

关于杭萧钢构股份有限公司
公开发行可转换公司债券申请文件
反馈意见的回复

保荐人（主承销商）

CREDIT SUISSE FOUNDER
瑞信方正

（办公地址：北京市西城区金融大街甲九号金融街中心南楼 15 层）

二〇一八年四月

一、重点问题	3
第 1 题.....	3
第 2 题.....	31
第 3 题.....	38
第 4 题.....	41
第 5 题.....	55
第 6 题.....	58
二、一般问题	60
第 1 题.....	60
第 2 题.....	61
第 3 题.....	62
第 4 题.....	68
第 5 题.....	68

中国证券监督管理委员会：

根据贵会 2018 年 3 月 20 日下发的《中国证监会行政许可项目审查一次反馈意见通知书》（172663 号）及其附件《杭萧钢构股份有限公司发行可转债申请文件反馈意见》（以下简称“反馈意见”）的要求，杭萧钢构股份有限公司（以下简称“杭萧钢构”、“发行人”、“公司”或“本公司”），已会同公司本次发行的保荐人（主承销商）瑞信方正证券有限责任公司（以下简称“瑞信方正”、“保荐机构”或“保荐人”）、发行人律师浙江天册律师事务所（以下简称“发行人律师”），本着勤勉尽责、诚实守信的原则，就反馈意见所提问题逐条进行了认真核查及讨论，现回复如下，请予以审核。

如无特别说明，本回复报告中的简称或名词的释义与募集说明书（申报稿）中的相同。

本回复报告的字体：

反馈意见所列问题	黑体、加粗
对问题的答复	宋体

一、重点问题

第 1 题

申请人本次发行可转债募集资金总额不超过 8 亿元，全部用于“杭萧钢构旧厂区（房）改造——万郡绿建产品体验中心项目”，请申请人补充说明：

（1）募投项目投资构成明细，投资数额的测算依据及合理性，各项投资构成是否属于资本性支出。

（2）募投项目的募集资金使用和项目建设的进度安排。

（3）募投项目新增固定资产投资对公司经营业绩的影响。

（4）是否使用募集资金置换本次公开发行可转债相关董事会决议日前投入的资金。

（5）体验中心项目的具体用途、经营模式及盈利模式，申请人是否已有运营经验，募投项目与主营业务的区别与联系，申请人是否具备开展募投项目的人员、技术、市场、资金等方面的资源储备及业务基础。请结合报告期同类业务的效益情况（如有）及可比上市公司同类项目的建设、运营及效益情况说明本次募投项目效益测算的依据及谨慎性。

（6）根据募集说明书披露，体验中心共约有 12,000 个展位，分 3 层，并在三年内逐步推广。2018 年下半年预计推广展位数约 4,000 个展位，2019 年预计推广展位数约 8,000 个，2020 年预计推广展位数约 12,000 个。请申请人说明展位占用量的预测依据，是否已签订相关意向性合同或已有意向性客户，展位是否能充分推广。

（7）本次旧厂区（房）改造建设体验中心项目是否变相用于住宅或商业用途，若是，请予以调减。

请保荐机构对上述事项核查并发表意见。

问题回复：

（1）募投项目投资构成明细，投资数额的测算依据及合理性，各项投资构成是否属于资本性支出

一、募投项目投资构成明细

公司拟将现有一期厂房整体改造成为三层约 22.48 万平米的体验中心，预计展位约为 12,000 个，同时改造现有办公楼作为配套的办公用房。项目总投资为 90,900 万元，由前期费用、建造成本、信息系统建设费、车位建设费、预备费和管理费组成，具体构成如下：

序号	项目名称	金额（万元）
一	前期费用	2,561.09
二	建造成本	77,561.73
2.1	办公楼	3,429.43
2.1.1	改造费用	1,819.36
其中	拆除费用	94.30
	结构改造工程	627.00
	水电及消防工程	372.84
	幕墙工程	725.21
2.1.2	装修工程	1,122.17
2.1.3	重要设备及系统	487.90
2.2	一期厂房	68,430.30
2.2.1	改造费用	37,689.93
其中	拆除费用	1,751.04
	结构改造工程	26,348.96
	水电及消防工程	5,503.55
	幕墙工程	4,086.38
2.2.2	装修工程	21,576.38
2.2.3	重要设备及系统	9,164.00
2.3	基础设施费	1,075.00
2.4	园林环境工程费	3,950.00
2.5	工程相关费用	677.00
三	信息系统建设费	4,425.89
四	车位建设费	1,206.00
五	预备费	2,572.64
六	管理费	2,572.64
合计		90,900.00

二、投资数额的测算依据及合理性

(一) 投资数额的测算依据

1、前期费用

前期费用的主要构成如下：

项目	金额(万元)
工程勘察	50.00
方案设计	30.00
建筑设计	200.00
外立面设计	30.00
亮化设计	10.00
城市市政基础设施配套费	2,141.09
其他	100.00
合计	2,561.09

2、建造成本

(1) 办公楼部分

办公楼部分建造成本包含的工程量 and 单价如下：

对应编号	项目	工程量 (m ²)	单价 (元/m ²)	总价(万元)
2.1.1	改造费用			1,819.36
其中	拆除费用	10,973	86	94.30
	结构改造工程	10,973	571	627.00
	水电及消防工程	10,973	340	372.84
	幕墙工程	11,204	647	725.21
2.1.2	装修工程	10,973	1,023	1,122.17
2.1.3	重要设备及系统	-	-	487.90
合计				3,429.43

改造、装修工程费用包括建设单位按照项目建设内容发生的建筑工程实际成本。结合本次拟募投项目的建设规模、建设要求等，参考项目所在地建筑工程预算定额，确定完成项目建设可能需要的工作内容以及初步的造价。

其中重要设备及系统包括智能化系统、电梯、多联机空调工程和中央计算机房土建等。设备购置费按照所需设备市场价格估算；安装费按相关的安装工程定额、取费标准和市场价格进行估算。

(2) 一期厂房部分

一期厂房部分建造成本包含的工程量和单价如下：

对应编号	项目	工程量 (m ²)	单价 (元/ m ²)	总价(万元)
2.2.1	改造费用			37,689.93
其中	拆除费用	87,552	200	1,751.04
	结构改造工程	224,814	1,172	26,348.96
	水电及消防工程	224,814	2,448	5,503.55
	幕墙工程	48,075	850	4,086.38
2.2.2	装修工程			21,576.38
其中	门厅、大堂	3,325	6,000.0	1,995.00
	中轴、走廊装修	18,189	3,000.0	5,456.70
	铺位装修	188,329	750.0	14,124.68
2.2.3	重要设备及系统	-	-	9,164.00
合计				68,430.31

改造费用包括建设单位按照项目建设内容发生的建筑工程实际成本。结合本次拟募投项目的建设规模、建设要求等，参考项目所在地建筑工程预算定额，确定完成项目建设可能需要的工作内容以及初步的造价。

其中重要设备及系统包括智能化系统、电梯、多联机空调工程以及远程射流空调机组等。设备购置费按照所需设备市场价格估算；安装费按相关的安装工程定额、取费标准和市场价格进行估算。

(3) 基础设施费

基础设施费的构成如下：

项目	金额(万元)
市政供水工程	350.00
市政供电工程	525.00
室外综合管网	200.00

合计	1,075.00
-----------	-----------------

(4) 园林环境工程费

园林环境工程费的构成如下：

项目	工程量 (m ²)	单价 (元/m ²)	总价(万元)
内庭院景观工程费	11,500	1000	1,150.00
室外景观道路工程费	56,000	500	2,800.00
合计			3,950.00

(5) 工程相关费用

工程相关费用的构成如下：

项目	金额(万元)
工程监理费	266.00
造价咨询费	284.00
其他检测费	127.00
合计	677.00

3、信息系统建设费

信息系统建设费主要包括人工开发费用 1,526 万元，ERP（Enterprise Resource Planning，企业资源计划）+CRM（Custom Relation Management，客户关系管理）软件及实施费 2,000 万元，机房建设费 450 万元，DELL 服务器费用 100 万元，网络设备费 100 万元，UPS（Uninterruptible Power System，即不间断电源）50 万元，监控设备及服务器 200 万元。

4、车位建设费用

项目根据场地规划 804 个车位，按照平均每个车位造价 1.5 万元概算，共计 1,206 万元。

5、预备费

按照前期费用、建造成本、信息系统建设费和车位建设费投入费用之和的 3% 计提。

6、管理费

按照前期费用、建造成本、信息系统建设费和车位建设费投入费用之和的3%计提。

(二) 投资数额的合理性

本次募投项目的投资额为根据改造、装修工程按照项目建设内容发生的建筑工程、设备购买的实际成本。结合本次拟募投项目的建设规模、建设要求等，参考项目所在地建筑工程预算定额，确定完成项目建设可能需要的工作内容以及初步的造价，部分结合市场价格及公司工程项目经验估算。公司自成立以来尚未实施过同类可比的项目，但其他上市公司披露的具有商品展示或体验功能的项目概算情况比较如下：

含改造或建设费用（类似项目的房产为自建，涉及土建及建造过程）：

公司	类似项目	建设成本单价（元/m ² ）
永艺股份	营销及产品展示中心建设项目	4,719
本次项目		
杭萧钢构	办公楼部分（不含改造费用）	3,125
	一期厂房部分（不含改造费用）	3,044

不含改造或建设费用（类似项目的房产为租赁或购买取得）：

公司	类似项目	建设成本单价（元/m ² ）
牧高笛	“一站式”营销渠道建设项目-“一站式”户外体验店	2,917
美凯龙	互联网家装平台项目一线下实体家装展示馆建设	2,308
沈阳机床	营销网络升级项目——品牌形象展示中心	1,739
本次项目		
杭萧钢构	办公楼部分（不含改造费用）	1,467
	一期厂房部分（不含改造费用）	1,227

注：由于类似项目的房产均为租赁或购置而得，所以在计算本次募投项目的建设成本单价时剔除了旧厂房的改造费用。

综上，本次募投项目的投资数额具有合理性。

(三) 各项投资构成是否属于资本性支出

本次募投项目的投资构成如下：

序号	项目名称	拟投资金额（万元）	资本性支出（万元）
一	前期费用	2,561.09	2,561.09
二	建造成本	77,561.73	77,561.73
三	信息系统建设费	4,425.89	4,425.89
四	车位建设费	1,206.00	1,206.00
五	预备费	2,572.64	0.00
六	管理费	2,572.64	0.00
合计		90,900.00	85,754.72

上述费用中，前期费用、建造成本、信息系统建设费、车位建设费共计 85,754.72 万元均为资本性支出，本次可转债的募集资金将全部用于该部分支出。

（2）募投项目的募集资金使用和项目建设的进度安排

本次募投项目前期准备预计为两个月，工程建设周期预计为 8 个月。项目建设的具体进度安排如下（假设 T 为开工日）：

序号	工作阶段	T-2月	T-1月	T+1月	T+2月	T+3月	T+4月	T+5月	T+6月	T+7月	T+8月
1	前期准备	■	■								
2	基础工程			■	■	■					
3	钢结构、土建工程				■	■	■	■			
4	机电工程					■	■	■	■		
5	幕墙工程					■	■	■	■		
6	精装修工程						■	■	■	■	
7	调试及验收								■	■	■
8	交付使用									■	■

截至 2018 年 3 月底，项目已完成前期准备工作及拆除工作，项目已开工，项目主体工程预计于 2018 年 6 月底完工，项目将于 2018 年 9 月底前交付使用，公司将结合项目的实际建设情况合理安排本次募集资金的投入。

募投项目的资金投入计划如下：

	T-2月	T-1月	T+1月	T+2月	T+3月	T+4月	T+5月	T+6月	T+7月	T+8月
投入百分比	1%	2%	3%	4%	8%	22%	28%	18%	10%	4%
累计百分比	1%	3%	6%	10%	18%	40%	68%	86%	96%	100%

(3) 募投项目新增固定资产投入对公司经营业绩的影响

募投项目新增的固定资产及其折旧情况如下：

场地	总价 (万元)	摊销年限 (年)	残值率 (%)	年摊销额 (万元)	摊销额 (万元)		
					2018年	2019年	2020年
建造费用及其他费用	63,776	20	5	3,029	757	3,029	3,029
装修费用	22,698	5	5	4,313	1,078	4,313	4,313
合计	86,474	-		-	1,835	7,342	7,342

募投项目新增的无形资产及其摊销情况如下：

年份	开发费用组成 (万元)		摊销额 (万元)		摊销额合计 (万元)
	人工费用	开发实施及软硬件	年摊销额	往年计入摊销额	
2017年	226		-	-	-
2018年	1,300	2,900	840	45	885
2019年	-	-	-	885	885
2020年	-	-	-	885	885

预计在本次募投项目正式建成后，公司将新增固定资产 86,474.万元（含装修部分 22,698 万元），新增信息系统类无形资产 4,426 万元，因此公司每年将增加固定资产折旧费用 7,342 万元，每年新增信息系统摊销费用 885 万元，合计 8,227 万元。

本次募投项目建成后，公司固定资产折旧费用及信息系统摊销费用将会增加，但募投项目建成后也将带来营业收入、净利润的增长，足以抵消折旧费用增加带来的影响。经谨慎测算，项目建成后 2018 年至 2020 年将分别产生收入 4,245 万元、36,226 万元和 52,830 万元，预计毛利率分别为-51.81%、48.77%和 54.61%，项目 2019 年开始将具有良好的经济效益。因此，本次募投项目新增折旧费用不会对公司的未来长期经营业绩产生重大不利影响，项目建成后，将对公司的盈利能力产生积极影响。

(4) 是否使用募集资金置换本次公开发行可转债相关董事会决议日前投入的资金

截至本次可转债董事会决议日（2017年11月13日），公司对募投项目已投入资金72万元，为一期厂房改建的钢结构劳务分包预付费用。本次可转债董事会决议日之后尚需投入的资本性支出为85,682.72万元，本项目拟使用本次公开发行可转债募集资金的金额为80,000.00万元，不超过相关董事会决议日之后尚需投入的资本性支出。因此，本项目不存在使用募集资金置换本次公开发行可转债相关董事会决议日前投入资金的情况。

（5）体验中心项目的具体用途、经营模式及盈利模式，申请人是否已有运营经验，募投项目与主营业务的区别与联系，申请人是否具备开展募投项目的人员、技术、市场、资金等方面的资源储备及业务基础。请结合报告期同类业务的效益情况（如有）及可比上市公司同类项目的建设、运营及效益情况说明本次募投项目效益测算的依据及谨慎性

（一）体验中心项目的具体用途、经营模式及盈利模式

1、体验中心项目的具体用途

早在2012年公司就提出由“建筑商”向“服务商”的战略产业升级，并以“成为世界一流的绿色建筑集成服务商”为愿景目标。资源实施许可业务是公司产业升级重要的第一步，公司意图整合绿色建筑产业链、打造绿色建筑全产业链交易平台，本次体验中心项目的建设是公司实施上述战略升级的重要落脚点。

发行人作为建筑钢结构行业的领先企业，深刻体会到我国的建筑行业虽然市场巨大，但是具有分散化的特点，行业集中度较低。产业链上产品品类较多且每个品类的中小供应商众多，存在着信息不透明、优质产品缺少展示平台等问题。同时，目前绿色建材产业链的供应商基本都通过代理商的模式进行产品销售，最终售价受到代理商代理成本的影响。供应商和需求方在市场相对分散、信息不对称情况下的众多行业痛点，杭萧钢构意图建造供应链管理平台，打通绿色建筑的产业链，在促进公司自身主营业务发展的同时也能够提升整个行业的效率。

绿色建筑行业供应链中的产品繁多，绿色建筑产业供应商的相关产品经常有现场选型、选样的需求，体验中心可以针对绿色建筑设计、监理、建筑、钢

构、机电安装、装饰过程中需要集中展示的场景与内容，为绿色建筑产业生态圈中供方群体及需方群体提供多重感官体验相结合的实地场所及配套服务，更高效的匹配需方的采购需求，为了提升交易效率。

体验中心服务于建筑行业中的供方群体和需方群体，为供方及需方群体提供服务具体如下：

- (1) 筛选合格供方入驻展示；
- (2) 提供产品展示场地，负责展品、展示道具、设备设施的日常清洁、维护工作；
- (3) 组织营销活动，获取需方群体；
- (4) 接待到访的需求方，平台负责产品宣传、推介、说明（供应商提供培训协助，无需供方人员驻场）；
- (5) 专业招采人员为需方提供专业采购解决方案，协助需方进行产品选型选样，获得最优采购价格；
- (6) 匹配供需方需求，对接项目方案；
- (7) 协助供需双方达成交易，提供报价、合约洽谈及签订服务；
- (8) 跟踪并协调订单的付款、交货、验货、售后和违约服务等具体事宜；
- (9) 利用管理资源、数据基础、TOC 管理工具等帮助合格供方按库存生产、扩大业务机会及提高销售量、降低成本。提升供方项目交付能力和整体经营水平。

体验中心通过提供上述服务为产业链中的供方和需方创造价值，具体如下：

针对供方群体，体验中心可以为装配式建筑、建筑工程、设施设备、精装修和园林景观五大类及 385 个三级品类的供应商提供线下产品体验展示及需求方对接的服务。同时，通过配套的线上交易平台、标准化交易流程的打造，体验中心可以汇集各方需求，解决供应商群体分销体系臃肿、营销成本高、应收款不可控、库存高、订单不稳定的问题，为其增加销售额、降低营销成本、提升库存管理水平、增加应收款可控性。

针对需方群体，体验中心为绿色建筑领域的采购方提供了一个一站式、全品类选型选样、全套采购的平台。同时，通过配套的线上交易平台、标准化交易流程的打造，体验中心可以聚合需求量并解决其采购量有限、议价能力弱、品类多造成对专业人员需求高、采购流程长、供应商交期不可靠的问题，为需方群体获得更低采购价、共享平台专业采购人员、供应商筛选、一站式采购全品类、按时保质交付等服务。

