

■2020年2月11日 星期二

(上接A30版)

三、发行人自然人股东在公司任职情况

公司计有9名自然人股东,具体情况如下表:

序号	股东名称	在公司任职情况
1	冯烈	董事长、总经理
2	倪福坤	董事、副总经理
3	孙斌	董事、副总经理
4	罗伟	副总经理
5	夏益忠	副总经理
6	许宁	-
7	张有忠	董事会秘书
8	章忠	财务总监
9	陈云斌	总工程师

四、发行前各股东间的关联关系及关联股东的各自持股比例

本次发行前,各股东的具体关联交易如下:

序号	关联股东	关联交易	持股数量(股)	持股比例(%)
1	冯烈	冯烈是建业投资及建屹投资的实际控制人,持有建业投资24.45%股权,建屹投资42.22%出资比例,并为建屹投资执行事务合伙人。	80,707,081	67.2559
2	建业投资	2,740,072	2.2834	
3	建屹投资	900,000	0.7500	
4	建业投资	2,740,072	2.2834	
5	孙斌	张有忠持有建业投资1.82%股权,章忠持有建业投资1.46%股权,陈云斌持有建业投资1.46%股权,孙斌的配偶钱峰持有建业投资1.82%股权。	250,006	0.2083
6	张有忠	200,000	0.1667	
7	章忠	200,000	0.1667	
8	陈云斌	200,000	0.1667	

五、发行前股东所持股份的限售安排和自愿锁定股份的承诺

1、公司控股股东、实际控制人冯烈承诺:

(1) 建业投资股票上市之日起三十六个月内,不转让或者委托他人管理本人持有的建业投资公开发行股票前已发行的股份,也不由建业股份回购本人持有的建业投资公开发行股票前已发行的股份。(2) 由建业投资首次公开发行股票并上市后,6个月内股票连续20个交易日的收盘价均低于发行价,或者上市后6个月期末(如该日不是交易日,则为该日后第一个交易日)收盘价低于发行价,则本人持有建业投资股票的锁定期限自动延长6个月。若建业股份已发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项,则上述发行价格作相应调整。(3) 如在上述期限届满后2年内减持,减持价格应不低于建业投资首次公开发行股票之发行价。若建业股份在本人减持前已发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项,则减持价格应不低于建业投资首次公开发行股票之发行价相调整后的价格。(4) 在本人担任建业投资董事高级管理人员期间,依法及时向建业投资申报所持有的建业投资股数及其变动情况,在任职期间(自承诺的所有股份锁定期结束后)每年转让建业投资股数的股数不超过本人直接或间接持有建业投资股数总数的百分之二十五;离职后六个月内,不转让本人所持有的建业投资股票,也不由建业股份回购。(5) 不论本人在建业投资的职务是否发生变化或者本人是否从建业投资离职,本人均将严格履行相关承诺,并遵循相关规定合法合规减持。

2、公司股东建业投资承诺:

建业投资股票上市之日起三十六个月内,本公司不转让或者委托他人管理本公司持有的建业投资公开发行股票前已发行的股份,也不由建业股份回购本公司持有的建业投资公开发行股票前已发行的股份。

3、公司股东建屹投资承诺:

建业投资股票上市之日起三十六个月内,本合伙企业不转让或者委托他人管理本合伙企业持有的建业投资公开发行股票前已发行的股份,也不由建业股份回购本合伙企业持有的建业投资公开发行股票前已发行的股份。

4、公司自然人股东倪福坤、孙斌、夏益忠、罗伟承诺:

(1) 建业投资股票上市之日起十二个月内,不转让或者委托他人管理本人持有的建业投资公开发行股票前已发行的股份,也不由建业股份回购本人持有的建业投资公开发行股票前已发行的股份。(2) 由建业投资首次公开发行股票并上市后,6个月内股票连续20个交易日的收盘价均低于发行价,或者上市后6个月期末(如该日不是交易日,则为该日后第一个交易日)收盘价低于发行价,则本人持有建业投资股票的锁定期限自动延长6个月。若建业股份已发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项,则上述发行价格作相应调整。(3) 如在上述期限届满后2年内减持,减持价格应不低于建业投资首次公开发行股票之发行价。若建业股份在本人减持前已发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项,则减持价格应不低于建业投资首次公开发行股票之发行价相调整后的价格。(4) 在本人担任建业投资董事高级管理人员期间,依法及时向建业投资申报所持有的建业投资股数及其变动情况,在任职期间(自承诺的所有股份锁定期结束后)每年转让建业投资股数的股数不超过本人直接或间接持有建业投资股数总数的百分之二十五;离职后六个月内,不转让本人所持有的建业投资股票,也不由建业股份回购。(5) 不论本人在建业投资的职务是否发生变化或者本人是否从建业投资离职,本人均将严格履行相关承诺,并遵循相关规定合法合规减持。

5、公司自然人股东张有忠、章忠、陈云斌承诺:

(1) 建业投资股票上市之日起三十六个月内,不转让或者委托他人管理本人持有的建业投资公开发行股票前已发行的股份,也不由建业股份回购本人持有的建业投资公开发行股票前已发行的股份。(2) 由建业投资首次公开发行股票并上市后,6个月内股票连续20个交易日的收盘价均低于发行价,或者上市后6个月期末(如该日不是交易日,则为该日后第一个交易日)收盘价低于发行价,则本人持有建业投资股票的锁定期限自动延长6个月。若建业股份已发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项,则上述发行价格作相应调整。(3) 如在上述期限届满后2年内减持,减持价格应不低于建业投资首次公开发行股票之发行价。若建业股份在本人减持前已发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项,则减持价格应不低于建业投资首次公开发行股票之发行价相调整后的价格。(4) 在本人担任建业投资董事高级管理人员期间,依法及时向建业投资申报所持有的建业投资股数及其变动情况,在任职期间(自承诺的所有股份锁定期结束后)每年转让建业投资股数的股数不超过本人直接或间接持有建业投资股数总数的百分之二十五;离职后六个月内,不转让本人所持有的建业投资股票,也不由建业股份回购。(5) 不论本人在建业投资的职务是否发生变化或者本人是否从建业投资离职,本人均将严格履行相关承诺,并遵循相关规定合法合规减持。

6、公司自然人股东许宁承诺:

建业投资股票上市之日起十二个月内,不转让或者委托他人管理本人持有的建业投资公开发行股票前已发行的股份,也不由建业股份回购本人持有的建业投资公开发行股票前已发行的股份。

7、公司股东东建德公司承诺:

建业投资股票上市之日起十二个月内,本公司不转让或者委托他人管理本公司持有的建业投资公开发行股票前已发行的股份,也不由建业股份回购本公司持有的建业投资公开发行股票前已发行的股份。

8、公司股东倪福坤、孙斌、夏益忠、罗伟承诺:

(1) 建业投资股票上市之日起三十六个月内,不转让或者委托他人管理本人持有的建业投资公开发行股票前已发行的股份,也不由建业股份回购本人持有的建业投资公开发行股票前已发行的股份。(2) 由建业投资首次公开发行股票并上市后,6个月内股票连续20个交易日的收盘价均低于发行价,或者上市后6个月期末(如该日不是交易日,则为该日后第一个交易日)收盘价低于发行价,则本人持有建业投资股票的锁定期限自动延长6个月。若建业股份已发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项,则上述发行价格作相应调整。(3) 如在上述期限届满后2年内减持,减持价格应不低于建业投资首次公开发行股票之发行价。若建业股份在本人减持前已发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项,则减持价格应不低于建业投资首次公开发行股票之发行价相调整后的价格。(4) 在本人担任建业投资董事高级管理人员期间,依法及时向建业投资申报所持有的建业投资股数及其变动情况,在任职期间(自承诺的所有股份锁定期结束后)每年转让建业投资股数的股数不超过本人直接或间接持有建业投资股数总数的百分之二十五;离职后六个月内,不转让本人所持有的建业投资股票,也不由建业股份回购。(5) 不论本人在建业投资的职务是否发生变化或者本人是否从建业投资离职,本人均将严格履行相关承诺,并遵循相关规定合法合规减持。

