

**长江证券承销保荐有限公司关于
上海开能环保设备股份有限公司
首次公开发行 A 股股票并在创业板上市的
发行保荐工作报告**

长江证券承销保荐有限公司及其保荐代表人根据《公司法》、《证券法》等有关法律、法规和中国证监会的有关规定，诚实守信，勤勉尽责，严格按照依法制定的业务规则、行业执业规范和道德准则出具本发行保荐工作报告，并保证本发行保荐工作报告的真实性、准确性和完整性。

长江证券承销保荐有限公司（以下简称“本保荐机构”或“长江保荐”）接受上海开能环保设备股份有限公司（以下简称“发行人”、“开能环保”或“公司”）聘请，作为开能环保首次公开发行 A 股股票并在创业板上市项目（以下简称“本次发行”）的保荐机构，就开能环保本次发行保荐工作事项，出具本保荐工作报告（以下简称“本报告”）。

本报告乃根据《公司法》、《证券法》及中国证券监督管理委员会（以下简称“中国证监会”）颁布的《首次公开发行股票并在创业板上市管理暂行办法》（证监会令第 61 号）、《发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 27 号——发行保荐书和发行保荐工作报告》及相关法律、行政法规、部门规章的规定制作及出具。

一、项目运作流程

（一）本保荐机构内部的项目审核流程

本保荐机构建立了完善的项目审核流程。项目审核过程包括立项审核、内部核查部门审核、内核小组审核、发行委员会审核等各个环节。

1、项目审核机构设置及其职能

本保荐机构成立了项目审核的专门机构——立项委员会、内部核查部门、证券发行内核小组和发行委员会。立项委员会主要负责审核批准项目立项；公司内部核查部门为业务管理部，主要负责立项委员会会议召开前对项目立项申请报告

进行审核和内核小组会议前对证券发行申请文件进行审核；证券发行内核小组负责审核证券发行申请文件，批准向中国证监会申报证券发行申请文件，批准签署证券发行保荐书及其他业务文件；发行委员会主要负责审核批准公司的主承销、副主承销、分销交易及发行定价。

2、项目审核流程

(1) 立项阶段

- 1) 项目组提前 5 个工作日向业务管理部提交立项申请报告；
- 2) 业务管理部对立项申请报告进行形式审查后，分发给立项委员会成员和业务管理部审核人员；
- 3) 立项委员会成员和业务管理部同时对立项申请报告进行审阅；
- 4) 业务管理部根据立项委员会主席确定的时间组织立项委员会会议；立项委员会成员是项目组成员、业务部组负责人时，该成员回避对该项目的立项审核；
- 5) 项目组在立项委员会上向立项委员会成员简要陈述项目的基本情况、主要优势、主要风险、专业判断，并接受立项委员会成员关于项目质询；
- 6) 业务管理部在立项委员会上向各立项委员会成员陈述审核意见；
- 7) 立项委员会讨论决定是否批准立项。

立项委员会对申请立项的项目可以做出三种决定：(1) 批准该项目；(2) 否决该项目；(3) 暂缓决定，要求项目组补充尽职调查后，再次召开立项委员会会议。

(2) 内核阶段

1) 项目组通过业务管理部向公司证券发行内核小组提出内核申请，并提交完整的申请文件；业务管理部对申请文件的完备性进行形式审核；未通过形式审核的，业务管理部不接受其内核申请。

2) 通过形式审核的项目，由业务管理部报公司证券发行内核小组组长确定内核会议的具体时间。

内核会议的安排应保证内核小组成员有至少 5 个工作日的时间充分审阅证券发行申请文件。每次参加会议的成员不少于 6 人。

3) 业务管理部、资本市场部在内核会议召开前，对证券发行申请文件进行单独审阅，分别出具书面意见。内核小组成员在内核会议召开前，对证券发行申

请文件进行单独审阅，无需出具书面意见。

4) 内核会议前，业务管理部到发行人所在地进行实地调研，现场了解发行人有关情况；

5) 内核会议上，业务助理简要介绍会议的组织情况，确认符合开会要求。

6) 项目组简要介绍项目的基本情况。

7) 业务管理部逐条发表其审核意见，内核小组逐一进行质询、讨论，形成明确意见。

8) 内核小组成员逐条发表其审核意见，内核小组逐一进行质询、讨论，形成明确意见。

相关委员发表审核意见与前面已经提出的审核意见相同时，可以在前面委员发表意见时一并质询、讨论，不再重复发表意见。在讨论时，项目组可以适时陈述自身的意见。

9) 内核会议质询、讨论完毕有关问题后，项目组成员回避，内核小组成员根据需要分别进行简短的总结发言。

10) 内核小组成员总结发言结束后，由内核小组组长组织进行表决。

内核会议表决结果分为以下三种情况：

A、内核小组表决未获通过

三分之二以上与会的内核小组成员同意，方为通过内核。未通过内核的，除存档一套外，证券发行申请文件退回项目组，项目终止。

B、内核小组表决获得有条件通过

项目组对内核反馈意见予以落实，提交业务管理部复核后上报。必要时，业务管理部提请内核小组开会讨论复核。

C、内核小组决定暂缓表决

经与会的内核小组成员的三分之二以上同意，证券发行申请文件需要在落实有关问题后再召开内核会议讨论决定的，内核暂缓表决。项目组对有关问题落实后，内核小组再次开会讨论、表决。

11) 内核会议结束后，业务管理部在 2 个工作日内整理形成内核反馈意见，由项目组进行落实。项目组落实内核反馈意见后，提请业务管理部复核。业务管理部复核完成后，有关文件才能进入公司盖章程序。

(3) 发行阶段

项目通过中国证监会审核后，在发行前召开发行委员会会议，发行委员会工作流程如下：

- 1) 项目组准备有关发行方案及附件（若有），在发行委员会会议 1 个工作日前提交给业务管理部助理；
- 2) 业务管理部助理向发行委员会委员提交有关发行方案及附件，并根据发行委员会主任委员的安排，通知发行委员会会议时间、地点、方式；
- 3) 项目组在发行委员会会议上介绍承销项目的交易和定价等发行方案，接受发行委员会的质询；
- 4) 发行委员会讨论承销项目有关的交易和定价等发行方案，对风险进行评估；
- 5) 发行委员会批准发行方案、对发行方案提出修改意见或否定发行方案；
- 6) 业务管理部助理整理会议纪要，签字、存档。

(二) 本项目立项审核过程

2010 年 12 月 7 日，本保荐机构在上海办公室召开开能环保首次公开发行并在创业板上市的立项会议。立项委员会委员王世平、黄飞、蒋庆华、许燕、曹宁、田爱军参加了现场立项会议。经讨论，立项委员会同意立项。

(三) 本项目执行主要过程

1、项目执行人员构成

本项目项目组成员包括：王珏、孙玉龙、方雪亭、康华、杨志杰、赵健程、施伟。上述人员参与了辅导、项目尽职调查、申请文件的制作与审核的过程。

2、进场工作时间

2010 年 7 月项目组正式进场工作。

3、尽职调查的主要过程

2010 年 9 月 1 日长江保荐向中国证监会上海监管局报送了辅导备案申请并获得受理。自 2010 年 9 月 1 日至 2011 年 1 月 27 日，项目组参照《证券发行上市保荐业务管理办法》的相关要求及辅导协议内容对开能环保进行了辅导。2011 年 1 月 28 日本保荐机构向中国证监会上海监管局申请辅导验收。

在辅导期内，项目组成员按照中国证监会发布的《保荐人尽职调查工作准则》

的要求，对发行人进行了全面调查。项目组成员在尽职调查时，已经充分考虑了自身专业胜任能力和专业独立性，确保能够恪守独立、客观、公正的原则，具备良好的职业道德和专业胜任能力。项目组成员主要采取问卷调查、资料搜集、人员访谈、协调会讨论等方式对开能环保的基本情况，业务与技术，同业竞争与关联交易，董事、监事、高管人员及核心技术人员，组织机构及内部控制、公司财务与会计，业务与技术，募集资金投向，公司治理以及业务发展目标等各方面情况进行了全面深入的尽职调查，并针对尽职调查中发现的问题发出了关注函并及时提出了整改建议，提出的建议均得到了公司的积极回应和整改落实。在尽职调查基础上根据中国证监会发布的《发行证券的公司信息披露内容与格式准则第27号——发行保荐书和发行保荐工作报告》、《保荐人尽职调查工作准则》形成了《发行保荐书》和《发行保荐工作报告》，同时按照《证券发行上市保荐业务工作底稿指引》的要求编制了尽职调查工作底稿，在工作底稿中真实、准确、完整地反映了尽职调查工作。项目组成员对发行人本次发行申请文件中无中介机构及其签名人员专业意见支持的内容，均在获得充分的尽职调查证据并对各种证据进行综合分析的基础上进行独立判断；对发行人本次发行申请文件中有中介机构及其签名人员出具专业意见的内容，已结合尽职调查过程中获得的信息对专业意见的内容进行审慎核查。在此基础上，项目组完成相关申请文件的制作。

