右。在激烈的市场竞争中，公司需持续强化核心技术、品牌推广与营销模式等系统创新，如果主打品牌“冷酸灵”不能持续巩固自身在品牌力、渠道力及抗牙齿敏感技术等方面

构筑起的竞争壁垒，将会导致公司在抗敏感细分领域的份额流失，进而对公司核心竞争力和盈利能力造成不利影响。

2、品牌形象维护风险

口腔护理用品直接面向消费者，品牌形象是影响消费者购买选择的重要因素。经过三十多年的培育，公司主要品牌“冷酸灵”已具有较高的知名度和美誉度，受到广大消费者的青睐。如果市场上出现不法厂商仿制、仿冒公司品牌进行非法生产销售，或有其他侵犯公司品牌形象的事件发生，公司将存在品牌形象被损害的风险。公司为保护品牌形象而进行的诉讼将产生较高费用，或消费者对公司的消费意愿下降，对公司盈利产生不利影响。

同时，为维护品牌形象，公司每年均在品牌建设方面投入较多资源。若公司未来无法保证品牌建设的持续投入，或无法取得预期效果，则将对公司的品牌影响力产生不利影响，从而导致公司业绩下滑。

3、销售模式不能适应市场变化的风险

报告期内，公司产品销售以经销模式为主。报告期各期，公司经销模式收入分别为 81,572.38 万元、88,245.57 万元、93,041.48 万元和 47,379.60 万元，占当年主营业务收入的比例分别为 86.63%、85.88%、81.61%和 77.70%。经销模式下，公司借助经销商的网点资源，建立了基本覆盖全国范围的销售网络，提高了公司产品市场渗透率。随着公司业务规模和销售区域的不断扩大，若公司对经销商的管理无法与公司的经营发展相匹配，将对公司在相关地区的销售目标达成造成一定影响。

公司直供模式的客户是具有较强议价能力的重点零售客户，部分采用直供模式的零售客户由于受到线上渠道的冲击等因素的影响，可能进行经营策略的调整，甚至撤出部分区域市场，这将会对公司经营业绩产生不利影响。

近年来随着科技的进步与发展，电子商务、智能终端和第三方物流的快速发展，消费者网络购物更加便捷，兴趣电商、社区团购、B2B 和 O2O 等新业态不断兴起，越来越多的消费者加入到网络购物的行列中。如果未来市场消费习惯和渠道发展出现重大变化，导致销售模式不能较好的满足市场消费需求，将对公司销售业绩的稳定性及持续性造成不利影响。

4、研发及新产品开发风险

公司在口腔清洁护理用品行业持续深耕，为满足多样化的市场需求、适时引导消费趋势，公司高度重视技术研发工作，不断加大研发投入，持续研发并推出具有核心竞争力的新产品。在新产品研发过程中，尤其是一些涉及创新技术的研究领域，可能出现研发方向与市场需求有差异、研发成果无法实现产业化、甚至研发失败等情况。因此，如果将来公司未能收回新产品的开发、生产及市场培育成本，或因研发周期较长而影响市场拓展先机，可能会对公司的财务状况及整体盈利能力造成不利影响。

5、技术迭代风险

口腔护理产品主要用于满足人们口腔清洁、口腔卫生的需求，如果行业未来通过革命性技术创新，产生了具有绝对优势的新型口腔护理产品和技术，而公司未能及时掌握相关技术，则公司口腔护理、口腔医疗及美容技术面临迭代风险。

6、产品质量风险

公司产品主要为口腔护理用品，是消费者日常生活用品，具有较高的使用频率。产品的质量不仅关系消费者的使用体验，如果存在缺陷，也可能会影响消费者的身体健康。随着消费者以及监管机构对产品质量关注度和重视度提高，一旦产品出现质量问题，将对公司形象和未来发展带来负面影响。同时，公司主要产品受到化妆品、医疗器械等相关法律法规的约束，不仅要求产品质量合格，也要求产品质量实现过程实时合规。如未能及时发现原材料及产品生产过程中存在的质量问题，导致不合格产品面市甚至发生产品质量安全事故，将对公司品牌形象以及生产经营造成负面影响。

