（上接A58版）

同时，我国城镇居民国内旅游总花费近年来也有显著提高，从2012年的17,678.00亿元上升到2018年的42,590.00亿元，年复合增长率为13.38%。

2012-2018年我国城镇居民国内旅游总花费（亿元）

数据来源：国家统计局

伴随度假旅游大众化及消费升级，度假旅游服饰也将迎来良好的市场契机。其中，度假旅游服饰围绕着消费者出游的场景化和功能性进行研发设计，产品具备功能性、舒适度、拍照好看和家庭装等特点，品质与时尚兼具的特点更好地适应了大众多样化的消费需求，行业发展前景良好。

（3）公司具备较强的经营能力和优秀的人才储备

公司在发展过程中一直非常重视营销网络体系建设，店铺数量逐年增长。截至2019年12月31日，公司营销网络覆盖全国31个省、自治区及直辖市的核心商圈、高端百货、机场、知名高尔夫球会会所等，拥有894个终端销售门店，较2018年末净增长130家，其中直营店铺数量441家，加盟店铺数量453家，公司已初步建成覆盖全国的多层次立体化的营销网络。公司一方面针对直营店制定了全方位的标准管理体系，如店铺选址、门店审核、产品订货、产品价格控制、门店营销活动、门店形象管理、货品陈列于管理、信息管理系统、资金结算、店员培训等，另一方面与国内主要商档商场、百货集团、球会会所形成良好稳定的战略合作关系，为进一步扩展提供有利条件。

公司拥有一支经验丰富、理念一致、积极进取、专注执着的管理团队，他们对中国高尔夫服饰文化和市场有着深入透彻的理解，在营销网络建设、营销方式、研发设计、管理提升等方面积累了丰富的经验。管理团队有着多年的从业经验，核心管理层持有公司股份，与公司一同成长，为公司管理层稳定和持续发展提供了有力保障。公司管理团队在公司定位、发展战略、管理提升等方面思路清晰，经过多年的发展，建立起了与公司品牌运营相适应的业务流程、强把控力的营销终端管理制度、快速反应的供应链体系以及规范的决策执行机制，确保了公司能够健康快速发展。此外，公司注重针对店铺员工开展各项培训活动，包括店长培训、新店员培训、产品及销售技巧培训、竞争力培训等活动，为公司营销网络快速发展提供了人才保障。

4、项目投资概算

本项目总投资额为35,655.10万元，拟使用募集资金金额32,000.00万元，投资概算具体情况如下所示：

单位：万元

序号	投资内容	投资估算				占总投资比例
		T+12	T+24	T+36	总计	
一	场地投入	7,588.11	8,343.02	10,316.70	26,247.83	73.62%
（一）	场地租赁	176.58	314.25	149.11	639.94	1.79%
（二）	场地装修	7,411.53	8,028.77	10,167.59	25,607.89	71.82%
二	设备购置及安装	1,796.25	1,818.40	2,860.80	6,475.46	18.16%
三	铺底流动资金	431.88	431.88	431.88	1,295.64	3.63%
四	基本预备费	469.22	508.07	658.35	1,636.16	4.59%
五	项目总投资	10,285.47	11,101.37	14,268.26	35,655.10	100.00%

（1）场地投入

本项目拟投资26,247.83万元用于场地租赁和场地装修，其中场地租赁投入639.94万元，场地装修投入25,607.89万元。具体投资明细如下：

序号	投资内容	场地面积（㎡）	投入金额（万元）			投资总额（万元）
			T+12	T+24	T+36	
一	场地租赁		176.58	314.25	149.11	639.94
（一）	威尼斯狂欢节	3,820.00	176.58	314.25	149.11	639.94
二	场地装修		7,411.53	8,028.77	10,167.59	25,607.89
（一）	威尼斯狂欢节	26,500.00	3,249.07	3,779.90	3,740.23	10,769.20
1	租金店	3,820.00	329.62	823.17	453.81	1,606.66
2	联营店	22,680.00	2,919.46	2,956.73	3,286.35	9,162.54
（二）	比音勒芬	30,524.85	4,162.46	4,248.87	6,427.37	14,838.69
1	商场店	16,208.80	1,785.44	2,691.98	3,855.25	8,332.67
2	高铁、机场店	4,040.10	884.77	357.25	783.69	2,025.71
3	奥莱店	10,275.95	1,492.25	1,199.64	1,788.42	4,480.31
三	合 计		7,588.11	8,343.02	10,316.70	26,247.83

