

关于河北汇金机电股份有限公司

非公开发行股票告知函有关问题的回复

中国证券监督管理委员会：

广发证券股份有限公司（以下简称“保荐机构”）作为河北汇金机电股份有限公司（以下简称“发行人”、“公司”或“汇金股份”）非公开发行股票的保荐机构，于2016年12月2日收到中国证券监督管理委员会（以下简称“中国证监会”）出具的《关于请做好相关项目发审委会议准备工作的函》（以下简称“告知函”）。公司与保荐机构对告知函提出的具体问题进行了进一步核查和落实，现将有关问题回复如下：

1、本次募投项目涉及从现有金融机具制造主业向下游社区智能终端运营的转变，请进一步说明项目实施的可能性、盈利前景及可能存在的风险因素。

【回复】

一、项目实施的可能性

“棠宝智慧社区项目”的盈利模式是通过布放社区智能终端，实现商品销售收入、广告收入、手续费收入、便民服务分成收入等，项目实施可能性主要取决于社区智能终端能否顺利地布放到一定数量。具体来说，项目实施的可行性取决于能否顺利克服社区智能终端的进场障碍，产品、服务能否满足用户需求，投入运营后能否实现良好的经济效益。

1、社区智能终端的进场

（1）社区智能终端的进场障碍

社区智能终端进入小区不存在进场障碍，占地面积较小且可以向小区物业支付进场费，未来还可通过播放物业提示、代收物业管理费等方式帮助物业经营，相当于为社区免费提供生活配套设施，故深受社区物业或管委会欢迎。

（2）项目实施地区的选择

“棠宝智慧社区项目”主要选择 500 户以上的大型社区，大型社区人流更多、传播面和影响力更广、单台机器带来的效益产出也会更多。此外，该项目也会根据地区的经济情况和前期调研情况进行安排，目前主要在二三四线城市进行布点，集中力量主打一个区域后再向外开展。主打二三四线城市可以通过洗衣液等产品快速切入市场，避免一线城市重复投放和运营成本过高的问题。

截止 2014 年末，全国 500 户以上的社区约有 6 万个，约 3,000 万户，人口 9,000 万；这些人都是中国的中产阶级或以上的富裕阶层，按照人年均消费 10,000 元计算，一年消费额为 9,000 亿元人民币。较低的布点门槛和广阔的布点选择使“棠宝智慧社区”的实施具有较高的可行性。

2、产品、服务能够满足用户的需求

“棠宝智慧社区项目”前期即能通过洗衣液、皂液等产品对小区居民产生吸引力和增加使用频度，同时通过在现场举办棠宝品牌活动（如赠送棠宝湿巾、鸡蛋、粮油等自有品牌或高频次的民生用品），可以更好地增强用户粘性。后期还将扩展提供生态农产品。

社区居民可以在社区智能终端上完成“手机充值，缴交通违章罚款，水电煤缴费”等充值缴费业务，居民还可以通过点击屏幕打印下载美食、家政、美容美发等社区周边商家的优惠券，极大地方便和丰富了居民生活。

社区智能终端有人脸识别技术，可通过图像、语音系统识别终端客户，与用户更好地互动。在社区智能终端上还可通过 AR 视频分享、游戏、上网等提升客户体验。

3、广告服务收入提高进场可能性

上海棠宝电子商务有限公司（以下简称“上海棠宝”）与上海易可智联信息科技有限公司签署广告协议，未来的广告服务收入可以抵销社区智能终端本身的购置费或场租成本，提高“棠宝智慧社区”的经济效益。且社区智能终端有人脸识别技术，通过智能化分析可针对老人、小孩、妇女针对性地投放广告，更精准地满足终端用户的需求。

二、盈利前景

社区智能终端的盈利模式包括商品销售收入、广告收入、手续费收入、便民服务分成收入，以下为相关收入盈利前景的补充说明。

1、商品销售收入

商品销售收入包括已经上市的洗衣液、皂液等产品，和计划上市的生态农产品、饮料、零食、与银行合作的积分兑换商品。

(1) 洗衣液、皂液等产品。价格方面，“棠宝智慧社区项目”可以实现“棠宝”牌商品从工厂直接到社区家庭，省去中间流通环节，价格更加优惠；用量方面，可以根据自身使用情况来“按需定量”，而在不同产品的配比上，也可以根据家庭不同的清洁洗护需求，进行洗涤用品的随心搭配；便利性方面，社区居民无需为了购买清洁洗护类产品而专程去离家较远的商超或大卖场，更加便捷。

“棠宝智慧社区项目”首先用该类产品切入社区，因其产品本身即可实现收入并产生正现金流，同时还会产生很好的客户粘性。此外，采取该类产品也可起到引流和快速回收机器设备成本的作用。目前布点社区已有较多人员办理会员卡，未来用卡进行消费时可产生的可观收入。