7、知识产权保护与侵权的风险

专利、商标等知识产权对公司生产经营至关重要。截至 2022 年 6 月 30 日，公司拥有 521 项国内注册商标、191 项国内授权专利及 33 件国内登记著作权登记。如果未来出现其他企业侵犯公司知识产权，导致产生专利、商标等知识产权纠纷，公司可能需要通过法律诉讼等方式维护自身权益，由此可能需承担法律和经济成本，而诉讼结果也存在一定的不确定性，将对公司的生产经营造成不利影响。

8、原材料价格波动风险

公司产品的主要原材料为二氧化硅、山梨（糖）醇、十二烷基硫酸钠、香精香料、牙膏管、包装盒等，其上游原料主要有玉米、棕榈油、石油、原浆纸等。原材料价格波动受市场供需关系变化、国家产业政策调整、国际政治与经济形势变化、国际贸易摩擦等因素的影响。如果上述因素发生不利变化，导致公司原材料采购价格产生重大波动，将对公司经营业绩产生不利影响。

9、应收账款管理风险

报告期各期末，公司应收账款净额分别为 2,038.78 万元、2,357.75 万元、2,777.00 万元和 3,274.08 万元，呈逐渐上升的趋势。随着公司销售规模增长以及电商、直供渠道收入的增长，可能存在应收账款余额增加、部分应收账款无法及时回收的风险。

10、控股股东不当控制的风险

公司控股股东轻纺集团直接持有公司股本总额 79.77% 的股份，以本次公开发行股份数量不低于发行后总股本的 25% 计算，本次发行上市完成之后轻纺集团仍持有公司 59.83% 的股份，仍拥有公司控制权。如果未来轻纺集团通过行使表决权或其他方式对公司发展战略、重大经营和财务决策、重大人事任免和利润分配等方面实施不当控制，将可能会给公司及其中小股东带来不利影响。

二、发行人本次发行上市情况

本次发行上市的基本情况如下：

股票种类	人民币普通股（A 股）		
每股面值	1.00 元		
发行股数	4,304.35 万股	占发行后总股本比例	25%
其中：发行新股数量	4,304.35 万股	占发行后总股本比例	25%
股东公开发售股份数量	-	占发行后总股本比例	-
发行后总股本	17,217.38 万股		
发行方式	采取网下向询价对象配售与网上向社会公众投资者定价发行相结合的方式，或者采用中国证监会、深圳证券交易所等监管部门认可的其他方式		

发行对象	符合资格的询价对象和在深圳证券交易所开户的符合资格的主板市场投资者（国家法律、法规或监管机构禁止的购买者除外）；中国证监会、深圳证券交易所等监管部门另有规定的，按其规定处理
------	--

三、本次发行上市的保荐代表人、协办人及项目组其他成员情况

（一）本次发行上市的保荐代表人

中信建投证券指定邓必银、严延担任发行人本次首次公开发行股票并在主板上市的保荐代表人。

上述两位保荐代表人的执业情况如下：

邓必银先生：保荐代表人，硕士研究生学历，现任中信建投证券股份有限公司投资银行业务管理委员会副总裁。曾主持或参与三峰环境首次公开发行、铁科轨道首次公开发行、重庆银行首次公开发行、侨源气体首次公开发行、富滇银行小微债等项目。邓必银先生在保荐业务执业过程中严格遵守《证券发行上市保荐业务管理办法》等相关规定，执业记录良好。

严延先生：保荐代表人，硕士研究生学历，现任中信建投证券股份有限公司投资银行业务管理委员会总监。曾主持或参与三峰环境首次公开发行、重庆银行首次公开发行、成都燃气首次公开发行、楚天科技首次公开发行、振华科技 2014 年非公开发行、通威股份 2016 年重大资产重组、露天煤业 2018 年重大资产重组、重庆银行 2018 年发行二级资本债、重庆银行 2018 年发行绿色金融债、渝富集团收购川仪股份（四联集团股权无偿划转）等项目。严延先生在保荐业务执业过程中严格遵守《证券发行上市保荐业务管理办法》等相关规定，执业记录良好。

（二）本次发行上市的项目协办人

本次发行上市的项目协办人为王威力，其保荐业务执行情况如下：

王威力先生：硕士研究生学历，现任中信建投证券投资银行业务管理委员会高级经理，曾主持或参与的项目有：一通密封首次公开发行（已提交注册）、青都旅游首次公开发行（在审项目）等项目。王威力先生在保荐业务执业过程中严格遵守《证券发行上市保荐业务管理办法》等相关规定，执业记录良好。

