

深圳市宝鹰建设控股集团股份有限公司

非公开发行股票募集资金使用可行性分析报告

本公司及董事会全体成员保证公告内容的真实、准确和完整，对公告的虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏负连带责任。

一、募集资金使用计划

本次非公开发行股票的募集资金总额不超过 197,798.00 万元（含本数），扣除发行费用后将全部用于补充流动资金，以增强公司资本实力，满足公司未来业务发展的需要。

二、募集资金用于补充流动资金的必要性

（一）行业经营模式决定了公司须具备充裕的流动资金

建筑装饰行业普遍具有“轻资产、重资金”的行业特点，即建筑装饰企业业务发展对固定资产的需求较小，但对流动资金的依赖度相对较高。建筑装饰行业的业务流程包含业务承接（业务联系、投标）、采购阶段、工程管理和实施、竣工验收、决算与收款和售后服务。在招投标阶段需要支付投标保证金、工程前期需要垫付前期材料款、施工过程中的履约保证金、安全保证金及施工完成后的质量保证金。因此，建筑装饰企业的经营模式导致在业务开展和实施过程中需要大量的资金，行业内公司普遍应收账款占总资产比重较高，建筑装饰企业运营更多的依赖流动资金投入。以本公司为例，2013 年至 2015 年公司应收账款占总资产比例分别为 55.10%、63.61%以及 61.75%。

（二）公司需要资金以满足发展战略实施与业务拓展计划

公司自 2013 年完成重大资产重组以来执行“战略布局、转型升级”和“以内源性增长促进外延式的发展，以外延式发展巩固内源性增长”两大发展战略与经营

计划，深入推动公司综合建筑装饰装修设计及施工主营业务健康发展，知名度持续增高、团队执行力持续增强，实现了营业收入与净利润持续增长。

与此同时，公司未来将着力通过以下举措持续提升公司综合竞争力：

1、持续扩大主营业务市场占有率与产业链配套能力

公司实施“立足深圳、面向全国、走向世界”的经营策略，建筑装饰装修设计及施工主营业务已经遍布除西藏、台湾以外的所有省会城市，在华南、华东、华中、华北、东北、西北、西南各大区域形成了较为稳定的市场份额。公司将积极利用资本市场平台和企业运营平台，寻求新的业务增长点和利润贡献点，继续扩大市场占有率。同时经过多年发展，公司已与 Inditex、Hackett、BURBERRY、爱马仕等国际连锁品牌企业展开了业务合作，因这些高端客户在工程体量、款项支付、利润水平、施工配合、品牌宣传等方面具有有利因素，而且准入门槛相对较高，未来公司将继续充分发挥在服务高端客户方面的资源、技术、管理、经验、先发优势，努力开发和培育更多高端客户，稳步增加业务来源。

目前公司已经成为装饰行业主要的建筑幕墙及铝合金门窗生产企业，并建立了装饰部品部件工厂化基地，形成了完善的产业配套能力。公司将在确保主业快速发展的同时，继续整合幕墙、门窗、智能化、消防、机电设备、钢结构的资源配置，挖掘配套资质的巨大市场潜力，与主业资质形成良性互动，共同发展，为客户提供更完善、更优质、更高效的建筑装饰工程设计施工综合解决方案及承建管理服务。

2、积极拓展海外业务

凭借国家“一带一路”的重大战略迅速推进，公司将继续重点关注各区域经济走廊的动向，加强对海外市场的分析研究，积极利用亚洲基础设施投资银行、丝路基金以及国家对有关地区的专项贷款与合作基金等，利用国家间的合作机会，抓住“一带一路”版图国家的发展机遇，培养国际化团队，积极发展海外业务，提升宝鹰品牌的海外影响力。

公司将发挥各种优势资源把中建南方和印尼宝鹰分别打造成为宝鹰股份业务各具特色、市场各有侧重的海外业务平台，迎合 2018 年印度尼西亚将主办亚运会的契机，印尼宝鹰力争承接更多国家级建设项目、重大合同项目。

3、以互联网的思维推动公司转型升级战略实施

公司将继续利用与鸿洋电商合作的契机,充分吸收和运用互联网思维整合营销网络体系建设,积极打造营销网络共享支持平台,提升营销网络效率。同时公司将利用鸿洋电商丰富自身的产品结构、客户群体和产业链条,引入互联网思维助力公司优势产业发展,有效提升公司的信息化建设水平,为公司拓展智能家居、建筑智能化等领域业务做有益探索和实践。

此外,公司将继续推动和兴行供应链 B2B 网络建材销售平台的建设,将各自体系内最优质的建材供应商移居网络平台,实现原有的线下采购转移至线上,力争将和兴行供应链打造成集资讯发布、品牌推广、产品交易、物流配送、金融服务为一体的综合性服务平台。

