

**合肥美亚光电技术股份有限公司**  
**关于部分募投项目变更投资结构、调整投资**  
**进度的可行性研究报告**

二〇一四年十一月

# 目 录

一、项目基本情况.....	3
（一）变更投资结构、调整投资进度后募投项目的基本情况.....	3
（二）投资主体的基本情况.....	4
二、项目投资的必要性.....	4
（一）更好地适应销售模式的变化.....	5
（二）拓展境外市场是公司的重要战略之一.....	5
（三）为国际合作和并购奠定良好基础.....	6
三、项目投资的可行性.....	6
（一）公司拓展国际市场的时机已经成熟.....	6
（二）香港具备良好的地理位置和投资环境.....	6
（三）公司资源对项目实施提供有利保障.....	7
四、项目投资估算.....	7
（一）投资估算.....	7
（二）投资进度.....	7
（三）预计效果.....	8
五、项目风险分析.....	8
（一）政策风险.....	8
（二）管理风险.....	9
（三）市场风险.....	9
六、项目投资结论.....	9

## 一、项目基本情况

### (一) 变更投资结构、调整投资进度后募投项目的基本情况

#### 1、境内营销服务体系建设项目

建设单位：合肥美亚光电技术股份有限公司

建设内容：营销服务中心、产品展示中心和呼叫中心

项目投资额：人民币 1,559.61 万元，计划使用募集资金专户 1,559.61 万元人民币

#### 2、设立香港子公司项目

##### (1) 拟设立香港子公司的基本情况

公司名称：美亚香港国际有限公司（以下简称“美亚香港”）

拟设地点：香港九龙尖沙咀广东道 30 号

注册资金：人民币 1,500 万元

资金来源：计划使用募集资金专户 1,500 万元换汇（变更“营销服务体系建设项目”）

企业类型：有限责任公司

法定代表人：田明

经营范围：产品、技术引进与交流，进出口贸易，公司及下属企业产品海外市场的注册、销售与服务管理，海外投资管理

股权结构：公司持有美亚香港 100% 股权

注：美亚香港的公司名称、地点、业务范围描述，以最后工商注册为准。

##### (2) 美亚香港的定位

美亚香港为公司全资子公司，定位为公司国际市场销售网络的核心，发挥技术支持和服务中心的作用，推动公司产品与服务在国际市场的拓展与管理，同时未来还将具备国际市场的企业合作和渠道并购的功能。公司为其唯一股东并派遣董事和经营管理人员进行日常管理。

美亚香港承担公司产品与服务的国际市场拓展管理工作，包括制定国际业务拓展策略，组织国际市场的销售、实施与技术服务；组织公司产品国际版的开发；

构建一支优秀的海外拓展与服务队伍；建立公司产品与服务的国际市场支持网络等。同时美亚香港未来将开展国际企业合作和渠道并购业务。

## （二）投资主体的基本情况

本项目投资主体为合肥美亚光电技术股份有限公司（以下简称“美亚光电”或“公司”），成立于 2000 年 3 月，并于 2012 年 7 月 31 日在深圳证券交易所中小板上市（股票代码：002690）。

公司是专业从事光电检测与分级专用设备及其应用软件研发、生产和销售的高新技术企业。公司一直致力于可见光、X 射线领域安全检测与分级专用设备的研发，拥有在食品检测、工业品检测等领域的光电检测与分级产品的研发、生产和销售一体化能力，是国际上色选机供应商之一。公司以识别技术为核心，近年来在图像识别领域取得了关键核心技术的突破，成功研制出国内第一台口腔 X 射线 CT 诊断机，打破了国外产品长期垄断的局面，未来将惠及更多的国内消费者。

公司承接了国家 863 计划、重大仪器设备项目等数项国家级项目，该类项目的研发和产业化目前进展顺利。基于公司强大的技术平台，公司将进入微观识别领域。未来 3-5 年公司将会有系列化的检测领域和医疗领域的新产品推出，并将填补多个国内和国际空白，为公司未来的市场发展提供广阔的空间。

近年来，在国家政策的支持和推动下，国内企业不断应用高新技术和先进适用技术来提升光电检测与分级专用设备的技术水平和市场竞争力，优化了产业结构，完善了产业体系，为我国光电检测与分级专用设备的发展提供了契机。公司在国家产业政策的支持和扶持下，逐步实现了进口替代。公司在多年的发展中在技术研发与创新、产品规模、专业生产、销售网络和技术服务体系、质量控制、品牌、激励管理、区位配套和产业集群等方面形成了一系列的优势。

