

证券代码：002731

证券简称：萃华珠宝

公告编号：2021-019

沈阳萃华金银珠宝股份有限公司

非公开发行股票募集资金使用可行性分析报告（修订版）

一、本次募集资金投资计划

本次项目总投资37,346.94万元，其中，拟使用自有资金1,740.00万元，非公开发行募集资金总额不超过35,606.94万元，公司计划本次非公开发行募集资金投入以下项目：

序号	项目	项目总投资（万元）	投入募集资金（万元）
1	智慧零售升级及定制协同平台建设 项目	37,346.94	35,606.94

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，公司将利用自筹资金解决不足部分。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，并在募集资金到位之后予以置换。

二、本次非公开发行的背景

（一）“萃华”品牌积淀百年，开启全新发展篇章

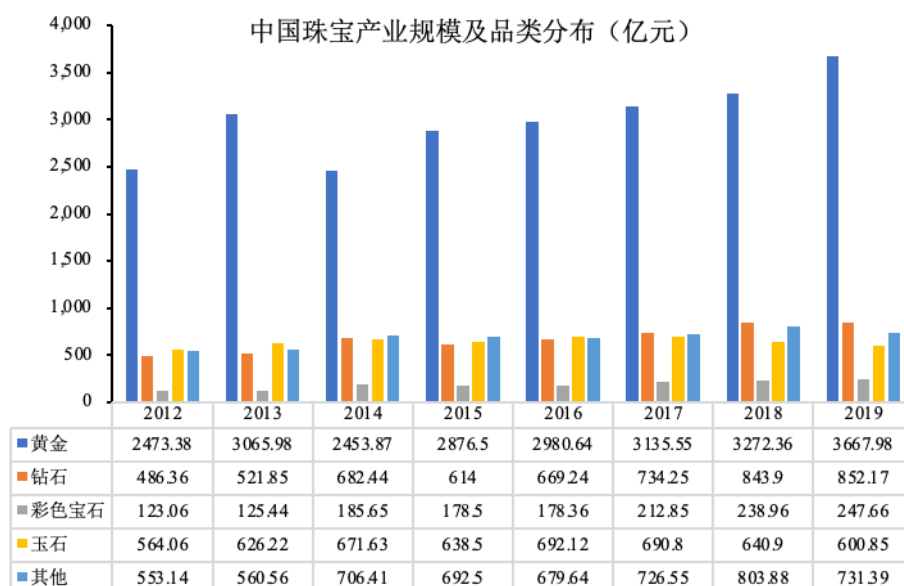
“萃华”品牌始创于1895年（清光绪21年），以“金品人品共纯”为经营理念，已走过120多个年头。自创立以来，公司一直以精致与奢华对美学生活做着精确的诠释，不断升华燃烧，将珠宝为人类带来的美好祝愿化作爱情、尊贵的徽征，成长为国内珠宝行业的龙头品牌。2014年公司登陆资本平台市场以来，“萃华”进入发展的全新篇章。公司依托沈阳、深圳两大生产基地，以“直营+加盟”的方式进行销售渠道扩展，初步形成了稳固传统优势区域并向外扩张的南北对进格局。与此同时，公司开展互联网销售，推进集体验、销售、服务于一体的立体化服务平台的建设，发挥线下体验终端与线上互动的协同效应，完善大数据分析体系，进一步打通客户需求、销售及库存数据等关键环节。立足未来，公司已完成从区域性品牌向全国性品牌的完美蜕变，正在向国际性品牌大步迈进。

（二）消费结构深度调整，珠宝市场蓄势待发

在经济发展新常态时期，我国国民经济实力快速提升，居民收入不断提高，2019年我国居民人均可支配收入达到30,732.85元，是2013年（18,310.76元）的1.68倍，年复合增长率9.01%。

