

证券代码：002035

证券简称：华帝股份

公告编号：2017-036

华帝股份有限公司

关于对非公开发行股票摊薄即期回报的风险提示性公告（修订稿）

本公司及董事会全体成员保证信息披露内容的真实、准确和完整，没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

根据《国务院办公厅关于进一步加强资本市场中小投资者合法权益保护工作的意见》（国办发[2013]110号）、中国证监会《关于首发及再融资、重大资产重组摊薄即期回报有关事项的指导意见》（证监会公告[2015]31号）等文件的有关规定，公司就2016年度非公开发行股票事宜对即期回报摊薄的影响进行了分析并提出了具体的填补回报措施，相关主体对公司填补回报措施能够得到切实履行作出了承诺，具体情况如下：

一、本次非公开发行摊薄即期回报的影响

本次非公开发行不超过38,491,147股股票，拟募集资金总额不超过500,000,000元。本次非公开发行摊薄即期回报的假设条件如下：

1、假定本次非公开发行方案于2017年9月底实施完，本次发行造成的股本变动的影响仅涉及2017年10月至12月，本次发行实际完成时间以经中国证监会核准发行且完成工商变更登记的时间为准。（该完成时间仅为假设估计，不对实际完成时间构成承诺，投资者不应据此进行投资决策，投资者据此进行投资决策造成损失的，公司不承担赔偿责任）；

2、本次发行董事会召开日的股本为发行前总股本，即581,762,083股。公司2017年度不存在可转换债券、认股权证等潜在稀释普通股的情况；

3、本次发行股数为不超过38,491,147股，预计本次发行募集资金总额为500,000,000元，不考虑扣除发行费用的影响。上述发行股数、募集资金总额最终以经中国证监会核准的实际发行完成情况为准。

4、2016 年归属于上市公司股东的净利润为 327,521,616.96 元，归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润为 309,995,718.35 元。假设 2017 年净利润下限为 3.32 亿元，上限为 5.24 亿元；假设 2017 年扣除非经常性损益后净利润下限为 2.84 亿元，上限为 4.96 亿元。

5、假设本公告发布之日至 2017 年年末不考虑现金分红的影响，也不考虑除本次非公开发行、净利润之外的因素对净资产的影响。

6、不考虑本次发行募集资金到账后，对公司生产经营、财务状况（如财务费用、投资收益）等方面的影响。

7、基本每股收益与加权平均净资产收益率根据《公开发行证券的公司信息披露编报规则第 9 号——净资产收益率和每股收益的计算及披露》的有关规定进行测算。

8、宏观经济环境、行业情况未发生重大不利变化，公司经营环境亦未发生重大不利变化等。

9、免责声明：以上假设及本公告中关于本次发行前后公司主要财务指标的情况仅为测算本次非公开发行摊薄即期回报的影响，不代表公司对经营情况及趋势的判断，不构成公司的盈利预测，投资者不应据此进行投资决策，投资者据此进行投资决策造成损失的，公司不承担赔偿责任。

基于上述假设和前提，本次非公开发行摊薄即期回报的影响如下：

项目	2017 年度/2017 年	
	不考虑非公开发行	考虑非公开发行
一、基本假设		
期初总股本（股）	581,762,083	581,762,083
募集资金总额（元）	-	500,000,000
现金分红	109,080,390.60	109,080,390.60
现金分红实施时间	2017 年 6 月	2017 年 6 月
本次发行完成时间	-	2017 年 9 月
期末总股本（股）	581,762,083	620,253,230
二、净利润（按照预计净利润区间上下限）		

情形 1：按净利润区间下限测算		
净利润（元）	332,000,000.00	332,000,000.00
扣非后净利润（元）	284,000,000.00	284,000,000.00
期初归属于母公司所有者权益（元）	1,736,351,119.06	1,736,351,119.06
期末归属于母公司所有者权益（元）	1,959,270,728.46	2,459,270,728.46
基本每股收益（元/股）	0.5707	0.5614
扣非后基本每股收益（元/股）	0.4882	0.4802
加权平均净资产收益率	17.97%	16.83%
扣非后加权平均净资产收益率	15.37%	14.40%
情形 2：按净利润区间上限测算		
净利润（元）	524,000,000.00	524,000,000.00
扣非后净利润（元）	496,000,000.00	496,000,000.00
期初归属于母公司所有者权益（元）	1,736,351,119.06	1,736,351,119.06
期末归属于母公司所有者权益（元）	2,151,270,728.46	2,651,270,728.46
基本每股收益（元/股）	0.9007	0.8861
扣非后基本每股收益（元/股）	0.8526	0.8387
加权平均净资产收益率	26.96%	25.33%
扣非后加权平均净资产收益率	25.52%	23.98%

