



证券代码：002507

证券简称：涪陵榨菜



重庆市涪陵榨菜集团股份有限公司 2020年非公开发行A股股票 募集资金使用可行性分析报告

二〇二〇年十一月

目录

释义.....	3
一、本次募集资金使用计划	5
二、本次募投项目概况	5
（一）乌江涪陵榨菜绿色智能化生产基地（一期）项目	5
（二）乌江涪陵榨菜智能信息系统项目	31
三、本次非公开发行对上市公司经营管理和财务状况的影响.....	35
（一）本次非公开发行对公司经营管理的影响	35
（二）本次非公开发行对公司财务状况和盈利能力的影响.....	35
（三）本次非公开发行对公司现金流量的影响	35
四、关于新冠疫情影响的特别说明	35
五、可行性分析结论	36

释义

在本报告中除非文意另有所指，下列词语具有以下含义：

上市公司/公司/涪陵榨菜	指	重庆市涪陵榨菜集团股份有限公司
本次募投项目/本次募集资金投资项目/募投项目	指	乌江涪陵榨菜绿色智能化生产基地（一期）项目以及乌江涪陵榨菜智能信息系统项目
B2B	指	Business-to-Business 的缩写，是指进行电子商务交易的供需双方都是商家（或企业、公司），通过使用网络技术或各种商务网络平台完成商务交易的过程
B2C	指	Business-to-Customer 的缩写，是指进行电子商务交易的供需双方为企业对个人，通过使用网络技术或各种商务网络平台完成商务交易的过程
MVR 设施	指	“Mechanical Vapor Recompression” 的缩写，是一种蒸发技术，不仅可以大幅度降低蒸发浓缩结晶工艺的能耗、降低碳排放，而且能够大幅减少运行成本，广泛适用于食品、制药、化工、环保、生物工程、海水淡化等领域的蒸发、浓缩、结晶方面，并可用于高浓、高盐废水处理工艺
欧睿/ Euromonitor	指	Euromonitor International Limited（欧睿国际有限公司），是一家全球性的市场研究咨询公司，总部位于英国伦敦
Analysys	指	易观国际（Analysys International），成立于 2000 年，中国互联网和互联网化市场信息产品、服务、解决方案提供商，国内最大的信息化、互联网、新媒体以及电信运营行业研究、咨询机构之一
Frost&Sullivan	指	弗若斯特沙利文，行业咨询公司，成立于 1961 年，总部位于美国硅谷
尼尔森	指	荷兰 VNU 集团下属公司，是一家全球性市场研究公司，提供市场动态、消费者行为、传统和新兴媒体监测及分析
青菜头	指	榨菜作物（茎用芥菜）带瘤状凸起的膨大茎（瘤茎），又称鲜榨菜，是榨菜生产的主要原料
三腌三榨	指	榨菜腌制过程中经过三次腌制、三次压榨的工艺
盐菜块	指	经过腌制并符合技术要求的榨菜半成品的统称，包括一腌菜、二腌菜和三腌菜
窖池	指	用于榨菜腌制发酵的构筑物
头腌池	指	将青菜头腌制为一腌菜的窖池
发酵池	指	将一腌菜腌制为二腌菜、三腌菜的窖池
包装榨菜	指	按预包装食品法规设计的榨菜，区别于非包装榨菜（即散装榨菜）
佐餐开味菜	指	酱腌菜，根据《中华人民共和国国内贸易行业标准 SB/T 10439-2007》对酱腌菜的定义，包括：酱渍菜、盐渍菜、酱油渍菜、糖渍菜、醋渍菜、糖醋渍菜、虾油渍菜、盐水渍菜、糟渍菜

联销体	指	品牌商与经销商、联盟商通过协议规范自身行为，各方实现风险共担、利益共享的经营联合体
直控终端	指	企业直接对终端的销售、管理进行控制，从而省略了中间流通环节，通过强化对终端的掌控力度，加强对终端管理，以达到销售最大化的目的
传统渠道	指	商超和流通渠道（流通渠道包括但不限于批发市场、农贸市场、社区便利店、生鲜超市等），区别于电商渠道
电商渠道	指	企业将产品网上销售与线下实体结合，将传统渠道组织商品销售的功能转变为商品的展示、体验服务、仓储、物流、售后服务，消费者通过线下实体对产品的认知和体验，然后在网上销售终端进行产品的订购，企业将订单分配给区域渠道商，完成商品销售的营销模式
特殊渠道	指	企业结合自身特点，在传统渠道基础上，根据特殊的市场状况、特定的消费者（例如军队、学校、医院、工厂、工业园区食堂，高铁/航空配餐等）所开发的特殊渠道
低线城市及地区	指	县级及以下城镇和农村地区
元/万元/亿元	指	人民币元/万元/亿元

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330,000.00万元，扣除发行费用后，计划投资于以下项目：

序号	项目名称	项目投资总额 (万元)	自有资金投资额 (万元)	拟投入募集资金 (万元)
1	乌江涪陵榨菜绿色智能化生产基地（一期）	332,024.05	37,024.05	295,000.00
2	乌江涪陵榨菜智能信息系统项目	36,242.20	1,242.20	35,000.00
合计		368,266.25	38,266.25	330,000.00

若本次非公开发行实际募集资金净额少于计划募集资金金额，公司将根据实际募集资金净额，按照项目的轻重缓急等实际情况，合理安排募投项目具体建设进度及资金投入进度；如实际募集资金净额低于项目需要量，不足部分将由公司自筹资金解决。

在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需要以自筹资金先行投入，并在募集资金到位之后按照相关法规规定的程序予以置换。

二、本次募投项目概况

涪陵榨菜自成立以来，始终坚守“做道德产业，树百年品牌”的理念，致力于以榨菜为核心的佐餐开味菜研发、生产及销售，是佐餐开味菜行业龙头企业。本次募投项目围绕公司主营业务和发展战略，旨在建造满足未来市场需要的高标准绿色智能化生产基地以及智能信息系统，全面增强公司综合竞争力，使上市公司成为佐餐开味菜行业的绝对领导者和休闲果蔬产品大型智能化制造商，并为下一步进入酱类、泡菜、川式复合调味品市场和休闲果蔬零食市场做好相应准备。

（一）乌江涪陵榨菜绿色智能化生产基地（一期）项目

1、项目概况

乌江涪陵榨菜绿色智能化生产基地位于重庆市涪陵区人和片区，占地面积57.72万平方米。项目建设内容主要如下：

项目名称	主要建设内容
------	--------

乌江涪陵榨菜绿色智能化生产基地（一期）	40.7 万吨原料窖池、原料加工车间及设备
	20 万吨榨菜生产车间及设备
	园区智能物流中心
	其他必要配套设施（含动力中心、环保工程等）

公司目前已就该土地使用权支付土地出让金，并取得《重庆市涪陵区公共资源交易中心国有建设用地使用权出让成交确认书》，土地使用权证尚在办理中。项目建设期为3年，总投资332,024.05万元，其中：土地价款35,672.80万元；工程费用248,119.41万元（建筑工程费124,114.28万元、设备购置费115,589.20万元、安装工程费8,415.93万元）；工程建设其他费用16,156.50万元；基本预备费13,213.80万元；铺底流动资金18,861.54万元。

项目达产后，公司将主要新增40.7万吨原料窖池（其中头腌池9.5万吨、发酵池31.2万吨）、原料加工车间及原料自动化加工设备；新增榨菜自动化生产线10条及配套环保工程和智能物流工程，实现产能20万吨/年。

2、项目建设的背景

（1）国家大力推进乡村振兴战略，通过培育农业产业化龙头企业促进“三农”工作开展

大力发展现代农产品加工业，实现农村产业融合，积极推进农产品加工产业化进程，是我国十三五期间乃至更长一个时期农业发展的总体思路和指导方针。2019年1月，中共中央办公厅、国务院办公厅印发了《关于坚持农业农村优先发展做好“三农”工作的若干意见》（以下简称“意见”）。意见提出，要大力发展现代农产品加工业，培育农业产业化龙头企业和联合体，推进现代农业产业园、农村产业融合发展示范园、农业产业强镇建设；健全农村一二三产业融合发展利益联结机制，让农民更多分享产业增值收益。

2019年2月，中共中央办公厅、国务院办公厅印发了《关于促进小农户和现代农业发展有机衔接的意见》，提出要发挥龙头企业对小农户带动作用，完善农业产业化带农惠农机制，鼓励龙头企业通过“公司+农户”、“公司+农民合作社+农户”等方式，延长产业链、保障供应链、完善利益链。

