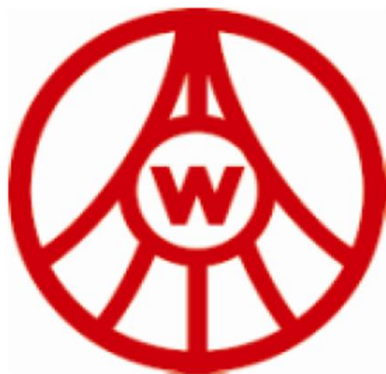


股票简称：五粮液

股票代码：000858



**宜宾五粮液股份有限公司
非公开发行股票募集资金使用
可行性研究报告**

二〇一五年十月

释 义

在本报告中，除非文意另有所指，下列词语具有如下含义：

公司/本公司/五粮液/发行人/上市公司	指	宜宾五粮液股份有限公司
五粮液集团/集团公司	指	四川省宜宾五粮液集团有限公司
茅台	指	贵州茅台酒股份有限公司
洋河	指	江苏洋河酒厂股份有限公司
泸州老窖	指	泸州老窖股份有限公司
云计算	指	一种可配置的共享资源池，该资源池提供网络、服务器、存储、应用程序和服务等多种硬件和软件资源，具备自我管理能力，用户只需少量参与就可按需获取资源
大数据	指	利用云计算的分布式处理架构，对超出常规软件分析能力的海量数据进行专业化处理，从而形成更强的决策力、洞察力和流程优化能力
互联网+	指	指利用互联网的平台和信息通信技术，把互联网和包括传统行业在内的各行各业结合起来，在新的领域创造一种新的生态
电子商务	指	在因特网开放的网络环境下，基于浏览器/服务器应用方式，买卖双方不谋面地进行各种商贸活动，实现消费者的网上购物、商户之间的网上交易和在线电子支付以及各种商务活动、交易活动、金融活动和相关的综合服务活动的一种新型的商业运营模式
垂直电商	指	在某一个行业或某一细分市场深化运营的电子商务模式，垂直电子商务网站旗下商品都是同一类型的产品
O2O	指	Online to Offline，即从线上到线下，将线上互联网交易与线下商务机会相结合的一种电子商务形式，让互联网成为线下交易的前台，消费者可以用线上来筛选服务，并完成在线结算
ERP	指	Enterprise Resource Planning，企业资源计划，指建立在信息技术基础上，以系统化的管理思想，为企业决策层及员工提供决策运行手段的管理平台
PLM	指	Product Lifecycle Management，产品生命周期管理，指对产品从创建到使用，到最终报废等全生命周期的产品数据信息进行管理

宜宾五粮液股份有限公司

非公开发行股票募集资金使用可行性研究报告

一、本次募集资金使用计划

公司本次拟非公开发行不超过 100,000,000 股人民币普通股，募集资金总额不超过 233,400 万元。本次募集资金将全部用于以下项目：

单位：万元

序号	募集资金投资项目	投资总额	拟投入募集资金金额
1	信息化建设	71,530	71,530
2	营销中心建设	98,796	98,796
3	服务型电子商务平台	65,532	63,074
合计		235,858	233,400

在募集资金到位前，公司董事会可根据市场情况及自身实际情况以自筹资金择机先行投入项目建设，待募集资金到位后予以置换。如果本次非公开发行募集资金不能完全满足相应项目的资金需要，公司董事会将利用自筹资金解决不足部分，并按照项目的轻重缓急等情况，调整并最终决定募集资金投入的优先顺序及各项项目的具体投资额等使用安排。

二、本次募集资金投资项目基本情况

（一）信息化建设项目

1、项目概况和发展前景

在信息化与工业化深度融合，工业企业通过信息化加速转型升级、实施“互联网+”战略的大背景下，该项目的建设将把五粮液的信息化水平提升到同行业领先的水平，实现五粮液内部十大运营管理系统（平台）的全面信息化，大幅提升企业的管理半径和管理效率。

十大运营管理系统（平台）具体包括：客户关系管理平台、供应商关系及供应链协同管理平台、质量及防伪追溯系统、生产执行控制平台、研发管理平台、

物流管理平台、财务管理系统、人力资源管理系统、行政支撑管理系统、商业智能决策系统。

本项目的建设符合“两化”深度融合的政策导向和公司自身发展需求，后续建设预计将取得良好的效益。

2、项目必要性

(1) 信息化建设是公司实施工业转型升级和“两化”深度融合的需要

当前，我国信息化发展取得了长足进展，各领域信息化水平全面提升。制造业信息化全面推进，成为推动其发展方式转变的重要动力。信息技术在工业研发设计、生产流程、企业管理、物流配送等关键环节的应用不断深化，装备、化工、钢铁、食品等重点行业信息化开始步入集成应用新阶段。

