

上海妙可蓝多食品科技股份有限公司
2020 年非公开发行 A 股股票
募集资金使用可行性分析报告

二〇二〇年三月

上海妙可蓝多食品科技股份有限公司（以下简称“公司”）为贯彻实施公司整体发展战略，抓住行业发展机遇，做强做大公司主业，进一步巩固和提升竞争优势，拟非公开发行股票（以下简称“本次非公开发行”或“本次发行”）。公司对本次非公开发行募集资金使用的可行性分析如下：

一、本次募集资金投资计划

本次非公开发行募集资金总额预计不超过 89,000 万元，扣除发行费用后的募集资金净额全部用于以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	项目投资总额	拟使用募集资金总额
1	妙可蓝多上海第二工厂改扩建项目	44,208.00	44,208.00
2	吉林中新食品区奶酪加工建设项目	32,127.96	25,062.70
3	广泽乳业特色乳品产业升级改造项目	19,735.30	19,729.30
合计		96,071.26	89,000.00

如本次发行实际募集资金净额少于募集资金投资项目拟投入募集资金总额，不足部分将由公司自筹解决。本次非公开发行募集资金到位之前，公司将根据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，以募集资金置换前期投入资金。在上述募集资金投资项目范围内，公司董事会可根据项目进度、资金需求等实际情况，对相应募集资金投资项目的投入顺序和具体金额进行适当调整。

二、本次募集资金投资项目的可行性分析

（一）妙可蓝多上海第二工厂改扩建项目

1、项目概述

项目名称	妙可蓝多上海第二工厂改扩建项目
总投资额	44,208.00 万元
建设地点	上海市
建设周期	2 年
实施主体	本公司拟新设的全资子公司

本项目拟引入先进的生产设备，以优化产品结构、扩大产能产量。项目达产后主要产品包括奶酪棒、三角奶酪、芝士片、原制奶酪，丰富了产品品类；项目达产后规划年产奶酪制品 27,000 吨，提高了产能产量。通过本次改建，公司致力于将妙可蓝多上海第二工厂打造成公司在华东地区的生产基地，以满足市场对奶酪制品日益增长的消费量和日益丰富的消费结构需求。

2、项目实施的必要性

（1）响应政策号召，提升国内乳制品供应的质与量

近年来，国家出台了多项政策支持乳制品行业及奶酪产品的发展，农业部等五部门于 2017 年 1 月联合印发了《全国奶业发展规划（2016-2020 年）》，国务院办公厅于 2018 年 6 月印发了《关于推进奶业振兴保障乳品质量安全的意见》，相关文件均支持打造资源配置合理、技术水平先进、产品结构优化、具备国际竞争力的现代乳制品加工业，支持发展奶酪等干乳制品。目前，我国人均乳制品消费量远未达到《中国居民膳食指南》推荐的每天 300 克标准，尤其是青少年乳制品消费量与国外有较大差距。奶酪有“奶黄金”之美誉，引导奶酪消费，不仅有利于强壮国人体魄，而且可以带动国产奶酪产业发展，达到奶农增收、乳企增效的目标。

本项目通过引进先进的奶酪生产线，扩大产能产量，优化产品方案，通过研发创新工艺技术，提高生产的自动化和现代化水平，从而实现国内乳制品供应质与量的双重提升，积极响应国家关于引导和支持乳制品行业发展的政策号召。

（2）丰富产品体系，满足消费者对奶酪产品的多样化需求

奶酪是一种发酵的牛奶制品，含有丰富的蛋白质、钙、脂肪、磷和维生素等营养成分；相对于奶粉、液态奶等其他牛奶制品，奶酪的营养价值更高，更加符合消费升级的发展趋势，是实现“健康中国 2030”规划重要一环。奶酪本身品种众多，目前公司产品中马苏里拉奶酪占比较高，奶酪棒等零售产品正处于快速扩张阶段，相比成熟的大型奶酪生产加工企业，公司奶酪产品体系仍较为单一。

且公司奶酪棒的产品线存在结构性缺陷：如消费人群相对单一、销售渠道相对单一以及产品线相对单一等问题。

随着奶酪饮食文化在我国的逐渐普及，消费者对奶酪产品的需求将呈现多样化发展趋势。公司必须进一步丰富奶酪系列产品，以满足市场日益多元化的消费需求。本项目的建设有助于解决公司奶酪产品结构性缺陷问题，通过丰富产品体系、重新定义奶酪棒的品类，规划系列产品线，实现全人群覆盖，满足更多消费者的需要。