上述门店的单店面积、租赁及装修单价以现有店铺的相关标准和符合品牌定位的其他商场相关标准为参考，威尼斯狂欢节品牌门店的建设主要包括场地租赁和场地装修，比音勒芬品牌门店升级则是对现有门店的装修升级。在综合考虑不同城市的物价水平、发达程度后，其中威尼斯狂欢节品牌门店的单店面积范围为80-180㎡，租金范围为0.03-0.08万元/㎡/月，装修单价范围为0.35-0.42万元/㎡；比音勒芬品牌门店的单店面积以扣升级门店现有面积为准（平均为152.62㎡），装修单价范围为0.38-0.52万元/㎡。

（2）设备购置及安装费

本项目拟新增设备投入6,475.46万元，设备购置及安装费用明细如下：

序号	投资内容	数量（台、套、件）	单价（万元）	总金额（万元）
一	威尼斯狂欢节			890.01
1	电脑	295	0.68	199.45
2	iPad	290	0.39	112.98
3	监控系统	150	1.32	197.98
4	扫描仪	295	0.17	49.67
5	小票打印机	295	0.16	46.35
6	钱箱	295	0.06	16.56
7	验钞机	150	0.13	19.93
8	固定电话	150	0.02	3.27
9	打卡机	150	0.34	51.14
10	茶几	145	0.23	32.77
11	沙发	145	0.34	49.16
12	饮水机	150	0.09	13.47
13	挂烫机	150	0.07	10.09
14	路由器	150	0.13	20.20
15	盘点机	150	0.45	66.89
二	比音勒芬	–	–	5,277.10
1	电脑	400	0.68	271.20
2	监控系统	200	1.13	226.00
3	扫描仪	200	0.17	33.90
4	小票打印机	200	0.16	31.64
5	钱箱	200	0.06	11.30
6	验钞机	200	0.17	33.90
7	打卡机	200	0.57	113.00
8	饮水机	200	0.09	18.08
9	挂烫机	200	0.07	13.56
10	路由器	200	0.14	27.12
11	LED显示屏	200	1.36	271.20
12	收银RFID桌面读写器	200	3.96	791.00
13	RFID检测发射器	200	0.34	67.80
14	RFID手持读写器	200	0.57	113.00
15	智能门店盘点机	400	0.79	316.40
16	智能试衣镜	400	2.83	1,130.00
17	智能导购设备	400	3.16	1,265.60
18	智能客流分析仪	200	0.68	135.60
19	信息化基础设备	200	1.13	226.00
20	茶几	200	0.23	45.20
21	沙发	400	0.34	135.60
三	设备安装测试费		–	308.36
四	合 计		–	6,475.46

（3）铺底流动资金

流动资金估算采用分项详细估算法，按建设项目投产后流动资产和流动负债各项构成分别详细估算。根据公司和本项目的情况，铺底流动资金按项目流动资金的30%估算，本项目铺底流动资金为1,295.64万元。

（4）基本预备费

基本预备费是针对在项目实施过程中可能发生难以预料的支出，需要事先预留的费用，基本预备费=（场地投入+设备购置及安装费）×基本预备费率，基本预备费率取5%，本项目基本预备费为1,636.16万元。

5、项目效益情况

本项目测算期10年，经测算，本项目的财务内部收益率（税后）为：20.11%，静态投资回收期（税后，含建设期）为：6.15年，项目经济效益良好。

6、项目建设方案与计划

（1）比音勒芬主品牌营销网络升级

公司计划未来3年对200家主品牌营销网点进行形象升级并购置智能化设备，以提升终端网点的盈利能力。具体升级计划如下：

单位：家

店性/城市等级	T+12	T+24	T+36	数量合计
商场店	22	33	54	109
一线城市	3	7	18	28
新一线城市	10	14	19	43
二线城市	5	11	10	26
三线城市	3	1	5	9
其他	1	0	2	3
高铁、机场店	19	8	18	45
奥莱店	14	13	19	46
合 计	56	54	91	200

