

东莞证券股份有限公司
关于小熊电器股份有限公司
2021 年度向不特定对象发行
可转换公司债券
之
发行保荐书

保荐机构（主承销商）



（住所：东莞市莞城区可园南路一号）

保荐机构及保荐代表人声明

东莞证券股份有限公司（以下简称“东莞证券”或“保荐机构”）接受小熊电器股份有限公司（以下简称“发行人”“公司”或“小熊电器”）的委托，担任其 2021 年度向不特定对象发行可转换公司债券的保荐机构，并指定文斌先生、何流闻先生担任本次保荐工作的保荐代表人。

本保荐机构及保荐代表人根据《中华人民共和国公司法》（以下简称“《公司法》”）、《中华人民共和国证券法》（以下简称“《证券法》”）、《上市公司证券发行管理办法》（以下简称“《证券发行管理办法》”）、《证券发行上市保荐业务管理办法》（以下简称“《保荐业务管理办法》”）等有关法律、法规和中国证券监督管理委员会（以下简称“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、行业职业规范和道德准则出具本发行保荐书，并保证所出具文件的真实性、准确性和完整性。

为叙述方便，如无特别说明，本发行保荐书内引用的简称与《东莞证券股份有限公司关于小熊电器股份有限公司 2021 年度向不特定对象发行可转换公司债券之尽职调查报告》中的简称具有相同含义。

第一节 本次证券发行基本情况

一、保荐机构、保荐代表人、项目组成员介绍

(一) 保荐机构名称

东莞证券股份有限公司

(二) 保荐机构指定保荐代表人情况

1、保荐代表人姓名

文斌先生、何流闻先生

2、保荐代表人保荐业务执业情况

文斌先生保荐业务执业情况如下：

序号	项目名称	保荐工作	是否处于持续督导期间
1	中富通股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市项目	项目组成员	否
2	东莞市华立实业股份有限公司首次公开发行股票并上市项目	项目组成员	否
3	东莞发展控股股份有限公司 2015 年度非公开发行股票项目	项目组成员	否
4	广东宏川智慧物流股份有限公司首次公开发行股票并上市项目	项目协办人	否
5	广东生益科技股份有限公司 2017 年度公开发行可转换公司债券项目	项目组成员	否
6	小熊电器股份有限公司首次公开发行股票并在中小板上市项目	项目组成员	否
7	广东奇德新材料股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市项目	保荐代表人	是
8	广东雅达电子股份有限公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市项目	保荐代表人	否
9	广东百味佳味业科技股份有限公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市项目	保荐代表人	否

何流闻先生保荐业务执业情况如下：

序号	项目名称	保荐工作	是否处于持续督导期间
1	广东国立科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市项目	项目组成员	否
2	广东生益科技股份有限公司 2017 年度公开发行可转换公司债券项目	项目组成员	否

	券项目		
3	小熊电器股份有限公司首次公开发行股票并在中小板上市项目	项目协办人	否
4	生益电子股份有限公司首次公开发行股票并在科创板上市项目	项目组成员	否
5	广东奇德新材料股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市项目	项目组成员	否
6	东莞长联新材料科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市项目	项目组成员	否

（三）项目组其他成员

项目协办人：张倩女士

其他项目组成员：姚根发先生、杨娜女士、谭星先生、杨雄辉先生、钱啸啸女士、萧廷锋先生、陆杰先生、罗婷女士。

二、发行人基本情况

（一）发行人概况

发行人名称	小熊电器股份有限公司
注册地址	佛山市顺德区勒流街道富裕村委会富安集约工业区 5-2-1 号地
办公地址	广东省佛山市顺德区勒流街道新安村富安工业区富兴路 3 号
股份公司成立时间	2017 年 7 月 21 日
法定代表人	李一峰
董事会秘书	刘奎
电话号码	0757-29390865
传真号码	0757-23663298
邮政编码	528322
互联网网址	http://www.bears.com.cn
电子信箱	xxdq01@bears.com.cn
经营范围	研发、设计、加工、制造、销售:家用电器、电子产品及其配件,妇婴童用品,日用品;国内商业、物资供销业;货物或技术进出口业务(国家禁止或涉及行政审批的货物和技术进出口除外);信息服务业务。(依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动)
证券发行类型	向不特定对象发行可转换公司债券

（二）发行人前十名股东情况

截至 2021 年 12 月 31 日,公司前十大股东持股情况如下:

序号	股东名称	股东性质	持股数量 (股)	持股比例 (%)	限售股份数 量(股)	质押或冻结 股数(股)
1	佛山市兆峰投资有限公司	境内一般法人	69,287,400	44.29	69,287,400	3,589,744

2	施明泰	境内自然人	15,831,500	10.12	-	1,050,000
3	龙少柔	境内自然人	11,923,511	7.62	-	-
4	永新县吉顺资产管理合伙企业（有限合伙）	境内一般法人	7,020,000	4.49	7,020,000	-
5	龙少静	境内自然人	5,342,904	3.42	-	-
6	龙少宏	境内自然人	3,463,200	2.21	3,463,200	-
7	香港中央结算有限公司	境外法人	1,032,942	0.66	-	-
8	中国农业银行股份有限公司—汇添富逆向投资混合型证券投资基金	基金、理财产品等	972,225	0.62	-	-
9	上海浦东发展银行股份有限公司—交银施罗德成长动力一年持有期混合型证券投资基金	基金、理财产品等	900,000	0.58	-	-
10	中国建设银行股份有限公司—信达澳银新能源产业股票型证券投资基金	基金、理财产品等	671,321	0.43	-	-
合计			116,445,003	74.44	79,770,600	4,639,744

（三）历次筹资、现金分红及净资产额变化表

公司自上市以来的历次筹资、派现及净资产变化如下：

单位：万元

公司首发上市前最近一期末归属于母公司净资产额（2019年6月30日，未经审计）	58,745.89		
历次筹资情况	发行时间	发行类别	筹资净额
	2019年8月	首次公开发行	93,681.19
	合计		93,681.19
首发后累计派现金额（截至2021年12月31日，含税）	30,773.28		
本次发行前最近一期末归属于母公司净资产额（2021年12月31日，经审计）	206,850.41		

公司最近三年现金分红情况如下：

单位：万元

年度	现金分红金额（含税）	分红年度合并报表中归属于上市公司股东的净利润	占当期合并报表中归属于上市公司股东的净利润的比例
2019年度	12,000.00	26,818.17	44.75%
2020年度	18,773.28	42,813.59	43.85%
2021年度	9,382.19	28,339.89	33.11%

注：上述分红年度中，2019年度指2019年年度权益分派，以此类推；2020年实际分红金额与权益分派方案合计派发现金红利金额差异为2021年公司向激励对象授予限制性

股票所致。

根据《再融资业务若干问题解答》的规定，上市未满三年的公司，参考“上市后年均以现金方式分配的利润不少于上市后实现的年均可分配利润的 10%”执行。公司于 2019 年 8 月上市，上市未满三年。

公司最近三年现金分红均符合《公司法》、中国证监会相关法律法规及《公司章程》的有关规定，未损害公司股东尤其是中小股东的利益。

（四）主要财务数据及财务指标

公司 2019 年度、2020 年度、2021 年度财务报表业经信永中和审计。

1、合并资产负债表主要数据

单位：万元

项目	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
资产总计	361,711.97	369,179.58	253,221.77
负债合计	154,814.90	171,895.78	86,751.56
股东权益合计	206,897.07	197,283.80	166,470.21
归属于母公司所有者权益合计	206,850.41	197,283.80	166,470.21

2、合并利润表主要数据

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
营业收入	360,634.03	365,994.84	268,796.40
营业利润	33,384.69	52,013.13	33,179.20
利润总额	32,950.38	51,839.47	33,206.65
净利润	28,336.55	42,813.59	26,818.17
归属于母公司所有者的净利润	28,339.89	42,813.59	26,818.17
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润	25,809.45	39,611.96	26,693.52

3、合并现金流量表主要数据

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
经营活动产生的现金流量净额	17,114.29	120,750.90	40,639.84
投资活动产生的现金流量净额	-31,234.27	-70,438.86	-99,883.27
筹资活动产生的现金流量净额	-1,171.84	-36,542.36	88,559.17
汇率变动对现金及现金等价物的影响	-63.13	-164.98	12.90
现金及现金等价物净增加额	-15,354.95	13,604.70	29,328.65

（二）主要财务指标

1、非经常性损益明细表

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
非流动资产处置损益	-890.34	3.13	26.55
计入当期损益的政府补助	1,171.07	1,371.55	499.47
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外，持有交易性金融资产、交易性金融负债产生的公允价值变动损益，以及处置交易性金融资产、交易性金融负债和可供出售金融资产取得的投资收益	3,065.79	2,554.45	-356.08
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-250.15	-173.65	27.45
其他符合非经常性损益定义的损益项目	-	-	-
小计	3,096.36	3,755.48	197.39
减：所得税影响额	565.78	553.86	72.74
少数股东权益影响额（税后）	0.14	-	-
归属于公司普通股股东非经常性损益净额	2,530.44	3,201.62	124.65

2、主要财务指标

项目	2021.12.31/ 2021 年度	2020.12.31/ 2020 年度	2019.12.31/ 2019 年度
流动比率（倍）	1.69	1.72	2.30
速动比率（倍）	1.24	1.36	1.76
资产负债率（母公司）	49.32%	46.86%	32.52%
资产负债率（合并报表）	42.80%	46.56%	34.26%
每股净资产（元/股）	13.22	12.65	13.87
应收账款周转率（次）	24.58	30.93	29.43
存货周转率（次）	4.00	4.93	4.62
每股经营活动现金流量净额（元/股）	1.09	7.74	3.39
基本每股收益（元/股）	1.82	2.74	2.06
稀释每股收益（元/股）	1.82	2.74	2.06
扣除非经常性损益后的基本每股收益（元/股）	1.65	2.54	2.05
加权平均净资产收益率（%）	14.13	23.67	29.60
扣除非经常性损益后加权平均净资产收益率（%）	12.87	21.90	29.46

三、保荐机构与发行人之间的关联关系

1、截至本发行保荐书出具之日，本保荐机构或控股股东、实际控制人、重要

关联方无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；

2、截至本发行保荐书出具之日，发行人或其控股股东、实际控制人、重要关联方无持有本保荐机构或控股股东、实际控制人、重要关联方股份的情况；

3、截至本发行保荐书出具之日，本保荐机构的保荐代表人及其配偶，董事、监事、高级管理人员不存在拥有发行人权益、在发行人任职等可能影响公正履行保荐职责的情况；

4、截至本发行保荐书出具之日，本保荐机构的控股股东、实际控制人、重要关联方不存在与发行人控股股东、实际控制人、重要关联方相互提供担保或者融资的情况；

5、截至本发行保荐书出具之日，本保荐机构与发行人之间不存在其他关联关系。

四、保荐机构内部审核程序和内核意见

（一）本保荐机构的内部审核程序

1、项目的立项审查阶段

（1）立项委员会情况

东莞证券立项委员会是根据《东莞证券股份有限公司投资银行部项目立项管理细则》（以下简称“《立项管理细则》”）成立的投资银行类业务立项的审议机构。

目前，东莞证券立项委员会由公司分管投资银行业务领导、投资银行部、内核管理部等部门人员构成。《立项管理细则》规定每次参加立项审议的委员人数不得少于 5 人，同意立项的决议应当至少经 2/3 以上的立项委员表决通过。

（2）立项程序

本保荐机构的项目立项审查程序如下：

①项目组提出立项申请，根据内部工作流程提交立项申请报告及相关底稿；②项目管理部对立项申请报告和底稿进行初步审核，确认文件齐备后，提交文件至立项委员会进行审核；③立项委员会委员根据立项申请文件及底稿，对项目是否符合公司立项标准进行审核，对是否同意立项发表明确意见；④项目管理部根

据立项委员的表决情况统计表决结果，并发送至立项委员确认；将确认后的立项结果通知项目组。

2、项目的执行阶段

在项目执行过程中，本保荐机构由项目负责人制订项目工作计划。根据《公司法》《证券法》《证券发行管理办法》等相关法律法规的规定，参照《保荐人尽职调查工作准则》，本着诚实信用、勤勉尽责的原则，切实履行尽职调查职责。根据《证券发行上市保荐业务工作底稿指引》和《东莞证券股份有限公司投资银行部项目工作底稿管理细则》编制工作底稿。

