

金发拉比妇婴童用品股份有限公司

关于公开发行可转换公司债券募集资金运用的 可行性分析报告（修订后）

为促进公司品牌产品创新升级，进一步提升公司核心竞争力，增强公司持续盈利能力，推进公司发展战略的有效实施，金发拉比妇婴童用品股份有限公司（以下简称“公司”）拟公开发行可转换公司债券（以下简称“可转债”）募集资金。公司董事会对本次发行可转债募集资金运用的可行性分析如下：

一、本次募集资金投资计划

本次发行可转换公司债券拟募集资金总额不超过 32,913.91 万元（含 32,913.91 万元，含发行费用），募集资金扣除发行费用后，将用于妇婴童洗护用品智能化生产及供应链管理建设项目、婴童内衣智能化生产及供应链管理建设项目，具体情况如下：

单位：万元

	项目名称	投资金额	募集资金投入金额
1	妇婴童洗护用品智能化生产及供应链管理建设项目	20,395.94	18,362.94
2	婴童内衣智能化生产及供应链管理建设项目	16,317.97	14,550.97
合计		36,713.91	32,913.91

在本次募集资金到位前，公司可根据项目进度的实际情况通过自筹资金先行投入，并在募集资金到位后予以置换。公司董事会可根据实际情况，在不改变募集资金投资项目的前提下，对上述项目的募集资金拟投入金额进行调整。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总额，不足部分由公司自筹资金解决。为满足项目开展需要，公司将根据实际募集资金数额，按照募投项目的轻重缓急等情况，决定募集资金投入的优先顺序及各募投项目的投资额等具体使用安排。

二、募集资金投资项目的基本情况

（一）妇婴童洗护用品智能化生产及供应链管理建设项目

1、项目实施的背景

（1）国家鼓励婴幼儿相关产业的发展

婴幼儿消费品行业服务于婴幼儿这一特定人群，产品涵盖范围广，品类丰富，基本上覆盖婴幼儿“吃、穿、用、玩”各个方面。婴幼儿相关行业也是国家大力支持和鼓励发展的消费行业。2011年7月30日，国务院发布《中国儿童发展纲要（2011—2020年）》，其中明确提出“促进0-3岁儿童早期综合发展”，“保障儿童食品、用品安全。完善婴幼儿食品、用品的国家标准、检测标准和质量认证体系，强化生产经营企业的质量意识”，以及“加强婴幼儿服饰棉品和日用品、玩具生产销售和游乐设施运营的监管”等。

（2）婴幼儿日用品行业民族品牌知名度逐步提升带动国内需求

发达国家的婴幼儿日用品（含洗护用品）品牌发展时间较长，其对婴幼儿的消费需求的了解更深刻，对产品的开发更加超前，目前在国内市场上，美国的强生、日本的贝亲、德国的NUK等品牌已具备领先的研发实力，产品质量经历了长期的市场检验，知名度高。且这些国际品牌进入国内市场时间较早，已拥有广泛的客户基础，目前占据着国内婴幼儿日用品中高端市场的主要份额。另一方面，以本公司的拉比品牌为代表的国内婴幼儿消费品行业知名品牌，源于自身多年的专业化发展，对品质的严苛要求，对渠道的深耕布局，对产品研发持续投入和产品品类的不断丰富，品牌知名度明显提升。同时，国内领先的婴幼儿日用品品牌大多采取深耕某一细分市场，打响品牌知名度，以此带动整个产品线的销售策略，例如拉比的婴童服饰棉品、好孩子的婴幼儿推车，爱得利的奶瓶、奶嘴等。未来国内婴幼儿日用品知名民族品牌的市场份额将会持续提升。

（3）国内经济基本面向好为婴幼儿市场发展提供了良好的基础和增长空间

①宏观经济稳中向好，零售行业逐步回暖

2017年上半年，中国经济保持了稳中向好的态势，经济运行的稳定性不断增强，供给侧结构性改革取得积极进展，工业生产、服务业发展有所加快，投资、消费增长总体稳定，零售市场逐步回暖。宏观经济的稳中向好及零售市场的逐步回暖为母婴市场的持续增长提供了良好的基础。

②消费升级大背景下的新消费群体有利于母婴市场的稳定增长

随着人们生活水平的提高和生活方式的转变，80、90 后为主的人群已成为母婴消费的主力。这一群体更加注重母婴消费品的品牌、安全性能和产品品质，对高品质婴幼儿消费品更愿意投入，逐步淡化传统的价格敏感型消费，加之母婴消费品本身所具有的刚需性、高频率的特征，客观上将增加母婴消费品的消费总量。同时，也促使母婴品牌运营商更加注重供给侧改革，为新消费群体提供更高品质的产品。