2020年5月，中共中央、国务院发布《关于新时代推进西部大开发形成新格局的指导意见》，提出推动形成现代化产业体系：充分发挥西部地区比较优势，推动具备条件的产业集群化发展，在培育新动能和传统动能改造升级上迈出更大步伐，促进信息技术在传统产业广泛应用并与之深度融合，构建富有竞争力的现代化产业体系。推动农村一二三产业深度融合，促进农牧业全产业链、价值链转型升级。推动发展现代制造业和战略性新兴产业。同时，意见鼓励提高西部地区直接融资比例，支持符合条件的企业在境内外发行上市融资、再融资，通过发行公司信用类债券、资产证券化产品融资。

作为中国最大的榨菜生产经营企业、重庆市首家农产品上市公司，以及农业产业化国家重点龙头企业，公司积极响应国家号召，不断探索农业产业化和现代化的路径。上市十年来，公司从最初的“农户/加工户→工业化生产→经销商→传统渠道→终端消费者”模式，发展到目前的“农户→合作社/加工户→自动化生产→经销商→传统渠道/电商渠道→终端消费者”模式，上市公司产业化和现代化程度不断提高，经营规模和效益日益显现，广大农户也成为受益者。

随着外部环境不断变化，公司将继续优化榨菜行业产业链，打造“农户→合作社/加工户→智能化绿色生产→大单品长渠道联销体/多品直供终端→传统渠道/电商渠道/特殊渠道/新兴渠道→终端消费者”模式。特别是通过本次募投项目，公司将强化智能化绿色生产环节，通过规模化、标准化和智能化生产，保障产品质量及其稳定性，并增强对市场需求的快速响应能力；在满足市场需求的同时，和环境和谐共存，并让农民更多分享到产业增值收益，带动当地农民脱贫致富。

（2）我国食品加工行业仍处于初级发展阶段，通过培育龙头企业带动食品产业转型升级和食品安全管理水平整体提升

我国食品加工行业是国民经济的重要组成部分，在近十余年里取得长足发展，但仍处于初级发展阶段，存在较多亟待解决的问题，例如资源综合利用率不高，加工装备研发投入不足，环保处理能力落后，食品安全监管体系不健全等。特别是食品安全问题和环保问题不解决，企业无法健康可持续发展。对此，国家各部委给出了明确的指引：

2016年底，国务院发布《“十三五”生态环境保护规划》，提出促进绿色制造和绿色产品生产供给。鼓励建设绿色工厂，发展绿色工业园区，打造绿色供应链，开展绿色评价和绿色制造工艺推广行动，全面推进绿色制造体系建设。

2017年2月，国务院印发《“十三五”国家食品安全规划》，鼓励食品生产经营企业建设规模化原辅材料和食品加工基地；推动特色食品加工示范基地建设，以知名品牌和龙头企业为引领，发挥示范作用，带动食品产业转型升级和食品质量安全管理水平整体提升。同年，国家发改委和工信部发布《关于促进食品工业健康发展的指导意见》，加快食品行业发展，推动食品工业转型升级。意见要求食品工业规模化、智能化、集约化、绿色化发展水平明显提升，供给质量和效率显著提高；食品安全保障水平稳步提升，标准体系进一步完善。

2017年5月，科技部发布《“十三五”食品科技创新专项规划》，提出“十三五”期间，将以保障食品安全和改善公众营养健康水平为目标，重点突破加工制造、食品安全、营养健康等重点领域的重大共性关键技术。重点发展食品高新技术产业，提升食品产业竞争力；优化食品科技创新平台布局，培养食品科技人才；强化技术成果转化服务，实现科研成果产业化。

回顾行业发展历程，涪陵榨菜的企业发展史即是整个榨菜产业发展的缩影：

1) 自1898年诞生至上世纪80年代，由于受生产能力、经济发展的制约，整个榨菜行业长期停留在手工作坊、低水平的粗放生产阶段。涪陵榨菜继承涪陵当地传统榨菜制作工艺，在“三腌三榨”原料加工技术的基础上，制定了工艺技术参数和质量控制标准，确立了“乌江榨菜”的核心加工工艺。

2) 从2000年开始，涪陵榨菜经过充分调研、论证、调试，首次引进德国进口设备，率先完成榨菜制作工艺的工业化改造，为整个榨菜行业从落后的手工生产阶段进入到机械化工业制造阶段奠定基础。

3) 2010年，涪陵榨菜登陆A股市场，依托资本市场融资平台，逐步完成了榨菜生产线的自动化升级改造，带动榨菜行业向生产自动化方面转型升级。

当前，互联网技术日益发达，营销渠道百花齐放，产品信息可以更加快捷抵达潜在消费者。同时，消费者及其需求日益多元化，绿色环保、食品安全理念正

逐渐深入人心。人们更加关注食品的品质、卫生、健康、多样性、方便、美观等要素，新兴市场正在逐步形成，榨菜行业即将步入一个新的发展阶段。

涪陵榨菜作为行业龙头企业，在产业政策指引下，将借助本次募投打造智能化制造系统并完善现代化供应链系统，满足日益多元的市场需求，以及日益严格的绿色环保和食品安全的监管要求，再次带动榨菜行业乃至佐餐开味菜行业产业升级，并为食品加工行业的健康发展提供有益借鉴。

（3）当地政府重点扶持榨菜产业发展，本项目纳入重庆重点工业建设项目

随着乡村振兴战略的实施，涪陵区榨菜产业链迅速兴起，涪陵区乃至重庆市政府均积极扶持和支持榨菜产业发展。

2020年，重庆市人民政府工作报告上指出，深入实施乡村振兴战略行动计划，促进农业农村优先发展。其中包括，推动农业提质增效。因地制宜发展多品种、小规模、高品质、好价钱的现代山地特色高效农业，提高农业综合效益和竞争力，新改建柑橘、榨菜、柠檬、中药材、调味品等特色产业基地100万亩，保障“米袋子”、“菜篮子”供给。做强农业品种品质品牌，推进现代农业产业园建设。

2015年10月，重庆市涪陵区榨菜管理办公室发布《涪陵榨菜产业十三·五发展规划》，指出，涪陵区将坚持生态保护与产业发展相结合，坚持环保优先，着力推进榨菜产业绿色发展、循环发展，实现经济效益与环境效益双赢；按照“集中建池与基地发展、企业壮大、污染治理、园区建设”相结合的要求，实施规模化、标准化建池；培育壮大龙头企业群体，提升榨菜装备水平，调整优化榨菜产品结构，提升榨菜文化软实力、提升品牌市场竞争能力。按照“转改淘汰一批、规范提高一批、扶优壮大一批、自愿整合一批”的思路，实施集团化经营战略，将全区榨菜企业由目前的37家压缩至不超过20家。实现涪陵地区榨菜企业规模化、现代化、集群化。

2018年，本募投项目所在重庆市涪陵区现代农业产业园（示意图如下所示）入选国家现代农业产业园创建名录。



图片来源：微信公众号“重庆农业”2018年7月5日文《涪陵：成功创建2018年国家现代农业产业园》。

2020年，乌江涪陵榨菜绿色智能化生产基地项目被列入重庆市“2020年市级重大建设项目名单”。项目总体规划设计图及局部示意图如下所示：





涪陵榨菜将依托重庆市及涪陵区资源优势和政策支持，立足“乌江”品牌，通过技术创新，充分发挥绿色智能化产业园的示范作用。

综上所述，公司将坚定不移的践行中央和地方农业振兴战略和各部委食品工业发展规划，为农业产业化和食品加工行业健康发展提供有益借鉴。本募投项目实施后，公司将进一步扩大原料收储规模和生产规模，通过提升产品加工的标准化程度，保障产品质量安全及其稳定性；公司将提高产业链的智能化水平和综合经营管理水平，特别是供应链管理水平和技术创新水平，更快更好地满足市场需

要，也让农民更多分享产业增值收益，带动当地农民脱贫致富；公司将提升生产的集约化和环保治理水平，为公司的健康可持续发展提供保障。

3、项目建设的必要性

（1）全面增强公司市场竞争力，迎接市场新的挑战

近年来，虽然国内经济增速放缓、整体消费疲软，但榨菜作为深受消费者喜爱的消费品，行业整体仍然保持了较为稳定的发展。一方面，随着中国城市化、工业化进程的加快，人口进一步向城镇集中，居民消费能力不断提升，且消费不断升级，新的食用方法、功能不断涌现，包装榨菜的市场容量将稳步增长。另一方面，外卖和餐饮市场、休闲果蔬市场等新兴消费市场发展迅速，也给榨菜行业带来商机。

