

浙江金固股份有限公司

非公开发行股票募集资金运用可行性报告

为了抓住汽车后市场的行业机遇，以互联网方式对行业进行整合，确立公司的行业领先地位，进一步提升公司竞争优势，公司第三届董事会第二十六次会议审议通过了非公开发行股票相关事宜，公司拟向不超过十名特定投资者非公开发行不超过 13,495.28 万股人民币普通股，募集资金不超过 27.00 亿元，现就本次非公开发行募集资金使用情况分析如下：

一、本次募集资金的使用计划

本次非公开发行股票拟募集资金总额不超过 27.00 亿元，本次募集资金在扣除发行费用后将全部用于“汽车后市场 O2O 平台建设项目”，具体情况如下。

单位：万元

项目名称	项目总投资	拟投入募集资金
汽车后市场 O2O 平台建设项目	293,868	270,000

本次非公开发行股票实际募集资金净额少于上述项目的总投资额，不足部分由公司自筹解决。本次发行的募集资金到位前，公司可根据市场情况利用自筹资金对募集资金投资项目进行先期投入，并在募集资金到位后予以置换。

二、本次募集资金投资项目基本情况

（一）项目实施主体

本项目将通过上市公司金固股份子公司特维轮网络科技(杭州)有限公司(以下简称“特维轮网络”)来实施。具体通过金固股份向子公司特维轮网络增资的形式来实施。

本项目实施前，特维轮网络资本金为 9,172.50 万元，主要开展汽车零配件电子商务业务。特维轮网络将围绕“汽车超人”电子商务品牌，前期以换胎补胎、

汽车美容、保养维修等汽车配套服务为切入点，结合线下合作门店和直营门店布局，为广大车主提供线上销售与线下服务相结合的服务体验，建立标准化、透明化的服务标准，并积极拓展汽车金融、汽车救援、汽车改装、车务服务等后服务市场相关业务，建成汽车后服务一站式解决方案平台。

（二）项目建设背景和运营模式

在中国经济持续发展、汽车保有量快速上升的背景下，汽车售后维修保养行业具有广阔的市场空间和良好的发展前景。截至 2014 年底，全国机动车保有量达 2.64 亿辆，其中汽车 1.54 亿辆。巨大的汽车市场，必然衍生出巨大的汽车服务市场。未来随着众多的汽车车龄达到维修保养期，汽车后服务将是超万亿的巨大市场。传统汽车后服务市场虽然整体市场化容量巨大，但具有行业垄断、供应链冗长、高成本、服务非标化、质量难保障等弊端，长期面临发展瓶颈。互联网平台的出现可以有效地打破行业发展面临的瓶颈，给汽车后市场的发展带来战略性的机遇。

公司2013年年初即开始尝试以互联网方式涉足汽车后市场。公司“特维轮”业务通过官网和外部电商平台开展轮胎销售等电商业务。经过近三年的探索和尝试，“特维轮”在互联网和汽车后市场领域均积累了较为丰富的经验，建立了一定的品牌知名度，为后续的发展和投入奠定了良好基础。在“互联网+”国家战略和汽车维修行业反垄断的背景下，公司拟依托强大的汽车零部件制造与销售能力，整合拥有的国内、国际市场汽车产业链资源，以零部件供应链为突破口，打造覆盖全国的汽车后市场服务O2O平台，以互联网模式整合整个汽车后市场，打破行业垄断格局。

本次非公开发行募集资金将全部用于“汽车后市场 O2O 平台建设项目”，致力于以互联网方式整合汽车后市场，延伸产业链，实现公司战略转型，符合公司长期可持续发展战略，也是公司保持高成长的必然之路。

