

证券代码：603043

证券简称：广州酒家



广州酒家集团股份有限公司

Guangzhou Restaurant Group Co.,Ltd.

(注册地址：广州市荔湾区文昌南路2号A单元)

向不特定对象发行可转换公司债券 募集资金使用可行性分析报告

二〇二六年五月

一、本次募集资金使用计划

广州酒家集团股份有限公司（以下简称“广州酒家”或“公司”）拟向不特定对象发行可转换公司债券募集资金总额不超过 100,000.00 万元（含本数），扣除发行费用后的募集资金净额拟投资于以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	项目投资总额	拟以募集资金投入	占比
1	食品制造基地产能扩充及技术改造项目	61,592.23	47,210.91	47.21%
2	集团数字化转型项目	12,520.32	12,520.32	12.52%
3	省外市场拓展及食品零售网络建设项目	43,874.75	28,986.54	28.99%
4	新一代健康食品关键技术研发项目	11,282.23	11,282.23	11.28%
合计		129,269.53	100,000.00	100.00%

本次募集资金到位前，公司可以根据项目实际情况通过自筹资金先行投入，并在募集资金到位后予以置换。项目总投资金额高于本次募集资金使用金额部分由公司自筹解决；若本次发行扣除发行费用后的实际募集资金净额低于拟投入的募集资金总额，不足部分由公司自筹解决。

在不改变本次募集资金拟投资项目的前提下，董事会或董事会授权人士可根据股东大会的授权，按照项目的轻重缓急等情况，对上述项目的募集资金投入顺序和金额进行适当调整。

二、本次募集资金投资项目的具体情况

（一）食品制造基地产能扩充及技术改造项目

1、项目概况

本项目实施主体为广州酒家集团利口福食品有限公司，项目计划总投资 61,592.23 万元，拟使用募集资金 47,210.91 万元。本项目将新建 4 号厂房，并对 1、2、3 号厂房的原料库和成品仓进行改造，新增产线的同时合理设计生产流程及物料动线，有效提升厂房的运转效率与存储空间，以科技赋能为目标，着力打造智慧厂房，以数字化和智能化手段推动产业的高效管理和可持续发展，为公司

未来市场布局提供有力支撑。

2、项目实施的必要性

(1) 响应国家政策，构建“双循环”新发展格局

当前，我国经济已由高速增长阶段转向高质量发展阶段，培育和激发国内市场潜力，促进形成强大国内市场，促进国内国际市场相互促进发展，是应对外部环境复杂变化保持我国经济平稳健康可持续发展的必然选择。党的二十届四中全会审议通过《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十五个五年规划的建议》，突出做强国内大循环，对建设强大国内市场、加快构建高水平社会主义市场经济体制作出部署，同时提出拓展国际循环，扩大高水平对外开放。2025 年中央经济工作会议也将“坚持内需主导，建设强大国内市场”列为 2026 年重点任务之首。国有企业是中国特色社会主义的重要物质基础和政治基础，在加快构建“双循环”新发展格局的任务中必须承担起战略支撑的使命和发挥顶梁柱的作用。因此，广州酒家作为国有企业应当将积极响应国家政策，为构建“双循环”新发展格局贡献力量。

通过本项目，公司拟聚焦主业，科学合理优化产业结构和布局，提高国有资本经营的质量和效益，以实际行动深度融合并全力推动“双循环”新发展格局的构建，助力国家经济的高质量发展。

(2) 顺应消费趋势，激活公司生产引擎

公司现有产线常年保持较高的产能利用率，月饼、速冻、西点等核心产品在旺季时常面临产能瓶颈，现有生产空间已难以支撑进一步的市场拓展。一方面，公司拟通过现代化厂房建设，更好地掌控生产环境和工艺流程，从而提升公司主营产品品质，满足消费者对优质食品的期望；另一方面，随着速冻食品及预制菜肴市场的快速扩张，通过本项目新建厂房并对原有产线进行技术改造，能够有效缓解当前产能紧张局面，不仅有助于公司拓展月饼及速冻面点产品线，迎合消费者对便捷产品的需求，还能够推动公司在预制菜肴市场的布局，开创新的消费场景。

