

股票代码：600872

股票简称：中炬高新

中炬高新技术实业（集团）股份有限公司

非公开发行 A 股股票

募集资金运用的可行性分析报告



二零一五年九月

中炬高新技术实业（集团）股份有限公司

非公开发行 A 股股票募集资金运用可行性分析报告

中炬高新技术实业（集团）股份有限公司（以下简称“公司”或“中炬高新”）拟向中山富骏投资有限公司、中山崇光投资有限公司、中山润田投资有限公司、中山远津投资有限公司非公开发行股票，募集资金总额不超过 45 亿元，不超过 300,802,139 股（含 300,802,139 股）。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）调味品业务扩产升级项目

本次非公开发行完成后，公司将通过实施阳西基地后续建设、渠道建设及品牌推广、研发中心扩建、南派酱油生产智能化及自动化改造、电商推广及自主线上平台建设等项目，继续深耕现有调味品业务，通过不断完善产品类别，提高产品质量，扩大市场占有率，提升“厨邦”及“美味鲜”等品牌价值与知名度，做大做强调味品业务。

1、项目背景

（1）调味品是人们日常消费必需品，产品需求受宏观经济波动影响较小

调味品是指能增进菜品质量，增加菜肴的色、香、味，满足消费者的感官需要，有益于人体健康，刺激食欲的辅助食品，主要包括酱油、蚝油、食醋、调味酱等。中国是美食的故乡，拥有八大菜系，各种菜系都对调味品的应用十分讲究。以酱油为例，酱油在我国具有悠久的历史，是应用最广泛、最普通的调味品，主要分为南派酱油、日式酱油与低盐固态酱油。我国消费者对调味品根深蒂固的日常需求为行业持续发展提供了有力支撑，行业受到宏观经济波动影响较小。

（2）调味品行业持续稳定增长，市场空间巨大

伴随着我国经济的不断发展，人们收入水平的不断提高，人们对饮食的需求也从解决温饱问题上升到追求吃得更好、更美味、更开心的消费层次。近年来，我国的调味品行业迅猛发展，2011 年中国调味品制造业销售收入为 1,917.89 亿元，增长至 2014 年 2,649.06 亿元，年复合增长率达到 8.41%¹。在未来，我国调味品制造业的市场规模仍将持续稳定增长，市场空间巨大。

¹ 中国产业信息网：<http://www.chyxx.com/research/201508/334520.html>

图表 1 2010-2014 年中国调味品制造业销售收入情况



数据来源：国家统计局

(3) 智能制造逐步成为时代趋势，扶持政策助推智能制造生产应用

智能制造是通过机械化、自动化、信息化提高生产效率，促进先进设备与生产工艺的融合，实现生产技术的工业化、产业化升级，进一步提升企业的核心技术竞争力水平。

随着美国提出“工业互联网”，将人、数据和机器连接起来；德国提出“工业 4.0”，让企业进行智能化、工业化相结合的改进升级。中国于 2015 年 5 月印发《中国制造 2025》，明确了智能制造发展规划、发展目标、重大任务和重大布局，并指出我国将加快制造过程的智能化、互联网与制造业的融合；规划到新中国成立一百年时，把我国建设成为引领世界制造业发展的制造强国。

我国政府针对不同行业、不同地区和不同厂商，以新一代信息技术和制造业深度融合为主线，以智能制造为主攻方向，从中央各部委到地方政府陆续出台了智能制造的扶持政策。如 2015 年 2 月工信部印发了《2015 年原材料工业转型发展工作要点》，要求在机器人产业方面，扩大关键岗位机器人应用；2015 年 3 月工信部发布《关于开展 2015 年智能制造试点示范专项行动的通知》，拟通过启动智能制造试点示范项目推动智能制造标准化体系初步建立，智能制造体系和公共服务平台成形。智能化制造应用于调味品制造将成为时代趋势。

(4) 电子商务发展方兴未艾，成为推动销售增长的新引擎

自从我国引进了互联网，互联网在诸多方面改变和改善着我们的生活和工作形态，也改变了全中国。我国网民的用户一直持续不断地增长，互联网已成为人们生活和工作形影不离的工具。根据中国互联网络信息中心发布第 36 次《中国互联网络发展状况统计报告》，截至 2015 年 6 月，我国网民规模达 6.68 亿，其

中手机网民规模达 5.94 亿，互联网普及率达 48.8%。我国 2015 年上半年新增网民 1,894 万人，较 2014 年底新增了 0.9%，其中农村网民占 48.0%，手机网民规模较 2014 年底增加 3,679 万人，新增 6.58%。

我国网民基数的不断增加，为我国电子商务的蓬勃发展创造了时代的机遇。根据艾瑞咨询统计数据显示，2015 年第一季度，我国电子商务市场整体交易规模达到 3.48 万亿元，同比增长 23.8%；企业间电子商务仍然占主导地位，整体占比 75.7%，其中，中小企业 B2B 电子商务交易额占比 46.5%；网络购物市场规模达到 7,574.1 亿元，同比增长 45.23%；网络购物市场中 B2C 交易规模达 3,737.1 亿元，在整体网络购物交易规模中占比达到 49.3%²。近年来，一些电子商务运营商不断寻求运营模式与盈利模式的多元化探索和改革，逐渐发展成为 C2C、B2C、B2B 等各种商业模式。

从各细分行业的发展来看，B2B 特别是中小企业 B2B 运营商近年来不断寻求运营模式与盈利模式的多元化探索和改革，从而推动整体交易规模的稳定增长，同时，互联网购物市场持续升温，相关参与企业基于已有的海量用户和商户加速完善电商生态圈，同时积极寻求全球优质资源的整合，实现销售收入及经营业绩迅速扩张。

2、具体项目情况

(1) 阳西基地后续建设项目

1) 项目概况

本项目拟在阳江市阳西县建设实施，总投资额为 121,925.05 万元，建设期为三年，第五年达产，项目周期为 13 年。达产后预计实现年收入 22.22 亿元，项目税后内部收益率为 22.37%。本项目实施主体为广东厨邦食品有限公司。

公司以生产酱油、鸡粉、鸡精、蚝油、食醋、调味酱等调味品为主营业务，拥有厨邦、美味鲜两大品牌。广东厨邦食品有限公司于 2012 年开始在阳西建设新的生产基地，设计产能 47 万余吨，现已投入 64,124.00 万元。原计划以自有资金陆续建设，现计划提高阳西基地后续建设速度，满足公司后续销售计划的产能需求。

本项目实施后，公司将新增 18.37 万吨酱油、0.52 万吨罐头、5.59 万吨蚝油、1 万吨醋汁、1.83 万吨食用油、1.71 万吨调味酱的产能。这将有利于扩大公司现

² 艾瑞咨询：<http://www.iresearch.com.cn/data/250194.html>

有产能，满足市场对公司产品的需求。

2) 项目的可行性和必要性分析

①必要性

A、本项目符合行业发展需求

调味品行业具有发展速度快、产量大、品种多、销售面广、经济效益好等特点。近年来，中国调味品行业有了较大发展，企业依靠科学技术，通过新工艺、新设备，创造许多新产品。我国调味品行业在品种不断丰富的同时，生产越来越倾向于规模化生产。基于行业稳定增长的前提，项目建设完成后，公司将新增18.37万吨酱油、0.52万吨罐头、5.59万吨蚝油、1万吨醋汁、1.83万吨食用油、1.71万吨调味酱的产能，保证了公司稳定的产品产出供应，有利于公司进一步扩大市场占有率。

B、本项目有利于丰富公司产品，提高品牌效应

公司多年来一直立足于调味品领域，实施主导产品多样化战略，在巩固和提升公司在传统调味品领域市场份额的同时，抓住国内市场消费升级的机遇，积极引导消费者的消费取向。目前，公司产品分为酱油、蚝油、鸡精、鸡粉、醋类、酱类、南腐乳类、味精类、汁类等。本项目的实施，公司将加大对酱油、罐头、蚝油、醋汁、食用油及调味酱的投入，进一步丰富现有产品。公司在调味品行业内拥有多年的生产经营经验，成功打造了厨邦、美味鲜两大品牌。本项目的实施，公司产品将更加丰富，这有利于加强消费者对厨邦酱油的品牌认知度，进一步强化厨邦调味品的影响力，提高公司的品牌效应。

