



欣贺股份有限公司
XIN HE SECURITIES CO., LTD.



(厦门市湖里区湖里大道95号鸿展大厦)

首次公开发行股票招股说明书 (申报稿)

保荐机构（主承销商）



国金证券股份有限公司
SINOLINK SECURITIES CO., LTD.

(四川省成都市东城根上街95号)

声明：本公司的发行申请尚未得到中国证券监督管理委员会核准。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作出投资决定的依据。

本次发行概况

发行股票类型	人民币普通股（A股）
本次发行股数	不超过11,000万新股。根据询价结果，若出现募集资金金额超过募集资金投资项目所需资金总额及预计发行费用之和的情形，公司将在满足发行条件的前提下减少公开发行新股的数量，并由公司控股股东欣贺国际有限公司公开发售不超过4,000万股本次公开发行前公司已发行的股份，本次公开发行股票总量预计不超过11,000万股。（提示：公司控股股东欣贺国际公开发售股份所得资金不归公司所有）
每股面值	人民币1.00元
每股发行价格	【】元/股
发行日期	【】年【】月【】日
拟上市 证券交易所	上海证券交易所
发行后总股本	不超过43,000万股
本次发行前 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：	公司实际控制人成员孙瑞鸿先生、孙孟慧女士、卓建荣先生承诺：“自公司股票上市之日起三十六个月内，本人不转让或者委托他人管理本人持有的发行人股份，也不由发行人回购本人持有的发行人于股票上市前已发行的股份。发行人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公司首次公开发行股票并上市时的股票发行价（指公司首次公开发行股票的发行价格，如果因公司上市后派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，则按照证券交易所的有关规定作除权除息处理；下同），或者公司上市后六个月期末（如该日不是交易日，则为该日后第一个交易日；下同）股票收盘价低于发行价，本人持有公司上述股份的锁定期限自动延长六个月。上述锁定期限（包括延长的锁定期限）届满后二十四个月内，本人若减持上述股份，减持价格将不低于发行价，减持股份数量将遵守发行人控股股东欣贺国际有限公司相关承诺。在任职期间每年转让的股份不超过本人持有的公司股份总数的百分之二十五；离职后半年内不转让本人持有的公司股份。本人将积极采取合法措施履行就本次发行并上市所做的所有承诺，自愿接受监管机关、社会公众及投资者的监督，并依法承担相应责任。本人如未履行上述承诺，本人将在股东大

会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明未履行承诺的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉，并将自动延长持有全部股份的锁定期六个月。”

公司控股股东欣贺国际有限公司承诺：“如实际发生本公司公开发售股份情形，本公司公开发售股份数量不超过自愿设定十二个月及以上限售期的投资者获得配售股份的数量。本公司及相关利益方不会与自愿设定十二个月及以上限售期的投资者存在财务资助或者补偿、股份代持、信托持股等不当利益安排。自公司股票上市之日起三十六个月内，本公司不转让或者委托他人管理本公司持有的欣贺公司股份，也不由欣贺公司回购本公司持有的欣贺公司于股票上市前已发行的股份。欣贺公司上市后六个月内如欣贺公司股票连续二十个交易日的收盘价均低于欣贺公司首次公开发行股票并上市时的股票发行价，或者欣贺公司上市后六个月期末股票收盘价低于发行价，本公司持有欣贺公司上述股份的锁定期自动延长六个月。上述锁定期限（包括延长的锁定期限）届满后两年内，本公司若减持上述股份，减持价格将不低于发行价，届满后的十二个月内减持本公司持有的欣贺公司股份不超过本公司持有的股份总额的百分之五；届满后的二十四个月内减持本公司持有的欣贺公司股份不超过本公司持有的股份总额的百分之十。本公司减持欣贺公司股份时，将在减持前三个交易日公告减持计划，并按照证券交易所的规则及时、准确地履行信息披露义务。本公司将积极采取合法措施履行就本次发行并上市所做的所有承诺，自愿接受监管机关、社会公众及投资者的监督，并依法承担相应责任。本公司如未履行上述股份持有及减持承诺，本公司将在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明未履行承诺的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉，并将自动延长持有全部股份的锁定期六个月。”“1、本公司将遵守《公司法》、《证券法》和有关法律、法规，以及中国证监会规章、规范性文件中关于股份转让的限制性规定。本公司减持股份将按照法律、法规和上述规定，以及证券交易所相关规则，真实、准确、完整、及时履行信息披露义务。2、具有下列情形之一的，本公司不减持公司股份：（1）公司或者本公司因涉嫌证券期货违法犯罪，在被中国证监会立案调查或者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）本公司因违法证券交易所自律规则，被证券交易所公开谴责未满三个月的；（3）中国证监会规定的其他情形。3、本公司计划通过证券交易所集中竞价交易减持股份的，应当在首次卖出的15个交易日前预先披露减持计划。减持计划的内容包括但不限于：拟减持股份的数量、来源、减持时间、方式、价格区间、减持原因。4、本公司在三个月内通过证券交易所集中竞价交易减持股份的总数，不得超过公司股份总数的百分之一。5、本公司通过协议转让方式减持股份的，单个受让方的受让比例不得低于5%，转让价格范围下限比照大宗交易的规定执行（法律法规、部门规章及上海证券交易所业务规则另有规定的除外）。6、如本公司通过协议转让方式减持股份后所持公司股份比例低于5%的，本公司在减持后六个月内将继续遵守《减持规定》第八条、第九条（即本承诺第3、4项内容）的规定。7、本公司的股权如被质押，本公司将在该事实发生之日

起二日内通知公司并予公告。8、本公司减持通过二级市场买入的公司股份，不适用上述承诺。本公司减持通过二级市场买入的公司股份完毕后，继续减持本公司通过其他方式获得的公司股份的，应当遵守《减持规定》的要求。9、如本公司此前所出具的任何声明或承诺内容与本承诺内容不一致的，应以本承诺内容为准，同时如相关法律、法规、规范性文件、中国证监会、证券交易所就股份减持出台了新的规定或措施，且上述承诺不能满足证券监管部门的相关要求时，本公司承诺届时将按照相关规定出具补充承诺或重新出具新的承诺。”

公司股东巨富发展承诺：“自公司股票上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理本次发行前已直接或者间接持有的发行人股份，也不会由发行人回购该部分股份。”

公司股东厦门骏胜承诺：“自欣贺公司上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理本公司持有的欣贺股份公开发行股票前已发行的股份，也不由欣贺公司回购本公司持有的欣贺股份公开发行股票前已发行的股份。本公司如在所持欣贺公司股份锁定期届满后的二十四个月内减持欣贺公司的股份，减持价格为届时市场价格。本公司减持欣贺公司股份应符合相关法律、法规、规章的规定，减持将通过上海证券交易所以协议转让、大宗交易、竞价交易或其他方法依法进行。本公司在所持欣贺公司股份锁定期届满后的十二个月内，减持其持有的欣贺公司股份不超过本公司持有的股份总额的百分之五十。本公司在所持欣贺公司股份锁定期届满后的二十四个月内，减持其持有的欣贺公司股份不超过本公司持有的股份总额的百分之百。若本公司拟减持欣贺公司股份，将在减持前三个交易日公告减持计划，并按照证券交易所的规则及时、准确地履行信息披露义务。本公司将积极采取合法措施履行就本次发行并上市所做的所有承诺，自愿接受监管机关、社会公众及投资者的监督，并依法承担相应责任。本公司如未履行上述股份持有及减持承诺，本公司将在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明未履行承诺的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉，并将自动延长持有全部股份的锁定期六个月。”“1、本公司将遵守《公司法》、《证券法》和有关法律、法规，以及中国证监会规章、规范性文件中关于股份转让的限制性规定。本公司减持股份将按照法律、法规和上述规定，以及证券交易所相关规则，真实、准确、完整、及时履行信息披露义务。2、具有下列情形之一的，本公司不减持公司股份：（1）公司或者本公司因涉嫌证券期货违法犯罪，在被中国证监会立案调查或者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）本公司因违法证券交易所自律规则，被证券交易所公开谴责未满三个月的；（3）中国证监会规定的其他情形。3、本公司计划通过证券交易所集中竞价交易减持股份的，应当在首次卖出的15个交易日前预先披露减持计划。减持计划的内容包括但不限于：拟减持股份的数量、来源、减持时间、方式、价格区间、减持原因。4、本公司在三个月内通过证券交易所集中竞价交易减持股份的总数，不得超过公司股份总数的百分之一。5、本公司通过协议转让方式减持股份的，单个受让方的受让比例不得低于5%，转让价格范围下限比照大宗交易的规定执行（法律法规、

部门规章及上海证券交易所业务规则另有规定的除外)。6、如本公司通过协议转让方式减持股份后所持公司股份比例低于 5%的,本公司在减持后六个月内将继续遵守《减持规定》第八条、第九条(即本承诺第 3、4 项内容)的规定。7、本公司的股权如被质押,本公司将在该事实发生之日起二日内通知公司并予公告。8、本公司减持通过二级市场买入的公司股份,不适用上述承诺。本公司减持通过二级市场买入的公司股份完毕后,继续减持本公司通过其他方式获得的公司股份的,应当遵守《减持规定》的要求。9、如本公司此前所出具的任何声明或承诺内容与本承诺内容不一致的,应以本承诺内容为准,同时如相关法律、法规、规范性文件、中国证监会、证券交易所就股份减持出台了新的规定或措施,且上述承诺不能满足证券监管部门的相关要求时,本公司承诺届时将按照相关规定出具补充承诺或重新出具新的承诺。”

公司股东 L Capital Xiamen Fashion Ltd.承诺:“自欣贺公司上市之日起十二个月内,不转让或者委托他人管理本公司持有的欣贺公司公开发行股票前已发行的股份,也不由欣贺公司回购本公司持有的欣贺股份公开发行股票前已发行的股份。本公司如在所持欣贺公司股份锁定期届满后的二十四个月内减持欣贺公司的股份,减持价格为届时市场价格。本公司减持欣贺公司股份应符合相关法律、法规、规章的规定,减持将通过上海证券交易所协议转让、大宗交易、竞价交易或其他方法依法进行。本公司在所持欣贺公司股份锁定期届满后的十二个月内,减持其持有的欣贺公司股份不超过本公司持有的股份总额的百分之九十五。本公司在所持欣贺公司股份锁定期届满后的二十四个月内,减持其持有的欣贺公司股份不超过本公司持有的股份总额的百分之百。若本公司拟减持欣贺公司股份,将在减持前三个交易日公告减持计划,并按照证券交易所的规则及时、准确地履行信息披露义务。本公司将积极采取合法措施履行就本次发行并上市所做的所有承诺,自愿接受监管机关、社会公众及投资者的监督,并依法承担相应责任。本公司如未履行上述股份持有及减持承诺,本公司将在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明未履行承诺的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉,并将自动延长持有全部股份的锁定期六个月。”“1、本公司将遵守《公司法》、《证券法》和有关法律、法规,以及中国证监会规章、规范性文件中关于股份转让的限制性规定。本公司减持股份将按照法律、法规和上述规定,以及证券交易所相关规则,真实、准确、完整、及时履行信息披露义务。2、具有下列情形之一的,本公司不减持公司股份:(1)公司或者本公司因涉嫌证券期货违法犯罪,在被中国证监会立案调查或者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)本公司因违法证券交易所自律规则,被证券交易所公开谴责未满三个月的;(3)中国证监会规定的其他情形。3、本公司计划通过证券交易所集中竞价交易减持股份的,应当在首次卖出的 15 个交易日前预先披露减持计划。减持计划的内容包括但不限于:拟减持股份的数量、来源、减持时间、方式、价格区间、减持原因。4、本公司在三个月内通过证券交易所集中竞价交易减持股份的总数,不得超过公司股份总数的百分之一。5、本公司通过协议转让方式减持股份的,

单个受让方的受让比例不得低于 5%，转让价格范围下限比照大宗交易的规定执行（法律法规、部门规章及上海证券交易所业务规则另有规定的除外）。6、如本公司通过协议转让方式减持股份后所持公司股份比例低于 5% 的，本公司在减持后六个月内将继续遵守《减持规定》第八条、第九条（即本承诺第 3、4 项内容）的规定。7、本公司的股权如被质押，本公司将在该事实发生之日起二日内通知公司并予以公告。8、本公司减持通过二级市场买入的公司股份，不适用上述承诺。本公司减持通过二级市场买入的公司股份完毕后，继续减持本公司通过其他方式获得的公司股份的，应当遵守《减持规定》的要求。9、如本公司此前所出具的任何声明或承诺内容与本承诺内容不一致的，应以本承诺内容为准，同时如相关法律、法规、规范性文件、中国证监会、证券交易所就股份减持出台了新的规定或措施，且上述承诺不能满足证券监管部门的相关要求时，本公司承诺届时将按照相关规定出具补充承诺或重新出具新的承诺。”

公司股东 Purple Forest Limited、厦门欣嘉骏、鸿业亚洲、祥禾泓安、祥禾股权、厦门君豪承诺：“自公司股票上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理本次发行前已直接或间接持有的发行人股份，也不由发行人回购该部分股份。”

间接持有公司股份的董事、监事、高级管理人员及核心技术人员罗永晖、孙瑞鸿、孙孟慧、卓建荣、Ong Yew Thiong Gilbert（王有忠）、陈国汉、王碧黛、李丽华、刘珍妮、曹培忠、曹培峰、邹守玮，公司离任董事黄晗跻承诺：“在其任职期间每年转让直接或间接持有的发行人股份不超过其所持有发行人股份总数的百分之二十五；离职后半年内，不转让其直接或间接持有的发行人股份。发行人上市后六个月内如发行人股票连续二十个交易日的收盘价均低于发行人发行价，或者发行人上市后六个月期末股票收盘价低于发行价，本人持有发行人上述股份的锁定期自动延长六个月。上述锁定期限（包括延长的锁定期限）届满后二十四个月内，本人若减持上述股份，减持价格将不低于发行价。本人将积极采取合法措施履行就本次发行并上市所做的所有承诺，自愿接受监管机关、社会公众及投资者的监督，并依法承担相应责任。本人如未履行上述承诺，本人将在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明未履行承诺的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉，并将自动延长持有全部股份的锁定期六个月。”

间接持有公司股份的董事、监事、高级管理人员罗永晖、孙瑞鸿、孙孟慧、卓建荣、Ong Yew Thiong Gilbert（王有忠）、陈国汉、王碧黛、李丽华，公司离任董事黄晗跻承诺：“本人将遵守《公司法》、《证券法》和有关法律、法规，以及中国证监会规章、规范性文件中关于股份转让的限制性规定。本人减持股份将按照法律、法规和上述规定，以及证券交易所相关规则，真实、准确、完整、及时履行信息披露义务。具有下列情形之一的，本人不减持公司股份：（1）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者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）本人因违法证券交易所自律规则，被证券交易所公开谴责未满三个月的；（3）中国证监会规定的其他情形。”

保荐机构 (主承销商)	国金证券股份有限公司
招股说明书 签署日期	2016年6月17日

声明及承诺

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。

发行人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。

保荐人承诺因其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，给投资者造成损失的，将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做的任何决定或意见，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

本公司特别提醒投资者认真阅读本招股说明书全文，并特别注意下列重大事项提示：

一、股份流通限制和自愿锁定股份的承诺

公司实际控制人成员孙瑞鸿先生、孙孟慧女士、卓建荣先生承诺：“自公司股票上市交易之日起三十六个月内，本人不转让或者委托他人管理本人持有的发行人股份，也不由发行人回购本人持有的发行人于股票上市前已发行的股份。发行人上市后六个月内如欣贺公司股票连续二十个交易日的收盘价均低于欣贺公司首次公开发行股票并上市时的股票发行价（指欣贺公司首次公开发行股票的发价价格，如果因公司上市后派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，则按照证券交易所的有关规定作除权除息处理；下同），或者欣贺公司上市后六个月期末（如该日不是交易日，则为该日后第一个交易日；下同）股票收盘价低于发行价，本人持有欣贺公司上述股份的锁定期限自动延长六个月。上述锁定期限（包括延长的锁定期限）届满后二十四个月内，本人若减持上述股份，减持价格将不低于发行价，减持股份数量将遵守发行人控股股东欣贺国际有限公司相关承诺。在任职期间每年转让的股份不超过本人持有的欣贺公司股份总数的百分之二十五；离职后半年内不转让本人持有的欣贺公司股份。本人将积极采取合法措施履行就本次发行并上市所做的所有承诺，自愿接受监管机关、社会公众及投资者的监督，并依法承担相应责任。本人如未履行上述承诺，本人将在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明未履行承诺的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉，并将自动延长持有全部股份的锁定期六个月。”

公司控股股东欣贺国际有限公司承诺：“如实际发生本公司公开发售股份情形，本公司公开发售股份数量不超过自愿设定十二个月及以上限售期的投资者获得配售股份的数量。本公司及相关利益方不会与自愿设定十二个月及以上

限售期的投资者存在财务资助或者补偿、股份代持、信托持股等不当利益安排。自公司股票上市之日起三十六个月内，本公司不转让或者委托他人管理本公司持有的欣贺公司股份，也不由欣贺公司回购本公司持有的欣贺公司于股票上市前已发行的股份。欣贺公司上市后六个月内如欣贺公司股票连续二十个交易日的收盘价均低于欣贺公司首次公开发行股票并上市时的股票发行价，或者欣贺公司上市后六个月期末股票收盘价低于发行价，本公司持有欣贺公司上述股份的锁定期自动延长六个月。上述锁定期限（包括延长的锁定期限）届满后两年内，本公司若减持上述股份，减持价格将不低于发行价，届满后的十二个月内减持本公司持有的欣贺公司股份不超过本公司持有的股份总额的百分之五；届满后的二十四个月内减持本公司持有的欣贺公司股份不超过本公司持有的股份总额的百分之十。本公司减持欣贺公司股份时，将在减持前三个交易日公告减持计划，并按照证券交易所的规则及时、准确地履行信息披露义务。本公司将积极采取合法措施履行就本次发行并上市所做的所有承诺，自愿接受监管机关、社会公众及投资者的监督，并依法承担相应责任。本公司如未履行上述股份持有及减持承诺，本公司将在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明未履行承诺的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉，并将自动延长持有全部股份的锁定期六个月。”“1、本公司将遵守《公司法》、《证券法》和有关法律、法规，以及中国证监会规章、规范性文件中关于股份转让的限制性规定。本公司减持股份将按照法律、法规和上述规定，以及证券交易所相关规则，真实、准确、完整、及时履行信息披露义务。2、具有下列情形之一的，本公司不减持公司股份：（1）公司或者本公司因涉嫌证券期货违法犯罪，在被中国证监会立案调查或者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）本公司因违法证券交易所自律规则，被证券交易所公开谴责未满三个月的；（3）中国证监会规定的其他情形。3、本公司计划通过证券交易所集中竞价交易减持股份的，应当在首次卖出的15个交易日前预先披露减持计划。减持计划的内容包括但不限于：拟减持股份的数量、来源、减持时间、方式、价格区间、减持原因。4、本公司在三个月内通过证券交易所集中竞价交易减持股份的总数，不得超过公司股份总数的百分之一。5、本公司通

过协议转让方式减持股份的，单个受让方的受让比例不得低于5%，转让价格范围下限比照大宗交易的规定执行（法律法规、部门规章及上海证券交易所业务规则另有规定的除外）。6、如本公司通过协议转让方式减持股份后所持公司股份比例低于5%的，本公司在减持后六个月内将继续遵守《减持规定》第八条、第九条（即本承诺第3、4项内容）的规定。7、本公司的股权如被质押，本公司将在该事实发生之日起二日内通知公司并予以公告。8、本公司减持通过二级市场买入的公司股份，不适用上述承诺。本公司减持通过二级市场买入的公司股份完毕后，继续减持本公司通过其他方式获得的公司股份的，应当遵守《减持规定》的要求。9、如本公司此前所出具的任何声明或承诺内容与本承诺内容不一致的，应以本承诺内容为准，同时如相关法律、法规、规范性文件、中国证监会、证券交易所就股份减持出台了新的规定或措施，且上述承诺不能满足证券监管部门的相关要求时，本公司承诺届时将按照相关规定出具补充承诺或重新出具新的承诺。”

公司股东巨富发展承诺：“自公司股票上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理本次发行前已直接或者间接持有的发行人股份，也不会由发行人回购该部分股份。”

公司股东厦门骏胜承诺：“自欣贺公司上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理本公司持有的欣贺股份公开发行股票前已发行的股份，也不由欣贺公司回购本公司持有的欣贺股份公开发行股票前已发行的股份。本公司如在所持欣贺公司股份锁定期届满后的二十四个月内减持欣贺公司的股份，减持价格为届时市场价格。本公司减持欣贺公司股份应符合相关法律、法规、规章的规定，减持将通过上海证券交易所以协议转让、大宗交易、竞价交易或其他方法依法进行。本公司在所持欣贺公司股份锁定期届满后的十二个月内，减持其持有的欣贺公司股份不超过本公司持有的股份总额的百分之五十。本公司在所持欣贺公司股份锁定期届满后的二十四个月内，减持其持有的欣贺公司股份不超过本公司持有的股份总额的百分之百。若本公司拟减持欣贺公司股份，将在减持前三个交易日公告减持计划，并按照证券交易所的规则及时、准确地履行信息披露义务。本公司将积极采取合法措施履行就本次发行并上市所做的所

有承诺，自愿接受监管机关、社会公众及投资者的监督，并依法承担相应责任。本公司如未履行上述股份持有及减持承诺，本公司将在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明未履行承诺的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉，并将自动延长持有全部股份的锁定期六个月。”“1、本公司将遵守《公司法》、《证券法》和有关法律、法规，以及中国证监会规章、规范性文件中关于股份转让的限制性规定。本公司减持股份将按照法律、法规和上述规定，以及证券交易所相关规则，真实、准确、完整、及时履行信息披露义务。2、具有下列情形之一的，本公司不减持公司股份：（1）公司或者本公司因涉嫌证券期货违法犯罪，在被中国证监会立案调查或者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）本公司因违法证券交易所自律规则，被证券交易所公开谴责未满三个月的；（3）中国证监会规定的其他情形。3、本公司计划通过证券交易所集中竞价交易减持股份的，应当在首次卖出的15个交易日前预先披露减持计划。减持计划的内容包括但不限于：拟减持股份的数量、来源、减持时间、方式、价格区间、减持原因。4、本公司在三个月内通过证券交易所集中竞价交易减持股份的总数，不得超过公司股份总数的百分之一。5、本公司通过协议转让方式减持股份的，单个受让方的受让比例不得低于5%，转让价格范围下限比照大宗交易的规定执行（法律法规、部门规章及上海证券交易所业务规则另有规定的除外）。6、如本公司通过协议转让方式减持股份后所持公司股份比例低于5%的，本公司在减持后六个月内将继续遵守《减持规定》第八条、第九条（即本承诺第3、4项内容）的规定。7、本公司的股权如被质押，本公司将在该事实发生之日起二日内通知公司并予公告。8、本公司减持通过二级市场买入的公司股份，不适用上述承诺。本公司减持通过二级市场买入的公司股份完毕后，继续减持本公司通过其他方式获得的公司股份的，应当遵守《减持规定》的要求。9、如本公司此前所出具的任何声明或承诺内容与本承诺内容不一致的，应以本承诺内容为准，同时如相关法律、法规、规范性文件、中国证监会、证券交易所就股份减持出台了新的规定或措施，且上述承诺不能满足证券监管部门的相关要求时，本公司承诺届时将按照相关规定出具补充承诺或重新出具新的承诺。”

公司股东L Capital Xiamen Fashion Ltd.承诺：“自欣贺公司上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理本公司持有的欣贺公司公开发行股票前已发行的股份，也不由欣贺公司回购本公司持有的欣贺股份公开发行股票前已发行的股份。本公司如在所持欣贺公司股份锁定期届满后的二十四个月内减持欣贺公司的股份，减持价格为届时市场价格。本公司减持欣贺公司股份应符合相关法律、法规、规章的规定，减持将通过上海证券交易所协议转让、大宗交易、竞价交易或其他方法依法进行。本公司在所持欣贺公司股份锁定期届满后的十二个月内，减持其持有的欣贺公司股份不超过本公司持有的股份总额的百分之九十五。本公司在所持欣贺公司股份锁定期届满后的二十四个月内，减持其持有的欣贺公司股份不超过本公司持有的股份总额的百分之百。若本公司拟减持欣贺公司股份，将在减持前三个交易日公告减持计划，并按照证券交易所的规则及时、准确地履行信息披露义务。本公司将积极采取合法措施履行就本次发行并上市所做的所有承诺，自愿接受监管机关、社会公众及投资者的监督，并依法承担相应责任。本公司如未履行上述股份持有及减持承诺，本公司将在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明未履行承诺的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉，并将自动延长持有全部股份的锁定期六个月。”

“1、本公司将遵守《公司法》、《证券法》和有关法律、法规，以及中国证监会规章、规范性文件关于股份转让的限制性规定。本公司减持股份将按照法律、法规和上述规定，以及证券交易所相关规则，真实、准确、完整、及时履行信息披露义务。2、具有下列情形之一的，本公司不减持公司股份：（1）公司或者本公司因涉嫌证券期货违法犯罪，在被中国证监会立案调查或者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）本公司因违法证券交易所自律规则，被证券交易所公开谴责未满三个月的；（3）中国证监会规定的其他情形。3、本公司计划通过证券交易所集中竞价交易减持股份的，应当在首次卖出的15个交易日前预先披露减持计划。减持计划的内容包括但不限于：拟减持股份的数量、来源、减持时间、方式、价格区间、减持原因。4、本公司在三个月内通过证券交易所集中竞价交易减持股份的总数，不得超过公司股份总数的百分之一。5、本公司通过协议转让方式减持股份的，单个受让

方的受让比例不得低于5%，转让价格范围下限比照大宗交易的规定执行（法律法规、部门规章及上海证券交易所业务规则另有规定的除外）。6、如本公司通过协议转让方式减持股份后所持公司股份比例低于5%的，本公司在减持后六个月内将继续遵守《减持规定》第八条、第九条（即本承诺第3、4项内容）的规定。7、本公司的股权如被质押，本公司将在该事实发生之日起二日内通知公司并予公告。8、本公司减持通过二级市场买入的公司股份，不适用上述承诺。本公司减持通过二级市场买入的公司股份完毕后，继续减持本公司通过其他方式获得的公司股份的，应当遵守《减持规定》的要求。9、如本公司此前所出具的任何声明或承诺内容与本承诺内容不一致的，应以本承诺内容为准，同时如相关法律、法规、规范性文件、中国证监会、证券交易所就股份减持出台了新的规定或措施，且上述承诺不能满足证券监管部门的相关要求时，本公司承诺届时将按照相关规定出具补充承诺或重新出具新的承诺。”

公司股东Purple Forest Limited、厦门欣嘉骏、鸿业亚洲、祥禾泓安、祥禾股权、厦门君豪承诺：“自公司股票上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理本次发行前已直接或间接持有的发行人股份，也不由发行人回购该部分股份”。

间接持有公司股份的董事、监事、高级管理人员及核心技术人员罗永晖、孙瑞鸿、孙孟慧、卓建荣、Ong Yew Thiong Gilbert（王有忠）、陈国汉、王碧黛、李丽华、刘珍妮、曹培忠、曹培峰、邹守玮，公司离任董事黄晗跻承诺：“在其任职期间每年转让直接或间接持有的发行人股份不超过其所持有发行人股份总数的百分之二十五；离职后半年内，不转让其直接或间接持有的发行人股份。发行人上市后六个月内如发行人股票连续二十个交易日的收盘价均低于发行人发行价，或者发行人上市后六个月期末股票收盘价低于发行价，本人持有发行人上述股份的锁定期自动延长六个月。上述锁定期限（包括延长的锁定期限）届满后二十四个月内，本人若减持上述股份，减持价格将不低于发行价。本人将积极采取合法措施履行就本次发行并上市所做的所有承诺，自愿接受监管机关、社会公众及投资者的监督，并依法承担相应责任。本人将积极采取合法措施履行就本次发行并上市所做的所有承诺，自愿接受监管机关、社会公众及投资者的监督，并依法承担相应责任。本人如未履行上述承诺，本人将在股东大会及中国证监会

指定的披露媒体上公开说明未履行承诺的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉，并将自动延长持有全部股份的锁定期六个月。”

间接持有公司股份的董事、监事、高级管理人员罗永晖、孙瑞鸿、孙孟慧、卓建荣、Ong Yew Thiong Gilbert（王有忠）、陈国汉、王碧黛、李丽华，公司离任董事黄晗跻承诺：“本人将遵守《公司法》、《证券法》和有关法律、法规，以及中国证监会规章、规范性文件中关于股份转让的限制性规定。本人减持股份将按照法律、法规和上述规定，以及证券交易所相关规则，真实、准确、完整、及时履行信息披露义务。具有下列情形之一的，本人不减持公司股份：（1）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者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）本人因违法证券交易所自律规则，被证券交易所公开谴责未满三个月的；（3）中国证监会规定的其他情形。”

二、稳定股价的预案及承诺

（一）启动股价稳定措施的具体条件

1、预警条件：本公司上市后三年内，当公司股票连续5个交易日的收盘价均低于最近一期定期报告披露的每股净资产（公司如有派息、送股、资本公积转增股本、股份拆细、增发、配股或缩股等除权除息事项导致公司净资产或股份总数发生变化的，每股净资产需相应进行调整，下同），公司将在10个交易日内召开投资者见面会，与投资者就公司经营状况、财务指标、发展战略进行深入沟通。

2、启动条件：本公司上市后三年内，如公司股票连续20个交易日的收盘价均低于公司最近一期定期报告披露的每股净资产（第20个交易日构成“触发稳定股价措施日”），非因不可抗力因素所致，且满足法律、法规和规范性文件关于业绩发布、增持或回购相关规定的情形下，公司及控股股东、董事和高级管理人员等相关主体将启动稳定公司股价的措施。

（二）稳定公司股价的具体措施

公司及公司控股股东、董事和高级管理人员承担稳定公司股价的义务。当触发前述股价稳定措施的启动条件时，公司及公司控股股东、董事和高级管理

人员应采取以下部分或全部措施稳定公司股价，并保证股价稳定措施实施后，公司的股权分布仍符合上市条件：

1、公司回购公司股票。经有权提案的人士或股东提案，本公司将召开董事会审议公司回购股份的议案，并通知召开临时股东大会进行表决。回购股份的议案至少包含以下内容：回购目的、方式，价格或价格区间、定价原则，拟回购股份的种类、数量及其占公司总股本的比例，拟用于回购股份的资金总额及资金来源，回购期限，预计回购股份后公司股权结构的变动情况，管理层对回购股份对公司经营、财务及未来发展的影响的分析报告。经出席股东大会的股东所持表决权的三分之二以上通过，公司可以实施回购股份。触发稳定股价措施日后，如股票收盘价连续20个交易日高于最近一期定期报告披露的每股净资产，则可中止实施该次回购计划，连续40个交易日高于最近一期定期报告披露的每股净资产或增持资金使用完毕，则可终止实施该次回购计划。

