

北京嘉曼服饰股份有限公司  
Beijing Jiaman Dress Co.,Ltd.

(北京市石景山区石景山路 31 号院盛景国际广场 2 号楼 1301)



首次公开发行股票招股说明书  
(申报稿)

保荐机构(主承销商)



华英证券有限责任公司  
HUA YING SECURITIES CO., LTD.

(无锡市滨湖区金融一街 10 号无锡金融中心 5 层 03、04 及 05 部分)

声明：本公司的发行申请尚未得到中国证监会核准。本招股说明书（申报稿）不具有据以发行股票的法律效力，仅供预先披露之用。投资者应当以正式公告的招股说明书全文作为做出投资决定的依据。

## 发行概况

发行股票类型	人民币普通股（A股）
发行股数	本次拟发行总量不超过2,700万股，不低于发行后总股本的25%。本次发行全部为新股发行，公司股东不公开发售股份。
每股面值	人民币1.00元
每股发行价格	【】元
预计发行日期	【】年【】月【】日
拟上市的证券交易所	深圳证券交易所
发行后总股本	不超过10,800万股
本次公开发行前股东所持股份的流通限制、股东对所持股份自愿锁定的承诺	<p><b>公司控股股东、实际控制人曹胜奎、刘林贵、刘激、马丽娟承诺：</b></p> <p>1、自公司股票上市之日起 36 个月内，本人不转让或者委托他人管理直接或间接持有的公司股份，也不由公司回购本人所直接或间接持有的公司股份；</p> <p>2、公司股票上市后六个月内如公司股票连续二十个交易日的收盘价均低于首次公开发行价格，或者上市后六个月期末收盘价低于首次公开发行价格，本人持有公司股票的锁定期限在原有锁定期限基础上自动延长六个月。</p> <p>3、在上述锁定期满后，本人在担任公司董事/监事/高级管理人员期间，每年转让直接或间接持有的公司股份不超过本人所持有公司股份总数的 25%；在卖出后六个月内再行买入公司股份，或买入后六个月内再行卖出公司股份的，则所得收益归公司所有；离职后半年内，不转让本人直接或间接持有的公司股份；申报离职 6 个月后的 12 个月内通过证券交易所挂牌交易出售本公司股票数量占其所持有本公司股票总数的比例不得超过 50%；如本人在任期届满前离职，本人仍承诺在本人就任时确定的任期内和任期届满后六个月内继续遵守前述规定。</p> <p><b>公司董事、监事、高级管理人员石雷、王存樑、程琳娜、李军荣、余彦（通过公司股东力元正通间接持有公司股份）承诺：</b></p> <p>1、自公司公开发行股票并上市之日起 36 个月内，本人不转让或者委托他人管理本人通过力元正通间接持有的公司公开发行股票前已发行的股份，也不由力元正通回购该部分股份。</p> <p>2、在上述锁定期满后，本人在担任公司董事/监事/高级管理人员期间，每年转让直接或间接持有的公司股份不超过本人所持有公司股份总数的 25%；在卖出后六个月内再行买入公司股份，或买入后六个月内再行卖出公司股份的，则所得收益归公司所有；离职后半年内，不转让本人直接或间接持有的公司股份；申报离职 6 个月后的 12 个月内通过证券交易所挂牌交易出售本公司股票</p>

	<p>数量占其所持有本公司股票总数的比例不得超过 50%；如本人在任期届满前离职，本人仍承诺在本人就任时确定的任期内和任期届满后六个月内继续遵守前述规定。</p> <p><b>公司股东、实际控制人控制的企业力元正通承诺：</b></p> <p>1、自公司股票上市之日起 36 个月内，本企业不转让或者委托他人管理直接或间接持有的公司股份，也不由公司回购本企业所直接或间接持有的公司股份；</p> <p>2、公司股票上市后六个月内如公司股票连续二十个交易日的收盘价均低于首次公开发行价格，或者上市后六个月期末收盘价低于首次公开发行价格，本企业持有公司股票的锁定期限在原有锁定期限基础上自动延长六个月。</p> <p><b>公司股东重庆麒厚、深圳架桥、天津架桥承诺：</b></p> <p>自公司首次公开发行股票并在证券交易所上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理本企业持有的公司公开发行股票前已发行股份，也不由公司回购该部分股份。</p>
保荐人（主承销商）	华英证券有限责任公司
招股说明书签署日期	【】年【】月【】日

## 发行人声明

发行人及全体董事、监事、高级管理人员承诺招股说明书及其摘要不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

公司负责人和主管会计工作的负责人、会计机构负责人保证招股说明书及其摘要中财务会计资料真实、完整。

保荐人承诺因为发行人首次公开发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成直接经济损失的，将依法先行赔偿投资者损失。

中国证监会、其他政府部门对本次发行所作的任何决定或意见，均不表明其对发行人股票的价值或投资者的收益作出实质性判断或者保证。任何与之相反的声明均属虚假不实陈述。

根据《证券法》的规定，股票依法发行后，发行人经营与收益的变化，由发行人自行负责，由此变化引致的投资风险，由投资者自行负责。

投资者若对本招股说明书及其摘要存在任何疑问，应咨询自己的股票经纪人、律师、会计师或其他专业顾问。

## 重大事项提示

公司经营发展面临诸多风险。公司特别提请投资者注意，在作出投资决策之前，务必仔细阅读本招股说明书“风险因素”章节的全部内容，并特别关注以下重要事项：

### 一、股份限售安排和自愿锁定的承诺

#### (一) 公司控股股东、实际控制人曹胜奎、刘林贵、刘激、马丽娟承诺：

1、自公司股票上市之日起 36 个月内，本人不转让或者委托他人管理直接或间接持有的公司股份，也不由公司回购本人所直接或间接持有的公司股份。

2、本人在发行人首次公开发行前直接或间接所持有的发行人股份在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于首次公开发行股票的发行人价格。公司股票上市后六个月内如公司股票连续二十个交易日的收盘价均低于首次公开发行价格，或者上市后六个月期末收盘价低于首次公开发行价格，本人持有公司股票的锁定期限在原有锁定期限基础上自动延长六个月。

3、在上述锁定期满后，本人在担任公司董事/监事/高级管理人员期间，每年转让直接或间接持有的公司股份不超过本人所持有公司股份总数的 25%；在卖出后六个月内再行买入公司股份，或买入后六个月内再行卖出公司股份的，则所得收益归公司所有；离职后半年内，不转让本人直接或间接持有的公司股份；申报离职 6 个月后的 12 个月内通过证券交易所挂牌交易出售本公司股票数量占其所持有本公司股票总数的比例不得超过 50%；如本人在任期届满前离职，本人仍承诺在本人就任时确定的任期内和任期届满后六个月内继续遵守前述规定。

4、上述锁定期届满后，对于本人所持的公司首次公开发行前股份，如采取集中竞价交易方式进行减持，在任意连续九十个自然日内，减持股份的总数不得超过公司股份总数的百分之一；采取大宗交易方式进行减持的，在连续九十个自然日内，减持股份的总数不得超过公司股份总数的百分之二。本人减持采取协议转让方式，出让方、受让方在六个月内应当继续遵守《深圳证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》第四条第一款减持比例的规定，还应当继续遵守第十三条、第十四条信息披露的规定。

5、如出现下列情形之一，本人承诺将不减持股份：①公司或本人因涉嫌证券期货违法犯罪，在被中国证监会立案调查或被司法机关立案侦查期间，以及在行政处罚决定、刑事判决作出之后未满六个月的；②本人因违反证券交易所业务规则，被证券交易所公开谴责未满三个月的。

6、公司如存在下列情形之一，自相关决定作出之日起至公司股票终止上市或恢复上市前，本人承诺将不减持股份：①公司因欺诈发行或因重大信息披露违法受到中国证监会行政处罚；②公司因涉嫌欺诈发行罪或因涉嫌违规披露、不披露重要信息罪被依法移送公安机关。

7、期间公司如有派发股利、送股、转增股本等除权除息事项，上述价格相应调整。减持方式包括证券交易所集中竞价交易系统或大宗交易系统等方式。本人将及时、充分履行股份减持的信息披露义务，在作为公司的控股股东、实际控制人、持有股份超过5%以上的股东期间，减持前3个交易日将发布减持提示性公告；在作为公司的控股股东、实际控制人、持有股份超过5%以上的股东期间，如通过集中竞价交易减持股份的，首次卖出前15个交易日将发布减持提示性公告。

**(二) 公司持股5%以上股东重庆麒厚、深圳架桥及一致行动人天津架桥承诺：**

1、自公司股票上市之日起12个月内，不转让或者委托他人管理本企业直接或间接持有的公司公开发行股票前已发行的股份，也不由公司回购该部分股份。

2、上述锁定期届满后，对于本企业所持的公司首次公开发行前股份，如采取集中竞价交易方式进行减持，在任意连续九十个自然日内，减持股份的总数不得超过公司股份数的百分之一；采取大宗交易方式进行减持的，在连续九十个自然日内，减持股份的总数不得超过公司股份总数的百分之二；本企业减持采取协议转让方式的，出让方、受让方在六个月内应当继续遵守《深圳证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》第四条第一款减持比例的规定，还应当继续遵守第十三条、第十四条信息披露的规定。

3、如出现下列情形之一，本企业承诺将不减持股份：①公司或本企业因涉

嫌证券期货违法犯罪，在被中国证监会立案调查或被司法机关立案侦查期间，以及在行政处罚决定、刑事判决作出之后未满六个月的；②本企业因违反证券交易所业务规则，被证券交易所公开谴责未满三个月的。

4、公司如存在下列情形之一，自相关决定作出之日起至公司股票终止上市或恢复上市前，本企业承诺将不减持股份：①公司因欺诈发行或因重大信息披露违法受到中国证监会行政处罚；②公司因涉嫌欺诈发行罪或因涉嫌违规披露、不披露重要信息罪被依法移送公安机关。

5、期间公司如有派发股利、送股、转增股本等除权除息事项，上述价格相应调整。减持方式包括证券交易所集中竞价交易系统或大宗交易系统等方式。本企业将及时、充分履行股份减持的信息披露义务，在持有公司股份超过 5%以上期间，减持前 3 个交易日将发布减持提示性公告。在持有公司股份超过 5%以上或担任公司董事、监事、高级管理人员期间，如通过集中竞价交易方式进行减持，减持前 15 个交易日将发布减持提示性公告。

**(三) 间接股东、公司董事、监事、高级管理人员石雷、王存樑、程琳娜、李军荣、余彦承诺：**

1、自公司公开发行股票并上市之日起 36 个月内，本人不转让或者委托他人管理本人通过力元正通间接持有的公司公开发行股票前已发行的股份，也不由力元正通回购该部分股份。

2、在上述锁定期满后，本人在担任公司董事/监事/高级管理人员期间，每年转让直接或间接持有的公司股份不超过本人所持有公司股份总数的 25%；在卖出后六个月内再行买入公司股份，或买入后六个月内再行卖出公司股份的，则所得收益归公司所有；离职后半年内，不转让本人直接或间接持有的公司股份；申报离职 6 个月后的 12 个月内通过证券交易所挂牌交易出售本公司股票数量占其所持有本公司股票总数的比例不得超过 50%；如本人在任期届满前离职，本人仍承诺在本人就任时确定的任期内和任期届满后六个月内继续遵守前述规定。

**(四) 公司股东、实际控制人控制的企业力元正通承诺：**

1、自公司股票上市之日起 36 个月内，本企业不转让或者委托他人管理直接或间接持有的公司股份，也不由公司回购本企业所直接或间接持有的公司股份；

2、上述锁定期届满后 2 年内减持的，该等股票的减持价格不低于首次公开发行股票的发价。公司股票上市后六个月内如公司股票连续二十个交易日的收盘价均低于首次公开发行价格，或者上市后六个月期末收盘价低于首次公开发行价格，本企业持有公司股票的锁定期限在原有锁定期限基础上自动延长六个月。

3、上述锁定期届满后，对于本企业所持的公司首次公开发行前股份，如采取集中竞价交易方式进行减持，在任意连续九十个自然日内，减持股份的总数不得超过公司股份数的百分之一；采取大宗交易方式进行减持的，在连续九十个自然日内，减持股份的总数不得超过公司股份总数的百分之二；本企业减持采取协议转让方式的，出让方、受让方在六个月内应当继续遵守《深圳证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》第四条第一款减持比例的规定，还应当继续遵守第十三条、第十四条信息披露的规定。

#### **(五) 公司股东天津架桥承诺：**

1、自公司首次公开发行股票并在证券交易所上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理本企业持有的公司公开发行股票前已发行股份，也不由公司回购该部分股份。

2、上述锁定期届满后，对于本企业所持的公司首次公开发行前股份，如采取集中竞价交易方式进行减持，在任意连续九十个自然日内，减持股份的总数不得超过公司股份数的百分之一；采取大宗交易方式进行减持的，在连续九十个自然日内，减持股份的总数不得超过公司股份总数的百分之二；本企业减持采取协议转让方式的，出让方、受让方在六个月内应当继续遵守《深圳证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》第四条第一款减持比例的规定，还应当继续遵守第十三条、第十四条信息披露的规定。

## **二、滚存利润分配方案**

2017 年 12 月 26 日召开的公司 2017 年第五次临时股东大会通过决议，若本公司本次公开发行股票（A 股）并上市方案经中国证监会核准并得以实施，首次公开发行股票前的滚存未分配利润由发行后的新老股东按照持股比例共享。



### 三、关于公司股票上市后三年内稳定公司股价的预案

#### (一) 启动股价稳定措施的条件

如果公司申请首次公开发行人民币普通股(A股)股票获得中国证监会审核通过,则在公司A股股票正式挂牌上市之日后三年内公司股价连续20个交易日的收盘价(如果因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的,须按照深圳证券交易所的有关规定作相应调整,下同)低于公司最近一期经审计的每股净资产,为维护广大股东利益,增强投资者信心,维护公司股价稳定,公司将启动股价稳定措施。

#### (二) 股价稳定措施的具体内容

在启动股价稳定措施的条件满足时,公司应在三个交易日内,根据当时有效的法律法规和本股价稳定预案,与控股股东、董事、高级管理人员协商一致,提出稳定公司股价的具体方案,履行相应的审批程序和信息披露义务。股价稳定措施实施后,公司的股权分布应当符合上市条件。

当公司需要采取股价稳定措施时,按以下顺序实施。

#### 1、公司回购股票

##### (1) 股价稳定措施

在启动股价稳定措施的条件满足时,公司将采取回购股票方式稳定股价,公司应在3个交易日内召开董事会,讨论公司向社会公众股东回购股份的方案,并提交股东大会审议。

在股东大会审议通过股份回购方案后,公司依法通知债权人,并向证券监督管理部门、证券交易所等主管部门报送相关材料,办理审批或备案手续。在完成必需的审批、备案、信息披露等程序后,公司方可实施相应的股份回购方案。

公司回购股份的资金为自有资金,回购股份的价格不超过上一个会计年度终了时经审计的每股净资产的价格,回购股份的方式为集中竞价交易方式以法律法规允许的交易方式向社会公众股东回购股份。公司用于回购股份的资金金额不低于回购股份事项发生时上一个会计年度经审计的归属于母公司股东净利润的10%。回购股份后,公司的股权分布应当符合上市条件。

如果公司股价已经不能满足启动稳定公司股价措施的条件,公司可不再实施向社会公众股东回购股份。回购股份后,公司的股权分布应当符合上市条件。

公司向社会公众股东回购公司股份应符合《公司法》、《证券法》、《上市公司回购社会公众股份管理办法(试行)》、《关于上市公司以集中竞价交易方式回购股份的补充规定》等法律、法规、规范性文件的规定。

## (2) 约束机制

在启动股价稳定措施的条件满足时,如公司未采取上述稳定股价的具体措施,本公司承诺接受以下约束措施:公司将在公司股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未采取上述稳定股价措施的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉。

## 2、控股股东增持公司股票

### (1) 股价稳定措施

控股股东应在启动股价稳定措施的条件满足之日起 3 个工作日内提出增持发行人股份的方案(包括拟增持发行人股份的数量、价格区间、时间等),并依法履行内部审议批准,以及证券监督管理部门、证券交易所等监管部门的审批手续;在获得上述所有应获得批准后的 3 个工作日内通知发行人;发行人应按照规定披露控股股东增持发行人股份的计划。在发行人披露控股股东增持发行人股份计划的 3 个交易日后,控股股东开始实施增持发行人股份的计划。

控股股东增持发行人股份的价格不高于发行人最近一期末经审计的每股净资产,每个会计年度用于增持股份的资金金额不低于上一会计年度控股股东从发行人所获得现金分红税后金额的 10%。但如果发行人股价已经不能满足启动稳定股价措施的条件,控股股东可不再增持发行人股份。控股股东增持发行人股份后,发行人的股权分布应当符合上市条件。

### (2) 约束机制

在启动股价稳定措施的条件满足时,如控股股东未采取上述稳定股价的具体措施,控股股东应接受以下约束措施:

①控股股东将在发行人股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未采取

上述稳定股价措施的具体原因并向发行人股东和社会公众投资者道歉。

②如果控股股东未采取上述稳定股价的具体措施的,则控股股东持有的发行人股份不得转让,直至按本预案的规定采取相应的稳定股价措施并实施完毕。

### 3、非独立董事、高级管理人员买入公司股份

#### (1) 股价稳定措施

在启动股价稳定措施的前提条件满足时,非独立董事/高级管理人员应采取二级市场竞价交易买入发行人股份的方式稳定公司股价。非独立董事/高级管理人员用于购买发行人股份的资金金额不低于非独立董事/高级管理人员在担任非独立董事/高级管理人员职务期间上一会计年度从发行人领取的税后薪酬累计额的 10%。如在发行人披露非独立董事/高级管理人员买入发行人股份计划后发行人股价连续三个交易日每日加权平均价格均高于每股净资产,非独立董事/高级管理人员可不再买入发行人股份。非独立董事/高级管理人员买入发行人股份应符合相关法律、法规及规范性文件的规定,如果需要履行证券监督管理部门、证券交易所等监管机构审批的,应履行相应的审批手续。

#### (2) 约束机制

在启动股价稳定措施的条件满足时,如非独立董事/高级管理人员未采取上述稳定股价的具体措施,应接受以下约束措施:

①非独立董事/高级管理人员将在发行人股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未采取上述稳定股价措施的具体原因并向发行人股东和社会公众投资者道歉。

②如果非独立董事/高级管理人员未采取上述稳定股价的具体措施的,将在前述事项发生之日起 5 个工作日内,停止在发行人领取薪酬,同时非独立董事/高级管理人员持有的发行人股份不得转让,直至非独立董事/高级管理人员按本预案的规定采取相应的股价稳定措施并实施完毕。

## 四、关于招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的承诺

### (一) 公司承诺

公司承诺：

本次发行并上市的招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担个别和连带的法律责任。

若在本公司投资者缴纳股票申购款后且股票尚未上市交易前，因本次发行并上市的招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断本公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，对于首次公开发行的全部新股，本公司将按照投资者所缴纳股票申购款加该期间内银行同期一年期存款利息，对已缴纳股票申购款的投资者进行退款。

若在本公司首次公开发行的股票上市交易后，因本公司本次发行并上市的招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，导致对判断本公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，本公司将依法回购首次公开发行的全部新股，回购价格不低于回购公告前 30 个交易日该种股票每日加权平均价的算术平均值，并根据相关法律、法规规定的程序实施。上述回购实施时法律法规另有规定的从其规定。本公司将及时提出预案，并提交董事会、股东大会讨论。

若因本公司本次发行并上市的招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本公司将依法赔偿投资者损失。在该等违法事实被中国证监会、证券交易所或司法机关认定后，本公司将本着主动沟通、尽快赔偿、切实保障投资者特别是中小投资者利益的原则，按照投资者直接遭受的可测算的经济损失选择与投资者沟通赔偿，通过设立投资者赔偿基金等方式积极赔偿投资者由此遭受的直接经济损失。

### (二) 公司控股股东、实际控制人承诺

公司控股股东、实际控制人曹胜奎、刘林贵、刘激、马丽娟承诺：

本次发行并上市的招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担个别和连带的法律责任。

若因发行人本次发行并上市的招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本人将依法赔偿投资者损失。在该等违法事实被中国证监会、证券交易所或司法机关认定后，本人将本着主动沟通、尽快赔偿、切实保障投资者特别是中小投资者利益的原则，按照投资者直接遭受的可测算的经济损失选择与投资者沟通赔偿，通过设立投资者赔偿基金等方式积极赔偿投资者由此遭受的直接经济损失。

### **(三) 公司董事、监事、高级管理人员承诺**

公司董事、监事、高级管理人员承诺：

本人承诺本次发行并上市的招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担个别和连带的法律责任。

若因发行人本次发行并上市招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本人将依法赔偿投资者损失。在该等违法事实被中国证监会、证券交易所或司法机关认定后，本人将本着主动沟通、尽快赔偿、切实保障投资者特别是中小投资者利益的原则，按照投资者直接遭受的可测算的经济损失选择与投资者沟通赔偿，通过设立投资者赔偿基金等方式积极赔偿投资者由此遭受的直接经济损失。

## **五、公开发行前持股 5%以上股东的持股意向及减持意向**

**(一) 公司控股股东、实际控制人曹胜奎、刘林贵、刘激、马丽娟承诺：**

### **1、减持股份的条件**

本人作为发行人的实际控制人，严格按照公司首次公开发行股票招股说明书及本人出具的承诺载明的各项锁定期限要求，并严格遵守相关法律、法规、规范性文件规定及监管要求，在锁定期内不减持直接或间接持有公司的股份。锁定期届满后的两年内，若本人减持所直接或间接持有的公司股份，减持后本人与其他实际控制人仍能保持公司的实际控制人地位。

### **2、减持股份的方式**

锁定期届满后，本人拟通过包括但不限于二级市场集中竞价交易、大宗交易、协议转让等方式减持直接或间接所持有的发行人股份。

### 3、减持股份的价格

本人在发行人首次公开发行前直接或间接所持有的发行人股份在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于首次公开发行股票的发行人价格。

### 4、减持股份的数量

在锁定期届满后的 12 个月内，本人直接或间接转让所持发行人老股不超过本人持有发行人老股的 15%；在锁定期届满后的第 13 至 24 个月内，本人直接或间接转让所持发行人老股不超过在锁定期届满后第 13 个月初本人直接或间接持有发行人老股的 15%。

### 5、减持股份的期限

本人直接或间接持有的发行人股份的锁定期(包括延长的锁定期)届满后，本人减持直接或间接所持发行人股份时，应提前将减持意向和拟减持数量等信息以书面方式通知发行人，并由发行人及时予以公告，自发行人公告之日起 3 个交易日后，本人方可减持发行人股份，自公告之日起 6 个月内完成，并按照证券交易所的规则及时、准确地履行信息披露义务。

### 6、本人将严格履行上述承诺事项，并承诺将遵守下列约束措施

(1) 如果未履行上述承诺事项，本人将在发行人的股东大会及中国证券监督管理委员会指定报刊上公开说明未履行承诺的具体原因并向发行人的其他股东和社会公众投资者道歉。

(2) 如本人违反上述承诺或法律强制性规定减持发行人股份的，本人承诺违规减持发行人股票所得(以下简称“违规减持所得”)归发行人所有，同时本人直接或间接持有的剩余发行人股份的锁定期在原锁定期届满后自动延长 6 个月。如本人未将违规减持所得上缴发行人，则发行人有权将应付本人现金分红中与违规减持所得相等的金额收归发行人所有。

(3) 如果未履行上述承诺事项，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本人将依法赔偿投资者损失。

### (二) 公司股东重庆麒厚、深圳架桥及一致行动人天津架桥分别承诺：

#### 1、减持股份的条件

本企业作为持有发行人 5%以上股份的股东，严格按照公司首次公开发行股票招股说明书及本企业出具的承诺载明的各项锁定期限要求，并严格遵守相关法律、法规、规范性文件规定及监管要求，在锁定期内不减持公司的股份。在所持发行人股票的锁定期满后两年内，最高可减持所持发行人的全部股份。

## 2、减持股份的方式

锁定期届满后，本企业拟通过包括但不限于二级市场集中竞价交易、大宗交易、协议转让等方式减持所持有的发行人股份。

## 3、减持股份的价格

本企业在发行人首次公开发行前所持有的发行人股份在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于首次公开发行股票的发行人价格。

## 4、减持股份的数量

本企业将根据相关法律法规及证券交易所规则，结合证券市场情况、发行人股票走势及公开信息、本企业的业务发展需要等情况，自主决策、择机进行减持。

## 5、减持股份的期限

本企业持有的发行人股份的锁定期限（包括延长的锁定期）届满后，本企业减持所持发行人股份时，应按有权部门相关规则提前将减持意向和拟减持数量等信息以书面方式通知发行人，并由发行人及时予以公告，自发行人公告之日起 3 个交易日后，本企业方可减持发行人股份，自公告之日起 6 个月内完成，并按照证券交易所的规则及时、准确地履行信息披露义务。

## 6、本企业将严格履行上述承诺事项，并承诺将遵守下列约束措施

(1) 如果未履行上述承诺事项，本企业将在发行人的股东大会及中国证券监督管理委员会指定报刊上公开说明未履行承诺的具体原因并向发行人的其他股东和社会公众投资者道歉。

(2) 如本企业违反上述承诺或法律强制性规定减持发行人股份的，本企业承诺按有权部门规定承担法律责任。

(3) 如果未履行上述承诺事项，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本企业将依法赔偿投资者损失。

## 六、相关责任主体对公司本次首次发行摊薄即期回报采取填补措施的措施和承诺

### (一) 填补被摊薄即期回报的措施

为落实《国务院关于进一步促进资本市场健康发展的若干意见》和《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》和证监会《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》的要求，为降低本次公开发行摊薄即期回报的影响，公司承诺通过各种方式，增厚未来收益，以填补被摊薄即期回报。具体落实如下：

#### 1、运用自有资金巩固和拓展现有业务，扩大经营规模

公司是一家经营中高端童装业务的企业，主要从事童装的研发设计、供应链管理、运营推广、直营及加盟销售等核心业务。未来公司将在现有业务稳定增长的基础上，扩大经营规模，进一步提升核心竞争能力。

#### 2、加快募投项目投资进度，加强募集资金管理

本次发行募集资金到位后，公司将加快推进募投项目建设，争取募投项目早日实现预期效益。同时，公司将根据相关法规和公司《募集资金专项管理制度》的要求，严格管理募集资金使用，保证募集资金按照原定用途得到充分有效利用。

#### 3、优化投资者回报机制

公司建立对投资者持续、稳定、科学的回报规划与机制，对利润分配做出制度性安排，保证利润分配政策的连续性和稳定性。为进一步增强公司现金分红的透明度，强化公司回报股东的意识，树立上市公司给予投资者合理的投资回报的观念，公司根据《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》和《上市公司监管指引第3号——上市公司现金分红》的相关要求优化投资者回报机制。

4、公司如违反前述承诺，将及时公告违反的事实及原因，除因不可抗力或其他非归属于公司的原因外，公司将向股东和社会公众投资者道歉，同时向投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护投资者的利益，并在公司股东大会审议通过后实施补充承诺或替代承诺。



## (二) 关于填补被摊薄即期回报的承诺

公司董事、高级管理人员承诺忠实、勤勉地履行职责，维护公司和全体股东的合法权益，并根据中国证监会相关规定对公司填补即期回报措施能够得到切实履行作出如下承诺：

1、不无偿或以不公平条件向其他单位或者个人输送利益，也不采用其他方式损害公司利益；

2、对本人的职务消费行为进行约束；

3、不动用公司资产从事与其履行职责无关的投资、消费活动；

4、由董事会或薪酬委员会制定的薪酬制度与公司填补回报措施的执行情况相挂钩。

5、若公司实施股权激励，则公司股权激励的行权条件与公司填补回报措施的执行情况相挂钩。

公司控股股东、实际控制人承诺：不越权干预公司经营管理活动，不侵占公司利益。

## 七、中介机构关于为公司首次公开发行制作、出具的文件无虚假记载、误导性陈述或重大遗漏的承诺

本次发行的保荐机构（主承销商）华英证券有限责任公司承诺：本公司为发行人首次公开发行股票制作、出具的文件不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的情形；若因本公司为发行人首次公开发行股票制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成直接经济损失的，将依法先行赔偿投资者损失。

本次发行的审计机构立信会计师事务所（特殊普通合伙）承诺：本所为发行人本次发行上市制作、出具的文件不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。如因本所过错致使上述文件存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并因此给投资者造成直接损失的，本所将依法与发行人承担连带赔偿责任。

本次发行的发行人律师北京市中伦律师事务所承诺：本所为发行人本次发行上市制作、出具的文件不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。如因本所过

错致使上述文件存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并因此给投资者造成直接损失的，本所将依法与发行人承担连带赔偿责任。

## 八、关于未履行承诺时的约束措施的承诺

### (一) 公司承诺

公司承诺：

1、本公司保证将严格履行本公司首次公开发行股票并上市招股说明书披露的承诺事项，并承诺严格遵守下列约束措施：

(1) 如果本公司未履行本招股说明书中披露的相关承诺事项，本公司将在股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行承诺的具体原因以及未履行承诺时的补救及改正情况并向股东和社会公众投资者道歉。

(2) 如果因本公司未履行相关承诺事项，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本公司将依法向投资者赔偿相关损失。

(3) 本公司将对出现该等未履行承诺行为负有个人责任的董事、监事、高级管理人员采取调减或停发薪酬或津贴等措施（如该等人员在本公司领薪）。

2、如因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等本公司无法控制的客观原因导致本公司承诺未能履行、确已无法履行或无法按期履行的，本公司将采取以下措施：

(1) 及时、充分披露本公司承诺未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因；

(2) 向本公司的投资者提出补充承诺或替代承诺（相关承诺需按法律、法规、公司章程的规定履行相关审批程序），以尽可能保护投资者的权益。

### (二) 公司控股股东、实际控制人承诺

公司控股股东、实际控制人曹胜奎、刘激、刘林贵、马丽娟承诺：

1、本人保证将严格履行公司首次公开发行股票并上市招股说明书披露的承诺事项，并承诺严格遵守下列约束措施：

(1) 如果本人未履行本招股说明书中披露的相关承诺事项，本人将在股东

大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行承诺的具体原因以及未履行承诺时的补救及改正情况并向股东和社会公众投资者道歉。

(2) 如果因本人未履行相关承诺事项,致使投资者在证券交易中遭受损失的,本人将依法向投资者赔偿相关损失。如果本人未承担前述赔偿责任,发行人有权扣减本人所获分配的现金分红用于承担前述赔偿责任。同时,在本人未承担前述赔偿责任期间,不得转让本人直接或间接持有的发行人股份。

(3) 在本人作为发行人控股股东/实际控制人期间,发行人若未履行招股说明书披露的承诺事项,给投资者造成损失的,本人承诺依法承担赔偿责任。

2、如因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等本人无法控制的客观原因导致本人承诺未能履行、确已无法履行或无法按期履行的,本人将采取以下措施:

(1) 及时、充分披露本人承诺未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因;

(2) 向公司的投资者提出补充承诺或替代承诺(相关承诺需按法律、法规、公司章程的规定履行相关审批程序),以尽可能保护投资者的权益。

### **(三) 重庆麒厚、深圳架桥、天津架桥承诺**

重庆麒厚、深圳架桥、天津架桥承诺:

若本企业未能履行相关承诺,则采取或接受以下措施:1、在有关监管机关要求的期限内予以纠正;2、给投资者造成直接损失的,依法赔偿损失;3、有违法所得的,按相关法律法规处理;4、如该违反的承诺属可以继续履行的,将继续履行该承诺;5、根据届时规定可以采取的其他措施。

### **(四) 力元正通承诺**

力元正通承诺:

若本企业未能履行相关承诺,则采取或接受以下措施:1、在有关监管机关要求的期限内予以纠正;2、给投资者造成直接损失的,依法赔偿损失;3、有违法所得的,按相关法律法规处理;4、如该违反的承诺属可以继续履行的,将继续履行该承诺;5、根据届时规定可以采取的其他措施。

### **(五) 公司董事、监事、高级管理人员承诺**

公司董事、监事、高级管理人员石雷、王存樑、程琳娜、李军荣、余彦承诺：

若本企业未能履行相关承诺，则采取或接受以下措施：1、在有关监管机关要求的期限内予以纠正；2、给投资者造成直接损失的，依法赔偿损失；3、有违法所得的，按相关法律法规处理；4、如该违反的承诺属可以继续履行的，将继续履行该承诺；5、根据届时规定可以采取的其他措施。

## **九、本次发行后公司股利分配政策**

根据《公司章程（草案）》，本次发行后公司股利分配政策如下：

### **(一) 利润分配原则：**

- 1、重视对投资者的合理投资回报并兼顾公司的可持续发展；
- 2、在符合现金分红条件的前提下优先选择现金分红方式，并保持现金分红政策的一致性、合理性和稳定性；
- 3、根据公司经营需要留存必要的未分配利润，保持公司持续经营能力。

### **(二) 利润分配形式：**

公司可以采取现金、股票或现金与股票相结合的方式分配股利。

### **(三) 利润分配顺序：**

公司优先选择现金分红的利润分配方式，如不符合现金分红条件，再选择股票股利的利润分配方式。

### **(四) 现金分红的条件和比例：**

公司董事会应当综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，区分下列情形，并按照公司章程规定的程序，提出差异化的现金分红政策：

- 1、公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 80%；
- 2、公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 40%；

3、公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%；

4、公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，按照前第 3 项规定处理。

如公司利润分配当年无重大资本性支出项目发生，应采取现金分红的利润分配方式。公司每年以现金形式分配的利润不少于当年实现的可供分配利润的 10%。

前述重大资本性支出项目是指经公司股东大会审议批准的、达到以下标准之一的购买资产（不含购买原材料、燃料和动力等与日常经营相关的资产）、对外投资（含收购兼并）等涉及资本性支出的交易事项：（1）交易涉及的资产总额占公司最近一期经审计总资产的 50%以上的事项；（2）交易标的（如股权）在最近一个会计年度相关的营业收入占公司最近一个会计年度经审计营业收入的 50%以上，且绝对金额超过 5,000.00 万元的事项；（3）交易标的（如股权）在最近一个会计年度相关的净利润占公司最近一个会计年度经审计净利润的 50%以上，且绝对金额超过 500.00 万元的事项；（4）交易的成交金额（含承担债务和费用）占公司最近一期经审计净资产的 50%以上，且绝对金额超过 5,000.00 万元的事项。（5）交易产生的利润占公司最近一个会计年度经审计净利润的 50%以上，且绝对金额超过 500.00 万元的事项。

#### （五）发放股票股利的条件：

如不满足现金分红条件，公司可采取股票股利的利润分配方式。采用股票股利进行利润分配的，公司董事会应综合考虑公司成长性、每股净资产的摊薄因素制定分配方案。

#### （六）利润分配的期间间隔：

公司每一会计年度通常进行一次利润分配；董事会可以根据公司资金需求情况提议进行中期分红。

#### （七）利润分配应履行的审议程序：

公司进行利润分配，应由董事会提出利润分配方案，经过半数的独立董事发

表同意意见后提交股东大会审议，并经股东大会审议通过后实施。

## 十、本公司特别提醒投资者注意“风险因素”中的下列特别风险

### (一) 存货比重较大及其跌价的风险

截至 2015 年 12 月 31 日、2016 年 12 月 31 日、2017 年 12 月 31 日和 2018 年 6 月 30 日，公司存货账面价值分别为 1.91 亿元、2.16 亿元、2.47 亿元和 2.16 亿元，占当期总资产的比例分别为 52.30%、52.79%、47.48%和 44.50%，占比较高。

虽然公司的存货规模与公司的经营模式、销售规模增长相适应，且已按照企业会计准则的规定，结合公司实际情况计提了相应的存货跌价准备，但若在以后的经营年度中，因市场环境发生变化或竞争加剧导致存货跌价增加或存货变现困难，将导致公司运营效率的降低，对公司的经营业绩造成不利影响。

### (二) 品牌授权风险

报告期内，公司持有暇步士童装和哈吉斯童装两个授权品牌，授权品牌经营作为公司业务增长的亮点之一，最近几年收入增长迅速。其中暇步士童装品牌授权期限为自 2013 年 8 月 1 日至 2022 年 12 月 31 日，哈吉斯童装品牌授权期限为自 2015 年 6 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日，在上述授权期限内，公司在中国境内（不包括港澳台）拥有独家授权。尽管如此，公司并不拥有在中国境内注册的以上两个品牌的商标所有权，如果授权方与被授权方在合作中发生纠纷或者公司授权品牌在授权期限到期后不能够续签，将对公司经营业绩造成不利影响。

### (三) 产品生产依赖外包生产的风险

公司本身不进行生产，公司自有品牌“水孩儿”、授权经营品牌“暇步士”、“哈吉斯”的产品主要采取向国内代工厂商直接采购成衣的方式，因此代工厂商的生产组织能力、管理水平及质量控制直接影响了公司产品的质量、交货时间等，虽然公司建立了严格的供应商筛选制度和质量控制制度对代工厂进行约束，但如果代工厂商交付的产品出现产品质量不符合公司要求、交货期延迟等情况时，会造成公司应季商品不能及时供应等情况，给公司的经营带来一定的风险。

#### (四) 国际零售代理业务缺乏长期合作协议的风险

2015年、2016年、2017年和2018年1-6月，国际零售代理业务收入占公司主营业务收入的比重分别为39.48%、37.02%、28.60%和25.48%，截至2018年6月30日，公司的国际零售代理业务主要为“ARMANI JUNIOR<sup>1</sup>”、“KENZO KIDS”、“Catimini”、“YOUNG VERSACE”等二十一个国际品牌的零售代理销售。公司主要通过参加上述品牌方的展会、订购会的方式与品牌方进行接洽，通过品牌方提供的样衣或款式图下订单采购货品。公司作为上述国际品牌商的零售代理渠道商，与其形成了多年的合作伙伴关系，在与上述品牌方合作期间，公司采取“自主采购、以销定购”的原则，同时由于上述品牌均为国际品牌，为保持公司采购的自主性并遵循品牌方的国际购销惯例，公司未与上述品牌方签署长期合作协议，也并未与品牌方达成锁定每年的交易量、价格、品类等相关约定。但若在以后的经营年度中，公司与上述品牌的合作关系发生重大不利变化，包括减少交易量、终止合作等事项，将可能对公司的经营业绩造成不利影响。

#### (五) 线上销售渠道集中风险

公司坚持多层次、多品牌运营策略，采取线下线上同步发展的营销模式。在线上销售方面，公司通过唯品会、天猫、京东等电子商务平台建立了线上直营销售渠道，2015年、2016年、2017年和2018年1-6月，公司通过唯品会、天猫和京东合计实现销售收入占线上销售收入的比例分别为94.48%、96.94%、97.42%和96.24%，线上销售渠道较为集中。若该等三家电子商务平台大幅改变其业务模式、政策、制度等，可能对公司线上销售产品的规模和盈利水平产生重大不利影响。此外若公司未能与该等三家电子商务平台维持良好的合作关系，将可能面临失去重要的线上销售渠道的风险，进而对本公司业务、财务状况和经营业绩造成不利影响。

#### (六) 销售区域集中的风险

2015年、2016年、2017年和2018年1-6月，公司线下业务第一大销售区域华北地区的销售收入占主营业务收入的比重分别为50.18%、43.68%、37.91%和32.83%，占比较高，虽然华北地区的销售收入比重呈逐年下降趋势，但该地区的经营情况仍对公司营业收入产生重要影响。因此，如华北地区市场环境发生不利变化，将对公司业绩带来不利影响。

<sup>1</sup> ARMANI JUNIOR 现已更名为 Emporio Armani。

## 目 录

发行概况 .....	1
发行人声明 .....	3
重大事项提示 .....	4
一、股份限售安排和自愿锁定的承诺 .....	4
二、滚存利润分配方案 .....	7
三、关于公司股票上市后三年内稳定公司股价的预案 .....	8
四、关于招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的承诺 .....	11
五、公开发行前持股 5%以上股东的持股意向及减持意向 .....	12
六、相关责任主体对公司本次首次发行摊薄即期回报采取填补措施的措施和承 诺 .....	15
七、中介机构关于为公司首次公开发行制作、出具的文件无虚假记载、误导性 陈述或重大遗漏的承诺 .....	16
八、关于未履行承诺时的约束措施的承诺 .....	17
九、本次发行后公司股利分配政策 .....	19
十、本公司特别提醒投资者注意“风险因素”中的下列特别风险 .....	21
目 录 .....	23
第一节 释义 .....	28
一、一般释义 .....	28
二、专业术语释义 .....	30
第二节 概览 .....	32
一、发行人概况 .....	32
二、发行人的股本结构及控股股东、实际控制人概况 .....	34
三、主要财务数据 .....	35
四、本次发行概况 .....	37
五、募集资金运用 .....	37
第三节 本次发行概况 .....	38
一、本次发行的基本情况 .....	38
二、与发行有关的机构和人员 .....	38



三、发行人与本次发行有关中介机构的关系 .....	40
四、本次发行的有关重要日期 .....	40
<b>第四节 风险因素 .....</b>	<b>41</b>
一、存货比重较大及其跌价的风险 .....	41
二、品牌授权风险 .....	41
三、产品生产依赖外包生产的风险 .....	41
四、国际零售代理业务缺乏长期合作协议的风险 .....	42
五、线上销售渠道集中风险 .....	42
六、童装行业竞争日益加剧风险 .....	43
七、应收账款信用风险 .....	43
八、加盟业务风险 .....	43
九、国内宏观经济增速放缓风险 .....	43
十、线下销售渠道依赖百货商场风险 .....	44
十一、产品质量风险 .....	44
十二、自有品牌被侵犯知识产权风险 .....	44
十三、人力资源风险 .....	45
十四、多品牌运营风险 .....	45
十五、物流外包风险 .....	45
十六、募集资金运用不能取得预期收益风险 .....	45
十七、净资产收益率下降的风险 .....	46
十八、控股股东和实际控制人控制风险 .....	46
十九、销售区域集中的风险 .....	46
二十、现金交易的风险 .....	47
<b>第五节 发行人基本情况 .....</b>	<b>48</b>
一、发行人基本情况 .....	48
二、发行人改制重组情况 .....	48
三、发行人设立以来股本的形成及其变化和重大资产重组情况 .....	50
四、发行人历次验资情况及计量属性 .....	64
五、发行人组织结构 .....	65
六、发行人控股子公司、参股公司的情况 .....	70

七、发起人、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况	79
八、发行人股本情况	117
九、发行人员工及其社会保障情况	119
十、持有 5%以上股份的主要股东以及作为股东的董事、监事、高级管理人员作出的重要承诺及其履行情况	122
<b>第六节 业务与技术</b>	<b>124</b>
一、发行人的主营业务及变化情况	124
二、公司所在行业的基本情况	136
三、公司所在行业的竞争地位	154
四、公司主营业务情况	160
五、主要资产情况	252
六、主要技术情况	283
七、授权经营情况	288
八、公司主要产品的质量控制情况	288
<b>第七节 同业竞争与关联交易</b>	<b>292</b>
一、公司独立运营情况	292
二、同业竞争	293
三、关联方及关联关系	294
四、关联交易情况	296
五、规范关联交易的制度安排	301
六、报告期内关联交易决策程序的履行情况以及独立董事对关联交易发表的意见	304
七、发行人减少关联交易的措施	304
<b>第八节 董事、监事、高级管理人员与核心技术人员</b>	<b>307</b>
一、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员简介	307
二、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属持有发行人股份及最近三年变动情况	313
三、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员的其他对外投资情况	315
四、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员的薪酬情况	331
五、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员的兼职情况	331

六、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员相互之间的亲属关系 .....	332
七、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员与发行人签订的协议、作出的重要承诺及履行情况 .....	333
八、董事、监事和高级管理人员的任职资格 .....	333
九、董事、监事和高级管理人员报告期内的变动情况 .....	333
<b>第九节 公司治理 .....</b>	<b>336</b>
一、发行人股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度的建立和规范运作情况 .....	336
二、发行人近三年违法违规行为情况 .....	351
三、发行人近三年资金占用和对外担保的情况 .....	353
四、发行人管理层对内控制度的评价及注册会计师意见 .....	353
<b>第十节 财务会计信息 .....</b>	<b>353</b>
一、注册会计师审计意见及关键审计事项 .....	354
二、财务报表 .....	355
三、财务报表的编制基础 .....	366
四、合并报表范围及变化情况 .....	366
五、主要会计政策和会计估计 .....	367
六、税项 .....	397
七、最近一年收购兼并情况 .....	398
八、非经常性损益 .....	398
九、重要会计科目说明 .....	399
十、期后事项、或有事项及其他重要事项 .....	401
十一、财务指标 .....	402
十二、公司在报告期内的资产评估情况 .....	403
十三、公司历次验资情况 .....	405
<b>第十一节 管理层讨论与分析 .....</b>	<b>406</b>
一、财务状况分析 .....	406
二、盈利能力分析 .....	465
三、现金流量分析 .....	512
四、或有事项和重大期后事项对公司的影响 .....	516

五、财务状况和盈利能力未来趋势分析 .....	516
六、未来分红回报规划分析 .....	517
七、本次发行对每股收益影响及填补被摊薄即期回报的措施 .....	522
<b>第十二节 业务发展目标 .....</b>	<b>526</b>
一、发行人总体发展规划和经营目标 .....	526
二、拟订并实施计划的条件及主要困难 .....	529
三、业务计划与现有业务的关系 .....	529
<b>第十三节 募集资金运用 .....</b>	<b>531</b>
一、募集资金运用概述 .....	531
二、募集资金投资项目的的基本情况 .....	533
<b>第十四节 股利分配政策 .....</b>	<b>544</b>
一、发行前的股利分配政策 .....	544
二、最近三年股利分配的情况 .....	544
三、发行后的股利分配政策 .....	545
<b>第十五节 其他重要事项 .....</b>	<b>548</b>
一、信息披露和投资者关系相关情况 .....	548
二、重大合同 .....	548
三、对外担保情况 .....	550
四、重大诉讼或仲裁事项 .....	551
<b>第十六节 董事、监事、高级管理人员及有关中介机构声明 .....</b>	<b>556</b>
一、发行人全体董事、监事、高级管理人员的声明 .....	556
二、保荐人（主承销商）声明 .....	557
三、发行人律师声明 .....	560
四、会计师事务所声明 .....	561
五、评估机构声明 .....	562
六、验资机构声明 .....	563
<b>第十七节 备查文件 .....</b>	<b>564</b>
一、备查文件 .....	564
二、文件查阅时间、地点 .....	564

## 第一节 释义

在本招股说明书中，除非另有说明，下列简称具有以下特定含义：

### 一、一般释义

发行人、公司、本公司、嘉曼服饰	指	北京嘉曼服饰股份有限公司
有限公司、嘉曼有限	指	北京嘉曼服饰有限公司，为发行人前身
水孩儿工贸	指	北京水孩儿工贸有限责任公司，为北京水孩儿服饰有限公司的前身
水孩儿服饰	指	北京水孩儿服饰有限公司，发行人全资子公司
天津嘉曼	指	嘉曼服饰（天津）有限公司，发行人全资子公司
天津嘉士	指	天津嘉士服装服饰有限公司，发行人全资子公司
天津嘉吉斯	指	嘉吉斯（天津）服饰有限公司，发行人全资子公司
天津嘉达	指	天津嘉达服饰有限公司，发行人全资子公司
杭州思普源	指	杭州思普源服饰有限公司，发行人全资子公司
深圳嘉宜美	指	深圳市嘉宜美服饰有限公司，发行人全资子公司
大连嘉一	指	大连嘉一服饰有限公司，发行人全资子公司
成都思普源	指	成都思普源服饰有限公司，发行人全资子公司
重庆思普源	指	重庆思普源服饰有限公司，发行人全资子公司
广州嘉贵	指	广州嘉贵服饰有限公司，发行人全资子公司
沈阳嘉茂	指	沈阳嘉茂服饰有限公司，发行人全资子公司
重庆麒厚	指	重庆麒厚股权投资合伙企业（有限合伙），系发行人股东
深圳架桥	指	深圳市架桥富凯股权投资企业（有限合伙），系发行人股东
力元正通	指	北京力元正通投资合伙企业（有限合伙），系发行人股东
天津架桥	指	天津架桥富凯股权投资基金合伙企业（有限合伙），系发行人股东
嘉宜园	指	北京嘉宜园商贸有限公司，系实际控制人控制的企业。嘉宜园设立时的名称为“石景山区苹果园服装厂”，后陆续更名为“北京市苹果园服装厂”、“北京嘉宜园服装厂”、“北京嘉宜新园物业管理中心”、“北京嘉宜园服装厂”、“北京嘉宜园商贸有限公司”
瑞辉商贸	指	北京市瑞辉商贸有限责任公司，系实际控制人控制的企业
水孩儿科技	指	北京水孩儿科技发展有限公司，为发行人曾经子公司，于2014年11月转让予无关联第三方。

香港增旭	指	增旭发展有限公司(香港注册公司), 1992年至2009年系发行人股东。(英文名: ADD YORK DEVELOPMENT LIMITED)
伊势丹	指	伊势丹(中国)投资有限公司
燕莎友谊商城	指	北京燕莎友谊商城有限公司
翠微	指	北京翠微大厦股份有限公司
王府井	指	王府井集团股份有限公司
百盛	指	百盛商业发展有限公司
华联(SKP)	指	北京华联(SKP)百货有限公司
杭州大厦	指	杭州大厦有限公司
百联	指	上海百联集团股份有限公司
金鹰	指	金鹰国际商贸集团(中国)有限公司
天达华业	指	北京天达华业贸易有限公司
淘宝/淘宝网	指	淘宝电子商城(域名为 www.taobao.com)
天猫/天猫商城	指	天猫电子商城(域名为 www.tmall.com)
唯品会	指	唯品会电子商城(域名为 www.vip.com)
京东	指	京东电子商城(域名为 www.jd.com)
奥特莱斯	指	Outlets 的音译, 专指由销售品牌过季、下架、断码商品的商店组成的购物中心, 也被称为品牌折扣商城
SHOPPING MALL、购物中心	指	即超大规模购物中心, 产生于二十世纪初, 五六十年代在美国等发达国家盛行, 掀起了商业经营方式的新浪潮, 并逐渐以其购物、餐饮、休闲、娱乐、旅游等综合性经营模式与完美的环境配套设施而风靡欧、美、日及东南亚国家
中国证监会、证监会	指	中国证券监督管理委员会
深交所、交易所	指	深圳证券交易所
全国人大常委会	指	全国人民代表大会常务委员会
国家标准委	指	国家标准化管理委员会
国家质检总局	指	国家质量监督检验检疫总局
商务部	指	中华人民共和国商务部
工信部	指	中华人民共和国工业和信息化部
国家发改委、发改委	指	中华人民共和国国家发展和改革委员会
保荐人、保荐机构、主承销商	指	华英证券有限责任公司
中伦	指	北京市中伦律师事务所
立信/立信会计师	指	立信会计师事务所(特殊普通合伙)
评估师事务所	指	北京国融兴华资产评估有限责任公司
《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
《上市规则》	指	深圳证券交易所股票上市规则
《公司章程》	指	《北京嘉曼服饰股份有限公司章程》
《劳动法》	指	《中华人民共和国劳动法》
股东、股东大会	指	北京嘉曼服饰股份有限公司股东、股东大会
董事、董事会	指	北京嘉曼服饰股份有限公司董事、董事会
监事、监事会	指	北京嘉曼服饰股份有限公司监事、监事会
三会	指	股东大会、董事会、监事会
三会议事规则	指	《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》
社会公众股、A股	指	本公司本次公开发行的每股面值为1.00元的人民币普通股
本次发行	指	本公司本次向社会公众公开发行2,700万股人民币普通股的行为
上市	指	本次发行股票在证券交易所上市交易的行为
报告期	指	2015年、2016年、2017年、2018年1-6月
最近三年	指	2015年、2016年、2017年
元、万元、亿元	指	人民币元、万元、亿元，本招股说明书中涉及表格中的数字计价单位除特殊说明外均为人民币万元

## 二、专业术语释义

婴童产业	指	覆盖年龄在0-12岁的婴儿、幼儿及大龄儿童，有时年龄范围可进一步扩展至14岁消费者的相关产业
小童	指	年龄介于0至3岁的婴幼儿
大童	指	年龄介于4至12岁的儿童
线下/线下渠道	指	通过商场店、专卖店等实体门店向客户销售产品的销售渠道
线上/线上渠道	指	通过电子商务平台向客户销售产品的销售渠道
直营模式	指	公司（包括下属公司）将产品通过自有渠道直接销售给消费者的销售模式
直营联营	指	公司与商场签署合作协议，通过商场专柜以零售方式向顾客销售产品，通常公司店铺以销售分成的方式与商场结算
直营自营	指	通过公司自购或租赁店铺的方式取得经营场所，并进行自收银结算
加盟模式	指	公司通过与加盟商签订加盟合作协议，授予加盟商在约定的期限和范围内的品牌经营权。加盟商以约定折扣向公司购货，并通过加盟自有渠道向顾客销售产品
商场专柜	指	公司或公司加盟商通过与商场签订联合销售合同，在商场中开设的零售门店；联营商场负责商场的整体运营管理，对入驻的品牌门店实行统一收银、定期结算，并主要按销售额乘以双方约定

		的扣点收取一定联营收益
品牌专卖店/专卖店	指	由公司或公司加盟商以租赁或自有的物业，在商业区街边或社区开设独立门店销售公司产品
门店	指	公司从事品牌服装销售的实体店铺，包括直营自营店、直营联营店和加盟店
集合店	指	为满足现有市场对服饰商品的多种需求，以某一集成化经营性品牌为主导，在同一卖场之内依托品牌的强力引导力，将不同风格、不同类型的品牌在同一种经营文化与展示文化的领导下共同经营，是一种依托强大品牌影响力进行多元产品销售的终端形式
网店	指	一种能够让消费者在浏览的同时进行实际购买，并且通过各种在线支付手段进行支付，完成交易全过程的网站
吊牌价	指	标示在产品吊牌上面的价格
自有品牌专业零售商 (SPA)	指	自有品牌专业零售商 (Specialty retailer of Private Label Apparel)，是一种自有品牌服装企业对商品企划、设计、生产、物流和销售环节的全流程控制，以快速适应消费者需求的经营模式
扣点	指	企业与商场签订联营合同，双方约定的商场所收取款项占代收零售款的比例
代工厂、代工厂商、加工厂商、代加工厂商	指	第三方服装厂商，其拥有一定的服装加工能力或者虽无直接生产能力，但拥有较好的成衣加工资源，公司向其提出生产需求后，其按相关设计、工艺、质量、时间等要求组织成衣生产
包工包料	指	公司向第三方厂商提供样衣版式、工艺说明、品质要求等，委托其按照公司要求采购面辅料并加工的生产方式
大货	指	服饰产品或面料的样板确定后，将大批量投入生产的产品
面料	指	服装制作的主要材料，包括棉型织物、麻型织物、丝型织物、毛型织物和化纤织物等
辅料	指	除面料以外用于服装生产的其他材料，包括衬布、里料、拉链、钮扣、金属扣件、线带等
JIT 模式	指	准时制生产方式 (Just In Time 简称 JIT)，又被称为“精益生产”，是追求一种无库存，或库存达到最小的生产模式；本文中特指的唯品会等电商的一种发货模式
SKU	指	Stock Keeping Unit，每种产品均对应唯一的 SKU 号，故也称为单品。对一种商品而言，当其品牌、型号、配置、等级、花色、包装容量、单位、保质期、用途、价格、产地等属性与其他商品存在不同时，可称为一个单品
ERP	指	Enterprise Resource Planning，企业资源规划。通过信息系统对信息进行充分整理、有效传递，使企业的资源在购、存、产、销、人、财、物等各个方面能够得到合理地配置与利用，从而实现企业经营效率的提高
SAP	指	一家全球知名的软件开发公司，又是该企业 ERP 等软件产品的品牌名称

注：本招股说明书所引用数据，如合计数与各分项数直接相加之和存在差异，或小数点后尾数与原始数据存在差异，可能系由精确位数不同或四舍五入形成。



## 第二节 概览

本概览仅对招股说明书全文做扼要提示。投资者作出投资决策前，应认真阅读招股说明书全文。

### 一、发行人概况

#### (一) 发行人基本情况

公司名称：北京嘉曼服饰股份有限公司

注册资本：8,100.00 万元人民币

法定代表人：曹胜奎

住所：北京市石景山区石景山路 31 号院盛景国际广场 2 号楼 1301

经营范围：生产服装、服饰、帽子、头饰；销售服装服饰、针织品、纺织品、儿童用品、文化体育用品、日用品、计算机软硬件、建筑材料、五金交电、家居装饰；货物进出口、技术进出口、代理进出口；经济信息咨询（不含投资咨询）；财务咨询（不得开展审计、验资、查账、评估、会计咨询、代理记账等需经专项审批的业务，不得出具相应的审计报告、验资报告、查账报告、评估报告等文字材料）。（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）

#### (二) 业务概况

公司是一家经营中高端童装业务的企业，主要从事童装的研发设计、供应链管理、运营推广、直营及加盟销售等核心业务。公司产品涉及 0-16 岁（主要为 2-14 岁）的男女儿童服装及内衣袜子等相关附属产品，公司业务涵盖童装设计、采购到销售的各个主要环节。截至 2018 年 6 月末，公司已在全国开设有 758 家门店，其中直营店 324 家，加盟店 434 家；同时，公司通过唯品会、天猫、京东等电子商务平台建立了线上直营销销售渠道。公司采用多品牌运营策略，产品包括

自有品牌、授权经营品牌、国际零售代理品牌等三类，共计 24 个品牌，凭借各品牌自有特色在各个细分市场中满足不同类型消费者的需求，培养有品牌忠诚度的客户群体。

公司旗下的自有品牌“水孩儿”创立于 1995 年，是国内较早一批专业化童装品牌。“水孩儿”自创立以来以良好的品质赢得了市场口碑，根据中国服装协会评比结果，公司“水孩儿”品牌自 2010 年起连续三届位列中国十大童装品牌。根据中国商业联合会与中华全国商业信息中心出具的《全国大型零售企业暨消费品市场 2017 年度监测报告》结果显示，在 2017 年中国大童童装市场子类别中（国内品牌且不含运动童装品牌），“水孩儿”的市场综合占有率排名第六。公司从 2005 年开始经营国际童装品牌零售业务，截止至 2018 年 6 月 30 日，公司经营的国际童装品牌已经发展到二十一个，覆盖了品牌号召力较强的“KENZO KIDS”、“YOUNG VERSACE”、“FENDI”、“Chloé”、“ARMANI JUNIOR”和“HUGO BOSS”等国际一二线品牌。另外，除开设进口单品牌店铺外，公司根据高端童装行业的特点，在国内尝试童装多品牌集合店销售模式，创立了“bebelux”国际高端童装精品集合店，将不同品牌、不同风格的国际精品童装集中呈现在消费者面前。

为进一步覆盖中高档次的消费市场，经过考察和论证，公司获得暇步士童装和哈吉斯童装品牌在中国大陆地区（不包括港澳台）的合法独家授权，公司独立进行上述品牌童装的设计、生产、宣传和销售，上述两个童装品牌经公司推广进入中国市场以来取得了良好的销售业绩，已成为公司重要的业务组成部分和新的利润增长点。

公司对旗下三类品牌实行差异化发展战略，品牌定位清晰、鲜明，满足了日益细分的市场多元化的需求。同时，公司的品牌涵盖了成熟品牌、发展品牌、初创品牌三个梯度，保证公司具备持续的滚动式发展潜力。

除此之外，公司还十分重视互联网销售，自 2013 年开始，公司积极发展互联网电子商务业务，2015 年到 2018 年 6 月，电商营业收入分别为 2,413.81 万元、7,954.75 万元、17,232.06 万元和 12,463.42 万元，电商渠道的业务收入占比从 6.27%上升到 37.83%，电商已成为公司重要的销售渠道之一。

截至本招股说明书签署日,通过多品牌差异化发展和线上线下渠道并行发展的战略,公司产品已分别对应中端、中高端和高端品牌童装市场,形成了对童装市场多维度、深层次的渗透。

## 二、发行人的股本结构及控股股东、实际控制人概况

### (一) 发行人的股本结构

序号	股东名称	股份数(股)	持股比例
1	曹胜奎	23,548,446	29.07%
2	刘激	23,027,242	28.43%
3	刘林贵	13,307,339	16.43%
4	马丽娟	6,653,670	8.21%
5	重庆麒厚	4,870,783	6.01%
6	深圳架桥	4,455,000	5.50%
7	力元正通	2,721,573	3.36%
8	天津架桥	2,415,947	2.98%
	合计	<b>81,000,000</b>	<b>100.00%</b>

### (二) 发行人的控股股东、实际控制人

本公司实际控制人为曹胜奎、刘激、刘林贵和马丽娟四人,其中曹胜奎与刘林贵系夫妻关系,曹胜奎与刘激系父子关系,刘林贵与刘激系母子关系,刘激与马丽娟系夫妻关系。曹胜奎,刘激、刘林贵和马丽娟四人合计直接持有公司股份66,536,697股,占发行前公司股份总额的82.14%;刘激系公司股东力元正通的执行事务合伙人、普通合伙人,实际控制力元正通持有的公司3.36%股份的表决权。因此,曹胜奎等四人合计控制嘉曼服饰85.50%股份的表决权。

2015年6月1日,刘激、曹胜奎、刘林贵和马丽娟四人签署《一致行动协议》,确定四方自2014年1月1日起历次股东会/股东大会、董事会相关事项的表决上均保持了一致;同时约定董事会/股东大会召开前,四方或四方中的任何相关方应就董事会/股东大会拟进行表决的议案进行充分沟通协商,就行使何种表决权达成一致意见,并按照该一致意见在董事会/股东大会上对该等议案行使表决权。如果经充分沟通协商,不能达成一致意见,四方或四方中的任何相关方

均应按照刘激意见行使表决权。该协议自签署之日起生效，并在发行人成功上市后三年内持续有效。

### 三、主要财务数据

#### (一) 合并资产负债表主要数据

单位：元

项 目	2018年 6月30日	2017年 12月31日	2016年 12月31日	2015年 12月31日
流动资产	387,896,668.61	419,676,665.73	322,060,091.15	292,841,249.38
非流动资产	98,410,799.65	100,458,567.42	87,704,708.04	71,741,237.57
资产合计	486,307,468.26	520,135,233.15	409,764,799.19	364,582,486.95
流动负债	137,595,318.78	210,288,504.99	154,776,695.40	146,699,592.37
非流动负债		241,066.12	-	-
负债合计	137,595,318.78	210,529,571.11	154,776,695.40	146,699,592.37
归属于母公司所有者权 益	348,712,149.48	309,605,662.04	254,988,103.79	217,882,894.58
所有者权益合计	348,712,149.48	309,605,662.04	254,988,103.79	217,882,894.58

#### (二) 合并利润表主要数据

单位：元

项 目	2018年1-6月	2017年	2016年	2015年
营业收入	329,486,336.63	548,448,784.04	402,391,483.14	385,213,666.15
营业利润	51,998,751.72	72,874,263.38	42,863,464.75	39,437,370.13
利润总额	52,019,065.61	72,550,237.15	49,622,251.84	41,892,075.76
净利润	39,106,487.44	54,617,558.25	37,105,209.21	30,988,045.62
归属于母公司所有者的 净利润	39,106,487.44	54,617,558.25	37,105,209.21	30,988,045.62
扣除非经常损益后归 属于母公司所有者的 净利润	36,442,217.06	46,558,602.04	32,035,119.68	28,993,419.93

#### (三) 合并现金流量表主要数据

单位：元

项 目	2018年1-6月	2017年	2016年	2015年
经营活动产生的现金流 量净额	58,194,625.74	42,475,679.81	31,581,765.15	27,269,702.05
投资活动产生的现金流	-30,268,489.94	-21,118,967.60	-13,956,625.60	-3,025,759.68

项 目	2018年1-6月	2017年	2016年	2015年
量净额				
筹资活动产生的现金流量净额	-31,496,359.88	-5,218,927.45	-9,049,255.57	-35,891,205.04
现金及现金等价物净增加额	-3,595,715.78	16,141,136.33	8,580,242.22	-11,644,739.90

## (四) 主要财务指标

财务指标	2018年1-6月 /2018年6月30日	2017年/2017年 12月31日	2016年/2016年 12月31日	2015年/2015年 12月31日
流动比率(倍)	2.82	2.00	2.08	2.00
速动比率(倍)	1.25	0.82	0.68	0.70
资产负债率(%)	合并	28.29	40.48	37.77
	母公司	68.59	72.36	70.39
应收账款周转率(次)	5.94	10.08	9.02	9.86
存货周转率(次)	0.66	1.11	0.93	1.01
每股净资产(元)	4.31	3.82	3.15	2.69
每股经营活动现金流量净额 (元/股)	0.72	0.52	0.39	0.34
每股净现金流量(元/股)	-0.04	0.20	0.11	-0.14
息税折旧摊销前利润(万元)	6,039.08	8,666.01	6,426.39	5,838.48
利息保障倍数(倍)	78.95	38.40	17.05	10.22
无形资产占净资产的比例(%)	0.14	0.18	0.04	0.11
扣除非经常性损益前、归属于公司普通股股东的每股收益(元)	基本每股	0.48	0.67	0.46
	稀释每股	0.48	0.67	0.46
扣除非经常性损益前、归属于公司普通股股东的加权平均净资产收益率(%)	11.88	19.35	15.69	15.31
扣除非经常性损益后、归属于公司普通股股东的每股收益(元)	基本每股	0.45	0.57	0.40
	稀释每股	0.45	0.57	0.40
扣除非经常性损益后、归属于公司普通股股东的加权平均净资产收益率(%)	11.07	16.49	13.55	14.33
扣除非经常性损益后、归属于母公司所有者的净利润(万元)	3,644.22	4,655.86	3,203.51	2,899.34

#### 四、本次发行概况

股票种类	人民币普通股（A股）
每股面值	人民币 1.00 元
发行数量	2,700 万股，本次发行股份均为新股发行，不进行老股转让
发行价格	【】元/股（由发行人和主承销商根据向询价对象的询价结果确定）
发行方式	采用网下向询价对象配售和网上向公众投资者定价发行相结合的方式，或采用中国证监会核准的其他发行方式
发行对象	符合国家法律法规和监管机构规定条件的询价对象和已开立深圳证券交易所股票交易账号的境内自然人、法人等投资者（国家法律、法规和规范性文件禁止购买者除外）
承销方式	余额包销
拟上市证券交易所	深圳证券交易所
保荐人（主承销商）	华英证券有限责任公司

#### 五、募集资金运用

本次发行募集资金扣除发行费用后，公司将按轻重缓急投资于以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	项目总投资	运用募集资金投资	备案	环保备案
1	营销体系建设项目	10,501.00	10,501.00	-	2017110107000 00382
2	电商运营中心建设项目	13,352.00	13,352.00	京石景山发改 (备) (2017) 24 号	2017110107000 00381
3	企业管理信息化项目	2,334.00	2,334.00	-	2017110107000 00383
4	补充流动资金	2,563.00	2,563.00	-	-
	<b>合计</b>	<b>28,750.00</b>	<b>28,750.00</b>	-	-

注：营销体系建设项目和企业管理信息化项目不属于固定资产投资建设项目，不在固定资产投资项目备案办理范围。

在本次公开发行股票募集资金到位前，公司将根据项目进度的实际情况，以自有资金或负债方式筹集资金，先行投入。本次公开发行股票募集资金到位后，再予以置换。如本次发行的实际募集资金量少于计划使用量，公司将通过自有资金或银行贷款等方式解决。如所筹资金超过预计募集资金数额的，公司将根据届时有效的中国证监会、深圳证券交易所等主管部门的相关规定，召开董事会、股东大会审议相关资金在运用和管理上的安排。

### 第三节 本次发行概况

#### 一、本次发行的基本情况

(一) 股票种类:	人民币普通股 (A 股);
(二) 每股面值:	人民币 1.00 元;
(三) 发行股数:	公司首次公开发行股票的数量不超过 2,700 万股, 按本次发行上限计算, 本次发行股份占发行后总股本的比例不低于 25%。本次发行股份全部为新股, 原股东不公开发售老股;
(四) 发行价格:	【】元/股 (由发行人和主承销商根据向询价对象的询价结果确定);
(五) 发行市盈率:	【】倍 (按发行价格除以每股收益计算, 每股收益按照经审计的扣除非经常性损益前后孰低的净利润除以本次发行后的总股本计算);
(六) 发行前每股净资产:	【】元 (按截至【】年【】月【】日经审计的净资产除以本次发行前总股本计算);
(七) 发行后每股净资产:	【】元 (根据本次发行后归属于本公司股东的权益除以发行后总股本计算);
(八) 市净率:	【】倍 (根据发行价格除以发行后每股净资产确定);
(九) 发行方式:	采用网下向询价对象配售和网上向公众投资者定价发行相结合的方式, 或采用中国证监会核准的其他发行方式。
(十) 发行对象:	符合资格的询价对象和在深圳证券交易所开户的境内自然人、法人等投资者 (国家法律、法规禁止购买者除外);
(十一) 承销方式:	余额包销;
(十二) 预计募集资金:	本次发行预计募集资金总额【】万元; 扣除发行费用后, 募集资金净额【】万元
(十三) 发行费用概算:	本次发行费用总计【】万元; 其中: 保荐费及承销费用【】万元, 审计及验资费用【】万元, 律师费用【】万元, 信息披露及其他费用【】万元。

#### 二、与发行有关的机构和人员

##### (一) 发行人: 北京嘉曼服饰股份有限公司

法定代表人: 曹胜奎

住所: 北京市石景山区石景山路 31 号院盛景国际广场 2 号楼 1301

电话: 010-68149755

传真: 010-68149756

联系人: 程琳娜

**(二) 保荐机构（主承销商）：华英证券有限责任公司**

法定代表人：姚志勇

住所：无锡市滨湖区金融一街 10 号国联金融中心 5 层 03、04 及 05 部分

联系地址：北京市朝阳区建国门外大街 8 号国际财源中心 A 栋 10 楼  
1002-1003 室

电话：010-58113000

传真：010-58113091

保荐代表人：宋卓、吴春玲

项目协办人：李伟（已于 2018 年 8 月离职）

项目组成员：宋驰、曹宁、党子扬、邱永升，张韵

**(三) 律师事务所：北京市中伦律师事务所**

负责人：张学兵

住所：北京市朝阳区建国门外大街甲 6 号 SK 大厦 31、33、36、37 层

电话：010-59572288

传真：010-65681838

经办律师：陈益文、彭林

**(四) 会计师事务所：立信会计师事务所（特殊普通合伙）**

负责人：朱建弟

住所：上海市黄浦区南京东路 61 号四楼

电话：021-63391166

传真：021-63392558

经办注册会计师：冯万奇、李福兴

**(五) 资产评估机构：北京国融兴华资产评估有限责任公司**

法定代表人：赵向阳

住所：北京市西城区裕民路 18 号北环中心 25 层

电话：010-51667811

传真：010-82253743



经办资产评估师：温印升、王全喜

**(六) 股票登记机构：中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司**

住所：广东省深圳市福田区深南大道 2012 号深圳证券交易所广场 22-28 楼

联系电话：0755-21899999

传真：0755-21899000

**(七) 收款银行：上海浦东发展银行股份有限公司**

户名：华英证券有限责任公司

账号：840101534000000013

开户行：浦发银行无锡分行营业部

**(八) 拟上市证券交易所：深圳证券交易所**

住所：广东省深圳市福田区深南大道 2012 号

电话：0755-88668888

传真：0755-82083104

### **三、发行人与本次发行有关中介机构的关系**

发行人与本次发行有关的中介机构及其负责人、高级管理人员、经办人员之间不存在任何直接或间接的股权关系或其他权益关系。

### **四、本次发行的有关重要日期**

开始询价推介日期：【】年【】月【】日-【】年【】月【】日

刊登定价公告日期：【】年【】月【】日

申购日期：【】年【】月【】日

缴款日期：【】年【】月【】日

股票上市日期：【】年【】月【】日

## 第四节 风险因素

投资者应谨慎考虑本招股说明书提供的所有资料,特别是本节列示的各项风险因素。以下风险因素按照重要性原则排序,可能直接或间接对公司生产经营状况、财务状况和持续盈利能力产生重大不利影响。

### 一、存货比重较大及其跌价的风险

截至2015年12月31日、2016年12月31日、2017年12月31日和2018年6月30日,公司存货账面价值分别为1.91亿元、2.16亿元、2.47亿元和2.16亿元,占当期总资产的比例分别为52.30%、52.79%、47.48%和44.50%,占比较高。

虽然公司的存货规模与公司的经营模式、销售规模增长相适应,且已按照企业会计准则的规定,结合公司实际情况计提了相应的存货跌价准备,但若在以后的经营年度中,因市场环境发生变化或竞争加剧导致存货跌价增加或存货变现困难,将导致公司运营效率的降低,对公司的经营业绩造成不利影响。

### 二、品牌授权风险

报告期内,公司持有暇步士童装和哈吉斯童装两个授权品牌,授权品牌经营作为公司业务增长的亮点之一,最近几年收入增长迅速。其中暇步士童装品牌授权期限为自2013年8月1日至2022年12月31日,哈吉斯童装品牌授权期限为自2015年6月1日至2020年12月31日,在上述授权期限内,公司在中国境内(不包括港澳台)拥有独家授权。尽管如此,公司并不拥有在中国境内注册的以上两个品牌的商标所有权,如果授权方与被授权方在合作中发生纠纷或者公司授权品牌在授权期限到期后不能够续签,将对公司经营业绩造成不利影响。

### 三、产品生产依赖外包生产的风险

公司本身不进行生产,公司自有品牌“水孩儿”、授权经营品牌“暇步士”、“哈吉斯”的产品主要采取向国内代工厂商直接采购成衣的方式,因此代工厂商的生产组织能力、管理水平及质量控制直接影响了公司产品的质量,交货时间等,

虽然公司建立了严格的供应商筛选制度和质量控制制度对代工厂商进行约束,但如果代工厂商交付的产品出现产品质量不符合公司要求、交货期延迟等情况时,会造成公司应季商品不能及时供应等情况,给公司的经营带来一定的风险。

#### 四、国际零售代理业务缺乏长期合作协议的风险

2015年、2016年、2017年和2018年1-6月,国际零售代理业务收入占公司主营业务收入的比重分别为39.48%、37.02%、28.60%和25.48%,截至2018年6月30日,公司的国际零售代理业务主要为“ARMANI JUNIOR”、“KENZO KIDS”、“Catimini”、“YOUNG VERSACE”等二十一个国际品牌的零售代理销售。公司主要通过参加上述品牌方的展会、订购会的方式与品牌方进行接洽,通过品牌方提供的样衣或款式图下订单采购货品。公司作为上述国际品牌商的零售代理渠道商,与其形成了多年的合作伙伴关系,在与上述品牌方合作期间,公司采取“自主采购、以销定购”的原则,同时由于上述品牌均为国际品牌,为保持公司采购的自主性并遵循品牌方的国际购销惯例,公司未与上述品牌方签署长期合作协议,也并未与品牌方达成锁定每年的交易量、价格、品类等相关约定。但若在以后的经营年度中,公司与上述品牌的合作关系发生重大不利变化,包括减少交易量、终止合作等事项,将可能对公司的经营业绩造成不利影响。

#### 五、线上销售渠道集中风险

公司坚持多层次、多品牌运营策略,采取线下线上同步发展的营销模式。在线上销售方面,公司通过唯品会、天猫、京东等电子商务平台建立了线上直销售渠道,2015年、2016年、2017年和2018年1-6月,公司通过唯品会、天猫和京东合计实现销售收入占线上销售收入的比例分别为94.48%、96.94%、97.42%和96.24%,线上销售渠道较为集中。若该等三家电子商务平台大幅改变其业务模式、政策、制度等,可能对公司线上销售产品的规模和盈利水平产生重大不利影响。此外若公司未能与该等三家电子商务平台维持良好的合作关系,将可能面临失去重要的线上销售渠道的风险,进而对本公司业务、财务状况和经营业绩造成不利影响。

## 六、童装行业竞争日益加剧风险

随着童装业的产业结构与竞争格局的快速变革，童装市场品牌化、规模化、集约化趋势愈加明显，童装行业的竞争将越来越激烈。除此之外，由于近年来童装行业的迅速发展，众多成人装品牌也开始将产品延伸到童装领域，进一步加剧了我国童装市场的竞争。因此，如果公司不能通过进一步提升品牌影响力等手段巩固和扩大现有市场份额，将面临在激烈的市场竞争中被淘汰或市场规模越来越小的风险。

## 七、应收账款信用风险

截至 2015 年 12 月 31 日、2016 年 12 月 31 日、2017 年 12 月 31 日和 2018 年 6 月 30 日，公司应收账款账面价值分别为 4,047.52 万元、4,869.96 万元、6,011.87 万元和 5,085.22 万元，占同期末流动资产的比重分别为 13.82%、15.12%、14.33% 和 13.11%，占同期营业收入的比重分别为 10.51%、12.10%、10.96% 和 15.43%。

尽管公司应收账款的主要对手方客户为大中型商场、知名电商平台和业务合作稳定的加盟商，客户信用情况总体良好，但报告期内存在个别客户因拖欠款项并被公司提起诉讼情况。如果公司未来不能有效管理应收账款的账期和催收工作，仍存在部分货款不能及时收回的风险，将对公司的经营性现金流、利润构成不利影响，从而对公司经营带来一定风险。

## 八、加盟业务风险

公司主要采用直营与加盟相结合的销售模式。2015 年、2016 年、2017 年和 2018 年 1-6 月，公司主营业务收入中加盟模式的收入占比分别为 32.87%、22.55%、20.79% 和 15.86%。加盟商模式虽然有助于公司营销网络的扩张，可以分担公司的投资风险，但如果公司加盟商因自身经营管理等因素导致业绩波动较大等问题，将对公司的经营业绩以及公司的品牌声誉造成不利影响。

## 九、国内宏观经济增速放缓风险

随着我国经济发展新常态的到来，经济增长较以前有所放缓，消费者消费预

期也出现下降。由于服饰类产品受宏观经济波动的影响较大，宏观经济放缓有可能降低我国居民对服饰消费的市场需求量，虽然相对成人装童装受经济波动的影响相对较小，但是如果经济持续放缓也会在一定程度上制约童装行业的整体发展，上述情况的出现会直接影响公司的经营业绩与财务状况，给公司造成不利影响。

## 十、线下销售渠道依赖百货商场风险

公司线下直营渠道分为直营联营（百货商场联营）和直营自营两大类。截至2018年6月30日，公司线下门店数量为758家，其中直营联营店302家，占线下门店总数的39.84%。由于我国百货商场联营店的合同期限相对较短，且各百货商场会根据各品牌的销售业绩不定时对入驻品牌进行调整，因此如果公司直营联营门店合同到期后不能续约或受百货商场对入驻品牌进行调整优化等情况出现时，公司将承担店铺暂停营业、重新装修等额外成本，对公司的产品销售产生不利影响。

## 十一、产品质量风险

童装产品属于日常生活消费品，其产品质量广受社会群众及政府主管部门的关注。根据适用的中国法律，公司对所售产品缺陷或质量问题承担责任。如果公司质量控制制度不能够得到可靠执行、产品品质控制各环节出现差错或产品出现原材料不符合国家质量标准等问题，公司将面临产品责任索赔、国家相关部门行政处罚等风险，这将直接影响公司的经营业绩，给公司的财务状况造成不利影响。

## 十二、自有品牌被侵犯知识产权风险

根据中国服装协会评比结果，公司“水孩儿”品牌自2010年起连续三届（每三年一届）位列中国十大童装品牌，在市场上拥有较高的知名度和美誉度，由于公司所在的童装行业技术门槛相对较低，产品比较直观，因此在新产品面市后有可能存在被他人仿制、仿冒从而影响公司品牌形象和公司利益的情况。如果公司未能及时发现并制止这些侵权行为，则公司的品牌声誉、经营业绩等将可能会受到不利影响。

### 十三、人力资源风险

随着国内童装行业的迅速发展，高端管理人员日益短缺。另外，随着公司经营规模的逐步扩大，也需要更多的具备大量相关知识和经验的研发设计、营销等方面的人才，若公司不能保持现有管理团队的稳定，并招聘到公司所需的优秀人才，将会对公司的正常运营和长远发展产生不利影响。

同时，由于品牌童装涉及商品企划、设计研发、供应链管理和品牌营销等各个环节，需要众多领域的专业人才，随着行业竞争的加快，专业化人才已成为企业竞相网罗的对象，如果公司核心管理与技术人员出现流失，将可能影响公司的正常经营与发展，对公司的经营业绩产生不利影响。

### 十四、多品牌运营风险

公司的多品牌运营模式对各管理团队的专业度提出了更高的要求，不同定位、不同风格、不同模式的品牌需要相应的专业人员操作，选择多品牌战略的公司必须在人力资源和团队建设方面给予更多的投入。虽然多品牌运营在销售终端、运营支持等方面具有降低费用的效果，但是在品牌管理层面却会产生额外的支出，如果公司未来管理能力不能够随着规模的扩大持续提高，有可能出现管理不善的风险，这将直接影响公司的经营业绩，给公司的财务状况造成不利影响。

### 十五、物流外包风险

目前，公司所有产品的运输都是通过第三方物流企业完成。物流外包可能因为承包方的履约不力（比如装卸失职、货物丢失，货物损坏、延迟等）或不可抗力而影响整体供货情况。虽然公司为物流环节所有货物实施了全额投保，最大限度减小货物灭损可能带来的损失，但上述事件的发生仍可能影响公司的信誉，并给公司带来一定的经营风险。

### 十六、募集资金运用不能取得预期收益风险

本次募集资金将投资于营销体系建设项目、电商运营中心建设项目和企业管

为 23,853.00 万元，占本次募集资金项目投资总额的 82.97%。虽然根据募集资金投资项目预测效益数据，项目投产后新增利润总额可以弥补新增折旧费用总额，项目完全达产后，新增利润总额远大于新增折旧费用总额，但是由于募集资金投资项目产生经济效益需要一定的时间，其产生的实际收益可能不及预期收益，因此如果募集资金运用不能取得预期收益将可能对公司的经营业绩产生一定的影响。

## 十七、净资产收益率下降的风险

2015 年度、2016 年度、2017 年度和 2018 年 1-6 月，公司扣除非经常性损益后加权平均净资产收益率分别为 14.33%、13.55%、16.49%和 11.07%。本次发行完成后，公司净资产将出现较大幅度增长，由于募集资金投资项目需要一定的建设期和达产期，产生预期收益需要一定时间，公司净利润的增长短期内不能与净资产增长保持同步，因此公司面临本次发行完成后净资产收益率大幅下降的风险。

## 十八、控股股东和实际控制人控制风险

公司的控股股东及实际控制人为曹胜奎、刘激、刘林贵和马丽娟四人，直接和间接控制公司合计 85.50%的股份。本次发行后，曹胜奎、刘激、刘林贵和马丽娟四人直接和间接控制股份比例将下降至 64.13%，仍将保持对公司发展战略、经营决策、人事安排、利润分配、关联交易和对外投资等重大事项施加控制或重大影响的能力。实际控制人有可能利用其对公司的控股地位，通过行使表决权对公司经营决策、投资方向、人事安排等进行不当控制从而损害本公司及其他股东利益。

## 十九、销售区域集中的风险

2015 年、2016 年、2017 年和 2018 年 1-6 月，公司线下业务第一大销售区域华北地区的销售收入占主营业务收入的比重分别为 50.18%、43.68%、37.91%和 32.83%，占比较高，虽然华北地区的销售收入比重呈逐年下降趋势，但该地区的经营情况仍对公司营业收入产生重要影响，因此，如华北地区市场环境发生不利

变化，将对公司业绩带来不利影响。

## 二十、现金交易的风险

公司发生现金销售的环节主要是直营店面向个人消费者，因个人消费习惯导致的现金支付；部分加盟商以现金支付金额较小尾款；少量加盟商为非法人客户，习惯现金支付货款。

公司发生现金采购主要是在形象用品、包装材料等低值易耗品的零星采购环节；通常情况下公司有较为固定的供应商，临时采购或者补充采购时，因为量小等原因会向规模较小的企业进行采购，应个别供应商要求以现金支付货款。

现金交易可能会对发行人财务核算的准确性合规性产生不利影响。



## 第五节 发行人基本情况

### 一、发行人基本情况

- (一) 中文名称：北京嘉曼服饰股份有限公司
- (二) 英文名称：Beijing Jiaman Dress Co.,Ltd
- (三) 注册资本：人民币 8,100 万元
- (四) 法定代表人：曹胜奎
- (五) 有限公司成立日期：1992 年 9 月 16 日
- (六) 整体变更为股份公司日期：2015 年 5 月 22 日
- (七) 住所：北京市石景山区石景山路 31 号院盛景国际广场 2 号楼 1301
- (八) 邮政编码：100043
- (九) 联系电话：010-68149755
- (十) 传真号码：010-68149756
- (十一) 公司网址：<http://www.shuihaier.com>
- (十二) 电子信箱：[investor@jmdress.com](mailto:investor@jmdress.com)

### 二、发行人改制重组情况

#### (一) 发行人的设立方式

公司是由嘉曼有限采用整体变更方式设立的股份有限公司。2015 年 4 月 30 日，嘉曼有限召开股东会，同意将嘉曼有限整体变更为股份有限公司。根据立信出具的信会师报字[2015]第 250169 号《审计报告》，以截至 2014 年 12 月 31 日嘉曼有限母公司财务报表的净资产为基础，确定股份公司的总股本为 8,100 万股，每股面值人民币 1.00 元。2015 年 5 月 22 日，嘉曼服饰在北京市工商行政管理局石景山分局完成工商变更登记。

## (二) 发起人情况

股份公司设立时，公司发起人及持股情况如下：

序号	股东姓名/名称	持股数量(股)	持股比例
1	曹胜奎	23,548,446	29.07%
2	刘激	23,027,242	28.43%
3	刘林贵	13,307,339	16.43%
4	重庆麒厚	9,325,783	11.51%
5	马丽娟	6,653,670	8.21%
6	力元正通	2,721,573	3.36%
7	天津架桥	2,415,947	2.98%
	合计	<b>81,000,000</b>	<b>100.00%</b>

主要发起人的具体情况参见本节之“七、发起人、持有发行人5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”之“(一)发起人基本情况”相关内容。

### (三) 在改制设立前，主要发起人拥有的主要资产和实际从事的主要业务

公司持股5%以上发起人为曹胜奎、刘林贵、刘激、重庆麒厚、马丽娟。

公司改制设立股份公司前，曹胜奎除持有嘉曼有限29.07%的股权外，还持有公司股东力元正通16.73%的出资额，持有嘉宜园40.14%的股权；刘激除持有嘉曼有限28.43%的股权外，还持有力元正通7.74%的出资额；刘林贵除持有嘉曼有限16.43%的股权外，还持有嘉宜园44.90%的股权；马丽娟除持有嘉曼有限8.21%的股权外，还持有瑞辉商贸100%的股权。

曹胜奎、刘林贵、刘激、马丽娟从事的主要业务为对嘉曼有限的经营管理，重庆麒厚的经营范围为：股权投资；利用企业自有资金对外进行投资；企业项目投资咨询（不含证券和期货）、商务信息咨询、企业营销策划、企业管理咨询。

### (四) 发行人成立时拥有的主要资产和实际从事的主要业务

公司是由嘉曼有限整体变更设立，在改制设立时整体承继嘉曼有限的全部资产和负债及相关业务，主要从事童装的研发设计、供应链管理、运营推广、直营及加盟销售等核心业务。

公司拥有的主要资产和实际从事的主要业务在本公司改制设立前后均未发生变化。

#### **(五) 发行人成立之后，主要发起人拥有的主要资产和实际从事的主要业务**

公司成立后，公司持股 5%以上的发起人曹胜奎、刘林贵、刘激、重庆麒厚、马丽娟所拥有的主要资产和实际从事的主要业务均未发生重大变化。

#### **(六) 改制前原企业的业务流程、改制后发行人的业务流程，以及原企业和发行人业务流程间的联系**

公司系由有限公司整体变更设立的股份有限公司，改制前后公司的业务流程没有发生变化，具体的业务流程详见本招股说明书“第六节 业务与技术”之“四、公司主营业务情况”之“(三) 公司主要业务模式”相关内容。

#### **(七) 发行人成立以来，在生产经营方面与主要发起人的关联关系及演变情况**

公司自改制设立以来独立开展各项业务，但与主要发起人及其控制的其他企业之间仍存在一定的关联交易，具体情况参见本招股说明书“第七节 同业竞争与关联交易”。

#### **(八) 发行人出资资产的产权变更手续办理情况**

公司系由嘉曼有限整体变更设立的股份有限公司，嘉曼有限的所有资产、负债均由公司承继。由于嘉曼有限整体变更设立后更名为“北京嘉曼服饰股份有限公司”，公司注册商标、专利、著作权、运输设备等主要资产需办理变更手续。截至本招股说明书签署日，相关资产的产权变更或过户手续均已办理完毕。

### **三、发行人设立以来股本的形成及其变化和重大资产重组情况**

#### **(一) 发行人股本结构的形成及变化**

##### **1、1992 年 9 月，嘉曼有限设立**

1992 年 9 月 3 日，北京市对外经济贸易委员会出具《关于成立外资企业“北

京嘉曼服饰有限公司”的批复》，同意嘉曼有限在北京市石景山区成立，投资总额为 15.00 万美元，注册资本为 15.00 万美元，经营范围为生产、销售服装服饰、帽子、头饰，经营期限为 10 年。

1992 年 9 月 8 日，北京市人民政府核发了《中华人民共和国外资企业批准证书》（外经贸京资字[1992]196 号），投资者为香港增旭，注册资本 15.00 万美元。

1992 年 9 月 16 日，嘉曼有限经国家工商行政管理局登记成立。嘉曼有限成立时的股权结构如下：

股东名称	出资额（万美元）	比例（%）
香港增旭 <sup>2</sup>	15.00	100.00
合计	<b>15.00</b>	<b>100.00</b>

1992 年 12 月 3 日，北京中洲会计师事务所出具中洲（92）发字第 1192 号《验资报告》，确认截至 1992 年 10 月 21 日嘉曼有限已收到出资 15.00 万美元，投资者认缴的投资额已按公司章程的规定如期缴足。

保荐机构、中伦律师认为：嘉曼有限的设立符合当时有效的外商投资等相关规定和审批程序。

## 2、2006 年 8 月，嘉曼有限第一次增资（注册资本增加至 60.00 万美元）

2006 年 7 月 20 日，嘉曼有限董事会作出决议，同意嘉曼有限增加注册资本至 60.00 万美元，新增出资额 45.00 万美元由新股东北京水孩儿工贸有限责任公司<sup>3</sup>认购。

2006 年 8 月 3 日，北京市商务局核发了《北京市商务局关于同意北京嘉曼服饰有限公司增加投资总额与注册资本及变更为中外合资企业的批复》（京商资字[2006]980 号），同意嘉曼有限投资总额与注册资本增加至 60.00 万美元，并变更为中外合资企业。

<sup>2</sup> 香港增旭于 1991 年 1 月 10 日在香港成立，曾于 2006 年 5 月 19 日从香港公司注册处被除名(已告解散)。除名时已发行股份 100 万股，股东为台湾籍自然人周清辉（持股 40%）、陈丽珠（持股 40%）、周舜浦（持股 20%）。2017 年 12 月 18 日，香港增旭在香港公司注册处恢复注册。因香港增旭及其股东未将香港增旭已解散的事项及时通知嘉曼有限，故嘉曼有限当时并未就所涉及的股东变更事项在中国境内办理有关的行政审批和工商变更登记手续。

<sup>3</sup>北京水孩儿工贸有限责任公司于 2015 年 5 月更名为水孩儿服饰，水孩儿服饰系公司全资子公司。

2006年8月7日,北京市人民政府核发了《中华人民共和国台港澳侨投资企业批准证书》(商外资京字[2005]20137号)。

2006年8月16日,北京中仁信会计师事务所出具中仁信验字(2006)第1243号《验资报告》,确认截至2006年8月15日,嘉曼有限已收到北京水孩儿工贸有限责任公司缴纳的出资累计人民币358.9225万元(以缴款当日2006年8月8日美元对人民币基准汇率1:7.974;2006年8月14日美元对人民币基准汇率1:7.9928),共计折合45.01万美元,出资方式全部为货币。

2006年8月,北京市工商行政管理局为嘉曼有限本次增资办理了工商登记变更。本次增资后股权结构如下:

序号	股东名称	出资额(万美元)	比例(%)
1	北京水孩儿工贸有限责任公司	45.00	75.00
2	香港增旭	15.00	25.00
	合计	60.00	100.00

### 3、2008年10月,嘉曼有限第二次增资(注册资本增加至120.00万美元)

2008年7月8日,嘉曼有限董事会作出决议,同意嘉曼有限注册资本由60.00万美元增加至120.00万美元,新增出资额60.00万美元由北京水孩儿工贸有限责任公司认购。

2008年8月28日,北京市商务局核发《北京市商务局关于北京嘉曼服饰有限公司修改公司章程的批复》(京商资字[2008]1341号),同意嘉曼有限投资总额和注册资本增加至120.00万美元。

2008年9月24日,北京市人民政府核发了《中华人民共和国台港澳侨投资企业批准证书》(商外资京字[2005]20137号)。

2008年9月27日,北京龙洲会计师事务所有限责任公司出具龙外验发字(2008)第003号《验资报告》,确认截至2008年9月26日,嘉曼有限收到北京水孩儿工贸有限责任公司缴纳的出资4,100,000.00元,按中国银行2008年9月26日美元兑人民币基准汇率1:6.8183折算601,323.00美元;其中实收注册资本600,000.00美元;1,323.00美元计入资本公积。出资方式全部为货币。

2008年10月,北京市工商行政管理局为嘉曼有限本次增资办理了工商变更登记。本次增资后股权结构如下:

序号	股东名称	出资额(万美元)	比例(%)
1	北京水孩儿工贸有限责任公司	105.00	87.50
2	香港增旭	15.00	12.50
	合计	<b>120.00</b>	<b>100.00</b>

#### 4、2009年6月,第一次股权转让

2009年6月15日,香港增旭与瑞辉商贸签订了《股权转让协议》,香港增旭将其持有的嘉曼有限15.00万美元出资额转让给瑞辉商贸。同日,嘉曼有限召开董事会审议通过本次股权转让。

2009年6月19日,北京市商务委员会核发《北京市商务委员会关于同意北京嘉曼服饰有限公司变更为内资企业的批复》(京商务资字[2009]326号),同意本次股权转让,嘉曼有限由中外合资企业变更为内资企业。

2009年6月,北京市工商行政管理局石景山分局为嘉曼有限本次股权转让办理了工商变更登记,本次股权转让后股权结构如下:

序号	股东名称	出资额(万元)	比例(%)
1	北京水孩儿工贸有限责任公司	767.93	90.22
2	瑞辉商贸	83.24	9.78 <sup>4</sup>
	合计	<b>851.17</b>	<b>100.00</b>

经核查,本次股权转让的出让方香港增旭已于2006年5月宣告解散,但香港增旭未及时将此事通知嘉曼有限导致嘉曼有限未及时办理股东变更。但鉴于:①香港增旭已于2017年12月18日恢复列入公司登记册,根据香港黄倩仪律师事务所于2018年2月2日出具的法律意见书,认为“……当公司恢复注册时,其效果是同时追溯在公司被解散日期至恢复注册日期间以该公司的名义或代表该公司作出的行为的有效性”;②北京市石景山区商务委员会已于2018年1月26日出具《北京嘉曼服饰有限公司审批情况证明》,确认香港增旭2006年解

<sup>4</sup> 注:当时的全体股东均同意,根据嘉曼有限设立时香港增旭的实缴资本(15.00万美元)出资时的人民币汇率折算并确定本次转让后各自出资比例,故出资比例由转让前的12.50%调整为转让后的9.78%。

散后嘉曼有限的工商变更登记相关审批合法有效,并确认“……我委在该公司存续期间未发现其有违法违规行为,不存在被商务部门行政处罚的情形。”综上,保荐机构认为,香港增旭在解散后未及时将此事项通知嘉曼有限导致嘉曼有限未及时办理股东变更的事项不影响公司目前的股权结构,不会构成本次发行上市的实质性法律障碍。

#### (1) 香港增旭的基本情况

香港增旭系于1991年1月10日根据香港公司条例合法设立且目前有效存续的私人股份有限公司,公司编号为296370,注册办事处地址是香港九龙观塘巧明街111号富利广场2103室,公司的经营宗旨包括经营进出口贸易及投资或持有其他公司的股份。香港增旭已发行股份为1,000,000股,每股1港元,其中:周清辉持有400,000股、陈丽珠持有400,000股、周舜浦持有200,000股。

香港增旭自设立以来的历次股本演变情况如下:

日期	股本变化	股东	持股量
1991年1月10日	成立日发行2股股份,每股面值1港元	SNATCH PRIZE LIMITED BOXING COMPANY LIMITED	1股 1股
1991年3月12日	创办成员出让全部股份及该公司增发999,998股股份,每股面值1港元	周清辉 CHOU Ching Hui 浦江 PO Kong 何复兴 HO Fu Hsin 黄珉贤 HUANG Ming Hsien	400,000股 200,000股 200,000股 200,000股
1992年4月6日	何复兴、黄珉贤及浦江转让所持股份予陈丽珠	陈丽珠 CHEN Li Chu 周清辉 CHOU Ching Hui	600,000股 400,000股
1997年11月18日	陈丽珠转让200,000股份予周舜浦	陈丽珠 CHEN Li Chu 周清辉 CHOU Ching Hui 周舜浦 CHOU Shun Pu	400,000股 400,000股 200,000股

根据香港黄倩仪律师事务所出具的法律意见书及周清辉、陈丽珠及周舜浦出具的书面确认,截至本招股说明书出具之日,香港增旭的现有股权结构为:周清辉持股40%、陈丽珠持股40%、周舜浦持股20%,以上三人均系同一家族成员,其中:周清辉和陈丽珠系配偶关系,周舜浦系周清辉和陈丽珠的子女。

#### (2) 香港增旭被除名的原因及法律效果

根据保荐机构和申伦律师对周清辉、陈丽珠及周舜浦访谈确认,因周清辉、陈丽珠及周舜浦家族当时的主要工作重心已转向房地产等相关业务,当时

并无专人负责香港增旭的日常管理，导致香港增旭因未按期进行周年申报而被香港公司注册处处长从公司登记册剔除。根据香港黄倩仪律师事务所出具的法律意见书，香港增旭上述被除名的情形依据香港公司条例等法律法规视为香港增旭已解散。

经核查，香港增旭被香港公司注册处除名后，嘉曼有限分别办理了 2006 年 8 月及 2008 年 10 月的两次增资及 2009 年 6 月的股权转让手续。

香港增旭已于 2017 年 12 月 18 日在公司注册处恢复注册，根据香港黄倩仪律师事务所于 2018 年 2 月 2 日出具的法律意见书，根据香港法律的规定，当香港增旭恢复注册后，其效果是同时追溯在该公司被解散日期至恢复注册日期期间以该公司的名义或代表该公司作出的行为的有效性。因此，香港增旭被香港公司注册处除名后，嘉曼有限分别办理的上述增资及股权转让行为应视作有效。

根据保荐机构对香港增旭的股东周清辉、陈丽珠及周舜浦的访谈确认，香港增旭同意将原所持有的嘉曼有限的股权转让给瑞辉商贸，上述相关方及香港增旭均已不再持有发行人的任何股权；截至招股说明书出具之日，香港增旭与嘉曼服饰（含其前身嘉曼有限）、水孩儿工贸及瑞辉商贸等相关方均不存在任何纠纷或潜在纠纷。

2018 年 1 月 26 日，北京市石景山区商务委员会出具的《北京嘉曼有限公司审批情况证明》确认，商务部门依照相关法规出具的历次审批文件目前依然合法有效。另外，北京市石景山区商务委员也确认在嘉曼有限作为外资公司存续期间未发现其有违法违规行为，亦不存在被商务部门行政处罚的情形。

另外，北京市工商行政管理局石景山分局已于 2018 年 10 月 23 日出具《证明》（石景山分局证字[2018]129 号）确认：“北京嘉曼服饰股份有限公司（注册号/统一社会信用代码）91110107102288949G 系我局登记注册的企业，成立于 1992 年 09 月 16 日，经查，该公司最近（1992 年 9 月 16 日至 2018 年 10 月 22 日）没有违反工商行政管理法律、法规受到我局行政处罚的案件记录

综上，鉴于嘉曼有限的上述增资及股权转让均已履行公司内部决策程序，



并经当时的外商投资主管部门批准和工商行政管理部门核准，且香港增旭原所持有的嘉曼有限的股权已依法变更至瑞辉商贸名下，截至本招股说明书出具之日，香港增旭与嘉曼服饰（含其前身嘉曼有限）、水孩儿服饰及瑞辉商贸均不存在任何纠纷或潜在纠纷，且外商投资主管部门也出具书面文件确认其对嘉曼有限的历次审批目前依然合法有效。

保荐机构、中伦律师认为：水孩儿工贸、瑞辉商贸取得的嘉曼有限的股权依然有效，嘉曼有限历史上的上述情形不影响发行人目前的股权结构，不会构成本次发行上市的实质性法律障碍。

(3) 2017年12月香港增旭恢复注册符合香港地区的相关规定，不影响发行人股权的稳定

经核查，香港增旭已于2017年12月18日在公司注册处恢复注册，根据香港黄倩仪律师事务所于2018年2月2日出具的法律意见书，香港公司注册处处长接受香港增旭公司董事和股东的申

依据现时香港公司条例以行政方式批准该公司恢复注册，符合香港2014年新公司条例的规定。

另外，根据香港黄倩仪律师事务所出具的法律意见书，当香港增旭恢复注册后，其效果是同时追溯在该公司被解散日期至恢复注册日期期间以该公司的名义或代表该公司作出的行为的有效性。因此，香港增旭被香港公司注册处除名后，嘉曼有限的上述增资及股权转让行为应视作有效。

根据保荐机构对香港增旭的股东周清辉、陈丽珠及周舜浦的访谈确认，香港增旭同意将原所持有的嘉曼有限的股权转让给瑞辉商贸，上述相关方及香港增旭均已不再持有发行人的任何股权；截至招股说明书出具之日，香港增旭与嘉曼服饰（含其前身嘉曼有限）、水孩儿工贸及瑞辉商贸均不存在任何纠纷或潜在纠纷。

2018年1月26日，北京市石景山区商务委员会出具的《北京嘉曼有限公司审批情况证明》确认，商务部门依照相关法规出具的历次审批文件目前依然合法有效。

北京市工商行政管理局石景山分局已于 2018 年 10 月 23 日出具《证明》(石景山分局证字[2018]129 号)确认发行人没有违反工商行政管理法律、法规受到我局行政处罚的情形。

综上,保荐机构、中伦律师认为:香港增旭恢复注册符合香港地区相关法律法规的规定,香港增旭恢复注册后,其除名期间作出同意上述增资及股权转让的行为依然有效;考虑到其已经外商投资部门的审批将持有的嘉曼有限股权转让给瑞辉商贸,截至目前香港增旭已不再持有发行人的任何股权,香港增旭的全体股东均对此予以确认,外商投资主管部门也出具书面文件确认其对嘉曼有限的历次审批目前依然合法有效,因此,该等情形不会影响发行人目前股权结构的稳定性。

#### 5、2010 年 1 月,嘉曼有限第三次增资(注册资本增加至 1,200.00 万元)

2010 年 1 月 18 日,嘉曼有限股东会作出决议,嘉曼有限注册资本由 851.17 万元增加到 1,200.00 万元,新增出资额 348.83 万元由新股东曹胜奎出资 348.83 万元认购。

2010 年 1 月 21 日,北京普洋会计师事务所出具普验[2010]042 号《验资报告》,确认截至 2010 年 1 月 20 日,嘉曼有限已收到曹胜奎缴纳的 348.83 万元货币出资。

2010 年 1 月,北京市工商行政管理局石景山分局为嘉曼有限本次增资办理了工商变更登记。本次增资后股权结构如下:

序号	股东名称	出资额(万元)	比例(%)
1	北京水孩儿工贸有限责任公司	767.93	63.99
2	曹胜奎	348.83	29.07
3	瑞辉商贸	83.24	6.94
	合计	1,200.00	100.00

#### 6、2010 年 12 月,第二次股权转让、第四次增资(注册资本增加至 1,700.00 万元)

2010 年 11 月 8 日,北京水孩儿工贸有限责任公司分别与曹胜奎、刘林贵、刘激签订了《股权转让协议》,北京水孩儿工贸有限责任公司将其持有的嘉曼有

限 201.17 万元出资额转让给曹胜奎、将其持有的 140.00 万元出资额转让给刘林贵，将其持有的 426.76 万元出资额转让给刘澍；瑞辉商贸与刘澍签订《股权转让协议》，瑞辉商贸将持有的嘉曼有限 83.24 万元出资额转让给刘澍。同日，嘉曼有限股东会作出决议，全体股东一致同意上述股权转让。

2010 年 11 月 11 日，嘉曼有限股东会作出决议，同意嘉曼有限注册资本由 1,200.00 万元增资至 1,700.00 万元，其中曹胜奎以人民币 300.00 万元认购 300.00 万元出资额，刘林贵以人民币 200.00 万元出资认购 200.00 万元出资额。

2010 年 11 月 12 日，北京普洋会计师事务所出具普验[2010]783 号《验资报告》，确认截至 2010 年 11 月 11 日，嘉曼有限已收到曹胜奎、刘林贵缴纳的 500.00 万元货币出资。

2010 年 12 月，北京市工商行政管理局石景山分局对嘉曼有限本次增资和股权转让进行了工商变更登记。本次股权转让及增资后股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	比例（%）
1	曹胜奎	850.00	50.00
2	刘澍	510.00	30.00
3	刘林贵	340.00	20.00
	合计	<b>1,700.00</b>	<b>100.00</b>

#### 7、2011 年 3 月，第五次增资（注册资本增加至 3,000.00 万元）

2011 年 3 月 16 日，嘉曼有限股东会作出决议，同意公司注册资本由人民币 1,700.00 万元增资至 3,000.00 万元，其中，股东曹胜奎出资 650.00 万元认购 650.00 万元出资额，股东刘林贵出资 260.00 万元认购 260.00 万元出资额，股东刘澍出资 90.00 万元认购 90.00 万元出资额，股东马丽娟出资 300.00 万元认购 300.00 万元出资额。

2011 年 3 月 17 日，北京普洋会计师事务所出具普验[2011]148 号《验资报告》，确认截至 2011 年 3 月 16 日，嘉曼有限已收到曹胜奎、刘林贵、刘澍、马丽娟缴纳的 1,300.00 万元货币出资。

2011 年 3 月，北京市工商行政管理局石景山分局为嘉曼有限本次增资办理

了工商变更登记。本次增资后股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	比例（%）
1	曹胜奎	1,500.00	50.00
2	刘林贵	600.00	20.00
3	刘激	600.00	20.00
4	马丽娟	300.00	10.00
	合计	<b>3,000.00</b>	<b>100.00</b>

#### 8、2011年12月，嘉曼有限第六次增资（注册资本增加至3,529.41万元）

2011年11月15日，嘉曼有限股东会作出决议，同意公司注册资本由人民币3,000.00万元增资至3,529.41万元，其中，重庆麒厚出资人民币3,860.00万元认购420.48万元出资额（9.18元/出资额），天津架桥出资1,000.00万元认购108.93万元出资额（9.18元/出资额）。

2011年12月7日，利安达会计师事务所有限责任公司出具利安达验字[2011]第A1130号《验资报告》，确认截至2011年11月15日，嘉曼有限已收到重庆麒厚、天津架桥缴纳的新增注册资本529.41万元。

2011年12月，北京市工商行政管理局石景山分局为嘉曼有限本次增资办理了工商变更登记。本次增资后股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	比例（%）
1	曹胜奎	1,500.00	42.50
2	刘林贵	600.00	17.00
3	刘激	600.00	17.00
4	重庆麒厚	420.48	11.91
5	马丽娟	300.00	8.50
6	天津架桥	108.93	3.09
	合计	<b>3,529.41</b>	<b>100.00</b>

#### 9、2014年12月，嘉曼有限第七次增资（注册资本增加至3,652.12万元）

2014年12月12日，嘉曼有限股东会作出决议，同意公司注册资本由人民币3,529.41万元增资至3,652.12万元，其中，力元正通以人民币1,680.00万元认

购全部新增 122.71 万元出资额（13.69 元/出资额）。

2018 年 3 月 14 日，立信出具信会师报字[2018]第 ZB10144 号《验资报告》，确认截至 2014 年 12 月 31 日，嘉曼有限已收到力元正通缴纳的新增注册资本 122.71 万元。

2014 年 12 月，北京市工商行政管理局石景山分局为嘉曼有限本次增资办理了工商变更登记。本次增资后股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	比例（%）
1	曹胜奎	1,500.00	41.07
2	刘林贵	600.00	16.43
3	刘激	600.00	16.43
4	重庆麒厚	420.48	11.51
5	马丽娟	300.00	8.21
6	力元正通	122.71	3.36
7	天津架桥	108.93	2.98
	合计	3,652.12	100.00

#### 10、2015 年 3 月，嘉曼有限第三次股权转让

2015 年 3 月 28 日，股东曹胜奎与刘激签署《股权转让协议》，约定曹胜奎将其持有的嘉曼有限 438.25 万元出资额转让予刘激。同日，嘉曼有限股东会作出决议，全体股东一致同意上述股权转让。

2015 年 4 月，北京市工商行政管理局石景山分局为嘉曼有限本次股权变更办理了工商变更登记。本次股权转让后股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	比例（%）
1	曹胜奎	1,061.75	29.07
2	刘激	1,038.25	28.43
3	刘林贵	600.00	16.43
4	重庆麒厚	420.48	11.51
5	马丽娟	300.00	8.21
6	力元正通	122.71	3.36
7	天津架桥	108.93	2.98

序号	股东名称	出资额(万元)	比例(%)
	合计	3,652.12	100.00

### 11、2015年5月，有限公司改制设立股份公司

2015年4月30日，嘉曼有限召开临时股东会审议通过，同意根据立信出具的信会师报字[2015]第250169号《审计报告》，以嘉曼有限截至2014年12月31日经审计的账面净资产11,136.88万元按照1:0.7273的比例折成8,100万股，整体变更为股份公司，经审计的账面净资产超过股本总额的部分进入资本公积。同日，曹胜奎、刘林贵、刘激、马丽娟、重庆麒厚、天津架桥、力元正通等7名发起人签订了《发起人协议》。

2015年5月6日，北京国融兴华资产评估有限责任公司出具国融兴华评报字[2015]第030021号《北京嘉曼服饰有限公司整体变更为股份有限公司项目评估报告》，对嘉曼有限进行了整体资产评估，确认嘉曼有限截至2014年12月31日净资产评估价值为28,974.89万元。

2015年5月8日，嘉曼服饰召开创立大会暨第一次股东大会。

2015年5月21日，立信出具信会师报字[2015]第250271号《验资报告》，确认截至2015年5月20日嘉曼服饰(筹)已将嘉曼有限截至2014年12月31日的所有者权益折合股份总额8,100万股，其余部分计入资本公积。

2015年5月22日，嘉曼有限取得北京市工商行政管理局石景山分局核发的《营业执照》。本次整体变更后，公司的股权结构如下：

序号	姓名	持股数量(股)	持股比例(%)
1	曹胜奎	23,548,446	29.07
2	刘激	23,027,242	28.43
3	刘林贵	13,307,339	16.43
4	重庆麒厚	9,325,783	11.51
5	马丽娟	6,653,670	8.21
6	力元正通	2,721,573	3.36
7	天津架桥	2,415,947	2.98
	合计	81,000,000	100.00

## 12、2017年3月，股份公司第一次股权转让

2017年3月，重庆麒厚将其持有的嘉曼服饰445.5万股股份(股权比例5.5%)转让予深圳架桥，并签署《股权转让协议书》。本次股权转让完成后，嘉曼服饰的股权结构如下：

序号	姓名	持股数量(股)	持股比例(%)
1	曹胜奎	23,548,446	29.07
2	刘激	23,027,242	28.43
3	刘林贵	13,307,339	16.43
4	马丽娟	6,653,670	8.21
5	重庆麒厚	4,870,783	6.01
6	深圳架桥	4,455,000	5.50
7	力元正通	2,721,573	3.36
8	天津架桥	2,415,947	2.98
合计		<b>81,000,000</b>	<b>100.00</b>

根据重庆麒厚和深圳架桥出具的书面说明，本次股份转让系出于双方真实意思表示，本次股份转让的原因为重庆麒厚有意收回部分投资资金、分散投资风险，深圳架桥看好公司的未来发展而决定对其投资；定价依据为初始本金加每年10%左右的单利并双方协商确定。截至招股说明书出具之日，上述股权转让的价款已支付完毕，转让双方就本次股权转让不存在纠纷或潜在纠纷。

截至本招股说明书签署日，公司股权结构未再发生变化。

### (二) 发行人重大资产重组情况

公司自设立以来，未发生导致公司资产业务变化的重大资产重组情况。

### (三) 增资及股权转让的原因、价格、定价依据、价款支付和税收缴纳情况

序号	出资/增资/股权转让情况	增资/股权转让的原因	增资/股权转让价格、定价依据	股权转让价款支付情况/纳税情况	是否真实意思表示	是否存在纠纷
1	嘉曼有限由香港增旭出资设立(1992年)	-	-	-	是	否

序号	出资/增资/股权转让情况	增资/股权转让的原因	增资/股权转让价格、定价依据	股权转让价款支付情况/纳税情况	是否真实意思表示	是否存在纠纷
2	注册资本增至60万美元,新增注册资本由新投资方水孩儿认缴(2006年8月)	因看好公司的未来发展,新股东决定增资入股	增资价格为每1美元注册资本对应的出资价格为1美元,定价依据为按公司注册资本平价增资	-	是	否
3	注册资本增至120万美元,新增注册资本由原投资方水孩儿认缴(2008年10月)	因看好公司的未来发展,原股东决定追加投资	增资价格为每1美元注册资本对应的出资价格为1.002205美元,定价依据为按公司注册资本平价增资	-	是	否
4	第一次股权转让,即香港增旭将持有嘉曼有限的股权转让给瑞辉商贸(2009年6月)	因原股东香港增旭的业务重心调整,拟将其持有的嘉曼有限的股权退出	转让价格为每1美元人民币注册资本对应的转让价格为人民币13.33元,定价依据为参考公司每股净资产10.99后交易双方协商确定	股权转让价款已支付完毕,所得税已缴纳	是	否
5	注册资本增至1,200万元,新增的注册资本由曹胜奎认缴(2010年1月)	因看好公司的未来发展,新股东决定增资入股	增资价格为每1元人民币注册资本对应的增资价格为人民币1元,定价依据为按公司注册资本平价增资	-	是	否
6	第二次股权转让(即水孩儿转让给曹胜奎、刘激,瑞辉商贸转让给刘激)暨注册资本增至1,700万元(新增的注册资本分别由曹胜奎、刘林贵认缴)(2010年12月)	实际控制人家庭内部进行股权调整,由原家庭成员通过原持股实体间接持股变更为直接持股;同时,因看好公司的未来发展,部分原股东追加投资	瑞辉商贸将持有的股权转让给刘激并无支付对价,其余股权转让价格为每1元人民币注册资本对应的转让价格为人民币1元,定价依据为平价转让	瑞辉商贸的唯一股东马丽娟系刘激的配偶,实质系近亲属之间无偿转让,其余股权转让价款已支付完毕,本次股权转让不涉及个人所得税	是	否
7	注册资本增至3,000万元,新增的注册资本分别由曹胜奎、刘林贵、	因看好公司的未来发展,公司实际控制人追加	增资价格为每1元人民币注册资本对应的增资价格为人民币1元,定价依据为平价增资	-	是	否



序号	出资/增资/股权转让情况	增资/股权转让的原因	增资/股权转让价格、定价依据	股权转让价款支付情况/纳税情况	是否真实意思表示	是否存在纠纷
	刘激及马丽娟认缴(2011年3月)	投资				
8	注册资本增至3,529.41万元,新增注册资本由财务投资人重庆麒厚及天津架桥认缴(2011年12月)	引入外部机构投资者	本次增资价格为每1元人民币注册资本对应的增资价格为9.18元/,定价依据为参考公司净资产及市盈率的基础上协商确定	-	是	否
9	注册资本增至3652.12万元,新增的注册资本由北京力元认缴(2014年12月)	员工持股平台增资入股	本次增资价格为每1元人民币注册资本对应的增资价格为人民币13.69元,定价依据为参考公司净资产、市盈率的基础上协商确定	-	是	否
10	第三次股权转让,将曹胜奎将部分股权转让给刘激(2015年3月)	实际控制人家庭内部进行股权调整	本次股权转让系无偿	属于近亲属之间的无偿股权转让,不涉及个人所得税	是	否
11	整体变更为股份公司(2015年5月)	整体变更设立股份公司	本次净资产折股系按照每1元人民币的账面净资产折合后股份公司0.7273元人民币注册资本	相关所得税已缴纳完毕	是	否
12	第四次股权转让,即重庆麒厚将部分股权转让给深圳架桥(2017年3月)	重庆麒厚有意收回部分投资资金、分散投资风险;深圳架桥看好公司的未来发展而决定对其投资	本次转让价格为每1元注册资本对应的转让价格为6.73元,定价依据为初始投资成本加每年10%左右的单利,并双方协商确定。	股权转让款已支付完毕,因转让方系有限合伙企业,不涉及企业所得税缴纳	是	否

#### 四、发行人历次验资情况及计量属性

##### (一) 发行人历次验资情况

嘉曼有限成立时的注册资本为15万美元,有限公司阶段,经过7次增资注

册资本变更为 3,652.12 万元; 有限公司整体变更为股份公司成立时, 以截至 2014 年 12 月 31 日嘉曼有限母公司财务报表的净资产为基础, 确定股份公司的总股本为 8,100 万股。

验资报告出具时间	验资目的	注册资本	出资方式	验资机构	验资报告号
1992 年 12 月 3 日	有限公司设立	15 万美元	货币	北京中洲会计师事务所	中洲(92)发字第 1192 号
2006 年 8 月 16 日	第一次增资	60 万美元	货币	北京中仁信会计师事务所	中仁信验字(2006)第 1243 号
2008 年 9 月 27 日	第二次增资	120 万美元	货币	北京龙洲会计师事务所有限责任公司	龙外验发字(2008)第 003 号
2010 年 1 月 21 日	第三次增资	1,200.00 万元	货币	北京普洋会计师事务所	普验[2010]042 号
2010 年 11 月 12 日	第四次增资	1,700.00 万元	货币	北京普洋会计师事务所	普验[2010]783 号
2011 年 3 月 17 日	第五次增资	3,000.00 万元	货币	北京普洋会计师事务所	普验[2011]148 号
2011 年 12 月 7 日	第六次增资	3,529.41 万元	货币	利安达会计师事务所有限责任公司	利安达验字[2011]第 A1130 号
2018 年 3 月 14 日	第七次增资	3,652.12 万元	货币	立信	信会师报字[2018]第 ZB10144 号
2015 年 5 月 21 日	整体变更股份公司	8,100.00 万元	净资产折股	立信	信会师报字[2015]第 250271 号

发行人历次验资的具体情况详见本节之“三、发行人设立以来股本的形成及其变化和重大资产重组情况”之“(一) 发行人股本结构的形成及变化”。

## (二) 设立时发起人投入资产的计量属性

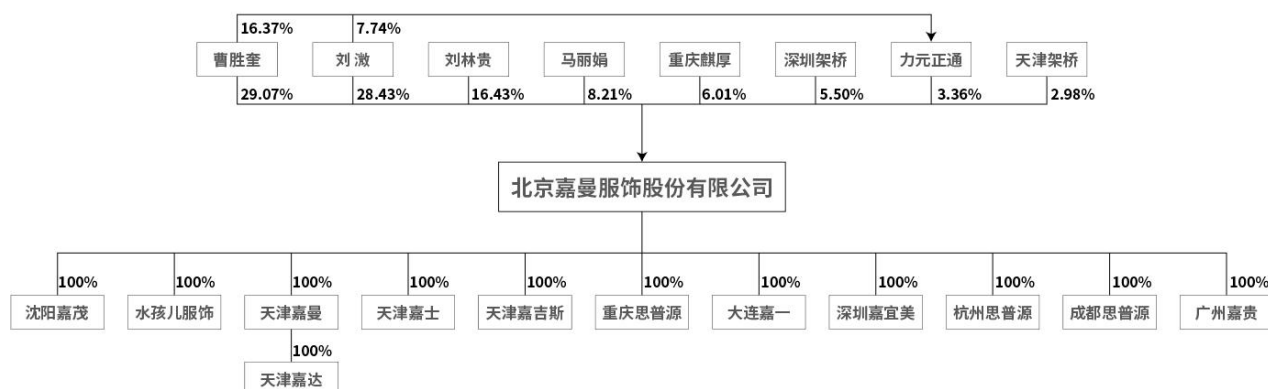
公司是由嘉曼有限整体变更设立, 公司整体变更时发起人投入的资产为嘉曼有限的全部资产。

2015 年 5 月, 嘉曼有限以截至 2014 年 12 月 31 日经审计账面净资产 11,136.88 万元为基础, 确定股份公司的总股本为 8,100 万股, 整体变更为股份公司。

## 五、发行人组织结构

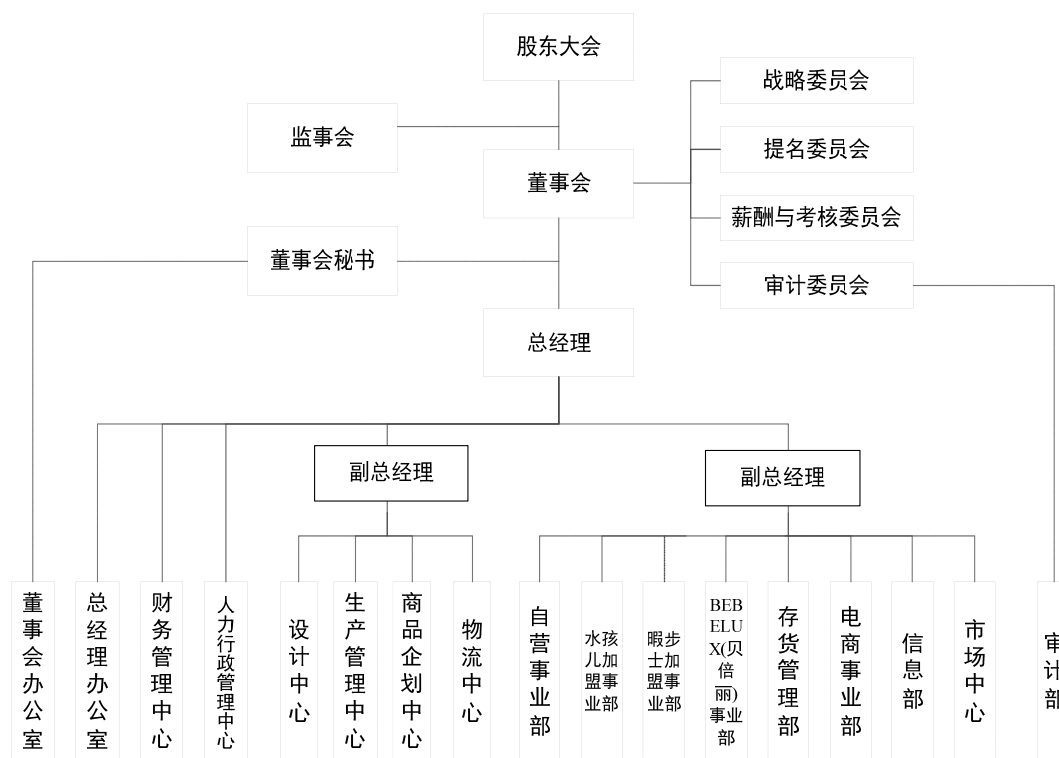
### (一) 股权结构图

截至本招股说明书签署日, 公司股权结构如下图所示:



## (二) 公司内部组织结构图

截至本招股说明书签署日，公司内部组织结构如下图所示：



## (三) 公司的职能部门及主要职责

公司的法人治理结构由股东大会、董事会和监事会构成。股东大会是公司的最高权力机构，董事会是公司的决策机构，监事会对公司董事会、高级管理人员以及公司的生产经营情况进行监督。

公司各职能部门及职能中心的主要职能如下:

职能部门	主要职能概览
董事会办公室	<ul style="list-style-type: none"> <li>(1) 组织筹备董事会会议、监事会会议和股东大会;</li> <li>(2) 保管会议文件和记录;</li> <li>(3) 按相关要求披露有关信息;</li> <li>(4) 负责同证券监管部门、证券交易所、投资者、中介机构和媒体的联络与沟通;</li> <li>(5) 协助董事会依法行使职权, 督办董事会相关决议的执行和落实。</li> </ul>
总经理办公室	<ul style="list-style-type: none"> <li>(1) 负责起草并完善公司战略规划, 并组织实施、监督;</li> <li>(2) 负责公司投融资决策工作;</li> <li>(3) 负责高层文件档案的管理工作;</li> <li>(4) 负责高层会议的管理工作;</li> <li>(5) 负责公司内外联络、公务接待和政府关系工作;</li> <li>(6) 负责公司企业文化和品牌建设;</li> <li>(7) 负责公司本部的信息化建设;</li> <li>(8) 总经理交办的其它工作。</li> </ul>
财务管理中心	<ul style="list-style-type: none"> <li>(1) 负责公司财务核算、财务管理;</li> <li>(2) 参与实施全面预算管理;</li> <li>(3) 提供各类对内对外报表和财务分析报告;</li> <li>(4) 负责公司资金调度与税收事项办理;</li> <li>(5) 参与公司的投融资评估、合同审核、定价等工作;</li> <li>(6) 参与重大投资等业务问题决策。</li> </ul>
人力行政管理中心	<ul style="list-style-type: none"> <li>(1) 统筹管理公司行政、后勤、安全保卫工作;</li> <li>(2) 提供部门服务与对外联络;</li> <li>(3) 负责人员计划、招聘等人力资源管理工作;</li> <li>(4) 负责员工绩效考核;</li> <li>(5) 负责薪酬福利管理;</li> <li>(6) 制定人力整体规划以满足各部门人力资源需求;</li> <li>(7) 负责本部的实物资产的监督管理。</li> </ul>
设计中心	<ul style="list-style-type: none"> <li>(1) 分析服装流行趋势及市场需求;</li> <li>(2) 负责品牌服装的风格研发及制定;</li> <li>(3) 编写每季产品开发企划案;</li> <li>(4) 完成品牌服装的设计与打版, 保证产品工艺科学性。</li> </ul>
生产管理中心	<ul style="list-style-type: none"> <li>(1) 负责公司日常生产及采购工作;</li> <li>(2) 负责采购业务的合同签订、合同执行;</li> <li>(3) 为销售部门提供产品, 保证准时出货;</li> <li>(4) 负责供应商体系的管理工作, 包括供应商开发、评审、准入、监督、淘汰等;</li> <li>(5) 对产品生产进行质量监督管理, 确保公司产品达到各项质量标准;</li> <li>(6) 制定质量管理体系以及质量异常处理与追踪体系;</li> <li>(7) 配合新产品的研发工作。</li> </ul>
商品企划中心	<ul style="list-style-type: none"> <li>(1) 根据终端销售反馈收集市场信息, 对往季商品销售和库存情况进行分析, 提供品类分布、年龄分布、价格带等建议;</li> <li>(2) 根据公司战略和销售计划, 制定商品企划方案, 包括预估产品数量、确定商品上市时间、波段上货计划及货品款色、类别结构、定价策略等计划;</li> <li>(3) 协调设计、生产部门工作, 组织设计评审会;</li> <li>(4) 协助组织新品订货会;</li> <li>(5) 监督生产部门是否按时保质保量入库, 协同销售部门和物流中心制</li> </ul>

职能部门	主要职能概览
	定实施发货计划。
物流中心	<ul style="list-style-type: none"> <li>(1) 根据公司库房管理规章制度,对库存物品进行日常管理;</li> <li>(2) 根据公司生产、销售计划和货品调配计划,组织货品出入库;</li> <li>(3) 根据销售的实际情况,组织并实施货品的退库;</li> <li>(4) 根据生产管理中心的计划,组织面辅料物品的出入库;</li> <li>(5) 根据公司要求制定盘点计划并组织实施。</li> </ul>
自营事业部	<ul style="list-style-type: none"> <li>(1) 按公司战略规划,负责线下自营店铺的开设、更换、关闭工作;</li> <li>(2) 负责线下自营商品的预定、管理、调配工作;</li> <li>(3) 负责线下店铺销售工作,并直接管理一线销售团队;</li> <li>(4) 负责线下自营店铺的基础陈列、仓储、对账等工作;</li> <li>(5) 及时准确的反馈市场意见。</li> </ul>
水孩儿加盟事业部	<ul style="list-style-type: none"> <li>(1) 开拓水孩儿加盟市场,负责水孩儿加盟商的招募和更换;</li> <li>(2) 与水孩儿加盟商协商合作方案和条款并签署合作协议;</li> <li>(3) 为水孩儿加盟商提供运营、商品、发展等方面的专业服务;</li> <li>(4) 负责水孩儿加盟商订货会和临时批发业务;</li> <li>(5) 监督水孩儿加盟商是否有违反合作协议的行为;</li> <li>(6) 督促水孩儿加盟商更好地推广、经营公司品牌;</li> <li>(7) 收集并向公司汇报水孩儿加盟商相关情况;</li> <li>(8) 对水孩儿加盟商进行培训。</li> </ul>
暇步士加盟事业部	<ul style="list-style-type: none"> <li>(1) 开拓暇步士加盟市场,负责暇步士加盟商的招募和更换;</li> <li>(2) 与暇步士加盟商协商合作方案和条款并签署合作协议;</li> <li>(3) 为暇步士加盟商提供运营、商品、发展等方面的专业服务;</li> <li>(4) 负责暇步士加盟商订货会和临时批发业务;</li> <li>(5) 监督暇步士加盟商是否有违反合作协议的行为;</li> <li>(6) 督促暇步士加盟商更好地推广、经营公司品牌;</li> <li>(7) 收集并向公司汇报暇步士加盟商相关情况;</li> <li>(8) 对暇步士加盟商进行培训。</li> </ul>
BEBELUX(贝倍丽)事业部	<ul style="list-style-type: none"> <li>(1) 负责与进口品牌的商务沟通工作;</li> <li>(2) 根据公司战略要求对进口品牌业务进行合理规划;</li> <li>(3) 制订采购计划、销售计划、市场方案等;</li> <li>(4) 负责进口品牌产品采购工作;</li> <li>(5) 统筹负责进口品牌的销售工作,并对终端店铺和销售团队进行管理;</li> <li>(6) 寻找与其他品牌的合作机会。</li> </ul>
存货管理部	<ul style="list-style-type: none"> <li>(1) 对库龄两年以上存货负主要管理责任,关注上述存货状况并及时制定销售计划;</li> <li>(2) 负责销售并开拓上述存货的销售渠道;</li> <li>(3) 负责监测上述存货的销售状况并及时调整销售策略;</li> <li>(4) 负责协同其他销售部门制定策略,以达到减少公司存货的目标。</li> </ul>
电商事业部	<ul style="list-style-type: none"> <li>(1) 负责公司各品牌线上销售计划及策略制定;</li> <li>(2) 负责公司各品牌线上业务的渠道拓展、销售经营、市场推广等工作;</li> <li>(3) 负责各品牌网络营销推广;</li> <li>(4) 参与线上业务的产品采购工作。</li> </ul>
信息部	<ul style="list-style-type: none"> <li>(1) 负责公司各系统平台运行规划、部署、运维和发展;</li> <li>(2) 负责相关信息化设备的采购、维护和管理;</li> <li>(3) 对公司各部门提供信息化支持和培训;</li> <li>(4) 负责公司服务器的维护及正常运行,并定期备份数据,保障公司信息安全。</li> </ul>

职能部门	主要职能概览
市场中心	(1) 负责制订公司各品牌的市场推广计划； (2) 规范并实施公司及品牌识别体系； (3) 负责公司对外宣传推广的实施及与相关机构的关系维护； (4) 负责对公司线上、线下店铺等销售渠道的视觉维护，包括店铺装修、产品陈列等工作； (5) 协助公司其他部门开展各类市场推广活动。
审计部	(1) 负责内部控制制度实施情况的监督，进行内控执行情况评价； (2) 对公司及其子公司、分公司进行内部审计； (3) 监督预算执行情况、财经纪律的执行情况。

#### (四) 发行人的分支机构

截至本招股说明书签署日，发行人及其子公司下设 15 家分公司，主要负责各地直营自营店的经营管理。

分公司情况如下：

序号	分公司名称	成立日期	负责人	营业场所
1	嘉曼服饰重庆分公司	2013 年 9 月 16 日	李强	重庆市渝中区邹容路 100 号 L504
2	嘉曼服饰成都分公司	2013 年 12 月 30 日	李强	成都市锦江区红星路三段 1 号国际金融中心地下二层 LG206 号
3	嘉曼服饰南宁分公司	2012 年 11 月 20 日	李婷婷	南宁市青秀区民族大道 136 号南宁华润中心万象城 L5 层 560 号商铺
4	嘉曼服饰朝阳第一分公司	2016 年 5 月 11 日	牛娜	北京市朝阳区朝阳北路 101 号楼 6 层 (05) 601 内 5F-26
5	嘉曼服饰丰台槐房路分公司	2016 年 12 月 13 日	穆海霞	北京市丰台区槐房南路 6 号院万达广场二层 2036A
6	嘉曼服饰昌平育知路分公司	2017 年 8 月 23 日	冯学彦	北京市昌平区回龙观镇知东路 30 号院 5 号楼三层 F3-19
7	深圳嘉宜美深圳第一分公司	2013 年 6 月 14 日	王月新	深圳市罗湖区宝安南路 1881 号华润中心一期中区万象城 4 层 453 号商铺
8	深圳嘉宜美深圳第二分公司	2014 年 8 月 15 日	王月新	深圳市南山区粤海街道深南大道 9668 号华润万象天地 SL405 号商铺
9	深圳嘉宜美深圳第三分公司	2017 年 9 月 18 日	王月新	深圳市龙华区民治街道梅陇路 2 号星河 COCO City 二楼 L2S-007-13 号商铺
10	杭州思普源第一分公司	2012 年 12 月 17 日	王月新	杭州市江干区富春路 701 号万象城 451 号商铺
11	成都思普源第一分公司	2017 年 8 月 18 日	李强	成都市锦江区红星路三段 1 号国际金融中心地下二层 L203 号

序号	分公司名称	成立日期	负责人	营业场所
12	成都思普源第二分公司	2017年11月3日	李强	中国(四川)自由贸易试验区成都高新区天府大道北段8号1栋4楼1号
13	成都思普源第三分公司	2017年11月3日	李强	成都市金牛区交大路183号04层19号
14	北京嘉曼服饰股份有限公司石景山第一分公司	2018年7月19日	王君华	北京市石景山区石景山路31号院盛景国际广场4号楼-202-B2011、-202-B2012
15	沈阳嘉茂服饰有限公司和平分公司	2018年9月13日	王月新	辽宁省沈阳市和平区青年大街288号6层L682号