截至2019年12月末，公司拥有比音勒芬主品牌门店833家。根据胡润《2018中国新中产圈层白皮书》数据，中国大陆中产家庭数量已达3,320万户，其中新中产1,000万户以上。未来，公司将深挖一、二线城市的高端社区作为潜在市场，同时将市场进一步下沉到发展较快的三、四线城市，预计比音勒芬品牌市场容量达到1,500到2,000家。

由于当前消费业态快速发展，消费者对于线下消费环境的体验要求日新月异，作为时尚前沿的服装行业，线下门店的平均更新周期约为3年。为了匹配比音勒芬高端品牌的形象，公司本次200家原有直营门店的“升级”将根据计划在未来3年分阶段完成，预计2020年为建设期第1年，实施内容包括门店形象的更新以及智能化设备采购，规划第1年升级55家，第2年升级54家，第3年升级91家。

（2）威尼斯狂欢节品牌营销网络建设

公司将在全国范围内开展威尼斯狂欢节品牌的营销网络建设，计划在3年内以联营和租赁方式铺设150家网点，预计2020年为建设期第1年，第1年拟开设44家，第2年拟开设53家，第3年拟开设53家。具体开店计划如下：

单位：家

店性/城市等级	T+12	T+24	T+36	数量合计
租金店	4	12	8	24
一线城市	4	1	2	7
新一线城市	0	9	1	10
二线城市	0	0	4	4
三线城市等	0	2	1	3
联营店	40	41	45	126
一线城市	8	8	9	25
新一线城市	14	10	17	41
二线城市	13	16	12	41
三线城市等	5	7	7	19
合 计	44	53	53	150

截至2019年12月末，公司拥有威尼斯狂欢节品牌门店61家。我国度假旅游市场潜力巨大，根据国家文旅部发布的《2018年旅游市场基本情况》，2018年国内旅游人数为55.39亿人次，比2017年增长了10.80%。同时，我国城镇居民国内旅游总花费近年来也有显著提高，从2012年的17,678亿元上升到2018年的42,590亿元，年复合增长率达13.38%。胡润《2018中国新中产圈层白皮书》数据显示，新中产人群最为青睐的两大休闲娱乐方式是旅游和运动健身，过去两年新中产人群中平均因私外出旅游5次，新中产人群平均家庭旅游消费7.4万元/年。此外，中国旅游研究院居民出游意愿调查显示，家庭旅游占比高达60%。在消费者心目中，家庭出游是提高幸福感的重要陪伴方式，而大部分家庭也更倾向于在社交圈分享这一时刻，因此对于旅游服饰的时尚度、拍照效果提出了新的要求，也给度假旅游服饰带来了新的增长空间。

截至本募集说明书签署日，公司已与新城商业管理集团有限公司、深圳印力商业管理有限公司、万达商业管理集团股份有限公司南宁分公司、广东益华百货有限公司、湖南友谊阿波罗商业股份有限公司签订了开设店铺的意向性合同，其中包括了吾悦广场、印象城、凯德广场、万达广场、益华百货和友阿奥莱等商业地产品牌。

（3）资本性支出情况

营销网络建设升级项目总投资额为35,655.10万元，拟使用募集资金金额32,000.00万元，具体构成如下所示：

序号	项目	投资金额（万元）	投资占比（%）	拟使用募集资金金额（万元）	是否属于资本性支出	是否使用募集资金投入
1	场地租赁	639.94	1.79	0.00	否	否
2	场地装修	25,607.89	71.82	25,600.00	是	是
3	设备购置及安装	6,475.46	18.16	6,400.00	是	是
4	铺底流动资金	1,295.64	3.63	0.00	否	否
5	基本预备费	1,636.16	4.59	0.00	否	否
	合 计	35,655.10	100.00	32,000.00		

（4）项目实施进度

本项目计划建设期36个月，自T+1月开始，至T+36月末结束，T为募集资金开始投入月份，项目已完成前期考察论证、选址、项目可行性研究报告编制等工作，目前正处于项目前期准备阶段。具体进度安排如下：

本项目实施后，公司的销售模式没有变化，仍然采用自营和经销相结合的模式；本项目建成后，公司的自营门店数量将会进一步提高，营销渠道控制力和稳定性将得到加强，公司的品牌形象将得到更好的维护和提升。截至2019年12月31日，本次项目仍处于前期准备工作阶段，已完成可行性研究、初步规划设计等阶段性工作。