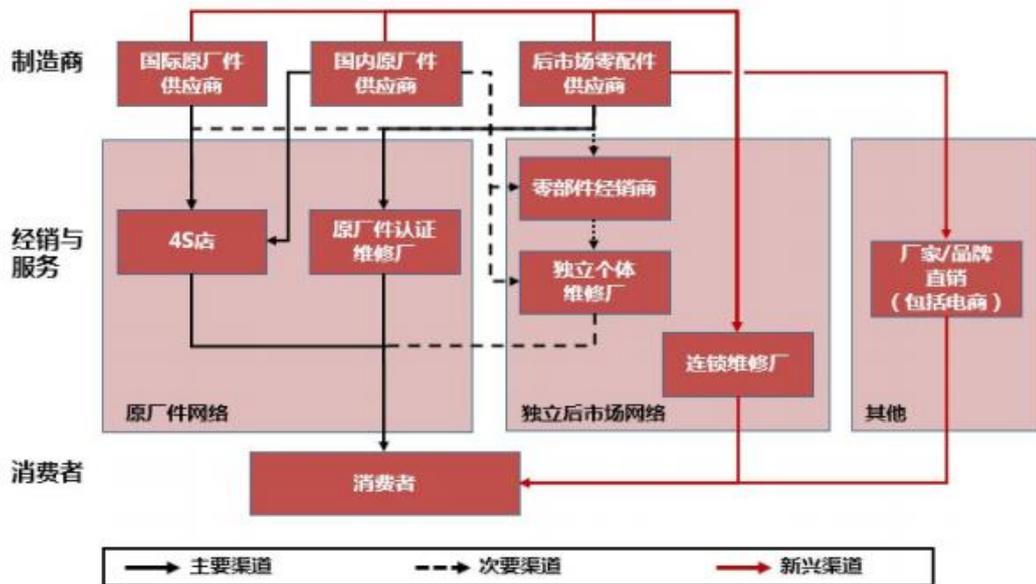
公司将围绕“汽车超人”电子商务品牌，以自营平台（PC 端+APP 端），快速深入汽车后市场，前期以换胎、补胎、动平衡、四轮定位、汽车保养、车身清洗等汽车配套服务为切入点，全方位打造专业、便捷、贴心的汽车服务品牌，致力于中国汽车后市场服务的提升。项目总体的运营模式为：“线上商城平台+线下门店服务”的 O2O+B2C 运营模式。具体为：

1、上游整合优质供应厂商资源，通过集采的方式，去掉中间环节，直达用户，从源头上保证产品的品质与价格优势。

2、线上通过搭建 PC 商城和无线应用平台，去除传统中间商与经销商渠道，建立线上综合交易平台，方便用户实现线上快速交易，线下快速服务。

3、下游通过地推团队整合门店，使门店入驻线上商城平台，同时对线下门店进行 IT 化改造，使其从汽修店转型为汽车综合服务中心，为终端用户提供标准化服务。

4、生态体系：平台为线下门店导流的同时也将成为其汽车全品类货品供应商；门店为线上平台引流并为平台用户提供优质的标准化服务；平台为上游供应厂商提供扩大销售的渠道，最终形成商业闭环，构建生态运营体系。对于整个行业来说，项目的实施将打破传统行业运营模式，去除中间环节，重塑汽车后服务供应链，实现行业的重构与转型。



（三）项目建设内容

本项目为“汽车后市场 O2O 平台建设项目”，主要包括以下建设内容：

单位：万元

序号	建设内容	投资金额	拟投入募集资金
1	线上平台建设	97,350	90,000
2	平台运营推广	60,500	55,000
3	线下合作商整合	45,988	40,000

4	仓储物流建设	90,030	85,000
	合计	293,868	270,000

1、线上平台建设

本项目的线上平台结构主要由四部分组成，包括用户前台系统（官网+APP+外部电商平台）、后台管理中心（基础平台+垂直系统+开放平台）、商户端系统、大数据中心。

（1）用户前台系统

主要包括汽车官网和 APP，是面向大众用户（C 端客户）提供 PC 端和 APP 端购买商品并完成线下服务体验。

① **官网**：将会提供 PC 版和无线版，C 端用户可以使用 WEB 访问 PC 版，也可以使用移动设备（手机、PAD）通过移动设备的浏览器访问无线版，不需要客户端的下载和安装。官网具备 B2C 商城功能，用户在官网商城购买平台提供的各类商品，包括轮胎、机油等汽车配件。通过官网也可以在线购买洗车、保养等汽车服务，还可以查看平台合作的所有汽车服务门店，并在线预约门店提供的服务，购买成功后可以到店进行服务体验。

② **APP**：将是“汽车超人”核心业务载体，通过地理位置用户可以完成线上下单、线下体验的 O2O 典型服务流程。

A、线上下单：C 端用户通过 APP 在线购买平台提供的产品和服务，同时可以通过手机定位查找离自己最近的服务门店，并在线选择合适的门店预约服务。

B、线下体验：用户到店对购买的服务进行实际的体验，完成服务后对订单进行支付确认，完成服务流程。用户可以使用 APP 对线下门店提供的服务进行评分。

（2）后台管理中心

后台管理中心主要为官网及 APP 前台业务提供运营管理和运营支撑，包括：运营管理、CRM（客户关系管理）、订单管理、支付、仓储物流管理、供应链管理等核心模块，并逐步建设开放平台，引入更多应用开发者一起为 C 端客户和 B 端商户提供更丰富的应用和内容。