C、本项目是落实公司长期发展战略的重要步骤

广东厨邦食品有限公司的建设是广东美味鲜调味食品有限公司“三步走”发展战略中的重要一步，对广东美味鲜调味食品有限公司现代化转型升级和企业的规模化、集团化发展有重要意义。广东厨邦食品有限公司是广东美味鲜调味食品有限公司未来发展的主要生产基地，是企业未来的制造中心，是企业未来现代化、标准化的示范基地。随着阳西基地的全面投产，广东美味鲜调味食品有限公司将迎来中山、阳西两大地生产的新局面，生产效率将得到大幅提高，企业综合运营能力与企业发展的新格局将全面提升。

根据公司的战略规划，本项目全面建成后，阳西基地将成为我国最大型的调味品及相关食品的生产基地之一，符合公司的长期战略规划。

②可行性

A、公司在调味品行业拥有多年经营经验

公司的控股子公司广东美味鲜调味食品有限公司在调味品行业拥有多年的生产、经营经验，最早可以追溯到清末民初的香山酱园。新中国成立后，中山酱料业进入鼎盛时期，香山酱园纳入了全行业公私合营，改造成为石岐酱料厂，后又整合为地方国营石岐酱料厂。知名的厨邦酱油就属于广东美味鲜调味食品有限公司旗下品牌。

公司在调味品行业经过多年的精耕细作，产品深受消费者的喜爱，并成功打造了厨邦、美味鲜两大知名品牌。目前，公司产品主要包括酱油、醋类、蚝油、鸡精、鸡粉、酱类、腐乳类、味精类、汁类、食用油等。2014年，公司调味品实现 231,986.35 万元营业收入，比上年增长 17.25%。公司多年的行业经验，是本项目成功实施的保证。

B、本项目已进行前期投入，效果良好

阳西基地建设共分为三期，一期工程主要为生产酱油，剩余两期由本次发行募集资金进行投入，生产更多品种类型的调味品。根据公司 2014 年年度财务报告披露，阳西基地已实际投入了金额 60,212 万元。为了快速提升公司酱油产能，阳西生产基地于 2014 年 6 月竣工投产³，提前开始投料发酵，并已陆续有产品出厂，2014 年度实现了主营业务收入 2.16 亿元，为销售收入的持续增长提供了保障。本次发行后公司将继续大力推进在阳西基地后续建设，加强战略发展规划。此外，中山 4 期酱油产能扩产工程已于 2013 年竣工。项目建设完成后，公司将形成中山与阳西两大基地的产业布局。

目前，公司从基地建设、生产质控、设备工艺、财务管理、综合管理等方面合理统筹，成效显著。本项目的前期投入，产出效果良好，验证了本项目后续实施的可行性。

C、本项目选址符合地域要求

我国目前还没有明确的酱油行业标准和产品分类。根据行业内的习惯分类，我国酱油产品主要分为南派酱油、日式酱油及低盐固态酱油。南派酱油主要是晒露酿造，自然发酵而成，但日式酱油则需要人为进行温度调节。本项目生产的主要为南派酱油，所以对地域的选择极为讲究。我国南方地区，地理位置优越，具

³ 来源：中炬高新 2014 年年度报告

有得天独厚的亚热带气候，阳光充沛，昼夜温差小，空气湿润，适于酱油的酿造，发酵时间 4 至 6 个月即可；如在北方则因寒冷的冬季在全年中的跨度较长，若在自然环境下酿造酱油，则往往需耗时一年以上。本项目坐落于广东省阳江市阳西县，当地具有充沛的阳光，较小的昼夜温差，适合南派酱油的酿造。

D、健全的营销渠道与运营经验是项目的有力保障

公司经历了多年来的渠道拓展和运营经验，已形成了一套完整的渠道开发体系，对市场和渠道建设趋势具有很强的前瞻把握能力。公司拥有一支优秀、稳定的管理团队，拥有 90 个销售办事处，900 人的业务团队以及 600 个一级经销商。公司中高层以上人员，均在调味品行业里拥有多年的从业经验及管理经验。此外，公司已建立了一套层次明确的绩效指标和考核体系，加强了公司的计划性和战略引导，改善了公司的管理过程，促进了公司的管理科学化和规范化。

而此次非公开发行股票募集资金将部分用于渠道建设与品牌推广。公司进一步加大渠道建设与品牌推广将有利于公司进一步加强公司的产能消化能力。所以，公司现在及未来的渠道网络组织和管理能力，是本项目产能消化的强力保证。

3) 资格文件取得情况

本项目无需新增土地，已取得阳江市环境保护局阳出具的环建审[2012]190 号《关于广东厨邦食品有限公司食品生产项目环境影响报告书的批复》，相关项目立项正在办理过程中。

(2) 渠道建设及品牌推广项目

1) 项目概况

本项目拟在全国范围进行实施，总投资金额为 107,649.22 万元，建设期为四年。本项目实施主体为广东美味鲜调味食品有限公司。

一方面，本项目拟在四年内通过增加业务人员，实现以地级市为单位设置销售办事处并将部分经销商细分至县一级，新增 150 个办事处，对内地市场进行产业布局，进一步扩大渠道网络的覆盖面，最大程度地提高公司对渠道与客户的管理与服务水平；另一方面，本项目拟在四年内通过传统媒体和新媒体的广告投放，进一步提高公司的品牌知名度和美誉度。本项目将传统媒体作为重点投放媒介，包括电视广告、影视综艺广告植入、冠名赞助等；公司在新媒体广告投放方面，在维持现有网络自媒体的广告投入的基础上，尝试使用网络视频广告、美食节目视频等媒介进行广告投放。

2) 项目的必要性和可行性分析

①必要性

A、本项目有利于弥补公司餐饮渠道的短板

我国是美食的国家，饮食文化在中国根深蒂固。近年来，我国餐饮业持续保持稳定增长。根据国家统计局数据显示，2010年至2013年我国餐饮业企业复合增长率达12.16%。然而，公司目前三大销售渠道（商场超市、流通渠道、餐饮渠道）中，餐饮渠道的投入占比一直较小，仍有很大的提升空间。

B、本项目有利于消化公司扩产后的产能

本次非公开发行募集资金将部分用于阳西生产基地的厨邦食品生产续建、南派酱油技改项目与食用油扩建项目。扩产与技改项目的实施，将迅速扩大公司现有产能。目前公司的现有营销渠道很难适应公司产能的大幅扩张，为保障扩张产能的顺利消化，公司必须通过扩大现有渠道。

C、本项目有利于提高公司品牌竞争力与市场占有率

公司目前拥有华南、华东、东北、华北、中原五大销售区域，销售市场主要集中在国内沿海城市，而内地市场还有比较大的开拓空间。公司为进一步拓展内地市场，亟需本次非公开募集资金建设本项目。本项目一方面将通过大力开展营销网络建设，提高内地市场渠道广度，将公司营销网络逐步延伸到内地市场；另一方面，通过向目标市场通过传统媒体与新媒体作为传播途径，在传统媒体方面，公司将选择贴合客户群体的剧场或综艺节目进行软性植入或冠名赞助；在新媒体方面，公司将采用热剧追投、贴片定投、定制剧场三种形式加强受众互动体验，扩大不同类型受众的覆盖面。所以，本项目渠道与广告并行实施，相互作用，不仅进一步提高了公司的品牌效应，还将有利于公司快速铺设网络渠道，最后形成全国范围内的营销渠道覆盖，提高公司市场占有率。

D、本项目建设有利于提前锁定目标人群

作为电视媒体的补充，网络视频行业的媒体价值已被逐步认可，成为广告又一个性价比较高的投放渠道。网络视频与传统媒体相比，收视人群更年轻、学历更高、购买力更强。通过数据对比，相比传统媒体，网络视频用户19-40岁用户占比最高达到49.4%，大学以上学历占比82.6%，月收入2,000元以上的社会中坚群体对于网络视频媒体拥有更高关注度及收看比重。这部分人群更容易接受新

鲜事物，同时具有较强的购买力。

而此类群体现处于较为年轻且较少接触烹饪的状态，公司现通过网络营销与网络宣传提前对其产生了较强的影响力，一定程度上锁定这个群体。在他们逐步进入厨房成为调味品消费的主力军之时，力争使公司产品成为其第一选择对象。

