



证券简称：金种子酒

证券代码：600199

安徽金种子酒业股份有限公司

Anhui Golden Seed Winery Co.,Ltd.

（阜阳市颍州区河滨路 302 号）



2017 年度非公开发行 A 股股票 募集资金使用的可行性分析报告

二〇一七年十一月



安徽金种子酒业股份有限公司

关于 2017 年非公开发行股票募集资金使用的可行性报告

一、本次募集资金使用计划

本次非公开发行股票募集资金总额不超过 69,642.33 万元，在扣除发行费用后全部用于以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	项目投资总额	募集资金投资金额
1	优质基酒技术改造及配套工程项目	52,641.55	48,198.53
2	营销体系建设项目	14,943.80	14,943.80
3	金种子酒文化中心项目	8,550.00	6,500.00
合计		76,135.35	69,642.33

本次发行的募集资金到位前，公司可以根据募集资金投资项目的实际情况，以自筹资金先行投入，并在募集资金到位后予以置换。募集资金到位后，若扣除发行费用后的实际募集资金净额少于拟投入募集资金金额，不足部分由公司自筹资金解决。

二、本次募集资金投资项目的可行性分析

（一）优质基酒技术改造及配套工程项目

1、项目概况

优质基酒技术改造及配套工程项目建设选址位于安徽省阜阳市河滨路 302 号和阜阳市颍州区经济开发区颍十路东侧，均为金种子现有厂区内。项目主要内容是对基酒生产车间进行优质化和品种差异化技术改造，同时完善提升麸曲生产、窖泥培养、收储酒等相关配套工程。

2、项目必要性

（1）顺应行业发展趋势，突破发展瓶颈的需要

白酒行业经历 2003 年到 2012 年的黄金发展期后，在 2012 年下半年起受限制三公消费政策以及我国整体经济增速放缓等因素影响下，进入深度的调整期。在近三年的调整期间内，白酒行业库存得到消化，产品价格回归理性，消费结构从政务消费向商务消费和大众消费转移。自 2015 年起，随着居民人均收入的持续提高，在中高端白酒需求增加的影响下，白酒行业复苏迹象明显。本轮行业复苏中，商务消费和大众消费推动的中高端以上白酒需求特征明显，整个行业消费升级成为客观现实，客户需求也逐渐表现出口感多样化、品质优质化、成分健康化等特点。在目前和未来市场竞争中，行业集中度将进一步提高，公司只有顺应环境发展趋势，推进产品升级和品种差异化，应对行业消费升级，才能在市场上占据有利地位，突破目前的发展瓶颈。

基酒作为成品酒的主要原料，是公司推动产品品质升级和品种差异化的基础，公司目前的优质基酒产能不能满足产品结构调整后的需求；公司“提品质、增品种、创品牌”战略的实施，对剩余产能的优质化和增品种改造要求也已经非常迫切。

(2) 产业消费升级趋势促进公司调整产品结构，高品质基酒需求增加

自改革开放以来，我国的经济迅速发展，人均可支配收入不断提高，在白酒消费结构向大众消费转移的趋势下，居民消费水平的提高使大众消费者对中高端以上白酒产品的需求不断增加。安徽省作为主要白酒生产和消费大省，白酒主流价格带已从 2012 年的 50-100 元/瓶上涨到目前的百元以上，未来还有望持续上涨。在 2012 年以前，金种子酒在安徽省内 50-80 元/瓶消费价格带处于优势地位，但随着快节奏消费升级，公司平均档次较低的产品结构已不能适应市场需求。公司为增强市场竞争力，已逐步推出了健康白酒、馥合香型等一系列中高档产品，并取得了较好的市场反响，未来公司计划将进一步培育推出口感优良、成分健康，符合消费者消费习惯的产品。优质成品酒源于优质基酒，公司中高档产品对基酒品质及陈化老熟期限均有较高要求，公司目前仅有部分车间实现了机械化生产，整体产能结构已不能适应公司未来产品结构调整的需求。通过本次技改，公司将提高优质基酒生产能力，提升市场竞争力。