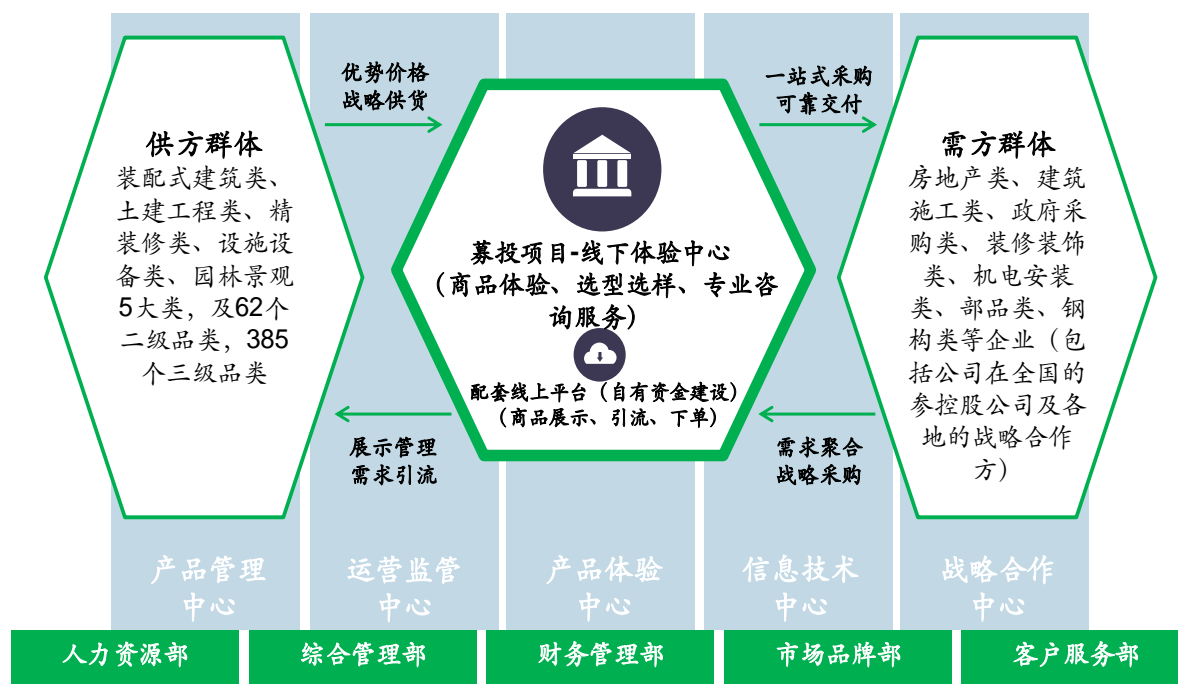
具体来说，工程项目的采购参与人员多，且采购流程长。一般需方采购的招投标从前期准备到招采结束通常需要 3 个月以上。采购过程中需要对多家入围单位进行实地考察，开标过后还需进行多次价格询标、对标等。普遍而言，工程项目的采购面临着费时、费力和专业度缺乏的痛点。体验中心的平台模式，简化了采购流程，利用平台专业的招采团队经验以及严格的供方准入机制，需方可以在体验中心以专业、高效的方式获取有质量保证和有价格竞争力的产品。需方不用多次来体验中心就可以解决整个采购需求。

工程项目就近的采购解决的只是部分品类的产品，但是一旦采购的产品类目多，寻找合适的供应商对于需方来说相对困难，因为建材行业优秀的供应商分布在全国，且都有一定的地域性。但在体验中心，全品类、覆盖各个档次和地域的供应商可以让客户自由选择到全国各地的供应商的产品。

体验中心还能解决一站式的客户选型选样问题。体验中心有装配式建筑、建筑工程、设施设备、装饰装修和园林景观 5 大类，65 个 2 级品类，385 个 3 级品类的产品。需方在体验馆可以非常便捷的把几乎涵盖建筑领域各品类的产品全部采购到。

2、体验中心项目的经营模式

公司意图整合绿色建筑产业链、打造绿色建筑全产业链交易平台，体验中心项目是其重要落脚点，其具体运营模式如下：



体验中心与市场上建材类的交易平台有明显的区别，主要区别如下：

		体验中心项目	红星美凯龙	百安居	区域性建材市场
定位		集中于绿色建筑全产业链材料为产品的全国性 B2B（即企业与企业之间）体验展示交易平台	家居装饰及家具零售商场运营商	全国装饰建材零售商，以连锁超市业务提供一站式整体家装服务	区域性的家居装饰及家具零售商场运营商
经营模式	产品类别	装配式建筑、建筑工程、设备设施、装饰装修、园林景观等 5 大类目涉及 385 个三级类目产品	家居装饰装修类材料和家具产品	家居装饰装修类材料和家具产品	家居装饰装修类材料和家具产品
	目标采购群体	房地产类、建筑施工类、政府采购类、装修装饰类、机电安装类、部品类、钢构类等有集中性建材采购需求的企业客户	目标需方主要是个人零售客户，有部分小采购量的小企业客户	目标需方主要是个人零售客户，有部分小采购量的小企业客户	目标需方主要是当地个人零售客户，有部分小采购量的小企业客户

	提供的服务	<p>1、筛选合格供方入驻展示；</p> <p>2、提供产品展示场地，负责展品、展示道具、设备设施的日常清洁、维护工作；</p> <p>3、组织营销活动，获取需方群体；</p> <p>4、接待到访的需求方，平台负责产品宣传、推介、说明（供应商提供培训协助，无需供方人员驻场）；</p> <p>5、专业招采人员为需方提供专业采购解决方案，协助需方进行产品选型选样，获得最优采购价格；</p> <p>6、匹配供需方需求，对接项目方案；</p> <p>7、协助供需双方达成交易，提供报价、合约洽谈及签订服务；</p> <p>8、跟踪并协调订单的付款、交货、验货、售后和违约服务等具体事宜；</p> <p>9、利用管理资源、数据基础、TOC 管理工具等帮助合格供方按库存生产、扩大业务机会及提高销售量、降低成本。提升供方项目交付能力和整体经营水平。</p>	<p>1、提供展示产地，商家与零售业主自行完成交易；</p> <p>2、负责策划、宣传活动及引流。</p>	<p>1、商场通过策划活动，让零售客户聚集到商城内，通过家装方案的设计搭配，提供整套装修方案并与客户签订合同；</p> <p>2、对所售产品进行统一管理和定价，自营模式，但销售人员由商家派驻。</p>	<p>1、提供展示产地，商家与零售业主自行完成交易；</p> <p>2、负责策划、宣传活动及引流。</p>
	现场服务人员	杭萧钢构工作人员	商家销售人员	商家销售人员	商家销售人员
	是否现场交易	体验中心只提供展示服务，没有现场交易功能	一般现场进行交易	一般现场进行交易	一般现场进行交易
	商品线上展示	将配套线上展示平台	无线上商品展示	无线上商品展示	无线上商品展示
盈利模式		向供方收取展示管理费	向商家收取商铺租金、管理费等	赚取入场费、广告费及产品价差	向商家收取商铺租金、管理费等

在供方群体端：公司将选取合适的绿色建筑产业供应商与其签订产品体验中心入驻展示服务合同及战略合作协议，作为战略合作供应商。通过签订产品体验中心入驻展示服务合同，公司与战略合作供应商将约定产品在体验中心展示的相关事宜，并收取展示管理费，供应商不需要在体验中心派驻专门的销售人员，公司将负责供应商展品的宣传、推介、说明（供应商提供培训协助）以及展品、展示道具、设备设施的日常清洁、维护工作；通过签订战略合作协

议，公司与战略合作供应商约定不高于市场指导价的战略采购价，同时约定配套线上交易平台展示（线上配套交易平台将由全资子公司万郡绿建科技股份有限公司筹建）、接单、付款、交货、验货、售后、违约服务等具体事宜，协助供需双方达成交易并执行订单内容，同时确保供应商及时收到货款。

在需方群体端：公司将充分利用已经积累的客户资源、参控股公司及资源实施许可业务模式的战略合作伙伴的项目采购需求，同时进行市场推广，充分发掘市场需求。体验中心通过提供的服务尽力让需求方能够获得最优的价格、保质保量的准时货品交付，在需求对接的过程中，公司也将利用自身在绿色建筑领域的技术优势和行业经验，为需求方提供专业的采购咨询建议。

公司将设立产品管理中心、信息技术中心、产品体验中心、运营监管中心和战略合作中心，同时配套人力资源部、综合管理部、财务管理部、市场品牌部和客户服务部，确保体验中心项目的顺利、高效运营。

五大中心的主要职责和具体工作如下：

中心名称	主要职能及具体工作
产品管理中心	<p>主要职能：负责供方群体的引进及管理。</p> <p>具体工作：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 依据公司经营战略，制定年度供方引进计划并实施； 2. 建立产品引进及管理制度，并在制度规范要求下，开展供应商引进工作； 3. 建立完整规范的供应商信息档案，掌握广泛的供应商信息及渠道资源； 4. 不断优化供应链资源，提高采购质量，降低采购成本； 5. 负责建立定价管理制度，协同产品体验中心和信息技术中心完成供方的体验馆入驻和产品线上展示； 6. 负责跟进平台订单流转，供需方订单对账及相应账款确认，对平台产品的供应全过程进行跟踪，并及时解决质量问题、提供售后服务。
信息技术中心	<p>主要职能：负责线上支持平台的设计、搭建及运营。</p> <p>具体工作：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 负责根据公司整体战略规划与业务发展需求，进行市场调研形成产品设计方案，结合产品设计方案制定平台产品架构、服务体系架构、技术架构； 2. 支撑平台及各业务部门线上业务需求，完成系统开发上线； 3. 保障线上系统安全稳定，保障用户、交易及其他数据安全； 4. 负责线上产品的运营工作，能够配合产品功能的发布上线，做有效的运营计划，对接业务团队支撑业务团队运营工作。

中心名称	主要职能及具体工作
产品体验中心	<p>主要职能：负责体验中心的日常管理和运营工作。</p> <p>具体工作：</p> <ol style="list-style-type: none"> 负责进行运营期间成本分析，控制能耗、设备维护、基建改造等各项开支，降低运营成本； 协同产品管理中心做好产品展示入驻工作，设定展位规划、装修标准，落实供应商图纸审核、进出场施工管理等； 运营期间客户接待管理，全程服务体验流程，并收集、分析、反馈客户需求信息； 根据公司要求进行物业管理，设定保安、保洁、工程人员服务标准，确保体验中心正常运营； 体验中心现场宣传管理，含各电子屏幕、广告位租赁、美陈效果实施、导视系统等，提升企业形象； 体验中心现场基础设施调整，含功能区域增减、设备设施增减、绿植等。
运营监管中心	<p>主要职能：负责供方及需方标准和体系、平台运作规则的搭建。</p> <p>具体工作：</p> <ol style="list-style-type: none"> 负责建立供方/需方平台入围评价标准和体系，以及入围平台供方质量保障体系； 负责平台入围评价标准和体系，以及合格供方质量保障体系的实施和落地，并不断优化，以控制平台的品质和交付能力风险； 负责建立平台 TOC（theory of constraints）运营管理体系； 通过实施 TOC 培训和辅导，帮助合格供方、合格需方按 TOC 原理采购、生产，确保平台交付的可靠性，灵活性和快速交付能力，供方具备准交期、短交期交付能力。
战略合作中心	<p>主要职能：负责需方群体的引进、营销方案的制定和实施。</p> <p>具体工作：</p> <ol style="list-style-type: none"> 负责组织制订公司营销战略，并监督实施； 根据公司营销战略组织编制年度、季度、月度营销计划； 根据企业的发展方向，组织搜集有关市场信息，并进行汇总分析，编制市场调研报告； 协调各部门的关系，使营销战略与营销计划得到贯彻执行； 营销中心需方客户资料、文件的存档、管理，业务制度的编制、执行等。

此外，人力资源部、综合管理部、财务管理部、市场品牌部和客户服务部作为中后台部门，也将辅助配合体验中心项目的运营。

3、体验中心项目的盈利模式

体验中心主要承担线下产品体验和展示的功能，为绿色建筑业上游的各类供应商提供商品展示和体验的服务，公司项目团队为供方群体提供商品展示管理、下游客户需求对接等服务，目前公司通过向入驻的供应商收取展示管理费作为体验中心主要的收入来源。

(二) 是否已有运营经验，募投项目与主营业务的区别与联系，是否具备人员、技术、市场、资金等方面的资源储备及业务基础。

发行人主营业务以建筑钢结构为主，包含建筑钢结构工程的设计、制造与安装。发行人生产的主要产品分为多高层钢结构、轻钢结构等。

此外，公司的子公司汉德邦建材生产绿色低碳建材产品，主要应用于钢结构建筑等绿色建筑；公司的子公司万郡房地产及其子公司万郡包头、万郡瑞安从事钢结构住宅开发业务。

杭萧钢构拥有建筑领域深耕十余年的成功运作经验，公司属于建筑产业链上的重要一环，积累了产业链上大批优质的客户资源与供应商资源，对产业链十分熟悉。公司深知建筑行业痛点，从 2015 年开始筹划建立此项目，本次募投项目体验中心项目整合绿色建筑产业链、打造绿色建筑全产业链交易平台，是公司产业链的有效延伸，也是公司在资源实施许可业务模式基础上进一步从“建筑行业建筑商”向“建筑行业服务商”战略升级的重要落脚点。公司目前主要立足于服务绿色建筑行业，作为建筑商主要负责建筑钢结构工程的设计、制造与安装，在资源实施许可业务模式推进下逐步开展提供技术支持、管理咨询等资源服务，募投项目实施后，公司依然立足于服务绿色建筑行业，作为服务商不仅负责建筑钢结构工程的设计、制造与安装服务，更利用公司自身行业、市场、技术、资源等优势，进一步为绿色建筑上游的各类供应商提供技术支持、管理咨询、商品展示管理、下游客户需求对接等服务，为下游的需求方提供采购咨询和一站式齐套采购等服务。

公司虽然成立以来并未经营过类似整合绿色建筑产业链、打造绿色建筑全产业链交易平台的体验中心项目，但公司深耕建筑行业十余年，是全国钢结构首家上市企业，全国首个拥有自主知识产权和钢结构住宅完整配套体系的钢结构国家住宅产业化基地，钢结构产量排名长期位于全国前十位，为钢结构建筑行业龙头企业，熟悉绿色建筑行业情况，且公司已经组建了具有此类项目运营经验的管理团队，具备人员、技术、市场、资金等方面的资源储备及业务基础。具体如下：

1、人员储备

杭萧钢构一直以来倡导“人人是人才，人人尽其才；一流员工，一流企业”的人本理念，截止 2017 年 12 月 31 日，公司母公司在职工 1,821 人，主要子公司在职工 2,834 人，其中本科以上人员 948 人，占比 20.4%，硕士研究生及以上人员 100 人，包含教授级高级工程师、博士等高级人才。良好的员工团队储备，为构建体验中心运营团队提供了基础。在团队组建与组织架构拓展的过程中，公司根据组织机构设置与功能设定，从集团内部及行业标杆企业物色符合平台发展规划要求的人才和团队，选聘管理团队与职能人员。同时体验中心构建过程中，公司已引入包括六大品类行业专业人员、体验中心运营人员在内的管理团队及核心人才。截至 2018 年 3 月 31 日，已引入团队人员 97 人，其中本科及以上学历 69 人，占比 71.1%。

截至 2018 年 3 月 31 日，公司体验中心主要设有产品管理中心、信息技术中心、产品体验中心、运营监管中心、战略合作中心等部门，其中，产品管理中心的专业产品管理人员大多来自知名建材部品生产企业，拥有专门专业的专业知识，熟悉各专门品类的市场情况，能够保障引进符合体验中心需要的、并符合引进标准的供应商；信息技术中心已经引进了包括多名曾在阿里巴巴工作过的技术人员在内的信息技术人才，负责平台搭建和运维工作。

部分核心人员的背景情况如下：

商杨，体验中心项目总负责人，上海交通大学 EMBA，先后就职于奇胜、西卡、美标等多家知名外企，担任分公司总经理；国内首家“互联网+建材”平台-网筑集团高级合伙人，并任旗下绿城电商副总裁、屋牛电商副总裁；具有 8 年建筑产业链交易平台的运营经验。

姜巍，信息技术中心负责人，移动互联网第一批产品经理，六年阿里巴巴产品经理工作，主导负责过手机淘宝、无线开放平台、淘宝手机助手、阿里钱盾等多个核心产品；曾任网龙（香港上市公司代码：HK0777）产品经理，主导负责过 91 手机助手、熊猫看书、熊猫桌面等核心产品；曾任星网锐捷（A 股上市公司代码：002396）技术支持经理负责其信息发布产品线技术支持工作。

章伟，产品管理中心负责人，先后就职于宁波方太厨具有限公司和美标中国有限公司，担任高级销售管理，负责渠道建设和销售管理；国内首家建材

B2B 平台绿城电商供方招采负责人；10 年以上建材领域从业经验，拥有全国范围众多的建材供应商资源，资深的建材 B2B 产业链交易平台的运营专业人士。

王钰荣，产品体验中心负责人，曾就职于新光集团（A 股上市公司代码：002147），担任店面设计部负责人，负责过公司香港饰品展、北京服装服饰展、义乌博览会等展位设计，以及全国商场形象店设计；曾于国内首家建材 B2B 平台绿城电商担任体验馆经理，负责场馆建设改建和整体运营，完成 3 万平米商户进出场管理，包括设计施工标准制定、样板房改造、物业管理等；具有 5 年建材行业运营管理经验，10 年设计施工管理经验。

闫健，运营监管中心品质监管部负责人，于 2004 年起就职于杭萧钢构股份有限公司，7 年生产管理工作经验并担任制造经理，6 年项目管理工作经验并担任项目经理，外派国外分公司 1 年。期间主持和主导数十项重大工程的生产、制造、安装工作，具有丰富的国内、国外项目生产及管理经验。

