

证券简称：英联股份

证券代码：002846



广东英联包装股份有限公司

（注册地址：广东省汕头市濠江区达南路中段）

2020年度非公开发行A股股票 募集资金使用可行性分析报告

二〇二〇年四月

一、本次募集资金投资计划

本次非公开发行 A 股股票募集资金总额不超过（含发行费用）50,000 万元，扣除发行费用后的募集资金净额将投资于以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	项目投资总额	募集资金投入额
1	智能生产基地改扩建项目	41,139.08	35,000.00
2	补充流动资金	15,000.00	15,000.00
合计		56,139.08	50,000.00

若实际募集资金数额（扣除发行费用后）少于上述项目拟投入募集资金总额，在最终确定的本次募投项目范围内，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、本次非公开发行的背景和目的

（一）本次非公开发行的背景

1、国家产业政策支持金属包装企业做大做强，出口退税利好金属易开盖外销，为行业带来新的盈利增长点

（1）强有力的产业政策支持包装行业的持续健康发展

包装产业是与国计民生密切相关的服务型制造业，在国民经济与社会发展中具有举足轻重的地位。随着我国国民经济快速发展，我国消费市场不断扩大，对包装产品的需求大幅增加，包装业发展迅速，取得了巨大成就。

2016 年 12 月，工信部、商务部联合发布《关于加快我国包装产业转型发展的指导意见》（工信部联消费[2016]397 号），对我国包装行业“十三五”期间产业规模、自主创新、两化融合、节能减排、军民融合及标准建设等发展目标作出了指导，并确定了中国包装产业转型发展的主要任务和保障措施。在产业规模

上，目标到 2020 年，包装产业年主营业务收入达到 2.5 万亿元，形成 15 家以上年产值超过 50 亿元的企业或集团，上市公司和高新技术企业大幅增加；同时，还将积极培育包装产业特色突出的新型工业化产业示范基地，形成一批具有较强影响力的知名品牌。

2016 年 12 月，中国包装联合会印发《中国包装工业发展规划(2016-2020 年)》（中国包联综字[2016]61 号），围绕“中国制造 2025”和“包装强国”建设任务，设定了“十三五”包装工业发展的两大核心目标：一是不断提升对国民经济和社会发展的支撑能力和贡献能力；二是不断提升品牌影响力和国际竞争力。全方位的产业政策为金属包装企业做大做强、持续健康发展提供了强有力的制度保障。

（2）政策利好金属易开盖出口，外销创造行业新的盈利增长点

随着中国精密制造能力的崛起，制造装备、材料标准、供应体系管理能力显著提升，海外客户对中国易开盖产品质量的认可度也不断提升。

2018 年我国进一步加大对金属制品出口的支持力度。2018 年 9 月，财政部、税务总局发布《关于提高机电、文化等产品出口退税率的通知》（财税[2018]93 号），将玄武岩纤维及其制品、安全别针等产品出口退税率提高至 9%；2018 年 10 月，出口退税支持力度加大，财政部、税务总局发布《关于调整部分产品出口退税率的通知》（财税[2018]123 号），将润滑剂、航空器用轮胎、碳纤维、部分金属制品等产品的出口退税率提高至 13%。

金属易开盖产品适用于上述退税率调整的范畴，出口退税率由 5%上调至 13%，为国内企业开拓海外市场创造了良好的外部环境，增强了金属易开盖产品的国际竞争力，同时也为金属包装行业带来了新盈利增长点。受益于出口退税政策，公司海外业务规模增长迅速，2017 年海外销售收入为 1.36 亿元，2018 年为 1.92 亿元，同比增长 41.18%。政策鼓励金属易开盖行业出口外销，有助于进一步推动中国易开盖产品走向全球。

