

东莞证券股份有限公司
关于广东新宝电器股份有限公司
2020 年非公开发行股票部分募集资金投资项目延期的
核查意见

东莞证券股份有限公司（以下简称“东莞证券”或“保荐机构”）作为广东新宝电器股份有限公司（以下简称“新宝股份”或“公司”）2020 年非公开发行股票的保荐机构，根据《上市公司募集资金监管规则》《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第 1 号——主板上市公司规范运作》（以下简称“《规范运作指引》”）等相关规定，对公司 2020 年非公开发行股票部分募集资金投资项目延期的事项进行了审慎核查，具体情况如下：

一、2020 年非公开发行股票募集资金基本情况

（一）实际募集资金金额和资金到账时间

经中国证券监督管理委员会（证监许可[2020]2837 号）《关于核准广东新宝电器股份有限公司非公开发行股票的批复》的核准，公司于 2020 年 12 月 23 日非公开发行人民币普通股（A 股）25,254,895 股，每股面值人民币 1.00 元，每股发行认购价格为人民币 38.25 元，共计募集人民币 965,999,733.75 元，扣除与发行有关的费用（不含增值税）人民币 26,123,819.09 元，实际募集资金净额为人民币 939,875,914.66 元。以上募集资金已由立信会计师事务所（特殊普通合伙）于 2020 年 12 月 25 日出具的信会师报字[2020]第 ZC10610 号《验资报告》验证确认。

（二）募集资金使用及结余情况

本次非公开发行股票募集资金扣除发行费用后将全部用于以下项目，截至 2025 年 9 月 30 日，本次非公开发行股票募集资金使用及结余情况如下：

单位：万元

项目名称	扣除发行费用后拟投入募集资金金额	实际累计投入金额	募集资金余额	备注
企业信息化管理升级项目	5,000.00	5,179.69	-	已结项
创意小家电建设项目	25,050.00	21,546.40	6,492.99	
品牌营销管理中心建设项目	36,350.00	5,249.60	35,022.77	
压铸类小家电建设项目	27,587.59	26,250.49	2,991.22	
合计	93,987.59	58,226.18	44,506.98	

注 1：募集资金余额含累计收到的银行存款利息扣除银行手续费等的净额及银行理财产品投资收益。

注 2：企业信息化管理升级项目经公司第七届董事会第五次临时会议审议批准于 2024 年 10 月结项。

（三）募集资金专户存储情况

截至 2025 年 9 月 30 日，公司 2020 年度非公开发行股票募集资金的存储金额为 445,069,822.44 元，募集资金专户存储情况如下：

单位：元

账户名称	开户银行	银行账号	募集资金余额	备注
新宝股份	广东顺德农村商业银行股份有限公司勒流支行	801101001202397751	64,929,908.30	活期
		小计	64,929,908.30	
	招商银行股份有限公司佛山勒流支行	757900014810308	-	已注销
		小计	-	
	中国建设银行股份有限公司顺德勒流支行	44050166733900000621	28,123,350.65	活期
		44050266733900000007	170,000,000.00	结构性存款
		小计	198,123,350.65	
	中国农业银行股份有限公司顺德勒流支行	44483001040036604	2,104,375.82	活期
		44483001040036604	150,000,000.00	定期存款
		小计	152,104,375.82	
东菱智慧	广发银行股份有限公司佛山顺德大良支行	9550880214903400322	29,912,187.67	活期
		小计	29,912,187.67	
合计			445,069,822.44	

二、本次延期的募投项目具体情况、延期的主要原因及对公司的影响

（一）本次延期的募投项目资金使用及节余情况

截至 2025 年 9 月 30 日，“创意小家电建设项目”及“品牌营销管理中心建设项目”募集资金使用及节余情况如下：

单位：万元

承诺投资项目	募集资金承诺投资总额	累计投入金额	利息收入及投资收益	募集资金余额
创意小家电建设项目	25,050.00	21,546.40	2,989.39	6,492.99
品牌营销管理中心建设项目	36,350.00	5,249.60	3,922.37	35,022.77