（3）推进业务转型，助力公司实现中国市场奶酪第一品牌的发展目标

奶酪等特色乳制品的生产，对传统乳制品行业发展有着重要的意义，成为乳制品市场的一个全新亮点，是今后乳制品行业发展的一个方向，亦为公司业务转型的主要目标。2016-2018 年，公司奶酪销售量分别为 4,019.12 吨、5,804.95 吨和 10,542.38 吨，2017 年、2018 年分别同比增长 44.43%、81.61%。公司拳头产品奶酪棒自 2018 年投产推出以来，一直处于供不应求状态。因此，在公司推进业务转型、大力发展奶酪产品的关键阶段，现有生产能力已难以满足业务快速扩张的需要，亟需扩大产能产量。

本项目的建设将有助于公司快速扩张产能，实现规模效应，推进业务转型，保持行业领先地位，加快实现中国市场奶酪第一品牌的发展目标。

综上，本项目建设是市场发展的需要，也是公司自身发展的需要，符合国家产业政策的要求，项目建设具有必要性。

3、项目实施的可行性

（1）奶酪行业市场前景广阔

①奶酪是乳制品消费的高级形态

奶酪又称芝士、干酪、乳酪或起司，是生鲜乳在发酵剂与凝乳酶作用下发生凝固并经成熟而制成的固态乳制品，可谓“牛奶的精华”、“奶中黄金”。奶酪含有丰富的蛋白质、钙、脂肪、磷和维生素等营养成分，其蛋白质含量是牛奶的 8-10

倍，钙奶的 6-8 倍，而经过乳酸菌等微生物及酶的作用，同样适合患有乳糖不耐症的消费者食用。

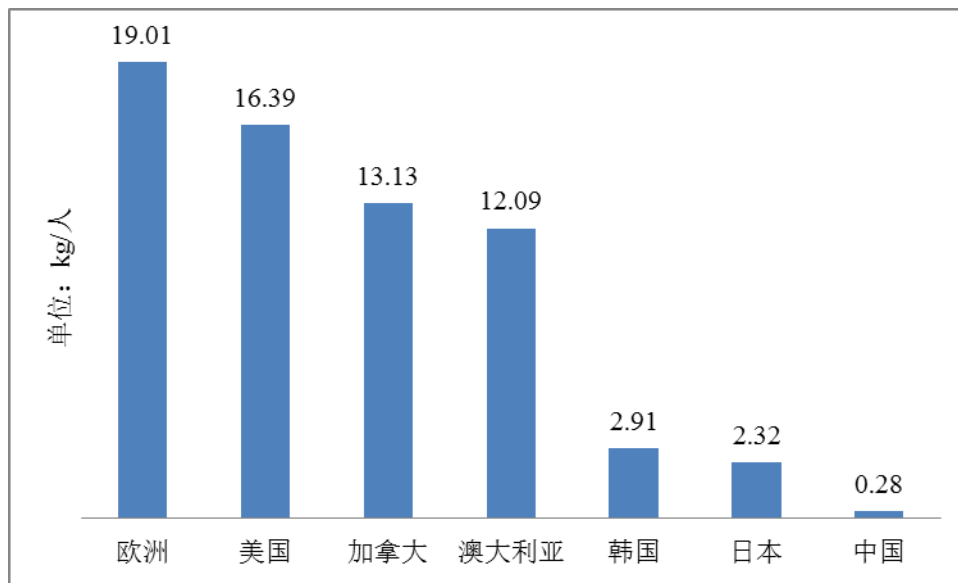
从全球视野看，在牛奶消费过程中，各国一般都经过了三个阶段：第一阶段是奶粉阶段，奶牛饲养在山区、牧区，距离城市较远，人们把牛奶制成奶粉或炼乳运到城市供人们消费；第二阶段是液体乳阶段，随着人们对微生物认识的深入，找到了科学的杀菌、灭菌技术，加之包装材料的迅猛发展，人们开始把鲜牛奶装进能够保持几天或几十天不变质的容器里运到城市供人们消费；第三阶段是奶酪、奶油阶段，由于工业化的快速发展和生活水平的大幅度提高，人们开始研究如何享受，提高生活质量，不再满足水分占近 90%的牛奶，人们要食用牛奶的精华，于是奶酪成为人们生活中的重要食品。

我国目前仍处于以液态奶消费为主的阶段。由于我国区域发展不平衡，液态奶在不同地区的渗透率差异较大，发达城市液态奶的渗透率接近发达国家，乳制品消费形态逐渐转向第三阶段，但大多数城市液态奶渗透率仍有提升空间。因此，我国未来向牛奶消费的第三阶段转型的市场空间巨大。