公司回购本公司股份的行为应符合我国法律、法规、规范性文件和证券交易所关于上市公司回购股份的相关规定。

2、公司控股股东增持公司股票。控股股东在触发稳定股价措施日起10个交易日内，书面通知公司董事会其增持公司A股股票的计划并由公司公告，增持计划包括但不限于拟增持的公司A股股票的数量范围、价格区间及完成期限等信息，增持资金原则上不低于5,000万元。触发稳定股价措施日后，如股票收盘价连续20个交易日高于最近一期定期报告披露的每股净资产，则可中止实施该次增持计划，连续40个交易日高于最近一期定期报告披露的每股净资产或增持资金使用完毕，则可终止实施该次增持计划。增持计划完成后的六个月内公司控股股东将不出售所增持的股份。

3、公司全体董事（独立董事除外）和高级管理人员增持公司股票。公司全体董事（独立董事除外）和高级管理人员在触发稳定股价措施日起10个交易日内，书面通知公司董事会其增持公司A股股票的计划并由公司公告，增持计划包括但不限于拟增持的公司A股股票的数量范围、价格区间及完成期限等信息，增持资金原则上不低于上述人员上一年度从公司获取的税后薪酬总额的20%。触发稳定股价措施日后，如股票收盘价连续20个交易日高于最近一期定

期报告披露的每股净资产，则可中止实施该次增持计划，连续40个交易日高于最近一期定期报告披露的每股净资产或增持资金使用完毕，则可终止实施该次增持计划。增持计划完成后的六个月内公司全体董事（独立董事除外）和高管人员将不出售所增持的股份。

公司应将已做出履行上述稳定股价义务的相应承诺作为未来聘任公司董事和高级管理人员的必要条件，并在将来新聘该等人员时，要求其就此做出书面承诺。

4、经董事会、股东大会审议通过的其他稳定股价方案，如在保证公司经营资金需求的前提下，经董事会、股东大会审议同意，通过实施利润分配或资本公积金转增股本的方式稳定公司股价。

上述稳定股价措施实施完毕及承诺履行完毕后，如公司股票价格再度触发启动股价稳定措施的条件，则本公司、控股股东、董事、高级管理人员等相关责任主体将继续按照上述承诺履行相关义务。

（三）控股股东、公司董事及高级管理人员对稳定股价的承诺

公司控股股东欣贺国际有限公司已出具承诺：“如发行人上市后三年内，发行人股票收盘价连续20个交易日低于最近一期定期报告披露的每股净资产，在发行人启动稳定股价预案时，本公司将严格按照《欣贺股份有限公司上市后稳定公司股价的预案》的要求，履行相关稳定公司股价的义务。”

公司董事及高级管理人员已出具承诺：“本人将根据《欣贺股份有限公司上市后稳定公司股价的预案》的相关要求，切实履行该预案所述职责，以维护欣贺股份股价稳定、保护中小投资者利益。”

（四）未履行稳定公司股价措施的约束措施

若最终确定的稳定公司股价的具体方案涉及公司控股股东增持公司股票，如控股股东未能履行稳定公司股价的承诺，则公司将有权将控股股东通知的拟增持股份的资金总额相等金额的应付现金分红予以暂时扣留，直至控股股东履行其增持义务。

若最终确定的稳定公司股价的具体方案涉及公司董事、高级管理人员增持公司股票，如董事、高级管理人员未能履行稳定公司股价的承诺，则公司将

权将该等人员通知的拟增持股份的资金总额相等金额的薪酬款予以暂时扣留，直至相关人员履行其增持义务。

三、发行人、发行人控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及有关中介机构关于发行上市申请文件真实性的承诺

（一）发行人关于发行上市申请文件真实性的承诺

发行人承诺：“本公司首次公开发行人民币普通股（A股）股票招股说明书（以下简称“本公司招股说明书”）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、完整性承担个别和连带的法律责任。

如本公司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，本公司将依法回购首次公开发行的全部新股。自国务院证券监督管理机构或司法机关认定本公司招股说明书存在前述情形之日起的三十个交易日内，公司将召开董事会会议审议回购公司首次公开发行的全部新股的计划并通知召开股东大会进行表决，回购计划的内容包括但不限于回购方式、回购期限、完成时间等信息，回购价格将依相关法律法规规定确定。

如本公司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。该等损失的赔偿金额以投资者因此而实际发生的直接损失为限，具体的赔偿标准、赔偿主体范围、赔偿金额等细节内容待上述情形实际发生时，依据最终确定的赔偿方案或司法机关的有效裁决所认定的为准。

如本公司招股说明书经国务院证券监督管理机构或司法机关认定存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，本公司自国务院证券监督管理机构作出认定之日起三十个交易日内仍未开始履行上述承诺，则公司董事长应在前述期限届满之日起二十个交易日内召集临时董事会并通过决议：利用公司现金并用该等现金回购公司首次公开发行的全部新股或赔偿投资者，现金不足部分可通过处置公司资产等方式补足。如董事长未能召集董事会或董事会未能通过相关决议或董事会决议通过后三个交易日内未能提请股东大会审议，投资者可依法要

求其履行职责，或根据公司章程规定要求监事会提请罢免董事，直至公司董事会通过相关决议并提请股东大会审议相关决议。公司将于股东大会通过相关决议后60日内履行回购义务及/或并积极履行赔偿义务。”

（二）发行人控股股东欣贺国际关于发行上市申请文件真实性的承诺

发行人控股股东欣贺国际承诺：“如发行人招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断发行人是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，本公司将购回已转让的原限售股份。

如发行人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，本公司将依照相关法律、法规规定承担民事赔偿责任，赔偿投资者损失。”

（三）发行人实际控制人孙瑞鸿、孙孟慧、卓建荣、孙马宝玉关于发行上市申请文件真实性的承诺

发行人实际控制人孙瑞鸿、孙孟慧、卓建荣、孙马宝玉承诺：“如欣贺股份招股说明书存在虚假记载、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，本人将承担相应的民事赔偿责任，依法赔偿投资者损失。具体的赔偿标准、赔偿主体范围、赔偿金额等详细内容待上述情形实际发生时，依据最终确定的赔偿方案为准。

本人将积极采取合法措施履行就本次发行并上市所做的全部承诺，自愿接受监管部门、社会公众及投资者的监督，并依法承担相应责任。”

（四）发行人董事、监事、高级管理人员关于发行上市申请文件真实性的承诺

发行人董事、监事、高级管理人员承诺：“如欣贺股份招股说明书存在虚假记载、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（指欣贺股份的董事、监事、高级管理人员）将承担相应的民事赔偿责任，依法赔偿投资者损失。具体的赔偿标准、赔偿主体范围、赔偿金额等详细内容待上述情形实际发生时，依据最终确定的赔偿方案为准。”

（五）发行人保荐机构关于发行上市申请文件真实性的承诺

发行人保荐机构国金证券做出承诺：“因本保荐机构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，给投资者造成损失的，将依法按照相关监管机构或司法机关认定的金额赔偿投资者损失，但本保荐机构已按照法律法规的规定履行勤勉尽责义务的除外。”

（六）发行人审计机构关于发行上市申请文件真实性的承诺

发行人审计机构大华会计师事务所（特殊普通合伙）承诺：“因本所为欣贺股份有限公司首次公开发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法按照相关监管机构或司法机关认定的金额赔偿投资者损失，如能证明无过错的除外。”

（七）发行人律师关于发行上市申请文件真实性的承诺

发行人律师北京市天元律师事务所承诺：“本所及经办律师已阅读发行人申请首次公开发行A股股票并上市的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，确认招股说明书及其摘要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。如因本所为发行人首次公开发行A股股票并上市而制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，本所将依照相关法律、法规规定承担民事赔偿责任，赔偿投资者损失。”

（八）发行人验资机构关于发行上市申请文件真实性的承诺

发行人验资机构大华会计师事务所（特殊普通合伙）承诺：“因本所为欣贺股份有限公司首次公开发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法按照相关监管机构或司法机关认定的金额赔偿投资者损失，如能证明无过错的除外。”

（九）发行人资产评估机构关于发行上市申请文件真实性的承诺

发行人资产评估机构北京卓信大华资产评估有限公司承诺：“本公司及经办资产评估师已阅读发行人申请首次公开发行A股股票并上市的招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本公司出具的资产评估报告的内容无矛盾之处。本公司及经办资产评估师对招股说明书及其摘要中引用的本公司出具的资

产评估报告的内容无异议，确认招股说明书及其摘要不致因完整准确地引用上述由本公司出具的报告而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对本公司出具的上述报告的真实性和完整性承担相应的法律责任。

本公司已对出具的报告进行了核查，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。如因本公司为发行人首次公开发行A股股票并上市而制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，本公司将依照相关法律、法规规定承担民事赔偿责任，赔偿投资者损失。”

四、持股 5%以上股东的持股及减持安排

欣贺国际有限公司、厦门骏胜投资合伙企业(有限合伙)、L Captital Xiamen Fashion Ltd.作为欣贺股份持股5%以上股东的持股及减持安排参见“重大事项提示”之“一、股份流通限制和自愿锁定股份的承诺”。

五、公司股东公开发售股份情况及有关影响

公司本次拟公开发行不超过11,000万股新股，根据询价结果，若出现募集资金金额超过募集资金投资项目所需资金总额及预计发行费用之和的情形，公司将在满足发行条件的前提下减少公开发行新股的数量，并由公司控股股东欣贺国际有限公司公开发售不超过4,000万股本次公开发行前公司已发行的股份，本次公开发行股票总量预计不超过11,000万股。

如实际发生公司控股股东欣贺国际有限公司公开发售股份情形，本次发行的保荐费用、审计费、律师费、信息披露费、发行手续费等由公司承担；本次发行的承销费由发行人与公开发售股份股东按比例分摊。公司控股股东欣贺国际有限公司公开发售股份所得资金不归公司所有。

公司股东公开发售股份的方案不会对公司的控制权产生影响，不会对公司股东大会、董事会、监事会的有效运行及高级管理人员、核心技术人员的影响造成，不会对公司主要客户、供应商造成影响。公司股东公开发售股份后不会对公司的治理结构及生产经营造成影响。

六、公司股利分配政策及上市前滚存利润的分配

（一）本公司股利分配政策

本公司发行后，公司股利分配政策如下：

1、公司股利分配的原则

（1）公司盈利并符合公司业务发展对资金要求的前提下，公司实行连续、稳定的利润分配政策，公司的利润分配应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）在公司现金流满足公司正常经营和长期发展的前提下，公司将实施积极的现金股利分配办法；

（3）在利润分配政策及方案制定或调整的决策或论证过程中，应当充分考虑股东（特别是中小股东）、独立董事和监事的意见。

2、公司股利分配的方式

（1）公司采用现金、股票或者现金与股票相结合的方式分配利润，并优先采用现金分红的方式分配利润；

（2）在公司当年盈利且累计未分配利润为正数且保证公司能够持续经营和长期发展的前提下，公司应当采取现金方式分配股利，公司每年以现金方式分配的利润应不少于当年实现的可供分配利润的30%；

但出现以下情形之一的，公司可以不进行现金分红或可以低于前述比例进行现金分红：A.公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产、购买设备或偿还债务累计支出达到或超过公司最近一期经审计净资产的30%，且超过3亿元（不含募集资金投资项目支出）；B.公司当年期末资产负债率达到或超过70%；C.公司当年经营性现金流净额为负数；D.根据相关法律法规，如果进行现金分红将会对公司下一年度的经营计划产生重大影响的；

（3）公司一般采用年度分红的方式进行利润分配，公司董事会也可以根据公司的盈利和资金需求等状况提出中期利润分配预案；

（4）若董事会认为公司未来成长性较好、每股净资产偏高、公司股票价格与公司股本规模不匹配、发放股票股利有利于公司全体股东整体利益时，可以在符合公司现金分红政策的前提下，制定股票股利分配预案；

（5）董事会因公司重大投资计划或重大现金支出等事项未提出现金分红提案的，董事会应在利润分配预案中披露原因及留存资金的具体用途；

（6）具体每个年度的分红方案由董事会根据公司年度盈利状况和未来资金使用计划提出预案，报股东大会批准。

3、差异化的现金分红政策

公司董事会应当综合考虑公司所处行业特点、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%。公司董事会认为公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，适用本项规定。

4、公司股利分配方案的审议

（1）每个会计年度结束后，由公司董事会提出利润分配预案，公司董事会应在利润分配预案论证过程中，需与独立董事充分讨论，在考虑对全体股东持续、稳定、科学的回报基础上，形成利润分配预案。公司董事会通过利润分配预案，需经全体董事过半数表决通过并经1/2以上独立董事表决通过，独立董事应当对利润分配预案发表独立意见。独立董事可以征集中小股东的意见，提出分红提案，并直接提交董事会审议；

（2）公司董事会未作出现金分红利润分配方案，或者董事会作出的现金利润分配方案不符合公司章程规定的，应当在定期报告中详细披露原因、未用于分红的资金留存公司的用途，独立董事应当对此发表独立意见；

（3）公司监事会应当对公司利润分配预案进行审议，并经半数以上监事表决通过，若公司有外部监事（不在公司担任职务的监事），则外部监事应当对审议的利润分配预案发表意见；

（4）董事会及监事会审议通过利润分配预案后应提交股东大会审议批准；

股东大会对利润分配预案进行审议前，公司应当通过多种渠道主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流，充分听取中小股东的意见和诉求，及时答复中小股东关心的问题；

（5）公司在特殊情况下无法按照既定的现金分红政策或最低现金分红比例确定当年利润分配方案的，董事会应当就具体原因进行专项说明，经独立董事发表意见后提交股东大会审议，并经出席股东大会的股东所持表决权的2/3以上通过。公司应在年度报告中披露具体原因以及独立董事的明确意见。在上述情况下，公司在召开股东大会时应提供网络形式的投票平台。

5、公司股利分配政策变更的决策机制

（1）公司应当保持利润分配政策的连续性、稳定性。因外部经营环境发生重大变化，或者公司根据生产经营情况、投资规划和长期发展的需要，确有必要对公司既定的三年回报规划进行调整的，应由公司董事会根据实际情况提出利润分配政策调整议案，提请股东大会审议通过；调整后的利润分配政策应以股东权益保护为出发点，且不得违反中国证监会和上海证券交易所的有关规定。调整利润分配政策的相关议案需经董事会全体董事过半数以上表决通过以及经1/2以上独立董事和监事会表决通过，独立董事应当对利润分配政策的制订或修改发表独立意见；

（2）公司监事会应当召开会议对董事会制订的利润分配政策进行审议，并且经半数以上监事表决通过，若公司有外部监事（不在公司担任职务的监事）则应充分与外部监事沟通并考虑其意见；

（3）公司调整利润分配政策需提交公司股东大会审议时，应作为特别决议审议通过，即由出席股东大会的股东（包括股东代理人）所持表决权2/3以上表决通过，公司应当提供网络投票等方式为公众股东参与股东大会表决提供便利。

6、利润分配政策的披露

公司应当在年度报告中详细披露利润分配政策的制定及执行情况，说明是否符合公司章程的规定或者股东大会决议的要求；现金分红标准和比例是否明确和清晰；相关的决策程序和机制是否完备；独立董事是否尽职履责并发挥了

应有的作用；中小股东是否有充分表达意见和诉求的机会，中小股东的合法权益是否得到充分保护等。如涉及利润分配政策进行调整或变更的，还要详细说明调整或变更的条件和程序是否合规和透明等。

为了进一步增强公司现金分红的透明度，提高现金分红水平，提升对股东的回报，公司制定了未来三年（2014-2016）股东回报规划，具体内容详见本招股说明书“第十一节管理层讨论与分析”之“八、股东未来分红回报规划及安排”。

（二）本公司发行前滚存利润的分配政策

根据本公司2013年5月6日召开的公司2012年度股东大会审议通过的《关于公司首次公开发行股票前滚存利润分配的议案》：

如果公司在2013年内首次公开发行股票并上市成功，分配2012年度利润后的滚存未分配利润余额由本次发行上市后的新老股东按持股比例共同享有；如果公司在2013年以后年度首次公开发行股票并上市成功，2012年度分配后的滚存利润及2013年以后年度至公司公开发行上市前产生的利润，经扣除发行前根据《公司章程》和股东大会决议进行利润分配后的剩余累积未分配利润由发行上市后的新老股东按持股比例共同享有。

七、填补被摊薄即期回报的相关措施及承诺

本次公开发行股票并上市后，发行人将采取多种措施保证募集资金有效使用、有效防范即期回报被摊薄，包括：1、合理规划使用募集资金，提高公司盈利能力；2、严格执行募集资金管理制度，保证募集资金合理规范使用；3、保持公司主营业务平稳发展，提高公司持续盈利能力；4、完善利润分配政策，重视投资者回报；为使填补回报措施能够得到切实履行，公司董事及高管作出承诺，具体详见“第十一节 管理层讨论与分析/九、本次发行对即期回报摊薄的影响及公司采取的填补措施”，公司提示投资者制定填补回报措施不等于对公司未来利润做出保证。

八、保荐人先行赔付的承诺

保荐人承诺因其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，给投资者造成损失的，将先行赔偿投资者损

失。

九、公司特别提醒投资者注意“风险因素”中的下列风险

（一）中、高端女装行业市场竞争风险

公司所处的中、高端女装行业竞争主要体现为品牌影响力、设计能力、渠道占有率等综合实力的竞争。在我国扩大内需和城镇化的基本国策支持下，时尚文化不断发展、品牌发展环境不断优化、时尚消费水平不断提高，我国仍是公认的全球服装行业最具发展潜力的市场。目前国内中、高端女装企业数量较少，规模较小，集中度低，但随着国际品牌加快在我国的布局以及本土品牌的发展壮大，行业竞争日益激烈，公司如果不能持续提高在研发设计、品牌推广、销售组织等各方面的综合竞争力，则可能出现发展放缓甚至衰退的情形。

（二）QDA 品牌的运营风险

QDA品牌是公司近期创立的流行时尚品牌，于2012年12月进入市场运营，目前尚处于起步阶段。公司虽已有运作中、高端女装品牌的丰富经验，但由于①新品牌在运营初期均需投入资源进行品牌推广，其盈利能力在培育期后才能逐步体现；②QDA品牌同公司其他中、高端女装品牌定位差异较大，如何运营好QDA品牌，将是对公司管理层的新挑战。综上，公司新创品牌QDA的运营风险高，将给公司带来较大的经营压力。

（三）存货减值的风险

2013年末、2014年末、2015年末公司存货账面价值分别为39,435.87万元、36,676.19万元和37,132.01万元，占同期资产总额的比重分别为21.71%、17.14%和17.41%。公司已制订较为谨慎的存货跌价计提政策，截至2015年12月31日，已计提存货跌价准备35,240.84万元，占库存账面余额48.69%。库存规模大会占用公司的营运资金，降低营运效率，如果公司未能准确把握女装流行趋势的变化或者市场形势出现不利变化，可能出现公司产品销售不力，适销率降低，将给公司经营业绩带来不利影响。

（四）营业利润波动的风险

报告期内公司主要利润指标变动情况如下：

项目	2015 年度			2014 年度			2013 年度		
	金额	增长率	变动额	金额	增长率	变动额	金额	增长率	变动额
营业收入	181,301.24	-18.27%	-40,538.94	221,840.18	5.86	12,283.46	209,556.72	4.63	9,281.62
营业毛利	142,655.66	-17.32%	-29,893.53	172,549.20	10.71	16,692.30	155,856.90	6.48	9,486.08
期间费用	76,236.51	-6.21%	-5,046.05	81,282.56	-1.82	-1,508.47	82,791.03	16.46	11,703.24
资产减值损失	16,068.72	-8.45%	-1,483.56	17,552.28	-23.98	-5,537.75	23,090.03	-13.90	-3,727.11
营业利润	47,765.64	-32.13%	-22,609.29	70,374.93	49.59	23,328.57	47,046.36	2.97	1,356.59
主要指标	指标数据		变动率	指标数据		变动率	指标数据		变动率
综合毛利率	78.68%		0.90%	77.78%		3.41%	74.37%		1.29%
主营毛利率	78.53%		0.91%	77.62%		3.38%	74.24%		1.42%
期间费用率	42.05%		5.41%	36.64%		-2.87%	39.51%		4.02%

2012年以来经济处于调整周期，服装行业增速下滑，公司盈利各项指标均存在一定波动，尤其2015年受经济增速放缓、消费市场疲软的影响，公司营业利润降幅较大，未来公司营业利润存在波动风险。

目 录

本次发行概况.....	1
声明及承诺.....	7
重大事项提示.....	8
一、股份流通限制和自愿锁定股份的承诺.....	8
二、稳定股价的预案及承诺.....	14
三、发行人、发行人控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及有关中介机构关于发行上市申请文件真实性的承诺.....	17
四、持股 5%以上股东的持股及减持安排.....	20
五、公司股东公开发售股份情况及有关影响.....	20
六、公司股利分配政策及上市前滚存利润的分配.....	21
七、公司特别提醒投资者注意“风险因素”中的下列风险.....	25
目 录.....	27
第一节 释 义.....	31
第二节 概 览.....	34
一、发行人基本情况.....	34
二、控股股东及实际控制人的简要情况.....	35
三、发行人主要财务数据及主要财务指标.....	36
四、本次发行概况.....	37
五、募集资金用途.....	38
第三节 本次发行概况.....	39
一、本次发行的基本情况.....	39
二、本次发行的有关当事人.....	40
三、发行人与本次发行有关中介机构的关系.....	41
四、与本次发行上市有关的重要日期.....	42
第四节 风险因素.....	43
一、市场风险.....	43
二、业务风险.....	44
三、财务风险.....	48
四、募投项目风险.....	49
五、实际控制人不当控制的风险.....	50
第五节 发行人基本情况.....	51
一、发行人的基本资料.....	51

二、发行人改制重组情况.....	51
三、发行人股本形成及变化情况.....	54
四、发行人前身设立以来的重大资产重组行为.....	63
五、历次验资情况.....	72
六、发行人的组织结构.....	74
七、发行人子公司及分支机构情况简介.....	77
八、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	86
九、发行人股本的有关情况.....	112
十、发行人内部职工股、工会持股、职工持股会持股、信托持股、委托持股或股东数量超过二百人的情况.....	114
十一、发行人员工及社会保障情况.....	114
十二、持有发行人 5%以上股份的股东及作为股东的董事、监事、高管人员及核心技术人员的重要承诺.....	125
第六节 业务和技术.....	127
一、公司主营业务情况.....	127
二、公司所处行业基本情况.....	132
三、公司在同行业中的竞争地位.....	152
四、公司的主要业务情况.....	168
五、公司主要固定资产和无形资产.....	305
六、公司特许经营权情况.....	323
七、公司技术与研发情况.....	323
八、产品的质量控制.....	326
九、公司境外经营情况.....	327
第七节 同业竞争与关联交易.....	328
一、发行人独立经营情况.....	328
二、同业竞争.....	329
三、关联方与关联关系.....	331
四、关联交易.....	334
五、规范关联交易的制度安排.....	338
六、公司独立董事对关联交易事项的意见.....	341
七、规范和减少关联交易的措施.....	341
第八节 董事、监事、高级管理人员与核心技术人员.....	342
一、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员简介.....	342
二、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属持有公司股份情况 ...	348
三、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员其他对外投资情况.....	350
四、董事、监事及高级管理人员的薪酬情况.....	352
五、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的兼职情况.....	353
六、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员相互之间存在的亲属关系情况 ...	359
七、本公司与董事、监事、高级管理人员及核心技术人员签订的协议及作出的承诺情况	359
八、董事、监事及高级管理人员任职资格情况.....	359

九、报告期内董事、监事及高级管理人员变动情况.....	359
第九节 公司治理结构.....	362
一、公司股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度的建立健全及运行情况.....	362
二、公司报告期内违法违规情况说明.....	385
三、公司报告期内资金占用和对外担保情况.....	386
四、公司管理层对内部控制的评价及注册会计师意见.....	387
第十节 财务会计信息.....	388
一、审计意见类型及会计报表编制基础.....	388
二、合并财务报表范围及变化情况.....	389
三、财务报表.....	389
四、报告期内采用的主要会计政策和会计估计.....	398
五、税项.....	421
六、最近一年重要收购及兼并情况.....	421
七、经注册会计师核验的非经常性损益明细表.....	421
八、最近一期末的固定资产.....	422
九、最近一期末对外投资项目情况.....	423
十、最近一期末的无形资产.....	423
十一、主要债项情况.....	423
十二、所有者权益变动情况.....	425
十三、现金流量情况.....	427
十四、其他重要事项.....	428
十五、主要财务指标.....	429
十六、发行人盈利预测披露情况.....	431
十七、资产评估情况.....	431
十八、历次验资情况.....	432
第十一节 管理层讨论与分析.....	433
一、财务状况分析.....	433
二、盈利能力分析.....	460
三、现金流量分析.....	494
四、资本性支出分析.....	497
五、重大会计政策或会计估计与可比上市公司的差异情况.....	498
六、重大担保、诉讼、其他或有事项及重大期后事项.....	500
七、财务状况和盈利能力的未来趋势.....	500
八、股东未来分红回报规划及安排.....	502
九、本次发行对即期回报摊薄的影响及公司采取的填补措施.....	506
第十二节 业务发展目标.....	511
一、公司发展计划.....	511
二、拟定计划依据的假设条件及主要困难.....	515
三、公司发展计划与现有业务的关系.....	516

第十三节 募集资金运用	517
一、募集资金运用计划及概况.....	517
二、董事会对募集资金投资项目前景分析和可行性分析.....	518
三、募集资金投资项目与发行人业务、发展战略之间的关系.....	522
四、募集资金投资项目基本情况.....	523
五、募集资金运用对公司经营成果及财务状况的影响.....	548
第十四节 股利分配政策	551
一、公司最近三年股利分配政策和实际股利分配情况.....	551
二、发行后的股利分配政策.....	552
三、本次发行完成前滚存利润的分配政策.....	555
第十五节 其他重大事项	557
一、信息披露与投资者关系服务.....	557
二、重大合同.....	557
三、对外担保情况.....	567
四、重大诉讼、仲裁事项.....	567
五、控股股东、实际控制人和董事、监事、高级管理人员的重大诉讼和仲裁.....	567
第十六节 董事、监事、高级管理人员及有关中介机构声明	568
一、全体董事、监事、高级管理人员声明.....	568
二、保荐机构（主承销商）声明.....	570
三、发行人律师声明.....	571
四、审计机构声明.....	572
五、验资机构声明.....	573
六、资产评估机构声明.....	574
第十七节 备查文件	575
一、本招股说明书的备查文件.....	575
二、查阅时间.....	575
三、查阅地点.....	575
四、查阅网址.....	575

第一节 释 义

普通术语		
本公司、公司、欣贺公司、发行人、欣贺股份	指	欣贺股份有限公司
欣贺有限	指	欣贺（厦门）服饰有限公司，系发行人前身
欣贺国际、控股股东	指	欣贺国际有限公司，前身为 Super Huge Investments Limited，系发行人控股股东
宏方控股	指	宏方控股有限公司（英文名：Greatdirect Holdings Limited），系欣贺国际控股股东
厦门欣嘉骏	指	厦门欣嘉骏投资有限公司，系发行人股东之一
鸿业亚洲	指	鸿业亚洲有限公司，系发行人股东之一
巨富发展	指	巨富发展有限公司，系发行人股东之一
厦门骏胜	指	厦门市骏胜投资合伙企业（有限合伙），系发行人股东之一
厦门君豪	指	厦门市君豪投资合伙企业（有限合伙），系发行人股东之一
祥禾泓安	指	上海祥禾泓安股权投资合伙企业（有限合伙），系发行人股东之一
祥禾股权	指	上海祥禾股权投资合伙企业（有限合伙），系发行人股东之一
中悦服饰	指	中悦（厦门）服饰有限公司
全世美公司	指	厦门全世美纺织工业有限公司
艾葳服饰	指	艾葳（厦门）服饰有限公司
信诺公司	指	信诺（厦门）装饰有限公司，前身为信诺（厦门）工业有限公司
金丽盛	指	厦门金丽盛服饰有限公司
台湾金鸿景	指	金鸿景有限公司
香港名炬	指	名炬国际有限公司
鸿朗国际	指	鸿朗国际有限公司
欣贺澳门	指	欣贺（澳门）服饰一人有限公司，系发行人全资子公司
欣贺台湾	指	台湾欣贺服饰有限公司，系发行人全资子公司
欣贺香港	指	欣贺（香港）有限公司，系发行人全资子公司
卓耀服饰	指	卓耀（厦门）服饰有限公司，系发行人原子公司
晶晶集团	指	晶晶集团有限公司（英文名：Glittering Group Limited）
卓耀有限	指	卓耀有限公司（英文名：Alpha Shine Limited）
宝国国际	指	宝国国际控股有限公司，原名为“宝姿时装有限公司”
朗姿股份	指	朗姿股份有限公司
玛丝菲尔	指	深圳玛丝菲尔时装股份有限公司

维格娜丝	指	维格娜丝时装股份有限公司
歌力思	指	深圳歌力思服饰股份有限公司
股东大会	指	欣贺股份有限公司股东大会
董事会	指	欣贺股份有限公司董事会
监事会	指	欣贺股份有限公司监事会
章程、公司章程	指	欣贺股份有限公司章程
中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
保荐人、主承销商、国金证券	指	国金证券股份有限公司
发行人会计师、大华	指	大华会计师事务所（特殊普通合伙）
发行人律师、天元	指	北京市天元律师事务所
公司法	指	《中华人民共和国公司法》及其修订
证券法	指	《中华人民共和国证券法》及其修订
交易所	指	上海证券交易所
专业术语		
JR、JW、AN、GS、CR、IV、QDA	指	公司七大品牌，分别为 JORYA、JORYA weekend、ANMANI（恩曼琳）、GIVH SHYH（巨式国际）、CAROLINE（卡洛琳）、AIVEI、QDA
万宝龙	指	公司经销的国际知名品牌“Montblanc”
自营模式	指	公司通过与商场签订联销合同或租赁合同等方式取得门店，或由管理商提供门店，由公司直接负责门店的日常经营管理或委托管理商负责门店的日常经营管理。根据公司是否直接参与日常经营管理又分为直营模式和管理商模式
经销模式	指	公司与经销商签订《品牌授权经销协议》，通过经销商自行取得的门店销售货品的销售模式
自制生产	指	公司自主设计样板，自行采购面、辅料等原材料，利用自有设备，组织生产人员进行生产的模式
外协生产	指	由公司提供设计样板，由公司提供主要原材料或由外协厂商自行采购公司指定的原材料，利用外协厂商的生产能力进行加工生产的模式
ERP 系统	指	企业资源计划（Enterprise Resource Planning）的简称，指建立在信息技术基础上，以系统化的管理思想，为企业决策层及员工提供决策运行手段的管理平台
平效	指	是指每平方米店铺面积的销售金额，平效=主营业务收入/营业面积
吊牌价	指	公司产品依据各品牌定位按价格政策制定的零售价，即产品吊牌上载明的价格
第三方物流企业	指	以签订合同或协议的方式，接受委托方物流外包工作，在物流各环节上为委托方提供全面服务的物流服务提供商

Euromonitor International	指	欧睿国际，是一家全球日用消费市场调查的权威机构，公司总部设在英国伦敦
---------------------------	---	------------------------------------

注：本招股说明书除特别说明外，若出现总数与各分项数值之和的尾数不符的情况，均为四舍五入原因造成。

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、发行人基本情况

（一）发行人概况

公司名称：欣贺股份有限公司

英文名称：XIN HEE CO., LTD.