注 1：“利息收入及投资收益”指截至 2025 年 9 月 30 日累计收到的银行存款利息扣除银行手续费等的净额及银行理财产品投资收益。

（二）本次延期的募投项目具体情况

1、创意小家电建设项目

为更好地适应行业变化趋势，在上述募投项目立项前，公司自主品牌业务持续发力。依托制造能力优势，公司持续加大产品研发和创新的投入力度，爆品迭出，自主品牌小家电的国内销量持续上升。

创意小家电建设项目产品主要为自主品牌小家电，以国内销售为主。国内小家电市场持续快速增长，市场规模巨大，且未来仍有显著的增长空间，为项目的实施提供较大的市场空间。本项目的实施有助于公司抓住小家电发展的机遇，促进国内销售业务发展，实现内外销业务的均衡发展，增强整体抗风险能力，进一步提升公司的市场竞争力。

2、品牌营销管理中心建设项目

品牌营销管理中心建设项目拟建设品牌营销中心和品牌物流配送中心，本项目不直接产生经济效益，但通过该项目的实施有利于提升公司品牌运营管理能力，并提高公司品牌物流配送的效率与准确性。同时，通过产品追溯功能的载入，采集产品售后信息，以实现产品售后信息反馈与品质改善的闭环，从而提高客户服务能力。

（三）募投项目前次延期的具体情况

公司于 2023 年 2 月 10 日召开第六届董事会第十三次临时会议和第六届监事会第十二次临时会议，审议通过了《关于 2020 年非公开发行股票部分募集资金投资项目延期的议案》，同意将公司 2020 年非公开发行股票募投项目中的“创意小家电建设项目”及“品牌营销管理中心建设项目”的建设完工期延长 2 年至 2025 年 12 月 31 日，除前述变更外，项目建设内容、投资总额、实施主体和地点等其

他事项无任何变更。具体如下：

项目名称	调整前计划建设完工期	调整后计划建设完工期
创意小家电建设项目	2023 年 12 月 31 日	2025 年 12 月 31 日
品牌营销管理中心建设项目	2023 年 12 月 31 日	2025 年 12 月 31 日

（四）募投项目本次延期的主要原因

1、公司出口业务外部经营环境发生变化

公司业务遍布全球，出口销售占比 75%左右，主要分布在欧美等发达国家，公司出口美国销售约占公司总体销售收入的 25%-30%。近年来，美国对全球（尤其是中国）关税持续加码，为了应对美国高关税冲击，满足美国市场客户需求，进一步提升公司海外业务的国际竞争力，公司在印度尼西亚投资设立两个生产基地，持续加大海外产能建设。

2019 年 11 月，公司成立了合资公司印尼和声东菱有限公司（PT Selaras Donlim Indonesia）（以下简称“印尼和声东菱”），设立时公司投资 450 万美元，取得其 45%的股权，并于 2023 年 11 月完成其余 55%股权的收购，收购金额合计 770 万美元；收购完成后，印尼和声东菱成为公司纳入合并报表范围的全资子公司。截至 2024 年末，印尼和声东菱项目总投资 1,220 万美元，现已形成一定规模的产能。2024 年度，印尼和声东菱实现营业收入约 6.7 亿元人民币。

2023 年 12 月，公司成立了全资子公司印尼东菱科技有限公司（PT Donlim Technology Indonesia）（以下简称“印尼东菱科技”），成立时投资 5,000 万美元，以自建厂房的方式逐步布局产能，已经开始实施产能投放。经公司于 2024 年 10 月 28 日召开的第七届董事会第五次临时会议审议通过，公司对印尼东菱科技增资 5,000 万美元。经公司于 2025 年 4 月 28 日召开的第七届董事会第七次会议审议通过，公司继续对印尼东菱科技增资 5,000 万美元。截至目前，印尼东菱科技项目计划总投资 15,000 万美元。截至 2025 年 9 月 30 日，实际已累计投入固定资产、无形资产等资本性支出约 6.6 亿元人民币，现已形成一定规模的产能。

公司部分美国订单转移至印尼制造基地之后，国内原有产能实行柔性化调配，根据市场需求及战略规划灵活转移至其他项目或产品订单。

2、国内小家电市场需求疲软，公司国内销售下滑

经过疫情“宅经济”的火热之后，小家电消费逐渐归于理性化，市场进入存量

竞争阶段，需求透支带来的高基数叠加需求复苏不及预期，国内小家电市场需求疲软。以小家电市场占比最高的厨房小家电为例，根据奥维云网（AVC）全渠道推总数据显示，2020 年度-2024 年度厨房小家电整体零售额分别为 734 亿元、670 亿元、674 亿元、614 亿元和 609 亿元，呈波动下滑趋势。