2、下游快速消费品行业发展及罐化率提升，带动金属包装产品需求提升，金属包装行业市场发展空间较为广阔

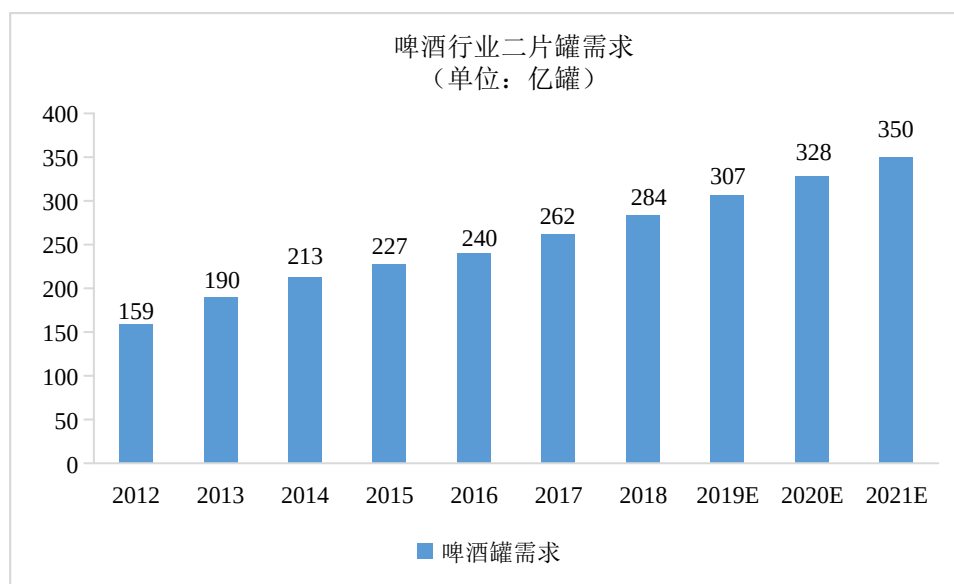
伴随居民可支配收入水平的提高、城镇化进程和消费升级的不断推进，近年来，国内快速消费品市场获得较快增长。根据国家统计局公布的数据，2019 年社会消费品零售总额为 411,649 亿元，同比增长 8.0%；其中，粮油、食品类商品零售金额为 14,525 亿元，同比增长 10.2%；饮料类商品零售金额为 2,099 亿元，同比增长 10.4%。

(1) 人均金属罐消费量较低，与发达国家差距明显，相较于海外市场仍有进一步提升空间

食品、饮料及酒类是我国金属包装的主要应用领域，主要包装品类为三片罐、两片罐和杂罐。相较于海外市场，我国人均金属饮料罐消费量处于较低水平。根据 Euromonitor 数据统计，2018 年美国金属饮料罐人均消费量为 181 罐，日本金属饮料罐人均消费量为 126 罐，而我国金属饮料罐人均消费量仅为 17 罐，只有美国人均金属饮料罐消费量的 9%。同时，中国金属包装在软饮料包装中占比也偏低，仅为 14%，而韩国、美国、日本均超过 30%。

由于金属包装行业收入与人均软饮料消费量具有一定的同步性，我国金属包装行业通过饮料消费量提升而发展的空间很大。随着国民消费能力提升和消费习惯升级，根据 Euromonitor 预计，2022 年我国软饮料市场规模将提升至 8,916.62 万吨，随着高端饮料大量采用金属包装，金属包装占比有望继续提升，预测 2022 年软饮料金属包装消费量将突破 300 亿罐。

此外，未来啤酒罐化率提升也能为金属包装行业带来广阔市场空间。中国是世界上最大的啤酒生产国和消费国，2019 年啤酒产量已达 3,765.30 万升。但从啤酒罐化率来看，2009 至 2018 年，我国的啤酒罐化率虽由 16.24% 提升至 26.51%，但仍远低于全球其他市场，与日本（90%）、韩国（74%）、美国（67%）、英国（64%）等成熟市场仍存在较大差距。

