证券代码：002752　　证券简称：昇兴股份　　公告编号：2020-017

昇兴集团股份有限公司

（注册地址：福建省福州市经济技术开发区经一路）

2019 年非公开发行 A 股股票预案（修订稿）

二〇二〇年二月

公司声明

1、公司及董事会全体成员保证本预案内容真实、准确、完整，并确认不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

2、本次非公开发行 A 股股票完成后，公司经营与收益的变化，由公司自行负责；因本次非公开发行 A 股股票引致的投资风险，由投资者自行负责。

3、本预案是公司董事会对本次非公开发行 A 股股票的说明，任何与之相反的声明均属不实陈述。

4、投资者如有任何疑问，应咨询自己的股票经纪人、律师、专业会计师或其他专业顾问。

5、本预案所述事项并不代表审批机关对于本次非公开发行 A 股股票相关事项的实质性判断、确认、批准或核准。本预案所述本次非公开发行 A 股股票相关事项的生效和完成尚待取得有关审批机关的批准或核准。

特别提示

1、本次非公开发行 A 股股票方案已经公司第三届董事会第四十一次会议、2019 年第四次临时股东大会审议通过。根据 2020 年 2 月 14 日中国证监会公布的《上市公司非公开发行股票实施细则》，公司对本次非公开发行股票方案进行调整的相关事项已于 2020 年 2 月 19 日经公司第四届董事会第二次会议审议通过。根据有关法律法规的规定，本次非公开发行 A 股股票方案尚需公司股东大会审议通过和中国证监会的核准。

2、本次非公开发行 A 股股票的发行对象为符合中国证监会规定的证券投资基金管理公司、证券公司、信托公司、财务公司、保险机构投资者、合格境外机构投资者，以及符合中国证监会规定的其他法人、自然人或者其他合格投资者，发行对象不超过 35 名。其中，证券投资基金管理公司、证券公司、合格境外机构投资者、人民币合格境外机构投资者以其管理的 2 只以上产品认购的，视为一个发行对象；信托公司作为发行对象，只能以自有资金认购。最终发行对象将在本次发行申请获得中国证监会的核准文件后，按照中国证监会的相关规定，根据竞价结果由董事会与保荐机构（主承销商）协商确定。所有发行对象均以现金方式认购本次非公开发行的股票。

3、本次非公开发行 A 股股票的定价基准日为发行期首日，发行价格不低于定价基准日前 20 个交易日公司 A 股股票交易均价的 80%。其中：定价基准日前 20 个交易日股票交易均价 = 定价基准日前 20 个交易日股票交易总额 / 定价基准日前 20 个交易日股票交易总量。

最终发行价格由公司董事会根据股东大会授权在本次发行获得中国证监会的核准后，按照中国证监会的相关规定，根据竞价结果与保荐机构（主承销商）协商确定。

若公司在定价基准日至发行日期间发生分红派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项，本次非公开发行的发行底价将作相应调整。

4、本次非公开发行 A 股股票数量不超过本次发行前上市公司总股本 833,180,519 股的 30%，即 249,954,155 股（含本数）。

最终发行数量将在中国证监会核准发行的股票数量上限的基础上，由公司董事会根据股东大会的授权及发行时的实际情况与保荐机构（主承销商）协商确定。

若公司股票在本次非公开发行 A 股股票董事会决议公告日至发行日期间发生派息、送股、资本公积转增股本等除权、除息事项，发行股数将相应调整。

5、本次非公开发行 A 股股票募集资金总额不超过 96,000.00 万元，扣除发行费用后，本次发行募集资金净额拟用于以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	项目投资总额	拟投入募集资金金额
1	云南曲靖灌装及制罐生产线建设项目	54,513.78	51,000.00
2	昇兴股份泉州分公司两片罐制罐生产线技改增线项目	47,999.16	45,000.00
合计		102,512.94	96,000.00

注：上述项目拟投入募集资金金额中不包括铺底流动资金及其他费用等非资本性支出。

本次非公开发行募集资金到位之前，公司将根据募集资金投资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按照相关法律法规规定的程序予以置换。

若本次非公开发行实际募集资金净额少于上述项目拟投入募集资金总额，在不改变拟投资项目的前提下，公司将根据实际募集资金净额，按照项目的轻重缓急等情况，调整并最终决定募集资金的具体投资项目、优先顺序及各项目的具体投资额，募集资金不足部分由公司自行筹措资金解决。

6、本次发行对象所认购的股份，自发行结束之日起 6 个月内不得转让，本次发行结束后发行对象所取得公司非公开发行的股份因公司送股、资本公积转增股本等原因增加的公司股份，亦应遵守上述限售期安排。限售期满后，按中国证监会及深圳证券交易所等监管部门的相关规定执行。

