

广东燕塘乳业股份有限公司

2016年度非公开发行股票募集资金使用可行性分析

报告（第二次修订稿）

一、本次募集资金使用计划

本次非公开发行募集资金总额不超过 52,349.95 万元，扣除发行费用后将用于“湛江燕塘乳业有限公司二期扩建工程”、“OAO 电商平台建设项目”和“广东省乳业工程技术研究中心建设项目”三个项目。募集资金具体投资项目如下：

单位：万元

序号	募投项目名称	项目投资总额	募集资金拟投入金额
1	湛江燕塘乳业有限公司二期扩建工程	39,063.69	34,341.60
2	OAO电商平台建设项目	14,516.15	10,324.90
3	广东省乳业工程技术研究中心建设项目	8,667.62	7,683.45
合计		62,247.46	52,349.95

在本次非公开发行募集资金到位之前，广东燕塘乳业股份有限公司（以下简称“公司”）将根据募集资金投资项目进度的实际情况以自筹资金先行投入，并在募集资金到位后按照相关法规规定的程序予以置换。

若实际募集资金数额（扣除发行费用后）少于上述项目拟以募集资金投入金额，在最终确定的本次募集资金投资项目范围内，公司将根据实际募集资金数额，按照项目的轻重缓急等情况，调整并最终决定募集资金的具体投资项目、优先顺序及各项目的具体投资额，募集资金不足部分由公司自筹解决。

二、本次募集资金投资项目的具体情况

（一）湛江燕塘乳业有限公司二期扩建工程

1、项目概况

近几年，中国乳制品市场仍处于快速增长阶段，随着居民人均消费收入的增加以及城镇化进程的加快，人均乳制品消费水平均有很大幅度的提高，整体消费市场趋好。经过多年的耕耘，“燕塘”牛奶作为广东乃至华南地区家喻户晓的乳品品牌，为了满足日益增长的消费需求，公司计划实施湛江燕塘乳业有限公司二期扩建工程，扩大湛江燕塘乳业有限公司产能、丰富产品种类，精耕粤西市场，辐射广西、海南市场，增强差异化竞争优势，迅速提升公司在粤西市场乃至广西

和海南市场的竞争地位和市场份额。

2、项目实施背景及意义

牛乳被誉为营养价值最接近于完美的食物，人均乳制品消费量是衡量一个国家人民生活水平的主要指标之一。近年来，我国奶牛养殖业和乳制品加工行业发展迅速，奶牛存栏量和乳制品产量成倍增长，乳制品消费稳步提高；同时，随着我国国民经济的不断发展，人民生活水平日益提高，家庭的膳食结构得到普遍改善，人们对乳制品消费的观念也在不断发生变化，乳制品的消费需求量呈明显上升趋势，已逐渐成为我国人民生活的必需食品。

广东省是我国经济发达地区，国民生产总值（GNP）、人均国民生产总值等指标连续多年全国排名靠前，发达的经济水平为乳制品消费的持续增长提供了基础保障。伴随经济的持续增长，“十一五”以来广东省乳制品行业取得了快速发展，乳制品加工企业数量、产品产量、销售收入、人均乳制品消费支出等均表现出持续增加的态势，其中，行业销售收入由 2005 年的 35.25 亿元增加到 2015 年的 149.26 亿元，2015 年销售收入排名全国第六（数据来源：2016 年中国奶业统计资料。）

我国乳制品行业发展起步较晚，虽然近年来我国乳制品市场规模保持高速增长，但与世界发达国家的人均原奶占有量和人均乳制品消费水平相比，仍存在较大差距。根据《2016 中国奶业统计摘要》的数据，2014 年我国人均占有奶量为 28.08 千克。根据农业部制定的《全国奶业“十一五”发展规划和 2020 年远景目标规划》，到 2020 年我国奶类产量将达到 6,000 万吨，人均占有奶量将达到 42 千克。由此可见，在人口基数十分庞大的中国，乳制品市场未来发展空间巨大、前景广阔。

