

华帝股份有限公司

非公开发行 A 股股票募集资金运用的可行性分析报告

为进一步增强综合实力，全面推动公司业务的升级转型，开拓市场、降低成本、提升市场竞争力，促进主营业务的快速发展并提升持续盈利能力，华帝股份有限公司（以下简称“公司”、“本公司”或“华帝股份”）拟非公开发行 A 股股票，募集资金用于“营销网络建设项目”、“生产线技术升级改造项目”、“洗碗机产品生产建设项目”以及补充流动资金。

本次非公开发行 A 股股票募集资金运用的可行性分析如下：

一、本次募集资金使用计划

本次发行预计募集资金总额不超过 5.5 亿元（含本数），在扣除发行费用后将用于如下项目：

序号	项目名称	项目投资总额（万元）	拟用募集资金投入（万元）
1	营销网络建设项目	31,504.08	30,000.00
2	生产线技术升级改造项目	11,787.10	10,000.00
3	洗碗机产品生产建设项目	11,259.89	10,000.00
4	补充流动资金	5,000.00	5,000.00
合计		59,551.07	55,000.00

实际募集资金净额不足上述项目拟投入金额的部分，公司可按照项目情况调整并最终决定募集资金的具体投资项目、优先顺序及各项目的具体投资额，募集资金不足部分由公司自筹资金解决。

若公司在本次发行的募集资金到位前，根据公司经营状况和发展规划，利用自筹资金对募集资金项目进行先行投入，则先行投入部分将在本次发行募集资金到位后以募集资金予以置换。

二、募集资金投资项目可行性分析

（一）营销网络建设项目

1、项目概况

项目总投资额为 31,504.08 万元,拟使用募集资金 30,000.00 万元,建设期为两年。本项目拟在全国华中、华北、华东、华南、东南、西北、东北、西南八大片区新设华帝专卖店 440 间、百得专卖店 174 间、KA 卖场 739 间,改造升级华帝专卖店 200 间。

本项目将针对公司零售终端的视觉基础形象识别系统、基础装修、区域标准件、空间布局、产品陈列和终端店面管理建立标准规范,统一品牌终端形象。项目建成后,公司将进一步完善公司的营销网络体系,提升品牌形象,提高公司对终端渠道的管控和服务能力。

2、项目建设背景及必要性

(1) 项目顺应消费结构升级,有助于提升公司高端品牌价值

近年来,随着居民收入水平的提高,我国正迈入一个崭新的消费经济时代。消费者收入的提高将促消费观念从满足日常需求进一步转化为改善生活品质,带来对各领域高端产品需求的增长。另一方面,随着中国人口结构的日渐成熟,生于 80、90、00 年代的中国新世代消费者(15-35 岁)将成为消费市场的主导力量,引领消费市场。年轻消费者较上一代(生于 50、60、70 年代)的消费者消费能力更强。上层中产及富裕阶层消费者和新世代消费者将成为未来消费市场的增长动力,并重塑未来消费市场,这对公司的战略选择及业务运营带来巨大的挑战和机遇。

在消费升级的大背景下,公司确立了“高端智能厨电”的品牌定位,建立与顾客价值相匹配的品牌价值主张。2016 年,公司聘请黄晓明、Angelababy 夫妇为公司品牌代言人,聚焦年轻消费群体,树立年轻化品牌形象。本项目实施后,公司零售终端均采用统一的现代简约设计风格,结合“活力、创新、回馈、时尚、品质、科技”的品牌特色,打造优雅轻奢的新终端形象。新零售终端的色调运用、陈列规划和细节处理都将进一步提升公司的零售终端形象,实现新品牌形象的差异化,并提高零售终端的识别度。

(2) 行业产品升级趋势对零售终端体验及展示功能提出新需求

居民收入的提高和消费观念、习惯的变化开始引导厨卫电器产品结构升级,

其主要表现为产品高端化、智能化和橱电一体化。与此同时，厨卫电器行业内的顶尖企业已经率先开始智能化布局，通过语音、互联网应用最大程度地改善客户体验，厨卫电器智能化将是未来行业发展的重点方向之一。而橱电一体化符合消费者实用、舒适、美观、品质、绿色等综合性需要，厨房电器与整体橱柜的无缝对接将有效解决消费者从厨房设计、施工到售后的一系列问题，达到省时、省力、省事的效果。

公司以品牌转型升级为战略目标，调整产品结构，提高高端智能产品比例。2015年，公司共完成99款新品上市，其中，作为公司新时期侧吸烟机的突出代表，“魔镜”J688AZE、J639AZE、J628AZ等一系列吸油烟机在语音智能、温度控制等方面的技术水平居于行业前列。通过本项目的实施，新零售终端将设立高端智能体验区，展示智能化厨房电器产品，接轨公司高端智能定位；采用独立厨房设计，营造厨房整体氛围，推出厨房家电一体化配置解决方案。同时，烟灶展示区、热水器展示区、净水器展示区陈列公司各系列产品，满足不同消费者的个性化需求。