4、布局新业务,培育新的盈利增长点

报告期内,公司通过对武汉矽感、国创智联的战略投资,实现了在物联网与大数据平台、智慧城市建设、信息安全等战略新兴领域与公司主营业务的全面对接与产业链延伸,同时培育新的盈利增长点。

未来,公司将紧密围绕公司既定的“战略布局、转型升级”和“以内源性增长促进外延式的发展,以外延式发展巩固内源性增长”两大发展战略,通过巩固上述新业务的布局与持续深度扩展,为公司培育新的盈利增长点,提升公司的综合竞争实力。

(三) 公司需要采取股权融资方式改善资本结构

2013 年至 2015 年,公司的流动比率基本维持在 1.60 以下,资产负债率接近于 60%,呈现出流动性较为紧张和资产负债率偏高的特点。与此同时,公司负债结构中有息负债基本为银行短期借款,2013 年至 2015 年,公司短期借款占有息负债的比重分别为 100.00%、98.57%和 99.29%。随着经营规模进一步扩大,公司将要承受经营规模扩大带来的资产流动性削弱的压力,以及随之增加的财务风险。

2015 年			2014 年			2013 年		
流动比率	资产负债率	短期借款占有息负债的比重	流动比率	资产负债率	短期借款占有息负债的比重	流动比率	资产负债率	短期借款占有息负债的比重

1.38	62.42%	99.29%	1.58	55.86%	98.57%	1.49	62.46%	100.00%
------	--------	--------	------	--------	--------	------	--------	---------

为降低公司对银行短期借款的过度依赖，改变债务融资结构的单一性，公司正寻求通过发行公司债券等直接债务融资方式满足公司资金需求，目前相关工作正在有序推进之中。

但公司亦清晰认识到即使上述相关债券融资工作得以顺利落实，仍无法改变公司目前资产负债率偏高的问题。因此，为了从根本上改善公司资本结构，增强资本实力，提高公司偿债能力，增强公司抗风险能力，公司有必要采取股权融资的方式，通过发行股票募集资金的方式补充流动资金，为公司业务的持续稳健发展提供有力保障。

三、募集资金用于补充流动资金的可行性

（一）建筑装饰行业发展前景广阔

我国建筑装饰行业持续保持较快发展，建筑装饰行业总产值由 2002 年的 0.66 万亿元提高至 2014 年的 3.16 万亿元,年均复合增长率为 13.94%。根据“十二五”规划：至 2015 年行业工程总产值力争达到 3.8 万亿元，比 2010 年增长 1.7 万亿元，总增长率为 81%。其中，公共建筑装饰装修（包括住宅开发建设中的整体楼盘成品房装修）争取达到 2.6 万亿元，比 2010 年增长 1.5 万亿元，增长幅度在 136%左右，年平均增长率为 18.9%左右；建筑幕墙要达到 4,000 亿元，比 2010 年增长 2,500 亿元，增长幅度在 167%左右，年平均增长率为 21.3%左右。建筑装饰市场主要集中在大中型城市，伴随着城市化率的不断提高，我国城市数量和城市规模也在稳步上升，将直接拉动对大型建筑的需求，并形成对建筑装饰的需求。“十三五”期间，我国城市化仍将处于快速发展阶段，预计到 2020 年常住人口城镇化率达到 60%、户籍人口城镇化率达到 45%，从而直接拉动对大型建筑以及建筑幕墙的需求。

建筑装饰行业发展空间巨大，众多不同行业均对公共建筑装饰具有广泛需求，与此同时建筑装饰行业的发展具有乘数效应和市场需求可持续性的特点，与土木建筑业、设备安装业等一次性完成工程业务不同，每个建筑物在其完成直到整个使用寿命的周期中，都需要进行多次装饰装修。因此，尽管目前房地产市场表现

相对低迷，但是建筑装饰行业依然有较大的发展前景。与此同时，随着行业竞争的加剧，规模较小、定位散户装修、资质条件较弱的中小型企业逐步被市场淘汰，市场将出现明显分化，行业集中度将进一步提升。行业龙头公司将在高端市场凭借管理和品牌优势扩张渠道和区域，并借助收购和并购加快成长，并有可能出现全国性和区域性装饰巨头，成为某些区域寡头。因此，国内建筑装饰行业，尤其对于行业领先企业的发展空间依然前景广阔。