（三）本次发行上市的项目组其他成员

本次发行上市的项目组其他成员包括张钟伟、易骁、沈阳、李鑫、庄丰华、黄超岳。

张钟伟先生：保荐代表人，硕士研究生学历，现任中信建投证券投资银行业务管理委员会董事总经理，曾主持或参与的项目有：中国国旅首次公开发行、中国电建首次公开发行、兴源环境首次公开发行、翠微股份首次公开发行、中国电影首次公开发行、火箭科技首次公开发行、成都燃气首次公开发行、三峰环境首次公开发行、川网传媒首次公开发行、重庆银行首次公开发行、智明达首次公开发行、汇宇制药首次公开发行、侨源气体首次公开发行、四川黄金首次公开发行、一通密封首次公开发行（提交注册）、中国茶叶首次公开发行（在审项目）、东方园林非公开发行、歌华有线非公开发行、丰林集团非公开发行、景兴纸业非公开发行、通威股份非公开发行、汉威科技向特定对象发行股票、天润乳业配股、通威股份可转债、翠微股份重大资产重组、通威股份重大资产重组、盛和资源重大资产重组、川化股份破产重整与重组、露天煤业重大资产重组等项目。张钟伟先生在保荐业务执业过程中严格遵守《证券发行上市保荐业务管理办法》等相关规定，执业记录良好。

易骁先生：保荐代表人，硕士研究生学历，现任中信建投证券投资银行业务管理委员会副总裁，曾主持或参与的项目有：重庆港九发行股份购买资产、智飞生物非公开发行、重庆百货要约收购财务顾问等项目。易骁先生在保荐业务执业过程中严格遵守《证券发行上市保荐业务管理办法》等相关规定，执业记录良好。

沈阳先生：保荐代表人，硕士研究生学历，现任中信建投证券投资银行业务管理委员会副总裁，曾主持或参与的项目有：富祥药业首次公开发行、建霖家居首次公开发行、皓泽电子首次公开发行、富祥药业可转债等项目。沈阳先生在保荐业务执业过程中严格遵守《证券发行上市保荐业务管理办法》等相关规定，执业记录良好。

李鑫先生：保荐代表人，硕士研究生学历，现任中信建投证券投资银行业务管理委员会高级副总裁，曾主持或参与的项目有：杰克股份首次公开发行、成都燃气首次公开发行、三峰环境首次公开发行、弘业期货首次公开发行、青都旅游

首次公开发行（在审项目）、硅宝科技向特定对象发行股票、汉威科技向特定对象发行股票、盛和资源重大资产重组、重庆银行二级资本债等项目。李鑫先生在保荐业务执业过程中严格遵守《证券发行上市保荐业务管理办法》等相关规定，执业记录良好。

庄丰华先生：硕士研究生学历，现任中信建投证券投资银行业务管理委员会经理，曾参与的项目包括：天和防务重大资产重组、普丽盛重大资产重组、迪康药业首次公开发行等。庄丰华先生在保荐业务执业过程中严格遵守《证券发行上市保荐业务管理办法》等相关规定，执业记录良好。

黄超岳先生：硕士研究生学历，现任中信建投证券投资银行业务管理委员会经理。黄超岳先生在保荐业务执业过程中严格遵守《证券发行上市保荐业务管理办法》等相关规定，执业记录良好。

四、关于保荐人是否存在可能影响公正履行保荐职责情形的说明

（一）截至本上市保荐书出具日，不存在保荐人或其控股股东、实际控制人、重要关联方持有发行人或其控股股东、实际控制人、重要关联方股份的情况。根据《证券发行上市保荐业务管理办法》的规定，保荐人已进行利益冲突审查，出具合规审核意见，并按规定充分披露。保荐人与发行人之间存在的上述关系不影响保荐人及保荐代表人公正履行保荐职责；

（二）截至本上市保荐书出具日，不存在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；

（三）截至本上市保荐书出具日，不存在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；

（四）截至本上市保荐书出具日，不存在保荐人的控股股东、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；