对于尽职调查过程中发现的问题，项目组及时提出整改意见且与业务部门负责人进行沟通，以便其掌握项目进度，控制项目风险。

3、项目的质量控制阶段

项目管理部作为投行业务的质量控制部门，对投资银行类业务风险实施过程管理和控制，通过项目现场复核、工作底稿验收及项目问核等质量控制程序及时发现、制止和纠正项目执行过程中的问题。

在项目的实施过程中，项目组及时将项目重大变化或进展、存在的重大问题告知项目管理部，项目管理部视情况对项目进行现场或非现场的进展跟进。

拟申报项目在提交内核前，需向项目管理部提出底稿验收申请，项目管理部根据底稿验收申请对拟申报项目进行现场复核、工作底稿验收及履行书面问核程序。项目管理部根据上述质量控制程序出具《项目质量控制报告》，对内核材料的齐备性、完整性和有效性进行核对，并对发行人申请文件进行初步核查，明确项目是否符合内核及申报的标准；项目组需对《项目质量控制报告》提出的主要问题进行回复。对于同意提交内核的项目，项目管理部同时将《项目质量控制报告》呈交内核会议。

4、项目的内核审查阶段

（1）内核小组情况

东莞证券内核小组是根据《东莞证券股份有限公司上市与股权融资内核工作细则》（以下简称“《内核工作细则》”）成立的证券发行业务的内控机构。

目前，上市与股权融资内核小组由投资银行部、研究所、合规管理部、风险管理部、内核管理部等部门的资深业务骨干等组成，内核成员的专业领域涉及财务、法律和项目评估等方面。《内核工作细则》规定同意人数达到出席会议的有表决权的内核小组成员总数的三分之二（含三分之二，按照四舍五入计算）视为内核通过，并形成最终的内核意见。

（2）内核程序

经质量控制部门验收通过的项目，项目组方可提交内核申请。内核管理部接到内核申请后，对内核申请材料进行预审，对全套申请资料进行完备性审核、合规性审查，并将预审意见反馈业务部门项目组。内核管理部确定本次内核会议召开时间、与会内核小组成员名单。内核小组成员于内核会议上同项目组就有关问题进行充分沟通和讨论，对发行申请材料的合规性、完备性、可行性进行审议，就是否同意项目申报进行表决，最终形成项目内核反馈意见并通知项目组。项目组就内核反馈意见做出书面答复，并就特别关注事项提供相关的书面资料，及时修改完善申报材料。经内核审核通过的项目文件方可对外进行申报。

（二）本保荐机构对发行人本次证券发行上市的内核意见

内核小组由投资银行部、合规管理部、风险管理部、内核管理部等部门的资深业务骨干组成，内核小组成员的专业领域涉及财务、法律和项目评估等方面，如有需要可以外聘。2021年12月16日，东莞证券召开了内核会议，审议小熊电器本次向不特定对象发行可转换公司债券项目。参加会议的内核小组成员应到会9人，实到9人，参加表决9人，符合《东莞证券股份有限公司上市与股权融资内核工作细则》的要求。

会议首先听取了项目组关于小熊电器本次向不特定对象发行可转换公司债券项目的情况介绍及重要事项尽职调查问核程序的履行情况，然后由项目管理部介绍底稿验收情况、质量控制报告中项目存疑或需关注的问题及项目管理部问核情况。会议集中讨论了小熊电器募投项目的可行性和必要性等问题。

经讨论，内核小组成员一致同意小熊电器本次向不特定对象发行可转换公司债券项目根据内核意见修改之后，将材料对外报送，并同意我司担任受托管理人。

2022年3月18日，东莞证券召开内核会议对小熊电器股份有限公司向不特

定对象发行可转换公司债券项目一次反馈意见回复进行审议。本次参加会议的内核委员应到 9 人，实到 9 人，参加表决 9 人，符合《证券公司投资银行类业务内部控制指引》《东莞证券股份有限公司投资银行类业务内核工作管理办法》的相关要求。

经讨论，参加表决的内核委员一致同意小熊电器股份有限公司向不特定对象发行可转换公司债券项目一次反馈意见回复申请材料在根据内核意见修改完善后，对外报送。

第二节 保荐机构承诺事项

本保荐机构承诺已按照法律、行政法规和中国证监会的规定，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，同意推荐发行人证券发行上市，并据此出具本发行保荐书。

本保荐机构就下列事项作出承诺：

- 1、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；
- 2、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；
- 3、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；
- 4、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；
- 5、保证所指定的保荐代表人及本保荐机构的相关人员已勤勉尽责，对发行人申请文件和信息披露资料进行了尽职调查、审慎核查；
- 6、保证发行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；
- 7、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；
- 8、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；
- 9、中国证监会规定的其他事项。

第三节 保荐机构专项核查意见

一、对发行人首次公开发行股票摊薄即期回报事项的核查意见

根据《国务院关于进一步促进资本市场健康发展的若干意见》（国发〔2014〕17号）、《国务院办公厅关于进一步加强资本市场中小投资者合法权益保护工作的意见》（国办发〔2013〕110号）和《关于首发及再融资、重大资产重组摊薄即期回报有关事项的指导意见》（证监会公告〔2015〕31号）要求，公司分别于2021年7月30日召开第二届董事会第七次会议、2021年12月28日召开第二届董事会第十次会议、2021年8月16日召开2021年第二次临时股东大会，审议并通过了《关于向不特定对象发行可转换公司债券摊薄即期回报、采取填补措施的议案》《关于全体董事、高级管理人员、控股股东及实际控制人关于公司向不特定对象发行可转换公司债券摊薄即期回报及填补措施的承诺的议案》，相关责任主体于2021年7月31日出具了《关于切实履行公司向不特定对象发行可转换公司债券摊薄即期回报填补措施的承诺》；公司于2022年3月29日召开第二届董事会第十三次会议，审议通过了《关于调整公司向不特定对象发行可转换公司债券预案的议案》《关于调整公司向不特定对象发行可转换公司债券募集资金使用可行性分析报告的议案》《关于向不特定对象发行可转换公司债券摊薄即期回报、采取填补措施的议案》；公司于2022年4月7日召开第二届董事会第十四次会议，审议通过了《关于调整公司向不特定对象发行可转换公司债券预案的议案》《关于调整公司向不特定对象发行可转换公司债券募集资金使用可行性分析报告的议案》《关于向不特定对象发行可转换公司债券摊薄即期回报、采取填补措施的议案》等议案。

经核查，东莞证券认为：发行人针对填补被摊薄即期回报的措施分别召开了第二届董事会第七次会议、第二届董事会第十次会议、第二届董事会第十三次会议、第二届董事会第十四次会议和2021年第二次临时股东大会，履行了必要的程序；发行人制定了具体的填补被摊薄即期回报的措施，且相关责任主体对公司填补即期回报措施能够得到切实履行作出了承诺。发行人填补被摊薄即期回报的措施符合《国务院办公厅关于进一步加强资本市场中小投资者合法权益保护工作

的意见》以及中国证监会《关于首发及再融资、重大资产重组摊薄即期回报有关事项的指导意见》中关于保护中小投资者权益的规定。

二、关于加强证券公司在投资银行类业务中聘请第三方等廉洁从业风险防控的核查意见

根据《关于加强证券公司在投资银行类业务中聘请第三方等廉洁从业风险防控的意见》（证监会公告〔2018〕22号）等规定，保荐机构就在投资银行类业务中有偿聘请各类第三方机构和个人（以下简称“第三方”）等相关行为进行核查。

（一）保荐机构有偿聘请第三方等相关行为的核查

保荐机构对自身有偿聘请第三方等相关行为进行了核查，经核查，保荐机构在本次保荐业务中不存在各类直接或间接有偿聘请第三方的行为，不存在未披露的聘请第三方行为。

（二）发行人有偿聘请第三方等相关行为的核查

保荐机构对发行人有偿聘请第三方等相关行为进行了专项核查，发行人本次发行中除依法需聘请保荐机构（承销商）、律师事务所、会计师事务所、资信评估机构等证券服务机构之外，不存在直接或间接有偿聘请其他第三方的行为。

（三）核查结论

经核查，本次发行中，保荐机构不存在直接或间接有偿聘请第三方的行为，发行人除依法聘请的证券服务机构之外，不存在直接或间接有偿聘请其他第三方机构的行为，符合《关于加强证券公司在投资银行类业务中聘请第三方等廉洁从业风险防控的意见》（证监会公告〔2018〕22号）的相关规定。

第四节 对本次证券发行的推荐意见

一、发行人履行的批准程序

（一）发行人有关本次证券发行的董事会会议

公司第二届董事会第七次会议于 2021 年 7 月 30 日在公司董事会会议室召开，会议在保证全体董事充分发表意见的前提下，会议逐项审议并通过了《关于公司 2021 年度向不特定对象发行可转换公司债券方案的议案》《关于公司〈向不特定对象发行可转换公司债券预案〉的议案》《关于公司符合向不特定对象发行可转换公司债券条件的议案》《关于公司〈向不特定对象发行可转换公司债券募集资金使用可行性分析报告〉的议案》《关于公司〈前次募集资金使用情况专项报告〉的议案》《关于向不特定对象发行可转换公司债券摊薄即期回报、采取填补措施的议案》《关于制定〈小熊电器股份有限公司可转换公司债券持有人会议规则〉的议案》等议案。2021 年 12 月 28 日公司第二届董事会第十次会议审议通过了《关于调整公司向不特定对象发行可转换公司债券预案的议案》《关于调整公司向不特定对象发行可转换公司债券募集资金使用可行性分析报告的议案》《关于向不特定对象发行可转换公司债券摊薄即期回报、采取填补措施的议案》等议案。2022 年 3 月 29 日公司第二届董事会第十三次会议审议通过了《关于调整公司向不特定对象发行可转换公司债券预案的议案》《关于调整公司向不特定对象发行可转换公司债券募集资金使用可行性分析报告的议案》《关于向不特定对象发行可转换公司债券摊薄即期回报、采取填补措施的议案》。2022 年 4 月 7 日公司第二届董事会第十四次会议审议通过了《关于调整公司向不特定对象发行可转换公司债券预案的议案》《关于调整公司向不特定对象发行可转换公司债券募集资金使用可行性分析报告的议案》《关于向不特定对象发行可转换公司债券摊薄即期回报、采取填补措施的议案》等议案。

（二）发行人有关本次证券发行的股东大会会议

公司 2021 年第二次临时股东大会于 2021 年 8 月 16 日在公司会议室召开，会议逐项审议并通过了《关于公司 2021 年度向不特定对象发行可转换公司债券方案的议案》《关于公司〈向不特定对象发行可转换公司债券预案〉的议案》《关

于公司符合向不特定对象发行可转换公司债券条件的议案》《关于公司〈向不特定对象发行可转换公司债券募集资金使用可行性分析报告〉的议案》《关于公司〈前次募集资金使用情况专项报告〉的议案》《关于向不特定对象发行可转换公司债券摊薄即期回报、采取填补措施的议案》《关于制定〈小熊电器股份有限公司可转换公司债券持有人会议规则〉的议案》等议案。

北京国枫律师事务所律师到会见证本次股东大会并出具法律意见书，认为：公司本次会议的通知和召集、召开程序符合法律、行政法规、《上市公司股东大会规则》及《公司章程》的规定，本次会议的召集人和出席会议人员的资格以及本次会议的表决程序和表决结果均合法有效。

通过对上述会议程序及内容的核查，本保荐机构认为：

发行人股东大会已经依照法定程序作出批准本次向不特定对象发行可转换公司债券的决议；上述决议的内容和程序符合《公司法》《证券法》、中国证监会的相关法律法规和发行人《公司章程》的规定，决议合法有效；发行人股东大会已经授权董事会办理本次发行上市相关事宜，该项授权范围、程序合法有效。

二、发行人符合向不特定对象发行可转换公司债券条件及有关规定 的调查

东莞证券通过查阅公司关于本次向不特定对象发行可转换公司债券的决议文件以及《小熊电器股份有限公司向不特定对象发行可转换公司债券预案》等资料，确认公司本次向不特定对象发行可转换公司债券符合《公司法》《证券法》《管理办法》等法律、法规的规定。具体如下：

