

证券代码：600177

证券简称：雅戈尔

雅戈尔集团股份有限公司

（注册地址：浙江省宁波市鄞州区鄞县大道西段 2 号）



2015 年非公开发行 A 股股票 募集资金使用的可行性分析报告 （修订稿）

2015 年 11 月

2015 年非公开发行 A 股股票 募集资金使用的可行性分析报告

一、募集资金使用计划

本次非公开发行股票募集资金总额不超过500,000万元，募集资金扣除发行相关费用后将投资于以下项目：

序号	项目名称		项目投资金额 (万元)	使用募集资金金 额(万元)
1	服装	O2O 营销平台项目	303,863	300,000
2		雅戈尔珩春服装生产基地项目	53,683	50,000
3	地产	苏州紫玉花园项目	114,652	45,000
4		明洲水乡邻里二期项目	91,960	40,000
5	补充流动资金		65,000	65,000
合计			629,158	500,000

若本次非公开发行扣除发行费用后的实际募集资金少于上述项目募集资金拟投入总额，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投入的优先顺序及各项目的具体募集资金投资额等使用安排，募集资金不足部分由公司自筹解决。本次非公开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银行贷款、自有资金或其他方式自筹资金先行投入，本次非公开发行募集资金到位后将以募集资金予以置换。

二、本次募集资金投资项目可行性分析

(一) O2O 营销平台项目

1. 项目基本情况

在商务电子化发展空间巨大，O2O 模式成为服装行业发展方向的背景下，公司制定了升级营销平台，使线上线下相融合的 O2O 全渠道运营发展战略，提

出了“一个平台，三个中心”的发展规划，即以融合线上线下的 O2O 营销平台为载体，打造雅戈尔会员专属的增值服务中心、产品体验中心以及文化时尚中心。目前，公司已初步实现了从传统生产经营型企业向品牌运营型企业的转型，借助“一个平台，三个中心”，公司将全面从“以生产为导向”向“以顾客为中心”转型，致力于成为集高端品牌设计、多元化服务体验于一身的国际文化时尚集团。

本项目是公司战略转型的关键环节和重要组成部分。公司拟在购置及改造升级现有直营店的基础上，通过 O2O 信息化系统的建设，优化营销网络的布局，积极拓展线上渠道，融合线下门店营销，建设以大会员制为核心的 O2O 营销平台，提升企业竞争力。

2. 项目实施的背景及必要性

(1) 是公司推进发展战略，打造中国自己的国际品牌的需要

在 36 年的发展历程中，雅戈尔品牌服装始终贯彻开拓与稳健并举的经营思路，以“创国际品牌、铸百年企业”为发展愿景，坚持挖掘核心竞争力、提升品牌价值、巩固内生动力，推进公司由生产经营型向品牌运营型转型，从“以生产为导向”向“以顾客为中心”转型，不断夯实服装行业领头羊的地位。

未来，雅戈尔将继续坚持以品牌服装为价值核心的经营战略，通过实施 O2O 营销平台的建设，实现传统经营模式的变革，把握互联网渗透给传统服装行业带来的机遇，争取实现“4 个 1000”的战略目标，即：

① 打造 1,000 个销售额 1,000 万元以上的营销平台

营销平台不仅是雅戈尔的产品销售中心、形象展示中心，更是雅戈尔会员增值服务中心、O2O 线下体验中心、服装文化时尚中心。公司通过营销平台的建设，挖掘和提升单店销售的坪效、人效，延展规模效益和品牌效应。

② 积累人均年消费 1,000 元的 1,000 万名活跃会员

公司通过全面推动以顾客为主导的全渠道模式变革，强化增值服务、会员互动与情感维系，不断提升会员活跃度与满意度，形成以大会员为核心的营销平台体系。

本项目的实施，将进一步扩大整合国内营销网络，加大 O2O 软硬件投入，促进线上线下融合，提升顾客体验感受。项目的实施是公司贯彻新的发展战略的具体措施，也给民族品牌走向国际提供了有力的支撑。

(2) 是公司提升品牌形象，适应产品系列化、品牌多元化布局的需要

随着公司产品系列化、品牌多元化，以及品牌影响力的逐步提升，原来面积小、位置差的店铺已经不能满足公司日益丰富的产品和品牌陈列展示的需要。公司目前已经形成了涵盖 YOUNGOR、Hart Schaffner Marx、GY、HANP、MAYOR 为代表的多元化品牌发展战略，搭建了横跨中高端、高端定制及汉麻类的多品种、多档次、系列化的产品结构体系。为进一步提升终端形象，有效利用资源，充分发挥不同产品不同品牌的带动协同效应，在一二线重点城市开设品牌集合店，更能够增强顾客对品牌的关注度、认知度和参与感，从而在进一步深化品牌形象、传播展示企业文化的同时，提高终端盈利能力。