## 六、发行人控股子公司、参股公司的情况

### (一) 本公司的控股子公司

1、截至招股说明书签署日，公司拥有全资一级子公司11家及二级子公司1家。

单位：万元

序号	公司名称	成立时间	注册资本	实收资本	注册地	主要生产 经营地	股东构成及 控制情况	主营业务	2018年6月30日/2018年1-6月			2017年12月31日 /2017年度			是否经过 审计及审 计机构名 称
									总资产	净资产	净利润	总资产	净资产	净利润	
1	水孩儿服饰	1996年 10月29日	1,000	1,000	北京	北京	发行人 持股 100%	童装服饰经营	1,602.64	965.02	191.29	1,683.56	773.73	78.97	经立信审 计
2	深圳嘉宜美	2009年 4月30日	10	10	深圳	深圳	发行人 持股 100%	童装服饰经营	187.91	-75.87	19.91	111.64	-95.79	18.42	经立信审 计
3	杭州思普源	2010年 12月16日	10	10	杭州	杭州	发行人 持股 100%	童装服饰经营	84.82	-27.33	12.79	125.69	-40.12	44.20	经立信审 计
4	天津嘉曼	2011年 9月26日	6,000	6,000	天津	天津	发行人 持股 100%	童装服饰经营	33,986.04	27,953.28	1,747.04	38,247.66	27,206.24	5,671.00	经立信审 计
5	天津嘉士	2012年 12月6日	100	100	天津	天津	发行人 持股 100%	童装服饰经营	4,737.96	1,453.93	1,352.53	5,984.59	101.40	-162.01	经立信审 计
6	天津嘉吉斯	2015年 11月5日	200	0	天津	天津	发行人 持股 100%	童装服饰经营	2.12	-0.44	-0.09	0.19	-0.35	-0.23	经立信审 计
7	大连嘉一	2016年 1月11日	1	0	大连	大连	发行人 持股 100%	童装服饰经营	42.24	36.37	6.06	43.01	30.31	24.16	经立信审 计
8	广州嘉贵	2016年 9月30日	10	0	广州	广州	发行人 持股 100%	童装服饰经营	14.76	13.18	1.03	27.71	12.14	12.79	经立信审 计
9	成都思普源	2017年 3月14日	1	0	成都	成都	发行人 持股 100%	童装服饰经营	148.55	40.15	35.59	166.52	4.56	4.56	经立信审 计
10	重庆思普源	2017年 9月18日	50	0	重庆	重庆	发行人 持股	童装服饰经营	28.80	-12.99	-11.33	6.13	-1.66	-1.66	经立信审 计



序号	公司名称	成立时间	注册资本	实收资本	注册地	主要生产 经营地	股东构成及 控制情况	主营业务	2018年6月30日/2018年1-6月			2017年12月31日 /2017年度			是否经过 审计及审 计机构名 称
									总资产	净资产	净利润	总资产	净资产	净利润	
		日					100%								
11	天津嘉达	2015年 5月7日	500	6.43	天津	天津	天津嘉 曼持股 100%	童装服饰经营	3.03	0.81	-0.09	2.11	0.90	-5.35	经立信审 计
12	沈阳嘉茂	2018年 7月19 日	10	0	沈阳	沈阳	发行人 持股 100%	童装服饰经营				-	-	-	-

报告期内，发行人子公司不存在收购国有资产、集体资产的情况。

## 2、天津嘉曼的基本情况

天津嘉曼系嘉曼服饰的全资子公司。天津嘉曼成立于2011年9月26日；注册资本6,000万元；实缴资本6,000万元；法定代表人为曹胜奎；主营业务为童装服饰经营，为发行人的物流仓储中心。

### (1) 天津嘉曼报告期内的主要财务数据

#### ①合并资产负债表主要数据

单位：万元

项 目	2018年 6月30日	2017年 12月31日	2016年 12月31日	2015年 12月31日
流动资产	27,541.94	31,765.25	27,219.33	22,631.26
非流动资产	6,444.11	6,482.41	6,317.21	4,605.48
资产合计	33,986.04	38,247.66	33,536.54	27,236.74
流动负债	6,032.77	11,017.42	10,001.30	6,095.08
非流动负债	-	24.00	-	-
负债合计	6,032.77	11,041.42	10,001.30	6,095.08
归属于母公司所有者 者权益	27,953.28	27,206.24	23,535.24	20,741.66
所有者权益合计	27,953.28	27,206.24	23,535.24	20,741.66

#### ②合并利润表主要数据

单位：万元

项 目	2018年 1-6月	2017年	2016年	2015年
营业收入	13,147.03	30,363.84	17,899.84	18,617.63
营业利润	2,329.38	7,630.47	4,484.89	4,015.98
利润总额	2,329.38	7,563.83	5,061.54	4,260.58
净利润	1,747.04	5,671.00	3,793.58	3,191.86
归属于母公司所有者的净 利润	1,747.04	5,671.00	3,793.58	3,191.86

#### ③合并现金流量表主要数据

单位：万元

项 目	2018年1-6月	2017年	2016年	2015年
经营活动产生的现金流 流量净额	139.63	4,891.07	(530.81)	3,059.25
投资活动产生的现金流 流量净额	(228.58)	(951.65)	(506.30)	(861.04)

项 目	2018年1-6月	2017年	2016年	2015年
筹资活动产生的现金流量净额	(1,007.71)	(2,644.20)	1,472.23	(2,120.39)
现金及现金等价物净增加额	(1,096.66)	1,295.22	435.12	77.83

## (2) 天津嘉曼的股权变动情况

### ①2011年9月设立

2011年9月26日,天津嘉曼取得天津市工商行政管理局核发的《营业执照》(注册号:120222000108428),根据《营业执照》的记载,天津嘉曼的法定代表人为曹胜奎;住所为天津市武清区自行车王国产业园区福达路西侧;注册资本6,000万元;经营范围为:服装服饰、帽子、头饰制造、销售及技术开发,针织品、纺织制成品、体育用品、日用百货、计算机软硬件、建筑材料、五金交电、家居用品销售,货物及技术进出口,企业管理服务,仓储服务,展览展示服务,商品包装加工,组织文化交流活动。(依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动)

天津嘉曼成立时的股权结构如下:

序号	股东	出资额(万元)	出资比例
1	嘉曼有限	5,940	99%
2	曹胜奎	60	1%
合计		6,000	100%

根据天津嘉曼设立时的公司章程的记载,嘉曼有限认缴的货币出资5,940万元出资分三期缴付:第一期缴付1,140万元,第二期缴付2,400万元,第三期缴付2,400万元,其中,第一期出资缴付时间为2011年9月21日,余额缴付期限为2013年9月20日之前;曹胜奎认缴的货币出资60万元人民币出资时间为2011年9月21日。

2011年9月23日,天津市正泰有限责任会计师事务所出具《验资报告》(津正泰验字(2011)A第00883号),确认截至2011年9月21日,天津嘉曼(筹)已收到全体股东首次缴纳的注册资本(实收资本)合计人民币1200万元。

2013年5月14日,天津天授会计师事务所有限责任公司出具《验资报告》(津天授验内字[2013]223号),确认截至2013年5月10日,天津嘉曼已收到

嘉曼有限缴纳的出资 800 万元人民币。

2013 年 6 月 4 日, 天津天授会计师事务所有限责任公司出具《验资报告》(津天授验内字[2013]275 号), 确认截至 2013 年 6 月 3 日, 天津嘉曼已收到嘉曼有限缴纳的出资 1,200 万元人民币。

2013 年 9 月 4 日, 天津市正泰有限责任会计师事务所出具《验资报告》(津正泰验字(2013)A 第 00720 号), 确认截至 2013 年 9 月 3 日, 天津嘉曼已收到嘉曼有限缴纳的出资 2,000 万元人民币。

2013 年 9 月 16 日, 天津天授会计师事务所有限责任公司出具《验资报告》(津天授验内字[2013]476 号), 确认截至 2013 年 9 月 13 日, 天津嘉曼已收到嘉曼有限缴纳的出资 800 万元人民币。

#### ②2014 年 12 月, 第一次股权转让

2014 年 12 月 29 日, 天津嘉曼股东会作出决议, 同意曹胜奎将其持有的天津嘉曼 60 万元出资额以 1,619,142.37 元的价格转让予嘉曼有限。同日, 嘉曼有限与曹胜奎签署《股权转让协议》。

本次股权转让完成后, 天津嘉曼的股权结构如下:

序号	股东	出资额(万元)	出资比例
1	嘉曼有限	6,000	100%
	合计	6,000	100%

2015 年 5 月 22 日, 嘉曼有限变更为北京嘉曼服饰股份有限公司, 天津嘉曼于 2015 年 6 月 18 日办理了股东名称变更登记。

#### (3) 天津嘉曼的利润分配机制

①公司分配当年税后利润时, 应当提取利润的百分之十列入公司法定公积金。公司法定公积金累计额为公司注册资本的百分之五十以上的, 可以不再提取。公司的法定公积金不足以弥补以前年度亏损的, 在依照前款规定提取法定公积金之前, 应当先用当年利润弥补亏损。公司从税后利润中提取法定公积金后, 经股东决定, 还可以从税后利润中提取任意公积金。公司弥补亏损和提取公积金后所余税后利润, 股东决定是否分取红利及分取红利的金额。

②公司的公积金用于弥补公司的亏损、扩大公司生产经营或者转为增加公司

资本。但是，资本公积金不得用于弥补公司的亏损。法定公积金转为资本时，所留存的该项公积金不得少于转增前公司注册资本的百分之二十五。

报告期内，天津嘉曼对发行人的利润分配情况为：

A、2016年6月24日，发行人决定以天津嘉曼截至2015年12月31日经审计的未分配利润132,721,053.42元为基础，天津嘉曼向发行人分配利润1,000万元；

B、2017年6月24日，发行人决定以天津嘉曼截至2016年12月31日经审计的未分配利润157,135,274.24元为基础，天津嘉曼向发行人分配利润1,000万元；

C、2017年12月20日，发行人决定以天津嘉曼截至2017年9月30日经审计的未分配利润187,415,381.13元为基础，天津嘉曼向发行人分配利润1,000万元；

D、2018年6月28日，发行人决定以天津嘉曼截至2017年12月31日经审计的未分配利润187,870,776.61元为基础，天津嘉曼向发行人分配利润1,000万元。

综上，依据天津嘉曼的章程及章程修正案，天津嘉曼的章程中对股东的利润分配没有特殊规定，即天津嘉曼分配当年税后利润时间及分配金额由股东自主决定。报告期内，天津嘉曼共四次向股东分红，分红金额共计四千万。在发行人需要投资收益时，发行人能自主决定子公司天津嘉曼的分红时间及金额，天津嘉曼的利润分配机制能够保障发行人的正常经营需要。

## **(二) 本公司的参股子公司**

截至本招股说明书签署之日，公司除上述控股子公司以外，无其他参股公司。

## **(三) 报告期内公司子公司转让或注销情况**

报告期内公司无子公司转让或注销的情况。

发行人曾持有水孩儿科技100%的股权，并于2014年11月转让予与公司无关联第三方赛维航电科技有限公司。

### **1、发行人转让水孩儿科技的原因定价依据及合理性**

根据转让双方的说明，水孩儿科技拥有位于北京市经济开发区京海二路29

号院 5 号楼房产，该房产与本园区内的其他房屋为共用同一产权证，短期内无法单独分割为单幢房屋产权证，故当嘉曼服饰拟通过转让其拥有的水孩儿科技的股权对外转让该房产时，赛维航电同意受让该公司的股权。

根据转让合同并经相关方确认，本次转让所涉股权、房产等的总交易价款为人民币 4,800 万元，在扣除尚未支付完毕的房屋购买尾款及水孩儿科技对嘉曼服饰的欠款后，上述股权转让价款为 12,606,003.32 元，该等转让价格与房产所在区域内的当时市场价格大体持平，本次转让的定价公允合理。

本次股权转让前，嘉曼服饰及/或水孩儿科技并未因水孩儿科技的合规经营事项遭受工商、劳动、税务等相关主管部门的任何行政处罚或类似惩戒措施。

本次股权转让系双方真实意思表示，本次股权转让完成后，赛维航电持有的水孩儿科技的全部股权均为其真实持有且拥有完整的所有权，并不存在任何其他权利限制，也不存在为嘉曼服饰或其他相关方委托持股、信托持股或其他类似特殊安排。

综上，保荐机构、中伦律师认为：水孩儿科技的股权转让具有合理的商业目的且定价公允，系转让双方的真实意思表示，不存在股权代持；在发行人将其持有的水孩儿科技的全部股权转让给赛维航电前，水孩儿科技并未因违法违规事项遭受到主管部门的行政处罚。

## 2、赛维航电科技有限公司的基本情况

经核查，截至招股说明书出具之日，赛维航电的基本信息如下：

统一社会信用代码	91110302733483118G
住所	北京市北京经济技术开发区经海二路 29 号院 8 号楼
公司类型	其他有限责任公司
法定代表人	郑育才
注册资本	9000 万元
成立日期	2001-12-25
经营范围	技术开发、技术服务、技术咨询、技术转让；销售电子产品、计算机、软件及辅助设备、铝材、铜锭；货物进出口、技术进出口、代理进出口；餐饮管理；会议服务；出租办公用房。（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）

营业期限	2001-12-25 至 2051 年 12 月 24 日
股权结构	中航航空电子系统有限责任公司持股 26.77%，成都凯天电子股份有限公司持股 26.77%，中国航空工业集团公司西安航空计算技术研究所持股 5.96%，中国航空无线电电子研究所持股 5.96%，中国航空工业集团公司洛阳电光设备研究所 13.98%，西安飞行自动控制研究所持股 5.96%，中国航空工业集团公司雷华电子技术研究所持股 14.58%
董监高	董事：郑育才、郭斌、殷卫宁、张新国、张昆辉、左和平、张雄安、吴铭望、周寒、朱建设、罗秋生 总经理：郑育才 监事：魏晓龙

根据嘉曼服饰及其关联方、赛维航电分别出具的说明并经保荐机构核查，本次股权转让完成前后，赛维航电及其股东、董事、监事及高级管理人员与嘉曼服饰及其股东、董事、监事、高级管理人员等不存在亲属关系、相互持股或任职等类似关联关系，也不存在可能导致不当利益输送的其他关系或类似安排。

保荐机构、中伦律师认为：赛维航电与发行人的股东、董事、监事及高级管理人员等不存在亲属关系、关联关系或其他可能输送不当利益的关系。

### 3、报告期内水孩儿科技与发行人的交易情况

报告期内，发行人与水孩儿科技之间并不存在交易。

根据赛维航电的说明，赛维航电受让嘉曼有限持有的水孩儿科技的股权的目的系为取得水孩儿科技名下的房产，水孩儿在本次股权转让后也未变更企业名称。赛维航电于 2017 年 1 月将水孩儿科技进行注销，其注销前的经营范围为“技术服务、信息咨询（不含中介服务）；销售日用品、针纺织品、文化体育用品、计算机软硬件及外围设备、装饰材料、五金交电；家居装饰；技术进出口、代理进出口；餐饮管理；会议服务；出租商业用房。（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）”

根据转让双方的确认，在本次股权转让完成后，水孩儿科技在其存续期间未开展任何与服装相关或相类似的业务，并不存在使用发行人商标、商号及其他无形资产开展经营活动的情形。

保荐机构、中伦律师认为：本次股权转让完成后，水孩儿科技不存在使用发行人商标、商号及其他无形资产的情形。

## 七、发起人、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况

### (一) 发起人基本情况

公司发起人为曹胜奎、刘激、刘林贵、马丽娟以及重庆麒厚、天津架桥以及力元正通，其中曹胜奎、刘激、刘林贵、马丽娟以及重庆麒厚为持有发行人 5%以上股份的股东。截至本招股说明书签署日，除上述发起人及持有发行人 5%以上股份的股东外，深圳架桥亦为持有发行人 5%以上股份的主要股东。

#### 1、曹胜奎

曹胜奎，男，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号 110101194906\*\*\*\*，住址：北京市宣武区<sup>5</sup>三庙大院\*\*号。现任公司董事长。

截至本招股说明书签署日，曹胜奎直接持有公司 2,354.84 万股，占总股本的 29.07%；同时曹胜奎持有力元正通 275.00 万元出资额，占力元正通总出资额的 16.37%。

#### 2、刘激

刘激，男，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号 110101197707\*\*\*\*，住址：北京市宣武区三庙大院\*\*号。现任公司副董事长、总经理。

截至本招股说明书签署日，刘激直接持有公司 2,302.72 万股，占总股本的 28.43%；同时刘激系公司股东力元正通的执行事务合伙人，持有力元正通 130.00 万元出资额，占力元正通总出资额的 7.74%。

#### 3、刘林贵

刘林贵，女，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号 110101194809\*\*\*\*，住址：北京市宣武区三庙大院\*\*号。

截至本招股说明书签署日，刘林贵直接持有公司 1,330.73 万股，占总股本的 16.43%。

<sup>5</sup> 2010 年 7 月，北京市宣武区并入北京市西城区。



#### 4、马丽娟

马丽娟，女，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号 620102197410\*\*\*\*，住址：北京市宣武区三庙大院\*\*号。现任公司副总经理。

截至本招股说明书签署日，马丽娟直接持有公司 665.37 万股，占总股本的 8.21%。

#### 5、重庆麒厚

成立日期	2008 年 2 月 29 日	
认缴出资额	20,000.00 万元	
实缴出资额	10,000.00 万元	
执行事务合伙人	重庆麒厚西海股权投资管理有限公司	
注册地/主要经营场所	重庆市江北区鱼嘴镇东风路 146-8 号	
经营范围	股权投资；利用企业自有资金对外进行投资；企业项目投资咨询（不含证券和期货）、商务信息咨询、企业营销策划、企业管理咨询。	
基金备案情况	已备案，基金编号：SD4944	
主要财务数据（万元）	项目	2017 年度/2017 年 12 月 31 日
	总资产	15,109.37
	净资产	14,244.58
	净利润	416.65
	审计情况	经北京东审鼎立国际会计师事务所有限责任公司审计
	项目	2018 年 1-6 月/2018 年 6 月 30 日
	总资产	15,751.35
	净资产	14,235.95
	净利润	-0.29
	审计情况	未经审计

截至本招股说明书签署日，重庆麒厚直接持有公司 487.08 万股，占总股本的 6.01%。重庆麒厚合伙人情况如下：

序号	合伙人姓名或名称	认缴出资额（万元）	认缴出资比例	合伙人性质
1	重庆麒厚西海股权投资管理有限公司	200	1%	执行事务合伙人、普通合伙人
2	西安保德信投资发展有限责任公司	17,800	89%	有限合伙人
3	屈向军	1,000	5%	普通合伙人

序号	合伙人姓名或名称	认缴出资额(万元)	认缴出资比例	合伙人性质
4	谢犁	1,000	5%	普通合伙人
	<b>合计</b>	<b>20,000</b>	<b>100%</b>	

重庆麒厚西海股权投资管理有限公司作为重庆麒厚的基金管理人已经在中国证券投资基金业协会完成了基金管理人登记(登记编号:P1007960)。

重庆麒厚西海股权投资管理有限公司的股东情况如下:

序号	股东名称	认缴出资额(万元)	认缴出资比例
1	西安保德信投资发展有限责任公司	600	60%
2	北京犁金谷投资管理有限责任公司	400	40%
	<b>合计</b>	<b>1,000</b>	<b>100%</b>

西安保德信投资发展有限责任公司的股东情况如下:

序号	股东姓名	认缴出资额(万元)	认缴出资比例
1	屈向军	9,920	99.20%
2	王海文	80	0.80%
	<b>合计</b>	<b>10,000</b>	<b>100.00%</b>

北京犁金谷投资管理有限责任公司的股东情况如下:

序号	股东姓名	认缴出资额(万元)	认缴出资比例
1	谢犁	80	80%
2	王云鹏	20	20%
	<b>合计</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

## 6、天津架桥

成立日期	2010年1月13日
认缴出资额	31,860.00万元
实缴出资额	31,860.00万元
执行事务合伙人	天津架桥股权投资基金管理合伙企业(有限合伙)(委派代表:徐波)
注册地/主要经营场所	天津自贸试验区(空港经济区)西二道82号丽港大厦3-1111
经营范围	从事对未上市企业的投资,对上市公司非公开发行股票的投资以及相关咨询服务(依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动)
基金备案情况	已备案,基金编号:SD4986

主要财务数据(万元)	项目	2017年度/2017年12月31日
	总资产	11,239.78
	净资产	9,535.75
	净利润	3,550.03
	审计情况	经上会会计师事务所(特殊普通合伙)深圳分所审计
	项目	2018年1-6月/2018年6月30日
	总资产	6,839.55
	净资产	6,587.39
	净利润	505.45
	审计情况	未经审计

截至本招股说明书签署日,天津架桥直接持有公司 241.59 万股,占总股本的 2.98%。天津架桥合伙人情况如下:

序号	合伙人姓名或名称	认缴出资额(万元)	认缴出资比例(%)	合伙人性质
1	天津架桥股权投资基金管理合伙企业(有限合伙)	960	3.01	执行事务合伙人、普通合伙人
2	华芳集团有限公司	5,000	15.69	有限合伙人
3	深圳市德之青投资有限公司	4,700	14.75	有限合伙人
4	深圳市鑫融贸易有限责任公司	3,000	9.42	有限合伙人
5	苏州海竞信息科技集团有限公司	3,000	9.42	有限合伙人
6	深圳市博睿财智控股有限公司	1,600	5.02	有限合伙人
7	赖世贤	1,000	3.14	有限合伙人
8	黄世春	1,000	3.14	有限合伙人
9	深圳市水晶晶贸易有限公司	1,000	3.14	有限合伙人
10	山东好当家海洋发展股份有限公司	1,000	3.14	有限合伙人
11	李斌	800	2.51	有限合伙人
12	钟海晖	800	2.51	有限合伙人
13	夏平	800	2.51	有限合伙人
14	秦好	800	2.51	有限合伙人
15	徐钢武	800	2.51	有限合伙人
16	季红兵	800	2.51	有限合伙人
17	刘琪	500	1.57	有限合伙人
18	郭微	500	1.57	有限合伙人

序号	合伙人姓名或名称	认缴出资额 (万元)	认缴出资 比例 (%)	合伙人性质
19	刘健	500	1.57	有限合伙人
20	陈冬晖	300	0.94	有限合伙人
21	王玉莲	300	0.94	有限合伙人
22	高进玲	300	0.94	有限合伙人
23	张晓娣	300	0.94	有限合伙人
24	胡亮明	300	0.94	有限合伙人
25	祝小玲	300	0.94	有限合伙人
26	贺牧	300	0.94	有限合伙人
27	钱怡雯	300	0.94	有限合伙人
28	高燕	300	0.94	有限合伙人
29	刘红	300	0.94	有限合伙人
30	王冬梅	300	0.94	有限合伙人
合计		<b>31,860</b>	<b>100.00</b>	

天津架桥股权投资基金管理合伙企业(有限合伙)作为天津架桥的基金管理人已经在中国证券投资基金业协会完成了基金管理人登记(登记编号:P1007947)。

天津架桥股权投资基金管理合伙企业(有限合伙)的合伙人情况如下:

序号	合伙人姓名/名称	认缴出资额 (万元)	认缴出资 比例 (%)	合伙人性质
1	深圳市架桥资产管理有限公司	1,012	56.23	执行事务合伙人、 普通合伙人
2	深圳市架桥资本管理股份有限公司	690	38.33	有限合伙人
3	庄迅	50	2.77	有限合伙人
4	张丹	30	1.67	有限合伙人
5	李美丽	18	1.00	有限合伙人
合计		<b>1,800</b>	<b>100.00</b>	

深圳市架桥资产管理有限公司的股东情况如下:

序号	股东名称	认缴出资额(万元)	认缴出资比例
1	深圳市架桥资本管理股份有限公司	500	100%
合计		<b>500</b>	<b>100%</b>

深圳市架桥资本管理股份有限公司(股票代码:833689)为在全国中小企业

股份转让系统挂牌的企业，深圳市架桥资本管理股份有限公司截至 2018 年 8 月 1 日前十名股东情况如下：

序号	股东姓名/名称	持股数量(股)	持股比例
1	徐波	47,703,262.00	79.88%
2	张丽梅	2,296,738.00	3.85%
3	卢蔓枝	2,000,000.00	3.35%
4	卢源	1,700,000.00	2.85%
5	深圳市汇怡通投资有限公司	1,380,000.00	2.31%
6	秦燕虹	640,000.00	1.07%
7	鲁园	640,000.00	1.07%
8	天风证券股份有限公司做市专用证券账户	638,000.00	1.07%
9	毛翔祖	560,000.00	0.94%
10	深圳德福基金管理有限公司-德福-聚流新三板股权投资 1 号基金	480,000.00	0.80%
合计		<b>58,038,000.00</b>	<b>97.19%</b>

## 7、力元正通

成立日期	2014 年 12 月 11 日	
认缴出资额	1,680.00 万元	
实缴出资额	1,680.00 万元	
执行事务合伙人	刘激	
注册地/主要经营场所	北京市石景山区实兴大街 30 号院 3 号楼 2 层 D-0429 房间	
经营范围	项目投资；投资管理；资产管理；企业管理咨询；经济信息咨询；企业形象策划。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动）（“1、未经有关部门批准，不得以公开方式募集资金；2、不得公开开展证券类产品和金融衍生品交易活动；3、不得发放贷款；4、不得对所投资企业以外的其他企业提供担保；5、不得向投资者承诺投资本金不受损失或者承诺最低收益”；企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）	
主要财务数据（万元）	项目	2017 年度/2017 年 12 月 31 日
	总资产	1,680.08
	净资产	1,679.28
	净利润	-0.18
	审计情况	未经审计

项目	2018年1-6月/2018年6月30日
总资产	1,680.08
净资产	1,679.28
净利润	0.00
审计情况	未经审计

截至本招股说明书签署日，力元正通直接持有公司 272.16 万股，占总股本的 3.36%。力元正通合伙人情况如下：

序号	合伙人姓名	认缴出资额(万元)	认缴出资比例(%)	合伙人性质	在公司担任职务
1	刘激	130	7.74	执行事务合伙人、普通合伙人	副董事长、总经理
2	曹胜奎	275	16.37	有限合伙人	董事长
3	程琳娜	260	15.48	有限合伙人	副总经理、董事会秘书
4	张香菊	160	9.52	有限合伙人	财务管理中心经理
5	王君华	120	7.14	有限合伙人	存货管理部总监
6	韩雪松	110	6.55	有限合伙人	信息部经理
7	石雷	100	5.95	有限合伙人	董事、副总经理
8	陈秀军	100	5.95	有限合伙人	暇步士加盟事业部经理
9	王月新	80	4.76	有限合伙人	BEBELUX(贝倍丽)事业部总监
10	李婷婷	50	2.98	有限合伙人	电商事业部经理
11	马志龙	50	2.98	有限合伙人	水孩儿加盟事业部总监
12	王存樑	40	2.38	有限合伙人	监事会主席、物流中心总监
13	王磊	40	2.38	有限合伙人	电商事业部总监
14	马志荣	35	2.08	有限合伙人	商品企划中心总监
15	李军荣	30	1.79	有限合伙人	财务总监
16	李春燕	30	1.79	有限合伙人	生产管理中心总监
17	余彦	30	1.79	有限合伙人	监事、人力行政管理中心总监
18	李璐菲	20	1.19	有限合伙人	人力行政管理中心人事经理
19	王秀霞	20	1.19	有限合伙人	自营事业部总监
<b>合计</b>		<b>1,680</b>	<b>100.00</b>	-	-

## (二) 控股股东、实际控制人

本公司控股股东、实际控制人为曹胜奎、刘激、刘林贵和马丽娟四人，其中

曹胜奎与刘林贵系夫妻关系，曹胜奎与刘激系父子关系，刘林贵与刘激系母子关系，刘激与马丽娟系夫妻关系。曹胜奎、刘激、刘林贵和马丽娟四人合计直接持有嘉曼服饰股份 66,536,697 股，占发行前公司总股本的 82.14%；刘激系公司股东力元正通的执行事务合伙人、普通合伙人，实际控制力元正通持有的公司 3.36%股份的表决权。因此，曹胜奎等四人合计控制嘉曼服饰 85.50%股份的表决权。

2015 年 6 月 1 日，刘激、曹胜奎、刘林贵和马丽娟四人签署《一致行动协议》，确定四方自 2014 年 1 月 1 日起历次股东会/股东大会、董事会相关事项的表决上均保持了一致；同时约定董事会/股东大会召开前，四方或四方中的任何相关方应就董事会/股东大会拟进行表决的议案进行充分沟通协商，就行使何种表决权达成一致意见，并按照该一致意见在董事会/股东大会上对该等议案行使表决权。如果经充分沟通协商，不能达成一致意见，四方或四方中的任何相关方均应按照刘激意见行使表决权。该协议自签署之日起生效，并在发行人成功上市后三年内持续有效。

公司控股股东、实际控制人曹胜奎、刘激、刘林贵和马丽娟的基本情况如下：

序号	姓名	身份证号码	国籍	是否拥有境外永久居留权	住所
1	曹胜奎	11010119490624****	中国	无	北京市宣武区三庙大院
2	刘激	11010119770726****	中国	无	北京市宣武区三庙大院
3	刘林贵	11010119480929****	中国	无	北京市宣武区三庙大院
4	马丽娟	62010219741015****	中国	无	北京市宣武区三庙大院

曹胜奎、刘激的简历详见本招股说明书“第八节 董事、监事、高级管理人员与核心技术人员”之“一、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员简介”之“（一）董事会成员”；马丽娟的简历详见本招股说明书“第八节 董事、监事、高级管理人员与核心技术人员”之“一、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员简介”之“（三）高级管理人员”。

刘林贵的简历如下：

刘林贵，女，中国国籍，无境外居留权，1948 年出生，大专学历。1968 年 6 月至 1973 年 8 月就职于中国人民革命军事博物馆；1973 年 8 月至 1975 年 6 月

就职于北京进出口商品检验局；1975年6月至1993年8月就职于北京市对外经济贸易委员会；1993年9月至2015年5月就职于嘉曼有限，历任副总经理、董事、总经理职务；2004年3月至2018年4月在公司子公司水孩儿服饰担任执行董事、总经理职务；2017年10月至今在公司关联方瑞辉商贸担任监事职务。

### (三) 持有5%以上股东基本情况

截至本招股说明书签署日，公司持有5%以上股东为曹胜奎、刘激、刘林贵、马丽娟、重庆麒厚（以上股东详见本节“七、发起人、持有发行人5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”之“（一）发起人基本情况”）和深圳架桥。

#### 1、深圳架桥

成立日期	2011年12月5日	
认缴出资额	45,000.00万元	
实缴出资额	20,279.00万元	
执行事务合伙人	深圳市架桥富润股权投资管理企业（有限合伙）	
注册地/主要经营场所	深圳市福田区福田街道益田路4068号卓越时代广场2401室	
经营范围	股权投资、投资管理、投资咨询（不含人才中介、证券、保险、基金、金融业务及其它限制项目）。	
基金备案情况	已备案，基金编号：SD5825	
主要财务数据（万元）	项目	2017年度/2017年12月31日
	总资产	21,596.97
	净资产	21,413.23
	净利润	7,508.02
	审计情况	经上会会计师事务所（特殊普通合伙）深圳分所审计
	项目	2018年1-6月/2018年6月30日
	总资产	17,606.29
	净资产	17,556.51
	净利润	4,045.68
	审计情况	未经审计

截至本招股说明书签署日，深圳架桥直接持有公司445.50万股，占总股本的5.50%。深圳架桥合伙人情况如下：



序号	合伙人姓名/名称	认缴出资额(万元)	认缴出资比例(%)	合伙人性质	自然人近五年主要经历
1	深圳市架桥富润股权投资管理企业(有限合伙)	20	0.04	执行事务合伙人、普通合伙人	
2	苏州架桥富凯股权投资基金企业(有限合伙)	30,030	66.73	有限合伙人	
3	苏州架桥富凯二号股权投资基金企业(有限合伙)	14,450	32.11	有限合伙人	
4	张丽梅	500	1.11	有限合伙人	2013年至今为自由职业,无任职单位
合计		45,000	100.00		

### 深圳架桥合伙人 1、深圳市架桥富润股权投资管理企业(有限合伙)

深圳市架桥富润股权投资管理企业(有限合伙)作为深圳架桥的基金管理人已经在中国证券投资基金业协会完成了基金管理人登记(登记编号:P1009413)。

深圳市架桥富润股权投资管理企业(有限合伙)的合伙人情况如下:

序号	合伙人姓名/名称	认缴出资额(万元)	认缴出资比例(%)	合伙人性质	自然人近五年主要经历
1	深圳市架桥富凯投资有限公司	268.75	23.89	执行事务合伙人、普通合伙人	
2	天津架桥股权投资基金管理合伙企业(有限合伙)	400.00	35.56	有限合伙人	
3	张亦斌	266.00	23.64	有限合伙人	2013年至今担任新海宜科技集团股份有限公司董事长
4	余正方	134.00	11.91	有限合伙人	2013年至今为自由职业,无任职单位
5	梁启杰	15.00	1.33	有限合伙人	2013年至今担任深圳市七星瓢虫股权投资管理有限公司总经理
6	于本清	15.00	1.33	有限合伙人	2013年至今为退休人员,无任职单位
7	蔡庆妮	15.00	1.33	有限合伙人	2013年至今担任上海市建筑科学研究院(集团)有限公司高级经理

序号	合伙人姓名/名称	认缴出资额(万元)	认缴出资比例(%)	合伙人性质	自然人近五年主要经历
8	李美丽	11.25	1.00	有限合伙人	2013年至今为自由职业,无任职单位
	<b>合计</b>	<b>1,125.00</b>	<b>100.00</b>		

**1-1 深圳市架桥富凯投资有限公司的股东情况如下:**

序号	股东名称	认缴出资额(万元)	认缴出资比例
1	深圳市架桥资本管理股份有限公司	1,000	100%
	<b>合计</b>	<b>1,000</b>	<b>100%</b>

**1-1-1 深圳市架桥资本管理股份有限公司**

截至2018年8月1日,深圳市架桥资本管理股份有限公司的前十名股东情况如下:

序号	股东姓名/名称	持股数量(股)	持股比例	股东类型	自然人近五年主要经历
1	徐波	4,770.33	79.88%	自然人	2013年至今担任深圳市架桥资本管理股份有限公司董事长
2	张丽梅	229.67	3.85%	自然人	2013年至今为自由职业,无任职单位
3	卢蔓枝	200.00	3.35%	自然人	2013年至今为自由职业,无任职单位
4	卢源	170.00	2.85%	自然人	2013年至今担任深圳市架桥资本管理股份有限公司股东
5	深圳市汇怡通投资有限公司	138.00	2.31%	境内非国有法人	-
6	秦燕虹	64.00	1.07%	自然人	2013年-2018年担任深圳市架桥资本管理股份有限公司财务经理;2018年至今担任深圳市汇怡通投资有限公司财务总监
7	鲁园	64.00	1.07%	自然人	2013-2016在深圳市架桥资本管理股份有限公司任行政经理;2016至今担任深圳市汇怡通投资有限公司行政经理
8	天风证券股份有限公司做市专用证券账户	63.80	1.07%	境内非国有法人	-
9	毛翔祖	56.00	0.94%	自然人	2013年至今担任深圳市架桥资本管理股份有限公司投资总监

序号	股东姓名/名称	持股数量(股)	持股比例	股东类型	自然人近五年主要经历
10	深圳德福基金管理有限公司-德福-聚流新三板股权投资1号基金	48.00	0.80%	其他证券投资基金	-
合计		<b>5,803.80</b>	<b>97.19%</b>		

## 1-1-1-1 深圳市汇怡通投资有限公司

深圳市汇怡通投资有限公司的股东情况如下:

序号	股东名称/姓名	出资额(万元)	出资比例	股东类型	自然人近五年主要经历
1	徐波	500	100%	自然人	2013年至今担任深圳市架桥资本管理股份有限公司董事长
合计		<b>500</b>	<b>100%</b>	-	-

## 1-2 天津架桥股权投资基金管理合伙企业(有限合伙)

天津架桥股权投资基金管理合伙企业(有限合伙)的合伙人情况如下:

序号	合伙人名称/姓名	出资额(万元)	出资比例	合伙人类型	自然人近五年主要经历
1	庄迅	50	2.77%	有限合伙人	2013年至今担任广东英孚英语培训中心有限公司高级经理
2	张丹	30	1.67%	有限合伙人	2013年至今担任深圳广播电影电视集团高级经理
3	深圳市架桥资产管理股份有限公司	1,012	56.23%	普通合伙人	-
4	李美丽	18	1.00%	有限合伙人	2013年至今为自由职业,无任职单位
5	深圳市架桥资本管理股份有限公司	690	38.33%	有限合伙人	-
合计		<b>1,800</b>	<b>100.00%</b>	-	-

## 1-2-1 深圳市架桥资产管理有限公司

深圳市架桥资产管理有限公司的股东情况如下:

序号	股东名称/姓名	出资额(万元)	出资比例	股东类型
1	深圳市架桥资本管理股份有限公司	500	100%	企业法人
合计		<b>500</b>	<b>100%</b>	-

## 1-2-1-1 深圳市架桥资本管理股份有限公司

深圳市架桥资本管理股份有限公司的股东情况见“1-1-1 深圳市架桥资本管理股份有限公司”。

## 1-2-2 深圳市架桥资本管理股份有限公司

深圳市架桥资本管理股份有限公司的股东情况见“1-1-1 深圳市架桥资本管理股份有限公司”。

## 深圳架桥合伙人 2、苏州架桥富凯股权投资基金企业（有限合伙）

苏州架桥富凯股权投资基金企业（有限合伙）的合伙人情况如下：

序号	合伙人名称/姓名	出资额 (万元)	出资比例	合伙人类型	自然人近五年主要 经历
1	陆曙光	600	3.78%	有限合伙人	2013 年至今担任苏州嘉都设计营造有限公司总经理
2	吴云根	660	4.16%	有限合伙人	2013 年至今为自由职业，无任职单位
3	陈国红	600	3.78%	有限合伙人	2013 年至今担任深圳市安娜家居用品股份有限公司副总经理
4	陆耀平	1,200	7.57%	有限合伙人	2013 年至今担任苏州天华网络信息科技股份有限公司董事长
5	顾建芳	300	1.89%	有限合伙人	2013 年至今担任苏州市鼎立包装有限公司总经理
6	万峰	600	3.78%	有限合伙人	2013 年至今担任华测检测认证集团股份有限公司董事长
7	王立占	1,800	11.35%	有限合伙人	2013 年至今担任苏州鹏云置业集团有限公司董事长
8	俞金	600	3.78%	有限合伙人	2013 年至今担任苏州富顺纤维有限公司监事
9	苏州海竞信息科技有限公司	4,800	30.27%	有限合伙人	-
10	那曲雪山医药有限公司	1,680	10.59%	有限合伙人	-
11	江苏爱康实业集团有限公司	600	3.78%	有限合伙人	-

序号	合伙人名称/姓名	出资额 (万元)	出资比例	合伙人类型	自然人近五年主要 经历
12	深圳市奥胜创科实业发展有限公司	600	3.78%	有限合伙人	-
13	深圳市顺电实业有限公司	1,200	7.57%	有限合伙人	-
14	深圳市架桥富润股权投资管理企业(有限合伙)	318	2.03%	普通合伙人	-
15	苏州恒润进出口有限公司	300	1.89%	有限合伙人	-
合计		15,858	100%	-	-

## 2-1 苏州海竞信息科技集团有限公司

苏州海竞信息科技集团有限公司的股东情况如下:

序号	股东名称/姓名	出资额(万元)	出资比例	股东类型
1	苏州泓融投资有限公司	50,000	100%	企业法人
合计		50,000	100%	-

### 2-1-1 苏州泓融投资有限公司

苏州泓融投资有限公司的股东情况如下:

序号	股东名称/姓名	出资额 (万元)	出资比例	股东类型	自然人近五年主要 经历
1	张亦斌	18,000	90%	自然人	2013年至今担任新海宜科技集团股份有限公司董事长
2	张栗滔	2,000	10%	自然人	2013年至今担任苏州泓融投资有限公司监事
合计		20,000	100%	-	-

## 2-2 那曲雪山医药有限公司

那曲雪山医药有限公司的股东情况如下:

序号	股东名称/姓名	出资额(万元)	出资比例	股东类型
1	海南赛通商业有限公司	500	100%	企业法人
合计		500	100%	-

### 2-2-1 海南赛通商业有限公司

海南赛通商业有限公司的股东情况如下:

序号	股东名称/姓名	出资额 (万元)	出资比例	股东类型	自然人近五年主要 经历
1	严会兵	990	99%	自然人	2013年至今担任海南赛通商业有限公司高级经理
2	张巍	10	1%	自然人	2013年至今担任海南赛通商业有限公司总经理
合计		<b>1,000</b>	<b>100%</b>	-	-

## 2-3 江苏爱康实业集团有限公司

江苏爱康实业集团有限公司的股东情况如下:

序号	股东名称/姓名	出资额 (万元)	出资比例	股东类型	自然人近五年主要 经历
1	邹承慧	30,000	100%	自然人	2013年至今担任江苏爱康实业集团有限公司总经理
合计		<b>30,000</b>	<b>100%</b>	-	-

## 2-4 深圳市奥胜创科实业发展有限公司

深圳市奥胜创科实业发展有限公司的股东情况如下:

序号	股东名称/姓名	出资额 (万元)	出资比例	股东类型	自然人近五年主要 经历
1	杨春菊	1	1.89%	自然人	2013年至今担任深圳市奥胜创科实业发展有限公司董事
2	张作新	51	96.22%	自然人	2013年至今担任深圳市奥胜创科实业发展有限公司市场经理
3	杨春霞	1	1.89%	自然人	2013年至今担任深圳市奥胜创科实业发展有限公司产品经理
合计		<b>53</b>	<b>100%</b>	-	-

## 2-5 深圳市顺电实业有限公司

深圳市顺电实业有限公司的股东情况如下:

序号	股东名称/姓名	出资额 (万元)	出资比例	股东类型	自然人近五年主要 经历
1	费国强	4,000	100%	自然人	2013年至今担任深圳市顺电实业有限公司总经理

序号	股东名称/姓名	出资额 (万元)	出资比例	股东类型	自然人近五年主要 经历
	合计	4,000	100%	-	

## 2-6 深圳市架桥富润股权投资管理企业（有限合伙）

深圳市架桥富润股权投资管理企业（有限合伙）的合伙人情况见“1.深圳市架桥富润股权投资管理企业（有限合伙）”。

## 2-7 苏州恒润进出口有限公司

苏州恒润进出口有限公司的股东情况如下：

序号	股东名称/姓名	出资额 (万元)	出资比例	股东类型	自然人近五年主要 经历
1	任琛	84.00	1.05%	自然人	2013年至今担任苏州恒润进出口有限公司部门副经理
2	缪俚	125.81	1.57%	自然人	2013年至今担任苏州恒润进出口有限公司部门副经理
3	郑遵焕	52.31	0.65%	自然人	2013年至今担任苏州恒润进出口有限公司部门副经理
4	陈倩	80.50	1.01%	自然人	2013年至今担任苏州恒润进出口有限公司业务员
5	陶一萍	87.50	1.09%	自然人	2013年至今在苏州恒润进出口有限公司担任科员
6	王海星	40.00	0.50%	自然人	2013年至今担任苏州恒润进出口有限公司部门副经理
7	冯超	108.50	1.36%	自然人	2013年至今担任苏州恒润进出口有限公司部门副经理
8	李国锐	197.80	2.47%	自然人	2013年至今担任苏州恒润进出口有限公司部门副经理
9	徐新	245.20	3.07%	自然人	2013年至今担任苏州恒润进出口有限公司部门副经理
10	钱骏	51.50	0.64%	自然人	2013年至今担任苏州恒润进出口有限公司部门副经理
11	瞿建良	241.00	3.01%	自然人	2013年至今担任苏州恒润进出口有限公司部门副经理

序号	股东名称/姓名	出资额 (万元)	出资比例	股东类型	自然人近五年主要 经历
12	徐贇艳	164.00	2.05%	自然人	2013年至今担任苏州恒润进出口有限公司部门副经理
13	孙晖权	164.00	2.05%	自然人	2013年至今担任苏州恒润进出口有限公司部门副经理
14	余华	85.38	1.07%	自然人	2013年至今在苏州恒润进出口有限公司担任科员
15	潘云良	54.00	0.68%	自然人	2013年至今担任苏州恒润进出口有限公司部门副经理
16	苏州进出口(集团)有限公司	800	10%	企业法人	-
17	苏州恒润投资控股有限公司	5,418.50	67.73%	企业法人	-
合计		<b>8,000</b>	<b>100%</b>	-	-

#### 2-7-1 苏州进出口(集团)有限公司

苏州进出口(集团)有限公司的股东情况如下:

序号	股东名称/姓名	出资额(万元)	出资比例	股东类型
1	苏州文化旅游发展集团有限公司	11,800	100%	企业法人
合计		<b>11,800</b>	<b>100%</b>	-

#### 2-7-1-1 苏州文化旅游发展集团有限公司

苏州文化旅游发展集团有限公司的股东情况如下:

序号	股东名称/姓名	出资额(万元)	出资比例	股东类型
1	苏州市人民政府国有资产监督管理委员会	110,000	100%	政府机关
合计		<b>110,000</b>	<b>100%</b>	-

#### 2-7-2 苏州恒润投资控股有限公司

苏州恒润投资控股有限公司的股东情况如下:

序号	股东名称/姓名	出资额 (万元)	出资比例	股东类型	自然人近五年主要 经历
1	张建忠	812	10.15%	自然人	2013年至今担任苏州恒润投资控股有限公司副董事长



序号	股东名称/姓名	出资额 (万元)	出资比例	股东类型	自然人近五年主要 经历
2	殷明	177	2.21%	自然人	2013 年至今担任苏州恒润投资控股有限公司股东
3	吴玉良	52	0.65%	自然人	2013 年至今担任苏州恒润投资控股有限公司股东
4	王润德	1,476	18.45%	自然人	2013 年至今担任苏州恒润投资控股有限公司董事长
5	张勇	73	0.91%	自然人	2013 年至今担任苏州恒润投资控股有限公司行政经理
6	林枫	295	3.69%	自然人	2013 年至今担任苏州恒润投资控股有限公司董事
7	钱鸣宇	177	2.21%	自然人	2013 年至今担任苏州恒润投资控股有限公司董事
8	顾文红	89	1.11%	自然人	2013 年至今担任苏州恒润投资控股有限公司业务总监
9	沈宇星	148	1.85%	自然人	2013 年至今为苏州恒润投资控股有限公司职员
10	沈向东	52	0.65%	自然人	2013 年至今担任苏州恒润投资控股有限公司财务经理
11	钱剑芬	59	0.74%	自然人	2013 年至今为苏州恒润投资控股有限公司职员
12	江英	59	0.74%	自然人	2013 年至今为苏州恒润投资控股有限公司职员
13	张晓燕	295	3.69%	自然人	2013 年至今担任苏州恒润投资控股有限公司董事
14	蒋岚	52	0.65%	自然人	2013 年至今为苏州恒润投资控股有限公司职员
15	俞敏	665	8.31%	自然人	2013 年至今担任苏州恒润投资控股有限公司副董事长
16	陈强	20	0.25%	自然人	2013 年至今为苏州恒润投资控股有限公司职员
17	刘玮	177	2.21%	自然人	2013 年至今为苏州恒润投资控股有限公司职员

序号	股东名称/姓名	出资额 (万元)	出资比例	股东类型	自然人近五年主要 经历
18	吴霄雁	177	2.21%	自然人	2013年至今担任苏州恒润投资控股有限公司监事
19	高林根	295	3.69%	自然人	2013年至今担任苏州恒润投资控股有限公司高级经理
20	戚佩敏	89	1.11%	自然人	2013年至今担任苏州恒润投资控股有限公司行政经理
21	沈福根	295	3.69%	自然人	2013年至今担任苏州恒润投资控股有限公司董事
22	吴晓骏	295	3.69%	自然人	2013年至今担任苏州恒润投资控股有限公司监事会主席
23	刘春燕	118	1.48%	自然人	2013年至今担任苏州恒润投资控股有限公司财务经理
24	张海军	177	2.21%	自然人	2013年至今为苏州恒润投资控股有限公司职员
25	龚薇	89	1.11%	自然人	2013年至今担任苏州恒润投资控股有限公司高级经理
26	金峥	59	0.74%	自然人	2013年至今担任苏州恒润投资控股有限公司高级经理
27	唐立贤	59	0.74%	自然人	2013年至今担任苏州恒润投资控股有限公司业务总监
28	王轶	295	3.69%	自然人	2013年至今担任苏州恒润投资控股有限公司董事
29	刘峥	177	2.21%	自然人	2013年至今担任苏州恒润投资控股有限公司监事
30	孙虓湧	177	2.21%	自然人	2013年至今担任苏州恒润投资控股有限公司董事
31	汪洁	52	0.65%	自然人	2013年至今为苏州恒润投资控股有限公司职员
32	张凤英	52	0.65%	自然人	2013年至今为苏州恒润投资控股有限公司职员
33	赵继春	295	3.69%	自然人	2013年至今担任苏州恒润投资控股有限公司董事

序号	股东名称/姓名	出资额 (万元)	出资比例	股东类型	自然人近五年主要 经历
34	张炎	96	1.20%	自然人	2013年至今为苏州恒润投资控股有限公司职员
35	盛学达	177	2.21%	自然人	2013年至今为苏州恒润投资控股有限公司职员
36	宋建英	89	1.11%	自然人	2013年至今担任苏州恒润投资控股有限公司行政经理
37	霍宏彦	148	1.85%	自然人	2013年至今为苏州恒润投资控股有限公司职员
38	周小武	52	0.65%	自然人	2013年至今担任苏州恒润投资控股有限公司监事
39	钱剑珍	59	0.74%	自然人	2013年至今为苏州恒润投资控股有限公司职员
合计		8,000	100%	-	-

### 深圳架桥合伙人 3、苏州架桥富凯二号股权投资基金企业（有限合伙）

苏州架桥富凯二号股权投资基金企业（有限合伙）的合伙人情况如下：

序号	合伙人名称/姓名	出资额 (万元)	出资比例	合伙人类型	自然人近五年主要 经历
1	贺青	600	5.99%	有限合伙人	2013年至今担任青岛时尚工艺品有限公司副董事长
2	余正明	600	5.99%	有限合伙人	2013年至今担任广东正鼎投资有限公司董事长
3	金辰	300	3.00%	有限合伙人	2013年至今担任北京雅悦东方投资顾问有限公司总经理
4	刘玉娟	3,600	35.96%	有限合伙人	2013年至今担任广州市白云清洁用品有限公司财务经理
5	高志鑫	480	4.80%	有限合伙人	2013年至今担任漳州精睿电子有限公司监事
6	周立军	600	5.99%	有限合伙人	2013年至今为自由职业，无任职单位
7	何鸿云	300	3.00%	有限合伙人	2013年至今担任成都运达科技股份有限公司董事长

序号	合伙人名称/姓名	出资额 (万元)	出资比例	合伙人类型	自然人近五年主要 经历
8	朱建平	300	3.00%	有限合伙人	2013年至今担任重庆永进重型机械成套设备有限公司业务经理
9	张静	300	3.00%	有限合伙人	2013年至今担任新田地(北京)科技有限公司财务经理
10	深圳市架桥富润股权投资管理企业(有限合伙)	530	5.30%	普通合伙人	-
11	山东好当家海洋发展股份有限公司	1,800	17.98%	有限合伙人	-
12	上海摩银资产投资管理有限公司(普通合伙)	600	5.99%	有限合伙人	-
合计		10,010	100%	-	-

### 3-1 深圳市架桥富润股权投资管理企业(有限合伙)

深圳市架桥富润股权投资管理企业(有限合伙)的合伙人情况见“1.深圳市架桥富润股权投资管理企业(有限合伙)”。

### 3-2 山东好当家海洋发展股份有限公司

经核查,山东好当家海洋发展股份有限公司系上市公司,股票代码 600467。根据其披露的《山东好当家海洋发展股份有限公司 2018 年半年度报告》显示,截至 2018 年 6 月 30 日,山东好当家海洋发展股份有限公司的前十大股东情况如下:

序号	股东名称/姓名	持股数量(股)	出资比例	股东类型
1	好当家集团有限公司	594,425,190	40.69%	企业法人
2	张素芬	8,500,000	0.58%	自然人
3	戴丽媚	4,650,000	0.32%	自然人
4	朱德宏	4,639,352	0.32%	自然人
5	张佰权	4,285,000	0.29%	自然人
6	詹胜利	4,180,000	0.29%	自然人
7	傅华	3,907,640	0.27%	自然人
8	罗美蓉	3,700,000	0.25%	自然人
9	刘笑梅	3,630,000	0.25%	自然人

序号	股东名称/姓名	持股数量(股)	出资比例	股东类型
10	郝丽有	3,234,000	0.22%	自然人

### 3-3 上海摩银资产投资管理中心(普通合伙)

上海摩银资产投资管理中心(普通合伙)的合伙人情况如下:

序号	合伙人名称/姓名	出资额(万元)	出资比例	合伙人类型	自然人近五年主要经历
1	夏平	900	90%	普通合伙人	2013年至今担任上海摩银资产投资管理中心(普通合伙)投资总监
2	施生	100	10%	普通合伙人	2013年至今担任上海摩银资产投资管理中心(普通合伙)财务总监
合计		1,000	100%	-	-

根据深圳架桥及其出资人(追溯至自然人/国资部门/上市公司)出具的书面说明,深圳架桥及其出资人(追溯至自然人/国资部门/上市公司)与发行人董事、监事、高级管理人员、发行人本次IPO中介机构负责人及其签字人员不存在亲属关系、关联关系、委托持股、信托持股或其他利益输送安排。

截至招股说明书出具之日,深圳架桥持有发行人5.500%的股份,天津架桥持有发行人2.983%的股份。经对深圳架桥和天津架桥的出资人、管理人进行穿透核查,深圳架桥和天津架桥均由深圳市架桥资本管理股份有限公司(股票代码:833689)实际控制,最终实际控制人为徐波、张丽梅,因此,其构成一致行动关系。

#### (四) 实际控制人控制的其他企业

截至本招股说明书签署日,除公司及其子公司外,公司实际控制人控制的其他企业包括嘉宜园、瑞辉商贸、力元正通,具体情况如下:

##### 1、嘉宜园

###### (1) 基本情况

成立日期	1980年9月8日
------	-----------

认缴出资额	201.965 万元	
实缴出资额	201.965 万元	
法定代表人	曹胜奎	
实际控制人	曹胜奎、刘林贵	
与发行人的合作历史	2002 年至 2009 年间嘉宜园为发行人提供服装加工服务;报告期内,除已经披露关联交易,无其他合作关系。	
注册地	北京市石景山区西井 1 栋西侧	
经营范围	销售计算机、软件及辅助设备;保洁服务;城市园林绿化;机动车停车场服务;技术开发;物业管理。(依法须经批准的项目,经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动。)	
主营业务	未开展实际业务	
主要财务数据(万元)	项目	2017 年度/2017 年 12 月 31 日
	总资产	5,688.85
	净资产	4,964.79
	净利润	63.37
	审计情况	未经审计
	项目	2018 年 1-6 月/2018 年 6 月 30 日
	总资产	5,638.26
	净资产	3,067.52
	净利润	-9.71
	审计情况	未经审计

## (2) 股权结构

截至本招股说明书签署日,嘉宜园的股权结构具体如下:

序号	股东名称	认缴出资额(万元)	认缴出资比例
1	刘林贵	90.69	44.90%
2	曹胜奎	81.06	40.14%
3	周艳雁	15.66	7.77%
4	王淑丽	0.98	0.49%
5	张学红	0.84	0.42%
6	王秀艳	0.77	0.38%
7	张乃华	0.65	0.32%
8	阎成国	0.65	0.32%
9	王如新	0.64	0.32%
10	郑玉娥	0.64	0.32%

序号	股东名称	认缴出资额(万元)	认缴出资比例
11	郭世敏	0.63	0.31%
12	刘建军	0.63	0.31%
13	张伟	0.61	0.30%
14	岳素芬	0.60	0.30%
15	姚永刚	0.60	0.30%
16	李淑凤	0.59	0.29%
17	曹武	0.56	0.28%
18	郑俊茹	0.55	0.27%
19	刘舒燕	0.54	0.27%
20	单中清	0.54	0.27%
21	栾喜俊	0.54	0.27%
22	刘会芬	0.53	0.26%
23	王春华	0.50	0.25%
24	王淑军	0.39	0.19%
25	陈秀云	0.31	0.15%
26	解秀荣	0.31	0.15%
27	蒋雪玲	0.27	0.13%
28	尚俊岐	0.25	0.12%
29	郑淑英	0.20	0.10%
30	张清	0.23	0.11%
合计		<b>201.96</b>	<b>100.00%</b>

### (3) 嘉宜园的历史沿革

#### ①嘉宜园的设立(1971年11月)

1971年,北京市石景山区苹果园服装厂设立。设立时的经济性质为街道集体。

#### ②注册资金51万元(1986年5月)

1986年5月,依据《1986年工商企业换发营业执照登记表》,北京市苹果园服装厂注册资金为51万元,其中固定资金23万元,流动资金28万元。企业的经济性质为集体所有制。

#### ③注册资本增至57万元(1989年6月)

1989年6月,北京市石景山审计事务所出具《验资报告》验证,截至1989年6月8日止,北京市石景山区苹果园服装厂注册资金为57万元,其中,固定资金为37万元,流动资金为20万元。

④企业整体改制,注册资本增至60万元(2002年2月)

2001年12月26日,北京嘉宜园服装厂召开职工股东大会:形成如下决议:同意企业的经济性质由集体所有制改为股份合作制;同意改制后企业的注册资金增加到60万元,其中8.952万元作为企业集体共有股,其余51.048万元由曹胜奎等64名职工持有。

2002年2月,北京嘉宜园服装厂提交《企业改制登记申请书》,企业类型从集体所有制变更为股份合作制。注册资本增至60万元。

北京中旭华会计师事务所有限公司出具京旭(2001)验字第054号《变更登记验资报告书》,确认“北京嘉宜园服装厂变更后注册资本为人民币60万元,由北京嘉宜园服装厂集体共同股,曹胜奎等65名股东共同投入。”

本次变更完成后,北京嘉宜园服装厂的股权结构如下:

序号	股东	认缴出资额(万元)	出资方式
1	北京嘉宜园服装厂 <sup>6</sup>	8.952	净资产
2	曹胜奎	21.386	净资产、货币
3	刘林贵	10.418	净资产、货币
4	王淑丽	0.575	净资产
5	张学红	0.439	净资产
6	王淑军	0.387	净资产
7	王秀艳	0.366	净资产
8	范金凤	0.355	净资产
9	陈秀云	0.313	净资产
10	解秀荣	0.313	净资产
11	郭二兰	0.293	净资产
12	蒋雪玲	0.272	净资产
13	沙亚萍	0.272	净资产

<sup>6</sup> 注:集体共有股



序号	股东	认缴出资额(万元)	出资方式
14	王金美	0.261	净资产
15	张金梅	0.261	净资产
16	李淑荣	0.261	净资产
17	于桂荣	0.261	净资产
18	张占云	0.251	净资产
19	李国富	0.251	净资产
20	冯秀珍	0.251	净资产
21	尚俊岐	0.251	净资产
22	陈会荣	0.251	净资产
23	张乃华	0.251	净资产
24	阎成国	0.251	净资产
25	孙义成	0.251	净资产
26	王如新	0.240	净资产
27	郑玉娥	0.240	净资产
28	李志萍	0.230	净资产
29	马海凤	0.230	净资产
30	邵三凤	0.230	净资产
31	张清	0.230	净资产
32	佟风华	0.230	净资产
33	李书格	0.230	净资产
34	郭世敏	0.230	净资产
35	刘建军	0.230	净资产
36	高新荣	0.230	净资产
37	岳桂芝	0.230	净资产
38	冉兰祥	0.230	净资产
39	史香兰	0.219	净资产
40	王娜	0.219	净资产
41	乔婷秀	0.209	净资产
42	张伟	0.209	净资产
43	郑淑英	0.199	净资产
44	高秀玲	0.199	净资产
45	吕兰英	0.199	净资产
46	岳素芬	0.199	净资产

序号	股东	认缴出资额(万元)	出资方式
47	姚永刚	0.199	净资产
48	王俊萍	0.199	净资产
49	李淑凤	0.188	净资产
50	白华香	0.188	净资产
51	刘凤云	0.178	净资产
52	杜秀和	0.178	净资产
53	曹武	0.157	净资产
54	郑俊茹	0.146	净资产
55	郭秀华	0.146	净资产
56	马佩华	0.146	净资产
57	刘舒燕	0.136	净资产
58	单中清	0.136	净资产
59	郭风云	0.136	净资产
60	栾喜俊	0.136	净资产
61	刘会芬	0.125	净资产
62	周艳雁	5.285	净资产
63	王春华	0.104	净资产
64	刘亚琴	0.084	净资产
65	梁永禄	0.084	净资产
合计		60	-

⑤第一次股权转让暨注册资本增至100万元(2004年7月)

2004年6月8日,北京嘉宜园服装厂召开股东和职工大会,决议如下:同意股东冯秀珍、孙义成、李书格、岳桂芝、刘凤云、杜秀和、马佩华、刘亚琴将其持有的北京嘉宜园服装厂股权转让给曹胜奎。上述股权转让均签署了《股权转让协议》。

2004年6月9日,北京嘉宜园服装厂召开股东和职工大会,决议如下:同意将北京嘉宜园服装厂的注册资本由60万元增加到100万元,其中股东刘林贵以货币形式再出资30万元,股东周艳雁以货币形式再出资10万元。

2004年7月,北京市工商局石景山分局核准北京嘉宜园服装厂本次股权转让等事项的工商变更登记。

本次变更完成后，北京嘉宜园服装厂的股权结构如下：

序号	股东	认缴出资额（万元）	出资方式
1	北京嘉宜园服装厂 <sup>7</sup>	8.952	净资产
2	曹胜奎	22.934	净资产、货币
3	刘林贵	40.418	净资产、货币
4	王淑丽	0.575	净资产
5	张学红	0.439	净资产
6	王淑军	0.387	净资产
7	王秀艳	0.366	净资产
8	范金凤	0.355	净资产
9	陈秀云	0.313	净资产
10	解秀荣	0.313	净资产
11	郭二兰	0.293	净资产
12	蒋雪玲	0.272	净资产
13	沙亚萍	0.272	净资产
14	王金美	0.261	净资产
15	张金梅	0.261	净资产
16	李淑荣	0.261	净资产
17	于桂荣	0.261	净资产
18	张占云	0.251	净资产
19	李国富	0.251	净资产
20	尚俊岐	0.251	净资产
21	陈会荣	0.251	净资产
22	张乃华	0.251	净资产
23	阎成国	0.251	净资产
24	王如新	0.240	净资产
25	郑玉娥	0.240	净资产
26	李志萍	0.230	净资产
27	马海凤	0.230	净资产
28	邵三凤	0.230	净资产
29	张清	0.230	净资产
30	佟风华	0.230	净资产

<sup>7</sup> 注：集体共有股。

序号	股东	认缴出资额(万元)	出资方式
31	郭世敏	0.230	净资产
32	刘建军	0.230	净资产
33	高新荣	0.230	净资产
34	冉兰祥	0.230	净资产
35	史香兰	0.219	净资产
36	王娜	0.219	净资产
37	乔婷秀	0.209	净资产
38	张伟	0.209	净资产
39	郑淑英	0.199	净资产
40	高秀玲	0.199	净资产
41	吕兰英	0.199	净资产
42	岳素芬	0.199	净资产
43	姚永刚	0.199	净资产
44	王俊萍	0.199	净资产
45	李淑凤	0.188	净资产
46	白华香	0.188	净资产
47	曹武	0.157	净资产
48	郑俊茹	0.146	净资产
49	郭秀华	0.146	净资产
50	刘舒燕	0.136	净资产
51	单中清	0.136	净资产
52	郭风云	0.136	净资产
53	栾喜俊	0.136	净资产
54	刘会芬	0.125	净资产
55	周艳雁	15.285	货币、净资产
56	王春华	0.104	净资产
57	梁永禄	0.084	净资产
合计		100	-

⑥第二次股权转让暨注册资本增至 200 万元（2006 年 9 月）

2006 年 9 月 8 日，北京嘉宜园服装厂召开股东和职工大会，决议如下：（1）同意曹胜奎接受范金凤、郭二兰、李淑荣、于桂荣、尚俊岐、陈会荣、梁永禄转让的其持有的北京嘉宜园服装厂的股权；（2）同意将北京嘉宜园服装厂的注

册资本由 100 万元增加到 200 万元，其中刘林贵以货币形式再出资 50 万元，股东曹胜奎以货币形式再出资 50 万元。上述股权转让均签署了《股权转让协议》。

北京华通鉴会计师事务所有限责任公司出具华通鉴[2006]验字 06 第 018286 号《验资报告》验证，截止 2006 年 9 月 26 日，北京嘉宜园服装厂收到自然人股东缴纳的新增注册资本金合计人民币 100 万元。

2006 年 9 月，北京市工商局核准了本次股权转让及增加注册资本的工商变更登记。

本次变更完成后，北京嘉宜园服装厂的股权结构如下：

序号	股东	认缴出资额（万元）	出资方式
1	北京嘉宜园服装厂 <sup>8</sup>	8.952	净资产
2	曹胜奎	74.684	净资产、货币
3	刘林贵	90.418	净资产、货币
4	王淑丽	0.575	净资产
5	张学红	0.439	净资产
6	王淑军	0.387	净资产
7	王秀艳	0.366	净资产
8	陈秀云	0.313	净资产
9	解秀荣	0.313	净资产
10	蒋雪玲	0.272	净资产
11	沙亚萍	0.272	净资产
12	王金美	0.261	净资产
13	张金梅	0.261	净资产
14	张占云	0.251	净资产
15	李国富	0.251	净资产
16	张乃华	0.251	净资产
17	阎成国	0.251	净资产
18	王如新	0.240	净资产
19	郑玉娥	0.240	净资产
20	李志萍	0.230	净资产
21	马海凤	0.230	净资产

<sup>8</sup> 注：集体共有股。

序号	股东	认缴出资额(万元)	出资方式
22	邵三凤	0.230	净资产
23	张清	0.230	净资产
24	佟风华	0.230	净资产
25	郭世敏	0.230	净资产
26	刘建军	0.230	净资产
27	高新荣	0.230	净资产
28	冉兰祥	0.230	净资产
29	史香兰	0.219	净资产
30	王娜	0.219	净资产
31	乔婷秀	0.209	净资产
32	张伟	0.209	净资产
33	郑淑英	0.199	净资产
34	高秀玲	0.199	净资产
35	吕兰英	0.199	净资产
36	岳素芬	0.199	净资产
37	姚永刚	0.199	净资产
38	王俊萍	0.199	净资产
39	李淑凤	0.188	净资产
40	白华香	0.188	净资产
41	曹武	0.157	净资产
42	郑俊茹	0.146	净资产
43	郭秀华	0.146	净资产
44	刘舒燕	0.136	净资产
45	单中清	0.136	净资产
46	郭风云	0.136	净资产
47	栾喜俊	0.136	净资产
48	刘会芬	0.125	净资产
49	周艳雁	15.285	货币、净资产
50	王春华	0.104	净资产
	<b>合计</b>	<b>200</b>	-

## ⑦第三次股权转让(2011年12月)

2011年12月19日,北京嘉宜新园物业管理中心召开股东和职工(代表)

大会并通过决议，同意曹胜奎接受王淑军、陈秀云、解秀荣、蒋雪玲、沙亚萍、王金美、张金梅、张占云、李国富、李志萍、马海凤、邵三凤、张清、佟风华、高新荣、冉兰祥、史兰香、王娜、乔婷秀、郑淑英、高秀玲、吕兰英、王俊平、白华香、郭秀华、郭风云转让的其持有的北京嘉宜新园物业管理中心的股权。上述股权转让均签署了《股权转让协议》。

2011年12月，北京市工商局核准了本次股权转让的工商变更登记。

本次变更完成后，北京嘉宜新园物业管理中心的股权结构如下：

序号	股东	认缴出资额(万元)	出资方式
1	北京嘉宜园服装厂 <sup>9</sup>	8.952	净资产
2	曹胜奎	80.788	净资产、货币
3	刘林贵	90.418	净资产、货币
4	王淑丽	0.575	净资产
5	张学红	0.439	净资产
6	王秀艳	0.366	净资产
7	张乃华	0.251	净资产
8	阎成国	0.251	净资产
9	王如新	0.240	净资产
10	郑玉娥	0.240	净资产
11	郭世敏	0.230	净资产
12	刘建军	0.230	净资产
13	张伟	0.209	净资产
14	岳素芬	0.199	净资产
15	姚永刚	0.199	净资产
16	李淑凤	0.188	净资产
17	曹武	0.157	净资产
18	郑俊茹	0.146	净资产
19	刘舒燕	0.136	净资产
20	单中清	0.136	净资产
21	栾喜俊	0.136	净资产
22	刘会芬	0.125	净资产

<sup>9</sup> 注：系集体共有股

序号	股东	认缴出资额(万元)	出资方式
23	周艳雁	15.285	货币、净资产
24	王春华	0.104	净资产
合计		200	-

⑧公司改制(2015年6月)

2015年6月19日,北京嘉宜园服装厂召开职工股东大会并形成如下决议:

(1) 同意企业的经济性质由集体所有制(股份合作)变更为有限责任公司;(2) 同意企业名称由北京嘉宜园服装厂变更为北京嘉宜园商贸有限公司(以下简称“嘉宜园”);(3) 同意企业自身持有的集体共有股8.952万元进行处置。

2015年7月6日,北京市工商局核准了本次企业改制的工商变更登记。

本次变更完成后,嘉宜园的股权结构如下:

序号	股东	认缴出资额(万元)	出资方式
1	曹胜奎	81.064	净资产、货币
2	刘林贵	90.694	净资产、货币
3	王淑丽	0.975	净资产
4	张学红	0.839	净资产
5	王秀艳	0.766	净资产
6	张乃华	0.651	净资产
7	阎成国	0.651	净资产
8	王如新	0.640	净资产
9	郑玉娥	0.640	净资产
10	郭世敏	0.630	净资产
11	刘建军	0.630	净资产
12	张伟	0.609	净资产
13	岳素芬	0.599	净资产
14	姚永刚	0.699	净资产
15	李淑凤	0.588	净资产
16	曹武	0.557	净资产
17	郑俊茹	0.546	净资产
18	刘舒燕	0.536	净资产
19	单中清	0.536	净资产



序号	股东	认缴出资额(万元)	出资方式
20	栾喜俊	0.536	净资产
21	刘会芬	0.525	净资产
22	周艳雁	15.664	货币、净资产
23	王春华	0.504	净资产
合计		<b>200.079</b>	-

⑨注册资本增至 201.965 万元（2015 年 12 月）

2015 年 12 月 10 日，嘉宜园召开股东会并形成决议如下：（1）同意增加陈秀云、蒋雪玲、王淑军、郑淑英、张清、解秀荣为公司新股东；（2）同意注册资本由 200 万元增加至 201.965 万元，其中增加的 1.965 万元，由股东陈秀云认缴货币出资 0.313 万元，股东蒋雪玲认缴货币出资 0.272 万元，股东王淑军认缴货币出资 0.387 万元，股东尚俊岐认缴货币出资 0.251 万元，股东郑淑英认缴货币出资 0.199 万元，股东张清认缴货币出资 0.23 万元，股东解秀荣认缴货币出资 0.313 万元。

2015 年 12 月，北京市工商局石景山分局核准了本次增加注册资本的工商变更登记。

本次变更完成后，嘉宜园的股权结构如下：

序号	股东	认缴出资额(万元)	出资方式
1	曹胜奎	81.064	净资产、货币
2	刘林贵	90.694	净资产、货币
3	王淑丽	0.975	净资产
4	张学红	0.839	净资产
5	王秀艳	0.766	净资产
6	张乃华	0.651	净资产
7	阎成国	0.651	净资产
8	王如新	0.640	净资产
9	郑玉娥	0.640	净资产
10	郭世敏	0.630	净资产
11	刘建军	0.630	净资产
12	张伟	0.609	净资产

序号	股东	认缴出资额(万元)	出资方式
13	岳素芬	0.599	净资产
14	姚永刚	0.699	净资产
15	李淑凤	0.588	净资产
16	曹武	0.557	净资产
17	郑俊茹	0.546	净资产
18	刘舒燕	0.536	净资产
19	单中清	0.536	净资产
20	栾喜俊	0.536	净资产
21	刘会芬	0.525	净资产
22	周艳雁	15.664	货币、净资产
23	王春华	0.504	净资产
24	陈秀云	0.313	货币
25	蒋雪玲	0.272	货币
26	王淑军	0.387	货币
27	尚俊岐	0.251	货币
28	郑淑英	0.199	货币
29	张清	0.230	货币
30	解秀荣	0.313	货币
合计		201.965	-

截止招股说明书出具之日，嘉宜园的股东、股本及股权结构未再发生变化。

#### (4) 嘉宜园的资产情况

根据嘉宜园提供的固定资产清单显示，报告期内，嘉宜园账面的固定资产为运输设备，具体情况如下：

序号	车辆	资产净值(截至2018年06月)	备注
1	QC5B98	25,808.18元	—

注：报告期内，嘉宜园曾有车辆 KJ1255，已于 2015 年 4 月出售。

#### (5) 嘉宜园的人员情况

根据嘉宜园提供的资料和说明，截至 2018 年 9 月 14 日，嘉宜园的员工情况如下：

序号	员工	身份证号	备注
1	刘建军	110107196212*****	本市城镇职工
2	姚永刚	110107196011*****	本市城镇职工
3	张伟	110109196506*****	本市城镇职工
4	周艳雁	110223197403*****	本市城镇职工
5	曹森	132801197401*****	本市城镇职工
6	栾喜俊	110108195911*****	本市城镇职工
7	韩建明	130530196708*****	外埠农村劳动力
8	侯胜	132201196812*****	外埠农村劳动力
9	马爱国	132924196405*****	外埠农村劳动力

#### (6) 嘉宜园的客户供应商情况

根据嘉宜园的纳税申报表及其说明,报告期内嘉宜园除 2015 年初与发行人存在房产租赁情形外,并不开展其他经营活动。

保荐机构、中伦律师认为:嘉宜园资产、人员、业务等方面均独立于发行人,不存在与发行人共用采购销售渠道、客户与供应商重叠等影响发行人独立性的情形,与发行人并不从事相同或相类似业务,不构成同业竞争。

## 2、瑞辉商贸

### (1) 基本情况

成立日期	1996 年 1 月 14 日	
认缴出资额	50.00 万元	
实缴出资额	50.00 万元	
法定代表人	马长海	
实际控制人	马丽娟	
与发行人的合作历史	瑞辉商贸自 2006 年至 2012 年以自收银的方式开设代理销售水孩儿品牌的专卖店;报告期内,无其他合作关系。	
注册地	北京市石景山区八角北里原开发公司办公楼二层 201 号	
经营范围	销售建筑材料、机电设备、五金、交电、装饰材料、百货、网球、文化体育用品、计算机软硬件及辅助设备;家居装饰;技术服务;信息咨询(中介除外);货物进出口、技术进出口、代理进出口。(企业依法自主选择经营项目,开展经营活动;依法须经批准的项目,经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动;不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。)	
主营业务	未开展实际业务	
主要财务数据(万元)	项目	2017 年度/2017 年 12 月 31 日

总资产	1.41
净资产	-4.00
净利润	-0.46
审计情况	未经审计
项目	2018年1-6月/2018年6月30日
总资产	1.41
净资产	-4.00
净利润	0.00
审计情况	未经审计

## (2) 股权结构

截至本招股说明书签署日，瑞辉商贸的股权结构具体如下：

序号	股东名称	认缴出资额(万元)	认缴出资比例
1	马丽娟	50	100%
	<b>合计</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

## (3) 瑞辉商贸的历次股权演变

### ①瑞辉商贸的设立(1996年1月)

1996年，韩刚、张美华、张桂珍三位作为发起人，设立北京市瑞辉商贸有限责任公司。

1996年1月2日，北京市石景山审计事务所出具(石审验)字第99-001号《开业登记验资报告书》验证，北京市瑞辉商贸有限责任公司的注册资本已经全部到位。投资各方的情况如下：韩刚，出资货币20万元，占总出资额的40%；张美华出资货币20万元，占出资总额的40%，张贵珍出资货币10万元，占出资总额的20%。

1996年1月，北京市工商行政管理局核准了公司的设立事项。

瑞辉商贸设立时的股权结构如下：

序号	股东	认缴出资额(万元)	持股比例	出资方式
1	韩刚	20	40%	货币
2	张美华	20	40%	货币
3	张贵珍	10	20%	货币

序号	股东	认缴出资额(万元)	持股比例	出资方式
	合计	50	100%	-

## ②第一次股权转让(2006年11月)

2006年10月26日,瑞辉商贸召开股东会,同意韩刚、张美华、张贵珍将其持有的瑞辉商贸的股权转让给马丽娟。上述股权转让相关方均于2006年11月2日签署了《股权转让协议书》。

2006年11月,北京市工商行政管理局石景山分局核准了本次股权转让事项的工商变更登记。

本次变更完成后,瑞辉商贸的股权结构如下:

序号	股东	认缴出资额(万元)	持股比例(%)	出资方式
1	马丽娟	50	100	货币
	合计	50	100	-

截止招股说明书出具之日,瑞辉商贸的股东、股本及股权结构未再发生变化。

## (4)瑞辉商贸的资产、人员及客户供应商情况

根据瑞辉商贸的纳税申报表及其说明,瑞辉商贸名下并无固定人员及资产,报告期内并未开展经营活动。

保荐机构、中伦律师认为:瑞辉商贸资产、人员、业务等方面均独立于发行人,不存在与发行人共用采购销售渠道、客户与供应商重叠等影响发行人独立性的情形,与发行人并不从事相同或相类似业务,不构成同业竞争。

## 3、力元正通

力元正通的具体情况参见本节“七、发起人、持有发行人5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”之“(一)发起人基本情况”之“7、力元正通”。

## (五)控股股东、实际控制人直接或间接持有发行人股份的质押或其他有争议的情况

截至本招股说明书签署日,公司控股股东、实际控制人直接或间接持有发行

人的股份不存在质押或其他争议情形。

## 八、发行人股本情况

### (一) 本次发行前后的股本结构

本次发行前公司股本为 8,100 万股，本次拟公开发行股票不超过 2,700 万股。本次发行后公司总股本 10,800 万股，本次发行股份占公司发行后总股本的比例不低于 25%。

公司发行股份及发行前后股本变动情况如下：

股份类型		发行前		发行后	
一、发行前股东					
序号	股东名称	持股数(股)	持股比例(%)	持股数(股)	持股比例(%)
1	曹胜奎	23,548,446	29.07	23,548,446	21.80
2	刘激	23,027,242	28.43	23,027,242	21.32
3	刘林贵	13,307,339	16.43	13,307,339	12.32
4	马丽娟	6,653,670	8.21	6,653,670	6.16
5	重庆麒厚	4,870,783	6.01	4,870,783	4.51
6	深圳架桥	4,455,000	5.50	4,455,000	4.13
7	力元正通	2,721,573	3.36	2,721,573	2.52
8	天津架桥	2,415,947	2.98	2,415,947	2.24
合计		<b>81,000,000</b>	<b>100.00</b>	-	-
二、社会公众股		-	-	27,000,000	25.00
总股本		<b>81,000,000</b>	<b>100.00</b>	<b>108,000,000</b>	<b>100.00</b>

### (二) 前十名股东

本次公开发行前，公司共有 8 名股东，其持股情况如下表：

序号	股东名称	持股数(股)	持股比例(%)
1	曹胜奎	23,548,446	29.07
2	刘激	23,027,242	28.43
3	刘林贵	13,307,339	16.43
4	马丽娟	6,653,670	8.21
5	重庆麒厚	4,870,783	6.01
6	深圳架桥	4,455,000	5.50

序号	股东名称	持股数(股)	持股比例(%)
7	力元正通	2,721,573	3.36
8	天津架桥	2,415,947	2.98
合计		<b>81,000,000</b>	<b>100.00</b>

### (三) 前十名自然人股东及其在发行人任职情况

本次发行前，公司共有 4 名自然人股东，在发行人任职情况如下：

序号	股东名称	持股数(股)	持股比例(%)	在发行人的任职情况
1	曹胜奎	23,548,446	29.07	董事长
2	刘激	23,027,242	28.43	副董事长、总经理
3	刘林贵	13,307,339	16.43	-
4	马丽娟	6,653,670	8.21	副总经理

### (四) 发行人国有股份和外资股份情况

截至本招股说明书签署日，公司不存在国有股份和外资股份。

### (五) 战略投资者及其持股情况

截至本招股说明书签署日，公司无战略投资者。

### (六) 本次公开发行前各股东之间的关联关系及关联股东的各自持股比例

股东曹胜奎与刘林贵系夫妻关系，股东曹胜奎与刘激系父子关系，股东刘林贵与刘激系母子关系，股东刘激与马丽娟系夫妻关系，刘激系力元正通的实际控制人。其中，曹胜奎持有公司 29.07% 股份，刘激持有公司 28.43% 股份，刘林贵持有公司 16.43% 股份，马丽娟持有公司 8.21% 股份，力元正通持有公司 3.36% 股份。曹胜奎、刘激、刘林贵、马丽娟四人合计控制嘉曼服饰 85.50% 股份的表决权。

### (七) 本次发行前股东所持股份的流通限制和自愿锁定股份的承诺

本次发行前股东所持股份的流通限制和自愿锁定股份的承诺详见本招股说明书之“重大事项提示”之“一、股份限售安排和自愿锁定的承诺”。

### (八) 工会持股、职工持股会持股、信托持股、委托持股等情况

截至本招股说明书签署日，发行人不存在委托持股、信托持股、工会持股、

职工持股会持股及股东数量超过二百人等情形。

### (九) 内部职工股

公司自成立至今，未发行过内部职工股。

## 九、发行人员工及其社会保障情况

### (一) 员工人数及变化情况

报告期各期末，公司及子公司员工人数合计如下：

	2018年6月	2017年12月	2016年12月	2015年12月
员工人数	1,253	1,221	1,126	1,140

### (二) 分类员工构成情况

#### 1、员工专业结构情况

截至2018年6月30日，公司及下属公司在册员工专业结构构成情况如下：

类别	人数	比例
行政管理人员	19	1.52%
销售人员	995	79.41%
物流人员	84	6.70%
生产技术人员	78	6.23%
财务人员	15	1.20%
设计研发人员	31	2.47%
其他人员	31	2.47%
<b>合计</b>	<b>1,253</b>	<b>100.00%</b>

#### 2、员工受教育情况

截至2018年6月30日，公司及下属公司在册员工受教育程度情况如下：

类别	人数	比例
研究生及以上	2	0.16%
本科	112	8.94%
大专	256	20.43%
大专以下	883	70.47%
<b>合计</b>	<b>1,253</b>	<b>100.00%</b>



### 3、员工年龄分布

截至 2018 年 6 月 30 日，公司及下属公司在册员工年龄分布情况如下：

类别	人数	比例
51 岁及以上	15	1.20%
41-50 岁（含）	280	22.35%
31-40 岁（含）	659	52.59%
30 岁及以下	299	23.86%
<b>合计</b>	<b>1,253</b>	<b>100.00%</b>

#### （三）发行人执行社会保障制度及住房公积金制度的情况

公司及其全资子公司实行劳动合同制度，与员工签订劳动合同，为员工缴纳养老保险、医疗保险、失业保险、工伤保险、生育保险及住房公积金的具体情况如下：

##### 1、社会保险及住房公积金缴纳情况

截至 2018 年 6 月 30 日，公司及其控股子公司共有员工 1,253 人，社会保险及住房公积金缴纳情况如下：

项目	总人数	缴纳人数	未缴纳人数	缴纳比例
基本养老保险	1,253	1,218	35	97.21%
基本医疗保险	1,253	1,218	35	97.21%
工伤保险	1,253	1,218	35	97.21%
生育保险	1,253	1,218	35	97.21%
失业保险	1,253	1,218	35	97.21%
住房公积金	1,253	1,170	83 <sup>10</sup>	93.38%

根据公司出具的说明，截至 2018 年 6 月 30 日，35 人未缴纳社会保险和住房公积金、48 人未缴纳住房公积金的原因为：（1）因公司及各控股子公司所在地的社会保险和住房公积金缴纳的相关规定，公司及其子公司每月缴纳社会保险和住房公积金的时间存在截止日期，公司 2018 年 6 月共有 13 名新入职员工在 6 月下旬入职，因此无法缴纳社会保险和住房公积金；（2）12 名退休返聘员工无需缴纳社会保险和住房公积金；（3）3 名员工因参加新型农村社会保险、新型

<sup>10</sup> 83 名未缴纳住房公积金的人数中有 35 人亦未缴纳社会保险，因此公司同时未缴纳社会保险和住房公积金的人数为 35 人，已缴纳社会保险但未缴纳住房公积金的人数为 48 人。

农村合作医疗保险或在原单位缴纳社会保险和住房公积金而未缴纳社会保险和住房公积金；（4）7名员工因在2017年12月离职，故公司于2018年6月开始即不为其缴纳社会保险/住房公积金；（5）48名员工未缴纳住房公积金（但已缴纳社会保险）的原因为：公司试用期（通常为6个月）员工大多数为销售人员，流动性较大，因此公司为过了试用期的员工缴纳住房公积金。

报告期内，发行人及其控制的公司若全额缴纳社会保险和住房公积金，则公司需补缴的金额占发行人各期净利润（按合并报表口径计算）的比例如下：

单位：元

	2015年度		2016年度		2017年度		2018年1-6月	
	社会保险	住房公积金	社会保险	住房公积金	社会保险	住房公积金	社会保险	住房公积金
发行人补缴金额	321,596.21	857,205.63	277,277.57	530,536.41	396,513.60	919,178.00	103,280.24	253,153.02
合计	1,178,801.84		807,813.97		1,315,691.60		356,433.26	
各年度净利润	30,988,045.62		37,105,209.21		54,617,558.25		39,106,487.44	
占比	3.80%		2.18%		2.41%		0.91%	

报告期内，发行人需补缴的社保、住房公积金金额合计金额占公司相应年度归属于母公司所有者的净利润的比例较小。

发行人实际控制人曹胜奎、刘澍、马丽娟、刘林贵已就发行人及其子公司欠缴社会保险费、住房公积金的事宜作出《关于发行人社保公积金相关事项的承诺》：“如因社会保险或住房公积金管理部门要求或决定，发行人及其下属公司需要为员工补缴社会保险或住房公积金，或发行人及其下属公司因未按规定缴纳社会保险或住房公积金而承担任何罚款或损失，承诺人愿无条件代发行人及其下属公司承担所有相关补缴或赔付责任，保证不会因此给发行人及其下属公司造成任何经济损失。”

## 2、控股股东及实际控制人的承诺

发行人的控股股东、实际控制人曹胜奎、刘澍、刘林贵、马丽娟已出具书面承诺：“如因社会保险或住房公积金管理部门要求或决定，发行人及其下属公司

需要为员工补缴社会保险或住房公积金,或发行人及其下属公司因未按规定缴纳社会保险或住房公积金而承担任何罚款或损失,承诺人愿无条件代发行人及其下属公司承担所有相关补缴或赔付责任,保证不会因此给发行人及其下属公司造成任何经济损失。”

## **十、持有 5%以上股份的主要股东以及作为股东的董事、监事、高级管理人员作出的重要承诺及其履行情况**

### **(一) 关于股份锁定的承诺**

参见“重大事项提示”之“一、股份限售安排和自愿锁定的承诺”。

### **(二) 持有发行人 5%以上股份的股东持股意向及减持意向**

参见“重大事项提示”之“五、公开发行前持股 5%以上股东的持股意向及减持意向”。

### **(三) 关于发行人上市后稳定股价的承诺**

参见“重大事项提示”之“三、关于公司股票上市后三年内稳定公司股价的预案”。

### **(四) 关于招股说明书中不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的承诺**

参见“重大事项提示”之“四、关于招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的承诺”。

### **(五) 关于补缴住房公积金、社会保险的承诺**

参见本节“九、发行人员工及其社会保障情况”之“(三) 发行人执行社会保障制度及住房公积金制度的情况”。

### **(六) 关于避免同业竞争、减少关联交易的承诺**

参见“第七节 同业竞争与关联交易”之“二、同业竞争”之“(二) 控股股东及实际控制人避免同业竞争的承诺”及“第七节 同业竞争与关联交易”之“七、发行人减少关联交易的措施”之“(二)关于减少和规范关联交易的承诺”

### **(七) 关于避免资金占用的承诺**

公司主要股东曹胜奎、刘林贵、刘澍、马丽娟承诺：“不通过资金占用、借款、代偿债务、代垫款项或其他任何形式占用发行人及其子公司的资金，损害发行人或发行人中小股东利益，并保证本人直接或间接控制的其他关联方不通过任何形式占用发行人及其子公司资金，直接或间接损害发行人或发行人中小股东利益。”

### **(八) 关于未履行承诺时的约束措施**

参见“重大事项提示”之“八、关于未履行承诺时的约束措施的承诺”。

### **(九) 主要股东的股份质押、冻结声明**

公司主要股东曹胜奎、刘林贵、刘澍、马丽娟声明：“没有以任何方式将所持公司的股份设置质押担保，该等股份也没有被司法机关依法冻结，且基于该等股份依法行使股东权利没有任何法律障碍。”

## 第六节 业务与技术

### 一、发行人的主营业务及变化情况

#### (一) 主营业务基本情况

公司是一家经营中高端童装业务的企业，主要从事童装的研发设计、供应链管理、运营推广、直营及加盟销售等核心业务。公司产品涉及 0-16 岁（主要为 2-14 岁）的男儿童服装及内衣袜子等相关附属产品，公司业务涵盖童装设计、采购到销售的各个主要环节。公司自设立以来，主营业务未发生重大变化。

截至 2018 年 6 月 30 日，公司已在全国开设有 758 家线下门店，其中直营店 324 家，加盟店 434 家；同时，公司通过唯品会、天猫、京东等电子商务平台建立了线上直营销销售渠道。公司运营品牌包括自有品牌、授权经营品牌、国际零售代理品牌等三类，共计 24 个品牌。

公司采用多品牌运营策略，此种经营模式不仅很好地迎合了现代社会追求个性、独立的时尚氛围，更凭借各品牌自有特色在各个细分市场中更好满足不同类型消费者的需求，培养有品牌忠诚度的客户群体。

公司运营品牌具体情况如下：

#### 1、自有品牌

序号	名称	品牌	产品品类
1	水孩儿	<i>Souhait</i>	童装服饰



## 2、授权经营品牌

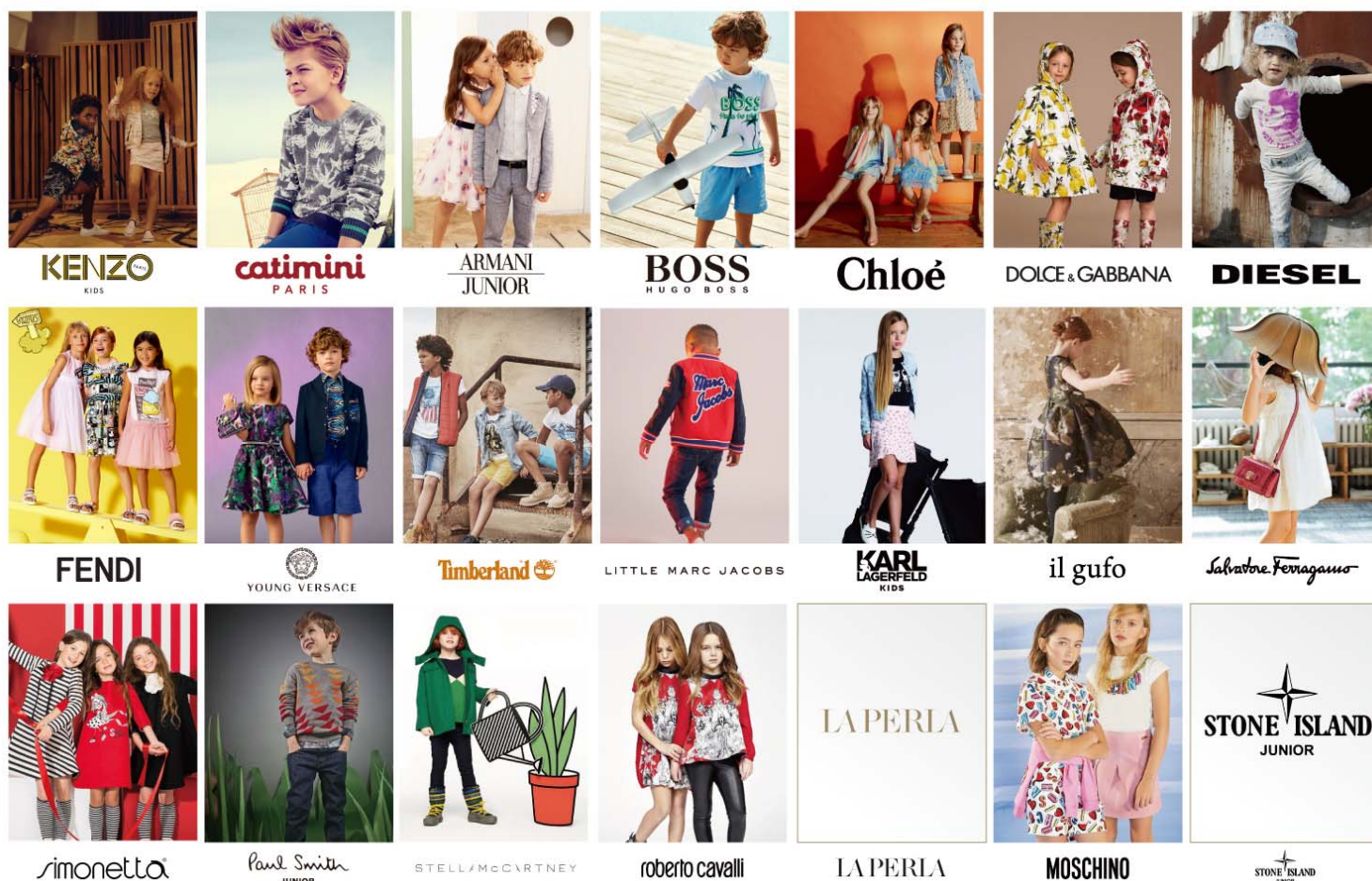
序号	名称	品牌	产品品类
1	暇步士		童装服饰
2	哈吉斯		童装服饰



## 3、零售代理国际品牌

序号	名称	品牌	产品品类
1	KENZO KIDS		童装服饰
2	Catimini		童装服饰
3	ARMANI JUNIOR		童装服饰
4	HUGO BOSS		童装服饰
5	Chloé		童装服饰
6	DOLCE&GABBANA		童装服饰
7	DIESEL		童装服饰
8	FENDI		童装服饰
9	YOUNG VERSACE		童装服饰
10	Timberland		童装服饰
11	LITTLE MARC JACOBS		童装服饰
12	KARL LAGERFELD KIDS		童装服饰
13	il gufo		童装服饰
14	Salvatore Ferragamo		童鞋
15	SIMONETTA		童装服饰

序号	名称	品牌	产品品类
16	Paul Smith Junior		童装服饰
17	Stella McCartney	STELLA McCARTNEY	童装服饰
18	Roberto Cavalli		童装服饰
19	LAPERLA		童装服饰
20	Moschino		童装服饰
21	STONE ISLAND JUNIOR		童装服饰



#### 4、授权品牌和零售代理品牌的具体情况

##### (1) 发行人授权经营品牌、零售代理品牌的相关合作协议主要内容

报告期内，发行人与相关授权经营品牌、零售代理品牌的合作情况如下：



### ①授权经营品牌

#### A、暇步士（Hush Puppies）

根据授权许可文件显示,汪尔弗林户外用品有限公司 Wolverine Outdoors, Inc. (系 Wolverine World Wide, Inc.的子公司,以下简称“汪尔弗林公司”)已授予北京天达华业贸易有限公司(以下简称“天达华业”)“Hush Puppies®”商标相关的下列许可权利:

a. 在中国大陆地区制造、经销、营销、推广、批发和零售带有上述“Hush Puppies”商标的下列产品的独家许可:男式、女士及儿童家居服;手提包、旅行包袋,小件皮革制品,例如男式、女士及儿童腰带、钱包、钥匙链;男式及儿童内衣;男式、女士及儿童睡衣;男式、女士及儿童外衣;男式及女士休闲运动服装,包括针织衬衫、长裤及短裤及休闲外衣;男童及女童休闲运动服装,包括针织衬衫、长裤及短裤及休闲外衣,适用号码为男童及女童 4-20;袜子;钟表;箱包。

b. 通过下列网站零售、营销、推广和展示许可产品及带有“Hush Puppies”商标的毛绒玩具的非独家许可:天猫:www.tmall.com,京东商城:www.jd.com,唯品会:www.vipshop.com 等。

c. 在中华人民共和国境内指定分许可方(以制造并向中华人民共和国境内最终用户的出售许可产品)的权利。

d. 授权文件有效期至 2025 年 12 月 31 日,除非汪尔弗林公司提前撤销。

发行人下属子公司天津嘉士服装服饰有限公司(以下简称“天津嘉士”)与天达华业签署《特许加盟协议》,主要条款如下:

a. 在本协议有效期间,天达华业指定天津嘉士为本协议所述产品在中国大陆地区(不包括台湾、香港、澳门)的经销商;并授权天津嘉士独家进行 Hush Puppies®童装设计、生产、推销、宣传和销售(包括零售及批发,不包括网上销售)。

#### b、经销产品

包括: Hush Puppies®男童服装:上衣、衬衫、t 恤、polo 衫、背心、卫衣、

毛衣、针织衫、外套、裤子、内衣、秋衣、袜。Hush Puppies®女童服装：上衣、衬衫、t恤、polo衫、背心、卫衣、毛衣、针织衫、外套、裤子、内衣（不含文胸）、秋衣、袜。年龄段为：2岁-12岁。

c、经销期限：

经销期限自2013年8月1日至2022年12月31日。在本协议到期日的12个月前，双方需协商是否续约。

d、商标使用费：

天津嘉士因使用Hush Puppies®商标而需向天达华业支付商标权使用费，即在授权期间内，被授权方需按照产品采购额的约定比例向授权方支付商标权使用费，双方同时约定了每年的保底授权费并规定最高上限，保底授权费为被授权方每年需向授权方缴纳的最低授权金额。被授权方每年分四次向授权方支付授权费。

除此之外，天津嘉士还取得天达华业关于暇步士童装品牌在唯品会、天猫、淘宝和京东销售的网上销售授权，具体情况如下：

序号	被授权人	授权人	授权内容	授权期限
1	天津嘉士	天达华业	授权在天猫（www.tmall.com）开设“Hush Puppies”童装旗舰店	2015.01.01-2018.12.31
2	天津嘉士	天达华业	授权在京东商城（www.jd.com）开设“暇步士童装旗舰店”	2016.07.19-2018.12.31
3	天津嘉士	天达华业	授权在唯品会（www.vipshop.com）销售“Hush Puppies”、“暇步士”童装商品（其中包括：男童装和女童装，年龄段为2-12岁）	2016.07.19-2018.12.31
4	天津嘉士	天达华业	授权天津嘉士为“Hush Puppies”、“暇步士”童装在中国大陆地区的总销售商，并可以在天猫（ <a href="http://www.tmall.com">www.tmall.com</a> 及APP）、淘宝（ <a href="http://www.taobao.com">www.taobao.com</a> 及APP）、京东（ <a href="http://www.jd.com">www.jd.com</a> 及APP）、唯品会（ <a href="http://www.vip.com">www.vip.com</a> 及APP）开设“Hush Puppies”、“暇步士”店铺销售相关商品	至 2022.12.31

B、哈吉斯（HAZZYS KIDS）

2015年6月1日，嘉曼服饰（以下简称“被许可方”）与LF CORP.、Pastel World Corp.（LF CORP.控股子公司）（以下简称“许可方”）签署《许可协议》，协议期限自2015年6月1日至2020年12月31日，相关主要合作条款如下：

a) 权利授予:

许可方授予被许可方拥有在中国大陆地区(不含香港、澳门及台湾地区)拥有对产品的专有销售、不可转让和不可转授的权利:仅可通过该地区内的批发和零售业务渠道,使用该商标和哈吉斯儿童品牌专有技术,用于制造、营销、分销和销售被许可方制造的产品;和仅可通过该地区内的批发和零售业务渠道,使用与被许可方进口产品的销售、分销和销售有关的商标。

b) 购买被许可方的进口产品

在相关季节的季节性会议完成后,被许可方应尽最大努力根据会议中提供的产品信息,在相关季节开始至少两周之前下达有关季节的订单,在没有明确归属于许可方或出口子公司的任何原因的情况下,订单已经提交并交付给许可方即不可撤销。

原则上,被许可方进口产品的价格应为韩国相关产品许可方的零售价格的30%,不含增值税;但是,如果特定产品的制造成本是30%或高于许可方零售价格的30%,则许可方应以制造成本的总和加上利润的10%提供给被许可方。许可方应尽最大努力,在被许可方进口产品的总部分范围内将制造成本高于许可方零售价格的30%的有关部分维持在最低限度,如果上述产品的部分过度增加,许可方可以事先征得被许可方的意见。

c) 许可权使用费

在授权期间内,被许可方每年需向许可方支付最低保证金,每年按季度支付四次。每年按被许可方的销售业绩的约定比例计算全年的特许权使用费,如果计算出的特许权使用费超过当年的最低保证金,许可方有权向被许可方收取超出的部分。双方约定的支付货币为美元。

2015年6月8日,LF CORP.已向嘉曼服饰出具授权,证明嘉曼服饰在中国大陆地区(不含香港、澳门及台湾地区)享有“HAZZYS”品牌童装类的独家排他性的授权。

除此之外,嘉曼服饰还分别取得LF CORP.公司关于哈吉斯童装品牌在天猫、京东和唯品会销售的网上销售授权,具体情况如下:

序号	被授权人	授权人	授权内容	授权期限
1	嘉曼服饰	LF Corp.	授权 HAZZYS KIDS 品牌童装的生产、推销、销售等(不包括网络销售)	2015.06.01-2020.12.31
2	嘉曼服饰	LF Corp.	授权在天猫商城(www.tmall.com)开设 HAZZYS KIDS 旗舰店	2016.06.01-2020.12.31
3	嘉曼服饰	LF Corp.	授权在京东商城(www.jd.com)使用“Hazzys 童装旗舰店”开设旗舰店	2015.06.01-2020.12.31
4	嘉曼服饰	LF Corp.	授权在唯品会(网址 www.vip.com 及 APP)开设“Hazzys 童装特卖旗舰店”销售童装品类商品	2018.05.01-2020.12.31

## ②零售代理品牌

截至 2018 年 6 月 30 日, 发行人运营的国际零售代理品牌如下:

序号	品牌名称	国际零售代理品牌的销售商场
1	ARMANI JUNIOR	上海梅龙镇伊势丹、北京燕莎友谊等
2	HUGO BOSS	北京翠微百货、成都 IFS 等
3	Catimini	北京燕莎友谊商场、北京百盛复兴门店等
4	Chloé	北京 SKP、青岛海信广场等
5	DOLCE&GABBANA	天津伊势丹、武汉国际广场等
6	DIESEL	北京 SKP 等
7	FENDI	北京 SKP、杭州大厦等
8	KENZO KIDS	北京 SKP、武汉国际等
9	YOUNG VERSACE	杭州大厦、北京燕莎友谊等
10	Timberland	北京燕莎友谊、北京金源燕莎等
11	LITTLE MARC JACOBS	北京燕莎友谊、上海伊势丹百货等
12	KARL LAGERFELD KIDS	北京 SKP、杭州大厦等
13	ILGUFO	苏州久光、大连麦凯乐等
14	Salvatore Ferragamo	北京 SKP、天津海信等
15	SIMONETTA	北京 SKP、北京燕莎友谊等
16	Roberto Cavalli	北京 SKP、杭州大厦等
17	Paul Smith JUNIOR	北京 SKP
18	Stella McCartney	北京 SKP
19	LAPERLA	北京 SKP
20	Moschino	北京 SKP、天津伊势丹
21	STONE ISLAND JUNIOR	北京 SKP

## (2) 发行人与授权方合作历史及合作关系

发行人与授权品牌合作方的合作背景及合作关系如下：

### ①暇步士（Hush Puppies）

发行人管理层一直有考虑品牌授权业务的发展可能，2012 年发行人与暇步士品牌的中国区总授权商天达华业开始进行接洽，并达成暇步士童装在中国区域（不含港澳台）的排他性独家授权经营协议，协议的大致内容为双方约定自 2013 年秋冬季为投放市场的第一季产品，授权有效期至 2018 年 12 月 31 日，天津嘉士按约定的金额和时间向天达华业支付品牌使用费。

之后，天津嘉士运营的暇步士品牌童装已在中国市场初具规模，基于双方合作关系良好，天津嘉士与天达华业续签了授权协议，新协议有效期至 2022 年 12 月 31 日。

### ②HAZZYS KIDS

2014 年底，发行人的第一个授权品牌暇步士已运营了四季（2013 年秋冬、2014 年春夏、2014 年秋冬），渡过了品牌进入市场的初创期，开始进入高速增长期。发行人对旗下品牌业务进行梳理后拟增加一个品牌，进一步完善公司的品牌体系，形成多设计风格的阶梯价位品牌群。经过认真的市场调研和内部讨论，发行人最终选择与具有英伦风格的哈吉斯品牌进行授权经营合作，双方于 2015 年 6 月正式签署了品牌授权协议。

由于哈吉斯品牌的合作中有直接进口海外市场产品的内容，发行人节省了产品筹备时间（设计生产时间），因此很快地开始进入终端铺设阶段。第一批店铺以全进口产品的形式呈现，此后逐步扩大由发行人设计生产的授权产品比例。至 2018 年 6 月 30 日，哈吉斯品牌童装在国内市场上仍处于初期发展阶段，从目前的状况看，发行人对此品牌在长期发展持比较良好的预期，并计划与授权方就中国市场确立后续的授权合作关系。

保荐机构、中伦律师认为：截至招股说明书出具之日，发行人与相关授权方已签署合法有效的合作协议，合作关系稳定，相关各方尚未对合作协议到期后的合作进行安排。

### （3）授权方的授权及合作情况

天达华业(Hush Puppies®的中国大陆地区的总代理)、LF CORP.(HAZZYS KIDS 的品牌方)作为相关授权品牌的合法的权利人,已与发行人(含下属子公司,下同)签署相关合作协议。

保荐机构、中伦律师经认为:截至招股说明书出具之日,发行人与相关授权方的合作关系稳定,并不存在因品牌授权事项产生过任何纠纷或潜在纠纷。

(4)自有品牌、授权品牌和零售代理品牌在采购、销售模式等方面的区别  
发行人(含下属子公司、下同)的自有品牌、授权品牌和零售代理品牌的区别如下:

品牌类型	品牌取得/授权	设计研发	生产/采购	销售
自有品牌	自有	自主设计研发	生产外包,向生产商直接采购成品	直营+加盟
授权经营品牌	品牌方授权公司独家进行童装设计、生产、推销、宣传和销售(包括零售及批发)	自主设计研发后方案报品牌方批准	生产外包,向生产商直接采购成品	直营+加盟
国际零售代理品牌	品牌方许可公司对所采购货品进行销售公司从品牌方采购商品后在国内市场进行销售。品牌方对公司开设的独立单品牌店铺进行授权,允许公司使用其品牌形象	无	直接向品牌方采购成品	直营为主,个别品牌有加盟店铺

发行人的销售模式主要为线下直营模式(含直营联营和直营自营)、加盟模式与电商直营模式,公司旗下的自有品牌、授权品牌、零售代理品牌的经营中,上述三种销售模式全都存在,具体情况如下:

销售模式		说明
线下直营	直营联营	发行人与商场签署合作协议,通过商场专柜以零售方式向顾客销售产品,通常公司店铺以销售分成的方式与商场结算。
	直营自营	采取企业自购或租赁店铺的方式取得经营场所,并进行自收银结算,根据地理位置的不同,分为店中店和独立店两种。店中店主要开设于购物中心、百货商店,独立店则位于城市商圈、社区等消费较为集中的区域。
	加盟	发行人与具备一定条件的加盟商签订加盟协议,授予加盟商在一定时间及范围内销售公司产品的权利。
	电商直营	发行人在 B2B 网站如唯品会等上批发销售产品,或在 B2C 网站如天猫、京东等上零售产品的模式。

注:电商直营包括:电商服务平台模式与电商联营模式

根据渠道不同，公司的运营体系也有所不同：

#### ①线下渠道

在线下渠道方面，除了加盟商与单一品牌专卖店之外，公司还创立了自有品牌“bebelux”。报告期内，该品牌主要用于开设渠道型店铺，销售不同品牌、多种风格的国际高端童装。“bebelux”品牌店铺以买手为主导，根据不同区域的消费者偏好差异，在每一销售季从众多的国际品牌中选取适合的品类和优势的产品，组成有针对性的商品组合，方便消费者进行选购。“bebelux”品牌店铺作为多品牌管理体系的重要载体，综合统筹各个品牌的协作发展，起到了高效率、低成本、全覆盖的效果。

在线下直营渠道管理方面，公司实行分区域管理方式，销售经理全面负责区域内日常运营管理，经理下辖销售主管，每名销售主管负责 10-15 家门店日常运营管理、商场及物业关系维护、商品库存管理、门店人员配置、新门店开发拓展等工作；在线下加盟渠道管理方面，公司加盟商普遍采取扁平化管理，按品牌管理加盟商，由各品牌的加盟事业部分别负责管理自有品牌“水孩儿”和授权经营品牌“暇步士”童装的加盟业务，加盟商的门店装修、日常经营、人员培训由公司进行指导，直接服务各地加盟商。

#### ②线上渠道

在线上渠道方面，公司自有品牌“水孩儿”、授权经营品牌“暇步士”、“哈吉斯”以及集合店品牌 bebelux 在天猫、京东、唯品会等平台均有较好合作，主要在各平台开设品牌旗舰店、专卖店等形式开展业务，由公司电商事业部负责运营。

#### (5) 商品订货制度

公司通常每年召开两次期货订货会，分别为秋冬款服装订货会、春夏款服装订货会，每年具体的时间会因春节等农历节气的公历日期变动而有所调整。公司商品企划部、设计中心、生产管理中心、自营事业部、加盟事业部等部门通过分析加盟商和各直营店铺的销售情况，协助加盟商及各直营店铺完成订货。

#### (6) 加盟销售政策

公司对加盟商普遍实行款到发货的销售结算政策。同时，公司对加盟商实行

“限量限期”换货制度，根据加盟协议的约定，对持续合作的加盟商一般给予按照每季新款货品（不含补货）总金额 15%-30%的换货率换货，对新签约（未参加订货会）及部分重点扶持的加盟商给予更高换货率，超额部分不予换货。

## （二）公司业务发展历程

公司是一家专业的童装企业，旗下的自有品牌“水孩儿”创立于 1995 年，是国内较早一批专业化童装品牌。“水孩儿”在创立伊始即定位于中高端品牌，选择在燕莎友谊商城、百盛、翠微等当时国内高端商场开设专柜，以良好的品质赢得了市场口碑。进入二十一世纪后不久，国内零售市场开始经历剧烈的变革和升级，新商场如雨后春笋般出现，不同商场的定位也日趋确定，“水孩儿”也迎来了高速发展的阶段，根据中国服装协会评比结果，公司“水孩儿”品牌自 2010 年起连续三届位列中国十大童装品牌。

考虑到单一品牌经营在未来可能遇到发展瓶颈，经过审慎的探研并参考了国外企业的成功经验，公司决定由经营单一品牌向多品牌运营转变。与此同时，国内市场开始出现了对于进口童装品牌的需求，于是公司从 2005 年开始经营国际童装品牌零售业务。截止至 2018 年 6 月 30 日，公司经营的国际童装品牌已经发展到 21 个，覆盖了品牌号召力较强的“KENZO KIDS”、“YOUNG VERSACE”、“FENDI”、“Chloé”、“ARMANI JUNIOR”和“HUGO BOSS”等国际一二线品牌。另外，除开设进口单品牌店铺外，公司根据高端童装行业的特点，在国内尝试童装多品牌集合店销售模式，创立了“bebelux”国际高端童装精品集合店，将不同品牌、不同风格的国际精品童装集中呈现在消费者面前。

为实现多品牌策略，经过考察和论证，公司获得暇步士童装和哈吉斯童装品牌在中国大陆地区（不包括港澳台）的合法独家授权，公司可以独立进行上述品牌童装的设计、生产、宣传和销售，上述两个童装品牌经公司推广进入中国市场以来取得了良好的销售业绩，已成为公司重要的业务组成部分和新的利润增长点。

除此之外，公司还十分重视互联网销售，自 2013 年开始，公司积极发展互联网电子商务业务，通过唯品会、天猫、京东等知名电子商务平台建立了线上直营销售渠道。报告期内，电商营业收入分别为 2,413.81 万元、7,954.75 万元、



17,232.06 万元和 12,463.42 万元，电商渠道的业务收入占比从 6.27%上升到 37.83%，电商已成为公司重要的销售渠道之一。

## 二、公司所在行业的基本情况

从产品分类角度，根据《国民经济行业分类》（GB/T4754-2011）及《上市公司行业分类指引（2012年）》，公司属于“纺织服装、服饰业（C18）”，并处于其中的“儿童成衣”细分领域。从产品应用角度，公司处于“婴童产业”中的童装产品制造与零售领域。童装产业决定了公司所在行业的市场前景、竞争格局及经营特征，纺织服装、服饰业则决定了公司所适用的行业监管体制与法律法规。童装行业属于服装行业中重要的细分行业之一，与整体服装行业的管理体制相同，市场化程度较高。行业内的企业经营完全以市场化方式运作，政府主管部门对行业进行宏观政策指导和监督管理，行业协会负责企业的自律管理。

### （一）行业主管部门和监管体制

#### 1、行业监管情况

序号	监管机构	简介
1	国家发改委	负责行业产业政策的制定、产品开发和推广的政府指导、项目审批和产业扶持基金的管理等
2	商务部	国内服饰行业进出口业务、特许经营业务的主管部门，负责国内外贸易和国际经济合作以及特许经营的监督管理等
3	工信部	制定并组织实施工业行业规划、计划和产业政策，提出优化产业布局、结构的政策建议等
4	中国纺织工业联合会	制定行规行约，规范行业行为，建立行业自律机制，维护行业利益；向企业提供信息、咨询服务；综合协调纺织各行业之间经济技术关系，促进行业结构调整和产业升级，推动横向经济联合与协作；组织开展行业对外技术经济协作与交流等
5	中国服装协会	研究行业的发展方向和战略，接受政府部门委托，拟定行业长远发展规划；向政府部门提出全行业的技术、经济政策和行业立法建议并协助政府贯彻实施；制定行规行约，建立行业自律机制，促进企业平等竞争；推动行业的科技创新等
6	中国商业联合会	协助政府有关部门对行业内重大的投资、改造、开发项目的先进性、经济性、可行性进行前期论证，接受委托参与项目责任监督。推广先进技术成果，经政府有关部门批准，组织行业技术成果的鉴定；参与制定、修改本行业技术标准、经济标准、管理标准等，并组织推进标准的贯彻实施，开展行业规范工作；根据授权，组织开展市场统计，向企业提供市场分析、市场预测、产业政策、经营策略等方面的信息服务和科学技术导向，引导企业按照市场需求，确定经营战略和经营目标等

序号	监管机构	简介
7	中国连锁经营协会	参与政策制定与协调,维护行业和会员权益,为会员提供系列化专业培训和行业发展信息与数据等

## 2、行业主要法规政策

服装行业作为纺织工业的重要组成部分,在繁荣经济、吸收就业、满足社会消费需求等方面发挥着重要作用。在政策法规方面,我国先后颁布了一系列法律法规与政策文件,以规范和推动服装行业的发展,给予优势企业更好的发展环境,推动自主品牌的建设和推广,加快我国服装行业的结构调整和产业升级。

服装行业所涉及的主要发展政策如下:

时间	政策	主要涉及内容
2016	《纺织工业发展规划(2016-2020年)》	提升产业创新能力,加快科技创新体系建设,加强行业关键技术突破,推动纺织行业模式创新;大力实施“三品”战略,提升质量保障能力,完善纺织行业标准体系,大力推进品牌建设;促进区域协调发展,提升纺织国际化发展水平,推动产业集群优化升级
2016	《国务院关于促进加工贸易创新发展的若干意见》	到2020年,我国加工贸易创新发展取得积极成果,进一步向全球价值链高端跃升;产品技术含量和附加值提升,由低端向高端发展;产业链延长,向生产制造与服务贸易融合发展转变;经营主体实力增强,由加工组装企业向技术、品牌、营销型企业转变
2013	《商务部关于促进电子商务应用的实施意见》	引导网络零售健康快速发展;加强农村和农产品电子商务应用体系建设;支持城市社区电子商务应用体系建设;推动跨境电子商务创新应用等
2013	《产业结构调整指导目录(2011年本)(修订版)》	“二十、纺织”之“12、服装企业计算机集成制造及数字化、信息化、自动化技术和装备的应用”被列为“鼓励类”
2012	《关于促进中国品牌消费的指导意见》	提出集中发展工厂店、折扣店、体验店和专卖店等新型业态
2012	《建设纺织强国纲要(2011-2020)》	到2020年建成能够满足国内不断升级的消费需求、具备较强国际竞争力和可持续发展能力的现代纺织产业体系;着力推动自主品牌建设,以品牌实力把握好在全球经济分工中的新定位,以品牌对产业资源优化配置的系统功能和对产品附加值的倍增效应,积极创造参与国际经济合作和竞争的新优势
2012	《纺织工业“十二五”发展规划》	增强自主创新能力,完善行业科技创新机制;加快技术升级步伐,提升行业信息化应用水平;加强质量管理和品牌建设,重点推进服装、家用纺织品行业品牌建设;优先支持新型纺织纤维材料、高端纺织装备、产业用纺织品、品牌服装和家用纺织品企业上市融资,积极支持企业创新能力和品牌运作能力
2012	《关于“十二五”时期促进零售业发展的指导意见》	提出鼓励专业店、专卖店、会员店连锁化经营,满足消费者个性化需求;促进零售企业由注重门店数量和营业面积扩张转向注重质量提升,提高企业核心竞争

时间	政策	主要涉及内容
		力
2011	《中国儿童发展纲要(2011-2020年)》	从儿童健康、教育、法律保护和环境四个领域提出了儿童发展的主要目标和策略措施,完善保护儿童的法规体系和保护机制,依法保护儿童合法权益
2010	《纺织工业“十二五”科技进步纲要》	加强服装企业信息化集成制造系统、大规模定制技术的开发和应用,加快高档服装原辅材料和制造技术的研发及产业化应用;提高纺织面料、服装、家纺产品的开发创新水平,促进产业科技成果向市场开拓能力和品牌价值转化

服装行业所涉及的主要法律法规如下:

时间	法律法规	发布机构
2016	《纤维制品质量监督管理办法》	国家质检总局
2016	《机织儿童服装》	国家质检总局、国家标准委
2016	《中华人民共和国进出口关税条例》	全国人大常委会
2015	《婴幼儿及儿童纺织产品安全技术规范》	国家质检总局、国家标准委
2013	《中华人民共和国进出口商品检验法》	全国人大常委会
2013	《中华人民共和国进出口商品检验法实施条例》	全国人大常委会
2013	《中华人民共和国商标法》	全国人大常委会
2013	《中华人民共和国消费者权益保护法》	全国人大常委会
2010	《国家纺织产品基本安全技术规范》	国家质检总局、国家标准委
2007	《商业特许经营备案管理办法》	商务部
2007	《商业特许经营管理条例》	全国人大常委会
2006	《零售商供应商公平交易管理办法》	商务部、发改委等
2006	《零售商促销行为管理办法》	商务部、发改委等
2004	《中华人民共和国进出口贸易法》	全国人大常委会
2000	《中华人民共和国产品质量法》	全国人大常委会
1993	《中华人民共和国反不正当竞争法》	全国人大常委会

## (二) 行业发展概况

随着我国国民生活水平的不断上升,以及社会与家庭对下一代的重视程度不断提高,婴童的消费支出在家庭的消费支出中所占比例逐年上升,中国童装市场正在步入快速发展的阶段,根据中国产业信息网的数据显示,2016年我国童装市场规模达到1,450亿元,预计到2017年市场规模将突破1,500亿元。持续增加的童装市场规模和快速的市场增长速度为童装企业的发展带来了良好的历史机

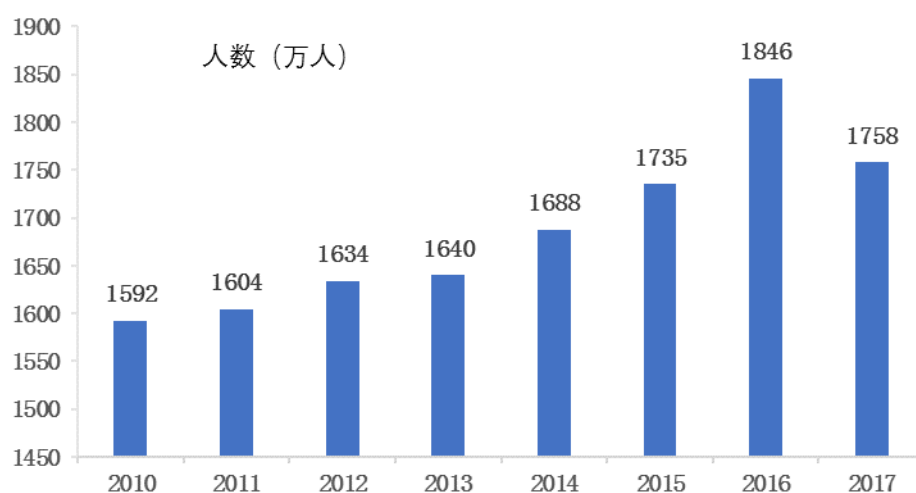
遇。

## 1、童装行业需求增长快，未来市场空间大

童装行业是涵盖了 0-14 岁（有时也会把年龄扩展到 0-16 岁）年龄段人群全部着装的庞大产业群。根据年龄与身高的不同，童装产品可进一步分为 0-3 岁“婴幼儿装”和 4-14 岁的“大龄童装”，按照产品类型又可以分为：连体服、外套、裤子、T 恤衫、鞋子等。

2013 年我国放开“单独二胎”政策，2014 年我国 0-14 岁人口开始加速增长，增长率达到 1%，占总人口的 16.49%。2015 年，我国审议通过了《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十三个五年规划的建议》，提出“全面实施一对夫妇可生育两个孩子的政策”。从 2015 年开始，我国的第四个生育高峰全面来临，这个高峰时段预计将持续 10-15 年。随着新生儿数量规模的增长，我国 0-14 岁人口数量也将持续增长。持续增长的婴童数量给童装市场带来更大的市场空间。2017 年我国 0-15 岁的人口约为 2.47 亿人<sup>11</sup>，这部分人群是当前童装消费的主力群体。

2010年-2017年中国新生儿数量规模



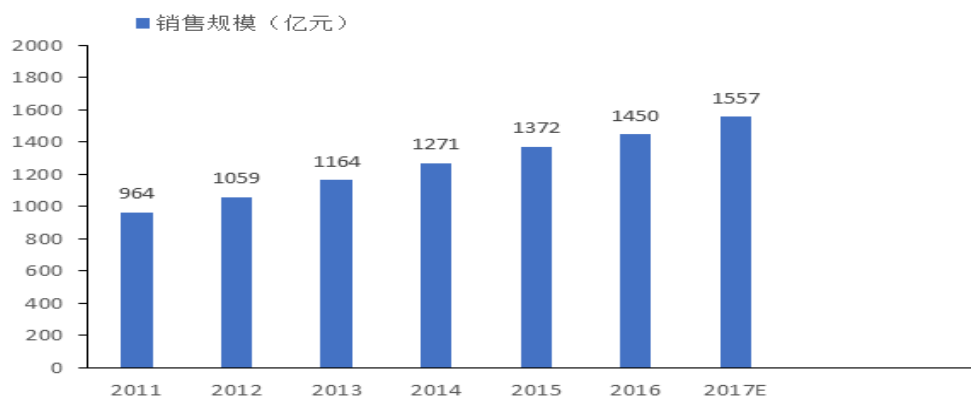
数据来源：国家卫生健康委员会，中国产业信息网

根据中国产业信息网的数据显示，2016 年我国童装市场规模达到 1,450 亿，到 2017 年市场规模预计达到 1,557 亿。在过去几年间，中国童装市场整体处于不断成长的进程中，童装零售总额 2011 年为 964 亿元，到 2017 年，这一数据上

<sup>11</sup>资料来源：国家统计局，《2017 年国民经济和社会发展统计公报》，2018 年 2 月 28 日。

预计升至 1,557 亿元。在居民消费支出能力提升、我国二胎全面放开、80 后和 90 后进入婚育年龄阶段等多重因素推动下，我国童装市场零售总额将进一步增加。

2011-2017年中国童装销售规模

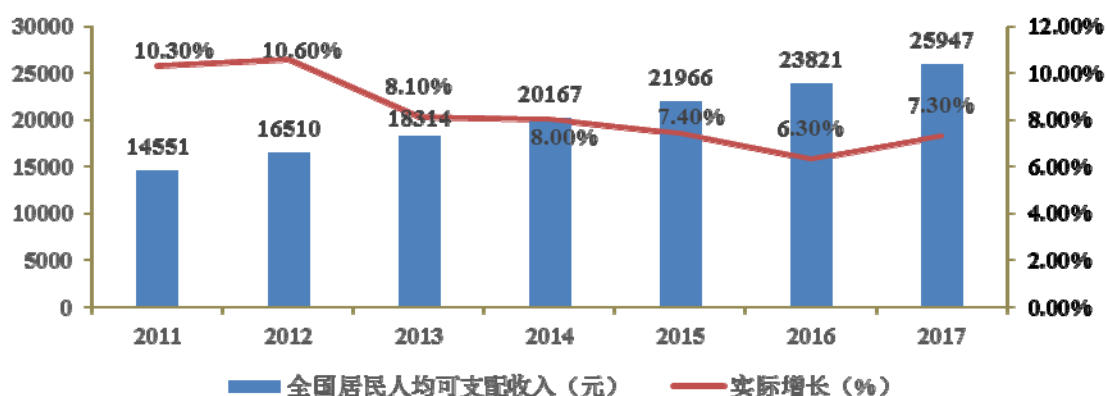


数据来源：中国产业信息网

## 2、婴童消费升级

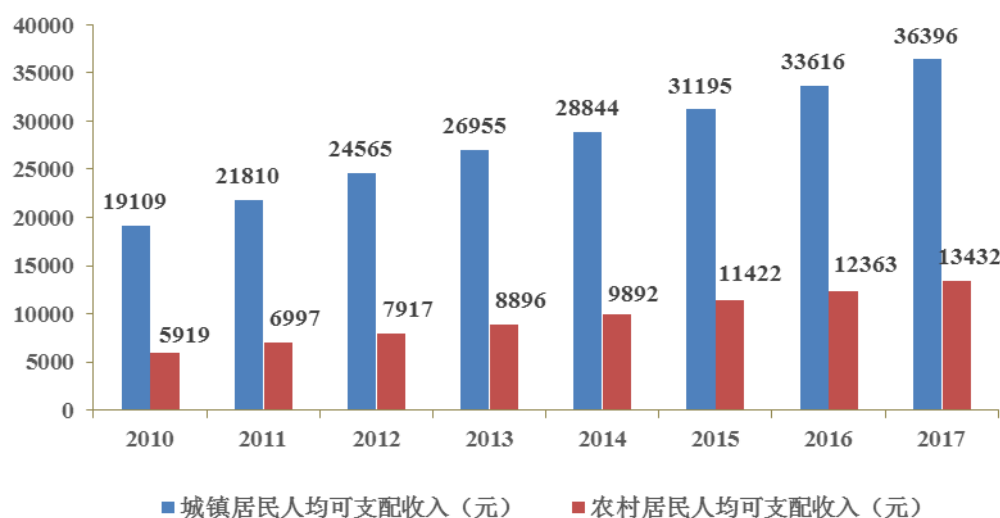
2017 年全年居民人均可支配收入 25,947 元，比上年增长 9.0%，扣除价格因素，实际增长 7.3%。按常住地分，城镇居民人均可支配收入 36,396 元，增长 8.3%，扣除价格因素实际增长 6.5%，农村居民人均可支配收入 13,432 元，增长 8.6%，扣除价格因素实际增长 7.3%。人均可支配收入水平的提高增强了居民的消费能力，为婴童产业的繁荣提供了有力保障。

2011-2017年全国人均可支配收入及实际增长率



数据来源：国家统计局，中国产业信息网

2010-2017年中国城镇、农村居民人均可支配收入对比图



数据来源：国家统计局，中国产业信息网

国家统计局发布的数据显示，从 2011 年开始，我国居民服装消费价格持续呈现上涨的态势，至 2017 年，涨幅连续 7 年保持 1%-3% 的温和增长。从消费角度看，服装商品供给大幅增加，消费价格依旧连续多年上涨，这说明居民服装消费需求开始由量逐渐向质转变，消费者的观念在改变，更加注重性价比高的商品。而童装作为服装行业里的细分子行业，近几年是服装市场的销售增长亮点，童装市场主要面向 80、90 年代以后出生的年轻父母，其品牌意识较强，愿意更多的在孩子身上投入，所以童装购买量和价格都将是个持续提升的过程。

2015 新浪母婴消费白皮书数据显示，80、90 后群体占育儿群体比例超过 85.90%，他们多数为独生子女，经济成长环境优越，对生活品质要求更高，更加注重优生优育的育儿观念。比如以前的家长认为孩子衣服够穿就行，而 80、90 后父母则喜欢把自己的孩子打扮的时尚漂亮，经常为孩子挑选新衣服。80、90 后父母已成为了现代城市家庭的消费决策主体，同时，通过长期的收入水平提升，以及目前主流的“4+2+1”家庭结构，现代家庭的孩子的消费支出有两代人的财富积累为基础，放大与促进了婴童商品消费需求的实现。目前有孩家庭有不断增加婴童食品、教育、玩具、服装等方面的支出的趋势，婴童消费已经成为家庭消费的最大支出之一，婴童消费集中地体现了家庭支出的消费升级。

### 3、购物中心店和线上交易兴起

相比于百货商场和街边或社区里的品牌专卖店等传统渠道，近年来购物中心

和线上电商作为新兴渠道，发展极其迅速。

购物中心店即为在购物中心里面的品牌专卖店。购物中心是将多种零售店铺、服务设施集中在一个建筑物内或一个区域内，通常包含数十个甚至数百个服务场所，可以满足人们全部日常购物、娱乐、餐饮等需求的一站式超大购物平台。它强调从生活情境、购物体验出发，激发出消费者的消费意识和购物行为。我国的购物中心建设起步较晚，开始于 20 世纪 90 年代初期，但是近年来以飞快的速度向前发展。截至 2016 年，国内大中型购物中心数量已超过 4,000 家。购物中心也是各类消费型企业直营销售的重要渠道之一。

在线上渠道方面，随着互联网技术尤其是移动互联网的发展与普及，物流产业的高速发展，线上渠道成为企业开拓市场的重要销售渠道。线上渠道具有减少中间环节，及时传递、反馈消费信息，无经营时间限制，无经营区域界限限制，可以采取精准化的营销策略等突出优点。企业可以借此及时采集信息，优化销售管理仓储物流管理、生产设计等。目前越来越多的传统儿童服饰企业都将线上渠道作为拓宽企业销售的重要选择。随着线上销售渠道的进一步发展，线上交易仍将保持高速增长，未来童装线上业务发展空间巨大。

#### **4、线下渠道逐渐由一线城市逐渐扩展至三四线城市和县乡地区**

过去十年，一线城市是品牌童装的主要消费地区，随着城市化进程的持续推进、人均收入水平的不断提高和婴童消费的品牌化，品牌童装企业的线下渠道呈现出逐渐扩展至三四线城市和县乡地区的趋势。

近 10 年来，我国城市化进程保持较快发展，城镇人口数量持续增长。截至 2017 年末我国城镇常住人口约 8.13 亿，城镇化率已由 2007 年的 44.94% 上升至 58.52%。根据 2014 年《国家新型城镇化规划（2014-2020 年）》提出的发展目标，到 2020 年，我国常住人口城镇化率将达到 60% 左右。因而，伴随着城镇化建设的推进，大中小城市的协调发展，将加速百货商场、购物中心等主要服装零售渠道在三、四线城市的扩张，进而带动国际和国内童装品牌在三、四线城市的快速下沉和发展。

随着县乡地区和三四线城市收入和消费能力的增强，人们对品牌化童装的需求增加，童装品牌尤其是国内的童装品牌将借助品牌专卖店快速下沉，原本占据

这些市场的部分无品牌或小品牌低档童装会渐渐被知名品牌童装所取代。

### (三) 行业竞争状况

#### 1、童装市场竞争状况

##### (1) 行业竞争者众多，需求增长加快

童装市场的迅速成长吸引了越来越多的服装企业，目前我国拥有童装企业逾万家，行业竞争者较多。按照品牌来源的不同，童装品牌分为国内品牌和国外品牌，其中国外童装品牌如 E.LAND、KENZO 等，国内童装品牌如巴拉巴拉、安奈儿、水孩儿和小猪班纳等。国内品牌进入童装市场较早，对童装行业有较强的专业认识和丰富的经验积累。根据品牌进入路径的不同，童装品牌还可分为专业童装品牌和成人延伸品牌，专业童装品牌是指独立的童装品牌，如水孩儿、巴拉巴拉。成人装延伸品牌是指在原来成人装基础上，延伸发展出针对婴童的服饰品牌，如国外品牌 ARMANI JUNIOR、JEEP、ZARA，国内的 MINI PEACE、jnby by JNBY 等。它们通常与其品牌成人装保持相近的设计风格，并利用原有品牌优势和渠道优势推广童装产品。

童装市场主要涵盖 0-14 岁年龄段人群的着装，根据年龄与身高的不同，相关产品可细分为 0-3 岁的婴幼儿装和 4-14 岁的大龄童装，自 2013 年局部开放二胎政策以来，我国新生婴儿数量即开启了高速增长模式，二胎政策的全面实施使新生婴儿数量保持甚至超越目前的高增长率，从 2013 年下半年局部开放二胎政策带来的新增童装消费大部分体现在婴幼儿服饰上，2016 年末以来我国大龄童装消费迎来了加速增长的势头。