（一）本次发行符合《公司法》规定的条件

1、公司规定了本次发行可转换公司债券的具体转换办法，本次发行可转换公司债券中国证监会于 2022 年 5 月 30 日核发《关于核准小熊电器股份有限公司公开发行可转换公司债券的批复》（证监许可[2022]1099 号）；本次发行可转换为股票的公司债券将在债券上标明可转换公司债券字样，并在公司债券存根簿上载明可转换公司债券的数额，符合《公司法》第一百六十一条的规定。

2、本次发行规定了公司应按照转换办法向债券持有人换发股票，且债券持

有人对转换股票或者不转换股票有选择权，符合《公司法》第一百六十二条的规定。

（二）本次发行符合《证券法》规定的条件

1、公司已按照《公司法》等法律、行政法规、规范性文件及《公司章程》的规定设立了股东大会、董事会、监事会，建立了独立董事、董事会秘书制度，并设立了审计委员会、薪酬与考核委员会、提名委员会、战略委员会等董事会专门委员会。公司具备健全且运行良好的组织机构，符合《证券法》第十五条第一款第（一）项的规定。

2、公司 2019 年度、2020 年度和 2021 年度归属于母公司所有者的净利润分别为 26,818.17 万元、42,813.59 万元和 28,339.89 万元，最近三年实现的年均净利润为 32,657.22 万元。经测算，公司最近三年平均可分配利润足以支付公司债券一年的利息，符合《证券法》第十五条第一款第（二）项规定。

3、公司按照《公司法》和《公司章程》的要求规范运作，建立健全公司法人治理结构，股份公司设立以来严格按照《公司法》《证券法》等有关法律、法规和《公司章程》的要求规范运作，在资产、人员、财务、机构与业务等方面与控股股东及其控制的其他企业相互独立，具有完整的资产、研发、销售和管理业务体系，公司具有直接面向市场独立持续经营的能力，符合《证券法》第十二条第（二）项的规定。

4、公司本次发行可转债之前未发行过其他公司债券，不适用《证券法》第十七条的规定。

5、公司已聘请具有保荐资格的东莞证券股份有限公司担任本次发行可转债的保荐人，符合《证券法》第十条规定。

（三）公司本次发行符合《管理办法》规定的条件

1、公司的组织机构健全、运行良好，符合《管理办法》第六条中规定的条件

（1）公司已依据《公司法》《证券法》《上市公司章程指引》等法律法规及中国证监会规范性文件制定了《公司章程》《股东大会议事规则》《董事会议事规则》《监事会议事规则》《独立董事工作细则》等相关制度，且股东大会、

董事会、监事会和独立董事能够依法有效履行职责，符合《管理办法》第六条第（一）项的规定。

（2）公司内部控制制度健全，能够有效保证公司运行的效率、合法合规性和财务报告的可靠性，且内部控制制度的完整性、合理性、有效性不存在重大缺陷，符合《管理办法》第六条第（二）项的规定。

（3）公司现任董事、监事和高级管理人员具备任职资格，能够忠实和勤勉地履行职务，不存在违反《公司法》第一百四十七条、第一百四十八条规定的行为，且最近三十六个月内未受到中国证监会的行政处罚、最近十二个月内未受到证券交易所的公开谴责，符合《管理办法》第六条第（三）项的规定。

（4）公司与控股股东或者实际控制人及其控制的其他企业的人员、资产、财务分开，机构、业务独立，能够自主经营管理，符合《管理办法》第六条第（四）项规定的条件。

（5）公司最近十二个月内不存在违规对外提供担保的行为，符合《管理办法》第六条第（五）项规定的条件。

2、公司的盈利能力具有可持续性，符合《管理办法》第七条规定的条件

（1）公司 2019 年度、2020 年度和 2021 年度的净利润（归属于公司普通股股东扣除非经常性损益的净利润，以扣除非经常性损益前后较低者为计算依据）分别为 26,693.52 万元、39,611.96 万元和 25,809.45 万元，公司最近三个会计年度连续盈利，符合《管理办法》第七条第（一）项规定的条件。

（2）公司主营业务为创意小家电的研发、生产和销售。报告期内公司的收入主要来自于主营业务的经营；公司拥有独立完整的研发、生产、采购、销售体系，根据市场需求、自身情况、市场规则和运作机制，独立进行生产经营活动，公司业务和盈利来源稳定，不存在严重依赖控股股东、实际控制人的情形，符合《管理办法》第七条第（二）项规定的条件。

（3）公司现有主营业务或投资方向能够可持续发展，经营模式和投资计划稳健，主要产品或服务的市场前景良好，行业经营环境和市场需求不存在现实或可预见的重大不利变化，符合《管理办法》第七条第（三）项规定的条件。

（4）公司的高级管理人员和核心技术人员稳定，最近十二个月内未发生重

大不利变化，符合《管理办法》第七条第（四）项规定的条件。

（5）公司的重要资产、核心技术或其他重大权益的取得合法，能够持续使用，不存在现实或可预见的重大不利变化，符合《管理办法》第七条第（五）项规定的条件。

（6）公司不存在可能严重影响公司持续经营的担保、诉讼、仲裁或其他重大事项，符合《管理办法》第七条第（六）项规定的条件。

（7）公司于 2019 年 8 月首次公开发行人民币普通股 3,000 万股，公司发行当年即 2019 年营业利润为 33,179.20 万元，发行上一年即 2018 年营业利润为 23,891.08 万元，公司发行当年营业利润较上一年上升 38.88%，不存在《管理办法》第七条第（七）项规定的情形。

3、公司财务状况良好，符合《管理办法》第八条规定的条件

（1）公司会计基础工作规范，严格遵循国家统一会计制度的规定，符合《管理办法》第八条第（一）项规定的条件。

（2）信永中和对公司 2019 年、2020 年和 2021 年的财务报表出具了标准无保留意见的《审计报告》，符合《管理办法》第八条第（二）项规定的条件。

（3）公司资产质量良好，不存在不良资产对公司财务状况造成重大不利影响的状况，符合《管理办法》第八条第（三）项规定的条件。

（4）公司经营成果真实，现金流量正常，营业收入和成本费用的确认严格遵循国家有关企业会计准则的规定，最近三年资产减值准备计提充分合理，不存在操纵经营业绩的情形，符合《管理办法》第八条第（四）项规定的条件。

（5）公司 2019-2021 年以现金方式分配的利润分别为 12,000.00 万元、18,773.28 万元和 9,382.19 万元，累计金额为 40,155.47 万元，占最近三年实现的年均可分配利润的 122.96%。根据《再融资业务若干问题解答》的规定，上市未满三年的公司，参考“上市后年均以现金方式分配的利润不少于上市后实现的年均可分配利润的 10%”执行。公司于 2019 年 8 月上市，上市未满三年。公司最近三年现金分红符合《管理办法》第八条第（五）项规定的条件。

4、公司最近三十六个月内财务会计文件无虚假记载，且不存在重大违法行为，符合《管理办法》第九条规定的条件

（1）公司最近三十六个月内财务会计文件无虚假记载，符合《管理办法》第九条规定的条件。

（2）公司最近三十六个月不存在因违反证券法律、行政法规或规章而受到中国证监会的行政处罚或者受到刑事处罚情形，不存在因违反工商、税收、土地、环保、海关等法律、行政法规或规章而受到行政处罚且情节严重，或者受到刑事处罚的情形，也不存在违反国家其他法律、行政法规且情节严重的重大违法行为，符合《管理办法》第九条规定的条件。

5、公司募集资金的数额和使用，符合《管理办法》第十条规定的条件

（1）公司本次募集资金投资项目总投资额 61,011.96 万元，本次发行可转债募集资金不超过 53,600.00 万元（含本数），在扣除发行费用后全部用于募集资金投资项目。公司本次发行募集资金数额未超过项目需要量，符合《管理办法》第十条第（一）项规定的条件。

（2）公司本次募集资金投资项目为广东小熊精品电器有限公司新建智能小家电制造基地（二期）项目，公司募集资金用途符合国家产业政策和有关环境保护、土地管理等法律和行政法规的规定，符合《管理办法》第十条第（二）项规定的条件。

（3）公司本次募集资金使用项目均用于公司主营业务，不会用于持有交易性金融资产和可供出售的金融资产、借予他人、委托理财等财务性投资，也不会直接或间接投资于以买卖有价证券为主要业务的公司，符合《管理办法》第十条第（三）项规定的条件。

（4）公司本次募集资金使用项目均用于公司自身主营业务，项目实施后，不会与控股股东或实际控制人产生同业竞争或影响公司生产经营的独立性，符合《管理办法》第十条第（四）项规定的条件。

（5）公司已制定了《募集资金管理办法》，公司本次发行的募集资金将存放于公司董事会决定开立的专项账户中，符合《管理办法》第十条第（五）项规定的条件。

6、公司不存在不得公开发行证券的情形，符合《管理办法》第十一条规定的条件

公司不存在以下不得公开发行证券的情形：

- （1）本次发行申请文件有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏；
- （2）擅自改变前次公开发行证券募集资金的用途而未作纠正；
- （3）公司十二个月内受到过证券交易所的公开谴责；
- （4）公司及控股股东或实际控制人十二个月内存在未履行向投资者作出的公开承诺的行为；
- （5）公司或现任董事、高级管理人员因涉嫌犯罪被司法机关立案侦查或涉嫌违法违规被中国证监会立案调查；
- （6）严重损害投资者的合法权益和社会公共利益的其他情形。

因此，本次发行符合《管理办法》第十一条规定的条件。

7、本次向不特定对象发行可转换公司债券符合《管理办法》第十四条规定的条件

（1）公司 2019 年度、2020 年度和 2021 年度加权平均净资产收益率（以扣除非经常性损益前后净利润孰低者作为加权平均净资产收益率的计算依据）分别为 29.46%、21.90%和 12.87%。公司最近三个会计年度加权平均净资产收益率平均未低于百分之六，符合《管理办法》第十四条第（一）项规定的条件。

（2）截至 2021 年 12 月 31 日，公司归属于母公司净资产为 206,850.41 万元，公司本次拟发行可转换公司债券总金额不超过 53,600.00 万元（含 53,600.00 万元）。本次发行前，公司未发行过公司债券，本次发行后，公司累计债券余额占公司最近一期末净资产额的比例未超过 40%，符合《管理办法》第十四条第（二）款规定的条件。

（3）公司 2019 年度、2020 年度和 2021 年度归属于母公司所有者的净利润分别为 26,818.17 万元、42,813.59 万元和 28,339.89 万元，最近三年实现的年均净利润为 32,657.22 万元。经测算，公司最近三年平均可分配利润足以支付公司债券一年的利息，符合《管理办法》第十四条第（三）款规定的条件。

8、公司本次发行可转债符合《管理办法》规定的其他条件

(1) 公司本次向不特定对象发行可转换公司债券的期限为自发行之日起 6 年，符合《管理办法》第十五条规定的条件。

(2) 公司本次向不特定对象发行可转换公司债券每张面值一百元。本次发行的可转换公司债券票面利率的确定方式及每一计息年度的最终利率水平，提请公司股东大会授权董事会及其授权人士在发行前根据国家政策、市场状况和公司具体情况与保荐机构（主承销商）协商确定，符合《管理办法》第十六条规定的条件。

(3) 公司已聘请依法设立且具有信用相应等级评定资质的中证鹏元资信评估股份有限公司为本次向不特定对象发行可转换公司债券进行资信评级，并对跟踪评级做出了相应的安排，符合《管理办法》第十七条规定的条件。

(4) 公司将在本次发行的可转换公司债券期满后五个工作日内办理完毕偿还债券余额本息的事项，符合《管理办法》第十八条规定的条件。

(5) 公司明确约定了保护债券持有人权利的办法以及债券持有人会议的权利、程序和决议生效条件，并详细规定了应当召集债券持有人会议的情形，符合《管理办法》第十九条规定的条件。

(6) 截至 2021 年 12 月 31 日，公司经审计的净资产为 206,897.07 万元，高于 15 亿元，不需提供担保，符合《管理办法》第二十条规定。

(7) 本次发行的可转换公司债券转股期限自发行结束之日起满六个月后的第一个交易日起至可转换公司债券到期日止，债券持有人对转换股票或者不转换股票有选择权，并于转股的次日成为发行公司的股东，符合《管理办法》第二十一条规定。

(8) 公司本次发行的可转换公司债券初始转股价格不低于《小熊电器股份有限公司向不特定对象发行可转换公司债券募集说明书》公告日前二十个交易日公司股票交易均价和前一个交易日的交易均价，具体初始转股价格由股东大会授权公司董事会在发行前根据市场和公司具体情况与保荐机构（主承销商）协商确定，符合《管理办法》第二十二条的规定。

