

安徽安德利百货股份有限公司

非公开发行 A 股股票募集资金使用可行性分析报告

一、本次募集资金使用计划

安徽安德利百货股份有限公司（以下简称“公司”）本次非公开发行股票募集资金总额不超过 51,142.21 万元（含发行费用），扣除发行费用后拟用于连锁超市门店项目、一体化智能物流仓储中心项目、全渠道营销平台项目以及补充流动资金，具体项目及拟使用的募集资金金额如下：

单位：万元

序号	项目	项目总投资额	拟投入募集资金
1	连锁超市门店项目	11,928.34	11,928.34
2	一体化智能物流仓储中心项目	18,239.01	18,239.01
3	全渠道营销平台项目	9,974.86	9,974.86
4	补充流动资金	11,000.00	11,000.00
合计		51,142.21	51,142.21

本次发行实际募集资金规模不超过募投项目资金需要量。在不改变本次募集资金投资项目的前提下，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。本次发行募集资金到位之前，公司将根据项目进度的实际情况以自有资金先行投入，并在募集资金到位之后按照相关法规规定的程序予以置换。

在相关法律法规许可及股东大会决议授权范围内，董事会有权对募集资金投资项目及所需金额等具体安排进行调整或确定。

二、本次募集资金的必要性及可行性

（一）连锁超市门店项目

1、项目概况

公司计划以租赁店面的方式，在合肥及其周边地区新增 36 家安德利连锁超市门店（含标超和社区店），项目总投资 11,928.34 万元，拟以募集资金投入 11,928.34 万元。

2、项目建设的背景及可行性

（1）政策重视消费行业，着力培育国内消费市场

近年来，为刺激消费增长，培育国内消费市场，引导居民消费升级，提升消费供给质量，中国政府相继出台多项政策培育消费行业，满足城乡居民多层次多样化的消费需求。

2018年9月，中共中央、国务院联合发布《关于完善促进消费体制机制进一步激发居民消费潜力的若干意见》，提出以实物消费提档升级、服务消费提质扩容、新模式消费孕育成长、农村居民消费梯次升级为内容构建成熟的消费市场；并强化产品和服务标准体系建设、健全消费后评价制度、加强消费领域信用体系建设、健全消费者维权机制，以营造安全放心消费环境。最后，文件强调强化政策配套和宣传引导，改善居民消费能力和预期。

2018年10月，国务院办公厅通过出台《完善促进消费体制机制实施方案（2018-2020年）》，对《关于完善促进消费体制机制进一步激发居民消费潜力的若干意见》做出进一步详细阐述。《方案》进一步放宽文化、旅游、体育、健康、养老、家政及教育培训领域的准入机制，并强调实物消费结构升级，建立健全消费领域信用体系，优化促进居民消费的配套保障，加强消费宣传推介和信息引导，全面发挥促进消费对释放内需潜力、推动经济转型升级、保障和改善民生的重要意义。

今年以来，在全球疫情大流行及美国对中国不合理制裁升级背景下，经国务院同意，国家发改委、中央宣传部、教育部等23个部门于2020年2月联合印发了《关于促进消费扩容提质加快形成强大国内市场的实施意见》，提出大力优化国内市场供给、重点推进文旅休闲消费提质升级、着力建设城乡融合消费网络、加快构建“智能+”消费生态体系、持续提升居民消费能力、全面营造放心消费环境的一系列政策措施，并重点提出培育消费新业态、新模式的措施。

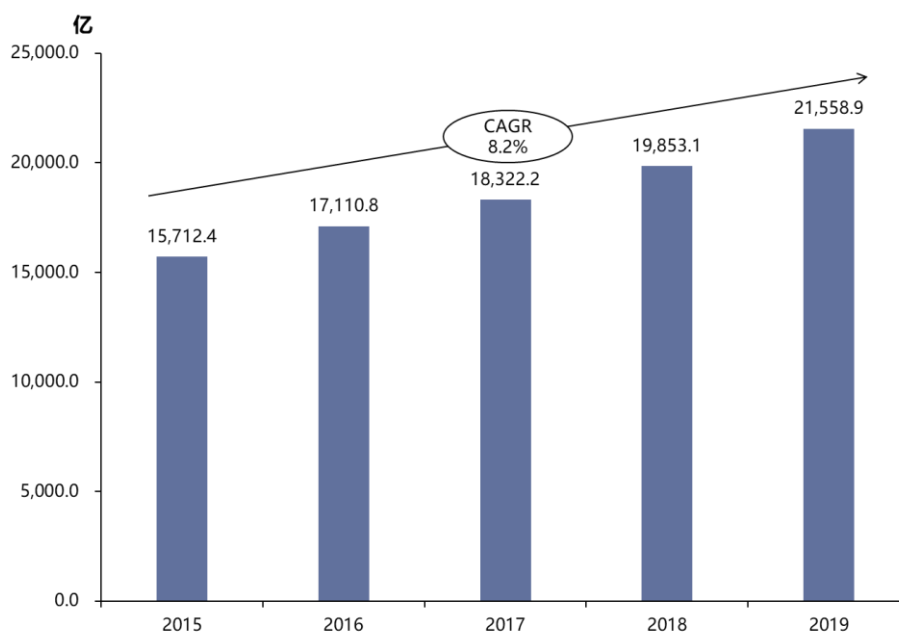
通过这一系列政策将有效培育新消费、新业态，推动传统消费升级提质增效，规范消费市场，完善消费保障措施，行业发展具备广阔市场前景，本次募投项目在政策层面具有可行性。

