

# 广州珠江啤酒股份有限公司

## 非公开发行股票募集资金运用可行性报告

### (修订稿)

#### 一、本次非公开发行股票募集资金运用的概况

为抓住行业发展契机、进一步保障广州珠江啤酒股份有限公司(简称“公司”)主营业务的健康快速发展,公司本次拟通过非公开发行股票募集资金总额(含发行费用)为不超过 470,000.00 万元,扣除发行费用后的募集资金净额将用于投资以下项目:

单位:万元

序号	项目名称	投资总额	拟使用募集资金金额
1	现代化营销网络建设及升级项目	100,780.00	80,000.00
2	O2O 销售渠道建设及推广项目	30,428.00	30,000.00
3	啤酒产能扩大及搬迁项目	262,193.00	166,000.00
3.1	其中:南沙珠啤二期年产 100 万 kl 啤酒项目	171,613.00	86,000.00
3.2	东莞珠啤新增年产 30 万 kl 酿造及 10 万 kl 灌装啤酒项目	45,280.00	40,000.00
3.3	湛江珠啤新增年产 20 万 kl 啤酒项目	45,300.00	40,000.00
4	精酿啤酒生产线及体验门店建设项目	25,200.00	24,000.00
4.1	其中:广西珠啤精酿啤酒项目	6,300.00	6,000.00
4.2	东莞珠啤精酿啤酒项目	6,300.00	6,000.00
4.3	湛江珠啤精酿啤酒项目	6,300.00	6,000.00
4.4	湖南珠啤精酿啤酒项目	6,300.00	6,000.00
5	珠江 琶醍啤酒文化创意园区改造升级项目	181,405.00	140,000.00
6	信息化平台建设及品牌推广项目	60,045.00	30,000.00
	合计	660,051.00	470,000.00

项目所需资金超过募集资金拟投资额部分由公司自筹解决。若实际募集资金净额少于募集资金拟投资额,则不足部分由公司自筹解决。在募集资金到位前,公司可根据公司经营状况和发展规划,以自筹资金先行投入项目建设,待募集资金到位后按照相关法律法规规定的程序予以置换。

## 二、本次募集资金投资项目的可行性和必要性分析

### （一）现代化营销网络建设及升级项目

#### 1、项目基本内容

现代化营销网络建设及升级项目包括渠道优化和终端展示体系建设两个内容，基本情况如下：

##### （1）渠道优化

公司自 2008 年起在广东省内的主要市场开始推广营销深度分销运作模式。在深度分销模式下，公司组建业务团队服务终端市场，加大对终端网点的开拓和维护，分区划片、按线路拜访，“一人一车一条线”，建立形成了完善的终端铺市网络。随着深度分销模式的成熟，公司的业务团队直接联系终端，原有分销商主要负责配送工作。同时，为了提高公司销售网络对终端网点的服务水平、降低分销商的资金成本，公司还为分销商提供有偿车辆配送服务。通过深度分销模式的实施，实现了公司在广东市场销售业绩的持续稳定增长，稳固了公司在广东市场的领先地位。其中，有偿车辆配送服务为增强分销商粘性、提升配送效率发挥了重要作用。

目前，公司在相对薄弱的广东省外市场和广东省内的部分薄弱地区，尚未实施深度分销模式，公司在这些地区的销售网络仍有进一步深化空间。因此计划通过本次募投资金购置配送车辆推广实施：

（a）针对公司营销网络相对较为薄弱的广东省外市场，包括广西、湖南、河北等地区，由于这些地区公司进入较晚，销售网络经历了不断布局及强化的过程，目前的销售体系仍以传统经销商制度为主，还未全面推广深度分销模式。随着公司在省外市场地位的逐步确立，已具备建立深度分销模式的条件，因此公司计划在 these 地区推行深度分销，建设更为扁平化的营销网络，由公司直接发展和管理县级经销商，逐步淡化省市级的一级经销商的作用，以减少渠道层级，提高公司对市场的掌控能力和盈利水平。公司将通过本项目投资购置用于啤酒配送的车辆，交付县级经销商有偿使用，为销售珠江啤酒的终端网点提供车辆直接配送服务，提高县级经销商的服务能力，降低其资金成本，以便其更好的开拓薄弱市

场和掌控终端。

(b) 在广东省内市场中，粤北及粤西部分地区的营销网络尚有待提升，公司在这些地区的一级经销商规模较小，对所属区域的市场开发能力及力度有限，一定程度上制约了这些地区市场的进一步开拓，同时由于这些经销商实力的限制，其所属地区还有部分空白市场有待拓展。因此公司将通过本项目募集资金购置车辆，在上述地区推进扁平化的销售模式，对实力较弱的一级经销商进行优胜劣汰，直接发展和管理县级经销商，并更多的填补省内的空白市场。

本项目计划新购置 5,980 台配送车辆，投放于广东省内粤北、粤西的薄弱市场以及广东省外的湖南、广西、东南和北方等拟重点开拓的市场。新增车辆将专门用于珠江啤酒各系列产品的销售配送以及回瓶服务。通过将车辆交付经销商或分销商有偿使用，有助于公司进一步推广深度分销模式，提高盈利能力。

## (2) 终端展示体系建设

目前，行业内主要企业一般通过直接向销售终端提供专用冷冻展示柜的方式，要求销售终端摆放公司的特定产品，从而达到占领终端、拓展市场的效果。因此，终端冷冻展示柜资源是各啤酒企业竞争的主战场，公司终端冷冻展示柜的投放数量以及投放位置都将对公司业绩产生较大影响。

公司主要市场位于南方省份，由于常年气候较为炎热，主要市场对冷冻啤酒的需求较大。同时，饮用冷冻啤酒是大多数客户的消费习惯，冷冻啤酒的充足供应可以有效保障公司销售业绩的稳定性。

本项目计划新增 175,000 台终端冷冻展示柜，新增展示柜计划将投放于广西、湖南、东南及北方市场的啤酒销售终端，主要用于公司中高端产品（主要为纯生系列产品）的陈列展示及冷藏。纯生系列产品每吨收益高于公司产品平均利润，新增展示柜的投放预计将拉动纯生产品的销量，提升中高档啤酒的销量占比，改善公司盈利能力。同时，本项目也将提升公司产品的铺货率以及曝光度，加强公司对优质销售终端的争夺，提高公司品牌影响力。

