

大亚圣象家居股份有限公司
公开发行 A 股可转换公司债券募集资金运用的
可行性分析报告

一、本次募集资金使用计划

本次可转债募集资金总额不超过 12 亿元人民币，全部投资于以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	投资总额	拟投入募集资金金额
1	大亚圣象苏北基地家居产业园项目	115,692.35	42,758.76
2	大亚圣象上海产品研发营销中心建设项目	84,361.92	61,504.29
3	补充流动资金	-----	15,736.95
	合计	-----	120,000.00

本次发行募集资金到位之前，大亚圣象家居股份有限公司（以下简称“公司”或“大亚圣象”）可根据项目进度的实际情况以自筹资金先行投入，并在募集资金到位后予以置换。如果本次发行募集资金不能满足公司项目的资金需要，公司将自筹资金解决不足部分。在不改变募集资金投资项目的前提下，公司董事会可根据项目的进度、资金需求等实际情况，对上述项目的募集资金投入金额进行适当调整。

二、本次募投项目的基本情况

（一）大亚圣象苏北基地家居产业园项目

1、项目概况和发展前景

本项目拟在江苏省宿迁市建设苏北基地家居产业园，主要包括刨花板工程、饰面板工程和家具构件生产工程。本项目是大亚圣象在国家供给侧结构性改革大背景下，优化资源配置，推进企业转型升级的重大投资，有助于进一步提高大亚人造板的市场份额，提高公司抗市场风险的能力，符合公司的长远发展规划。

随着人们生活水平的逐步提高，人们对环保、生态的多功能的人造板产品的市场需求将逐步增加，对于定制化、个性化的家居产品需求量也将不断增长。刨

花板作为定制家居产品的制造材料，可以极大程度的满足消费者的个性需求。随着定制家居热潮的涌现，整个家居产业对于高质量、高环保性能刨花板的需求也将持续增加，项目发展前景良好。

2、项目建设必要性

(1) 生产优质产品，满足市场需求

改革开放以来，随国民经济快速发展，建筑业、房地产业等行业的振兴，我国木制品的生产和消费都有了长足的发展和进步，我国已经成为世界上第二大木制品消费国。

刨花板作为木制人造板的主要板种之一，自上世纪 40 年代问世以来，在 70 多年的发展历程中，经历了市场竞争的考验，目前无论在生产规模还是在技术水平及品种多样性方面均已达到较高水平。

刨花板与其它板种相比具有原料来源广泛，成本相对低廉的优势，并且具有物理力学性能优良等特点。自问世以来得到了迅速的发展，消费市场不断扩大。经过贴面加工的刨花板可直接用于家具制作、装饰装修、音箱和包装材料等，增值效益十分明显。

随着人们生活水平的不断提高，消费者对产品的要求会越来越高，项目的目标市场就是为消费者提供高质量、多规格、环保型的优质刨花板和家具构件产品，满足社会对刨花板产品和家具构件产品的多元化需求，项目的建设是十分必要的。

(2) 节约林木资源，发展低碳经济

发展人造板行业，既节约林木资源，又促进低碳经济的发展。生产钢铁水泥塑料等产品要消耗大量能源，污染环境。如以木材加工单位耗能为 1，则水泥为 5，钢为 191，铝为 791；生产相同体积的钢铁，释放出二氧化碳约 5,000 公斤，水泥释放出二氧化碳约为 2,500 公斤，而森林每生成一吨木材，不仅不释放二氧化碳，反而可固定住二氧化碳约 1,470 公斤，还生产氧气 1,070 公斤。

低碳经济是以低能耗、低污染、低排放为基础的发展模式。刨花板生产加工过程对生态环境的影响比较小，且易治理，符合高效节能、绿色环保、综合利用的低碳原则，是节约林木资源、发展低碳经济的有效途径之一。

我国森林资源缺乏,木材供需矛盾一直困扰着木材行业中、下游产业的发展。对此,项目充分利用江苏省速生林资源和周边地区木材加工边角芯废料,形成年产 50 万 m³ 刨花板的生产能力,将可替代近 150 万 m³ 的原木,这对缓解江苏省及周边地区木材供应矛盾有着积极意义。

(3) 促进当地林业三个体系的协调发展

林业既是生态建设的主体,又是国民经济的重要基础产业,也是满足经济社会发展多样化需求的重要基础。林业的多重属性和它的基本内在发展规律,决定了我们要建立一个比较完备的林业生态体系,来满足人们对生态公益和森林文化方面的需求,确保国土生态安全的需要。同时,也决定了要建立一个比较发达的产业体系来满足人们对林产品的多样化需求,才能够进一步支持、巩固、保障生态体系的建设,巩固生态建设的成果,发挥森林文化体系的作用。项目以实践循环发展模式为目标,将极大地促进当地森林生态体系、林业产业和森林文化体系的协调发展。

