

## 成都市新都化工股份有限公司 关于对深交所问询函的回复公告

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

成都市新都化工股份有限公司（以下简称“新都化工”或“公司”）于 2016 年 8 月 12 日收到深圳证券交易所发出的《关于对成都市新都化工股份有限公司的问询函》（中小板问询函【2016】第 380 号）（以下简称“问询函”）后，公司就问询函中提到的相关问题进行了认真讨论研究，并向深圳证券交易所作出了书面回复，现将回复内容公告如下：

**问题：**请结合公司主营业务构成及经营情况、未来发展战略等详细说明变更后的公司名称与公司主营业务是否相匹配，并请说明你公司变更公司全称、简称的必要性与合理性。

**公司回复：**

公司于 2016 年 8 月 12 日收到贵所发出的问询函后，立即组织公司董事及高级管理人员，对问询函中提到的相关问题进行了认真讨论研究。公司认为：拟变更的公司名称与公司主营业务是匹配的，符合公司未来发展战略，拟变更公司全称、简称是必要及合理的。具体阐述如下：

### 一、公司主营业务构成及经营情况

公司自成立以来一直专注于复合肥的生产和销售，并沿着“复合肥”产业链进行深度开发和市场拓展，积极探索稳定发展的新思路。通过多年来的资源整合、品牌、市场网络、研发能力、生产能力建设等举措，现已形成“复合肥业务、调味品业务、中小城市电商业务”三大业务板块协同发展的产业格局，各业务具体经营情况如下：

#### （一）复合肥业务

##### 1、打造复合肥完整产业链

复合肥业务为公司的传统核心业务，公司通过多年来对盐、碱、肥战略资源的优势整合，倾力打造完整复合肥行业资源链条，现有业内最长、协同效率最高的氯基复合肥、硫基复合肥、硝基复合肥和盐 4 条产业链，形成了“低成本、快速交货、差异化、全线产品”的四大核心优势，实现了纵向一体化经营。

## 2、逐步完善复合肥全国性产能布局，产品结构优化升级

公司上市后先后在四川眉山、湖北应城、湖北宜城、湖北荆州、河南宁陵、山东平原、新疆昌吉等多地建立复合肥生产基地，近期还在辽宁省阜新市彰武县投资建设 15 万吨/年 BB 复合肥项目，逐步扩大公司对全国主要用肥消费区的市场占有率，实现全国产能合理布局。目前公司复合肥产能辐射全国达 465 万吨，其中新型复合肥 415 万吨，占比近 90%，产品线完成喷浆硫基肥、喷浆硝硫基、缓释肥、高塔尿基肥、水溶肥等全品类规划，复合肥全国布局基本成形。

## 3、深度营销，渠道下沉

自 2013 年以来，公司全面推动复合肥深度营销，营销工作重心不断向市场终端下沉。通过深度营销、网络下沉、打造终端等一系列运作，目前公司在全国中小城市及农村地区已拥有 2,000 多家县级复合肥经销商及近 6 万个乡镇零售网点，巨大的复合肥经销商、零售商网络为公司发展中小城市电商业务奠定了基础。

### （二）调味品业务（包括品种盐业务和川菜调味品业务）

#### 1、品种盐业务

品种盐业务是公司复合肥业务上游“盐-碱-肥”产业链的延伸和拓展。公司于 2011 年设立了益盐堂（应城）健康盐制盐有限公司（以下简称“应城益盐堂公司”），重点发展品种盐业务，致力为全中国消费者提供最优质的盐生活产品。目前应城益盐堂公司已发展为国内最大的高端食用多品种盐生产基地之一，与多家盐业公司建立了战略合作伙伴关系，并形成了全国产能布局、高端食用盐完整产业链、领先研发技术、全品类产品线、快消品营销等竞争优势。

（1）率先全国布局优势。应城益盐堂公司自成立以来，积极为盐业改革做准备。截至目前，应城益盐堂公司已先后在湖北、河南、广西、广东、东北等地建立了五大品种盐生产分装基地。

（2）高端食用盐产业链优势。应城益盐堂公司根据 2012 年卫生部出台的《食品营养强化剂使用标准》（GB 14880-2012）确定了食用品种盐发展战略，选择海藻碘盐和低钠盐两个发展方向，并先后建立了 2 条 200 吨海藻碘生产线，开发纯

天然的海藻碘浓缩液替代无机碘剂生产含碘食用盐；同时建立了 6 万吨食用氯化钾生产线，加强公司对海藻碘盐及低钠盐的上游核心原料的掌握，夯实公司市场竞争力。

(3) 研发技术及全品类产品线优势。应城益盐堂公司创立了以“少吃盐、吃好盐”的健康用盐理念。在健康用盐理念的指导下，其在食用盐的生产技术和高端品种开发上均取得突破，差异化品种盐研发技术领先。应城益盐堂公司目前已完成全品类产品线规划：在工业品盐方面有精制工业盐、畜牧盐、软水盐等产品；在食品添加剂方面有海带浓缩液、海藻鲜味液、天然海藻液、食用氯化钾等产品；在消费品盐方面有食品加工盐、餐饮用海盐、低钠盐、海藻碘盐、澳洲海盐、自然盐、调味盐等产品；日化盐方面有手足磨砂膏、洗发、洁面、沐浴、浴足等洗浴盐、清果蔬蔬清洗盐等产品。品种盐产品线丰富，并确立了低钠盐、海藻碘盐、澳洲海盐、雪花盐等优势品种。