因此，本项目的落地是顺应市场消费趋势，梳理产品矩阵，提高公司产能，

激活公司生产引擎有效举措。

(3) 适应柔性生产需求，打造智慧工厂

随着科技的飞速发展以及市场日益多样化与个性化的需求，智能化、柔性化生产已成为食品行业发展的必然趋势。当前速冻、月饼、腊味、莲蓉、西点等车间投入时间较长，难以充分满足日益提升的产品质量及安全性要求。因此，为应对市场需求，公司拟对现有场地进行改造，合理设计生产流程及物料动线，优化生产空间和工艺布局，并以科技赋能为目标，着力打造智慧厂房，提升自动化水平，有效缓解当前行业普遍面临的招工压力，以数字化和智能化手段推动产业的高效管理和可持续发展，为未来中央厨房配送、开拓新业务提供有力支撑。

3、项目实施的可行性

(1) 国家政策鼓励盘活存量资产，为项目提供了良好的政策环境

本项目的实施是盘活存量国有资产，节约用地，提高工业用地利用效率的有力办法。国务院《关于促进节约集约用地的通知》、《广东省深入推进节约集约用地示范省建设工作方案》、《广州市支持村镇工业集聚区更新改造试点项目的土地规划管理若干措施（试行）》、《广东省人民政府关于深化改革加快推动“三旧”改造促进高质量发展的指导意见》（粤府〔2019〕71号）等相关政策规定，要求建立城镇低效用地再开发激励机制，提高工业用地利用效率，保障工业用地节约集约利用。项目在目前利口福工厂闲置土地上建设，项目已取得产权证书，项目建设具备可行性。

(2) 市场需求旺盛，为项目产能消化提供了良好的市场基础

本项目产品均有较大的市场需求空间。其中，月饼作为传统节日食品，在中秋节期间具有稳定且庞大的消费市场。除了传统的节日消费场景，近年来随着月饼口味创新、包装升级以及电商渠道的拓展，月饼的消费群体和消费时段都有所延伸。

在牛乳馒头、鲜葱花卷、核桃包、流沙包等速冻食品、以及盆菜、滋补糖水、乳鸽系列等预制食品方面，随着生活节奏的加快以及消费观念的转变，消费者对

于便捷、美味且品质有保障的预制菜品需求不断攀升。这种广泛的市场需求为项目产能的消化提供了广阔的空间。

(3) 集团良好的品牌声誉，为项目提供有力支撑

集团自成立以来坚持“餐饮强品牌、食品创规模”的发展方向，拥有“广州酒家”“陶陶居”“利口福”三大中华老字号品牌和“天极品”“秋之风”“粮丰园”等明星品牌。近年来，集团及下属企业先后荣获中国十大餐饮品牌企业、中国驰名商标、中国老字号新榜样、全国商贸流通服务业先进集体、广东省先进基层党组织、广东省脱贫攻坚突出贡献集体、广州市文明单位等荣誉。

此外，集团通过充分发挥“中华老字号”品牌优势，深挖品牌文化内涵，在上海、杭州、苏州等地组织趣叹早茶巴的广府饮茶文化快闪活动 24 场，实现广府饮食文化赋能品牌价值输出；打造微信公众号、视频号、微博、小红书等立体化品牌宣传矩阵，不断提升品牌曝光度和声量；推出《广东早茶》《老广的味道 IX》《“Young”城点心季》等系列宣传片，播放量达 20 亿次，助力品牌深度传播；延伸“文化力”，通过复原民国时期的经典粤菜和点心，推出文化宴席“民国粤味宴之府邸华宴”“岭南红棉宴”，形成“文化力转化闭环”，让文化力切实转化为品牌力、产品力，融入主业生产经营。

