

北京燕京啤酒股份有限公司关于本次公开发行A股股票 募集资金投资项目的可行性研究报告

释 义

在本可行性研究报告中，除非文义另有所指，下列简称或名称具有如下含义：

燕京啤酒、公司	指	北京燕京啤酒股份有限公司
四川燕京	指	四川燕京啤酒有限公司
新疆燕京	指	新疆燕京啤酒有限公司
广东燕京	指	广东燕京啤酒有限公司
河北燕京	指	河北燕京啤酒有限公司
包头雪鹿	指	燕京啤酒（包头雪鹿）股份有限公司
呼和浩特燕京	指	燕京啤酒（呼和浩特）有限公司
赣州燕京	指	燕京啤酒（赣州）有限公司
衡阳燕京	指	燕京啤酒（衡阳）有限公司
桂林漓泉	指	燕京啤酒（桂林漓泉）股份有限公司
昆明燕京	指	燕京啤酒（昆明）有限公司
河北玻璃	指	河北燕京玻璃制品有限公司
曲阜三孔	指	燕京啤酒（曲阜三孔）有限责任公司
双燕商标	指	北京双燕商标彩印有限公司
燕京有限	指	北京燕京啤酒投资有限公司
燕京集团	指	北京燕京啤酒集团公司
股票、A股	指	发行人每股面值为1元的人民币普通股股票
本次发行、本次增发	指	公司本次向不特定对象公开发行不超过5.2亿股人民币普通股的行为

一、本次募集资金使用投资计划

根据《上市公司证券发行管理办法》等有关规定，结合公司实际经营状况、财务状况和投资项目的资金需求情况，本次公开发行A股股票拟募集资金总额不超过人民币26.20亿元。本次公开发行募集资金在扣除发行费用后，拟用于以下项目：

单位：万元

序号	募集资金投向	具体项目名称	项目总投资	拟使用募集资金
1	对四川燕京啤酒有限公司增资 28,000.00 万元	新增 10 万千升/年啤酒生产线项目	20,000.00	20,000.00
		新增 5 万千升/年啤酒易拉罐生产线项目	8,000.00	8,000.00
2	对新疆燕京啤酒有限公司增资 45,365.00 万元	新增年产 10 万千升啤酒工程（三期）项目	15,965.00	15,965.00
		用于新疆燕京啤酒有限公司合资设立燕京啤酒（阿拉尔）有限公司进行其年产 10 万千升啤酒工程项目	31,670.00	29,400.00
3	对广东燕京啤酒有限公司增资 7,041.1575 万元	600 罐/分钟易拉罐工程技术改造项目	9,388.21	7,041.1575
4	对河北燕京啤酒有限公司单方面增资 19,353.91 万元	年产 10 万千升啤酒扩建工程项目	19,353.91	19,353.91
5	对燕京啤酒（包头雪鹿）股份有限公司单方面增资 24,966.69 万元	燕京啤酒（呼和浩特）有限公司搬迁改造工程项目	24,966.69	24,966.69
6	对燕京啤酒（赣州）有限责任公司单方面增资 29,988.60 万元	年产 10 万千升啤酒退城进园技术改造项目	29,988.60	29,988.60
7	对燕京啤酒（衡阳）有限公司单方面增资 29,624.53 万元	年产 40 万千升（三期）啤酒工程项目	29,624.53	29,624.53
8	对燕京啤酒（昆明）有限公司单方面增资 9,600.00 万元	新建 5 万千升啤酒产能填平补齐项目	9,600.00	9,600.00
9	投资 29,700.00 万元合资设立河北燕京玻璃制品有限公司	年产 50 万吨瓶罐玻璃建设项目	60,000.00	29,700.00
10	出资 22,739.91 万元收购燕京啤酒（曲阜三孔）有限责任公司 100% 股权	收购燕京啤酒（曲阜三孔）有限责任公司 100% 股权	22,739.91	22,739.91
11	出资 15,606.00 万元收购北京双燕商标彩印有限公司 100% 股权	收购北京双燕商标彩印有限公司 100% 股权	15,606.00	15,606.00
合计			296,902.85	261,985.80

如本次公开发行募集资金到位时间与上述增资及项目资金需求的时间要求不一致，公司可根据实际情况需要以自筹资金先行投入，募集资金到位后，予以置换。如果本次发行实际募集资金量不能满足上述增资及项目资金需求，不足部

分由公司自筹解决。

二、本次募集资金投资项目的可行性分析

1、对四川燕京啤酒有限公司增资 28,000.00 万元

(1) 四川省啤酒市场概况

四川省位居西南中心，邻近云贵渝三省（直辖市），人口稠密，经济发展水平较高，为西部综合交通枢纽、经济发展高地，是西南地区的核心省份。四川省的文化开放程度相对较高，居民消费意愿和消费能力也较强，对消费品的品牌包容性高；四川省餐饮业发达，受饮食习惯影响，对啤酒的消费潜力较大；四川省拥有西南地区的交通枢纽、通信枢纽及物流和商贸、金融、科技中心，对周边省市啤酒市场的辐射能力很强。2009年，四川省啤酒销售量就已超过200万千升，近年来保持了较快的增长速度；但四川省啤酒产量增长相对滞后。据WIND统计，2011年四川省啤酒产量为175.35万千升，低于同期销量，产能增长有明显空间。

(2) 实施该项目的背景及意义

①满足市场发展需求，完善公司整体战略布局

为了在西南市场进行战略布局，燕京啤酒2008年在四川省南充市成立了四川燕京。四川燕京成立后，充分利用南充市作为四川省东北部区域中心、经济较为发达、消费能力较强、交通便利的区位优势，坚持差异化营销，采取推广瓶装鲜啤等策略，大力开发川东北地区的城区餐饮等现饮市场；同时大力拓展流通渠道，开发新产品、完善产品结构，拓展该地区的城区零售等非现饮市场和乡镇市场。四川燕京业务发展迅速，2009年投产第一年销量即超过6万千升，占领了南充市约80%的市场份额；2010年实现盈利，啤酒销量超过10万千升；2011年，四川燕京啤酒销量超过14万千升，同比增长39.53%。2012年上半年继续保持了良好的增长态势。

燕京啤酒已将四川作为重点拓展区域，在稳固四川东北部区域市场的同时，四川燕京还将逐步拓展成都和重庆等地市场，扩大在四川省市场份额。

目前，四川燕京产能规模与销售规模不匹配，生产能力已不能满足燕京啤酒在四川省东北部区域及周边地区快速增长的销售需求。在四川省啤酒销量和人均啤酒消费量持续增长、川渝地区主要竞争品牌先后扩产改造、其他品牌啤酒

企业入川的背景下，四川燕京迫切需要保持快速发展的势头并不断提高产销量，才能巩固已有市场份额并争取更大的市场空间，为进一步完善燕京的西南市场战略提供保障。

②满足消费者对产品质量的需求，啤酒生产技术水平进一步提升

本项目采用的是广东轻工机械二厂与德国KHS合作生产或南京轻工机械厂新近研制的新一代啤酒包装线，采用先进技术生产优质产品，将进一步提高对南充啤酒市场高质量啤酒的供应能力，满足消费者不断增长的需求。