(4) 市场及品牌优势。公司是国内少数率先打造品种盐品牌的公司之一。公司一方面与盐业公司合作，利用盐业公司的品牌效应，走联合品牌道路，目前品种盐产品已成功进入湖北、广西、广东等 15 个省、300 多个地级市市场，市场开发成效显著。另一方面，注重大力培育自主品牌，成功将“益盐堂”品牌产品推向黑龙江、内蒙古、河北、山西、广西等省份市场，为未来自主品牌的打造奠定基础。

(5) 营销优势。市场营销方面，公司在全国范围招募了既懂盐业市场又具营销能力的专业快消品营销队伍，为公司的营销进行全面规划和市场拓展，为未来拓展全国和国际市场奠定了基础。公司一方面通过与盐业公司合作，依托盐业公司覆盖最全面的渠道资源，抢占渠道；另一方面通过收购与食盐渠道高度一致的优质调味品公司，打出川味复合调味料组合拳，通过调味品业务积累营销经验，优化营销团队，掌握渠道资源，提升营销能力。

## 2、川菜调味品业务

为了进一步延伸产业链，公司结合自身地理位置优势，选择主攻与品种盐渠道高度一致的川菜调味品业务。2015 年公司通过陆续收购主营“四川泡菜”的成都新繁食品有限公司和主营“郫县豆瓣”的四川望红食品有限公司，充分发挥产业协同效应，打出川味复合调味料组合拳，提前卡位调味品渠道资源，并着力打造培育自身品牌，稳步布局川菜调味品业务。

### （三）中小城市电商业务

中小城市电商业务是复合肥营销渠道价值的增值。公司以自身积累的复合肥营销渠道和网络为基础，选择在市场、客户、渠道方面高度关联，且具有广阔市场空间和发展前景的中小城市电商业务作为公司新的发展方向，积极探索新形势下“传统主营业务+互联网”的中小城市及农村电商模式，通过哈哈农庄电商平台（以下简称“哈哈农庄”）的建设运营，打造中小城市互联网生活平台，充分发挥中小城市电商业务与公司传统复合肥业务及调味品业务的协同效应，实现复合肥营销渠道增值，以既有产业链为核心继续打造公司可持续盈利能力。

1、公司中小城市电商业务利用复合肥业务积累的营销渠道、网络及客户，对现有资源进行整合，则可以满足电商业务正常运营的要求；

2、通过哈哈农庄电商平台的打造，利用其 O2O 的线上线下相结合的运营模式，可拓宽复合肥经销商、零售商的业务范围，提升其盈利能力；同时通过线上线下业务加强对复合肥渠道的整合能力，有利于复合肥及调味品业务发展。

### （四）公司各业务的经营状况

项目		2016年1-6月	2015年	
复合肥	主营业务收入（万元）	178,962.13	375,367.39	
	主营业务收入占比（%）	58.41%	66.98%	
	毛利率（%）	16.95%	16.62%	
调味品	品种盐	主营业务收入（万元）	16,667.82	40,989.86
		主营业务收入占比（%）	5.44%	7.31%
		毛利率（%）	40.85%	46.44%
	川菜调味品	主营业务收入（万元）	2,995.15	3,368.39
		主营业务收入占比（%）	0.98%	0.60%
		毛利率（%）	19.41%	21.11%
中小城市电商	主营业务收入（万元）	6,838.68	640.76	
	主营业务收入占比（%）	2.23%	0.11%	

1、公司品种盐业务目前的营业收入占主营业务收入的比重相对较小，但其产品毛利率较高，盈利能力较强。应城益盐堂公司 2015 年单体报表实现净利润 11,806.01 万元，占公司 2015 年合并报表实现净利润（含少数股东权益）的 47.92%；应城益盐堂公司 2016 年上半年单体报表实现净利润 4,924.64 万元，占公司 2016 年上半年合并报表实现净利润（含少数股东权益）的 41.52%。根据 2016 年 5 月出台的国家盐业体制改革方案，2017 年将允许食用盐生产企业进入流通和销售领域，自主确定生产销售数量并建立销售渠道，以自有品牌开展跨区域经营，实

现产销一体，预计品种盐业务对公司营业收入及盈利能力的贡献将逐步增加。

2、目前公司中小城市电商业务尚处于初步发展阶段，其营业收入占主营业务收入比重相对较小，尚未实现盈利，但公司将其作为未来重点发展方向，后续会持续整合现有产业链的优势资源，拓展与实力电商企业的合作，围绕中小城市电商领域开拓新的利润增长点，推动公司中小城市电商业务持续发展。

