

证券代码：603529

证券简称：爱玛科技

爱玛科技集团股份有限公司
公开发行可转换公司债券募集资金使用
可行性分析报告

二零二二年七月

为增强公司核心竞争力，扩大公司经营规模，巩固公司行业领先地位，提升公司整体竞争力和盈利能力，从而为全体投资者提供更高的投资回报，爱玛科技集团股份有限公司（以下简称“公司”或“爱玛科技”）拟公开发行可转换公司债券（以下简称“可转债”）募集资金。

公司董事会对本次公开发行可转债募集资金使用的可行性分析如下：

一、本次募集资金使用计划

本次公开发行可转换公司债券的募集资金总额不超过人民币 200,000.00 万元（含 200,000.00 万元），扣除发行费用后的募集资金净额拟投资于以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	项目总投资	拟投入募集资金
1	丽水爱玛车业科技有限公司新能源智慧出行项目（一期）	200,008.40	150,000.00
2	爱玛科技集团股份有限公司营销网络升级项目	53,592.60	50,000.00
合计		253,601.00	200,000.00

注：合计数尾差因四舍五入原因，与相关单项数据计算所得的结果可能略有不同。

若本次发行扣除发行费用后的实际募集资金少于上述项目募集资金拟投入总额，在不改变本次募投项目的前提下，公司董事会可根据项目的实际需求，对上述项目的募集资金投入顺序和金额进行适当调整，募集资金不足部分由公司自筹解决。在本次发行募集资金到位之前，若公司根据募集资金投资项目进度的实际情况以自筹资金先行投入，在募集资金到位后予以置换。

二、本次募集资金投资项目的实施背景

（一）国家政策支持行业规范、健康发展

我国是电动两轮车的生产、消费和出口大国。电动两轮车因其经济、环保、方便的特点深受消费者欢迎，已成为居民日常代步、休闲娱乐的重要工具；同时也是构建和谐现代交通体系、缓解拥堵不可或缺的一部分。电动两轮车作为绿色出行方式被政府极力倡导，政府出台了一系列政策支持行业的发展。

工信部先后于 2016 年 8 月和 2018 年 5 月发布了《轻工业发展规划（2016-2020 年）》和《电动自行车安全技术规范》（GB17761-2018）（以下简称“《新国标》”），鼓励电动两轮车向轻量化、多样化、时尚化、智能化方向发展，同时引

导其高质量发展。国务院于 2016 年 11 月发布的《“十三五”国家战略性新兴产业发展规划》提到要全面推进高效节能、先进环保和资源循环利用产业体系建设。国务院于 2017 年 6 月发布的《国务院关于调整工业产品生产许可证管理目录和试行简化审批程序的决定》、国家认证认可监督管理委员会于 2018 年 7 月发布的《强制性产品认证实施规则—电动自行车》，将电动自行车由工业产品生产许可证管理转为 CCC 认证管理。2018 年 11 月，全国人大发布了《中华人民共和国节约能源法（2018 版）》，鼓励开发、生产、使用节能环保型摩托车。

（二）电动两轮车市场持续快速发展

我国是全球电动两轮车生产的第一大国，电动两轮车作为重要的短途交通工具，已渗透到消费者个人出行、即时配送、共享出行等诸多领域。随着我国的城镇化进程，我国城市道路交通状况日益恶化，很多大中型城市面临交通拥堵的问题。同时，随着农村和乡镇经济水平的不断提升，当地居民的出行半径不断拓展，中短途出行的需求不断增加。电动两轮车同时具备经济、便捷、省时省力的优点，交通成本优势更是非常明显，高度契合了广大城乡居民需求，成为中短途出行的主要选择，很多家庭和个人即便拥有了汽车或电动四轮车之后，在中短途出行时，也更倾向于机动灵活、停放方便的电动两轮车作为交通工具。广大城乡居民对电动两轮车的需求是行业高速发展的经济驱动力。