9、公司自然人股东张有忠承诺:

建业投资股票上市之日起十二个月内,本公司不转让或者委托他人管理本公司持有的建业投资公开发行股票前已发行的股份,也不由建业股份回购本公司持有的建业投资公开发行股票前已发行的股份。

10、公司自然人股东,外资股东:

根据浙江省人民政府国有资产监督管理委员会出具的关于浙江建业化工有限公司(筹)国有股管理方案的批复(浙国资权[2010]37号),本次发行前,本公司有股股东情况如下:

股东名称	持股数(股)	持股比例(%)
建德市国有资产经营有限公司(8S)	33,802,817	28.17

注:SS即State-owned Shareholder的缩写,指国有资产。

公司无外资股东。

四、发行人主营业务情况

(一) 发行人业务概况

公司主营业务为低碳脂肪酸、增塑剂、醋酸酯、电子化学品等的生产、研发和销售。公司低碳脂肪酸产品采用自主研发的先进生产工艺及催化剂,生产过程采用DSC控制进行规模化生产,在控制水平、产品质量、成本方面、安全技术、环保设备都达到较高水平。

公司秉承“相信科学、发展实业、顾全团体、服务社会”的经营宗旨,本着以符合产品价值的风格向市场提供高品质、高性能的产品”的指导思想,充分利用现有产品生产技术,产品质量的各项竞争优势,加大技术研发投入和装备投入,进一步降低成本和扩大生产规模,提高产品竞争力,使公司发展成为国内有影响力的新细化学品的研发和生产基地。经过多年的技术创新和客户积累,公司已成为国内领先、品种齐全的低碳脂肪酸生产企业之一。

公司是国家级高新技术企业、国家火炬计划重点高新技术企业、国家知识产权示范企业、中国化工行业技术创新示范企业、中国产学研合作创新奖和创新成果奖企业、浙江省创新型示范企业。公司是全国化学标准化技术委员会有机化工分技术委员会委员,是低碳脂肪酸六项国家标准、七项行业标准和两项浙江制造标准的起草单位,具有较为突出的行业地位和研究开发、技术创新能力,引领低碳脂肪酸行业的发展方向。

公司具有较强的技术创新能力,建有浙江省低碳脂肪酸工程技术研究中心和省级有机胺高新技术研发中心,其中浙江省低碳脂肪酸工程技术研发中心旨在提高我国低碳脂肪酸行业的技术水平和国际竞争力。公司拥有大型科研基地和较先进的低碳脂肪酸研究和分析检测设备,拥有国内技术较为领先的低碳脂肪酸研究开发人员,具有较强的技术开发和成果转化能力。

此外,公司还建有浙江省企业技术中心和浙江省建设化工研究院,与浙江大学、华东理工大学、江南大学、中国科学院大连化学物理研究所等有深度合作。

公司通过自主研发、合作开发、委托开发等方式,掌握了公司核心产品的关键技术,技术水平在行业内处于较为领先地位,取得了多项核心技术专利。截至本摘要签署之日,公司共获得发明专利37项、实用新型专利1项,其中,“一种制备丙烯酰化聚丙烯酸酯及其制备方法和应用(专利号200510614860.0)”获中国专利优秀奖,公司低碳脂肪酸连续化生产的关键技术研究与开发”成果鉴定达到国际先进水平,连续化低碳脂肪酸生产技术”获浙江省科学技术一等奖,“羧化合成工艺三乙胺”获浙江省新产品新技术一等奖,“羧化反应二丙丙酸”获浙江省化学工业科技技术一等奖,

“醋酸酯兼容式生产关键技术及产业化”等六个项目获科技部国家火炬计划产业化示范项目证书。公司低碳脂肪酸为国家重点新产品,三乙胺和正丁胺产品获浙江制造认证证书,环保增塑剂为浙江省重点高新技术产品,充分体现了公司的技术优势。

公司以优质产品为依托,经过六十多年的发展,积累了良好的客户基础与口碑,公司产品已经在低碳脂肪酸、增塑剂等市场形成了广泛的影响力。公司商标被认定为中国驰名商标、浙江省著名商标。