7、公司实施积极的利润分配政策，重视对投资者的合理回报，保持利润分配政策的连续性和稳定性，不断回报广大投资者。《公司章程》中的利润分配政策符合《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》、《上市公司监管指引第 3 号——上市公司现金分红》等相关法律、法规、规范性文件的要求。公司现行的利润分配政策、最近三年的利润分配及现金分红情况、公司未来股东回报规划等，详见本预案“第五节 公司利润分配政策及执行情况”。

8、公司在本次发行前滚存的截至本次发行日的未分配利润将由本次发行完成后的新老股东按照发行后的股份比例共享。

9、本次发行决议的有效期为自公司股东大会审议通过之日起十二个月。

10、公司控股股东为昇兴控股有限公司，实际控制人为林永贤、林永保、林永龙，本次非公开发行 A 股股票完成后公司控股股东和实际控制人不变，本次非公开发行 A 股股票不会导致公司控制权发生变化、不会导致公司股权分布不具备上市条件。

11、本次非公开发行 A 股股票完成后，公司即期回报（基本每股收益和稀释每股收益等财务指标）存在短期内下降的可能，提请投资者关注本次非公开发行可能摊薄股东即期回报的风险。

根据《国务院关于进一步促进资本市场健康发展的若干意见》（国发[2014]17 号）、《国务院办公厅关于进一步加强资本市场中小投资者合法权益保护工作的意见》（国办发[2013]110 号）以及《关于首发及再融资、重大资产重组摊薄即期回报有关事项的指导意见》（证监会公告[2015]31 号）的要求，公司制定了本次非公开发行 A 股股票后摊薄即期回报的填补措施，同时公司控股股东、实际控制人、董事、高级管理人员对公司填补措施能够得到切实履行作出了相应承诺。相关措施及承诺的具体内容，详见本预案“第六节 本次非公开发行 A 股股票摊薄即期回报及填补措施”。

虽然公司为应对即期回报被摊薄制定了填补措施，但所制定的填补措施不等于对公司未来利润做出保证，投资者不应据此进行投资决策，投资者据此进行投资决策造成损失的，公司不承担赔偿责任，提请广大投资者注意。

释 义

在本预案中，除非另有说明，下列简称具有如下特定含义：

昇兴股份、公司、本公司、上市公司、发行人	指	昇兴集团股份有限公司
泉州分公司	值	昇兴集团股份有限公司泉州分公司
控股股东、昇兴控股	指	昇兴控股有限公司
昆明昇兴	指	昇兴（昆明）包装有限公司
成都昇兴	指	昇兴（成都）包装有限公司
西安昇兴	指	昇兴（西安）包装有限公司
本次发行、本次非公开发行	指	昇兴集团股份有限公司本次非公开发行 A 股股票的行为
本预案	指	昇兴集团股份有限公司 2019 年非公开发行 A 股股票预案（修订稿）
定价基准日	指	本次非公开发行 A 股股票发行期的首日
两片罐	指	由两片金属材料连接制成的金属罐，一片用于罐顶，另一片用于罐底及罐身；通常为铝质，少量钢质，用于包装碳酸饮料、啤酒和凉茶等产品
三片罐	指	由三片金属材料连接制成的金属罐；一片用于罐顶，通常为铝质，一片用于罐底，一片用于罐身，通常使用马口铁；三片罐一般用于包装茶饮料、蛋白饮料、功能饮料、八宝粥、果蔬汁及咖啡饮料等产品
铝瓶	指	由铝片经冲压、拉伸、缩颈等工艺形成的金属包装瓶，其瓶颈、瓶身、瓶底一体成型，可用于啤酒、饮料、调味品等包装
公司章程	指	昇兴集团股份有限公司章程
公司法	指	《中华人民共和国公司法》
证券法	指	《中华人民共和国证券法》
中国证监会、证监会	指	中国证券监督管理委员会
深交所	指	深圳证券交易所
工信部	指	中华人民共和国工业和信息化部
商务部	指	中华人民共和国商务部
董事会	指	昇兴集团股份有限公司董事会
监事会	指	昇兴集团股份有限公司监事会
股东大会	指	昇兴集团股份有限公司股东大会
A 股	指	经中国证监会核准向境内投资者发行、在境内证券交易所上市、以人民币认购和交易、每股面值为人民币 1.00 元的普通股
报告期、最近三年一期	指	2016 年度、2017 年度、2018 年度、2019 年 1–6 月
元、万元、亿元	指	人民币元、人民币万元、人民币亿元

