
上海市广发律师事务所
关于森赫电梯股份有限公司
首次公开发行股票并在创业板上市的

补充法律意见（七）

GF 广发律师事务所

电话：021-58358013 | 传真：021-58358012
网址：<http://www.gffirm.com> | 电子信箱：gf@gffirm.com
办公地址：上海市世纪大道 1090 号斯米克大厦 19 层 | 邮政编码：200120

上海市广发律师事务所

关于森赫电梯股份有限公司

首次公开发行股票并在创业板上市的补充法律意见（七）

致：森赫电梯股份有限公司

上海市广发律师事务所（以下简称“本所”）接受森赫电梯股份有限公司（以下简称“发行人”或“公司”）的委托，作为发行人申请首次公开发行股票并在创业板上市工作的专项法律顾问，已于 2020 年 7 月 9 日出具了《上海市广发律师事务所关于森赫电梯股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市的法律意见》（以下简称“《法律意见》”）及《上海市广发律师事务所关于森赫电梯股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市的律师工作报告》（以下简称“《律师工作报告》”），先后于 2020 年 10 月 30 日、2020 年 11 月 27 日、2020 年 12 月 24 日、2021 年 1 月 12 日、2021 年 1 月 26 日、2021 年 3 月 29 日出具了《上海市广发律师事务所关于森赫电梯股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市的补充法律意见（一）》（以下简称“《补充法律意见（一）》”）、《上海市广发律师事务所关于森赫电梯股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市的补充法律意见（二）》（以下简称“《补充法律意见（二）》”）、《上海市广发律师事务所关于森赫电梯股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市的补充法律意见（三）》（以下简称“《补充法律意见（三）》”）、《上海市广发律师事务所关于森赫电梯股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市的补充法律意见（四）》（以下简称“《补充法律意见（四）》”）、《上海市广发律师事务所关于森赫电梯股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市的补充法律意见（五）》（以下简称“《补充法律意见（五）》”）、《上海市广发律师事务所关于森赫电梯股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市的补充法律意见（六）》（以下简称“《补充法律意见（六）》”）。

鉴于深圳证券交易所上市审核中心于 2021 年 5 月 11 日出具了审核函(2021)010541 号《发行注册环节反馈意见落实函》（以下简称“《落实函》”），根据

有关规定及发行人的要求，本所现就《落实函》中发行人律师需说明的有关法律问题，出具本补充法律意见。

第一部分引言

本所及经办律师依据《中华人民共和国公司法》、《中华人民共和国证券法》及《创业板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》、《深圳证券交易所创业板股票上市规则》、《公开发行证券公司信息披露的编报规则第12号——公开发行证券的法律意见书和律师工作报告》、《律师事务所从事证券法律业务管理办法》、《律师事务所证券法律业务执业规则（试行）》等有关法律、法规和规范性文件的有关规定及本补充法律意见出具日以前已经发生或者存在的事实，严格履行了法定职责，遵循了勤勉尽责和诚实信用原则，进行了充分的核查验证，保证本补充法律意见所认定的事实真实、准确、完整，所发表的结论性意见合法、准确，不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并承担相应法律责任。

本补充法律意见与《律师工作报告》、《法律意见》、《补充法律意见（一）》、《补充法律意见（二）》、《补充法律意见（三）》、《补充法律意见（四）》、《补充法律意见（五）》一并使用，本补充法律意见中相关简称如无特殊说明，与《律师工作报告》、《法律意见》、《补充法律意见（一）》、《补充法律意见（二）》、《补充法律意见（三）》、《补充法律意见（四）》、《补充法律意见（五）》、《补充法律意见（六）》含义一致。

