

成都市新都化工股份有限公司

关于非公开发行股票募集资金使用可行性分析的补充公告

本公司及董事会全体成员保证信息披露的内容真实、准确、完整，没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

特别提示：

● 本公告中所述未来几年营业收入增长情况系公司基于行业整体发展状况、公司的业务情况以及对未来几年的业务发展规划进行的预测，并不代表公司对未来几年的盈利预测，也不构成公司对业绩的承诺。投资者不应据此进行投资决策，投资者据此进行投资决策造成损失的，公司不承担赔偿责任。

成都市新都化工股份有限公司（以下简称“公司”、“新都化工”）于 2014 年 12 月 12 日召开第三届董事会第二十三次会议、2014 年 12 月 29 日召开 2014 年第一次临时股东大会，审议通过了公司非公开发行股票的相关议案。公司分别于 2014 年 12 月 13 日、2015 年 4 月 29 日在指定的信息披露媒体公开披露了《成都市新都化工股份有限公司关于非公开发行股票募集资金使用的可行性分析报告》、《成都市新都化工股份有限公司关于非公开发行股票募集资金使用可行性分析的补充报告》。根据中国证券监督管理委员会关于公司本次非公开发行的反馈意见，公司再次对本次非公开发行股票募集资金补充流动资金分业务进行测算、相关参数的确定依据、补充流动资金是否与公司的生产经营规模相匹配等进行了进一步分析，现补充说明如下：

一、募集资金补充流动资金与公司现有生产经营规模及实际资金状况相匹配

公司本次非公开发行股票募集资金总额预计不超过 113,150.00 万元（含发行费用，如果 2014 年度利润分配方案在发行日前实施，本次非公开发行募集资金总额不超过人民币 111,690 万元），扣除发行费用后全部用于补充公司流动资金。

2014年12月31日，公司流动资产222,671.57万元，流动负债308,691.78万元，流动比率0.72，速动比率0.39，母公司资产负债率54.28%，合并报表资产负债率62.51%。公司流动负债超过流动资产，且资产负债率较高，公司迫切需要改善财务结构，降低资产负债率，增强偿债能力，通过补充流动资金满足公司快速发展阶段的资金需求。

最近三年，公司的主要偿债能力指标与同行业可比上市公司的比较情况如下：

项目		2014.12.31	2013.12.31	2012.12.31
流动比率	芭田股份	1.03	3.19	3.30
	金正大	1.87	1.37	1.85
	史丹利	1.80	2.11	1.79
	双环科技	0.68	0.67	0.65
	和邦股份	0.53	1.44	2.63
	同行业平均	1.18	1.76	2.04
	新都化工	0.72	0.78	1.16
速动比率	芭田股份	0.77	2.59	2.68
	金正大	1.32	0.68	0.76
	史丹利	1.26	1.60	1.19
	双环科技	0.23	0.28	0.32
	和邦股份	0.26	1.07	2.13
	同行业平均	0.77	1.24	1.42
	新都化工	0.39	0.46	0.68
资产负债率	芭田股份	56.62%	46.24%	31.61%
	金正大	33.34%	47.95%	53.59%
	史丹利	44.59%	44.62%	43.83%
	双环科技	64.08%	67.82%	58.06%
	和邦股份	43.25%	39.36%	30.77%
	同行业平均	48.38%	49.20%	43.57%
	新都化工（合并）	62.51%	56.92%	53.09%
	新都化工（合并-发行后）	53.55%	-	-

公司流动比率、速动比率低于同行业平均水平且持续下降，公司的资产负债率逐期上涨，最近两年均超过同行业平均水平。公司偿债能力指标变化与公司转型升级、快速发展的背景相适应，公司目前迫切需要补充营运资金满足公司快速发展的需求。本次发行完成后，新都化工的资产负债率将下降为53.55%，略高

于同行业公司的资产负债率，符合公司所处行业的行业特点。

二、公司本次补充流动资金相关参数的确定依据及测算过程

鉴于新都化工的主要业务是复合肥，并以复合肥产业链上下游延伸形成了其他业务板块，因此，本次补充流动资金的测算过程系根据新都化工 2014 年各业务的财务数据及 2015-2017 年的收入预测，并按照中国银行业监督管理委员会《流动资金贷款管理暂行办法》中的测算方法，分业务板块进行独立测算，测算过程如下：