③满足四川燕京自身发展需求，提高公司竞争力

本项目的实施将对燕京啤酒在四川及周边地区的发展起到积极的促进作用：有利于大幅增加燕京啤酒在四川东北部及周边地区的产销量，提高四川燕京的盈利水平；有利于通过媒体宣传和广告投放，进一步树立燕京啤酒在四川及周边地区的品牌影响力；有利于发挥燕京啤酒品牌优势、技术优势、质量优势、网络优势及管理优势，深入开拓四川市场，并最终取得该区域的市场优势。

(3) 具体项目名称

对四川燕京啤酒有限公司增资28,000.00万元，其中投资20,000.00万元用于其新增10万千升/年啤酒生产线项目，投资8,000.00万元用于其新增5万千升/年啤酒易拉罐生产线项目。

(4) 项目建设规模

① 新增10万千升/年啤酒生产线项目

本期工程扩建规模为年啤酒生产能力10万千升。项目建设地址位于南充市嘉陵工业园。本项目的产品方案如下：

序号	产品品种	产品包装	产能（万千升/年）
1	9.5 P480ml燕京纯生啤酒	480ml×12瓶/纸箱	5.5
2	9.5 P500ml燕京清爽啤酒	500ml×12瓶/纸箱	4.5

② 新增5万千升/年啤酒易拉罐生产线项目

本期工程建设规模为年啤酒生产能力5万千升。项目建设地址位于南充市嘉陵工业园。本项目的产品方案如下：

序号	产品品种	产品包装	产能（万千升/年）
----	------	------	-----------

1	10° P高档纯生啤酒	330ml×24罐装/纸箱	5.0
---	-------------	---------------	-----

(5) 投资方式

四川燕京成立于2008年1月10日，注册资本20,000.00万元，为燕京啤酒全资子公司。

燕京啤酒拟以本次公开发行股票募集资金中的28,000.00万元对四川燕京增资，增资价格为每单位注册资本1元，增资完成后，四川燕京注册资本为48,000.00万元。

(6) 项目投资

① 新增10万千升/年啤酒生产线项目

项目投入总资金包括建设投资、建设期利息和流动资金，本项目投入总资金为20,000.00万元，建设投资（含建筑工程费、设备及工器具购置费和安装工程费等）16,486.34万元、流动资金3,513.66万元；其中拟使用募集资金20,000万元。

② 新增5万千升/年啤酒易拉罐生产线项目

项目投入总资金包括建设投资、建设期利息和流动资金，本项目投入总资金为8,000万元，建设投资（含建筑工程费、设备及工器具购置费和安装工程费等）7208万元、流动资金792万元；其中拟使用募集资金8,000万元。

(7) 项目主要设备

① 新增10万千升/年啤酒生产线项目

本项目共投资10,533.00万元用于设备及工器具购置，主要包括糊化锅、糖化锅、过滤槽等啤酒生产、包装设备。

② 新增5万千升/年啤酒易拉罐生产线项目

本项目共投资4300.00万元用于设备及工器具购置，主要包括灌酒机、冲灌机等灌装啤酒生产、包装设备。

(8) 财务评价

① 新增10万千升/年啤酒生产线项目

根据工程建设计划，项目建设期为1年，建设投资在建设期内按进度投入。第二年投产达设计生产能力的80%，第三年达设计生产能力的100%。

本项目正常生产年销售收入为42,085.22万元；正常生产年利润总额为2,212.95万元，总投资收益率11.09%，全部投资财务内部收益率（税后）10.52%；

税后静态投资回收期7.95年（含建设期）。

② 新增5万千升/年啤酒易拉罐生产线项目

根据工程建设计划，项目建设期为1年，建设投资在建设期内按进度投入。第二年投产达设计生产能力的100%。

本项目正常生产年增量销售收入为12,300.00万元；正常生产年新增利润总额为1,239.75万元，总投资收益率15.49%，全部投资财务内部收益率（税后）15.70%；税后静态投资回收期6.30年（含建设期）。

2、对新疆燕京啤酒有限公司增资 45,365.00 万元

（1）新疆自治区啤酒市场概况

新疆维吾尔自治区拥有优质啤酒原料资源，在当地建立啤酒生产基地具有优越的自然条件。新疆是世界三大啤酒花种植生产基地之一，约占全国70%产量；天山北麓是世界五大大麦种植基地之一，生产优质啤酒大麦；拥有优质水源天山冰川，其冰川储量约占全国的50%。

随着我国居民消费水平的不断提高，中西部地区的经济增长速度潜力更大。2011年，新疆维吾尔自治区全区生产总值实现了6,574.54亿元，增长12%，高于全国平均增速2.8个百分点，食品类零售额增长24.5%，增长强劲。新疆的啤酒消费市场需求也在不断增长，2009年、2010年和2011年，新疆啤酒的产量分别为38.40万千升、42.78万千升和50.95万千升，复合增长率15.18%，预计2012年的产量缺口将达到约20万千升。

（2）实施该项目的背景和意义

① 扩充北疆区域产能，优化公司整体布局

石河子市的投资环境优良，新疆燕京在此扩充产能，可以优化整体区域布局，公司进入新疆市场以来，市场推广顺利，销量增长迅速。2009年销售啤酒2.94万千升，2010年销售啤酒9万千升，2011年销售啤酒13万千升，2012年上半年销售啤酒8万千升，同比增长28.04%，目前生产能力已不能满足市场发展的需要。加快对北疆市场的开拓。石河子市城乡基础设施配套齐全，交通发达，通讯网络较为完善、高效。新疆燕京继续在石河子市实施新增年产10万千升啤酒工程（三期）工程，可以加快对新疆中部、北部啤酒市场的开拓，进一步提高在新疆的啤酒产销量、降低运输成本，提高经济效益，扩大燕京啤酒的品牌影响力。

②开拓南疆区域市场，完善新疆全区域网络

阿拉尔所处的南疆地区具有较为丰富的边境口岸和边贸资源，经济较活跃，对南疆市场的辐射力强。燕京啤酒在阿拉尔市建设年产10万千升啤酒工程项目，可以与位于新疆中部的新疆燕京相呼应，以阿拉尔为中心覆盖新疆南部市场，减轻运输成本，提高品牌影响力，进一步扩大在新疆地区市场份额，最终实现成为西北地区主导啤酒品牌的战略目标。

(3) 具体项目名称

对新疆燕京啤酒有限公司增资43,365.00万元，其中投资15,965.00万元用于其新增年产10万千升啤酒工程（三期）项目，投资29,400.00万元投资设立燕京啤酒（阿拉尔）有限公司建设年产10万千升啤酒工程项目。

(4) 项目建设规模

①新增年产 10 万千升啤酒工程（三期）项目

本期工程建设规模为年产啤酒10万千升。项目建设地址位于石河子经济技术开发区。产品方案：

序号	产品品种	产品包装	产能（万千升/年）
1	10 P 568ml纯生啤酒	568ml×12瓶/纸箱	5.0
2	10 P 568ml红纯生啤酒	568ml×12瓶/纸箱	5.0

②投资设立燕京啤酒（阿拉尔）有限公司建设年产 10 万千升啤酒工程项目

本期工程建设规模为年产啤酒10万千升，厂址位于阿拉尔市1号工业园区内。本项目的产品方案如下：

序号	产品品种	产品包装	产能（万千升/年）
1	10度568ml清爽特制	12瓶装纸箱/高档	8.0
2	10度500ml双滤爽	12瓶装塑箱/普通	2.0

(5) 投资方式

新疆燕京成立于2006年4月12日，注册资本28,880.00万元，为燕京啤酒全资子公司。

燕京啤酒拟以本次公开发行股票募集资金中的45,365万元对新疆燕京增资，增资价格为每单位注册资本1元，增资完成后，新疆燕京注册资本为74,245万元，

其中15,965万元用于新建年产10万千升啤酒工程（三期）项目，29,400万元用于其与燕京啤酒合资设立燕京啤酒（阿拉尔）有限公司。燕京啤酒（阿拉尔）有限公司的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	北京燕京啤酒股份有限公司	600	2.00%
2	新疆燕京啤酒有限公司	29,400.00	98.00%