第二部分正文

一、关于居间费用比率问题的核查（《落实函》第1题）

本所律师查阅了发行人居间服务费台账、应付账款中有关居间费用明细表、与相关居间商之间签订的主要居间协议及对应的销售合同、对应项目的安装协议

等资料；取得并查询了同行业可比上市公司的公开披露文件，并与公司的销售总监和财务负责人进行了访谈。

（一）公司采取居间模式销售符合电梯行业特点

根据本所律师的核查，为扩大销售规模，保持市场竞争地位，发行人会借助居间商推广业务，居间商主要为公司提供客户对接和催收货款等服务。当居间商协助公司与对接客户成功签订电梯销售合同后，根据销售合同执行进度和回款情况，发行人向居间商支付一定金额的代理服务费。发行人采用该种方式销售的主要原因在于居间商具备一定的销售能力及较强的本地化服务能力，可以帮助发行人在自身营销网络无法深度覆盖的地区，将产品推广至终端客户，扩大品牌知名度，增加公司的市场份额；另一方面，部分直销项目甲方具有较高的投标资质要求或要求与电梯生产企业直接签约，如政府机构或大型地产公司。在居间商自身不具备相关条件的情况下，居间商会推介发行人直接与甲方签约。发行人支付一定的居间服务费以保证居间商自身的合理利润空间。因此，在某种程度上，居间模式可以视为经销模式的替代。居间模式广泛存在于同行业公司，符合电梯行业特点。

（二）不同项目间居间费用率的差异原因为居间业务“一单一议”的定价模式

根据本所律师的核查，发行人采取“一单一议”的方式与居间商协商确定居间费用金额，总体而言，居间模式下无固定的居间费率。居间费率影响因素主要包括以下几方面：

1、自身合理利润的考量

通常情况下，发行人与业主方直接签订销售合同，约定产品售价，发行人根据成本测算项目整体获利空间。在保证自身合理利润的情况下，与居间商协商确定居间服务费金额，并据此与居间商签订相关居间合同。

报告期内，发行人居间项目与非居间项目的设备毛利率对比情况如下：

单位：%

序号	项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
----	----	---------	---------	---------

序号	项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
①	居间项目设备毛利率	48.87	47.07	48.12
②	居间费用率 ¹	14.42	14.87	15.21
③=①-②	扣除居间费用后居间项目设备毛利率	34.46	32.20	32.90
④	非居间项目设备毛利率	33.58	33.86	35.36
⑤=③-④	差异	0.87	-1.66	-2.45

注：1、居间费用率=当期居间费用/当期居间项目设备收入。

报告期内，发行人居间项目设备毛利率分别为 48.12%、47.07%和 48.87%，明显高于非居间项目设备毛利率，主要系发行人为与居间商保持良好的业务往来，扩大销售规模，在保证自身合理利润的前提下，向居间商支付较高的居间服务费，而该项费用不计入产品成本所致。剔除居间费用的影响后，报告期内居间项目设备毛利率分别为 32.90%、32.20%和 34.46%，与发行人非居间项目设备毛利率的差异较小。

发行人居间商多为电梯经销商，发行人对居间商亦需进行业务拓展与渠道维护，因此除居间费用外，公司为维护居间商所付出的各项销售费用与其他类型客户相比无明显差异。剔除居间费用的影响后，发行人居间项目设备毛利率与非居间项目毛利率差异较小，发行人的合理利润水平较为稳定，相关商业理由真实、合理。

2、受居间商的具体服务内容影响

根据居间合同的约定，居间商在交易促成服务之外，一般需提供协助勘测及技术服务、产品运输、验收协助、催收货款等电梯项目全周期配合服务。由于居间商提供服务内容存在差异，不同项目的居间费用率亦有所不同。居间商对于直销项目的参与程度越高，项目居间费用率越高。

3、受市场开拓策略影响

发行人为进入新的目标市场，往往需要与当地专业电梯经销商或居间商开展商业合作。对于与部分居间商首次合作的居间项目，发行人会适当让渡利润，为未来合作打下良好基础。

（三）该等项目居间费用率较高的情形具有合理原因

（1）不同居间项目费用的具体分析

①Guadalajara Tren 项目

该项目为海外项目，居间商仅提供业务推介服务而不承担其他后续义务，因此居间费用较低，居间费用率为 4.78%（按人民币美元 6.5:1 折算）。

②济宁保障性住房众和花园小区 1#—7#楼电梯采购及安装

该项目合同签订于 2014 年，因房地产开发公司自身原因，项目小区整体施工难度较大、建设进度缓慢，导致电梯安装、验收周期较长，至 2017 年 16 台电梯才全部确认完毕。期间，居间商长期对电梯项目负有运输、现场沟通、终端客户维护、场地清理、检测调试、配合验收、催收货款等配合义务，因此公司支付给居间费用金额也相应提高，以保障该项目的产品质量和款项收回。

