

(上接A23版)
务,另一方面,也需要通过补充营运资金,提升公司营运空间,为未来的产业链延伸夯实基础。

2、补充营运资金的可行性

(1) 黄金珠宝业务交易前景良好

中国经济经过多年来的持续快速增长,人均收入水平不断提高,人们在满足基本生活需要的基础上,逐渐增加了对高档消费品的消费需求,而黄金珠宝既可以满足人们追求时尚、彰显个性和身份地位的需要,满足人们对艺术和精神层面的需求,又能满足资产的保值增值,因而已经成为继住房、汽车之后,中国老百姓的第三大消费热点。

目前,我国已经成为黄金产销第一大国,2013年的黄金消费量达1,176.40吨,比2012年增长超过40%,其中金条消费增长超过40%,黄金首饰增长超过40%,中国已经发展成为当今全球增长最快的黄金市场。根据国家统计局公布的数据,限额以上金银珠宝零售总额从2003年开始进入高速增长阶段,2013年的销售额达2,969亿元,近五年的复合增长率30%,未来,随着人均可支配收入的不断提升,消费升级的持续深化,我国居民消费黄金的能力将进一步提升。

此外,随着上世纪80-90年代婴儿潮一代进入适婚年龄以及独生子女政策的逐渐放松,将长期成为黄金珠宝行业增长提供支撑,预计未来黄金珠宝行业仍将持续高速增长的发展趋势。

3、补充营运资金有利于公司黄金珠宝业务的持续发展

黄金珠宝行业在我国属于朝阳产业,随着经济的持续发展,未来发展前景广阔。鉴于该行业资金密集的业务模式,资金实力是决定黄金珠宝企业竞争力强弱的重要指标之一,营运资金相对充裕的企业将占据优势竞争地位。因此,本次募集资金用于补充营运资金为公司黄金珠宝业务的持续发展创造了良好的条件。

(二)偿还公司银行借款和其他主要债务的必要性

公司在进行业务转型前,主营业务一直处于亏损状态,积累了较大的债务负担,本次拟通过募集资金进行偿还,其中拟偿还的公司关联方借款及债务为693亿元,拟偿还的其他主要债务包括实施的应付职工薪酬、税费以及相关的带纳款8,027万元,两项合计8,720万元。

上述债务负担导致公司融资功能受限,使得公司无法获取业务发展所需要的資金。通过本次非公开发行募集资金偿还公司银行借款和其他主要债务,公司可以显著降低资产负债率,改善财务结构,降低关联交易,大幅提升公司整体的抗风险能力。公司主要债务的偿还也将显著增强公司的商业信用,重塑公司的信用形象,有利于公司未来继续进行融资,提升了公司的持续融资潜力。

(三)培育大数据与云服务新业务

1、公司拓展大数据与云服务业务的必要性

(1) 公司主营业务现状

公司目前的主要业务为黄金珠宝首饰贸易及化学制剂药和中成药的生产和销售;

公司药品业务主要从事十多个品种的片剂、胶囊剂、薄膜剂和原料药药品的生产与销售,以订单生产为主,由于主要依赖区域经销商进行销售,自主营销能力偏弱,生产批文号,生产产能闲置程度较为严重,盈利能力较差。

黄金珠宝贸易业务是2013年5月公司股票暂停上市后,公司为提高经营能力,寻找新的盈利增长点,通过业务转型开展的新业务。目前黄金珠宝贸易业务运作良好,有效改善了上市公司的经营状况,提高了上市公司的盈利能力。2013年度,金泰国际实现黄金珠宝营业收入53,136.69万元,实现净利润1,835.14万元。

(2) 公司有必要进一步开拓新业务、推动经营领域的多元化发展

为平抑可能发生的行业波动,降低公司经营风险,公司拟在黄金珠宝贸易业务的基础上进一步开拓新业务领域,推动经营领域的多元化发展,从而进一步提升公司的持续经营能力和盈利能力。