③二孩政策所带来的人口红利为母婴市场拓展了增长空间

自 2016 年 1 月 1 日国家全面二孩政策落地以来，全国出生人口数增幅明显。2016 年出生人口 1,786 万，超过 45% 来自二孩及以上，2017 年前 5 个月全国出生人口 740.7 万，二孩及以上过半，出生人口数量的增加有利于婴幼儿消费品市场总量的提升。

④国家“一带一路”战略的实施和海外消费者对中国品牌的逐步认可为中国母婴产品提供更大的拓展空间

随着国家“一带一路”战略的推动落地，加上国家推动供给侧改革和制造业转型升级，中国创造和中国品牌走出去将会明显加快，这也为诸如金发拉比等有全球销售愿景的企业提供了更大的市场空间。

2、项目建设的必要性

(1) 有利于公司发展战略的实施

公司 20 年来专注于母婴消费品行业，以专业的眼光、工匠的态度、创新的精神，持续打造高品质的母婴消费品，在中国母婴中高端市场树立了良好的口碑。公司强调稳健、扎实、可持续发展，实施婴幼儿服饰棉品和婴幼儿日用品、自有品牌与合作品牌、线上与线下、国内与海外、产品与服务等双轮驱动、融合发展战略。该项目的实施有利于扩大公司妇婴童日用品业务，符合公司的发展战略。

(2) 公司产品多元化发展的需要，有利于增强公司主营业务

报告期内，公司洗护用品类产品销售占比在 6% 左右，占比相对较低，该项目的实施有利于公司产品多元化的发展，增强公司主营业务和抗风险能力，增加公司产品赢利点，提升公司经营业绩和市场竞争能力，有利于公司综合实力的提升。

(3) 有利于公司洗护产品的转型升级和生产效率的提高

公司高度重视对产品的持续研发、对新技术新工艺新材料的吸收运用，与油

头大学等研究机构开展联合研究、与海内外行业引领者交流合作等，积累了良好的产品升级换代的基础。本项目的实施，是对公司原有的生产设备、工艺、流程、配方、产品等的升级换代，吸收行业最新的研究成果，进行系统性的信息化、自动化升级，在提升公司洗护产品生产效率、扩大产能、降低成本的同时，为消费者提供更高品质的产品，为公司妇婴童洗护用品扩张发展提供更坚实的基础。

（4）有利于提升公司业绩水平

本项目的实施有利于公司突破原有的产能限制，生产更多质量稳定、品质高端、品类更丰富的洗护产品，规模优势也带来更好的成本优势。该项目对于提升洗护产品的销售收入，带动公司整体业绩和品牌价值提升将起到积极的作用。

（5）有利于提升公司产品和品牌的竞争力及开拓海外市场

本项目的建设将参照行业国际前沿标准，项目的实施符合国际管理规范，将申请以下认证：1)ISO9001 质量管理体系；2)ISO14001 环境管理系统；3)ISO22716 国际化妆品管理系统；4) OHSAS 18001 安全卫生管理系统；5) ISO14064 温室气体管理系统；6) ISO50001 能源管理系统；7) HACCP 危害分析与关键控制点计划；8) 中国化妆品良好生产规范 GMP 认证；9) 中国绿建筑 Green Building；10) 美国 LEED 绿建筑；11) 产品碳足迹；12) 中国生产水足迹。

以上认证申请后，公司将生产出更符合国际高端市场准入标准的产品，提升公司产品的竞争力，助推公司相关产品和品牌在海外市场的拓展。

3、项目投资额及效益分析

该项目总投资为 **20,395.94 万元**（含土地投资），除土地投资部分外其余全部为**建设投资**。本项目正常年可实现营业收入为 20,804.70 万元，净利润为 5,062.41 万元，项目投资财务内部收益率为 19.07%，投资回收期为 6.30 年（含建设期）。

4、项目备案及审批相关情况

该项目已于 **2017 年 11 月 29 日**取得《广东省企业投资项目备案证》，备案项目编号：**2017-440511-26-03-816589**。

（二）婴童内衣智能化生产及供应链管理建设项目

1、项目实施的背景

（1）国家鼓励婴幼儿相关产业的发展

相关情况见“妇婴童洗护用品智能化生产及供应链管理建设项目”。

（2）国内婴幼儿服饰棉品行业已具有较强的品牌优势

目前国内的婴幼儿服饰棉品市场主要分为高端市场、中高端市场和低端市场。高端市场是由 Dior、Gucci、Burberry、Armani 等国际高端品牌运营的婴童产品所主导，面对的主要是国内的高端消费人群，主要集中在一线城市和部分经济发达的二线城市。由于其品牌产品价格定位较高，目前国内此类高端市场规模仍不大。中高端市场和低端市场占据着国内婴幼儿服饰棉品主要份额，但仍较为分散。