(3) 差异化产品战略有利于公司新市场开拓和提升效益，多品种优质基酒需求增加

安徽自古就是我国生产和消费白酒的大省，“西不入川，东不入皖”的说法反应了安徽白酒市场的竞争激烈。目前，除了传统一线品牌茅台、五粮液等在当地的竞争品牌优势，安徽省内企业古井贡酒和口子窖受益于前期产品结构调整成功和行业消费升级，在省内中高端产品占有率优势较为明显，加上洋河等外来品品牌的渗透，安徽省内主流价格带中高端产品的竞争已经异常激烈。公司目前在保持安徽省内中低档产品的竞争优势和规模效益基础上，中高端新产品的营销采取省内省外并重的策略，省外市场将为公司带来新的效益增长点。不同消费区域客户有着差异化的消费习惯，公司除传统的浓香型优势产品外，研发推出了不同口感和香型的差异化产品，例如新推出的中国力量即为多粮馥禾香的产品；未来，随着公司产品种类的丰富，对不同品种优质基酒的需求也将逐步增加。本次技改完成后，公司将形成浓香型、芝麻香型、酱香型、清香型等多品类基酒生产能力，有利于丰富公司产品品种，增强公司市场竞争力。

3、项目可行性

(1) 国家和地方政策鼓励白酒行业通过技术改造，培育实现先进产能

在产业政策方面，国家和地方鼓励白酒行业通过改造升级，淘汰落后产能，优化产品结构。党的十九大提出“推动新型工业化、信息化、城镇化、农业现代化同步发展，主动参与和推动经济全球化进程”，鼓励企业进行工业化、信息化改造。在国家《食品工业“十三五”发展意见》中，鼓励食品企业“充分利用现有资金渠道，重点支持食品行业重大技术改造、食品工业“三品”战略和特色食品加工示范基地建设等”。安徽省“十三五”食品产业发展规划明确白酒制造业作为食品工业重点发展行业，要求“引导白酒向高档品质白酒迈进，研发针对不同地域、不同消费群体的多口味白酒”；在发展重点方向上“鼓励白酒行业通过技术改造，构建‘低投入、低消耗、高产出、高效益、生态化’的循环经济发展模式，大力发展生态酿酒。支持发展浓香型、兼香型白酒，适度开发其他香型白酒。顺应消费变化趋势，发展中低度白酒以及低酸、低脂、低醇的净爽类白酒”。

因此，相关政策法规明确的指导方向，为本次技改完成后公司丰富品种、提高品质的产品战略实施提供了良好的宏观环境。

(2) 公司现有市场渠道和研发基础为公司产品升级战略提供保障

公司在安徽省内市场具有传统的渠道竞争优势。公司实施“统一管理、分区营销”的营销管理制度，形成了公司、办事处、经销商三位一体的销售网络，在安徽省内市、县乃至乡镇都有经销商和办事处，公司销售网络的铺设在安徽地区已具有相当的广度和深度；近年来，公司也积极开发省外营销渠道，并培养了一批有实力的经销商。公司厂商“1+1”的经销模式，具有品牌与渠道的捆绑紧密、终端控制力强、消费者消费粘性大的特点；现有的经销渠道，为公司未来产品升级和新产品推出提供了市场开拓条件。

公司长期以来十分注重生产和研发工作，围绕白酒酿酒工艺技术改造、产品质量提升、新产品新技术开发等进行了大量的研究和技术攻关工作，掌握了大批的成熟核心技术。同时，公司本着优势互补、精诚合作、共同发展的原则，与多家高校和科研单位建立了长期稳定的合作研发关系，并取得了多项研发项目成果。本次优质基酒技术改造及配套工程项目，采用的均为成熟且较为先进、实用的技术和工艺，公司现有的科研基础能够保证公司技改项目的顺利实施。

