莱克电气股份有限公司

兴业证券股份有限公司

关于

莱克电气股份有限公司

公开发行可转换公司债券申请文件

之

反馈意见的回复

保荐机构

兴业证券股份有限公司 INDUSTRIAL SECURITIES CO.,LTD.

（福州市湖东路 268 号）

二〇一七年十一月

中国证券监督管理委员会：

根据贵会《中国证监会行政许可项目审查一次反馈意见通知书》（172036 号）及其附件《关于莱克电气股份有限公司发行可转换公司债券申请文件的反馈意见》（以下简称“反馈意见”）的要求，兴业证券股份有限公司（以下简称“兴业证券”或“保荐机构”）作为莱克电气股份有限公司（以下简称“莱克电气”或“发行人”或“公司”）本次公开发行的保荐机构，会同发行人及其他中介机构本着勤勉尽责、诚实守信的原则，就反馈意见所提问题逐项进行认真讨论、核查与落实，并逐项进行了回复说明。具体回复内容附后。

除非文义另有所指，本回复中所使用的词语含义与《莱克电气股份有限公司公开发行 A 股可转换公司债券募集说明书》一致。

目录

一、重点问题.....3
问题 1.....3
问题 2.....5
问题 3.....38
问题 4.....45
二、一般问题.....47
问题 1.....47
问题 2.....54
问题 3.....54

一、重点问题

问题 1、请申请人说明前次募投项目截至最近一期的效益情况，是否符合预期。请申请人说明前次募集资金的使用情况与效益情况是否与首发招股说明书披露情况基本一致。请保荐机构核查并发表意见。

【回复】

一、前次募投项目截止最近一期的效益情况

（一）年产 800 万台家居环境清洁电器扩产项目、年产 1,200 万台微特电机扩产项目实现效益情况

单位：万元

实际投资项目		截止日投资项目累计产能利用率	承诺效益	最近一期实际效益	2017 年推算效益	是否达到预计效益
序号	项目名称			2017 年 1-9 月	2017 年（E）	
1	年产 800 万台家居环境清洁电器扩产项目	85.47%	净利润 17,465.47 万元	12,407.24	17,885.60	是
2	年产 1,200 万台微特电机扩产项目	92.22%	净利润 2,203.65 万元	2,083.12	3,002.91	是

根据首发招股说明书，年产 800 万台家居环境清洁电器扩产项目达产后年均净利润为 17,465.47 万元；年产 1,200 万台微特电机扩产项目达产后年均净利润为 2,203.65 万元。

2017 年 1-9 月，公司年产 800 万台家居环境清洁电器扩产项目及年产 1,200 万台微特电机扩产项目分别实现净利润 12,407.24 万元及 2,083.12 万元。2016 年起，公司内销业务呈爆发式增长，而受国庆、“双十一”等活动影响，国内家用电器业务在第四季度销售占比较高。根据公司 2016 年第三季度报告及 2016 年度报告，公司 2016 年 1-9 月销售收入约占全年销售收入的 69.37%。据此推算，预计 2017 年度年产 800 万台家居环境清洁电器扩产项目及年产 1,200 万台微特电

机扩产项目将实现净利润 17,885.60 万元及 3,002.91 万元，预计可达到预期，与首发招股说明书披露情况基本一致。

（二）技术研发检测中心及信息管理系统升级项目实现效益情况

根据首发招股说明书，本项目不直接生产产品，其效益将从公司研发新产品和提供技术支撑服务中间接体现。通过本项目的实施，将增强公司的自主创新能力，加快科技成果的转化步伐，不断提高产品的技术含量和技术竞争力，为公司规划中的新产品开发项目提供有力支持，通过公司产品的提升和创新间接获取市场利润，使公司不断提升核心竞争力。

本项目实施以来，公司不断研发新产品，深化产品无线化、智能化发展，以适应国内消费升级。2015 年，公司成功推出“魔净 K8——超大洁净空气量净化器”（被中国家电研究院评选为 2015 年“智享之选”推荐产品）；以及“魔洁 M8——大吸力数码电机多功能无线吸尘器”，并以该产品应用的技术申请了 18 项发明专利。2017 年 9 月 26 日，公司在苏州举办了以“创新黑科技，极致洁净体验”为主题的 2017 年新品发布会，现场展示了立式多功能大吸力无线宠物吸尘器魔洁 M9、超大洁净空气量净化器魔净 K9 以及碧云泉免安装智能净水机等三大系列 15 个新品。

（三）国内营销网络建设项目事项效益情况

该项目无法单独核算效益。

根据首发招股说明书，公司国内营销网络建设项目承诺在原有（2011 年 12 月 31 日）国内营销网络基础上新增 450 家百货店、750 家家电卖场店和 300 家超级市场店，共计 1,500 家。截至 2015 年 12 月 31 日，本公司已在原有国内营销网络基础上，新增百货店 344 家、家电卖场店 1,661 家、超级市场店 621 家，共计 2,626 家，总数超过原有规划数量，各类型店面布局有所变动。

二、保荐机构核查意见

保荐机构查阅了《会计师事务所关于前次募集资金使用情况的专项报告》，查阅了 2017 年 1-9 月财务报表、销售明细、前次募集资金效益测算明细表及公司门店明细表，并对比了首发招股说明书披露情况。

经核查，保荐机构认为，发行人前次募集资金的使用情况与效益情况与首发招股说明书披露情况基本一致。

问题 2、申请人本次拟募集资金 120,291.10 万元，其中 49,439.00 万元用于生产基地自动化技改项目项目，44,588.40 万元用于年产 400 万台环境清洁电器及园林工具扩产项目，26,263.70 万元用于国内营销仓储物流中心建设及网络升级项目。请申请人补充说明：（1）募投项目的具体建设内容，具体投资数额安排明细，投资数额的测算依据和测算过程，募集资金投入部分对应的投资项目，各项投资构成是否属于资本性支出。（2）是否存在置换本次发行可转债相关董事会决议日前募投项目已投入资金的情况。（3）募投项目的募集资金使用和项目建设的进度安排。（4）结合报告期内同类产品以及同行业产品毛利率的情况说明募投项目效益测算的过程及谨慎性。（5）募投项目的实施主体和资金投入方式，是否存在损害中小股东利益的情形。（6）募投项目与申请人现有主业之间的关系，是否存在开展相关项目的业务基础和技术、人员、客户等资源储备。（7）募投项目新增产能消化措施。是否具有足够的订单、合同支持。请保荐机构对上述事项进行核查并发表意见。

【回复】

一、募投项目的具体建设内容，具体投资数额安排明细，投资数额的测算依据和测算过程，募集资金投入部分对应的投资项目，各项投资构成是否属于资本性支出

（一）生产基地自动化技改项目

生产基地自动化技改项目拟通过现有厂房改造升级，引进先进生产设备，对现有生产线进行自动化改造等手段，从而有效提升公司电池包车间、电机车间、精密压铸车间、总装车间的自动化生产水平，并引入研发管理软件、生产管理软件，进一步提高工业制造信息化水平，生产销售无刷电机及环境清洁电器。

本项目总投资额 53,368.49 万元，主要包括建设投资 5,525.00 万元、设备投资 43,914.00 万元、预备费投资 2,471.95 万元和铺底流动资金 1,457.54 万元，其中募集资金投入 49,439.00 万元，自有资金投入 3,929.49 万元，明细如下：

单位：万元

序号	项目	子项目	总投资额	是否属于资本性支出	募集资金投入
1	建设投资	改造工程费用	5,525.00	是	5,525.00
2	设备投资	设备购置费	43,914.00	是	43,914.00
3	预备费	预备费	2,471.95	否	-
4	铺底流动资金	铺底流动资金	1,457.54	否	-
合计			**53,368.49**		**49,439.00**

本项目投资主要用于公司 45,500 平方米的厂区技改建设工程，购置新生产线、加工设备、检测设备、辅助设备等，除项目预备费及铺底流动资金外，均为资本性支出。资本性支出占比 92.64%，非资本性支出占比 7.36%。其中项目预备费及铺底流动资金由公司自筹资金投入。

各项投资数额的测算依据及过程如下：

1、建设投资

本项目建设投资用于公司 45,500 平方米的厂区技改建设工程，规划厂区划分包括：电机车间 4 个共 30,500 平方米、电池包车间 1 个共 2,000 平方米，精密压铸车间 1 个 12,000 平方米以及无尘化车间 1 个 1,000 平方米。单价分别参考当地同类型厂房改造成本估算，建设投资额合计 5,525.00 万元，投资明细情况如下表所示：

序号	项目	面积（平方米）	单位	单价（元/平米）	总价（万元）
1	**电机生产线技改**	**30,500.00**	**平米**		**2,225.00**
1.1	电机一厂大楼承重加固	10,000.00	平米	600.00	600.00
1.2	电机三厂改造	15,000.00	平米	900.00	1,350.00
1.3	电机注塑厂房改造	1,500.00	平米	500.00	75.00
1.4	冲压工厂改造	4,000.00	平米	500.00	200.00
2	**电池包生产线技改**	**2,000.00**	**平米**	**2,000.00**	**400.00**
3	**车间无尘化改造**	**1,000.00**	**平米**	**3,800.00**	**380.00**
4	**精密压铸件生产线技改**	**12,000.00**	**平米**	**2,100.00**	**2,520.00**
合计					**5,525.00**

2、设备投资

本项目需要增购设备共计 332 台（条、套、台、批），包括硬件设备和软件，设备的单价按市场价计算，金额总计 43,914.00 万元。具体购置明细如下：

序号	设备名称	数量	单位	单价（万元）	金额（万元）
一、电机生产线					
1	测功机升级改造	5	台	10.00	50.00
2	车间配套中央空调	2	套	150.00	300.00
3	冲压机器人	10	台	15.00	150.00
4	大功率耐用型粉碎机	3	台	5.00	15.00
5	电机机器人装箱及码垛	31	套	40.00	1,240.00
6	注塑机	13	台	35.39	460.00
7	降噪老化机	10	台	20.00	200.00
8	电机自动化升级改造	3	条	100.00	300.00
9	电机铁芯生产线	5	条	310.00	1,550.00
10	电机自动生产线	18	条	850.00	15,300.00
11	噪音测试机	3	台	40.00	120.00
12	粘磁瓦机器人	2	条	40.00	80.00
13	电机自动装装配线	10	条	147.00	1,470.00
14	直流机壳冲压生产线	1	条	200.00	200.00
15	直流转子后道连线改造	2	台	30.00	60.00
16	智能物流 AGV	58	台	10.00	580.00
17	转子滴漆自动上下料机	6	台	30.00	180.00
18	转子线机器人改造	5	条	84.00	420.00
19	转子线旧设备置换	20	台	17.00	340.00
20	自动铭牌张贴机	6	台	5.00	30.00
				小计	**23,045.00**
二、电池包生产线					
1	自动化电池包生产线	2	条	763.00	1,526.00
				小计	**1,526.00**
三、车间无尘化改造					
1	空调系统	1	套	200.00	200.00

2	ESD 静电防护系统	1	套	50.00	50.00
3	其他辅助设备	1	套	100.00	100.00
				小计	**350.00**
四、精密压铸件生产线					
1	压铸机	12	台	138.33	1,660.00
2	机器人及配套	18	台	105.56	1,900.00
3	集中熔解炉	2	台	100.00	200.00
4	加工中心	20	台	50.00	1,000.00
5	数控车床	10	台	35.00	350.00
6	超声波清洗机	1	台	100.00	100.00
7	空压机	2	台	70.00	140.00
8	其他生产辅助设备	15	台	10.00	150.00
小计					**5,500.00**
五、产品总装自动化改造					
1	总装线自动化改造	5	条	943.60	4,718.00
2	注塑线自动化改造	3	条	520.00	1,560.00
小计					**6,278.00**
六、研发平台					
1	服务器	4	批	375.00	1,500.00
2	存储设备	1	批	200.00	200.00
3	客户端	2	批	400.00	800.00
小计					**2,500.00**
七、软件设备					
1	MES 系统	6	套	221.67	1330.00
2	WMS 系统	2	套	100.00	200.00
3	上料系统	1	套	20.00	20.00
4	采购供应链跟踪系统	1	套	50.00	50.00
5	IQC 系统	3	套	15.00	45.00
6	在线测试数据网络系统存储	1	套	20.00	20.00
7	出入库自动扫描记录系统	1	套	20.00	20.00
8	智能排产系统	1	套	30.00	30.00
9	产品管理软件	3	套	1,000.00	3,000.00
小计					**4,715.00**

合计	**43,914.00**

3、预备费

本项目预备费 2,471.95 万元，是指因建设期内无法精确估算的不确定性因素所带来的投入增加所计提的预备费用，根据公司以往项目经验取建设投资中建设投资、设备投资之和的 5%进行测算，由公司自筹资金进行投资。