伴随着社会经济的发展，居民消费也跨入了新的发展时期，国内居民消费习惯、快速升级，国内消费市场发生了深刻变化，金银珠宝首饰类消费品市场也进入了深度调整期。根据中国珠宝玉石首饰行业协会发布的《中国黄金饰品消费市场研究报告》显示，我国珠宝首饰行业整体市场规模从2012年的4200.00亿元，增长到2019年的6100.05亿元，年复合增长率达到5.48%，市场呈现稳健发展态势。

从品类分布来看，黄金饰品的市场规模长期处于整体行业的主要部分，占整体市场规模的60%左右，预计未来仍会是市场的主流。此外，近年来随着90后甚至是千禧一代的购买群体的扩大，以钻石为主的时尚首饰品也受到了市场的青睐，钻石品类的市场规模自2012年到2019年，年复合增长率达到8.34%，高于黄金和整体市场的增长速度，珠宝首饰的消费结构发生了调整改变，未来，随着年轻一代消费群体购买力的进一步提高，钻石品类将迎来更大的发展空间。



（三）珠宝业数字化运营渐成主流，协作发展方兴未艾

以Blue Nile、Pandora为代表的新兴国际珠宝品牌，抓住了全球互联网浪潮的机遇，凭借在线营销、简化供应链等快速崛起，刺激着全球珠宝行业在设计、供应链管理和营销上的持续嬗变。移动化、智能化的互联网3.0时代中，珠宝行业以其独特的个性化、精细化生产特征，特别适合进行线上线下的智能、深度融合，以此满足消费者个性化需求，致使珠宝行业的数字化运营逐渐成为主流。

珠宝行业常见的协作模式近年来出现了新的发展动向。协作中，珠宝企业能够实现企业间的资源共享和优势互补。随着以紧密贴合消费者心理和需求为战略的中小珠宝企业不断涌现并获得相当的市场份额，传统珠宝企业开始注重与其合作，以更快地扩展销售渠道、提升设计能力、迎接市场需求变化。同时，在全新营销形式、商业形态的刺激下，珠宝企业为了发展新品牌、新渠道，也在和其他行业的领先企业开展深度合作，为珠宝行业的发展创造了新的生命力。

三、本次募集资金投资项目与公司现有业务的关系

（一）全面提升公司可持续发展能力，增强公司盈利能力

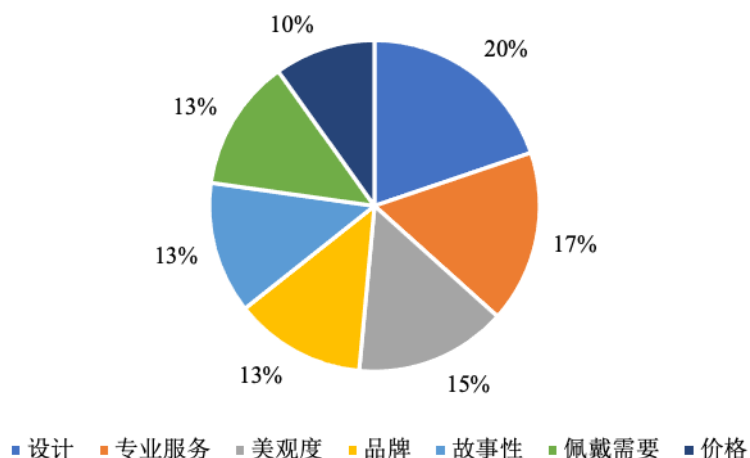
受国内外经济环境复杂严峻、新兴业态分流市场等因素影响，珠宝行业的传统零售渠道近年来受到较大冲击，公司的发展遭遇了较大挑战，亟需提升主营业务的经营水平。本次募集资金投资项目，公司继续坚持从消费者的角度出发，从品牌形象、服务体验、个性化定制等多个维度进行全面突破，深度拓展企业的“内涵+外延”增长空间，增强公司的可持续发展能力。项目的实施，能显著扩大公司各类珠宝产品的销售规模，为公司带来直接的经济效益，从而增强公司的盈利能力，提升公司业绩。

