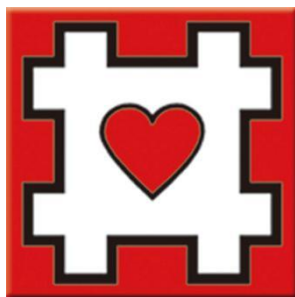


证券代码：002264

证券简称：新华都

新华都购物广场股份有限公司



2021 年度非公开发行 A 股股票 募集资金使用的可行性分析报告

二〇二一年三月

一、本次发行募集资金使用计划

本次非公开发行募集资金总额（含发行费用）不超过71,496.22（含本数）万元，拟用于以下项目：

单位：万元

| 序号 | 项目名称 | 投资总额 | 拟投入募集资金额 |
|----|---------------|------------------|------------------|
| 1 | 品牌营销服务一体化建设项目 | 43,724.77 | 43,724.77 |
| 2 | 仓储物流建设项目 | 8,431.33 | 8,431.33 |
| 3 | 研发中心建设项目 | 19,340.12 | 19,340.12 |
| 合计 | | 71,496.22 | 71,496.22 |

注：项目名称以政府主管部门正式核准或备案的名称为准。

在本次非公开发行股票的募集资金到位后，公司将按照项目的实际需求和轻重缓急将募集资金投入上述项目；若本次发行募集资金总额扣除发行费用后的实际募集资金净额低于拟投资项目的实际资金需求总量，不足部分由公司自筹解决。

在本次非公开发行股票的募集资金到位前，公司将根据项目需要以自筹资金进行先期投入，并在募集资金到位后，依照相关法律、法规的要求和程序对先期投入资金予以置换。

二、本次募集资金投资项目可行性分析

（一）品牌营销服务一体化建设项目

1、项目概况

根据公司现有互联网营销业务发展情况及行业未来发展趋势，本项目将建设成公司自有品牌/开发品孵化及内容电商营销服务中心。一方面，基于公司长期为品牌酒业、食品行业等消费品客户提供的品牌营销服务所形成的运营管理经验，公司将孵化酒业、食品等快消品领域的自有品牌/开发品，扩大公司营业收入，形成新的利润增长点；另一方面，紧抓互联网营销发展趋势，开展店铺直播电商运营、短视频平台品牌代运营、短视频店铺等内容电商项目，为客户提供全方位的数字营销服务。

| 序号 | 投资内容 | 建设目的 | 盈利模式 |
|----|------|------|------|
|----|------|------|------|

| 序号 | 投资内容 | 建设目的 | 盈利模式 |
|----|---------------|--|--|
| 1 | 自有品牌/开发品互联网营销 | 为应对电子商务服务业日益激烈的竞争环境，依托于公司丰富的电子商务服务经验，以及在网络零售方面培养的专业运作、数据分析及精准营销策划能力，孵化公司在酒业、个护用品、化妆品、食品等快消品领域的自有品牌，扩大公司营业收入，形成新的利润增长点。 | 销售商品实现盈利 |
| 2 | 店铺直播电商运营 | 拟通过建立直播基地不断扩大公司在内容电商项目的投入，购置先进的视频制作及网络直播设备，招募优秀的视频制作和直播电商领域人才，利用公司多年积累的电子商务服务经验，为合作品牌方提供线上店铺直播、视频平台代运营、IP 号打造等内容电商服务，增强与品牌方合作粘性，也有利于公司与更多的品牌方建立合作关系，提高利润水平。 | 通过店铺直播的方式为客户提供服务，帮助品牌方将产品销售给终端消费者，公司则按照店铺直播服务时长收取相关服务费用 |
| 3 | 短视频平台品牌代运营 | 近年来，随着传统移动互联网流量红利逐渐消退，短视频平台逐渐兴起，日活用户超亿人，越来越多的品牌方逐渐意识到视频平台营销对于提升产品影响力的重要性。公司拟组建专业的视频平台代运营团队，为客户提供从账号定位、视频策划、视频拍摄、视频剪辑、运营发布、货品分销服务等视频平台运营一站式服务。 | 通过公司互联网品牌运营方案的执行，帮助客户提高品牌知名度，扩大产品销售规模，公司则根据执行方案收取相应固定服务费及提点服务费 |
| 4 | 短视频店铺 | 公司基于对各平台用户的研究和多年的电商营销推广经验，进一步完善内容策划、视频制作、流量对接、达人主播培养和对接等服务形式，提升公司短视频店铺业务营销推广能力。通过视频、软文、粉丝互动等新型营销方式，对达人主播进行多平台、全方位的营销和推广，并形成自有店铺的 KOL（意见领袖）IP。公司将根据不同品牌的市场定位结合 KOL 形象定位，打造自有短视频店铺，实现最终的商品销售，提升公司盈利能力。 | 销售商品实现盈利 |