本项目突出旗舰店、品牌集合店的建设，在直辖市、省会城市与部分经济发达城市购置直营店，对 407 家具备销售挖潜的门店进行改造升级，有利于提升购物环境，适应公司产品系列化、品牌多元化的布局，提高雅戈尔品牌的影响力。

(3) 是公司提升直营渠道，加强终端控制力和影响力的需要

近年来，我国服装市场竞争更加激烈，服装品牌营销网络的扩张由快转慢。从行业规律来看，加盟店由于影响力弱、利益关联少，受到的冲击较大。公司以自营渠道为主的销售模式，对公司稳定健康发展，起到了至关重要的作用。公司不断整合、优化、提升销售渠道，集中优势资源，在产品陈列、卖场布局、人员培训等方面进行规范化、制度化管理，销售终端的质量有了显著提高。2014 年，公司品牌服装销售毛利率达到 68.61%，与国际一线品牌相当。

本项目购置及改造升级店面均为直营店，虽然占用资金较多，但在渠道控制、品牌维护、利润获取方面优势较大，并能够通过其全面的展示、销售、体验和服务功能来提升终端影响力，强化公司的品牌形象。

(4) 是公司购置优质店铺，抢占优势资源的需要

目前，公司服装直营店分为购置与租赁两类。租赁店铺初期投入相对较低，

有利于公司在迅速在具有战略意义的重点城市和高圈建设大型直营店。从长期来看，店铺的租赁价格呈持续上涨趋势，特别是核心商圈的店铺资源争夺也日趋激烈，往往存在续租难的问题，而通过购置方式取得店铺可以获得长期稳定的店铺资源，且在长期内锁定成本，能够充分发挥品牌宣传和形象展示功能。

本项目在重点城市购买核心商圈的优质店铺，能够长期对当地顾客开展品牌宣传，具有重大的战略意义，对公司其他直营店及加盟店将产生较大的人气提升作用。

(5) 是公司整合营销渠道，迎接移动互联网时代的需要

移动互联网的飞速发展给零售行业带来了机遇，但对采用传统门店营销模式的服装企业，在营销管理、组织管理、客户关系管理等方面也带来了挑战。对企业而言，只有颠覆传统、转型创新，才能重构新格局。在这一场变革中，O2O 商业模式的深化将成为重大转折点，而其中最为关键的因素就在于运用互联网思维，通过大数据推动的资源利用最大化，全面贯彻以顾客为主导的产品开发、市场营销模式，实现线上线下全渠道的深度融合和立体发展。

本项目新增及优化的门店，将作为公司运营 O2O 商业模式的示范平台，与顾客展开良好的双向互动，为其提供个性化服务，改善其用户体验，推动传统店铺功能由销售型向综合体验型转型，并以此辐射线上销售，利用互联网的放大效应推动品牌传播，实现线上线下的协同发展。

(6) 是公司提升会员服务和体验的需要

随着行业的发展，以消费需求为导向、以顾客为中心，已成为行业的共识。能否为顾客提供个性化服务的能力则成为企业未来竞争力的关键所在。

公司以大会员体系为切入点，通过遍布全国的营销网点，为全国各地的会员提供洗衣熨烫、着装顾问、时尚介绍等各种形式全方位、个性化的增值服务，同时利用微信等社交媒体、微商城、电商平台、移动端等平台与线下雅戈尔门店实现多渠道人、场、货同步联动，通过跨平台、跨渠道、跨区域实现线上线下粉丝、会员、导购全民互动，完成营销模式的无缝链接。线下实体渠道是上述 O2O 模式中增值服务中心、产品体验中心以及文化时尚中心的物理载体，而 O2O 信息

化系统则是整合实体渠道的运营平台。

本项目的实施，不仅能够增加并整合会员资源，更能够提升公司为会员提供增值服务与产品体验的能力，从而为公司 O2O 商业模式的转型升级打下坚实的基础。

3. 项目实施计划

本项目拟在国内主要城市购置 47 家新设直营店，并对效益较好、提升潜力较大的 407 家现有直营店进行改造升级，并通过建设 O2O 信息化系统，积极拓展线上渠道，融合线下门店营销，提高品牌影响力和企业竞争力。本项目预计投入 303,863 万元，建设周期为 2015 年 5 月~2018 年 4 月。

