

广州珠江钢琴集团股份有限公司

非公开发行 A 股股票募集资金运用可行性报告

(第二次修订稿)

一、本次非公开发行股票募集资金运用的概况

公司本次非公开发行股票募集资金总额不超过 109,300 万元（含发行费用），扣除发行费用后的募集资金净额将用于以下项目：

序号	项目名称	投资金额(万元)	募集资金拟投资额(万元)
1	广州文化产业创新创业孵化园项目	32,000.00	25,800.00
2	增城国家文化产业基地项目（二期）	64,683.93	62,900.00
3	全国文化艺术教育中心建设项目	15,300.00	10,200.00
4	珠江乐器云服务平台建设项目	5,000.00	1,100.00
5	补充流动资金	9,300.00	9,300.00
合计		126,283.93	109,300.00

如果本次实际募集资金净额相对于上述项目所需资金存在不足，不足部分公司将通过自筹资金解决。在不改变本次募投项目的前提下，公司董事会可根据项目的实际需求，对上述项目的募集资金投入顺序和金额进行适当调整。在募集资金到位前，公司可根据经营状况和发展规划，以自筹资金择机先行投入募投项目，待募集资金到位后按照相关法律法规规定的程序予以置换。

二、本次募集资金投资项目的可行性分析

（一）广州文化产业创新创业孵化园项目

1、项目概况

项目名称：广州文化产业创新创业孵化园项目

计划投资总额：32,000 万元

建设周期：3.5 年。分为两期进行建设，其中，一期完成北片区及周边附属设施改造，工期为 2 年；二期完成南片区及周边附属设施改造，工期为 2.5 年

实施主体：广州珠江钢琴集团股份有限公司

项目地点：广州市荔湾区花地大道南渔尾西路 8 号

项目定位：本项目主要定位于文化创意、文化传播以及文化消费的产业集聚地、国家级文化产业示范基地，未来将打造为广州市城市文化名片之一，成为公司转型发展大文化产业的关键性一步。

建设内容：本项目拟将公司渔尾西路厂区改造建设为文化创新创业孵化园区，建筑面积约为 13.1 万平方米。改造完成后，孵化园主要分为乐器产业功能区、艺术教育产业功能区和创意文化产业功能区三大主题功能区，为文化创新型企业提供办公孵化场地。同时，公司将采用自用自主经营与出租相结合的运营方式，围绕传统钢琴主业以及文化教育产业，在孵化园区自主开展珠江钢琴品牌推广项目、艺术教育项目、创意文化项目等，进一步推动公司的大文化战略的升级发展。

2、项目建设背景

近年来，在“调整经济结构、促进转型升级”的大背景下，传统制造业纷纷谋求转型升级发展，珠江钢琴加快了传统钢琴产品的结构优化以及在文化艺术教育产业的积极布局。在传统钢琴制造业方面，随着公司首次公开发行募投项目“增城中高档立式钢琴产业基地”建成投产，以及公司于 2016 年 5 月收购德国中高端钢琴品牌舒密尔公司，公司中高端钢琴的产能大幅增加，高档钢琴品牌影响力迅速提高，通过积极优化产品结构满足国内市场对中高端钢琴品牌和品质日益增长的需求；在文化教育产业方面，公司依托钢琴制造产业优势向文化教育产业延伸发展，先后成立了文化教育投资公司、教育基金等，并参与投资珠江埃诺，积极布局艺术教育细分领域。

与此同时，在经济运行进入新常态阶段性背景下，国内掀起了“大众创业”、“草根创业”的新浪潮，形成“万众创新”、“人人创新”的新态势。习近平主席多次强调，破除体制机制障碍，创新是我国发展新引擎，改革是点火器，要坚定不移创新创新再创新；在 2015 年 3 月 5 日的政府工作报告中，“创客”一词正式出现，“大众创业、万众创新”被提升到中国经济转型和保增长的“双引擎”之一的高度。因此，在国内“大众创业”、“万众创新”的新态势下，文化产业将迎

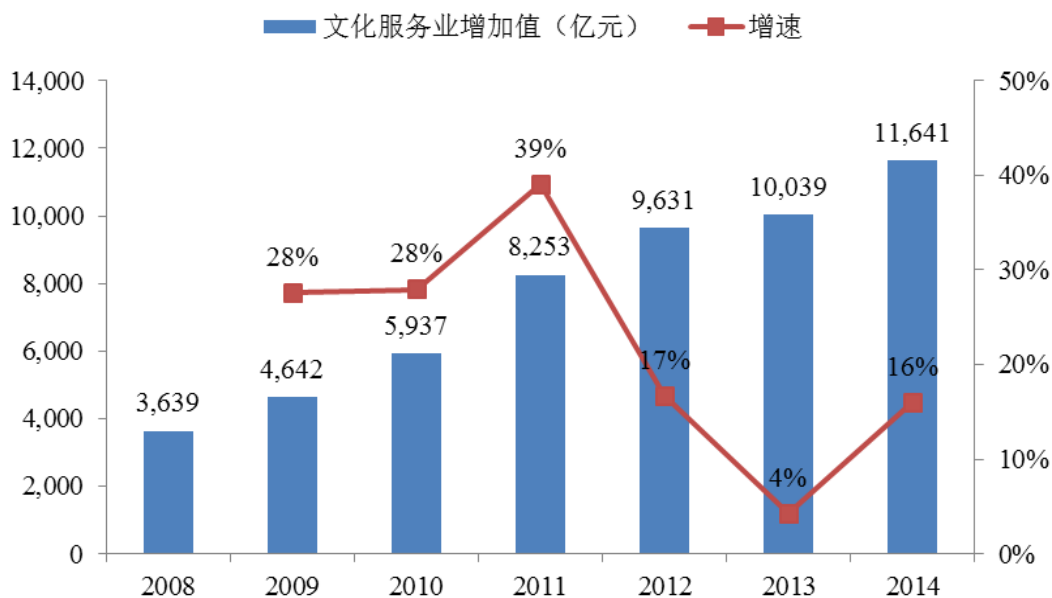
来创新创业潮。

珠江钢琴作为国内钢琴制造领域的龙头企业，面对国内经济新常态的特征以及复杂多变的市场环境，公司在优化传统钢琴制造产品结构的同时，积极布局艺术教育等文化教育产业，打造综合性文化企业，加快企业产业结构的转型升级。公司本次广州文化产业创新创业孵化园项目，是依托广州市委市政府在打造国家中心城市过程中，将发展文化创意产业作为转变经济发展方式、培育新兴产业重要内容的历史契机，实现公司做优钢琴主业、做强文化教育产业、布局创意文化产业，向大文化产业升级发展的关键性一步。

3、项目市场前景分析

(1) 文化产业保持较快速度增长

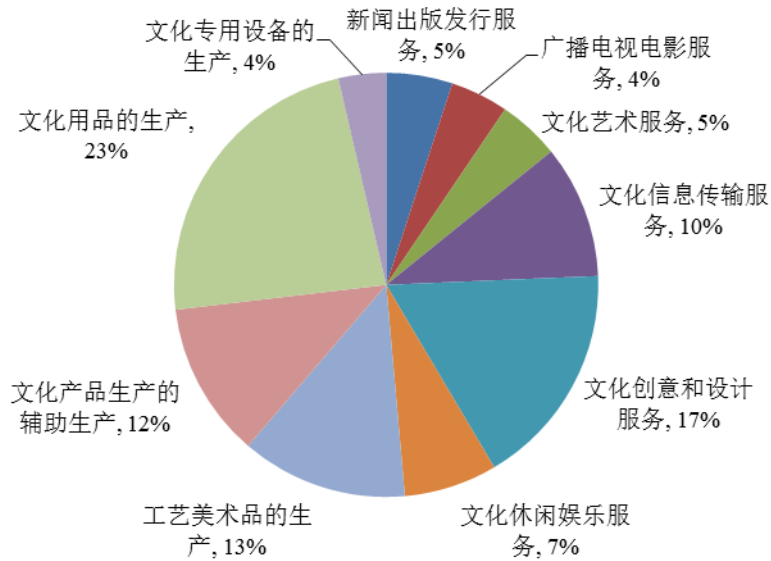
国家统计局数据显示，2014年全国文化及相关产业增加值23,940亿元，其中文化制造业增加值9,913亿元，较2013年增长8.2%，占文化及相关产业增加值的比重为41.40%；文化批发零售业增加值2,386亿元，增长11.2%，占比10.0%；文化服务业增加值11,641亿元，增长15.9%，占比48.6%。文化服务业保持了较快的增速。