同时，随着国家和消费者对安全环保和食品安全的要求不断深化，预计行业未来将向规模化、品牌化、品质化发展，行业集中度将进一步提高。涪陵榨菜作为榨菜行业龙头企业，在品牌、产品研发、质量控制、渠道网络、资金等方面具有明显优势，预计将得到更多的发展空间和发展红利，但也面临新的挑战。

本次募投项目旨在建造高标准绿色智能化生产基地，提高原料收储及加工能力，提高公司规模化、标准化和智能化生产能力，增强物流柔性配送能力，提升环保处理水准，以满足日益多元的市场需求，以及绿色环保和食品安全监管要求，全面增强公司市场竞争力，迎接市场新的挑战。

（2）进一步做精“乌江榨菜”，实现公司长期战略发展目标

公司坚持以“让人们快乐美味地吃饭”为宗旨，将立足榨菜，打造强势品牌，做大做强佐餐开味菜产业，使公司成为中国佐餐开味菜行业的绝对领导者和休闲果蔬产品大型智能化制造商。公司将依托品牌、市场、技术、资本、人才及管理优势，通过积累创新等内生发展和兼并收购等外延扩张，发展佐餐开味菜行业的优势产业和关联产业，实现公司健康可持续发展。

公司将顺应市场需求，进一步做精“乌江榨菜”，充分挖掘“乌江榨菜”传



统消费市场，积极开拓餐饮榨菜市场和休闲榨菜市场等新兴消费市场，提升公司“乌江”品牌的综合竞争实力。本募投项目将主要围绕公司做精“乌江榨菜”战略目标，新增 10 条榨菜自动化生产线（设计产能 20 万吨/年），充分满足传统市场消费需求以及新兴市场消费需求。

（3）提升生产标准化和智能化水平，保障产品质量及其稳定性

制造业大规模生产面临的难题在于如何保障产品质量的稳定性，而保障产品质量稳定性的主要途径在于生产标准化和自动化。对于榨菜而言，其质量好坏主要取决于发酵。发酵的关键环节影响榨菜的口感和口味。本次募投项目将采用智能化窖池及原料加工车间对原料发酵加工的环境和工艺进行标准化、智能化控制，同时将投入8套原料加工自动化工艺设备、10条自动化生产线（详见下图示例），实现从原料入池翻池起池、备料上料、巴氏杀菌、生产包装、仓储物流等环节的标准化和智能化，进一步提高产品质量稳定性。



注：图片为公司白鹤梁厂 1.6 万吨/年脆口榨菜生产线实景。

此外，长期以来，上市公司受原料窖池储存能力限制，原料自加工能力不足，需部分外购盐菜块。本募投项目实施后，自有窖池数量增加，原料自加工能力得到提高，也将进一步提升产品质量。

（4）提升公司原料收储及加工能力，确保榨菜核心原料供应和储备

作为榨菜生产的核心原料的青菜头，一年仅产一季，其供应的充足性、品质的稳定性，以及盐菜块的安全储备，对于满足榨菜生产和销售需要具有重大意义。此外，青菜头价格的稳定性直接影响农民种植的积极性，也直接影响上市公司业绩稳定性，长期而言则决定了整个榨菜行业的长远可持续发展。因此，确保核心

原料青菜头的供应、盐菜块的储备，以及平抑青菜头价格波动，对于上市公司而言具有重要的战略意义。



图片说明：青菜头种植基地图

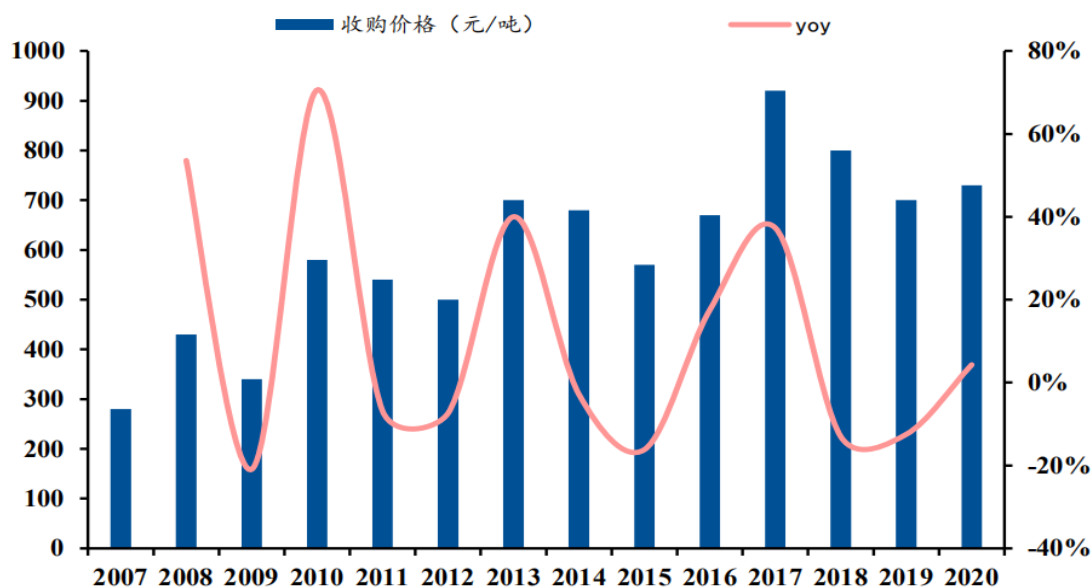


图片说明：生长成熟青菜头示意图。

窖池作为青菜头腌制发酵的必备设施，是榨菜生产企业生产经营的“压舱石”。青菜头作为一种蔬菜，收割后如不及时进行加工处理，易影响口感甚至腐烂变质。如收购当时可用窖池（即头腌池）的数量不足，上市公司将无法在收购季节保障青菜头的收购量。在丰收季节，如公司窖池不够，将导致农户手上积压较多青菜头，原料加工户可能刻意打压青菜头收购价格，从而打击农民青菜头种

植的积极性；在欠收季节，如公司窖池不够，原料加工户则可能大量囤积青菜头，导致青菜头价格非理性上涨。因此，提高公司自有窖池数量，对于稳定青菜头供应和平抑价格起到重要作用，对于农民增收致富也能起到积极作用。

2007年-2020年，涪陵地区青菜头价格波动如下所示：



资料来源：涪陵区榨菜办、国泰君安证券研究

现阶段，上市公司自有窖池及原料加工车间尚不足以满足当前青菜头收储的需求。未来随着产销规模的不断增长，窖池不足导致的供应储备和销售需要的矛盾将日益突出。本募投项目将建造40.7万吨原料窖池、原料加工车间及配套自动化工艺设备，其中头腌池9.5万吨，发酵池31.2万吨。项目建成后，公司榨菜窖池规模将从现有的27万吨增加到67.7万吨，公司对青菜头的收储能力将大幅提升，将有力保障上市公司核心原料供应安全与价格稳定，也避免由于收储能力不够造成加工户等向农户压价的伤农行为。

（5）推广榨菜盐水“MVR技术”，健全榨菜绿色环保制造体系

榨菜生产过程中产生高盐、高化学需氧量的废水。如废水散排、直排会对周边生态环境造成污染。公司坚持“走生态优先、绿色发展之路”，在充分发挥项目经济效益的同时兼顾生态效益，主动实施榨菜盐水“MVR技术”，有效解决榨菜生产过程中废水污染问题。

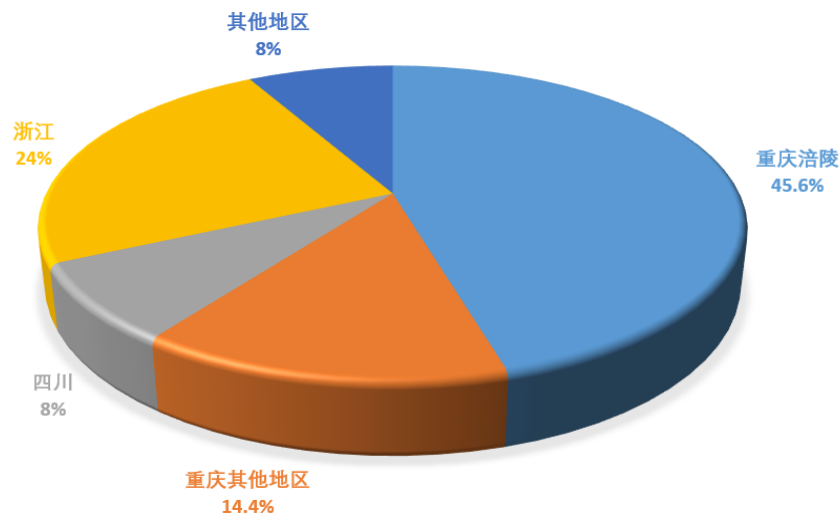
但受窖池数量所限，公司需大量收购盐菜块。由于外购盐菜块由农户分散腌制，虽然其加工过程由公司派员监督，但分散腌制不利于榨菜腌制液集中环保处理。本募投项目实施后，公司将改变当前分散腌制的现状，主要生产活动将在绿色智能化生产基地开展，实现腌制液集中处理和循环利用。