7、项目的土地、立项和环评情况

本项目将通过租赁和联营店铺进行实施，销售产品，不涉及土地投资，已取得《广州省企业投资项目备案证》（2019-440100-18-03-056049），无具体生产环节，不产生污染，无需履行环评审批程序。

8、实施项目的能力储备情况

（1）技术储备

公司经过多年的研发积累，已逐步形成自身的核心技术，形成了数十项授权保护的专利技术。公司建立培养了一支高素质的设计研发团队，他们具有多年奢侈品品牌、国际知名品牌高尔夫服饰系列设计经验，在设计理念、色彩应用、工艺设计与表现、面料处理与把握等方面具有较高的专业素养。公司产品在设计方面注重运用新技术、新工艺和高科技面料，并运用跨界设计理念，让运动元素、休闲元素以及时尚元素在服饰上和谐融合，实现了功能性和审美的统一。最近三年，公司设计部门每年设计的产品超过千款，显示了公司具有较强的设计能力。公司在打造内部团队研发设计能力的同时，聘请国外服装行业知名咨询机构，对研发设计核心流程进行升级再造。公司产品设计在运作模式、设计理念和设计水准上已越来越接近国际水准。此外，作为中国国家高尔夫球队合作伙伴，公司正在研发设计中国国家高尔夫球队新一代奥运比赛用服，积极备战2020年东京奥运会。

信息化系统建设方面，公司不断升级完善信息化系统，现有的系统架构为公司业务的正常开展以及效率提升提供了重要支持。近年来公司逐步建设了基础平台、设计管理、供应链管理、财务管理、人力资源管理、预算管理、知识管理系统、办公自动化、商业智能管理等系统，并顺利建设了分销管理系统、智能化仓储中心项目等，努力实现公司物流、资金流和信息流的同步，整合和推进数据运营，节省沟通成本，提升销售效率，提高品牌运营水平。

（2）人才储备

公司创始人谢秉政和冯玲玲夫妇来自浙江温州，从事服饰领域超过30年时间，深知产品质量对于品牌的重要性，深度了解消费者的需求，并亲自带领团队到国内外进行市场调研，参与产品的设计和面料的研发，坚持高比例研发投入，整合国际优质面料资源，引进英韩等国优秀人才，培养具有国际视野的设计师团队。

公司人才储备充足，经过多年的运营，建立起了经验丰富、专业性强的高管团队、供应链管理团队、营销网络管理团队、产品设计研发团队和信息化系统建设管理团队等。在人才培养方面，公司非常重视人才的培养和发展，通过不断建立并完善自有的培训体系，持续提升员工素质水平和专业技能，不断提高公司的人力资源竞争力。2018全年，公司开展了包括店长培训、新店员培训、产品及销售技巧培训、高层管理个人竞争力培训等活动场次超过100场，参训人次超过5,000人，通过多形式、多渠道的培训活动，提升团队的专业素质和执行力，为企业高速发展提供人才保障。

（3）市场储备

公司已经形成全渠道布局，渠道覆盖全国高端百货商场、购物中心、机场高铁交通枢纽、高尔夫球场以及线上天猫旗舰店。截至2019年12月31日，公司拥有894个终端销售门店，较2018年末净增长130家。其中，机场和高铁门店不但能够有效输出品牌形象，同时高端商旅客流与公司目标客户区高度匹配，满足该部分高端商务人士便捷高效的消费需求。此外，公司通过实施“调位置、扩面积”的店铺改造计划，对现有门店逐步进行智能化、信息化升级，推动单店销售稳健提升。公司目前的主流客群多为一二线城市35-55岁人群，具备高收入、低价格敏感度、高品牌忠诚度等特征，终端的高复购率为未来同店的持续高增长打下坚实基础。

再者，随着城市社区化的发展趋势，公司将深挖一二线城市的高端社区作为潜在市场，同时将市场进一步下沉到发展较快的三四线城市，预计比音勒芬未来市场容量达到1,500至2,000家。最后，公司积极布局线上渠道，通过与电商平台深度合作，为消费者提供多渠道的购物体验。2019年上半年，比音勒芬天猫旗舰店正式开业，“线下+线上”渠道布局将为客户提供更多的消费体验，2020年上半年CARNAVAL DE VENISE天猫旗舰店正式开业，“线下+线上”渠道布局将为客户提供更多的消费体验。