实施湛江燕塘乳业有限公司二期扩建工程，有利于公司扩大公司产能、缓解产能瓶颈，迅速提高公司在粤西市场的占有率，加强公司在粤西地区的竞争优势，并利用其优越的地理位置辐射广西和海南市场，具有良好的经济、社会效益。

3、项目实施的必要性

（1）顺应乳制品行业发展趋势，巩固区域市场优势地位

本世纪前 10 年，处于快速发展阶段的乳制品加工行业，经历了很多复杂的历史事件，使得我国乳制品加工行业不断走向成熟和完善。2008 年后，我国政

府及相关监管部门对奶业整顿力度加大，监管程度从严，法律法规趋于完善，并于 2010 年 11 月至 2011 年 3 月对乳制品加工行业进行了行业规范、整顿，使我国乳制品行业进入了更加规范、健康发展的良性轨道，同时，各级政府都高度重视奶业发展，并连续出台了一系列规范和扶持奶业发展的政策。

在此行业背景下，未来几年，我国乳制品市场将迎来持续增长期；此外，我国乳制品人均消费量较低，我国乳制品市场尚存在巨大的发展空间。因此，作为华南地区规模最大的乳制品加工企业之一，为顺应行业发展需要，本公司有必要通过进行扩大产能项目建设，扩大生产经营规模，巩固区域市场优势地位，提高公司综合竞争力。

(2) 乳制品消费需求快速增长，公司面临产能瓶颈

随着国民经济发展和居民收入水平的提高，家庭膳食结构的改善，人们对乳制品消费的认识也在不断提升，乳制品的消费需求呈明显上升趋势。2001-2012 年我国城镇居民乳制品消费支出逐年增加，人均消费支出由 2001 年的 80.06 元增加到 2012 年的 253.57 元；2001-2012 年广东省城镇居民乳制品消费支出逐年增加，人均消费支出由 2001 年的 74.22 元增加到 2012 年的 246.06 元，增长速度略快于全国平均水平。公司产品覆盖华南地区，主要集中在广东省，产品销量随着区域市场需求增加而持续增长，2013-2015 年，公司产品销量分别为 105,269.34 吨、106,347.17 吨和 120,401.43 吨，销售增长较快。

目前公司本部位于广州市天河区，厂区所处位置属于相对繁华的地区，生产经营规模无法进一步扩大，公司面临产能瓶颈。公司目前在建的日产 600 吨乳品生产基地投产后，短期内公司的产能将得到一定提升，产能瓶颈将暂时缓解。但随着乳制品消费需求的持续快速增长，以及公司深入布局粤西市场、加速向外埠市场扩张，公司有必要实施本项目以扩大产能，巩固现有优势地位。

4、项目实施的可行性

随着国民经济发展和居民收入水平的提高，家庭膳食结构的改善，人们对乳制品消费的认识也在不断提升，乳制品的消费需求呈明显上升趋势。公司作为华南地区最大的乳制品加工企业之一，具有明显的区域竞争优势，公司的全资子公司湛江燕塘是粤西地区唯一一家现代化乳制品生产企业，2015 年燕塘牛奶成为在湛江市举行的广东省第十四届运动会唯一指定饮用奶，公司在粤西、海南及广

西区域具有较大的品牌知名度和市场影响力，因此本项目具有良好的可行性。

5、项目实施方案

(1) 项目建设内容及预算

本项目主要包括新建厂房、车间及配套设施等，并购置、安装和调试生产设备，实现液体乳、含乳饮料日产能 300 吨。项目预计投资总额为 39,063.69 万元，其中建设投资 36,058.68 万元，铺底流动资金投资 3,005.00 万元，本项目金额由本次非公开发行募集资金和自有资金投入，具体情况如下：

单位：万元

序号	募投项目构成	项目投资金额	募集资金投入金额
1	建设投资	36,058.68	34,341.60
1.1	建筑工程	9,739.28	9,739.28
1.2	设备购置	21,035.50	21,035.50
1.3	安装工程	2,724.23	2,724.23
1.4	工程建设其他费用	842.59	842.59
1.5	预备费	1,717.08	-
2	铺底流动资金	3,005.00	-
合计		39,063.69	34,341.60