（二）积极参与新零售转型，提升公司产品的总体竞争力

我国零售行业目前正处于消费升级的新时期，市场发展由过去的生产带动需求向需求拉动生产转变，个性化、定制化成为新的发展特点。尤其是珠宝首饰行业，不同于传统日用消费品属于刚需消费品，社会居民对珠宝首饰轻奢消费品的购买更偏重于满足心理需求。IGI国际宝石学院2019年针对消费者购买珠宝所关注的因素开展了一项调研。调研结果显示，7大因素中，设计、专业服务两种因素最受顾客关注，而价格因素的关注程度最低。对客户进行精准营销，提升客户

的服务体验感，一直是珠宝行业发展的重要环节。

2019年消费者购买珠宝时关注的因素



公司在坚持客户服务至上的理念的基础上，转变传统营销方式，积极参与新零售转型，将大数据、物联网等前沿技术应用到珠宝首饰领域，通过大数据分析，刻画用户画像，分析不同客户群体的购买偏好，为门店销售人员针对客户实现精准营销提供科学手段，进而提升公司的总体竞争力。

（三）加快公司战略落地，优化销售渠道质量

零售是整个珠宝产业链中增值最大的环节。公司采取“直营店+加盟连锁店”的模式，通过复制直营店的品牌和服务模式，大力建设连锁加盟经营体系，在全国形成了由500多家门店构成的营销网络体系。然而，随着社会群体消费习惯的改变，传统零售渠道的单纯售卖方式对珠宝消费者的吸引力不断下降，公司面临着销售渠道上的转型压力。为此，公司制定了渠道优化计划，持续实现渠道的质量优化，以积极推动终端销售的内涵式增长。本项目通过对公司现有门店进行改造升级，引入数字化设备，持续推动公司销售渠道的优化，为进一步提高公司盈利的增长打下坚实基础。

四、本次募集资金投资项目的具体情况

（一）项目建设内容

本项目建设主要通过三个部分对现有门店进行升级改造，包括智慧门店、全

息3D影像珠宝定制系统和翻新改造，并在同期借助新兴媒体手段进行广告宣传。

项目建设内容具体如下：

1、智慧门店改造

时尚珠宝产品的潮流化、个性化属性突出，深度挖掘顾客偏好能够显著促进产品的销售。本项目拟引入先进的软硬件设施对现有实体门店进行智能化改造，改造后的门店能够采集客户进店相关的一系列活动，借助公司总部的数据分析能力对顾客轨迹、货品统计、试戴检测等方面进行深度分析，针对消费者行为习惯和偏好主动发掘其消费需求，实现时尚珠宝的精准营销。

2、全息 3D 影像珠宝定制系统引进

消费群体个性化、定制化的需求，推动了社会消费升级和消费结构的深度调整，迫使传统零售行业积极怀抱新兴技术，实现新零售转型，以满足日益繁多的客户需求。本项目计划引入全息3D影像珠宝定制系统，通过立体式产品投影，展示公司全系列产品 and 供应商裸钻，为不同客户群体定制化设计提供丰富的产品选择。本项目的实施，能够突破传统门店的展柜面积限制，满足消费者的“一站式”购买需求。

3、翻新改造

珠宝首饰销售主要依赖于门店的实物体验，而门店的装饰设计给客户的第一印象有助于提高消费欲望。珠宝首饰行业的门店一般三年进行一次翻新改造，结合时尚热点、新的产品体系等，给客户营造崭新的形象。本项目计划将所有达到翻新装修时点的直营门店进行翻新改造，融入智慧门店改造、全息3D影像珠宝定制系统和新媒体投放的要素，打造全新面貌，提升公司的形象。

4、新媒体投放

随着新生代消费阶层的崛起和新技术的广泛应用，传统的“新”“旧”媒体的概念正日趋模糊，全球化、数字化的浪潮正推动着传统媒体和新媒体“合二为一”。本项目将着力线上模块开发，并加大在新媒体平台（微信、微博、UGC、自媒体等）、EPR平台（如搜索引擎seo、问答、论坛、新闻发布会等）、数字营销平台（效果媒体、新闻客户端、视频等）以及传统媒体的推广力度，通过原