此外，国家高度重视“一带一路”的重大战略的实施和推进，当前不少发展中国家对外开放的大门已全面打开，对市场经济的需求和渴望胜过以往任何一个时期，希望吸引外资的同时，兴建大量的基础设施和民生工程，大型体育场馆、文化展馆、机场高铁等建筑装饰项目需求巨大，海外市场机遇重重，前景广阔，公司面临着紧跟国家战略，趁着政策的东风和国家的力量“走出去”发展的重大机遇和希望。而随着“互联网+”等全新发展理念和模式的提出，使得转型升级已经成为建筑装饰行业的共识，充分发挥互联网在生产要素配置中的优化和集成作用，必将有助于提升建筑装饰企业的创新力和生产力，大大增强企业发展的深度和广度。

（二）公司具备实现发展目标的核心竞争力

公司作为全国领先的综合建筑装饰工程承建商，综合实力和市场竞争力位居全国公共建筑装饰行业领先地位。目前公司在品牌和资质、工程实施专业能力、人力资源基础、营销网络、质量管理与成本控制能力等方面已形成较强的综合竞争实力，具备实现公司发展目标的条件与基础。

1、品牌文化和行业资质

品牌是建筑装饰企业的核心竞争力之一，公司长期以来注重品牌建设，推行精品战略，以诚信赢得市场，不断通过提升质量管理和诚信服务，增强“宝鹰”的品牌影响力。近年来，公司始终不遗余力打造“诚信宝鹰、质量宝鹰、效益宝鹰、艺术宝鹰、文化宝鹰”，公司管理层一直高度重视企业文化建设，积极贯彻实施“文化立企”发展战略，以注重诚信、品质和共赢建立起良好的商业形象，极大地提高了公司团队的战斗力与创造力。

在资质建设上，公司是全国建筑装饰行业拥有较齐全的业务资质的企业之一，

具备多个设计甲级和施工壹级资质，还有展览展示工程施工一级、安全技术防范系统、医疗器械、金融安全防范设施等多项施工设计资质。完备的资质有助于公司进一步拓展工程设计施工业务，为客户提供各种公共建筑装饰工程设计施工综合解决方案及承建管理服务，并大力发展总包管理的业务模式，实现在建筑装饰领域的差异化竞争，提升品牌形象。

2、工程实施专业能力

公司工程业务类型涵盖了酒店、银行、学校、展馆、地铁、机场、车站、工厂、写字楼、商场、住宅等。经过多年发展，公司在多个细分市场均完成了大规模或具有标志性建筑的装饰工程项目，不仅具备了全面的资质和技术能力，同时也具备丰富的施工管理经验。公司在公共装饰、住宅精装修以及建筑幕墙业务上的长期发展中，注重质量与服务，长期以来形成了众多涉及商业、地产、投资、建筑与设计合作伙伴。公司已与恒大等大型企业集团建立了长期战略合作关系。此外，公司已与 Inditex、Hackett、BURBERRY、爱马仕等国际连锁品牌企业展开了业务合作，已逐渐成为国际连锁品牌在中国境内开设门店的主要工程承建商之一。

3、人力资源基础

近年来，公司逐渐从传统的家族式企业向现代化的职业经理人管理公司转型，已形成了老中青梯队年龄结构合理，在企业管理、工程技术、市场开拓、经济法律、金融证券等专业结构完善的高管团队。同时公司已拥有一个强大建造师队伍，包括高级工程师与项目经理等骨干员工，以及大量业务专、技术精的一线施工人员，在精细木工、镶贴工等建筑装饰关键工种有一大批技术骨干，建立了比较完善的人才培养体系，目前公司已与广西水利电力职业技术学院等院校签署全面战略合作协议，在教研与人才培养等方面展开全面合作，保证公司人才队伍不断发展壮大。同时公司历来坚持与员工共同分享企业成长利益的激励机制，采取各种有效措施不断调动和激发员工工作的积极性和创造性。2016 年 1 月公司成功实施了第一期员工持股计划，通过二级市场交易系统累计购买公司股票 10,096,100 股，占公司总股本的 0.7993%。该员工持股计划的实施将有利于建立和完善员工与公司的利益共享机制，改善公司治理水平，提高员工的凝聚力和公司的竞争力。

4、营销网络

在营销方面，一直以来公司始终将合同质量（包括项目可行性、业主资质）作为市场选择的最高标准，不以低价换市场，而凭借自身的竞争优势承接体量大、资金有保障、综合效益好的项目。经过多年发展，公司营销网络已经遍布除西藏、台湾以外的大部分省会城市，并成立了香港公司、澳门公司，逐步开始由省会城市向周边城市科学布局。

此外，公司营销网络也以东南亚市场为切入点，逐步向海外拓展。公司控股子公司中建南方在经营海外工程市场方面具有丰富运营经验和业务资源，同时公司与熊氏集团(总部设于印度尼西亚的大型跨国企业集团，其实际控制人为著名华人华侨领袖熊德龙先生)共同设立的印尼宝鹰建设有限公司，亦将能借助股东的雄厚产业背景与资源迅速实现海外市场布局与拓展。

