证券代码:002215　证券简称:诺普信　公告编号:2015-011

深圳诺普信农化股份有限公司关于非公开发行股票相关事项的补充说明公告

本公司及董事会全体成员保证公告内容的真实、准确和完整,没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

深圳诺普信农化股份有限公司(以下简称“公司”或“诺普信”)向中国证监会申请非公开发行股票目前正处于审核阶段,根据中国证监会要求,现将相关事项公告如下:

一、关于基于O2O的农资大平台建设项目的补充说明

(一)本募投项目建设是对公司现有销售模式的完善和优化,不会导致公司销售模式发生重大变化

1、公司现有销售模式简述

基于农资流通体系特征,公司现有销售模式为通过经销商、零售店向农户销售的中间商模式,包括主营经销商(CK)模式和核心零售店(AK)模式。公司自成立以来主要采用经销商代理(CK)模式组织销售,由经销商将产品分销至零售店,零售店面向农户直接销售。2009年8月起,公司开始尝试营销体系改革,在海南推行核心零售店(AK)的渠道模式,并获得良好的经济效益。2010年1月起对标正、皇牌、兆丰年三个品牌在华东、华中、华南和西南等地区继续推进AK营销模式建设。

2、本募投项目是对公司现有销售模式的优化、提升和延展,不会导致公司销售模式发生重大变化

在农业生产集约化、规模化、现代化的发展趋势下,农药需求呈现日益规模化、服务化、专业化和技术化的特点,农产植保技术服务需求全面提升,农资流通体系面临深刻变革。在此行业背景下,公司通过本募投项目建设,对自身的产品资源、技术研发、营销网络、植保服务、技术人才等优势进行整合优化,适应行业发展趋势对现有营销模式进行优化提升。本募投项目建设内容主要包括以下三个方面:

与战略合作经销商相配套,建设区域植保技术服务平台。为促进公司与经销商合作互利、共同发展,推动经销商积极转型适应农资流通体系集中化、扁平化、专业化的发展趋势,公司将在未来三年选择100家优质经销商通过参股方式建立战略合作关系。通过本募投项目建设,公司将在相应的农业发达县市,以办事处的形式,建设100家区域植保技术服务平台,为战略合作经销商提供深度增值服务。

协助战略合作经销商,建设作物解决方案体验店。为缩短农资流通体系流通链条,同时提升终端零售店形象及功能,战略合作经销商将通过自建、收购、加盟等方式建设作物解决方案体验店。公司通过本募投项目,为作物解决方案体验店统一进行店面装修,设计产品展示方式,提供植保技术服务,并建立门店信息管理系统。

建设作物社区远程服务网络,以线上互动推动线下交易。顺应社会信息化发展趋势,响应智慧农业发展方向,本募投项目拟建设作物社区远程服务网络,包括作物专业协作网、全程植保APP及大数据分析处理平台。作物社区远程服务网络将以互联网、移动互联、云计算技术为基础,以行业专家、本地植保专家、技术人员构成的人才体系为依托,为经销商、零售店、农户提供及时、高效、专业的在线技术咨询和植保服务。

基于项目建设内容,本募投项目建设是针对公司主营经销商模式(CK)的全面升级优化,将对公司经销商进行分类管理(一般经销商与战略合作经销商),以股权为纽带与优秀经销商建立战略合作关系,提供深度增值服务,协助其建设管理作物解决方案体验店,并通过建设O2O营销平台提高信息互动和营销效率。但本募投项目仅是在基于移动互联、电子商务、土地流转加速、农资流通体系变革等行业发展变化的趋势下,对公司现行销售模式的优化、提升和延展,不会改变公司目前“中间商模式”的销售模式,不会使公司销售模式发生重大变化,公司仍通过经销商、零售店实现产品最终销售。

(二)本募投项目系对公司现有营销网络的优化、提升和完善,不存在重复建设现象

1、本募投项目与前次募投项目“AK营销网络扩建项目”之间的区别与联系

(1)本募投项目与前次募投项目建设内容和建设对象具有显著差异

前次募投项目“AK营销网络扩建项目”是针对AK营销网络的规模扩张,本次募投项目“基于O2O的农资大平台建设项目”是针对CK营销网络全面革新优化,并注重发展O2O营销模式。前次募投项目“AK营销网络扩建项目”着力点是公司直营的核心零售店,本次募投项目“基于O2O的农资大平台建设项目”着力于公司优秀经销商,并通过O2O营销平台建设将着力点延伸至农户。两者建设内容和建设对象具有显著差异。