(2) 生态农产品、饮料、零食等产品。通过“棠宝智慧社区项目”，上海棠宝可以完成生态农业资源的整合者的角色定位，通过本地化与区域性直采，同时进行生产监控，从源头把控农产品质量，对产品品质负责，从而实现居民绿色饮食的健康保障。同时，上海棠宝通过管理农户的生产和销售，可以实现农户经济收益的可持续增长。

“棠宝智慧社区项目”在饮品品类的规划上，主要包括碳酸饮料，粉冲热饮（包括咖啡、茶饮等）、果汁、冰淇淋四类。碳酸饮料对接社区年轻人群与儿童群体的普遍饮用需求；粉冲热饮对接不同饮用习惯与饮用口味的各个城市下的社区人群；果汁对接社区中对生活品质以及健康高要求的各年龄段人群；冰淇淋则可满足特定季节和特定消费个体的个性化需求。

零食类商品毛利率相对较高，通过销售零食“棠宝智慧社区项目”可以获得较高的毛利率。

该类产品的上线较为简单，目前仍在快速布局全国社区的进程中，拟布放社区智能终端达到一定程度后再上线该产品。

(3) 与银行合作的积分兑换商品

通过在银行营业网点布放终端设备，银行客户可以使用积分在终端设备上兑换上海棠宝采购的商品。汇金股份及棠棣信息积累了众多的银行客户，这些银行的众多网点可以为社区智能终端销售积分兑换产品提供广阔机会。

目前上海棠宝目前正与中国工商银行河北省分行、中国邮政储蓄银行河北省分行、中国民生银行总行、徽商银行、交通银行等接触，尚未达成正式协议。

2、广告收入

(1) 社区智能终端布放广告的优势

社区智能终端提供广告播放的平台，传统的平媒受关注度下降且更新不及时，写字楼、居民楼电梯里的液晶播放屏面临现有大型广告商的激烈竞争，广告播放运营成本更高，而借助社区智能终端机可以实现较低成本的播放（社区智能终端本身的购置费、场租会通过售卖产品摊掉较大部分，故广告播放的成本更低）。该项目能通过产品对小区居民产生吸引力和使用频度，增强用户粘性，这也是广告商所看重。社区智能终端具备人脸识别技术，通过智能化分析可针对老人、小孩、妇女针对性地投放广告，也是普通广告播映所不具备的。对于特定的广告内容来说，智能终端自身可以销售饮料、零食，实现售票、优惠券打印和电信充值等功能，可以使消费者在看到广告的同时就能够进行消费，切实提高商家广告费的促销效果。

(2) 已签署的广告合同

上海棠宝已于 2016 年 5 月 26 日与上海易可智联信息科技有限责任公司（以下简称“易可智联”）签署广告代理合同，约定 5000 台起即有利益分成，且以 10,000 台智能终端机为基数，每年易可智联支付给上海棠宝的费用为：第一年 7,000 万元，第二年 7,500 万元，第三年至第六年为每年 8,000 万元，第七年后双方另行协商。如果上海棠宝布设的智能终端机数量超过 10,000 台，则超出部分双方另行商议，原则上超出部分每台广告费不低于 8,000 元/年，3 个月支付一次

收益可以保证“棠宝智慧社区项目”的稳定收益。

3、手续费和便民服务分成收入

目前已上线的业务有“手机充值，缴交通违章罚款，水电煤缴费，短信通道”，正准备上线的业务有“加油卡充值，彩票业务”。代收公共缴费（如水电费、有线电视费、交通罚单缴费）和售票（如火车票、电影票等）手续费收入有现实意义，如下：

（1）虽然手机上能够实现诸如此类的增值业务，但在社区布置智能终端上亦有实际意义，对二三四线城市的中老年人来说手机支付设置仍然比较复杂，目前仍有相当比例的人不会在手机上缴水电费，通过手机渠道缴费的人员总量也很小，在社区布置这些机器可以帮助这些人群在社区完成生活缴费，而且物业公司通过智能终端收缴水电费也降低了自身的运营成本。

（2）“棠宝智慧社区项目”的代缴费分成比例要低于同类型支付平台的分成比例，社区智能终端前期免收取手续费以增加合作业务量，后期即使收取少量手续费亦有较大的收益空间。

（3）目前流行的支付平台对接的银行缴费接口较少，而城市有属地性差异（可能只会支持本地银行），通过社区智能终端对接当地的银行端口，可以实现该部分代缴费收入。

三、可能存在的风险因素

如前所述，社区智能终端进入社区不存在进场风险，但项目经营存在一定的运营风险，与项目相关的实施风险包括：

1、募投项目经济效益无法达到预期的风险

本次非公开发行募集资金投资项目进行了严谨的可行性论证，符合国家产业政策和行业发展趋势，具备良好的发展前景。但未来募集资金投资项目的政策环境、实施过程、运营成本等可能与预测情况存在差异，本次发行完成后，所募集资金若在短期内未能运用于发展各项业务，可能在一定时期内出现闲置情形，不能立即形成收入和利润；公司本次非公开发行募集资金数额相对较大，而募集资