注册资本：32,000万元

法定代表人：罗永晖

有限公司成立日期：2006年6月7日

统一社会信用代码：91350200784171077C

整体变更设立股份有限公司日期：2012年4月26日

公司住所：厦门市湖里区湖里大道95号鸿展大厦

邮政编码：361006

（二）设立情况

本公司是于2012年2月23日，经厦门市投资促进局“厦投促审【2012】090号”文件批准，以欣贺国际、厦门骏胜、L Capital Xiamen Fashion Ltd.等10名股东作为发起人由欣贺有限整体变更设立的股份有限公司。2012年2月24日，本公司取得厦门市人民政府核发的《中华人民共和国外商投资企业批准证书》（商外资厦外资字【2006】0144号）。2012年4月26日，本公司取得厦门市工商行政管理局核发的《企业法人营业执照》，注册号350200400001411。

（三）主营业务

公司主营中、高端女装的设计、生产和销售，拥有完整的产业链条和显著的品牌优势。报告期内发行人营业收入保持增长趋势，目前收入规模与宝国国

际相当，是国内中、高端女装的领军企业之一。根据中国服装协会统计数据，公司2012年、2013年和2014年连续进入服装行业百强企业，2014年公司产品销售收入排名42位，利润总额排名19位，销售利润率排名3位。

公司采取多品牌发展战略，目前拥有JORYA、JORYA weekend、GIVH SHYH（巨式国际）、ANMANI（恩曼琳）、CAROLINE（卡洛琳）、AIVEI和QDA七大自有品牌，其中JORYA、JORYA weekend为公司的核心品牌，QDA品牌于2011年创立，并于2012年底进入市场。

公司采取自营和经销相结合的经营模式，截至2015年12月31日，公司在除西藏以外的全国各省、直辖市以及台湾、澳门设有697个销售门店，初步建立了覆盖全国的销售网络体系。

二、控股股东及实际控制人的简要情况

（一）控股股东

欣贺国际是发行人的控股股东，持有本公司78.2239%的股份。

欣贺国际成立于2008年5月15日，注册地为香港，住所为香港新界葵芳葵丰街33-39号华丰工业大厦1期14楼C室，法定股本为港币10,000元。欣贺国际主要从事对外投资及飞机租赁业务，目前除持有发行人的股份外，未持有其他公司的股权。

（二）实际控制人

公司实际控制人为孙氏家族成员，为孙马宝玉女士、孙瑞鸿先生、孙瑞展先生、孙孟慧女士和卓建荣先生，其中孙马宝玉女士与孙瑞鸿先生、孙瑞展先生和孙孟慧女士系母子（女）关系，孙孟慧女士和卓建荣先生系夫妻关系。2012年11月13日，孙瑞展先生因病去世后，公司实际控制人成员人数由5人减少为4人。目前，公司的实际控制人为孙马宝玉女士、孙瑞鸿先生、孙孟慧女士和卓建荣先生。

截至本招股说明书签署日，孙瑞鸿先生间接持有公司68.2224%的股份；孙孟慧女士间接持有公司10.5570%的股份；卓建荣先生间接持有公司0.5556%的股份，孙氏家族合计控制公司79.3350%的股份。

孙瑞鸿先生现任本公司董事、品牌创意总监，孙孟慧女士现任本公司董事、AIVEI品牌设计总监，卓建荣先生现任本公司董事、副总经理。孙瑞展先生曾任本公司董事长、副董事长，孙马宝玉女士曾任本公司董事。

三、发行人主要财务数据及主要财务指标

根据大华会计师事务所（特殊普通合伙）出具的大华审字[2016] 000675号审计报告，公司主要财务数据如下：

（一）合并资产负债表主要数据

单位：万元

项目	2015-12-31	2014-12-31	2013-12-31
资产总额	213,336.83	214,006.63	181,678.51
负债总额	38,038.67	43,260.71	43,228.02
归属于母公司股东权益合计	175,298.17	170,745.92	138,450.50
股东权益合计	175,298.17	170,745.92	138,450.50

（二）合并利润表主要数据

单位：万元

项目	2015 年度	2014 年度	2013 年度
营业收入	181,301.24	221,840.18	209,556.72
营业利润	47,765.64	70,374.93	47,046.36
利润总额	48,748.31	71,276.47	48,757.66
净利润	36,024.11	53,152.40	36,295.67
归属于母公司所有者的净利润	36,024.11	53,152.40	36,295.67
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润	33,090.79	51,146.12	34,745.99

（三）合并现金流量表主要数据

单位：万元

项目	2015 年度	2014 年度	2013 年度
经营活动产生的现金流量净额	36,367.55	66,115.56	63,381.52
投资活动产生的现金流量净额	-19,194.51	-10,680.06	-9,264.55
筹资活动产生的现金流量净额	-32,100.00	-22,366.70	-16,396.30
汇率变动对现金及现金等价物的影响	422.89	23.54	-233.86
现金及现金等价物净增加额	-14,504.06	33,092.33	37,486.81

（四）主要财务指标

财务指标	2015-12-31	2014-12-31	2013-12-31
流动比率（倍）	4.18	3.87	3.18
速动比率（倍）	3.20	3.02	2.26
资产负债率（母公司）	17.49%	19.85%	23.31%
无形资产（扣除土地使用权）占净资产的比例	0.44%	0.46%	0.15%
财务指标	2015 年度	2014 年度	2013 年度
应收账款周转率（次）	26.98	30.41	24.59
存货周转率（次）	0.52	0.63	0.67
息税折旧摊销前利润（万元）	57,626.24	80,761.84	58,941.92
利息保障倍数（倍）	—	—	—
每股经营活动现金流量（元）	1.14	2.07	1.98
每股净现金流量（元）	-0.45	1.03	1.17
加权平均净资产收益率	21.52%	35.57%	28.37%
加权平均净资产收益率（扣除非经常性损益后）	19.76%	34.23%	27.16%
基本每股收益（元）	1.13	1.66	1.13
扣除非经常性损益后基本每股收益（元）	1.03	1.60	1.09

四、本次发行概况

（一）本次发行概况

股票类型	人民币普通股（A 股）
股票面值	人民币 1.00 元
发行股数	不超过 11,000 万新股。根据询价结果，若出现募集资金金额超过募集资金投资项目所需资金总额及预计发行费用之和的情形，公司将在满足发行条件的前提下减少公开发行新股的数量，并由欣贺国际有限公司公开发售不超过 4,000 万股本次公开发行前公司已发行的股份，本次公开发行股票总量预计不超过 11,000 万股。（提示：公司控股股东欣贺国际公开发售股份所得资金不归公司所有）
发行价格	【】元/股
发行方式	网下向询价对象配售和网上向社会公众投资者定价发行相结合的方式或中国证监会许可的其他方式
发行对象	符合资格的询价对象和在上海证券交易所开户的投资者（国家法律、法规禁止购买者除外）或中国证监会认可的其他对象

（二）本次发行前后的股本结构

股份类别	发行前		发行后	
	股数（万股）	比例（%）	股数（万股）	比例（%）
一、有限售条件流通股	32,000.00	100.00	32,000.00	74.4186
二、本次发行的股份	—	—	11,000.00	25.5814
合计	32,000.00	100.00	43,000.00	100.0000

注：上表中本次发行的股份按发行 11,000 万股新股计算。在实际发行中，根据询价结果，若出现募集资金金额超过募集资金投资项目所需资金总额及预计发行费用之和的情形，公司将在满足发行条件的前提下减少公开发行新股的数量，并由欣贺国际有限公司公开发售不超过 4,000 万股本次公开发行前公司已发行的股份，本次公开发行股票总量预计不超过 11,000 万股。

五、募集资金用途

经本公司2012年度股东大会批准，本次募集资金将按轻重缓急投入以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	总投资额	计划用募集资金投入	项目核准情况
1	品牌营销网络建设项目	157,185.59	157,185.59	厦发改产业【2013】29号
2	企业信息化建设项目	15,386.40	15,386.40	厦发改产业【2013】28号
3	服装生产线及仓储物流配送中心建设项目	31,875.04	31,875.04	厦发改产业【2015】37号
	合计	204,447.03	204,447.03	—

根据市场情况，如果本次募集资金到位前公司需要对上述投资项目进行先期投资，公司将通过自筹资金进行，待募集资金到位后，将以募集资金置换先前投入的自有资金。截至2015年12月31日，公司已预先投入22,911.91万元用于募集资金投资项目的先期建设。

第三节 本次发行概况

一、本次发行的基本情况

股票种类	人民币普通股（A股）
每股面值	人民币 1.00 元
发行股数	不超过 11,000 万新股。根据询价结果，若出现募集资金金额超过募集资金投资项目所需资金总额及预计发行费用之和的情形，公司将在满足发行条件的前提下减少公开发行新股的数量，并由欣贺国际有限公司公开发售不超过 4,000 万股本次公开发行前公司已发行的股份，本次公开发行股票总量预计不超过 11,000 万股。 （提示：公司控股股东欣贺国际公开发售股份所得资金不归公司所有）
占发行后总股本的比例	不超过 25.58%
发行价格	【】元/股
发行市盈率	【】倍（按扣除非经常性损益前后孰低的净利润除以本次发行后总股本计算）
发行前每股净资产	5.48 元（按 2015 年 12 月 31 日经审计的归属于母公司股东权益除以本次发行前总股本计算）
发行后每股净资产	【】元（按照【】年【】月【】日经审计的归属母公司股东权益加上本次发行筹资净额之和除以本次发行后总股本计算）
市净率	【】倍（按照发行价格除以发行后每股净资产计算）
发行方式	网下向询价对象配售和网上资金向社会公众投资者定价发行相结合的方式或中国证监会许可的其他方式
发行对象	符合资格的询价对象和在上海证券交易所开户的投资者（国家法律、法规禁止购买者除外）或中国证监会认可的其他对象
承销方式	余额包销
募集资金总额	【】万元
募集资金净额	【】万元
发行费用概算	承销与保荐费用【】万元、审计及验资费用【】万元、律师费用【】万元、信息披露费用【】万元、其他发行手续费用【】万元。上述发行费用中，承销费用由发行人与本次公开发售股份的股东按照各自发行或发售股份数量占本次公开发行股票数量的比例进行分摊，除承销费用以外的其他发行费用由发行人承担。

二、本次发行的有关当事人

（一）发行人：欣贺股份有限公司

法定代表人：罗永晖

住所：厦门市湖里区湖里大道95号鸿展大厦

邮政编码：361006

联系电话：（0592）3107822

传真：（0592）3130335

联系人：郑仁贵

（二）保荐人（主承销商）：国金证券股份有限公司

法定代表人：冉云

住所：四川省成都市东城根上街95号

保荐代表人：庄海峻 邓晓艳

项目协办人：王建峰

项目组其他成员：徐青 王添进 郑文义 郑珺文

联系电话：（0592）5350605

传真：（0592）5350511

（三）发行人律师：北京市天元律师事务所

负责人：朱小辉

住所：北京市西城区丰盛胡同28号太平洋保险大厦10层

经办律师：王立华 史振凯 池晓梅

联系电话：（010）57763888

传真：（010）57763777

（四）发行人审计机构：大华会计师事务所（特殊普通合伙）

法定代表人：梁春

住所：北京海淀区西四环中路十六号院7号楼12层

经办注册会计师：弓新平 赵熙

联系电话：（010）58350011

传真：（010）58350006

（五）发行人验资机构：大华会计师事务所（特殊普通合伙）

法定代表人：梁春

住所：北京海淀区西四环中路十六号院7号楼12层

经办注册会计师：弓新平 赵熙

联系电话：（010）58350011

传真：（010）58350006

（六）发行人资产评估机构：北京卓信大华资产评估有限公司

法定代表人：林梅

住所：北京市海淀区西四环中路16号院7号楼10层1001室

经办注册评估师：刘昊宇 马春燕

联系电话：（010）58350539

传真：（010）58350099

（七）股票登记机构：中国证券登记结算有限责任公司上海分公司

住所：上海市浦东新区陆家嘴东路166号中国保险大厦36楼

联系电话：（021）5870 8888

传真：（021）5889 9400

（八）申请上市证券交易所：上海证券交易所

住所：上海市浦东南路528号上海证券大厦

联系电话：（021）6880 8888

传真：（021）6880 4868

（九）保荐人（主承销商）收款银行

中国建设银行成都市新华支行

户名：国金证券股份有限公司

账号：5100 1870 8360 5060 5761

三、发行人与本次发行有关中介机构的关系

本公司保荐人（主承销商）国金证券股份有限公司为祥禾股权和祥禾泓安的关联方。祥禾泓安持有发行人320万股股份，占发行人发行前总股本的1%，祥禾股权持有发行人160万股股份，占发行人发行前总股本的0.5%。

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

四、与本次发行上市有关的重要日期

发行安排	日期
询价推介时间	【】年【】月【】日至【】年【】月【】日
定价公告刊登日期	【】年【】月【】日
申购日期和缴款日期	【】年【】月【】日
预计股票上市日期	【】年【】月【】日

第四节 风险因素

投资者在评价发行人此次发行的股票时，除本招股说明书提供的其他各项资料外，应特别认真地考虑下述各项风险因素。下述风险根据重要性原则或可能影响投资决策的程度大小排序，但该排序并不表示风险因素会依次发生。敬请投资者在购买本公司股票前逐项仔细阅读。

一、市场风险

（一）宏观经济景气程度的风险

服装行业的市场需求具有随宏观经济周期性波动的特点，从2011年下半年以来，国内宏观经济有所下行，服装行业也受到冲击，进入调整转型期。根据Euromonitor International统计，2013年我国服装市场零售额仅增长8.2%，是近年来增速较缓的一年。但规模以上企业（主营业务收入超过2,000万元）整体盈利平稳增长，亏损面及投资降幅收窄，反映了行业景气度正在回升，但全行业完全走出低谷尚需时日。因此，国内市场经济增长放缓或停滞的时间越长，越可能影响公司产品的市场需求，进而制约公司的发展规模和成长速度。

（二）中、高端女装行业市场竞争风险

公司所处的中、高端女装行业竞争主要体现为品牌影响力、设计能力、渠道占有率等综合实力的竞争。在我国扩大内需和城镇化的基本国策支持下，时尚文化不断发展、品牌发展环境不断优化、时尚消费水平不断提高，我国仍是公认的全球服装行业最具发展潜力的市场。目前国内中、高端女装企业数量较少，规模较小，集中度低，但随着国际品牌加快在我国的布局以及本土品牌的发展壮大，行业竞争日益激烈，公司如果不能持续提高在研发设计、品牌推广、销售组织等各方面的综合竞争力，则可能出现发展放缓甚至衰退的情形。

（三）公司经营业绩季节性波动的特征

报告期内公司各季度销售占比如下：

项目	2015 年度	2014 年度	2013 年度
一季度	28.22%	24.25%	22.95%
二季度	23.64%	22.60%	21.53%
三季度	22.29%	24.18%	23.90%
四季度	25.86%	28.97%	31.61%

服装消费每年随季节呈现周期性波动。由于不同季节消费者对服装的需求不同，秋冬季服装主要为皮草、毛呢大衣、羽绒服、毛衫等，而春夏季主要为衬衫、T恤、裙子等，秋冬季服装的单位售价较春夏季服装高，造成服装企业下半年的营业收入一般情况下较上半年高。受2015年下半年以来整体消费持续低迷的影响，公司2015年下半年收入降幅较大，下半年的销售收入占比较低。

（四）经营业绩下滑的风险

项目	2015 年度	2014 年度	2013 年度
营业收入	181,301.24	221,840.18	209,556.72
营业利润	47,765.64	70,374.93	47,046.36
营业利润率	26.35%	31.72%	22.45%
净利润	36,024.11	53,152.40	36,295.67
净利润率	19.87%	23.96%	17.32%

报告期内公司经营业绩受宏观经济下行、消费市场整体疲软及成本、费用上涨的影响，营业利润和营业利润率呈现一定波动。2015年受经济增速放缓、消费市场疲软的影响，营业收入、营业利润、净利润等利润指标相比2014年降幅较大，不排除未来公司营业收入、经营利润、净利润继续下降，甚至出现营业利润较上年下滑50%以上的可能。

二、业务风险

（一）QDA 品牌的运营风险

QDA品牌是公司近期创立的流行时尚品牌，于2012年12月进入市场运营，目前尚处于起步阶段。公司虽已有运作中、高端女装品牌的丰富经验，但由于①新品牌在运营初期均需投入资源进行品牌推广，其盈利能力在培育期后才能逐步体现；②QDA品牌同公司其他中、高端女装品牌定位差异较大，如何运营好QDA品牌，将是对公司管理层的新挑战。综上，公司新创品牌QDA的运营风险高，将给公司带来较大的经营压力。

（二）不能把握流行趋势的风险

设计能力是品牌女装企业的灵魂，中、高端女装的设计时效性强、产品周期短、趋势变化快，这要求女装企业必须准确把握流行趋势推出符合市场潮流的产品，逐渐形成独特的设计风格，不断积淀品牌内涵。因此，如果公司的设计团队不能创造及引领时装潮流，满足消费者不断变化的需求，短期内可能影响当期盈利水平，长期内则可能降低消费者对品牌认同感，损害公司的持续盈利能力。

（三）设计人员不足及设计团队不稳定的风险

国内缺乏高端服饰品牌专业人才培养机构和高端服装品牌企业，造成服装行业专业设计人员成熟期较长，不容易具备专业人才的潮流意识、先进的设计研发能力和品牌运营理念。设计人员是中、高端女装企业的核心竞争力，设计人员的能力和数量如果不能满足品牌发展的要求，将会影响公司的持续经营能力。此外，设计团队的稳定性关系到品牌风格的延续性和一致性，如若设计团队不够稳定，可能影响品牌内涵的积淀，进而损害品牌的美誉度和影响力，影响经营的稳定性。

（四）经销模式风险

公司通过自营模式和经销模式进行销售。截至2015年12月31日，公司697家门店中买断式经销商门店345家，门店数量占比49.50%。公司通过ERP系统、日常巡店、业务培训等方式对经销商门店进行管理。尽管公司严格甄选经销商，按品牌授权经销商协议严格履行合同内容、统一指导管理，以维护公司品牌的良好市场形象，但如果公司管理及服务水平的提升难以适应经销商门店的增长速度，可能会出现部分经销店铺管理水平和服务质量下降，进而对公司的品牌形象和经营业绩造成重大不利影响。

（五）管理商模式风险

管理商模式是公司自营模式的一种。公司通过管理商在当地所拥有的销售渠道、人脉资源等优势进行旗下品牌的推广，由管理商对门店直接管理，根据其销售情况以管理费或分成形式支付报酬，对公司业务的快速拓展起到了积极作用。相比经销模式，管理商模式更有利于公司管控实体店铺和维护、提升品

牌形象，但随着公司管理商所管辖的店铺数量增加，可能出现部分门店在管理能力和服务方面达不到公司要求的标准，对公司品牌形象产生负面影响。

（六）依赖高端零售渠道的风险

公司产品主要定位于中、高端女装市场，营销网点主要分布在国内大中城市核心商圈的高端商场。优质的高端零售渠道是公司业绩增长和品牌影响力不断提升的重要因素之一，但是高端零售渠道的资源有限、竞争激烈，若商场合同到期后，合同不能续约或续约条款对公司不利，则可能对公司的经营产生重大不利影响。

（七）原材料和劳动力成本上升的风险

原材料和劳动力成本是服装行业产品成本的最重要组成部分。从柯桥纺织服装面料类和辅料类价格指数（由国家商务部、浙江省经贸委和绍兴县政府编制发布）看，服装面辅料价格自2011年以来持续在高位运行；从中国服装协会2012年跟踪调查结论来看，服装企业劳动力成本持续上升，规模以上企业更为明显。公司如不能及时消化原材料价格波动及劳动力成本上升的不利影响，将会对公司经营业绩造成重大不利影响。

（八）经营销售费用上升的风险

管理商销售管理费、店面装修费、商场租金和商场费用等经营销售费用是公司重要经营成本支出，预计未来几年，上述经营销售费用还将持续提高；公司未来进行营销网络建设和拓展必然带来经营销售费用上升。如果公司销售情况不理想，不能抵消上述经营销售费用上升的不利影响，公司经营业绩将会受到较大程度的影响。

（九）处理过季货品所产生的品牌风险

公司产品难以全部在当季实现销售，部分产品由于设计或销售等原因适销性较差，会成为过季货品；同时，女性消费者更加看重服装的时尚性，使得积压时间越长的过季货品越难处理。公司目前主要通过展销特卖、电子商务、内购等不依赖实体门店的方式以较低价格销售过季货品，有别于当季货品主要通过实体门店销售的模式。

公司定位于中、高端女装市场，品牌的影响力和知名度对公司发展至关重

要。过季货品如果处理不当，将会降低消费者心中的品牌形象，从而对公司品牌带来不利影响，影响公司的盈利能力。

（十）品牌或产品被仿冒的风险

目前，公司存在品牌或产品被他人违法仿冒，并以淘宝店等电子商务渠道进行销售的情形。虽然公司已经通过多种方式对此类网店进行清理，如开设网络旗舰店、联合电子商务平台进行清理等，但由于网店数量较多，难以在短期内全部清除。仿冒产品在设计、用料、质量、服务及价格较公司产品有较大差距，势必会影响公司品牌在消费者心中的定位和形象，从而对品牌带来较大的负面影响。

（十一）网络销售模式冲击导致的风险

与传统的实体店销售相比，网络销售具有明显的销售费用低、消费群体广、不受时间区域限制的优势，因此近年来女装网购呈现快速增长的趋势，这对女装尤其是低端女装的传统零售渠道构成了较大冲击。由于在消费心理、消费环境和消费体验方面具有突出优势，国内中、高端女装企业最重要的销售渠道仍然是中、高档百货，但如果这些企业不能把握电子商务发展的特点，积极利用新兴渠道和新兴业态提供的机会进行品牌推广和市场营销，有可能影响品牌推广的广度和深度，错失发展壮大的机遇，对公司的长远发展造成不利影响。

（十二）商标风险

商标对女装企业多品牌发展至关重要，是公司的核心知识产权。公司在经营发展过程中，对商标采用了防御性注册等措施，有效维护了公司品牌形象，同时为品牌扩展预留了空间。截至2015年12月31日，公司共有注册商标531项，另外目前有4项正在申请的商标存在被异议的情形。截至目前，公司生产经营中未使用上述被异议商标，该等商标异议的情形未对公司的生产经营构成不利影响；未来将可能有新的商标异议甚至诉讼，或者公司商标被他人恶意冒用、侵权，影响公司品牌拓展和维护，损害公司品牌形象、美誉度，将可能给公司生产经营造成重大不利影响。

三、财务风险

（一）存货减值的风险

2013年末、2014年末、2015年末公司存货账面价值分别为39,435.87万元、36,676.19万元和37,132.01万元，占同期资产总额的比重分别为21.71%、17.14%和17.41%。公司已制订较为谨慎的存货跌价计提政策，截至2015年12月31日，已计提存货跌价准备35,240.84万元，占库存账面余额48.69%。库存规模大会占用公司的营运资金，降低营运效率，如果公司未能准确把握女装流行趋势的变化或者市场形势出现不利变化，可能出现公司产品销售不力，适销率降低，将给公司经营业绩带来不利影响。

（二）资产规模大幅增加的风险

目前公司固定资产投资较少，流动资产占比较高，2015年末流动资产占总资产的比重为74.50%。公司本次发行股份募集的资金将被用于市场营销网络建设、新建服装生产线及仓储物流配送中心建设、信息化建设项目等投资，另外公司还自筹资金建设研发设计中心。上述投资有利于增强公司经营稳定性，促进公司的快速发展，但也将使得资产规模和折旧、摊销费用大幅增加，预计本次募集资金投资项目实施后将年均新增折旧、摊销费用15,464.98万元，如果公司不能及时扩大产销规模，消化增加的折旧和摊销费用，将在一定程度上降低公司的盈利能力。

（三）净资产收益率下降的风险

本次股票发行成功且募集资金到位后，公司的净资产将大幅增加，且随着募集资金投资项目的建设，折旧、摊销也将随之增加；由于募集资金到位后需要一段时间方能产生效益，公司的净资产收益率在一定时期内存在下降的风险。

（四）营业利润波动的风险

报告期内公司主要利润指标变动情况如下：

项目	2015 年度			2014 年度			2013 年度		
	金额	增长率	变动额	金额	增长率	变动额	金额	增长率	变动额
营业收入	181,301.24	-18.27%	-40,538.94	221,840.18	5.86	12,283.46	209,556.72	4.63	9,281.62

项目	2015 年度			2014 年度			2013 年度		
	金额	增长率	变动额	金额	增长率	变动额	金额	增长率	变动额
营业毛利	142,655.67	-17.32%	-29,893.53	172,549.20	10.71	16,692.30	155,856.90	6.48	9,486.08
期间费用	76,236.51	-6.21%	-5,046.05	81,282.56	-1.82	-1,508.47	82,791.03	16.46	11,703.24
资产减值损失	16,068.72	-8.45%	-1,483.56	17,552.28	-23.98	-5,537.75	23,090.03	-13.90	-3,727.11
营业利润	47,765.64	-32.13%	-22,609.29	70,374.93	49.59	23,328.57	47,046.36	2.97	1,356.59
主要指标	指标数据		变动率	指标数据		变动率	指标数据		变动率
综合毛利率	78.68%		0.90%	77.78%		3.41%	74.37%		1.29%
主营毛利率	78.53%		0.91%	77.62%		3.38%	74.24%		1.42%
期间费用率	42.05%		5.41%	36.64%		-2.87%	39.51%		4.02%

2012年以来经济处于调整周期，服装行业增速下滑，公司盈利各项指标均存在一定波动，尤其2015年受经济增速放缓、消费市场疲软的影响，公司营业利润降幅较大，未来公司营业利润存在波动风险。

四、募投项目风险

（一）募投项目实施风险

本次发行募集资金投资项目均已经公司充分论证和系统规划，有助于公司进一步完善研发设计、采购、生产、销售等供应链环节，对公司实施品牌发展战略、实现快速发展、增强公司核心竞争力具有重要意义。但在项目实施过程中，如果市场环境、技术、管理等方面出现重大不利变化，将影响投资项目的顺利实施，从而影响公司的预期收益。

（二）终端门店数量大幅增加带来的管理风险

公司拟利用募集资金157,185.59万元投资建设“品牌营销网络建设项目”，上述项目建成后，将新增自营店铺373家，加大公司营销管理和风险控制的难度，对公司的管理能力提出更高的要求。尽管公司积累了较为丰富的营销网络管理经验，但如果公司不能在营销管理等方面及时提升以及新增店铺的销售情况不够理想，将会对公司的品牌形象和经营业绩造成不利影响。

（三）信息管理系统故障的风险

公司拟利用募集资金15,386.40万元建设“企业信息化建设项目”，项目建

成以后，将使得公司产品研发设计、生产、物流仓储、配送、销售等供应链环节信息反馈高度自动化、智能化。如若公司的硬件系统或软件系统长期失灵，或由于病毒、黑客攻击等造成系统障碍等情况，公司的经营和管理将会受到不利影响。

（四）新增产能的市场风险

公司拟利用募集资金31,875.04万元投资建设“服装生产线及仓储物流配送中心建设项目”，上述项目达产后，公司的年产能将新增120万件，同时提升公司仓储和物流配送能力。如果市场销售能力不能跟上产能的扩张或者市场需求出现萎缩，将对募集资金投资项目的效益产生不利影响。

五、实际控制人不当控制的风险

截至本招股说明书签署日，公司实际控制人孙氏家族成员孙瑞鸿、孙孟慧、卓建荣合计控制公司79.3350%的股份，本次发行后仍将控制公司59.0400%的股份（按发行11,000万股新股计算）。如果实际控制人通过控股股东对公司的人事安排、经营决策、投资担保、资产交易、章程修改和分配政策等重大决策予以不当控制，则可能给公司和其他股东带来风险。

第五节 发行人基本情况

一、发行人的基本资料

- 1、公司中文名称：欣贺股份有限公司
- 2、公司英文名称：XIN HEE CO.,LTD.
- 3、注册资本：人民币32,000万元
- 4、法定代表人：罗永晖
- 5、成立日期：2006年6月7日（有限公司成立）

2012年4月26日（整体变更设立股份公司）

- 6、统一社会信用代码：91350200784171077C
- 7、经营范围：从事服装、鞋袜、帽子、手套、箱包、皮草皮革、饰品、眼镜、针织品及钩织品的生产、加工；从事上述产品及皮具、办公用品、钟表、珠宝首饰、香水的批发及进出口业务（以上商品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）；以特许经营方式从事商业活动；室内装修、装潢。

- 8、注册地址：厦门市湖里区湖里大道95号鸿展大厦
- 9、邮政编码：361006
- 10、电话号码：（0592）3107822
- 11、传真号码：（0592）3130335
- 12、公司网址：<http://www.xinhee.cn>
- 13、电子邮箱：xinhee_ir@xinhee.cn

二、发行人改制重组情况

（一）发行人设立方式

本公司是由欣贺（厦门）服饰有限公司依法整体变更设立的台港澳与境内合资股份有限公司，公司以截至2011年12月31日经审计的净资产人民币

746,463,629.92元为基数，按1：0.428687999比例折合股本320,000,000股，每股面值1元，共计股本320,000,000元，剩余426,463,629.92元计入资本公积。2012年2月23日，厦门市投资促进局出具《关于同意欣贺（厦门）服饰有限公司变更为外商投资股份有限公司的批复》（厦投促审【2012】090号），批准欣贺有限整体变更为股份公司。2012年2月24日，本公司取得厦门市人民政府核发的《中华人民共和国外商投资企业批准证书》（商外资厦外资字【2006】0144号）。