4、项目建设规划

(1) 项目建设内容

优质基酒技术改造及配套工程项目建设内容主要包括：老厂区生产车间自动化改造、芝麻香白酒智能化生产车间改造、酱香白酒智能化生产车间改造、清香白酒智能化生产车间改造、机械化生产车间提质改造、配套自动化糠壳清洁处理及集中蒸糠系统、麸曲生产车间和万吨陶坛库建设、窖泥车间机械化改造、酒库及收酒系统数字化改造，以及公用配套工程改造。

(2) 项目投资金额

优质基酒技术改造及配套工程项目预计投资总额为 52,641.55 万元，其中使用募集资金 48,198.53 万元，项目建设期三年，具体投资构成如下：

单位：万元

序号	项目名称	金额
1	建筑工程	9,176.61
2	设备购置	33,234.29
3	安装工程	3,986.34
4	其他工程	1,801.30
以上合计		48,198.53
5	基本预备费	2,409.93
6	铺底流动资金	2,033.09
项目总投资		52,641.55

5、项目效益

优质基酒技术改造及配套工程项目的收益率测算按照建设期为 3 年、生产期为 13 年测算（含达产期 3 年）。项目完成后，形成 1.36 万吨优质基酒产能，公司基酒品质和品种得到提升和丰富。因基酒为生产环节半成品，并不实际对外出售，为测算项目收益，假设该部分基酒对外销售，按照公允价格计算，项目完全达产后对应测算出每年含税销售收入为 47,225.00 万元，生产期年均净利润 6,610.18 万元，财务内部收益率（税后）为 12.22%，项目静态投资回收期（税后）为 9.09 年（含建设期 3 年）。

（二）营销体系建设项目

1、项目概况

营销体系建设项目主要由区域运营中心建设、营销网点建设及营销信息化建设三个部分组成。

公司通过区域运营中心建设项目有效推进公司“聚焦皖苏豫赣鄂，全面推进市场全国化”的营销战略，计划在江苏、河南、江西、湖北四个省会城市各购置建筑面积不低于 1000 平米的办公场所成立四个区域运营中心，有效提升公司整体运营能力。

公司围绕江苏、河南、江西、湖北四个省份进行全国化市场重点布局，建立 150 个金种子酒营销网点，有效强化省外市场运作能力。同时通过营销信息化项目的升级与再建设，有效提高营销管理水平和市场运作效率。

公司营销信息化建设项目通过产品质量在线追溯系统、白酒市场营销管理平台、客户关系管理系统、数据中心建设工程和信息化综合管理平台五大信息系统（平台）建设，支持公司营销策略，实现业务互联网化和移动化，全面提升公司的信息化水平，实现业务的高效处理。

2、项目必要性

（1）区域运营中心建设的必要性

公司坚持打造中国大众名酒实力品牌，现有“金种子”、“醉三秋”两个中国驰名商标、一个“中华老字号”产品——颍州佳酿，徽蕴金种子酒荣获“中国名酒典型酒”。随着安徽省内白酒企业的快速成长，省内竞争越发激烈，公司现有营销网络投入不足，难以继续拓展及加强在安徽省内战略市场的市场地位，也无力有步骤地重点进入包括江苏、河南、江西、湖北等目标市场区域，阻碍了公司由区域性名酒向全国性名酒发展进程，亟待实施本营销网络建设项目。通过多层次营销网点建设及品牌推广相结合的方式，加强营销渠道的拓展，扩大金种子优质生态白酒的销售区域，促进公司销售收入的持续增长，进一步提升品牌知名度，提高市场占有率。

加强销售管理的需要。随着省外市场的不断开拓，拉远了各省外经销商、销售人员与公司总部、合肥运营中心的距离，无法快速应对市场变化。通过省外四大核心市场建立运营中心，有助于方便全国各地经销商、销售人员与公司的交流，将强化目前公司省外市场的营销管理体系，增强公司省外市场的营销策划和管理能力，提高公司及时针对省外市场变化调整销售策略的能力，推进公司全国化、高端化、本土化、差异化市场营销战略的顺利实施。