②奶酪在全球乳制品消费结构中占据重要地位

根据美国农业部的数据，2018 年全球乳制品消费量中，牛奶排名第一，消费量为 17,679.40 万吨；奶酪排名第二，消费量为 1,967.60 万吨，且超过了黄油和奶粉的合计消费量。在乳制品业发达国家，奶酪属于日常饮食，品种丰富多样，占乳制品消费总量的 70%。从人均消费量方面看，根据 OECD（经济合作与发展组织）数据，2018 年我国人均奶酪消费量为 0.28kg/人，而美国为 16.39kg/人、欧洲为 19.01kg/人、日本为 2.32kg/人、韩国为 2.91kg/人，我国人均奶酪消费量与美国、欧洲、日本及韩国相比，仍有较大提升空间。

图：2018 年各市场人均奶酪消费量对比



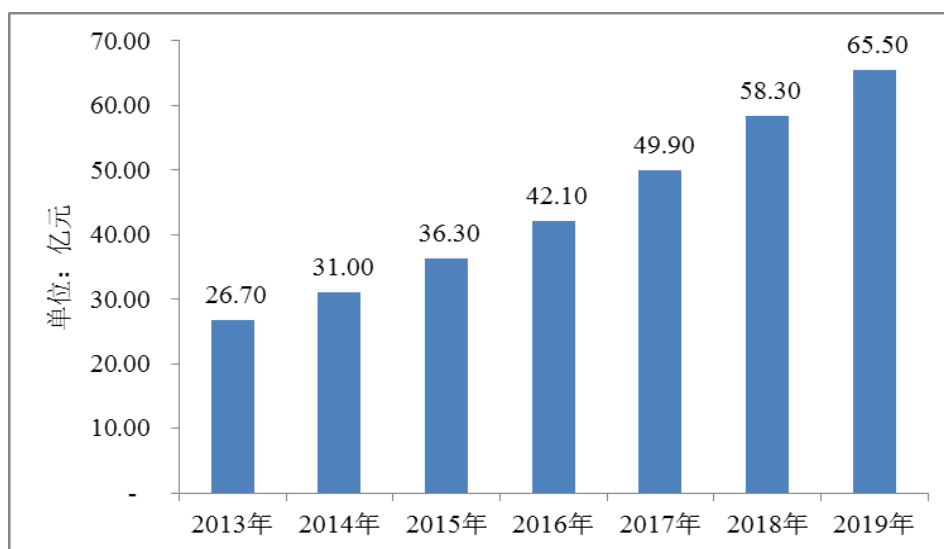
数据来源：OECD

日本和韩国同中国在饮食文化上有同源性，都不是与生俱来的奶酪消费大国，但经过多年的发展，奶酪消费持续稳定增长。

③我国奶酪产品消费额快速增长

随着中国改革开放的深入，消费者收入水平和消费能力不断增长，西式的饮食文化也在逐渐影响消费者的生活方式。随着人们对奶酪营养价值认知程度的加深，近年来奶酪行业市场规模保持高速增长趋势。根据欧睿咨询数据，2019 年我国奶酪零售终端市场规模 65.50 亿元，2013-2019 年复合增速达到 16.13%，是乳制品细分领域最具增长潜力的行业；但从体量上看，我国奶酪消费仍处于培育期，2018 年零售额仅占我国乳制品消费额的 1.50%。

图：2013-2019 年中国奶酪行业市场零售规模增长情况



数据来源：欧睿咨询 Euromonitor

④我国奶酪市场未来增长空间巨大

根据中国农业科学院农业信息研究所发布的《2019-2028 年中国奶制品市场展望报告》，95 后消费新群体已经成长，这一群体规模近 2.5 亿人，他们的消费偏好和消费能力将引领新的消费趋势，对奶酪、黄油等干奶制品需求量增长较快，尤其奶酪的市场空间将优先于黄油爆发，奶酪将是中国未来奶制品消费引导的突破口之一，加上奶酪校园推广行动的实施，2028 年人均奶酪消费量有望达到 0.50 千克，远高于目前消费水平。根据欧睿咨询数据，预计 2024 年我国零售奶酪终端市场规模将达到 112 亿元，预计 2020-2024 年年均复合增速 12%。

（2）公司相关技术、营销专业人才储备充分

公司在发展进程中，聚集了一批在奶酪研发、生产、营销等领域有一定权威与经验的专业人才，为本次非公开发行募投项目的实施奠定了坚实的人才基础。公司奶酪业务充足的专业人员储备，保障了募投项目实施后公司的研发、生产、营销能力与新增的奶酪产能相匹配。

奶酪在乳制品生产中属于生产技术含量最高的产品之一，生产技术构成了奶酪行业的重要门槛。奶酪产业在中国市场处于早期快速增长阶段，奶酪产品目前在中国以进口产品为主。公司是国内为数不多的具备奶酪独立研发和生产能力的