（3）我国厨卫电器市场稳步增长，优化渠道结构势在必行

根据奥维云网（AVC）全渠道推总数据，2015年厨房电器市场规模达到581亿元，同比增长6.8%。按照渠道划分，专卖店和连锁卖场是厨房电器主要销售渠道，分别占整体市场规模的29.3%和22.9%。其中，作为三四线和农村市场的重要载体，专卖店销量的增长主要来自于渠道下沉。随着房地产行业的回温和城镇化水平的推进，农村和城市家庭购置和更新需求将持续释放，进一步拉动厨卫电器消费，未来几年，厨卫电器市场规模将呈现稳步增长趋势。

通过项目的实施，公司将整合部分盈利能力较弱的专卖店和专柜店，全面优化升级现有标准专卖店，提升零售终端的运营能力，提高单店产出。另一方面，公司将积极开拓三、四线城市市场，继续进行渠道下沉，将部分网点升级为标准专卖店并新增乡镇专柜店，增加覆盖范围，构建公司零售终端高端形象，进一步提升公司品牌价值。零售终端不仅具有产品展示和销售功能，更是公司品牌的宣传窗口和客户服务的延伸平台。统一的终端轻奢形象有效加深消费者对公司及公司品牌的认知，扩大品牌知名度，进而整体提高公司销售业绩。

（4）行业市场集中度持续提升，强化终端优势有助于提高公司市场份额

奥维云网（AVC）全渠道推总数据显示，2015年，线下厨房电器前五名品牌的市场份额为72.0%，比去年增长了3.3个百分点；线下热水器前五名品牌的市场份额为67.6%，比去年增长了1.8个百分点。市场集中度进一步提高的原因主要有两个方面：首先，《吸油烟机能源效率标识实施规则》和《家用燃气灶具能效限定值及能效等级》正式实施，要求按照相关标准对吸油烟机和燃气灶具进行能效分级，淘汰落后产能，提升行业准入门槛。规模较小的厨卫电器品牌以价格手段抢占市场的空间将萎缩，行业优胜劣汰步伐加快。其次，消费者品牌意识提高。埃森哲《中国消费者洞察：消费零售篇》调查显示，随着经济的发展和社会主义核心价值观的演变，中国消费者愈发趋向于通过自身的购买行为来彰显自我，维护自己的社会地位。对于大型家用电器，一般情况下，消费者会亲自去实体店评估产品，除了考察产品质量或比对产品价格，还注重消费过程中的购物体验 and 品牌价值文化。

2015年，公司线下厨房电器市场销售份额为8.9%，位列第三，线下热水器销售份额为2.7%，位列第八，成长空间较大。公司将建设科技化、场景化的零售终端，为客户提供一站式消费体验，满足消费者购物体验需求，在消费过程中引导消费者体验产品所提供的品牌价值和品牌价值。零售终端的全面升级有利于挖掘销售增长机遇，建立差异化品牌市场战略，增强公司的市场竞争力，提升品牌价值，巩固并提高公司的行业地位和市场份额。

3、项目建设可行性

（1）丰富的渠道建设经验为本项目的顺利实施提供了强有力的支持

截至2016年6月30日，华帝品牌共有专卖店2782家，乡镇网点5101家，社区网点946家，百得品牌拥有标准专卖店837家，乡镇网点2500家。公司一直以来提倡“华帝利益共同体”的营销理念，实现线下营销网络稳定、持续发展。

公司制定了全国厨电经销商档案及业务流程制度，加强对经销商支持力度，推动终端市场推广。公司客观分析各区域不同特性，为经销商量身定制合作模型，以市场占有率和销售团队为维度，按照五个不同梯度提供从政策到经营托管的支持，完成组建29个专业管理经营和推广项目组，帮助经销商克服其运营薄弱点。

此外，通过整理销售数据和市场调查，公司初步建立了产品数据库，开展产品分析，为制定销售政策和产品规划提供依据。

经过多年的经营，公司已初步建成覆盖全国的多层次立体化的营销网络。公司丰富的店铺拓展和管理经验为本项目的顺利开展提供了强有力的支持。

（2）良好的品牌形象为本项目的顺利实施提供了扎实的基础

公司长期以来一直专注于厨卫电器行业，因其创新的产品设计和优质的产品质量在行业内树立了良好的品牌形象，赢得了客户的认可。公司品牌获得 2015 年中国高端厨卫产业年度品牌类“最具价值品牌”及“高端领袖奖”两大奖项；华帝“魔镜”吸油烟机荣获“2015 年度中国最具核心技术及创新奖”、“2015 年度最佳智能产品”、“2015 年度最佳用户体验产品”；华帝燃气灶、燃气热水器、电热水器、油烟机、消毒柜分别荣获“2015 年全国质量信得过产品”和“2015 年全国质量检测稳定合格产品”称号。