(9) 公司明确约定了赎回条款，规定了公司可按事先约定的条件和价格赎

回尚未转股的可转换公司债券，符合《管理办法》第二十三条规定。

(10) 公司明确约定了回售条款，规定债券持有人可按事先约定的条件和价格将所持债券回售给公司，公司若改变公告的募集资金用途的，可转债持有人享有一次回售的权利，符合《管理办法》第二十四条规定。

(11) 公司明确约定了转股价格调整的原则及方式，在发行可转换公司债券后，因配股、增发、送股、派息、分立及其他原因引起公司股份变动的，应当同时调整转股价格，符合《管理办法》第二十五条规定。

(12) 公司明确约定了转股价格向下修正条款，并约定：转股价格修正方案须提交公司股东大会表决，且须经出席会议的股东所持表决权的三分之二以上同意。股东大会进行表决时，持有公司可转换债券的股东应当回避；修正后的转股价格不低于前项规定的股东大会召开日前二十个交易日该公司股票交易均价和前一交易日的均价，符合《管理办法》第二十六条规定。

(13) 根据公司第二届董事会第七次会议、第二届董事会第十次会议、第二届董事会第十三次会议和第二届董事会第十四次会议的议案、决议、表决票等会议文件并经验，公司董事会已经依法就本次发行的方案、募集资金使用的可行性报告、前次募集资金使用的报告及其他相关事项作出明确决议并提请股东大会审批，符合《管理办法》第四十条的规定；

(14) 根据公司 2021 年第二次临时股东大会的议案、决议、表决票等会议文件并经验，公司股东大会已经依法就本次发行的证券种类、数量、发行方式、发行对象、向原股东配售的安排、定价方式或价格区间、募集资金用途、决议有效期、对董事会办理本次发行具体事宜的授权、债券利率、债券期限、担保事项、回售条款、还本付息期限和方式、转股期及转股价格的确定和修正等事项作出了决定，本次发行已经出席会议的股东所持表决权的三分之二以上通过，符合《管理办法》第四十一条、第四十二条和第四十四条的规定。

(四) 对发行人符合《关于首发及再融资、重大资产重组摊薄即期回报有关事项的指导意见》规定的核查情况

通过对发行人所预计的即期回报摊薄情况的合理性、填补即期回报措施及相关承诺主体的承诺事项等进行核查，本保荐机构认为，发行人对于本次向不特定

对象发行可转债摊薄即期回报的影响估计合理谨慎，并制定了合理可行的填补即期回报措施，发行人董事和高级管理人员也对保证填补即期回报措施能够切实履行做出了相关承诺，符合《国务院办公厅关于进一步加强资本市场中小投资者合法权益保护工作的意见》中关于保护中小投资者合法权益的精神。

（五）本次发行符合《发行监管问答——关于引导规范上市公司融资行为的监管要求》（修订版）规定

1、本次募集资金不涉及补充流动资金和偿还债务。

2、本次证券发行类型为向不特定对象发行可转换公司债券，不属于该规定第二款要求，也不适用该规定第三款要求。

3、最近一期末持有财务性投资的情况

截至 2021 年 12 月 31 日，发行人财务性投资金额合计为 10,257.44 万元，占公司期末归属于母公司的净资产比例为 4.96%，发行人财务性投资金额占当期末归属于母公司的净资产比例不超过 30%，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的金融资产、借予他人款项、委托理财等财务性投资的情形，不属于发行监管问答规定的“最近一期末持有金额较大、期限较长的财务性投资”情形。

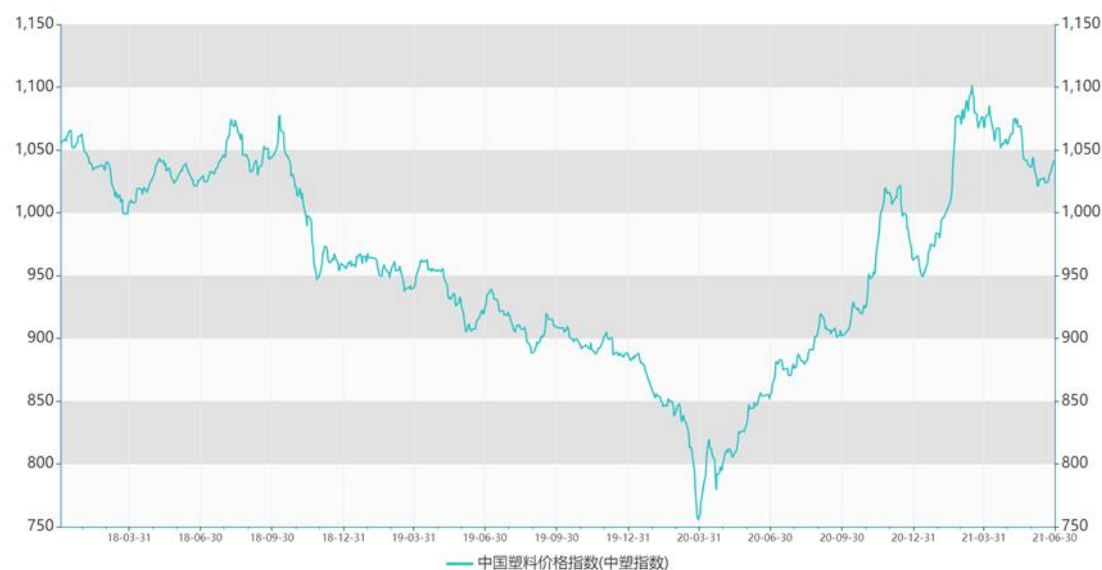
因此，基于上述客观事实，发行人没有违反《发行监管问答——关于引导规范上市公司融资行为的监管要求》规定。

三、发行人存在的主要风险

（一）市场风险

1、原材料价格波动风险

公司主营业务为创意小家电研发、设计、生产和销售。公司采购的原材料和零部件规格型号众多，按类别划分主要包括塑料原料、五金制品、电机、陶瓷、玻璃、电子电器和包材等。报告期内，公司直接材料成本占自产成本的比例分别为 83.20%、84.27%和 80.87%，占比较高。受宏观经济环境和需求影响，公司主要原材料采购价格存在一定波动。例如，报告期内塑料原料采购价格相关的中国塑料价格指数如下图所示：



注：数据来源于 wind 资讯

如果未来主要原材料价格出现大幅波动，公司将面临着主要原材料价格波动对公司经营业绩带来不利影响的风险。

2、市场竞争激烈风险

近年来，随着我国居民收入水平的不断提高，创意小家电作为一种消费升级产品，市场空间巨大，然而伴随着众多家电厂商的纷纷进入，该市场竞争亦变得激烈。

一方面，在当前小家电行业处于充分竞争的背景下，公司可能面临竞争对手通过价格战、广告战和专利战等挤占公司的市场份额。另一方面，互联网时代小家电企业纷纷加强线上销售渠道建设，公司作为线上销售占比较高的企业，线上销售渠道面临更为严峻的挑战。未来如果公司不能采取有效措施应对激烈市场竞争，例如不能准确把握目标客户的消费升级需求，不能及时开发出适销对路的产品，公司将可能面临市场份额和盈利能力下滑的风险。

3、电子商务市场增速下滑的风险

根据国家统计局数据，2019 年度至 2021 年度，中国网络零售市场交易规模分别为 10.63 万亿元、11.76 万亿元和 13.10 万亿元，分别较上年同期上涨了 18.05%、10.61%和 11.39%。虽然我国网络零售交易额增速依然大幅高于同期社会消费品零售整体增速，但其增速已呈现放缓的趋势。公司销售主要以线上销售

为主，随着网络零售市场交易规模增速放缓，公司面临销售增速放缓或收入下滑的风险。

（二）经营风险

1、经营业绩下降的风险

2021 年度公司净利润为 28,336.55 万元，较上年同期下降 14,477.04 万元，降幅 33.81%，公司最近一期经营业绩出现下降情形，主要原因为：一是当期公司营业收入较上年同期下降 5,360.81 万元，降幅 1.46%；二是公司加大了市场促销、研发等投入，管理费用有所增加，公司期间费用较上年同期增加 14,451.74 万元，增幅 18.12%，上述综合因素导致 2021 年度净利润较上年同期有所下降。

如果未来市场需求不及预期、市场竞争加剧导致发行人市场份额明显下降，公司经营业绩存在进一步下降的风险。

2、线上销售占比较高的风险

公司产品主要通过线上经销、电商平台入仓和线上直销方式在天猫商城、京东商城、拼多多、唯品会、抖音等电商平台进行销售。报告期内，公司线上销售收入分别为 240,772.92 万元、313,161.73 万元和 318,405.75 万元，占主营业务收入的比例分别为 90.21%、86.16%和 89.25%，具有较高的集中度。目前，天猫商城、京东商城、拼多多、唯品会等第三方渠道已逐渐发展成为成熟的开放电商平台，并促进社会消费品零售快速增长。

如果公司未来无法与上述电商平台保持良好的合作关系，或上述电商平台的销售政策、收费标准等发生重大不利变化，亦或公司在上述电商平台的经营情况不及预期，且未能及时拓展其他新兴销售渠道，将对公司的经营业绩产生不利影响。

3、市场推广不及预期的风险

报告期内，公司品牌宣传费用分别为 5,325.54 万元、5,869.31 万元和 4,203.40 万元，占营业收入的比例分别为 1.98%、1.60%和 1.17%。

随着公司销售渠道的不断扩展，未来公司将进一步加强“小熊”品牌宣传力度，品牌和产品推广的范围与方式也会增加。公司将通过户外广告、明星代言、

互联网新媒体等推广方式推广“小熊”品牌，如若公司市场推广费用增长超过销售收入的增长幅度，将可能对公司的经营业绩造成一定影响。

此外，尽管品牌宣传、渠道推广对提升公司销售收入有较大帮助，但若未来其效果不及预期，品牌宣传、渠道推广投入未能带来新增利润的贡献，将会对公司盈利能力造成不利影响。

4、线下渠道拓展风险

报告期内，公司逐步开拓线下销售渠道，发展线下经销商。由于公司对线下渠道正处于拓展过程中，能否有效发展经销商以及对经销商能否持续有效管理，是公司面临的经营风险之一。若公司不能有效发展线下经销商并随着其业务扩张而提供相应的管理支持，则可能出现线下渠道拓展滞后、部分经销商销售业绩不佳或其经营活动有悖于公司品牌宗旨等问题，进而可能会对公司的品牌形象和未来发展造成不利影响。

5、研发设计风险

随着消费水平及对生活舒适度要求的不断提高，消费者对产品的美观度、时尚性和产品质量的要求也不断提高；同时行业的竞争对手也在不断提升自身产品设计水平和工艺流程。公司的技术研发能力直接影响消费者的需求，若公司未来研发投入不足、技术人才储备不足及创新机制不灵活，公司研发设计能力不能及时跟进市场消费者需求变化，将可能导致公司在市场竞争中处于落后地位，无法快速、及时推出满足客户及市场需求的新产品，将对公司市场份额和盈利水平产生不利影响。

6、产品质量控制的风险

公司一贯重视产品安全和产品质量，由品质管理中心专门负责产品品质的管理，并建立了严格的产品质量控制制度。在产品的设计阶段采取多种质量控制措施来确保产品安全和功能正常，产品量产前通过国家的强制性认证，产品出厂前经过公司品质部门的质量检验，公司具有较为完善的售后产品质量保证措施和售后服务措施。随着公司规模扩大和产品种类不断丰富，如果未来公司质量管理不能保持持续改进，将可能导致产品质量问题，对公司品牌和声誉造成损害，并对公司经营产生不利影响。

（三）财务风险

1、存货余额较大的风险

报告期各期末，公司存货账面价值分别为 43,199.24 万元、53,177.79 万元和 61,624.63 万元，占当期总资产的比重分别为 17.06%、14.40%和 17.04%，存货账面价值保持较高水平。

公司创意小家电的生产采取“预测销售量+安全库存”的存货管理模式，同时针对“双十一”“双十二”以及农历春节等促销活动带来的销售高峰期，一般均会提前备货，以应对短期的大批量供货需求。如果对于促销活动带来的销量预测不够准确，则可能出现产品备货较多，导致占用较多营运资金，影响经营性现金流，增加财务风险，降低盈利质量；同时计提存货跌价准备的增长亦对经营业绩产生一定影响。