（4）品牌储备

比音勒芬主品牌定位于高端时尚运动服饰，以“生活高尔夫”为品牌风格，目标消费群体为高尔夫爱好者以及认同高尔夫文化、着装倾向于休闲时尚风格的中高端收入消费人群，着力为消费者提供高品质、高品位和高科技的穿着体验。公司从2013年起正式成为中国国家高尔夫球队合作伙伴，为国家队提供专业的比赛及训练服装；2016年，比音勒芬助力中国国家高尔夫球队首征奥运，见证中国队夺取首枚高尔夫球项目奖牌。公司捐赠的中国高尔夫球国家队里约奥运会比赛服被中国体育博物馆永久收藏。2017年，公司成为中国国家高尔夫球队亚运之队合作伙伴。2018年，比音勒芬正式签约杨烁等明星作为品牌代言人，并且与《新旅行》和《悦游》等杂志、《我们的街拍时刻》和《POP SHOW》等明星街拍新媒体合作，同时还参与了《恋爱先生》、《我最爱的女人们》等节目的植入。2019年12月，公司上新比音勒芬故宫宫廷文化联名系列，切入国潮文化，加强产品时尚度以及品牌影响力。2020年，比音勒芬还将为中国高尔夫国家队征战东京奥运会研发设计奥运比赛用服。

另一方面，公司于2018年正式推出威尼斯狂欢节品牌，开启双品牌运营模式，提前布局度假旅游服饰市场，以“功能性、设计感与拍照效果、家庭装温情体验以及时尚度”为核心需求进行切入，满足中产消费人群对高品质旅行生活的着装需求。2019年10月，威尼斯狂欢节品牌正式牵手田亮与叶一茜，进一步强化品牌一站式解决家庭出游着装需求形象。公司品牌紧密围绕主要目标消费群体，实行从商品企划、产品设计、终端视觉形象、媒介广告、货品陈列、品牌代言到营销活动策划的整合营销，以提升品牌的知名度和美誉度。

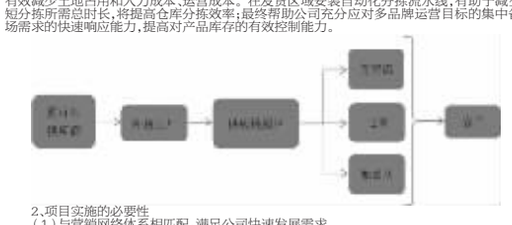
综上所述，公司深耕服装行业17年，与各类零售渠道建立了良好合作关系，在行业内具有较为丰富的店铺建设及运营管理能力，具备实施本次募投项目的技术和人才储备，公司本次营销网络建设升级项目不存在实施障碍或风险。

（二）供应链园区项目

1、项目基本情况

为提升公司物流供应链能力及仓库运营效率，本项目拟在广州市番禺区石楼镇新建公司供应链园区，包括建设立体仓储区、分拣配送中心、综合办公楼、宿舍、食堂以及区域内的道路、绿化等公用工程，帮助实现公司对销售计划、订单管理、分拣包装、运输发货和存货管理等内部流程的一体化管理。本项目距离公司总部直线距离约11公里，周边交通路网发达，基础设施比较完善，主要包括建设立体仓储区22,800平方米、分拣配送中心6,000平方米、综合办公区域1,680平方米、宿舍及食堂2,100平方米以及区域内的道路和绿化等。本项目投资总额为14,960.72万元，拟使用募集资金14,000.00万元。

本项目通过建设立体仓储区，将实现库存商品自动存取功能，提高运行及处理速度。自动化立体仓库由计算机终端进行控制，便于清点、盘库以及减少库存；通过建设分拣配送中心，将实现自动化的储存和高速拣货，有效减少土地占用和人力成本、运营成本。在发货区域安装自动化分拣流水线，有助于减少人员搬运路程，缩短分拣所需总时长，有助于高效分拣效率。