③乌鲁木齐高新区（新市区）中小企业创新园（加速器）项目电梯设备

该项目位于新疆，运输成本较高。根据该项目的直销合同约定，公司附有运输义务，且将运输义务转包给居间商实施，因此居间费用中包含较多运输费用，居间费总金额较大。此外，居间商所承担的义务也包括协助勘测及技术服务、验收协助、催收货款等电梯项目全周期配合服务。

④蓬莱市万寿儒源

该项目总台数 62 台，系由居间商自行开拓的地产项目，也是公司在蓬莱市介入的首个大型地产项目。合同签订过程中，竞争对手众多，且公司在当地市场影响力较低，签约难度较大。居间商凭借其多年的行业经验以及本地化优势，在项目现场勘测、前期沟通协调等方面起到重要作用，成功促成公司与直销客户的签约。因此，公司在保证自身合理收益的基础上，给予经销商较高的居间费用，以体现对其市场开拓的回报。此外，居间商所承担的义务也包括协助勘测及技术服务、产品运输、验收协助、催收货款等电梯项目全周期配合服务。

⑤中牟县官渡镇党庄社区

该项目中，公司与居间商河南省兄弟电梯安装有限公司（以下简称“河南兄弟”）签署负连带清偿责任的保证书，保证书约定河南兄弟需保证河南省顺泰达

置业有限公司（即直销合同对方，以下简称“河南顺泰达”）按合同约定按期支付合同价款，若河南顺泰达未按时付款的，不论其未付款的理由为何，公司均有权要求河南兄弟承担连带清偿责任，或由河南兄弟承担清偿责任，且森赫电梯有权在应付给河南兄弟的费用中直接予以扣除（如存在应付费用的前提下），对不足清偿的部分，仍由河南兄弟承担。

在此项目下，公司支付给河南兄弟的居间费用中包含上述连带担保的对价，此外，居间商所承担的义务也包括协助勘测及技术服务、产品运输、验收协助、催收货款等电梯项目全周期配合服务。因此居间费用率相对较高。

⑥西秀产业园区标准化厂房（四期）项目电梯采购

该项目合同签订于 2017 年度，系公司与居间商贵州昌晶伟电梯工程有限公司首次合作，也是公司首次进入当地市场，公司基于当地市场拓展及长期合作可能性考虑，选择给予该居间商一定合理让利。业主方要求与电梯制造厂商直接签约，且项目施工情况较为复杂，需要由更了解当地市场情况的居间商提供更多的前期、后续服务。因此居间费用率较高。

（2）项目实际盈利能力的合理性分析

国内项目，如前文所述，发行人一般在考虑项目合理利润水平和居间商服务内容的基础上，与居间商共同协商确定居间费用金额。因此，项目毛利率与居间费用率的差额可在一定程度上体现公司向居间商支付代理费后项目的实际盈利水平。根据本所律师的核查，2017 年至报告期末，济宁保障性住房项目等五个居间费用率较高项目的项目毛利率与居间费用率的对比情况如下：

序号	项目名称 ¹	居间费用率 ²	项目毛利率 ³	差额	合同台数	已确认台数
1	济宁保障性住房众和花园小区 1#—7#楼电梯采购及安装	30.05%	49.18%	19.13%	16	16
2	乌鲁木齐高新区（新市区）中小企业创新园（加速器）项目电梯设备	29.19%	45.30%	16.11%	26	26
3	蓬莱市万寿儒源	27.44%	45.12%	17.68%	62	33
4	中牟县官渡镇党庄社区	31.21%	51.21%	20.00%	16	16
5	西秀产业园区标准化厂房（四期）	29.07%	39.15%	10.08%	34	16

	项目电梯采购					
--	--------	--	--	--	--	--

注：1、以上直销项目中，济宁保障性住房项目于 2017 年度确认收入，其余项目均于报告期内确认收入；

2、居间费用率=合同居间费用金额÷合同总金额；

3、项目毛利率指对应直销项目于 2017 年至报告期末的综合毛利率。

从上表可见，上述直销项目居间费用率基本保持同一水平。尽管居间费用率较高，但项目毛利率在扣除居间费用率后普遍保持近 20%的实际利润率，保证了发行人的合理利润。其中：西秀产业园区项目毛利率与居间费用率的差额较小，主要原因为：①该项目合同签订于 2017 年度，系发行人与居间商贵州昌晶伟电梯工程有限公司首次合作，也是发行人首次进入当地市场，发行人基于当地市场拓展及长期合作可能性考虑，选择给予该居间商一定合理让利；②业主方要求与电梯制造厂商直接签约，且项目施工情况较为复杂，需要由更了解当地市场情况的居间商提供更多的前期、后续服务。