抢占省外制高点市场的需要。江苏、河南、江西、湖北四省白酒消费潜力巨大，随着各省会及周边市场的深度拓展、销售规模的快速放大、销售队伍的壮大，

目前与公司销售团队及省会周边市场发展相适应的办公、物流、信息处理条件严重滞后，急需改善。

(2) 营销网点建设的必要性

区域市场营销推广的需要。根据区域市场管理与推广的需要，在一定区域管理半径内设立营销网点，有利于加强与当地经销商的合作，厂家更能贴近终端服务市场。同时，各营销网点配备适当存货，有利于配合经销商开展营销推广活动。

销售区域扩张的需要。围绕“聚焦皖苏豫赣鄂，全面推进市场全国化”，持续提升企业的市场销量、市场覆盖率和占有率，公司必须围绕销售区域的广度与深度进行进一步扩张。围绕市场的扩展，公司必须设立相应的营销网点来配合区域市场经销商进行营销推广。公司的目标是深度开发江苏、河南、江西、湖北等区域，需要在这些区域密集设立营销网点。

区域市场终端服务的需要。在公司目前的营销模式中，通过设立在各地的营销网点直接进行终端费用投入和市场推广，这就要求公司随着市场经销商的拓展，必须设立足够的营销网点来配合经销商。

(3) 营销信息化建设的必要性

推进公司管理转型升级的需要。随着经济全球化和企业信息化的快速发展，为了更好适应日益变化的竞争环境，企业的信息化建设是适应新环境、提高竞争力的需要，也是身处传统行业的白酒企业适应经济发展新常态、把握经济发展新常态、引领经济发展新常态的战略选择。营销信息化建设通过五大信息系统（平台）的建设，转变传统的管理观念，把先进的管理理念、管理制度和方法引入到管理流程中，将信息化与公司营销管理有机结合在一起，从而改变企业面貌和提升管理能力，提高自身竞争力。

提升公司营销管理效率的需要。通过营销信息化建设，可以帮助公司预测市场需求变化、制定产品策略，使公司根据市场情况准确制定生产计划、合理安排库存，提升营销管理效率。同时，通过营销信息化建设，实现每一件产品从出厂到最终消费者手中的全程跟踪，加强公司对于产品的控制，规范营销业务人员行为，降低道德风险，提高管理效率。

提高企业市场把握和快速反应能力的需要。目前公司市场区域跨度大，经销商及营销网点众多，难以及时有效地向公司管理部门反馈市场销售信息，导致无法根据市场变化情况及时作出决策，应对市场变化，抓住市场机会。通过营销信息化建设，建立强大的营销信息数据库并对市场数据进行完整的系统化分析，制定符合市场实际情况的营销政策，并及时根据市场的变化调整营销政策，抓住市场机会，提升公司营销能力。

3、项目可行性

（1）区域运营中心建设和营销网点建设可行性

公司在省外市场运作形成的营销网络布局为省外市场进一步拓宽营销网络提供有力支撑。公司目前在江苏、河南、江西、湖北核心市场共设立四个营销大区，已建成有一定基础的营销网络和营销队伍，初步形成了营销网络体系，为省外市场营销网点的进一步拓展建设提供渠道支撑与组织保障。

公司已有的品牌认知和消费者基础是区域运营中心建设和营销网点建设的重要基础。近年来，公司通过一系列针对精准消费者开展的推广和传播，使核心客户与公司之间形成粘性，掌握了大量与公司产品匹配的目标消费者信息，在四大省外核心市场具备一定的品牌认知和消费者基础，成为公司的区域运营中心建设和营销网点建设的重要基础。

