

股票代码：002770

股票简称：科迪乳业

**河南科迪乳业股份有限公司
2016 年非公开发行 A 股股票
募集资金使用的可行性分析报告**



二零一六年一月

河南科迪乳业股份有限公司

2016 年非公开发行 A 股股票募集资金使用的

可行性分析报告

一、本次募集资金的使用计划

本次非公开发行募集资金总额不超过 75,427.00 万元，公司拟将扣除发行费用后的募集资金用于以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	项目投资总额	募集资金投入金额
1	低温乳品改扩建及冷链物流建设项目	47,427.00	47,427.00
2	品牌媒体推广项目	6,000.00	6,000.00
3	偿还银行贷款	22,000.00	22,000.00
合计		75,427.00	75,427.00

本次非公开发行股票的募集资金到位后，公司将按照项目的实际需求和轻重缓急将募集资金投入上述项目，若本次发行扣除发行费用后的实际募集资金低于拟投资项目的实际资金需求量，不足部分由公司自筹解决。

在本次非公开发行股票的募集资金到位之前，公司将根据项目需求以自筹资金进行先期投入，并在募集资金到位之后，依相关法律法规的要求和程序对先期投入资金予以置换。

二、本次募集资金投资项目的基本情况及可行性分析

本次募集资金投资项目分别为低温乳品改扩建及冷链物流建设项目、品牌媒体推广项目和偿还银行贷款 22,000 万元。

（一）低温乳品改扩建及冷链物流建设项目

1、本项目实施背景及意义

乳制品富含人体生长发育所必需的各种氨基酸和微量元素，世界卫生组织把人均乳制品消费量列为衡量一个国家人民生活水平的主要指标之一，世界各国都

非常重视通过乳制品消费来增强自己民族的体质。加快乳制品行业发展，增加乳制品供应，对于改善国民的营养状况，提高国民素质具有重要意义。

与世界发达国家奶业比较，我国奶业发展起步晚，仍有较大的发展空间和增长潜力。根据农业部 2006 年发布的《全国奶业“十一五”发展规划和 2020 年远景目标规划》，综合考虑我国奶畜生产能力、饲料供应、乳制品科技进步、居民消费需求等因素，预计 2020 年我国乳制品产量将达到 6,000 万吨，人均占有量将达到 42 千克以上，与《中国奶业统计资料 2014》显示的我国 2013 年人均占有量 26.82 千克相比，增长超过 56.60%，年均复合增长率约 6.6%。

受制于我国乳制品生产和消费市场分布不均衡、物流水平较低等因素，目前我国乳制品市场以采用超高温（UHT）灭菌处理、保质期长且运输半径长、条件低的常温奶为主。但是，与超高温（UHT）灭菌处理相比，巴氏杀菌技术既可达到杀菌效果，又最大程度保护了鲜奶的营养成分和活性物质，鲜奶中的蛋白质、氨基酸和维生素等有益成分受破坏和损失程度比较小。随着我国人民生活水平的提高和健康认知的增加，采用巴氏杀菌、营养价值更高的巴氏鲜奶和酸奶等低温乳制品越来越受到消费者的认可和青睐。

同时，国家产业政策和乳制品行业协会均鼓励发展巴氏杀菌奶。农业部制定的《全国奶业“十一五”发展规划和 2020 年远景目标规划》中提出要严格区别和规范液态奶标示，鼓励企业生产巴氏杀菌奶；2011 年 6 月，中国奶业协会名誉会长刘成果在南方巴氏鲜奶发展论坛上表示，从奶业的消费趋势看，今后的重点，绝对是巴氏鲜奶占主导，所以巴氏鲜奶市场会越来越大；2014 年 8 月，中国奶业协会谷继承发表《发展巴氏鲜奶，推进奶业持续健康发展》讲话。总体上，由于国家政策的支持，消费者对健康的进一步重视，以及随着冷链运输的进一步发达，巴氏杀菌乳将有更为广阔的市场空间。

巴氏杀菌的低温乳制品需要冷链运输，因此科学规划、高效运作的配送体系以及相应冷链运输体系，是发展低温乳制品业务的重要保障，建立覆盖豫、鲁、苏、皖等公司主要市场的冷链运输体系对于公司扩大低温乳制品销售、提高盈利能力和增强核心竞争力意义重大。

受制于低温乳制品保质期短、运输半径短等因素，低温乳制品市场具有很强

的区域性。本项目的建设将有利于快速提高公司低温产品在豫、鲁、苏、皖等公司主要市场的铺货率和占有率，增强公司在该区域的竞争优势，提高公司持续盈利能力。本项目的建设具有较强的经济可行性和良好的经济、社会效益。

2、项目建设单位

低温乳品改扩建及冷链物流建设项目由科迪乳业负责实施，资金主要来源为本次募集资金。

3、项目建设的必要性

（1）公司现有低温乳制品产能无法满足市场需求

随着我国人民生活水平的提高和健康认知的增加，采用巴氏杀菌、营养价值更高的巴氏鲜奶、酸奶等低温乳制品越来越受到消费者的认可和青睐，低温乳制品市场空间不断扩大。目前，公司以常温奶生产为主，低温乳制品产能相对不足，为了满足公司主要市场对低温乳制品快速增加的需求，巩固和提高公司在主要市场竞争优势和占有率，公司需要尽快增加低温乳制品产能，并建立配套的冷链运输体系。