综上所述，上述项目居间费用率较高具有合理原因。

（四）不同项目间居间费用存在差异属于电梯行业普遍情况

如前文所述，居间服务费用“一单一议”的定价模式为行业惯例，发行人的居间费用确认方式与同行业可比公司一致，均无固定的居间费用率，不同居间项目中居间费用比例存在差异。

经比对同行业可比上市公司的公开披露信息：通用电梯在其《招股说明书》中披露“公司无固定的销售服务费率，支付给销售服务商的销售服务费系根据具体每份《居间合同》或《代理服务费协议》确定销售服务费的金额”；梅轮电梯在其《招股说明书》中披露“发行人无固定的居间费率，支付给居间商的业务费，根据具体每份居间合同确定业务费的金额”。

报告期内，发行人与同行业可比上市公司居间费用率对比如下：

公司名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
康力电梯	2.79%	2.90%	3.30%
快意电梯	6.05%	5.39%	6.14%
梅轮电梯	5.98%	3.98%	2.93%
通用电梯	3.72%	2.42%	3.90%

平均值	4.63%	3.67%	4.07%
发行人	4.17%	4.09%	5.07%

注：居间费用率=居间费用/主营业务收入，以上数据来源同行业可比公司公开披露信息。

由上表可见，发行人报告期内的居间费用率分别为 5.07%、4.09%和 4.17%，变动较小，其总体居间费用率与同行业可比公司平均水平差异较小，其总体居间费用率与同行业可比公司相比处于合理水平。

根据梅轮电梯公开披露的相关信息显示，梅轮电梯存在部分居间费用率较高的项目情况如下：

单位：元

居间商名称	居间费用	对应项目销售收入	居间费率
段福明（2016 年度）	3,723,764.28	3,918,153.78	95%
淮安福瑞电梯服务有限公司（2016 年度）	1,754,125.88	3,503,418.82	50%
刘二珍（2015 年度）	5,274,583.60	12,178,718.05	43%

数据来源：梅轮电梯《招股意向书附录》。

由此可见，同行业可比上市公司一般无固定的居间服务费率，与发行人居间费用政策保持一致；发行人居间费用率较高的项目可以保持合理的利润率水平，符合电梯行业实际情况，与同行业可比上市公司无重大差异。

综上所述，本所认为，上述核查项目中，部分项目的合同居间费用率较高，原因主要为发行人采取“一单一议”的居间费用定价模式，综合考虑发行人及居间商的合理利润率水平、居间商具体服务内容等因素后与居间商确定居间费用金额，具有合理原因。支付居间费用为行业惯例，发行人与同行业可比公司一致，均无固定的居间费用率，不同居间项目中居间费用比例存在差异。报告期内，发行人的总体居间费用率变动较小，与同行业可比公司相比处于合理水平。

二、关于“森赫”商号商标管理问题的核查（《落实函》第 2 题）

（一）使用“森赫”商号经销商或居间商关联关系的核查

本所律师查阅了发行人控股股东、实际控制人、董事、监事及高级管理人员填写的对外投资调查表及关联方说明文件；查阅了发行人报告期内各期末的员工名单等资料；通过国家企业信用信息公示系统网站对报告期内使用“森赫”商号的经销商或居间商的工商登记及变更信息、公司股权结构及主要管理人员进行了核查；查阅了该等经销商或居间商出具的说明文件；查阅了发行人、实际控制人及其配偶、董监高、主要财务人员等主体报告期内的银行账户流水；实地走访了部分经销商或居间商，与其相关负责人进行了访谈；并与发行人相关负责人进行了访谈。