数据来源：国家统计局

其中，2014年国内文化创意和设计服务增加值4,107亿元，同比增长17.5%，占文化及相关产业增加值的比重为17.2%；文化休闲娱乐服务增加值1,702亿元，

同比增长 11.2%，占比 7.1%。

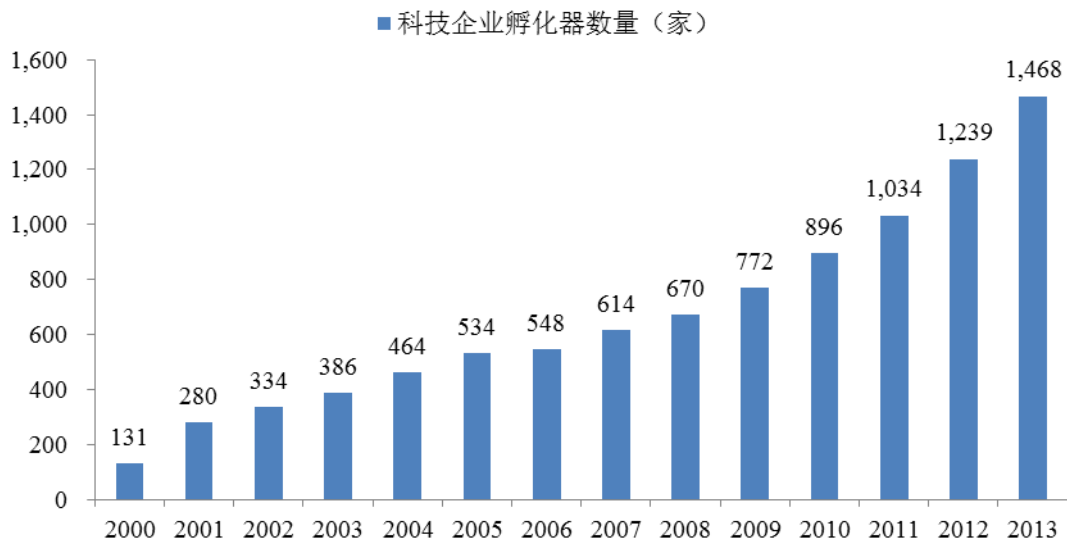


数据来源：国家统计局

随着文化产业逐渐成为我国国民经济的支柱性产业，文化产业将继续保持较快速度的增长。

(2) 政策红利不断，创业孵化器将持续受益

自 1987 年，国内第一家企业孵化器“武汉东湖新技术创业者中心”成立，经过多年的发展，截至 2013 年我国科技企业孵化器的数量已近 1,500 家。



数据来源：科技部火炬中心

在创新创业逐渐成为中国新常态经济“新引擎”的背景下，孵化器作为支持

创业者特别是初创者的平台发挥着重要的作用。为了支持、鼓励企业孵化器的发展，中央和地方各级政府先后出台了多项扶持政策。

政策名称	发布时间	发布部门	政策相关内容
《国家中长期科学和技术发展规划纲要（2006-2020年）》	2006年2月	国务院	提出构建技术交流与技术交易信息平台，对国家大学科技园、科技企业孵化基地、生产力促进中心、技术转移中心等科技中介服务机构开展的技术开发与服务活动给予政策扶持
《实施〈国家中长期科学和技术发展规划纲要（2006—2020年）〉的若干配套政策》（国发〔2006〕6号）	2006年6月	国务院	提出对符合条件的科技企业孵化器、国家大学科技园自认定之日起，一定期限内免征营业税、所得税、房产税和城镇土地使用税
《国家科技企业孵化器“十二五”发展规划》（国科发高〔2012〕1222号）	2012年12月	科技部	明确了十二五期间科技企业孵化器的建设目标，并要求各地优先安排孵化器新建和扩建用地、减免相关税费、向孵化器返补一定比例企业税收等保障措施
《广东省人民政府关于加快科技创新的若干政策意见》（粤府〔2015〕1号）	2015年2月	广东省人民政府	在科技企业孵化器建设用地政策、孵化器财政资金补助制度、孵化器风险补偿制度等方面给予明确支持
《广州市人民政府关于促进科技企业孵化器发展的实施意见》（穗府办〔2014〕61号）	2014年10月	广州市人民政府	提出实施孵化器倍增计划，并在组织保障、空间发展、资金支持、服务能力、创新创业和增强国有孵化器活力等方面提出具体措施
《中共广州市委广州市人民政府关于加快实施创新驱动发展战略的决定》（穗字〔2015〕4号）	2015年5月	中共广州市委、广州市人民政府	明确要求落实促进科技企业孵化器发展系列政策，完善科技企业孵化器建设用地政策，实施科技企业孵化器倍增计划，提出建立科技企业孵化器风险补偿制度
《广州市科技企业孵化器发展专项资金管理暂行办法》（穗科信字〔2011〕260号）	2011年11月	广州市科技和信息化局、财政局	对孵化器的建设引导投资、资助孵化器公共创新平台建设、扶持完善创业孵化功能环境和在孵企业自主创新活动等给予资金支持
《广州市科技企业孵化器管理办法》（穗科创〔2015〕2号）	2015年2月	广州市科技创新委员会	对孵化器的登记、认定、绩效评价以及信息公开等进行了详细的规定

在各项政策的大力支持下，创业企业孵化器将持续受益。

4、项目的必要性和可行性

（1）项目的必要性

1) 有助于提升公司钢琴品牌的影响力，促进公司钢琴产品的销售

“广州文化产业创新创业孵化园项目”建成后，公司计划在园区内设立钢琴及其他乐器博物馆、乐器制作体验中心、珠江钢琴品牌展示区等，通过钢琴等乐器的展示展览、钢琴、数码钢琴以及其他等乐器制作工艺的操作体验、珠江钢琴

品牌的展示宣传，深化公司钢琴制造业务的品牌形象，有助于提升公司钢琴品牌的影响力，进一步推动公司钢琴产品的销售，促进钢琴主业稳步发展。

2)“广州文化产业创新创业孵化园项目”是公司艺术教育主业布局和深化的重要载体，推动公司文化教育产业的快速发展

“广州文化产业创新创业孵化园项目”建成后，公司计划在园区内建设艺术教育中心店、艺术联考培训中心、艺考预科学校以及艺术幼儿园等一系列艺术教育培训机构，上述艺术教育培训实体的建成是公司文化艺术教育产业在广州乃至华南地区的重要布局，与“全国文化艺术教育中心建设项目”其他艺术教育中心店、旗舰店、社区店以及艺术联考培训中心，共同构筑起公司艺术教育产业板块的教学培训实体网络；同时，公司计划在园区内打造素质教育综合体，共同打造珠江教育产业名片，实现公司在教育产业的快速发展。

3)“广州文化产业创新创业孵化园项目”是公司向创意文化产业升级发展的重要平台，实现公司转型文化艺术教育战略规划的推进

“广州文化产业创新创业孵化园项目”计划在园区内建设专业音乐厅、话剧中心、儿童剧场等音乐文化基础设施，打造影视制作中心、创意文化办公区、艺术家工作室等创意文化产业配套设施，引入国际国内知名古典、流行音乐比赛，举办珠江文化论坛等活动，聚集音乐文化、艺术创作、影视传媒、动漫游戏等大文化行业的新兴企业入驻园区，与公司现有艺术教育、广告、影视传媒等领域实现业务协同，进一步推动公司在大文化产业领域的升级发展，加速公司“做大文化产业”战略目标的实现。

(2) 项目的可行性

1) 公司在钢琴领域积淀深厚，已具备建设珠江钢琴品牌推广的基础

珠江钢琴是新中国历史最悠久的钢琴民族自主品牌之一，经过多年的持续发展，目前已形成珠江、恺撒堡、里特米勒、京珠等为主的自主品牌系列，并通过收购德国舒密尔中高档品牌系列，形成涵盖高、中、普及三个档次，包含立式钢琴、三角钢琴、数码钢琴三大系列，较为完整的钢琴品牌体系和产品体系。公司在钢琴领域深厚的积淀，通过在孵化园内建设钢琴及其他乐器博物馆、乐器制作体验中心、珠江钢琴品牌展示区等品牌推广项目已具备基础。

2) 项目地理位置优越，在园区内打造文化艺术教育产业具有很强吸引力

孵化园项目所在地位于广州市荔湾区，毗邻佛山市南海区，地处花地生态园与广钢新城两大功能区之间，是珠江黄金岸线的重要节点。其中，广钢新城是荔湾区乃至广州市倾力打造的特色宜居新区。未来随着广钢新城的建成、大批高净值家庭的入住，周边地区文化娱乐、文化消费需求将日益旺盛，广州文化产业创新创业孵化园将成为周边地区乃至荔湾区、南海区的幼儿教育、儿童艺术教育的聚集区。因此，在孵化园内打造文化艺术教育产业极具吸引力。

3) 孵化园的建设能够获得从中央到地方的政策支持

我国中央和地方政府长期鼓励孵化器发展，为孵化园的发展提供包括产业政策、税收优惠、土地及资金等方面的扶持政策，大力支持孵化器的发展。本项目建筑面积约 13.1 万平方米，属于国内比较大型的孵化器，公司按照国家级孵化器建造标准，力争将本项目打造成为国家级孵化器。届时，项目将申请包括国家、广东省和广州市的孵化器相关的税收、土地、资金等优惠政策，为孵化器的健康发展创造更加宽松的环境。