本预案中部分合计数与各加数直接相加之和在尾数上可能存在差异，是由于四舍五入所致。

第一节 本次非公开发行 A 股股票方案概要

一、发行人基本情况

公司名称	昇兴集团股份有限公司
英文名称	Sunrise Group Company Limited
成立时间	1992 年 12 月 4 日
股票上市地	深圳证券交易所
注册资本	833,180,519 元
A 股股票简称	昇兴股份
A 股股票代码	002752
法定代表人	林永贤
住所	福建省福州市经济技术开发区经一路
办公地址	福建省福州市经济技术开发区经一路
邮政编码	350015
电话	0591-83680888
传真	0591-83982888
电子邮箱	sxzq@shengxingholdings.com
网址	http://www.shengxingholdings.com
经营范围	生产易拉罐、马口铁空罐、易拉盖及其他金属制品；包装装潢和其他印刷品印刷；统一协调管理集团内各成员公司的经营活动和代购代销成员公司的原辅材料和产品；酒、饮料及茶叶，保健食品，化妆品及卫生用品，预包装食品（不含冷冻冷藏食品）、散装食品（不含冷冻冷藏食品）的销售。（依法需经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

二、本次非公开发行的背景和目的

（一）本次非公开发行的背景

1、本次非公开发行的行业背景

（1）国家产业政策支持国内金属包装企业做大做强

2016 年 12 月，工信部、商务部联合发布《关于加快我国包装产业转型发展的指导意见》（工信部联消费[2016]397 号），提出到 2020 年，包装产业年主营业务收入达到 2.5 万亿元，形成 15 家以上年产值超过 50 亿元的企业或集团的发展目标，并明确提出推动龙头企业采取联合、并购、控股等方式实施企业间、企业与科研院所间的资产重组，形成一批上下游一体发展的企业集团；组建以大型企业为龙头、中型企业为骨干、小微企业为重要补充的产业发展联盟，建立产业联盟示范区，逐步解决包装企业小、散、乱问题；扶持包装企业深度融入“一带一路”战略和国家开放发展格局，搭建国际产能和装备制造合作服务平台，加强国际市场拓展和产能国际合作。

同月，中国包装联合会印发《中国包装工业发展规划（2016–2020 年）》，其中明确：“发展轻量金属包装制品。倡导以薄壁金属制造包装制品，有效提高资源利用率。推动节能技术在金属制品生产和加工中的应用，充分降低生产能耗。鼓励采取有力措施，有效减少金属包装产品生产过程中污染物的排放。加强微型卷边技术的应用，提高制造工艺水平。推动高性能复合材料在金属包装容器中的应用，支持大规模应用覆膜铁、覆膜铝等新型材料生产包装容器，提升金属包装容器的抗腐蚀和环保性能。”

公司本次非公开发行募集资金拟用于投资建设“云南曲靖灌装及制罐生产线建设项目”和“昇兴股份泉州分公司两片罐制罐生产线技改增线项目”，与国家产业政策的支持与引导方向相一致。

（2）金属包装容器细分行业市场发展空间较为广阔

金属包装具有优越的密封性能、阻隔防护性能、较高的耐压强度且材料轻薄，便于运输、携带和开启，在为内容物提供优良保护的基础上可以更长时间地保持产品质量，其阻气性、防潮性、遮光性和保香性普遍优于塑料、纸、玻璃等其他传统的包装材料。加之金属包装具备良好的可回收性、重复利用性，属于典型的绿色包装产品，在食品包装、饮料包装、啤酒包装、药品包装、日化包装等多个领域均具备良好的材料优势与应用潜力。

根据中国包装联合会金属容器委员会统计，2012 年，我国金属包装人均消费约为 5 美元 / 年，而世界金属包装人均消费为 13.60 美元 / 年；根据 Euromonitor 的统计，2017 年国内软饮料包装中使用金属包装的占比约为 19%，而美国、日本等发达国家的金属包装使用比例在 30%以上；根据 Euromonitor 的统计，2017 年国内啤酒罐化率为 25.09%，而日本、英国、美国、韩国的啤酒罐化率分别约为 90%、73%、67%、65%，相较国外成熟啤酒市场，中国啤酒罐化率水平尚有较大提升空间。此外，当前阶段我国罐头人均消费量亦显著低于海外发达国家市场。

长期来看，未来随着国内功能性饮料、罐头人均消费量的提高以及金属包装应用领域及渗透率的逐步提升，国内金属包装行业仍存在较为广阔的市场发展空间。

（3）供需格局改善，成本压力缓解，行业景气向上

2010–2012 年，基于对两片罐行业前景的一致看好，国内外金属包装企业纷纷加码两片罐市场，带来 2014–2015 年新建产能集中投产，全国两片罐供需严重失衡，引发激烈竞争，导致两片罐价格下滑；与此同时，受我国宏观经济放缓等因素影响，软饮料市场也出现下滑迹象，根据国家统计局数据，2017 年度软饮料产量累计值为 18,051.20 万吨，较 2016 年下降 1.60%。受上述因素的综合影响，2017 年全国规模以上金属包装企业实现主营业务收入 1,293.01 亿元，同比下滑 8.33%，系近年来首次出现下降。