① **基础平台**：为各业务部门提供业务管理工具，为商城及 O2O 业务提供日常的运营管理支撑，主要使用对象为运营、客服、销售、财务等部门。

② **垂直系统**：包括订单管理系统、CRM 系统、仓储物流系统、内部 OA 系统、客服中心等垂直系统，为公司内部运营管理提供 IT 系统。

③ **开放平台**：“汽车超人”的业务涉及外部电商平台和自有业务，公司内部使用的系统比较多，需要大量的数据接口服务，平台会逐渐搭建统一的 API（Application Programming Interface，应用程序编程接口）中心，并逐渐完善平台端的标准接口，有效调控各系统之间的数据接口需求，并为逐步建立开放平台，引入更多伙伴一起为客户提供服务。

（3）商户端系统

合作商户可以使用商户端管理平台管理店铺，包括核销、结算、订单查询、活动管理、服务预约、会员管理、统计报表等功能，不仅提供跟 O2O 服务相关的管理功能，更会针对商户的内部管理提供有效工具，对商户进行 IT 化改造，实现门店服务标准化输出，帮助商户提高内部管理能力，提升业绩。

（4）大数据中心

数据采集：平台会逐步采集覆盖官网、APP、合作电商及商户端的各类数据，并对数据进行分类、合并，逐步搭建大数据平台。

数据分析：大数据平台会为各业务部门和公司管理层提供各类报表，可用于经营决策分析，通过大数据的分析为“汽车超人”的 C 端客户及 B 端商户提供更优质和精准的服务。

4、平台运营推广

（1）运营推广渠道

① 对于“汽车超人”汽车后服务 O2O 平台，最核心的在于根据互联网规律进行运营推广。本项目的运营推广主要针对自营平台（官网商城和 APP）

公司将通过线上各类大平台、数字电视媒体、线下活动的配合、品牌的快速扩张达到在行业中脱颖而出，以足够的用户活跃、成交额甩开竞争对手，确立行业领先地位。

“汽车超人”将通过免费、付费等手段，扩大流量、活跃用户、建立品牌、提升业绩；通过对流量较大的渠道进行广告投放，以引入足够的流量到公司平台，

在通过运营手段，让用户流量转化为购买订单、支付用户，同时在一些知名度高的互联网平台上面进行广告展示，以提升产品的品牌；同时公司会大力推广移动 APP 产品，通过网络媒体、新媒体及创意推广活动等多种途径的传播，在获取足够用户转化度的同时起到对产品品牌、企业形象和美誉度的提升。具体将通过搜索引擎、社会化媒体、广告联盟、网址导航等途径进行推广，公司也将开展线下运营及品牌推广活动。

5、线下合作商整合

线下开发公司将采取“整合线下合作门店+自建直营旗舰店+加盟店”的开发模式。线下门店是提供用户体验，保证服务标准输出的前沿阵地，也是公司实现 O2O 模式线下体验部门核心的载体。

(1) 线下门店整合模式

在与门店的合作过程中，平台将与线下门店确立具体的合作服务项目，所提供的服务项目将会在平台上进行展示，用户通过平台下单付款，在到线下门店享受汽车服务。与合作门店形成稳定的合作关系后，平台将会对服务门店进行 IT 化改造，综合提高门店的运营管理与服务能力，满足用户高标准的体验度。

对于合作良好、运营优秀的合作门店，公司将进行评估和甄选，作为加盟店，进一步深化合作关系，作为拓展公司品牌和业务的重要线下载体。

(2) 直营旗舰店建设

公司将逐步在一、二线城市建立覆盖全国主要地区的直营旗舰店。直营旗舰店将定位于“汽车服务超市”，为客户提供汽车后市场一体化服务和解决方案。同时将作为合作店和加盟店的标杆，作为输出标准化服务的线下载体。

6、仓储物流建设

随着商业全面互联网化时代的来临，电子商务发生了深刻的变化，尤其是从 IT 时代走向 DT 时代，物流服务最终将和企业供应链效率提升有机结合在一起。“汽车超人”O2O 平台项目以平台服务能力和用户体验度最佳为战略目标，对仓储物流的建设更以品质和效率为中心，只有物流体验的提升，才能为消费者提供分层次、差异化服务产品。物流作为平台产品最后一分钟到达消费者的最直接承担者，其从根本上代表了企业的品牌服务形象。基于此，“汽车超人”的仓储物流建设显得尤为重要，根据综合成本、服务体验需求及配送效率角度进行考量，前期