综上，集团拥有良好的品牌声誉，这将为项目提供了全方位的有力支撑，是项目成功落地的重要保障。

4、项目建设用地及项目备案、环评情况

本项目拟在公司现有场地实施，不涉及新增土地。截至本报告公告日，本项目备案、环评手续正在办理过程中。公司将按照国家相关法律法规要求及时、合规办理相关手续。

5、项目经济效益分析

经过可行性论证，该项目具有良好的经济效益。项目达产后，能够为公司带来持续的现金流入。

6、项目实施进度

本项目建设期为 4 年。

（二）集团数字化转型项目

1、项目概况

本项目实施主体为广州酒家集团股份有限公司，项目计划总投资 12,520.32 万元，拟使用募集资金 12,520.32 万元。项目通过构建自主可控的核心业务系统、升级智能化供应链体系、打造集团一体化数智运营平台，全面深化公司“餐饮+食品”双主业的数字化能力。项目将重点完成门店连锁及餐饮管理系统等核心功能模块的自主开发，实现业务系统自主可控；通过搭建核心仓储管理系统、对区域物流中心进行智能化升级、部署配送系统及 AI 决策平台，优化供应链网络，提升协同效率；同时，构建统一的数智化底座与数据平台，贯通从需求到供应的端到端计划管理流程，并实现对制造执行、质量、设备等生产环节的全流程闭环管理，最终推动集团运营向数据驱动、智能协同的高质量发展模式转型。

2、项目实施的必要性

（1）顺应产业数字化升级趋势，构筑长期竞争优势的必然要求

当前，数字经济已成为推动产业转型升级、培育新质生产力的核心引擎。食品餐饮行业正经历从传统运营向智能化、网络化、数据化方向的深刻变革，数字化能力已成为企业构建护城河、应对市场竞争的关键。

公司虽已初步布局信息化，但核心业务系统的自主可控程度、供应链的智能协同水平以及数据驱动的集团化运营能力，仍有较大的提升空间。随着业务规模扩张，供应链网络日益复杂，传统管理方式难以实现全链路的高效协同与可视化。

因此，实施本项目，系统性推进核心系统自主建设、供应链智能升级与数智运营平台整合，是公司主动融入数字经济发展浪潮，将数字化转型从辅助工具提升为核心战略支撑，从而在日益激烈的市场竞争中巩固并扩大优势的必然选择。

（2）破解业务增长瓶颈，实现降本增效与精细化管理的内在需要

随着公司“餐饮+食品”双主业并行发展，门店网络扩张、产品线丰富以及市场渠道多元化，对运营效率、成本控制及管理精细化提出了更高要求。现有分

散、部分依赖外部的系统难以完全满足高速增长的业务需求，存在数据孤岛、流程断点、协同效率待提升等问题。

本项目通过建设自主可控的门店管理系统，能更灵活地适配业务特色，提升终端运营效率；通过智能供应链升级，借鉴公司已有成功经验，可实现物流效率、库存周转率以及订单履约时效的提升，从而大幅降低物流与运营成本。此外，构建集团一体化数智运营平台，将打通从销售预测到生产计划、物料采购的全流程，实现需求驱动的精准计划和全链路可视化跟踪，有效降低库存、缩短交货周期，全面提升集团的整体运营效率与盈利能力。

(3) 应对食品安全与供应链韧性挑战，提升公司风险防控能力的战略举措

食品餐饮行业高度关注食品安全与供应链稳定性。传统的监管模式依赖人工与事后检查，难以实现全过程的实时监控与风险预警。同时，复杂的供应链网络在面对市场需求波动、外部环境变化时，缺乏敏捷的调整与优化能力。

本项目通过智能供应链升级中部署 AI 决策平台、优化供应链网络，能够对物流、库存、需求进行智能分析与动态优化，增强供应链的韧性与响应速度。这将提升集团在食品安全、生产安全及供应链稳定性方面的风险防控水平，符合消费者对高品质、安全食品的期待，也是履行企业社会责任、保障品牌声誉的长远需要。

3、项目实施的可行性

(1) 公司具备扎实的信息化基础与持续的数字化投入保障

公司自 2003 年起便持续投入信息系统建设，历经近二十年迭代，已构建起支撑集团化运营的坚实信息化平台。从早期的 U8 系统到统一集团管控的 NC 系统，再到全面覆盖财务、资金、人力、供应链、生产制造等核心模块的 NC65 系统，实现了从单点应用到全流程管理的跨越。目前，全集团核心业务系统覆盖率已近 90%，并于 2022 年成功上线财务共享中心，促进了业财融合。在数据层面，集团已初步搭建数据中台，形成统一数据资源池。