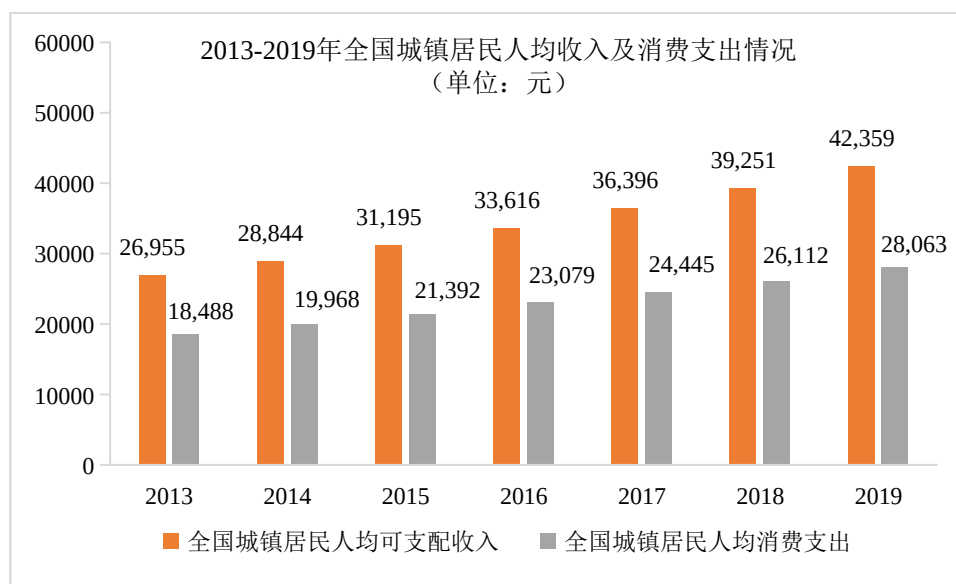


数据来源: Euromonitor

金属罐包装的啤酒密封性能优越,同时金属罐材料较轻,便于运输、携带和开启。随着国内金属包装产能不断扩张,包装成本也在降低,近来金属罐加速替代玻璃酒瓶,啤酒罐化率逐步提升,发展空间巨大。

(2) 随着金属包装在食品饮料行业使用比例以及人均消费量的提高,金属包装的规模将不断提升

经济快速增长是快速消费品金属包装产品市场发展的根本推动力。由于易拉罐成本相对玻璃瓶、PET 塑料瓶包装略高,因此在经济较不发达地区普及程度较低。近年来,我国人民的收入水平不断提高。根据国家统计局数据,全国城镇居民人均可支配收入由 2013 年的 26,955 元增长至 2019 年的 42,359 元,全国城镇居民人均消费支出已增长到 2019 年的 28,063 元。随着经济发展和生活水平提升,人均可支配收入的提高将加大对消费品的需求,进而催生一个规模庞大的快速消费品金属包装产品市场,金属包装在食品饮料行业使用比例将会有较大增长。



数据来源: 国家统计局、Wind 资讯

据中国包装联合会金属容器委员会的预测, 受益于下游食品饮料行业的稳步增长, 并在如啤酒罐化率水平不断提升、罐头食品普及率持续增强的等因素的作用下, 食品饮料金属包装行业将迎来稳定的增长。预计到 2020 年, 我国食品饮料金属包装行业总产量将达到 1,318 亿罐, 年复合增速达 9.25%。作为配套产品, 2020 年我国易开盖的产量将达到 1,120 亿片, 年复合增速达 9.47%。

(3) 金属易开盖产品便于运输, 受益于全球罐头行业的增长潜力, 未来国际市场发展空间广阔

随着社会经济的发展, 现代社会的生活节奏也不断加快。从全球范围来看, 由于罐头食品具有安全、营养、便捷、环保的特点, 完全适应人们快节奏的生活, 因此深受全球消费者的青睐。全球罐头行业具有较大的市场发展空间和增长潜力。根据食品科技网的数据, 美国人均罐头年消费量在 90 公斤左右, 西欧约 50 公斤, 日本为 23 公斤, 罐头食品在国际市场的发展空间较为广阔。