##### (2) 国内（不含港澳台）童装品牌相比国外品牌占有相对优势

根据中国商业联合会与中华全国商业信息中心出具的《全国大型零售企业暨消费品市场 2017 年度监测报告》结果显示，2017 年我国市场占有率前十位的国内外童装品牌中，国内的童装品牌占有相对优势，占有率之和占到了所有前 10 个品牌的 59%。国内品牌表现好于国外品牌，主要是由于国内童装品牌线下渠道比国外品牌深广，国内童装企业以其多年的市场和消费者研究，对产品质量、消费者心理具有较深入的理解，对中国市场更加了解，在市场竞争中积累了重要的竞争优势。



### (3) 随着童装市场竞争的加剧，童装品牌将往差异化方向发展，市场更加细分

由于 0-14 岁儿童生长发育快，身高、体型、生长速度等每个阶段都不一样，因此按照各个阶段儿童的体貌特点和对服装的设计需求和消费特点来设计童装显得尤为重要。

随着童装市场竞争的加剧，市场成长迅速，童装品牌纷纷通过差异化策略确定品牌的市场定位。童装品牌日益在目标年龄段、性别、功能性、品牌风格等方面都出现了细分的趋势。国际品牌覆盖了中高低端各层次童装市场，风格定位也有很大差异，其中 Adidas Kids、Nike Kids 等品牌主要以销售运动功能童装为主；ARMANI JUNIOR、FENDI 等品牌定位更高端、更时尚；H&M、GAP 定位于大众休闲快时尚。国内品牌则较多占据中低端童装市场，部分国内品牌定位中高端市场。

## 2、主要竞争对手情况

公司主要在国内经营中高端品牌。其中，定位于中端和中高端的“水孩儿”、“暇步士”品牌的主要竞争品牌包括安奈儿（Annil）、巴拉巴拉（Balabala）、衣恋（E.LAND Kids）、小猪班纳（PEPCO）等。竞争对手简要情况如下：

深圳市安奈儿股份有限公司：公司是一家主营童装业务的自有品牌服装企业，旗下拥有“Annil 安奈儿”童装品牌，从事童装产品价值链中的自主研发设计、供应链管理、品牌运营推广及直营与加盟销售等核心业务环节，公司产品涵盖大童装与小童装。

浙江森马服饰股份有限公司：是国内较早创立的服装服饰企业，前期以经营“森马”品牌男装为主，2002 年创立“巴拉巴拉”（Balabala）童装，秉承大众化的品牌定位，产品丰富。

韩国衣恋集团：最早进入中国市场的外国服装企业之一，目前在国内市场上经营多个成人装和童装品牌。旗下主要的童装品牌有 E.LAND Kids、Paw in Paw。E.LAND Kids 是衣恋集团的主力品牌 E.LAND（衣恋）成人装的童装延伸产品，主打欧美经典校园风格。

广东小猪班纳服饰股份有限公司：主营的“小猪班纳”（PEPCO）品牌童装

以“时尚、运动、休闲、健康、活力”为产品风格，通过自营连锁和加盟连锁相结合的销售模式经营。

### 3、行业利润水平情况

由于正处于行业发展周期的成长期，我国童装行业内的品牌企业通常可获得较为稳定上升的销售毛利。我国童装细分行业上市公司的销售毛利率情况如下：

企业简称	销售毛利率(%)			
	2018年1-6月	2017年度	2016年度	2015年度
森马服饰	42.02	41.52	42.87	41.09
金发拉比	52.86	53.27	50.92	49.55
安奈儿	57.19	55.46	59.10	60.28
嘉曼服饰	53.82	53.05	53.05	51.16

注：森马服饰的对比数据为其儿童服饰品类毛利率。

上述童装公司因在品牌定位、经营模式和市场规模等方面存在差异，营业毛利率略有不同，但行业整体盈利水平较为稳定。

#### (四) 行业主要进入壁垒

##### 1、品牌建设壁垒

随着消费者对童装产品认知的普及，产品品质和品牌在消费者心目中的地位越来越重要。在激烈的市场竞争环境中，品牌的关注度和认可度是其能否在众多竞争品牌中脱颖而出的关键因素之一。因此品牌对于服装企业显得尤为重要，品牌战略一经实现，能够给企业带来丰厚的经济效益和良好的社会效益。而品牌的建设从创建到获得消费者的认同是一个漫长积累、长期投入的过程，需要企业以客户为中心、以需求为导向，在产品设计、产品质量、品牌定位和营销网络等诸多方面投入大量人力、物力、财力并且进行长期积累；而品牌的维护更是需要企业持续不断地提升研发力量、扩展营销网络、提高公共关系管理水平、精心策划各类营销活动，以保持品牌关注度与认可度。因此品牌的建设成为行业进入者的重要壁垒之一。

##### 2、渠道壁垒

服装品牌的塑造与推广、销售渠道的铺设不是一蹴而就的，需要耗费巨大的

资金成本和时间成本；而优质店铺资源的稀缺性使得企业将相当一部分精力集中于终端销售网络的争夺，特别是中高端定位的童装市场，存在更高的进入壁垒，新进入行业的企业开始尝试品牌塑造和销售渠道铺设，至少需要相当长的时间才能初具规模，而这期间，对于已经拥有一定品牌影响力与渠道规模的服装企业而言，可以充分受益于品牌服装内需的快速增长。因此，渠道的壁垒在短期内往往难以打破，渠道壁垒构成了行业的一个重要的进入壁垒。

### 3、设计研发壁垒

因不同地区存在经济发展水平和消费偏好差异，产品的设计研发需具备多样性和针对性；消费群体的扩大加速了童装产品消费需求的变化，产品的设计研发需要对流行趋势和消费需求长期把握，需要快速跟踪市场的变化。童装产品有其专业的功能属性，同时具备多样性、亲肤性和舒适性。在面料的选择方面，童装需注重穿着的舒适性和安全性，选择品质优良的面料，严格实行安全标准要求；在版型设计方面，要注意松量设置、结构线、领袖型和零部件等细节变化；在款式设计与色彩搭配等方面，不仅要注意父母的偏好，更要能兼顾儿童的喜好，并实现二者的平衡。产品的设计研发需对面料、工艺等的选择应用具有专业能力，以凸显产品高性价比和适应消费者需求。童装购买者对童装的款式设计，产品多样性也有较高的诉求，这对企业的产品研发设计能力提出了较高的要求。因此，产品设计、研发能力也是进入本行业的另一个重要壁垒。

### 4、供应链管理壁垒

服装品牌企业要求具备充足而快速的供应链管理能力和满足销售终端的货品需求，要有丰富的产品品种和款式以满足众多不同消费者的差异化需求。如果企业不具备良好的质量控制能力、供货能力和供应链管理能力和无法满足庞大的零售终端产品供应需求，从而影响整体的经营绩效。因此，供应链管理能力和是进入行业的重要壁垒之一。

### 5、管理及人才壁垒

目前，品牌童装企业要求企业具有良好的管理能力以及相应的人才储备，能够对所处产业的各个环节上的资源进行有效整合，实现研发、采购、销售等全过程的产业链管理。管理能力和精细化水平决定了企业运作的效率和成本，影响企

业的竞争力和经营效益。但企业管理能力的提升需要较长时间的积累，同时由于童装行业发展较快，对品牌策划、营销管理等各类专业人才的需求日益增加，人才竞争日趋激烈，因此，管理能力及人才储备也成为行业的进入壁垒之一。

## （五）行业经营模式

### 1、商业模式

童装企业的商业模式大致可以分为纵向一体化模式、专业化生产模式、虚拟经营模式以及自有品牌专业零售商模式（SPA）四类典型模式。

#### （1）纵向一体化模式

纵向一体化模式是指童装企业价值环节同时覆盖产品研发设计、生产、营销、品牌管理的多个环节。该模式的优势在于企业可对价值链的各主要环节实施有效控制，在获得较高的利润空间与严格的质量控制的同时，能够通过自有供应链体系对市场需求、时尚变化做出及时响应，但该种模式对于企业内部运营管理的要求较高。

#### （2）专业化生产模式

专业化生产模式是指童装企业主要以生产加工环节作为盈利来源，主要分为两种模式开展业务。第一种模式下，企业专注于产品生产；第二种模式下，企业在生产同时，也更多地参与上游研发设计环节。在专业化生产模式下，企业的核心竞争力在于领先的技术能力、规模经济与成本优势，同时也面临着人工成本上涨、原材料价格波动以及国际产业转移等风险。

#### （3）虚拟运营模式

虚拟运营模式是指童装企业专注于童装的设计开发与品牌运营，将生产加工环节和产品销售环节全部外包，实现运营轻资产化。该模式下，企业在利用外部制造资源降低产品成本的同时，需要在外部供应商、分销商与内部研发设计、品牌管理之间形成高效的供应链管理能力和品牌管理能力。

#### （4）品牌专业零售模式

品牌专业零售模式介于纵向一体化模式与虚拟运营模式之间，强调对材料采购、产品规划、设计开发、生产销售整个环节的有效控制，但并不要求企业拥有

自主生产能力。该模式往往将生产加工环节外包给专业制造厂商,通过规模效益降低供应链成本,通过严格的质量管理体系确保产品的高品质,通过高效的信息和物流网络,实现对产品供应链的垂直整合,以高性价比的产品定价、快速响应的产品开发与销售满足市场需求。

目前,童装企业已经出现结合上述单一模式的优势和特长,综合运营两种或两种以上模式的趋势。

## 2、销售模式

童装企业的销售模式主要有直营和加盟两种模式。

直营模式指的是品牌童装企业通过在线下或线上开设直营零售终端直接从事童装的销售。品牌企业通过投资开设销售网点,直接面向终端消费者销售童装,对销售终端的各个环节,包括人力、财务、物流等实施统一的管理。这种模式的优点在于品牌企业可有效控制零售网络终端,便于实施统一的品牌经营策略,树立品牌形象,但也对企业的管理体系、管理水平等提出较高的要求。

加盟模式指的是品牌童装企业通过与具备一定条件的加盟商签订加盟合作协议,授予加盟商在一定时间及范围内销售公司产品的权利。加盟商自行运营加盟门店或专柜,向品牌企业直接采购童装并向消费者零售。加盟模式的优势在于品牌企业可以较小的投入快速建立渠道网络,扩大企业规模和品牌知名度,并可以集中资源专注于产品的开发及质量控制等方面,这种模式对渠道终端的控制较直营模式弱。

很多童装企业通常会采用直营和加盟相结合的模式。在品牌扩张的初始阶段,企业通常会借助更多的加盟资源来扩大销售渠道和覆盖范围,并授予加盟商更多经营权。但随着品牌发展的需要,企业可能会逐步提高直营模式比例或强化加盟管理能力,在两种模式间形成更为合理、有效的比例结构,充分利用两种销售模式的运营优势。

## 3、渠道模式

童装的销售渠道主要包括商场联营店、独立运营店等线下渠道,以及线上销售等线上渠道:

### (1) 商场联营店

零售终端店铺由童装经营者与商场联营，在商场内设立店铺或专柜，由商场统一收银并按比例分配销售收入的渠道模式，是传统零售行业中非常重要的一种渠道，尤其常见于中高端品牌。作为传统的主流零售渠道之一，大型百货商场占据着城市重要商圈中有力的位置。

### (2) 独立运营店

独立运营店采取企业自购或租赁店铺的方式取得经营场所，并进行自收银结算，根据地理位置的不同，分为店中店和独立店两种。店中店主要开设于购物中心、百货商店，独立店则位于城市商圈、社区等消费较为集中的区域。

### (3) 线上销售

经营者基于网络平台，通过电脑、手机等智能终端实现销售，由于线上销售突破了时间和空间的限制，具有传统线下渠道不具备的便利优势，成为了日益重要的销售模式。

## 4、行业技术水平及技术特点

行业技术水平和特点主要体现在产品设计研发、供应链管理与销售渠道管理三方面。

### (1) 产品设计及研发

童装产业的研发能力主要体现在面料和辅料开发、款式和功能设计两方面。针对儿童生长发育迅速、活泼好动、肌肤娇嫩等特点，童装设计者需要选取天然环保、透气轻薄的材料，材料的安全性、亲肤性尤为重要。在款式设计上，要体现流行元素和时尚感，同时要体现童真童趣。另外，很多童装是成人衣服的缩版，款式追随成人服装的流行趋势，或时尚新颖或简洁大方。童装的功能性也是在设计及研发中需要考虑的因素，比如休闲装、运动装、家居服等。

童装企业的设计研发能力是其发展的动力，企业需要时刻关注国际和国内的童装消费潮流，拥有超前的创新理念。随着我国服装品牌研发实力逐步增强以及与国际品牌合作的加深，我国童装行业的研发水平也在与国际先进水平减小差距。

## (2) 供应链管理

童装行业的供应商管理就是企业为了更好地满足用户需求,通过对零售终端的进销存管控以及对货品调配的管理,实现供应链效率最大化和成本最小化,而需要与供应商建立某种长期稳定的合作关系,确保产品生产按时、按质、按量完成。供应链管理理念起源于西方,目前我国童装行业在学习借鉴西方国家经验的基础上,供应链管理有了较大的提升,但由于我国童装行业起步较晚,在与供应商合作关系的维护和提升等方面还存在着不足。

## (3) 销售渠道管理

国内当前品牌童装销售渠道的主要模式有加盟模式和直营模式。销售渠道主要有商场联营渠道、独立店铺渠道和线上渠道。在直营模式的管理上,企业在货品调配和销售策略等方面,都具有较好的统筹力和执行力,有利于企业在市场上的战略布局,并能有效提高企业的经营效益。相对来说,加盟商在其经营区域内拥有较大的灵活性和自主性,有利于品牌区域性的发展。因此,在加盟模式的管理上,企业不仅要贯彻战略布局和销售策略,同时也要加强与加盟商的沟通协调,兼顾双方的共同利益。

童装企业在选择销售模式时,通常在成长期的主要目标是快速拓展销售渠道,所以往往选择加盟模式为主要销售模式。随着品牌进入相对成熟期,为便于实施统一的品牌经营管理,直营模式可能会成为童装行业的发展方向。另外,线上销售渠道通过网络平台极大地促进了童装产品推广与品牌宣传,为童装销售提供了更加及时高效的销售渠道。

## 5、行业经营特征

### (1) 区域性

我国地域辽阔,气候差异以及生活习惯区域性差异较大,所以不同地区的顾客对服装的功能性和时尚性存在不同的偏好。而且,不同地区存在文化差别,更需要童装企业在服装款式和设计方面注意地域差异性。

我国由于购买力不同而形成了不同层次的消费市场。随着我国城镇化速度加快,富裕程度普遍提升,原本处于不同市场的品牌有向其他层次消费市场渗透的趋势。例如,部分在一、二线城市市场具有较高占有率的品牌已开始将销售渠道

下沉，进入三、四线城市市场。

## (2) 季节性

季节性是影响服装行业的主要因素之一，根据不同的季节特点，服装在款式、价格等方面上存在较大差别。由于秋冬款服装的成本较高，其单件售价普遍高于春夏款。同时市场对秋冬装品类的需求较多，因此，秋冬季的销售额一般高于春夏季。

## (3) 周期性

服饰类品牌市场定位有差异。一般而言，价格较低的满足基本着装需要的服饰产品受经济周期影响相对较小，时尚度和价格较高的服饰产品则受经济周期影响较大。而童装行业的时尚度和产品价位普遍低于成人装。此外，对比其他服装品类，童装具有较明显的刚需特性。主要表现为儿童身材变化较快，着装更新频率较高。因此，市场对童装的需求在经济波动的情况下变化不大，所以受周期性影响相对较小。

## (六) 影响行业发展的相关因素

### 1、有利因素

#### (1) 全面开放“二胎”政策，推动行业快速发展

随着 2015 年全面放开“二胎”政策，我国的第四个生育高峰来临，持续增长的儿童人口基数，保证了童装行业的稳定发展，有力推进了童装行业的快速发展。

#### (2) 人均收入水平提升，提高童装消费水平

中国处于经济的快速发展期，十八大以来，我国人均国民总收入（GNI）大幅增长，据统计，2013 年人均 GNI 达到 6,740 美元，2014 年达到 7,400 美元，2015 年达到 7,940 美元，2016 年达到 8,260 美元，2017 年已超过 9,000 美元。居民人均收入的增加使得消费者的购买力和购买意愿都大大增强，消费者愿意更多的在孩子身上投入，童装购买量和价格都将是个持续提升的过程。

#### (3) 城市化迅猛发展，扩大行业发展空间

1978-2017 年，城镇常住人口从 1.7 亿人增加到 8.13 亿人，城镇化率从 17.9%



提升到 58.52%。城市化进程不断加快，个人可支配收入的强劲增长，令包括童装消费在内的中国消费品市场得以迅速扩展。

## 2、不利因素

### (1) 童装行业起步晚，市场集中度低

我国童装市场发展历史要晚于正装及休闲装，各大知名品牌处于渠道扩张阶段，区域性品牌竞争较为激烈。一些运动品牌、成人服装品牌、国际知名品牌以及儿童用品品牌纷纷进入童装市场，竞争特别是渠道的竞争无可避免地将更为激烈。童装行业市场集中度低，企业经营管理水平参差不齐，成为行业发展中的不利因素。

### (2) 童装设计水平较低，创新能力不足

目前我国专职童装设计师数量相对有限，整体设计水平有待提高，因此导致我国童装设计能力与国际水平尚且存在一定差距，缺乏个性化、时尚化的设计，真正形成品牌文化与设计风格的童装不多。由于童装行业起步较晚，我国的童装企业对目标市场的真实需求情况关注不足，制约了我国童装行业发展。

## (七) 行业上、下游关联情况

### 1、与上游行业的关联性及其影响

作为自有品牌和授权经营品牌童装运营商，公司的上游行业主要包括面料辅料生产行业、服装加工行业等。上游行业对本行业的影响主要表现在价格变化直接影响到本行业的采购成本，从而影响行业的盈利能力。对于具有较高品牌溢价的童装企业来说，面料成本和加工成本占产品价格的比重并不高，较高的销售毛利率一定程度上缓解了面料和加工价格波动所带来的影响；同时，中高档品牌服装企业可通过控制产品定价，部分或全部向下游转移成本波动的影响，因此上游价格一定范围的波动对中高档童装企业利润水平的影响有限。

作为代理零售品牌童装运营商，公司的上游行业主要为进口品牌商和代理商，进口品牌商、代理商和公司是合作互利的关系，除少数进口品牌商自建渠道外，绝大部分进口品牌商是通过代理商和零售商进行销售，从而形成利益共同体。进口品牌商和代理商作为行业上游对零售商的影响表现在以下几个方面：

(1) 进口品牌商和代理商根据零售商预定期货情况, 结合自身对行业前景的判断来制订产品规划和销售规划, 直接影响到对零售商的供货。品牌商和代理商对品牌宣传的投入力度决定了产品品牌知名度, 进而影响到该产品的最终销售业绩。

(2) 进口品牌商和代理商建有一整套完整的价格体系, 零售商通常参考其指导价格进行销售, 上游行业销售政策特别是订货折扣的变动对品牌童装零售行业的利润空间有较大影响, 上游行业给予的订货折扣越优惠, 零售商的利润空间越大, 反之则越小。

(3) 门店数量多、订货额高的零售企业, 由于自身掌握着品牌发展所需的重要渠道和客户流量资源, 反过来对品牌商、代理商有重要的影响, 这些企业通常会得到更优惠的采购折扣及更多的零售和市场推广支持。有些零售企业甚至会参与帮助品牌商和代理商规划其产品结构, 对于品牌的未来发展和市场口碑起到重要的作用。

## 2、与下游行业的关联性及其影响

对于直营模式, 服装行业下游主要为参与服装销售、管理零售渠道的百货商场、电商平台及终端消费者。百货商场是童装行业的重要销售渠道和下游零售业态, 尤其是对于一些中高端的童装品牌, 因其对购物环境具有较高的要求, 其主要终端渠道模式为高端百货商场。童装企业可以通过借助商场的地理位置、客流量、商场形象以及购物环境等资源扩大销售、提高业绩。而对于百货商场来说, 具有良好品牌形象、较高市场定位的企业入驻也有利于提高商场的市场地位并且扩大销售规模, 获取更多销售分成。近年来, 我国电子商务发展迅速, 各大电商平台借此机会迅速壮大, 成为商务领域重要的媒介和手段, 童装产品是电商渠道销售的重要品类, 电商平台在童装产品的交易中起着越来越重要的作用。

对于加盟模式, 服装行业的下游主要为参与服装的销售、管理零售渠道的加盟商。加盟商与服装企业之间有着互利共赢、相互制约的合作关系, 是服装企业销售职能的补充。首先, 服装企业的品牌形象、公司信誉与支持服务支撑加盟商的产品销售; 其次, 加盟商的渠道资源可以较快扩大产品销售规模。加盟商与企业之间相互选择、相互制约, 品牌综合实力较强的企业会吸引更多更优质的加盟

商，从而进一步扩大销售规模。

消费者也处于童装行业的下游，随着居民收入水平的提高，消费者的消费能力也随之提高，促进了童装行业的发展与成长。与此同时，消费者的消费习惯和偏好的改变，影响着童装行业的整体设计趋势，促进企业为消费者提供更优质以及多样化的童装产品。

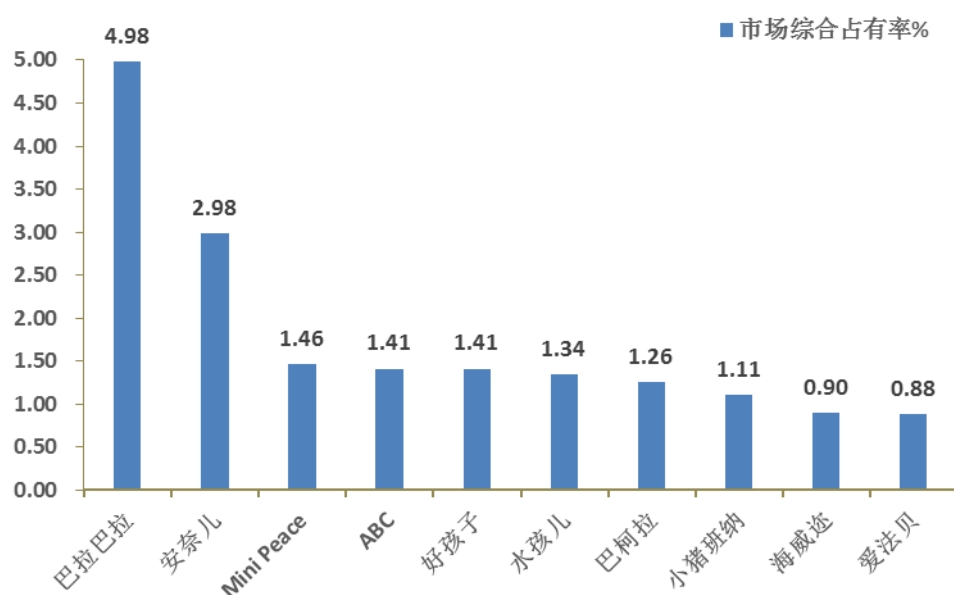
### 三、公司所在行业的竞争地位

#### (一) 公司竞争地位

公司的产品一直定位于中高端童装市场，其中，自有品牌“水孩儿”定位于中端。同时，公司的国际零售代理品牌例如 ARMANI JUNIOR、HUGO BOSS、KENZO KIDS 等进口品牌定位于高端，授权经营品牌暇步士、哈吉斯定位于中高端。

公司“水孩儿”品牌产品主要定位于大童童装市场，该品牌自 2010 年起连续三届获得中国服装协会评选的中国十大童装品牌。根据中国商业联合会与中华全国商业信息中心出具的《全国大型零售企业暨消费品市场 2017 年度监测报告》结果显示，在 2017 年中国大童童装市场子类别中（国内品牌且不含运动童装品牌），“水孩儿”市场综合占有率排名第六。

2017年中国大童市场综合占有率前十的童装品牌



数据来源：中华全国商业信息中心

## (二) 公司竞争优势

### 1、童装多品牌运营模式优势

与国内以童装为主营业务的同行业公司相比,公司具备差异化的中高端多品牌运营优势。公司的经营品牌有自有品牌、授权经营品牌、国际零售代理品牌三类,覆盖了中端、中高端、高端等不同的童装市场。公司对旗下三类品牌实行了差异化发展战略,品牌定位清晰、鲜明,满足了日益细分的市场多元化的需求。同时,公司的品牌涵盖了成熟品牌、发展品牌、初创品牌三个梯度,能够保证公司具备持续的滚动式发展潜力。

公司始终围绕品牌文化和产品定位来开展各种品牌推介。一方面,公司依托主要城市中心商场的强大辐射力,与部分商场合作进行产品专场推介活动,并通过订货会向全国客户展示公司的品牌运营理念;另一方面,公司通过参加行业内大型展会的形式来宣传、提高品牌知名度。丰富的产品线和差异化、多元化的品牌风格极大地增强了公司的综合竞争力。

未来国内童装市场正在以高速发展走向成熟发展,随着市场细分程度加剧,品牌面对的顾客群体会越来越明确,单一品牌能够触及的市场份额容易遭遇到瓶颈,公司的多品牌、多价位、多风格的经营模式可以有效帮助公司大力开拓市场空间、减轻竞争压力。

### 2、设计研发优势

较强的设计研发能力是公司的核心优势之一。公司成立 20 余年来,积累了深厚的童装设计研发经验,熟悉国内消费者的穿着习惯和消费理念,并拥有了一支经验丰富的设计团队。公司的设计中心针对自有品牌“水孩儿”和授权品牌“暇步士”、“哈吉斯”分别组建了不同的设计组,鼓励每一位设计师表达自己的设计理念,但同时也要求设计师精准把握不同品牌的风格定位,使公司的各个品牌之间形成协同发展效应和差异化竞争优势。公司设计团队通过不断调研国内外市场,及时洞察不同品牌目标消费者的需求,坚持自主设计和不断吸收最新流行元素,每年开发的产品达数千款,使公司的产品具有较强的市场竞争力,提高了消费者对品牌的认同感和忠诚度,不断维护和扩大了客户群体。

### 3、渠道优势

渠道商的一般发展规律是：在规模尚小时话语权较弱，但当规模达到一定程度时，其对上游供应商的制约力、对下游客户的粘着度、对整个供销链条的掌控力将得到实质性提高。因此渠道商的核心发展理念是在保证经营效率的前提下，尽可能扩大经营规模、增加分支机构。

渠道商的企业规模在一定程度上决定其竞争力和盈利能力。经营规模较大的连锁零售企业既能够增强其对上游供应商的采购优势以获得较低的采购成本；又能够发挥规模效应、降低运营成本、节约费用。企业规模除了体现在采购额和销售额方面外，还反映在广泛的商品分销渠道网络和拥有丰富的稀缺性网点资源。先入企业往往已占据了成熟商圈的优势位置，新入企业会因无法取得有利的选址而在竞争中处于相对劣势，特别是对于以外延式扩张为主的连锁企业来说，优秀的、稀缺性的经营网点规模在一定程度上决定了公司的竞争优势。公司现有营销网络具有线下与知名商场合作稳定而广泛，线上网络销售发展迅速等优势，使得公司销售渠道的结构更加具有自主性与多元化。

在商场合作方面，公司与华联（SKP）、杭州大厦、伊势丹、燕莎友谊商城、王府井、翠微、百盛、百联、金鹰等众多知名商业集团建立了广泛的合作，入驻旗下众多中高端百货商场。占据中高端百货商场的渠道资源，一方面符合公司所经营品牌产品的中高端定位，另一方面该类商场较好的商业环境与客户流量，为公司销售收入的持续、稳定增长奠定了重要基础。

在加盟商拓展方面，公司注重对营销网络的管理和提升，除了不断加强自营体系建设，还为加盟商提供店铺选址及店面形象设计方面的建议与支持、提供对货品组合选择的建议、为加盟商提供信息系统方面的 IT 技术支持等。公司制定了完整的加盟商管理制度及流程，包括开店流程、店铺审核、店铺形象管理、店员培训、订货制度、营销活动、货品管理、激励机制等，确保营销网络的不断加强。

在线上渠道方面，公司顺应消费者网络购物及电子商务的发展趋势，建立了专业的电子商务中心和线上客服团队，大力发展移动电商业务。报告期内，公司电商收入规模快速增长，占主营业务收入比例分别为 6.27%、19.83%、31.42%和

37.83%，呈现持续上升趋势。

公司高度重视优质渠道的战略布局，优质的营销网络为公司营业收入持续增长奠定了坚实的基础。

#### **4、供应商资源优势**

相比于成人装，童装对原材料的多样性要求更高，除少数专业性品牌外，童装品牌都必须面对从男到女、从内到外、从大到小、从休闲到正式等全方位的需求。

在国内供应商方面，公司多年从事童装行业，积累了大量的供应商资源，便于公司整合供应商资源以及发展核心供应商，为公司对童装市场的需求做出快速反应提供了坚实的基础。

在国外零售代理供应商方面，公司经过多年的经营和挖掘积累，已与国际数十个知名品牌商建立起持久稳定的合作关系，经营产品覆盖多个高端国际品牌的全线童装系列产品，已成为合作的国际品牌方在国内重要的童装产品供货代理商和零售商，为公司对国内高端市场的需求做出快速反应提供了有力保证。

#### **5、多年从事童装行业的专注度优势**

童装具有很多不同于其它服装品类的特点，比如童装的购买者和使用者通常不是同一人、童装更注重安全性和功能性、童装的区域性需求差异大、童装要求的产品丰富度远高于成人装等等。上述特点要求童装企业在设计、生产、销售等各方面都要与之相适应。

作为国内第一批从事童装运营的企业，公司成立二十多年以来一直专注于童装行业，公司的设计研发、运营等团队经过长期的探索创新已经积累了丰富的行业经验，上述专业经验让公司在市场上具备了较强的专业竞争优势。

#### **6、轻资产运营模式下的核心竞争力**

服装行业的业务范畴大致包括材料生产、成衣加工、设计研发、渠道分销、终端零售、仓储物流和其它配套产业。服装企业通常不会直接参与全部业务内容，而是根据企业自身的优势，选择部分环节参与。公司主要进行品牌策划、设计研发、渠道和零售、仓储等工作，将占用较多资源的产品生产加工相

关的业务交给专业生产供应商，因此公司不需要大规模生产基地和设备，公司以轻资产形态存在。公司选择这样的方式的原因主要是：

### (1) 品牌策划能力

公司多年的童装品牌运营经历，使公司拥有一支经验丰富的专业团队，并在品牌策划方面积累了较好的经验。目前公司经营的品牌有：自有品牌“水孩儿”，授权经营品牌“暇步士”和“哈吉斯”，以及零售国际品牌“KENZO KIDS”、“YOUNG VERSACE”、“ARMANI JUNIOR”等国际一二线品牌。

自有品牌“水孩儿”创立于1995年，是国内较早一批专业化童装品牌。“水孩儿”在创立伊始即定位于中高端品牌，以良好的品质赢得了市场口碑。根据中国服装协会评比结果，“水孩儿”品牌获得中国十大童装品牌称号。

2005年左右，公司在经营过程中，感受并考虑到部分消费群体的高端化趋势，经过探研并参考国外企业的成功经验，开始经营国际童装品牌零售业务。至今公司经营的国际童装品牌已经发展到十几个。另外，除开设进口单品牌店铺外，根据行业的特点，尝试童装多品牌集合店销售模式，创立了“bebelux”高端童装集合店，将不同品牌、不同风格的国际精品童装集中呈现在消费者面前。

为进一步丰富品牌布局，经过考察和论证，公司先后获得暇步士童装和哈吉斯童装品牌在中国大陆地区（不包括港澳台）的授权，公司可以独立进行上述品牌童装的设计、生产、宣传和销售。两个童装品牌经公司推广引入国内市场以来取得了良好的销售业绩，已成为公司重要的品牌构成和新的利润增长点。

### (2) 设计研发能力

公司拥有一支专业化的产品设计团队，公司的设计优势体现在对不同品牌风格的驾驭能力上。公司进行设计的水孩儿、暇步士、哈吉斯三个品牌产品，都有其明确的价格定位和产品风格，并因此有各自的目标客户群体。消费者对产品风格、款式、色彩的喜好随时尚趋势会发生变化。公司研发设计团队设计的产品既能够充分适应市场的需求和国内儿童的体型特点，又能鲜明地展现出不同品牌的风格特点，得以满足不同审美取向的客群。

### (3) 渠道支持

公司在二十余年的经营中与各百货集团、商业地产集团、线上销售平台建立了良好的合作关系，特别是在多品牌经营的战略下，公司各品牌可以互相借力，在渠道方面给予公司多品牌经营更大的支持。

#### (4) 外加工能力的把控

产品生产加工环节选用了外部合作方式，也是基于国内服装加工市场完善的供货能力，以及公司对外包工作拥有足够的经验和控制能力，能有效监控工作的过程和结果。公司多年的外包工作经验为公司对童装市场的需求做出快速反应提供了坚实的基础。

因此公司以轻资产方式运营，主要是基于公司对品牌策划、设计研发、渠道和零售服务、仓储等自身的优势，选择部分环节参与，使得在目前阶段发挥公司的主要优势。

### (三) 公司竞争劣势

#### 1、进一步提高管理能力

多品牌运营对企业团队的专业度提出了更高的要求，不同定位、不同风格、不同模式的品牌需要相应的专业人员操作，选择多品牌战略的公司必须在人力资源和团队建设方面给予更多的投入。多品牌运营在销售终端、运营支持等方面无疑具有降低费用的效果，但在品牌管理层面却会产生更多的支出，虽然公司一直在努力加强管理效率，但最终无法完全避免由此产生的额外支出。多品牌经营同时会对公司的库存管理能力提出更高的要求，管理不善将有可能影响公司的存货周转率。

#### 2、资本实力有待提升

尽管公司在国内有一定的知名度，但面对童装市场日益激烈的竞争，公司的资本实力与国内同行业上市公司相比，仍存在一定的差距。公司需要增强资本实力，以巩固现有的基础，加大门店的布局、改善营销网络与信息化建设等环节。

#### 3、进一步增强品牌影响力

公司的品牌在国内童装市场具有一定的影响力，但公司的影响力主要集中在北方市场，公司所属品牌的门店在除华北区域之外的其他区域一、二线城市的覆



盖率还比较低,公司需要在这些区域加大推广力度,拓展主要购物中心店的数量,增加核心商圈的旗舰店数量,以提升公司品牌形象,增强品牌的影响力。

## 四、公司主营业务情况

### (一) 主营业务与主要产品

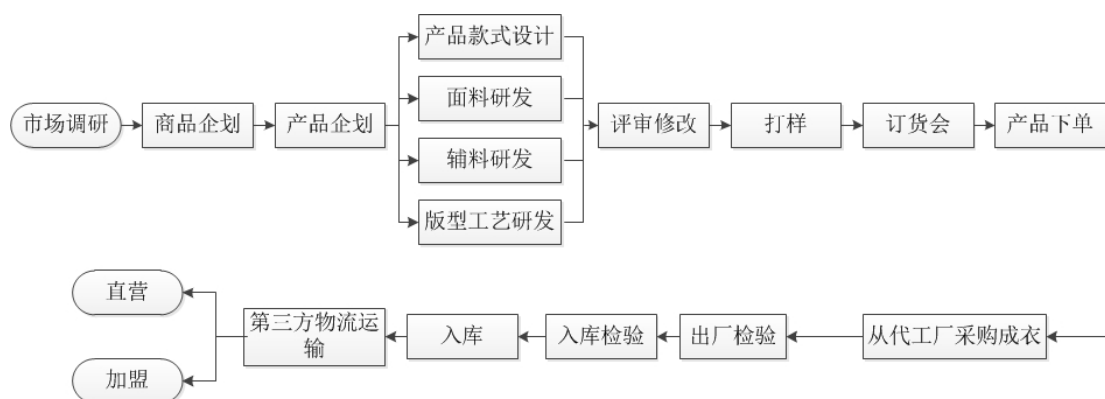
公司主要业务为“水孩儿”童装及国外授权经营品牌的设计、供应管理、品牌管理及销售;国际代理零售品牌的销售。涉及的主要产品如下:

产品类别	产品明细
外套	礼服、套装、羽绒服、羽绒马夹、棉衣、风衣、夹克、毛呢外套
上衣	T恤、衬衣、马夹、背心、长袖、短袖、秋衣、裙式上衣、连体衣、毛衣
裤类	短裤、中裤、长裤、棉裤、毛裤、夹裤、秋裤、羽绒裤、打底裤
裙类	连衣裙、短裙、礼裙等
附属品类	鞋类、袜类、围巾、帽子等

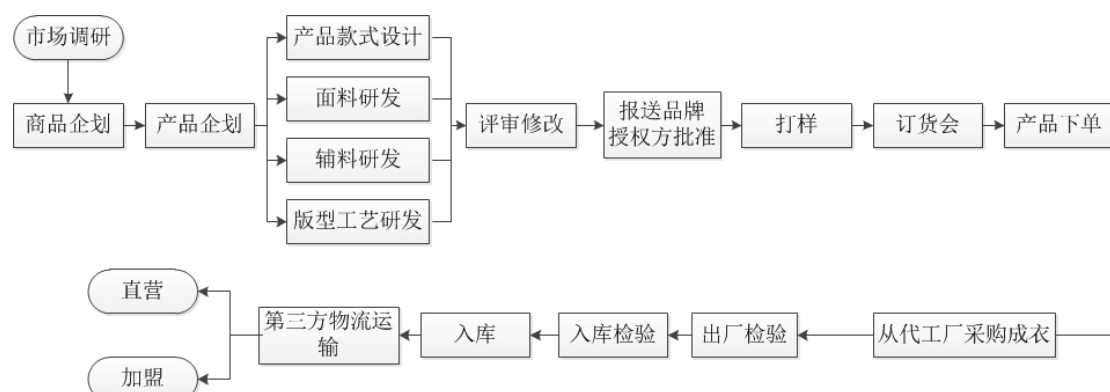
### (二) 主要经营业务流程图

公司主要从事童装产品的自主研发、供应链管理、销售管理等业务环节,包括自有品牌运营、授权品牌运营、国际品牌代理零售三种模式,每种模式的主要经营业务流程图如下:

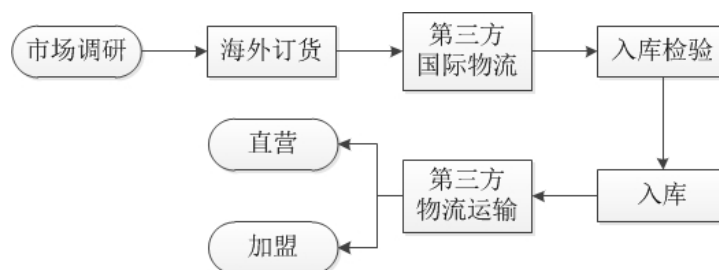
#### 1、自有品牌运营



## 2、授权品牌运营



## 3、国际品牌代理零售



### (三) 公司主要业务模式

公司实行多品牌运营、自主设计以及直营销售与加盟销售相结合的经营模式，在中高端童装供应链中专注于上游的产品研发设计、下游的多品牌运营、多渠道管理等核心业务环节。公司在多品牌运营、设计研发、采购、销售以及物流配送等环节的经营模式具体如下：

#### 1、多品牌运营模式

公司采取对不同定位的品牌集群进行联合运营。公司运营的品牌分为自有品牌、授权经营品牌、国际零售代理品牌三类。截至 2018 年 6 月末，公司运营的具体品牌情况如下：

序号	品牌类型	品牌名称
1	自有品牌	水孩儿
2	授权经营品牌	Hush Puppies (暇步士)
3		HAZZYS (哈吉斯)
4	国际零售代理品牌	ARMANI JUNIOR
5		HUGO BOSS
6		Catimini
7		Chloé

序号	品牌类型	品牌名称
8		DOLCE&GABBANA
9		DIESEL
10		FENDI
11		KENZO KIDS
12		YOUNG VERSACE
13		Timberland
14		LITTLE MARC JACOBS
15		KARL LAGERFELD KIDS
16		ILGUFO
17		Salvatore Ferragamo
18		SIMONETTA
19		Roberto Cavalli
20		Paul Smith JUNIOR
21		Stella McCartney
22		LAPERLA
23		Moschino
24		STONE ISLAND JUNIOR

各类品牌在运营模式上有所区别，具体情况如下：

品牌类型	品牌取得/授权	设计研发	生产/采购	销售
自有品牌	自有	自主设计研发	生产外包，向生产商直接采购成品	直营+加盟
授权经营品牌	品牌方授权公司独家进行童装设计、生产、推销、宣传和销售（包括零售及批发）	自主设计研发后方案报品牌方批准	生产外包，向生产商直接采购成品	直营+加盟
国际零售代理品牌	品牌方许可公司对所采购货品进行销售	无	直接向品牌方采购成品	直营为主，个别品牌有加盟店铺

不同品牌的销售定价政策是由公司根据各品牌定位、市场受众、市场容量、运营成本、产品适销性等多重因素综合考虑各品牌产品的销售定价。一般情况下、相同类型童装的国际零售代理品牌定价最高、授权经营品牌次之、自有品牌最低。

## 2、设计研发模式

公司在自有品牌“水孩儿”和授权经营品牌“暇步士”童装和“哈吉斯”童装运营中实行自主研发设计，从商品企划到主题及色系开发，从面料开发到款式设计再到版型研发都由公司设计中心自主完成。公司产品设计研发分为“春夏”及“秋冬”两季，以半年为开发周期进行产品的设计。

### (1) 设计研发的组织架构

公司产品的设计研发体系由商品企划中心、设计中心等部门组成。其中商品企划中心负责收集本品牌和竞品的销售情况及产品需求，提出产品企划方案，确定产品品类计划和款式要求；设计中心负责产品调研、确定整体设计风格、根据商品企划中心的要求进行设计规划并参与样衣制作的部分环节。

### (2) 设计研发的业务流程

产品设计的流程概念是从销售需求出发，经销售、市场、采购等多部门评议通过后确定。

第一阶段：信息收集、分析。商品企划中心负责从销售端等途径获取销售数据，收集本品牌和竞品的产品相关信息以及市场需求情况；设计中心负责收集流行趋势（包括风格、面料、款式等），提炼品牌元素、卖点和风格等信息；

第二阶段：商品策划。根据第一阶段的分析结果，商品企划中心负责制定产品企划方案，包括产品 SKU 需求量、男女童比例、各产品类别比例、各类面料应有比例、指导价格区间等信息，提交给设计中心以提供明确的设计框架和依据；

第三阶段：产品策划。设计中心根据商品企划方案确定色系设计方案和设计主题并具体落实每一款产品的设计方案细节，包括明确的面料、辅料、平面、款式、版型等，从而完成每一款式的产品设计稿；

第四阶段：产品确认。对于“水孩儿”品牌，设计中心完成的设计稿要经过销售、市场、采购等多部门的联席评审，经评审通过后定稿；对于暇步士童装和哈吉斯童装品牌，设计中心完成的设计稿经过销售、市场、采购等多部门的内部联席评审后，报送品牌授权方批准备案。

### 3、采购模式

公司所有商品的采购皆遵循“以销定购”的原则，即销售部门根据需求制成订单，公司生产管理中心等部门按订单安排采购工作，同时根据市场反馈情况进行补充。公司采取市场化的采购策略，通过建立严格的供应商管理制度和采购竞标制度来保证产品的品质和采购价格的合理性。

根据品牌类别的不同，公司采取不同的采购模式：

#### (1) 向代工厂商直接采购成衣方式

公司自有品牌“水孩儿”、授权经营品牌“暇步士”童装和“哈吉斯”童装的采购主要采用此种方式。代工厂商拥有加工厂生产成衣能力或者委托分包给其他加工厂，主要采取包工包料的模式组织生产成衣。

#### ①采购流程

在实际的采购过程中，公司将设计方案发给代工厂商，制作样衣的面料、辅料主要由代工厂商按照方案要求自行寻找。样衣送到公司进行确认，如不符合公司要求代工厂商会根据反馈意见再次制作样衣，直到公司确认为止。代工厂商在样衣确认后开始进行大货生产，公司的跟单员会到加工厂实地监控重要节点，如：面料到货、面料质检、第一批产品下线、过半量完成等。在加工厂完成全部生产后，公司质检员会到现场进行质量检验，合格后加工厂商方可发货，产品在送达公司仓库后，公司质检员对产品再次进行检验，合格后办理入库手续。

以上采购过程中，产品的款式、颜色、图案、版型等设计方案都由公司负责完成。公司设有专门的采购部门，即生产管理中心，对内承接公司的采购任务，对外管理、监督、检查供应商的相关工作情况，生产管理中心通过严格的管理体系把控产品质量，始终坚持与供应商直接对接，努力提高采购效率并控制采购成本。

报告期内前十大代工厂的主要情况如下：

## (1) 2018年1-6月

序号	企业名称	成立日期	经营范围	主要经营地	与发行人建立合作时间
1	济宁博德纺织服装有限公司	2003/5/12	针织品、服装鞋帽、床上用品的生产、销售；纺织技术咨询；纺织原料的销售；货物和技术的进出口业务（国家限制公司经营或禁止进出口的货物和技术除外）。（涉及许可经营的须凭许可证或批准文件经营）（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）。	山东省	2015年
2	青岛建宏达服装有限公司	2013/6/27	批发零售服装、鞋、玩具；加工生产销售服装及辅料、吊牌、纸制品、塑料制品、包装制品(以上范围不含印刷)；货物进出口,技术进出口(法律、行政法规禁止的项目除外,法律、行政法规限制的项目取得许可后方可经营)(依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动)。	山东省	2001年
3	烟台旭凯经贸有限公司	2016/3/4	服装加工,服装、服饰、面料、辅料、鞋帽、纺织品、玩具、工艺品、皮革制品、五金交电、日用百货的批发、零售,货物及技术的进出口业务。(依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动)	山东省	2016年
4	淄博海格服饰有限公司	2012/2/20	服装生产、批发、零售;针织品、纺织品、鞋帽、工艺礼品批发、零售;货物进出口(法律、行政法规禁止经营的项目除外,法律、行政法规限制经营的项目要取得许可证后经营)(依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动)**	山东省	2015年
5	承德市森威商贸有限公司	2009/7/27	五金交电、日用百货、家用电器、办公用品、体育用品、电子产品、通讯器材、卫生洁具、建材（不含危、毒品）销售；计算机销售及售后服务；服装销售及进出口业务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	河北省	2009年
6	北京光华时代纺织服装有限公司	2002/10/28	销售服装、印染布、色织布、针纺织品、棉麻制品、百货、劳保用品、装饰材料、五金交电、化工产品（不含危险化学品和一类易制毒化学品）、机电设备、日用杂品；经济信息咨询（不含中介）；劳务服务；组织文化交流；展览展示；设计、制作电脑图文；会议服务；翻译服务；租赁纺织专用设备。自营和代理各类商品和技术的进出口，但国家限定公司经营或禁止进出口的商品和技术除外。（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）	北京市	2015年

序号	企业名称	成立日期	经营范围	主要经营地	与发行人建立合作时间
7	唐山市圣蓝纺织服装有限公司	2004/8/6	针纺织品、服装、鞋帽制造、加工、销售;纺织机械设备、化工材料、日用品、建材、橡胶制品批发、零售;本企业自产产品及技术的出口业务和本企业所需的机械设备、零配件、原辅材料及技术的进口业务,但国家限定公司经营或禁止进出口的业务除外;普通货运(2016年7月30日)(以上涉及国家法律法规规定审批许可的需办相关手续后经营)	河北省	2014年
8	太仓市璜泾博燕针织服装厂	2011/4/12	生产、加工、销售针织服装。(依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动)	江苏省	2015年
9	泉州市锐鑫服装织造有限公司	2016/3/29	生产、销售:服装、服饰、针织品、鞋、箱包。(依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动)	福建省	2017年
10	威海九瑞贸易有限公司	2015/9/1	服装辅料及面料、化妆品、食品、家具、五金机电、电子产品、农副产品、户外用品、渔具、箱包、鞋帽、装饰品、工艺品、床上用品、非特种劳保用品、文化体育用品、日用百货的销售;服装加工、销售;备案范围内的货物及技术进出口。(依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动)	山东省	2015年

**(2) 2017年度**

序号	企业名称	成立日期	经营范围	主要经营地	与发行人建立合作时间
1	承德市森威商贸有限公司	2009-7-27	五金交电、日用百货、家用电器、办公用品、体育用品、电子产品、通讯器材、卫生洁具、建材（不含危、毒品）销售；计算机销售及售后服务；服装销售及进出口业务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	河北省	2009年
2	济宁博德纺织服装有限公司	2003-05-12	针织品、服装鞋帽、床上用品的生产、销售；纺织技术咨询；纺织原料的销售；货物和技术的进出口业务（国家限制公司经营或禁止进出口的货物和技术除外）。（涉及许可经营的须凭许可证或批准文件经营）（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）。	山东省	2015年

序号	企业名称	成立日期	经营范围	主要经营地	与发行人建立合作时间
3	浙江罗伊实业有限公司 <sup>12</sup>	2006-05-17	实业投资；纺织服装制造、销售；电子商务平台技术开发；仓储服务（不含危险品）；网络技术开发；货物进出口；床上用品销售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	浙江省	2015
4	北京光华时代纺织服装有限公司	2002-10-28	销售服装、印染布、色织布、针纺织品、棉麻制品、百货、劳保用品、装饰材料、五金交电、化工产品（不含危险化学品和一类易制毒化学品）、机电设备、日用杂品；经济信息咨询（不含中介）；劳务服务；组织文化交流；展览展示；设计、制作电脑图文；会议服务；翻译服务；租赁纺织专用设备。自营和代理各类商品和技术的进出口，但国家限定公司经营或禁止进出口的商品和技术除外。（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）	北京市	2015年
5	常州金坛峻岭服饰有限公司	2014-03-05	服装及其面辅料、鞋帽、皮革制品的生产与销售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	江苏省	2017年
6	泉州鑫卡尔服饰织造有限公司	2013-03-01	生产、销售：针织、钩编服装及饰品。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	福建省	2015年
7	烟台旭凯经贸有限公司	2016-03-04	服装加工，服装、服饰、面料、辅料、鞋帽、纺织品、玩具、工艺品、皮革制品、五金交电、日用百货的批发、零售，货物及技术的进出口业务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	山东省	2016年
8	青岛建宏达服装有限公司	2013-06-27	批发零售服装、鞋、玩具；加工生产销售服装及辅料、吊牌、纸制品、塑料制品、包装制品（以上范围不含印刷）；货物进出口，技术进出口（法律、行政法规禁止的项目除外，法律、行政法规限制的项目取得许可后方可经营）（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）。	山东省	2013年
9	海兴妍茗服饰有限公司	2006-09-25	制造、销售、进出口服装；销售布料、皮革、辅料；针纺织品、鞋帽、领带制造、销售（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	河北省	2015

<sup>12</sup> 注：原企业名称为“浙江罗伊服饰有限公司”。



序号	企业名称	成立日期	经营范围	主要经营地	与发行人建立合作时间
10	北京巨丰达商贸有限公司	2016-11-15	销售文具用品、照相器材、电子产品、机械设备、工艺品、针纺织品、金属材料、医疗器械、珠宝首饰、计算机软件及辅助设备、服装、鞋帽、箱包、日用品、通讯设备；餐饮管理；酒店管理；技术推广服务；软件开发；组织文化艺术交流活动；承办展览展示活动；经济贸易咨询；会议服务；礼仪服务；电脑图文设计；企业策划；设计、制作、代理、发布广告。（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）	北京市	2016年

## (3) 2016年度

序号	企业名称	成立日期	经营范围	主要经营地	与发行人建立合作时间
11	承德市森威商贸有限公司	2009-7-27	五金交电、日用百货、家用电器、办公用品、体育用品、电子产品、通讯器材、卫生洁具、建材（不含危、毒品）销售；计算机销售及售后服务；服装销售及进出口业务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	河北省	2009年
12	昆山今晨服装有限公司	2003-09-04	服装、服装绣花、服装辅料生产、销售；布料、服饰服料、五金制品、电子产品、建筑材料、劳保用品、文化办公用品的销售；自有房屋租赁；道路普通货物运输；货物及技术的进出口业务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	江苏省	2012年
13	青岛建宏达服装有限公司	2013-06-27	批发零售服装、鞋、玩具；加工生产销售服装及辅料、吊牌、纸制品、塑料制品、包装制品（以上范围不含印刷）；货物进出口，技术进出口（法律、行政法规禁止的项目除外，法律、行政法规限制的项目取得许可后方可经营）（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）。	山东省	2013年
14	海兴妍茗服饰有限公司	2006-09-25	制造、销售、进出口服装；销售布料、皮革、辅料；针纺织品、鞋帽、领带制造、销售（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	河北省	2015

序号	企业名称	成立日期	经营范围	主要经营地	与发行人建立合作时间
15	北京光华时代纺织服装有限公司	2002-10-28	销售服装、印染布、色织布、针纺织品、棉麻制品、百货、劳保用品、装饰材料、五金交电、化工产品（不含危险化学品和一类易制毒化学品）、机电设备、日用杂品；经济信息咨询（不含中介）；劳务服务；组织文化交流；展览展示；设计、制作电脑图文；会议服务；翻译服务；租赁纺织专用设备。自营和代理各类商品和技术的进出口，但国家限定公司经营或禁止进出口的商品和技术除外。（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）	北京市	2015年
16	大连正佳国际贸易有限公司 <sup>13</sup>	2014-04-16	货物、技术进出口；国内一般贸易（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）***	辽宁省	2015
17	泊头市天娇服饰有限公司	2002-05-16	服装生产销售、面料辅料销售及货物进出口（法律、行政法规禁止的不得经营，应经审批的未获批准前不得经营）；房屋租赁**	河北省	2015
18	中山市华洋制衣有限公司	2007-06-28	加工、销售：服装。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	广东省	2008年
19	富国凯旋服装（北京）有限公司 <sup>14</sup>	2012-04-23	加工服装；销售服装、鞋帽、五金交电、化工产品（不含危险化学品）、建筑材料、金属材料、日用品。（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）	北京市	2012
20	北京金莱德制衣厂 <sup>15</sup>	2002-05-29	制造：服装；销售服装、针纺织品；服装设计。（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本区产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）	北京市	2012

#### （4）2015年度

<sup>13</sup> 注：截至本文出具之日，发行人已与该企业终止合作。

<sup>14</sup> 注：截至本文出具之日，发行人已与该企业终止合作。

<sup>15</sup> 注：截至本文出具之日，发行人已与该企业终止合作。

序号	企业名称	成立日期	经营范围	主要经营地	与发行人建立合作时间
1	承德市森威商贸有限公司	2009-7-27	五金交电、日用百货、家用电器、办公用品、体育用品、电子产品、通讯器材、卫生洁具、建材（不含危、毒品）销售；计算机销售及售后服务；服装销售及进出口业务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	河北省	2009年
2	浙江罗伊实业有限公司 <sup>16</sup>	2006-05-17	实业投资；纺织服装制造、销售；电子商务平台技术开发；仓储服务（不含危险品）；网络技术开发；货物进出口；床上用品销售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	浙江省	2015
3	昆山今晨服装有限公司	2003-09-04	服装、服装绣花、服装辅料生产、销售；布料、服饰服料、五金制品、电子产品、建筑材料、劳保用品、文化办公用品的销售；自有房屋租赁；道路普通货物运输；货物及技术的进出口业务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	江苏省	2012年
4	保定斯万泰纺织品制造有限公司 <sup>17</sup>	2010-08-16	棉布、棉纱、涤棉布、针织品及纺纱制造、销售；服装销售。（法律法规禁止的不得经营，法律、行政法规或者国务院决定规定须报经审批的项目，未获批准前不得经营。）	河北省	2012
5	伊藤忠纤维贸易（中国）有限公司 <sup>18</sup>	1998-09-30	区内国际贸易、转口贸易，区内企业间的贸易及区内贸易代理；区内商业性简单加工及仓储（除危险品）；贸易咨询服务；进出口贸易业务，纺织品原料及制品、皮革制品，毛皮、人造毛皮及其制品（濒危野生动物除外），日用品，化妆品及卫生用品，金属及其制品（白银除外），塑料及其制品，合成树脂，橡胶及其制品（天然橡胶除外），陶瓷产品，玻璃及其制品，化学工业及其相关工业的产品（危险品、特种化学品、易制毒产品除外），珠宝首饰（毛钻、裸钻除外），食用油，食品，饮料（含酒类），矿产品（铁矿石、氧化铝、铝土矿除外），医疗器械（一类及二类免许可），木材及木材制品，纸张及造纸原料，建筑材料（钢材、水泥除外），机械设备，机电设	上海市	2013

<sup>16</sup> 注：原企业名称为“浙江罗伊服饰有限公司”。

<sup>17</sup> 注：该企业已于2016年6月14日注销。

<sup>18</sup> 注：截至本文出具之日，发行人已与该企业终止合作。

序号	企业名称	成立日期	经营范围	主要经营地	与发行人建立合作时间
			备, 家电产品, 电子通信设备, 五金交电及其零件, 文化、体育用品及器材, 工艺美术品（文物除外）的批发、佣金代理（拍卖除外）及其他相关配套业务（不涉及国营贸易管理商品, 涉及配额、许可证管理、专项规定管理的商品按照国家有关规定办理）。【依法须经批准的项目, 经相关部门批准后方可开展经营活动】		
6	中山市华洋制衣有限公司	2007-06-28	加工、销售: 服装。（依法须经批准的项目, 经相关部门批准后方可开展经营活动）	广东省	2008年
7	济宁市安卓儿服装有限公司	2013-10-09	服装、鞋帽、服饰、棉纱、床上用品、日用百货、办公用品、安防监控设备、电子产品、计算机及耗材、建材（不含危险化学品）、钢材、工矿设备、洗化用品的销售; 货物及技术的进出口业务。（依法须经批准的项目, 经相关部门批准后方可开展经营活动）	山东省	2015年
8	唐山市圣蓝纺织服装有限公司	2004-08-06	针纺织品、服装、鞋帽制造、加工、销售; 纺织机械设备、化工材料、日用品、建材、橡胶制品批发、零售; 本企业自产产品及技术的出口业务和本企业所需的机械设备、零配件、原辅材料及技术的进口业务, 但国家限定公司经营或禁止进出口的业务除外; 普通货运（2016年7月30日）（以上涉及国家法律法规规定审批许可的需办相关手续后经营）	河北省	2015
9	唐山市长城针织内衣厂	1995-07-24	针织内衣, 服装制造, 针织内衣, 服装*	河北省	2012
10	中山市东升镇金曼服饰厂 <sup>19</sup>	2012-04-05	设计、生产、加工、销售: 服饰、帽子、针纺织品、皮革制品（不含制革）、箱包、工艺品、鞋类、体育用品; 货物及技术进出口。（依法须经批准的项目, 经相关部门批准后方可开展经营活动。）	广东省	2013

代工采购的定价主要由双方结合成本控制和实现预期收益的需求及参考市场定价标准共同协商确定, 定价的原则与依据与同行业同类企业基本一致, 具有商业合理性。

<sup>19</sup> 注: 截至本文出具之日, 发行人已与该企业终止合作。

代工厂与发行人、发行人的控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其他关联方无关联关系；报告期内该等代工厂与发行人的交易均为正常的商业往来，不存在任何形式的利益输送情况。

发行人对代工厂的质量控制措施主要为三个方面：①在代工厂选择和考核阶段，严格把控对代工厂的综合评估和考察，确保代工厂具备相关生产经营资质、拥有相关生产经营设备、技术及人员，以保证生产产品的质量；②在生产阶段，对产品的生产过程进行定期或不定期的跟踪检查，以确保产品的生产符合相关质量控制流程；③在检测阶段，严格依照国家相关质量、安全标准对代工厂生产的产品进行检测，确保流通到市场上的产品达到相关质量标准。

报告期内前十代工厂中经营地位于北京的情况如下：

序号	企业名称	成立日期	经营范围	注册地址
1	北京金莱德制衣厂 <sup>20</sup>	2002-05-29	制造：服装；销售服装、针纺织品；服装设计。（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本区产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）	北京市通州区潞城镇小东各庄村220号
2	富国凯旋服装（北京）有限公司 <sup>21</sup>	2012-04-23	加工服装；销售服装、鞋帽、五金交电、化工产品（不含危险化学品）、建筑材料、金属材料、日用品。（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）	北京市平谷区平谷镇园田街94号
3	北京巨丰达商贸有限公司	2016-11-15	销售文具用品、照相器材、电子产品、机械设备、工艺品、针纺织品、金属材料、医疗器械、珠宝首饰、计算机软件及辅助设备、服装、鞋帽、箱包、日用品、通讯设备；餐饮管理；酒店管理；技术推广服务；软件	北京市丰台区石榴园北里41号楼2层1单元216室

<sup>20</sup> 注：截至本文出具之日，发行人已与该企业终止合作。

<sup>21</sup> 注：截至本文出具之日，发行人已与该企业终止合作。

序号	企业名称	成立日期	经营范围	注册地址
			开发；组织文化艺术交流活动；承办展览展示活动；经济贸易咨询；会议服务；礼仪服务；电脑图文设计；企业策划；设计、制作、代理、发布广告。（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）	
4	北京光华时代纺织服装有限公司	2002-10-28	销售服装、印染布、色织布、针纺织品、棉麻制品、百货、劳保用品、装饰材料、五金交电、化工产品（不含危险化学品和一类易制毒化学品）、机电设备、日用杂品；经济信息咨询（不含中介）；劳务服务；组织文化交流；展览展示；设计、制作电脑图文；会议服务；翻译服务；租赁纺织专用设备。自营和代理各类商品和技术的进出口，但国家限定公司经营或禁止进出口的商品和技术除外。（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）	北京市朝阳区光华路8号楼四层

根据北京市人民政府办公厅《〈北京市新增产业的禁止和限制目录（2015年版）〉的通知》（京政办发〔2015〕42号），“纺织业”和“纺织服装、服饰业”属于禁止新建和扩建的行业；根据《北京市人民政府办公厅关于印发〈北京市工业污染行业生产工艺调整退出及设备淘汰目录（2017年版）〉的通知》纺织印染行业中如涉及棉印染工艺、麻印染工艺、丝印染工艺、化纤织物印染工艺、毛印染工艺，应进行调整退出。上述仍与公司合作的位于北京地区的主要代工厂北京光华时代纺织服装有限公司、北京巨丰达商贸有限公司分别出具的书面确认，截至本文出具之日，该企业名下在北京地区无服装加工厂，其截至目前不存在被疏解的风险。

保荐机构、发行人律师经核查后认为，报告期内发行人前述主要代工厂与发行人未发生重大法律纠纷，该等代工厂或者与发行人签署了长期合作协议或者表示未来五年内有与发行人保持合作关系的意向，发行人与该等代工厂的合作关系较为稳定。

## ②采购管理

为了保证公司产品的品质和价格的合理性,公司采取市场化的采购策略,实行供应商竞标制度:对于第一次合作的供应商,首先需提供书面资质证明材料,审核合格后向其发出首次采购订单,首次采购产品质量达到公司标准,经生产管理中心核准后,可列入《合格供方名录》,建立供方档案;在设计中心给出产品设计方案后,邀请预先通过审核的供应商参加采购竞标会,公司本着公平公正的原则接收供应商的接单意向,在经过严谨的评审程序后公司与中标供应商签署采购合同;生产管理中心每季季末按照《供应商评价标准》对本季度发生采购的供应商进行等级评定,作为下季度采购时供应商选择的参考依据。

### (2) 向品牌所有方或其下属销售公司直接采购成衣方式

公司国际零售代理品牌的采购采用此种方式,供应商主要为品牌所有方或其下属销售公司。

## ①采购流程

公司的国际零售代理品牌主要为国际品牌,公司成立了专门的 BEBELUX (贝倍丽) 事业部来进行零售代理品牌的采购和运营。BEBELUX (贝倍丽) 事业部主要通过参加品牌方的展会、订购会的方式与品牌方进行接洽,通过品牌方提供的样衣或款式图下订单采购货品。

## ②采购管理

为了保证公司国际零售代理产品的品质,公司的进口产品除入海关前须按照国家进出口商品检验局的强制性要求通过国家检验之外,在收货前还将产品面料或样衣送交经授权检测机构进行质检,通过后方可入库。

## 4、销售模式

### (1) 销售运营体系

公司的销售模式主要为线下直营模式(含直营联营和直营自营)、加盟模式与电商直营模式,具体情况如下:

销售模式		说明
线下 直营	直营联营	公司与商场签署合作协议,通过商场专柜以零售方式向顾客销售产品,通常公司店铺以销售分成的方式与商场结算。
	直营自营	采取企业自购或租赁店铺的方式取得经营场所,并进行自收银结算,根据地理位置的不同,分为店中店和独立店两种。店中店主要开设于购物中心、百货商店,独立店则位于城市商圈、社区等消费较为集中的区域。
	加盟	公司与具备一定条件的加盟商签订加盟协议,授予加盟商在一定时间及范围内销售公司产品的权利。
	电商直营	公司在 B2B 网站如唯品会等上批发销售产品,或在 B2C 网站如天猫、京东等上零售产品的模式。

注: 电商直营包括: 电商服务平台模式与电商联营模式

根据渠道不同, 公司的运营体系也有所不同:

### ①线下渠道

在线下渠道方面, 除了加盟商与单一品牌专卖店之外, 公司还创立了自有品牌“bebelux”。报告期内, 该品牌主要用于开设渠道型店铺, 销售不同品牌、多种风格的国际高端童装。“bebelux”品牌店铺以买手为主导, 根据不同区域的消费者偏好差异, 在每一销售季从众多的国际品牌中选取适合的品类和优势的产品, 组成有针对性的商品组合, 方便消费者进行选购。“bebelux”品牌店铺作为多品牌管理体系的重要载体, 综合统筹各个品牌的协作发展, 起到了高效率、低成本、全覆盖的效果。

在线下直营渠道管理方面, 公司实行分区域管理方式, 销售经理全面负责区域内日常运营管理, 经理下辖销售主管, 每名销售主管负责 10-15 家门店日常运营管理、商场及物业关系维护、商品库存管理、门店人员配置、新门店开发拓展等工作; 在线下加盟渠道管理方面, 公司加盟商普遍采取扁平化管理, 按品牌管理加盟商, 由各品牌的加盟事业部分别负责管理自有品牌“水孩儿”和授权经营品牌“暇步士”童装的加盟业务, 加盟商的门店装修、日常经营、人员培训由公司进行指导, 直接服务各地加盟商。

### ②线上渠道

在线上渠道方面, 公司自有品牌“水孩儿”、授权经营品牌“暇步士”、“哈吉斯”以及集合店品牌 bebelux 在天猫、京东、唯品会等平台均有较好合作, 主要是在各平台开设品牌旗舰店、专卖店等形式开展业务, 由公司电商事业部负责



运营。

### (2) 商品订货制度

公司通常每年召开两次期货订货会，分别为秋冬款服装订货会、春夏款服装订货会，每年具体的时间会因春节等农历节气的公历日期变动而有所调整。公司商品企划部、设计中心、生产管理中心、自营事业部、加盟事业部等部门通过分析加盟商和各直营店铺的销售情况，协助加盟商及各直营店铺完成订货。

### (3) 加盟销售政策

公司对加盟商普遍实行款到发货的销售结算政策。同时，公司对加盟商实行“限量限期”换货制度，根据加盟协议的约定，对持续合作的加盟商一般给予按照每季新款货品（不含补货）总金额 15%-30%的换货率换货，对新签约（未参加订货会）及部分重点扶持的加盟商给予更高换货率，超额部分不予换货。

### (4) 不同销售模式下的结算模式

销售结算模式和销售模式相匹配，分以下几种：

销售模式	客户	结算模式
线下-联营（商场专柜）模式	商场	按照每月与商场对账核对一致的结算清单与商场进行结算，商场按照协议约定向公司支付货款。
线下-自营（非商场专柜）模式	终端消费者	公司直接向消费者收取货款。
线下-加盟商	加盟商	通常采用预收货款方式进行销售，货物交给承运商时即完成结算；授信销售时收到全部货款后完成结算。
线上-电商联营模式	电商平台	由电商平台面向消费者组织商品的零售，销售完成后，由电商平台按照协议约定向公司支付货款。
线上-电商服务平台模式	终端消费者	公司通过电商平台，直接面向消费者进行商品销售，销售完成后，货款自动转入公司在电商平台开设的自主可控的账户。

销售结算方式与相应收入确认实际收款、应收账款确认情况：

销售模式	收入政策确认时点	会计收入确认时点	应收确认时点	实际收款情况
线下直营	取得结算单	取得结算单	取得结算单	信用期内收款
	交货收款	交货收款	无需确认应收	交货时
电商	取得结算单	取得结算单	取得结算单	信用期内收款

销售模式	收入政策 确认时点	会计收入 确认时点	应收确认时点	实际收款情况
	收到货款	收到货款	无需确认应收	消费者确认收货
加盟商	发货时	发货时	无需确认应收	预收货款
	发货时	发货时	发货时	协议约定信用期内收款

#### (5) 不同销售模式下的定价策略

##### 以品牌为依据

根据各品牌定位、市场受众、市场容量、运营成本、产品适销性等多重因素综合考虑各品牌产品的销售定价。一般情况下、相同类型童装的国际零售代理品牌定价最高、授权经营品牌次之、自有品牌最低。

##### 以模式为依据

目前，公司产品主要分为两大类即：线上款和线下款。一般情况下，线上款和线下款会分别走电商和线下渠道，针对同一款产品在线上线下同时出售的情况很小。主要是因为线上渠道的快速发展速度较快，有必要根据线上款的消费者需求特征进行设计和生产。通常而言线上款较为简洁，定价相对较低。

线下款主要渠道为加盟商和直营渠道。下表为线下款在不同的销售模式下的销售定价情况（价格主力分布区间）：

销售模式	当季新品	过季或反季款式
线下直营	吊牌价的 5-8 折	吊牌价的 3-5 折
线下加盟	吊牌价的 3-4 折	吊牌价的 1.5-3 折

通常线下直营模式承担较高的商场费用、人工费用，销售对象为零售客户，且线下直营模式占用资金库存，因此销售定价较高；而加盟模式公司承担的费用较少，公司销售给加盟商后无库存压力，且对加盟商是批发模式，因此销售定价较低。

销售结算模式和销售模式相匹配，分以下几种：

销售模式	客户	结算模式
线下-联营（商场专柜）模式	商场	按照每月与商场对账核对一致的结算清单与商场进行结算，商场按照协议约定向公司支付货款。

销售模式	客户	结算模式
线下-自营(非商场专柜)模式	终端消费者	公司直接向消费者收取货款。
线下-加盟商	加盟商	通常采用预收货款方式进行销售,货物交给承运商时即完成结算;授信销售时收到全部货款后完成结算。
线上-电商联营模式	电商平台	由电商平台面向消费者组织商品的零售,销售完成后,由电商平台按照协议约定向公司支付货款。
线上-电商服务平台模式	终端消费者	公司通过电商平台,直接面向消费者进行商品销售,销售完成后,货款自动转入公司在电商平台开设的自主可控的账户。

## 5、物流配送模式

在线下渠道中,自有品牌和授权经营品牌的货品运到仓库由供货厂商负责并承担费用,从仓库发货到直营店铺由公司委托第三方物流负责并承担费用,从仓库发货到加盟店铺由公司委托第三方物流负责并由加盟商承担费用;代理零售品牌的货品国际运费和保险、海关关税、从仓库发货到店铺均由公司聘请第三方报关及物流公司负责并承担相应费用。

在线上渠道中,对于天猫、淘宝、京东等直营电商平台,公司委托第三方物流公司将货品直接配送至消费者指定地址;对于唯品会等直营电商平台,公司委托唯品会指定的物流公司将货品统一发送至电商平台指定仓库、运费由发行人支付,再由电商平台负责将货品配送至消费者。

按不同品牌、销售模式,公司各产品的配送情况如下:

年份	销售模式	运输方式	运费承担方式
2018年1-6月	直营	第三方物流	公司承担
	加盟	第三方物流、自提	客户承担
	电商	第三方物流(或电商指定)	公司承担
2017年	直营	第三方物流	公司承担
	加盟	第三方物流、自提	客户承担
	电商	第三方物流(或电商指定)	公司承担
2016年	直营	第三方物流	公司承担
	加盟	第三方物流、自提	客户承担
	电商	第三方物流(或电商指定)	公司承担
2015年	直营	第三方物流	公司承担

年份	销售模式	运输方式	运费承担方式
	加盟	第三方物流、自提	客户承担
	电商	第三方物流(或电商指定)	公司承担

运输费与业务规模的匹配情况:

单位: 万元

项目		2018年1-6月	2017年度	2016年度	2015年度
直营店	运费	160.16	261.77	242.69	226.16
	收入	15,259.33	26,210.70	23,120.30	23,446.53
	占比(%)	1.05	1.00	1.05	0.96
电商直营	运费	406.71	545.33	193.15	68.43
	收入	12,463.42	17,232.06	7,954.75	2,413.81
	占比(%)	3.26	3.16	2.43	2.83
加盟渠道	运费	4.27	8.05	6.20	0.15
	收入	5,225.89	11,402.12	9,048.98	12,661.02
	占比(%)	0.08	0.07	0.07	0.00
小计	运费	571.14	815.15	442.04	294.73
	收入	32,948.63	54,844.88	40,124.03	38,521.37
	占比(%)	1.73	1.49	1.10	0.77
合计		<b>571.14</b>	<b>815.15</b>	<b>442.04</b>	<b>294.73</b>

直营店销售: 运费主要产生于对直营商场店铺的铺货, 不直接面对消费者, 在直营店铺数量没有大的变动的情况下, 收入和运费基本保持稳定。

电商平台: 电商平台直接面对消费者零售, 随着收入提高则寄件数量增加, 运费和收入具有较强的线性关系, 故收入增加会导致运费的直线上升。

加盟商: 运费均有加盟商承担, 个别加盟商外, 因此报告期内加盟商销售运费比较低, 和收入增长线性关系较弱。

销售模式	费用承担	运输方式	备注
直营	公司承担	第三方物流公司	商场批次配货, 和销售数量线性关系不强
电商	公司承担	第三方物流公司/指定物流公司	和销售数量线性关系较强
加盟商	加盟商承担	第三方物流公司/自提	仅云南省省代的运费是公司承担

## 主要物流合作方情况:

合作方	合作日期	运费主要条款	主要权利义务	是否关联方	车辆使用情况	报告期内的变动情况
北京顺丰速运有限公司	自 2005 年至今	京津冀: 首重 13-15 元, 续重 2-3 元; 新疆、西藏及港澳台: 首重 26-35 元, 续重 16-21 元; 其他地区: 首重 22-23 元, 续重 8-14 元。	物流公司将交付货物送达给指定的收件地址	否	无	无
北京多元申通快递服务有限公司	自 2010 年至今	京津地区: 首重 5 元, 续重 2 元; 宁、藏、青、新及港澳台地区首重 15-45 元, 续重 8-35 元; 其他地区: 首重 6-9 元, 续重 2-5 元。		否	无	无
北京春风华通货运有限公司	自 2014 年至今	北京市及天津市内配送: 大包: 19.5 元; 中包 14.5 元; 小包 9.5 元。		否	无	无
北京中铁快运有限公司	自 2001 年至今	京津地区: 0.8 元/公斤 海、云、新、藏: 3.5-6.5 元/公斤 其他地区: 1-3 元/公斤		否	无	无

## (四) 公司的营销网络情况

嘉曼服饰整体定位为中高端童装品牌管理运营公司,其提供的产品能够满足从中端到高端的各类消费需求。从品牌定位来看,“水孩儿”品牌的主力客户群体对应为一、二线城市的中等收入家庭以及经济较为发达的县、地级市的富裕家庭;授权经营品牌暇步士童装和哈吉斯童装的消费群体定位为大部分一、二线城市以及地级市以上城市的中高收入家庭;国际零售代理品牌的主力市场分布在一、二线城市,顾客为高收入人群,近两年来随着家庭收入水平的提高,越来越多的中等收入顾客成为该类品牌的消费人群。

## 1、整体情况

报告期内，公司门店的变化情况如下：

期间	门店类型	期初数	本期新开店	加盟店转直营店	本期关店	直营店转加盟店	期末数	收入(万元)
2018年1-6月	直营店铺	325	23	0	24	0	324	15,259.33
	直营联营	302	22	0	22	0	302	13,771.74
	直营自营	23	1	0	2	0	22	1,487.59
	加盟店铺	427	89	1	81	0	434	5,225.89
	线上店铺	21	1	0	0	0	22	12,463.42
	合计	773	113	1	105	0	780	32,948.63
2017年	直营店铺	302	80	2	57	2	325	26,210.70
	直营联营	289	68	2	55	2	302	24,102.15
	直营自营	13	12	0	2	0	23	2,108.54
	加盟店铺	394	147	2	114	2	427	11,402.12
	线上店铺	19	8	0	6	0	21	17,232.06
	合计	715	235	4	177	4	773	54,844.88
2016年	直营店铺	295	51	9	52	1	302	23,120.30
	直营联营	285	47	9	51	1	289	21,891.38
	直营自营	10	4	0	1	0	13	1,228.92
	加盟店铺	418	103	9	119	1	394	9,048.98
	线上店铺	13	8	0	2	0	19	7,954.75
	合计	726	162	18	173	2	715	40,124.03
2015年	直营店铺	272	53	1	29	2	295	23,446.53
	直营联营	262	53	1	29	2	285	21,970.84
	直营自营	10	0	0	0	0	10	1,475.69
	加盟店铺	389	144	1	116	2	418	12,661.02
	线上店铺	7	8	0	2	0	13	2,413.81
	合计	668	205	2	147	4	726	38,521.37

报告期内，公司门店区域分布的变化情况如下：

门店类型	2018年6月30日	2017年	2016年	2015年
直营店铺	324	325	302	295
直营联营	302	302	289	285
东北区	10	9	9	10

门店类型	2018年6月30日	2017年	2016年	2015年
华北区	164	172	158	164
华东区	68	64	67	61
西北区	35	29	28	28
西南区	14	15	16	12
中南区	11	13	11	10
直营自营	22	23	13	10
东北区	1	1	1	1
华北区	4	5	4	2
华东区	3	4	2	2
西北区	0	0	0	0
西南区	7	6	2	2
中南区	7	7	4	3
加盟店铺	434	427	394	418
东北区	28	28	28	23
华北区	216	213	186	195
华东区	85	79	78	74
西北区	37	34	36	44
西南区	29	33	29	34
中南区	39	40	37	48
线上店铺	22	21	19	13
<b>合计</b>	<b>780</b>	<b>773</b>	<b>715</b>	<b>726</b>

在公司线下直营业务上，2015年、2016年直营联营收入和直营自营收入保持稳定，2017年直营联营和直营自营收入较前两年有明显增长，主要系华北地区和华东地区作为公司线下最重要的前两大销售区域，一直是公司着力发展的重点市场，公司在该两大区域通过积极新开直营店铺、调整原有店铺品牌结构布局等策略促进了该区域直营业务的发展，相应带动了线下直营业务收入的增加；同时，公司还积极拓展原有市场覆盖力度较为薄弱的西南地区和中南地区，开设了多家直营自营店铺，带来了该区域直营收入的相应增长。

在加盟业务方面，公司为了提升“暇步士”品牌童装的市场口碑和知名度，对“暇步士”采取了积极的经营策略，吸引了更多暇步士加盟商。且当时大多数水孩儿加盟商对宏观经济和消费市场持较乐观的预测，提高了订货数

量，因此，2015年公司加盟收入相对较高。2016年，由于线下商场实体门店所处的宏观行业景气度的影响和公司前期加盟业务扩张相对较快，公司出于加盟管理和品牌运营稳定性的考虑，对所运营的处于不同发展阶段的各品牌确定了差异化经营策略，对部分加盟门店进行了调整，因此，公司加盟业务收入有所下降。2017年，公司加盟业务较2016年有所增长，主要系公司的加盟体系经过2016年的调整后，重新回到增长轨道，加盟门店数量和单店订货数量均有所上升所致。

在电商直营业务方面，公司各个品牌陆续登陆了国内的主流电商平台如：天猫、京东、唯品会。电商直营收入大幅增长，主要系公司准确把握我国网上购物快速发展的行业趋势，积极发展线上销售模式，在天猫、唯品会、京东商城等国内知名电商平台建立了销售渠道并开设多家店铺，实现了报告期内公司电商业务销售收入持续、快速地增长。

报告期内，与发行人持续存在业务往来的客户数量及销售收入分布情况如下：

客户类型	2015-2018年6月30日持续合作客户数量(按集团)	2015-2018年6月30日持续合作客户的核心稳定店铺数量(不含已关店店铺)	2018年1-6月收入(万元)	2017年收入(万元)	2016年收入(万元)	2015年收入(万元)
直营联营	89	186	12,221.50	21,467.89	19,634.30	19,710.87
直营自营	6	7	821.69	1,470.76	1,085.26	1,336.17
加盟	126	208	2,569.92	6,871.32	6,208.05	7,567.91
线上	6	9	12,335.83	17,194.23	7,930.48	2,412.58

## 2、线下情况

截至2018年6月30日，公司的线下营销网络已覆盖30个省、自治区、直辖市，同时，公司在唯品会、天猫、京东等多个国内知名电子商务平台建立了线上销售渠道。报告期内，公司线下门店的变化情况如下：



单位: 家

期间	门店类型	期初数	本期新开店	加盟店转直营店	本期关店	直营店转加盟店	期末数
2018年 6月30 日	直营店	325	23	1	24	0	324
	加盟店	427	89		81		434
合计		<b>752</b>	<b>112</b>	<b>1</b>	<b>105</b>	<b>0</b>	<b>758</b>
2017年	直营店	302	80	2	57	2	325
	加盟店	394	147		114		427
合计		<b>696</b>	<b>227</b>	<b>2</b>	<b>171</b>	<b>2</b>	<b>752</b>
2016年	直营店	295	51	9	52	1	302
	加盟店	418	103		119		394
合计		<b>713</b>	<b>154</b>	<b>9</b>	<b>171</b>	<b>1</b>	<b>696</b>
2015年	直营店	272	53	1	29	2	295
	加盟店	389	144		116		418
合计		<b>661</b>	<b>197</b>	<b>1</b>	<b>145</b>	<b>2</b>	<b>713</b>

截至2018年6月30日, 公司758家线下门店的区域分布情况如下:



报告期内, 公司积极拓展线下营销网络, 与此同时, 根据经营状况对已有门店进行优化调整。主动关闭一些业绩增长不合格的店铺, 另有部分店铺因商场转型、关闭而裁撤。

### 3、线上情况

#### (1) 电商平台人均消费金额

人均消费情况	2018年1-6月	2017年	2016年	2015年
人次(次)	200,644	489,960	167,399	55,805
电商直营收入(万元)	6,224.95	14,369.54	4,403.59	1,069.74
人均消费(元)	310.25	293.28	263.06	191.69

注：因无法取得唯品会订单详细数据，故上表统计仅包含天猫和京东平台数据。人次以订单为标准。

人次增长趋势：基于电商直营业务在各平台成长迅速，曝光相对充分，迎来了高速增长，产品品牌和品质均广泛得到顾客认可，人均客单价呈递增趋势。2015年电商直营主营业务品牌为水孩儿，且以处理存货为主要目的，因此客单价略低。2016年随着暇步士占比的迅速提升，得益于其较高的品牌溢价力以及较好的商品折扣控制，迅速使得客单价有了显著拉升，2017年电商直营业务整体上延续了2016年的策略和方向，虽有价格较高的Hazzys品牌加入，但其所占比例较小，因此客单价保持平稳。2018年1-6月客单价有所增加主要系价格较高暇步士和Hazzys品牌销售占比进一步扩大所导致。

#### (2) 电商平台按订单数量的地区分布情况：

单位：个

地区	2018年1-6月	2017年	2016年	2015年
华东	73,863	175,935	46,129	9,692
华南	12,476	24,384	7,030	1,492
华中	13,871	33,043	11,042	3,529
华北	63,349	165,213	72,776	33,372
西北	17,774	45,559	14,502	2,218
西南	7,282	18,686	7,683	3,065
东北	12,013	27,135	8,236	2,437
港澳台	16	5	1	-
合计	<b>200,644</b>	<b>489,960</b>	<b>167,399</b>	<b>55,805</b>

注：因无法取得唯品会订单详细数据，故上表统计仅包含天猫和京东平台数据。数据是按订单收货地址区分。

受各品牌优势区域影响，以及电商辐射区域作用：江浙沪、京津地区为业绩区域，另外以北京、上海、南京、成都、杭州、深圳为主的一线城市以

及其辐射区域是嘉曼电商主力消费所在，尤其是线下实体店铺优势区域更为明显。

(3) 电商平台按订单数量发货分布情况：

单位：个

发货地区	2018年1-6月	2017年	2016年	2015年
天津	200,644	489,960	167,399	55,805

嘉曼服饰电商平台发货全部从天津仓库集中发出。

(4) 按客户消费金额分类情况：

年份	消费金额等级	客户数量	占比	购买次数	购买间隔(天)	次均销售额(元)
2018年 1-6月	1-300元	97,795	58.57%	1.26	144	114.88
	301-600元	49,666	29.75%	1.12	162	419.82
	601-2,000元	17,655	10.57%	1.13	160	949.22
	2001元及以上	1,850	1.11%	1.14	159	2,808.50
2017年	1-300元	141,472	48.95%	1.09	335	156.69
	301-600元	76,029	26.31%	1.43	255	425.90
	601-2,000元	63,238	21.88%	2.69	136	1,009.47
	2001元及以上	8,289	2.87%	6.58	55	3,054.00
2016年	1-300元	60,437	56.29%	1.08	338	168.07
	301-600元	26,564	24.74%	1.52	240	423.74
	601-2,000元	18,822	17.53%	2.68	136	968.51
	2001元及以上	1,553	1.45%	6.79	54	2,831.09
2015年	1-300元	27,002	71.13%	1.12	326	149.54
	301-600元	7,609	20.04%	1.7	215	416.91
	601-2,000元	3,192	8.41%	3.46	105	927.64
	2,001元及以上	161	0.42%	8.77	42	3,267.98

注：因无法取得唯品会订单详细数据，故上表统计仅包含天猫和京东平台数据。其中购买频次，主要是分别依据天猫、京东平台的收货地址进行判断是否是同一客户计算。购买间隔=365/购买次数。2018年1-6月购买间隔=181/购买次数。

2015至2017年度，300元以下订单占比逐年明显递减，而301-600元及601-2000元的订单占比逐年成上升趋势；原因系报告期内电商直营销售业务的品牌结构和商品情况有所变化所致：2015年电商直营销售以低价处理水孩儿品牌以前年度存货为主，低价客单占比较大。为进一步加大电商直营销售业务，2016

年公司加大对暇步士品牌的宣传推广力度，暇步士品牌销售迅速增长，客单价有所上升。2017年公司哈吉斯品牌开始成长，进一步拉升了601-2000元的订单占比，但因哈吉斯品牌消费市场尚处于初始建设阶段，业绩占比较小。2001以上的客单占比相比极少，主要来源于团购、社会捐赠购买、班服校服购买等。

由于2018年1-6月缺少“双十一”、“双十二”两大电商促销购物节且客户的消费主要以春夏装为主，所以大额订单占比较2017年有所下降。

#### (5) 大额、异常的消费情况分析

如前述，公司电商销售存在2000元及以上的大额销售，主要原因：由于电商平台适合全国地域需求、价格公开透明，近年来全国各地学校班级统一购买品牌服装采购作为班服、运动会服、校服，以及社会捐赠单数订单明显增加，是单次20件以上订单的主要购买来源采购力量；其次，各电商平台的促销活动大促销常见青睐多件多折累进折扣的促销形式，形成了绝大多数5-20件的订单采购，单次购买4件及以下属于常见的个人客户消费订单。

#### 4、加盟店的情况

##### (1) 报告期内的前十大加盟商的基本情况

##### ①2018年度1-6月

序号	加盟商名称	交易额(元)	占比
1	信誉楼百货集团有限公司	3,449,606.59	1.05%
2	北京圣启越隆商贸有限公司	2,777,987.76	0.84%
3	北京益童商贸有限公司	1,276,777.94	0.39%
4	北京白依天使服装贸易有限公司 <sup>22</sup>	1,121,647.32	0.34%
5	北京联创丽森商贸有限公司	1,010,679.12	0.31%
6	大连迈思尼商贸有限公司	902,747.64	0.27%
7	上海晓娴商贸有限公司	841,782.72	0.26%
8	延安市宝塔区金文虎商贸有限责任公司	807,337.87	0.25%
9	嘉豪服饰(天津)有限公司	784,131.92	0.24%
10	新疆赤为达商贸有限公司	743,501.36	0.23%

除2017年度-2015年度已披露的加盟商基本情况外，2018年1-6月上述其他加盟商的基本情况如下：

<sup>22</sup> 自2018年6月开始北京白依天使服装服饰有限公司与水孩儿服饰的合作业务由北京白依天使服装贸易有限公司承继，合同各方已于2018年6月1日签订《合同主体变更三方协议》。

## 延安市宝塔区金文虎商贸有限责任公司

统一社会信用代码	9161060259669185X5
住所	陕西省延安市宝塔区翟子沟一期 17 号楼 2 单元 201 室
公司类型	有限责任公司
法定代表人	曾艳
注册资本	10 万元
成立日期	2012-06-12
经营范围	服装、日用百货*** (依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动)
营业期限	2012-06-12 至 2026-06-10
股权结构	曾艳 100%持股

## 北京益童商贸有限公司

统一社会信用代码	91110114357952362E
住所	北京市昌平区城北街道鼓楼西街 14 号楼 19 号二层
公司类型	有限责任公司
法定代表人	师超君
注册资本	10 万元
成立日期	2015-09-07
经营范围	销售服装鞋帽、针纺织品、日用品、工艺美术品、珠宝首饰、文化用品。(企业依法自主选择经营项目,开展经营活动;依法须经批准的项目,经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动;不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。)
营业期限	2015-09-07 至 2045-09-06
股权结构	师超君 100%持股

## 北京白依天使服装贸易有限公司

统一社会信用代码	91110113MA00B8D01D
住所	北京市顺义区北石槽镇北武路 1 号院内 2309 号
公司类型	有限责任公司
法定代表人	王振荣
注册资本	300 万元
成立日期	2017-01-09
经营范围	销售服装鞋帽、针纺织品、日用品、电子产品;货物进出口;技术开发、技术咨询、技术服务;设计、制作、代理、发布广告;承办展览展示。(企业依法自主选择经营项目,开展经营活动;依法须经批准的项目,

	经相关部门批准后方可批准的内容开展经营活动;不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。)
营业期限	2017-01-09 至 2047-01-08
股权结构	王红梅持股 100%

## 大连迈思尼商贸有限公司

统一社会信用代码	912102113997478425
住所	辽宁省大连市甘井子区红旗西路惠泽北园 4 号 1 单元 3 层 1 号
公司类型	有限责任公司
法定代表人	王璐
注册资本	10 万元
成立日期	2014-06-06
经营范围	服装鞋帽、文化办公用品、体育用品销售,国内一般贸易。(依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动)
营业期限	2015-09-07 至 2045-09-06
股权结构	王璐 60%持股、董宇峰 40%持股

## 嘉豪服饰(天津)有限公司

统一社会信用代码	91120222300443575W
住所	天津市武清区自行车王国产业园区祥园道 160 号 121-18(集中办公区)
公司类型	有限责任公司
法定代表人	初锋
注册资本	1000 万元
成立日期	2014-07-24
经营范围	服饰服装制造、销售及技术开发,纺织制成品、体育用品、日用百货、计算机软硬件、建筑材料、五金产品、家具销售,货物及技术进出口,企业管理咨询,仓储服务,展览展示服务,商品包装加工,组织文化艺术交流活动。(依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动)
营业期限	2014-07-24 至 无固定期限
股权结构	初锋 80%持股、郑珠玲 20%持股

## ②2017 年度

序号	加盟商名称	交易额(元)	占比
1	信誉楼百货集团有限公司	5,794,025.86	1.06%
2	昆明田上雨贸易有限公司	4,350,151.43	0.79%

序号	加盟商名称	交易额(元)	占比
3	北京圣启越隆商贸有限公司	2,975,848.41	0.54%
4	许昌泽金聚服装有限公司	2,648,471.15	0.48%
5	上海晓娴商贸有限公司	2,370,033.42	0.43%
6	北京联创丽森商贸有限公司	2,114,083.62	0.39%
7	北京兴晟益德工贸有限公司	2,071,792.05	0.38%
8	北京白依天使服装服饰有限公司	1,829,878.86	0.33%
9	石家庄紫珑商贸有限公司	1,666,656.42	0.30%
10	聊城市瑞辰商贸有限公司	1,582,149.89	0.29%

上述主要加盟商的基本情况如下:

#### 信誉楼百货集团有限公司

统一社会信用代码	911309831097330566
住所	黄骅市信誉楼大街 96 号
公司类型	有限责任公司
法定代表人	穆建霞
注册资本	5,000 万元
成立日期	2001-06-14
经营范围	批发、零售百货、针棉制品、纺织品、服装鞋帽、家用电器、五金交电、电子产品、电脑及配件、电脑软件及耗材、通讯器材、玩具、日化、纸制品、塑料制品、不锈钢制品、玻璃制品、玻璃日杂、劳保用品、土产品、陶瓷制品、卫生洁具、厨房用具、灯具、工艺品、花卉、皮革制品、箱包、文体用品、健身器材、金银制品、珠宝玉石、音像制品、国内版电子出版物、图书、钟表、眼镜、验配眼镜、童车、自行车、摩托车及配件、农机配件、汽车配件、汽车装具、医疗器械、缝纫机、太阳能、食品、副食品、烟酒、米、面粉、小杂粮、食油、冷热饮、饮料、冷食、茶、水果、蔬菜、水产品、干货、果脯、糖果、奶粉、奶制品、面食、肉食、禽蛋制品、干调类、酱菜、保健品、流通人民币；正餐服务、冷拼；手机卡代理业务；美容服务；家电手机电子产品售后服务；柜台房屋租赁；加工金银制品；生产服装、家具；货运；代办移动客户入网、缴费、增值业务；代理宣传推广中国移动公司指定业务；儿童娱乐活动；咨询服务；设备租赁及维护；互联网零售；停车场服务。（依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动）
营业期限	2001-06-14 至 2021-06-14
股权结构	黄骅信誉楼商厦基层工会委员会持股 90%，张洪瑞持股 10%

#### 昆明田上雨贸易有限公司

统一社会信用代码	915301030642900002
住所	云南省昆明市盘龙区二环东路下河坝江东时代花园II(永安国际)A幢1811室
公司类型	有限责任公司
法定代表人	雷鸣
注册资本	150万元
成立日期	2013-04-08
经营范围	国内贸易、物资供销(依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动)
营业期限	2013-04-08至2023-04-07
股权结构	雷鸣持股100%

## 北京圣启越隆商贸有限公司

统一社会信用代码	91110108MA00AWGM0J
住所	北京市海淀区半壁店甲1号院5号楼2层222室
公司类型	有限责任公司
法定代表人	陈晓丽
注册资本	100万元
成立日期	2016-12-30
经营范围	销售食品;销售日用品、家用电器、五金交电(不从事实体店铺经营)、厨房用具、文化用品、体育用品、玩具、花卉、化妆品、计算机、软件及辅助设备、珠宝首饰、照相器材、机械设备、通讯设备、电子产品、金属材料、医疗器械1类、针纺织品、服装鞋帽;设计、制作、代理、发布广告;电脑动画设计;技术推广;货物进出口;技术进出口;代理进出口;产品设计(企业依法自主选择经营项目,开展经营活动;依法须经批准的项目,经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动;不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。)
营业期限	2016-12-30至2046-12-29
股权结构	陈晓丽持股70%,胡国涛持股30%

## 许昌泽金聚服装有限公司

统一社会信用代码	91411002395743326U
住所	许昌市六一路与育才路交叉口电影公司家属院3号楼
公司类型	有限责任公司
法定代表人	王会玲
注册资本	20万元
成立日期	2014-08-20



经营范围	服装销售。
营业期限	2014-08-20 至 2024-08-19
股权结构	王会玲持股 100%

## 上海晓娴商贸有限公司

统一社会信用代码	91310116786272787U
住所	上海市金山区吕巷镇红光路 4200-4201 号 2779 室
公司类型	有限责任公司
法定代表人	江启梁
注册资本	50 万元
成立日期	2006-03-14
经营范围	服装服饰,鞋帽,工艺品,电子设备,家具,床上用品,卫生洁具,日用百货销售。【依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动】
营业期限	2006-03-14 至 2036-03-14
股权结构	李晶晶持股 50%, 江启梁持股 50%

## 北京联创丽森商贸有限公司

统一社会信用代码	91110106351289870M
住所	北京市丰台区中核路 3 号院 3 号楼 15 层 1511 室
公司类型	有限责任公司
法定代表人	秦李伟
注册资本	500 万元
成立日期	2015-07-15
经营范围	销售服装服饰、体育用品、日用品、鞋帽、箱包、五金交电、工艺品；餐饮管理；经济信息咨询。（企业依法自主选择经营项目,开展经营活动；依法须经批准的项目,经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）
营业期限	2015-07-15 至 2035-07-14
股权结构	秦李伟持股 100%

## 北京兴晟益德工贸有限公司

统一社会信用代码	91110115748843948X
住所	北京市大兴区经济开发区科苑路 18 号 2 幢 3 层
公司类型	有限责任公司
法定代表人	谷彤

注册资本	200 万元
成立日期	2003-03-27
经营范围	加工服装；销售建筑材料、五金、交电、化工产品（不含危险化学品、不含一类易制毒化学品）、塑料制品、汽车配件、机械设备、厨房设备、日用百货、钢材；信息咨询（中介除外）。（企业依法自主选择经营项目,开展经营活动；依法须经批准的项目,经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）
营业期限	2003-03-27 至 2023-03-26
股权结构	谷彤持股 88%，齐兵持股 4%，刘庆明持股 4%，张杰持股 4%

## 北京白依天使服装服饰有限公司

统一社会信用代码	911101130536295233
住所	北京市顺义区后沙峪镇双裕东区 23 号楼 307
公司类型	有限责任公司
法定代表人	王银凤
注册资本	200 万元
成立日期	2012-08-29
经营范围	销售服装、鞋帽、针纺织品、日用品、电子产品；货物进出口（法律、法规规定需要审批的项目除外）；技术开发、技术咨询、技术服务；设计、制作、代理、发布广告；承办展览展示。（领取本执照后,应到商务部门备案；企业依法自主选择经营项目,开展经营活动；依法须经批准的项目,经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）
营业期限	2012-08-29 至 2042-08-28
股权结构	王银凤持股 100%

## 石家庄紫珑商贸有限公司

统一社会信用代码	91130105320179425C
住所	河北省石家庄市新华区中华北大街 210 号高柱大厦 1217
公司类型	有限责任公司
法定代表人	吕峰
注册资本	200 万元
成立日期	2014-12-30
经营范围	五金交电、电子产品、机电设备、健身器材、仪器仪表、建筑材料、电脑及配件、印刷机械、办公设备、文体用品、日用百货、包装材料、工艺美术品、家具、玩具、制冷设备、服装鞋帽的批发零售（依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动）
营业期限	2014-12-30 至 2034-12-29

股权结构	吕峰持股 100%
------	-----------

## 聊城市瑞辰商贸有限公司

统一社会信用代码	91371502MA3C78JF7P
住所	山东省聊城市东昌府区柳园办事处前许街路北区经委 3 号商住楼
公司类型	有限责任公司
法定代表人	郑昌福
注册资本	300 万元
成立日期	2016-03-10
经营范围	服装鞋帽、日用百货、皮革制品、玩具（涉及许可除外）、洗涤用品、化妆品、护肤用品、摄影器材、音响设备、文体用品、办公设备、包装材料、工艺品（文物除外）、金银首饰、化工产品（化学危险品、易燃易爆品、易制毒品除外）、五金交电、电子产品（不含无线电发射设备）、通讯器材（不含无线电发射设备）、仪器仪表、电线电缆、机电产品及配件、机械设备及配件、电脑、计算机软件及配件、印刷用品、塑料制品、金属材料（国家限定或禁止公司经营的除外）、玻璃仪器、建筑材料、装潢材料、家具、纺织品、酒店用品批发、零售。（依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动）
营业期限	2016-03-10 至 无固定期限
股权结构	郑昌福持股 100%

## ③2016 年度

序号	加盟商名称	交易额（元）	占比
1	信誉楼百货集团有限公司	5,194,447.59	1.29%
2	昆明田上雨贸易有限公司	2,534,511.01	0.63%
3	许昌泽金聚服装有限公司	2,322,870.53	0.58%
4	北京兴晟益德工贸有限公司	2,205,469.57	0.55%
5	北京联创丽森商贸有限公司	2,129,288.27	0.53%
6	北京圣启越隆商贸有限公司	1,924,631.21	0.48%
7	上海晓娴商贸有限公司	1,652,054.50	0.41%
8	石家庄紫珑商贸有限公司	1,328,245.98	0.33%
9	新疆赤为达商贸有限公司	1,258,982.97	0.31%
10	石家庄集木贸易有限公司	1,178,631.52	0.29%

除 2017 年度已披露的加盟商基本情况外，2016 年度上述其他加盟商的基本情况如下：

## 新疆赤为达商贸有限公司

统一社会信用代码	91650103328844362N
住所	新疆乌鲁木齐市沙依巴克区钱塘江路 508 号德汇国际广场 1 栋 2 层 D11-H
公司类型	有限责任公司
法定代表人	敬大燕
注册资本	500 万元
成立日期	2015-08-26
经营范围	销售：服装鞋帽,针纺织品,日用百货,床上用品,办公用品,文化体育用品,家用电器,机电产品,五金交电,劳保用品,箱包皮具,塑料制品,洗涤用品,玻璃制品,电子产品（不含二手手机）,计算机软硬件及设备。
营业期限	2015-08-26 至 无固定期限
股权结构	敬大燕持股 51%，高薇持股 30%，代中财持股 19%

## 石家庄集木贸易有限公司

统一社会信用代码	91130102319844184F
住所	河北省石家庄市长安区建设北大街 126 号
公司类型	有限责任公司
法定代表人	王晓敏
注册资本	100 万元
成立日期	2014-10-13
经营范围	服装鞋帽、箱包、日用百货、文具用品、工艺礼品、玩具、化妆品的批发零售。（依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动）
营业期限	2014-10-13 至 2034-10-12
股权结构	王晓敏持股 100%

## ④2015 年度

序号	加盟商名称	交易额（元）	占比
1	昆明田上雨贸易有限公司	7,504,493.89	1.95%
2	信誉楼百货集团有限公司	6,781,033.23	1.76%
3	成都市合众归贸易有限公司	4,410,527.23	1.14%
4	北京兴晟益德工贸有限公司	3,139,903.13	0.82%
5	许昌泽金聚服装有限公司	2,366,023.05	0.61%
6	重庆丰嵘商贸有限公司	2,070,851.64	0.54%
7	石家庄紫珑商贸有限公司	2,070,209.99	0.54%

序号	加盟商名称	交易额(元)	占比
8	大连潼之源商贸有限公司	1,979,828.13	0.51%
9	涿州市宜佳旺购物广场商贸有限公司	1,715,567.12	0.45%
10	北京十月同心商贸有限公司	1,568,435.82	0.41%

除 2017 年度、2016 年度已披露的加盟商基本情况外，上述主要加盟商的基本情况如下：

#### 成都市合众归贸易有限公司

统一社会信用代码	915101050724427996
住所	成都市青羊区文武路 42 号 18 楼 J 号
公司类型	有限责任公司
法定代表人	卞川生
注册资本	100 万元
成立日期	2013-07-23
经营范围	销售：纺织、服装及家庭用品,化工产品（不含危险品）,文化、体育用品及器材；企业管理咨询；企业形象策划；会议及展览服务；礼仪服务；知识产权服务；教育咨询。（依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动）。
营业期限	2013-07-23 至 3999-01-01
股权结构	卞川生持股 45%，卞川霞持股 25.5%，朱胜军持股 19%，范杨持股 10%

#### 重庆丰嵘商贸有限公司

统一社会信用代码	9150010355406847XH
住所	重庆市渝中区北区路 26 号 10-1#、10-2#
公司类型	有限责任公司
法定代表人	陈莲丰
注册资本	60 万元
成立日期	2010-05-11
经营范围	生产加工销售服装、鞋帽、儿童用品。『依法禁止经营的不得经营；依法应经许可审批而未获许可批准前不得经营』★★
营业期限	2010-05-11 至 2030-05-10
股权结构	陈莲丰持股 100%

#### 大连潼之源商贸有限公司

统一社会信用代码	912102133412260324
住所	辽宁省大连经济技术开发区鸿府苑 1-11 号
公司类型	有限责任公司
法定代表人	于天龙
注册资本	100 万元
成立日期	2015-06-16
经营范围	日用百货、服装服饰、鞋帽、床上用品、妇婴用品销售；国内一般贸易。（依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动） ***
营业期限	2015-06-16 至 2025-06-15
股权结构	于天龙持股 50%，李雪持股 50%

## 北京十月同心商贸有限公司

统一社会信用代码	91110116MA005JC29P
住所	北京市怀柔区庙城镇庙城村十字街南 320 号
公司类型	有限责任公司
法定代表人	郭红
注册资本	100 万元
成立日期	2016-05-18
经营范围	销售服装、鞋帽、针纺织品、办公用品、化妆品、矿产品、电子产品、家用电器、卫生间用具、机械设备、仪器仪表；服装设计、产品设计、电脑图文设计；电脑动画设计；美术设计；翻译服务。（企业依法自主选择经营项目,开展经营活动；依法须经批准的项目,经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）
营业期限	2016-05-18 至 2046-05-17
股权结构	郭红持股 100%

## 涿州市宜佳旺购物广场商贸有限公司

统一社会信用代码	91130681780830530B
住所	涿州市文化广场北侧
公司类型	有限责任公司
法定代表人	吴玉标
注册资本	2000 万元
成立日期	2005-10-21
经营范围	零售预包装食品、散装食品；中型餐馆（中餐类制售；不含凉菜,不含裱花蛋糕,不含生食海产品）；电子游戏娱乐服务；酒零售；国内版图书、报刊零售；音像制品出租、零售；五金交电、日用百货、

	家用电器、珠宝玉器、花卉、健身器材、鞋帽、皮具、针纺织品、家具、装饰装璜材料、钟表眼镜、服装、办公用品、饰品批发、零售；商业管理及策划、照相、彩扩、商业设施及柜台出租服务；国内广告制作、发布、代理（（依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动））
营业期限	2005-10-21 至 2055-10-21
股权结构	高碑店市宜佳旺商贸有限公司持股 100%

注：涿州市宜佳旺购物广场商贸有限公司的股东结构为：

序号	股东名称/姓名	出资额（万元）	出资比例	股东类型
1	涿州市宜佳旺购物广场商贸有限公司	2,000	100%	企业法人
合计		<b>2,000</b>	<b>100%</b>	-

#### 1-1 涿州市宜佳旺购物广场商贸有限公司

涿州市宜佳旺购物广场商贸有限公司的股东情况如下：

序号	股东名称/姓名	出资额（万元）	出资比例	股东类型
1	保定启迪商贸有限公司	5,000	100%	企业法人
合计		<b>5,000</b>	<b>100%</b>	-

##### 1-1-1 保定启迪商贸有限公司

保定启迪商贸有限公司的股东情况如下：

序号	股东名称/姓名	出资额（万元）	出资比例	股东类型
1	河北澳贝投资有限公司	5,000	100%	企业法人
合计		<b>5,000</b>	<b>100%</b>	-

##### 1-1-1-1 河北澳贝投资有限公司

河北澳贝投资有限公司的股东情况如下：

序号	股东名称/姓名	出资额（万元）	出资比例	股东类型
1	王艳钦	12,000	40%	自然人
2	王艳艳	9,000	30%	自然人
3	李伟东	9,000	30%	自然人
合计		<b>30,000</b>	<b>100%</b>	-

发行人的控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其直系亲属、

发行人的员工都不存在直接或间接持有主要加盟商股权的情形。

发行人的主要经销商(加盟商)和发行人不存在实质和潜在关联关系。

(2) 发行人管理加盟店的具体措施,发行人与加盟店之间的权利、义务如何分担,是否存在纠纷或潜在纠纷

根据发行人提供的《加盟商管理办法》显示,发行人对订货、销售等方面进行管理,相关权利义务约定如下:

订货管理	销售管理
<p>1、加盟商需要订购每年春夏秋冬四季货品,每次订货前公司和加盟商共同制定订货预算,对新开店制定订货预算主要依据店铺面积、周边竞品业绩等可参考信息,对经营中的店铺制定订货预算主要依据历史数据、销售情况预测等。对无故不参加公司订货会的,或所提货品未达到确认订单的,公司有权单方面解除合作并罚扣预付款及加盟保证金。</p> <p>2、期货订单发货流程:公司加盟业务人员随公司产品入库波次,按照加盟商订货订单在ERP系统中分批次进行发货配单,发货单经部门和财务审核后传递至物流部门,库房接单发货。</p> <p>日常订单(预订期货外需求)发货流程:由加盟商主动提出的、或由公司向加盟商推荐的期货订单外货品,由公司直接做发货配货单,经审核后由库房发货。</p>	<p>1、加盟商须配合公司的销售管理并按要求向公司提供销售信息,公司向所有加盟商提供ERP系统支持,加盟商应尽可能使用公司的ERP系统。</p> <p>2、加盟商需按照公司要求将店铺陈列、卖场情况等经营情况拍照发到公司。</p> <p>4、公司将不定期对加盟店进行实地走访,了解销售情况、收集反馈意见、指导销售并盘点存货。</p> <p>5、除商场特殊要求外,加盟店铺人员的制服必须跟随公司规定的款式(如有)。加盟商有责任监管店铺人员的制服及仪容整洁且符合工的要求以及维持品牌的形象。</p> <p>6、加盟店铺内与品牌形象相关的装饰、道具,应严格按公司提供的方案执行。</p> <p>7、加盟商应积极参与公司统一安排的营销活动及其他活动。</p> <p>8、在知悉任何第三方可能侵犯公司权益,或有关产品及经营所发生、可能发生的任何争议、诉讼、仲裁时,加盟商均有义务立即通知公司。</p>

截至招股说明书出具之日,发行人与加盟商之间并无发生因品牌加盟事项而发生任何诉讼纠纷或其他纠纷。

(3) 结合发行人发生的诉讼纠纷,关于发行人的加盟店和联营模式是否存在重大法律风险的分析

发行人(含其下属公司、下同)与沈阳的曼商贸有限公司、北京东星时尚百货商贸有限公司、北京中商上科大厦有限公司、沈阳恒辉商业有限公司因合作事项发生货款纠纷,具体详见招股说明书正文之“第十五节 其他重要事项 四、重大诉讼或仲裁事项”部分所述。



保荐机构经核查后认为,鉴于该等诉讼纠纷系基于正常商业活动所产生,涉诉标的金额较小,对发行人的影响有限,故该等事项并不表明发行人的联营模式存在重大法律风险,亦不会构成本次发行上市的实质性法律障碍。

另外,根据发行人的现有加盟模式,发行人已制定了相应的加盟商管理制度,有助于加强对现有加盟商的管控,从而提高公司品牌的市场认可度;同时,发行人已于2017年4月27日在北京市商务委员会办理特许经营权备案(备案号:0110700111700015)并于2017年5月17日在“商务部业务系统统一平台”进行商业许可经营信息公示,发行人已对特许经营合同的新增及终止等备案信息进行年度更新。

保荐机构、中伦律师认为:截至招股说明书出具之日,发行人现有的加盟店和联营模式不存在可预见的重大法律风险。

### (3) 加盟业务同行业对比

嘉曼服饰与安奈儿加盟门店对比情况:

单位:个

店铺类型	2018年 6月30日		2017年 12月31日		2016年 12月31日		2015年 12月31日		
	数量	比例	数量	比例	数量	比例	数量	比例	
嘉曼服饰	直营店数量	324	43%	325	43%	302	43%	295	41%
	加盟店数量	434	57%	427	57%	394	57%	418	59%
	合计	<b>758</b>		<b>752</b>		<b>696</b>		<b>713</b>	
安奈儿	直营店数量	943	68%	974	68%	970	67%	997	65%
	加盟店数量	444	32%	461	32%	488	33%	548	35%
	合计	<b>1,387</b>		<b>1,435</b>		<b>1,458</b>		<b>1,545</b>	

从报告期历年店铺数量来看,发行人与安奈儿的加盟店数量占总店铺数量的比例相对稳定。但嘉曼服饰的加盟店所占比例相对安奈儿较高,这与各自的业务经营开展方式存在差异有关。

嘉曼服饰与安奈儿加盟收入对比情况:

单位: 万元

项目	2018年1-6月			2017年度		
	金额	占主营业务收入比例(%)	毛利率(%)	金额	占主营业务收入比例(%)	毛利率(%)
嘉曼服饰	5,225.89	15.86	50.99%	11,402.12	20.79	47.87
安奈儿	8,662.33	15.29	-	20,260.04	19.71	-

项目	2016年度			2015年度		
	金额	占主营业务收入比例(%)	毛利率(%)	金额	占主营业务收入比例(%)	毛利率(%)
嘉曼服饰	9,048.98	22.55	47.87	12,661.02	32.87	47.77
安奈儿	18,957.78	20.66	56.37	20,731.80	24.75	58.75

注: 同行业数据为披露的报表数据, 或根据报表数据计算得出。

发行人通过加盟模式实现的收入占主营业务收入比例在 2015 年时显著高于同行业上市公司安奈儿, 2016 年-2018 年上半年, 加盟业务收入占主营业务收入比例略高于安奈儿。

2015 年, 公司为了进一步激发市场潜力, 对发展较为成熟的“水孩儿”品牌, 给予了水孩儿加盟商较大力度的优惠政策, 且当时部分水孩儿加盟商对宏观经济和消费市场持较乐观的预测, 提高了订货数量; 同时, 公司为了提升“暇步士”品牌童装的市场口碑和知名度, 对“暇步士”采取了积极的经营策略, 吸引了更多加盟商, 因此, 公司 2015 年的加盟收入占主营业务收入比例高于同行业公司安奈儿的相应比例。

2016 年, 由于线下商场实体门店所处的宏观行业景气度的影响和公司前期加盟业务扩张相对较快, 出于加盟管理和品牌运营稳定性的考虑, 公司对所运营的处于不同发展阶段的各品牌确定了差异化经营策略, 对部分加盟门店进行了调整, 并且部分加盟商因上一年剩余库存较多, 在当年订货时采取比较保守的策略, 此外公司电商直营业务也迅速发展, 因此, 公司加盟业务收入及其占主营业务收入比例均有所下降。公司加盟业务占营业收入比重略高于同期的安奈儿。

2017 年和 2018 年 1-6 月, 加盟业务中“暇步士”品牌进一步发力, 该品牌业务规模进一步扩大, 收入增长明显; “水孩儿”品牌加盟体系经过 2016 年的调整后, 重新回到增长轨道, 加盟门店数量和单店订货数量均有所上升, 加盟业

务收入也有所增长。但因公司电商业务增长较快,加盟业务收入占比仍有所下降,与安奈儿的相应比例基本接近。

在毛利率方面,根据上表,发行人报告期间的加盟业务毛利基本稳定,2018年1-6月略有增长。其中2015年、2016年发行人加盟业务模式的毛利与同行业可比上市公司相比,分别低于同行业上市公司安奈儿的毛利率10.98和8.5个百分点,不存在加盟模式毛利率显著大于同行业可比上市公司的情况。

#### (4)加盟店销售产品的种类

由于发行人加盟模式为:公司与具备一定条件的加盟商签订加盟协议,授予加盟商在一定时间及范围内销售公司产品的权利,加盟商自行运营加盟门店或专柜,向品牌企业直接采购童装并向消费者零售。加盟协议并未强制要求加盟商仅能与发行人建立加盟关系,存在部分规模较大、业务范围较广的加盟商同时加盟多个品牌情况。

#### (5) 加盟商的终端销售及期末存货情况

保荐机构通过向发行人主要加盟商发放询证函的方法来获取加盟商终端销售情况,根据已经取得部分加盟商回函数据,统计相应加盟商终端销售数据及库存情况如下:

年份	加盟商销售数量(万件)	加盟商实销金额(万元)	加盟商期末库存数量(件)	加盟商期末库存金额(万元)
2018年1-6月/2018年6月末	34.40	4,775.41	23.04	2,444.64
2017年/2017年末	60.01	9,051.78	23.36	3,848.28
2016年/2016年末	45.97	5,882.85	16.27	1,906.63
2015年度/2015年末	41.95	4,999.00	13.16	1,538.32

注:各期间数据仅选择加盟商回函中该年度“销售”与“存货”均有效填写的数据

根据已经取得的部分加盟商回函数据,以及发行人对相应加盟商的净发货数量,比较加盟商销售与期末存货占发行人对相应加盟商的净发货数量的情况如下:

年份	发行人对加盟商净发货数量(万件)	加盟商销售数量(万件)	加盟商期末库存数量(万件)
2018年1-6月/2018年6月末	34.97	34.40	23.04

年份	发行人对加盟商净发货数量(万件)	加盟商销售数量(万件)	加盟商期末库存数量(万件)
2017年度/2017年末	70.14	60.01	23.36
2016年度/2016年末	49.40	45.97	16.27
2015年度/2015年末	52.61	41.95	13.16
<b>合计</b>	<b>207.12</b>	<b>182.33</b>	<b>75.83</b>
占发行人对加盟商净发货数量比例	-	88.03%	26%/37%

注：其中加盟商期末库存数量占发行人对加盟商净发货量比例分别为三年以及三年一期数据。

报告期，回函加盟商存货保持增加主要因为部分加盟商不再合作导致获取前期加盟商的相关数据较少，此外部分持续合作加盟商仅提供近期数据所致。

根据以上统计数据，报告期加盟商合计销售数量与发行人对相应加盟商的净发货数量基本持平。

报告期前三年，已经给出相关函证数据的加盟商合计存货与发行人对相应加盟商净发货数量比例在 26%，三年一期的相应比例提高至 37%，主要是因为 2018 年发行人对加盟商净发货数量为半年度数据所致。

根据以上已经取得的加盟商销售、存货数据分析，不存在发行人利用加盟商模式来大量压货、囤货行为。

(6) 报告期内发行人加盟商数量变化情况：

报告期，加盟商数量以及加盟店数量情况：

单位：个

年份	加盟商个数	加盟店铺数
2018年1-6月	278	434
2017年	280	427
2016年	256	394
2015年	296	418

各报告期，加盟店数量变化情况如下：

年份	门店类型	期初数	本期新开店	加盟店转直营店	本期关店	直营店转加盟店	期末数
2018年1-6月	加盟店铺	427	89	1	81	0	434
2017年	加盟店铺	394	147	2	114	2	427

年份	门店类型	期初数	本期新开店	加盟店转直营店	本期关店	直营店转加盟店	期末数
2016年	加盟店铺	418	103	9	119	1	394
2015年	加盟店铺	389	144	1	116	2	418

2016年,由于公司线下商场实体门店所处的宏观行业景气度的影响和公司前期加盟业务扩张相对较快,公司出于加盟管理和品牌运营稳定性的考虑,公司对所运营的处于不同发展阶段的各品牌确定了差异化经营策略,对部分加盟门店进行了调整,因此,公司加盟商个数有所下降。2017年和2018年1-6月,公司加盟商个数较2016年有所增长,主要系公司的加盟体系经过2016年的调整后,加盟业务重新回到增长轨道所致。报告期内,加盟商的进入和退出系公司及加盟商根据市场情况和加盟商经营情况的应对调整。

#### (7) 加盟商回款情况

公司经销商存在部分非法人实体、现金回款和第三方回款情况,具体如下

项目	2018年1-6月	2017年	2016年	2015年
经销商数量	278	280.00	256.00	296.00
非法人经销商数量	143	134.00	123.00	160.00
现金回款金额	7.42	5.84	6.06	50.07
第三方回款金额	2,152.37	5,175.14	3,291.12	2,434.25
经销商年度回款	5,002.78	14,153.28	11,479.54	13,209.17
现金回款占经销商回款比例	0.15	0.04	0.05	0.38
第三方回款占经销商回款比例	43.02	36.56	28.67	18.43

公司非法人加盟商包括个体工商户和自然人,占比较多,但公司报告期前十大加盟商全部为公司制法人实体。此外,公司经销商回款中的现金回款金额较少,主要采取银行转账等方式。

由于加盟商自身规模、财务规范性、业务规范性各有不同且加盟模式是品牌童装企业通过与具备一定条件的加盟商签订加盟合作协议,授予加盟商在一定时间及范围内销售公司产品的权利。由加盟商自行运营加盟门店或专柜,向品牌企业直接采购童装并向消费者零售的一种销售模式。该模式对渠道终端的控制较直营模式弱。所以第三方回款占比较大。

## (8) 加盟模式的毛利率、信用政策与其他销售模式的对比分析。

发行人分模式毛利率如下：

项目	2018年1-6月		2017年		2016年		2015年	
	销售占比(%)	毛利率(%)	销售占比(%)	毛利率(%)	销售占比(%)	毛利率(%)	销售占比(%)	毛利率(%)
线下直营	46.31	53.96	47.79	54.73	57.62	56.22	60.87	55.29
加盟	15.86	50.99	20.79	47.87	22.55	51.00	32.87	47.77
电商直营	37.83	54.84	31.42	53.93	19.83	46.19	6.27	28.88
主营业务合计	100.00	53.82	100.00	53.05	100.00	53.05	100.00	51.16

发行人三种销售模式下，直营模式的毛利率最高。因为直营模式下，企业通过销售额分成的方式与商场联营或直接租入商场的店铺自营，该模式下直接面向终端消费者销售童装，所以定价较高，毛利率在三种业务模式下一直处于最高水平。加盟模式下的客户是各加盟商，他们在销售给最终消费者时还要获取适当的利润，所以对加盟商的定价低于直营（包括电商），因此加盟模式毛利率在三种模式中最低的。

报告期内，发行人不同模式下，包括直营、加盟、电商，信用政策均为3个月以内，不存在给予经销商的信用政策显著宽松于其他销售方式的情况。

## (9) 发行人不同模式下应收账款余额如下：

单位：万元

销售模式	应收账款余额				营业收入			
	2018年6月30日	2017年	2016年	2015年	2018年1-6月	2017年	2016年	2015年
直营	2,680.87	2,597.37	2,775.95	2,602.40	15,259.33	26,210.70	23,120.30	23,446.53
加盟	1,838.12	1,723.82	1,175.20	1,299.29	5,225.89	11,402.12	9,048.98	12,661.02
电商	933.01	2,041.60	1,203.24	364.63	12,463.42	17,232.06	7,954.75	2,413.81
合计	<b>5,452.00</b>	<b>6,362.79</b>	<b>5,154.39</b>	<b>4,266.32</b>	<b>32,948.63</b>	<b>54,844.88</b>	<b>40,124.03</b>	<b>38,521.36</b>

2016年加盟业务应收账款余额有所下降的主要原因是：2016年加盟模式收入相比2015年有所下降。

2017年加盟模式应收账款余额大幅增加主要系：加盟模式收入相比2016年

有大幅增长,发行人与加盟商合作不断深入,公司加大了对优质加盟商的支持力度,在不改变授信期限的情况下适当增加了其授信额度。

2018年6月30日应收账款余额与2017年末相比略有上涨,主要系加盟业务体量进一步增长所致。

## (五) 报告期内,公司的销售情况

### 1、主要产品产销率情况

报告期内,公司入库及销售成衣(不含附属品和形象用品)的产销率情况如下:

项目	2018年1-6月	2017年度	2016年度	2015年度
成衣采购数量(万件)	225.77	541.14	335.61	322.22
成衣销售数量(万件)	286.62	455.58	294.26	287.19
产销率	126.95%	84.19%	87.68%	89.13%

### 2、销售收入情况

报告期内,公司的销售收入情况如下:

#### (1) 按产品分类

报告期内,公司主营业务收入按产品分类构成情况如下所示:

单位:万元

项目	2018年1-6月		2017年度		2016年度		2015年度	
	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)
外套	7,233.81	21.95	15,725.07	28.67	12,431.26	30.98	12,825.32	33.29
上衣	11,794.49	35.80	20,139.51	36.72	13,706.99	34.16	11,714.64	30.41
裙子	5,934.94	18.01	6,028.96	10.99	4,774.79	11.90	4,624.15	12.00
裤子	6,972.65	21.16	10,847.01	19.78	7,750.09	19.32	7,621.63	19.79
其他	1,012.74	3.07	2,104.33	3.84	1,460.89	3.64	1,735.62	4.51
合计	<b>32,948.63</b>	<b>100.00</b>	<b>54,844.88</b>	<b>100.00</b>	<b>40,124.03</b>	<b>100.00</b>	<b>38,521.37</b>	<b>100.00</b>

#### (2) 按销售模式分类

报告期内,公司主营业务收入按销售渠道分类如下所示:

单位：万元

项目	2018年1-6月		2017年度		2016年度		2015年度	
	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)
线下渠道	20,485.21	62.17	37,612.82	68.58	32,169.28	80.17	36,107.55	93.73
直营	15,259.33	46.31	26,210.70	47.79	23,120.30	57.62	23,446.53	60.87
加盟	5,225.89	15.86	11,402.12	20.79	9,048.98	22.55	12,661.02	32.87
线上渠道	12,463.42	37.83	17,232.06	31.42	7,954.75	19.83	2,413.81	6.27
合计	<b>32,948.63</b>	<b>100.00</b>	<b>54,844.88</b>	<b>100.00</b>	<b>40,124.03</b>	<b>100.00</b>	<b>38,521.37</b>	<b>100.00</b>

## (3) 按区域分类

报告期内，公司主营业务收入按区域分类如下所示：

单位：万元

项目	2018年1-6月		2017年度		2016年度		2015年度	
	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)
东北	1,030.43	3.13	1,752.14	3.19	1,617.28	4.03	2,124.97	5.52
华北	10,816.15	32.83	20,789.66	37.91	17,526.47	43.68	19,330.69	50.18
华东	4,618.27	14.02	7,905.13	14.41	6,453.90	16.08	6,185.06	16.06
西北	1,367.93	4.15	2,386.44	4.35	2,552.28	6.36	2,864.83	7.44
西南	1,267.71	3.85	2,438.48	4.45	1,979.54	4.93	3,134.04	8.14
中南	1,384.73	4.20	2,340.97	4.27	2,039.83	5.08	2,467.96	6.41
线上渠道	12,463.42	37.83	17,232.06	31.42	7,954.75	19.83	2,413.81	6.27
合计	<b>32,948.63</b>	<b>100.00</b>	<b>54,844.88</b>	<b>100.00</b>	<b>40,124.03</b>	<b>100.00</b>	<b>38,521.37</b>	<b>100.00</b>

## 3、公司前十名客户基本情况

(1) 唯品会(中国)有限公司成立于2011年1月20日，注册资本为18000万美元，其主营业务是：商品零售贸易、批发。该公司的股权结构为：VIPSHOP INTERNATIONAL HOLDINGS LIMITED 100%持股。自2014年4月开始与发行人合作。是发行人2015-2018年1-6月的前10大客户。

(2) 北京燕莎友谊商城有限公司成立于1993年4月20日，注册资本为6000万人民币，其主营业务是：商业零售。该公司的股权结构为：北京新燕莎控股(集团)有限责任公司持股50%，新加坡新城集团有限公司50%。自2002年开始与



发行人合作。是发行人 2015-2018 年 1-6 月的前 10 大客户。

(3) 北京华联 (SKP) 百货有限公司成立于 2006 年 3 月 28 日, 注册资本为 25000 万人民币, 其主营业务是: 百货零售。该公司的股权结构为: RADIANCE INVESTMENT HOLDINGS PTE.LTD. 持股 60%, 北京华联集团投资控股有限公司持股 40%。自 2007 年 4 月开始与发行人合作。是发行人 2015-2018 年 1-6 月的前 10 大客户。与公司另一客户 BHG (北京) 百货有限公司之间存在关联关系, 根据国家企业信用系统查询的工商登记资料显示: 北京华联 (SKP) 百货有限公司的股东为 RADIANCE INVESTMENT HOLDINGS PTE.LTD. 持股 60%, 北京华联集团投资控股有限公司持股 40%; 客户 BHG (北京) 百货有限公司的股东为 BHG 控股有限公司持股 80%, 北京华联集团投资控股有限公司持股 20%。

(4) 王府井集团股份有限公司成立于 1993 年 4 月 28 日, 注册资本为 776,250,350 元人民币, 其主营业务是: 百货零售。该公司的股权结构为: 截至 2018 年 3 月 31 日, 该上市公司前十大股东持股如下: 北京王府井东安集团有限责任公司 26.73%, 三胞集团南京投资管理有限公司 11.25%, 北京京国瑞国企改革发展基金 (有限合伙) 7.5%, 福海国盛 (天津) 股权投资合伙企业 (有限合伙) 5.73%, 北京信升创卓投资管理中心 (有限合伙) 5.73%, 上海懿兆实业投资有限公司 3.75%, 成都工投资产经营有限公司 2.53%, 中央汇金资产管理有限责任公司 2.34%, 香港中央结算有限公司 2.19%, 周宇光 1.96%。自 1997 年开始与发行人合作。是发行人 2015-2018 年 1-6 月的前 10 大客户。

(5) 北京翠微大厦股份有限公司成立于 2003 年 1 月 23 日, 注册资本为 52414.4222 万人民币, 其主营业务是: 百货零售。该公司的股权结构为: 截至 2018 年 3 月 31 日, 该上市公司前十大股东持股如下: 北京翠微集团 32.83%, 北京市海淀区国有资本经营管理中心 29.71%, 华纺房地产开发公司 3.28%, 农银人寿保险股份有限公司—传统保险产品 1.29%, 王桂花 0.37%, 熊国强 0.29%, 陈丽屏 0.29%, 熊卫红 0.26%, 华夏资本—农行—华夏资本 对冲—鸿道 1 号资产管理计划 0.22%, 魏英莲 0.22%。自 1998 年开始与发行人合作。是发行人 2015-2018 年 1-6 月的前 10 大客户。

(6) 青岛海信东海商贸有限公司成立于 2007 年 5 月 25 日, 注册资本为 3158

万元人民币，其主营业务是：批发零售。该公司的股权结构为：青岛海信实业股份有限公司 86.92%，青岛亚天源商贸有限公司 13.08%。自 2012 年 2 月开始与发行人合作。是发行人 2015-2018 年 1-6 月的前 10 大客户。

(7) 伊势丹（中国）投资有限公司成立于 2010 年 3 月 23 日，注册资本为 6037.15 万美元，其主营业务是：综合百货商品批发零售。该公司的股权结构为：株式会社伊势丹持股 100%。自 2007 年 1 月开始与发行人合作。是发行人 2015-2018 年 1-6 月的前 10 大客户。

(8) 杭州大厦有限公司成立于 1986 年 6 月 11 日，注册资本为 2998 万美元，其主营业务是：商场；住宿,会议服务,商务会所,康乐设施,小型车停车服务。该公司的股权结构为：杭州解百集团股份有限公司持股 600%、南光（集团）有限公司持股 40%。自 2009 年 4 月开始与发行人合作。是发行人 2015-2018 年 1-6 月的前 10 大客户。

(9) 昆明田上雨贸易有限公司成立于 2013 年 4 月 8 日，注册资本为 150 万人民币，其主营业务是：国内贸易、物资供销。该公司的股权结构为：自然人雷鸣持股 100%。自 2013 年开始与发行人合作。是发行人 2015 年的前 10 大客户。

(10) 信誉楼百货集团有限公司成立于 2001 年 6 月 14 日，注册资本为 5000 万人民币，其主营业务是：批发、零售百货。该公司的股权结构为：黄骅信誉楼商厦基层工会委员会持股 90%、张洪瑞持股 10%。自 2008 年开始与发行人合作。是发行人 2015 年-2016 年的前 10 大客户。

(11) 宝大祥青少年儿童购物（集团）股份有限公司成立于 2009 年 09 月 07 日、注册资本为 8000 万人民币。其主营业务是：百货，黄金铂金饰品，银饰品，珠宝饰品，工艺品，通信设备，电脑及配件，游艺机，乐器，花卉，观赏鱼的销售，摄影，摄像和物业管理；图书、报纸、期刊、音像制品零售，批发兼零售：预包装食品；乳制品。该公司的股权结构为：上海祥宝投资发展中心持股 30%、江育明持股 24.1%、上海新世界集团投资发展有限公司持股 15%、居伟刚持股 6%、胡晓东持股 6%、其他 31 位自然人股东持股 18.9%。于 2014 年 3 月开始与发行人合作。是发行人 2017 年-2018 年 1-6 月的前 10 大客户

(12) 金鹰国际商贸集团(中国)有限公司成立于2000年05月12日、注册资本为113700万人民币。其主营业务是：日用百货、针纺织品、五金交电、保健品、摩托车及配件、工艺品(不含名人字画)、照相器材、钟表眼镜、鞋帽、箱包、通讯器材(不含卫星地面设施)、体育用品、初级农产品、预包装食品兼散装食品、乳制品(含婴儿配方乳粉)、酒、医疗器械具、金银制品、家具、装饰材料、建筑材料的批发、零售、佣金代理(拍卖除外)；餐饮服务、餐饮管理；物业服务；美容服务；教育信息咨询；图书、报刊零售；设计、制作、代理、发布国内各类广告；对国内法人企业进行柜台出租；自营商品的加工、分级包装；商品的进出口业务，以及相关的仓储、送货、安装、维修、停车等配套服务和相关的咨询服务。该公司的股权结构为：金鹰国际贸易有限公司持股100%。于2014年4月开始与发行人合作。是发行人2017年-2018年1-6月的前10大客户。

(13) 百盛商业发展有限公司成立于1993年10月20日、注册资本为11668万美元。其主营业务是：(一)商业零售(包括代销、寄售)经营；批发经营；(二)组织国内产品进出口业务；(三)自营产品的进出口业务；(四)经营相关的配套服务，包括：写字楼的出租、管理；餐厅(限哈尔滨分公司经营)；收费停车场，彩印冲洗，美容美发，商务服务中心，开展送货服务及从事与上述项目相关的技术咨询、技术服务；(五)销售第一类、第二类医疗器械；(六)零售食用农产品；零售食品。该公司的股权结构为：Malverest(Hong Kong)Limited持股100%。于2009年4月开始与发行人合作。是发行人2016年的前10大客户。

除北京华联(SKIP)百货有限公司与BHG(北京)百货有限公司之间存在关联关系外，其他主要客户之间不存在同一控制或其他关联关系；主要客户及其关联方与发行人不存在关联关系或其他利益安排。

报告期内公司电商业务增长较快，除电商联营模式的唯品会外，电商服务平台模式的两大平台天猫、京东情况如下：

(1) 浙江天猫技术有限公司成立于2010年10月25日，注册资本为4900万美元，其主营业务是：网络商城技术、计算机软硬件、网络技术产品、多媒体产品；服务：系统集成的设计、调试及维护；提供计算机技术咨询、服务、电子

商务平台支持；经济信息咨询。该公司的股权结构为：淘宝中国控股有限公司100%持股。自2012年9月开始与发行人合作。是发行人线上交易平台。

(2) 北京京东世纪贸易有限公司成立于2007年4月20日，注册资本为139798.5564万美元，其主营业务是：批发零售。该公司的股权结构为：京东香港国际有限公司持股100%。自2012年4月开始与发行人合作。是发行人线上交易平台。