（五）截至本上市保荐书出具日，不存在保荐人与发行人之间的其他关联关

系。

五、保荐人对本次发行上市的内部审核程序和内核意见

（一）保荐人内部审核程序

本保荐人在向中国证监会、深圳证券交易所推荐本项目前，通过项目立项审批、投行委质控部审核及内核部门审核等内部核查程序对项目进行质量管理和风险控制，履行了审慎核查职责。

1、项目的立项审批

本保荐人按照《中信建投证券股份有限公司投资银行类业务立项规则》的规定，对本项目执行立项的审批程序。

本项目的立项于 2021 年 9 月 13 日得到本保荐人保荐及并购重组立项委员会审批同意。

2、投行委质控部的审核

本保荐人在投资银行业务管理委员会（简称“投行委”）下设立质控部，对投资银行类业务风险实施过程管理和控制，及时发现、制止和纠正项目执行过程中的问题，实现项目风险管控与业务部门的项目尽职调查工作同步完成的目标。

本项目的项目负责人于 2022 年 3 月 20 日向投行委质控部提出底稿验收申请；2022 年 3 月 22 日至 2022 年 4 月 1 日，受出行受阻的影响，投行委质控部对本项目采取了远程查阅工作底稿、问核等方式进行核查，并对发行人进行了线上访谈，于 2022 年 4 月 13 日对本项目出具项目质量控制报告。

投行委质控部针对各类投资银行类业务建立有问核制度，明确问核人员、目的、内容和程序等要求。问核情况形成的书面或者电子文件记录，在提交内核申请时与内核申请文件一并提交。

3、内核部门的审核

本保荐人投资银行类业务的内核部门包括内核委员会与内核部，其中内核委员会为非常设内核机构，内核部为常设内核机构。内核部负责内核委员会的日常运营及事务性管理工作。

内核部在收到本项目的内核申请后，于 2022 年 4 月 15 日发出本项目内核会议通知，内核委员会于 2022 年 4 月 21 日召开内核会议对本项目进行了审议和表决。参加本次内核会议的内核委员共 7 人。内核委员在听取项目负责人和保荐代表人回复相关问题后，以记名投票的方式对本项目进行了表决。根据表决结果，内核会议审议通过本项目并同意向中国证监会、深圳证券交易所推荐。

项目组按照内核意见的要求对本次发行上市申请文件进行了修改、补充和完善，并经全体内核委员审核无异议后，本保荐人为本项目出具了上市保荐书，决定向中国证监会、深圳证券交易所正式推荐本项目。

（二）保荐人关于本项目的内核意见

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，并具备相应的保荐工作底稿支持。

六、保荐人按照有关规定应当承诺的事项

保荐人已按照法律法规和中国证监会及深交所相关规定，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。通过尽职调查和对申请文件的审慎核查，中信建投证券作出以下承诺：

（一）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；

（二）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；

（三）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；

（四）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；

（五）保证所指定的保荐代表人及本保荐人的相关人员已勤勉尽责，对发行

人申请文件和信息披露资料进行了尽职调查、审慎核查；

（六）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；

（七）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；

（八）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；

（九）中国证监会规定的其他事项。

中信建投证券承诺，将遵守法律、行政法规和中国证监会、深交所对推荐证券上市的规定，自愿接受深交所的自律监管。

七、保荐人关于发行人是否已就本次发行上市履行《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的说明

2022年4月12日，登康口腔召开第七届董事会第二次会议审议通过了《关于公司首次公开发行人民币普通股（A股）股票并在深圳证券交易所主板上市方案的议案》等关于首次公开发行股票的相关议案。

2022年5月7日，登康口腔召开2022年第二次临时股东大会，审议通过了《关于公司首次公开发行人民币普通股（A股）股票并在深圳证券交易所主板上市方案的议案》等关于首次公开发行股票的相关议案。

2023年2月18日，登康口腔召开第七届董事会第六次会议和2023年第一次临时股东大会，审议通过了《关于调整公司首次公开发行人民币普通股（A股）股票并在深圳证券交易所主板上市方案的议案》等关于首次公开发行股票并在主板上市的相关议案。

经核查，保荐人认为，发行人本次发行上市的方案已经取得发行人董事会、股东大会批准，发行人董事会、股东大会就本次发行上市有关议案召集的会议及作出的决议，其决策程序及决议内容符合《证券法》《公司法》和中国证监会及