与金属罐相比, 金属易开盖具有运费较低, 不受运输半径限制的特点, 为我国易开盖企业提供了立足国内、面向全球的发展新方向。与境外企业相比, 国内的供应链体系更具优势。同时, 后发的生产设备优势使得国内厂商产线效率更高、设备成本更低, 产品质量更有保障。随着我国金属易开盖的出口规模不断提升, 我国的金属包装行业拥有广阔的国际市场发展空间。

3、领先的市场地位和先进的技术水平为公司实现全面发展奠定了基础

多年来，公司深耕于金属易开盖领域的研发、生产及销售，作为国内易开盖领域的领跑者、拥有全品类产品线的易开盖企业，公司通过不断地技术创新和设备升级，主要产品已从最初的干粉易开盖，覆盖到食品（含干粉）、饮料、日化用品等多应用领域，现已成为品类齐全、能够满足客户多样化需求及一站式采购的快速消费品金属包装产品提供商。

公司始终致力于通过核心技术创新及产品品质优化来提高产品价值，公司自主研发的低耗材高强度二层白瓷涂料结构耐腐蚀易开盖，解决了白瓷材料用于易开盖涂层易冲压破损的技术难题，建立了白瓷易开盖细分品类的领先优势。公司将白瓷产品研究成果应用于实际生产中，解决了番茄酱、酸梅汁等高酸性食品容易腐蚀普通盖体的问题，进一步提升了公司一站式综合解决方案能力。

在干粉易开盖领域，公司市场规模、生产能力、产品品质、规格类型等多方面均处于领先地位。2017 年公司收购山东旭源后，进一步增强了公司在华东、华北市场的快速反应能力，减少市场竞争，巩固了公司在干粉易开盖市场的领导地位。2018 年 9 月，公司收购了在奶粉易撕盖领域处于领先地位的广东满贯，获取奶粉易撕盖客户资源。随着奶粉易撕盖在奶粉领域渗透率的快速提升，公司将享受消费升级带来的红利。

在罐头易开盖领域，随着生产线陆续投产，铁质罐头易开盖产品线进一步丰富和完善，高毛利产品比重进一步增加，公司抓住出口退税率提升和人民币汇率变动的有利时机，在海外市场实现了快速的增长。

在饮料易开盖领域，2017 年公司收购佛山宝润，通过对其注资，改善其财务状况，革新机器设备扩充产能，同时明确其标准化专业饮料易开盖的定位，导入大客户资源，做强做大饮料易开盖市场。

公司主要产品图示



综上，本次非公开发行，是公司适时实现技术积累向实践成果转换、不断满足市场需求的必要选择，是公司深化业务布局、实现成为“快消品金属包装行业的领跑者”企业愿景的重要举措。

公司本次非公开发行募集资金拟用于投资建设“智能生产基地改扩建项目”和补充流动资金，一方面响应了国家产业政策，另一方面也契合行业发展趋势，有利于持续向全球客户提供更具成本优势、更高品质、更全品类的产品，提升市场竞争优势与公司盈利水平，助力公司成为享誉全球的著名企业。

（二）本次非公开发行的目的

1、紧跟行业发展趋势，丰富产品线，进一步提升市场占有率

快速消费品金属包装业属于资本密集型行业，为实现规模扩张和装备升级，形成规模优势和成本优势，企业往往需要具备较强资本实力。目前，我国快速消费品金属包装行业整体较为分散，多数为区域性中小型企业，其主要进行一些低端产品生产，同质化较为严重，技术含量普遍不高，行业集中度低、规模效应缺乏。