4、铺底流动资金

本项目铺底流动资金根据项目的销售情况结合项目流动资产和流动负债的周转情况进行合理预测，投资金额为 1,457.54 万元，由公司自筹资金进行投资。

（二）年产 400 万台环境清洁电器及园林工具扩产项目

年产 400 万台环境清洁电器及园林工具扩产项目拟通过新建厂房、引进先进生产设备、新建模具开发、注塑成型、产品总装等生产线，生产环境清洁电器、园林工具产品。

本项目总投资额 49,347.63 万元，主要包括建设投资 25,497.40 万元、设备投资 19,091.00 万元、预备费投资 2,229.42 万元和铺底流动资金 2,529.81 万元，其中募集资金投入 44,588.40 万元，自有资金投入 4,759.23 万元，具体内容如下：

序号	项目	子项目	总投资额	是否属于资本性支出	募集资金投入
1.1	建设投资	建筑工程费用	15,436.00	是	15,436.00
1.2	建设投资	装修工程费用	10,061.40	是	10,061.40
2	设备投资	设备购置费	19,091.00	是	19,091.00
3	预备费	预备费	2,229.42	否	-
4	铺底流动资金	铺底流动资金	2,529.81	否	-
合计			**49,347.63**		**44,588.40**

本项目投资主要用于公司 77,180 平方米的厂区建设工程及装修，购置新生产线、加工设备、检测设备、辅助设备等，除项目预备费及铺底流动资金外，均为资本性支出。资本性支出占比 90.36%，非资本性支出占比 9.64%。其中预备费及铺底流动资金由公司自筹资金投入。

各项投资数额的测算依据及过程如下：

1、建设投资

本项目建筑面积 77,180 平方米，建设投资估算为 25,497.40 万元，其中总装及注塑车间建筑面积 54,500 平方米，造价为 3,300 元/平方米；模具车间建筑面积 21,280 平方米，造价为 3,300 元/平方米；检测车间建筑面积 1,400 平方米，造价为 3,500 元/平方米，造价符合当地同类型生产车间建造水平。

序号	项目	面积（平方米）	单位	单价（元/平米）	总价（万元）
1	**总装及注塑车间**	**54,500.00**	**平米**		**17,985.00**
1.1	建筑工程费用	54,500.00	平米	2,000.00	10,900.00
1.2	装修工程费用	54,500.00	平米	1,300.00	7,085.00
2	**模具车间**	**21,280.00**	**平米**		**7,022.40**
2.1	建筑工程费用	21,280.00	平米	2,000.00	4,256.00
2.2	装修工程费用	21,280.00	平米	1,300.00	2,766.40
3	**检测车间**	**1,400.00**	**平米**	**3,500.00**	**490.00**
3.1	建筑工程费用	1,400.00	平米	2,000.00	280.00
3.2	装修工程费用	1,400.00	平米	1,500.00	210.00
合计					**25,497.40**

2、设备投资

本项目需要增购设备共计 2,324 台（条、套、台），包括硬件和软件。设备的单价按市场价计算，具体购置设备如下：

序号	设备名称	数量	单位	单价（万元）	金额（万元）
一、注塑车间					
1	注塑机及辅助设备	84	套	41.00	3,444.00
2	车间空调送风系统	3	套	75.00	225.00
3	空压机	3	台	15.00	45.00
4	起重机	20	台	15.00	300.00
5	冷却水及冰水系统	2	套	120.00	240.00
6	辅助设备	2	套	162.50	325.00
7	设备维修工具及车铣床	1	台	60.00	60.00
8	钢结构平台及集中加料系统	6	条	60.00	360.00

9	注塑废气处理设施	2	套	165.00	330.00
10	机器人	20	台	20.00	400.00
11	电梯/升降平台	4	部	20.00	80.00
12	粉碎机	5	台	10.00	50.00
13	工装夹具	100	个	1.00	100.00
小计					**5,959.00**
二、总装车间					
1	线体	10	条	14.00	140.00
2	空调系统	1	套	500.00	500.00
3	办公室空调	30	台	1.00	30.00
4	空压机系统	2	套	20.00	40.00
5	自动包装扫码系统	12	条	46.00	552.00
6	自动升降系统	16	条	10.00	160.00
7	物料牵引车	20	台	15.00	300.00
8	机器人	5	台	73.00	365.00
9	自动螺丝机	10	台	7.00	70.00
10	自动涂胶机	5	台	3.00	15.00
11	超声波	6	台	5.00	30.00
12	自动焊接线	5	条	20.00	100.00
13	新品检验设备和工装	10	套	20.00	200.00
14	辅助设备	13	套	2.62	34.00
15	电池包线路板恒温存储仓库	3	套	30.00	90.00
16	台车	1780	个	0.30	534.00
17	自动货架	20	套	82.00	1,640.00
小计					**4,800.00**
三、模具车间					
1	放电机	20	台	89.00	1,780.00
2	慢走丝	13	台	94.00	1,222.00
3	CNC	23	台	84.35	1,940.00
4	三次元	3	台	78.33	235.00
5	QA 影像仪	1	台	80.00	80.00
6	合模机	8	台	60.00	480.00
7	磨床	17	台	7.65	130.00

8	起重行车	36	台	30.00	1,080.00
9	其它辅助生产设备	1	套	450.00	450.00
小计					**7,397.00**
四、检测车间					
1	检测设备	1	套	755.00	755.00
小计					**755.00**
五、软件设备					
1	办公及管理系统	1	套	180.00	180.00
小计					**180.00**
合计					**19,091.00**

3、预备费

本项目预备费 2,229.42 万元，是指因建设期内无法精确估算的不确定性因素所带来的投入增加所计提的预备费用，根据公司以往项目经验取建设投资中建设投资、设备投资之和的 5%进行测算，由公司自筹资金进行投资。

4、铺底流动资金

本项目铺底流动资金根据项目的销售情况结合项目流动资产和流动负债的周转情况进行合理预测，投资金额为 2,529.81 万元，由公司自筹资金进行投资。

（三）国内营销仓储物流中心建设及网络升级项目

国内营销仓储物流中心建设及网络升级项目拟在江苏省苏州市建设自动化仓库，用于公司国内销售产品的仓储和物流，并在全国范围内新建 1,100 门店，对现有的 900 家门店进行装修升级，采用电商 ERP 等营销管理系统，推动公司国内销售网络升级。本项目的实施，一方面，通过自动化仓库建设，节约公司仓库占地，增强仓储能力，加快仓储物流速度，提高公司内部运营效率，增强企业竞争力；另一方面，项目将通过新增门店和现有门店升级，完善公司国内线下零售体系，提升公司品牌形象，促进公司业绩增长，并运用信息化系统管理国内营销网络，加强公司国内营销管理，提升公司效率。

本项目总投资额 27,576.89 万元，主要包括建设投资 1,462.50 万元、设备投资 24,801.20 万元、预备费投资 1,313.19 万元。其中募集资金投入 26,263.70 万元，

自有资金投入 1,313.19 万元，具体内容如下：

单位：万元

序号	项目	总投资额	是否属于资本性支出	募集资金投入
1	建设投资	1,462.50	是	1,462.50
2	设备投资	24,801.20	是	24,801.20
3	预备费	1,313.19	否	-
合计		**27,576.89**		**26,263.70**

本项目投资主要用于公司 11,250 平方米的厂区自动化仓库建设工程及装修相关费用，自动化仓库设备购置、门店装修及设备购置以及软件设备，除项目预备费外，均为资本性支出。资本性支出占比 95.24%，非资本性支出占比 4.76%。其中项目预备费由公司自筹资金投入。

各项投资数额的测算依据及过程如下：

1、建设投资

本项目拟对建筑面积为 11,250 平米的自动化仓库厂房进行装修，装修单价参考当地同类型自动化仓库装修成本估算，装修单价为 1,300 元每平米，建设投资额合计 1,462.50 万元。

2、设备投资

本项目中设备投资总计 24,801.20 万元，包括国内营销仓储物流中心软硬件设备投资、门店装修及设备购置费、销售管理软件费用。国内营销仓储物流中心软硬件设备投资及销售管理软件的单价按市场价格估算，门店装修及设备购置费的价格参照供应商报价估算，项目所需设备投资明细如下：

序号	设备名称	单位	单价（万元）	数量	总金额（万元）
一、自动化仓库建设					
1	箱式输送机	台	2.20	187	410.70
2	机械手	台	70.00	7	490.00
3	伸缩皮带机	台	15.00	4	60.00
4	操作台	台	2.00	12	24.00
5	托盘输送机	条	3.00	310	930.00

序号	设备名称	单位	单价（万元）	数量	总金额（万元）
6	拆码盘机	台	7.50	2	15.00
7	缠膜机	台	20.00	1	20.00
8	双伸位堆垛机	台	70.00	20	1,400.00
9	货位	个	0.04	30,000	1,200.00
10	计算机硬件	台	30.00	1	30.00
11	电脑+打印机+扫描	套	1.00	18	18.00
12	平衡重叉车	辆	18.00	3	54.00
13	塑料托盘	块	0.03	32,450	973.50
14	其他设备	套	27.45	11	302.00
小计					**5,927.20**
二、营销网络升级					
1	门店装修及设备购置费	批	8,862.00	1	8,862.00
2	门店装修及设备购置费	批	8,804.00	1	8,804.00
小计					**17,666.00**
三、软件设备					
序号	**设备名称**	**单位**	**单价（万元）**	**数量**	**总金额（万元）**
1	WMS&WCS	套	558.00	1	558.00
2	电商 ERP	套	50.00	1	50.00
3	物联网私有云平台	套	300.00	1	300.00
4	售后服务系统	套	150.00	1	150.00
5	客户管理系统	套	150.00	1	150.00
小计					**1,208.00**
合计					**24,801.20**

门店装修及设备购置费合计 17,666.00 万元，包括 1,100 家新建线下零售店的门店装修及设备购置，和 900 家现有线下零售店的门店装修及设备购置，其具体估算如下：

项目	门店类型	店铺面积	单店装修及设备投入（单位：万）	数量（家）		金额（万元）		总金额（万元）
				T+1	T+2	T+1	T+2	
门店新	百货购	60m^2-80m^2	20	100	80	2,000.00	1,600.00	3,600.00

项目	门店类型	店铺面积	单店装修及设备投入（单位：万）	数量（家）		金额（万元）		总金额（万元）
				T+1	T+2	T+1	T+2	
建	物中心	40m²-60m²	15	100	80	1,500.00	1,200.00	2,700.00
	3C 旗舰店	面积＞40m²	8	100	80	800.00	640.00	1,440.00
		30m²-40m²	4	75	45	300.00	180.00	480.00
		20m²-30m²	3	50	30	150.00	90.00	240.00
	地方家电	面积＞40m²	8	120	72	960.00	576.00	1,536.00
		30m²-40m²	4	65	39	260.00	156.00	416.00
		20m²-30m²	3	40	24	120.00	72.00	192.00
	小计			650	450	6,090.00	4,514.00	10,604.00
门店升级	百货购物中心	60m²-80m²	20	40	60	800.00	1,200.00	2,000.00
		40m²-60m²	15	30	50	450.00	750.00	1,200.00
	3C 旗舰店	面积＞40m²	8	70	90	560.00	720.00	1,280.00
		30m²-40m²	4	60	90	240.00	360.00	600.00
		20m²-30m²	3	40	60	120.00	180.00	300.00
	地方家电	面积＞40m²	8	48	80	384.00	640.00	1,024.00
		30m²-40m²	4	32	80	128.00	320.00	448.00
		20m²-30m²	3	30	40	90.00	120.00	210.00
	小计			350	550	2,772.00	4,290.00	7,062.00
合计				**1,000**	**1,000**	**8,862.00**	**8,804.00**	**17,666.00**

以公司 2017 年新建设的部分门店为例，其主要情况如下：

单位：万元

类别	门店名称	面积（m²）	装修投入
百货购物中心	苏州中心店	123	43.88
	上海虹桥新天地店	88	26.00
	沈阳恒隆广场店	64	22.90
3C 旗舰店	北京大中中塔店	80	15.00
地方家电	重庆百大解放碑商社	32	8.00

由上表可知，公司 2017 年实际单位门店支出在 8-50 万元之间。本次国内营

销仓储物流中心建设及网络升级项目中，公司按照每家门店 3-20 万元保守预估门店装修及设备购置费。

公司门店的实际效果图

3、预备费

本项目预备费 1,313.19 万元，是指因建设期内无法精确估算的不确定性因素所带来的投入增加所计提的预备费用，根据公司以往项目经验取建设投资中建设投资、设备投资之和的 5%进行测算，由公司自筹资金进行投资。