2012 年，国务院印发《工业转型升级规划（2011-2015 年）》，信息化建设成为工业转型升级的重要目标。2015 年，《中国制造 2025》出台，提出推进信息化与工业化深度融合，把智能制造作为“两化”深度融合的主攻方向，力争通过“三步走”实现制造强国的战略目标。目前，信息化已成为我国制造业转型升级、创新发展的先行军。

公司属于大型传统制造企业，在当前制造业转型、推动信息化建设的大趋势下，公司实施信息化建设是有必要的。

(2) 信息化建设是公司实施“互联网+”战略的需要

李克强总理在 2015 年《政府工作报告》中提出，我国是制造业大国，也是互联网大国，互联网与制造业融合空间广阔，潜力巨大。实施“互联网+”行动计划，推进互联网和制造业融合深度发展，是建设制造强国的关键之举。

“互联网+”为改造提升传统产业提供了巨大空间。互联网时代，企业不再是简单地听取用户需求、解决用户的问题，更重要的是与用户随时互动，并让其参与到需求收集、产品设计、研发测试、生产制造、营销服务等环节。我国拥有全球最大的消费市场、世界一流的互联网企业，在新一轮发展中面临难得的历史机遇。对于五粮液这样的大型制造企业来说，企业完善的内部信息化基础是实施“互联网+”战略的基础条件。

(3) 信息化建设是推动四川省制造业信息化全面发展的需要

2015年5月22日，四川省制造业信息化2015专项行动在成都启动。为适应“互联网+”新形势，进一步推进制造业信息化，形成制造业信息化创新发展模式，四川省将通过此次专项行动，开展制造业信息化战略研究，编制《四川省“十三五”制造业信息化科技工程战略研究报告》，进一步完善和发展四川省制造业信息化组织保障体系、技术支持体系和应用示范体系。制造业信息化将成为四川省制造业转型的重要支撑。五粮液作为四川省大型制造业企业，带头实施信息化建设具有示范作用。

（4）信息化建设是提升企业信息化能力、构建核心竞争力的需要

信息技术已经成为推动企业发展的关键力量，在企业核心业务开展中发挥着越来越重要的支撑作用。白酒酿造行业主要企业正在把信息化和工业化的深度合作作为重要契机，促进行业转变经济发展方式和产业转型升级。

公司作为白酒行业的代表和龙头企业，有责任和义务践行国家在信息化发展、“两化”融合方面的政策，为白酒行业大型制造企业成功实施全面信息化积累经验，为四川省大型制造业企业进行信息化建设树立典范。

3、项目可行性

（1）中国信息技术发展迅速，配套服务体系逐步完善

信息技术已经广泛应用于设计研发、生产制造、渠道与终端管理、战略决策等企业运营环节，逐步实现从过去单一的数据采集向市场分析与企业管理延伸，从技术层面向战略层面推广。通过引进国际先进信息化设计理念，打造符合市场需求的应用软件集成技术，我国信息技术行业提供具有较高附加值的产品实施与维护服务，指导并帮助信息化应用企业培养相关技术人才，深入挖掘信息数据资源，开拓技术应用领域，为企业打造符合其需求的信息化系统。信息技术的日渐成熟及配套服务体系的逐步完善为本项目的顺利实施奠定了基础。

（2）公司具有一定的信息化管理与技术人才储备

公司在长期的信息化系统建设过程中，信息管理中心注重与业务部门的高度协同，理解公司战略，关注业务流程，积累了一定的信息化项目实施与管理经验，培养了一批熟悉信息技术与公司业务的骨干人才。公司的信息专业技术人员不仅具备了从信息化战略的规划到实施部署的管理能力，也具备了信息技术开发应用

与系统集成、数据中心与网络管理的专业技能，可为项目的建设提供管理与技术支持，有效控制项目建设成本与风险。

(3) 公司已部署的信息系统为项目建设提供借鉴和支持

公司已经初步建立了一套信息处理机制与应用系统。公司对信息系统项目的建设经验为本项目的顺利实施提供了项目管理、网络运维、系统管理、规划与选型等方面的借鉴和支持。

(4) 公司对信息化建设的重视程度不断提高

在信息化大潮中，公司积极转变观念、紧跟时代发展，从企业长远发展的高度大力推进信息化建设。公司专门为此设立了“信息管理中心”，直接体现了公司对于信息技术应用的充分重视。为了确保信息化工作的稳定开展和取得实效，公司统筹规划信息化建设，以此保证信息系统的应用效益，使之更高效地服务于自身业务发展，推动企业信息化与生产系统工业化的进一步融合，以此尝试为传统白酒行业开拓一条新型发展之路。