吴建迪，战略合作中心渠道运营部负责人，具有 8 年建筑产业链交易平台运营经验，曾就职国内领先的地产生态链智能商业服务商-明源云，担任旗下明源云采购平台的垂直行业运营负责人；曾就职绿城电子商务有限公司，先后负责电商平台产品采购、销售管理工作；曾就职帅康集团，先后担任分公司总经理，全国销售部副部长。

李卿，战略合作中心国内业务部负责人，对于建材供应链及金融战略管理具有丰富经验，曾先后任绿城电子商务有限公司土建行业专家、总监，任金顶网络科技有限公司战略合作总监、金融研发顾问等职务，曾先后创建浙江涂料施工商联盟、绿城电商核心施工服务商联盟，并任名誉会长职务，有效助力行业产业链升级，为行业核心企业战略把脉、帮助其实现其品牌与战略提升。

2、技术储备

杭萧钢构拥有浙江省杭萧工业化绿色建筑研究院，能够提供钢结构建筑从设计到制作安装的一体化系统解决方案，并且在新型楼承板、内外墙板、梁柱节点、结构体系、构件形式、防腐防火和施工工法等方面先后获得 380 余项国家专利成果，参编、主编 30 多项国家、地方、行业规程规范。雄厚的技术要素基础，包括知识产权储备、标准储备与研发团队储备等，成为搭建体验中心过

程中把控产品质量、把握关键环节、树立行业标准与行业话语权的基础。此外，杭萧钢构是国内绿色建筑中的钢结构装配式建筑领域的领军企业，在当前国家大规模推行装配式建筑的环境下，杭萧钢构依托于自身业内领先的钢结构生产技术以及钢结构建筑安装设计经验，大力推广普及以钢管束组合结构住宅体系为代表的钢结构建筑，率先布局完成了以浙江汉德邦建材有限公司、浙江汉林建筑设计有限公司、万郡房地产有限公司为核心的包含钢结构建材生产、建筑设计以及住宅销售在内的战略布局。杭萧钢构的技术积累跨越建筑、建材、设计等多个领域，体现了杭萧钢构技术能力的综合性，也使得体验中心的建设与运营能够保证极强的专业性与权威性。

3、市场储备

杭萧钢构拥有钢结构领域深耕十余年的成功运作经验，积累了大批优质的客户资源与供应商资源，能够支撑起完整的生产、贸易、流通链条，成为构建绿色建筑集成服务平台完整产业生态的基础。公司立足于钢结构主营业务，钢结构建筑主营业务的发展能为绿色建筑体验中心积累更多的供应商及客户资源，另外公司加大研发投入、打造钢结构建筑品牌工程不仅能保证公司技术的领先性，亦能对体验中心项目的推广有较大的推动作用。公司通过自主开发建设房地产项目推广绿色建筑，意图打造钢结构建筑标杆项目，也为打造绿色建筑体验中心积累了更多的供方群体资源。

同时，公司参控股子公司已在全国布局，熟悉全国各地的绿色建筑领域的供应方和需求方资源。截至 2017 年 12 月 31 日，杭萧钢构在全国设有九个钢结构生产、制造加工基地，一个配套建材生产基地，拥有 20 家子公司、60 家参股公司。公司及其参控股子公司的采购需求能为体验中心供方引入奠定一定的市场基础。

在有技术和市场基础的前提下，公司于 2014 年开始实施以技术、品牌管理方法实施许可为核心的新业务模式，通过提供管理和技术服务与合作伙伴一同开拓绿色建筑市场，分享项目收益。截至 2017 年 12 月 31 日，公司在资源实施许可模式下已签署钢结构住宅体系战略合作协议的企业达到 75 家，战略合作伙伴涉及建筑、房地产、建材、设计、园林等多个相关行业领域，分布于全国 26 个省份。这些战略合作企业将成为体验中心项目启动阶段需求方用户的良好基

础，后续项目建设的采购需求不仅能够支撑起体验中心的初始数据积累与功能测试过程，还能够成为体验中心发展壮大过程中的支柱力量。

自团队组建以来，公司已积极开展市场拓展工作，体验中心提供的展示服务价值受到各类供应商的认可，取得了较好的市场效果。截至 2018 年 3 月 31 日，公司已和 352 家供应商签订了意向性体验中心入驻协议，涉及意向展示面积约 7,250 平方米(约 800 个展位)。

4、资金储备

体验中心项目的开发和运营需要一定的资金投入。发行人作为上市公司拥有债权融资、股权融资等多种融资渠道。此外，发行人具备较强的融资能力，整体信用等级经大公资信评定为 AA。综上，发行人具备多元化的融资渠道和较强的融资能力，能够为体验中心项目后续建设和运营提供较强的资金保障。

(四) 本次募投项目效益测算的依据及谨慎性

本次募投项目的效益测算如下：

单位：万元

项目	2018 年	2019 年	2020 年
营业收入	4,245	36,226	52,830
营业成本	6,444	18,557	23,977
其中：场地成本	1,835	7,342	7,342
人力成本	3,374	9,010	13,763
物业成本	350	1,320	1,987
信息系统成本	885	885	885
毛利润	-2,199	17,669	28,853
毛利率	-51.81%	48.77%	54.61%

假设体验中心于 2018 年四季度正式开业，本次募投项目效益测算的依据和过程如下：

1、展示管理费

2018 年四季度将优先开放推广体验中心一层中央展示区（展示区域的划分详见下文）的展位数约 1,800 个展位，按平均约 100% 占用率（即实际入驻率）计算，2018 年实际展位推广并入驻数量平均为 1,800 个，展示管理费平均按每

个展位 10 万元/年（含税），2018 年四季度预计可实现展示管理费收入约 4,245 万元；

2019 年将进一步优先开放推广体验中心二层及三层中央展示区的展位，合计开放及推广展位数约为 6,000 个，按约 80% 占用量（即实际入驻率）计算，2019 年合计实际展位推广并入驻数量平均为 4,800 个，展示管理费平均按每个展位 8 万元/年（含税），2019 年预计可实现展示管理费收入约 36,226 万元；

2020 年将进一步优先开放推广体验中心一层及二层两侧展示区的展位，合计开放及推广展位数约为 10,000 个，按约 70% 占用量（即实际入驻率）计算，2020 年合计实际展位推广并入驻数量平均为 7,000 个，展示管理费平均按每个展位 8 万元/年（含税），2020 年预计可实现展示管理费收入约 52,830 万元。

年度	展位覆盖区域	展位数 (个)	占用量 (%)	单价 (万元/年)	预计收入 (万元,不含 税)
2018 年	1 层中央区	1,800	100	10	4,245
2019 年	1、2、3 层中央区	6,000	80	8	36,226
2020 年	1、2 层整层，3 层中央 区	10,000	70	8	52,830

展示管理费的平均价格 2019 年开始下降，主要是受到开放的展位的位置优劣因素影响，首批开放的一层中央区域的展位位置相对较好。

2、场地成本

场地成本预算明细如下：

场地	总价 (万元)	摊销年限 (年)	残值率 (%)	年摊销额 (万元)	摊销额（万元）		
					2018 年	2019 年	2020 年
建造费用及其他 费用	63,776	20	5	3,029	757	3,029	3,029
装修费用	22,698	5	5	4,313	1,078	4,313	4,313
合计	86,474	-		-	1,835	7,342	7,342

本次募集资金投资项目的折旧费主要包括房屋及建筑物折旧与装修折旧，其折旧方法、折旧年限等与公司会计政策相一致。

3、人力成本

人力成本预算明细如下：

年度	员工人数	人力成本 (万元)
2018年	240	3,374
2019年	453	9,010
2020年	664	13,763

公司将根据展位的推广进度逐步招聘各部门的人员，本次募集资金投资项目的相关人员的工资按照公司同类人员的工资及福利水平确定。

4、物业成本

根据体验中心各年预计的开放及推广展位数量，预计 2018 年-2020 年预计的物业成本预计如下：

年度	能耗费用 (万元)	物业费 (万元)	合计 (万元)
2018年	137	213	350
2019年	914	407	1,320
2020年	1,523	464	1,987

5、信息系统成本

信息系统成本预算如下：

年份	开发费用组成(万元)		摊销额(万元)		摊销额合计 (万元)
	人工费用	开发实施及软硬件	年摊销额	往年计入摊销额	
2017年	226		-	-	-
2018年	1,300	2,900	840	45	885
2019年	-	-	-	885	885
2020年	-	-	-	885	885

信息系统主要用于展馆办公一体化，展馆的收入、结算、装修进度、会议、人员、监控等一些列线下管理全部实现系统一体化。开发实施及软硬件投入明细：ERP+CRM 软件及实施费 2000 万元，机房建设费 450 万元，DELL 服务器费用 100 万元，网络设备费 100 万元，UPS50 万元，监控设备及服务器 200 万元。信息系统的相关成本按照 5 年进行摊销。

预计随着体验中心展位的逐步推广，募投项目从 2019 年起将为公司带来较好的收益。此外，本次募投项目的建设还将有利于公司自身主营业务采购成本的降低。

本次募投项目，公司虽依然立足于服务绿色建筑行业，提供的管理服务亦是在原有产品及技术资源服务上的有效延伸，但是体验中心项目的经营模式与目前公司的主营业务有一定区别，也没有可比上市公司建设过同类项目，但公司在效益测算过程中结合行业经验，考虑了政策因素、市场情况、体验中心的推广规划、展位推广的可实现性及各项成本的合理性，截至 2018 年 3 月 31 日，公司已和 352 家供应商签订了意向性体验中心入驻协议，涉及意向展示面积约 7,250 平方米(约 800 个展位)。公司截至 2018 年 3 月 31 日签署的意向协议及合同约定，首批开放的展位的展示管理费平均价格在 10 万元左右，故项目的效益测算具有谨慎性。

(6) 根据募集说明书披露，体验中心共约有 12,000 个展位，分 3 层，并在三年内逐步推广。2018 年下半年预计推广展位数约 4,000 个展位，2019 年预计推广展位数约 8,000 个，2020 年预计推广展位数约 12,000 个。请申请人说明展位占用量的预测依据，是否已签订相关意向性合同或已有意向性客户，展位是否能充分推广。

(一) 展位占用量的预测依据

根据公司规模，体验中心共有约 12,000 个展位，分 3 层，每层展位约 4,000 个，并逐步推广。公司原定的未来三年展位推广计划如下：

2018 年下半年计划开放推广展位数约 4,000 个展位，按平均约 100% 占用量（即实际入驻率）计算，2018 年实际展位推广并入驻数量平均为 4,000 个；

2019 年计划开放推广展位数约 8,000 个，按平均约 80% 占用量（即实际入驻率）计算，2019 年实际展位推广并入驻数量平均为 6,400 个；

2020 年计划开放推广展位数约 12,000 个，按平均约 70% 占用量（即实际入驻率）计算，2020 年实际展位推广并入驻数量平均为 8,400 个。

目前，公司在体验中心项目前期市场开拓过程中搜集到供需双方部分对体验中心功能需求的反馈，公司拟对体验中心的功能性做进一步提升和拓展，后

续体验中心功能调整工作涉及到设计图纸修改、审核与报备等工作，因此本项目完成工期较之前有所延后，公司预计体验中心的开业工作将晚于预期，展位推广工作也将相应延后，具体如下：

2018 年四季度将优先开放推广体验中心一层中央展示区（展示区域的划分详见下文）的展位数约 1,800 个展位，按平均约 100% 占用量（即实际入驻率）计算，2018 年实际展位推广并入驻数量平均为 1,800 个；

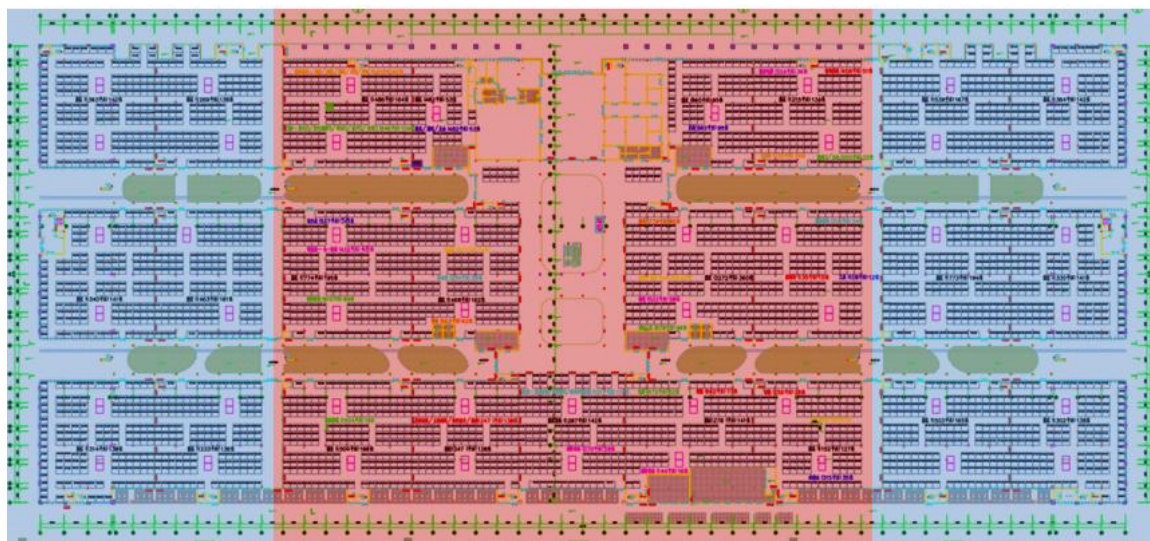
2019 年将进一步优先开放推广体验中心二层及三层中央展示区的展位，合计开放及推广展位数约为 6,000 个，按约 80% 占用量（即实际入驻率）计算，2019 年合计实际展位推广并入驻数量平均为 4,800 个；

2020 年将进一步优先开放推广体验中心一层及二层两侧展示区的展位，合计开放及推广展位数约为 10,000 个，按约 70% 占用量（即实际入驻率）计算，2020 年合计实际展位推广并入驻数量平均为 7,000 个；

2021 年将进一步优先开放推广体验中心三层两侧展示区的展位，合计开放及推广展位数约为 12,000 个，按约 85% 占用量（即实际入驻率）计算，2021 年合计实际展位推广并入驻数量平均为 10,200 个。

上述调整事项，已经公司第六届董事会第六十九次会议审议通过（《关于<杭萧钢构股份有限公司公开发行可转换公司债券募集资金使用的可行性分析报告（更新稿）>的议案》）。

体验中心每层的规划图如下，其中红色区域为中央展示区，蓝色部分为两侧展示区，中央展示区和两侧展示区的展位数大约各占一半。



截至目前公司结合绿色建筑行业不同品类的供应商特点及体验中心的分布，对体验中心的展位进行了分类和统计，将未来入驻供应商分为装配式建筑、建筑工程、设施设备、精装修和园林景观五大类。其中装配式建筑下又分为结构材料、围护材料等 8 个二级品类、61 个三级品类，建筑工程下分为主体结构材料、竹木材料等 13 个二级品类、97 个三级品类，设施设备下分为暖通设备设施、给水排水设备设施等 13 个二级品类、98 个三级品类，精装修下分为橱柜、厨房电器等 19 个二级品类、104 个三级品类，园林景观下分为户外家具、景观石材等 9 个二级品类、25 个三级品类，合计为 62 个二级品类、385 个三级品类。而在 385 个三级品类下，又分为全国、华北、华东、华中、华南、西南、西北、东北 8 类不同区域性品牌的供应商。在不同区域和品类基础上又分为高、中、低三个档次。在此基础上，再结合行业市场经营及每个品类所展示的方式、需要的展示面积的不同，对展位的区域及占用率进行分布规划。

五大类供应商具体品类情况如下：

一级品类	二级品类	三级品类数量
装配式建筑	金属矿、结构材料、围护材料、生产辅材/耗材及防护、生产/检验工具及配件、紧固件、成品安装部件、生产设备及配件	61
建筑工程	主体结构材料、竹木材料、防水材料、保温隔音材料、管材管件、石材石料、幕墙材料、门窗及门窗五金、扶手栏杆楼梯、强电材料、油漆涂料、屋面材料、外墙材料、人防工程材料	97

设施设备	暖通设备设施、给水排水设备设施、水处理设备设施、电梯设备设施、智能化设备设施、航空指示、车库设备设施、消防设备设施、泳池设备设施、厨房设备设施、洗衣房设备设施、泛光照明	98
精装修	墙顶地材料、阳台系统、橱柜、厨房电器、卫浴、家用电器、室内门及五金、地板、木饰面、收纳系统、基础照明、开关插座、艺术灯具、活动家具、窗帘布艺、墙纸、地毯、挂画摆件、室内健身器材	104
园林景观	大型景观雕塑、户外家具、游乐/运动设施、雾森系统、景观照明音响、景观石材、景观木制品、景观其他、标牌标识	25
合计		385

（二）已签订相关意向性合同情况及是否能充分推广

公司自 2015 年开始筹划体验中心项目，意图整合绿色建筑产业链、打造绿色建筑全产业链交易平台，在体验中心的规划阶段，公司管理层及项目团队研究了绿色建筑行业的相关支持政策、建筑行业市场数据、目前建筑行业市场分散情况下供需双方的痛点，结合公司自身业务发展中的需求，并对公司自身的客户、供应商、参控股公司及战略合作伙伴在全国的布局进行了深入的市场调研，综合考虑体验中心实际容纳量，并结合以往行业及项目操作市场经验对拟引进的供应商数量和相应的推广进度进行了规划。

在行业政策方面，国务院已印发《国务院办公厅关于促进建筑业持续健康发展的意见》（国办发【2017】19 号），《意见》提出，要推进建筑产业现代化，推广智能和装配式建筑。坚持标准化设计、工厂化生产、装配化施工、一体化装修、信息化管理、智能化应用，推动建造方式创新，大力发展装配式混凝土和钢结构建筑，在具备条件的地方倡导发展现代木结构建筑，不断提高装配式建筑在新建建筑中的比例。力争用 10 年左右的时间，使装配式建筑占新建建筑面积的比例达到 30%。住房和城乡建设部也已配套出台了相应的实施方案，并认定了一批装配式建筑示范城市及装配式建筑产业基地。绿色建筑行业面临较好的行业发展机遇。