4、保荐代表人参与尽职调查工作的时间及主要过程

本保荐机构指定的具体负责该项目的保荐代表人为王珏和孙玉龙。王珏和孙玉龙已充分考虑了自身专业胜任能力和专业独立性，确保能够恪守独立、客观、公正的原则，具备良好的职业道德和专业胜任能力。王珏和孙玉龙参与尽职调查工作的时间为2010年7月至本报告出具日，尽职调查以现场核查、现场会议、访谈、邮件沟通、电话会议等方式进行。王珏和孙玉龙已按照中国证监会发布的《保荐人尽职调查工作准则》的要求，以应有的职业谨慎和独立履行职责的原则对发行人进行全面调查，核查了发行人的经营情况及其面临的风险和问题。

王珏和孙玉龙均按照《证券发行上市保荐业务管理办法》的规定为本项目建立了尽职调查工作日志，作为保荐工作底稿的一部分存档备查。

（四）业务管理部审核本项目审核主要过程

本保荐机构业务管理部成员有孙玉龙、田爱军、倪帆、舒明月、侯立。

业务管理部于 2011 年 2 月 9 日至 2 月 21 日对本项目进行审核,同时业务管理部田爱军于 2010 年 12 月 9 日和 2011 年 1 月 14 日赴开能环保进行了现场核查。

(五) 内核小组审核本项目的主要过程

1、内核小组成员构成

目前,本保荐机构内核小组成员共 16 人,分别为王世平、孙玉龙、王珏、施伟、周依黎、黄飞、何君光、王海涛、蒋庆华、王茜、程荣峰、沈佳、苏锦华、田爱军、许燕、曹宁。

2、内核会议情况

本项目内核会议于 2011 年 2 月 22 日在本保荐机构上海办公室召开。与会的内核小组成员包括王世平、黄飞、程荣峰、施伟、田爱军、曹宁和许燕。与会内核小组成员就本项目的有关问题进行了充分的讨论和交流,对申请文件的完整性、合规性进行了审核。业务管理部、资本市场部在内核会议召开前,对证券发行申请文件进行了单独审阅,并分别出具了书面意见,同时业务管理部、资本市场部在内核会议上向内核小组陈述了审核情况及关注的有关问题,相关内核小组成员也补充提出了一些问题,内核小组就提出的问题进行了讨论,项目组在会议上进行了相关说明和解释。经充分讨论和交流后,内核小组在项目组成员回避的情况下进行了表决,一致通过开能环保项目的内核。

3、内核小组成员意见和表决结果

经充分交流、讨论,内核小组一致认为发行人申请本次公开发行股票并在创业板上市符合法规要求和相关规定,申请文件齐备,无明显法律障碍,信息披露真实、准确、完整,财务状况无明显异常情况,不存在其它重大或不确定的对本次发行上市构成实质障碍的情况,审议通过本保荐机构向中国证监会推荐发行人申请公开发行股票并在创业板上市。

二、 本项目存在问题及其解决情况

(一) 立项委员会的意见和审议情况

2010 年 12 月 7 日召开的立项委员会成员主要意见如下:

1、项目优点:行业符合产业发展方向,有一定的创新能力和行业地位;项目优势明显:市场前景长远来看较好,企业服务不错;公司历史沿革清晰,结构

简单，运作规范，保荐风险较小，无合规问题，主营业务突出。

2、重点关注的问题：公司盈利及成长性问题；公司竞争力如何体现的问题。

（二）尽职调查中关注的主要问题及其解决情况

经过尽职调查和审慎核查，项目组成员关注到的主要问题有：

1、完善公司治理制度

项目组在辅导期间，向开能环保出具了《整改建议》，要求开能环保完善公司治理结构，根据《创业板上市公司规范运作指引》的相关要求，对公司的相关制度进行修改。

对于上述整改建议，开能环保根据创业板相关的法律法规对部分公司治理制度进行了修改。

2011年2月16日，发行人召开2010年度股东大会，审议通过了《首次公开发行人民币普通股股票并在创业板上市后的〈上海开能环保设备股份有限公司章程（草案）〉》、《修改 股东大会议事规则 的议案》、《修改 董事会议事规则 的议案》、《修改 监事会议事规则 的议案》、《修改 独立董事制度 的议案》、《修改 募集资金管理办法 的议案》、《修改 信息披露制度 的议案》等议案。

2、股本演变过程

对于开能环保自公司设立以来的股本演变过程，项目组重点关注两个事项：

（1）2004年3月，公司注册资本由1,000万元增至3,000万元，增资来源为公司向瞿建国先生个人借款中的2,000万元人民币转增实收资本。

项目组通过调阅公司工商变更登记文件、验资报告、相关协议、公司股东会文件、会计凭证和会计账簿，咨询验资机构、律师，询问公司控股股东、高级管理人员及财务部门负责人，对此次增资的合法合规性进行了核查。公司该次“债转股”增资所涉及的债务情况如下：

1> 有关建国基金会、建国创投、公益环保以及瞿建国对开能有限债权形成过程及真实性的说明

2002年至2003年期间，由于开能有限设立之初经营状况不佳，发展速度低于预期，融资渠道不畅，开能有限分数次向建国基金会、建国创投、公益环保借款，前述债权形成的过程如下：

2002年1月1日，开能有限与建国基金会签订《借款协议》，约定开能有限在未来五年内可分次向建国基金会借款，总计借款额度不超过人民币4000万元；

2002年1月1日，开能有限与瞿建国签订《借款协议》，约定开能有限在未来五年内可分次向瞿建国借款，总计借款额度不超过人民币3000万元；

2002年7月1日，开能有限与公益环保签订《借款协议》，约定开能有限在未来五年内可分次向公益环保借款，总计借款额度不超过人民币1000万元；

2003年1月1日，开能有限与建国创投签订《借款协议》，约定开能有限在未来五年内可分次向建国创投借款，总计借款额度不超过人民币3000万元。

开能有限自签订上述协议后，在《借款协议》的借款额度内，分次向上述公司及个人借款，截止2003年12月1日，开能有限向上述公司及个人借款余额为2085万元，计入开能有限“其他应付款”科目。

后经债权、债务方核查相关付款凭证，发现当时记录为建国基金会对开能有限905万债权中的305万（含2002年1月31日划款100万元、2002年5月8日划款135万元、2002年5月10日划款10万元以及2002年6月12日划款60万元），实际系从瞿建国个人的帐户转至开能有限、系瞿建国对开能有限的债权，因当时记帐错误，误记为建国基金会对开能有限的债权。同时，发行人、建国基金会、瞿建国已于2008年5月10日出具《确认函》，确认：建国基金会对开能有限于2003年12月1日之前所形成的债权实际为600万元人民币，原计入建国基金会对开能有限的另305万元人民币同期债权，实际系瞿建国对开能有限的债权。因此，截止2003年12月1日，开能有限向上述公司及个人借款余额为2085万元，实际构成如下表：

债权人	金额（元）
建国基金会	6,000,000
建国创投	4,000,000
公益环保	7,800,000
瞿建国	3,050,000
总计	20,850,000

建国基金会、建国创投、公益环保与瞿建国对开能有限的债权系真实产生，开能有限在企业发展初期因自身资金实力不足，亦无其他融资渠道，为了企业发

展的需要，分别向其控股股东瞿建国以及瞿建国控股的建国创投、瞿建国担任法定代表人的建国基金会以及由瞿建国实际出资的公益环保借款，用以补充开能有限流动资金。

上述《借款协议》的签署系各方真实意思表示，上述借款均有银行凭证所一一对应，建国基金会、建国创投、公益环保与瞿建国对开能有限的债权系真实产生。

2> 有关借款期间及其前后发行人与建国基金会、建国创投、公益环保以及瞿建国的资金往来情况与归还情形的说明

自 2002 年 1 月 1 日开能有限分别与建国基金会及瞿建国签订《借款协议》、2002 年 7 月 1 日开能有限与公益环保签订《借款协议》、2003 年 1 月 1 日开能有限与建国创投签订《借款协议》之后，瞿建国、建国创投、建国基金会以及公益环保即多次向开能有限提供借款。截止 2003 年 12 月 1 日，开能有限向瞿建国、建国创投、建国基金会以及公益环保借款余额为 2085 万元。

2003 年 12 月 1 日，建国基金会、瞿建国与开能有限签订《债权转让协议》，约定建国基金会将其对开能有限的 905 万元债权以 905 万元的对价转让给瞿建国；同日，建国创投、瞿建国与开能有限签订《债权转让协议》，约定建国创投将其对开能有限的 400 万元债权以 400 万元的对价转让给瞿建国；同日，公益环保、瞿建国与开能有限签订《债权转让协议》，约定公益环保将其对开能有限的 780 万元债权以 780 万元的对价转让给瞿建国。至此，瞿建国对开能有限的债权为 2085 万元。