本募投项目将进一步推广榨菜盐水“MVR技术”，榨菜一腌产生的榨菜腌制液经管道进入污水处理站，二腌和三腌产生的榨菜腌制液经MVR蒸发处理，浓缩成复腌液后，再次用于榨菜原料的腌制，未来还可用于公司拟拓展的酱类和泡菜的腌制，实现榨菜腌制液的有效循环利用，节能减排，降低成本。

4、项目建设的可行性

（1）榨菜核心原料供应可行性分析

榨菜生产的核心原料为青菜头。青菜头具有喜肥、耐寒、生长期短的特点，属于一年一季的特色农产品。青菜头一般九月播种，十月移栽，十二月至次年一月份进入生长期，次年二月份收获，通常4℃-5℃的温度比较适合青菜头的生长。青菜头独特的生长特性决定了其分布的地域性特征。目前，青菜头产地主要集中在重庆、浙江、四川、湖南、贵州等省份，尤以重庆涪陵地区最多。其中：重庆涪陵占45.6%，重庆其他地区占14.4%，浙江地区占24%，四川地区占8%，我国其他地区占8%。



资料来源：涪陵区政府网站，中国产业信息网

重庆市涪陵区地处东经106°56′至107°43′、北纬29°21′至30°01′之间，地形以山地丘陵为主，属于亚热带季风气候，四季分明，气候温和，年均降水量为1,094毫米，其独特的自然环境极适宜青菜头大面积种植。涪陵地区青菜头在当地最冷的4℃-5℃和大雾环境下生长，形成了青菜头致密的组织结构，以及涪陵榨菜特有的嫩脆品质。凭借其得天独厚的自然环境，涪陵区目前已成为全国青菜头最大且最优质产区。

根据《涪陵榨菜产业十三五发展规划》，预计到2020年，青菜头种植面积达到75万亩，总产量达到160万吨；到2025年，青菜头种植面积稳定在75万亩，青菜头总产量180万吨。本募投项目达产后，青菜头年需求量约55万吨，占重庆市涪陵区青菜头年产量的34%。同时，近年来重庆其他地区及四川地区青菜头种植面积和产量均保持平稳，可为本项目提供充足的青菜头供应。

综上，本募投项目核心原料青菜头的供应能够满足项目需求。其他辅料及水、电、天然气等能源市场供应充足，公司将根据项目实际需要采购。

（2）酱腌菜市场概况

1) 酱腌菜历史悠久，消费习惯根深蒂固且日渐多元化

佐餐开胃菜主要包括榨菜、泡菜、酱类等酱腌菜。蔬菜的腌制、酱制贮藏加工起源于中国，在中国有着两千多年悠久的历史。最早的腌菜记录，是《周礼》中的“三羹五醢七菹八珍”。“菹”，即指腌制的蔬菜或鱼肉。这是我国对咸菜吃法最早的文字记载。中国人饮食习惯讲究味道，酱腌菜则主要用于调味、开胃和下饭，这个消费习惯根深蒂固，消费群体庞大。当今人们的饮食结构随着生活水平的提高有了很大的变化，酱腌菜也由人们下饭的家常菜变成了餐桌上换口味、增食欲、消油腻的美食，消费方式日渐多元化。

国外有特色酱腌菜品种的国家主要是韩国和日本。韩国的酱腌菜主要是以韩国泡菜为代表。韩国泡菜已经超越了简单发酵的制作阶段，主要以大白菜为原料，调料以辣椒面为主。根据中国产业信息网数据，韩国酱腌菜龙头企业 Daesang 市场份额接近 50%。日本是一个酱腌菜消费大国和生产大国，酱腌菜在日本的

饮食中占有很重要的位置，甚至在正式的宴席上都可见到其作为开胃小菜呈现在食客面前。

2) 酱腌菜是食品行业中新的经济增长点

我国酱腌菜品种丰富，其中以根茎、茄果类、姜、蒜等为原料的酱腌菜更是独具特色，如榨菜、泡菜、酱瓜、酱茄、酱姜、白糖蒜等。根据中国产业信息网数据，我国酱腌菜年产量约 450 万吨，包括泡菜、榨菜、酱菜、新型蔬菜制品，占比约 45%、22%、11%、22%。同时，酱腌菜市场容量随着新的需求、新的经济水平的增长而增长。2010-2018 酱腌菜年收入复合增速 6.7%，其中 2018 年酱腌菜市场规模超过 550 亿元，零售端销售同比增长 11.7%，成为食品行业中新的经济增长点。

3) 榨菜在酱腌菜中品牌化率和集中度最高，是酱腌菜的典型代表

酱腌菜品种中，泡菜的规模最大。但由于泡菜属于一次发酵，需要冷链运输，保质期短，工业化程度低，目前大部分为家庭自制或者小作坊式生产，品牌化率和集中度均较低。相比之下，榨菜保质期长，易于储存和运输，且原料种植相对集中，有利于规模化生产，品牌化率和集中度较高。

榨菜在中国也有着较为深厚的民众基础。榨菜自 1898 年诞生于涪陵，具有鲜、香、嫩、脆的特殊风味，以及营养丰富、方便可口和耐储存、耐烹调等许多特点，已经成为广大民众重要的佐餐食品。凭借较高的市场认知度和数量庞大的消费群体，榨菜已成为中国酱腌菜的典型代表，与法国酸黄瓜、德国甜酸甘蓝并称世界三大酱腌菜。

（3）行业市场竞争情况

1) 酱腌菜包装化率将逐步提升

根据中国产业信息网数据，我国酱腌菜年产量 450 万吨，按照国内 14 亿总人口平均计算，人均酱腌菜消费量为 3.21kg/人/年。另根据欧睿数据，2018 年包装酱腌制品零售端销量 25.4 万吨，同比增长 10%，假设销量与产量相等，包装酱腌菜零售销量占整体行业销量（450 万吨）的比例仅 5.6%。

根据前瞻产业研究院统计，2017 年美国人均包装酱腌菜消费量则高达 3kg/人，同期中国人均包装酱腌菜消费量仅为 0.2kg/人。公司预计未来 5-10 年，散装酱腌菜市场将逐步萎缩，该部分散装酱腌菜退出的市场将向包装市场转化。

榨菜行业是酱腌菜行业中最先完成工业化和品牌化的子行业，其包装化率也最高。根据 Euromonitor 数据，2019 年的我国包装榨菜销量为 27.84 万吨。另根据中国产业信息网数据，同期我国榨菜总产量约 100 万吨。据此推算，榨菜行业包装化率约 28%，远高于酱腌菜行业包装化率水平。因此，在替代散装酱腌菜进程中，包装榨菜企业具备竞争优势。酱腌菜包装化率提升过程首先体现为包装榨菜逐步替代散装榨菜，再逐步侵蚀其他酱腌菜市场份额。

2) 包装榨菜占比将逐步提升

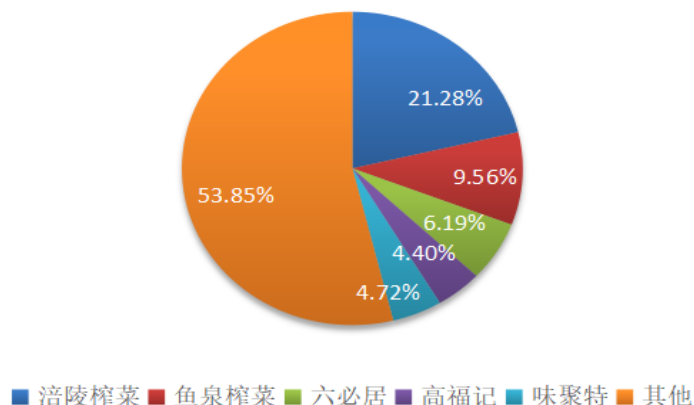
近十年以来，以涪陵榨菜为代表的大型榨菜企业加快了榨菜工业化和产业化进程。但由于行业进入门槛较低，同质化竞争问题普遍存在。受盈利能力、资金实力和经济发展水平制约，部分榨菜企业仍停留在手工作坊或个体生产等粗放发展阶段，企业发展水平差异较大。由此，榨菜行业逐渐形成了包装榨菜市场和散装榨菜市场并存的市场竞争格局。目前，传统包装榨菜以终端零售消费为主，散装榨菜则涵盖了终端零售消费、企事业单位和机关消费（包括餐饮企业、中央厨房、各类食堂、航空高铁客运等）等。