近年来，随着外资龙头开始退出国内市场、国内主要企业产能投放减缓、中小企业产能逐步出清以及国内龙头企业加速合作整合，金属包装行业竞争格局逐步改善，行业产能利用率稳步回升，龙头企业规模效益逐渐显现，在下游需求回暖和上游大宗原材料价格回落等因素的共同推动下，金属包装行业有望迎来业绩修复的盈利拐点。

2、本次非公开发行的公司背景

公司自成立伊始即专注于金属包装制品的设计、研发、生产和销售业务，经过二十多年的发展，已与下游食品、饮料行业的众多知名企业建立起长期稳定的合作关系，公司已成为国内最大的食品、饮料包装用金属易拉罐生产服务企业之一，在易拉罐及铝瓶产销量、市场占有率、下游客户资源情况、为下游客户提供综合服务能力等方面，公司均处于行业领先地位，并形成了具有“昇兴”特色的核心竞争力和竞争优势。

（1）规模及产业链优势

公司经过 20 多年的经营积累以及合理的市场布局，已形成了以北京、山东为中心的北方市场，以浙江、福建、广东为中心的南方市场，以河南、安徽、江西为中心的中部市场，以云南、四川为中心的西南市场，已具备提供三片罐、两片罐、铝瓶、瓶盖、灌装及基于智能包装载体的信息化综合性服务能力。行业领先的生产规模和完备的产品序列使公司具备在全国范围内同时为多家大型客户及时大规模稳定供货的能力，有力保障了公司在金属包装行业的优势市场竞争地位。

（2）质量控制优势

对于直接接触食品饮料的容器及包装材料，各个国家都制定了相关的食品安全法规，因此，用于食品饮料的金属包装也是所有金属包装中生产标准最严格、技术壁垒最高的包装类别。

公司在引进国内外先进设备的基础上，将“精细化管理、精益化生产”贯穿于生产的全过程，依托管理团队及核心技术人员对工艺流程、生产管理的持续优化，在 ISO9001 质量管理体系基础上建立了更加规范的质量管理体系，形成了供方管理、入厂、在线、出厂、第三方、客户检测的全方位全流程质量控制体系，形成了扎实的质量控制能力，公司产品质量持续获得下游食品、饮料、啤酒等行业内主要客户的一致认可。

（3）综合服务能力优势

公司自 1992 年成立以来，一直从事金属包装制品的生产和销售业务，逐步发展成为国内领先的金属易拉罐制造商之一，完成了合理的生产基地布局，形成了具有“昇兴”特色的综合服务能力：

①公司依托规模采购已与主要原材料供应商建立起了稳定的长期战略合作关系，一方面能够通过大量集中采购的方式降低采购成本，另一方面可根据客户需求向供应商采购特殊规格的马口铁、铝材、特种油墨、涂料等以满足客制化、个性化的下游产品需求。

②为满足下游优质客户对其各地区子公司各类金属易拉罐采购管理的需求，公司战略性地贴近核心客户的生产布局有针对性地建立生产基地，在最大程度降低管理成本和运输成本的同时最大限度、最快速度地响应和满足核心客户需求，有力地保障了公司与优质客户的稳定合作。

③公司拥有完整的制罐产业链，能够为客户提供如涂印铁、底盖、易拉盖、封底盖空罐、封易拉盖空罐等产业链各环节的各类产品，并可依托供应链管理能力根据客户需要选配不同厚度、规格的薄钢板等原材料，满足客户个性化需求。

（4）客户资源优势

公司秉承与客户“共同成长、互利双赢”的业务发展理念，通过为客户提供高品质的金属包装产品，不断提升自身在下游客户供应链中的重要性。凭借持续优秀的质量控制能力和完备的综合服务能力，公司已作为核心供应商或主要供应商与惠尔康、承德露露、银鹭集团、养元饮品、达利集团、广药王老吉、青岛啤酒、燕京啤酒、百威啤酒、雪花啤酒、伊利集团、中国旺旺、百事可乐等下游主要食品、饮料、啤酒企业建立了良好的长期合作关系，并在与客户的深入合作过程中逐步壮大自身规模。

在金属包装行业景气向上、金属包装容器渐成市场主流的背景下，公司作为国内金属包装行业内的领先企业之一，将借助本次发行进一步扩充产能、完善产业链布局，在巩固现有市场份额的基础上努力把握金属包装行业快速发展的市场机遇。