4、项目建设规划

(1) 项目建设内容

公司信息化建设从整体上划分为基础层、应用层和展现层，从信息管理、应用系统、IT 基础设施 IT 治理四个方面着手建设，主要的建设内容有：数据中心建设、网络系统升级、信息安全体系建设、主数据管理、系统集成平台和 ERP 核心系统。

(2) 项目实施进度安排

信息化建设将整体规划、分步建设、创建模板、有序推广，快速构建统一平台，稳步实施核心业务解决方案，依据模板有序推进。结合公司现状，本项目预计整个建设期需要 3 年，2016-2018 年各年分别进行基础平台建设、优化与推广以及深化与拓展。

(3) 项目投资金额

本项目投资金额为 71,530 万元，包括数据中心建设、网络系统升级和信息安全体系建设等信息化基础设施建设及维护费用，ERP 核心系统、系统集成及管理平台等应用系统建设、维护等费用。

5、项目效益

该项目实施后将建立公司及各下属企业的业务和管理信息共享平台,有利于提高企业集约化管控能力,有利于提高公司的运营管理效率。实施信息化项目将实现市场驱动业务协同,支撑产业链协同,实现各作业单元高效运作;能为企业培养一批既懂管理又懂技术、业务的复合型人才;能积极推动打造“平台共享、高效管理、数据决策”的数字化五粮液,提升公司整体竞争实力。

实施信息化项目将为国家“两化”深度融合、“互联网+”以及《中国制造2025》等重大战略的成功实施贡献力量,为白酒行业大型制造企业成功实施全面信息化积累经验,为四川省企业进行信息化建设树立典范。

(二) 营销中心建设项目

1、项目概况和发展前景

白酒行业的竞争态势、消费者结构和消费行为的改变,对白酒企业的营销能力提出了更高的要求。营销中心向中心城市转移、营销人员向消费者贴近、营销方式的多元化、营销组织架构扁平化成为发展趋势。

本项目将在成都建设公司全国营销中心。该中心将成为公司全国营销网络的管理中枢、品牌形象窗口和综合营销平台,辐射全国市场。该项目将促进公司营销体系的改革,有利于吸引人才,推进多元化营销模式,更好地服务经销商和消费者,整合和管理全国营销网络,增强公司营销管理辐射能力和市场反应能力,提升品牌形象,最终提升公司整体营销能力,项目前景良好。

2、项目必要性

(1) 营销中心建设是公司整合各类营销资源的需要

公司实施多品牌、系列酒战略,各品牌运作独立,容易导致品牌、渠道之间形成冲突,进而造成品牌、渠道、费用等营销资源分散,宣传推广无法形成合力,对营销资源造成浪费。

营销中心项目可以从品牌组合、产品线设计、产品价格体系设置、渠道规划设计、营销推广规划以及营销团队管理等方面进行整合,实现市场反应快速化、营销要素协同化。

(2) 营销中心建设是增强公司营销管理辐射能力、精细化运作管理的需要

公司目前的营销组织未完全深入到营销前沿，建成后的营销中心将全面负责公司的品牌运营、市场推广、市场监管等工作，将使公司营销管理的辐射能力大大增强，有利于加快市场信息快速反馈和处理，方便对全国市场的开拓，并起到提升企业形象、便于与消费者、经销商和合作商等沟通、提升销售服务质量的作用。

营销中心作为全国营销总部，可以满足公司长期战略发展需要。营销中心落成后，将实现各营销子单位集中办公，实现营销资源整合，形成统一指挥、协同发展的局面，以使得各单位之间的沟通、工作更为高效。营销中心的建设可进一步提升公司综合管理效率以更好地服务市场，可以更好地实现市场开发、推广核心业务拓展，更好地提高服务效率、优化组织运行机制、实现对外联络和互动，进一步提升公司的渠道影响力，使公司营销体系更加有条理。