2、项目实施的必要性

（1）与营销网络体系相匹配，满足公司快速发展需求

上市以来公司经营发展迅速，2017年公司实现营业收入10.54亿元，同比增长25.23%；2018年公司实现营业收入14.76亿元，同比增长39.96%。另一方面，公司门店数量不断增加，截至2019年12月31日，公司在全国范围内建立了894家门店，较2018年末净增长130家。公司未来还将打造线上销售渠道的建设，以适应移动互联网下的消费模式和习惯。为了适应比音勒芬品牌的不断扩张以及新品牌的市场良好表现，公司将继续扩大在全国范围的营销网络建设。为此，公司现有的供应链设施已不能够完全满足庞大营销网络体系下多品牌运营战略的集中备货和精细化管理需求，正在相货使用的仓库亦难以承载公司未来向全国门店及时、准确、高效配送的物流需求，因而需要建设更高效智能的现代化供应链园区与其发展相适应。

因此，本项目的实施能够有效提升公司供应链管理能力，充分应对多品牌运营中的集中备货需求，提升对市场需求的快速响应能力，提高对产品库存的有效控制能力，进而保证公司产品的周转效率能够得到有效提升。

（2）打造智能化供应链管理体系，降低公司管理成本

随着公司业务的不断拓展，传统供应链管理模式已无法适应未来发展的要求，现有管控系统的智能化程度较低，信息处理的有效性与材料调配的周转性较慢，较大程度上影响了公司供应链的运营管理效率。通过智能软硬件设备、物联网、大数据等信息化技术与手段，公司将对供应链系统进行升级改造，提升其智能化、自动化水平，使其拥有自行分析判断和处理解决问题的能力，从而实现对原材料、产品库存的数字化管理以及自动化周转，提高配送和流通效率，并降低不必要的人工成本以及运营管理成本。

本项目的实施将实现公司对销售计划、订单管理、分拣包装、运输发货、存货管理等一体化管理。一方面，通过对供应链系统进行智能化升级，可以帮助相关管理人员识别服装产品的利润率、市场流通情况、品牌附加值等特征，分析产品属性并进行合理分组，从而选用不同的采购和供应策略，降低公司运营控成本；另一方面，公司通过引进各类机械化软硬件设备，实现材料及产品的自动化运转，有效降低对人员数量的需求，节约了公司人力成本，从而打造一个现代化、智能化的供应链园区。

（3）加强与上下游之间配合，提升市场反应速度

本项目将构建完备的智能化供应链管理体系，可以及时准确地反映公司存货调剂余缺情况，提高对上下游信息反馈的效率与准确度，整体提升公司运营管理决策水平及供应链管理效率，为客户提供精准高效的服务。公司在对上游供应商进行定期考核与调查的同时，通过有效的信息交互，对产品品质及进行更严格的把控，将检测链条延伸至产业链上游，逐步实现人库材料全环节检验以及全流程的透明化管理。另外，公司能够加强与经销商的联系，采集到业务流转过程中的大量业务数据，为公司原料采购、库存管理及运输计划的制定提供依据，实现对市场需求及货品配送的实时化管控，从而为客户提供更加优质的选择。

通过本项目的建设，可以在有效改进公司交付可靠性的同时缩短公司交付时间，对当下市场情况进行快速的分析判断并做出决策，从而提高整条供应链的运营管理效率与客户满意度，为公司未来的发展奠定良好的基础。

3、项目实施的可行性

（1）供应链自动化技术的成熟为本项目的实施提供坚实的基础

供应链管理是连接制造和客户端的核心环节，立体仓储技术经过数十年的发展，形成了以自动化输送分拣系统为核心的完整的智能仓储体系。随着物流信息化和物联网技术的广泛应用，高速输送分拣设备、自动控制技术、智能机器人堆码垛技术的智能仓储在美国、日本等发达国家已成为供应链行业主流应用。近年来，我国电子商务快速发展，供应链设备投入不断加大。国内外技术的成熟应用为本项目的建设提供了坚实基础。

（2）项目选址具备一定的资源优势，符合公司用地原则

该项目地块位于广州市番禺区石楼镇，距离公司总部直线距离约11公里，周边交通路网发达，基础设施比较完善，完全符合公司“立足番禺地区，优化供应链体系，作为品牌决策、指挥系统的有效补充，距离总部大楼应在半径15公里范围内”的用地原则。

该地块东南面临石楼镇岭江路，南出市莲路，往西通过石化公路接驳广澳高速，进入高速路网，周边交通十分便利。因此，得天独厚的地理优势和发达的交通网络为该项目建设以及供应链园区建成后的有效运营提供了资源优势。