随着安全环保监管力度加大和食品安全卫生的要求不断提高，包装榨菜占榨菜总体市场的比例将进一步提高。预计行业未来将向规模化、品牌化、品质化发展，企业间发展水平的差距将进一步拉大，行业出现分化，整合将会不断涌现。

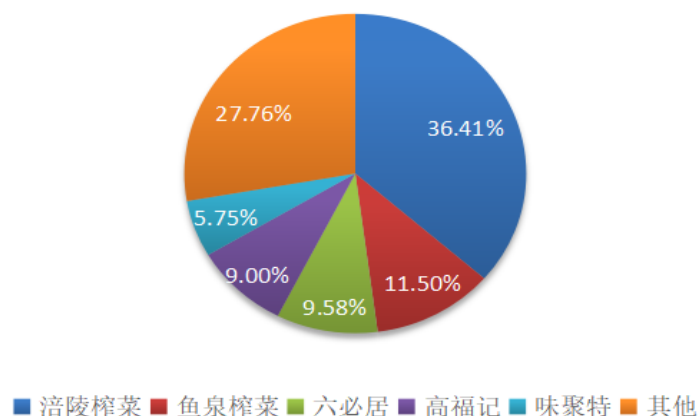
3) 包装榨菜行业的市场竞争情况

据欧睿数据，以零售额计，包装榨菜市场集中度在 2008 年-2019 年保持稳步提升，CR5 从 2008 年的 46.15%提升到 2019 年的 72.2%。2008 年末，涪陵榨菜市场份额 21.28%，较第二名的 9.56%高出一倍以上；到 2019 年末，涪陵榨菜市场份额达到 36.41%，较第二名的 11.50%已高出两倍以上。

2008年市占率分布



2019年市占率分布



数据来源：欧睿、国泰君安证券研究

包装榨菜大型企业在产品研发、原料来源、生产规模、质量控制、渠道网络、盈利能力等方面具有明显优势，在行业消费升级中受益。由于这些企业具有较好的品牌知名度，产品畅销，同时厂家营销费用支持力度大，形成对其他品牌的份额挤压，从而进入良性循环。此外，国家对安全环保监管力度加大和消费者对食品安全卫生的要求逐步提高，由于现代化环保设备、生产设备等设备投资金额大，小型榨菜企业难以通过提价转移成本而逐步退出。

以重庆市涪陵区为例，根据涪陵区榨菜管理办公室统计，当地榨菜企业从2007年的102家减少至2019年的37家。另据《涪陵榨菜产业十三·五发展规划》，全区榨菜生产企业将进一步压缩至不超过20家。

未来消费市场更加瞬息万变，需要企业快速反应。龙头企业将在消费市场诸多转型升级中占据优势，包装榨菜市场的集中度还将进一步提升，头部效应日趋明显。

（4）榨菜消费市场发展趋势

1）居民消费升级，品牌认知度提升，榨菜龙头企业将受益

从微观上看，消费升级是指消费者愿意花费更多的钱，换取产品更多的附加价值，比如品牌、产品体验、品质、营养和健康、便利性等，价格不再是消费者做出消费选择时的唯一考量因素。居民消费升级主要体现在：

① 终端消费者更加关注榨菜产品的品牌知名度

随着居民可支配收入的不断提高，人们更加关注食品的品质、卫生、健康、多样性、方便、美观等要素，品牌能有效降低消费者辨识这些要素的成本，因此，终端消费者更加关注榨菜产品的品牌知名度。大型品牌榨菜企业具有强大资金实力和技术研发能力，能快速对市场作出反应，开发出新产品满足市场消费升级的需求，甚至通过培养消费习惯，创造需求或增加消费频次来提高销量。

② 榨菜将突破佐餐开味菜定义，实现消费场景多元化

榨菜过去作为方便食品，与流动人口数量呈现较强的相关性。但随着产品消费场景的拓展，榨菜不再仅限于流动人口食用，而是扩展到家庭日常消费，榨菜销量得到提升。

随着国民经济的发展和居民消费水平的提高，人们的消费需求、消费场景日益多元化，榨菜从之前主要用于开味下饭，延伸到煲汤、炒菜等，后来根据消费者需求拓展出多种新的食用功能，例如作为运动补盐新方式，代替盐和味精等作为菜品调味、作为休闲零食等。根据华经情报网数据，在榨菜消费场景中，下饭场景占比最大，达到 65.1%；其次是煲汤和炒菜，占比 23.7%；休闲零食占比 3.9%，其他 7.3%。消费场景多元化，打开了榨菜销量的增量空间。

③ 自热速食市场逐渐兴起

根据民生证券研究所（2019），目前中国 15 岁以上未婚人数超 1.3 亿人，主要城市单身率均超 50%，预计未来单身人口占比将逐渐提升，家庭规模日趋小型化。由于单身人群比较注重生活质量，由此产生的商机被称为“单身经济”。

“单身经济”催生了花钱买方便、花钱买时间的“懒人经济”、“宅经济”，使得诸如自热米饭、自热火锅等速食食品受到欢迎，也给方便作为佐餐调味料的小包装榨菜带来商机。

2) 包装榨菜将逐步替代散装榨菜，并逐步侵蚀其他酱腌菜市场份额

① 包装榨菜将逐步替代散装榨菜

随着经济发展水平提高，消费者需求不断升级，同时，交通物流、网络信息技术等基础设施逐渐完善，榨菜市场尤其是以省地级城市终端零售消费为主的包装榨菜市场取得了快速发展。

受交通配套设施、物流配送能力及居民消费能力等因素制约，县级及以下城镇和农村地区（以下简称“低线城市及地区”）的包装榨菜市场份额较低。低线城市及地区的人口基数庞大，根据公司调研统计，我国省地级城市（包括直辖市、省会城市及相关地级市在内的 309 个城市）人口约 6.1 亿人，低线城市及地区人口约 7.9 亿人。低线城市及地区常住人口占全国总人口的比重为 56.41%，为散装榨菜提供了庞大的消费市场。

根据中国产业信息网数据，我国酱腌菜年产量约 450 万吨，其中榨菜占比约 22%。据此推算，我国榨菜年产量约 100 万吨。另据 Euromonitor 数据，包装榨菜销量在 2019 年为 27.84 万吨。根据以上数据推算，除包装榨菜以外的其他榨菜市场（包括面向终端零售消费的散装榨菜市场、面向企事业单位的餐饮榨菜市场以及休闲榨菜市场等细分市场）容量高达 72 万吨。

长期以来，由于缺乏有效的市场监管，散装榨菜市场处于无序竞争状态，其生产制作过程的卫生条件、环保措施、安全环境存在着较大的隐患，产品品质参差不齐。随着居民人均收入水平的提高，消费升级意识的增强，以及国家对环保和食品安全监管升级，预计未来 5-10 年，散装榨菜市场将逐步萎缩。该部分散装榨菜退出的市场将向包装榨菜市场转化。

② 包装榨菜将逐步替代各地酱腌菜

中国人有喜吃酱腌菜的习惯，全国各地都有本地特色的酱腌菜。根据中国产业信息网数据，我国酱腌菜年产量 450 万吨，其中酱菜占比 11%，即酱菜产量约 50 万吨。制作本地特色酱腌菜的厂商由于市场规模和实力所限，大量企业没有进行工业化，更没有形成品牌化，技术改造相对落后，对消费者需求研究较少，

产品主要以价格竞争为主。此外，各地酱腌菜企业规模较小，难以满足食品安全和环保高投入要求，竞争力逐渐减弱，销量逐渐萎缩，从而给榨菜企业特别是全国布局的榨菜龙头企业带来进入机会。

包装榨菜厂商重视产品品牌、品质、健康等方面的投入，且在产品策划能力、品牌升级打造能力、销售网络布局、市场拓展能力以及资源投放能力等方面具备明显优势，预计包装榨菜企业将逐步侵蚀各地酱腌菜企业的市场份额。