（二）本次非公开发行的目的

公司本次非公开发行募集资金拟用于投资建设“云南曲靖灌装及制罐生产线建设项目”和“昇兴股份泉州分公司两片罐制罐生产线技改增线项目”。

1、延伸产业链条，完善西南市场生产基地布局，为将来打开东南亚地区市场奠定基础

随着食品、饮料、啤酒等下游行业竞争日趋激烈，行业内越来越多的企业将经营重心集中于产品开发、渠道管理、品牌推广等环节，并将生产环节逐渐向上游行业转移，这给制罐行业提供了产业链条延伸、规模扩张的发展机会。

为顺应下游行业发展趋势，近年来公司不断研发灌装生产相关工艺与技术，与下游客户深入交流合作，已陆续布局灌装生产基地并积累了一定的成功经验。本次公司拟在云南省曲靖市投资建设制罐、灌装一体化生产基地，以满足西南地区下游行业发展带来的灌装配套需求，延伸公司产业链条，扩大公司在西南地区的生产能力及业务规模，进一步完善以云南、四川、重庆、贵州为中心的西南市场生产基地布局，促进曲靖生产基地与成都昇兴、昆明昇兴以及西安昇兴在建设中的生产基地的协同效应，并为将来拓展东南亚地区市场奠定坚实的基础。

2、优化产品结构，补强海西市场服务能力，为践行国际化发展战略保驾护航

近年来，在国家“一带一路”倡议的推动下，海西经济区作为改革开放的重要窗口一直保持着良好的发展势头，公司作为本土企业与该区域内的厂药王老吉、青岛啤酒、燕京啤酒、雪花啤酒、康师傅、百事可乐、银鹭集团、达利食品等下游优质品牌客户建立了长期稳定的合作关系。

本次公司拟在泉州地区通过改造升级现有生产线及新增 500# 罐型生产线的方式扩充各类纤体罐罐型的生产能力，优化产品结构，在强化对海西市场传统客户服务能力的同时为争取可口可乐、百威啤酒等重要客户做好产能准备。此外，泉州作为海上丝绸之路的起点，具备良好的出口条件，纤体罐产品序列的丰富及产能的扩充亦可为公司进军罐体售价较高的海外市场创造有利条件，有利于践行公司国际化的发展战略。

三、本次非公开发行方案概况

（一）发行股票的种类和面值

本次发行的股票为境内上市人民币普通股（A 股）股票，每股面值为人民币 1 元。

（二）发行方式及发行时间

本次发行股票采取向特定对象非公开发行的方式，公司将在中国证监会核准的有效期内选择适当时机向特定对象发行。

（三）定价基准日、发行价格和定价原则

1、定价基准日

本次非公开发行股票采取询价发行方式，本次发行的定价基准日为发行期首日。

2、发行价格和定价原则

发行价格为不低于定价基准日前 20 个交易日公司股票交易均价的 80%。定价基准日前 20 个交易日公司股票交易均价 = 定价基准日前 20 个交易日股票交易总额 / 定价基准日前 20 个交易日股票交易总量。

若公司股票在定价基准日至发行日期间发生分红派息、送股、公积金转增股本等除权、除息事项，本次发行价格将按照下述方式进行相应调整：

派息 / 现金分红：P1=P0−D

送股或转增股本：P1=P0/（1+N）

两项同时进行：P1=（P0−D）/（1+N）

其中：P0 为调整前发行底价，D 为每股派息，N 为每股送股或转增股本数，P1 为调整后发行底价。

本次发行的最终发行价格将在公司取得中国证监会关于本次非公开发行的核准批复后，由公司董事会与保荐机构（主承销商）按照《上市公司非公开发行股票实施细则》等相关规定，根据发行对象申购报价的情况，遵照价格优先等原则确定。

（四）发行数量

本次非公开发行股票的数量不超过本次非公开发行前公司总股本的 30%，截至本次非公开发行股票预案公告日，公司总股本为 833,180,519 股，按此计算，本次非公开发行股票数量不超过 249,954,155 股（含本数，以下简称发行数量上限），最终发行数量由公司董事会根据公司股东大会的授权、中国证监会相关规定及发行时的实际情况，与本次发行的保荐机构（主承销商）协商确定。

自本次非公开发行的董事会决议公告日至发行日期间，公司若发生分红派息、送股、公积金转增股本等除权、除息事项引起公司股份变动，则本次发行股票的数量及发行数量上限将按届时公司总股本进行相应调整。

（五）发行对象及认购方式

本次非公开发行股票的发行对象为不超过 35 名的特定投资者，包括符合规定条件的证券投资基金管理公司、证券公司、信托公司、财务公司、保险机构投资者、合格境外机构投资者、其他境内法人投资者和自然人等合法投资者。证券投资基金管理公司、证券公司、合格境外机构投资者、人民币合格境外机构投资者以其管理的 2 只以上产品认购的，视为一个发行对象。信托公司作为发行对象的，只能以自有资金认购（若发行时法律、法规或规范性文件对发行对象另有规定的，从其规定）。发行对象应符合法律、法规和规范性文件的规定。