项目总体规划及原则：①加强现有区域市场的地位，积极拓展潜力区域市场，深化巩固华东渠道的同时，大力发展华南、华中、华北等潜力市场；②在一线和主要二线城市的核心商圈建设旗舰店及品牌店，提升品牌的影响力和渗透能力；③通过新店拓展，不断提高直营店比例，加强渠道管控能力；④新店拓展与现有门店维护并重，积极开拓新市场的同时，稳定现有市场的销售；⑤探索产业互联网的新模式，实现线上线下相融合的平台化运营，从卖商品向卖服务转变，由“以生产为导向”向“以顾客为中心”转型。

(1) O2O 线下营销渠道建设

① 门店购置

本项目线下营销渠道建设本着“巩固优势区域，发展潜力区域”的原则，以直营店形式进行市场开拓，通过购置房产方式控制优质终端资源，进一步完善营销网络布局，加强公司渠道管控能力。新设直营店的选址主要考虑当地经济发展水平、收入水平及消费能力、服装市场容量及市场密度、门店位置及环境等，项目店址位于城市的主要商圈、繁华地段，入驻商业街沿街旺铺或商业中心的铺面。

经严格筛选，公司拟在全国 7 大片区购置 47 家新设直营店，总营业面积 28,910 平方米，通过统一形象装修以及购置道具、营业设备等，打造雅戈尔品牌集合旗舰店。拟新购置的直营店具体分布如下：

序号	开店区域	开店数量	总营业面积(平方米)
1	华东	10	6,540
2	华南	9	4,800
3	华中	7	4,800
4	华北	7	4,000
5	西北	6	2,950
6	东北	4	3,300
7	西南	4	1,800
合计		47	28,190

② 门店升级改造

截至 2015 年 9 月底，雅戈尔现有自营专卖店 634 家，营业面积 148,955 平方米。公司拟对其中效益相对较好、提升潜力较大的 407 家门店进行统一改造升级，主要包括门店的二次装修、数字化建设等。

(2) O2O 线上信息化系统建设

本次 O2O 信息化系统实施的范围为拟购置的 47 家新设直营店和拟改造升级的 407 家现有自营专卖店及总部信息系统建设，项目建设主要内容如下：

① 网络营销系统

通过智能终端系统将二维码、产品动态信息等线上入口生动展示在顾客眼前，代替原先枯燥单一的海报宣传模式，使线上线下形成闭环，拉近企业与顾客的距离。同时通过超级导购系统使企业的最新商品介绍、出样方式、导购技巧等内容快速推送给导购，帮助导购不断提高营销能力，提高公司业绩，有效助力公司构建 O2O 自媒体生态圈。

② 仓储物流系统

通过建设仓库自动分拣系统和 WSM 系统，实现线上线下统一库存管理，加强进、退货管理，提高物流效率，降低库存成本。根据顾客的不同选择，实现门店自提、门店配送、电商仓储和总部配送等多种配送模式。

③ 大数据分析平台

主要包括建设顾客路线及停留热点、商品关注系统和客流统计系统。通过设置顾客路线及停留热点，分析顾客在门店中的行走路径和停留热点，可协助门店进行商品出样；商品关注系统即在货架和商品上安装 RFID 设备，自动计数顾客从货架上取出商品的次数，帮助企业了解商品的关注度，有助于企业销售分析和决策。

4. 资格文件取得情况

本项目不涉及新增土地。根据《宁波市环境保护局关于宁波雅戈尔服饰有限公司 O2O 营销平台项目环评报批有关事宜的复函》，本项目不涉及土建及生产加工，不属于环评审批范围，无需办理环评报批手续。

本项目已取得宁波市经济与信息化委员会的立项备案（甬经信投资备[2015]009 号）。

5. 项目投资估算

本项目计划总投资人民币 303,863 万元，主要投资构成如下：

序号	项目类别		投资金额（万元）	
1	工程费用	建安工程	门店购置	225,520
			新购门店装修	9,867
			原有门店升级改造	29,637
	信息化工程	门店数字化建设	8,313	
		总部系统建设	5,430	
2	工程建设其他支出		6,032	
3	预备费		5,696	
4	流动资金		13,368	
合计			303,863	

6. 项目目前进展情况与资金筹措

本项目目前已通过前期论证，计划未来三年内逐步实施，拟投入募集资金

300,000 万元，其余资金公司将通过自筹资金等途径解决。

7. 项目经济评价

本项目预计年均收入 116,103 万元，年均净利润 34,754 万元，平均销售净利润率 29.93%，总投资收益率（ROI）15.25%，投资回收期（税后/静态）6.65 年，项目各项经济指标良好，项目可行。