（一）分业务按照《流动资金贷款管理暂行办法》测算的流动资金需求

1、复合肥业务的流动资金需求测算

（1）复合肥业务 2015-2017 年收入测算依据及收入实现措施

①复合肥业务 2015-2017 年收入测算及依据

年度	销售收入 (万元)	测算依据
2015 年度	390,165.80	按销量 188 万吨，平均售价 2,075.35 元/吨测算，按在建项目达产后产能为 503 万吨测算，产能利用率为 37.38%。
2016 年度	525,063.55	按销量 253 万吨，平均售价 2,075.35 元/吨测算，按 563 万吨产能测算，产能利用率为 44.94%。
2017 年度	603,926.85	按销量 291 万吨，平均售价 2,075.35 元/吨测算，按 563 万吨产能测算，产能利用率为 51.69%。

上表中的销售价格按照公司 2014 年复合肥平均售价进行测算，销量按照公司分区域预测的未来三年的销量进行测算。

②复合肥业务 2015-2017 年产能保障、销量测算依据及营销措施

A、复合肥业务产能保障

公司 2014 年末复合肥产能为 453 万吨，2015 年眉山复合肥项目和新疆嘉施利项目达产后，产能将达到 503 万吨。2014-2016 年新增产能具体情况如下：

序号	实施主体	主要内容	完工时间
1	应城嘉施利水溶肥	20 万吨/年硝酸铵钙复肥生产装置（二期：10 万吨/年硝酸铵钙复肥生产装置）项目	2014 年 12 月底
2	眉山复合肥	建设 45 万吨/年的新型复合肥项目	2015 年 6 月
3	新疆嘉施利	建设 5 万吨/年大量元素水溶肥项目	2015 年 2 月

序号	实施主体	主要内容	完工时间
4	宜城嘉施利	30万吨/年硫基复合肥项目	2014年12月
5	宁陵嘉施利	建设80万吨/年的新型复合肥项目	2014年2月
6	平原嘉施利	建设80万吨/年的新型复合肥项目	2014年3月、6月 各投产40万吨
7	荆州嘉施利	建设60万吨/年的新型复合肥项目	预计2016年6月 建成投产

根据上表所列公司的新建项目及其投产情况，2014年底，公司复合肥产能为453万吨；2015年新增产能50万吨，年末产能达到503万吨，按188万吨预计销量计算，产能利用率为37.38%；2016年新增产能60万吨，年末产能达到563万吨，按照253万吨预计销量计算，产能利用率为44.94%；目前暂无2017年建成投产的在建项目，因此2017年产能保持563万吨不变，按照291万吨预计销量计算，产能利用率为51.69%。在考虑当年新增产能投产时间因素基础上，公司每年产能利用率均符合行业特征，公司的新增产能配置能够保证公司预测销量的实现。

B、复合肥业务销量预测依据及保障销量实施的营销措施

根据公司已经作出的未来三年营销计划，分区域的销量计划如下表。未来三年复合肥业务的算术平均增长率为26.45%，低于公司复合肥2014年与2013年相比较的销量增长率33.08%，与公司复合肥2012年至2014年三年销量的算术平均增长率25.84%基本一致。

销量单位：万吨

销售区域	2014年		2015年		2016年		2017年	
	销量	增长率	销量	增长率	销量	增长率	销量	增长率
华中地区	56.83	30.05%	60	5.58%	73	21.67%	85	16.44%
华南地区	30.01	33.08%	32.8	9.30%	36	9.76%	45	25.00%
西南地区	23.96	40.86%	28.2	17.70%	32	13.48%	38	18.75%
华东地区	19.01	33.12%	37.2	95.69%	64	72.04%	72	12.50%
其他地区（华北、东北、西北）	15.07	33.13%	29.8	97.74%	48	61.07%	51	6.25%
小计	144.88	33.08%	188	29.76%	253	34.57%	291	15.02%