所有发行对象均以人民币现金方式认购本次非公开发行的股票。

最终发行对象由股东大会授权董事会在公司取得中国证监会发行核准批复后，按照中国证监会相关规定及本次非公开发行股票预案所规定的条件，根据竞价结果与本次发行的保荐机构（主承销商）协商确定。若在发行时有关法律、法规、规范性文件对上市公司非公开发行股票的发行对象有新的规定，则公司将按新的规定进行调整。

（六）发行股份的限售期

本次发行完成后，所有发行对象认购的本次发行的股份自发行结束之日起 6 个月内不得转让。法律、法规、规范性文件对限售期另有规定的，从其规定。本次发行对象所取得公司非公开发行的股份因公司分配股票股利、公积金转增股本等形式所衍生取得的股份亦应遵守上述股份锁定安排。限售期届满后按中国证监会及深圳证券交易所的有关规定执行。

（七）本次发行股票的上市地点

本次非公开发行的股票将申请在深圳证券交易所上市。

（八）募集资金数量和用途

本次发行计划募集资金总额为不超过人民币 96,000 万元，本次募集资金扣除发行费用后的募集资金净额将用于投资以下项目，具体项目及拟使用的募集资金金额如下表所示：

序号	项目名称	项目投资总额（万元）	拟使用募集资金投入金额（万元）	实施单位
1	云南曲靖灌装及制罐生产线建设项目	54,513.78	51,000.00	昇兴（云南）包装有限公司
2	昇兴股份泉州分公司两片罐制罐生产线技改增线项目	47,999.16	45,000.00	昇兴集团股份有限公司泉州分公司
合计		102,512.94	96,000.00	

注：上述项目拟投入募集资金金额中不包括铺底流动资金及其他费用等非资本性支出。

本次非公开发行募集资金到位之前，公司将根据募集资金投资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按照相关法律法规规定的程序予以置换。

若本次非公开发行实际募集资金净额少于上述项目拟投入募集资金总额，在不改变拟投资项目的前提下，公司将根据实际募集资金净额，按照项目的轻重缓急等情况，调整并最终决定募集资金的具体投资项目、优先顺序及各项目的具体投资额，募集资金不足部分由公司自行筹措资金解决。

（九）本次发行前滚存的未分配利润的安排

为兼顾新老股东的利益，本次发行完成后，公司在本次发行前滚存的截至本次发行日的未分配利润，将由本次发行完成后的公司新老股东按照发行后的股份比例共享。

（十）决议有效期限

本次非公开发行决议的有效期限为 12 个月，自公司股东大会审议通过本次非公开发行议案之日起计算。

四、本次发行是否构成关联交易

截至本预案披露日，本次非公开发行股票尚未确定发行对象，最终是否存在因关联方认购公司本次非公开发行 A 股股票构成关联交易的情形，将在发行结束后公告的《发行情况报告书》中予以披露。

五、本次发行是否导致公司控制权发生变化

截至本预案披露日，公司的总股本为 833,180,519 股，昇兴控股直接和间接合计持有 655,398,603 股股份，持股比例为 78.66%，为公司控股股东。林永贤、林永保和林永龙为兄弟关系，并签订了《关于共同控制昇兴集团股份有限公司并保持一致行动的协议书》，三人分别直接持有昇兴控股 31.61%、26.34%、18.96%股权，合计直接持有昇兴控股 76.91%股权，通过昇兴控股间接持有公司 60.50%股份、间接控制公司 78.66%股份，为公司实际控制人。

本次非公开发行股票数量不超过 249,954,155 股（含本数）。本次发行后，公司的总股本不超过 1,083,134,674 股。按发行上限测算，昇兴控股的直接和间接持股比例将变为 60.51%，仍为公司控股股东，林永贤、林永保和林永龙仍为公司实际控制人。因此，本次非公开发行股票不会导致公司实际控制人发生变化。

六、本次发行方案已取得有关主管部门批准情况以及尚需呈报批准程序

本次非公开发行相关事项已获公司第三届董事会第四十一次会议、2019 年第四次临时股东大会审议通过。公司对本次非公开发行股票方案进行调整的相关事项已获公司第四届董事会第二次会议审议通过。

本次非公开发行尚需公司股东大会审议批准。本次非公开发行尚需取得中国证监会的核准。

第二节 董事会关于本次募集资金运用的可行性分析

一、本次募集资金使用计划

本次非公开发行 A 股股票募集资金总额不超过 96,000.00 万元人民币，扣除发行费用后，拟投资于以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	项目投资总额	拟投入募集资金金额
1	云南曲靖灌装及制罐生产线建设项目	54,513.78	51,000.00
2	昇兴股份泉州分公司两片罐制罐生产线技改增线项目	47,999.16	45,000.00
合计		102,512.94	96,000.00