（四）税收政策变化风险

根据《高新技术企业认定管理工作指引》规定，发行人于 2018 年 11 月取得了广东省科学技术厅、广东省财政厅、广东省国家税务总局和广东省地方税务局颁发的《高新技术企业证书》，该证书于 2021 年 11 月到期。截至本尽职调查报告签署日，发行人经广东省科学技术厅批准复审认定为高新技术企业，取得《高新技术企业证书》（证书编号：GR202144002423），该证书有效期三年。

若未来税务机关对高新技术企业认定作出调整，或者公司不能够通过高新技术企业复审，公司将不能申请享受税收优惠，则可能对公司经营业绩和盈利产生不利影响。

（五）募集资金投资项目风险

1、募投项目建设和实施风险

本次募集资金投资项目是基于当前国家产业政策、行业发展趋势等条件所做出的投资决策，虽然在确定投资项目时已经过充分的可行性研究论证，但在项目实际运营过程中，存在其他不确定性因素，如募集资金不能及时到位、项目延期实施、市场环境突变或行业竞争加剧等，将对募投项目的建设和实施带来不利影响。

2、固定资产折旧费用增加而导致净利润下降的风险

本次募集资金投资项目建成后，公司固定资产将大幅度增加，且每年公司将新增折旧费用。本次募投项目预计新增固定资产 42,105 万元，预计每年新增折旧 3,283.80 万元。如果募集资金投资项目不能如期达产或者募集资金投资项目达产后不能达到预期的盈利水平以抵减因固定资产增加而新增的折旧费用，公司将面临折旧费用增加而导致短期内净利润下降的风险。

3、募投项目效益不及预期风险

本次募集资金投资项目经过了公司审慎的可行性论证，符合国家产业政策和行业发展趋势，市场前景广阔。但项目实施过程中仍可能有一些不可预测的风险因素，使项目最终实际达到的投资效益与估算值可能存在一定差距。如果本次募投项目在实施过程中出现项目延期、市场环境变化以及行业竞争显著加剧等情况，或者项目完成后，出现市场营销乏力、产能消化不及预期、业务管理不善以及专业人才缺乏等情况，则相关募投项目可能出现无法达到预期效益的风险。

（六）与本次发行相关的风险

1、标的证券价格发生不利变动的风险

本次发行的可转换公司债券可以转换为公司股票，股票市场的价格波动不仅取决于企业的经营业绩，还要受宏观经济周期、利率和资金供求关系等因素影响，同时也会因国际和国内政治经济形势及投资者心理因素的变化而产生波动。因此当宏观环境、行业相关政策、公司经营状况等发生不利变化时，均会对可转债的内在价值和市场价格产生不利影响，可能给投资者造成损失。

2、可转债在转股期内不能转股的风险

在本次发行的可转换公司债券存续期间，当公司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格低于当期转股价格 85%时，公司董事会会有权提出转股价格向下修正方案并提交公司股东大会表决，该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。

股东大会进行表决时，持有公司本次发行的可转换公司债券的股东应当回避；修正后的转股价格应不低于该次股东大会召开日前二十个交易日公司股票交

易均价和前一交易日的公司股票交易均价，同时，修正后的转股价格不得低于最近一期经审计的每股净资产值和股票面值。

如果本公司股票在可转债发行后价格持续下跌，则存在本公司未能及时向下修正转股价格或即使本公司持续向下修正转股价格，但本公司股票价格仍低于转股价格，导致可转债的转股价值发生重大不利变化，并进而可能导致出现可转债在转股期内不能转股的风险。

3、转股后每股收益和净资产收益率摊薄的风险

本次可转债发行后，如债券持有人在转股期开始后的较短期间内将大部分或全部可转债转换为公司股票，公司总股本将相应增加，净资产规模将有所扩大，若公司净利润增长幅度小于总股本及净资产增加幅度，公司将面临当期每股收益和净资产收益率被摊薄的风险。

4、利率风险

在债券存续期内，当市场利率上升时，可转债的价值可能会相应降低，从而使投资者遭受损失。投资者应充分考虑市场利率波动可能引起的风险，以避免和减少损失。

5、本息兑付的风险

在可转债的存续期限内，公司需按可转债的发行条款就可转债未转股的部分每年偿付利息及到期兑付本金，并承兑投资者可能提出的回售要求。受国家政策、法规、行业和市场等不可控因素的影响，公司的经营活动可能没有带来预期的回报，进而使公司不能从预期的还款来源获得足够的资金，可能影响公司对可转债本息的按时足额兑付，以及对投资者回售要求的承兑能力。

6、流动性风险

本次可转债发行结束后，公司将积极申请在交易所上市交易。由于上市核准事宜需要在本次可转债发行结束后方能进行且依赖于主管部门的审核，公司目前无法保证本次可转债一定能够按照预期在交易所上市交易，且具体上市进程在时间上存在不确定性。此外，证券交易市场的交易活跃程度受到宏观经济环境、投资者分布、投资者交易意愿等因素的影响，公司亦无法保证本次可转债在交易所上市交易后本次可转债的持有人能够随时且足额交易其所持有的债券。

因此，投资人在购买本次可转债后，可能面临由于债券不能及时上市交易而无法出售，或由于债券上市交易后交易不活跃而不能以某一价格足额出售的流动性风险。

7、评级风险

中证鹏元对本次可转换公司债券进行了评级，公司主体信用评级为 AA-，本次发行的可转债信用级别为 AA-。在本次债券存续期限内，中证鹏元将持续关注公司经营环境的变化、经营或财务状况的重大事项等因素，出具跟踪评级报告。如果由于公司外部经营环境、自身或评级标准变化等因素，导致本期债券的信用评级级别变化，将会增大投资者的风险，对投资人的利益可能产生一定影响。

四、对发行人发展前景的评价

（一）发行人行业地位

1、综合实力

公司成立至今专注于创意小家电的研发、设计、生产及销售，精准把握小家电用户需求变化，实施产品差异化战略。公司利用技术及质量优势对创意小家电市场进行开发，引导市场消费需求。

研发设计方面，公司建立了较为完备的研发体系，形成了较多的研发成果。目前公司有近 500 款型号产品对外销售。截至查询日（2022 年 5 月 24 日），公司共拥有专利 1,535 项，其中发明专利 18 项。近年公司或产品荣获“中国设计红星奖”“德国红点奖”等知名设计奖项。

序号	荣获称号	颁发机构	年度
1	中国设计红星奖	中国设计红星奖委员会	2018
2	第九届“省长杯”工业设计大赛优胜奖	广东省工业设计协会	2018
3	中国外观设计优秀奖	国家知识产权局	2018
4	2019 年“佛山 脊梁企业”	中共佛山市委、佛山市人民政府	2019
5	国家知识产权优势企业	国家知识产权局	2019
6	2019 年佛山市标杆高新技术企业 50 强	佛山市人民政府办公室	2019
7	2019 年度佛山市专利富豪企业	佛山市知识产权协会	2019
8	广东省工业设计中心	广东省工业和信息化厅	2019
9	2019 年广东企业 500 强	广东省企业联合会、广东省企业家协会	2019

10	2019 年广东民营企业 100 强	广东省企业联合会、广东省企业家协会	2019
11	2019 年德国红点奖-和面机	德国红点奖机构	2019
12	2019 年德国红点奖-电蒸锅	德国红点奖机构	2019
13	2019 年德国红点奖-电饭盒	德国红点奖机构	2019
14	广东省知识产权示范企业	广东省知识产权保护协会	2019
15	2019 年度科技创新先进企业	中共佛山市顺德区委员会、佛山市顺德区人民政府	2020
16	全国质量诚信标杆企业	中国质量检验协会	2020
17	佛山市标杆高新技术企业	佛山市人民政府	2020
18	佛山市“专精特新”企业	佛山市工业和信息化局	2020
19	2020 年广东企业 500 强	广东省企业联合会 广东省企业家协会	2020
20	中国设计红星奖	中国设计红星奖委员会	2020
21	全国小家电行业质量领先品牌	中国质量检验协会	2020
22	国家级工业设计中心	国家工业和信息化部	2021
23	电子商务示范企业	商务部	2021
24	佛山市政府质量奖	佛山市市场监督管理局	2021

销售渠道方面，公司实行线上销售为主、线下销售为辅，全渠道运营的销售模式。目前产品已入驻天猫商城、京东商城和唯品会等主流电商平台；同时公司积极布局新兴电商平台及线下销售渠道，充分将公司产品渗透各个渠道进行销售推广，实现全渠道运营的销售模式。此外，公司国外市场主要通过 ODM/OEM 方式实现境外销售。作为行业领先的创意小家电生产企业，公司在线上销售渠道方面具备突出优势，通过线上销售渠道布局及其他渠道的配合，实现了对各类消费者群体的深度覆盖。

经过多年发展，公司目前已成为国内研发设计实力强、产品类型丰富、产品质量优良的创意小家电供应商，具备较强的市场竞争力和品牌知名度，以及良好的市场地位。报告期内公司产品销售量达 3,233.95 万台、4,285.73 万台和 3,895.47 万台，实现主营业务收入分别为 266,917.42 万元、363,480.30 万元和 356,777.05 万元。

未来，随着募集资金投资项目的建成达产，公司业务规模将不断扩大，研发能力将继续增强，行业地位将逐步提高，市场份额有望持续提升。

2、公司市场排名情况

公司是一家以自主品牌“小熊”为核心，依托互联网电子商务进行销售的“创意小家电+互联网”企业。在电子商务市场良好的发展趋势下，公司销售额

保持较高增长。2020 年双十一期间，公司烤串机/电烤炉、多士炉/早餐机、三明治机、电动打蛋器、电热饭盒、煮蛋器、养生壶等七大品类获得天猫平台销售额第一¹；打蛋器、电热饭盒、电烧烤炉、绞肉机、煮蛋器等五大品类获得京东平台销售额第一²；2021 年双十一期间，公司煮蛋器、酸奶机、电热饭盒、电烤炉、打蛋器、吐司机、多士炉等七大品类获得天猫平台销售额第一；煮蛋器、酸奶机、电热饭盒、电烧烤炉、打蛋器、三明治机、煎药壶等七大品类获得京东平台销售额第一。

2021 年度公司主要品类在天猫商城和京东商城热销品牌榜分月排名情况如下：

产品名称	2021 年度天猫商城热销品牌榜排名
电热饭盒	各月均排名第一
酸奶机	各月均排名第一
电动打蛋器	各月均排名第一
煮蛋器/蒸蛋器	3 月排名第二，其他各月排名第一
多士炉	2、6 月排名第二，其他各月排名第一
电烤炉	3 月排名第二，其他各月排名第一
电炖/煮粥锅	1、2、4、5、9-12 月排名第二，3、6、7、8 月排名第三
养生/煎药壶	1、3、11、12 月排名第一，2、5、9、10 月排名第二，4、6、8 月排名第三，7 月排名第四
绞肉/碎肉机	3、6 月排名第五，1、2、4、11 月排名第四，8、9、10、12 月排名第三，5、7 月排名第二
产品名称	2021 年度京东商城热销品牌榜排名
酸奶机	各月均排名第一
煮蛋器/蒸蛋器	各月均排名第一
养生/煎药壶	各月均排名第一
电烧烤炉	各月均排名第一
绞肉/碎肉机	6、12 月排名第二，其他各月均排名第一
电热饭盒	8 月排名第二，其他各月排名第一
电动打蛋器	8、9 月排名第二，其他各月排名第一
电炖/煮粥锅	1 月排名第二、2-3 月排名第一、4-12 月排名第二
多士炉	2、3、7 月排名第一，4 月排名第三，1、5、6 月排名第二，8-12 月排名第四
潮流厨电	1-6 月排第一、7-8 月排第二、9 月第三，10-12 月排名第五

¹ 排名数据来源于生意参谋

² 排名数据来源于京东商智。

3、行业内主要企业的基本情况

公司产品主要以“小熊”为自主核心品牌在国内市场进行销售，竞争对手包括美的集团、九阳股份、苏泊尔、天际股份和新宝股份等。

(1) 美的集团（000333）

美的集团股份有限公司成立于 2000 年 4 月，总部位于广东省佛山市，是一家销售家用电器、暖通空调、机器人及自动化系统产品的全球化科技集团，提供多元化的产品种类，包括以厨房家电、冰箱、洗衣机及各类小家电为核心的家用电器业务；以家用空调、中央空调、供暖及通风系统为核心的暖通空调业务；以库卡集团、安川机器人合资公司等为核心的机器人及自动化系统业务，以安得智联为集成解决方案服务平台的智能供应链业务。2021 年度，美的集团实现营业收入 3,412.33 亿元，实现净利润 290.15 亿元。