## 2、项目建设的背景和必要性

### (1) 项目建设的背景

我国啤酒行业进入微增长、调结构、提质量的新常态，随着中国啤酒行业格局的进一步优化，结构提升将成为行业发展的主旋律。2014年，中国啤酒人均消费量已达到37.4升，但距离欧美国家人均消费水平仍具有相当的差距，而中西部地区、农村市场的人均消费量偏低，未来具有更大的增长潜力。随着中国经济的持续稳定增长，在国家新型城镇化和收入倍增计划的带动下，会进一步促进国内啤酒消费结构的升级和产品的多元化，带动国内啤酒行业产品结构和价格的提升，并为具有品牌、品质、规模等优势的企业提供广阔的发展空间。同时，啤酒行业的市场竞争会由前期产能、规模的扩张，转向以质量型、差异化为主的竞争，增长和发展必须依靠自身运营能力的提高。作为充分竞争的传统行业，中国啤酒市场已成为国际啤酒巨头重要的竞逐之地，未来市场竞争仍会呈现较为激烈的态势。在行业集中度进一步提升的同时，国内啤酒市场国际化竞争会进一步加剧。

在啤酒行业新常态的背景下，公司在广东省内市场的领先地位面临来自各大全国性品牌啤酒的挑战，同时公司在省外的业务急需进一步加大投入、提高市场占有率。珠江啤酒只有不断完善和提升整个营销网络体系，并在现有营销推广手段上有所创新，才能在激烈的竞争中脱颖而出。

经过多年的发展，珠江啤酒成为华南地区的著名品牌。近年来，珠江啤酒稳步推进营销改革，完善以业绩为导向的经销商考评机制，进一步理清厂商双方的责权利，定期对经销商进行考核，充分调动经销商积极参与市场竞争的主观能动性，市场驾驭能力明显提高；继续优化产品结构，不断提升高中档啤酒的销量占比。但另一方面，公司目前在销售渠道扁平化、提高配送服务水平、建立运输及终端产品展示体系等方面，还有较大的提升空间。

本项目符合公司打造“中国中高端啤酒领军企业”的啤酒业务战略目标。强大的营销网络是公司现在及未来的核心竞争力之一，本项目着力构建强大、稳定、可控、位于行业领先水平的营销网络。

## （2）项目建设的必要性

珠江啤酒现代化营销网络体系优化提升包括渠道优化和展示体系建设两个内容。

### (a) 渠道优化

珠江啤酒属于区域性龙头企业，除在广东省处于领先地位外，省外市场仍处于开拓期，与当地强势品牌相比，公司经销商的实力较弱且分散。同时，公司在广东省内市场的现有经销商体系虽较为完善，但经销商体系是按照两级渠道进行设计，产品通过厂家到分销商/经销商，再由分销商/经销商直销终端，渠道费用较高。

本项目对省外市场弱势经销商进行精简，对省内市场现有的两级渠道体系进行了整合和压缩，有利于优化公司在广东省内外的经销体系，推动销售渠道的扁平化、降低渠道费用，提高公司配送服务的标准化水平，具有较强的必要性。

### (b) 终端展示体系建设

快消品行业的竞争重心是对终端的控制，对于啤酒行业来说实际上是占领终端的冷冻柜资源。终端冷冻柜的投入是各大品牌争夺终端控制权的重要因素。

冷冻柜的投放是销售啤酒的必要手段，同时也是产品形象和产品品牌在终端直接面对消费者展示的窗口。随着啤酒、饮料等行业在销售终端竞争的加剧，通过在销售终端投放品牌专用的冷冻柜资源，将帮助公司占据终端稀缺的陈列位置、加强公司对优质终端的控制力、向消费者展示珠江啤酒的良好品牌形象，将对公司中高端产品的销售产生直接促进作用，并在长期提高公司的终端覆盖率和市场占有率。

## 3、项目投资概算

项目总投资为 100,780 万元，项目的投资实施过程计划在三年内分步完成。

## 4、项目的立项、环保及用地

本项目已取得广州市海珠区经济贸易局出具的《广东省技术改造投资项目备案证》，备案项目编号 15010515230003；该项目不涉及环保部门环评手续及用地手续。

## 5、项目经济效益分析

本项目以购置和配置设备为主，相关设备在投入期分批配置，设备配置当年

即可产生效益。本项目的税后财务内部收益率 13.51%，投资回收期（税前，不含建设期）为 1.9 年。

## （二）O2O 销售渠道建设及推广项目

### 1、项目基本内容

珠江啤酒 O2O 销售渠道建设及推广项目的主要内容包括 O2O 信息系统的搭建和实施维护、合作网点布局、各大电商平台战略合作、消费者推广和战略团队组建等五个方面。公司将打破现有啤酒电商的销售模式，建立全新 O2O 的销售模式，让消费者体验很好服务更高性价比的啤酒消费体验。通过建设统一的 O2O 信息系统平台，同时利用强大的优质线下网络资源进行消费者线上购买引导转换线下快速服务相应，实现线上和线下互通创新啤酒销售模式。

#### （1）O2O 信息系统搭建和实施维护

通过搭建 O2O 的信息系统，实现前台各电商平台引流、终端网点引流、会员引流，后台订单处理、按地址智能分配订单、会员管理及积分返点等功能领先的综合性信息处理平台，并与公司现有 ERP 和销售信息系统对接；同时开发微信、APP 等形式易用性强、界面友好的客户操作端，拓展客户引流渠道，提高客户粘性。

由于电商平台运作需要涉及十万级以上的移动终端使用专门 APP 进行业务操作，必须建立一体化的管理平台体系对这些移动应用的开发、发布以及移动终端的设备进行全方位的管理，并从应用开发源头开始到终端使用进行全方位的安全管理。本项目建设涉及的平台包括移动应用开发平台、移动应用管理系统、移动安全管理系统和移动设备管理系统等。

