

(上接A27版)

化,应对行业消费升级,才能在市场上占据有利地位,突破目前的发展瓶颈。

基酒作为产品的主要原料,是公司推动产品品质升级和风格差异化的基础,公司目前的优质基酒产能不能满足产品结构调整后的需求;公司“提品质、增品种、创品牌”战略的实施,对剩余产能会产生一定的影响。

(2)产业消费升级趋势促进公司调整产品结构,高品质基酒需求增加
自改革开放以来,我国的经济迅速发展,人民生活水平不断提高,在白酒消费结构向大众消费转移的趋势下,居于消费水平的最高点大众消费者对于高端白酒上档产品的需求不断增加。安徽地区的主要是酒类消费品构成,公司“提品质、增品种、创品牌”战略的实施,对剩余产能会产生一定的影响。

(3)产业消费升级趋势促进公司调整产品结构,高品质基酒需求增加
公司为增强市场竞争优势,已逐步推出健康白酒、营养保健等等一系列高档产品,并取得较好的市场反响,本公司计划将一步推进酒质口感优、成分健康,适合消费者饮用的产品。优质成品酒在于优化品种、公司高档产品的基酒品质及陈年老熟度均有较高要求,公司目前仅有部分车间实现了机械化生产,整体生产条件已不能适应公司未来产品结构调整的需求。通过本次技改,公司将提高基酒生产能力,提升生产竞争力。

(4)产业消费升级趋势促进公司调整产品结构,高品质基酒需求增加
公司作为企业的主要原料,是公司推动产品品质升级和风格差异化的基础,公司目前的优质基酒产能不能满足产品结构调整后的需求;公司“提品质、增品种、创品牌”战略的实施,对剩余产能会产生一定的影响。

(1)项目建设内容

营销体系建设项目主要由区域运营中心建设、营销网点建设及营销信息化建设组成。项目具体内容主要由场地建设、装修、信息技术设备及软件、电子商务、交通运输设备等构成。

(2)项目实施进度安排

区域运营中心建设,在江苏、河南、江西、湖北的省会城市成立四个区域运营中心;营销网点建设及建设140个,每个营销点34.10万元,预计3年完成。营销网点主要在省内四大区域运营中心建设的基础上布局,即江苏、河南、江西、湖北四大重点市场。在选定地址、签订合作协议后,营销网点的建设周期为90-90天。营销信息化建设分3年投入。

营销体系建设项目的实施进度如下:

重点项目	建设目标		
	第一年	第二年	第三年合计
江苏	13	12	36
河南	17	21	53
江西	10	12	9
湖北	11	8	12
合计	51	53	150

(3)项目投资金额

营销体系建设项目的总投资为14,943.80万元(使用募集资金9,443.80万元),其中区域运营中心建设投资额为25.30万元,营销网点建设投资额为5,15.00万元,营销信息化建设投资额为3,575.00万元。

四个区域运营中心建设的投入构成如下:

序号	项目支出类型	具体内容	单位:万元	
			单支支出	总计支出
1	厂房购置及装修	运营中心生产用房	5,500.00	
2	装饰支出	含办公设施、维修、制作展台、L202#货架、家具等	619.80	
3	电子设备	含打印机、复印机、电脑、传真机等	54.00	
4	运输设备	运营所需的车辆	80.00	
	合计		6,253.80	

营销网点建设的投入构成如下:

序号	项目支出类型	具体内容	单位:万元	
			单支支出	总计支出
1	装修支出	含室内精装修、店铺制作、展示柜台、L202#货架、家具等	21.30	3,196.00
2	电子设备	含打印机、复印机、电脑、传真机等	2.80	420.00
3	运输设备	运营所需的车辆	10.00	1,500.00
	合计		34.10	5,116.00

营销信息化建设的投入构成如下:

序号	项目支出类型	具体内容	单位:万元	
			单支支出	总计支出
1	产品质量追溯系统		1,640.00	
2	白酒全链营销平台		659.00	
3	电商平台管理		67.00	
4	数据中台建设工程		808.00	
5	信息化综合管理平台		410.00	
	合计		3,575.00	

5.项目效益

本项目不直接产生经济效益,营销体系建设成为公司产品战略发展的一部分,是公司持续执行既定策略的延续,本项目的经济效益主要体现在公司销售和客户服务能力的提升以及品牌影响力的增长。

营销体系建设有助于提高公司在市场的声誉,也有助于公司利用自身的人才和技术优势,加强渠道建设,促进中高端酒的销售,实现与核心客户充分互换。营销体系建设项目实施完成后,将对公司经济效益提升产生积极的影响,为公司可持续发展奠定坚实的基础,大大提高了公司的营销手段和抗风险能力,同时为公司产品的推广应用提供了有力的保障和支持。