公司已对区域运营中心和营销网点建设实施地点进行了充分调研、准备。根据公司在四大省外核心市场的运营经验，结合市场实际需求和公司实际情况，对江苏、河南、江西、湖北的省会城市建设的区域运营中心、各市县建设的营销网点实施地点进行了充分调研和准备。

（2）营销信息化建设的可行性

公司已有十余年信息化运营的实践经验，为信息化建设奠定了坚实基础，目前公司已实施的 ERP 销售管理系统为公司的市场销售提供了技术支撑。公司有独立的计算机中心机房，拥有 IBM、联想、CISCO 等高端服务器、交换机等设备，为营销信息化建设和运营提供了运行保障，于 2015 年 3 月被安徽省经济和信息化委员会认定为安徽省工业和信息化领域标准化企业。

公司拥有支持信息化建设的管理部门及专业的人才队伍。公司设置了信息技术管理部门，负责金种子酒信息化建设的规划、实施和维护；储备了较多的信息化专业人才，拥有计算机专业人员团队。公司专业化的信息技术管理部门和人才储备，为营销信息化建设和运营提供了人才保障。

4、项目建设规划

（1）项目建设内容

营销体系建设项目主要由区域运营中心建设、营销网点建设及营销信息化建设组成。项目具体建设内容主要由场地购买、装修、信息技术设备及软件、电子设备、交通运输设备等构成。

（2）项目实施进度安排

区域运营中心建设，在江苏、河南、江西、湖北的省会城市成立四个区域运营中心；营销网点建设共建设 150 个，每个投资额 34.10 万元，预计 3 年完成。营销网点主要在省外四大区域运营中心所在省份的重点市场布局，即江苏、河南、江西、湖北四大重点市场。在选定地址、签订合作协议后，营销网点的建设周期为 60-90 天。营销信息化建设分 3 年投入。

营销网点建设项目的实施进度如下：

单位：个

重点市场	建设目标			
	第一年	第二年	第三年	三年合计
江苏	13	12	10	35
河南	17	21	15	53
江西	10	12	9	31
湖北	11	8	12	31
合计	51	53	46	150

（3）项目投资金额

营销体系建设项目的总投资为 14,943.80 万元,其中区域运营中心建设投资额为 6,253.80 万元,营销网点建设投资额为 5,115.00 万元,营销信息化建设投资额为 3,575.00 万元。

四个区域运营中心建设的投入构成如下:

单位: 万元

序号	项目支出类型	具体内容	总支出
1	房产购置支出	运营中心房产购置	5,500.00
2	装修支出	含室内精装修、店招制作、展示柜台、LED 广告屏、家具等	619.80
3	电子设备	含电脑、打印机、电视、传真机等	54.00
4	运输设备	运营所需的车辆	80.00
合计			6,253.80

营销网点建设的投入构成如下:

单位: 万元

序号	项目支出类型	具体内容	单点支出	总计支出
1	装修支出	含室内精装修、店招制作、展示柜台、LED 广告屏、家具等	21.30	3,195.00
2	电子设备	含电脑、打印机、电视、传真机等	2.80	420.00
3	运输设备	运营所需的车辆	10.00	1,500.00
合计			34.10	5,115.00

营销信息化建设的投入构成如下:

单位: 万元

序号	各项支出名称	金额
1	产品质量在线追溯系统	1,640.00
2	白酒市场营销管理平台	650.00
3	客户关系管理系统	67.00
4	数据中心建设工程	808.00



5	信息化综合管理平台	410.00
合计		3,575.00

5、项目效益

本项目不直接产生经济效益。营销体系建设作为本公司战略发展的一部分，是公司持续执行既定策略的延续，本项目的经济效益主要体现在公司销售和客户服务能力的提升以及品牌影响力的增强。

营销体系建设有助于提高公司在市场的声誉，也有助于公司利用自身的人才及技术优势，加强渠道建设，促进中高端酒的销售，实现与核心消费者充分互动。营销体系建设项目实施完成，将对公司经济效益提高产生积极的影响，为公司可持续发展奠定坚实的基础，大大提高了公司的营销手段和抗风险能力，同时也为公司产品的推广应用提供了有力的保障和支持。