本次非公开发行完成后，随着募集资金的到位，公司总股本和净资产将增加，而募集资金投资项目的建成并产生效益需要一定的时间。因此，根据上述测算，本次非公开发行将导致公司发行当年每股收益与不进行非公开发行的情况相比出现下降。本次融资募集资金到位后，公司的即期回报存在被摊薄的风险。

二、关于本次非公开发行摊薄即期回报的特别风险提示

本次发行完成后，随着募集资金的到位，公司总股本将有所增加，由于募集资金投资项目的实施需要一定时间，在项目全部建成后才能逐步达到预期的收益水平，因此公司营业收入及净利润较难立即实现同步增长，故公司短期内存在每股收益被摊薄的风险。敬请广大投资者理性投资，并注意投资风险。

同时，公司在分析本次发行对即期回报的摊薄影响过程中，对 2017 年有关

财务数据的假设分析并非公司的盈利预测,为应对即期回报被摊薄风险而制定的填补回报具体措施不等于对公司未来利润做出保证,投资者不应据此进行投资决策,投资者据此进行投资决策造成损失的,公司不承担赔偿责任。

三、董事会选择本次融资的必要性和合理性

本次发行预计募集资金总额不超过 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
合计		54,551.07	50,000.00

(一) 营销网络建设项目实施的必要性及合理性分析

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,随着富裕阶层的兴起,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使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 年代的中国新生代消费者(15-35 岁)将成为消费市场的主导力量,引领消费市场。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。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。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。2016 年,公司共完成 106 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”等一系列吸油烟机

在语音智能、温度控制等方面的技术平均居于行业前列。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，专卖店作为三四线和农村市场的重要载体，销量的增长主要来自于渠道下沉。随着房地产行业的稳步发展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。统一的轻奢终端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。

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。

（二）生产线技术升级改造建设项目实施的必要性及合理性分析

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年代新生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。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。通过在生产环节上大力投入先进的自动化设备，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、机器换人转变，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，“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。公司生产线目前仍延续传统生产工艺，导致公司劳动力成本居高不下，生产效率低下。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

目前,在我国厨卫电器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。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。

4、抓住市场机遇,巩固行业地位

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,通过丰富公司产品种类,保证产品质量水平,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。

(三) 洗碗机产品生产建设项目实施的必要性及合理性分析

1、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。

2、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。

四、本次募集资金投资项目与公司现有业务的关系，公司从事募投项目在人员、技术、市场等方面的储备情况

（一）募集资金投资项目与公司现有业务的关系

本次募集资金投资项目包括营销网络建设、生产线技术升级改造、洗碗机产品生产建设，考虑到公司正处于战略转型期、厨卫电器行业快速增长的市场需求日益加剧的行业竞争等因素，公司亟需通过本次募投项目推动公司战略转型，实现公司“三个定位、四个坚持”的战略规划。

其中营销网络建设项目旨在打造华帝品牌形象，巩固公司行业地位。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。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，提升品牌价值，巩固并提高公司的行业地位和市场份额。生产线技术升级改造建设项目的实施，公司将深耕于厨卫电器产品的品质生产，进一步改善供给，并为

公司生产高端产品奠定坚实的技术工艺基础，从而为公司未来业务发展打下坚实基础。而洗碗机产品生产建设项目能丰富公司的产品品种，完善公司在高端厨卫电器市场的布局。

（二）公司从事募投项目在人员、技术、市场等方面的储备情况

1、公司具备实施“营销网络建设项目”的人才储备和实践经验

公司采用外部聘用和内部培养相结合的方式进行销售人才的储备。首先，公司共有销售人员 900 多人，人才储备充分，具备丰富的工作经验和人生阅历，能够为募投项目提供强大的人才支持。其次，公司作为上市公司，人才吸引力强，能够有效保障募投项目的人才供应。再次，公司从实际生产经营出发，采取内部培训、外部培训等多种培训方式，制定不同层次培训计划，以满足各部门差异化的培训需求，切实提高员工能力素质，培养募投项目人才储备。目前，公司共组建有 29 个专业管理经营和推广项目组，遍布全国各个片区，各项目组丰富管理经验将为本项目的顺利开展提供了强有力的支持。