为加快新终端建设落地，公司已全面完善了新终端标准化设计体系、供应体系、工程管理体系等，确保公司终端管理的规范化、统一化。公司凭借品牌优势和顾客满意度优势，充分挖掘市场潜力，持续扩展品牌辐射的广度和深度，保障公司的长远发展。

（3）准确的公司战略为本项目的顺利实施提供了坚实的保障

2015 年，公司提出了“三个定位、四个坚持”的战略规划。其中“三个定位”是指以厨房和卫浴产品为核心，坚持品牌专业化的定位；以实业发展为主，资本运作协同发展的定位；“华帝”与“百得”双品牌独立运作的定位。“四个坚持”是指坚持代理制模式不动摇；坚持“利益共同体”文化不动摇；坚持高端品牌定位不动摇；坚持“双百亿”目标不动摇。公司将在营销层面通过渠道优化增强市场营销能力，在管理层面提升运营效率，在用户层面通过产品优化提高客户满意度等三大优化系统开展工作。

公司完善了经营管理、内部控制、营销、品牌、供应链、品质管控、售后服务管理等 50 项流程制度，有助提高审批效率，支撑公司战略实施。通过重新梳理组织架构，公司建立了扁平化、宽幅度的管理结构，强化核心人才的保留和引

进，建立年轻化、职业化、富有激情的团队。精确的公司战略和强大的高层管理团队为营销网络的扩展提供了战略和人才支持，为营销网络建设目标的实现提供了有力的保证。

4、项目投资概算及经济效益

项目总投资为 31,504.08 万元，其中建设投资 30,003.89 万元，基本预备费 1,500.19 万元，拟使用募集资金 30,000 万。项目建设期为 2 年。项目建成后，公司将进一步完善公司的营销网络体系，提升品牌形象，提高公司对终端渠道的管控和服务能力，进而促进公司销售额的提升。

（二）生产线技术升级改造建设项目

1、项目概况

本项目建设内容为生产线技术改造建设，针对生产车间、测试区及相关附属设施，项目建设完成后，华帝股份将购置国内外先进设备，并招聘高素质生产人员、技术人员和管理人员等，将厨卫电器传统生产线整体改造成为自动化生产线。

项目总投资为 11,787.10 万元，其中建设投资 10,500.00 万元，铺底流动资金 1,287.10 万元，拟使用募集资金 10,000 万元。本项目建设将提升公司产品生产效率，提高生产的自动化程度，完善产品结构，全面提升产品竞争力，进一步提高公司行业影响力，并扩大公司的市场份额。该项目建设将有助于实现公司在产品生产工艺上的突破与提升，增强产品竞争力，同时，通过进一步改善生产环境，降低单位能源消耗，实现规模化生产，最终达到产品市场占有率和社会与经济效益共同提高的双赢效果。

2、项目建设背景及必要性

（1）提升产品品质，顺应消费升级趋势

伴随着时代的发展和消费水平的提高，消费者对厨卫电器的消费理念发生着新的变革，其购买动机从过去简单的产品功能性消费向生活品质体验式的消费转变。尤其是 80、90、00 年代新世代消费者逐渐成为市场的主导力量，他们相比于上一代人消费需求上升到新的高度。产品价格已经不再是他们消费的唯一考量，

而是逐渐从“产品购买”到“服务享受”、从“日常需求”到“生活品质”的转变，新世代消费者更倾向于追求愉悦的消费体验或者高品质的生活方式。“新消费时代”的到来，正在催化着中国消费新的变局。在此大背景下，我国厨卫电器行业企业必须以市场需求为导向重构厨卫生态价值链，因势利导、改善供给。

本项目的实施，公司将深耕于厨卫电器产品的品质生产，进一步改善供给。通过在冲压、喷涂、装配、检测、包装等各个环节上大力投入先进的自动化设备，如自动化配送设备、机械手、自动焊接机器人、自动化检测系统设备、自动打包机等，优化公司产品各个生产环节的工序。同时，凭借自动化生产设备精准、高效的处理能力，保证公司产品质量稳定程度能一直处于较高水平。项目实施后，公司将大力提升产品品质，以高质量的产品去探寻和触发消费者的认知，重塑华帝厨卫电器形象，响应消费升级的新需求。