企业之一，奶酪业务具有行业领先的技术优势和技术储备。公司奶酪产品研发部门核心技术人员均在同行业优秀企业有多年从业经验。

公司奶酪业务营销团队主要来自于中国乳品行业标杆企业，该团队销售业绩行业领先，在完善销售渠道布局方面经验丰富，有利于公司在现有营销资源的基础上，进一步扩大及深化销售渠道，以较快速度完成销售渠道的全国布局。

综上，我国奶酪行业市场潜力巨大，公司相关技术、营销专业人才储备充分，有利于募投项目的有效实施。

4、项目投资概算

本项目总投资额 44,208.00 万元，主要包括建筑工程费、设备购置费、安装工程费以及铺底流动资金等；拟使用募集资金 44,208.00 万元。

5、项目经济效益评价

本项目达产后，预计税后平均财务内部收益率 18.14%，具有良好的经济效益。

6、项目审批或备案情况

本项目的立项、环评等程序尚在办理过程中。

（二）吉林中新食品区奶酪加工建设项目

1、项目概述

项目名称	吉林中新食品区奶酪加工建设项目
总投资额	32,127.96 万元
建设地点	吉林省吉林市
建设周期	1 年
实施主体	吉林市广泽乳品有限公司

本项目系在公司原有厂房内进行建设，主要进行室内外装修、购置国内外先进的奶酪生产设备及附属配套设施等。项目达产后主要产品包括烧烤奶酪、手撕奶酪、马苏里拉奶酪丝，丰富了产品品类；项目达产后规划年产奶酪制品 15,500

吨，提高了产能产量。通过实施本项目，公司致力于将吉林乳品中新食品区奶酪加工厂打造成为全国最大的原制奶酪生产基地。

2、项目实施的必要性

具体参见前述“（一）妙可蓝多上海第二工厂改扩建项目”之“2、项目实施的必要性”。

3、项目实施的可行性

具体参见前述“（一）妙可蓝多上海第二工厂改扩建项目”之“3、项目实施的可行性”。

4、项目投资概算

本项目系在公司原有厂房内进行建设，项目总投资额 32,127.96 万元，主要包括建筑工程费、设备购置费、安装工程费、工程建设其他费用以及铺底流动资金等；拟使用募集资金 25,062.70 万元。

5、项目经济效益评价

本项目达产后，预计税后平均财务内部收益率 15.44%，具有良好的经济效益。

6、项目审批或备案情况

本项目涉及的用地手续已办理完成，立项、环评等程序尚在办理过程中。

（三）广泽乳业特色乳品产业升级改造项目

1、项目概述

项目名称	广泽乳业特色乳品产业升级改造项目
总投资额	19,735.30 万元
建设地点	吉林省长春市
建设周期	1 年
实施主体	广泽乳业有限公司

本项目是在公司原厂区进行技术改造，不新增建筑面积，通过对原有生产车

间重新规划布局，引入先进的生产线，以深化产品结构调整，优化产品品类，实现公司向奶酪为主营业务转型的目标。项目达产后主要产品包括奶酪棒、稀奶油、奶油芝士，规划年产奶酪制品 12,500 吨。

2、项目实施的必要性

具体参见前述“（一）妙可蓝多上海第二工厂改扩建项目”之“2、项目实施的必要性”。

3、项目实施的可行性

具体参见前述“（一）妙可蓝多上海第二工厂改扩建项目”之“3、项目实施的可行性”。

4、项目投资概算

本项目系在公司原厂区进行技术改造，项目总投资额 19,735.30 万元，主要包括建筑工程费、设备购置费、安装工程费等；拟使用募集资金 19,729.30 万元。

5、项目经济效益评价

本项目达产后，预计税后平均财务内部收益率 16.41%，具有良好的经济效益。

6、项目审批或备案情况

本项目涉及的用地手续已办理完成，立项、环评等程序尚在办理过程中。

三、本次非公开发行对公司经营管理和财务状况的影响

（一）对公司经营管理的影响

本次非公开发行募集资金投资项目符合国家产业政策和公司整体战略的发展方向，具有良好的市场前景和经济效益，将为公司实现产业升级打开良好的局面。本次非公开发行募集资金投资项目的实施将有助于公司在奶酪行业形成规模优势，抢占迅速增长的国内市场，巩固公司的行业地位，提升公司的核心竞争力，为公司实现中长期战略发展目标奠定基础。

（二）对公司财务状况的影响

本次非公开发行完成后，公司的净资产规模将大幅增加，公司的资本实力将得到增强，财务状况将得到改善，财务结构更加稳健。本次非公开发行有利于公司扩大产能、调整产品结构、增加营业收入、提升利润水平，同时还有助于降低资产负债率、减少财务费用，从而进一步增强公司的抗风险能力和盈利能力。

上海妙可蓝多食品科技股份有限公司董事会

2020年3月24日