②可行性

A、公司具有成功渠道拓展的经验

本项目通过新增流通渠道销售点，并采取行之有效的推广动作营销厨邦产品热销氛围，拉动消费，全方位建设餐饮渠道，推广厨邦餐饮产品。产品专项陈列是展示产品形象，是体现产品竞争力的有力手段。本项的实施，在客户门市外的广告牌、遮阳帘，门市内的货架、堆头、陈列产品、宣传品、店员服装全部按公司设计的统一形象进行展示，有利于对消费者进行品牌意识宣传。

另一方面，公司目前的线下渠道开展，通过线下活动，在商超专项陈列、试吃工作、厂商周活动对销量的提升，尤其对正处于消费培育期的厨邦高鲜酱油、厨邦厨房食品有很好的促进作用，且营销效果良好。所以，公司过往的成功营销活动，印证了本项目实施的可行性。

B、成功的品牌推广经验为内地市场的拓展提供了基础

公司目前形成以“厨邦”和“美味鲜”为核心的品牌战略，在现有品牌建设开展过程中，积累了丰富的媒体资源。公司的品牌建设策略以持续、稳健的媒体投放为主要内容，在包括央视、省级卫视等多类电视频道进行过广告投放，投入费用逐年递增，品牌知名度不断扩大，效果显著，品牌力逐渐增强。线上和线下的媒体资源和品牌运作经验将为公司为公司在内地市场的拓展提供有力的保障。

C、新的互联网浪潮将为新媒体传播提供有力的支持

根据中国互联网络信息中心发布第 36 次《中国互联网络发展状况统计报告》，截至 2015 年 6 月，我国网络视频用户规模达 4.61 亿，网络视频用户使用率为 69.1%，同比去年上升了 2.3 个百分点。其中，手机视频用户规模为 3.54 亿，与 2014 年底相比增长了 4,154 万人，增长率为 13.3%。网民使用率为 59.7%。视频用户的不断增加，将提高新媒体品牌推广的效用。

通过实施本项目，公司将进一步积累客户，尤其新媒体广告推广而产生的潜在在线客户。公司在积累更多用户的同时，将对客户数据进行深层挖掘和分析，

并建立线上从营销到售后服务一体化的服务体制，推广顺应消费者触媒习惯和媒体发展趋势，加强受众互动体验，扩大不同类型受众的覆盖面，加快传播速度，促进品牌资产增值。

（3）研发中心扩建项目

1) 项目概况

本项目主要在火炬开发区建设实施，总投资额为 22,173.89 万元，建设期为三年。项目实施主体为广东美味鲜调味食品有限公司。

本项目拟建立酿造中试车间、煮制中试车间、罐头项目、发酵制品项目、酶解项目、质量安全检测共 6 个实验室，涉及到原材料核心加工技术、食品质量控制和新产品研发等领域。

本项目建成后，将进一步提高公司的研发实力，帮助公司突破现有技术瓶颈、提高原材料和产品的检测效率、精确管理生产各个环节、加速新产品开发周期，最终达到增强公司核心竞争力的目的。

2) 项目的必要性和可行性分析

①必要性

A、项目建设有利于加快新产品研发，保证产品的市场接受度

为打造健康的产品生态环境，形成良好的品牌效应，培育新的利润增长点，公司已经开始加快产品多元化布局，发挥现有技术优势，积极研发高附加值的产品，并取得了一定成效。丰富的产品类别可以延伸公司的业务条线，增加公司的品牌曝光率，强化消费者对公司的品牌认同感。目前公司在保证酱油市场占有率不断提高的情况下，鱼罐头、食用油、鸡精、耗油等产品也在一定程度上受到市场认可，公司还将继续进行酱油、鸡粉、蚝油、豆豉系列酱等调味品及水产罐头等多种产品研发。

调味品的生产具有大批量、周期长的特点，想要开发出更多受市场认可的新产品，频繁高效的新产品测试极其必要。目前公司中试环节依赖于车间生产设备，无专业的实验设备，研发活动的时间和力度受到硬件方面的局限，导致了部分实验的周期延长和试验原材料的浪费。随着公司业务的不增长，现有研发场所及研发设备已不能满足公司快节奏的新产品研发工作。

本项目的建设将有助于研发活动流程的精细化，缩短新产品研发周期，提高

研发效率，加快新产品的研发周期，有利于公司提升中试环节的技术水平，加速解决生产环节中存在的问题，改进二次沉淀环节的生产工艺，提高酱油风味和其他产品品质。

B、本项目建设有利于提升食品安全检测效率，确保产品竞争力

调味品的质量事关食品安全，因此生产企业在生产环节中的产品质量把控极其重要。随着我国居民食品安全意识的提高和国家相关法规的完善，调味品安全问题也受到了越来越广泛的重视。公司作为调味品行业内的主要企业之一，进一步建立严格的食品安全控制体系非常必要。公司在质量把控体系中，原材料质量把控、生产过程中危害物的检测是关键环节。本项目将进一步完善实验室建设，重点研究发酵产品、水产品、食用油等原料及产品的质量安全控制技术，将微生物含量及其病原微生物、各类添加剂、生物毒素的检测作为食品安全监测的重要内容。

公司目前中试车间内使用的微生物检测技术依靠对培养基的培养、分离和生化鉴定，微生物监测流程需要研发人员分步骤手动操作，检测流程效率较低，很难满足企业快速发展的需要。本项目将推进快速检测和自动化检测方法的研发速度，结合发酵调味品生产的特点，进行各种快速检测技术在发酵过程中的研究，建立影响酿造酱油产品质量安全的快速检测方法，提高酱油产品的质量和安全性，降低产品质量的监控成本。

C、本建设项目有利于有效应对原材料品质波动影响，维持高效的生产经营

原材料的品质把控对公司的日常生产经营具有重要意义，只有稳定充足的原材料供应才能保证公司产品质量。公司经过数十年的发展，积累了丰富的原材料挑选经验。但随着公司业务的快速发展和新产品的量产，公司对产品原材料的供应有了新的需求，如目前公司蚝油、调味酱使用的原材料主要为供应量有限的进口淀粉。随着公司相关产品销售需求与生产规模的提升，进口淀粉的供应将可能影响公司相关产品的正常生产，造成产能浪费。

本建设项目是广东省协同创新与平台环境建设的重要组成部分，公司将联合华南理工大学，共同开展新型变性淀粉创制关键技术研究，减少外购原材料的依赖，节省原材料成本，保证公司高效生产。

②可行性

A、公司完善的研发体制为本项目提供健全的制度保障

公司具有健全高效的研发体制，与外部研究机构建立了良好的合作关系，重点研发项目采取专项合作的模式，与华南理工大学、华南农业大学、山东大学、仲恺农业工程学院等院校及研究机构都进行过富有成效的合作。公司借用外部资源提高公司研发能力，把握行业前沿理论与生产技术。此外，公司还实行了外聘高级专才的人才引进制度，灵活的引进制度最大化利用公司资源，充分引进具有较强研发实力的业内高级人才为公司服务。

公司内部建立了完善的研发激励制度和人才培养制度，积极鼓励公司内部研发人员对生产工艺和技术进行创新开发，公司内部还具有透明、开放、包容的文化氛围，极大激发全公司研发人员的工作积极性与主动性。为打造一支高素质、高度凝聚力的研发团队，公司内部推行研发成果考核方案，对有科研贡献的员工，公司制订了明确公开的奖励制度。

公司健全高效的研发体制和完善的激励制度，将为本项目的顺利展开提供强有力的制度支持。依托于公司良好的制度环境，本项目将在有效监督的前提下，获得充分的资金投入，并得到人力资源调配和研发力量保障。