2004 年 3 月 10 日，开能有限股东瞿建国、杨焕凤与开能有限共同签订《债权转股权协议》，确认截止签约日，瞿建国对开能有限拥有债权总额为 2085 万元，并由瞿建国将其中 2000 万元转为瞿建国对开能有限的股权，其余债权按原借款协议继续存续。

至此，该次债转股完成以后，瞿建国对开能有限 2085 万债权中的 2000 万元债权因转为瞿建国对开能有限的出资，该 2000 万元债权已不存在。剩余 85 万元，仍作为瞿建国对开能有限的债权继续存续。其后，因开能有限生产经营的需要，瞿建国、建国创投、建国基金会仍与开能有限存在资金往来。经本保荐机构进一步核查相关凭证，前述开能有限与瞿建国之间的资金往来已于 2008 年 3 月 25

日全部结清,开能有限与建国创投之间的资金往来已于 2008 年 3 月 31 日全部结清,开能有限与建国基金会之间的资金往来已于 2007 年 12 月 27 日全部结清。

综上所述,瞿建国、建国创投、建国基金会以及公益环保自《借款协议》签订后向发行人提供的 2085 万元借款中的 2000 万元,已于 2004 年 3 月因该等债权转让于瞿建国、并由瞿建国将该等债权转让为对发行人的出资而不复存在,剩余 85 万元已于 2008 年 3 月 31 日前全部结清。因此并不存在发行人将该等借款以还款或其他方式间接归还瞿建国、建国创投、建国基金会以及公益环保的情形。

3> 建国基金会、建国创投、公益环保将对开能有限的债权转让给瞿建国所履行的内部审批程序的说明

I. 建国基金会将对开能有限的债权转让给瞿建国所履行的内部审批程序的说明

建国基金会的决策机构为理事会,理事会决定重大业务活动计划,包括资金的捐赠,管理和使用计划。对于章程规定的重大捐赠、投资活动(捐款在一万元以上、投资在一万元以上)的理事会决议,须经出席理事表决,三分之二以上通过方为有效。瞿建国与建国基金会的债权转让发生时,理事会理事包括瞿建国、杨焕凤、孙忠鸣、金凤与顾天禄。

建国基金会现任理事会理事为瞿建国、奚秀芳、杨焕凤、顾天禄与瞿佩君。建国基金会债权转让当时的理事会理事以及现任理事会理事均已确认知悉并同意建国基金会、瞿建国与开能有限三方于 2003 年 12 月 1 日签署《债权转让协议》,约定建国基金会将其对开能有限的 905 万元债权以 905 万元的对价转让给瞿建国,但因理事会当时决策程序简化的原因,并未在当时形成书面的理事会决议。

II. 建国创投将对开能有限的债权转让给瞿建国所履行的内部审批程序的说明

根据债权转让发生时建国创投的股东瞿建国、杨焕凤以及建国基金会的书面确认,建国创投、瞿建国与开能有限于 2003 年 12 月 1 日签署《债权转让协议》时,建国创投全体股东瞿建国、杨焕凤与建国基金会均一致同意该等债权转让,但因建国创投公司内部决策程序简化的原因,并未在当时形成书面的股东会决议。

建国创投现任股东瞿建国与杨焕凤已书面确认各股东知悉并同意建国创投、瞿建国与开能有限三方于 2003 年 12 月 1 日签署《债权转让协议》，约定建国创投将其对开能有限的 400 万元债权以 400 万元的对价转让给瞿建国。

III. 公益环保将对开能有限的债权转让给瞿建国所履行的内部审批程序的说明

公益环保、瞿建国与开能有限于 2003 年 12 月 1 日签署《债权转让协议》时，公益环保全体股东均一致同意该等债权转让，但因公益环保公司内部决策程序简化的原因，并未在当时形成书面的股东会决议。

公益环保自 2003 年 12 月 1 日《债权转让协议》签署时至 2003 年 12 月 15 日注销期间股权结构未发生变更，根据公益环保债权转让发生时的股东书面确认，各股东知悉并同意公益环保将其对开能有限的 780 万元债权以 780 万元的对价转让给瞿建国。

4> 建国基金会、建国创投、公益环保将对开能有限的债权转让给瞿建国的款项支付情况的说明

2003 年 12 月 1 日，建国基金会、瞿建国、开能有限签订《债权转让协议》，约定建国基金会将其对开能有限的 905 万元债权以 905 万元的对价转让给瞿建国；同日，建国创投、瞿建国、开能有限签订《债权转让协议》，约定建国创投将其对开能有限的 400 万元债权以 400 万元的对价转让给瞿建国；同日，公益环保、瞿建国、开能有限签订《债权转让协议》，约定公益环保将其对开能有限的 780 万元债权以 780 万元的对价转让给瞿建国。瞿建国向上述建国基金会归还 905 万元债权、向建国创投归还 400 万元债权、向公益环保归还 780 万元债权的具体情况如下：

1. 关于瞿建国向建国基金会支付债权转让对价的说明

鉴于开能有限生产经营规模不断扩大，仍然需要资金支持，瞿建国于 2004 年 3 月 15 日和 2004 年 4 月 6 日分别向开能有限汇入资金 150 万元和 450 万元，合计 600 万元。开能有限计入“其他应付款 - 瞿建国”。

上述瞿建国合计对开能有限拥有 600 万元债权，且瞿建国因受让建国基金会的债权尚未支付转让对价。2004 年 12 月 27 日，开能有限将“其他应付款 - 瞿建国 600 万元”调整为“其他应付款 - 建国基金会 600 万元”。

同时，开能有限仍然向建国基金会借款用于生产经营，截止 2007 年 12 月 31 日，开能有限已将全部应付建国基金会的借款归还建国基金会。

2008 年 5 月 10 日，发行人、建国基金会、瞿建国出具《确认函》，确认：

i> 建国基金会对开能有限于 2003 年 12 月 1 日之前所形成的债权实际为 600 万元人民币，原计入建国基金会对开能有限的另 305 万元人民币同期债权，实际系瞿建国对开能有限的债权。同时，对 2003 年 12 月 1 日三方签订的《债权转让协议》做出调整，建国基金会将 600 万元人民币债权以 600 万元人民币的对价转让给瞿建国。

ii> 瞿建国已经向建国基金会支付《债权转让协议》项下因瞿建国受让建国基金会的债权而需支付的对价。

iii> 建国基金会、瞿建国、开能有限三方于 2003 年 12 月 1 日签订的《债权转让协议》所有条款已经执行完毕。

至此，瞿建国与建国基金会就债权转让并对开能有限增资所形成的债务已经全部结清。

II. 关于瞿建国向建国创投支付债权转让对价的说明

2007 年 10 月 23 日，上海工商行政管理局浦东新区分局核准了建国创投注册资本由 5000 万元减至 3000 万元的变更登记，建国创投减少的 2000 万元注册资本全部为瞿建国的出资，建国创投计入“其他应付款 - 瞿建国”科目。

截止 2008 年 3 月 17 日，建国创投将 2007 年减资款 2000 万元扣除瞿建国所欠债务后的余款归还瞿建国，建国创投“其他应付款 - 瞿建国”科目余额归零。建国创投与瞿建国之间无其他往来款项。

2008 年 4 月 10 日，发行人、建国创投、瞿建国出具《确认函》，确认：

i> 根据建国创投、瞿建国、开能有限三方于 2003 年 12 月 1 日签订的《债权转让协议》，瞿建国已经向建国创投支付因瞿建国受让建国创投的债权而需支付的对价。

ii> 建国创投、瞿建国、开能有限三方于 2003 年 12 月 1 日签订的《债权转让协议》所有条款已经执行完毕。

至此，瞿建国与建国创投就债权转让并对开能有限增资所形成的债务已经全部结清。

III. 关于瞿建国向公益环保支付债权转让对价的说明

2003年12月15日，上海市工商行政管理局浦东新区分局核准同意注销公益环保。公益环保注册资本为3000万元，杨焕凤出资2700万元，占注册资本的90%；金凤出资200万元，占注册资本的6.67%；瞿佩君出资100万元，占注册资本的3.33%。