为保障上表所列的复合肥销量的顺利实施，拟在销售上采用如下措施：

a、组织机构及渠道建设

销售队伍的建设：2015年公司销售团队由2014年的320人增加至560人，

人员的增加提高了北方销售区域的覆盖率，且提高了公司固有强势市场的销售服务质量及水平，具体增设情况见下表：

单位：人

人员性质	2014年	2015年	2016年	2017年
正编人员	320	560	620	700
分销代表 (与经销商合作)	/	200	300	500

专业机构的设立和专业化人员的培养：公司于2014年起成立专业化的营销服务机构，如：农技推广部，在总部及各销售大区均增设农技推广人员，对经销商、零售商及种植大户提供农技支持与服务；成立专业水溶肥、冲施肥销售团队，全国共增加水溶肥专职销售人员50余人，与经销商合作增加分销代表200余人，对水溶肥进行强化推广。

b、渠道下沉及客户拓展

公司将进一步强化渠道下沉，以快消品的理念运营和管理渠道及客户。2015-2017年公司将持续进行市场细分，优化客户结构、增加客户数量，客户开发计划见下表：

销售中心	大区	客户数量(个)			
		2014年	2015年	2016年	2017年
华中	湖北	271	300	320	350
	湖南	123	150	170	200
	河南	242	250	270	290
华南	广东	69	80	95	110
	海南	12	15	20	25
	广西	103	110	120	130
西南	贵州、重庆	46	60	70	90
	四川	192	210	230	250
	云南	109	120	130	140
华东	山东	183	200	230	260
	江苏、安徽	92	130	170	200
	江西	69	80	90	100
	浙江、福建	74	90	110	130
华北	河北、山西	234	260	290	320
	内蒙	3	10	15	30
东北	黑龙江	7	15	25	40

销售中心	大区	客户数量（个）			
		2014年	2015年	2016年	2017年
	吉林	6	15	30	40
	辽宁	29	40	60	80
西北	陕西、新疆、 甘肃、宁夏、 青海	151	180	200	220
合计		2,015	2,315	2,645	3,005

注：上表中的全国活跃客户数量指经销商，不含终端零售商，公司2015年开始提高经销商合作门槛，全年销量低于600吨的经销商不再签订销售合同。

c、产品、品牌及促销

(a) 产品系列化

公司产品已实现全水溶、高塔尿基、高浓度氯基、高浓度硫基、中低浓度复合肥、有机无机复合肥、硝基肥、缓释肥等产品的全线覆盖，在每一个领域公司均推出核心产品，实现全系产品推广。

水溶肥：大量元素水溶肥、硝基全水溶、尿基水溶、冲施肥

硝基肥：硝基3合一、硝基速效肥、硝基根动力、硝基速动力

缓释肥：硝基力多系列、硝基缓释、双模肥、常规缓释、稳定性肥料

公司高端产品逐步形成“系列化”、“科技化”、“差异化”的产品阵营，为消费者提供更全、更好的科技化新品。

(b) 多品牌战略带来的市场机会

嘉施利品牌定位：定位于以水溶肥、硝基肥为代表的“快肥”方向，做高端经济作物肥的领航者。

桂湖品牌定位：定位于以硝基缓释、常规缓释肥为代表的“慢肥”方向，做缓释肥的领航者。

洋洋品牌定位：定位于做普通复合肥的优胜者，为消费者提供质优价廉的普通复合肥，主打亲民牌。

土博士品牌定位：主攻“中国邮政”销售渠道，做特通销售，全国已合作省局有13个，分别为四川、重庆、湖北、湖南、江西、福建、云南、山东、河北、河南、黑龙江、吉林、辽宁。

德沃尔品牌定位：主攻“电视媒体”销售渠道，做特通销售，2014 年已成功与河南电视台新农村频道实现战略合作，2015 年将实现与山东电视台农科频道的战略合作。

（c）推广及促销多样化

“示范田”建设：2015 年公司制定“示范田”建设战略，重点针对水溶肥、冲施肥、硝基肥、缓释肥等高端产品进行示范推广。

种植大户推广：自 2014 年开始公司大力推广“农民会”建设，针对以上高端产品全国范围内开展“种植大户”技术研讨会，进行农技推广及交流。

经济作物区地面亮化：配合“万亩示范方”、“种植大户推广”等工作，在全国核心经济作物区集中投放大型路牌广告及线杆吊旗进行地面亮化宣传，提高品牌知名度及产品美誉度。

万亩一分销：保持销售渠道的畅通和销售网络的全面覆盖是公司多年来一直坚持的核心营销战略，2013 年起公司提出“万亩一分销”的渠道开发原则，要求每一万亩耕地要实现一个二级零售网点，现已实现全国二级网点超过十五万个，为产品的分销打下坚实基础，2015-2017 年将持续进行终端零售网点开发，继续推进“万亩一分销”的零售网点开发思路，确保销量增幅达到公司要求。