(四)大数据与云服务业务是公司开拓新业务的较优选择

互联网领域是技术创新最为活跃、技术更新最快的新兴产业之一,大数据和云服务作为互联网产业的又一个颠覆性技术变革,正逐步渗透、改变传统产业,以大数据和云服务为基本的各种业务、新应用层出不穷。作为行业新进入者,可以通过积极投入新技术研发、创新商业模式,切入新应用领域的方式,快速进入大数据与云服务业务领域,并获得相应的市场机会与发展空间。因此,大数据与云服务业务可为公司开拓新业务的较优选择。

2、公司拓展大数据与云服务业务的可行性

(1) 我国互联网产业发展前景良好

《国务院关于加快培育和发展战略性新兴产业的决定》(国发[2010]32号)中将包括物联网在内的新一代信息技术产业作为我国战略性新兴产业发展的重点方向和主要任务;国务院《关于加快发展战略性服务业的指导意见》(国办发[2011]58号)中亦将包括云计算在内信息技术服务列入重点发展的高技术服务业。在国家和各极政府的政策大力支持下,各类市场主体积极参与物联网产业,产业发展稳步增长,网络服务能力显著提升,应用服务蓬勃发展,产业整体实力进一步加强,并形成横向延伸、纵向深入、跨界融合发展的态势,互联网作为经济发展和社会进步的推动力量,其支撑地位的作用逐渐突出。

在互联网快速发展的带动下,中国信息消费规模不断扩张,2013年全年信息消费规模超过2万亿元,增长25%左右,特别是基于移动互联网的信息消费已成为最大潜力,增长空间最大的领域。2013年8月,国务院发布的《关于促进信息消费扩大和升级若干政策措施的意见》提出,到2015年,预计信息消费规模将超过3.2万亿元,年均增长20%以上,带动相关行业新增产出超过1.2万亿元,其中基于互联网的新型信息消费规模将达到2.4万亿元,年均增长30%以上,对国民经济的贡献将进一步增强。

(2) 互联网产业跨界融合成新趋势,产业互联网进入新阶段

随着传统行业互联网化趋势,中国互联网产业跨界融合发展趋势进一步显现,开放合作、垂直融合的产业新格局正在形成。

产业内部,互联网产业链正在垂直进行着更广泛的整合。在移动互联网迅猛发展的不断催化下,产业链上下游的壁垒被进一步打破,电信运营商、内容应用服务商、设备制造商、终端商、软件商等企业加速将自身业务向产业链上下游延伸,通过企业并购、业务合作等形式,有针对性地通过产品、软件、应用服务的一体化特色服务,以争抢移动互联网入口。

产业外,互联网与电信、金融等传统行业纵跨跨界融合加速,产业链边界日渐模糊。一方面,传统企业积极向互联网迈进,传统商贸企业、大型渠道商,快速消费品企业等纷纷向互联网转型,推动网络零售业快速发展。到2015年,中国网络零售交易额将突破3万亿元人民币。在电子商务和商业模式的推动下,传统企业已成为了互联网生态体系不可分割的一部分。另一方面,互联网正在向金融等传统领域进军。

(3) 云计算进一步夯实基础,大数据、云服务应用市场蓄势待发

当前,中国云计算产业发展迅速,高歌猛进的势头愈发显现,国内云计算市场需求进一步增长,用户需求也趋向多样性,云计算已成为信息产业新的增长点。

伴随移动互联网、云计算的兴起,中国大数据应用市场持续发酵。在国家层面,政府部门已意识到大数据作为战略资产的价值和重要性;在行业层面,各企业也逐步意识到大数据的应用,并开始着手向产业链上下游延伸,通过企业并购、业务合作等形式,有针对性地通过产品、软件、应用服务的一体化特色服务,以争抢移动互联网入口。