创内容的推送积累一定数量的粉丝，并针对性地发布品牌植入信息，给粉丝用户提供多样化、个性化的产品和服务，最终转化成消费，实现盈利。

（二）项目商业模式

1、概述

目前珠宝行业正逐步由低层次的价格竞争向工艺、设计等软实力的竞争转变。本项目推出的精品黄金、镶嵌珠宝、纯银饰品等时尚珠宝，综合了公司精湛的传统工艺、先进的现代工艺以及独具匠心的时尚设计；并依托现有渠道和新兴渠道进行销售，满足消费者多场景的消费体验需求，提升公司的市场竞争力和盈利能力。

2、项目经营模式

（1）采购模式

本项目主要原材料为黄金、铂金、钻石、白银等。黄金原料取得方式如下：①以自有资金从上海黄金交易所采购（包括即时采购和T+D延期交易采购）；②在银行综合授信额度内向银行租赁黄金，在合同期内再以自有资金从上海黄金交易所采购黄金并将黄金提货单转交给银行以偿还前期租赁的黄金；铂金、白银则直接以自有资金直接向上海黄金交易所采购；钻石则以自有资金通过上海钻石交易所的会员单位采购。

（2）生产模式

本项目主要通过直营店和加盟店的销售需求来确定配套产量的生产模式。在具体流程上，一方面，由公司批发部门负责汇总直营店和加盟店的需求，另一方面，各门店客户在使用3D全系投影设备后提出的需求，经配套软件系统向设计部门和生产部门实时提出申请。然后生产部门就会根据申请单上的款式和数量进行制作。同时，根据项目实施进度、资金投入安排、产品结构调整计划并结合实际运营状况，按计划实时调整，保证前端门店的供货需求。

（3）销售模式

本项目的产品销售模式主要是通过线下门店进行销售。本次募投项目将对公

司现有的直营店和加盟店进行智慧改造升级。通过对终端客户需求进行有效分析，有针对性地销售精品黄金、镶嵌珠宝、纯银饰品等毛利率较高的珠宝产品。公司对直营店拥有所有权，并对其进行统一核算、统负盈亏；对加盟店收取配货批发的货款和加盟费。本项目计划改造27家直营店和456家加盟店，通过实体门店营销渠道升级，增加公司的销售收入。

（三）项目的可行性分析

1、国家产业政策支持

2015年11月，国务院印发《关于积极发挥新消费引领作用加快培育形成新供给新动力的指导意见》，将时尚消费和品质消费列为消费升级重点领域和方向，提出一系列全面改善优化消费环境的方针，有利于本项目进行营销渠道的扩展。本项目所处的珠宝行业受政府的大力扶持和鼓励，《广东省黄金及其它贵金属珠宝产业发展“十二五”规划》中，提出推动珠宝产业向高端化、服务化、国际化方向发展，加强产业集聚基地建设，从规划、政策、资源、服务平台等方面对产业发展进行保障。《深圳市国民经济和社会发展的第十三个五年规划纲要》提出，推动黄金珠宝行业的数字化设计、信息化改造，打造黄金珠宝的国际采购中心。因此在产业政策方面，本项目具有可行性。

2、公司已具备项目实施需要的运营经验

截止2021年12月31日，公司共计拥有27家直营门店，484家加盟门店，覆盖全国多个主要城市。在多年的运营中，管理层和各门店管理人员积累了丰富的销售运营经验，公司与各加盟门店形成了长期、紧密、稳定、友好的合作关系，能够为后续项目实施提供充足的便利条件。为保障本项目的成功实施，公司开展了充足的调研工作，积极与专业方案设计机构、设备设计生产厂商对接合作，设计并制定出符合公司业务模式和发展需求的解决方案，为本项目的顺利开展奠定坚实的基础。