（6）项目投资

①新增年产 10 万千升啤酒工程（三期）项目

项目投入总资金包括建设投资、建设期利息和流动资金，本项目投入总资金为15,965万元，建设投资（含建筑工程费、设备及工器具购置费和安装工程费等）13,636万元，流动资金2,329万元。本次募集资金拟投入15,965万元。

②投资设立燕京啤酒（阿拉尔）有限公司建设年产 10 万千升啤酒工程项目

项目投入总资金包括建设投资、建设期利息和流动资金，本项目投入总资金为31,669.59万元，建设投资（含建筑工程费、设备及工器具购置费和安装工程费等）29,042.17万元、流动资金2,627.42万元。本次募集资金拟投入29,400万元。

（7）项目主要设备

①新增年产 10 万千升啤酒工程（三期）项目

本项目共投资5,150.00万元用于设备及工器具购置。

②投资设立燕京啤酒（阿拉尔）有限公司建设年产 10 万千升啤酒工程项目

本项目共投资12,090.00万元用于设备及工器具购置。

（8）财务评价

①新增年产 10 万千升啤酒工程（三期）项目

根据工程建设进度计划，建设期为1年，建设投资在建设期内按进度投入。第二年投产达设计生产能力的80%，第三年达设计生产能力的100%。

本项目正常生产年销售收入为43,909万元；正常生产年利润总额为1,989.75万元，总投资收益率11.87%，全部投资财务内部收益率（税后）10.98%；税后静态投资回收期8.25年（含建设期）。

②投资设立燕京啤酒（阿拉尔）有限公司建设年产 10 万千升啤酒工程项目

本项目建设期1年。根据项目建设进度计划，建设开始起第二年投产达设计

生产能力的80%，第三年达设计生产能力的100%，第三年及以后为投产后正常生产年份。

本项目正常生产年销售收入为39,480万元；正常生产年利润总额为3,590.61万元，总投资收益率11.35%，全部投资财务内部收益率（税后）10.51%；税后静态投资回收期8.01年（含建设期）。

3、对广东燕京啤酒有限公司增资 7,041.1575 万元

（1）广东省啤酒市场概况

广东省经济发达，是我国最大的啤酒消费区域之一。广东省GDP多年均位居全国各省第一，2011年广东省实现GDP4.56万亿元，同比增速12.8%。广东省的城镇化比例高，具有较高消费能力；人口密度大，消费群体数量庞大；具有早茶及夜宵的饮食习惯，啤酒需求量大。2011年广东省啤酒产量约占全国总产量的10%，仅次于山东省。

（2）广东燕京的业务发展情况

目前，广东市场是燕京啤酒重点培育的新兴市场，公司控股的广东燕京经营业绩优良，位居子公司前列。近年来，广东燕京通过调整管理结构、引入绩效挂钩考核机制，公司在广东市场业务快速发展，2009年、2010年和2011年销量分别达到31万千升、41万千升、43万千升，年增长率分别为55%、32.26%和6.68%。2011年，广东燕京实现营业收入94,357.96万元，净利润9,970.37万元。根据广东省酒类行业协会啤酒分会统计，2011年燕京啤酒在广东省部分区域市场占有率已经上升至第二位。目前广东燕京已建立了覆盖广东主要城市和乡镇的销售网络。未来燕京啤酒将通过改善产品结构、扩大产能等多种措施进一步加大对广东市场的开拓力度。

根据经京都天华会计师事务所审计的财务报表，截至2011年12月31日广东燕京总资产为125,492.23万元，总负债为43,269.24万元，所有者权益为82,222.99万元；2011年实现营业收入94,357.96万元，净利润9,970.37万元

（2）实施该项目的背景和意义

①满足消费需求，扩充高端产品产能

近年来，中国啤酒工业正在向着高端化、精细化的方向发展，啤酒包装也在出现小瓶化、多样化、个性化的趋势。易拉罐包装的啤酒密封性能优越，可以更

大程度地保持啤酒的固有风味，同时便于运输、携带和开启，适合于旅游、野外聚餐、走亲访友等场合，吸引着越来越大的城市中青年消费群体。易拉罐的材料较轻，可以节约运输成本。根据统计，中国易拉罐装啤酒产量不足全部产量的5%，而美国销量排名前10位的啤酒品牌中有6个罐装啤酒品牌，易拉罐包装的啤酒占美国啤酒总产量的49%。随着中国啤酒行业的发展、产品结构的升级，易拉罐包装的啤酒市场前景广阔。广东啤酒市场在规模增长的同时，对产品的档次和质量需求也在提高，未来易拉罐包装啤酒在广东市场拥有较大的发展空间。

本次工程技术改造项目引进的是德国克朗斯生产的新一代易拉罐纯生啤酒技术的包装线，将进一步提高广东啤酒市场高质量纯生啤酒的供应能力，有利于优化燕京啤酒在广东省的产品结构、增强市场竞争力，进一步满足消费者不断增长的消费需求。

②优化产能布局，进一步完善区域网络

本次工程技术改造项目，主要是顺应啤酒行业发展趋势，扩建一条年产能9万千升易拉罐生产线，同时调减瓶装啤酒生产线产能9万千升/年。本项目拟建地点在广东省佛山市南海科技工业园，交通便利。南海科技工业园距佛山市中心区10公里，距三山港货运码头15公里，距广州国际机场19公里，距佛山机场15公里，广（州）茂（名）铁路货场、内河货运码头、广三（广佛）高速公路、321国道于园区内纵横经过。由于易拉罐材料较轻，可节约运输成本，相对适合长途销售，未来本项目完成后可以辐射较大范围的周边市场。

（3）具体项目名称

对广东燕京啤酒有限公司增资 7,041.1575 万元，用于其 600 罐/分钟易拉罐工程技术改造项目。

（4）项目建设规模

本期工程的建设规模为年产啤酒 9 万千升，厂址位于佛山市松夏工业园。本项目的产品方案如下：

序号	产品品种	产品包装	产能 (万千升/年)
1	10° P高档纯生啤酒	500ml×12罐装/纸箱和330ml×24罐装/纸箱	9.0

（5）投资方式

广东燕京啤酒有限公司成立于2004年12月22日，注册资本71,600万元，公司

股权结构如下：

序号	企业名称	出资额（万元）	持股比例
1	北京燕京啤酒股份有限公司	53,700.00	75.00%
2	北京企业（啤酒）有限公司	17,900.00	25.00%

燕京啤酒拟以本次公开发行股票募集资金中的7,041.1575万元与北京企业（啤酒）有限公司同比例广东燕京增资。增资价格为每单位注册资本1元，增资完成后，广东燕京注册资本为80,988.21万元人民币，股权结构如下：

序号	企业名称	出资额（万元）	持股比例
1	北京燕京啤酒股份有限公司	60,741.1575	75.00%
2	北京企业（啤酒）有限公司	20,247.0525	25.00%