2003年12月15日，杨焕凤、金凤、瞿佩君出具确认函，确认：

i> 公益环保在2002年6月成立时，股东杨焕凤出资中的1700万元，金凤出资的200万元，瞿佩君出资的100万元共2000万元实际均由瞿建国出资。

ii> 杨焕凤、金凤、瞿佩君三人同意瞿建国承接公益环保原有的债权，不再向瞿建国主张任何公益环保原有的债权。

至此，瞿建国与公益环保就债权转让并对开能有限增资所形成的债务已经全部结清。

5> 建国基金会、建国创投及公益环保债权转让时点及目前之股权结构、实际控制人或管理方情况的说明

I. 建国基金会系发行人控股股东瞿建国先生创办的非公募基金会法人。建国基金会自设立至今的管理方暨业务主管单位为：上海市民政局。

II. 建国创投于债权转让时点之股权结构为：

股东名称	出资金额（万元）	出资比例
瞿建国	3700	74%
建国基金会	1000	20%
杨焕凤	300	6%
合计	5000	100%

建国创投目前的股权结构为：

股东名称	出资金额（万元）	出资比例
瞿建国	1700	85%
杨焕凤	300	15%
合计	2000	100%

瞿建国、杨焕凤的书面确认，瞿建国作为建国创投的控股股东，同时为建国创投的实际控制人。

III. 公益环保于债权转让时点的股权结构为：

股东名称	出资金额（万元）	出资比例
杨焕凤	2700	90%
金凤	200	6.67%
瞿佩君	100	3.33%
合计	3000	100%

根据上海市工商行政管理局浦东分局的材料显示，公益环保已于 2003 年 12 月 15 日注销，公益环保注销前股权结构与债权转让时点相同。2003 年 12 月 15 日，杨焕凤、金凤、瞿佩君出具确认函，确认：公益环保在 2002 年 6 月成立时，股东杨焕凤出资中的 1700 万元，金凤出资的 200 万元，瞿佩君出资的 100 万元共 2000 万元实际均由瞿建国出资；瞿建国为公益环保的实际控制人。

6> 建国基金会、建国创投及公益环保是否知悉债权转让后又增资为其对开能有限出资的说明

根据 2008 年 5 月 10 日发行人、建国基金会、瞿建国出具的《确认函》确认，建国基金会知悉 2003 年瞿建国受让建国基金会债权并以该等债权于 2004 年向开能有限增资事宜。

根据 2008 年 4 月 10 日发行人、建国创投、瞿建国出具的《确认函》确认，建国创投知悉 2003 年瞿建国受让建国创投债权并以该等债权于 2004 年向开能有限增资事宜。

根据 2003 年 12 月 15 日公益环保股东杨焕凤、金凤与瞿佩君出具的《确认书》确认，公益环保股东确认同意瞿建国承接公益环保原有的债权，并同意不再向瞿建国主张任何公益环保原有的债权。公益环保并已于 2003 年 12 月 15 日注销，因此不存在知悉债权转让后又增资为开能有限出资的情形。

7> 债权转让行为是否存在纠纷或潜在纠纷的说明

综上所述，瞿建国与建国创投、建国基金会、以及公益环保原股东杨焕凤、金凤、瞿佩君之间债权转让均按债权帐面价值转让，交易各方均确认该等债权转让事宜已经全部履行完毕，该等债权转让事项符合《中华人民共和国合同法》的相关规定，不存在纠纷或潜在纠纷。

(2) 开能有限变更设立为开能环保后，共发生了十次股份转让。

项目组通过调阅相关股份转让协议、公证书、付款凭证、收款凭证，询问股份转让当事人及经办人员，查询股份受让人的工作履历等，确认：

上述出让方的股权转让均系个人资金需要或因为离职的原因，上述受让方的受让股权的具体原因均为看好公司良好发展；上述出让方与受让方关于股权转让的定价依据系在每股净资产的基础上结合发行人的盈利情况并与对方协商约定。出让方并确认，已根据《股份转让协议》之约定收到受让方支付的股权转让对价款。

发行人部分发起人股东于 2009 年、2010 年将其持有的发行人股份全部或部分转让给受让方，系出于其个人真实意思表示，转让价格系依据发行人当时每股净资产并结合发行人的盈利情况后经双方协商确定；《股份转让协议》的签订与履行均合法、有效，受让方并已按照合同约定支付股权转让对价款。发行人于 2009 年、2010 年期间发生的股权转让不存在纠纷及潜在纠纷。

3、关联交易

报告期内，开能环保存在经常性关联交易，没有偶发性关联交易。经常性关联交易主要包括：

(1) 公司向控股股东瞿建国和公司总经理杨焕凤租赁房屋；

(2) 公司控股子公司上海开能壁炉产品有限公司（以下简称“壁炉公司”）与其少数股东 Fireplace Products International Ltd.（以下简称“FPI”）的销售与采购往来。

(3) 公司出租房屋给建国基金会、建国创投；

针对上述关联交易问题，项目组进行的主要工作包括：

(1) 通过与公司董事、监事、高级管理人员谈话、咨询会计师、查阅公司的股权结构和组织结构、控股股东的对外投资情况、工商登记资料、查阅公司重要会议记录和重要合同等，按照《公司法》和企业会计准则的规定，确认公司的关联方及关联方关系。

(2) 通过与公司高级管理人员、财务部门和主要业务部门负责人交谈，查阅会计凭证和会计账簿、相关合同、重要会议记录，发函询证，咨询律师及会计师意见，查阅同类交易的市场价格数据等方法，得出以下结论：

上述经营性房屋租赁的关联交易价格均按照市场定价原则确定，不存在显失

公允的情况。自 2008 年 7 月 1 日起，公司不再出租房屋给建国基金会、建国创投。

公司与关联方之间借款性质的资金往来已于 2008 年 3 月 30 日之前全部结清。其中，除其他应付款中与瞿建国的 853,436.60 元在 2008 年 3 月 3 日改制设立日之后结清外，发行人与关联方的其他应收应付款项均在 2008 年 3 月 3 日改制设立日之前结清。

(3) 发行人与 FPI 的关联交易

1> 发行人向 FPI 同时销售和采购的原因

申报期内，发行人向 FPI 销售和采购的产品是完全不同的产品。发行人向 FPI 采购的是 FPI 在加拿大制造的 REGENCY 品牌壁炉，主要是燃气型壁炉，有 FPI 独有的设计，可以满足国内部分喜爱进口产品的客户需求。发行人向 FPI 销售的是发行人在上海为 FPI 在澳洲市场特制的燃木型壁炉。由于壁炉公司制造提供的产品品质稳定，价格合理，且同处亚太地区，在中国制造出口澳大利亚比 FPI 在加拿大制造产品出口澳大利亚的成本要低。该系列产品在澳大利亚市场获得认可，销售态势良好。FPI 在澳大利亚有良好的市场基础和销售渠道，壁炉公司将产品出售给 FPI 澳大利亚公司有助于开拓壁炉公司产品在海外的市场。因为双方有不同的地区制造优势和市场需求，才会形成同时既有销售又有采购的情形。

2> 发行人向 FPI 采购和销售的付款和收款情况、定价情况

I、采购和付款情况：

采购年度	付款方式	采购产品	采购平均单价 (元)	采购金额 (万元)
2010 年	装运后 60 天	REGENCY 壁炉	7,783	34
2009 年	装运后 60 天	REGENCY 壁炉	6,818	27
2008 年	无	无	-	-

报告期各期末，发行人对 FPI 的应付账款余额均为零，对 FPI 的采购价款均按时结清。

II、销售和收款情况及占 FPI 业务的比例：

销售年度	收款方式	销售产品	对 FPI 的销售平均单价 (元)	壁炉公司所有出口销售平均单价 (元)	占 FPI 当年总采购量比重
2010 年	货到后 45 天	燃木型壁炉	3,156	3,164	2%
2009 年	货到后 45 天	燃木型壁炉	3,020	3,066	2%
2008 年	货到后 45 天	燃木型壁炉	3,326	3,128	1%

发行人对 FPI 销售的产品是由 FPI 定制的，与发行人销售的其他壁炉产品不同，缺乏可比性。

报告期各期末，发行人对 FPI 的应收账款余额及其占发行人对 FPI 销售收入的比例如下：

单位：万元

年度	应收账款余额	当年对 FPI 的销售收入	应收账款余额占销售收入的比例
2010 年	39.66	590.34	6.72%
2009 年	24.53	517.25	4.74%
2008 年	58.69	425.44	13.80%

报告期内，发行人对 FPI 的销售回款情况良好，2010 年末对 FPI 的应收账款已于 2011 年 5 月底之前全额收回。

项目组调查了壁炉公司向 FPI 销售金额和壁炉公司向 FPI 销售产品的毛利，报告期内，壁炉公司对 FPI 的销售收入占开能环保总销售收入的比例不到 4.5%。报告期内，壁炉公司对 FPI 的销售毛利占开能环保毛利总额的比例不到 3%。因此，壁炉公司对 FPI 的销售收入、销售毛利均对开能环保不构成重大影响。

III、定价情况

壁炉公司对 FPI 的销售单价略低于公司平均销售单价，主要原因是 FPI 向开能壁炉公司的采购量比较大，公司对其有一定的让利；同时，作为经验丰富的壁炉制造企业，FPI 每年派员为壁炉公司的生产、技术、安装等方面提供指导和培训。此外，项目组还取得了 FPI 向第三方销售的价格和壁炉公司向第三方销售的价格。因此，壁炉公司向 FPI 的采购和对 FPI 的销售价格公允。

