

千禾味业食品股份有限公司首次公开发行股票招股意向书摘要

(上接 A19 版)
(四) 控股子公司情况
本公司的子公司情况以及最近两年的数据如下表所示。

公司	成立时间	注册资本	实收资本	法定代表人	注册地	主要生产经营地	主营业务	股权结构	报告期	已资产评估	净资产	当期净利润
柳州恒泰	2003.5.6	800	800	伍超群	柳州市第一工业大道1号	柳州市	生产销售调味品等	本公司	2014/12/31-2015/6/30	7,408.04	6,493.8	3,511.50
通坊恒泰	2001.3.30	800	800	伍超群	通坊办事处工业大道1号	通坊办事处	生产销售调味品等	本公司	2015/3/31-2015/6/30	5,310.24	4,106.59	612.71
石家庄恒泰	1998.9.8	400	400	伍超群	河北省石家庄市裕华区翟营南大街21号	石家庄市	生产销售调味品等	本公司	2014/12/31-2015/6/30	4,796.88	4,095.03	894.38
四川恒泰	2010.6.2	700	700	伍超群	成都市高新区天府二路20号	成都市	生产销售调味品等	本公司	2014/12/31-2015/6/30	6,761.04	3,910.98	1,356.98
丰城恒泰	2013.4.25	800	800	伍超群	江西省丰城市丰城大道1号	丰城市	生产销售调味品等	本公司	2014/12/31-2015/6/30	1,244.12	1,053.96	32.20
									2015/3/31-2015/6/30	722.52	533.87	-200.8
									2015/6/30	2,171.41	-92.27	-289.28
									2015/12/31-2016/6/30	2,391.78	-887.78	305
									2015/6/30	5,220.04	640.92	-0.64

注以上财务数据均按经审计计算。

第四节 募集资金运用

一、本次募集资金投资的具体项目和计划安排

经公司第一届董事会第4次会议及2012年第二次临时股东大会、第一届董事会第2次会议及2014年第一次临时股东大会审议批准,公司拟公开发行人民币普通股(A股)不超过4,000万股(含4,000万股)。实际募集资金扣除发行费用后,全部用于公司主营业务相关的项目及自主主营业务发展所需要的营运资金。

公司本次募集资金拟投资项目三个项目,分别为:

1、年产10万吨酿造酱油、食醋生产线项目;

2、市场营销网络升级建设项目;

3、补充营运资金项目。

具体投资项目情况如下:

单位:万元

项目名称	项目总投资	拟投入募集资金额	项目核准文号	环评批复文号
年产10万吨酿造酱油、食醋生产线项目	22,746.58	22,746.58	川发改投资[2012]21号	川环函[2012]21号
市场营销网络升级建设项目	4,027.88	4,027.88	川发改投资[2011]1023号[2012]78号	川环函[2012]78号
补充营运资金项目	7,108.95	7,108.95	—	—

如本次发行的募集资金将用于上述项目的需要,公司会按照经营需要及有关管理制度,将多余募集资金用于补充其他与主营业务相关的营运资金;募集资金不足时,不足部分由公司自行解决。

公司已通过自有资金对本次募集资金项目进行先期投入,部分募集资金将根据实际情况用以置换先期投入。

二、本次募集资金运用对公司财务状况和经营成果的影响

(一) 提高公司综合竞争力

1、产品竞争力提升,产能规模扩大

产能扩大的募投项目将对公司长期的技术工艺积累,应用到新增的10万吨产能中,将进一步扩大生产规模,提高产能,丰富产品品种,提高产品差异化水平,提高产品附加值,提升公司在本行业中的技术实力和核心竞争力,提升公司调味品行业的占有率为。

2、营销网络建设提升

营销网络升级改造项目将建设营销中心,在营销网络方面形成营销中心为支撑,办事处为终端的综合高效网络,增强公司渠道竞争力,进一步扩大市场份额,提高客户满意度。

3、提高公司盈利能力

本次拟募集资金投资项目将提升公司的核心竞争力,在产品竞争力、渠道竞争力方面得到实际的提升,将有力地提升公司营业收入和利润的持续增长。

根据可行性研究报告预测,年产能10万吨酿造酱油、食醋生产线项目,达产年可新增利润后利润7,900万元。

在营销网络建设的拉动下,公司的客户数量和销售规模将进一步扩大,新增产能可以逐步消化。

2、抗风险能力分析

本次发行募集资金到位后,由于净资产大幅提高,公司的资产负债率将进一步降低,资金结构更加稳健,提高公司的债务融资能力,增强公司整体的抗风险能力。

(三) 募集资金投资项目固定资产投资与产能匹配关系

本次募集资金新增10万吨酱油和食醋产能,2012-2014年酱油和食醋营业收入复合增长率达到24.56%,考虑到产能建设期和较长的达产期,公司很快将面临产能瓶颈,本次募集资金运用将增加产能空间,扩大产能规模,提升盈利能力。