(2)本募投项目与前次募投项目“AK营销网络扩建项目”之间的联系

公司前次募投项目AK营销网络扩建项目是针对AK营销网络的规模扩张,主要对AK营销网络基层组织进行扩建,提高营销网络覆盖率和物流仓储能力。AK营销网络建设是公司对于营销网络扁平化的初次尝试,将公司以往“厂家－经销商－零售店－农户”的CK营销模式中“经销商”环节跨越,由公司直接与乡镇零售大店对接,减少流通环节,提高服务效率。AK营销模式针对公司旗下标正、皇牌、兆丰年三个品牌进行运作,自2010年大面积推广后,取得了良好的经济效益。

本次募投项目是对公司营销网络扁平化战略成功经验的延续,是营销网络扁平化在CK营销网络的应用和创新。农资流通体系扁平化趋势日益明显,但同样面临集中化、专业化的变革趋势,公司意识到优秀经销商经营规模相对较大、具备一定的技术服务能力,将在未来农业发展中持续发挥重要作用。因此,在新的行业形势下,公司营销网络扁平化战略并未简单地将AK模式进行复制,而是针对CK模式进行革新优化。公司利用自有资金参股优秀经销商形成战略合作关系,推动战略合作经销商自建、收购或吸收加盟方式建立体验店,公司、经销商与零售店形成利益共同体,推行“厂商价值一体化”,推动营销网络扁平化。公司利用本次募集资金将建立区域植保技术服务平台,直接服务于战略合作经销商,并协助其建设和管理作物解决方案体验店,直接面向农户提供专业化植保技术服务。本次募投项目还将利用互联网技术改造公司营销模式,借助互联网可以直接对接成千上万的种植户,构建线下－线上－线下的O2O营销模式,加快营销网络扁平化进程。

综上所述,AK营销网络扩建项目主要是针对核心零售店(AK)营销模式,对基层营销组织和物流体系进行了完善扩充,并逐步推动植保技术服务,初步建立信息服务平台。本次募投项目“基于O2O的农资大平台建设项目”则是针对公司现行主营经销商(CK)营销模式的全面革新优化,致力于构建新型的经销商合作关系,打造全新的终端零售店形象,同时对公司的信息服务平台进行大幅升级优化,全面推行O2O营销模式。本募投项目与AK营销网络扩建项目尽管均针对公司营销网络建设,且均紧密围绕公司营销网络扁平化的发展战略,但两次项目投资建设所处的行业发展环境不同,基于行业发展公司的营销发展战略也不断调整优化,因此两个项目的具体建设内容和建设对象存在显著差异,不存在重复建设情况。

2、本募投项目与公司现行的CK、AK营销网络之间的关系

本募投项目主要是针对现行CK营销网络的革新、优化和完善,项目建设主要包括三个方面:(1)建设区域植保技术服务平台;(2)建设作物解决方案体验店;(3)建设作物社区远程服务网络。

区域植保技术服务平台将在农业发达县市以办事处的形式成立,进一步实现渠道下沉,同时为公司战略合作经销商提供深度增值服务,包括为战略合作经销商提供市场信息、病虫草害信息和植保技术指导,以及提供技术、人才、市场、运营支持。

战略合作经销商将顺应农资流通体系发展潮流,通过自建、收购、吸收加盟等方式整合零售店资源,而本募投项目将协助战略合作经销商建设和管理新型零售店模式——作物解决方案体验店,全面提升零售店的形象与功能,进一步提升公司品牌影响力和市场占有率。

本募投项目中作物社区远程服务网络是基于互联网技术、移动互联技术、云计算技术搭建的O2O运营平台,是对公司现行营销活动、技术服务、专家和客户资源从线下到线上的延伸,并将形成线下－线上－线下的互动循环。作物社区远程服务网络是在当前互联网发展浪潮下,适应行业发展趋势,对公司现有营销网络的补充和完善。本次募投项目基本不涉及AK营销网络的建设。

综上所述,公司本次募投项目建设是公司现有营销网络的完善和提升,主要是针对CK营销网络的全面革新优化,并利用互联网和移动互联技术构建O2O营销模式,对现有营销模式进行补充完善,提升营销效率,不存在重复建设情形。

(三)本募投项目融资需求合理性分析

公司拟将本次发行募集资金29,130万元用于“基于O2O的农资大平台建设项目”,基于项目建设内容,项目投资金额主要用于以下几个方面:

投资方向		投资内容	数量	单价	投资金额(万元)	备注
线下CK营销网络优化升级(区域植保技术服务平台+作物解决方案体验店)	1、区域植保技术服务平台	租赁费	100	5	500	以办事处形式建设区域植保技术服务平台,以租赁方式取得办公场所
		装修费	100	3	300	
		办公设备	–	–	100	
		其中:电脑	200	0.3	60	
		打印机、投影仪等	–	–	40	
		小计			900	
	2、作物解决方案体验店	装修费	500	6	3,000	由区域植保技术服务平台统筹建设,统一进行店面装修
		技术服务推广车	500	17	8,500	由区域植保技术服务平台统筹采购和管理,所有权归公司所有。由公司调配并提供给作物解决方案体验店使用,为农户提供技术宣传推广和植保技术服务
		植保服务/农技培训设备	–	–	1,000	
		其中:土壤养分分析仪	200	1	200	
		电导率仪	300	0.3	90	
		土壤PH剂仪	300	0.3	90	
		光学显微镜	300	0.3	90	
		交互式触摸屏设备	400	0.35	140	
		发芽机	300	0.12	36	
		拌种机	300	0.18	54	
		喷药器械	100	3	300	
		移动终端	80,000	0.05	4,000	预装公司APP,由作物解决方案体验店赠送给采购金额达一定规模的种植大户
		信息系统设备	–	–	200	
		其中:负载均衡设备	2	15	30	以区域植保技术服务平台为管理中枢,为作物解决方案体验店配置的门店管理系统硬件设备与软件费用
		应用服务器	4	15	60	
		数据库服务器	2	15	30	
		光纤交换机	2	10	20	
		存储设备	1	60	60	
		软件购置费	–	–	500	
		其中:门店系统(按用户收费)	–	–	300	
		软件实施费用	–	–	200	
		小计			17,200	
	3、专家及技术人员费用	专家劳务报酬			1,520	公司第1年新增专家60人,第2年新增专家60人,第3年新增专家80人,专家每年劳务报酬40,000元/人;公司第1年新增技术人员60人,第2年新增技术人员120人,第3年新增技术人员200人,技术人员每年工资40,000元/人
		技术人员工资费用			2,480	
		小计			4,000	
	4、铺底流动资金				4,230	
	线下CK营销网络优化升级(区域植保技术服务平台+作物解决方案体验店)投资金额小计				26,330	
线上互动平台建设----作物社区远程服务网络	1、设备购置费	应用服务器	6	20	120	包括作物专业协作网、全程植保APP和大数据分析处理平台的硬件、软件和运营实施费用
		数据库服务器	3	120	360	
		负载均衡设备	2	100	200	
		网络交换机	2	100	200	
		光纤交换机	2	10	20	
		网络改造	–	–	100	
		小计			1,000	
	2、软件购置费	移动终端APP软件开发费用	–	–	200	
		PC端网络平台开发费用	–	–	300	
		小计			500	
	3、运营实施费				1,300	
	线上互动平台建设----作物社区远程服务网络投资金额小计				2,800	
合计					29,130	

1、公司已建设作物解决方案体验店的投资情况

截至2014年9月30日,公司已参股10家优质经销商,与其建立战略合作关系,并协助战略合作经销商建设了24家作物解决方案体验店,体验店运营效果良好。

作物解决方案体验店的投入主要包括:(1)装修费;(2)植保服务/农技培训设备;(3)技术服务车;(4)移动终端(预装植保APP);(5)门店管理系统。以目前规模较大的作物解决方案体验店为例,其各项投入具体情况参见下表:

单位:元

投资内容	投资金额	备注
装修费	60,000	规模较大的作物解决方案体验店面积150-200M2左右,包括店面、仓库、培训室等
植保服务/农技培训设备	64,000	不同规模体验店配备植保服务/农技培训设备的种类、数量存在差异
其中:		
喷药器械	30,000	
土壤养分分析仪	10,000	
电导率仪	3,000	
土壤PH剂仪	3,000	
光学显微镜	3,000	
交互式触摸屏设备	7,000	
其他设备	8,000	
技术服务推广车	170,000	技术服务车上配置电视机、投影仪、部分植保服务设备等,具有移动宣传和技术服务的功能
移动终端	120,000	首批向部分采购规模较大的农户发放预装植保APP的移动终端
门店信息系统	–	门店信息系统由公司统一购置服务器等硬件并洽谈软件购买,目前尚在洽谈过程中,体验店尚未配备门店管理系统
合计	414,000	

