

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）

杭萧钢构股份有限公司

二〇一八年四月

一、 本次募集资金使用计划

本次公开发行可转换公司债券募集资金总额不超过 8 亿元（含 8 亿元），扣除发行费用后用于以下项目：

项目	计划投资总额	募集资金投入
杭萧钢构旧厂区（房）改造——万郡绿建产品体验中心项目	90,900 万元	80,000 万元

如本次公开发行募集资金到位时间与资金需求的时间要求不一致，公司可根据实际情况需要以其他资金先行投入，募集资金到位后，予以置换。具体发行规模确定之后，如出现本次募集资金净额不足项目资金需求部分的情况，公司将根据实际需要其他方式解决。

二、 本次募投项目的基本情况

（一）项目概况

作为装配式钢结构行业的龙头企业，杭萧钢构始终紧密围绕国家“转型升级、新型城镇化和生态文明建设”三大主线，秉承以空间结构的调整、土地资源的集约利用为契机，推动产业转型升级为原则，推动分散的企业形成集聚、合力发展态势，构建绿色建筑产业集群，共享产业集群资源，拟投资建设“杭萧钢构旧厂区（房）改造——万郡绿建产品体验中心项目”（以下简称“体验中心”），其将为公司及绿色建筑产业生态圈内的国内外房产企业、建筑企业、部品企业、钢构企业等主体，提供各种部品、建材、原辅材料的一站式采购服务的平台。体验中心针对设计、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，提供多重感官体验相结合的实地场所与服务。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。体验中心将筛选绿色建筑产业生态圈中合适的供应商进行入驻展示，并配套线上交易平台提供线上支付和交易管理服务。线上交易管理平台将由公司自筹资金进行建设管理。

公司负责制订合格供应商、合格需求方评审标准，按照评审标准并结合供方工厂生产能力、质保体系、管理水平、产品样品及需方公司实地考察、工程业绩等因素最终确定合格供应商、合格需求方。

公司负责在全国范围内招商选择绿色建筑产业内的高、中、低品牌的部品、建材、原辅材料等各类生产企业，确定为战略合作合格供应商并签订有价格优势、付款竞争力、交货验收规则、产品体验中心、网络服务中心产品网上服务、运营监管中心服务、合作违约条件等的相关协议。

公司负责制订产品体验展示规划和规则，负责将已签协议的合格供应商及其产品在产品体验中心组织实施展示。公司将根据不同品类将供应商分区进行展示，每家供应商将配备相应的展位，同时配备相应人员经过培训后负责展示产品的进出管理维护、客户接待管理、产品介绍和讲解、前期业务接洽等。体验中心给合格供应商提供展示平台，并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。公司将向供应商收取展示管理费，作为体验中心的收入来源。

公司及绿色建筑的采购方可以在体验中心实现低价、全套的一站式采购，通过展示平台采购材料，公司可以有效降低采购成本。

公司负责在全国范围内招商选择绿色建筑产业内的有管理能力、资信好、有资金实力的房产、建筑、机电安装、装饰、政府采购等需求方，并确定为战略合作合格需求方，并签订有市场合理价格、付款条件、支付保障、网络服务中心服务、运营监管中心服务、合作违约条件的相关协议。

公司可将公司自身钢结构装配式建筑体系、“钢管束组合结构住宅体系”及TOC管理模式等在体验中心进行展出，向行业内更多的战略合作伙伴展示公司的品牌、各类产品、技术和管理能力，提升客户的信任度，促进公司主营业务及资源实施许可业务的扩展。

同时，体验中心可以帮助战略合作合格需求方一次性选择全球绿色建筑产业生态圈内的部品、建材、原辅材料，包括高、中、低品牌各类生产企业和产品，并能帮助战略合作合格需求方实现齐套、小批量、一站式采购，缩短交期，降低成本。

体验中心拟利用公司现有一期厂房，整体改造成为三层约 22.48 万平方米的体验式厂房，预计展位约 12,000 个，建成后拟引入供应商约 9,800 家。项目总投资为 90,900 万元，募集资金拟投入总额为 80,000 万元。

（二）项目实施背景

1、建筑业的发展现状

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 年全年建筑行业合同总额达到签订约 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。在新一轮科技革命在全球范围内兴起的背景下，以新一代信息技术为代表的新技术发展，将为建筑产业的生产、运营、管理模式带来变革，从而为行业未来发展带来新机遇。

尽管存在广阔的发展空间，但行业长期面临的瓶颈问题仍然严重。一方面，我国建筑行业仍然处于粗放型发展阶段，传统的建筑生产方式难以得到改变，一线建筑工人的技术培训与素质培训不受重视，行业整体呈现规模大而技术创新动力不足的现状。另一方面，建筑行业整体运行机制仍不完善，在工程建设设计、劳务分包、招投标整个业务流程上均都存在管理不规范、资金回笼时间长、审批审核时间过长等问题，产业链上的部品、房产、建筑、装饰等相关企业，均因此面临着利润率低、资金紧张、业务不稳定、融资难等瓶颈问题。