全面生动化：店外宣传——为增加终端品牌宣传，公司每年投入电线杆贴及海报超过 1000 万张；投入宣传店招超过 20 万平米；投入墙体广告超过 10 万平米；投入产品气模及宣传遮阳伞制作费用超过 1000 万元。店内宣传——公司统一零售终端店内形象，制定统一标准进行星级店、形象店、专卖店建设，提升品牌形象，提高单店销量。

“三帮”政策：帮你定——即帮助经销商订货，通过召开零售商会议，并提供汽车、银砖、种肥同播机等促销品帮助经销商将货定给二级零售商；帮你出——即帮助零售商出货，通过有组织、大规模的召开“农民会”，并提供手机、银砖、套刀、蒸锅、白酒等精美促销品帮助零售商将产品销售给农民，2014 年全国共计召开农民会超过 2 万场次，2015 年预计全年将超过 3 万场次；帮你亮——即帮助零售商进行终端生动化建设，公司提供四角遮阳棚、产品气模、海报、宣传单、电线杆贴等宣传品帮助经销商进行终端亮化，提高品牌形象。

(2) 复合肥业务 2014 年营运资金周转次数测算

①影响复合肥业务营运资金周转次数的相关数据

项目名称	2014 年	2013 年
销售收入（万元）	300,683.22	257,663.18
销售成本（万元）	248,230.67	218,017.33
存货（万元）	83,114.61	57,926.77
应收账款（万元）	7,825.39	3,223.17
应付账款（万元）	16,394.71	9,818.58
预付账款（万元）	24,723.35	28,248.49
预收账款（万元）	28,801.13	41,133.05

注：上表中的销售收入、销售成本为公司年度报告中披露的复合肥业务数据；其他科目数据系公司按照复合肥业务进行的统计。

②复合肥业务 2014 年营运资金周转次数

项目名称	项目数据	项目名称	项目数据
存货周转次数（次）	3.52	存货周转天数（天）	102
应收账款周转次数（次）	54.43	应收账款周转天数（天）	7
应付账款周转次数（次）	18.94	应付账款周转天数（天）	19
预付账款周转次数（次）	9.37	预付账款周转天数（天）	38
预收账款周转次数（次）	8.60	预收账款周转天数（天）	42
营运资金周转次数（次）	4.17		

注：营运资金周转次数 = $360 / (\text{存货周转天数} + \text{应收账款周转天数} - \text{应付账款周转天数} + \text{预付账款周转天数} - \text{预收账款周转天数})$

周转天数 = $360 / \text{周转次数}$

应收账款周转次数 = $\text{销售收入} / \text{平均应收账款余额}$

预收账款周转次数 = $\text{销售收入} / \text{平均预收账款余额}$

存货周转次数 = $\text{销售成本} / \text{平均存货余额}$

预付账款周转次数 = $\text{销售成本} / \text{平均预付账款余额}$

应付账款周转次数 = $\text{销售成本} / \text{平均应付账款余额}$

(3) 复合肥业务营运资金需求测算

根据中国银行业监督管理委员会《流动资金贷款管理暂行办法》，流动资金需求量的测算公式如下：

营运资金量 = 上年度销售收入 × (1 - 上年度销售利润率) × (1 + 预计销售收入年增长率) / 营运资金周转次数

根据上述公式，复合肥业务未来三年的新增营运资金需求的具体测算过程如下：

项 目	2014 年	2015 年	2016 年	2017 年
营业收入（万元）	300,683.22	390,165.80	525,063.55	603,926.85
营业成本（万元）	248,230.67	322,103.50	433,469.07	498,575.10
营业收入增长率	-	29.76%	34.57%	15.02%
销售利润率	17.44%	17.44%	17.44%	17.44%
营运资金周转次数（次）	4.17	-	-	-
营运资金需求量（万元）	-	77,243.05	103,949.42	119,562.37