2012年4月26日，本公司取得厦门市工商行政管理局核发的《企业法人营业执照》，注册号350200400001411，注册资本人民币32,000万元。

（二）发起人

本公司设立时，各发起人及其持股情况如下：

股东名称	持股数量 (股)	持股比例 (%)	股份性质
欣贺国际有限公司	250,316,480	78.2239	外资法人股
厦门市骏胜投资合伙企业（有限合伙）	26,538,880	8.2934	其他
L Capital Xiamen Fashion Ltd.	22,400,000	7.0000	外资法人股
Purple Forest Limited	4,429,760	1.3843	外资法人股
厦门欣嘉骏投资有限公司	4,029,760	1.2593	内资法人股
巨富发展有限公司	3,555,520	1.1111	外资法人股
上海祥禾泓安股权投资合伙企业（有限合伙）	3,200,000	1.0000	其他
鸿业亚洲有限公司	2,607,360	0.8148	外资法人股
上海祥禾股权投资合伙企业（有限合伙）	1,600,000	0.5000	其他
厦门市君豪投资合伙企业（有限合伙）	1,322,240	0.4132	其他
总计	320,000,000	100.0000	—

注：厦门市骏胜投资合伙企业（有限合伙）、上海祥禾泓安股权投资合伙企业（有限合伙）、上海祥禾股权投资合伙企业（有限合伙）、厦门市君豪投资合伙企业（有限合伙）系非法人企业，其持有发行人的股份性质为“其他”。

（三）改制设立前后，主要发起人拥有的主要资产和实际从事的主要业务

发行人改制设立时，持股5%以上的主要发起人为欣贺国际有限公司、厦门市骏胜投资合伙企业（有限合伙）和L Capital Xiamen Fashion Ltd.，分别持有公司78.2239%、8.2934%和7%的股份。欣贺国际、厦门骏胜和L Capital Xiamen Fashion Ltd.在发行人改制设立前后所拥有的主要资产即其各自持有的发行人的

股权，实际从事的主要业务即对上述股权的管理。

（四）发行人成立前后拥有的主要资产和实际从事的主要业务

发行人系由欣贺有限整体变更设立的股份有限公司。

股份公司成立时，发行人所拥有的主要资产为从欣贺有限承继的整体资产，实际从事的主要业务是中、高端女装的设计、生产和销售业务。发行人在改制设立前后，其拥有的主要资产、从事的主要业务、经营模式和业务流程均未发生重大变化，主要业务与流程参见“第六节业务与技术”相关内容。

（五）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

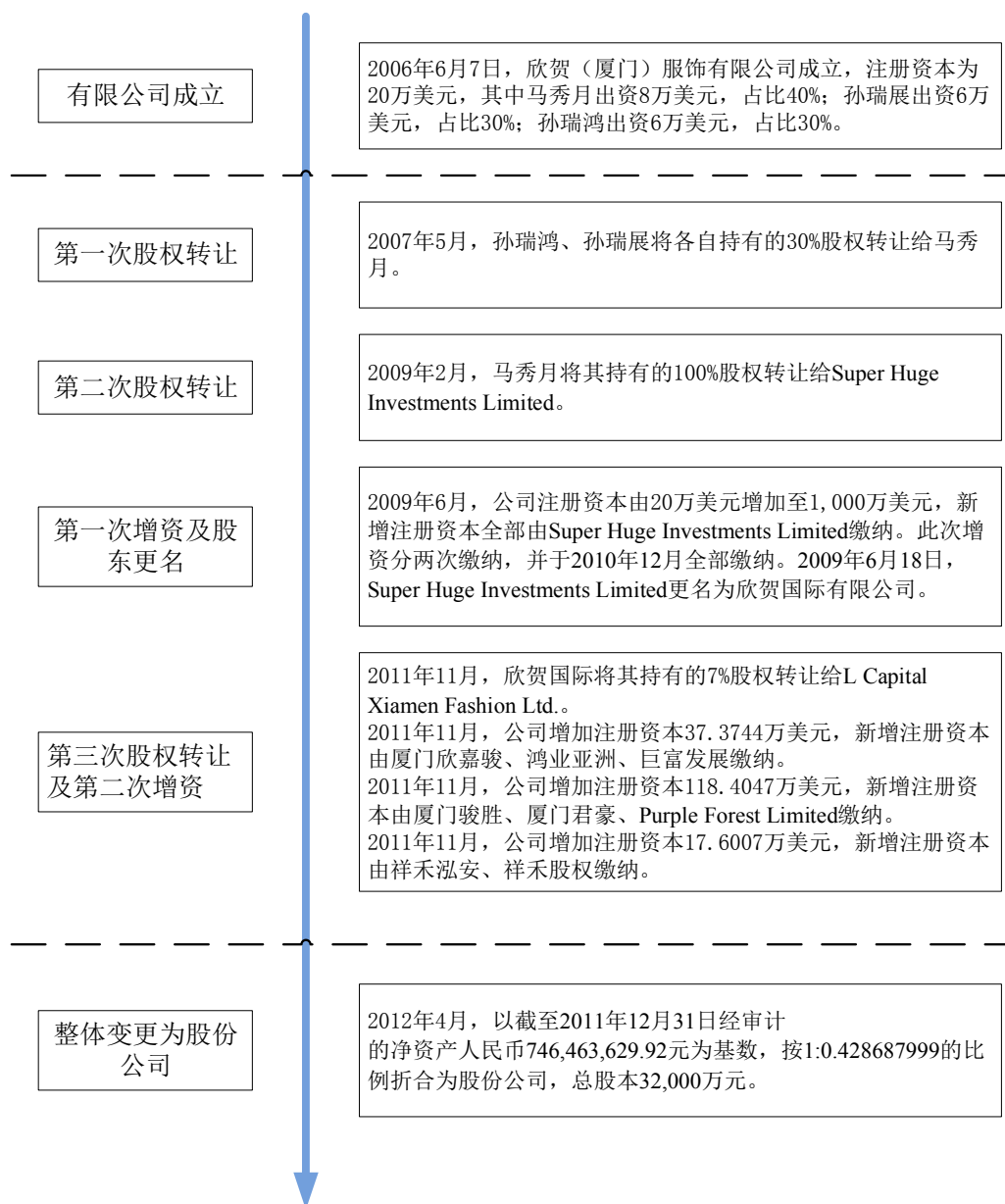
公司成立以来，与主要发起人之间涉及的关联交易包括经常性关联交易和偶发性关联交易。具体情况参见本招股说明书“第七节同业竞争与关联交易”之“三、关联交易”。

公司已经制订了《关联交易管理制度》以规范公司与关联方之间的关联交易，发行人具有完整的业务体系和直接面向市场独立经营的能力。

（六）发起人出资资产的产权变更手续办理情况

本公司由欣贺（厦门）服饰有限公司依法整体变更设立，承继了有限公司的全部资产、负债、权益。截至本招股说明书签署日，发行人已完成了所有资产的产权变更手续。

三、发行人股本形成及变化情况



（一）发行人前身的设立及历次股本变动

1、2006年6月公司前身欣贺有限成立

发行人前身欣贺（厦门）服饰有限公司成立于2006年6月7日，法定代表人为马秀月^{注①}，注册资本20万美元，其中马秀月以现金出资8万美元，占注册资本的40%；孙瑞鸿及孙瑞展分别以现金出资6万美元，各占注册资本的30%。福建华茂有限责任会计师事务所厦门分所对欣贺有限设立时股东出资情况进行了审验，并于2006年7月20日出具闽华茂验字（2006）第3038号《验资报告》，验证

截至2006年7月19日，欣贺有限已收到其股东以货币形式投入的注册资本20万美元。欣贺有限设立时的股权结构为：

股东名称	出资额（万美元）	出资比例（%）
马秀月	8.00	40.00
孙瑞鸿	6.00	30.00
孙瑞展	6.00	30.00
总计	20.00	100.00

注①：马秀月系孙马宝玉胞妹，孙马宝玉系孙瑞鸿、孙瑞展、孙孟慧之母。马秀月2006年6月至2008年12月间持有的发行人股权系代孙氏家族持有，在马秀月代孙氏家族持股期间，发行人的主要业务为为中悦服饰生产皮制品及配饰。孙氏家族于2008年先后在英属维尔京群岛及开曼群岛注册成立了宏方控股、卓耀有限公司与晶晶集团等境外公司，并通过该等公司间接持有 Super Huge Investments Limited（后更名为“欣贺国际”）100%股权。马秀月于2008年12月25日与 Super Huge Investments Limited 签署《股权转让协议》，将其持有的欣贺有限100%的股权转让给 Super Huge Investments Limited，2009年1月13日厦门市湖里区投资事务局出具《关于同意欣贺（厦门）服饰有限公司股权转让等事项的批复》（厦湖外资审【2009】003号），同意欣贺有限本次股权转让。2009年1月19日，欣贺有限取得厦门市人民政府换发的《外商投资企业批准证书》（商外资厦外资字【2006】0144号）。自此，欣贺有限不再存在股权代持情形。马秀月为实际控制人孙氏家族代持的原因为2006年至2009年间孙氏家族对国内投资政策存有疑虑，出于谨慎考虑让长期居住在台湾的马秀月做欣贺有限的大股东及担任法定代表人。马秀月于2013年11月25日出具确认函，确认：“本人曾于2006年6月至2007年7月持有欣贺有限40%股权，于2007年7月至2009年2月持有欣贺有限100%股权，上述股权系本人代孙氏家族持有，且本人在作为欣贺有限股东期间所作出的一切决策均系根据孙氏家族的意思作出；为解除该等股权代持关系，本人已于2009年2月将所持欣贺有限100%股权转让给由孙马宝玉、孙瑞鸿、孙瑞展间接持有的 Super Huge Investments Limited；自此本人自愿从孙氏家族的服装业务中退出，本人及本人关联方与欣贺股份及其实际控制人孙氏家族之间不存在任何利益安排。”2015年8月14日，马秀月再次出具了《确认函》，确认：“本人与本人关联方与欣贺股份及其实际控制人不存在任何利益安排，亦不存在任何纠纷和潜在争议。”保荐机构和发行人律师认为：马秀月代持发行人前身欣贺有限事宜发生在申报期外，且已经其本人确认并保证不存在任何纠纷和潜在争

议，发行人在解除代持后至今已顺利运行 6 年以上，该事项不会对发行人本次发行上市产生不利影响。

2006年4月13日，厦门市湖里区招商局出具《关于独资兴办欣贺（厦门）服饰有限公司的批复》（厦湖外资审【2006】035号），同意公司股东设立欣贺有限；2006年6月7日，欣贺有限取得厦门市人民政府核发的《外商投资企业批准证书》（商外资厦外资字【2006】0144号）；2006年6月7日，欣贺有限取得厦门市工商行政管理局颁发的注册号为企独闽厦总字第07549号《企业法人营业执照》。

2、2007年5月第一次股权转让

2006年10月25日，经欣贺有限董事会审议通过，股东孙瑞鸿、孙瑞展将其合计持有的欣贺有限60%的股权转让给马秀月，并于2006年11月20日与马秀月签订了《股权转让协议》。转让后欣贺有限的企业性质由“台港澳合资”变为“台港澳自然人独资”。此次变更后欣贺有限的股权结构为：

股东名称	出资额（万美元）	出资比例（%）
马秀月	20.00	100.00
总计	20.00	100.00

2007年5月10日，厦门市湖里区招商局出具《关于同意欣贺（厦门）服饰有限公司股权转让的批复》（厦湖外资审【2007】052号），同意上述股权转让。2007年5月15日，欣贺有限取得厦门市人民政府换发的《外商投资企业批准证书》（商外资厦外资字【2006】0144号）；2007年5月24日，欣贺有限取得换发的企业法人营业执照，公司注册号变更为350200400001411号。

本次转让主要原因是系基于发行人筹划海外上市而进行的内部的股权调整，由马秀月受让孙氏家族持有的股权，代孙氏家族持有其股权；因转让前后马秀月持有的欣贺有限股权均系代孙氏家族持有，因此本次转让未进行股权转让价款的支付。

3、2009年2月第二次股权转让

2008年12月25日，欣贺有限股东马秀月作出股东决定，将其持有的欣贺有限100%的股权转让给Super Huge Investments Limited，双方于2008年12月25日签署了《股权转让协议》。转让后欣贺有限企业性质由“台港澳自然人独资”变更

为“台港澳法人独资”。变更后的股权结构为：

股东名称	出资额（万美元）	出资比例（%）
Super Huge Investments Limited	20.00	100.00
总计	20.00	100.00

Super Huge Investments Limited于2008年5月15日成立于香港，注册号为1237490，法定股本为10,000股，每股面值1港元，住所为香港中环都爹利街律敦治大厦12楼。Super Huge Investments Limited设立时，发行1股，由Harefield Limited持有（Harefield Limited系秘书公司，主要从事公司注册服务，包括先注册空壳公司再转让空壳公司的股权）。2008年12月19日，Harefield Limited将其持有的Super Huge Investments Limited的1股股权转让给晶晶集团有限公司（英文名：Glittering Group Limited），同时改选董事为孙马宝玉和孙瑞展。2009年1月13日，厦门市湖里区投资事务局出具《关于同意欣贺（厦门）服饰有限公司股权转让等事项的批复》（厦湖外资审【2009】003号），同意欣贺有限本次股权转让。2009年1月19日，欣贺有限取得厦门市人民政府换发的《外商投资企业批准证书》（商外资厦外资字【2006】0144号）。2009年2月12日，欣贺有限取得换发的营业执照。

本次股权转让的原因是为了规范并解决马秀月代孙氏家族持有发行人股权而进行的股权转让，由孙氏家族实际控制的Super Huge Investments Limited受让马秀月持有的发行人股份；因出让方马秀月持有的欣贺有限股权系代孙氏家族持有，因此本次转让未进行股权转让价款的支付。

4、2009年6月增资至1,000万美元及股东名称变更

2009年2月10日，欣贺有限召开董事会，决定将公司原注册资本20万美元增至1,000万美元，新增注册资本由Super Huge Investments Limited缴纳。

2009年2月10日，欣贺有限股东Super Huge Investments Limited签署章程修改案，决定将公司注册资本增至1,000万美元，新增资本全部由其缴纳。

2009年2月17日，厦门市湖里区投资事务局出具《关于同意欣贺（厦门）服饰有限公司增资等事项的批复》（厦湖外资审【2009】006号），同意欣贺有限注册资本由20万美元增至1,000万美元。2009年2月27日，欣贺有限取得厦门市

人民政府换发的《外商投资企业批准证书》（商外资厦外资字【2006】0144号）。

此次增资分两期缴纳：

（1）第一次出资

2009年5月27日，福建中浩会计师事务所有限公司出具福中浩外验字（2009）第WY017号《验资报告》，验证截至2009年4月28日，欣贺有限已收到股东缴纳的新增实收资本580万美元，全部为货币资金。

2009年6月22日，欣贺有限取得换发的营业执照，注册资本1,000万美元，实收资本600万美元。

此次增资以后欣贺有限的股权结构为：

股东名称	认缴注册资本 (万美元)	实缴注册资本 (万美元)	出资比例 (%)
Super Huge Investments Limited	1,000.00	600.00	100.00
总计	1,000.00	600.00	100.00

（2）股东更名及第二次出资

2009年6月18日，欣贺有限股东Super Huge Investments Limited变更公司名称为“欣贺国际有限公司（XINHE INTERNATIONAL COMPANY LIMITED）”。2009年7月22日，厦门市湖里区投资事务局出具《关于企业变更公司名称的备案确认函》（厦湖外资审备【2009】021号），同意欣贺有限股东公司名称的变更。2009年7月31日，欣贺有限取得厦门市人民政府换发的《外商投资企业批准证书》（商外资厦外资字【2006】0144号）。2009年8月26日，欣贺有限取得换发的营业执照。

2010年12月1日，福建中浩会计师事务所有限公司出具福中浩外验字（2010）第YW011号《验资报告》，验证截至2010年11月18日，欣贺有限已收到股东缴纳的第二期出资款400万美元，全部为货币资金。至此，欣贺有限实收资本为1,000万美元，占注册资本的100%。2010年12月24日，欣贺有限取得换发的营业执照。

股东名称	认缴注册资本 (万美元)	实缴注册资本 (万美元)	出资比例 (%)
欣贺国际有限公司	1,000.00	1,000.00	100.00

股东名称	认缴注册资本 (万美元)	实缴注册资本 (万美元)	出资比例 (%)
总计	1,000.00	1,000.00	100.00

本次增资的主要原因是公司决策进行业务扩张，同时为避免同业竞争，拟收购其关联方中悦服饰的资产和业务，由于本次增资方为发行人实际控制人完全控制的持股公司，因此本次增资的定价方式是每一单位注册资本1美元。本次增资资金来源为孙氏家族自20世纪60年代开始在台湾从事服装事业的积累。

5、2011年11月第三次股权转让及增资至1,173.3798万美元

2011年6月6日，股东欣贺国际作出股东决定，将其持有的82.14万美元的出资额以等值人民币33,880万元的美元转让给L Capital Xiamen Fashion Ltd.。此次股权转让的价格约为每股15.13元（按公司整体变更后L Capital Xiamen Fashion Ltd.持股数量为基础计算）。

2011年8月17日，股东欣贺国际作出股东决定，同意增加注册资本37.37万美元，新增注册资本由厦门欣嘉骏、鸿业亚洲、巨富发展以现金方式认缴，该三家新股东均为公司管理层及核心技术人员出资设立的持股公司。其中，厦门欣嘉骏出资850万人民币，认缴新增注册资本14.78万美元；鸿业亚洲以等值550万人民币的美元出资，认缴新增注册资本9.56万美元；巨富发展以等值750万人民币的美元出资，认缴新增注册资本13.04万美元。此次增资价格约为每股2.11元（按公司整体变更后厦门欣嘉骏、鸿业亚洲、巨富发展持股数量为基础计算）。

2011年8月19日，股东欣贺国际作出股东决定，同意增加注册资本118.40万美元，新增注册资本由厦门骏胜、厦门君豪、Purple Forest Limited以现金方式认缴。其中，厦门骏胜出资40,140万人民币，认缴新增注册资本97.31万美元；厦门君豪出资2,000万人民币，认缴新增注册资本4.85万美元；Purple Forest Limited以等值6,700万人民币的美元出资，认缴新增注册资本16.24万美元。此次增资价格约为每股15.13元（按公司整体变更后厦门骏胜、厦门君豪、Purple Forest Limited持股数量为基础计算）。

2011年8月22日，股东欣贺国际作出股东决定，同意增加注册资本17.60万美元，新增注册资本由祥禾泓安、祥禾股权以现金方式认缴。其中，祥禾泓安

出资5,280万人民币、祥禾股权出资2,640万人民币分别认缴公司新增注册资本11.73万美元、5.87万美元。此次增资价格约为每股16.50元（按公司整体变更后祥禾泓安、祥禾股权持股数量为基础计算）。

此次股权转让及增资价格存在差异，管理层及核心技术人员出资设立的持股公司（厦门欣嘉骏、鸿业亚洲、巨富发展）参照每股净资产适当上浮作价入股，主要考虑因素系股权激励效果、出资能力及团队稳定性。L Capital Xiamen Fashion Ltd.以每股15.13元受让股权；厦门骏胜、厦门君豪、Purple Forest Limited以每股15.13元作价增资，而祥禾泓安、祥禾股权以每股16.50元作价增资，主要因为发行人从提升品牌价值考虑引入L Capital Xiamen Fashion Ltd，厦门骏胜、厦门君豪和Purple Forest Limited的主要合伙人或投资人与发行人实际控制人为朋友关系，而祥禾泓安、祥禾股权为普通财务投资者，因而采取了不同的转让或增资价格。

2011年9月29日，厦门市投资促进局出具《关于同意欣贺（厦门）服饰有限公司增资等事项的批复》（厦投促审【2011】627号），同意欣贺国际向L Capital Xiamen Fashion Ltd.转让欣贺有限的股权以及欣贺有限注册资本由1,000万美元增加至1,173.3798万美元。2011年11月3日，欣贺有限取得厦门市人民政府换发的《外商投资企业批准证书》。

2011年10月26日，大华会计师事务所有限公司出具了大华验字【2011】272号《验资报告》，验证截至2011年10月20日，欣贺有限已经收到厦门欣嘉骏、鸿业亚洲、巨富发展、厦门骏胜、厦门君豪、Purple Forest Limited、祥禾泓安、祥禾股权缴纳的新增注册资本合计1,733,798.00美元，全部为货币资金。

本次转让及增资后欣贺有限的企业性质由“台港澳法人独资”变为“台港澳与境内合资”。2011年11月7日，欣贺有限领取了变更后的营业执照，注册资本变更为1,173.3798万美元。

此次股权变更和增资后的股东结构：

股东名称	注册资本（万美元）	出资比例（%）
欣贺国际有限公司	917.8634	78.2239
厦门市骏胜投资合伙企业（有限合伙）	97.3129	8.2934

股东名称	注册资本（万美元）	出资比例（%）
L Capital Xiamen Fashion Ltd.	82.1366	7.0000
Purple Forest Limited	16.2431	1.3843
厦门欣嘉骏投资有限公司	14.7759	1.2593
巨富发展有限公司	13.0376	1.1111
上海祥禾泓安股权投资合伙企业（有限合伙）	11.7338	1.0000
鸿业亚洲有限公司	9.5609	0.8148
上海祥禾股权投资合伙企业（有限合伙）	5.8669	0.5000
厦门市君豪投资合伙企业（有限合伙）	4.8487	0.4132
总计	1,173.3798	100.0000

本次股权转让及增资的主要原因为公司在准备 IPO 的过程中安排部分骨干员工持股以增强员工稳定性，同时引入外部投资者；本次转让及增资的定价分为 2 种定价依据 3 种不同价格：厦门欣嘉骏、鸿业亚洲、巨富发展三家公司为管理层及核心技术人员出资设立的持股公司，参照公司 2010 年末每股净资产适当上浮作价入股，该部分增资针对公司骨干员工，综合考虑相关员工的岗位、稳定性和出资能力，定价较低。L Capital Xiamen Fashion Ltd.、厦门骏胜、厦门君豪、Purple Forest Limited、祥禾泓安、祥禾股权六家公司定价方法为市盈率法，以公司预计的当年净利润 4.4 亿元为基础，L Capital Xiamen Fashion Ltd.、厦门骏胜、厦门君豪、Purple Forest Limited 为 11 倍市盈率，定价 15.13 元/股，祥禾泓安、祥禾股权为 12 倍市盈率，定价 16.50 元/股，差异的原因为发行人从提升品牌价值考虑引入 L Capital Xiamen Fashion Ltd，厦门骏胜、厦门君豪和 Purple Forest Limited 的主要合伙人或投资人与发行人实际控制人为朋友关系，而祥禾泓安、祥禾股权为普通财务投资者，因而转让或增资价格略有差异；本次股权转让及增资资金来源为各股东的自有资金。

经核查，发行人历次股权转让均经董事会决议或股东决定审议通过，签署了相关转让或增资协议，并经主管商务部门批准，在工商管理部门办理了变更登记手续；因 2007 年 5 月第一次股权转让、2009 年 2 月第二次股权转让实际转让双方均为孙氏家族，因此未支付转让价款，保荐机构认为，未支付价款事项不影响该等股权转让的真实性、有效性。综上，经核查，保荐机构认为：发行人历次股

权变动合法合规、真实有效。

发行人律师认为，发行人历次股权转让及增资均签署了相关转让或增资协议，已经厦门市主管商务部门批准，并在工商管理部门办理了变更登记手续，股权变动合法合规，真实有效。

（二）欣贺股份的设立及股本变动

2012年2月8日，欣贺有限董事会作出决议，以2011年12月31日为审计基准日整体变更设立为股份有限公司。根据大华会计师事务所有限公司出具的大华审字【2012】1516号《审计报告》，以截至2011年12月31日的净资产人民币746,463,629.92元为基数，按1: 0.428687999的比例折合为股份公司的股本32,000万股，每股面值为人民币1元，余额部分计入资本公积，各发起人按原出资比例享有折合股本后的股份。2012年2月13日，各发起人签订了《发起人协议》。

2012年2月23日，厦门市投资促进局出具《关于同意欣贺（厦门）服饰有限公司变更为外商投资股份有限公司的批复》（厦投促审【2012】090号），批准欣贺有限整体变更为欣贺股份。2012年2月24日，公司取得厦门市人民政府换发的《外商投资企业批准证书》（商外资厦外资字【2006】0144号）。

大华会计师事务所有限公司对本次整体变更进行了审验，并于2012年4月1日出具了大华验字【2012】135号《“欣贺股份有限公司（筹）”验资报告》。2012年4月26日，欣贺股份取得厦门市工商行政管理局颁发的《企业法人营业执照》，注册号为350200400001411。各发起人持股数量及持股比例如下：

股东名称	持股数量（股）	持股比例（%）
欣贺国际有限公司	250,316,480	78.2239
厦门市骏胜投资合伙企业（有限合伙）	26,538,880	8.2934
L Capital Xiamen Fashion Ltd.	22,400,000	7.0000
Purple Forest Limited	4,429,760	1.3843
厦门欣嘉骏投资有限公司	4,029,760	1.2593
巨富发展有限公司	3,555,520	1.1111
上海祥禾泓安股权投资合伙企业（有限合伙）	3,200,000	1.0000
鸿业亚洲有限公司	2,607,360	0.8148
上海祥禾股权投资合伙企业（有限合伙）	1,600,000	0.5000

股东名称	持股数量（股）	持股比例（%）
厦门市君豪投资合伙企业（有限合伙）	1,322,240	0.4132
总计	320,000,000	100.0000

发行人设立后，截至本招股说明书签署日，本公司未再发生股本变动的情形。

四、发行人前身设立以来的重大资产重组行为

（一）重组概况

发行人重大资产重组行为分为两个阶段：

1、第一阶段重组

孙氏家族于2007年开始筹划家族服装产业在境外上市，计划将品牌影响力和盈利能力较强的JR、JW、AN、GS、CR品牌的服装业务重组进欣贺有限作为上市资产，而将2008年新创立的IV品牌服装、饰品配套生产及销售业务交由艾葳服饰，将JR、JW、AN、GS、CR品牌的皮制品及配饰配套生产及销售业务交由全世美来经营。第一阶段重组在2009年进行，重组前后相关企业主营业务变化情况如下：

公司名称	第一阶段重组前的主营业务	第一阶段重组后的主营业务
中悦服饰	JR、JW、AN、GS、CR、IV 品牌服装、皮制品及配饰的生产及销售	无实际生产经营，2011年9月注销
欣贺有限	为中悦服饰配套生产皮制品及配饰	JR、JW、AN、GS、CR 品牌服装的生产及销售
全世美公司	自有房屋出租	JR、JW、AN、GS、CR 品牌皮制品及配饰的生产及销售；自有房屋出租
艾葳服饰	2008年12月成立，无实际经营业务	IV 品牌服装和配饰的生产及销售

2、第二阶段重组

随着家族服装业务的发展以及国内证券市场的变化，孙氏家族认为在境内上市更有利于公司长远发展。为了避免同业竞争和减少关联交易，整合业务资源，降低管理成本，2010年实际控制人将其控制的全世美公司、艾葳服饰的相关业务重组至欣贺有限，2012年欣贺有限从关联企业全世美公司和信诺公司收购生产经营所需土地房产，以达到整体上市的目的。第二阶段重组前后，相关企业主营业务变化情况如下：

公司名称	第二阶段重组前的主营业务	第二阶段重组后的主营业务
欣贺有限	JR、JW、AN、GS、CR 品牌服装的生产及销售	JR、JW、AN、GS、CR、IV 品牌服装、皮制品及配饰的生产及销售
艾葳服饰	IV 品牌服装和服饰的生产及销售	无实际生产经营，2011 年 9 月注销
全世美公司	JR、JW、AN、GS、CR 品牌皮制品及配饰的生产及销售；自有房屋出租	无实际生产经营，2012 年 12 月注销
信诺公司	自有房屋出租	无实际生产经营，2012 年 12 月注销

上述两个阶段重组完成后，JR、JW、AN、GS、CR、IV 六大品牌女装相关的全部设计、生产及销售业务及相关的经营性资产、人员全部进入了欣贺有限，欣贺有限拥有完整的经营性资产及业务，公司经营规模进一步扩大。报告期内公司经营业务未因资产重组发生重大变化，公司实际控制人未因资产重组而发生变化。

（二）重组具体内容

涉及两个阶段重组相关关联企业的基本情况如下：

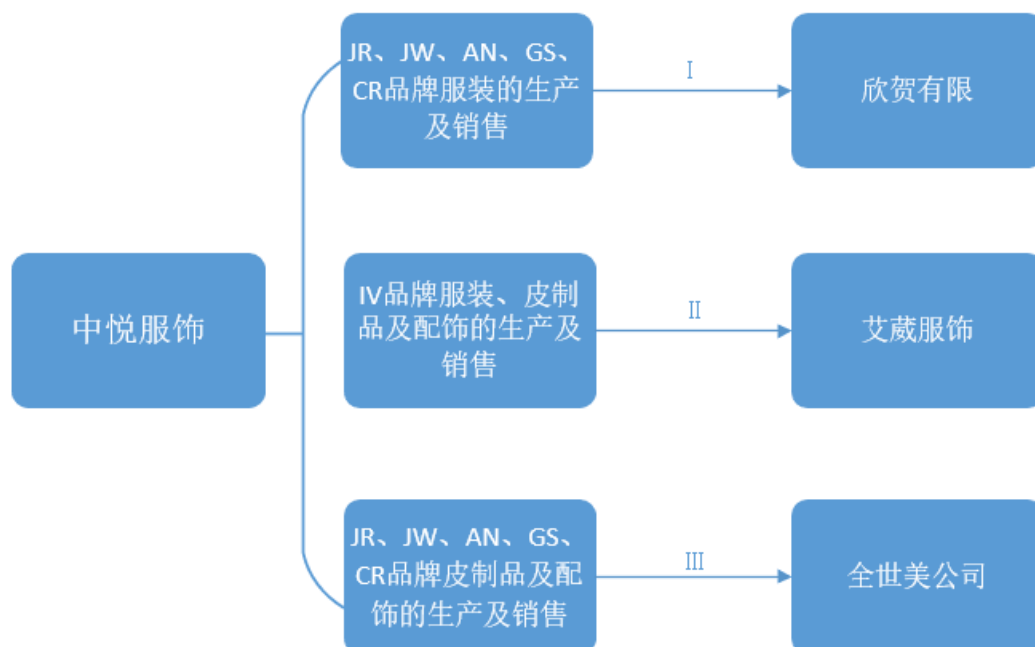
公司名称	重组时间	重组时的股权结构	注销时间
中悦服饰	2009 年 1 月	孙瑞鸿和孙瑞展各持有 30% 股权、林马淑珍 ^① 持有 40% 股权	2011 年 9 月
艾葳服饰	2010 年 4 月	马秀华 ^② 持有 100% 股权	2011 年 9 月
全世美公司	2010 年 11 月	孙瑞鸿和孙瑞展各持有 50% 股权	2012 年 12 月
信诺公司	2012 年 3 月	孙瑞鸿和孙瑞展各持有 50% 股权	2012 年 12 月