公司拥有复杂系统实施与集成的成熟经验，信息基础设施较为完善，为本次数字化转型项目中涉及的系统开发、平台整合与数据治理提供了可靠的技术底座

和可复用的管理经验。

(2) 公司拥有清晰的数字化转型战略蓝图与组织资源支撑

公司的数字化转型并非零散的技术尝试，而是上升至公司核心战略层面进行系统布局。公司已制定并深入实施“1+2+4”数字化发展战略，即以打造行业数字化转型标杆为目标，着力构建数据中台和业务中台，全面推进管理、营销、供应链、智能制造四大领域的数字化升级。

本项目内容与该战略蓝图高度契合，是战略落地的具体抓手。同时，公司将数字化转型作为“一把手”工程，从顶层设计上保障了资源的投入与跨部门的协同力度。在组织与人才方面，集团设有信息技术中心，并持续开展数字能力培训，培育员工的数字化素养。以上措施可以保障本项目有力实施。

(3) 公司在关键业务领域已拥有成功的数字化试点经验与效果验证

公司在营销、生产、供应链等细分领域的数字化探索已取得显著成效，为本次项目的全面推广提供了可信的实践依据。

在营销端，上线“广州酒家 GO”小程序，构建线上线下融合模式，带动相关业绩实现增长。在生产制造端，通过搭建工业物联网平台，提升生产效率的同时也降低了产品不良率。在供应链环节，物流发货系统（TMS）的启用已实现车辆调度效率的大幅提高。

以上试点项目的成功，不仅验证了数字化技术在本集团业务场景中应用的有效性，更培养了一支懂业务、懂技术的复合型项目团队。这些可量化、可复制的经验，有效地降低了本项目在技术选型、业务适配和变革管理方面的不确定性风险。

4、项目建设用地及项目备案、环评情况

本项目拟在公司现有场地实施，不涉及新增土地。截至本报告公告日，本项目备案手续正在办理过程中。公司将按照国家相关法律法规要求及时、合规办理相关手续。

5、项目实施进度

本项目建设期为 3 年。

（三）省外市场拓展及食品零售网络建设项目

1、项目概况

本项目包括省外市场拓展和食品零售网络建设两个子项目，实施主体分别为广州酒家集团利口福营销有限公司和广州酒家集团利口福连锁有限公司，项目总投资 43,874.75 万元，拟使用募集资金 28,986.54 万元。项目旨在通过线下渠道的深化拓展与模式创新，巩固并扩大公司的市场覆盖与品牌影响力。

项目包含两项核心实施内容：一是省外市场拓展，计划在华东、华北、华中、西南等广东省外重点区域设立 21 个销售部，组建本地化销售团队，以强化终端网络建设和市场精细化耕作；二是食品零售网络建设，计划以直营模式，在华南地区建设 70 家“多乐颂”和“利口福”品牌烘焙门店。

项目紧密围绕公司“餐饮强品牌，食品创规模”的战略方向，通过构建更密集、更高效的线下触点，增强食品制造业务的渠道控制力与市场渗透率，服务于公司深化全国布局、提升经营质效的长远发展目标。

2、项目实施的必要性

（1）打破区域发展不均衡，构建全国化增长新引擎的必要举措

当前，公司食品制造业务的收入增长与市场分布存在明显的区域不均衡性。根据公司经营数据，公司业务基本盘高度集中于广东省内市场。2025 年，公司在广东省内市场实现营收 39.37 亿元，而同期境内广东省外市场收入为 13.37 亿元，省外市场收入规模仅为省内的约三分之一。这种结构表明，公司作为“中华老字号”的品牌影响力与产品竞争力，在省外市场拥有巨大的价值释放空间。尽管公司已初步推动市场向华东、华中等地辐射延伸，且展现出强劲势头，但稳固和扩大这一增长成果需要系统性的渠道根基作为支撑。

因此，通过本项目在省外重点区域系统性设立销售部并派驻销售团队，是公司阶段性市场机会转化为可持续增长动能的必然选择。此举能够实现对省外市场的近距离、常态化管理与服务，通过本地化团队深耕终端网络，更灵活地制定