（6）项目投资

本项目投入总资金为9,388.21万元，包括建设投资和流动资金。其中，建设投资（含建筑工程费、设备及工器具购置费和安装工程费等）7,614.60万元、流动资金为1,773.61万元。拟使用本次募集资金投资金额为9,388.21万元。

（7）主要设备

本项目共投资 6,405.00 万元用于设备及工器具购置。

（8）财务评价

根据工程建设进度计划，建设期为1年，建设投资在建设期内按进度投入。第二年达设计生产能力的80%，第三年达设计生产能力的100%。

本项目正常生产年销售收入为24,570万元；正常生产年利润总额为1,517.38万元，总投资收益率16.16%，全部投资财务内部收益率（税后）15.93%；税后静态投资回收期6.30年（含建设期）。

4、对河北燕京啤酒有限公司单方面增资 19,353.91 万元

（1）河北省啤酒市场概况

河北省地处“环京津、环渤海”的大经济圈，是华北地区重要的经济省份，人口稠密，啤酒消费市场巨大。2011年河北省啤酒产量已达到152.39万千升，累计增长12.01%，高于2011年全国啤酒产量的增速。同时，河北省虽然人口较多，目前的人均啤酒产销量仍在20升上下徘徊，低于全国36升的人均啤酒

消费量，更远低于毗邻天津40升、北京80升的啤酒消费量，啤酒市场的消费还有较大的上升空间。大型啤酒企业在河北省并购、建厂并不多见，虽有所动作，但大多目的在辐射京津，并非做大河北市场，因此河北省目前啤酒企业的竞争格局比较分散、销量相差不大，是开发、占据潜在啤酒消费市场的有利时机。

（2）实施该项目的意义

①满足公司产能扩充需求，提高区域市场份额

随着燕京啤酒品牌知名度的提高，燕京啤酒的产销量保持连年增长的势头，对河北省啤酒市场的影响越来越大，但目前河北燕京的产能规模与销售势头不相匹配。在河北省人均啤酒消费量不断增长的市场环境下，河北燕京必须保持高速发展势头，才能争得市场话语权，实现燕京啤酒集团部署的战略目标。

本项目采用南京轻工机械厂新近研制的新一代啤酒包装线，年啤酒生产能力10万千升，有利于进一步提高沧州啤酒市场高质量啤酒的供应能力，满足消费者不断增长的需求。

②优化公司网络布局，增强区域市场竞争力

河北燕京于2005年设立于河北省沧州市。沧州市南依山东，与北京、河北省会石家庄两大都市等距相望，是国务院确定的经济开放区，京津一小时交通圈内区域城市。沧州市作为京津通往东部沿海地区的交通要道，为河北燕京的快速发展奠定了有利的地理条件基础。

本项目的实施将利用燕京知名的品牌优势、先进技术优势、产品优势、科学的网络网络以及管理优势等有利因素，对于扩大河北省啤酒市场、攻克石家庄市、掌控冀南、冀东啤酒市场具有重要的战略意义。

（3）具体项目名称

对河北燕京啤酒有限公司单方面增资19,353.91万元，用于其年产啤酒10万千升扩建工程项目。

（4）项目建设规模

本期扩建工程建设规模为年产啤酒10万千升。厂址建于沧州市献县高新技术开发区。本项目的产品方案如下：

序号	产品品种	产品包装	产能（万千升/年）
1	9.5 P480ml燕京纯生啤酒	480ml×12瓶/纸箱	5.5

2	9.5 P500ml燕京清爽啤酒	500ml×12瓶/纸箱	4.5
---	------------------	--------------	-----

(5) 投资方式

河北燕京成立于2005年10月21日，注册资本为17,950万元，公司持有其99.17%的股权，河北燕京的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	北京燕京啤酒股份有限公司	17,800.00	99.17%
2	北京燕京饮料有限公司	150.00	0.84%

燕京啤酒拟以本次公开发行股票募集资金中的19,353.91万元对河北燕京增资。增资价格为每单位注册资本1元，增资完成后，股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	北京燕京啤酒股份有限公司	37,153.91	99.60%
2	北京燕京饮料有限公司	150.00	0.40%

(6) 项目投资

项目投入总资金包括建设投资、建设期利息和流动资金，本项目投入总资金为19,353.91万元，建设投资（含建筑工程费、设备及工器具购置费和安装工程费等）15,699.02万元、流动资金3,654.88万元。本项目拟使用募集资金19,353.91万元。

(7) 主要设备

本项目共投资8,260.00万元用于设备及工器具购置。

(8) 财务评价

根据工程建设进度计划，建设期为1年，建设投资在建设期内按进度投入。第二年投产达设计生产能力的80%，第三年达设计生产能力的100%。

本项目正常生产年销售收入为46,826.62万元；正常生产年利润总额为2,165.71万元，总投资收益率11.16%，全部投资财务内部收益率（税后）10.30%；税后静态投资回收期8.24年（含建设期）。

5、对燕京啤酒（包头雪鹿）股份有限公司单方面增资 24,966.69 万元

（1）内蒙古啤酒市场概况

内蒙古啤酒消费市场具有较大的增长潜力。近年来，内蒙古充分发挥资源优势，地方经济迅速发展。2011年内蒙古GDP超过1.4万亿元，同比增速15%，位居全国前列。随着内蒙古经济的发展，居民消费水平不断提高，啤酒消费量也不断增长。2011年，内蒙古啤酒产量约为118万千升。2009-2011年内蒙古的啤酒产量均保持在100万千升以上。随着内蒙古经济增长，未来内蒙古啤酒市场还有较大增长空间。

内蒙古市场是公司五大优势市场之一，在内蒙古市场已经具有较强的竞争力。目前，燕京啤酒在内蒙古市场占有率排名第一，约占75%左右的市场份额，具有绝对优势地位。

（2）实施该项目的背景和意义

①实现公司整体搬迁，提高装备技术水平和生产能力

呼和浩特燕京成立于2008年8月，注册资本1.09亿元，是燕京啤酒控股子公司包头雪鹿的控股子公司。截至2012年6月30日，包头雪鹿持有呼和浩特燕京70%的股权。呼和浩特燕京坐落于呼和浩特市如意开发区，绝大部分在用设备是八十年代初期购进的，设备较为陈旧，制约了啤酒生产能力。呼和浩特燕京厂房所在地属于呼和浩特市总体城市规划范围，面临整体拆迁。为了保证正常生产经营，呼和浩特燕京启动搬迁改造工程势在必行。

②满足当地市场消费需求，巩固区域市场占有率

目前燕京啤酒在内蒙古的产能已经不能满足未来业务发展需要。本次搬迁改造工程项目将购置新一代啤酒包装线，将使呼和浩特燕京啤酒生产能力逐渐提高到10万千升，同时进一步增加高质量啤酒的产量占比，有利于扩大燕京啤酒在呼和浩特市场的占有率、提高呼和浩特燕京的盈利能力。呼和浩特燕京将以此次搬迁改造为契机，通过扩大产能、优化产品结构，进一步巩固燕京啤酒在内蒙古市场的占有率，为完善燕京啤酒的大华北市场战略提供保障。

（3）具体项目名称

对燕京啤酒（包头雪鹿）股份有限公司单方面增资24,966.69万元，用于燕京啤酒（呼和浩特）有限公司搬迁改造工程项目。

(4) 项目建设规模

本期工程建设规模为年产啤酒10万千升，厂址位于呼和浩特市和林格尔县盛乐经济园区，具体产品品种和产能情况如下：

序号	产品品种	产品包装	产能（万千升/年）
1	8 P600ml雪鹿冰爽啤酒	600ml×12瓶/纸箱	6.0
2	8 P600ml燕京清爽啤酒	600ml×24瓶/塑料箱	4.0

