

上海信公轶禾企业管理咨询有限公司

关于浙江宏昌电器科技股份有限公司关注函相关事项之

独立财务顾问核查意见

浙江宏昌电器科技股份有限公司（以下简称“宏昌科技”或“公司”）于 2022 年 10 月 11 日收到深圳证券交易所创业板公司管理部下发的《关于对浙江宏昌电器科技股份有限公司的关注函》（创业板关注函〔2022〕第 366 号）（以下简称“《关注函》”），公司高度重视来函事项，并对相关问题逐项进行了深入分析，现就《关注函》所涉问题作出回复如下：

问题：

9 月 30 日，你公司披露的《关于调整 2022 年限制性股票激励计划公司层面业绩考核指标的公告》显示，受疫情影响，公司上半年营业收入低于年初设定的预期目标，员工对实现年初设定的考核目标信心不足。公司拟调整激励计划的公司层面 2022-2024 年度业绩考核指标。调整前，激励对象当年实际归属的限制性股票数量=个人当年计划归属的数量×个人层面归属系数，若各归属期内公司当期业绩水平未达到业绩考核目标条件的，所有激励对象对应考核当年可归属的限制性股票全部取消归属。调整后，激励对象当年实际归属的限制性股票数量=个人当年计划归属的数量×公司层面归属系数×个人层面归属系数。公司层面实际达成率 $R = \text{各考核年度公司业绩实际完成值} / \text{公司业绩考核目标值}$ ，当 $R \geq 100\%$ 时，公司层面归属系数为 1，当 $100\% > R \geq 95\%$ 时，公司层面归属系数为 0.7，当 $R < 95\%$ 时，公司层面归属系数为 0。我部对此表示关注，请你公司补充说明如下事项：

1.结合你公司的生产经营模式、同行业可比公司的经营情况等要素，量化分析疫情对你公司生产经营的具体影响，以及是否存在疫情以外的其他原因。

回复：

（一）新冠疫情对公司生产经营模式的具体影响

公司主营业务为流体电磁阀、传感器及其他电器配件的研发、生产和销售，产品主要面向洗衣机、净水器、智能坐便器等家电厨卫领域，以直销的方式与主

要客户签订合同，并以客户需求预测或具体订单为导向组织原材料采购和产品制造，从而实现产品销售、获取利润。实施公司 2022 年限制性股票激励计划（以下简称“本激励计划”）以来，公司生产经营模式未发生变化，生产经营模式也未受到新冠疫情的影响。

（二）同行业可比公司的经营情况

2022 年上半年以来，全球政治经济环境更加错综复杂，大宗金属商品价格高企推高制造成本，新冠疫情反复影响生产经营安排，同时也影响终端消费需求。生产要素价格上涨等诸多不利因素使得同行业可比公司严格压缩各项费用支出，今年上半年行业回暖不及预期。以下为公司同行业可比公司的经营情况数据：

单位：万元

证券代码	公司	2022 年上半年营业收入	较上年同期变动比例
002050.SZ	三花智控	1,015,995.30	32.39%
	其中：制冷空调电器零部件	696,138.61	25.13%
603677.SH	奇精机械	89,285.11	-9.61%
300403.SZ	汉宇集团	51,835.04	-3.12%
300943.SZ	春晖智控	23,977.68	-8.13%
301008.SZ	宏昌科技	36,244.15	9.78%

注：以上数据引用自各上市公司对外披露的公告。

由上表可见，2022 年上半年，多数同行业可比公司营业收入较上年同期出现了不同程度的下降。

（三）新冠疫情反复及客户需求下降导致公司经营业绩增速放缓

2022 年 1-3 月，公司实现营业收入 17,379.24 万元，同比增长 7.52%，占目标营业收入的 82.39%；2022 年 1-6 月，公司实现营业收入 36,244.15 万元，同比增长 9.78%，占目标营业收入的 86.64%。具体如下：

单位：万元

期间	实际营业收入	较上年同期变动比例	公司目标营业收入	占目标营业收入比重
2022 年 1-3 月	17,379.24	7.52%	21,094.18	82.39%
2022 年 1-6 月	36,244.15	9.78%	41,831.26	86.64%