二、是否存在置换本次发行可转债相关董事会决议日前募投项目已投入资金的情况

2017 年 8 月 21 日，公司第四届董事会第二次会议审议通过《关于公司本次公开发行可转换公司债券方案的议案》等相关议案，上述议案已经公司 2017 年第一次临时股东大会审议通过。截至 2017 年 8 月 21 日，本次募集资金投资项目尚未开工建设，未发生相关的项目成本支出，不存在置换本次发行可转债董事会决议日前募投项目已投入资金的情形。

三、募投项目的募集资金使用和项目建设的进度安排

（一）生产基地自动化技改项目

1、本次募投项目募集资金的预计使用进度

本项目假设公司募集资金到位当年为 T 年，预计使用进度安排如下所示：

单位：万元

序号	项目	T+1	T+2	合计
1	建设投资	5,525.00	-	5,525.00
2	设备投资	29,234.40	14,679.60	43,914.00
3	预备费	1,737.97	733.98	2,471.95
4	铺底流动资金	-	1,457.54	1,457.54
	总投资金额	**36,497.37**	**16,871.12**	**53,368.49**

2、本次募投项目建设的预计进度安排

本项目用于电机、电机注塑、冲压、无尘化、精密压铸车间的技术改造。项目建设期为 2 年，第 4 年项目达到最大产能。

本项目建设期分如下四个阶段工作实施：

第一阶段为工程阶段，历时 2 个季度，主要工作为生产车间主体工程装修改造；

第二阶段为设备采购阶段，历时 6 个季度，主要是设备采购；

第三阶段为人员招聘及培训阶段，历时 4 个季度，主要是结合生产工序需要配备人员并完成人员的培训；

第四阶段为设备调试及试产阶段，历时 4 个季度，主要是工艺流程投产准备、工程试运营投产等。

项目建设实施进度计划如下表所示：

项目	T+1				T+2			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
工程施工								
设备采购								
人员招聘及培训								
设备调试、试产								

（二）年产 400 万台环境清洁电器及园林工具扩产项目

1、本次募投项目募集资金的预计使用进度

本项目假设公司募集资金到位当年为 T 年，预计使用进度安排如下所示：

单位：万元

序号	项目	T+1	T+2	合计
1	建设投资	25,497.40	-	25,497.40
2	设备投资	11,526.60	7,564.40	19,091.00
3	预备费	1,851.20	378.22	2,229.42
4	铺底流动资金	-	2,529.81	2,529.81
	总投资金额	**38,875.20**	**10,472.43**	**49,347.63**

2、本次募投项目建设的预计进度安排

本项目建设期 2 年，第 2 年开始生产，第 5 年达产。本项目建设期分如下四个阶段工作实施：

第一阶段为工程阶段，历时 4 个季度，主要工作为生产车间主体工程施工；

第二阶段为设备采购阶段，历时 5 个季度，主要是设备采购；

第三阶段为人员招聘及培训阶段，历时 4 个季度，主要是结合生产工序需要配备人员并完成人员的培训；

第四阶段为设备调试及试产阶段，历时 4 个季度，主要是工艺流程投产准备、工程试运营投产等。

项目建设实施进度计划如下表所示：

项目	T+1				T+2			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
工程施工								
设备采购								
人员招聘及培训								
设备调试、试产								

（三）国内营销仓储物流中心建设及网络升级项目

1、本次募投项目募集资金的预计使用进度

本项目假设公司募集资金到位当年为 T 年，预计使用进度安排如下所示：

单位：万元

项目	T+1	T+2	合计
建设投资	1,462.50	-	1,462.50
设备投资	13,626.32	11,174.88	24,801.20
预备费	754.44	558.74	1,313.19
合计	**15,843.26**	**11,733.62**	**27,576.89**

2、本次募投项目建设的预计进度安排

本项目一方面建设国内营销仓储物流中心，另一方面对国内线下营销网络，在全国新开 1,100 家零售门店，同时对 900 家现有的零售门店进行装修升级。

（1）国内营销仓储物流中心建设

本项目建设期 2 年，建设期分如下三个阶段工作实施：

第一阶段为工程阶段，历时 4 个季度，主要工作为生产车间主体工程施工；

第二阶段为设备采购阶段，历时 5 个季度，主要是设备采购；

第三阶段为人员招聘及培训阶段，历时 4 个季度，主要是配备人员并完成人员的培训。

项目建设实施进度计划如下表所示：

项目	T+1				T+2			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
工程施工								
设备采购								
人员招聘及培训								

（2）国内营销网络升级

假定募集资金到位时间为 T，募集资金到位后第一年，公司拟建设 650 家新门店，并对 350 家现有门店进行升级，在第二年，拟建设 450 家新门店，并对 550 家现有门店进行升级，项目建设实施进度计划如下表所示：

项目	门店类型	店铺面积	数量（家）	
			T+1	T+2
门店新建	百货购物中心	$60m^2$-$80m^2$	100	80
		$40m^2$-$60m^2$	100	80
	3C 旗舰店	面积＞$40m^2$	100	80
		$30m^2$-$40m^2$	75	45
		$20m^2$-$30m^2$	50	30

项目	门店类型	店铺面积	数量（家）	
			T+1	T+2
	地方家电	面积＞40m^2	120	72
		30m^2-40m^2	65	39
		20m^2-30m^2	40	24
	小计		**650**	**450**
门店升级	百货购物中心	60m^2-80m^2	40	60
		40m^2-60m^2	30	50
	3C 旗舰店	面积＞40m^2	70	90
		30m^2-40m^2	60	90
		20m^2-30m^2	40	60
	地方家电	面积＞40m^2	48	80
		30m^2-40m^2	32	80
		20m^2-30m^2	30	40
	小计		**350**	**550**
	合计		**1,000**	**1,000**

四、结合报告期内同类产品以及同行业产品毛利率的情况说明募投项目效益测算的过程及谨慎性

（一）生产基地自动化技改项目

1、项目投资效益总体情况

本项目计算期为 11 年，其中建设期 2 年。项目投产第一年（计算期第 2 年）达到设计生产能力的 40%，投产第二年（计算期第 3 年）达到设计生产能力的 70%，投产第三年（计算期第 4 年）完全达产。

项目达产后主要的经济效益指标如下：

项目	单位	金额
年均营业收入	万元	57,000.00
年均总成本	万元	46,527.47
年均税金及附加	万元	549.07
年均利润总额	万元	9,923.46
年均净利润	万元	8,434.94

项目	单位	金额
年均毛利率	%	30.68
内部收益率（IRR）税后	%	19.58
净现值（NPV）税后	万元	15,391.81
回收期（税后）（含建设期）	年	5.88

注：年均数据指标是指项目达产后年均值。

2、营业收入测算过程

本项目营业收入的测算系以 2015 年-2016 年平均市场价格及价格变动趋势为基础，根据谨慎性原则预估未来市场价格，并根据各年销量情况测算得出。营业收入测算过程如下表所示：

项目	T+1	T+2	T+3	T+4~11
总营业收入（万元）	-	22,800.00	39,900.00	57,000.00
环境清洁电器（万元）	-	14,400.00	25,200.00	36,000.00
单价（元/台）	300.00	300.00	300.00	300.00
产量(万台)	-	48.00	84.00	120.00
无刷数码电机（万元）	-	8,400.00	14,700.00	21,000.00
单价（元/台）	70.00	70.00	70.00	70.00
产量(万台)	-	120.00	210.00	300.00

环境清洁电器、无刷数码电机 2015-2016 年的平均价格、价格变动趋势与本次测算所采用价格对比表如下表所示：

项目	单价（元）			定价（元/台）
	2015 年	2016 年	平均	
环境清洁电器	276.36	317.59	296.97	300.00
无刷数码电机	n/a	74.86	74.86	70.00

注：公司 2016 年开始对外销售无刷数码电机

3、成本费用测算过程

项目成本及费用情况如下表所示：

单位：万元

项目	T+1	T+2	T+3	T+4	T+5	T+6

1、营业成本	-	16,618.77	28,628.97	39,509.97	39,509.97	39,509.97
1.1 原材料	-	11,544.00	20,202.00	28,860.00	28,860.00	28,860.00
其中：原材料-环境清洁电器	-	7,344.00	12,852.00	18,360.00	18,360.00	18,360.00
原材料-无刷数码电机	-	4,200.00	7,350.00	10,500.00	10,500.00	10,500.00
1.2 人工成本	-	-	-	-	-	-
1.3 折旧与摊销	-	2,110.77	3,239.97	3,239.97	3,239.97	3,239.97
1.4 制造费用-其他	-	2,964.00	5,187.00	7,410.00	7,410.00	7,410.00
2、销售费用	-	1,368.00	2,394.00	3,420.00	3,420.00	3,420.00
3、管理费用	-	2,487.33	3,427.83	4,368.33	4,368.33	4,368.33
3.1 折旧与摊销	-	1,233.33	1,233.33	1,233.33	1,233.33	1,233.33
3.2 其他管理费用	-	1,254.00	2,194.50	3,135.00	3,135.00	3,135.00
营业总成本	**-**	**20,474.11**	**34,450.81**	**47,298.31**	**47,298.31**	**47,298.31**
付现成本	-	17,130.00	29,977.50	42,825.00	42,825.00	42,825.00
项目	**T+7**	**T+8**	**T+9**	**T+10**	**T+11**	
1、营业成本	39,509.97	39,509.97	39,509.97	39,509.97	39,509.97	
1.1 原材料	28,860.00	28,860.00	28,860.00	28,860.00	28,860.00	
其中：原材料-环境清洁电器	18,360.00	18,360.00	18,360.00	18,360.00	18,360.00	
原材料-无刷数码电机	10,500.00	10,500.00	10,500.00	10,500.00	10,500.00	
1.2 人工成本	-	-	-	-	-	
1.3 折旧与摊销	3,239.97	3,239.97	3,239.97	3,239.97	3,239.97	
1.4 制造费用-其他	7,410.00	7,410.00	7,410.00	7,410.00	7,410.00	
2、销售费用	3,420.00	3,420.00	3,420.00	3,420.00	3,420.00	
3、管理费用	3,135.00	3,135.00	3,135.00	3,135.00	3,135.00	
3.1 折旧与摊销	-	-	-	-	-	
3.2 其他管理费用	3,135.00	3,135.00	3,135.00	3,135.00	3,135.00	
营业总成本	**46,064.97**	**46,064.97**	**46,064.97**	**46,064.97**	**46,064.97**	
付现成本	42,825.00	42,825.00	42,825.00	42,825.00	42,825.00	

具体测算依据如下：

（1）本项目所用原材料成本，参考公司历史财务数据原材料成本占收入比

率，依据保守原则估算取得。

（2）本项目为自动化技术改造项目，新增自动化生产设备，减少操作人员，从而降低人工成本，依据保守原则，不考虑人工成本的减少，人工成本取值为零。

（3）折旧与摊销按照公司折旧摊销政策平均年限法计算，房屋折旧年限为20 年，其它固定资产折旧年限为 10 年，残值率为 10%，土地使用权按 50 年摊销，软件按照 5 年摊销。

（4）其他费用包括销售费用、管理费用、其他制造费用，参照公司历史财务数据估算，依据保守原则估算取得。

4、税金测算过程

税金及附加按国家规定计取，城市维护建设税和教育费附加分别按增值税的7%和 5%提取，产品缴纳增值税，税率为 17%，企业所得税税率 15%。

5、项目收益测算合理性分析

（1）募投项目产品收入情况分析

本募投项目完全达产后新增环境清洁电器产能 120 万台/年，主要用于国内销售，预计四年达产后年收入 36,000 万元；新增无刷数码电机产能 300 万台/年，用于国内及出口销售，预计四年达产后年收入 21,000 万元。

受益于环境清洁电器行业产品无线化升级以及国内消费升级趋势影响，2016年起公司内销业务实现爆发式增长。2016 年公司实现内销收入 10.18 亿元，同比增长 43.78%；2017 年 1-6 月公司实现内销收入 8.79 亿元，同比增长 99.15%，其中环境清洁电器实现销售 6.43 亿元，同比增长 115.14%。未来，公司将通过本次国内营销网络升级项目进一步增强莱克电气高端品牌形象，并深入发展电视购物、网络购物等新兴渠道和针对集团客户的商用专有渠道，进一步实现国内销售收入的增长。

自设立以来，公司一直专注于电机及以电机为核心部件的家用电器的技术研究，自主研发的无刷数码电机及离心风机技术的技术水平居于业内领先地位。公司现有无刷数码电机产品取消了传统电机的机械电刷、换向器结构，体积小、重

量轻、稳定性好，能够实现低速大功率运行，省去减速机直接驱动大的负载，不产生电火花，不造成无线电干扰，耐颠簸震动、噪音低、运转平滑，寿命长。公司于 2016 年起对外销售无刷数码电机，当年实现收入 3,442.91 万元；2017 年上半年公司无刷数码电机产品业务保持高速增长，实现销售收入 7,668.02 万元，超过去年全年水平。