（三）《新国标》及其他行业政策的实施，有利于行业容量拓展和行业集中度提升

2019 年 4 月，《新国标》正式实施，在此之前，行业已形成完整的产业链体系和广泛的市场基础。电动自行车的社会保有量已突破 2.5 亿辆，年均产销量多年维持在 3500 万辆上下，市场竞争激烈，产业集中度较低。《新国标》全面规范了电动自行车的研发、生产、销售、流通和使用等环节，带来了竞争秩序以及市场容量等方面的变化。首先，各地为《新国标》的实施设置了长短不同的过渡期，根据现有实施情况，预计将于 2024 年底结束。过渡期结束后，不符合《新国标》要求的车型将不允许上路通行，由此产生的替换需求带来了市场容量新的增长点。其次，《新国标》实施后，电动轻便摩托车和电动摩托车的需求大幅增加，很多生产企业不得不通过严格的准入审查以取得生产经营资质。此外，所有电动两轮

车均须经过 3C 认证才能上市销售，每款车型的 3C 认证都会产生一定的费用。这些要求大幅提高了行业准入门槛和整车生产企业的经营成本，加速行业的优胜劣汰，对于规范电动两轮车行业的发展和竞争秩序具有积极促进作用。从最近两年《新国标》的实施效果来看，行业整合有加快的趋势，市场份额将逐渐向优势企业集中。在规范发展与过渡期替换需求的双重驱动下，行业再次进入高速发展期，市场份额呈现出向规模企业、龙头企业和品牌企业集中的趋势，行业秩序加速优化、市场集中度不断提升。

（四）公司是电动两轮车行业龙头企业之一

公司成立于 1999 年，并于 2004 年进入电动两轮车行业，是中国最早的电动两轮车生产企业之一。公司紧紧围绕“立足两轮、发展多轮、围绕出行、持续转型”的战略宗旨和“用户至上、卓越产品、精耕市场、精细运营”的战略主轴，不断聚焦用户、深耕市场，坚定不移地推动公司向数智化科技公司转型，持续专注于电动两轮车研发与制造的核心业务。公司与供应商、经销商、员工等利益相关者紧密团结，构建和谐的产业生态，促进产业的良性发展，共同应对新冠疫情带来的不利影响。近年来，在经营策略上，公司重点围绕产品力、渠道力、品牌力、生产力、科技力和运营力的提升开展了多项具体工作，取得了显著成效。

2021 年，公司实现营业收入 153.99 亿元，同比增长 19.33%；2022 年第一季度，公司实现营业收入 45.87 亿元，同比增长 46.65%。

三、本次募集资金投资项目情况

（一）丽水爱玛车业科技有限公司新能源智慧出行项目（一期）

1、项目内容概述

本项目拟投资 200,008.40 万元，在丽水青田新建制造基地。丽水制造基地将新建注塑、车架、预装、总装等车间，同时引进高端的生产设备和自动化生产线，优化产品的生产工艺，提升产品质量，全方面提高生产效率，扩充公司整体的生产能力。项目建设完成后，丽水基地将辐射浙江、福建北部、江西东部、湖北东部、安徽南部等多个地区，进一步提升产品的市场竞争力、提高市场占有率；同时有助于优化公司业务布局，提升盈利能力。本项目成功实施达产后，丽水爱