## 二、项目投资的必要性

公司营销服务体系建设项目变更投资结构、调整投资进度，其必要性如下：

## （一）更好地适应销售模式的变化

原营销服务体系建设项目是在“直销为主、经销为辅”的销售模式的背景下提出的，其中建立营销服务中心和产品展示中心比较适用于直销模式。根据公司招股说明书披露，2009-2011年直销与经销收入的比例分别为88:12、84:16、80:20，直销收入为主但所占比重逐年下降。2012年募集资金到位后，由于市场竞争愈加激烈，直销收入占比不断下降、经销收入占比不断上升，销售模式变化速度较快，公司本着对审慎使用募集资金、对投资者负责的态度，仍使用自有资金建设适应市场的营销服务体系，从而使公司销售收入一直以较快的速度增长。截至目前，销售模式已经由过去的“直销为主、经销为辅”转变为“经销为主、直销为辅”。基于销售模式变化已经基本定型，以原销售模式为背景的营销体系建设项目不再适用于现有销售模式，公司决定变更该募投项目的投资结构，使其适应新的销售模式。

2012年至今，由于销售模式正发生较大变化，公司为了避免使用募集资金投资于具有较大不确定性的项目，在建设适用于新销售模式的营销服务体系时，使用了自有资金，节约了用于境内营销服务体系建设项目的募集资金投资额。

## （二）拓展境外市场是公司的重要战略之一

随着国际化的推进，公司将拓展国际市场作为公司的发展战略之一，在国际市场树立民族品牌成为公司的发展目标。2011-2013年，公司来自境外的营业收入分别为5,323.78万元、6,118.03万元和7,017.14万元，2014年上半年，境外营业收入为5,010.95万元，较上年同期增长59.98%。截至2013年底，公司色选机系列产品已经出口到54个国家和地区。预计将来，除中国外，印度以及东南亚等新兴国家和地区的色选机市场将会有较大的增长，逐渐成为海外色选机需求增长的主要驱动力，境外市场对公司的重要性将不断提升。

尽管公司的境外营业收入逐年提升，但是在具体业务过程中，存在着销售、服务人员出入境不便、服务快速响应能力不高、产品国际化程度不够、沟通成本高等实际问题，限制了境外营业收入的增长速度。香港作为一个国际化城市，与诸多国家之间可以免签证通行，这有利于提升公司产品、服务的快速响应、提高

服务品质，推动公司产品与服务的海外市场拓展。香港子公司的设立预期将会大大提升公司产品出口业务的专业度和便捷性，从而对境外收入产生良好影响。

### **（三）为国际合作和并购奠定良好基础**

未来公司为谋求在国际市场更好的发展，还将存在与海外其他企业合作甚至进行企业并购的可能性，香港作为国际经济与金融中心，其本身不但能够吸引海外众多优秀企业的进驻，同时与其他国家的沟通也更为便捷。在香港设立全资子公司，将有利于公司寻找国际市场合作对象并提供良好的沟通条件和环境。

## **三、项目投资的可行性**

### **（一）公司拓展国际市场的时机已经成熟**

2012年至2013年，公司在国际市场出口销售布局取得了进一步突破，新增了巴西、埃及、尼日利亚等9个新兴市场，公司色选机系列产品已经出口到54个国家和地区。公司与国外代理商合作建立了完善的24小时售后服务机制，是色选机系列产品出口中较早实现快速服务响应的国内企业。随着企业的成功上市，公司决策层已将发展国际贸易、与海外企业合作和渠道并购纳入到了公司的发展战略。借助于上市后企业的知名度和影响力的提升，公司拓展更大潜力的国际市场时机已经成熟。

### **（二）香港具备良好的地理位置和投资环境**

香港不仅是亚洲重要的金融、服务和航运中心，也是世界经济最发达的地区之一。香港是一个信息高度发达、税率低、法制健全的国际大都市。由于香港优越的投资环境和地理位置，国际上许多企业在香港设有分公司及办事处，以此作为公司连结世界的纽带。

在香港设立子公司将有助于拓展公司的海外销售渠道，并为公司带来更多国际合作乃至海外并购的机会。

### （三）公司资源对项目实施提供有利保障

公司于 2012 年 7 月成功登陆中小板，资金充裕且融资渠道畅通，为项目的运营和未来持续发展奠定了良好的资金基础。

公司以识别技术为核心，近年来在图像识别领域取得了关键核心技术的突破，成功研制出国内第一台口腔 X 射线 CT 诊断机，打破了国外产品长期垄断的局面。未来 3-5 年公司将会有系列化的检测领域和医疗领域的新产品推出，并将填补多个国内和国际空白，为公司未来的市场发展提供广阔的空间。公司专业与实体并行的研发架构、坚实的研发体系、优秀的研发人才使公司具备雄厚的研发实力，这也为公司提升核心竞争力及拓展海外市场提供了有力的保障。