IV、同种产品是否存在既采购又销售情形的说明

发行人销售给 FPI 的产品类型与向 FPI 采购的产品类型完全不同。因此，发行人不存在同种产品既采购又销售的情形。

综上所述，发行人控股子公司壁炉公司与壁炉公司股东 FPI 发生的关联交易对发行人整体销售收入和销售毛利均不构成重大影响，壁炉公司与 FPI 发生的关

联交易定价公允。

4、应收账款、坏账计提

经过相关核查，报告期内，发行人应收账款变化情况如下表所示：

单位：万元

项目	2010-12-31		2009-12-31		2008-12-31
	金额	增长率	金额	增长率	金额
应收账款余额	1,592.08	56.91%	1,014.63	31.82%	769.69
坏账准备	93.87	46.54%	64.06	33.59%	47.95
应收账款净额	1,498.21	57.61%	950.57	31.71%	721.74
营业收入	16,504.14	32.09%	12,494.16	30.09%	9,604.06
应收账款余额占营业收入比例	9.65%		8.12%		8.01%
应收账款周转率	13.48		14.94		14.22

报告期内，公司应收账款余额随着营业收入的增加而增加，由 2008 年末的 770 万元增加到 2010 年末的 1,592 万元。报告期内，应收账款占营业收入的比重在报告期内略有增加，由 2008 年的 8.01% 上升到 2010 年的 9.65%，但仍处于较低水平，表明公司的应收账款回款情况良好。报告期内，公司的应收账款周转率始终维持在 13 次以上，表明公司的应收账款管理较好，资金使用效率高。

(1) 项目组对发行人应收账款结构进行了分析：

单位：万元

	2010-12-31			2009-12-31			2008-12-31	
	余额	增长率	占比	余额	增长率	占比	余额	占比
国内客户	596.29	-6.41%	37.45%	637.13	7.50%	62.79%	592.70	77.01%
海外客户	995.79	163.78%	62.55%	377.50	113.29%	37.21%	176.99	22.99%
应收账款余额	1,592.08	56.91%	100.00%	1,014.63	31.82%	100.00%	769.69	100.00%

报告期内，国内客户的应收账款余额稳定，年均复合增长率仅 0.30%，国内客户应收账款占应收账款总额的比例呈逐年下降趋势。

由于公司对海外客户发展总代理方式，并且对合作三年以上且信誉良好的海外客户给予一定的信用支持，所以海外客户的应收账款余额增长势头较快，在应收账款总额中的占比也有所提高。报告期内，海外客户的应收账款余额都未超过公司与之约定的赊销总额，海外客户的应收账款账龄也未超过公司与之约定的信用期。此外，中国信用保险公司为公司的海外应收账款提供保险，为应收账款的回收和风险控制提供了保障。

单位：万元

	2010-12-31		2009-12-31		2008-12-31
	金额	增长率	金额	增长率	金额
国内客户应收账款余额	596.29	-6.41%	637.13	7.50%	592.70
国内销售收入	9,616.73	29.53%	7,424.60	15.06%	6,452.59
国内客户应收账款周转率	15.59		12.07		-
海外客户应收账款余额	995.79	163.78%	377.50	113.29%	176.99
海外销售收入	6,887.41	35.86%	5,069.57	60.86%	3,151.48
海外客户应收账款周转率	10.03		18.29		-

报告期内，公司的海外销售收入的增长率始终比国内销售收入的增长率高，公司海外应收账款余额的增长率也超过国内应收账款的增长率。

(2) 项目组对国内应收账款进行了尽职调查：

报告期内，国内销售收入年均复合增长率为 22.08%，而国内应收账款余额却几乎没有增长。这主要因为对于零售直销业务和经销业务，公司不给终端客户或经销商信用账期。在工程项目直销业务下，由于工程项目建设周期较长，会出现应收账款。对于 ODM 客户，公司对合作期较久的企业或国际知名企业在确认对方信用状况良好时才会给予一定信用期。对国内客户严格的信用期控制是报告期内公司国内客户应收账款金额未有较大增长的主要原因。

2010 年末公司的国内应收账款未随销售额增长而增长的主要原因是：第一，2010 年末各工程项目的执行期基本都已经完成，因此大额的工程项目应收账款较少；第二，公司在 2010 年末加大了对国内应收账款的催收力度，使得年末应收账款相应减少。

(3) 海外应收账款分析

报告期内，公司的海外应收账款余额较高，主要是由以下几方面原因造成的：

A、公司开拓海外市场的进程进入了整合期，开始采用海外业务通用的授予客户账期的方法，促进市场销售。公司 2007 年刚进入海外市场的时候，对海外客户的信用情况，海外市场的商业规则都不太了解，因此基本上没有开放给海外客户信用账期，主要采用预付款和信用证方式。但是，在国际水处理设备行业，

给予客户合理的信用账期是商业惯例。为了争取海外市场业务的发展，加大市场支持力度，自 2009 年开始，公司陆续对信用良好、合作较久的部分客户，以及签订了区域总代理合作协议的客户提供了信用账期。2010 年公司增加了对印尼、西班牙、美国、比利时等几个客户的信用账期支持，直接导致报告期内海外应收账款的增加。

B、海外客户的集中度不断提高。2009 年起，公司集中支持几个优质海外客户发展成为区域总经销商，而这些海外客户都享受了公司给予的信用账期，导致海外应收账款增加。

项目组核查了 2010 年末、2009 年末和 2008 年末的海外应收账款前 5 位的应收账款金额、信用期。

2010 年	应收账款年末余额 (万元)	当年收入总额 (万元)	信用期	期后回款 (万元)	期后回款比例
Novo Water	484.64	892.49	180 天	211.07	43.55%
TRATAMIENTOS	237.50	1,030.25	60 天	237.50	100%
DIMM	95.77	837.02	120 天信用证	95.77	100%
Warner Distributing & Marketing Co.	50.08	50.08	120 天	50.08	100%
FPI	39.66	590.40	到货后 45 天	39.66	100%
小计	907.66	3,400.24		634.08	69.86%

2009 年	应收账款年末余额 (万元)	当年收入总额 (万元)	信用期	期后回款 (万元)	期后回款比例
Novo	265.35	382.64	180 天	265.35	100%
TOP FILTER	33.31	93.84	30%预付 70%见提单复印件 30 天内付款	33.31	100%
FPI	24.53	517.25	到货后 45 天	24.53	100%
IDROSERVICE	20.37	60.96	30%订金，70%见提单复印件付款	20.37	100%
EWT	13.04	70.21	30%订金，70%见提单复印件付款	13.04	100%
小计	356.60	1,124.90		356.60	100%

2008 年	应收账款 年末余额 (万元)	当年收入 总额 (万元)	信用期	期后回款 (万元)	期后回 款比例
GREENWAY HOME PRODUCTS	69.25	228.57	30% 订金，70% 见提单复 印件付款	69.25	100%
FPI	58.69	58.69	到货后 45 天	58.69	100%
Aquafilter	31.76	34.49	30% 订金，70% 见提单复 印件付款	31.76	100%
GE OSMONICS INC	16.01	115.87	开票后 45 天	16.01	100%
TRATAMIENTOS	1.29	190.82	30 天信用证	1.29	100%
小计	176.99	628.43		176.99	100%

由于发行人仅对于合作三年以上、信誉良好的客户给予一定的账期，2008 年符合合作三年以上的客户尚少，因此 2008 年发行人给予海外客户信用账期的客户较少。2009 年，符合合作三年以上的客户增多，因此，公司对其中信用良好、合作较久的部分客户提供了信用账期。同时，2009 年，公司开始发展优质海外客户成为区域总经销商，为了支持他们发展开能产品在当地的销售业务，给予了较长的信用期。

2009-2010 年区域总经销商明细及其信用期如下：

	客户名称	信用期
2009 年	Novo Water Group Inc	180 天
2010 年	Novo Water Group Inc	180 天
2010 年	TRATAMIENTOS DE AGUAVDFSL	60 天
2010 年	Warner Distributing & Marketing Co.	120 天

此外，发行人为了防范海外应收账款的回收风险，于 2010 年内投保了中国出口信用保险公司“短期出口信用保险”，对全部非信用证支付方式的出口业务和全部信用证支付方式的出口业务的海外应收账款的风险控制提供了保障。2010 年末，前五大应收账款余额对应的客户中，Novo Water Group Inc、TRATAMIENTOS DE AGUAVDFSL 及 DIMM NV 的应收账款余额均已投保该该短期出口信用保险。

2008 年至 2010 年，发行人的出口收入分别 3,151.48 万元、5,069.57 万元、6,887.41 万元。此外，2005 年发行人开始进入海外市场，初期对海外客户的信用情况尚不了解的情况下，没有开放给海外客户信用账期，主要采用预付款和信用证方式结算。至 2009 年开始，考虑到与一些客户合作期限达到三年以上，且

信誉情况良好，发行人开始按海外市场的惯例对部分主要客户授予账期。2009年增加了对北美地区总代理的信用账期支持，2010年增加了对印尼、西班牙、美国等几个客户的信用账期支持，信用政策的逐步放开也导致了海外应收账款余额的不断上升。