玛车业科技有限公司（以下简称“丽水爱玛”）将实现年产电动两轮车 300 万辆。

本项目计划在 2 年内完成厂房及配套设施建设、设备购置及安装、人员招聘与培训及相关试运营等工作，从第 3 年开始投产，第 6 年达产。

2、项目建设的必要性

（1）增强生产制造能力，满足不断增长的市场需求

经过二十多年的发展，我国的电动两轮车行业已进入高速发展阶段，电动两轮车保有量稳步上升。作为重要的民生交通工具，未来电动两轮车仍具有广阔的发展空间：1）从经济层面看，城镇化水平不断提高，居民消费能力提升，日常出行的交通半径扩大，电动两轮车操作简易且经济性高，能够满足城镇居民的交通需求，是居民短途出行的主要交通工具。经济水平的提高带来了对电动两轮车的持续需求。2）从社会层面看，环境污染和交通拥堵问题日益凸显，电动两轮车具有节能环保、机动灵活、停放方便的特点，能够减少污染、缓解城市拥堵，受到消费者的广泛青睐。3）从政策层面看，2019 年《新国标》实施，将替换市面上大量不符合标准的电动自行车，各地方陆续设置长短不一的过渡期，每年增加的替换需求拓展了行业市场容量。4）从需求端看，除了居民的日常出行，近几年外卖、快递等行业快速兴起，凭借机动灵活、低碳环保、性价比高等优势，电动自行车成为我国外卖和快递投递服务的重要交通工具。新场景的应用需求也进一步拓展了市场空间。由上，电动两轮车行业需求仍在持续上涨，公司作为国内电动两轮车行业龙头企业之一，有必要不断提高生产制造能力，满足不断增长的市场需求，保持行业领先地位。

本项目将在丽水青田新建制造基地，建成后将新增年产 300 万辆电动两轮车的生产能力，可以有效满足市场需求，提高产品市场占有率。

（2）以丽水基地为中心辐射周边，完善公司产能布局

中国电动两轮车市场品牌化格局基本形成，天津、浙江、江苏、河南、广东是电动车的主要产销地。根据公司 2021 年年度报告数据，分地区收入情况中，华东、华中、华南地区排名前三，三地销售收入超百亿，占总收入比例接近 70%。华东、华中、华南是公司主要的销售区域，未来公司将在相关地区持续深耕，下沉销售渠道，提高市场占有率，不断扩大业务规模。

丽水青田制造基地建成投产后，将形成以丽水为中心的辐射圈，向北辐射杭

州、金华，向西北辐射合肥、武汉，向西辐射南昌、长沙、株洲，向南辐射温州、赣州、福州、莆田，向东辐射宁波、绍兴、台州。本项目的实施将为以上市场的产品供应提供有力保障。同时丽水制造基地建设完成后，能够有效缩短产品和原材料的运输范围，从而降低运输成本，提高盈利能力。

综上，本项目的实施能够优化产能布局，进一步提高公司产品在华东、华中等地区的渗透率，提高公司的盈利能力。

(3) 建设属地化车间、提高自动化程度，优化生产工艺，提升产品质量

目前电动两轮车行业仍属于劳动密集型产业，自动化水平不高，产品质量在一定程度上依靠于一线工人的技术经验和操作熟练度。本项目将购置自动化设备，进行工艺升级：1) 传统手工切管工艺升级，通过激光切割机实现激光切管、激光打孔，新的激光设备投入后能够使得效率更高、尺寸更精准、质量更可靠；2) 焊接工艺升级，升级迭代焊接设备实现无炸焊焊接，能够使得焊接更稳定、产品品质更优；3) 传统半自动人机配合弯管机工艺升级，由全自动弯管机替代，配合协作机器人实现取料、加工、装箱无人化作业。除此之外，本项目还将购置烤漆机械手、自动磁装机、自动总装流水线等一系列自动化生产设备，大幅提高生产流程的自动化程度，加强生产工艺的标准化，减少对一线工人的依赖，从而降低人工成本、提高产品品质。

同时，本项目将建设属地化鞍座、仪表、导线独立生产车间，新增相关先进生产设备和检测仪器，通过对鞍座、仪表、导线的自主生产制造，实现排产可控、交期最短、品质最优的配套模式，进一步提高生产效率。

本项目建设完成后，能够进一步提高公司产品生产的自动化程度，提升公司的标准化生产能力，有利于提高生产效率，降低生产成本，增强产品质量稳定性，提高产品竞争力。

3、项目建设的可行性

(1) 项目产品市场规模持续增长，发展前景良好

城镇化和经济发展带来了生活水平的提高，居民出行需求随之增加，电动两轮车因其经济、节能和便捷而深受欢迎，而交通拥堵、停车位难找等问题也使得居民更加倾向于选择电动两轮车作为短途出行工具，电动两轮车市场保有量持续增长。未来受益于政府对环境问题的关注，绿色交通工具的发展得到了广泛支持，