并执行区域营销策略，从而有效改变过度依赖省内市场的现状，构建起坚实的“省外第二增长曲线”，推动公司从区域性强势品牌向全国性领先品牌的战略转型。

(2) 完善全渠道销售网络，强化对核心零售终端掌控力的内在要求

公司已建立起线上线下相结合的全渠道销售体系。在线下渠道中，经销与代销模式是公司产品覆盖全国多地的重要途径。然而，随着消费市场的发展与竞争加剧，渠道的精细化运营与终端服务的即时性变得至关重要。单纯的经销商网络在响应速度、品牌形象统一维护、消费者数据获取等方面存在天然短板。本次项目建设省外销售部，核心职能之一便是贴近市场，服务与管理终端，这能够与现有的经销商体系形成有效互补与协同。销售部团队能够更直接地协助经销商进行市场推广、维护商超等核心终端关系、收集一线消费反馈，从而提升整个分销链条的效率和稳定性。

另一方面，公司现有的食品零售终端主要覆盖广州、深圳、佛山等广东省内核心城市。本次项目计划在华南地区新增 70 家“多乐颂”和“利口福”品牌直营烘焙店，既是对公司产品矩阵的丰富，也是对现有零售网络的重要加密与升级。直营模式有利于公司统一品牌形象、把控产品与服务品质、快速迭代门店运营模式，并直接触达消费者，是品牌宣传与市场测试的高效阵地。

因此，本项目是从“广度覆盖”走向“深度运营”的关键一步，旨在强化公司对销售渠道，尤其是高价值零售终端的直接影响力与控制力。

(3) 应对行业竞争趋势，落实长期发展战略的主动作为

食品餐饮行业正经历深刻变革，集中度提升与体验式消费成为明确趋势。餐饮行业已进入“内卷革命”与“体验经济”并行的新周期，消费者不仅追求菜品美味营养，更看重高性价比与情绪价值。同时，连锁餐饮企业凭借标准化运营和服务创新优势，正推动行业集中度不断提升。在此背景下，公司的“餐饮+食品”双轮驱动模式更具韧性，但将食品业务规模优势转化为持续的市场领先地位，必须依靠强大而自主的渠道网络。

公司 2025 年制定的“提质增效重回报”行动方案中，明确将“深化全国布

局”作为首要任务，提出要重点攻坚华东、华北等广东省外核心市场，通过拓展优质经销商、优化渠道融合来提升盈利能力。本项目的省外市场拓展内容正是对该战略的具体落地执行。“多乐颂”作为公司孵化的新零售品牌，其现烤烘焙门店本身就是创新消费场景的载体，能够以新鲜、时尚的体验吸引年轻客群，是公司探索“餐饮+”融合、焕发老字号活力的重要实践。

本项目建设的直达市场的销售力量和直营零售窗口，将为公司新品研发提供最前端的数据支持，并构成新品试销与推广的核心渠道网络。因此，实施本项目是公司主动应对行业挑战、将中长期战略规划转化为具体经营行动的必要投资。

3、项目实施的可行性

(1) 深厚的品牌积淀与广泛的市场认知构成了渠道扩张的核心优势

公司所拥有的强大品牌资产是本项目拓展市场的根本保障。作为始于 1935 年的中华老字号，公司旗下“广州酒家”品牌享有“食在广州第一家”的美誉，深入人心。经过多年发展，公司已构建起以“广州酒家”为核心，“陶陶居”、“利口福”、“星樾城”等多品牌协同发展的矩阵，形成了覆盖餐饮、食品制造、零售的立体化品牌体系。特别是“陶陶居”“利口福”等同样承载着深厚历史与文化的品牌，共同增强了公司在餐饮及食品领域的整体号召力。

公司强大的品牌合力，为省外市场拓展提供了极高的信誉背书。公司品牌自带的品质承诺与文化内涵，能显著降低新市场消费者对新产品的认知门槛与尝试成本。同时，公司核心产品在省外市场的成功渗透，已初步验证了公司品牌与产品在岭南文化区域外的强大吸引力，为全品类的渠道拓展奠定了坚实的市场基础。

(2) 前瞻性的产能布局与成熟的运营体系为网络建设提供坚实后端保障

稳健的供应链基础和可复制的运营模式是支撑销售前端快速扩张的关键。在生产供应端，公司已构建起跨区域的食物制造产能布局，在广州、茂名、湘潭、梅州等地设有生产基地，能够实现产品的就近供应与快速响应，有效支撑销售网络扩大后的物流配送需求，保障产品尤其是短保产品的新鲜度与稳定供应。

