

江苏新日电动车股份有限公司 关于拟投资无锡制造中心智能化工厂改扩建项目及变更 部分募投项目相关事项的补充公告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

江苏新日电动车股份有限公司（以下简称“公司”）于2019年6月13日披露《关于拟投资建设无锡制造中心智能化工厂项目的公告》（公告编号：2019-027）和《关于变更部分募投项目的公告》（公告编号：2019-028），为帮助投资者进一步了解，现将相关信息补充披露如下：

1、关于无锡制造中心的现有产能瓶颈

公司电动两轮车的现有产能为200万辆/年，其中无锡制造中心的产能为80万辆/年，产能占比为40%；2018年公司电动两轮车的产量为1,722,483辆，产能利用率达到86.12%，其中无锡制造中心的产量为517,418辆，产能利用率为64.68%。

近年来，公司产量呈现逐年稳步增长态势。其中，2017年电动两轮车的产量较2016年增长26.46%，2018年电动两轮车的产量较2017年增长25.82%。若按照最近一期的增长率测算，2019年公司电动两轮车的产能利用率将达到108.36%；同时，即使不调整公司现有各工厂的各型产品的生产布局结构，无锡制造中心的产能利用率也将达到81.38%。若不提前布局，进行无锡制造中心智能化工厂改扩建项目的建设，到2020年即将面临产能瓶颈。

2、新增产能及消化情况

（1）新增产能情况

无锡制造中心智能化工厂改扩建项目拟于2020年底完成第一期建设，并且根据建设规划，公司将关闭无锡制造中心原有80万辆的生产线，即到2021年开始启用第一期后，可达到100万辆电动两轮车的产能，较原有产能新增20万辆/年；在2021年完成第二期建设，2022年可达到200万辆电动两轮车的产能，较原有产能新增120万辆/年。

另一方面，无锡制造中心现有生产设备较为陈旧，客观上限制了生产效率的提升。

根据《中国自行车行业“十三五”规划》的相关要求，引导行业由规模速度粗放型向质量效益集约型转变，由劳动密集型向技术、管理、人力资本质量型转变，由低端比较优势向复合比较优势转变，由传统的大规模批量化生产向大规模个性化生产转变，由传统的生产型企业向生产和服务并重转变。大力提升行业装备自动化水平，引入高档数控机床和机器人，缩短与国际先进装备的差距，改善行业装备技术水平不平衡的局面。逐步实现数字化、网络化、集成化生产，向智能化制造迈进。另外，根据《关于电动摩托车生产企业及产品准入管理有关事项的通知》以及《关于进一步完善摩托车准入管理事项的通知》等相关规定，获得摩托车牌照的企业项目总投资不得低于2亿元人民币，固定资产投资不得低于8,000万元。因此，公司也迫切需要通过无锡制造中心智能化工厂改扩建项目的建设，快速提高生产设备自动化、信息化、智能化水平，丰富电动两轮车产品的生产类型，提高电动两轮车产品的生产效率，降低运营成本。

（2）新增产能的消化情况

一方面，从公司自身情况来看：近年来，公司通过加快优化经销渠道结构、努力巩固原有直销渠道优势、不断推出适销对路的新产品、及时建立以业绩为中心的考核与激励机制，实现了业务规模的良性增长。最近三年公司电动两轮车产品的销售呈现稳步增长态势，具体情况如下：

年份	销售量（单位：辆）	本期与上年同期增减（%）
2016 年	1,089,145	-
2017 年	1,363,565	25.20
2018 年	1,640,733	20.33