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，提高对乡镇网点的补贴力度，增加相关补贴比例和金额，有助于推动终端市场推广。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。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、公司具备实施“生产线技术升级改造”的人才储备和项目管理经验

公司经营管理团队、核心技术人员、中层管理人员及骨干成员具有饱满的创业精神和扎实的工作作风，具备丰富的行业经验，对行业发展有深刻的认识，对未来技术趋势有独到的理解，有能力领导公司继续保持长期、稳定及健康的成长。公司共有技术人员 200 多名，在此基础上公司将外聘高素质生产人员、技术人员和管理人员等，结合公司自身人才储备，为项目的顺利实施提供支持。

公司经过多年的发展已具备一定的项目计划、组织、协调、执行及控制能力，对项目管理团队的建设、项目计划的执行、项目成本的控制、项目质量的管理以

及项目进度的控制均具备一定的经验。此外，公司拥有先进的制造执行系统，对公司信息化、生产自动化能力、人员效率和现代“智造”能力有着重要的提升作用，能为项目的顺利实施提供软件支持。

3、公司具备实施“洗碗机产品生产建设项目”的研发、生产以及市场开拓能力。

研发团队方面，公司已打造出了一支结构合理、专业性强、人员稳定的研发团队，核心人员大多具有多年行业从业经历，积累了丰富的研发经验。截至 2017 年 3 月末，公司拥有核心技术人员 200 多人。在研究成果方面，截止 2017 年 3 月末，发行人拥有 696 项有效专利，其中，发明专利 49 项，实用新型 400 项，外观设计 247 项。公司拥有优秀的厨卫生产能力，公司自 1992 年成立以来，一直专注于厨卫电器研发、生产和销售，经过 20 多年的发展，公司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。截至 2017 年 3 月末，华帝共有灶具、油烟机、热水器生产线 22 条，生产人员 2,900 多名。

公司拥有庞大的线下销售渠道，截止 2017 年 3 月末，“华帝”品牌共有品牌旗舰店 33 家，专卖店 1,991 家，乡镇网点 5,443 家，社区网点 1,144 家，KA 卖场 2,081 家，“百得”品牌拥有标准专卖店 911 家，乡镇网点 2,627 家，KA 卖场 127 家。基本实现了从一线市场到乡镇渠道的全面覆盖。另一方面，公司通过入驻国内几大电子商务平台与自建平台构建了完善的线上渠道。公司庞大的销售网络 and 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。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洗碗机产品的推广和销售。

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洗碗机产品的推广和销售。

五、公司采取的填补回报的具体措施

（一）业务运营状况、发展态势

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。公司产品包括油烟机、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、橱柜等产品。

公司拥有自主研发、生产、销售、售后服务等完整产业链，多年经营树立了良好的品牌形象，研发生产出多款深受消费者喜爱的厨电产品，其中华帝灶具连续十三年全国销量第一，烟机、热水器等产品经过多年的发展在同行业中排名前列，并多次荣获广东省高新技术产品称号。

公司已拥有国家级工业设计中心、国家技术中心，拥有生产人员 2,900 多名、专职研发人员 200 多名，每年投入研发经费超过公司销售收入的 3%，拥有灶具、油烟机和燃气热水器生产线合计 22 条。

公司的产品销售分为线下销售和线上销售两种方式。由于公司一直以来提倡“华帝利益共同体”的营销理念，公司经销商具有较高的品牌忠诚度，实现了线下营销网络的稳定和持续发展。公司线上通过天猫、淘宝、京东、苏宁易购、国美在线等网络平台进行销售，公司总部根据订单地区安排当地经销商进行安装、售后服务等工作，当地经销商分享一定红利。

（二）面临的主要风险及改进措施

现阶段，公司在发展过程中主要面临如下困难和风险：（1）传统家电巨头纷纷加入厨卫电器行业战场，市场进入了品牌格局持续动荡与重塑的新时期。（2）三四线城市和农村市场前景广阔，但公司在三四线城市及农村市场的网点数量不足，覆盖率不够。（3）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，消费需求更加难以把握。（4）公司高端产品的比例较低，难以跟上消费结构升级的步伐。

面对以上困难和风险，公司拟采取以下改进措施：（1）坚持以厨房和卫浴产品为核心，坚持品牌专业化的定位，坚持以实业发展为主，资本运作协同发展。公司提出产品的转型升级，确立“高端智能厨电”的战略方针，调整产品结构，提高高端智能产品比例。（2）深挖渠道拓展，加快推进渠道下沉。开拓三、四线城市市场和农村市场，继续进行渠道下沉，升级部分网点并新增标准专卖店和 KA 卖场，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。（3）对市场需求状况、市场竞争格局进行充分的市场调研和客观预测，并制定了完善的市场营销计划。整理销售数据和市场调查，建立产品数据库，开展产