综上，公司未来环境清洁电器和无刷数码电机的部分增量收入将由生产基地自动化技改项目实现。

（2）募投项目产品毛利率分析

①同类产品毛利率比较

项 目	募投项目测算毛利率	产品	2017 年 1-6 月	2016 年	2015 年
毛利率	30.68%	环境清洁电器	32.32%	29.50%	23.71%
		无刷数码电机	28.13%	32.15%	n/a

注：公司 2016 年开始对外销售无刷数码电机

经测算，本项目的综合毛利率为 30.68%，与公司现有环境清洁电器、无刷数码电机的毛利率较为接近。

②同行业产品毛利率比较

本项目的收益主要是通过销售环境清洁电器与无刷数码电机实现，同行业上市公司主要包括美的集团（000333）、苏泊尔（002032）、大洋电机（002249），本募投项目与同行业上市公司经营数据对比情况如下：

项 目	募投项目测算情况	同行业公司	2017 年 1-6 月	2016 年	2015 年
毛利率	30.68%	美的股份	27.28%	29.69%	25.03%
		苏泊尔	28.25%	27.79%	27.26%
		大洋电机	21.92%	26.40%	26.56%

注：①数据来源为上市公司公告；

②美的股份未单独披露环境清洁电器的收益情况，其营业收入、毛利率数据选取 2015、2016 年度报告中“小家电”数据以及 2017 年半年度报中消费电器数据；

③大洋电机未单独披露无刷数码电机的收益情况，其毛利率数据选取年度即半年

度报告中“非空调用电机”数据。

经测算，本项目的综合毛利率为 30.68%，与美的股份、苏泊尔的产品毛利率水平较为接近。项目综合毛利率高于大洋电机的非空调用电机产品毛利率，主要系公司推出的无线化、便携化产品无刷数码电机，凭借无刷数码电机核心技术优势，产品核心功能更加完善，增强了自身的议价能力。

综上，生产基地自动化技改项目达产后保守估计收入可达到预计水平，相关产品毛利率符合公司同类产品和行业平均水平，项目期间费用参考公司历史同期水平，收益测算的依据、过程和结果谨慎合理。

（二）年产 400 万台环境清洁电器及园林工具扩产项目

1、项目投资效益总体情况

本项目计算期为 11 年，其中建设期 2 年。项目投产第一年（计算期第 2 年）达到设计生产能力的 30%，投产第二年（计算期第 3 年）达到设计生产能力的 60%，投产第三年（计算期第 4 年）达到设计生产能力的 90%，投产第四年（计算期第 5 年）完全达产。

项目达产后主要的经济效益指标如下：

项目	单位	金额
年均营业收入	万元	105,000.00
年均总成本	万元	89,439.59
年均税金及附加	万元	1,040.40
年均利润总额	万元	14,520.01
年均净利润	万元	10,890.00
年均毛利率	%	26.33
内部收益率（IRR）税后	%	20.00
净现值（NPV）税后	万元	18,391.51
回收期（税后）（含建设期）	年	6.06

注：年均数据指标是指项目达产后年均值。

2、营业收入测算过程

本项目营业收入的测算系以 2015 年-2016 年平均市场价格及价格变动趋势

为基础，根据谨慎性原则预估未来市场价格，并根据各年销量情况测算得出。

营业收入测算过程如下表所示：

项目	T+1	T+2	T+3	T+4	T+5~11
总营业收入（万元）	-	31,500.00	63,000.00	94,500.00	105,000.00
环境清洁电器（万元）	-	18,000.00	36,000.00	54,000.00	60,000.00
单价（元/台）	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00
产量(万台)	-	60.00	120.00	180.00	200.00
园林工具（万元）	-	13,500.00	27,000.00	40,500.00	45,000.00
单价（元/台）	225.00	225.00	225.00	225.00	225.00
产量(万台)	-	60.00	120.00	180.00	200.00

环境清洁电器、园林工具产品 2015-2016 年的平均价格、价格变动趋势与本次测算所采用价格对比表如下表所示：

项目	单价（元）			定价（元/台）
	2015 年	2016 年	平均	
环境清洁电器	276.36	317.59	296.97	300.00
园林工具	215.89	237.46	226.67	225.00

3、成本费用测算过程

项目成本及费用情况如下表所示：

单位：万元

项目	T+1	T+2	T+3	T+4	T+5	T+6
1、营业成本	-	26,074.49	48,988.48	70,042.85	76,939.44	77,073.67
1.1 原材料	-	16,200.00	32,400.00	48,600.00	54,000.00	54,000.00
其中：原材料-环境清洁电器	-	9,180.00	18,360.00	27,540.00	30,600.00	30,600.00
原材料-园林工具	-	7,020.00	14,040.00	21,060.00	23,400.00	23,400.00
1.2 人工成本	-	3,783.00	5,820.12	6,579.49	6,711.08	6,845.30
1.3 折旧与摊销	-	1,996.49	2,578.36	2,578.36	2,578.36	2,578.36
1.4 制造费用-其他	-	4,095.00	8,190.00	12,285.00	13,650.00	13,650.00
2、销售费用	-	1,890.00	3,780.00	5,670.00	6,300.00	6,300.00
3、管理费用	-	1,763.27	3,495.77	5,228.27	5,805.77	5,805.77

3.1 折旧与摊销	-	30.77	30.77	30.77	30.77	30.77
3.2 其他管理费用	-	1,732.50	3,465.00	5,197.50	5,775.00	5,775.00
营业总成本	**-**	**29,727.76**	**56,264.25**	**80,941.12**	**89,045.21**	**89,179.43**
付现成本	-	27,700.50	53,655.12	78,331.99	86,436.08	86,570.30
项目	**T+7**	**T+8**	**T+9**	**T+10**	**T+11**	
1、营业成本	77,210.57	77,350.22	77,492.65	77,637.94	77,786.13	
1.1 原材料	54,000.00	54,000.00	54,000.00	54,000.00	54,000.00	
其中：原材料-环境清洁电器	30,600.00	30,600.00	30,600.00	30,600.00	30,600.00	
原材料-园林工具	23,400.00	23,400.00	23,400.00	23,400.00	23,400.00	
1.2 人工成本	6,982.21	7,121.85	7,264.29	7,409.57	7,557.77	
1.3 折旧与摊销	2,578.36	2,578.36	2,578.36	2,578.36	2,578.36	
1.4 制造费用-其他	13,650.00	13,650.00	13,650.00	13,650.00	13,650.00	
2、销售费用	6,300.00	6,300.00	6,300.00	6,300.00	6,300.00	
3、管理费用	5,775.00	5,775.00	5,775.00	5,775.00	5,775.00	
3.1 折旧与摊销	-	-	-	-	-	
3.2 其他管理费用	5,775.00	5,775.00	5,775.00	5,775.00	5,775.00	
营业总成本	**89,285.57**	**89,425.22**	**89,567.65**	**89,712.94**	**89,861.13**	
付现成本	86,707.21	86,846.85	86,989.29	87,134.57	87,282.77	

具体测算依据如下：

（1）本项目所用原材料成本，参考公司历史财务数据原材料成本占收入比率，依据保守原则估算取得。

（2）人工成本参照公司相应岗位薪酬，考虑人员工资增幅，根据项目实际所需要新增人员数量，依据保守原则取值。

（3）折旧与摊销按照公司折旧摊销政策平均年限法计算，房屋折旧年限为 20 年，其它固定资产折旧年限为 10 年，残值率为 10%，土地使用权按 50 年摊销，软件按照 5 年摊销。

（4）其他费用包括销售费用、管理费用、其他制造费用，参照公司历史财务数据估算，依据保守原则估算取得。

4、税金测算过程

税金及附加按国家规定计取，城市维护建设税和教育费附加分别按增值税的7%和 5%提取，产品缴纳增值税，税率为 17%，企业所得税税率 25%。

5、项目收益测算合理性分析

（1）募投项目产品收入情况分析

本募投项目完全达产后新增环境清洁电器产能 200 万台/年，主要用于国内销售，预计年收入 60,000 万元；新增园林工具产能 200 万台/年，主要用于出口外销，预计年收入 45,000 万元。

受益于环境清洁电器行业产品无线化升级以及国内消费升级趋势影响，2016年起公司内销业务实现爆发式增长。2016 年公司实现内销收入 10.18 亿元，同比增长 43.78%；2017 年 1-6 月公司实现内销收入 8.79 亿元，同比增长 99.15%，其中环境清洁电器实现销售 6.43 亿元，同比增长 115.14%。未来，公司将通过本次国内营销网络升级项目进一步增强莱克电气高端品牌形象，并深入发展电视购物、网络购物等新兴渠道、针对集团客户的商用专有渠道，通过多元化销售渠道刺激国内销售收入的增长。

园林工具领域，受自主核心零部件电机及电池技术发展影响，公司园林工具产品通过应用无刷数码电机及锂电池技术，实现了动力系统由汽油、交流电向直流电的转型升级，在保持同等效能的前提下替代了非清洁能源，并提升了产品的便携性。欧洲市场方面，装配无刷数码电机的园林工具已经成为主流；美国市场、亚洲市场及其他市场，装配无刷数码电机及锂电池的园林工具也逐步获得消费者认可。GFK[1]数据显示，2016 年上半年英国无线园林工具销量增长超过 14%，销售额增长超过 21%。2017 年上半年，公司园林工具实现收入产品业务保持高速增长，实现销售收入 40,657.40 万元，同比增长 25.94%。

综上，公司未来环境清洁电器和园林工具的部分增量收入将由年产 400 万台环境清洁电器及园林工具扩产项目实现。

1 Gesellschaft für Konsumforschung（捷孚凯市场研究集团），设立于 1934 年，目前在全球范围内的市场研究业务，涉及耐用消费品调查、消费者调查、媒体调查、医疗市场调查和专项研究等方面，并确立了专业性权威。

（2）募投项目产品毛利率分析

①同类产品毛利率比较

项 目	募投项目测算毛利	产品	2017 年 1-6 月	2016 年	2015 年
毛利率	26.33%	环境清洁电器	32.32%	29.50%	23.71%
		园林工具	26.76%	27.00%	18.63%

经测算，本项目的综合毛利率为 26.33%，与公司现有环境清洁电器、园林工具的毛利率较为接近。

②同行业产品毛利率比较

本项目的收益主要是通过销售环境清洁电器与园林工具实现，同行业上市公司主要包括美的集团（000333）、苏泊尔（002032）、中坚科技（002779），本募投项目与同行业上市公司经营数据对比情况如下：

项 目	募投项目测算毛利	同行业公司	2017 年 1-6 月	2016 年	2015 年
毛利率	26.33%	美的股份	27.28%	29.69%	25.03%
		苏泊尔	28.25%	27.79%	27.26%
		中坚科技	22.83%	24.25%	22.75%

注：①取数据来源为上市公司公告；

②美的股份未单独披露环境清洁电器的收益情况，其营业收入、毛利率数据选取的是 2015 年、2016 年报中披露的“小家电”的数据以及 2017 年半年报中披露的消费电器的数据；

经测算，本项目的综合毛利率为 26.33%，与美的股份、苏泊尔的产品毛利率水平较为接近；项目综合毛利率高于中坚科技园林工具产品毛利率，主要因为公司园林工具产品升级，无线充电式产品和手持式产品的比重逐渐增加，同时，产品搭载电机由交流电机向体积更小、综合性能更优的直流电机转变，导致园林工具平均单价较高，从而提高了整体毛利率水平。

综上，年产 400 万台环境清洁电器及园林工具扩产项目达产后，保守估计收入可达到预计水平，相关产品毛利率符合公司同类产品和行业平均水平，项目期间费用参考公司历史同期水平，收益测算的依据、过程和结果谨慎合理。

（三）国内营销仓储物流中心建设及网络升级项目

公司建设营销网络的主要目的是为了建设覆盖全国各地的扁平化、更加贴近销售终端的线下体验店，作为营销活动落地的重要载体，引导消费者了解产品、认识品牌，树立莱克电气在国内市场的高端品牌形象；同时掌握家用电器行业最前沿信的市场信号，形成营销信息的快速、高效沟通、交流、反馈机制，从而提升公司营销能力，增强公司的市场竞争能力。

公司直营门店主要为公司产品的营销推广提供平台，承载营销职能，其对公司内销收入的影响主要通过内销线上线下经销商收入的增长间接体现出来。故本次国内营销仓储物流中心建设及网络升级项目无法单独核算其效益。

五、募投项目的实施主体和资金投入方式，是否存在损害中小股东利益的情形。

“生产基地自动化技改项目”的实施主体系莱克电气股份有限公司，资金投入方式为莱克电气股份有限公司直接投入。

“年产 400 万台环境清洁电器及园林工具扩产项目”和“国内营销仓储物流中心建设及网络升级项目”的实施主体系莱克电气全资子公司莱克电气绿能科技（苏州）有限公司，资金投入方式为莱克电气绿能科技（苏州）有限公司直接投入。