目前公司固定资产主要为建筑工程、机器设备、电子设备等,由于地价和工程造价的上升,募投项目的投入产出略低于存量资产的投入产出比,但从长期看,将有利于公司产品的质量、生产的效率的提升,在整体上对公司的生产能力

和产品竞争力构成有力推动。
(四) 新增固定资产折旧对发行人未来经营成果的影响
在募投项目实施过程及完成后,新增折旧和摊销费用较目前有较大幅度提高。项目建成后预计每年约增加折旧和摊销1,670.17万元。

在募投项目实现全部达产后,并按预期实现投入产出的情况下,每年可产生销售收入44,431万元和净利润7,960万元,经济效益良好。

因此,尽管募投项目将经历建设期和回收投资期,建设期间内对公司盈利不高。项目建成后预计每年约增加折旧和摊销1,670.17万元。

第五节 风险因素和其他重要事项

一、风险因素
除在招股意向书书稿中要节录一下“重大事项提示”中披露的风险因素外,发行人提请投资者注意下述各项风险因素:

(一) 市场风险
1、农副产品的价格波动的风险
公司主要原材料为非转基因豆粕/大豆/有机大豆、小麦/有机小麥、白砂糖、葡萄糖等农副副产品。由于原材料价格受当年的种植面积、气候条件、市场价格等因素的影响波动,而产品销售价格的调整往往滞后于原材料价格的变化,因此,农副产品价格波动将影响公司的生产成本和盈利水平。2、市场竞争激烈的风险
公司所处的调味品行业市场竞争集中,目前与公司构成直接竞争的企业主要为在西南地区和华东地区销售的调味品企业。虽然公司已在西南地区特别是川渝地区取得了相当的竞争优势,但不排除类似定位的调味品企业对公司的市场竞争冲击。国内调味品行业还处于蓬勃发展阶段,随着公司在国内竞争对手的跨区域扩张,以及在西南调味品行业巨大的市场空间吸引下外资企业的纷纷进入,公司面临越来越广泛的激烈的竞争。

在调味品行业,部分上游原料供应商延长产业链,将产品延伸到下游的终端销售,加大了行业的竞争。如果公司未能正确应对上述竞争,可能因市场竞争的恶化而影响公司的经营。

3、调味品市场的拓展风险
公司焦糖色产品已经基本覆盖全国的生产销售网络,但调味品的销售网络和品牌形象主要还是在西南和华东市场。公司正致力于开拓调味品的全国市场。虽然公司已经积累了丰富的调味品市场经验和技术人才,也有焦糖色产品在西南市场的经验,但国内市场竞争十分激烈,在西南和华东市场竞争的格局中,将开拓新的市场空间,但存在市场竞争的恶化,如果公司未能正确应对上述竞争,可能因市场竞争的恶化而影响公司的经营。
4、产能扩张的风险
公司十分注重品牌形象和价值的提升,“恒泰”商标是中国驰名商标,“千禾”商标被认定为四川省著名商标。公司通过对产品品质的坚持逐步在消费者中树立了较高的美誉度和知名度。由于调味品行业从业企业较多,某些调味品企业为了获取短期利益,不惜冒用他人品牌或仿冒产品。因此,随着市场竞争的不断增强,公司存在因品牌形象受到冒用和产品受到仿冒从而导致客户群体分流,市场份额受到损害,对公司正常经营造成不利影响等风险。
5、投入新产品的风险
为迎合下游客户的需求,进一步拓展产品线,公司决定建设年产1万吨酵母母粉项目,尽管公司进行了充分的市场调研和技术准备,酵母母粉也是新的产品,但公司生产的产品能否如期投入市场并取得预期的效果存在一定的不确定性。