(5) 投资方式

呼和浩特燕京成立于2008年8月11日，注册资本10,900万元，公司股权结构如下：

序号	企业名称	出资额（万元）	持股比例
1	燕京啤酒（包头雪鹿）股份有限公司	7,630.00	70.00%
2	内蒙古塞北星啤酒有限责任公司	3,270.00	30.00%

燕京啤酒拟以公开发行人股票募集资金中的24,966.69万元对包头雪鹿增资，增资价格为每股1元。包头雪鹿向呼和浩特燕京增资24,966.69万元，增资价格为每注册资本1元。增资完成后，呼和浩特燕京注册资本变更为35,866.69万元人民币，股权结构如下：

序号	企业名称	出资额（万元）	持股比例
1	燕京啤酒（包头雪鹿）股份有限公司	32,596.69	90.88%
2	内蒙古塞北星啤酒有限责任公司	3,270.00	9.12%

(6) 项目总投资

项目投入总资金包括建设投资、建设期利息和流动资金，本项目投入总资金为24,966.69万元，建设投资（含建筑工程费、设备及工器具购置费和安装工程费等）22,966.69万元、流动资金2,000.00万元。拟利用本次募集资金投资金额为24,966.69万元。

(7) 主要设备

本项目共投资9,600.00万元用于设备及工器具购置。

（8）财务评价

根据工程建设进度计划，建设期为1年，建设投资在建设期内按进度投入。第二年投产达设计生产能力的80%，第三年达设计生产能力的100%。

本项目正常生产年销售收入为27,264.96万元，利润总额为2,966.12万元，总投资收益率11.12%，全部投资财务内部收益率（税后）10.38%；税后静态投资回收期8.24年（含建设期）。

6、对燕京啤酒（赣州）有限责任公司单方面增资29,988.60万元

（1）江西省啤酒市场概况

江西地理位置优越，南通广东、西连湖南、北接湖北、东邻浙江和福建。在国家中部崛起战略的带动下，江西省经济发展水平不断提高，GDP总量超万亿元人民币，人均GDP已突破3,000美元的中等收入分界线，接近26,000元人民币。收入的提高推动江西省居民消费水平不断提升，也带动了江西省啤酒市场的快速发展。江西省气候湿润，高温期长，培养了消费者饮用啤酒的习惯，使得江西省啤酒的销售旺季持续时间较长。目前，江西省啤酒销量已突破100万千升，2011年啤酒产量更是达到129.47万千升。江西省啤酒市场尚无处于垄断地位的品牌，燕京啤酒等品牌具有相对领先的市场地位。

（2）实施该项目的背景和意义

①满足赣州燕京发展需要，增强盈利能力

江西市场邻接燕京啤酒占据优势或局部优势的湖北、福建和广东市场。赣州燕京成立于2000年，在江西市场已耕耘十余年，与燕京啤酒另一子公司江西燕京啤酒有限责任公司在当地市场具有一定的影响力。赣州燕京设备的使用年限已较长，生产工艺相对落后，且难以进一步提高生产效率；厂区场地较小，占地面积仅为54.58亩，难以扩大产能，无法有效地提高市场份额，经营出现亏损。赣州燕京现有厂区属于赣州市总体城市规划范围，面临整体拆迁。根据燕京啤酒整体区域布局的要求，赣州燕京通过搬迁改造、退城进园，对现有生产设备进行升级改造和更新换代，有利于提高生产效率，扩大产能，丰富产品结构，提升盈利能力。

②满足公司战略布局需要，增强区域竞争力

本项目采用新一代纯生啤酒技术的包装线，进一步提高江西啤酒市场高质量

纯生啤酒的供应能力，改善产品结构、提高盈利能力。目前，江西啤酒市场目前还没有绝对优势品牌，赣州燕京实施退城进园技术改造项目，有助于发挥与江西燕京啤酒有限责任公司的协同效应，进一步提高燕京啤酒在江西市场的市场份额、改善赣州燕京的盈利能力，进一步完善燕京啤酒在大华东市场的战略布局。

(3) 具体项目名称

对燕京啤酒（赣州）有限责任公司单方面增资29,988.60万元，用于其年产10万千升啤酒退城进园技术改造项目。

(4) 项目建设规模

本期工程建设规模为年产啤酒10万千升。项目建设地址位于赣州市工业开发区。本项目的产品方案如下：

序号	产品品种	产品包装	产能（万千升/年）
1	8 P600ml专赣纸箱啤酒	600ml×12瓶/纸箱	2.0
2	8 P600ml冰爽燕京啤酒	600ml×12瓶/纸箱	8.0

(5) 投资方式

赣州燕京成立于2000年7月6日，注册资本8,688.00万元，燕京啤酒持有其7,207.56万元出资额，占其注册资本的82.96%。赣州燕京股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	北京燕京啤酒股份有限公司	7,207.56	82.96%
2	江西燕京啤酒有限责任公司	1,480.44	17.04%

燕京啤酒拟以公开发行人股票募集资金中的29,988.60万元单方对赣州燕京增资，增资价格为每单位注册资本1元，增资完成后，赣州燕京注册资本为38,676.60万元，股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	北京燕京啤酒股份有限公司	37,196.16	96.17%
2	江西燕京啤酒有限责任公司	1,480.44	3.83%

(6) 项目投资

项目投入总资金包括建设投资、建设期利息和流动资金，本项目投入总资金为29,988.60万元，建设投资（含建筑工程费、设备及工器具购置费和安装工程费

等) 27,988.60万元、流动资金2,000.00万元。本项目拟使用募集资金29,988.60万元。

(7) 主要设备

本项目共投资9,950.00万元用于设备及工器具购置。

(8) 财务评价

根据工程建设计划, 项目建设期为1年, 建设投资在建设期内按进度投入。第二年投产达设计生产能力的80%, 第三年达设计生产能力的100%。

本项目正常生产年销售收入为39,120.24万元; 正常生产年利润总额为3,531.35万元, 总投资收益率11.18%, 全部投资财务内部收益率(税后) 10.31%; 税后静态投资回收期8.39年(含建设期)。

7、对燕京啤酒(衡阳)有限公司单方面增资 29,624.53 万元

(1) 湖南省啤酒市场概况

湖南省人口众多, 经济发展迅速, 2011年GDP增长达12.8%, 连续三年GDP总量进入全国前十行列。湖南省居民消费水平和消费意识较高: 2010年人均消费性支出位居中部六省之首; 2011年长沙城市居民人均可支配收入同比增长15.9%, 在全国26个省会城市中排名第六位。湖南省交通发达, 地理位置优越, 北接长三角, 南连珠三角, 西连内陆, 是啤酒生产商布局中国市场的重要省份。湖南饮食文化发达, 辛辣的湘菜风味有助于啤酒的销售。湖南啤酒业发展潜力较大, 2011年, 湖南省啤酒产量同比增长19.97%, 达到124.75万千升; 在销量方面, 湖南省近三年啤酒销量均超过啤酒产量, 保持着超过全国平均水平的销量增速; 但在人均啤酒消费量方面, 湖南大幅落后于全国平均水平, 2011年湖南人均啤酒消费量约16升, 远低于全国平均36升的水平。近几年, 燕京啤酒在湖南市场竞争力和盈利能力不断提高, 销量在湖南稳居第一, 在衡阳及周边市场占有率达到80%以上, 衡阳公司的销量、利润均取得了持续、快速发展。