注：假设 2015-2017 年的销售利润率与 2014 年保持一致，下同。

2、复合肥延伸产业链新增黄磷及磷酸盐产能所需的流动资金测算

(1) 黄磷、磷酸盐业务 2015-2017 年收入测算

黄磷、磷酸盐项目为公司延伸复合肥产业链新增项目，已于 2015 年 2 月调试试车，预计 2015 年 7 月正式量产。进行销售收入及成本预测时，以当前各项原材料及产成品的市场价格进行测算，产能利用率按照达产后行业产能平均利用率 80% 计算。

产品名称	销售收入 (万元)	测算依据
2015 年度		
黄磷	29,226.15	按照销量 2.42 万吨，销售价格 12,077 元/吨测算
三磷酸五钠	2,179.49	按照销量 0.5 万吨，销售价格 4,358.97 元/吨测算
磷酸二氢钾	3,222.22	按照销量 0.58 万吨，销售价格 5,555.56 元/吨测算
合计	34,627.86	——
2016 年度-2017 年度		
黄磷	57,969.60	按照销量 4.8 万吨，销售价格 12,077 元/吨测算
三磷酸五钠	4,358.97	按照销量 1 万吨，销售价格 4,358.97 元/吨测算
磷酸二氢钾	5,555.56	按照销量 1 万吨，销售价格 5,555.56 元/吨测算
合计	67,884.13	——

(2) 黄磷、磷酸盐业务 2014 年营运资金周转次数测算

鉴于公司 2014 年度还尚未开展黄磷、磷酸盐业务，因此，黄磷、磷酸盐业务的营运资金周转次数采用与公司黄磷、磷酸盐业务相似的同行业上市公司澄星股份（600078）2014 年年度报告中公开披露的相关数据。

①澄星股份营运资金周转次数的相关数据

项目名称	2014 年	2013 年
销售收入（万元）	259,556.13	-
销售成本（万元）	223,642.41	-
存货（万元）	134,138.97	109,690.77
应收账款（万元）	12,037.60	10,238.19
应付账款（万元）	34,976.24	34,570.44
预付账款（万元）	2,997.11	14,643.53
预收账款（万元）	7,563.13	6,652.32

②澄星股份 2014 年营运资金周转次数

项目名称	项目数据	项目名称	项目数据
存货周转次数（次）	1.83	存货周转天数（天）	196
应收账款周转次数（次）	23.30	应收账款周转天数（天）	15
应付账款周转次数（次）	6.43	应付账款周转天数（天）	56
预付账款周转次数（次）	25.36	预付账款周转天数（天）	14
预收账款周转次数（次）	36.52	预收账款周转天数（天）	10
营运资金周转次数（次）	2.25		

(3) 公司黄磷、磷酸盐业务营运资金需求测算

根据中国银行业监督管理委员会《流动资金贷款管理暂行办法》，流动资金需求量的测算公式如下：

$$\text{营运资金量} = \text{上年度销售收入} \times (1 - \text{上年度销售利润率}) \times (1 + \text{预计销售收入年增长率}) / \text{营运资金周转次数}$$

根据上述公式，黄磷、磷酸盐业务未来三年的新增营运资金需求的具体测算过程如下：

项目	2015 年	2016 年	2017 年
营业收入（万元）	34,627.86	67,884.13	67,884.13
营业成本（万元）	32,194.67	63,114.14	63,114.14
营业收入增长率	-	96.04%	0.00%

项目	2015 年	2016 年	2017 年
销售利润率	7.03%	7.03%	7.03%
营运资金周转次数（次）	2.25	-	-
营运资金需求量（万元）	14,308.74	28,050.73	28,050.73

3、品种盐业务的流动资金需求

(1) 品种盐业务 2015-2017 年收入测算依据

产品名称	销售收入 (万元)	测算依据
2015 年度		
品种盐	41,976.00	按销量 33 万吨，平均售价 1,272.00 元/吨测算
海藻碘	1,217.50	按销量 50 吨，平均售价 24.35 万元/吨测算
食用氯化钾	9,352.50	按销量 2.5 万吨，平均售价 3,741.00 元/吨测算
合计	52,546.00	——
2016 年度		
品种盐	51,897.60	按销量 40.80 万吨，平均售价 1,272.00 元/吨测算
海藻碘	1,217.50	按销量 50 吨，平均售价 24.35 万元/吨测算
食用氯化钾	7,482.00	按销量 2 万吨，平均售价 3,741.00 元/吨测算
合计	60,597.10	——
2017 年度		
品种盐	53,424.00	按销量 42 万吨，平均售价 1,272.00 元/吨测算
海藻碘	1,217.50	按销量 50 吨，平均售价 24.35 万元/吨测算
食用氯化钾	5,611.50	按销量 1.5 万吨，平均售价 3,741.00 元/吨测算
合计	60,253.00	——