《新国标》实施带来大量不标准产品的替换需求，再加上外卖、快递等新消费场景的兴起，电动两轮车行业未来仍存在广阔的发展空间。

项目产品具有良好的发展前景，为新增产能的消化提供了良好的保障。

(2) 公司注重研发创新，拥有丰富的技术积累和专业的人才队伍

公司坚持以“科技与时尚”作为品牌主张，将研发和产品创新作为提升公司产品竞争力以及实现长远发展的主要手段，从用户需求出发，不断探索新技术、新材料的引进与应用，改进现有生产技术及工艺，提高产品性能和附加值，目前公司已具备车架焊接、涂装、总装等整车生产能力。在外观设计方面，公司与中国色彩时尚方面的权威机构—中国流行色协会进行合作，设立了行业领先的电动车流行色彩研发基地，取得了多项原创设计成果，公司产品在车身造型、喷漆质感、色彩搭配等方面始终引领行业时尚风向标。凭借着持续的研发创新，公司积累了多项技术成果，技术积累深厚，目前生产的电动两轮车车型种类丰富，能够满足多样化的用户需求。

研发人才方面，经过多年经营积淀，公司拥有一支业务素质高、研发能力强并在业内具有影响力的研发设计队伍，同时与多家业内外知名的设计公司达成长期独家战略合作，为新产品的开发提供研发与设计支持。在此基础上，公司深入调研用户需求，不断推出新品，保持公司产品的长久竞争力。

公司在研发、人才等方面的积累能够为产品升级创新提供长久支持，有利于公司推陈出新、保证市场竞争力，为本项目的顺利实施打下了良好基础。

(3) 公司具有丰富的生产和质量管理经验

本次扩产项目是对现有产品线的扩充和丰富，公司经历数十年的发展，已积累了丰富的生产经验。公司采用一流的电泳技术进行车架生产，大幅提高了耐腐蚀性和耐久度；设立无尘车间保证涂装质量，并采用阴极电泳工艺增强产品的防锈能力；采用高质量的原材料，保证产品外观美观且质量稳定。

质量管理方面，公司实施全流程质控体系，在研发、采购、制造、检测等各环节都制定了完善的质量控制措施，建立了科学严谨的品质控制关键点监控，并采用全流程品质动态实时管理系统等先进管理工具，实现产品品质稳定性和一致性。同时公司执行高于国标的质量标准，不断加大实验及检测设备投入，通过虚拟仿真及实物测试获取充足的实验数据，确保良好稳定的产品质量。另外通过

品控数据标准化、品质问题可追溯来提高质控管理效率。

公司具备丰富的生产经验及严格的质量控制体系，能够保障新制造基地生产制造活动的顺利开展，为产品顺利实现投产达产提供了良好的基础。

(4) 公司建立起了广覆盖、高效率的销售体系和高效高质的服务网络

公司通过线上、线下协同销售，为客户提供多元化、便捷的购物体验。线下渠道方面，公司积极拓展终端数量，延续渠道下沉策略，加强城市社区和乡镇的网点建设，建立有进有出、优胜劣汰的分级动态渠道管理制度，确保公司渠道体系的活力和良性发展。同时公司通过线上线下相结合的方式对经销商、门店经理及产品导购进行培训赋能，通过门店数字化和新线上零售平台搭建，实施全渠道营销数智化升级，全面提升门店运营效能，提高单店产出。线上渠道方面，公司建立了专业化的电商业务运营团队，积极开展数字化营销，目前已全面入驻京东、天猫、苏宁易购、拼多多等电商平台，并通过抖音、快手等平台进行直播带货，通过线上下单、线下提货及售后服务，实现线上、线下协同销售。

服务网络方面，公司持续优化服务体系，以数智化服务平台为基础，将服务内容、服务流程、服务时效标准化，全面提升服务质量和消费者体验；加大对专业化服务店的拓展，在满足用户需求的基础上，扩大公司服务的覆盖范围，包括区域和品牌的范围。另外，针对消费者安全便捷的充换电需求，公司凭借多年经营累积的渠道、资金等资源，积极探索并推出综合能源补给体系业务。经过多年探索，公司的服务体系得到消费者的广泛认同，建立了良好的品牌形象。