③ 包装榨菜将逐步替代各地自腌咸菜

根据国家统计局数据，城镇化人口占比由 1990 年的 26.41% 提升至 2019 年的 60.6%。但和主要发达国家相比，我国城镇化程度仍较低，预计未来乡村人口流入县镇仍是大势所趋。在此背景下，生活节奏的加快将促使上述增量人群生活方式发生转变，包装榨菜产品将逐渐替代自腌咸菜，从而增加包装榨菜的消费人群。

3) 餐饮榨菜市场将形成新的细分市场

① 餐饮市场快速成长

随着城镇化进程加快以及居民消费升级，餐饮市场快速成长。根据国家统计局 2020 年 1 月发布数据显示，2019 年，餐饮收入 4.67 万亿元，同比增长 9.4%，高于社会消费品零售总额 8% 的增速，占社会消费品零售总额的比重为 11.35%。随着城镇化率进一步提高，预计餐饮行业收入仍存在较大上升空间。

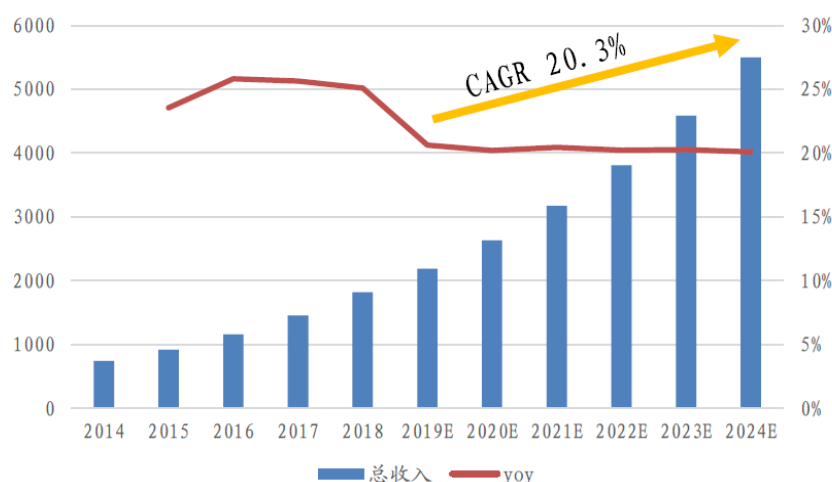
虽然 2020 年上半年新冠疫情对餐饮行业形成显著冲击，目前疫情在全国基本得到有效控制，疫情防控趋于常态化以及旅游消费热度不断提高，全国范围内餐饮企业基本实现全面复工复产，消费者外出就餐信心将持续恢复。根据国家统计局数据，2020 年 1-9 月份，全国餐饮收入 2.5 万亿元，同比下降 23.9%。但三季度实现餐饮收入 10,617 亿元，较一季度增长 76%，9 月份餐饮收入已恢复至去年同期的水平。预计下半年餐饮收入将有所提高，从中长期看餐饮行业将实现需求释放和业绩复苏。

② 中式餐饮市场是餐饮市场的主要组成

根据 Frost&Sullivan 的调查数据，中式餐饮市场是国内餐饮市场最大的组成部分，2017 年市场份额高达 80.5%，总收入由 2013 年的 2.2 万亿元增长至 2017

年的 3.2 万亿元，复合年增长率为 9.9%。预计中式餐饮将以 8.9% 的年复合增长率持续增长，2022 年总收入达到 4.9 万亿元。

同时，随着供应链体系的完善和标准化管理能力的提升，餐饮行业将走向品牌连锁化。中式连锁餐饮市场规模增长迅速。2018 年，中式连锁餐饮市场收入达 1,815 亿元，占中国餐饮服务市场 4.2%，预计未来市场总规模将增至 2024 年的 5,502 亿元，复合增速 20.3%。



数据来源：东吴证券研究所

中式连锁餐饮企业的核心竞争力在于实现标准化和规模效应，以提高效率、降低成本。目前，超过 70% 的中式连锁餐饮企业采用了“中央厨房+门店”模式，即由中央厨房进行集中性采购、标准化生产、规模化管理、统一配送到门店进行简单加工。

③ 餐饮榨菜市场将形成未来榨菜行业的另一细分市场

由于榨菜的群众基础较广，有利于开胃健脾、增食助神，广泛用于各类中式菜肴作为调味配菜，或者用于佐餐开胃菜。榨菜在中式连锁餐饮企业（包括外卖）的使用量相当可观。



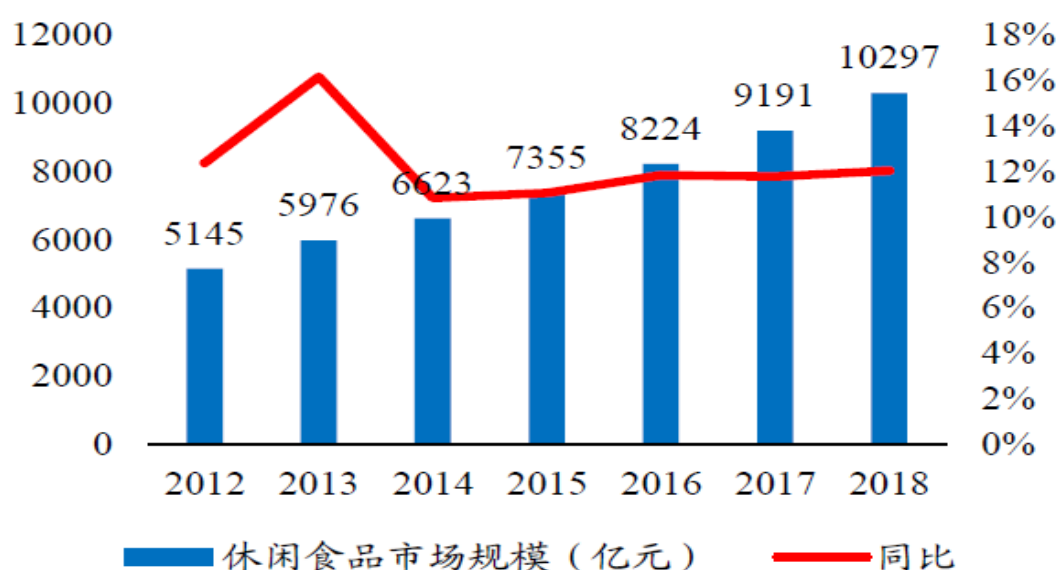
中央厨房在注重食材成本控制的同时，也日益重视食材的批量供应能力、品质和安全，越来越多大型餐饮企业将采购高品质食材作为其营销宣传手段之一，因此，榨菜龙头企业具备一定竞争优势。

此外，由于国家对食品安全监管升级，特殊渠道对食品安全责任也日益重视。近年来，类似军队、监狱、学校、医院、工厂、工业园区食堂、高铁/航空配餐等特殊渠道也对具有品牌知名度的包装榨菜更加青睐，也给大型榨菜企业带来商机。

区别于包装榨菜的 B2C 消费模式，餐饮榨菜市场为 B2B 模式，具有单次需求量大、渠道投入小、需求相对稳定等特点，预计将成为榨菜行业的另一大细分市场。

4) 休闲榨菜零食市场已开始萌芽

随着国民经济的发展和居民消费水平的提高，休闲零食行业实现了快速发展，产值规模快速提升。根据 Frost&Sullivan 测算，2018 年国内休闲食品销售额达 10,297 亿元，2013-2018 年复合增长率为 11.8%（如下图所示）。根据商务部 2018 年 12 月发布的《零食行业发展报告》，蔬菜、水果和坚果等休闲食品细分品类在 2010-2016 年间产值翻倍，2016 年总产值达到 5,789.2 亿元，为休闲零食行业第一大品类。



数据来源: Frost & Sullivan

休闲零食能减轻人的心理压力，缓解自身情绪。未来随着消费者的消费水平和购买力提升，对休闲食品有更高需求，甚至作为代餐。整个行业正在向风味化、营养健康化、享受化甚至功能化方向发展。

青菜头富含蛋白质、多种微量元素以及胡萝卜素、核黄素等多种维生素，以及谷氨酸等多种有益游离氨基酸，产成品榨菜具有“鲜、香、嫩、脆”的口感，通过改良配料和生产工艺，将成为休闲果蔬的理想选择之一，休闲榨菜细分消费市场正逐步萌芽。

此外，休闲食品行业产品品类众多，进入门槛相对较低，竞争格局总体分散。标准化程度高的大企业在产品品质、产能和响应速度上要优于小企业，从而受到休闲食品电商的青睐。

5) 传统销售渠道转型升级，电商渠道渗透持续加大

榨菜行业的销售经历了由传统渠道向现代渠道的转变。网络购物平台与新零售对传统渠道影响加大，B2B平台与“全渠道”新型连锁对经销渠道也形成一定冲击，促使传统经销商进行转型升级，推动榨菜企业对现有传统渠道进行多维度重构，并采取有效措施帮助传统经销商实现业态转型。