建筑业作为国民经济支柱产业之一，2016 年，行业总产值约为 19.33 万亿元。随着供给侧结构性改革的持续深入以及“新四化”以及“一带一路”等国

家重点战略稳步推进，国内外市场对建筑产业的潜在需求被重新激发，2016 年全年建筑行业签订合同总额达到约 37.43 万亿元，新签订合同总额累计约 21.28 万亿元，同比 2015 年分别增长 10.74% 及 15.40%，行业整体呈现回暖趋势。但建筑行业又存在市场极度分散的特点。从供方来看，绿色建筑产业链的供应商品类和数量繁多，在房地产行业采购招投标平台明源云采购（www.mycaigou.com）上注册登记的行业供应商家数在 13 万家以上。而从供方群体来看，根据国家统计局的数据，截至到 2016 年底，建筑行业企业家数达到 83,017 家，房地产开发企业家数达到 94,948 家。供需双方群体十分巨大。

体验中心项目所致力于搭建的绿色建筑全产业链交易平台可以汇集各方需求，解决供应商群体分销体系臃肿、营销成本高、应收款不可控、库存高、订单不稳定的问题，为其增加销售额、降低营销成本、提升库存管理水平、增加应收款可控性；在需方群体方面，可以聚合需求量并解决其采购量有限、议价能力弱、品类多造成对专业人员需求高、采购流程长、供应商交期不可靠的问题，为需方群体获得更低采购价、共享平台专业采购人员、供应商筛选、一站式采购全品类、按时保质交付等服务。体验中心确能为产业链上的供需方创造价值。

在项目团队实际市场开拓过程中，也的确受到供方及需方群体的认可。截至 2018 年 3 月 31 日，公司已和 352 家供应商签订了意向性体验中心入驻协议，涉及意向展示面积 7,250 平方米(约 800 个展位)。

绿色建筑产业的供应商数量繁多，市场潜力巨大，体验中心具有供方产品集中展示、聚合需方需求进行对接的功能，能解决行业存在的痛点，对供方及需方群体都具有较强的吸引力。目前公司项目核心团队已全部到位，推广工作正在大力推进，预计随着体验中心的竣工开业，展位推广工作将进一步加快，公司的展位可以充分推广。

(7) 本次旧厂区（房）改造建设体验中心项目是否变相用于住宅或商业用途，若是，请予以调减。

本次旧厂区（房）改造建设体验中心项目是公司在资源实施许可业务模式基础上进一步从“建筑行业建筑商”向“建筑行业服务商”战略升级的重要落

脚点，致力于为打造绿色建筑全产业链交易平台。体验中心是公司为绿色建筑行业供方和需方提供服务的重要线下载体。体验中心主要承担线下产品体验和展示的功能，为绿色建筑上游的各类供应商提供商品展示和体验的服务，公司项目团队为供方群体提供商品展示管理、下游客户需求对接等服务，目前公司通过向入驻的供应商收取展示管理费作为体验中心主要的收入来源。

商业地产通常指用于各种零售、批发、餐饮、娱乐、健身、休闲等经营用途的房地产形式，一般有只租不售、出售、租售结合三种运营模式。

从运营模式上来看，本次旧厂区（房）改造建设体验中心项目仅用于供应商产品的体验展示并提供展示服务，以方便需方群体现场对相关产品进行选型、选样，体验中心本身并不承担交易或销售等商业功能（供应商也不会派驻现场销售人员），也不含住宅的相关用途，同时也不对外出租或出售，不属于商业地产。

此外，根据杭州市萧山区旧厂区（房）改造领导小组办公室出具的《关于杭萧钢构股份有限公司旧厂区（房改造的专题会议纪要）》（萧旧改[2017]35号），本次募投项目是符合《杭州市萧山区产业发展导向目录（2014）》的工业类项目。

因此，本次旧厂区（房）改造建设体验中心项目并不用于对外出租或出售，不属于商业地产，不存在变相用于住宅或商业用途的情况。

[核查意见]

保荐机构通过查阅本次募投项目的可行性研究报告、投入预算明细表、董事会前已投入金额的付款凭证、体验中心的规划图纸、相关人员的劳动合同、已签订的意向性入驻协议、正式入驻协议和战略合作协议、杭州市萧山区旧厂区（房）改造领导小组办公室出具的专题会议纪要，并对发行人及体验中心项目的相关人员进行访谈等方式进行了核查。

经核查，发行人本次募投项目投资数额具有合理性，拟募集资金全部用于资本性支出项目，本次募集资金不会用于置换董事会前已投资金额，申请人已具备开展募投项目的人员、技术、市场、资金等方面的自有储备和业务基础，

发行人本次募投项目效益具有谨慎性，已签订了一定数量的意向性入驻协议，预计展位能够充分推广，本次体验中心项目并不用于对外出租或出售，不存在变相用于住宅或商业用途的情况。

第 2 题

截至 2017 年 9 月 30 日申请人货币资金余额约 6.19 亿元。请申请人结合货币资金使用安排、本次发行前后资产负债率与同行业的比较、银行授信、经营活动产生的现金流等情况，说明本次募集资金的必要性及合理性。请保荐机构核查并发表意见。

请保荐机构对申请人是否存在持有金额较大、期限较长的交易性金融资产和可供出售金融资产、借予他人款项、委托理财等财务性投资的情形核查并发表意见。

问题回复：

一、本次募集资金的必要性及合理性

(一) 发行人货币资金情况及未来使用安排分析

截至 2017 年 9 月 30 日，发行人货币资金余额情况如下：

单位：万元；%

项目	2017.09.30	
	金额	占比
现金	16.41	0.03
银行存款	45,881.10	74.09
其他货币资金	16,031.11	25.89
其中：承兑汇票保证金	5,481.64	8.85
信用证保证金	239.60	0.39
履约保证金	6,176.08	9.97
按揭贷款保证金	3,520.87	5.69
其他	612.91	0.99
合计	61,928.62	100.00

截至 2017 年 12 月 31 日，发行人货币资金余额情况如下：

单位：万元；%

项目	2017.12.31	
	金额	占比
现金	45.31	0.08
银行存款	39,215.05	71.85
其他货币资金	15,315.96	28.06
其中：承兑汇票保证金	6,729.72	12.33
信用证保证金	16.89	0.03
履约保证金	4,814.73	8.82
按揭贷款保证金	3,256.11	5.97
其他	498.50	0.91
合计	54,576.31	100.00

截至 2017 年 9 月 30 日、2017 年 12 月 31 日，发行人货币资金余额分别为 61,928.62 万元、54,576.31 万元，分别扣除承兑汇票保证金、信用证保证金、履约保证金等其他货币资金合计 16,031.11 万元、15,315.96 万元，以及发行人 2017 年度利润分配拟现金分红 23,365.15 万元后，剩余可进一步支配的金额分别为 22,532.36 万元、15,895.20 万元，这部分货币资金将用于维持公司日常生产经营活动、资金周转需要。上述可进一步支配的货币资金占发行人 2017 年 9 月末、2017 年 12 月末流动资产的比例为 4.40%、3.10%，占总资产的比例分别为 3.59%、2.29%，发行人货币资金中可进一步支配的资金规模相对较小。

发行人业务发展良好，新签合同增速较快。2017 年，发行人钢结构制造和安装的新签合同金额达到 38.13 亿元；据初步统计，2018 年 1-3 月，发行人钢结构制造和安装的新签合同金额达到 19.84 亿元，同比上升 95.82%。发行人新签合同情况较好，未来随着我国钢结构行业的进一步发展以及发行人本次募投项目的实施，发行人的主营业务收入有望继续保持增长趋势，相应公司运营占用流动资金的金额会进一步上升。

公司总承包项目承接数量呈上升趋势，通常实施总承包类型的项目占用的资金也会相对较高，未来公司承做占用流动资金的金额会进一步上升。

2015 年、2016 年及 2017 年，发行人研究开发费分别为 12,585.00 万元、20,233.35 万元及 18,648.97 万元，金额较高，主要原因系发行人为保证自身钢

结构产品相关技术的先进性，在钢管束技术体系等核心技术研发中投入了较多的资金。根据目前发行人的发展战略和规划，发行人计划继续加大技术研发创新投入，持续保持在行业内的技术领先优势。预计研究开发费未来会继续增加，从而耗用公司一定的流动资金。

（二）公司现金流情况及分析

2015年、2016年及2017年，发行人经营性现金流情况如下表所示：

单位：万元

项目	2017年	2016年	2015年
经营活动现金流入小计	470,781.31	434,388.97	355,255.39
经营活动现金流出小计	378,833.53	308,811.54	345,817.66
经营活动产生的现金流量净额	91,947.78	125,577.42	9,437.73

从上表可以看出，2016年、2017年，发行人经营活动产生的现金流量净额相对较高，主要原因系发行人资源实施许可业务开展情况较好，2016年带来资源使用费收入91,500.00万元，2017年带来资源使用费收入123,330.71万元，导致销售商品、提供劳务收到的现金金额较高。但是，发行人资源实施许可业务具有持续性的风险，发行人与合作方签署的协议约定了自协议生效之日起10年内合作方可使用发行人后续研发的钢管束组合结构住宅体系的设计、制造技术和施工技术，这对发行人的持续研发能力提出较高要求。受宏观政策、发行人的技术的持续创新及钢结构住宅建筑在国内市场推广进程等影响，该模式后续推广和实施存在不确定性，导致未来资源实施许可业务产生的经营活动现金流情况也具有一定不确定性。

此外，发行人开展资源实施许可业务时，涉及到此类业务中对合资公司的出资，导致2016年、2017年投资支付的现金金额也相对较高，分别为15,434.80万元、37,817.50万元。随着资源实施许可业务的继续开展、发行人对合资公司实缴出资的逐渐到位，发行人未来对合资公司的出资金额还会继续增长，投资支付的现金金额也会继续增长，这部分投资会耗用公司一定的流动资金。

（三）公司资产负债率及银行授信分析

截至2017年9月30日、2017年12月31日，发行人合并财务报表资产负

债率分别为 57.47%、56.53%，略低于申万行业分类“建筑装饰-专业工程-钢结构”中 A 股上市公司 59.95%、56.81%的平均资产负债率，但总体处于较高水平。

申万行业分类“建筑装饰-专业工程-钢结构”中 A 股上市公司资产负债率的具体情况如下表所示：

序号	证券代码	证券简称	2017.12.31 资产负债率 (%)	2017.09.30 资产负债率 (%)
1	002135	东南网架	61.15	62.17
2	002541	鸿路钢构	52.74	51.83
3	002743	富煌钢构	-	65.18
4	600496	精工钢构	-	63.12
5	600477	杭萧钢构	56.53	57.47
行业平均值			56.81	59.95

注 1：发行人为钢结构制造企业，属于申万行业分类“建筑装饰-专业工程-钢结构”的三级分类，该分类下包括东南网架、鸿路钢构、东方铁塔、凯文教育（曾用名：中泰桥梁）、富煌钢构、杭萧钢构、精工钢构、海波重科以及森特股份共 9 家 A 股上市公司。由于东方铁塔、凯文教育、海波重科、森特股份的业务结构、产品应用范围与发行人差异较大，故同行业上市公司中剔除上述 4 家上市公司。

注 2：富煌钢构、精工钢构暂未公开披露 2017 年度报告。

以发行人 2017 年 12 月 31 日的财务数据为测算依据，若发行人发行 8 亿元可转换债券，则资产负债率将上升至 61.01%；若 8 亿元可转换债券全部完成转股，则资产负债率将变为 50.69%。

截至 2017 年 12 月 31 日，发行人从各银行获得的银行授信总额为 287,700.00 万元，已使用额度为 157,416.26 万元，未使用额度为 130,283.74 万元。在上述授信额度中，剔除保函、信用证等贸易融资额度后，关于流动资金贷款的总授信额度不超过 207,700.00 万元，未使用额度不超过 89,100.00 万元。具体情况如下表所示：

银行	授信额度	未使用的授信额度
中国银行	74,550.00	32,750.14
光大银行	44,250.00	42,130.80
农业银行	36,400.00	5,131.13
浦发银行	30,000.00	11,937.19
交通银行	22,000.00	12,830.00

银行	授信额度	未使用的授信额度
建设银行	22,000.00	8,861.81
工商银行	20,000.00	10,056.80
宁波银行	20,000.00	5,000.00
杭州银行	10,000.00	-
招商银行	3,000.00	1,241.41
江苏银行	2,000.00	-
洛阳银行	2,000.00	310.00
徽商银行	1,500.00	34.46
合计	287,700.00	130,283.74

发行人货币资金中可进一步支配的资金规模相对较小，同时预计发行人未来的营业收入、研究开发费会继续增长，以及考虑到公司资源实施许可业务未来产生的现金流情况具有一定不确定性，故为了满足业务发展的资金需求，发行人需要通过银行借款等方式补充日常经营所需资金，并需要预留部分授信额度以应对公司未来的资金需要。与银行借款相比，通过可转债融资实施本次募集资金投资项目可以降低财务费用，提升发行人的盈利能力。

综上所述，发行人可进一步支配的资金规模相对较小；发行人新签合同情况较好，总承包项目数量较往年有所增加，未来公司运营占用流动资金的金额会进一步上升；预计发行人研究开发费未来继续增加，会耗用公司一定的流动资金。未来资源实施许可业务产生的经营活动现金流情况具有不确定性，资源实施许可业务下对合资公司的出资会耗用公司一定的流动资金；发行人通过可转债融资实施本次募集资金投资项目可以降低财务费用，提升发行人的盈利能力，提升公司的持续经营能力。发行人通过可转债融资实施本次募集资金投资项目，已经充分考虑了货币资金使用安排、本次发行前后资产负债率情况、银行授信、经营活动产生的现金流等情况，本次募集资金具有必要性和合理性。

二、发行人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金融资产、借予他人款项、委托理财等财务性投资的情形

截至 2017 年 12 月 31 日，发行人不存在持有交易性金融资产、借予他人款项、委托理财的情形。

在资源实施许可业务中，发行人在合作方支付完一次性资源使用费后，会

以参股合资公司的形式参与当地的钢结构市场开拓，分享投资收益，参股比例一般为 10%-30%。发行人按照会计准则，将构成重大影响的合资公司的出资分类至长期股权投资科目，按照权益法核算，将不构成重大影响的合资公司，分类至可供出售金融资产采用成本法进行核算。

截至 2017 年 12 月 31 日，发行人的可供出售金融资产为 36,500.50 万元，均系因资源实施许可业务对新设的不存在重大影响的合资公司出资所致。具体情况如下表所示：

公司	出资额（万元）	股权比例
江苏巨业杭萧建筑新材料有限公司	1,000.00	10.00%
青海西矿杭萧钢构有限公司	1,000.00	10.00%
陕西建工(韩城)杭萧钢构有限公司	1,000.00	10.00%
湖北武钢雅苑钢结构建设有限公司	900.00	15.00%
安徽天筑杭萧钢构股份有限公司	500.00	10.00%
江苏万年达杭萧钢构有限公司	600.00	10.00%
张家口宣钢杭萧钢构股份有限公司	1,500.00	9.86%
湖北绿建杭萧钢结构有限公司	600.00	15.00%
甘肃嘉洪杭萧钢结构工程有限公司	1,000.00	10.00%
重庆跃龙杭萧钢构有限公司	1,000.00	10.00%
巴中华兴杭萧建设有限公司	1,000.00	10.00%
贵州跃龙杭萧钢结构有限公司	1,000.00	10.00%
赣州华强杭萧建设股份有限公司	1,000.00	12.50%
江苏中天杭萧钢构有限公司	1,200.00	12.00%
浙江中环杭萧钢构股份有限公司	1,000.00	10.00%
河南省平煤杭萧建设工程有限公司	1,000.00	10.00%
大同泰瑞杭萧钢构股份有限公司	1,000.00	10.00%
宁夏远高杭萧绿色建筑科技有限公司	1,000.00	10.00%
山东金宇杭萧装配建筑有限公司	1,000.00	10.00%
新疆维泰杭萧绿建科技有限公司	1,000.00	10.00%
烟台高新杭萧钢构有限公司	1,000.00	10.00%
梅州市冠华杭萧装配建筑股份有限公司	1,500.00	10.00%
荆门俊丰钢构股份有限公司	1,000.00	12.50%
云南宇城杭萧钢结构有限公司	1,000.00	10.00%

四川宏达杭萧钢构建设有限公司	500.00	10.00%
云南齐星杭萧钢构股份有限公司	1,000.00	10.00%
江苏千禧杭萧装配式建筑科技有限公司	1,050.00	15.00%
青岛中青杭萧绿色建筑科技有限公司	1,500.00	10.00%
广西诗蓝实业发展股份有限公司	1,000.00	12.50%
山东枣矿中兴钢构有限公司	1,000.00	10.00%
湖南中天杭萧钢构科技股份有限公司	750.00	12.50%
临沂蓬建元丰杭萧钢构有限公司	1,000.00	10.00%
福建六建杭萧科技有限公司	1,500.00	15.00%
昭通高速装配式建筑有限公司	800.00	10.00%
河北钢山杭萧钢结构工程股份有限公司	1,109.92	10.00%
四川华辉杭萧钢构有限公司	515.84	8.22%
江西绿建城投杭萧科技有限公司	974.75	10.00%
合计	36,500.50	-

发行人与合作方共同投资的钢构公司进入实际经营阶段一般需要经过政府相关部门立项审批、土地招拍挂、厂房规划设计、厂房建设、设备采购和安装调试及人员培训等过程，具体周期根据合作方经营管理水平及所在区域差异而有所差异。截至 2017 年 12 月 31 日，上表中有 19 家公司已承接各类钢结构工程项目（包括厂房、公建、住宅等），其中，6 家公司已有钢结构住宅工程项目在建，涉及住宅项目的建筑面积约 50 万平方米。发行人参股上述公司，并按照公司章程、与合作方的投资协议的约定比例分享收益、承担风险。公司投资上述公司，其目的是为了加强与合作方的合作，进一步巩固与合作方的关系，参与当地的钢结构市场开拓，进一步扩大公司业务规模及行业渗透力，分享投资收益，增强公司的持续发展能力，与公司发展战略密切相关，不属于为获取资金收益的财务性投资。