在渠道与门店运营端，公司拥有成熟的体系与经验。公司已建立起覆盖经销、代销、直营零售等多形态的线下销售网络，积累了管理复杂渠道的丰富经验。公

司近年来持续探索现烤门店等新模式，在门店选址、标准化运营、人员培训及供应链管理方面形成了系统能力。

本次计划拓展的“利口福”和“多乐颂”直营烘焙店，其运营可充分借鉴和嫁接现有门店管理体系的成熟经验，实现高效、低风险的复制与扩张，确保项目达到预期效益。

4、项目建设用地及项目备案、环评情况

本项目实施场地在各销售部和零售门店所在地，截至本报告公告日，本项目备案手续正在办理过程中。公司将按照国家相关法律法规要求及时、合规办理相关手续。

5、项目经济效益分析

经过可行性论证，该项目具有良好的经济效益。项目达产后，能够为公司带来持续的现金流入。

6、项目实施进度

本项目建设期为3年。

（四）新一代健康食品关键技术研发项目

1、项目概况

本项目实施主体为广州酒家集团利口福食品有限公司，项目总投资11,282.23万元，拟使用募集资金11,282.23万元。项目通过开展全龄段功能健康及食药同源养生产品研发项目、全莲产业链技术攻关与新产品开发项目、前沿生物技术研究及绿色低碳加工制造项目、新型休闲肉制品营养及风味质构关键技术研究项目以及面团抗冻融关键机理研究及中西式米面制品开发项目，致力于构建公司在新兴健康食品领域的系统性研发能力和技术壁垒，推动产品矩阵向专业化、功能化、高附加值方向升级，为公司“餐饮+食品”双轮驱动战略注入科技创新动能，巩固并提升其在食品制造行业的综合竞争力。

2、项目实施的必要性

(1) 响应消费升级与国家战略，布局高增长健康食品赛道的必然选择

当前，国民健康意识持续提升，消费市场对食品的需求已从满足基本饱腹转向追求营养、健康和个性化功能。银发经济、药食同源等成为明确的消费热点。公司此前已紧跟趋势，开拓了“粤式轻滋补”、“粤式休闲糖水”等新赛道，并推出了人参益智仁乌鸡汤、陈皮莲子红豆沙等产品，市场反馈积极。然而，面对日益细分和专业的市场需求，特别是针对年长人群的生理特点与九型体质的差异化需求，公司现有的产品开发大多处于探索阶段，尚未形成基于扎实科学验证的成熟产品体系和稳定技术方案。

本项目的实施，将系统性地对功能健康食品进行前瞻性研发，旨在将公司的健康食品布局从初步试水推向体系化、深度化发展。这不仅是对市场趋势的主动把握，更是服务“健康中国”战略，以科技赋能传统食品产业升级的企业实践。通过本项目，公司能够将差异化的健康概念转化为具有确切功效和稳定品质的系列化商品，从而在快速增长的健康食品市场中抢占先机，将先发优势转化为持续的营收增长动力。

(2) 破解产业链关键技术瓶颈，构建核心竞争壁垒的迫切需求

公司在向高附加值产品延伸的过程中，面临一系列亟待突破的产业共性技术难题。比如在莲子产业链方面，虽然公司已与湖南科技大学等科研机构围绕湘莲精深加工展开合作，并计划打造涵盖研究、种植、展示的产业体系，但莲子剥壳通芯、速冻保鲜等初加工环节的机械化程度仍有待提高。在绿色制造领域，HPP超高压处理、连续相变萃取等先进技术虽已有所应用，但其成套设备的大规模工业化应用和全产业链协同仍存在瓶颈。

因此，本项目通过设立专项课题进行集中攻关，旨在系统性解决从原料处理到功能提取、再到绿色低碳加工的全链条技术障碍，形成自主知识产权和技术秘密，构筑技术护城河，为公司中长期发展奠定坚实的技术基础。