工程建筑企业面临着招工难、人工成本上涨、国家对建筑的环保、安全标准日益严格等挑战，造成了建筑行业短期内成本攀升，利润率下降。宏观经济的疲软也导致部分客户资金紧张，出现拖账、欠账的情况，造成工程建筑企业资金回笼难。其次，由于单个工程项目采购量有限，难以形成规模效应，加上工程项目各个环节之中所涉及的人员多而复杂，极易产生灰色交易，进而引起产品质量下降、成本上升、利润空间缩小等现象。

部品企业包括钢结构企业、建材企业、装饰企业等，其现有销售模式受信

息不对称及自身营销能力影响，存在订单波动大、存货多、应收款多等问题，并存在分销商、代理商经营不善造成的连带风险。部品企业现有的采购模式受限于采购规模，议价能力弱，采购各环节涉及人员多、过程繁、时间长、成本高、管理难度大，且易产生灰色交易或暗箱操作现象。销售和采购模式同时影响了部品企业的生产，按预估库存进行计划生产标准化产品，由于市场信息不对称，预估准确率不高，造成部分产品长期积压；按合同订单、交期生产的非标准化产品，因合同订单波动大，造成折旧、财务成本、管理成本摊销提高。

房地产行业项目普遍存在占有资金量大，占用开发时间长的问题。房地产企业在建设过程中存在层层外包的情况，由于不同承包方的团队成员素质以及合作的供应商各不相同，很难保证房地产项目开发中所采购的建材、部品的质量。

2、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，绿色建筑产业是我国战略新兴产业当中的前沿产业，符合国家对于服务国家战略目标、重要前瞻性战略性产业、生态环境保护、共用技术平台等重要行业和关键领域。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。

3、公司制定了打造综合性绿色建筑集成服务平台的长远发展目标

杭萧钢构深耕钢结构领域，积累了深厚的技术实力、施工管理经验和品牌优势，并就取得的成果申请了专利池进行技术保护，截至 2017 年底杭萧钢构已布局到全国 26 个省、直辖市、自治区，与各地 75 家企业进行了战略合作，通过向合作方输出技术、品牌和管理的合作方式，与合作方共同在当地建设装配式钢结构产业化基地，共同推进新型建筑工业化。杭萧钢构运用该商业模式，既为自身打造了一条实现技术市场化战略目标、从传统制造型企业向技术服务、品牌输出型企业转型升级的有力途径，也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。

杭萧钢构专注于钢结构住宅体系研发已有十余年，拥有大量的试验投入和项目实践积累起来的技术及经验优势，其自主研发的第三代钢管混凝土束组合剪力墙住宅技术体系目前已获得九十多项专利，该体系的受力机理、抗震性能、制造安装方式、检测技术、计算方法等都是基于建筑结构形式进行创新并经过大量试验之后才有了目前的成果，形成了包含钢结构建筑设计、钢结构关键部品制造、钢结构建筑建造与销售的钢结构建筑全产业链布局，更是处在链接上游原材料供应商和下游建筑、地产公司的建筑领域关键节点，对于延伸发展综合性绿色建筑集成服务平台具有先天优势。以此为支撑，杭萧钢构能够以装配式钢结构产业为切入点，以“创新、协调、绿色、开放、共享”五大发展理念为引领，依托现有钢管束结构技术体系和杭萧工业化绿色建筑研究院的持续研发创新，以“绿色建筑、人、自然和谐统一”为核心理念，开创绿色建筑的伟大事业。公司以构建体

验中心为起点，集成绿色建筑产业领域的部品、建材、房产、建筑、装饰企业，打造覆盖绿色建筑领域全价值链、全产业链生态的生态体系，力推建筑系统全生命周期的绿色化、智慧化、人本化发展，致力于构筑绿色建筑产业平台生态。围绕平台愿景与发展目标，根据项目建设、运营、成长、升级的路径规律，提出三个阶段层层递进式的平台具体地位：

阶段一：打通建筑业全产业链的综合供应链展示平台

在平台构建的初创阶段，立足于体验中心的建立和完善，围绕对行业价值链体系的优化整合，打造高效的展示体系及配套线上交易平台、完整覆盖建筑行业全产业链的综合供应链展示平台。

阶段二：推进新型建筑工业化的“互联网+”示范平台

在平台构建的成长阶段，发挥“互联网+”模式在整合渠道、新技术融合、社区化发展方面的优势，围绕新型建筑工业化理念能够实现的“造价可控、质量可控、周期可控”特征，以体验中心为基础，打造平台服务更为精准、盈利模式更为多元、产业引领更为有力的“互联网+”示范平台。