综上所述，截至 2017 年 12 月 31 日，发行人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金融资产、借予他人款项、委托理财等财务性投资的情形。

[核查意见]

（一）保荐机构取得了发行人截至 2017 年 9 月 30 日与 2017 年 12 月 31 日

货币资金明细资料、报告期内会计师出具的审计报告、报告期内的现金流情况明细表、银行授信资料等对发行人本次募集资金的必要性及合理性进行了核查。

经核查，保荐机构认为，发行人可进一步支配的资金规模相对较小；发行人新签合同情况较好，总承包项目数量较往年有所增加，未来公司运营占用流动资金的金额会进一步上升；预计发行人研究开发费未来继续增加，会耗用公司一定的流动资金。未来资源实施许可业务产生的经营活动现金流情况具有不确定性，资源实施许可业务下对合资公司的出资会耗用公司一定的流动资金；发行人通过可转债融资实施本次募集资金投资项目可以降低财务费用，提升发行人的盈利能力，提升公司的持续经营能力。发行人通过可转债融资实施本次募集资金投资项目，已经充分考虑了货币资金使用安排、本次发行前后资产负债率情况、银行授信、经营活动产生的现金流等情况，本次募集资金具有必要性和合理性。

（二）保荐机构通过取得发行人报告期末的可供出售金融资产明细资料、报告期发行人资源实施许可业务的开展情况明细资料、报告期内的审计报告等资料，了解自发行人财务性投资的情形。经核查，截至 2017 年 12 月 31 日，发行人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金融资产、借予他人款项、委托理财等财务性投资的情形。

第 3 题

报告期内，申请人其他业务收入及毛利迅速增长。请申请人补充说明其他业务开展的主要情况及财务情况，其他业务收入增长较快的原因。请保荐机构核查并发表意见。

问题回复：

一、其他业务收入增长较快的原因

2015 年、2016 年及 2017 年，发行人其他业务收入主要为资源实施许可业务涉及的资源使用费收入，以及小部分销售废料产生的收入、租赁收入等。2015 年、2016 年及 2017 年，上述资源使用费收入、毛利占其他业务收入、毛

利的比重较高。具体情况如下：

单位：万元

项目	2017年	2016年	2015年
其他业务收入合计	129,890.76	95,951.22	36,031.47
其中：资源使用费收入	123,330.71	91,500.00	31,600.00
其他业务毛利合计	113,543.31	86,165.12	31,746.00
其中：资源使用费毛利	114,573.83	85,331.85	30,101.84
资源使用费收入占其他业务收入比重	94.95%	95.36%	87.70%
资源使用费毛利占其他业务毛利比重	100.92%	99.03%	94.82%

由上表可以看出，2017年发行人其他业务收入较2016年增加33,939.54万元，增长35.37%；2016年发行人其他业务收入较2015年增加59,919.75万元，增长166.30%，主要原因系2016年、2017年，发行人资源实施许可业务带来的资源使用费收入大幅增加。

2014年9月，发行人开始开展以资源实施许可方式与相关企业进行钢结构住宅体系合作的新商业模式。2015年，新商业模式带来资源使用费收入31,600.00万元，2016年、2017年，新商业模式带来的资源使用费收入大幅增加，分别为91,500.00万元、123,330.71万元，较去年同期增长分别为189.56%、35.37%，主要系：①国家和各级政府对装配式建筑的支持力度不断加大，出台了一系列针对装配式建筑的支持政策，例如：中共中央国务院2016年至今相继颁布了《关于钢铁行业化解过剩产能实现脱困发展的意见》、《关于深入推进新型城镇化建设的若干意见》、《关于大力发展装配式建筑的指导意见》、《国务院办公厅关于促进建筑业持续健康发展的意见》等政策性文件，大力发展装配式建筑。在上述政策支持下，发行人资源实施许可业务的开展得到了钢结构行业市场的进一步认可；②根据发行人的发展战略和规划，发行人报告期内不断加大研发力度，持续保持拥有自主知识产权的钢结构制造体系相关技术的先进性，利用好国家大力推广装配式建筑的黄金时期，持续推动公司以技术、管理、品牌输出为核心的资源实施许可业务模式，从而与全国更多致力于发展绿色建筑的企业达成资源实施许可的深度合作关系，加快完成全国布局，使兼具社会效益和经济效益的钢结构住宅体系在全国得到进一步的推广。

二、其他业务开展的主要情况及财务情况

报告期内，发行人其他业务开展的情况主要系发行人资源实施许可业务的开展情况。

资源实施许可业务涉及的资源使用费收入由公司一次性收取的技术许可收入和分期按照合作方或者公司与合作方共同成立企业开发或承接的钢结构住宅项目的建筑面积收取 5-8 元/平方米的技术使用收入（以下简称“后续资源使用费收入”）两部分构成。

2015 年、2016 年及 2017 年，发行人资源实施许可业务中涉及的资源使用费收入具体明细情况如下所示：

单位：万元

项目	2017 年	2016 年	2015 年
资源实施许可业务涉及的资源使用费收入	123,330.71	91,500.00	31,600.00
其中：一次性收取的资源使用费收入	123,300.00	91,500.00	31,600.00
其中：后续资源使用费收入	30.71	0	0

2015 年，发行人与 9 家合作单位签订了战略合作协议，涉及资源使用费 30,600.00 万元，2015 年根据会计准则确认“一次性收取的资源使用费收入”31,600.00 万元；2016 年，发行人与 29 家合作单位签订了战略合作协议，涉及资源使用费 97,800.00 万元，2016 年根据会计准则确认“一次性收取的资源使用费收入”91,500.00 万元；2017 年，发行人与 36 家合作单位签订了战略合作协议，涉及资源使用费 131,300.00 万元，2017 年根据会计准则确认“一次性收取的资源使用费收入”123,300.00 万元。存在少部分战略合作方尚未回款的情况，主要系战略合作方会根据项目实际进展程度合理安排资金支付。发行人将积极与合作方沟通，尽快完成该部分资源使用费的收取，并按照会计准则谨慎做好相关会计处理。

公司各年度签署战略合作协议及回款相关情况如下：

年度	战略合作签约家数	资源使用费总额 (万元)	实际回款(万元)
2014 年	1	4,000	3,900
2015 年	9	30,600	26,300
2016 年	29	97,800	96,000
2017 年	36	131,300	104,800

合计	75	263,700	231,000
----	----	---------	---------

2018年1-3月，发行人与5家合作单位签订了战略合作协议，涉及资源使用费20,100万元。

发行人与合作方共同投资的钢构公司进入实际经营阶段一般需要经过政府相关部分立项审批、土地招拍挂、厂房规划设计、厂房建设、设备采购和安装调试及人员培训等过程，具体周期根据合作方经营管理水平及所在区域差异而有所差异。截至2017年12月31日，公司已和60家合作方完成了合资公司的设立，38家合作单位厂房建设或改造已经完成，7家合作单位厂房正在建设中，26家合作单位已经开始正式生产。截至2017年12月31日，27家合资钢构公司已承接各类钢结构工程项目，其中，12家合资钢构公司已有钢结构住宅工程项目在建，涉及住宅项目的建筑面积约92万平方米，涉及后续资源使用费收入约460万元，其中2017年确认该部分资源使用费30.71万元。

[核查意见]

保荐机构取得了发行人报告期内会计师出具的审计报告、其他业务收入与毛利的明细资料、发行人报告期内资源实施许可业务涉及的技术许可协议、合资公司设立相关资料、项目实施进度资料等对发行人其他业务开展的主要情况及财务情况，其他业务收入增长较快的原因进行了核查。

经核查，保荐机构认为，报告期内，发行人资源实施许可业务开展情况总体较好，该模式涉及的资源使用费收入逐年上升。报告期内发行人其他业务收入增长较快的主要原因系随着国家和各级政府对装配式建筑支持力度的加大，发行人资源实施许可业务的模式得到了钢结构行业市场的进一步认可以及发行人结合自身技术优势对于资源实施许可业务的大力推广，由此资源实施许可业务带来的资源使用费收入大幅增加。

第4题

本次募投项目为万郡绿建产品体验中心项目，请申请人详细说明该项目的运营模式及盈利模式，是否涉及非主业的新业务，是否涉及商业地产。申请人

选择体验中心作为本次募投项目的主要考虑，相关人员储备、市场等方面的资源储备及业务基础是否充足。

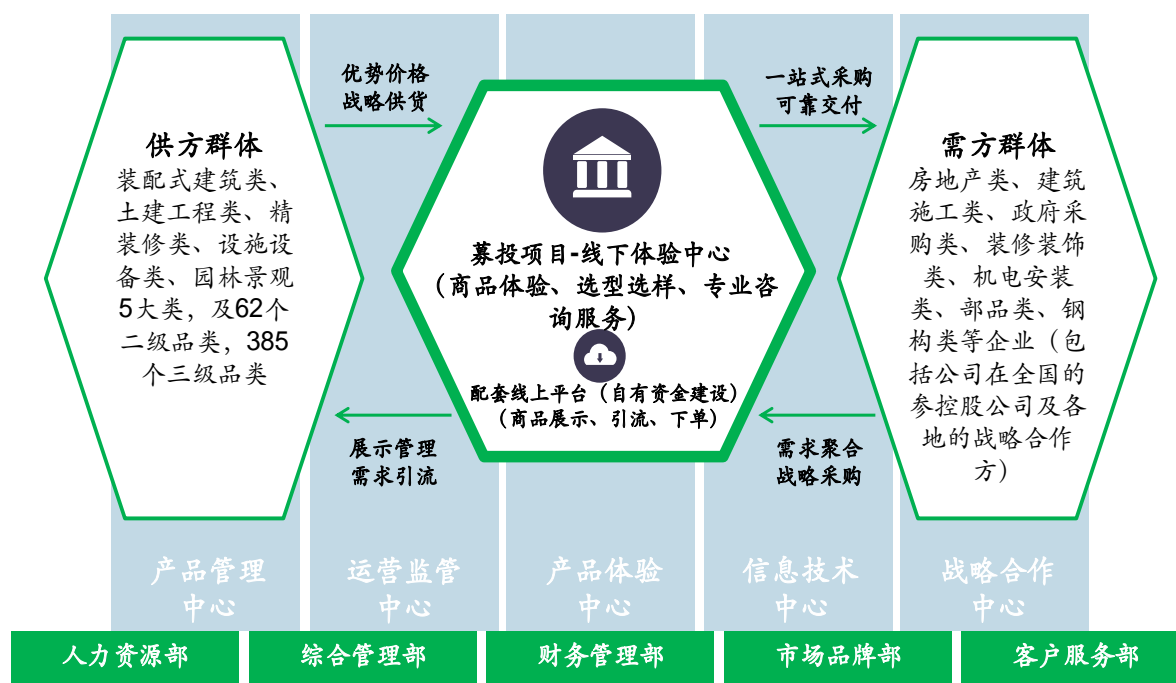
请保荐机构及申请人律师核查并发表意见。

问题回复：

一、万郡绿建产品体验中心项目的运营模式及盈利模式

1、体验中心项目的经营模式

公司意图整合绿色建筑产业链、打造绿色建筑全产业链交易平台，体验中心项目是其重要落脚点，其具体运营模式如下：



体验中心与市场上建材类的交易平台有明显的区别，主要区别如下：

	体验中心项目	红星美凯龙	百安居	区域性建材市场
定位	集中于绿色建筑全产业链材料为产品的全国性 B2B（即企业与企业之间）体验展示交易平台	家居装饰及家具零售商场运营商	全国装饰建材零售商，以连锁超市业务提供一站式整体家装服务	区域性的家居装饰及家具零售商场运营商

经营模式	产品类别	装配式建筑、建筑工程、设备设施、装饰装修、园林景观等 5 大类目涉及 385 个三级类目产品	家居装饰装修类材料和家具产品	家居装饰装修类材料和家具产品	家居装饰装修类材料和家具产品
	目标采购群体	房地产类、建筑施工类、政府采购类、装饰装修类、机电安装类、部品类、钢构类等集中性建材采购需求的企业客户	目标需方主要是个人零售客户，有部分小采购量的小企业客户	目标需方主要是个人零售客户，有部分小采购量的小企业客户	目标需方主要是当地个人零售客户，有部分小采购量的小企业客户
	提供的服务	<p>1、筛选合格供方入驻展示；</p> <p>2、提供产品展示场地，负责展品、展示道具、设备设施的日常清洁、维护工作；</p> <p>3、组织营销活动，获取需方群体；</p> <p>4、接待到访的需求方，平台负责产品宣传、推介、说明（供应商提供培训协助，无需供方人员驻场）；</p> <p>5、专业招采人员为需方提供专业采购解决方案，协助需方进行产品选型选择，获得最优采购价格；</p> <p>6、匹配供需方需求，对接项目方案；</p> <p>7、协助供需双方达成交易，提供报价、合约洽谈及签订服务；</p> <p>8、跟踪并协调订单的付款、交货、验货、售后和违约服务等具体事宜；</p> <p>9、利用管理资源、数据基础、TOC 管理工具等帮助合格供方按库存生产、扩大业务机会及提高销售量、降低成本。提升供方项目交付能力和整体经营水平。</p>	<p>1、提供展示产地，商家与零售业主自行完成交易；</p> <p>2、负责策划、宣传活动及引流。</p>	<p>1、商场通过策划活动，让零售客户聚集到商城内，通过家装方案的设计搭配，提供整套装修方案并与客户签订合同；</p> <p>2、对所售产品进行统一管理和定价，自营模式，但销售人员由商家派驻。</p>	<p>1、提供展示产地，商家与零售业主自行完成交易；</p> <p>2、负责策划、宣传活动及引流。</p>
	现场服务人员	杭萧钢构工作人员	商家销售人员	商家销售人员	商家销售人员
	是否现场交易	体验中心只提供展示服务，没有现场交易功能	一般现场进行交易	一般现场进行交易	一般现场进行交易
商品线上展示	将配套线上展示平台	无线上商品展示	无线上商品展示	无线上商品展示	

盈利模式	向供方收取展示管理费	向商家收取 商铺租金、 管理费等	赚取入场 费、广告费 及产品价差	向商家收取 商铺租金、 管理费等
------	------------	------------------------	------------------------	------------------------

在供方群体端：公司将选取合适的绿色建筑产业供应商与其签订产品体验中心入驻展示服务合同及战略合作协议，作为战略合作供应商。通过签订产品体验中心入驻展示服务合同，公司与战略合作供应商将约定产品在体验中心展示的相关事宜，并收取展示管理费，供应商不需要在体验中心派驻专门的销售人员，公司将负责供应商展品的宣传、推介、说明（供应商提供培训协助）以及展品、展示道具、设备设施的日常清洁、维护工作；通过签订战略合作协议，公司与战略合作供应商约定不高于市场指导价的战略采购价，同时约定配套线上交易平台展示（线上配套交易平台将由全资子公司万郡绿建科技股份有限公司筹建）、接单、付款、交货、验货、售后、违约服务等具体事宜，协助供需双方达成交易并执行订单内容，同时确保供应商及时收到货款。

在需方群体端：公司将充分利用已经积累的客户资源、参控股公司及资源实施许可业务模式的战略合作伙伴的项目采购需求，同时进行市场推广，充分发掘市场需求。体验中心通过提供的服务尽力让需求方能够获得最优的价格、保质保量的准时货品交付，在需求对接的过程中，公司也将利用自身在绿色建筑领域的技术优势和行业经验，为需求方提供专业的采购咨询建议。

公司将设立产品管理中心、信息技术中心、产品体验中心、运营监管中心和战略合作中心，同时配套人力资源部、综合管理部、财务管理部、市场品牌部和客户服务部，确保体验中心项目的顺利、高效运营。

五大中心的主要职责和具体工作如下：

中心名称	主要职能及具体工作
产品管理中心	<p>主要职能：负责供方群体的引进及管理。</p> <p>具体工作：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 依据公司经营战略，制定年度供方引进计划并实施； 2. 建立产品引进及管理制度，并在制度规范要求下，开展供应商引进工作； 3. 建立完整规范的供应商信息档案，掌握广泛的供应商信息及渠道资源； 4. 不断优化供应链资源，提高采购质量，降低采购成本； 5. 负责建立定价管理制度，协同产品体验中心和信息技术中心完成供方的体验馆入驻和产品线上展示； 6. 负责跟进平台订单流转，供需方订单对账及相应账款确认，对平台产品的供应全过程进行跟踪，并及时解决质量问题、提供售后服务。
信息技术中心	<p>主要职能：负责线上支持平台的设计、搭建及运营。</p> <p>具体工作：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 负责根据公司整体战略规划与业务发展需求，进行市场调研形成产品设计方案，结合产品设计方案制定平台产品架构、服务体系架构、技术架构； 2. 支撑平台及各业务部门线上业务需求，完成系统开发上线； 3. 保障线上系统安全稳定，保障用户、交易及其他数据安全； 4. 负责线上产品的运营工作，能够配合产品功能的发布上线，做有效的运营计划，对接业务团队支撑业务团队运营工作。
产品体验中心	<p>主要职能：负责体验中心的日常管理和运营工作。</p> <p>具体工作：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 负责进行运营期间成本分析，控制能耗、设备维护、基建改造等各项开支，降低运营成本； 2. 协同产品管理中心做好产品展示入驻工作，设定展位规划、装修标准，落实供应商图纸审核、进出场施工管理等； 3. 运营期间客户接待管理，全程服务体验流程，并收集、分析、反馈客户需求信息； 4. 根据公司要求进行物业管理，设定保安、保洁、工程人员服务标准，确保体验中心正常运营； 5. 体验中心现场宣传管理，含各电子屏幕、广告位租赁、美陈效果实施、导视系统等，提升企业形象； 6. 体验中心现场基础设施调整，含功能区域增减、设备设施增减、绿植等。
运营监管中心	<p>主要职能：负责供方及需方标准和体系、平台运作规则的搭建。</p> <p>具体工作：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 负责建立供方/需方平台入围评价标准和体系，以及入围平台供方质量保障体系； 2. 负责平台入围评价标准和体系，以及合格供方质量保障体系的实施和落地，并不断优化，以控制平台的品质和交付能力风险； 3. 负责建立平台 TOC（theory of constraints）运营管理体系； 4. 通过实施 TOC 培训和辅导，帮助合格供方、合格需方按 TOC 原理采购、生产，确保平台交付的可靠性，灵活性和快速交付能力，供方具备准交期、短交期交付能力。