（3）营销中心建设是实现公司营销组织向中心城市前移的必然选择

公司总部现在位于四川省宜宾市，在营销层面，宜宾地理位置的优势不够突出、与营销前沿阵地相距较远。公司众多子公司在成都市分布分散，不利于协同发展。

我国主要白酒企业在营销体系建设上积极地将营销中心向中心城市前移，如茅台在省会城市贵阳的布局、洋河在省会城市南京的建设推进，泸州老窖在省会城市成都的建设推进等。五粮液营销中心项目建设将实现公司营销组织向中心城市前移，将实现营销职能、企业管理和服务的工作重心向市场前移，更贴近市场一线和消费者。

（4）营销中心建设是公司吸引更多人才，增强企业发展后劲的需要

宜宾的地理位置吸引力不够强，对优秀人才的引入有一定的制约，尤其是互联网时代下对互联网营销人才、电商人才、信息化人才及其他高端人才的吸引力不足。随着新产品、新业务的不断拓展，电商项目和信息化项目的落地，公司对新兴人才的需求将十分迫切。通过本项目的建设，可以有助于企业吸纳和留住人才，为企业发展提供了更多的人才保障。

（5）公司营销体系改革是顺应酒业发展趋势及互联网发展趋势的必然选择

随着互联网的快速发展，未来电子商务与传统零售的融合将进一步扩大。中国经济电商化也将深刻影响白酒市场，以电子商务为代表的新兴渠道不断成熟壮

大，白酒行业传统渠道面临重大挑战。公司现有营销组织架构结构中缺乏基于互联网及移动互联网的新型营销组织，为公司应对新形势下的市场竞争带来了较大的不利影响。对未来创新型营销体系的建设有一定不利影响。

互联网时代的营销须更加贴近用户，以用户为中心。基于用户大数据的分析的开发新品开发、制定营销策略制定、树立新品牌建设、打造爆款产品是公司迅速提高产品销量的重要手段。有鉴于此，公司实施营销体系改革是公司全面转型战略的重要组成部分，极具必要性。

（6）营销中心建设是公司参与白酒行业市场竞争的需要

面对日益激烈的市场竞争，白酒市场竞争格局正伴随着各大白酒企业营销理念的创新、营销模式的升级而发生着显著的变化，市场竞争已经呈现由单点到板块、由板块到区域、由单个企业到整合发展的新局面，白酒的营销模式也在各酒类品牌相互竞争和学习的过程中不断创新，强调品牌和渠道的双向驱动，要求更加紧密贴近市场终端和消费者。通过对营销组织的创新和升级，强化对终端服务的系统工作，进行近距离的消费者争夺。当前白酒行业重点企业均在积极展开产品结构、价格体系、渠道体系变革，并从管理体制和营销体制等方面进行改革创新尝试，并在新兴渠道方面做新的探索，进行传统渠道改革和体制改革，以此来增加企业的竞争力。

白酒行业未来几年的重点将围绕管理体制改革、营销体制改革和多元化变革进行，公司营销中心项目建设是五粮液进行管理体制改革、营销体制改革和多元化变革的重要平台。

3、项目可行性

（1）建设营销中心是对现有营销体系的整合和升级

营销中心建设是在公司现有模式基础上进行整合和升级，因此公司现有营销服务体系的运营管理经验可供借鉴。顺应市场发展，建设营销中心，是基于公司过去多年来在电商、信息化、新媒体营销方面的探索，具备一定的借鉴经验。本次并行建设的服务型电子商务平台项目和信息化建设项目，也将在未来支持营销中心的发展。

（2）成都市是省会中心城市，新建营销中心地址和总部距离适宜

营销中心项目需要进驻部分总部营销等职能部门，所以项目所在地除了地理位置优越外，应充分考虑项目所在位置与总部所在地宜宾市之间的距离，便于相互之间的衔接和配合。营销中心地址选择省会成都市，地位位置优越、与宜宾市距离适宜，是合适的选择。

(3) 公司具备一定人才储备，为营销中心建设和运营提供了人才保障

公司历史悠久，虽然在新型人才方面上有所欠缺，但总部在综合性营销人才、信息专业技术人才方面具备一定储备，为本次项目建设提供了一定的人才保障。成都是我国综合实力较强的省会中心城市、高校众多、高新技术企业和新型营销企业众多，积累了大量的人才，能满足营销中心建成后运营的人才需求。

4、项目建设规划

(1) 项目建设内容

本项目是一个系统性项目，由不同的子项目构成，包括组织机构建设，创意产品市场系统建设，大数据营销中心系统建设和办公场地置办几个部分。其中组织机构建设将坚持以客户和市场为中心，使组织架构更趋扁平化，提高决策效率，改善和改革现有营销组织机构；创意产品市场系统建设将进行创意新品市场开发，以满足不同消费需求和更贴合消费者；大数据营销中心系统建设主要包括对公司云计算和大数据的软硬件进行建设和其他配套进行系统架构设计和搭建；办公场地置办主要为置办营销中心办公用场所。