#### 4、公司前十名客户销售情况

报告期内，公司向前十大客户（受同一实际控制人控制的企业合并计算）的销售情况如下所示：

##### 2018年1-6月前十大客户情况

单位：万元

销售渠道	序号	商场名称	销售收入	收入占比
电商联营	1	唯品会（中国）有限公司	4,607.94	13.99%
直营	2	北京燕莎友谊商城有限公司	1,117.87	3.39%
直营	3	北京华联（SKP）百货有限公司	840.30	2.55%
直营	4	王府井集团股份有限公司	700.16	2.12%
直营	5	宝大祥青少年儿童购物（集团）股份有限公司	583.00	1.77%
直营	6	北京翠微大厦股份有限公司	522.40	1.59%
直营	7	杭州大厦有限公司	476.68	1.45%
直营	8	青岛海信东海商贸有限公司	468.66	1.42%
直营	9	伊势丹（中国）投资有限公司	446.50	1.36%
直营	10	金鹰国际商贸集团（中国）有限公司	395.76	1.20%

##### 2017年前十大客户情况：

单位：万元

销售渠道	序号	商场名称	销售收入	收入占比
电商联营	1	唯品会（中国）有限公司	6,061.47	11.05%
直营	2	北京燕莎友谊商城有限公司	2,064.25	3.76%
直营	3	北京华联（SKP）百货有限公司	1,826.53	3.33%
直营	4	王府井集团股份有限公司	1,175.83	2.14%
直营	5	北京翠微大厦股份有限公司	973.22	1.77%

销售渠道	序号	商场名称	销售收入	收入占比
直营	6	青岛海信东海商贸有限公司	922.64	1.68%
直营	7	伊势丹(中国)投资有限公司	890.18	1.62%
直营	8	杭州大厦有限公司	749.42	1.37%
直营	9	宝大祥青少年儿童购物(集团)股份有限公司	704.62	1.28%
直营	10	金鹰国际商贸集团(中国)有限公司	677.38	1.24%

## 2016年前十大客户情况:

单位:万元

销售渠道	序号	商场名称	销售收入	收入占比
电商联营	1	唯品会(中国)有限公司	4,234.88	10.55%
直营	2	北京华联(SKP)百货有限公司	1,770.28	4.41%
直营	3	北京燕莎友谊商城有限公司	1,567.91	3.91%
直营	4	王府井集团股份有限公司	1,504.19	3.75%
直营	5	北京翠微大厦股份有限公司	997.69	2.49%
直营	6	伊势丹(中国)投资有限公司	953.21	2.38%
直营	7	青岛海信东海商贸有限公司	799.76	1.99%
直营	8	杭州大厦有限公司	589.75	1.47%
加盟	9	信誉楼百货集团有限公司	519.44	1.29%
直营	10	百盛商业发展有限公司	471.96	1.18%

## 2015年前十大客户情况:

单位:万元

销售渠道	序号	商场名称	销售收入	收入占比
直营	1	北京华联(SKP)百货有限公司	1,643.17	4.27%
直营	2	北京燕莎友谊商城有限公司	1,522.08	3.95%
直营	3	王府井集团股份有限公司	1,501.59	3.90%
电商联营	4	唯品会(中国)有限公司	1,410.79	3.66%
直营	5	北京翠微大厦股份有限公司	1,124.11	2.92%
直营	6	伊势丹(中国)投资有限公司	1,058.22	2.75%
直营	7	青岛海信东海商贸有限公司	788.09	2.05%
加盟	8	昆明田上雨贸易有限公司	750.45	1.95%
加盟	9	信誉楼百货集团有限公司	678.10	1.76%
直营	10	杭州大厦有限公司	502.10	1.30%

报告期，公司电商业务快速增长，主要线上渠道销售情况如下：

单位：万元

期间	序号	线上平台名称	销售金额	线上占比	销售模式
2018年1-6月	1	浙江天猫技术有限公司	6,589.14	52.87%	电商服务平台
	2	唯品会（中国）有限公司	4,607.94	36.97%	电商联营客户
	3	北京京东世纪贸易有限公司	798.16	6.40%	电商服务平台
	合计		<b>11,995.24</b>	<b>96.24%</b>	电商服务平台
2017年度	1	浙江天猫技术有限公司	9,219.48	53.50%	电商服务平台
	2	唯品会（中国）有限公司	6,061.47	35.18%	电商联营客户
	3	北京京东世纪贸易有限公司	1,506.27	8.74%	电商服务平台
	合计		<b>16,787.22</b>	<b>97.42%</b>	
2016年度	1	唯品会（中国）有限公司	4,234.88	53.24%	电商联营客户
	2	浙江天猫技术有限公司	2,687.64	33.79%	电商服务平台
	3	北京京东世纪贸易有限公司	788.76	9.92%	电商服务平台
	合计		<b>7,711.28</b>	<b>96.94%</b>	
2015年度	1	唯品会（中国）有限公司	1,410.79	58.45%	电商联营客户
	2	浙江天猫技术有限公司	569.76	23.60%	电商服务平台
	3	北京京东世纪贸易有限公司	299.93	12.43%	电商服务平台
	合计		<b>2,280.48</b>	<b>94.48%</b>	

#### 5、公司前十大客户销售的产品、结算方式、主要合同条款情况

公司的销售产品全部为童装，主要通过线上、直营联营、加盟渠道进行销售，报告期内公司前十大客户以及主要电商服务平台的结算方式如下：

销售渠道	集团名称	结算方式
电商联营平台	唯品会（中国）有限公司	每月按上中下旬结算3次，剩余销售额次月结算
直营联营	北京燕莎友谊商城有限公司	按照每月与商场对账核对一致的结算清单与商场进行结算，商场按照协议约定向公司支付货款。
直营联营	北京华联（SKP）百货有限公司	按照每月与商场对账核对一致的结算清单与商场进行结算，商场按照协议约定向公司支付货款。
直营联营	王府井集团股份有限公司	按照每月与商场对账核对一致的结算清单与商场进行结算，商场按照协议约定向公司支付货款。
直营联营	北京翠微大厦股份有限公司	按照每月与商场对账核对一致的结算清单与商场进行结算，商场按照

销售渠道	集团名称	结算方式
		协议约定向公司支付货款。
直营联营	青岛海信东海商贸有限公司	按照每月与商场对账核对一致的结算清单与商场进行结算,商场按照协议约定向公司支付货款。
直营联营	伊势丹(中国)投资有限公司	按照每月与商场对账核对一致的结算清单与商场进行结算,商场按照协议约定向公司支付货款。
直营联营	杭州大厦有限公司	按照每月与商场对账核对一致的结算清单与商场进行结算,商场按照协议约定向公司支付货款。
加盟	昆明田上雨贸易有限公司	通常采用预收货款方式进行销售,货物交给承运商时即完成结算;授信销售时收到全部货款后完成结算。
加盟	信誉楼百货集团有限公司	通常采用预收货款方式进行销售,货物交给承运商时即完成结算;授信销售时收到全部货款后完成结算。
直营联营	宝大祥青少年儿童购物(集团)股份有限公司	按照每月与商场对账核对一致的结算清单与商场进行结算,商场按照协议约定向公司支付货款。
直营联营	金鹰国际商贸集团(中国)有限公司	按照每月与商场对账核对一致的结算清单与商场进行结算,商场按照协议约定向公司支付货款。
直营联营	百盛商业发展有限公司	按照每月与商场对账核对一致的结算清单与商场进行结算,商场按照协议约定向公司支付货款。
电商服务平台	浙江天猫技术有限公司	T+(8到15)天
电商服务平台	北京京东世纪贸易有限公司	T+(8到15)天

公司主要合同条款。包括结算条款、账期条款与扣点情况如下:

直营模式下,公司主要合同条款包括结算条款、账期条款、分成扣点或租金。公司签定的合同中的账期大多为30-45天,分成扣点基本在10%至28%之间不等。

加盟模式下,公司主要合同条款包括批发折扣(批发价格/吊牌价格)、结算条款。期货(订货会)批发折扣主要在3-4折之间,现货基本在4.5折左右。公司各年的吊牌定价策略以及对加盟商的扶持力度不同,导致加盟商最终的实际拿货折扣会有一定差别。

电商直营模式下,公司主要合同条款包括销售扣点(包括费用)、结算条款。浙江天猫技术有限公司的销售扣点为:全部销售额5%扣点。唯品会(中国)有

限公司的销售扣点为：水孩儿、暇步士的销售额 25%扣点；进口品牌、哈吉斯的销售额 20%扣点。北京京东世纪贸易有限公司的销售扣点为销售额的 8%。以上扣点均为合同扣点，实际结算中，扣点要依据具体情况（如平台组织活动等情况）发生变化。

## 6、公司前十名客户销售变化原因

前十大客户变化的原因及单个客户销售占比变化的原因

报告期内发行人大力发展电商直营业务，电商直营收入占比逐年提升。2015 年以来，公司电商直营业务从起步到步入正轨的快速发展期，尤其是天猫、京东、唯品会三个电商平台的收入额持续高速增长。报告期内公司销售模式收入构成如下：

单位：万元

项目	2018 年 1-6 月		2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)
线下直营	15,259.33	46.31	26,210.70	47.79	23,120.30	57.62	23,446.53	60.87
加盟	5,225.89	15.86	11,402.12	20.79	9,048.98	22.55	12,661.02	32.87
电商直营	12,463.42	37.83	17,232.06	31.42	7,954.75	19.83	2,413.81	6.27
<b>合计</b>	<b>32,948.63</b>	<b>100.00</b>	<b>54,844.88</b>	<b>100.00</b>	<b>40,124.03</b>	<b>100.00</b>	<b>38,521.37</b>	<b>100.00</b>

相对于线下渠道的实体店，单体电商平台的销售潜力较大，且电商渠道的市场份额分布更加集中。随着公司电商直营业务的快速发展，电商渠道的业务收入占比从 6.27% 上升到 37.83%，报告期内得益电商业务的快速发展，电商客户唯品会收入占据 2016、2017、2018 年 1-6 月年客户首位。

2015 年前十大客户中昆明田上雨贸易有限公司和信誉楼百货集团有限公司为加盟商客户。2016 年公司对加盟业务进行调整，包括昆明田上雨贸易有限公司和信誉楼百货集团有限公司在内的部分加盟商采购金额比 2015 年有所下降。

前十大客户名单中的大部分线下直营客户销售额在报告期内稳定增长，个别直营客户的销售出现下降，主要原因是部分商场店铺销售增长较慢或出现略微下滑和公司在商场集团的店铺关闭所致。



报告期内同一客户的销售价格变动情况、不同客户相同产品价格变动情况。

报告期内，公司主要客户以及主要电商服务平台销售产品单价情况如下，

集团名称	2018年1-6月		2017		2016		2015
	单价 (元)	变化 幅度	单价 (元)	变化 幅度	单价 (元)	变化 幅度	单价 (元)
唯品会(中国)有限公司	138.19	-16.16	164.83	9.22%	150.92	-14.00%	175.48
北京燕莎友谊商城有限公司	376.50	-13.36	434.58	-30.25%	623.07	55.46%	400.79
北京华联(SKP)百货有限公司	1,311.29	-5.23	1,383.59	19.09%	1,161.79	7.00%	1,085.76
王府井集团股份有限公司	373.02	0.37	371.64	-22.08%	476.96	54.65%	308.41
北京翠微大厦股份有限公司	273.07	1.54	268.92	-19.61%	334.51	27.69%	261.97
青岛海信东海商贸有限公司	1,302.66	-0.93	1,314.85	10.71%	1,187.65	0.87%	1,177.46
伊势丹(中国)投资有限公司	1,166.93	16.41	1,002.40	18.02%	849.34	-9.51%	938.57
杭州大厦有限公司	1,091.31	-15.50	1,291.45	-9.83%	1,432.27	3.96%	1,377.71
昆明田上雨贸易有限公司	82.25	-10.86	92.27	31.40%	70.22	-33.65%	105.83
信誉楼百货集团有限公司	62.82	-25.13	83.9	12.24%	74.75	-11.79%	84.74
宝大祥青少年儿童购物(集团)股份有限公司	241.42	22.37	197.29	-10.85%	221.30	5.55%	209.67
金鹰国际商贸集团(中国)有限公司	695.53	1.04	688.40	-16.01%	819.67	-14.11%	954.30
百盛商业发展有限公司	552.81	-9.12	608.29	2.86%	591.40	-6.56%	632.94
浙江天猫技术有限公司	116.09	-8.91	127.45	-13.00%	146.49	53.42%	95.48
北京京东世纪贸易有限公司	107.97	1.46	106.42	-11.76%	120.6	37.31%	87.83
公司全部产品平均单价	111.42	7.29	103.85	-2.04%	106.01	3.68%	102.25

注：浙江天猫技术有限公司、北京京东世纪贸易有限公司采取电商服务平台模式，虽然不是主要客户，但渠道销售额相对较高。

公司销售产品单价水平从总体上来看2016年相比2015年有所上升主要原因

是 2016 年单位定价较高的直营业务收入占比较高。2017 年公司主要产品和单价均有所下降，主要系单价较高的国际零售品牌采购量和销量占比有所下降相应摊低了产品平均单价。此外 2017 年公司加大存货清理力度，也导致产品销售价格略有下降。2018 年 1-6 月与 2017 年有小幅幅度上涨主要系 2018 年 1-6 月授权品牌销售占比进一步扩大且单价较低的加盟模式收入占比下降所致。

不同客户的销售价格变动情况主要与其销售的品牌、销售渠道等相关。

报告期内同一客户、线上平台的销售价格变动情况：

(1) 报告期主要客户销售价格变动情况

唯品会：2015 年唯品会为公司电商渠道平台最大客户，因此发行人在唯品会销售的年份较新的产品款较多，所以 2015 年单价较高。

燕莎友谊：由于 2016 年单价较低的水孩儿销售占比较低，单价较高的进口品牌销售占比较高，所以 2016 年单价较高。

北京华联（SKP）百货有限公司：由于 2017 年新开了 3 家进口品牌店铺，所以 2017 年单价有所提高。

青岛海信东海商贸有限公司：仅经营进口品牌，由于 2016 年新开三家店铺：天津海信 KENZO-HUGO BOSS 专柜、长沙海信商场 ARMANI 专柜、长沙海信商场 BEBELUX 专柜，其中 KENZO 销售额较大，单价却略低于其他进口品牌，所以 2016 年单价上升幅度较小，由于 2017 年单价较低的 Catimini 销量大幅下降，且单价较高的青岛海信广场 ARMANI 专柜、青岛海信广场 BEBELUX 专柜、天津海信 ARMANI 专柜的销量有所上升，因此 2017 年平均单价高于 2016 年。

伊势丹（中国）投资有限公司：报告期内单价逐年上升，主要系 caitmini 销量逐年下降，2017 年单价相对较低的 Timberland、LITTLE MARC JACOBS 店铺关店，同年单价较高的 YOUNG VERSACE 店铺开店所致。

杭州大厦有限公司：2017 年单价下降较大，主要系 2017 年单价较高的 moncler 关店、单价较低的 hazzys 开店所致。

昆明田上雨贸易有限公司 2016 年单价下降较大，主要系 2016 年暇步士未形成销售，单价较低的水孩儿占比 100%。2017 年单价低于 2015 年主要系 2017 年水孩儿占比大于 2015 年水孩儿占比所导致的。

信誉楼百货集团有限公司：2016 年单价下降较大，主要是由于发行人为支持大客户发展给予其折扣较大。

金鹰国际商贸集团(中国)有限公司：由于 2015 年仅有 bebelux 专柜、2016 年开始新开暇步士、hazzys、catimini、Armani 等专柜。单价有所下降、2017 年新开单价较低的扬州金鹰 hazzys 专柜和特卖金鹰专柜，所以平均单价有所下降。

### (2) 报告期主要电商服务平台销售价格变动情况

浙江天猫技术有限公司：2015 年公司在天猫的销售平台刚起步，水孩儿、进口主要以销售年份较久的库存为主，因此单价低于 2016、2017 年。

北京京东世纪贸易有限公司：由于 2016 年店铺趋于成熟、更多新品上架、单价提升较高。

### (3) 报告期内不同客户的销售价格变动情况

由于前十大客户及主要电商平台归属于不同的销售渠道，其中昆明田上雨贸易有限公司与信誉楼百货集团有限公司为加盟商，所以单价水平相较于其他主要客户较低，且信誉楼仅加盟水孩儿所以单价水平略低于田上雨。

天猫、唯品、京东属于电商渠道其单价水平高于加盟模式。京东主要以销售水孩儿为主，所以单价水平较低。天猫以销售暇步士为主，所以单价水平高于京东。唯品会 bebelux 销售比重大于前两者，所以唯品会单价水平在电商直营模式中最高。

其他客户为直营联营模式。单价水平高于电商直营、加盟模式。青岛海信东海商贸有限公司、杭州大厦有限公司、北京华联(SKP)百货有限公司以销售进口产品为主，所以单价水平在直营联营中最高、王府井集团股份有限公司与北京翠微大厦股份有限公司以销售水孩儿和暇步士为主，所以单价水平在直营

联营模式中最低。

## 7、公司主要客户交易的可持续性

报告期内前十大客户比较稳定，其中直营与加盟的核心客户有：北京燕莎友谊商城有限公司、北京华联（SKP）百货有限公司、王府井集团股份有限公司、北京翠微大厦股份有限公司、青岛海信东海商贸有限公司、伊势丹（中国）投资有限公司、杭州大厦有限公司等国内知名大型零售百货商场。具有较好的品牌效应，客户经营状况比较稳。总体看，发行人每年与核心客户的交易额也处于上升态势，而且目前与主要客户合作关系良好，未发生纠纷，因各类纠纷而导致的合作终止的可能性也较小，因此大型商业集团类客户的稳定性较高。

在线上渠道方面，随着互联网技术尤其是移动互联网的发展与普及，物流产业的高速发展，线上渠道成为企业开拓市场的重要销售渠道。线上渠道具有减少中间环节，及时传递、反馈消费信息，无经营时间限制，无经营区域界限限制，可以采取精准化的营销策略等突出优点，随着移动互联网的进一步发展，线上交易仍将保持高速增长。电商类的核心客户有：浙江天猫技术有限公司、唯品会（中国）有限公司、北京京东世纪贸易有限公司。报告期内，公司通过天猫、唯品会、京东合计实现销售收入占线上销售收入的比例分别为 94.48%、96.94%、97.42%和 96.24%。其中天猫、京东销售渠道采用的是 B2C 模式，唯品会采用的是档期方式。只要发行人不严重违反销售渠道平台的规定就不会有取消合作的情况。

因此报告期内公司主要客户比较稳定，交易具有可持续性。

## 8、公司报告期内的订单情况

加盟业务全部订单情况如下：

数量单位：万件；吊牌金额：万元

项目	2018 年款		2017 年款		2016 年款		2015 年款	
	数量	吊牌金额	数量	吊牌金额	数量	吊牌金额	数量	吊牌金额
春	25.53	7,594.62	17.22	4,561.85	25.17	8,788.62	31.90	8,649.33
夏	53.30	12,106.27	44.75	8,882.31	50.34	12,886.33	60.96	11,855.38
秋	37.14	10,267.07	34.49	9,427.54	29.58	7,755.82	40.85	12,814.18
冬	63.75	26,390.95	53.07	22,741.64	39.60	16,609.35	51.23	20,824.61

项目	2018 年款		2017 年款		2016 年款		2015 年款	
	数量	吊牌金额	数量	吊牌金额	数量	吊牌金额	数量	吊牌金额
特卖货	29.72	7,863.85	57.81	5,249.11	0.32	86.74	5.77	2,522.64
合计	<b>209.44</b>	<b>64,222.76</b>	<b>207.33</b>	<b>50,862.45</b>	<b>145.01</b>	<b>46,126.87</b>	<b>190.69</b>	<b>56,666.13</b>

注：特卖货为当年销售的往年库存产品。

公司出于加盟管理和品牌运营稳定性的考虑，对所运营的处于不同发展阶段的各品牌确定了差异化经营策略。2016 年，有感于当时线下实体百货行业的前景不明朗，公司择机对品牌加盟业务进行了调整，一些经营较差的加盟店铺关闭，加盟商在采购进货时也普遍采取了更保守的策略，因此 2016 年水孩儿加盟业务有所下降，但同年仍处在高速发展期的暇步士品牌的加盟业务有所提升；2017 年，经过调整后的水孩儿品牌加盟业务状况得以恢复，公司适时给予了更多的优惠政策以促进其发展，水孩儿品牌当年的加盟业务收入比 2016 年有所提升，加上暇步士和哈吉斯加盟业务的进一步拓展，2017 年公司的加盟业务收入对比上一年有明显增长。截止至 2018 年 6 月，主要的 2018 年款加盟商订货会已经结束，从订单量看在加盟业务仍处于持续增长阶段。

报告期内，公司加盟业务的订单数量和金额与公司加盟业务收入的趋势特征相匹配。2018 年 1-6 月，由于 2018 年款订单数量和金额与公司加盟业务收入不匹配主要系加盟商订货会已经结束，但部分订单并未发货，所以没有确认收入所导致的。

#### 9、品牌各类产品的平均单价情况

报告期内，公司不同品牌各类产品的平均单价情况如下：

单位：元/件

品牌	项目	2018 年 1-6 月	2017 年	2016 年	2015 年
水孩儿	外套	121.33	113.62	143.26	157.67
	上衣	56.46	56.89	64.70	58.89
	裙子	107.93	87.07	102.16	92.88
	裤子	64.16	59.67	66.87	65.48
	其他	3.87	13.06	2.32	3.50
	合计	61.61	61.66	64.39	63.05
暇步士	外套	132.98	143.74	170.62	223.64

品牌	项目	2018年1-6月	2017年	2016年	2015年
	上衣	71.95	84.17	88.53	115.38
	裙子	129.88	105.99	126.26	142.97
	裤子	83.89	81.85	93.25	110.55
	其他	14.07	11.89	7.47	9.63
	<b>合计</b>	<b>86.95</b>	<b>90.49</b>	<b>87.87</b>	<b>100.94</b>
进口	外套	965.39	908.26	903.76	857.39
	上衣	545.29	578.69	508.52	474.83
	裙子	697.16	739.57	709.23	712.54
	裤子	449.88	499.88	421.59	434.00
	其他	314.74	434.82	312.47	200.97
	<b>合计</b>	<b>564.52</b>	<b>615.02</b>	<b>560.27</b>	<b>510.09</b>
哈吉斯	外套	276.43	257.00	-	-
	上衣	98.97	116.48	-	-
	裙子	170.34	201.31	-	-
	裤子	97.85	119.79	-	-
	其他	14.83	98.69	-	-
	<b>合计</b>	<b>108.26</b>	<b>143.50</b>	-	-
合并	外套	178.84	162.22	214.78	243.92
	上衣	92.41	103.94	105.73	93.27
	裙子	147.25	143.90	181.85	180.09
	裤子	89.13	88.20	96.29	91.46
	其他	22.88	29.01	17.34	19.39
	<b>合计</b>	<b>99.58</b>	<b>103.85</b>	<b>106.01</b>	<b>102.25</b>

2015-2016年，同行业可比上市公司安奈儿主要产品的平均单价情况如下：

单位：元/件

项目	2016年度	2015年度
外套	164.45	174.18
上衣	62.96	65.37
裤类	84.36	91.00
裙类	118.34	122.08
家居类	45.93	39.73

项目	2016 年度	2015 年度
成衣小计	95.11	100.72
饰品	13.13	15.20
<b>合计</b>	<b>91.22</b>	<b>97.10</b>

注：2017、2018 年 1-6 月安奈儿未披露该明细数据。

公司主要产品综合平均单价高于安奈儿，主要系安奈儿经营单一自有品牌，而公司采取多品牌运营策略，运营的国际零售品牌产品平均单价较高，提高了公司产品的综合平均单价。

2015 年度至 2017 年度，公司主要产品外套类的单位成本和平均单价呈逐年下降趋势，主要原因系：1、重要的外套类产品中羽绒类产品、风衣类产品占比较高，其中羽绒类产品中轻薄羽绒服逐年增加，成本下降；风衣类产品采购数量增加，采购成本下降；因此带动外套产品单位成本和平均单价的降低；2、2017 年公司主要产品的单位成本和单价均有所下降，主要系单价较高的国际零售品牌采购量和销量有所下降，而单价相对较低的授权代理品牌的采购量和销量大幅度提高，相应摊低了产品总的单位成本和单价所致。

2018 年 1-6 月，平均单价的变化主要系半年销售的服装结构与全年不同所致。

## 10、收入确认相关的内部控制制度建立健全情况

### ①线下直营模式：

(1) 联营（商场专柜）模式：公司每月就货品销售情况与商场对账，核对一致后商场向公司提供结算清单，同时公司据此开具扣除商场分成后金额对应的增值税发票。此种销售模式于收到商场核对一致的结算清单时确认销售收入；

联营商场由商场代为收取顾客货款，导购员从商场领取统一的零售小票，销售商品时，只留存零售小票，不留存 POS 机签购单，次日上午与商场财务窗口处核对上一日的销售收款情况，并于销售的次月收到商场出具的月度结算单，及时上交直营部相关负责人，复核商场结算单与整月销售情况是否一致，确认无误后移交财务部门销售会计审核，核对商场结算单与直营店出库记录是否一致，无误开具销售发票，并及时录入财务核算系统。

(2) 自营（非商场专柜）模式：于商品交付至消费者时按照实际收取的货款确认收入。

自营模式下店铺负责人从公司内部领取零售小票，并可直接获取顾客刷卡的POS机签购单。直营部账务组负责人监督店铺导购员每日销账，并要求店铺负责人及时将零售小票、POS机签购单移交直营部账务组负责人复核。现金销售收款金额当日达到某额度，或累计达到某额度，导购员需次日转存公司账户；次月的第一个工作日需将上月现金销售收款金额全部转存公司账户。财务部销售会计核对整月销售记录并核对银行收款流水及现金缴存金额是否一致。

### ②加盟模式：

公司根据与加盟商签订的《加盟协议》的相应条款，货物的所有权和风险自交付承运商或加盟商自提货时转移。此种销售模式于商品交付承运商或加盟商自提货时确认销售收入，并在季末根据上年退换货率预估换货额扣减当期收入。

通过邀请新老客户参加公司开办的订货会，订货会上加盟商提交订货单，公司汇总形成订货单统计表，向加盟商收取订单预付款。发货前核对预付款余额，按订货单分批发货，仓储系统录入发货单，通知仓库安排发货。财务部根据仓储系统每月发货情况，确认收入。

### ③电商直营模式：

(1) 电商联营模式（分成模式）：公司与电商平台直接进行商品销售，后者在其电商平台面向消费者组织商品的零售、结算；此模式下，于收到与电商平台核对一致的结算单时确认收入。

每十天一个档期，唯品会提供一份结算单，按实际销售金额的60%结算，次月唯品会提供一份上月未结算金额的结算单。财务根据结算单金额确认收入，并暂估40%未结算收入。

(2) 电商平台自营模式：零售客户在线下单，公司通过第三方快递向客户直接配送商品，客户在线确认收货时，第三方支付平台将客户支付的货款自动转入公司平台账户的销售模式；此模式下，于客户确认收货并收取货款时确认收入。



每月账务组将天猫等后台第三方支付平台流水与系统出库记录核对, 填制增值税发票申请单, 录入上月发货本月收款金额、本月发货本月收款金额、已发货未收款金额, 并交财务核对。财务根据本月收款金额确认收入, 已发货未收款金额确认存货的发出商品。

## 11、退换货情况

不同产品、不同类型客户的退换货政策:

### (1) 线下直营退换货

按相关法律法规和商场退换货条例执行。

### (2) 电商直营退换货

按相关法律法规和电商平台退换货条例执行。

### (3) 加盟商退换货

期货订单退换货约定: 加盟协议中约定的正常退换货额度仅针对期货订单, 通常为订单金额的 20%。为开拓市场, 个别加盟商的退换货额度做个别约定,

新店培养期退换货约定: 考虑到新开店铺的培养期因素, 公司一般在加盟商新开店铺第一年给与较高的退换货额度。

临时退换货额度: 订货会时对特定加盟商给予临时性(仅针对特定批次发货)退换货额度调整; 公司对加盟商组织的过季产品特卖活动(通常两周左右)提供货品支持, 并且对这些货品给予 100%退换货的支持。

### (4) 不同品牌、不同模式下的退换货政策如下:

品牌	销售模式	客户	退换货政策
自有品牌+授权品牌	直营模式	商场	按商场的相关规定执行
	电商模式	电商和自然人	按电商平台的相关规定执行
	加盟模式	加盟商	协议约定
进口品牌	直营模式	商场	按商场的相关规定执行
	电商模式	电商和自然人	按电商平台的相关规定执行

### (5) 各期实际退换货金额

单位：万元

项目	2018年1-6月	2017年	2016年	2015年
全年实际退换货金额	3,919.93	3,873.94	3,696.54	3,245.44

注：2015年-2017年数据范围指的是从1月1日至12月31日之间加盟商的所有款季的退换货金额、2018年数据范围指的是从1月1日至6月30日之间加盟商的所有款季的退换货金额。

各期秋冬款在年末跨期退换货情况：

单位：万元

项目	2018年1-6月	2017年末	2016年末	2015年末
秋冬款跨期退换货金额	-	2,884.04	2,061.15	1,994.68
实际退换货比例(%)	-	27.69	26.62	21.16

注：上表数据的实际退换货比例指的是加盟商次年退换的上年的秋冬款。

童装产品的品类、款式、尺码众多，加盟商在进行订货时无法100%准确预测消费者需求，因此当销售季结束后通常会产生剩余库存。在行业内，剩余库存一般会留待次年的相同季节进行销售，但由于体量和资金规模限制，加盟商通常对季末库存有较急迫的变现需求，以便获得资金用于经营周转和采购新款产品。由于加盟商的销售渠道有限，且单个加盟商的剩余库存的款式和尺码结构通常比较零散，不利于库存的销售处理。

公司考虑到加盟商的实际需求，因此给予加盟商一定的换货额度，帮助加盟商将季末库存变现。公司将分散在各加盟商处的结构不一的销售剩余货品进行集中，经整合后形成款式和尺码相对整齐的一盘货品，经过合理调配后再利用公司丰富的渠道资源进行销售处理，提高了存货的处理效率，最终形成了公司与加盟商双赢的局面。公司对加盟商的换货安排符合服装行业的特点

(6) 关于退换货情况的相关会计处理：

仓库收到客户退货时，验收入库：

借：库存商品                      销售商品时结转成本金额  
 贷：主营业务成本                销售商品时结转成本金额

退货货物入库当月月末，冲减收入：

借：应收账款                      - 销售商品时含税金额（负数）

贷：主营业务收入 - 销售商品时确认收入金额（负数）

贷：应交税费-应交增值税-销项税额 -税额（负数）

年末退换货会计处理：

借：主营业务收入 预计退换货收入金额

贷：主营业务成本 预计退换货成本金额

贷：其他流动负债-预计退换货 差额

## 12、折扣、返点情况

(1) 公司对客户的折扣政策、返点政策：

项目	折扣政策	返点政策
线下直营	直营销销售的折扣表现形式较多，包括价格打折、买赠、一口价等形式。新品商品随着上市时间的推移，售价逐渐降低，即销售折扣力度逐渐加大。遇特殊日子如节日、商场活动日，会有特殊折扣政策。此外，日常也会对部分商品进行有针对性的折扣活动。往年库存商品或当年的反季商品，销售时通常给予较高的折扣。	无
加盟	期货订货按协议等书面约定的批发折扣执行。往年库存即特价货通常给予比期货更大的折扣力度。	年任务返点、订货返点、特价货返点，加盟商重要销售活动返点
电商	新品商品随着上市时间的推移，售价逐渐降低，即销售折扣力度逐渐加大。遇特殊日子如节日、双十一、618等，会有特殊折扣配合。此外，日常也会对部分商品进行有针对性的折扣活动。往年库存商品或当年的反季商品，销售时通常给予较高的折扣。	无

(2) 折扣、返点对应的收入确认或冲减的时点及会计处理情况：

涉及折扣的销售业务，在收入确认时点按扣减折扣后的收入净额确认。

返点政策：返点政策主要存在于加盟商客户，为促进加盟商销售业绩的提升，满足一定条件的加盟商，公司给予一定的返点，具体见上表“1、公司对客户的折扣政策、返点政策”。双方确认返点金额后，会将该返点金额作为加盟商再次提货总额的折扣金额，从销售总额中减除，会计处理如下：

借：应收账款（提货金额-返点金额）

贷：主营业务收入

贷：应交税费-应交增值税-销项税额

(3) 按上年计算出的实际返点金额在当期冲减加盟商的当年提货金额的会计处理的优点：一是符合企业实际情况，便于实际业务的处理，二是避免了上年年末难以对返点金额准确估算的不足，避免了年度间因金额估计不准确造成的频繁跨期调整，三是报告期内采用一贯的处理方法，避免了人为调节利润的不足。

(4) 报告期内，公司销售折扣、返利、退换货情况如下

单位：万元

项目	2018年1-6月	2017年	2016年	2015年
销售折扣	报告期内公司不存在因提前收回货款给予客户销售折扣的情况。			
实际跨期返利	-	72.09	170.89	167.73
其他流动负债中计提的预计退换货	686.12	1,144.11	853.61	802.04

注：其中返利金额为跨期返利，即各期本年返利跨期至下一年的实际情况。公司各期末未做计提处理。

同行业安奈儿的销售折扣、返利、退换货等有关情况：

单位：万元

项目	2018年1-6月	2017年	2016年	2015年
销售折扣	无法获取			
返利	491.62	1,083.49	924.61	932.31
预估退换货	556.08	801.25	787.25	1,001.61

注：上表数据来源于安奈儿招股说明书和2017年年度报告和2018年半年度报告，此数据为安奈儿在期末其他应付款中计提的数据，销售折扣无法从公开资料查询到。

### 13、现金销售相关情况

公司发生现金销售的环节主要是直营店面向个人消费者，因个人消费习惯导致现金支付；部分加盟商以现金支付金额较小尾款；少量加盟商为非法人客户，习惯现金支付货款。

(1) 报告期，现金销售前五名客户如下：

2018年1-6月现金销售前五名

单位：万元

客户名称	销售金额	占现金销售比(%)
邓颖	2.99	3.26
岳丽娇	1.29	1.41
韩城市新城区水孩儿童装店	0.86	0.94
任雪红	0.43	0.47
吕静	0.26	0.28
<b>合计</b>	<b>5.83</b>	<b>6.36</b>

2017年现金销售前五名：

单位：万元

客户名称	销售金额	占现金销售比(%)
北京奇鸿服装服饰有限公司	0.94	0.48
苏建节	0.77	0.39
西安莫纳商贸有限公司	0.78	0.40
北京精心策创希科技有限公司	0.60	0.30
北京天圣发百货批发市场有限公司	0.34	0.17
<b>合计</b>	<b>3.43</b>	<b>1.74</b>

2016年现金销售前五名：

单位：万元

客户名称	销售金额	占现金销售比(%)
北京市康乐缘恩百货商店	4.27	1.13
北京益童商贸有限公司	1.37	0.36
吴福丽	0.40	0.11
汪伟琴	0.01	0.00
威海新姿态建材有限公司	0.01	0.00
<b>合计</b>	<b>6.06</b>	<b>1.61</b>

2015年现金销售前五名：

单位：万元

客户名称	销售金额	占现金销售比(%)
北京奇鸿服装服饰有限公司	23.33	9.94
郭成林	11.62	4.95

客户名称	销售金额	占现金销售比(%)
北京橡树山谷科技有限公司	4.27	1.82
董云霞	2.06	0.88
北京博香颐商贸中心	1.88	0.80
<b>合计</b>	<b>43.17</b>	<b>18.40</b>

## (2) 现金销售的原因、金额及占比情况:

存在现金销售的情况	原因
直营销售现金收款	部分零售顾客现金支付货款
加盟商现金支付货款	零星加盟商为非法人客户,习惯现金支付货款。

## 现金销售情况:

发行人现金销售收款主要来源于线下直营销售模式-自营模式(非商场专柜)下对自然人客户的销售以及对个别加盟商的销售收现,发生现金收款行为的主要原因为客户消费习惯所致,受限于消费者年龄、消费地区经济发展程度等因素,个别客户及加盟商习惯于采用现金付款方式进行了付款结算。现金收款的具体情况如下:

单位:万元

项目	2018年1-6月	2017年	2016年	2015年
现金销售金额	91.74	196.80	377.47	234.68
其中:来自自营销售收现	85.34	190.96	371.41	184.61
来自加盟商销售收现	6.40	5.84	6.06	50.07
现金销售金额占营业收入比重(%)	0.28	0.36	0.94	0.61

## 与同行业或类型公司的比较情况如下:

项目	公司名称	2016年度	2015年度
直营店现金销售占直营专卖店销售比例(%)	嘉曼服饰	29.51	12.51
	安奈儿	24.09	36.66
加盟商现金销售占加盟商销售比例(%)	嘉曼服饰	0.07	0.40
	安奈儿	-	-
现金销售占主营业务收入比例(%)	嘉曼服饰	0.94	0.61
	安奈儿	2.88	3.65

注:2017年及2018年1-6月未取得安奈儿数据。

发行人现金收款比例低于同行业可比公司安奈儿的主要原因系公司自营渠道自收银的专卖店数量较少，故现金销售数量和占比均较小。

现金交易相关内部控制制度及执行情况：

公司制定了《北京嘉曼资金管理制度》、《销售现金管理办法》对专卖店货币资金管理、分公司银行账户及预留印鉴管理等进行了详细的规定，执行情况如下：

及时录入、按票收款。专卖店销售时，销售人员须先录入终端销售管理系统并打印出收银小票交予顾客，再按小票上的金额收取现金或通过银行卡刷卡结算。

交叉复核、当日缴存。专卖店早、晚班交接时，交接双方分别对现金、银行POS机刷卡回单、销售数据进行交叉复核，并签字确认。晚班人员下班时，除店铺留有规定金额的备用金外，其余款项均由晚班收银于当日缴存公司银行账户，如遇客流高峰情况，早晚班交接后，早班收银先缴存部分款项，其余款项由晚班收银于当日缴存。

定期汇总、随机抽盘。专卖店定期向公司提交销售收报表，并于每月5号前将上月现金存款单、银行POS机刷卡回单、收银小票提交至业务部门账务组，账务组核对后提交财务部，财务部门将汇总的店铺销售明细、存款明细、财务系统记账明细和银行流水账进行交叉复核，确认账载收款与实际收款一致。办事处财务人员每月对辖区内店铺进行抽盘，检查实际库存与销售系统数据是否一致，确认相关货品的销售均已在系统上记录，保证系统销售数据真实。

为了减少现金交易报告期内，公司不断改善直营专卖店的银行卡结算的硬件设施，加强对加盟商的管理，并大力推广微信和支付宝等移动支付方式的应用，为消费者及部分加盟商非现金结算提供便利条件。同时，公司已建立并执行严格的内控制度对现金销售进行管控，确保对现金销售能够进行及时、准确、完整地会计核算。

14、销售中无发票、以内部凭证作为会计核算原始凭证的相关情况

销售中无发票、以内部凭证作为会计核算原始凭证的金额及比例如下:

单位: 万元

模式	2018年 1-6月	占收入 比重(%)	2017年	占收入 比重(%)	2016年	占收入 比重(%)	2015年	占收入 比重(%)
直营	85.34	-	229.07	-	371.41	-	184.61	-
加盟	6.40	-	5.33	-	6.06	-	50.07	-
小计	91.74	0.28	234.40	0.43	377.47	0.94	234.68	0.61

注1: ①公司销售中无发票、以内部凭证作为会计核算原始凭证的情况主要产生于个人消费者或个体工商户的加盟商,一般该类型客户不要求开具发票,如客户向发行人索取发票,公司再向其开具发票;②上述该种情况,公司已按照适用税率及时申报并足额缴纳税款;③该种销售模式及会计核算情况符合服装销售行业的特点。

注2: 专卖店个人消费者和个体工商户的加盟商通过银行卡、微信、支付宝等第三方支付平台支付货款以及电商平台销售收入,如客户要求开具发票,公司可以提供销售发票。若客户无开具发票需求,公司可以获取外部银行或第三方平台流水作为外部凭证,所以该情况不在本表统计范围内。

#### 15、产品价格变动对发行人生产经营产生的影响

发行人单价敏感性分析如下:

单位: 万元

2017年	单价下降 15%	单价下降 10%	单价下降 5%	原值	单价提高 5%	单价提高 10%	单价提高 15%
营业总收入	46,618.15	49,360.39	52,102.63	54,844.88	57,587.12	60,329.37	63,071.61
营业总成本	48,627.56	48,627.56	48,627.56	48,627.56	48,627.56	48,627.56	48,627.56
净利润	-2,523.70	125.01	2,773.73	5,422.44	8,071.16	10,719.87	13,368.58
净利润敏感数	9.77	9.77	9.77		9.77	9.77	9.77
毛利敏感系数	1.89	1.89	1.89		1.89	1.89	1.89
2016年	单价下降 15%	单价下降 10%	单价下降 5%	原值	单价提高 5%	单价提高 10%	单价提高 15%
营业总收入	34,203.28	36,215.23	38,227.19	40,239.15	42,251.11	44,263.06	46,275.02
营业总成本	35,952.94	35,952.94	35,952.94	35,952.94	35,952.94	35,952.94	35,952.94
净利润	-2,137.60	-188.22	1,761.15	3,710.52	5,659.89	7,609.27	9,558.64
净利润敏感数	10.51	10.51	10.51		10.51	10.51	10.51
毛利敏感系数	1.88	1.88	1.88		1.88	1.88	1.88



2015年	单价下降 15%	单价下降 10%	单价下降 5%	原值	单价提高 5%	单价提高 10%	单价提高 15%
营业总收入	32,743.16	34,669.23	36,595.30	38,521.37	40,447.43	42,373.50	44,299.57
营业总成本	34,598.11	34,598.11	34,598.11	34,598.11	34,598.11	34,598.11	34,598.11
净利润	-2,515.84	-644.29	1,227.26	3,098.80	4,970.35	6,841.90	8,713.45
净利润敏感数	12.08	12.08	12.08	-	12.08	12.08	12.08
毛利敏感系数	1.95	1.95	1.95	-	1.95	1.95	1.95
平均净利润敏感系数	10.79	10.79	10.79		10.79	10.79	10.79
平均毛利敏感系数	1.91	1.91	1.91		1.91	1.91	1.91

发行人单价的变动对发行人生产经营有一定程度的影响。

## 16、销售收入相关内控制度

### ①线下直营模式：

(1) 联营（商场专柜）模式：公司每月就货品销售情况与商场对账，核对一致后商场向公司提供结算清单，同时公司据此开具扣除商场分成后金额对应的增值税发票。此种销售模式于收到商场核对一致的结算清单时确认销售收入；

联营商场由商场代为收取顾客货款，导购员从商场领取统一的零售小票，销售商品时，只留存零售小票，不留存 POS 机签购单，次日上午与商场财务窗口处核对上一日的销售收款情况，并于销售的次月收到商场出具的月度结算单，及时上交直营部相关负责人，复核商场结算单与整月销售情况是否一致，确认无误后移交财务部门销售会计审核，核对商场结算单与直营店出库记录是否一致，无误开具销售发票，并及时录入财务核算系统。

(2) 自营（非商场专柜）模式：于商品交付至消费者时按照实际收取的货款确认收入。

自营模式下店铺负责人从公司内部领取零售小票，并可直接获取顾客刷卡的 POS 机签购单。直营部账务组负责人监督店铺导购员每日销账，并要求店铺负责人及时将零售小票、POS 机签购单移交直营部账务组负责人复核。现金销售收款

金额当日达到某额度,或累计达到某额度,导购员需次日转存公司账户;次月的第一个工作日需将上月现金销售收款金额全部转存公司账户。财务部销售会计核对整月销售记录并核对银行收款流水及现金缴存金额是否一致。

### ②加盟模式:

公司根据与加盟商签订的《加盟协议》的相应条款,货物的所有权和风险自交付承运商或加盟商自提货时转移。此种销售模式于商品交付承运商或加盟商自提货时确认销售收入,并在季末根据上年退换货率预估换货额扣减当期收入;

通过邀请加盟商参加公司开办的订货会,订货会上加盟商提交订货单,公司汇总形成订货单统计表,向加盟商收取订单预付款。发货前核对预付款余额并收取剩余货款,按订货单分批发货,仓储系统录入发货单,通知仓库安排发货。财务部根据仓储系统每月发货情况,确认收入。

### ③电商直营模式:

(1) 电商联营模式:公司与电商平台直接进行商品销售,后者在其电商平台面向消费者组织商品的零售、结算;此模式下,于收到与电商平台核对一致的结算单时确认收入;

每十天一期,唯品会提供一份结算单,按实际销售金额的60%结算,次月唯品会提供一份上月未结算金额的结算单。财务根据结算单金额确认收入,并暂估40%未结算收入。

(2) 电商平台自营模式:零售客户在线下单,公司通过第三方快递向客户直接配送商品,客户在线确认收货时,第三方支付平台将客户支付的货款自动转入公司平台账户的销售模式;此模式下,于客户确认收货并收取货款时确认收入。

每月账务组将天猫等后台第三方支付平台流水与系统出库记录核对,填制增值税发票申请单,录入上月发货本月收款金额、本月发货本月收款金额、已发货未收款金额,并交财务核对。财务根据本月收款金额确认收入,已发货未收款金额确认存货的发出商品。

**(六) 报告期内，公司的采购情况****1、产品采购情况**

报告期内，公司的产品采购情况（不含附属品和形象用品）如下：

单位：万件

品牌	类型	2018年1-6月	2017年	2016年	2015年
自有品牌	成衣采购	96.62	225.60	168.45	241.51
授权经营品牌	成衣采购	118.19	296.37	137.9	56.85
国际零售代理品牌	成衣采购	10.95	19.17	29.25	23.86
<b>合计</b>		<b>225.76</b>	<b>541.14</b>	<b>335.61</b>	<b>322.22</b>

**2、公司向前十大供应商采购情况**

报告期内，公司向前十大供应商（受同一实际控制人控制的企业合并计算）的采购情况如下所示：

2018年1-6月，公司前十大供应商详细情况如下表所示：

供应商名称	2018年1-6月购金额（万元）	采购内容	采购占比（%）
Kidiliz Group 上海新秀商贸有限公司	1,092.25	采购 Catimini, KENZO KIDS, PAUL SMITH 品牌童装	8.63
Giorgio Armani HongKong Limited	999.74	进口采购 ARMANI JUNIOR 品牌童装	7.90
济宁博德纺织服装有限公司	819.48	采购针织类产品	6.47
Children Worldwide Fashion Asia Limited	503.74	进口采购 BOSS, CHLOE, LITTLE MARC JACOBS, TIMBERLAND, KARL LAGERFIELD 品牌童装	3.98
青岛建宏达服装有限公司	497.68	采购针织类产品	3.93
烟台旭凯经贸有限公司	396.03	采购针织类产品	3.13
淄博海格服饰有限公司	345.43	采购针织类产品	2.73
承德市森威商贸有限公司	316.09	采购风衣、针织类产品	2.50
北京光华时代纺织服装有限公司	302.86	采购针织产品、风衣类产品	2.39
唐山市圣蓝纺织服装有限公司	269.74	采购针织类产品	2.13
<b>合计</b>	<b>5,543.05</b>		<b>43.80</b>

2017年,公司前十大供应商详细情况如下表所示:

供应商名称	2017 采购金额 (万元)	采购内容	采购占比 (%)
Giorgio Armani HongKong Limited	2,451.62	进口采购 ARMANI JUNIOR 品牌童装	7.81
Kidiliz Group 上海新秀商贸有限公司	2,043.77	采购 Catimini, KENZO KIDS, PAUL SMITH 品牌童装	6.51
承德市森威商贸有限公司	1,286.48	采购风衣、针织类产品	4.1
济宁博德纺织服装有限公司	1,203.04	采购针织类产品	3.83
浙江罗伊服饰有限公司	1,151.12	采购羽绒服类产品	3.67
Children Worldwide Fashion Asia Limited	1,066.06	进口采购 BOSS,CHLOE,LITTLE MARC JACOBS,TIMBERLAND,KARL LAGERFIELD 品牌童装	3.4
北京光华时代纺织服装有限公司	820.43	采购针织产品、风衣类产品	2.61
青岛建宏达服装有限公司	728.72	采购针织类产品	2.32
Gianni Versace S.P.A.	721.39	进口采购 YOUNG VERSACE 品牌童装	2.3
常州金坛峻岭服饰有限公司	631.87	采购羽绒服、裙子类产品	2.01
<b>合计</b>	<b>12,104.50</b>		<b>38.58</b>

2016年,公司前十大供应商详细情况如下表所示

供应商名称	2016 采购金额 (万元)	采购内容	采购占比 (%)
乔治阿玛尼(上海)商贸有限公司	3,130.94	采购 ARMANI JUNIOR 品牌童装	13.74
Kidiliz Group 上海新秀商贸有限公司	3,118.23	采购 Catimini, KENZO KIDS, PAUL SMITH 品牌童装	13.68
承德市森威商贸有限公司	1,289.58	采购风衣、针织类产品	5.66
Children Worldwide Fashion Asia Limited	1,161.59	进口采购 BOSS,CHLOE,LITTLE MARC JACOBS,TIMBERLAND,KARL LAGERFIELD 品牌童装	5.1
Gianni Versace S.P.A.	743.64	进口采购 YOUNG VERSACE 品牌童装	3.26
昆山今晨服装有限公司	695.71	采购针织类产品	3.05
青岛建宏达服装有限公司	447.59	采购针织类产品	1.96
海兴妍茗服饰有限公司	442.17	采购羽绒服类产品	1.94

供应商名称	2016 采购金额 (万元)	采购内容	采购占比 (%)
北京光华时代纺织服装有限公司	417.91	采购针织产品、风衣类产品	1.83
大连正佳国际贸易有限公司	411.76	采购羽绒服类产品	1.81
<b>合计</b>	<b>11,859.12</b>		<b>52.03</b>

2015 年，公司前十大供应商详细情况如下表所示

供应商名称	2015 采购金额 (万元)	采购内容	采购占比 (%)
乔治阿玛尼(上海)商贸有限公司	3,240.59	采购 ARMANI JUNIOR 品牌童装	15.32
Kidiliz Group 上海新秀商贸有限公司	2,083.78	采购 Catimini, KENZO KIDS, PAUL SMITH 品牌童装	9.85
Children Worldwide Fashion Asia Limited	1,335.56	进口采购 BOSS, CHLOE, LITTLE MARC JACOBS, TIMBERLAND, KARL LAGERFIELD 品牌童装	6.31
承德市森威商贸有限公司	1,024.43	采购风衣、针织类产品	4.84
浙江罗伊服饰有限公司	942.54	采购羽绒服类产品	4.46
昆山今晨服装有限公司	821.67	采购针织类产品	3.88
保定斯万泰纺织品制造有限公司	463.82	采购梭织裤类产品	2.19
中山市华洋制衣有限公司	428.05	采购童装牛仔裤类产品	2.02
伊藤忠纤维贸易(中国)有限公司	415.6	采购羽绒服类产品	1.96
济宁市安卓儿服装有限公司	315.04	采购针织类产品	1.49
<b>合计</b>	<b>11,071.08</b>		<b>52.34</b>

报告期内，公司不存在向单个供应商的采购比例超过总额的 50%或严重依赖于少数供应商的情形。

### 3、公司向前十大代加工厂商采购情况

代工厂拥有一定的服装加工能力或者虽无直接生产能力，但拥有较好的成衣加工资源，公司向其提出采购成衣需求后，加工厂商按相关设计、工艺、质量等要求组织成衣生产，并按期交付成衣。

2018 年 1-6 月发行人向前十大代工厂商采购情况、及占各代工厂商销售总量的比例如下表所示：

供应商名称	采购内容	采购金额 (万元)	采购数量 (件)	各年度产量中发行人采购所占的比例
济宁博德纺织服装有限公司	采购针织类产品	819.48	302,457	35%
青岛建宏达服装有限公司	采购针织类产品	471.57	258,413	100%
烟台旭凯经贸有限公司	针织产品	396.03	142,123	65%
淄博海格服饰有限公司	采购针织类产品	345.43	119,413	65%
承德市森威商贸有限公司	暇步士、水孩儿风衣、针织类产品	316.09	85,017	38%
北京光华时代纺织服装有限公司	采购针织产品、风衣类产品	302.86	106,784	0.78%
唐山市圣蓝纺织服装有限公司	采购针织类产品	269.74	108,189	28.70%
太仓市璜泾博燕针织服装厂	采购针织类产品	242.16	115,823	70%
泉州市锐鑫服装织造有限公司	采购梭织类产品	226.31	49,802	90%
威海九瑞贸易有限公司	采购梭织风衣、裙子、裤子类产品	222.41	42,117	10%

2017年发行人向前十大代工厂商采购情况、及占各代工厂商销售总量的比例如下表所示:

供应商名称	采购内容	采购金额 (万元)	采购数量 (件)	各年度产量中发行人采购所占的比例
承德市森威商贸有限公司	暇步士、水孩儿风衣、针织类产品	1,286.48	313,010	38%
济宁博德纺织服装有限公司	针织产品	1,183.77	447,307	16%
浙江罗伊服饰有限公司	水孩儿暇步士羽绒服	1,151.12	167,186	8.98%
北京光华时代纺织服装有限公司	针织产品风衣	820.43	229,450	0.65%
常州金坛峻岭服饰有限公司	针织产品、风衣、水孩儿、暇步士羽绒服、裙子	631.87	82,429	72%
泉州鑫卡尔服饰织造有限公司	毛衫	630.36	168,756	0.33%
烟台旭凯经贸有限公司	针织产品	576.57	174,254	64.8%
青岛建宏达服装有限公司	内衣、针织产品	560.54	800,473	100%

供应商名称	采购内容	采购金额 (万元)	采购数量 (件)	各年度产量中发行人采购所占的比例
海兴妍茗服饰有限公司	水孩儿、暇步士羽绒服	512.17	53,780	9%
北京巨丰达商贸有限公司	针织产品	484.63	149,329	100%

注：各年度产量中发行人所占的比例数据来源于供应商提供的相关文件

2016 年发行人向前十大代工厂商的采购情况，及占各代工厂商销售总量的比例如下表所示：

供应商名称	采购内容	采购金额 (万元)	采购数量 (件)	各年度产量中发行人所占的比例
承德市森威商贸有限公司	暇步士、水孩儿风衣、针织类产品	1,289.58	303,519	50%
昆山今晨服装有限公司	针织产品	695.71	207,663	未提供
青岛建宏达服装有限公司	内衣、针织产品	447.59	246,003	100%
海兴妍茗服饰有限公司	水孩儿、暇步士羽绒服	442.17	73,248	13%
北京光华时代纺织服装有限公司	针织产品风衣	417.91	140,713	0.4%
大连正佳国际贸易有限公司	羽绒服	411.76	58,043	未提供
泊头市天娇服饰有限公司	水孩儿、暇步士羽绒服、牛仔	347.50	57,190	100%
中山华洋制衣有限公司	牛仔褲	343.19	83,469	19%
富国凯旋服装(北京)有限公司	水孩儿暇步士羽绒服	295.33	32,521	未提供
北京金莱德制衣厂	针织产品	283.25	96,443	未提供

注：各年度产量中发行人所占的比例数据来源于供应商提供的相关文件

2015 年发行人向前十大代工厂商的采购情况，及占各代工厂商销售总量的比例如下表所示：

供应商名称	采购内容	2015 采购金额 (万元)	采购数量 (件)	各年度产量中发行人所占的比例
承德市森威商贸有限公司	暇步士、水孩儿风衣、针织类产品	1,024.43	225,841	42%
浙江罗伊服饰有限公司	水孩儿暇步士羽绒服	942.54	133,885	8.06%
昆山今晨服装有限公司	针织产品	821.67	238,023	未提供
保定斯万泰纺织品制造有限公司	梭织褲	460.42	106,666	已注销

供应商名称	采购内容	2015 采购金额 (万元)	采购数量 (件)	各年度产量中发行人所占的比例
伊藤忠纤维贸易(中国)有限公司	水孩儿羽绒服	415.60	72,914	未提供
中山市华洋制衣有限公司	牛仔裤	428.05	100,485	20%
济宁市安卓儿服装有限公司	针织产品	315.04	96,810	24.44%
唐山市圣蓝纺织服装有限公司	水孩儿、暇步士针织产品	314.61	103,948	10.17%
唐山市长城针织内衣厂	水孩儿、暇步士针织产品	310.04	147,921	72.4%
中山市东升镇金曼服饰厂	针织产品	305.13	59,355	未提供

注：各年度产量中发行人所占的比例数据来源于供应商提供的相关文件

#### 4、公司主要代工厂商基本情况



(1) 发行人主要代工厂商基本情况如下：

序号	企业名称	成立日期	经营范围	主要经营地	与发行人建立合作时间	注册资本	实际控制人
1	承德市森威商贸有限公司	2009-7-27	五金交电、日用百货、家用电器、办公用品、体育用品、电子产品、通讯器材、卫生洁具、建材（不含危、毒品）销售；计算机销售及售后服务；服装销售及进出口业务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	河北省	2009年	50万	邹丁源
2	济宁博德纺织服装有限公司	2003-05-12	针织品、服装鞋帽、床上用品的生产、销售；纺织技术咨询；纺织原料的销售；货物和技术的进出口业务（国家限制公司经营或禁止进出口的货物和技术除外）。（涉及许可经营的须凭许可证或批准文件经营）（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）。	山东省	2015年	460万	仲志浩
3	浙江罗伊实业有限公司 <sup>23</sup>	2006-05-17	实业投资；纺织服装制造、销售；电子商务平台技术开发；仓储服务（不含危险品）；网络技术开发；货物进出口；床上用品销售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	浙江省	2015	5000万	叶志刚
4	北京光华时代纺织服装有限公司	2002-10-28	销售服装、印染布、色织布、针纺织品、棉麻制品、百货、劳保用品、装饰材料、五金交电、化工产品（不含危险化学品和一类易制毒化学品）、机电设备、日用杂品；经济信息咨询（不含中介）；劳务服务；组织文化交流；展览展示；设计、制作电脑图文；会议服务；翻译服务；租赁纺织专用设备。自营和代理各类商品和技术的进出口，但国家限定公司经营或禁止进出口的商品和技术除外。（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）	北京市	2015年	1000万	北京光华纺织集团有限公司

<sup>23</sup> 注：原企业名称为“浙江罗伊服饰有限公司”。

序号	企业名称	成立日期	经营范围	主要经营地	与发行人建立合作时间	注册资本	实际控制人
5	常州金坛峻岭服饰有限公司	2014-03-05	服装及其面辅料、鞋帽、皮革制品的生产与销售。（依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动）	江苏省	2017年	50万	刘向阳
6	泉州鑫卡尔服饰织造有限公司	2013-03-01	生产、销售：针织、钩编服装及饰品。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	福建省	2015年	100万	吴明珍
7	烟台旭凯经贸有限公司	2016-03-04	服装加工，服装、服饰、面料、辅料、鞋帽、纺织品、玩具、工艺品、皮革制品、五金交电、日用百货的批发、零售，货物及技术的进出口业务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	山东省	2016年	50万	郭建英
8	青岛建宏达服装有限公司	2013-06-27	批发零售服装、鞋、玩具；加工生产销售服装及辅料、吊牌、纸制品、塑料制品、包装制品（以上范围不含印刷）；货物进出口，技术进出口（法律、行政法规禁止的项目除外，法律、行政法规限制的项目取得许可后方可经营）（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）。	山东省	2013年	30万	宁波
9	海兴妍茗服饰有限公司	2006-09-25	制造、销售、进出口服装；销售布料、皮革、辅料；针纺织品、鞋帽、领带制造、销售（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	河北省	2015	1000万	曹传房
10	北京巨丰达商贸有限公司	2016-11-15	销售文具用品、照相器材、电子产品、机械设备、工艺品、针纺织品、金属材料、医疗器械、珠宝首饰、计算机软件及辅助设备、服装、鞋帽、箱包、日用品、通讯设备；餐饮管理；酒店管理；技术推广服务；软件开发；组织文化艺术交流活动；承办展览展示活动；经济贸易咨询；会议服务；礼仪服务；电脑图文设计；企业策划；设计、制作、代理、发布广告。（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）	北京市	2016年	800万	郝金龙

序号	企业名称	成立日期	经营范围	主要经营地	与发行人建立合作时间	注册资本	实际控制人
11	昆山今晨服装有限公司	2003-09-04	服装、服装绣花、服装辅料生产、销售；布料、服饰服料、五金制品、电子产品、建筑材料、劳保用品、文化办公用品的销售；自有房屋租赁；道路普通货物运输；货物及技术的进出口业务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	江苏省	2012年	600万	陈林元
12	大连正佳国际贸易有限公司 <sup>24</sup>	2014-04-16	货物、技术进出口；国内一般贸易（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）***	辽宁省	2015	20万	杨光
13	泊头市天娇服饰有限公司	2002-05-16	服装生产销售、面料辅料销售及货物进出口（法律、行政法规禁止的不得经营，应经审批的未获批准前不得经营）；房屋租赁**	河北省	2015	50万	张和平
14	中山市华洋制衣有限公司	2007-06-28	加工、销售：服装。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	广东省	2008年	50万	林锐琪
15	富国凯旋服装（北京）有限公司 <sup>25</sup>	2012-04-23	加工服装；销售服装、鞋帽、五金交电、化工产品（不含危险化学品）、建筑材料、金属材料、日用品。（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）	北京市	2012	50万	王付革
16	北京金莱德制衣厂 <sup>26</sup>	2002-05-29	制造：服装；销售服装、针纺织品；服装设计。（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本区产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）	北京市	2012	30万	北京市通州区马驹桥镇西店村委会

<sup>24</sup> 注：发行人已与该企业终止合作。

<sup>25</sup> 注：发行人已与该企业终止合作。

<sup>26</sup> 注：发行人已与该企业终止合作。

序号	企业名称	成立日期	经营范围	主要经营地	与发行人建立合作时间	注册资本	实际控制人
17	保定斯万泰纺织品制造有限公司 <sup>27</sup>	2010-08-16	棉布、棉纱、涤棉布、针织品及纺纱制造、销售；服装销售。（法律法规禁止的不得经营，法律、行政法规或者国务院决定规定须报经审批的项目，未获批准前不得经营。）	河北省	2012	50万	郭俊杏
18	伊藤忠纤维贸易（中国）有限公司 <sup>28</sup>	1998-09-30	区内国际贸易、转口贸易，区内企业间的贸易及区内贸易代理；区内商业性简单加工及仓储（除危险品）；贸易咨询服务；进出口贸易业务，纺织品原料及制品、皮革制品，毛皮、人造毛皮及其制品（濒危野生动物除外），日用品，化妆品及卫生用品，金属及其制品（白银除外），塑料及其制品，合成树脂，橡胶及其制品（天然橡胶除外），陶瓷产品，玻璃及其制品，化学工业及其相关工业的产品（危险品、特种化学品、易制毒产品除外），珠宝首饰（毛钻、裸钻除外），食用油，食品，饮料（含酒类），矿产品（铁矿石、氧化铝、铝土矿除外），医疗器械（一类及二类免许可），木材及木材制品，纸张及造纸原料，建筑材料（钢材、水泥除外），机械设备，机电设备，家电产品，电子通信设备，五金交电及其零件，文化、体育用品及器材，工艺美术品（文物除外）的批发、佣金代理（拍卖除外）及其他相关配套业务（不涉及国营贸易管理商品，涉及配额、许可证管理、专项规定管理的商品按照国家有关规定办理）。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】	上海市	2013	1200万美元	伊藤忠商事株式会社
19	济宁市安卓儿服装有限公司	2013-10-09	服装、鞋帽、服饰、棉纱、床上用品、日用百货、办公用品、安防监控设备、电子产品、计算机及耗材、建材（不含危险化学品）、钢材、工矿设备、洗化用品的销售；货物及技术	山东省	2015年	50万	赵龔

<sup>27</sup> 注：该企业已于2016年6月14日注销。

<sup>28</sup> 注：发行人已与该企业终止合作。

序号	企业名称	成立日期	经营范围	主要经营地	与发行人建立合作时间	注册资本	实际控制人
			的进出口业务。（依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动）				
20	唐山市圣蓝纺织服装有限公司	2004-08-06	针纺织品、服装、鞋帽制造、加工、销售；纺织机械设备、化工材料、日用品、建材、橡胶制品批发、零售；本企业自产产品及技术的出口业务和本企业所需的机械设备、零配件、原辅材料及技术的进口业务，但国家限定公司经营或禁止进出口的业务除外；普通货运（2016年7月30日）（以上涉及国家法律法规规定审批许可的需办相关手续后经营）	河北省	2015	80万	夏铁庆
21	唐山市长城针织内衣厂	1995-07-24	针织内衣，服装制造，针织内衣，服装*	河北省	2012	30万	高健全
22	中山市东升镇金曼服饰厂 <sup>29</sup>	2012-04-05	设计、生产、加工、销售：服饰、帽子、针纺织品、皮革制品（不含制革）、箱包、工艺品、鞋类、体育用品；货物及技术进出口。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动。）	广东省	2013	1万元	罗钊锋
23	淄博海格服饰有限公司	2012-02-20	服装生产、批发、零售；针织品、纺织品、鞋帽、工艺礼品批发、零售；货物进出口（法律、行政法规禁止经营的项目除外，法律、行政法规限制经营的项目要取得许可证后经营）（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	山东省	2015	50万	周海波
24	太仓市璜泾博燕针织服装厂	2011/4/12	生产、加工、销售针织服装。（依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动）	江苏省	2015年	10万	蔡燕妹
25	泉州市锐鑫服装织造有限公司	2016/3/29	生产、销售:服装、服饰、针织品、鞋、箱包。（依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动）	福建省	2017年	100万	黄丽卿

根据发行人及其主要代工厂的部分说明文件，代工采购的定价主要由双方结合成本控制和实现预期收益的需求及参考市场定价标

<sup>29</sup> 注：发行人已与该企业终止合作。

准共同协商确定，定价的原则与依据与同行业同类企业基本一致，具有商业合理性。

在报告期内，向单一代加工厂商采购金额均不高于 6%，且企业每年选择代加工厂商是以竞标方式综合考虑供应商投标的价格、生产质量、工艺水平、合作年限、企业信誉等多个维度选择供应商，因此对单一代工厂商不存在过度依赖的状况。

根据发行人及其关联方的调查表、主要代工厂的部分确认文件，并经保荐机构核查，该等代工厂与发行人、发行人的控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其他关联方无关联关系；报告期内该等代工厂与发行人的交易均为正常的商业往来，不存在任何形式的利益输送情况。

(2) 下表为公司与主要代加工厂商的合作历史、各企业加工的内容、结算方式及向其采购占比变化的原因:

名称	供应商采购占比变化的原因	合作年限
承德市森威商贸有限公司	合作较顺畅, 订单量一直保持, 比较稳定	5年及以上
浙江罗伊服饰有限公司	16年因为供应商工厂限产原因没有给它安排订单	5年及以上
昆山今晨服装有限公司	17年环保原因, 该供应商的部分联营厂关闭、产量受限, 故给它的订单减少	5年及以上
保定斯万泰纺织品制造有限公司	因为该供应商制作服装品类单一, 该品类受市场形势变化需求减少, 故与该供应商合作减量	5年及以上
中山市华洋制衣有限公司	随该品类的市场订单浮动而改变合作占比	5年及以上
伊藤忠纤维贸易(中国)有限公司	因沟通不顺畅而减少业务	5年及以上
济宁市卓越儿服装有限公司	后期因该工厂加工能力下降故减少合作	5年及以上
唐山市圣蓝纺织服装有限公司	后期因该工厂加工能力下降故减少合作	5年及以上
唐山市长城针织内衣厂	合作比较稳定, 因公司整体订单量加大, 故该供应商占比没优势	5年及以上
北京金莱德制衣厂	合作一直很稳定, 后来该供应商改变公司名称	5年及以上
富国凯旋服装(北京)有限公司	工厂加工资源出现问题, 故终止合作	5年及以上
泊头市天娇服饰有限公司	工厂人员减少, 故订单量减少	5年及以上
青岛建宏达服装有限公司	报告期内合作关系良好、逐渐上升	3年
海兴妍茗服饰有限公司	报告期内合作较稳定	5年及以上
北京光华时代纺织服装有限公司	对方工厂调整, 报告期内逐渐减少合作。	4年
大连正佳国际贸易有限公司	合作一直很稳定, 改变公司名称	3年
保定市煜泽纺织厂(原: 保定斯万泰纺织品制造有限公司)	该供应商制作服装品类单一, 该品类市场需求减少, 故减量合作	5年及以上
济宁博德纺织服饰有限公司	新引进供应商, 价格、质量稳定, 订单量高	3年
常州金坛峻岭服饰有限公司	新引进供应商, 价格、质量稳定, 订单量高	2年
烟台旭凯经贸有限公司	新引进供应商, 价格、质量稳定, 订单量高	2年
淄博海格服饰有限公司	新引进供应商, 价格、质量稳定, 订单量高	3年
太仓市璜泾博燕针织服装厂	新引进供应商, 价格、质量稳定, 订单量高	3年

名称	供应商采购占比变化的原因	合作年限
泉州市锐鑫服装织造有限公司	新引进供应商, 价格、质量稳定, 订单量高	1年

公司与以上代工厂的结算方式均为: 预付款 30%、60%的货款由发行人在第 45 天向代加工厂开具 6 个月承兑汇票、在第 90 天时发行人将余下 10%尾款电汇给代加工厂。

(2) 公司控制代工厂产品质量的具体措施, 公司与代工厂关于产品质量责任分推的具体安排

发行人对代工厂的质量控制措施主要为三个方面: ①在代工厂选择和考核阶段, 严格把控对代工厂的综合评估和考察, 确保代工厂具备相关生产经营资质、拥有相关生产经营设备、技术及人员, 以保证生产产品的质量; ②在生产阶段, 对产品的生产过程进行定期或不定期的跟踪检查, 以确保产品的生产符合相关质量控制流程; ③在检测阶段, 严格依照国家相关质量、安全标准对代工厂生产的产品进行检测, 确保流通到市场上的产品达到相关质量标准。

保荐机构抽样核查了发行人与代工厂的相关合作协议, 发行人的代工厂应严格依照合同的约定生产并交付达到特定质量标准的产品, 否则发行人可拒绝收货, 相关责任由代工厂承担; 产品交付后, 在销售过程中, 如相关产品经有关检测部门抽检不合规, 则相关责任也由代工厂承担。

(3) 发行人位于北京的代工厂的稳定性

发行人报告期内前十代工厂中经营地位于北京的情况如下:

序号	企业名称	成立日期	经营范围	注册地址
1	北京金莱德制衣厂 <sup>30</sup>	2002-05-29	制造: 服装; 销售服装、针纺织品; 服装设计。(企业依法自主选择经营项目, 开展经营活动; 依法须经批准的项目, 经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动; 不得从事本区产业政策禁止和限制类项目的经营活动。)	北京市通州区潞城镇小东各庄村220号

<sup>30</sup> 注: 截至本文出具之日, 发行人已与该企业终止合作。



序号	企业名称	成立日期	经营范围	注册地址
2	富国凯旋服装(北京)有限公司 <sup>31</sup>	2012-04-23	加工服装;销售服装、鞋帽、五金交电、化工产品(不含危险化学品)、建筑材料、金属材料、日用品。(企业依法自主选择经营项目,开展经营活动;依法须经批准的项目,经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动;不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。)	北京市平谷区平谷镇园田街94号
3	北京巨丰达商贸有限公司	2016-11-15	销售文具用品、照相器材、电子产品、机械设备、工艺品、针纺织品、金属材料、医疗器械、珠宝首饰、计算机软件及辅助设备、服装、鞋帽、箱包、日用品、通讯设备;餐饮管理;酒店管理;技术推广服务;软件开发;组织文化艺术交流活动;承办展览展示活动;经济贸易咨询;会议服务;礼仪服务;电脑图文设计;企业策划;设计、制作、代理、发布广告。(企业依法自主选择经营项目,开展经营活动;依法须经批准的项目,经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动;不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。)	北京市丰台区石榴园北里41号楼2层1单元216室
4	北京光华时代纺织服装有限公司	2002-10-28	销售服装、印染布、色织布、针纺织品、棉麻制品、百货、劳保用品、装饰材料、五金交电、化工产品(不含危险化学品和一类易制毒化学品)、机电设备、日用杂品;经济信息咨询(不含中介);劳务服务;组织文化交流;展览展示;设计、制作电脑图文;会议服务;翻译服务;租赁纺织专用设备。自营和代理各类商品和技术的进出口,但国家限定公司经营或禁止进出口的商品和技术除外。(企业依法自主选择经营项目,开展经营活动;依法须经批准的项目,经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动;不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。)	北京市朝阳区光华路8号楼四层

根据北京市人民政府办公厅《<北京市新增产业的禁止和限制目录(2015年版)>的通知》(京政办发(2015)42号),“纺织业”和“纺织服装、服饰业”属于禁止新建和扩建的行业;根据《北京市人民政府办公厅关于印发<北京市工业污染行业生产工艺调整退出及设备淘汰目录(2017年版)>的通知》纺织印染行业中如涉及棉印染工艺、麻印染工艺、丝印染工艺、化纤织物印染工艺、毛印染工艺,应进行调整退出,上述仍与公司合作的位于北京地区的主要代工厂北京

<sup>31</sup> 注:截至本文出具之日,发行人已与该企业终止合作。

光华时代纺织服装有限公司、北京巨丰达商贸有限公司分别出具的书面确认，截至本文出具之日，该企业名下在北京地区无服装加工厂，其截至目前不存在被疏解的风险。

报告期内前述主要代工厂与公司未发生重大法律纠纷，该等代工厂或者与公司签署了合作协议或者表示未来五年内有与发行人保持合作关系的意向，公司与该等代工厂的合作关系较为稳定。

#### 5、现金采购相关情况

公司发生现金采购的主要是在形象用品、包装材料等低值易耗品的零星采购的环节；通常情况下公司有较为固定的供应商，临时采购或者补充采购时，因为量小等原因会向小的企业进行采购，应个别供应商要求以现金支付货款。

现金交易在采购环节情况：

单位：万元

项目	2018年1-6月	2017年	2016年	2015年
现金交易采购额	-	11.15	60.03	33.90
全年采购额	-	30,796.96	22,809.72	20,711.42
占比(%)	-	0.04	0.26	0.16

2018年1-6月，无现金采购。

2017年现金采购前三名：

单位：万元

供应商	采购金额	占现金采购比(%)
海宁市珠峰包装有限公司	6.67	59.80
济南华艺印刷有限公司	3.79	34.04
保定市雷运商贸有限公司	0.69	6.16
<b>合计</b>	<b>11.15</b>	<b>100.00</b>

2016年现金采购前五名：

单位：万元

供应商	采购金额	占现金采购比(%)
武汉精一佳印刷有限公司	28.78	47.95

供应商	采购金额	占现金采购比(%)
济南华艺印刷有限公司	19.23	32.04
南京莎瑞斯服饰有限公司	7.02	11.69
海宁市珠峰包装有限公司	2.82	4.70
保定市雷运商贸有限公司	1.22	2.03
<b>合计</b>	<b>59.07</b>	<b>98.41</b>

2015年现金采购前三名:

单位: 万元

供应商	采购金额	占现金采购比(%)
王忠平	4.20	12.39
海宁市珠峰包装有限公司	2.95	8.70
保定市雷运商贸有限公司	2.22	6.55
<b>合计</b>	<b>9.37</b>	<b>27.64</b>

注: 2015年现金采购的法人单位仅两家, 其他均为非法人客户, 除王忠平外均为零星采购, 无法获取其身份信息。

#### (七) 公司与前十名供应商、客户之间的关联情况

公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员、主要关联方或持有发行人5%以上股份的股东未在上述主要客户和供应商中占有权益。

#### (八) 公司客户同为供应商的情况

报告期内, 仅存在青岛建宏达服装有限公司(以下简称“青岛建宏达”)既为公司供应商又为公司客户的情形, 交易金额如下:

单位: 万元

	2018年1-6月		2017年		2016年		2015年	
	金额	占公司营业收入或采购额比重(%)	金额	占公司营业收入或采购额比重(%)	金额	占公司营业收入或采购额比重(%)	金额	占公司营业收入或采购额比重(%)
供应商	471.57	3.73	728.72	2.32	447.59	1.96	211.44	1.00
客户	-	-	-5.46	-	24.21	0.06	30.73	0.08

作为加盟商情况: 青岛建宏达于2001年就开始与发行人合作, 成为水孩儿

品牌的加盟商，合作店铺在青岛市，至 2017 年 10 月关闭店铺停止加盟合作。

作为供应商情况：青岛建宏达公司于 2012 年与发行人生产管理中心取得联系，由于其在当地有比较良好的服装加工资源，希望能够成为公司的服装产品的供应商。在 2014 年经公司考察认可后，加入了公司的供应商体系。青岛建宏达生产的品牌有水孩儿、暇步士、哈吉斯。

#### 关于相关交易价格的公允性的核查及说明

##### 1、作为加盟商定价的公允性：

项目	2018 年 1-6 月	2017 年	2016 年	2015 年
水孩儿全体加盟平均折扣	3.7	3.6	3.4	4.0
青岛建宏达加盟折扣		-	3.9	3.4

注：2017 年青岛建宏达不再加盟水孩儿

报告期内青岛建宏达作为加盟商的折扣与发行人全部加盟商平均折扣有一定差异，2016 年主要原因是青岛建宏达进货金额数量较少，不存在定价不公允的情况；2015 年主要原因是青岛建宏达采购了部分订货会外的特价产品，所以加盟折扣较低。

##### 2、作为供应商定价的公允性核查及说明

报告期内公司从青岛建宏达采购金额分别为：211.43 万元、447.59 万元、728.72 万元、471.57 万元。报告期内青岛建宏达采购金额数量均为青岛建宏达作为供应商报价，发行人根据其报价情况选取其作为供应商。公司与青岛建宏作为供应商平均单价与公司采购单价对比情况如下

单位：元

年份	采购单价	采购平均单价	采购内容及差异原因
2018 年 1-6 月	20.46	31.79	主要生产打底裤、内衣、夏装上衣类，所以单价较低
2017	25.79	45.73	主要生产打底裤、内衣、夏装上衣类，所以单价较低
2016	22.98	51.00	仅生产夏装单价较低的上衣及少量出装上衣，单价较低
2015	37.47	54.92	主要生产夏季上衣、裤子，所以单价较低

报告期内，青岛建宏达采购单价均低于公司平均采购单价，主要因为青岛建宏达主要生产打底裤、内衣、夏装上衣类，所以单价相对较低。

### (九) 公司的环境保护及安全生产情况

报告期内，公司未从事生产加工，无“三废”排放。公司经营过程中不存在高危险、重污染的情况。

自设立以来，公司一直重视环境保护和安全生产方面的工作，公司的办公、经营场所的日常运营中，均严格执行国家颁布的环境保护、安全生产方面的相关法律法规，不存在环境保护和安全生产方面的重大违法违规行为。

## 五、主要资产情况

### (一) 主要固定资产

公司固定资产主要包括房屋及建筑物、运输设备、办公设备及其他。根据立信出具的审计报告（信会师报字[2018]第 ZB11964 号），截至 2018 年 6 月 30 日，公司固定资产情况如下表所示：

类别	折旧年限 (年)	原值(元)	净值(元)	成新率(%)
房屋及建筑物及附属设施	10-40	58,866,486.61	50,949,456.31	86.55
运输设备	5	1,544,212.05	551,239.96	35.70
办公设备及其他	3-5	8,033,707.69	3,149,785.28	39.21
<b>合计</b>	<b>-</b>	<b>68,444,406.35</b>	<b>54,650,481.55</b>	<b>79.85</b>

公司除天津物流中心外，其他办公场所、直营门店等全部为租赁和联营取得，且由于公司实行自主研发、直接从成衣代工厂商或品牌方采购成衣等产品供应模式，公司拥有的少量生产设备主要供产品研发设计、打版制样、采购出入库检验等使用，目前尚未有规模化生产设备。

#### 1、自有房屋建筑物情况

截至本招股说明书签署日，公司及其子公司拥有已取得权属证书房屋建筑物 1 处，具体情况如下：

权利人	不动产权(房地产权)证书编号	权利类型	面积	使用期限	地点	他项权利
天津嘉曼	津(2016)武清区不动产权第1009706号	国有建设用地使用权/房屋(建筑物)所有权	30,726.8平方米/32,174.19平方米	至2063年3月28日	武清区汉沽港镇秀园道2号	已抵押

## 2、租赁的房屋建筑物情况

截至本招股说明书签署日,公司及其子公司租赁他人房屋建筑物主要情况如下所示:

序号	房产坐落	面积(m <sup>2</sup> )	出租方	承租方	租赁期限
1	北京石景山区石景山路31号盛景国际大厦B号楼11-16层	3,884.64	北京景山房地产开发有限公司	天津嘉曼 <sup>32</sup>	2012.04.15-2022.04.14
2	北京槐房万达广场室内步行街2F层2036A号商铺	89	北京槐房万达广场商业管理有限公司		2016.12.22-2019.09.21
3	北京市昌平区回龙观育知东路30号院5号楼北京华联同成街购物中心三层F3-19	51	北京华联回龙观购物中心有限公司		2018.08.1-2019.7.31
4	上海市徐汇区零陵路899号12层I室	118.81	朱克文、朱琴		2018.9.1-2019.6.30
5	北京市朝阳区朝阳北路101号楼6层(05)601内5F-26商铺	58	北京弘泰基业房地产有限公司	嘉曼服饰	2017.07.05-2019.07.04
6	上海市徐汇区零陵路899号10层K室	120.42	李裕高、李飞宇		2018.06.16-2019.06.15
7	成都市武侯区人民南路四段50号1幢2层E号房	142.91	杨可		2017.09.01-2018.10.31
8	深圳市罗湖区西岭下新四季御园三栋3705	88	汪群英		2018.04.03-2019.04.02
9	沈阳市和平区青年大街288号沈阳华润中心万象城6层L682号商铺	75	华润(沈阳)地产有限公司		2018.06.21-2020.07.25
10	沈阳市和平区青年大街288号沈阳华润中心万象城6层L636号商铺	69	华润(沈阳)地产有限公司	沈阳嘉茂	2018.09.1-2019.07.14
11	广西南宁华润中心万象城L5层560号商铺	73	华润置地(南宁)有限公司	嘉曼服饰南宁分公司	2018.4.17-2018.10.16 <sup>33</sup>

<sup>32</sup> 2014年5月20日之前,承租方为嘉曼服饰;2014年5月20日,嘉曼服饰、天津嘉曼与景山房产签订补充协议,承租方由嘉曼服饰变更为天津嘉曼。

<sup>33</sup> 原合同已到期,新合同正在续签中。

序号	房产坐落	面积(m <sup>2</sup> )	出租方	承租方	租赁期限
12	成都锦江区红星路三段1号成都国际金融中心LG206号商铺	73	龙锦综合开发(成都)有限公司	嘉曼服饰成都分公司	2016.12.05-2019.12.04
13	重庆市渝中区邹容路100号重庆时代广场L504号商铺	90	龙庆物业发展(重庆)有限公司	嘉曼服饰重庆分公司	2016.07.21-2019.07.20
14	重庆江北区城北大街38号重庆国金中心L110号商铺	96	重庆嘉益房地产开发有限公司	重庆思普源	2016.12.01-2019.11.30
15	北京石景山区石景山路31号院盛景国际广场2号楼601	647.44	北京景山房地产开发有限公司	天津嘉士	2018.06.15-2022.06.14
16	西安市碑林区盐店街128号唐宁国际大厦10606房间	115.22	范维康	天津嘉士	2017.09.15-2019.09.14
17	杭州市余杭区文一西路和常二路交叉口富力天贸广场(未来天地)26号楼6层614室	103	浙江正淘科技有限公司	天津嘉士	2018.05.25-2021.05.24
18	上海市闵虹路8号“中庚漫游城”项目3层in-L330室	52	上海城开集团龙城置业有限公司		自交付日-2021.10.25
19	广州越秀区环市东路367号丽柏广场第4层第401号	133	广州丽柏管理咨询有限公司	广州嘉贵	2016.08.01-2018.10.31
20	杭州万象城第L4层第429号	108	华润新鸿基房地产(杭州)有限公司	杭州思普源	2017.12.29-2018.12.28
21	杭州市江干区四季青街道富春路701号杭州万象城第4层第451号商铺	88	华润新鸿基房地产(杭州)有限公司		2018.04.28-2019.04.27
22	深圳罗湖区华润万象城453号	52	华润(深圳)有限公司	深圳嘉宜美	自交付日-2019.07.31
23	深圳罗湖区华润万象城475号	34	华润(深圳)有限公司		自交付日-2020.05.31
24	深圳南山区华润万象天地SL405号	62	华润置地(深圳)有限公司		自交付日起三年
25	深圳市龙华新区民治街道龙华星河COCO City二楼L2S-007-13号商铺	101.64	深圳市星运成商业经营有限公司		2017.9.24-2019.9.23
26	大连西岗区五四路66号大连恒隆广场564a号	54	大连恒隆地产有限公司	大连嘉一	2015.11.08-2018.11.07
27	成都锦江区红星路三段1号成都国际金融中心LG203号商铺	84	龙锦综合开发(成都)有限公司	成都思普源第一分公	2016.11.14-2019.11.13

序号	房产坐落	面积(m <sup>2</sup> )	出租方	承租方	租赁期限
				司	
28	成都高新区天府大道北段1199号成都银泰中心5层L543号商铺	122	成都银城置业有限公司银泰中心分公司	成都思普源	2016.11.01-2019.04.31
29	成都高新区天府大道北段八号成都苏宁广场第四层403B号	120	成都鸿业置业有限公司苏宁广场购物分公司	成都思普源第二分公司	2018.09.01-2019.08.31
30	成都市金牛区交大路183号“凯德广场·金牛”04层19号	91.24	凯德(成都)商用置业有限公司	成都思普源第三分公司	2017.08.01-2019.07.31
31	北京石景山区石景山路31号盛景国际大厦4号楼2层201-F2002A	142	北京景山房地产开发有限公司	嘉曼服饰石景山第一分公司	2018.9.15-2022.6.14
32	丰台区丰益桥店二层	37	北京亿潼隆连锁超市有限公司	嘉曼服饰	2018.7.1-2018.12.26

## (1) 出租方未提供房产证的房屋

经核查，截至招股说明书出具之日，发行人共有 32 处租赁房产，其中有 8 处房产尚未提供房产证，其余租赁房产的出租方均拥有房屋的所有权，具体情况如下：

序号	出租方	承租方	面积(m <sup>2</sup> )	租赁用途	是否提供产权证明	租赁物业地址	租赁期限
1	大连恒隆地产有限公司	大连嘉一	54	店铺经营	否	大连市西岗区五四路 66 号大连恒隆广场商场 564a 号铺位	2015.11.08-2018.11.07
2	龙锦综合开发(成都)有限公司	嘉曼服饰成都分公司	73	店铺经营	否	成都市锦江区红星路国际金融中心商场 LG206 号商铺	2016.12.05-2019.12.04
3	龙锦综合开发(成都)有限公司	成都思普源第一分公司	84	店铺经营	否	成都市锦江区红星路国际金融中心商场 LG203 号商铺	2016.11.14-2019.11.13
4	重庆嘉益房地产开发有限公司	重庆思普源	96	店铺经营	否	重庆市江北城北大街 38 号国金中心 L110 号商铺	2016.12.01-2019.11.30
5	华润置地(深圳)有限公司	嘉宜美	62	店铺经营	否	广东省深圳市南山区华润万象天地 SL405 号商铺	商铺交付之日起三年



序号	出租方	承租方	面积(m <sup>2</sup> )	租赁用途	是否提供产权证明	租赁物业地址	租赁期限
6	深圳市星运成商业经营有限公司	嘉宜美	101.64	店铺经营	否	深圳市龙华新区民治街道龙华星河 COCO City 二楼 L2S-007-13 号商铺	2017.09.24-2019.09.23
7	范维康	天津嘉士	115.22	办公	否	西安市碑林区盐店街 128 号唐宁国际大厦 10606 房	2017.09.15-2019.09.14
8	上海城开集团龙城置业有限公司	天津嘉士	52	店铺经营	否	上海市闵虹路 8 号“中庚漫游城”项目 3 层 in-L330 室	交付日起至 2021.10.25

上述租赁房产的出租方未提供房产权属证明的原因是：①出租方拒绝提供；②房产证尚在办理中。

上述店铺主要位于当地的商业区，可替代性的物业较多，经营活动不会因此而受到重大不利影响。

保荐机构、中伦律师经核查后认为，除上述已披露的情形外，发行人租赁的其他房产均不存在违反国家和地方土地管理法律法规及规范性文件的情形，发行人租赁店铺存在的上述瑕疵不会对发行人的经营产生重大影响，不会构成本次发行上市的实质性法律障碍。

## (2) 出租方非产权人的房屋

截至招股说明书出具之日，发行人存在五处租赁房产的出租方非产权人的情形，均为出租方从原产权人处租赁房产后转租给发行人，具体情况如下：

序号	出租方	产权人	承租方	租赁期限
1	北京槐房万达广场商业管理有限公司	北京世纪开元房地产开发有限公司	嘉曼服饰	2016.12.22-2019.09.21
2	广州丽柏管理咨询有限公司	广州新白云宾馆有限公司	广州嘉贵	2016.08.01-2018.10.31
3	北京亿潼隆连锁超市有限公司	北京周庄子投资管理中心	嘉曼服饰	2018.07.01-2018.12.26
4	浙江正淘科技有限公司	浙江余杭葛巷股份经济合作社	天津嘉士	2018.05.25-2021.05.24

经核查，部分房产出租方已取得部分同意转租的证明，具体如下：

浙江余杭葛巷股份经济合作社于 2018 年 2 月 20 日出具《确认书》，“我单位系杭州市余杭区五常街道西溪悦城 26 幢 3F-8F 的房屋产权人，现确认浙江正

淘科技有限公司有权使用和转租我社位于杭州市余杭区五常街道西溪悦城 26 幢 3F-8F 的房屋，用于打造‘未来天地’，并进行相关的招商、运营管理工作。首期期限为 2018 年 2 月 20 日至 2020 年 2 月 19 日。”

根据广州新白云宾馆有限公司与广州丽柏管理咨询有限公司签订的《广州市房地产租赁合同》，产权人广州新白云宾馆有限公司同意将房屋转租、分租，要求必须签订转租合同，重新议定租金和其它合同条款并办理租赁登记手续。因此，广州嘉贵从广州丽柏管理咨询有限公司处租赁上述房产，不违反产权人与广州新白云宾馆有限公司签订的合同，亦不存在潜在纠纷和风险。

除此之外，上表所列的第 1 项和第 3 项的租赁房产的转租方并未提供相关授权转租的文件，根据发行人的说明，目前发行人及其下属公司对上述房屋的使用未因上述瑕疵受到影响，如其不能继续使用该等物业，发行人及其下属公司能够较容易找到替代性的物业，其经营活动不会因此而受到重大不利影响。

为此，发行人的控股股东、实际控制人亦出具书面承诺，其承诺“如因发行人及其下属公司租赁的房产存在瑕疵，导致发行人及其下属公司产生搬迁费用、经营损失或行政处罚等经济损失，承诺人愿对发行人及其下属公司进行足额补偿，保证发行人及其下属公司不会因此遭受任何经济损失。”

综上，保荐机构、中伦律师认为：发行人租赁房产存在的上述瑕疵不会影响发行人的资产完整性，亦不会构成发行人本次发行上市的实质性法律障碍。

### (3) 发行人联营的基本情况

报告期内，发行人合作的前十大联营商场的基本情况如下：

2015 年度

序号	联营合作方 (合并口径)	具体签约合作方	经营范围
1	北京华联 (SKP) 百货有限公司	北京华联 (SKP) 百货有限公司	热食类食品制售；冷食类食品制售；糕点类食品制售（不含裱花蛋糕）；自制饮品制售（不含使用压力容器制作饮品）；预包装食品销售（含冷藏冷冻食品）；散装食品销售（含冷藏冷冻食品）；特殊食品销售（保健食品）；图书、报纸、期刊、电子出版物、音像制品零售；零售医疗器械 II 类；医用电子仪器设备；验光配镜；零售百货、针纺织品、日用杂品、工艺美术品、珠宝首饰、金

序号	联营合作方 (合并口径)	具体签约合作方	经营范围
			<p>银饰品、蔬菜、土产品、建筑材料、装饰材料、五金交电化工、机械电器设备、电子计算机软硬件及其外部设备、饲料、花卉、家具、文化办公用品、摄影器材、美容美发及健身器材设施、钢材、无绳电话、手持移动电话机、传真机、电话机、寻呼机及配件；停车场、保龄球场、健身房及所销售产品的配送、配销、安装、咨询、健身服务；仓储服务；技术服务；洗衣服务；日用品修理；装饰装修；摄影、彩扩；复印、打字；企业管理咨询；经济信息咨询；技术培训；出租商业设施；经营场地出租；高新技术产品的开发；自营和代理各类商品及技术的进出口业务（国家限定公司经营或禁止进出口的商品及技术除外）；与上述业务有关的信息咨询和技术服务；采购国内产品出口业务；自营商品的进出口业务。（上述涉及配额许可证管理、专项规定管理的商品按国家有关规定办理）。（出版物零售、食品制售、饮品制售、销售食品以及依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动。）</p>
2	北京燕莎友谊商城有限公司	<p>北京燕莎友谊商城有限公司奥特莱斯购物中心</p> <p>北京燕莎友谊商城有限公司</p>	<p>零售保健食品（食品卫生许可证有效期至2019年04月20日）；零售食品；零售出版物；零售医疗器械（II类）；零售中成药、化学药制剂、抗生素、生化药品（药品经营许可证有效期至2020年06月07日）；零售花卉；经营刀具等管制器具；（不涉及国营贸易管理商品，涉及配额许可证管理商品的按照国家有关规定办理申请手续）；经营餐饮、酒吧；本店内商业零售；根据原经贸部立项批准的进出口商品的原则；进口经批准的本企业自营的零售商品、为平衡外汇、组织经批准的国内部分商品的出口；在国内组织部分自营产品的制作、加工、包装业务以及三来一补业务；经营健身设施；自营商品展销；商品维修、钟表维修、验光配镜；出租商业设施（限分支机构经营）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动。）</p>
3	王府井集团股份有限公司	<p>王府井集团北京双安商场有限责任公司黄村分公司</p> <p>王府井集团股份有限公司百货大楼</p> <p>王府井集团北京长安商场有限责任公司</p> <p>呼和浩特王府井百货有限责任公司</p> <p>兰州王府井</p>	<p>销售糕点、酒、饮料、散装干果、定型包装食品、粮油、食品、副食品、烟、健字药品、化学药制剂、医疗器械、音像制品、电子出版物、图书、期刊、报纸、保险柜、汽车配件；烘烤销售面包；美容；餐饮服务；代理家财险；电子游艺；汽车货运；制造、加工袜子；服装、针纺织品的制造、加工；洗染；现场制售面包、糕点（含冷加工糕点）；经营儿童娱乐设施（以上项目限下属分支机构经营）；购销百货、通讯器材、针纺织品、五金交电化工（不含危险化学品及一类易制毒化学品）、工艺美术品、金银饰品、仪器仪表、电子计算机及其配件、新闻纸、凸版纸、纸袋纸、家具、民用建材、日用杂品、花卉、饮食炊事机械、制冷空调设备、金属材料、机械电器设备、化工轻工材料；室内装饰设计；音乐欣赏；舞会；摄影；游艺活动；仓储；日用电器、电子器具、日用品修理；文化用品修理；设计、制作、代理、发布国内及外商来华广告；设备租赁；出租办公用房、商业</p>

序号	联营合作方 (合并口径)	具体签约合作方	经营范围
		百货有限责任公司	用房；经济贸易咨询；企业管理咨询；技术服务；货物进出口、技术进出口、代理进出口。（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）
		银川王府井百货有限责任公司	
		乌鲁木齐王府井百货有限责任公司	
		成都王府井购物中心有限责任公司	
		乐山王府井购物中心有限责任公司	
		王府井集团北京双安商场有限责任公司	
		太原王府井百货有限责任公司	
		成都王府井百货有限公司	
		包头王府井百货有限责任公司	
		重庆王府井百货有限责任公司	
4	北京翠微大厦股份有限公司	北京当代商城有限责任公司石景山分公司	
		北京甘家口大厦有限责任公司	
		北京翠微大厦股份有限公司	
		北京当代商城有限责任公司	

序号	联营合作方 (合并口径)	具体签约合作方	经营范围
			后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。)
5	伊势丹(中国)投资有限公司	上海梅龙镇伊势丹百货有限公司 天津伊势丹有限公司 天津滨海新区伊势丹百货有限公司	(一)在国家允许外商投资的领域依法进行投资；(二)受其所投资企业的书面委托(经董事会一致通过)，向其所投资企业提供下列服务：1、协助或代理其所投资的企业从国内外采购该企业自用的机器设备、办公设备和生产所需的原材料、元器件、零部件和在国内外销售其所投资企业生产的产品，并提供售后服务；2、在外汇管理部门的同意和监督下，在其所投资企业之间进行外汇平衡；3、为其所投资企业提供产品生产、销售和市场开发过程中的技术支持、员工培训、企业内部人事管理等服务；4、协助其所投资企业寻求贷款及提供担保；(三)在中国境内设立科研开发中心或部门，从事新产品及高新技术的研究开发，转让其研究开发成果，并提供相应的技术服务；(四)企业管理咨询、市场营销策划，为其投资者提供咨询服务，为其关联公司提供与其投资有关的市场信息、投资政策等咨询服务；(五)承接其母公司和关联公司的服务外包业务；(六)综合百货、家用电器、五金交电、针纺织品、服装鞋帽、皮革制品、日用杂货、办公用品、钟表眼镜、工艺美术品、金银饰品、珠宝、日化制品、电讯器材、摄影器材、家具、保健用品、健身器材、化妆品等商品的批发，前述商品的进出口、佣金代理(拍卖除外)、网上零售及提供其他相关的配套服务。(不涉及国营贸易管理商品，涉及配额、许可证管理商品的，按国家有关规定办理申请)。 <b>【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】</b>
6	青岛海信东海商贸有限公司	青岛海信东海商贸有限公司 天津海信广场有限公司 长沙海信广场实业有限公司	批发零售：服装，家电，日用百货，钢材，木材，机械电子设备，五金交电，化工产品(不含危险品)，汽车及配件，文体用品，日用杂品，通讯器材，钟表眼镜，照相器材，珠宝首饰，汽车饰品，厨具，橡塑制品，针纺织品，花卉，工艺品，皮革制品，家具，水果，粮食，鲜水产品，禽蛋，计生用品，黄金制品；家电维修服务，商场经营管理服务，场地租赁，柜台租赁，经济信息咨询，仓储服务(不含危险品)，货物装卸服务；装饰装潢设计、施工；货物进出口，技术进出口(法律、行政法规禁止的项目除外，法律、行政法规限制的项目取得许可后方可经营)；干洗；设计、制作、代理、发布国内广告业务；家政服务；验光配镜；劳务派遣。[分支机构经营：停车场；经营：散装食品、冷冻(藏)食品、预包装食品；现场制售：熟肉制品、寿司、面食、面包、糕点；音像制品零售]；国内劳务派遣(不含对外劳务合作)。 <b>【批发兼零售预包装食品、散装食品、乳制品(含婴幼儿配方乳粉)；零售散装食品(现场制售)；图书报刊零售；儿童娱乐；饮品店】(凭许可证经营)；教育信息咨询(不含培训及辅导)。(依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动)</b>

序号	联营合作方 (合并口径)	具体签约合作方	经营范围
7	杭州大厦有限公司	杭州大厦有限公司	商场{以下范围限商场经营：批发、零售：预包装食品，乙类非处方药（中药材、中药饮片限规定品种），第二类医疗器械（电子血压计、电子体温计、磁疗器具、医用脱脂棉、医用脱脂纱布、医用卫生口罩、医用无菌纱布、普通避孕套（帽）），第一类医疗器械，百货，日用杂品，五金、交电，文化体育用品，建筑材料，装饰材料，化工原料及产品（不含化学危险品和易制毒品），纺织品，针织品，服装，皮革制品，工艺美术品，黄金饰品，通讯设备，家用电器，家具，验光及配镜（除角膜接触镜）；服务：摄影，鞋包维修，服装修改；零售：图书报刊、音像制品（以上商品进出口不涉及国营贸易、进出口配额许可证、出口配额招标、出口许可证等专项管理的商品，涉及其它规定管理的商品按国家有关规定办理）}；住宿，会议服务，商务会所，康乐设施，小型车停车服务。（上述经营范围中涉及前置审批项目的，在批准的有效期限内方可经营）（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
8	华润（深圳）有限公司	华润（深圳）有限公司	在宗地号为 H102-0033、0034、0037、0038 的地块上从事房地产开发及经营；物业管理；酒店管理咨询；国际经济、科技信息咨询及技术交流；经营管理酒店（以分公司形式另行申报方可经营），附设游泳池、商务中心；溜冰、健身、台球、体育康复、棋牌（不含麻将）；服装、鞋帽、金银制品、珠宝（含钻石）首饰的零售、批发；日用百货、电子产品、五金家电、文体用品的进出口及相关配套业务（以上商品进出口不涉及国营贸易、进出口配额许可证、出口配额招标、出口许可证等专项管理的商品，涉及其它专项规定管理的商品按国家有关规定办理）；从事广告业务；文化活动策划；展览展示策划；票务代理。（以上经营范围不含国家规定实施准入特别管理措施的项目，涉及备案许可资质的需取得相关证件后方可经营。）^华润中心停车场的机动车停放服务；中西餐饮；美容美发、桑拿按摩；定型包装食品（燕窝、酒类、茶叶）、预包装食品（含复热预包装食品）、散装食品（含散装直接入口食品）的进出口及相关配套业务。
9	武汉武商集团股份有限公司	武汉武商集团股份有限公司武汉国际广场购物中心	百货、五金、交电、家具、其他食品、针纺织品、日用杂品、酒、西药、中成药、保健食品、建筑装饰材料、金银首饰零售兼批发；烟零售；装饰材料加工；家用电器维修、安装、配送；彩扩；干洗服务；花卉销售；蔬菜水果、水产品、肉禽加工、销售；蔬菜、水果、水产品、畜牧产品收购；粮油制售；复印、影印、打印；公开发行的国内版图书报刊零售；音像制品零售；会展服务；文化娱乐；通讯器材销售及售后服务；物业管理；设计、制作、发布、代理国内各类广告业务；公司自有产权闲置房的出租和销售（以上经营范围中涉及专项审批的项目限持有许可证的分支机构经营）；场地出租；互联网信息服务；停车场管理；在线数据处理与交易处

序号	联营合作方 (合并口径)	具体签约合作方	经营范围
			理业务；（仅限经营类电子商务，不含互联网金融）；公共设施、空调、水电、机电设备、通讯设备、电气设备、消防专用设备及相关设备的安装、维修、保养；管道安装及维修；房屋维修、养护；建筑装饰工程施工及设计；会议、礼仪策划和咨询；保洁服务；餐饮服务（仅限分支机构经营）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
10	陕西中大国际有限公司	中大中方信控有限公司 西安中大国际商业中心 陕西中大国际有限公司	日用百货、服装、珠宝玉器、鞋帽、计算机、五金交电、家用电器、钟表、文化办公用品、针纺织品、文体用品、照相器材、日用化工产品、眼镜、玩具、家具、化妆品、香水、工艺品、保健品、通讯器材、金银制品、矿产品的销售；商务服务；商场、浴室、生活美容美发、咖啡厅、职工食堂的经营；房屋租赁；物业管理；停车服务；企业管理咨询服务；酒店经营管理；房屋及设备租赁；信息咨询服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

## 2016 年度

序号	联营合作方 (合并口径)	具体签约合作方	经营范围
1	北京华联(SKP)百货有限公司	北京华联(SKP)百货有限公司	热食类食品制售；冷食类食品制售；糕点类食品制售（不含裱花蛋糕）；自制饮品制售（不含使用压力容器制作饮品）；预包装食品销售（含冷藏冷冻食品）；散装食品销售（含冷藏冷冻食品）；特殊食品销售（保健食品）；图书、报纸、期刊、电子出版物、音像制品零售；零售医疗器械Ⅱ类；医用电子仪器设备；验光配镜；零售百货、针纺织品、日用杂品、工艺美术品、珠宝首饰、金银饰品、蔬菜、土产品、建筑材料、装饰材料、五金交电化工、机械电器设备、电子计算器软硬件及其外部设备、饲料、花卉、家具、文化办公用品、摄影器材、美容美发及健身器材设施、钢材、无绳电话、手持移动电话机、传真机、电话机、寻呼机及配件；停车场、保龄球场、健身房及所销售产品的配送、配销、安装、咨询、健身服务；仓储服务；技术服务；洗衣服务；日用品修理；装饰装修；摄影、彩扩；复印、打字；企业管理咨询；经济信息咨询；技术培训；出租商业设施；经营场地出租；高新技术产品的开发；自营和代理各类商品及技术的进出口业务（国家限定公司经营或禁止进出口的商品及技术除外）；与上述业务有关的信息咨询和技术服务；采购国内产品出口业务；自营商品的进出口业务。（上述涉及配额许可证管理、专项规定管理的商品按国家有关规定办理）。（出版物零售、食品制售、饮品制售、销售食品以及依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动。）

序号	联营合作方(合并口径)	具体签约合作方	经营范围
2	北京燕莎友谊商城有限公司	北京燕莎友谊商城有限公司奥特莱斯购物中心 北京燕莎友谊商城有限公司	零售保健食品(食品卫生许可证有效期至2019年04月20日);零售食品;零售出版物;零售医疗器械(II类);零售中成药、化学药制剂、抗生素、生化药品(药品经营许可证有效期至2020年06月07日);零售花卉;经营刀具等管制器具;(不涉及国营贸易管理商品,涉及配额许可证管理商品的按照国家有关规定办理申请手续);经营餐饮、酒吧;本店内商业零售;根据原经贸部立项批准的进出口商品的原则;进口经批准的本企业自营的零售商品、为平衡外汇、组织经批准的国内部分商品的出口;在国内组织部分自营产品的制作、加工、包装业务以及三来一补业务;经营健身设施;自营商品展销;商品维修、钟表维修、验光配镜;出租商业设施(限分支机构经营)。(依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动。)
3	王府井集团股份有限公司	王府井集团北京双安商场有限责任公司黄村分公司 王府井集团股份有限公司百货大楼 王府井集团北京长安商场有限责任公司 呼和浩特王府井百货有限责任公司 兰州王府井百货有限责任公司 银川王府井百货有限责任公司 乌鲁木齐王府井百货有限责任公司 成都王府井购物中心有限责任公司 乐山王府井购物中心有限责任公司 王府井集团北京双安商场有限责任公司	销售糕点、酒、饮料、散装干果、定型包装食品、粮油、食品、副食品、烟、健字药品、化学药制剂、医疗器械、音像制品、电子出版物、图书、期刊、报纸、保险柜、汽车配件;烘烤销售面包;美容;餐饮服务;代理家财险;电子游艺;汽车货运;制造、加工袜子;服装、针纺织品的制造、加工;洗染;现场制售面包、糕点(含冷加工糕点);经营儿童娱乐设施(以上项目限下属分支机构经营);购销百货、通讯器材、针纺织品、五金交电化工(不含危险化学品及一类易制毒化学品)、工艺美术品、金银饰品、仪器仪表、电子计算机及其配件、新闻纸、凸版纸、纸袋纸、家具、民用建材、日用杂品、花卉、饮食炊事机械、制冷空调设备、金属材料、机械电器设备、化工轻工材料;室内装饰设计;音乐欣赏;舞会;摄影;游艺活动;仓储;日用电器、电子器具、日用品修理;文化用品修理;设计、制作、代理、发布国内及外商来华广告;设备租赁;出租办公用房、商业用房;经济贸易咨询;企业管理咨询;技术服务;货物进出口、技术进出口、代理进出口。(企业依法自主选择经营项目,开展经营活动;依法须经批准的项目,经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动;不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。)



序号	联营合作方(合并口径)	具体签约合作方	经营范围
		公司 太原王府井百货有限责任公司 成都王府井百货有限公司 包头王府井百货有限责任公司 重庆王府井百货有限责任公司	
4	北京翠微大厦股份有限公司	北京当代商城有限责任公司石景山分公司 北京甘家口大厦有限责任公司 北京翠微大厦股份有限公司 北京当代商城有限责任公司	销售食品、医疗器械(限II、III类以《医疗器械经营企业许可证》批准项目为准);零售国内版音像制品;餐饮服务;普通货运(道路运输许可证有效期至2019年7月13日);出租商业用房、出租办公用房;销售针纺织品、服装、鞋帽、日用品、床上用品、钟表、眼镜、箱、包、婴儿用品、文化体育用品、体育器材、厨房用具、卫生间用具、日用杂货、化妆品、卫生用品、家具、照明灯具、五金交电、电子产品、家用电器、计算机软件及辅助设备、通讯设备、广播电视设备、小饰品、礼品、工艺品、首饰、黄金制品、玩具、游艺用品、室内游艺器材、乐器、照相通讯器材、净水器具、打印机、打印纸、硒鼓、墨盒、色带、墨粉、电动助力车、儿童车床用品;修理钟表;修鞋;服装加工;机动车公共停车场服务;验光配镜服务;以下项目仅限分支机构经营:制售中餐(含冷荤凉菜)、饮料、酒;零售图书。(企业依法自主选择经营项目,开展经营活动;销售食品、道路货物运输以及依法须经批准的项目,经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动;不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。)
5	伊势丹(中国)投资有限公司	上海梅龙镇伊势丹百货有限公司 天津伊势丹有限公司 天津滨海新区伊势丹百货有限公司	(一)在国家允许外商投资的领域依法进行投资;(二)受其所投资企业的书面委托(经董事会一致通过),向其所投资企业提供下列服务:1、协助或代理其所投资的企业从国内外采购该企业自用的机器设备、办公设备和生产所需的原材料、元器件、零部件和在国内外销售其所投资企业生产的产品,并提供售后服务;2、在外汇管理部门的同意和监督下,在其所投资企业之间进行外汇平衡;3、为其所投资企业提供产品生产、销售和开发过程中的技术支持、员工培训、企业内部人事管理等服务;4、协助其所投资企业寻求贷款及提供担保;(三)在中国境内设立科研开发中心或部门,从事新产品及高新技术的研究开发,转让其研究开发成果,并提供相应的技术服务;(四)企业管理咨询、市场营销策划,为其投资者提供咨询服务,为其关联公司提供与其投资有关的市场信息、投资政策等咨询服务;(五)承接其母

序号	联营合作方(合并口径)	具体签约合作方	经营范围
			公司和关联公司的服务外包业务；（六）综合百货、家用电器、五金交电、针纺织品、服装鞋帽、皮革制品、日用杂货、办公用品、钟表眼镜、工艺美术品、金银饰品、珠宝、日化制品、电讯器材、摄影器材、家具、保健用品、健身器材、化妆品等商品的批发，前述商品的进出口、佣金代理（拍卖除外）、网上零售及提供其他相关的配套服务。（不涉及国营贸易管理商品，涉及配额、许可证管理商品的，按国家有关规定办理申请）。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】
6	青岛海信东海商贸有限公司	青岛海信东海商贸有限公司 天津海信广场有限公司 长沙海信广场实业有限公司	批发零售：服装，家电，日用百货，钢材，木材，机械电子设备，五金交电，化工产品（不含危险品），汽车及配件，文体用品，日用杂品，通讯器材，钟表眼镜，照相器材，珠宝首饰，汽车饰品，厨具，橡塑制品，针纺织品，花卉，工艺品，皮革制品，家具，水果，粮食，鲜水产品，禽蛋，计生用品，黄金制品；家电维修服务，商场经营管理服务，场地租赁，柜台租赁，经济信息咨询，仓储服务（不含危险品），货物装卸服务；装饰装潢设计、施工；货物进出口，技术进出口（法律、行政法规禁止的项目除外，法律、行政法规限制的项目取得许可后方可经营）；干洗；设计、制作、代理、发布国内广告业务；家政服务；验光配镜；劳务派遣。[分支机构经营：停车场；经营：散装食品、冷冻（藏）食品、预包装食品；现场制售：熟肉制品、寿司、面食、面包、糕点；音像制品零售]；国内劳务派遣（不含对外劳务合作）。【批发兼零售预包装食品、散装食品、乳制品（含婴幼儿配方乳粉）；零售散装食品（现场制售）；图书报刊零售；儿童娱乐；饮品店】（凭许可证经营）；教育信息咨询（不含培训及辅导）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
7	杭州大厦有限公司	杭州大厦有限公司	商场{以下范围限商场经营：批发、零售：预包装食品，乙类非处方药（中药材、中药饮片限规定品种），第二类医疗器械（电子血压计、电子体温计、磁疗器具、医用脱脂棉、医用脱脂纱布、医用卫生口罩、医用无菌纱布、普通避孕套（帽）），第一类医疗器械，百货，日用杂品，五金、交电，文化体育用品，建筑材料，装饰材料，化工原料及产品（不含化学危险品和易制毒品），纺织品，针织品，服装，皮革制品，工艺美术品，黄金饰品，通讯设备，家用电器，家具，验光及配镜（除角膜接触镜）；服务：摄影，鞋包维修，服装修改；零售：图书报刊、音像制品（以上商品进出口不涉及国营贸易、进出口配额许可证、出口配额招标、出口许可证等专项管理的商品，涉及其它规定管理的商品按国家有关规定办理）}；住宿，会议服务，商务会所，康乐设施，小型车停车服务。（上述经营范围中涉及前置审批项目的，在批准的有效期内方可经营）（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

序号	联营合作方(合并口径)	具体签约合作方	经营范围
8	百盛商业发展有限公司	百盛商业发展有限公司 西安时代百盛百货有限公司	(一)商业零售(包括代销、寄售)经营;批发经营; (二)组织国内产品出口业务;(三)自营产品的进出口业务;(四)经营相关的配套服务,包括:写字楼的出租、管理;餐厅(限哈尔滨分公司经营);收费停车场,彩印冲洗,美容美发,商务服务中心,开展送货服务及从事与上述项目相关的技术咨询、技术服务;(五)销售第一类、第二类医疗器械;(六)零售食用农产品;零售食品。(零售食品以及依法须经批准的项目,经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动。)
9	陕西中大国际有限公司	中大中方信控股有限公司西安中大国际商业中心 陕西中大国际有限公司	日用百货、服装、珠宝玉器、鞋帽、计算机、五金交电、家用电器、钟表、文化办公用品、针纺织品、文体用品、照相器材、日用化工产品、眼镜、玩具、家具、化妆品、香水、工艺品、保健品、通讯器材、金银制品、矿产品的销售;商务服务;商场、浴室、生活美容美发、咖啡厅、职工食堂的经营;房屋租赁;物业管理;停车服务;企业管理咨询服务;酒店经营管理;房屋及设备租赁;信息咨询服务。(依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动)
10	宝大祥青少年儿童购物(集团)股份有限公司	宝大祥青少年儿童购物(集团)股份有限公司 南京宝大祥青少年儿童购物有限公司 上海宝山宝大祥青少年儿童购物有限公司 上海浦东宝大祥青少年儿童购物有限公司 上海普陀宝大祥青少年儿童购物有限公司 上海青浦宝大祥青少年儿童购物有限公司 上海杨浦宝大祥青少年	百货,黄金铂金饰品,银饰品,珠宝饰品,工艺品,通信设备,电脑及配件,游艺机,乐器,花卉,观赏鱼的销售,摄影,摄像和物业管理;图书、报纸、期刊、音像制品零售,批发兼零售:预包装食品(不含熟食卤味、冷冻冷藏);乳制品(含婴幼儿配方乳粉)。【依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动】

序号	联营合作方(合并口径)	具体签约合作方	经营范围
		儿童购物有限公司	
		苏州宝大祥青少年儿童购物有限公司	
		上海江桥宝大祥青少年儿童购物有限公司	
		江苏宝大祥青少年儿童购物有限公司	

## 2017 年度

序号	联营合作方(合并口径)	具体签约合作方	经营范围
1	北京燕莎友谊商城有限公司	北京燕莎友谊商城有限公司奥特莱斯购物中心 北京燕莎友谊商城有限公司	零售保健食品(食品卫生许可证有效期至2019年04月20日);零售食品;零售出版物;零售医疗器械(II类);零售中成药、化学药制剂、抗生素、生化药品(药品经营许可证有效期至2020年06月07日);零售花卉;经营刀具等管制器具;(不涉及国营贸易管理商品,涉及配额许可证管理商品的按照国家有关规定办理申请手续);经营餐饮、酒吧;本店商业零售;根据原经贸部立项批准的进出口商品的原则;进口经批准的本企业自营的零售商品、为平衡外汇、组织经批准的国内部分商品的出口;在国内组织部分自营产品的制作、加工、包装业务以及三来一补业务;经营健身设施;自营商品展销;商品维修、钟表维修、验光配镜;出租商业设施(限分支机构经营)。(依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动。)
2	北京华联(SKIP)百货有限公司	北京华联(SKIP)百货有限公司	热食类食品制售;冷食类食品制售;糕点类食品制售(不含裱花蛋糕);自制饮品制售(不含使用压力容器制作饮品);预包装食品销售(含冷藏冷冻食品);散装食品销售(含冷藏冷冻食品);特殊食品销售(保健食品);图书、报纸、期刊、电子出版物、音像制品零售;零售医疗器械II类:医用电子仪器设备;验光配镜;零售百货、针纺织品、日用杂品、工艺美术品、珠宝首饰、金银饰品、蔬菜、土产品、建筑材料、装饰材料、五金交电化工、机械电器设备、电子计算机软硬件及其外部设备、饲料、花卉、家具、文化办公用品、摄影器材、美容美发及健身器材设施、钢材、无绳电话、手持移动电话机、传真机、电话机、寻呼机及配件;停车场、保龄球场、健身房及所销售产品的配送、配销、安装、咨

序号	联营合作 方(合并口 径)	具体签约合 作方	经营范围
			<p>询、健身服务；仓储服务；技术服务；洗衣服务；日用品修理；装饰装修；摄影、彩扩；复印、打字；企业管理咨询；经济信息咨询；技术培训；出租商业设施；经营场地出租；高新技术产品的开发；自营和代理各类商品及技术的进出口业务(国家限定公司经营或禁止进出口的商品及技术除外)；与上述业务有关的信息咨询和技术服务；采购国内产品出口业务；自营商品的进出口业务。(上述涉及配额许可证管理、专项规定管理的产 品按国家有关规定办理)。(出版物零售、食品制售、饮品制售、销售食品以及依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动。)</p>
3	王府井集团 股份有 限公司	<p>王府井集团 北京双安商 场有限责任 公司黄村分 公司</p> <p>王府井集团 股份有限公 司百货大楼</p> <p>王府井集团 北京长安商 场有限责任 公司</p> <p>呼和浩特王 府井百货有 限责任公司</p> <p>兰州王府井 百货有限责 任公司</p> <p>银川王府井 百货有限责 任公司</p> <p>乌鲁木齐王 府井百货有 限责任公司</p> <p>成都王府井 购物中心有 限责任公司</p> <p>乐山王府井 购物中心有 限责任公司</p> <p>王府井集团 北京双安商 场有限责任 公司</p> <p>太原王府井 百货有限责</p>	<p>销售糕点、酒、饮料、散装干果、定型包装食品、粮油、食品、副食品、烟、健字药品、化学药制剂、医疗器械、音像制品、电子出版物、图书、期刊、报纸、保险柜、汽车配件；烘烤销售面包；美容；餐饮服务；代理家财险；电子游艺；汽车货运；制造、加工袜子；服装、针纺织品的制造、加工；洗染；现场制售面包、糕点(含冷加工糕点)；经营儿童娱乐设施(以上项目限下属分支机构经营)；购销百货、通讯器材、针纺织品、五金交电化工(不含危险化学品及一类易制毒化学品)、工艺美术品、金银饰品、仪器仪表、电子计算机及其配件、新闻纸、凸版纸、纸袋纸、家具、民用建材、日用杂品、花卉、饮食炊事机械、制冷空调设备、金属材料、机械电器设备、化工轻工材料；室内装饰设计；音乐欣赏；舞会；摄影；游艺活动；仓储；日用电器、电子器具、日用品修理；文化用品修理；设计、制作、代理、发布国内及外商来华广告；设备租赁；出租办公用房、商业用房；经济贸易咨询；企业管理咨询；技术服务；货物进出口、技术进出口、代理进出口。(企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。)</p>

序号	联营合作方(合并口径)	具体签约合作方	经营范围
		任公司	
		成都王府井百货有限公司	
		包头王府井百货有限责任公司	
		重庆王府井百货有限责任公司	
4	北京翠微大厦股份有限公司	北京当代商城有限责任公司石景山分公司	销售食品、医疗器械(限II、III类以《医疗器械经营企业许可证》批准项目为准);零售国内版音像制品;餐饮服务;普通货运(道路运输许可证有效期至2019年7月13日);出租商业用房、出租办公用房;销售针纺织品、服装、鞋帽、日用品、床上用品、钟表、眼镜、箱、包、婴儿用品、文化体育用品、体育器材、厨房用具、卫生间用具、日用杂货、化妆品、卫生用品、家具、照明灯具、五金交电、电子产品、家用电器、计算机软件及辅助设备、通讯设备、广播电视设备、小饰品、礼品、工艺品、首饰、黄金制品、玩具、游艺用品、室内游艺器材、乐器、照相通讯器材、净水器具、打印机、打印纸、硒鼓、墨盒、色带、墨粉、电动助力车、儿童车床用品;修理钟表;修鞋;服装加工;机动车公共停车场服务;验光配镜服务;以下项目仅限分支机构经营:制售中餐(含冷荤凉菜)、饮料、酒;零售图书。(企业依法自主选择经营项目,开展经营活动;销售食品、道路货物运输以及依法须经批准的项目,经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动;不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。)
		北京甘家口大厦有限责任公司	
		北京翠微大厦股份有限公司	
		北京当代商城有限责任公司	
5	青岛海信东海商贸有限公司	青岛海信东海商贸有限公司	批发零售:服装,家电,日用百货,钢材,木材,机械电子设备,五金交电,化工产品(不含危险品),汽车及配件,文体用品,日用杂品,通讯器材,钟表眼镜,照相器材,珠宝首饰,汽车饰品,厨具,橡塑制品,针纺织品,花卉,工艺品,皮革制品,家具,水果,粮食,鲜水产品,禽蛋,计生用品,黄金制品;家电维修服务,商场经营管理服务,场地租赁,柜台租赁,经济信息咨询,仓储服务(不含危险品),货物装卸服务;装饰装潢设计、施工;货物进出口,技术进出口(法律、行政法规禁止的项目除外,法律、行政法规限制的项目取得许可后方可经营);干洗;设计、制作、代理、发布国内广告业务;家政服务;验光配镜;劳务派遣。[分支机构经营:停车场;经营:散装食品、冷冻(藏)食品、预包装食品;现场制售:熟肉制品、寿司、面食、面包、糕点;音像制品零售];国内劳务派遣(不含对外劳务合作)。【批发兼零售预包装食品、散装食品、乳制品(含婴幼儿配方乳粉);零售散装食品(现场制售);图书报刊零售;儿童娱乐;饮品店】(凭许可证经营);
		天津海信广场有限公司	
		长沙海信广场实业有限公司	

序号	联营合作方(合并口径)	具体签约合作方	经营范围
			教育信息咨询(不含培训及辅导)。(依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动)
6	伊势丹(中国)投资有限公司	上海梅龙镇伊势丹百货有限公司 天津伊势丹有限公司 天津滨海新区伊势丹百货有限公司	(一)在国家允许外商投资的领域依法进行投资;(二)受其所投资企业的书面委托(经董事会一致通过),向其所投资企业提供下列服务:1、协助或代理其所投资的企业从国内外采购该企业自用的机器设备、办公设备和生产所需的原材料、元器件、零部件和在国内外销售其所投资企业生产的产品,并提供售后服务;2、在外汇管理部门的同意和监督下,在其所投资企业之间进行外汇平衡;3、为其所投资企业提供产品生产、销售和市场开发过程中的技术支持、员工培训、企业内部人事管理等服务;4、协助其所投资企业寻求贷款及提供担保;(三)在中国境内设立科研开发中心或部门,从事新产品及高新技术的研究开发,转让其研究开发成果,并提供相应的技术服务;(四)企业管理咨询、市场营销策划,为其投资者提供咨询服务,为其关联公司提供与其投资有关的市场信息、投资政策等咨询服务;(五)承接其母公司和关联公司的服务外包业务;(六)综合百货、家用电器、五金交电、针纺织品、服装鞋帽、皮革制品、日用杂货、办公用品、钟表眼镜、工艺美术品、金银饰品、珠宝、日化制品、电讯器材、摄影器材、家具、保健用品、健身器材、化妆品等商品的批发,前述商品的进出口、佣金代理(拍卖除外)、网上零售及提供其他相关的配套服务。(不涉及国营贸易管理商品,涉及配额、许可证管理商品的,按国家有关规定办理申请)。 <b>【依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动】</b>
7	杭州大厦有限公司	杭州大厦有限公司	商场{以下范围限商场经营:批发、零售:预包装食品,乙类非处方药(中药材、中药饮片限规定品种),第二类医疗器械(电子血压计、电子体温计、磁疗器具、医用脱脂棉、医用脱脂纱布、医用卫生口罩、医用无菌纱布、普通避孕套(帽)),第一类医疗器械,百货,日用杂品,五金、交电,文化体育用品,建筑材料,装饰材料,化工原料及产品(不含化学危险品和易制毒品),纺织品,针织品,服装,皮革制品,工艺美术品,黄金饰品,通讯设备,家用电器,家具,验光及配镜(除角膜接触镜);服务:摄影,鞋包维修,服装修改;零售:图书报刊、音像制品(以上商品进出口不涉及国营贸易、进出口配额许可证、出口配额招标、出口许可证等专项管理的商品,涉及其它规定管理的商品按国家有关规定办理)};住宿,会议服务,商务会所,康乐设施,小型车停车服务。(上述经营范围中涉及前置审批项目的,在批准的有效期限内方可经营)(依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动)
8	宝大祥青少年儿童购物(集团)股份	宝大祥青少年儿童购物(集团)股份	百货,黄金铂金饰品,银饰品,珠宝饰品,工艺品,通信设备,电脑及配件,游艺机,乐器,花卉,观赏鱼的销售,摄影,摄像和物业管理;图书、报纸、期刊、音像制品零售,批发

序号	联营合作 方(合并口 径)	具体签约合 作方	经营范围
	团)股份有 限公司	有限公司	兼零售:预包装食品(不含熟食卤味、冷冻冷藏);乳 制品(含婴幼儿配方乳粉)。【依法须经批准的项目, 经相关部门批准后方可开展经营活动】
		南京宝大祥 青少年儿童 购物有限公 司	
		上海宝山宝 大祥青少年 儿童购物有 限公司	
		上海浦东宝 大祥青少年 儿童购物有 限公司	
		上海普陀宝 大祥青少年 儿童购物有 限公司	
		上海青浦宝 大祥青少年 儿童购物有 限公司	
		上海杨浦宝 大祥青少年 儿童购物有 限公司	
		苏州宝大祥 青少年儿童 购物有限公 司	
		上海江桥宝 大祥青少年 儿童购物有 限公司	
		江苏宝大祥 青少年儿童 购物有限公 司	
9	金鹰国际 商贸集团 (中国)有 限公司	西安金鹰国 际购物中心 有限公司 金鹰国际商 贸集团(中 国)有限公司 扬州金鹰国 际实业有限 公司购物中 心	日用百货、针纺织品、五金交电、保健品、摩托车及配件、工艺品(不含名人字画)、照相器材、钟表眼镜、鞋帽、箱包、通讯器材(不含卫星地面设施)、体育用品、初级农产品、预包装食品兼散装食品、乳制品(含婴幼儿配方乳粉)、酒、医疗器械具、金银制品、家具、装饰材料、建筑材料的批发、零售、佣金代理(拍卖除外);餐饮服务、餐饮管理;物业服务;美容服务;教育信息咨询;图书、报刊零售;设计、制作、代理、发布国内各类广告;对国内法人企业进行柜台出租;自营商品的加工、分级包装;商品的进出口业务,以及相关



序号	联营合作方(合并口径)	具体签约合作方	经营范围
			的仓储、送货、安装、维修、停车等配套服务和相关的咨询服务。(涉及法律、法规禁止经营的不得经营)(依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动)
10	陕西中大国际有限公司	中大中方信控股有限公司西安中大国际商业中心	日用百货、服装、珠宝玉器、鞋帽、计算机、五金交电、家用电器、钟表、文化办公用品、针纺织品、文体用品、照相器材、日用化工产品、眼镜、玩具、家具、化妆品、香水、工艺品、保健品、通讯器材、金银制品、矿产品的销售;商务服务;商场、浴室、生活美容美发、咖啡厅、职工食堂的经营;房屋租赁;物业管理;停车服务;企业管理咨询服务;酒店经营管理;房屋及设备租赁;信息咨询服务。(依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动)

2018年1-6月

序号	联营合作方(合并口径)	具体签约合作方	经营范围
1	北京燕莎友谊商城有限公司	北京燕莎友谊商城有限公司 北京燕莎友谊商城有限公司	零售保健食品(食品卫生许可证有效期至2019年04月20日);零售食品;零售出版物;零售医疗器械(II类);零售中成药、化学药制剂、抗生素、生化药品(药品经营许可证有效期至2020年06月07日);零售花卉;经营刀具等管制器具;(不涉及国营贸易管理商品,涉及配额许可证管理商品的按照国家有关规定办理申请手续);经营餐饮、酒吧;本店内商业零售;根据原经贸部立项批准的进出口商品的原则;进口经批准的本企业自营的零售商品、为平衡外汇、组织经批准的国内部分商品的出口;在国内组织部分自营产品的制作、加工、包装业务以及三来一补业务;经营健身设施;自营商品展销;商品维修、钟表维修、验光配镜;出租商业设施(限分支机构经营)。(依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动。)
2	北京华联(SKIP)百货有限公司	北京华联(SKIP)百货有限公司 华联SKIP(陕西)百货有限公司	热食类食品制售;冷食类食品制售;糕点类食品制售(不含裱花蛋糕);自制饮品制售(不含使用压力容器制作饮品);预包装食品销售(含冷藏冷冻食品);散装食品销售(含冷藏冷冻食品);特殊食品销售(保健食品);图书、报纸、期刊、电子出版物、音像制品零售;零售医疗器械II类;医用电子仪器设备;验光配镜;零售百货、针纺织品、日用杂品、工艺美术品、珠宝首饰、金银饰品、蔬菜、土产品、建筑材料、装饰材

序号	联营合作 方(合并口 径)	具体签约合作方	经营范围
			料、五金交电化工、机械电器设备、电子计算机软硬件及其外部设备、饲料、花卉、家具、文化办公用品、摄影器材、美容美发及健身器材设施、钢材、无绳电话、手持移动电话机、传真机、电话机、寻呼机及配件；停车场、保龄球场、健身房及所销售产品的配送、配销、安装、咨询、健身服务；仓储服务；技术服务；洗衣服务；日用品修理；装饰装修；摄影、彩扩；复印、打字；企业管理咨询；经济信息咨询；技术培训；出租商业设施；经营场地出租；高新技术产品的开发；自营和代理各类商品及技术的进出口业务（国家限定公司经营或禁止进出口的商品及技术除外）；与上述业务有关的信息咨询和技术服务；采购国内产品出口业务；自营商品的进出口业务。（上述涉及配额许可证管理、专项规定管理的商品按国家有关规定办理）。（出版物零售、食品制售、饮品制售、销售食品以及依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可依批准的内容开展经营活动。）
3	王府井集团股份有 限公司	王府井集团北京双安商 场有限责任公司黄村分 公司 王府井集团北京长安商 场有限责任公司 呼和浩特王府井百货有 限责任公司 兰州王府井百货有限责 任公司 银川王府井百货有限责 任公司 成都王府井购物中心有 限责任公司 王府井集团北京双安商 场有限责任公司 太原王府井百货有限责 任公司 成都王府井百货有限公 司  银川王府井百货有限责 任公司	销售糕点、酒、饮料、散装干果、定型包装食品、粮油、食品、副食品、烟、健字药品、化学药制剂、医疗器械、音像制品、电子出版物、图书、期刊、报纸、保险柜、汽车配件；烘烤销售面包；美容；餐饮服务；代理家财保险；电子游艺；汽车货运；制造、加工袜子；服装、针纺织品的制造、加工；洗染；现场制售面包、糕点（含冷加工糕点）；经营儿童娱乐设施（以上项目限下属分支机构经营）；购销百货、通讯器材、针纺织品、五金交电化工（不含危险化学品及一类易制毒化学品）、工艺美术品、金银饰品、仪器仪表、电子计算机及其配件、新闻纸、凸版纸、纸袋纸、家具、民用建材、日用杂品、花卉、饮食炊事机械、制冷空调设备、金属材料、机械电器设备、化工轻工材料；室内装饰设计；音乐欣赏；舞会；摄影；游艺活动；仓储；日用电器、电子器具、日用品修理；文化用品修理；设计、制作、代理、发布国内及外商来华广告；设备租赁；出租办公用房、商业用房；经济贸易咨询；企业管理咨询；技术服务；货物进出口、技术进出口、代理进出口。（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项

序号	联营合作方(合并口径)	具体签约合作方	经营范围
			目的经营活动。)
4	北京翠微大厦股份有限公司	北京当代商城有限责任公司石景山分公司 北京甘家口大厦有限责任公司 北京翠微大厦股份有限公司  北京当代商城有限责任公司	销售食品、医疗器械(限II、III类以《医疗器械经营企业许可证》批准项目为准);零售国内版音像制品;餐饮服务;普通货运(道路运输许可证有效期至2019年7月13日);出租商业用房、出租办公用房;销售针纺织品、服装、鞋帽、日用品、床上用品、钟表、眼镜、箱、包、婴儿用品、文化体育用品、体育器材、厨房用具、卫生间用具、日用杂货、化妆品、卫生用品、家具、照明灯具、五金交电、电子产品、家用电器、计算机软件及辅助设备、通讯设备、广播电视设备、小饰品、礼品、工艺品、首饰、黄金制品、玩具、游艺用品、室内游艺器材、乐器、照相通讯器材、净水器具、打印机、打印纸、硒鼓、墨盒、色带、墨粉、电动助力车、儿童车床用品;修理钟表;修鞋;服装加工;机动车公共停车场服务;验光配镜服务;以下项目仅限分支机构经营:制售中餐(含冷荤凉菜)、饮料、酒;零售图书。(企业依法自主选择经营项目,开展经营活动;销售食品、道路货物运输以及依法须经批准的项目,经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动;不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。)
5	青岛海信东海商贸有限公司	青岛海信东海商贸有限公司 天津海信广场有限公司  长沙海信广场实业有限公司	批发零售:服装,家电,日用百货,钢材,木材,机械电子设备,五金交电,化工产品(不含危险品),汽车及配件,文体用品,日用杂品,通讯器材,钟表眼镜,照相器材,珠宝首饰,汽车饰品,厨具,橡塑制品,针纺织品,花卉,工艺品,皮革制品,家具,水果,粮食,鲜水产品,禽蛋,计生用品,黄金制品;家电维修服务,商场经营管理服务,场地租赁,柜台租赁,经济信息咨询,仓储服务(不含危险品),货物装卸服务;装饰装修设计、施工;货物进出口,技术进出口(法律、行政法规禁止的项目除外,法律、行政法规限制的项目取得许可后方可经营);干洗;设计、制作、代理、发布国内广告业务;家政服务;验光配镜;劳务派遣。[分支机构经营:停车场;经营:散装食品、冷冻(藏)食品、预包装食品;现场制售:熟肉制品、寿司、面食、面包、糕点;音像制品零售];国内劳务派遣(不含对外劳务合作)。【批发兼零售预包装食品、散装食品、乳制品(含婴幼儿配方乳粉);零售散装食品(现场制售);图书报刊零售;儿童娱乐;