近年来，随着食品、饮料、日化品等终端消费品市场竞争日趋激烈，为应对来自终端市场的压力，下游快消品行业已率先完成集中度的加速提升，金属包装制罐企业在经历行业产能高速扩张带来的供需失衡、产品低价时期后，行业整合已拉开序幕，产能利用率逐步提升。金属易开盖作为金属罐体的组合部分，下游快消品行业和制罐行业的集中度提升，将倒逼易开盖供给向优质企业集中，行业领先企业已开始通过内建产能和外延并购的方式加速行业整合。

公司深耕易开盖领域多年，已成为细分市场的领跑企业。公司拥有较为完整的金属包装产品体系，拥有广泛客户基础，可满足客户一站式采购需求。受益于出口退税政策红利，公司享受全球需求市场空间，通过不断地科技创新和技术升级，目前公司产品已覆盖食品（含干粉）、饮料、日化用品等多个应用领域。

公司通过本次非公开发行，顺应了下游行业发展趋势，一方面可以进一步丰富产品线，积累更广泛的客户资源，并延伸公司产业链条，实现公司研发成果在多品类产品间共享，具有显著的技术协同效应。另一方面，灵活布局产品线有利于实现产品市场细分，使品类更加丰富、供应更为及时，减少生产线切换的时间与成本，提升公司产品的市场占有率，是强化公司核心竞争力的重要措施。

2、把握罐头易开盖市场增长机遇，充分满足市场和客户的需求，提升公司综合竞争实力

罐头食品具有安全、营养、便捷的特性。从罐头供给市场来看，我国罐头行业是典型的出口型行业，一直保持着较快的发展速度，是我国众多食品中最先打入国际市场，产品质量较早与国际接轨的商品。从罐头消费市场来看，由于饮食习惯的差异，我国人均罐头年消费量仅为 1 公斤，远低于美国、欧洲、日本等地，庞大的内需市场尚未打开。

随着我国居民生活水平日益提高，人们对罐头食品认知度也逐步提升，未来罐头食品的内需市场消费量有望进一步上升，加之我国罐头食品出口量一直保持较高水平，预计未来罐头行业仍将保持较为良好的发展态势。

国内罐头食品人均消费量的逐步提升以及境外市场持续稳定的增长，为上游罐头产业链企业提供了广阔的市场空间。作为金属易开盖领域的龙头企业，公司

为把握罐头易开盖市场的增长机遇，近年来积极拓展下游客户，以罐头易开盖为代表的高毛利产品销量增长明显，现有的产能已不能充分满足新增客户的需求，亟需扩大生产规模。

公司需要通过募投项目的开展实施，进一步满足市场和客户日益增长的需求，并通过扩大优质产能，巩固与下游优质食品罐头客户的长期合作关系，在行业集中度不断提升的变革中，增加市场占有率、巩固优势地位，提升公司综合竞争实力。

3、补充公司发展资金，优化公司财务结构

近年来，公司紧紧把握市场机遇，聚焦干粉易开盖、罐头易开盖、饮料易开盖、日化用品易开盖等领域，实现了快速发展。公司营业收入快速增长，2017 年、2018 年营业收入分别同比增长 34.81%和 78.85%。根据公司披露的《2019 年度业绩快报》，2019 年公司营业总收入为 117,040.56 万元（未经审计），较上年同期增长 42.91%。

面对不断涌现的市场机遇和旺盛的客户需求，公司一方面不断推动技术创新，加快优质产能建设，另一方面采用外延并购的方式加速行业整合，深化业务布局。在快速发展的过程中，公司通过多种融资渠道筹集资金以满足业务开拓的需要，资产负债率逐年升高，截至 2019 年 9 月 30 日达到 47.68%。

在此背景下，公司亟需通过直接融资进一步满足公司快速、健康、可持续发展的资金需要。本次非公开发行补充流动资金将增强公司资本实力，优化资产负债结构，降低财务风险，提升持续盈利能力，有利于为公司实现跨越式发展创造良好条件，也符合全体股东的切身利益。