B、公司强大的研发实力为本项目提供强有力的技术保障

公司拥有强大的研发实力为本项目建设提供有力支撑，相关专利申请数量和专利转化率都较高。公司先后开展 50 多项重大项目的研究，其中承担国家发改委项目 1 项，国家火炬计划 2 项，国家科技支撑计划 2 项，省级以上科研项目 7 项；申请发明专利 36 项，其中已授权 20 项，申请实用新型专利 41 项，其中已授权 36 项；获得广东省高新技术产品 7 个、广东省自主创新产品 2 个，近三年公司 36 项科技成果实现新产品、检测技术及新设备的生产转化，年均转化数 12 项，领先国内同行业企业。自 2009 年以来，公司分别成立了省级企业技术中心、国家认可实验室、省级技术开发研究中心和博士后创新实验室，这些高等级实验室的设立，为公司建设研发及实验车间提供了丰富的经验，公司还拥有一支近 300 人的专职研发团队，为本项目的顺利实施提供技术力量保证。

丰富的高等级实验室建设经验、丰硕的技术研发成果、高效的专利转化能力和实力雄厚的研发团队共同形成了公司强大的研发合力。公司将充分激发现有的研发实力，确保本项目的顺利实施。

3) 资格文件取得情况

本项目无需新增土地，相关立项、环评手续正在办理过程中。

(4) 南派酱油生产智能化及自动化改造项目

1) 项目概况

本项目拟在中山市建设实施，总投资额为 10,790.40 万元，建设期为一年，达产年为第二年，项目计算期为 11 年，达产后年收入预计为 2.36 亿元，税后内部收益率为 42.41%。本项目实施主体为广东美味鲜调味食品有限公司。

本项目在现有包装生产场地及生产设备基础上，通过对 17 条包装生产线已有设备的性能优化及新设备引入，运用生产数据采集系统，采集加工前、中、后各工序环节详细数据；运用生产线集成控制系统，对各设备进行精确指令控制，实现设备保养的智能化；运用设备操作识别系统，进行软件权限管理，保护软件程序不收恶意修改与破坏。

本项目通过包装生产线技术改造自动化，不仅能够实现自动调节各部件运转，降低人力成本的投入，还将提高出货的良品率，提高产品出货速度，提高公司的竞争力。通过以上一系列的改造，最终实现智能化及自动化。

2) 项目的可行性和必要性分析

①必要性

A、有利于提高公司生产效率

本项目在现有包装生产场地及生产设备基础上，通过对 17 条包装生产线已有设备的性能优化及新设备引入，进行包装生产线设备全面升级改造，从而提高生产效率。对于上瓶/罐、开箱、装箱、码垛等手工操作的岗位，现有单条包装生产线需要 284 人作业。本项目实施后，预计单条包装生产线将减少 191 人，只需要 93 人即可完成原来的流程作业。

17 条包装生产线经过技术改造，不仅能够节省公司人力成本的投入，还将提高产能南派酱油的产能。项目改造达产后，将突破美味鲜公司中山地区酱油产能瓶颈，充分利用因现有包装技术水平未能使用的 37,000 吨的南派酱油生产产能。所以，本项目的实施，将大大地提高公司的生产效率及整体盈利能力。

B、有利于提高产品合格率

现代化生产应用了食品企业连续化、自动化工程的设备与经验，和以人力为

主的传统工艺相比，更有力地保证了产品的合格率。本项目将对生产包装环节进行改造升级，将包装生产线打造成为高度自动化的作业。本项目在全线各环节安装高精度探头、测量仪器等设备，对各工序加工前中后环节进行全面数据采集和监控，实现生产线生产数据的实时录入与产品自动检测；利用生产线集成控制系统，实时记录设备运行状况，对各设备进行精确指令控制；同时，增加设备操作权限，将有效保障各项指令的准确执行，保护运行程序不受恶意修改与破坏。所以，本项目的实施，将大大提高公司的产品合格率，降低人工检测成本。

②可行性

智能包装是指利用新型的包装材料、结构与形式对商品的质量和流通安全性进行积极干预与保障；利用信息收集、管理、控制与处理技术完成对运输包装系统的优化管理等。本项目主要对酱油生产包装环节进行改造，通过植入高级运行程序，联合中央集成控制系统，对设备运行参数进行分析，实现设备故障预警、显示与修复，以此降低人员监视作业，减少人员使用；运用全线增加追溯系统，记录每件产品生产的详细信息，保证每件入库产品均能实现追溯到如内容物各原料批次等信息、内容物指标、包装日期、生产线、生产班组等所有重要信息。目前，这些监控技术已经在其他行业广泛应用，而在调味品行业同样具有应用的可行性。

3) 资格文件取得情况

本项目无需新增土地，相关立项、环评手续正在办理过程中。

(5) 电商推广及自主线上平台建设项目

1) 项目概况

本项目拟投资电商推广及自主线上平台建设，总投资额为 62,831.71 万元，建设期为三年。项目实施主体为广东美味鲜调味食品有限公司。

本项目主要分为借助第三方电商平台、自主搭建食品类垂直电商平台及线下体验店。本项目借助第三方电商平台，维持现有的天猫商城基础上，将全面进军包括京东商城、1 号店、苏宁易购在内的国内多家主流第三方电商平台；搭建食品类垂直电商平台，更好地服务于终端消费者，针对用户使用和消费习惯，提供个性化的服务，将更好、更优的产品送到消费者手中；建立体验店，展示包括厨邦和美味鲜品牌在内的多种明星产品，结合线上平台，形成 O2O 的商业模式，

形成“互联网+大食品”的互联网创新模式，进一步拓展公司市场渠道。

2) 项目的必要性和可行性分析

①必要性

A、本项目有助于丰富现有渠道，提高产品销量

我国内地调味品市场随着区域餐饮业的发展而不断壮大，内地城市目前已成为了调味品行业各公司争夺的重要市场。虽然公司目前拥有销售办事处共有 90 个，营销队伍 900 人，一级经销商 600 个，以及一级经销商下辖的约 4,500 个签约分销商。但主要渠道市场仍然以国内沿海城市为主，部分省份和地区尚未得到有效开发。通过本项目建设将进一步发挥电商渠道辐射广泛的特点，以较低的成本打入内地城市。

公司计划分期全面进驻京东商城、1 号店、苏宁易购、当当、亚马逊及其他电商平台，通过与大型电子商务平台合作，利用其大平台、大流量加快积累公司互联网用户量。同时，公司还将通过与知名电子商务运营上合作打造自有电商平台，形成与第三方渠道与第三方渠道相结合的线上平台进行电子商务营销。所以，本项目将能够丰富公司现有渠道，提高产品销量，具有建设的必要性。

B、本项目有利于提高品牌影响力

由于自有电子商务平台具有可扩展性高、自由灵活且没有佣金负担等优点。本项目建立自有电商平台，针对用户使用和消费习惯，结合用户特点，最大程度地调动各种有利资源，为客户提供更好的个性化的服务和用户体验。公司为了实现调味品供应链的高效性，本项目将与知名电子商务运营商合作打造自有电商平台，获取独立的域名，可根据自身特点创建更符合企业文化的网站，强化用户体验。

本项目所建立的自有电商平台可通过线上客服、产品留言反馈等方式与客户建立良好的沟通机制，从而便于公司掌握市场需求，优化产品方案。本项目还将配套的物流体系，在内地分别增设东北、华北、华东、中原四大仓储区域，提高产品的流动性，将使渠道渗透到内地城镇地区。这将有利于增强客户粘性，强化公司的品牌形象及影响力。

C、本项目有助于提高公司服务质量

电子商务平台受制于网络消费场景的限制，客户在购买产品时不能在第一时

间获取产品体验，从而大幅度的降低了客户购买欲望。所以，本项目如果只有自有电商平台和第三方电商平台，将在一定程度上制约本项目的成功实施。

综合以上因素，体验店的开展，将进一步扩大线下营销网络的建设。目前，公司已经在中山开设的第一家线下体验店，运营效果良好。店内展示包括厨邦和美味鲜品牌在内的多种明星产品。客户根据各自喜好可在店内试吃后通过扫描二维码的方式进行线上购买。体验店将根据全年各节假日，不定期的在店内开展主题营销活动。在部分重点线下体验店内，公司将设立酱油文化展览区域，并配备相关人员对酱油文化和公司历史背景进行讲解，有利于提升公司的产品形象与品牌竞争力，提高公司的服务质量。