(4) 促进区域经济的发展

江苏省宿迁市正处在经济建设的高增长期,区域市场需求空间大。项目的建设将会带动当地和周边地区木材贸易、木材加工、木材综合利用以及家居制造产业的发展,形成人流、技术流、物流、资金流、信息流的现代物流体系。并且在鼓励农民造林、增加农民收入、增加就业岗位、推动当地技术进步与人才培养等方面具有重要意义。

(5) 公司自身发展战略的需求

随着我国改革开放的持续深入,综合国力的增强,企业的壮大,如何参与世界范围内的市场竞争,如何在世界范围内合理使用和配置资源,成为我国政府和企业面临的重要课题之一。

为了进一步实施公司的发展战略,提高公司的经济效益和竞争能力,大亚木业(江苏)有限公司决定在江苏省宿迁市布局建设大亚圣象苏北基地家居产业园项目,生产刨花板、饰面刨花板及家具构件产品。

3、项目建设可行性

(1) 发展循环经济和低碳经济的需要

我国是世界上人均拥有森林蓄积量最少的国家之一。据第八次全国森林资源清查结果显示，我国森林面积 2.08 亿公顷，森林蓄积 151.37 亿立方米，森林覆盖率 21.63%，尽管相比第七次清查有了一定的增长，但是，我国森林覆盖率远低于全球 31% 的平均水平，人均森林面积仅为世界人均水平的 1/4，人均森林蓄积只有世界人均水平的 1/7，森林资源总量相对不足、质量不高、分布不均的状况仍未得到根本改变。因此就人均森林面积占有量及人均森林蓄积而言，我国与世界平均水平相比均有相当大的差距，与林业发达国家相比差距就更大。

随着国家“天然林保护工程”的实施，国内木材供给相对减少，然而我国经济飞速发展使得社会对林产品的需求日益增长，木材供需矛盾日趋尖锐。我国木材资源供应不足，据预测，到 2020 年我国木材供需缺口将达 1.0 亿立方米~1.2 亿立方米，这种状况在短时间内难以改变。预计在未来 50 年内，我国都将处于木材资源短缺、供应不足状态，依靠进口木材补充国内木材消耗的状况将长期存在。

人造板工业，特别是刨花板等非单板型人造板的生产不消耗大径级优质木材，以人工速生丰产林、加工剩余物、次小薪材等为主要原料，有利于保护环境和森林资源，有利于实现循环经济和低碳经济的发展模式。从今后的发展趋势来看，人造板工业的发展不能再完全依赖林木资源的高消耗和牺牲环境来实现，高效利用木材资源，走循环经济和低碳经济发展的道路，才是我国人造板工业发展的根本出路。

(2) 利用公司优势资源，大力发展刨花板产业

大亚木业（江苏）有限公司的母公司——大亚圣象家居股份有限公司，自 2002 进军人造板领域以来，已先后布局建设了丹阳基地、江西基地、茂名基地、肇庆基地、黑龙江基地以及福建基地等 6 大人造板生产基地。

近两年来，随着我国华东家居市场的蓬勃发展，特别是定制家居产业对刨花板需求量的大幅增长，大亚圣象经过广泛调研和论证，决定充分利用企业内部的资金优势、品牌优势和人才优势，加速下游产品的开发经营，进入具有巨大市场容量、广阔发展前景、投资收益高的刨花板领域。

该项目的建设是公司对于木材综合利用和发展循环经济理念的更深层次的理解，是基于公司雄厚的企业实力、优越的外部条件和良好的市场机遇而作出的选择。该项目是大亚人造板绿色发展及大亚圣象构建绿色家居完整产业链和价值链的扩容项目，是大亚圣象在国家供给侧结构性改革大背景下，突出优势产业，优化资源配置，创造新的经济增长点，推进企业转型升级的重大投资。

4、项目建设规划

(1) 建设规模

本项目建设内容包括年产 50 万 m³ 刨花板工程、年产 1700 万 m² 饰面刨花板工程以及年产 60 万套家具构件生产工程。

(2) 实施进度安排

本项目建设工期主要包括技术交流与设备采购、工程设计、土建施工与设备安装、人员培训、设备调试以及试生产所需要的时间。

(3) 项目投资金额

大亚圣象苏北基地家居产业园项目投资总额为人民币 115,692.35 万元（含外汇 7,660 万欧元），主要包括厂区工程建设、刨花板工程（削片间、木片料仓、锯屑棚、刨片间、筛选打磨间、刨花板车间）建设、供热工程建设、供水工程建设、中心变电所建设、成品库建设、饰面刨花板工程建设、家具构件生产车间建设、综合楼建设、食堂建设、检测中心建设、科研中心建设与中试车间建设等费用。