中心名称	主要职能及具体工作
战略合作中心	<p>主要职能：负责需方群体的引进、营销方案的制定和实施。</p> <p>具体工作：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 负责组织制订公司营销战略，并监督实施； 2. 根据公司营销战略组织编制年度、季度、月度营销计划； 3. 根据企业的发展方向，组织搜集有关市场信息，并进行汇总分析，编制市场调研报告； 4. 协调各部门的关系，使营销战略与营销计划得到贯彻执行； 5. 营销中心需方客户资料、文件的存档、管理，业务制度的编制、执行等。

此外，人力资源部、综合管理部、财务管理部、市场品牌部和客户服务部作为中后台部门，也将辅助配合体验中心项目的运营。

2、体验中心项目的盈利模式

体验中心主要承担线下产品体验和展示的功能，为绿色建筑业上游的各类供应商提供商品展示和体验的服务，公司项目团队为供方群体提供商品展示管理、下游客户需求对接等服务，目前公司通过向入驻的供应商收取展示管理费作为体验中心主要的收入来源。

二、是否涉及非主业的新业务，是否涉及商业地产

发行人的主业为建筑钢结构，为下游客户实施建筑钢结构工程项目的设计、制造及安装。体验中心项目的运营是公司产业链的有效延伸，也是公司在资源实施许可业务模式基础上进一步从“建筑商”向“服务商”转型的重要落脚点，并致力于打造绿色建筑全产业链交易平台。体验中心是公司在主业基础上为绿色建筑行业供方和需方提供升级服务的重要线下载体。

商业地产通常指用于各种零售、批发、餐饮、娱乐、健身、休闲等经营用途的房地产形式，一般有只租不售、出售、租售结合三种运营模式。

此外，从运营模式上来看，本次旧厂区（房）改造建设体验中心项目仅用于供应商产品的体验展示并提供展示服务，以方便需方群体现场对相关产品进行选型、选样，体验中心本身并不承担交易或销售等商业功能（供应商也不会派驻现场销售人员），也不对外出租或出售。

根据杭州市萧山区旧厂区（房）改造领导小组办公室出具的《关于杭萧钢构股份有限公司旧厂区（房）改造的专题会议纪要》（萧旧改[2017]35号），

本次募投项目是符合《杭州市萧山区产业发展导向目录（2014）》的工业类项目。

因此，本次旧厂区（房）改造建设体验中心项目并不涉及商业地产。

三、选择体验中心作为本次募投项目的主要考虑

公司选择体验中心作为本次募投项目主要基于如下几点考虑：

1. 建筑行业的绿色化是大势所趋

绿色发展是党在十八届五中全会确立的五大发展理念之一及“中国制造2025”明确的五大基本方针之一。十九大报告首次提出建设“富强民主文明和谐美丽”的社会主义现代化强国的目标，这意味着，生态文明建设在继十八大写入党章后，现已经上升为新时代中国特色社会主义的重要组成部分，绿色建筑产业亦将成为其中的重要抓手，其为建筑业转型升级指明了其中一个重要方向。以此为契机，强调产品全生命周期绿色管理的理念在工业各领域迅速得到普及，各类制造业掀起建立低碳化、循环化和集约化的浪潮。在建筑业领域，以“生态、绿色、健康、安全、科学、节能”为理念的绿色建筑理念逐渐成为行业共识。各级政府高度重视绿色建筑的推广应用，在《国家新型城镇化规划（2014-2020年）》、《绿色建筑行动方案》、《中共中央国务院关于进一步加强城市规划建设管理工作的若干意见》中均将“绿色建筑”列为推动中国城市化进程中的重要工程之一，河北、安徽、湖南等省份更是提出了十三五期间绿色建筑占比的发展目标。以绿色发展为理念，建筑行业内的龙头企业在逐步搭建绿色化、模块化、数字化、智能化、可持续化且贯穿全生命周期的生产运营管理体系，同时运用自身的行业影响力，试图通过绿色建筑供应链体系的打造，带动一批绿色建筑部件生产、绿色建材制造、绿色设计研究院等相关企业与机构的成长。基于协同制造的体系的探索，整合产业链乃至生态圈内各类绿色建筑从业主体，已经成为绿色建筑领域的发展主流。

2. 为建筑业转型升级提供新型模式试点示范。

杭萧钢构绿色建筑生态链集成服务平台以创建全国区域性 2.5 产业发展示范平台，以激活工业发展活力、推进生产性服务业发展为目标，力求带来巨大商机和市场机会的同时构建生产性服务业企业集聚发展态势，以浙江为代表的

区域经济正式进入“后工业化”时代为契机，为全国建筑业的平稳发展和转型升级提供模式创新试点示范，为全国各地传统建筑企业提供了一种切实可行的转型升级新思路。

公司通过体验中心打造绿色建筑集成服务平台，为产业链上下游企业，尤其是大量传统中小型企业，提供了整合销售渠道、创新商业模式的载体。另一方面，以建筑系统的绿色化、智能化为方向，推进产业整体转型升级，已经成为行业发展的新趋势，杭萧钢构的钢结构主业与推进新型建筑工业化有着天然联结，通过构建体验中心，能够逐步形成绿色建筑产业生态，进而带动建筑行业转型升级、带动区域产业更新迭代，承担起行业领军企业的责任与使命，占据未来产业生态的制高点。

3. 发挥产业集聚效应，促进公司现有业务发展

在我国经济进入“新常态”的背景下，如何保持现有业务的稳定增长、进一步开拓新的市场领域，是每一家企业需要解决的课题。尤其对于杭萧钢构而言，考虑到主业与面临调整产能压力的钢铁行业紧密关联，更需要突破现有业务框架、降低采购成本、扩大业务规模、增强盈利能力并探索全新商业模式，开辟更为广阔的市场新空间。

杭萧钢构作为建筑钢结构领域的领先企业，积累了大量绿色建筑行业上下游企业资源。近年来，公司在传统业务技术创新的基础上创新商业模式，开创了以技术、品牌、管理方法实施许可为核心的资源实施许可新业务模式。公司在现有业务及资源实施许可业务推广中，需要让客户深入了解并理解公司的产品、技术及管理的能力。通过建设体验中心，公司不仅可以充分的展示自身的产品、技术及管理能力，更能更好的发挥产业集聚效应，让公司及更多的行业上下游企业有展品展示、业务交流的机会，从而也可以让公司的产品、技术及管理模式有更好的展示平台，增加公司钢结构以及资源实施许可模式的业务机会，促进公司业务的发展，增强公司的盈利能力。

4. 打通绿色建筑产业链，降低公司采购成本

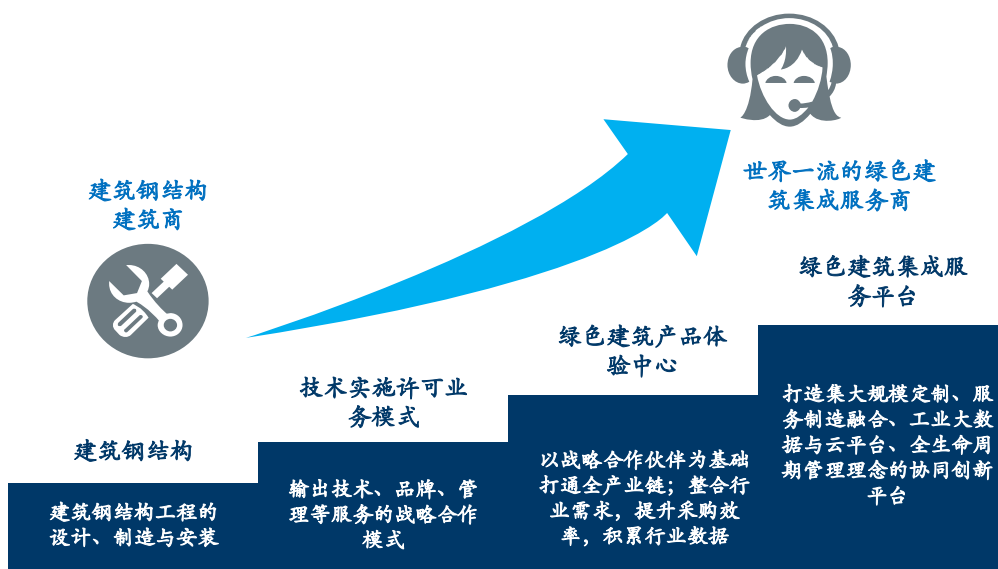
我国的建筑行业虽然市场巨大，但是具有分散化的特点，行业集中度较低。产业链上产品品类较多且每个品类的中小供应商众多，存在着信息不透

明、优质产品缺少展示平台等问题。同时，目前绿色建材产业链的供应商基本都通过代理商的模式进行产品销售，最终售价受到代理商代理成本的影响。通过建设体验中心，可以连接绿色建筑产业链的上下游企业，为供需双方搭建一个集中展示和直接沟通的平台，供应商可以以较低的成本接触到更多的需求方，产品售价在没有代理商的情况下也将更具竞争力；需求方也可以一站式接触到全品类的供应商，同时也可以对产品进行实物验证和横向对比，大大提升行业的采购效率。对于杭萧钢构来说，也可以通过体验中心进行直接采购，有效降低公司的采购成本。

5. 延伸公司产业链，培育未来新增长点

体验中心不仅为自身提供了产品展示体验的平台，也为行业上下游企业提供产品展示、业务交流的机会。公司负责制订产品体验展示规划和规则，负责将已签协议的战略合作合格供应商及其产品在产品体验中心组织实施展示，负责展示产品的进出管理、客户接待管理，并收取展示管理费。未来展示管理费将成为公司新的业务收入增长点，提高公司的盈利能力。

6. 为公司实现打造综合性绿色建筑集成服务平台的长远战略目标及规划奠定坚实的基础



公司坚持以“成为世界一流的绿色建筑集成服务商”为愿景目标，在夯实钢结构传统主业的基础上，进一步加强技术研发创新能力和运营服务能力，保持公司在行业内的技术领先优势和转型升级先发优势，持续推动公司以技术、

管理、品牌输出为核心的战略合作业务模式，利用好国家大力推广装配式建筑的黄金时期加快推进战略合作业务，尽快完成全国布局，与全国更多致力于发展绿色建筑的企业进行深度合作，使兼具社会效益和经济效益的钢结构住宅体系在全国得到进一步的推广，让更多有想法有意愿的企业参与到新型建筑工业化建设中来，共同引领未来工程建设模式及绿色经济发展的新方向，在实现公司转型升级的同时，也为我国“住宅产业化和建筑工业化”做出更多贡献。

在战略合作业务模式的基础上，公司进一步打造综合性绿色建筑集成服务平台是公司成为世界一流的绿色建筑集成服务商的重要途径，建设体验中心项目是公司实现长远战略规划的基础。以体验中心为基础，公司未来将进一步完善线上交易平台的功能与模块，通过供应链和金融模块提供更全面的服务，通过大数据协同上下游设计生产，改善提升整个绿色建筑行业的业务流程，提升行业效率，打造绿色建筑行业内标杆性的集成服务平台。

7. 解决行业痛点，提升交易效率

发行人作为建筑钢结构行业的领先企业，深刻体会到建筑行业供应商和需求方在市场相对分散、信息不对称情况下的众多行业痛点。供方群体存在分销体系臃肿、营销成本高、应收款不可控、库存高、订单不稳定的痛点，需方群体采购量有限、议价能力弱、品类多造成对专业人员需求高、采购流程长、供应商交期不可靠的痛点。体验中心项目的实施可以打通绿色建筑的产业链，在促进公司自身主营业务发展的同时也能够提升整个行业的效率。

绿色建筑行业供应链中的产品繁多，且需求方存在现场选型、选样的需求，单纯的线上展示和交易无法很好的解决该需求，为了提升交易效率，存在建设线下产品体验中心的需求。

综上，公司是综合考虑行业转型升级及发展机遇、公司发展产业链升级的发展战略、行业现有痛点及特有线下需求、降低公司采购成本、公司提升现有业务及盈利能力等因素，选择体验中心作为本次募投项目的。

四、相关人员储备、市场等方面的资源储备及业务基础是否充足

公司虽然成立以来并未经营过类似整合绿色建筑产业链、打造绿色建筑全产业链交易平台的体验中心项目，但公司深耕建筑行业十余年，是全国钢结构

首家上市企业，全国首个拥有自主知识产权和钢结构住宅完整配套体系的钢结构国家住宅产业化基地，钢结构产量排名长期位于全国前十位，为钢结构建筑行业龙头企业，熟悉绿色建筑行业情况，且公司已经组建了具有此类项目运营经验的管理团队，具备人员、技术、市场、资金等方面的资源储备及业务基础。具体如下：

1、人员储备

杭萧钢构一直以来倡导“人人是人才，人人尽其才；一流员工，一流企业”的人本理念，截止 2017 年 12 月 31 日，公司母公司在职工 1,821 人，主要子公司在职工 2,834 人，其中本科以上人员 948 人，占比 20.4%，硕士研究生及以上人员 100 人，包含教授级高级工程师、博士等高级人才。良好的员工团队储备，为构建体验中心运营团队提供了基础。在团队组建与组织架构拓展的过程中，公司根据组织机构设置与功能设定，从集团内部及行业标杆企业物色符合平台发展规划要求的人才和团队，选聘管理团队与职能人员。同时体验中心构建过程中，公司已引入包括六大品类行业专业人员、体验中心运营人员在内的管理团队及核心人才。截至 2018 年 3 月 31 日，已引入团队人员 97 人，其中本科及以上学历 69 人，占比 71.1%。

截至 2018 年 3 月 31 日，公司体验中心主要设有产品管理中心、信息技术中心、产品体验中心、运营监管中心、战略合作中心等部门，其中，产品管理中心的专业产品管理人员大多来自知名建材部品生产企业，拥有专门专业的专业知识，熟悉各专门品类的市场情况，能够保障引进符合体验中心需要的、并符合引进标准的供应商；信息技术中心已经引进了包括多名曾在阿里巴巴工作过的技术人员在内的信息技术人才，负责平台搭建和运维工作。

部分核心人员的背景情况如下：

商杨，体验中心项目总负责人，上海交通大学 EMBA，先后就职于奇胜、西卡、美标等多家知名外企，担任分公司总经理；国内首家“互联网+建材”平台-网筑集团高级合伙人，并任旗下绿城电商副总裁、屋牛电商副总裁；具有 8 年建筑产业链交易平台的运营经验。

姜巍，信息技术中心负责人，移动互联网第一批产品经理，六年阿里巴巴产品经理工作，主导负责过手机淘宝、无线开放平台、淘宝手机助手、阿里钱盾等多个核心产品；曾任网龙（香港上市公司代码：HK0777）产品经理，主导负责过 91 手机助手、熊猫看书、熊猫桌面等核心产品；曾任星网锐捷（A 股上市公司代码：002396）技术支持经理负责其信息发布产品线技术支持工作。

章伟，产品管理中心负责人，先后就职于宁波方太厨具有限公司和美标中国有限公司，担任高级销售管理，负责渠道建设和销售管理；国内首家建材 B2B 平台绿城电商供方招采负责人；10 年以上建材领域从业经验，拥有全国范围众多的建材供应商资源，资深的建材 B2B 产业链交易平台的运营专业人士。

王钰荣，产品体验中心负责人，曾就职于新光集团（A 股上市公司代码：002147），担任店面设计部负责人，负责过公司香港饰品展、北京服装服饰展、义乌博览会等展位设计，以及全国商场形象店设计；曾于国内首家建材 B2B 平台绿城电商担任体验馆经理，负责场馆建设改建和整体运营，完成 3 万平米商户进出场管理，包括设计施工标准制定、样板房改造、物业管理等；具有 5 年建材行业运营管理经验，10 年设计施工管理经验。

闫健，运营监管中心品质监管部负责人，于 2004 年起就职于杭萧钢构股份有限公司，7 年生产管理工作经验并担任制造经理，6 年项目管理工作经验并担任项目经理，外派国外分公司 1 年。期间主持和主导数十项重大工程的生产、制造、安装工作，具有丰富的国内、国外项目生产及管理经验。

吴建迪，战略合作中心渠道运营部负责人，具有 8 年建筑产业链交易平台运营经验，曾就职国内领先的地产生态链智能商业服务商-明源云，担任旗下明源云采购平台的垂直行业运营负责人；曾就职绿城电子商务有限公司，先后负责电商平台产品采购、销售管理工作；曾就职帅康集团，先后担任分公司总经理，全国销售部副部长。

李卿，战略合作中心国内业务部负责人，对于建材供应链及金融战略管理具有丰富经验，曾先后任绿城电子商务有限公司土建行业专家、总监，仟金顶网络科技有限公司战略合作总监、金融研发顾问等职务，曾先后创建浙江涂料

施工商联盟、绿城电商核心施工服务商联盟，并任名誉会长职务，有效助力行业产业链升级，为行业核心企业战略把脉、帮助其实现其品牌与战略提升。

2、技术储备

杭萧钢构拥有浙江省杭萧工业化绿色建筑研究院，能够提供钢结构建筑从设计到制作安装的一体化系统解决方案，并且在新型楼承板、内外墙板、梁柱节点、结构体系、构件形式、防腐防火和施工工法等方面先后获得 380 余项国家专利成果，参编、主编 30 多项国家、地方、行业规程规范。雄厚的技术要素基础，包括知识产权储备、标准储备与研发团队储备等，成为搭建体验中心过程中把控产品质量、把握关键环节、树立行业标准与行业话语权的基础。此外，杭萧钢构是国内绿色建筑中的钢结构装配式建筑领域的领军企业，在当前国家大规模推行装配式建筑的环境下，杭萧钢构依托于自身业内领先的钢结构生产技术以及钢结构建筑安装设计经验，大力推广普及以钢管束组合结构住宅体系为代表的钢结构建筑，率先布局完成了以浙江汉德邦建材有限公司、浙江汉林建筑设计有限公司、万郡房地产有限公司为核心的包含钢结构建材生产、建筑设计以及住宅销售在内的战略布局。杭萧钢构的技术积累跨越建筑、建材、设计等多个领域，体现了杭萧钢构技术能力的综合性，也使得体验中心的建设与运营能够保证极强的专业性与权威性。