深圳证券交易所的有关法律、法规、规范性文件和《公司章程》的相关规定，决策程序及决议内容合法、有效。发行人股东大会授权董事会办理有关本次发行上市事宜的授权程序合法、内容明确具体，合法有效。

八、保荐人关于发行人是否符合板块定位及国家产业政策所作出的专业判断以及相应理由和依据，以及保荐人的核查内容和核查过程

根据《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》第三条：发行人申请首次公开发行股票并上市，应当符合相关板块定位。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。

（一）发行人符合主板定位的理由及依据

发行人符合主板的定位，具体理由和依据如下：

1、发行人业务模式成熟

（1）口腔护理行业成熟稳步发展

口腔清洁护理用品包括牙膏、牙刷、漱口水等产品，主要用于保持口腔清洁、预防口腔疾病、维护口腔健康，与人们生活息息相关，是社会文明的主要标志之一。我国口腔清洁护理用品的生产历史悠久，早在春秋时期，《礼记》上就有“鸡初鸣，咸盥漱”的记载。1922年，中国化学工业社研制出我国第一支牙膏，标志我国口腔清洁护理用品行业发展进入新的阶段，此后，在改革开放对经济的大力促进下，口腔清洁护理用品行业也随着国民经济的发展而稳步成长壮大。在经历外资和合资品牌激烈竞争和行业内部的规范化调整后，行业目前已进入品牌化、规模化、品质化发展阶段，步入成熟发展阶段。牙膏、牙刷是口腔清洁护理用品行业最主要的品类，作为生活必需品，口腔清洁护理用品的消费需求具有刚性，且与经济发展呈显著正相关关系，因此，口腔清洁护理用品行业随着我国现代化进程的推进与城镇化人口规模的增长而稳步发展壮大，截至2021年，我国口腔清洁护理用品行业市场规模为521.73亿元。近年来，随着居民消费能力的增强，健康意识随之提高，高品质、高附加值口腔护理用品的消费占比不断提升，

消费者口腔护理的多样化、个性化需求不断丰富，带动行业稳步增长。

(2) 发行人商业模式属于成熟业务模式

发行人目前构建了以经销模式、直供模式与电商模式为主的销售模式。报告期内，经销模式是发行人收入的主要来源。经销模式是当前市场经济中最常见的商业模式之一，这主要是因为随着市场经济的发展过程中，社会分工不断细化、产品供应不断丰富和完善、消费者需求不断多样化和个性化，传统产销模式下的产品供给与消费者需求之间的矛盾日益凸显，导致产销逐步分离，经销模式逐步成为市场的主流商业模式，尤其是在消费品领域，由于经销模式很好地满足了消费者购买渠道多样化、地区分布广泛、消费习惯个性化等需求，经销模式已成为消费品领域最主要和最成熟的商业模式，并具备多年的发展历程。

口腔清洁护理用品行业属于日常消费品领域，行业内的生产企业一般通过经销、直供、电商等模式进行产品销售，销售渠道主要包括大卖场、大型超市、小型超市、食杂店以及电商平台等多种渠道，具体如下：

销售模式	模式介绍	模式特点
经销模式	指口腔清洁护理用品厂商与经销商签订经销合同，由经销商在经销合同约定的期限和地域内销售指定的商品。厂商通常将商品以卖断的形式销售给经销商，再由经销商通过大卖场、大型超市、小型超市、食杂店等渠道向终端消费者销售商品。	品牌厂商可以把精力集中在产品研发、技术创新和品牌建设上，在厂商给予营销策略指导和支持的基础上，将部分终端销售工作交由经销商来执行，充分利用和整合经销商的渠道资源，迅速提高品牌知名度、实现快速扩张。
直供模式	指口腔清洁护理用品厂商与 KA 客户（主要为大卖场、大型连锁超市）签订销售合同，采用卖断或代销的方式向 KA 零售客户销售商品。	品牌厂商可以利用大卖场、大型超市覆盖网点广泛、影响力大的特点，提高产品覆盖率和品牌影响力，同时通过直接与客户进行深入战略合作，有利于针对客户的不同需求快速反应，并加强产品在零售终端的品牌推广和销售。
电商模式	指口腔清洁护理用品厂商通过天猫、淘宝、京东、抖音等电商平台销售商品。	品牌厂商可以快速将品牌信息和产品服务直接链接终端消费者，通过 B2B、B2C 模式直接向终端消费者进行内容触达、产品销售，以有效拓展销售渠道、优化“人货场”关系、精准触达消费者，提升品牌认知度和销售覆盖率。