②可行性

A、本项目建设顺应网络购物快速发展的趋势

根据中国互联网络信息中心发布的第 36 次《中国互联网络发展状况统计报告》，截至 2015 年 6 月，我国网络购物用户规模达到 3.74 亿，较 2014 年底增加 1,249 万人，半年度增长率 3.5%。我国手机网络购物用户规模增长迅速，达到 2.70 亿，半年度增长率为 14.5%，手机购物市场用户规模增速是整体网络购物市场的 4.1 倍，手机网络购物的使用比例由 42.4% 提升至 45.6%。

庞大的网络购物用户群体将为本项目提供良好的客户资源。公司将依据客户的需求，通过电子商务平台实现个性化的产品销售，进而提升产品的核心竞争力。

B、本项目建设符合国家互联网产业政策的导向

近年来，网络购物市场的繁荣与宏观政策、经济、社会、技术环境良好密切相关。我国为推进“互联网+”的快速发展，相继出台了相关配套政策，有助于促进我国网络购物的快速发展。2015 年 5 月 15 日中国商务部发布的《“互联网+流通”行动计划》，进一步明确了网络购物与其他产业深度融合、转型升级的任务部署。“互联网+”通过互联网带动传统行业发展，而网络购物作为“互联网+”切入口，能够带动传统零售、物流快递、交通、生产制造等其他行业转型升级。

国家政策对互联网电商的大力支持促进了网络购物的快速发展，为本项目的建设提供了良好的条件。

C、专业的电子商务运营团队为本项目建设提供有力的技术保障

电子商务运营能力直接关系到用户粘性、用户贡献和用户忠诚度等。成功的电子商务运营将对用户群体进行有目的的组织和管理，增加用户的活跃度，还将通过对市场数据进行挖掘处理分析，可针对每个用户精准地提出个性化的活动方案策划和可行的产品改进方案。

公司目前已展开同天猫商城平台的运作，并已取得一定的营业成绩，并持续保持稳定的增长趋势。公司还将通过本项目与知名电子商务运营商共同打造成为食品类垂直电商，通过直接提供电商平台的产品推广、广告创意、流量引入、在线客服等全方面一站式服务，将商城打造成为“互联网+大食品”的特色商城。

同时，本项目与线下团队协作，可实现线下销售渠道“互动”与线上支付相结合的，具有体验服务、个性化的营销的 O2O 商业模式的目的。

（二）食用油扩建项目

1、项目概况

本项目拟在中山市建设实施，总投资额为 35,944.04 万元，建设期为三年，达产年为第五年，项目计算期为 13 年，达产后预计年收入为 13.72 亿元，项目的税后内部收益率 25.93%。本项目实施主体为广东美味鲜调味食品有限公司。

本项目将引进国内外先进的生产线配备吹瓶机、旋转称重灌装机、自动下箱机、自动码垛机等设备，生产 900mL、1.8L、5L 三种包装规格的花生油、玉米油与调和油等食用油产品。项目建设实施后，预计达产后年总产值约为 13.72 亿元。

2、项目背景

（1）食用油消费可选择性越来越多

食用油是提供人们热能、脂肪酸、氨基酸及其他营养的重要食品，能够增强菜肴的色、香、味，增强人们的适口感和饱食感。食用油消费量的多少，是衡量一个国家城乡居民生活水平高低的重要标志，在国家食物消费支出中占有重要地位。改革开放以来，我国居民消费水平发生了翻天覆地的变化，随着我国经济不断发展，人们生活水平不断提高，食用油的消费支出越来越大。从以前购买食用油需要油票发展到现在超市货架上随处可见，如花生油、玉米油、菜籽油、茶油、调和油等，食用油品种越来越丰富。

目前，我国已摆脱了食品匮乏时代，食用油产量在逐渐提高。根据国家统计

局数据显示,2014年我国食用植物油产量为6534.13万吨,相比2007年2,318.53万吨,复合增长率为15.95%;其中2014年1-11月,大豆油产量约为2,042万吨,菜籽油产量约为585万吨,棉籽油约为233万吨⁴。伴随着我国食用油品种越来越多,产量越来越大,人们对食用油的可选择也越来越多。

(2) 食用油安全受到了全社会关注

“民以食为天,食以洁为先”,农产品质量安全是民生之基,也是百姓最为关注的热点之一。以前,我们关注的是粮食够不够吃,而现在则更多关注的是食品是否安全、健康。目前,我国食品安全事故频发,食品安全成了日益成为人们关注的焦点。如地沟油事件频繁被曝光,一些不良商家利用食品监管的漏洞,违背社会道德,将各类劣质油,如回收的食用油、反复使用的炸油等地沟油搬上餐桌,不仅严重侵害了消费者的身体健康,还严重影响了我国本土食品品牌的形象。

目前,中国亟需解决的是食品安全的问题。相关部门只有严把质量关,才能给食用油安全问题多加一道“安全门”。中国食用油只有在解决食品安全的基础上,才能够让人们更加放心消费营养、健康的食用油。

(3) 食用油消费趋向于品牌化

基于我国食品安全问题比较严重,食品企业亟需建立起自己的品牌,增强品牌信用,才能够让消费者在选择食品消费的时候不再因为食品安全问题而犹豫。食品品牌在顾客心中存在独一无二的地位,拥有持久的竞争优势,可以避免企业落入价格竞争的红海。为解决我国食品安全问题,我国食用油生产企业必须本着社会良心,生产安全、健康、营养的食用油,让消费者用得放心,才能建立良好的品牌信用。一个企业只有将自己的品牌打造成强势品牌,才能保持长期健康发展。

3、项目的必要性和可行性分析

(1) 必要性

1) 抢占健康食用油市场是公司发展的重要方向

公司所生产的玉米油富含植物甾醇、丰富的维生素E,抑制皮肤衰老、防止色素沉着,具有抗氧化作用;驱除因皮肤过敏或是感染而引起的皮肤干燥和瘙痒等皮肤损害;含较多的维生素A,具有防止干眼病、夜盲症、皮肤炎、支气管扩

⁴ 万方数据: <http://d.wanfangdata.com.cn/Periodical/jcyxx-xxk201501006>

张及抗癌作用。

公司所生产的花生油富含多种脂肪酸及锌等多种微量元素和维生素 E、白藜芦醇等,适量食用花生油有益于心脑血管,可以预防肿瘤,还能减少血小板聚集、防治动脉硬化及心脑血管疾病。

公司作为我国调味品及食用油知名企业,生产健康、富含营养的食用油是对消费者的高度负责。公司秉承“厨邦讲良心,产品更放心”的制造理念,不断提升厨邦的高端品牌形象,建立厨邦“原产地、天然传统、安全食品”的品牌标准,生产健康、富含营养、口感优质的食用油,正迎合了消费者对健康安全食用油的消费需求。

2) 有利于强化公司的食品形象

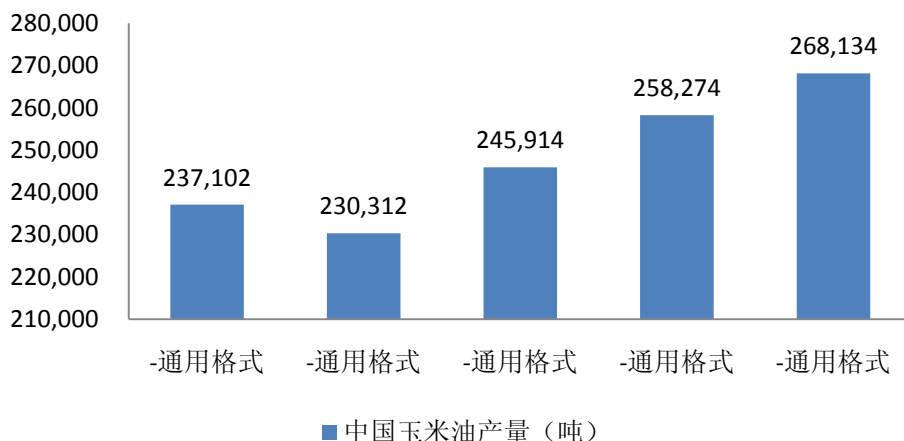
食用油是人们日常消费必需品,与消费者日常生活息息相关,关系到广大消费者的健康与安全。由于我国地沟油事件频出,消费者对我国食品品质安全越来越不放心。消费者对食品安全和质量的重视程度与日俱增,对食用油的品种、质量等因素日益重视。公司采购原材料时,经过严格的筛选工序,精选最优质的材料。在食用油调配工序中,公司运用优质配方,调配出营养价值高,稳定性良好的食用油。公司所生产的调和油原料为高品质的花生和芝麻原油,按照特殊配方,精心研制、合理调和后,还能够呈现出一种更为清新淡雅的香味,食用口感更是香而不腻。公司所生产出的优质食用油,符合市场的需求,将提高公司的品牌形象。