产业内部,互联网产业链正在垂直进行着更广泛的整合。在移动互联网迅猛发展的不断催化下,产业链上下游的壁垒被进一步打破,电信运营商、内容应用服务商、设备制造商、终端商、软件商等企业加速将自身业务向产业链上下游延伸,通过企业并购、业务合作等形式,有针对性地通过产品、软件、应用服务的一体化特色服务,以争抢移动互联网入口。

产业外,互联网与电信、金融等传统行业纵跨跨界融合加速,产业链边界日渐模糊。一方面,传统企业积极向互联网迈进,传统商贸企业、大型渠道商,快速消费品企业等纷纷向互联网转型,推动网络零售业快速发展。到2015年,中国网络零售交易额将突破3万亿元人民币。在电子商务和商业模式的推动下,传统企业已成为了互联网生态体系不可分割的一部分。另一方面,互联网正在向金融等传统领域进军。

(4) 云计算进一步夯实基础,大数据、云服务应用市场蓄势待发

当前,中国云计算产业发展迅速,高歌猛进的势头愈发显现,国内云计算市场需求进一步增长,用户需求也趋向多样性,云计算已成为信息产业新的增长点。

伴随移动互联网、云计算的兴起,中国大数据应用市场持续发酵。在国家层面,政府部门已意识到大数据作为战略资产的价值和重要性;在行业层面,各企业也逐步意识到大数据的应用,并开始着手向产业链上下游延伸,通过企业并购、业务合作等形式,有针对性地通过产品、软件、应用服务的一体化特色服务,以争抢移动互联网入口。

产业内部,互联网产业链正在垂直进行着更广泛的整合。在移动互联网迅猛发展的不断催化下,产业链上下游的壁垒被进一步打破,电信运营商、内容应用服务商、设备制造商、终端商、软件商等企业加速将自身业务向产业链上下游延伸,通过企业并购、业务合作等形式,有针对性地通过产品、软件、应用服务的一体化特色服务,以争抢移动互联网入口。

产业外,互联网与电信、金融等传统行业纵跨跨界融合加速,产业链边界日渐模糊。一方面,传统企业积极向互联网迈进,传统商贸企业、大型渠道商,快速消费品企业等纷纷向互联网转型,推动网络零售业快速发展。到2015年,中国网络零售交易额将突破3万亿元人民币。在电子商务和商业模式的推动下,传统企业已成为了互联网生态体系不可分割的一部分。另一方面,互联网正在向金融等传统领域进军。

(5) 云计算进一步夯实基础,大数据、云服务应用市场蓄势待发

当前,中国云计算产业发展迅速,高歌猛进的势头愈发显现,国内云计算市场需求进一步增长,用户需求也趋向多样性,云计算已成为信息产业新的增长点。

伴随移动互联网、云计算的兴起,中国大数据应用市场持续发酵。在国家层面,政府部门已意识到大数据作为战略资产的价值和重要性;在行业层面,各企业也逐步意识到大数据的应用,并开始着手向产业链上下游延伸,通过企业并购、业务合作等形式,有针对性地通过产品、软件、应用服务的一体化特色服务,以争抢移动互联网入口。

产业内部,互联网产业链正在垂直进行着更广泛的整合。在移动互联网迅猛发展的不断催化下,产业链上下游的壁垒被进一步打破,电信运营商、内容应用服务商、设备制造商、终端商、软件商等企业加速将自身业务向产业链上下游延伸,通过企业并购、业务合作等形式,有针对性地通过产品、软件、应用服务的一体化特色服务,以争抢移动互联网入口。

产业外,互联网与电信、金融等传统行业纵跨跨界融合加速,产业链边界日渐模糊。一方面,传统企业积极向互联网迈进,传统商贸企业、大型渠道商,快速消费品企业等纷纷向互联网转型,推动网络零售业快速发展。到2015年,中国网络零售交易额将突破3万亿元人民币。在电子商务和商业模式的推动下,传统企业已成为了互联网生态体系不可分割的一部分。另一方面,互联网正在向金融等传统领域进军。