（3）项目建设符合国家、地方相关产业政策

2016年，国家商务部等十部委员会联合发布的《国内贸易流通“十三五”发展规划》中要求推进实体商业创新转型、提升流通供给水平、推动消费结构升级、提高流通信息化水平、加强流通标准化建设、促进流通集约化发展，强化物流信息化和智能化管控能力，逐步建立智能化、信息化的现代化物流体系。2017年，国务院办公厅发布《积极推进供应链创新与应用的指导意见》，要求进一步营造良好的供应链创新与应用政策环境，积极开展供应链创新与应用试点示范，促进大数据、云计算、物联网等先进信息技术与物流活动深度融合，提升物流智能化水平。

2018年9月广东省商务厅、发展改革委、交通运输厅、农业厅、金融办联合制定《广东省关于积极推进供应链创新与应用的实施意见》，指出要提升制造业供应链服务水平；加快发展智慧供应链；提高商贸流通现代化水平；支持发展绿色供应链；努力构建全球供应链等。

4、项目投资概算

本项目投资总额14,960.72万元，建设期24个月，主要包括建设立体仓储区22,800平方米、分拣配送中心6,000平方米、综合办公区域1,680平方米、宿舍及食堂2,100平方米以及设备采购，各年投资金额如下表所示：

单位：万元

序号	投资内容	投资估算（万元）			占总投资比例
		T+12	T+24	总计	
一	场地投入	6,898.78	–	6,898.78	46.11%
（一）	工程建设	6,742.74		6,742.74	45.07%
1	立体仓储区	4,473.36		4,473.36	29.90%
2	分拣配送中心	1,308.00		1,308.00	8.74%
3	综合办公区域	457.80		457.80	3.06%
4	宿舍及食堂	503.58		503.58	3.37%
（二）	公用工程	156.04		156.04	1.04%
1	道路	85.19		85.19	0.57%
2	绿化及其他构建物	70.85		70.85	0.47%
二	设备购置及安装费	–	7,107.72	7,107.72	47.51%
三	实施费用	–	253.90	253.90	1.70%
四	基本预备费	344.94	356.29	700.32	4.68%
五	项目总投资	7,243.71	7,717.01	14,960.72	100.00%

（1）场地投入

本项目拟投资6,898.78万元用于工程建设和公用工程，建设用地位于广东省广州市番禺区石楼镇菩山工业区SLG15-01地块，公司已取得粤（2019）广州市不动产权第07800208号土地使用证，具体投资明细如下：

序号	投资内容	建筑面积（㎡）	单价（万元/㎡）	投资总额（万元）
一	场地投入			
（一）	工程建设	32,580.00		6,742.74
1	立体仓储区	22,800.00	0.20	4,473.36
2	分拣配送中心	6,000.00	0.22	1,308.00
3	综合办公区域	1,680.00	0.27	457.80
4	宿舍及食堂	2,100.00	0.24	503.58
（二）	公用工程	5,411.00		156.04
1	道路	2,161.00	0.04	85.19
2	绿化及其他构建物	3,250.00	0.02	70.85
二	合 计			6,898.78