(2) 项目建设周期

本项目建设期 18 个月。

(3) 项目实施主体

本项目由公司全资子公司湛江燕塘乳业有限公司实施，募集资金以增资的方式投入湛江燕塘乳业有限公司。

(4) 项目经济效益分析

经测算，本项目建成达产后，预计内部收益率（税后）为 16.85%，项目静态回收期为 5.57 年（不含建设期），因而本项目具有良好的经济效益。

6、募投项目涉及报批事项的说明

2016 年 8 月 24 日，湛江市麻章区发展和改革局对本项目出具编号为 2016-440811-14-03-007568 的备案证；2016 年 10 月 8 日，湛江市环境保护局对本项目出具《关于湛江燕塘乳业二期扩建工程项目环境影响报告表的批复》（湛

环建[2016]103号)。

(二) OAO 电商平台建设项目

1、项目概况

公司目前已建立起由经销、商超、机团、送奶服务部、专营店等构成的线下销售渠道，并逐步开展线上电商平台销售推广，通过线上线下营销联动，扩大公司销售版图。公司将通过实施本项目，建设公司线上 OAO 信息系统、扩展线下燕塘品牌专营店及仓库和冷链物流，进一步延伸公司销售网络、增强渠道下沉力度，加速向广东周边地区扩张，构筑公司华南区域竞争力和影响力。

2、项目实施背景及意义

近年来，我国互联网普及率及电商交易规模保持高速增长，2015 年我国网民规模跃居世界首位且保持 20.02%的年复合增速在快速扩张，我国现已步入“全民互联”时代。2015 年我国电商交易规模高达 16.2 万亿元，其中网购增长率高达 37.2%，网上购物极大的改变了居民的生活方式和消费习惯。

目前，国内乳制品行业龙头企业陆续开始布局电商业务，如蒙牛、伊利、光明等基地型乳企，均通过“自主+合作”的模式开展电商业务，在“自主”模式方面，其均通过自建 PC 和移动 APP 线上商城实现营销推广业务，例如蒙牛幸福动车、伊利商家中心和光明随心订等，该种模式更有利于乳企提供契合客群消费习惯的个性化服务，提升客户的消费体验和满意度。在“合作”模式方面，其均通过借助成熟第三方电商平台(如天猫、京东以及 1 号店等)快速开展电商业务，第三方平台拥有庞大的用户基础、完善的购物流程以及信用体系等优点，该种模式可为乳企电商提供巨大的流量入口，快速扩大电商销售规模。

公司已依托天猫、淘宝、京东和 1 号店平台开展电商业务，OAO 电商平台建设项目实施后，公司将推出 PC 及移动 APP 电商平台，形成乳制品行业电商先发优势。同时，本项目的实施还将增加公司线下专营店铺设，发挥线上线下资源协同、营销联动，提高公司经营效率。

3、项目必要性分析

(1) 契合年轻消费趋势，形成行业先发优势

受益于信息通信技术的发展和智能移动终端的普及，我国电商现保持高速发展且继续渗透各业态。随着我国居民年龄迭代，80、90 后人群逐渐成为我国社

会消费主力，加之数字化时代的到来、生活节奏的加快导致休息时间碎片化等趋势下，国民的生活模式由传统的简单化、机械化逐渐向个性化、懒人化以及智慧化方面发展并升级。网购方式与传统购物方式相比，其有着省时、省力以及省钱的天然优势，因此网购已成为年轻化客群追求时尚、便捷和品质生活不可或缺的组成部分。乳企打造“互联网+”的电商运营模式，契合年轻化网购消费趋势，有利于吸纳潜力年轻客群以抢夺市场份额。