在实施过程中，本项目将采取先搭建基础设施并具备基本功能，之后根据业务开展情况迭代升级的建设模式。

#### （2）合作网点布局

本项目的合作网点布局采取以省内为主，逐步拓展到省外的策略。

为实现成本低而效率高的即时配送，以地块划分线下终端配送点。优先在广

东省内布局，珠三角以半径 1-5 公里签署专营珠江啤酒线下配送终端，广东省其它区域可以 10-50 公里设置。省外以城市片区为半径设置。订单由总部信息后台处理后按就近原则分配给就近配送点，保证省内订单按照一定时限及时送达，提高客户满意度。同时合作网点也是线下引流的主力，负责所在区域消费者的引流，引导消费者在线上购买，享受更优惠的价格和更便捷的服务，培养和转变消费者啤酒购买习惯。最大程度解决目前啤酒行业电商消费者流量低和不习惯线上购买的习惯。预计实施期完成后，总规模达到 8 万个合作网点，其中省内 7.4 万个，省外 0.6 万个，成为 O2O 销售模式最大流量和销量来源。

### （3）各大电商平台战略合作

各大电商平台的合作对象主要包括淘宝、京东和 1 号店等。

公司将采取的合作策略包括各平台啤酒节合作、各平台 O2O 模式消费者宣传和核心城市线上线下结合宣传等。通过与阿里巴巴、京东、1 号店、苏宁易购、腾讯、歪歪等大型平台深入创新合作，嵌入微信、手机淘宝客户端、京东手机端等，推广 O2O 和创新的快消品线上购买线下体验的模式，获得最大的消费者引流。公司将与各大电商平台合作开发以啤酒消费与周边服务为主的珠江啤酒专用购物模块，将啤酒销售渗透进用户日常生活最主要的接触点中，实现用户的海量自然流量导入和数据情报获取。

### （4）消费者推广

为了吸引消费者对珠江啤酒的消费喜好，培养消费者采用网上购物和手机购物方式购买啤酒的消费习惯，公司在本项目实施期间将采取适当的激励和补贴机制，以扩大消费群体，同时也可以提升消费人次。

同时，公司线下众多的配送终端网点是最直接面对啤酒消费者的地点，利用线下终端网点去引流消费者到线上购买，给予终端返利，不仅会获得巨大目标消费者流量，快速提高电商业务规模；同时也会有助于在终端有效排斥竞品、抢夺消费者。

### （5）战略团队组建

专业人才是“互联网+”时代企业的核心竞争力，好的团队建设是本次 O2O

渠道建设项目顺利推进和开展的前提，公司将通过多种方式吸引人才和建设专门的 O2O 销售团队。

## 2、项目建设的背景和必要性

### (1) O2O 销售渠道项目建设的背景

目前，各大啤酒品牌在电子商务方面的探索，主要依托现有电商平台展开销售，并借用第三方物流快递资源进行配送，导致消费者线上购买啤酒存在时效性低、物流成本高等问题。由于无法有效形成消费者的购买习惯，导致在线上购买啤酒的购买人群较低，啤酒电商销售规模多年无法实现突破。目前，各啤酒品牌电商（线上）销量占整体销量占比不足 0.1%。珠江啤酒自 2014 年正式启动电商项目，销售业绩在几大核心平台的啤酒类产品中表现较为突出，但实际线上销售额占总销售额的比例仍然较低。

在“互联网+”的发展趋势下，互联网正在从一种专门工具向整体经济的基础设施转变，同时不断加速向传统行业渗透，啤酒行业与互联网的结合具有巨大的发展潜力空间。

### (2) 项目建设的必要性

随着传统的电商模式日趋成熟稳定，基本形成了“线上推广—线上下单—线上付款—线下收货”的固定模式，啤酒行业采用的电商模式多为上述传统模式。但是，啤酒本身具有消费周期短、消费频次高、单次消费金额低且更倾向于即时消费等特点，这与传统的直线型电商模式相悖。受困于传统电商平台的局限性，线下渠道对啤酒市场有着重要的基础性作用。

在传统零售渠道增长几乎停滞、线上渠道高速发展的背景下，网上购物和手机购物已经逐步成为城市消费者、年轻消费者最重要的消费习惯。因此，啤酒行业与互联网的结合，是消费者消费习惯转变的必然方向。如何培养消费者在线上购买下单的消费习惯，并给予消费者良好的消费体验，是啤酒线上销售寻求突破的重点。随着啤酒行业领先企业对 O2O 销售模式的逐步探索，通过对现有门店网点进行充分利用和转化，线上消费+线下门店配送相结合的方式将有效降低啤酒电商的运输成本，并通过配送的及时性和新鲜度提升消费体验，啤酒线上销售额有望出现爆发式的增长。同时，推广 O2O 销售模式有利于啤酒生产企业及时、准



确的把握消费者的消费习惯及门店终端的销售、存货等经营信息，将显著提高啤酒企业的营销效率和渠道管理水平。

通过本项目的实施，公司将有望把握行业先机，率先通过创新的 O2O 销售模式实现线上销售的突破式发展，通过培养客户的线上消费习惯，形成与其他啤酒厂商的差异化竞争，以销售模式创新应对行业竞争加剧的挑战。综上所述，本项目有较强的必要性。

### 3、项目投资概算

项目总投资为 30,428 万元。其中 O2O 信息系统的搭建和实施维护 3,770 万元，合作网点布局 12,640 万元，各大电商平台战略合作 7,850 万元，消费者推广 4,560 万元，战略团队组建 1,608 万元。

### 4、项目的立项、环保及用地

本项目已取得广州市海珠区经济贸易局出具的《广东省技术改造投资项目备案证》，备案项目编号 15010515230002；该项目不涉及环保部门环评手续及用地手续。

### 5、项目经济效益分析

本项目建成并全面达产后，预计全部投资税后财务内部收益率 11.00%，投资回收期为 4.5 年（税前，含建设期）。

#### （三）啤酒产能扩大及搬迁项目

##### 1、南沙珠啤二期年产 100 万 kl 啤酒项目

###### （1）项目基本内容

###### （a）项目概况

本项目是南沙珠啤生产基地建设的二期工程，南沙珠啤生产基地建设分为首期年产 30 万 kl 啤酒项目（简称“首期项目”）和二期年产 100 万 kl 啤酒项目（即“本项目”）。首期项目资金来源全部为公司自筹资金，目前已经建成投产。本项目除搬迁公司总部部分现有设备外，其余投资拟使用募集资金投入，本项目已经开工建设，项目实施完成后将实现公司总部产能的整体搬迁。本项目建设完成后，