（2）机器换人，提升公司效益

近几年，我国人口红利减弱以及劳动力成本上升等问题日益凸显。但随着全球信息技术的快速发展，工业自动化、信息化程度日益提高，“机器换人”成为制造业发展主流趋势，逐渐摆脱上述问题的困扰。在厨卫电器领域，“机器换人”也正在完成第二次飞跃，促使了产业结构的变化，即由原来的“劳动密集、资本密集”向“人才密集、技术密集”转变。

华帝股份一直以来坚持厨卫专业化品牌发展道路，致力打造高端智能厨电领导者的发展目标，自主研发和生产灶具、抽油烟机、热水器等各类厨卫电器产品。然而，生产车间流水线上部分环节依然采用人工操作作业，如装配、检测、包装等。这种生产模式存在以下两方面的缺陷：一方面，传统生产方式需大量的人力支持，导致公司劳动力成本居高不下；另一方面，传统生产方式人工操作可能出现失误或者效率低下等问题，容易对公司产品品质的稳定性和经济效益造成一定影响。若公司延续传统生产工艺，将不利于降低劳动成本及提高生产效率。

通过本项目的顺利实施，公司将投入大量先进的自动化设备，减少人员操作，通过自动化设备保证生产过程中高度重复性和一致性，降低产品生产成本，提高产品品质的稳定性。同时，构建自动化、智能化的生产流程，使得生产线上单位时间内能够生产出更多的产品，提升生产效率，进而提高公司整体的经营效益。

因此，公司亟需通过本次生产线自动化技术改造项目的建设，有效降低人力及管理成本、提高产品良品率及劳动效率，全面提升公司整体经营效益，并使公司实现从劳动密集型企业向技术密集型企业的转型，为公司未来发展打下坚实基础。

（3）优化产品结构，增强市场竞争力

近年来，传统家电巨头纷纷加入厨卫电器行业战场，市场竞争激烈。根据奥维云网(AVC)数据显示，2015年我国厨电市场整体规模581亿元，同比增长6.8%。厨电市场共计442个品牌，品牌数量较2014年新增179个，退出60个。在我国厨卫电器市场增速放缓、品牌竞争进一步加剧的大背景下，市场进入了品牌格局持续动荡与重塑的新时期。厨卫电器企业若想要获得快速增长，必须优化产品结构增强市场竞争力，抢夺更多的市场份额。

目前，华帝股份厨卫电器产品结构呈现出中间大、两头小的“橄榄球式”现状，主要以中端产品为主导，低端和高端产品占比不大的格局。但是随着居民收入的提高以及消费理念的转变，人们对厨卫电器产品消费要求越来越高，高端领域的厨卫电器产品需求逐步释放。若公司的发展战略无法适应行业的变化趋势，将导致公司在业内失去竞争力。

本项目的实施将购置自动装配流水线、自动包装线、智能生产设备等，不仅可以增强产品质量的稳定性，同时，基于先进的自动化设备，还可以有效地改进公司生产的技术工艺、促进产品质量提升，为公司生产高端产品奠定坚实的技术工艺基础。项目建成后，将推动公司工艺技术、产品质量的全面提升，进一步实现产品结构优化升级，在对工艺技术提供有效支持的基础上助力高端厨卫电器产品的结构调整，逐步向中高端产品结构并重的格局发展。此外，先进的自动化设备还可以有效降低高端产品工艺技术难题，减少生产损耗造成的成本压力，增强公司市场竞争力，并逐步满足公司转型升级和高端化业务发展需求。

（4）抓住市场机遇，巩固行业地位

多年来公司深耕于厨卫电器行业的发展，凭借不断创新和积极开拓市场的经营理念，在厨卫电器市场竞争中占据了一定的份额。根据奥维云网(AVC)监测数据显示，2015年华帝品牌线下市场销售额占行业总销售额的8.9%，线上市场占10.2%。在我国消费升级趋势确立、品牌认知度持续提升及行业整合力度加大

的背景下，未来厨卫电器行业集中度将有望稳步提升。因此，在外部环境调整的过程中，公司必须抓住市场机遇，提升品牌形象。通过丰富公司产品种类，保证产品高质量水平，获取更多产品订单，形成销售规模的跨越式发展，进而扩大公司品牌在厨卫电器行业的市场份额。

公司借助本次募投项目建设，对现有生产线进行升级和自动化改造，不断完善公司厨卫电器产品的生产技术工艺。同时，借助机器人等机器作业手段代替人工作业，进一步提高产品质量稳定性，提升公司的生产效率。公司还会通过深入了解消费者的实际需求以及市场流行趋势，快速抓住市场机会，向市场推出消费者需要的厨卫电器产品。未来公司将在现有基础上继续做大做强，以技术创新带动产品创新，扩大生产规模及提升产品品质，进一步提高市场知名度，强化并巩固公司在厨卫电器产品的市场领先地位。