公司通过建立广覆盖、高效率的销售体系和高效高质的服务网络，能够为客户提供良好的购物体验，打造优秀的品牌口碑，为本项目新增产能的消化提供了有效助力。

4、项目实施主体、建设地点

项目实施主体是公司全资子公司丽水爱玛车业科技有限公司，建设地点位于浙江省丽水市青田县腊口镇。

5、项目经济效益

经测算，本项目税后内部收益率（IRR）为 13.13%，税后净现值（NPV）为 28,108.71 万元，税后静态投资回收期为 8.35 年（含建设期），项目经济效益较

好。

6、项目涉及报批事项情况

本项目涉及的备案及环评审批手续正在办理中。

(二) 爱玛科技集团股份有限公司营销网络升级项目

1、项目内容概述

营销网点是连接公司与最终客户的重要桥梁和纽带，是迎接市场竞争、抓住发展机遇的基石，在实现公司发展战略、细化市场定位、吸引客户、实现产品销售、提高公司业绩、提升品牌形象、增加客户黏性等方面发挥重要作用。

当前公司构建了以区/县为单位的扁平化营销渠道，本项目在公司现有营销渠道基础上，在全国选择消费潜力较大的地区建设城市旗舰店、城市标准店、城市社区店、乡镇样板店、乡镇基础店营销网点，下沉公司营销渠道，扩大当地市场挖掘广度和深度，提升网点渗透率。增加营销网点数量及密度，巩固公司的优势市场地位，增强公司的营销能力、渠道辐射能力和品牌影响力，有效提升公司营销体系的综合运营效率，扩大市场占有率。

项目总投资额 53,592.60 万元，资金分 3 年投入。

2、项目建设的必要性

(1) 电动两轮车市场持续扩容，需要加强营销体系建设

我国是世界第一人口大国，对交通工具的需求量非常大，这为电动两轮车应用和推广创造有利的条件。同时随着我国城镇化进程加快，人均可支配收入增加，居民消费水平上升，促使操作简易、方便快捷、省时省力的电动两轮车消费增加。据中国自行车行业协会、工业和信息化部统计，我国电动自行车 2021 年产量为 4,551.1 万辆，同比增长 10.3%，2017 年至 2021 年电动自行车产量年均复合增长率为 10.0%。我国电动两轮车行业市场正处于持续发展阶段。2019 年 4 月，《新国标》正式实施，超标电动两轮车将逐步替换并淘汰，带来替换需求，进一步打开市场空间。

公司需要顺应电动两轮车市场发展趋势，以产业结构调整为契机，进一步增加营销网点数量、扩大营销网点规模、增加营销网点密度、加快营销网点布局，

扩大公司在全国市场的占有率。

(2) 下沉营销网点至社区及乡镇市场，深耕市场需求

因营销网点具有一定的销售半径，具有一定的区域性，深耕本地市场客观上需要增加营销网点建设。社区是城市基本组成单元，乡镇是我国社会结构的基层，深耕市场即为深耕城市社区及乡镇。同时当前社区经济也正处于蓬勃发展态势，相关市场消费活力正逐步激发；随着生活消费水平提高，我国乡镇消费升级需求不断凸显，消费潜力持续提升。

面对市场前景广阔的下沉市场及庞大的长尾客群，在社区及乡镇增设营销网点，拓展获客渠道，延伸公司营销触角至乡镇及社区，把握社区经济、乡镇消费蓬勃发展机遇。通过当地细分的本地化分支结，下沉渠道、做深市场、扎牢营销根系，扩大当地市场挖掘广度和深度，提升网点渗透率。深入当地居民生活的营销网点，亦可加强品牌可见率，增强品牌影响力，锁定潜在用户，为获客、活客奠定基础。