注①：林马淑珍系孙马宝玉之兄弟的女儿，即林马淑珍为孙瑞鸿、孙瑞展的表姐。

注②：马秀华系孙马宝玉之妹，即马秀华为孙瑞鸿、孙瑞展的姨妈。

1、第一阶段重组

第一阶段重组的主要步骤为：



I、由欣贺有限购买中悦服饰与JR、JW、AN、GS、CR品牌产品相关的机器、电子设备及运输车辆等固定资产及上述品牌的原材料和产成品。上述品牌2009款及以后年度的产品由欣贺有限生产，中悦服饰生产员工由欣贺有限接收安置，中悦服饰不再从事服装设计、生产业务。

II、由艾葳服饰购买中悦服饰与IV品牌产品相关的机器设备、办公设备等固定资产，此后艾葳服饰从事IV品牌服装、皮制品及配饰的生产、销售业务。

III、由全世美公司购买欣贺有限的皮制品及配饰生产设备，购买中悦服饰用于生产皮制品及配饰的原材料。

在本次重组后，欣贺有限从事JR、JW、AN、GS、CR品牌服装的生产及销售业务；全世美从事上述品牌皮制品及配饰的生产，并全部销售给欣贺有限；艾葳服饰从事IV品牌服装、皮制品及配饰业务的生产、销售。中悦服饰不再从事服装和商品的生产业务，由于销售渠道的合同变更需要一段过渡期，中悦服饰在2009年底和欣贺有限共同进行JR、JW、AN、GS、CR品牌服装的销售业务，2010年起不再从事具体经营，2011年9月15日，中悦服饰注销。

中悦服饰重组的基本情况如下：

重组内容	时间	交易金额 (万元)	定价依据	评估报告
欣贺有限购买中悦服饰 固定资产	2009年1月	1,099.16	评估价值	厦乾元评报字 (2009)第09001号
艾葳服饰购买中悦服饰 固定资产	2009年1月	5.19	评估价值	厦乾元评报字 (2009)第09001号
欣贺有限购买中悦服饰 2008年末库存原材料	2009年1月	1,179.07	实际采购金额*规 定折扣或账面价值	—
欣贺有限购买中悦服饰 2009款产成品	2009年1月	2,395.73	吊牌价*30%	未评估
中悦服饰向欣贺有限支 付职工安置费	2009年1月	1,000.00	—	—
全世美公司购买欣贺有 限皮制品固定资产	2009年1月	35.39	评估价值	厦乾元评报字 (2009)第09003号
全世美公司购买中悦服 饰皮制品及配饰原材料	2009年1月	190.82	账面价值	未评估

(1) 欣贺有限、艾葳服饰购买中悦服饰固定资产

2009年1月，中悦服饰与欣贺有限签订《资产转让合同》，约定中悦服饰将其与JR、JW、AN、GS、CR品牌产品相关电子、机器设备及运输车辆等固定资产以评估价转让给欣贺有限，资产转让价款合计人民币1,099.16万元。2009年1月，中悦服饰与艾葳服饰签订《资产转让合同》，约定中悦服饰将与IV品牌产品相关的机器设备、办公设备以评估价转让给艾葳服饰，资产转让价款合计人民币5.19万元。

2009年1月19日，厦门乾元资产评估与房地产估价有限责任公司出具《中悦（厦门）服饰有限公司（设备）资产评估报告书》（厦乾元评报字（2009）第09001号），对中悦服饰拟转让的机器、电子设备及运输设备等进行了评估，确定评估资产账面价值人民币1,291.79万元，评估价值为人民币1,104.35万元。

(2) 欣贺有限购买中悦服饰2008年年末的库存原材料

2009年1月，欣贺有限与中悦服饰签订《购销合同》，约定欣贺有限购买中悦服饰2008年年末的库存原材料，转让价格为1,179.08万元。该部分原材料包含两部分：一是为生产2009年以前年度产品结存的原材料，转让价格按照实际采购金额乘以约定的折扣定价；二是为生产2009年款产品采购入库的原材料，转

让价格按账面价值定价。

（3）欣贺有限购买中悦服饰2009年款产成品

2009年1月，欣贺有限与中悦服饰签订《购销合同》，约定欣贺有限购买中悦服饰已完工的各品牌2009款产成品，交易金额为2,395.73万元，交易价格按产品吊牌价30%计算确定。

（4）欣贺有限安置中悦服饰员工

2009年1月，欣贺有限与中悦服饰签订《员工安置协议》，约定将中悦服饰员工与中悦服饰的劳动关系变更为与欣贺有限的劳动关系；中悦服饰一次性向欣贺有限支付人民币1,000万元，作为今后欣贺有限根据相关劳动法律的规定应当给付该等员工有关的所有额外的人事费用。

（5）第一阶段重组后欣贺有限与中悦服饰之间的交易

①2009年1月，中悦服饰将生产性资产转让给欣贺有限等公司后，尚存在部分未执行完毕的采购合同，中悦服饰于2009年1-7月间在收货进仓后再按账面价值销售给欣贺有限，合计交易金额为2,007.68万元。此外，欣贺有限在2010年度还按账面价值向中悦服饰采购原材料46.54万元。

②由于自营店铺的商场合同变更需要一段时间，在变更前由中悦服饰继续销售。若自营店铺要销售2009年款产品，则中悦服饰需从欣贺有限购入后再零售。若销售2008年及以前年度产品，则欣贺有限需要从中悦服饰购入。2009年度，欣贺有限对中悦服饰销售金额为17,225.99万元；欣贺有限向中悦服饰采购的金额为2,573.09万元。

③由于台湾地区制作和印刷水平较高，公司需要从台湾订购部分服装目录图册，在欣贺有限办理完成《海关进出口货物收发货人报关注册登记证书》等进出口相关手续之前，服装目录图册仍由中悦服饰进口后再按账面价值销售给欣贺有限，合计金额为304.78万元。

④2010年3月，中悦服饰出具《商标转让声明书》，同意将其名下39项商标无偿转让给欣贺有限。2010年3月30日，厦门市鹭江公证处就该商标转让声明书出具（2010）厦鹭证内字第02246号《公证书》。2010年12月13日中悦服饰将2项注册商标无偿转让给欣贺有限，并取得了商标局下发的核准商标转让证明。

2010年4月，中悦服饰按账面价值向欣贺有限转让厢式货车一台，金额为10万元。

截至2009年12月31日，原属于中悦服饰的自营店铺均已变更商场合同主体为欣贺有限。2010年起，中悦服饰不再从事JR、JW、AN、GS、CR品牌产品的销售等具体业务。2011年9月15日，中悦服饰注销。

（6）全世美公司购买欣贺有限的皮制品生产设备

2009年1月，全世美公司与欣贺有限签订《资产转让合同》，约定欣贺有限将用于皮制品的生产设备及相关电子设备按评估价格出售给全世美公司，转让价款为人民币35.39万元。

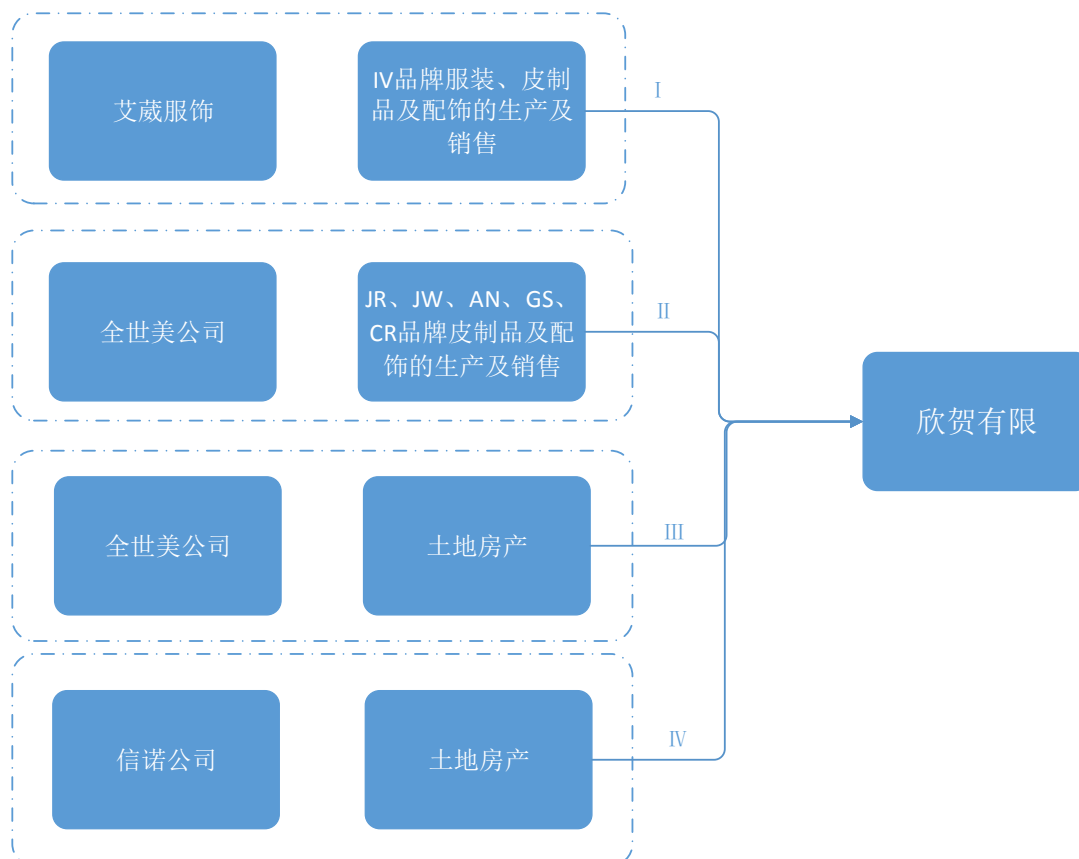
厦门乾元资产评估与房地产估价有限责任公司出具厦乾元评报字（2009）第09003号《评估报告》对欣贺有限拟转让的皮制品生产设备进行评估，确认评估资产账面价值为31.96万元，评估价值为人民币35.39万元。

（7）全世美公司购买中悦服饰用于生产皮制品及配饰的原材料

2009年1月，全世美公司与中悦服饰签订《购销合同》，约定将中悦服饰用于生产皮制品及配饰的原材料按账面价值转让给全世美公司，转让金额为190.82万元。此次转让后，由于中悦服饰尚存在部分未执行完毕的采购合同，故中悦服饰于2009年1-6月间在收货进仓后再按账面价值销售给全世美公司，合计交易金额为245.05万元。

2、第二阶段重组

第二阶段重组主要步骤为：



I、2010年重组艾葳服饰

(1) 收购艾葳服饰的固定资产、原材料等

2010年4月1日，欣贺有限与艾葳服饰签订《资产转让合同》，约定艾葳服饰按评估价值向欣贺有限转让其固定资产、原材料及部分产成品，转让价格合计为852.67万元^注；约定艾葳服饰将未完工的在产品按账面价值出售给欣贺有限，转让价格为529.62万元。

2010年3月29日，厦门乾元资产评估与房地产估价有限责任公司出具《评估报告书》（厦乾元评报字（2010）第10041号），对本次转让中除在产品以外的资产进行了评估。该次转让资产的账面价值为855.66万元，评估价值为852.77万元。

注：转让价格与评估价值的差异系艾葳服饰税控机未转让，其评估值为990元。

上述资产收购完成后，艾葳服饰不再从事IV品牌服饰的生产及销售，转由欣贺有限生产、销售。

(2) 承担艾葳服饰未摊销完毕的长期待摊费用（装修款）

2010年4月1日，欣贺有限与艾葳服饰签订《转让协议》，欣贺有限同意承担艾葳服饰未摊销完毕的装修款，合计93.99万元，包括艾葳服饰租赁联发集团房屋用于生产车间的装修款及艾葳展厅的装修款。

项目名称	合计工程总支出 (万元)	摊销期间	艾葳已摊销金额 (万元)	艾葳未摊销金额 (万元)
联发厂房	62.18	2009.09-2012.08	11.73	50.45
艾葳展厅	50.21	2009.12-2011.11	6.68	43.53
合计	112.39	—	18.40	93.99

艾葳服饰于2010年4月27日与联发集团有限公司签订《停租协议》，约定双方于2010年5月1日起解除《房屋租赁合同》；欣贺有限于2010年4月27日与联发集团有限公司签订《房屋租赁合同》，约定2010年5月1日起租赁艾葳服饰原租赁的联发集团有限公司的房屋。

（3）承接艾葳服饰在上海港汇广场的管理店

2010年4月欣贺有限收购的艾葳服饰相关资产中，未包括艾葳服饰设于上海港汇广场的管理店，该店于2010年7月开业。由于艾葳服饰将经营性资产转让给欣贺有限后不再从事IV品牌服饰的生产，因此艾葳服饰需向欣贺有限采购IV品牌的产品后再由该店零售，2010年7月-10月间艾葳服饰向欣贺有限采购金额18.71万元，定价原则为吊牌价的43%。

为了减少关联交易，2010年9月，艾葳服饰变更与上海港汇房地产开发有限公司签订的《上海市港汇广场商品房屋租赁合同》以及与上海欣坤服饰有限公司签订的《IV品牌委托管理合同》，相关权利与义务由欣贺有限继续履行，上海港汇广场IV店转由欣贺有限经营。2010年11月欣贺有限完成对艾葳服饰该自营管理店的收购。

（4）重组后与艾葳服饰的后续安排

艾葳服饰在评估基准日（2010年3月14日）后至2010年4月30日之间尚有部分布料、辅料陆续入库，该部分布辅料直接按账面价值出售给欣贺有限，合计金额180.09万元。此后艾葳服饰未进仓任何原材料，存货及固定资产。

截至2010年12月31日，艾葳服饰除一台防伪税控设备外已将所有固定资产转让给欣贺有限且存货余额为0。2011年9月，艾葳服饰依法注销。

II、2010年收购全世美公司生产皮制品、配饰等服饰的相关资产

2010年11月15日，欣贺有限与全世美公司签订协议，约定全世美公司将其拥有的生产鞋、包等皮制品、配饰等服饰的相关原材料、固定资产及在产品按评估价格转让给欣贺有限，转让价格为1,091.33万元。2010年11月15日，欣贺有限与全世美公司签订《资产转让合同》，约定全世美公司按评估价格向欣贺有限转让两部车辆，转让价格为184.71万元。

2010年11月14日，北京立信资产评估有限公司出具京立信评报字（2010）第043号《资产评估报告书》，以2010年10月31日为评估基准日，对上述所转让资产进行评估。上述所转让资产账面价值为1,258.97万元，评估价值为1,276.03万元。

上述资产收购完成后，全世美公司不再从事JR、JW、AN、GS、CR等品牌商品的生产，转由欣贺有限生产、销售。

III、2012年收购全世美公司的土地房产

2012年2月8日，欣贺有限召开董事会，决议购买全世美公司拥有的坐落于厦门市湖里区湖里大道95号的房产，该处房产用地面积为6,214.15平方米，建筑面积为20,336.38平方米。2012年2月20日，全世美公司召开董事会，决议将该处房产以评估价格转让给欣贺有限，转让价格为6,479.27万元。

2012年3月13日，欣贺有限与全世美公司签署《存量房买卖合同》（合同编号：00029753），约定全世美公司将坐落于湖里区湖里大道95号的房产（包括房产的附属设施、设备等物品）转让给欣贺有限，转让价格为6,479.27万元。

北京卓信大华资产评估有限公司以2011年8月31日为评估基准日对全世美公司拟转让的房产进行评估，并于2011年9月5日出具卓信大华评报字（2011）第040号《资产评估报告书》。经评估，该处房产账面价值为1,479.77万元，评估价值为6,479.27万元，增值4,999.50万元，增值率为337.86%。

2012年7月26日，欣贺股份取得权属人变更后的《厦门市土地房屋权证》（厦国土房证第00935599号）。

IV、2012年收购信诺公司的土地房产

2012年2月8日，欣贺有限召开董事会，决议购买信诺公司拥有的坐落于厦门市湖里区华昌路140号的房产，该处房产用地面积为5,044.19平方米，建筑面

积为11,376.75平方米。2012年2月20日，信诺公司召开董事会，决议将该处房产按评估价值转让给欣贺有限，转让价格为3,141.28万元。

2012年3月13日，欣贺有限与信诺公司签署《存量房买卖合同》（合同编号：00044243），信诺公司将坐落于湖里区华昌路140号的房产（包括房产的附属设施、设备等物品）转让给欣贺有限，转让价格为3,141.28万元。

北京卓信大华资产评估有限公司以2011年8月31日为评估基准日对信诺公司拟转让的房产进行评估，并于2011年9月5日出具卓信大华评报字（2011）第041号《资产评估报告书》，经评估，该处房产账面价值为329.23万元，评估价值为3,141.28万元，增值2,812.05万元，增值率为854.12%。

2012年7月26日，欣贺股份取得权属人变更后的《厦门市土地房屋权证》（厦国土房证第00935701号）。

五、历次验资情况

本公司及前身欣贺有限自设立以来，共进行了五次验资，具体验资情况如下：

（一）欣贺有限设立时注册资本验资情况

福建华茂有限责任会计师事务所厦门分所于2006年7月20日出具《验资报告》（闽华茂验字（2006）第3038号），对发行人前身欣贺有限设立时注册资本到位情况进行了审验：截至2006年7月19日，公司已收到股东马秀月、孙瑞展和孙瑞鸿合计缴纳的注册资本20万美元，均为货币出资。

（二）欣贺有限第一次增资时的验资情况

1、第一期出资

2009年5月27日，福建中浩会计师事务所有限公司出具《验资报告》（福中浩外验字（2009）第WY017号），验证截至2009年4月28日，公司已收到股东Super Huge Investments Limited缴纳的第一期新增出资580万美元，全部为货币出资，欣贺有限注册资本为1,000万美元，实收资本为600万美元。

2、第二期出资

2010年12月1日，福建中浩会计师事务所有限公司出具《验资报告》（福中浩外验字（2010）第YW011号），验证截至2010年11月18日，公司已收到股东欣贺国际以货币资金缴纳的第二期新增出资400万美元，连同第一期出资，欣贺

有限第一次增资的注册资本已全部到位。

（三）第二次增资时的验资情况

2011年10月26日，大华会计师事务所有限公司出具《验资报告》（大华验字【2011】272号），确认截至2011年10月20日，欣贺有限收到厦门欣嘉骏等8名股东缴纳的新增注册资本1,733,798美元，均为货币出资。经第二次增资，欣贺有限注册资本变更为11,733,798美元，实收资本为11,733,798美元。

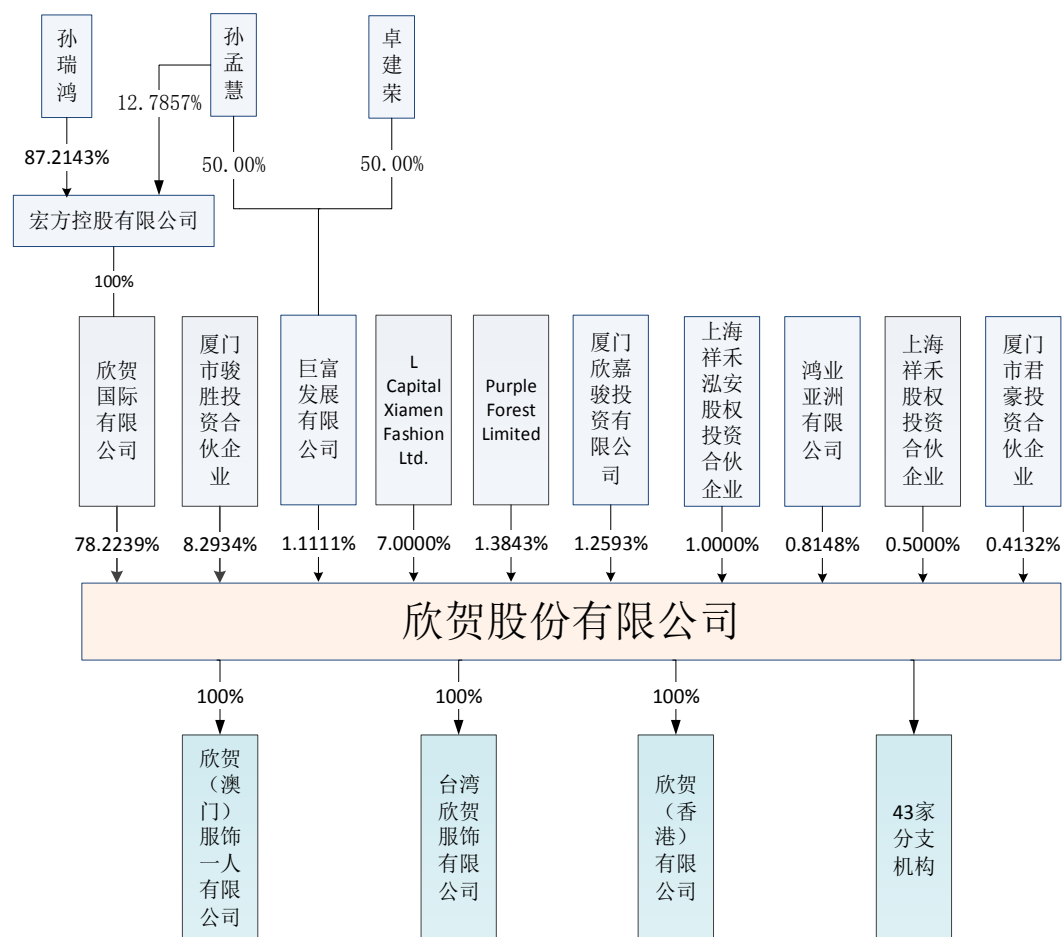
（四）股份公司设立时的验资情况

2012年4月1日，大华会计师事务所有限公司对欣贺股份设立时的出资进行了审验，并出具了大华验字【2012】135号《验资报告》，验证截至2012年4月1日，公司已收到全体股东拥有的欣贺有限截至2011年12月31日经审计的净资产人民币746,463,629.92元，公司已按1:0.428687999比例折合股本32,000万股，每股面值1元，共计股本人民币32,000万元，由原股东按原比例分别持有，大于股本部分人民币426,463,629.92元计入股份公司资本公积。

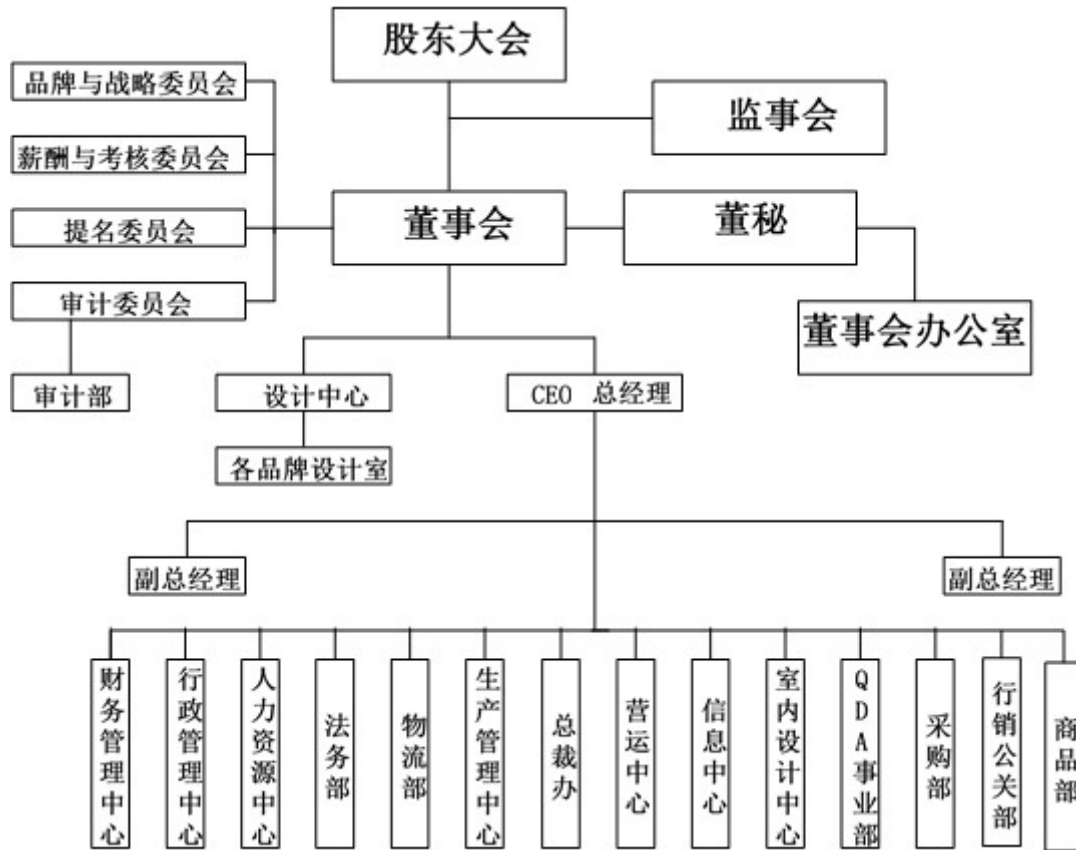
六、发行人的组织结构

（一）发行人的股权结构图

截至本招股说明书签署日，发行人的股权结构图如下：



（二）发行人的内部组织结构



（三）主要职能部门的工作职责

公司的法人治理结构由股东大会、董事会和监事会构成。公司的最高权力机构是股东大会；股东大会下设董事会，董事会向股东大会负责，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经营管理情况进行监督。

董事会设董事会办公室，主要负责协助董事会秘书处理董事会的日常工作；管理公司证券事务、信息披露等相关工作。

公司实行董事会领导下的总经理负责制。公司总经理在董事会的领导下，负责公司的日常生产经营与管理运作。

本公司各主要职能部门职责如下：

部门名称	主要职能
董事会办公室	按照法定程序筹备董事会、监事会和股东大会并进行档案管理，协助公司董事、监事、高级管理人员了解上市公司相关法律、法规、规章、上市交易规则、公司章程等有关规定；负责证券事务和公共关系管理工作；协调公司与投资者之间的关系，负责公司对外投资项目的管理。
总裁办	组织制订并实施公司品牌战略、品牌定位和战略目标、计划、战术措施；定期统计分析公司销售、费用情况，为公司重大决策提供信息支持；组

部门名称	主要职能
	织实施市场调研，掌握市场动态，完善市场信息管理，提供趋势分析和相关建议；制定销售目标和营销预算，完善销售政策、规范激励方案，实施业绩考核；会同相关部门制定品牌推广与管理方案，实施品牌推广及相关广告策划与投放计划；监督管理公司各品牌推广与策划、品牌形象企划和推广等工作；协助总裁管理公司业务、企划、物流及各分公司等部门工作。
审计部	负责制订公司审计计划；全面负责组织、安排审计工作，并实时监督工作进度；会同相关人员定期对各层级的财务活动进行审计并形成内部审计报告；定期组织相关人员进行专项审计，并对各类核算方法、管理制度提出改进建议。
设计中心	根据公司发展规划进行市场调研及策划，确定品牌服装的风格定位和发展走向；主导完成面辅料的选择、确定工作；组织完成产品创意、产品设计、产品定价；负责品牌设计团队的建设和管理。
财务管理中心	根据公司发展建立并完善财务体系；制订并健全财务管理制度；负责公司财务预决算、财务核算、会计监督等财务相关工作；编制财务报表，负责对内外部提供各种会计信息及其他要求报送的财务会计资料；负责及时准确报税及缴纳各种税费工作。
行政管理中心	组织制订公司行政管理制度等各项制度和工作程序；行使公司内部日常行政监督、纪律督导权利，查处违反公司规章制度情况；负责对外协调及处理日常事务性工作；根据公司发展战略及价值导向，营造良好的企业文化氛围，塑造和强化公司价值观，推进公司企业文化建设；负责管理行政采购日常工作。
人力资源中心	组织建立、健全公司人力资源规划管理，负责公司薪酬福利、职业发展规划、员工关系等各项事务；建立并完善人力资源管理体系、绩效管理体系，监督各单位考核工作；定期收集公司内外人力资源资讯、建立公司人才信息库；负责员工培训与能力开发等工作。
生产管理中心	制订生产计划，安排生产进度；督导各部门的日常生产活动，组织安全生产；组织技术工种的招工与考核，定期考核生产管理人员；组织新技术、新工艺、新设备的应用。
营运中心	负责品牌发展策略的制订及执行，制订品牌营运管理制度、销售计划、销售政策；管理日常营运部门的工作，审阅订货、发货等业务报表，审核全国各品牌的促销销售活动；参与市场调研预测和制定促销方案；建立和完善营运零售体系，开发及讲授女装销售、服务等相关课程；甄选外部零售培训资源；制订成品库存量计划。
信息中心	负责制订公司信息化中长期战略规划、当年滚动实施计划，制订企业信息化管理制度；负责公司信息化网络建设，建立信息化评价体系和执行标准；负责根据公司业务模式、业务进展对公司的信息支撑体系进行设计、建设和调整，对公司办公网络结构进行规划、管理和运营；全面规划与整合业务信息系统、财务信息系统、物流信息系统、内控信息系统、HR 信息系统、集团官方网站建设、以及 OA 协同办公等相关系统，实施公司整体的信息化建设。

部门名称	主要职能
室内设计中心	负责组织和指导设计人员完成门店的具体方案设计和施工图设计；负责店铺工程形象及工程质量的把关，对店铺设计的实施效果及工程质量、进度负责；负责制定并执行相关的室内设计规章制度。
法务部	负责制订公司经营的法律战略规划、品牌与知识产权的法律维护、经营证件申办、保管与年审、拟定公司法律事务文书，并对相关文书进行法规性审核，如企业内部文件、制度的法规性审核及所有经济合同的会审、客户信用调查、评估与管理控制，对各部门提供法律服务支持，配合公司各部门开展合同与诉讼等法律法规的培训工作；负责公司账户追收工作的开展实施、代表企业进行法律诉讼、仲裁活动。
QDA 事业部	负责 QDA 品牌的产品研发、品牌形象建设、市场运营和推广管理，以及生产管理及品质控制。
采购部	根据公司年度经营计划、材料消耗定额、各部门物资需求以及现有库存情况，制定年度采购计划预案；根据年内生产进度安排、资金情况和库存变化，制定相应半年、季度或月度的具体采购计划；审核并整合各品牌面辅料采购单，监督采购品质；监管重点和大宗采购项目的谈判、签约及合同的交付执行。
物流部	负责制订货品运输计划，选择评估货品运输单位，在授权范围内签定运输协议，对运输时间性、安全性、价格和服务进行监控，出现不合格时对运输单位进行索赔等处理；负责规划储位的最优组合，指导整合库区，调整库位；负责库区和产品的安全、整洁，监督检查仓库管理制度的实施；负责组织定期盘点，编制盘点报告并递交财务部门；负责客户对物流部门投诉的查实和处理，加强对客户和公司其它部门的服务；负责仓储设施设备的改进与维护。
行销公关部	负责协调整合公司内部资源，拟定营销策略，透过广告投放，媒体采购，公关及活动操作等，与目标消费族群沟通，进而提升企业及品牌形象，增加知名度及认知度，提升销售业绩。
商品部	负责各品牌商品品类的计划和管理，负责创建公司各品牌整体的商品策略并制定相关流程，并与品牌、设计、营销等团队紧密合作执行年度商品计划，同时基于对品牌和广大客户需求的认识，制定常规和季节性的商品计划，对公司内部商品资源进行合理配比，提升整个产品线的持续增长。