（四）投资规划

本项目预计总投资37,346.94万元，其中计划使用募集资金35,606.94万元，建设期3年。项目完成后公司的多渠道优势将进一步巩固，实现全渠道运营；时尚

珠宝的品类结构进一步丰富，有利于提升公司品牌定位和整体盈利能力。

（五）项目实施主体

本项目将以萃华珠宝、子公司深圳萃华、子公司萃华廷（北京）共同作为实施主体，其中，萃华珠宝、深圳萃华和萃华廷（北京）将分别负责各自管理的直营店和加盟店的升级改造工作，新媒体投放将以深圳萃华作为实施主体。

（六）项目建设概述

本项目总投资37,346.94万元，其中计划使用募集资金35,606.94万元，广告宣传费1,740.00万元通过自有资金筹集。具体情况如下所示：

序号	工程或费用名称	投资估算（万元）			总投资金额（万元）	拟使用募集资金（万元）	占总投资比例
		T+12	T+24	T+36			
1	场地投入	3,282.94	704.64	991.89	4,979.47	4,979.47	13.33%
1.2	装修费	3,282.94	704.64	991.89	4,979.47	4,979.47	13.33%
2	设备购置	7,421.03	6,139.12	7,407.32	20,967.47	20,967.47	56.14%
2.1	智慧门店 3.0	4,195.03	3,913.12	5,097.32	13,205.47	13,205.47	35.36%
2.2	全息 3D 影像珠宝定制系统	2,226.00	2,226.00	2,310.00	6,762.00	6,762.00	18.11%
2.3	大数据平台建设	1,000.00	-	-	1,000.00	1,000.00	2.68%
3	广告宣传费	522.00	522.00	696.00	1,740.00	-	4.66%
4	铺底流动资金	3,180.00	3,180.00	3,300.00	9,660.00	9,660.00	25.87%
项目总投资		14,405.97	10,545.76	12,395.21	37,346.94	35,606.94	100.00%

（七）项目选址、立项及环评情况

本项目的实施内容是智慧零售升级及定制协同平台建设项目，改造智慧门店和引进全息3D影像珠宝定制系统的实施地点为现有27家直营门店和456家加盟门店；翻新改造的实施地点是现有27家直营门店。鉴于本项目的实施内容不涉及生产加工和建设施工，不属于按照《国务院关于投资体制改革的决定》和《企业投资项目核准和备案管理办法》需要进行核准或者备案的“投资建设的固定资产投资项目”，无须向有关部门申请核准或备案；该项目不涉及建设施工，不属于

相关法律法规中规定的应当进行环境影响评价的“规划或建设对环境有影响的项目”，无需取得环保备案或审批文件。

（八）项目投资收益测算

本项目达产年预计可实现销售收入53,512.45万元，利润总额5,302.72万元，净利润3,977.04万元（按25%所得税率）。本项目所得税后财务内部收益率为14.87%，所得税后投资回收期为7.56年（含建设期3年）。

项目完成后，公司的多渠道优势和定制化能力将进一步巩固，实现全渠道个性化运营，有利于提升公司品牌定位和整体盈利能力，预计项目投资回报较好。

五、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

公司本次募集资金用于“智慧零售升级及定制协同平台建设项目”，募投项目符合国家产业政策和公司未来战略发展规划。募集资金投资项目的实施将对公司的经营业务产生积极影响，提高公司的综合竞争力、持续盈利能力和抗风险能力，有利于公司的可持续发展，符合公司及公司全体股东的利益。

（二）对公司财务状况的影响

本次非公开发行完成后，公司资本实力显着增强，净资产将大幅提高，有利于增强公司资产结构的稳定性和抗风险能力。募集资金投资项目投产后，公司营业收入和净利润将有所提升，盈利能力将得到增强，公司整体的业绩水平将得到进一步提升。

沈阳萃华金银珠宝股份有限公司董事会

二零二一年三月二十九日