其次，现有渠道还将向低线城市及地区下沉。随着城镇化进程深化以及居民收入增加，低线城市及地区的居民消费能力增强。不少80后、90后选择返乡，新的消费观念在当地得到传播。同时，电商龙头企业在低线城市及地区纷纷布局，促进了当地网络和物流基础设施的完善，为榨菜企业渠道下沉提供了物质基础。低线城市及地区需求的释放，使榨菜行业消费升级具备可持续性。

第三，传统渠道精耕细作的同时，电商渠道也快速崛起。中国互联网络信息中心（CNNIC）发布的第45次《中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至2020年3月，我国网络购物用户规模达7.10亿人，较2018年底增长16.4%，占网民整体的78.6%。2019年，全国网上零售额达10.63万亿元，其中实物商品网上零售额达8.52万亿元，占社会消费品零售总额的比重为20.7%，电商渠道销售占比日益提升。另据尼尔森《消费者与零售趋势分享》（2019年8月），2018年，低线城市及地区的网购普及率仅13.8%，一二线城市则为36.4%。低线城市及地区网购普及率较低，也存在较大市场空间。

多样化的销售渠道为榨菜行业的快速发展创造了条件。

（5）榨菜消费市场发展空间

榨菜消费市场发展空间主要体现在以下几个方面：

1) 传统包装榨菜发展空间

目前，传统包装榨菜以终端零售消费为主。随着市场消费升级，以及国家对食品安全、环保处理标准日益提升，传统包装榨菜将逐步替代终端零售消费的散装榨菜、各地特色酱腌菜和自腌咸菜。根据 Euromonitor 数据，包装榨菜的销量由 2013 年的 18.6 万吨提升至 2019 年的 27.84 万吨，6 年的复合增长率达到 6.95%；到 2024 年，预计包装榨菜行业销量有望达到 39.77 万吨，未来 5 年复合增长率达到 7.39%。据此推算，到 2026 年，包装榨菜行业销量有望达到 46 万吨。

2) 新兴市场增量发展空间

随着人们的消费需求、消费场景日益多元化，榨菜从之前主要用于开味下饭，逐渐延伸到煲汤、炒菜等餐饮领域以及休闲食品等领域。

① 餐饮榨菜市场潜在发展空间

由于连锁餐饮企业对食品安全的重视程度高，而中式快餐连锁企业对榨菜等酱腌菜的使用量较大，公司计划以中式快餐连锁餐饮企业（包括中央厨房）为切入点拓展餐饮榨菜市场。

根据辰智《2019 中国餐饮大数据白皮书》，2019 年，国内餐饮门店数量已接近 700 万家；随着品牌门店快速扩张，我国餐饮品牌连锁率近 5 年呈现稳步升高趋势，预计 2019 年连锁率将提升到 55%。据此推算，2019 年国内餐饮连锁门店数量约 380 万家。

另根据辰智中国餐饮大数据研究中心数据，从门店类型来看，中式快餐数量占比为 45.4%。据此推算，中式快餐连锁餐饮门店数量约为 170 万家。根据公司目前向中式快餐连锁餐饮企业客户的经验销售数据看，单店榨菜等酱腌菜的耗用量约为 1 吨/年，据此推算，中式快餐连锁餐饮门店榨菜等酱腌菜潜在需求量可以达到 170 万吨。

另根据中国产业信息网数据，我国酱腌菜年产量 450 万吨，包括泡菜、榨菜、酱菜、新型蔬菜制品，占比约 45%、22%、11%、22%。即在酱腌菜消费

结构中，榨菜占比约 22%，据此推算，中式快餐连锁餐饮门店的榨菜潜在需求量可以达到 37 万吨。由于连锁餐饮企业对食品安全的重视程度高，预计未来中式快餐连锁餐饮榨菜市场中的散装榨菜将逐步退出，竞争将主要在食品安全控制力度较强的包装榨菜企业之间进行。

② 休闲榨菜市场潜在发展空间

根据中国产业信息网数据，我国酱腌菜年产量约 450 万吨，其中榨菜占比 22%，即我国榨菜年产量约 100 万吨。另根据华经情报网数据，在榨菜消费场景中，休闲零食占比 3.9%，据此推算，休闲榨菜市场空间约 4 万吨。此外，根据中国食品工业协会食品行业研究中心分析预测，2013-2019 年休闲食品行业复合增长率达 6.7%，预计行业未来将保持 6%以上复合增长。

由于休闲食品行业产品品类众多，进入门槛相对较低，竞争格局总体分散。榨菜龙头企业在产品品质、产能和响应速度上要优于小企业，从而受到休闲食品电商的青睐。预计散装榨菜企业将逐步退出，公司在休闲榨菜市场的主要竞争对手为包装榨菜厂商。

综上所述，通过提升渠道的广度和深度，满足市场消费升级需要，以及替代散装市场，是公司保持稳步增长的基础；拓展包括餐饮榨菜市场及休闲榨菜市场在内的新兴消费市场，将为公司带来其他增量空间，并为本募投项目的效益实现提供坚实的市场基础。

5、项目具体建设内容及投资情况

根据测算，本项目具体投资构成如下：

序号	项目名称	投资金额（万元）	投资比例
1	车间、窖池及设备	173,759.46	52.33%
2	智能物流中心	23,348.00	7.03%
3	公用工程	1,651.53	0.50%
	其中：动力中心	1,443.78	0.43%
4	服务性工程	1,347.44	0.41%
	其中：食堂	988.66	0.30%
5	环保工程	11,116.03	3.35%
	其中：榨菜腌制液贮池	3,488.40	1.05%
	污水处理站	3,698.03	1.11%
	MVR 设施	3,729.60	1.12%

6	总图工程	36,896.95	11.11%
	其中：土方工程	13,939.20	4.20%
	厂区给排水管网	4,351.42	1.31%
7	其他工程费用	16,156.50	4.87%
8	土地价款	35,672.80	10.74%
9	铺底流动资金	18,861.54	5.68%
10	预备费	13,213.80	3.98%
	合计	332,024.05	100.00%

6、项目经济效益分析

经测算，本项目主要经济指标如下：

经济指标	数值
达产后营业收入（万元/年）	246,031.16
达产后净利润（万元/年）	48,959.78
净现值（ic=12%）（万元）	32,307.65
投资回收期（税后，含建设期）	8.83 年
内部收益率（税后）	14.13%

如上表所示，募投项目投资收益较好，能够给公司带来良好回报。

7、项目审批情况

本项目已取得重庆市涪陵区生态环境局出具的《建设项目环境影响评价文件批准书》（渝（涪）环准（2020）13号），以及重庆市涪陵区发展和改革委员会出具的《重庆市企业投资项目备案证》（项目代码2020-500102-13-03-000003）。

8、项目实施进度安排

乌江涪陵榨菜绿色智能化生产基地（一期）项目建设期为3年，达产期3年，主要工作内容包括：项目可行性论证、施工图设计及相关审批、项目审批、工程招标、土建工程、设备购置和安装调试、试生产、竣工验收等。

（二）乌江涪陵榨菜智能信息系统项目

1、项目概况

乌江涪陵榨菜智能信息系统项目将着力打造以“智能乌江”为核心的数字化智能工厂平台、数字化智能营销平台、大数据智能办公平台，从而有效提升公司数字化水平，推动全产业链精益化运作，并提升公司整体运营效率。

项目建设内容主要如下：

项目名称	具体项目	金额（万元）
乌江涪陵榨菜智能信息系统项目	数字化智能工厂平台	18,060.04
	数字化智能营销平台	17,279.91
	大数据智能办公平台	902.25

项目建设期为3年，总投资36,242.20万元，其中：数字化智能工厂平台18,060.04万元，数字化智能营销平台17,279.91万元，大数据智能办公平台902.25万元。

2、项目建设的背景

随着信息技术的迅猛发展，现代制造企业外部环境发生了重大的变化，产品生命周期缩短，产品质量、产品品类、交货期成为主要竞争因素，大市场和大竞争格局已基本形成。消费者需要高品质产品，且需求日益个性化，多品种小批量生产比例增大。为适应需求的变化，现代制造业出现了新的发展模式，即用互联网信息技术指导和改造制造业，使企业的研发、制造、管理水平全面提升，满足消费者高质量需求，增强企业竞争优势。