七、发行人子公司及分支机构情况简介

截至本招股说明书签署日，本公司拥有3家全资子公司，43家分支机构。

（一）发行人的子公司

1、欣贺（澳门）服饰一人有限公司

开业时间：2011年10月26日

注册资本：澳门币80万元

行政管理机关成员：罗永晖

商业登记证编号：SO40784

注册地址：澳门氹仔望德圣母湾大马路澳门威尼斯人度假村酒店大运河购物中心3楼2615铺

经营范围：销售服装、鞋袜、帽子、手套、箱包、皮草皮革、饰品、眼镜、针织品及钩织品。

2011年10月18日，欣贺有限召开董事会，决定在澳门设立欣贺（澳门）服饰一人有限公司，注册资本为澳门币80万元，委任罗永晖先生为行政管理机关成员。

2011年11月23日，厦门市商务局出具《关于同意欣贺（厦门）服饰有限公司在澳门设立欣贺（澳门）服饰一人有限公司的批复》（厦商务外经【2011】468号），同意公司设立澳门子公司，投资总额300万美元。2011年11月23日，公司取得商务部核发的《企业境外投资证书》（商境外投资证第3502201100098号）。

2011年12月29日，厦门市发改委出具《关于欣贺（厦门）服饰有限公司新设成立欣贺（澳门）服饰一人有限公司境外投资项目核准的批复》（厦发改产业【2011】77号），同意公司设立澳门子公司。

鉴于欣贺有限已于2012年4月26日整体变更设立为欣贺股份，2012年5月22日，厦门市商务局出具《厦门市商务局关于同意欣贺（厦门）服饰有限公司变更欣贺（澳门）服饰一人有限公司境内投资主体名称的函》（厦商务外经函【2012】127号），同意澳门欣贺服饰有限公司的投资主体变更为欣贺股份有限公司。2012年9月6日，欣贺股份取得商务部换发的《企业境外投资证书》（商境外投资证第3502201200075号）。

由于澳门子公司营运资金短缺，故经公司于2012年12月3日召开的第一届董事会第五次会议决议通过，公司对欣贺澳门增加投资总额700万美元，增资完成后，公司对欣贺澳门的投资总额从300万美元增至1,000万美元。

2012年12月13日，厦门市商务局出具《关于同意欣贺股份有限公司对欣贺（澳门）服饰一人有限公司增资的批复》（厦商务审外经台港澳【2012】44号），同意公司对欣贺澳门增加投资总额700万美元。2012年12月13日，公司取得商务部换发的《企业境外投资证书》（商境外投资证第3502201200109号）。

欣贺澳门成立以来，主营业务为在澳门地区销售JR/JW品牌的服饰，最近一年的财务数据如下：

单位：万元

项目	2015年12月31日
总资产	6,396.02
净资产	6,333.74
项目	2015年度
净利润	170.60

注：以上财务数据经大华会计师事务所审计。

2、台湾欣贺服饰有限公司

成立时间：2012年10月12日

注册资本：新台币7,382.25万元

实收资本：新台币7,382.25万元

统一编号：53940170

注册地址：台北市大安区仁爱路四段137号2楼之2

董事：刘珍妮

主要经营范围：布疋、衣着、鞋、帽、伞、服饰品、眼镜批发和零售业，但不得经营4553鞋类批发业和4733鞋类零售业。

2012年2月8日，欣贺有限召开董事会，决定在台湾地区设立全资子公司，投资总额为300万美元，并委派孙瑞展先生担任台湾子公司代表及董事。

2012年7月19日，商务部出具《关于同意欣贺（厦门）服饰有限公司在台湾设立台湾欣贺有限有限公司批复》（商合批【2012】913号），同意欣贺有限在台湾设立子公司。2012年7月24日，公司取得商务部核发的《企业境外投资证书》（商境外投资证第3502201200056号）。

鉴于欣贺有限已于2012年4月26日整体变更设立为欣贺股份，2012年9月4日，商务部出具《关于同意欣贺（厦门）有限公司变更台湾欣贺服饰有限公司境内主体名称的批复》（商合批【2012】1101号），同意台湾欣贺服饰有限公司的投资主体变更为欣贺股份有限公司。2012年9月6日，欣贺股份取得商务部换发的《企业境外投资证书》（商境外投资证第3502201200076号）。

2012年6月25日，国家发展改革委员会出具《关于厦门欣贺股份有限公司在台湾地区投资设立营销平台项目核准的批复》（发改外资【2012】1847号），同意公司在台湾设立全资子公司。

2012年7月27日，台湾经济部出具经授审字第10120612340号《函件》，同意欣贺股份设立台湾欣贺服饰有限公司。2012年10月5日，台湾经济部出具经授审字第10120613310号《函件》，确认截至2012年9月26日，欣贺股份已汇入美元2,513,534.22元，按1:29.37汇率折合新台币73,822,500元，欣贺台湾注册资本已缴足。2012年10月12日，台北市政府出具府产业商字第10188698500号《函件》，核准欣贺台湾设立申请，准予登记，欣贺台湾统一编号为53940170，代表人及董事为孙瑞展。2012年10月24日，台北市政府出具府产业商字第10188951100号《函件》，批准欣贺台湾代表人及董事变更为刘珍妮。

由于台湾子公司营运资金短缺，故经公司于2015年8月18日召开的第二届董事会第二次会议决议通过，公司对欣贺台湾增加投资总额250万美元，增资完成后，公司对欣贺台湾的投资总额从300万美元增至550万美元。

2015年11月2日，公司取得商务部换发的《企业境外投资证书》（商境外投资证第3502201200126号）。2016年1月21日，国家发改委出具《国家发展改革委关于厦门欣贺股份有限公司增资全资子公司台湾欣贺服饰有限公司及增设营销网点项目核准的批复》（发改外资【2016】85号），同意公司对台湾欣贺增加投资总额250万美元。

2015年10月28日，台湾经济部出具经授审字第10420717720号《函件》，同意欣贺股份有限公司汇入相当于新台币79,525,000元等值外币作为股本投资，用于认缴投资事业增资额。2016年3月21日台北市政府出具府产业商字第10581868210号《函件》，核准台湾欣贺增资申请，准予登记，变更后，台湾欣贺注册资本总额为新台币153,347,500元。

欣贺台湾成立以来，主营业务为在台湾地区销售JR/JW品牌的服饰，其最近一年的财务数据如下：

单位：万元

项目	2015年12月31日
总资产	1,951.06
净资产	471.22
项目	2015年度
净利润	-765.61

注：以上财务数据经大华会计师事务所审计。

3、欣贺（香港）有限公司

成立时间：2012年6月14日

法定股本：1万股，每股面值1港元

已发行股本：1万股

公司编号：1759770

商业登记证号：59953806-000-06-14-3

注册地址：香港上环苏杭街41-47号苏杭商业大厦1楼

董事：卓建荣

经营范围：销售服装、鞋袜、帽子、手套、箱包、皮草皮革、饰品、眼镜、针织品及钩织品。

2011年7月15日，欣贺有限召开董事会，决定在香港设立全资子公司，投资总额为300万美元，并委派卓建荣先生担任香港子公司董事。

2012年9月12日，厦门市商务局出具《关于同意欣贺股份有限公司设立欣贺（香港）有限公司的批复》（厦商务审外经台港澳【2012】15号），同意公司设立香港子公司。2012年9月12日，公司取得商务部核发的《企业境外投资证书》（商境外投资证第3502201200079号）。

2012年10月16日，厦门市发改委出具《关于欣贺股份有限公司在香港设立分公司项目核准的批复》（厦发改产业【2012】57号），同意公司在香港设立全资子公司。

欣贺香港成立后，起到了公司产品出口至台湾的贸易中转作用，即公司先将JR/JW品牌的服饰出口销售给欣贺香港，再由欣贺香港将全部货物转口贸易给欣贺台湾。最近一年欣贺香港的财务数据如下：

单位：万元

项目	2015年12月31日
总资产	1,938.33
净资产	1,936.74
项目	2015年度
净利润	-6.74

注：以上财务数据经大华会计师事务所审计。

（二）发行人的分支机构

1、发行人的分支机构

截至本招股说明书签署日，公司共在北京、上海、重庆、广州、杭州、深圳、厦门、成都、宁波等地共开设有43家分支机构，具体情况如下表：

序号	分支机构名称	经营场所	成立时间	主要经营业务
1	北京分公司	北京市朝阳区东三环中路乙10号1号楼1501B-03A	2009年09月17日	负责北京地区店铺的管理
2	北京东城第一服饰分公司	北京市东城区东长安街1号北京东方新天地商场首层AA50B号商铺	2009年04月08日	开设北京东方广场JR/JW店
3	北京海淀第一服饰分公司	北京市海淀区远大路1号3层3012-3013店铺	2011年11月03日	开设北京金源燕莎AN/GS店
4	上海分公司	上海市长宁区中山西路1065号1307-1308室	2014年02月17日	负责上海地区店铺的管理
5	上海徐汇分公司	上海市虹桥路1号211/211B铺位	2009年09月27日	开设上海港汇广场JR店
6	上海徐汇第一分公司	上海市虹桥路1号230E铺位	2010年04月06日	开设上海港汇广场AN店
7	上海长宁分公司	上海市长宁区仙霞路99号第二层213单元	2011年01月10日	开设上海尚嘉中心JR店
8	重庆北城天街分公司	重庆市江北区盘溪路150号保利香雪20栋12-4	2009年03月25日	开设重庆北城天街JR店
9	重庆大都会分公司	重庆市渝中区邹容路68号大都会广场第L3层L303A号	2009年11月05日	开设重庆大都会JR店
10	深圳南山海岸城销售部	深圳市南山区文心五路33号海岸城广场第212-213、215号	2009年11月03日	开设深圳海岸城JR/JW、CR店
11	深圳罗湖万象城销售部	深圳市罗湖区宝安南路1881号华润中心一期（中区）万象城396号铺	2009年11月03日	开设深圳万象城JR店
12	深圳罗湖分公司	深圳市罗湖区蔡屋围蔡屋围京基金融中心裙楼自用商业03层01-315	2013年01月21日	开设深圳KKMALL CR店

序号	分支机构名称	经营场所	成立时间	主要经营业务
13	深圳南山海岸城销售二部	深圳市南山区文心五路 33 号海岸城广场第 126-127 号	2013 年 08 月 23 日	开设深圳海岸城 QDA 店
14	广州第一分公司	广州市越秀区环市东路 367 号丽柏广场第 4 层 401 号商铺	2010 年 03 月 26 日	开设广州丽柏 GS 店
15	广州第二分公司	广州市天河区天河路 383 号太古汇商场裙楼地铁上层 MU38 号商铺	2010 年 03 月 26 日	开设广州太古汇 JR 店
16	广州第三分公司	广州市越秀区环市东路 367 号丽柏广场第 3 层第 307 号商铺	2010 年 03 月 18 日	开设广州丽柏 JR 店
17	广州越秀分公司	广州市越秀区环市东路 367 号丽柏广场第 4 层第 404-405 号商铺	2010 年 03 月 26 日	开设广州丽柏 JW/CR 店
18	广州越秀第二分公司	广州市越秀区环市东路 367 号丽柏广场第 4 层 402-403 铺	2010 年 03 月 24 日	开设广州丽柏 AN/IV 店
19	成都新世纪环球中心分公司	四川省成都高新区天府大道北段 1700 号新世纪环球购物中心 1FB12/14、2FB08 号	2013 年 07 月 22 日	开设成都新世纪环球中心 QDA 店
20	宁波天一广场第一分公司	宁波市海曙区右营巷 1 号第 1 层 IIe116-117 室	2013 年 09 月 03 日	开设宁波天一广场 JR/JW 店
21	宁波天一广场第二分公司	宁波市海曙区右营巷 21 号第 1 层 IIe118-119 室	2013 年 09 月 03 日	开设宁波天一广场 AN 店
22	欣贺股份有限公司南京第一分公司	南京市秦淮区汉中路 27 号友谊国际广场一层和二层的 A-01 号	2014 年 07 月 04 日	开设南京友谊广场 QDA 店
23	欣贺股份有限公司呼和浩特市赛罕区第一分公司	内蒙古自治区呼和浩特市赛罕区新华东街 62 号摩尔城 A 座一层 A0118-A0122	2014 年 05 月 23 日	开设维多利亚集团摩尔业态 QDA 店
24	湖里大道分厂	厦门市湖里区湖里大道 33-35 号第四层及第八层东侧（30#厂房）	2012 年 12 月 28 日	生产经营场所
25	兴盛路分厂	厦门市湖里区兴盛路 25 号第三层	2012 年 12 月 07 日	生产经营场所
26	华昌路分厂	厦门市湖里区华昌路 140 号	2012 年 12 月 26 日	生产经营场所
27	北京朝阳第一服饰分公司	北京市朝阳区常通路 1 号院 1 号楼 1F-19	2014 年 12 月 02 日	开设北京长楹天街 AN/GS 店
28	北京朝阳第二服饰分公司	北京市朝阳区常通路 2 号院 1 号楼 1F-01d/1F-02a	2014 年 12 月 02 号	开设北京长楹天街 QDA 店
29	深圳福田分公司	深圳市福田区深南中路北中航路西世纪汇广场商场第二层 214-215-216A 号、213A+213B 商铺	2014 年 08 月 19 日	开设和记黄埔 JR/JW/CR 店
30	杭州拱墅区第一分公司	杭州市拱墅区祥符街道银泰城 5 幢 204 室（铺位号：2F005、2F005A）	2014 年 09 月 29 日	开设杭州银泰城 QDA 店

序号	分支机构名称	经营场所	成立时间	主要经营业务
31	成都锦江分公司	四川省成都市锦江区中纱帽街8号【地铁层】【M065/M067b】号	2014年11月17日	开设成都锦江JR/JW/CR店
32	广西南宁航洋第一分公司	南宁市青秀区民族大道131号航洋国际城第一层第L1-029号商铺	2014年10月30日	开设南宁航洋CR店
33	广西南宁航洋第二分公司	南宁市青秀区民族大道131号航洋国际城第一层第L1-035号商铺	2014年10月30日	开设南宁航洋GS店
34	南京江宁分公司	南京市江宁区东山街道竹山路68号江宁万达广场室内步行街一层1005号商铺	2015年2月4日	开设南京江宁万达CR店
35	深圳福田第二分公司	深圳市福田区民田东福华三路北星河苏活购物公园111L1S-103、105、106、107	2015年3月27日	开设星河购物中心JR/JW店
36	成都青羊分公司	四川省成都市青羊区提督街99号华置广场TheONE购物中心一层1022号	2015年5月20日	开设成都THE ONE购物中心QDA店
37	重庆北城天街第二分公司	重庆市江北区北城天街10号B1馆-1F003、004号商铺	2015年6月8日	开始北城天街QDA店
38	福田第三分公司	深圳市福田区香蜜湖街道侨香路与农林路交汇处南侧深国投广场二期01-10	2015年7月3日	开设深国投CR店
39	苏州唯泰精品购物村分公司	苏州工业园区唯亭阳澄环路969号C2单元	2015年7月17日	开设维泰精品购物村JR、JW店
40	广州海珠分公司	广州市海珠区新港中路356号102铺自编B1-010商铺	2015年10月13日	开设丽影QDA店
41	杭州江干区第一分公司	杭州市江干区富春路701号万象城第3层3011号商铺	2015年11月4日	开设杭州万象城JR/JW店
42	上海闸北分公司	上海市闸北区西藏北路198号402-31号商铺	2015年11月27日	开设上海大悦城QDA店
43	成都武侯分公司	四川省成都市武侯区簇锦街道办事处大悦路518号1F-020A	2015年12月21日	开设成都大悦城QDA店

2、报告期内注销的分公司情况

报告期内，发行人共注销分公司15家，主要原因为其开设并管理的品牌门店/专柜因业绩不理想、商场合同到期不再续约等原因而关店，分公司相应注销。报告期内，发行人注销的分公司具体情况如下：

序号	公司名称	经营场所	门店/专柜	关店时间	关店原因	分公司注销时间
1	欣贺股份有限公司济南分公司	济南市历下区泉城路188号203A、232	济南恒隆广场 JW 专柜	2013年6月	业绩不理想撤柜	2013年12月
			济南恒隆广场 AN/GS 专柜	2013年9月	业绩不理想撤柜	
2	欣贺股份有限公司北京海淀第二服饰分公司	北京市海淀区复兴路29号2层252商铺	北京翠微广场购物中心 IV 店	2013年8月	合同到期撤柜	2013年12月
3	欣贺股份有限公司上海黄浦分公司	上海市黄浦区淮海中路381号121-122室	上海中环广场 AN 店	2014年3月	业绩不理想撤柜	2014年4月
4	欣贺股份有限公司上海黄浦第二分公司	上海市黄浦区淮海中路381号102室	上海中环广场 JR 店	2014年3月	合同到期撤柜	2014年4月
5	欣贺股份有限公司北京东四服饰分公司	北京市东城区东四南大街249号北计大楼一层	东四南大街 JR/JW 店	2013年10月	业绩不理想撤柜	2014年6月
6	欣贺股份有限公司北京海淀服饰分公司	北京市海淀区复兴路25号2层230-231商铺	北京翠微广场购物中心 JR/JW 店	2013年11月	业绩不理想撤柜	2014年7月
7	欣贺股份有限公司广州天河第二分公司	广州市天河区天河北路233号一层100-101房	广州中信广场 JR 店	2014年6月	业绩不理想撤柜	2015年1月
8	欣贺股份有限公司上海浦东第一分公司	上海市浦东新区张杨路500号华润时代广场第三层302单元	上海华润时代广场 AN 店	2015年3月	合同到期撤柜	2015年5月
9	欣贺股份有限公司上海浦东第二分公司	上海市浦东新区张杨路500号华润时代广场第三层304-307室	上海华润时代广场 JR/JW 店	2015年4月	合同到期撤柜	2015年5月
10	欣贺股份有限公司杭州万象城第一分公司	杭州市江干区万象城第3层第323号商铺	杭州万象城 GS/CR 店	2014年11月	业绩不理想撤柜	2015年7月
11	呼和浩特市回民区分公司	内蒙古自治区呼和浩特市回民区中山西路1号商场中1层L1-006号	呼和浩特时代城 QDA 店	2015年5月	业绩不理想撤柜	2015年11月

序号	公司名称	经营场所	门店/专柜	关店时间	关店原因	分公司注销时间
12	杭州万象城第二分公司	杭州市江干区万象城第3层第327号	杭州万象城JR/JW店	2015年5月	商场改造	2015年12月
13	宁波天一广场第三分公司	宁波市海曙区碶闸街127号第1层IIIc1004室	宁波天一广场QDA店	2015年5月	业绩不理想撤柜	2015年12月
14	宁波天一广场第四分公司	海曙区碶闸街127号第2层IIIc1201室	宁波天一广场QDA店	2015年5月	业绩不理想撤柜	2015年12月
15	北京东城第二服饰分公司	北京市东城区东长安街1号北京东方广场东方新天地商场地铁层BB01A号店铺	北京东方广场QDA店	2012年10月19日	业绩不理想撤柜	2016年1月

八、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

本公司的股东在公司整体变更为股份公司后未发生变化，公司的10名股东均为发起人股东。

（一）控股股东情况

1、控股股东——欣贺国际

欣贺国际持有发行人250,316,480股，占公司本次发行前股本总额的78.2239%，是发行人的控股股东。欣贺国际前身为Super Huge Investments Limited，其于2008年12月25日从欣贺有限原股东马秀月处受让欣贺有限100%股权，成为欣贺有限控股股东。

Super Huge Investments Limited于2008年5月15日成立于香港，注册号为1237490，法定股本为10,000股，每股面值1港元，住所为香港中环都爹利街律敦治大厦12楼。Super Huge Investments Limited设立时，发行1股，由Harefield Limited持有（Harefield Limited系秘书公司，主要从事公司注册服务，包括先注册空壳公司再转让空壳公司的股权）。2008年12月19日，Harefield Limited将其持有的Super Huge Investments Limited的1股股份转让给晶晶集团有限公司（英文

名：Glittering Group Limited），同时改选董事为孙马宝玉和孙瑞展。此次股权转让后，Super Huge Investments Limited的股权结构为：

股东名称	持股数量（股）	持股比例（%）
晶晶集团有限公司	1	100.00
总计	1	100.00

2009年6月18日，Super Huge Investments Limited更名为欣贺国际有限公司（英文名：Xinhe International Company Limited）。

2011年9月13日，欣贺国际向晶晶集团发行1股，每股面值1港元，发行价格为7,800万元港币。增发后的欣贺国际股权结构为：

股东名称	持股数量（股）	持股比例（%）
晶晶集团有限公司	2	100.00
总计	2	100.00

2012年2月21日，晶晶集团董事会做出分派、支付股息决议，决定将其持有的欣贺国际全部股份作为股息派发给其股东宏方控股有限公司（英文名：Greatdirect Holdings Limited）。2012年3月1日，欣贺国际完成在香港公司注册处的股东变更登记，变更后，欣贺国际的股权结构如下：

股东名称	持股数量（股）	持股比例（%）
宏方控股有限公司	2	100.00
总计	2	100.00

2012年4月16日，孙马宝玉辞去欣贺国际董事职务；2012年10月28日，孙瑞展离任，欣贺国际的董事变更为卓建荣。

欣贺国际最近一年的财务状况如下：

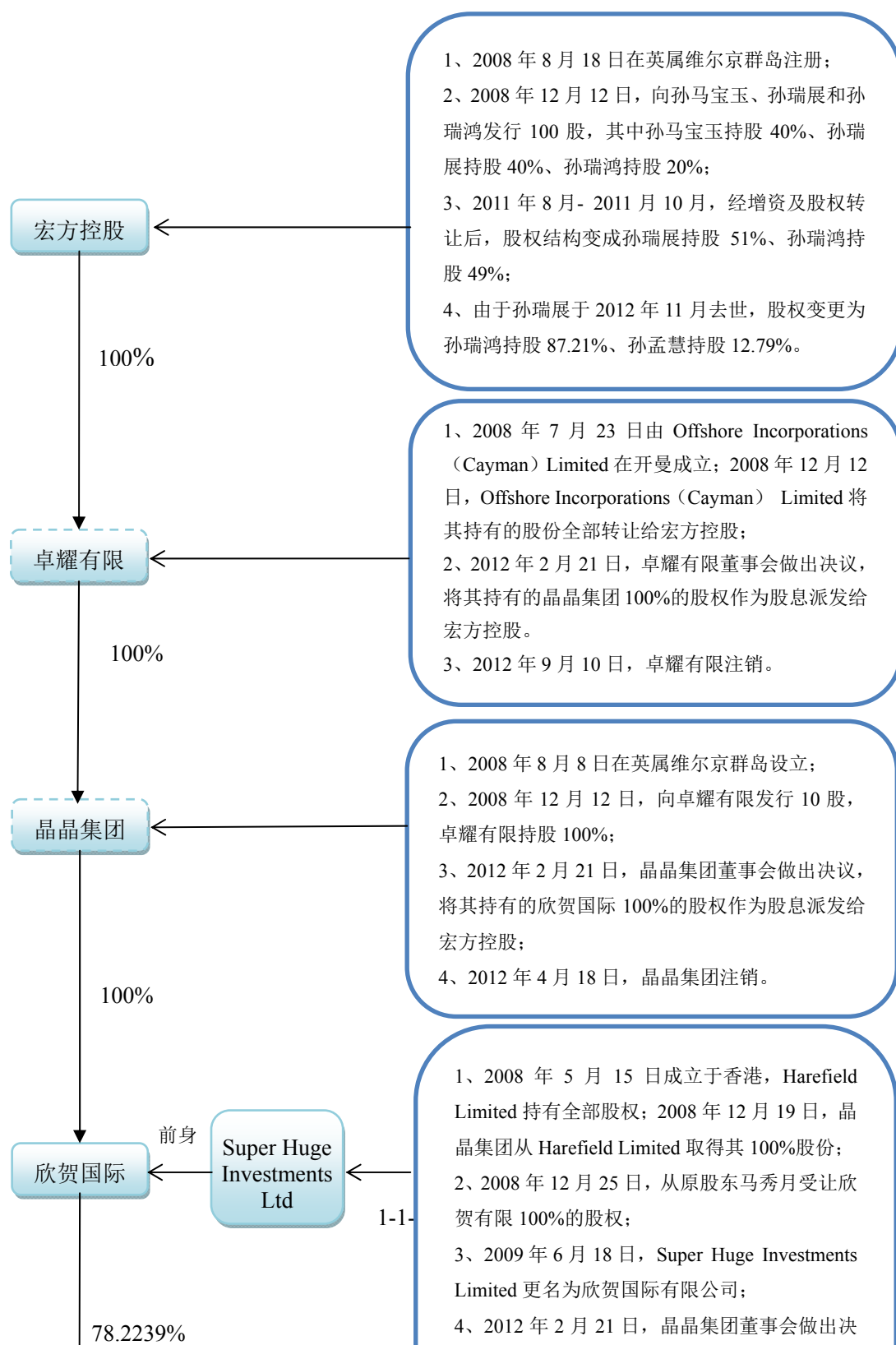
单位：万美元

项目	2015年12月31日
总资产	30,806.53
净资产	30,778.99
项目	2015年度
本年度利润	3,676.83

注：上述财务数据为母公司数，2015年1-12月经香港黄锦辉执业会计师审阅。

2、发行人间接控股股东的相关情况

发行人整体变更设立为股份公司之前，实际控制人孙氏家族成员系通过宏方控股、卓耀有限（英文名：Alpha Shine Limited）、晶晶集团以及欣贺国际控制发行人。为简化境外股权结构，发行人实际控制人于2012年注销了晶晶集团、卓耀有限，仅保留了宏方控股和欣贺国际。2008年12月至今，发行人实际控制人对公司的控制路径变化具体情况如下：



（1）宏方控股

宏方控股有限公司由Offshore Incorporations Limited作为注册代理人于2008年8月18日在英属维尔京群岛（BVI）注册成立，注册号为1499533，设立时法定股份数为50,000股（每股面值1美元），住所为P.O. Box 957, Offshore Incorporations Centre, Road Town, Tortola, British Virgin Islands。

宏方控股设立时并未发行股份，为一家空壳公司。空壳公司也叫现成公司（shelf company），是指当地注册代理人根据注册地法律成立公司，但没有任命首任董事，也没有派发股份，不发生经营及负债行为。BVI法律规定现成公司在公司注册证书颁发后六个月内任命董事、派发股份，董事、股东信息只需在注册代理人处备案即可。因此，投资者需要公司时，只需将董事、股东资料交给注册代理人，由其制作相关文件，较新设公司便利、快捷。根据BVI法律及宏方控股公司章程，宏方控股首任董事须由注册代理人于公司成立后六个月内委任，其后则通过股东决议或董事决议任命，股东决议或董事决议可以更换注册代理人或注册办事地点。

2008年12月12日，Offshore Incorporations Limited任命孙马宝玉和孙瑞展为宏方控股董事。同日，宏方控股董事作出董事决议，向孙马宝玉、孙瑞展、孙瑞鸿发行100股，每股发行价格为1美元，其中孙瑞展认购40股、孙马宝玉认购40股、孙瑞鸿认购20股。本次发行后，宏方控股的股权结构为：

股东名称	持股数量（股）	持股比例（%）
孙马宝玉	40	40.00
孙瑞展	40	40.00
孙瑞鸿	20	20.00
总计	100	100.00

2011年8月6日，宏方控股董事会作出决议，将法定股本变更为1,000万股。宏方控股向股东发行9,999,990股，每股发行价格1美元。本次增发后，宏方控股的股权结构为：

股东名称	持股数量（股）	持股比例（%）
孙马宝玉	40	0.0004

股东名称	持股数量（股）	持股比例（%）
孙瑞展	5,099,960	50.9996
孙瑞鸿	4,900,000	49.0000
总计	10,000,000	100.0000

股东孙马宝玉女士考虑年事已高，难以承担股东和董事义务，于是将其所持股份全部转让给其子孙瑞展先生。2011年10月13日，孙马宝玉与孙瑞展签订股权转让协议，约定孙马宝玉将其持有的宏方控股40股股份转让给孙瑞展。转让完成后，孙瑞鸿、孙瑞展分别持有宏方控股49%、51%股份。同时，孙马宝玉于2012年4月16日以后不再担任宏方控股董事。本次股权转让后，宏方控股的股权结构为：

股东名称	持股数量（股）	持股比例（%）
孙瑞展	5,100,000	51.00
孙瑞鸿	4,900,000	49.00
总计	10,000,000	100.00

2012年11月13日，孙瑞展先生去世后，因孙瑞展先生无配偶子女，其母亲孙马宝玉女士为第一顺位继承人。2013年1月29日，孙马宝玉女士出具民事声明，放弃对孙瑞展遗产的继承权，孙瑞展的遗产由孙瑞鸿和孙孟慧继承。2013年2月5日，孙瑞鸿和孙孟慧签订协议书，约定孙瑞展持有的宏方控股510万股，分别由孙瑞鸿继承3,821,430股，孙孟慧继承1,278,570股。截至本招股说明书签署日，孙瑞鸿持有宏方控股8,721,430股，孙孟慧持有宏方控股1,278,570股。孙瑞展股权遗产继承完成后，宏方控股的股权结构为：

股东名称	持股数量（股）	持股比例（%）
孙瑞鸿	8,721,430	87.21
孙孟慧	1,278,570	12.79
总计	10,000,000	100.00

宏方控股自设立以来，除持有卓耀有限并间接持有晶晶集团、欣贺国际的股权外，未从事其他业务。截至招股说明书签署日，宏方控股持有欣贺国际100%的股权。

宏方控股最近一年的财务状况如下：

单位：万美元

项目	2015年12月31日
总资产	996.48
净资产	996.27
项目	2015年度
本年度利润	-0.47

注：上述财务数据为母公司数，经香港黄锦辉执业会计师审计。

（2）卓耀有限

卓耀有限公司于2008年7月23日在开曼群岛（Cayman Islands）注册，注册号为214726，法定股本50,000股，每股面值1美元。卓耀有限设立时发行1股，由Offshore Incorporations（Cayman） Limited持有。2008年12月12日，Offshore Incorporations（Cayman） Limited将其持有的卓耀有限的股份全部转让给宏方控股，孙瑞展、孙马宝玉被委派为卓耀有限董事。同日，卓耀有限董事作出决议，卓耀有限向宏方控股增发9股，每股发行价格1美元。本次股权转让及增资后，卓耀有限的股权结构如下：