现阶段，国内乳企的“互联网+”电商运作体系的搭建均未成熟，各自建 PC、APP 终端以及第三方平台的投放均处于起步阶段，各载体的职能单调且载体间联系不足，导致各乳企均尚未具备较强的电商实力，未对公司电商模式的搭建形成进入壁垒。电商对于乳业而言是一个或将改写竞争格局的全新销售渠道，公司亟需通过本项目建设抓住乳业本轮发展机遇，抓紧布局 PC 及移动电商，加强线下与线上互动联合，谋求拓展市场的宽度和广度。

（2）延伸现有客群覆盖面，构筑华南品牌影响力

鉴于年龄、性别、职业等差异，细分客群在对乳品消费形成不同的倾向。因此，是否具备多维品类结构以及多元的消费渠道入口渐已成为构建乳企核心竞争力的新制高点。通过本项目建设，充分利用电商平台在销售及宣传两方面的天然优势，帮助公司实现在优势市场对各细分客群的全面覆盖，以及在除广东外的华南潜力市场的品牌拓展。

目前，网购已成为现代都市年轻客群的基本消费购物方式。公司是广东区域乳制品龙头企业，在广东线下乳制品市场中占有较高的市场份额。在公司现有产品体系下，公司通过 OAO 电商平台建设，发展线上乳制品电商业务，满足年轻化客群对网购乳制品的消费诉求，拓宽广东现有客群覆盖的深度和广度，进一步提升公司在广东区域的现有市场份额。另外，OAO 电商平台与公司线下高密度的营销网络充分互动，线上线下资源的联动深化区域影响力以及竞争力，有利于搭建覆盖面更密集的营销网络，达到“精耕广东、放眼华南、迈向全国”的战略目标，把握增量市场以抢夺市场份额。

公司在开拓广东周边 5 省的过程中，将会与当地本土品牌发生正面竞争，当地品牌商的竞争力主要体现在（1）长期经营所形成的区域市场认同感，给当地客群留下较深的消费印象；（2）结合当地特色饮食文化开发的特色化产品，给当

地部分客群形成较强的粘性。公司在大力发展外埠市场时，选择走差异化市场发展路线：首先，公司拟利用电商平台天然的跨地域宣传渗透性优势，分别在当地的公交站、楼宇、商场、电梯等地进行品牌二维码推广，实现区域引流；其次，利用包括但不限于“积分互换、会员信息共享、商品赞助”等方式与商品消费相关性较强的商家群形成联动，加速燕塘品牌在区域市场的流量聚合，突破区域品牌的垄断；最后，随着线上电商和线下专营店的发展建设，提升公司对其他销售渠道的议价能力，有利于公司顺利开拓华南地区经销商、机团以及商超等其他销售渠道。通过实施本项目，公司借助电商渠道，以较低成本在较短周期内向当地消费客群植入燕塘的品牌形象，以差异化的营销方式增强客群消费体验，实现公司构筑华南品牌影响力的发展目标。

（3）发挥线上线下资源协同效应，实现质控、盈利多重优化

本次电商平台项目是一种通过线上引流并结合线下优势资源，最终实现线上线下流量共享式变现、增值的一种营销策略。通过本项目的建设实施，借助电商平台的引流作用，为传统线下渠道提供客源补充，摊薄周期性销售下行阶段线下渠道的运营成本；同时，利用线下渠道的场景化搭建以及送奶到户服务，为网购习惯客群提供全新的品牌消费体验。凭借线上线下渠道的双轮驱动，利于提高公司直营渠道业务规模，有效缩短产业链环节和管理半径，拓宽公司的盈利面。

通过本项目的建设实施，公司在直营方面的业务占比将进一步提高。取消了中间环节的直营业务即缩短了管理半径，有利于公司对销售终端的控制和管理，从原奶的采集到生产加工、再到终端零售等每一个环节均由公司自主管控，提升了产品的品质管控。另外，电商等直营渠道能够压缩业务链环节，拉近了消费者与品牌商之间的距离，不但提升了公司的快速反应能力，有效根据市场的销售情况调整产品结构策略，还降低了营销网络成本，释放更大的盈利空间，提升经营效益。