2020年8月21日，国务院国资委印发《关于加快推进国有企业数字化转型工作的通知》，就推动国有企业数字化转型做出全面部署。通知要求，国有企业要聚焦主业创新设计具有产业领先竞争力的端到端价值链，推动集中攻关，打通关键性业务场景，加强标杆示范推广，提升数字化转型内生动力。制造类企业示范样板将以智能制造为主攻方向，提升研发、设计和生产智能化水平，加快推进工业互联网。

本项目通过加强全产业链的信息化和智能化，实现高质量规模化发展：实现生产线快速反应和柔性生产，满足消费者个性化需求；实现自动化作业，进一步减少劳动力需求。通过加强终端消费者的全渠道营销服务、提升营销人员及经销商管理效率、产品研发及采购生产的市场响应能力和管理效率、大数据收集及决策水平，实现总部、工厂、供应商、经销商、门店、消费者等全产业链信息化沟通，促进公司全面管理升级，符合国家产业政策导向。

3、项目建设的必要性

（1） 建立数字化智能工厂平台，提高公司柔性生产管理能力

目前，公司的生产管理主要以人工线下管理为主，包括产品研发、生产计划、原料腌制和产品加工、质量检验等环节的系统化、可视化、智能化程度较低。本项目实施后，将实现原料腌制、备料上料、生产包装、品质管控等环节的自动控制和精益化管理，最终实现产品设计、原料发酵环境和工艺、生产加工、包装捆包、物流等全流程的数字化管理，缩短产品设计到生产的转化时间，实现大规模和柔性化并存的生产方式，提升产品的生产效率和质量稳定性。

（2） 建立数字化营销平台，增强公司营销生产力

当前，消费者需求的多元化引导销售渠道发生变革，公司需顺应数字化、信息化发展的趋势，进行营销管理方式转变，基于大数据分析开发产品、制定营销策略。目前，公司营销组织尚未实现全区域及消费者触达，建成后的数字化营销平台则可及时把握市场前沿状况。

本项目通过渠道管理业务体系与系统平台对接，提升渠道管理能力；通过对渠道商的营销支持，帮助渠道商提升销售生产力；通过全数据链的洞察分析，提升渠道决策能力。此外，数字化营销平台可进一步提升管理效率，使得营销活动更有条理，是公司精细化管理的必然选择。

（3） 建立全流程管理系统，实现多品种协作生产能力

目前，公司各部门与供应商、客户之间采用传统的沟通方式为主，存在信息孤岛和效率问题。本项目将通过ERP建设和MES整合，对业务的所有环节（如订单、采购、库存、计划、制造、质量控制、运输、销售、服务、维护、财务、成本、人力资源等）进行高效、有序管理。

4、项目建设的可行性

（1）现代信息技术的发展为项目建设提供技术保障

近年来，以大数据、云计算为代表的新一代信息技术逐渐成熟，信息技术的应用领域进一步拓宽，广泛应用于金融、教育、交通、医疗、制造等领域，并取得了良好的效果。随着信息技术的愈发成熟，信息化逐渐深入到各行各业，各大企业纷纷通过信息化的建设来提升管理效率，降低经营成本。信息技术的发展为本项目的建设提供了充分的技术保障。

（2）公司拥有的信息建设经验及专业人才储备能够保障项目的顺利实施

经过多年发展，公司充分认识到信息化平台对经营管理的重要作用。公司不断加大信息化投入，增强平台的功能，提高信息化水平。目前，公司整体的信息化平台初具规模，建立了以全面预算管理为指导、产供销为核心的业务管理的多元化信息系统以及OA办公系统。现有系统架构为公司业务的正常开展以及效率提升提供重要支持，同时这些条件也将为公司后续信息系统的建设提供宝贵的经验。

在长期的信息化项目的建设和探索过程中，公司积累了丰富的信息化项目管理经验，造就了一批经验丰富的信息化人才，为信息化系统的建设提供人才保障。

5、项目具体建设内容及投资情况

乌江涪陵榨菜智能信息系统项目主要建设内容为数字化智能工厂平台、数字化智能营销平台和大数据智能办公平台，具体由监控中心建设、信息平台硬件及软件购置、软件开发实施等构成。

根据测算，乌江涪陵榨菜智能信息系统项目具体投资构成如下：

具体项目	具体内容	金额（万元）	比例
数字化智能工厂平台	软件购置及开发实施	10,700.00	29.52%
	硬件设备购置	5,665.00	15.63%
	监控中心建设	1,250.00	3.45%
	工程建设其他费用	400.00	1.10%
	基本预备费	45.04	0.12%
	小计	18,060.04	49.83%
数字化智能营销平台	软件购置及开发实施	9,400.00	25.94%
	硬件设备购置	7,757.02	21.40%
	工程建设其他费用	80.00	0.22%
	基本预备费	42.89	0.12%
	小计	17,279.91	47.68%
大数据智能办公平台	软件购置及开发实施	700.00	1.93%
	硬件设备购置	160.00	0.44%
	工程建设其他费用	40.00	0.11%
	基本预备费	2.25	0.01%
	小计	902.25	2.49%
合计		36,242.20	100.00%

6、项目经济效益分析

乌江涪陵榨菜智能信息系统项目投入运行后不直接产生经济效益。但通过信息化系统建设项目，建立快捷、高效、精准的信息管理系统，有利于提高公司集约化管控能力及运营管理效率，实现各业务协同及各作业单元高效运作，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。

7、项目审批情况

本项目已取得重庆市涪陵区发展和改革委员会出具的《重庆市企业投资项目备案证》（项目代码2019-500102-13-03-105655），本项目不涉及环评审批。

8、项目实施进度安排

乌江涪陵榨菜智能信息系统项目建设期为3年。

三、本次非公开发行对上市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

本次非公开发行募投项目符合国家相关的产业政策，符合上市公司聚焦核心主业的整体战略发展方向，具有良好的市场发展前景和效益。本次募集资金投资项目的实施，有助于进一步提升公司原料掌控能力、生产规模及整体生产效率，巩固公司行业龙头地位，提升公司抵御风险的能力，进一步增强公司综合竞争力。

（二）本次非公开发行对公司财务状况和盈利能力的影响

本次非公开发行完成后，公司的资产总额与净资产将增加，有利于进一步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，在项目达产前公司净资产收益率及每股收益将有所下降。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，净资产收益率和每股收益将稳步提升。

（三）本次非公开发行对公司现金流量的影响

本次非公开发行完成后，公司筹资活动现金流入短期内将大幅增加；随着募投项目的逐步实施，公司投资活动现金流出将逐渐增加；募投项目建成并达产后，公司经营活动产生的现金流入将逐步上升。

四、关于新冠疫情影响的特别说明

自2020年1月新型冠状病毒肺炎疫情在全国爆发以来，公司密切关注疫情发展情况，并不断评估其对公司财务状况、经营环境等方面的影响。公司认为，本次新冠疫情对公司而言危机与机会并存。

一方面，疫情前期受交通物流因素制约，公司产品运输受到一定阻碍，短期内影响销售收入实现，目前各个销售渠道、快递物流和生产供应已陆续恢复；其次，公司各种费用、成本攀升，成本控制压力较大，对业绩形成一定压力；第三，疫情短期内对公司未来目标市场之一的餐饮行业造成严重冲击，其恢复需要一定时间。

另一方面，受疫情潜移默化影响，消费者将更注重食品健康卫生，更信赖大品牌，从而有利于龙头企业的销售，小企业将加速退出，行业集中度进一步提高；其次，受疫情影响，宅经济迅速发展，而公司产品主要以家庭消费为主，有利于终端销售增长。

由于本次募投项目建设期为三年，预计届时疫情影响已基本修复，因此公司在进行本次募投项目的可行性论证时未考虑新冠疫情对募投项目的具体影响，仍然根据公司战略目标安排未来募投项目产品结构。若未来募投项目投产时公司所处市场环境与公司当前战略发展预期存在较大差异，公司将根据未来市场具体情况及时、灵活调整产品结构及产能安排。

五、可行性分析结论

上市公司董事会认为，本次非公开发行股票募集资金投向符合国家相关政策和法律法规、行业发展趋势以及公司发展战略。本次募集资金投资项目的实施，将进一步提升公司综合实力，增强公司抵御风险的能力，为公司可持续发展提供有力支撑，符合公司及全体股东的利益。因此，本次募集资金投资项目是必要且可行的。



（本页无正文，为《重庆市涪陵榨菜集团股份有限公司2020年非公开发行A股股票募集资金使用可行性分析报告》之盖章页）

重庆市涪陵榨菜集团股份有限公司

董事会

2020 年 11 月 12 日