(6) 云计算进一步夯实基础,大数据、云服务应用市场蓄势待发

当前,中国云计算产业发展迅速,高歌猛进的势头愈发显现,国内云计算市场需求进一步增长,用户需求也趋向多样性,云计算已成为信息产业新的增长点。

伴随移动互联网、云计算的兴起,中国大数据应用市场持续发酵。在国家层面,政府部门已意识到大数据作为战略资产的价值和重要性;在行业层面,各企业也逐步意识到大数据的应用,并开始着手向产业链上下游延伸,通过企业并购、业务合作等形式,有针对性地通过产品、软件、应用服务的一体化特色服务,以争抢移动互联网入口。

产业内部,互联网产业链正在垂直进行着更广泛的整合。在移动互联网迅猛发展的不断催化下,产业链上下游的壁垒被进一步打破,电信运营商、内容应用服务商、设备制造商、终端商、软件商等企业加速将自身业务向产业链上下游延伸,通过企业并购、业务合作等形式,有针对性地通过产品、软件、应用服务的一体化特色服务,以争抢移动互联网入口。

产业外,互联网与电信、金融等传统行业纵跨跨界融合加速,产业链边界日渐模糊。一方面,传统企业积极向互联网迈进,传统商贸企业、大型渠道商,快速消费品企业等纷纷向互联网转型,推动网络零售业快速发展。到2015年,中国网络零售交易额将突破3万亿元人民币。在电子商务和商业模式的推动下,传统企业已成为了互联网生态体系不可分割的一部分。另一方面,互联网正在向金融等传统领域进军。

(7) 云计算进一步夯实基础,大数据、云服务应用市场蓄势待发

当前,中国云计算产业发展迅速,高歌猛进的势头愈发显现,国内云计算市场需求进一步增长,用户需求也趋向多样性,云计算已成为信息产业新的增长点。

伴随移动互联网、云计算的兴起,中国大数据应用市场持续发酵。在国家层面,政府部门已意识到大数据作为战略资产的价值和重要性;在行业层面,各企业也逐步意识到大数据的应用,并开始着手向产业链上下游延伸,通过企业并购、业务合作等形式,有针对性地通过产品、软件、应用服务的一体化特色服务,以争抢移动互联网入口。

产业内部,互联网产业链正在垂直进行着更广泛的整合。在移动互联网迅猛发展的不断催化下,产业链上下游的壁垒被进一步打破,电信运营商、内容应用服务商、设备制造商、终端商、软件商等企业加速将自身业务向产业链上下游延伸,通过企业并购、业务合作等形式,有针对性地通过产品、软件、应用服务的一体化特色服务,以争抢移动互联网入口。

产业外,互联网与电信、金融等传统行业纵跨跨界融合加速,产业链边界日渐模糊。一方面,传统企业积极向互联网迈进,传统商贸企业、大型渠道商,快速消费品企业等纷纷向互联网转型,推动网络零售业快速发展。到2015年,中国网络零售交易额将突破3万亿元人民币。在电子商务和商业模式的推动下,传统企业已成为了互联网生态体系不可分割的一部分。另一方面,互联网正在向金融等传统领域进军。

(8) 云计算进一步夯实基础,大数据、云服务应用市场蓄势待发

当前,中国云计算产业发展迅速,高歌猛进的势头愈发显现,国内云计算市场需求进一步增长,用户需求也趋向多样性,云计算已成为信息产业新的增长点。

伴随移动互联网、云计算的兴起,中国大数据应用市场持续发酵。在国家层面,政府部门已意识到大数据作为战略资产的价值和重要性;在行业层面,各企业也逐步意识到大数据的应用,并开始着手向产业链上下游延伸,通过企业并购、业务合作等形式,有针对性地通过产品、软件、应用服务的一体化特色服务,以争抢移动互联网入口。

产业内部,互联网产业链正在垂直进行着更广泛的整合。在移动互联网迅猛发展的不断催化下,产业链上下游的壁垒被进一步打破,电信运营商、内容应用服务商、设备制造商、终端商、软件商等企业加速将自身业务向产业链上下游延伸,通过企业并购、业务合作等形式,有针对性地通过产品、软件、应用服务的一体化特色服务,以争抢移动互联网入口。