由上表可知,除门店管理系统尚未实际投入外,规模较大的作物解决方案体验店前期各项投资支出约为41.40万元。

公司“基于O2O的农资大平台建设项目”将依托100家战略合作经销商,建设500家作物解决方案体验店,体验店计划投入金额17,200万元,扣除门店信息系统投入为16,500万元,平均单店投入33万元。与公司目前已建成的规模较大的体验店投入相比较,公司本募投项目中作物解决方案体验店融资金额测算谨慎、合理。

2、同行业采用O2O营销模式公司的对比分析

(1)互联网技术在农资领域的应用发展情况

传统的农资流通体系下,流通环节多、流通成本高。农户与生产商、经销商之间信息不对称。随着互联网技术快速发展、农村网络基础设施不断完善、土地流转趋势加快、种植大户比例大幅提升,互联网思维和技术在农资领域的运用不断涌现,未来发展前景广阔。公司灵敏把握了行业发展趋势,充分利用自身营销网络完善、用户基础广泛的优势,打造基于O2O的农资大平台。

近年来,农资领域互联网技术的应用及发展情况具体参见下表:

名称	模式	概述
中国购肥网	B2B	由化肥领域上市公司鲁西化工打造,主要销售鲁西化工自身产品,客户主要为鲁西化工经销商。2013年12月正式上线。
农一网	B2C	由中国农药发展与应用协会联合辉丰股份等5家企业成立,农药原药行业上市公司辉丰股份持股50%。该平台引入国内众多农药生产企业,面向零售店和种植大户直接销售农药制剂,并建设村级服务站为农户提供配送和技术服务。
云农场	B2C	由中国现代农场联盟、北京天辰云农场共同组建的农资销售平台,面向农户直接销售化肥、农药、种子、农机等,并通过服务站提供配送和技术服务。
金正大	O2O	2014年10月21日,金正大非公开发行股票获得中国证监会核准。根据金正大非公开发行预案,公司将投资设立总部农化服务中心,包括设立农化大数据及处理平台、设立农化服务信息化平台、设立在线展示展销(农资商城)和推广平台和设立在线交易及支付平台。
诺普信	O2O	利用本次非公开发行募集资金,建设作物社区远程服务网络,包括作物专业协作网、全程植保APP、大数据分析处理平台。

(2)公司与金正大O2O运营模式建设运营成本对比分析

诺普信和金正大分别作为农药制剂行业和复合肥行业的龙头企业,具有广泛的客户基础,市场占有率高,营销网络和物流配送体系完善,且具有较强的技术服务能力,在利用O2O模式优化营销模式方面具有极强的优势。金正大与诺普信的运作模式具有一定可比性。

根据金正大的非公开发行预案,其募投项目“农化服务中心项目”之子项目“总部农化服务中心”(O2O平台)与公司拟建设的作物社区远程服务网络的投资内容与投资金额对比参见下表:

项目	金正大	诺普信
项目名称	总部农化服务中心	作物社区远程服务网络
投资内容	设立农化大数据及处理平台 设立农化服务信息化平台 设立在线展示展销(农资商城)和推广平台 设立在线交易及支付平台	作物专业协作网(未现有专家资源在线化、客户资源在线化、作物解决方案在线化、互动交流在线化) 全程植保APP 大数据分析处理平台
投资金额	3,000万元	2,800万元

综上可知,公司与同行业上市公司金正大分别拟使用2,800万元和3,000万元用于O2O平台建设。公司与金正大O2O运营模式的建设运营成本相似,具有可比性。

(3)公司与金正大O2O运营模式效益对比分析

O2O运营模式的核心在于线上与线下的联通,通过线上互动和服务充分推动线下交易。因而公司与金正大构建的O2O平台效益难以单独划分计算,将通过项目整体效益得到体现。公司与金正大规划建设的基于O2O运营模式的营销服务网络建设项目,项目投资及收益情况对比参见下表:

单位:万元

项目	金正大	诺普信
投资额①	58,000.00	29,130.00
项目完全建成后新增销售收入②	343,647.39	95,760.00
项目完全建成后新增净利润③	12,935.80	9,824.98
投资收益率④=③/①	22.30%	33.73%

由上表可知,公司与金正大基于O2O运营模式的营销服务网络建设项目投资收益率分别为33.73%和22.30%。由于产品特点不同,公司产品毛利率远高于金正大产品毛利率,近三年一期公司综合毛利率分别为42.52%、41.18%、40.91%和37.36%,金正大综合毛利率分别为13.18%、12.32%、14.76%和17.22%,因此公司项目投资收益率高于金正大具有合理性。公司“基于O2O的农资大平台建设项目”收益测算具有谨慎、合理。