形成的产能为酿造能力 100 万 kl/年，灌装能力 50 万 kl/年。

#### (b) 项目实施主体及方式

本项目实施主体为南沙珠啤，本次发行的募集资金到位后，本公司将对南沙珠啤进行增资。南沙珠啤系公司之全资子公司，成立于 2010 年 5 月 10 日，目前注册资本和实收资本均为 4.4 亿元。

#### (c) 项目用地

南沙珠啤已经通过出让方式取得位于广州市南沙区万顷沙镇同兴工业园、面积为 255,267 平方米的国有土地使用权（土地使用证号为穗府国用(2011)第 04100041 号、穗府国用(2011)第 04100042 号和穗府国用(2013)第 041000020 号）。南沙开发区位于珠江三角洲的地理几何中心，方圆 100 公里范围内把整个珠江三角洲的城市群都网络其中，其背靠珠江三角洲 4,000 万人口的广阔市场腹地，又通过穗、深、港、澳等大城市连着海内外市场，战略位置突出，具有很大的市场潜力和辐射力。项目南北两面均靠主要道路，交通四通八达，方便快捷，现代化且富有特色的啤酒厂形象能够得到更充分的展示；厂址邻近中山珠江啤酒有限公司和东莞市珠江啤酒有限公司，便于啤酒液运送。周边水、电、排污配套设施齐全，无污染源，是建设啤酒厂的理想厂址。

#### (d) 项目建设的具体情况

本项目包括年酿造 100 万 kl、灌装 50 万 kl 产能的搬迁改造工程（以下简称“搬迁改造工程”）和物流自动化立体仓库工程。本项目的土建工程（包括给排水管道等）将与首期项目进行统筹安排建设；搬迁改造工程（包括酿造、包装、公用工程、污水站等配套设施）均按年产 100 万 kl 啤酒工程进行配置，主要设备从公司总部搬迁，同时淘汰部分灌装线，新增 12 万罐/小时易拉罐啤酒灌装线；物流自动化立体仓库工程按照年灌装 80 万 kl 成品酒（首期项目灌装产能 30 万 kl/年，本项目灌装产能 50 万 kl/年）进行配置，主要设备均为新增设备。

### (2) 项目建设的背景和必要性

#### (a) 顺应政府政策要求，实现公司总部产能整体搬迁的需要

公司总部地处广州新中轴线，紧靠珠江南岸，毗邻广交会展馆，地理位置十

分优越。根据广东省政府“三旧改造”政策的要求，广东省要用3至5年的时间完成位于城市重点功能区的旧城成片重建改造工作；广州市政府也提出了市区产业“退二进三”的工作要求，将公司海珠总部纳入第三批“退二”企业名单，要求公司限期完成全部产能停产搬迁工作。在此背景下，南沙珠啤生产基地建设势在必行。

#### (b) 顺应市场发展方向，实现公司技术升级、产品升级的需要

未来啤酒的技术发展方向是：酿造过程的无菌管理；避氧控制；提高啤酒风味稳定性；高效、节能、环保的新型酿造技术。产品发展方向是：高档啤酒、纯生啤酒、个性化啤酒。生产装备水平对啤酒质量的影响越来越明显。节能、降耗、减排、大力发展循环经济及加强食品安全工作仍是啤酒行业的重点工作。公司将以此整体搬迁为契机，对现有生产设备进行必要的更新换代和升级改造，在发酵技术方面将实施新的均匀发酵工艺，并新增一条120,000罐/小时的超高速纯生易拉罐啤酒灌装线，以提高生产效率，优化产品结构，提升盈利能力。同时，公司将进一步落实“节能、降耗、减排、大力发展循环经济”的目标。

#### (c) 实现信息自动化管理和物流体系升级

全面实现信息自动化管理，作业无缝链接是现代企业内部物流的发展趋势。本项目拟通过建设自动化立体仓库，建立托板信息化管理及运输工具改造，建立产品物流管理信息系统以及建立啤酒瓶预处理系统等措施实现这一目标。

综上所述，本项目既顺应了政府的政策要求，又可以实现公司技术改造升级、产品结构优化、产品品质提升、节地节能环保等多重目标。

### (3) 项目投资概算

本项目计划总投资171,613万元，其中建设投资167,813万元，铺底流动资金3,800万元。

上述投资总额中，有约3.73亿元的投资是拟从总部搬迁的设备的账面价值，公司需要以现金方式投入的金额为13.43亿元。截至本预案首次公告日，本项目累计实际投入金额为4.05亿元，待投资金额为9.38亿元。

#### (4) 项目的立项、环保及用地

本项目已取得了广州南沙开发区发展和改革局出具的《广东省企业基本建设投资项目备案证》，备案项目编号为 130192152210601；并取得了广州南沙开发区环境保护局《关于广州南沙珠江啤酒有限公司二期年产 100 万 KL 啤酒工程建设项目环境影响报告书审批意见的函》（穗南开环管影[2013]68 号）。

南沙珠啤已经通过出让方式取得位于广州市南沙区万顷沙镇同兴工业园、面积为 255,267 平方米的国有土地使用权（土地使用证号为穗府国用(2011)第 04100041 号、穗府国用(2011)第 04100042 号和穗府国用(2013)第 041000020 号），用于本项目建设。

### （5）项目经济效益分析

本项目建成并全面达产后，预计全部投资所得税后财务内部收益率为 10.08%，投资回收期（不含建设期）为 7.52 年。

## 2、东莞珠啤新增年产 30 万 KL 酿造及 10 万 KL 灌装啤酒项目以及湛江珠啤新增年产 20 万 KL 啤酒项目

### （1）项目基本内容

东莞珠啤项目工程规模年产啤酒酿造能力 30 万千升、灌装能力 10 万千升。湛江珠啤项目工程规模年产啤酒 20 万千升（包括酿造能力及灌装能力各 20 万千升）。

### （2）项目建设的背景和必要性

改革开放以来，我国啤酒行业经过三十多年的发展，已经从近千家啤酒厂，经过淘汰整合，发展成今天的寡头垄断格局。在产业整合阶段，啤酒企业之间的竞争将集中表现为资本、品牌、生产能力和市场份额等各方面的综合较量。