自 2022 年上半年以来，公司营业收入虽略高于上年同期，但各季度均未达到相应的目标收入。公司营业收入增速放缓的主要原因如下：

1、公司主要客户之一和子公司（宏昌电器（无锡）有限公司）位于江苏省无锡市，紧邻受疫情影响严重的上海市。受无锡本地及上海疫情管控因素影响，人员跨区域流动受到较大的限制，特别是上海市自 2022 年 3 月底开始实施分批静默管理以后，主要客户之一及子公司所在地部分时段也实施了较为严格的疫情管理措施，导致原材料供应不畅、产品发货受阻、子公司现场生产难以正常开展，对公司经营业绩造成了不利影响。另外，2022 年 4 月，公司所处区域附近发生疫情，当地采取内部循环方式进行疫情管理，在此背景下，公司存在原材料供应不畅、产品发货受阻等问题，且部分居住在疫情发生地附近的员工被隔离，生产经营受到一定程度影响。

2、公司依托下游洗衣机龙头企业，取得家电配件行业优势地位。家电专用配件市场需求与下游家电行业紧密相关，公司 80%左右的收入来源于洗衣机客户。2022 年以来，受宏观因素影响市场景气度下降，我国洗衣机等家电行业的产品销量以及销售价格受到了不同程度的冲击，下游需求萎缩，对行业内公司造成了显著的负面影响。2022 年上半年，公司主要客户所处的下游家用洗衣机行业表现呈现低迷态势，产销量数据普遍低于上年同期，具体如下：

单位：万台

月份	产量	同比	销量	同比
1 月	669.90	-8.62%	672.60	-6.67%
2 月	463.08	4.09%	461.94	-1.57%
3 月	564.50	-14.73%	565.74	-14.60%
4 月	491.30	-19.81%	484.37	-21.75%
5 月	503.60	-13.49%	515.97	-11.13%

6 月	514.50	-5.93%	515.04	-5.82%
-----	--------	--------	--------	--------

数据来源：产业在线

由上表可知，公司主要客户所处的下游家用洗衣机行业除 2022 年 2 月份外，其他月份产量均低于上年同期；2022 年上半年各月份的销量也均出现不同程度的下滑，其中 2022 年 3 月-5 月份下降幅度最大。公司作为专业流体电磁阀供应商，主要产品为洗衣机部件，公司主要客户海尔集团和美的集团合计占据了国内家用洗衣机行业 65%左右的市场份额，因此下游家用洗衣机需求的持续低迷对公司的业绩产生了较大的负面影响。公司下游主要客户 2022 年上半年经营表现如下：

单位：万元

证券代码	公司简称	2022 年上半年营业收入	较上年同期变动比例
600690.SH	海尔智家	12,185,752.25	9.07%
000333.SZ	美的集团	18,266,100.90	5.09%
000100.SZ	TCL 科技	8,452,218.10	13.76%
001322.SZ	箭牌家居	330,673.50	-0.89%

注：以上数据引用自各上市公司对外披露的公告。

综上所述，虽然随着各项促消费政策的落地生效，生产、销售陆续恢复正常，市场需求逐步恢复，但受到原材料价格上涨影响，同行业增速有所放缓，今年上半年经营情况普遍不及预期水平。同时，随着全球疫情进入新常态，宏观经济环境与国际环境的不确定性风险预计会长期存在，因全国多地疫情反复，企业经营情况和盈利能力将受到压力，公司未来业绩是否能够匹配本激励计划原有的考核指标并实现预期的激励效果存在不确定性。因此，在这外部环境不断变化的特殊时期，调整本激励计划的业绩考核目标有利于公司更好地应对复杂多变的外部环境。根据现行市场环境下的业绩预期制定兼顾挑战性与可达成性的业绩考核目标，有利于鼓舞团队士气、充分调动员工工作积极性，鼓励核心员工并肯定其工作成绩，有利于稳住公司发展基本面，实现公司、股东和员工利益的统一。

综上，公司本次调整业绩考核指标是公司根据外部环境和实际生产经营情况

进行的合理预测和调整，调整后的业绩考核指标更具有合理性、科学性，能够继续调动激励对象的积极性，进一步提高员工的凝聚力，有效发挥激励作用，确保公司长期稳定发展，为股东带来更高效、更持久的回报。

2.结合你公司今年前三季度的经营业绩情况、以前年度经营业绩及以前年度第四季度经营业绩占全年的比例等因素，说明本次调整激励计划业绩考核指标的合理性，是否能够起到激励效果，是否存在损害上市公司及全体股东利益的情形。

回复：

（一）公司 2022 年前三季度的经营业绩情况和以前年度经营业绩情况及以前年度第四季度经营业绩占全年的比例

1、公司 2022 年前三季度的经营业绩情况和以前年度经营业绩情况

公司第三季度报告目前尚在编制中，拟于 2022 年 10 月 28 日公告，暂无法提供 2022 年第三季度相关数据进行对比分析。

公司 2022 年 1-6 月的营业收入情况以及以前年度经营业绩的对比情况如下表所示：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2021 年 1-6 月	2020 年度	2020 年 1-6 月
营业收入	36,244.15	76,782.35	33,015.23	57,700.44	20,588.00
同比变化	9.78%	33.07%	60.36%	14.01%	-0.33%