(3) 完善公司营销部署，巩固公司行业地位

电动两轮车行业二十年的高速发展，使我国成为了世界上最大的电动两轮车生产、消费和出口国。2019年《新国标》实施，在规范发展与过渡期替换需求的双重驱动下，行业再次进入高速发展期。在这个阶段，市场份额呈现出向规模企业、龙头企业和品牌企业集中的趋势，行业秩序加速优化、市场集中度不断提升。

目前公司产品及营销规模处于行业前列，具有较高的市场占有率，是电动两轮车行业龙头企业之一。面对竞争愈发激烈、集中度提升的行业发展趋势，公司加强城市社区和乡镇的网点建设，增加终端店面数量，进一步加强公司营销管理颗粒度及渠道控制力，并增强网点的协同作用，发挥规模经济优势，巩固公司的市场地位。

3、项目建设的可行性

(1) 公司拥有丰富的营销渠道扩展经验，支持营销网点的建设

公司坚持厂商价值一体化，持续将渠道建设作为重点战略，不断完善营销渠道管理制度和体系，吸引了在区/县市场占有率较高、具有市场影响力的优质经销商与公司建立长期的战略合作关系。公司构建了广覆盖、高效率的经销网络体系，在电动两轮车的市场拓展、营销推广、营销管理等方面积累了丰富的营销经

验，并结合市场经验以及公司自身经营特点，构建了以区/县为单位的扁平化营销渠道。经过多年来对销售网点的开拓，公司在网点选址、装修标准、店面布局、产品陈列、门店管理等多方面积累了丰富的丰富经验。借助现有的渠道扩展经验，将为新的营销网点建设提供借鉴及支持。

(2) 公司搭建高效的管理体系，助力营销管理水平提升

公司通过“361 数智化工程”战略的实施，建立多层次、多领域的数智化管理系统，为各业务领域全面赋能，提升产品研发、生产流程、营销升级、服务提供以及财务管理等全价值链运营效率。通过数字化管理，公司对市场需求进行快速响应和敏捷应对，精准把握和及时满足用户需求，通过精细化运营降本增效，初步实现了公司全局信息化、运营数字化、决策智能化、执行自动化。以数智化服务平台为基础，实现标准化运营，优化服务体系。经营数据检视同时可验证决策执行，实现数据口径的统一与基于数据的决策。

信息化管理系统的建立及网点的标准化运营使公司具备了较强可复制性。本项目实施过程及实施完成后，上述管理体系将有利保障公司营销管理的开展，助力营销管理水平提升。

(3) 公司建立完善的服务体系，指导新开门店高质高效服务

公司建立了完善的服务体系，由遍布全国的网点、高效的工单调度系统、行业领先的服务时效和服务内容标准、高效的配件仓储及配送系统、以服务满意度为量化指标的考核制度和分工明确的专业服务团队组成，服务高质高效，深受消费者的赞许。

公司服务体系获得了权威机构的高度认可，全国商品售后服务评级达标认证评审委员会认定公司的技术支持、维修服务等达到五星级，中国客户联络中心颁发了“客户口碑奖”等；同时，公司参与起草了行业服务自律规范《电动自行车售后服务规范》，主导起草了《电动自行车售后服务时效规范》，引领行业服务规范发展。公司品牌已获得了广泛的认可度和较高的美誉度，品牌影响力行业领先。

公司完善的服务体系为本项目建设提供立体化的配套服务，增强了本项目实施的可行性。

(4) 公司打造优质品牌形象，赋能公司产品营销

爱玛科技深耕电动两轮车行业二十余年，是行业内具有广泛知名度与美誉度

的公司。通过品牌“差异化、高端化”的竞争策略，在广泛满足消费者需求的情况下，采取多渠道、全方位的管理策略提升品牌形象，提高品牌溢价。

在产品开发方面，以研发能力提升作为品牌高端化的底层架构，加大研发投入，提升产品性能，完善工艺设计，提高产品质感，通过提高产品附加值来提升品牌溢价；在产品结构方面，以过硬的产品力作为品牌高端化的基础，根据不同消费需求，合理设置产品系列，区分产品档次，严格管理高端系列产品的促销手段，鼓励加大对中高端产品的销售力度，实现品牌升级；在门店升级方面，以全域高端化营销作为发力点，终端门店是品牌形象展示的主要窗口，公司对终端门店从装修标准、店面布局、产品陈列等多方面进行升级改造。店面形象升级以“科技、时尚”为主题，旨在提升公司品牌和产品的时尚感、科技感，也为消费者提供更为舒适的购物体验；在营销方面，采用 IP 打造、情景赋能、优质电视剧和综艺节目广告植入等方式，建立并增强了公司产品与消费者之前的情感链接，增强了用户对品牌与产品价值的感知与认可，提升了品牌调性。