2、项目建设必要性

(1) 打造自有品牌，形成新的利润增长点

报告期内，公司的互联网营销业务主要是聚焦特定行业内的优势客户，凭借公司突出的数字营销能力为客户提供电商运营服务，协助客户拓展线上市场。在公司帮助客户实现线上销售高速增长的过程中，公司积累了丰富的互联网营销经验以及终端消费者需求和行为特点的海量数据。近年来，随着互联网营销行业的竞争加剧，越来越多的互联网营销企业开始打造自有品牌，从单纯的品牌营销向

品牌营销+运营转换，实现更高的利润水平。为应对竞争日益激烈的市场环境，公司拟通过本次募投项目的实施，利用多年来在电子商务服务行业积累的经验以及人才、资源的储备，积极探索自有品牌的发展机遇，帮助公司打造在酒业、个人防护用品、化妆品、食品等快消品领域的自有品牌，扩大公司营业收入，形成新的利润增长点。

(2) 积极拓展公司互联网营销渠道，增强市场竞争力

随着信息技术的不断发展，互联网营销技术迭代较快，新兴的营销技术可能会给行业带来颠覆性的效果。随着 4G、5G 网络技术的更新以及智能手机投入市场，网络直播营销及短视频营销应运而生。互联网营销的传播形式不再局限于图文，更多转变为以受众感受更为直观的视频内容进行传播。近年来，得益于短视频和直播用户规模的迅速扩大及短视频和直播平台的加速商业化，短视频和直播广告生态已趋于成熟。品牌方越来越热衷于选择以视频为主的内容营销方式来扩大产品知名度，以视频为主的内容营销与传播已逐渐成为互联网营销的主阵地。

在此背景下，公司通过本项目的建设，积极深入开发短视频、网络直播等营销技术，拓展公司的营销渠道，满足不同客户的营销需求，从而增强公司的市场竞争力。

(3) 满足品牌方对互联网营销渠道的需求

随着移动互联网的普及，互联网营销凭借其精准化程度高、性价比高、媒体质量优等优势，迅速崛起，其中，以电商、短视频、门户及资讯为代表的广告形式倍受品牌方的热捧。根据国家统计局的数据显示，2020 年全国网上零售额达 11.76 万亿元，同比上年增长 10.90%。我国网上零售额的高速增长，给互联网营销策略设计公司创造了良好的发展环境，因此公司希望依托自身在内容电商、店铺直播、短视频等方面所积累的营销技巧及经验，在稳固现有业务水平的基础上，不断开发适应新时代的互联网营销策略，以期满足不断扩容的下游市场需求。

3、项目建设可行性

(1) 中国网购市场的蓬勃发展是本项目实施的有力保障

近年来，随着中国消费者收入水平不断提高、电商渗透率有所提升，网络零

售行业蓬勃发展。根据国家统计局的数据显示，2020 年全国网上零售额达 11.76 万亿元，同比上年增长 10.90%。网购市场的巨大规模为国内自有品牌市场提供了良好的发展环境，有利于互联网营销企业利用其基于社交、直播、短视频等多种形态营销渠道的优势，打造自有品牌商品，实现品牌营销向品牌运营的转换，培育自有品牌的用户群体。

（2）公司具备扎实的数据研究分析能力

公司开展互联网营销业务一直注重数据研究，通过设立专业的数据分析团队，重点培养数据研究人才，不断的积累运营经验，已形成了一套自有的数据分析思路。在实际业务中，公司能够向品牌方提供针对消费者、产品池、阵地流量的最优解决方案，以数字手段快速提升传统行业客户在电商市场的交易规模，加速品牌的互联网化和产品的电商化，并在此过程中积累了终端消费者需求和行为特点的海量数据。此外，公司积极创新，开发了数据分析系统、订单管理系统、数仓系统、供应链系统等核心运营信息化系统，助力公司实现大数据的洞察和分析，并持续提升公司的经营业绩。公司扎实的数据研究分析能力将为本项目的实施奠定坚实的技术基础。

（3）公司拥有丰富的互联网营销业务经验

近年来，公司互联网营销业务发展迅速，已形成了“电商运营服务+互联网全渠道营销”的业务组合，通过不断积累业务数据，协助品牌商形成 C2B 的定制化产品，最终有效地提升了该品牌的行业影响力及线上销售额。过去 5 年，公司已在酒类、个护、乳业、家具等品类下与多个知名品牌商建立了互联网销售、互联网代运营服务等多种合作模式。2018 年至 2020 年，据公司数仓系统统计，公司帮助客户实现在全域平台整体销售 GMV 的平均年度增长率为 40%，公司丰富的互联网营销业务经验将成为本项目实施的有力支撑。