1、发行人的历史沿革情况

根据本所律师的核查，发行人自设立以来的股权演变情况如下：

时间	变更事项	股权结构
2007 年 12 月	莱茵有限 设立	联合电梯（75%）、德国莱茵克拉（25%）
2008 年 12 月	莱茵有限 第一次增资	联合电梯（75%）、德国莱茵克拉（25%）
2009 年 6 月	莱茵有限 第一次股权转让	联合电梯（75.0%）、德国莱茵克拉（13.1%）、 香港莱茵（11.9%）
2009 年 6 月	莱茵有限 第二次增资	联合电梯（49.31%）、香港莱茵（42.08%）、 德国莱茵克拉（8.61%）
2010 年 5 月	莱茵有限 第三次增资	香港莱茵（51.33%）、联合电梯（42.77%）、 德国莱茵克拉（5.90%）
2011 年 5 月	莱茵有限 第二次股权转让	香港莱茵（57.23%）、联合电梯（42.77%）
2011 年 11 月	莱茵有限 第三次股权转让	联合电梯（42.77%）、米高投资（29.50%）、 香港莱茵（27.73%）
2012 年 9 月	莱茵有限 第四次股权转让	李东流（60.5%）、米高投资（29.5%）、 尚得投资（10.0%）
2012 年 12 月	莱茵有限整体变更 设立为森赫电梯	李东流（60.50%）、米高投资（29.50%）、 尚得投资（10.00%）
2013 年 8 月	森赫电梯 第一次增资	李东流（60.50%）、米高投资（29.50%）、 尚得投资（10.00%）
2015 年 12 月	森赫电梯 第一次股份转让	李东流（60.50%）、米高投资（22.65%）、 尚得投资（10%）、迈森投资（3.62%）、 途森投资（3.22%）

根据本所律师的核查，发行人自设立至本补充法律意见出具之日，发行人董监高变化情况如下：

时间	变更事项	具体情况
2007 年 12 月	莱茵有限设立	董事：李东流、李振浩、钱小燕 监事：李森凤 总经理：李振浩 副总经理：李东流
2009 年 6 月 3 日	变更监事	董事：李东流、李振浩、钱小燕 监事：董立晴 总经理：李振浩 副总经理：李东流
2010 年 7 月 15 日	变更总经理、副总经理	董事：李东流、李振浩、钱小燕 监事：董立晴 总经理：李东流 副总经理：李振浩
2011 年 11 月 14 日	增选董事	董事：李东流、李振浩、钱小燕、李仁 监事：董立晴 总经理：李东流 副总经理：李振浩
2012 年 9 月 17 日	董事会改选	董事：李东流、李振浩、李仁 监事：董立晴 总经理：李东流
2012 年 12 月 18 日	整体变更为股份有限公司	董事：李东流、李振浩、李仁、沈晓阅、钱小燕 监事：姚芳芳、沈明明、朱红梅 总经理：李东流
2015 年 12 月 7 日	董事会改选，增加独立董事、副总经理	董事：李东流、沈晓阅、钱小燕、李振浩、徐逸星、马涛、恩旺 监事：姚芳芳、沈明明、朱红梅 总经理：李东流 副总经理：王婉君、张晓强、牛有权
2018 年 12 月 7 日 至今	董事会改选，增加副总经理	董事：李东流、沈晓阅、钱小燕、李仁、徐逸星、马涛、恩旺 监事：姚芳芳、沈明明、朱红梅 总经理：李东流 副总经理：王婉君、张晓强、牛有权、焦杰

2、相关使用“森赫”商号经销商或居间商的基本情况

根据本所律师的核查，该等使用“森赫”商号经销商或居间商的基本情况如下：

序号	客户名称	客户类型	基本情况
1	安徽森赫电梯设备有限公司	经销商	安徽森赫成立于 2012 年 6 月 25 日，法定代表人为陈晓燕，注册资本为 1,008 万元，