4、项目可行性分析

“燕塘”品牌源于 1956 年，经过多年耕耘，公司已发展成为华南地区规模最大的乳制品加工企业之一，“燕塘”品牌在广东省内拥有较高的知名度和市场影响力。公司属于区域性城市型乳制品龙头企业，公司凭借稳定安全的奶源基地优势和产品质量优势，在广东省赢得了消费者的认可，在本土品牌中优势突出。

公司是“广东省食品药品放心工程示范基地”、“农业产业化国家重点龙头企业”。公司多个产品先后被评为“广东省名牌产品”、“广东名奶”；2013年公司获得全国轻工行业“先进集体”荣誉称号，并且被评为“2012年度广东省食品安全先进企业”。同年，公司奶牛场分公司被确定为“学生奶奶源升级计划奶源示范基地”。2014年12月，燕塘乳业于深交所正式挂牌上市，成为广东省第一家乳制品上市企业，公司的品牌影响力和综合竞争力得到进一步提升。2015年公司获得中国乳制品工业协会授予的“中国乳业优秀企业”荣誉称号，同年，公司被中国奶业协会评为“2011-2014年度优秀乳品加工企业”。2016年，公司获得中国乳制品工业协会颁发的“质量管理优秀企业”、“技术进步特等奖”、“优秀新产品奖”等多个奖项，并荣获2016年度广州市市长质量奖。公司丰富的生产经营经验以及大量忠实的消费群体为OAO电商平台建设项目的实施提供了基础和保障。

5、项目实施方案

(1) 项目建设内容及预算

本项目投资主要为建设投资，包括OAO电商平台建设、电商平台营销推广费、办事处及仓库冷链物流投资、专营店建设投资及预备费支出。项目预计投资总额为14,516.15万元，由本次非公开发行募集资金和自有资金投入，具体情况如下：

单位：万元

序号	募投项目构成	项目投资金额	募集资金投入金额
1	建设投资	14,516.15	10,324.90
1.1	OAO电商平台建设	1,225.00	1,225.00
1.2	电商平台营销推广费	3,500.00	-
1.3	办事处及仓库冷链物流投资	945.26	945.26
1.4	专营店建设投资	4,929.64	4,929.64
1.5	乳品售卖机投资	3,225.00	3,225.00
1.6	预备费	691.25	-
合计		14,516.15	10,324.90

(2) 项目建设周期

本项目建设期36个月。

(3) 项目实施主体

本项目由燕塘乳业实施。

(4) 项目经济效益分析

本项目不单独产生直接的经济效益，但是通过本项目的实施，能够产生三个方面的效益：①延伸公司销售网络、增强渠道下沉力度，通过线上线下营销联动，扩大公司销售版图；②加速公司业务向广东周边地区扩张，构筑公司华南区域竞争力和影响力；③提高公司知名度和品牌影响力，巩固公司的品牌优势。

6、募投项目涉及报批事项的说明

2017年4月1日，广州开发区发展改革和金融工作局对本项目出具编号为2016-440116-52-03-008719的备案证。

(三) 广东省乳业工程技术研究中心建设项目

1、项目概况

随着我国社会经济发展水平的提高和居民收入的日益增长，消费者对食品安全、营养价值、风味口感的要求越来越高，公司2003年建设的乳制品科创中心为公司保障食品安全和产品质量、持续产品研发并推出新品起到关键作用。公司计划建设广东省乳业工程技术研究中心，组建研发中心、中试车间、品控中心、奶牛中心和计量中心等，进一步加强公司的研发实力，为公司食品安全提供有力保障，同时进一步满足消费者个性化的营养需求，巩固公司的差异化竞争优势。

2、项目实施背景及意义

乳制品与含乳饮料作为日常消费品，直接供消费者饮用，产品安全、质量状况关系着消费者的健康。近年来，各级政府部门对食品安全问题日趋重视，不断完善食品监管法律法规。同时，社会公众对食品安全、质量问题也日益重视。