（二）雅戈尔琿春服装生产基地项目

1. 项目基本情况

项目名称：雅戈尔琿春服装生产基地项目

项目性质：新建项目

项目规模：年产 925 万件/条/套中高档纺织服装

项目地址：吉林琿春国际合作示范区

2. 项目实施的背景及必要性

（1）是公司整合资源，打造服装核心产业链的需要

我国服装行业面临全球化的竞争，而全球化竞争比拼的就是产业链的综合实力，这就要求公司对各种要素进行有效整合和重组，掌握市场主动权。本项目的实施有利于公司发挥东北地区的人力资源优势，降低劳动用工成本，是公司实现服装生产基地从东部沿海地区向东北地区拓展，推进企业产业结构升级，进一步打造核心产业链的需要，是公司提升服装业务自主高端供应链，提高产品定价话语权的关键。

（2）是公司提高北方市场竞争力的需要

目前，公司北方市场的业绩与宁波、杭州等南方区域相比还有一定差距，有较大的成长潜力。本项目的建设和投产，对公司品牌在北方地区的影响力和知名度将起到提升作用，有利于公司提升在北方市场的竞争力和业绩。同时，本项目的建设和投产，也有利于公司产品开发和生产团队深刻了解北方地区的穿着习惯和服装流行趋势，更好地开发出更适合北方市场的产品，满足北方市场的消费需

求，特别是秋冬季寒冷地区的服装要求，从而生产出在北方市场更有竞争力的产品。

(3) 是公司推进国际化进程的需要

公司作为国内男装龙头企业，目前已实现了国内业务链的纵向一体化和国际化的初步运作。本项目选址在吉林珲春，其地处中国、朝鲜、俄罗斯三国交界的地带，是我国面向东北亚的新门户。借助“长吉图开发开放先导区”和“国际合作示范区”等多项国家战略，本项目的实施有助于公司与朝鲜、俄罗斯、日本、韩国等国家开展国际化合作，进一步实现全球业务链的横向延伸，包括原材料的全球采购、海外生产基地、国际化的物流体系和营销网络等。本项目的实施将对公司加快国际化进程将起到重要的作用，有助于实现公司“创国际品牌、铸百年企业”的战略目标。

3. 资格文件取得情况

资格文件	文件编号
土地使用权证	珲国用（2015）第 240401452 号 珲国用（2015）第 240401453 号
珲春边境经济合作区 经济发展局立项备案	珲合经发[2015]11 号 珲合经发[2015]35 号
环评批复	珲合环建字[2015]15 号（生产基地项目） 建设项目环境影响登记表（配套项目）

注：因生产基地项目与其配套宿舍项目分别拟建在不同的地块之上，故本项目涉及两块土地，并分别办理了生产基地项目、生产基地配套项目的立项备案、环评批复。

4. 投资估算及建设期

本项目总投资 53,683 万元，其中建设投资 47,345 万元，主要包括建筑工程费用、设备购置费用、安装工程费用和其他费用等，铺底流动资金 6,338 万元。计划使用募集资金 50,000 万元，其余企业自筹资金。建设周期为 2015 年 5 月~2017 年 10 月。

5. 项目经济评价

本项目预计年均收入 131,280 万元，年均净利润 18,083 万元，平均销售净利润率 13.77%，总投资收益率（ROI）36.38%，投资回收期（税后/静态）5.9 年，项目各项经济指标良好，项目可行。

（三）苏州紫玉花园项目

1. 项目基本情况

项目名称：苏州紫玉花园项目

项目总投资：114,652 万元

项目开发期间：2015 年 1 月至 2017 年 6 月

规划占地面积：62,650 平方米

总建筑面积：129,140 平方米

预计销售额：138,691 万元

2. 项目实施的背景及必要性

苏州紫玉花园项目位于苏州相城区。相城区地处苏州主城区，东依阳澄湖和昆山，西衔太湖，北接无锡和常熟，南临苏州古城、苏州工业园区和高新区，经济发达，交通便利。苏州房地产市场发展健康平稳，房价近年来呈稳步上涨态势，而相城区毗邻的苏州工业园区和高新区是苏州近年来房价涨幅最快的区域，随着苏州工业园区和高新区住宅用地的日益稀缺，相城区已经成为不可多得的价值洼地。

本项目周边配套成熟，商业环境良好。项目本身地价低于周边同类竞争楼盘，具备良好的盈利空间。公司在苏州工业园区已经连续开发多个项目，具备良好的品牌基础和专业开发能力，项目的开发建设将有利于公司完善在苏州的战略布局，提升品牌影响力，创造更高的品牌溢价，未来发展前景良好。