从行业发展的规律来看，产能的扩张、市场占有率的提高以及规模经济的实现会对企业利润率产生直接的贡献。所以，我国啤酒企业纷纷通过并购和新建生产线的方式扩大产能与市场份额、提高市场占有率和利润水平。在现阶段，产能扩张仍然是啤酒企业竞争的重要影响因素。

2014 年，根据国家统计局数据，广东市场啤酒产量约占全国总量的 8.8%，

是我国最大的啤酒市场之一。

东莞珠啤项目的产品目标市场主要是东莞地区及周边市属区、县城等地。东莞在广东省为仅次于广州、深圳的第三大啤酒市场，珠江啤酒是东莞市场的领导品牌，拥有很高的市场占有率；同时，公司在东莞市场已建立了较为成熟的深度分销模式，对终端的控制能力较强。公司目前在东莞地区设有子公司东莞珠啤，但东莞珠啤没有啤酒酿造产能，需要从总部调配，运输费用较高，同时不利于东莞珠啤灵活的对当地市场情况做出反应。因此，本项目的建设有利于提高东莞珠啤酿造产能和灌装产能，具有较强的必要性。

湛江珠啤项目的产品目标市场包括广东的湛江、茂名等地区，同时能够辐射有较大增长潜力的省外市场如海南等。上述市场人口基数众多，沿海饮食业态较为发达，同时是啤酒企业竞争相对较缓和的市场，除了公司外，没有其他企业在该区域设厂，具有较大的发展潜力。湛江项目的建设有利于公司挖掘薄弱市场的增长潜力，具有较强的必要性。

### **(3) 项目投资概算**

东莞珠啤项目总投资 45,280 万元，其中：建设投资 43,280 万元，铺底流动资金投资 2,000 万元，建设期为 18 个月。

湛江珠啤项目总投资 45,300 万元，其中：建设投资 43,300 万元，铺底流动资金投资 2,000 万元，建设期为 18 个月。

### **(4) 项目的立项、环保及用地**

东莞珠啤项目已取得东莞市发展和改革局出具的《广东省企业投资项目备案证》，备案项目编号为 2015-441900-15-03-009065，并取得东莞市环境保护局《关于东莞市珠江啤酒有限公司扩建项目环境影响报告书的批复》（东环建[2016]0001 号）。

湛江珠啤项目已取得湛江市赤坎区经济和信息化局出具的《广东省技术改造投资项目备案证》，备案项目编号为 150802152230104，并取得《湛江市环境保护局关于湛江珠江啤酒有限公司新增啤酒年产 20 万千升项目环保意见的复函》。

东莞项目和湛江项目均在现有厂区内建设，不涉及新增用地事宜。

## (5) 项目经济效益分析

东莞珠啤项目建成并全面达产后，预计全部投资所得税后财务内部收益率为12.30%，投资回收期（不含建设期）为7.16年。

湛江珠啤项目建成并全面达产后，预计全部投资所得税后财务内部收益率为11.80%，投资回收期（不含建设期）为7.39年。

## (四) 精酿啤酒生产线及体验门店建设项目

本项目分为广西珠啤精酿啤酒项目、东莞珠啤精酿啤酒项目、湛江珠啤精酿啤酒项目、湖南珠啤精酿啤酒项目等四个子项目，分别在四个子公司的主要厂区内建设实施。

### 1、项目基本内容

各精酿啤酒生产线及体验门店建设项目的具体内容如下：

项目名称	主要建设地点	计划总投资 (万元)	规划新增年产能 (千升)
广西珠啤精酿啤酒项目	广西珠啤厂区内	6,300.00	2,000.00
东莞珠啤精酿啤酒项目	东莞珠啤厂区内	6,300.00	2,000.00
湛江珠啤精酿啤酒项目	湛江珠啤厂区内	6,300.00	2,000.00
湖南珠啤精酿啤酒项目	湖南珠啤厂区内	6,300.00	2,000.00

本次公司拟实施的上述四个精酿啤酒生产线及体验门店建设项目，新增生产线将用于生产附加值含量高的精酿啤酒，品种包括原浆桶装啤酒、5L装或1L装罐装啤酒，根据消费者个性化需求，以供应特种啤酒为主，主打潮流产品，以满足高端啤酒市场需求。

项目将采用“前店后厂”的经营模式，在原有厂区用地中划分出精酿啤酒生产线建设用和餐厅、酒吧、参观、休闲等两个区域，以达到宣传啤酒文化、促进精酿啤酒销售的效果。

### 2、项目建设的背景和必要性

#### (1) 项目建设的背景

##### (a) 精酿啤酒在国外已逐渐成为消费时尚

精酿啤酒使用传统工艺，将由麦芽谷物（如大麦或小麦）制成的糖与啤酒花、水混合酿造而成，比大型生产酿造的一般淡啤酒，会使用多 4 至 10 倍啤酒花，因此有“啤酒花炸弹”之称。近年来，在美国、欧洲、日本以至各新兴市场，精酿啤酒的流行趋势都已经逐渐形成。例如在美国，2014 年精酿啤酒商数量已经超过 3,200 家，过去数年精酿啤酒产量年均增长率均达 10% 以上，目前约占全美啤酒市场 8%，精酿啤酒越来越受消费者欢迎，市场不断扩大。

#### （b）精酿啤酒在国内具有巨大市场潜力

虽然熟啤酒仍是国内啤酒市场的主要消费产品，但纯生啤酒由于其新鲜的口感和浓郁的芳香，在大城市正越来越普及，近年来纯生啤酒的销售增长明显高于传统的熟啤酒。同时，随着人民生活水平的提高，年轻人乐于参加生日聚会等活动，年轻消费群体日益成为消费主体，为了吸引不同消费者，国内各啤酒企业正不断地推出新型的特种啤酒。富有个性化的精酿啤酒在国内亟待推广，市场潜力空间巨大。

#### （c）未来啤酒产品品种发展将呈现以下几个特征：

第一、特色产品更加丰富。其中，新鲜化和差异化口味的需求、健康及环保需求呼唤高端精酿啤酒快速上量。

第二、相当部分消费者希望饮用浓醇口味啤酒，原麦汁浓度回升，正符合精酿啤酒工艺特征。

第三、包装小型化、专用化、个性化的需求，召唤精酿啤酒的大力发展。

#### （2）项目建设的必要性

精酿啤酒是啤酒行业未来发展趋势之一，主要对象为重口感、讲品质等具有个性需求的消费群体，尤其是新兴富裕阶层群体，具有较广阔的市场空间。

本次实施精酿啤酒生产线及啤酒体验中心建设项目，能够进一步发挥公司技术创新的优势、树立珠江啤酒国产中高端啤酒的品牌形象，能够满足啤酒消费者日益增长的个性化、专用化需求，具有较强的必要性。