本次募投项目的实施主体均为莱克电气或其全资子公司绿能科技，资金由莱克电气及其全资子公司绿能科技直接投入，不涉及非全资子公司的情形，不存在损害中小股东利益的情况。

六、募投项目与申请人现有主业之间的关系，是否存在开展相关项目的业务基础和技术、人员、客户等资源储备

（一）募投项目与申请人现有主业之间的关系

莱克电气一直专注于“创建一流品牌，争做世界第一”的发展目标和“成为现代清洁、健康生活市场领先者”的企业愿景，现已发展成为高端家居清洁健康电器的设计、研发、制造和销售业务于一体的民营高新技术企业。

生产基地自动化技改项目以优化技术研发平台、升级改造现有设备、提高智能化管理水平、深化产品升级转型为战略手段，提高公司的整体研发效率和质量，

降低生产成本，提升经营管理效率，不断推出无刷电机、无线环境清洁产品等具有核心竞争力的产品，项目建成后，将新增年产环境清洁电器 120 万台、无刷数码电机 300 万台。本项目产品均基于公司现有的市场销售渠道进行销售，是公司现有主营业务的合理拓展，能够提高公司整体业务规模，降低整体运营成本，大大提高公司的持续盈利能力和整体竞争力。

年产 400 万台环境清洁电器及园林工具扩产项目将在江苏省苏州市通过新建厂房，引进先进生产设备，新建模具开发、注塑成型、产品总装等生产线，生产环境清洁电器、园林工具产品，项目建成后，将新增年产家居环境清洁电器和园林工具 400 万台。项目的实施，将全面完善公司产业链，增加公司产品产能，进一步扩大规模效应，满足下游市场产品需求，促进公司扩大市场份额，实现公司未来相关业务的持续发展，从而提高公司行业地位和整体盈利能力。

国内营销仓储物流中心建设及网络升级项目的建设，深刻基于公司国内自主品牌业务发展战略，一方面通过新建国内线下零售门店，升级部分现有门店，从而完善国内营销网络，推动品牌升级，迎合国内消费升级趋势，促进公司业绩增长；另一方面，通过国内营销仓储物流中心建设，以自动化仓库技术和信息化管理，加快公司国内销售物流速度，提升效率，有力支撑公司的发展。本项目与公司主营业务国内自主品牌销售密切相关，对公司未来发展有巨大推动作用。

（二）项目实施的相应储备

1、技术储备

发行人通过长期的技术研发和积累，形成了丰富的技术储备和研发成果，截至 2017 年 8 月，公司在国内获得官方授权专利 1,326 项，其中发明专利 93 项，实用新型专利 837 项，外观设计专利 396 项；外国专利 41 项，其中发明专利 36 项，外观设计专利 5 项。

公司凭借多年的产品运营及技术开发经验，主动引进和应用新工艺、新设备，积极推动产品研发创新。目前，公司技术水平已处于同行业领先地位。公司的核心技术包括：

核心技术	简要描述

核心技术	简要描述
无刷直流电机技术	该技术采用单相无刷直流电机结构，电机转速可以提升至串激电机的 2-3 倍（80,000RPM 以上），电机吸入性能（真空度），能达到相同功率串激电机的 2-3 倍，电机寿命因无碳刷限制达到串激电机的 2 倍以上；电机的本体体积同比缩小 50%，利于整机的低成本、轻便、便携的要求，对于推动吸尘器产品的变革具有重大意义。
龙卷风尘气分离技术	本技术结合本公司开发的高效电机技术、多层高效过滤 MIF，采用多达 15 个二级回风管，实现了全球首创的高风量二级多锥龙卷风吸尘器，效率高达 30%，吸入功率高达 350W，比市场同类产品高出 20%以上，实现尘气的高效分离，真空度损耗小于 1%，市场平均水平为<5%，杜绝了吸尘器的二次污染，灰尘排放小于 0.02%，能效达到 A 级标准。
旋风动力刷技术	该项技术利用空气动力学原理，通过吸尘器风机所产生的气流驱动地刷的刷条产生高速旋转来擦拭地面，同时利用螺旋 V 形设计，在高速旋转的过程中将灰尘由两侧向中间挤压，实现高效清洁。
高效高真空度串激电机技术	该高效电机采用传统的机壳式结构，通过对电机铁芯和风机的结构设计的优化调整，尤其是风机部分通过动、定叶轮的风道的空气动力学的计算和模拟，对结构进行优化设计和整体配合设计，达到了高真空度，高效率的要求。
商用长寿命吸尘器电机技术	采用独特的碳刷架降磨损设计方案，配合风机部螺旋风道的大风量设计优化，将吸尘器电机的寿命延长 4 倍，适用于长时间使用或商业上的应用。
BLDC 三相同步洗衣机电机技术	通过在电机结构和控制器的设计上综合采用了分数槽绕组、优化磁极极弧宽度和槽口宽、最佳电流法、最佳开通角法、谐波消去法、转矩反馈法、弱磁控制、矢量控制等设计技术、降低转矩波动和削弱齿槽转矩、确保洗衣机能在洗涤时恒转矩、脱水时恒功率运行。
智能机器人吸尘器技术	该技术通过智能定位等技术，通过首次使用对家居环境进行测绘，进而通过对图形的分析来规划行走的路线，实现真正意义上的智能；通过高效微型电机的研究结合清扫滚刷技术的研究，实现高的吸尘能

核心技术	简要描述
	力。
空气净化器智能检测技术	该技术主要结合空气净化器的相关关键参数的传感器技术的研究，针对空气中的颗粒污染物的浓度以及甲醛和 VOC 的浓度的相关检测和显示技术的研究。
无刷电机卧式锂电池吸尘器	该款吸尘器采用了锂电池作为电源，400W 超高功率的无刷电机，可以产生相当于传统吸尘电机 1,000W 的吸力，实现了节能高效，又能满足用户在不同场合对大吸力吸尘的要求，已经达到了欧洲能效吸尘器最高功率的吸尘能力。
降噪消音技术	本技术采用独到的迷宫式吸音风道设计，全球首创电机悬浮技术，大大降低了电机振动产生的噪音，工作时噪声仅为 67dB，比国家标准低 17dB，市场平均水平一般在 76-84dB, 让消费者轻松地使用吸尘器，几乎感受不到吸尘器发出的噪音，免去用户多年来对吸尘器高噪音的困恼。
充电便携杆式吸尘器	本技术采用了自主创新研发的转速达 8 万转的高效无刷长寿命永磁高真空无刷电机技术，电机悬浮安装，大容量高电压锂电池，放电时间更长，节能高效，真空度>10kpa,比一般的杆式充电真空度高 70%，风量达到 0.7M3/MIN,比一般的充电杆式高出 20%，噪音为 76DB,比一般杆式低 3dB,提高了市场的竞争力，此类杆式充电为全球独创技术，再配备真龙卷风的尘杯的专利结构，大大提高了尘气分离的效率。
干湿两用旋风除尘技术	本技术采用旋风加可洗 HEPA 相结合的过滤系统，实现高效吸尘以及吸灰、吸水的随时转换。吸力恒定不下降。
低噪声高性能水过滤技术	本技术同时采用旋风除尘、湿式水过滤除尘技术，大幅提高吸尘器的总体除尘效率，同时还可保持产品易操作和方便维护清理。
单驱多级旋风尘气分离技术	本技术通过单驱动力系统，彻底分离尘气，杜绝因灰尘进入过滤器堵塞造成吸力下降的问题，保持吸尘器吸力持久恒定。
高效空气净化技术	本技术通过创新甲醛分解技术，高效滤解甲醛分子，将其迅速分解成水和二氧化碳，避免二次释放的危害，并有效提高吸附容量，增长使用寿命；通过创新 HEPA 表面“熔喷”技术，实现低风阻，能够高效

核心技术	简要描述
	捕捉细小颗粒污染物，轻松去除 PM2.5 颗粒物，对比国内竞品，相同体积大小的机型，洁净空气量比国内的竞品提高 25%，甲醛过滤效率达到 96%以上，噪音低于国家标准 2-3 分贝。

（2）人员储备

环境清洁电器和园林工具行业的技术人才需要较长时间的专业培训和实践经验积累。公司自设立以来十分重视技术的研发及创新，培养了一批具有丰富行业经验和技术专长的人才，公司不断加强企业文化建设，改革现有的研发组织架构和技术运作体系，建立并不断健全人才培养机制、职业通道规划机制、晋升激励机制、绩效考核机制和股权激励机制，保持优秀管理人才和核心技术团队的稳定性。

（3）客户资源

国际市场销售方面，经过十余年的市场开发和客户拓展，公司主要产品销售已遍布欧洲、北美、大洋洲、日本等发达国家/地区以及南美、亚洲、东欧等新兴经济体，公司已成功搭建覆盖全球的销售网络。国内市场销售方面，公司已建立覆盖国内主要城市的营销网络，与苏宁、国美、家乐福、大润发等全国连锁企业建立了紧密合作关系。此外，公司在网络购物、电视购物、银行等新兴渠道拓展方面取得巨大的突破，销售网络不断完善，为家用电器和无刷数码电机的量产提供充足的客户资源。

综上所述，公司不断提升自身无刷数码电机核心技术及以无刷数码电机为核心部件的家用电器的专业技术水平和拓宽自身发展空间，包括对相关专利的获取和专门技术的研发与储备，对核心技术和管理人才的培养，对国内外优质客户资源的开拓等。凭借自身在家用电器行业的长期积累和技术积淀，公司整体经营业绩保持持续稳定的增长。因此，发行人具备开展上述募投项目的业务基础。

七、募投项目新增产能消化措施，是否具有足够的订单、合同支持

生产基地自动化技改项目在 4 年后完全达产，新增环境清洁电器产能 120 万台/年，主要用于国内销售，预计年收入 36,000 万元；新增无刷数码电机产能

300 万台/年，用于国内及出口销售，预计年收入 21,000 万元。

年产 400 万台环境清洁电器及园林工具扩产项目在 5 年后完全达产，新增环境清洁电器产能 200 万台/年，主要用于国内销售，预计年收入 60,000 万元；新增园林工具产能 200 万台/年，主要用于出口外销，预计年收入 45,000 万元。

综上，本次募投项目完成达产后，新增环境清洁电器产能增加 320 万台/年，预计年收入 96,000 万元；新增无刷数码电机产能 300 万台/年，用于国内及出口销售，预计年收入 21,000 万元；新增园林工具产能 200 万台/年，主要用于出口外销，预计年收入 45,000 万元。公司整体收入将增加 162,000 万元。

（一）国内环境清洁电器产品销售大幅增加，公司现有产能不足

受益于国民收入持续增长、中等收入群体占比上升等因素，国内市场家用电器领域消费升级趋势显著。根据工信部数据显示，2010 年我国家用电器制造业实现销售收入 8,469.78 亿元，2016 年达到 14,605.60 亿元，年复合增长率达 14%。消费人群结构中，中高收入人群、新生代（80/90/00 后）规模不断扩大，其消费观念更多的转向为对品质保障以及个性化的追求。同时，在我国室内外环境污染问题日益突出，空气 PM2.5 值、雾霾天气、饮用水水质、室内空气质量等已成为国民关注热点的背景下，居民绿色环保意识的不断加强以及对生活品质追求的提升将直接转变为国内环境清洁电器市场规模的增长。

目前，公司共建立了 15 家直营分公司，立足于在北京、上海、广州、深圳、长沙、武汉等省会城市及一、二级城市，直接加速推动公司自主品牌的发展。同时，公司总共设立了超过了 4,200 家线下零售店，分布在万达、龙湖天街等著名百货购物中心，苏宁、国美等全国 3C 连锁店，地方知名家电连锁店，大润发等超市，为公司自主品牌业绩的增长，做出了巨大贡献。未来，公司将通过本次国内营销网络升级项目进一步增强莱克电气高端品牌形象，并深入发展电视购物、网络购物等新兴渠道和针对集团客户的商用专有渠道，通过多元化销售渠道刺激国内销售收入的增长。

针对内销环境清洁电器，公司主要销售模式为直销和经销。直销模式下客户为终端消费者，不存在提前下订单的情形；经销模式下，经销商根据产品向终端

消费者销售情况向公司备货，周转期较短，公司根据自身销售预测进行备货。2016年公司实现内销收入 10.18 亿元，同比增长 43.78%；2017 年 1-6 月公司实现内销收入 8.79 亿元，同比增长 99.15%，其中环境清洁电器实现销售 6.43 亿元，同比增长 115.14%。保守预计 2017 年公司内销环境清洁电器将实现收入约 13 亿元，同比增加约 7 亿元。公司未来内销环境清洁电器销售将大幅增加。公司现有产能利用率较高，无法满足国内快速增长环境清洁电器的生产需求，公司将利用上述募投项目的新增产能满足生产需求。