公司将通过租赁方式建立覆盖全国的物流体系，并逐步自建配送体系，提高物流效率，增强客户体验。

三、本次募集资金投资项目的必要性分析

公司本次非公开发行股份募集资金全部投资于“汽车后市场 O2O 平台建设项目”，是公司深化互联网战略的关键一步。公司以互联网方式运营汽车后服务市场的必要性如下：

（一）以互联网方式重整行业是汽车后市场突破行业发展瓶颈的必然要求

传统汽车后服务行业经营模式中，产品先后从原厂供应商生产、经销与服务商分销等环节后最后才进入消费者中，整条产业链冗长且长期存在垄断现象，按目前的市场格局，汽车后市场服务通过经销商和维修站层层加价到达消费者，加价率一般为出厂价的 3-5 倍。而消费者在支付高额服务费后仍然会面对服务质量差、产品质量无保障的局面。

传统汽车后服务市场虽然整体市场化容量巨大，但具有行业垄断、供应链冗长、高成本、服务非标化、质量难保障等弊端，长期面临发展瓶颈。互联网本身具有的普惠、竞争和创新精神有助于冲破行业垄断，实现交易透明化和市场化，改善客户体验，实现传统行业运营模式的重构。互联网平台的出现可以有效地打破行业发展面临的瓶颈，给汽车后服务市场的发展带来战略性的机遇。以互联网精神和互联网运营模式整合汽车后市场，是行业发展的必然要求。

本项目将打通线上电商系统、线下物流配送与专业化汽车后市场服务的各个环节和产业链条，车主线上销售和支付，线下享服务，并反馈至线上，实现引流。公司的汽车后市场 O2O 平台将重整行业运营模式，缩短供应链流程，降低服务成本，提高服务质量；同时高度注重客户体验，根据客户反馈，为其提供创新服务，使汽车后服务在透明化、高效化的基础上呈现精细化和人性化，实现消费模式的颠覆重构，必将推动整个汽车后市场转型升级。

（二）以互联网方式布局汽车后市场产业链，是公司实现实业和互联网共同发展的战略转型的必由之路

随着“互联网+”国家战略的大力推进，互联网发展环境的日益优化，传统行业纷纷转型寻找适合自身的互联网道路。公司深耕汽车零配件行业 20 余年，

在汽车相关产业积累了丰富的客户和供应链资源，布局市场容量巨大的汽车后市场产业链正当其时。通过互联网方式进军汽车后市场，可以借助公司在实业上的优势和资源，实现产业链的延伸，也可以借助互联网平台促进实业进一步发展，实现实业和互联网共同发展的战略转型。

本次募投项目的实施，将以汽车用户的高频次需求和产生规模效应为出发点，凭借电商平台的用户粘性、互联网运营经验及后端强大的产品、技术支持，通过搭建 B2C 平台、APP 客户端与大数据中心，吸纳汽车配件供应商与经销商的参与，面向消费者和汽修店进行各种互联网形式的汽车产品创新，提供便捷、优质的用户体验，形成闭环的商业盈利模式，构建完整的生态运营体系，确立在汽车后市场蓝海的先发优势。

（三）互联网运营模式的特点决定了参与者必须拥有持续不断投入资金的实力

互联网思维的核心点是一切以用户体验为中心，深入挖掘用户价值，满足用户最迫切的需求。用户对汽车服务和产品的要求是价格透明实惠、流程简捷方便，服务及时贴心、具备效率。因此，互联网汽车后服务平台在提供服务过程中，必须持续不断地追加资金投入：一是大数据中心和网络平台设备设施及专业人员投入，为搜集分析海量用户数据、设计汽车后服务产品、保证用户资金安全和业务正常运作。平台对资金投入要求往往很大，以 BAT 三巨头为例，其年均固定资产和研发投入巨大。二是在平台运营过程中，为了获取用户和业务快速增长，需要投入大量的市场推广费用。三是仓储物流建设需要有雄厚的资金做支撑。四是需要投入足额的储备资金作为运营保障。

综上，互联网汽车后服务企业只有在业务发展前期投入大量资金，才能实现业务快速发展，在激烈竞争中保持领先地位，获取良好的利润回报。

四、本次募集资金投资项目的可行性分析

（一）“互联网+”上升为国家战略，为行业发展提供强大助推器

在 2015 年 3 月结束的第十二届全国人大第三次会议上，李克强总理中国政府工作报告提出制定“互联网+”行动计划，推动移动互联网、云计算、大数据、物联网等与现代制造业结合，促进电子商务、工业互联网和互联网金融健康发展。这标志着“互联网+”已上升为国家战略。各级政府也不断出台利好政策，鼓励