另一方面，从外部条件来看：

一是行业的稳定发展为公司产品销售提供了良好的外部环境。根据中国自行车协会《2018 年 1-11 月份行业运行情况》，2018 年 1-11 月，电动自行车规模以上企业产量2,131.2万辆，同比增长5.7%。规模以上电动自行车企业累计主营业务收入593.8亿元，同比增长4.7%。根据中国自行车协会《2019 年一季度行业运行情况》，2019 年 1-3 月份，电动自行车规模以上企业产量572.3万辆，同比增长21.3%。规模以上电动自行车企业累计主营业务收入160.7亿元，同比增长9.7%；实现利润7.3亿元，同比增长28.7%。从主要经济指标来看，一季度行业运行基本符合预期。电动自行车行业延续了去年以来的增长势头，一季度产量有较大增长。

二是新国标的执行为公司抢抓机遇拓展市场提供了强大助力。2019 年正式实施的电动自行车新国标对整个行业格局变化带来影响：一方面，依据一系列法规和标准，电动两轮车将分为电动自行车、电动轻便摩托车、电动摩托车三大细分品类，将进一步影响到行业竞争格局。原来数量众多的生产企业，若需继续进行生产，必须进行资质条件更为严格的电动摩托车生产一致性能力准入审查。实力较弱的行业内的中小企业由于难以达到准入要求，将被迫退出市场竞争，产业集中度将进一步上升，行业竞争将逐步集中到行业内的现有大型企业之间。同时，亦有可能出现新的进入者参与本行业的市场竞争。另一方面，竞争形势的复杂化也可能促使品牌企业在工业设计、研发制造、渠道建设、服务体验等领域采取创新举措，带动行业转型升级。总体来看，随着市场进一步集中，具有品牌号召力、渠道优势突出、产品质量过硬的企业将获得更广阔的发展空间，市场份额将逐渐向这些优势企业集中。

三是出口市场前景较好。《中国自行车行业“十三五”规划》明确提出，“‘十三五’时期，全行业规模以上企业主营业务收入年均增长 6%，到 2020 年突破 2,000 亿元。自行车及零部件出口基本稳定，电动自行车出口大幅增长。”

因此，公司将抓住电动两轮车行业稳步增长、新国标执行带来行业集中度提高、国际市场快速发展的机遇，通过进一步做好产品研发设计、优化营销网络等手段，发挥公司的既有优势，着力做好电动两轮车产品的国际国内市场销售工作，以消化新增产能，为公司经营业绩的增长提供有力支撑。

3、资金来源及对公司财务状况的影响

（1）公司无锡制造中心智能化工厂改扩建项目的资金来源为自有资金。截止 2019 年 3 月 31 日，公司自有资金存量（不含应收票据 4,535.24 万元，不含募集资金 22,365.16 万元）37,195.66 万元；另根据 2019 年 4 月 27 日第四届董事会第 22 次会议决议，向中信银行股份有限公司无锡锡山支行申请总额不超过人民币 3.5 亿元综合授信额度，可以支撑公司拟投资 37,062.54 万元建设无锡制造中心智能化工厂改扩建项目。但在该项目的建设期间，该项目不能实现收入，可能会造成公司自有资金减少，会给公司带来一定程度的资金压力。

（2）该项目对公司的财务状况影响如下：

①根据《无锡制造中心智能化工厂改扩建项目可行性研究报告》，达产后预计年销售收入 299,716.00 万元，净利润为 6,032.12 万元，该项目经济效益较好。另外，公司 2017 年和 2018 年经营性现金净流量较好，2017 年经营性现金净流量为

13,886.10 万元，2018 年经营性现金净流量为 16,739.91 万元。随着该项目达产后收入和利润的增加，会带来现金流的增加。

②从资产结构上看：截至 2019 年 3 月 31 日，公司流动资产 105,787.25 万元，资产总额 163,504.58 万元，流动资产占总资产的比例为 64.70%。按项目达成后测算，两期建设资金投入 32,000.34 万元转为固定资产。若按照 2019 年 3 月 31 日资产结构测算，自有资金投入 32,000.34 万元转为固定资产后，则公司流动资产变为约 73,786.91 万元，流动资产占总资产的比例约 45.13%。随着项目达产后的销售收入和利润的增加，会逐步提高流动资产的占比。