（2）人均收入持续增长，消费对经济提升作用显著增强

中国经济保持稳定增长，居民人均可支配收入水平持续提升，据国家统计局数据，2019年中国城镇居民人均可支配收入42,358.80元，同比增长7.9%；农

村居民人均可支配收入 16,020.67 元, 同比增长 9.6%, 展现出快速增长的趋势。人均可支配收入快速增长, 刺激居民消费水平提升, 2015-2019 年, 居民人均消费支出由 15,712.41 元增长至 21,558.85 元, 以 8.2% 的年均复合增速增长。

2015-2019 年中国居民人均消费支出



数据来源: 国家统计局

居民消费水平提升, 带动社会消费品零售总额快速增长。根据国家统计局数据, 2019 年中国社会消费品零售总额为 411,649.00 亿元, 较上年增长 30,662.10 亿元, 同比增长 8.05%。2013-2019 年, 最终消费支出对经济增长年均贡献率为 60.5%, 消费成为经济增长“三驾马车”中最重要的推动力。

由此可以看出, 在中国经济结构优化升级调整过程中, 消费的重要性愈加突出, 居民开始重视消费升级, 看重消费带来的满足感, 为消费行业发展创造条件, 也为本次募投项目的实施提供了有利条件。

(3) 合肥具有广阔的市场空间

合肥正处于经济快速发展、居民收入稳定增长、消费升级换挡的阶段, 对超市等零售行业发展较为有利。2019 年, 合肥市全年经济生产总值为 9,409.4 亿元, 同比增长 7.6%, 连续多年快速增长; 全年社会消费品零售总额 3,234.51 亿元, 比上年增长 8.7%, 其中, 商品零售额 2,809.74 亿元, 增长 7.6%; 全年常住居民人均可支配收入 38,806 元, 比上年增长 10.3%; 人均消费支出 23,433 元, 比上年增长 8.7%, 各项消费相关数据运行良好, 展现出广阔的市场前景。

此外，超市业务作为传统商贸零售行业的细分子类，业务收入主要依赖于客流量，因此，人口成为超市业务增长的关键因素。作为安徽的省会城市，合肥具有丰富的经济文化、科教旅游、研学工作资源、吸引省内人口定居发展。根据安徽省统计局统计，合肥市是人口净流入城市，2015年至2019年，人口增长39.90万人，具有良好的市场空间。

3、项目建设的必要性

（1）项目建设是巩固公司领先地位，发展省会业务的重要举措

安德利作为中国超市百强、安徽省领先连锁超市品牌，截至2019年，共有47家超市门店，面积55,617.28平方米，但公司相当一部分超市装修陈旧、设施老化、经营品类贫乏，无法适应居民消费升级、新零售业务发展的趋势，存在被红府超市、谊品生鲜、生鲜传奇等品牌赶超的风险，亟需新开门店，重塑公司形象。

此外，公司现有门店主要分布在环巢湖地带的庐江、巢湖、和县、无为、含山、当涂等县城及其下辖乡镇，缺乏在合肥市场布局。在合肥经济社会发展迅速，市场前景广阔背景下，安德利为践行“连锁经营，区域领先”的发展目标，需要开拓合肥市场，在合肥主要商圈布局连锁超市门店，实现品牌形象提升，经营区域扩展的目标。本次连锁超市门店项目拟在合肥及下辖县区等开设36家超市门店，新增经营面积61,200平方米。本项目能够扩大公司在合肥的实体门店布局，补充区域网络覆盖，巩固公司在安徽省的行业领先地位。