5、项目效益

根据中国林产工业规划设计院出具的《大亚圣象苏北基地家居产业园项目可行性研究报告》，项目建成后，预计可实现年均销售收入 117,000.00 万元，销售税金及附加 10,088.99 万元，利润总额 29,784.20 万元（含退税）。财务内部收益率为 31.91%，财务净现值（ic=11%）136,515.00 万元，投资回收期 3.84 年。内部收益高于 11% 行业基准收益率和 8% 社会平均收益水平，具有良好的投资收益。

(二) 大亚圣象上海产品研发营销中心建设项目

1、项目概况和发展前景

本项目拟在上海建设“三个中心、一个平台”：即产品体验中心、品牌营销中心、研发设计中心和产品大数据平台。

本项目作为大亚圣象进军绿色家居产业，实现品牌化发展战略、大家居战略和国际化战略的综合服务平台，在公司未来的家居产业发展构架中，承担着产品体验、品牌营销、新产品研发设计以及产品大数据平台建设等功能。通过项目建设，为大亚圣象品牌进一步提升奠定了基础。

2、项目建设必要性

伴随着社会经济进入新常态，人造板和地板行业发展继续保持平稳上涨阶段。近年来，我国地板行业面临国际市场复杂多变的状况以及新兴出口国家的激烈竞争，仍然处于国际主导地位，保持良好发展势头。

在此背景下大亚圣象上海产品研发营销中心的建设可将公司功能性人造板和地板研究、设计提升到同行业领先水平，实现人造板和地板产业转型升级。

（1）搭建家居体验中心，促进企业服务多元化

在电子商务的大环境冲击下，人造板和地板行业电商刚刚起步阶段，通过产品体验中心将电商于现场体验相结合，即：线上+线下一站式购齐，成为产品销售渠道的新模式。

线上提供了海量的人造板和地板商品供客户选择，线下体验馆提供了真实的产品体验，同时为客户提供咨询、送货、安装、退换货、维修的一条龙服务，产品体验中心有效缓解电商冲击，人造板和地板产品的体验与个性化场景的展现，是线上销售平台无法展现的。

产品体验中心根据设计师把控，提供个性化服务，为消费者提供了高品质的购物体验，通过产品体验中心的转型升级更加迎合当前消费升级潮流。

（2）建设品牌营销中心，有效整合企业营销资源

大亚圣象是我国木地板和人造板行业龙头企业。各品牌运营独立，容易造成营销资源分散，宣传推广无法形成合力。建设品牌营销中心对公司原有的销售体

系进行整合升级，对产品定位、主导产品开发、价格策略与竞争、营销战略规划和策略执行等工作，由单个品牌发展为集团打包整合发展，可以进一步提升公司综合管理效率、提高服务效率、完善公司销售体系。

(3) 组建研发设计中心，有效增强企业发展内生动力

随着生活水平的提高，功能性人造板和地板产品需要满足人们的生理、心理和审美的需求，趋向个性化、多样化、时装化消费。产品研发设计中心通过全面系统设计强调人造板和地板物质功能的同时，还要注重企业文化、品牌、营销、服务、环保等非物质性内容，从而满足人们日益增长的生态木制品和个性化消费的需求。

(4) 搭建家居产品大数据平台，有效提升公司核心竞争力

实施“互联网+产业”建设，加快云计算、大数据等信息技术对企业设计、制造、销售、服务等关键环节的应用能力的提升。企业在大数据基础上进行产品设计和定向销售，大大提高了交易的精准度和成功率。在大数据时代把握机遇、乘势而为，实现企业更好更快发展。

3、项目建设可行性

(1) 发展前景广阔

2016年，我国人均GDP已超过8,000美元，消费水平的提高加速了对生态木制品的需求，人们对于传统人造板和地板的需求不仅仅局限在其功能性，也提升到了注重外观、品质和环保的高度，同时人们的个性化的需求越来越强，个性化定制家居产品更能满足布置需求，兼顾产品整体功能，充分利用空间满足人们的日常所需，合理地扩大产品的应用功能和使用价值。

预计未来5年，我国定制家居的需求总量或意向购买量约为2,900万套，平均每年580万套。由此可见，我国定制家居产业的发展空间十分巨大，发展前景十分广阔。

(2) 提升产品的附加值

人造板是定制家居的主要原料。对于人造板和地板等制造业来说，著名的“微

笑曲线”表示，在产业链中，附加值更多的体现在研发与设计和营销与服务上，而处于中间环节的生产与制造是附加值最低的。

在这样的背景下，大亚圣象作为我国人造板和地板产业的龙头企业，也在不断的进行产业链升级，向关键环节延伸，建立绿色价值链。并通过建立大亚圣象上海产品研发营销中心，大力发展附加值较高的研发设计和营销服务，注重产学研合作，加强创新能力，同时，加大下游终端营销网络的构建力度，将订单处理、批发经营、众多零售环节抓到自己的手里。