5、项目具体情况

本项目拟通过对部分现有厂房和办公区域进行改造装修，打造文化创新创业孵化园区。本项目总建筑面积 131,000 平方米（包括综合楼、2-5 号楼等建筑），公司将采用自用自主经营与出租相结合的运营方式，自用及自主经营的面积为 74,000 平方米；已经签订租赁意向协议的出租面积为 31,800 平方米。具体如下：

序号	建设项目		规划建筑面积 (m ²)
1	自用及自主经营项目	珠江钢琴品牌推广项目（包括珠江钢琴品牌展示区、乐器制作体验中心、钢琴及其他乐器博物馆）	7,000
		艺术教育项目（包括艺考预科学校、艺术幼儿园、艺术教育中心店和艺考培训中心、素质教育综合体）	60,000
		创意文化项目（包括音乐厅、话剧中心、儿童剧场、室内影视制作中心）	7,000
		小计	74,000
2	已签订租赁意向协议的出租项目		31,800
合计			105,800

其中，自用及自主经营项目的主要功能定位如下：

(1) 珠江钢琴品牌推广项目，主要服务于公司自有品牌及业务的推广，包括但不限于乐器产品、音乐教育产品等，向公众展示珠江钢琴的各项品牌体系和业务，通过集中展现公司品牌及文化，丰富公司品牌推广渠道，拓展公司品牌宽度，提升珠江钢琴的品牌影响力和美誉度。

(2) 艺术教育项目，是公司大力发展艺术教育主业的重点项目，通过建设覆盖从幼儿到中小学的艺术幼儿园、艺考预科学校、艺术教育中心店和艺考培训中心、素质教育综合体等，构建公司艺术教育业务体系，实现公司在艺术教育产业的快速发展。

(3) 创意文化项目，主要服务于公司文化传媒、艺术教育等业务以及孵化园内的创意文化入驻企业。通过建设音乐厅、话剧中心、儿童剧场、室内影视制作中心等为公司主业发展、入驻的创意文化企业提供公共基础设施服务，促进公司主业以及创意文化产业的进一步发展。

6、项目投资概算

本项目总投资金额 32,000 万元，拟以募集资金投入 25,800 万元，具体投资方向如下：

类别	总投资金额（万元）	占比
规划设计	1,000.00	3.13%
道路、市政、雨污系统	3,000.00	9.38%
绿化、空间优化	3,000.00	9.38%
外围整治优化	3,000.00	9.38%
已有厂房外形改造	8,000.00	25.00%
公共区域改造	2,000.00	6.25%
电梯、弱电安防、消防等设计安装	2,000.00	6.25%
内部改造及装修	7,000.00	21.80%
配套公用工程	3,000.00	9.38%
合计	32,000.00	100.00%

注：募集资金投入金额按照公司自用及自主经营项目以及签订了明确租赁意向协议项目的建筑面积占总建筑面积比例分摊计算得出。

7、项目经济效益分析

本项目建设完成后，公司将采用自用自主经营与出租相结合的运营方式，通

过发展与公司钢琴、艺术教育、文化传媒等相关的各项产业，一方面能够有效提升公司主营业务的盈利能力，获取钢琴产品销售和文化教育相关业务的直接收益；另一方面，获得出租物业租金、管理费收入等间接收益，推动公司业务不断发展。

鉴于本项目建成后公司直接获取的钢琴产品销售和文化艺术教育相关业务收益难以计算经济效益，本项目按照出租物业租金、管理费收入等收益计算，预计税后内部收益率 7.35%，静态投资回收期 9.52 年（含建设期）。

8、相关审批程序

本项目将在公司现有渔尾西路厂区地块上实施，该地块及房屋建筑物已取得粤房地权证穗字第 0140120233 号房屋产权证，不涉及新增建设用地事宜；本项目已取得广州市荔湾区发展和改革局出具的《广东省企业投资项目备案证》（备案项目编号：2016-440103-75-03-001786）；本项目已取得广州市荔湾区环境保护局《关于广州文化产业创新创业孵化园项目建设项目环境影响报告表的批复》（穗（荔）环管影〔2016〕47 号）。

（二）增城国家文化产业基地项目（二期）

1、项目概况

项目名称：增城国家文化产业基地项目（二期）

计划投资总额：64,683.93 万元

建设周期：2 年

实施主体：公司全资子公司广州珠江恺撒堡钢琴有限公司

项目地点：广州增城经济技术开发区广州东部（增城）汽车产业基地

项目定位：本项目以中高档钢琴生产为主，通过钢琴产品结构调整和品牌升级，实现内部资源优化，提升公司毛利率，增强公司盈利能力。

建设内容：本项目计划将公司目前渔尾西路厂区、大沥厂区的共鸣盘制造生产线等相关生产部门，分期迁入位于增城区的国家文化产业基地项目（二期）厂区，使集团钢琴业务实现零部件统一配置，实现内部资源优化。同时，结合公司钢琴主业发展规划，对产能结构进行适当调整，增加中高端钢琴产能，并开展传

统声学钢琴进行智能化改造，进一步丰富公司产品体系的差异化，推动高端钢琴产品销量提升。项目达产后实现钢琴（含高、中、普及、智能）年产 10 万架，其中，高档钢琴 2.05 万架，中档钢琴 4.55 万架，普及钢琴 3.06 万架，声学智能钢琴 0.34 万架。

2、项目建设背景

（1）乐器需求稳步增加

随着国家经济的快速增长，人均收入水平提升，对文化娱乐的消费支出会出现快速增长。音乐是文化产业中不可缺少的一部分，乐器是人们文化生活需要的重要产品。根据国家统计局和海关发布的相关数据，2009-2015 年，国内乐器规模以上企业主营业务收入从 174.38 亿元增到 370.81 亿元，累计增长 112.64%；出口交货值从 54.39 亿元增到 123.92 亿元，累计增长 127.84%；全行业出口总金额从 12.18 亿美元增到 16.89 亿美元，累计增长 38.67%；进口总金额从 1.80 亿美元增到 3.39 亿美元，增长 88.33%。日益坚实的物质基础和提升生活品质的需要催生出对文化产品的巨大消费需求，文化娱乐占居民消费支出的比重呈上升态势，为我国乐器市场的发展提供了坚实的基础。

（2）国内钢琴需求档次不断升级

近年来，国内市场对进口钢琴的需求量节节攀升，从 2007 年的 2.5 万架到 2015 年的 14.75 万架，几年间翻了近 6 倍，在大量涌进中国市场的进口钢琴中，国外品牌二手钢琴占据了很大比例。2015 年我国进口钢琴 14.75 万架，其中进口二手钢琴约 10 万架，主要是从日本、韩国进口的二手立式钢琴，这说明中国钢琴市场非常活跃；同时进口产品除二手琴外仍增长迅速，这也表明中国消费者对钢琴需求的档次在不断升级，目前部分消费者已经不满足于外国在中国合资或者独资生产的钢琴，不惜重金购买外国原产地钢琴。未来，随着中国消费者消费水平的提高和对乐器文化理解的提升，中国消费者对中高端钢琴的寻求有望在未来逐步释放出来。

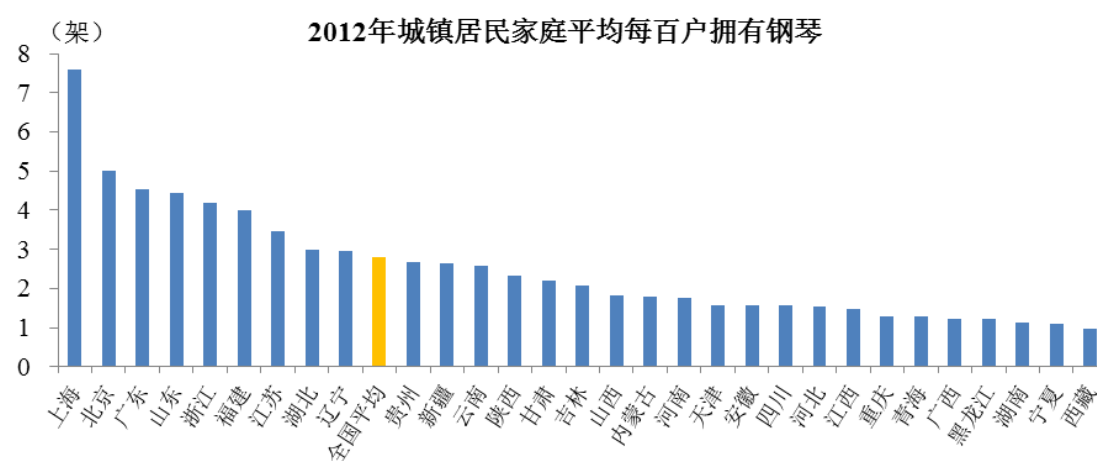
另一方面，随着品牌钢琴的销售市场不断扩大，销售价格也在不断提高。近年来市场价格在 1.5 万元至 2.5 万元的钢琴比例上升，1 万元以下的钢琴销售比例在逐步下降，万元以下钢琴多为满足学校招标采购的需要。目前，立式钢琴仍