### 3、项目投资概算

四个精酿啤酒子项目的投资概算如下：

项目名称	建设投资金额	流动资金金额	合计投资额
广西珠啤精酿啤酒项目	5,800.00	500.00	6,300.00
东莞珠啤精酿啤酒项目	5,800.00	500.00	6,300.00
湛江珠啤精酿啤酒项目	5,800.00	500.00	6,300.00
湖南珠啤精酿啤酒项目	5,800.00	500.00	6,300.00

#### 4、项目的立项、环保及用地

广西珠啤精酿啤酒项目已取得广西-东盟经济技术开发区经济发展局《关于同意广西珠江啤酒有限公司新增精酿啤酒生产线项目备案的函》（东盟经开区经发登[2015]53号），项目备案编号为DMCY2015090289，并取得南宁市环境保护局《南宁市环境保护局关于广西珠江啤酒有限公司新增精酿啤酒生产线及啤酒体验中心建设项目环境影响报告书的批复》（南环侨审[2015]32号）；

东莞珠啤精酿啤酒项目已取得东莞市发展和改革局出具的《广东省企业投资项目备案证》，备案项目编号为2015-441900-15-03-009064，并取得东莞市环境保护局《关于东莞市珠江啤酒有限公司精酿生产线及啤酒体验中心建设项目环境影响报告书的批复》（东环建[2016]0392号）；

湛江珠啤精酿啤酒项目已取得湛江市赤坎区经济和信息化局出具的《广东省技术改造投资项目备案证》，备案项目编号为150802152230103，并取得湛江市环境保护局出具的《湛江市环境保护局关于湛江珠江啤酒有限公司精酿啤酒生产线及啤酒体验中心建设项目环保意见的复函》；

湖南珠啤精酿啤酒项目已取得湘潭县发展和改革局出具的《湘潭县发展和改革局关于湖南珠江啤酒有限公司年产2000千升精酿啤酒生产线及啤酒体验中心建设项目备案的通知》（潭天易发改投[2015]28号），并取得湘潭市环境保护局《关于〈湖南珠江啤酒有限公司精酿啤酒生产线及啤酒体验中心建设项目环境影响报告书〉的审批意见》（潭环审[2015]231号）。

上述项目均在现有厂区内建设，不涉及新增建设用地事宜。

#### 5、项目经济效益分析



本项目建成并全面达产后，预计税后财务内部收益率 15.13%，投资回收期（不含建设期）为 6.02 年。

## （五）珠江-琶醍啤酒文化创意艺术园区改造升级项目

### 1、项目基本内容

琶洲是广州大 CBD 地区的重要组成部分，在珠江新城东南部，与金融城隔江相望。广州大 CBD 地区包括一江三城，华南金核，由珠江新城及天河北地区（12km<sup>2</sup>）、国际金融城（8km<sup>2</sup>）和琶洲国际会展中心（10km<sup>2</sup>）共同构成，集世界级商务办公、金融服务和会展商贸为一体，是中国南部经济最活跃、总量最大的地区之一，是广州最具活力、动力和魅力的经济引擎。该地区规划将打造成为国际财富中心地、生态文明理想城、岭南文化展示区。本项目选址位于广州市海珠区琶洲岛的西北部，地块北邻珠江和阅江西路，西面为现状在建广州报业文化中心，东面为规划电商总部经济区，地理位置优越。

根据项目的规划定位及需求分析，结合《广州（琶洲）国际会展中心区控制性详细规划》关于本项目地块的开发强度指标，本项目建设内容主要包括现状厂区工业建筑升级改造工程、国际啤酒总部大楼以及酒类综合体新建工程、室外工程以及配套公用工程。

#### （1）现状厂区工业建筑升级改造工程

根据公司广州总部厂区现状建筑质量情况，对于建筑质量较好、具有珠啤特色的建筑，以灵活的方式将旧的厂房等构筑物赋予现代新的功能，传承工业文化、打造创意产业，提升地区活力。本项目拟通过增加文化场所、延续创意产业的手段，打造片区滨江休闲景观与创意产业的特色发展路线；通过改造珠江-英博国际啤酒博物馆，围绕啤酒主业建设啤酒文化嘉年华综合体、精品啤酒体验中心、啤酒工业旅游景点及配套设施等，使之成为琶洲片区工业历史文化的重要组成部分。

改造工程主要包括的内容有：啤酒文化嘉年华综合体，集文化休闲饮食娱乐等啤酒辅业于一体的休闲体验购物中心，可举行各种啤酒节、展会开幕式及大型展览活动的展示中心，用于举办各种不同规模档次的国际啤酒行业会议、表演、

小型展览展示、产品发布、国家级啤酒专业技术推介等活动的会议中心，让市民和游客身临其境的感受珠江精品啤酒的体验中心，通过巧妙利用公司原厂区大麦和麦芽仓储间改造的麦芽罐酒店。

### （2）国际啤酒总部大楼以及酒类综合体新建工程

新建工程包括在地块东西两侧，分别建设国际啤酒总部大楼以及酒类综合体大楼，打造全新的国际酒业及上下游产业链基地，除部分自用外，公司将利用其引进国际知名的酒企及酒业上下游企业进驻，建立酒类商务交易和酒类技术孵化基地等。

### （3）室外工程以及配套公用工程

室外工程主要包括室外园林绿化工程、广场工程、道路工程和地面停车场等。配套公用工程指给排水、供电、空调与通风、建筑智能管理系统等辅助工程。

## 2、项目建设的背景和必要性

### （1）项目建设背景

公司总部地处广州新中轴线，紧靠珠江南岸，毗邻广交会展馆，地理位置十分优越。根据广东省政府“三旧改造”政策的要求，广东省要用3至5年的时间完成位于城市重点功能区的旧城成片重建改造工作；广州市政府也提出了市区产业“退二进三”的工作要求，将公司列入广州市第三批“退二”企业名单，要求公司限期完成搬迁。