金投资项目需有一定的建设周期，募集资金投资项目在短期内难以全部产生效益；按照募集资金使用计划，所投入的固定资产将在一定期限内计提折旧或摊销，如投资项目不能产生预期收益，上述期间费用的发生将对公司经营业绩构成一定压力。因此，本次非公开发行的募集资金投资项目存在不能实现预期收益的风险。

2、短期内无法盈利的风险

尽管募投项目经过充分的市场调研和论证，但由于相关项目建设期较长，加之公司并没有运营本次募投项目相关产品和服务的成熟经验，因此存在短期内无法盈利的风险。

3、购物方式多元化的风险

随着科技进步、手机 APP、电子商务平台、移动网络的发展，以及第三方配送、第三方支付服务的快速发展，越来越多的消费者习惯于通过互联网购买商品并送货上门，甚至于货到付款。特别是随着天猫、京东、苏宁易购等极具实力和信誉的自营平台持续扩张，我国网购销量正急剧上升。据统计，2014 年京东销售额为人民币 2,602 亿元，同比增长 107%，2014 年天猫销售规模为 7,630 亿元，同比增长 119.9%，网购的发展前景难以估量。

零售行业发展趋势的变化对传统零售渠道产生了较大冲击，进而对自动售货机运营领域也带来了一定影响。购物方式的多元化，特别是以网购为代表的购物方式的兴起对自动售货机运营行业未来发展提出了新挑战。

4、市场开拓带来的风险

汇金股份目前的主要客户集中于银行业为主的金融机构，通过与银行业客户的长期合作，建立了稳定的合作关系，使公司当前销售具有稳定性和持续性。然而公司募集资金投资项目面对的客户群体不仅局限于金融机构，需要面对社区并开拓全新的市场领域，由于客户群体的变更，建立稳定合作关系仍需要较长时间，而且新客户的开发与拓展存在一定风险与不确定性，从而使得公司面临市场开拓带来的风险。

5、固定资产折旧风险

本次非公开发行后，由于业务布局的需要公司将增加大量的智能终端机，智能终端机的增加将导致折旧费用的增加，如果新铺设的智能终端机不能短期内产生经济效益，将会对公司的短期经营构成一定压力。

2、请申请人说明 2016 年半年度亏损、三季度微利的原因，结合目前的情况说明全年盈利的可能性；请保荐机构结合发行条件发表明确意见。

【回复】

一、2016 年半年度亏损、三季度微利的原因

1、公司关于经营业绩季节性特点的说明

公司于 2014 年 1 月首次公开发行股票并在创业板上市，不同期间扣非后归属于母公司所有者的净利润对比如下：

单位：万元

期间	2016 年	2015 年	2014 年	变动金额 (2016 年比 2015 年)	变动比例(2016 年比 2015 年)
1 季度	-978.69	-777.75	-12.35	-200.94	-25.84%
半年度	-1,649.06	-534.61	392.56	-1,114.45	-208.46%
前三季度	410.32	734.12	412.86	-323.80	-44.11%

公司主营业务是金融设备的研发、生产、销售、服务及软件开发业务，客户主要为银行业金融机构。银行客户通常执行严格的预算管理和集中采购制度，在年初完成预算的制定工作，年底进行决算，即银行对信息化建设的预算、立项、招标、采购和实施的影响，使得公司的经营业绩存在季节性波动。公司的销售以及收入确认呈现的季节性特征影响公司利润也呈季节性分布。一般上半年为淡季，业务主要集中在下半年，尤其是四季度，由于费用在年度内相对较为均衡地发生，而收入主要在第四季度实现，因而可能会造成公司第一季度、半年度或第三季度出现季节性亏损。

2014 年、2015 年，公司营业收入按季度分布情况如下：

项目	2015 年度		2014 年度	
	金额（万元）	占全年比例	金额（万元）	占全年比例
第一季度	6,368.79	12.51%	3,308.12	10.85%

第二季度	8,314.08	16.34%	4,237.19	13.89%
上半年小计	14,682.87	28.85%	7,545.31	24.74%
第三季度	8,983.96	17.65%	4,998.02	16.39%
第四季度	27,225.48	53.50%	17,955.17	58.87%
下半年小计	36,209.44	71.15%	22,953.19	75.26%
合计	50,892.31	100.00%	30,498.50	100.00%