序号	联营合作 方(合并口 径)	具体签约合作方	经营范围
			饮品店】(凭许可证经营);教育信息咨询(不含培训及辅导)。(依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动)
6	伊势丹(中国)投资有限公司	上海梅龙镇伊势丹百货有限公司  天津伊势丹有限公司	<p>(一)在国家允许外商投资的领域依法进行投资;(二)受其所投资企业的书面委托(经董事会一致通过),向其所投资企业提供下列服务:1、协助或代理其所投资的企业从国内外采购该企业自用的机器设备、办公设备和生产所需的原材料、元器件、零部件和在国内外销售其所投资企业生产的产品,并提供售后服务;2、在外汇管理部门的同意和监督下,在其所投资企业之间进行外汇平衡;3、为其所投资企业提供产品生产、销售和开发过程中的技术支持、员工培训、企业内部人事管理等服务;4、协助其所投资企业寻求贷款及提供担保;(三)在中国境内设立科研开发中心或部门,从事新产品及高新技术的研究开发,转让其研究开发成果,并提供相应的技术服务;(四)企业管理咨询、市场营销策划,为其投资者提供咨询服务,为其关联公司提供与其投资有关的市场信息、投资政策等咨询服务;(五)承接其母公司和关联公司的服务外包业务;(六)综合百货、家用电器、五金交电、针纺织品、服装鞋帽、皮革制品、日用杂货、办公用品、钟表眼镜、工艺美术品、金银饰品、珠宝、日化制品、电讯器材、摄影器材、家具、保健用品、健身器材、化妆品等商品的批发,前述商品的进出口、佣金代理(拍卖除外)、网上零售及提供其他相关的配套服务。(不涉及国营贸易管理商品,涉及配额、许可证管理商品的,按国家有关规定办理申请)。</p> <p><b>【依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动】</b></p>

序号	联营合作方(合并口径)	具体签约合作方	经营范围
7	杭州大厦有限公司	杭州大厦有限公司	商场{以下范围限商场经营：批发、零售：预包装食品，乙类非处方药（中药材、中药饮片限规定品种），第二类医疗器械（电子血压计、电子体温计、磁疗器具、医用脱脂棉、医用脱脂纱布、医用卫生口罩、医用无菌纱布、普通避孕套（帽）），第一类医疗器械，百货，日用杂品，五金、交电，文化体育用品，建筑材料，装饰材料，化工原料及产品（不含化学危险品和易制毒品），纺织品，针织品，服装，皮革制品，工艺美术品，黄金饰品，通讯设备，家用电器，家具，验光及配镜（除角膜接触镜）；服务：摄影，鞋包维修，服装修改；零售：图书报刊、音像制品（以上商品进出口不涉及国营贸易、进出口配额许可证、出口配额招标、出口许可证等专项管理的商品，涉及其它规定管理的商品按国家有关规定办理）}；住宿，会议服务，商务会所，康乐设施，小型车停车服务。（上述经营范围中涉及前置审批项目的，在批准的有效期限内方可经营）（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
8	宝大祥青少年儿童购物（集团）股份有限公司	宝大祥青少年儿童购物（集团）股份有限公司 南京宝大祥青少年儿童购物有限公司 上海普陀宝大祥青少年儿童购物有限公司 上海青浦宝大祥青少年儿童购物有限公司 上海金山宝大祥青少年儿童购物有限公司 上海青浦奥莱宝大祥青少年儿童购物有限公司 上海杨浦宝大祥青少年儿童购物有限公司 南京宝大祥青少年儿童购物有限公司 江苏宝大祥青少年儿童购物有限公司	百货,黄金铂金饰品,银饰品,珠宝饰品,工艺品,通信设备,电脑及配件,游艺机,乐器,花卉,观赏鱼的销售,摄影,摄像和物业管理；图书、报纸、期刊、音像制品零售,批发兼零售：预包装食品（不含熟食卤味、冷冻冷藏）；乳制品（含婴幼儿配方乳粉）。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】
9	金鹰国际商贸集团（中国）有限公司	金鹰国际商贸集团（中国）有限公司 扬州金鹰国际实业有限公司购物中心	日用百货、针纺织品、五金交电、保健品、摩托车及配件、工艺品（不含名人字画）、照相器材、钟表眼镜、鞋帽、箱包、通讯器材（不含卫星地面设施）、体育用品、初级农产品、预包装食品兼散装食品、乳制品（含婴幼儿配方乳粉）、酒、医疗器械具、金银制品、家具、装饰材料、建筑材料的批发、零

序号	联营合作方(合并口径)	具体签约合作方	经营范围
			售、佣金代理(拍卖除外);餐饮服务、餐饮管理;物业服务;美容服务;教育信息咨询;图书、报刊零售;设计、制作、代理、发布国内各类广告;对国内法人企业进行柜台出租;自营商品的加工、分级包装;商品的进出口业务,以及相关的仓储、送货、安装、维修、停车等配套服务和相关的咨询服务。(涉及法律、法规禁止经营的不得经营)(依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动)
10	北京市上品商业发展有限责任公司	北京市上品商业发展有限责任公司	零售日用品;销售服装、鞋帽、箱包、针织品、家具、化妆品、珠宝首饰、文化用品、体育用品、电子产品、工艺美术品、建筑材料、装饰材料、五金交电、土产品;信息咨询(不含中介服务);技术转让、技术培训;物业管理;会议服务;出租商业用房;设计、制作、代理、发布广告;企业营销策划;零售食品。(企业依法自主选择经营项目,开展经营活动;依法须经批准的项目,经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动;不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。)

经抽查发行人提供的报告期内与上述商场的联营合同,该等合同约定的相关各方的主要权利义务安排大体如下:

发行人的权利义务	联营商场的权利义务
①对现场管理有监督权、建议权和投诉权; ②遵守商场对公共设施方面的相关规定; ③按时结算相关费用; ④保证其销售的产品的商标等的合法使用权及销售产品的分销权,并提供相关证明材料; ⑤聘请的工作人员服从商场的管理; ⑥服从商场在投诉案件中的相关意见和处理措施; ⑦如出现不符合国家对质量、计量、价格等规定的相关问题,造成顾客投诉、人身伤害或财产损失的,承担赔偿责任; ⑧参与商场组织的促销活动; ⑨保证销售的商品按照国家有关规定支付税费; ⑩其他权利义务规定。	①依法经营; ②协助商家管理,先行处理顾客投诉; ③按照合同规定扣率按期进行结算,有权收取保证金及其他费用; ④提供基本水、电、照明、空调、卫生间设施及其他必要的营业设施; ⑤有权对产品进行检验,保证销售商品的质量; ⑥有偿负责商场公共区域的安保、消防和清洁卫生; ⑦其他权利义务规定。

截至招股说明书出具之日,发行人及其关联方均不持有上述联营合作方的股权,发行人与上述联营合作方也不存在任何争议或潜在法律纠纷。

## (二) 主要无形资产

## 1、土地使用权

截至本招股说明书签署日，公司拥有 1 宗土地使用权，具体情况如下：

单位：元

序号	权利人	证书编号	取得方式	取得日期	使用年限	最近一期末账面价值	权利受限情况
1	天津嘉曼	津(2016)武清区不动产权第1009706号	购买	2012年11月	50年	7,177,040.00	已抵押

## 2、商标

截至本招股说明书签署日，公司拥有注册商标 57 项，具体情况如下表所示：

序号	注册号	商标内容	类别	权利人	有效期
1	6583807		3	嘉曼服饰	2010.03.28-2020.03.27
2	10217512		5	嘉曼服饰	2013.03.07-2023.03.06
3	10217577		9	嘉曼服饰	2013.03.07-2023.03.06
4	10207365		10	嘉曼服饰	2013.01.21-2023.01.20
5	9340069		10	嘉曼服饰	2012.11.21-2022.11.20
6	9452674		14	嘉曼服饰	2012.05.28-2022.05.27
7	9452686		14	嘉曼服饰	2014.02.07-2024.02.06
8	6583805		14	嘉曼服饰	2010.03.28-2020.03.27
9	6583806		14	嘉曼服饰	2010.05.28-2020.05.27
10	15658273		16	嘉曼服饰	2015.12.28-2025.12.27
11	1488757		16	嘉曼服饰	2010.12.14-2020.12.13
12	9340108		18	嘉曼服饰	2012.05.07-2022.05.06
13	9452720		18	嘉曼服饰	2012.07.21-2022.07.20
14	9452744		18	嘉曼服饰	2012.09.07-2022.09.06
15	1492949		18	嘉曼服饰	2010.12.21-2020.12.20

序号	注册号	商标内容	类别	权利人	有效期
16	10217667		20	嘉曼服饰	2013.02.21-2023.02.20
17	10206800		21	嘉曼服饰	2014.02.07-2024.02.06
18	10217689		24	嘉曼服饰	2015.07.28-2025.07.27
19	10351131		25	嘉曼服饰	2013.02.28-2023.02.27
20	1501253		25	嘉曼服饰	2011.01.07-2021.01.06
21	1501257		25	嘉曼服饰	2011.01.07-2021.01.06
22	7631347		25	嘉曼服饰	2015.04.07-2025.04.06
23	9452717		25	嘉曼服饰	2012.06.07-2022.06.06
24	9452743		25	嘉曼服饰	2012.05.28-2022.05.27
25	11032854		25	嘉曼服饰	2013.10.14-2023.10.13
26	4463984		25	嘉曼服饰	2018.10.28-2028.10.27
27	11235352		25	嘉曼服饰	2013.12.14-2023.12.13
28	3795738		25	嘉曼服饰	2016.10.28-2026.10.27
29	3795739		25	嘉曼服饰	2016.10.28-2026.10.27
30	4785948		25	嘉曼服饰	2009.02.14-2029.02.13
31	1497491		25	嘉曼服饰	2010.12.28-2020.12.27
32	748226		25	嘉曼服饰	2015.05.28-2025.05.27
33	5769251		25	嘉曼服饰	2009.12.28-2019.12.27
34	5769252		25	嘉曼服饰	2009.12.21-2019.12.20
35	18226091		25	嘉曼服饰	2016.12.14-2026.12.13
36	4238411		26	嘉曼服饰	2018.07.14-2028.07.13
37	1473178		28	嘉曼服饰	2010.11.14-2020.11.13
38	15648228		28	嘉曼服饰	2015.12.28-2025.12.27
39	3226087		29	嘉曼服饰	2013.07.07-2023.07.06
40	3226088		30	嘉曼服饰	2013.08.28-2023.08.27
41	10217725		32	嘉曼服饰	2013.03.07-2023.03.06



序号	注册号	商标内容	类别	权利人	有效期
42	10351147		35	嘉曼服饰	2013.02.28-2023.02.27
43	9452771		35	嘉曼服饰	2012.05.28-2022.05.27
44	9452855		35	嘉曼服饰	2012.05.28-2022.05.27
45	11032880		35	嘉曼服饰	2013.11.28-2023.11.27
46	6583803		35	嘉曼服饰	2010.09.07-2020.09.06
47	11235345		35	嘉曼服饰	2013.12.14-2023.12.13
48	18226090		35	嘉曼服饰	2016.12.14-2026.12.13
49	18226092		35	嘉曼服饰	2016.12.14-2026.12.13
50	18226094		35	嘉曼服饰	2016.12.14-2026.12.13
51	10217750		40	嘉曼服饰	2013.02.07-2023.02.06
52	10217776		42	嘉曼服饰	2013.02.07-2023.02.06
53	10217814		43	嘉曼服饰	2013.02.21-2023.02.20
54	23585903		25	嘉曼服饰	2018.03.28-2028.03.27
55	23419720		3	嘉曼服饰	2018.03.21-2028.03.20
56	23535531		3	嘉曼服饰	2018.03.28-2028.03.27
57	23558414		3	嘉曼服饰	2018.03.28-2028.03.27

2016年10月24日,嘉曼服饰与北京银行股份有限公司石景山支行签订《综合授信合同》,约定北京银行股份有限公司石景山支行授予嘉曼服饰4,000万元的授信额度。同日,北京首创融资担保有限公司与北京银行股份有限公司石景山支行签订《最高额保证合同》,约定北京首创融资担保有限公司为上述《综合授信合同》相关主债权提供保证担保,被担保的主债权发生期间为2016年10月24日至2018年4月23日。

2016年10月20日,北京首创融资担保有限公司与嘉曼服饰签订《商标权质押反担保合同》(编号:CGIG2016字第1356号),约定嘉曼服饰将1497491、1501253、5769251、5769252、748226、9452717、9452743、18226091号商标权质押给质权人北京首创融资担保有限公司,以作为上述委托担保合同的反担保。

发行人在上述《综合授信合同》的授信额度内实际向北京银行股份有限公司

石景山支行的借款情况如下:

序号	借款金额(万元)	借款日期	还款日期
1	400	2016.12.22	2017.10.17
2	500	2017.03.23	2017.10.17
3	10	2016.10.28	2017.10.17
4	1,000	2017.04.20	2017.10.17
5	1,990	2017.10.19	2018.06.12
6	10	2017.10.19	2018.06.12

北京首创融资担保有限公司与嘉曼服饰签订的《商标权质押反担保合同》并未对商标质押登记事项进行约定,北京首创融资担保有限公司与嘉曼服饰也未因商标质押登记事项发生过任何纠纷或争议。

保荐机构、中伦律师认为:截至本招股说明书出具之日,鉴于发行人上述商标质押所涉及的主债权债务已不存在,且发行人与北京首创融资担保有限公司未因商标质押事项产生任何纠纷,发行人不存在逾期无法偿还导致质押权被实现的风险,上述商标质押事项不会对发行人产生重大不利影响。

### 3、专利

截至本招股说明书签署日,公司拥有 20 项实用新型专利,具体情况如下:

序号	专利权人	专利名称	专利号	专利申请日	专利类型
1	嘉曼服饰	一种两用风衣	ZL201120548872.3	2011.12.26	实用新型
2	天津嘉曼	一种库房安全管理系统	ZL201720050788.6	2017.01.16	实用新型
3	天津嘉曼	一种库房管理系统	ZL201720050634.7	2017.01.16	实用新型
4	天津嘉曼	一种自动封箱机	ZL201720050632.8	2017.01.16	实用新型
5	天津嘉曼	电子地中衡	ZL201720050631.3	2017.01.16	实用新型
6	天津嘉曼	自动封箱机	ZL201720048130.1	2017.01.16	实用新型
7	天津嘉曼	库房货物出入库系统	ZL201720048088.3	2017.01.16	实用新型
8	天津嘉曼	一种封箱机	ZL201720048011.6	2017.01.16	实用新型
9	天津嘉曼	一种电子地中衡	ZL201720046473.4	2017.01.16	实用新型
10	天津嘉曼	基于物联网技术的库房货物出入库系统	ZL201720050790.3	2017.01.16	实用新型
11	天津嘉曼	基于物联网技术的库房货物出入库系统	ZL201720050635.1	2017.01.16	实用新型

序号	专利权人	专利名称	专利号	专利申请日	专利类型
12	天津嘉曼	可调式储货架	ZL201720046472.X	2017.01.16	实用新型
13	天津嘉曼	一种可调式储货架	ZL201720050786.7	2017.01.16	实用新型
14	天津嘉曼	一种可调式货架	ZL201720048068.6	2017.01.16	实用新型
15	天津嘉曼	一种全自动升降架	ZL201720077145.0	2017.01.21	实用新型
16	天津嘉曼	全自动升降架	ZL201720077143.1	2017.01.21	实用新型
17	天津嘉曼	一种货架用火灾预警隔离装置	ZL201720082721.0	2017.01.21	实用新型
18	天津嘉曼	半自动升降架	ZL201720075799.X	2017.01.21	实用新型
19	天津嘉曼	货架用防火隔离装置	ZL201720079139.9	2017.01.21	实用新型
20	天津嘉曼	一种货架用防火隔离装置	ZL201720082722.5	2017.01.21	实用新型

#### 4、著作权

截至本招股说明书签署日,公司及其子公司拥有软件著作权15项,具体情况如下:

编号	著作权人	名称	登记号	首次发表日
1	天津嘉曼	嘉曼产品追踪管理软件V1.0	2017SR092201	2014.12.08
2	天津嘉曼	嘉曼电商物流管理软件V1.0	2017SR092226	2014.03.06
3	天津嘉曼	嘉曼多物流配送监控管理软件V1.0	2017SR092368	2015.05.01
4	天津嘉曼	嘉曼商品信息交流软件V1.0	2017SR092371	2014.09.12
5	天津嘉曼	嘉曼童装库存管理软件V1.0	2017SR100453	2014.11.07
6	天津嘉曼	嘉曼物流配送管理软件V1.0	2017SR100443	2014.06.06
7	天津嘉曼	嘉曼物流智能输送控制软件V1.0	2017SR093577	2016.05.06
8	天津嘉曼	嘉曼物流综合管理软件V1.0	2017SR093583	2015.12.10
9	天津嘉曼	嘉曼物流作业任务管理软件V1.0	2017SR092218	2015.03.18
10	天津嘉曼	嘉曼智慧快递发货软件V1.0	2017SR099657	2015.06.06
11	天津嘉曼	嘉曼智慧物流调度软件V1.0	2017SR092311	2016.03.04
12	天津嘉曼	嘉曼智能库存分配软件V1.0	2017SR092237	2015.09.11
13	天津嘉曼	嘉曼智能库房分配软件V1.0	2017SR093527	2015.12.10
14	天津嘉曼	嘉曼智能物流分拣软件V1.0	2017SR093521	2016.07.14
15	天津嘉曼	嘉曼综合服务管理软件V1.0	2017SR093538	2016.10.12

#### 5、域名

公司拥有的域名情况如下:

域名	所有人	注册日期	到期日期	他项权利
shuihaier.com	嘉曼服饰	2002.12.06	2020.12.06	无
shuihaier.cn	嘉曼服饰	2003.10.16	2019.10.16	无
shuihaier.net	嘉曼服饰	2011.10.17	2019.10.17	无
jmdress.com	嘉曼服饰	2011.04.20	2020.04.20	无
jiamadress.com	嘉曼服饰	2009.10.26	2019.10.26	无
jiamadress.net	嘉曼服饰	2011.10.17	2019.10.17	无
hushpuppieskids.cn	嘉曼服饰	2014.08.13	2019.08.13	无
catimini.com.cn	嘉曼服饰	2006.09.22	2021.09.22	无
jiamadress.co	嘉曼服饰	2011.10.17	2019.10.17	无
shuihaier.co	嘉曼服饰	2011.10.17	2019.10.17	无
shuihaier.com.cn	嘉曼服饰	2002.08.06	2019.08.06	无
嘉曼服饰有限公司.网址	嘉曼服饰	2014.10.25	2019.10.25	无
水孩儿.cn	嘉曼服饰	2003.10.16	2019.10.16	无
水孩儿.中国	嘉曼服饰	2003.10.16	2019.10.16	无

## 六、主要技术情况

服装行业要求不断研发新产品，从而持续满足消费者需求。公司的商品企划中心、设计中心都有产品研发的职责。商品企划中心主要以实现企业利益为出发点，以满足消费群体的需求为导向，从市场营销的角度，通过对商品明确定位、商品组合策略和商品周期管理，实现商品从规划、设计、开发、采购、生产、销售等一系列环节的统筹。设计中心的职责主要是收集包括面料种类、款式风格等在内的流行趋势，并从收集的资料中结合实际需求归纳总结出产品元素和卖点，之后制定可行的设计方案，完成设计方案之后，推动产品上市。

公司每年通过各种渠道收集流行趋势，结合公司的核心设计理念，吸收具有价值的时尚元素，进行各类新款产品的开发和设计。2017年，公司设计部门为水孩儿和暇步士童装等品牌提供的已投产服装设计方案多达3,000多款。

报告期内，公司持续加大对研发活动投入，包含设计部门人工费用在内的研发活动投入情况如下：

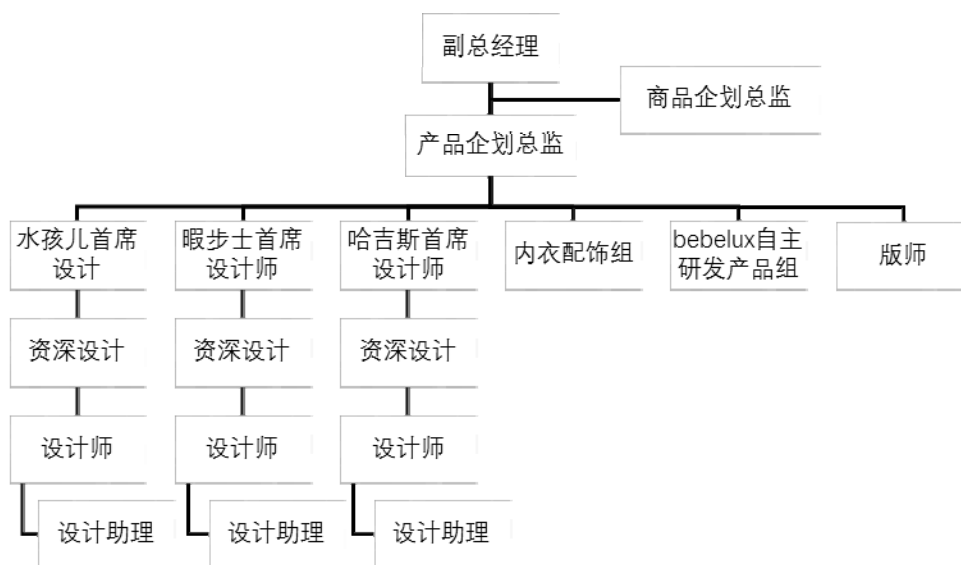
项目	2018年1-6月	2017年	2016年	2015年
研发活动投入(万元)	288.88	487.75	373.55	273.36
主营业务收入(万元)	32,948.63	54,844.88	40,239.15	38,521.37

项目	2018年1-6月	2017年	2016年	2015年
投入占比	0.88%	0.89%	0.93%	0.71%

### (一) 公司研发设计业务部门的组织架构

公司产品的设计研发体系由商品企划中心、设计中心等部门组成。其中商品企划中心负责收集本品牌和竞品的销售情况及产品需求，提出产品企划方案，确定产品品类计划和款式要求；设计中心负责产品调研、确定整体设计风格、根据商品企划中心的要求进行设计规划并参与样衣制作的部分环节。

公司设计研发部门根据水孩儿、暇步士、哈吉斯三个品牌，以及线上线下两个渠道所面对的不同市场，分为不同的设计团队。不同的设计团队均需遵循各自所负责的不同品牌风格，并结合各自所面对的不同市场需求，开展独立的新品研发工作。



公司的设计研发工作根据公司不同品牌与渠道的需要而设置，公司自主研发的三个品牌能够呈现出差异化的竞争格局，保证公司的业务可持续发展。

### (二) 研发设计业务流程

产品设计的流程概念是从销售需求出发，经销售、市场、采购等多部门评议通过后确定。

第一阶段：信息收集、分析。商品企划中心负责从销售端等途径获取销售数据，收集本品牌和竞品的产品相关信息以及市场需求情况；设计中心负责收集流

行趋势（包括风格、面料、款式等），提炼品牌元素、卖点和风格等信息；

第二阶段：商品策划。根据第一阶段的分析结果，商品企划中心负责制定产品企划方案，包括产品 SKU 需求量、男女童比例、各产品类别比例、各类面料应有比例、指导价格区间等信息，提交给设计中心以提供明确的设计框架和依据；

第三阶段：产品策划。设计中心根据商品企划方案确定色系设计方案和设计主题并具体落实每一款产品的设计方案细节，包括明确的面料、辅料、平面、款式、版型等，从而完成每一款式的产品设计稿；

第四阶段：产品确认。对于“水孩儿”品牌，设计中心完成的设计稿要经过销售、市场、采购等多部门的联席评审，经评审通过后定稿；对于暇步士童装和哈吉斯童装品牌，设计中心完成的设计稿经过销售、市场、采购等多部门的内部联席评审后，报送品牌授权方批准备案。

研发过程中，在新品系列方案的确认环节、具体产品款式图的确认环节，设计团队均需和商品企划、生产部门及销售部门开展数次联席评审，确保了所开发产品既保留流行元素，又具备国内广大市场的适销性，同时还能控制好生产成本。

### （三）报告期款式数量

每种产品均对应有唯一的 SKU 号（Stock Keeping Unit）。对一种商品而言，当其品牌、型号、配置、等级、花色、包装容量、单位、保质期、用途、价格、产地等属性与其他商品存在不同时，可称为一个 SKU。报告期内，公司的已产出 SKU 数量如下：

品牌	年份	适销季节					合计
		春款	冬款	秋款	夏款	全季	
水孩儿	2018年1-6月	339	3	100	514		956
	2017	195	409	339	425	6	1,374
	2016	182	282	238	387	-	1,089
	2015	237	285	298	443	-	1,263
暇步士	2018年1-6月	372	0	12	509	4	897
	2017	332	366	439	587		1,724
	2016	149	158	370	362		1,039

品牌	年份	适销季节					合计
		春款	冬款	秋款	夏款	全季	
	2015	128	118	152	170		568
	2018年1-6月	99	2	7	133		241
哈吉斯	2017	83	123	122	129	5	462
	2016		5	14			19

#### (四) 核心人员简要履历及变动情况

公司担任设计研发工作的核心人员主要有副总经理马丽娟、商品企划总监马志荣、设计中心产品企划总监王春燕，均有在公司工作十年以上的丰富经验，较为稳定。

马丽娟，女，中国国籍，无境外居留权，1974年出生，研究生学历。1997年7月至2000年7月就职于中国国际企业合作公司；2001年9月至2002年7月就职于法国电力公司；2005年1月至今就职于北京嘉曼服饰有限公司，历任进口部经理、副总经理；2015年至今任公司副总经理。具备了丰富的工作经验。主管研发设计。

马志荣，女，中国国籍，无境外居留权，1980年出生，大专学历。2000年至2010年就职于北京嘉曼服饰有限公司，历任店长、销售部业务、销售部经理；2010年至2012年任品牌经理；2012年至2015年任设计部总监助理；2015年至2016年任设计部商品企划；2016年至今，任商品企划部总监。在公司工作近20年，从水孩儿品牌一线做起。对新品研发工作进行方向性指导。

王春燕，女，中国国籍，无境外居留权，1981年出生，大专学历。1999年至2000年就职于北京嘉曼服饰有限公司，任版型设计师；2000年至2008年任服装平面设计师；2008年至2012年任“水孩儿”设计师；2013年至2015年历任“暇步士”设计师、资深设计师，2016年至今任设计中心产品企划总监。在公司工作近20年，一直从事设计研发工作，主要负责投产前的适销性改造，并把控设计研发流程进度。

以上三人在公司工作年限长，对公司所经营的不同品牌及市场需求拥有较深刻的认识。使公司研发的产品，能较好地适应国内市场需求。

## (五) 设计部门人员专业水准分类情况

截至 2018 年 6 月末, 公司设计部门专业分类情况如下:

职务	产品企划总监	首席设计	资深设计		设计师			设计助理		
学历	大专	本科	本科	大专	本科	大专	以下	本科	大专	以下
人数	1	2	6	2	6	10	4	5	2	2

注: 其中设计师含版师

公司设计团队的其他成员, 绝大部分毕业于专业的服装设计院校, 年龄普遍较轻, 熟悉新生代年轻父母的消费偏好, 并且对潮流的敏感度较高, 使公司研发的产品, 能较好地适应时尚潮流的变化。综上, 公司设计研发人员结构科学合理, 具备较强的稳定性和必要的流动性, 构筑了公司的竞争力, 保障了公司的可持续发展。

报告期内公司设计人员基本情况, 包括人员数量、结构、薪资水平、成本归集等情况:

人员结构	2018 年 6 月 30 日		2017 年		2016 年		2015 年	
	人数	平均工资(万元)	人数	平均工资(万元)	人数	平均工资(万元)	人数	平均工资(万元)
产品企划总监	1	13.21	2	29.92	2	19.03	1	15.82
首席设计	2	13.46	3	19.46	2	11.61	2	10.80
资深设计	8	8.82	8	10.87	7	10.57	5	8.50
设计师	20	5.36	15	8.84	14	7.32	14	7.29
设计助理	9	2.72	7	4.23	8	4.09	6	4.11

注: 其中人数为各期末在册人数。设计师含版师。

产品企划总监的绩效奖金系年终核算, 故 2018 年 1-6 月的平均工资较首席设计师略低。公司设计人员薪酬的成本均通过管理费用核算。

同行业可比公司设计人员情况:

同行业比较	职能人员	2018 年 1-6 月	2017 年	2016 年	2015 年
		平均工资(万元)	平均工资(万元)	平均工资(万元)	平均工资(万元)
嘉曼服饰	设计人员	6.06	9.62	7.90	7.67
安奈儿	研发技术人员	未取得	未取得	10.27	9.21



注：无法取得同行业安奈儿的设计人员工资；公司副总经理马丽娟兼任设计总监，其薪酬未包含在设计人员工资统计内。

报告期内与同行业平均薪酬相比差距逐步缩小，和同行业平均薪酬差异源于地域、公司发展规模等多种因素。发行人设计人员较同行业低的主要原因系北京区域服装企业相对较少，专业院校较多，因而设计人才资源较丰富。

## 七、授权经营情况

公司与北京天达华业贸易有限公司<sup>34</sup>签署了《特许加盟协议》。天达华业是暇步士童装品牌在中国大陆地区（不包括港澳台）的合法独家被授权使用人，天达华业授权公司独家进行暇步士童装设计、生产、推销、宣传和销售（包括零售及批发），期限自2013年8月1日至2022年12月31日，同时，公司分别取得了天达华业关于暇步士童装品牌在唯品会、天猫、淘宝和京东销售的网上销售授权。

公司与 LF CORP.、Pastel World Corp.（LF CORP.控股子公司）签署了《许可协议》，LF CORP.是哈吉斯童装品牌的合法持有人，授权公司在中国大陆地区（不包括港澳台）独家进行哈吉斯童装设计、生产、推销、宣传和销售（包括零售及批发），期限自2015年6月1日至2020年12月31日，同时，公司分别取得了 LF CORP.公司关于哈吉斯童装品牌在天猫、唯品会和京东销售的网上销售授权。

## 八、公司主要产品的质量控制情况

公司自采购源头就开始严格把控商品质量，包括对供应商甄选、入库检验、库存管理等环节均严格把关，贯彻公司“质量就是生命”的质量管理理念。

### （一）质量控制标准

公司生产管理中心负责对产品进行严格的自检、外检等质量控制。公司通过了“ISO9001 质量管理体系认证”和“ISO14001 环境管理体系认证”。截至本招股说明书签署日，公司在质量控制方面主要参考的国家及行业标准如下所示：

<sup>34</sup>北京天达华业贸易有限公司系“Hush Puppies”、“暇步士”品牌在中国服装及服饰独家总代理并具有转分包的权力，其已取得“Wolverine World Wide, Inc.”的合法授权，授权期间至2025年12月31日。

标准编号	标准名称
GB 18401	《国家纺织产品基本安全技术规范》
GB 31701	《婴幼儿及儿童纺织产品安全技术规范》
GB/T 31900	《机织儿童服装》
GB/T 33271	《机织婴幼儿服装》
FZ/T 81014	《婴幼儿服装》
FZ/T 73005	《低含毛混纺及仿毛针织品》
FZ/T 73025	《婴幼儿针织服饰》
FZ/T 73045	《针织儿童服装》
GB/T 2828	《逐批检查计数抽样程序及抽样表》
FZ/T 10005	《棉及化纤纯纺、混纺印染布检验规则》
GB/T 4667	《机织物幅宽的测定》
GB 250	《评定变色用灰色样卡》
GB 251	《评定沾色用灰色样卡》
GB/T 8631	《纺织品织物因冷水浸渍而引起的尺寸变化的测定》
FZ/T 10002	《色织牛仔布布面疵点评分方法》

## (二) 质量控制体系

### 1、质量控制制度

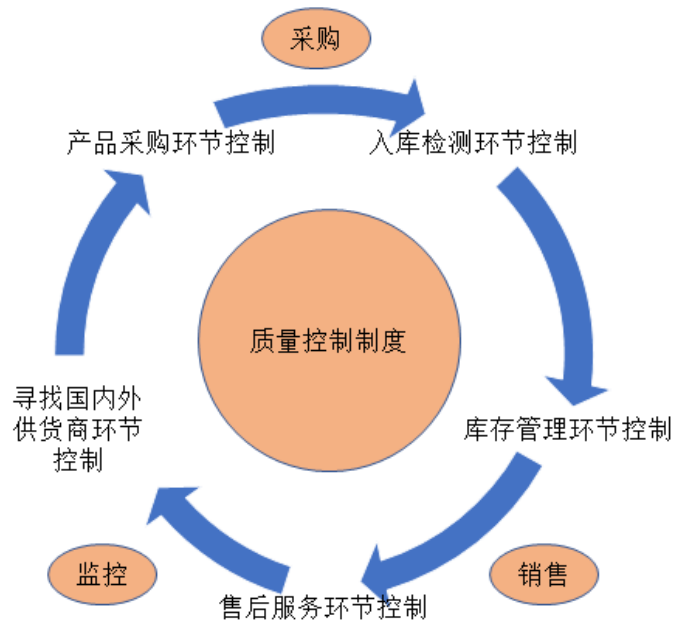
为了保证产品质量，公司制定了健全的产品质量控制制度体系，具体如下：

制度名称	主要内容
《产品质量现场管理标准及管理制度》	规范生产前期、生产中期、生产尾期的操作流程
《工厂验厂考核评价表》	对代工厂的合法合规性、安全防范与卫生健康、环境保护、生产计划与控制、品质管理计划与控制等方面进行考核
《供应商管理制度》	对合格供应商的建立与维护管理、合格供应商评估筛选、奖惩，资格注销、违规除名以及新供应商的引进进行了规范
《供应商年度业绩评估表》	从交货及时率、抽验质量合格率、品质改善和及时性、支持服务等多个维度对供应商进行业绩评估

### 2、质量控制流程

公司从现有的业务经营模式出发，制订了一整套针对供货商选择、产品采购、入库检测、库存管理和售后服务等各环节的质量控制流程，通过严格执行质量控

制流程来加强产品质量管理。公司生产经营各环节质量控制流程如下：



#### (1) 寻找国内外供货商环节

在国内供货商的选择方面，按照预期的销售分析要求，公司选择具有一定影响力和良好信誉度或为满足特定商品需求的供应商进行接洽，就其产品的种类、样式、性能、材料等是否符合国家、行业协会和公司标准进行详细沟通了解。委派专人对代工厂商的加工厂进行验厂，综合考察其营业执照、人员数量、组织情况、生产规模、生产设备等要素，以确认供应商是否符合要求。

在国外供货商的选择方面，根据公司的多品牌运营战略，主要选择品牌号召力较强的“Catimini”、“KENZO KIDS”、“YOUNG VERSACE”、“FENDI”、“Chloé”、“ARMANI JUNIOR”和“HUGO BOSS”等国际一二线品牌，主要通过直接参加品牌方的展会、订购会的方式与品牌方进行接洽下达订单采购货品。

同时，公司与国家质检部门、行业协会、标准技术委员会等长期保持联系，及时了解最新的指标动态，更新对供应商产品标准的要求。

#### (2) 产品采购环节

在实际的采购过程中，公司会先对产品的面料或样衣进行事先检测确认，工

厂在大货生产时，公司的跟单员会到工厂实地监控重要节点，如：面料到货、面料质检、第一批产品下线、过半量完成等。在工厂完成全部生产后，公司质检员会到现场进行质量检验，合格后工厂方可发货。

### (3) 入库检测环节

采购部门在商品到货前，向物流中心提供拟到货明细。产品到库后，收货人员对到货数量、号型、品质进行验收，在验收过程中对发现的明显残损污损、包装破损及其他质量问题及时反馈。

### (4) 库存管理环节

公司制定的库房管理制度规定相关人员需持续关注库存商品质量情况，发现明显毁损、脏污等情况及时汇报处理，以保证在库商品的质量状况不影响销售，对库存商品出现的质量问题，按相关质保、售后规定进行处理。

### (5) 售后服务环节

在服务质量控制方面，公司积极贯彻“用心服务”的服务理念，并先后制定了售后服务、投诉处理、退换货政策等相关制度，规范员工服务质量、提高员工服务水平、妥善处理消费者投诉。

## (三) 出现的质量纠纷情况

报告期内，公司及子公司未发生质量方面的重大纠纷或诉讼。

## 第七节 同业竞争与关联交易

### 一、公司独立运营情况

公司自设立以来,逐步建立健全法人治理结构,在资产、人员、财务、机构、业务等方面均独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业,具有独立完整的业务体系及面向市场自主经营的能力。

#### (一) 资产完整

公司系由嘉曼有限整体变更设立的股份公司,发起人或股东投入的资产足额到位,相关资产和产权变更登记手续均已办理完毕,与股东拥有的资产产权界定明确。公司具备与经营有关的业务体系及主要相关资产,建立了完整的产品销售、市场推广、设计等部门,合法拥有与经营有关的厂房以及商标、软件著作权的所有权,具有独立的原料采购和产品销售系统。

#### (二) 人员独立

公司董事、监事及高级管理人员均严格按照《公司法》、《公司章程》规定的程序推选和任免,不存在股东超越公司股东大会和董事会作出人事任免决定的情况。公司的总经理、副总经理、财务负责人和董事会秘书等高级管理人员不在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中担任除董事、监事以外的其他职务,不在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业领薪;公司的财务人员不在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中兼职。

#### (三) 财务独立

公司已建立独立的财务核算体系、能够独立作出财务决策、具有规范的财务会计制度和对子公司的财务管理制度;公司依法独立纳税并依法独立开设银行账户,未与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业共用银行账户;公司不存在为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业提供担保的情形。

#### (四) 机构独立

公司依照《公司法》和《公司章程》设置了股东大会、董事会、监事会等法人治理机构,建立了符合自身经营特点、独立完整的组织结构,各机构按照《公

公司章程》及各项规章制度独立行使职权，职责明确、工作流程清晰、相互配合、相互制约。公司生产经营场所与股东及其他关联方完全分开，不存在混合经营、合署办公的情况。

### **(五) 业务独立**

公司的主营业务为从事童装的研发设计、供应链管理、运营推广、直营及加盟销售等核心业务。公司拥有必要的人员、资金、技术和设备，建立了完整、有效的组织系统，能够独立支配人、财、物等生产要素，生产经营独立进行。公司的业务独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业，与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业间不存在同业竞争或者显失公平的关联交易。

## **二、 同业竞争**

### **(一) 同业竞争情况说明**

公司主要从事童装的研发设计、供应链管理、运营推广、直营及加盟销售等核心业务。

截至本招股说明书签署日，公司的控股股东、实际控制人曹胜奎、刘激、刘林贵和马丽娟控制的其他企业为嘉宜园、瑞辉商贸和力元正通。嘉宜园、瑞辉商贸和力元正通的具体情况详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“七、发起人、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”之“（四）实际控制人控制的其他企业”。

截至本招股说明书签署日，公司控股股东、实际控制人及其控制的其他企业没有从事与公司相同或相似的业务，与公司之间不存在同业竞争。

### **(二) 控股股东及实际控制人避免同业竞争的承诺**

为了避免将来可能发生的同业竞争，控股股东、实际控制人曹胜奎、刘林贵、刘激、马丽娟出具了《关于避免同业竞争的承诺函》，承诺：

“一、截至本承诺函出具之日，本人没有在中国境内或境外单独或与其他自然人、法人、合伙企业或组织，以任何形式直接或间接从事或参与任何对发行人构成竞争的业务及活动或拥有与发行人存在竞争关系的任何经济实体、机构、经济组织的权益，或在经济实体、机构、经济组织中担任高级管理人员或核心技

术人员。

二、本人承诺，本人在作为发行人的实际控制人期间，本人保证将采取合法及有效的措施，促使本人、本人拥有控制权的其他公司、企业与其他经济组织及本人的关联企业，不以任何形式直接或间接从事与发行人相同或相似的、对发行人业务构成或可能构成竞争的任何业务，并且保证不进行其他任何损害发行人及其他股东合法权益的活动。

三、本人承诺，本人在作为发行人的实际控制人期间，凡本人及本人所控制的其他企业或经济组织有任何商业机会可从事、参与或入股任何可能会与发行人生产经营构成竞争的业务，本人将按照发行人的要求，将该等商业机会让与发行人，由发行人在同等条件下优先收购有关业务所涉及的资产或股权，以避免与发行人存在同业竞争。

四、本人承诺，如果本人违反上述声明与承诺并造成发行人经济损失的，本人将赔偿发行人因此受到的全部损失。”

### 三、关联方及关联关系

根据《公司法》、《企业会计准则 36 号—关联方披露》等法律及规范性文件的相关规定，报告期内公司的主要关联方包括：

#### (一) 持有发行人 5%以上股份的股东及实际控制人

序号	关联方名称	与公司关联关系
1	曹胜奎、刘激、刘林贵、马丽娟	实际控制人
2	重庆麒厚	持股 5%以上的股东
3	深圳架桥	持股 5%以上的股东
4	天津架桥	持有公司 2.98%股份，与深圳架桥受同一控制人控制

#### (二) 发行人控股子公司

发行人控股子公司情况参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“六、发行人控股子公司、参股公司的情况”之“(一) 本公司的控股子公司”。

### (三) 发行人控股股东、实际控制人控制的企业

序号	关联方名称	与公司关联关系	备注
1	嘉宜园	实际控制人控制的企业	未开展实际业务
2	瑞辉商贸	实际控制人控制的企业	未开展实际业务
3	力元正通	实际控制人控制的企业	公司员工持股平台, 未开展其他业务经营活动

### (四) 发行人及发行人控股股东的董事、监事、高级管理人员及其关系密切家庭成员

发行人的董事、监事、高级管理人员情况详见本招股说明书“第八节董事、监事、高级管理人员与核心技术人员”之“一、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员简介”。前述人员及其关系密切家庭成员均为公司的关联自然人。

### (五) 关联自然人控制、共同控制、施加重大影响或担任董事、高级管理人员的企业

截至本招股说明书签署之日, 公司董事、监事、高级管理人员在其他企业担任董事、高级管理人员情况详见本招股说明书“第八节 董事、监事、高级管理人员与核心技术人员”之“三、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员的其他对外投资情况”、“五、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员兼职情况”。

### (六) 报告期内注销或转让的关联方

发行人报告期内注销或转让后注销的关联方为: 力元仁和及水孩儿科技, 具体情况如下:

#### 1、力元仁和

力元仁和成立于2014年6月25日, 注册号为110107017491094, 注册资本10万元, 其中曹胜奎出资5万元、陈振中出资5万元, 注册地址为北京市石景山区时代花园南路17号5层509室, 经营范围为“销售化妆品、日用品、服装服饰、鞋帽、计算机软硬件、家用电器、厨房用具; 健康咨询(须经审批的诊疗活动除外)。(依法须经批准的项目, 经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动。)”。



曹胜奎于 2014 年 6 月投资设立力元仁和系出于朋友介绍，拟主要从事“三生”品牌的保健品销售业务，后由于该公司经营状况无法达到预期目标，2015 年 11 月 23 日，力元仁和经北京市工商局石景山分局核准注销。力元仁和注销前不存在因重大违法违规行为而受到主管部门行政处罚的情形。

## 2、水孩儿科技

经核查，水孩儿科技成立于 2009 年 7 月 2 日，嘉曼有限原持有水孩儿科技 100%的股权，嘉曼有限于 2014 年 11 月将其所持上述股权全部转让给赛维航电，本次转让的主要背景情况如下：

水孩儿科技在被转让前仅开展少量水孩儿服装的销售业务，其主要资产为位于北京市经济开发区京海二路 29 号院 5 号楼房产，由于该幢房产与其他临近房屋为共用同一产权证，水孩儿科技短期内无法将其分割为单幢房屋产权证进行银行融资，从而解决或缓解嘉曼有限当时的融资困境，因此，嘉曼有限拟将其对外出售，且赛维航电有意受让上述房产。赛维航电将水孩儿科技于 2017 年 1 月 3 日予以注销。

保荐机构、中伦律师认为：本次股权转让完成后，发行人未与水孩儿科技发生任何交易；截至上述股权转让前，水孩儿科技不存在违法违规行为而受到主管部门行政处罚的情形。

## 四、关联交易情况

### (一) 经常性关联交易

#### 1、关联租赁

报告期内，公司与关联方发生的关联租赁情况如下：

2014 年 11 月 20 日，嘉宜园与公司子公司天津嘉曼签署《租赁合同》，约定嘉宜园将其持有的位于北京市石景山区西井路 11#西侧的房屋（面积 1,196 平方米）租赁予天津嘉曼，租金为 43.00 万元/年，租期为 2014 年 12 月 1 日至 2015 年 11 月 30 日。2015 年 12 月 1 日，嘉宜园与天津嘉曼续签该租赁合同，租金不变，租期为 2015 年 12 月 1 日至 2017 年 11 月 30 日。嘉宜园租赁予天津嘉曼的房屋由于 2016 年初即被拆迁，因此天津嘉曼自 2016 年 2 月起不再租赁嘉宜园的

上述房屋。

## 2、关键管理人员薪酬

根据立信出具的信会师报字[2018]第 ZB11964 号《审计报告》，报告期内，公司向董事、监事、高级管理人员支付薪酬情况如下：

单位：万元

项目	2018年1-6月	2017年度	2016年度	2015年度
关键管理人员薪酬	182.73	269.71	210.27	159.32

### (二) 偶发性关联交易

#### 1、关联方担保

根据立信出具的信会师报字[2018]第 ZB11964 号《审计报告》，报告期内，公司与关联方的相互担保情况如下：

##### (1) 公司作为担保方：

被担保方	担保金额(元)	币种	担保起始日	担保到期日	担保是否已经履行完毕
水孩儿服饰	10,000,000.00	人民币	2015.6.11	2017.6.10	是
天津嘉曼	7,625,286.10	人民币	2015.7.11	2017.7.10	是
天津嘉曼	2,374,713.90	人民币	2015.7.28	2017.7.27	是
天津嘉曼	8,000,000.00	人民币	2015.11.18	2017.11.17	是
天津嘉曼	2,000,000.00	人民币	2015.11.18	2017.11.17	是
水孩儿服饰	10,000,000.00	人民币	2016.4.24	2018.4.23	是
天津嘉曼	20,000,000.00	人民币	2016.9.23	2018.9.22	是
天津嘉曼	14,300,000.00	人民币	2017.1.15	2019.1.14	是
天津嘉曼	15,696,000.00	人民币	2017.1.15	2019.1.14	是
天津嘉曼	10,000.00	人民币	2018.1.23	2020.1.22	是
天津嘉士	10,000.00	人民币	2018.1.23	2020.1.22	是
杭州思普源	10,000.00	人民币	2018.1.23	2020.1.22	是
天津嘉吉斯	10,000.00	人民币	2018.1.23	2020.1.22	是
天津嘉达	10,000.00	人民币	2018.1.23	2020.1.22	是
水孩儿服饰	10,000.00	人民币	2018.1.23	2020.1.22	是
天津嘉曼	10,700,000.00	人民币	2018.5.1	2020.4.30	是
深圳嘉宜美	10,000.00	人民币	2018.1.23	2020.1.22	是

被担保方	担保金额(元)	币种	担保起始日	担保到期日	担保是否已经履行完毕
天津嘉吉斯	10,000.00	人民币	2019.1.8	2021.1.7	否
天津嘉士	10,000.00	人民币	2019.1.9	2021.1.8	否
杭州思普源	10,000.00	人民币	2019.1.9	2021.1.8	否
天津嘉曼	10,000.00	人民币	2019.1.9	2021.1.8	否
天津嘉达	10,000.00	人民币	2019.1.11	2021.1.10	否
水孩儿服饰	10,000.00	人民币	2019.1.9	2021.1.8	否
深圳嘉宜美	10,000.00	人民币	2019.1.9	2021.1.8	否

## (2) 公司作为被担保方:

担保方	担保金额(元)	币种	担保起始日	担保到期日	担保是否已经履行完毕
曹胜奎	3,000,000.00	人民币	2013.9.7	2015.9.6	是
曹胜奎	1,000,000.00	人民币	2014.8.17	2016.8.16	是
曹胜奎、刘林贵、刘澍、马丽娟	2,000,000.00	人民币	2014.9.30	2016.9.29	是
曹胜奎、刘林贵、刘澍、马丽娟	600,000.00	人民币	2014.9.30	2016.9.29	是
曹胜奎、刘林贵、刘澍、马丽娟	1,000,000.00	人民币	2014.9.30	2016.9.29	是
曹胜奎、刘林贵	2,000,000.00	人民币	2014.9.30	2016.9.29	是
曹胜奎、刘林贵、刘澍、马丽娟、王存樑	15,000,000.00	人民币	2014.11.2	2016.11.1	是
曹胜奎	3,000,000.00	人民币	2014.11.27	2016.11.26	是
曹胜奎、刘林贵	2,400,000.00	人民币	2015.1.17	2017.1.16	是
曹胜奎、刘林贵、刘澍、马丽娟	10,000,000.00	人民币	2015.6.11	2017.6.10	是
刘林贵、曹胜奎	7,625,286.10	人民币	2015.7.11	2017.7.10	是
刘林贵、曹胜奎	2,374,713.90	人民币	2015.7.28	2017.7.27	是
曹胜奎、刘林贵	5,600,000.00	人民币	2015.9.25	2017.9.24	是
曹胜奎	8,000,000.00	人民币	2015.11.18	2017.11.17	是
曹胜奎	2,000,000.00	人民币	2015.11.18	2017.11.17	是
曹胜奎、刘林贵、刘澍、马丽娟	10,000,000.00	人民币	2016.4.24	2018.4.23	是
曹胜奎、刘林贵、刘澍、马丽娟、王存樑	6,000,000.00	人民币	2016.10.25	2018.10.24	是
曹胜奎、刘林贵、刘澍、马丽娟	14,300,000.00	人民币	2017.1.15	2019.1.14	是

担保方	担保金额(元)	币种	担保起始日	担保到期日	担保是否已经履行完毕
曹胜奎、刘林贵、刘激、马丽娟	15,696,000.00	人民币	2017.1.15	2019.1.14	是
刘林贵、曹胜奎、刘激、马丽娟	30,910.00	欧元	2017.5.12	2019.5.11	是
刘林贵、曹胜奎、刘激、马丽娟	100,660.00	美元	2017.5.20	2019.5.19	是
刘林贵、曹胜奎、刘激、马丽娟	22,648.78	美元	2017.6.10	2019.6.9	是
刘林贵、曹胜奎、刘激、马丽娟	98,688.00	欧元	2017.6.17	2019.6.16	是
刘激、马丽娟	4,000,000.00	人民币	2017.12.23	2019.12.22	是
刘激、马丽娟	5,000,000.00	人民币	2018.3.23	2020.3.22	是
曹胜奎、刘林贵、刘激、马丽娟、王存樑	7,500,000.00	人民币	2018.3.27	2020.3.26	是
嘉宜园	448,198	欧元	2017.12.9	2019.12.8	是
刘激、马丽娟	10,000,000.00	人民币	2018.4.20	2020.4.19	是
刘激、马丽娟	19,900,000.00	人民币	2018.10.19	2020.10.18	是

注：除上述表格披露的与借款相关的关联担保外，2014年-2018年1-6月公司发生的信用证开立和银行承兑汇票出具的关联担保情况如下：

2014年度-2015年度，公司开立的信用证和出具的银行承兑汇票均是关联方担保下产生的；

2016年度，公司信用证中有25.15万欧元是通过保证金存款质押开立的，其余信用证和银行承兑汇票均是在关联方担保下产生的；

2017年度，公司信用证中有128.93万欧元是通过定期储蓄存款质押开立的，其余信用证和银行承兑汇票均是在关联方担保下产生的；

2018年1-6月，公司信用证中有145.20万欧元是通过定期储蓄存款质押开立的，银行承兑汇票中有1,915.42万元是通过定期储蓄存款质押出具的，其余信用证和银行承兑汇票均是在关联方担保下产生的；

截至2018年6月30日，正在履行的关联方担保下的信用证余额有6.64万美元、315.83万欧元，正在履行的关联方担保下的银行承兑汇票有2,882.21万元。

为公司开立信用证、出具银行承兑汇票进行担保的关联方有曹胜奎、刘林贵、刘激、马丽娟、王存樑和嘉宜园。

## 2、关联方委托贷款

2016年12月30日,嘉宜园(委托人)、北京农村商业银行股份有限公司石景山支行(受托人)、公司(借款人)签署《委托贷款借款合同》(编号:2016001979),约定北京农村商业银行股份有限公司石景山支行接受嘉宜园委托,向嘉曼服饰发放委托贷款人民币3,000.00万元,年利率为4.35%,贷款期限为2017年1月6日至2017年7月6日。公司已于2017年3月将本金及利息共计30,025,375.00元通过北京农村商业银行股份有限公司石景山支行归还予嘉宜园。

## 3、关联方的资金拆借及资金占用

报告期内,公司与关联方发生的资金拆借及资金占用情况如下:

关联方	拆借金额(元)	起始日	到期日	说明
拆出				
曹胜奎等	3,178,200.00	2015.9.1	2016.3.29	注1
瑞辉商贸	60,000.00	2014.6.26	2016.3.29	注2

注1:2015年5月,公司以截至2014年12月31日经审计的账面净资产为依据进行股改。2015年9月1日,公司为自然人股东曹胜奎、刘林贵、刘激和马丽娟分别代垫因股改需缴纳的个人所得税112.48万元、63.57万元、110.00万元和31.77万元。代垫款项由各股东于2016年3月29日归还,并于2016年6月29日向公司合计支付资金使用费84,064.15元。

注2:2014年6月26日瑞辉商贸向公司借款6.00万元,该借款已于2016年3月29日归还给公司,并于2017年9月1日支付资金使用费4,125.00元。

## 4、关联方之间买卖机动车

2015年4月27日,嘉宜园与水孩儿服饰签订《北京市旧机动车买卖合同》,约定嘉宜园将其持有金杯牌小型普通客车以1.00万元的价格卖给水孩儿服饰。

2017年11月17日,刘激与嘉曼服饰签订《北京市旧机动车买卖合同》,约定刘激将其持有奔驰汽车以15.00万元的价格销售给嘉曼服饰。

## 5、关联方应收、应付款项余额

### (1) 应收关联方款项余额

单位：万元

关联方	2018.6.30		2017.12.31		2016.12.31		2015.12.31	
	账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备
曹胜奎	-	-	-	-	-	-	112.48	5.62
刘林贵	-	-	-	-	-	-	63.57	3.18
马长海	-	-	-	-	-	-	-	-
刘激	-	-	-	-	-	-	210.00	10.50
马丽娟	-	-	-	-	-	-	31.77	1.59
瑞辉商贸	-	-	-	-	-	-	6.00	0.60

## (2) 应付关联方项目

单位：万元

关联方	账面余额			
	2018.6.30	2017.12.31	2016.12.31	2015.12.31
-			-	-

## (三) 关联交易对公司财务状况和经营成果的影响

公司发生的经常性关联交易的金额占营业收入比例较小,对公司的财务状况和经营成果未产生重大影响。

## 五、规范关联交易的制度安排

为规范关联交易行为,依据《公司法》、《证券法》等有关规定,公司制定了《公司章程(草案)》、《关联交易管理办法》、《独立董事制度》,对关联交易决策权限与程序作出了规定。

## (一) 上市后适用的《公司章程(草案)》中规范关联交易的规定

1、股东大会审议有关关联交易事项时,关联股东可以就该关联交易事项作适当陈述,但不参与该关联交易事项的投票表决,其所代表的有表决权的股份数不计入有效表决总数;该关联交易事项由出席会议的非关联关系股东投票表决,过半数的有效表决权赞成该关联交易事项即为通过;如该交易事项属特别决议范围,应由三分之二以上有效表决权通过。股东大会决议的公告应当充分披露非关联股东的表决情况。

2、董事个人或者其所任职的其他企业直接或者间接与公司已有的或者计划

中的合同、交易、安排有关联关系时（聘任合同除外），不论有关事项在一般情况下是否需要董事会批准同意，均应当尽快向董事会披露其关联关系的性质和程度。董事会在对以上事项表决时，该董事会会议应经过半数的无关联董事出席方可举行，董事会会议作出的决议须经无关联关系董事过半数通过。出席董事会会议的无关联关系的董事人数不足三人时，应将该事项提交公司股东大会审议。

3、公司与关联自然人发生的交易金额在 30.00 万元人民币以上、或者公司与关联法人达成的交易金额在 300.00 万元以上且占公司最近一期经审计的合并报表净资产绝对值的 0.5%以上的关联交易，由董事会审议批准。

4、公司的股东、实际控制人及其关联企业对公司现有或新发生的总额高于 300.00 万元或高于公司最近经审计净资产值的 5%的借款或其他资金往来，以及公司是否采取有效措施回收欠款需独立董事向董事会或股东大会发表独立意见；重大关联交易（指公司拟与关联人达成的总额高于 300.00 万元或高于公司最近一期经审计净资产值的 5%的关联交易）应由独立董事认可后，提交董事会讨论；独立董事作出判断前，可以聘请中介机构出具独立财务顾问报告，作为其判断的依据。

5、股东大会审议批准与关联人发生的交易金额在 3,000.00 万元人民币以上，且占公司最近一期经审计净资产绝对值 5%以上的关联交易（公司获赠现金资产和提供担保除外）事项。股东大会审议有关关联交易事项时，关联股东可以就该关联交易事项作适当陈述，但不参与该关联交易事项的投票表决，其所代表的有表决权的股份数不计入有效表决总数；该关联交易事项由出席会议的非关联关系股东投票表决，过半数的有效表决权赞成该关联交易事项即为通过；如该交易事项属特别决议范围，应由三分之二以上有效表决权通过。股东大会决议的公告应当充分披露非关联股东的表决情况。

## （二）上市后适用的《关联交易管理办法》中规范关联交易的规定

1、公司与关联自然人、关联法人发生的交易（公司获赠现金资产和提供担保除外）金额在人民币 3,000.00 万元以上（含 3,000.00 万元），且占公司最近一

期经审计净资产绝对值 5%以上(含 5%)的关联交易,经股东大会审议批准后方可实施。

2、公司为关联人提供担保的,不论数额大小,均应当在董事会审议通过后提交股东大会审议。公司为持有本公司 5%以下股份的股东提供担保的,参照前款的规定执行,有关股东应当在股东大会上回避表决。

3、公司与关联自然人发生的交易金额达到人民币 30.00 万元以上(含 30.00 万元)的关联交易事项,与关联法人发生的交易金额在人民币 300.00 万元以上(含 300.00 万元)且占公司最近一期经审计净资产绝对值 0.5%以上(含 0.5%)的关联交易,由公司董事会审议批准。

4、公司与关联自然人发生的交易金额低于人民币 30.00 万元的关联交易事项,以及与关联法人发生的交易金额低于人民币 300.00 万元或低于公司最近一期经审计净资产绝对值 0.5%的关联交易事项,由公司总经理审议批准。

5、股东大会、董事会、总经理会议依据《公司章程》和议事规则的规定,在各自权限范围内对公司的关联交易进行审议和表决。需董事会或股东大会批准的关联交易应获得董事会或股东大会的事前批准。公司审议与关联方的交易,或与关联方签署涉及关联交易的合同、协议或作出其他安排时,应当采取必要的回避措施,包括:

- (1) 按本办法规定回避表决;
- (2) 任何个人只能代表一方签署协议;
- (3) 关联方不得以任何方式干预公司的决定。

6、董事会审议关联交易事项时,关联董事应当回避表决,也不得代理其他董事行使表决权;会议由过半数的非关联董事出席即可举行,会议所做决议须经非关联董事过半数通过。出席董事会的非关联董事人数不足三人的,公司应当将该交易提交股东大会审议。

### (三) 上市后适用的《独立董事制度》中规范关联交易的规定

1、独立董事对公司及全体股东负有诚信与勤勉义务。独立董事应当按照相关的法律法规、《指导意见》和公司章程的要求,认真履行职责,维护公司整体



利益，尤其要关注中小股东的合法权益不受损害。

2、公司拟与关联人达成的总额高于 300.00 万元或高于公司最近经审计净资产值的 5%的关联交易应由独立董事认可后，提交董事会讨论。独立董事作出判断前，可以聘请中介机构出具独立财务顾问报告，作为其判断的依据。

综上，公司已根据有关法律、法规和规范性文件的规定，已在《公司章程（草案）》、《关联交易管理办法》、《独立董事制度》中规定了股东大会、董事会审议有关关联交易事项时关联股东、关联董事回避表决制度及其他公允决策程序，且有关议事规则及决策制度已经股东大会审议通过。

## 六、报告期内关联交易决策程序的履行情况以及独立董事对关联交易发表的意见

报告期内，公司与关联方发生的重大关联交易已履行了相关决策程序，并签订了相关协议。

公司独立董事对报告期内的关联交易事项进行了审慎调查，发表如下意见：“报告期内发行人与瑞辉商贸以及为曹胜奎等自然人股东代扣代缴所得税所发生的关联方借款，相关方事后已进行相应规范并已向发行人支付资金使用费；除此之外，其他重大关联交易均依据市场定价原则或者按照使发行人或非关联股东受益的原则确定，不存在最终损害发行人及其他股东利益的情况。发行人报告期内发生的关联交易，均已按照发行人当时的有效章程及决策程序履行了相关审批程序，或虽未履行相关审批程序但已经发行人董事会或股东大会事后予以确认。”

## 七、发行人减少关联交易的措施

### （一）制定完善并严格执行相关制度

公司拥有独立、完整的业务经营体系，营销、采购、财务、行政等系统均独立于股东。公司在日常经营活动中尽量减少关联交易，并将关联交易的数量和经营成果的影响降至最小程度。公司通过制定《公司章程（草案）》、《关联交易管理办法》、《独立董事制度》等制度，对关联交易的决策权限和程序做出了严格的规定，减少和规范关联交易。

公司尽量避免关联交易的发生,对于难以避免的关联交易,公司严格按照国家现行法律、法规、规范性文件以及《公司章程(草案)》、《关联交易管理办法》和《独立董事制度》等有关规定履行必要程序,遵循市场公正、公平、公开的原则,明确双方的权利和义务,确保关联交易的公平。

## (二) 关于减少和规范关联交易的承诺

为规范和减少关联交易,公司的控股股东、实际控制人、持股 5%以上股份股东、公司董事、监事、高级管理人员均出具了《关于减少和规范关联交易的承诺函》。

1、实际控制人曹胜奎、刘激、刘林贵、马丽娟承诺如下:

“一、本人将善意履行作为发行人股东的义务,充分尊重发行人的独立法人地位,保障发行人独立经营、自主决策。本人将严格按照中国公司法以及发行人的公司章程规定,促使经本人提名的发行人董事依法履行其应尽的诚信和勤勉责任。

二、保证本人以及本人控股或实际控制的公司或者其他企业或经济组织(以下统称“本人控制的企业”),今后原则上不与发行人发生关联交易。如果发行人在今后的经营活动中必须与本人或本人控制的企业发生不可避免的关联交易,本人将促使此等交易严格按照国家有关法律法规、发行人的章程和有关规定履行有关程序,并按照正常的商业条件进行,且保证本人及本人控制的企业将不会要求或接受发行人给予比在任何一项市场公平交易中第三者更优惠的条件。并且保证不利用股东地位,就发行人与本人或本人控制的企业相关的任何关联交易采取任何行动,故意促使发行人的股东大会或董事会作出侵犯其他股东合法权益的决议。

三、保证本人及本人控制的企业将严格和善意地履行其与发行人签订的各种关联交易协议。本人及本人控制的企业将不会向发行人谋求任何超出该等协议规定以外的利益或收益。

四、如违反上述承诺给发行人造成损失,本人将向发行人作出赔偿。”

2、持有发行人 5%以上股份的股东重庆麒厚、深圳架桥出具《关于规范关联交易的承诺函》如下:

“一、本企业将善意履行作为发行人股东的义务，充分尊重发行人的独立法人地位，保障发行人独立经营、自主决策。本企业将严格按照中国公司法以及发行人的公司章程规定，促使经本企业提名的发行人董事依法履行其应尽的诚信和勤勉责任。

二、保证本企业以及本企业控股或实际控制的公司或者其他企业或经济组织（以下统称“本企业控制的企业”），今后原则上不与发行人发生关联交易。如果发行人在今后的经营活动中必须与本企业或本企业控制的企业发生不可避免的关联交易，本企业将促使此等交易严格按照国家有关法律法规、发行人的章程和有关规定履行有关程序，并按照正常的商业条件进行，且保证本企业及本企业控制的企业将不会要求或接受发行人给予比在任何一项市场公平交易中第三者更优惠的条件。并且保证不利用股东地位，就发行人与本企业或本企业控制的企业相关的任何关联交易采取任何行动，故意促使发行人的股东大会或董事会作出侵犯其他股东合法权益的决议。

三、保证本企业及本企业控制的企业将严格和善意地履行其与发行人签订的各种关联交易协议。本企业及本企业控制的企业将不会向发行人谋求任何超出该等协议规定以外的利益或收益。

四、如违反上述承诺给发行人造成损失，本企业将向发行人作出赔偿。”

## 第八节 董事、监事、高级管理人员与核心技术人员

### 一、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员简介

#### (一) 董事会成员

本公司董事会由7名成员组成,其中包括3名独立董事。依据《公司章程》,本公司董事由股东大会选举产生,任期三年,并可连选连任,独立董事连任时间不超过六年。

董事会成员组成情况如下:

董事	职位	任期
曹胜奎	董事长	2018年5月至2021年5月
刘澍	副董事长、总经理	2018年5月至2021年5月
石雷	董事、副总经理	2018年5月至2021年5月
谢犁	董事	2018年5月至2021年5月
万文英	独立董事	2018年5月至2021年5月
刘菲	独立董事	2018年5月至2021年5月
骆珣	独立董事	2018年5月至2021年5月

公司董事简历如下:

曹胜奎,男,中国国籍,无境外居留权,1949年出生,本科学历。1965年7月至1970年1月在空军第四航空学院,任飞行学员;1970年1月至1973年1月就职于五机部394厂;1973年1月至1973年9月就职于北京进出口商品检验局;1973年9月至1976年7月就读于北京师范大学;1976年7月至1985年10月就职于北京进出口商品检验局;1985年10月至2005年12月就职于北京针棉织品进出口公司;2000年7月至2001年11月担任北京海利特工贸有限公司执行董事、总经理职务;1985年10月至2006年10月历任中宜针织联营有限公司总经理助理、副总经理、总经理职务;1992年1月至2007年12月担任北京超群电子有限公司副董事长职务;1992年10月至2011年4月担任北京通旭服装有限公司董事职务;1992年9月至2015年5月历任嘉曼有限董事、董事长;2015年5月至今任嘉曼服饰董事长,并担任公司子公司天津嘉曼、天津嘉士执行董事、经理职务,担任公司关联方嘉宜园董事长、经理职务。

刘激，男，中国国籍，无境外居留权，1977年出生，研究生学历。2002年9月至2003年7月就职于法国 Armor-Lux 品牌公司；2004年1月至2015年5月就职于嘉曼有限，历任嘉曼有限董事、总经理；2015年5月至今任嘉曼服饰副董事长、总经理，并担任公司子公司天津嘉吉斯、天津嘉达、水孩儿服饰执行董事、经理职务，担任公司子公司天津嘉曼、天津嘉士监事职务。

石雷，男，中国国籍，拥有新西兰居留权，1979年出生，本科学历。2008年2月至2015年5月就职于嘉曼有限，历任嘉曼有限进口部经理、商务总监、副总经理，2015年5月至今任嘉曼服饰董事、副总经理，并担任公司子公司大连嘉一、成都思普源执行董事、经理职务。

谢犁，女，中国国籍，无境外居留权，1974年出生，研究生学历。1995年7月至1999年3月就职于蔚深证券有限责任公司，任财务分析师职务；2000年12月至2004年12月就职于康联马洪（中国）投资管理有限公司，任基金经理职务；2005年4月至2008年5月就职于雷曼兄弟亚洲投资公司，任副总裁职务；2008年5月至2009年8月就职于渣打亚洲投资有限公司，任董事职务；2014年10月至2016年6月担任苏州天孚光通信股份有限公司董事职务；2014年11月至2017年11月担任基蛋生物科技股份有限公司监事职务；2009年8月至今就职于重庆麒厚西海股权投资管理有限公司，任董事职务，同时担任北京长安创新投资管理有限公司经理职务、担任北京犁金谷投资管理有限责任公司执行董事、经理职务、担任新疆长安创新创业投资有限公司董事、经理职务；2015年5月至今任嘉曼服饰董事。

万文英，女，中国国籍，无境外居留权，1945年出生，大专学历。1967年7月至1989年9月就职于北京市百货有限公司，历任科员、副科长、副总经理；1989年9月至1991年1月出国；1992年1月至2002年12月，历任北京燕莎友谊商城有限公司副总经理、总经理；2003年1月至2010年4月，任北京世纪英华商业管理有限公司董事长；2016年9月至2018年1月担任泰安新昌协盛商业管理有限公司总经理职务；2016年10月至2018年1月担任佛山新昌协盛商业管理有限公司经理职务；2015年9月至今，任新昌协盛（中国）商业管理公司董事长；2015年5月至今任嘉曼服饰独立董事。

刘菲，女，中国国籍，无境外居留权，1954年出生，研究生学历。1971年

1月至1978年11月就职于北京市西城区副食品公司宣传科，任副科长；1978年12月至1982年12月就读于北京商学院；1983年2月至1999年9月，任北京商学院教授、系主任；1999年9月至2009年7月，任北京工商大学教授，2009年8月退休；2014年3月至今，任新谷泉（北京）投资有限公司监事；2015年6月至今，任新谷泉（兴隆）旅游开发有限公司监事；2015年10月至今任嘉曼服饰独立董事。

骆珣，女，中国国籍，无境外居留权，1958年出生，博士研究生学历。1975年8月至1978年1月作为知青工作于呼伦贝尔盟大雁矿务局青年农场，1982年1月至1986年8月就职于马钢初轧厂均热车间，任助理工程师；1989年4月至1993年8月就职于北京理工大学校长办公室，任行政秘书；1993年9月至2018年8月就职于北京理工大学管理学院，历任讲师、副教授、教授，2018年9月退休；2015年10月至今担任北京合力亿捷科技股份有限公司独立董事；2015年12月至今担任恒泰艾普石油天然气技术服务股份有限公司独立董事；2018年1月至今担任苏州天淮科技股份有限公司独立董事；2017年4月至今任嘉曼服饰独立董事。

## （二）监事会成员

公司监事会由3名监事组成，其中包括1名职工代表监事。依据《公司章程》，监事每届任期届满可连选连任。

监事会成员具体情况如下：

监事	职位	任期
王存樑	监事会主席、物流中心总监	2018年5月至2021年5月
王硕	职工监事、物流中心经理	2018年5月至2021年5月
余彦	监事、人力行政管理中心总监	2018年5月至2021年5月

公司监事简历如下：

王存樑，男，中国国籍，无境外居留权，1974年出生，本科学历。1995年1月至1996年11月就职于北京宜越针织发展有限公司财务部，任会计；1996年11月至2015年5月，历任嘉曼有限会计、财务主管、总经办主任；2015年5月至今任嘉曼服饰监事会主席、物流中心总监，并担任公司子公司深圳嘉宜美、天

津嘉吉斯、大连嘉一、成都思普源、天津嘉达、水孩儿服饰监事职务。

王硕，男，中国国籍，无境外居留权，1983年出生，大专学历。2001年2月至2001年12月就职于青岛双星股份有限公司青岛双星工业园EVA车间，任小组主管；2002年3月至2015年5月就职于嘉曼有限，历任库房主管、物流中心经理；2015年5月至今任嘉曼服饰职工监事、物流中心经理。

余彦，女，中国国籍，无境外居留权，1977年出生，本科学历。2000年6月至2002年3月就职于北京太极德捷通信电子系统有限公司总经办，任总经理助理；2002年4月至2005年1月就职于华旭金卡股份有限公司商务部，任经理；2005年4月至2013年9月就职于北京天威诚信电子商务服务有限公司，任人事行政部总监；2013年10月至2015年5月就职于嘉曼有限，任人力行政管理中心总监；2015年至今任嘉曼服饰监事、人力行政管理中心总监。

### (三) 高级管理人员

公司高级管理人员由5名成员组成，具体情况如下：

高级管理人员	职位	任期
刘激	副董事长、总经理	2018年5月至2021年5月
石雷	董事、副总经理	2018年5月至2021年5月
程琳娜	董事会秘书、副总经理	2018年5月至2021年5月
马丽娟	副总经理	2018年5月至2021年5月
李军荣	财务总监	2018年5月至2021年5月

公司高级管理人员简历如下：

刘激，公司副董事长、总经理，参见董事会成员简介。

石雷，公司董事、副总经理，参见董事会成员简介。

程琳娜，女，中国国籍，无境外居留权，1983年出生，本科学历。2006年1月至2006年7月就职于北京白领时装有限公司设计部，任设计师；2006年7月至2015年5月就职于嘉曼有限，历任市场部经理、董事长助理；2015年5月至今任嘉曼服饰董事会秘书、副总经理。

马丽娟，女，中国国籍，无境外居留权，1974年出生，研究生学历。1997年7月至2000年7月就职于中国国际企业合作公司；2001年9月至2002年7

月就职于法国电力公司；2005年1月至今就职于嘉曼有限，历任进口部经理、副总经理；2015年至今任嘉曼服饰副总经理。

李军荣，女，中国国籍，无境外居留权，1975年出生，本科学历。2000年7月至2002年3月就职于保利（湖南）实业发展有限公司，任财务部会计；2002年4月至2011年5月就职于中国电子工程设计院，任财务资产部高级财务经理；2011年5月至2015年9月就职于华油能源集团有限公司，任财务部副经理；2015年11月至今就职于嘉曼服饰任财务总监。

#### （四）核心技术人员

公司拥有3名核心技术人员，分别为石雷、马丽娟和王磊。

石雷，公司董事、副总经理，参见董事会成员简介。

马丽娟，公司副总经理，参见高级管理人员成员简介。

王磊，男，中国国籍，无境外居留权，1981年出生，本科学历。2006年9月至2007年7月就职于嘉曼有限，任设计师；2007年9月至2008年7月就职于北京科曼维斯凯服饰有限公司，任品牌策划经理；2008年8月至2009年8月为自由设计师；2009年至今就职于嘉曼有限、嘉曼服饰，历任市场部经理、市场部总监、电商事业部总监职务，并担任子公司广州嘉贵执行董事、经理职务。

#### （五）董事、监事选聘情况

##### 1、董事的提名和选举情况

2015年5月8日，公司召开创立大会暨第一次股东大会审议通过了《关于选举北京嘉曼服饰股份有限公司第一届董事会成员的议案》，选举由发起人提名的曹胜奎、刘激、石雷、谢犁、万文英为公司第一届董事会成员，其中万文英为公司独立董事。

2015年5月8日，公司召开第一届董事会第一次会议，选举曹胜奎为公司董事长，刘激为公司副董事长。

2015年10月30日，公司召开2015年第三次临时股东大会审议通过了《关于选举刘菲为公司独立董事的议案》、《关于选举赵西卜为公司独立董事的议案》，选举刘菲、赵西卜为公司独立董事，任期与第一届董事会成员任期一致。



2017年3月13日,公司收到原独立董事赵西卜递交的辞职申请。

2017年4月11日,公司召开2017年第二次临时股东大会审议通过了《关于补选骆珣为公司独立董事的议案》,同意增补骆珣为公司独立董事,董事任期与第一届董事会成员任期一致。

2018年5月18日,公司召开2018年第一次临时股东大会审议通过了《关于换届选举提名公司第二届董事会独立董事与非独立董事候选人的议案》,选举由股东提名的曹胜奎、刘激、石雷、谢犁、万文英、刘菲、骆珣为公司第二届董事会成员,其中万文英、刘菲、骆珣为公司独立董事。

2018年5月18日,公司召开第二届董事会第一次会议,选举曹胜奎为公司董事长,选举刘激为公司副董事长。

## 2、监事的提名和选举情况

2015年4月30日,公司召开职工代表大会,选举由职工代表提名的王硕为公司第一届监事会职工代表监事。

2015年5月8日,公司召开创立大会暨第一次股东大会审议通过了《关于选举北京嘉曼服饰股份有限公司非职工代表担任的第一届监事会成员的议案》,选举王存樑、余彦为公司第一届监事会成员。

2015年5月8日,公司召开第一届监事会,选举王存樑为公司监事会主席。

2018年5月18日,公司召开职工代表大会,选举由职工代表提名的王硕为公司第二届监事会职工代表监事。

2018年5月18日,公司召开2018年第一次临时股东大会审议通过了《关于换届选举提名公司第二届监事会非职工代表监事候选人的议案》,选举王存樑、余彦为公司第二届监事会成员。

2018年5月18日,公司召开第二届监事会第一次会议,选举王存樑为公司监事会主席。

## 二、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属持有发行人股份及最近三年变动情况

### (一) 董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属持有发行人股份情况

公司部分董事、监事、高级管理人员与核心技术人员及其近亲属除直接持有公司股份外，系通过公司股东力元正通（持有公司 3.36%股份）间接持有公司股份，具体情况如下：

姓名	职务	直接持股		间接持股	
		持股数 (股)	持股 比例	间接持股情况	备注
曹胜奎	董事长	23,548,446	29.07%	持有力元正通 275 万元出资额（出资比例 16.37%）	-
刘激	副董事长、 总经理	23,027,242	28.43%	持有力元正通 130.00 万元出资额（出资比例 7.74%）	刘激系力元正通普通合伙人、执行事务合伙人
石雷	董事、副总 经理、核心 技术人员	-	-	持有力元正通 100.00 万元出资额（出资比例 5.95%）	-
王存樑	监事会主席	-	-	持有力元正通 40.00 万元出资额（出资比例 2.38%）	-
余彦	监事	-	-	持有力元正通 30.00 万元出资额（出资比例 1.79%）	-
程琳娜	董事会秘书、 副总经理	-	-	持有力元正通 260.00 万元出资额（出资比例 15.48%）	-
马丽娟	副总经理、 核心技术人员	6,653,670	8.21%	-	-
李军荣	财务总监	-	-	持有力元正通 30.00 万元出资额（出资比例 1.79%）	-
王磊	核心技术人员	-	-	持有力元正通 40.00 万元出资额（出资比例 2.38%）	-

注：公司董事、监事、高级管理人员与核心技术人员除曹胜奎、刘激、刘林贵和马丽娟存在亲属关系外，其他人员之间不存在亲属关系。曹胜奎、刘激、刘林贵和马丽娟的亲属关系详见本招股说明书“第五节发行人基本情况”之“八、发行人股本情况”之“（六）本次公开发行前各股东之间的关联关系及关联股东的各自持股比例”。

截至本招股说明书签署日，上述董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属所持股份不存在质押、冻结情况。除上述持股以外，本公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属不存在其他通过直接或间接的方式持有公司股份的情况。

## (二) 董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属最近三年持有发行人股份变动情况

公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属最近三年持股变动情况如下:

姓名	职务	持股方式	持股比例		
			2015.12.31	2016.12.31	2017.12.31
曹胜奎	董事长	直接持股	29.07%	29.07%	29.07%
		间接持股	持有力元正通 16.37%合伙份 额	持有力元正通 16.37%合伙份 额	持有力元正通 16.37%合伙份 额
刘激	副董事长、 总经理	直接持股	28.43%	28.43%	28.43%
		间接持股	持有力元正通 7.74%合伙份 额	持有力元正通 7.74%合伙份 额	持有力元正通 7.74%合伙份 额
石雷	董事、副总经 理、核心技术 人员	直接持股	-	-	-
		间接持股	持有力元正通 5.95%合伙份 额	持有力元正通 5.95%合伙份 额	持有力元正通 5.95%合伙份 额
王存樑	监事会主席	直接持股	-	-	-
		间接持股	持有力元正通 2.38%合伙份 额	持有力元正通 2.38%合伙份 额	持有力元正通 2.38%合伙份 额
余彦	监事	直接持股	-	-	-
		间接持股	持有力元正通 1.79%合伙份 额	持有力元正通 1.79%合伙份 额	持有力元正通 1.79%合伙份 额
程琳娜	董事会秘书、 副总经理	直接持股	-	-	-
		间接持股	持有力元正通 15.48%合伙份 额	持有力元正通 15.48%合伙份 额	持有力元正通 15.48%合伙份 额
马丽娟	副总经理、 核心技术人 员	直接持股	8.21%	8.21%	8.21%
		间接持股	-	-	-
李军荣	财务总监	直接持股	-	-	-
		间接持股	-	持有力元正通 1.79%合伙份 额	持有力元正通 1.79%合伙份 额
王磊	核心技术人 员	直接持股	-	-	-
		间接持股	持有力元正通 2.38%合伙份 额	持有力元正通 2.38%合伙份 额	持有力元正通 2.38%合伙份 额

注: 2015年5月, 公司由嘉曼有限整体变更为股份公司聘任李子计为公司财务总监; 2015年10月30日, 公司收到公司原财务总监李子计的辞职报告; 2015年11月20日, 公

司召开第一届董事会第六次会议，聘任李军荣为公司财务总监。李子计于 2014 年 12 月持有元正通 20.00 万元出资额（出资比例 1.19%），于 2016 年 11 月退出元正通后即不再持有元正通合伙份额。

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员与核心技术人员及其近亲属直接和间接所持公司股份不存在质押或冻结的情况。

### 三、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员的其他对外投资情况

截至本招股说明书签署日，除持有公司股份及元正通合伙份额外，公司董事、监事、高级管理人员与核心技术人员其他主要对外投资情况如下：

姓名	职务	其他对外投资企业	出资比例
曹胜奎	董事长	嘉宜园	40.14%
		北京力元仁和商贸有限公司(于 2015 年 11 月注销)	50.00%
		北京海利特工贸有限公司(于 2001 年被吊销营业执照)	34.00%
刘激	副董事长、总经理	-	-
石雷	董事、副总经理、核心技术人员	-	-
谢犁	董事	北京犁金谷投资管理有限责任公司	80.00%
		重庆麒厚	5.00%
		北京天使百人会创业投资中心(有限合伙)	3.33%
		北京新雅空气音乐工作室有限责任公司	5.00%
万文英	独立董事	-	-
刘菲	独立董事	-	-
骆珣	独立董事	-	-
王存樑	监事会主席	-	-
王硕	职工监事	-	-
余彦	监事	-	-
程琳娜	董事会秘书、副总经理	-	-
马丽娟	副总经理、核心技术人员	瑞辉商贸	100.00%
李军荣	财务总监	-	-
王磊	核心技术人员	-	-

具体如下：

序号	姓名	职务	对外投资情况(不包括发行人及其合并报表范围内企业)	持股比例	住所	主营业务(或经营范围)	2017年度基本财务状况(单位:元)	股权结构	实际控制人情况
1	曹胜奎	董事长	嘉宜园	40.14%	北京市石景山区西井1栋西侧	销售计算机、软件及辅助设备;保洁服务;城市园林绿化;机动车停车场服务;技术开发;物业管理。(依法须经批准的项目,经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动。)	营业收入:0 净利润: -503,531.35	曹胜奎: 40.14%; 刘林贵: 44.91%; 王淑丽等 28 人合计: 14.95%	曹胜奎、刘林贵(系发行人的实际控制人)
2	刘激	副董事长、 总经理	-	-	-	-	-	-	-
3	石雷	董事、副 总经理	-	-	-	-	-	-	-
4	谢犁	董事	北京天使百人会创业投资中心(有限合伙)	3.33%	北京市海淀区大钟寺13号院1号楼10层10B2室	投资管理;资产管理。(“1、未经有关部门批准,不得以公开方式募集资金;2、不得公开开展证券类产品和金融衍生品交易活动;3、不得发放贷款;4、不得对所投资企业以外的其他企业提供担保;5、不得向投资者承诺投资本金不受损失或者承诺最低收益”;企业依法自主选择经营项目,开展经营活动;依法须经批准的项目,经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动;不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。)	营业收入:0 净利润: -154,710.89	乔迁: 3.33%; 蔡骏: 3.33%; 北京银河汇智投资有限公司: 33.3%; 张杰: 3.33%; 北京天使百人会投资管理中心(有限合伙): 20%; 北京中搜搜悦创业投资中心(有限合伙):3.33%; 丰颖投资有限公司: 3.33%; 肖立杰: 3.33%; 刘英伟: 3.33%; 梁军: 3.33%; 马国华: 3.33%; 邓健: 3.33%; 尹世明: 3.33%; 谢犁: 3.33%;	乔迁(与发行人无关联关系)

序号	姓名	职务	对外投资情况(不包括发行人及其合并报表范围内企业)	持股比例	住所	主营业务(或经营范围)	2017年度基本财务状况(单位:元)	股权结构	实际控制人情况
5			重庆麒厚股权投资合伙企业(有限合伙)	5%	重庆市江北区鱼嘴镇东风路146-8号	股权投资;利用企业自有资金对外进行投资;企业项目投资咨询。	营业收入:0 净利润: 4,166,451.16	深圳市子栋科技有限公司:3.33%; 郭宏:3.33% 重庆麒厚西海股权投资管理有限公司:1%; 屈向军:5%; 谢犁:5%; 西安保德信投资发展有限责任公司:89%	屈向军(与发行人无关联关系)
6			北京犁金谷投资管理有限责任公司	80%	北京市石景山区实兴东街11号3层3083室	投资管理;资产管理。	营业收入:0 净利润: -41,671.67	谢犁:80%; 王云鹏:20%	谢犁(系发行人的董事)
7			北京新雅空气音乐工作室有限责任公司	5%	北京市朝阳区樱花园28号楼(樱花集中办公区1139号)	文艺创作;音乐技术培训;声乐技术培训;组织文化艺术交流活动(不含演出);技术推广;会议及展览服务。 (企业依法自主选择经营项目,开展经营活动;依法须经批准的项目,经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动;不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。)	营业收入: 327,065.09 净利润: -33,457.21	罗卫华:95%; 谢犁:5%	罗卫华(与发行人无关联关系)
8	万文英	独立董事	-	-	-	-	-	-	-
9	刘菲	独立董事	-	-	-	-	-	-	-
10	骆珣	独立董事	-	-	-	-	-	-	-
11	王存樑	监事会主席	-	-	-	-	-	-	-

序号	姓名	职务	对外投资情况(不包括发行人及其合并报表范围内企业)	持股比例	住所	主营业务(或经营范围)	2017年度基本财务状况(单位:元)	股权结构	实际控制人情况
12	余彦	监事	-	-	-	-	-	-	-
13	王硕	监事	-	-	-	-	-	-	-
14	程琳娜	副总经理、 董事会秘书	-	-	-	-	-	-	-
15	马丽娟	副总经理	瑞辉商贸	持股: 100%	北京市石景山区八角北里原开发公司办公楼二层 201 号	销售建筑材料、机电设备、五金、交电、装饰材料、百货、网球、文化体育用品、计算机软硬件及辅助设备; 家居装饰; 技术服务; 信息咨询(中介除外); 货物进出口、技术进出口、代理进出口。(企业依法自主选择经营项目, 开展经营活动; 依法须经批准的项目, 经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动; 不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。)	营业收入: 0 净利润: 0	马丽娟: 100%	马丽娟(系发行人的实际控制人)
16	李军荣	财务总监	-	-	-	-	-	-	-
17	刘林贵	曾任公司董事、经理, 于 2015 年 5 月辞任	嘉宜园	44.91%	北京市石景山区西井 1 栋西侧	销售计算机、软件及辅助设备; 保洁服务; 城市园林绿化; 机动车停车场服务; 技术开发; 物业管理。(依法须经批准的项目, 经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动。)	营业收入: 0 净利润: -503,531.35	曹胜奎: 40.14%; 刘林贵: 44.91%; 王淑丽等 28 人合计: 14.95%	曹胜奎、刘林贵合计持有 89.05% 的股份(系发行人的实际控制人)
18	王磊	电商事业部	-	-	-	-	-	-	-

序号	姓名	职务	对外投资情况(不包括发行人及其合并报表范围内企业)	持股比例	住所	主营业务(或经营范围)	2017年度基本财务状况(单位:元)	股权结构	实际控制人情况
		总监(核心技术人员)							

截至招股说明书出具之日,发行人的董事、监事、高级管理人员、核心技术人员的近亲属对外投资企业(不包括发行人及其合并报表范围内企业)的情况如下:

序号	姓名	关系	公司名称	住所	持股比例	主营业务(或经营范围)	2017年度基本财务状况 <sup>35</sup> (单位:元)	股权结构	实际控制人情况
1	曹治滨	曹胜奎的兄弟	北京希尔达商贸有限公司	北京市通州区张家湾镇里二泗村	100%	零售文化用品、体育用品(不含弩)、电子产品、工艺品(不含文物)、日用杂货、化妆品、通讯器材;会议服务;承办展览展示;货物进出口、技术进出口、代理进出口;零售食品。(企业依法自主选择经营项目,开展经营活动;依法须经批准的项目,经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动;不得从事本区产业政策禁止和限制类项目的经营活动。)	注册资本:50万	曹治滨:100%	曹治滨(系发行人的实际控制人曹胜奎的兄弟)

<sup>35</sup> 注:因发行人的部分董事、高级管理人员的近亲属并未配合提供其对外投资企业的相关财务数据,故根据该等企业的注册资本情况进行披露。



序号	姓名	关系	公司名称	住所	持股比例	主营业务 (或经营范围)	2017年度基本财务状况 <sup>35</sup> (单位:元)	股权结构	实际控制人 情况
2	谢新	谢犁的兄弟	盐城市燕达房地产开发有限公司	盐城市大庆中路118号奥景华府附属用房二楼	3.75%	房地产开发;企业形象策划。	营业收入: 1,687,820.34 净利润: -721,045.73	严古华: 21.75%; 赵正东: 16.25%; 单海波: 16.25%; 李春江: 16.25%; 严古山: 14.25%; 谢新: 3.75%; 张小菊: 3.75%; 任毅: 3.75%; 杨正坤: 0.5%; 周崇明: 0.5%; 董仁曙: 0.5%; 郑志明: 0.5%; 蒯振波: 0.5%; 郭乃华: 0.5%; 瞿建新: 0.5%; 魏茜: 0.5%	严古华(与发行人无关联关系)
3			泗阳县兴达房地产开发有限公司 <sup>36</sup>	泗阳县众兴镇前进村一组	60%	许可经营项目: 房地产开发、销售。一般经营项目: 无。	营业收入: 0 净利润: -142,502.71	谢新: 60%; 王小玲: 40%	谢新(系发行人的董事谢犁的兄弟)
4			南京坤贸进出口有限公司	南京市鼓楼区定淮门大街11号A-1802室	5%	在本区内经营各类商品和技术的进出口,但国家限定公司经营或禁止进出口的商品及技术除外,仅可在本区内口岸及上海口岸报关;化工产品(危险品除外)、工艺品(字画除外)、机电产品(小轿车除外)、保健器	注册资本: 100万	马晓蕾: 90%; 沈菊玲: 5%; 谢新: 5%	马晓蕾(与发行人无关联关系)

<sup>36</sup> 注: 截至本文出具之日, 该公司已被吊销营业执照, 但尚未注销。

序号	姓名	关系	公司名称	住所	持股比例	主营业务 (或经营范围)	2017年度基本财务状况 <sup>35</sup> (单位:元)	股权结构	实际控制人 情况
5			盐城市华海物业管理有限公司	盐城市盐 马路华荟 大厦2号 楼101室 (3)	83.33%	物业服务;停车场管理 服务;家庭服务; 洗车服务;普通货物 装卸服务;房屋维修 服务;土石方工程施 工;房屋租赁服务; 设计、制作、代理、 发布国内户外广告 (国家对其有专项 规定的,从其规定)。 (依法须经批准的 项目,经相关部门批准后方可开展经营 活动)	营业收入: 908,060.2 净利润: 13,703.8	谢新: 83.3%; 唐海芹: 8.33%; 夏春华: 8.33%	谢新(系发行 人的董事谢 犁的兄弟)
6			盐城市吉达房地产开 发有限公司	盐城市盐 都区盐龙 街道办事 处益民居 委会、方 向居委 会研创 大厦1 幢3017 室(D)	60%	房地产开发与经营, 企业形象策划。(依 法须经批准的项目, 经相关部门批准后方可 开展经营活动)	营业收入: 0 净利润: -2,556,991.89	谢新: 60%; 王坚: 20%; 李俊: 20%	谢新(系发行 人的董事谢 犁的兄弟)
7			江苏海华教育科技有 限公司	盐城市亭 湖区盐 马路21 号华荟 大厦1 号楼305 室、306	50%	教育软件研发;房地 产开发经营;企业形 象策划。(依法须经 批准的项目,经相关 部门批准后方可开 展经营活动)	营业收入: 0 净利润: -631,810.54	谢新: 50%; 马骁骏: 50%	谢新(系发行 人的董事谢 犁的兄弟)、 马骁骏(与发 行人无关联 关系)

序号	姓名	关系	公司名称	住所	持股比例	主营业务 (或经营范围)	2017年度基本财务状况 <sup>35</sup> (单位:元)	股权结构	实际控制人 情况
				室、307 室、313 室、314室					
8			盐城市慧学教育培训 中心股份有限公司	盐城市亭 湖区盐马 路21号	40%	英语、国学和舞蹈教 育培训。(依法须经 批准的项目,经相关 部门批准后方可开 展经营活动)	注册资本:100万	谢新:40%; 马骏:60%	马骏(与发 行人无关联 关系)
9	王云鹏	谢犁配偶的 兄弟	北京新影春秋影视文 化传媒有限责任公司	北京市房 山区良乡 长虹西路 翠柳东街 1号-1776	100%	组织文化艺术交流 活动(演出除外); 经济信息咨询;影视 策划;企业形象策 划。	营业收入:5,533,980.66 净利润:-984,077.68	王云鹏:100%	王云鹏(系发 行人的董事 谢犁配偶的 兄弟)
10			北京犁金谷投资管理 有限责任公司	北京市石 景山区实 兴东街11 号3层 3083室	20%	投资管理;资产管 理。	营业收入:0 净利润:-41,671.67	谢犁:80%; 王云鹏:20%	谢犁(系发行 人的董事)
11	刘丹	刘菲的女儿	北京北方吉光网络科 技有限公司	北京市海 淀区中关 村大街18 号8层 01-658	11.41%	技术开发、技术推 广、技术转让、技术 咨询、技术服务;计 算机系统服务;基础 软件服务;应用软件 服务;软件开发;软 件咨询;产品设计; 模型设计;销售自行 开发后的产品。(企 业依法自主选择经 营项目,开展经营活 动;依法须经批准的	注册资本:2000万	王福祥:60.7%; 刘丹:11.41%; 杨宇:6.36%; 李志:3.01%; 关东秀:0.73%; 北京领势优客投资管理中 心(有限合伙):5.37%; 元晟(北京)投资有限公 司:0.9%; 北京领势创服企业管理有 限公司:0.9%; 北京和合嘉利投资有限公	王滨 <sup>37</sup> (与发 行人无关联 关系)

<sup>37</sup> 注:根据北京北方吉光网络科技有限公司出具的说明,公司的实际控制人为王滨,王福祥系代王滨持有公司的股权。

序号	姓名	关系	公司名称	住所	持股比例	主营业务 (或经营范围)	2017年度基本财务状况 <sup>35</sup> (单位:元)	股权结构	实际控制人 情况
						项目,经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动;不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。)		司: 0.9%; 北京中票国际投资管理有 限公司: 4.71%; 盈昇投资有限公司: 5%	
12			上海易界信息咨询有 限公司	中国(上海)自由贸 易试验区 业盛路 188号 A-522室	1.16%	商务信息咨询,企业 管理咨询,投资咨询 (以上咨询除经 纪),市场营销策划, 会展会务服务,礼仪 服务,计算机与网络 科技领域内的技术 开发、技术咨询(除 经纪)、技术转让、 技术服务。【依法 须经批准的项目,经 相关部门批准后方 可开展经营活动】	营业收入: 27,090,886.98 净利润: -62,953,410.75	冯林: 31.36%; 易界香港有限公 司: 29.58%; 刘羽鸿: 6.66%; Alan Terry Buxton: 5.21%; 刘丹: 1.16%; 上海欧擎欣锦创业投资有 限公司等13位股东合计持 有: 26.03%	冯林(与发行 人无关联关 系)
13			深圳雅革科技有限公 司	深圳市前 海深港合 作区前湾 一路1号 A栋201 室(入驻深 圳市前海 商务秘书 有限公司) 经营地址: 深圳市福 田区金田 路3037号 金中环商	33.13%	互联网技术开发(不 含互联网上网服 务);计算机软硬件、 数码产品的技术开 发(不含生产、加工) 及销售;游戏软件的 技术开发;国内贸易 (不含专营、专控、 专卖商品);经营进 出口业务(法律、行 政法规、国务院决定 禁止的项目除外,限 制的项目须取得许 可后方可经营);网	注册资本: 850.6968万	刘丹: 33.129%; 刘顺承: 17.836%; 北京中金通盈投资管理有 限公司: 8.352%; 任志强: 4.176%; 厉洋: 1.257%; 上海益若蔚晶投资中心 (有限合伙): 3.886%; 北京中科智盈创业投资有 限公司: 9.667%; 宁波云投美家投资管理合 伙企业(有限合伙): 1.933%; 姜瑛鹏: 3.867%;	刘丹(系发行 人的独立董 事刘菲的女 儿)

序号	姓名	关系	公司名称	住所	持股比例	主营业务 (或经营范围)	2017年度基本财务状况 <sup>35</sup> (单位:元)	股权结构	实际控制人 情况
				务大厦 3203		上从事商贸活动(不含限制项目);电子商务平台的技术开发,计算机软硬件销售及技术开发,电子科技领域内技术开发,技术转让及咨询服务;工程信息咨询服务,室内装潢设计咨询,装饰工程咨询;室内外装饰、装修工程设计。食品销售;装修施工。		北京利盈广富创业投资中心(有限合伙):2.9%; 深圳市宅豆投资企业(有限合伙):9.66%; 于浩:3.33%	
14			深圳市宅豆投资企业 (有限合伙)	深圳市福田区福田街道卓越世纪中心3号楼B座1517-1519	99%	投资兴办实业(具体项目另行申报);投资咨询。^	不配合提供具体财务数据	刘丹:99%; 刘顺成:1%	刘丹(系发行人的独立董事刘菲的女儿)
15			北京雅革科技有限公司	北京市朝阳区朝阳北路145号13号楼(六里屯孵化器5092号)	100%	技术咨询、技术服务;计算机系统服务;基础软件服务;应用软件开发(不含医用软件);软件开发;产品设计;模型设计;包装装潢设计;公共关系服务;会议服务;工艺美术设计;电脑图文设计、制作;企业策划;设计、制作、代理、发布广告;市场调查;企业管理咨询;	注册资本:50万	刘丹:100%	刘丹(系发行人的独立董事刘菲的女儿)

序号	姓名	关系	公司名称	住所	持股比例	主营业务 (或经营范围)	2017年度基本财务状况 <sup>35</sup> (单位:元)	股权结构	实际控制人 情况
						组织文化艺术交流活动（不含演出）；文艺创作；承办展览展示活动；会议服务。（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）			
16	程国铭	程琳娜的父亲	上海兆缙翔实业有限公司	上海市徐汇区小木桥路268弄1号703室	51%	批发非实物方式：预包装食品（不含熟食卤味、冷冻冷藏）、酒类的批发，金属材料、建筑装潢材料、电子产品、工艺礼品、日用百货、化妆品、通讯器材及文化用品的销售，会展会务服务。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】	营业收入：33,059.83 净利润：-86,789.58	程国铭：51%； 李旭：49%	程国铭（系发行人的董事会秘书程琳娜的父亲）
17			上海佛商文化发展有限公司	上海市金山区海丰路65号3950室	9%	文化艺术交流策划咨询、投资咨询、企业管理咨询、商务信息咨询，企业营销策划，企业形象策划，房地产经纪，会务服	注册资本：1,820万	上海佛商股份有限公司：51%； 程国铭：9%； 上海佛商投资管理有限公司：40%	程国铭（系发行人的董事会秘书程琳娜的父亲）

序号	姓名	关系	公司名称	住所	持股比例	主营业务 (或经营范围)	2017年度基本财务状况 <sup>35</sup> (单位:元)	股权结构	实际控制人 情况
						务,展览展示服务,实业投资、投资管理、资产管理,设计制作各类广告,市场信息咨询与调查(不得从事社会调查、社会调研、民意调查、民意测验),电子商务(不得从事增值电信业务、金融业务),电脑图文设计制作,建筑规划设计,空间设计,建筑装潢设计,景观设计,工艺礼品,办公文化用品,日用百货销售,从事货物进口业务及技术的进口业务。【依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动】			
18			上海佛商回生医药科技有限公司	上海市金山区山阳镇龙翔路1142号104室	49%	从事医药科技领域内技术开发、技术咨询,从事生物科技、光电科技、新能源科技、新材料科技领域内技术开发、技术咨询、技术服务,商务信息咨询,营养健康咨询服务,电子商务(不得从事增值电信业务、金融业务),环保工程,光电产品,	营业收入: 0 净利润: 0	上海佛商股份有限公司: 51%; 程国铭: 49%	程国铭(系发行人的董事会秘书程琳娜的父亲)

序号	姓名	关系	公司名称	住所	持股比例	主营业务 (或经营范围)	2017年度基本财务状况 <sup>35</sup> (单位:元)	股权结构	实际控制人 情况
						洗涤用品, 卫生洁具, 劳防用品, 仪器仪表, 五金交电, 橡塑制品, 针纺织品, 日用百货, 健身器材, 包装材料, 文体用品, I类医疗器械, 环保设备, 电子产品, 美容美发用品, 五金电器, 通信设备销售, 食品流通(批发:预包装食品(含熟食卤味、冷冻冷藏)), 从事货物进口及技术进口业务。【依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动】			
19			海南北大东方教育科技有限公司	海南省海口市琼山区府城镇桂林上村下路119号202室	51%	国内、国外教育、学术交流、培训、咨询、服务, 展览展示策划, 大型演出, 大型礼仪庆典活动策划, 模特演出经纪, 教育项目与教育科技文献研究与开发, 教育软件的研究与开发, 企业管理信息咨询, 网络科技、计算机科技、通讯科技、环保科技领域内的技术开发、转让, 健康养	注册资本: 1,000万	高卓: 49%; 程国铭: 51%	程国铭(系发行人的董事会秘书程琳娜的父亲)



序号	姓名	关系	公司名称	住所	持股比例	主营业务 (或经营范围)	2017年度基本财务状况 <sup>35</sup> (单位:元)	股权结构	实际控制人 情况
20			上海佛商（集团）股份有限公司	上海市金山区海丰路65号4266室	49%	<p>生管理咨询,生物科技产品技术开发,高科技领域内的技术开发,教育文化用品,文具的批发和零售。</p> <p>从事网络科技、光电、新能源、新材料科技领域内的技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务,工艺品、文化用品、日用百货、体育用品、电子产品、通讯产品的销售,会务服务,展览展示服务,商务咨询,企业管理咨询,电脑图文设计制作,广告设计、制作、代理发布,文化艺术交流策划,企业营销策划,建筑规划设计,建筑装潢设计,景观设计,房地产开发经营,房地产经纪,以电子商务方式从事食用农产品的销售,从事货物及技术的进出口业务。</p> <p>【依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营</p>	注册资本: 10,000 万	上海佛商投资管理有限公司: 51%; 程国铭: 49%	程国铭(系发行人的董事会秘书程琳娜的父亲)

序号	姓名	关系	公司名称	住所	持股比例	主营业务 (或经营范围) 【活动】	2017年度基本财务状况 <sup>35</sup> (单位:元)	股权结构	实际控制人 情况
21			上海鸣亿豪实业有限公司	闵行区华漕镇金辉路689号	49%	百货、文具用品、体育用品、五金交电、电子产品、建筑材料、木制品的销售,电子商务(不得从事金融业务),营销策划,商务信息咨询,投资咨询,电子技术的开发,金属材料的技术开发、技术服务,广告设计,货运代理,园林绿化工程,从事货物及技术的进出口业务。【依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动】	注册资本:1050万	上海佛商(集团)股份有限公司:51% 程国铭:49%	程国铭(系发行人的董事会秘书程琳娜的父亲)
22			上海佛商企业管理中心(有限合伙)	上海市崇明区长江农场长江大街161号2幢5178室(上海长江经济园区)	40%	企业管理,餐饮企业管理,营养健康咨询服务,商务信息咨询,财务咨询,设计、制作各类广告,利用自有媒体发布广告,文化艺术交流与策划,市场信息咨询与调查(不得从事社会调查、社会调研、民意调查、民意测验),电子商务(不得从事增值电信业务)、市场营销策划,	营业收入:0 净利润:0	丁文汇:30%; 王钟林:30%; 程国铭:40%	程国铭(系发行人的董事会秘书程琳娜的父亲)

序号	姓名	关系	公司名称	住所	持股比例	主营业务 (或经营范围)	2017年度基本财务状况 <sup>35</sup> (单位:元)	股权结构	实际控制人 情况
						企业形象策划, 会务服务, 展览展示服务, 翻译服务, 票务服务, 建筑设计咨询, 房屋建筑工程, 建筑装饰装修工程, 网络工程, 建材、工艺品、文化办公用品、日用百货、体育用品、电子产品、通讯器材、金属材料、汽车配件、机电设备的销售。【依法须经批准的项目, 经相关部门批准后方可开展经营活动】			

#### 四、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员的薪酬情况

董事、监事、高级管理人员与核心技术人员 2017 年度税前薪酬情况如下：

序号	姓名	职务	2017 年度薪酬 (万元)
1	曹胜奎	董事长	16.00
2	刘激	副董事长、总经理	47.00
3	石雷	董事、副总经理、核心技术人员	37.54
4	谢犁	董事	0
5	万文英	独立董事	6.00
6	刘菲	独立董事	6.00
7	骆珣	独立董事	4.50
8	王存樑	监事会主席	19.54
9	王硕	职工监事	10.35
10	余彦	监事	17.25
11	程琳娜	董事会秘书、副总经理	25.24
12	马丽娟	副总经理、核心技术人员	24.90
13	李军荣	财务总监	25.99
14	王磊	核心技术人员	25.48

#### 五、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员的兼职情况

截至本招股说明书签署日，除在公司及子公司、二级子公司担任职务外，公司董事、监事、高级管理人员与核心技术人员的对外兼职情况如下：

姓名	职务	兼职单位	兼职单位职务	与公司关联关系
曹胜奎	董事长	嘉宜园	董事长、经理、法定代表人	公司实际控制人控制的企业
		中宜针织联营有限公司(于 2006 年被吊销营业执照)	总经理	-
		北京超群电子有限公司(于 2007 年被吊销营业执照)	副董事长	-
		北京海利特工贸有限公司(于 2001 年被吊销营业执照)	执行董事、总经理、法定代表人	-
		北京通旭服装有限公司(曹胜奎已于 2011 年 4 月 30 日辞去其董事职务,但未办理工商变更登记)	于 2011 年 5 月前曾经担任其董事	-

姓名	职务	兼职单位	兼职单位职务	与公司关联关系
刘激	副董事长、 总经理	力元正通	执行事务合 伙人	公司实际控制 人控制的企业
谢犁	董事	北京长安创新投资管理有限公司	经理	-
		北京犁金谷投资管理有限责任公司	执行董事、 经理	-
		重庆麒厚西海股权投资管理有限公司	董事	-
		新疆长安创新创业投资有限公司	董事、经理	-
万文英	独立董事	新昌协盛（北京）商业管理有限公司	董事长	-
		佛山新昌协盛商业管理有限公司	经理 <sup>38</sup>	-
		泰安新昌协盛商业管理有限公司	总经理 <sup>39</sup>	-
刘菲	独立董事	新谷泉（兴隆）旅游开发有限公司	监事	-
		新谷泉（北京）投资有限公司	监事	-
骆珣	独立董事	北京合力亿捷科技股份有限公司（在 全国中小企业股份转让系统挂牌的企 业，股票代码 833629）	独立董事	-
		恒泰艾普集团股份有限公司（在深交 所挂牌的企业，股票代码 300394）	独立董事	-
		苏州天淮科技股份有限公司（在全 国中小企业股份转让系统挂牌的企 业，股票代码 833231）	独立董事	-

除以上情况，本公司其他董事、监事、高级管理人员及核心技术人员均无兼职情况。

## 六、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员相互之间的亲属关系

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员相互之间的亲属关系为：曹胜奎与刘林贵系夫妻关系，曹胜奎与刘激系父子关系，刘林贵与刘激系母子关系，刘激与马丽娟系夫妻关系。除此之外，公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员之间不存在亲属关系。

<sup>38</sup> 根据佛山新昌协盛商业管理有限公司 2018 年 1 月 18 日出具的《证明》，万文英已不在佛山新昌协盛商业管理有限公司担任经理职务，工商变更登记手续正在办理中。

<sup>39</sup> 根据泰安新昌协盛商业管理有限公司 2018 年 1 月 18 日出具的《证明》，万文英已不在泰安新昌协盛商业管理有限公司担任总经理职务，工商变更登记手续正在办理中。

## 七、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员与发行人签订的协议、作出的重要承诺及履行情况

截至本招股说明书签署日，公司董事曹胜奎和谢犁、独立董事万文英、刘菲、骆珣因未在公司担任除董事以外的职务，与公司未建立劳动关系，故仅与公司签署了《聘任合同》；公司与其他在公司任职的董事、监事、高级管理人员及核心技术人员分别签署了《劳动合同》及《保密协议》，除此之外，公司未与董事、监事、高级管理人员及核心技术人员签订其他协议。

公司董事、监事、高级管理人员作出的重要承诺及履行情况参见“第五节 发行人基本情况”之“十、持有 5%以上股份的主要股东以及作为股东的董事、监事、高级管理人员作出的重要承诺及其履行情况”。

## 八、董事、监事和高级管理人员的任职资格

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员均符合法律、行政法规和规章规定的任职资格。

## 九、董事、监事和高级管理人员报告期内的变动情况

### (一) 董事变动情况

报告期内有限公司阶段，公司设有董事会，董事会成员为：曹胜奎、刘林贵、谢犁、刘激、马丽娟，其中曹胜奎为公司董事长。

2015 年 5 月 8 日，公司召开创立大会暨第一次股东大会审议通过了《关于选举北京嘉曼服饰股份有限公司第一届董事会成员的议案》，选举由发起人提名的曹胜奎、刘激、石雷、谢犁、万文英为公司第一届董事会成员，其中万文英为公司独立董事。2015 年 5 月 8 日，公司召开第一届董事会第一次会议，选举曹胜奎为公司董事长，选举刘激为公司副董事长。

2015 年 10 月 30 日，公司召开 2015 年第三次临时股东大会审议通过了《关于选举刘菲为公司独立董事的议案》、《关于选举赵西卜为公司独立董事的议案》，选举刘菲、赵西卜为公司独立董事，任期与第一届董事会成员任期一致。

2017年3月13日,公司收到原独立董事赵西卜递交的辞职申请。

2017年4月11日,公司召开2017年第二次临时股东大会审议通过了《关于补选骆珣为公司独立董事的议案》,同意增补骆珣为公司独立董事,董事任期与第一届董事会成员任期一致。

2018年5月18日,公司召开2018年第一次临时股东大会审议通过了《关于换届选举提名公司第二届董事会独立董事与非独立董事候选人的议案》,选举曹胜奎、刘激、石雷、谢犁、万文英、刘菲、骆珣为公司第二届董事会成员,其中万文英、刘菲、骆珣为公司独立董事。2018年5月18日,公司召开第二届董事会第一次会议,选举曹胜奎为公司董事长,选举刘激为公司副董事长。

## (二) 监事变动情况

报告期内有限公司阶段,公司未设立监事会,公司监事为刘云红。

2015年4月30日,公司召开职工代表大会,选举由职工代表提名的王硕为公司第一届监事会职工代表监事。

2015年5月8日,公司召开创立大会暨第一次股东大会审议通过了《关于选举北京嘉曼服饰股份有限公司非职工代表担任的第一届监事会成员的议案》,选举王存樑、余彦为公司第一届监事会成员。2015年5月8日,公司召开第一届监事会,选举王存樑为公司监事会主席。

2018年5月18日,公司召开职工代表大会,选举由职工代表提名的王硕为公司第二届监事会职工代表监事。

2018年5月18日,公司召开2018年第一次临时股东大会审议通过了《关于换届选举提名公司第二届监事会非职工代表监事候选人的议案》,选举王存樑、余彦为公司第二届监事会成员。2018年5月18日,公司召开第二届监事会第一次会议,选举王存樑为公司监事会主席。

## (三) 高级管理人员变动情况

报告期内有限公司阶段,公司总经理为刘林贵。

2015年5月8日,公司召开第一届董事会第一次会议,聘任刘激为公司总

经理，聘任马丽娟、石雷、程琳娜为公司副总经理，聘任李子计为公司财务总监，聘任程琳娜为公司董事会秘书。

2015年10月30日，公司收到原财务总监李子计的辞职报告。

2015年11月20日，公司召开第一届董事会第六次会议，聘任李军荣为公司财务总监。

2018年5月18日，公司召开第二届董事会第一次会议，续聘刘激为公司总经理；续聘马丽娟、石雷、程琳娜为公司副总经理，其中程琳娜兼任公司董事会秘书；续聘李军荣为公司财务总监。

公司最近三年董事、监事和高级管理人员的变化符合相关法律、法规的规定，并已履行了必要的公司内部程序；有限公司变更为股份公司时董事、监事和高级管理人员的变动主要因完善法人治理结构的需要。股份公司阶段公司独立董事、高级管理人员系因其个人原因辞职变动，合法有效；同时，发行人高级管理人员的变化保持了以曹胜奎、刘激、马丽娟、石雷为发行人核心经营管理层的稳定性，发行人决策、管理、经营的持续性和稳定性未因前述变化而发生重大不利影响。公司报告期内董事、监事和高级管理人员未发生重大变化。



## 第九节 公司治理

根据《公司法》、《证券法》及其他有关法律法规要求,公司制定了《公司章程》,建立了由公司股东大会、董事会、监事会和管理层组成的公司治理架构,形成了权力机构、决策机构、监督机构和管理层之间权责明确、运作规范的相互协调和制衡机制。公司股东大会、董事会、监事会及管理层均根据《公司法》、《公司章程》行使职权和履行义务。此外,公司进一步建立并健全了《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《独立董事制度》、《总经理工作细则》、《董事会秘书工作细则》、《对外担保管理办法》、董事会各专门委员会工作细则等法人治理结构的基础制度,股东大会、董事会、监事会以及管理层均按照各自的议事规则和工作细则规范有效地运作,为公司规范运行并切实保障所有股东的利益提供了制度保证。

### 一、发行人股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度的建立和规范运作情况

#### (一) 股东大会制度的建立健全及运行情况

2015年5月8日,公司召开创立大会暨第一次股东大会,会议选举产生公司董事、监事,并审议通过《公司章程》及《股东大会议事规则》,对股东大会的权责和运作进行了规定。

#### 1、股东权利和义务

《公司章程》规定,公司股东享有下列权利:

- (1) 依照其所持有的股份份额获得股利和其他形式的利益分配;
- (2) 依法请求、召集、主持、参加或者委派股东代理人参加股东大会,并行使相应的表决权;
- (3) 对公司的经营进行监督,提出建议或者质询;
- (4) 依照法律、行政法规及本章程的规定转让、赠与或质押其所持有的股

份；

(5) 查阅本章程、股东名册、公司债券存根、股东大会会议记录、董事会会议决议、监事会会议决议、财务会计报告；

(6) 公司终止或者清算时，按其所持有的股份份额参加公司剩余财产的分配；

(7) 对股东大会作出的公司合并、分立决议持异议的股东，要求公司收购其股份；

(8) 法律、行政法规、部门规章或本章程规定的其他权利。

**《公司章程》规定，公司股东承担下列义务：**

(1) 遵守法律、行政法规和本章程；

(2) 依其所认购的股份和入股方式缴纳股金；

(3) 除法律、法规规定的情形外，不得退股；

(4) 不得滥用股东权利损害公司或者其他股东的利益；不得滥用公司法人独立地位和股东有限责任损害公司债权人的利益；

公司股东滥用股东权利给公司或者其他股东造成损失的，应当依法承担赔偿责任。

公司股东滥用公司法人独立地位和股东有限责任，逃避债务，严重损害公司债权人利益的，应当对公司债务承担连带责任。

(5) 法律、行政法规及本章程规定应当承担的其他义务。

## **2、股东大会的职权**

《公司章程》规定，股东大会是公司的权力机构，依法行使下列职权：

(1) 决定公司的经营方针和投资计划；

(2) 选举和更换非由职工代表担任的董事、监事，决定有关董事、监事的报酬事项；

- (3) 审议批准董事会的报告；
- (4) 审议批准监事会报告；
- (5) 审议批准公司的年度财务预算方案、决算方案；
- (6) 审议批准公司的利润分配方案和弥补亏损方案；
- (7) 对公司增加或者减少注册资本作出决议；
- (8) 对发行公司债券作出决议；
- (9) 对公司合并、分立、解散、清算或者变更公司形式作出决议；
- (10) 修改本章程；
- (11) 对公司聘用、解聘会计师事务所作出决议；
- (12) 审议批准本章程规定的担保事项；
- (13) 审议公司在一年内购买、出售重大资产超过公司最近一期经审计总资产 30% 的事项，以及本章程规定的有关交易、关联交易和借款事项；
- (14) 审议批准变更募集资金用途事项；
- (15) 审议股权激励计划；
- (16) 审议法律、行政法规、部门规章或本章程规定应当由股东大会决定的其他事项。

### 3、股东大会的议事规则

#### (1) 会议的召开和举行

股东大会分为年度股东大会和临时股东大会。年度股东大会应当于上一会计年度结束后的 6 个月内举行，每年召开 1 次。召集人应当在年度股东大会召开 20 日前通知各股东，临时股东大会应于会议召开 15 日前通知各股东。公司在计算起始期限时，不应当包括会议召开当日。

发出股东大会通知后，无正当理由，股东大会不应延期或取消，股东大会通知中列明的提案不应取消。一旦出现延期或取消的情形，召集人应当在原定召开

日前至少 2 个工作日通知各股东并说明原因。

## (2) 提案的提交与表决

公司召开股东大会，单独或者合并持有公司 3%以上股份的股东，有权向公司提出提案。股东大会决议分为普通决议和特别决议，股东大会作出普通决议，应当由出席股东大会的股东（包括股东代理人）所持表决权的过半数通过。股东大会作出特别决议，应当由出席股东大会的股东（包括股东代理人）所持表决权的 2/3 以上通过。股东大会采取记名方式投票表决。

## (3) 股东出席的方式

股东可以亲自出席股东大会，也可以委托代理人代为出席和表决。个人股东亲自出席会议的，应出示本人身份证或其他能够表明其身份的有效证件或证明；委托代理他人出席会议的，应出示本人身份证、股东授权委托书。法人股东应由法定代表人或者法定代表人委托的代理人出席会议。法定代表人出席会议的，应出示本人身份证、能证明其具有法定代表人资格的有效证明持股凭证；委托代理人出席会议的，代理人应出示其身份证、法人股东单位的法定代表人依法出具的书面授权委托书和持股凭证。

## 4、股东大会运行情况

股东大会一直根据《公司法》和《公司章程》的规定规范运作，会议通知方式、召开方式、表决方式符合《公司法》、《公司章程》的规定，股东认真履行股东义务，依法行使股东权利。股东大会机构和制度的建立及执行，对完善公司治理结构和规范公司运作发挥了积极的作用。

股份公司成立后，股东大会运行情况如下：

序号	召开时间	会议名称
1	2015 年 5 月 8 日	创立大会暨第一次股东大会
2	2015 年 8 月 22 日	2015 年第一次临时股东大会
3	2015 年 10 月 10 日	2015 年第二次临时股东大会
4	2015 年 10 月 30 日	2015 年第三次临时股东大会
5	2015 年 11 月 24 日	2015 年第四次临时股东大会

序号	召开时间	会议名称
6	2016年3月22日	2016年第一次临时股东大会
7	2016年6月14日	2015年年度股东大会
8	2016年8月22日	2016年第二次临时股东大会
9	2016年12月8日	2016年第三次临时股东大会
10	2017年3月10日	2017年第一次临时股东大会
11	2017年4月11日	2017年第二次临时股东大会
12	2017年6月16日	2016年年度股东大会
13	2017年7月28日	2017年第三次临时股东大会
14	2017年10月26日	2017年第四次临时股东大会
15	2017年12月26日	2017年第五次临时股东大会
16	2018年5月7日	2017年年度股东大会
17	2018年5月18日	2018年第一次临时股东大会
18	2018年10月26日	2018年第二次临时股东大会

## (二) 董事会制度的建立健全及运行情况

公司根据《公司法》、《公司章程》的规定制定了《董事会议事规则》，并经2015年5月8日公司创立大会暨第一次股东大会审议通过。董事会保持规范运行，董事严格按照《公司章程》和《董事会议事规则》的规定行使自己的权利。具体情况如下：

### 1、董事会构成

公司设董事会，对股东大会负责。董事会由7名董事组成，其中独立董事3名。董事会分别设董事长一人、副董事长一人。

### 2、董事会职权

《公司章程》规定，董事会行使下列职权：

- (1) 召集股东大会，并向股东大会报告工作；
- (2) 执行股东大会的决议；
- (3) 决定公司的经营计划和投资方案；
- (4) 制订公司的年度财务预算方案、决算方案；

- (5) 制订公司的利润分配方案和弥补亏损方案；
- (6) 制订公司增加或者减少注册资本、发行债券或其他证券及上市方案；
- (7) 拟订公司重大收购、收购本公司股票或者合并、分立、解散及变更公司形式的方案；
- (8) 在本章程规定或股东大会另行授权的范围内，决定公司对外投资、收购出售资产、资产抵押、对外担保事项、委托理财、关联交易、对外借款等事项；
- (9) 决定公司内部管理机构的设置；
- (10) 聘任或者解聘公司总经理和董事会秘书；根据总经理的提名，聘任或者解聘公司副总经理、财务负责人等高级管理人员，并决定其报酬事项和奖惩事项；
- (11) 制订公司的基本管理制度；
- (12) 制订本章程的修改方案；
- (13) 管理公司信息披露事项；
- (14) 向股东大会提请聘请或更换为公司审计的会计师事务所；
- (15) 听取公司总经理的工作汇报并检查总经理的工作；
- (16) 法律、行政法规、部门规章或本章程授予的其他职权。

董事与董事会会议拟审议事项有关联关系的，不得对该项决议行使表决权，也不得代理其他董事行使表决权。该董事会会议由过半数的无关联关系董事出席即可举行，董事会会议所作决议须经无关联关系董事过半数通过。出席董事会的无关联董事人数不足 3 人的，应将该事项提交股东大会审议。

### **3、董事会议事规则**

董事会行使其职权，应当通过召开董事会会议审议，并形成董事会决议后进行。

有下列情形之一的，董事会应当召开临时会议：

- (1) 董事长认为必要时;
- (2) 代表 1/10 以上表决权的股东提议时;
- (3) 1/3 以上董事提议时;
- (4) 1/2 以上独立董事提议时;
- (5) 监事会提议时;
- (6) 总经理提议时;
- (7) 有关政府部门或监管部门要求时;
- (8) 《公司章程》规定的其他情形。

召开董事会定期会议,董事会办公室应当提前十日通知全体董事和监事以及总经理、董事会秘书。召开董事会临时会议,董事会办公室应当提前三日通知全体董事和监事以及总经理、董事会秘书;但情况紧急,需要尽快召开董事会临时会议的,不受上述提前通知期限的限制,可在发出会议通知后的合理时间内以合理的方式进行召开,但会议主持人或召集人应当在会议上做出说明。

#### 4、董事会运行情况

公司历次董事会会议均按照《公司章程》规定的程序召开。公司董事会除审议日常事项外,在高管人员任免、重大投资、基本规章制度的制订等方面切实发挥了作用,依法履行了《公司法》、《公司章程》赋予的权利和义务。

股份公司成立后,董事会运行情况如下:

序号	召开时间	会议名称
1	2015年5月8日	第一届董事会第一次会议
2	2015年8月7日	第一届董事会第二次会议
3	2015年9月25日	第一届董事会第三次会议
4	2015年10月15日	第一届董事会第四次会议
5	2015年11月9日	第一届董事会第五次会议
6	2015年11月20日	第一届董事会第六次会议
7	2016年3月7日	第一届董事会第七次会议

序号	召开时间	会议名称
8	2016年5月18日	第一届董事会第八次会议
9	2016年8月4日	第一届董事会第九次会议
10	2016年10月28日	第一届董事会第十次会议
11	2016年12月1日	第一届董事会第十一次会议
12	2016年12月28日	第一届董事会第十二次会议
13	2017年2月23日	第一届董事会第十三次会议
14	2017年3月27日	第一届董事会第十四次会议
15	2017年4月21日	第一届董事会第十五次会议
16	2017年5月25日	第一届董事会第十六次会议
17	2017年7月11日	第一届董事会第十七次会议
18	2017年10月10日	第一届董事会第十八次会议
19	2017年11月30日	第一届董事会第十九次会议
20	2018年3月20日	第一届董事会第二十次会议
21	2018年4月16日	第一届董事会第二十一次会议
22	2018年5月2日	第一届董事会第二十二次会议
23	2018年5月18日	第二届董事会第一次会议
24	2018年7月30日	第二届董事会第二次会议
25	2018年9月6日	第二届董事会第三次会议
26	2018年10月11日	第二届董事会第四次会议

### (三) 监事会制度的建立健全及运行情况

公司根据《公司法》、《公司章程》的规定制定了《监事会议事规则》，并经2015年5月8日公司创立大会暨第一次股东大会审议通过。监事会保持规范运行。监事严格按照《公司章程》和《监事会议事规则》的规定行使自己的权利。具体情况如下：

#### 1、监事会构成

公司设监事会。监事会由3名监事组成，设监事会主席一名。监事会应当包括股东代表和适当比例的公司职工代表，其中职工代表监事1人。监事会中的职工代表由公司职工通过职工代表大会、职工大会或者其他形式民主选举产生。监事会中的股东代表由股东大会选举产生。监事会设主席1人。



## 2、监事会职权

监事会行使下列职权：

(1) 对董事会编制的公司定期报告（包括年度财务预决算）进行审核并提出书面审核意见；

(2) 检查公司财务；

(3) 对董事、高级管理人员执行公司职务的行为进行监督，对违反法律、行政法规、本章程或者股东大会决议的董事、高级管理人员提出罢免的建议；

(4) 当董事、高级管理人员的行为损害公司的利益时，要求董事、高级管理人员予以纠正；

(5) 提议召开临时股东大会，在董事会不履行《公司法》规定的召集和主持股东大会职责时召集和主持股东大会；

(6) 向股东大会提出提案；

(7) 依照《公司法》的规定，对董事、高级管理人员提起诉讼；

(8) 发现公司经营情况异常，可以进行调查；必要时，可以聘请会计师事务所、律师事务所等专业机构协助其工作，费用由公司承担。

## 3、监事会议事规则

监事会会议分为定期会议和临时会议。定期会议每六个月至少召开一次。

出现下列情况之一的，监事会应当在得知该等情形之日起的十日内召开临时会议：

(1) 任何监事提议召开时；

(2) 股东大会、董事会会议通过了违反法律、法规、规章、监管部门的各种规定和要求、公司章程、公司股东大会决议和其他有关规定的决议时；

(3) 董事和高级管理人员的不当行为可能给公司造成重大损害或者在市场中造成恶劣影响时；

- (4) 公司、董事、监事、高级管理人员被股东提起诉讼时；
- (5) 公司、董事、监事、高级管理人员受到证券监管部门处罚或者被证券交易所公开谴责时；
- (6) 政府有权部门或证券监管部门要求召开时；
- (7) 《公司章程》规定的其他情形。

召开监事会定期会议，监事会办公室应当于会议召开十日前通知全体监事。召开监事会临时会议，监事会办公室应当在会议召开三日以前通知全体监事；但情况紧急，需要尽快召开监事会临时会议的，可以随时发出会议通知，不受上述提前通知期限的限制，但会议主持人或召集人应当在会议上做出说明。

#### 4、监事会运行情况

公司历次监事会均按照《公司章程》规定的程序召开，对公司董事会、高级管理人员工作的监督、公司重大生产经营决策等重大事宜实施了有效监督。

股份公司成立后，监事会运行情况如下：

序号	召开时间	会议名称
1	2015年5月8日	第一届监事会第一次会议
2	2015年8月7日	第一届监事会第二次会议
3	2015年9月25日	第一届监事会第三次会议
4	2015年11月9日	第一届监事会第四次会议
5	2016年3月7日	第一届监事会第五次会议
6	2016年5月18日	第一届监事会第六次会议
7	2016年8月4日	第一届监事会第七次会议
8	2016年10月28日	第一届监事会第八次会议
9	2017年2月23日	第一届监事会第九次会议
10	2017年3月27日	第一届监事会第十次会议
11	2017年5月25日	第一届监事会第十一次会议
12	2017年7月11日	第一届监事会第十二次会议
13	2017年10月10日	第一届监事会第十三次会议
14	2018年4月16日	第一届监事会第十四次会议
15	2018年5月2日	第一届监事会第十五次会议

序号	召开时间	会议名称
16	2018年5月18日	第二届监事会第一次会议
17	2018年9月6日	第二届监事会第二次会议
18	2018年10月11日	第二届监事会第三次会议

#### (四) 独立董事制度的建立健全及运行情况

##### 1、独立董事情况

公司依据公司章程规定设独立董事,公司申请上市时以及作为上市公司存在时,独立董事中应包括1名会计专业人士。会计专业人士是指具有高级职称或注册会计师资格的人士。

公司现任独立董事3名,均根据《公司章程》和《独立董事制度》的规定选举产生,符合《公司法》及相关法规要求的任职资格。

##### 2、独立董事发挥作用的制度安排

为充分发挥独立董事在公司运作中的作用,公司在《独立董事制度》中对独立董事的任职条件、职权范围等制订了相应的规定,主要内容如下:

担任独立董事必须具备下列基本条件:

- (1) 根据法律、行政法规及其他有关规定,具备担任上市公司董事的资格;
- (2) 不存在本制度所规定的不适合担任独立董事的情形;
- (3) 具备上市公司运作的基本知识,熟悉相关法律、行政法规、规章及规则;
- (4) 具有五年以上法律、经济或者其他履行独立董事职责所必需的工作经验;
- (5) 公司章程规定的其他条件。

下列人员不得担任公司独立董事:

- (1) 在本公司或者其附属企业任职的人员及其直系亲属、主要社会关系(直系亲属是指配偶、父母、子女等;主要社会关系是指兄弟姐妹、岳父母、儿媳女

婿、兄弟姐妹的配偶、配偶的兄弟姐妹等)；

(2)直接或间接持有公司已发行股份 1%以上或者是公司前十名股东中的自然人股东及其直系亲属；

(3)在直接或间接持有公司已发行股份 5%以上的股东单位或者在公司前五名股东单位任职的人员及其直系亲属；

(4) 最近一年内曾经具有前三项所列举情形的人员；

(5) 为公司或者其附属企业提供财务、法律、咨询等服务的人员；

(6) 公司章程规定的其他人员；

(7) 中国证监会认定的其他人员。

独立董事最多在 5 家上市公司兼任独立董事，并确保有足够的时间和精力有效地履行独立董事的职责。独立董事每届任期与其他董事任期相同，任期届满可连选连任，但是连任时间不得超过六年。独立董事连续 3 次未亲自出席董事会会议的，由董事会提请股东大会予以撤换。独立董事出现法律法规及公司章程规定的不得担任独立董事的情形或其他不适宜履行独立董事职责的，董事会应当提请股东大会予以撤换。

独立董事除应当具有《公司法》和公司章程规定赋予董事的职权外，还享有以下特别职权：

(1) 公司拟与关联人达成的总额高于 300.00 万元或高于公司最近经审计净资产值的 5%的关联交易应由独立董事认可后，提交董事会讨论。独立董事作出判断前，可以聘请中介机构出具独立财务顾问报告，作为其判断的依据；

(2) 向董事会提议聘用或解聘会计师事务所；

(3) 向董事会提请召开临时股东大会；

(4) 提议召开董事会；

(5) 独立聘请外部审计机构和咨询机构；

(6) 可以在股东大会召开前公开向股东征集投票权。

独立董事应当就上述事项发表以下几类意见之一：同意；保留意见及其理由；反对意见及其理由；无法发表意见及其障碍。

公司《独立董事制度》系根据《公司法》、《关于在上市公司建立独立董事制度的指导意见》等法律法规及《公司章程》制定，符合中国证监会《上市公司治理准则》、《关于在上市公司建立独立董事制度的指导意见》以及深圳证券交易所公司治理方面的规范性文件关于独立董事的要求，与上市公司治理的规范性要求不存在实质差异。

### **3、独立董事履行职责情况**

公司独立董事任职以来，按照《公司章程》、《独立董事制度》等工作要求，认真履行职权，在本次募集资金投资项目、公司经营管理、发展战略等方面的决策中起到了积极的作用。

#### **(五) 董事会秘书制度的建立健全及运行情况**

2015年5月8日，公司第一届董事会第一次会议聘任程琳娜担任董事会秘书。根据《公司法》等法律法规和《公司章程》，经公司第一届董事会第一次会议审议通过《董事会秘书工作细则》，董事会秘书对公司和董事会负责，具体情况如下：

##### **1、董事会秘书的职责**

(1) 负责公司信息披露事务，协调公司信息披露工作，组织制订公司信息披露事务管理制度，督促公司及相关信息披露义务人遵守信息披露相关规定；

(2) 负责公司投资者关系管理和股东资料管理工作，协调公司与证券监管机构、股东及实际控制人、证券服务机构、媒体等之间的信息沟通；

(3) 组织筹备董事会会议和股东大会，参加股东大会、董事会会议、监事会会议及高级管理人员相关会议，负责董事会会议记录工作并签字确认；

(4) 负责公司信息披露的保密工作，在未公开重大信息出现泄露时，及时向公司所上市的证券交易所（以下简称“交易所”）报告并公告；

(5) 关注公共媒体报道并主动求证真实情况，督促董事会及时回复交易所

的所有问询；

(6) 组织董事、监事和高级管理人员进行证券法律法规、本规则及交易所规定的培训，协助前述人员了解各自在信息披露中的权利和义务；

(7) 督促董事、监事和高级管理人员遵守证券法律法规、交易所的其他相关规定及《公司章程》，切实履行其所作出的承诺；在知悉公司作出或者可能作出违反有关规定的决议时，应当予以提醒并立即如实地向交易所报告；