3. 资格文件取得情况

资格文件	文件编号
------	------

土地使用权证	相国用(2014)第 0722987 号 相国用(2014)第 0722988 号
发改委立项备案	相发改投核[2014]39 号
用地规划许可证	地字第 320507201400081 号
环评批复	苏环建[2014]220 号
建设工程规划许可证	建字第 320507201400157 号
建筑工程施工许可证	320507201501210201

4. 投资估算

序号	项目	金额(万元)
1	土地成本	43,166
2	建安及其他成本	56,457
3	期间费用	3,267
4	税金及其他	11,762
合计	-	114,652

5. 项目目前进展情况与资金筹措

本项目目前正在施工过程中,拟投入募集资金 45,000 万元,其余资金公司将通过自筹资金等途径解决。

6. 项目经济评价

本项目预计实现销售额 138,691 万元,预计实现税后利润 18,029 万元,销售净利润率 13.00%,投资净利率 15.72%,项目各项经济指标良好,项目可行。

(四) 明洲水乡邻里二期项目

1. 项目基本情况

项目名称:明洲水乡邻里二期项目

项目总投资:91,960 万元

项目开发期间:2014 年 5 月至 2017 年 12 月

规划占地面积：27,521 平方米

总建筑面积：58,645 平方米

预计销售额：114,077 万元

2. 项目实施的背景及必要性

水乡邻里项目位于宁波东部新城核心区域，东部新城处于宁波未来城市构架的几何中心，与以三江口为核心的老城区一起构成“一城二心”的总体空间格局，是宁波未来政治经济文化和商业中心。到 2020 年，东部新城基本建成，总投资规模将突破 2,000 亿元，居住和工作人口分别达到 17 万和 20 万人。

本项目东临海晏路，西靠甬新河，南临泊璟廷，是东部新城为数不多的中高端滨水社区，属于宁波市场较为稀缺的具备地段优势、景观资源、学区资源和全精装的品质社区，符合市场需求。雅戈尔在宁波以“品质地产先行者”著称，具有区域第一的品牌效应，有较强的品牌溢价能力。随着新城建设的不断发展，区域环境和配套设施正逐步成熟，本项目未来发展前景良好。

3. 资格文件取得情况

资格文件	文件编号
土地使用权证	甬国用 2013 第 0101685 号 甬国用 2013 第 0101688 号
发改委立项备案	东发改投[2013]72 号
用地规划许可证	2013 浙规地字第 0209015 号
环评批复	甬东环建书[2013]161 号
建设工程规划许可证	2014 浙规建字第 0209007 号
建筑工程施工许可证	330203201405050301

4. 投资估算

序号	项目	金额（万元）
1	土地成本	40,323
2	建安及其他成本	40,166

3	期间费用	4,284
4	税金及其他	7,187
合计	-	91,960

5. 项目目前进展情况与资金筹措

本项目目前正在施工过程中，拟投入募集资金 40,000 万元，其余资金公司将通过自筹资金等途径解决。

6. 项目经济评价

本项目预计实现销售额 114,077 万元，预计实现税后利润 16,587 万元，销售净利润率 14.54%，投资净利率 18.04%，项目各项经济指标良好，项目可行。

（五）补充流动资金

截至 2015 年 9 月 30 日，公司资产负债率为 68.57%，短期借款为 2,695,011.09 万元，一年内到期的非流动负债为 54,916.82 万元，合计 2,749,927.91 万元，公司短期面临一定的偿债压力。

公司本次非公开发行股票，拟使用募集资金 65,000 万元用于补充流动资金，将有利于公司降低资产负债率，缓解偿债压力，提升公司的财务稳健性。

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

服装业务方面，本次非公开发行有利于优化公司的产业布局，升级营销渠道，推进 O2O 全渠道运营发展战略，提升服装业务的竞争力；地产业务方面，本次非公开发行有利于推进优质项目的建设，提高竞争力，为地产业务的转型夯实基础；此外，借助本次非公开发行建立 O2O 营销平台，打通会员体系，将为公司业务板块的联动、协同发展奠定基础。综上，本次非公开发行对公司具有重大的战略意义。本次募投项目实施后，公司的综合竞争力将有所增强，主营业务收入和盈利能力将得到有效提升，符合公司和股东的长远利益。

（二）本次发行对公司财务状况的影响

本次募集资金到位后，公司的资本金实力将进一步增强，总资产及净资产规模增加，流动比率与速动比率上升，资产负债率下降，有利于增强公司的偿债能力，优化资本结构，增强抗风险能力。

此外，本次募集资金投资项目逐步投产后，公司的主营业务收入与盈利水平将提升，盈利能力将有所增强。

雅戈尔集团股份有限公司

董 事 会

二〇一五年十一月二十一日