各品种价格均按照 2014 年平均销售价格测算，销量按照公司业务规划进行测算。

(2) 品种盐业务 2014 年营运资金周转次数测算

①影响品种盐业务营运资金周转次数的相关数据

项目名称	2014 年	2013 年
销售收入（万元）	43,749.75	23,562.40
销售成本（万元）	23,929.18	13,645.12
存货（万元）	2,858.12	1,966.92
应收账款（万元）	6,897.22	2,512.79
应付账款（万元）	2,724.29	3,502.32
预付账款（万元）	545.48	96.57
预收账款（万元）	126.02	5.62

注：上表中的销售收入、销售成本为公司年度报告中披露的品种盐业务数据；其他科目数据系公司按照品种盐业务进行的统计。

②品种盐业务 2014 年营运资金周转次数

项目名称	项目数据	项目名称	项目数据
存货周转次数（次）	9.92	存货周转天数（天）	36
应收账款周转次数（次）	9.30	应收账款周转天数（天）	39
应付账款周转次数（次）	7.69	应付账款周转天数（天）	47
预付账款周转次数（次）	74.54	预付账款周转天数（天）	5
预收账款周转次数（次）	664.72	预收账款周转天数（天）	1
营运资金周转次数（次）	11.09		

（3）品种盐业务营运资金需求测算

根据中国银行业监督管理委员会《流动资金贷款管理暂行办法》，流动资金需求量的测算公式如下：

$$\text{营运资金量} = \text{上年度销售收入} \times (1 - \text{上年度销售利润率}) \times (1 + \text{预计销售收入年增长率}) / \text{营运资金周转次数}$$

根据上述公式，未来三年品种盐业务的新增营运资金需求的具体测算过程如下：

项目	2014 年	2015 年	2016 年	2017 年
营业收入（万元）	43,749.75	52,546.00	60,597.10	60,253.00
营业成本（万元）	23,929.18	28,740.34	33,143.94	32,955.73
营业收入增长率	-	20.11%	15.32%	-0.57%
销售利润率	45.30%	45.30%	45.30%	45.30%
营运资金周转次数（次）	11.09	-	-	-
营运资金需求量（万元）	-	2,591.55	2,988.63	2,971.66

（4）品种盐业务需要公司提供的营运资金

由于公司品种盐业务主要为益盐堂（应城）健康盐制盐有限公司生产，公司控股子公司孝感广盐华源制盐有限公司持有益盐堂（应城）健康盐制盐有限公司 51% 的股权，成都得方投资有限公司（以下简称“成都得方”）持有益盐堂（应城）健康盐制盐有限公司 49% 的股权。2015 年 4 月 30 日，成都得方出具《承诺函》，承诺新都化工在非公开发行股票的申请获得中国证监会审核通过后，若以非公开

发行股票的募集资金补充应城益盐堂公司的流动资金，成都得方承诺将采用与新都化工同等的方式，并按照注册资本的出资比例为应城益盐堂公司提供资金。

鉴于上述承诺，品种盐业务需要公司提供的流动资金如下：

项目	2015年	2016年	2017年
营运资金需求量（万元）	2,591.55	2,988.63	2,971.66
其中：新都化工提供（万元）	1,321.69	1,524.20	1,515.55
成都得方提供（万元）	1,269.86	1,464.43	1,456.11

4、调味品业务流动资金需求

（1）调味品业务 2015-2017 年收入测算依据及产能消化措施

①调味品业务 2015-2017 年收入测算及依据

调味品业务 2015-2017 年分品种的收入预测如下：

项目	2015年		2016年		2017年	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比
泡菜	5,769	37.51%	10,258	33.57%	14,462	26.27%
泡二荆条、小米辣	551	3.58%	3,800	12.43%	9,500	17.26%
复合调味料	3,304	21.48%	7,248	23.72%	16,070	29.19%
豆瓣	3,563	23.17%	6,250	20.45%	10,486	19.05%
甜面酱	1,373	8.93%	1,914	6.26%	3,234	5.88%
其他	820	5.33%	1,089	3.56%	1,298	2.36%
总计	15,380	100.00%	30,560	100.00%	55,050	100.00%