(8) 《公司法》、《证券法》、中国证监会和交易所要求履行的其他职责。

## 2、董事会秘书制度的运行情况

董事会秘书严格按照《公司章程》、《董事会秘书工作细则》的有关规定筹备董事会和股东大会，认真做好会议记录，并及时向公司股东、董事通报公司的有关信息，建立了与股东的良好关系，为公司治理结构的完善和董事会、股东大会正常行使职责发挥了重要作用。

### (六) 董事会专门委员会的设置情况

2015年5月8日公司第一届董事会第一次会议审议通过，公司董事会设立战略委员会、提名委员会、审计委员会、薪酬与考核委员会等专门委员会。

各专门委员会职责及构成如下：

组织框架	主任委员	委员	
战略委员会	曹胜奎	万文英	谢犁
提名委员会	万文英	刘菲	刘激
审计委员会	骆珣	石雷	万文英
薪酬与考核委员会	刘菲	骆珣	刘激

### 1、战略委员会

战略委员会由三名委员组成，委员由董事担任，其中应至少包括一名独立董事。战略委员会设主任委员一名，由董事长担任。

战略委员会的主要职责权限包括：

(1) 研究制定公司长期发展战略规划；

(2) 对《公司章程》规定须经董事会批准的重大投资融资方案进行研究并提出建议;

(3) 对《公司章程》规定须经董事会批准的重大资本运作、资产经营项目进行研究并提出建议;

(4) 对其他影响公司发展的重大事项进行研究并提出建议;

(5) 以上事项的实施进行检查;

(6) 董事会授权的其他事宜。

## 2、提名委员会

提名委员会由三名委员组成, 委员由董事担任, 其中两名委员为独立董事。提名委员会设主任委员一名, 由委员中的独立董事担任, 并由董事会选举产生。

提名委员会的主要职责权限:

(1) 根据公司经营活动情况、资产规模和股权结构对董事会的规模和构成向董事会提出建议;

(2) 研究董事、高级管理人员的选择标准和程序, 并向董事会提出建议;

(3) 广泛搜寻合格的董事和高级管理人员的人选;

(4) 对董事候选人和高级管理人员人选进行审查并提出建议;

(5) 董事会授权的其他事宜。

## 3、审计委员会

审计委员会由三名委员组成, 委员由董事担任, 其中两名委员为独立董事, 且至少有一名独立董事为会计专业人士。审计委员会设主任委员一名, 由独立董事委员中的会计专业人士担任。如有两名以上独立董事符合担任主任委员条件的, 主任委员由公司董事会在符合条件的独立董事中选举产生。

审计委员会的主要职责权限包括:

(1) 提议聘请或更换外部审计机构, 对外部审计机构的工作进行评价;

- (2) 监督公司内部审计制度的建立、完善及其实施；
- (3) 负责内部审计与外部审计之间的沟通；
- (4) 审核公司的财务信息及其披露；
- (5) 审查公司内控制度，对重大关联交易进行审计、监督；
- (6) 公司董事会授予的其他事宜。

#### 4、薪酬与考核委员会

薪酬与考核委员会由三名委员组成，委员由董事担任，其中两名委员为独立董事。薪酬与考核委员会设主任委员一名，由委员中的独立董事担任，并由董事会选举产生。

薪酬与考核委员会的主要职责权限：

- (1) 根据董事及高级管理人员管理岗位的主要范围、职责、重要性制定薪酬计划或方案（薪酬计划或方案主要包括但不限于绩效评价标准、程序及主要评价体系，奖励和惩罚的主要方案和制度等）；
- (2) 在市场提供的本行业薪酬水平的基础上评价对公司高管人员的薪酬水平；
- (3) 落实执行董事、高管人员的薪酬计划；
- (4) 审查公司董事及高级管理人员的履行职责情况，对其进行年度绩效考评，并向董事会出具专项报告；
- (5) 董事会授权的其他事宜。

## 二、发行人近三年违法违规情况

最近三年，发行人不存在因重大违法违规行为受到相关主管机关处罚的情况。

(一) 2016年5月18日，深圳市罗湖区国家税务局对公司子公司深圳嘉宜美出具《税务行政处罚决定书》（深国税罗处罚[2016]34号），深圳嘉宜美丢失



广东省深圳市国家税务局通用机打发票，根据《中华人民共和国发票管理办法》第36条的规定处以深圳嘉宜美罚款1,880元。

根据深圳市罗湖区国家税务局于2017年5月15日出具的《深圳市国家税务局税务违法记录证明》，深圳嘉宜美于2016年1月1日至2016年12月31日期间无重大税务违法记录。

上述税务处罚系因深圳嘉宜美员工工作疏忽丢失广东省深圳市国家税务局通用机打发票，深圳嘉宜美在收到税务机关的处罚决定后全额缴纳了相应的罚款。其后，深圳嘉宜美采取了整改措施以进一步加强内控，规范涉税事项的办理流程。因此，嘉曼服饰子公司深圳嘉宜美上述税务违法行为不会对公司的生产经营产生重大不利影响。

(二) 2018年4月4日，青岛市市南区市场监督管理局向嘉曼服饰出具青南市监消处字[2018]20号《行政处罚决定书》，基于嘉曼服饰经销的“IL GUFO”牌连衣裙在抽检中被鉴定为衣带缝纫强力不符合标准要求，青岛市市南区市场监督管理局认定嘉曼服饰违反了《流通领域商品质量监督管理办法》第十一条“销售者销售商品，不得掺杂、掺假，不得以假充真、以次充好，不得以不合格商品冒充合格商品。”的规定，并依据《流通领域商品质量监督管理办法》、《中华人民共和国产品质量法》和《青岛市工商行政管理行政处罚裁量权标准》（第三百五十七条第（四）项第1目）的相关规定，对嘉曼服饰处罚如下：（1）没收违法所得2,175.21元；（2）罚款3,685.5元。根据发行人提供的资料和说明，截至本文出具之日，嘉曼服饰已经缴纳完毕上述款项，相关不合规产品也已全部下架并退回生产厂家。

根据青岛市市南区市场监督管理局作出上述处罚所参照的《青岛市工商行政管理行政处罚裁量权标准》（第三百五十七条第（四）项第1目），嘉曼服饰的上述情形属于“轻微”违法行为。另外，根据《流通领域商品质量监督管理办法》和《中华人民共和国产品质量法》的相关规定，嘉曼服饰受到的上述处罚也属于较轻微的处罚。

经核查，保荐机构、律师认为，嘉曼服饰受到的上述处罚不构成重大行政处罚，不会构成发行人本次发行上市的实质性法律障碍。

### 三、发行人近三年资金占用和对外担保的情况

报告期内，公司资金占用的情况详见本招股说明书“第七节 同业竞争与关联交易”之“四、关联交易情况”。

报告期内，除公司存在为其全资子公司向银行的借款担保的情形外，公司不存在对外担保的情况。

### 四、发行人管理层对内控制度的评价及注册会计师意见

#### (一) 发行人管理层对内控制度的自我评价

公司董事会认为，公司建立了较为完善的法人治理结构，现有内部控制体系较为健全，符合国家有关法律法规规定，在公司经营管理各个关键环节以及关联交易、对外担保、重大投资等方面发挥了较好的管理控制作用，能够对公司各项业务的健康运行及经营风险的控制提供保证，因此，公司的内部控制是有效的。

由于内部控制有其固有的局限性，随着内部控制环境的变化以及公司发展的需要，内部控制的有效性可能随之改变，为此公司将及时进行内部控制体系的补充和完善，并使其得到有效执行，为财务报告的真实性、完整性，以及公司战略、经营目标的实现提供合理保证。

#### (二) 发行人会计师对发行人内控制度及其执行情况的评价意见

立信对公司内部控制有效性进行了审核，出具了信会师报字[2018]第ZB11967号《内部控制鉴证报告》，认为公司按照财政部等五部委颁发的《企业内部控制基本规范》及相关规定于2018年6月30日在所有重大方面保持了与财务报表相关的有效的内部控制。

## 第十节 财务会计信息

本章的财务会计数据和相关的分析说明反映了本公司报告期内经审计的财务状况。以下引用的财务会计信息，非经特别说明，均引自经审计的公司财务报告。

### 一、注册会计师审计意见及关键审计事项

#### (一) 审计意见

公司聘请了立信会计师对公司财务报表进行了审计，审计范围包括：2015年12月31日、2016年12月31日、2017年12月31日、2018年6月30日的资产负债表和合并资产负债表，2015年、2016年、2017年、2018年1-6月的利润表和合并利润表、现金流量表和合并现金流量表以及财务报表附注。立信会计师对公司2015年、2016年、2017年、2018年1-6月的财务报表出具了标准无保留意见的审计报告。

#### (二) 关键审计事项

关键审计事项是立信根据职业判断，认为对本期财务报表审计最为重要的事项。这些事项的应对以对财务报表整体进行审计并形成审计意见为背景，立信不对这些事项单独发表意见。立信确定下列事项是需要在审计报告中沟通的关键审计事项。

关键审计事项	该事项在审计中是如何应对的
[存货跌价准备]	
嘉曼服饰的存货主要分为原材料、发出商品、低值易耗品和库存商品。截止2018年6月30日存货计提跌价准备20,799,704.78元；2017年12月31日存货计提存货跌价准备21,912,400.04元。对于库存商品，管理层综合考虑历史经验、当前市场情况、顾客需求及时尚趋势等因素，按照产品单价、折扣计算产品的可变现净值。立信因为产品存货余额的重要性以及可变现净值的复杂性而关注存货跌价准备。	立信对于存货估值所执行的审计工作包括： 1、了解并测试嘉曼服饰存货管理内部控制的有效性； 2、获取嘉曼服饰存货库龄结构情况； 3、执行盘点程序时关注过季存货的资产状况； 4、了解嘉曼服饰过季存货的未来销售政策是否发生重大变化； 5、检查库存商品的期末总额、产品在本报告期的折扣以及产品销售单价，复核产品的可变现净值的合理性和计算过程； 6、立信在审计工作中获取的证据支持管理层对于存货整体的可变现净值所行使的判断。

关键审计事项	该事项在审计中是如何应对的
[收入]	
嘉曼服饰主要从事童装设计和销售。由于嘉曼服饰报告期收入增长较快，同时收入是公司关键业绩指标之一，存在公司管理层为了达到特定目标或期望而操纵收入确认的固有风险，因此我们将嘉曼服饰的收入确认作为关键审计事项之一。	<p>我们对于收入确认所执行的主要审计程序包括：</p> <p>1、 评价管理层对销售与收款内部控制设计和执行的有效性，对销售和收款流程执行内部控制测试程序。</p> <p>2、 通过检查主要销售合同或订单、了解货物签收及退货的政策、与管理层沟通等程序，了解和评价不同模式收入确认会计政策的适当性。</p> <p>3、 通过抽样的方式检查了不同销售模式下与收入确认相关的支持性凭证：销售合同、销售发票、出库单、货运单、客户对账单或签收单、银行回单等。</p> <p>4、 对主要客户选取样本执行函证程序，以确认本期销售金额及期末应收账款余额。</p> <p>5、 针对资产负债表日前后记录的收入交易，选取样本核对相关支持性凭证，评估收入确认是否记录在恰当的会计期间。</p>

## 二、财务报表

### (一) 合并财务报表

#### 1、资产负债表

资产负债表（资产）

单位：元

资 产	2018.6.30	2017.12.31	2016.12.31	2015.12.31
流动资产：				
货币资金	42,522,746.80	85,724,245.13	30,690,058.80	28,190,722.76
应收票据及应收账款	50,852,220.43	60,118,726.53	48,699,624.49	40,475,178.54
预付款项	45,654,994.50	14,379,551.03	10,841,718.39	7,653,516.28
其他应收款	7,926,899.99	7,176,122.79	5,362,003.70	11,598,979.15
存货	216,400,358.07	246,944,968.23	216,319,405.07	190,664,828.56
一年内到期的非流动资产		-	5,170,649.29	5,896,856.49
其他流动资产	24,539,448.82	5,333,052.02	4,976,631.41	8,361,167.60
<b>流动资产合计</b>	<b>387,896,668.61</b>	<b>419,676,665.73</b>	<b>322,060,091.15</b>	<b>292,841,249.38</b>
非流动资产：				
固定资产	54,650,481.55	55,580,755.62	53,983,075.91	29,406,583.74
在建工程		-		9,258,938.56

资 产	2018.6.30	2017.12.31	2016.12.31	2015.12.31
无形资产	7,654,526.91	7,824,798.69	7,527,502.05	7,815,074.96
商誉	1,498,016.17	1,498,016.17	1,498,016.17	1,498,016.17
长期待摊费用	16,182,956.33	14,084,503.45	4,003,621.37	3,379,483.71
递延所得税资产	17,540,374.29	20,066,463.86	18,796,954.48	18,136,489.13
其他非流动资产	884,444.40	1,404,029.63	1,895,538.06	2,246,651.30
<b>非流动资产合计</b>	<b>98,410,799.65</b>	<b>100,458,567.42</b>	<b>87,704,708.04</b>	<b>71,741,237.57</b>
<b>资产总计</b>	<b>486,307,468.26</b>	<b>520,135,233.15</b>	<b>409,764,799.19</b>	<b>364,582,486.95</b>

资产负债表（负债和股东权益）

单位：元

负债和所有者权益	2018.6.30	2017.12.31	2016.12.31	2015.12.31
流动负债：				
短期借款	70,000.00	30,880,000.00	30,096,000.00	36,000,000.00
应付票据及应付账款	89,035,353.45	120,595,782.98	78,449,965.60	62,214,045.48
预收款项	7,361,874.94	4,932,828.01	7,067,924.43	7,796,124.10
应付职工薪酬	7,719,494.12	8,990,141.93	6,765,125.57	6,202,891.38
应交税费	10,203,980.57	17,341,800.86	11,650,868.16	4,559,700.39
其他应付款	16,343,460.80	16,106,857.36	12,210,682.61	21,906,469.22
其他流动负债	6,861,154.90	11,441,093.85	8,536,129.03	8,020,361.80
<b>流动负债合计</b>	<b>137,595,318.78</b>	<b>210,288,504.99</b>	<b>154,776,695.40</b>	<b>146,699,592.37</b>
非流动负债：				
预计负债		241,066.12		
<b>非流动负债合计</b>		<b>241,066.12</b>	-	-
<b>负债合计</b>	<b>137,595,318.78</b>	<b>210,529,571.11</b>	<b>154,776,695.40</b>	<b>146,699,592.37</b>
所有者权益：				
股本	81,000,000.00	81,000,000.00	81,000,000.00	81,000,000.00
资本公积	30,148,323.46	30,148,323.46	30,148,323.46	30,148,323.46
减：库存股		-	-	-
其他综合收益		-	-	-
专项储备		-	-	-
盈余公积	1,330,352.86	1,330,352.86	297,454.70	-
未分配利润	236,233,473.16	197,126,985.72	143,542,325.63	106,734,571.12
归属于母公司所有者	348,712,149.48	309,605,662.04	254,988,103.79	217,882,894.58

<b>负债和所有者权益</b>	<b>2018.6.30</b>	<b>2017.12.31</b>	<b>2016.12.31</b>	<b>2015.12.31</b>
权益合计				
少数股东权益		-	-	-
<b>所有者权益合计</b>	<b>348,712,149.48</b>	<b>309,605,662.04</b>	<b>254,988,103.79</b>	<b>217,882,894.58</b>
<b>负债和所有者权益总计</b>	<b>486,307,468.26</b>	<b>520,135,233.15</b>	<b>409,764,799.19</b>	<b>364,582,486.95</b>

## 2、利润表

单位：元

项 目	2018年1-6月	2017年度	2016年度	2015年度
一、营业总收入	329,486,336.63	548,448,784.04	402,391,483.14	385,213,666.15
其中：营业收入	329,486,336.63	548,448,784.04	402,391,483.14	385,213,666.15
二、营业总成本	281,019,477.03	486,643,775.59	359,529,350.67	345,981,091.31
其中：营业成本	152,153,614.35	257,496,339.28	188,366,090.67	188,128,227.82
税金及附加	3,291,624.14	6,542,448.72	3,806,229.04	3,570,568.05
销售费用	92,172,079.74	156,821,745.87	113,500,593.14	106,868,277.85
管理费用	24,325,833.04	43,314,777.21	37,005,256.06	32,467,927.56
财务费用	530,201.94	3,011,041.02	3,370,593.05	5,131,549.83
其中：利息费用	667,346.46	1,939,986.83	3,092,093.25	4,545,207.52
利息收入	383,823.59	288,713.32	622,697.26	397,429.79
资产减值损失	8,546,123.82	19,457,423.49	13,480,588.71	9,814,540.20
加：公允价值变动收益(损失以“-”号填列)		-	-	-
投资收益(损失以“-”号填列)		-	-	220,495.33
其中：对联营企业和合营企业的投资收益		-	-	-
资产处置收益(损失以“-”号填列)	-16,163.99	6,824.93	1,332.28	-15,700.04
汇兑收益(损失以“-”号填列)		-	-	-
其他收益	3,548,056.11	11,062,430.00	-	-
三、营业利润(亏损以“-”号填列)	51,998,751.72	72,874,263.38	42,863,464.75	39,437,370.13
加：营业外收入	20,373.89	342,353.32	6,760,671.25	2,463,224.36
减：营业外支出	60.00	666,379.55	1,884.16	8,518.73
四、利润总额(亏损总额以“-”号填列)	52,019,065.61	72,550,237.15	49,622,251.84	41,892,075.76
减：所得税费用	12,912,578.17	17,932,678.90	12,517,042.63	10,904,030.14
五、净利润(净亏损以“-”号填列)	39,106,487.44	54,617,558.25	37,105,209.21	30,988,045.62
归属于母公司所有者的净利润	39,106,487.44	54,617,558.25	37,105,209.21	30,988,045.62

项 目	2018 年 1-6 月	2017 年度	2016 年度	2015 年度
少数股东损益		-	-	-
六、其他综合收益的税后净额		-	-	-
七、综合收益总额	39,106,487.44	54,617,558.25	37,105,209.21	30,988,045.62
归属于母公司所有者的综合收益总额	39,106,487.44	54,617,558.25	37,105,209.21	30,988,045.62
归属于少数股东的综合收益总额		-	-	-
八、每股收益：		-	-	-
（一）基本每股收益（元/股）	0.48	0.67	0.46	0.38
（二）稀释每股收益（元/股）	0.48	0.67	0.46	0.38



## 3、现金流量表

单位：元

项 目	2018年1-6月	2017年度	2016年度	2015年度
<b>一、经营活动产生的现金流量</b>				
销售商品、提供劳务收到的现金	379,814,127.54	626,415,245.16	459,324,725.56	440,489,810.33
收到的税费返还		-	2,283,299.79	90,944.19
收到其他与经营活动有关的现金	46,439,848.17	16,673,437.81	20,430,418.85	7,937,953.92
经营活动现金流入小计	426,253,975.71	643,088,682.97	482,038,444.20	448,518,708.44
购买商品、接受劳务支付的现金	207,802,749.18	322,325,490.96	265,195,701.59	246,624,153.55
支付给职工以及为职工支付的现金	55,230,458.25	92,960,004.74	77,670,834.38	73,268,973.44
支付的各项税费	43,399,197.99	60,562,821.85	39,006,335.69	47,578,502.37
支付其他与经营活动有关的现金	61,626,944.55	124,764,685.61	68,583,807.39	53,777,377.03
经营活动现金流出小计	368,059,349.97	600,613,003.16	450,456,679.05	421,249,006.39
<b>经营活动产生的现金流量净额</b>	<b>58,194,625.74</b>	<b>42,475,679.81</b>	<b>31,581,765.15</b>	<b>27,269,702.05</b>
<b>二、投资活动产生的现金流量</b>		-	-	-
收回投资收到的现金		-	-	30,400,000.00
取得投资收益收到的现金		-	-	220,495.33
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	14,501.32	13,500.00	3,100.00	41,000.00
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额		-	-	-
收到其他与投资活动有关的现金		-	-	-
投资活动现金流入小计	14,501.32	13,500.00	3,100.00	30,661,495.33
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	10,182,991.26	21,132,467.60	13,959,725.60	18,287,255.01
投资支付的现金	20,100,000.00	-	-	15,400,000.00
支付其他与投资活动有关的现金		-	-	-
投资活动现金流出小计	30,282,991.26	21,132,467.60	13,959,725.60	33,687,255.01
<b>投资活动产生的现金流量净额</b>	<b>-30,268,489.94</b>	<b>-21,118,967.60</b>	<b>-13,956,625.60</b>	<b>-3,025,759.68</b>

项 目	2018年1-6月	2017年度	2016年度	2015年度
<b>三、筹资活动产生的现金流量</b>		-	-	-
吸收投资收到的现金		-	-	-
其中：子公司吸收少数股东投资收到的现金		-	-	-
取得借款收到的现金	70,000.00	84,200,000.00	34,096,000.00	56,000,000.00
发行债券收到的现金		-	-	-
收到其他与筹资活动有关的现金		-	-	-
筹资活动现金流入小计	70,000.00	84,200,000.00	34,096,000.00	56,000,000.00
偿还债务支付的现金	30,880,000.00	86,922,387.41	40,000,000.00	87,000,000.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	686,359.88	1,896,060.04	2,615,429.64	3,785,492.41
其中：子公司支付给少数股东的股利、利润		-	-	-
支付其他与筹资活动有关的现金		600,480.00	529,825.93	1,105,712.63
筹资活动现金流出小计	31,566,359.88	89,418,927.45	43,145,255.57	91,891,205.04
<b>筹资活动产生的现金流量净额</b>	<b>-31,496,359.88</b>	<b>-5,218,927.45</b>	<b>-9,049,255.57</b>	<b>-35,891,205.04</b>
<b>四、汇率变动对现金及现金等价物的影响</b>	<b>-25,491.70</b>	<b>3,351.57</b>	<b>4,358.24</b>	<b>2,522.77</b>
<b>五、现金及现金等价物净增加额</b>	<b>-3,595,715.78</b>	<b>16,141,136.33</b>	<b>8,580,242.22</b>	<b>-11,644,739.90</b>
加：期初现金及现金等价物余额	42,633,106.37	26,491,970.04	17,911,727.82	29,556,467.72
<b>六、期末现金及现金等价物余额</b>	<b>39,037,390.59</b>	<b>42,633,106.37</b>	<b>26,491,970.04</b>	<b>17,911,727.82</b>

## (二) 母公司财务报表

### 1、资产负债表

#### 资产负债表（资产）

单位：元

资 产	2018.6.30	2017.12.31	2016.12.31	2015.12.31
流动资产：				
货币资金	29,113,548.43	57,740,485.37	20,808,292.64	18,830,797.60
应收票据及应收账款	37,091,989.43	41,277,238.33	36,940,571.25	37,654,416.93

资 产	2018.6.30	2017.12.31	2016.12.31	2015.12.31
预付款项	11,837,433.94	4,164,327.76	2,435,997.00	5,050,726.82
其他应收款	29,213,968.14	18,795,237.93	9,926,512.75	12,234,347.47
存货	187,067,075.20	209,654,191.43	204,190,637.92	203,114,269.74
一年内到期的非流动资产		-	3,723,517.67	5,255,039.51
其他流动资产	23,386,650.68	3,210,055.24	2,798,775.47	2,961,544.33
<b>流动资产合计</b>	<b>317,710,665.82</b>	<b>334,841,536.06</b>	<b>280,824,304.70</b>	<b>285,101,142.40</b>
非流动资产:				
长期股权投资	68,253,738.55	68,253,738.55	68,253,738.55	68,253,738.55
固定资产	1,764,790.92	1,624,600.43	1,223,373.36	1,582,684.80
无形资产	245,836.46	310,137.14	109,442.05	236,334.96
长期待摊费用	9,301,256.34	8,651,985.85	1,177,763.70	1,830,622.97
递延所得税资产	10,502,984.09	10,762,197.27	7,761,657.47	5,467,892.65
其他非流动资产	774,444.40	942,239.63	1,800,538.06	2,246,651.30
<b>非流动资产合计</b>	<b>90,843,050.76</b>	<b>90,544,898.87</b>	<b>80,326,513.19</b>	<b>79,617,925.23</b>
<b>资产总计</b>	<b>408,553,716.58</b>	<b>425,386,434.93</b>	<b>361,150,817.89</b>	<b>364,719,067.63</b>

资产负债表（负债和所有者权益）

单位：元

负债和所有者 权益	2018.6.30	2017.12.31	2016.12.31	2015.12.31
流动负债:				
短期借款		20,930,000.00	4,100,000.00	26,000,000.00
应付票据及应付账款	50,877,721.20	128,727,711.09	133,742,341.04	23,635,237.51
预收款项	3,540,027.52	5,875,891.86	6,457,352.68	5,147,869.08
应付职工薪酬	5,972,843.24	7,391,396.78	5,693,126.94	4,923,867.08
应交税费	3,602,131.00	4,231,908.97	5,269,254.58	3,780,467.03
其他应付款	212,934,529.49	134,076,455.52	96,187,061.86	194,276,239.37
其他流动负债	3,310,357.05	6,555,491.60	2,771,847.39	2,641,283.64
<b>流动负债合计</b>	<b>280,237,609.50</b>	<b>307,788,855.82</b>	<b>254,220,984.49</b>	<b>260,404,963.71</b>
非流动负债:				-
预计负债		1,066.12		
<b>非流动负债合计</b>		<b>1,066.12</b>		<b>-</b>
<b>负债合计</b>	<b>280,237,609.50</b>	<b>307,789,921.94</b>	<b>254,220,984.49</b>	<b>260,404,963.71</b>

负债和所有者权益	2018.6.30	2017.12.31	2016.12.31	2015.12.31
所有者权益:				
股本	81,000,000.00	81,000,000.00	81,000,000.00	81,000,000.00
资本公积	26,047,082.03	26,047,082.03	26,047,082.03	26,047,082.03
盈余公积	1,330,352.86	1,330,352.86	297,454.70	-
未分配利润	19,938,672.19	9,219,078.10	-414,703.33	-2,732,978.11
<b>所有者权益合计</b>	<b>128,316,107.08</b>	<b>117,596,512.99</b>	<b>106,929,833.40</b>	<b>104,314,103.92</b>
<b>负债和所有者权益总计</b>	<b>408,553,716.58</b>	<b>425,386,434.93</b>	<b>361,150,817.89</b>	<b>364,719,067.63</b>

## 2、利润表

单位:元

项 目	2018年1-6月	2017年度	2016年度	2015年度
一、营业收入	198,575,217.29	338,252,825.33	300,918,633.47	342,749,840.52
减: 营业成本	117,490,876.32	207,439,440.40	193,523,755.16	232,389,652.45
税金及附加	1,673,844.44	2,505,919.54	1,784,582.54	2,009,282.01
销售费用	57,668,993.16	98,622,951.94	86,649,883.72	78,648,659.33
管理费用	12,104,129.45	20,358,639.79	15,515,639.46	20,004,773.76
研发费用	-	-	-	-
财务费用	291,265.24	2,630,145.64	1,509,290.20	2,637,584.57
其中: 利息费用	498,248.48	1,581,397.48	1,162,311.37	2,088,841.10
利息收入	349,651.63	246,213.77	521,781.07	359,057.99
资产减值损失	8,368,434.40	19,379,340.04	11,979,456.78	10,651,971.88
加: 公允价值变动收益(损失以“-”号填列)				-
投资收益(损失以“-”号填列)	10,000,000.00	20,000,000.00	10,000,000.00	220,495.33
其中: 对联营企业和合营企业的投资收益				-
资产处置收益(损失以“-”号填列)	-8,088.50	6,824.93	1,332.28	
其他收益		8,000.00		
二、营业利润(亏损以“-”号填列)	10,969,585.78	7,331,212.91	-42,642.11	-3,371,588.15
加: 营业外收入	13,873.89	342,120.39	332,401.25	8,764.94

项 目	2018年1-6月	2017年度	2016年度	2015年度
减：营业外支出	60.00	1.55	4.16	79.14
三、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	10,983,399.67	7,673,331.75	289,754.98	-3,362,902.35
减：所得税费用	263,805.58	-3,000,172.77	-2,325,974.50	-629,924.24
四、净利润（净亏损以“-”号填列）	10,719,594.09	10,673,504.52	2,615,729.48	-2,732,978.11
五、其他综合收益的税后净额				-
六、综合收益总额	10,719,594.09	10,673,504.52	2,615,729.48	-2,732,978.11
七、每股收益：				
（一）基本每股收益（元/股）				
（二）稀释每股收益（元/股）				

### 3、现金流量表

单位：元

项 目	2018年1-6月	2017年度	2016年度	2015年度
<b>一、经营活动产生的现金流量</b>				
销售商品、提供劳务收到的现金	223,656,559.61	388,213,915.32	352,150,482.13	393,461,583.46
收到的税费返还			1,684,688.12	-
收到其他与经营活动有关的现金	42,159,827.42	40,352,918.93	32,989,479.08	32,325,886.39
经营活动现金流入小计	265,816,387.03	428,566,834.25	386,824,649.33	425,787,469.85
购买商品、接受劳务支付的现金	122,868,593.47	221,679,403.01	244,222,077.00	283,194,828.45
支付给职工以及为职工支付的现金	43,383,357.27	77,226,723.25	61,016,615.01	58,522,190.39
支付的各项税费	15,697,474.73	21,443,821.30	16,581,405.57	21,814,569.48
支付其他与经营活动有关的现金	25,773,691.26	122,572,825.06	45,295,838.65	68,976,720.49
经营活动现金流出小计	207,723,116.73	442,922,772.62	367,115,936.23	432,508,308.81
<b>经营活动产生的现金流量净额</b>	<b>58,093,270.30</b>	<b>-14,355,938.37</b>	<b>19,708,713.10</b>	<b>-6,720,838.96</b>
<b>二、投资活动产生的现金流量</b>				
收回投资收到的现金				30,400,000.00
取得投资收益收到的现金		10,000,000.00	10,000,000.00	220,495.33

项 目	2018年1-6月	2017年度	2016年度	2015年度
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	14,001.32	-	3,100.00	-
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额		-	-	-
收到其他与投资活动有关的现金		-	-	-
投资活动现金流入小计	14,001.32	10,000,000.00	10,003,100.00	30,620,495.33
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	5,574,685.83	8,795,231.08	3,975,981.67	6,935,557.40
投资支付的现金	20,100,000.00	-	-	15,400,000.00
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额		-	-	-
支付其他与投资活动有关的现金		-	-	-
投资活动现金流出小计	25,674,685.83	8,795,231.08	3,975,981.67	22,335,557.40
<b>投资活动产生的现金流量净额</b>	<b>-25,660,684.51</b>	<b>1,204,768.92</b>	<b>6,027,118.33</b>	<b>8,284,937.93</b>
<b>三、筹资活动产生的现金流量</b>		-	-	
吸收投资收到的现金		-	-	-
取得借款收到的现金		73,430,000.00	4,100,000.00	26,000,000.00
发行债券收到的现金		-	-	-
收到其他与筹资活动有关的现金		-	-	-
筹资活动现金流入小计		73,430,000.00	4,100,000.00	26,000,000.00
偿还债务支付的现金	20,930,000.00	60,106,387.41	26,000,000.00	37,000,000.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	498,248.48	1,536,171.98	1,162,311.37	2,047,357.80
支付其他与筹资活动有关的现金		600,480.00	529,825.93	1,105,712.63
筹资活动现金流出小计	21,428,248.48	62,243,039.39	27,692,137.30	40,153,070.43
<b>筹资活动产生的现金流量净额</b>	<b>-21,428,248.48</b>	<b>11,186,960.61</b>	<b>-23,592,137.30</b>	<b>-14,153,070.43</b>
<b>四、汇率变动对现金及现金等价物的影响</b>	<b>-25,491.70</b>	<b>3,351.57</b>	<b>4,358.24</b>	<b>2,522.77</b>
<b>五、现金及现金等价物净增加额</b>	<b>10,978,845.61</b>	<b>-1,960,857.27</b>	<b>2,148,052.37</b>	<b>-12,586,448.69</b>

项 目	2018年1-6月	2017年度	2016年度	2015年度
加：期初现金及现金等价物余额	14,649,346.61	16,610,203.88	14,462,151.51	27,048,600.20
<b>六、期末现金及现金等价物余额</b>	<b>25,628,192.22</b>	<b>14,649,346.61</b>	<b>16,610,203.88</b>	<b>14,462,151.51</b>

### 三、财务报表的编制基础

#### (一) 编制基础

本公司以持续经营为基础，根据实际发生的交易和事项，按照财政部颁布的《企业会计准则——基本准则》和各项具体会计准则、企业会计准则应用指南、企业会计准则解释及其他相关规定（以下合称“企业会计准则”），以及中国证监会《公开发行证券的公司信息披露编报规则第15号——财务报告的一般规定》的披露规定编制财务报表。

#### (二) 持续经营

报告期内，公司主营业务结构不断优化，经营业绩持续增长，预计未来12个月内公司经营规模将继续稳步增长，不存在导致公司持续经营存在重大不确定性的市场风险、偿债风险、财务弹性风险及企业管理层改变经营政策的意向风险等因素。

### 四、合并报表范围及变化情况

本公司合并财务报表的合并范围以控制为基础确定，所有子公司（包括本公司所控制的被投资方可分割的部分）均纳入合并财务报表。

#### (一) 纳入合并报表范围的子公司、二级子公司

单位：万元

序号	公司名称	成立时间	注册资本	注册地	股东构成及控制情况	主营业务
1	水孩儿服饰	1996年10月29日	1,000	北京	发行人持股100%	童装服饰经营
2	深圳嘉宜美	2009年4月30日	10	深圳	发行人持股100%	童装服饰经营
3	杭州思普源	2010年12月16日	10	杭州	发行人持股100%	童装服饰经营
4	天津嘉曼	2011年9月26日	6,000	天津	发行人持股100%	童装服饰经营

序号	公司名称	成立时间	注册资本	注册地	股东构成及控制情况	主营业务
5	天津嘉士	2012年12月6日	100	天津	发行人持股100%	童装服饰经营
6	天津嘉吉斯	2015年11月5日	200	天津	发行人持股100%	童装服饰经营
7	大连嘉一	2016年1月11日	1	大连	发行人持股100%	童装服饰经营
8	成都思普源	2017年3月14日	1	成都	发行人持股100%	童装服饰经营
9	广州嘉贵	2016年9月30日	10	广州	发行人持股100%	童装服饰经营
10	天津嘉达	2015年5月7日	500	天津	天津嘉曼持股100%	童装服饰经营
11	重庆思普源	2017年9月18日	50	重庆	发行人持股100%	童装服饰经营

## (二) 对子公司丧失控制权的情形

报告期内不存在对子公司丧失控制权的情形。

## 五、主要会计政策和会计估计

### (一) 遵循企业会计准则的声明

本公司编制的财务报表符合《企业会计准则》的要求，真实、完整地反映了本公司2015年12月31日、2016年12月31日、2017年12月31日、2018年6月30日的财务状况，2015年度、2016年度、2017年度和2018年度1-6月的财务状况、经营成果和现金流量等相关信息。

### (二) 会计期间

本公司会计年度为公历年度，即每年1月1日起至12月31日止。

### (三) 营业周期

本公司以一年12个月作为正常营业周期，并以营业周期作为资产和负债的流动性划分标准。

### (四) 记账本位币

本公司以人民币为记账本位币。



## (五) 同一控制下和非同一控制下企业合并的会计处理方法

### 1、同一控制下的企业合并

本公司在企业合并中取得的资产和负债，按照合并日在被合并方资产、负债（包括最终控制方收购被合并方而形成的商誉）在最终控制方合并财务报表中的账面价值计量。在合并中取得的净资产账面价值与支付的合并对价账面价值（或发行股份面值总额）的差额，调整资本公积中的实收资本溢价，资本公积中的实收资本溢价不足冲减的，调整留存收益。

### 2、非同一控制下的企业合并

本公司在购买日对作为企业合并对价付出的资产、发生或承担的负债按照公允价值计量，公允价值与其账面价值的差额，计入当期损益。本公司对合并成本大于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，确认为商誉；合并成本小于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，经复核后，计入当期损益。

为企业合并发生的审计、法律服务、评估咨询等中介费用以及其他直接相关费用，于发生时计入当期损益；为企业合并而发行权益性证券的交易费用，冲减权益。

## (六) 合并财务报表的编制方法

本公司以自身和各子公司的财务报表为基础，根据其他有关资料，编制合并财务报表。本公司编制合并财务报表，将整个企业集团视为一个会计主体，依据相关企业会计准则的确认、计量和列报要求，按照统一的会计政策，反映本企业集团整体财务状况、经营成果和现金流量。

所有纳入合并财务报表合并范围的子公司所采用的会计政策、会计期间与本公司一致，如子公司采用的会计政策、会计期间与本公司不一致的，在编制合并财务报表时，按本公司的会计政策、会计期间进行必要的调整。对于非同一控制下企业合并取得的子公司，以购买日可辨认净资产公允价值为基础对其财务报表进行调整。对于同一控制下企业合并取得的子公司，以其资产、负债（包括最终控制方收购该子公司而形成的商誉）在最终控制方财务报表中的账面价值为基础对其财务报表进行调整。

子公司所有者权益、当期净损益和当期综合收益中属于少数股东的份额分别在合并资产负债表中所有者权益项目下、合并利润表中净利润项目下和综合收益总额项目下单独列示。子公司少数股东分担的当期亏损超过了少数股东在该子公司期初所有者权益中所享有份额而形成的余额，冲减少数股东权益。

### **1、增加子公司或业务**

在报告期内，若因同一控制下企业合并增加子公司或业务的，则调整合并资产负债表的期初数；将子公司或业务合并当期期初至报告期末的收入、费用、利润纳入合并利润表；将子公司或业务合并当期期初至报告期末的现金流量纳入合并现金流量表，同时对比较报表的相关项目进行调整，视同合并后的报告主体自最终控制方开始控制时点起一直存在。

因追加投资等原因能够对同一控制下的被投资方实施控制的，视同参与合并的各方在最终控制方开始控制时即以目前的状态存在进行调整。在取得被合并方控制权之前持有的股权投资，在取得原股权之日与合并方和被合并方同处于同一控制之日孰晚日起至合并日之间已确认有关损益、其他综合收益以及其他净资产变动，分别冲减比较报表期间的期初留存收益或当期损益。

在报告期内，若因非同一控制下企业合并增加子公司或业务的，则不调整合并资产负债表期初数；将该子公司或业务自购买日至报告期末的收入、费用、利润纳入合并利润表；该子公司或业务自购买日至报告期末的现金流量纳入合并现金流量表。

因追加投资等原因能够对非同一控制下的被投资方实施控制的，对于购买日之前持有的被购买方的股权，本公司按照该股权在购买日的公允价值进行重新计量，公允价值与其账面价值的差额计入当期投资收益。购买日之前持有的被购买方的股权涉及权益法核算下的其他综合收益以及除净损益、其他综合收益和利润分配之外的其他所有者权益变动的，与其相关的其他综合收益、其他所有者权益变动转为购买日所属当期投资收益，由于被投资方重新计量设定受益计划净负债或净资产变动而产生的其他综合收益除外。

### **2、处置子公司或业务**

#### **(1) 一般处理方法**

在报告期内,本公司处置子公司或业务,则该子公司或业务期初至处置日的收入、费用、利润纳入合并利润表;该子公司或业务期初至处置日的现金流量纳入合并现金流量表。

因处置部分股权投资或其他原因丧失了对被投资方控制权时,对于处置后的剩余股权投资,本公司按照其在丧失控制权日的公允价值进行重新计量。处置股权取得的对价与剩余股权公允价值之和,减去按原持股比例计算应享有原有子公司自购买日或合并日开始持续计算的净资产的份额与商誉之和的差额,计入丧失控制权当期的投资收益。与原有子公司股权投资相关的其他综合收益或除净损益、其他综合收益及利润分配之外的其他所有者权益变动,在丧失控制权时转为当期投资收益,由于被投资方重新计量设定受益计划净负债或净资产变动而产生的其他综合收益除外。

因其他投资方对子公司增资而导致本公司持股比例下降从而丧失控制权的,按照上述原则进行会计处理。

## (2) 分步处置子公司

通过多次交易分步处置对子公司股权投资直至丧失控制权的,处置对子公司股权投资的各项交易的条款、条件以及经济影响符合以下一种或多种情况,通常表明应将多次交易事项作为一揽子交易进行会计处理:

- i. 这些交易是同时或者在考虑了彼此影响的情况下订立的;
- ii. 这些交易整体才能达成一项完整的商业结果;
- iii. 一项交易的发生取决于其他至少一项交易的发生;
- iv. 一项交易单独看是不经济的,但是和其他交易一并考虑时是经济的。

处置对子公司股权投资直至丧失控制权的各项交易属于一揽子交易的,本公司将各项交易作为一项处置子公司并丧失控制权的交易进行会计处理;但是,在丧失控制权之前每一次处置价款与处置投资对应的享有该子公司净资产份额的差额,在合并财务报表中确认为其他综合收益,在丧失控制权时一并转入丧失控制权当期的损益。

处置对子公司股权投资直至丧失控制权的各项交易不属于一揽子交易的,在

丧失控制权之前,按不丧失控制权的情况下部分处置对子公司的股权投资的相关政策进行会计处理;在丧失控制权时,按处置子公司一般处理方法进行会计处理。

### **3、购买子公司少数股权**

本公司因购买少数股权新取得的长期股权投资与按照新增持股比例计算应享有子公司自购买日(或合并日)开始持续计算的净资产份额之间的差额,调整合并资产负债表中的资本公积中的股本溢价,资本公积中的股本溢价不足冲减的,调整留存收益。

### **4、不丧失控制权的情况下部分处置对子公司的股权投资**

在不丧失控制权的情况下因部分处置对子公司的长期股权投资而取得的处置价款与处置长期股权投资相对应享有子公司自购买日或合并日开始持续计算的净资产份额之间的差额,调整合并资产负债表中的资本公积中的股本溢价,资本公积中的股本溢价不足冲减的,调整留存收益。

#### **(七) 现金及现金等价物的确定标准**

在编制现金流量表时,将本公司库存现金以及可以随时用于支付的存款确认为现金。将同时具备期限短(从购买日起三个月内到期)、流动性强、易于转换为已知现金、价值变动风险很小四个条件的投资,确定为现金等价物。

#### **(八) 外币业务及外币财务报表折算**

资产负债表中的资产和负债项目,采用资产负债表日的即期汇率折算;所有者权益项目除“未分配利润”项目外,其他项目采用发生时的即期汇率折算。利润表中的收入和费用项目,采用交易发生日的即期汇率(或:采用按照系统合理的方法确定的、与交易发生日即期汇率近似的汇率。提示:若采用此种方法,应明示何种方法何种口径)折算。

处置境外经营时,将与该境外经营相关的外币财务报表折算差额,自所有者权益项目转入处置当期损益。

#### **(九) 金融工具**

金融工具包括金融资产、金融负债和权益工具。

## 1、金融工具的分类

金融资产和金融负债于初始确认时分类为：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债，包括交易性金融资产或金融负债；持有至到期投资；应收款项；可供出售金融资产；其他金融负债等。

## 2、金融工具的确认依据和计量方法

### (1) 以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产（金融负债）

取得时以公允价值（扣除已宣告但尚未发放的现金股利或已到付息期但尚未领取的债券利息）作为初始确认金额，相关的交易费用计入当期损益。

持有期间将取得的利息或现金股利确认为投资收益，期末将公允价值变动计入当期损益。

处置时，其公允价值与初始入账金额之间的差额确认为投资收益，同时调整公允价值变动损益。

### (2) 持有至到期投资

取得时按公允价值（扣除已到付息期但尚未领取的债券利息）和相关交易费用之和作为初始确认金额。

持有期间按照摊余成本和实际利率计算确认利息收入，计入投资收益。实际利率在取得时确定，在该预期存续期间或适用的更短期间内保持不变。

处置时，将所取得价款与该投资账面价值之间的差额计入投资收益。

### (3) 应收款项

公司对外销售商品或提供劳务形成的应收债权，以及公司持有的其他企业的不包括在活跃市场上有报价的债务工具的债权，包括应收账款、其他应收款等，以向购货方应收的合同或协议价款作为初始确认金额；具有融资性质的，按其现值进行初始确认。

收回或处置时，将取得的价款与该应收款项账面价值之间的差额计入当期损益。

### (4) 可供出售金融资产

取得时按公允价值（扣除已宣告但尚未发放的现金股利或已到付息期但尚未领取的债券利息）和相关交易费用之和作为初始确认金额。

持有期间将取得的利息或现金股利确认为投资收益。期末以公允价值计量且

将公允价值变动计入其他综合收益。但是，在活跃市场中没有报价且其公允价值不能可靠计量的权益工具投资，以及与该权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融资产，按照成本计量。

处置时，将取得的价款与该金融资产账面价值之间的差额，计入投资损益；同时，将原直接计入其他综合收益的公允价值变动累计额对应处置部分的金额转出，计入当期损益。

#### (5) 其他金融负债

按其公允价值和相关交易费用之和作为初始确认金额。采用摊余成本进行后续计量。

### 3、金融资产转移的确认依据和计量方法

公司发生金融资产转移时，如已将金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给转入方，则终止确认该金融资产；如保留了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，则不终止确认该金融资产。

在判断金融资产转移是否满足上述金融资产终止确认条件时，采用实质重于形式的原则。公司将金融资产转移区分为金融资产整体转移和部分转移。金融资产整体转移满足终止确认条件的，将下列两项金额的差额计入当期损益：

(1) 所转移金融资产的账面价值；

(2) 因转移而收到的对价，与原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额（涉及转移的金融资产为可供出售金融资产的情形）之和。

金融资产部分转移满足终止确认条件的，将所转移金融资产整体的账面价值，在终止确认部分和未终止确认部分之间，按照各自的相对公允价值进行分摊，并将下列两项金额的差额计入当期损益：

(1) 终止确认部分的账面价值；

(2) 终止确认部分的对价，与原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的金额（涉及转移的金融资产为可供出售金融资产的情形）之和。

金融资产转移不满足终止确认条件的，继续确认该金融资产，所收到的对价确认为一项金融负债。

#### 4、金融负债终止确认条件

金融负债的现时义务全部或部分已经解除的，则终止确认该金融负债或其一部分；本公司若与债权人签定协议，以承担新金融负债方式替换现存金融负债，且新金融负债与现存金融负债的合同条款实质上不同的，则终止确认现存金融负债，并同时确认新金融负债。

对现存金融负债全部或部分合同条款作出实质性修改的，则终止确认现存金融负债或其一部分，同时将修改条款后的金融负债确认为一项新金融负债。

金融负债全部或部分终止确认时，终止确认的金融负债账面价值与支付对价（包括转出的非现金资产或承担的新金融负债）之间的差额，计入当期损益。

本公司若回购部分金融负债的，在回购日按照继续确认部分与终止确认部分的相对公允价值，将该金融负债整体的账面价值进行分配。分配给终止确认部分的账面价值与支付的对价（包括转出的非现金资产或承担的新金融负债）之间的差额，计入当期损益。

#### 5、金融资产和金融负债的公允价值的确定方法

存在活跃市场的金融工具，以活跃市场中的报价确定其公允价值。不存在活跃市场的金融工具，采用估值技术确定其公允价值。在估值时，本公司采用在当前情况下适用并且有足够可利用数据和其他信息支持的估值技术，选择与市场参与者在相关资产或负债的交易中所考虑的资产或负债特征相一致的输入值，并优先使用相关可观察输入值。只有在相关可观察输入值无法取得或取得不切实可行的情况下，才使用不可观察输入值。

#### 6、金融资产（不含应收款项）减值的测试方法及会计处理方法

除以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产外，本公司于资产负债表日对金融资产的账面价值进行检查，如果有客观证据表明某项金融资产发生减值的，计提减值准备。

##### （1）可供出售金融资产的减值准备：

期末如果可供出售金融资产的公允价值发生严重下降，或在综合考虑各种相关因素后，预期这种下降趋势属于非暂时性的，就认定其已发生减值，将原直接

计入所有者权益的公允价值下降形成的累计损失一并转出，确认减值损失。

对于已确认减值损失的可供出售债务工具，在随后的会计期间公允价值已上升且客观上与确认原减值损失确认后发生的事项有关的，原确认的减值损失予以转回，计入当期损益。

可供出售权益工具投资发生的减值损失，不通过损益转回。

(2) 持有至到期投资的减值准备：

持有至到期投资减值损失的计量比照应收款项减值损失计量方法处理。

## (十) 应收款项

### 1、单项金额重大并单独计提坏账准备的应收款项：

单项金额重大的判断依据或金额标准：期末应收款项达到 100.00 万元（含 100 万）以上应收款项为单项金额重大的应收款项。

单项金额重大并单独计提坏账准备的计提方法：

单独进行减值测试，如有客观证据表明其已发生减值，按预计未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备，计入当期损益。单独测试未发生减值的应收款项，将其归入相应组合计提坏账准备。

### 2、按信用风险特征组合计提坏账准备应收款项：

#### 按信用风险特征组合计提坏账准备的计提方法

账龄组合	账龄分析法
关联方组合	其他方法

组合中，采用账龄分析法计提坏账准备的：

账龄	应收账款计提比例（%）	其他应收款计提比例（%）
1 年以内（含 1 年）	5	5
1—2 年	10	10
2—3 年	30	30
3 年以上	100	100



组合中，采用其他方法计提坏账准备的：

组合名称	应收账款计提比例（%）	其他应收款计提比例（%）
关联方组合	0	0

### 3、单项金额不重大但单独计提坏账准备的应收款项：

单独计提坏账准备的理由：

涉诉款项、客户信用状况恶化的应收款项

坏账准备的计提方法：

根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备

## （十一）存货

### 1、存货的分类

存货分类为：原材料、发出商品、低值易耗品、库存商品等。

### 2、存货的计价方法

各类存货取得时按实际成本计价，按成本进行初始计量，包括采购成本、加工成本和其他成本。存货发出时按加权平均法计价。

### 3、不同类别存货可变现净值的确定依据

产成品、库存商品和用于出售的材料等直接用于出售的商品存货，在正常生产经营过程中，以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值；需要经过加工的材料存货，在正常生产经营过程中，以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值；为执行销售合同或者劳务合同而持有的存货，其可变现净值以合同价格为基础计算，若持有存货的数量多于销售合同订购数量的，超出部分的存货的可变现净值以一般销售价格为基础计算。

期末按照单个存货项目计提存货跌价准备；但对于数量繁多、单价较低的存货，按照存货类别计提存货跌价准备；与在同一地区生产和销售的产品系列相关、具有相同或类似最终用途或目的，且难以与其他项目分开计量的存货，则合并计提存货跌价准备。

除有明确证据表明资产负债表日市场价格异常外, 存货项目的可变现净值以资产负债表日市场价格为基础确定。

期末存货项目的可变现净值以资产负债表日市场价格为基础确定。

存货跌价准备的具体计提方法: 按照过季服装库龄计提。

具体政策如下:

库龄	计提比例 (%)
4 季以内 (1 年内)	0
5 季-8 季 (1-2 年)	5
9 季-12 季 (2-3 年)	20
13 季-16 季 (3-4 年)	50
17 季-20 季 (4-5 年)	80
21 季-24 季 (5 年以上)	100

#### 4、存货的盘存制度

采用永续盘存制。

#### 5、低值易耗品和包装物的摊销方法

- (1) 低值易耗品采用一次转销法;
- (2) 包装物采用一次转销法。

#### (十二) 持有待售资产

本公司将同时满足下列条件的非流动资产或处置组划分为持有待售类别:

(1) 根据类似交易中出售此类资产或处置组的惯例, 在当前状况下即可立即出售;

(2) 出售极可能发生, 即本公司已经就一项出售计划作出决议且获得确定的购买承诺, 预计出售将在一年内完成。有关规定要求本公司相关权力机构或者监管部门批准后方可出售的, 已经获得批准。

## (十三) 长期股权投资

### 1、共同控制、重大影响的判断标准

共同控制，是指按照相关约定对某项安排所共有的控制，并且该安排的相关活动必须经过分享控制权的参与方一致同意后才能决策。本公司与其他合营方一同对被投资单位实施共同控制且对被投资单位净资产享有权利的，被投资单位为本公司的合营企业。

重大影响，是指对一个企业的财务和经营决策有参与决策的权力，但并不能够控制或者与其他方一起共同控制这些政策的制定。本公司能够对被投资单位施加重大影响的，被投资单位为本公司联营企业。

### 2、初始投资成本的确定

#### (1) 企业合并形成的长期股权投资

同一控制下的企业合并：公司以支付现金、转让非现金资产或承担债务方式以及以发行权益性证券作为合并对价的，在合并日按照取得被合并方所有者权益在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额作为长期股权投资的初始投资成本。因追加投资等原因能够对同一控制下的被投资单位实施控制的，在合并日根据合并后应享有被合并方净资产在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额，确定长期股权投资的初始投资成本。合并日长期股权投资的初始投资成本，与达到合并前的长期股权投资账面价值加上合并日进一步取得股份新支付对价的账面价值之和的差额，调整股本溢价，股本溢价不足冲减的，冲减留存收益。

非同一控制下的企业合并：公司按照购买日确定的合并成本作为长期股权投资的初始投资成本。因追加投资等原因能够对非同一控制下的被投资单位实施控制的，按照原持有的股权投资账面价值加上新增投资成本之和，作为改按成本法核算的初始投资成本。

#### (2) 其他方式取得的长期股权投资

以支付现金方式取得的长期股权投资，按照实际支付的购买价款作为初始投资成本。

以发行权益性证券取得的长期股权投资，按照发行权益性证券的公允价值作

为初始投资成本。

在非货币性资产交换具备商业实质和换入资产或换出资产的公允价值能够可靠计量的前提下,非货币性资产交换换入的长期股权投资以换出资产的公允价值和应支付的相关税费确定其初始投资成本,除非有确凿证据表明换入资产的公允价值更加可靠;不满足上述前提的非货币性资产交换,以换出资产的账面价值和应支付的相关税费作为换入长期股权投资的初始投资成本。

通过债务重组取得的长期股权投资,其初始投资成本按照公允价值为基础确定。

### 3、后续计量及损益确认方法

#### (1) 成本法核算的长期股权投资

公司对子公司的长期股权投资,采用成本法核算。除取得投资时实际支付的价款或对价中包含的已宣告但尚未发放的现金股利或利润外,公司按照享有被投资单位宣告发放的现金股利或利润确认当期投资收益。

#### (2) 权益法核算的长期股权投资

对联营企业和合营企业的长期股权投资,采用权益法核算。初始投资成本大于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的差额,不调整长期股权投资的初始投资成本;初始投资成本小于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的差额,计入当期损益。

公司按照应享有或应分担的被投资单位实现的净损益和其他综合收益的份额,分别确认投资收益和其他综合收益,同时调整长期股权投资的账面价值;按照被投资单位宣告分派的利润或现金股利计算应享有的部分,相应减少长期股权投资的账面价值;对于被投资单位除净损益、其他综合收益和利润分配以外所有者权益的其他变动,调整长期股权投资的账面价值并计入所有者权益。

在确认应享有被投资单位净损益的份额时,以取得投资时被投资单位可辨认净资产的公允价值为基础,并按照公司的会计政策及会计期间,对被投资单位的净利润进行调整后确认。在持有投资期间,被投资单位编制合并财务报表的,以合并财务报表中的净利润、其他综合收益和其他所有者权益变动中归属于被投资

单位的金额为基础进行核算。

在公司确认应分担被投资单位发生的亏损时,按照以下顺序进行处理:首先,冲减长期股权投资的账面价值。其次,长期股权投资的账面价值不足以冲减的,以其他实质上构成对被投资单位净投资的长期权益账面价值为限继续确认投资损失,冲减长期应收项目等的账面价值。最后,经过上述处理,按照投资合同或协议约定企业仍承担额外义务的,按预计承担的义务确认预计负债,计入当期投资损失。

### (3) 长期股权投资的处置

处置长期股权投资,其账面价值与实际取得价款的差额,计入当期损益。

采用权益法核算的长期股权投资,在处置该项投资时,采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础,按相应比例对原计入其他综合收益的部分进行会计处理。因被投资单位除净损益、其他综合收益和利润分配以外的其他所有者权益变动而确认的所有者权益,按比例结转入当期损益,由于被投资方重新计量设定受益计划净负债或净资产变动而产生的其他综合收益除外。

因处置部分股权投资等原因丧失了对被投资单位的共同控制或重大影响的,处置后的剩余股权改按金融工具确认和计量准则核算,其在丧失共同控制或重大影响之日的公允价值与账面价值之间的差额计入当期损益。原股权投资因采用权益法核算而确认的其他综合收益,在终止采用权益法核算时采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础进行会计处理。因被投资方除净损益、其他综合收益和利润分配以外的其他所有者权益变动而确认的所有者权益,在终止采用权益法核算时全部转入当期损益。

因处置部分股权投资、因其他投资方对子公司增资而导致本公司持股比例下降等原因丧失了对被投资单位控制权的,在编制个别财务报表时,剩余股权能够对被投资单位实施共同控制或重大影响的,改按权益法核算,并对该剩余股权视同自取得时即采用权益法核算进行调整;剩余股权不能对被投资单位实施共同控制或施加重大影响的,改按金融工具确认和计量准则的有关规定进行会计处理,其在丧失控制之日的公允价值与账面价值间的差额计入当期损益。

处置的股权是因追加投资等原因通过企业合并取得的,在编制个别财务报表

时，处置后的剩余股权采用成本法或权益法核算的，购买日之前持有的股权投资因采用权益法核算而确认的其他综合收益和其他所有者权益按比例结转；处置后的剩余股权改按金融工具确认和计量准则进行会计处理的，其他综合收益和其他所有者权益全部结转。

#### （十四）固定资产

##### 1、固定资产确认条件

固定资产指为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有，并且使用寿命超过一个会计年度的有形资产。固定资产在同时满足下列条件时予以确认：

- （1）与该固定资产有关的经济利益很可能流入企业；
- （2）该固定资产的成本能够可靠地计量。

##### 2、折旧方法

固定资产折旧采用年限平均法分类计提，根据固定资产类别、预计使用寿命和预计净残值率确定折旧率。如固定资产各组成部分的使用寿命不同或者以不同方式为企业提供经济利益，则选择不同折旧率或折旧方法，分别计提折旧。

各类固定资产折旧方法、折旧年限、残值率和年折旧率如下：

类别	折旧方法	折旧年限（年）	残值率（%）	年折旧率（%）
房屋及建筑物及附属设施	年限平均法	10-40	5.00	2.375-4.75
运输设备	年限平均法	5	5.00	19.00
办公设备及其他	年限平均法	3-5	5.00	19.00-31.67

#### （十五）在建工程

在建工程项目按建造该项资产达到预定可使用状态前所发生的必要支出，作为固定资产的入账价值。所建造的固定资产在工程已达到预定可使用状态，但尚未办理竣工决算的，自达到预定可使用状态之日起，根据工程预算、造价或者工程实际成本等，按估计的价值转入固定资产，并按本公司固定资产折旧政策计提固定资产的折旧，待办理竣工决算后，再按实际成本调整原来的暂估价值，但不调整原已计提的折旧额。

## (十六) 借款费用

### 1、借款费用资本化的确认原则

借款费用，包括借款利息、折价或者溢价的摊销、辅助费用以及因外币借款而发生的汇兑差额等。

公司发生的借款费用，可直接归属于符合资本化条件的资产的购建或者生产的，予以资本化，计入相关资产成本；其他借款费用，在发生时根据其发生额确认为费用，计入当期损益。

符合资本化条件的资产，是指需要经过相当长时间的购建或者生产活动才能达到预定可使用或者可销售状态的固定资产、投资性房地产和存货等资产。

借款费用同时满足下列条件时开始资本化：

(1) 资产支出已经发生，资产支出包括为购建或者生产符合资本化条件的资产而以支付现金、转移非现金资产或者承担带息债务形式发生的支出；

(2) 借款费用已经发生；

(3) 为使资产达到预定可使用或者可销售状态所必要的购建或者生产活动已经开始。

### 2、借款费用资本化期间

资本化期间，指从借款费用开始资本化时点到停止资本化时点的期间，借款费用暂停资本化的期间不包括在内。

当购建或者生产符合资本化条件的资产达到预定可使用或者可销售状态时，借款费用停止资本化。

当购建或者生产符合资本化条件的资产中部分项目分别完工且可单独使用时，该部分资产借款费用停止资本化。

购建或者生产的资产各部分分别完工，但必须等到整体完工后才可使用或可对外销售的，在该资产整体完工时停止借款费用资本化。

### 3、暂停资本化期间

符合资本化条件的资产在购建或生产过程中发生的非正常中断、且中断时间

连续超过 3 个月的，则借款费用暂停资本化；该项中断如是所购建或生产的符合资本化条件的资产达到预定可使用状态或者可销售状态必要的程序，则借款费用继续资本化。在中断期间发生的借款费用确认为当期损益，直至资产的购建或者生产活动重新开始后借款费用继续资本化。

#### 4、借款费用资本化率、资本化金额的计算方法

对于为购建或者生产符合资本化条件的资产而借入的专门借款，以专门借款当期实际发生的借款费用，减去尚未动用的借款资金存入银行取得的利息收入或进行暂时性投资取得的投资收益后的金额，来确定借款费用的资本化金额。

对于为购建或者生产符合资本化条件的资产而占用的一般借款，根据累计资产支出超过专门借款部分的资产支出加权平均数乘以所占用一般借款的资本化率，计算确定一般借款应予资本化的借款费用金额。资本化率根据一般借款加权平均利率计算确定。

### (十七) 无形资产

#### 1、无形资产的计价方法

(1) 公司取得无形资产时按成本进行初始计量；

外购无形资产的成本，包括购买价款、相关税费以及直接归属于使该项资产达到预定用途所发生的其他支出。购买无形资产的价款超过正常信用条件延期支付，实质上具有融资性质的，无形资产的成本以购买价款的现值为基础确定。

债务重组取得债务人用以抵债的无形资产，以该无形资产的公允价值为基础确定其入账价值，并将重组债务的账面价值与该用以抵债的无形资产公允价值之间的差额，计入当期损益。

在非货币性资产交换具备商业实质且换入资产或换出资产的公允价值能够可靠计量的前提下，非货币性资产交换换入的无形资产以换出资产的公允价值为基础确定其入账价值，除非有确凿证据表明换入资产的公允价值更加可靠；不满足上述前提的非货币性资产交换，以换出资产的账面价值和应支付的相关税费作为换入无形资产的成本，不确认损益。

(2) 后续计量



在取得无形资产时分析判断其使用寿命。

对于使用寿命有限的无形资产,在为企业带来经济利益的期限内按直线法摊销;无法预见无形资产为企业带来经济利益期限的,视为使用寿命不确定的无形资产,不予摊销。

## 2、使用寿命有限的无形资产的使用寿命估计情况:

项 目	预计使用寿命(年)	依据
土地使用权	50	不动产权证上载明的使用年限
软件	5	预计受益年限

每年度终了,对使用寿命有限的无形资产的使用寿命及摊销方法进行复核。

经复核,本年期末无形资产的使用寿命及摊销方法与以前估计未有不同。

## 3、使用寿命不确定的无形资产的判断依据以及对其使用寿命进行复核的程序

每期末,对使用寿命不确定的无形资产的使用寿命进行复核。

经复核,该类无形资产的使用寿命仍为不确定。

## 4、划分研究阶段和开发阶段的具体标准

公司内部研究开发项目的支出分为研究阶段支出和开发阶段支出。

研究阶段:为获取并理解新的科学或技术知识等而进行的独创性的有计划调查、研究活动的阶段。

开发阶段:在进行商业性生产或使用前,将研究成果或其他知识应用于某项计划或设计,以生产出新的或具有实质性改进的材料、装置、产品等活动的阶段。

## 5、开发阶段支出资本化的具体条件

内部研究开发项目开发阶段的支出,同时满足下列条件时确认为无形资产:

(1) 完成该无形资产以使其能够使用或出售在技术上具有可行性;

(2) 具有完成该无形资产并使用或出售的意图;

(3) 无形资产产生经济利益的方式,包括能够证明运用该无形资产生产的产品存在市场或无形资产自身存在市场,无形资产将在内部使用的,能够证明其

有用性;

(4) 有足够的技术、财务资源和其他资源支持,以完成该无形资产的开发,并有能力使用或出售该无形资产;

(5) 归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。

开发阶段的支出,若不满足上列条件的,于发生时计入当期损益。研究阶段的支出,在发生时计入当期损益。

### **(十八) 长期资产减值**

长期股权投资、采用成本模式计量的投资性房地产、固定资产、在建工程、无形资产等长期资产,于资产负债表日存在减值迹象的,进行减值测试。减值测试结果表明资产的可收回金额低于其账面价值的,按其差额计提减值准备并计入减值损失。可收回金额为资产的公允价值减去处置费用后的净额与资产预计未来现金流量的现值两者之间的较高者。资产减值准备按单项资产为基础计算并确认,如果难以对单项资产的可收回金额进行估计的,以该资产所属的资产组确定资产组的可收回金额。资产组是能够独立产生现金流入的最小资产组合。

商誉至少在每年年度终了进行减值测试。

本公司进行商誉减值测试,对于因企业合并形成的商誉的账面价值,自购买日起按照合理的方法分摊至相关的资产组;难以分摊至相关的资产组的,将其分摊至相关的资产组组合。在将商誉的账面价值分摊至相关的资产组或者资产组组合时,按照各资产组或者资产组组合的公允价值占相关资产组或者资产组组合公允价值总额的比例进行分摊。公允价值难以可靠计量的,按照各资产组或者资产组组合的账面价值占相关资产组或者资产组组合账面价值总额的比例进行分摊。

在对包含商誉的相关资产组或者资产组组合进行减值测试时,如与商誉相关的资产组或者资产组组合存在减值迹象的,先对不包含商誉的资产组或者资产组组合进行减值测试,计算可收回金额,并与相关账面价值相比较,确认相应的减值损失。再对包含商誉的资产组或者资产组组合进行减值测试,比较这些相关资产组或者资产组组合的账面价值(包括所分摊的商誉的账面价值部分)与其可收回金额,如相关资产组或者资产组组合的可收回金额低于其账面价值的,确认商誉的减值损失。

上述资产减值损失一经确认,在以后会计期间不予转回。

### **(十九) 长期待摊费用**

长期待摊费用为已经发生但应由本期和以后各期负担的分摊期限在一年以上的各项费用。

#### **1、摊销方法**

长期待摊费用在受益期内平均摊销。

#### **2、摊销年限**

摊销年限为预计受益期间,受益期预计为 2-5 年。

### **(二十) 职工薪酬**

#### **1、短期薪酬的会计处理方法**

本公司在职工为本公司提供服务的会计期间,将实际发生的短期薪酬确认为负债,并计入当期损益或相关资产成本。

本公司为职工缴纳的社会保险费和住房公积金,以及按规定提取的工会经费和职工教育经费,在职工为本公司提供服务的会计期间,根据规定的计提基础和计提比例计算确定相应的职工薪酬金额。

职工福利费为非货币性福利的,如能够可靠计量的,按照公允价值计量。

#### **2、离职后福利的会计处理方法**

##### **(1) 设定提存计划**

本公司按当地政府的相关规定为职工缴纳基本养老保险和失业保险,在职工为本公司提供服务的会计期间,按以当地规定的缴纳基数和比例计算应缴纳金额,确认为负债,并计入当期损益或相关资产成本。

##### **(2) 设定受益计划**

本公司根据预期累计福利单位法确定的公式将设定受益计划产生的福利义务归属于职工提供服务的期间,并计入当期损益或相关资产成本。

设定受益计划义务现值减去设定受益计划资产公允价值所形成的赤字或盈

余确认为一项设定受益计划净负债或净资产。设定受益计划存在盈余的，本公司以设定受益计划的盈余和资产上限两项的孰低者计量设定受益计划净资产。

所有设定受益计划义务，包括预期在职工提供服务的年度报告期间结束后的十二个月内支付的义务，根据资产负债表日与设定受益计划义务期限和币种相匹配的国债或活跃市场上的高质量公司债券的市场收益率予以折现。

设定受益计划产生的服务成本和设定受益计划净负债或净资产的利息净额计入当期损益或相关资产成本；重新计量设定受益计划净负债或净资产所产生的变动计入其他综合收益，并且在后续会计期间不转回至损益。

在设定受益计划结算时，按在结算日确定的设定受益计划义务现值和结算价格两者的差额，确认结算利得或损失。

### **3、辞退福利的会计处理方法**

本公司在不能单方面撤回因解除劳动关系计划或裁减建议所提供的辞退福利时，或确认与涉及支付辞退福利的重组相关的成本或费用时（两者孰早），确认辞退福利产生的职工薪酬负债，并计入当期损益。

## **（二十一）预计负债**

### **1、预计负债的确认标准**

与诉讼、债务担保、亏损合同、重组事项等或有事项相关的义务同时满足下列条件时，本公司确认为预计负债：

- （1）该义务是本公司承担的现时义务；
- （2）履行该义务很可能导致经济利益流出本公司；
- （3）该义务的金额能够可靠地计量。

### **2、各类预计负债的计量方法**

本公司预计负债按履行相关现时义务所需的支出的最佳估计数进行初始计量。

本公司在确定最佳估计数时，综合考虑与或有事项有关的风险、不确定性和货币时间价值等因素。对于货币时间价值影响重大的，通过对相关未来现金流出

进行折现后确定最佳估计数。

最佳估计数分别以下情况处理：

所需支出存在一个连续范围（或区间），且该范围内各种结果发生的可能性相同的，则最佳估计数按照该范围的中间值即上下限金额的平均数确定。

所需支出不存在一个连续范围（或区间），或虽然存在一个连续范围但该范围内各种结果发生的可能性不相同的，如或有事项涉及单个项目的，则最佳估计数按照最可能发生金额确定；如或有事项涉及多个项目的，则最佳估计数按各种可能结果及相关概率计算确定。

本公司清偿预计负债所需支出全部或部分预期由第三方补偿的，补偿金额在基本确定能够收到时，作为资产单独确认，确认的补偿金额不超过预计负债的账面价值。

预计负债中对销售折扣、返利相关、退换货相关会计处理情况

公司预计负债计提的标准、依据及其合理性；

各报告期末，公司以各加盟商发货金额与上年秋冬款的实际退换货率来预计本期秋冬装的退换货金额，以此冲减当期加盟商业收入，并按照当期加盟商已发货秋冬款的毛利率估算应冲减的销售成本，将冲减销售收入和销售成本的差额计入其他流动负债-预计退换货。

（3）同行业可比公司预计负债的会计处理情况；

i 同行业上市公司的退换货的会计处理比较

同行业上市公司在预计加盟商退换货时，针对冲减的收入、成本的毛利差额通过其他应付款、其他流动负债等科目核算，详见下表：

项目	预计退换货收入	预计退换货成本	毛利核算科目
安奈儿	冲减当期收入	冲减当期成本	其他应付款
朗姿	冲减当期收入	冲减当期成本	其他流动负债
嘉曼服饰	冲减当期收入	冲减当期成本	其他流动负债

注 1：安奈儿：与加盟商合同约定最高退换货率为 15%，预计退换货收入=订货会订单发货金额\*15%-期间实际已退还货金额；预计退换货成本=预计退换货收入\*当期加盟业务成本率。

注 2：朗姿股份：依据约定的经销商允许换货比例，根据经销商上季销售在当季的实际换货

额与上季销售额之商确定实际换货率(简称上季实际换货率),发行人依据上季实际换货率乘以当季营业收入调整减少当季营业收入,并相应调整营业成本。预计退换货收入=本季经销商销售收入\*上季实际换货率;预计退换货成本=本季经销商销售收入\*上季实际换货率\*(1-本季销售毛利率)。

注3:嘉曼服饰:按照和加盟商的协议约定退换货比例,根据加盟商上年销售在当季的实际退换货金额与上年销售额之商确定实际退换货率(简称“上年实际退换货率”),发行人依据上年实际退换货率乘以当季营业收入调整减少当季营业收入,并相应调整营业成本。预计退换货收入=本季加盟商销售收入\*上年实际退换货率;预计退换货成本=本季加盟商销售收入\*上年实际退换货率\*(1-本季销售毛利率)。

公司会计核算遵循谨慎性原则,在会计期末将加盟商预计退换货的毛利从当期利润表中剔除,和同行业会计处理方法相同,符合企业会计准则的规定。

#### ii 同行业上市公司的返利的会计处理比较

安奈儿:根据确认后的返利金额冲减当年加盟商销售收入,并在其他应付款科目下设“预提加盟商返利”确认相应负债。次年初,公司全额冲回计提的返利金额,待加盟商通过销售折扣使用返利金额时,以折扣后的金额确认当期销售收入。

嘉曼服饰:双方确认返点金额后,会将该返点金额作为加盟商再次提货总额的折扣金额,从销售总额中减除。期末,对尚未达到确认条件双方无法确认返点金额的返利不进行会计处理。

如期末对当年销售、次年达到确认条件的返利进行预计并进行会计处理的情况下,对报表利润总额影响如下:

单位:万元

项目	2018年 1-6月	2017年	2016年	2015年
利润总额(减少以“-”表示)	-	-98.80	3.16	104.06

#### (4) 报告期内预计退换货情况;

项目	2018年1-6月	2017年末	2016年末	2015年末
预计退换货金额(万元)	686.12	1,144.11	853.61	802.04

注:退换货率为秋冬款季退换货率。

2018年1-6月退换货为春夏款的退换货。

上表可知,报告期各年年末预计退换货余额呈逐年上升趋势。2018年6月30日退换货余额较低,因其预计退换货的服装主要是夏秋款,价值较低。2017年末预计退换货金额增加的原因系公司加盟商收入增长所致。

## (二十二) 收入

### 1、销售商品收入的确认一般原则

- (1) 本公司已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方；
- (2) 本公司既没有保留通常与所有权相联系的继续管理权，也没有对已售出的商品实施有效控制；
- (3) 收入的金额能够可靠地计量；
- (4) 相关的经济利益很可能流入本公司；
- (5) 相关的、已发生或将发生的成本能够可靠地计量。

### 2、具体原则

#### (1) 线下直营模式：

直营联营模式：直营联营模式下，公司与商场签署合作协议，通过商场专柜以零售方式向顾客销售产品，通常公司以销售分成的方式与商场结算。公司每月就货品销售情况与商场对账，核对一致后商场向公司提供结算清单，同时公司据此开具扣除商场分成后金额的增值税发票。此种销售模式于收到商场核对一致的结算清单时确认销售收入。

公司与联营商场按约定比例对联营店零售总额进行分成，分成比例主要包含“基本扣率”、“活动扣率”、“增值税开票前其他扣率”和“增值税开票后其他扣率”。“基本扣率”是公司与百货商场在联营合同中约定的、商场在专柜零售总额中扣取的固定分成比例；“活动扣率”是公司因参加百货商场所组织的促销活动而在基本扣率的基础上增加或减少的分成比例，需要根据每次促销活动的具体方案，确定促销加扣比例，按月汇总核算并对账确认；“增值税开票前其他扣率”是公司在向商场开具增值税发票前，商场对公司的补充扣费比率；“增值税开票后其他扣率”是公司在向商场开具增值税发票后，商场对公司的补充扣费比率。

公司与直营商场店通常按月定期进行销售对账，核对确认前一月销售期间的零售金额、基本扣率、活动扣率、增值税开票前其他扣率及结算金额、增值税开票后其他扣率等信息。双方核对无误后，公司按扣除基本扣点、活动扣点和增值

税开票前其他扣点后的销售净额,确认当期销售收入,并向商场开具增值税发票;联营商场收到增值税发票后,在约定的时间内向发行人付款。

由此,发行人直营商场店的销售收入系根据商场对账进行确认,并以商场对账单作为收入确认的主要依据;对账出现差异时,双方复核商场销售小票和公司终端销售管理系统数据并确认最终销售金额。在商场店每月的定期对账期间(例如,部分百货商场规定在每月的10日至15日),完成前一月份销售情况的对账和结算。

**直营自营模式:** 直营自营模式下,采取公司自购或租赁店铺的方式取得经营场所,以零售方式向消费者销售产品,公司在销售商品时采取自收银方式收取货款并直接与终端消费者进行结算。在此模式下,公司将商品交付给消费者并收取货款时,确认销售收入。

## (2) 加盟模式:

加盟模式下,公司与具备一定条件的加盟商签订加盟合作协议,授予加盟商在一定时间及范围内销售公司产品的权利。公司根据与加盟商签订的加盟合作协议的相应条款,货物的所有权和风险自交付承运商时转移。此种销售模式于商品交付承运商时确认销售收入,并在季末根据上年退换货率预估换货额扣减当期收入。在加盟模式中,公司对加盟销售政策主要实行款到发货,对部分优质加盟商会根据其申请给予一定的信用额度。

公司对加盟商普遍实行款到发货的销售结算政策。同时,公司对加盟商实行“限量限期”换货制度,根据加盟协议的约定,对持续合作的加盟商一般给予按照每季新款货品(不含补货)总金额一定比例的退换货率换货,对新签约(未参加订货会)及部分重点扶持的加盟商给予更高换货率,超额部分不予换货。

报告期各期内,公司根据加盟商的实际已退货金额,冲减加盟业务的销售收入与销售成本;加盟商可利用经确认的实际已退货金额,换购公司的其他产品。在报告期各期末,公司根据各加盟商订货会订单发货额的一定比例计算规定期内的最高可退货金额,按扣减期间实际已退货金额后的剩余可退货金额计提加盟商的预计退货额,以此冲减当期加盟业务销售收入,并依据当期加盟业务成本率预估应冲减的销售成本,对冲减销售收入和销售成本的毛利差额计入“其他流动负



债-预计退换货”。

### (3) 电商直营模式:

电商直营模式下,分两种模式:电商联营模式、电商服务平台模式。具体如下:

(1) 电商联营模式:公司与电商平台直接进行商品销售,后者在其电商平台面向消费者组织商品的零售、结算;电商平台对实销金额按协议扣点后与公司结算。该模式下,于公司收到与电商平台核对一致的结算单时确认收入;以唯品会为代表,公司与其直接进行商品销售,由后者在电商平台(如唯品会网站)面向零售消费者组织商品销售、产品配送及零售结算。唯品会与公司实行订单式发货的采购政策,先由唯品会根据公司提供的商品目录与定价进行线上销售,并根据收集到的消费订单向公司采购商品;然后,公司将商品发往唯品会指定仓库后,唯品会再将商品配送至零售客户;最后,公司通过与唯品会进行定期对账结算,收取商品销售货款。由此,唯品会通过周转仓库隔离了公司与终端消费者的直接交易,并从中赚取约定分成扣点,因此在该模式下,公司的直接客户为作为电商平台的唯品会。

(2) 电商服务平台模式:系零售客户在线下单,公司通过第三方快递向客户直接配送商品,客户在线确认收货时,第三方支付平台将客户支付的货款自动转入公司平台账户的销售模式;电商服务平台模式下,于客户确认收货并收取货款时确认收入。在服务平台模式下,公司主要通过天猫和京东等电商平台建立品牌线上官方店铺,并设立电子商务中心进行网店运营、订单管理及商品配发;零售客户在线下单后,公司通过第三方快递向客户直接配送商品;客户在线确认收货时,第三方支付平台(如支付宝、京东钱包)将客户支付的货款自动转入公司平台账户。由此,公司发货并收到货款时确认收入。该等电商平台主要作为电商服务商,负责平台管理、提供支付结算服务,并按销售金额的一定比例收取服务费,因此在该等平台下,公司的交易客户并不是天猫网或京东网,而是在公司线上店铺购物的零售消费者。

3、不同模式下各环节取得的单据如下:

模式	单据
直营联营	联营合同或联销合同、销售票据、结算单、会计凭证、发票、收款凭证
直营自营	租赁合同、销售票据、销售日报、会计凭证、发票、收款凭证
加盟	加盟合同、销售订单（订货会）、出库单、会计凭证、发票、收款凭证
电商	第三方电商平台服务合同、销售订单（收入流水）、快递单、会计凭证、发票、收款凭证

#### 4、不同模式下的收入确认依据

在直营联营模式下，公司以商场对账作为收入确认依据。在直营自营模式下，公司在将商品交付给消费者并收取货款时，于商品交付承运商时确认销售收入，并在季末根据上年退换货率预估换货额扣减当期收入。在电商直营模式下，电商联营模式于收到与电商平台核对一致的结算单时确认收入；电商服务平台模式于客户确认收货并收取货款时确认收入。

根据《企业会计准则第 14 号——收入》（财会[2006]3 号），公司在不同模式下销售商品时，已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给消费者；公司既没有保留与所有权相联系的继续管理权，也没有对已售出的商品实施有效控制；公司因销售商品所取得的收入金额能够可靠地计量；公司因销售商品取得的货款等经济利益能够流入企业；相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量，符合《企业会计准则》关于收入确认的条件。”

#### 5、相关行业管理和会计准则

##### （1）销售商品收入的确认一般原则

1.1 本公司已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方；

1.2 本公司既没有保留通常与所有权相联系的继续管理权，也没有对已售出的商品实施有效控制；

1.3 收入的金额能够可靠地计量；

1.4 相关的经济利益很可能流入本公司；

1.5 相关的、已发生或将发生的成本能够可靠地计量。

##### （2）同行业上市公司安奈儿收入确认具体方法

1.1 直营专卖店收入确认：专卖店将商品交付给消费者并收取货款时，确认

销售收入。

1.2 直营商场店收入确认：公司每月将商品销售情况与商场对账，并依据商场提供的销售结算单，以终端零售额扣除约定扣点后的金额确认销售收入。

1.3 直营电商收入确认：对于淘宝网与天猫商城，在客户收货且公司收取货款时确认收入；对于唯品会等其他电商平台，公司依据电商提供的销售结算单确认收入。

1.4 加盟商收入确认：在货物出库并移交给承运方后，依据加盟商合同约定的结算价确认收入，并在季末根据协议约定的高换货率预估换货额扣减当期收入。

可见发行人收入确认的方法符合行业惯例和会计准则的规定。

## **(二十三) 政府补助**

### **1、类型**

政府补助，是本公司从政府无偿取得的货币性资产与非货币性资产。分为与资产相关的政府补助和与收益相关的政府补助。

与资产相关的政府补助，是指本公司取得的、用于购建或以其他方式形成长期资产的政府补助，包括购买固定资产或无形资产的财政拨款、固定资产专门借款的财政贴息等。与收益相关的政府补助，是指除与资产相关的政府补助之外的政府补助。

### **2、确认时点**

本公司对于政府补助在实际收到时，按照实收金额并区分政府补助的类型，按会计准则规定予以确认和计量。

### **3、会计处理**

与资产相关的政府补助，确认为递延收益，在相关资产使用寿命内按照合理、系统的方法分期计入当期损益（与本公司日常活动相关的，计入其他收益；与本公司日常活动无关的，计入营业外收入）；

与收益相关的政府补助，用于补偿本公司以后期间的相关成本费用或损失

的,确认为递延收益,并在确认相关成本费用或损失的期间,计入当期损益(与本公司日常活动相关的,计入其他收益;与本公司日常活动无关的,计入营业外收入);用于补偿本公司已发生的相关成本费用或损失的,直接计入当期损益(与本公司日常活动相关的,计入其他收益;与本公司日常活动无关的,计入营业外收入)。

#### (二十四) 递延所得税资产和递延所得税负债

对于可抵扣暂时性差异确认递延所得税资产,以未来期间很可能取得的用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额为限。对于能够结转以后年度的可抵扣亏损和税款抵减,以很可能获得用来抵扣可抵扣亏损和税款抵减的未来应纳税所得额为限,确认相应的递延所得税资产。

对于应纳税暂时性差异,除特殊情况外,确认递延所得税负债。

不确认递延所得税资产或递延所得税负债的特殊情况包括:商誉的初始确认;除企业合并以外的发生时既不影响会计利润也不影响应纳税所得额(或可抵扣亏损)的其他交易或事项。

当拥有以净额结算的法定权利,且意图以净额结算或取得资产、清偿负债同时进行,当期所得税资产及当期所得税负债以抵销后的净额列报。

当拥有以净额结算当期所得税资产及当期所得税负债的法定权利,且递延所得税资产及递延所得税负债是与同一税收征管部门对同一纳税主体征收的所得税相关或者是对不同的纳税主体相关,但在未来每一具有重要性的递延所得税资产及负债转回的期间内,涉及的纳税主体意图以净额结算当期所得税资产和负债或是同时取得资产、清偿负债时,递延所得税资产及递延所得税负债以抵销后的净额列报。

#### (二十五) 租赁

经营租赁会计处理:公司租入资产所支付的租赁费,在不扣除免租期的整个租赁期内,按直线法进行分摊,计入当期费用。公司支付的与租赁交易相关的初始直接费用,计入当期费用。资产出租方承担了应由公司承担的与租赁相关的费用时,公司将该部分费用从租金总额中扣除,按扣除后的租金费用在租赁期内分摊,计入当期费用。

## (二十六) 主要会计政策变更、会计估计变更的说明

### 1、重要会计政策

#### (1) 2017 年度

执行《企业会计准则第 42 号——持有待售的非流动资产、处置组和终止经营》、《企业会计准则第 16 号——政府补助》和《财政部关于修订印发一般企业财务报表格式的通知》。

财政部于 2017 年度发布了《企业会计准则第 42 号——持有待售的非流动资产、处置组和终止经营》，自 2017 年 5 月 28 日起施行，对于施行日存在的持有待售的非流动资产、处置组和终止经营，要求采用未来适用法处理。

财政部于 2017 年度修订了《企业会计准则第 16 号——政府补助》，修订后的准则自 2017 年 6 月 12 日起施行，对于 2017 年 1 月 1 日存在的政府补助，要求采用未来适用法处理；对于 2017 年 1 月 1 日至施行日新增的政府补助，也要求按照修订后的准则进行调整。

财政部于 2017 年度发布了《财政部关于修订印发一般企业财务报表格式的通知》，对一般企业财务报表格式进行了修订，适用于 2017 年度及以后期间的财务报表。

本公司执行上述三项规定的主要影响如下：

会计政策变更的内容和原因	受影响的报表项目名称和金额
1、在利润表中增加“其他收益”科目	其他收益
2、与本公司日常活动相关的政府补助，计入其他收益，不再计入营业外收入	其他收益增加 11,062,430.00 元，营业外收入减少 11,062,430.00 元。
3、与本公司日常活动不相关的政府补助，计入营业外收入	营业外收入，影响金额为“0”
4、在利润表中新增“资产处置收益”项目，将部分原列示为“营业外收入”的资产处置损益重分类至“资产处置收益”项目。比较数据相应调整。	2017 年度，营业外收入减少 6,824.93 元，资产处置收益增加 6,824.93 元； 2016 年度，营业外收入减少 1,642.42 元，营业外支出减少 310.14 元，资产处置收益增加 1,332.28 元； 2015 年度，营业外支出减少 15,700.04 元，资产处置收益增加-15,700.04 元。
5、资产负债表中，对于按照相关会计准则采用折旧（或摊销、折耗）方法进行后续计量的固定资产、无形资产、长期待摊费用等非流动资产，折旧（或摊销、折耗）年限（或期限）只剩一年或不足一年的，无需归类为流动资产，仍在各该非流动资产项目中列报，不转入“一年内到期的非流动资产”项目列报；预计在一年内（含一年）进行折旧（或摊	2017 年度，一年内到期的非流动资产列报金额 0.00 元；长期待摊费用列报金额 14,084,503.45 元。

会计政策变更的内容和原因	受影响的报表项目名称和金额
销、折耗)的部分,也无需归类为流动资产,不转入“一年内到期的非流动资产”项目列报。	

## (2) 2018年1-6月

财政部于2018年6月15日发布了《财政部关于修订印发2018年度一般企业财务报表格式的通知》(财会〔2018〕15号),对一般企业财务报表格式进行了修订。本公司执行上述规定的主要影响如下:

会计政策变更的内容和原因	受影响的报表项目名称和金额
(1) 资产负债表中“应收票据”和“应收账款”合并列示为“应收票据及应收账款”;“应付票据”和“应付账款”合并列示为“应付票据及应付账款”;“应收利息”和“应收股利”并入“其他应收款”列示;“应付利息”和“应付股利”并入“其他应付款”列示;“固定资产清理”并入“固定资产”列示;“工程物资”并入“在建工程”列示;“专项应付款”并入“长期应付款”列示。比较数据相应调整。	报告期各期末,“应收票据”、“应收利息”、“应收股利”、“固定资产清理”、“工程物资”和“专项应付款”余额为0,故该政策变更仅对报表列示的“应付票据及应付账款”和“其他应付款”项目有影响,详情如下: (1) “应付票据”和“应付账款”合并列示为“应付票据及应付账款”,2018年6月30日报表金额50,877,721.20元,2017年末报表金额128,727,711.09元,2016年末报表金额133,742,341.04元,2015年末报表金额为23,635,237.51元; (2) 调增“其他应付款”2018年6月30日报表金额0元,调增2017年末报表金额70,746.37元;调增2016年末报表金额50,888.62元;调增2015年末报表金额41,483.30元。
(2) 在利润表中新增“研发费用”项目,将原“管理费用”中的研发费用重分类至“研发费用”单独列示;在利润表中财务费用项下新增“其中:利息费用”和“利息收入”项目。比较数据相应调整。	报告期内,公司无研发费用。
(3) 所有者权益变动表中新增“设定受益计划变动额结转留存收益”项目。比较数据相应调整。	“设定受益计划变动额结转留存收益”本期金额0.00元,上期金额0.00元。

## 2、重要会计估计

报告期内,公司重要会计估计未发生变更。

## 六、税项

主要税种和税率:

税种	计税依据	税率			
		2018年 1-6月	2017 年度	2016 年度	2015 年度
增值税	按税法规定计算的销售货物和应税劳务收入为基础计算销项税额，在扣除当期允许抵扣的进项税额后，差额部分为应交增值税	17%、16%	17%	17%	17%
城市维护建设税	按实际缴纳的营业税、增值税及消费税计缴	5%、7%	5%、7%	5%、7%	5%、7%
企业所得税	按应纳税所得额计缴	25%、10%	25%、10%	25%、10%	25%、10%

注：报告期内，个别子公司按照小型微利企业享受企业所得税，即其所得减按 50% 记入应纳税所得额，按 20% 的税率缴纳企业所得税。按照小型微利企业享受企业所得税的公司为子公司深圳嘉宜美、子公司嘉吉斯、子公司大连嘉一、子公司广州嘉贵、子公司成都思普源、子公司重庆思普源。

## 七、最近一年收购兼并情况

公司最近一年无收购兼并活动。

## 八、非经常性损益

根据立信会计师事务所出具的信会师报字[2018]第 ZB11968 号《非经常性损益鉴证报告》，公司近三年一期非经常性损益明细如下：

单位：元

项目	2018年1-6月	2017年度	2016年度	2015年度
非流动资产处置损益	-16,223.99	6,824.93	1,332.28	-15,700.04
计入当期损益的政府补助（与企业业务密切相关，按照国家统一标准定额或定量享受的政府补助除外）	3,548,056.11	11,062,430.00	6,431,137.75	2,460,459.00
委托他人投资或管理资产的损益		-	-	220,495.33
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	20,373.89	-324,026.23	327,649.34	-5,753.37
其他符合非经常性损益定义的损益项目		-	-	-
所得税影响额	887,935.63	2,686,272.49	1,690,029.84	664,875.23
少数股东权益影响额		-	-	-
<b>合计</b>	<b>2,664,270.38</b>	<b>8,058,956.21</b>	<b>5,070,089.53</b>	<b>1,994,625.69</b>

2015 年度、2016 年度、2017 年度、2018 年 1-6 月，公司非经常性损益对净利润的影响数分别为 199.46 万元、507.01 万元、805.90 万元和 266.43 万元。2015

年度、2016 年度、2017 年度和 2018 年 1-6 月公司扣除非经常性损益前归属于母公司所有者的净利润分别为 3,098.80 万元、3,710.52 万元、5,461.76 万和 3,910.65 万元；扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润分别为 2,899.34 万元、3,203.51 万元、4,655.86 万元和 3,644.22 万元。

2016 年度、2017 年度，非经常性损益较大的主要原因是子公司天津嘉曼、天津嘉士收到政府补助所致。

## 九、重要会计科目说明

### (一) 固定资产

公司固定资产主要为房屋及建筑物、运输设备、办公设备等；截至 2018 年 6 月 30 日，公司固定资产净额为 54,650,481.55 元，占资产总额的比例为 11.24%，明细情况如下：

单位：元

项目	原值	累计折旧	减值准备	净值
房屋及建筑物	58,866,486.61	7,917,030.30	-	50,949,456.31
运输设备	1,544,212.05	992,972.09	-	551,239.96
办公设备及其他	8,033,707.69	4,883,922.41	-	3,149,785.28
<b>合计</b>	<b>68,444,406.35</b>	<b>13,793,924.80</b>	<b>-</b>	<b>54,650,481.55</b>

### (二) 无形资产

截至 2018 年 6 月 30 日，公司无形资产情况如下：

单位：元

		2018 年 6 月 30 日			
项目	取得方式	账面原值	累计摊销	账面价值	剩余摊销期(月)
土地使用权	购买	8,034,000.00	856,960.00	7,177,040.00	521
软件	购买	1,684,587.15	1,207,100.24	477,486.91	5-46
<b>合计</b>		<b>9,718,587.15</b>	<b>2,064,060.24</b>	<b>7,654,526.91</b>	<b>-</b>

### (三) 主要债项

截至 2018 年 6 月 30 日，公司合并报表的主要债项情况如下：



## 1、银行借款

单位：元

项目	借款类别	期末余额
短期借款	保证借款	-
	抵押借款	-
	质押借款	70,000.00
合计		70,000.00

有关银行借款的详细情况见“第十五节 其他重要事项”之“二、重大合同”。

## 2、应付职工薪酬

单位：元

项目	期末余额
短期薪酬	7,022,256.98
设定提存计划	697,237.14
辞退福利	-
合计	7,719,494.12

## 3、对关联方负债

截至2018年6月30日，公司不存在关联方负债。

## 4、其他主要债项

单位：元

项目	期末余额
应付账款	44,213,255.65
预收款项	7,361,874.94
应交税费	10,203,980.57
其他应付款	16,343,460.80

### (四) 所有者权益变动情况

报告期内，公司合并报表的所有者权益变动情况如下：

单位：元

项目	2018年 6月30日	2017年12月31日	2016年12月31日	2015年12月31日
股本	81,000,000.00	81,000,000.00	81,000,000.00	81,000,000.00
资本公积	30,148,323.46	30,148,323.46	30,148,323.46	30,148,323.46

项目	2018年 6月30日	2017年12月31日	2016年12月31日	2015年12月31日
盈余公积	1,330,352.86	1,330,352.86	297,454.70	-
未分配利润	236,233,473.16	197,126,985.72	143,542,325.63	106,734,571.12
归属于母公司 所有者权益合计	<b>348,712,149.48</b>	<b>309,605,662.04</b>	<b>254,988,103.79</b>	<b>217,882,894.58</b>
少数股东权益		-	-	-
合计	<b>348,712,149.48</b>	<b>309,605,662.04</b>	<b>254,988,103.79</b>	<b>217,882,894.58</b>

### (五) 现金流量情况

报告期内，公司现金流量表简要情况如下：

单位：元

项目	2018年1-6月	2017年	2016年	2015年
经营活动产生的现金流量净额	58,194,625.74	42,475,679.81	31,581,765.15	27,269,702.05
投资活动产生的现金流量净额	-30,268,489.94	-21,118,967.60	-13,956,625.60	-3,025,759.68
筹资活动产生的现金流量净额	-31,496,359.88	-5,218,927.45	-9,049,255.57	-35,891,205.04
现金及现金等价物净增加额	-3,595,715.78	16,141,136.33	8,580,242.22	-11,644,739.90

报告期内，公司未发生涉及现金收支的投资和筹资活动。

## 十、期后事项、或有事项及其他重要事项

### (一) 诉讼或仲裁事项

发行人的诉讼或仲裁事项见本招股说明书“第十五节 其他重要事项”之“四、重大诉讼或仲裁事项”。

### (二) 承诺事项

公司主要办公场所租赁情况如下：

2012年3月27日，公司与京西盛景国际商业管理（北京）有限公司（以下简称“盛景国际”）签订房屋租赁协议，租赁盛景国际大厦11-16层作为公司本部办公场所，合同约定的租赁期为自2012年4月15日起10年。

2014年1月28日，公司与盛景国际、北京景山房地产开发有限公司（以下简称“景山房产”）签订房屋租赁补充协议，出租方由盛景国际变更为景山房产。

2014年5月20日,公司、天津嘉曼与景山房产签订补充协议,承租方由本公司变更为该公司的子公司天津嘉曼。

截至本招股说明书签署日,公司其他租赁情况参见本招股说明书“第六节业务与技术”之“五、主要资产情况”之“(一) 主要固定资产”。

除上述事项外,公司无其他需要披露的重要承诺事项。

## 十一、财务指标

主要财务指标如下:

财务指标		2018年1-6月/2018年6月30日	2017年/2017年12月31日	2016年/2016年12月31日	2015年/2015年12月31日
流动比率(倍)		2.82	2.00	2.08	2.00
速动比率(倍)		1.25	0.82	0.68	0.70
资产负债率(%)	合并	28.29	40.48	37.77	40.24
	母公司	68.59	72.36	70.39	71.40
应收账款周转率(次)		5.94	10.08	9.02	9.86
存货周转率(次)		0.66	1.11	0.93	1.01
每股净资产(元)		4.31	3.82	3.15	2.69
每股经营活动现金流量净额(元/股)		0.72	0.52	0.39	0.34
每股净现金流量(元/股)		-0.04	0.2	0.11	-0.14
息税折旧摊销前利润(万元)		6,039.08	8,666.01	6,426.39	5,838.48
利息保障倍数(倍)		78.95	38.40	17.05	10.22
无形资产占净资产的比例(%)		0.14	0.18	0.04	0.11
扣除非经常性损益前、归属于公司普通股股东的每股收益(元)	基本每股	0.48	0.67	0.46	0.38
	稀释每股	0.48	0.67	0.46	0.38
扣除非经常性损益前、归属于公司普通股股东的加权平均净资产收益率(%)		11.88	19.35	15.69	15.31
扣除非经常性损益后、归属于公司普通股股东的每股收益(元)	基本每股	0.45	0.57	0.40	0.36
	稀释每股	0.45	0.57	0.40	0.36
扣除非经常性损益后、归属于公司普通股股东的加权平均净资产收益率(%)		11.07	16.49	13.55	14.33

注：上述指标的计算公式如下

- (1) 流动比率=流动资产/流动负债
- (2) 速动比率=(流动资产-存货)/流动负债
- (3) 资产负债率=负债总额/总资产
- (4) 应收账款周转率=营业收入/应收账款平均值
- (5) 存货周转率=营业成本/存货平均值
- (6) 每股净资产=净资产/期末股本总额
- (7) 息税折旧摊销前利润=利润总额+利息支出+当年折旧提取数+当年无形资产摊销额+当年长期待摊费用摊销额
- (8) 利息保障倍数=息税前利润/利息费用
- (9) 每股经营活动的现金流量=经营活动产生的现金流量净额/期末股本总额
- (10) 每股净现金流量=现金流量净额/期末股本总额
- (11) 无形资产占净资产的比例=无形资产(土地使用权、采矿权等除外)/期末净资产
- (12) 全面摊薄净资产收益率的计算公式如下：

全面摊薄净资产收益率 =  $P \div E$

其中：P 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润；E 为归属于公司普通股股东的期末净资产。“归属于公司普通股股东的净利润”不包括少数股东损益金额；“扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润”以扣除少数股东损益后的合并净利润为基础，扣除母公司非经常性损益(考虑所得税影响)、子公司非经常性损益(考虑所得税影响)中母公司普通股股东所占份额；“归属于公司普通股股东的期末净资产”不包括少数股东权益金额。

- (13) 加权平均净资产收益率的计算公式如下：

加权平均净资产收益率 =  $P / (E_0 + NP \div 2 + E_i \times M_i \div M_0 - E_j \times M_j \div M_0 \pm E_k \times M_k \div M_0)$

其中：P 分别对应于归属于公司普通股股东的净利润、扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润；NP 为归属于公司普通股股东的净利润；E<sub>0</sub> 为归属于公司普通股股东的期初净资产；E<sub>i</sub> 为报告期发行新股或债转股等新增的、归属于公司普通股股东的净资产；E<sub>j</sub> 为报告期回购或现金分红等减少的、归属于公司普通股股东的净资产；M<sub>0</sub> 为报告期月份数；M<sub>i</sub> 为新增净资产下一月份起至报告期期末的月份数；M<sub>j</sub> 为减少净资产下一月份起至报告期期末的月份数；E<sub>k</sub> 为因其他交易或事项引起的净资产增减变动；M<sub>k</sub> 为发生其他净资产增减变动下一月份起至报告期期末的月份数。

- (14) 基本每股收益计算公式如下：

基本每股收益 =  $P \div S$

$S = S_0 + S_1 + S_i \times M_i \div M_0 - S_j \times M_j \div M_0 - S_k$

其中：P 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于普通股股东的净利润；S 为发行在外的普通股加权平均数；S<sub>0</sub> 为期初股份总数；S<sub>1</sub> 为报告期因公积金转增股本或股票股利分配等增加股份数；S<sub>i</sub> 为报告期因发行新股或债转股等增加股份数；S<sub>j</sub> 为报告期因回购等减少股份数；S<sub>k</sub> 为报告期缩股数；M<sub>0</sub> 为报告期月份数；M<sub>i</sub> 为增加股份下一月份起至报告期期末的月份数；M<sub>j</sub> 为减少股份下一月份起至报告期期末的月份数。

- (15) 稀释每股收益计算公式如下：

稀释每股收益 =  $[P + (\text{已确认为费用的稀释性潜在普通股利息} - \text{转换费用}) \times (1 - \text{所得税率})] / (S_0 + S_1 + S_i \times M_i \div M_0 - S_j \times M_j \div M_0 - S_k + \text{认股权证、股份期权、可转换债券等增加的普通股加权平均数})$

其中，P 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润。公司在计算稀释每股收益时，考虑所有稀释性潜在普通股的影响，直至稀释每股收益达到最小。

## 十二、公司在报告期内的资产评估情况

2015 年 5 月 6 日，北京国融兴华资产评估有限责任公司对嘉曼有限拟整体

变更为股份公司而涉及的全部资产及相关负债进行了评估，并出具了《资产评估报告》（国融兴华评报字【2015】第 030021 号），评估基准日为 2014 年 12 月 31 日。

### （一）评估方法

本次资产评估主要采用资产基础法。

### （二）评估结果

截至评估基准日 2014 年 12 月 31 日，在持续经营条件下，嘉曼有限经审计的总资产账面价值 39,220.64 万元，总负债账面价值 28,083.76 万元，净资产账面价值 11,136.88 万元。经资产基础法评估，嘉曼有限净资产市场价值为 28,974.89 万元，增值 17,838.01 万元，增值率 160.17%。详见下表：

单位：万元

项目	账面价值	评估价值	增减值	增值率 (%)
流动资产	31,544.00	36,562.31	5,018.31	15.91
非流动资产	7,676.64	20,496.34	12,819.70	167.00
其中：可供出售金融资产	-	-	-	-
长期股权投资	6,825.37	19,643.85	12,818.48	187.81
固定资产	220.81	227.38	6.57	2.98
无形资产	47.46	42.11	-5.35	-11.27
长期待摊费用	298.14	298.14	-	-
递延所得税资产	284.86	284.86	-	-
<b>资产总计</b>	<b>39,220.64</b>	<b>57,058.65</b>	<b>17,838.01</b>	<b>45.48</b>
流动负债	28,083.76	28,083.76	-	-
非流动负债	-	-	-	-
<b>负债总计</b>	<b>28,083.76</b>	<b>28,083.76</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>净资产（所有者权益）</b>	<b>11,136.88</b>	<b>28,974.89</b>	<b>17,838.01</b>	<b>160.17</b>

经资产基础法评估，嘉曼有限审计后净资产市场价值为 28,974.89 万元。主要系对全资子公司天津嘉曼的长期股权投资增值，对子公司的长期股权投资账面价值为 6,825.37 万元，评估增值 12,818.48 万元，评估增值率为 187.81%；增值原因主要系天津嘉曼的固定资产和无形资产增值所致。

此评估报告仅是嘉曼有限整体变更为股份公司时进行工商变更登记的必备

文件，公司并没有根据此次资产评估结果进行账务调整。

### 十三、公司历次验资情况

公司历次验资情况见“第五节 发行人基本情况”之“四、发行人历次验资情况及计量属性”之“（一）发行人历次验资情况”。

## 第十一节 管理层讨论与分析

本公司管理层结合公司 2015 年度、2016 年度、2017 年度及 2018 年 1-6 月经审计的财务资料，对报告期内公司的财务状况、盈利能力、现金流量状况和资本性支出等进行了讨论与分析，并对公司未来的发展前景进行了展望。本节部分内容可能含有前瞻性描述，该类前瞻性描述包含了部分不确定事项，可能与本公司的未来最终经营结果不完全一致。投资者阅读本节内容时，应同时参考本招股说明书第十节“财务会计信息”中的相关会计报告的内容。

### 一、财务状况分析

#### (一) 资产构成分析

报告期内，公司资产总体构成情况如下：

单位：万元

项目	2018 年 6 月 30 日		2017 年 12 月 31 日		2016 年 12 月 31 日		2015 年 12 月 31 日	
	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)
流动资产	38,789.67	79.76	41,967.67	80.69	32,206.01	78.60	29,284.12	80.32
非流动资产	9,841.08	20.24	10,045.86	19.31	8,770.47	21.40	7,174.12	19.68
<b>合计</b>	<b>48,630.75</b>	<b>100.00</b>	<b>52,013.52</b>	<b>100.00</b>	<b>40,976.48</b>	<b>100.00</b>	<b>36,458.25</b>	<b>100.00</b>

报告期内，公司资产结构未发生重大变化，流动资产在总资产中的占比在 80%左右。公司主要从事童装产品的经营管理、运营推广、直营及加盟销售，在存货及货款回收环节形成的流动资产较多，且用于正常运营的货币资金也必须保证一定的数量，公司资产结构符合公司的业务特点。

#### (二) 流动资产构成分析

报告期内，公司流动资产构成情况如下：

单位：万元

项目	2018 年 6 月 30 日		2017 年 12 月 31 日		2016 年 12 月 31 日		2015 年 12 月 31 日	
	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)
货币资金	4,252.27	10.96	8,572.42	20.43	3,069.01	9.53	2,819.07	9.63
应收票据及 应收账款	5,085.22	13.11	6,011.87	14.33	4,869.96	15.12	4,047.52	13.82

项目	2018年6月30日		2017年12月31日		2016年12月31日		2015年12月31日	
	金额	占比(%)	金额	占比(%)	金额	占比(%)	金额	占比(%)
预付款项	4,565.50	11.77	1,437.96	3.43	1,084.17	3.37	765.35	2.61
其他应收款	792.69	2.04	717.61	1.71	536.20	1.66	1,159.90	3.96
存货	21,640.04	55.79	24,694.50	58.84	21,631.94	67.17	19,066.48	65.11
一年内到期的非流动资产		0.00	-	-	517.06	1.61	589.69	2.01
其他流动资产	2,453.94	6.33	533.31	1.27	497.66	1.55	836.12	2.86
<b>合计</b>	<b>38,789.67</b>	<b>100.00</b>	<b>41,967.67</b>	<b>100.00</b>	<b>32,206.01</b>	<b>100.00</b>	<b>29,284.12</b>	<b>100.00</b>

存货、应收账款和货币资金是公司流动资产的主要构成部分，与经营模式相符。截至2018年6月30日，存货、应收票据及应收账款和货币资金合计占流动资产的比重达79.86%。

公司流动资产主要构成项目具体分析如下：

### 1、货币资金

单位：万元

项目	2018年6月30日	2017年12月31日	2016年12月31日	2015年12月31日
库存现金	5.29	4.56	3.46	36.53
银行存款	3,722.51	4,022.62	2,430.37	1,676.88
其他货币资金	524.47	4,545.24	635.17	1,105.66
<b>合计</b>	<b>4,252.27</b>	<b>8,572.42</b>	<b>3,069.01</b>	<b>2,819.07</b>
<b>占流动资产比重(%)</b>	<b>10.96</b>	<b>20.43</b>	<b>9.53</b>	<b>9.63</b>

报告期内，2015年、2016年公司货币资金占流动资产的比重基本维持在9%左右；公司货币资金主要为银行存款，其他货币资金主要为银行承兑汇票保证金、信用证保证金和支付宝等第三方电商支付平台余额。2017年其他货币资金高于以前年度，主要系公司业务扩张规模持续扩大，为综合授信存入的银行贷款保证金的增加所致。

其中因抵押、质押或冻结等对使用有限制的货币资金明细如下：



单位：万元

项目	2018年 6月30日	2017年 12月31日	2016年 12月31日	2015年 12月31日
银行承兑汇票保证金		167.23	150.78	860.09
信用证保证金	338.49	53.86	269.03	167.81
贷款质押金	10.04	4,088.03	-	-
<b>合计</b>	<b>348.54</b>	<b>4,309.11</b>	<b>419.81</b>	<b>1,027.90</b>

## 2、应收账款

单位：万元

项目	2018年 6月30日	2017年 12月31日	2016年 12月31日	2015年 12月31日
账面余额	5,591.58	6,505.71	5,154.39	4,266.32
坏账准备	506.36	493.84	284.43	218.81
账面价值	5,085.22	6,011.87	4,869.96	4,047.52
占期末流动资产 比重(%)	<b>13.11</b>	<b>14.33</b>	<b>15.12</b>	<b>13.82</b>
占当期营业收入 比重(%)	<b>15.43</b>	<b>10.96</b>	<b>12.10</b>	<b>10.51</b>

公司应收账款主要是与客户的期末未结算账款。公司直营店与商场一般定期按照实际销售额，依据合同约定的扣率结算货款，因收入确认与结算货款入账时点存在一定的账期，在销售额未结算前形成应收账款。此外，向部分加盟商的销售和电商平台销售也形成一定量的应收账款。

报告期内，公司应收账款占流动资产的比重基本在 14%左右，2015 年末至 2017 年末，公司应收账款账面价值呈逐年增加趋势，主要原因系：报告期内，随着公司营业收入的逐年增长，应收账款也相应逐年增加。

### (1) 账龄结构

报告期内，应收账款账龄及坏账准备计提情况如下：

单位：万元

类别/账龄	2018年 6月30日		2017年 12月31日		2016年 12月31日		2015年 12月31日		
	账面 余额	占比 (%)	账面 余额	占比 (%)	账面 余额	占比 (%)	账面 余额	占比 (%)	
按信用 风险特 征组合	1年 以内	5,012.58	89.65	6,165.59	94.77	4,866.23	94.41	4,156.54	97.43
	1至2	276.30	4.94	128.63	1.98	226.67	4.40	109.79	2.57

类别/账龄	2018年 6月30日		2017年 12月31日		2016年 12月31日		2015年 12月31日		
	账面 余额	占比 (%)	账面 余额	占比 (%)	账面 余额	占比 (%)	账面 余额	占比 (%)	
计提坏账准备的应收账款	年								
	2至3年	106.58	1.91	55.42	0.85	61.50	1.19	-	-
	3年以上	56.55	1.01	13.15	0.20	-	-	-	-
	小计	5,452.00	97.50	6,362.79	97.80				
单项金额不重大但单独计提坏账准备的应收账款	139.58	2.50	142.92	2.20					
<b>原值合计</b>	<b>5,591.58</b>	<b>100</b>	<b>6,505.71</b>	<b>100.00</b>	<b>5,154.39</b>	<b>100.00</b>	<b>4,266.32</b>	<b>100.00</b>	
<b>坏账准备</b>	<b>506.36</b>		<b>493.84</b>	<b>-</b>	<b>284.43</b>	<b>-</b>	<b>218.81</b>	<b>-</b>	
<b>净值合计</b>	<b>5,085.22</b>		<b>6,011.87</b>	<b>-</b>	<b>4,869.96</b>	<b>-</b>	<b>4,047.52</b>	<b>-</b>	

公司采取较为稳健的应收账款管理政策，报告期内，公司一年以内的应收账款占比均在 89.65%以上，说明应收账款的流动性较好。主要原因是公司的对手方为大中型商场、知名电商平台和业务合作稳定的加盟商，客户信用情况较好。但报告期内存在个别客户因拖欠款项并被公司提起诉讼情况，公司根据实际情况对部分诉讼单独计提减值准备。

整体而言，公司应收账款的账龄结构与应收账款的结算周期较为匹配，应收账款结构合理、稳定，减值准备计提充分。

报告期内，公司应收账款前五名单位情况如下：

单位：万元				
期末	单位	期末余额	占期末余额 比重 (%)	坏账准备余 额
2018年 6月30日	唯品会(中国)有限公司	883.35	15.80	44.17
	沈阳恒辉商业有限公司	341.34	6.10	50.22
	北京华联(SKP)百货有限公司	150.74	2.70	7.54
	昆明田上雨贸易有限公司	130.58	2.34	6.53
	BHG(北京)百货有限公司	113.36	2.03	5.67
	<b>合计</b>		<b>1,619.38</b>	<b>28.97</b>
2017年 12月31日	唯品会(中国)有限公司	1,948.89	29.96	97.44
	昆明田上雨贸易有限公司	345.80	5.32	17.29

期末	单位	期末余额	占期末余额 比重(%)	坏账准备余 额
2016年12月31 日	沈阳恒辉商业有限公司	341.34	5.25	21.60
	北京华联(SKP)百货有限公司	247.48	3.8	12.37
	北京市上品商业发展有限责任公司	85.58	1.32	4.28
	合计	<b>2,969.09</b>	<b>45.64</b>	<b>152.99</b>
	唯品会(中国)有限公司	1,050.26	20.38	52.51
	昆明田上雨贸易有限公司	230.07	4.46	11.50
2015年12月31 日	北京华联(SKP)百货有限公司	209.45	4.06	11.24
	北京美惠万家商业有限公司	145.14	2.82	7.26
	BHG(北京)百货有限公司	143.74	2.79	7.19
	合计	<b>1,778.66</b>	<b>34.51</b>	<b>89.70</b>
	北京华联(SKP)百货有限公司	415.33	9.74	20.77
	昆明田上雨贸易有限公司	261.07	6.12	13.05
2015年12月31 日	北京美惠万家商业有限公司	136.85	3.21	6.84
	长春卓展时代广场百货有限公司	118.68	2.78	5.93
	唯品会(中国)有限公司	108.57	2.54	5.43
	合计	<b>1,040.51</b>	<b>24.39</b>	<b>52.03</b>

2015年末至2018年6月30日,前五名欠款单位欠款占各期末应收账款余额的比重分别为24.39%、34.51%、45.64%和28.97%。报告期各期末,应收账款中无持有公司5%(含5%)以上表决权股东单位的欠款。

## (2) 坏账准备

报告期内,公司采用账龄分析法计提坏账准备,并对期末应收款项达到100万元(含100万)以上的单项金额重大的应收款项单独计提坏账准备,此外,对涉诉款项、客户信用状况恶化的应收款项作为单项金额不重大但单独计提坏账准备的应收款项,根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备。公司应收账款坏账准备的计提政策如下:

按信用风险特征组合计提坏账准备的计提方法	
账龄组合	账龄分析法
关联方组合	其他方法

组合中，采用账龄分析法计提坏账准备的：

账龄	应收账款计提比例 (%)	其他应收款计提比例 (%)
1 年以内 (含 1 年)	5	5
1—2 年	10	10
2—3 年	30	30
3 年以上	100	100

组合中，采用其他方法计提坏账准备的：

组合名称	应收账款计提比例 (%)	其他应收款计提比例 (%)
关联方组合	0	0

1) 公司按组合计提坏账准备的具体情况，并结合公司各期末应收账款账龄情况、期后回款情况：

单位：万元

账龄	2018.6.30			2017.12.31		
	应收账款	坏账准备	回款情况	应收账款	坏账准备	回款情况
1 年以内	5,012.58	250.63	3,520.73	6,165.59	308.28	5,278.48
1 至 2 年	276.30	27.63	18.74	128.63	12.86	10.51
2 至 3 年	106.58	31.97	1.25	55.42	16.63	-
3 年以上	56.55	56.55	-	13.15	13.15	0.09
合计	5,452.00	366.78	3,540.73	6,362.79	350.92	5,289.07
账龄	2016.12.31			2015.12.31		
	应收账款	坏账准备	回款情况	应收账款	坏账准备	回款情况
1 年以内	4,866.23	243.31	4,737.60	4,156.54	207.83	3,929.87
1 至 2 年	226.67	22.67	171.25	109.79	10.98	48.29
2 至 3 年	61.50	18.45	48.35	-	-	-
3 年以上	-	-	-	-	-	-
合计	5,154.39	284.43	4,957.20	4,266.32	218.81	3,978.16

注：2015 年、2016 年期后回款情况截止日期为期后一年，2018 年 6 月期后回款情况截止日期为 2018 年 8 月 31 日。

2) 公司报告期坏账实际核销情况：

单位：万元

项目	2018年1-6月	2017年度	2016年度	2015年度
实际核销的应收账款		11.56		

3) 同行业可比公司坏账计提政策情况等补充说明公司应收账款坏账准备计提情况:

应收账款坏账计提政策:

账龄	嘉曼服饰 (%)	安奈儿 (%)
1年以内 (含1年)	5	5
1-2年	10	10
2-3年	30	20
3年以上	100	100

上表可知, 发行人坏账准备计提政策与同行业相近, 比同行业坏账计提政策更为谨慎。

综上, 公司应收账款质量较好, 坏账准备计提情况与公司实际经营情况相符。

(3)、主要客户的信用政策、账期、结算方式等情况:

单位：万元

年份	信用政策	期末余额	信用期内余额	信用期外余额	信用期内余额占比	结算方式	相关政策报告期内是否发生变化
2018年1-6月	3个月内	5,452.00	4,401.84	1,050.16	81%	银行转账	否
2017	3个月内	6,505.71	6,093.53	412.18	94%	银行转账	否
2016	3个月内	5,154.39	4,216.23	938.16	82%	银行转账	否
2015	3个月内	4,266.32	3,647.49	618.84	85%	银行转账	否

2018年度1-6月应收账款余额前十名信用政策、账期、结算方式等情况:

(单位：万元)

客户	应收账款余额	信用政策	信用期内余额	信用期外余额	信用期内余额占比 (%)	结算方式
唯品会(中国)有限公司	883.35	3个月内	883.35	-	100	银行转账
沈阳恒辉商业有限公司	341.34	3个月内	-	341.34	0	银行转账
北京华联(SKP)百货有限公司	150.74	3个月内	146.32	4.42	97	银行转账

客户	应收账款余额	信用政策	信用期内余额	信用期外余额	信用期内余额占比(%)	结算方式
昆明田上雨贸易有限公司	130.58	3个月内	130.58	0	100	银行转账
BHG(北京)百货有限公司	113.36	3个月内	50.6	62.76	45	银行转账
北京市上品商业发展有限责任公司	106.99	3个月内	106.99		100	银行转账
青岛海信东海商贸有限公司	98.47	3个月内	98.47		100	银行转账
沈阳的曼商贸有限公司	83.18	3个月内		83.18	0	银行转账
沈阳兴隆大家庭购物中心有限公司兴隆大奥莱分公司	76.21	3个月内	43.43	32.78	57	银行转账
天津市月坛商业大厦有限公司	71.05	3个月内	11.64	59.41	16	银行转账

以上客户结算政策在报告期内没有发生变化；以上客户均不存在第三方回款。

2017年度应收账款余额前十名信用政策、账期、结算方式等情况：

单位：万元

客户	应收账款余额	信用政策	信用期内余额	信用期外余额	信用期内余额占比(%)	结算方式
唯品会(中国)有限公司	1,948.89	3个月内	1,948.89	-	100.00	银行转账
昆明田上雨贸易有限公司	345.80	3个月内	305.82	39.98	88.44	银行转账
沈阳恒辉商业有限公司	341.34	3个月内	250.69	90.64	73.44	银行转账
北京华联(SKP)百货有限公司	247.48	3个月内	247.48	-	100.00	银行转账
北京市上品商业发展有限责任公司	85.58	3个月内	85.58	-	100.00	银行转账
沈阳的曼商贸有限公司	84.87	3个月内	84.87	-	100.00	银行转账
许昌泽金聚服装有限公司	83.69	3个月内	83.69	-	100.00	银行转账
辽宁卓展时代广场百货有限公司	83.18	3个月内	-	83.18	-	银行转账
BHG(北京)百货有限公司	81.11	3个月内	81.11	-	100.00	银行转账
天津海信广场有限公司	80.84	3个月内	80.84	-	100.00	银行转账
<b>合计</b>	<b>3,382.77</b>		<b>3,168.97</b>	<b>213.80</b>	<b>93.68</b>	

以上客户结算政策相关政策在报告期内没有发生变化;除许昌泽金聚服装有限公司部分货款支付方为企业前股东、实际控制人亲属外,以上客户均不存在第三方回款情况。

2016年度应收账款余额前十名信用政策、账期、结算方式等情况:

单位:万元

客户	应收账款余额	信用政策	信用期内余额	信用期外余额	信用期内余额占比(%)	结算方式
唯品会(中国)有限公司	1,050.26	3个月内	1,050.26	-	100.00	银行转账
昆明田上雨贸易有限公司	230.07	3个月内	41.79	188.29	18.16	银行转账
北京华联(SKIP)百货有限公司	209.45	3个月内	209.45	-	100.00	银行转账
北京美惠万家商业有限公司	145.14	3个月内	75.06	70.07	51.72	银行转账
BHG(北京)百货有限公司	143.74	3个月内	97.72	46.01	67.99	银行转账
青岛海信东海商贸有限公司	142.36	3个月内	142.36	-	100.00	银行转账
沈阳恒辉商业有限公司	141.08	3个月内	112.74	28.33	79.92	银行转账
天津伊势丹有限公司	107.82	3个月内	85.45	22.38	79.25	银行转账
成都青羊区仁和春天百货有限公司	99.50	3个月内	93.60	5.90	94.07	银行转账
长春卓展时代广场百货有限公司	95.59	3个月内	95.31	0.29	99.70	银行转账
<b>合计</b>	<b>2,365.01</b>		<b>2,003.74</b>	<b>361.26</b>	<b>84.72</b>	

以上客户结算政策相关政策在报告期内没有发生变化;以上客户均不存在存在第三方回款。

2015年度应收账款余额前十名信用政策、账期、结算方式等情况:

单位:万元

客户	应收账款余额	信用政策	信用期内余额	信用期外余额	信用期内余额占比(%)	结算方式
北京华联(SKIP)百货有限公司	415.33	3个月内	415.33	-	100.00	银行转账
昆明田上雨贸易有限公司	261.07	3个月内	261.07	-	100.00	银行转账
北京美惠万家商业有限公司	136.85	3个月内	86.47	50.38	63.18	银行转账
长春卓展时代广场百货有限公司	118.68	3个月内	95.93	22.75	80.83	银行转账

客户	应收账款余额	信用政策	信用期内余额	信用期外余额	信用期内余额占比(%)	结算方式
唯品会(中国)有限公司	108.57	3个月内	108.57	-	100.00	银行转账
北京八达岭精奥莱商业有限公司	97.75	3个月内	65.44	32.31	66.94	银行转账
沈阳的曼商贸有限公司	90.73	3个月内	12.16	78.57	13.40	银行转账
重庆唯品会电子商务有限公司	83.84	3个月内	83.84	-	100.00	银行转账
沈阳恒辉商业有限公司	83.76	3个月内	83.76	-	100.00	银行转账
成都青羊区仁和春天百货有限公司	83.14	3个月内	83.14		100.00	银行转账

以上客户结算政策相关政策在报告期内没有发生变化;以上客户均不存在存在第三方回款。

同行业可比公司对比分析情况:

同行业信用政策:报告期同行业安奈儿公司的主要客户均为知名百货商场和直营电商平台以及长期合作的加盟商,安奈儿对其信用政策一般为30天至90天,应收账款均为1年以内,发行人信用政策均为90天以内,符合行业特征。

#### (4) 应收账款差异的原因及合理性

##### 1) 应收账款主要对象情况:

单位:万元

主要对象	2018年 6月30日		2017年		2016年		2015年	
	余额 排名	期末 余额	余额 排名	期末 余额	余额 排名	期末 余额	余额 排名	期末 余额
唯品会(中国)有限公司	1	883.35	1	1,948.89	1	1,050.26	5	108.57
昆明田上雨贸易有限公司	4	130.58	2	345.80	2	230.07	2	261.07
沈阳恒辉商业有限公司	2	342.80	3	341.34				
北京华联(SKIP)百货有限公司	3	150.74	4	247.48	3	209.45	1	415.33
北京市上品商业发展有限责任公司			5	85.58				
长春卓展时代广场百货有限公司	-						4	118.68
北京美惠万家商业有限公司	-				4	145.14	3	136.85



主要对象	2018年 6月30日		2017年		2016年		2015年	
	余额 排名	期末 余额	余额 排名	期末 余额	余额 排名	期末 余额	余额 排名	期末 余额
BHG(北京)百货有限公司	5	113.36			5	143.74		

## 2) 应收账款主要对象与主要客户存在差异的原因及合理性:

单位: 万元

2018年1-6月主要客户	发生额 排名	余额 排名	本年 发生额	期末余额
浙江天猫技术有限公司	1		6,589.14	-
唯品会(中国)有限公司	2	1	4,607.94	883.35
北京燕莎友谊商城有限公司	3		1,117.87	-
北京华联(SKP)百货有限公司	4	3	840.30	150.74
北京京东世纪贸易有限公司	5		798.16	-
沈阳恒辉商业有限公司		2	-	341.34
昆明田上雨贸易有限公司		4	-	130.58
BHG(北京)百货有限公司		5	-	113.36

2018年1-6月,公司主要客户为唯品会、天猫和商场,主要对象与主要客户基本一致,略有差异的主要原因在于天猫的应收账款帐款已经结清、个别商场和加盟商-昆明田上雨贸易有限公司授信结算期不同,其中:沈阳恒辉商业有限公司余额较大的原因是拖欠公司货款所致。

单位: 万元

2017年主要客户	发生额 排名	余额 排名	本年 发生额	期末余额
唯品会(中国)有限公司	1	1	5,774.27	1,948.89
北京华联(SKP)百货有限公司	2	4	1,826.53	247.48
北京燕莎友谊商城有限公司	3		981.46	
北京燕莎友谊商城有限公司奥特莱斯购物中心	4		813.46	
杭州大厦有限公司	5		749.42	
昆明田上雨贸易有限公司		2	467.23	345.80
沈阳恒辉商业有限公司		3	214.27	341.34
北京市上品商业发展有限责任公司		5	479.85	85.58

2017年公司主要客户为唯品会和商场,主要对象与主要客户基本一致,略有差异的主要原因在于个别商场和加盟商-昆明田上雨贸易有限公司授信结算期

不同，其中：沈阳恒辉商业有限公司余额较大的原因是拖欠公司货款所致。

单位：万元

2016年主要客户	发生额排名	余额排名	本年发生额	期末余额
唯品会(中国)有限公司	1	1	3,237.17	1,050.26
北京华联(SKP)百货有限公司	2	3	1,770.28	209.45
重庆唯品会电子商务有限公司	3		907.72	30.22
北京燕莎友谊商城有限公司	4		859.86	-
杭州大厦有限公司	5		589.75	10.72
昆明田上雨贸易有限公司		2	257.22	230.07
北京美惠万家商业有限公司		4	41.59	145.14
BHG(北京)百货有限公司		5	304.85	143.74

2016年公司主要客户为唯品会和商场，主要对象与主要客户基本一致，略有差异的主要原因在于个别商场和加盟商-昆明田上雨贸易有限公司授信结算期不同所致。

单位：万元

2015年主要客户	发生额排名	余额排名	本年发生额	期末余额
北京华联(SKP)百货有限公司	1	1	1,643.17	415.33
北京燕莎友谊商城有限公司	2		747.02	0.39
昆明田上雨贸易有限公司	3	2	742.41	261.07
唯品会(中国)有限公司	4	5	703.87	108.57
开封市展宇商贸有限公司	5		697.91	
北京美惠万家商业有限公司		3	222.60	136.85
长春卓展时代广场百货有限公司		4	296.49	118.68

2015年公司主要客户为商场，主要对象与主要客户基本一致，略有差异的原因在于个别商场结算期不同导致。

## (5) 应收账款余额分析

## 1) 除单独计提坏账的情况，对按账龄计提坏账的应收账款余额分析：

单位：万元

2018	信用政策	余额	信用执行情况			余额占比 (%)	账龄				
			信用期内余额	信用期外余额	信用期内余额占比 (%)		3个月以内	4个月-1年	1-2年	2-3年	3年以上
直营	3个月以内	2,680.87	1,960.71	720.10	73.14	49.17	1,960.71	396.13	218.81	92.48	12.68
加盟	3个月以内	1,838.12	1,512.74	325.38	82.30	33.71	1,512.74	209.92	57.49	14.10	43.87
电商	3个月以内	933.01	928.32	4.68	99.50	17.11	928.32	4.68	0.00	0.00	0.00
2017年	信用政策	余额	信用执行情况			余额占比 (%)	账龄				
			信用期内余额	信用期外余额	信用期内余额占比 (%)		3个月以内	4个月-1年	1-2年	2-3年	3-4年
直营	3个月以内	2,597.37	2,456.59	140.78	94.58	40.82	2,456.59	26.22	101.46	0.04	13.06
加盟	3个月以内	1,723.82	1,605.27	118.55	93.12	27.09	1,605.27	36.00	27.08	55.39	0.09
电商	3个月以内	2,041.60	2,035.37	6.23	99.69	32.09	2,035.37	6.13	0.10	-	-
2016年	信用政策	余额	信用执行情况			余额占比 (%)	账龄				
			信用期内余额	信用期外余额	信用期内余额占比 (%)		3个月以内	4个月-1年	1-2年	2-3年	3-4年
直营	3个月以内	2,775.95	2,354.31	421.64	84.81	53.86	2,354.31	282.89	86.74	52.01	
加盟	3个月以内	1,175.20	662.63	512.57	56.38	22.80	662.63	363.25	139.93	9.40	

电商	3 个月以内	1,203.24	1,199.29	3.95	99.67	23.34	1,199.29	3.86	-	0.09	
2015 年	信用政策	余额	信用执行情况			余额占比 (%)	信用执行情况				
			信用期内余额	信用期外余额	信用期内余额占比 (%)		3 个月以内	4 个月-1 年	1-2 年	2-3 年	3-4 年
直营	3 个月以内	2,602.40	2,309.38	293.02	88.74	61.00	2,309.38	263.65	29.37		
加盟	3 个月以内	1,299.29	1,033.04	266.26	79.51	30.45	1,033.04	230.89	35.37		
电商	3 个月以内	364.63	305.07	59.56	83.67	8.55	305.07	14.51	45.05		

2) 除单独计提坏账的应收账款外，不同销售模式下的应收账款余额分析：

销售模式	应收账款余额				营业收入				应收账款余额占营业收入比重 (%)			
	2018 年 6 月 30	2017 年	2016 年	2015 年	2018 年 6 月 30	2017 年	2016 年	2015 年	2018 年 6 月 30 日	2017 年	2016 年	2015 年
直营	2680.87	2,597.37	2,775.95	2,602.40	15,259.33	26,210.70	23,120.30	23,446.53	17.57	9.91	12.01	11.10
加盟	1,838.12	1,723.82	1,175.20	1,299.29	5,225.89	11,402.12	9,048.98	12,661.02	35.17	15.12	12.99	10.26
电商	933.01	2,041.60	1,203.24	364.63	12,463.42	17,232.06	7,954.75	2,413.81	7.49	11.85	15.13	15.11
合计	<b>5,452.00</b>	<b>6,362.79</b>	<b>5,154.39</b>	<b>4,266.32</b>	<b>32,948.63</b>	<b>54,844.88</b>	<b>40,124.03</b>	<b>38,521.36</b>	<b>16.55</b>	<b>11.60</b>	<b>12.85</b>	<b>11.08</b>

报告期内公司应收账款余额占营业收入比重无较大波动。

公司在 2017 年对线下直营中联营商场店铺的回款问题进行了整治，加大了对超期未回款的催要力度，并关闭了一些长期不回款的店铺，因此 2017 年期末的应收款项余额金额和占比都有所降低。

加盟商应收账款余额占销售收入的比例逐年升高的原因：随着和加盟商合作的深入，公司加大了对优质加盟商的支持力度，在不

改变授信期限的情况下适当增加了其授信额度。

2017年电商应收账款余额占比下降，原因系公司积极发展线上直营销售渠道的经营思路，公司电商业务增长迅速的同时，自营类电商平台收入占全部电商收入的比例上升，因此整体回款速度有所提升。

## (6) 除单独计提坏账的应收账款外, 应收账款回款情况

各期间应收账款的期后回款情况:

单位: 万元

年份	期末余额	期后回款	占比 (%)
2018.6.30	5,452.00	3,540.73	64.94
2017	6,362.79	5,289.07	83.13
2016	5,154.39	4,957.20	96.17
2015	4,266.32	3,978.16	93.25

各期末在信用期间和信用期外的应收账款余额情况及占比:

单位: 万元

年份	期末余额	信用期内	信用期内占比	信用期外	信用期外占比
2018.6.30	5,452.00	4,401.84	80.74	1,050.16	19.26
2017	6,362.79	6,093.53	95.77	269.27	4.23
2016	5,154.39	4,216.23	81.80	938.16	18.20
2015	4,266.32	3,647.49	85.49	618.84	14.51

应收账款催收的内部管理制度如下

1) 一旦发生商场或客户欠款, 销售部门负有催款义务。累计欠款达到两个月的, 销售部主管业务或办事处负责人需罚款 100 元, 并且必须立即书面/邮件报公司总经办, 由总经办发出催款函。

2) 累计欠款达到三个月还未催回的, 相关的主管业务或办事处负责人停发一切绩效和奖金。累计欠款三个月到半年之间回款的, 公司随时补回销售部门停发的绩效和奖金。

3) 起诉资料齐备后且累计欠款达到六个月的, 由总经办直接发起诉讼, 并负责跟进后续回款事宜。至此销售部门的绩效和奖金方可补回。

同行业可比公司对比分析情况:

同行业信用政策: 报告期同行业安奈儿公司的主要客户均为知名百货商场和直营电商平台以及长期合作的加盟商, 安奈儿对其信用政策一般为 30 天至 90 天, 应收账款均为 1 年以内, 发行人信用政策均为 90 天以内, 符合行业特征。

## (7) 应收账款周转率变动情况

项目	2018年6月30日	2017年	2016年	2015年
应收账款原值(万元)	5,591.58	6,505.71	5,154.39	4,266.32
营业收入(万元)	32,948.63	54,844.88	40,239.15	38,521.37
应收账款周转率	5.45	9.41	8.54	9.36
应收账款周转天数	33.04天	38.79天	42.73天	39天