3、项目建设可行性

（1）项目的实施符合国家产业政策的导向

当前，在深入推进供给侧结构性改革以及消费市场平稳健康发展的背景下，我国消费市场规模持续扩张，为推进工业制造业加快转型创新提供了良好的外部环境。

2015年5月，国务院公布《中国制造2025》明确提出了推进信息化与工业化深度融合，把智能制造作为两化深度融合的主攻方向；推进生产过程智能化；促进工业互联网、云计算、大数据在企业研发设计、生产制造、经营管理、销售服务等全流程和全产业链的综合集成应用。这一政策的颁布为我国制造业的快速发展指引了新的方向，促使加速推进制造业转型升级——推进信息技术与制造技术深度结合，培育制造业竞争新优势。《中国制造2025》为我国厨卫电器行业的转型升级提供了明确的指引。

2015年11月，习近平总书记提出了“供给侧结构性改革”概念，2016年1月召开第十二次会议研究供给侧结构性改革方案。提出从提高供给质量出发，用改革的办法推进结构调整，矫正要素配置扭曲，扩大有效供给，提高供给结构对需求变化的适应性和灵活性，提高全要素生产率，更好满足广大人民群众的需要，促进经济社会持续健康发展。“供给侧结构性改革”思路的指引在厨卫电器行业

转型升级的关键阶段起着助推的作用。

在我国经济发展进入新常态后，国家相关部门新政策的颁发有效地推动产业转型升级，进而实现经济提质增效的总体部署。产业政策的指引一方面推动着我国厨电行业的可持续性发展，另一方面也为项目的建设提供了良好的条件。

（2）全面的质量管理体系是项目实施的有力保障

华帝股份专注于厨卫电器领域 24 年，已经构建“精益生产”的管理体系，通过改造生产线、优化生产组织等，对生产过程中事前检视预防，事中快速响应决策，事后分析与改善等措施，构建“一体联动计划模式”不断地强化公司产品质量。目前，公司产品已涵盖灶具、抽油烟机、热水器、蒸箱、烤箱、消毒柜、橱柜等千余款产品。为保证质量管理体系的有效运行，公司还成立了产品开发部、物料认证部、检查评价部、供应商管理部、制造系统品质管理部等，负责质量管理体系的运行和维护，从研发、生产、检验等多阶段，以及供应商管理、产品上市质量数据监控与预警、客户投诉管理等多方面确保与产品相关的各个环节受到严格的管控。

在多年的摸索与发展中，公司还建立了一套较为全面的质量管理制度并不断完善与规范，其中包括《产品及物料监督抽查管理规定》、《产品检测管理流程》、《生产现场检查管理制度》、《产品认证管理体系》、《产品质量原因停产规定》、《车间物料退换管理流程》、《合格供方评定流程》、《质量改进项目管理流程》等，明确公司各个相关职能部门的工作细则及注意事项。公司坚持向客户提供高品质的产品，全方位打造让客户放心的产品，严格执行以上一系列质量管理制度，进而确保公司产品质量得到有效的保障。

因此，公司全面的质量管理体系基础将为本项目的执行提供强有力的软实力支持，确保本项目的顺利实施。

（3）成熟的供应链管理经验为项目奠定的良好基础

自 2012 年以来，公司持续完善 MES 系统，到了 2014 年该系统得到较大优化后，全面提升了公司信息化、生产自动化能力、人员效率和现代“智造”能力，使公司在供应链生产环节实现质的突破。同时基于协同供应链管理的思想，配合

供应链中各个业务环节的需求，公司不断实现生产各个环节的具体操作流程和供应链信息系统有机的融合，形成各个环节的无缝链接，最终实现整体供应链可视化，管理信息化，整体利益最大化，管理成本最小化的目的，进一步提高公司整体运行效率。公司以往 MES 系统、自动化及“智造”建设方面的经验，使得公司对供应链管理、自动化及“智造”领域设备的应用有了更为深度、广度的理解，为本项目技术升级改造奠定了良好的基础。

同时，公司还导入并推动公司内部与部分供应商的一体联动生产计划，减少配件库存和在制品积压，释放现金流，并拉动管理提升。公司在供应链管理中已经将商流、信息流、物流、资金流进行有效的控制，这一供应链管理经验可以为本项目技术改造以及规模的扩大后供应链管理难度增加提供了有力的应对基础。未来公司将在原有的供应链管理基础上不断优化，进一步满足改造升级后的供应链管理需求，减轻技术改造带来的管理压力。