2014年、2015年，公司归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润按季度分布情况如下：

项目	2015年度		2014年度	
	金额（万元）	占全年比例	金额（万元）	占全年比例
第一季度	-777.75	-15.35%	-12.35	-0.29%
第二季度	243.14	4.80%	404.91	9.50%
上半年小计	-534.61	-10.55%	392.56	9.21%
第三季度	1,268.73	25.05%	164.79	3.86%
第四季度	4,331.10	85.50%	3,705.55	86.93%
下半年小计	5,599.83	110.55%	3,870.34	90.79%
合计	5,065.22	100.00%	4,262.90	100.00%

从公司近两年各季度营业收入和扣除非经常性损益后的净利润占全年的比重来看，近两年公司第四季度营业收入占比均在50%以上，扣除非经常性损益后的净利润主要实现第四季度，占比达80%以上。公司近两年收入、利润具有明显的季节性特点。公司在2014年、2015年年度报告中已对季节性风险进行了充分的提示。

公司的同行业可比上市公司聚龙股份（300202）和广电运通（002152）2015年归属于上市公司股东净利润按季度分布情况如下：

	聚龙股份（300202）		广电运通（002152）	
	金额（万元）	比例	金额（万元）	比例
第一季度	800.69	3.09%	17,038.65	18.96%
第二季度	5,210.46	20.08%	17,474.98	19.45%
上半年小计	6,011.15	23.16%	34,513.63	38.41%
第三季度	3,796.12	14.63%	13,349.71	14.86%

第四季度	16,145.55	62.21%	41,983.17	46.73%
下半年小计	19,941.67	76.84%	55,332.88	61.59%
合计	25,952.82	100.00%	89,846.51	100.00%

数据来源：上市公司定期报告

从上表可见，聚龙股份（300202）和广电运通（002152）2015年归属于上市公司股东的净利润主要实现在第四季度，季节性特点较为明显。

2、汇金股份 2016 年三季报微利的具体原因

汇金股份 2016 年 1-9 月的主要财务指标如下：

单位：万元

期间	2016 年 1-9 月	2015 年 1-9 月	2014 年 1-9 月	变动金额 (2016 年 1-9 月比 2015 年 1-9 月)	变动比例(2016 年 1-9 月比 2015 年 1-9 月)
营业收入	32,644.53	23,666.83	12,543.33	8,977.70	37.93%
营业利润	-453.15	741.75	298.55	-1,194.90	-161.09%
利润总额	285.08	1,190.37	645.85	-905.29	-76.05%
净利润	626.08	1,105.05	576.30	-478.97	-43.34%
归属于上市公司股东的 净利润	615.82	861.95	589.58	-246.13	-28.56%
归属于上市公司股东的 扣除非经常性 损益后的 净利润	410.32	734.12	412.86	-323.80	-44.11%

公司 2016 年前三季度业绩仅实现微利的具体原因：① 由于公司的客户主要为银行业金融机构，银行客户通常执行严格的预算管理和集中采购制度，在年初完成预算的制定工作，年底进行决算，使得公司业务具有明显季节性的特点，上半年为销售淡季，销售收入低，销售收入主要在下半年尤其是第四季度实现，但期间费用较为均衡发生，因此前三季度仅实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润 410.32 万元；②随着市场竞争加剧，子公司棠棣信息加大新产品研发，目前新项目尚未产生效益导致利润降低，归属于上市公司股东的净利润下降 308.20 万元。③本年度新设孙公司上海棠宝正处于市场开发推广期，尚

未产生效益处于亏损状态(归属于上市公司股东的净利润亏损 624.76 万元)。

二、结合目前的情况说明全年盈利的可能性

截至本回复出具之日，公司及其子公司 2016 年正在履行的大额合同（100 万元以上，不含未签署明确金额的框架性合同）约 9,700 万元，其中预计可在 2016 年 11-12 月实现的金额约 9,200 万元。

根据公司目前在履行合同情况，并结合行业特点和历年销售情况，公司预计 2016 年全年可实现盈利。

三、请保荐机构结合发行条件发表明确意见

保荐机构核查了汇金股份及其子公司正在履行的大额合同（100 万元以上，不含未签署明确金额的框架性合同），查阅了汇金股份和同行业上市公司以前年度的定期报告，访谈了汇金股份的主要负责人、中层管理人员，了解了行业及公司经营的季节性特点。经核查后保荐机构认为，汇金股份 2016 年全年可实现盈利，符合《证券法》、《创业板上市公司证券发行管理暂行办法》等法律、法规所规定的发行条件。

（本页无正文，为河北汇金机电股份有限公司《关于河北汇金机电股份有限公司非公开发行股票告知函有关问题的回复》之盖章页）

河北汇金机电股份有限公司

2016年12月06日

（本页无正文，为广发证券股份有限公司《关于河北汇金机电股份有限公司非公开发行股票告知函有关问题的回复》之签字盖章页）

保荐代表人：

张晋阳

刘旭阳

广发证券股份有限公司

2016年12月06日