除食品安全外，消费者对于乳制品和含乳饮料的营养和风味的需求更加多样化和个性化，随着乳制品行业的发展和人们生活水平的不断提高，口感单一的纯牛奶已经很难满足消费者对营养、口感等方面的不同需求。为满足消费者需求变化，液态牛奶制品开始朝健康、保健的方向发展，一些添加了维生素、矿物质、果汁、谷物、蔬菜等的产品越来越受到消费者的欢迎。从近几年的乳制品市场发展来看，健康和保健主题在乳品开发中逐渐显露，许多产品具有诸如促进消化吸收以及预防心血管疾病等对健康有益的多种功能，高钙、高铁、富含维生素等产品品种不断涌现，这主要集中体现在调制乳、风味酸奶以及含乳饮料的口味上。

公司 2003 年建设的乳制品科创中心下设产品研发中心和检测中心，为公司保障食品安全和产品质量、持续产品研发并推出新品起到关键作用。公司计划通过实施广东省乳业工程技术研究中心建设项目，建立先进完善的研发中心、中试车间、品控中心、奶牛中心和计量中心，增强公司的产品研发实力和产品质量、食品安全保障力度。

3、项目必要性分析

(1) 为公司产品质量和食品安全提供有力保障

在各种农牧业生产和加工产业中，奶业的一体化程度是最高的。奶业一体化程度高主要是由于原料奶鲜活易腐，挤奶一日数次，需要及时收集、冷却、储运，以保证原料奶质量，任何环节不协调都会影响原料奶及其制品的质量。

公司已经建立了完善的乳制品追溯制度，实行从奶源、采购、生产、出厂的全程有效监管，实现从原料到成品、从成品到原料的双向追溯功能，公司对食品生产全过程具有较强的管理能力。公司科创中心下设的检测中心能够对原奶、半成品、产成品进行感官、蛋白质、脂肪、非脂乳固体、微生物指标、重金属、农药残留、抗生素、杂质度、三聚氰胺、黄曲霉毒素 M1 等进行检测，并开展食品安全风险方面新项目的检验，如苯甲酸类、山梨酸类、硫氰酸盐、 β -内酰胺酶及氯霉素的检测，严把质量关。通过本项目建设，公司能够进一步加强乳制品质量控制，针对食品安全开展更加全面的检测，巩固公司的产品质量优势，从而提升公司的品牌形象，增强综合竞争力。

(2) 进一步增强公司产品研发实力，巩固差异化竞争优势

在产品研发方面，公司秉持“研发一代、储备一代、推出一代”的产品上市原则，每年均有全新产品推出。近年来，公司陆续推出符合本土独特饮食文化的养生食膳系列产品、营养与口感风味兼具的谷物酸奶系列产品、高端液态奶“优裔”系列产品、全国首创的泡泡果系列酸奶饮品和基于优质鲜奶的“诗华诺”系列冰激凌产品等，走出一条具有自身特色的产品发展道路，目前已形成了独特的产品风格。

(3) 向华南地区其他乳制品企业提供服务，进一步实现公司社会责任

产品质量是乳制品企业的生命线，也与消费者的饮食安全和营养健康息息相关。公司作为华南地区规模最大、综合实力最强的乳制品企业之一，通过广东省

乳业工程技术研究中心建设项目的实施,将进一步加强产品检测能力和质量控制水平。本项目拟建设的品控中心和计量中心等功能室在为公司原料奶、产品等提供质量保障的同时,还能够为广东省乃至华南地区其他乳制品企业、牧场提供质量检测等服务,服务于社会,提高公司行业地位的同时,进一步实现公司的社会责任。

公司科创中心基本能够满足公司的产品研发需求,但仍需依托国内高校、科研机构共同进行部分研发工作,建设广东省乳业工程技术研究中心能够增强公司研发实力,有助于公司执行差异化、精细化的产品研发策略,巩固公司的差异化竞争优势,增强盈利能力,具有必要性。