	(以下简称“安徽森赫”)		为陈晓燕持股 60%、汪汇东持股 40%的有限责任公司(自然人投资或控股), 执行董事兼总经理为陈晓燕, 监事为汪汇东。
2	河北森赫电梯有限公司(以下简称“河北森赫”)	经销商	河北森赫成立于 2010 年 3 月 8 日, 法定代表人为李晓东, 注册资本为 300 万元, 为李晓东持股 70%、李建卫持股 30%的有限责任公司(自然人投资或控股), 执行董事兼总经理为李晓东, 监事为李建卫。
3	山西森赫电梯销售有限公司(以下简称“山西森赫”)	经销商	山西森赫成立于 2012 年 5 月 29 日, 法定代表人为樊安国, 注册资本为 200 万元, 为王桂芳持股 80%、樊安国持股 20%的有限责任公司(自然人投资或控股), 执行董事兼总经理为樊安国, 监事为王桂芳。山西森赫已于 2019 年 7 月 5 日注销。
4	湖南莱茵森赫电梯有限公司(以下简称“湖南森赫”)	经销商	湖南森赫成立于 2012 年 8 月 30 日, 法定代表人为吴书国, 注册资本为 200 万元, 为吴书国持股 80%、涂晓娟持股 20%的有限责任公司(自然人投资或控股), 执行董事为吴书国, 经理为涂晓娟, 监事为徐宁。
5	内蒙古森赫电梯有限公司(以下简称“内蒙古森赫”)	经销商/居间商	内蒙古森赫成立于 2014 年 8 月 6 日, 法定代表人为徐正杰, 注册资本为 200 万元, 为徐正杰持股 100%的有限责任公司(自然人投资或控股), 执行董事兼经理为徐正杰, 监事为张宇超。
6	山东森赫机电设备安装有限公司(以下简称“山东森赫”)	居间商	山东森赫成立于 2017 年 1 月 16 日, 法定代表人为孟伟, 注册资本为 500 万元, 为孟伟持股 51%、杜祥勇持股 49%的有限责任公司(自然人投资或控股), 执行董事兼经理为孟伟, 监事为杜祥勇。
7	烟台森赫电梯设备有限公司(以下简称“烟台森赫”)	经销商/居间商	烟台森赫成立于 2013 年 7 月 22 日, 法定代表人为张瑜瑜, 注册资本为 200 万元, 为张瑜瑜持股 70%、王传艺持股 30%的有限责任公司(自然人投资或控股), 执行董事兼总经理为张瑜瑜, 监事为王传艺。
8	天津森赫机电安装有限公司(以下简称“天津森赫”)	经销商/居间商	天津森赫成立于 2012 年 11 月 7 日, 法定代表人为孙立民, 注册资本为 300 万元, 为孙立民持股 80%、李学芬持股 20%的有限责任公司, 执行董事为孙立民, 监事为李学芬。

根据本所律师的核查, 上述使用“森赫”商号经销商或居间商与公司之间不存在直接或间接的持股关系、关联关系。报告期内, 除正常发生的采购销售或居间

业务外，上述经销商或居间商与发行人之间不存在其他资金、业务往来、关联关系或者其他利益安排，与发行人在客户、业务、人员、资产方面均保持独立。

（二）使用“森赫”商号经销商或居间商业业务的核查

1、经销商或居间商使用“森赫”商号的原因

根据本所律师的核查，为拓展客户和增加品牌市场认可度，发行人始终重视自身销售网络之外的经销渠道建设。为体现与发行人之间的紧密合作关系，借助森赫电梯品牌拓展市场、开拓销售渠道，实现合作共赢，报告期内，存在部分经销商与公司使用相同商号的情况。因此，部分经销商或居间商使用“森赫”商号系出于自身业务拓展的需求，同时对发行人品牌市场知名度产生正面影响。

另一方面，与经销商共用商号系电梯制造公司发展自身品牌的普遍做法。根据康力电梯、梅轮电梯、快意电梯、通用电梯等公司公开披露的信息，同行业上市公司亦存在此类情形。因此，公司部分经销商或居间商使用“森赫”商号具有行业特点，符合行业惯例。

2、使用“森赫”商号的经销商或居间商与发行人之间无排他性安排

根据本所律师的核查，为维护发行人良好的市场形象及品牌利益，发行人与该等使用“森赫”商号的经销商或居间商签署了《企业字号使用许可协议》。该等协议对“森赫”商号的使用许可范围、使用方式及广告宣传、违约责任等内容进行了明确约定，发行人授权该等经销商或居间商使用“森赫”商号，且未收取任何费用。此外，该等协议未对上述经销商或居间商销售电梯的品牌进行任何限制，客户可以根据自身业务需求代理其他电梯品牌；协议亦未对经销商或居间商在任何期间内代理公司产品数量或金额做出约定。