因此，公司成熟的供应链管理经验将为本项目的实施奠定良好的基础。

4、项目投资概算及经济效益

项目总投资 11,787.10 万元，其中厂房改造及配套设施建设 1,700 万元，设备购置及安装费 8,300.00 万元，基本预备费 500.00 万元，铺底流动资金 1,287.10 万元。项目建设期 36 个月。该项目达产当年预计可实现收入 40,480.00 万元，利润 3,123.72 万元，该项目具有良好的效益。本项目的税后静态回收期（含建设期 3 年）是 6.33 年，考虑资金的时间价值后，动态税后投资回收期（含建设期 3 年）是 8.00 年。

（三）洗碗机产品生产建设项目

1、项目概况

本项目计划建设洗碗机生产线，补充公司厨卫电器的产品系列，完善公司的产品布局，稳固公司在厨卫电器行业的领先地位。项目总投资 11,259.89 万元，其中工程建设费用投入 3,300.00 万元；设备购置及安装 6,770.00 万元；基本预备费 503.50 万元；铺底流动资金 686.39 万元。计划在两年内完成厂房建设、生产线安装调试并投产，项目启动后第 4 年达产，达产后将年产台式家用洗碗机

5万台、柜式家用洗碗机10万台、水槽家用洗碗机5万台，满足快速增长的市场需求，增加公司新的利润增长点。

2、项目建设背景及必要性

（1）居民收入持续增长，中产阶层壮大，消费者更加追求生活品质

近年来，我国人民收入水平大幅提高，中产阶层开始不断壮大。2010年，我国城镇居民人均可支配收入19,109.44元，2015年已达到31,195.00元，是2010年的1.63倍，年均增长10.30%。随着收入水平的大幅提高，消费能力的提升，人们的消费观念也逐渐发生变化，开始追求生活的品质。同时我国居民的收入水平还有较大的提升空间。2012年，党在十八大代表大会中提出了全面建成小康社会的目标，核心内容之一是“收入倍增计划”，即在2010年的基础上到2020年要实现城乡居民人均收入翻一番，中等收入群体持续扩大的目标。随着城乡居民收入差距的缩小、整体素质的提升，我国居民的整体收入水平将继续上升，消费能力、消费水平也随之提高，对能提高生活品质的厨卫电器设备的需求也将增加。

（2）城镇化水平进一步提升，推动厨卫电器行业发展

上个世纪90年代中期我国开始了快速的城镇化进程，2015年我国常住人口城镇化率达到56.10%，比2014年提高1.33%，大量农村人口实现了在城市安居乐业。然而，虽然我国城镇化已取得了较大的发展，但仍远低于发达国家80%的水平，也与发展中国家60%的水平存在一定差距。厨卫电器作为住房的必需品，城镇化水平的提升必然会推动厨卫电器设备行业的发展，厨卫电器行业因此将迎来发展的又一个机遇期。公司新开发洗碗机即是顺应这一行业发展趋势，把握厨卫电器行业发展的机会。

（3）洗涤技术取得较大进步，行业新标准出台

早在上世纪80年代末我国即诞生了第一台洗碗机，但经过三十多年的发展，洗碗机在我国的普及率依然较低，即使在主要城市其普及率也不足1%，远低于洗碗机在欧美国家的使用率。究其原因，限制洗碗机在我国普及的因素主要有：

（1）清洗不干净。（2）不能满足清洗种类多样的饮食餐具的需求。（3）使用费

用较高。

经过多年的技术积累与创新，我国的洗碗机洗涤性能已经得到了大幅提升。据《洗碗机洗涤性能与人工手洗对比性研究报告》数据显示：在达到同样清洁效果的前提下清洗 76 件餐具，手洗用水 45.9L，机洗用水 11.5L；手洗加热热水耗能 1.39kWh，机洗耗能 0.92kWh；手洗用时 73 分钟，机洗仅需 5 分钟装卸餐具，洗碗机的洗涤性能已经完成达到甚至超过手洗的效果，并且洗涤中式餐具的效果并不弱于洗涤欧式餐具的效果。

由于技术的进步和消费者对洗碗机性能要求的变化，1992 年颁布的行业标准已经不再适应于现有情况。2014 年，国家颁布并实施了《家用和类似用途电动洗碗机》行业新标准，新标准采用了欧洲标准体系，结合我国洗碗机市场实际情况，对洗碗机的洗净、耗电、耗水、干燥、噪声、寿命等性能指标明确分级，其中，对洗碗机除菌率的要求和消毒柜一致，为厂商生产和消费者选购洗碗机提供了明确依据。这一标准的颁布有助于提高消费者对于洗碗机的认可度，为洗碗机的快速普及准备了良好条件。