阶段三：探索建筑业智能制造的协同创新平台

随着平台功能的日益成熟，立足于探索新型制造模式和带动区域经济融合发展，以绿色化、数字化、智能化为方向，打造集大规模定制、服务制造融合、工业大数据与云平台、全生命周期管理理念的协同创新平台，成为深化推进建筑领域智能制造的标杆性平台载体。

（三）项目实施的必要性分析

1、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。

2、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。

3、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。

4、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门管理、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。

5、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。

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。

（四）项目实施的可行性分析

1、公司多年行业经验积累了丰富的供应商、客户及或战略合作伙伴资源

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。

杭萧钢构专业设计、制造、施工（安装）厂房钢结构、多（超）高层钢结构、大跨度空间钢结构、钢结构住宅、绿色建材等，客户遍布世界各地。

（1）客户资源覆盖行业广。公司数千个样板工程涉及酒店、银行、写字楼、商场、广电等 40 多个行业。杭萧钢构的客户往往具有规模大、品牌强的特征，并且具有极强的行业代表性。将这些客户资源引入体验中心，不仅代表着巨大的流量与消费力，更能够发挥标杆作用，引领和带动客户所属行业内企业的尝试与跟进。

（2）客户资源覆盖区域广。在国内各个省市区，均有杭萧钢构项目的身影。

（3）子公司资源丰富。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。自 2014 年下半年以来，杭萧钢构加快推进以技术、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，截止 2017 年底公司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、设计等多个相关行业领域，分布全国多个地区，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。

2、公司具备搭建绿色建筑集成服务体验中心的技术实力

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、良好的人员储备基础

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，其中本科以上学历人员 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，可以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。

截至目前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，拥有专门品类的专业知识，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。

（五）项目经济效益分析

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。公司负责制订产品体验展示规划和规则，负责将已签协议的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门管理、客户接待管理及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。

目前，公司在体验中心项目已开工，在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，目前公司预计展位推广进度及收入预测情况具体如下：

体验中心拟于 2018 年四季度正式开业，2018 年四季度将优先开放推广体验中心一层中央展示区的展位数约 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，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位费收入约 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 年预计可实现展位费收入约 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 年预计可实现展位费收入约 52,830 万元。

项目完成后, 能够进一步提升公司的竞争力, 提升公司盈利水平, 增强公司的风险能力, 也为公司实现公司发展目标及战略打下了坚实的基础。

(六) 项目相关备案及审批情况

(1) 项目立项备案情况

本次募投项目已于 2017 年 12 月 6 日取得《浙江省工业企业“零土地”技术改造项目备案通知书》, 项目代码为 2017-330109-33-03-080488-000。

(2) 项目用地审批情况

本次募投项目为旧厂区 (房) 改造项目, 不涉及新增用地, 该地块座落于红垦农场 (萧山经济开发区红垦路 305 号), 土地证号为杭萧国用 (2016) 第 1100001 号, 使用权面积 160,391.47 平方米。本次募投项目拟改造的一期厂房及办公楼原有房产证情况如下:

房产证号	房产面积 (平方米)	对应建筑
杭房权证萧更字第 16441671 号	3,888.00	一期厂房
杭房权证萧更字第 16441673 号	11,001.36	
杭房权证萧更字第 16441674 号	10,963.20	
杭房权证萧更字第 16441675 号	10,963.20	
杭房权证萧更字第 16441676 号	10,963.20	
杭房权证萧更字第 16441679 号	10,963.20	
杭房权证萧更字第 16441682 号	10,963.20	
杭房权证萧更字第 16441683 号	10,963.20	
杭房权证萧更字第 16441686 号	11,001.36	
杭房权证萧更字第 16441689 号	8,453.53	办公楼

(3) 项目环评审批情况

本次募投项目已于 2017 年 12 月 15 日完成《建设项目环境影响登记表》的备案工作，备案号为 201733010900001480。

三、 本次发行对公司的影响分析

（一） 对公司经营管理的影响

本次募集资金投资项目符合国家相关产业政策以及公司整体战略发展方向，具有良好的市场前景和经济效益。项目完成后，能够进一步提升公司的竞争力，提升公司盈利水平，增强公司的风险能力，也为公司实现公司发展目标及战略打下了坚实的基础。

（二） 对公司财务状况的影响

本次发行后，短期内公司的资产负债率将会有所上升；转股期开始后，如果本次发行的可转债大部分转换为股份，公司的净资产和每股净资产将会增加，财务结构将更趋合理，有利于增强公司资产结构的稳定性和长期投融资能力。

四、 可行性结论分析

综上所述，本次募集资金投资项目符合国家有关的产业政策，顺应行业发展趋势，与公司整体战略发展方向相契合，且具有良好的市场前景及经济效益。本次募集资金投资项目的实施，将利用公司现有资源优势进一步提升公司现有业务的发展，培育未来新的业务增长点，有利于公司的可持续发展。

因此，本次募集资金的用途合理、可行，符合公司及全体股东的利益。

杭萧钢构股份有限公司

董事会

二〇一八年四月十一日