(2) 九阳股份（002242）

九阳股份成立于 2002 年 7 月，总部位于山东济南，该公司主要从事厨房小家电系列产品的研发、生产和销售，产品包括豆浆机、电磁炉、料理机、榨汁机、开水煲、紫砂煲、电压力煲等。2021 年度，九阳股份实现营业收入 105.40 亿元，实现净利润 7.01 亿元。

(3) 苏泊尔（002032）

苏泊尔成立于 1998 年 7 月，总部位于浙江省。主要产品为压力锅、炒锅和汤锅等明火炊具，电饭煲、电压力锅和电磁炉等厨房小家电，油烟机、燃气灶和消毒柜等厨卫电器以及空气净化器、挂烫机和吸尘器等生活家居电器。2021 年度，苏泊尔实现营业收入 215.85 亿元，实现净利润 19.41 亿元。

(4) 天际股份（002759）

天际股份成立于 1996 年 3 月，总部位于广东省汕头市，主要经营锂电材料业务及家电业务。2016 年，天际股份通过并购向“家电+锂离子电池材料”双主业模式发展。2021 年度，天际股份实现营业收入 22.53 亿元，实现净利润 7.45 亿元。

(5) 新宝股份（002705）

新宝股份成立于 1995 年 12 月，总部位于广东省佛山市，是国内较早从事设计研发、生产、销售小家电产品的企业之一，产品主要以出口为主。主要产品为电热水壶、煮茶器、电热咖啡机、面包机、电烤箱、打蛋机、多士炉、多功能锅、搅拌机、果汁机、制冰机、食物处理器、吸尘器、电熨斗、空气清新机、净水器、加湿器、电动牙刷等家用电器产品。2021 年度，新宝股份实现营业收入 149.12 亿元，实现净利润 8.25 亿元。

（二）发行人竞争优势

经过多年的发展，公司已成为具备完整的研发体系、质量控制体系、制造体系和营销体系的行业内知名小家电生产企业。在激烈的市场竞争中，公司具有较强的竞争优势，主要体现在以下几个方面：

1、品牌优势

公司秉承“创意让生活更美好”的核心价值观，坚持“品质为基础、服务为保证、创新为动力”的经营理念，准确把握客户消费升级需求，提升消费者生活品质。同时，公司通过电商平台、新媒体营销、明星代言、户外投放等途径积极推广“小熊”自主品牌，倡导精致、创意、智能和健康的消费生活方式，使“小熊”品牌在小家电领域有较强的影响力和知名度。

通过多年的发展，公司凭借创新的产品研发设计、优质的产品品质和良好的产品体验，以及优秀的品牌建设和完善的营销网络，品牌知名度和美誉度逐年提升，“小熊”品牌被广大消费者熟知及认可，拥有良好口碑和忠实用户群。同时，公司多个细分产品如电动打蛋器、电热饭盒、酸奶机等产品 2020 年和 2021 年在天猫商城热销品牌榜排名第一³。

近年来，公司获得业内的主要品牌荣誉如下：

序号	荣获称号	颁发机构	年度
1	全国产品和服务质量诚信示范企业	中国质量检验协会	2018
2	全国小家电行业质量领军企业	中国质量检验协会	2018
3	全国百佳质量诚信标杆示范企业	国家质量监督检验检疫总局产品质量申述处理中心	2018
4	网购消费者信赖的广货品牌	广东省网商协会、IEBE 国际电商展组委会	2018

³ 排名数据来源于生意参谋。

5	广东企业 500 强	广东省企业联合会、广东省企业家协会	2018
6	广东省优秀自主品牌	广东省企业联合会、广东省企业家协会	2018
7	中国品牌价值 500 强	品牌观察杂志社 中国品牌价值 500 强 评审委员会	2019
8	金物奖 新国货创新大赛 金奖（小熊早餐机）	金物奖新国货创新大赛 2020 组委会	2020
9	金物奖 新国货创新大赛 概念创新（小熊早餐机）	金物奖新国货创新大赛 2020 组委会	2020
10	2020 中国上市公司品牌价值榜 新锐榜 TOP50	NBD 每日经济新闻 清华经管学院	2020
11	全国小家电行业质量领先品牌	中国质量检验协会	2020
12	2020 中国原创设计十佳品牌	中国原创设计奖大赛组委会	2020
13	2021 年中国 500 最具价值品牌	世界品牌大会	2021
14	全国产品和服务质量诚信示范企业	中国质量检验协会	2021
15	连续六年（2015-2020）广东省守合同重信用企业	佛山市顺德区市场监督管理局	2021

2、销售渠道优势

自成立以来，线上电商渠道一直是公司最主要的销售渠道。公司坚持互联网思维、优异产品质量以及优质售后服务，把握行业快速增长的发展机遇及主流电商平台汇集的巨大用户流量，充分运用互联网高效率、低成本以及仓储物流技术发展迅速等特点，快速布局线上渠道，经过 16 年的发展，成为“创意小家电+互联网”领先企业之一。

公司是行业内较早地提出“网络授权”线上电商销售模式的小家电企业之一。公司通过对指定的经销商实行“线上授权”，并提供“线上授权防伪证书”，消费者在小熊官方网站上可查询授权网店，通过官方直接授权、供货的线上渠道管理方式，对线上渠道进行有效管控。

2013 年，公司开始实施线上经销代发模式，即消费者在公司线上经销商的网络店铺下单，公司通过富润系统获取订单信息，并根据该订单信息直接发货给最终消费者的销售模式。通过该模式的实施，使线上消费者订单由经销商发货改为公司直接发货给最终消费者，减少流通过程和物流成本，减轻经销商进货资金压力，使其集中精力于销售优势产品，并解决传统经销模式下小众产品推广不足的问题。

目前公司与天猫商城、京东商城和唯品会等主流电商平台均建立了良好的合作关系。同时，经过多年的发展，公司已打造了一支经验丰富的电商运营团队，该团队在品牌推广、营销策划、仓储物流、售后客服等方面具备出色的开拓创新、组织决策和执行能力，带领公司不断适应电子商务市场变化，巩固线上渠道优势。

公司通过多年积累的客户网购数据，对客户进行人群属性、生活方式和产品属性偏好等多维度分析，有效指导公司新品研发、产品推广和改进，不断推出深受消费者喜爱的产品。

近年来，公司获得的营销荣誉主要如下：

序号	荣获称号	颁发机构	年度
1	第九届金鼠标-大剧联合营销类铜奖	北京大学新媒体营销传播（CCM）研究中心、网赢天下网	2018
2	第十八届 IAI 国际广告奖-铜奖	中国传媒大学广告学院、IAI 国际广告研究所	2018
3	AWE2019 艾普兰奖金口碑奖	中国家电及消费电子博览会组委会	2019
4	金梧奖 2019 大数据营销类 金奖	金梧奖组委会	2019
5	AWE2020 艾普兰奖-优秀产品奖	中国家用电器及消费电子博览会组委会	2020
6	2020 年第 11 届金鼠标数字营销大赛跨界营销及 IP 应用类 银奖	北京大学新媒体营销传播（CCM）研究中心、网赢天下网	2020
7	2020 年度广东省电子商务 100 强企业	广东省电子商务协会、华南电子商务联盟	2020
8	第十二届虎啸奖 家电类 银奖	虎啸奖组委会	2021
9	金梧奖 效果营销类金奖	金梧奖组委会	2021

3、研发设计优势

用户对创意小家电外观及功能需求千差万别，其产品种类繁多、更新换代快，具有很强的潮流性和多变性，故要求企业不断加大科研投入研发新品，以满足客户对外观、功能的需求。公司作为国内创意小家电行业最具竞争力和成长性的企业之一，在研发设计方面具有较强优势，具体表现如下：

（1）设计创新实力

经过持续的技术创新以及经验积累，公司小家电产品设计创新实力不断获得业界认可。在产品创新设计模块，通过融合工业设计、用户体验和未来产品设计趋势的研究，把研究的结果属性转化为设计元素附加在产品创新当中，通

过产品的视觉化美感、形式感、体验感的设计满足用户的需求，带给用户更好的消费体验。公司及产品荣获“中国设计红星奖”“AWE 艾普兰奖-产品奖”“德国红点奖”等知名设计奖项。

(2) 参与行业标准制定

公司除内部制定多项企业产品标准外，还作为主要起草单位制定了多个小家电技术标准。参与撰写的文件情况具体如下：

序号	标准号	标准名称	文件性质	发布机构	发布日期	标准阶段
1	T/CAB 0148—2022	家用和类似用途电器的安全孔、间隙、机械装置危险性测试方法	团体标准	中国产学研合作促进会	2022-05-12	已发布
2	T/EES 0005-2022 、 T/CECA-G 0171-2022、 T/CSTE 0015—2022	“领跑者”标准评价要求 电热蒸煮器具	团体标准	中关村现代能源环境服务产业联盟、中国节能协会、中国技术经济学会	2022-04-15	已发布
3	T/GDJD 008—2020	食具保洁柜	团体标准	广东省家用电器行业协会	2022-03-10	已发布
4	T/EES 0019—2021、 T/CSTE 0188-2021	“领跑者”标准评价要求 电水壶	团体标准	中关村现代能源环境服务产业联盟、中国技术经济学会	2021-12-02	已发布
5	T/FSIPA4—2021	家电类企业知识产权管理规范	团体标准	佛山市知识产权协会	2021-10-11	已发布
6	T/CECA-G 0107—2021 T/CSTE 0174—2021	“领跑者”标准评价要求 面包机	团体标准	中国节能协会、中国技术经济学会	2021-9-30	已发布
7	T/FSS 16—2021	佛山标准 电水壶	团体标准	佛山市佛山标准和卓越绩效管理促进会	2021-02-22	已发布
8	T/CAS 467—2021	电热饭盒的性能要求	团体标准	中国标准化协会	2021-02-05	已发布
9	T/CECA-G 0077-2020	“领跑者”标准评价要求电烤箱	团体标准	中国节能协会	2020-12-19	已发布
10	T/GDEACC 16—2019	养生壶及类似器具	团体标准	广东省家电商会	2019-01-20	已发布
11	T/GDEACC 12—2019	电炖锅能效限定值及能效等级	团体标准	广东省家电商会	2019-01-20	已发布

12	T/GDEACC 15—2019	隔水炖盅	团体标准	广东省家电商会	2019-01-20	已发布
13	T/GDEACC 05—2018	家用和类似用途电水壶能效限定值及能效等级	团体标准	广东省家电商会	2018-12-15	已发布
14	QB/T 5266-2018	家用和类似用途电热陶瓷烹饪器具	行业标准	工业和信息化部	2018-05-08	已发布
15	T/SDBX 001-2017	养生壶	联盟标准	广东省家用电器产业技术标准联盟	2017-05-25	已发布
16	T/FSAS 2-2016	家用和类似用途破壁搅拌机	联盟标准	佛山市家用电器产业技术标准联盟	2016-09-18	已发布

(3) 研发设计持续投入

技术创新、科技进步是公司生存和发展的驱动力，近年来公司持续加大研发投入，以保证公司技术创新能力的持续提高。报告期内公司研发投入占营业收入的比例如下：

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
研发投入	12,988.80	10,524.15	7,651.52
营业收入	360,634.03	365,994.84	268,796.40
研发投入占营业收入比重	3.60%	2.88%	2.85%

4、产品质量优势

自成立以来，公司一直专业从事创意小家电产品的研发、设计、生产及销售，依托公司较强的技术研发能力，严格的产品质量控制体系，生产出的创意小家电产品性能稳定、品质卓越，深受消费者喜爱。

公司已建立了完善的质量控制制度和有效的运行体系，公司持有中鉴认证有限责任公司于 2021 年 2 月 9 日颁发的编号为“U0021Q50055R3L”的质量管理体系认证证书；同时，公司产品通过多项国内和国外的产品测试和认证，如欧洲 CE 认证、日本 PSE 认证、韩国 KC 认证、美国 ETL 认证和 CB 认证等，产品可销往全球多个国家和地区。