（2）项目建设是适应消费结构转型、发展线上业务的需要

随着消费结构转型升级，零售业面临很多新变化、新选择，从供给端来看，新零售自提出以来逐渐被市场认可并推广。大数据、人工智能等新技术、新手段愈加受到重视，新模式、新业态不断出现。为适应新零售趋势，公司拟通过全渠道营销平台项目，开发升级APP、营销中台、商业智能分析等项目，打造线上线下超市业务生态圈。而线上业务的开展需要线下实体店提供基础支撑，如实体店通过近距离接触消费者，塑造品牌形象，吸引消费者选择安德利的服务，为线上业务引流；作为线上业务的“仓储物流、配送”中心，为线上业务开展提供服务，线上线下业务可以形成良性的动态循环。

从需求端来看，消费者更加注重品质、便利、健康、新鲜，为此，安德利在本次新开门店中将有众多生鲜品类，满足消费者消费升级的需求。

4、项目实施主体

本项目实施主体为上市公司。

5、项目建设内容

公司拟投资 11,928.34 万元用于连锁超市门店项目。项目根据门店不同的业态定位,对经营用房采用租赁物业方式进行改造、装修,并购置相应的设备设施。

具体建设内容如下:

(1) 装修装饰工程

①土建工程:租赁场地中新增墙体及各类零星设施施工;系统改造、设备安装所需要的房屋结构改造;安装设备过程中所需要的基础类施工等;

②装饰工程:墙体涂料装饰;铝合金、门帘、海鲜池、柜台等装修;地面各类面砖铺贴;广告、店招、电线等其他零星材料装饰;

③安装工程:各类展台、展柜制作;各类吊顶、吊眉装饰装修;门店内各类梁柱包饰装修;门店外立面幕墙或贴面制作安装;室外金属雨棚制作安装;

④辅助配套工程:给排水、供配电、通风空调安装、消防工程、保安监控等工程。

(2) 设备购置及安装:

①机器设备:冷冻柜、冷藏柜、冷库等制冷设备;面店区、熟食区、冷鲜肉区的加工设备;钢木货架、铁制货架、不锈钢收银台、木制烟酒柜等货架设备;

②电子设备:电脑、打印机、播音设备、防盗门、监控等。

6、项目建设期

项目拟定建设工期 18 个月,公司会根据实际需求情况,动态调整本项目实施进度。

7、项目投资安排及经济效益

项目估算总投资 11,928.34 万元,资金来源为募集资金,具体构成如下:

序号	项目	金额(万元)	占比
1	建筑工程	3,185.28	26.70%
2	设备购置及安装费	7,470.72	62.63%
3	工程建设其他费用	704.33	5.90%
4	预备费用	568.02	4.76%
项目总投资		11,928.34	100.00%

项目在运营期内，预计年均实现利润总额合计 2,855.01 万元，年均息税后净利润 2,136.45 万元，内部收益率为 20.88%，静态投资回收期为 6.28 年，计算期内能够回笼资金。从经济上看，本项目具有可行性。

（二）一体化智能物流仓储中心项目

1、项目概况

公司拟投资 18,239.01 万元用于一体化智能物流仓储中心项目。项目位于合肥市肥东县王沟路与新华路交叉路口，总建筑面积 28,800 m²，包括一体化冷链仓库建设工程、气调库建设工程、干仓库房建设工程、中央厨房建设工程、冷链仓储物流智能化提升改造等工程。

2、项目建设的背景及可行性

（1）产业政策相继落地支持物流中心建设

考虑到物流业对促进产业结构调整、转变发展方式、提高国民经济竞争力的重要意义，政府近年来相继出台多项政策规划，支持、规范现代物流行业发展。

2014 年 9 月，国务院印发《物流业发展中长期规划（2014-2020 年）》，鼓励商贸物流企业提高配送的规模化和协同化水平，加快电子商务物流发展，建立快速便捷的城乡配送物流体系；加快食品冷链、医药、烟草、机械、汽车、干散货、危险化学品等专业物流装备的研发，提升物流装备的专业化水平；鼓励采用低能耗、低排放运输工具和节能型绿色仓储设施，推广集装单元化技术。

在《国民经济和社会发展第十三个五年规划纲要》、《物流业发展中长期规划（2014-2020 年）》等政策指导下，商务部、发展改革委、国土资源部、交通运输部、国家邮政局于 2017 年 2 月制定《商贸物流发展“十三五”规划》，要求以满足消费升级、产业转型和城市发展为目标，加快构建物流分拨中心、专业配送中心、末端配送网点三级网络为主的城乡配送体系；加强商贸物流基础设施建设，提升仓储、运输、配送、信息等服务水平；提升商贸物流园区、仓储配送中心、末端配送站点信息化、智能化水平，推广应用物联网、云计算、大数据、人工智能、机器人、无线射频识别等先进技术；重点推动电子商务、冷链、医药、生产资料等专业物流发展。