产业外,互联网与电信、金融等传统行业纵跨跨界融合加速,产业链边界日渐模糊。一方面,传统企业积极向互联网迈进,传统商贸企业、大型渠道商,快速消费品企业等纷纷向互联网转型,推动网络零售业快速发展。到2015年,中国网络零售交易额将突破3万亿元人民币。在电子商务和商业模式的推动下,传统企业已成为了互联网生态体系不可分割的一部分。另一方面,互联网正在向金融等传统领域进军。

(9) 云计算进一步夯实基础,大数据、云服务应用市场蓄势待发

当前,中国云计算产业发展迅速,高歌猛进的势头愈发显现,国内云计算市场需求进一步增长,用户需求也趋向多样性,云计算已成为信息产业新的增长点。

伴随移动互联网、云计算的兴起,中国大数据应用市场持续发酵。在国家层面,政府部门已意识到大数据作为战略资产的价值和重要性;在行业层面,各企业也逐步意识到大数据的应用,并开始着手向产业链上下游延伸,通过企业并购、业务合作等形式,有针对性地通过产品、软件、应用服务的一体化特色服务,以争抢移动互联网入口。

产业内部,互联网产业链正在垂直进行着更广泛的整合。在移动互联网迅猛发展的不断催化下,产业链上下游的壁垒被进一步打破,电信运营商、内容应用服务商、设备制造商、终端商、软件商等企业加速将自身业务向产业链上下游延伸,通过企业并购、业务合作等形式,有针对性地通过产品、软件、应用服务的一体化特色服务,以争抢移动互联网入口。

产业外,互联网与电信、金融等传统行业纵跨跨界融合加速,产业链边界日渐模糊。一方面,传统企业积极向互联网迈进,传统商贸企业、大型渠道商,快速消费品企业等纷纷向互联网转型,推动网络零售业快速发展。到2015年,中国网络零售交易额将突破3万亿元人民币。在电子商务和商业模式的推动下,传统企业已成为了互联网生态体系不可分割的一部分。另一方面,互联网正在向金融等传统领域进军。

(10) 云计算进一步夯实基础,大数据、云服务应用市场蓄势待发

当前,中国云计算产业发展迅速,高歌猛进的势头愈发显现,国内云计算市场需求进一步增长,用户需求也趋向多样性,云计算已成为信息产业新的增长点。

伴随移动互联网、云计算的兴起,中国大数据应用市场持续发酵。在国家层面,政府部门已意识到大数据作为战略资产的价值和重要性;在行业层面,各企业也逐步意识到大数据的应用,并开始着手向产业链上下游延伸,通过企业并购、业务合作等形式,有针对性地通过产品、软件、应用服务的一体化特色服务,以争抢移动互联网入口。

产业内部,互联网产业链正在垂直进行着更广泛的整合。在移动互联网迅猛发展的不断催化下,产业链上下游的壁垒被进一步打破,电信运营商、内容应用服务商、设备制造商、终端商、软件商等企业加速将自身业务向产业链上下游延伸,通过企业并购、业务合作等形式,有针对性地通过产品、软件、应用服务的一体化特色服务,以争抢移动互联网入口。

产业外,互联网与电信、金融等传统行业纵跨跨界融合加速,产业链边界日渐模糊。一方面,传统企业积极向互联网迈进,传统商贸企业、大型渠道商,快速消费品企业等纷纷向互联网转型,推动网络零售业快速发展。到2015年,中国网络零售交易额将突破3万亿元人民币。在电子商务和商业模式的推动下,传统企业已成为了互联网生态体系不可分割的一部分。另一方面,互联网正在向金融等传统领域进军。