（二）公司掌握了无刷数码电机的核心技术，无刷数码电机销售爆发

自设立以来，公司一直专注于电机及以电机为核心部件的家用电器的技术研究，自主研发的无刷数码电机及离心风机技术的技术水平居于业内领先地位。公司现有无刷数码电机产品取消了传统电机的机械电刷、换向器结构，体积小、重量轻、稳定性好，能够实现低速大功率运行，省去减速机直接驱动大的负载，不产生电火花，不造成无线电干扰，耐颠簸震动、噪音低、运转平滑，寿命长。

针对无刷数码电机业务，公司主要客户为下游家用电器制造商。家用电器制造商根据自身存货管理政策及安全库存情况，通常提前 1-3 个月向公司报采购计划，提前 1 周下订单。公司于 2016 年起对外销售无刷数码电机，当年实现收入 3,442.91 万元；2017 年上半年公司无刷数码电机产品业务保持高速增长，实现销售收入 7,668.02 万元。目前，公司已与多家知名家用电器品牌制造商就无刷数码电机业务签署合作框架合同。未来公司无刷数码电机销售业务将消化募投项目带来的新增产能。

（三）园林工具产品升级换代带动外销收入大幅增加

公司园林工具产品通过应用无刷数码电机及锂电池技术，实现了动力系统由汽油、交流电向直流电的转型升级，在保持同等效能的前提下替代了非清洁能源，并提升了产品的便携性。欧洲市场方面，装配无刷数码电机的园林工具已经成为主流；美国市场、亚洲市场及其他市场，装配无刷数码电机及锂电池的园林工具也逐步获得消费者认可。GFK 数据显示，2016 年上半年英国无线园林工具销量增长超过 14%，销售额增长超过 21%。

针对外销园林工具，公司作为原始设计制造商（ODM）参与全球化产业分工合作，根据客户产品规划和订单需求，进行产品前期设计和开发，产品开发方案经客户认可后，按照双方约定的方案进行模具开发和生产制造。公司与外销客户签署合作框架合同，客户通常提前 1-3 个月向公司下采购订单，公司根据订单安排生产。

在全球园林工具产品无线化、便携化升级驱使下，2017 年公司新增 7 家外销客户，并签署合作框架合同。2017 年上半年，公司园林工具业务保持高速增长，当期实现销售收入 40,657.40 万元，同比增长 25.94%。未来公司募投项目将满足园林工具出口业务增长所带来的新增产能需求。

（四）国内营销仓储物流中心建设及网络升级项目

本项目拟建设自动化仓库，用于公司国内销售产品的仓储和物流，并在全国范围内新建 1,100 门店，对现有的 900 家门店进行装修升级，采用电商 ERP 等营销管理系统，推动公司国内销售网络升级。本项目不涉及新增产能。

八、保荐机构核查意见

保荐机构查阅了发行人本次发行可转债相关“三会”会议文件、本次募投项目的可行性研究报告、本次可转债发行预案、截至反馈回复日募投项目财务明细账；就本次募投项目具体建设内容、具体投资数额安排明细、进度安排、投资数额的测算依据和测算过程、效益测算的依据和测算过程、本次募投项目与公司现有业务之间的关系、新增产能的消化措施及依据等与管理层进行了充分沟通。

经核查，保荐机构认为：

1、发行人各募投项目投资数额测算合理，募集资金投入部分对应的投资项目全部属于资本性支出；

2、发行人不存在置换本次发行可转债董事会决议日前募投项目已投入资金的情形；

3、发行人已在制定募集资金使用和项目建设的进度安排；

4、发行人募投项目效益依据同类产品历史财务数据进行测算，测算过程谨

慎；

5、本次募投项目的实施主体为莱克电气及其全资子公司绿能科技，资金由莱克电气及其全资子公司绿能科技直接投入，不涉及非全资子公司的情形，不存在损害中小股东利益的情况；

6、本次募投项目为在发行人现有业务基础上进行的产品升级、工业自动化改造及营销网络升级，与现有业务具有一致性，发行人具备开展相关项目的业务基础和技术、人员、客户等资源储备；

7、受行业模式影响，发行人客户通常提前 1-3 个月下订单，故发行人在手订单主要为未来 1-3 个月的销售订单。综合考虑发行人所处行业产品升级、国内市场消费升级、近年来销售增长率、产销率以及公司新增客户情况，发行人具备消化新增产能的能力。

问题 3、关于国内营销仓储物流中心建设及网络升级项目，请说明该项目的经营模式及盈利模式，升级的必要性及合理性，1100 家新建门店的建设地点是否确定，结合现有门店的规模，说明大规模门店建设的必要性及合理性。请保荐机构核查并发表意见。

【回复】

一、项目经营模式及盈利模式

（一）经营模式

公司直营店的业务开展主要为租赁模式。即公司与百货购物中心、家电连锁卖场等合作，在其卖场内固定区域自行装修、搭建展台、柜台，但并不取得门店所有权，公司按照合同约定向合作方支付租金/使用费。

（二）盈利模式

公司建设营销网络的主要目的是为了建设覆盖全国各地的扁平化、更加贴近销售终端的线下体验店，作为营销活动落地的重要载体，引导消费者了解产品、认识品牌，树立莱克电气在国内市场的高端品牌形象；同时掌握家用电器行业最前沿信的市场信号，形成营销信息的快速、高效沟通、交流、反馈机制，从而提

升公司营销能力，增强公司的市场竞争能力。

公司直营门店主要为公司产品的营销推广提供平台，承载营销职能，其对公司内销收入的影响主要通过促进内销线下渠道收入，以及推动线上收入的增长间接体现出来。故本次国内营销仓储物流中心建设及网络升级项目无法单独核算其效益。

二、营销网络升级、大规模门店建设的必要性及合理性

本次国内营销网络升级项目拟通过新增门店和对现有门店升级，顺应国内消费升级趋势，完善公司国内线下零售体系，提升公司高端品牌形象，以促进公司业绩增长。

（一）国内市场消费升级趋势为公司内销业务发展奠定了广阔的市场基础；

受益于国民收入持续增长、中等收入群体占比上升等因素，国内市场家用电器领域消费升级趋势显著。近年来，我国经济保持高速发展，2016 年国内生产总值为 744,127 亿元，同比增长 6.7%，其中社会消费品零售总额同比增长 10.4%，对经济增长的贡献率达到 64.6%，成为拉动经济增长的主要力量。根据工信部数据显示，2010 年我国家用电器制造业实现销售收入 8,469.78 亿元，2016 年达到 14,605.60 亿元，年复合增长率达 14%。

在我国室内外环境污染问题日益突出，空气 PM2.5 值、雾霾天气、饮用水水质、室内空气质量等已成为国民关注热点的背景下，居民绿色环保意识的不断加强以及对生活品质追求的提升将直接转变为国内环境清洁电器市场规模的增长。

在宏观经济持续高速发展的驱动之下，国内市场消费升级表现为消费人群结构的变化以及相应消费观念的变化。消费人群结构中，中高收入人群、新生代（80/90/00 后）规模不断扩大，其消费观念更多的转向为对品质保障以及个性化的追求。人民网发布的《2016 年中国厨电产业白皮书》显示，2016 年国内厨房电器消费高端化趋势显著。高端化趋势一方面体现在产品结构的转变，企业通过自身技术升级驱动产品功能升级而推出的高价位智能、节能、环保概念产品占比提升；另一方面则体现在消费观念的转变，消费者对厨房电器价格因素关注度下

降，产品品质、外观设计、安全性、节能性成为消费者主要关注因素。

中怡康数据显示，2016 年国内吸尘器零售量达到 1,426 万台，吸尘器零售量增长率在 2014-2016 年间保持在 40%-50%；2016 年中国厨房电器零售市场规模为 847 亿元，同比增速约 14%，家用电器产品高端化、成套化趋势显著，智能渗透率提升。

（二）家用电器行业产品升级趋势为公司内销业务提供了市场契机；

家用电器行业上游无刷数码电机技术的发展驱动下游应用领域技术升级，从动力驱动系统转换以及核心功能的丰富与完善两方面推动产品升级。

公司无刷数码电机从结构设计上不存在由机械电刷产生的损耗，消除了多级减速损耗，相同功率的无刷数码电机较传统有刷电机消耗的电能降低，而实现的效能大幅提升，驱动以电机技术为核心的家用电器产品无线化、便携化发展。公司基于自主研发 8 万-10 万转无刷数码电机技术，成功研发：（1）手持式环境清洁电器产品；以锂电池替代交流电源，在保障吸力、续航的同时实现产品无线化升级，降低了工作噪音，满足了终端用户的便捷性需求。（2）无线园林工具产品；传统园林工具以汽油或外接交流电源为动力系统。公司园林工具产品实现动力系统由汽油、交流电向直流电的转型升级，在保持同等效能的前提下替代了非清洁能源，并提升了产品的便携性。

公司以无刷数码电机技术为核心的无线环境清洁电器及园林工具产品，凭借轻便性、低噪音、移动范围广及节能环保等核心功能优势有效替代传统产品，扩大国内相关领域市场份额。

（三）进一步拓展公司国内营销网络，完善公司营销管理，增加公司国内销售额；

我国家电行业竞争激烈，一方面松下、戴森、伊莱克斯等国际名牌依靠其品牌知名度等优势积极拓展国内市场，另一方面，国内海尔、美的、格力、九阳等本土品牌也在国内激烈争夺市场份额。营销渠道作为企业竞争的重要方面，直接关乎产品推广及品牌建立，因而受到到广大厂商的重视。在线下渠道网络，线下实体店是消费者看到真实的商品，现场体验的重要场所，也是品牌宣传推广的重

要领域。同时线下实体店的覆盖，直接影响企业在线下零售的地域覆盖度，继而影响公司销售业绩，从而成为公司重点关注领域。

2015 至 2017 年 6 月 30 日，公司的营销网络建设对自主品牌业务销售增长的促进作用。

项目	2017 年 1-6 月/ 2017 年 6 月 30 日	2016 年度/ 2016 年 12 月 31 日	2015 年度/ 2015 年 12 月 31 日
自主品牌销售收入（万元）	**51,234.51**	**50,366.75**	**28,420.17**
其中：线下渠道收入（万元）	24,906.91	30,972,67	18,089.02
当期新建（家）	**493**	**787**	**813**

2015 年至 2017 年 1-6 月，公司新建门店分别为 813 家、787 家和 493 家，公司现有门店的升级改造周期为 2-3 年。2016 年公司自主品牌销售收入为 50,366.75 万元，同比增加 77.22%；其中线下渠道收入 30,972,67 万元，同比增加 71.22%。2017 年 1-6 月，当期自主品牌销售收入为 51,234.51 亿元，同比增长 135.89%；其中线下渠道收入 24,906.91 万元，同比增加 71.05%。公司营销网络的建设推动了线下渠道收入的高速增长。同时，营销网络门店作为营销活动落地的重要载体，引导消费者了解产品、认识品牌，树立莱克电气在国内市场的高端品牌形象。其对公司内销收入的影响不仅体现为内销线下渠道收入增长，同时也提升公司线上及其他渠道销售收入，对公司整体自主品牌销售收入增长起到促进作用。

截至反馈回复日，公司共建立了 15 家直营分公司，立足于在北京、上海、广州、深圳、长沙、武汉等省会城市及一、二级城市，直接加速推动公司自主品牌的发展。同时，公司总共设立了超过了 4,200 家线下零售店，分布在苏州中心、万达、龙湖天街等著名百货购物中心，苏宁、国美等全国 3C 连锁店，地方知名家电连锁店，大润发等超市，为公司自主品牌业绩的增长，做出了巨大贡献。伴随国内营销门店投入的不断增加，公司在全国范围内广泛树立莱克电气品牌形象，推广自主品牌产品。

为推动公司内销业务的进一步增长，深化产品高端品牌形象，公司拟进一步完善公司国内营销网络，扩大市场覆盖水平，完善公司营销管理，从而提升市场竞争力。本项目中，公司将新建 1,100 家线下零售门店，增强公司国内营销网络

市场覆盖，升级 900 家现有线下门店装修等，树立公司高端品牌，并购置电商 ERP、物联网私有云平台、售后服务系统、客户管理系统建设，以信息化提升营销管理水平和零售服务水平，增强公司竞争力。

（四）调整门店结构，进行门店升级，提升公司形象，扩大品牌影响力。

对于消费者而言，了解品牌最直接的方式就是去该品牌实体店现场体验。店面的布局、购物体验的设计、销售人员的专业程度，传递了一个品牌的形象与理念。同时，门店也是举行营销活动、实现营销活动落地的重要载体，并承担引导消费者了解产品、认识品牌、送货安装、售后服务等重任。