综上所述，根据《企业字号使用许可协议》，发行人未对上述经销商或居间商约定任何排他性限制或品牌销售任务，选择使用“森赫”商号系经销商或居间商自主商业行为。

3、报告期内对使用“森赫”商号的经销商的销售情况

根据本所律师的核查，报告期内，发行人 2018 年至 2020 年前十大经销客户中，发行人向使用“森赫”商号经销商的销售情况具体如下：

单位：万元、%

序号	客户名称	2020 年度		2019 年度		2018 年度		发行人产品占比 ²
		销售收入	占比 ³	销售收入	占比 ³	销售收入	占比 ³	
1	安徽森赫	-	-	708.19	1.42	420.12	0.93	约 10%
2	河北森赫	-	-	215.51	0.43	201.2	0.45	100%
3	山西森赫 ¹	-	-	-	-	-	-	-
4	湖南森赫	-	-	27.29	0.05	319.76	0.71	约 10%
5	内蒙古森赫	216.67	0.41	8.49	0.02	65.99	0.15	约 95%
6	山东森赫 ¹	-	-	-	-	-	-	-
7	烟台森赫	6.46	0.01	12.65	0.03	-	-	约 10%
8	天津森赫	6.19	0.01	-	-	179.31	0.40	100%
合计		229.32	0.43	972.13	1.96	1186.38	2.63	-

注：1、山西森赫、山东森赫系 2017 年度前十大经销商，报告期内无收入；
2、“发行人产品占比”系客户对外销售森赫电梯产品占自身收入比例，数据来源于客户访谈；
3、占比=客户当期收入÷当期主营业务收入。

从上表可见，报告期内，河北森赫、内蒙古森赫和天津森赫销售森赫电梯产品比例较高，主要原因为该等经销商在综合考虑森赫品牌在当地市场的影响力、产品质量、服务质量以及品牌形象等多种因素后，出于市场因素及自身业务发展需要的考虑，自主选择森赫品牌作为其主要销售的品牌，系自主商业行为。

除河北森赫、内蒙古森赫和天津森赫以外，报告期内，发行人向前十大经销商中使用“森赫”商号的经销商客户销售占比较小，不存在重大依赖情形。除签订《企业字号使用许可协议》及正常采购销售业务以外，发行人与上述经销商不存在其他利益安排。

报告期内，发行人向使用“森赫”字号的经销商销售台数情况和设备单价情况如下：

单位：台数、元/台、%

年份	国内经销确认台数	“森赫”商号确认台数	国内经销设备均价	“森赫”商号设备均价	差异率
2018 年度	1,874	213	87,036.17	92,243.82	5.98
2019 年度	2,504	236	82,849.84	87,707.16	5.86

2020 年度	2,693	164	79,745.00	79,272.42	-0.59
---------	-------	-----	-----------	-----------	-------

从上表可见，报告期内发行人向上述经销商销售电梯数量较少，设备销售单价与国内经销设备单价具有波动性差异，主要原因为电梯属于非标产品，单梯价格受层站数、使用场景、用料等因素影响差异较大，由于“森赫”商号确认台数样本量较小，受个别合同价格影响，设备均价间会产生一定差异。

综上所述，本所认为，经销商或居间商使用“森赫”商号系自主商业行为，并非为发行人销售产品提供服务专门设立；上述经销商或居间商与公司间无排他性协议，客户可以自主选择销售其他品牌电梯产品；发行人向上述客户销售价格与其他客户无重大差异，定价公允，不存在利益冲突或输送的情况。

（三）关于经销商或居间商使用“森赫”商标、商号相关情况的核查

本所律师查阅了发行人设立时的《公司名称预先核准通知书》及全套工商登记档案，查阅了发行人持有的与“森赫”相关的《商标注册证》，并通过国家知识产权局商标局网站对发行人拥有的商标进行了查询，查阅了发行人与上述经销商或居间商签订的《企业字号使用许可协议》，查阅了该等经销商或居间商就使用“森赫”商号行为出具的《专项说明》；对使用“森赫”商号的主要经销商或居间商进行了实地走访，了解了该等经销商或居间商的经营情况、商号使用情况；查阅了发行人报告期内的营业外支出明细，通过中国裁判文书网对发行人报告期内的诉讼、仲裁情况进行了查询，并与发行人相关负责人进行了访谈。

1、双方之间不存在商标、商号权属争议

根据本所律师的核查，截至本补充法律意见出具之日，发行人及其子公司共拥有 47 项“森赫”相关的商标，发行人及其子公司已取得国家工商行政管理总局商标局及注册地主管部门核发的《商标注册证》，对该等商标拥有合法的所有权，可以以合法的方式使用上述商标，不存在产权纠纷或潜在纠纷。