发行人的业务模式与行业的业务模式一致，且属于市场上成熟的业务模式。

(3) 发行人深耕口腔护理用品行业

发行人的前身“重庆牙膏厂”是1964年经中国轻工部批准成立为西南地区定点的第一家专业牙膏厂，旗下冷酸灵品牌诞生于1987年，发行人自设立以来一直从事口腔护理用品的研发、生产与销售，是中国具有影响力的专业口腔护理企业。历经数十载沉淀和发展，发行人构建了以经销模式、直供模式与电商模式为主的销售模式和自主生产为主、委托加工为辅的生产模式，该业务模式有效支持了发行人的成长发展，帮助发行人取得了良好的经营业绩，构筑了发行人品牌优势和市场竞争地位。在成长和发展过程中，发行人亦通过实际经营验证了上述业务模式符合发行人自身业务和经营特点，通过对上述业务模式的持续实施和完善，发行人已能熟练运用相关业务模式服务于自身，提升自身的可持续经营能力和市场竞争力。

(4) 发行人业务模式与同行业可比公司基本一致，符合行业惯例

发行人同行业可比公司中，云南白药、薇美姿、两面针、倍加洁、拉芳家化主要采取经销模式、电商模式和直供模式，发行人业务模式与同行业可比公司基本一致，业务模式符合行业惯例。

2、发行人经营业绩稳定

报告期内，发行人收入增长情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月	2021年		2020年		2019年
	金额	金额	增幅	金额	增幅	金额
营业收入	61,069.33	114,252.48	10.97%	102,959.48	9.08%	94,391.29
其中：主营业务收入	60,975.77	114,011.49	10.96%	102,754.44	9.12%	94,166.27

报告期内，发行人营业收入持续稳定增长，其中：主营业务收入占营业收入的比重均在99%以上，主营业务突出且在报告期内持续稳定增长。

单位：万元

项目	2022年1-6月	2021年		2020年		2019年
	金额	金额	增幅	金额	增幅	金额
营业利润	6,725.24	13,609.28	23.64%	11,007.21	61.33%	6,822.84
利润总额	6,782.40	13,473.06	26.67%	10,635.97	56.20%	6,809.27

净利润	5,813.11	11,885.91	24.80%	9,524.03	50.78%	6,316.30
归属于母公司所有者的净利润	5,813.11	11,885.91	24.80%	9,524.03	50.78%	6,316.30

报告期各期，发行人净利润分别为 6,316.30 万元、9,524.03 万元、11,885.91 万元和 5,813.11 万元，随着收入规模的增长，发行人利润规模稳步增长，发行人盈利能力逐步增强。

报告期内，发行人资产总额和股东权益的变动情况如下：

单位：万元

项目	2022.6.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
资产总额	92,476.40	96,370.51	97,170.14	85,941.91
股东权益合计	46,612.01	50,871.07	50,766.62	43,040.63

报告期内，利润分配对发行人资产和所有者权益规模产生较大影响，若剔除该因素，报告期内随着发行人业务规模的扩大和经营效益的提升，发行人资产和所有者权益规模平稳增长。

综上，发行人具有稳定的经营业绩和良好的成长性。

3、发行人经营规模较大、具有行业代表性

发行人自成立以来始终从事口腔护理用品的研发、生产与销售，致力于为广大提供口腔健康与美丽整体解决方案，已发展成为中国具有影响力的专业口腔护理企业，是口腔护理用品行业的核心企业之一。

(1) 发行人牙膏产品市场份额位居行业第四、本土品牌第二

在口腔清洁护理用品中，牙膏是最大的口腔清洁护理品类，根据尼尔森零售研究数据，在线下销售渠道中，发行人牙膏产品的零售额市场份额占比为 6.83%、销量市场份额占比 9.95%，行业排名位居第四、本土品牌第二。

(2) 发行人连续多年占据抗敏感细分市场领导地位

发行人主打品牌“冷酸灵”经过多年的培育与发展，已成长为我国抗敏感牙膏细分领域的领导品牌。报告期各期，“冷酸灵”品牌在抗敏感牙膏细分领域的线下零售额市场份额占比持续稳定在 60%左右。