3、市场储备

杭萧钢构拥有钢结构领域深耕十余年的成功运作经验，积累了大批优质的客户资源与供应商资源，能够支撑起完整的生产、贸易、流通链条，成为构建绿色建筑集成服务平台完整产业生态的基础。公司立足于钢结构主营业务，钢结构建筑主营业务的发展能为绿色建筑体验中心积累更多的供应商及客户资源，另外公司加大研发投入、打造钢结构建筑品牌工程不仅能保证公司技术的领先性，亦能对体验中心项目的推广有较大的推动作用。公司通过自主开发建设房地产项目推广绿色建筑，意图打造钢结构建筑标杆项目，也为打造绿色建筑体验中心积累了更多的供方群体资源。

同时，公司参控股子公司已在全国布局，熟悉全国各地的绿色建筑领域的供应方和需求方资源。截至 2017 年 12 月 31 日，杭萧钢构在全国设有九个钢结

构生产、制造加工基地，一个配套建材生产基地，拥有 20 家子公司、60 家参股公司。公司及其控股子公司的采购需求能为体验中心供方引入奠定一定的市场基础。

在有技术和市场基础的前提下，公司于 2014 年开始实施以技术、品牌管理方法实施许可为核心的新业务模式，通过提供管理和技术服务与合作伙伴一同开拓绿色建筑市场，分享项目收益。截至 2017 年 12 月 31 日，公司在资源实施许可模式下已签署钢结构住宅体系战略合作协议的企业达到 75 家，战略合作伙伴涉及建筑、房地产、建材、设计、园林等多个相关行业领域，分布于全国 26 个省份。这些战略合作企业将成为体验中心项目启动阶段需求方用户的良好基础，后续项目建设的采购需求不仅能够支撑起体验中心的初始数据积累与功能测试过程，还能够成为体验中心发展壮大过程中的支柱力量。

自团队组建以来，公司已积极开展市场拓展工作，体验中心提供的展示服务价值受到各类供应商的认可，取得了较好的市场效果。截至 2018 年 3 月 31 日，公司已和 352 家供应商签订了意向性体验中心入驻协议，涉及意向展示面积约 7,250 平方米(约 800 个展位)。

4、资金储备

体验中心项目的开发和运营需要一定的资金投入。发行人作为上市公司拥有债权融资、股权融资等多种融资渠道。此外，发行人具备较强的融资能力，整体信用等级经大公资信评定为 AA。综上，发行人具备多元化的融资渠道和较强的融资能力，能够为体验中心项目后续建设和运营提供较强的资金保障。

综上，公司目前在人员储备、市场等方面的资源储备及业务基础已经充足。

[核查意见]

保荐机构和律师通过查阅本次募投项目的可行性研究报告、体验中心的规划图纸、相关人员的劳动合同、已签订的意向性入驻协议、杭州市萧山区旧厂区（房）改造领导小组办公室出具的专题会议纪要，并对发行人及体验中心项目的相关人员进行访谈等方式进行了核查。

经核查，保荐机构和律师认为体验中心项目的运营，服务于公司原有的绿色建筑体系，是公司产业链的有效延伸，是公司在原有主业基础上的升级和衍生，并不对外出租或出售，不涉及商业地产，体验中心项目在人员、市场等方面具有充足的资源储备和业务基础。

第 5 题

请申请人补充说明报告期内申请人及其子公司从事住宅房地产及商业地产开发、销售的情况，房地产业务收入利润占比，有无住宅及商业用地储备，有无正在开发的住宅房地产或商业地产项目或者在售楼盘。

请保荐机构及申请人律师补充核查并发表意见。

问题回复：

一、报告期内申请人及其子公司从事住宅房地产及商业地产开发、销售情况

（一）发行人及其子公司从事住宅房地产及商业地产开发的情况

公司发行人通过成立房地产公司，意图做更多标杆工程、示范工程从而推动钢结构住宅的推广。目前，发行人所开发的房地产项目，均为采用钢结构相关技术的“绿色建筑”。

报告期内，发行人有两家从事钢结构住宅的开发业务的控股子公司，即万郡包头和万郡瑞安。万郡包头开发经营了包头市奥林匹克商住组团 2 号地块住宅开发项目（销售案名为“万郡 大都城”项目，以下简称“大都城项目”），万郡瑞安开发经营了瑞安市陶山镇陶南村下村自然村旧村改造安置多余面积项目（以下简称“瑞安项目”）。

截至 2017 年 12 月 31 日，上述两个项目开发建设情况如下：

序号	项目名称	项目公司	规划建筑面积 (平方米)		已开发建筑面积 (平方米)		开发比例 (%)	
			住宅	商业	住宅	商业	住宅	商业
1	万郡 大都城项目	万郡包头	931,811.35	44,383.65	765,791.59	40,665.76	82.18	91.62
2	瑞安项目	万郡瑞安	76,582.00	1,766.80	30,344.06	-	39.62	-

其中万郡大都城项目开发比例较高，已经超过了 80%，瑞安项目的开发比

例接近 40%。

上述大都城项目及瑞安项目的具体情况如下：

1. 项目名称：大都城项目

大都城项目实施主体为万郡包头，该项目涉及（蒙）0008230 号及（蒙）0008315 号两块国有出让宗地。该项目建设用地已取得编号为包国用（2011）第 400068 号、包国用（2014）第 400048 号、包国用（2014）第 400049 号、包国用（2014）第 400050 号《国有土地使用权证》。同时，大都城项目已取得编号为地字第 150201201000065 号、地字第 150201201200097 号的《建设用地规划许可证》，编号为建字第 150201201100013 号、建字第 150201201300038 号、建字第 150204201600013 号的《建设工程规划许可证》、编号为 2011（10176）-施 074 号、2011（10176）-施 075、2013（10176）-施 083、2014（10176）-施 005 、 150201201607060101-10176 、 150201201709290101-10176 、 150201201712060101-10176 的《建设工程施工许可证》。

经核查，大都城项目用地均不存在实际开工日期超过约定的开工日期满一年的情形，不存在土地闲置情形。

2. 项目名称：瑞安项目

瑞安项目实施主体为万郡瑞安，该项目建设用地已取得编号为浙（2018）瑞安市不动产权第 0000948 号的《国有土地使用权证》。同时，该项目已取得编号为地字第（2017）047 号的《建设用地规划许可证》，编号为建字第（2017）0310710 号的《建设工程规划许可证》以及编号为 330381201801040101 的《建筑工程施工许可证》。

瑞安项目用地不存在实际开工日期超过约定的开工日期满一年的情形，不存在土地闲置情形。

（二）发行人及其子公司在售楼盘情况

大都城项目预售房产现已取得（2011）包房字第 0063 号、（2013）包房字第 0099 号、（2014）包房字第 0047 号、（2016）包房字第 0030 号、（2016）包房字第 0067 号、（2017）包房字第 0079 号《商品房预（销）售许可证》。瑞安项目预售房产现已取得瑞安市售许字（2018）第 006 号《商品房预（销）售许

可证》。具体销售情况如下：

序号	项目名称	项目公司	可售面积 (平方米)	已售面积 (平方米)	销售比例 (%)
1	万郡 大都城项目	万郡包头	676,113.09	597,078.52	88
2	瑞安项目	万郡瑞安	31,532.66	9,244.69	29.32

注：1. “可售面积”指已经取得预售许可证的房源的总面积

2. “已售面积”指已经签订《商品房买卖合同》的房屋总面积

经核查，万郡包头及万郡瑞安不存在捂盘惜售、哄抬物价的行为。

二、房地产业务收入利润占比

年份	杭萧钢构营业收入 (万元)	房地产收入 (万元)	营业收入占 比 (%)	杭萧钢构毛 利 (万元)	房地产毛利 (万元)	毛利占比 (%)
2015	378,643.47	60,204.86	15.90%	89,015.17	11,289.64	12.68%
2016	433,851.60	74,183.23	17.10%	126,337.35	11,006.41	8.71%
2017	462,816.54	30,908.40	6.68%	153,755.92	5,142.09	3.34%

公司房地产业务的收入和毛利占营业收入和毛利的比例整体呈下降的趋势。

三、有无住宅及商业用地储备、有无正在开发的住宅房地产或商业地产项目或在售楼盘

经核查，报告期内发行人及其控股子公司无住宅及商业用地储备，除上述已披露的大都城项目及瑞安项目，发行人及其控股子公司没有其他正在开发的住宅房地产或商业地产项目或在售楼盘。

[核查意见]

保荐机构和发行人律师认为：2014年1月1日至今发行人及其上述控股子公司在开发房地产项目过程中不存在土地闲置、炒地、捂盘惜售、哄抬房价的违法违规行为，不存在因此而受到重大行政处罚或正在被（立案）调查的情况。公司房地产业务的收入和毛利占营业收入和毛利的比例较低，整体呈下降的趋势。除已披露的情形外，报告期内发行人及其控股子公司无其他新增住宅及商业用地储备，也没有其他正在开发的住宅房地产或商业地产项目或在售楼盘。

第 6 题

申报材料显示，申请人子公司万郡包头存在为商品房买受人提供商品房按揭贷款担保的情形，担保金额合计为 59,402.74 万元。请申请人说明前述大额对外担保的合规性，是否履行了必要的决策程序。

请保荐机构及申请人律师核查，并就前述情况是否符合《上市公司证券发行管理办法》第六条第（五）项的规定发表明确意见。

问题回复：

根据万郡包头提供的按揭业务合作协议、商品房买卖合同等资料，为促成公司商品房成交，万郡包头按照房地产行业经营惯例，为公司销售的商品房之购买人提供阶段性按揭贷款担保，该等担保的主要内容为：商品房购买人以所购商品房(房产证尚未办理至购买人名下)作抵押，向银行申请按揭贷款，万郡包头为符合银行按揭贷款条件的商品房购买人的按揭还款义务提供连带担保，担保期限自商品房购买人购房担保借款合同签订之日起，至商品房购买人取得所购商品房房产证，办妥抵押登记之日止。担保金额为贷款本金、利息（包括罚息）、违约金、损害赔偿及为实现债权所需的必要相关费用。

上述万郡包头为商品房购买人的按揭贷款提供担保的情形不违反《中华人民共和国物权法》、《中华人民共和国担保法》以及最高人民法院《关于担保法若干问题的解释》等的相关规定。

万郡包头虽作为担保人承担了阶段性担保责任，实际上通过银行按揭，快速收回了商品房全额购房款。同时，若购房人在担保期限内出现违约，万郡包头对外承担了连带责任，后续仍可通过诉讼方式向购房人追偿，并以法院生效判决直接办理商品房退网签等手续，取回房屋所有权。购房人已支付的首付款在扣除万郡包头的垫付利息（包括罚息）、违约金、损害赔偿及为实现债权所需的必要相关费用后，余额返还购房人。

为商品房购买人提供按揭贷款担保，使房地产企业以较低的风险对价换取资金快速回笼的利益，已成为房地产行业的商业惯例，是房地产销售业务的一项递延业务，属于房地产业务日常经营事项，其担保的性质不同于一般对外担保。根据万郡包头提供的内部决策文件，其已就为购房客户提供阶段性担保责任事项履行相应的股东会审议程序。同时，发行人在每年提交董事会、股东大

会的年度报告中也披露了子公司该等担保情况，履行了相应的披露义务。

从事房地产开发业务的部分上市公司对外披露的对外担保及对承买人的阶段性担保情况如下：

代码	公司简称	截至 2017 年上 半年对外担保 金额	对阶段性担保的相关披露
600340	华夏幸福	1.50 亿元	本公司按照房地产经营惯例为商品房购买人提供按揭贷款担保，该担保为阶段性连带担保.....本公司为商品房购买人提供的阶段性担保额为 576.05 亿元
000002	万科 A	0.00 亿元	本集团按行业惯例为购房客户的按揭贷款提供阶段性担保，担保期限自保证合同生效之日起，至客户所购产品的房地产证办出及抵押登记手续办妥并交付银行执管之日止.....担保总额约人民币 1,114.3 亿元。本集团认为无须就该等担保在财务报表中作出拨备
600185	格力地产	0.00 亿元	公司按照房地产行业惯例为商品房承购人按揭贷款提供阶段性信用担保.....根据行业惯例此项担保是必须的，格力房产历年没有发生由于担保连带责任而发生重大损失的情形，因此该项担保对公司的财务状况无重大影响.....截至 2017 年 6 月 30 日止，格力房产承担阶段性担保额为人民币 7.99 亿元
600048	保利地产	47.68 元	担保类型分阶段性担保和全程担保，阶段性担保期限为自保证合同生效之日起至商品房抵押登记办妥并交银行执管之日止。截至 2017 年 6 月 30 日，本公司承担阶段性担保额为人民币 6,136,395.33 万元
000031	中粮地产	0.00 亿元	本公司及子公司按房地产经营惯例为商品房承购人提供抵押贷款担保，担保类型为阶段性担保.....截止 2017 年 12 月 31 日，尚未结清的担保金额为人民币 1,011,258.12 万元

[核查意见]保荐机构及发行人律师查阅了发行人提供的按揭业务合作协议、商品房买卖合同等文件，与万郡包头的相关负责人进行了面谈，审阅了万郡包头就为购房客户提供阶段性担保责任事项的内部决策文件以及发行人历年年报。

保荐机构及发行人律师认为，万郡包头为商品房购买人提供商品房按揭贷款担保的事宜符合相关法律规定，已履行了必要的决策程序，发行人符合《上市公司证券发行管理办法》第六条第（五）项的规定。

二、一般问题

第 1 题

请申请人于募集说明书重大事项提示中充分提示以下风险：未来在触发转股价格修正条款时，转股价格是否向下修正以及修正幅度存在不确定性风险。

问题回复：

发行人已在募集说明书“重大事项提示”和“第三章 风险因素”之“二十、转股价格是否向下修正以及修正幅度存在不确定性风险”中，对转股价格是否向下修正以及修正幅度存在不确定性风险披露如下：

“（一）转股价格向下修正条款不实施的风险

本次发行设置了公司转股价格向下修正条款，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二十个交易日中至少有十个交易日的收盘价低于当期转股价格的 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，持有公司本次发行可转债的股东应当回避。

在满足可转债转股价格向下修正条件的情况下，本公司董事会仍可能基于公司的实际情况、股价走势、市场因素等多重考虑，不提出转股价格向下调整方案；或公司董事会所提出的转股价格向下调整方案未获得股东大会审议通过。因此，存续期内可转债持有人可能面临转股价格向下修正不实施的风险。

（二）转股价格向下修正幅度不确定的风险

在本公司可转债存续期间，即使公司根据向下修正条款对转股价格进行修正，转股价格的修正幅度也将由于“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和股票面值。”的规定而受到限制，存在不确定性的风险。且如果在修正后公司股票价格依然持续下跌，未来股价持续低于向下修正后的转股价格，则将导致可转债

的转股价值发生重大不利变化，进而可能导致出现可转债在转股期内回售或不能转股的风险。”

第2题

请申请人在募集说明书中披露说明最近一期末累计债券余额的明细情况，包括债券种类、名称、余额、利率、期限等情况，是否符合《上市公司证券发行管理办法》第十四条第二项的规定。请保荐机构核查并发表意见。

问题回复：

一、补充披露最近一期末累计债券余额的明细情况

公司已在募集说明书之“第四章 发行人基本情况”之“十五、最近三年发行的债券情况及资信评级情况”之“（一）最近三年债券发行和偿还情况”进行了补充披露。具体如下：

“截至最近一期末（2017年12月31日），公司累计债券余额为0元。本次拟发行可转换公司债券募集资金总额不超过人民币8.0亿元（含8.0亿元）。公司最近一期末的净资产为302,046.14万元，归属于母公司所有者的净资产为289,582.05万元。本次发行完成后公司累计债券余额占最近一期末净资产的比例为26.47%，占最近一期末归属于母公司所有者的净资产的比例为27.63%，符合《上市公司证券发行管理办法》第十四条第二项“本次发行后累计公司债券余额不超过最近一期末净资产额的百分之四十”的规定。”

[核查意见]保荐机构取得并查阅了发行人报告期内的审计报告、财务报告，本次发行预案，并与公司相关管理人员进行了沟通访谈，对发行人最近一期末债券余额情况及是否符合《上市公司证券发行管理办法》第十四条第二项的规定进行了核查。

经核查，保荐机构认为，截至最近一期末（2017年12月31日），发行人累计债券余额为0元。本次发行完成后发行人累计债券余额占最近一期末净资

产的比例为 26.49%，占最近一期末归属于母公司所有者的净资产的比例为 27.63%，符合《上市公司证券发行管理办法》第十四条第二项的规定。

第 3 题

请保荐机构对申请人《公司章程》与现金分红相关的条款、上市以来现金分红政策实际执行情况是否符合证监会《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》、《上市公司监管指引第 3 号-上市公司现金分红》的规定核查并发表意见，并对申请人最近三年的现金分红是否符合公司章程核查并发表意见。