然占整个钢琴销售的主流，但近年来随着家庭居住面积的扩大，三角钢琴销售逐渐提速，许多家庭购琴开始把目光转向三角钢琴。虽然青少年学生是钢琴的主要使用者，但是随着中老年学习钢琴的人数在不断增加，学钢琴用于自娱自乐或者是修身养性的人数与日俱增。

3、项目市场前景分析

随着国民经济的快速增长，百姓生活水平提高较快，钢琴需求量不断上升。据国家统计局统计，国内城镇居民平均每百户钢琴拥有量从 2000 年的 1.26 架上升到 2012 年的 2.81 架，12 年间累计增长了 116.15%。尽管如此，与日本、美国、欧洲等发达国家 20-25 架/百户的钢琴普及率相比，我国钢琴市场仍有巨大的增长空间。

2012 年，国内城镇居民每百户钢琴拥有量最多的地区依次为上海、北京、广东、山东、浙江，分别为 7.58、5.00、4.53、4.43、4.17 架，说明我国较发达地区钢琴的普及率已经开始提高，从侧面也反映出我国居民对钢琴的需求量正在逐步增加。同时，国家不断加大对文化产业的支持力度、家庭成员对高雅艺术的追求、文化观念的变更等因素都在不断促进我国钢琴产业发展，钢琴市场尤其是中高端高品质钢琴的市场空间巨大。



数据来源：国家统计局

4、项目的必要性和可行性

(1) 项目的必要性

1) 有利于改变公司现有生产布局较为分散的局面，节省运营成本，提高管

理和生产效率

目前，公司钢琴生产分散在三个厂区：渔尾西路总部厂区、大沥厂区和增城厂区。其中，渔尾西路总部厂区是主要生产厂区，负责三角钢琴的生产、立式钢琴整琴及主要配件的生产；大沥厂区负责木材处理及部分共鸣盘制造；增城厂区负责中高档立式钢琴整琴及关键配件的生产。

项目拟将渔尾西路厂区以及大沥厂区共鸣盘制造生产线等迁入增城厂区，将总装配、核心零部件生产等关键生产环节集中到同一个厂区，进行各厂区钢琴生产供应链条的产能整合，便于集中管理，提高管理和运行效率，有利于打造并发挥具有垂直整合能力的竞争优势，优化产业布局。此外，不便运输的半制品集中在增城厂区内转运，相对便于运输的板材从大沥厂区运输到增城厂区，可以大幅度降低物流成本；大沥厂区计划腾出更多空间，增加仓储规模，减少在外租赁仓库的成本。

2) 有利于改良生产装备，优化加工工艺与生产流程，降低人工成本

近年来，公司的成本费用总额占主营业务收入的比重逐年上升，其中最主要的原因是固定资产折旧和人员工资费用的增加。本项目拟将三个厂区的部分设备搬迁往新厂区，并淘汰部分老旧设备，更新改造技术落后的线体，其中包括更新改造并新增生产设备、线体、运输设备和辅助设备等。项目建成后，共鸣盘装配车间将采用数控及人工操作相结合的工艺，产品的装配精度获得提高；木材厂的音板车间和音板背架车间、部件厂等生产加工设备和工艺，将由原来的人工加工大部分改为机器自动加工，生产流程和加工精度得到优化，从而降低人工成本。

新设备、新技术的引进，将有利于公司提升生产效率及工艺，提高产品合格率，降低综合成本，提升提供高性价比产品的能力，进一步拓展公司中高端钢琴产品在国内外市场的竞争力。

3) 有利于推动公司钢琴产品的智能化升级改造，进一步扩大市场需求

本项目将通过开展传统声学钢琴智能化改造的研究，使传统声学钢琴在保持原有的优美音色和舒适弹奏手感的同时，具备先进的智能化产品的多种娱乐功能。产品通过互联网与手机、电脑等数字化终端互动，打通学生端、家长端、教师端通道，实现课堂课后互通，可选择内容也更加多元化。一方面，智能声学钢

琴创新了钢琴学习方式，实现了声学钢琴和互联网的有效融合，顺应了科技发展潮流，有效挖掘了市场需求，有利于提升钢琴的普及化程度；另一方面，智能钢琴的引入进一步丰富了公司产品体系，提高产品差异化，有助于拉动高端钢琴产品销量，同时还是公司艺术教育战略的切入点之一。

（2）项目的可行性

1) 政府对文化产业的重视与支持，创造了良好的政策大环境

2007 年至今，文化产业作为国家发展战略，在国家经济中发挥日益重要的作用。制造型国家向创造型国家转型的历史经验表明，文化产业在克服传统产业瓶颈，调整产业结构，保持经济创新与增长活力方面发挥重大的作用。在国家振兴规划和一系列相关扶持政策的推动下，以音乐艺术文化为核心的乐器文化产业迎来历史新机遇。另外，为培育新型人才，国家实施了一系列教育改革措施。其中，教育部于 2014 年下发《教育部关于推进学校艺术教育发展的若干意见》，提出要建立中小学学生艺术素质评价制度，对中小学校和中等职业学校学生进行艺术素质测评，并将测评结果记入学生成长档案，作为综合评价学生发展状况的内容之一，以及学生中考和高考录取的参考依据。国家的文化产业发展及教育改革都催化了国内乐器行业的加速发展，有助于本项目的实施。

2) 居民对乐器消费量与质的提升，保障了项目产能的消化

根据国家统计局和海关发布的相关数据，中国乐器市场总金额已达到 30.91 亿美元，2013 年全球主要国家和地区乐器市场份额排名第三。根据中国乐器网公开数据显示，中国人均乐器消费从 2010 年的 0.73 美元增加到 2013 年的 0.94 美元，但仍远远低于美国、欧洲等发达国家乐器人均消费水平，2013 年美国、日本、英国人均乐器消费额为 21.36 美元、17.23 美元、8.36 美元，同发达国家相比我国乐器普及率较低，国内乐器市场具有较大空间。

随着生活水平不断上升，国民文化素养不断提高，消费者对钢琴产品品质的要求逐渐提高。与此同时，音乐文化教育的发展，加深了大众对钢琴的认知，钢琴正向更专业化方向发展，人们对高档产品的需求逐年增加。

3) 公司技术创新成果显著，为生产高品质钢琴产品提供强大支持

钢琴生产制作是一项复杂细致的过程，涉及木材、铸造、声学、力学、机械、

化工等多个学科知识，一架钢琴由 8,000 多个零部件组成，经过 300 多道工序制造而成。产品设计及工艺流程设计要求较高，要求钢琴企业必须具有较强的技术研发能力、工艺设计能力、产品创新能力、精密加工能力等作为保证。

公司多年来非常注重技术创新。2013-2015 年，公司列入管理费用的研究开发费分别为 5,587.48 万元、6,669.82 万元、7,978.67 万元，年均复合增长率 19.50%，占营业收入的比重分别为 3.93%、4.54%、5.43%。其中，2015 年公司开展研发项目共 15 项，其中已完成 10 项，5 项进入中试阶段，研发项目形成的技术成果共申请专利 27 项，其中发明专利 10 项，全部获得受理。公司通过多年生产实践和技术创新，掌握了钢琴制造的核心技术，开发了多款具有自主知识产权且达到欧洲中高档水平的钢琴。公司在弦列、击弦系统等方面的设计能力已达到国内顶尖水平，并掌握了数控、高频等先进应用技术，研制了一批业内先进的钢琴制造装备。公司多年的研发经验积累为生产高品质钢琴提供强大支持。

4) 持续提升的品牌影响力和完善渠道建设，助推钢琴产销规模稳定增长

近年来，公司通过多渠道持续加大营销力度，提升品牌影响力。一是加强网络推广，通过与搜索引擎、网站论坛等社会化媒体合作在网络上宣传推广品牌及形象；二是持续开发专业用三角钢琴，加大三角琴在艺术类专业领域的市场份额；三是与主流媒体合作，成为央视音乐频道大型活动的指定用琴；与教育部合作，举办全国高校基本功比赛；并结合各项大型活动，加强与经销商的宣传互动、服务市场；四是策划参与 2014 年上海国际乐器展、德国乐器展等，拓展企业和产品的国际知名度；五是开发经销商，在薄弱地区建设珠江钢琴专卖店，抢占市场；六是加大京珠公司市场拓展，积极开展各类品牌宣传和促销活动。品牌影响力的持续提升以及市场布局的逐渐完善，将有利于公司钢琴产销规模稳定并略有增长，推动高档钢琴保持较快增长。