公司主要产品定位于高品质的高端产品，核心竞争点在于公司产品的高附加值，为用户提供智能化、人性化的产品体验，其主要客户为具有较强消费能力和消费层次的人群。从而相应对门店装修、展品展示、灯光设计提出更高要求，以凸显强化品牌价值。与此同时，公司每年的新品推出、营销活动，都需要相应的店面装修升级，传递品牌形象。

此外，随着近年来消费市场的变化，城市大型百货购物中心聚集更大人流量，消费能力更强，更适合高端品牌店宣传推广，促使公司需要增加百货商场店以推动品牌推广。并且随着公司业绩增长和品牌知名度的提高，公司在百货、全国 3C 连锁店、地方家电连锁店能够获得面积更大、位置更好的商铺，也要求公司进行及时的门店升级维护。

公司拟通过本次国内营销网络升级项目调整门店结构，增加百货中心、3C 旗舰、地方家电卖场等人流量大、消费层次高、硬件设施良好和具有一定管理运营能力和营销活动组织能力的门店数量，减少超市系统门店。通过调整门店结构，进行门店升级，提升公司形象，扩大品牌影响力。

三、1,100 家新建门店的建设地点

目前，公司国内营销零售渠道中，实体门店主要分类如下：

公司零售门店分类

序号	类型	功能、位置说明
1	百货购物中心	高端百货购物中心陈列家电区位置，能最大容纳公司的现有主推

序号	类型	功能、位置说明
		产品，在购物中心的消费者能体验不同产品所带来的价值，同时符合公司的定位；销售区域内可以品牌展示、新品推介、增值服务、产品体验、员工培养等综合功能。
2	3C 旗舰店	3C 旗舰店作为传统家电连锁卖场，针对性更强，随着销售卖场的不断升级和打造，主要发挥主力销售，并成为品牌在当地市场品牌形象和渠道竞争力的主要载体。
3	地方家电	区域特性的地方性连锁家电卖场，当地人员的消费集中地，根据销售趋势，进驻商场，带动产品销售。
4	超市系统	超市系统主要经营中低端产品，符合渠道的特性，为周边就近居民提供产品服务。

公司拟新建门店具体分布情况如下：

区域划分	省份	百货购物中心店	3C 旗舰店	地方家电卖场店	小计	合计
东北地区	黑龙江	8	1	9	18	114
	吉林	6	-	10	16	
	辽宁	31	25	24	80	
华北地区	北京	43	22	-	65	206
	河北	5	4	62	71	
	内蒙古	-	-	37	37	
	山西	-	1	12	13	
	天津	15	5	-	20	
华东地区	安徽	6	8	11	25	412
	江苏	48	28	19	95	
	山东	25	19	66	111	
	上海	28	59	-	87	
	浙江	27	40	20	87	
	福建	5	-	3	8	
华中地区	河南	11	6	16	33	103
	湖北	13	6	15	34	
	湖南	14	7	15	36	
华南地区	广东	27	60	20	107	118
	广西	-	7	-	7	
	海南	4	-	-	4	
西南地区	四川	18	50	-	68	105

	重庆	14	11	12	37	
西北地区	宁夏	-	5	-	5	42
	陕西	10	10	9	29	
	新疆	2	6	-	7	
合计		**360**	**380**	**360**	**1,100**	**1,100**

公司新建及升级门店分布及选址主要考虑的因素包括：

（1）城市选择依据

由于公司产品主要定位于高端产品，因而公司门店建设城市，主要选择国内一二线城市及经济实力强的县级市等，同时考虑未来三、四线城市消费升级的潜力，也会适当布点三四线城市。城市选择参考公司当前渠道现状、区域经济状况、人口和消费结构、物流因素等来选择门店新建，具体如下：

考虑因素	具体细分
公司当前渠道现状	市场分布、门店的分布密度、经营业绩、公司当地经销商的拓展和业绩状况、公司当地直营分公司业绩状况等
区域经济状况	经济发展水平、产业结构、人文环境、交通条件、国家及当地对该地区的发展规划、城市公共设施现状等。
人口和消费结构因素	人口密度、人员构成、人均收入、消费水平、消费习惯等。

（2）针对百货购物中心

在一二线城市，百货购物中心汇聚了城市消费能力较强的消费者，因而公司会选择全国一二线城市的大型百货购物中心，主要为万达广场、龙湖天街、万象城等大型百货购物中心，这些场所人流量大、消费层次和消费能力高、硬件设施良好和具有一定管理运营能力和营销活动组织能力，契合公司高端产品定位，能够达到产品升级、终端升级、体验升级的效果，宣传公司品牌。

（3）针对 3C 旗舰店

苏宁、国美等全国 3C 连锁店，汇聚众多电器品牌，这些店购物的消费者往往具有较为明确的购物意向。公司在该类门店选址，主要考虑在各大连锁系统中销售量，人流量排名靠前的门店进行门店新建和门店升级，同时充分考虑对全国各地区的覆盖及对周边地区的辐射。

（4）针对地方家电店

在众多三四线城市，地方家电店往往具有较强的销售能力，因而在三四线城市布局，主要考虑当地地方家电品牌的总店和重点旗舰店，抓住具有较强消费能力的消费者。

四、保荐机构核查意见

保荐机构查阅了本次国内营销仓储物流中心建设及网络升级项目的可行性研究报告；查阅了本次国内营销仓储物流中心建设及网络升级项目的计划建设地点明细、选址依据及部分已签署的合作合同；访谈高级管理人员和业务人员，了解不同类型门店的差异、项目经营及盈利模式，了解首发募集资金门店建设情况，分析募投项目实施的必要性和合理性。

经核查，保荐机构认为，本次国内营销仓储物流中心建设及网络升级项目具有必要性及合理性，1100 家新建门店的披露情况属实。

问题 4、请保荐机构对自本次发行可转债相关董事会决议日前六个月起至今，申请人是否存在持有金额较大、期限较长的交易性金融资产和可供出售金融资产、借予他人款项、委托理财等财务性投资的情形核查并发表意见。

【回复】

一、本次发行可转债相关董事会决议日前六个月起至今的财务性投资情况

2017 年 8 月 21 日，公司召开第四届董事会第二次会议审议了本次发行的相关议案。2017 年 2 月起至反馈回复日，公司存在使用部分闲置资金购买短期保本型理财产品的情形，具体情况如下：

单位：万元

受托机构	产品名称	金额	起始日期	终止日期	截至反馈回复日状态
钜洲恒大	钜洲恒大地产集团福州专项私募基金二期	10,000.00	2016 年 9 月 9 日	2017 年 3 月 8 日	已赎回
上海银行	“赢家”尊崇君享	3,600.00	2016 年 9 月 13 日	2017 年 3 月 14 日	已赎回
上海银行	“赢家”尊崇君享	400.00	2016 年 9 月 13 日	2017 年 3 月 14 日	已赎回

受托机构	产品名称	金额	起始日期	终止日期	截至反馈回复日状态
诺亚	歌斐创世 4 号基金	5,000.00	2016 年 11 月 11 日	2017 年 7 月 11 日	已赎回
上海银行	上海易精灵	5,000.00	2017 年 1 月 25 日	2017 年 2 月 28 日	已赎回
建设银行	乾元鑫溢第 261 期	5,000.00	2017 年 2 月 10 日	2017 年 3 月 16 日	已赎回
上海银行	上海易精灵	20,000.00	2017 年 2 月 14 日	灵活性理财，随进随出	已赎回
宁波银行	启盈理财 61 号	10,000.00	2017 年 3 月 10 日	2017 年 4 月 13 日	已赎回
上海银行	上海易精灵	13,500.00	2017 年 4 月 1 日	灵活性理财，随进随出	已赎回
上海银行	上海易精灵	5,500.00	2017 年 4 月 1 日	灵活性理财，随进随出	已赎回
上海银行	上海易精灵	15,000.00	2017 年 3 月 13 日	灵活性理财，随进随出	已赎回
宁波银行	启盈可选期限理财 3 号	8,000.00	2017 年 4 月 7 日	2017 年 5 月 6 日	已赎回
上海银行	上海易精灵	10,000.00	2017 年 4 月 14 日	灵活性理财，随进随出	已赎回
宁波银行	智能定期理财 5 号	10,000.00	2017 年 5 月 25 日	2017 年 6 月 1 日	已赎回
宁波银行	智能定期理财 6 号	10,000.00	2017 年 5 月 26 日	2017 年 6 月 9 日	已赎回
上海银行	上海易精灵	30,000.00	2017 年 6 月 9 日	2017 年 6 月 12 日	已赎回
中信银行	流动管家	13,000.00	2017 年 6 月 2 日	2017 年 6 月 12 日	已赎回
中信银行	流动管家	7,000.00	2017 年 4 月 24 日	灵活性理财，随进随出	已赎回
中信银行	流动管家	1,500.00	2017 年 5 月 3 日	灵活性理财，随进随出	已赎回
中信银行	流动管家	8,000.00	2017 年 5 月 8 日	灵活性理财，随进随	已赎回

受托机构	产品名称	金额	起始日期	终止日期	截至反馈回复日状态
				出	
中信银行	流动管家	29,000.00	2017 年 5 月 16 日	灵活性理财，随进随出	已赎回
中信银行	流动管家	28,000.00	2017 年 6 月 15 日	灵活性理财，随进随出	已赎回
中信银行	流动管家	5,000.00	2017 年 7 月 12 日	2017 年 7 月 17 日	已赎回
小赢理财	财富证券运通 51 号	10,000.00	2017 年 2 月 27 日	2017 年 8 月 25 日	已赎回
中国银行	人民币按期开放	1,000.00	2017 年 8 月 3 日	2017 年 9 月 30 日	已赎回

2017 年 2 月起至反馈回复日，公司除购买上述短期理财产品之外，不存在持有其他交易性金融资产和可供出售金融资产、借予他人款项、委托理财等财务性投资的情形。截至反馈回复日，公司所购买的全部短期保本型理财产品均已到期赎回，公司不存在持有财务性投资的情形。公司最近一期末不存在持有金额较大、期限较长的交易性金融资产和可供出售金融资产、借予他人款项、委托理财等财务性投资的情形。

保荐机构查阅了公司购买上述理财产品的决策文件，相关理财产品对应的合同和银行流水；访谈了相关高级管理人员及业务人员，了解了公司本次发行可转债相关董事会决议日前六个月起至今的财务性投资情况。

经核查，保荐机构认为，截至反馈回复日，发行人最近一期末不存在持有金额较大、期限较长的交易性金融资产和可供出售金融资产、借予他人款项、委托理财等财务性投资的情形。

二、一般问题

问题 1、请保荐机构对申请人《公司章程》与现金分红的条款、最近三年现金分红政策实际执行情况是否符合证监会《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》、《上市公司监管指引第 3 号——上市公司现金分红》的规定发表核查意见；核查申请人最近三年现金分红是否符合公司章程。

【回复】

一、《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》及《上市公司监管指引第 3 号——上市公司现金分红》的对现金分红政策及实际执行情况的规定

（一）《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》中第二条、第三条、第四条对现金分红政策实际执行的规定如下：

“二、上市公司制定利润分配政策尤其是现金分红政策时，应当履行必要的决策程序。董事会应当就股东回报事宜进行专项研究论证，详细说明规划安排的理由等情况。上市公司应当通过多种渠道充分听取独立董事以及中小股东的意见，做好现金分红事项的信息披露，并在公司章程中载明以下内容：

（一）公司董事会、股东大会对利润分配尤其是现金分红事项的决策程序和机制，对既定利润分配政策尤其是现金分红政策作出调整的具体条件、决策程序和机制，以及为充分听取独立董事和中小股东意见所采取的措施。

（二）公司的利润分配政策尤其是现金分红政策的具体内容，利润分配的形式，利润分配尤其是现金分红的期间间隔，现金分红的具体条件，发放股票股利的条件，各期现金分红最低金额或比例（如有）等。

首次公开发行股票公司应当合理制定和完善利润分配政策，并按照本通知的要求在公司章程（草案）中载明相关内容。保荐机构在从事首次公开发行股票保荐业务中，应当督促首次公开发行股票公司落实本通知的要求。

三、上市公司在制定现金分红具体方案时，董事会应当认真研究和论证公司现金分红的时机、条件和最低比例、调整的条件及其决策程序要求等事宜，独立董事应当发表明确意见。股东大会对现金分红具体方案进行审议时，应当通过多种渠道主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流，充分听取中小股东的意见和诉求，并及时答复中小股东关心的问题。

四、上市公司应当严格执行公司章程确定的现金分红政策以及股东大会审议批准的现金分红具体方案。确有必要对公司章程确定的现金分红政策进行调整或者变更的，应当满足公司章程规定的条件，经过详细论证后，履行相应的决策程

序，并经出席股东大会的股东所持表决权的 2/3 以上通过。”