(2) 可行性

1) 我国食用油市场容量大

食用油主要分为动物脂肪与植物油。本项目主要生产花生油、玉米油与调和油,这些食用油都属于植物油。而调和油一般选用精炼大豆油、菜籽油、花生油、葵花籽油、棉籽油等为主要原料的混合油。玉米油具有很高的营养价值,是世界卫生组织推荐的三大健康油品之一,近年来国内玉米油消费量增长迅速,成为最为活跃的高端健康食用油。伴随着消费者健康意识的增强,消费者对食用油认知度越来越高。根据联合国粮农组织对我国玉米油的统计,2013 年我国玉米油产量为 268,134 吨,市场容量非常庞大。

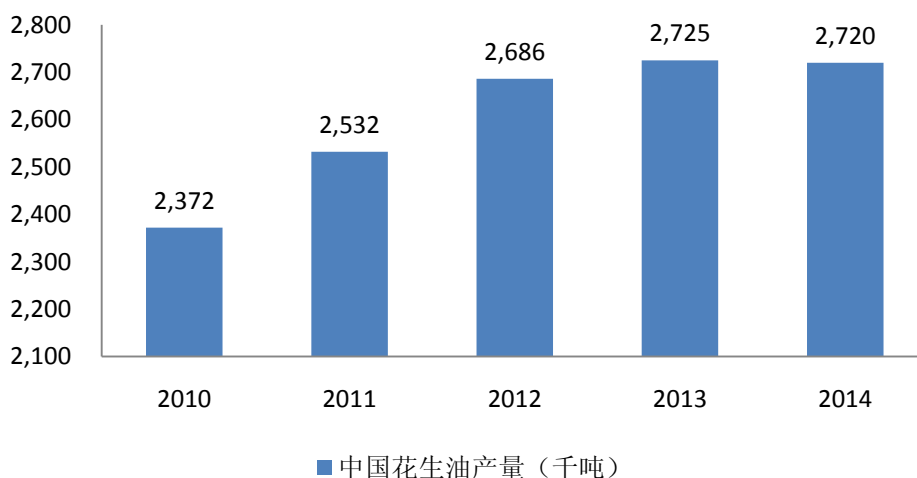
图表 2 2009-2013 年中国玉米油产量



数据来源：联合国粮农组织

花生油淡黄透明，色泽清亮，气味芬芳，滋味可口，是一种比较容易消化的食用油，具有健脾润肺，解积食的功效。花生制油业的发展主要集中在发展中国家，尤其是中国和印度榨油比例较大，油脂加工业总规模大。我国拥有巨大的花生油市场，根据美国农业部对我国花生油产量的统计，2014 年我国花生油产量为 2,720 千吨。

图表 3 2010-2014 年中国花生油产量



数据来源：美国农业部

2) 公司食用油一经推出，市场反应良好

公司的食用油主要包括厨邦纯花生油系列、厨邦纯玉米油、厨邦纯芝麻油系列的产品。公司为顺应消费者的需求，在已成功推广花生油系列、玉米油系列及芝麻油系列产品的基础上，于 2015 年 3 月推出了以天然五谷为原料的厨邦五谷调和油。厨邦五谷调和油精选了优质花生、玉米、大豆、葵花籽、芝麻为原料，营养均衡互补。公司以严格的执行控制标准，对食用油中的各种成分和原材料中

可能的农药残留进行监控，确保产品的安全卫生和高品质。公司食用油产品一经推出，便受到了消费者的追捧。

3、资格文件取得情况

本项目无需新增土地，相关立项、环评手续正在办理过程中。

（三）信息化系统升级项目

1、项目概况

本项目拟在火炬开发区建设实施，总投资额为 8,733.64 万元，建设期为三年。本项目实施主体为广东美味鲜调味食品有限公司。

本项目拟建设企业信息化管理系统，系统包含仓储物流物联网与大数据，可实现对公司财务、成本、采购、生产、库存、销售、质量等管理升级再造。本项目建成后，将更进一步规范公司的各流程管理。

2、项目背景

21 世纪以来，信息技术飞速发展，以网络为媒介、客户为中心的信息经济环境，将企业组织结构、技术研发、生产制造、市场营销、售后服务紧密相连在一起，使企业的资源得到有效整合。企业信息化管理的完善对企业的发展有着全方位影响，如业务模式、产品技术和企业内部管理的发展都离不开企业信息化提供强有力的保障。

特别是随着企业规模不断扩大、业务模式不断转变、市场环境不断变化，企业对信息化管理的要求从局部向整体、从简单向复合进行演变，标准也越来越高。所以，作为一个大型企业，必须拥有信息化管理才能够使得企业正常运作。

3、项目必要性及可行性分析

（1）必要性

1) 进一步实现现代化管理，提升核心竞争力

公司作为我国调味品行业知名企业，信息管理系统相比同行业一些公司仍有一定差距。公司本次非公开发行股票募集资金对各个项目进行投资，业务规模将呈现快速增长。公司现在的信息管理体系将不能够满足公司未来业务规模扩张的需求。所以，公司亟需实施本项目，从根本上提升服务能力和管理水平，增强本公司的核心竞争能力，进一步巩固在国内市场的领先地位。

2) 进一步提升信息化水平、提高生产效率

伴随着公司未来规模不断扩张，其采购、生产、库存、销售、质量管理需要运用企业资源管理系统与大数据进行优化，提升产出/人员比率，降低企业运营成本，提高生产效率。

本项目通过企业资源管理系统，运用仓储物联网与大数据技术，改造发货模式，将散箱装货改为整垛发货（含地台板及 RFID），实现货物直接装车，从而去除车内拆刹/搬运人员；在客户处布置 RFID 读取器，收集地台板信息，从而达成地台板外部运作管理；通过手机、RFID 等设备组成的物联网，构建产品、客户及公司物流中心的管控，实现产品精确分销，提升产品向二级三级渠道、终端门店乃至消费者定向推广的能力；通过 ERP 对企业中长期战略及年度经营计划进行分解，对各类采集的数据与计划进行比对和分析，检查经营决策与执行中的问题，并迅速修正，提升企业运营效率。

（2）可行性

1) 信息化管理是时代的产物

信息化管理是现代企业生存和发展的重要基础，涵盖了日常经营管理的各个层面，以信息化带动工业化，实现企业管理现代化的过程，是现代信息技术与先进管理理念相融合的时代产物。信息化管理突破了区域限制，实行跨地域资源优化配置。

企业通过信息化管理建设，运用大数据增强公司管理运营能力，强化企业的各种职能，共享各部门信息，对客户进行数据采集挖掘，加强公司的治理与客户的管理。从世界著名跨国企业的成功经验中可以发现，随着信息技术不断进步，大型企业普遍采用了先进的信息管理系统，为其建设规模庞大而运作有序的服务网络提供了坚实的管理基础。

2) 信息管理操作难度小

公司始终坚持以服务为导向的营销理念秉承“质量第一，顾客至上”的经营宗旨，在多年的经营中获得了宝贵的经验，与客户建立了良好的信任关系，让消费者享受到了最佳的调味品。

公司在全国 25 个省市拥有经销商，业务遍布全国各地。为更好地实现公司治理与客户管理，公司亟需建立信息化管理系统，提高工作效率。目前，构建一套便于操作、运行稳定且符合公司发展需求的信息管理系统对公司而言尤为重要。

而信息化管理系统属于成熟的技术，现在被普遍应用于各个领域，操作难度小，员工上手简单的特点。目前公司员工年龄趋向于年轻化，学习能力强，能够很快接受信息化管理系统操作。