（三）金种子酒文化中心项目

1、项目概况

本项目拟新建金种子酒文化中心，选址建在阜阳市河滨东路以南、莲花东路以北区域内。主要功能包括：金种子酒产品及企业文化展示、酒文化交流、定制酒服务、酒类及关联艺术产品创意营销、互动体验等。

2、项目必要性

（1）加强公司品牌建设的需要

公司品牌底蕴深厚，传承了中国传统酿酒文化。目前公司在核心区域市场的知名度较高，但在全国范围内的品牌影响力有待提升。在当前激烈的市场竞争情况下，品牌已成为酒类企业的核心竞争力。金种子酒文化中心项目，有助于公司进一步发挥品牌文化优势，加强品牌建设，提升品牌价值和产品溢价能力。

（2）展示企业形象，促进公司持续发展的需要

良好的企业形象是公司实现可持续发展的重要因素。公司新建酒文化中心，通过多种形式对外展示交流，向客户、合作伙伴等展示公司的发展成果，满足客户、合作伙伴等直观地接触公司全线产品的需求，同时公司可以深入了解客户，

创造客户价值需求，建立客户与公司互动沟通新的桥梁。

公司当前正在进行产品结构升级调整和品牌升级建设；随着公司的发展，营销、培训、品牌传播、文化交流等方面都对酒文化中心的建设提出了需求。新建金种子酒文化中心，既可以更好地展示企业产品及文化，又可以提供个性定制服务及酒类衍生产品和关联艺术产品创意营销，促进公司可持续发展。

（3）挖掘、弘扬阜阳地区传统酒文化的需要

阜阳地区在历史上就与酒有不解之缘。阜阳古称“颍州”，位于黄淮海平原，在我国南北气候分界线秦岭、淮河一线的交界处，历史悠久，生态旅游环境独特，所产白酒香浓味醇，人称“颍州醇”。颍州酿酒历史最早可上溯至大汶口文化中期。历经岁月的涤荡，明代颍州“大升酒坊”传承数百年，民国时期的“蕴泰酒坊”曾经一度辉煌。金种子酿酒古窖池为明代正德年间（1506—1522 年）的酿酒作坊，距今已 500 余年，已被安徽省人民政府批准为省级重点文物保护单位，醉三秋传统酿造技艺被列入省级非物质文化遗产名录。阜阳酒业煌煌数千年，源远流长。阜阳酿酒技艺，肇始于史前先民族群，发展于商周，勃兴于汉唐，繁荣于北宋，隆盛于明清至民国时期。阜阳酒文化演变，极盛时期长达千余年之久。

金种子酒文化中心建成后，将提供研究酒文化的场所空间，促进白酒生物科技科教普及和酒文化方面非物质文化遗产传承，弘扬阜阳宏富厚重的美酒文化精髓和中华数千年绵延不绝的酒文化品质，并成为宣扬阜阳乃至整个皖北地区酒文化博大精深的有效载体。

3、项目可行性

（1）公司具备了较高的品牌知名度

公司是国内柔和型白酒首创者，同时也是柔和型白酒官方标准的起草单位。现有“金种子”、“醉三秋”两个中国驰名商标、一个“中华老字号”产品——颍州佳酿，徽蕴金种子酒荣获“中国名酒典型酒”，“金种子”、“种子”、“醉三秋”、“颍州”等四大品牌系列白酒，荣获国家地理标志保护产品，柔和种子酒等七款产品被中国绿色食品发展中心认定为绿色食品。公司品牌底蕴深厚，传承了中国传统酿酒文化。金种子酿酒古窖池被安徽省人民政府批准为省级重点文物保护单位。