5、项目具体情况

本项目位于广州增城经济技术开发区广州东部（增城）汽车产业基地内，计划新建建筑面积约 18 万平方米。

本项目拟将渔尾西路厂区、大沥厂区共鸣盘制造生产线等迁入广州增城经济技术开发区广州东部（增城）汽车产业基地厂区，将总装配、核心零部件生产等

关键生产环节集中到同一个厂区，进行各厂区钢琴生产供应链条的产能整合，便于集中管理，提高管理和运行效率。渔尾西路厂区则用于建设广州文化产业创新创业孵化园，开展珠江钢琴品牌推广项目、艺术教育项目、创意文化项目等进一步推动公司在大文化产业领域的升级发展，打造文化创意、文化传播以及文化消费的产业集聚地和国家级文化产业示范基地。

公司目前渔尾西路厂区以中端及普及声学钢琴生产为主，未来增城厂区承接产能时将适当减少普及钢琴产能，增加中高端钢琴产能。同时，在本项目建设过程中，公司拟通过推进工业 4.0 实现加工工艺优化和产品品质提升，在增城厂区内开展传统钢琴智能化改造技术及应用研究，建设传统钢琴智能化改造生产线，进一步丰富公司产品体系的差异化。项目建成后将形成全球最大的乐器制造中心、全球领先的乐器研发中心、全球最大的乐器展销中心、全国最具影响力的音乐文化中心。

本项目达产后，每年约生产 10 万架钢琴和 1.7 万套组件，其中高档钢琴 2.05 万架，中档钢琴 4.55 万架，普及钢琴 3.06 万架，声学智能钢琴 0.34 万架，将极大满足市场需求。

6、项目投资概算

本项目总投资金额 64,683.93 万元，拟以募集资金投入 62,900.00 万元，具体投资方向如下：

类别	总投资金额（万元）	占比
房屋建筑及辅助设施费用	39,745.65	61.45%
设备购置及搬迁移装费	5,788.45	8.95%
土地成本	13,459.92	20.81%
管理费用等（工程建设管理费）	3,015.88	4.66%
固定资产投资合计	62,009.91	95.87%
铺底流动资金	1,763.34	2.73%
其他预备费（房屋建筑、设备购置等预备费）	910.68	1.40%
合计	64,683.93	100.00%

7、项目经济效益分析

本项目建成后，预计税后财务内部收益率 11.11%，静态投资回收期 11.05 年

(含建设期)。

8、相关审批程序

本项目实施主体恺撒堡公司已取得“增国用(2011)第B0401961号”《国有土地使用权证》、“粤(2016)不动产权10203199号”《不动产权证书》；本项目已取得广州市增城区发展改革和金融工作局出具的《广东省企业投资项目备案证》(备案项目编号:2016-440183-24-03-000860)；本项目已取得《广州市增城区环境保护局关于珠江钢琴国家文化产业基地2号楼项目环境影响报告表的批复》(增环评〔2016〕49号),《广州市增城区环境保护局关于珠江钢琴国家文化产业基地(二期)项目环境影响报告表的批复》(增环评〔2016〕50号)。

(三) 全国文化艺术教育中心建设项目

1、项目概况

项目名称: 全国文化艺术教育中心建设项目

计划投资总额: 15,300 万元

建设周期: 3 年

实施主体: 公司全资子公司广州珠江钢琴文化教育投资有限公司

项目地点: 广州、北京、上海等国内主要省会中心城市

项目定位: 在国内核心城市建设珠江钢琴文化艺术教育区域中心店、旗舰店以及艺术联考培训中心, 打造全国性的珠江文化艺术培训和教育品牌。

建设内容: 在广州、北京、上海等国内主要省会中心城市建设3家珠江文化艺术教育中心店、12家艺术教育旗舰店, 提供钢琴、小提琴、古筝、乌克兰等中西乐器培训、舞蹈、美术培训及培训相关产品销售、赛事承办、音乐厅场地出租等服务, 其中, 珠江文化艺术教育中心店内将配套文体体育、健身、餐饮等健康生活休闲设施, 探索文化体育产业一体化发展。在广州、北京、上海等城市建立5家艺术联考培训中心, 为有志于报考音乐、美术、传媒等艺术专业的考生提供全方位的专业考前培训。

2、项目建设背景

(1) 政府大力发展文化产业，文化强国战略为艺术教育培训行业提供了发展空间

2009年7月，国务院常务会议审议通过《文化产业振兴规划》，标志着我国已经将文化产业上升为国家的战略性产业。广东省第十三个五年规划建议中提出重点发展包括文化创意等在内的生产性服务业，以及旅游休闲、文体娱乐等生活性服务业；实施重大文化工程，大力发展文化产业，发展骨干文化企业和创意文化产业，培育新型文化业态，把文化产业培育成国民经济支柱性产业。根据《珠江三角洲地区改革发展规划纲要（2008-2020年）》、《珠江三角洲产业布局一体化规划（2009-2020年）》，广州强化区域文化教育中心的地位，提高辐射带动能力，重点布局发展包括文化创意、教育服务等在内的现代服务业。

(2) 发展文化艺术教育业务一直是公司转型文化服务业的战略发展方向

珠江钢琴近60年精心打造了具备较强竞争力的钢琴品牌，珠江牌钢琴是最早获得“中国名牌产品”、“中国驰名商标”的乐器品牌，并被商务部评定为重点培育的出口品牌。随着公司和市场发展的需要，近年来公司在以钢琴制造为基础的同时，开始布局文化艺术教育相关产业。2014年12月，公司设立全资子公司广州珠江钢琴文化教育投资有限公司作为艺术教育业务实施平台；2015年8月文化教育投资公司与广州证券创新投资管理有限公司发起设立教育基金；2015年10月，教育基金参股北京趣乐科技有限公司；2015年11月，文化教育投资公司与教育基金及福建埃诺教育投资管理有限公司共同出资设立合资公司福建珠江埃诺教育管理有限公司。随着一批文化教育产业投资主体的搭建，公司计划在“十三五”期间将重点打造社会艺术培训和专业艺术教育两大板块，其中社会艺术培训包括启蒙类艺术培训、青少年艺术培训、成年人艺术培训等领域；专业艺术教育包括幼儿园、艺术职业学院、艺术联考考前教育等领域，实现公司文化艺术培训和教育产业的全面布局和发展。

3、项目市场前景分析

(1) 随着国民经济生活水平提升，文化艺术教育市场需求快速增长

根据国际经验，随着国家经济的快速增长和人民生活水平的提高，文化娱乐消费支出会呈现快速增长的态势。2008年，中国人均GDP为23,708元，首次突

破 3,000 美元。研究表明，当一个国家人均 GDP 超过 3,000 美元时，居民的文化娱乐消费水平开始快速增长。随着我国国民收入和居民家庭可支配收入的持续增加，精神文化需求激发对文化娱乐消费量与质的需求。

艺术教育是文化教育的重要组成部分之一，其中，音乐教育领域是颇为核心的领域。根据《2015 中国音乐产业发展报告》，2014 年中国音乐教育培训行业总产值约为 643.8 亿元，音乐培训总产值为乐器行业产值的两倍。来自行业内外资本的支持与刺激，带动国内社会音乐培训市场风生水起。

（2）艺术教育培训机构良莠不齐，优质艺术教育品牌面临巨大的市场机遇

目前我国国内市场上的艺术培训机构遍地开花，几乎每一家琴行都在做艺术教育培训，但这些培训机构同质化问题严重，缺乏有特色的品牌培训机构。同时随着互联网的普及及数字教育技术的发展，出现了较多提供新型教学模式和教学软件创业公司，其技术和业务模式有望改良现有模式下场地限制、师资不足、教学方法不统一、学习枯燥、培训费用高等问题，对现有的艺术培训教育模式有很大的提升。

虽然已有部分琴行培训机构开始探索课程开发、规范管理、连锁经营等，并逐步进入良性发展，但仍未有符合发展需要的成熟教学体系以及全国性的品牌培训机构，优质艺术教育品牌具有巨大的市场机遇。

4、项目的必要性和可行性

（1）项目的必要性

1) 加速公司文化艺术教育业务发展，实现公司的战略转型，构造新的利润增长点

公司近年来积极布局艺术教育、广告、传媒并设立产业并购基金等，致力于打造大文化产业。本项目的实施有助于公司打造全国性文化艺术培训和教育实体店，形成良好的线下培训教育体验，打造珠江艺术培训和教育品牌，加速公司文化艺术培训和教育业务的发展，加速公司从制造业向综合文化服务平台的复合产业结构的转变。公司艺术教育业务的客户也将成为乐器销售、公司云服务平台、在线音乐教育的潜在客户，构造新的利润增长点，切实提高上市公司的盈利水平和持续发展能力。

2) 文化艺术教育业务的发展将带动公司钢琴主业的发展

珠江钢琴是全球最大的钢琴制造商，已形成约 14 万架钢琴的年产销规模，同时，中国已是目前全球最活跃的钢琴消费市场，音乐教育又以钢琴教育为主。由于目前全国各地艺术教学水平的不平衡，钢琴教育的普及广度和深度还很低，尽管钢琴市场消费潜力巨大，但钢琴的销售市场并未得到充分挖掘，艺术教育滞后成为公司钢琴主业发展的瓶颈。本项目的实施将有效促进以钢琴教育为核心的音乐人口增长，加速钢琴行业发展，为公司钢琴主业的进一步发展创造广阔的市场空间。