应收账款周转率波动原因：2016年是公司电商业务起步的第二年，电商的销售收入增长和应收账款增长金额基本一致，导致2016年周转率下降；2017年，公司电商业务销售额大幅增加，进入正常经营状态，公司的应收账款周转率恢复到常态。2018年1-6月由于会计期间不同应收账款周转率有所下降。

报告期，公司在实现收入大幅增加的情况下，应收账款周转天数保持在40天左右，回款情况良好，故公司不存在通过大幅提高信用账期以提高销售收入的情况。

#### (8) 第三方回款情况

报告期内，公司第三方回款以及占比情况如下：

项目	2018年1-6月		2017年		2016年		2015年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
由第三方代付的金额	2,029.39	5.34%	4,518.92	7.21%	3,118.28	6.79%	2,384.30	5.41%
其中：加盟商法人或实际控制人	601.38	1.58%	1,665.93	2.66%	840.39	1.83%	550.2	1.25%
加盟商配偶	413.19	1.09%	991.01	1.58%	965.68	2.10%	543.35	1.23%
加盟商公司员工	219.91	0.58%	779.24	1.24%	838.11	1.82%	713.82	1.62%
加盟商亲属及朋友	371.39	0.98%	642.04	1.02%	244.43	0.53%	369.12	0.84%
其他	423.52	1.12%	440.7	0.70%	229.67	0.50%	207.81	0.47%
由员工代收的金额	122.98	0.32%	656.22	1.05%	172.84	0.38%	49.95	0.11%
第三方回款合计	2,152.37	5.67%	5,175.14	8.26%	3,291.12	7.17%	2,434.25	5.53%
报告期内销售回款	37,981.41	100.00%	62,641.52	100.00%	45,932.47	100.00%	44,048.98	100.00%

注：本表格不含个体工商户经营者本人回款情况、电商平台销售款起的作用为第三方监督，因此上表电商平台的销售回款未作为第三方回款进行认定、比例为占报告期内销售回款比例

公司第三方回款全部来自于加盟渠道，第三方回款的主体为公司的：付款人主要有其法人、合伙人、法人的亲属、配偶、朋友和加盟商公司的员工。回款

主体为非法人的：付款人主要有其加盟商本人、本人的亲属、配偶、朋友。

发行人员工代收的情况：由于微信、支付宝等移动支付的快捷性，个别加盟商急需发货、会把货款先转给发行人的员工、再由员工转给公司。目前公司已经开始要求员工杜绝此类情况发生。

由于加盟商自身规模、财务规范性、业务规范性各有不同且加盟模式下发行人对渠道终端的控制较直营模式弱。所以第三方回款的情况有其存在的合理原因。

### 3、预付账款

单位：万元

账龄	2018年 6月30日		2017年 12月31日		2016年 12月31日		2015年 12月31日	
	账面 余额	占比 (%)	账面 余额	占比 (%)	账面 余额	占比 (%)	账面 余额	占比 (%)
1年以内	4,475.45	98.03	1,371.57	95.38	1,035.77	95.54	707.35	92.42
1至2年	90.05	1.97	66.38	4.62	48.40	4.46	58.00	7.58
<b>合计</b>	<b>4,565.50</b>	<b>100.00</b>	<b>1,437.96</b>	<b>100.00</b>	<b>1,084.17</b>	<b>100.00</b>	<b>765.35</b>	<b>100.00</b>

公司预付账款主要是向供应商支付的购买产品的预付款项。2015年末预付账款低于2016年末，主要系2015年末部分供货商向公司发货较早，导致部分采购款由预付账款结转；2017年末公司预付账款较以往有所增加，主要系公司业务增长，采购及采购预付款增加所致。2018年1-6月，预付账款余额较大主要是因为2018年秋冬装采购款已付，但货品大部分未入库所致。

报告期各期末，公司预付账款前五名情况如下：

单位：万元

期末	单位名称	期末余额	占期末余额比重(%)
2018年6月30日	浙江罗伊实业有限公司	449.67	9.85
	上海新秀商贸有限公司	375.60	8.23
	华英证券有限责任公司	218.87	4.79
	迪尚品牌时装有限公司	200.93	4.40
	厦门企茂服饰有限公司	199.63	4.37
	合计	1,444.70	31.64
2017年12月31日	上海新秀商贸有限公司	126.42	8.79



期末	单位名称	期末余额	占期末余额比重(%)
	保定市锐锦纺织厂	111.21	7.73
	立信会计师事务所(特殊普通合伙)	70.75	4.92
	北京瞳尚制衣有限公司	53.96	3.75
	乔治阿玛尼(上海)商贸有限公司	48.77	3.39
	<b>合计</b>	<b>411.12</b>	<b>28.58</b>
2016年12月31日	杭州阿里妈妈软件服务有限公司	233.14	21.50
	乔治阿玛尼(上海)商贸有限公司	62.36	5.75
	天津春鑫科技有限公司	50.94	4.70
	北京景山房地产开发有限公司	38.65	3.57
	江门市盛丰制衣有限公司	33.10	3.05
	<b>合计</b>	<b>418.19</b>	<b>38.57</b>
2015年12月31日	乔治阿玛尼(上海)商贸有限公司	283.61	37.06
	Kidiliz Group	117.62	15.37
	上海新秀商贸有限公司	62.20	8.13
	中山市正昇纺织品有限公司	47.98	6.27
	北京景山房地产开发有限公司	38.99	5.09
	<b>合计</b>	<b>550.40</b>	<b>71.92</b>

报告期各期末, 预付款项中无持有公司 5% (含 5%) 以上表决权股东单位的欠款。

预付账款主要对象产生的原因、涉及业务内容、余额波动的原因如下:

单位: 万元

供应商	业务内容	2018年6月30日余额	2018年6月30日排名	2017年余额	2017年排名	2016年余额	2016年排名	2015年余额	2015年排名	余额波动原因
上海新秀商贸有限公司	货款	375.60	2	126.42	1			62.20	3	合同约定提货前预付 50% 货款, 2015 年、2017 年主要系预付货款后, 部分货物于本年尚未入库。
保定市锐锦纺织厂	货款			111.21	2					部分货物年底未到货。

供应商	业务内容	2018年6月30日余额	2018年6月30日排名	2017年余额	2017年排名	2016年余额	2016年排名	2015年余额	2015年排名	余额波动原因
立信会计师事务所(特殊普通合伙)	中介服务费	175.75		70.75	3					根据证监会规定:在IPO申请尚未获得证监会核准前已发生的、根据规定可于IPO发行时从股票发行溢价所形成的资本公积中扣减的发行费用,可以视IPO进展情况,暂在“其他流动资产”(如预付账款、其他应收款)项目中挂账。
北京瞳尚制衣有限公司	货款			53.96	4	6.95				2017年该厂增加冬季棉服类订单,故预付增多。
乔治阿玛尼(上海)商贸有限公司	货款	46.91		48.77	5	62.36	2	283.61	1	各期到货时间不同导致
杭州阿里妈妈软件服务有限公司	推广费			26.74		233.14	1			
天津春鑫科技有限公司	货款			38.33		50.94	3	37.90		报告期内无明显波动。
北京景山房地产开发有限公司	房租			42.54		38.65	4	38.99	5	报告期内无明显波动。
江门市盛丰制衣有限公司	货款			0.00		33.10	5	0.00		因公司采购策略调整,双方仅在2016年有合作。
KIDILIZ GROUP I	货款	13.29		0.28		19.46		117.62	2	2015年为提货前支付货款,后期约定为用即期信用证结算货款;后该公司更名为Kidiliz Group。
上海新思维进出口有限公司	货款							47.98	4	自2016年开始没有合作,因此未发生预付事项。
浙江罗伊实业有限公司	货款	449.67	1							2018年工厂扩大规模,公司对其采购量增加。

供应商	业务内容	2018年6月30日余额	2018年6月30日排名	2017年余额	2017年排名	2016年余额	2016年排名	2015年余额	2015年排名	余额波动原因
司										
华英证券有限责任公司	中介服务费	218.87	3							
迪尚品牌时装有限公司	货款	200.93	4							2018年新增供应商
厦门企茂服饰有限公司	货款	199.63	5							2018年增加合作, 采购量增大

#### 4、其他应收款

报告期各期末, 公司其他应收款主要构成情况如下:

单位: 万元

项目	2018年6月30日		2017年12月31日		2016年12月31日		2015年12月31日	
	账面余额	占比(%)	账面余额	占比(%)	账面余额	占比(%)	账面余额	占比(%)
押金、保证金	678.92	67.49	615.28	68.06	512.12	73.26	426.72	31.03
备用金	111.90	11.12	93.00	10.29	70.30	10.06	373.70	27.18
关联方往来	-	0.00	-	-	-	-	423.82	30.82
预付采购款	21.42	2.13	28.46	3.15	14.19	2.03	54.60	3.97
代缴社保	122.11	12.14	137.39	15.20	62.61	8.96	53.22	3.87
其他	71.56	7.11	29.94	3.31	39.83	5.70	43.00	3.13
<b>合计</b>	<b>1,005.91</b>	<b>100.00</b>	<b>904.06</b>	<b>100.00</b>	<b>699.05</b>	<b>100.00</b>	<b>1,375.05</b>	<b>100.00</b>

公司其他应收款主要为商场押金和保证金、租赁押金、备用金、2年以上的预付采购款、代缴社保款等, 2016年末、2017年末其他应收款余额较2015年末有所降低, 主要系2016年公司逐渐清理完前期关联方资金往来所致。

#### 5、存货

##### (1) 存货结构情况

单位: 万元

项目	2018年6月30日				2017年12月31日			
	账面余额	占比(%)	跌价准备	账面价值	账面余额	占比(%)	跌价准备	账面价值
原材料	-	-	-	-	-	-	-	-
发出商品	954.42	4.02	58.05	896.37	1,626.64	6.05	91.08	1,535.55
低值易耗品	61.16	0.26	-	61.16	60.89	0.23	-	60.89
库存商品	22,704.42	95.72	2,021.92	20,682.50	25,198.21	93.72	2,100.16	23,098.05
<b>合计</b>	<b>23,720.01</b>	<b>100</b>	<b>2,079.97</b>	<b>21,640.04</b>	<b>26,885.74</b>	<b>100</b>	<b>2,191.24</b>	<b>24,694.50</b>

(续)

项目	2016年12月31日				2015年12月31日			
	账面余额	占比(%)	跌价准备	账面价值	账面余额	占比(%)	跌价准备	账面价值
原材料	-	-	-	-	-	-	-	-
发出商品	1,699.96	7.28	65.48	1,634.49	1,153.93	5.62	49.7	1,104.24
低值易耗品	33.3	0.14	-	33.3	-	-	-	-
库存商品	21,620.85	92.58	1,656.69	19,964.16	19,378.17	94.38	1,415.93	17,962.25
<b>合计</b>	<b>23,354.11</b>	<b>100</b>	<b>1,722.17</b>	<b>21,631.94</b>	<b>20,532.11</b>	<b>100</b>	<b>1,465.63</b>	<b>19,066.48</b>

2015至2018年6月30日各期末,公司存货账面价值分别为1.91亿元、2.16亿元、2.47亿元和2.16亿元,期末存货较大,主要原因系:1、公司实行以自主采购产成品为主的采购模式,以及直营占比较高的销售模式,因此,库存商品和发出商品构成了公司期末存货的主要内容,其中库存商品占比较高;2、公司经营的国际零售代理品牌主要为国际一二线时装品牌,产品单价较高,导致该类品牌的存货金额较大,报告期内,国际零售代理品牌占存货金额的比重分别为49.34%、48.35%、51.69%和40.67%;3、由于当年春夏款销售发货季从上年12月开始、持续至当年一季度末,同时,电商业务由于“双十二”购物节、春节销售旺季导致备货和发货旺季集中于当年末、下年初,因此公司存货在年末余额较大;4、为满足不同消费者的多样化需求,公司采取了多品牌运营的经营模式,这决定了公司需要不断丰富自身经营的品牌,报告期内,公司取得的授权经营品

牌和国际零售代理品牌数量不断增加，截至 2018 年 6 月末，公司取得的上述两类品牌多达 23 个，而对于每个运营品牌，公司都需要储备一定数量该品牌的基础库存备货量以开展业务，运营品牌的不断增加也相应增加了库存商品的余额。

2017 年末，公司存货相对于以前年度末增长明显，主要原因如下：1、由于公司电商业务增长迅速，同时为了应对自“双十二”开始至春节为止的电商销售高峰期，公司在临近年末时为电商做了较大规模的备货准备；2、相对于 2015-2016 年，“哈吉斯”品牌尚未形成销售，2017 年“哈吉斯”品牌进入高速增长期，公司针对该品牌加大了投产备货力度，导致年末时该品牌账面余额有较大增长。该品牌在 2017 年末新增存货账面余额 1,634.45 万元。

2015 年到 2017 年，公司存货逐年增加，主要原因系：1、公司业务规模持续扩大，导致产品备货相应增加；2、公司直营店铺数量的增加，带动了相应铺货商品的增加；3、报告期内，电商业务规模的扩大，尤其是唯品会采取 JIT 模式进行库存管理导致公司需要在一定期间内锁定部分库存以备电商发货所需，导致各期末存货的相应增加；4、公司在 2013 年底取得了授权经营品牌“暇步士”，2015 年至 2017 年处于公司对该品牌大力拓展的阶段，2015 年取得了授权经营品牌“哈吉斯”，2017 年公司开始对该品牌进行规模化销售运营，随着上述两个品牌的经营规模拓展，其存货量也大幅增加。

2018 年 6 月 30 日，得益于公司对存货周转管理的重视，在采取了积极的处理措施后，公司的存货余额有所下降。

公司发出商品主要包括两部分：一是公司直营百货商场联营店中，已实际销售给消费者但尚未与百货商场进行对账确认收入的商品；二是电商平台（如京东、天猫等）线上销售已发货、客户已付款但还未确认收货的商品。2016 年末，公司发出商品较 2015 年末有所增长，主要系公司直营百货商场联营店的数量增加和电商业务的快速增长导致发出商品相应增加；2017 年底，因电商渠道调整公司的暇步士品牌童装不再通过京东平台销售，且进口品牌直营店销售额 12 月份同比上年同月有所下降，进而导致发出商品降低。

## （2）规模占比情况

在存货规模方面，公司与同行业上市公司的比较情况如下：

项目	2018年 6月30日		2017年 12月31日		2016年 12月31日		2015年 12月31日	
	占流动资产 比(%)	占资产总 额比(%)	占流动 资产比 (%)	占资产总 额比(%)	占流动资 产比(%)	占资产总 额比(%)	占流动资 产比(%)	占资产 总额比 (%)
金发拉比	27.17	18.93	23.98	16.82	19.03	14.94	18.07	14.89
安奈儿	38.70	32.35	33.01	27.33	56.62	38.98	59.72	41.31
搜于特	28.41	23.67	21.93	18.41	21.69	17.57	27.06	17.27
森马服饰	31.11	19.99	26.65	17.48	24.55	17.02	19.47	13.69
美邦服饰	51.75	30.21	62.90	38.76	50.39	29.70	46.53	26.96
太平鸟	43.90	31.04	38.47	29.61	46.02	34.31	50.30	36.77
七匹狼	15.37	10.10	14.60	10.04	16.12	11.36	15.33	11.40
报喜鸟	43.44	17.17	45.14	18.06	48.58	20.23	51.29	23.18
希努尔	11.80	4.46	7.35	4.71	37.94	14.80	25.79	11.32
步森股份	37.35	26.06	32.80	23.70	33.70	29.12	39.67	30.89
九牧王	29.24	11.00	26.09	11.52	23.23	13.34	19.90	10.83
摩登大道	25.56	11.32	24.76	11.34	35.38	14.57	38.66	17.24
朗姿股份	22.41	8.99	36.61	11.32	34.74	14.99	35.25	17.43
维格娜丝	34.81	11.16	31.39	10.69	30.72	16.61	21.04	17.88
歌力思	27.67	13.15	25.02	11.86	22.69	10.67	12.93	9.56
安正时尚	26.28	18.18	21.83	15.05	42.06	21.33	53.53	24.82
拉夏贝尔	49.50	27.20	46.39	29.79	42.01	27.18	40.56	29.93
日播时尚	37.35	25.98	33.92	24.49	35.20	20.92	34.88	21.53
<b>平均值</b>	<b>32.32</b>	<b>18.94</b>	<b>30.71</b>	<b>18.39</b>	<b>34.48</b>	<b>20.42</b>	<b>33.89</b>	<b>20.94</b>
<b>嘉曼服饰</b>	<b>55.79</b>	<b>44.50</b>	<b>58.84</b>	<b>47.48</b>	<b>67.17</b>	<b>52.79</b>	<b>65.11</b>	<b>52.30</b>

数据来源：Wind。

与同行业上市公司相比，公司存货占总资产与流动资产的比重相对较高，与公司的经营模式密切相关。首先，相比其他服装类上市公司，公司由于尚未获得上市融资，货币资金规模较小，资金主要用于经营备货，从而突出了存货在流动资产中的比重。其次，公司的直营收入和电商渠道收入占比较高，直营店铺经营场所全部通过商场联营或直接租赁取得，固定资产规模相对较小，且直营门店的商品铺货以及电商业务的持续增长导致了公司的存货规模增加。此外，公司存货的比重较高与公司自身经营的产品品牌特点有关，公司经营的国际零售代理品牌主要为国际高端童装品牌，产品单价较高，导致该类品牌的存货金额较大，报告期内，国际零售代理品牌占存货金额的40%左右。

报告期内，公司采取多种方式消化库存，公司对于库龄在一年以上的库存商品主要处理方式包括：1、线上促销，通过唯品会、天猫等电子商务平台进行折扣销售；2、商场特卖，在奥特莱斯门店、商场专柜或商场特卖区域进行折扣销售；3、内购会特卖，在公司主要经营场所所在地和部分直营专卖店进行区域特卖销售；4、加盟促销，加盟商以较低折扣向公司采购过季产品，在其加盟终端进行折扣销售。

### (3) 库龄情况

报告期各期末，公司存货（不含低值易耗品）的库龄情况如下：

单位：万元

项目	2018年6月30日		2017年12月31日		2016年12月31日		2015年12月31日	
	账面价值	占比(%)	账面价值	占比(%)	账面价值	占比(%)	账面价值	占比(%)
1年以内	14,901.85	69.06	16,899.27	68.68	13,960.18	64.63	10,676.72	56.00
1-2年	3,739.19	17.33	4,653.48	18.84	4,398.02	20.36	5,678.96	29.79
2-3年	2,089.71	9.68	2,039.68	8.26	2,552.76	11.82	2,397.86	12.58
3-4年	724.76	3.36	916.67	3.71	644.89	2.99	280.24	1.47
4-5年	123.37	0.57	124.51	0.50	42.79	0.20	32.70	0.17
5年以上	-	-	-	-	-	-	-	-
合计	<b>21,578.88</b>	<b>100.00</b>	<b>24,633.61</b>	<b>100.00</b>	<b>21,598.64</b>	<b>100.00</b>	<b>19,066.48</b>	<b>100.00</b>

报告期各期末，公司存货主要为当年新品和次新品，1年以内和1-2年存货占比合计为80%以上。

### (4) 计提存货跌价准备情况

报告期各期末，公司存货跌价准备计提情况如下：

单位：万元

项目	2018年6月30日		2017年12月31日		2016年12月31日		2015年12月31日	
	跌价准备	占比(%)	跌价准备	占比(%)	跌价准备	占比(%)	跌价准备	占比(%)
原材料			-	-	-	-	-	-
发出商品	58.05	2.79	91.08	4.16	65.48	3.80	49.70	3.39
低值易耗品	-		-		-		-	

项目	2018年 6月30日		2017年 12月31日		2016年 12月31日		2015年 12月31日	
	跌价 准备	占比 (%)	跌价 准备	占比 (%)	跌价 准备	占比 (%)	跌价 准备	占比 (%)
库存商品	2,021.92	97.21	2,100.16	95.84	1,656.69	96.20	1,415.93	96.61
<b>合计</b>	<b>2,079.97</b>	<b>100.00</b>	<b>2,191.24</b>	<b>100.00</b>	<b>1,722.17</b>	<b>100.00</b>	<b>1,465.63</b>	<b>100.00</b>

公司各期末所结存的低值易耗品由于周转速度较快、均在一年内使用结转完毕,因此未计提跌价准备。对于存货占比较高的库存商品和发出商品,公司按年份作为库龄分别计提跌价准备。

报告期内,公司与同行业上市公司存货跌价准备计提情况如下表:

单位:万元

公司	2018年 6月30日		2017年 12月31日		2016年 12月31日		2015年 12月31日	
	存货 余额	计提 比例 (%)	存货 余额	计提 比例 (%)	存货 余额	计提比 例(%)	存货 余额	计提 比例 (%)
安奈儿	39,946.81	9.31	32,844	9.61	27,061	10.88	25,917	10.90
金发拉比	20,960.76	0.96	18,580	1.08	14,433	0.21	13,536	0.47
朗姿股份	85,302.51	13.59	89,714	12.49	78,417	15.46	59,745	18.62
维格娜丝	74,119.51	2.45	72,479	2.45	27,702	4.23	27,543	2.04
歌力思	72,310.69	36.54	67,487.31	37.31	46,785	41.42	33,780	47.19
安正时尚	68,137.19	17.05	60,873	22.09	56,764	32.91	58,245	30.71
七匹狼	129,354.75	36.58	136,293	36.77	141,175	36.29	132,500	36.37
报喜鸟	85,462.59	17.27	92,360	16.77	101,332	16.92	119,262	11.88
希努尔	12,471.79	3.71	11,402	4.04	36,602	1.11	31,535	1.24
步森股份	27,287.72	38.77	26,910	37.26	26,407	30.83	28,410	25.57
九牧王	72,399.39	14.01	82,480	10.41	82,396	10.62	66,714	12.41
摩登大道	40,498.17	5.94	41,660	7.98	49,217	13.34	48,566	1.12
美邦服饰	242,562.99	20.70	314,084	18.34	230,780	20.39	228,424	17.93
搜于特	264,848.72	3.14	199,271	4.57	130,260	2.98	65,410	3.13
森马服饰	311,584.76	15.22	286,377	16.74	259,738	15.18	192,140	16.94
太平鸟	216,374.92	22.63	235,171	22.26	201,842	19.68	175,139	13.85
拉夏贝尔	232,453.20	12.39	258,073	9.15	198,304	13.59	204,529	14.13
日播时尚	35,822.29	17.22	33,071	15.80	25,935	19.24	25,564	17.06
<b>平均值</b>	<b>112,883.26</b>	<b>15.97</b>	<b>114,396</b>	<b>15.84</b>	<b>96,397</b>	<b>16.96</b>	<b>85,387</b>	<b>15.64</b>



公司	2018年 6月30日		2017年 12月31日		2016年 12月31日		2015年 12月31日	
	存货 余额	计提 比例 (%)	存货 余额	计提 比例 (%)	存货 余额	计提比 例 (%)	存货 余额	计提 比例 (%)
嘉曼服饰	23,720.01	8.77	26,886	8.15	23,354	7.37	20,532	7.14

数据来源: Wind。

同行业上市公司中, 各公司根据各自的产品特点和销售政策制定计提政策, 存货跌价准备计提政策各不相同。公司采取的跌价准备计提比例低于同行业上市公司的平均值, 与童装上市公司安奈儿和金发拉比相比, 计提比例介于二者之间。

公司主要产品为儿童服装, 与成人服装相比, 时尚度弱于成人装, 家长购买童装更侧重于孩子着装的舒适性; 此外, 公司品牌结构与同行业的显著差异还在于公司采取多品牌运营模式, 其中授权经营品牌、国际零售代理品牌分别定位为中高端、高端, 对应的消费群体对品牌的认可度较高, 为保持品牌的美誉度, 通常这些品牌在经营中销售打折力度相对较小。公司采取的存货跌价准备计提方法符合公司实际情况和销售政策。

#### (5) 期末有具体订单支持的存货基本情况

单位: 万元

年份/季 节	2018.6.30		2017.12.31		2016.12.31		2015.12.31	
	期末余额	占比 (%)	期末余额	占比 (%)	期末余额	占比 (%)	期末余额	占比 (%)
加盟商	210.16	0.89	501.34	1.86	417.76	1.79	981.97	4.78
发出商品	954.42	4.02	1,626.64	6.05	1,699.96	7.28	1,153.93	5.62
<b>合计</b>	<b>1,164.58</b>	<b>4.91</b>	<b>2,127.98</b>	<b>7.91</b>	<b>2,117.72</b>	<b>9.07</b>	<b>2,135.90</b>	<b>10.40</b>

注 1: 上表有订单支持的存货仅包含加盟商的外部订单, 不包含根据公司销售预期制订的内部采购订单所采购的成衣。

注 2: 发出商品为当年 12 月或 6 月直营门店销售订单、电商平台月末销售订单。

注 3: 占比为该项目占各期末存货余额比例。

2015-2017 年, 各期末存货中有具体订单支持的存货金额较为稳定, 其占各期末存货余额比重逐年下降, 原因系为发行人经营业绩不断上涨, 备货金额逐年增加所致。

有订单支持的存货结构中, 加盟商的金额和占比相对下降、发出商品的金额和占比逐年上升, 主要是因为电商收入增加所致。

各销售模式下的收入变动情况

单位: 万元, %

销售模式	2018年1-6月		2017年		2016年		2015年
	收入金额	变动情况	收入金额	变动情况	收入金额	变动情况	收入金额
直营	15,259.33	-41.78	26,210.70	13.37	23,120.30	-1.39	23,446.53
加盟	5,225.89	-54.17	11,402.12	26.00	9,048.98	-28.53	12,661.02
电商	12,463.42	-27.67	17,232.06	116.63	7,954.75	229.55	2,413.81
合计	<b>32,948.63</b>	<b>-39.92</b>	<b>54,844.88</b>	<b>36.69</b>	<b>40,124.03</b>	<b>4.16</b>	<b>38,521.37</b>

## 期末加盟店铺数量变动情况

单位: 万元, %

项目	2018.6.30		2017.12.31		2016.12.31		2015.12.31
	期末数量/订单金额	变动情况	期末数量/订单金额	变动情况	期末数量/订单金额	变动情况	期末数量/订单金额
加盟店铺数量(个)	434	1.64	427.00	8.38	394.00	-5.74	418.00
加盟订单支持的存货金额	210.16	-58.08	501.34	20.01	417.76	-57.46	981.97

加盟模式下具有订单支持的金额主要通过加盟商订货会的形式产生。报告期内加盟订单金额呈先下降后上升趋势。通过比较各期加盟店铺数量变化趋势可见由于2016年加盟店铺数量下降,导致同年订货会订货数量与金额有所下降。

加盟订单金额2015年金额较其他两期金额大主要是由于2015年年末由于供应商提前完工,以致部分春夏款入库,因此该年度有订单支持的存货金额较大。

2018年由于秋冬装部分尚未入库,所以加盟商订单支持的金额较少。

## 期末直营店发出商品情况

单位: 万元

项目	2018.6.30		2017.12.31		2016.12.31		2015.12.31
	期末数量/金额	变动情况(%)	期末数量/金额	变动情况(%)	期末数量/金额	变动情况(%)	期末数量/金额
店铺数量	324	-0.31	325.00	7.62	302.00	2.03	296.00
直营发出金额(万元)	830.76	-42.96	1,456.50	-4.30	1,521.99	31.90	1,153.93

## (6) 公司备货情况

公司确定库存商品等备货量的方法:

制定订货计划的基本方法以目标销售区域或网点的未来市场预测为基础,参考过去的销售数据和经营情况,经过科学计算后得到拟订货数量,包括商品品类、尺码等维度的拟定货数量确定。订货人员在订货时以提前制定好的订货计划为基本模板,对订货现场展示的商品样品进行选款和定数。所有订货单位的订单最终汇总至公司商品部,商品部整理出一份总计划订单,与生产采购部进行沟通。采购部会从生产采购的角度对订单进行分析,对部分款式进行加量(为满足生产数量要求),对部分款式进行删除(数量太少或采购情况发生变化)。在这个过程中,商品部、业务部门和生产采购部进行大量的沟通协调工作,最终形成一份由生产采购部确认过的投产计划(参考提交的历史投产表)。投产计划生成后,采购部开始进行采购工作,各供应商按照采购合同进行生产和产品交付,直至投产计划上的商品陆续回货入库。商品部在商品入库后,按照各订货单位的订单,对商品进行配发。

通常情况下公司将全年分为两个销售季,分别是春夏销售季和秋冬销售季,按销售季来备货。备货按销售模式可分为加盟商订单备货、直营店和电商备货,备货方法如下:

**加盟商备货:** 加盟商通过订货会或其他方式完成订货订单,公司对订单确认后按照订单进行采购生产,商品回货入仓后,待收到加盟商的货款后发货。

**直营店和电商备货:** 订货的权限授权至直营部和外地办事处。由上述各销售单位提交订货订单,经公司汇总调整后安排采购生产。销售单位制定采购订单的具体过程如下:

首先,业务人员根据各自负责店铺的销售预期来确定,其中老店铺根据历史数据及一定销售增长预期来确定;新店铺则根据能够调取到的竞品的销售额、地区消费能力、所在商场的经营情况、附近已有商场店铺的销售情况综合判断来确定。其次,将预计销售额分解为新款销售额和老款销售额,根据历史吊牌折扣率及售罄率指标,折算出预计备货吊牌价金额。最后,根据历史数据,将预计备货吊牌价金额进一步分解为性别、品类、款式、尺码等类别。

各期末属于备货的存货金额:

单位：万元

项目	2018.1-6月	2017年	2016年	2015年
本年夏	4,221.94			
本年秋	754.40			
本年冬	784.66			
本年冬		5,398.15	3,531.05	2,730.49
次年春		1,089.83	1,008.82	1,129.61
次年夏		30.44	428.16	302.33
<b>合计</b>	<b>5,761.00</b>	<b>6,518.42</b>	<b>4,968.02</b>	<b>4,162.42</b>

注：因各期末时点为12月31日，处于冬款旺销期，故备货存货为次年款式和当年冬季款式货品。期末时点为6月30日时，本年夏、本年秋、本年冬为备货产品。

生产周期及销售周期情况：

产品类别	生产周期	销售周期
自主品牌+授权品牌	下订单日起1-3个月入库	3-4年
国外品牌	下订单日起4-7个月入库	4-5年

公司库存商品余额较大且增加较快的主要原因系为满足公司迅速增长的业务增加备货所致。

报告期内公司库存商品的库龄在4年以上的存货占比较小，与公司的存货销售策略相符，库存商品不存在滞销。

同行业存货占流动资产及资产比例：

项目	2018年6月30日		2017年12月31日		2016年12月31日		2015年12月31日	
	占流动资产比 (%)	占资产总额比 (%)	占流动资产比 (%)	占资产总额比 (%)	占流动资产比 (%)	占资产总额比 (%)	占流动资产比 (%)	占资产总额比 (%)
金发拉比	27.17	18.93	23.98	16.82	19.03	14.94	18.07	14.89
安奈儿	38.70	32.35	33.01	27.33	56.62	38.98	59.72	41.31
搜于特	28.41	23.67	21.93	18.41	21.69	17.57	27.06	17.27
森马服饰	31.11	19.99	26.65	17.48	24.55	17.02	19.47	13.69
美邦服饰	51.75	30.21	62.90	38.76	50.39	29.70	46.53	26.96
太平鸟	43.90	31.04	38.47	29.61	46.02	34.31	50.30	36.77
七匹狼	15.37	10.10	14.60	10.04	16.12	11.36	15.33	11.40
报喜鸟	43.44	17.17	45.14	18.06	48.58	20.23	51.29	23.18
希努尔	11.80	4.46	7.35	4.71	37.94	14.80	25.79	11.32

项目	2018年6月30日		2017年12月31日		2016年12月31日		2015年12月31日	
	占流动资产比 (%)	占资产总额比 (%)	占流动资产比 (%)	占资产总额比 (%)	占流动资产比 (%)	占资产总额比 (%)	占流动资产比 (%)	占资产总额比 (%)
步森股份	37.35	26.06	32.80	23.70	33.70	29.12	39.67	30.89
九牧王	29.24	11.00	26.09	11.52	23.23	13.34	19.90	10.83
摩登大道	25.56	11.32	24.76	11.34	35.38	14.57	38.66	17.24
朗姿股份	22.41	8.99	36.61	11.32	34.74	14.99	35.25	17.43
维格娜丝	34.81	11.16	31.39	10.69	30.72	16.61	21.04	17.88
歌力思	27.67	13.15	25.02	11.86	22.69	10.67	12.93	9.56
安正时尚	26.28	18.18	21.83	15.05	42.06	21.33	53.53	24.82
拉夏贝尔	49.50	27.20	46.39	29.79	42.01	27.18	40.56	29.93
日播时尚	37.35	25.98	33.92	24.49	35.20	20.92	34.88	21.53
平均值	32.32	18.94	30.71	18.39	34.48	20.42	33.89	20.94
嘉曼服饰	55.79%	44.50%	58.84	47.48	67.17	52.79	65.11	52.30

数据来源：Wind。

与同行业上市公司相比，公司存货占总资产与流动资产的比重相对较高，与公司的经营模式密切相关。首先，相比其他服装类上市公司，公司由于尚未获得上市融资，货币资金规模较小，资金主要用于经营备货，从而突出了存货在流动资产中的比重。其次，公司的直营收入和电商渠道收入占比较高，直营店铺经营场所全部通过商场联营或直接租赁取得，固定资产规模相对较小，且直营门店的商品铺货以及电商业务的持续增长导致了公司的存货规模增加。第三，公司产品全部为外购成品，无生产流程，除了必要的仓储用仓库外，无生产车间及机器设备类等生产设备类的固定资产。此外，公司存货的比重较高与公司自身经营的产品品牌特点有关，公司经营的国际零售代理品牌主要为国际高端童装品牌，产品单价较高，导致该类品牌的存货金额较大，报告期内，国际零售代理品牌占存货金额的40%左右。因此公司存货占总资产及流动资产的比例较高。

## 6、一年内到期的非流动资产

单位：万元

项目	2018年 6月30日	2017年 12月31日	2016年 12月31日	2015年 12月31日
一年内到期的待摊费用	-	-	517.06	589.69

2016年末、2017年末，公司一年内到期的非流动资产由一年内到期的长期

待摊费用构成，主要为公司直营店铺的货柜支出和办公楼装修支出。

2017 年末，公司一年内到期的待摊费用为零元，主要系报表列报项目发生变更。财政部于 2017 年度发布了《财政部关于修订印发一般企业财务报表格式的通知》，对一般企业财务报表格式进行了修订，通知适用于一般企业 2017 年度及以后期间的财务报表。通知规定：资产负债表中，对于按照相关会计准则采用折旧（或摊销、折耗）方法进行后续计量的固定资产、无形资产、长期待摊费用等非流动资产，折旧（或摊销、折耗）年限（或期限）只剩一年或不足一年的，无需归类为流动资产，仍在各该非流动资产项目中列报，不转入“一年内到期的非流动资产”项目列报；预计在一年内（含一年）进行折旧（或摊销、折耗）的部分，也无需归类为流动资产，不转入“一年内到期的非流动资产”项目列报。

### 7、其他流动资产

单位：万元

项目	2018 年 6 月 30 日	2017 年 12 月 31 日	2016 年 12 月 31 日	2015 年 12 月 31 日
理财产品	2,010.00			
待抵扣税金	167.63	276.21	240.48	557.78
预缴税费	275.29	254.76	251.37	225.64
房租	1.02	2.33	5.82	52.69
<b>合计</b>	<b>2,453.94</b>	<b>533.31</b>	<b>497.66</b>	<b>836.12</b>

报告期内，公司其他流动资产主要由理财产品、待抵扣增值税进项税金、预缴税费和房租构成。2016 年末到 2018 年 6 月 30 日的房租较 2015 年末有所下降，主要系 2014 年 12 月子公司天津嘉曼与关联方嘉宜园签订房屋租赁合同并预付嘉宜园房租 39.42 万元，以及预付盛景国际大厦房租 38.99 万元所致。2018 年公司在光大银行的存入结构性存款 2,010 万元。

### （三）非流动资产分析

报告期内，公司非流动资产构成情况如下：

单位：万元

项目	2018 年 6 月 30 日	2017 年 12 月 31 日	2016 年 12 月 31 日	2015 年 12 月 31 日
固定资产	5,465.05	5,558.08	5,398.31	2,940.66
在建工程	-	-	-	925.89
无形资产	765.45	782.48	752.75	781.51

项目	2018年 6月30日	2017年 12月31日	2016年 12月31日	2015年 12月31日
商誉	149.80	149.80	149.80	149.80
长期待摊费用	1,618.30	1,408.45	400.36	337.95
递延所得税资产	1,754.04	2,006.65	1,879.70	1,813.65
其他非流动资产	88.44	140.40	189.55	224.67
<b>合计</b>	<b>9,841.08</b>	<b>10,045.86</b>	<b>8,770.47</b>	<b>7,174.12</b>

公司非流动资产主要系经营性长期资产，主要由房屋及建筑物、办公设备等固定资产以及递延所得税资产构成。2017年和2018年6月30日，公司长期待摊费用较2015年、2016年末有较大增加，主要系报表列报项目发生变更，以及因业务开展原因公司的货柜支出增加所致。

## 1、固定资产

(1) 报告期内固定资产具体情况如下：

单位：万元

项目	2018年 6月30日	2017年 12月31日	2016年 12月31日	2015年 12月31日
<b>一、原价合计</b>	<b>6,844.44</b>	<b>6,800.89</b>	<b>6,305.99</b>	<b>3,512.48</b>
房屋及建筑物	5,886.65	5,886.65	5,538.99	2,822.04
运输设备	154.42	154.42	127.75	127.75
办公设备及其他	803.37	759.83	639.25	562.69
<b>二、累计折旧合计</b>	<b>1,379.39</b>	<b>1,242.82</b>	<b>907.68</b>	<b>571.82</b>
房屋及建筑物	791.70	661.42	413.85	160.47
运输设备	99.30	85.75	62.78	40.74
办公设备及其他	488.39	495.65	431.06	370.62
<b>三、减值准备合计</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>四、账面价值合计</b>	<b>5,465.05</b>	<b>5,558.08</b>	<b>5,398.31</b>	<b>2,940.66</b>
房屋及建筑物	5,094.95	5,225.23	5,125.15	2,661.57
运输设备	55.12	68.67	64.97	87.01
办公设备及其他	314.98	264.17	208.19	192.08

## (2) 2018 年房屋及建筑物、运输设备的具体构成：

资产类别	资产名称	购入时间	供应商	购入原值	账面价值	设备成新率（%）
房屋及建筑物	1号车间-厂房	2014/4/1	天津市栋豪建筑劳务有限公司	319.65	256.24	80.16
房屋及建筑物	2号车间-厂房	2014/4/1	天津市栋豪建筑劳务有限公司	708.47	567.94	80.16
房屋及建筑物	路面	2014/4/1	天津市栋豪建筑劳务有限公司	71.7	57.49	80.18
房屋及建筑物	传达室	2014/4/1	天津市栋豪建筑劳务有限公司	4.24	3.4	80.19
房屋及建筑物	4号车间-宿舍	2014/6/1	天津市栋豪建筑劳务有限公司	1,327.46	1,159.06	87.31
房屋及建筑物	5号车间-厂房	2014/12/1	天津市德和建筑工程有限公司	1,077.51	897.91	83.33
房屋及建筑物	围墙	2014/12/1	天津市德和建筑工程有限公司	35.75	29.81	83.38
房屋及建筑物	3号车间	2016/4/30	天津市德和建筑工程有限公司	1,994.22	1,786.91	89.60
房屋及建筑物	房屋建筑物	2017/9/30	天津永丰胜华科技发展有限公司	82.97	79.98	96.40
房屋及建筑物	1号车间	2017/10/31	天津永丰胜华科技发展有限公司	39.32	38.06	96.80
房屋及建筑物	2号车间	2017/10/31	天津永丰胜华科技发展有限公司	22.79	22.06	96.80
房屋及建筑物	4号车间	2017/10/31	天津永丰胜华科技发展有限公司	6.32	6.12	96.84
房屋及建筑物	5号车间	2017/10/31	天津永丰胜华科技发展有限公司	56.63	54.81	96.79
房屋及建筑物	3号车间	2017/10/31	天津永丰胜华科技发展有限公司	91.69	88.76	96.80
房屋及建筑物	泵房	2017/10/31	天津永丰胜华科技发展有限公司	13.11	12.69	96.80
房屋及建筑物	室外	2017/10/31	天津永丰胜华科技发展有限公司	34.83	33.72	96.81
运输设备	捷达车	2008/1/1		11.75	0.59	5.02
运输设备	购全顺车京QC1B39	2014/6/1	北京市旧机动车交易市场有限公司	8.5	2.04	24.00



资产类别	资产名称	购入时间	供应商	购入原值	账面价值	设备成新率（%）
运输设备	购梅赛德奔驰京 QD0M96	2014/6/1	北京市旧机动车交易市场有限公司	27	6.48	24.00
运输设备	车辆京 LY3027	2014/6/17	嘉宜园	9.5	2.28	24.00
运输设备	购奥迪 WAURGB4H,京 M72317	2014/9/26	北京市旧机动车交易市场有限公司	70	20.13	28.76
运输设备	哈弗牌多用途乘用车	2017/6/9	北京泊士联汽车销售中心	12.67	10.27	81.06
运输设备	梅赛德斯-奔驰 B200（京 Q71UN5）	2017/11/30	北京市旧机动车交易市场有限公司	15	13.34	88.93
合计				<b>6,041.07</b>	<b>5,150.09</b>	

2017 年房屋及建筑物、运输设备的具体构成：

资产类别	资产名称	购入时间	供应商	购入原值	账面价值	设备成新率（%）
房屋及建筑物	1 号车间-厂房	2014-4-1	天津市栋豪建筑劳务有限公司	319.65	263.83	82.54
房屋及建筑物	2 号车间-厂房	2014-4-1	天津市栋豪建筑劳务有限公司	708.47	584.75	82.54
房屋及建筑物	路面	2014-4-1	天津市栋豪建筑劳务有限公司	71.70	59.20	82.56
房屋及建筑物	传达室	2014-4-1	天津市栋豪建筑劳务有限公司	4.24	3.50	82.56
房屋及建筑物	4 号车间-宿舍	2014-6-1	天津市栋豪建筑劳务有限公司	1,327.46	1,180.17	88.90
房屋及建筑物	5 号车间-厂房	2014-12-1	天津市德和建筑工程有限公司	1,077.51	923.48	85.71
房屋及建筑物	围墙	2014-12-1	天津市德和建筑工程有限公司	35.75	30.66	85.75
房屋及建筑物	3 号车间	2016-4-30	天津市德和建筑工程有限公司	1,994.22	1,835.11	92.02
房屋及建筑物	房屋建筑物	2017-9-30	天津永丰胜华科技发展有限公司	82.97	81.97	98.80
房屋及建筑物	1 号车间	2017-10-31	天津永丰胜华科技发展有限公司	39.32	39.01	99.20

资产类别	资产名称	购入时间	供应商	购入原值	账面价值	设备成新率（%）
房屋及建筑物	2号车间	2017-10-31	天津永丰胜华科技发展有限公司	22.79	22.61	99.20
房屋及建筑物	4号车间	2017-10-31	天津永丰胜华科技发展有限公司	6.32	6.27	99.20
房屋及建筑物	5号车间	2017-10-31	天津永丰胜华科技发展有限公司	56.63	56.17	99.20
房屋及建筑物	3号车间	2017-10-31	天津永丰胜华科技发展有限公司	91.69	90.96	99.20
房屋及建筑物	泵房	2017-10-31	天津永丰胜华科技发展有限公司	13.11	13.00	99.20
房屋及建筑物	室外	2017-10-31	天津永丰胜华科技发展有限公司	34.83	34.55	99.20
运输设备	捷达车	2008-1-1		11.75	0.59	5.00
运输设备	购全顺车京 QC1B39	2014-6-1	北京市旧机动车交易市场有限公司	8.50	2.85	33.50
运输设备	购梅赛德奔驰京 QD0M96	2014-6-1	北京市旧机动车交易市场有限公司	27.00	9.05	33.50
运输设备	车辆京 LY3027	2014-6-17	嘉宜园	9.50	3.18	33.50
运输设备	购奥迪 WAURGB4H,京 M72317	2014-9-26	北京市旧机动车交易市场有限公司	70.00	26.78	38.25
运输设备	哈弗牌多用途乘用车	2017-6-9	北京泊士联汽车销售中心	12.67	11.47	90.52
运输设备	梅赛德斯-奔驰 B200（京 Q71UN5）	2017-11-30	北京市旧机动车交易市场有限公司	15.00	14.76	98.42
合计				<b>6,041.07</b>	<b>5,293.90</b>	

2016年房屋及建筑物、运输设备的具体构成：

资产类别	资产名称	购入时间	供应商	购入原值	账面价值	设备成新率（%）
房屋及建筑物	1号车间-厂房	2014-4-1	天津市栋豪建筑劳务有限公司	319.65	279.16	87.33
房屋及建筑物	2号车间-厂房	2014-4-1	天津市栋豪建筑劳务有限公司	708.47	618.73	87.33

资产类别	资产名称	购入时间	供应商	购入原值	账面价值	设备成新率（%）
房屋及建筑物	路面	2014-4-1	天津市栋豪建筑劳务有限公司	71.70	62.62	87.33
房屋及建筑物	传达室	2014-4-1	天津市栋豪建筑劳务有限公司	4.24	3.70	87.33
房屋及建筑物	4号车间-宿舍	2014-6-1	天津市栋豪建筑劳务有限公司	1,327.46	1,222.37	92.08
房屋及建筑物	5号车间-厂房	2014-12-1	天津市德和建筑工程有限公司	1,077.51	975.15	90.50
房屋及建筑物	围墙	2014-12-1	天津市德和建筑工程有限公司	35.75	32.35	90.50
房屋及建筑物	3号车间	2016-4-30	天津市德和建筑工程有限公司	1,994.22	1,931.07	96.83
运输设备	捷达车	2008-1-1		11.75	0.59	5.00
运输设备	购全顺车京 QC1B39	2014-6-1	北京市旧机动车交易市场有限公司	8.50	4.46	52.50
运输设备	购梅赛德奔驰京 QD0M96	2014-6-1	北京市旧机动车交易市场有限公司	27.00	14.18	52.50
运输设备	车辆京 LY3027	2014-6-17	嘉宜园	9.50	4.99	52.50
运输设备	购奥迪 WAURGB4H,京 M72317	2014-9-26	北京市旧机动车交易市场有限公司	70.00	40.08	57.25
运输设备	金杯牌 SY6513X2S1BH（京 Q0FN76）	2015-4-28	嘉宜园	1.00	0.68	68.33
合计				<b>5,666.74</b>	<b>5,190.12</b>	

2015年房屋及建筑物、运输设备的具体构成：

资产类别	资产名称	购入时间	供应商	购入原值	账面价值	设备成新率（%）
房屋及建筑物	1号车间-厂房	2014-4-1	天津市栋豪建筑劳务有限公司	259.43	238.89	92.08
房屋及建筑物	2号车间-厂房	2014-4-1	天津市栋豪建筑劳务有限公司	575.00	529.47	92.08
房屋及建筑物	4号车间-宿舍	2014-6-1	天津市栋豪建筑劳务有限公司	1,077.36	1,026.19	95.25

资产类别	资产名称	购入时间	供应商	购入原值	账面价值	设备成新率（%）
房屋及建筑物	5号车间-厂房	2014-12-1	天津市德和建筑工程有限公司	874.51	832.97	95.25
房屋及建筑物	围墙	2014-12-1	天津市德和建筑工程有限公司	35.75	34.05	95.25
运输设备	捷达车	2008-1-1		11.75	0.59	5.00
运输设备	购全顺车京 QC1B39	2014-6-1	北京市旧机动车交易市场有限公司	8.50	6.08	71.50
运输设备	购梅赛德奔驰京 QD0M96	2014-6-1	北京市旧机动车交易市场有限公司	27.00	19.31	71.50
运输设备	车辆京 LY3027	2014-6-1	嘉宜园	9.50	6.79	71.50
运输设备	购奥迪 WAURGB4H,京 M72317	2014-9-26	北京市旧机动车交易市场有限公司	70.00	53.37	76.25
运输设备	金杯牌 SY6513X2S1BH（京 Q0FN76）	2015-4-28	北京泊士联汽车销售中心	1.00	0.87	87.33
合计				<b>2,949.79</b>	<b>2,748.58</b>	

报告期内，2016年12月31日、2017年12月31日固定资产原值较2015年12月31日有较大幅度增加，主要系报告期内，子公司天津嘉曼在天津武清区建设物流中心3号车间于2016年转入固定资产所致。

## (3) 固定资产相关摊销政策及其合理性

## 1、房屋及建筑物、运输设备、办公设备及其他摊销政策、摊销年限：

类别	折旧方法	折旧年限(年)	残值率(%)	年折旧率(%)
房屋、建筑物及附属设施	年限平均法	10-40	5.00	2.375-4.75
运输设备	年限平均法	5	5.00	19.00
办公设备及其他	年限平均法	3-5	5.00	19.00-31.67

## 2018年1-6月

单位：万元

类别	原值	累计折旧	净值
房屋、建筑物及附属设施	5,886.65	791.70	5,094.95
运输设备	154.42	99.30	55.12
办公设备及其他	803.37	488.39	314.98
<b>合计</b>	<b>6,844.44</b>	<b>1,379.39</b>	<b>5,465.05</b>

## 2017年度

单位：万元

类别	原值	累计折旧	净值
房屋、建筑物及附属设施	5,886.65	661.42	5,225.23
运输设备	154.42	85.75	68.67
办公设备及其他	759.83	495.65	264.17
<b>合计</b>	<b>6,800.89</b>	<b>1,242.82</b>	<b>5,558.08</b>

## 2016年度

单位：万元

类别	原值	累计折旧	净值
房屋、建筑物及附属设施	5,538.99	413.85	5,125.15
运输设备	127.75	62.78	64.97
办公设备及其他	639.25	431.06	208.19
<b>合计</b>	<b>6,305.99</b>	<b>907.68</b>	<b>5,398.31</b>

2015 年度

单位：万元

类别	原值	累计折旧	净值
房屋、建筑物及附属设施	2,822.04	160.47	2,661.57
运输设备	127.75	40.74	87.01
办公设备及其他	562.69	370.62	192.08
<b>合计</b>	<b>3,512.48</b>	<b>571.82</b>	<b>2,940.66</b>

同行业上市公司安奈儿的折旧政策：

类别	折旧方法	折旧年限（年）	残值率（%）	年折旧率（%）
房屋建筑物	年限平均法	20	5	4.75
办公设备	年限平均法	3-10	5	9.50-31.67
电子设备	年限平均法	3	5	31.67
专用设备	年限平均法	3-5	5	19-31.67
运输设备	年限平均法	4-5	5	19-23.75

对比同行业的折旧政策，发行人与同行业的折旧政策无较大差异，折旧计提充分。

截至本招股书签署日，公司房屋和土地为取得银行借款而设置了抵押担保他项权利，具体情况见“第六节 业务与技术”之“五、主要资产情况”。

## 2、在建工程

单位：万元

项目	2018年6月30日			2017年12月31日		
	账面余额	减值准备	账面价值	账面余额	减值准备	账面价值
房屋及建筑物	-	-	-	-	-	-
其他	-	-	-	-	-	-
<b>合计</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>

(续)

项目	2016年12月31日			2015年12月31日		
	账面余额	减值准备	账面价值	账面余额	减值准备	账面价值
房屋及建筑物	-	-	-	925.89	-	925.89
其他	-	-	-	-	-	-

项目	2016年12月31日			2015年12月31日		
	账面余额	减值准备	账面价值	账面余额	减值准备	账面价值
合计	-	-	-	925.89	-	925.89

公司2015年末的在建工程主要包括天津物流中心在建的房屋及建筑物，其已于2016年全部转入固定资产；2017年末，公司在建工程为天津物流中心消防工程已转为固定资产。

### 3、无形资产

(1) 无形资产明细构成、金额及占比：

2018年6月30日：

单位：万元

无形资产类别	入账价值	累计摊销	账面价值	账面价值占比(%)
土地使用权	803.40	85.70	717.70	93.76
软件	168.46	120.71	47.75	6.24
合计	<b>971.86</b>	<b>206.41</b>	<b>765.45</b>	<b>100.00</b>

2017年12月31日：

单位：万元

无形资产类别	入账价值	累计摊销	账面价值	账面价值占比(%)
土地使用权	803.40	77.66	725.74	92.75
软件	168.46	111.72	56.74	7.25
合计	<b>971.86</b>	<b>189.38</b>	<b>782.48</b>	<b>100.00</b>

2016年12月31日：

单位：万元

无形资产类别	入账价值	累计摊销	账面价值	账面价值占比(%)
土地使用权	803.40	61.59	741.81	98.55
软件	108.26	97.32	10.94	1.45
合计	<b>911.66</b>	<b>158.91</b>	<b>752.75</b>	<b>100.00</b>

2015年12月31日：

单位：万元

无形资产类别	入账价值	累计摊销	账面价值	账面价值占比(%)
土地使用权	803.40	45.53	757.87	96.98
软件	108.26	84.63	23.63	3.02
<b>合计</b>	<b>911.66</b>	<b>130.16</b>	<b>781.51</b>	<b>100.00</b>

(2) 土地使用权的获取方式、价款支付、入账成本、后续核算实际使用情况:

土地使用权的获取方式为出让, 价款支付金额为 780 万元, 缴纳的契税 23.4 万, 入账成本金额为 803.40 万, 后续核算按 50 年摊销, 每年摊销金额 16.07 万。

(3) 购买土地履行的相关程序合法合规、取得土地使用权支付的土地出让金符合相关规定。

#### 4、商誉

单位：万元

被投资单位名称	2018年 6月30日	2017年 12月31日	2016年 12月31日	2015年 12月31日
杭州思普源	22.91	22.91	22.91	22.91
深圳嘉宜美	126.89	126.89	126.89	126.89
<b>合计</b>	<b>149.80</b>	<b>149.80</b>	<b>149.80</b>	<b>149.80</b>

报告期内, 商誉系公司 2012 年 12 月溢价收购非同一控制下企业杭州思普源、2013 年 12 月溢价收购非同一控制下企业深圳嘉宜美股权所致。

#### 5、长期待摊费用

(1) 长期待摊费用的明细构成:

单位：万元

项目	2018年 6月30日	2017年 12月31日	2016年 12月31日	2015年 12月31日
货柜	1,608.59	1,397.13	400.36	313.80
办公楼装修	9.70	11.32	-	24.15
<b>合计</b>	<b>1,618.30</b>	<b>1,408.45</b>	<b>400.36</b>	<b>337.95</b>

2015 年至 2016 年, 公司的长期待摊费用主要由已收到的直营店铺的货柜和办公楼装修支出构成, 公司购入直营店铺的货柜后, 相关货柜支出的摊销期为 2 年。2017 年、2018 年 6 月 30 日, 长期待摊费用货柜支出大幅上升, 主要原因为:



公司业务规模逐年扩大、直营店铺数量逐年增加且 2017 年 6 月加盟商的货柜由公司采购，为加盟商采购的货柜成本计入企业的长期待摊费用；此外 2017 年开始长期待摊费用中只剩一年或不足一年的，无需归类为流动资产，仍在长期待摊费用项目中列报也导致货柜项目相对增加。

(2) 一年内到期的长期待摊费用的明细构成

单位：万元

明细	2018 年 1-6 月	2017 年度	2016 年度	2015 年度
货柜摊销	-	-	492.81	557.49
办公室装修	-	-	24.15	32.20
<b>合计</b>	-	-	<b>516.96</b>	<b>589.69</b>

(3) 待摊费用摊销政策：

长期待摊费用在受益期内（2-5 年）平均摊销。货柜一般会每两年更新换代一次，办公楼一般会 5 年重新进行一次装修，因此将摊销期认定为 2-5 年。

(4) 办公楼装修可使用寿命及两次大修时间间隔、货柜可使用寿命：

公司办公楼均为租赁，报告期内未发生连续两次大修的情况。发行人直营店使用的货柜预计可使用寿命为 2 年，合作的直营商场或公司市场部在店铺货柜使用平均 2 年左右即更换店铺位置或形象。

(5) 货柜可使用寿命，摊销期的认定依据、相关会计处理及依据：

认定依据：根据业务部门出具的货柜使用情况说明及历史使用情况，认定货柜摊销期为 2 年。

相关会计处理及依据

采购货柜到货时点：

借：长期待摊费用

借：应交税费-应交增值税-进项税额

贷：应付账款

月末摊销金额：

借：销售费用

贷：长期待摊费用

年末调整报表项目列示金额（2015年、2016年调整，2017年根据财政部发布的《财政部关于修订印发一般企业财务报表格式的通知》，不再做该笔调整）：

借：一年内到期的长期待摊费用

贷：长期待摊费用

## 6、递延所得税

(1) 报告期内，公司递延所得税资产变动情况如下：

单位：万元

项目	2018年 6月30日	2017年 12月31日	2016年 12月31日	2015年 12月31日
资产减值准备	699.89	717.88	542.35	474.90
内部交易未实现利润	632.99	763.83	876.17	1,050.04
可抵扣亏损	249.63	238.88	247.78	88.21
预计退换货	171.53	286.03	213.40	200.51
预计负债		0.03		
<b>合计</b>	<b>1,754.04</b>	<b>2,006.65</b>	<b>1,879.70</b>	<b>1,813.65</b>

(2) 可抵扣暂时性差异项目对应如下：

单位：万元

项目	2018年 6月30日	2017年 12月31日	2016年 12月31日	2015年 12月31日
资产减值准备	2,799.55	2,871.53	2,169.39	1,899.59
内部交易未实现利润	2,531.96	3,055.33	3,504.67	4,200.15
可抵扣亏损	998.53	955.51	991.11	352.82
预计退换货	686.12	1,144.11	853.61	802.04
预计负债		0.11		
<b>合计</b>	<b>7,016.15</b>	<b>8,026.59</b>	<b>7,518.78</b>	<b>7,254.60</b>

报告期内公司的递延所得税资产主要系计提存货跌价准备和坏账准备、产品预计退换货准备、内部交易未实现利润和可抵扣亏损所致。其中，内部交易未实现利润主要系合并范围内各公司内部销售产品未实现最终销售所致，可抵扣亏损主要系公司和部分子公司的以前年度亏损所致。

报告期内，公司不存在递延所得税负债。

## (3) 报告期内可抵扣亏损的形成情况

单位: 万元

公司	2015 年度可弥补的亏损额	2016 年度可弥补的亏损额	2017 年度可弥补的亏损额	2018 年 1-6 月可弥补的亏损额
水孩儿服饰	50.14	-	-	-
北京嘉曼	-	629.10	53.94	253.46
天津嘉达	-	0.08	7.13	0.12
天津嘉士	-	-	16.70	-
杭州思普源	-	11.87	-	-
嘉吉斯	-	0.16	0.31	0.11
广州嘉贵	-	0.74	-	-
重庆思普源	-	-	1.96	12.62
成都思普源	-	-	-	0.47
<b>合计</b>	<b>50.14</b>	<b>641.94</b>	<b>80.03</b>	<b>266.78</b>

## (4) 报告期内可抵扣亏损弥补情况:

单位: 万元

年度	当年可弥补的亏损额	2015 年度实际弥补的以前年度亏损额	2016 年度实际弥补的以前年度亏损额	2017 年度实际弥补的以前年度亏损额	2018 年 1-6 月实际弥补的以前年度亏损额	可结转以后年度弥补的亏损额
2012 年	163.44	85.37	3.66	74.41	-	-
2013 年	220.66	-	-	40.49	180.17	-
2014 年	3.97	-	-	-	3.97	-
2015 年	50.14	-	-	-	39.62	10.52
2016 年	641.94	-	-	0.74	-	641.2
2017 年	80.03	-	-	-	-	80.03
2018 年 1-6 月	266.78	-	-	-	-	266.78
<b>合计</b>	<b>1,426.96</b>	<b>85.37</b>	<b>3.66</b>	<b>115.64</b>	<b>223.76</b>	<b>998.53</b>

## 7、其他非流动资产

单位: 万元

项目	2018 年 6 月 30 日	2017 年 12 月 31 日	2016 年 12 月 31 日	2015 年 12 月 31 日
预付货柜款	70.62	76.59	180.05	224.67
工程款	17.83	63.81	9.50	-
<b>合计</b>	<b>88.44</b>	<b>140.40</b>	<b>189.55</b>	<b>224.67</b>

公司其他非流动资产主要系直营店铺的预付货柜款和工程款。2016 年末、2017 年末公司发生工程款支出，主要系子公司天津嘉曼消防工程支出导致。

#### (四) 资产减值准备分析

公司根据国家财政部颁布的相关企业会计准则和公司制订的有关财务会计制度及主要资产的减值准备提取政策，报告期内资产减值准备如下表所示：

单位：万元

项目	2018 年 6 月 30 日	2017 年 12 月 31 日	2016 年 12 月 31 日	2015 年 12 月 31 日
坏账准备	719.58	680.29	447.27	433.96
存货跌价准备	2,079.97	2,191.24	1,722.17	1,465.63
<b>合计</b>	<b>2,799.55</b>	<b>2,871.53</b>	<b>2,169.44</b>	<b>1,899.59</b>

公司按既定政策计提坏账准备、存货跌价准备，具体分析见应收账款分析、其他应收款分析和存货分析。公司固定资产均处于良好的运行阶段，短期内不存在大幅减值的可能。公司管理层认为，近年来公司资产规模持续提高，资产质量良好，目前资产结构与公司的业务模式相匹配，公司将持续加强资产管理，执行稳健的会计政策，有效保证公司的可持续发展。报告期内，公司各项资产减值准备计提政策符合国家财务会计制度规定，公司主要资产减值准备的计提合理，与公司资产的实际质量状况相符。

#### (五) 负债构成分析

报告期内，公司负债总体构成情况如下：

单位：万元

项目	2018 年 6 月 30 日	2017 年 12 月 31 日	2016 年 12 月 31 日	2015 年 12 月 31 日
流动负债	13,759.53	21,028.85	15,477.67	14,669.96
非流动负债	-	24.11	-	-
<b>合计</b>	<b>13,759.53</b>	<b>21,052.96</b>	<b>15,477.67</b>	<b>14,669.96</b>

报告期内，2015 年至 2016 年公司负债全部为流动负债，无非流动负债，与公司经营模式、资产结构特征相关。

2017 年的 24.11 万非流动负债是因公司支付员工的工伤赔偿款计提的预计负债。

报告期内，公司流动负债的构成情况如下：

单位：万元

项目	2018年6月30日		2017年12月31日		2016年12月31日		2015年12月31日	
	金额	占比(%)	金额	占比(%)	金额	占比(%)	金额	占比(%)
短期借款	7.00	0.05	3,088.00	14.68	3,009.60	19.44	3,600.00	24.54
应付票据及应收账款	8,903.54	64.71	12,059.58	57.35	7,845.00	50.69	6,221.40	42.41
预收款项	736.19	5.35	493.28	2.35	706.79	4.57	779.61	5.31
应付职工薪酬	771.95	5.61	899.01	4.28	676.51	4.37	620.29	4.23
应交税费	1,020.40	7.42	1,734.18	8.25	1,165.09	7.53	455.97	3.11
其他应付款	1,634.35	11.88	1,610.69	7.66	1,221.07	7.89	2,190.65	14.93
其他流动负债	686.12	4.99	1,144.11	5.44	853.61	5.52	802.04	5.47
<b>合计</b>	<b>13,759.53</b>	<b>100.00</b>	<b>21,028.85</b>	<b>100.00</b>	<b>15,477.67</b>	<b>100.00</b>	<b>14,669.96</b>	<b>100.00</b>

报告期内，公司流动负债主要由短期借款、应付票据、应付账款构成，三者合计占流动负债的比例在70%左右。

### 1、短期借款

单位：万元

项目	2018年6月30日	2017年12月31日	2016年12月31日	2015年12月31日
保证借款		2,000.00	410.00	2,600.00
抵押借款		990.00	2,599.60	1,000.00
质押借款	7.00	98.00	-	-
<b>合计</b>	<b>7.00</b>	<b>3,088.00</b>	<b>3,009.60</b>	<b>3,600.00</b>

公司的短期借款主要是向商业银行等金融机构的担保借款。报告期内，公司主要客户信用情况较好，应收账款回款较好，经营性活动现金流量情况较好。因此公司贷款需求保持在合理范围之内。

### 2、应付票据及应付账款

单位：万元

项目	2018年6月30日	2017年12月31日	2016年12月31日	2015年12月31日
银行承兑汇票	4,482.21	4,038.86	1,500.00	2,245.00

报告期内，公司的应付票据为银行承兑汇票。公司应付票据金额较大，主要系公司采购产品较多使用银行承兑汇票所致。

单位：万元

项目	2018年 6月30日		2017年 12月31日		2016年 12月31日		2015年 12月31日	
	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)
货款	3,370.08	76.22	6,943.97	86.58	5,086.86	80.17	3,873.25	97.41
工程款	529.68	11.98	716.59	8.93	1,210.62	19.08	-	-
货柜	411.68	9.31	271.84	3.39	47.52	0.75	41.30	1.04
其他	109.88	2.49	88.31	1.10	-	-	61.86	1.56
<b>合计</b>	<b>4,421.33</b>	<b>100.00</b>	<b>8,020.71</b>	<b>100.00</b>	<b>6,345.00</b>	<b>100.00</b>	<b>3,976.40</b>	<b>100.00</b>

公司应付账款主要是应付供应商的货款、工程进度款和采购直营店铺所需的货柜支出尾款。2015年末，公司应付账款余额低于2016年末，主要系2015年公司增加使用银行承兑汇票所致。

2015年12月31日、2016年12月31日、2017年12月31日、2018年6月30日公司应付票据和应付账款合计数分别为6,221.40万元、7,845.00万元、12,059.58万元、8,903.54万元，2015年到2017年呈逐年增加趋势，主要系随着公司业务规模持续扩大导致采购货品应付款项相应增加所致。2018年6月30日，由于时点不同，应付票据及应付账款较2017年有所下降。

截至2018年6月30日，公司应付账款余额中无欠持有公司5%（含5%）以上表决权股份的股东单位的款项。

### 3、预收款项

(1) 报告期内，公司各期末预收账款情况如下：

单位：万元

项目	2018年 6月30日	2017年 12月31日	2016年 12月31日	2015年 12月31日
货款	736.19	493.28	706.79	779.61

报告期内收款方式未发生变化，公司预收账款的主要组成是加盟商缴纳的订货预付款。出于促进加盟业务长期良性发展的考虑，公司有限度地降低了对加盟商预付款额度的要求，以达到帮助加盟商缓解现金流压力的目的。因此造

成预收账款余额逐年减少。2018年6月30日预收账款有所提升，主要系订货会结束秋冬装暂未发货所导致的。

#### 4、应付职工薪酬

2015年12月31日、2016年12月31日、2017年12月31日和2018年6月30日公司应付职工薪酬的期末金额依次为620.29万元、676.51万元、899.01万元和771.95万元。公司2015年到2017年各期末应付职工薪酬余额逐年增多，主要系随着公司业务规模的扩大，员工数量增加和员工待遇有所提升所致。2018年6月30日应付职工薪酬有所下降，主要系2017年12月31日余额中包含年终奖，2018年6月30日无年终奖事项所致。

#### 5、应交税费

单位：万元

项目	2018年6月30日		2017年12月31日		2016年12月31日		2015年12月31日	
	金额	占比(%)	金额	占比(%)	金额	占比(%)	金额	占比(%)
企业所得税	422.31	41.39	549.37	31.68	473.32	40.63	37.83	8.30
增值税	507.30	49.72	1,037.85	59.85	585.63	50.27	372.70	81.74
城市维护建设税	35.54	3.48	67.95	3.92	36.19	3.11	24.68	5.41
教育费附加	25.36	2.49	48.50	2.80	25.84	2.22	17.63	3.87
个人所得税	25.87	2.53	20.13	1.16	5.14	0.44	2.89	0.63
其他	4.02	0.39	10.38	0.60	38.97	3.34	0.24	0.05
<b>合计</b>	<b>1,020.40</b>	<b>100.00</b>	<b>1,734.18</b>	<b>100.00</b>	<b>1,165.09</b>	<b>100.00</b>	<b>455.97</b>	<b>100.00</b>

报告期内，应交税费以企业所得税和增值税为主，2015年至2017年增值税余额呈逐年增加趋势，主要系公司业务规模扩大所致。2018年6月30日由于时点不同应交税费较2017年略有下降属于正常情况。

报告期内增值税缴纳情况：

单位：元

期间	期初未交数	本期增加	本期已交数	期末未交数
2018年1-6月	10,378,458.00	22,239,530.39	27,544,961.47	5,073,026.92
2017年度	5,856,324.21	37,871,948.74	33,349,814.95	10,378,458.00
2016年度	3,727,016.00	27,853,491.42	25,724,183.21	5,856,324.21
2015年度	1,279,977.54	28,956,258.26	26,509,219.80	3,727,016.00

2016年与2015年相比较，应交增值税略有波动的原因是销售额增量与采购

额增量相近所致，其中：销售收入增加了 1,602.66 万元、存货采购额增加了 2,098.30 万元，差异不大；2017 年与 2016 年相比较，增值税增长 35.97%，主要系销售收入和采购额增长所致，其中销售额增加 14,720.85 元、采购额增加 7,960.77 万元，差异较大，导致 2017 年应交增值税大幅增加。2018 年 1-6 月收入较上年同期有所增长，故增值税增加较明显。

### 报告期内企业所得税缴纳情况

单位：元

期 间	期初未交数	本期增加	本期已交数	期末未交数
2018 年 1-6 月	5,493,741.53	10,679,815.02	11,950,438.52	4,223,118.03
2017 年度	4,733,202.76	19,842,087.24	19,081,548.47	5,493,741.53
2016 年度	378,324.79	14,362,829.20	10,007,951.23	4,733,202.76
2015 年度	3,007,673.31	14,278,231.27	16,907,579.79	378,324.79

报告期内企业所得税逐年上升的主要原因系嘉曼服饰业绩逐年提高所致。

增值税、企业所得税与现金流量表、资产负债表、利润表相关项目之间的勾稽关系：

单位：万元

项目	报表	2018 年 1-6 月	2017 年度	2016 年度	2015 年度	勾稽关系
支付的各项税费	现金流量表	4,339.92	6,056.28	3,900.63	4,757.85	包含当期预缴的企业所得税、汇算清缴缴纳上期企业所得税、缴纳增值税及小税种

其中：

单位：万元

项目	2018.6.30	2017.12.31	2016.12.31	2015.12.31
支付的增值税	2,754.50	3,334.98	2,572.42	2,650.92
支付的所得税	1,195.04	1,908.15	1,000.80	1,690.76
小计	3,949.54	5,243.14	3,573.21	4,341.68

单位：万元

项目	报表	2018.6.30	2017.12.31	2016.12.31	2015.12.31	勾稽关系
应交税费	资产负债表	1,020.40	1,734.18	1,165.09	455.97	期末应交税费余额

单位：万元



项目	报表	2018年1-6月	2017年度	2016年度	2015年度	勾稽关系
所得税费用	利润表	1,291.26	1,793.27	1,251.70	1,090.40	其中当期所得税费用为应交所得税贷方发生额

## 6、其他应付款

单位：万元

项目	2018年6月30日	2017年12月31日	2016年12月31日	2015年12月31日
应付利息	-	7.07	5.09	4.15
应收股利	-	-	-	-
其他应付款	1,634.35	1,603.61	1,215.98	2,186.50
合计	<b>1,634.35</b>	<b>1,610.69</b>	<b>1,221.07</b>	<b>2,190.65</b>

报告期各期末，应付利息主要为应付银行借款利息。

按款项性质列示其他应付款如下：

单位：万元

项目	2018年6月30日		2017年12月31日		2016年12月31日		2015年12月31日	
	金额	占比(%)	金额	占比(%)	金额	占比(%)	金额	占比(%)
押金、保证金	1,456.96	89.15	1,184.01	73.83	717.47	59.00	1,036.42	47.40
暂收待付款	76.96	4.71	169.15	10.55	301.10	24.76	156.26	7.15
待支付报销款	49.05	3.00	209.30	13.05	142.14	11.69	70.23	3.21
非金融机构融资款			-	-	-	-	869.91	39.79
关联方往来款			-	-	-	-	-	-
其他	51.38	3.14	41.14	2.57	55.26	4.54	53.67	2.45
合计	<b>1,634.35</b>	<b>100.00</b>	<b>1,603.61</b>	<b>100.00</b>	<b>1,215.98</b>	<b>100.00</b>	<b>2,186.50</b>	<b>100.00</b>

报告期各期末，其他应付款主要由押金、保证金、暂收待付款、待支付报销款等构成。其中，押金、保证金主要系加盟商保证金和直营店铺员工的工服押金。报告期内，2015年以后各期末关联方往来无余额。2015年，非金融机构融资款主要系天津自行车王国产业园区有限公司向公司提供的借款800.00万元及其利息；2016年1月，公司归还了该借款。

报告期内暂收代付款变动情况：

单位：万元

项目	2018.6.30	2017.12.31	2016.12.31	2015.12.31
暂收待付款	76.96	169.15	301.10	156.26

暂收待付款对手方主要为为加盟商代垫的货柜款，加盟商将货柜款支付于公司，由公司代加盟商询证货柜制造商并代加盟商支付货柜款。

2018年6月30日和2017年较2016年大幅下降的原因主要系2017年下半年发行人与加盟商合作方式由原来的加盟商将货柜款支付于发行人，由发行人寻找货柜制造商，加盟商达到一定年限后再将货柜款以返利的形式返还加盟商，转变为发行人直接为加盟商提供货柜，但收取货柜保证金，加盟商做满一定年限后，将保证金返还加盟商，致使加盟商代垫货柜款下降明显。

报告期内押金及保证金变动情况：

单位：万元

项目	2018.6.30	2017.12.31	2016.12.31	2015.12.31
押金、保证金	1,456.96	1,184.01	717.47	1,036.42

押金、保证金主要为加盟保证金、货柜保证金以及工服押金。加盟保证金系发行人与加盟商签约时，合同约定加盟商代理发行人品牌需要交付的保证金；货柜保证金系发行人将货柜交付加盟商使用时，加盟商交付的保证金；工服押金系员工工作服交付的押金。

2017年较2016年增长450万，主要系（1）货柜保证金新增230万元，2017年下半年公司与加盟商合作方式由原来的加盟商将货柜款支付于发行人，由发行人寻找货柜制造商，加盟商达到一定年限后再将货柜款以返利的形式返还加盟商，转变为发行人直接为加盟商提供货柜，但收取货柜保证金，加盟商做满一定年限后，将保证金返还加盟商；（2）加盟保证金新增170万元，随着市场不断扩大，加盟保证金随之增加。

2018年6月30日较2017年有大幅增长主要系2017年下半年公司与加盟商合作方式由原来的加盟商将货柜款支付于发行人由发行人寻找货柜制造商，加盟商达到一定年限后再将货柜款以返利的形式返还加盟商，转变为发行人直接为加盟商提供货柜，但收取货柜保证金，加盟商做满一定年限后，将保证金返还加盟商，且发行人加盟店铺数在2018年1-6月期间新增较多所致。

报告期内非金融机构融资款情况：

单位：万元

借款资金来源	借款金额	借入时间	还款时间	利息计算标准	支付利息时间	支付利息金额	借款用途	还款资金来源
天津自行车王国产业园区有限公司	800.00	2014-10-16	2016-1-29	年利率7.2%	2016-1-29	74.17	日常经营	自有资金

说明：

1、银行同期借款利率为 5.22%-7.2%，该利息确定依据银行同期借款利率确认；

2、相关会计处理方式：

每月期末计提当月利息金额：

借：财务费用-利息支出

贷：其他应付款

一次还款付息时：

借：其他应付款

贷：银行存款

## 7、其他流动负债

单位：万元

项目	2018年 6月30日	2017年 12月31日	2016年 12月31日	2015年 12月31日
预计退换货	686.12	1,144.11	853.61	802.04

报告期内，其他流动负债为公司预提加盟商退换货准备。

## (六) 所有者权益变动分析

所有者权益变动情况如下：

单位：万元

项目	2018年 6月30日	2017年 12月31日	2016年 12月31日	2015年 12月31日
股本	8,100.00	8,100.00	8,100.00	8,100.00
资本公积	3,014.83	3,014.83	3,014.83	3,014.83
盈余公积	133.04	133.04	29.75	-
未分配利润	23,623.35	19,712.70	14,354.23	10,673.46

项目	2018年 6月30日	2017年 12月31日	2016年 12月31日	2015年 12月31日
归属于母公司所有者权益合计	34,871.21	30,960.57	25,498.81	21,788.29
少数股东权益		-	-	-
合计	34,871.21	30,960.57	25,498.81	21,788.29

报告期内，公司所有者权益逐年增长，主要系公司历年经营积累所致。

### 1、股本

2015年5月嘉曼有限整体变更为股份公司，以嘉曼有限截至2014年12月31日经审计的账面净资产按照1:0.7273的比例折成8,100万股。

### 2、资本公积

2015年末、2016年末、2017年末资本公积主要系嘉曼有限整体变更为股份有限公司时折股后的原资本公积余额部分形成。

### 3、盈余公积

根据公司章程每年按实现净利润的10%提取法定公积，2015年末盈余公积无余额，主要系公司整体变更为股份有限公司时以嘉曼有限2014年12月31日盈余公积折股，以及母公司亏损未计提所致。

## (七) 偿债能力分析

### 1、偿债能力指标情况

报告期内，反映公司偿债能力的主要指标情况如下：

项目		2018年6月30日	2017年12月31日	2016年12月31日	2015年12月31日
流动比率(倍)		2.82	2.00	2.08	2.00
速动比率(倍)		1.25	0.82	0.68	0.70
资产负债率(%)	合并	28.29	40.48	37.77	40.24
	母公司	68.59	72.36	70.39	71.40
项目		2018年1-6月	2017年度	2016年度	2015年度
息税折旧摊销前利润(万元)		6,039.08	8,666.01	6,426.39	5,838.48
利息保障倍数(倍)		78.95	38.40	17.05	10.22

经营活动产生的现金流量净额(万元)	5,819.46	4,247.57	3,158.18	2,726.97
净利润(万元)	3,910.65	5,461.76	3,710.52	3,098.80

其中:

流动比率=流动资产/流动负债

速动比率=(流动资产-存货)/流动负债

资产负债率(母公司)=负债合计/负债和所有者权益合计(母公司报表)

资产负债率(合并)=负债合计/负债和所有者权益合计(合并报表)

息税折旧摊销前利润=利润总额+利息支出+当年折旧提取数+当年无形资产摊销额+当年长期待摊费用摊销额

利息保障倍数=(利润总额+利息支出)/利息支出(含资本化利息费用)

## 2、公司偿债能力的整体分析

2015年末至2016年末,公司流动比率逐年上升,主要系2015年末、2016年末公司流动负债减少,同时流动资产规模扩大所致。2015年末,公司速动比率较2016年末有所增加,主要系公司流动负债规模相对减少所致。2017年流动比率、速动比率有所下降主要系公司在流动负债增加的同时,由于报表列报方式发生变更,导致一年内到期的非流动资产为0,流动资产相对减少所致。受公司存货占流动资产比重较高的影响,公司2015年、2016年、2017年末的速动比率虽低于1,但相关流动负债均主要为应付账款等正常经营所产生的流动负债。报告期内,公司良好的销售情况,充足的经营性现金流保证了公司能按时偿付流动负债。公司管理层认为,现阶段公司的短期偿债风险是可控的。2018年公司偿还了大量借款使得速动比率大幅提高。

2015年度、2016年度、2017年度和2018年1-6月,公司各期实现的净利润分别为3,098.80万元、3,710.52万元、5,461.76万元和3,910.65万元;同时,公司销售良好,2015年度、2016年度、2017年度和2018年1-6月,公司经营性现金流量净额分别为2,726.97万元、3,158.18万元、4,247.57万元和5,819.46万,经营活动产生的现金流量净额较为充足,对公司偿债能力提供了有力支撑。2015年度、2016年度、2017年度和2018年1-6月,公司利息保障倍数依次为10.22倍、17.05倍、38.40倍和78.95倍,偿债能力逐年增强,处于较好水平。

## 3、与同行业上市公司偿债能力指标比较

报告期内,公司流动比率、速动比率、资产负债率指标与同行业上市公司对比情况如下(合并口径):

公司	2018年6月30日			2017年12月31日			2016年12月31日			2015年12月31日		
	流动比率	速动比率	资产负债率(%)	流动比率	速动比率	资产负债率(%)	流动比率	速动比率	资产负债率(%)	流动比率	速动比率	资产负债率(%)
安奈儿	3.26	2.00	25.65	3.07	2.06	26.99	1.68	0.73	41.07	1.81	0.73	48.95
金发拉比	6.12	4.46	11.38	5.87	4.46	11.96	9.86	7.99	7.96	10.47	8.58	7.87
朗姿股份	0.97	0.76	48.51	0.73	0.46	45.68	1.82	1.19	26.75	2.97	1.93	16.63
维格娜丝	1.67	1.09	61.82	1.51	1.04	71.97	7.35	5.09	8.59	11.3	8.92	8.80
歌力思	2.50	1.81	26.18	1.83	1.37	33.23	1.69	1.30	29.60	4.00	3.48	18.91
安正时尚	5.50	4.05	15.97	4.72	3.69	18.40	2.30	1.33	28.15	1.90	0.88	29.72
七匹狼	2.15	1.82	31.10	1.96	1.67	35.59	2.12	1.78	33.63	2.44	2.06	31.47
报喜鸟	1.20	0.68	34.42	1.02	0.56	40.63	1.24	0.64	42.37	1.54	0.75	38.30
希努尔	1.60	1.41	24.43	5.11	4.74	13.41	2.23	1.38	19.18	1.64	1.22	28.45
步森股份	2.75	1.73	25.34	2.33	1.56	31.03	5.31	3.52	16.26	3.21	1.94	24.22
九牧王	2.43	1.72	19.37	3.27	2.42	16.88	3.75	2.88	19.18	2.69	2.15	20.49
摩登大道	2.70	2.01	25.67	2.68	2.02	27.05	2.12	1.37	36.41	1.70	1.04	51.38
美邦服饰	1.07	0.52	54.58	1.08	0.40	57.11	1.31	0.65	49.22	1.35	0.72	55.37
搜于特	2.04	1.46	45.71	2.16	1.68	42.21	3.59	2.81	27.40	3.59	2.62	36.65
森马服饰	3.15	2.17	23.33	3.11	2.28	25.84	3.89	2.94	22.78	4.56	3.67	20.54
太平鸟	2.19	1.23	40.77	1.92	1.18	46.54	1.48	0.80	58.03	1.51	0.75	56.82
拉夏贝尔	1.27	0.64	44.44	1.35	0.73	48.31	1.50	0.87	44.31	1.73	1.03	43.60
日播时尚	4.17	2.61	18.88	4.98	3.29	17.89	2.3	1.19	32.38	2.08	0.98	34.51
平均值	2.60	1.79	32.09	2.71	1.98	33.93	3.09	2.14	30.18	3.36	2.41	31.82
嘉曼服饰	2.82	1.25	28.29	<b>2.00</b>	<b>0.82</b>	<b>40.48</b>	<b>2.08</b>	<b>0.68</b>	<b>37.77</b>	<b>2.00</b>	<b>0.70</b>	<b>40.24</b>

数据来源：Wind。

公司偿债能力相关指标低于同行业上市公司平均水平，主要与公司现有资本结构和经营模式有关。首先，公司作为非上市公司外部融资受限，现金储备的规模较小；其次，在销售模式方面，公司的直营渠道收入占比较高，较大规模的直营渠道铺货也提高了公司的存货金额、降低了公司的速动比率。公司资产负债率略高于同行业上市公司平均水平，主要原因是公司与上述其他同行业公司相比还未上市，融资渠道相对单一，未能有效利用股权融资方式进行融资，更多的采取债务融资方式。虽然公司的流动比率、速动比率相对较低，但流动负债主要源自于正常经营周转活动，且历史偿债情况良好，未出现长期拖欠等财务困境。因此，

公司偿债风险较低。

截至 2018 年 6 月 30 日,公司不存在对正常生产经营活动有重大影响的需特别披露的或有负债,亦不存在表外融资的情形。

## (八) 资产周转能力分析

### 1、公司资产周转能力指标情况

报告期内,公司资产周转能力指标情况如下:

项目	2018 年 1-6 月	2017 年度	2016 年度	2015 年度
应收账款周转率(次)	5.94	10.08	9.02	9.86
存货周转率(次)	0.66	1.11	0.93	1.01

报告期内,2017 年公司应收账款龄周转率高于 2016 年、2015 年,主要系 2017 年公司业务规模有较大幅度的增长,营业收入增长幅度大于应收账款增长幅度所致。2015 年,公司存货周转率略高于 2016 年,主要系公司 2015 年加盟业务收入占比相对较高,加盟商是买断式销售,存货周转较快,导致 2015 年度存货周转率同期相比较为高。2017 年,公司存货周转率高于 2016 年,主要系公司主营业务成本增长幅度大于存货增长幅度所致。2018 年 1-6 月应收账款周转率与存货周转率有所下降主要原因是会计期间长度不一。

### 2、应收账款周转率变动情况

项目	2018 年 6 月 30 日	2017 年	2016 年	2015 年
应收账款原值	5,591.58	6,505.71	5,154.39	4,266.32
营业收入	32,948.63	54,844.88	40,124.03	38,521.37
应收账款周转率	5.94	9.41	8.52	9.36
应收账款周转天数	61.47 天	38.79 天	42.84 天	39 天

应收账款周转率波动原因:2016 年是公司电商业务起步的第二年,电商的销售收入增长和应收账款增长金额基本一致,导致 2016 年周转率下降;2017 年,公司电商业务销售额大幅增加,进入正常经营状态,公司的应收账款周转率恢复到常态。2018 年 1-6 月应收账款周转率周转能力有所下降主要原因是会计期间长度不一。

报告期,公司在实现收入大幅增加的情况下,应收账款周转天数保持在 40

天左右，回款情况良好，故公司不存在通过大幅提高信用账期以提高销售收入的情况。

### 3、应收账款周转率与同行业上市公司比较

公司与同行业上市公司的存货周转率和应收账款周转率比较情况如下：

项目	2018年1-6月		2017年度		2016年度		2015年度	
	存货周转率	应收账款周转率	存货周转率	应收账款周转率	存货周转率	应收账款周转率	存货周转率	应收账款周转率
金发拉比	0.47	3.90	1.23	9.09	1.36	10.08	1.59	11.14
安奈儿	0.74	8.49	1.71	17.39	1.59	18.37	1.50	18.45
朗姿股份	0.73	3.25	1.39	6.32	1.07	5.87	0.90	11.18
维格娜丝	0.59	2.87	1.60	8.77	0.83	12.50	1.03	14.25
歌力思	0.77	3.66	1.84	7.26	1.55	6.93	1.57	8.26
安正时尚	0.46	6.95	1.11	14.44	0.90	11.66	1.01	9.72
七匹狼	1.07	4.90	2.08	13.39	1.70	12.22	1.79	8.96
报喜鸟	0.70	3.50	1.28	6.52	1.05	4.25	0.86	4.30
希努尔	2.67	1.00	2.51	2.29	1.65	1.82	2.20	2.16
步森股份	0.68	2.56	1.19	4.79	1.26	5.09	1.14	5.10
九牧王	0.78	4.31	1.48	8.16	1.48	14.47	1.61	13.34
摩登大道	0.82	2.61	1.03	5.15	0.84	4.74	0.65	4.46
美邦服饰	0.93	6.21	1.55	15.60	1.98	21.82	2.13	26.09
搜于特	4.48	6.74	10.49	12.65	5.48	7.03	2.00	4.05
森马服饰	1.36	4.76	3.38	7.10	3.46	6.14	4.48	7.25
太平鸟	0.80	7.79	1.95	16.38	1.82	16.88	2.10	18.15
拉夏贝尔	0.74	4.86	1.66	8.55	1.77	8.16	1.67	7.18
日播时尚	0.64	6.93	1.73	13.93	1.67	13.49	1.65	14.58
<b>平均值</b>	<b>1.08</b>	<b>4.74</b>	<b>2.18</b>	<b>9.88</b>	<b>1.75</b>	<b>10.08</b>	<b>1.66</b>	<b>10.48</b>
<b>嘉曼服饰</b>	<b>0.66</b>	<b>5.94</b>	<b>1.11</b>	<b>10.08</b>	<b>0.93</b>	<b>9.02</b>	<b>1.01</b>	<b>9.86</b>

数据来源：Wind。

从报告期的可比数据来看，可比上市公司的存货周转率和应收账款周转率有所差异，主要是各自产品、业务模式、市场和客户的结构性差异导致各自的营业收入、营业成本、存货余额、应收账款账龄等都存在差异。报告期内，公司的存



货周转率较低，主要系公司存货账面价值占总资产的比重较高。公司的应收账款周转率接近同行业可比上市公司水平。公司应收账款主要系与客户的期末未结算账款，公司与商场一般定期按照实现销售额，依据合同约定的扣率结算货款，因收入确认与结算货款入账时点存在一定的账期，在销售额未结算前形成应收账款。此外，向部分加盟商的销售和唯品会等电商平台销售也形成一定量的应收账款，2015年、2016年、2017年和2018年1-6月公司应收账款周转天数分别为37.02天、40.44天、35.71天和61.47天，应收账款周转天数与客户的账期天数基本相匹配。

#### 4、固定资产周转率与同行业上市公司比较

固定资产周转率同行业对比分析如下：

公司	2018年1-6月	2017年	2016年	2015年
安奈儿	3.68	6.40	10.78	6.40
金发拉比	1.38	4.36	7.06	7.44
朗姿股份	3.32	5.34	3.29	3.25
维格娜丝	13.79	25.25	7.24	12.05
歌力思	5.15	9.80	5.34	3.76
安正时尚	1.39	2.60	2.35	3.57
七匹狼	4.09	7.99	5.99	5.68
报喜鸟	2.36	3.85	2.41	2.48
希努尔	2.47	1.54	0.82	1.01
步森股份	3.70	6.93	4.73	3.06
九牧王	2.97	5.47	3.88	3.07
摩登大道	1.29	2.49	2.37	2.99
搜于特	16.20	33.90	15.62	5.07
森马服饰	5.16	10.45	8.14	6.43
太平鸟	8.12	16.89	13.65	12.51
拉夏贝尔	9.63	26.23	37.53	34.07
日播时尚	4.01	8.96	8.39	9.21
平均值	5.22	10.50	8.21	7.18
嘉曼服饰	5.98	10.01	9.65	12.84

报告期内，发行人固定资产周转率在2015年-2016年均高于同行业上市公司平均水平。2017年低于行业水平主要系天津物流仓库与2016年达到预定可使用

状态，使得 2017 年与 2016 年的固定资产净值偏高所致。

## 二、盈利能力分析

报告期内，公司合并利润表主要情况如下：

单位：万元

项 目	2018年1-6月	2017年度	增幅	2016年度	增幅	2015年度
一、营业总收入	32,948.63	54,844.88	36.30%	40,239.15	4.46%	38,521.37
其中：营业收入	32,948.63	54,844.88	36.30%	40,239.15	4.46%	38,521.37
二、营业总成本	28,101.95	48,664.38	35.36%	35,952.94	3.92%	34,598.11
其中：营业成本	15,215.36	25,749.63	36.70%	18,836.61	0.13%	18,812.82
税金及附加	329.16	654.24	71.89%	380.62	6.60%	357.06
销售费用	9,217.21	15,682.17	38.17%	11,350.06	6.21%	10,686.83
管理费用	2,432.58	4,331.48	17.05%	3,700.53	13.97%	3,246.79
研发费用						
财务费用	53.02	301.10	-10.67%	337.06	-34.32%	513.15
其中：利息费用	66.73	194.00	-37.26%	309.21	-31.97%	454.52
利息收入	38.38	28.87	-53.64%	62.27	56.69%	39.74
资产减值损失	854.61	1,945.74	44.34%	1,348.06	37.35%	981.45
投资收益（损失以“-”号填列）	0.00	0.00	-	-	-100.00%	22.05
资产处置收益（损失以“-”号填列）	-1.62	0.68	412.27%	0.13	-108.49%	-1.57
其他收益	354.81	1,106.24	-	-	-	-
三、营业利润（亏损以“-”号填列）	5,199.88	7,287.43	70.01%	4,286.35	8.69%	3,943.74
加：营业外收入	2.04	34.24	-94.94%	676.07	174.46%	246.32
减：营业外支出	0.01	66.64	34973.68%	0.19	-77.88%	0.85

项 目	2018年1-6月	2017年度	增幅	2016年度	增幅	2015年度
四、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	5,201.91	7,255.02	46.20%	4,962.23	18.45%	4,189.21
减：所得税费用	1,291.26	1,793.27	43.27%	1,251.70	14.79%	1,090.40
五、净利润（净亏损以“-”号填列）	3,910.65	5,461.76	47.20%	3,710.52	19.74%	3,098.80
归属于母公司所有者的净利润	3,910.65	5,461.76	47.20%	3,710.52	19.74%	3,098.80
少数股东损益		-	-	-	-	-

报告期内，公司整体经营情况良好，主营业务突出，营业收入持续增长。

## (一) 营业收入和营业成本构成及变动分析

### 1、营业收入构成及其变动分析

报告期内，公司主营业务突出，营业收入主要来自于主营业务，其他业务收入金额及占营业收入的比重较小，对公司影响较小。报告期内，主营业务收入占营业收入的比重如下：

单位：万元

项目	2018年1-6月		2017年度		2016年度		2015年度	
	金额	占比(%)	金额	占比(%)	金额	占比(%)	金额	占比(%)
主营业务收入	32,948.63	100.00	54,844.88	100.00	40,124.03	99.71	38,521.37	100.00
其他业务收入			-	-	115.12	0.29	-	-
<b>合计</b>	<b>32,948.63</b>	<b>100.00</b>	<b>54,844.88</b>	<b>100.00</b>	<b>40,239.15</b>	<b>100.00</b>	<b>38,521.37</b>	<b>100.00</b>

2016年，其他业务收入为商场支付的品牌营销咨询服务费。

公司主营业务收入持续增长，2015年至2017年，公司主营业务收入年复合增长率达到19.32%，除受益于我国童装行业持续向好的宏观因素外，也得益于公司业务规模的持续扩张、多品牌运营的经营策略与电子商务业务的快速发展。在外延式门店增长方面，公司报告期内直营销售网络进一步扩大，线下直营门店数量持续增加；在电子商务业务发展方面，公司2015年至2017年线上渠道主营业务收入由2,413.81万元快速增长至17,232.06万元，增幅明显。

报告期内，整体上来看，公司营业收入呈逐步增长态势。2016年主营业务增长速度较2015年相对下降，主要原因系2015年至2016年，受国内宏观经济增速放缓的影响，同行业上市公司的营收增速均呈现了不同程度的放缓（歌力思得益于上市后整合新品牌的并表影响，仍维持了较高的营收增速），公司收入增速有所放缓与近两年的宏观经济形势及行业整体情况趋势相近。

#### (1) 主营业务收入分产品构成及其变化原因

按产品列示的主营业务收入构成情况如下：

单位：万元

项目	2018年1-6月		2017年度		2016年度		2015年度	
	金额	占比(%)	金额	占比(%)	金额	占比(%)	金额	占比(%)
外套	7,233.81	21.95	15,725.07	28.67	12,431.26	30.98	12,825.32	33.29
上衣	11,794.49	35.80	20,139.51	36.72	13,706.99	34.16	11,714.64	30.41
裙子	5,934.94	18.01	6,028.96	10.99	4,774.79	11.90	4,624.15	12.00
裤子	6,972.65	21.16	10,847.01	19.78	7,750.09	19.32	7,621.63	19.79
其他	1,012.74	3.07	2,104.33	3.84	1,460.89	3.64	1,735.62	4.51
<b>合计</b>	<b>32,948.63</b>	<b>100.00</b>	<b>54,844.88</b>	<b>100.00</b>	<b>40,124.03</b>	<b>100.00</b>	<b>38,521.37</b>	<b>100.00</b>

公司产品品类丰富，可充分、有效地覆盖童装消费者的各类着装需求，满足童装产品一站式购物的消费习惯。报告期内，公司主营业务收入以外套、上衣、裤类、裙类产品为主，未发生重大变化。

各类产品的平均单价、平均成本如下：

单位：元

项目	2018年1-6月		2017年度		2016年度		2015年度	
	平均单价	单位成本	平均单价	单位成本	平均单价	单位成本	平均单价	单位成本
外套	178.84	88.66	162.22	79.87	214.78	108.74	243.92	116.89
上衣	92.41	42.15	103.94	47.11	105.73	48.06	93.27	47.96
裙子	147.25	63.84	143.90	66.03	181.85	76.85	180.09	83.03
裤子	89.13	38.81	88.20	38.56	96.29	42.57	91.46	43.88
其他	22.88	14.46	29.01	18.91	17.34	10.30	19.39	9.54
<b>主营业务合计</b>	<b>99.58</b>	<b>45.98</b>	<b>103.85</b>	<b>48.76</b>	<b>106.01</b>	<b>49.77</b>	<b>102.25</b>	<b>49.94</b>

2015年度至2017年度，公司主要产品外套类的单位成本和平均单价呈逐年下降趋势，主要系：1、重要的外套类产品中羽绒类产品、风衣类产品占比较高，其中羽绒类产品中轻薄羽绒服逐年增加，成本下降；风衣类产品采购数量增加，采购成本下降；因此带动外套产品单位成本和平均单价的降低；2、2017年公司主要产品的单位成本和单价均有所下降，主要系单价较高的国际零售品牌采购量和销量有所下降，而单价相对较低的授权代理品牌的采购量和销量大幅度提高，相应摊低了产品总的单位成本和单价所致。

## (2) 主营业务收入按销售模式构成及其变化原因

单位：万元

项目	2018年1-6月		2017年度		2016年度		2015年度	
	金额	占比(%)	金额	占比(%)	金额	占比(%)	金额	占比(%)
线下直营	15,259.33	46.31	26,210.70	47.79	23,120.30	57.62	23,446.53	60.87
加盟	5,225.89	15.86	11,402.12	20.79	9,048.98	22.55	12,661.02	32.87
电商直营	12,463.42	37.83	17,232.06	31.42	7,954.75	19.83	2,413.81	6.27
<b>合计</b>	<b>32,948.63</b>	<b>100.00</b>	<b>54,844.88</b>	<b>100.00</b>	<b>40,124.03</b>	<b>100.00</b>	<b>38,521.37</b>	<b>100.00</b>

报告期内，同行业上市公司安奈儿主营业务收入情况如下：

单位：万元

项目	2018年1-6月		2017年度		2016年度		2015年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
<b>线下渠道</b>	<b>39,460.08</b>	<b>69.66%</b>	<b>72,901.37</b>	<b>70.68%</b>	<b>69,451.14</b>	<b>75.68%</b>	<b>69,682.68</b>	<b>83.18%</b>
直营	33,877.71	59.80%	-	-	53,999.08	58.84%	50,801.19	60.64%
加盟	5,582.37	9.85%	-	-	15,452.06	16.84%	18,881.49	22.54%
<b>线上渠道</b>	<b>17,187.40</b>	<b>30.34%</b>	<b>30,242.13</b>	<b>29.32%</b>	<b>22,320.26</b>	<b>24.32%</b>	<b>14,094.46</b>	<b>16.82%</b>
直营	14,107.44	24.90%	24,926.75	24.17%	18,814.54	20.50%	12,244.14	14.62%
加盟	3,079.96	5.44%	5,315.38	5.15%	3,505.72	3.82%	1,850.31	2.21%
<b>合计</b>	<b>56,647.48</b>	<b>100.00%</b>	<b>103,143.50</b>	<b>100%</b>	<b>91,771.39</b>	<b>100%</b>	<b>83,777.13</b>	<b>100%</b>

报告期内，公司采取线上线下并行、直营加盟相结合的多元化销售模式。其中，线下渠道及直营模式依然占主导地位，线上渠道呈逐年上升趋势。报告期内，整体上来看，公司营业收入呈逐步增长态势。2016年主营业务增长速度较2015年相对下降，主要原因系2015年至2016年，受国内宏观经济增速放缓的影响，公司收入增速有所放缓，与2015年、2016年的宏观经济形势及行业整体情况趋势相近。

在线下直营和电商直营业务方面，2015年、2016年、2017年和2018年1-6月，公司各期线上与线下合计直营业务收入分别为25,860.34万元、31,075.05万元、43,442.76万元和27,722.75万元，直营业务（含电商）收入规模逐年扩大，占主营业务收入比依次为67.14%、77.45%、79.21%和84.14%；报告期内，电

商业业务保持持续增长趋势，电商收入及占比均逐年增加。2016年、2017年和2018年1-6月，受益于公司积极发展线上直营销售渠道的经营思路，公司电商业务增长迅速，导致直营业务收入占比逐步提升。

在加盟业务方面，2015年，对发展较为成熟的“水孩儿”品牌，公司为了进一步激发市场潜力，给予了加盟商更大力度的优惠政策，且当时大多数水孩儿加盟商对宏观经济和消费市场持较乐观的预测，提高了订货数量；同时，公司为了提升“暇步士”品牌童装的市场口碑和知名度，对“暇步士”采取了积极的经营策略，吸引了更多加盟商，因此，公司当年加盟收入相对于2014年有较大幅度增加。2016年，由于线下商场实体门店所处的宏观行业景气度的影响和公司前期加盟业务扩张相对较快，公司出于加盟管理和品牌运营稳定性的考虑，对所运营的处于不同发展阶段的各品牌确定了差异化经营策略，对部分加盟门店进行了调整，并且部分加盟商因上一年剩余库存较多，在当年订货时采取了比较保守的策略，因此，公司加盟业务收入及其占比有所下降。

2017年，加盟业务中“暇步士”品牌进一步发力，该品牌业务规模进一步扩大，收入增长明显；“水孩儿”品牌加盟体系经过2016年的调整后，重新回到增长轨道，加盟门店数量和单店订货数量均有所上升。

报告期内，公司电商直营业务增长较快，主要得益于以下几方面原因：首先，近年来，我国电子商务发展迅速，其中服装产品是电商模式的重要销售产品；其次，公司及时把握了我国电商业务的发展趋势，入驻了天猫商城、唯品会、京东商城等国内主流电商平台，线上直营实现了较快增长；第三，公司品牌经营时间较长，在童装领域形成了广受消费者认可的品牌影响力与美誉度，积累了广泛的客户基础，线上业务借助公司线下品牌影响力，实现了较快增长；第四，公司较为注重电商渠道运营能力的建设，建立专业的电商部门，通过发展电商业务，对公司线下销售渠道进行有效补充，以快速扩展公司运营品牌的市场份额。

在电商业务方面，公司及时把握我国网上购物快速发展的行业趋势，积极发展线上销售模式，与天猫、唯品会、京东商城等国内知名电商平台建立了持续稳定的合作关系，报告期内公司与知名电商平台的合作良好，实现了线上渠道销售收入持续、快速增长。



## (3) 主营业务收入分品牌类型构成及其变化原因

按公司运营的品牌类型列示的主营业务收入构成情况如下：

单位：万元

品牌类型	2018年1-6月		2017年度		2016年度		2015年度	
	金额	占比(%)	金额	占比(%)	金额	占比(%)	金额	占比(%)
自有品牌	8,720.24	26.47	15,899.73	28.99	15,515.12	38.67	19,471.30	50.55
授权经营品牌	15,833.79	48.06	23,259.72	42.41	9,755.58	24.31	3,842.09	9.97
国际零售代理品牌	8,394.60	25.48	15,685.43	28.60	14,853.33	37.02	15,207.98	39.48
<b>合计</b>	<b>32,948.63</b>	<b>100.00</b>	<b>54,844.88</b>	<b>100.00</b>	<b>40,124.03</b>	<b>100.00</b>	<b>38,521.37</b>	<b>100.00</b>

报告期内，公司运营自有品牌、授权经营品牌和国际零售代理品牌等三类品牌产品，分别定位于从中端、中高端到高端的品牌童装市场，自有品牌“水孩儿”和国际零售代理品牌一直占有主营业务收入的较大比重，授权经营品牌“暇步士”成为公司业绩新的增长点。自有品牌“水孩儿”和国际零售代理品牌属于公司的传统经营品牌，在公司的产品线中处于中端和高端价位，2015年至2018年6月30日，水孩儿品牌产品和国际零售代理品牌收入占主营业务收入的比重逐年降低，主要是由于水孩儿品牌和国际零售代理品牌业务已推出多年，其品牌发展已处于相对稳定阶段，在此期间，品牌成长性相对弱于新推出的授权经营品牌“暇步士”和“哈吉斯”。同时，公司认识到基本上全直营的国际零售代理品牌业务占比较高会给公司带来较大的存货占比，因此公司对尚处于成长阶段的“暇步士”和“哈吉斯”品牌进行了阶段性重点投入，由此，报告期内，“暇步士”和“哈吉斯”品牌产品收入占主营业务收入的比重逐年上升。

公司自有品牌“水孩儿”产品的销售收入金额在2015年到2018年6月30日保持稳定，对公司盈利能力不存在重大影响。

报告期内，国际零售品牌产品的销售收入金额较为稳定，公司的国际零售代理业务主要为“ARMANI JUNIOR<sup>40</sup>”、“KENZO KIDS”、“Catimini”、“YOUNG VERSACE”等二十一个国际品牌的零售代理销售。公司主要通过参加上述品牌方的展会、订购会的方式与品牌方进行接洽，通过品牌方提供的样衣或款式图下订单采购货品。公司作为上述国际品牌商的零售代理渠道商，与其形

<sup>40</sup> ARMANI JUNIOR 现已更名为 Emporio Armani。

成了多年的合作伙伴关系，在与上述品牌方合作期间，公司采取“自主采购、以销定购”的原则，同时由于上述品牌均为国际品牌，为保持公司采购的自主性并遵循品牌方的国际购销惯例，公司未与上述品牌方签署长期合作协议，也并未与品牌方达成锁定每年的交易量、价格、品类等相关约定。但公司与国际零售品牌的主要供货商之间保持了多年的稳定合作，该项业务具有可持续性。

国际零售代理品牌的代理期限：Kidiliz Group 授权嘉曼服饰为 KENZO 品牌在中国市场的总代理。此授权自 2007 年春夏季开始生效，至 2027 年秋冬季终止，并适用于嘉曼服饰从法国进口产品。

公司管理层一直有考虑品牌授权业务的发展可能，2012 年公司与暇步士品牌中国区独家总授权商北京天达华业贸易有限公司开始进行接洽。经过审慎的研究和讨论，双方达成了关于暇步士童装中国区域（不含港澳台）的排他性独家授权经营协议。协议的大致内容为双方约定自 2013 年秋冬季为投放市场的第一季产品，授权有效期至 2018 年 12 月 31 日，公司按约定的金额和时间向天达华业支付品牌使用费。此授权协议已经更新，新协议有效期至 2022 年 12 月 31 日。自协议签署后，各合作方严格遵守协议约定，合作进展顺利。暇步士品牌的授权方式是比较典型的服装授权经营模式，即在约定的区域范围、时间期间，授权方授予被授权方具有排他性的设计、生产、销售相关品牌产品，上述过程发生的投资和收益皆由被授权方承担和享有，被授权方有义务向授权方支付品牌使用费。在暇步士品牌的授权经营中，公司独立负责相关产品的设计、生产、销售等各项工作，按时向天达公司支付品牌使用费。

未来安排：至 2017 年底，公司运营的暇步士品牌童装已在中国市场初具规模，公司看好此品牌在中国市场上的长期发展。公司计划在第二份协议到期前（2021 年前后），与授权方商讨下一步的合作方向，经过两个授权期的合作后，公司认为基于目前良好的合作基础，双方有可能建立更加紧密和长期的关系。报告期内，不同品牌不同销售模式下的收入情况：（不含附属品及形象用品）

单位：万元

品牌类型	分类	2018年 1-6月	2017年	2016年	2015年
自有	直营	3,546.69	6,388.92	6,891.66	7,909.69
	加盟	3,511.03	7,250.19	6,787.93	10,026.93
	电商	1,561.08	1,641.99	1,704.19	1,279.21
授权经营	直营	3,641.21	4,460.88	1,977.89	1,093.28
	加盟	1,578.36	3,409.98	1,907.34	1,966.41
	电商	10,386.78	15,004.50	5,691.90	690.17
国际零售代理	直营	7,376.88	14,213.56	13,127.32	12,985.00
	加盟	53.92	114.07	160.58	466.80
	电商	279.94	256.46	414.32	364.29

2015年至2018年6月30日，水孩儿品牌产品和国际零售代理品牌收入占主营业务收入的比重逐年降低，主要是由于水孩儿品牌和国际零售代理品牌业务已推出多年，其品牌发展已处于相对稳定阶段，在此期间，品牌成长性相对弱于新推出的授权经营品牌“暇步士”和“哈吉斯”，同时，公司认识到基本上全直营的国际零售代理品牌业务占比较高会给公司带来较大的存货占比，因此公司对尚处于成长阶段的“暇步士”和“哈吉斯”品牌进行了阶段性重点投入，由此，报告期内，“暇步士”和“哈吉斯”品牌产品收入占主营业务收入的比重逐年上升。

#### (4) 主营业务收入分区域构成

按区域列示的主营业务收入构成情况如下：

单位：万元

项目	2018年1-6月		2017年度		2016年度		2015年度		
	金额	占比(%)	金额	占比(%)	金额	占比(%)	金额	占比(%)	
线下渠道	东北区	1,030.43	3.13	1,752.14	3.19	1,617.28	4.03	2,124.97	5.52
	华北区	10,816.15	32.83	20,789.66	37.91	17,526.47	43.68	19,330.69	50.18
	华东区	4,618.27	14.02	7,905.13	14.41	6,453.90	16.08	6,185.06	16.06
	西北区	1,367.93	4.15	2,386.44	4.35	2,552.28	6.36	2,864.83	7.44
	西南区	1,267.71	3.85	2,438.48	4.45	1,979.54	4.93	3,134.04	8.14
	中南区	1,384.73	4.20	2,340.97	4.27	2,039.83	5.08	2,467.96	6.41
线上渠道	12,463.42	37.83	17,232.06	31.42	7,954.75	19.83	2,413.81	6.27	
合计	<b>32,948.63</b>	<b>100.00</b>	<b>54,844.88</b>	<b>100.00</b>	<b>40,124.03</b>	<b>100.00</b>	<b>38,521.37</b>	<b>100.00</b>	

从产品销售区域来看,华北地区为公司最大的市场区域,随着公司全国性销售网络的建设与线上电子商务渠道的拓展,华东区及线上渠道也已发展成为公司重要的销售区域与增长潜力市场。

在线上渠道方面,为把握我国网上购物快速发展的行业趋势,公司积极发展线上销售模式,在天猫、唯品会、京东商城等国内知名电商平台建立了销售渠道,报告期内线上渠道销售收入实现了持续、快速增长。

## 2、营业成本构成及其变动分析

报告期内,营业成本均来自于主营业务。公司营业成本主要为销售童装产品的主营业务成本,并随公司主营业务收入的增加而逐年上升,总体与公司的收入规模相匹配。公司童装产品主要采取向供货商直接采购产成品的方式进行采购,主营业务成本主要体现为产成品的采购成本。

单位:万元

项目	2018年1-6月		2017年度		2016年度		2015年度	
	金额	占比(%)	金额	占比(%)	金额	占比(%)	金额	占比(%)
主营业务成本	15,215.36	100.00	25,749.63	100.00	18,836.61	100.00	18,812.82	100.00
其他业务成本			-	-	-	-	-	-
<b>合计</b>	<b>15,215.36</b>	<b>100.00</b>	<b>25,749.63</b>	<b>100.00</b>	<b>18,836.61</b>	<b>100.00</b>	<b>18,812.82</b>	<b>100.00</b>

### (1) 主营业务成本的产品构成情况

单位:万元

项目	2018年1-6月		2017年度		2016年度		2015年度	
	金额	占比(%)	金额	占比(%)	金额	占比(%)	金额	占比(%)
外套	3,586.06	23.57	7,742.42	30.07	6,293.56	33.41	6,145.92	32.67
上衣	5,380.20	35.36	9,127.11	35.45	6,230.26	33.08	6,024.15	32.02
裙子	2,573.06	16.91	2,766.37	10.74	2,017.90	10.71	2,131.94	11.33
裤子	3,035.92	19.95	4,742.48	18.42	3,426.88	18.19	3,656.47	19.44
其他	640.13	4.21	1,371.25	5.33	868.00	4.61	854.34	4.54
<b>合计</b>	<b>15,215.36</b>	<b>100.00</b>	<b>25,749.63</b>	<b>100.00</b>	<b>18,836.61</b>	<b>100.00</b>	<b>18,812.82</b>	<b>100.00</b>

公司主营业务成本主要为外套、上衣、裙类、裤类产品成本，结构特征相对稳定，且与主营业务收入的结构特征相匹配。

### (2) 主营业务成本按销售模式构成分析

单位：万元

项目	2018年1-6月		2017年度		2016年度		2015年度	
	金额	占比(%)	金额	占比(%)	金额	占比(%)	金额	占比(%)
线下直营	7,026.08	46.18	11,866.63	46.08	10,122.58	53.74	10,483.30	55.72
加盟	2,561.13	16.83	5,943.93	23.08	4,433.64	23.54	6,612.72	35.15
电商直营	5,628.15	36.99	7,939.07	30.83	4,280.39	22.72	1,716.79	9.13
<b>合计</b>	<b>15,215.36</b>	<b>100.00</b>	<b>25,749.63</b>	<b>100.00</b>	<b>18,836.61</b>	<b>100.00</b>	<b>18,812.82</b>	<b>100.00</b>

2015年、2016年、2017年和2018年1-6月，公司线下线上直营业务成本占主营业务成本的比重分别为64.85%、76.46%、76.92%和83.17%。2015年、2017年加盟业务成本高于2016年，主要系当年加盟收入大幅增加所致；报告期内，电商业务保持持续增长趋势，电商收入及占比均逐年增加；主营业务成本与主营业务收入的结构特征相匹配。

### (3) 主营业务成本分品牌类型构成

按公司运营的品牌类型列示的主营业务成本构成情况如下：

单位：万元

品牌类型	2018年1-6月		2017年度		2016年度		2015年度	
	金额	占比(%)	金额	占比(%)	金额	占比(%)	金额	占比(%)
自有品牌	4,151.64	27.29	7,714.23	29.96	7,557.69	40.12	9,974.39	53.02
授权经营品牌	6,588.89	43.30	10,102.85	39.23	3,879.91	20.60	1,544.87	8.21
国际零售代理品牌	4,474.84	29.41	7,932.55	30.81	7,399.01	39.28	7,293.56	38.77
<b>合计</b>	<b>15,215.36</b>	<b>100.00</b>	<b>25,749.63</b>	<b>100.00</b>	<b>18,836.61</b>	<b>100.00</b>	<b>18,812.82</b>	<b>100.00</b>

单位：万元

品牌	成本构成	2018年1-6月		2017年		2016年		2015年	
		金额	成本占比(%)	金额	成本占比(%)	金额	成本占比(%)	金额	成本占比(%)
水孩儿品牌、暇步士品牌、	成衣采购价	10,453.03	100.00	17,610.89	100.00	11,437.60	100.00	11,519.26	100.00

品牌	成本构成	2018年1-6月		2017年		2016年		2015年	
		金额	成本占比(%)	金额	成本占比(%)	金额	成本占比(%)	金额	成本占比(%)
哈吉斯品牌(国内发货)									
国际品牌(国内发货)	成衣采购价	1,285.86	100.00	2,515.25	100.00	3,161.13	100.00	3,219.48	100.00
国际品牌(国外发货)	成衣采购价	2,719.88	85.29	4,647.31	85.79	3,702.55	87.37	3,634.90	89.22
	关税	413.29	12.96	677.62	12.51	480.50	11.34	410.18	10.07
	其他	55.81	1.75	92.38	1.71	54.83	1.29	29.00	0.71
哈吉斯品牌(国外发货)	成衣采购价	244.37	85.00	175.40	85.07				
	关税	40.25	14.00	26.58	12.89				
	其他	2.87	1.00	4.20	2.04				
合计		15,215.36	-	25,749.63		18,836.61		18,812.82	

报告期内，2016年、2017年公司自有品牌“水孩儿”产品的营业成本占主营业务总成本的比重低于2015年，主要系“水孩儿”产品销售规模下降所致，授权经营品牌产品的营业成本占主营业务总成本的比重逐年上升；国际零售代理品牌产品的营业成本占主营业务总成本的比重稳定增长，主营业务成本与主营业务收入的结构特征相匹配。

(4) 与同行业成本变动比较如下：

单位：元

	分类	2016年度		2015年度
		单位成本	成本变化幅度	单位成本
嘉曼	外套	108.74	-6.97%	116.89
	上衣	48.06	0.21%	47.96
	裙子	76.85	-7.44%	83.03
	裤子	42.57	-2.99%	43.88
	小计	61.06	-2.35%	62.53
	安奈儿	项目	2016年度	
		单位成本	成本变化幅度	单位成本
外套		67.79	-5.47%	71.71
上衣		24.22	-0.21%	24.27
裤类		31.68	-4.32%	33.11

裙类	46.28	-2.96%	47.69
家居类	20.04	23.10%	16.28
成衣小计	37.66	-3.76%	39.13

注：安奈儿 2017 年及 2018 年 1-6 月平均成本无法获取。

由此可以看出，发行人成本变化的幅度与同行业公司无明显差异。

2017 年成本波动较大的主要原因是 2016 年羽绒服的价格大幅下降、导致外套的成本大幅下降所致。

报告期内，发行人收入与成本变动幅度如下：

项目	2017 年	变化幅度	2016 年	变化幅度	2015 年
收入	54,844.88	26.63%	40,239.15	4.27%	38,521.37
成本	25,749.63	26.85%	18,836.61	0.13%	18,812.82

2016 年毛利较低的加盟收入占比下降，因此虽然 2016 年成本变动幅度较少，但公司整体收入有小幅提升。2017 年由于发行人为了清理库存，采用了较低的定价策略，所以成本上涨幅度略高于收入上涨幅度。总体来说成本波动和收入波动相匹配。2018 年 1-6 月有所下降主要是因为会计期间长度不同。

#### (5) 成本归集方式：

存货的确认：入库前，采购员根据供应商提供的发货款号数量填列入库单，财务应付会计根据合同复核款号、款名、颜色、单价等信息，审核无误后，仓库质检人员根据入库单验收入库，同时由将仓库将入库存货的信息录入系统，月末，财务人员根据系统生成的系统入库数量、金额记录核算入库存货金额和应付账款。

存货的发出和成本的结转：仓管员根据调拨单对直营店发货，通过直营店实现对消费者的销售，商场销售人员按日在系统中根据销售情况填列零售小票。

电商部人员在系统中根据销售情况实时录入零售小票，加盟商部人员根据加盟商订单在系统中填列销售单，仓管员根据零售小票和销售单对电商客户和加盟商客户发货。对电商客户和加盟商客户发货时，由仓库管理员在监控系统下将存

货扫描出库，由第三方承运发给加盟商和终端消费者。

月末，直营部人员和财务人员将导购人员填列的零售小票与商场结算单核对一致，加盟部人员和加盟商确认收货情况，电商部同事通过电商平台获取销售数据。财务人员根据系统导出的销售明细，按照客户、款式、数量等进行核算，结转成本。

(5) 成本分配方式：

公司各品类的业务流程图参见本招股说明书“第六节、业务与技术 四、公司主营业务情况 (二) 主要营业业务流程图”中相关披露。

自有品牌：自有品牌成本项目归集与分配方式：公司无生产环节，直接从第三方代工厂采购成衣，入库存货成本仅包含成衣采购价。

授权品牌：授权品牌成本项目的归集与分配方式同自有品牌。

国际品牌代理零售：国际品牌成本项目归集与分配方式：公司直接从国际品牌公司、下属销售公司或指定工厂采购成衣，入库存货成本包含成衣采购价、关税、进口运费。

公司存货成本主要由成衣采购价构成，成本归集简单。存货采用加权平均进行发出计价，会计期末，公司根据当期销售数量和成衣单价结转成本，并通过期末库存盘点结果确认的期末存货余额、存货期初余额、本期采购额复核成本结转的完整性。

自有品牌和授权品牌：公司仅从事产品设计，生产加工环节通过代工厂商进行，代工厂商按照公司提供的样衣材质采取包工包料的形式组织生产，并按期向公司交付成衣，运费由代工厂商承担，故自主和授权品牌存货入库成本仅包含成衣采购价。

国际品牌代理零售：存货成本构成主要包含产品价格、运费及关税。

公司存货成本中不包含自采原材料、公司员工薪酬及制造费用的分摊。设计费用直接进入管理费用，未进行分摊。

报告期公司按照上述成本归集方式进行入库计价、按照加权平均进行发出计



价，并一贯执行。

(6) 收入确认与相关成本费用归集及营业成本和期间费用等项目的划分

毛利、毛利率、期间费用率变动情况：

单位：万元

项目	2018年1-6月	2017年	2016年	2015年
主营业务收入	32,948.63	54,844.88	40,124.03	38,521.37
主营业务成本	15,215.36	25,749.63	18,836.61	18,812.82
主营业务毛利	17,733.27	29,095.24	21,287.42	19,708.54
主营业务毛利率	53.82%	53.05%	53.05%	51.16%
期间费用	11,702.81	20,314.76	15,387.64	14,446.78
费用率	35.52%	37.04%	38.35%	37.50%

营业成本构成情况：

单位：万元

项目	2018年1-6月		2017年度		2016年度		2015年度	
	金额	占比(%)	金额	占比(%)	金额	占比(%)	金额	占比(%)
主营业务成本	15,215.36	100	25,749.63	100	18,836.61	100	18,812.82	100
其他业务成本			-	-	-	-	-	-
合计	<b>15,215.36</b>	<b>100</b>	<b>25,749.63</b>	<b>100</b>	<b>18,836.61</b>	<b>100</b>	<b>18,812.82</b>	<b>100</b>

成本费用项目的划分情况说明：

成本费用项目	营业成本	期间费用
成衣采购价	√	
进口关税	√	
进口运费	√	
职工薪酬		√
商场费用		√
宣传推广费		√
运杂费		√
折旧摊销		√

成本费用项目	营业成本	期间费用
办公费、差旅		√
品牌使用费		√
物料消耗		√
检测费		√
租赁费		√
办公费、差旅		√
中介机构服务费		√
利息支出		√
利息收入		√
汇兑损益		√
手续费及其他		√

公司对于不能直接记入成本的费用记入期间费用核算,公司成本、费用的划分原则与同行业相同业务模式的核算情况相同,符合《企业会计准则》的规定。

公司成本费用率报告期内相对稳定,其划分标准得到一贯执行。

## (二) 营业毛利构成及变动分析

### 1、主营业务毛利情况

#### (1) 毛利的产品类别构成

报告期内,公司主营业务毛利的产品类别构成情况如下:

单位:万元

项目	2018年1-6月		2017年度		2016年度		2015年度	
	金额	占比(%)	金额	占比(%)	金额	占比(%)	金额	占比(%)
外套	3,647.75	20.57	7,982.64	27.44	6,137.70	28.83	6,679.40	33.89
上衣	6,414.29	36.17	11,012.40	37.85	7,476.73	35.12	5,690.49	28.87
裙子	3,361.89	18.96	3,262.59	11.21	2,756.89	12.95	2,492.22	12.65
裤子	3,936.74	22.20	6,104.53	20.98	4,323.21	20.31	3,965.16	20.12
其他	372.61	2.10	733.08	2.52	592.89	2.79	881.28	4.47
<b>合计</b>	<b>17,733.27</b>	<b>100.00</b>	<b>29,095.24</b>	<b>100.00</b>	<b>21,287.42</b>	<b>100.00</b>	<b>19,708.54</b>	<b>100.00</b>

从产品类别来看,公司的毛利来源主要来自于销售占比较高的外套、上衣、

裤类等主要产品，与公司的收入结构相匹配。

## (2) 毛利按销售模式构成分析

单位：万元

项目	2018年1-6月		2017年度		2016年度		2015年度	
	金额	占比(%)	金额	占比(%)	金额	占比(%)	金额	占比(%)
线下直营	8,233.25	46.43	14,344.06	49.30	12,997.71	61.06	12,963.23	65.77
加盟	2,664.75	15.03	5,458.19	18.76	4,615.35	21.68	6,048.30	30.69
电商直营	6,835.27	38.54	9,292.99	31.94	3,674.36	17.26	697.02	3.54
合计	<b>17,733.27</b>	<b>100.00</b>	<b>29,095.24</b>	<b>100.00</b>	<b>21,287.42</b>	<b>100.00</b>	<b>19,708.54</b>	<b>100.00</b>

从销售模式来看，公司的毛利来源主要来自于直营（含电商）业务，其中，线下直营业务所产生的毛利占比呈逐年下降趋势，电商业务所产生的毛利占比呈逐年上升趋势；2015年，加盟业务所产生的毛利占比高于2016年、2017年，主要系当年加盟业务收入增长较多所致。2017年和2018年1-6月公司由于大力发展线上直营，电商直营业务毛利增长迅速。各项业务的毛利占比趋势与公司的收入结构相匹配。

## (3) 毛利分品牌类型构成分析

报告期内，毛利按公司运营的品牌类型列示的构成情况如下：

单位：万元

品牌类型	2018年1-6月		2017年度		2016年度		2015年度	
	金额	占比(%)	金额	占比(%)	金额	占比(%)	金额	占比(%)
自有品牌	4,568.61	25.76	8,185.49	28.13	7,957.43	37.38	9,496.91	48.19
授权经营品牌	9,244.90	52.13	13,156.87	45.22	5,875.66	27.60	2,297.21	11.66
国际零售代理品牌	3,919.77	22.10	7,752.88	26.65	7,454.32	35.02	7,914.43	40.16
合计	<b>17,733.27</b>	<b>100.00</b>	<b>29,095.24</b>	<b>100.00</b>	<b>21,287.42</b>	<b>100.00</b>	<b>19,708.54</b>	<b>100.00</b>

报告期内，公司自有品牌和国际零售代理品牌产品的毛利占比呈逐年下降趋势，授权经营品牌产品的毛利占比逐年上升，与主营业务收入的结构特征相匹配。

## 2、主营业务毛利率分析

报告期内，公司主营业务的毛利率情况如下：

项目	2018年1-6月	2017年度	2016年度	2015年度
主营业务收入(万元)	32,948.63	54,844.88	40,124.03	38,521.37
主营业务成本(万元)	15,215.36	25,749.63	18,836.61	18,812.82
主营业务毛利额(万元)	17,733.27	29,095.24	21,287.42	19,708.54
主营业务毛利率(%)	53.82	53.05	53.05	51.16

2015年、2016年、2017年和2018年1-6月，公司主营业务毛利率分别为51.16%、53.05%、53.05%和53.82%。公司主营业务毛利率在报告期内维持在较为良好的水平。报告期内，公司主营业务毛利率与公司产品的品牌定位以及销售模式结构相关。

报告期内，公司所运营的自有品牌、授权经营品牌和国际零售代理品牌分别定位于从中端、中高端到高端的品牌童装市场，从而导致相关产品的毛利率有所差异。另一方面，由于在不同的销售模式下公司同一类型产品销售收入存在差异，而产品销售成本相同，对于同一款产品而言，在不考虑其他因素的情况下，公司直营模式下的平均销售价格高于加盟模式，因而直营模式下的毛利率相对更高。

2015年，主营业务毛利率略低于2016年、2017年和2018年1-6月，主要系2015年，对发展较为成熟的“水孩儿”品牌，公司为了进一步激发市场潜力，给予了加盟商更大力度的优惠政策；同时，公司为了提升“暇步士”品牌童装的市场口碑和知名度，对“暇步士”采取了积极的经营策略，因此，2015年主营业务毛利率相对较低。2016年、2017年和2018年1-6月主营业务毛利率较2015年有所提高，主要系电商业务和加盟业务的毛利率有所提高，且电商销售占比大幅增加所致。

### (1) 分产品毛利率分析

报告期内，各类产品的平均单价、平均成本及毛利率情况如下：

单位：元

项目	2018年1-6月		2017年度		2016年度		2015年度	
	平均单价	单位成本	平均单价	单位成本	平均单价	单位成本	平均单价	单位成本
外套	178.84	88.66	162.22	79.87	214.78	108.74	243.92	116.89
上衣	92.41	42.15	103.94	47.11	105.73	48.06	93.27	47.96
裙子	147.25	63.84	143.90	66.03	181.85	76.85	180.09	83.03
裤子	89.13	38.81	88.20	38.56	96.29	42.57	91.46	43.88
其他	22.88	14.46	29.01	18.91	17.34	10.30	19.39	9.54
<b>主营业务合计</b>	<b>99.58</b>	<b>45.98</b>	<b>103.85</b>	<b>48.76</b>	<b>106.01</b>	<b>49.77</b>	<b>102.25</b>	<b>49.94</b>

(续)

项目	2018年1-6月		2017年		2016年		2015年	
	销售占比(%)	毛利率(%)	销售占比(%)	毛利率(%)	销售占比(%)	毛利率(%)	销售占比(%)	毛利率(%)
外套	21.95	50.43	28.67	50.76	30.98	49.37	33.29	52.08
上衣	35.80	54.38	36.72	54.68	34.16	54.55	30.41	48.58
裙子	18.01	56.65	10.99	54.12	11.90	57.74	12.00	53.90
裤子	21.16	56.46	19.78	56.28	19.32	55.78	19.79	52.03
其他	3.07	36.79	3.84	34.84	3.64	40.58	4.51	50.78
<b>主营业务合计</b>	<b>100.00</b>	<b>53.82</b>	<b>100.00</b>	<b>53.05</b>	<b>100.00</b>	<b>53.05</b>	<b>100.00</b>	<b>51.16</b>

2015年度至2016年度，公司主要产品外套类的单位成本和平均单价呈逐年下降趋势，主要系重要的外套类产品中羽绒类产品、风衣类产品占比较高，其中羽绒类产品中轻薄羽绒服逐年增加，成本下降；风衣类产品采购数量增加，采购成本下降；因此带动外套产品单位成本和平均单价的降低。

2017年公司主要产品的单位成本和单价均有所下降，主要系成本与单价较高的国际零售品牌采购量和销量占比有所下降，而单价和成本相对较低的授权代理品牌与自有品牌的采购量和销量大幅度提高，相应摊低了产品总的单位成本和单价所致。

2015年度至2017年度，发行人各产品除上衣有所提升外，其他产品的毛利率相对稳定。2015年，公司为了进一步激发市场潜力，给予了加盟商较大力度的优惠政策，由此带来产品销售价格的相应下降，导致部分产品的毛利率相对较

低，同时，当年的加盟业务收入占比相对于其他年度较高，加盟业务毛利率相对较低，因此导致 2015 年主营业务毛利率相对较低。

2018 年 1-6 月由于毛利率较高的裤子和裙子类占比增加。所以 2018 年 1-6 月综合毛利率较 2017 年有所提升。

2016 年电商直营销售占比持续增加，毛利率较低的加盟业务所占比重有所下降，同时毛利率较高的裙子销售占比有所上升且 2016 年在平均成本略有下降的同时，发行人采用较高定价策略，平均单价上升近 4 元，所以 2016 毛利率相比 2015 年有较大幅度提升。

虽然 2017 年毛利率与 2016 年保持一致，但一方面电商直营占比增加、毛利率增加，另一方面加盟业务的毛利率持续降低，综合导致毛利率保持不变。

2018 年 1-6 月加盟模式毛利率大幅度提升，且占比较大的电商直营模式的毛利率有所增加。所以 2018 年 1-6 月综合毛利率有所提高。

## (2) 分销售模式毛利率分析

项目	2018 年 1-6 月		2017 年		2016 年		2015 年	
	销售占比 (%)	毛利率 (%)	销售占比 (%)	毛利率 (%)	销售占比 (%)	毛利率 (%)	销售占比 (%)	毛利率 (%)
线下直营	46.31	53.96	47.79	54.73	57.62	56.22	60.87	55.29
加盟	15.86	50.99	20.79	47.87	22.55	51.00	32.87	47.77
电商直营	37.83	54.84	31.42	53.93	19.83	46.19	6.27	28.88
<b>主营业务合计</b>	<b>100.00</b>	<b>53.82</b>	<b>100.00</b>	<b>53.05</b>	<b>100.00</b>	<b>53.05</b>	<b>100.00</b>	<b>51.16</b>

发行人三种销售模式下，直营模式的毛利率最高。因为直营模式下，企业通过销售额分成的方式与商场联营或直接租入商场的店铺自营，该模式下直接面向终端消费者销售童装，所以定价较高，毛利率在三种业务模式下一直处于最高水平。加盟模式下的客户是各加盟商，他们在销售给最终消费者时要赚取适当的利润，所以对加盟商的定价低于直营，因此加盟模式毛利率在三种模式中最低的。电商模式下，企业与各大电商平台合作，直接面向最终消费者，但因为电商平台所面向的客户对价格的预期要低于实体店，同时电商模式的运营费用也低于线下实体店渠道，所以公司能够采取比线下直营更低的定价，综合上述原因导致电商

平台的毛利率介于加盟与直营之间。

### (3) 分品牌毛利率分析

品牌类型	2018年1-6月		2017年度		2016年度		2015年度	
	销售占比(%)	毛利率(%)	销售占比(%)	毛利率(%)	销售占比(%)	毛利率(%)	销售占比(%)	毛利率(%)
自有品牌	26.47	52.39	28.99	51.48	38.67	51.29	50.55	48.77
授权经营品牌	48.06	58.39	42.41	56.57	24.31	60.23	9.97	59.79
国际零售代理品牌	25.48	46.69	28.60	49.43	37.02	50.19	39.48	52.04
主营业务合计	<b>100.00</b>	<b>53.82</b>	<b>100.00</b>	<b>53.05</b>	<b>100.00</b>	<b>53.05</b>	<b>100.00</b>	<b>51.16</b>

报告期内，公司自有品牌“水孩儿”产品定位于中端市场，其毛利率保持在48%以上，授权经营品牌产品定位于中高端市场，其毛利率保持在56%以上，国际零售代理品牌定位于相对高端市场，其毛利率保持在46%以上。

公司分品牌毛利率如下（不含附属品与形象用品）

单位：元

品牌类型	2018年1-6月			2017年度		
	单价	成本	毛利率(%)	单价	成本	毛利率(%)
自有品牌	74.72	35.05	53.10	72.95	34.68	52.46
授权经营品牌	98.41	39.98	59.37	103.00	43.67	57.60
国际零售代理品牌	607.26	330.17	45.63	634.89	321.19	49.41
主营业务合计	111.42	50.85	54.36	115.77	53.51	53.78

品牌类型	2016年度			2015年度		
	单价	成本	毛利率(%)	单价	成本	毛利率(%)
自有品牌	83.47	40.31	51.72	81.49	41.64	48.91
授权经营品牌	109.90	43.04	60.84	131.66	51.96	60.53
国际零售代理品牌	600.26	297.47	50.44	603.28	290.76	51.80
主营业务合计	131.39	61.06	53.53	128.09	62.53	51.18