目前，公司已先后与网信集团有限公司、上海易所试网络信息技术股份有限公司达成战略合作伙伴关系，并与腾讯游戏、网鱼信息科技、京东、唯品会、途牛旅游、圆通速递等国内一流电商企业及物流企业签订了战略合作框架协议，共同推进公司中小城市电商业务的落地和发展，中小城市互联网生活生态圈雏形已经显现。

哈哈农庄未来3年拟在中小城市及农村地区建设不超过1,000家县级体验中心及不超过1,000家连锁网咖。县级体验中心作为公司中小城市电商业务的线下区域运营中心，将整合国内一流电商企业入驻，形成电商体验集群，构建中小城市互联网生活生态圈，为中小城市及农村地区消费者提供便捷、优质、高效的一站式购物体验。连锁网咖的建设与运营可实现县级体验中心的自我造血功能，为县级体验中心建设提供基础现金流，确保县级体验中心盈利能力。哈哈农庄依托复合肥乡镇零售网点搭建最基层的农村电商落地实体—乡镇体验店，将其建设成为哈哈农庄电商平台线下的用户培训、商品售卖、承接物流的便民服务中心，并作为哈哈农庄强大的地推团队，与县级体验中心共同搭建农村电商运营体系，为入驻哈哈农庄的电商企业提供精准的地推服务。

哈哈农庄APP于2016年1月试运营，哈哈农庄也正式拉开在全国推广的序幕，截止6月底，哈哈农庄已发展乡镇体验店4177家，在全国召开线下推广会442场，哈哈农庄APP的注册会员数已突破19.98万名，哈哈商城交易额突破7,782.5万元，哈哈财神理财累计成交金额突破9.42亿元。

## 二、公司未来发展战略

公司未来发展战略为：在保持现有复合肥业务稳定增长的前提下，一方面全面拓展食用品种盐业务，实现工业盐向食用品种盐产业结构转换升级，致力于将食用品种盐业务打造为国内食用盐龙头；另一方面以复合肥渠道为基础，打造中小城市互联网生活平台，大幅度丰富复合肥经销商、零售商在复合肥淡季的经营业务种类，全面提升复合肥渠道价值。

### 三、公司更名的必要性与合理性

#### （一）公司更名的必要性

##### 1、公司业务布局发生变化

根据公司目前的业务布局以及未来的业务规划，公司业务已由单一复合肥业务变更为复合肥、调味品、中小城市互联网生活等多业务领域，公司现有名称简称“新都化工”中的“化工”已不符合公司目前的业务布局及未来的业务规划。

##### 2、公司经营管理架构发生变化

因公司复合肥业务转型升级，2015年公司主动将新都复合肥生产基地关停，母公司已不再直接从事生产经营业务。公司的经营管理架构已变更为控股股份有限公司架构，行使投资及集团管控职能，因此公司需增加“控股公司服务”的经营范围，并在公司名称里增加“控股”两个字。

##### 3、公司现有名称的简称不能作为公司商标注册

根据《中华人民共和国商标法》相关规定，县级以上行政区划的地名或者公众知晓的外国地名，不得作为商标。公司现有名称简称“新都化工”中“新都”是指四川省成都市新都区，属于成都市的行政区划单位，不具有显著性，不能作为公司商标注册。

综上，公司现有名称已不能完整地体现公司现有的业务布局及未来规划，也不利于调味品业务和中小城市电商业务的品牌建设和市场推广。改名后，公司拟用“云图”打造高端食用品种盐及中小城市互联网生活体验中心，故公司有必要变更公司全称，并相应变更证券简称。

#### （二）公司更名为“云图控股”的合理性

##### 1、符合公司业务定位及发展愿景

公司拟将中文全称变更为“成都云图控股股份有限公司”，证券简称相应变更为“云图控股”，更符合公司业务定位及发展愿景，能够更为准确地展示企业形象。变更后的名称“云图控股”，一方面凸显了公司业务发展方向的“互联网”属性，有利于公司传统主业与互联网的融合，促进互联网更好地服务公司传统主业，符合公司战略定位和未来发展需要；另一方面反映了公司业务模块之间的协同关系以及控股集团的经营管理架构，有利于改变原有传统复合肥制造企业形象，着眼未来，树立崭新的企业形象，提升公司在相关领域的影响力。

##### 2、突出“传承”精神，契合公司战略规划

“云图控股”还蕴含了更深的内涵意义。“云”字，取自公司创始人牟嘉云女士的“云”，核心寓意在于“传承”——无论时代如何变迁，公司都将传承牟嘉云女士的创业精神，开拓创新、跨越发展，“不忘初心，奋力拼搏”，实现“大展鸿图”的雄伟愿景，这也正好与公司借助互联网思维创新发展的战略规划相契合。英文名称中的“Wintrue”，与“云图”的中文发音相似，寓意“真实的胜利”，代表公司在立足复合肥主业稳健增长的基础上，积极拓展调味品业务和中小城市电商业务，立志成功实现公司产业结构升级转型的战略目标，促进公司长期可持续发展。

特此公告。

成都市新都化工股份有限公司董事会

2016年8月16日