三、募集资金投资项目的具体情况

（一）智能生产基地改扩建项目

1、项目概况

本项目拟在汕头市濠江区南山湾产业园区的公司现有智能生产基地中引进多条自动化、柔性化、智能化程度较高的罐头易开盖生产线，提高公司罐头易开盖生产能力，满足未来快速增长的下游市场需求，促进公司规模化发展。

本项目建成后，公司将新增 40 亿片罐头易开盖的产能，有利于公司把握市场需求扩大的契机，进一步的加大高毛利产品的供应能力，改善公司的产品结构，完善公司的战略发展布局，巩固和提升公司在产业内的综合市场竞争地位。

2、项目的背景及必要性

（1）罐头食品市场规模保持稳定增长，公司产品市场空间广阔

随着社会经济的不断发展，人们对生活品质的追求不断提高，对食品的健康和品质也愈加关注，罐头食品安全、营养、便捷的特性也越来越受到消费者的青睐。

在罐头食品的供给端，根据国家统计局数据，2018 年我国规模以上罐头企业 807 家，主营业务收入 1,389.14 亿元，同比增长 4.70%；利润总额 76.98 亿元，同比增长 3.30%。另外，罐头产品是最先进入国际市场的食品品类之一，产品品质较早与国际接轨，是较为典型的出口型产业。在 2018 年，我国共出口罐头 299.88 万吨，同比增长 6.63%，出口金额 54.25 亿美元，同比增长 10.94%。

在罐头食品的消费端，我国罐头人均消费量远低于美国、欧洲、日本等地，庞大的内需市场尚未打开。根据食品科技网的数据，美国人均罐头年消费量在 90 公斤左右，西欧约 50 公斤，日本为 23 公斤，而我国仅为 1 公斤。未来，随着我国居民收入水平的持续提升、消费结构的不断升级，我国罐头食品行业的市场需求仍有较为可观的增长空间。

综上，罐头食品国内人均消费量的逐步提升以及境外市场持续稳定的增长，为上游罐头产业链的企业提供了广阔的市场空间。公司作为金属易开盖领域的龙头企业，有必要相应增加对罐头易开盖生产设备固定资产投资规模，以满足下游市场的需求。

（2）受益于行业集中度持续提升，公司业绩快速增长，产能亟需扩大

近几年，受到上游原材料价格波动的影响，金属易开盖行业的竞争态势逐步加剧，马太效应凸显，行业已逐步从分散落后的局面发展成拥有一定现代化技术装备、门类比较齐全的完整工业体系，涌现出一批跨地区、规模大、产品新、效益好的龙头企业，行业集中度逐步提升。

公司作为金属易开盖领域的龙头企业，近年来受益于行业整合的趋势以及海外市场的顺利拓展，营业收入和净利润逐年增长。同时，公司加大了对高毛利产品的推广，报告期内高毛利产品的比重进一步提升。根据公司披露的业绩快报，预计 2019 年全年实现营业收入 117,040.56 万元、归母净利润 7,986.43 万元，分别较去年同期增长 42.91%、89.60%。

随着公司下游客户的进一步拓展，公司产品的销量增长明显，特别是以罐头易开盖为代表的高毛利产品销量快速增长，公司现有的产能已不能充分满足新增客户的需求，公司亟需扩大生产规模。本次募投项目新增投资建设罐头易开盖生产线，将有利于公司进一步提升生产能力及影响力，扩大公司的业务规模，增加市场占有率，增强公司市场话语权，进一步巩固公司的行业地位。

3、项目建设的可行性

（1）公司具有丰富、优质的客户资源，能有效消化募投项目的新增产能

公司成立以来，一直坚持以客户需求为导向，并结合前瞻性的市场分析及技术研发，及时针对客户的需求进行研发和设计。凭借卓越的研发能力和出色的产品质量，公司在客户群体中赢得了良好的声誉，与下游的零售消费企业建立了长期稳定的合作关系，积淀下了庞大的客户基础。