4、投资概算情况

品牌营销服务一体化建设项目拟投资总额为 43,724.77 万元，拟使用募集资金 43,724.77 万元，具体投资情况如下：

| 序号 | 项目 | 金额（万元） | 占比 |
|----|-------|-----------|--------|
| 1 | 场地购置费 | 18,549.00 | 42.42% |

| | | | |
|----|----------|------------------|----------------|
| 2 | 建筑工程费 | 1,050.00 | 2.40% |
| 3 | 设备购置及安装费 | 7,754.87 | 17.74% |
| 4 | 营销推广费 | 8,652.00 | 19.79% |
| 5 | 预备费 | 820.62 | 1.88% |
| 6 | 流动资金 | 6,898.28 | 15.78% |
| 合计 | | 43,724.77 | 100.00% |

5、项目实施主体

本项目实施主体为公司下属子公司西藏聚量电子商务有限公司。

6、项目实施地点

项目实施地点位于广东省深圳市,将通过购置办公写字楼用于本项目的实施。

7、项目备案及审批情况

截至本报告公告日,本项目相关备案手续正在办理过程中。

8、项目效益情况

本项目完全达产后,预计可实现年销售收入 91,326.38 万元,年净利润 9,599.13 万元,内部收益率(税后)为 16.18%,静态投资回收期(税后)为 7.71 年(含 2 年建设期)。

(二) 仓储物流建设项目

1、项目概况

本项目将购置先进的物流仓储设备,并配套投入智能仓储物流信息化系统以构建智能化的物流仓储体系,从质检、入库、盘点到发货均实行自动化运行。通过本项目的实施,公司仓储容量将得到大幅提高,建成后将提升公司的货物吞吐能力,使得公司仓储物流存货和客户需求量相匹配,为公司业务拓展奠定扎实的基础。

2、项目建设必要性

(1) 扩大现有仓储物流容量,满足业务发展需求

近年来,随着公司业务的不断发展,服务客户体量的不断增大,公司业务规

模大幅增长。仓储物流系统是电商运作的重要基础设施，随着业务规模的增长，公司现有的仓储物流容量不能满足公司的业务需求，尤其是“双十一”、“双十二”、春节等特定购物高峰期。物流仓储系统的低效严重影响了公司的发货速度及消费者的用户体验。为满足公司业务发展的需要，公司拟通过本项目建设扩大仓储物流容量，以期提升公司的货物吞吐能力，为公司业务的快速发展奠定扎实的硬件基础。

(2) 实施全面自动化及智能化运作，提高仓储物流运行效率

随着业务规模的不断增长，公司传统的“人工+机械”物流仓储方式已出现效率低、成本高的弊端，不能很好满足公司业务的需求，尤其是“双十一”、“双十二”、春节等特定购物高峰期。

当前，由于物联网技术的出现，仓储物流越来越朝着高质高效、智能化方向发展，自动化仓储设备有效地节省劳动力、缩短作业时间，同时提升物流管理的效率。公司拟通过本项目的建设，对仓储物流系统实施集中管理并提高自动化水平，提高公司的仓储和物流配送能力，优化公司物流配送体系，提升供应链上下游的整体物流运作效率，快速响应客户需求，有效提升库存周转率，降低仓储物流人力成本。

3、项目建设可行性

(1) 利好政策频出，支持仓储物流行业快速发展

对于仓储物流行业来讲，宏观政策的支撑可以保障行业持续良性发展。近年来，我国仓储物流领域扶持政策频出，政策支持力度不断加大，行业发展环境不断优化，有助于解决我国仓储物流领域长期供给不足、质量不高、结构错配等问题。2017 年，国务院发布《国务院办公厅关于进一步推进物流降本增效促进实体经济发展的意见》，提出加强对物流发展的规划和用地支持；布局和完善一批国家级物流枢纽；开展仓储智能化试点示范。2019 年，国家发展和改革委员会发布《关于推动物流高质量发展形成强大国内市场的意见》，提出推动国家物流枢纽网络建设；实施物流自动化改造行动；创新用地支持政策。国家政策的支持将有力保障公司本次仓储物流项目的实施。