(二) 主要产品销售方式和渠道

公司产品主要采用以直销为主、经销为辅的销售模式。公司设立了四个销售部和一个外贸部,负责制定公司市场营销工作规划并部署实施;负责项目的招投标工作,以及销售合同的谈判、签订和跟踪;负责客户的日常维护与跟踪管理,及时发现并解决客户的问题,协调好公司与客户合作关系;负责开发新客户,跟踪新项目的进展情况;负责建立营销网络,制定并推进公司的品牌及市场推广工作,组织落实公司市场营销目标任务。

(三) 所需主要原材料

公司生产所用的主要原材料为苯酐、醇类、酮类、冰醋酸等各类基础化工产品,市场供应充足。

公司制定了《采购管理制度》、《原辅材料采购管理办法》、《原辅材料招标管理制度》等制度,设立了信息与采购部,负责原材料的采购。公司制定了供应商评价规定等制度,保证供应商遴选流程的正常运行,并建立了合格供应商目录。公司生产管理部根据生产计划或实际需求发起采购申请,信息与采购部按照采购原材料或物资相关技术标准优先在合格供应商目录中选择供方并进行采购。

(四) 行业竞争情况及地位

精细化行业属于开放性行业,市场化程度较高。目前,世界精细化学品品种已超过10万种,发展专用和高档化的产品,多品种和系列化是精细化行业的重要标志,各企业根据自己的优势选择发展少数的产品,导致行业的经营较为分散,产品差异度大。在某些特定产品上,一些具有先发优势的专业生产厂家通过扩大规模,提升技术水平,降低单位成本,能在细分市场上保持较强的竞争力。

经过多年的技术开发和客户积累,公司已成为国内领先、品种齐全的低碳脂肪酸生产企业之一,是低碳脂肪酸六项国家标准、七项行业标准和两项浙江制造标准的起草单位,具有较为突出的行业地位和研究开发、技术创新能力,力图占领细分行业的发展方向。

此外,公司通过自主研发、合作开发、委托开发等方式,掌握了公司核心产品的关键技术,技术水平在行业内处于较为领先地位,取得了多项核心技术专利,也位列行业十强。

(五) 行业竞争优势

公司坚持以营销服务一体化的理念开拓和维护市场,在售前、售中、售后各环节广泛收集信息,持续不断地反馈给公司的技术、生产、质量等部门,并依据客户需求提供各种技术支持,为客户提供优质的产品与完善的服务。凭借多年的品牌积累,良好的产品质量和完善的服务体系,公司目前已经聚集了丰富的客户资源,客户广泛分布于农药、医药、涂料、染料、催化剂、固化剂、新能源材料、化妆品、食品添加剂、化肥缓释剂、保鲜剂、太阳能、LED、集成电路等下游行业,遍及华东、华南、华中以及部分海外国家和地区,数量众多且分散的客户群体,有效降低了客户集中的经营风险,为公司产品的持续畅销与市场的进一步开拓奠定了坚实的基础。

在挖掘新领域,开拓新市场,发展新客户的同时,公司坚持诚信为本,以产品品质和服务为抓手,注重新老客户合作的关系,发展了一批稳定的商业伙伴。长期稳定的客户合作关系,既保证了公司产品销售的持续稳定,又在市场中形成了良好的带动效应,不断提升公司品牌知名度。

(六) 技术研发优势

公司坚持以营销服务一体化的理念开拓和维护市场,在售前、售中、售后各环节广泛收集信息,持续不断地反馈给公司的技术、生产、质量等部门,并依据客户需求提供各种技术支持,为客户提供优质的产品与完善的服务。凭借多年的品牌积累,良好的产品质量和完善的服务体系,公司目前已经聚集了丰富的客户资源,客户广泛分布于农药、医药、涂料、染料、催化剂、固化剂、固化剂、新能源材料、化妆品、食品添加剂、化肥缓释剂、保鲜剂、太阳能、LED、集成电路等下游行业,遍及华东、华南、华中以及部分海外国家和地区,数量众多且分散的客户群体,有效降低了客户集中的经营风险,为公司产品的持续畅销与市场的进一步开拓奠定了坚实的基础。