6.项目概况

公司长期以来十分注重生产研发工作,围绕白酒酒体技术改造、产品质量提升、新产品新技术开发及配套工程项目建设,不断改进生产工艺,提高产品品质和附加值,公司整体生产水平和质量得到显著提升,并多次获得国家科技进步奖。

公司长期以来十分重视生产研发工作,围绕白酒酒体技术改造、产品质量提升、新产品新技术开发及配套工程项目建设,不断改进生产工艺,提高产品品质和附加值,公司整体生产水平和质量得到显著提升,并多次获得国家科技进步奖。

7.项目投资金额

优质基酒技术改造及配套工程项目建设总投资额为52,64156万元,其中使用募集资金48,19853万元,项目建设期三年,具体投资构成如下:

序号	项目名称	金额	
		单支支出	总计支出
1	建筑工程	9,176.61	
2	设备购置	33,234.29	
3	安装工程	3,998.34	
4	其他工程	1,801.30	
5	基本预备费	48,19853	
6	铺底流动资金	2,030.00	
	项目总投资	52,64156	

6.项目效益

优质基酒技术改造及配套工程项目的收益率测算按照建设期为3年、生产期为13年测算(含达产期3年)。项目建成后,形成1.36万吨优质基酒产能,公司基酒品质和品种得到提升和丰富。

基酒基酒为生产环节产品,并不实际对外销售,以多家高粱和稻谷为主原料,结合公司自身的地理环境和气候条件,研究出一批独特的、不同酒体的基酒产品,未来公司将继续加大对高粱和稻谷的种植力度,从而为公司产品升级和技术创新提供保障。

7.项目投资金额

优质基酒技术改造及配套工程项目建设总投资额为52,64156万元,其中使用募集资金48,19853万元,项目建设期三年,具体投资构成如下:

序号	项目名称	金额	
		单支支出	总计支出
1	建筑工程	9,176.61	
2	设备购置	33,234.29	
3	安装工程	3,998.34	
4	其他工程	1,801.30	
5	基本预备费	48,19853	
6	铺底流动资金	2,030.00	
	项目总投资	52,64156	

7.项目效益

本项目不直接产生经济效益,营销体系建设成为公司产品战略发展的一部分,是公司持续执行既定策略的延续,本项目的经济效益主要体现在公司销售和客户服务能力的提升以及品牌影响力的增长。

营销体系建设有助于提高公司在市场的声誉,也有助于公司利用自身的人才和技术优势,

加强渠道建设,促进中高端酒的销售,实现与核心客户充分互换。营销体系建设项目实施完成后,将对公司经济效益提升产生积极的影响,为公司可持续发展奠定坚实的基础,大大提高了公司的营销手段和抗风险能力,同时为公司产品的推广应用提供了有力的保障和支持。

8.项目投资金额

优质基酒技术改造及配套工程项目建设总投资额为52,64156万元,其中使用募集资金48,19853万元,项目建设期三年,具体投资构成如下:

序号	项目名称	金额	
		单支支出	总计支出
1	建筑工程	9,176.61	
2	设备购置	33,234.29	
3	安装工程	3,998.34	
4	其他工程	1,801.30	
5	基本预备费	48,19853	
6	铺底流动资金	2,030.00	
	项目总投资	52,64156	

9.项目效益

本项目不直接产生经济效益,营销体系建设成为公司产品战略发展的一部分,是公司持续执行既定策略的延续,本项目的经济效益主要体现在公司销售和客户服务能力的提升以及品牌影响力的增长。

营销体系建设有助于提高公司在市场的声誉,也有助于公司利用自身的人才和技术优势,

加强渠道建设,促进中高端酒的销售,实现与核心客户充分互换。营销体系建设项目实施完成后,将对公司经济效益提升产生积极的影响,为公司可持续发展奠定坚实的基础,大大提高了公司的营销手段和抗风险能力,同时为公司产品的推广应用提供了有力的保障和支持。

10.项目投资金额

优质基酒技术改造及配套工程项目建设总投资额为52,64156万元,其中使用募集资金48,19853万元,项目建设期三年,具体投资构成如下:

序号	项目名称	金额	
		单支支出	总计支出
1	建筑工程	9,176.61	
2	设备购置	33,234.29	
3	安装工程	3,998.34	
4	其他工程	1,801.30	
5	基本预备费	48,19853	
6	铺底流动资金	2,	