目前，随着公司搬迁工作的推进，首期30万吨已搬迁到南沙。而公司的保留用地则面临改造升级的机遇，广州市委市政府若干会议及批示明确提出：“同意珠啤以更新改造方式就地建设企业总部，保留琶醍啤酒文化创意艺术区和啤酒博物馆，积极发展文化休闲饮食娱乐等啤酒辅业，打造广州旅游休闲观光新名片”（穗市长会纪[2012]72号）。

2015年，为更好地开发利用保留地块，在“退二进三”中传承和推动工业文化发展，合理布局地块功能业态，高质量地建设珠江啤酒开发项目，公司开展了本项目概念方案设计等前期工作。同时，作为广州(琶洲)国际会展中心区的重要配套设施项目之一，珠江啤酒将整合先进制造业、现代服务业、产业资本化，

传承工业文化、通过创意产业改造、城市开放空间改造相结合，将保留地块打造成全新的企业总部基地。

## （2）项目建设必要性

目前全国啤酒行业竞争较为激烈，为争夺市场份额，啤酒企业往往选择控制成本、降低售价等方式，造成了目前啤酒企业普遍利润率较低的情况。本项目拟通过增加文化场所、延续创意产业的手段，将公司位于琶洲的自主保留开发地块打造成公司企业文化的展示中心，提升公司品牌价值，扩大公司市场影响力；同时，公司计划将项目打造成琶洲片区工业历史文化的重要组成部分，在保护原有历史工业建筑的同时，积极发展工业旅游产业，以啤酒文化、啤酒工业为主题，丰富公司业务结构，为公司创造新的利润增长点。

本项目选址位于广州市海珠区琶洲岛的西北部，地块北邻珠江，西面为在建的广州报业文化中心，东面为规划的电商总部经济区，地理位置优越。利用项目所在地块区位优势，公司计划建设新总部基地以及国际酒业总部基地，加强与周边电商总部基地、国际会展城、国际金融城以及传媒中心的联动集群效应。本项目的建设有利于公司开拓电子商务、探索 O2O 商业模式、拓宽销售与融资渠道，促进公司与各电子商务企业、全球贸易伙伴、金融机构以及其他酒类企业的交流与合作，为公司进一步扩大品牌影响力、实现公司跨越式发展打下坚实基础。

## 3、项目投资概算

本项目建设期为 3.5 年。项目建设投资经估算为 180,528 万元，流动资金约为 877 万元，总投资为 181,405 万元。

## 4、项目的立项、环保及用地

本项目已取得广州市发展和改革委员会出具的《广东省企业投资项目备案证》，备案项目编号为 2015-44010070-03-006695，并取得广州市海珠区环境保护局《关于珠江·琶醍啤酒文化创意园区改造升级项目环保意见的函》（海环管[2015]57 号）。

该项目建设所在地为现公司总部经政府征收后留存的部分土地，公司拥有该部分土地的土地使用权，该部分土地将根据搬迁及建设进度进一步履行土地性质

变更等程序。

## 5、项目经济效益分析

本项目建成后，全部投资税后内部收益率为 12.2%，投资回收期为 5.8 年（不含建设期）。

### （六）信息化平台建设及品牌推广项目

#### 1、项目基本内容

本项目建设内容主要分为信息化平台建设及品牌推广两个内容。

信息化平台建设的主要内容包括：

序号	系统名称	系统功能
1	客户关系管理系统（CRM）升级	建立每瓶啤酒的二维码身份标识，可以通过微信或者各种手机应用程序读取，提升消费者参与度，实现促销活动推广、瓶盖兑奖、产品信息追溯、防伪等多种场景的应用
2	智能冰箱系统	实现冰箱资产追踪、运行状况检查、冰箱库存、陈列情况监控等功能，可结合电子优惠券与消费者互动。
3	车辆定位跟踪系统	实时跟踪物流的状态，提高预测发货准确率
4	营销管理系统	针对线下销售渠道，对现有较为简单的销售管理系统进行替换和升级，构建全国经销商、商超、门店、销售人员管理和服务平台，包括订单管理、促销管理、信用管理、分销管理、经销商进销存管理、门店运维管理、销售拜访管理、销售目标与绩效管理模块。
5	供应链管理系统	建立更加精细、及时、准确的供应链管理系统，整合并优化了供应商、厂商、仓库、配送中心和渠道商的业务效率，更好的规划、预测和管理采购、生产和销售，匹配公司业务快速发展和扩大，降低供应链系统成本，提升业务响应能力和企业的核心竞争优势。
6	ERP 系统升级	①及时了解市场信息、缩短市场与生产间的信息传递，加快企业对市场的反应能力，包括销售计划、订单管理、生产计划以及发货跟踪全过程监控；根据业务发展需求对 ERP 进行模块与功能的升级和优化。 ②提供与第三方信息平台数据接口。
7	IT 基础设备	①骨干网络优化、网络设备与服务器硬件升级，提高数据相应速度； ②移动终端和 PC 购置，提高业务人员的硬件设备从而提高工作效率； ③购置网络安全设备软件和硬件提升数据安全性

品牌推广建设的主要内容包括品牌代言人升级、媒体合作投放、体育冠名合

作、体育赛事栏目合作、新媒体合作投放、公关和消费者活动等。

序号	建设内容	说明
1	品牌代言人升级	选用更具全国知名度的品牌代言人，代言人应具备持续强化高品质、健康的及值得信赖等的形象。进一步提升珠江纯生、珠江零度的品牌形象和内涵，带动珠江啤酒跨出华南走向全国市场。
2	媒体合作投放	①CCTV、全国性卫视、省级电视台的硬广投放及栏目冠名或特约合作 ②区域性投放：地方电视台、公交、候车厅、地铁、机场、高铁站、楼宇分众、报纸、户外大牌广告 ③网络媒体：网络广告投放 ④全国性杂志广告 ⑤广告内容：品牌广告+单品广告+活动广告
3	体育冠名合作	与全国性、省、市体育赛事冠名合作。
4	体育赛事栏目合作	与全国性、省、市体育赛事栏目合作。
5	新媒体合作投放	在互联网媒体、掌上媒体、数字互动媒体、车载移动媒体户外媒体及新媒体艺术等合作投放。
6	公关和消费者活动	根据品牌定位指定全国性品牌公关活动和消费者活动，将品牌诉求通过线下活动与消费者接触并建立消费者对品牌的美誉度