3、资格文件取得情况

本项目无需新增土地。

（四）科技产业孵化园建设项目

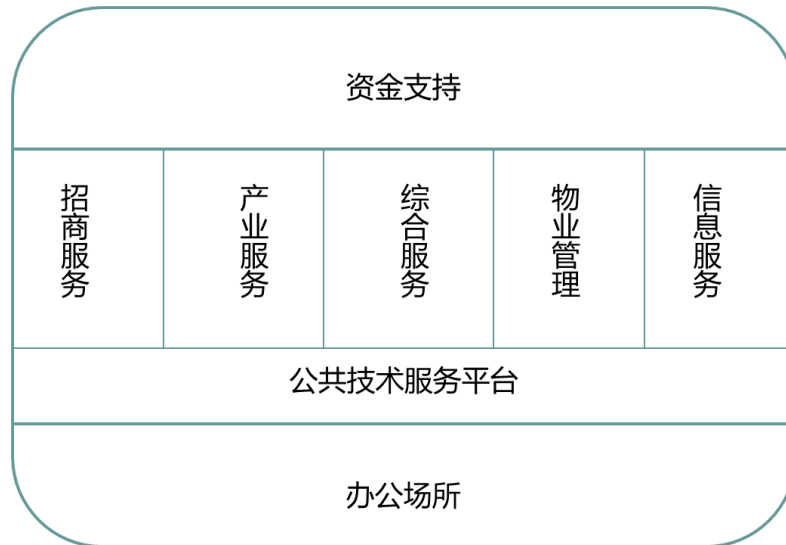
1、项目概况

公司计划在火炬开发区建立科技企业孵化器。项目主要结合孵化器园区运营及孵化基金投资两种运营模式。项目总投资 200,000.00 万元，其中投入 88,015.56 万元用于孵化园区建设，建设期两年，达产年为第五年，项目计算期为 12 年，满租后预计实现年租金收入为 11,230.53 万元，税后内部收益率 8.06%。

由于前期投入较大，收取租金低于市场平均价格，孵化园区运营收益相对较低。但项目主要收益在于获取孵化基金带来的投资收益。同时，孵化器具有一定的社会效益。孵化园区建设完成后进行孵化基金投资，主要用于对初创企业进行投资，以满足其前期资金发展需求，助推创业企业发展。本项目预计孵化基金投资 111,984.44 万元，分五年投入，税后内部收益率 24.32%。总体上，本项目可实现税后内部收益率 16.36%。

本项目主要收入来源包括孵化园区租金收入、相关增值服务收入及股权投资收益，同时，项目能够增强公司创新能力和品牌价值，推动初创企业成长，增强中山周边就业水平和经济活力，从而产生良好的经济溢出效应。

项目通过为新成立的科技型中小企业提供物理空间和基础设施，以及提供一系列的包括技术、财务、HR、市场等资源支持，并择优为初创企业提供部分启动资金，可以降低创业者的创业风险和创业成本、提高企业成功率、促进科技成果转化。本项目运营模式如下：



办公场所：为初创企业提供价格便宜的办公场所。

公共技术服务平台：提供公共信息平台及试验平台。

招商服务：负责项目洽谈，企业进驻审批，收集各类经济、科技信息和市场情报，推荐投资合作项目。

产业服务：企业生产、科研、市场营销、财务管理、知识产权、标准化等全过程服务，内资企业工商注册、税务登记“一条龙”服务，进驻企业毕业认定，协助高新技术企业、产品和各类项目的申报，研究企业发展模式，指导和培训进驻企业进行现代化管理，做好企业数据统计，科技中介机构的管理等。

综合服务：对外宣传，接待，文秘，档案，内部财务管理，信息调研，内部管理。

物业管理：孵化基地的水、电、设备、环境卫生、保安、企业策划等一系列物业后勤配套服务。

信息服务：孵化基地计算机网络管理及相关专业技术信息服务等。

资金支持：择优为初创企业提供一定的启动资金。

2、项目背景

(1) 项目所在区域概况

本项目座落于火炬开发区，该开发区是由国家科技部、广东省政府和中山市政府于 1990 年共同创办的国家级高新区。东临珠江口，与深圳、香港隔海相望，京珠高速、沿海高速、江中高速公路和珠三角轻轨铁路穿城而过。

火炬开发区总面积 90 平方公里、总人口 23 万，工业企业 1,000 多家，其中

规模以上企业 500 多家，世界 500 强企业近 20 家，致力发展电子信息、健康医药、包装印刷、化学工业、汽配工业等五大主题产业，以及装备制造、节能和新能源、微电子和通讯、生物科技四大新兴优势产业；现拥有国家健康科技产业基地、中国包装印刷基地、中国电子中山基地、中国高新技术产品出口基地、中国技术成果产业化（中山）示范基地、国家火炬计划装备制造中山（临海）基地，中国绿色食品产业基地等。

火炬开发区 2014 年全年实现生产总值 406.9 亿元，增长 8.8%；规模以上工业总产值 1690.4 亿元，规模以上工业增加值 313.5 亿元，增长 9.6%；固定资产投资 130.2 亿元，增长 19.2%；国地两税收入 79.1 亿元，增长 16%；公共财政预算收入 31 亿元，增长 11.8%；预计实现出口总值 85.5 亿美元，增长 4.1%。同时，装备制造、节能和新能源、微电子和通讯、生物科技四大新兴优势产业持续壮大，占全区经济总量达到 86.1%，生物医药产业基地被认定为广东省战略性新兴产业基地；现代服务业聚集区初步成型。

（2）孵化器相关产业政策

中共中央、国务院、广东省委省政府、中山政府长期鼓励孵化器发展，为孵化器发展提供包括产业政策、税收优惠、土地及资金等方面的扶持政策。

政策名称	发布时间	发布部门	扶持政策
《国家中长期科学和技术发展规划纲要（2006-2020 年）》	2006 年	国务院	构建技术交流与技术交易信息平台，对国家大学科技园、科技企业孵化基地、生产力促进中心、技术转移中心等科技中介服务机构开展的技术开发与服务活动给予政策扶持。
《实施〈国家中长期科学和技术发展规划纲要（2006—2020 年）〉的若干配套政策》	2006 年	国务院	扶持科技中介服务机构。对符合条件的科技企业孵化器、国家大学科技园自认定之日起，一定期限内免征营业税、所得税、房产税和城镇土地使用税。对其他符合条件的科技中介机构开展技术咨询和技术服务，研究制定必要的税收扶持政策。
《国家中长期人才发展规划纲要（2010-2020 年）》	2010 年	中共中央、国务院	继续加大对创业孵化器等基础设施的投入，创建创业服务网络，探索多种组织形式，为人才创业提供服务。
《科技企业孵化器认定和管理办法》	2010 年	科技部	孵化器是国家创新体系的重要组成部分，是创新创业人才培养的基地，是区域创新体系的重要内容。
《国务院关于进一步支持小型微	2012 年	国务院	实施创办小企业计划，培育和支持 3000 家小企业创业基地，大力开展创业培训和

政策名称	发布时间	发布部门	扶持政策
型企业健康发展的意见》			辅导,鼓励创办小企业,努力扩大社会就业。积极发展各类科技孵化器,到2015年,在孵企业规模达到10万家以上。
《中共中央国务院关于深化科技体制改革加快国家创新体系建设的意见》	2012年	中共中央、国务院	加强区域科技创新公共服务能力建设,进一步完善科技企业孵化器、大学科技园等创新创业载体的运行服务机制,强化创业辅导功能。
《国家科技企业孵化器“十二五”发展规划》	2012年	科技部	各级政府要加大对国家级孵化器房产税、城镇土地使用税、营业税和所得税优惠政策的落实力度。加大资金投入。
《关于科技企业孵化器税收政策的通知》	2013年	财政部、国家税务总局	自2013年1月1日至2015年12月31日,对符合条件的孵化器自用以及无偿或通过出租等方式提供给孵化企业使用的房产、土地,免征房产税和城镇土地使用税;对其向孵化企业出租场地、房屋以及提供孵化服务的收入,免征营业税。
《中共广东省委广东省人民政府关于全面深化科技体制改革加快创新驱动发展的决定》	2014年	中共广东省委、广东省人民政府	重点支持建设一批面向中小微企业的综合性前孵化器、大型孵化器,形成网络化的创新服务体系。积极引进外资和民间资本参与国有孵化器建设,探索发展一批混合所有制孵化器。充分发挥科技型中小企业创新基金引导作用,通过贷款贴息、研发资助等方式重点支持种子期、初创期中小微企业技术创新活动。
《广东省人民政府关于加快科技创新的若干政策意见》	2015年	广东省人民政府	完善科技企业孵化器建设用地政策。利用新增工业用地开发建设科技企业孵化器,可按一类工业用地性质供地。建立科技企业孵化器财政资金补助制度。建立科技企业孵化器风险补偿制度。省市共建面向科技企业孵化器的风险补偿金,对天使投资失败项目,由省市财政按损失额的一定比例给予补偿。
《广东省科学技术厅广东省财政厅关于科技企业孵化器后补助试办法》	2015年	广东省科学技术厅、广东省财政厅	符合有关规定的孵化器可享受新增孵化面积补助、运营成效优良奖励等后补助政策。
《中山市创业孵化基地认定管理办法》	2013年	中山市人力资源和社会保障局	本市户籍有创业愿望和能力的孵化对象,可自主选择申请入驻孵化基地,孵化期间可享受国家、省、市相关创业扶持政策。