虽然酵母母粉的生产可以利用公司现有场地和部分设备,销售可以利用公司现有的营销网络,但作为新产品其建设及市场推广需要一定的时间,在该期间内将影响公司的经营效益。

(二) 经营风险
1、质量控制风险
公司十分注重品牌形象和价值的提升,“恒泰”商标是中国驰名商标,“千禾”商标被认定为四川省著名商标。公司通过对产品品质的坚持逐步在消费者中树立了较高的美誉度和知名度。由于调味品行业从业企业较多,某些调味品企业为了获取短期利益,不惜冒用他人品牌或仿冒产品。因此,随着市场竞争的不断增强,公司存在因品牌形象受到冒用和产品受到仿冒从而导致客户群体分流,市场份额受到损害,对公司正常经营造成不利影响等风险。
2、营销费用增加
公司通过广告宣传、新产品推广、形象提升、人员培训等途径,在开拓新市场时,公司通常会和经销商共同分担入场费等前期费用,并给予促销费用支持。新开拓市场的初期投入可能会降低公司的盈利水平。
4、品牌及产品被损害和冒用的风险
公司十分注重品牌形象和价值的提升,“恒泰”商标是中国驰名商标,“千禾”商标被认定为四川省著名商标。公司通过对产品品质的坚持逐步在消费者中树立了较高的美誉度和知名度。由于调味品行业从业企业较多,某些调味品企业为了获取短期利益,不惜冒用他人品牌或仿冒产品。因此,随着市场竞争的不断增强,公司存在因品牌形象受到冒用和产品受到仿冒从而导致客户群体分流,市场份额受到损害,对公司正常经营造成不利影响等风险。
5、产能过剩的风险
公司通过广告宣传、新产品推广、形象提升、人员培训等途径,在开拓新市场时,公司通常会和经销商共同分担入场费等前期费用,并给予促销费用支持。新开拓市场的初期投入可能会降低公司的盈利水平。
6、市场竞争激烈的风险
公司所处的调味品行业市场竞争集中,目前与公司构成直接竞争的企业主要为在西南地区和华东地区销售的调味品企业。虽然公司已在西南地区特别是川渝地区取得了相当的竞争优势,但不排除类似定位的调味品企业对公司的市场竞争冲击。国内调味品行业还处于蓬勃发展阶段,随着公司在国内竞争对手的跨区域扩张,以及在西南调味品行业巨大的市场空间吸引下外资企业的纷纷进入,公司面临越来越广泛的激烈的竞争。

在调味品行业,部分上游原料供应商延长产业链,将产品延伸到下游的终端销售,加大了行业的竞争。如果公司未能正确应对上述竞争,可能因市场竞争的恶化而影响公司的经营。

7、原材料价格波动的风险
公司十分注重品牌形象和价值的提升,“恒泰”商标是中国驰名商标,“千禾”商标被认定为四川省著名商标。公司通过对产品品质的坚持逐步在消费者中树立了较高的美誉度和知名度。由于调味品行业从业企业较多,某些调味品企业为了获取短期利益,不惜冒用他人品牌或仿冒产品。因此,随着市场竞争的不断增强,公司存在因品牌形象受到冒用和产品受到仿冒从而导致客户群体分流,市场份额受到损害,对公司正常经营造成不利影响等风险。
8、产能过剩的风险
公司通过广告宣传、新产品推广、形象提升、人员培训等途径,在开拓新市场时,公司通常会和经销商共同分担入场费等前期费用,并给予促销费用支持。新开拓市场的初期投入可能会降低公司的盈利水平。
9、品牌及产品被损害和冒用的风险
公司十分注重品牌形象和价值的提升,“恒泰”商标是中国驰名商标,“千禾”商标被认定为四川省著名商标。公司通过对产品品质的坚持逐步在消费者中树立了较高的美誉度和知名度。由于调味品行业从业企业较多,某些调味品企业为了获取短期利益,不惜冒用他人品牌或仿冒产品。因此,随着市场竞争的不断增强,公司存在因品牌形象受到冒用和产品受到仿冒从而导致客户群体分流,市场份额受到损害,对公司正常经营造成不利影响等风险。
10、产能过剩的风险
公司通过广告宣传、新产品推广、形象提升、人员培训等途径,在开拓新市场时,公司通常会和经销商共同分担入场费等前期费用,并给予促销费用支持。新开拓市场的初期投入可能会降低公司的盈利水平。
11、市场竞争激烈的风险
公司所处的调味品行业市场竞争集中,目前与公司构成直接竞争的企业主要为在西南地区和华东地区销售的调味品企业。虽然公司已在西南地区特别是川渝地区取得了相当的竞争优势,但不排除类似定位的调味品企业对公司的市场竞争冲击。国内调味品行业还处于蓬勃发展阶段,随着公司在国内竞争对手的跨区域扩张,以及在西南调味品行业巨大的市场空间吸引下外资企业的纷纷进入,公司面临越来越广泛的激烈的竞争。