(4) 项目建设是公司顺应行业发展趋势，及时把握市场机遇的需要

随着人们生活水平的提高和洗碗机洗涤技术的进步，近几年洗碗机市场在我国迎来了爆发式的增长。2015 年，我国洗碗机销售量达到 21 万台，零售额达到 10 亿元，同比增长 70.30%和 74.00%，远高于吸油烟机、灶具、消毒柜等厨卫电器的增长率。但同时，洗碗机在我国的使用率还极为低下，普及率不足 1%，远低于欧美国家 60%的水平，市场规模也远不如电饭煲、电压力锅、电磁炉、电水壶等小型厨卫电器，仅为其市场规模的 6.67%、15.38%、13.62%、25.38%，是整个生活类电器市场规模的 1%。因此，我国洗碗机市场存在广阔的发展空间。未来，随着人们生活水平的进一步提高和消费者对洗碗机认可度的进一步提升，洗碗机有望成为中国家电的下一消费热点，洗碗机的市场规模亦将会继续保持较快的增长速度。

因此，通过本项目的建设，公司新增洗碗机产品的生产，是抓住洗碗机市场快速发展的机遇，顺应行业发展趋势，增强公司盈利能力的需要。

(5) 项目建设是公司完善产品线，维持市场地位的需要

公司的产品主要有油烟机、灶具、消毒柜、电蒸箱、烤箱、微波炉、热水器、空气净化器、水净化器、橱柜等，涵盖大部分厨房及卫浴电器，并且公司在灶具、烟机等领域拥有较高的市场占有率，是中国厨卫电器行业较为知名的厂商之一。完善的厨卫电器产品系列既体现了公司的实力，也能够产生协同效应促进公司同一品牌的厨卫电器的销售。据调查显示，70%的家庭在购买厨卫电器产品时会趋向于选择同一品牌的产品。

本项目建设之前，因为长期以来洗碗机在我国发展较为缓慢，市场规模也较小，公司并未涉足洗碗机产品的开发与生产。而近几年来，洗碗机开始受到市场越来越多的欢迎，并成为部分家庭青睐的厨房电器，其重要性逐步提升。因此，本项目建设，是公司在现有产品的基础上，新增市场前景良好的洗碗机产品的生产，有助于公司完善厨卫电器产品的产品系列，避免出现消费者在购买产品时因公司缺乏洗碗机这一类产品选择其他品牌的现象，维持公司在厨卫电器行业的市场地位。

3、项目建设可行性

(1) 新产品具有良好的节能环保效果，符合国家政策导向

我国虽然自然资源比较丰富，但是由于人口众多，人均资源比较匮乏，我国人均水资源拥有量 2,200 立方米，仅为全球平均水平的 1/4，并且长期以来我国采取的发展方式对资源的索取较为严重，自然环境也遭到了较大的破坏。因此，为实现可持续发展的目标，国家大力提倡节能环保的生活方式并出台多项措施鼓励、引导节能环保产业的发展。而据《洗碗机洗涤性能与人工手洗对比性能研究报告》，洗涤 76 件餐具达到相同的清洁程度，机洗耗电为手洗耗电的 2/3，而耗水则仅为手洗耗水的 1/4，机洗方式相对手洗方式而言具有良好的节能环保效果。因此，项目的建设符合国家产业政策的导向，具有政策可行性。

(2) 公司拥有优秀的厨卫电器研发、生产能力

公司自 1992 年成立以来，一直专注于厨卫电器的研发、生产和销售，经过 20 多年的发展，华帝已成为全国知名的厨卫电器供应商，在厨卫电器行业处于领先地位。华帝生产的产品有：油烟机、灶具、消毒柜、电蒸箱、烤箱、热水器、橱柜等，其中，华帝灶具连续多年全国销量第一，燃气热水器入选国家发改委《节

能产品惠民工程高效节能家用燃气热水器推广目录(第一批、第三批、第四批)》。

截止 2015 年年底，华帝共有灶具、油烟机、热水器生产线 58 条，生产人员 2,700 多名，年产厨卫电器 2,000 万台。强大的生产能力离不开公司技术研发的支撑，公司卓越的研发能力是公司取得成功的关键因素。目前，公司技术中心已被评为“国家技术中心”，并且成为首批 32 家“国家级工业设计中心”之一，拥有专职研发人员 200 多名。同时，公司积累了丰富的研发成果，截止 2016 年 6 月 30 日，公司共获得专利 608 项，其中发明专利 43 项，实用新型专利 359 项，外观设计专利 206 项。强大的研发生产能力为企业赢得了市场和社会的认可，2005 年，“华帝”被认定为“中国驰名商标”，华帝燃气灶被授予“中国名牌产品”；2006 年，成为 2008 年北京奥运会燃气具独家供应商，“华帝”牌热水器被国家商务部评为“最具市场竞争力品牌”；2009 年，公司荣获“中华人民共和国第十一届运动会火炬指定提供商”荣誉称号；2012 年，被国家科技部火炬高新技术产业开发中心认定为“国家火炬计划重点高新技术企业”；2015 年，华帝被评为“中国高端厨卫产业最具价值品牌”，华帝已成为最受消费者认可的厨卫品牌之一。