(2) 公司扎实的产品业务，为项目实施奠定基础

受益于公司良好的运营能力和创新能力，公司多年来积累了相当数量的优质客户资源，公司整体规模逐渐扩大。目前，公司业务类型主要为互联网营销，业务范围涵盖为消费者提供数字营销、电商运营、定制化产品营销。多形态营销模式互相补充，消费数据相互打通，推进多业态协同发展，使得业务规模不断发展壮大。凭借多年来积累的消费数据，公司对消费者的需求及需求变化有着较深的了解和把握，提供线上线下多渠道/多平台服务，不断增加与客户之间的粘性。因此，在此业务板块上，具备较强的竞争力。企业仓储物流中心的建设及运用，需要投入大量的人力、物力及财力，而且是一个长期的投入过程，公司扎实的产品业务为项目的建设奠定坚实基础。

(3) 丰富的仓储物流人才储备及实施经验，为本项目的建设提供支持

本项目建设的智能仓储物流中心需要公司具有较强的仓储物流管理能力。而公司经过多年发展，现阶段已在山东济南租赁了 1 万平方的场地用于产品的存放运转。该仓储中心一直支撑着公司的业务良性发展，作用极大。因此，公司在多年的仓储物流经营中，培养了高质量的物流管理团队并积累了丰富的运营管理经验，形成了完善的运行流程，并制定了规范的管理制度，使得公司的仓储物流管理平台能够将市场需求与仓储物流管理有效结合，合理调配公司资源，实现仓储物流的高效运作。公司积累的仓储物流人才储备及实施经验，为本项目的建设提供了有力支持。

4、投资概算情况

仓储物流建设项目拟投资总额为 8,431.33 万元，拟使用募集资金 8,431.33 万元，具体投资情况如下：

| 序号 | 项目 | 金额（万元） | 占比 |
|----|----------|-----------------|----------------|
| 1 | 场地租赁费 | 730.00 | 8.66% |
| 2 | 建筑工程费 | 2,200.00 | 26.09% |
| 3 | 设备购置及安装费 | 5,255.76 | 62.34% |
| 4 | 预备费 | 245.57 | 2.91% |
| 合计 | | 8,431.33 | 100.00% |

5、项目实施主体

本项目实施主体为公司下属子公司西藏久实致和营销有限公司。

6、项目实施地点

本项目将在湖北省武汉市租赁 20,000.00 m² 仓储物流场地建设自动化仓库。

7、项目备案及审批情况

截至本报告公告日，本项目相关备案手续正在办理过程中。

（三）研发中心建设项目

1、项目概况

本项目围绕公司互联网营销业务开展需要，建设公司互联网营销研发中心，对公司现有业务能力输出系统及信息系统进行升级开发，包括供应链与财务一体化系统、会员管理（CRM）系统、客户数据管理系统（CDP）和电商代运营项目管理等内容；同时，结合公司在未来发展过程中产生的主要业务需求，开发数据中台和广告投放系统，包括数据中台-数舱和推广投放自动化系统等；此外，稳步增长的业务需求使得公司积累了大量有效的服务经验，为了实现对客户的快速响应，公司将对现有的成功服务经验进行梳理，实施并开发创意资产管理系统和电商代运营知识库，通过信息系统将相关经验和能力做标准化的输出，提升服务的质量和效率。上述信息系统平台的升级开发，将全面覆盖公司外部业务和内部经营各环节的信息化系统，为公司的经营管理提供充分、可靠的依据，保障公司的信息安全，进一步提升公司的运营水平，强化公司的市场竞争力。

2、项目建设必要性

（1）研发中心将为公司互联网营销业务提供信息支撑

传统营销时期，企业进行营销主要是依靠品牌形象的建立，而在互联网营销时代，企业进行营销需要实现满足用户的个性化需求，为用户制定个性化的方案内容，而用户的个性化需求的参考依据来源于大数据，要想实现“根据需求进行营销”，就需要通过大数据分析，因此大数据分析是进行网络营销的基础。而建设完善的信息化系统不仅在内部管理上可以提高企业的运营效率，更为重要的是在外部业务上可以将客户数据进行深度挖掘和筛选，实现客户分级管理，需求定

位，进而达到精准营销的目标，使数据变为可用的信息。

通过本项目的建设，公司将利用先进的信息化系统对市场数据进行深度分析，挖掘用户需求及消费习惯，不断夯实公司的互联网营销技能，以期能够更好的服务客户，制定出高效可行的营销方案。

(2) 建设先进的信息化系统，有助于公司提升经营管理效率

随着公司规模及业务量的不断发展，公司的分支机构、人员、设备等不断增加，公司提高管理效率的压力越来越大。因此，公司迫切需要强化内部信息系统，做到全公司数据采集，内部信息共享、资源统一调度、服务快速响应。