2019 年 2 月，发改委、中央网信办、工信部等 24 个部委联合发布《关于推动物流高质量发展促进形成强大国内市场的意见》，要求提升高质量物流服务实

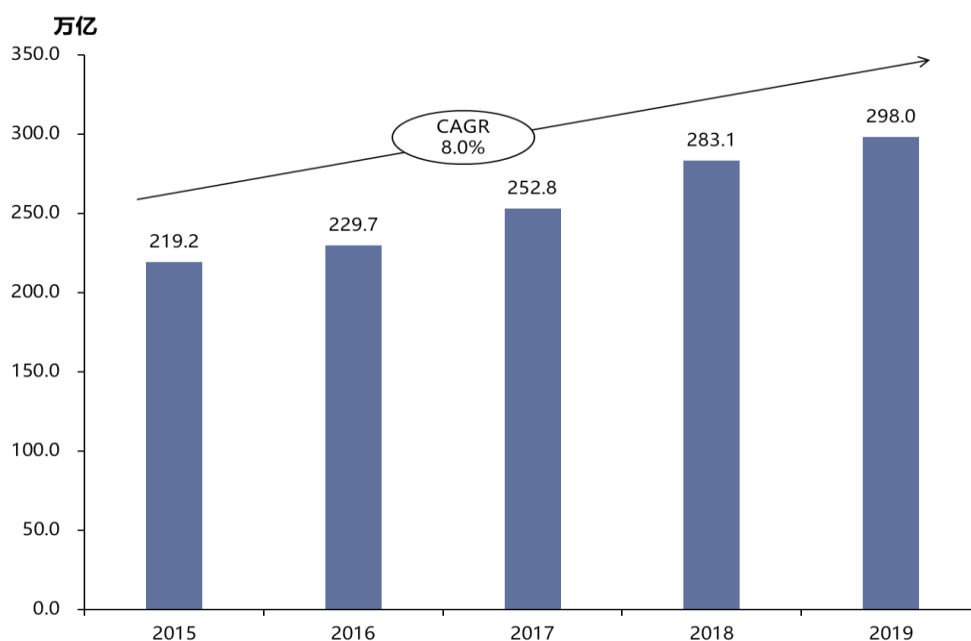
体经济能力；实施物流智能化改造行动，支持物流园区和大型仓储设施等应用物联网技术，鼓励货运车辆加装智能设备，加快数字化终端设备的普及应用，实现物流信息采集标准化、处理电子化、交互自动化，发展机械化、智能化立体仓库，加快普及“信息系统+货架、托盘、叉车”的仓库基本技术配置，推动平层仓储设施向立体化网格结构升级；指导企业按照新近发布的《物流建筑设计规范》等标准要求，建设大型物流仓储设施，应用大型分拣作业流水线，便利企业经营。

因此，物流业将与实体经济的联系更加密切，服务于实体产业生产经营；向机械化、自动化、智能化方向发展，符合数字转型、智能升级、融合创新的基础设施体系建设趋势；向冷链、医药等专业物流发展，更加专业化、精细化。本募投项目符合仓储物流的政策导向、发展趋势，在政策层面具有可行性。

（2）物流业持续发展，降本增效仍需进阶

近年来，受益于中国经济快速发展，生产资料交换日益频繁，跨省市交通往来更加密切，以及现代化、自动化物流装备应用逐步普及，中国社会物流总额呈现稳步增长的趋势。根据中国物流与采购联合会及中国物流信息中心数据，2015-2019年，中国社会物流总额由219.2万亿元增长至298.0万亿元，年均复合增长率为8.0%。

2015-2019年中国食品冷链物流需求总量



数据来源：中国物流与采购联合会

第四次全国经济普查数据显示，2018年全国交通运输、仓储和邮政快递企

业法人单位 54.0 万个，比 2013 年末增长 126.2%，增速高于第二产业和第三产业活动的法人单位增速 26 个百分点。反映在物流市场规模方面，以物流业收入为口径计量，2019 年中国物流业整体市场规模为 10.3 万亿元，同比增长 9.0%。

以上数据反映出，物流业在经济发展中的地位愈加重要，而当前物流行业整体成本仍处于较高水平，一定程度上限制了物流业对产业发展的推动作用。根据中国物流与采购联合会及中国物流信息中心统计，2019 年中国社会物流总费用比上年增长 7.3%，社会物流总费用与 GDP 的比率为 14.7%，高于欧美日普遍 9% 的比例。为此，中国政府先后颁布了《物流业降本增效专项行动方案（2016-2018 年）》、《关于进一步推进物流降本增效促进实体经济发展的意见》等政策，旨在通过深化“放管服”改革、降税清费、推动物流业务商贸制造等实体经济融合、加快推进物流仓储信息化、标准化、智能化建设等方式促进行业降本增效，更好发挥物流对产业及经济发展的支持、支撑作用，促进经济高质量发展。