(2) 项目的可行性

1) 音乐领域的长期积累为公司开展文化艺术教育业务夯实基础

珠江钢琴成立于 1956 年，近 60 年精心打造了具有国际竞争力的民族乐器品牌体系，并始终不懈地支持社会音乐教育事业的发展，公司与教育部联手每两年分别举办“全国师范高校音乐教育专业大学生基本功比赛”和“全国青少年钢琴大赛”，在行业及音乐界具有较大的影响力。同时，公司与钢琴演奏界、音乐教育界建立了密切的联系，与大量音乐学院和老师有着长期合作关系，具有丰富的中外音乐专家和师资资源，为公司进入文化艺术教育领域奠定了良好基础。

2) 社会化艺术教育行业集中度低，为公司打造珠江艺术教育品牌提供契机

社会化艺术教育行业集中度低，特别是音乐教育领域，行业参与者众多，缺乏行业领军企业，为公司打造珠江艺术教育品牌提供契机。目前，国内的社会音乐教育行业参与主体包括少年宫、琴行、艺术培训机构、个人教师等，由于行业缺乏统一认证和规划，教师质量参差不齐，课程培训随意性大，整体教育水平较低，用户体验较差。社会音乐培训和教育领域整体落后的局面为公司大力发展音乐培训和音乐教育业务，进军艺术教育产业，打造珠江艺术教育品牌提供了广阔的空间。

5、具体项目情况

公司社会艺术教育实体店将分为艺术教育中心店、艺术教育旗舰店和艺术教育社区店三层体系。

3家艺术教育中心店和12家艺术教育旗舰店旨在提供钢琴、小提琴、古筝、乌克兰等中西乐器培训、舞蹈、美术培训及培训相关产品销售、赛事承办、音乐厅场地出租等服务，其中，珠江文化艺术教育中心店内将配套文体体育、健身室、餐饮等健康生活休闲设施，是公司文化体育产业一体化发展的重要探索。同时3家艺术教育中心店和12家艺术教育旗舰店用于整合当地音乐教育资源、渠道资源，利用珠江钢琴教育体系辐射周边社区加盟店。

5个艺术联考培训中心，主要为有志于报考传媒、音乐、美术等艺术专业的考生提供全方位的专业考前培训，向全国开设传媒、音乐和美术专业的高校培养、选拔和输送优质生源，为公司由传统音乐兴趣教育向专业艺术教育延伸打下基础。

艺术教育中心店、旗舰店以及艺术联考培训中心的选址情况如下：

类别	选址城市
艺术教育中心店	广州、北京、济南
艺术教育旗舰店	广州、上海、重庆、成都、南京、杭州、福州、石家庄、郑州、西安、合肥、佛山
艺术联考培训中心	广州、北京、上海、成都、武汉

6、项目投资概算

本项目总投资金额 15,300.00 万元，拟以募集资金投入 10,200.00 万元，具体投资方向如下：

类别	总投资金额（万元）	占比
场地租金	5,320.00	34.77%
装修费用	2,740.00	17.91%
教学设备及销售出样	2,140.00	13.99%
初期运营资金	5,100.00	33.33%
合计	15,300.00	100.00%

7、项目经济效益分析

本项目建成后，预计税后财务内部收益率 17.09%，静态投资回收期 6.22 年（含建设期）。

8、相关审批程序

本项目已取得广州市发展和改革委员会出具的《广东省企业投资项目备案证》（备案项目编号：2016-440100-82-03-001753）。

（四）珠江乐器云服务平台建设项目

1、项目概况

项目名称：珠江乐器云服务平台建设项目

计划投资总额：5,000 万元

建设周期：2 年

实施主体：广东琴趣网络科技有限公司，琴趣科技注册资本为 5,000 万元，珠江钢琴出资 2,750 万元，持股比例为 55%；教育基金出资 900 万元，持股比例为 18%；广东惠尔云网络科技有限公司出资 700 万元，持股比例为 14%；杭州银杏数股权投资合伙企业（有限合伙）出资 150 万元，持股比例为 3%；吴志辉出资 500 万元，持股比例为 10%。

项目地点：广州

项目定位：聚焦钢琴后服务存量市场，整合钢琴后服务市场资源，提高服务效率，节省服务成本，提高用户体验，并进一步增强珠江钢琴的核心竞争力，促进珠江钢琴的可持续发展。

建设内容：聚焦钢琴后服务存量市场，沿着钢琴后服务价值链，围绕钢琴、客户及用户，展开互联网业务场景构建，建设内容包括三大部分：首先，围绕钢琴，钢琴销售给目标用户后，从出厂到钢琴最终报废的全生命周期里，提供专业物流送琴、上门专业调律服务、专业修琴服务、租琴服务及二手琴买卖服务等，通过“互联网+钢琴基础业务”实现钢琴用户与钢琴基础服务资源高效连接；其次，围绕用户，用户买或租到钢琴后，以用户为中心，通过“互联网+核心业务”实现用户连接教学、认证、赛事、表演及社交资源等，创造珠江乐器云服务平台高频应用，增强平台粘性；最后，在围绕钢琴和用户创造了粘性、流量后，引入广告、大数据及销售引流等增值业务，提升平台价值转化。

2、其他合资方的基本情况

（1）珠海市广证珠江壹号文化教育投资企业（有限合伙）

企业类型：有限合伙企业

投资人或者执行事务合伙人：珠海市广证珠江文化投资管理有限公司（委派代表：梁伟文）

出资额：5,000 万元

经营场所：珠海市横琴新区宝华路 6 号 105 室-5470

成立日期：2015 年 8 月 18 日

经营范围：文化教育投资、股权投资、基金管理服务、项目投资、创业投资、企业自有资金投资、资产管理（不含许可审批项目）、投资咨询服务、企业财务咨询服务。

教育基金是珠江钢琴的关联方，公司全资子公司广州珠江钢琴文化教育投资有限公司持股 30%，教育基金设立投资决策委员会，公司董事麦俊桦女士担任教育基金投资决策委员会委员。

（2）广东惠尔云网络科技有限公司

企业类型：有限责任公司（自然人独资）

法定代表人：朱铁生

注册资本：1,000 万元

住所：广州市天河区天河北路 894 号 301 房自编 316 房

成立日期：2016 年 3 月 23 日

经营范围：研究和试验发展（具体经营项目请登录广州市商事主体信息公示平台查询。依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动。）

（3）杭州银杏数股权投资合伙企业（有限合伙）

企业类型：有限合伙企业

执行事务合伙人：杭州银杏谷投资有限公司（委派代表：陈向明）

出资额：100,000 万元

经营场所：杭州市转塘科技经济区块 2 号 2 幢 22213 室

成立日期：2015 年 3 月 13 日

经营范围：股权投资，非证券业务的投资、投资管理、投资咨询。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

（4）吴志辉

吴志辉先生，1973 年出生，大专学历。曾任珠江钢琴总经理助理、国内营销总监，现任广州珠江钢琴集团音乐制品有限公司常务副总经理、琴趣科技总经理。

3、项目背景

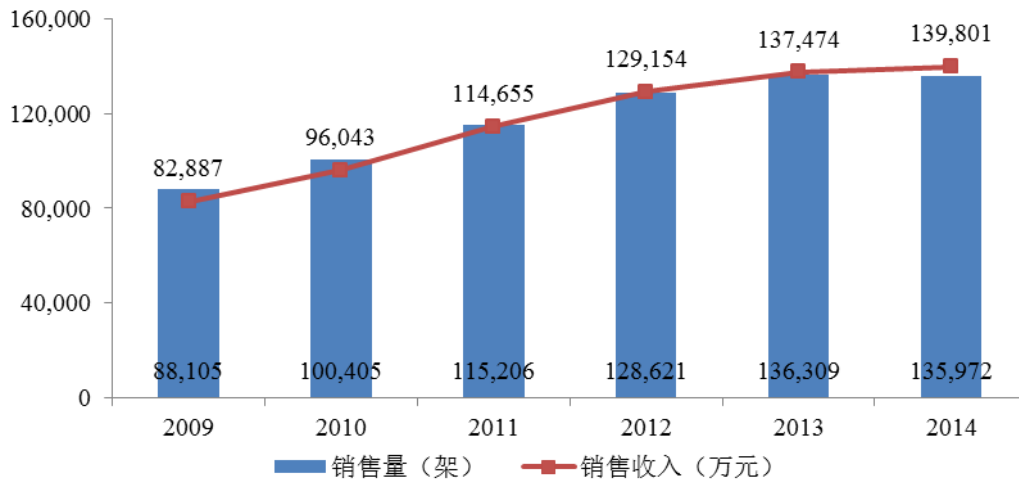
（1）“互联网化”是传统企业转型的大趋势

“互联网化”正在冲击着各行各业，传统行业与互联网的结合已经成为大势所趋，目前商业环境中，渠道在分化，企业与消费者的界面日趋碎片化，互联网正在成为新经济发展的引擎，引发一系列大转型、大变革，推动整个商业形态融合化、个性化、柔性化、社会化发展，驱动整个社会经济形态从“大规模、标准化、低成本”到“大范围、个性化、高价值”，需要传统企业重新定位自身运营能力优势，要围绕消费者打造有竞争优势的价值链，特别是要以掌控渠道、掌控市场、掌控消费者为运营能力提升方向。因此，在全新的商业业态下，消费者的购买行为发生了大的改变，“线下渠道为王”已成为历史，越来越多的企业意识到以消费者为中心，重构企业原有的渠道模式，重构商业价值链。