股东名称	持股数量（股）	持股比例（%）
宏方控股有限公司	10	100.00
总计	10	100.00

2011年9月12日，卓耀有限作出董事决议，卓耀有限向宏方控股增发1股，每股面值1美元，发行价格为9,999,990美元，卓耀有限增发后的股权结构为：

股东名称	持股数量（股）	持股比例（%）
宏方控股有限公司	11	100.00
总计	11	100.00

2012年2月21日，卓耀有限董事作出决议，卓耀有限将其持有的晶晶集团100%的股份作为股息派发给宏方控股。

2012年3月19日，卓耀有限董事及股东作出决议，决定卓耀有限申请清算注销，并由卓建荣担任清算人。2012年4月10日，卓耀有限在开曼群岛公报上刊登清算公告。2012年6月8日，开曼群岛公司注册处签发了《注销证明》，确认卓耀

有限将于2012年9月10日正式注销。

卓耀有限公司自设立至注销期间，除持有晶晶集团股权外，未从事其他业务。

（3）晶晶集团

晶晶集团有限公司由Offshore Incorporations Limited作为注册代理人于2008年8月8日在英属维尔京群岛（BVI）注册，注册号为1497722，法定股份数为50,000股（每股面值1美元），住所为P.O. Box 957, Offshore Incorporations Centre, Road Town, Tortola, British Virgin Islands。晶晶集团设立时，也是一家现成公司（shelf company）。

2008年12月12日，Offshore Incorporations Limited任命孙马宝玉和孙瑞展为晶晶集团董事。同日，晶晶集团董事作出董事决议，向卓耀有限发行10股，每股发行价格为1美元。本次发行后，晶晶集团的股权结构为：

股东名称	持股数量（股）	持股比例（%）
卓耀有限公司	10	100.00
总计	10	100.00

2011年9月12日，晶晶集团董事作出董事决议，晶晶集团向卓耀有限增发1股，每股面值1美元，发行价格为9,999,990美元，晶晶集团增发后的股权结构为：

股东名称	持股数量（股）	持股比例（%）
卓耀有限公司	11	100.00
总计	11	100.00

2012年2月21日，卓耀有限董事作出董事决议，卓耀有限将其持有的晶晶集团全部股份作为股息派发给其股东宏方控股，并于当日办妥股东变更登记。变更完后，晶晶集团的股权结构如下：

股东名称	持股数量（股）	持股比例（%）
宏方控股有限公司	11	100.00
总计	11	100.00

2012年2月21日，晶晶集团董事作出董事决议，晶晶集团将其持有的100%欣贺国际股权作为股息派发给其股东宏方控股。

2012年3月19日，晶晶集团董事及股东作出决议，晶晶集团申请清算注销，并由卓建荣担任清算人。2012年4月18日，英属维尔京群岛公司事务登记处签发了《注销证明》，确认晶晶集团正式注销。

晶晶集团自设立至注销期间，除持有欣贺国际股权外，未从事其他业务。

3、通过欣贺国际、宏方控股间接持股的原因

实际控制人孙氏家族于2007年开始筹划家族服装产业在境外上市，根据境外律师的建议，按照境外上市的通行做法在英属维京群岛、开曼及香港等地设立了多家持股公司，搭建了由宏方控股、卓耀有限、晶晶集团、欣贺国际构成的海外控股架构；随着孙氏家族服装业务的发展以及国内证券市场的变化，孙氏家族认为在境内上市更有利于公司长远发展，孙氏家族决定以欣贺有限为主体在境内上市，为更好地理清控制关系，参考境内上市中介机构的建议，缩减了卓耀有限公司、晶晶集团等中间层公司，只保留宏方控股、欣贺国际的股权架构，即缩减了股权控制层级又保留了未来以欣贺国际为主体在境外上市的可能。

经核查，保荐机构、发行人律师认为，发行人实际控制人孙氏家族通过设立在避税地的海外公司宏方控股间接持有发行人股权的原因合理，各层次持股是真实、有效的，不存在委托持股、信托持股或其他影响控股股权的约定。

（二）实际控制人

孙氏家族一直控制本公司，实际控制人为孙氏家族成员：孙马宝玉女士、孙瑞鸿先生、孙瑞展先生、孙孟慧女士和卓建荣先生；其中孙马宝玉女士与孙瑞鸿先生、孙瑞展先生和孙孟慧女士系母子（女）关系，孙孟慧女士和卓建荣先生系夫妻关系。2012年11月13日，孙瑞展先生因病去世后，公司实际控制人成员人数由5人减少为4人。目前，公司的实际控制人为孙马宝玉女士、孙瑞鸿先生、孙孟慧女士和卓建荣先生。

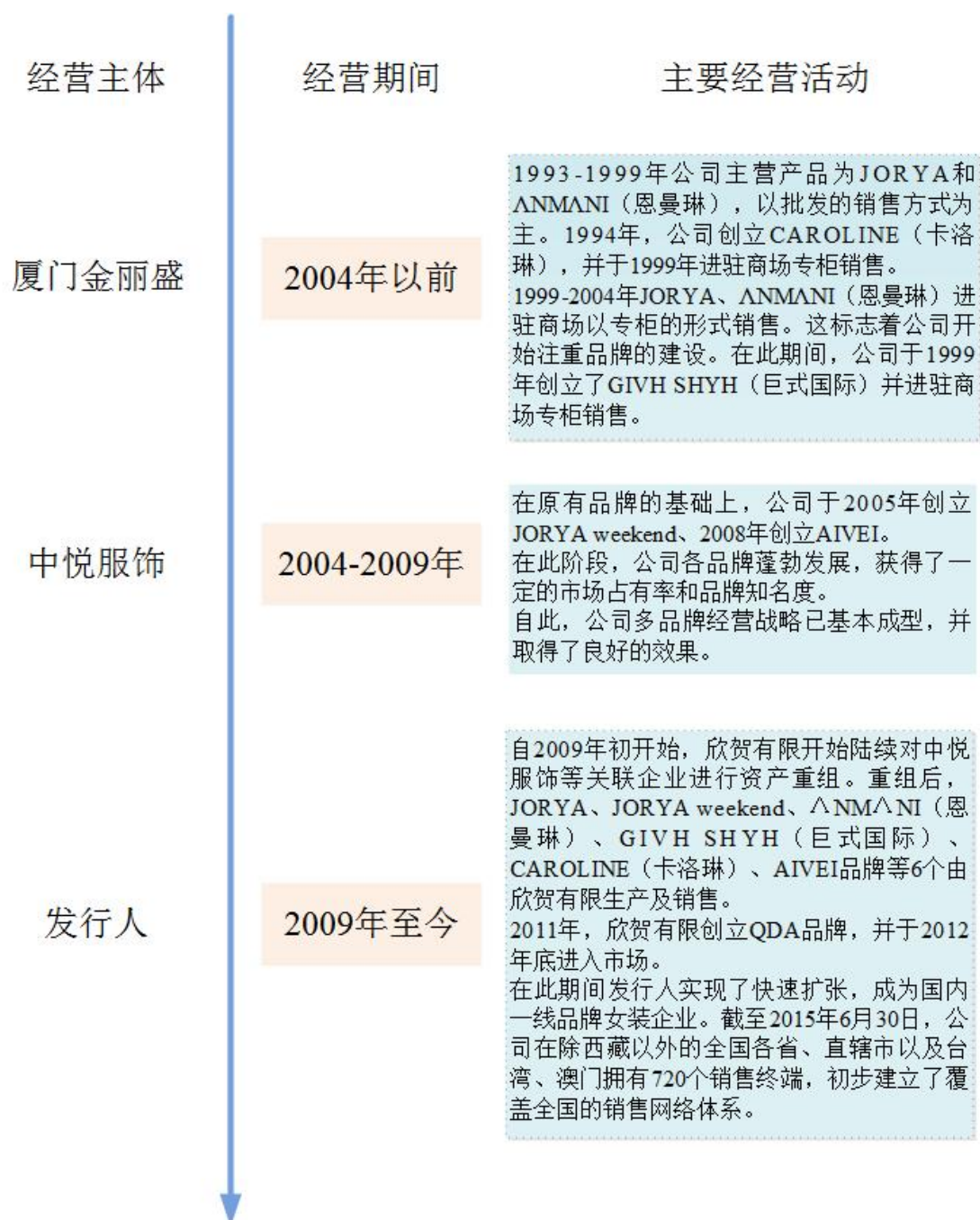
孙马宝玉，中国台湾籍，1937年生。曾任台湾金鸿景董事、欣贺国际董事、宏方控股董事、卓耀有限董事、晶晶集团董事、欣贺有限董事；现任宏进亚洲有限公司董事。

孙瑞鸿、孙孟慧及卓建荣的基本情况请参见本招股说明书“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”。

1、实际控制人在服装行业的业务沿革

自1992年起，孙氏家族在中国大陆开展品牌女装的生产经营活动，至今已逾20年。品牌发展期间，孙氏家族成员共同经营，家族内部对重大事项的决策均能保持一致，孙氏家族品牌女装发展历程如下：



（1）创业阶段（2004年以前）

20世纪60年代初期，孙瑞鸿、孙瑞展、孙孟慧之父孙铭镛先生（2006年去世）创办台湾女装企业伊斯曼服饰，开展家族女装生意，后开设嘉禾女装公司。孙瑞鸿、孙瑞展、孙孟慧于20世纪80年代开始参与家族生意，其中孙瑞鸿创办并负责恩曼琳服饰有限公司，孙瑞展创办并负责艾妮采有限公司。上述公司仅在台湾地区进行品牌女装的生产、销售业务，直至2006年停止营业。

1992年4月17日，孙铭镛及卓建荣在厦门设立厦门金丽盛服饰有限公司（金丽盛由台湾安景贸易有限公司100%持股；卓建荣持有台湾安景贸易有限公司30%的股权，孙孟慧持有台湾安景贸易有限公司20%的股权），从事自创品牌女装的设计和生。同时，孙铭镛负责在广州白马服装批发市场、广州彬彬时装广场批发销售金丽盛生产的女装。孙瑞鸿、孙瑞展除在台湾继续从事家族女装经营活动外，于1996年加入金丽盛，从事设计及营销工作。1997年9月30日，金丽盛董事会决议任命孙瑞鸿为总经理，其后，经营模式由批发为主转变为门店专柜为主，逐步开始品牌建设。金丽盛在批发销售产品期间积累了大量优质客户资源，为日后发展奠定了坚实基础，目前欣贺股份50%以上大型管理商及经销商均从广州经营时期即开始合作。2004年，金丽盛主要业务转由中悦服饰经营，并于2006年完成注销。

金丽盛运营期间，实现了从批发经营向品牌化经营的转变，完成了JORYA、ANMANI（恩曼琳）、GIVH SHYH（巨式国际）、CAROLINE（卡洛琳）品牌的注册及推广，形成了多品牌经营的雏形。孙氏家族成员拥有金丽盛的控股权，孙铭镛、孙马宝玉、孙瑞鸿、孙瑞展、卓建荣、孙孟慧一直拥有主要决策权，共同对金丽盛实施控制。

（2）发展时期（2004年至2009年）

2004年3月19日，孙瑞鸿、孙瑞展、林马淑珍在厦门出资设立中悦服饰承接金丽盛的主营业务，继续从事JORYA等品牌服装的生产及销售。孙铭镛、孙马宝玉、孙瑞鸿、孙瑞展、卓建荣、孙孟慧等主要家庭成员均参与中悦服饰的决策及管理。

中悦服饰运营期间，基于前期资源积累及孙氏家族的经营管理，JORYA、ANMANI（恩曼琳）、GIVH SHYH（巨式国际）、CAROLINE（卡洛琳）品牌

快速发展，获得了一定的市场占有率，中悦服饰在北京、上海、深圳、重庆等中国大中型城市陆续开设门店，品牌知名度大幅提高，规模不断扩大。同时，中悦服饰在该阶段完成了JORYA weekend的推广和AIVEI品牌的注册。

（3）快速增长（2009年至今）

2006年6月7日，孙瑞鸿、孙瑞展、马秀月在厦门出资设立发行人前身欣贺有限。为避免同业竞争，欣贺有限自2009年初开始陆续对中悦服饰等关联企业进行资产重组，将以中悦服饰为主的一系列关联企业与女装和服饰相关的资产及业务全部重组入欣贺有限。重组后，JORYA、JORYA weekend、ANMANI（恩曼琳）、GIVH SHYH（巨式国际）、CAROLINE（卡洛琳）、AIVEI等6个品牌由欣贺有限生产及销售。2011年，欣贺有限创立QDA品牌，并于2012年底进入市场。在此期间，发行人在国内服装消费市场快速增长、具有特色的设计理念、品牌优势的逐步确立、管理规范化等积极因素的支持下，实现了快速扩张，成为国内一线品牌女装企业。2011年，发行人引进以L Capital Xiamen Fashion Ltd.为代表的投资者，加强了公司实力，提高了品牌声誉，为公司的进一步发展打下了基础。2012年4月，欣贺有限整体变更为欣贺股份。

2、实际控制人对股东大会的影响

2008年12月至今，孙氏家族成员对公司的间接持股比例如下：

姓名	2008年12月 -2011年8月	2011年8月-2011 年10月	2011年11月 -2013年4月	2013年4月至今
孙马宝玉	40.0000%	0.0004%	—	—
孙瑞鸿	20.0000%	49.0000%	38.3297%	68.2224%
孙瑞展	40.0000%	50.9996%	39.8942%	—
孙孟慧	—	—	0.5555%	10.5570%
卓建荣	—	—	0.5556%	0.5556%
合计	100.0000%	100.0000%	79.3350%	79.3350%

在2011年引进外部投资者前，孙氏家族成员一直持有发行人100%的股权，在外部投资者对发行人增资后，孙氏家族成员仍持有发行人79.3350%的股权，处于控股地位。

2011年孙马宝玉将其间接持有的发行人股份转让给其子；孙瑞展2012年11

月去世后，其持有发行人的股权由孙瑞鸿、孙孟慧继承，因此孙马宝玉以及孙瑞展间接持有的发行人股权均在孙氏家族成员中进行转让和分配，并未导致孙氏家族丧失对发行人控股地位，孙氏家族对公司股东大会表决有重大影响和实际控制。报告期内，孙氏家族在股东大会所有表决事项中均保持一致。

3、实际控制人对董事会的影响

2012年4月公司整体变更为股份公司前，孙氏家族成员在公司董事会中的席位一直占过半数。股份公司设立后，考虑到孙马宝玉年事已高，故其未再担任公司董事，但孙氏家族成员在公司董事会仍有三名成员，占到非独立董事的1/2，对公司董事会决策有重大影响。2012年11月孙瑞展先生去世后，公司于2013年1月补选孙瑞鸿为公司董事，孙氏家族成员在公司董事会的席位数未发生变化。报告期内，孙氏家族在董事会所有表决事项中均保持一致。

孙氏家族除了本身在董事会占有多数席位，还提名罗永晖为董事候选人。2011年，孙瑞鸿引荐罗永晖为董事候选人，经孙氏家族一致同意后提名罗永晖为董事候选人，2011年罗永晖被选举为公司副董事长，2012年4月，欣贺股份第一届董事会选举罗永晖为董事长。

综合上述事实，孙氏家族对公司董事会决策有重大影响和实际控制。

4、实际控制人对发行人经营管理的影响

公司在发展过程中始终坚持设计驱动的品牌发展战略，孙瑞鸿先生一直担任公司品牌创意总监，负责公司品牌的整体发展战略。孙瑞鸿自公司设立以来长期负责组建高级管理人员团队和品牌设计团队，并先后引荐了总经理、副总经理、财务总监、董事会秘书等多名职业经理人，其提议在取得孙氏家族的同意后再履行公司制度所规定的程序。卓建荣和孙孟慧分别担任公司副总经理和IV品牌设计总监。因此，孙氏家族是公司经营管理团队的领导核心。

5、孙氏家族成员签订一致行动人协议

为了保持公司控制权的稳定，使公司具有平稳发展、持续盈利的能力。2013年9月19日，孙氏家族成员孙瑞鸿先生、孙孟慧女士、卓建荣先生和孙马宝玉女士共同签署《一致行动人协议》，该协议明确：该协议签署前，孙瑞鸿、孙孟慧、卓建荣、孙马宝玉以及孙瑞展一直根据协商一致的结果来进行表决或投

票，以实现对发行人（包括整体变更之前的欣贺有限）的共同控制；各方同意今后将按照协议的约定继续采取一致行动，在充分沟通及协商一致的基础上行使各方在宏方控股、欣贺国际、巨富发展及公司直接和/或间接享有的各项表决权、经营管理权以及可以施加的影响，以巩固各方对公司的共同控制。同时约定协议在各方仍直接或间接持有公司股份的期间持续有效。

（三）其他发起人和主要股东情况

1、厦门市骏胜投资合伙企业（有限合伙）

成立时间	2011年8月2日
注册号	350206320001105
企业类型	有限合伙企业
执行事务合伙人	蔡端宏
出资额	40,220.28 万元人民币
注册地址	厦门市湖里区云顶中路 2777 号市政大厦 7 层 C17 单元
主营业务	对外投资

厦门骏胜持有发行人8.2934%的股权，是本公司的发起人之一。厦门骏胜的合伙人出资情况如下：

股东名称	自然人国籍	出资额（万元）	出资比例（%）
蔡端宏	中国	27,194.28	67.61
张华芳	中国	10,020.00	24.91
王佩玲	中国	2,004.00	4.98
李志坚	中国	1,002.00	2.50
合计	—	40,220.28	100.00

厦门骏胜最近一年的财务数据：

单位：万元

项目	2015年12月31日
总资产	46,032.15
净资产	46,026.99
项目	2015年度
净利润	2,644.78

注：上述财务数据未经审计。

2、L Capital Xiamen Fashion Ltd.

成立时间	2011年5月31日
公司编号	C103020
公司类型	有限责任公司
法定股本	5,321.94 万美元
注册地址	Suite 401,4 th Floor, Ebene Esplanade,24 Cybercity,Ebene,Mauritius
主营业务	对外投资
董事	Ravinder Singh Thakran、Vijaysingh Chakowa、Suzanne Helen Gujadhur

L Capital Xiamen Fashion Ltd.持有发行人7%的股权，是本公司的发起人之一。L Capital Xiamen Fashion Ltd.的股权结构如下：

姓名/名称	注册地	持股数量（股）	持股比例
L Capital Xiamen Ltd.	毛里求斯	53,219,396.51	100%

L Capital Xiamen Ltd.于2011年5月31日在毛里求斯共和国设立，截至本招股说明书出具日，其股东情况如下：

姓名/名称	自然人国籍	持股数量（股）	持股比例
L Capital Asia, L.L.C.	—	47,737,202.54	89.70%
Torano Investments Limited	—	5,000,000.00	9.40%
Ravinder Singh Thakran	印度	155,700.43	0.29%
Andrew Yue Wu	加拿大	78,211.86	0.15%
黄晗跻	中国香港	78,211.86	0.15%
王俊	中国	48,219.40	0.09%
Tan Shin Wei	马来西亚	48,219.40	0.09%
张津	中国	20,107.49	0.04%
董琳	中国	14,465.82	0.03%
Gilbert Ong Yew Thiong	新加坡	14,465.82	0.03%
Shantanu Mukerji	印度	9,643.88	0.02%
岳鹤	中国	12,054.85	0.02%
Sze Wei Wong	新加坡	964.39	0.00%
Teo Peck Yueh	新加坡	964.39	0.00%
Hanjie Foo	新加坡	964.39	0.00%

姓名/名称	自然人国籍	持股数量（股）	持股比例
合计	—	53,219,396.51	100.00%

L Capital Asia, L.L.C.为LVMH Moët Hennessy-Louis Vuitton SA（以下简称“LVMH集团”）所赞助的私募基金。

L Capital Xiamen Fashion Ltd.最近一年的财务数据：

单位：万美元

项目	2015年12月31日
总资产	15,894.01
净资产	15,885.89
项目	2015年度
本年利润	5,888.13

注：上述财务数据未经审计。

3、Purple Forest Limited

成立时间	2011年7月7日
公司编号	1627406
公司类型	有限责任公司
董事	邝荣华、台海兴业（香港）有限公司
已发行股本	6,767.00 万股
每股面值	1 元人民币
注册地址	香港中环都爹利街 11 号律敦治大厦 12 楼 1202 室
主营业务	对外投资

Purple Forest Limited持有发行人1.3843%的股权，是本公司的发起人之一。该公司的股权结构如下：

股东姓名/名称	自然人国籍	持股数量（股）	持股比例（%）
Kuang, Jong-Hua（邝荣华）	中国台湾	10,100,000	14.93
Hsu, Ya-Chun（许雅钧）	中国台湾	10,100,000	14.93
台海兴业（香港）有限公司	—	10,100,000	14.93
Chang, Sen-Yi（张森益）	中国台湾	5,050,000	7.46
Chan, I-Hsiung（詹义雄）	中国台湾	5,050,000	7.46
Hsu, His-Ti（徐熙娣）	中国台湾	5,050,000	7.46
Lin Liming	新加坡	5,050,000	7.46

股东姓名/名称	自然人国籍	持股数量（股）	持股比例（%）
Huang, Huei-Wen（黄慧文）	中国台湾	5,050,000	7.46
Wu, Jo-Hsuan（吴若轩）	中国台湾	5,050,000	7.46
Liu, Pen-Chien（刘本谦）	中国台湾	3,030,000	4.48
Tsai, Ye-Wei（蔡逸伟）	中国台湾	2,020,000	2.99
Chiou, Tso-Nan（邱佐南）	中国台湾	1,010,000	1.49
Chiu, Yung-Fa（邱永发）	中国台湾	1,010,000	1.49
合计	—	67,670,000	100.00

台海兴业（香港）有限公司前身为海峡兴业资本（亚洲）有限公司，其于2011年7月14日在香港成立，法定股本为10,000股，每股面值1港元，住所为44th Floor, Edinburgh Tower, The Landmark, 15 Queen's Road Central, Hong Kong。海峡兴业资本（亚洲）有限公司设立时，发行1股，由海峡兴业资本有限公司（Straits Capital Partners Limited）认购。2012年2月27日，海峡兴业资本（亚洲）有限公司更名为台海兴业（香港）有限公司。

海峡兴业资本有限公司于2011年5月9日在英属维尔京群岛（BVI）注册，注册号为1647340，法定股份数为50,000股（每股面值1美元），住所为263 Main Street P.O.Box 2196, Road Town, Tortola, British Virgin Islands。海峡兴业资本有限公司设立时，发行1股，由林宗圣认购。2012年2月17日，海峡兴业资本有限公司更名为台海兴业有限公司（Straits Global Partners Limited）。林宗圣出生于台湾，现持有多米尼加共和国护照。

Purple Forest Limited最近一年的财务数据：

单位：万美元

项目	2015年12月31日
总资产	1,062.38
净资产	1,062.38
项目	2015年度
本期损益	61.68

注：上述财务数据未经审计。

4、厦门欣嘉骏投资有限公司

成立时间	2011年8月15日
注册号	350200200070049

公司类型	有限责任公司
法定代表人	罗永晖
注册资本	1,000 万元人民币
注册地址	厦门市湖里区云顶中路 2777 号市政大厦 7 层 C18 单元
主营业务	对外投资

厦门欣嘉骏持有发行人1.2593%的股权，是本公司的发起人之一，系发行人管理层及核心技术人员设立的持股公司。公司股权结构如下：

股东名称	自然人国籍	出资额（元）	出资比例（%）
罗永晖	中国	3,529,413.00	35.30
曹培忠	中国	2,352,941.00	23.53
曹培峰	中国	1,764,706.00	17.65
陈国汉	中国	1,176,470.00	11.76
李杨丽	中国	1,176,470.00	11.76
总计	—	10,000,000.00	100.00

厦门欣嘉骏最近一年的财务数据：

单位：万元

项目	2015 年 12 月 31 日
总资产	1,466.36
净资产	1,465.84
项目	2015 年度
净利润	415.79

注：上述财务数据未经审计。

5、巨富发展有限公司

成立时间	2011 年 6 月 23 日
公司编号	1620688
公司类型	有限责任公司
董事	卓建荣、孙孟慧
已发行股数	750 股
每股面值	1 港币
注册地址	香港九龙旺角登打士街 23 至 29 号嘉兴商业中心 16 楼 1603 室
主营业务	对外投资

巨富发展持有发行人1.1111%的股权，是本公司的发起人之一，系公司实际控制人孙氏家族成员卓建荣、孙孟慧夫妇设立的持股公司。公司股权结构如下：

股东名称	自然人国籍	股数	股权比例（%）
卓建荣	中国台湾	375	50.00
孙孟慧	中国台湾	375	50.00
总计	—	750	100.00

巨富发展最近一年的财务数据：

单位：万美元

项目	2015年12月31日
总资产	230.66
净资产	230.51
项目	2015年度
本年度利润	51.57

注：2015年度财务数据经香港执业会计师黄锦辉审计。

6、上海祥禾泓安股权投资合伙企业（有限合伙）

成立时间	2010年12月29日
注册号	310000000102066
公司类型	有限合伙企业
执行事务合伙人	上海济业投资合伙企业（有限合伙）（委派代表：章卫红）
出资额	130,001万元人民币
注册地址	上海市浦东新区浦东大道2123号3E-1500室
主营业务	股权投资，股权投资管理，投资咨询

祥禾泓安持有发行人1%的股权，是本公司的发起人之一。截至本招股说明书签署日，祥禾泓安合伙人出资情况如下：

股东名称	认缴出资（万元）	实缴出资（万元）	出资比例（%）
涌金投资控股有限公司	20,000.00	20,000.00	15.38
陈金霞	16,600.00	16,600.00	12.77
魏锋	10,000.00	10,000.00	7.69
沈静	7,500.00	7,500.00	5.77

股东名称	认缴出资 (万元)	实缴出资 (万元)	出资比例 (%)
宁波日月集团有限公司	6,500.00	6,500.00	4.99
曹言胜	5,000.00	5,000.00	3.85
杭州泰和房地产开发有限公司	5,000.00	5,000.00	3.85
泉州恒安世代创业投资有限公司	5,000.00	5,000.00	3.85
张忱	5,000.00	5,000.00	3.85
孙炳香	4,500.00	4,500.00	3.46
中海银信投资有限公司	3,300.00	3,300.00	2.54
林志强	3,000.00	3,000.00	2.30
周少明	3,000.00	3,000.00	2.30
刘亦君	2,000.00	2,000.00	1.54
周忻	2,000.00	2,000.00	1.54
北京天合联冠投资有限公司	2,000.00	2,000.00	1.54
林凯文	2,000.00	2,000.00	1.54
卢映华	2,000.00	2,000.00	1.54
深圳怡化投资控股有限公司	2,000.00	2,000.00	1.54
王金花	1,500.00	1,500.00	1.15
济宁浩珂矿业工程设备有限公司	1,500.00	1,500.00	1.15
于向东	1,500.00	1,500.00	1.15
王小波	1,100.00	1,100.00	0.85
北京海达教育投资有限公司	1,000.00	1,000.00	0.77
李嘉	1,000.00	1,000.00	0.77
李文壅	1,000.00	1,000.00	0.77
林丽美	1,000.00	1,000.00	0.77
厦门海西岸投资发展有限公司	1,000.00	1,000.00	0.77
浙江大华技术股份有限公司	1,000.00	1,000.00	0.77
英德市时利和贸易有限公司	1,000.00	1,000.00	0.77
周玲	1,000.00	1,000.00	0.77
邱丹	1,000.00	1,000.00	0.77
任坚跃	1,000.00	1,000.00	0.77
上海海悦投资管理有限公司	1,000.00	1,000.00	0.77
王健摄	1,000.00	1,000.00	0.77
王正荣	1,000.00	1,000.00	0.77

股东名称	认缴出资 (万元)	实缴出资 (万元)	出资比例 (%)
吴淑美	1,000.00	1,000.00	0.77
许广跃	1,000.00	1,000.00	0.77
越海全球物流（苏州）有限公司	1,000.00	1,000.00	0.77
赵文中	1,000.00	1,000.00	0.77
浙江亚欧创业投资有限公司	1,000.00	1,000.00	0.77
上海济业投资合伙企业（有限合伙）	1.00	1.00	0.00
总计		130,001.00	100.00

祥禾泓安最近一年的财务数据：

单位：万元

项目	2015年12月31日
总资产	172,356.33
净资产	172,144.11
项目	2015年度
净利润	42,143.11

注：上述财务数据未经审计。

7、鸿业亚洲有限公司

成立时间	2011年4月21日
公司编号	1591567
公司类型	有限责任公司
董事	刘珍妮、王碧黛
已发行股数	550股
每股面值	1元港币
注册地址	香港九龙旺角登打士街23至29号嘉兴商业中心16楼1603室
主营业务	对外投资

鸿业亚洲持有发行人0.8148%的股权，是本公司的发起人之一，系发行人管理层和核心技术人员设立的持股公司。截至本招股说明书签署日，鸿业亚洲的股权结构如下：

股东名称	自然人国籍	股数	出资比例 (%)
刘珍妮	中国台湾	300	54.55
邹守玮	中国台湾	100	18.18

股东名称	自然人国籍	股数	出资比例（%）
王碧黛	中国台湾	75	13.64
李丽华	中国台湾	75	13.64
总计	—	550	100.00

鸿业亚洲最近一年的财务数据：

单位：万美元

项目	2015年12月31日
总资产	168.63
净资产	168.48
项目	2015年度
本年度利润	37.68

注：2015年度财务数据经香港执业会计师黄锦辉审计。

8、上海祥禾股权投资合伙企业（有限合伙）

成立时间	2009年9月14日
注册号	310000000096915
公司类型	有限合伙企业
执行事务合伙人	上海济业投资合伙企业（有限合伙）（委派代表：章卫红）
出资额	70,001 万元人民币
注册地址	上海市浦东新区浦东大道 2123 号 3E-1102 室
主营业务	股权投资，股权投资管理，投资咨询

祥禾股权持有发行人0.5%的股权，是本公司的发起人之一。截至本招股说明书签署日，祥禾股权的合伙人出资情况如下：

股东名称	认缴出资 （万元）	实缴出资 （万元）	出资比例 （%）
涌金投资控股有限公司	21,000.00	21,000.00	29.99
泉州恒安世代创业投资有限公司	4,000.00	4,000.00	5.71
李新炎	3,500.00	3,500.00	4.99
沈静	3,100.00	3,100.00	4.42
刘玮琪	2,400.00	2,400.00	3.42
陈江霞	2,000.00	2,000.00	2.86
杭州大地控股集团有限公司	2,000.00	2,000.00	2.86
王正荣	2,000.00	2,000.00	2.86