由上表可知，公司 2022 年 1-6 月营业收入较上年同期增长 9.78%，该增长幅度与 2021 年 1-6 月较上年同期增长 60.36%及 2021 年度较上年同期增长 33.07%相比，均有较大回落。

2、公司以前年度第三季度及第四季度经营业绩占全年的比例情况

公司 2020 年和 2021 年第三、四季度的营业收入及占全年营业收入的比例情

况如下表所示：

单位：万元

项目	2021 年三季度	2021 年四季度	2020 年三季度	2020 年四季度
营业收入	18,989.01	24,778.11	16,289.74	20,822.70
占全年收入比重	24.73%	32.27%	28.23%	36.09%

由上表可知，公司四季度的收入占比相对较高，主要原因系：洗衣机等下游家电产品的销售旺季通常在“五一”假期、“618”购物节、国庆假期、“双十一”购物狂欢节、元旦假期、春节假期等期间，洗衣机等家电厂商为应对上述销售旺季，通常会提前进行充分备货，对电磁阀等专用配件采购需求会相应增加。一方面，下游客户四季度的采购备货覆盖“双十一”购物狂欢节、元旦假期、春节假期等三个重要销售旺季，下游客户备货数量相对更多；另一方面，四季度天气逐渐转凉且衣物逐渐厚实，消费者对洗衣机的需求比春夏季节更加旺盛，洗衣机更为畅销。因此，公司下游客户四季度的采购量相对更大，从而导致公司四季度的营业收入占比相对较高。

（二）公司本次调整激励计划业绩考核指标具备合理性并能够起到激励效果

公司选用营业收入增长率作为公司层面的业绩考核指标，营业收入作为企业经营的核心财务指标，是衡量企业经营情况和市场占有率，预测企业经营业务拓展情况的重要指标。公司通过采用营业收入增长率进行考核，能充分体现公司的经营表现，营业收入的增长能充分反映公司的成长能力和其行业竞争力。

面对复杂多变的外部环境和不断演变的行业形势，为了确保本激励计划的激励效果，公司对本激励计划公司层面业绩考核指标进行了调整，增加了公司层面实际达成率（公司层面实际达成率 $R = \text{各考核年度公司实际完成值} / \text{公司业绩考核目标值}$ ）及相应的归属系数，从整体层面对公司层面业绩考核的调整增加了分档细化达成率的标准，提高进一步考核目标的合理性和考核标准的灵活性。公司通过充分参考市场案例并平衡本激励计划激励效果的基础上进行动态调整，相关市场案例如下：

公司	业绩完成情况及对应系数				
星帅尔 002860.SZ (2022)	业绩指标实际达成率 R	$R \geq 95\%$	$95\% > R \geq 85\%$	$R < 85\%$	-
	对应系数	100%	70%	0%	-
科大国创 300520.SZ (2022 修订稿)	业绩完成率 (R)	$R \geq 100\%$	$90\% \leq R < 100\%$	$80\% \leq R < 90\%$	$R < 80\%$
	对应系数	1	0.9	0.8	0
永贵电器 300351.SZ (2022)	业绩目标达成率 (P)	$P \geq 100\%$	$80\% \leq P < 100\%$	$P < 80\%$	-
	对应系数	100%	P	0%	-
星徽股份 300464.SZ (2022)	业绩考核指标实际达成度	$A1 \geq 100\%$ 或 $A2 \geq 100\%$	$100\% > A1 \geq 80\%$ 或 $100\% > A2 \geq 80\%$	$A1 < 80\%$ 且 $A2 < 80\%$	-
	对应系数	100%	80%	0	-
新希望 000876.SZ (2022)	业绩完成度	$R1 \geq 100\%$ 或 $R2 \geq 100\%$ 或 $R3 \geq 100\%$	$100\% > R1 \geq 80\%$ 或 $100\% > R2 \geq 80\%$ 或 $100\% > R3 \geq 80\%$	$R1 < 80\%$ 且 $R2 < 80\%$ 且 $R3 < 80\%$	-
	对应系数	100%	80%	0	-
飞凯材料 300398.SZ (2022)	业绩完成度	$A \geq A_m$ 或 $B \geq B_m$	$A_n \leq A < A_m$ 或 $B_n \leq B < B_m$	$A < A_n$ 且 $B < B_n$	-
	对应系数	100%	80%	0	-