（2）“互联网+”是珠江钢琴寻求新增长点的需要

公司自设立以来，一直专注于钢琴制造行业，公司钢琴产销量连续 14 年位居全球第一，公司钢琴产品的全球市场占有率约 30%。钢琴作为耐用消费品，虽然需求空间巨大，但是增速相对稳健，不具有爆发式增长的基础。近年随着宏观经济增速下滑、国外钢琴巨头纷纷布局国内市场、二手钢琴冲击等因素，公司钢琴销量增速有所放缓。目前，公司钢琴年销量约 14 万架，在如此庞大的体量下，钢琴销量的增长空间已较为有限，公司未来将把战略重心放在钢琴产品的结构调整和品牌塑造方面，同时，将积极布局向服务业转型。为促进公司持续发展，寻找新的产业增长点，公司积极探索现有业务与互联网的融合发展方向，将在“十三五”期间完成钢琴制造企业向综合文化服务平台的战略转型。

公司近年钢琴销量和收入增速有所放缓



数据来源：公司公告

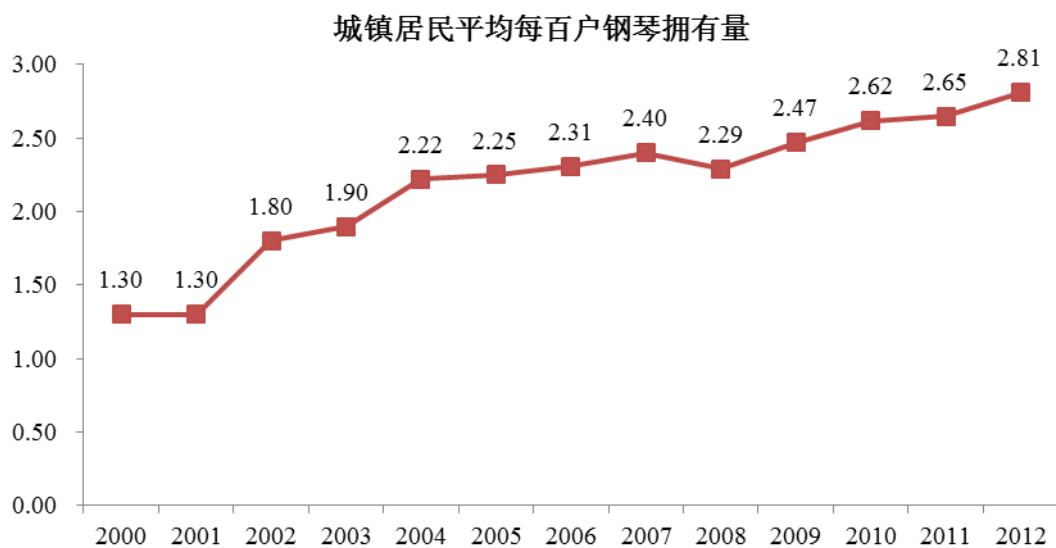
(3) 选择钢琴后服务存量市场作为互联网转型切入点

目前公司钢琴销售主要通过经销商完成，在公司转型综合文化服务平台的大背景下，可以借助“互联网+”尝试切入钢琴后服务市场，以便更有效的获取钢琴用户的准确信息，掌握用户需求，推广“珠江服务”品牌，向 700 万钢琴用户提供物流配送、钢琴调律、钢琴维修、产品咨询、钢琴教育等多种增值服务，创造钢琴服务新生态。

4、项目市场前景分析

钢琴后服务指钢琴从厂商经渠道（经销商）卖给消费者（钢琴用户）后，搬琴、调琴、学琴、养琴、租琴、二手琴等一系列的服务。

根据国家统计局数据，2012 年我国城镇居民家庭平均每百户钢琴拥有量 2.81 架，相比之下，多年前日本、美国、欧洲等发达国家的钢琴普及率就达 20-25 架/百户，远远超过我国城镇家庭平均每百户钢琴拥有量，意味着我国钢琴市场空间巨大。



数据来源：国家统计局

钢琴作为一个已经问世 300 余年的西洋乐器，在其传统消费市场欧美地区已相对饱和。目前全球钢琴销量约 50 万架，近年产销量保持稳定。随着钢琴保有量的增大，钢琴进入存量市场，据有关数据显示，我国城镇家庭钢琴拥有量超过 700 万台。假设每个家庭钢琴的搬运、维修及调律按每年 1 次，消费成本 200 元；钢琴学习（含教材乐谱）及表演赛事按每年 8,000 元/年计算；加之二手琴销售及租赁、广告、数据服务、金融、销售引流等，钢琴售后服务市场将是一个几百亿到上千亿的市场机会。如果未来平台业务延伸到整个音乐文化市场，将是一个更大的市场空间。

5、项目的必要性和可行性

（1）项目的必要性

1) 有利于公司提高用户体验，提升公司品牌知名度和影响力

在传统的钢琴制造业务中，公司主要通过经销商进行销售，通过云服务平台的建设，公司可以第一时间了解用户的准确需求信息，从而在优化钢琴产品销售结构的同时，更好地对接客户对产品及服务的需求。有利于公司推进“珠江钢琴”品牌的知名度和美誉度的建设，逐步强化自有服务品牌对消费者购买行为的影响力，从而提高客户消费层次，稳步提升公司的核心竞争力。

2) 打造珠江服务品牌是公司转型综合文化平台的必经之路

“十三五”期间，公司将完成钢琴生产制造企业向综合文化平台的战略转型，乐器云服务平台建设是完成公司战略转型的重要环节。一方面，服务平台的搭建可以让公司掌握钢琴用户的第一手数据和信息，为业务转型打下用户基础；另一方面，从生产制造业向文化服务业转型也要求公司转变经营思路，由生产导向转向用户导向，将用户的需求作为产品和服务设计的核心要求，并通过服务平台积极发掘钢琴用户潜在需求，提供相应的文化服务产品。未来，随着用户的累积和公司新业务的发展，乐器云服务平台也可以成为公司艺术教育、电子商务等新业务的发展载体，提供更加丰富的增值服务产品。

3) 服务产业将为公司发掘新的盈利增长点

我国钢琴市场经过多年发展，虽然普及率仍然远低于欧美发达国家，但考虑我国的人口基数，钢琴存量市场已经非常广阔，目前国内城镇家庭钢琴拥有量超过 700 万架。公司打造乐器云服务平台一方面可以为公司自有用户提供良好的增值服务，另一方面通过打响“珠江服务”品牌，公司可以尝试切入钢琴存量服务市场，为 700 万钢琴用户提供钢琴调律、钢琴维修、产品咨询和导购等多种增值服务，提升公司的盈利能力。在获得服务业务收入的同时，掌握钢琴存量用户数据，与公司艺术教育业务进行对接，未来，公司云服务平台的服务客户也将成为公司艺术教育业务的潜在客户。

4) “大数据”积累将为公司进一步提升产品品质和服务质量提供精准决策信息

随着乐器云服务平台的建成运行，以服务平台为中介，公司将积累巨量的音乐爱好者、乐器用户、院校等团体用户的产品需求、服务需求、用户体验等大量高价值信息，通过大数据分析，公司可以精确的挖掘客户的乐器产品需求、文化服务需求等，通过精准的研发投入、服务改进和新业务推出，进一步提升产品品质和服务质量，保持公司持续领先的行业龙头地位。

(2) 项目的可行性

1) 钢琴后服务为市场盲区

目前，国内尚未有专业的钢琴售后服务平台，各主要钢琴生产企业均通过经销商进行配送和后续服务。这种经营模式下，一方面，经销商需要自己租用仓库

和物流团队对乐器进行存储和配送，难以发挥规模效应，成本较高；另一方面，通常情况下经销商实现钢琴销售后才会向钢琴生产企业支付钢琴采购款，在经销商自主配送的情形下，增加了生产企业的资金压力。同时，经销商并非专业的钢琴生产企业，且大多数经销商同时销售多家钢琴品牌，当公司钢琴用户提出调律、维修等售后服务需求时，经销商难以向用户提供标准化、高质量的服务产品。公司在此阶段将服务作为业务转型的主要方向之一，一方面有利于提高自有品牌用户的用户体验，同时将售后服务延伸至其他品牌；另一方面，珠江钢琴优质的售后服务也将成为公司品牌销售的有利促进因素之一。