4、项目可行性分析

公司在 2003 年就创建了广东省最早的乳制品科创中心,2006 年 7 月,科创中心通过了广东省科技厅验收。科创中心由研发中心、检测中心组成。研发中心负责市场调查、产品策划、产品研发、工艺流程的制定及包装的设计;检测中心负责原辅料、半成品、成品、生产过程及配送系统的质量监控检测。科创中心的运作为公司积累了丰富的研发经验,并培养出一支由多名高中级科技人才组成、专业技术过硬、成熟稳定的科研队伍。因此,本项目具有良好的可行性。

5、项目实施方案

(1) 项目建设内容及预算

本项目主要包括研发中心、中试车间、品控中心、奶牛中心和计量中心等各功能室的装修布置,以及相关实验设备、检测设备、中试设备等的购置、安装和调试。项目预计投资总额为 8,667.62 万元,其中建设投资 8,067.62 万元,铺底流动资金投资 600 万元,本项目金额由本次非公开发行募集资金和自有资金投入,具体情况如下:

单位:万元

序号	募投项目构成	项目投资金额	募集资金投入金额
1	建设投资	8,067.62	7,683.45
1.1	建筑工程	528.77	528.77
1.2	设备购置	5,967.62	5,967.62
1.3	安装工程	1,056.11	1,056.11
1.4	工程建设其他费用	130.95	130.95

序号	募投项目构成	项目投资金额	募集资金投入金额
1.5	预备费	384.17	-
2	铺底流动资金	600.00	-
合计		8,667.62	7,683.45

(2) 项目建设周期

本项目建设期 12 个月。

(3) 项目实施主体

本项目由燕塘乳业实施。

(4) 项目经济效益分析

本项目为研发项目，不直接产生收益。通过本项目的实施，能够增强公司的新产品研发实力，提升产品竞争力，进一步满足消费者个性化的乳制品消费需求，巩固公司的差异化竞争优势；同时，本项目的实施还将促进公司牧场技术的优化，并巩固公司的产品质量检测水平，进而为产品质量提供更有力的保障。

6、募投项目涉及报批事项的说明

2016 年 9 月 12 日，广州开发区行政审批局对本项目出具编号为 2016-440116-14-03-008196 的备案证；2016 年 11 月 2 日，广州开发区行政审批局对本项目出具《关于广东省乳业工程技术研究中心建设项目环境影响报告表的批复》（穗开审批环评[2016]30 号）。

三、本次非公开发行对公司经营管理和财务状况的影响

(一) 本次非公开发行对公司经营管理的影响

本次非公开发行募集资金拟用于“湛江燕塘乳业有限公司二期扩建工程”、“OAO 电商平台建设项目”和“广东省乳业工程技术研究中心建设项目”三个项目。“湛江燕塘乳业有限公司二期扩建工程”实施完毕后，公司将新增乳制品和含乳饮料产能合计 9 万吨/年，有利于公司解决产能不足的发展瓶颈，抓住市场需求快速增长的机遇，实现公司产能规模的持续增长；同时，“OAO 电商平台建设项目”的实施有利于公司契合年轻化消费趋势，形成行业先发优势，加速公司业务向外埠市场扩张，在华南地区构建线上线下联动的立体化营销网络；而通过“广东省乳业工程技术研究中心建设项目”的实施，公司食品安全保障水平和新产品研发能力将得到进一步提升，帮助公司巩固差异化竞争优势，为公司的可持

续发展打下更坚实的基础。

本次发行募集资金的用途合理、可行，符合国家产业政策和公司发展战略的需要，有助于公司提高市场占有率，提升综合竞争力。

（二）本次非公开发行对公司财务状况的影响

本次发行完成后，公司的总资产及净资产规模均相应增加，资金实力得到进一步提升，为后续发展提供有力保障。随着公司募集资金投资项目实施完毕，虽然短期内会导致固定资产折旧和无形资产摊销增加，但伴随投资项目经济效益的逐步释放，对公司经营业绩的提升将逐渐显现。

广东燕塘乳业股份有限公司董事会

2017年4月11日