经过多年的探索和发展，公司已经形成了一套完整的营销管理制度，组建了一支经验丰富、销售能力强的营销团队。目前公司的营销和服务网络也日趋完善，全国各主要销售区域已有销售人员和售后服务人员长期驻点，已经掌握了全面的第一手的营销网络和客户网络，各项工作均有有条不紊的快速推进和开展，这些都为建立完善的营销服务体系打下了坚实基础。

## 四、项目投资估算

### （一）投资估算

变更投资结构后，该项目预计投资额为 3,059.61 万元，其中 1,559.61 万元投资建设营销服务中心、产品展示中心和呼叫中心等境内营销服务体系建设项目；同时，公司拟投资 1,500.00 万元在香港设立子公司。本次变更投资结构情况如下：

序号	投资内容	计划投资额（万元）	原比重	本次拟变更金额（万元）	变更后投资额（万元）	变更后比重
一	境内营销服务体系建设项目					
1	基础设施及配套建设	2,390.10	78.12%	-1,206.49	1,183.61	38.68%
2	预备费	119.51	3.91%	-53.51	66.00	2.16%
3	铺底流动资金	550.00	17.98%	-240.00	310.00	10.13%
	境内营销服务体系建设项目合计	<b>3,059.61</b>	<b>100.00%</b>	<b>-1,500.00</b>	<b>1,559.61</b>	<b>50.97%</b>
二	香港子公司项目					

1	基础设施及配套建设	-	-	955.60	955.60	31.23%
2	预备费	-	-	164.40	164.40	5.37%
3	铺底流动资金	-	-	380.00	380.00	12.42%
香港子公司项目合计		-	-	<b>1,500.00</b>	<b>1,500.00</b>	<b>49.03%</b>
合计		<b>3,059.61</b>	<b>100.00%</b>	<b>0.00</b>	<b>3,059.61</b>	<b>100.00%</b>

## （二）投资进度

调整后的境内营销服务体系建设项目计划总投资 1,559.61 万元，计划建设期为 10 个月，计划项目完成时间为 2015 年 9 月。由于此前销售模式正在发生较大变化，公司出于审慎起见，未使用募集资金进行营销服务中心等建设，目前销售模式已基本定型，公司计划于今年年底开始筹备境内营销服务体系建设项目。

设立香港全资子公司项目计划总投资 1,500.00 万元，计划需要 2 个月完成注册，计划项目完成时间为 2015 年 1 月。

## （三）预计效果

变更投资结构、调整投资进度后的营销服务体系建设项目将进一步完善公司的营销服务体系，使营销服务体系更好地适应市场变化与销售模式的变化，同时推动公司产品与服务在国际市场的拓展与管理，是公司迈向国际化发展道路的重要一步。

# 五、项目风险分析

## （一）政策风险

香港的法律、政策体系与内地存在较大区别，美亚香港是公司设立的第一家境外机构，在适应香港的法律、税收等政策环境方面存在一定的风险。公司将构建专业的管理团队，通过不断学习境外的法律法规体系、市场运营规则等，以适应境外的企业运行环境，保障企业的健康快速发展。

## （二）管理风险

香港的商业和文化环境与内地存在较大区别，公司将面临在管理方式、思维方式、沟通方式、客户需求等方面出现差异，从而给管理带来不利影响。对此，公司将采取本地化策略，进行国际化人才的招聘、培养，完善公司的治理结构，强化内部控制，加强内部协调和交流机制的建设和运行，不断加强管理整合力度，不断地通过调整来适应不同文化融合的需要，为海外市场开拓的顺利实施提供支撑。

## （三）市场风险

由于公司现有的业务主要面对国内市场，在海外市场的拓展过程中，由于海外客户在技术、管理、使用习惯、要求等方面与国内客户存在差异，公司产品在市场的定位、品牌拓展，还有产品的适应性等方面，均存在一定的风险。

为此，公司已专门成立了工作团队，密切跟踪分析海外客户的差异化需求，并协调研发部门对产品进行必要的升级改造；加强与客户的沟通和交流，提高客户对公司及其产品的认知度和认可度；同时，进一步密切关注市场变化情况，稳妥推进项目的实施，最大限度地降低由于市场变化可能带来的风险。

## 六、项目投资结论

公司营销服务体系建设项目变更投资结构、调整投资进度，有利于公司进一步完善公司的营销服务体系，使营销服务体系更好地适应市场变化与销售模式的变化，同时推动公司产品与服务在国际市场的拓展与管理，是公司迈向国际化发展道路的重要一步。

综上所述，本项目投资是必要的，也是可行的。