问题回复：

一、申请人《公司章程》与现金分红相关的条款、上市以来现金分红政策实际执行情况

（一）发行人《公司章程》与现金分红相关的条款

经核查，发行人《公司章程》与现金分红相关的条款约定如下：

“第一百五十二条 公司分配当年税后利润时，应当提取利润的 10% 列入公司法定公积金。公司法定公积金累计额为公司注册资本的 50% 以上的，可以不再提取。

公司的法定公积金不足以弥补以前年度亏损的，在依照前款规定提取法定公积金之前，应当先用当年利润弥补亏损。

公司从税后利润中提取法定公积金后，经股东大会决议，还可以从税后利润中提取任意公积金。

公司弥补亏损和提取公积金后所余税后利润，按照股东持有的股份比例分配，但本章程规定不按持股比例分配的除外。

股东大会违反前款规定，在公司弥补亏损和提取法定公积金之前向股东分配利润的，股东必须将违反规定分配的利润退还公司。

公司持有的本公司股份不参与分配利润。

第一百五十三条 公司的公积金用于弥补公司的亏损、扩大公司生产经营或者转为增加公司资本。但是，资本公积金将不用于弥补公司的亏损。

法定公积金转为资本时，所留存的该项公积金将不少于转增前公司注册资本的 25%。

第一百五十四条 公司股东大会对利润分配方案作出决议后，公司董事会须在股东大会召开后 2 个月内完成股利（或股份）的派发事项。

第一百五十五条 公司实施持续、稳定的利润分配政策，公司应严格遵守下列规定：

（一）公司利润分配政策的基本原则：

公司的利润分配政策保持连续性和稳定性，充分考虑对投资者的回报，同时兼顾公司的长远利益、全体股东的整体利益及公司的可持续发展。公司优先采用现金分红的利润分配方式，存在股东违规占用公司资金情况的，公司应当扣减该股东所分配的现金红利，以偿还其占用的资金。

（二）公司利润分配具体政策如下：

利润分配的形式：公司采用现金、股票或者现金与股票相结合的方式分配股利。在有条件的情况下，公司可以进行中期利润分配。

公司现金分红的具体条件和比例：在具备现金分红条件的前提下，每三年必须实施现金分红一次以上，且最近三年以现金方式累计分配的利润不少于最近三年公司实现的年均可分配利润的 30%。

现金分红条件：公司上一会计年度盈利，且累计可分配利润为正数，也不存在影响利润分配的重大投资计划或现金支出事项。重大投资计划或现金支出事项是指公司在年度内拟对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计净资产的 25%或经审计总资产的 10%。

公司发放股票股利的具体条件：

1、公司在保证最低现金分红比例和公司股本规模及股权结构合理的前提下，注重股本扩张与业绩增长保持同步，当报告期内每股收益或累计资本公积金金额达到证券监管部门要求时，公司可以考虑进行股票股利分红。

2、董事会认为公司股票价格与公司股本规模不匹配时，可以在保证最低现金分红比例的同时，提出并实施股票股利分配议案。

（三）公司利润分配的决策程序和机制：

董事会在制订现金分红具体方案时应当认真研究和论证现金分红的时机、条件和最低比例、调整的条件及其决策程序要求等；报告期盈利但董事会未作出现金分配预案的，应在定期报告中说明未进行现金分红的原因、未用于现金分红的资金留存公司的用途和使用计划，独立董事应当发表明确意见；董事会提出的利润分配方案经董事会半数以上表决通过，方可提交股东大会审议。股东大会审议分配方案时，应当主动与股东、特别是中小股东进行沟通，及时答复中小股东关心的问题。

（四）公司利润分配政策的调整或变更：

公司根据生产经营情况、投资规划和长期发展的需要，需调整利润分配政策的，应由公司董事会根据实际情况提出利润分配政策调整议案，并提交股东大会审议。其中，对现金分红政策进行调整或变更的，应在议案中详细论证和说明原因，并经出席股东大会的股东所持表决权三分之二以上通过。

调整后的利润分配政策应以股东权益保护为出发点，且不得违反中国证券监督管理委员会和证券交易所的有关规定并在提交股东大会审议之前由独立董事发表审核意见。”

此外，发行人于 2015 年 4 月 17 日公布了《杭萧钢构股份有限公司 2016 年-2018 年股东分红回报规划》，对 2016 年至 2018 年发行人分红回报规划如下：

“二、股东分红回报规划的基本原则

- 1、利润分配政策重视对投资者的合理投资回报并兼顾公司的可持续发展；
- 2、实行连续、稳定的利润分配政策；
- 3、坚持以现金分红优先的原则；
- 4、重视中小股东的利益，并充分听取中小股东、独立董事和监事的意见；
- 5、坚持公开透明的信息披露原则。

三、股东分红回报的方式

公司可以采取现金、股票或现金股票相结合等方式分配利润。公司可以根据盈利状况进行中期现金分红。

四、股东分红回报方案的程序

1、公司董事会需结合具体经营数据，充分考虑公司盈利规模、现金流量状况、发展阶段及当期资金需求，并结合股东（特别是公众投资者）、独立董事和监事的意见，制定利润分配方案，经公司股东大会审议通过后实施。公司接受所有股东、独立董事和监事对公司分红的建议和监督。

2、在公司股东大会对利润分配方案作出决议后，公司董事会应当在股东大会召开后 2 个月内完成股利（或股份）的派发事项。

3、如果公司年度实现盈利而公司董事会未提出现金利润分配预案的，公司董事会应在当年的年度报告中详细说明未进行分红的原因、未用于分红的资金留存公司的用途和使用计划，独立董事应当对此发表独立意见。

五、2016 年至 2018 年公司分红回报的具体计划

利润分配的形式：公司采用现金、股票或者现金与股票相结合的方式分配股利。在有条件的情况下，公司可以进行中期利润分配。

现金分红的总体条件、实施频率和分配比例：在具备现金分红条件的前提下，2016 年至 2018 年必须实施现金分红一次以上，且满足《公司章程》规定的每三年必须实施现金分红一次以上，及最近三年以现金方式累计分配的利润不少于最近三年公司实现的年均可分配利润的 30% 的要求。

现金分红的具体条件：公司上一会计年度盈利，且累计可分配利润为正数，也不存在影响利润分配的重大投资计划或现金支出事项。重大投资计划或现金支出事项是指公司在年度内拟对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计净资产的 25% 或经审计总资产的 10%。

公司发放股票股利的具体条件：

1、公司在保证最低现金分红比例和公司股本规模及股权结构合理的前提下，注重股本扩张与业绩增长保持同步，当报告期内每股收益或累计资本公积金金额达到证券监管部门要求时，公司可以考虑进行股票股利分红。

2、董事会认为公司股票价格与公司股本规模不匹配时，或根据年度的盈利情况及现金流状况，可以在保证最低现金分红比例和公司股本规模及股权结构合理的前提下，提出并实施股票股利分配议案。

差异化的现金分红政策：公司董事会将综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排（募集资金项目除外）等因素，区分下列情形，并按照《公司章程》规定的程序，提出差异化的现金分红政策。具体如下：

1、公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 80%；

2、公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 40%；

3、公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%。

公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，可以按照前项规定处理。”

（二）公司股利分配情况

自首次公开发行股票并上市以来，发行人历年的股利分配情况如下：

单位：万元

年度	股本（万股）	利润分配方案	派发现金
2003 年度	7,736.68	每 10 股转增 10 股派发现金红利 1.50 元（含税）	1,160.50
2004 年度	15,473.36	每 10 股转增 6 股派 1.00 元（含税）	1,547.36
2005 年度	24,757.38	每 10 股派 0.30 元（含税）	742.72
2007 年度	24,757.38	每 10 股派 0.60 元（含税）	1,485.44
2008 年度	24,757.38	每 10 股送 2 股转增 1 股派 0.60 元（含税）	1,485.44

2009年度	32,184.60	每10股送2股派发行金红利0.30元(含税)	965.54
2010年度	38,621.52	每10股送2股派0.30元(含税)	1,158.65
2013年度	55,345.82	每10股派0.30元(含税)	1,660.37
2014年度	55,345.82	每10股转增3股派0.6元(含税)	3,320.75
2015年度	80,886.66	每10股转增3股派0.6元(含税)	4,853.20
2016年度	105,664.56	每10股送红股1股,转增2股派0.8元(含税)	8,453.16
2017年度	137,442.06	每10股送红股3股并派发现金股利人民币1.7元(含税)	23,365.15
现金分红合计			50,198.28

注：截至本回复出具日，2017年度分红方案尚未实施。

发行人最近三年现金分红情况如下所示：

单位：万元

年度	现金分红金额 (含税)	归属于母公司所有者的净利润	当年现金分红比例	三年累计现金分红占年均可供分配利润的比例
2015年	4,853.20	12,051.04	40.27%	82.27%
2016年	8,453.16	44,875.84	18.84%	
2017年	23,365.15	76,801.64	30.42%	

注：截至本回复出具日，2017年度分红方案尚未实施。

公司最近三年累计现金分红金额为36,671.51万元，公司最近三年实现的归属于母公司所有者的平均可分配利润为44,576.17万元，近三年累计现金分红金额占最近三年归属于母公司所有者的平均可分配利润的比例为82.27%。

[核查意见]保荐机构取得并查阅了发行人《公司章程》、报告期内与现金分红有关的三会会议文件、独立董事意见以及相关的信息披露文件等资料。根据证监会《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》和《上市公司监管指引第3号-上市公司现金分红》的相关规定，对《公司章程》和公司最近三年现金分红政策实际执行情况进行了核查。

经核查，保荐机构认为，发行人《公司章程》与现金分红相关的条款、上市以来现金分红政策实际执行情况符合证监会《关于进一步落实上市公司现金

分红有关事项的通知》、《上市公司监管指引第3号-上市公司现金分红》的相关规定。发行人最近三年的现金分红符合公司章程。

第4题

请在募集说明书“重大事项提示”部分，结合可转债的品种特点、转债票面利率与可比公司债券的利率差异、转股价格与正股价格的差异等，充分提示可转债价格波动甚至低于面值的风险。

问题回复：

发行人在募集说明书“重大事项提示”之“（12）可转债价格波动低于面值的风险”和“第三章 风险因素”之“二十二、可转债价格波动低于面值的风险”补充披露如下：

“可转债与普通的公司债券不同，可转债持有者有权利在转股期内按照事先约定的价格将可转债转换为公司股票。因可转债特有的转股权利，多数情况下可转债的发行利率比类似期限、类似评级的可比公司债券的利率更低。另一方面，可转债的交易价格也受到公司股价波动的影响。公司可转债的转股价格为事先约定的价格，不随着市场股价的波动而波动，有可能公司可转债的转股价格会高于公司股票的市场价格。因此，如果公司股票的交易价格出现不利波动，同时可转债本身的利率较低，公司可转债交易价格也会随之出现波动并甚至可能低于面值。

公司提醒投资者必须充分认识到债券市场和股票市场中可能遇到的风险，以便作出正确的投资决策。”

第5题

请申请人公开披露最近五年被证券监管部门和交易所采取处罚或监管措施的情况，以及相应整改措施；同时请保荐机构就相应事项及整改措施进行核查，并就整改效果发表核查意见。

问题回复：

一、发行人最近五年被证券监管部门和交易所采取处罚或监管措施的情况，以及相应整改措施

除下列上海证券交易所出具的《关于对浙江杭萧钢构股份有限公司和董事长单银木等有关责任人予以监管关注的通知》（上证公函【2013】0426号）及《关于对浙江杭萧钢构股份有限公司和董事长兼总裁单银木、董事会秘书陈瑞予以监管关注的决定》（上证公函【2013】1194号）外，公司最近五年不存在其他被证券监管部门和交易所采取处罚或监管措施的情况。

（一）2013年6月监管关注函

1、事件具体情况

2013年6月13日，上海证券交易所出具《关于对浙江杭萧钢构股份有限公司和董事长单银木等有关责任人予以监管关注的通知》（上证公函【2013】0426号），该函指出，因公司2012年度归属于上市公司股东的净利润为-115,480,372元，公司未在2013年1月31日前发布业绩预告，公司上述行为违反了《上海证券交易所股票上市规则》相关规定。

公司根据上市规则和会计准则的要求，于会计期末对各项资产进行了分析，对于涉及诉讼、纠纷等出现减值迹象的项目对应的资产，管理层结合法务、履约等部门以及律师的意见对期末账面价值及减值准备进行了测试并认定。在此基础上对主要财务指标进行了预测，2012年末公司预计归属母公司所有者的净利润为3,600-4,000万。2013年4月10日，公司接到浙江省杭州市中级人民法院针对公司与武汉香利房地产开发有限公司和武汉中联三星实业有限公司建设工程施工合同纠纷案的民事判决书（【2009】浙杭民初字第12号），遵循谨慎性原则，结合一审判决与原减值测试的相关证据，对该案涉及的资产账面价值及减值准备进行了分析、测试并认定，将该案一审判决结果与公司账面之间的差异计提资产减值准备。同时公司经过对涉及诉讼事项的资产的再次测试，对公司与南通海二建筑劳务工程有限公司、江苏国安建筑安装工程有限公司诉讼项目按一审判决结果与账面价值的差额计提减值准备。受这三个事项会计处理调整的影响，公司2012年利润由盈利转变为亏损11,548.04万元。公

公司于 2013 年 4 月 11 日发布 2012 年度业绩预告，并于 2013 年 4 月 25 日公告年报。

2、整改措施

事后，公司进一步加强了会计报告编制过程的审核工作，提高公司各级管理人员特别是财务人员的规范运作意识，努力提高财务及信息披露工作质量。同时，公司加强董事、监事和高管人员对《公司法》、《证券法》、《企业会计准则》、《上市公司信息披露管理办法》以及《上海证券交易所股票上市规则》等法律法规和规章制度的学习，加强公司信息披露责任意识，确保公司及时、公平地披露信息，并保证所披露信息的真实、准确、完整。

（二）2013 年 8 月监管关注函

1、事件具体情况

2013 年 8 月 7 日，上海证券交易所出具《关于对浙江杭萧钢构股份有限公司和董事长兼总裁单银木、董事会秘书陈瑞予以监管关注的决定》（上证公函【2013】1194 号），该函指出，因 2012 年 1 月 13 日至 2013 年 1 月 9 日期间，公司发生多起诉讼，12 个月内累计涉案金额超过了公司净资产的 10%，但公司未就相关诉讼情况及时履行信息披露义务，公司上述行为违反了《上海证券交易所股票上市规则》相关规定。

公司依据《上海证券交易所股票上市规则》第十一章第一节的规定认为，对于重大诉讼，如果单个诉讼金额达到净资产 10% 以上的，应该按照《上海证券交易所股票上市规则》的规定及时履行临时公告的披露义务；对于单个诉讼金额未达到净资产 10% 以上标准的，按照以年度报告披露时间为节点，累计计算诉讼金额，按照单项诉讼的财务影响，根据财务谨慎性原则，在年度报告重要事项或财务报表附注九、或有事项中进行披露，已经在临时公告或者定期报告中披露的，不再纳入累计计算范围。2013 年 4 月年报披露后，公司通过自查发现对《上海证券交易所股票上市规则》条款理解有偏差且遗漏部分公司作为原告的诉讼事项（三河天久实业科技有限公司、包头国瑞炭谷有限公司、中国重汽集团大同齿轮有限公司、新疆天盛实业有限公司、内蒙古凯德房地产公司），公司高度重视，组织相关部门及人员讨论并于 2013 年 7 月 3 日以年报补

充公告的形式较为详细地披露了 2012 年度报告中已经披露的和遗漏的诉讼事项。

2、整改措施

公司分别于 2007 年及 2008 年下发杭萧集团总字（2007）27 号《关于进一步加强公司信息披露管理和保密制度的通知》及杭萧（集团）总字（2008）10 号《关于进一步明确重大信息申报责任制的通知》，对诉讼涉及的信息报告义务人、金额限定、申报节点均有规定。公司经过自查发现未就上述相关诉讼情况及时履行信息披露义务后，于 2013 年 7 月 3 日发布了补充公告，对相关诉讼做了补充披露。针对此次诉讼披露存在的问题，公司再次重申上述通知的文件要求，进一步修订《拟诉项目评审》流程，要求公司法务部按照《上海证券交易所股票上市规则》建立明确的诉讼台账，及时、定期、报告最新的诉讼情况，同时，组织相关人员进行信息披露知识培训并进一步明确信息披露责任人，避免类似事项的再次发生。

除上述情况外，公司五年内（2013 年至今）无其他被证券监管部门和交易所采取监管措施或处罚的情况。

通过落实上述各项整改措施，公司董事、监事、高级管理人员及其他相关责任人员加深了对上市公司信息披露义务相关法律法规及规范性文件等的认识，提高了依法及时、真实、准确、完整地开展信息归集及披露的意识和能力，此外，公司财务管理及内部控制得到了进一步提升，使公司的规范运作得到了有力的保障，促进公司持续、健康、稳定发展。

公司已于 2018 年 4 月 25 日公开披露了《杭萧钢构股份有限公司关于近五年被证券监管部门和交易所采取处罚或监管措施及其整改情况的公告》。

[核查意见]经查阅发行人提供的被上海证券交易所出具的监管关注函，查阅证券监督部门及交易所网站的公示信息，及对相关人员进行访谈，除下列上海证券交易所出具的《关于对浙江杭萧钢构股份有限公司和董事长单银木等有关责任人予以监管关注的通知》（上证公函【2013】0426 号）及《关于对浙江杭萧钢构股份有限公司和董事长兼总裁单银木、董事会秘书陈瑞予以监管关注

的决定》（上证公函【2013】1194号）外，公司最近五年不存在其他被证券监管部门和交易所采取处罚或监管措施的情况。

保荐机构通过查阅相关资料及对发行人访谈等情形，对前述监管关注函相关事项、整改措施及整改效果等进行了核查。

经核查，保荐机构认为，通过落实上述各项整改措施，公司董事、监事、高级管理人员及其他相关责任人员加深了对上市公司信息披露义务相关法律法规及规范性文件等的认识，提高了依法及时、真实、准确、完整地开展信息归集及披露的意识和能力，此外，公司财务管理及内部控制得到了进一步提升，使公司的规范运作得到了有力的保障，促进公司持续、健康、稳定发展；发行人上述被上海证券交易所出具监管关注函的情形对本次发行不构成实质性障碍。

（本页无正文，为《关于杭萧钢构股份有限公司公开发行可转换公司债券申请文件反馈意见的回复》之发行人签署页）

杭萧钢构股份有限公司

2018年4月24日