公司在厨卫电器行业多年的研发、生产经验能够保证公司新产品洗碗机在研发和生产上的可行性。

(3) 全面的销售渠道支持

公司采取线上和线下相结合的销售模式。线下销售主要采取区域总代理制度，即由公司划定销售区域，每片销售区域设立一名一级经销商，由一级经销商负责该区域的产品销售和市场拓展。长期以来，华帝坚持“华帝利益共同体”的理念，与经销商之间建立了稳定友好的合作关系。在华帝与经销商的共同努力下，截至 2016 年 6 月 30 日，华帝品牌共有专卖店 2782 家，乡镇网点 5101 家，社区网点 946 家，百得品牌拥有标准专卖店 837 家，乡镇网点 2500 家，基本实现了从一线城市到乡镇渠道的全面覆盖。除线下渠道外，公司还进驻了天猫、淘宝、京东、苏宁易购、国美在线等电商平台，开展电商业务，迎合年轻一代消费者的消费习惯。同时，华帝还自营公司自有线上平台——华帝商城，保证线上销售的自主性，线上渠道逐渐成为公司新的利润增长点。

公司庞大的销售网络和多样化的销售形式保证了新产品完成生产后能够及时顺利投放市场，避免了公司投入大量精力和资源重新建立销售渠道。同时，公司在厨卫电器行业形成的良好的品牌形象也有助于公司新产品的推出。

4、项目投资概算及经济效益

项目总投资 11,259.89 万元，其中工程建设费 3,300.00 万元；设备购置及安装费用 6,770.00 万元；基本预备费 503.50；铺底流动资金 686.39 万元。项目建设期 2 年。

该项目达产当年预计可实现收入 22,500.00 万元、利润 1,698.01 万元。项目的税后静态回收期（含建设期 2 年）是 6.79 年，考虑资金的时间价值后，动态税后投资回收期（含建设期 2 年）是 10.15 年，该项目具有良好的效益。

（四）补充流动资金项目

公司拟用本次非公开发行股票募集的 5,000 万元用于补充流动资金，募集资金用于补充流动资金的必要性分析如下：

1、公司业务稳定运营的需要

公司主要从事研发、生产和销售燃气用具、厨房用具、家用电器及企业自有资产投资、进出口经营业务。近三年来公司业务蓬勃发展，2013 年、2014 年和 2015 年年度营业收入分别为 3,708,628,789.91 元，4,229,783,617.45 元，和 3,719,782,344.67 元。公司业务需要庞大的营运资金，仅仅靠公司自有资金难以维系公司的需求。补充流动资金，为公司实现业务发展目标提供了必要的资金来源，保证了公司生产经营和业务拓展的顺利开展，将有利于公司扩大业务规模，优化公司财务结构，从而提高公司的市场竞争力。

2、持续的增加的研发投入对流动资金的需求

近年来，公司以品牌转型升级为战略目标，调整产品结构，投入大量资金致力于新产品、新技术的开发。未来 3 年，公司将按照“上市一代”、“开发一代”、“储备一代”的基本思路规划产品线，同时保持“季度滚动更新”。产品持续升级换代需要大量的研发费用，充足的资金支持有利于公司推进产品研发和上市的进度，抢占业务先机。

三、 本次发行对公司经营管理和财务状况的影响

（一）对公司经营管理的影响

本次发行募集资金投资项目符合国家产业政策、行业发展趋势及公司整体战略发展方向。本次募集资金投资项目的实施有利于打造公司品牌形象，增强市场竞争力；有利于提升公司产品品质，优化产品结构；有利于公司响应消费结构升级，布局高端化产品。

（二）对公司财务状况的影响

本次非公开发行有利于优化公司的财务结构，满足公司的流动资金需求，提高公司的资金实力及抗风险能力。通过本次非公开发行，公司筹资活动现金流入将大幅增加，募投项目将增加固定资产折旧，但随着募投项目效益的产生，对公司经营业绩产生积极影响。

四、 募集资金投资项目可行性分析结论

董事会认为，本次非公开发行的募集资金投向符合国家产业政策及行业发展方向，募集资金投资项目具有良好的发展前景，有利于有效推进公司的战略发展计划，有利于进一步提升公司的行业地位和抗风险能力，项目具备可行性，符合公司及全体股东的利益。

华帝股份有限公司董事会

2016年9月2日