公司高度重视产品质量控制，严格执行公司内部标准及国家标准，生产中采用先进的设备及控制流程，使产品各项技术性能指标得到可靠保证；公司通过制定《供应商控制程序》《来料检验管理办法》《制程检验管理办法》《成品检

验管理办法》《零部件评价管理办法》《整机评价管理办法》《产品一致性管理办法》等一系列保证品质的相关管理制度及程序文件，从产品研发、生产制造和成品入库各个环节设置了严格的品质检查，对产品材料、技术安全、制造工艺等均有严格标准，确保产品质量。

5、用户体验优势

产品能否获得消费者认可，与用户体验密切相关。公司高度重视用户体验，始终贯彻以用户为中心的宗旨，在选材用料、智能操控、人体工学设计、多功能使用等方面，均对产品作出严格的要求，使产品功能更契合用户使用习惯，提高用户满意度。如微电脑式产品实现烹饪智能预约和自动断电；设计上置式面板实现用户免弯腰操作；开发可进行煮茶、甜品、火锅、煲粥功能的多功能养生壶；同时实现煎蛋、烤面包功能的多士炉等。

公司制定了《用户体验管理办法》，对用户体验工作进行规范管理。研发中心设有产品体验专员负责新品体验研究，具体包括产品开箱、外观体验、操作交互、场景模拟、产品运行和使用维护等。此外，公司根据新品在主流电商平台的用户反馈，及时进行产品改进优化。公司对产品体验重视，具备较强的用户体验优势，具有良好的口碑。

6、产品多样化优势

公司从用户需求出发，结合公司研发设计优势，根据消费者成长轨迹和生活工作场景的变化，不断丰富产品品类，持续深耕细分产品，满足消费者在不同阶段或场景对创意小家电的需求。

公司产品品类丰富，目前有近 500 款型号产品对外销售，产品适用对象涵盖婴幼儿、青年、中老年人群及其生活与工作的不同场景。公司凭借较强研发设计优势不断丰富产品品类，各类产品的销售订单相互带动，提高了客户复购率和销售额，扩大了公司行业影响力。此外，产品品类多样化有利于提高公司的市场抗风险能力，避免了因单一细分品类市场萎缩而造成经营业绩下滑的风险。

公司多年来坚持实施产品多样化战略，积累了丰富的品类开拓经验，提升了公司竞争优势。

7、管理团队优势

公司拥有一支稳健、务实、高效的管理团队，核心管理成员稳定，对公司企业文化有高度的认同感。其中公司创始人、总经理李一峰先生拥有多年的小家电行业研发、设计、生产及管理经验，公司副总经理欧阳桂蓉女士拥有多年的小家电互联网营销经验。

公司管理团队对互联网购物消费人群和互联网传播特点有着深刻理解，能够有效把握目标消费群体不断变化的消费习惯和喜好，通过产品创新、渠道创新等方式推出适时畅销产品，为消费者创造美好生活体验。

公司通过实施股权激励，实现公司核心管理人员、技术骨干持有公司股权，有效保障管理团队稳定；公司致力于学习型管理团队的建设，开展形式多样的培训活动，提高管理团队的综合素质；同时，公司致力于管理团队的持续优化，通过“小熊”品牌的影响力和企业文化感召力，不断引进优秀人才，为公司持续发展注入活力。

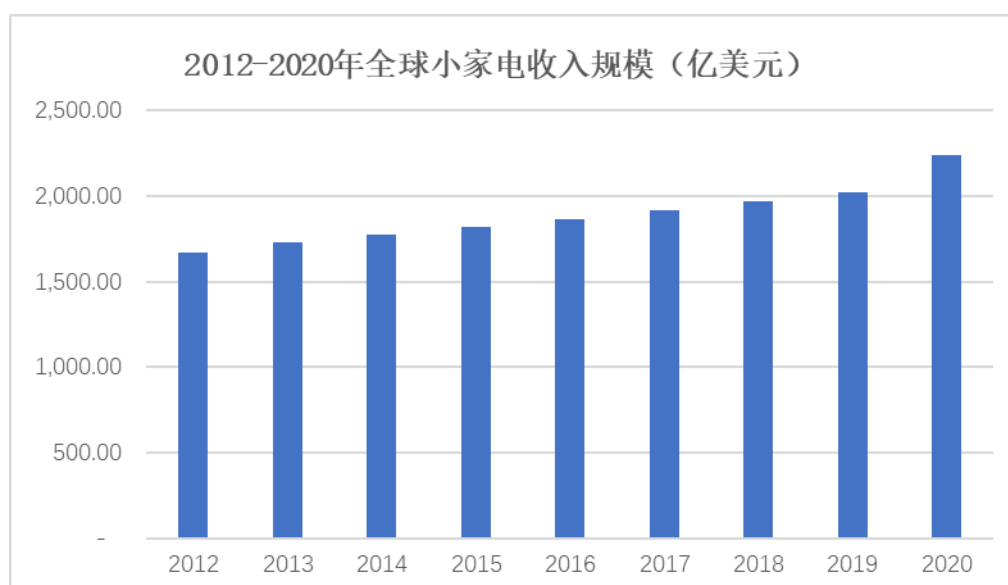
公司管理团队对公司发展及行业前景有着共同愿景，形成了稳健、高效、务实的经营管理理念，为公司在创意小家电运营方面积累了较强的竞争优势。

（三）发行人发展前景

1、小家电行业市场状况

（1）全球小家电市场规模稳健增长

近年来，全球小家电行业整体保持稳定发展态势。根据 statista 数据显示，2020 年全球小家电零售额已达 2,241 亿美元，其中厨房小家电市场规模达到 1,486.3 亿美元。随着经济全球化及国际分工体系的日益深化，欧美品牌商根据各自的优势逐渐集中于市场调研、新产品设计和品牌营销，逐步将开发、生产制造、装配、物流等业务链向具有劳动力优势的国家转移。伴随着小家电行业发展，我国家电产品生产能力日益提升，中国逐渐成长为小家电生产大国。



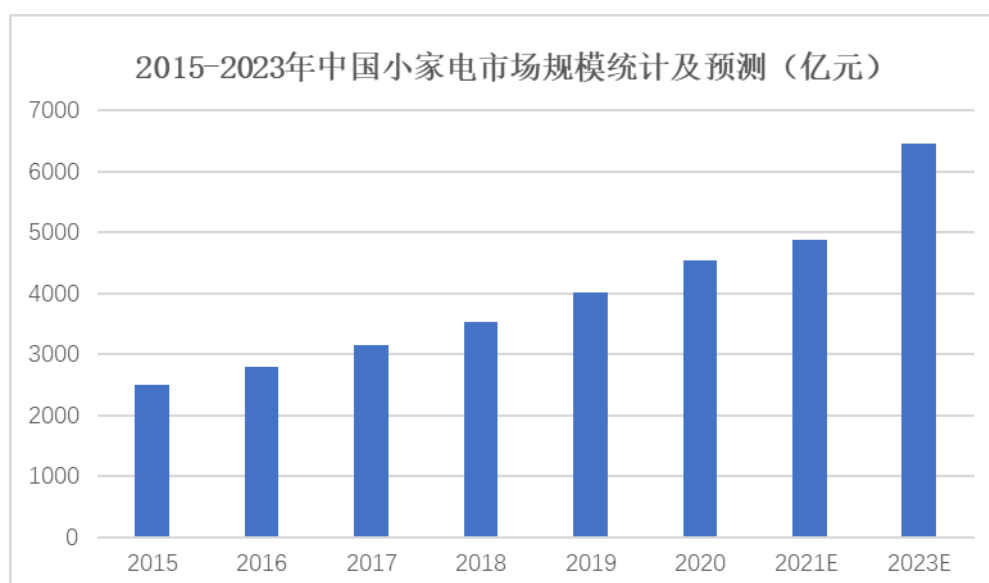
数据来源：statista, 广发证券发展研究中心

（2）我国小家电普及率仍然偏低，未来发展空间广阔

近年来，我国小家电产品的需求旺盛，整个行业迅猛发展，小家电产品在国内的普及率得到较大的提升。目前，中国家庭的小家电以厨房小家电为主，厨房小家电是小家电中普及度最高的子行业，厨房小家电市场规模占整体小家电的比例近 80%。我国与海外市场，如日本、韩国、欧美等发达国家和地区相比，除厨房小家电（电饭锅、电磁炉、电压力锅、电热水壶、豆浆机）以外，其他类别小家电渗透率仍然处于较低的水平。

目前，中国市场上小家电无论是消费者可选择的品类还是消费者实际拥有情况，都和发达国家有较大的差距。根据欧睿国际研究显示，我国小家电户均保有量不足 10 台，远低于欧美发达国家 30-50 台的户均保有量，中国小家电市场有较大的增长空间。

随着城镇化率的提升和消费持续升级，高品质的生活追求将会带动小家电产品的销售，因此中国小家电市场具有很大发展空间。数据显示，2020 年我国小家电市场规模达 4,536 亿元，预计 2021 年随着疫情逐步得到控制，在政策带动消费需求增长的情况下，2021 年我国小家电市场规模将达 4,868 亿元，预计到 2023 年将达到 6,460 亿元。



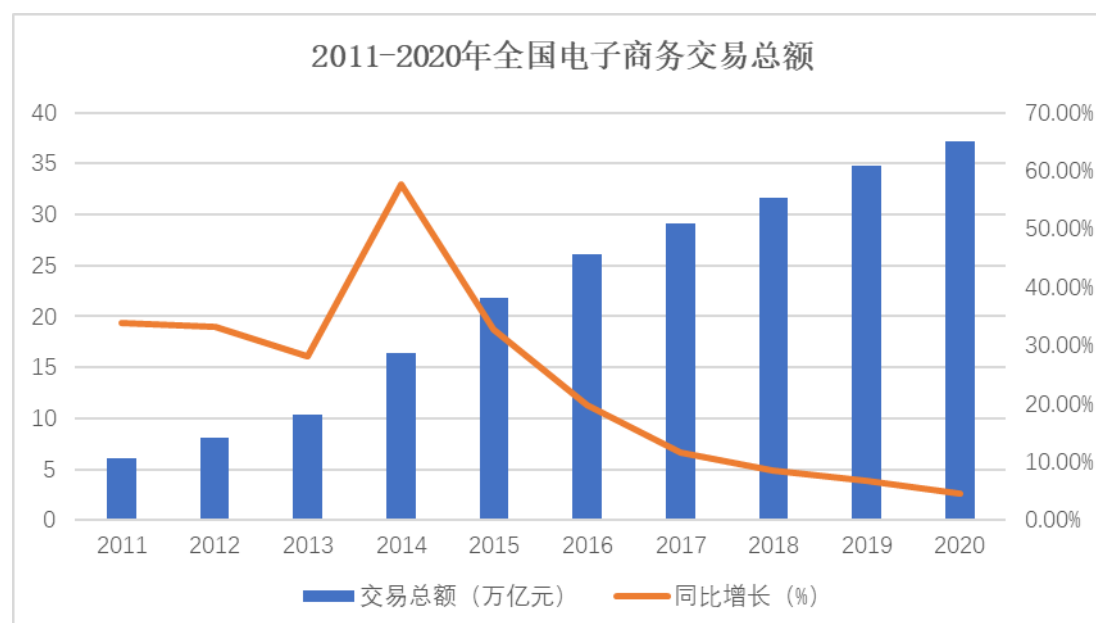
数据来源：中商产业研究院、中投顾问产业研究中心

（3）小家电电商市场发展快速

①我国电子商务市场迅猛发展

随着互联网基础设施的完善以及移动智能终端的应用普及，我国电子商务行业发展迅猛，对社会经济的影响不断深入，已逐渐成为国家经济发展的新动力。集信息流、资金流、物流于一体的电子商务平台使得企业、个人参与线上交易的程度持续加深，带动了我国电子商务市场规模稳健增长。

根据中国互联网络信息中心（CNNIC）的数据显示，截至2020年12月，我国网络购物用户规模达到7.82亿，占网民整体的79.10%，其中手机网络购物用户规模达到7.81亿，网民使用率占79.20%。根据国家统计局数据显示，2011年至2020年，我国电子商务交易总额由6.09万亿元增长至37.21万亿元，年均复合增长率约达22.28%。