2012 年 10 月 24 日，国家工商行政管理总局核发（国）名称变核外字[2012]第 177 号《企业公司名称变更核准通知书》；2013 年 1 月 4 日，发行人取得潮州市工商行政管理局核发的注册号为 330500400004225 的《企业法人营业执照》。发行人经核准登记的名称为“森赫电梯股份有限公司”，至今一直使用“森赫”商号。

截至本补充法律意见出具之日，发行人未因拥有并使用“森赫”商标、商号发生任何法律纠纷。

本所认为，发行人合法拥有“森赫”相关商标、商号，不存在商标、商号权属争议。

2、相关经销商或居间商均经协议授权合法使用“森赫”商标名号

根据本所律师的核查，发行人已与上述经销商或居间商签署了《企业字号使用许可协议》，对规范使用“森赫”商号进行了明确规定，以引导其规范、正当使用“森赫”商号。《企业字号使用许可协议》主要内容如下：

1、“森赫”商号许可使用的范围

根据《企业字号使用许可协议》的约定，发行人仅许可该等经销商或居间商将“森赫”商号用于其自身企业名称登记注册。如其开设带有“森赫”商号的分支机构时，需经公司另行授权。未经公司书面许可，该等经销商或居间商及其股东不得自行或联合、授权、唆使、指使其他主体注册“森赫”等与公司上述商标/商号相同或近似的商标或商业经营主体，并开展经营或从事其他类似有损公司商业信誉或者利益的事项。

2、“森赫”商号许可使用后续安排

根据《企业字号使用许可协议》的约定，如该等经销商或居间商违法或违约经营，导致公司利益受损，公司可要求其承担全额赔偿责任；若因该等经销商或居间商违法经营或在经营中有损害发行人名誉的行为及违反协议约定的，公司有权立即单方解除其对“森赫”企业商号的使用权。

如双方经销或居间关系终止或协议解除，该等经销商或居间商不再享有“森赫”商号的使用权，其必须于协议终止或解除之日起 15 天内在工商行政管理部门办理企业名称变更手续。逾期不办理的，公司有权以侵害注册商标权、企业名称专用权为由向其追究法律责任。

根据该等经销商或居间商就使用“森赫”商号行为出具的《专项说明》，该等经销商或居间商主要从事电梯销售或安装维保等业务，未将“森赫”商号用作

其他用途；不存在滥用“森赫”商号的行为，亦不存在从事损害森赫电梯业务、商誉、商号及品牌形象等活动。

本所认为，发行人合法拥有“森赫”相关商标、商号，上述经销商或居间商均与发行人签署了相关授权协议，该等授权协议对“森赫”相关的商标、名号使用及后续安排均进行了明确的约定，协议内容合法合规、真实有效，上述经销商或居间商经协议授权合法使用“森赫”商标名号，不存在因商标、商号产生的任何纠纷或潜在纠纷。

（四）结论意见

综上所述，本所认为，报告期内，除正常发生的采购销售或居间业务外，上述经销商或居间商与发行人之间不存在其他资金、业务往来、关联关系或者其他利益安排，与发行人在客户、业务、人员、资产方面均保持独立，非为发行人销售产品提供服务专门设立。报告期内，发行人与该等使用“森赫”商号经销商或居间商的交易价格与其他经销商或居间商不存在重大差异，交易价格公允，不存在利益冲突或输送的情况。发行人合法拥有“森赫”相关的商标、商号，上述经销商或居间商经协议授权使用“森赫”商标名号，与发行人之间不存在商标、商号权属争议，不存在因商号产生的任何纠纷或潜在纠纷。

三、本次发行的总体结论性意见

本所认为，截至本补充法律意见出具之日，发行人本次公开发行股票并在创业板上市的主体资格、实质条件仍符合《公司法》、《证券法》等法律、法规和《管理办法》等规范性文件规定的条件和要求，发行人不存在违法违规行为，发行人《招股说明书》引用的《法律意见书》和《律师工作报告》的内容适当。发行人有关本次发行并上市的申请已经深交所审核同意，尚需中国证监会履行发行注册程序。

本补充法律意见正本四份。

（以下无正文）

（本页无正文，为《上海市广发律师事务所关于森赫电梯股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市的补充法律意见（七）》之签署页）



孟繁锋 孟繁锋

经办律师

陈洁 陈洁

邵彬 邵彬

孙薇维 孙薇维

2021 年 5 月 24 日