位，醉三秋传统酿造技艺被列入省级非物质文化遗产名录。种子酒的品牌文化内涵丰富，已得到消费者的广泛认可，为金种子酒文化中心项目的建设奠定了坚实的基础。

（2）公司积极进行品牌建设，致力于提升品牌影响力，并且取得了良好的效果

公司多年来致力于种子酒的品牌文化传播和推广，围绕目标消费者开展了大量的品牌文化建设及推广活动，同时在重点区域市场采用地方卫视、社区媒体、销售终端并举的媒体宣传方式，提高“种子”、“金种子”、“和泰”等品牌的品牌氛围。另外，公司在重点区域通过参加公益活动，提高公司产品在当地市场的亲和力。公司在品牌建设的同时，收集整理了大量的文字、视频、图片宣传素材，为酒文化中心项目的建设提供了强有力软资源的支撑。

（3）阜阳地区拥有悠久的酿酒历史，酒文化源远流长、底蕴深厚

阜阳所在的皖北地处暖温带季风气候区，以平原地形为主，土壤肥沃，自古物产丰饶，传统农业发达，酿酒历史久远，诞生了一批诸如颍州佳酿等“中华老字号”产品。酒文化在阜阳大地历经数千年沉淀，博大精深，蕴含丰富。悠久的酒文化为金种子酒文化中心项目的建设奠定了坚实的社会文化基础。

（4）金种子酒具备酒文化中心项目的建设条件

项目选址在阜阳市河滨东路以南、莲花东路以北区域内，位于阜阳市政府规划的金种子生态产业文化园内，环境优越，交通便利；金种子集团及阜阳投资发展集团有限公司全力支持公司的战略发展和业务经营；公司总部具备一定人才储备，为本次项目建设提供了一定的人才保障。因此，金种子酒具备酒文化中心项目的建设条件。

4、项目建设规划

（1）项目建设内容

建设金种子酒文化中心，共两层，一层主要陈展酒的起源、地域文化、民风酒俗、窖藏工艺、金种子酒产品展示等；二层主要进行品鉴、诗酒文化交流等。



（2）项目实施进度安排

金种子酒文化中心的建设周期是 2 年。

（3）项目投资金额

金种子酒文化中心的投资构成如下：

单位：万元

序号	工程费用名称	投资额
1	建筑、安装工程	7,839.00
2	其它工程支出	261.00
以上支出合计		8,100.00
3	预备费	450.00
项目总投资		8,550.00

5、项目效益

金种子酒文化中心项目建成后，有助于展示和传承公司悠久的制曲、酿酒工艺，弘扬金种子酒的品牌文化，同时有助于传承、弘扬阜阳地区宏富厚重的美酒文化；可以更好地展示企业产品，并提供定制酒服务、酒类及关联艺术产品创意营销，又可以进行酒类生产科教普及互动体验，提升企业形象；有助于公司与经销商及终端客户充分的互动，建立客户与公司互动沟通的桥梁，提升公司的市场营销能力。

三、本次非公开发行对公司经营管理、财务状况等的影响

（一）本次非公开发行对公司经营管理的影响

本次募集资金投资项目紧紧围绕公司主营业务展开，顺应行业发展趋势、推动公司产品结构调整、营销效率提高、完善品牌建设，有助于提升公司盈利能力，实现公司可持续发展。

（二）本次非公开发行对公司财务状况的影响

本次非公开发行完成后，公司的总资产、净资产规模将增加，抵御经营风险的能力进一步增强。由于募集资金投资项目产生效益需要一定的过程和时间，因



此，在公司总股本和净资产均增长的情况下，每股收益和加权平均净资产收益率等财务指标在短期内可能出现一定幅度的下降。但是，从长期来看，本次募集资金投资项目有利于公司产品升级和结构调整战略的实施，完善营销服务体系和拓展新市场，保持和提升产品的市场竞争力，具有良好的市场前景和经济效益。

安徽金种子酒业股份有限公司

董事会

2017 年 11 月 21 日