因此，物流行业的快速发展及其未来发展趋势，为公司本次募投项目的建设实施提供了可行性。

（3）公司专注超市零售业务，加速布局省会市场

安徽安德利百货股份有限公司是一家深入城镇、农村从事商品流通服务的商贸零售企业，经营业态涉及综合百货、大型卖场、连锁超市、专业商场和物流配送中心。截至 2019 年末，公司开设各类商场、门店 57 个（按同一物理体综合计算；按业态口径门店 72 个），经营网主要分布在庐江、巢湖、和县、无为、含山、当涂等县城及其下辖乡镇，2019 年末营业面积合计达 20.53 万平方米（不含对外租赁）。

2017-2019 年，安德利超市业务收入占主营业务收入比例分别为 50.41%，52.36%及 56.79%，超市业务已成为公司最主要的收入来源。在此情况下，安德利提出“连锁经营，区域领先”的发展目标，计划以合肥区域为龙头，重点发展连锁超市业务，在合肥主要商圈布局连锁超市门店，实现品牌形象提升，经营区域扩展的目标。为配合超市门店布局，安德利需要在合肥投资建设仓储物流中心，满足多家超市门店干货、生鲜、蔬果、肉蛋等物质供应，实现及时配送，提高货物流通效率、减少生鲜配送损耗、降低运输成本、促进存销衔接，提高仓储物流服务主营业务的能力。

3、项目建设的必要性

(1) 项目建设是匹配经营规模，实现业务战略规划的需要

安德利经过 20 余年的发展，已在环巢湖地区形成良好的商业连锁品牌形象，为匹配环巢湖地区业务规模，公司已于环巢湖地区建有 4 座仓储。随着公司业务的发展，公司将大幅增加合肥商业布局，现有仓储的容积无法满足日益增加的超市门店数量及经营面积，远距离输送也无法满足超市门店快速周转及生鲜物品保鲜的需求。此外，原仓储全部为普通干仓，难以储存、简单加工生鲜货品，无法满足新零售趋势下日益增加的生鲜货品需求，仓储资源不足的矛盾亟需解决。

本募投项目建成后，公司将新增仓储干仓面积 11,200m²、一体化冷链仓储 13,200m²、气调库 3,000m²、中央厨房 1,400m²，将有利于①解决公司在合肥无仓储空间的问题；②形成辐射整个合肥市场的统一仓储物流配送网络，符合公司“连锁经营，区域领先”的发展目标，以及优先发展合肥市场的业务规划；③促进生鲜货品销售，顺应新零售市场趋势。本项目建设完毕后，将为公司在合肥的业务布局提供强有力支撑。

(2) 项目建设是为了满足“农超对接”、新零售等新业态发展的需求

2008 年，商务部、农业部首次提出农超对接模式，即农户向超市、菜市场等直供农产品，将现代流通方式引向农村，为优质农产品进入超市搭建物流平台。2018 年，国务院颁布《实施乡村振兴战略的意见》，提出建设现代化农产品冷链仓储物流体系，打造农产品销售公共服务平台。公司作为一家深入城镇及农村从事商品流通服务的商贸零售企业，发展冷链仓储物流利于公司发挥乡镇业务布局优势，快速提升农产品分拣配送、验收仓储的响应速度，更大程度提升生鲜程度。

2016 年 10 月，马云在里云栖大会上，首次提出“新零售”概念；2016 年 11 月，国务院办公厅印发《关于推动实体零售创新转型的意见》，此后，新零售热度不断上升，各行各业均做出了符合自身行业特性的尝试，在超市领域，生鲜超市、社区果蔬生鲜店等新零售业态应运而生。为应对业务模式变化挑战，安德利在标超及社区店均设有生鲜区开展生鲜业务，尤其在新设超市门店，生鲜业务将占有较大比重。兴建冷链物流仓储体系对于公司积极拓展标超及社区超市生鲜业务，抢占合肥地区生鲜市场，应对竞争对手挑战具有重要意义。

(3) 项目建设是为了满足提升仓储效率、拓展仓储服务的需求

与传统意义的“仓库”不同，现代物流体系中的仓储不仅是简单储存货物的库房，更是一项以满足产业链上下游需求为目的，在特定场所，运用大数据、人工智能、优化调度等技术对物品的进出、库存、分拣、包装、配送及各环节产生的信息进行有效计划、执行和控制的物流活动。为达到这一目的，需要对传统仓储进行全方位改造，包括但不限于配备立体式高位仓储货架、AGV、自动存取机器人等设备，以及引进利用全自动分拣系统、RFID 等技术。