本激励计划中核心技术和业务人员获授股数占比超 80%，本次方案的初衷旨在重点激励公司核心技术和业务人员等基层员工，公司希望通过以股权激励为锚点，为公司薪酬体系和人才建设体系增砖添瓦，进一步提升核心团队的积极性和稳定性，如若公司按照本激励计划原定的公司层面业绩考核目标实施，恐将削弱核心团队的积极性和公司对参与对象的激励程度，出现“负激励”现象，不利于公司长远发展。

公司在对客户和行业以及公司现阶段发展情况进行充分评估后，预计本激励计划中原定的公司层面业绩考核已不能和公司现阶段发展情况和经济环境相匹配，实现难度较高。本激励计划调整后的公司层面业绩考核要求当 $R \geq 100\%$ 时，公司层面归属系数为 1，当 $100\% > R \geq 95\%$ 时，公司层面归属系数为 0.7，当 $R < 95\%$ 时，公司层面归属系数为 0。激励对象在当期公司层面实际达成率达到 95%

的前提下，激励对象当年实际归属的限制性股票数量=个人当年计划归属的数量×公司层面归属系数×个人层面归属系数，如未达到 95%，所有激励对象对应考核当年可归属的限制性股票全部取消归属，并作废失效。此次调整是在疫情反复的环境下基于公司实际经营情况和未来发展规划采取的积极措施，有利于避免宏观环境变化带来的负面影响，有利于稳固公司核心团队，充分激发员工的奋斗热情和主人翁精神，调动员工的积极性和创造性，可有效避免“负激励”的局面，并契合公司实施股权激励的初衷，调整后的考核指标更具科学性和合理性，同时兼具挑战性、增长性和可操作性，有利于股东、公司、员工三方共同推动宏昌科技持续快速发展。

（三）本次调整激励计划业绩考核指标未损害上市公司及全体股东利益

基于激励与约束对等的原则，公司对本激励计划公司层面业绩考核分档细化，符合《上市公司股权激励管理办法》的要求。同时，只有完成更高公司层面业绩考核目标，激励对象才能归属更多权益。本激励计划严密的内部绩效考核制度能够对激励对象的工作表现作出全面的综合评价，公司将根据激励对象考核年度绩效考评结果，确定激励对象个人层面归属系数。本次修订对考核标准的分档，使考核目标更加合理、清晰，是对当前复杂多变的外部环境采取的积极应对举措，有利于避免客观环境的波动因素导致激励效果无法实际落地，修订后的业绩考核目标兼顾了挑战性与可达成性，能够有效提升激励效果。

基于上述原因，本激励计划经调整后具备合理性，在外部环境复杂、疫情不确定性、下游市场需求疲软的背景下，能够达到对激励对象的激励效果，避免因系统性风险带来激励效果呈负面的不利影响，有利于公司稳固、激励内部核心员工并吸引行业核心人才，有利于公司进一步储备人才，助力公司提升竞争力，同时能有效将股东、公司、核心团队三方利益捆绑，推动公司长远发展，为股东创造更大的价值，不存在损害上市公司及全体股东，特别是中小股东利益的情形。

3.你公司认为需要说明的其他事项。

回复：

公司所在区域在国庆期间（2022 年 10 月 4 日）被划定为疫情防控临时管控区域，为配合政府疫情管控要求，公司按要求实施临时性停工停产。具体内容详见公司于 2022 年 10 月 10 日在创业板指定信息披露网站巨潮资讯网披露的《关于公司受疫情影响临时停工停产的公告》（公告编号：2022-085）。根据金华经济技术开发区新冠肺炎疫情防控工作指挥部发布的通知，公司所在区域已解除疫情防控临时管控。截至本回复披露日，因受疫情临时管控的隔离人员已大部分返回公司。目前，公司已复工复产。

本次临时停工停产短期内对公司生产经营和产品交付造成了不利影响，但不会对公司的长期发展构成不利影响。

本独立财务顾问核查后认为：

本激励计划涉及的各方案要素内容完整，符合有关法律法规及规范性文件的要求。在市场供给波动、外部环境复杂多变的背景下，公司本次调整本激励计划业绩考核指标具备合理性并能够起到激励效果，有利于促进公司竞争力的提升，在中长期内有利于公司的持续发展，不存在损害公司利益与股东利益的情形。

(本页无正文, 仅为《上海信公轶禾企业管理咨询有限公司关于浙江宏昌电器科技股份有限公司关注函相关事项之独立财务顾问核查意见》之签章页)

独立财务顾问: 上海信公轶禾企业管理咨询有限公司

2022年10月14日