品分析，为制定销售政策和产品规划提供依据。(4) 配合公司向高端智能厨电的品牌战略转型，持续推动华帝产品市场竞争力的增长，进一步满足广大消费者对高端化、智能化产品的需求，公司投入大量资源以解决消费者痛点为出发点致力于新产品、新技术的开发。

(三) 提高运营效率、降低运营成本，提升经营业绩的具体措施

为保证本次募集资金有效使用、有效防范股东即期回报被摊薄的风险和提高公司未来的持续回报能力，本次非公开发行股票完成后，公司将通过提升管理水平和成本控制能力、加快募投项目投资与建设进度、保持稳定的利润分配制度、提高资金使用效率等方式来增厚未来收益，以降低本次发行摊薄股东即期回报的影响。公司拟采取的具体措施如下：

1、全面提升管理水平和成本控制能力

公司将改进和完善生产流程，提高自动化生产水平，提高生产效率，加强对采购、生产、库存、销售各环节的信息化管理，提高公司资产运营效率，提高营运资金周转效率。同时，公司将加强预算管理，严格执行公司的采购审批制度，减少跑冒滴漏，加强对董事、高级管理人员职务消费的约束。通过以上措施，公司将全面提升运营效率，降低成本，并提升经营业绩。

2、加快募投项目投资与建设进度

本次发行募集资金投资项目紧紧围绕公司主营业务，符合国家相关产业政策，募集资金到位后公司将加快募投项目的投资与建设进度，及时、高效地完成募投项目建设，争取募集资金投资项目早日建成并实现预期效益。同时，本次非公开发行股票结束后，募集资金将按照规定存放于董事会指定的专项账户中，专户专储、专款专用，以保证募集资金合理规范使用，防范募集资金使用风险。

3、保持稳定的利润分配制度

公司将严格遵守中国证监会《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》以及《公司章程》的规定，保证利润分配政策的连续性和稳定性，更好地保障全体股东获得合理回报，提高利润分配决策的透明度和可操作性。

4、提高资金使用效率

公司未来将努力提高资金的使用效率，完善并强化投资决策程序，设计更合理的资金使用方案，合理运用各种融资工具和渠道，控制资金成本，提升资金使用效率，节省公司的各项费用支出，全面有效地控制公司经营和管控风险，提升经营效率和盈利能力。

综上，本次发行完成后，公司将提升管理水平，合理、规范使用募集资金，提高资金使用效率，采取多种措施持续改善经营业绩，尽快实现项目预期效益。在符合利润分配条件的前提下，积极推动对股东的利润分配，以提高公司对投资者的回报能力，有效降低原股东即期回报被摊薄的风险。

六、相关主体出具的承诺

公司董事、高级管理人员根据中国证监会相关规定，对公司填补回报措施能够得到切实履行作出如下承诺：“（一）承诺不无偿或以不公平条件向其他单位或者个人输送利益，也不采用其他方式损害公司利益。（二）承诺对董事和高级管理人员的职务消费行为进行约束。（三）承诺不动用公司资产从事与其履行职责无关的投资、消费活动。（四）承诺由董事会或薪酬委员会制定的薪酬制度与公司填补回报措施的执行情况相挂钩。（五）若公司未来推出股权激励计划，承诺拟公布的公司股权激励的行权条件与公司填补回报措施的执行情况相挂钩。

公司控股股东及实际控制人潘叶江先生根据中国证监会相关规定，对公司填补回报措施能够得到切实履行作出如下承诺：“不越权干预公司经营管理活动，不侵占公司利益。”

七、关于摊薄即期回报的填补措施及承诺事项的审议程序

董事会对公司本次融资摊薄即期回报事项的分析及填补即期回报措施、相关承诺主体的承诺等事项已经公司第六届董事会第五次会议审议通过，并经公司2016年度第二次临时股东大会审议通过。

调整后的《华帝股份有限公司关于对非公开发行股票摊薄即期回报的风险提示性公告（修订稿）》经公司第六届董事会第十三次会议审议通过。

本次非公开发行完成后，公司将按照法律法规和《公司章程》的规定，在符合利润分配条件的情况下，积极推动对股东的利润分配，持续开展利润分配工作，充分维护投资者依法享有的资产收益权。

特此公告。

华帝股份有限公司

董事会

2017年7月5日