## 2、项目建设的背景和必要性

### (1) 项目建设的背景

通过本次非公开发行募集资金的逐步投入和使用，公司生产和销售的经营规模将快速扩大，面对公司生产、物流、营销、资金、人事、区域管理中心的内部管理需求，以及外部经销商服务与管理、顾客服务等一系列庞大的外部管理需求，公司亟需引入更为高效的信息平台管理系统。同时，伴随目前互联网基础设施的逐步完善，通过提高企业产品的信息化水平，也有助于更好的实现产品与消费者的互动营销，提高产品的附加值。

另一方面，我国啤酒行业进入微增长、调结构、提质量的新常态，啤酒企业的竞争层次正在不断加深，品牌竞争正在逐步取代价格竞争、产品竞争，成为啤酒行业营销的新发力点。同时，公司“十三五”规划中已明确了“南固、北上、西进、东拓”的全国市场开拓战略，以“总部”+“事业部”的模式，在广东梅州建立辐射闽赣沪浙的东南事业部，在河北石家庄建立辐射京津东北、西北区域的北方事业部，在广西南宁建立辐射云贵一带的西南事业部，2015年，湖南珠江啤酒股份有限公司在湘潭落成，建立了在南部市场的根据地。为了公司全国市

场开拓战略的顺利实施，公司亟需加大在品牌建设方面的投入，实现珠江啤酒从区域优势品牌向全国知名品牌的转变。

## （2）项目建设的必要性

### （a）信息化平台建设项目的必要性

随着互联网与传统产业的逐步融合，啤酒企业的产品、业务流程和生产数据都将与信息系统深度结合，通过建设统一的信息化平台，能够显著提高公司的运营效率，节省运营成本。

通过客户关系管理系统的建设，公司将建立基于二维码应用平台基础的客户管理系统，提高啤酒产品附加值，巩固客户消费群体，实现基于地理位置和群体定位等的精准营销，建立更为完善的客户关系维护系统，同时有助于降低营销成本。

通过营销管理系统和 ERP 系统的建设，公司将加强对渠道终端的管理，提高渠道信息的准确程度和及时性，以充分利用经销商的人脉和区域管理能力，用更低的成本在市场上完成进店、促销、推广等种种销售活动。

通过完善产品的二维码标示体系，借助标识设备、赋码设备，通过瓶身、瓶盖数字物流码一一关联对应，将能够实现对产品的唯一验证信息，在生产环节能够实现产品瓶、箱、垛追溯码的关联，在销售环节能够实现产品的防伪预警与防窜货预警等功能。

通过智能冰箱和车辆定位跟踪系统的建设，有助于完善啤酒产品的流向管理，透明化管理产品流通过程、窜货报警、流向跟踪，以及实现产品的及时召回、跟踪管理等功能。

### （b）品牌推广项目建设的必要性

2015 年，珠江啤酒制定了“十三五”规划，作为公司发展战略的纲领性文件，为公司未来五年保持“健康、持续、快速”发展提出明确的发展目标与实施路径。

珠江啤酒致力于实现“中国中高端啤酒领军企业”的愿景，在品牌建设上需要进行更大力度的投入，根据产品特性梳理品牌定位，打造“三线产品”品牌架构，优化产品结构，综合运用代言人、媒体合作、消费者活动等方式来与目标消费群体取得品牌消费的联结点。

品牌代表着稳定可信赖的质量水平及对产品的承诺,促进消费者的重复性购买。品牌忠诚度可为企业提供对需求的预测并且创造其它公司进入市场的障碍。品牌忠诚度也同样代表着消费者付出较高价格的意愿。目前,中国市场啤酒生产企业众多;产品同质化、技术同质化、渠道同质化、价格竞争、广告投入竞争等,形成了目前中国本土品牌的激烈竞争格局。

在啤酒行业新常态的竞争环境下,公司亟需加大品牌投入,以推动公司全国市场开拓战略的顺利实施。

### **3、项目投资概算**

本项目总投资为 60,045 万元。其中渠道信息化管理项目投资 17,045 万元,分成 5 年投入;品牌推广项目投资 43,000 万元,分成 3 年投入。

### **4、项目的立项、环保及用地**

本项目取得广州市海珠区经济贸易局出具的《广东省技术改造投资项目备案证》,备案项目编号 15010515230001;该项目不涉及环保部门环评手续及用地手续。

### **5、项目经济效益分析**

本项目实施后,将有利于公司提升品牌价值,有助于搭建公司内部、公司与客户的信息咨询交流平台,提升公司运营管理能力,从而提高经营收益,间接对公司的财务状况和经营成果产生积极影响。

## **三、本次募集资金运用对公司经营管理和财务状况的影响**

### **(一) 本次发行将提高公司资本实力,有利于公司长远发展**

本次非公开发行完成后,公司总资产和净资产均大幅增长,公司的资本实力和抗风险能力将得到进一步增强。通过本次发行募集充足,有利于公司抓住新兴市场机遇快速扩大公司的经营规模,提升市场份额,为公司长远发展打下良好基础。

**(二) 本次发行将提升公司核心竞争力,进一步加快推进公司战略目标的实现**

近年来，我国啤酒行业持续处于并购整合过程中，啤酒企业面临较大的发展机遇和挑战。本次募集资金的运用，有利于公司在啤酒行业竞争激烈的环境下，实现啤酒主业的差异化竞争和创新发展，并通过建设珠江-琶醍啤酒文化创意园改造升级项目，打造公司新的业绩增长极，切实提高上市公司的盈利水平和持续发展能力。本次发行将提升公司核心竞争力，推进公司实现“中国中高端啤酒领军企业及国内领先的啤酒文化休闲产业运营商”的战略目标。

#### **四、募集资金投资项目可行性分析结论**

综上所述，本次募集资金投资项目符合国家有关产业政策以及公司整体战略发展方向，具有良好的市场发展前景和经济效益。本次募投项目的实施，能够进一步提升公司的核心竞争能力，优化产品结构，提高盈利水平，有利于公司的长远可持续发展。因此本次募集资金的用途合理、可行，符合本公司及本公司全体股东的利益。

广州珠江啤酒股份有限公司董事会

2016年3月22日