综上所述,基于公司目前已建设作物解决方案体验店的实际情况,以及同行业采用O2O模式的公司运营情况,本募投项目融资金额及经济效益测算谨慎、合理。

(四)本募投项目设备软件购置清单及相关内部控制制度

1、本募投项目设备软件购置清单

本募投项目设备软件购置主要包括:(1)区域植保技术服务平台配备办公设备;(2)区域植保技术服务平台为其辐射区域的作物解决方案体验店和农户提供植保技术服务所配备的技术服务推广车、植保服务/农技培训设备;(3)为大力推行O2O营销模式,在作物解决方案体验店向采购达到一定规模的客户赠送预装公司全程植保APP的移动终端;(4)对作物解决方案体验店安装门店管理系统所需的硬件设备和门店管理软件;(5)构建作物社区远程服务网络所需的硬件设备和软件费用。本募投项目设备软件购置清单具体参见下表:

单位:万元

区域植保技术服务平台				
序号	设备及软件类别	数量	单价	金额
1	设备购置费			13,800
1.1	办公设备			100
1.1.1	电脑	200	0.3	60
1.1.2	打印机、投影仪等	–	–	40
1.2	技术服务推广车	500	17	8,500
1.3	植保服务/农技培训设备			1,000
1.3.1	土壤养分分析仪	200	1	200
1.3.2	电导率仪	300	0.3	90
1.3.3	土壤PH剂仪	300	0.3	90
1.3.4	光学显微镜	300	0.3	90
1.3.5	交互式触摸屏设备	400	0.35	140
1.3.6	发芽机	300	0.12	36
1.3.7	拌种机	300	0.18	54
1.3.8	喷药器械	100	3	300
1.4	移动终端	80,000	0.05	4,000
1.5	信息系统设备(注1)			200
1.5.1	负载均衡设备	2	15	30
1.5.2	应用服务器	4	15	60
1.5.3	数据库服务器	2	15	30
1.5.4	光纤交换机	2	10	20
1.5.5	存储设备	1	60	60
2	软件购置费			500
2.1	门店系统(按用户收费)	–	–	300
2.2	软件实施费用	–	–	200
作物社区远程服务网络				
序号	设备及软件类别	数量	单价	金额
1	设备购置费			1,000
1.1	应用服务器	6	20	120
1.2	数据库服务器	3	120	360
1.3	负载均衡设备	2	100	200
1.4	网络交换机	2	100	200
1.5	光纤交换机	2	10	20
1.6	网络改造	–	–	100
2	软件购置费			500
2.1	移动终端APP软件开发费用	–	–	200
2.2	PC端网络平台开发费用	–	–	300

注1:门店管理系统的负载均衡设备、数据库服务器等硬件设备与作物社区远程服务网络的硬件设备由于服务对象、承载数量差异显著,因而同类设备采购单价差异较大。

2、公司设备采购的相关内部控制制度

为加强采购计划管理和供应商管理,规范采购工作,优化供应链,公司及子公司制订了《采购管理规定》、《供应商管理规定》、《采购招标管理办法》、《采购订单操作管理制度》、《采购订单管理及考核模型》等制度。

相关采购制度明确了设备采购过程中各部门的职责,规定采购部为采购工作的归口管理部门,负责资料收集、供应商供货能力调查、采购合同的起草和签订以及采购实施、价格核定等;品质管理部负责对采购材料进行品质检验、预选供应商质保能力调研和审核、合格供应商档案管理、编制合格供应商名录等;财务部门负责对采购资金预算、使用进行审核、监督、报告,以及组织采购部与供应商进行月度对账等。同时,公司制定了《固定资产管理规定》,专门对固定资产购置审批程序和手续、入账、内部移动、出租出借、清查盘点等作出了明确规定,并要求公司财务部门会同各固定资产使用管理部门负责将纳入固定资产的设备统一分类、制作固定资产编号标牌、建立台帐。

综上所述,公司制定了健全的设备采购和管理制度,对固定资产的采购流程、审批手续和日常管理进行了明确规定,保证了公司在募投项目实施过程中设备采购能够符合募集资金使用的相关规定。

(五)本募投项目专家及技术人员费用分析

1、本募投项目专家及技术人员费用构成

针对我国农户植保知识水平和用药技术水平普遍较低,以及现阶段对科学种植技术、植保服务需求日益增长的现状,公司本募投项目的核心之一即是构建多层次的技术人才体系,通过区域植保技术服务平台、作物解决方案体验店和作物社区远程服务网络,为经销商、零售店和广大农户提供“线上＋线下”的植保技术服务与知识支持。