在“绿色出行、服务为主”的时代，电动两轮车作为消费者出行的主要工具之一，爱玛科技为消费者提供个性化、绿色化、高端化、智能化、体验化的多方面、多层次的产品与服务，更加巩固了公司在品质消费者人群中的口碑与认可度。经过多年经营积淀，公司品牌已获得了广泛的认可度和较高的美誉度，品牌影响力行业领先。公司品牌建设方面所获得的资质与荣誉包括中国驰名商标认证、连续多年蝉联 Chnbrand 发布的中国品牌力指数（C-BPI）电动自行车品类榜首等荣誉。

公司品牌影响力将增强消费者对于公司产品的信任，助力产品营销。

4、项目实施主体、建设地点

项目实施主体是爱玛科技集团股份有限公司，建设地点涉及全国 31 个省、直辖市、自治区。

5、项目经济效益

本项目不直接计算效益，项目实施将增加营销网点数量及密度，优化公司营销布局，进一步提升公司品牌知名度和影响力，为公司带来良好的经济效益。

6、项目涉及报批事项情况

本项目涉及的备案及环评审批手续正在办理中。

四、本次公开发行对公司经营管理和财务状况的影响

（一）本次公开发行可转债对公司经营管理的影响

本次公开发行可转债募集资金将用于进行丽水青田制造基地的建设和终端店面营销网络的扩建升级，项目的实施符合产业政策，是公司顺应行业发展趋势、依据自身未来的发展战略和业务规划做出的重要举措。本项目的顺利实施，将进一步增强公司电动两轮车的生产制造能力，提高产能规模和生产效率，优化产能布局，同时加强销售渠道下沉的深度和广度，提升网点渗透率，有助于公司提高电动两轮车的市场份额，增强渠道辐射能力和品牌影响力，提升业务规模和盈利能力，巩固行业领先地位。

（二）本次公开发行可转债对公司财务状况的影响

本次公开发行可转换债券募集资金到账后，将进一步提升公司的资金实力，扩大总资产规模，提高公司的抗风险能力。可转债转股之前，公司可以以较低的财务成本使用募集资金，利息偿付风险较小，未来随着可转债的陆续转股，将逐渐降低公司的资产负债率，提高公司的偿债能力，有助于公司优化资产结构、降低财务风险，为公司未来可持续健康发展提供良好保障。

本次公开发行可转债募集资金一部分投向营销项目，不会直接产生经济效益，且项目实施需要一定时间，在项目建设和运营初期，公司的净资产收益率等财务指标可能会受到影响，出现一定程度的降低，但随着募投项目的实施和产能达产，公司的业务规模将逐步扩大，盈利能力进一步提升。

五、本次公开发行可转债募集资金使用可行性分析结论

综上所述，本次公开发行可转债募集资金符合行业政策和公司战略发展需求，且募投项目具备良好的发展前景，通过项目实施，能够提高公司的生产制造能力和市场营销能力，为公司带来较好的经济效益，有助于公司优化产业布局、提升市场竞争力、增强盈利能力；将进一步增强公司的资金实力和抗风险能力，保障公司的可持续健康发展。募投项目的实施通过了必要性和可行性的论证，公司具

备项目实施所需的生产、管理、研发、营销等各方面的经验要求以及人员、技术储备。因此，本次公开发行可转换公司债券募集资金投资项目具有良好的可行性，符合公司及全体股东的利益。

爱玛科技集团股份有限公司董事会

2022年7月11日