（2）本项目的实施有助于公司在现有市场把握市场先机、形成先发优势。

公司始终坚持渠道下沉的营销策略，重点发展四线城市及以下市场，并适时推进三线市场。与一、二线城市相比，三线及以下城市和乡镇、农村运输水平，尤其是冷链运输水平较低，限制了低温乳制品的在上述区域的配送和销售。但近年来随着国家一系列惠农政策的出台，农村居民的收入和消费水平大幅度提高，营养意识和膳食结构也逐步改善，低温乳制品消费在农村市场拥有巨大市场潜力。扩大低温乳制品产能并配套完善冷链运输体系有助于公司利用现有销售网络将低温乳制品快速占领目标市场，把握市场先机，形成先发优势，增强公司竞争力。

综上所述，公司认为实施低温乳品改扩建及冷链物流建设项目有利于增强公司竞争优势，增强盈利能力，具有必要性。

4、项目建设的可行性

随着我国经济的持续发展和人们对饮食健康认知水平的提高,居民在乳制品消费的支出未来将保持稳步快速增长趋势,我国乳制品行业具有较大的市场发展空间。自设立以来,经过多年经营发展,公司已经成为拥有长期专注于乳制品行业优秀的管理和技术团队,具备奶源安全和产品质量优势区域型乳品龙头企业,公司产品获得了经销商和终端客户的广泛认可。本项目具有良好的可行性。

5、项目概况

本项目引进先进的技术装备,采用巴氏杀菌处理,在杀灭牛奶中有害菌群的同时较好地保存了营养物质和纯正口感。同时配合建设冷链运输系统,保证了产品从加工到储存、配送的全程冷链冷藏,为市场提供具有高质量、高附加值的低温乳制品,满足人们的消费需求。

6、项目建设主要内容

(1)通过对现有生产线进行改造和新增生产线,实现低温乳制品日产能 340 吨。

(2)依托现有网络,建立完整的冷链物流系统。

7、项目选址情况

本项目是对公司位于虞城县利民镇工业园区的十万吨乳制品生产线进行改造和扩建,规划占地面积 120 亩。厂区位置交通便利,地势平坦,水源充足,周围无粉尘、有害气体、放射性物质和其他危及产品卫生的污染源,符合乳品加工卫生规范要求。本项目用地已获得编号为“虞集用(2011)第 00004 号”和“虞集用(2011)第 00005 号”的土地使用权证。不涉及新征用地。

8、项目建设期

依据项目建设内容、项目建设安排,本项目建设期为 3 年。

9、项目环保情况

本项目将遵守国家与地方环境保护相关法规、制度,严格执行环境保护相关标准,在工艺设计中采用节能设备,推进资源综合利用及资源节约,全面实行清洁生产。

10、项目投资计划和投资效益分析

（1）项目投资计划

本项目总投资估算为 47,427.00 万元。其中：建设投资 38,719.00 万元，铺底流动资金 8,708.00 万元，资金使用计划如下：

序号	工程或费用名称	投资额（万元）	比率（%）
1	建设投资	38,719.00	81.64%
1.1	建筑工程	775.00	1.63%
1.2	设备购置及安装	33,359.00	70.34%
1.3	其它工程和费用	4,584.00	9.67%
2	铺底流动资金	8,708.00	18.36%
合计	总投资	47,427.00	100.00%

（2）投资收益测算

本项目完全达产后的营业收入为 88,000.00 万元，税后财务内部收益率为 24.30%，税后投资回收期为 9.5 年（含建设期），各项经济指标较好，抗风险能力较强。

（二）品牌媒体推广项目

1、项目实施背景及意义

公司是一家以自有自控奶源为基础，以河南市场为依托，并辐射山东、江苏、安徽、河北、湖北等周边省区的基地型乳制品企业。公司 IPO 筹资建设的“年产 20 万吨液态奶项目”和自建项目预计于 2016 年投产。同时，为了满足市场对低温乳制品的需求，公司决定对低温乳制品进行改扩建，改扩建完成后公司低温乳制品日产能将达到 340 吨。为配合公司产能扩张，积极把握具有良好市场前景和广阔市场空间的乳制品市场机遇，进一步巩固和提高公司豫、鲁、苏、皖等传统市场的同时开拓新的市场区域，公司亟需加大科迪乳业品牌建设力度，不断提高科迪乳业品牌形象、知名度和行业影响力。在此背景下，公司拟实施科迪乳业品牌推广项目，在特定的品牌传播平台进行广告投入。