(2) 项目实施进度安排

项目建设期 3 年，从 2016 年到 2018 年，项目建设期主要是组织结构搭建、办公场地的置办及装修、设备采购、大数据营销中心系统、创意产品市场系统等项目内容建设时间及人员招聘所需时间等。

(3) 项目投资金额

营销中心项目预计投资总额为人民币 98,796 万元，包括组织机构建设、数字营销、创意产品市场系统建设、大数据营销中心系统建设、办公场地置办费用及装修工程费、配套设备购置安装费及其他费用。

5、项目效益

本项目的实施是公司实现未来发展战略的重要部署，是实现公司全国性营销总部向中心城市前移，更加贴近市场和消费者，加快对市场信息的反应，增强营

销管理辐射能力、服务质量、管理效率，整合营销资源，更好地吸引人才，提高五粮液形象、品牌地位、综合竞争力，便于全国市场的开拓，是迈向国际化的战略发展需要。从长远看，预计将具有良好的综合效益。

（三）服务型电子商务平台项目

1、项目概况和发展前景

五粮液服务型电子商务平台是以自建电子商务服务平台为依托，系统管理五粮液现有的第三方电商渠道，进一步拓展与外部电商平台的多样化合作，结合 O2O 电子商务运营模式，服务经销商、最大化利用经销商门店的闲置资源，通过线上订购、跟踪、监管，线下体验、配送、售后相结合的体验式消费模式(O2O)，多元化公司营销渠道，树立品牌形象，提升消费者体验，并进行电商运营模式的多样化探索。

五粮液服务型电子商务平台是不同于当前第三方电商平台、垂直电商和其它白酒企业自建电商的电商模式探索。本项目的建设符合目前中国消费品市场电商化的时代潮流，同时也是白酒类传统企业对新型多元化电商模式的尝试，未来发展前景可期。

2、项目必要性

（1）消费习惯正在发生改变，电商平台的建设是实现公司与消费者直接连接、增强消费体验和忠诚度的必然选择

2014 年中国网络购物交易额占社会消费品零售总额的 10.7%，酒类网购市场在酒类行业的渗透率较低，仅占 1.5%。未来电子商务与传统零售的融合将进一步扩大。中国经济电商化也将深刻影响白酒市场，白酒作为传统消费品，最终也将逐步适应电商化的潮流。白酒企业尽早布局电商市场是十分有必要的。

消费者消费习惯正在发生改变，网购逐渐成为消费者重要的购买渠道，尤其是年轻消费群体。经过淘宝、京东等大型网购平台对市场的培育和对消费者的教育，社会对网购的认知度逐渐提升，网络购物已经成为年轻群体重要的购物渠道。

电子商务对企业来讲，是贴近消费者、实现与消费者的无缝连接、掌握消费者消费行为习惯、推进渠道扁平化的重要举措，使消费者对企业和产品有更深的认知，增强消费体验感，提高消费者对品牌的满意度和忠诚度。

（2）电商平台的建设是公司实现渠道营销多元化、巩固五粮液行业龙头地位的契机

白酒行业属于强渠道类行业，但传统渠道林立，渠道分级复杂、管理成本较高，且渠道之间的界限明确。近年随着健康、安全、节约等理念的深化，传统渠道压力逐渐增加。

电商平台的构建是公司战略的重要组成部分，可以有效规范其他电商渠道和价格体系，探索新兴渠道带来的财富机遇，并帮助传统渠道找到新的盈利增长点，带动传统渠道转型与服务升级。

以电商平台建设为契机，帮助经销商融入电子商务，一改经销商过去对供应链、分销链及消费者数据匮乏的局面，也将有效促进公司渠道管理水平的提升。

（3）电商平台采取 O2O 模式是顺应白酒产品场景消费特点的重要举措

据赛迪调查，2014 年餐饮渠道占到白酒消费的 40%左右,表明餐饮渠道对白酒消费的重要性不容忽视。同时，非餐饮渠道占到了 60%左右，非餐饮渠道消费中有 60%用于外出商务或外出家庭聚会，其它 40%用于礼品或家庭消费。由此来看，商务或外出家庭聚会及餐饮渠道占白酒消费的比例合计达到 76%，即这些白酒的消费行为需要在餐桌上完成。餐桌消费具有即时性特征，属于场景化消费，并非计划型消费。