“创意小家电建设项目”及“品牌营销管理中心建设项目”立项时主要为了满足公司国内业务发展需要而规划。经过疫情“宅经济”的火热之后，小家电消费逐渐归于理性，国内小家电市场需求疲软。2023 年度、2024 年度、2025 年半年度公司总体收入持续增长，但受国内消费场景气度低迷等因素影响，国内销售持续下滑，2023 年度、2024 年度、2025 年半年度公司国内销售收入分别为 38.36 亿元、36.66 亿元及 17.32 亿元，较上年同期下降 3.22%、4.42%、3.77%。

3、为满足国内业务发展需求，公司前期以自有资金进行了相关投入

上述募投项目立项前后几年，公司以自主品牌销售为主的国内业务增长较快。2019 年度至 2021 年度，公司国内销售收入分别为人民币 18.06 亿元、30.16 亿元及 32.89 亿元。为满足当时国内品牌业务较快增长带来对相关产品生产、库存仓储、物流及品牌业务办公、展示场所的新增需求，公司调配了部分原有厂房及办公场所，以自有资金投入了部分基建改造及相关设备，已可临时满足国内品牌业务发展的部分需求。

综上所述，综合考虑上述外部环境变化及公司经营情况的变化，以及“品牌营销管理中心建设项目”不直接产生经济效益等因素，本着总体控制资本支出总额、有效管控经营成本且能够满足公司生产经营及募投项目实际需要的原则，公司采取更加稳健的市场策略和投资节奏，放缓了“创意小家电建设项目”及“品牌营销管理中心建设项目”的投资进度。

为了维护公司及股东的长期利益，经公司审慎决定，在募投项目建设内容、投资总额、实施主体和地点未发生变更的前提下，延长“创意小家电建设项目”及“品牌营销管理中心建设项目”的建设完工期。具体如下：

项目名称	本次调整前计划 建设完工期	本次调整后计划 建设完工期
创意小家电建设项目	2025 年 12 月 31 日	2027 年 12 月 31 日
品牌营销管理中心建设项目	2025 年 12 月 31 日	2027 年 12 月 31 日

除前述变更外，项目建设内容、投资总额、实施主体和地点等其他事项均无

变更。

公司后续将结合公司实际情况及发展规划及时推进上述募投项目建设进度。

（五）部分募投项目重新论证的情况

截至 2025 年 9 月 30 日，“品牌营销管理中心建设项目”募集资金投入金额未达到计划投资金额的 50%，公司对该项目实施的必要性及可行性进行重新论证如下：

1、保障国内品牌营销拓展，扩大产品销售规模的需要

公司近年来大力发展国内市场，实施“一个平台，专业产品、专业品牌”策略，通过打造品牌矩阵的方式更好地满足消费者的个性化需求。公司目前运作的自主品牌主要有全域品牌 Morphy Richards（摩飞）、Donlim（东菱）及专业品牌咖啡机品牌 Barsetto（百胜图）、茶电器品牌鸣盏及个护美容电器品牌 GEVILAN（歌岚）等。随着移动互联网的快速发展，年轻消费群体更加关注社交属性强、个性化的产品，社交电商模式在小家电行业内逐渐兴起。为更好地适应行业变化趋势，公司近年来将国内品牌业务提升到与海外销售同等重要的战略地位，成立国内品牌事业部，各品牌的产品定义、营销推广由不同的专业销售团队运作，各品牌的品牌策划、产品研发设计、品质管控、物流等为资源共享平台。同时，公司利用自身长期积累的产品综合能力，采取“爆款产品+内容营销”的方法，建立“产品经理+内容经理”双轮驱动机制，在公司运作的 Morphy Richards（摩飞）品牌业务取得积极成效的基础上，逐步把这种方法拓展到公司其他自主品牌业务。