(2) 实施该项目的背景和意义

①满足衡阳扩产增效的需要, 进一步争取市场空间

从各区域营业收入增速来看, 包括湖南在内的华中市场增速最快, 达到了38.2%, 销量持续增长。目前, 衡阳燕京产能为20万千升/年, 产销量已接近产能极限, 现有产能已无法满足燕京啤酒在湖南的销售需求。在湖南省啤酒销量和

人均啤酒消费量增长潜力巨大、各主要竞争品牌先后扩产改造的背景下，衡阳燕京要保持快速发展的势头并不断提高产销量，才能巩固已有市场份额并争取更大的市场空间。

②满足公司战略布局需要，增强协同效应

本项目的实施对燕京啤酒在湖南及周边地区的发展起到积极的促进作用：有利于加强湖南本地化生产，节省运费以及仓储成本，提供盈利水平；有利于巩固燕京啤酒在湖南省的区域优势并争取更大的市场份额；有利于依托衡阳地处京广铁路沿线的有利位置，发挥协同效应，提高燕京啤酒在江西、广东等省的销量和市场份额。

(3) 具体项目名称

对燕京啤酒（衡阳）有限公司单方面增资29,624.53万元，用于其年产40万千升（三期）啤酒工程项目。

(4) 项目建设规模

本期工程建设规模为年产啤酒10万千升。本项目建设地址位于衡阳市雁峰区白沙洲。本项目的产品方案如下：

序号	产品品种	产品包装	产能（万千升/年）
1	纯生酒600ml	600ml×12瓶/纸箱	3.5
2	普通酒600ml	600ml×12瓶/纸箱	3.5
3	精品酒600ml	600ml×12瓶/纸箱	3.0

(5) 投资方式

衡阳燕京成立于1999年12月17日，注册资本31,066.00万元，燕京啤酒持有其29,936.00万元的出资额，占其注册资本的96.36%。衡阳燕京股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	北京燕京啤酒股份有限公司	29,936.00	96.36%
2	衡阳弘湘国有资产经营有限责任公司	1,130.00	3.64%

燕京啤酒拟以本次公开发行股票募集资金中的29,624.53万元对衡阳燕京增资，增资价格为每单位注册资本1元，增资完成后，衡阳燕京注册资本为60,690.53万元人民币，股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	北京燕京啤酒股份有限公司	59,560.53	98.14%
2	衡阳弘湘国有资产经营有限责任公司	1,130.00	1.86%

（6）项目投资

项目投入总资金包括建设投资、建设期利息和流动资金。本项目投入总资金为29,624.53万元，建设投资26,742.92万元、流动资金2,881.61万元；其中拟使用募集资金29,624.53万元。

（7）项目主要设备

本项目共投资10,593.00万元用于建筑工程费，12,920.57万元设备及工器具购置费，主要包括糊化锅、糖化锅、过滤槽等啤酒生产、包装设备。

（8）财务评价

根据工程建设进度计划，建设期为1年，建设投资在建设期内按进度投入。第二年达设计生产能力的80%，第三年达设计生产能力的100%。

本项目正常生产年销售收入为48,216.65万元；正常生产年利润总额为3,433.46万元，总投资收益率11.58%，全部投资财务内部收益率（税后）10.73%；税后静态投资回收期6.89年（含建设期）。

8、对燕京啤酒（昆明）有限公司单方面增资 9,600.00 万元

（1）云南省啤酒市场概况

2011年云南全省实现生产总值8,750.95亿元，比上年增长13.7%，比全国高4.5个百分点，人均GDP18,957元，比上年增长13.0%，创近30年来云南省GDP增长的最好水平。云南省已被农业部纳入规划的啤酒大麦种植生产基地之一。该省地处我国西南边陲，处于东亚季风和东南亚季风的过渡区域，优越的地理环境为大麦的种植生长创造了有利的条件，为云南省啤酒基地的建设提供原材料的充足保障。

云南省2010年、2011年的啤酒总产量分别为81.05万千升、103.62万千升，2011年增长率达27.85%，远高于全国平均增长速度。但2011年人均啤酒消费量仅为22升，远低于全国人均年啤酒消费水平36升。啤酒消费还有很大的上升空间。目前各品牌啤酒均占据一定份额，但是均未形成当地的强势品牌，没有占统治地位的主导性全国品牌。现有啤酒企业的生产规模还不能满足当地啤酒市场的需要。

(2) 实施该项目的背景和意义

①满足持续增长的消费需求，进一步扩充产能

昆明燕京成立于2010年，成立伊始就显现出强劲的发展势头，2011年投产当年即实现了10万千升的销量，2012年上半年，昆明实现啤酒销量9万千升，同比增长达180%，创造了啤酒行业罕见的达产速度、销售业绩。目前，燕京啤酒在昆明已经占有10%的市场份额，建立了较为完善的销售渠道。随着云南省当地的啤酒市场需求的不断增长，以及燕京啤酒在当地知名度和销量的不断提升，昆明燕京迎来了扩大产能的有利时机。

②优化公司产品结构，加大市场开拓深度

本项目采用广东轻工机械二厂与德国克朗斯合作生产的新一代纯生啤酒技术的包装线，进一步提高云南啤酒市场高质量纯生啤酒的供应能力，满足消费者不断增长的需求。利用燕京的品牌优势、技术优势、产品优势、网络和管理优势等有利因素，深入开拓云南市场，形成区域优势。

(3) 具体项目名称

对燕京啤酒（昆明）有限公司单方面增资9,600.00万元，用于其新建5万千升啤酒产能填平补齐项目。

(4) 项目建设规模

本工程建设规模为年产啤酒5万千升。本项目厂址在昆明市嵩明县杨林工业园。本项目的产品方案如下：

序号	产品品种	产品包装	产能（万千升/年）
1	燕京精品10° P鲜啤酒	568ml×12瓶/纸箱	2.5
2	燕京10° P冰啤酒	568ml×12瓶/纸箱	2.5

(5) 投资方式

燕京啤酒（昆明）有限公司成立于2010年1月14日，注册资本为36,000万元，公司持有其5%的股权，昆明燕京的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	北京燕京啤酒股份有限公司	1,800.00	5.00%
2	燕京啤酒（桂林漓泉）股份有限公司	34,200.00	95.00%

燕京啤酒拟以本次公开发行股票募集资金中的 9,600 万元对昆明燕京增资。增资价格为每单位注册资本 1 元, 增资完成后, 昆明燕京注册资本为 45,600 万元人民币, 股权结构如下:

序号	股东名称	出资额 (万元)	出资比例
1	北京燕京啤酒股份有限公司	11,400.00	25.00%
2	燕京啤酒 (桂林漓泉) 股份有限公司	34,200.00	75.00%

(6) 项目总投资

本项目总投资9,600.00万元, 包括建设投资、建设期利息和流动资金, 其中建设投资 (含建筑工程费、设备及工器具购置费和安装工程费等) 8,600万元, 流动资金1,000万元。本项目拟投入募集资金9,600,00万元。