(3) 发行人牙刷产品市场份额位居行业第五、本土品牌第三

牙刷作为口腔清洁护理用品中第二大品类，根据尼尔森零售研究数据，冷酸灵品牌牙刷 2021 年线下市场零售额市场份额占比提升至 4.25%，并作为前十品牌中市场份额连续增长的两个品牌之一，以 21.06% 的同比高增速挺进行业第五、本土品牌第三。

（4）儿童品类市场份额快速攀升

随着国民对儿童口腔健康问题的日益关注，儿童品类市场规模近年来快速增长，发行人有效抓住市场契机，积极研发和推广儿童口腔清洁护理业务。根据尼尔森零售研究数据，2021 年发行人儿童牙膏线下零售市场份额为 7.15%，行业排名第五；儿童牙刷线下零售市场份额为 5.66%，行业排名第三，展现了发行人儿童品类强劲的发展潜力和市场竞争能力。

综上，发行人经营规模处于行业前列，具有行业代表性。

综上所述，发行人业务模式成熟、经营业绩稳定、经营规模较大且在行业中具有代表性，符合主板定位要求。

（二）发行人符合国家产业政策的理由及依据

1、发行人不属于国家限制类、淘汰类产业

发行人主要从事口腔护理用品的研发、生产与销售。报告期内，发行人的产品包括口腔清洁护理用品（如牙膏、牙刷、电动牙刷、漱口水、牙线）及第二类医疗器械产品（如牙齿脱敏剂）、第二类消毒产品（如口腔抑菌膏）等，发行人持有《化妆品生产许可证》（渝妆 20160003）、《医疗器械生产许可证》（渝食药监械生产许 20210013 号）、《消毒产品生产企业卫生许可证》（（渝）卫消证字（2017）第 0818 号）等资质许可，已取得产品生产所需的全部资质和许可。

发行人主营业务及产品不属于《产业结构调整指导目录（2019 年本）》中所列举的限制类或淘汰类产业，不属于高耗能、高排放和产能过剩行业，不属于国家发改委、商务部制定的《市场准入负面清单（2022 年版）》中的禁止准入类，涉及许可准入类的，发行人已取得相应的行政许可，发行人生产经营活动符合国家产业政策。

2、国家相关政策支持行业健康有序发展

为促进口腔清洁护理行业的健康有序发展，国家出台了《中国制造 2025》《轻工业发展规划（2016-2020 年）》《中国口腔清洁护理用品行业“十四五”发展规划》《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》等发展规划。其中，《中国口腔清洁护理用品行业“十四五”发展规划》明确提出：努力开拓国内市场，稳步发展国际市场，加快行业规模发展；贯彻执行节能减排标准和低碳经济要求，大力促进绿色植物型产品研发和循环生产；加强本土品牌建设，促进本土企业发展；继续提高产品质量，确保产品安全；不断增强行业科技实力，推进自主创新；促进产品功能细化，发展清新时尚和高附加值的产品；促进企业结构和产品结构的进一步调整和集中，以及经营机制的市场化和市场的多元化；继续完善行业标准体系，规范产品生产和市场销售宣传；配合口腔医疗部门做好口腔健康公益宣传活动，进一步提高国民口腔健康意识。

相关政策对口腔清洁护理用品行业发展形成有利的促进环境，对本土品牌和企业的发展提供了有效的支持与保障。

综上，发行人的生产经营符合国家产业政策。

（三）保荐人核查内容和过程

1、访谈发行人市场部负责人，了解发行人所处行业的发展情况及行业主要的商业模式。

2、访谈发行人供应链、生产部及销售部负责人，了解发行人业务模式，并与行业商业模式进行比较，分析发行人业务模式是否成熟。

3、查阅同行业可比公司公开披露信息，将发行人业务模式与同行业可比公司进行比较，分析发行人业务模式是否符合行业惯例。

4、分析发行人主要财务数据变动情况，分析发行人经营业绩是否稳定。

5、获取尼尔森零售研究数据及发行人市场份额情况，分析发行人业务规模情况及是否具有行业代表性。

6、访谈发行人管理层了解发行人主要产品及行业的相关产业政策；查阅《产业结构调整指导目录（2019 年本）》《中国口腔清洁护理用品行业“十四五”发

展规划》《健康口腔行动方案（2019-2025年）》《“健康中国2030”规划纲要》等主要产业政策文件。

九、保荐人关于本次发行上市是否符合《上市规则》上市条件的说明

本保荐人对发行人是否符合《上市规则》规定的上市条件进行了逐项核查。经核查，本保荐人认为本次发行上市符合《上市规则》规定的上市条件，具体情况如下：

- 1、发行人符合《证券法》、中国证监会规定的主板股票发行条件。
- 2、发行人发行后股本总额不低于5,000万元。
- 3、发行人本次计划公开发行的股份达到发行人股份总数的25%以上。