通过对仓储进行智能化改造，有助于安德利肥东仓储中心成为库存控制中心，有效保证商品周转配送效率，维持生产经营需要的合理库存；成为企业物流调度中心，增加仓储处理商品的准确性、及时性和灵活性，可针对客户定制化需求快速反应，提升调度配送效率；成为货物加工服务中心，智能化仓储设施及技术可提供货物粗加工、组装、包装、打码、贴唛等服务，满足商贸零售企业需求。

项目建成后，安德利肥东仓储的空间利用率将大幅提高，物流分拣配送效率快速提升，有利于商品流通成本的下降，既是符合公司战略布局的市场行为，也是符合《关于推动物流高质量发展促进形成强大国内市场的意见》、《商贸物流发展“十三五”规划》中关于仓储物流体系智能化改造的要求。

4、项目实施主体

本项目实施主体为上市公司。

5、项目建设内容

(1) 一体化冷链仓库建设工程

项目位于合肥公路港综合物流基地内。建筑面积 13,200 m²，其中恒温收发货区 2,640 m²、恒温加工区 2,640 m²、中温储存区 5,280 m²、低温储存区 2,640 m²。一体化冷链仓库集食品存储、流通加工、配送服务、安全检测、信息服务及售后服务为一体，旨在通过减少商品在流通、储存过程中的时间和损耗，保证商品的鲜度和品质。

(2) 气调库建设工程

项目位于合肥公路港综合物流基地内，建筑面积 3,000 m²。主要用于抑制果蔬产品的呼吸作用，延缓其新陈代谢过程，更好的保持果蔬新鲜度和商品性，延长果蔬贮藏期和保鲜期，提升生鲜盈利水平，改善生鲜运营效率。

（3）干仓库房建设工程

项目位于合肥公路港综合物流基地内，建筑面积 11,200 m²。主要用于各类商品采购后的储存，为企业生产和营销提供保障，减低采购成本，保证采购质量，满足公司线上线下经营业态转型的发展需要。

（4）中央厨房建设工程

项目位于合肥公路港综合物流基地内，建筑面积 1,400 m²。主要用于制作加工半成品或成品，配送至各连锁经营店进行二次加热和销售组合后销售给顾客，提高商品附加值，实现利润最大化。

（5）冷链仓储物流智能化提升改造工程

项目包括购置堆垛机、穿梭车、提升机、立体货架、冷链运输车辆、AGV 等机器设备，配套建设输送机控制系统、OMS、WMS、TMS 等系统方案，搭载普货配送、蔬菜配送、水果配送、冷藏配送、AGV 业务等功能模块。项目旨在构建来源可查、去向可追、质量可控、责任可究的完整的冷链仓储智能化管理系统，使公司对冷链海鲜、农产品、普货实现“源头”到“销售”的全程溯源追溯，提升经营者的安全保障能力。

6、项目建设期

项目拟定建设工期 2 年。公司会根据实际需求情况，动态调整本项目实施进度。

7、项目投资安排

项目估算总投资 18,239.01 万元，资金来源为募集资金，具体构成如下：

序号	项目	金额（万元）	占比
1	建筑工程	7,265.00	39.83%
2	设备购置及安装费	9,044.95	49.59%
3	工程建设其他费用	1,060.53	5.81%
4	预备费用	868.52	4.76%
项目总投资		18,239.01	100.00%

（三）全渠道营销平台项目

1、项目概况

公司拟投资 9,974.86 万元用于全渠道营销平台项目，主要包括硬件建设、电子商务综合平台建设以及实体店系统改造。

2、项目建设的背景及可行性

(1) 政策支持新零售，鼓励线上线下融合发展

2015 年政府工作报告中提出“把以互联网为载体、线上线下互动的新兴消费搞得红红火火”，这是官方首次提出消费业线上线下融合发展、支持 O2O 模式发展的意见。此后，政府相继出台多项政策鼓励消费行业、零售企业适应互联网、大数据发展趋势，进行线上转型，推动线上线下融合发展，构建全渠道营销布局。

2015 年 9 月，国务院办公厅印发《关于推进线上线下互动加快商贸流通创新发展转型升级的意见》，支持实体店通过互联网展示、销售商品和服务，提升线下体验、配送和售后等服务，加强线上线下互动，促进线上线下融合，不断优化消费路径、打破场景限制、提高服务水平；鼓励实体店通过互联网与消费者建立全渠道、全天候互动，增强体验功能，发展体验消费；加快移动互联网、大数据、物联网、云计算、等现代信息技术在认证、交易、支付、物流等商务环节的应用推广。

2016 年 11 月，国务院办公厅印发《关于推动实体零售创新转型的意见》，鼓励实体零售企业推进线上线下融合，引导实体零售企业逐步提高信息化水平，将线下物流、服务、体验等优势与线上商流、资金流、信息流融合，拓展智能化、网络化的全渠道布局。