(7) 主要设备

本项目共投资4,785.40万元用于设备及工器具购置。

(8) 财务评价

根据工程建设进度计划, 建设期为1年, 建设投资在建设期内按进度投入。第二年投产达设计生产能力的80%, 第三年达设计生产能力的100%。

本项目正常生产年销售收入为20,240万元; 正常生产年利润总额为1,062.30万元, 总投资收益率10.35%, 全部投资财务内部收益率 (税后) 10.12%; 税后静态投资回收期8.23年 (含建设期)。

9、投资 29,700.00 万元合资设立河北燕京玻璃制品有限公司

(1) 设立背景

目前, 燕京啤酒共有38家啤酒生产企业, 2010年、2011年啤酒销量分别达到503万千升、550万千升 (含托管企业)。燕京啤酒下一步的目标是在2015年啤酒产销量达到800万千升, 实现销售收入230亿元。啤酒产量的不断增长将产生对啤酒瓶的持续需求。

河北省地处华北、渤海之滨, 环首都北京, 近郊天津, 交通便利、四通八达。毗邻的北京、天津、山东、辽宁、河南等省 (市) 均为啤酒消费大省 (市)。2011年河北省啤酒产量已达到152.39万千升, 累计增长12.01%, 高于2011年全国啤酒产量的增速, 啤酒行业发展潜力巨大。该项目建成后, 将可以为公司在京津、河北、山西等周边地区的啤酒生产提供稳定的啤酒瓶; 其次, 还

可以供应周边其他啤酒生产企业。

(2) 实施该项目的意义

随着燕京啤酒的快速发展,对啤酒瓶罐的配套需求量和质量要求也在持续上升。按照燕京啤酒生产啤酒503万千升估计,需要各种规格容量的啤酒瓶约80亿只,生产800万千升啤酒将需要啤酒瓶约128亿只。由于瓶罐在啤酒生产旺季的回收量较少,供应较为紧张,啤酒瓶罐在生产、运输、销售、回收过程中存在一定的损耗,啤酒瓶罐本身具有一定的使用年限,燕京啤酒每年均需要补充采购大量的新瓶罐。

因此,燕京啤酒在河北省献县建设年产50万吨的瓶罐玻璃项目,不仅接近燕京啤酒生产基地,实现资源共享;还可以有效降低产品的运输成本,节省物流资源,充分结合当地的玻璃配套产业、劳动力充足等优势,有效的降低生产成本,提高竞争优势。

(3) 具体项目名称

投资 29,700.00 万元合资设立河北燕京玻璃制品有限公司,用于其年产 50 万吨瓶罐玻璃建设项目。

(4) 项目建设规模

本项目总体规划规模为年产玻璃瓶50万吨,厂址位于献县城南工业园区。本项目总投资为60,000.00万元,分两期建设。本次拟建设的首期项目总投资为30,000.00万元。

(5) 投资方式

燕京啤酒拟以公开发行人股票募集资金中的 29,700 万元、河北燕京自筹资金 300 万元,共同投资设立河北燕京玻璃制品有限公司,注册资本为 3 亿元。该公司股权结构如下:

序号	股东名称	出资额(万元)	出资比例
1	北京燕京啤酒股份有限公司	29,700	99%
2	河北燕京啤酒有限公司	300	1%

(6) 项目总投资

项目总投资包括建设投资和流动资金，项目总投资为 60,000.00 万元，分两期建设。本次拟建设的首期项目总投资为 30,000.00 万元，建设投资（含建筑工程费、设备及工器具购置费和安装工程费等）28,438.88 万元、流动资金 1,561.12 万元。本次募集资金拟投入 29,700 万元。

(7) 主要设备

本次首期投资项目共投资 18,598.00 万元用于设备及工器具购置。

(8) 财务评价

根据工程建设进度计划，建设期为 36 个月，建设投资在建设期内按进度投入。建设期完成后第一年达产比率为 60%、第二年为 80%，以后各年度均为 100%。

本次拟建设的首期项目正常达产年销售收入为 41,025.64 万元；正常达产年利润总额为 3,902.23 万元，总投资收益率 9.65%，全部投资财务内部收益率（税后）29.14%；税后静态投资回收期 6.23 年（含建设期）。

10、出资 22,739.91 万元收购燕京啤酒（曲阜三孔）有限责任公司 100% 股权

(1) 曲阜三孔的基本情况

燕京啤酒此次拟收购的标的企业曲阜三孔目前为燕京有限的控股子公司，其基本情况如下：

曲阜三孔成立于 1993 年 10 月 11 日，法定代表人为宋宝和，注册资本为人民币 26,081.72 万元，实收资本为人民币 26,081.72 万元，企业类型为有限责任公司（中外合资），经营范围为生产销售啤酒，住所为山东省曲阜市校场路 18 号，其股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（元）	出资比例
1	北京燕京啤酒投资有限公司	194,908,690	74.73%
2	北京企业（啤酒）有限公司	65,908,500	25.27%
合计		260,817,190	100.00%

(2) 曲阜三孔的业务发展情况

曲阜三孔前身为始建于 1987 年的曲阜市啤酒厂，2001 年被燕京有限收购。

因为历史包袱较重、坏账较多，曲阜三孔曾多年亏损。近年来，曲阜三孔以燕京品牌为依托，进行产品、品牌结构优化调整，向小瓶化发展，加大向燕京啤酒品牌过渡的力度，燕京啤酒品牌的销量显著提高，中高价位啤酒的销售比例增加，盈利能力显著增强。2009年、2010年、2011年，曲阜三孔持续盈利，分别实现净利润507.89万元、559.36万元、1,001.47万元。

曲阜三孔啤酒品味纯正、质量稳定，燕京啤酒占曲阜三孔总销量的比例达到80%左右，高、中、低档产品兼备，配合销售不同品牌、价位的啤酒，可以满足不同区域、多类消费者的需求，吨酒销售收入达到较高水平。

（3）曲阜三孔最近一年及一期经审计的财务数据

曲阜三孔截至2011年12月31日的总资产为30,592.48万元，总负债为10,473.74万元，所有者权益为20,118.94万元，2011年实现营业收入33,737.84万元，净利润1,079.73万元；截至2012年6月30日的总资产为30,843.45万元，总负债为11,360.52万元，所有者权益为19,482.93万元，2012年1-6月实现营业收入22,232.62万元，净利润-636.01万元。

（4）曲阜三孔的评估情况

根据北京天健兴业资产评估有限责任公司出具的以2012年6月30日为评估基准日的《燕京啤酒(曲阜三孔)有限责任公司股权转让项目资产评估报告书》（天兴评报字（2012）第507号），曲阜三孔净资产账面价值为19,482.93万元，评估价值为22,739.91万元，评估增值3,256.98万元，增值率为16.72%。

（5）本次收购的定价依据

就本次股权收购涉及的相关事宜，燕京啤酒以资产评估报告确认的评估结果为定价依据，确定股权收购的交易价格。

（6）本次收购曲阜三孔100%股权的重要意义

①避免同业竞争、减少关联交易，履行燕京有限的承诺

曲阜三孔原为燕京啤酒2002年发行可转换公司债券时拟收购的项目，但由于曲阜三孔当时处于亏损状态，为维护燕京啤酒全体股东的利益，经股东大会审议通过，燕京啤酒决定暂不收购曲阜三孔，而是对其实施受托经营，以避免同业竞争。2008年非公开发行股票、2010年发行可转换公司债券时，大股东燕京有限曾承诺待曲阜三孔生产经营走入正轨且具备稳定盈利能力后，由燕京啤酒对其进行