场地投入系公司按照项目实际建设规划，参考同类型土建工程标准并考虑广州市当地造价水平编制。

（2）设备购置及安装费

本项目设备购置及安装费投资7,107.72万元，其中设备调试安装费338.46万元。具体设备如下表：

序号	投资内容	设备数量（台、套、件）	单价（万元）	总金额（万元）
一	智能仓储及配送设备			5,809.78
1	横梁式货架	8,000	0.02	180.80
2	驶入式货架	3,000	0.06	186.45
3	穿梭式货架	2,000	0.07	135.60
4	流利式货架	3,000	0.08	237.30
5	笼车	200	0.05	9.04
6	托盘	1,600	0.02	36.16
7	金属网笼	300	0.02	6.78
8	周转箱	2,500	0.03	84.75
9	电动叉车	6	33.90	203.40
10	手动叉车	18	0.34	6.10
11	巧固架	100	0.06	5.65
12	登高车	12	0.34	4.07
13	自动升降架	12	28.25	339.00
14	液压升降平台	6	39.55	237.30
15	手推车	24	0.03	0.81
16	液压搬运车	6	5.65	33.90
17	自动穿梭车	12	28.25	339.00
18	智能堆垛机	6	56.50	339.00
19	输送系统	6	113.00	678.00
20	AGV智能搬运机器人	12	22.60	271.20
21	静态称重系统	6	0.68	4.07
22	动态称重系统	6	12.43	74.58
23	自动分拣机——箱类	1	452.00	452.00
24	自动分拣机——件类	1	926.60	926.60
25	自动膜包机	2	22.60	45.20
26	收银膜	18	1.81	32.54
27	装卸平台及门封	4	50.85	203.40
28	工作台	60	0.23	13.56
29	洗地机	2	16.95	33.90
30	烘干机	4	3.39	13.56
31	洗衣机	3	4.52	13.56
32	工业大风扇	10	3.39	33.90
33	业务用车	5	22.60	113.00
34	划线	1	7.35	7.35
35	库内标示牌	1	5.65	5.65
36	护栏	1	5.65	5.65
37	围网	1	3.39	3.39
38	防摊设施	1	5.65	5.65
39	弱电装置	1	90.40	90.40
40	监控	1	67.80	67.80
41	自动升降电梯	12	22.60	271.20
42	消防设备	1	58.50	58.50
二	办公及电子设备			123.28
1	作业看板显示屏	12	1.70	20.34
2	WCS监控机	6	1.13	6.78
3	现场作业PC	40	0.57	22.60
4	RFID射频扫码机	12	1.70	20.34
5	远焦激光扫码枪	18	0.23	4.07
6	标签打印机	30	0.28	8.48
7	激光打印机	30	0.57	16.95
8	办公家具	60	0.40	23.73
三	软件系统			836.20
1	仓库管理系统优化	1	339.00	339.00
2	物流自动分拣系统优化	1	226.00	226.00
3	生产管理系统优化	1	271.20	271.20
四	设备调试安装费			338.46
合 计				7,107.72

（3）实施费用

本项目实施费用253.90万元，将全部通过公司自有资金投入，主要用于项目人员工资。

（4）基本预备费

本项目基本预备费为700.32万元，将全部通过公司自有资金投入，按照场地投入和设备购置及安装费的5%计取。

5、项目建设方案与计划

（1）方案框架设计

①分拣配送中心

通过建设自动分拣系统，实现自动化高密度的储存和高速拣货，有效减少土地占用和人力成本、运营成本。在发货区域安装自动化分拣流水线，减少人员区域搬运路程，缩短分拣所需总时长从而提高分拣效率。

②立体仓储区

通过建立立体仓库实现自动存取功能，提高了运行及处理速度。自动化立体仓库由计算机终端进行控制，便于清点、盘库以及减少库存。

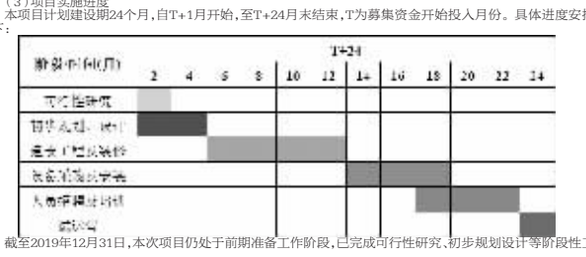
（2）资本性支出情况

供应链园区项目总投资额为14,960.72万元，拟使用募集资金金额14,000.00万元，具体构成如下所示：

序号	项目	投资金额（万元）	投资占比（%）	拟使用募集资金金额（万元）	是否属于资本性支出	是否使用募集资金投入
1	工程建设	6,742.74	45.07	6,742.00	是	是
2	公用工程	156.04	1.04	156.00	是	是
3	设备购置及安装	7,107.72	47.51	7,102.00	是	是
4	实施费用	253.90	1.70	0.00	否	否
5	基本预备费	700.32	4.68	0.00	否	否
合 计		14,960.72	100.00	14,000.00		

（3）项目建设进度

本项目计划建设期24个月，自T+1月开始，至T+24月末结束，T为募集资金开始投入月份。具体进度安排如下：



截至2019年12月31日，本次项目仍处于前期准备工作阶段，已完成可行性研究、初步规划设计等阶段性工作。

6、项目的土地、立项和环评情况

本项目建设用地位于广东省广州市番禺区石楼镇菩山工业区SLG15-01地块，公司已取得粤（2019）广州市不动产权第07800208号土地使用证，可建设用地面积10,791平方米