4、根据《上市规则》，发行人选择的具体上市标准为：“最近三年净利润均为正，且最近三年净利润累计不低于1.5亿元，最近一年净利润不低于6,000万元，最近三年经营活动产生的现金流量净额累计不低于1亿元或者营业收入累计不低于10亿元”。

根据审计机构出具的《审计报告》（天健审〔2022〕8-478号），发行人最近三年经审计的归属于母公司所有者的净利润（扣除非经常性损益前后孰低原则）分别为3,851.39万元、7,370.95万元和9,689.34万元，累积2.09亿元；经营活动产生的现金流量净额分别为5,662.06万元、13,467.17万元和7,288.00万元，累积现金流量净额2.64亿元；营业收入分别为94,391.29万元、102,959.48万元和114,252.48万元，累积营业收入31.16亿元，发行人满足“最近三年净利润均为正，且最近三年净利润累计不低于1.5亿元，最近一年净利润不低于6,000万元，最近三年经营活动产生的现金流量净额累计不低于1亿元或者营业收入累计不低于10亿元”的标准。

- 5、发行人符合深圳证券交易所规定的其他上市条件。

十、持续督导期间的工作安排

事 项	安 排
(一) 持续督导事项	
1、督导公司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公司资源的制度	根据相关法律法规，协助发行人制订、完善有关制度，并督导其执行
2、督导公司有效执行并完善防止董事、监事以及高级管理人员利用职务之便损害公司利益的内控制度	根据《公司法》《上市公司治理准则》和《公司章程》的规定，协助发行人制定有关制度并督导其实施
3、督导公司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	督导发行人的关联交易按照相关法律法规和《公司章程》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。发行人因关联交易事项召开董事会、股东大会，应事先通知本保荐人，本保荐人可派保荐代表人参会并提出意见和建议
4、督导公司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	关注并审阅发行人的定期或不定期报告；关注新闻媒体涉及发行人的报道，督导发行人履行信息披露义务
5、持续关注公司募集资金的使用、投资项目的实施等承诺事项	定期跟踪了解投资项目进展情况，通过列席公司董事会、股东大会，对发行人募集资金投资项目的实施、变更发表意见
6、持续关注公司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》及上市公司为他人提供担保的规定
(二) 持续督导期间	发行人本次首次公开发行股票并在主板上市的持续督导期间为股票上市当年剩余时间以及其后两个完整会计年度。持续督导期届满，如有尚未完结的保荐工作由本保荐人继续完成

十一、保荐人和相关保荐代表人的联系地址、电话和其他通讯方式

保荐人（主承销商）	中信建投证券股份有限公司
保荐代表人	邓必银、严延
联系地址	四川省成都市高新区天府大道中段 588 号通威国际中心 20 层
邮编	610041
联系电话	028-68850835
传真	028-68850824

十二、保荐人关于本项目的推荐结论

本次发行上市申请符合法律法规和中国证监会及深圳证券交易所的相关规定。保荐人已按照法律法规和中国证监会及深圳证券交易所相关规定，对发行人及其控股股东进行了尽职调查、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并具备相应的保荐工作底稿支持。

保荐人认为：本次首次公开发行股票并在主板上市符合《公司法》《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；中信建投证券同意作为登康口腔本次首次公开发行股票并在主板上市的保荐人，并承担保荐人的相应责任。

（以下无正文）

(本页无正文,为《中信建投证券股份有限公司关于重庆登康口腔护理用品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》之签字盖章页)

项目协办人签名: 王威力

王威力

保荐代表人签名: 邓必银 严延

邓必银

严延

内核负责人签名: 张耀坤

张耀坤

保荐业务负责人签名: 刘乃生

刘乃生

法定代表人/董事长签名: 王常青

王常青