注：上述项目拟投入募集资金金额中不包括铺底流动资金及其他费用等非资本性支出。

本次非公开发行募集资金到位之前，公司将根据募集资金投资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按照相关法律法规规定的程序予以置换。

若本次非公开发行实际募集资金净额少于上述项目拟投入募集资金总额，在不改变拟投资项目的前提下，公司将根据实际募集资金净额，按照项目的轻重缓急等情况，调整并最终决定募集资金的具体投资项目、优先顺序及各项目的具体投资额，募集资金不足部分由公司自行筹措资金解决。

二、募集资金投资项目的具体情况

（一）云南曲靖灌装及制罐生产线建设项目

1、项目基本情况

本项目拟通过购置土地及先进生产制造设备，在云南曲靖投资建设制罐、灌装一体化生产制造基地，包括 1 条两片罐生产线、2 条三片罐生产线及 3 条饮料灌装生产线。

2、项目建设的背景及必要性

（1）顺应行业拐点趋势，加速整合扩张进程

根据中国包装联合会的统计数据，2017 年金属包装行业产值超 1,200 亿元，行业进入成熟阶段。2017 年以来，金属包装行业供需格局逐渐改善。供给端，2015 年是金属包装行业固定资产投资完成额的历史高点，供给严重过剩，其后行业产能投建计划减缓，产能投放逐渐保持平稳。需求端，金属包装下游客户主要是食品饮料企业，受消费升级大趋势推动，需求端稳健增长，产能利用率开始回升。盈利端，2017 年原材料价格持续拉升，但自 2018 年以来，原材料马口铁、铝材的价格环比下跌，2019 年原材料价格持续大幅上涨动力不足，成本压力得以释放，金属包装企业议价能力提升，产品出厂价开始回暖，毛利率将持续向上修复，盈利能力触底回升。

在供需格局改善、行业业绩回暖的背景下，行业龙头企业纷纷开始借助横向并购或纵向扩张谋求快速发展。并购整合方面，公司参与的产业并购基金于 2016 年收购太平洋制罐国内业务，公司于 2019 年 9 月收购太平洋制罐（漳州）有限公司（现已更名为“漳州昇兴太平洋包装有限公司”）、太平洋制罐（武汉）有限公司（现已更名为“昇兴太平洋（武汉）包装有限公司”）全部股权。本次募投项目的实施，将助力公司进一步实现区域产业扩张，增强云南及西南地区的生产及供货能力。

（2）扩大公司业务规模，巩固公司行业地位

根据中商产业研究院数据，全国两片罐、三片罐产量 2017 年分别为 450 亿只、400 亿只，2018 年预估为 510 亿只、428 亿只，2019 年预计将达 570 亿只、457 亿只，年复合增长率分别为 12.55%、6.89%。公司是国内金属包装领域的龙头企业之一，于 2014 年在云南昆明设立子公司昆明昇兴，投资建设制罐生产基地，为广药王老吉及云南当地食品饮料客户等提供三片罐产品。2014–2018 年昆明昇兴三片罐业务收入复合增长率为 117.54%，业务增长迅速，云南及西南区域金属包装业务有较大扩张空间，公司目前在云南省的两片罐、三片罐产能已无法满足业务发展及扩张需求。

本次募投项目新增投资建设两片罐、三片罐生产线，将有利于公司进一步拓展在云南、四川、贵州、重庆、陕西、甘肃等中西部地区市场的生产能力及影响力，扩大公司在西南地区的业务规模，增加市场占有率，增强公司市场话语权，进一步巩固公司的行业地位。

（3）延伸布局灌装业务，满足客户配套需求

公司所属行业下游主要为食品饮料及啤酒行业，随着下游行业竞争日趋激烈，下游客户为争夺市场空间，逐渐将主要资源和精力投入到产品研发和品牌推广等核心竞争要素方面，倾向于将灌装生产环节委托代工，从而使制罐企业延伸产业链迎来了良好契机。

本次募投项目之一“云南曲靖灌装及制罐生产线建设项目”，紧扣当前下游企业灌装环节委外趋势，拟在云南建设制罐、灌装一体化生产基地，新增灌装 3 条灌装生产线，将公司在云南及西南地区的制罐业务延伸至灌装服务，一方面为灌装委外需求较大的客户提供灌装配套服务，另一方面通过配套服务更好地增强与既有客户的合作黏性及发展潜在客户的竞争实力，进一步提高市场占有率，提升公司盈利能力。