当前的酒类电商很难实现特定场景下收货的及时性，这也是我国的酒类行业电商化程度不高的主要原因。而 O2O 将会更好地按场景消费的特征提供服务，通过充分利用线下实体店的优势，以及线上移动终端空间的无限性特点，实现线上线下融合互补，使得用户获得最佳体验。因此，实施 O2O 的电商模式是有必要的。

（4）电商平台的建设是响应国家“互联网+”战略落地的重要项目

公司是白酒行业的代表和龙头企业，应积极响应国家“互联网+”战略、电子商务发展战略，为白酒行业经营模式创新带来贡献，为四川省大型制造业企业进行电商建设树立典范。

3、项目可行性

（1）我国电商行业环境基础良好

当前中国经济发展“电商化”趋势日益明显，电商交易规模和创新应用再创历史新高，网络交易量直线上升，电子商务的大发展、大繁荣，对于中国经济无疑是一个新的增长点。中国经济电商化也将深刻影响白酒市场，良好的电商环境是白酒电商发展的基础条件。

（2）公司将加大信息化建设力度，为电商平台建设奠定基础

信息化基础是公司实施电商战略的基本条件。本次募投项目中就包括了信息化建设项目，通过该项目建设也将为电商平台建设奠定基础。

（3）公司线下营销网点布局广阔

公司拥有上千家经销商及上万家终端门店，遍布全国大中小城市及乡村。公司现有的庞大网络为电子商务平台实现 O2O 奠定了一定的基础。

（4）公司具有一定的电商运营人才储备

公司从 2012 年开始拓展电商业务渠道，2014 年公司通过电商销售的业绩约 4 亿元。在此发展过程中，公司积累了电商运营的经验，培养并储备了一批电商运营人才，为电商平台建设奠定了基础。

（5）公司产品丰富，品牌优势明显

公司酒类产品非常丰富，产品从高端到低端各等级布局均较为完善，完全可以满足电商平台不同消费群体的需求。五粮液拥有非常强的品牌号召力和过硬的产品品质，在电商平台销售容易获得消费者的快速认可。

4、项目建设规划

（1）项目建设内容

本项目的业务范围包含电商平台运营，第三方电商平台销售经营以及采用 O2O 方式整合现有经销商网络资源。运营系统采用自建和合作共建两种方式。具体的建设内容包括：电商平台软件设计、电商平台硬件系统、合作 O2O 配送体系、自建试点城市 O2O 配送体系、合作仓储中心、终端专卖店改造、O2O 经销商零售网点合作建设、营销推广等。

（2）项目实施进度安排

电商项目建设应整体规划、分步建设、有序推广，快速构建统一平台及运营体系。整个电商项目建设计划分 2 个阶段实施：2016-2017 年是筹备与设计阶段；2017-2018 年是测试运行阶段。项目施行边建设边运营销售的策略。

(3) 项目投资金额

本项目投资金额总额为 65,532 万元，其中包括软硬件系统建设投资、配送与仓储建设投资、终端网点改造、营销及运营投资、办公设备购置及办公场所租用费用等建设投资。

5、项目效益

项目实施后，将促进公司传统产业升级，拉动市场需求，创造新的经济增长点，发挥电子商务在创新企业生产经营模式、提高产业组织效率、激发市场活力、优化资源配置、促进节能减排、带动新兴服务业发展中的积极作用，并产生较大的社会效益。

三、本次募投项目对公司经营管理、财务状况等的影响

(一) 对公司经营管理的影响

本次非公开发行股票募集资金投资项目符合国家相关的产业政策以及未来公司整体战略发展方向，具有良好的市场发展前景和效益，有利于企业转型，可以实现企业的管理、营销体系改革创新，巩固五粮液的行业地位；有利于进一步提高公司运营管理效率、服务质量、综合竞争力水平和加快企业国际化步伐，对公司开拓新的业务板块、丰富公司业务结构及产品品种、寻求新的利润增长点、提升核心竞争力具有重要意义。

(二) 对公司财务状况的影响

本次非公开发行完成后，公司的资产总额与净资产将增加，有利于降低公司的财务风险，提升抗风险能力。本次发行募集资金到位后，由于募集资金投资项目的建成投产并产生效益需要一定时间，短期内公司净资产收益率及每股收益将有所下降，但长期来看，项目投产后，公司将实现销售收入和营业利润的双增长，提升公司价值，公司可持续发展能力得到增强。