基于公司积累的优质客户资源，公司一方面能及时获知下游行业的发展趋势，迅速通过自身强大的研发实力响应客户的新需求，并及时实现批量供货，以把握市场节奏，增强公司对行业趋势的敏感度。另一方面，公司积淀的优质客户资源也为本次募投项目的新增产能消化打下了良好的基础。本项目主要为公司原有产品的扩产，公司本身在金属易开盖领域已深耕多年，产品已具备成熟的客户群体和销售网络，在本项目达产后，公司可沿用原有的市场路径和客户资源，同时，

借助这些优质客户在行业内的影响力，公司能更有效的实现新客户、新业务的拓展。

（2）公司多年精耕金属易开盖行业，形成了成熟、可靠的生产体系，有力保障了募投项目的顺利实施

公司作为国内金属易开盖行业的龙头企业，在行业内耕耘多年，建立了一套成熟的质量控制和生产管理的运作体系，能有效地实现产品质量的把控和生产效率的提升，形成了公司在行业内独特的竞争优势。同时，通过多年的经验积累，公司具有充足的人才、技术等方面的储备，有能力实施智能生产基地改扩建项目。

借助公司在生产和质量控制领域丰富的经验以及人才和技术储备，公司本次募投项目的实施将具备良好的建设和运行基础。

4、项目建设规划

（1）项目实施主体及实施地点

本项目实施主体为公司全资子公司汕头市英联金属科技有限公司，实施地点为汕头市濠江区南山湾产业园区。

（2）项目投资额

本项目总投资金额为 41,139.08 万元，拟使用募集资金投入 35,000.00 万元，具体投资规划如下：

序号	投资内容	投资总额		募集资金总额	
		金额（万元）	占比	金额（万元）	占比
1	设备及软件购置	35,120.00	85.37%	35,000.00	100.00%
2	项目预备费	1,756.00	4.27%	-	-
3	铺底流动资金	4,263.08	10.36%	-	-
合计		41,139.08	100.00%	35,000.00	100.00%

（3）项目建设周期

本项目建设周期为 18 个月。

5、项目预期效益

本项目运营期内,可实现年均营业收入 54,873.25 万元,年均净利润 4,495.89 万元,项目预期效益良好。

6、项目的批复文件

截至本报告公告日,本项目的批复文件正在办理中。

(三) 补充流动资金

基于公司业务快速发展的需要,公司本次拟使用募集资金 15,000.00 万元补充流动资金。本次使用部分募集资金补充流动资金,可以更好地满足公司生产、运营的日常资金周转需要,降低财务风险和经营风险,增强竞争力。

四、本次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

本次非公开发行股票募集资金投资项目的顺利实施,可以扩大公司的产销规模、提升公司核心产品的技术水平和性能指标,进一步提高公司满足市场需求的能力,提高公司的市场地位,同时持续跟进未来市场和技术的发展方向,完善公司的产品结构,进而提高公司整体竞争实力和抗风险能力,保持并扩大公司在行业中的技术领先优势,进而带动公司盈利能力和可持续发展能力。

(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,公司的资产总额与净资产将增加,有利于降低公司的财务风险,提升抗风险能力。本次发行募集资金到位后,由于募集资金投资项目的建成投产并产生效益需要一定时间,短期内公司净资产收益率及每股收益或将有所下降,但长期来看,项目投产后,公司的销售收入和营业利润将实现稳步增长。

综上所述,公司本次非公开发行募集资金投向符合行业发展趋势及公司战略需求,募集资金的使用将会为公司带来良好的收益,为股东带来较好的回报。本

次募投项目的实施，将进一步壮大公司资金规模和实力，增强公司的竞争力，促进公司的持续发展，符合公司及公司全体股东的利益。

（以下无正文）

（本页无正文，为《广东英联包装股份有限公司2020年度非公开发行A股股票募集资金使用可行性分析报告》之签章页）

广东英联包装股份有限公司

董事会

二〇二〇年四月二日