一方面,公司将按照作物类别,在全国范围内筛选全国性行业专家和本地植保专家,行业专家、本地植保专家与公司形成合作关系,公司按月支付劳务报酬。行业专家和本地专家既能够通过农民会、农民课堂、田间示范等形式与农户进行直接沟通交流,又是公司作物社区远程服务网络的线上专家库,提供在线技术咨询、病情诊断和技术指导。

根据本募投项目规划,公司未来三年将逐步新增专家库资源,参照公司目前常年技术顾问劳务报酬水平,按照每名专家每年劳务报酬40,000元计算,在未来三年的专家服务费用测算参见下表:

项目	第1年	第2年	第3年
各年新增专家人数	60	60	80
各年专家人数合计	60	120	200
各年专家服务费用(万元)	240	480	800

另一方面,公司本募投项目将在未来三年逐步建设100家区域植保技术服务平台,为战略合作经销商提供深度增值服务。在农资流通体系集中化、专业化发展过程中,国内传统的农资经销商普遍技术实力较弱、人才储备欠缺,难以满足农户日益增长的植保技术服务需求。因此,公司区域植保技术服务平台将配置一定数量的技术营销和植保服务人员,充实战略合作经销商和其下辖的作物解决方案体验店的技术力量,适应土地集中化、农业生产现代化潮流下农户对于技术服务的新要求。

根据本募投项目规划,公司未来三年将分批启动区域植保技术服务平台建设,计划第1年建设30家,第2年建设30家,第3年建设40家。针对每家区域植保技术服务平台,公司将根据其所在区域作物解决方案体验店建设进度和业务规模发展速度,逐步增加技术人员配置,其中第1年配备2名,第2年新增2名,第3年增加2名,参照公司现行技术人员工资薪酬水平,按照技术人员年均工资40,000元/年计算,公司未来三年技术营销/植保服务人员工资支出测算参见下表:

项目	第1年	第2年	第3年
各年新建区域植保技术服务平台家数	30	30	40
各年区域植保技术服务平台家数合计	30	60	100
各年新增技术人员数量	60	120	200
各年技术人员数量合计	60	180	380
各年技术人员工资费用(万元)	240	720	1,520

综上,公司本募投项目未来三年专家及技术人员费用支出情况参见下表:

费用构成	第1年	第2年	第3年	三年累计
专家服务费用	240	480	800	1,520
技术人员工资费用	240	720	1,520	2,480
合计	480	1,200	2,320	4,000

本募投项目未来三年专家及技术人员费用累计将支出4,000万元,其中1,520万元用于专家服务费用,2,480万元用于技术人员工资费用。

2、本募投项目专家及技术人员费用全部为新增费用,与公司目前的专家库及信息库运营成本完全区分

公司目前的信息库主要是指基于公司在农药制剂和植物营养行业十多年发展和技术研发,目前所掌握的我国重点农业产区土壤情况、作物情况的全面信息,形成的全国重点农业产区作物主要病虫草害情况资料库,形成的全国范围内重点作物全程用药、施肥方案,具备的病虫草害预测预报能力。公司目前的专家库主要是指公司在以往植保技术服务和示范推广活动中,已对国内部分行业专家、本地植保专家进行了筛选与合作。本募投项目的专家及技术人才均为针对本项目新引进人才,新增专家劳务费用和技术人员工资费用将单独进行核算,因此本募投项目专家及技术人才费用与公司现有信息库和人才库的运营成本可以完全区分。

二、关于本次新农药化合物评估、开发及新产品登记项目的补充说明

(一)本次新农药化合物评估、开发及新产品登记项目与前次募投项目不存在重复建设现象

前次募投项目“农药新产品新剂型研发及登记项目”与“本次新农药化合物评估、开发及新产品登记项目”的区别如下:

1、前次募投研发项目与本次募投研发项目的背景和目的不同

(1)前次募投研发项目实施的背景和目的

2006年至2009年国家连续出台了产业政策,明确强调国家强制性逐步缩减乳油、粉剂、可湿性粉剂等传统剂型比例,加快淘汰高毒高残留农药和落后产能,大力鼓励创制、开发和推广高效、经济、低毒、低残留、环境友好型品种和各类环保型制剂,自2009年8月1日起,不再颁发农药乳油产品批准证书。水基化制剂从2000年初开始在国内逐步应用,但受生产工艺不成熟以及成本比传统苯类溶剂高的影响,初始阶段发展速度较慢,经过几年的发展,国内水基化制剂工艺逐渐成熟稳定,生产成本也有所下降,使用水基化制剂替代传统的苯类乳油制剂条件已经成熟。受上述国家政策和水基化制剂生产工艺成熟的影响,国内农药制剂企业纷纷加大水基化制剂的投入力度。