随着公司对营销网络进一步深耕细作，营销网络对公司经营规模增长的推动优势将更加明显。

5、质量管理与成本控制能力

质量管理与成本控制作为建筑装饰企业管理体系中的核心要素，公司已建立了成熟的管理体系并积累了丰富的经验。目前公司已通过 ISO9001: 2000 质量管理体系标准、ISO14001: 2004 环境管理体系和 GB/T28001-2001 职业安全健康认证标准。公司采用“工厂化生产、规范化管理、装配化施工”的标准化生产管理模式，针对目前在建项目数量多、地域分布广的特点，对施工现场进行扁平化管理并实施有效的安全监督管理机制，使工程质量得到可靠有力的保障。同时，为强化成本管理，公司对主材实行集中采购、比价管理，由工程施工部门和采购部门统一进行材料供应商评审，加强对供应链的整合和管理，并与工程团队实时对接，实现经济、科学地批量采购，有效控制市场价格波动影响以及库存滞留或缺带来的成本。

（三）公司产业运营平台与资本运作平台协同发展，行业资源整合能力日趋成熟

公司作为一家控股平台型的上市企业，在架构设计和组织功能能够更好契合

“以内源性增长促进外延式的发展，以外延式发展巩固内源性增长”经营战略的实施，实现产业运营平台与资本运作平台的协同发展。

公司一方面积极推动公司等旗下企业依靠自身实力持续稳健发展，进一步加强业务模式和管理理念创新，充分利用公司既有优势和市场影响力积极与外部专业机构展开合作，吸引潜在优质客户，进一步扩大市场份额，并借鉴大数据、云计算、平台管理、移动互联网的管理理念，不断开拓创新，引领建筑装饰行业发展潮流。另一方面公司亦积极借助资本平台优势，在不断发展主营业务的同时，积极寻找合适的外部资源，加快专业资源整合和产业链延伸步伐，结合“一带一路”、“互联网+”等国家重大战略，通过合作、参股、控股等多种方式有效实施收购兼并及对外扩张计划，不断完善产业布局，提高产业技术含金量与业务附加值，开拓利润新贡献点，以内源性增长促进外延式的发展，以外延式发展巩固内源性增长，行业资源整合能力不断提升并日趋成熟，从而进一步增强公司的整体资产质量、盈利能力和抗风险能力。

在本次非公开发行中，公司第一大客户恒大地产的关联方恒大人寿将作为认购对象参与本次非公开发行。2013年、2014年、2015年各期恒大地产分别占公司营业收入的26.60%、41.05%、19.20%，同时恒大地产与公司基于各自的行业地位、住宅精装业务特点以及长期稳定的合作关系已形成战略合作伙伴关系。本次发行后，公司与恒大地产在资本层面实现强强联合，进而推动双方在产业资源与业务发展方面的战略合作上升至更高更深的层级，是公司产业运营与资本运作协同发展的重要里程碑，凸显公司行业资源整合能力的不断提升并日趋成熟，未来将助力公司不断做大做强，为实现长期股东回报奠定良好基础。

四、本次募集资金运用对公司经营管理和财务状况的影响

（一）本次发行对公司经营管理的影响

公司拟通过本次发行募集资金进一步推进实施“战略布局、转型升级”和“以内源性增长促进外延式的发展，以外延式发展巩固内源性增长”两大发展战略与经营计划。本次募集资金的使用有利于提升增强核心竞争力，巩固和提高公司的行业地位。公司收入水平与盈利能力将进一步提高与增强，有利于公司以更好的业绩回报股东，亦有利于公司长远经营发展。

（二）本次发行对公司财务状况的影响

本次非公开发行完成后，公司总资产和净资产规模将大幅增加，资产负债率将有所下降，改善财务结构，进一步提高公司偿债能力，增强公司资本实力，公司抵御风险的能力将进一步提高。

公司本次非公开发行股票募集资金符合国家相关的产业政策及相关法律法规的要求，符合公司战略发展需要，有利于优化公司财务状况，促进公司健康发展，符合公司及公司全体股东的利益。

五、结论

本次非公开发行股票募集资金用于补充流动资金，符合相关政策和法律法规以及公司的实际情况和发展需求。本次非公开发行股票募集资金完成后，公司的资本结构将得到优化、公司的财务状况将得到改善，抗风险能力将进一步增强，同时，有利于公司未来各项业务的发展，从长远看将有利于提高公司的经营安全性、持续经营能力和抗风险能力，并有利于公司提高盈利能力，以及核心竞争能力，促进公司的长远健康发展，符合公司的发展战略，符合公司及全体股东的利益。

深圳市宝鹰建设控股集团股份有限公司董事会

2016年4月18日