中高端婴幼儿服饰棉品市场的竞争主要体现为品牌竞争。按照品牌的发展轨迹，国内的中高端市场主要分为三类品牌：第一类是创立时间较久，品牌知名度较高的境内自有品牌，如拉比、英氏等；第二类是部分进入国内市场时间较早、已有多年品牌运营经验的境外品牌，如丽婴房、黄色小鸭等；第三类是由知名童装企业或童车企业延伸产业链而来的婴童品牌，如好孩子、巴拉巴拉等。上述品牌的销售渠道多为优质商场的品牌专柜和品牌专卖店，其品牌形象鲜明，主打品类具有一定差异性，品牌风格 and 产品质量在长期的经营过程中得到市场的认可，积累了丰富的行业经验和众多的忠诚客户群，是细分市场中的知名品牌。随着国家供给侧改革和工业 2025 等制造业转型升级战略的实施和时间的推移，国内消费者对优质的民族品牌的认可度将会逐步提高，妇婴童市场品牌集中度将会逐步提升，为优质民族品牌提供更大的市场空间。

（3）国内经济基本面向好为婴幼儿市场发展提供了良好的基础和增长空间
相关情况请见“妇婴童洗护用品智能化生产及供应链管理建设项目”。

2、项目建设的必要性

（1）有利于公司发展战略的实施

报告期内，公司的婴幼儿服饰棉品业务（含妇婴童内衣）占公司整体销售收入的比重在 80%左右，拉比品牌的婴幼儿服饰棉品业务特别是婴童内衣由于其设计的舒适精巧、选材的自然环保、工艺的精益求精，深受消费者欢迎，在国内该类消费市场竞争优势明显，该项目的实施有利于提高产能和产品品质，继续扩大公司婴幼儿服饰棉品业务在行业内的优势地位，有利于巩固品牌优势，带动其它产品的销售，符合公司以婴幼儿服饰棉品和婴幼儿日用品双轮驱动的发展战略。

(2) 有利于提升公司核心产品的智造水平和业绩水平

本项目将着眼于从设计、排版、裁剪、缝制、后道工序等一系列的信息化、自动化建设，提高服饰棉品供应链的智能化水平，从而提高生产效率和产能，提升规模效应，降低用工成本和外包成本。由于服饰棉品是公司目前的主要盈利产品，进而也将有效提升公司业绩水平。

(3) 有利于提升供应链管理水

随着项目实施完成，公司的生产力将得到很大的提升，有利于公司供应链管理，在市场需求、设计下单、工艺流程安排、采购生产、仓储物流和市场销售等环节中，实现物流、资金流和信息流的最佳结合，使公司能提高收入、节约成本、获取最大利润。

3、项目投资额及效益分析

该项目总投资为 **16,317.97** 万元（含土地投资），除土地投资部分外其余全部为**建设投资**。本项目正常年可实现营业收入为 25,427.35 万元，净利润为 3,781.52 万元，项目投资财务内部收益率为 17.96%，投资回收期为 6.52 年（含建设期）。

4、项目备案及审批相关情况

该项目已于 **2017 年 11 月 29 日**取得《广东省企业投资项目备案证》，备案项目编号：**2017-440511-18-03-816590**。

三、本次发行可转债对公司经营管理和财务状况的影响

（一）本次发行可转债对公司经营管理的影响

公司通过本次可转债项目，可进一步提高公司的资本实力；进一步增强主业，生产、仓储更加智能化，促进品牌产品的升级换代，推进婴幼儿服饰棉品与婴幼儿日用品、海内与海外市场等双轮驱动发展战略；同时增加公司自产能力，提高生产效率，降低经营风险，提升公司供应链管理水

平，增强公司综合竞争力，为公司的可持续发展奠定坚实的基础。公司将借助在婴幼儿用品领域的优势地位，不断研发创新，实现产品线的丰富与升级、供应能力的规模化、仓储物流的智能化，实现跨越式发展。

（二）本次发行可转债对公司财务状况的影响

本次募集资金投资项目具有良好的市场前景和经济效益，项目完成投产

后，公司盈利能力和抗风险能力将得到增强；公司主营业务收入与净利润将大幅提升，公司财务状况得到进一步的优化与改善；公司总资产、净资产规模（转股后）将进一步增加，财务结构将更趋合理，有利于增强公司资产结构的稳定性和抗风险能力。

四、本次公开发行可转债的可行性结论

本次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规划，具有良好的市场前景和经济效应，符合公司及全体股东的利益。同时，本次发行可转债可以提升公司的盈利能力，优化公司的资本结构，为后续业务发展提供保障。综上所述，本次募集资金投资项目具有良好的可行性。

金发拉比妇婴童用品股份有限公司董事会

2017年12月21日