公司的海外市场开拓战略取得了较好的回报。公司从2007年开始涉足海外市场，经过3年的努力，凭借优秀的产品性能，诚信的经营理念赢得了海外客户的信任，与多家海外客户建立了互惠互利、共生共赢的可靠的伙伴关系。依靠这些海外客户，公司的海外销售收入节节攀升。反过来，不断上升的销售收入和不断增强的品牌影响力，使得这些海外客户也将公司视为越来越重要的供应商，从而进一步巩固了公司在海外市场的份额。

支持优质海外客户成长，是公司海外竞争战略的组成部分，是公司积极主动的行为。在授予海外客户应收账款信用期时，公司充分考虑了信用风险的控制措施和方法。

第一、公司与中国出口信用保险公司签订了保险合同保障海外应收账款的回收；

第二、公司的海外客户订单量大，客户集中，信用风险容易辨别和控制；

第三、公司给予海外客户信用期的决策过程严谨；

第四、公司会运用多种手段调查海外客户信用状况。

实践证明发行人海外客户信用状况良好。发行人2008-2010年应收账款前5大客户中的海外客户的账龄都在1年以内，海外客户的回款情况良好，没有任何海外客户拖欠发行人的应收账款。

(4) 应收账款账龄分析

单位：万元

	2010-12-31		2009-12-31		2008-12-31	
	余额	比例	余额	比例	余额	比例
1年以内	1,538.72	96.65%	942.46	92.89%	642.28	83.45%
1-2年	27.37	1.72%	53.40	5.26%	118.14	15.35%
2-3年	8.88	0.56%	14.50	1.43%	5.67	0.74%
3-4年	13.89	0.87%	3.23	0.32%	2.56	0.33%
4年以上	3.23	0.20%	1.04	0.10%	1.04	0.14%
应收账款余额	1,592.08	100.00%	1,014.63	100.00%	769.69	100.00%

报告期内，公司的应收账款以 1 年以内的为主，且 1 年以内的应收账款比例在不断提高，由 2008 年的 83.45% 提升到 2010 年的 96.65%。1 年以上的应收账款主要以工程项目的质保金为主。

(5) 应收账款信用期分析

公司根据客户的性质、规模、历史信用评价等信息确定信用期长短。公司根据客户申请，结合其历次付款的历史记录，由销售部门初审后交财务部复核，财务部复核通过后交总经理审批，总经理批准后实施。一般国内客户为 30 天~90 天，国外客户不超过 180 天。当客户连续两次不能按授予其的信用期付款时，公司则对此客户恢复到款到发货的结算方式。对于工程项目，考虑到工程项目客户存在工程竣工时间的不确定因素，公司根据工程项目大小结合客户的规模，给予按合同约定付款日顺延 30 天~90 天作为工程项目客户的信用期限。

项目组核查了公司的销售前 5 大海外客户和国内客户的信用期情况。

(6) 项目组分析了前 5 大应收账款客户

项目组核查了 2010 年末公司的应收账款前 5 位客户具体情况，包括应收账款前 5 位客户的应收账款金额、占应收账款余额的比例、客户类型、信用期、及该客户的基本情况。

前 5 大应收账款 客户	2010-12-31	2009-12-31	2008-12-31
	金额(万元)/比例	金额(万元)/比例	金额(万元)/比例
按账龄分类			
1 年以内	1,061.61	504.36	317.03
1-2 年	-	-	-
2-3 年	-	-	-
3-4 年	-	-	-
4 年以上	-	-	-
合计	1,061.61	504.36	317.03
占应收账款余额 比例	66.68%	49.71%	41.19%
按信用期分类			
信用期内	1,061.61	504.36	238.12
信用期外	-	-	78.91
信用期内比例	100%	100%	75.11%
信用期外比例	-	-	24.89%
按应收账款内容分类			
销售款	1,061.61	504.36	238.12

前 5 大应收账款 客户	2010-12-31	2009-12-31	2008-12-31
	金额(万元)/比例	金额(万元)/比例	金额(万元)/比例
质保金	-	-	78.91
销售款比例	100%	100%	75.11%
质保金比例	-	-	24.89%

报告期内，公司的前 5 大客户的应收账款集中度提高，从 2008 年占 41% 提升到 2009 年占 67%。公司前 5 大客户的应收账款账龄都集中在 1 年以内。2009-2010 年，公司前 5 大客户的应收账款全部在信用期以内，2008 年在信用期以外的应收账款全部都是工程项目的质保金。

(7) 项目组对坏账准备进行了分析

单位：万元

账龄	2010-12-31		2009-12-31		2008-12-31	
	应收账款 余额	坏账准备	应收账款 余额	坏账准备	应收账款 余额	坏账准备
1 年以内	1,538.72	78.30	942.46	51.71	642.28	32.11
1-2 年	27.37	2.74	53.40	5.34	118.14	11.81
2-3 年	8.88	2.66	14.50	4.35	5.67	1.70
3-4 年	13.89	6.94	3.23	1.61	2.56	1.28
4 年以上	3.23	3.23	1.04	1.04	1.04	1.04
合计	1,592.08	93.87	1,014.63	64.06	769.69	47.95
坏账准备比例		5.90%		6.31%		6.23%

2010 年末，公司坏账准备占应收账款余额的比例为 5.90%，公司的应收账款以 1 年以内的居多，坏账准备的金额远高于 1 年以上的应收账款余额，坏账准备计提比例和公司应收账款账龄结构相适应，保证了公司不会因个别应收账款坏账风险导致经营业绩大幅波动。

(三) 业务管理部讨论的主要问题及落实情况

1、业务管理部讨论的主要问题

(1) 关于公司业务模式和盈利模式：请说明公司目前以及可预期的未来期间内公司销售模式是否拟通过设立终端销售门店或网点的方式进行市场拓展。若有类似计划，请在招股说明书业务和技术章节中补充披露。

(2) 关于公司国外经销模式：请说明国外销售的具体情况并在招股说明书中进行分析 and 进一步披露，包括但不限于：

1) 公司的主要境外销售地全屋水处理设备市场的概况；

2) 公司主要境外全屋水处理设备客户的概况、其在当地行业内的地位和行业经验水平；

3) 建议对公司和其主要竞争对手的同类产品的性能和性价比的比较竞争优势进行对比分析。

(3) 关于公司国内经销模式：

请说明并在招股说明书的业务与技术章节进一步补充披露公司发展国内经销商的总体概况及策略、国内经销商的经销模式、公司对经销商的管理模式等内容；对公司国内经销主要产品跟竞争对手产品的比较竞争优势进行说明；开能牌和奔泰牌两种产品的异同。

(4) 关于公司直销模式：

请项目组说明目前直销模式的推广进度，以及将直销模式推广至上述地区的可行性及制约因素。

根据招股书披露，公司直销模式下推行 DSR 服务体系，并提供包括客户信息管理系统、服务车辆调度系统、远程终端信息采集系统和城市水质地图在内的优质服务的支撑。请项目组说明上述服务支撑对直销业务的必要性和可行性，对公司运营成本增加的影响以及未来复制到其他地区时是否也能维持同等的服务水平。

(5) 关于市场调研机构的独立性

请项目组说明市场调研机构慧聪邓白氏研究的独立性。

2、业务管理部意见的落实情况

(1) 关于公司业务模式和盈利模式：

在目前以及可预期的未来期间内，公司仍将采用现有的营销模式，不会通过设立终端销售门店或网点的方式进行市场拓展。

(2) 关于公司国外经销模式

项目组关于国外经销模式的说明如下：

“国外经销模式

1> 销售产品：主要为专业部件产品，包括：多路控制阀、复合材料压力容器、盐井、盐阀、机身外壳等专业部件，以及前述产品组成的套件。

2> 目标客户：国外具有人居水处理行业多年市场经验的专业销售企业；

3> 营销目标：开拓开能环保在国际专业领域的市场，建立专业水处理产品

研发制造商的形象和影响力；

4> 营销策略：当前以发展区域总经销为主导策略。公司于 2005 年开始启动国际市场，五年来市场逐步扩大，近两年呈现销售增长加速的态势。经历几年的开发和培育，公司已经拥有了一批对公司产品富有信心的专业客户群体，分布在 50 多个国家和地区。因此，自 2009 年起，公司开始实施发展区域总经销的海外市场策略，主要方案是：对于市场需求较大、销售增长较快、经销商数量较多的地区，公司将逐步进行经销商整合，建立区域总经销体系，以规范市场、服务体系，建立良好的开能产品形象，并进一步扩大海外市场份额，提升销售收入。

A、国外市场的特征

目前，公司专业部件产品的主要销售地区是北美和欧洲，而该等地区在全球范围内是经济相对发达地区，人们的健康意识和消费能力都比较强，人居水处理设备行业的发展也较为成熟，已形成相对规范的监督和质量评价体系。因此，只要公司的产品能够获得各国广泛认可的国际权威认证，即证明公司的产品已达到较高品质，就容易获得认可并建立起良好的公司形象。