收购。2010年、2011年，曲阜三孔的盈利水平较为稳定，分别实现营业收入29,363.33万元、33,737.84万元，净利润559.36万元、1,001.47万元，具备由燕京啤酒收购的条件。

本次收购完成后，曲阜三孔将成为燕京啤酒的全资子公司，减少了燕京啤酒与控股股东燕京有限下属企业之间的关联交易，有利于解决燕京有限与燕京啤酒之间潜在的同业竞争，有利于维护社会公众股东利益，提高业务经营的独立性，提升公司治理水平。

②完善全国性布局、增强品牌影响力、提高上市公司的核心竞争力

曲阜三孔所在的山东省为国内啤酒消费量第一大省，对于燕京啤酒实施全国市场战略具有重要的战略意义。曲阜三孔在山东经营多年，具备了一定市场基础。燕京啤酒受托经营曲阜三孔期间，向曲阜三孔输入先进的制造工艺和管理理念、统一原材料采购，降低生产成本，优化产品口味，并对地处山东的燕京啤酒下属企业进行合理布局和市场划分，调整产品结构，降低内耗。近两年来，曲阜三孔的经营情况较为稳定，保持较高的盈利水平。燕京啤酒的此次收购将进一步完善全国性的布局，增强燕京啤酒的品牌影响力、提高上市公司的核心竞争力。

(7) 本次收购定价合理性的分析

北京天健兴业资产评估有限责任公司担任本次收购的资产评估机构，该评估机构具有证券业务资产评估资格，与本公司、北京燕京啤酒投资有限公司、北京企业（啤酒）有限公司、曲阜三孔没有除业务关系外的其他关联关系，也不存在现实的和预期的利益或冲突，具有独立性。评估报告的假设前提按照国家有关法规和规定执行、遵循了市场通用的惯例或准则、符合曲阜三孔的实际情况，评估假设前提合理。评估机构在评估过程中实施了相应的评估程序，遵循了独立性、客观性、科学性、公正性等原则。

北京天健兴业资产评估有限责任公司采用资产基础法和收益法对曲阜三孔的股东权益价值进行了评估，最终评估结论选用收益法的评估结果，评估方法选择适当，符合市场惯例，评估结果较为全面、客观、合理地反映了曲阜三孔股权的真实价值，最终交易价格以评估值为准，定价公允、合理，没有损害公司及其全体股东的合法权益。

11、出资 15,606.00 万元收购北京双燕商标彩印有限公司 100%股权

(1) 双燕商标的基本情况

燕京啤酒此次拟收购的标的企业双燕商标目前为燕京集团的控股子公司，其基本情况如下：

双燕商标成立于1995年8月25日，法定代表人为赵晓东，注册资本为3,761.4132万元，实收资本为3,761.4132万元，企业类型为有限责任公司（外商投资企业投资），经营范围为商标印刷；其他印刷品印刷；制造纸箱；加工纸制品（非货币出资1,135.68万元，为机器设备），住所为北京市顺义区顺通路36号，其股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	北京燕京啤酒集团公司	2,625.7332	69.81%
2	北京长亿人参饮料有限公司	1,135.6800	30.19%
合计		3,761.4132	100.00%

(2) 双燕商标的业务发展情况

双燕商标系燕京集团于1995年投资设立的专业印制商标标签企业，具有将近17年的商标印刷经营管理经验，具有较强的设计、印制高档镀铝纸、纯铝箔以及铜版纸等商标、标签的能力，年生产啤酒标签90亿张，居国内啤酒商标印刷企业前列。

目前，双燕商标主要拥有三条生产线，包括胶印生产线、凹印生产线和柔印生产线，拥有六色对开海德堡胶印机、六色四开海德堡胶印机、六色四开小森胶印机、八色凹印机、六加一色麦安迪柔印机等较先进的印刷设备。

(3) 双燕商标最近一年及一期经审计的财务数据

双燕商标截至 2011 年 12 月 31 日的总资产为 11,821.87 万元，总负债为 5,137.15 万元，净资产为 6,684.72 万元，2011 年实现的净利润为 1,573.84 万元；截至 2012 年 6 月 30 日的总资产为 12,291.22 万元，总负债为 6,143.08 万元，净资产为 6,148.14 万元，2012 年 1-6 月实现营业收入 6,920.26 万元、净利润为 702.19 万元。

(4) 双燕商标的评估情况

根据北京天健兴业资产评估有限责任公司出具的以2012年6月30日为评估基

准日的《北京燕京啤酒集团公司与北京长亿人参饮料有限公司拟转让北京双燕商标彩印有限公司100%股权项目资产评估报告》（天兴评报字（2012）第504号），双燕商标净资产账面价值为6,148.14万元，评估价值为15,606.00万元，评估增值9,457.86万元，增值率为153.83%。

（5）本次收购的定价依据

就本次股权收购涉及的相关事宜，燕京啤酒以资产评估报告确认并经北京市国资委核准的评估结果为定价依据，确定股权收购的交易价格。

（6）本次收购双燕商标 100%股权的重要意义

①降低关联交易比例、规范上市公司运作

根据燕京啤酒1997年与燕京集团签订的《采购及供货协议》，燕京啤酒啤酒生产中所需的商标印刷物将从双燕商标采购。近三年来，燕京啤酒与双燕商标一直存在金额较大的经常性关联交易。2009年、2010年和2011年，燕京啤酒从双燕商标的采购额分别为10,511.85万元、11,602.27万元和12,813.47万元，占同期同类交易的比例分别为99.24%、99.30%和99.82%。

本次协议收购后，双燕商标将成为燕京啤酒的全资子公司，减少与燕京集团的关联交易，进一步增强燕京啤酒的业务独立性、规范燕京啤酒的公司日常运作，也有利于维护社会公众股东的利益。

②有利于发挥协同效应，提高上市公司盈利水平

通过本次协议收购，燕京集团的啤酒商标印刷业务和资产将被整合进入燕京啤酒，可以完善燕京啤酒的啤酒业务产业链，提升上市公司资产质量和盈利能力，有利于维护包括中小股东在内的上市公司股东的利益。

③有利于实现国有资产的证券化

双燕商标长期以来一直为燕京啤酒提供“燕京啤酒”配套商标印刷物。通过本次协议收购，双燕商标将进入上市公司，并实现资产证券化，有利于充分利用资本市场的品牌效应和融资功能等促进两家企业进一步发展壮大，原有的资产将获得更大的发展空间。

（7）本次收购定价合理性的分析

北京天健兴业资产评估有限责任公司担任本次收购的资产评估机构，该评估机构具有证券业务资产评估资格，与本公司、北京燕京啤酒集团公司、北京长亿

人参饮料有限公司、双燕商标没有除业务关系外的其他关联关系，也不存在现实的和预期的利益或冲突，具有独立性。评估报告的假设前提按照国家有关法规和规定执行、遵循了市场通用的惯例或准则、符合双燕商标的实际情况，评估假设前提合理。评估机构在评估过程中实施了相应的评估程序，遵循了独立性、客观性、科学性、公正性等原则。

北京天健兴业资产评估有限责任公司采用资产基础法和收益法对双燕商标的股东权益价值进行了评估，最终评估结论选用收益法的评估结果，评估方法选择适当，符合市场惯例，评估结果较为全面、客观、合理地反映了双燕商标股权的真实价值，最终交易价格以经北京市国资委核准的评估值为准，定价公允、合理，没有损害公司及其全体股东的合法权益。