本项目将开发引进专业化管理与业务协同的一体化信息平台，整合公司的管理信息，规范管理流程和数据流程，对公司业务的成本、合同、资源、质量、安全、风险等重要管理要素进行全过程控制和跟踪，提高公司的经营管理效率，进而降低公司的运营成本。

(3) 通过建设研发中心，提升公司研发能力并增强市场竞争力

目前，随着互联网营销行业竞争加剧，公司业务发展需要更多新型技术的支撑。公司虽然在本行业有比较丰富的技术储备，但互联网营销企业众多，竞争激烈，技术迭代非常快，每一个新技术的诞生都可能会使市场的竞争格局发生较大的变化。因此，公司拟通过建设研发中心，加大技术研发投入，提升研发能力，增强市场竞争力。

3、项目建设可行性

(1) 国家政策支持电商业务发展，研发中心建设具有政策基础

近年来，电子商务行业对国民经济增长贡献巨大，政府大力扶持和引导电子商务发展，国家各部委陆续发布了推进电子商务发展的相关政策。2017 年 2 月，国家发改委发布《战略性新兴产业重点产品和服务指导目录》提出在“互联网+”应用服务中将电子商务服务列为国家战略性新兴产业；2018 年 8 月，第十三届全国人民代表大会常务委员会第五次会议通过的《中华人民共和国电子商务法》，该法案明确指出：国家鼓励发展电子商务新业态，创新商业模式，促进电子商务技术研发和推广应用。公司建立研发中心在国家政策层面是可行的。

(2) 丰富的营销经验及持续性人才引进为项目建设提供有力支撑

在营销业务方面，公司聚焦特定行业内的优势客户，在白酒、家具、乳业、个人护理品类中选择与一线品牌进行合作，凭借公司突出的数字营销能力为客户提供电商运营服务，协助客户拓展线上市场，积累了丰富的互联网营销业务经验。在人才方面，公司清晰的认识到，信息化建设必须具有信息化构思的专业头脑和专业知识。因此，近年来公司积极结合当下市场的变化，持续引进了一批既了解行业专业知识又精通信息技术的专业人才，提高了公司整体员工的信息化水平。本项目实施后，公司在营销方面积累的丰富经验及持续性的人才引进为本项目提供有力支撑。

4、投资概算情况

研发中心建设项目拟投资总额为 19,340.12 万元，拟使用募集资金 19,340.12 万元，具体投资情况如下：

| 序号 | 项目 | 金额（万元） | 占比 |
|----|----------|------------------|----------------|
| 1 | 场地购置费 | 9,274.50 | 47.95% |
| 2 | 建筑工程费 | 300.00 | 1.55% |
| 3 | 设备购置及安装费 | 5,125.63 | 26.50% |
| 4 | 预备费 | 441.01 | 2.28% |
| 5 | 项目实施费 | 4,198.98 | 21.71% |
| 合计 | | 19,340.12 | 100.00% |

5、项目实施主体

本项目实施主体为公司下属子公司久爱致和（北京）科技有限公司。

6、项目实施地点

项目实施地点位于广东省深圳市，将通过购置办公写字楼用于本项目的实施。

7、项目备案及审批情况

截至本报告公告日，本项目相关备案手续正在办理过程中。

三、本次发行对公司经营管理及财务状况的影响

(一) 对公司经营管理的影响

本次募集资金投资项目围绕公司主营业务展开，符合相关的产业政策和公司未来整体战略发展方向，有利于实现公司业务的进一步拓展，巩固和发展公司在行业中的竞争优势，具有良好的市场发展前景和经济效益，符合公司长期发展需求及股东利益。

（二）对公司财务状况的影响

本次发行将进一步扩大公司的资产规模和业务规模，公司的资金实力将得到有效提升，公司资本结构更加优化，为公司后续发展提供有力的保障。

在募集资金到位后，由于募集资金投资项目的实施和产生效益需要一定的过程和时间，因此短期内公司净利润可能无法与股本和净资产保持同步增长，从而导致公司每股收益和净资产收益率等指标相对本次发行前有所下降。但是随着募集资金投资项目的完成，项目效益将逐步显现，公司的盈利能力将稳步提高。

四、可行性分析结论

综上所述，本次募集资金投资项目围绕公司现有主营业务进行，项目符合国家相关产业政策及公司战略发展方向，具有良好的市场发展前景和经济效益。项目实施后，能够进一步提升公司的盈利水平，增强公司核心竞争力和抗风险能力，促进公司持续、健康发展，符合公司及全体股东利益。本次公司非公开发行股票募集资金使用具备可行性。

新华都购物广场股份有限公司董事会

2021 年 3 月 26 日