同时，欧美地区的人居水处理行业已基本形成总经销及分销的营销体系，而且，经过多年的市场发展，欧美各国已初步形成稳定的、具备总经销能力的销售商，如：美国具有总经销能力的企业仅几十家。此外，欧美地区也已形成相对完善的水管工专业服务体系，能够对终端消费者使用的人居水处理设备进行后续保养和维护。因此，产品的生产制造商并不直接参与对终端消费者的产品销售和后续服务，均是通过专业的营销商和服务商完成相关工作。

公司在海外市场实施的总经销策略符合国外市场的特点。一方面，在该经销模式下，公司将专注于产品设计和质量控制，并不需要就终端服务事宜提供特别的支持和帮助，相对节省了公司的人力和物力，提高了海外销售远距离管理的质量和效率；另一方面，经销商在获得公司区域销售授权后，将愿意投入更多的资源致力于销售渠道和市场的开拓，也就能进一步促进公司产品在国外的销售。报告期内，国外经销模式显示出了良好的增长势头，2010 年水处理产品海外经销模式的销售增长达到 50.28%。预计在今后的一段时期内，公司海外市场仍将继续保持较高的增长速度。

B、国外经销商的选择

通过每年公司参加的各类大型国际专业展会和行业杂志宣传等，国外经销商

接触并了解到公司的产品，再经过现场考查、样品检验、行业信誉调查等综合考量程序，最终决定是否达成合作意向。而公司在选定经销商作为合作伙伴前，也将通过实地走访、聘请中介机构进行背景调查等方式从其既往水处理设备的行业销售经验、市场影响力、商业信用度等方面对其进行资格评估。

对于合作长久、销售稳定、信用良好的经销商，公司将根据其在当地的行业地位（通常须在行业中排名前列）、市场影响力或者管理团队的行业经验等，决定是否授权其成为区域总经销商。对于选定的区域总经销商，公司将适度给予其信用账期、销售价格优惠等措施，鼓励其发展。比如：加拿大 Novo Water Group Inc. 是一家专业销售水处理设备的企业，虽然其成立时间不长，但是其管理团队曾经是美國水处理设备品牌 Culligan 在加拿大最大的经销商的管理团队，二十多年的行业从业经历使其非常了解当地的客户与市场，拥有良好的客户资源和市场拓展能力，并在技术和管理上都有相当丰富的经验。在经过双方的彼此审慎考察后，公司开始尝试与其合作，然后根据其营销公司产品的实际情况确定是否调整公司已给予的鼓励发展措施。

截止 2010 年底，公司已建立 3 家区域总经销商，分别负责公司产品在加拿大、美国、西班牙（含葡萄牙）的区域销售。

5> 公司专业部件产品在国外市场的竞争优势

A、产品的核心技术皆为公司自有

公司拥有多路控制阀、复合材料压力容器等专业部件的核心技术，并有能力研发和制造所有核心部件和水处理设备，经销商可以从公司购买到多种类、全系列的产品，能够保障其广泛的产品需求。同时，所有售出的产品均有公司的技术做保障，经销商愿意与公司保持长久的合作关系。

B、产品在达到同等国际品质的情况下具备价格优势

公司的专业部件产品获得国际权威认证，符合国际高品质要求，但由于在中国原材料采购成本和劳动力成本相对较低，且在发达国家海路运输费用低于陆路运输费用，所以相对于国际市场上达到同等品质的同类产品，公司产品能够以相对较低的价格销售。”

公司已按照上述内容补充披露了招股说明书的相关部分。

（3）关于公司国内经销模式

项目组关于国内经销模式的说明如下：

“国内经销模式”

1> 销售产品：主要为“奔泰牌”水处理设备，包括各系列的净水设备（双子星系列除外）、软水设备；

2> 目标客户：中国城镇以上大、中、小城市里追求健康的、具有中高端消费能力的家庭和单位用户；

3> 营销目标：通过提供标准化、安装和服务便捷化、性价比较高的产品来满足更广泛人群追求安全、健康生活饮用水的消费需求，扩大公司产品的市场占有率；

4> 营销策略：发展直面终端用户的、富有经验的零售商，建立覆盖国内广泛地区的零售商网络。在该经销模式下，零售商以零售价格的一定折扣（主要的全屋系列净水设备将采取统一折扣率）从公司买断产品，通过其已具备的销售渠道，按照公司指导的零售价格，直接向终端用户销售产品并提供后续服务。公司则对经销商提供产品功能、技术、安装、服务方面的培训和支持。

A、建立零售商营销网络的目的

公司选择国内的零售商作为经销商，且不建立总分销的营销体系，一是因为零售商直接接触用户，能快速反映消费者的需求，以便于公司完善更适应市场的产品；二是因为直接选择零售商的扁平化管理模式可减少销售的中间环节，给予零售商更大的利润空间，提高其销售积极性，培养其销售忠诚度，增加公司产品市场竞争力，从而促进公司产品进入更多市场；三是因为零售商网络可以降低公司对单一经销商的销售依赖，提高销售网络的稳定性。

B、国内经销商的选择

公司的国内经销商全部是有经营资质的法人，一般从事建材类、水暖类、家电类等产品的零售业务，具有一定的营销渠道和相关行业经验。

通过国内专业展会、行业杂志和专业网站宣传，公司与有意向成为公司国内经销商的法人进行联络，在审核其提交的经销商申请表、营业执照、经营地等信息后，对于符合条件的，公司允许其加盟国内经销商队伍，然后即可根据其销售需求通过订单方式以折扣价格向公司购买产品。

而对于有意向并有能力达到一定销售规模的经销商，公司将与其签订统一版本的《奔泰净水机软水机经销合同》，约定其月度和年度提货额、授权经销区域、销售返利等条款，并收取一定金额的保证金。

公司对于销售的产品自出库日实行 18 个月的“三包”保证，凡是在保修期内产品出现质量问题的，公司将根据经销商填写的《质量反馈表》信息免费提供相应的配件；在保修期外的，公司将有偿提供相应配件；属于召回产品的，公司将无条件召回并承担相关费用。

C、公司为经销商提供的业务培训和支撑服务

公司每年以各种形式对全国各经销商进行业务培训，包括：产品知识、产品技术、企业管理理念、安装及售后服务等，规范其经营行为，使公司产品的对外销售和服务都具备统一规范。

同时，公司通过信息网络平台、经销商资讯、标准市场推广方式、产品技术和安装、服务培训等方式，支持经销商拓展当地市场。

5> “奔泰牌”产品在国内市场的竞争优势

A、产品按国际标准设计和制造，采用与获得认证的产品同样的材料和制造工艺，保证产品品质。

B、公司在行业中的领先地位和已具备的综合实力可为经销商提供从产品到服务的全方位支持。公司具备水处理设备所有核心部件和整机的研发和制造能力，可保障产品的整体质量，给予经销商销售的信心。

C、公司扁平化的国内经销商管理模式，将产品最大可能的让利幅度直接给予经销商，不但极大提升其销售公司“奔泰牌”产品的积极性，同时也推动经销商为客户提供良好的服务，形成良性的销售与服务价值链。

6> “奔泰牌”与“开能牌”水处理设备的差异

区别于两个品牌在目标客户和营销方式方面的不同，避免国内销售渠道的冲突和产品销售价格的竞争，两个品牌在产品的设计、功能设置、安装要求等方面均有一定的差异。

“奔泰牌”水处理设备是为解决中国水质最普遍存在的基本污染问题而设计，是相对标准化、安装服务便捷化的产品，力求降低经销商的服务难度，减轻其人员培训、售后安装以及维护保养的压力。

而“开能牌”水处理设备是通过公司提供销售与服务一揽子解决方案的方式提供的产品，相对而言功能更加完善、水处理能力更加广泛、所需要的相关服务也具有更高的技术难度。

因此，“奔泰牌”产品的国内经销模式是公司将产品销往更广泛地区、满足

更广泛消费者健康用水需求的一种营销方式。公司的国内经销模式可将企业资源合理整合，有效地控制营业费用。

经过几年的研究和探索，开能环保形成了一套有效的零售经销商发展、培训、支持、服务的模式，研发了一系列的适销产品，建立了比较完善的物流支持系统，并已经产生了良好的发展效果。截止 2010 年底，公司在全国 20 多个省、自治区和直辖市发展的零售经销商总数已经达到了 841 家，其中较为活跃的经销商有 240 家。”

公司已按照上述内容补充披露了招股说明书的相关部分。

(4) 关于公司直销模式：

项目组对关于公司直销模式问题进行了如下说明：

目前公司正尝试向上海周边推广直销模式，第一站是无锡地区，选择无锡地区的可行性：首先，无锡地区已具有一定数量的“开能牌”产品的家庭和单位用户，需要公司在当地建立一支服务队伍，便于提供更有效的服务；其次，无锡离上海较近，作为上海以外地区推广直销模式的首次尝试，公司可以及时地给予人员和技术的支持。