4、原募投项目进度情况及变更募投项目的合理性

(1) 原募投项目进度情况

根据《江苏新日电动车股份有限公司首次公开发行招股说明书》，公司“营销网络升级项目”预计投资总额 18,377.26 万元，使用募集资金金额 16,039 万元，主要内容为组建 4 个运营中心，建立 21 个仓储物流中心，并在仓储物流中心所在城市开设 21 家旗舰店。

截至 2019 年 3 月 31 日，“营销网络升级项目”已实际累计投入 1,688.54 万元，完成计划使用募集资金的 10.43%。其中：建筑工程费用 353.02 万元，设备购置费用 1,133.48 万元，其他费用 202.04 万元。已投入募集资金全部用于门店装修建设、设备采购以及终端仓储中心租赁等。2019 年 1-3 月，公司募集资金投入产生的营业收入为 676.27 万元，利润总额为 25.99 万元。

(2) 原募投项目进度较慢的原因及变更募投项目的合理性

公司进行上述营销网络建设，是密切围绕公司当时经销渠道的现状和特点，为了进一步弥补现有销售渠道的短板、丰富和完善营销网络、快速扩大销量而做出选择。当时公司经销渠道具有以下特点：一是经销商数量多而分散，且主要为县（区）级的小型经销商，截至 2017 年末，公司拥有 1,350 家经销商；二是单个经销商的资金实力普遍较小，这些经销商在公司的提货，具有小批量、多频次的特点，同时，相对于经销商自有门店的零售业务而言，其对分销商的批发业务存在短板，分销能力不足；三是相对于在三四线城市、县域市场的渠道建设而言，公司在特大城市、省会城市以及区域中心城市的经销渠道建设比较薄弱。因此，公司需要通过组建区域营销中心，提升公司的市场反应速度、提高对经销商的营销管理和营销服务能力；通过建立仓储物流中心，缩短经销商提货半径、提升对经销商的物流配送能力、提高经销商有限资

金的使用和周转效率；通过开设旗舰店，拓展公司在特大城市、省会城市以及区域中心城市的经销渠道，提高在上述中心城市的销售服务能力和提升新日品牌形象。

“营销网络升级项目”募投项目实施进度较慢，其主要原因是：

一方面是电动自行车行业传统终端销售主要采取在各城市“电动车一条街”、车辆交易市场等相关专业商圈开设店面的模式，而相关城市的店面资源具有一定的稀缺性，选址工作较为困难。

另一方面，自2018年以来，随着电动两轮车行业市场营销的形势变化，和公司销售渠道的发展，公司对销售渠道进行了结构调整。结构调整的主要着力点有以下两点：第一，是为了快速提升渠道下沉能力、促进原有经销商体系提高批发业务能力，着力引进了一批区域性规模客户，整合了部分区域的小型经销商资源。这些规模客户具有以下特点：一是相较于原有县级经销商，其资金实力较为雄厚、单次提货能力较强，二是其所在地一般为区域中心城市，三是其有意愿、也有能力在属地投入资金进行大型店面、区域样板店或旗舰店的建设。第二，是为了降低在城市市场的渠道建设成本、提升品牌形象，着力开展了与苏宁、国美等连锁卖场的合作，弥补原有销售渠道的不足。公司在2018年进行上述的渠道结构调整以后，产品销量逐步提升，较2017年增加了20.33%。

在此情况下，相较于公司自行建设运营，若由区域性规模客户进行旗舰店店面的建设运营，其资金使用效率、运营效率更高，且有利于公司节约资金资源和管理资源。因此，为了避免资源的重复投入，拟不再对原“营销网络升级项目”进行投入，并变更对“无锡制造中心智能化工厂改扩建项目”的投入。

特此公告。

江苏新日电动车股份有限公司董事会

2019年6月14日