公司顺应上述行业发展的政策和需求特点,实施绿色乳油产业化开发项目,研发以绿色植物乳油溶剂替代苯类溶剂;实施次新化合物应用技术研究及产品开发和新产品、新剂型申报国家农药登记项目,加大对水基化环保型制剂产品集中投入,持续扩大该类产品登记数量和销售份额。通过该项目的实施进一步巩固和发展公司在国内农药制剂研发领域的领先优势。

(2)本次募投研发项目实施的背景和目的

农业生产集约化发展,农业用药逐步集中。随着农村家庭联产承包责任制改革政策的实施,使得农村土地流转和规模化经营成为趋势,联户经营、专业大户、家庭农场、农民合作社等具有集中采购农药、化肥等生产物资的特点,导致农业用药逐步集中。农业生产集约化发展、农业用药逐步集中将改变目前农药产品需求的高度分散、差异、多样、易变等特点,产品药效和品牌影响力的重要性提高,将催生一批具有全国影响力的农药大品种。

国内农药原药化合物研发投入较少,产品同质化严重,病、虫、草害抗药性问题日益突出,制约了农药行业发展。国际农药巨头专利产品药效好,但由于渠道建设和对中国市场的了解需要时间,因此需要与国内具有较强研发能力和营销渠道优势的农药企业合作,将其优势产品在国内市场应用和推广。

针对农业生产的发展变化和病、虫、草害抗药性问题日益突出,公司顺应市场需求,提出“狠抓十年大品,特色药做到顶级”的产品发展战略,减少对同质化产品的投入,通过向产业链上游延伸,加强与原药企业的合作,进行专利化合物的创新和次新化合物的仿制,与国际农药巨头合作,加快国内引进先进专利化合物速度。本次募投项目目的为专利化合物和次新化合物的收集、筛选、评估及其制剂开发,促进产品有效成份的升级换代,提升市场竞争力;同时加强与国际跨国公司关于新化合物的应用合作和开发,为此必须建立一套针对化合物的研究体系,与原有针对制剂开发的研究模式有所不同。公司本次新产品“三证”登记投入,主要系顺应上述行业的发展变化和抗药性问题,加大对药效较好、可以缓解抗药性的复配产品和新化合物产品研发及登记的集中投入,提高该类产品的占比,以应对农药用药集中的趋势和缓解抗药性。

2、前次募投研发项目与本次募投研发项目实施的具体内容不同

(1)前次募投研发项目实施的具体内容

前次募投项目“农药新产品新剂型研发及登记项目”主要实施了三方面的研发工作:①以天然松脂为原料的植物油溶剂规模化量产工艺研究与开发,并以植物油溶剂替代苯类溶剂改造提升传统乳油产品,研制开发出环保型的绿色乳油产品;②对国际上专利过期和即将过期的次新化合物进行应用研究和制剂产品开发;③对公司研发的新产品、新剂型申报国家农药登记。

前次募投研发项目的实施,提升了公司的研发实力,增加了新产品储备。截至2014年9月30日,公司拥有植物油溶剂发明专利8项,设立了子公司福建诺德生物科技有限责任公司专门从事以天然松脂为原料的植物油溶剂生产和销售。截至2014年9月30日,公司拥有农药登记“三证”的产品数量为1,247个,较前次募投项目实施前增加598个,新增产品带动了公司收入的增长,取得了良好的经济效益。

(2)本次募投研发项目实施的具体内容

本次募资资金实施内容分为两个方面:新农药化合物评估、开发和新产品“三证”登记。

新农药化合物评估、开发项目实施的内容为:

①向产业链上游延伸,与原药厂家合作,加大化合物研发的力度。具体包括进行专利化合物创制,即以先导化合物结构为研究对象,经过功能团修饰、结构改造、活性片段拼接等一系列化合物衍生研究,最终开发出全新结构化合物从而避开先导化合物的专利保护范围,并进行制剂开发及市场推广;进行次新化合物仿制,即以化合物为先导,通过对现有次新化合物的研究,进行功能增加、修饰,以避免产品的同质化;与国际农药巨头合作,引进其专利化合物在国内应用。本次募投研发项目该部分内容在前次募投项目“农药新产品新剂型研发及登记项目”中未涉及到。