直销模式下各种优质服务的支持系统可以使公司在掌握消费者信息的基础上提供更及时、更有效地服务，如：服务车辆调度系统、远程终端信息采集系统。城市水质地图的绘制是以公司在上海的 4 万余个家庭和单位用户所在地的水质作为水样采集的主要来源，利用公司为其提供的定期保养或上门水质检测等服务时取得水样，并更新完善相关数据。城市水质地图可以为公司为新老客户制定水质解决方案提供数据参考和依据。上述服务支持中最大的运营成本是服务车辆及服务人员的投入与培训，其它主要是电子程序的开发与运用，相对运营成本较小。所以，公司在后期的持续服务中会收取一定金额的服务费以弥补服务系统的维护投入。公司在无锡地区复制直销模式是公司所做的第一个尝试，该地的服务支持系统可依托于总部逐步完善，成功开展后，公司将会积累更多的异地拓展经验。

(5) 关于市场调研机构的独立性

项目组对关于市场调研机构的独立性问题进行了如下说明：

慧聪邓白氏研究是一家独立的研究机构，拥有独立的研究团队和媒体、行业、商业数据库，主要研究 IT、通讯、汽车、家电、医药、媒体、化工、工业品等行业。2008 年至今，慧聪邓白氏研究与其股东共同完成的各类研究项目主要有：

《2008 年跨国医药企业在华发展研究报告》、《2009-2010 年度中国大陆纯水机市场研究报告》、《2009 - 2010 年度中国大陆净水桶市场研究报告》、《2009 - 2010 年中国大陆太阳能热水器行业市场研究报告》、《2009 - 2010 年度中国大陆家庭影院市场报告》、《2009 - 2010 年度中国大陆空气净化器市场报告》、《2010 - 2011 中国大陆家用净水机行业研究分析报告》、《2010 - 2011 中国大陆家用软水机行业研究分析报告》、《2010 - 2011 中国大陆饮水机行业年度报告》、《中国高端人群消费行为研究报告》、《家电行业 B2C 市场发展模式及营销策略分析报告》等。

2010 年下半年，开能环保接到慧聪邓白氏就全屋水处理行业发展的访问，了解到其计划出具该方面的专业报告。之后公司与慧聪邓白氏签订了调研报告购买协议，以付费的形式购买了该份研究报告。

综上，项目组认为，慧聪邓白氏是一家专业的研究机构，对水处理行业也是早有研究，对行业中新兴的产品及其市场有其独立的判断。发行人招股说明书摘引的慧聪邓白氏数据来源中的统计数据源于权威机构，市场数据源于慧聪邓白氏实地调研后获得的基础数据上的合理假设与估算，而对于核查中发现的依据不够充分、或易引起投资者误解的数据均未采用，故现已摘引的数据能够反映出当前全屋水处理设备及相关专业部件产品的发展状况。所以，慧聪邓白氏研究出具的研究报告是独立的、客观的。

（四）内核会议讨论的主要问题及审核意见

1、内核会议讨论的主要问题

（1）请项目组说明开能环保在“多路控制阀”以及“复合材料压力容器”领域的主要竞争优势及劣势，以及公司未来的在上述两个领域的主要经营策略；

（2）2010 年 12 月，发行人股东金凤向杨焕凤转让其所持的全部发行人股份 1,125,000 股，占发行人总股本的 1.36%。请项目组说明上述股权转让的背景；

2、对内核会议意见的落实情况

（1）关于开能环保在“多路控制阀”以及“复合材料压力容器”领域的主要竞争优势及劣势，以及公司未来的在上述两个领域的主要经营策略。

项目组进行了如下说明：

在多路控制阀和复合材料压力容器领域，具有一定生产规模、且技术达到国

际标准的企业仅有几家，其中，排位第一名的温州润新和 Wave Cyber（唯赛勃）分别是自创立以来就专业从事多路控制阀和复合材料压力容器生产的企业，而 Pentair（滨特尔）是通过收购相关专业生产企业获得专业部件的生产能力。开能环保虽然在 2010 年的市场占比与第一名尚有差距，但其属于行业中的新生力量，自 2007 年在专业部件上取得技术突破后，其专业部件产品的销量增长很快，迅速在行业中占据一席之地。按此趋势发展，开能环保有望在可以预见的未来，进一步提升其产品的市场占有率。

公司在“多路控制阀”以及“复合材料压力容器”方面的技术水平已达到国际先进水平；温州润新的阀产品多以手动阀为主，而公司的阀产品基本都具备自动化功能，且操作设计更具人性化。相对于其它达到国际水平的同类产品，公司的产品具有低成本优势。

对于上述专业部件产品，公司的经营策略是继续研发创新，将产品系列化、多规格发展，目标市场主要是以欧美为主的国外市场，且主要采用国外经销的模式销售。

上述内容已补充披露至招股说明书的相关部分。

（2）关于金凤向杨焕凤转让其所持的全部发行人股份的背景调查。

项目组进行了如下说明：

2010 年 12 月 20 日，发行人自然人股东金凤与发行人自然人股东杨焕凤签订《股份转让协议》，双方约定由金凤将其所持全部共计 112.5 万股发行人股份，占发行人总股本的 1.36%，按照每股人民币 4.58 元的价格，转让于杨焕凤；金凤所拥有的该部分股份所对应的的股东权利和义务、包括享受发行人已往未分配利润等权益将一并转让于杨焕凤继受。杨焕凤已依据《股份转让协议》的约定，以银行转帐的方式向金凤支付了上述股权转让款，共计人民币 5,152,500 元。相关转让交易均有《中国银行存款回单》、《中国银行取款回单》、《中国工商银行本票》及《中国农业银行银行卡存款业务回单》等相关单据，并经出让方金凤女士书面确认，已根据《股份转让协议》之约定收到受让方支付的全部股权转让对价款。至此，自然人杨焕凤直接持有发行人 533.25 万股股份，持股比例为 6.46%；自然人金凤不再直接或间接持有发行人任何股份。

经项目组向自然人金凤口头询证，金凤本次转让其全部所持发行人股份是出

于其个人家庭理财之目的,定价依据是在发行人每股净资产和盈利状况的基础上与杨焕凤协商确定。经金凤本人介绍,其于2007年11月以现金形式出资1,200,000元人民币对开能环保进行增资,其中750,000元计入注册资本,本次转让获得股权转让款5,152,500元,对其个人而言已获得很高的投资回报。

经出让方金凤以及受让方杨焕凤进一步书面承诺,确认该等股权转让系出于其个人真实意思表示,其本人已知晓发行人本次上市计划,不会在将来就该等股权转让事宜提起诉讼或采取其他司法行动。该等股权转让并不存在股份代持的情形,亦不存在纠纷或潜在纠纷。

据此,项目组认为自然人股东金凤将其持有的公司股份112.5万股全部转让给自然人股东杨焕凤,是出于其个人真实意思表示;所签订的《股份转让协议》合法、有效,杨焕凤已按照合同约定支付股权转让对价款。本次股权转让不存在纠纷或潜在纠纷,不会对发行人首次公开发行股票并于创业板上市造成实质性影响。

(五) 核查其他中介机构出具的专业意见的情况

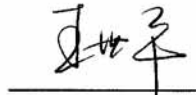
本保荐机构已结合尽职调查过程中获得的信息对会计师和律师出具的专业意见的内容进行审慎核查。

经过审慎核查,本保荐机构认为会计师与律师出具的专业意见与本保荐机构所作判断不存在重大差异。

(此页无正文，为《长江证券承销保荐有限公司关于上海开能环保设备股份有限公司首次公开发行 A 股股票并在创业板上市的发行保荐工作报告》之签字盖章页)

保荐机构法定代表人

签名




王世平

2011年8月31日

保荐业务负责人

负责人签名

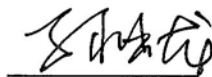


王世平

2011年8月31日

内核负责人

签名

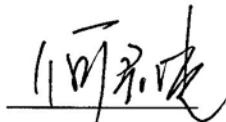


孙玉龙

2011年8月31日

保荐业务部门负责人

负责人签名

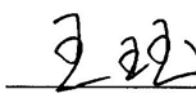


何君光

2011年8月31日

保荐代表人

签名



王珏

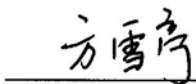


孙玉龙

2011年8月31日

项目协办人

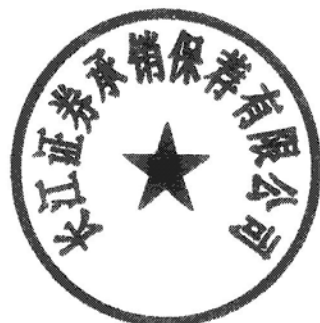
签名



方雪亭

2011年8月31日

保荐机构公章



2011年8月31日