2、项目实施单位

品牌媒体推广项目由科迪乳业负责实施，资金来源为本次募集资金。

3、项目建设的必要性

自成立以来，公司已在主要销售区域豫、鲁、苏、皖四省享有较高的知名度和大量稳定的消费群体，并逐渐拓展河北、湖北等市场。目前，乳制品行业竞争日趋激烈，尤其是随着伊利、蒙牛等全国性乳业品牌销售区域的不断扩张和下沉，乳制品的竞争集中在品牌的竞争。因此，为把握市场机遇，迎接市场挑战，公司需要加大品牌推广力度，进一步巩固和提高在现有市场的占有率，并不断积极开拓新的市场。

公司 IPO 筹资建设的“年产 20 万吨液态奶项目”和自建项目预计于 2016 年投产。同时，为了满足市场对低温乳制品的需求，公司决定对低温乳制品进行改扩建，改扩建完成后公司低温乳制品日产能将达到 340 吨。产能大幅度提高有利于公司把握乳制品市场蓬勃发展的机会，但对公司的销售能力提出了更高要求。公司需要通过加大广告宣传力度、采取积极营销策略等措施，提高品牌知名度，提高公司现有市场占有率和开发新的销售市场，使产品销售规模的增长适应产能扩张。

因此，公司结合品牌发展战略和产能扩张计划，通过实施科迪乳业品牌推广项目，进一步提高品牌知名度，实现公司销售规模的快速增长，具有充分的必要性。

4、项目建设的可行性

公司目前能够生产常温灭菌乳、调制乳、含乳饮料、乳味饮品，以及低温巴氏乳、发酵乳等二十多个单品，一百多种规格的系列产品，可满足不同消费者的偏好。公司在销售区域内已享有较高的知名度，积累了大量稳定的消费群体，为本项目顺利实施提供了良好的客户群体基础。同时，从二十世纪九十年代以来，中国乳制品经历了二十余年的快速发展，乳制品生产总量位居全球第三，但我国人均液体奶消耗量与工业发达国家相比仍存在较大差距，市场空间广阔，这为本项目顺利实施提供了广泛的增量客户基础。

综上所述，该项目具有可行性。

5、项目概况

本项目拟通过在电视媒体、网络媒体等平台投放广告，提高科迪乳业品牌知名度和认知度，促进公司销售规模持续增长、提高市场占有率、增强盈利能力。

6、项目建设主要内容

项目实施内容如下：

（1）电视媒体广告投放

（2）户外广告投放

（3）网络媒体投放

7、项目实施周期

本项目实施周期为 3 年。

8、项目投资计划和投资收益分析

（1）项目投资计划

本项目总投资为 6,000.00 万元，具体情况如下：

序号	投资项目	投资金额（万元）	比例（%）
1	电视媒体广告投放	4,000	66.67
2	户外广告投放	1,000	16.67
3	网络媒体投放	1,000	16.67
合计		6,000.00	100.00

（2）投资收益分析

本项目不单独产生直接经济效益，但通过实施本项目，科迪乳业可进一步扩大产品知名度，提高消费者品牌认知度，进而带动销售规模扩大，从而增强公司的综合竞争力和可持续盈利能力。

（三）偿还银行贷款

本次募集资金中 22,000 万元将用于偿还借款，公司将根据募集资金到位情况统筹安排偿还相关借款。

截至 2015 年 9 月 30 日，公司负债总额合计 87,271.26 万元，其中流动负债合计为 77,736.89 万元（其中短期借款 62,300.00 万元），非流动负债总额合计 9,534.37 万元（其中长期借款 2,568.61 万元，长期应付款 6,174.58 万元），有息负债占比为 81.41%，公司每年有息负债产生的利息费用较高。公司利用募集资金偿还部分银行借款，将降低有息负债减少利息支出，可提高公司现有利润水平，并将进一步提升公司的抗风险能力和核心竞争能力，符合全体股东的利益。

三、本次募集资金对公司经营情况、财务状况的影响

（一）本次非公开发行对公司经营情况的影响

本次募集资金投资项目符合国家产业政策以及未来公司整体发展战略，具有良好的发展前景和经济效益。本次募投项目实施完成后，公司低温乳制品生产能力将得到大规模提升，产品结构进一步优化。同时通过品牌媒体推广，公司品牌知名度和消费者认知度将进一步提高，进而扩大销售规模。综上，本次非公开发行有助于促进公司产品结构优化，提升公司行业地位，增强公司的竞争力。

（二）本次非公开发行对财务状况的影响

本次非公开发行完成后，公司总资产和净资产均将相应增加，公司的资本实力和抗风险能力将得到进一步增强。公司的资产结构得到优化，资产负债率相应降低，财务结构更加稳健。

本次非公开发行后公司总股本将有所增加，而募投项目的经济效益需要一定的时间才能体现，因此公司净资产收益率、每股收益等指标短期内可能出现一定程度的下降，但随着募投项目的逐步建成达产，公司产品结构更加合理，知名度进一步提升，有利于公司未来各项业务的发展，从长远看，将提高公司的持续经营能力和盈利能力。

本次发行完成当年，筹资活动现金流入将大幅增加；募集资金投资项目开始建设实施后，公司投资活动现金流出将大幅增加；随着募集资金投资项目逐步建成、达产，公司经营活动产生的现金流量净额将逐步提升。

河南科迪乳业股份有限公司董事会

2016 年 1 月 13 日