（二）《上市公司监管指引第 3 号—上市公司现金分红》中第三条至第七条对现金分红政策实际执行作出了如下规定：

“第三条 上市公司制定利润分配政策时，应当履行公司章程规定的决策程序。董事会应当就股东回报事宜进行专项研究论证，制定明确、清晰的股东回报规划，并详细说明规划安排的理由等情况。上市公司应当在公司章程中载明以下内容：

（一）公司董事会、股东大会对利润分配尤其是现金分红事项的决策程序和机制，对既定利润分配政策尤其是现金分红政策作出调整的具体条件、决策程序和机制，以及为充分听取独立董事和中小股东意见所采取的措施。

（二）公司的利润分配政策尤其是现金分红政策的具体内容，利润分配的形式，利润分配尤其是现金分红的期间间隔，现金分红的具体条件，发放股票股利的条件，各期现金分红最低金额或比例（如有）等。

第四条 上市公司应当在章程中明确现金分红相对于股票股利在利润分配方式中的优先顺序。

具备现金分红条件的，应当采用现金分红进行利润分配。

采用股票股利进行利润分配的，应当具有公司成长性、每股净资产的摊薄等真实合理因素。

第五条 上市公司董事会应当综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，区分下列情形，并按照公司章程规定的程序，提出差异化的现金分红政策：

（一）公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 80%；

（二）公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 40%；

（三）公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，

现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%；

公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，可以按照前项规定处理。

第六条 上市公司在制定现金分红具体方案时，董事会应当认真研究和论证公司现金分红的时机、条件和最低比例、调整的条件及其决策程序要求等事宜，独立董事应当发表明确意见。

独立董事可以征集中小股东的意见，提出分红提案，并直接提交董事会审议。

股东大会对现金分红具体方案进行审议前，上市公司应当通过多种渠道主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流，充分听取中小股东的意见和诉求，及时答复中小股东关心的问题。

第七条 上市公司应当严格执行公司章程确定的现金分红政策以及股东大会审议批准的现金分红具体方案。确有必要对公司章程确定的现金分红政策进行调整或者变更的，应当满足公司章程规定的条件，经过详细论证后，履行相应的决策程序，并经出席股东大会的股东所持表决权的 2/3 以上通过。”

二、发行人《公司章程》中现金分红相关条款

公司已按照《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》、《上市公司监管指引第 3 号—上市公司现金分红》制定了上市后适用的《公司章程（草案）》和《分红回报规划》，并于 2014 年 1 月 20 日第二届董事会第十六次会议，以及 2014 年 2 月 10 日 2014 年第一次临时股东大会审议通过。2015 年 6 月 18 日，公司召开 2014 年度股东大会，审议通过《关于制定上市后适用的公司章程并办理工商变更的议案》。

现金分红相关的条款的落实情况	修改后（第一百五十五条）	修改前（第一百五十五条）
现金分红条件	公司在制定利润分配政策和具体方案时，应当重视投资者的合理投资回报，并兼顾公司的长远利益和可持续发展，保持利润分配政策的连续性和稳定性。**公司每年实施现金分红不得少于一次，在有条件的情况下，公司可以进行中期利润分配。** 公司利润分配可采取现金、股票、现金	公司利润分配应注重对股东合理的投资回报，同时兼顾公司的可持续发展；制定利润分配政策时，应保持分配政策的连续性和稳定性；公司可以采取现金、股票或现金与股票相结合等方式分配股利。

	与股票相结合或者法律、法规允许的其他方式。**公司在选择利润分配方式时，相对于股票股利等分配方式优先采用现金分红的利润分配方式。**根据公司现金流状况、业务成长性、每股净资产规模等真实合理因素，公司可以采用发放股票股利方式进行利润分配；公司可以依法发行优先股。	
现金分红比例	（一）差异化的现金分红政策 **公司具备现金分红条件的，公司应当采取现金方式分配股利，以现金方式分配的利润不少于当年实现的可分配利润的20%；公司在实施上述现金分配股利的同时，可以派发股票股利。** 公司董事会应当综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，区分下列情形，并按照公司章程规定的程序，提出差异化的现金分红政策： **1、公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到80%；** **2、公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到40%；** **3、公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到20%；** **公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，可以按照前项规定处理。** **公司主要的分红方式为现金分红；在履行上述现金分红之余，公司当年实现的净利润较上年度增长超过10%时，公司董事会可提出发放股票股利的利润分配方案交由股东大会审议。**	在公司实现盈利符合利润分配条件时，由公司董事会根据公司的具体经营情况和市场环境，制定利润分配预案报股东大会批准。**公司每年以现金方式分配的利润不少于当年实现的可供分配利润的百分之十。**公司在实施上述现金分配股利的同时，可以派发红股。
利润分配方案的决策程序和机制	（二）公司利润分配方案的决策程序和机制 1、公司每年利润分配预案由董事会结合公司章程的规定、盈利情况、资金供给和需求情况提出、拟订。董事会审议现	公司董事会可以根据公司的盈利和资金需求状况提议公司进行中期现金分配并提交公司股东大会批准。

	金分红具体方案时，应当认真研究和论证公司现金分红的时机、条件和最低比例、调整的条件及决策程序要求等事宜，**独立董事应对利润分配方案进行审核并发表独立明确的意见，董事会通过后提交股东大会审议。** **独立董事可以征集中小股东的意见，提出分红提案，并直接提交董事会审议。** **股东大会对现金分红具体方案进行审议前，应通过多种渠道主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流，包括但不限于电话、传真和邮件沟通或邀请中小股东参会等方式，充分听取中小股东的意见和诉求，并及时答复中小股东关心的问题。** 2、公司因特殊情况而不进行现金分红时，公司应在董事会决议公告和年报全文中披露未进行现金分红或现金分配低于规定比例的原因，以及公司留存收益的确切用途及预计投资收益等事项进行专项说明，经独立董事发表意见后提交股东大会审议。 3、董事会审议制定或修改利润分配相关政策时，须经全体董事过半数表决通过方可提交股东大会审议；**股东大会审议制定或修改利润分配相关政策时，须经出席股东大会会议的股东（包括股东代理人）所持表决权的三分之二以上表决通过。** 4、存在股东违规占用公司资金情况的，公司应当扣减该股东所分配的现金红利，以偿还其占用的资金。	
利润分配政策的调整	（三）公司利润分配政策的调整 如遇到战争、自然灾害等不可抗力，并对公司生产经营造成重大影响时，或公司自身经营状况发生重大变化时，公司可对利润分配政策进行调整，但调整后的利润分配政策不得违反相关法律、行政法规、部门规章和政策性文件的规定。 公司调整利润分配方案，应当按照本条第（二）款的规定履行相应决策程序。	公司如果变更利润分配政策，必须经过董事会、股东大会表决通过，且调整后的利润分配政策不得违反中国证监会和证券交易所的有关规定。
利润分配政策的披露	（四）利润分配政策的披露 公司应当在年度报告中详细披露利润分	公司应在年度报告中披露利润分配预案或资本公积金转

	配政策的制定及执行情况，说明是否符合公司章程的规定或者股东大会决议的要求；现金分红标准和比例是否明确和清晰；相关的决策程序和机制是否完备；独立董事是否尽职履责并发挥了应有的作用；中小股东是否有充分表达意见和诉求的机会，中小股东的合法权益是否得到充分保护等。如涉及利润分配政策进行调整或变更的，还要详细说明调整或变更的条件和程序是否合规和透明等。	增股本预案。该报告期内盈利但未提出现金利润分配预案的，应详细说明未分红的原因、未用于分红的资金留存公司的用途，**独立董事应当对此发表独立意见。**公司还应在年度报告中披露报告期执行现金分红政策的情况。

三、公司最近三年现金分红执行情况

公司最近三年现金分红情况如下：

单位：万元

项目	①现金分红金额（万元）	②合并报表下归属于母公司净利润（万元）	①/②
2016 年	10,426.00	50,144.39	20.79%
2015 年	7,619.00	36,380.03	20.94%
2014 年	7,218.00	34,402.76	20.98%
合计	**25,263.00**	**120,927.18**	**20.89%**
最近三年归属于母公司年均净利润（万元）			40,309.06
最近三年累计现金分红额占最近三年年均净利润的比例			62.67%

发行人 2014 年度至 2016 年度以现金方式累计分配的利润为 25,263.00 万元，最近三年实现的年均可分配利润为 40,309.06 万元，最近三年累计现金分配利润占年均可分配利润的比例为 62.67%，且每年以现金方式分配的利润不少于当年实现的可分配利润的 20%，符合公司章程的规定。

四、保荐机构核查意见

保荐机构查阅了发行人现行公司章程中关于现金分红条款，并逐项检查是否符合相关规定要求，查阅了最近三年定期报告以及现金分红实施情况；查阅了发行人关于本次公开发行可转债信息披露中有关分红情况内容。

经核查，保荐机构认为，发行人《公司章程》与现金分红的条款、最近三年现金分红政策实际执行情况符合证监会《关于进一步落实上市公司现金分红有关

事项的通知》、《上市公司监管指引第 3 号——上市公司现金分红》的规定；发行人最近三年现金分红符合公司章程。

问题 2、请申请人于募集说明书重大事项提示中充分提示以下风险：未来在触发转股价格修正条款时，转股价格是否向下修正以及修正幅度存在不确定性风险。

【回复】

发行人已在募集说明书“重大事项提示”之“五、公司的相关风险”之“（四）与本次发行相关的风险”及“第三节 风险因素”之“五、与本次发行相关的风险”中对转股价格是否向下修正以及修正幅度存在不确定性的风险进行了披露如下：

“6、转股价格向下修正风险

公司本次可转债发行方案规定：“本次发行的可转换公司债券存续期间，当公司 A 股股票在任意连续三十个交易日中至少有十五个交易日的收盘价低于当期转股价格的 80%时，公司董事会有权提出转股价格向下修正方案并提交公司股东大会审议表决。上述方案须经出席会议的股东所持表决权的三分之二以上通过方可实施。”在满足可转债转股价格向下修正条件的情况下，发行人董事会仍可能基于公司的实际情况、股价走势、市场因素等多重考虑，不提出转股价格向下调整方案。或董事会提出可转债转股价格向下修正的方案无法获得股东大会审议通过。因此，存续期内可转债持有人可能面临转股价格向下修正条款不能实施或转股价格修正幅度不确定的风险。”

问题 3、请申请人在募集说明书中披露说明最近一期末累计债券余额的明细情况，包括债券种类、名称、余额、利率、期限等情况，是否符合《上市公司证券发行管理办法》第十四条第二项的规定。请保荐机构核查并发表意见。

【回复】

一、最近一期末累计债券余额的明细情况

发行人已在募集说明书“第四节 发行人基本情况”之“十二、最近及一期

发行债券情况和资信评级情况”中进行了补充披露下：

“截至最近一期末，公司累计债券余额为 0 元。本次拟发行可转换公司债券募集资金总额不超过人民币 120,291.10 万元。公司最近一期末（2017 年 6 月 30 日）净资产为 309,810.86 万元。本次发行完成后公司累计债券余额占 2017 年 6 月 30 日净资产的比例为 38.83%，不超过最近一期末净资产 40%，符合《上市公司证券发行管理办法》第十四条第二项的规定。”

二、保荐机构核查意见

保荐机构取得并查阅了发行人本次发行预案、2017 年半年度报告，并对公司相关管理人员进行了询问，对发行人最近一期末债券余额情况及是否符合《上市公司证券发行管理办法》第十四条第二项的规定进行了核查。

经核查，保荐机构认为，发行人最近一期末累计债券余额为 0 元，本次发行完成后公司累计债券余额占 2017 年 6 月 30 日净资产的比例为 38.83%，发行人本次发行符合《上市公司证券发行管理办法》第十四条第二项“本次发行后累计公司债券余额不超过最近一期末净资产额的百分之四十”的规定。

（本页以下无正文）

（本页无正文，为《关于莱克电气股份有限公司公开发行可转换公司债券申请文件之反馈意见的回复》之签章页）

莱克电气股份有限公司

年 月 日

（本页无正文，为《关于莱克电气股份有限公司公开发行可转换公司债券申请文件之反馈意见的回复》之签字盖章页）

项目协办人：_____

江　月

保荐代表人：_____　　_____

郭　鑫　　刘　哲

保荐机构总经理/总裁：_____

刘志辉

兴业证券股份有限公司

年　　月　　日

保荐机构总经理声明

本人已认真阅读莱克电气股份有限公司本次反馈意见回复报告的全部内容，了解报告涉及问题的核查过程、本公司的内核和风险控制流程，确认本公司按照勤勉尽责原则履行核查程序，反馈意见回复报告不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对上述文件的真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

保荐机构总经理/总裁：_____

刘志辉

兴业证券股份有限公司

年 月 日