在调味品行业,部分上游原料供应商延长产业链,将产品延伸到下游的终端销售,加大了行业的竞争。如果公司未能正确应对上述竞争,可能因市场竞争的恶化而影响公司的经营。

12、原材料价格波动的风险
公司十分注重品牌形象和价值的提升,“恒泰”商标是中国驰名商标,“千禾”商标被认定为四川省著名商标。公司通过对产品品质的坚持逐步在消费者中树立了较高的美誉度和知名度。由于调味品行业从业企业较多,某些调味品企业为了获取短期利益,不惜冒用他人品牌或仿冒产品。因此,随着市场竞争的不断增强,公司存在因品牌形象受到冒用和产品受到仿冒从而导致客户群体分流,市场份额受到损害,对公司正常经营造成不利影响等风险。
13、产能过剩的风险
公司通过广告宣传、新产品推广、形象提升、人员培训等途径,在开拓新市场时,公司通常会和经销商共同分担入场费等前期费用,并给予促销费用支持。新开拓市场的初期投入可能会降低公司的盈利水平。
14、市场竞争激烈的风险
公司所处的调味品行业市场竞争集中,目前与公司构成直接竞争的企业主要为在西南地区和华东地区销售的调味品企业。虽然公司已在西南地区特别是川渝地区取得了相当的竞争优势,但不排除类似定位的调味品企业对公司的市场竞争冲击。国内调味品行业还处于蓬勃发展阶段,随着公司在国内竞争对手的跨区域扩张,以及在西南调味品行业巨大的市场空间吸引下外资企业的纷纷进入,公司面临越来越广泛的激烈的竞争。

在调味品行业,部分上游原料供应商延长产业链,将产品延伸到下游的终端销售,加大了行业的竞争。如果公司未能正确应对上述竞争,可能因市场竞争的恶化而影响公司的经营。

15、原材料价格波动的风险
公司十分注重品牌形象和价值的提升,“恒泰”商标是中国驰名商标,“千禾”商标被认定为四川省著名商标。公司通过对产品品质的坚持逐步在消费者中树立了较高的美誉度和知名度。由于调味品行业从业企业较多,某些调味品企业为了获取短期利益,不惜冒用他人品牌或仿冒产品。因此,随着市场竞争的不断增强,公司存在因品牌形象受到冒用和产品受到仿冒从而导致客户群体分流,市场份额受到损害,对公司正常经营造成不利影响等风险。
16、产能过剩的风险
公司通过广告宣传、新产品推广、形象提升、人员培训等途径,在开拓新市场时,公司通常会和经销商共同分担入场费等前期费用,并给予促销费用支持。新开拓市场的初期投入可能会降低公司的盈利水平。
17、市场竞争激烈的风险
公司所处的调味品行业市场竞争集中,目前与公司构成直接竞争的企业主要为在西南地区和华东地区销售的调味品企业。虽然公司已在西南地区特别是川渝地区取得了相当的竞争优势,但不排除类似定位的调味品企业对公司的市场竞争冲击。国内调味品行业还处于蓬勃发展阶段,随着公司在国内竞争对手的跨区域扩张,以及在西南调味品行业巨大的市场空间吸引下外资企业的纷纷进入,公司面临越来越广泛的激烈的竞争。

在调味品行业,部分上游原料供应商延长产业链,将产品延伸到下游的终端销售,加大了行业的竞争。如果公司未能正确应对上述竞争,可能因市场竞争的恶化而影响公司的经营。

18、原材料价格波动的风险
公司十分注重品牌形象和价值的提升,“恒泰”商标是中国驰名商标,“千禾”商标被认定为四川省著名商标。公司通过对产品品质的坚持逐步在消费者中树立了较高的美誉度和知名度。由于调味品行业从业企业较多,某些调味品企业为了获取短期利益,不惜冒用他人品牌或仿冒产品。因此,随着市场竞争的不断增强,公司存在因品牌形象受到冒用和产品受到仿冒从而导致客户群体分流,市场份额受到损害,对公司正常经营造成不利影响等风险。
19、产能过剩的风险
公司通过广告宣传、新产品推广、形象提升、人员培训等途径,在开拓新市场时,公司通常会和经销商共同分担入场费等前期费用,并给予促销费用支持。新开拓市场的