（4）完善产业基地布局，提升产业协同效应

受行业特征驱动，金属包装企业通常采取与大客户共生布局的模式，生产基地均紧邻客户而建，以降低运输成本，满足客户快速、大批量采购需求。与此同时，下游客户食品、饮料生产企业具有明显的淡旺季周期，旺季时期将带来大量的产品需求，不同客户在同一时点产品需求激增的情况并不罕见。因此，就要求金属包装企业需具备完善的产业基地布局，提高生产协同效应，以形成大规模的生产能力，匹配客户时点性爆发式的产品需求。

为应对行业共生模式及下游经营需求，公司多年来积极在全国布局产业基地，已在北京平谷、山东德州、福建福州、福建泉州、浙江温州、广东中山、河南郑州、安徽滁州、江西鹰潭、四川成都、云南昆明等地设立了生产基地，初步形成以北京、山东为中心的北方市场，以福建、浙江、广东为中心的南方市场，以河南、安徽、江西为中心的中部市场，以四川、云南为中心的西南市场，通过提升基地协同效应来扩大生产与服务能力。本项目的实施，拟通过在云南扩建生产线，进一步加强西南地区的生产与服务能力，增强公司在四川、云南、贵州、重庆、陕西、甘肃等中西部地区市场的及时、大规模供货能力，同时进一步辐射东南亚地区，助力公司未来拓展东南亚市场。

3、项目可行性分析

（1）向好的市场发展环境为本项目的实施提供了市场空间

随着国家对西部经济发展的日益重视及相关鼓励政策的不断出台，西部地区的经济得以快速发展，加之产业发展带动的人口回流，居民的消费能力也得到持续提升，均促使当地消费持续升级。具体到本项目实施地所在的云南省，根据国家统计局数据显示，2018 年云南居民人均可支配收入比上年增长 9.5%，增速高于全国平均 0.8 个百分点，收入水平的提高使省内居民拥有更多的支出用于日常消费，从而也为饮料及啤酒等产品释放更多的消费空间。根据中商产业研究院数据：云南省 2018 年饮料产量 434.3 万吨，同比增长 0.45%；2019 年上半年饮料产量 232.86 万吨，同比增长 7.83%；云南省 2018 年啤酒产量 7.28 亿升，2019 年 1–4 月啤酒产量 2.64 亿升。当前云南省的饮料与啤酒产品及相关包装产品仍未饱和，部分需求需从外省就近调剂。本项目新增投资生产的两片罐、三片罐产品及灌装服务将为当地饮料及啤酒企业提供便利，具有良好的市场发展前景。

（2）优质的市场客户资源为本项目的产品提供了消化保障

公司立足于制罐领域 20 余年，与食品、饮料及啤酒等行业的诸多知名品牌形成稳固的合作关系。金属包装罐的运输半径通常为 500 公里，根据部分客户需要最远可达 800 公里。以本项目实施地云南省曲靖市为中心，经济运输半径范围内可辐射客户生产基地的主要客户品牌包括广药王老吉、银鹭集团、达利集团、燕京啤酒和百威啤酒等。项目在产品经济运输半径范围内具有广泛的优质客户基础，能够为本项目的两片罐及三片罐产品提供充分的消化基础，而灌装服务在部分饮料企业选择外包的趋势下，现有可辐射客户也有望提供大量的委外订单，从而为本项目的产能提供消化保障。

（3）丰富的技术管理经验为本项目的开展提供了技术基础

经过 20 余年生产经营的实践积累，公司已经具备制罐及灌装生产技术、形成完善的经营管理体系，能够给本项目的实施及运营提供充分的技术和经验借鉴。公司相继在北京平谷、广东中山、山东德州、河南郑州、安徽滁州、江西鹰潭、云南昆明等区域设立马口铁三片罐生产基地；在福建泉州、安徽滁州等区域设立铝制两片罐生产基地；在广东中山等地设立饮料灌装服务基地；在浙江温州设立铝瓶生产基地；基本形成覆盖华北、华东、华南沿海、南北呼应向中西部拓展的全国生产布局，成为国内行业产业链最为全面的领先企业之一。上述生产基地及产线均大量引进国外进口生产设备，在实际经营过程中，对于设备的操作及运转已经熟练掌握，根据客户的订单需求自如切换、调试产线，以实现最优的生产供应效率。公司通过对产品技术的持续开发及生产过程的严密把控，在质量和技术方面形成了扎实的储备，既能够保证项目在实施过程中的技术应用支撑，满足客户对外观及适用性等方面的进一步需求，也能够保障项目产品质量符合客户标准，为客户提供满意、安全的产品。

4、项目投资概算

本项目总投资额为 54,513.78 万元，包含建设投资 14,448.38 万元、设备投资 37,086.27 万元、铺底流动资金 2,979.13 万元。本项目拟使用募集资金 51,000.00 万元。

单位：万元

序号	投资类别	项目总投资		拟使用募集资金	
		金额	占比	金额	占比
1	建设投资	14