注：上表的产品销售毛利率不包含低值易耗品销售的影响，因此与分模式下的销售毛利率不同。

三种品牌中，授权经营品牌毛利率最高。暇步士、哈吉斯这两个品牌的定位于中高端，并且这两个品牌的有着较好的市场认可度与品牌美誉度，市场发展潜力较大，因此定价高于自有品牌；在生产模式上采用了代加工厂制作成衣的模式，所以成本较低；因此三类品牌中，授权经营品牌毛利率最高。

自有品牌毛利率介于授权经营品牌与国际零售代理品牌之间。自有品牌水孩儿定位低于授权经营品牌，销售价格较授权经营品牌要低一些。导致其毛利率不及授权经营品牌。

国际零售代理品牌毛利率最低，由于国际零售代理品牌是由发行人向品牌所有者购买，所以成本较高，毛利率较低。

报告期内，国际零售代理品牌毛利率呈下降趋势，主要系公司为了降低库存占比，扩大收入规模，逐年加大了销售折扣力度所致。自有品牌毛利率保持平稳，授权经营品牌在公司运营的所有品牌中持续占有较高毛利率水平。

(4) 报告期内，发行人与同行业上市公司的毛利率情况如下：

项目	2018年1-6月(%)	2017年(%)	2016年(%)	2015年(%)
安奈儿	57.19	55.46	59.10	60.28
金发拉比	52.86	53.27	50.92	49.55
朗姿股份	57.34	57.35	54.96	58.99
维格娜丝	69.57	69.69	70.24	70.33
歌力思	68.71	68.84	68.96	67.61
安正时尚	68.32	66.74	70.63	68.61
七匹狼	38.06	40.66	43.93	42.85
报喜鸟	63.43	60.34	50.68	57.97
希努尔	21.10	23.79	19.97	27.64
步森股份	33.65	39.29	33.08	38.82
九牧王	58.08	57.41	56.86	57.96
摩登大道	51.35	54.65	49.57	57.80
美邦服饰	46.79	47.45	43.74	44.02
搜于特	7.99	9.46	17.69	36.57
森马服饰	38.35	35.51	38.36	37.66
太平鸟	55.77	52.95	54.95	54.24



项目	2018年1-6月(%)	2017年(%)	2016年(%)	2015年(%)
拉夏贝尔	62.96	62.54	66.58	68.15
日播时尚	63.87	60.08	61.74	61.73
平均值	<b>50.86</b>	<b>50.86</b>	<b>50.66</b>	<b>53.38</b>
嘉曼服饰	<b>53.82</b>	<b>53.05</b>	<b>53.05</b>	<b>51.16</b>

数据来源：Wind。

报告期内，公司毛利率水平除 2015 年略低于同行业可比上市公司平均水平外，其余年度均略高于同行业公司毛利率平均水平，2015 年公司毛利率水平相对较低主要系当年加盟收入比重增加导致毛利率相对下降所致。

服装行业上市公司毛利率的差异主要受到生产和采购方式、销售渠道与门店类别等多种因素的综合影响。

在生产、采购方式方面，公司产品线中拥有自有品牌、授权经营品牌以及国际零售代理品牌，这三种品牌中，自有品牌和授权经营品牌采取向国内加工厂商直接采购成衣的方式进行采购，国际进口零售代理品牌采取向品牌商直接采购成品的方式进行采购，在采购方式上有别于以自主采购原材料、交由加工厂外协加工或自主采购原材料、自主加工的服装企业。

在销售渠道和门店类别方面，一般而言，由于加盟模式下增加了加盟商销售的环节，因此毛利率相对低于直营模式下的销售毛利率，报告期内，公司以直营业务为主，但加盟业务占有一定比重，有别于直营模式占比更高和加盟模式为主的童装企业。

同行业销售地区的毛利率如下：（不含线上）

安奈儿	年份	2018年1-6月		2017年		2016年		2015年
	地区	毛利率	毛利率变动	毛利率	毛利率变动	毛利率	毛利率变动	毛利率
	东北区	53.55%	-7.83%	61.38%	-0.20%	61.58%	-0.92%	62.50%
	华北区	61.53%	1.58%	59.95%	-1.63%	61.58%	-1.06%	62.63%
	华东区	59.58%	-0.02%	59.60%	-2.95%	62.55%	-0.63%	63.17%
	西北区	58.47%	0.48%	57.99%	-1.14%	59.13%	-0.38%	59.51%
	西南区	58.52%	1.09%	57.43%	-2.71%	60.14%	-0.52%	60.66%
	华中区	57.89%	-1.09%	58.98%	-3.32%	62.30%	-2.95%	65.25%

	华南区	58.92%	-0.04%	58.96%	-2.76%	61.72%	0.45%	61.27%
	总计	58.12%	-0.87%	58.99%	-2.62%	61.61%	-0.24%	61.85%
嘉曼	年份	2018年1-6月		2017年		2016年		2015年
	地区	毛利率	毛利率变动	毛利率	毛利率变动	毛利率	毛利率变动	毛利率
	东北	47.74%	0.05%	47.69%	-6.36%	54.05%	2.10%	51.95%
	华北	51.77%	-0.18%	51.95%	-1.18%	53.13%	0.41%	52.72%
	华东	55.41%	1.30%	54.11%	-1.07%	55.18%	5.03%	50.15%
	西北	56.29%	-2.85%	59.14%	-3.28%	62.42%	6.47%	55.95%
	西南	57.50%	3.18%	54.32%	-3.85%	58.17%	4.92%	53.25%
	中南	54.05%	4.84%	49.21%	-5.76%	54.97%	0.56%	54.41%
	合计	53.20%	0.55%	52.65%	-2.10%	54.75%	2.10%	52.65%

发行人2016年毛利率在各个区域有所上升的主要是因为，2016年在采购成本，并且2016年毛利率相对低加盟业务收入占比降低，毛利率相对较高的直营业务占比提升，导致2016年发行人毛利率均有所提升，2017年发行人不含电商的毛利率下降2.1%，变化情况与同行业上市公司安奈儿变化一致，2018年1-6月毛利率较高的直营模式销售占比进一步增加，毛利率较高的哈吉斯销售规模有所扩大，所以发行人的毛利率有所上升，不同于同行业的安奈儿。从地区来看发行人毛利率变化符合市场规律。

各类产品毛利率与同行业可比公司进行比较分析：

可比上市公司安奈儿毛利率及毛利率变动如下：

项目	2018年1-6月		2017年度		2016年度		2015年度
	毛利率	毛利率变动	毛利率	毛利率变动	毛利率	毛利率变动	毛利率
外套	55.20%	1.12%	54.08%	-4.70%	58.78%	-0.05%	58.83%
上衣	59.81%	1.17%	58.64%	-2.88%	61.52%	-1.36%	62.88%
裤类	59.84%	0.58%	59.26%	-3.19%	62.45%	-1.17%	63.62%
裙类	61.99%	3.67%	58.32%	-2.58%	60.89%	-0.04%	60.93%
家居类	56.29%	1.59%	54.70%	-1.67%	56.37%	-2.66%	59.03%
<b>成衣小计</b>	<b>58.43%</b>	<b>1.66%</b>	<b>56.77%</b>	<b>-3.63%</b>	<b>60.40%</b>	<b>-0.74%</b>	<b>61.14%</b>

发行人毛利率及毛利率变动如下：（不含附属品和形象用品）：

项目	2018年1-6月		2017年		2016年		2015年
	毛利率	毛利率变动	毛利率	毛利率变动	毛利率	毛利率变动	毛利率
外套	50.43%	-0.33%	50.76%	1.39%	49.37%	-2.71%	52.08%
上衣	54.38%	-0.30%	54.68%	0.13%	54.55%	5.97%	48.58%
裙子	56.65%	2.53%	54.12%	-3.62%	57.74%	3.84%	53.90%
裤子	56.46%	0.18%	56.28%	0.50%	55.78%	3.75%	52.03%
<b>主营业务合计</b>	<b>54.36%</b>	<b>0.58%</b>	<b>53.78%</b>	<b>0.25%</b>	<b>53.53%</b>	<b>2.35%</b>	<b>51.18%</b>

发行人2016年除外套外各品类产品毛利率有所上升，主要是因为2016年在采购成本下降的同时，直营业务占比提升，导致水孩儿与暇步士定价水平较高，所以2016年发行人综合毛利率有所提升。外套单价下降是因为外套中占比较高的羽绒服的原材料价格大幅下跌，所以为应对中端童装市场的竞争，水孩儿羽绒服定价随之大幅下降导致外套的毛利率有所降低。2017年发行人毛利率提高0.25%，主要由于电商业务的大力发展，且电商模式由于2017年逐渐步入成熟，更多新品服装开始在电商平台售卖，所以毛利率在2017年变化情况与安奈儿有一定的差异。2018年1-6月，发行人羽绒服品类较多，因原材料羽绒的价格有所上涨导致外套、上衣毛利率有所下降，但从总体来看与安奈儿毛利率变化趋势一致。

综上，公司的销售毛利率处于服装行业上市公司的合理变动范围内，与服装行业其他上市公司的差别，在采购方式、销售渠道和门店类型等方面具有合理的业务基础。

#### 电商毛利率变化分析：

电商直营模式下毛利率变动如下。（不含附属品和形象用品）

年份	品牌	平均单价（元）	平均单位成本（元）	毛利率
2018年1-6月	自有品牌	65.73	32.61	50.39%
	授权经营品牌	88.18	36.78	58.29%
	国际零售代理品牌	263.38	258.30	1.93%
	<b>合计</b>	<b>85.75</b>	<b>37.73</b>	<b>55.99%</b>
2017年	自有品牌	65.82	34.15	48.12%
	授权经营品牌	89.26	39.76	55.46%

年份	品牌	平均单价(元)	平均单位成本(元)	毛利率
	国际零售代理品牌	284.10	222.86	21.55%
	合计	<b>90.42</b>	<b>40.50</b>	<b>55.21%</b>
2016年	自有品牌	62.42	47.76	23.49%
	授权经营品牌	97.61	42.35	56.61%
	国际零售代理品牌	275.84	250.07	9.34%
	合计	<b>89.65</b>	<b>47.63</b>	<b>46.88%</b>
2015年	自有品牌	69.75	48.50	30.47%
	授权经营品牌	150.16	54.11	63.97%
	国际零售代理品牌	177.67	259.38	-46.00%
	合计	<b>93.40</b>	<b>66.83</b>	<b>28.44%</b>

2015年电商模式的毛利率水平较低仅为28.44%，处于报告期内较低水平，主要原因如下：

自有品牌电商模式的毛利率2015年仅为30.47%，主要是因为水孩儿电商模式2015年刚起步发展，公司对电商初期的经营策略主要是以销售往年库存为主，综合来说是销售价格较低导致其毛利率较低。使得2015年的电商模式毛利率较低。

2015年授权经营品牌毛利率水平处于报告期内最高水平，达到63.97%，由于暇步士为公司刚开始运营不久的品牌，往年库存较少，因此电商销售的产品主要为新款，价格较高。

2015年国际零售代理品牌的电商规模较小，以清理往年库存为目的，打折幅度较大，且电商国际零售代理品牌在2015年以唯品会销售为主，唯品会扣率较高，所以毛利率较低为-46.00%。

2016年电商模式毛利率为46.88%，较2015年28.44%有大幅度提升，主要原因如下：

2016年发行人逐渐在电商平台中销售新品，

发行人电商平台的收入中毛利率较高的京东、天猫占比开始进一步上升。

2016年毛利率较高的暇步士品牌占收入的比重开始大幅增长。

2017年电商模式毛利率为55.21%，较2016年有所提升，主要原因如下：

2017年自有品牌电商模式在线上平台中的规模开始扩大，发行人改变水孩儿电商模式的经营策略，开始将最新款服装放在平台上售卖，新款服装的销售价格较高，所以2017年毛利率由2016年的23.49%上升到2017年的48.12%，提升较大。

2017年授权经营代理品牌销售收入以及毛利继续大幅增长，主要系2017年新品牌哈吉斯的电商模式开始经营。由于其品牌知名度较高，且定位于中高端，故毛利率较高。

2018年1-6月电商模式的综合毛利率对比2017年有所提高，主要系2018年1-6月，毛利率较高的哈吉斯品牌销售占比提高所致。

2018年1-6月国际零售代理品牌毛利率大幅下降主要原因是发行人加大处理库存力度所致。

#### 国际零售代理品牌毛利率变化分析

国际零售代理品牌销售明细（不含附属品和形象用品）：

年份	模式	平均单价（元）	平均单位成本（元）	毛利率
2018年1-6月	直营	638.97	336.74	47.30%
	加盟	601.77	412.75	31.41%
	电商	263.38	258.30	1.93%
	总计	607.27	330.17	45.63%
2017年	直营	658.09	326.73	50.35%
	加盟	391.86	412.75	-5.33%
	电商	284.10	222.86	21.55%
	总计	639.87	323.72	49.41%
2016年	直营	638.29	304.73	52.26%
	加盟	211.59	194.68	7.99%
	电商	275.84	250.07	9.34%
	总计	600.26	297.47	50.44%
2015年	直营	652.67	324.04	50.35%
	加盟	391.86	412.75	-5.33%

年份	模式	平均单价(元)	平均单位成本(元)	毛利率
	电商	284.10	222.86	21.56%
	总计	601.45	289.97	51.79%

进口品牌毛利率逐年下滑原因有：

单价的逐年下降主要系公司为提高国际零售代理业务的商品周转效率，在控制每年新品采购量的同时加大对往年库存产品的清理力度，从而导致了报告期内整体平均销售单价下降。成本逐年上升主要系发行人调整进口品牌的结构，单价较高的国际品牌采购比值有所上升。成本较低的 Catimini 的采购量 2017 年和 2018 年 1-6 月大幅下降所致。

### (三) 费用分析

报告期内三项费用占营业收入的比重如下：

项目	单位：万元							
	2018 年 1-6 月	占营 业收 入比 (%)	2017 年	占营 业收 入比 (%)	2016 年	占营 业收 入比 (%)	2015 年	占营 业收 入比 (%)
销售 费用	9,217.21	27.97	15,682.17	28.59	11,350.06	28.21	10,686.83	27.74
管理 费用	2,432.58	7.38	4,331.48	7.90	3,700.53	9.20	3,246.79	8.43
财务 费用	53.02	0.16	301.10	0.55	337.06	0.84	513.15	1.33
营业 收入	<b>32,948.63</b>		<b>54,844.88</b>	-	<b>40,239.15</b>	-	<b>38,521.37</b>	-
三项费 用占营 业收入 比重合 计		<b>35.52</b>	-	<b>37.04</b>	-	<b>38.24</b>	-	<b>37.50</b>

报告期内，公司期间费用主要由销售费用和管理费用所构成，与公司主营业务收入占比较高的经营特征相符。公司的期间费用占营业收入比较稳定，一直保持在 38% 左右。

#### 1、销售费用

报告期内，公司销售费用构成如下：

单位：万元

项目	2018年 1-6月	占比 (%)	2017年度	占比 (%)	2016年度	占比 (%)	2015年度	占比 (%)
职工薪酬	4,054.74	43.99	7,140.31	45.53	6,041.03	53.22	5,622.47	52.61
商场费用	2,067.18	22.43	3,276.43	20.89	2,258.37	19.90	2,220.98	20.78
宣传推广费	1,308.74	14.20	2,188.18	13.95	747.61	6.59	570.02	5.33
运杂费	571.14	6.20	815.15	5.20	442.04	3.89	294.73	2.76
折旧摊销	458.65	4.98	754.82	4.81	716.24	6.31	920.77	8.62
办公费、差旅	462.64	5.02	765.48	4.88	440.06	3.88	331.22	3.10
品牌使用费	181.21	1.97	254.78	1.62	228.15	2.01	83.18	0.78
物料消耗	64.00	0.69	129.65	0.83	183.86	1.62	353.35	3.31
检测费	14.02	0.15	207.12	1.32	138.36	1.22	194.09	1.82
其他	34.88	0.38	150.25	0.96	154.34	1.36	96.02	0.90
<b>合计</b>	<b>9,217.21</b>	<b>100.00</b>	<b>15,682.17</b>	<b>100.00</b>	<b>11,350.06</b>	<b>100.00</b>	<b>10,686.83</b>	<b>100.00</b>

公司销售费用主要为职工薪酬、商场费用等，报告期内二者合计比例在 70% 左右。2015 年、2016 年、2017 年和 2018 年 1-6 月，公司各期线上与线下合计直营业务收入分别为 25,860.34 万元、31,075.05 万元、43,442.76 万元和 27,722.75 万元，直营业务收入规模逐年扩大，占主营业务收入比依次为 67.14%、77.45%、79.21%和 84.14%，公司销售费用中职工薪酬和商场费用占有较大比重，2017 年和 2018 年 1-6 月宣传推广费较前两年比重增加，主要系公司为进一步拓展电商业务在第三方电商平台上投入的推广费增加所致，与公司的实际经营状况相符。

报告期内，公司销售费用变动情况如下：

项目	2018年1-6月		2017年度		2016年度		2015年度
	收入占比 (%)	占比变动 (%)	收入占比 (%)	占比变动 (%)	收入占比 (%)	占比变动 (%)	收入占比 (%)
职工薪酬	12.31	-0.71	13.02	-1.99	15.01	0.42	14.60
商场费用	6.27	0.30	5.97	0.36	5.61	-0.16	5.77
宣传推广费	3.97	-0.02	3.99	2.13	1.86	0.38	1.48
运杂费	1.73	0.24	1.49	0.39	1.10	0.33	0.77
折旧摊销	1.39	0.01	1.38	-0.40	1.78	-0.61	2.39
办公费、差旅	1.40	0.00	1.40	0.31	1.09	0.23	0.86
品牌使用费	0.55	0.09	0.46	-0.10	0.57	0.35	0.22

项目	2018年1-6月		2017年度		2016年度		2015年度
	收入占比(%)	占比变动(%)	收入占比(%)	占比变动(%)	收入占比(%)	占比变动(%)	收入占比(%)
物料消耗	0.19	-0.05	0.24	-0.22	0.46	-0.46	0.92
检测费	0.04	-0.34	0.38	0.04	0.34	-0.16	0.50
其他	0.11	-0.16	0.27	-0.11	0.38	0.13	0.25
<b>合计</b>	<b>27.97</b>	<b>-0.62</b>	<b>28.59</b>	<b>0.38</b>	<b>28.21</b>	<b>0.46</b>	<b>27.74</b>

2017年和2018年1-6月宣传推广费占比大幅度提升,主要系发行人为进一步发展电商业务,提高电商平台上的推广费的投入所致。

2017年和2018年1-6月职工薪酬占比有所下降,主要系发行人的收入构成中,对销售人力资源需求较低的电商收入占比提高所致。

2015年-2017年,公司销售费用占营业收入的比重逐渐上升,主要系公司加盟业务收入占比逐年下滑,而销售费用率相对较高的直营业务收入逐年提升所致,其中因电商业务规模大幅扩大而发生的销售推广费用增加较为明显。

#### 职工薪酬相关情况

##### 1、报告期各期销售人员数量、结构、薪资水平情况:

销售人员结构	2018年1-6月		2017年		2016年		2015年	
	人数	平均工资(万元)	人数	平均工资(万元)	人数	平均工资(万元)	人数	平均工资(万元)
总监及以上	8	11.70	7	21.11	6	18.15	5	15.53
经理	11	8.78	13	13.87	12	11.71	15	10.69
基层职员	211	4.13	174	7.91	141	6.70	143	5.96
导购	924	2.57	837	4.90	802	4.51	771	4.32

注:其中人数为各期期末在册人数。

##### 2、同行业可比公司及同地区的薪酬情况:

单位:万元

同行业、同地区比较	职能人员	2018年1-6月均值	2017年均值	2016年均值	2015年均值
嘉曼服饰	销售营销人员	2.98	5.62	5.05	4.72
安奈儿	销售营销人员	未取得	未取得	5.18	5.07



同行业、同地区比较	职能人员	2018年1-6月均值	2017年均值	2016年均值	2015年均值
北京市平均工资		未取得	7.07	6.59	5.87

注：上表嘉曼服饰销售营销人员不包含公司负责销售营销的高管薪酬。

其中：导购人员与同行业及同地区薪酬情况：

单位：万元

同行业、同地区比较	职能人员	2018年1-6月均值	2017年均值	2016年均值	2015年均值
嘉曼服饰	导购人员	2.57	4.90	4.51	4.32
安奈儿	导购人员	未取得	未取得	4.35	4.28
北京市		未取得	7.07	6.59	5.87

注：北京市平均工资水平参照全市城镇私营单位就业人员的年平均工资，数据来源于北京市统计局，查询网址：<http://www.bjstats.gov.cn/>。

报告期内发行人销售人员薪酬与同行业公司基本一致；公司员工的平均薪酬略低于北京市平均工资，主要系公司采取直营为主的销售模式，广泛分布在全国各地的导购类员工，由于岗位性质等原因具有数量众多且薪资较低的特点，从而在整体上降低了公司员工的平均薪酬。

#### 商场费用相关情况

商场费用的构成、计算依据/标准、确认方式等基本情况：

销售费用-商场费用是由直营店、电商平台收取的销售收入分成款以外的租赁费、商场管理费、服务费、促销服务费、银行及信用卡刷卡手续费等费用。该费用发生形式种类繁多，一般通过发行人与商场、电商平台签订的合作协议进行约定，但在实际经营中，也存在未列明在合作协议中的费用发生的情况。商场费用的形成情况相当复杂，并不存在普遍性标准，不同商场会收取不同的费用种类，或者费用种类相同、但收取的标准不同。

商场费用通常体现在商场按月提供的销售结算单上，业务部门通过复核销售结算单上的商场费用明细金额后，将有关单据信息传递给财务，财务部据此进行核算。

商场费用变化情况：

单位：万元

商场费用构成	2018年 1-6月	2017年	2016年	2015年	波动分析
账扣费用	1,663.19	2,724.07	1,836.78	1,748.66	见下表明细分析
租赁费	337.65	465.24	369.45	382.68	2017年新开直营 门店较多
工程施工费	65.60	64.58	27.51	31.23	金额较小,波动不 大
其他	0.73	22.55	24.63	58.41	金额较小,波动不 大
<b>合计</b>	<b>2,067.18</b>	<b>3,276.43</b>	<b>2,258.37</b>	<b>2,220.98</b>	

账扣费用明细情况:

单位：万元

账扣费用构成	2018 年 1-6 月	2017年	2016年	2015年	原因分析
电商账扣费用	862.17	1,023.33	319.03	247.17	2015年、2016年是 电商平台的起步阶 段,费用较小;2017 年、2018年1-6月 电商平台发展良好, 收入增幅较大,导致 费用增幅变大。
商场 账 扣 费 用					因各商场产生的费 用名目不同,且标准 多样,综合商场账扣 费用,逐年缓慢增 长。
促销费服务费	267.88	570.42	487.21	476.54	
综合服务管理费	328.76	530.46	526.70	524.88	
银行及信用卡手续费	110.36	196.11	193.52	173.13	
电费	57.94	159.22	138.90	103.50	
其他	36.08	244.53	171.42	223.44	
小计	801.02	1,700.74	1,517.75	1501.49	

宣传推广费的构成、变动原因及合理性:

单位：万元

项目	2018年1-6月	2017年	2016年	2015年
广告宣传费	1,308.74	2,188.18	747.61	570.02
其中:				
电商宣传费	1,243.42	1,991.97	390.48	36.78
其他	65.32	196.22	357.14	533.24

电商交易金额及推广费用情况:

单位：万元

电商	2018年1-6月			2017年			2016年			2015年		
	交易金额	推广费用	占比	交易金额	推广费用	占比	交易金额	推广费用	占比	交易金额	推广费用	占比
天猫	6,589.14	1,126.29	17.09%	9,219.48	1,896.98	20.58%	2,687.64	334.96	12.46%	569.76	35.97	6.31%
京东	798.16	80.41	10.07%	1,506.27	84.5	5.61%	788.76	33.21	4.21%	299.93	0.7	0.23%
唯品会	4,607.94	3.77	0.08%	6,061.47	5.72	0.09%	4,234.88	12.83	0.30%	1,410.79	-	-
其他	468.18	32.94	7.04%	444.84	4.78	1.07%	243.47	9.48	3.89%	133.33	0.11	0.08%
<b>合计</b>	<b>12,463.42</b>	<b>1,243.42</b>	<b>9.98%</b>	<b>17,232.06</b>	<b>1,991.97</b>	<b>11.56%</b>	<b>7,954.75</b>	<b>390.48</b>	<b>4.91%</b>	<b>2,413.81</b>	<b>36.78</b>	<b>1.52%</b>

公司通过电商渠道的主要采取直营的销售方式，在各电商平台的产品销售定价皆由公司主导，公司在定价时主要考虑商品情况和销售时间等客观因素。电商平台的销售方式主要包括电商服务平台模式和联营模式两种，相应的结算方式也不同。电商销售模式和结算方式差异原因系由各家电商平台的运营模式不同所致，公司根据与各家电商签订合作协议，并按合作协议进行结算。

其他宣传费主要系公司配合直营商场做的广告宣传及公司为树立品牌形象、扩大销售发生的日常宣传。2015年其他宣传费发生额较2016年高的原因系公司为扩大水孩儿品牌影响力，在中央电视台、爱奇艺平台累计投入280余万元发布视频广告所致。2016年、2017年，公司调整了广告投放策略，未继续通过电视及网络视频平台投放广告，并根据市场情况逐年加大对电商业务的投入力度，将公司的广告宣传费向电商业务集中，故此报告期内公司的电商宣传费持续高速增长，其他类广告宣传费逐年下降。

同行业可比公司商场费用情况：

项目	商场费用占销售费用比率(%)			
	2018年1-6月	2017年	2016年	2015年
安奈儿	29.48	27.78	22.63	22.51
嘉曼服饰	22.43	20.89	19.90	20.78

报告期内，公司商场费用占销售费用比率稳定20%左右，和同行业相近。

同行业可比公司宣传推广费情况

项目	宣传推广费率(%)			
	2018年1-6月	2017年	2016年	2015年
安奈儿	3.14	3.91	3.56	3.72
嘉曼服饰	3.97	3.99	1.86	1.48

宣传推广费率=宣传推广费/销售收入

由上表可知,发行人宣传推广费率2015年、2016年低于同行业,2017年略高于同行业的原因主要系同行业公司安奈儿电商业务启动较早,电商推广较大,嘉曼2017年电商才开始大力发展,并相应投入较大宣传推广费,因此2017年、2018年1-6月宣传费用率与同行业公司安奈儿基本一致。

#### 同行业销售费用比较

##### (2) 安奈儿

单位:万元

销售费用	2018年1-6月		2017年		2016年		2015年	
	金额	占比(%)	金额	占比(%)	金额	占比(%)	金额	占比(%)
人工费用	9,763.02	44.22	18,319.63	43.61	18,051.14	48.38	17,561.98	50.33
租金及管理费	3,895.24	17.64	6,136.04	14.61	4,412.80	11.83	3,810.05	10.92
店铺费用	2,614.04	11.84	5,534.58	13.18	4,029.29	10.80	4,045.28	11.59
广告宣传费	1,782.52	8.07	4,032.51	9.60	3,277.58	8.78	3,126.06	8.96
办公费	1,028.86	4.66	1,978.15	4.71	1,974.41	5.29	1,896.05	5.43
装修费用	1,365.77	6.19	2,413.84	5.75	2,184.36	5.85	1,700.27	4.87
包装运输费用	1,009.59	4.57	2,400.53	5.71	1,976.34	5.30	1,678.30	4.81
其他	617.70	2.80	1,191.68	2.84	1,405.05	3.77	1,078.94	3.09
<b>合计</b>	<b>22,076.74</b>	<b>100.00</b>	<b>42,006.96</b>	<b>100.00</b>	<b>37,310.97</b>	<b>100.00</b>	<b>34,896.94</b>	<b>100.00</b>

公司销售费用和安奈儿在费用归集类别存在差异,但销售费用结构中主要费用明细的占比是相近的,如职工薪酬、商场费用(安奈儿是“租金及管理费”和“店铺费用”)。

#### 2、销售费用率

项目	销售费用率(%)			
	2018年1-6月	2017年度	2016年度	2015年度
安奈儿	38.84	40.73	40.54	41.53
金发拉比	20.66	18.82	18.58	16.75
朗姿股份	35.65	32.82	34.83	35.65
维格娜丝	40.31	39.19	41.44	43.22
歌力思	31.47	28.88	30.33	32.37
安正时尚	31.24	31.37	28.78	26.73
七匹狼	17.41	14.90	17.69	19.64
报喜鸟	37.28	35.15	38.08	31.52
希努尔	15.39	17.30	19.05	19.61
步森股份	16.23	18.54	17.50	20.32
九牧王	25.21	27.07	27.96	25.69
摩登大道	27.01	35.55	61.83	43.04
美邦服饰	37.44	39.87	37.52	34.86
搜于特	1.54	2.06	4.88	14.20
森马服饰	17.11	14.66	13.64	11.85
太平鸟	37.90	34.29	34.84	31.38
拉夏贝尔	48.94	48.39	47.31	45.62
日播时尚	38.73	32.49	32.31	32.10
平均值	28.80	28.45	30.40	29.23
嘉曼服饰	27.97	28.59	28.21	27.74

数据来源：Wind。

公司的销售费用主要包括职工薪酬、商场费用、折旧摊销、宣传推广费、办公差旅费等。报告期内，公司销售费用率接近同行业上市公司平均水平。在服装类上市公司中，各家经营策略不一，导致期间费用率存在较大差异，采取直营联营模式的企业通常具有较高的销售费用率，采取直营自营模式的企业除支付商场费用外还需支付商铺租金，通常会导致更高的销售费用率，而采取加盟模式的企业通常具有较低的销售费用率。公司采取“直营+加盟”的业务模式，报告期内，公司销售费用率与行业平均值相近，与公司的经营状况相符。

## 2、管理费用

报告期内，公司管理费用构成如下：

单位：万元

项目	2018年 1-6月	占比 (%)	2017年 度	占比 (%)	2016年 度	占比 (%)	2015年 度	占比 (%)
职工薪酬	1,422.31	58.47	2,586.35	59.71	1,782.28	48.16	1,751.98	53.96
折旧摊销	298.95	12.29	463.39	10.70	438.72	11.86	265.87	8.19
租赁费	243.07	9.99	488.10	11.27	477.10	12.89	483.65	14.90
办公费、差旅	388.09	15.95	495.82	11.45	614.38	16.60	482.74	14.87
中介机构服务费	26.11	1.07	117.97	2.72	128.52	3.47	83.18	2.56
税费			-	-	28.87	0.78	44.64	1.38
其他	54.06	2.22	179.84	4.15	230.67	6.23	134.73	4.15
<b>合计</b>	<b>2,432.58</b>	<b>100.00</b>	<b>4,331.48</b>	<b>100.00</b>	<b>3,700.53</b>	<b>100.00</b>	<b>3,246.79</b>	<b>100.00</b>

2015年至2018年1-6月，公司管理费用主要为职工薪酬、租赁费、办公差旅费和折旧摊销费等。2016年，公司办公差旅费相对于2015年有所增加，主要是公司设计费、差旅费等费用增加所致。最近三年，公司管理费用中的折旧摊销逐年增加主要系公司天津物流中心转固后折旧大幅增加所致。2017年职工薪酬占比最大，主要是因为公司加强商品企划以及设计研发投入，设计以及商品、生产采购人员增加较多。

#### 1、报告期各期管理人员人数、平均工资情况：

管理人员 结构	2018年1-6月		2017年		2016年		2015年	
	人数	平均工资 (万元)	人数	平均工资 (万元)	人数	平均工资 (万元)	人数	平均工资 (万元)
总监及以上	13	15.02	13	22.96	12	18.67	13	15.91
经理	7	9.51	15	12.00	9	10.12	11	9.55
基层职员	151	4.02	114	6.77	98	5.82	96	5.27
工人等	87	2.57	88	5.03	104	4.19	154	4.01

注：上表中管理人员的范围为发生的薪酬在管理费用归集核算的人员。其中人数为各期末在册人数。

2015年应付职工薪酬大幅增加的原因主要系天津物流中心正式投入使用，人员大幅增加所致。

2、2015年职工薪酬大幅增长的原因并与同行业可比公司及同地区的薪酬进行对比分析：

单位：万元

同行业、同地区比较	职能人员	2018年1-6月均值	2017年均值	2016年均值	2015年均值
嘉曼服饰	管理人员(含工人)	4.24	7.88	5.93	5.39
	管理人员(不含工人)	5.08	9.18	7.72	7.11
安奈儿	生产管理人员	未取得	未取得	10.30	9.35
北京市平均工资		未取得	7.07	6.59	5.87

注：北京市平均工资水平参照全市城镇私营单位就业人员的年平均工资，数据来源于北京市统计局，查询网址：<http://www.bjstats.gov.cn/>。

报告期内发行人管理人员薪酬低于同行业安奈儿公司，但接近当地平均工资。

### 3、财务费用

单位：万元

项目	2018年1-6月	2017年度	2016年度	2015年度
利息支出	66.73	194.00	309.21	454.52
减：利息收入	38.38	28.87	62.27	39.74
汇兑损益	-8.63	21.73	43.58	0.25
手续费及其他	33.30	114.24	46.54	98.12
<b>合计</b>	<b>53.02</b>	<b>301.10</b>	<b>337.06</b>	<b>513.15</b>

报告期内，公司财务费用主要由银行借款利息、非金融机构天津自行车王国产业园区有限公司向公司提供的借款产生的利息形成。

报告期内，公司的利息支出逐年下降，主要系2014年公司天津物流中心1、2、4号车间在建工程结转固定资产后，2015年开始公司的大额资本性支出相对减少，同时报告期内又偿还了到期银行借款和非金融机构天津自行车王国产业园区有限公司向公司提供的借款所致。2018年1-6月份公司偿还了大部分银行借款因此财务费用大幅度下降。

### 4、与同行业上市公司比较

报告期内，公司期间费用率与同行业上市公司的比较情况如下：

项目	2018年度1-6月			2017年度			2016年度			2015年度		
	销售费率(%)	管理费率(%)	财务费率(%)	销售费率(%)	管理费率(%)	财务费率(%)	销售费率(%)	管理费率(%)	财务费率(%)	销售费率(%)	管理费率(%)	财务费率(%)
安奈儿	38.84	6.98	-1.16	40.73	6.88	-0.14	40.54	6.15	0.39	41.53	6.00	0.27
金发拉比	20.66	15.52	-1.22	18.82	10.75	-1.09	18.58	8.90	-2.14	16.75	8.66	-2.74
朗姿股份	35.65	12.60	6.85	32.82	14.56	3.17	34.83	15.30	0.64	35.65	16.64	2.33
维格娜丝	40.31	9.79	8.64	39.19	8.95	8.46	41.44	13.98	-0.77	43.22	11.51	-1.92
歌力思	31.47	14.50	-0.15	28.88	14.35	-1.20	30.33	13.95	-0.56	32.37	10.61	-1.34
安正时尚	31.24	13.32	-0.11	31.37	13.29	-0.22	28.78	13.75	0.42	26.73	13.80	0.42
七匹狼	17.41	9.43	-0.79	14.90	8.13	-1.49	17.69	8.66	-1.28	19.64	9.93	-2.97
报喜鸟	37.28	15.70	0.72	35.15	15.20	1.07	38.08	14.22	1.76	31.52	13.55	1.13
希努尔	15.39	3.49	-0.92	17.30	6.68	0.47	19.05	7.97	0.76	19.61	7.30	0.83
步森股份	16.23	13.44	-0.43	18.54	6.68	0.53	17.50	13.10	0.10	20.32	14.19	1.28
九牧王	25.21	8.24	0.15	27.07	7.11	0.32	27.96	8.65	-0.27	25.69	9.11	0.13
摩登大道	27.01	11.94	1.29	35.55	10.91	1.88	61.83	13.80	6.50	43.04	12.02	1.53
美邦服饰	37.44	3.07	0.93	39.87	4.28	1.00	37.52	5.11	1.75	34.86	5.12	1.85
搜于特	1.54	1.01	0.73	2.06	1.05	0.39	4.88	2.19	0.86	14.20	5.73	2.07
森马服饰	17.11	4.28	-1.09	14.66	5.31	-0.66	13.64	5.17	-0.68	11.85	4.09	-1.56
太平鸟	37.90	9.49	0.26	34.29	7.64	0.30	34.84	8.12	0.58	31.38	7.85	0.48
拉夏贝尔	48.94	5.17	0.32	48.39	4.33	0.18	47.31	4.58	0.02	45.62	4.49	-0.46
日播时尚	38.73	16.52	0.32	32.49	13.76	0.39	32.31	13.04	0.51	32.10	13.21	0.50
平均值	<b>28.80</b>	<b>9.69</b>	<b>0.80</b>	<b>28.45</b>	<b>8.88</b>	<b>0.74</b>	<b>30.40</b>	<b>9.81</b>	<b>0.48</b>	<b>29.23</b>	<b>9.66</b>	<b>0.10</b>
嘉曼服饰	<b>27.97</b>	<b>7.38</b>	<b>0.16</b>	<b>28.59</b>	<b>7.90</b>	<b>0.55</b>	<b>28.21</b>	<b>9.20</b>	<b>0.84</b>	<b>27.74</b>	<b>8.43</b>	<b>1.33</b>

数据来源：Wind。

公司管理费用主要包括职工薪酬、租赁费、办公差旅费和折旧摊销费等，报告期内，公司的管理费用率与行业平均值接近，也与公司的经营特征相符。

2015年至2016年，公司财务费用率高于同行业上市公司平均水平，主要因为公司和同行业上市公司相比，处于尚未上市阶段，因此无法通过资本市场进行股权融资，只能通过债务方式进行融资，因此财务费用率相对较高。

公司销售费用同行业分析如下



## 嘉曼服饰

单位：万元

构成	2018年1-6月		2017年		2016年		2015年	
	金额	占比(%)	金额	占比(%)	金额	占比(%)	金额	占比(%)
职工薪酬	4,054.74	43.99	7,140.31	45.53	6,041.03	53.22	5,622.47	52.61
商场费用	2,067.18	22.43	3,276.43	20.89	2,258.37	19.90	2,220.98	20.78
宣传推广费	1,308.74	14.20	2,188.18	13.95	747.61	6.59	570.02	5.33
运杂费	571.14	6.20	815.15	5.20	442.04	3.89	294.73	2.76
折旧摊销	458.65	4.98	754.82	4.81	716.24	6.31	920.77	8.62
办公费、差旅	462.64	5.02	765.48	4.88	440.06	3.88	331.22	3.10
品牌使用费	181.21	1.97	254.78	1.62	228.15	2.01	83.18	0.78
物料消耗	64.00	0.69	129.65	0.83	183.86	1.62	353.35	3.31
检测费	14.02	0.15	207.12	1.32	138.36	1.22	194.09	1.82
其他	34.88	0.38	150.25	0.96	154.34	1.36	96.02	0.90
<b>销售费用小计</b>	<b>9,217.21</b>	<b>100.00</b>	<b>15,682.17</b>	<b>100.00</b>	<b>11,350.06</b>	<b>100.00</b>	<b>10,686.83</b>	<b>100.00</b>

## 安奈儿

单位：万元

销售费用	2018年1-6月		2017年		2016年		2015年	
	金额	占比(%)	金额	占比(%)	金额	占比(%)	金额	占比(%)
人工费用	9,763.02	44.22	18,319.63	43.61	18,051.14	48.38	17,561.98	50.33
租金及管理费	3,895.24	17.64	6,136.04	14.61	4,412.80	11.83	3,810.05	10.92
店铺费用	2,614.04	11.84	5,534.58	13.18	4,029.29	10.80	4,045.28	11.59
广告宣传费	1,782.52	8.07	4,032.51	9.60	3,277.58	8.78	3,126.06	8.96
办公费	1,028.86	4.66	1,978.15	4.71	1,974.41	5.29	1,896.05	5.43
装修费用	1,365.77	6.19	2,413.84	5.75	2,184.36	5.85	1,700.27	4.87
包装运输费用	1,009.59	4.57	2,400.53	5.71	1,976.34	5.30	1,678.30	4.81
其他	617.70	2.80	1,191.68	2.84	1,405.05	3.77	1,078.94	3.09
<b>合计</b>	<b>22,076.74</b>	<b>100.00</b>	<b>42,006.96</b>	<b>100.00</b>	<b>37,310.97</b>	<b>100.00</b>	<b>34,896.94</b>	<b>100.00</b>

上述可知，公司销售费用和安奈儿在费用归集类别存在差异，但销售费用结构中主要费用明细的占比是相近的，如职工薪酬、商场费用（安奈儿是“租金及管理费”和“店铺费用”）。

## 2、销售费用率

项目	销售费用率 (%)			
	2018 年度 1-6 月	2017 年度	2016 年度	2015 年度
安奈儿	38.84	40.73	40.54	41.53
金发拉比	20.66	18.82	18.58	16.75
朗姿股份	35.65	32.82	34.83	35.65
维格娜丝	40.31	39.19	41.44	43.22
歌力思	31.47	28.88	30.33	32.37
安正时尚	31.24	31.37	28.78	26.73
七匹狼	17.41	14.90	17.69	19.64
报喜鸟	37.28	35.15	38.08	31.52
希努尔	15.39	17.30	19.05	19.61
步森股份	16.23	18.54	17.50	20.32
九牧王	25.21	27.07	27.96	25.69
摩登大道	27.01	35.55	61.83	43.04
美邦服饰	37.44	39.87	37.52	34.86
搜于特	1.54	2.06	4.88	14.20
森马服饰	17.11	14.66	13.64	11.85
太平鸟	37.90	34.29	34.84	31.38
拉夏贝尔	48.94	48.39	47.31	45.62
日播时尚	38.73	32.49	32.31	32.10
平均值	28.80	28.45	30.40	29.23
嘉曼服饰	27.97	28.59	28.21	27.74

数据来源：Wind。

公司的销售费用主要包括职工薪酬、商场费用、折旧摊销、宣传推广费、办公差旅费等。报告期内，公司销售费用率接近同行业上市公司平均水平。在服装类上市公司中，各家经营策略不一，导致期间费用率存在较大差异，采取直营联营模式的企业通常具有较高的销售费用率，采取直营自营模式的企业除支付商场费用外还需支付商铺租金，通常会导致更高的销售费用率，而采取加盟模式的企业通常具有较低的销售费用率。公司采取“直营+加盟”的业务模式，报告期内，公司销售费用率与行业平均值相近，与公司的经营状况相符。

#### (四) 利润表其他项目分析

##### 1、税金及附加

单位：万元

项目	2018年1-6月	2017年度	2016年度	2015年度
城市维护建设税	160.20	264.94	191.55	201.45
教育费附加	114.46	188.76	136.54	143.74
房产税	27.50	67.01	28.90	-
印花税	16.55	41.71	8.33	-
防洪费	8.12	21.24	6.86	11.24
土地使用税	2.30	4.61	2.70	-
水利建设基金	0.03	0.12	0.18	0.52
其他		65.85	5.58	0.11
<b>合计</b>	<b>329.16</b>	<b>654.24</b>	<b>380.62</b>	<b>357.06</b>

公司税金及附加主要是以实际缴纳的交增值税为计税依据的附加税费(城市维护建设税和教育费附加)构成。报告期内,公司税金及附加逐年增加,主要是系实际缴纳的交增值税逐步增长所致。2018年1-6月由于会计期间长度不一,所以2018年1-6月的税金及附加有所下降。

##### 2、资产减值损失

报告期内,公司资产减值损失明细如下:

单位：万元

项目	2018年1-6月	2017年度	2016年度	2015年度
坏账损失	39.29	245.09	13.31	38.51
存货跌价损失	815.32	1,700.66	1,334.75	942.95
<b>合计</b>	<b>854.61</b>	<b>1,945.74</b>	<b>1,348.06</b>	<b>981.45</b>

报告期内,公司的资产减值损失全部是按公司会计政策计提的坏账准备及存货跌价损失,不存在固定资产、无形资产等资产的减值情况,显示公司的资产运行情况良好。

报告期内,存货跌价损失逐年增加,主要系存货金额增加相应导致计提存货跌价损失增加所致。

### 3、投资收益

单位：万元

项目	2018年 1-6月	2017年度	2016年度	2015年度
处置长期股权投资产生的投资收益	-	-	-	-
理财收益	-	-	-	22.05
<b>合计</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>22.05</b>

2015年理财收益系公司购买银行理财产品于2015年到期取得的收益。

### 4、营业外收支

#### (1) 营业外收入

报告期内，公司营业外收入情况如下：

单位：万元

项目	2018年 1-6月	2017年度	2016年度	2015年度
政府补助		-	643.11	246.05
其他	2.04	34.24	32.95	0.28
<b>合计</b>	<b>2.04</b>	<b>34.24</b>	<b>676.07</b>	<b>246.32</b>

#### (2) 营业外支出

报告期内，公司营业外支出情况如下：

单位：万元

项目	2018年 1-6月	2017年度	2016年度	2015年度
工伤赔偿款		56.00		
其他	0.01	10.64	0.19	0.85
<b>合计</b>	<b>0.01</b>	<b>66.64</b>	<b>0.19</b>	<b>0.85</b>

注1、2015年度：“其他”中主要包含子公司天津嘉曼印花税滞纳金0.84万元。

注2、2016年度：“其他”中主要包含子公司深圳嘉宜美丢发票罚款0.19万元。

注3、2017年度：“其他”中主要包含子公司天津嘉曼竣工违约金9.28万元。

注4、2018年1-6月：“其他”中主要包含嘉曼服饰海关关税滞纳金60元。

报告期内，公司的营业外支出主要系非流动资产处置损失、滞纳金、员工补偿款；公司的营业外支出金额较小，对公司利润影响十分有限。

## 5、其他收益

报告期内，公司其他收益如下：

单位：万元

补助项目	2018年 1-6月	2017年度	2016年度	2015年度	与资产相关/与收益 相关
企业扶持基金	354.81	1,105.44			与收益相关
其他补助	-	0.80			与收益相关
<b>合计</b>	<b>354.81</b>	<b>1,106.24</b>			

## 6、所得税费用

报告期内，公司所得税费用明细如下：

单位：万元

项目	2018年1-6月	2017年度	2016年度	2015年度
当期所得税费用	1,038.65	1,920.22	1,317.75	1,194.06
递延所得税费用	252.61	-126.95	-66.05	-103.66
<b>合计</b>	<b>1,291.26</b>	<b>1,793.27</b>	<b>1,251.70</b>	<b>1,090.40</b>

报告期内，所得税费用逐年大幅度提高，主要系公司业务规模扩大带来利润总额增加，从而导致应纳税所得额相应增加所致。

### (五) 净利润变化分析

#### 1、主营产品对毛利率的贡献

公司主营产品对毛利率的贡献情况如下：

项目	2018年1-6月 (%)	2017年 (%)	2016年 (%)	2015年 (%)
外套	11.07	14.55	15.29	17.34
上衣	19.47	20.08	18.63	14.77
裙子	10.20	5.95	6.87	6.47
裤子	11.95	11.13	10.78	10.30
其他	1.13	1.34	1.48	2.29
<b>主营业务合计</b>	<b>53.82</b>	<b>53.05</b>	<b>53.05</b>	<b>51.16</b>

注：对总体毛利率的贡献数=某产品毛利率×某产品销售收入占同期销售总额的比例

2015年、2016年、2017年和2018年1-6月，公司主营业务毛利率分别为51.16%、53.05%、53.05%和53.82%；主要来自于外套、上衣、裤子等产品的贡

献。

## 2、销售模式对毛利率的贡献

公司不同销售模式对毛利率的贡献情况如下：

项目	2018年1-6月(%)	2017年(%)	2016年(%)	2015年(%)
线下直营	24.99	26.15	32.39	33.66
加盟	8.09	9.95	11.50	15.70
电商直营	20.75	16.94	9.16	1.81
<b>主营业务合计</b>	<b>53.82</b>	<b>53.05</b>	<b>53.05</b>	<b>51.16</b>

2015年度、2016年度、2017年度及2018年1-6月，公司线上线下直营合计对毛利率的贡献分别为35.47%、41.55%、43.10%及45.73%，为毛利的主要贡献来源。报告期内，由于线上电商直营业务对毛利率的贡献逐年上升，尤其在2017年、2018年1-6月发展迅速，导致公司线下直营业务与线下加盟业务对毛利率的贡献逐渐下降。

## 3、不同品牌对毛利率的贡献

公司不同品牌类型对毛利率的贡献情况如下：

品牌类型	2018年1-6月(%)	2017年度(%)	2016年度(%)	2015年度(%)
自有品牌	13.87	14.92	19.83	24.65
授权经营品牌	28.06	23.99	14.64	5.96
国际零售代理品牌	11.90	14.14	18.58	20.55
<b>主营业务合计</b>	<b>53.82</b>	<b>53.05</b>	<b>53.05</b>	<b>51.16</b>

2015年度、2016年度、2017年度及2018年1-6月，公司自有品牌和国际零售代理品牌产品对毛利率的贡献逐年下降，授权经营品牌产品对毛利率的贡献逐渐上升。

## 4、同行业上市公司净利率情况

公司	2018年1-6月	2017年度	2016年度	2015年度
安奈儿	9.80	6.74	8.69	8.53
金发拉比	18.06	21.57	19.08	19.12
朗姿股份	9.89	8.26	13.57	6.56

公司	2018年1-6月	2017年度	2016年度	2015年度
维格娜丝	9.83	8.72	13.69	13.77
歌力思	17.29	17.48	19.96	19.43
安正时尚	21.91	19.57	19.9	20.17
七匹狼	9.38	11.25	10.62	11.38
报喜鸟	2.66	1.18	-19.51	4.52
希努尔	0.90	4.88	1.10	2.25
步森股份	-7.40	-9.94	1.79	2.84
九牧王	21.15	19.45	18.8	18.13
摩登大道	7.08	12.62	-44.63	-1.15
美邦服饰	1.36	-4.74	0.56	-6.92
搜于特	4.62	4.21	6.30	10.01
森马服饰	11.97	9.47	13.26	14.30
太平鸟	6.11	6.41	6.72	9.11
拉夏贝尔	5.56	6.03	5.59	7.24
日播时尚	3.13	7.25	8.24	8.47
<b>平均值</b>	<b>8.52</b>	<b>8.35</b>	<b>5.76</b>	<b>9.32</b>
<b>嘉曼服饰(扣非前)</b>	<b>11.87</b>	<b>9.96</b>	<b>9.22</b>	<b>8.04</b>
<b>嘉曼服饰(扣非后)</b>	<b>11.06</b>	<b>8.49</b>	<b>7.96</b>	<b>7.53</b>

数据来源：Wind。

2015至2017年度，公司扣除非经常性损益后的净利率逐年上升，但与行业平均净利率有所差异，主要系在服装行业中，童装行业尚处于成长期阶段，而不同于其他成人服装行业已处于相对成熟期、企业的盈利状况易受市场消费景气度下降所影响。公司扣除非经常性损益后的净利率与以直营业务为主的童装类上市公司安奈儿较为接近。

报告期内，公司实施差异化的多品牌发展战略，通过目标消费群体、品牌定位及品牌风格等方面的差异，满足了日益细分的多元的消费需求，同时实现了目标消费群体的广泛覆盖。公司通过运营自有品牌、授权经营品牌和国际零售代理品牌等不同品牌类型的产品，掌握了品牌童装服饰运营的核心要素。在此基础上，公司运用自身品牌运营能力较强的优势，通过输送成熟的管理理念和运营模式，不断培育新的品牌作为业绩助推器和利润增长点。在销售渠道方面，公司顺应消

费潮流，以成长性较好的暇步士品牌为突破口大力发展电商直营业务，电商收入的比重持续大幅增加，成为公司利润新的增长点。2015 年度、2016 年度、2017 年度和 2018 年 1-6 月，公司扣除非经常性损益前归属于母公司所有者的净利润分别为 3,098.80 万元、3,710.52 万元、5,461.76 万元和 3,910.65 万元；扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润分别为 2,899.34 万元、3,203.51 万元、4,655.86 万元和 3,644.22 万元。报告期内，公司不断拓展和优化销售渠道、丰富产品品牌类型与数量，实现了主营业务收入的持续稳定增长，扣除非经常性损益后的净利润呈逐年增长趋势，同时，公司亦持续加强成本管理与费用控制，销售净利率与销售毛利率均保持平稳。

### (六) 非经常性损益分析

单位：万元

项目	2018 年 1-6 月	2017 年度	2016 年度	2015 年度
非流动资产处置损益	-1.62	0.68	0.13	-1.57
计入当期损益的政府补助(与企业业务密切相关,按照国家统一标准定额或定量享受的政府补助除外)	354.81	1,106.24	643.11	246.05
委托他人投资或管理资产的损益		-	-	22.05
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	2.04	-32.40	32.76	-0.58
其他符合非经常性损益定义的损益项目		-	-	-
所得税影响额	88.79	268.63	169.00	66.49
少数股东权益影响额		-	-	-
<b>合计</b>	<b>266.43</b>	<b>805.90</b>	<b>507.01</b>	<b>199.46</b>

2015 年度、2016 年度、2017 年度和 2018 年 1-6 月，公司非经常性损益对净利润的影响数分别为 199.46 万元、507.01 万元、805.90 万元和 266.43 万元；以上影响数分别占公司归属于母公司股东的净利润的 6.44%、13.66%、14.76%和 6.81%。

2016 年度、2017 年度，非经常性损益较大的原因是子公司天津嘉曼、天津嘉士收到政府补助所致。



### 三、现金流量分析

报告期内现金流量的基本情况:

单位: 万元

项目	2018年 1-6月	2017年度	2016年度	2015年度
<b>一、经营活动产生的现金流量</b>				
经营活动现金流入小计	42,625.40	64,308.87	48,203.84	44,851.87
经营活动现金流出小计	36,805.93	60,061.30	45,045.67	42,124.90
<b>经营活动产生的现金流量净额</b>	<b>5,819.46</b>	<b>4,247.57</b>	<b>3,158.18</b>	<b>2,726.97</b>
<b>二、投资活动产生的现金流量</b>				
投资活动现金流入小计	1.45	1.35	0.31	3,066.15
投资活动现金流出小计	3,028.30	2,113.25	1,395.97	3,368.73
<b>投资活动产生的现金流量净额</b>	<b>-3,026.85</b>	<b>-2,111.90</b>	<b>-1,395.66</b>	<b>-302.58</b>
<b>三、筹资活动产生的现金流量</b>				
筹资活动现金流入小计	7.00	8,420.00	3,409.60	5,600.00
筹资活动现金流出小计	3,156.64	8,941.89	4,314.53	9,189.12
<b>筹资活动产生的现金流量净额</b>	<b>-3,149.64</b>	<b>-521.89</b>	<b>-904.93</b>	<b>-3,589.12</b>
<b>四、汇率变动对现金及现金等价物的影响</b>	<b>-2.55</b>	<b>0.34</b>	<b>0.44</b>	<b>0.25</b>
<b>五、现金及现金等价物净增加额</b>	<b>-359.57</b>	1,614.11	<b>858.02</b>	<b>-1,164.47</b>
加: 期初现金及现金等价物余额	4,263.31	2,649.20	1,791.17	2,955.65
<b>六、期末现金及现金等价物余额</b>	<b>3,903.74</b>	<b>4,263.31</b>	<b>2,649.20</b>	<b>1,791.17</b>

#### (一) 经营活动产生的现金流量分析

报告期, 公司经营活动现金流量情况如下:

单位: 万元

项目	2018年1-6月	2017年度	2016年度	2015年度
销售商品、提供劳务收到的现金	37,981.41	62,641.52	45,932.47	44,048.98
收到的税费返还		-	228.33	9.09
收到其他与经营活动有关的现金	4,643.98	1,667.34	2,043.04	793.80
经营活动现金流入小计	42,625.40	64,308.87	48,203.84	44,851.87
购买商品、接受劳务支付的现金	20,780.27	32,232.55	26,519.57	24,662.42
支付给职工以及为职工支付的现金	5,523.05	9,296.00	7,767.08	7,326.90

项目	2018年1-6月	2017年度	2016年度	2015年度
支付的各项税费	4,339.92	6,056.28	3,900.63	4,757.85
支付其他与经营活动有关的现金	6,162.69	12,476.47	6,858.38	5,377.74
经营活动现金流出小计	36,805.93	60,061.30	45,045.67	42,124.90
<b>经营活动产生的现金流量净额</b>	<b>5,819.46</b>	<b>4,247.57</b>	<b>3,158.18</b>	<b>2,726.97</b>
营业收入	32,948.63	54,844.88	40,239.15	38,521.37
营业成本	28,101.95	25,749.63	18,836.61	18,812.82
净利润	3,910.65	5,461.76	3,710.52	3,098.80

公司经营性活动现金流量情况较好，销售商品、提供劳务收到的现金与同期公司营业收入保持同趋势增长，反映出公司主营业务获取现金能力较强；同时，购买商品、接受劳务支付的现金与营业成本、期末存货及公司实际业务情况相符合。

补充资料	2018年1-6月	2017年度	2016年度	2015年度
1、将净利润调节为经营活动现金流量				
净利润	3,910.65	5,461.76	3,710.52	3,098.80
加：资产减值准备	854.61	1,945.74	1,348.06	981.45
固定资产折旧	179.63	335.57	336.14	193.81
无形资产摊销	17.03	30.46	28.76	41.92
长期待摊费用摊销	573.78	850.95	790.07	959.03
处置固定资产、无形资产和其他长期资产的损失（收益以“-”号填列）	1.62	-0.68	0.03	1.57
财务费用（收益以“-”号填列）	68.64	254.03	309.23	525.09
投资损失（收益以“-”号填列）		0.00	0.00	-22.05
递延所得税资产减少（增加以“-”号填列）	252.61	-126.95	-66.05	-103.66
存货的减少（增加以“-”号填列）	3,165.73	-3,531.63	-2,822.00	-1,362.80
经营性应收项目的减少（增加以“-”号填列）	-275.33	-1,945.76	394.57	-75.88
经营性应付项目的增加（减少以“-”号填列）	-2,929.50	974.06	-871.15	-1,510.31
其他		0.00	0.00	0.00
经营活动产生的现金流量净额	5,819.46	4,247.57	3,158.18	2,726.97

2015年、2016年由于扩大采购规模，应付账款较高所以经营活动现金净流低于净利润，2017年由于期末的应收账款较高，所以经营活动现金净流低于净

利润，2018年1-6月经营活动现金流高于净利润。

## (二) 投资活动产生的现金流量分析

单位：万元

项目	2018年 1-6月	2017年度	2016年度	2015年度
收回投资收到的现金		-	-	3,040.00
取得投资收益收到的现金		-	-	22.05
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	1.45	1.35	0.31	4.10
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额		-	-	-
投资活动现金流入小计	1.45	1.35	0.31	3,066.15
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	1,018.30	2,113.25	1,395.97	1,828.73
投资支付的现金	2,010.00	-	-	1,540.00
投资活动现金流出小计	3,028.30	2,113.25	1,395.97	3,368.73
<b>投资活动产生的现金流量净额</b>	<b>-3,026.85</b>	<b>-2,111.90</b>	<b>-1,395.66</b>	<b>-302.58</b>

2015年度，公司投资支出为购建固定资产、无形资产及其他长期资产的相关支出和购买银行理财产品，此外，当年收回了购买银行理财的现金。2016年度、2017年度、2018年1-6月公司投资支出均有购建固定资产、无形资产及其他长期资产的相关支出，此外2018年1-6月公司存入结构性存款导致投资支付的现金增加。

2015年、2016年、2017年和2018年1-6月，公司投资活动产生的现金流量净额依次为-302.58万元、-1,395.66万元、-2,111.90万元和-3,026.85万元。2016年度，公司投资活动产生的现金流量净额较2015年减少，主要系当年度仅发生购建固定资产、无形资产及其他长期资产的相关支出而基本未发生投资活动现金流入所致；2017年，公司投资活动产生的现金流量净额较2016年有所减少，主要系购建固定资产、无形资产及其他长期资产的相关支出增加所致。2018年1-6月，公司投资活动产生的现金流量净额较2017年降幅较大，主要系本期结构性存款增加所导致。

**(三) 筹资活动产生的现金流量分析**

单位：万元

项目	2018年1-6月	2017年度	2016年度	2015年度
吸收投资收到的现金		-	-	-
取得借款收到的现金	7.00	8,420.00	3,409.60	5,600.00
收到其他与筹资活动有关的现金		-	-	-
筹资活动现金流入小计	7.00	8,420.00	3,409.60	5,600.00
偿还债务支付的现金	3,088.00	8,692.24	4,000.00	8,700.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	68.64	189.61	261.54	378.55
支付其他与筹资活动有关的现金		60.05	52.98	110.57
筹资活动现金流出小计	3,156.64	8,941.89	4,314.53	9,189.12
<b>筹资活动产生的现金流量净额</b>	<b>-3,149.64</b>	<b>-521.89</b>	<b>-904.93</b>	<b>-3,589.12</b>

2015年、2016年、2017年和2018年1-6月，公司筹资活动产生的现金流量净额依次为-3,589.12万元、-904.93万元、-521.89万元和-3,149.64万元。2016年度，公司筹资活动产生的现金流量净额较2015年度减少，主要系当年公司取得的银行借款较2015年下降所致。2017年度，公司筹资活动产生的现金流量净额较2016年度增加，主要系公司取得的银行借款较2016年增加所致。2018年1-6月由于公司偿还大量债务、且并未举借新债，所以筹资活动产生的现金流量净额大幅度下降。

**(四) 重大资本性支出情况**

报告期内，公司重大资本性支出主要是用于天津物流中心建设，详细情况参见本招股说明书“第十一节 管理层讨论与分析”之“一、财务状况分析”之“（三）非流动资产分析”。

**(五) 未来可预见的重大资本性支出计划及资金需要量**

未来可预见的公司重大资本性支出是本次发行股票募集资金拟投资项目。若本次募集资金不能满足项目资金需求，资金缺口部分由公司自筹解决（详细情况参见本招股说明书“第十三节 募集资金运用”部分）。除前述项目外，未来无其他可预见的重大资本性支出计划。

## 四、或有事项和重大期后事项对公司的影响

截至本招股说明书签署日，公司涉及诉讼事项参见本招股说明书“第十节 财务会计信息”之“十、期后事项、或有事项及其他重要事项”。

除上述事项外，公司不存在对财务状况、盈利能力及持续经营产生重大影响的其他或有事项。

## 五、财务状况和盈利能力未来趋势分析

### (一) 公司存在的主要优势和困难

#### 1、主要优势

(1) 童装行业市场发展前景良好，公司面临着巨大的市场机遇。

(2) 公司已经在童装领域树立了良好的市场形象和市场地位，公司旗下品牌覆盖了从中端到高端的童装产品线，丰富的产品和差异化、多元化的品牌风格增强了公司的综合竞争力。

(3) 公司现有营销网络具有线下与知名商场合作稳定而广泛、线上网络销售发展迅速等优势，使得公司销售渠道的结构更加具有自主性与多元化。

(4) 公司多年从事童装行业，积累了大量的供应商资源，公司已与国外众多品牌商建立起稳定良好的合作关系，已成为国际品牌在国内重要的童装业务合作伙伴。

(5) 对于授权经营品牌业务，公司既引入了国际先进的品牌理念，又保证了符合国内顾客偏好的产品的设计，对公司业绩长期增长提供了持续的支持。

#### 2、主要困难

公司已经在童装行业的细分市场取得了较好的市场地位；若要继续扩大市场份额，公司需要进一步提升省会城市及主要地级市的网点覆盖率，进一步发展电商业务，加强研发体系建设，提高信息化控制技术，扩大业务规模。但是仅靠银行贷款已经不能满足未来发展的资金需求，未来的发展存在资金瓶颈。

### (二) 财务状况和盈利能力的未来趋势

公司管理层认为，公司所处行业具有较好的发展前景和市场容量，公司目前

主营业务经营业绩良好,预计公司财务状况和盈利能力将保持持续向好趋势;若公司本次首次公开发行股票并上市成功,公司的资产总额与净资产总额将会增加,公司资产负债率将相应下降,偿债能力将得到提升,有利于降低公司的财务风险,优化财务结构,提高债务融资能力。

募集资金投资项目的建设短期内会摊薄净资产收益率,但若项目能够如期的建设并实施完成,公司未来的盈利能力将逐步提升,经营业绩也将有较大的改观。

另外,公司的发行上市还有利于进一步调高公司的法人治理结构和管理水平,提高公司的知名度和影响力,并为公司快速发展提供有力的资金保障。

## 六、未来分红回报规划分析

### (一) 公司未来分红回报规划

为充分保障公司股东的合法权益,为股东提供稳定、持续的投资回报,并结合实际经营状况、未来发展规划以及外部融资环境,经公司 2017 年第五次临时股东大会审议通过了上市后适用的《公司章程(草案)》中的股利分配部分及未来分红回报规划。

#### 1、根据《公司章程(草案)》,公司未来的分红回报政策如下:

##### (1) 利润分配原则

- ①重视对投资者的合理投资回报并兼顾公司的可持续发展;
- ②在符合现金分红条件的前提下优先选择现金分红方式,并保持现金分红政策的一致性、合理性和稳定性;
- ③根据公司经营需要留存必要的未分配利润,保持公司持续经营能力。

##### (2) 利润分配形式

公司可以采取现金、股票或现金与股票相结合的方式分配股利。

##### (3) 利润分配顺序

公司优先选择现金分红的利润分配方式,如不符合现金分红条件,再选择股票股利的利润分配方式。

##### (4) 现金分红的条件和比例

公司董事会应当综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素,区分下列情形,并按照公司章程规定的

程序，提出差异化的现金分红政策：

①公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 80%；

②公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 40%；

③公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%；

④公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，按照前第（3）项规定处理。

如公司利润分配当年无重大资本性支出项目发生，应采取现金分红的利润分配方式。公司每年以现金形式分配的利润不少于当年实现的可供分配利润的 10%。

前述重大资本性支出项目是指经公司股东大会审议批准的、达到以下标准之一的购买资产（不含购买原材料、燃料和动力等与日常经营相关的资产）、对外投资（含收购兼并）等涉及资本性支出的交易事项：（1）交易涉及的资产总额占公司最近一期经审计总资产的 50%以上的事项；（2）交易标的（如股权）在最近一个会计年度相关的营业收入占公司最近一个会计年度经审计营业收入的 50%以上，且绝对金额超过 5,000 万元的事项；（3）交易标的（如股权）在最近一个会计年度相关的净利润占公司最近一个会计年度经审计净利润的 50%以上，且绝对金额超过 500 万元的事项；（4）交易的成交金额（含承担债务和费用）占公司最近一期经审计净资产的 50%以上，且绝对金额超过 5,000 万元的事项。

（5）交易产生的利润占公司最近一个会计年度经审计净利润的 50%以上，且绝对金额超过 500 万元的事项。

#### （5）发放股票股利的条件

如不满足现金分红条件，公司可采取股票股利的利润分配方式。采用股票股利进行利润分配的，公司董事会应综合考虑公司成长性、每股净资产的摊薄因素制定分配方案。

#### （6）利润分配的期间间隔

公司每一会计年度通常进行一次利润分配；董事会可以根据公司资金需求情

况提议进行中期分红。

## 2、公司还对上市后未来三年的分红回报进行了规划，具体如下：

### (1) 股东分红回报规划制定考虑因素

公司着眼于公司的长远和可持续发展，在综合分析公司经营发展实际、股东要求和意愿、社会资金成本、外部融资环境等因素，征求和听取股东尤其是中小股东的要求和意愿，充分考虑公司目前及未来盈利规模、现金流量状况、发展所处阶段、项目投资资金需求、本次发行融资、银行信贷及债权融资环境等因素，平衡股东的短期利益和长期利益的基础上制定股东分红回报规划，建立对投资者持续、稳定、科学的回报规划与机制，对股利分配做出制度性安排，并藉此保持公司利润分配政策的连续性和稳定性。

### (2) 股东分红回报规划制定原则

①本公司在本次发行上市后将采取现金、股票或其他符合法律法规规定的方式分配股票股利，并根据公司经营情况进行中期现金分红。

②本公司的利润分配政策将重视对投资者的合理投资回报，并保持利润分配政策的连续性和稳定性。

③在公司盈利、现金流满足公司正常经营和中长期发展战略需要的前提下，公司将优先选择现金分红方式，并保持现金分红政策的一致性、合理性和稳定性，保证现金分红信息披露的真实性。

### (3) 股东分红回报规划制定与修改的具体流程

①公司董事会应根据股东大会制定并列入公司章程的利润分配政策，以及公司未来发展计划，在充分考虑和听取股东（特别是公众投资者）、独立董事的意见基础上，每三年制定一次具体的股东分红回报规划。董事会制定的股东分红回报规划应经全体董事过半数同意且经独立董事过半数同意后提交股东大会审议通过。

②若因公司利润分配政策进行修改或公司经营环境或者自身经营状况发生较大变化而需要调整股东分红回报规划的，该调整应限定在利润分配政策规定的范围内，经全体董事过半数同意并经独立董事过半数同意后提交股东大会审议通过。



#### (4) 股东分红回报规划制定周期和相关决策机制

公司董事会应根据股东大会制定或修订的利润分配政策,至少每三年重新审阅一次《股东分红回报规划》,根据股东(特别是公众投资者)、独立董事的意见对公司正在实施的股利分配政策作出适当且必要的修改,确定该时段的股东分红回报规划,并确保调整后的股东分红回报规划不违反利润分配政策的有关规定。董事会制定的股东分红回报规划应经全体董事过半数并经独立董事过半数同意后提交股东大会审议通过。

#### (5) 公司上市后前三年股东分红回报具体规划

①公司在上市后前三年内,将采取现金分红、股票股利或者现金分红与股票股利相结合的方式进行利润分配,并优先选择现金分红方式进行分配。在留足法定公积金后,每年以现金方式分配的利润均不低于当年实现的可分配利润的10%。

②如在公司上市后前三年内公司经营业绩快速增长,董事会可以在现金分红的基础上,根据公司的经营业绩与股本规模的匹配情况择机发放股票股利;也可以根据公司的盈利情况及资金需求状况提议公司进行中期现金分红。

③公司董事会经综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平及未来重大资金支出安排等因素后认为,公司目前发展阶段属于成长期,资金需求量较大,因此公司上市后前三年进行利润分配时,现金分红在利润分配中所占比例最低达到20%。

④上述利润分配后的留存未分配利润将用于补充公司生产经营所需的流动资金及投资。

### (二) 股东回报规划的合理性和可行性分析

公司未来分红回报规划着眼于公司的长期可持续发展,以综合分析公司的实际经营状况、股东的投资回报要求和外部融资环境为基础,充分考虑了公司目前盈利能力、所处发展阶段、现金流量状况、资金需求以及融资环境等多方面因素,规划内容具备合理性和可行性。

## 1、公司盈利能力状况

公司在经营业绩实现持续增长的同时,保持了良好的盈利能力。2015年度、2016年度、2017年度和2018年1-6月,公司扣除非经常性损益前归属于母公司所有者的净利润分别为3,098.80万元、3,710.52万元、5,461.76万元和3,910.65万元;扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润分别为2,899.34万元、3,203.51万元、4,655.86万元和3,644.22万元。同期的主营业务毛利率分别为51.16%、53.05%和53.05%和53.82%。良好的盈利水平为公司实行持续、稳定的股利分配政策奠定了坚实的基础。

## 2、公司所处发展阶段以及资金需求

报告期内,公司的经营规模和盈利能力实现了稳定增长。在公司目前的发展阶段中,稳步提升公司各品牌的市场占有率,进一步巩固和拓展公司的营销网络,不断完善运营效率和水平,增强公司综合竞争能力,将使得公司获得良好的发展机遇。面对良好的发展机遇,公司通过自身积累、银行贷款以及增资扩股等方式,满足经营规模逐步扩大所增加的日常营运资金需求以及项目建设资本性支出。因此,公司制订股东回报规划时,需要考虑一定的内部积累来满足公司生产经营的资金需求,从而实现对于公司可持续发展的支撑作用,并从长远角度而言,支撑公司为股东提供持续、稳定的回报。

## 3、本次发行融资情况

公司首次公开发行股票并上市后,将根据公司业务发展目标、发展战略以及发展计划等,利用募集资金推进营销体系建设、电商运营、信息化系统升级,有助于公司进一步提升品牌影响力和市场占有率,完善营销网络,改善运营效率,提升公司的核心竞争力,从而进一步巩固和提升公司在中高端品牌童装市场的发展优势和市场地位,实现公司战略目标。本次发行融资后,公司将通过募集资金投资项目的建设,推动公司收入规模以及盈利水平的持续增长,并进一步提升公司资产规模、优化公司资产结构,为股东持续创造价值,保证对股东的分红回报。

### (三) 未来分红回报规划已履行的程序

公司于2017年11月30日召开第一届董事会第十九次会议,于2017年12月26日召开2017年第五次临时股东大会,分别审议通过了《公司章程(草案)》

和《关于制订《北京嘉曼服饰股份有限公司上市后前三年股东分红回报规划》的议案》。

## 七、本次发行对每股收益影响及填补被摊薄即期回报的措施

### (一) 本次发行摊薄即期回报对公司主要财务指标的影响测算

#### 1、财务指标计算主要假设和说明

(1) 假设宏观经济环境、公司及下属子公司所处行业情况没有发生重大不利变化；

(2) 假设本次发行股份数量为 2,700 万股，募集资金到账金额为 28,750 万元（不考虑扣除发行费用的影响）；

(3) 考虑本次融资的审核和发行需要一定时间周期，假设本次发行于 2018 年 9 月末实施完毕（发行数量和完成时间仅为公司估计，最终以经中国证监会核准发行的股份数量和实际发行完成时间为准）；

(4) 根据公司经审计的 2017 年财务报告，2017 年公司扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润为 4,655.86 万元；考虑到公司最近三年净利润的增长情况，假设 2018 年扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润在 2016 年基础上按照每年度增长 10%、15%、20%的业绩增幅分别测算；

(5) 未考虑募集资金运用对公司财务状况的影响；

(6) 未考虑除本次发行、净利润以外的其他因素对公司净资产规模的影响；

(7) 在预测公司总股本时，以公司本次发行前总股本 8,100 万股为基础，仅考虑本次发行股份的影响，不考虑其他因素导致股本发生的变化；

(8) 上述发行股数、募集中金融资额、利润假设分析仅为测算本次发行摊薄即期回报对公司主要财务指标的影响，不代表公司本次发行股票价格，不代表公司对 2018 年经营情况及趋势的判断，不构成公司的盈利预测和对未来经营业绩的保证，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。

#### 2、测算过程

在不同净利润年增长率的假设条件下，本次发行摊薄即期回报对公司主要财务指标的影响对比如下：

项目	本次发行前(2017年/2017年12月31日)	不考虑本次发行(2018年/2018年12月31日)	考虑本次发行(2018年/2018年12月31日)
<b>假设年度净利润同比增长 10%</b>			
总股本(万股)	8,100	8,100	10,800
扣除非经常性损益后归属于母公司股东净利润(万元)	4,655.86	5,121.45	5,121.45
扣除非经常性损益后基本每股收益(元/股)	0.57	0.63	0.58
扣除非经常性损益后稀释每股收益(元/股)	0.57	0.63	0.58
<b>假设年度净利润同比增长 15%</b>			
总股本(万股)	8,100	8,100	10,800
扣除非经常性损益后归属于母公司股东净利润(万元)	4,655.86	5,354.24	5,354.24
扣除非经常性损益后基本每股收益(元/股)	0.57	0.66	0.61
扣除非经常性损益后稀释每股收益(元/股)	0.57	0.66	0.61
<b>假设年度净利润同比增长 20%</b>			
总股本(万股)	8,100	8,100	10,800
扣除非经常性损益后归属于母公司股东净利润(万元)	4,655.86	5,587.03	5,587.03
扣除非经常性损益后基本每股收益(元/股)	0.57	0.68	0.64
扣除非经常性损益后稀释每股收益(元/股)	0.57	0.68	0.64

## (二) 首次公开发行并上市的必要性和合理性

公司董事会选择本次融资的必要性和合理性详见本招股说明书“第十三节 募集资金运用”之“二、募集资金投资项目的的基本情况”。

## (三) 本次募集资金投资项目与公司现有业务的关系，公司从事募投项目在人员、技术、市场等方面的储备情况

募投项目与公司现有业务的关系详见本招股说明书“第十三节 募集资金运用”之“二、募集资金投资项目的的基本情况”。

募投项目在人员、技术、市场等方面的储备情况详见本招股说明书“第十三节 募集资金运用”之“一、募集资金运用概述”之“(四) 募集资金数额和投资项目与企业现有生产经营规模、财务状况、技术水平和管理能力等相适应

的依据”。

#### **(四) 填补被摊薄即期回报的措施**

为落实《国务院关于进一步促进资本市场健康发展的若干意见》和《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》和证监会《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》的要求，为降低本次公开发行摊薄即期回报的影响，公司承诺通过各种方式，增厚未来收益，以填补被摊薄即期回报。具体落实如下：

##### **1、运用自有资金巩固和拓展现有业务，扩大经营规模**

公司是一家经营中高端童装业务的企业，主要从事童装的研发设计、供应链管理、运营推广、直营及加盟销售等核心业务。未来公司将在现有业务稳定增长的基础上，扩大经营规模，进一步提升核心竞争能力。

##### **2、加快募投项目投资进度，加强募集资金管理**

本次发行募集资金到位后，公司将加快推进募投项目建设，争取募投项目早日实现预期效益。同时，公司将根据相关法规和公司《募集资金专项管理制度》的要求，严格管理募集资金使用，保证募集资金按照原定用途得到充分有效利用。

##### **3、优化投资者回报机制**

公司建立对投资者持续、稳定、科学的回报规划与机制，对利润分配做出制度性安排，保证利润分配政策的连续性和稳定性。为进一步增强公司现金分红的透明度，强化公司回报股东的意识，树立上市公司给予投资者合理的投资回报的观念，公司根据《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》和《上市公司监管指引第3号——上市公司现金分红》的相关要求优化投资者回报机制。

4、公司如违反前述承诺，将及时公告违反的事实及原因，除因不可抗力或其他非归属于公司的原因外，公司将向股东和社会公众投资者道歉，同时向投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护投资者的利益，并在公司股东大会审议通过后实施补充承诺或替代承诺。

#### **(五) 公司董事、高级管理人员关于填补被摊薄即期回报的承诺**

公司董事、高级管理人员承诺忠实、勤勉地履行职责，维护公司和全体股东的合法权益，并根据中国证监会相关规定对公司填补即期回报措施能够得到切实

履行作出如下承诺:

“1、不无偿或以不公平条件向其他单位或者个人输送利益,也不采用其他方式损害公司利益;

2、对本人的职务消费行为进行约束;

3、不动用公司资产从事与其履行职责无关的投资、消费活动;

4、由董事会或薪酬委员会制定的薪酬制度与公司填补回报措施的执行情况相挂钩。

5、承诺若公司实施股权激励,则公司股权激励的行权条件与公司填补回报措施的执行情况相挂钩。”

#### **(六) 保荐机构对发行人填补即期被摊薄回报的核查意见**

经核查,保荐机构认为:嘉曼服饰对本次公开发行摊薄即期回报的预计分析具有合理性,公司拟采取的填补即期回报的措施切实可行,且公司董事、高级管理人员对公司填补回报措施能够得到切实履行作出了相关承诺,符合《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》、《国务院关于进一步促进资本市场健康发展的若干意见》和中国证监会《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》的有关规定,有利于保护中小投资者的合法权益。

## 第十二节 业务发展目标

### 一、发行人总体发展规划和经营目标

#### (一) 公司总体战略规划

公司的发展战略是：坚持多层次、多品牌运营策略，采取线下线上同步发展。选择全国一二线城市，经济发达、市场较为成熟的城市优先开店布点，然后梯度式向其他城市发展；产品结构方面有三个特点：一是多品牌、分档次，满足不同消费群体的差异性、多元化需求，从而构建更为专业更有竞争力的产品结构；二是以中高端产品为主，定位专业；三是品牌运营模式灵活多样。公司通过申请首次公开发行股票，以上市融资为发展的历史性机遇，把握童装行业飞速成长的脉搏，秉承“童装不仅要带给孩子时尚，而是要通过时尚带给孩子快乐及快乐的生活”的产品理念，致力于打造适合不同应用场合的儿童时尚休闲服饰，以“直营+加盟+电商”综合发展为核心业态，线下线上无缝整合，采取旗舰店、集合店、专卖店复制扩张的方式，电商平台同步运营，“根植北京、迈向全国”，把公司丰富的产品线和品牌系列推广至全国。

公司将以经济发达地区、一二线城市为中心，以点带面，辐射全国。重点拓展京津冀经济圈、成渝经济区、泛长三角经济区，提升省会城市及主要地级市的网点覆盖率，加强研发体系建设，提高信息化控制技术，以稳健快速的步伐实现公司既定的发展目标。

#### (二) 未来 3 年业务发展计划

公司的愿景是成为中国乃至全球优秀的知名童装企业。未来三年公司将在如下方面多层次、全方位提高公司的可持续发展能力、增强成长性、提升竞争优势：

##### 1、营销网络建设计划

在今后几年，公司将继续以北京为核心，向全国其他重点城市拓展，优先在全国一二线城市开设店铺。除了核心城市和重点区域，公司还将梯度式地向全国拓展营销网络。

本次募集资金拟投资的营销中心建设项目将建设 125 家直营门店,其中包括 20 家集合店、5 家品牌旗舰店和 100 家品牌专卖店。公司将以实施营销中心建设项目为契机,在优化店铺布局和提升其单店效益的同时,通过购置和租赁相结合的方式获得优质商圈的渠道资源,进一步提高直营门店占比,完善全国销售网络布局。

公司制定了明确的营销网络建设计划,并从组织机构、人员、资金、流程制度建设等方面跟进落实,保障在募集资金到位后上述计划得以有效实施。

## 2、线上业务的升级及电商销售平台的拓展计划

经过几年的探索和发展,公司线上业务取得了长足的进步,未来公司计划加大对电商渠道的投入,计划在北京石景山地区购置房产作为嘉曼电商运营中心,同时购置用于电商运营所需的办公设备,配置电商运营及支持性专业人员从而形成更加完备的电商人才队伍,上述内容的实施将进一步提升公司基于电子商务手段的产品营销综合能力,提升公司作为童装专业品牌运营商和多品牌渠道商的影响力并巩固市场地位。

## 3、产品结构优化和供应链管理提升计划

未来公司会坚持差异化、多品牌运营定位,扩充产品种类,优化产品结构和品牌组合。在国内外知名度较高的品牌中选择整体性价比高,消费者需求旺盛、信赖度高的商品,从产品质量、品牌信誉和售后保障等因素综合考虑选择合作的供货商,以巩固和提升公司美誉度,扩大市场影响力。并根据市场的发展变化,积极引入和扩大新的产品类别,充分打造公司一站式购齐的产品服务能力。

公司致力于供应链一体化战略,有效降低采购成本和物流成本,节约现金流支出,加快存货周转,将毛利率稳定在较高的水平。全面提升从店面零售、物流供应到供应商的响应速度,通过数据分析来发掘问题与解决问题。利用信息化平台实时了解供需双方信息,资源共享,有效沟通,实现全过程的质量控制和成本管理。强化与供应商的技术交接环节、标准认定和测试检验环节及质量控制跟进环节,以确保品质。同时,完善供应商考核系统,全方位进行综合评价,采取必要的激励政策促进供应商与公司长期持续共赢发展。

## 4、产品研发计划

公司将在设计研发方面投入更大的力度,扩充技术骨干,进一步提升自有品



牌和授权经营品牌的研发设计能力,丰富品牌系列和产品线,打造不同品牌的全品类产品链,提高产品的时尚性、适穿性、安全性,并同时关注对新面料和新工艺的尝试,综合提升产品竞争力。

#### 5、信息系统建设计划

随着公司业务规模的不断扩大,利用信息化手段提升公司的管理水平和核心竞争力将成为必然。短期来看,公司将在现有信息化系统优化升级基础上,通过对现有信息化资源的集成和优化升级,实现公司上下游业务的协同能力、不断优化公司管理流程,提升管理绩效和节约管理成本,保障各门店及分支机构有序经营,为公司管理层的决策分析提供更为科学准确的信息,实现公司商品流、信息流、资金流的一体化管理,从而提升公司的核心竞争力。长期来看,公司未来将做进一步的信息化系统战略规划,以满足全国性多品牌童装企业的信息化要求。

#### 6、人力资源发展计划

为了满足公司发展对人才的需求,公司坚持“以人为本”的原则,高度重视人才,并注重引进人才和培养人才相结合,创造吸引高素质专业人才和丰富经验管理人才的工作环境,建设一支开拓进取、充满活力的管理队伍,不断提高企业的核心竞争力。公司将根据业务发展需要通过内部培养、外部招聘等方式增加高素质管理人才储备,并加强员工培训和继续教育,推动员工素质不断提升,同时不断加强业务骨干员工的选拔、培养工作,不断壮大人才队伍,进一步完善公司培训体系,开展有针对性、实效性、创新性及系统性的培训,以提升公司整体管理服务水平。

此外,为了保证公司中高层管理团队及核心技术人员的稳定,公司将不断完善公司的薪酬体系,在合理评估资本市场风险和财务风险的前提下,通过适应资本市场和增强人力资源竞争力的股权激励、奖金计划等方式吸引优秀人才。

#### 7、资本平台发展计划

本次公开发行后,公司将按计划认真管理和合理使用募集资金。未来,公司将根据经营规划、业务发展及项目建设情况需要,在考虑资金成本、资本结构的前提下,适时通过银行贷款、配股、增发和可转换债券等方式筹集资金,促进公司业务持续、健康地发展。

## 二、拟订并实施计划的条件及主要困难

### (一) 拟订计划所依据的假设条件

- 1、本次公开发行能够顺利完成，募集资金能及时到位；
- 2、公司所处的宏观经济、政治、法律和社会环境处于正常发展的状态，未发生对公司发展具有重大影响的不可抗力；
- 3、公司各项经营业务所遵循的国家及地方的现行法律、法规、行业管理政策及发展导向无重大变化；

### (二) 实施计划面临的主要困难

#### 1、经营专业人才的需求

随着公司业务规模的不断扩张，在品牌策划和推广、产品研发设计、营销网络建设、电商业务发展、信息系统的优化等各个方面都对人力资源提出了更高的要求。因此，人才的引进和培养特别是经营管理等方面人才的引进和培养，将是公司发展过程中的重要工作。

#### 2、多渠道融资的需求

为了提高公司的核心竞争力，保持经营业绩的持续增长，公司需要在产品研发设计、品牌建设推广、营销体系建设、电商业务扩展、信息化建设等多方面进行持续的投入。

公司目前的融资渠道单一，公司现有业务发展所需要的资金通过自有资金、股东投入、银行贷款解决，不利于公司的长远发展。本次发行上市有利于多样化融资渠道，满足公司业务发展的资金需求，达到业务发展的预期目标。

## 三、业务计划与现有业务的关系

公司的主营业务是线下线上同时发展，坚持多层次、多品牌运营策略，未来业务规划将继续围绕这一核心展开。公司的上述发展计划是充分考虑了现有业务的实际情况、公司在童装行业的经验和资源、在国内童装市场上的地位、公司的融资能力等诸多因素拟定的。公司的组织架构和人力资源管理计划也为实现业务发展计划提供了相应的制度和人才保证。

上述发展计划有利于实现公司的规模扩张、市场拓展、降本增效、管理体制

优化等目标,从而使公司成为一家诚信稳健、勇于创新、管理有序、持续发展的卓越品牌运营企业,并最终实现公司发展成为国际一流童装企业的长期目标。

公司将在上市后不断加强与改善公司的战略管理,并通过定期报告持续公告计划实施和目标实现的情况。

## 第十三节 募集资金运用

### 一、募集资金运用概述

#### (一) 募集资金投资金额及备案情况

根据公司 2017 年第五次临时股东大会决议，公司拟公开发行 2,700 万股股票，募集资金扣除发行费用后拟投资于如下项目：

单位：万元

序号	项目名称	项目总投资	运用募集资金投资	备案	环保备案
1	营销体系建设项目	10,501.00	10,501.00	-	2017110107000 00382
2	电商运营中心建设项目	13,352.00	13,352.00	京石景山发改 (备)(2017)24 号	2017110107000 00381
3	企业管理信息化项目	2,334.00	2,334.00	-	2017110107000 00383
4	补充流动资金	2,563.00	2,563.00	-	-
合计		<b>28,750.00</b>	<b>28,750.00</b>	-	-

注：营销体系建设项目和企业管理信息化项目不属于固定资产投资建设项目，不在固定资产投资项目备案办理范围。

本次公开发行募集的资金根据项目的轻重缓急进行投资。在本次公开发行股票募集资金到位前，公司将根据项目进度的实际情况，以自有资金或负债方式筹集资金，先行投入。本次发行股票募集资金到位后，再予以置换。如本次发行的实际募集资金量少于计划使用量，公司将通过自有资金或银行贷款等方式解决。如所筹资金超过预计募集资金数额的，公司将根据届时有效的中国证监会、深圳证券交易所等主管部门的相关规定，召开董事会、股东大会审议相关资金在运用和管理上的安排。

本次募集资金投资项目实施后不会产生同业竞争，并对公司的独立性不会产生不利影响。

#### (二) 募集资金专项存储制度的建立及执行情况

根据公司于2017年12月26日召开的2017年第五次临时股东大会审议通过的公司《募集资金专项管理制度》，公司募集资金应当存放于董事会决定的专项账

户(以下简称“专户”)集中管理,专户不得存放非募集资金或用作其它用途。募集资金专户数量不得超过募集资金投资项目的数量。在募集资金到位后1个月内,公司将与保荐机构、存放募集资金的商业银行签订三方监管协议并切实遵守协议约定。

### (三) 董事会对募集资金投资项目的可行性分析意见

2017年11月30日,公司董事会审议通过了《关于公司首次公开发行股票并上市后适用的<北京嘉曼服饰股份有限公司募集资金专项管理制度>的议案》,对本次募集资金投资项目的可行性进行了充分的研究,认为本次募集资金投资项目具有可行性。2015年度、2016年度、2017年度及2018年1-6月,公司实现营业收入分别为38,521.37万元、40,239.15万元和54,844.88万元和32,948.63万元,归属于母公司股东扣除非经常性损益后的净利润分别为2,899.34万元、3,203.51万元、4,655.86万元和3,644.22万元,盈利情况良好,本次募集资金投资项目与公司现有的生产经营规模相适应,募集资金到位后将进一步增强公司的资本实力,公司财务状况可以有效支撑募集资金投资项目的建设和实施。

公司董事会经分析后认为,公司本次募集资金数额及投资项目与公司现有生产经营规模、财务状况、技术水平和管理能力相适应,投资项目具有较好的市场前景和盈利能力,公司能够有效使用募集资金,提高公司经营效益。

### (四) 募集资金数额和投资项目与企业现有生产经营规模、财务状况、技术水平和管理能力等相适应的依据

#### 1、与生产经营规模的匹配性

截至2018年6月末,公司资产总额为48,630.75万元,净资产为34,871.21万元。2015年至2017年,公司主营业务收入的复合增长率为19.32%,营业收入增长较快。本次募集资金投资项目市场前景广阔,与发行人的生产经营规模相适应。

#### 2、财务状况的匹配性

公司目前财务状况良好,2017年末资产负债率(合并)40.48%。但是,随着公司经营规模的扩展,公司现有营销网络和企业管理已不能满足公司发展的需要,仅靠公司自身经营积累及银行贷款渠道筹集项目资金存在较大的困难,且财

务成本较高,因此,本次拟使用募集资金投资项目与公司当前的财务状况相适应。

### 3、技术水平的匹配性

公司自成立以来致力于童装的研发设计、供应链管理、运营推广、直营及加盟销售等业务,公司一直秉承“童装不仅要带给孩子时尚,而且要通过时尚带给孩子快乐及快乐的生活”的产品理念,致力于打造满足多种生活方式及不同穿着场合需求的儿童时尚休闲服饰。公司坚持自有品牌和授权经营品牌的自主设计,已在国内童装行业形成了较强的品牌影响力,公司每年通过各种渠道收集流行趋势,结合公司的核心设计理念,吸收具有价值的时尚元素,进行各类新款产品的开发和设计。仅2017年,公司设计部门就为水孩儿和暇步士童装等品牌提供已投产服装设计方案的方案多达3,000多款。

因此,本次拟使用募集资金投资项目与公司当前的研发设计等技术水平相适应。

### 4、管理能力的匹配性

公司多数管理人员均拥有多年的童装行业从业经验,能够把握行业的发展趋势,在企业经营规模由小到大的发展过程中,不断吸收业内优秀企业的管理经验,逐步形成了具有自身特色的经营理念、管理体系和内控制度。因此,本次拟使用募集资金投资项目与公司当前的管理能力相适应。

## 二、募集资金投资项目的基本情况

### (一) 营销体系建设项目

#### 1、项目概况

本项目拟定在全国一二线城市选择合适场所,以购置和租赁相结合的方式布置线下直营门店共计125个,同时开展门店备货和营销,开展营销网络拓展建设活动。

#### 2、项目实施的必要性

##### (1) 进一步提升企业品牌形象

随着我国消费者的品牌意识进一步增强,童装品牌的打造对于童装企业的发展影响巨大。线下门店是为消费者提供高品质体验式消费最主要载体之一。消费

者通过零售门店了解品牌的内涵、产品的个性以及企业的文化,从而认知、认可、认同品牌。

本项目通过进一步扩充集合店、旗舰店和专卖店的形式进一步强化市场覆盖,增加消费者了解企业和品牌的的机会,尤其是通过布局高端形象的旗舰店和集合店,更能全面展示品牌形象、阐释和传递品牌文化。同时,零售网点面积较以前有明显扩大,将使公司的终端形象得到全面、系统的提升,从而使公司的品牌形象、品牌价值得到提升。

### (2) 进一步强化企业市场覆盖率

虽然,公司旗下门店分布已经在全国具有一定程度的覆盖,但是仍旧存在进一步深化布局的空间,本项目的实施,将进一步提升公司直营门店对多层次市场及消费群体的覆盖能力,提升公司通过直营门店直接面对消费者,基于此提升公司产品销量。

### (3) 进一步提升企业直营能力

本项目计划新增直营门店共计 125 个,主要分布于一线二线城市,项目实施完成后,将进一步提升公司的直营能力,可以使得公司将进一步加强对城市市场业务的直接开发,强化与当地市场的沟通程度,进一步提高公司在各个城市市场的业务承接能力,全面对接城市市场需求,提升市场快速响应能力,进而提升公司整体竞争实力。

## 3、项目实施的可行性

### (1) 童装行业未来发展空间巨大

在过去几年间,中国童装市场整体处于不断成长的进程中,童装零售总额 2011 年为 964 亿元,到 2016 年,这一数据上升至 1,557 亿元。在居民消费支出能力提升、我国二胎全面放开、80 和 90 后进入婚育年龄阶段等多重因素推动下,我国童装市场零售总额将进一步增加。

### (2) 多年的门店管理经验增强了营销网络渠道扩张的可复制性

公司拥有数百家直营门店的运营经验,已经形成了较为完善的门店拓展管理制度,包括门店选址、门店装修等。制订了较成熟的门店管理制度,对人员培训、货品管理、店面陈列和财务结算方面都有严格的规定,从而使公司的店面管理较为规范。此外,公司已与华联(SKP)、燕莎友谊商城、王府井等百货连锁企业

建立了广泛而深入的合作，为公司营销网络的拓展奠定了良好的基础。

#### 4、项目建设内容

本项目拟定在全国一二线城市选择合适场所，以购置和租赁相结合的方式布置线下直营门店，对门店进行装修以营造良好的购物消费环境并完成直营门店备货，直营门店主推品牌包括 bebelux、暇步士童装、哈吉斯童装及水孩儿等，设立形式主要包括集合店（150m<sup>2</sup>）、旗舰店（200m<sup>2</sup>）和专卖店（50m<sup>2</sup>）三种，共计 125 个；此外，准备预备费用主要用于前期门店选址、调研、招聘门店人员、人员专业化培训及其他开支，准备铺底流动资金，启动门店运营。

通过本项目的实施，进一步扩大公司的零售网络，实现对重点城市的深入渗透，从而提升公司作为童装专业品牌运营商和多品牌渠道商的影响力并巩固市场地位。

#### 5、项目投资概算

本项目投资总额 10,501.00 万元，其中建设投资 5,282.00 万元，流动资金 5,219.00 万元。具体情况如下：

##### (1) 建设投资情况

序号	项目	投资额（万元）	比例
<b>1</b>	<b>第一部分 工程费用</b>	<b>4,908.00</b>	<b>92.92%</b>
1.1	门店购置及装修费	3,027.00	57.31%
1.2	租赁门店装修费	1,881.00	35.61%
<b>2</b>	<b>第二部分 工程建设其他费用</b>	<b>123.00</b>	<b>2.33%</b>
2.1	前期工作费	44.00	0.83%
2.2	建设单位管理费	59.00	1.12%
2.3	人员培训费	20.00	0.38%
<b>3</b>	<b>预备费</b>	<b>251.00</b>	<b>4.75%</b>
	<b>建设投资合计</b>	<b>5,282.00</b>	<b>100.00%</b>

##### (2) 流动资金情况

结合本项目具体情况，按照各项流动资产和流动负债的周转天数估算，项目建成后所需流动资金 5,219.00 万元。

#### 6、项目实施计划及进度

本项目实施周期为 2 年，具体实施计划如下：



序号	项目	前期	T+1 年				T+2 年			
			Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
1	项目立项									
2	门店布置选点									
3	门店分城市布置及运营									
4	项目全面营销									

## (二) 电商运营中心建设项目

### 1、项目概况

本项目拟定在北京石景山地区购置房产 1,200m<sup>2</sup> 并对其进行装修改造作为公司电商运营中心，同时购置用于电商运营所需的办公设备 196 台/套，配置电商运营及支持性专业人员 85 名，形成更加完备的电商人才队伍，准备电商营销及备货资金开展电子商务运营，基于上述内容的实施，从而进一步提升公司基于电子商务手段提升产品营销的综合能力。本项目计划在完成投资第五年实现年创收 18,000.00 万元。

### 2、项目实施的必要性

#### (1) 进一步改善公司电商运营环境

随着电商销售规模的迅猛增长，公司电子商务部的相关运营人员也不断增加，从 2014 年 19 人发展到现在的 71 人，但是办公场地并没有相应增加，公司所使用的电商运营办公环境相对拥挤。通过本项目的实施，可以进一步扩充电商运营场地、增加电商运营相关软硬件设施，可以使得公司电商运营环境得到极大改善，进而有利于公司不断提升营销能力，实施具有必要性。

#### (2) 进一步调整优化企业销售通路

随着互联网经济的发展，电子商务已经成为各个行业产品销售的重要形式，服装行业当前及未来也正处于基于电子商务调整产品销售形式的重要时期，各个服装企业纷纷进行销售通路形式调整，电子商务就是重要选择之一。本项目将通过设立和运营企业电子商务运营中心，进一步扩充企业电子商务人才队伍，强化线上产品销售，从而进一步提升产品线上成交量，保持企业销售业绩进一步提升。因此，本项目实施具有必要性。

### 3、项目实施的可行性

#### (1) 电商营业收入规模迅速扩大

自 2013 年开始, 公司开始积极发展互联网电子商务业务, 通过唯品会、天猫、京东等电子商务平台建立了线上直营销售渠道。2015 年到 2017 年, 电商营业收入分别为 2,413.81 万元、7,954.75 万元、17,232.06 万元, 电商渠道的业务收入占比从 6.27% 上升到 31.42%, 电商营业收入规模迅速扩大, 已成为公司重要的销售渠道之一。

#### (2) 服装企业开展电子商务成为新趋势

近年来, 作为劳动密集型和资金密集型产业的传统服装业存在生产水平低下、产品同质化严重、品牌知名度不高等一系列问题, 无法满足消费者对时尚、潮流、品质和定制化的诉求。随着大数据和智能制造的出现, 全面对接消费者成为一种可能, 服务企业开展电子商务成为一种新的趋势。

在这样的背景下, 服装企业纷纷谋变发展, 包括安奈儿、小猪班纳、美邦、森马、七匹狼等国内企业均开启了“触电”之旅, 安奈儿、小猪班纳等品牌在天猫也都开设了官方平台, 可以说, 随着网络技术和信息技术的发展, 网购和电子商务平台正不断展现出它的独特魅力, 线上渠道已成为一支重要的销售力量, 未来将成为服装企业开展营销的长期趋势。

### 4、项目建设内容

本项目拟定在北京石景山地区购置房产 1,200m<sup>2</sup> 并对其进行装修改造作为电商运营中心, 同时购置用于电商运营所需的办公设备 196 台/套, 配置电商运营及支持性专业人员 85 名, 形成更加完备的电商人才队伍, 准备电商营销及备货资金开展电子商务运营, 基于上述内容的实施, 从而进一步提升公司基于电子商务手段提升产品营销的综合能力。项目实施完成后, 计划在完成投资第五年实现电商创收 18,000.00 万元, 从而提升公司作为童装专业品牌运营商和多品牌渠道商的影响力并巩固市场地位。

### 5、项目投资概算

本项目投资总额 13,352.00 万元, 其中建设投资 6,512.00 万元, 流动资金 6,840.00 万元, 具体情况如下:

#### (1) 建设投资情况

序号	项目	投资额(万元)	比例
<b>1</b>	<b>第一部分 工程费用</b>	<b>6,257.00</b>	<b>96.08%</b>
1.1	房屋购置费	5,589.00	85.83%
1.2	房屋装修费	216.00	3.32%
1.3	设备购置费	452.00	6.94%
<b>2</b>	<b>第二部分 工程建设其他费用</b>	<b>65.00</b>	<b>1.00%</b>
2.1	前期工作费	25.00	0.38%
2.2	建设管理费	31.00	0.48%
2.3	人员培训费	9.00	0.14%
<b>3</b>	<b>预备费</b>	<b>190.00</b>	<b>2.92%</b>
	<b>建设投资合计</b>	<b>6,512.00</b>	<b>100.00%</b>

## (2) 流动资金情况

结合本项目具体情况,按照各项流动资产和流动负债的周转天数估算,项目建成后所需流动资金 6,840.00 万元。

## 6、项目实施计划及进度

本项目实施周期为 2 年,具体实施进度计划如下:

序号	项目	前期	T+1 年				T+2 年			
			Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
1	项目立项	■								
2	房屋购置交易		■							
3	房屋装修		■							
4	设备购置及配置调试		■	■						
5	人员招聘及培训			■						
6	线上营销资金投入			■	■	■	■	■	■	
7	电商业务全面开展									■

由于电商运营中心建设项目的资产主要为办公电脑、办公家具、大型打印设备、投影设备、产品拍摄设备、影音放映设备和电商运营中心数据服务器等,上述设备容易搬运,且在北京类似的办公场所较多,公司经过遴选后可按本项目实施计划购买到适合的房产,本项目不会因不能如期购置相应房产对项目实施产生不利影响。

### (三) 企业管理信息化项目

#### 1、项目概况

本项目拟定在公司现有办公场所开辟支撑企业信息化的机房及办公环境、购置机房硬件设施及配套软件，引入 SAP 软件并针对企业信息管理实际情况进行二次开发，进一步针对公司道讯 ERP 和电商平台进行升级开发。信息化体系建设实施完成后，基于机房以相关硬件的投入可以进一步保障公司信息安全，基于软件及系统资金的投入可以从整体上提升公司各个系统及相关软件在应用层面的集成化能力，并进一步加强对终端零售的掌控力，且通过大数据深度挖掘企业效益点，及时指导和改善企业经营活动，辅助管理者进行决策，综合提升公司的管理运营能力。

#### 2、项目实施的必要性

##### (1) 进一步提升企业直营管控能力

根据公司业务发展目标，公司零售门店的规模在未来将进一步增加，且将继续采取直营的销售模式，直接控制和经营零售网点。为适应市场竞争需要，公司需要进一步强化快速流转的货品分销体系，强化对遍布各地的零售网点的掌控能力，特别是对实时销售数据、库存信息的监控、收集以及整合，以便于公司有效掌控直营零售业体系。

##### (2) 进一步加强企业电商运营能力

公司已从自身竞争优势出发，启动了线上线下协同销售的全渠道零售模式战略，本项目通过进一步完善电子商务平台系统的建设将与订单管理系统有效配合，进一步促进公司线上与线下业务整合，实现公司库存集中管控，提升线上订单线下配货的效率。

##### (3) 进一步提升企业信息决策能力

本项目基于整合公司在门店、总部以及各个业务环节的数据和信息，基于公司现有信息化基础进行相关软件升级开发和系统集成，以大数据技术和商业智能应用为支撑，整合信息，构建信息化决策模型，从而形成信息化决策能力，更进一步提升公司对市场和客户的反应能力和重大机遇的把握能力。

#### 3、项目实施的可行性

##### (1) 项目主体信息化基础能力支撑项目可行

公司一直以来非常重视信息系统的建设工作,并在多年的持续完善与系统更新过程中,积累了丰富的实践管理经验。已具备了一定的软硬件设备基础与实践经验,为下一步的系统升级与整合打下了坚实基础。同时,为满足公司未来的信息体系建设,公司将专门成立专业的信息化管理及运维部门运作管理公司的信息系统,推动公司信息化能力不断提升。

#### (2) 项目所处政策环境利好支撑项目可行

《2006-2020 年国家信息化发展战略》提出,在全球信息化发展的大趋势下,要大力推进企业的全面信息化建设、贯彻落实科学发展观、广泛应用信息技术,改造和提升传统产业。同时,各级地方政府也相继出台了鼓励企业信息化的导向性政策措施,积极的产业政策极大地鼓舞了企业信息化建设的热情,同时也为企业营造了利用信息技术手段推动企业技术创新、管理创新的良好环境。

#### (3) 项目软硬件实施方案合理支撑项目可行

从实施方案角度来看,本项目核心目的是基于企业现状信息化管理运营能力进行升级。未来随着企业对信息安全要求的提升,构建企业自有的数据机房能够更有效地维护企业运营产生的相关数据信息;目前,企业管理信息存在信息碎片化现象,信息化管理集成能力相对较低,基于对现有 ERP 及电商系统进行升级开发,同时引入先进的 SAP 系统对现有系统进行集成整合,形成数据信息统一化,通过这一方案的实施将显著提升公司信息化水平。

### 4、项目建设内容

本项目拟定在公司现有办公场所开辟支撑企业信息化的机房及办公环境、购置机房硬件设施(主要包括机柜及配套于公司 ERP 系统、财务管理系统、SAP 系统、邮件系统、文件共享系统、集群存储系统、监控系统、模拟/网络电话系统、网络管理及安全系统、电商平台等系统平台相关服务器),同时购置上述系统配套软件,引入 SAP 软件并针对企业信息管理实际情况进行二次开发(软件模块重点包括财务模块、物流模块、零售模块、电商模块、商品分析模块、采购模块、供应链模块、人力行政模块等与企业业务发展紧密相关的系统模块);进一步针对公司道讯 ERP 和电商平台进行升级开发,信息化体系建设实施完成后,基于机房以相关硬件投入从而进一步保障公司信息安全,基于软件及系统资金投入从整体上提升公司各个系统及相关软件在应用层面的集成化能力,并进一步加

强对终端零售的掌控力，且通过大数据深度挖掘企业效益点，及时指导和改善企业经营活动，辅助管理者进行决策，综合提升公司的管理运营能力。

## 5、项目投资概算

本项目投资总额为人民币 2,334.00 万元，全部为建设投资，其中固定资产投资 489.00 万元，无形资产购置费 169.00 万元，其他期间费 1,565.00 万元，预备费 111.00 万元，具体情况如下：

序号	科目	投资额（万元）	比例
一	建设投资	2,334.00	100.00%
1	固定资产投资	489.00	20.95%
1.1	建安工程费	-	-
1.2	设备购置费	489.00	20.95%
2	无形资产购置费	169.00	7.24%
2.1	土地购置费	-	-
2.2	其他无形资产购置费	169.00	7.24%
3	其他期间费	1,565.00	67.05%
3.1	软件开发费	1,565.00	67.05%
4	预备费	111.00	4.76%
二	铺底流动资金	-	-
三	项目总投资	2,334.00	100.00%

## 6、项目实施计划及进度

本项目实施周期为 2 年，具体实施进度计划如下：

序号	项目	前期	T+1 年				T+2 年			
			Q1	Q2	Q1	Q2	Q1	Q2	Q1	Q2
1	项目可研及立项	■								
2	项目整体方案设计		■							
3	项目供应商选择		■							
4	项目机房硬件购置			■						
5	项目相关系统软件购置及安装测试			■	■	■				
6	项目相关系统及软件开发，调试			■	■	■	■	■	■	■
7	项目全面完工试用									■

## (四) 补充流动资金

### 1、项目概况

本项目由母公司嘉曼服饰实施，拟投入 2,563.00 万元用于补充公司流动资金，以保障公司日后因业务规模扩大而增大的日常经营资金需求，从而进一步增强公司财务的稳健性。

### 2、项目实施的必要性

#### (1) 公司主营业务持续稳定增长需要更多流动资金的支持

近年来，童装产品的市场规模持续扩大，公司 2015-2017 年营业收入由 38,521.37 万元增长至 54,844.88 万元，增长较快，公司的业务和人员规模的不不断加大使得公司对日常运营资金的需求不断增加，因此公司需补充一定规模的流动资金以保障公司的正常经营和业务发展规划的顺利实施。

#### (2) 公司拓展市场需要更多的流动资金支持

目前公司产品销售模式有加盟模式和直营模式两种，公司对加盟商一般采用款到发货的结算模式，但销售毛利率较低；直营模式销售毛利率较高，回款稳定，但一般有 30-90 天的账期，占用较多流动资金。为尽快拓展市场，公司将根据加盟商、百货商场的销售情况提供不同的信用政策，随着销售渠道结构和销售政策的调整，公司存货、应收账款数额将随之增大，公司需要更多的流动资金用于周转。

#### (3) 电商渠道对流动资金需求较大

目前，公司正持续加大电商销售规模，与天猫、唯品会、京东等知名电商平台的合作越来越多，并且正在积极拓展与其他电商平台的合作，公司不断扩大的线上销售平台投入将产生较大的流动资金需求。

### 3、补充流动资金的管理

对于该部分流动资金，公司将严格按照中国证监会、深圳证券交易所有关规定及《北京嘉曼服饰股份有限公司募集资金专项管理制度》进行管理，根据公司业务发展的需要合理适用。公司已建立募集资金专项存储制度，上述流动资金将存放于董事会决定的专项账户。公司使用上述流动资金时，将严格按照公司《募集资金管理制度》履行必要的审批程序。

#### **4、补充营运资金对公司财务状况及经营成果的影响**

本次募集资金用于补充其他与主营业务相关的营运资金,较难在短期内产生较大的经济效益。因此,公司面临短期内净资产收益率下降的风险。但从长期来看,本次募集资金用于补充其他与主营业务相关的营运资金,一方面可以减少未来债务融资,降低利息支出等财务费用,提高公司盈利能力;另一方面可以满足公司业务规模扩大带来的资金需求,进一步推动公司主营业务发展,提升公司资金实力和抵抗风险的能力。

#### **5、补充营运资金对提升公司核心竞争力的作用**

本次募集资金用于补充其他与主营业务相关的营运资金,为公司未来业务规模持续、快速增长提供了必要的资金来源和保障,有利于进一步增强公司在行业内的综合竞争力和品牌影响力,实现公司的战略目标。



## 第十四节 股利分配政策

### 一、发行前的股利分配政策

1、公司分配股利应坚持以下原则：应重视对投资者的合理投资回报；遵守有关的法律、法规、规章和公司章程，按照规定的条件和程序进行；兼顾公司长期发展和对投资者的合理回报；实行同股同权，同股同利。

2、公司可以采取现金方式或者现金与股票相结合的方式分配股利。

3、公司应积极推行以现金方式分配股利。

4、在有关法规允许的情况下，公司可以根据盈利状况，进行中期现金分红。

### 二、最近三年股利分配的情况

最近三年，公司根据业务发展需要和所处的发展阶段，将全部利润用于公司的业务发展，未进行股利分配。

#### （一）未进行股利分配的原因

最近三年，公司需要与业务发展规模相匹配的资金。同时，公司融资渠道单一，除自筹资金和银行借款外，缺乏其他的融资方式获取发展所需资金。因此，最近三年公司不分配股利，将未分配利润结余资金用于公司业务发展。

#### （二）最近三年未分配利润的具体用途

最近三年，公司将未分配利润全部用于业务发展。

#### （三）独立董事意见

独立董事对公司 2015 至 2017 年度利润分配发表的意见如下：公司 2015 至 2017 年度利润不分配，留存利润用于业务拓展和补充流动资金，系根据自身业务发展阶段和上市工作推进需要做出的合理决策，符合公司和股东的长远利益。

### 三、发行后的股利分配政策

公司于2017年12月26日召开2017年第五次临时股东大会审议并通过了《公司章程（草案）》，公司发行后的股利分配政策如下：

#### （一）利润分配原则

- 1、重视对投资者的合理投资回报并兼顾公司的可持续发展；
- 2、在符合现金分红条件的前提下优先选择现金分红方式，并保持现金分红政策的一致性、合理性和稳定性；
- 3、根据公司经营需要留存必要的未分配利润，保持公司持续经营能力。

#### （二）利润分配形式

公司可以采取现金、股票或现金与股票相结合的方式分配股利。

#### （三）利润分配顺序

公司优先选择现金分红的利润分配方式，如不符合现金分红条件，再选择股票股利的利润分配方式。

#### （四）现金分红的条件和比例

公司董事会应当综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，区分下列情形，并按照公司章程规定的程序，提出差异化的现金分红政策：

- 1、公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 80%；
- 2、公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 40%；
- 3、公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%；
- 4、公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，按照前第（3）项规定

处理。

如公司利润分配当年无重大资本性支出项目发生,应采取现金分红的利润分配方式。公司每年以现金形式分配的利润不少于当年实现的可供分配利润的10%。

前述重大资本性支出项目是指经公司股东大会审议批准的、达到以下标准之一的购买资产(不含购买原材料、燃料和动力等与日常经营相关的资产)、对外投资(含收购兼并)等涉及资本性支出的交易事项:(1)交易涉及的资产总额占公司最近一期经审计总资产的50%以上的事项;(2)交易标的(如股权)在最近一个会计年度相关的营业收入占公司最近一个会计年度经审计营业收入的50%以上,且绝对金额超过5,000.00万元的事项;(3)交易标的(如股权)在最近一个会计年度相关的净利润占公司最近一个会计年度经审计净利润的50%以上,且绝对金额超过500.00万元的事项;(4)交易的成交金额(含承担债务和费用)占公司最近一期经审计净资产的50%以上,且绝对金额超过5,000.00万元的事项。(5)交易产生的利润占公司最近一个会计年度经审计净利润的50%以上,且绝对金额超过500.00万元的事项。

#### **(五) 发放股票股利的条件**

如不满足现金分红条件,公司可采取股票股利的利润分配方式。采用股票股利进行利润分配的,公司董事会应综合考虑公司成长性、每股净资产的摊薄因素制定分配方案。

#### **(六) 利润分配的期间间隔**

公司每一会计年度通常进行一次利润分配;董事会可以根据公司资金需求情况提议进行中期分红。

#### **(七) 利润分配应履行的审议程序**

公司进行利润分配,应由董事会提出利润分配方案,经过半数的独立董事发表同意意见后提交股东大会审议,并经股东大会审议通过后实施。

此外,公司2017年第五次临时股东大会审议通过《关于公司上市后前三年

《股东分红回报规划的议案》，对上市后前三年的具体股利分配规划作出了进一步安排。关于分红回报规划的具体内容，详见本招股说明书“第十一节 管理层讨论与分析”。

## 第十五节 其他重要事项

### 一、信息披露和投资者关系相关情况

为保护投资者的合法权利，加强公司信息披露工作的管理，规范公司信息披露行为，公司根据《公司法》、《证券法》、《深圳证券交易所股票上市规则》和中国证监会的有关规定，设立证券部负责信息披露和投资者关系，具体工作由董事会秘书负责实施。公司信息披露和投资者关系的对外联系方式是：

董事会秘书	程琳娜女士
联系电话	010-68149755
传真	010-68149756
地址	北京市石景山区石景山路31号院盛景国际广场2号楼1301

### 二、重大合同

截至2018年10月26日，本公司及其子公司正在履行或将要履行的对公司生产经营活动、未来发展或财务状况具有重大影响的重要合同如下：

#### （一）采购合同

截至2018年10月26日，公司及其子公司暂无正在履行的金额在150.00万元以上的采购合同。

#### （二）销售合同

##### 1、商场联营合同

公司与大型商场、购物中心等合作经营，公司与商场、购物中心签署联营合同，对联营位置、面积大小、收银管理、装修、人员管理、商品管理、费用结算等事项做出约定。以2018年1-6月的交易金额计算，截至2018年10月26日公司前五大独立运营店与商场签署的正在履行的联营合同情况如下：

序号	独立运营店名称	签约商场	合同期限
1	杭州大厦bebelux专柜	杭州大厦有限公司	至2018年12月31日
2	陕西中大国际bebelux专柜	陕西中大国际有限公司	至2019年1月31日

序号	独立运营店名称	签约商场	合同期限
3	燕莎奥莱Hush Puppies专柜	北京燕莎友谊商城有限公司	至2019年3月31日
4	北京华联(SKP) KENZO专柜	北京华联(SKP)百货有限公司	至2018年8月31日
5	北京华联(SKP) BEBELUX 专柜	北京华联(SKP)百货有限公司	至2018年8月31日

注：截至2018年10月26日，上述编号4-5的公司与北京华联(SKP)百货有限公司签署的联营合同已经到期，正在续签中。

## 2、第三方电商平台服务合同

公司通过与浙江天猫技术有限公司、北京京东世纪贸易有限公司、唯品会(中国)有限公司等第三方电商平台公司签订服务或销售协议开展线上直营业务，合同对包括但不限于合同期限、服务内容、店铺服务开通及停止、费用规则、送货与退换货、结算规则、违约责任和其他双方权利义务条款进行了约定。

## 3、加盟合同

公司通过与加盟商签订加盟合同，授权加盟商在指定地域范围内销售公司产品，合同对授权区域、加盟费、供货、发货、退换货、销售管理等事项进行了约定。以2018年1-6月度的交易金额计算，截至2018年10月26日公司与前五大加盟商签署的正在履行的加盟合同情况如下：

序号	加盟商名称	合同期限
1	信誉楼百货集团有限公司下属公司	有效期至2018年12月31日
2	北京圣启越隆商贸有限公司	有效期至2018年12月31日
3	北京益童商贸有限公司	有效期至2018年12月31日
4	北京白依天使服装贸易有限公司	有效期至2018年12月31日
5	北京联创丽森商贸有限公司	有效期至2018年12月31日(暇步士) 有效期至2019年3月31日 (Catimini&Hazzys)

### (三) 授权经营合同

授权经营合同详见本招股说明书“第六节 业务与技术”之“七、授权经营情况”。

## (四) 授信合同

截至 2018 年 10 月 26 日,公司及子公司正在履行的授信/借款合同如下:

序号	申请人	授信方/ 出借方	授信/借款 金额	授信/借款 期限	担保方	担保类型
1	天津嘉曼	中国光大银行股份有限公司天津分行	最高授信额度4,500.00万元	2018.8.7-2019.8.6	嘉曼服饰、曹胜奎、刘林贵、刘激、马丽娟	保证
					/	天津嘉曼房产抵押
2	嘉曼服饰	中国光大银行股份有限公司北京分行	票据额度2,000万元	2018.5.23-2018.11.23	/	权利凭证质押
3	嘉曼服饰	宁波银行股份有限公司北京分公司	最高债权限额3,000.00万元	2017.6.1-2018.12.28	嘉宜园	质押金3,000.00万元
最高债权限额2,000.00万元			2018.4.20-2018.10.31	嘉宜园	质押金2,000.00万元	
授信金额3,000.00万元			2017.11.23-2018.11.23	刘激、马丽娟、王存樑 曹胜奎、刘林贵、刘激、马丽娟	个人名下房产抵押 保证	

注:

上述编号 1 合同是 2018 年 8 月 7 日,天津嘉曼与中国光大银行股份有限公司天津分行签订的《综合授信协议》(TJWQ 综授 2018004),授信额度 4,500 万。天津嘉曼用位于武清区汉沽港镇秀园道 2 号的厂房进行抵押,不动产权证书号为津(2016)武清区不动产权第 1009706 号。截至 2018 年 10 月 26 日,该授信合同下产生债务 4,468.40 万元;

上述编号 2 合同是 2018 年 5 月 23 日,嘉曼服饰与中国光大银行股份有限公司北京分行签订的《银行承兑协议》(BJ 营业部 DBCD18011),票据额度 2000 万元。公司以权利凭证 30068926 质押取得该票据承兑授信。截至 2018 年 10 月 26 日,该授信合同下产生债务 1800 万元;截至 2018 年 10 月 26 日,上述编号 3 最高债权合同项下已发生债务共计 2,608.35 万元;编号 4 最高债权合同项下已发生债务共计 20.94 万欧元;编号 5 授信合同项下已开立进口信用证余额有 3.53 万美元、124.69 万欧元。

## 三、对外担保情况

截至本招股说明书签署日,公司及子公司无对外担保情况。

## 四、重大诉讼或仲裁事项

### (一) 发行人的重大诉讼或仲裁事项

截至本招股书签署日，公司存在以下诉讼或仲裁事项：



序号	原告	被告	诉讼事由	诉讼标的	最新进展	起诉年份	标的金额/当年营业收入 <sup>41</sup>	标的金额/当年净利润
1	天津嘉曼	荆州市丰业纺织有限公司	取消合作之后未退还预付货款	预付款金额 163,997.1 元及逾期利息	强制执行	2016 年	0.04%	0.51%
2	嘉曼服饰	沈阳的曼商贸有限公司、徐学荣	拖欠货款	货款 831,749.2 元及逾期利息	强制执行	2016 年	0.21%	2.6%
3	嘉曼服饰	北京东星时尚百货商贸有限公司	拖欠货款	货款 223,721.33 元及逾期利息	终结执行 <sup>42</sup>	2017 年	0.04%	0.48%
4	嘉曼服饰	北京中商上科大厦有限公司	拖欠货款	294,926.85 元的货款及 47,492.9 元的违约金	强制执行	2017 年	0.06%	0.74%
5	天津嘉士	北京中商上科大厦有限公司	拖欠货款	76,046.6 元的货款及 10,490.95 元的违约金	强制执行	2017 年	0.02%	0.19%
6	嘉曼服饰	沈阳恒辉商业有限公司	拖欠经营销售货款	经营销售货款 787,944.62 元及履约保证金 10,000 元	一审判决	2017 年	0.15%	1.71%
7	嘉曼服饰	沈阳恒辉商业有限公司	拖欠经营销售货款	经营销售货款 2,050,378.01 元、保证金 13,180 元	上诉	2017 年	0.37%	4.42%
8	嘉曼服饰	沈阳恒辉商业有限公司	拖欠经营销售货款	货款 337,649.47 元、履约保证金 10,000 元	强制执行	2017 年	0.06%	0.75%
9	嘉曼服饰	沈阳恒辉商业有限公司	拖欠经营销售货款	货款 255,338.95 元、履约保证金 10,000 元	强制执行	2017 年	0.05%	0.57%

<sup>41</sup> 根据立信出具的信会师报字〔2018〕第 ZB11964 号《北京嘉曼服饰股份有限公司审计报告及财务报表（2015 年 1 月 1 日至 2018 年 6 月 30 日止）》，发行人 2016 年度、2017 年度和 2018 年 1-6 月营业收入分别为 402,391,483.14 元、548,448,784.04 元和 329,486,336.63；发行人 2016 年度、2017 年度和 2018 年 1-6 月归属于母公司所有者的净利润（以扣除非经常性损益前后孰低者为准）分别为 32,035,119.68 元、46,558,602.04 元和 36,442,217.06 元。2018 年诉讼涉及的标的金额占营业收入和净利润的比例均是按半年度计算。

<sup>42</sup> 根据北京市朝阳区人民法院执行裁定书（〔2018〕京 0105 执 955 号），因未发现被执行人名下有可供执行的财产故终止本次执行程序，但嘉曼服饰可要求被执行人继续履行债务，且发现被执行人有可供执行的财产时可向法院申请恢复执行。

序号	原告	被告	诉讼事由	诉讼标的	最新进展	起诉年份	标的金额/当年营业收入 <sup>41</sup>	标的金额/当年净利润
10	张文铮	嘉曼服饰	人事经济补偿争议	-	审结完毕	-	-	-
11	王晨	天津嘉曼	劳动人事争议	-	审结完毕	-	-	-
12	嘉曼服饰	天津市月坛商业大厦有限公司	拖欠童装销售货款	货款人民币 665,874.02 元、 账扣发票 4,178.68 元	经法院调解， 原被告双方 已达成调解 协议，目前尚 未履行完毕	2018 年	0.20%	1.83%
13	嘉曼服饰	扬州翠薇时装服饰有限公司	买卖合同纠纷	预付货款 174,420 元、违约金 174,420 元	一审	2018 年	0.11%	0.96%
14	嘉曼服饰	西安世纪金花购物有限公司	拖欠童装销售货款	货款人民币 308,401.19 元	一审	2018 年	0.09%	0.85%
15	嘉曼服饰	沈阳兴隆大家庭购物中心有限公司、沈阳兴隆大家庭购物中心有限公司兴隆大奥莱分公司	拖欠童装销售货款	货款人民币 851,662.25 元	经法院调解， 原被告双方 已达成调解 协议，目前尚 未履行完毕	2018 年	0.26%	2.34%

截至本招股说明书签署日,发行人不存在其他对财务状况、经营成果、声誉、业务活动、未来前景等可能产生较大影响的诉讼或仲裁事项。

保荐机构、中伦律师认为:鉴于发行人报告期内存在的上述诉讼和仲裁案件所涉金额较小,即使发行人未能足额回收销售款项,对发行人生产经营及财务成果的影响较小,不会构成本次发行上市的实质性法律障碍。

## (二) 控股股东及实际控制人的重大诉讼或仲裁事项

截至本招股说明书签署日,发行人的控股股东、实际控制人不存在作为一方当事人的重大诉讼或仲裁事项。

2016年,因刘激所拥有的车辆发生交通事故,原告刘激向法院起诉并请求判令被告高建军、郝京涛、华铁蚕通(北京)工程技术有限公司赔偿车辆修理费、误工费及交通费等合计35,104.87元并承担诉讼费用。2016年11月,北京市房山区人民法院作出(2016)京0111民初8677号《北京市房山区人民法院民事判决书》,判令被告高建军返还原告刘激修理费2,000.00元,郝京涛、华铁蚕通(北京)工程技术有限公司赔偿原告刘激修理费等19,936.00元。刘激已向北京市房山区人民法院申请执行,目前尚未执行完毕。

由于上述案件系交通事故纠纷,涉诉标的金额较小,不属于重大诉讼,不会构成本次发行上市的法律障碍。

## (三) 董事、监事、高级管理人员与核心技术人员的重大诉讼或仲裁事项

截至本招股说明书签署日,发行人的董事、监事、高级管理人员与核心技术人员不存在作为一方当事人的重大诉讼或仲裁事项。

2016年4月,程琳娜与河北龙道风电科技有限公司、中融腾资产管理(北京)有限公司续签了《债权转让协议》,因2016年10月20日后,程琳娜一直未收到欠款,原告程琳娜向法院起诉并请求判令被告河北龙道风电科技有限公司、宣化电器有限公司、中圆国际商业保理有限公司、中融腾资产管理(北京)有限公司支付转让对价金、可得差价及利息费用等合计75,506.25元并承担诉讼费用。2018年7月,北京市西城区人民法院登记立案,案号为:(2018)京0102

民初 33954 号。目前案件正在开庭审理中。

由于上述案件系个人债权转让引起的纠纷，涉诉标的金额较小，不属于重大诉讼，不会构成本次发行上市的法律障碍。

#### **(四) 董事、监事、高级管理人员与核心技术人员刑事诉讼的情况**


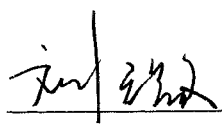
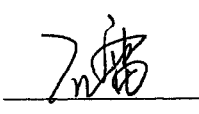
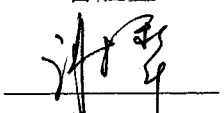
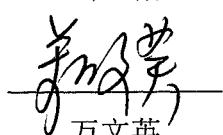
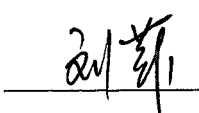
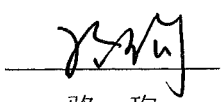
截至本招股说明书签署日，发行人的董事、监事、高级管理人员与核心技术人员不存在涉及刑事诉讼的情况。

### 第十六节 董事、监事、高级管理人员及有关中介机构声明

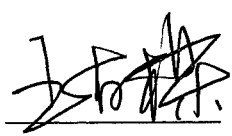

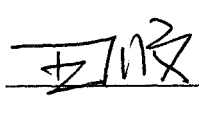
#### 一、发行人全体董事、监事、高级管理人员的声明

本公司全体董事、监事、高级管理人员承诺本招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性、及时性承担个别和连带的法律责任。

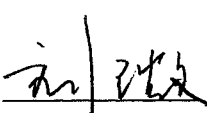
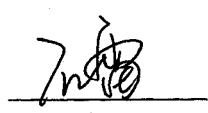
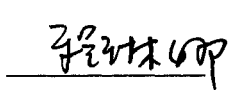

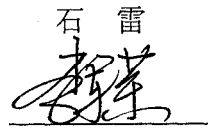
全体董事：

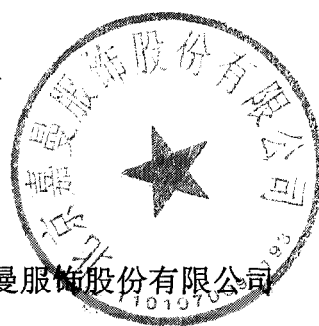
		
曹胜奎	刘 激	石 雷
		
谢 犁	万文英	刘 菲
		
骆 珣		

全体监事：

		
王存樾	余 彦	王 硕

全体高级管理人员：

		
刘 激	石 雷	程琳娜
		
马丽娟	李军荣	



北京嘉曼服饰股份有限公司

2018 年 10 月 30 日

## 二、保荐人（主承销商）声明

本公司已对北京嘉曼服饰股份有限公司首次公开发行股票并上市招股说明书及其摘要进行了核查，确认不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

### 项目协办人签字：

李伟： \_\_\_\_\_

### 保荐代表人签字：

宋卓： 宋卓

吴春玲： 吴春玲

### 法定代表人：

姚志勇： 姚志勇



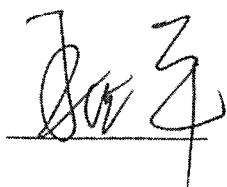


### 保荐机构总经理声明

本人已认真阅读《北京嘉曼服饰股份有限公司首次公开发行股票招股说明书》的全部内容，确认招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对招股说明书真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

总经理：

王世平：





### 三、发行人律师声明

本所及经办律师已阅读招股说明书及其摘要,确认招股说明书及其摘要与本所出具的法律意见书和律师工作报告无矛盾之处。本所及经办律师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的法律意见书和律师工作报告的内容无异议,确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏,并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

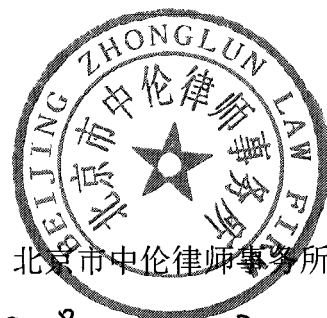
#### 律师事务所负责人签字:

张学兵: 张学兵

#### 经办律师签名:

陈益文: 陈益文

彭林: 彭林





2018年10月30日

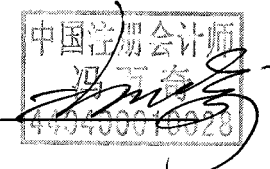
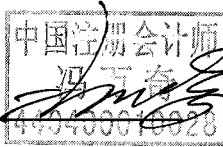
#### 四、会计师事务所声明

本所及签字注册会计师已阅读招股说明书及其摘要,确认招股说明书及其摘要与本所出具的审计报告、内部控制鉴证报告及经本所核验的非经常性损益明细表无矛盾之处。本所及签字注册会计师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的审计报告、内部控制鉴证报告及经本所核验的非经常性损益明细表的内容无异议,确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏,并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

#### 会计师事务所负责人签字:

朱建弟:  

#### 经办注册会计师签名:

冯万奇:  

李福兴:  

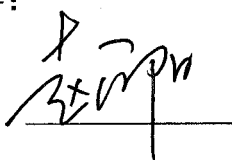
  
立信会计师事务所(特殊普通合伙)  
二〇一八年九月二十日

### 五、评估机构声明

本机构及签字注册资产评估师已阅读招股说明书及其摘要,确认招股说明书及其摘要与本机构出具的资产评估报告无矛盾之处。本机构及签字注册资产评估师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的资产评估报告的内容无异议,确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏,并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任

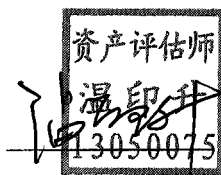
评估机构法定代表人签字:

赵向阳:

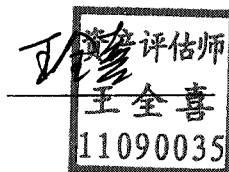


注册评估师签名:

温印升:



王全喜:



北京国融兴华资产评估有限责任公司



2018年10月30日

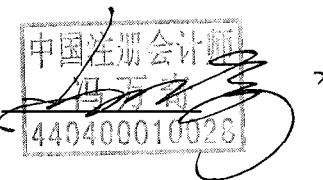
### 六、验资机构声明

本机构及签字注册会计师已阅读招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本机构出具的验资报告无矛盾之处。本机构及签字注册会计师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的验资报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

#### 验资机构负责人签字：

朱建弟：

#### 经办注册会计师签名：

冯万奇：

李福兴：

立信会计师事务所（特殊普通合伙）  
二〇一六年九月二十日  


## 第十七节 备查文件

### 一、备查文件

- (一) 发行保荐书;
- (二) 财务报表及审计报告;
- (三) 内部控制鉴证报告;
- (四) 经注册会计师核验的非经常性损益明细表;
- (五) 法律意见书及律师工作报告;
- (六) 公司章程(草案);
- (七) 中国证监会核准本次发行的文件;
- (八) 其他与本次发行有关的重要文件。

### 二、文件查阅时间、地点

投资者可以在公司证券事务部和保荐机构处查阅本招股说明书的附件,相关文件并会在深圳证券交易所指定披露网站(www.cninfo.com.cn)上披露。

查阅时间: 上午 09:30-11:30 下午 13:30-17:00

(一) 公司: 北京嘉曼服饰股份有限公司

地 址: 北京市石景山区石景山路 31 号院盛景国际广场 2 号楼 1301

电 话: 010-68149755

(二) 保荐人(主承销商): 华英证券有限责任公司

地 址: 无锡市滨湖区金融一街 10 号国联金融中心 5 层 03、04 及 05 部分

联系地址: 北京市朝阳区建国门外大街 8 号国际财源中心 A 栋 10 楼  
1002-1003 室

电 话: 010-58113000