在挖掘新领域,开拓新市场,发展新客户的同时,公司坚持诚信为本,以产品品质和服务为抓手,注重新老客户合作的关系,发展了一批稳定的商业伙伴。长期稳定的客户合作关系,既保证了公司产品销售的持续稳定,又在市场中形成了良好的带动效应,不断提升公司品牌知名度。

(七) 市场优势

公司坚持以营销服务一体化的理念开拓和维护市场,在售前、售中、售后各环节广泛收集信息,持续不断地反馈给公司的技术、生产、质量等部门,并依据客户需求提供各种技术支持,为客户提供优质的产品与完善的服务。凭借多年的品牌积累,良好的产品质量和完善的服务体系,公司目前已经聚集了丰富的客户资源,客户广泛分布于农药、医药、涂料、染料、催化剂、固化剂、固化剂、新能源材料、化妆品、食品添加剂、化肥缓释剂、保鲜剂、太阳能、LED、集成电路等下游行业,遍及华东、华南、华中以及部分海外国家和地区,数量众多且分散的客户群体,有效降低了客户集中的经营风险,为公司产品的持续畅销与市场的进一步开拓奠定了坚实的基础。

在挖掘新领域,开拓新市场,发展新客户的同时,公司坚持诚信为本,以产品品质和服务为抓手,注重新老客户合作的关系,发展了一批稳定的商业伙伴。长期稳定的客户合作关系,既保证了公司产品销售的持续稳定,又在市场中形成了良好的带动效应,不断提升公司品牌知名度。

(八) 公司竞争优势

公司坚持以营销服务一体化的理念开拓和维护市场,在售前、售中、售后各环节广泛收集信息,持续不断地反馈给公司的技术、生产、质量等部门,并依据客户需求提供各种技术支持,为客户提供优质的产品与完善的服务。凭借多年的品牌积累,良好的产品质量和完善的服务体系,公司目前已经聚集了丰富的客户资源,客户广泛分布于农药、医药、涂料、染料、催化剂、固化剂、固化剂、新能源材料、化妆品、食品添加剂、化肥缓释剂、保鲜剂、太阳能、LED、集成电路等下游行业,遍及华东、华南、华中以及部分海外国家和地区,数量众多且分散的客户群体,有效降低了客户集中的经营风险,为公司产品的持续畅销与市场的进一步开拓奠定了坚实的基础。

在挖掘新领域,开拓新市场,发展新客户的同时,公司坚持诚信为本,以产品品质和服务为抓手,注重新老客户合作的关系,发展了一批稳定的商业伙伴。长期稳定的客户合作关系,既保证了公司产品销售的持续稳定,又在市场中形成了良好的带动效应,不断提升公司品牌知名度。

(九) 行业竞争及地位

公司坚持以营销服务一体化的理念开拓和维护市场,在售前、售中、售后各环节广泛收集信息,持续不断地反馈给公司的技术、生产、质量等部门,并依据客户需求提供各种技术支持,为客户提供优质的产品与完善的服务。凭借多年的品牌积累,良好的产品质量和完善的服务体系,公司目前已经聚集了丰富的客户资源,客户广泛分布于农药、医药、涂料、染料、催化剂、固化剂、固化剂、新能源材料、化妆品、食品添加剂、化肥缓释剂、保鲜剂、太阳能、LED、集成电路等下游行业,遍及华东、华南、华中以及部分海外国家和地区,数量众多且分散的客户群体,有效降低了客户集中的经营风险,为公司产品的持续畅销与市场的进一步开拓奠定了坚实的基础。

在挖掘新领域,开拓新市场,发展新客户的同时,公司坚持诚信为本,以产品品质和服务为抓手,注重新老客户合作的关系,发展了一批稳定的商业伙伴。长期稳定的客户合作关系,既保证了公司产品销售的持续稳定,又在市场中形成了良好的带动效应,不断提升公司品牌知名度。

(十) 同业竞争