说明：

①泡菜特指传统泡青菜、泡萝卜、泡姜、以及即食类下饭菜红油小菜等；

②复合调料料特指酸菜鱼调料等鱼调料系列、老鸭汤、麻婆豆腐等家常调料系列等系列产品；

③豆瓣特指老豆瓣、红油豆瓣、火锅豆瓣等系列产品；

④其他特指蒸肉米粉、黄豆酱、豆豉等小品类产品。

②调味品业务销量保证措施

A、借助品种盐的渠道协同效应，增加调味品的销量

调味品与品种盐均属快消产品，市场渠道高度一致。公司近年来在品种盐业务上与 14 个省份的盐业公司密切合作，建立了战略合作伙伴关系，盐业公司拥有覆盖到村镇一级的营销、物流渠道。在公司品种盐业务已涉足的省份，公司可借力覆盖面最全的盐业公司渠道带动调味品的销售，发挥调味品与品种盐的渠道协同效应。

B、新品开发实现增量

公司专门投资设立全资子公司成都益盐堂川菜调味品科技有限公司，主要从事川菜调味品新品研发。

C、促销和渠道实现增量

a、城市拓展实现增量

2015 年计划新覆盖地级城市 79 个，2016 年新增覆盖地级城市 157 个，2017 年计划新增覆盖县级城市 206 个，详见下表：

区域	2015 年	2016 年	2017 年
东北区域	12	19	16
华北区域	10	12	30
华东区域	10	15	40
华南区域	11	35	40
华中区域	12	21	30
西南区域	12	24	35
西北区域	12	31	15
合计	79	157	206

b、促销活动拉动增量计划

2015 年计划针对渠道(经销商)开展促销活动 21 次,针对终端门店(KA 和 BC 门店以及批发市场和农贸市场)开展促销活动 42 次,针对消费者开展促销活动 270 次,合计 333 场次；2016 年计划针对渠道(经销商) 开展促销活动 21 次,针对终端门店(KA 和 BC 门店以及批发市场和农贸市场) 开展促销活动 56 次,针对消费者开展促销活动 540 次,合计 617 场次；2017 年计划针对渠道(经销商) 开展促销活动 21 次,针对终端门店(KA 和 BC 门店以及批发市场和农贸市场) 开展促销活动 70 次,针对消费者开展促销活动 1,080 次,合计 1,171 场次。详见下表：

销售区域	2015 年(次)	2016 年(次)	2017 年(次)
------	-----------	-----------	-----------

	渠道 促销	终端 促销	消费者 促销	渠道 促销	终端 促销	消费者 促销	渠道 促销	终端 促销	消费者 促销
东北地区	3	6	20	3	8	40	3	10	80
华北地区	3	6	50	3	8	100	3	10	200
华东地区	3	6	50	3	8	100	3	10	200
华南地区	3	6	30	3	8	60	3	10	120
华中地区	3	6	50	3	8	100	3	10	200
西北地区	3	6	20	3	8	40	3	10	80
西南地区	3	6	50	3	8	100	3	10	200
总计	21	42	270	21	56	540	21	70	1,080

(2) 调味品业务 2014 年营运资金周转次数测算

鉴于公司 2014 年度还尚未开展调味品业务，因此，调味品业务的营运资金周转次数采用与公司调味品业务相似的拟上市公司千和味业的数据。

①千和味业营运资金周转次数的相关数据

项目名称	2013 年	2012 年
销售收入（万元）	61,264.92	-
销售成本（万元）	41,565.93	-
存货（万元）	10,346.53	9,478.75
应收账款（万元）	3,845.42	3,259.81
应付账款（万元）	2,795.24	2,095.90
预付账款（万元）	1,531.35	1,379.58
预收账款（万元）	1,037.71	1,052.51

注：由于千和味业于 2014 年 6 月预披露招股书，因此相关数据为 2012 年度、2013 年度数据。

②2013 年千和味业营运资金周转次数

项目名称	项目数据	项目名称	项目数据
存货周转次数（次）	4.19	存货周转天数（天）	86
应收账款周转次数（次）	17.25	应收账款周转天数（天）	21
应付账款周转次数（次）	17.00	应付账款周转天数（天）	21
预付账款周转次数（次）	28.56	预付账款周转天数（天）	13
预收账款周转次数（次）	58.62	预收账款周转天数（天）	6
营运资金周转次数（次）	3.91		