政策名称	发布时间	发布部门	扶持政策
《中山市创新创业孵化平台认定管理办法》	2015年	中山市科学技术局	市科技局每年在产业扶持专项经费中安排资金对符合条件的市级孵化平台建设、孵化服务和在孵对象予以支持。

(2) 项目市场前景

科技企业孵化器是以促进科技成果转化、培养高新技术企业和企业家为宗旨的科技创业服务载体。

1) 孵化器的发展历程

1959年，第一家孵化器诞生于美国贝特维亚工业中心，主要目标是为了缓解社区的高失业率的状况。之后，风险资本的触角伸入孵化器中，创业孵化集团出现，创业孵化集团的革命性在于其解决了传统孵化器的两个基本问题：一是具备了独立的投资功能，二是解决了传统孵化器难以吸引高素质的管理人才的问题。2009年2月26日，在美国总统奥巴马上任后公布的第一个联邦预算中，拨款1亿美元支持孵化器网络建设，以提升中小企业的创新力、成长率和贡献率。

我国自1987年6月第一家孵化器武汉东湖新技术创业中心成立至今，国家层面对孵化器的政策扶持及我国经济发展使得全国范围内孵化期数量骤增，孵化器数量由2005年534家增至2015年的1,600多家。截至2010年末，全国纳入火炬计划统计体系的科技企业孵化器达到896家（其中国家级346家），孵化面积超过3000万平方米，服务和管理人员队伍达1.5万余人，在孵企业56,382家，其中留学生企业7,677家，留学回国人员16,184人。

2) 我国孵化器的主要模式

现有孵化器主要分园区型孵化器、投资型孵化器、产业型孵化器和中介型孵化器等几种类型。

孵化器类型	控制主体	运营模式	典型代表
园区型孵化器	以政府、国有企业以及大学为主	由政府无偿或者低价出让土地或者物业资产，以免费或者较低的租金来吸引企业入驻，依靠政府的房租补贴或其他资金支持以及向入驻企业收取少量的租金、服务费的方式来维持孵化器的运营。	南京高科、张江高科、东湖高新等

投资型孵化器	以民营企业为主	除提供办公场地、财务、法律等基础性服务外，更加侧重于对创业项目的成长管理和追踪等其他增值服务。主要通过对孵化企业的投资来获取收益，其更多是VC投资阶段向早期的延伸。	创新工场、创智空间等
产业型孵化器		依托产业资本而设立，与投资型孵化器不同，对财务回报的考虑较少。更加侧重于处于极早期的前沿创新技术或者商业模式且具有广阔市场前景、容易发展成为百亿元体量级的项目。	微软创投加速器等
中介型孵化器		更加侧重于对孵化企业服务，提供的服务一般包括办公空间、法律、财务等基础性服务，同时会帮助孵化企业进行投融资的对接，有些孵化机构会引入导师制对孵化企业予以辅导。	车库咖啡、i 黑马等

我国大部分的企业孵化器仍然处于初始发展的阶段，主要收益依靠房租。目前，已经有不少的孵化器在强化增值服务和投资收益上进行着积极探索。

3、项目的必要性和可行性分析

(1) 必要性

1) 孵化器的建设有利于提高中炬高新整体创新能力

创新是一个企业生存和发展的灵魂，孵化器作为创新创业的重要载体，能够带来技术创新和管理创新，例如，2010年全国孵化器内申请知识产权保护的企业超过90%，获得专利的达到60%，其中有发明专利和软件著作权的企业超过40%。

本建设项目能够提高中炬高新整体创新能力：一方面，公司能够吸收孵化器带来的知识和人才溢出效应，提高公司的创新氛围和创新文化；另一方面，中炬高新作为优秀孵化企业的直接投资者，能够直接分享创新成果。

2) 孵化器的建设有利于公司整合资源，促进公司业务可持续发展

中炬高新作为中山市本土重点企业之一，现涉足食品、房地产、汽车和摩托车配件、电池等产业。公司依托孵化器创新创业平台，有利于利用现有产业基础、上市公司融资能力等资源，通过企业孵化方式，在做大做强现有食品、设备制造等产业的基础上，适时发展现有产业链条上的新增长极，促进公司业务持续增长。

3) 孵化器的建设有利于提高中山周边地区创新创业能力

随着创新驱动升级为国家战略，“大众创新、万众创业”成为经济增长新引擎，创新创业大潮正在全国各地涌动。新常态的大背景下，作为具有促进创业、拉动就业、培育新兴产业重大作用的孵化器获得了政府的大力扶持，而全国创新创业热情高涨、VC 投资转向早期阶段更是推动了孵化器的飞速发展。孵化器具有促进科技成果转化、降低创业风险的作用，是国家创新体系的重要组成部分，对于培养高新技术企业及产业、提高国家的创新力及竞争力、扩大创业热情、拉动就业具有显著地促进作用和示范效应。尤其在经济面临结构化转型升级时，孵化器的示范效应会更加凸显。截至 2010 年末，全国孵化器在孵企业带动就业人数达 117.8 万人，其中大专以上学历超过 74%。毕业企业累计近 4 万家，其中毕业当年收入超过 1,000 万元的企业达 30%以上，累计上市企业超过 158 家。

(2) 可行性

1) 孵化器的建设能够获得从中央到地方的政策支持

我国中央和地方政府长期鼓励孵化器发展，为孵化器发展提供包括产业政策、税收优惠、土地及资金等方面的扶持政策。

本项目占地面积约 4.49 万平方米，建筑面积约 15.72 万平方米，属于国内比较大型的孵化器，公司按照国家级孵化器建造标准，力争将本项目打造成为国家级孵化器。届时，项目将获得包括国家、广东省和中山市的孵化器相关的税收、土地、资金等优惠政策，为孵化器的健康发展创造更加宽松的环境。

2) 项目地理位置优越，对小微企业具有很强的吸引力

项目位于经济发达的珠三角地区，产业基础雄厚，并且近年来产业结构调整成效显著。2014 年，珠三角实现 GDP5.78 万亿元，增速达 7.8%，人均 GDP 首破 10 万元大关。先进制造业增加值和高技术制造业增加值占规模以上工业比重分别达 53.1%和 30.3%，新设立市场主体 104.5 万户，增长 20%。珠三角的经济发展及市场主体的活跃为孵化器的提供了发展的土壤，使之能够吸纳到大量的具有发展潜力的初创企业。

另外，项目位于火炬开发区，装备制造、节能和新能源、微电子和通讯、生物科技四大新兴优势产业占全区经济总量达到 86.1%，项目主导产业本身也是火炬开发区产业基础的延伸与创新。

项目所在地交通方便，与珠三角两大核心城市广州、深圳不足 100 公里，特别是深中通道开通后，到深圳将缩减至半小时车程内，将能够很好的承接深圳的通讯、生物等优势产业。

3) 公司具备相关的项目管理经验，为成功运营孵化器提供了保障

公司长期涉足高新技术企业投资和国家级开发区的项目规划、招商引资、基础设施建设和投资服务等工作，拥有商业物业运营经验，将帮助公司有效实现对园区的管理，为区内优质孵化企业提供持续服务。

4、资格文件取得情况

本项目将在土地证号为中府国用（2009）第易 151217 号的国有建设用地上实施，相关立项、环评手续正在办理过程中。