②加大农药新剂型的研发。虽然前次募投项目“农药新产品新剂型研发及登记项目”中也涉及到农药新剂型的研发,但本次募投农药新剂型的研发,是在农业用药逐步集中,以及国内农药产品同质化和抗药性问题日益突出的背景下,公司加大对先进化合物的研发力度,聚集先进化合物的产品资源,将聚集的先进化合物进行复配配方研究、剂型开发,因此本次投入研发的农药新剂型研发主要是在公司加强化合物研究基础上进行的包含先进化合物的剂型研制,与前次募投项目“农药新产品新剂型研发及登记项目”中剂型研发有着明显的区别。

新产品“三证”登记项目实施的内容为:在新化合物研究和开发的基础上,公司拟加大新产品、新剂型“三证”申报登记的力度,预计未来三年公司将登记约110个新化合物产品,其中80%为两元复配产品,20%为单剂产品,产品类别为杀虫剂40个、杀菌剂40个、除草剂30个。本次募投研发项目和前次募投研发项目实施内容均有新产品“三证”登记,但前次募投项目实施的内容主要为水基化环保新剂型产品的“三证”登记,本次募投项目主要用于复配产品和新化合物产品“三证”登记,具体登记的产品类别不同。

综上所述,本次新农药化合物评估、开发及新产品登记项目是在前次募投项目实施取得较好经济效益的基础上,对公司研发实力的进一步提升,巩固和扩大公司行业领先的研发实力,不存在重复建设现象。

(二)本次新农药化合物评估、开发及新产品登记项目融资金额测算的过程和依据

1、前次募投项目“农药新产品新剂型研发及登记项目”资金结余的原因

农药新产品新剂型开发和申报登记需要耗费的时间较长,包括临时登记阶段和正式登记阶段,全部流程需要2-3年时间。临时登记阶段发生的费用包括:药效试验费、毒理试验费、抽检费、标准备案费、审批费、三次续展费、环境毒理费、残留试验费等,正式登记阶段发生的费用包括:抽检费、两年常温贮存费等。前次募投项目资金结余的主要原因系:(1)农药新产品新剂型研发及登记项目运用了登记政策的有关规则,构建了产品登记资料相互授权系统,节约了产品登记费用;(2)在项目期内获得了国家、省市政府科研资助资金,补充了该项目的研发投入;(3)前次募集资金到位前,2008年、2009年以及2010年初公司已经投入了大量资金进行新产品登记的药效试验、毒理试验、抽检等程序,前次募资资金到位后,公司未对新产品登记进行新老划断,而是根据实际使用需要将募资资金用于已经履行了部分登记程序的新产品上,因此节余了部分资金。

虽然前次募投项目“农药新产品新剂型研发及登记项目”已于2012年实施完毕,但新产品“三证”登记为公司一项持续性工作,2013年、2014年1-9月份,公司“三证”登记费用分别为1,582.36万元、1,348.66万元,新增“三证”登记证书分别为82个、59个。

2、本次新农药化合物评估、开发及新产品登记项目融资金额测算的过程和依据

本项目拟投资24,180万元,其中新农药化合物评估、开发拟投资18,680万元,新产品登记项目拟投资5,500万元。

(1)新农药化合物评估、开发融资金额测算的过程和依据

①融资金额测算过程

单位:万元

序号	项目	投资总额	具体投资内容	第一年	第二年	第三年	合计
1	国内外专利化合物合作开发费	9,000	用于购买国外公司专利化合物在国内的专利使用权、独占使用权、制剂复配开发权等	3,000.00	2,800.00	2,200.00	8,000.00
			用于专利化合物复配配方开发、制剂配方开发等室内研究工作,包括施源材料费、原药物料费、分析测试费等	220.00	220.00	230.00	670.00
			用于专利化合物室内活性筛选、内外部在全国范围内田间药效试验评价,包括试验人员差旅费、支付第三方试验单位的试验费、外请试验人员的劳务费等	110.00	110.00	110.00	330.00
			小计	3,330.00	3,130.00	2,540.00	9,000.00
2	专利化合物创制	2,000	用于购买专利化合物创制和制剂开发所需的相关物料包括中间体、试剂、制剂开发等	200.00	200.00	200.00	600.00
			能源材料费	90.00	90.00	90.00	270.00
			化学分析测试费,包括公司内部购买用于样品分析的标准品、相关试剂、分析设备损耗折旧、委托外部分析公司进行分析试验费等	180.00	180.00	170.00	530.00
			用于室内和田间药效试验,包括内部和外部委托试验等	200.00	200.00	200