4、项目建设规划

(1) 项目建设内容

上海产品研发营销中心建设项目拟建设“三个中心、一个平台”：即产品体验中心、品牌营销中心、研发设计中心和产品大数据平台。其中产品体验中心主打纯智能“体验式营销模式”，采用美国的 control4（C4）的控制技术等国际先进智能家居高新技术，使消费者感受智能家居（智能卧室、智能餐厅、智能厨房、智能环境系统等）、智能影音娱乐、VR 设备、智能感应、人机交互识别技术等产品给未来生活居家所展现的科技魅力；品牌营销中心主要依托中心消费市场，建设人造板、地板等产品客户体验馆、集团“互联网+产品”营销平台以及客户服务中心；研发设计中心主要负责地板、功能性人造板等产品研发与设计，主要侧重基础材料和生产技术的研发。本次建设的研发平台依托上海中心消费市场，侧重个性化产品、功能性产品的研发与设计；产品大数据平台将建成数据存储和处理中心，集合包括原材料采购、生产、销售、库存等物流信息，市场消费量、价格、消费群体信息等营销信息，定制产品采购、生产、配送、安装等服务信息，有助于企业未来发展，提升企业智慧管理水平。

(2) 项目实施进度安排

本项目总的实施周期 2 年。项目建设期主要包括可行性研究与备案、市场调研与设备选型、招标及采购设备、设备安装与调试、技术人员培训、验收以及投入使用所需要的时间。

(3) 项目投资金额

本项目预计投资总额为人民币 84,361.92 万元, 主要包括产品体验中心建设、品牌营销中心建设、研发设计中心建设、产品大数据平台建设、楼房购置费、设计费、前期咨询费、办公及家具购置费、预备费及流动资金等费用。

5、项目效益

大亚圣象上海产品研发营销中心建设项目的建成, 为提高大亚圣象的品牌影响力奠定了基础, 同时也为迅速提升我国人造板和地板产业的国际竞争力, 搭建人造板与地板行业大数据平台, 提高功能性人造板、功能性地板等的研发设计水平, 提供了良好的发展平台。项目的建设, 有助于促进我国人造板和地板产业创新、协调、绿色、可持续发展, 为满足人们日益增长的生态木制产品需求发挥了积极作用。

三、本次发行对公司财务和经营状况的影响

本次公开发行 A 股可转换债券募集资金用于苏北基地家居产业园项目、上海产品研发营销中心建设项目以及补充流动资金。苏北基地家居产业园项目的建设, 将使公司在未来三年大幅度增加刨花板、饰面板、家具构件的生产能力, 有利于进一步提高公司的经济效益和竞争能力, 巩固公司的市场地位, 同时加快国际化进程; 上海产品研发营销中心建设项目, 将大大提高公司的研发实力, 提高公司的技术水平, 促进公司创新能力的提高, 为公司的长远发展打下坚实的基础。

本次可转债发行完成后, 公司的资产总额和负债总额将同时增加, 短期内可能会导致净资产收益率、每股收益等指标出现一定程度的下降, 但是随着项目的建成和投产, 公司的生产能力和研发实力将会相应提高, 进而影响未来公司的经营业绩水平和净资产收益率水平。本次可转债发行完成后, 随着募集资金到位, 公司的现金流入量将增加, 苏北基地家居产业园项目达产以后, 经营活动产生的现金流入将有较大幅度增加, 公司的运营能力将得到一定幅度的提升。

本次上海产品研发营销中心建设项目完成以后, 公司固定资产将增加, 公司存在因新增固定资产折旧而可能导致净利润下滑的情形, 但是随着公司研发能力的提升, 公司的技术水平将不断提高, 间接影响公司的经营业绩提升, 公司的盈利水平将得到提高, 固定资产折旧对公司净利润的影响将逐步消除。

本次可转债发行募集资金到位以后，公司的资产负债率将有所上升，但是随着可转债的转股，公司资本金将得到充实，净资产将相应增加，资产负债率将逐步下降。

四、募集资金投资项目可行性结论

募集资金投资项目科学地利用木材资源，提高木材综合利用水平，为发展循环经济、建设资源节约型、环境友好型社会起到良好的作用。对实现社会、经济、资源和人口的可持续发展具有重要意义。本次募投项目具有较好的经济评价，项目建成后将进一步提升公司的综合竞争实力，符合广大股东的根本利益。董事会认为：本次募集资金投资项目，风险可控，未来预期收益良好，项目可行。

大亚圣象家居股份有限公司董事会

2017年12月21日