(3) 调味品业务营运资金需求测算

根据中国银行业监督管理委员会《流动资金贷款管理暂行办法》，流动资金需求量的测算公式如下：

营运资金量 = 上年度销售收入 × (1 - 上年度销售利润率) × (1 + 预计销售收入年增长率) / 营运资金周转次数

根据上述公式，调味品业务未来三年的新增营运资金需求的具体测算过程如下：

项目	2015年	2016年	2017年
营业收入（万元）	15,380.00	30,560.00	55,050.00
营业成本（万元）	14,159.16	28,134.20	50,680.23
营业收入增长率	-	98.70%	80.14%
销售利润率	7.94%	7.94%	7.94%
营运资金周转次数（次）	3.91	-	-
营运资金需求量（万元）	3,621.27	7,195.45	12,961.70

（二）公司整体营运资金需求

1、汇总未来三年需用本次募集资金补充流动资金的主要业务收入情况

单位：万元

项目	2015年	2016年	2017年
复合肥业务	390,165.80	525,063.55	603,926.85
黄磷、磷酸盐业务	34,627.86	67,884.13	67,884.13
品种盐业务	52,546.00	60,597.10	60,253.00
调味品业务	15,380.00	30,560.00	55,050.00
合计	492,719.66	684,104.78	787,113.98

2、2014年末公司实际营运资金余额计算

金额单位：万元

项目	金额	项目	金额
应收票据	7,692.67	应付票据	71,670.21
应收账款	21,665.04	应付账款	38,481.08
预付款项	41,933.57	预收款项	34,305.75
存货	101,447.53	-	-
经营性资产合计	172,738.81	经营性负债合计	144,457.04

2014年末实际营运资金余额 = 2014年末经营性资产 - 2014年末经营性负债

=28,281.77 万元

3、公司整体营运资金需求测算

(1) 汇总的未来三年营运资金需求情况及需要新增营运资金情况

单位：万元

项目	2015 年	2016 年	2017 年	合计
复合肥业务	77,243.05	103,949.42	119,562.37	
黄磷、磷酸盐业务	14,308.74	28,050.73	28,050.73	
品种盐业务（由公司提供的流动资金）	1,321.69	1,524.20	1,515.55	
调味品业务	3,621.27	7,195.45	12,961.70	
营运资金需求量合计	96,494.75	140,719.80	162,090.34	
新增营运资金需求量	68,212.98	44,225.05	21,370.55	133,808.57

根据公司 2014 年实际的营运资金余额及 2015 年-2017 年分业务预计的销售收入及营运资金周转次数等数据计算，公司未来三年自身业务增长带来的新增营运资金需求量为 133,808.57 万元，因此，公司本次非公开发行募集资金 113,150 万元与公司营运资金需求相匹配。

三、本次募集资金将全额补充流动资金，无用于偿还债务的计划

本次募集资金将全额用于公司补充流动资金，无用于偿还债务的计划。

四、本次募投计划符合《上市公司证券发行管理办法》第十条第一款的规定

《上市公司证券发行管理办法》第十条第一款规定如下：

“第十条 上市公司募集资金的数额和使用应当符合下列规定：

（一）募集资金数额不超过项目需要量；”

公司 2014 年度合并报表经审计的总资产为 667,557.72 万元，归属于母公司所有者权益合计为 232,673.90 万元，营业收入为 466,704.32 万元，本次募集资金总额为 113,150.00 万元（如果 2014 年度利润分配方案在发行日前实施，本次非公开发行募集资金总额不超过人民币 111,690.00 万元）。本次募集资金总额占总资产的比例为 16.95%，占归属于母公司所有者权益的比例为 48.63%，占营业收

入的比例为 24.24%。本次募集资金的金额与公司的资产和经营规模相匹配，没有超过实际需要量，公司本次募集资金的安排具备合理性，符合股东利益最大化的原则。符合《上市公司证券发行管理办法》第十条第一款的规定。

成都市新都化工股份有限公司董事会

2015 年 5 月 6 日