安徽省层面，2020 年 3 月，安徽省政府办公厅印发《加快发展流通促进商业消费若干措施的通知》，支持大中型百货店、连锁超市、专卖店等商贸流通经营主体线上线下融合发展；开展皖货品牌线上线下融合促销活动。

综上，为推进实体零售企业转型，发展新经济，培育新动能，从中央到地方都在鼓励实体零售企业推进线上线下融合，发展 O2O 商业模式。此次募投项目将投资建设线上线下全渠道营销局部，符合零售企业发展的政策导向、业务模式的发展趋势，在政策层面具有可行性。

(2) 网络购物持续发展，线上线下融合成为趋势

近年来，中国网络购物规模持续增长，已逐步成为中国消费增长的重要动力。根据中国互联网络信息中心（CNNIC）统计，截至 2020 年 3 月，中国网络购物用户规模达 7.10 亿，较 2018 年底增长 1.00 亿，占网民整体的 78.6%；手机网络购物用户规模达 7.07 亿，较 2018 年底增长 1.16 亿，占手机网民整体的 78.9%。

在网购用户规模不断扩大的驱动下，中国网络零售市场快速发展。根据国家统计局数据，2019年中国网上零售额达106,324.2亿元，较上一年增长16,259.2亿元，其中实物商品网上零售额达85,239.5亿元，占社会消费品零售总额的比重为20.7%。

从中可以看出，互联网及移动互联网重塑了全新的社会消费格局，潜移默化地改变着居民消费习惯。移动互联网、大数据、商业智能技术的快速发展给为线下产业和企业发展拓展了新的边界，线上交易利于企业挖掘客源、精准营销，为商业决策提供工具，可以使企业内部效率更加高效。在此情况下，越来越多的线下企业投入到线上运营建设中，充分发挥线下门店良好体验、品牌形象与线上潜在市场广阔、营销数据易抓取分析的优势，实现线上线下融合，全渠道运营销售。综上，民众的网络购物习惯业已养成，互联网技术取得了不断发展，这都为公司开展募投项目提供了必要条件。

（3）公司重视信息化改造，并已实现初步建设了信息化体系

公司把信息化建设作为一项长期核心战略规划，并计划分阶段实施，逐步形成全面利用信息化手段实施数字化、信息化管理的企业。公司已与北京富基融通科技有限公司签署长期战略合作关系协议，为公司采购、销售、服务、办公、客户关系信息系统进行优化升级，旨在形成集人、财、物于一体的集团网络信息化管理系统。

3、项目建设的必要性

（1）公司现有营销系统尚未实现有效整合和资源利用

目前，安德利已上线安德里到家、安德利新生活、安德利优选等线上小程序服务超市门店、购物中心的营销拓展，但各个模块并未打通，安德利到家主要服务于超市门店，安德利优选主要服务于无为、和县的门店，安德利新生活主要服务庐江安得利购物中心，各个线上平台没有做到统一营销整合、统一会员管理，内部壁垒严重，且安德利购物中心、百货的线下会员系统与线上数据相脱节。这种情况既影响客户体验，也无法实现有效数据抓取、客户定位分析及精准商业营销。

本次募投项目将引入移动互联网、大数据、云计算、商业智能等新型信息技术，有效打通内部壁垒，创建统一营销平台，将线下物流、服务与线上商流、资金流、信息流融合，拓展智能化、网络化的全渠道布局。

（2）项目建设是实体零售企业应对消费变化的营销转型需要

截至 2020 年 6 月，安德利共有 59 家门店，其中，49 家超市门店，7 家购物中心，1 家家电专业店，1 家批发店（长江百货），1 家鞋类专业店，是一家典型的实体零售企业。在当前线上消费比重不断增加的背景下，传统实体店销售收到了线上电商的冲击和影响日益加剧，线下门店面临辐射范围小、服务空间局限、新客源缺乏的窘境，只有顺应消费者新的消费习惯和倾向才能把握市场发展潮流。

O2O 全渠道整合营销，一方面利于安德利实体店拓展线上市场，扩大服务范围；另一方面可以发挥实体店“购物体验”、“实际感受”的优势。线上线下合力，为线上顾客提供满意的商品和周到的服务，为线下顾客提供实际的购物体验，使线上线下资源有机结合形成一个闭环系统，并在系统中利用大数据、人工智能等技术做到消费习惯数据抓取、商业智能分析，精准营销、深度挖掘可提供服务内容，提升市场空间。全渠道平台将从专业角度为公司搭建一个融合在线商城平台、门店管理系统、会员营销平台、渠道运营系统、企业中台，并连接仓储物流平台、支付平台的综合服务系统，实现线上线下深度融合，成为安德利开展线上线下全渠道营销的依托点，在公司深化 O2O 商业模式过程中具有重要作用。