(11) 云计算进一步夯实基础,大数据、云服务应用市场蓄势待发

当前,中国云计算产业发展迅速,高歌猛进的势头愈发显现,国内云计算市场需求进一步增长,用户需求也趋向多样性,云计算已成为信息产业新的增长点。

伴随移动互联网、云计算的兴起,中国大数据应用市场持续发酵。在国家层面,政府部门已意识到大数据作为战略资产的价值和重要性;在行业层面,各企业也逐步意识到大数据的应用,并开始着手向产业链上下游延伸,通过企业并购、业务合作等形式,有针对性地通过产品、软件、应用服务的一体化特色服务,以争抢移动互联网入口。

产业内部,互联网产业链正在垂直进行着更广泛的整合。在移动互联网迅猛发展的不断催化下,产业链上下游的壁垒被进一步打破,电信运营商、内容应用服务商、设备制造商、终端商、软件商等企业加速将自身业务向产业链上下游延伸,通过企业并购、业务合作等形式,有针对性地通过产品、软件、应用服务的一体化特色服务,以争抢移动互联网入口。

产业外,互联网与电信、金融等传统行业纵跨跨界融合加速,产业链边界日渐模糊。一方面,传统企业积极向互联网迈进,传统商贸企业、大型渠道商,快速消费品企业等纷纷向互联网转型,推动网络零售业快速发展。到2015年,中国网络零售交易额将突破3万亿元人民币。在电子商务和商业模式的推动下,传统企业已成为了互联网生态体系不可分割的一部分。另一方面,互联网正在向金融等传统领域进军。

(12) 云计算进一步夯实基础,大数据、云服务应用市场蓄势待发

当前,中国云计算产业发展迅速,高歌猛进的势头愈发显现,国内云计算市场需求进一步增长,用户需求也趋向多样性,云计算已成为信息产业新的增长点。

伴随移动互联网、云计算的兴起,中国大数据应用市场持续发酵。在国家层面,政府部门已意识到大数据作为战略资产的价值和重要性;在行业层面,各企业也逐步意识到大数据的应用,并开始着手向产业链上下游延伸,通过企业并购、业务合作等形式,有针对性地通过产品、软件、应用服务的一体化特色服务,以争抢移动互联网入口。

产业内部,互联网产业链正在垂直进行着更广泛的整合。在移动互联网迅猛发展的不断催化下,产业链上下游的壁垒被进一步打破,电信运营商、内容应用服务商、设备制造商、终端商、软件商等企业加速将自身业务向产业链上下游延伸,通过企业并购、业务合作等形式,有针对性地通过产品、软件、应用服务的一体化特色服务,以争抢移动互联网入口。

产业外,互联网与电信、金融等传统行业纵跨跨界融合加速,产业链边界日渐模糊。一方面,传统企业积极向互联网迈进,传统商贸企业、大型渠道商,快速消费品企业等纷纷向互联网转型,推动网络零售业快速发展。到2015年,中国网络零售交易额将突破3万亿元人民币。在电子商务和商业模式的推动下,传统企业已成为了互联网生态体系不可分割的一部分。另一方面,互联网正在向金融等传统领域进军。

(13) 云计算进一步夯实基础,大数据、云服务应用市场蓄势待发

当前,中国云计算产业发展迅速,高歌猛进的势头愈发显现,国内云计算市场需求进一步增长,用户需求也趋向多样性,云计算已成为信息产业新的增长点。

伴随移动互联网、云计算的兴起,中国大数据应用市场持续发酵。在国家层面,政府部门已意识到大数据作为战略资产的价值和重要性;在行业层面,各企业也逐步意识到大数据的应用,并开始着手向产业链上下游延伸,通过企业并购、业务合作等形式,有针对性地通过产品、软件、应用服务的一体化特色服务,以争抢移动互联网入口。

产业内部,互联网产业链正在垂直进行着更广泛的整合。在移动互联网迅猛发展的不断催化下,产业链上下游的壁垒被进一步打破,电信运营商、内容应用服务商、设备制造商、终端商、软件商等企业加速将自身业务向