公司未来将利用自身产品技术服务平台优势，继续大力发展国内自主品牌业务，通过产品、渠道、营销方式等创新，不断提高国内市场销售份额。

该项目通过建设品牌营销中心，主要建立品牌展示区、体验中心、中央展厅、直播区等，通过多种展示方式直接向客户传达品牌内涵，提升品牌形象，增强品牌知名度，进一步增强公司市场竞争力。

2、满足国内销售业务对于物流配送、品质管理的需求

公司自主品牌小家电以国内销售为主，在国内市场，小家电主要通过线上渠道进行销售。线上渠道销售对于物流配送的效率与准确性均高于线下销售，对小

家电企业的物流配送能力和售后服务水平提出了更高的要求；小家电行业内企业的持续创新，使得小家电产品呈现迭代快速、产品周期短于大家电的特点，从而对公司的品质管理能力提出更高的要求。

通过该项目的实施有利于提高公司品牌物流配送的效率与准确性。同时，通过产品追溯功能的植入，采集产品售后信息，以实现产品售后信息反馈与品质改善的闭环，从而提高客户服务能力。

3、国内小家电市场仍有较大的发展空间

目前国内小家电产品普及率较低，随着国民经济增长和人们生活水平提升，需求将保持快速增长；智能化、多样化、场景化、健康化、个性化将成为行业未来发展的主要趋势，新兴品类不断崛起。随着国内经济修复和国家消费政策的支持，公司对未来国内销售业务仍保持信心。公司国内自主品牌销售未来会以创新驱动为主，将继续加强研发，通过技术创新为国内销售产品赋能。同时会持续强化自主品牌建设，加强渠道运营，积极开拓国内市场。

综上所述，公司决定后续将继续实施该项目，同时公司将密切关注相关市场环境变化，对募集资金投资进度进行适时安排。

（六）募投项目延期对公司的影响

本次部分募投项目延期，是公司结合实际生产经营的需要，综合考虑了外部环境变化、公司的生产经营情况、投资规划及募投项目实际需要所作出的审慎决定，未改变募投项目建设的内容、投资总额、实施主体和地址，不存在改变募集资金投向和损害公司股东利益的情形，有利于提高公司募集资金的使用效率、控制公司总体资本支出总额、有效管控经营成本，符合公司实际情况及长期发展规划，对公司生产经营及财务状况不会产生重大影响。

（七）是否存在影响募集资金使用计划正常推进的情形

除上述募投项目延期的原因之外，公司不存在其他影响募集资金使用计划正常推进的情形，不存在损害公司和股东利益的情况。

（八）分期投资计划及保障延期后按期完成的措施

本次延期的募投项目尚未使用的募集资金主要用于募投项目的建筑配套工

程、设备购置等，将根据实际实施进度分阶段投入。

公司将实时关注内外部环境变化、产品市场需求情况及募投项目的实施进展情况，制定实施计划，优化资源配置，合理统筹，有序推进募投项目后续建设，并将进一步加强对项目实施过程中的动态控制，高效推进募投项目的实施。

三、相关审核及批准程序

公司于 2025 年 10 月 30 日召开的第七届董事会第九次临时会议审议通过了《关于 2020 年非公开发行股票部分募集资金投资项目延期的议案》，该事项无需提交公司股东会审议。

四、保荐机构出具的意见

经核查，保荐机构认为：

新宝股份本次将 2020 年非公开发行股票募投项目中的“创意小家电建设项目”及“品牌营销管理中心建设项目”的建设完工期延长期限的事项已经公司董事会审议通过，履行了必要的审批程序，符合《证券发行上市保荐业务管理办法》《深圳证券交易所股票上市规则》《规范运作指引》等相关法律法规、规范性文件及《公司章程》《募集资金管理办法》的规定，不存在变相改变募集资金用途的情形，不会影响公司募集资金投资项目的正常进行和募集资金使用，不存在损害公司及股东利益的情形。综上，保荐机构对新宝股份本次部分募集资金投资项目延期的事项无异议。

（本页无正文，为《东莞证券股份有限公司关于广东新宝电器股份有限公司
2020 年非公开发行股票部分募集资金投资项目延期的核查意见》之签章页）

保荐代表人：

袁炜

朱则亮

东莞证券股份有限公司

2025 年 10 月 30 日