（3）项目建设是满足公司信息化营销战略的需要

当前公司的营销方式主要是传统的打折促销、会员积分等方式，未建立有效的营销平台，难以及时掌握实体门店销售、库存情况，无法获取消费者消费行为、习惯等数据，无法进行精准营销，难以满足公司开发新零售商业模式的需要。

本项目可实现的主要功能如下：

①消费者管理：消费端自营线上商城，开发整合全公司业态的 APP，打通公司业态间渠道壁垒，实现“一个会员，多业态通用”的目标：提升消费体验；可获得全面而准确的数据，利用大数据分析和商业智能系统全面分析消费者行为，进行会员价值评估及会员周期生命管理实现精准营销；描绘顾客画像，为个性化营销、个性化服务提供基础增强渠道引流能力。

②营销过程管理：通过对实体店进行系统的信息化改造，将线下门店与企业中台相连接，实现门店动态销售库存管理，追踪产品出入库，优化门店存货盘点流程，指导库存销售；规范门店服务人员服务管理，规范营销服务流程。

③供应链优化：根据顾客需求驱动品类、品牌、商品结构优化；将顾客交易预估作为补货因子，实现自动补货，减少库存堆积，智能化管理。

④会员服务管理：通过结合门店线下客服，线上微信、APP、短信触达，Call Center 呼叫中心，构建全面服务沟通体系。

通过以上项目建设，将有效弥补现有营销体系的不足，适应公司信息化营销战略的需要。

4、项目实施主体

本项目实施主体为上市公司。

5、项目建设内容

(1) 硬件建设：购置相关硬件设施，升级改造信息中心机房，改造面积 70 m²。

(2) 电子商务综合平台建设：以电商 ERP 资源管理配置系统为核心，搭建在线商城平台、门店管理系统、全渠道运营系统、会员营销平台、企业中台等系统模块。

(3) 实体店系统改造工程：包括已建成运营的 49 处超市、7 处购物中心、1 处家电专营店、1 处批发店专营店、1 处鞋类专营店以及 36 处待建超市的信息化升级改造、推广设备及设施等工程。

6、项目建设期

项目拟定建设工期 2 年。公司会根据实际需求情况，动态调整本项目实施进度。

7、项目投资安排

项目估算总投资 9,974.86 万元，资金来源为募集资金，具体构成如下：

序号	项目	金额（万元）	占比
1	建设投资	8,884.60	89.07%
2	工程建设其他费用	615.27	6.17%
3	预备费用	474.99	4.76%
项目总投资		9,974.86	100.00%

（四）补充流动资金

1、项目概况

公司拟将本次非公开发行中的不超过 1.1 亿元的募集资金用于补充流动资金。

2、项目可行性及必要性

充足的资金储备和较高的资金使用效率，有利于公司拓宽业务领域和增强盈利能力。截至 2020 年 6 月末，公司负债总额为 10.89 亿元，资产负债率为 63.41%，流动比率、速动比率分别为 0.50、0.20，存在偿债压力。公司拟抓住商超、生鲜业务规模的行业快速增长趋势，对资金有较高的需求，通过本次非公开发行，公司能够优化融资结构，降低资金成本，为股东带来更丰厚的利润回报，也为公司的长期持续发展奠定坚实的基础。

3、项目实施主体

本项目实施主体为上市公司。

三、本次发行对公司经营管理、财务状况的影响

（一）本次发行对公司经营管理的影响

公司通过本次非公开发行，可进一步提高资本实力，并紧紧围绕公司现有的核心业务，有利于进一步提高公司的盈利能力，巩固和提高公司行业地位，增强市场影响力，为公司的可持续发展奠定坚实的基础。

（二）本次发行对公司财务状况的影响

本次募集资金投资项目具有良好的市场发展前景和经济效益，项目实施后，公司盈利能力将得到增强；公司总资产、净资产规模将进一步增加，财务结构将更趋合理，有利于增强公司资产结构的稳定性和抗风险能力。本次非公开发行的募集资金投资项目建设需要一定时间，募集资金所带来公司业绩增长需要一定时间才能体现。同时非公开发行股份使得公司总股本将有所扩大，因此不排除公司短期每股收益和净资产收益率将被摊薄的可能。综上所述，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规划，具有良好的市场前景和经济效应，符合公司及全体股东的利益。同时，本次非公开发行可以提升公司的盈利能力，优化公司的资本结构，为后续业务发展提供保障。综上所述，本次募集资金投资项目具有良好的可行性。

安徽安德利百货股份有限公司董事会

2020年10月16日