(3) 延伸并强化“餐饮+食品”双轮驱动，实现产业链纵深发展的战略举措

公司的核心战略是“餐饮+食品”双轮驱动，食品制造业务是公司营收的压舱石。通过健康食品研发，可保持公司的领先地位并开辟新增长曲线。功能健

康及食药同源产品的研发直接服务于产品创新，能不断丰富和升级现有的月饼、速冻、糖水等产品矩阵。全莲产业链研究不仅可以选育优质高产品种，开发出莲子蛋白粉、莲子功能成分提取物等一系列可直接销售的商品，更能进一步应用于烘焙、速冻、冲调等多元健康产品。新型休闲肉制品开发则有助于公司进一步拓展肉制品产品线，完善休闲食品品类布局。前沿生物技术研究与绿色低碳加工技术则致力于解决冷冻食品品质劣变、发酵精准性低、原料加工适应性差等行业难题，构建从生物技术研发到绿色低碳加工的应用体系，形成生物技术深度融合、提质增效的新型食品加工技术集成方案。

通过本项目，公司将实现从市场终端需求引领研发，再到指导上游原料生产和工艺革新的闭环，显著增强产业链的协同效应和抗风险能力，推动双轮驱动战略向更高层次发展。

3、项目实施的可行性

(1) 坚实的研发基础与成熟的产学研协同创新机制

公司已建立起体系化的研发平台和广泛深入的产学研合作网络，为项目的顺利实施提供了坚实的组织与资源保障。

公司内部成立了食品科创研究院，作为自主研发的核心引擎，并以此为基础推动跨区域产能与研发联动，加强与外部机构的协同创新。在低升糖健康食品、湘莲技术研发、微生物控制与食品保鲜方面、肉制品健康化技术研发等方面积累了丰富的技术基础。以上深厚的前期技术积累，能够为本项目提供强大的智力支持和技术来源，确保研发方向的前沿性和技术路线的可行性。

(2) 公司持续的研发投入与高素质的研发团队，为项目实施提供坚强的后盾

公司以自主创新作为企业长远发展的核心，紧跟行业技术发展动向，高度重视研发投入，并组建了一支专业的研发队伍。近年来，2023年-2026年1-3月，公司的研发费用分别为8,700.60万元、8,180.51万元、7,803.31万元和

1,522.15 万元，研发投入保持较高水平。截至 2025 年末，公司拥有 325 名研发人员，公司高水平的研发人员不仅具备了过硬的专业背景知识，也对行业技术发展趋势有精准的把握，能够开发出符合行业技术发展趋势与下游客户需求的产品。

4、项目建设用地及项目备案、环评情况

本项目拟在公司现有场地实施，不涉及新增土地。截至本报告公告日，本项目备案手续正在办理过程中。公司将按照国家相关法律法规要求及时、合规办理相关手续。

5、项目实施进度

本项目建设期为 3 年。

三、本次发行对公司经营管理和财务状况的影响

（一）本次发行对公司经营管理的影响

本次向不特定对象发行可转换公司债券募集资金将用于食品制造基地产能扩充及技术改造项目、集团数字化转型项目、省外市场拓展及食品零售网络建设项目、新一代健康食品关键技术研发项目。本次募集资金投资项目全部围绕发行人现有主营业务开展或与发行人现有主营业务具有明显协同性，符合国家相关的产业政策和公司未来整体战略发展方向，具有良好的市场发展前景和经济效益，有利于实现公司业务的进一步拓展，增强发行人抗风险能力，从而进一步提升盈利水平和核心竞争力。

（二）本次发行对公司财务状况的影响

本次可转换公司债券发行完成后，公司的总资产和总负债规模均有所增长，公司资产负债率将有所上升，但公司的资金实力会得到增强。随着可转债持有人陆续转股，公司的资产负债率将逐步降低，有利于优化公司的资本结构、提升公司的抗风险能力。

本次发行募集资金到位后，可能短期内会导致公司净资产收益率、每股收益

等财务指标出现一定幅度摊薄，但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，随着本次募投项目的实施，公司产品的稳定供应能力及整体运营效率将得到进一步提升，公司盈利能力及综合竞争力将会得到显著增强，经营业绩预计会有一定程度的提升。

四、本次募集资金投资项目可行性分析结论

综上所述，本次向不特定对象发行可转换公司债券投向符合国家产业政策以及公司的战略发展规划，是公司紧抓行业发展机遇，增强核心技术及业务优势的重要举措，有利于增强公司竞争力，巩固市场地位，提升经营业绩，符合公司发展需求及全体股东的利益。因此，本次向不特定对象发行可转换公司债券募集资金是必要且可行的。

广州酒家集团股份有限公司董事会

2026年5月19日