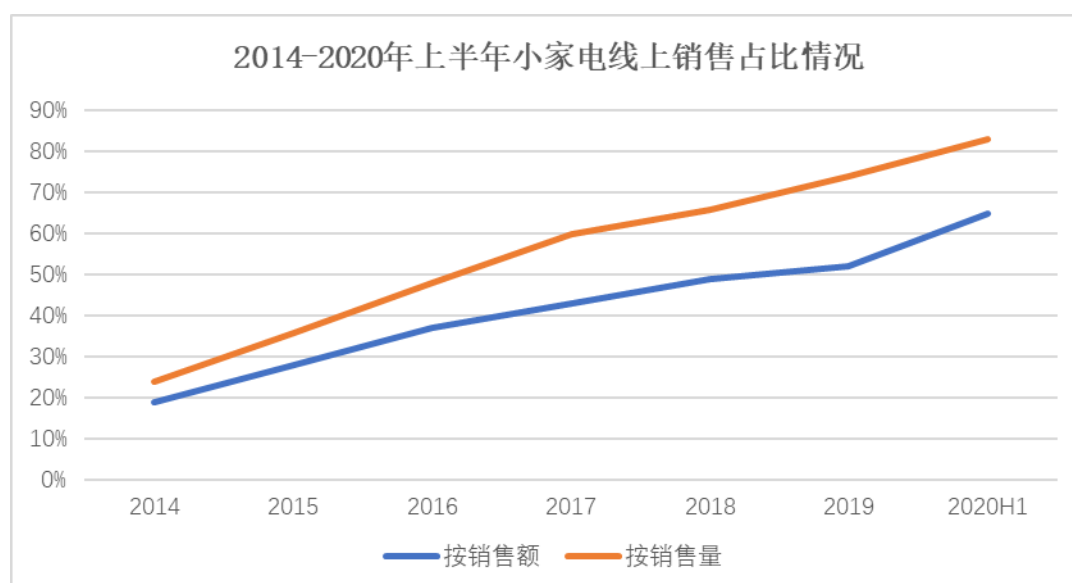


数据来源：商务部《中国电子商务报告 2020》

②小家电网购市场规模不断扩张

随着消费者网购习惯的养成，中国消费者在网上购买小家电产品已较为普遍。小家电的消费群体具有年轻化的特征，具有此类特征的消费往往愿意选择电商进行购物。另外，小家电本身具有精巧性，其用途独特，在电商平台上可以用丰富多彩的图文形式展示，可以充分吸引消费者关注。近年来，我国小家电网购的市场规模逐渐扩大，销售量和销售额都实现了较快增长，网购的产品档次、营销手法以及物流售后取得长足发展。

根据奥维云网数据，2014年至2020年，我国小家电线上销量、销售额占比稳步上升。2020年新冠疫情的爆发使小家电销售渠道进一步向线上转移，其中2020年上半年国内小家电市场销量线上占比已达83%，社交电商、直播等线上新营销模式发展迅速，将助推线上渠道销售额占比进一步提升。



数据来源：奥维云网

(4) 创意小家电市场兴起

创意小家电是指以满足产品实用性为基础，在用途上有所突破或外观设计上融入时尚化、个性化，具有自身特色的小功率、可手持且便于移动的小型家用电器。近年来，在国内小家电市场竞争越发激烈的情况下，产品同质化现象明显，国内小家电企业开始转向于重技术创新、重设计、重质量的发展之路，从厨房小家电到生活小家电、个人护理小家电，技术创新、外形创意都在逐渐改变市场上消费者的消费倾向。具体如下：

①性价比取胜

创意小家电产品一般价格适中，如养生壶和电热饭盒等，这类产品性价比高、实用性强，在价格方面亦较有优势，市场空间较大。

②以品牌取胜

越来越多的企业意识到，要想企业长久立于市场中，就必须建立品牌并向消费者传达品牌理念。因此，越来越多的家电企业进入创意小家电行业，以品牌的力量抢夺市场份额。

③以创意的外观及功能取胜

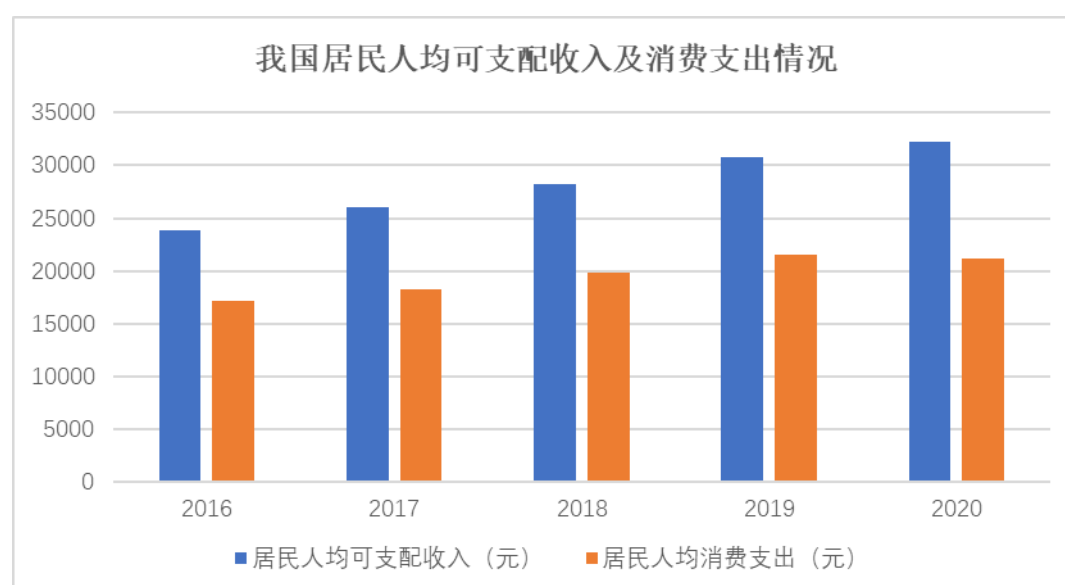
在小家电市场中，国内大品牌已占据市场主导地位，其他品牌要从市场中占有一定的市场份额，不仅需从产品价格或品牌上进行战略布局，更需要加强产品研发投入。外观的创意很容易抓住消费者眼球，让消费者在众多的小家电

中选择此种产品。同时，创意小家电功能亦是吸引消费者购买的重要因素。人们生活中常有的小家电为电饭煲、电热水壶等，而推陈出新的养生壶、空炸机、智能蒸锅等以全新的功能引领消费需求。

创意小家电产品种类繁多，市场潜力巨大。现阶段创意小家电在国内逐渐为人们所接受，但大多数家庭仍以传统小家电为主，因此其市场潜力巨大。

2、小家电行业发展趋势

随着国民经济的快速发展，我国居民收入及城镇化水平的不断提升，其中2021年我国居民人均可支配收入35,128元，比上年增长8.1%，未来随着我国居民收入的持续增长及城镇化率的进一步提升，创意小家电经历满足消费者基本需求、改善用户生活品质两大阶段后，进入新一轮行业转型升级期，在满足生活需求的基础上，人们更加注重个性化及高品质的生活方式，各类层出不穷的小家电产品满足了消费者的不同需求，促进小家电行业规模日益增长。



数据来源：国家统计局

(1) 时尚与健康成为小家电发展的新趋势

随着消费者对于小家电产品的需求不断增加和变化，小家电产品也进一步细分，产品结构升级趋势明显，高端、智能和健康的小家电产品市场占有率提升，成为拉动市场增长的主要动力。此外，伴随着互联网成长起来的年轻一代逐渐成为小家电市场消费主力军，这类消费群体更加追求时尚，对于产品选择更倾向于健康类型，使得时尚与健康成为了小家电发展的新趋势。

（2）产品将更具人性化和智能化

当前小家电消费市场，消费者对产品的智能化、环保性、功能性和个性化的需求较以往大大提高，迫使企业淘汰落后的设计理念和生产方式。未来小家电产品的研发生产方向，将从单一实用主义逐渐向个性化、可定制化发展，使得其成为带有消费者个性的家居用品，而非简单的家电产品。随着互联网技术的发展，小家电产品将会更多地嵌入具有互联网功能的模块，实现 WIFI 联网控制等功能。

（3）产品营销能力将成为小家电企业的重要经营能力

随着产品同质化现象的加剧，营销能力将成为小家电企业的核心竞争力之一。无论是线上互联网平台的销售还是线下“经销+直销+代销”的传统销售模式，企业都需要在营销手段、广告推广和消费者引导等方面进行研究投入和资金投入。

在传统电商淘宝、天猫、京东等平台之外的网络销售渠道上，伴随粉丝经济和年轻消费群体驱动，流量明星代言、网红带货、跨界联名、“短视频+直播+社群平台”等新营销模式逐渐兴起，部分小家电企业充分利用互联网的火热发展势头，通过打造爆款产品为品牌增加销售额，产品营销方式的多元化将助推线上渠道销售额占比进一步提升。

（4）新型小家电不断涌现

居民消费能力的提升，消费人群更迭，促进了小家电消费升级，人们对新型小家电的需求也日渐增长。

一方面人们对于现有的小家电产生了更新换代的需求，购买意愿逐渐向高价格、高品质倾斜。以养生壶为例，养生壶满足时下消费者养生、健康和消费升级的需求，相较于传统电热水壶，养生壶的价格普遍更高，但市场份额逐步扩大。消费者购买意愿逐渐向高价格、高品质倾斜，其他各大传统品类也表现为类似的升级趋势。

另一方面，创新功能类的小家电层出不穷，如空气炸锅、烤串机、电炖盅、电动打蛋器、电热饭盒、多士炉和加湿器等，此类小家电满足了人们对生活品质的追求，成为小家电企业的新竞争领域。

（5）线上电商销售的变化

在我国互联网基础设施建设的完善和网络购物用户规模不断扩大的基础上，随着经济的迅速发展，我国电子商务市场迎来高速增长。截至 2020 年，我国网络零售交易额为 117,601 亿元，同比增长了 10.61%，其中新冠疫情期间宅经济和健康理念的普及为主打健康产品的线上小家电市场带来了爆发增长的契机。

相比以往，小家电网购市场增长率有所放缓，但整体销售规模仍处于增长态势，故电商销售尚未出现线上小家电销售规模下降的拐点。但预计未来随着国内互联网流量红利的衰退，线上销售模式的边际获客成本将持续上涨，获客成本压力促使同行业公司将加大线下销售模式的发展。

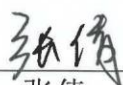
五、保荐机构推荐意见

综上所述，本保荐机构认为：发行人运作规范，具备较好的独立性；发行人主营业务突出，具有较好的发展潜力；本次募集资金拟用于广东小熊精品电器有限公司新建智能小家电制造基地（二期）项目，符合发行人的发展战略。发行人向不特定对象发行可转换公司债券行为符合《证券法》《证券发行管理办法》等有关法律法规。因此，东莞证券特向贵会保荐小熊电器股份有限公司向不特定对象发行可转换公司债券。

附件一：保荐代表人专项授权书

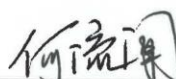
(本页无正文，为《东莞证券股份有限公司关于小熊电器股份有限公司 2021 年度向不特定对象发行可转换公司债券之发行保荐书》的签章页)

项目协办人：


张倩

保荐代表人：

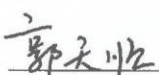

文 斌


何流闻

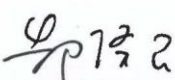
内核负责人：


李 洁

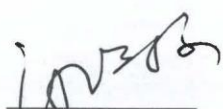
保荐业务部门负责人：


郭天顺

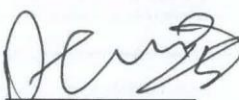
保荐业务负责人：


郇泽民

总经理：


潘海标

董事长、法定代表人：


陈照星



保荐代表人专项授权书

中国证券监督管理委员会：

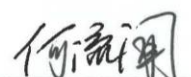
根据贵会《证券发行上市保荐业务管理办法》及有关文件的规定，我公司授权文斌先生、何流闻先生担任小熊电器股份有限公司 2021 年度向不特定对象发行可转换公司债券保荐代表人，负责该公司向不特定对象发行可转换公司债券的尽职保荐及持续督导等保荐工作事宜。

特此授权。

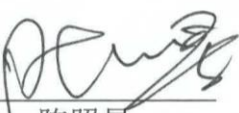
（本页无正文，为《东莞证券股份有限公司关于小熊电器股份有限公司 2021 年度向不特定对象发行可转换公司债券保荐代表人专项授权书》的签章页）

保荐代表人：


文 斌


何流闻

法定代表人：


陈照星

东莞证券股份有限公司

2022 年 8 月 10 日