2) 公司拥有丰富的售后服务经验和资源

公司在多年的钢琴生产过程中，在钢琴维修、保养和调律等方面积累了丰富的售后服务经验和资源，包括：定期开展经销商售后培训班，2014 年开办 8 期培训班，累计培训近百人；组织开展全国巡回维修工作，进一步提升企业形象及口碑；严格资质审核，加强特约维修服务网点建设；针对高端市场，组织恺撒堡高档琴全国免费上门调律活动，提升高端产品市场的影响力。公司这些售后服务的经验和资源为未来打造服务平台奠定了良好的基础。

3) 通过合资方式引入技术团队，确保项目顺利实施

惠尔云是云服务平台项目的技术承担方，也是该项目实施主体的股东之一，拥有开发大型管理应用平台的经验，了解行业需求，尤其对网站开发、电子商务、数字营销、阿里云技术应用都有着丰富的经验。

通过引入惠尔云等合资方实施该项目，帮助珠江钢琴快速培养一批熟悉信息化建设且有丰富行业经验的专业人才，组建十多人的图书数字化技术人才团队，并与业内从事图书出版、发行、技术支持等各方面人士进行深度合作，形成战略伙伴关系，有助于该项目的顺利实施。

4) 国家政策大力支持互联网经济

2015 年 5 月，国务院印发《关于大力发展电子商务加快培育经济新动力的意见》，明确提出创新服务民生方式。积极拓展信息消费新渠道，创新移动电子商务应用，支持面向城乡居民社区提供日常消费、家政服务、远程缴费、健康医疗等商业和综合服务的电子商务平台发展。本项目建设初期着重于为用户提供标

准化的统一服务平台，未来，随着平台容量的增大、用户数据的积累，服务平台也将切入艺术教育、电子商务、其他乐器服务等领域，最终打造成为珠江钢琴“线上交易、线下体验”的 O2O 平台。

6、项目的具体情况

本项目拟投资 5,000 万元，用于物流服务业务、人才共享服务业务、调律及修琴服务业务、租赁及二手琴、钢琴教育业务、广告业务、数据服务业务、销售引流业务及金融服务等钢琴后服务内容的建设。项目建成后，将形成“基础-核心-增值”三大业务板块，具体包括：

(1) 基础业务：专业物流、调律、修琴、钢琴租赁、二手中介、社会化资源整合等。其中，通过平台基础业务，实现搬琴、调律、修琴等专业化服务，满足客户需求的同时整合专业资源，降低中间协调成本、提高效率，同时通过平台的认证、用户点评促进行业服务质量的提升；提供钢琴租赁、二手中介服务等，撮合供需，在线连接，降低中间成本、提高匹配度和效率；此外，平台基础业务还可以实现钢琴行业专业技师的培训、认证等社会化资源整合功能，通过认证，建立行业服务收费标准，对钢琴专业技师的服务质量建立服务评价体系，建立结算平台，根据评价结果、认证等级进行服务费用结算等。

(2) 核心业务：钢琴教育服务。云服务平台将整合社会钢琴教师、培训机构、专业服务及其他相关资源，为家长及学员提供一站式服务体验，让学员快乐学习中培养自己的音乐兴趣，让家长清楚知道如何帮助孩子更好学琴。

(3) 增值业务：广告、金融、数据分析、销售引流等。随着基础业务、核心业务的运营，形成平台流量，后续可以通过叠加广告、金融、数据分析、销售引流等实现流量转化，提升平台价值。其中，金融服务：对接线上金融机构，提供金融服务；广告服务：为钢琴厂家、琴行提供广告服务，对接厂家电商平台；数据服务：为钢琴厂家提供最终客户数据；销售引流：为厂商或经销商线上业务提供商机引流。

7、项目投资概算

本项目总投资金额 5,000.00 万元，合资方按各自持股比例投入，公司拟以募集资金投入 1,100.00 万元，其余部分以自有资金投入，具体投资方向如下：

类别	总投资金额（万元）	占比
平台建设	1,600.00	32.00%
其中：业务咨询及系统设计	280.00	5.60%
平台开发及实施	840.00	16.80%
平台运营及迭代开发	180.00	3.60%
云服务技术费用	300.00	6.00%
业务推广	2,000.00	40.00%
公司运营	1,400.00	28.00%
其中：设备、场地及人员费用	895.70	17.91%
流动资金及其他运营费用	504.30	10.09%
合计	5,000.00	100.00%

7、项目经济效益分析

本项目建成后，预计税后财务内部收益率 17.35%，静态投资回收期 6.64 年（含建设期）。

8、相关审批程序

本项目已取得广州市荔湾区发展和改革局出具的《广东省企业投资项目备案证》（备案项目编号：2016-440100-65-03-001422）。

（五）补充流动资金

1、项目概况

公司本次非公开发行募集资金 9,300 万元用于补充流动资金。通过本次非公开发行募集资金补充流动资金，将满足公司主营业务持续发展以及转型升级发展的资金需求，增强公司资金实力，加强公司在行业内的竞争优势。

2、补充流动资金的必要性

（1）满足公司业务发展对营运资金增大的需求

2013年至2016年上半年，公司营业总成本分别为121,403.52万元、131,921.60万元、132,106.52万元和64,739.49万元，而同期经营活动现金流出分别为148,997.27万元、151,134.05万元、147,563.66万元和77,310.63万元，经营活动现金流出现金占营业总成本的比重分别为122.73%、114.56%、111.70%和

119.42%。随着公司本次非公开发行募集资金投资项目的建成投产，公司营运费用将大幅提升。本次补充流动资金将满足公司业务发展对营运资金增大的需求。

（2）增强资金实力，支持公司产业结构调整以及业务扩张

2013年至2016年上半年，公司营业总收入分别为142,170.59万元、146,931.77万元、146,995.62万元和73,355.49万元。其中，钢琴、数码钢琴及其他配件等工业制造业占比分别为99.02%、98.71%、98.54%和98.82%；文化服务业占比非常低。未来，公司通过本次募投项目的实施，将进一步加大力度向先进制造、文化服务转型升级发展，并实施以内生式增长为核心动力、外延式增长为重要途径的发展路径。本次股权融资补充流动资金，公司资金实力将大为增强，有利于保障公司产业结构调整以及业务扩张，提高公司的持续盈利能力。

（3）重视股东合理回报，持续现金分红增加公司对流动资金需求

公司高度重视对社会公众股东的合理投资回报，以可持续发展和维护股东权益为宗旨，始终保持利润分配政策的连续性和稳定性。自公司2012年IPO以来，公司坚持每年进行现金分红，累计现金分红25,334.00万元（包含2015年度尚未实施的分红），2013-2015年累计现金分红金额占其平均净利润的比例高达121.58%，未来在充分考虑股东利益、实现持续分红的基础上，合理安排资金使用计划，实现公司的长远发展，也对公司的资金提出了更高的要求。

三、本次非公开发行对公司经营管理和财务状况的影响

（一）本次非公开发行对公司经营管理的影响

本次募集资金投资项目符合国家相关的产业政策以及公司未来整体战略发展方向，具有良好的市场发展前景和经济效益。本次募集资金投资增城国家文化产业基地项目（二期），将为公司产能结构优化升级提供强大的资金支持，有利于增加中高端产品比重，调整产品结构，扩大公司产品市场份额，进一步巩固公司的行业龙头地位；本次募集资金投资广州文化产业创新创业孵化园、全国艺术教育中心以及珠江乐器云服务平台等项目，有利于加速实现公司向大文化产业、文化服务业的转型升级，提升公司核心竞争力，形成新的利润增长点、提高盈利水平，为公司转型升级发展战略的实现奠定坚实的基础。上述项目的实施也有助于为全体股东带来持续、良好的投资回报，实现并维护全体股东的长远利益。

（二）本次非公开发行对公司财务状况的影响

本次募集资金到位后，公司总资产和净资产都将大幅增加，资本实力显著增强；公司的资产负债率将进一步下降，同时公司的流动比率、速动比率将大幅上升，偿债能力得到进一步提升。随着本次募投项目的顺利实施，公司的营业收入和营业利润将稳步提升，公司的盈利能力和净资产收益率将会得到提高，本次募集资金的运用有利于公司未来业务的发展，符合全体股东的长远利益。

综上所述，本次募集资金投资项目符合国家产业政策及未来公司整体战略发展的方向，具有良好的市场前景和经济效益，具备可行性。

（本页无正文，为《广州珠江钢琴集团股份有限公司非公开发行 A 股股票募集资金运用可行性报告（第二次修订稿）》之签章页）

广州珠江钢琴集团股份有限公司

董 事 会

二〇一六年八月二十九日