各行各业与互联网充分连接，实现传统行业与时俱进的转型升级。

2014年9月以来，交通运输部会同有关部门相继出台了《关于促进汽车维修业转型升级提升服务质量的指导意见》以及配套的《汽车维修技术信息公开实施管理办法（征求意见稿）》，打破整车厂垄断维修配件市场的格局，鼓励发展连锁经营，促进汽车维修市场公平竞争。

互联网国家战略的提出，利好政策不断出台，能够为互联网汽车后服务在资源、资金及人才等方面提供多方面的支持，为行业快速发展提供了强大的助推器。本次募投项目正是在这样的大环境背景下顺势诞生的，具有不可多得的天然优势。

在“互联网+”国家战略和汽车维修行业反垄断的背景下，本项目依托公司强大的汽车零部件制造与销售能力，整合公司拥有的国内、国际市场汽车产业链资源，以零部件供应链为突破口，打造覆盖全国的汽车后市场服务O2O平台，以互联网模式整合整个汽车后市场，打破行业长期垄断的市场格局。

（二）汽车后服务市场容量巨大，为本项目实施提供强有力市场支撑

截至2014年底，全国汽车保有量为1.54亿，平均车龄3.23年，预计2015年超过保修期的汽车数量约为6700万辆，占汽车保有量的比重为54%，市场主要集中于维修、养护等方面。据交通部公布的数据，截至2013年底，全国共有机动车维修专业户48万家，从业人员近300万人，完成年维修量3.3亿人次，年产值达5,000亿元以上。据预测，到2020年，我国汽车保有量将达2.5亿量，维修市场需求规模将再翻一番，维修产值有望超过1万亿元。

如此庞大的市场需求与市场价值，拥有巨大的发展前景，也为本次募投项目提供了强有力的市场支撑。

（三）公司在汽车零配件领域的深厚资源，为本项目成功实施提供坚实保障

公司在汽车零配件深耕多年，品牌知名度与供应链资源优势明显，加之后期特维轮网络在互联网运营经验、专业人才储备、品牌推广和服务体验方面的优势将确保本项目的顺利实施。

公司在汽车零配件领域深耕近20年，并于2010年成功上市，已在行业内形成了较强的品牌知名度，除了在钢制车轮领域拥有供应、生产优势外，更拥有整合

汽车供应链相关资源的天然优势。这是单纯互联网平台型公司完全不具备的。特维轮网络作为互联网企业，在互联网运营经验、专业人才储备、运营推广、客户服务等方面为公司的汽车后市场O2O业务提供专业化保障。二者优势的结合既解决了传统企业缺乏互联网基因的问题，又规避了单纯互联网平台型公司缺乏垂直领域供应链资源整合的弊端，将为本项目的成功实施提供坚实保障。

（四）公司在互联网和汽车后市场的业务经验，为本项目的成功实施打下了良好基础

公司2013年年初即开始尝试以互联网方式涉足汽车后市场。公司“特维轮”业务通过官网和外部电商平台开展轮胎销售等电商业务。经过近三年的探索和尝试，“特维轮”在互联网和汽车后市场领域均积累了较为丰富的经验，建立了一定的品牌知名度，为后续的发展和投入奠定了良好基础。

本次募投项目，公司将搭建O2O电商平台，运用互联网思维重构汽车后市场，确立行业先发优势。

五、本次募集资金投资对公司经营管理、财务状况等的影响

本次募集资金投资扣除发行费用后将全部用于建设“汽车后市场 O2O 平台”，有助于公司以互联网方式迅速整合汽车后市场，延伸产业链，实现实业和互联网共同发展的战略转型，提升公司综合竞争力。

本次募集资金投资项目符合国家相关的产业政策以及未来公司整体战略发展方向，具有良好的市场发展前景和经济效益，项目完成后，能够进一步提升公司的盈利水平，增加新的利润增长点，增强竞争能力，募集资金的用途合理、可行，符合公司及全体股东的利益。

本次发行完成后，公司总资产、净资产规模将大幅增加，有利于提高公司运营能力和偿债能力，进一步优化资产结构，降低财务成本和财务风险，增强未来的持续经营能力。

基于互联网项目的运营特性，项目早期高额的费用性投入可能短期内对公司的净利润水平造成一定影响。随着项目预期效应的显现，公司的营业收入和盈利水平将得以大幅提升，有利于公司的长期健康发展。

六、募集资金投资项目涉及的报批事项

本次募集资金投资项目的实施尚需获得公司股东大会的批准和中国证监会的核准。

浙江金固股份有限公司

董事会

2015年11月16日