股东名称	认缴出资 (万元)	实缴出资 (万元)	出资比例 (%)
厦门华厚投资管理有限公司	2,000.00	2,000.00	2.86
章维	2,000.00	2,000.00	2.86
曹言胜	2,000.00	2,000.00	2.86
潘群	1,800.00	1,800.00	2.57
福建省漳平市富山林场有限责任公司	1,200.00	1,200.00	1.71
北京天合联冠投资有限公司	1,000.00	1,000.00	1.43
花欣	1,000.00	1,000.00	1.43
嘉盛兴业（北京）投资有限公司	1,000.00	1,000.00	1.43
李文壅	1,000.00	1,000.00	1.43
徐建民	1,000.00	1,000.00	1.43
张清林	1,000.00	1,000.00	1.43
浙江大华技术股份有限公司	1,000.00	1,000.00	1.43
邹洪涛	1,000.00	1,000.00	1.43
黄幸	1,000.00	1,000.00	1.43
江苏双良科技有限公司	1,000.00	1,000.00	1.43
卢映华	1,000.00	1,000.00	1.43
上海大璞投资管理有限公司	1,000.00	1,000.00	1.43
深圳怡化投资控股有限公司	1,000.00	1,000.00	1.43
王新	1,000.00	1,000.00	1.43
苏州大得宏强投资中心（有限合伙）	1,000.00	1,000.00	1.43
许炳坤	1,000.00	1,000.00	1.43
张贵洲	1,000.00	1,000.00	1.43
张勇	1,000.00	1,000.00	1.43
周悦来	1,000.00	1,000.00	1.43
陈建敏	1,000.00	1,000.00	1.43
吴娟玲	1,000.00	1,000.00	1.43
上海济业投资合伙企业（有限合伙）	1	1	0.00
总计		70,001.00	100.00

祥禾股权最近一年的财务数据：

单位：万元

项目	2015年12月31日
总资产	328,150.05
净资产	327,221.37
项目	2015年度
净利润	242,276.34

注：上述财务数据未经审计。

9、厦门市君豪投资合伙企业（有限合伙）

成立时间	2011年8月9日
注册号	350206320001113
企业类型	有限合伙企业
执行事务合伙人	许清云
出资额	2,025万元人民币
注册地址	厦门市湖里区云顶中路2777号市政大厦7层C16单元
主营业务	对外投资

厦门君豪持有发行人0.4132%的股权，是本公司的发起人之一。厦门君豪的合伙人出资情况如下：

股东名称	自然人国籍	认缴出资（万元）	实缴出资（万元）	出资比例（%）
许清云	中国	1,012.50	1,012.50	50
孙红雷	中国	1,012.50	1,012.50	50
总计	—	2,025.00	2,025.00	100

厦门君豪最近一年的财务数据：

单位：万元

项目	2015年12月31日
总资产	2,313.26
净资产	2,309.05
项目	2015年度
净利润	130.61

注：上述财务数据未经审计。

（四）控股股东及实际控制人控制的其他企业

1、控股股东控制的其他企业

公司的控股股东为欣贺国际，截至本招股说明书签署日，欣贺国际主要从事对外投资及飞机租赁业务，目前除持有发行人78.2239%股权外，未持有其他公司的股权。

2、实际控制人控制的其他企业

孙氏家族控制本公司，截至本招股说明书签署日，本公司实际控制人孙氏家族成员为孙马宝玉、孙瑞鸿、孙孟慧、卓建荣。除发行人及其子公司、控股股东欣贺国际、间接控股股东宏方控股和股东巨富发展外，公司实际控制人控制的其他企业如下：

（1）实际控制人控制的其他企业

截至本招股说明书签署日，实际控制人控制的其他企业如下：

序号	公司名称	成立时间	注册地	主营业务	股权结构
1	美光环球有限公司	2011年7月	英属维尔京群岛	除物业投资外，无实际经营业务	孙瑞鸿持有100%股权
2	宏进亚洲有限公司	2011年8月	英属维尔京群岛	除物业投资外，无实际经营业务	孙马宝玉持有100%股权

①美光环球有限公司

经中国台湾经济部商业司“经授商字第10101121870”《公司登记表》备案，孙瑞鸿于2011年7月5日在英属维尔京群岛设立美光环球有限公司。美光环球有限公司成立时股本为50,000股，每股面值1美元，实际向股东孙瑞鸿发行50,000股，成立至今未发生股权变动。

2012年，美光环球有限公司在台湾设立美光环球有限公司台湾分公司进行物业投资，具体情况如下：

序号	投资的房产座落	用途	目前状态
1	台北市松山区庆城街55号7楼	住宅	已交付
2	台北市大安区金华街211号10楼	住宅	已交付
3	台北市大安区金华街211号6楼	住宅	已交付

序号	投资的房产座落	用途	目前状态
4	台南市中西区中正路 246 号	住宅	已交付

除上述物业以外，美光环球有限公司未开展其他生产经营。

美光环球有限公司基本情况如下：

英文名称	Mega Bright Worldwide Limited
成立时间	2011 年 7 月 5 日
法定股本	50,000 股，每股面值 1 美元
已发行股本	50,000 股
股权结构	孙瑞鸿，100%
注册地址	OMC Chambers, Wickhams Cay 1, Road Town, Tortola, British Virgin Islands
董事	孙瑞鸿

美光环球有限公司最近一年的财务数据如下：

单位：万美元

项目	2015 年 12 月 31 日
总资产	4,609.52
净资产	-357.98
项目	2015 年度
净利润	-60.39

注：上述财务数据未经审计。

②宏进亚洲有限公司

经中国台湾经济部商业司“经授商字第10101121860”《公司登记表》备案，孙瑞展于2011年8月18日在英属维尔京群岛设立宏进亚洲有限公司。宏进亚洲有限公司成立时股本为50,000股，每股面值1美元，实际向股东孙瑞展发行50,000股。

2013年1月7日，宏进亚洲有限公司股权结构进行调整，改由孙马宝玉持有其100%股权。本次股权调整完成至今，宏进亚洲有限公司未发生股权变动。

2012年，宏进亚洲有限公司在台湾设立宏进亚洲有限公司台湾分公司进行物业投资，具体情况如下：

序号	投资的房产座落	用途	目前状态
1	台南市安平区永华路二段 936 号 7 楼	住宅	已交付

2	台南市安平区永华路二段 936 号 11 楼	住宅	已交付
3	台北市内湖区成功路二段 323 巷 30 号 8 楼	住宅	已交付
4	台北市内湖区成功路二段 317 巷 1 号 7 楼	住宅	已交付

除上述物业投资外，宏进亚洲有限公司未开展其他生产经营。

宏进亚洲有限公司基本情况如下：

英文名称	Grand Champion Asia Limited
成立时间	2011 年 8 月 18 日
法定股本	50,000 股，每股面值 1 美元
已发行股本	50,000 股
股权结构	孙马宝玉，100%
注册地址	OMC Chambers, Wickhams Cay 1, Road Town, Tortola, British Virgin Islands
董事	孙马宝玉

宏进亚洲有限公司最近一年的财务数据如下：

单位：万美元

项目	2015 年 12 月 31 日
总资产	758.84
净资产	-3.06
项目	2015 年度
净利润	-5.60

注：上述财务数据未经审计。

(2) 报告期内注销或解散的实际控制人控制之其他企业

序号	公司名称	存续期间	注册地	注销前的股权结构
1	向富发展有限公司	2006 年 9 月至 2013 年 2 月	萨摩亚	卓建荣持有 33.34% 股权、孙瑞鸿持有 33.33% 股权、孙瑞展持有 33.33% 股权
2	金鸿景有限公司	1997 年 10 月至 2013 年 8 月	台湾	孙瑞鸿持有 30% 股权、孙瑞展持有 30% 股权、马秀华持有 21.67% 股权、高清萍持有 18.33% 股权
3	富成工程投资顾问有限公司	2012 年 4 月至 2013 年 10 月	萨摩亚	卓建荣持有 100% 股权
4	鸿业亚洲有限公司 (BVI)	2011 年 8 月至 2013 年 11 月	英属维尔京群岛	孙瑞鸿持有 100% 股权

序号	公司名称	存续期间	注册地	注销前的股权结构
5	华鸿集团有限公司	2011年8月至2013年11月	英属维尔京群岛	孙瑞鸿持有100%股权
6	广州市帛丽服饰有限公司	2009年8月至2014年1月	广州	陈志容持有100%股权 ²
7	鸿朗国际有限公司	2009年5月至2014年5月	萨摩亚	孙瑞鸿持有100%股权
8	名炬国际有限公司	2009年8月至2014年7月	香港	鸿朗国际持有100%股权
9	卓雅集团有限公司	2008年5月5日至2015年10月29日	萨摩亚	卓建荣持有100.00%股权

注1：马秀华所持艾葳服饰的股权系代孙氏家族持有。

注2：陈志容所持广州帛丽的股权系代孙马宝玉持有。

（五）控股股东和实际控制人直接或间接持有的股份质押或其他有争议的情况

截至本招股说明书签署日，公司控股股东和实际控制人直接或间接持有的本公司的股份不存在质押或其他有争议的情况。

九、发行人股本的有关情况

（一）本次发行前后发行人股本变化情况

股东名称	发行前		发行后	
	持股数	占比（%）	持股数	占比（%）
一、有限售条件流通股	320,000,000	100.0000	320,000,000	74.4186
欣贺国际有限公司	250,316,480	78.2239	250,316,480	58.2131
厦门市骏胜投资合伙企业（有限合伙）	26,538,880	8.2934	26,538,880	6.1718
L Capital Xiamen Fashion Ltd.	22,400,000	7.0000	22,400,000	5.2093
Purple Forest Limited	4,429,760	1.3843	4,429,760	1.0302
厦门欣嘉骏投资有限公司	4,029,760	1.2593	4,029,760	0.9372
巨富发展有限公司	3,555,520	1.1111	3,555,520	0.8269
上海祥禾泓安股权投资合伙企业（有限合伙）	3,200,000	1.0000	3,200,000	0.7442
鸿业亚洲有限公司	2,607,360	0.8148	2,607,360	0.6064
上海祥禾股权投资合伙企业（有限合伙）	1,600,000	0.5000	1,600,000	0.3721
厦门市君豪投资合伙企业（有限合伙）	1,322,240	0.4132	1,322,240	0.3075

股东名称	发行前		发行后	
	持股数	占比（%）	持股数	占比（%）
二、本次发行流通股	—	—	110,000,000	25.5814
合计	320,000,000	100.0000	430,000,000	100.0000

注：上表中本次发行股数按发行 11,000 万股新股计算。

在实际发行中，根据询价结果，若出现募集资金金额超过募集资金投资项目所需资金总额及预计发行费用之和的情形，公司将在满足发行条件的前提下减少公开发行新股的数量，并由欣贺国际有限公司公开发售不超过 4,000 万股本次公开发行前公司已发行的股份，本次公开发行股票总量预计不超过 11,000 万股。

（二）本次发行前公司前十名股东

股东名称	持股数量（股）	持股比例（%）	股权性质
欣贺国际有限公司	250,316,480	78.2239	外资法人股
厦门市骏胜投资合伙企业（有限合伙）	26,538,880	8.2934	其他
L Capital Xiamen Fashion Ltd.	22,400,000	7.0000	外资法人股
Purple Forest Limited	4,429,760	1.3843	外资法人股
厦门欣嘉骏投资有限公司	4,029,760	1.2593	内资法人股
巨富发展有限公司	3,555,520	1.1111	外资法人股
上海祥禾泓安股权投资合伙企业（有限合伙）	3,200,000	1.0000	其他
鸿业亚洲有限公司	2,607,360	0.8148	外资法人股
上海祥禾股权投资合伙企业（有限合伙）	1,600,000	0.5000	其他
厦门市君豪投资合伙企业（有限合伙）	1,322,240	0.4132	其他
总计	320,000,000	100.0000	—

（三）本次发行前公司前十名自然人股东在公司任职情况

本次发行前公司不存在自然人股东，公司现有股东全部为法人企业和有限合伙企业。

（四）战略投资者及其持股情况

截至本招股说明书签署日，发行人股东中无战略投资者。

（五）本次发行前各股东间的关联关系及关联股东的各自持股比例

公司控股股东欣贺国际、间接控股股东宏方控股及股东巨富发展系公司实际控制人孙氏家族控制的企业，其中欣贺国际持有公司 78.2239% 的股份，巨富

发展持有公司1.1111%的股份。公司实际控制人孙氏家族成员中，孙马宝玉系孙瑞鸿、孙瑞展和孙孟慧之母，孙孟慧与卓建荣系夫妻关系。

厦门欣嘉骏与鸿业亚洲均为发行人管理层及核心技术人员持股公司，分别持有公司1.2539%和0.8148%的股权。公司间接股东曹培忠和曹培峰系兄弟关系，分别持有厦门欣嘉骏23.53%和17.65%的股权。

祥禾泓安与祥禾股权分别持有发行人1%和0.5%的股权。祥禾泓安于2010年12月出资设立，其中涌金投资控股有限公司出资人民币20,000万元，占出资总额的15.38%；陈金霞出资人民币16,600万元，占出资总额的12.77%；魏锋出资人民币10,000万元，占出资总额的7.69%。祥禾股权于2009年9月出资设立，其中涌金投资控股有限公司出资人民币21,000万元，占出资总额的30%；陈江霞出资人民币2,000万元，占出资总额的1.43%。陈金霞为涌金投资控股有限公司的实际控制人；陈金霞与陈江霞系姐妹关系；魏锋为涌金投资控股有限公司的法定代表人。

除上述情形以外，欣贺股份的其他股东之间不存在关联关系。

（六）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“重大事项提示”之“一、股份流通限制和自愿锁定股份的承诺”。

十、发行人内部职工股、工会持股、职工持股会持股、信托持股、委托持股或股东数量超过二百人的情况

发行人未发行过内部职工股。发行人不存在工会持股、职工持股会持股、信托持股、委托持股或股东数量超过二百人的情况。

十一、发行人员工及社会保障情况

（一）员工人数及结构情况

1、员工人数及变化

报告期内，本公司及子公司员工人数如下表所示：

项目	2015-12-31	2014-12-31	2013-12-31
----	------------	------------	------------

项目	2015-12-31	2014-12-31	2013-12-31
员工人数	4,430	4,367	4,476

2、员工专业结构

截至2015年12月31日，本公司及其子公司的员工专业结构如下：

人员类型	人数（人）	占员工人数比例（%）
行政管理人員	396	8.94
设计研发人員	426	9.62
销售人员	744	16.79
生产人員	2,864	64.65
合计	4,430	100

3、员工受教育程度

截至2015年12月31日，本公司及其子公司的员工受教育程度如下：

人员类型	人数（人）	占员工人数比例（%）
硕士及以上	15	0.34
本科	372	8.40
大专	378	8.53
高中及以下	3,665	82.73
合计	4,430	100

4、员工年龄分布

截至2015年12月31日，本公司及其子公司的员工年龄分布如下：

年龄	人数（人）	占员工人数比例（%）
30岁以下	1,565	35.33
31-40岁	1,534	34.63
41-50岁	1,296	29.26
51岁以上	35	0.79
合计	4,430	100

5、报告期内发行人员工数量增减变化情况

报告期内，发行人员工数量增减变化情况如下：

人员类型	2015-12-31		2014-12-31		2013-12-31	
	数量	增减	数量	增减	数量	增减
行政管理人员	396	12	384	-4	388	28
设计研发人员	426	20	406	-41	447	6
销售人员	744	200	544	-29	573	31
生产人员	2,864	-169	3,033	-35	3,068	-491
合计	4,430	63	4,367	-109	4,476	-426

报告期内发行人年末数量有一定波动，主要原因系：（1）生产人员持续下降。受到宏观经济及行业整体下行的影响，加之面临的招工难问题，且公司在设计、生产环节减少了服装上手工装饰数量及复杂程度，减少了生产过程中的手工工作量，生产人员数量下降，2014年末减少35人，2015年末减少169人。（2）2014年QDA品牌设计风格有所调整，设计的服装、商品款式数大幅下降，设计人员减少41人。（3）2015年末直营门店相比上年末增加30家，销售人员增加200人。

（二）员工社会保障情况

截至2015年12月31日，发行人的员工人数共计4,430人，其中欣贺股份4,404人，欣贺澳门12人，欣贺台湾14人。

1、社保缴纳情况

公司与全部在职员工按照《中华人民共和国劳动合同法》等有关规定签订劳动合同，员工按照与公司签订的劳动合同享受相应的权利和承担相应的义务。报告期内，发行人按照国家和地方有关规定执行社会保障制度，为全体符合条件的员工办理并交纳养老保险、医疗保险、工伤保险、失业保险、生育保险等社会保障；子公司欣贺（澳门）服饰一人有限公司按照澳门特别行政区相关法令为其全体符合条件的员工办理并缴纳社会保障基金和工作意外及职业病保险；子公司台湾欣贺服饰有限公司按照台湾相关法令为其全体符合条件的员工办理并缴纳劳保、健保和劳工退休金。

报告期各年末，公司员工社会保险缴纳具体情况如下：

主体	缴纳情况		2015/12/31		2014/12/31		2013/12/31	
			人数	占比 (%)	人数	占比 (%)	人数	占比 (%)
欣贺股份	已缴纳人数		4,334	97.83	4,265	97.66	4,383	97.92
	未 缴 人 数	新入职 员工 ^{注1}	48	1.08	60	1.37	58	1.3
		原单位 未退保 人员	21	0.47	15	0.34	5	0.11
		退休人 员	3	0.07	1	0.02	6	0.13
		小计	72	1.63	76	1.74	69	1.54
欣贺 澳门	已缴纳人数		12	0.27	17	0.39	14	0.31
欣贺 台湾	已缴纳人数		19	0.43	14	0.32	15	0.34
合计 ^{注2}			4,437	100.16	4,372	100.11	4,481	100.11

注 1：当月 26 日至月末新入职的员工在次月才开始缴纳社保。

注 2：孙瑞鸿、王碧黛、刘珍妮、李丽华、李幸如等五人在大陆与台湾均有缴纳社保，故 2013 年末、2014 年末社保缴纳人数比公司员工总人数多 5 人。2015 年末，除上述差异 5 人外，2015 年 12 月份天津分公司有 2 名员工离职但当月仍缴交医社保，故 2015 年末社保缴交人数比公司员工总数多 7 人。

报告期内，公司社保缴纳具体情况如下：

单位：万元

期间	社保	公司缴纳金额	个人缴纳金额
2015年度	医疗保险	1,066.67	386.83
	养老保险	1,815.86	986.47
	失业保险	179.66	33.55
	工伤保险	192.78	-
	生育保险	196.75	-
	小计	3,451.73	1,406.86
2014年度	医疗保险	940.88	356.30
	养老保险	1,657.42	874.05
	失业保险	205.20	42.47

期间	社保	公司缴纳金额	个人缴纳金额
	工伤保险	169.94	-
	生育保险	178.13	-
	小计	3,151.57	1,272.82
2013年度	医疗保险	840.20	330.37
	养老保险	1,519.17	806.77
	失业保险	188.00	33.40
	工伤保险	156.51	-
	生育保险	171.59	-
	小计	2,875.48	1,170.54

注：公司缴纳金额包括中国大陆、澳门特别行政区及中国台湾缴纳的社保，个人缴纳金额仅包括中国大陆的社保。

根据《厦门市劳动和社会保障局、厦门市地方税务局关于社会保险登记、申报业务移交地方税务部门办理的通告》，从2004年4月份起，厦门市社会保险登记、申报工作由劳动保障部门移交地方税务部门办理，地方税务部门负责对缴费单位履行社会保险登记、申报、缴费义务的情况和相关举报进行监督、检查和处罚。福建省厦门市地方税务局于2014年1月13日、2014年7月7日、2015年1月22日、2015年7月7日、2016年1月12日分别出具证明，确认发行人自2013年1月1日至2015年12月31日，依法履行纳税义务，未因违反社会保险费征收方面的法律、法规、政策而被行政处罚的情形。

经核查，发行人按照国家 and 地方有关规定执行社会保障制度，为除原单位未退休人员、退休人员等无法或无需缴纳社保人员外的全体符合条件的员工缴纳了社保，不存在欠缴情况。

2、公积金缴纳情况

目前，发行人已按照《厦门市住房公积金管理规定》等相关规定为厦门户籍和厦门之外城镇户籍的员工缴纳了住房公积金；发行人北京及上海地区的分公司已按照《北京住房公积金管理办法》、《上海住房公积金管理条例》，为全体符合条件的员工缴纳了住房公积金；澳门、台湾地区不需要缴纳住房公积金。

报告期各年末，公司员工缴纳住房公积金情况如下：

缴纳情况	2015年		2014年		2013年		
	人数	占比(%)	人数	占比(%)	人数	占比(%)	
已缴纳人数	2,044	46.41	1,563	36.01	942	21.16	
未缴纳人数	正在办理中员工 ^{注1}	48	1.11	60	1.38	50	1.12
	未缴纳员工 ^{注2}	2,312	52.51	2,718	62.61	3,460	77.72
	小计	2,360	53.62	2,778	63.99	3,510	78.84
合计（扣除澳门、台湾子公司）	4,404	100.00	4,341	100.00	4,452	100.00	

注1：正在办理中员工为新入职员工。

注2：未缴纳员工包括欣贺股份聘用的进城务工人员、台湾人员和原单位未退人员。按照《厦门市住房公积金管理规定》的规定，未强制规定要求欣贺股份和进城务工人员缴存住房公积金。

报告期内，公司住房公积金缴纳具体情况如下：

单位：万元

期间	公司缴费金额	个人缴费金额
2015年	416.04	416.04
2014年	312.62	312.62
2013年	235.98	235.96

根据《厦门市住房公积金管理委员会关于调整2012年度厦门市住房公积金月缴存额上下限的通知》、《厦门市住房公积金管理委员会关于调整2013年度厦门市住房公积金月缴存额上下限的通知》、《厦门市住房公积金管理委员会关于调整2014年度厦门市住房公积金月缴存额上下限的通知》及《厦门市住房公积金管理委员会关于调整2015年度厦门市住房公积金月缴存额上下限的通知》，厦门市2012年度、2013年度、2014年度及2015年度住房公积金月缴存额的下限分别为110

元、120元、132元及132元。报告期内，发行人为员工缴纳的住房公积金月缴存额最低为176元，符合厦门市住房公积金管理委员会的相关规定。

根据《国务院关于解决农民工问题的若干意见》第七条“有条件的地方，城镇单位聘用农民工，用人单位和个人可缴存住房公积金，用于农民工购买或租赁自住住房”。根据建设部、财政部和中国人民银行联合颁布的《关于住房公积金管理若干具体问题的指导意见》规定：“有条件的地方，城镇单位聘用进城务工人员，单位和职工可缴存住房公积金。”同时根据《厦门市住房公积金管理规定》第二条“本市城镇单位聘用进城务工人员，单位和职工可缴存住房公积金”。根据上述规定，现行法律法规对农村户口员工的住房公积金缴存未作强制性要求。报告期内，发行人未为厦门之外进城务工农村户口人员缴纳住房公积金。

报告期内，如欣贺股份按《厦门市住房公积金管理规定》的标准，以公司上一年度月平均工资为基数为全体员工缴纳住房公积金，则需补缴情况如下：

单位：万元

期间	补缴金额	当期利润总额	占比
2015年	1,681.22	48,748.31	3.45%
2014年	1,488.46	71,276.47	2.09%
2013年	1,502.33	48,757.66	3.08%

注：补缴金额仅为公司承担部分，不含个人部分。

若按上述口径补缴，则2013年、2014年、2015年，公司住房公积金需补缴金额分别为1,502.33万元、1,488.46万元和1,681.22万元，占当期利润总额的比例分别为3.08%、2.09%和3.45%，补缴金额对发行人经营业绩影响较小。

控股股东欣贺国际承诺“若劳动和社会保障部门及相关政府部门要求欣贺股份补缴住房公积金，则承诺人将无条件全额承担在本次发行上市前欣贺股份应补缴的住房公积金和/或因此所产生的处罚等所有相关费用，保证欣贺股份及其他股东不因此遭受任何经济损失”。

2013年7月12日、2014年1月7日，厦门市住房公积金管理中心分别出具《单位住房公积金缴交证明》，确认自2012年1月1日至2013年12月31日，发行人未因违反住房公积金征收方面的法律、法规、政策而受到行政处罚的情形。2014年8月12日、2015年1月16日、2015年7月23日、2016年1月12日，厦门市住房公积金管理中心分别出具《单位住房公积金缴交证明》，确认自2014年1月1日至2015年12月31日，无因违反住房公积金法律法规受到该中心行政处罚的记录。

经核查，报告期内，发行人存在未严格执行住房公积金相关制度，仅为部分符合条件的员工缴纳了住房公积金的情况；经测算，报告期各年，发行人若严格执行住房公积金相关制度需补缴金额占当年利润总额的比重较小，对公司财务状况影响较小；且控股股东欣贺国际就此事项出具了承诺。综上，保荐机构、发行人律师认为，补缴事项不会对本次发行构成实质性障碍。

（三）劳务派遣情况

截至2015年12月31日，公司的劳务派遣员工人数为400人。

由于直营门店销售岗位人员均需在当地招聘，且销售岗位人员流动性大、专业要求较低、可替代性强，随着公司业务规模的扩大，为更好地提高企业管理效率以及有效保障用工需求，报告期内，发行人选择在天津、苏州、宁波、南京、无锡、杭州、郑州、西安、沈阳、南宁、西宁、常州等直营门店以劳务派遣方式招募销售岗位人员，并与如下劳务派遣单位签订了劳务派遣协议：

1、2010年9月14日，公司北京分公司与天津中天天杰人力资源开发服务有限公司（派遣单位）签署《劳务派遣协议书》，派遣单位派遣员工在公司天津直营专柜工作，由派遣单位与派遣员工签订劳动合同并负责办理派遣员工社会保险和住房公积金的缴纳、报销及移转手续；北京分公司对派遣员工与其员工实行同工同酬，且派遣员工的工资不得低于天津市当年最低工资标准，并承担派遣员工的社会保险和住房公积金（个人承担部分除外），派遣员工的福利待遇由北京分公司按国家和天津市有关规定发放。上述协议到期后，北京分公司与天津中天天杰人力资源开发服务有限公司按原条款条件续签了《劳务派遣协议书》，协议期限为2012年10月1日起至2014年9月30日、2014年10月1日起至2016年9月30日。

2、2012年9月6日，发行人与前锦网络信息技术（上海）有限公司（派遣单

位）签署《前程无忧劳务派遣服务协议》（合同编号：0S129150V1），由派遣单位于2012年9月6日至2014年9月5日期间为欣贺股份提供劳务派遣服务，派遣单位与被派遣员工签订劳动合同，并为其办理社会保险等合法用工及退工手续，为符合条件的离职员工办理失业救济金申领手续及社保转移。派遣期间，派遣单位根据欣贺股份的要求保证派遣员工社会保险等福利费用依法缴纳。该协议到期后不再续签。

3、2014年8月1日，发行人与北京外企人力资源服务福建有限公司签署《劳务派遣协议书》，派遣单位派遣员工在发行人导购等岗位工作，派遣员工与发行人员工实行同工同酬，由派遣单位与派遣员工签订劳动合同并负责办理派遣员工社会保险和住房公积金的缴纳、报销及移转等手续；派遣员工的工资不得低于用工地最低工资标准，发行人承担派遣员工的社会保险（个人承担部分除外）费用，派遣员工的福利待遇由发行人按国家和用工地的有关规定发放，协议期限为2014年8月1日起至2016年7月31日。

发行人控股股东欣贺国际已出具书面承诺：“若欣贺股份违反相关法律法规对派遣到欣贺股份的劳务人员造成利益损害，或给欣贺股份造成经济损失，承诺人承担全部赔偿责任。承诺人未来将协助欣贺股份逐步规范劳务派遣用工行为，如因欣贺股份劳务派遣用工行为遭受行政处罚等给欣贺股份造成的经济损失，承诺人承担全部赔偿责任”。

（四）发行人职工薪酬情况

1、发行人职工薪酬的整体情况

报告期内，分别员工专业结构的职工薪酬及与厦门市当地平均工资水平和最低工资水平的对比情况如下：

人员类型	2015 年			2014 年		
	发放人次* 月	薪酬金额 (万元)	平均 (元/月)	发放人 次*月	薪酬金额 (万元)	平均 (元/月)

行政管理人員	4,387	4,128.41	9,410.56	4,039	4,514.03	11,176.12
设计研发人員	5,037	4,325.71	8,587.87	5,022	5,294.36	10,542.33
销售人员（含劳务派遣）	15,279	7,836.01	5,128.61	14,253	7,326.25	5,140.14
生产人員	35,457	14,354.17	4,048.33	34,989	15,033.42	4,296.61
合计	60,160	30,644.30	5,093.80	58,303	32,168.06	5,517.39
厦门市平均工资	-	-	-	-	-	5,061
厦门市最低工资	-	-	1,500	-	-	1,320

（续表）

人員类型	2013年		
	发放人次*月	薪酬金额（万元）	平均（元/月）
行政管理人員	3,963	3,269.30	8,249.56
设计研发人員	5,512	4,197.90	7,615.92
销售人员（含劳务派遣）	12,214	6,019.56	4,928.41
生产人員	37,168	14,348.70	3,860.50
合计	58,857	27,835.46	4,729.34
厦门市平均工资	-	-	4,655
厦门市最低工资	-	-	1-8月，1200元/月； 9-12月，1320元/月

数据来源：厦门市平均工资、最低工资来源于厦门市人力资源与社会保障局网站。

注：平均=薪酬金额/发放人次*月，下同。

2013年、2014年、2015年，发行人月平均工资分别4,728.52元/月、5,517.39元/月和5,093.80元/月，2013年、2014年均高于厦门市平均工资水平。

2、劳务派遣职工薪酬情况

报告期内，发行人劳务派遣职工均为销售岗位（门店导购员）。2014年10月以前，公司门店销售人员没有统一的薪酬体系，各门店根据自身的情况制定薪酬方案报公司审核通过后执行；2014年10月开始，除QDA品牌仍执行各门店单独制定薪酬方案外，其他品牌门店均执行统一的门店销售人员薪酬体系，在新的薪酬体系下，门店销售人员薪酬由基本工资（参考不同城市消费水平、市场薪酬水平及当地最低工资指导标准确定）、津贴、满勤奖、销售提成及专项奖励构成，在保障员工基本生活的前提下，充分激励员工实现更高的销售业绩。

报告期内，劳务派遣职工薪酬水平与自有销售员工薪酬水平对比情况如下：

人员类型	2015年			2014年		
	发放人次*月	薪酬金额（万元）	平均（元/月）	发放人次*月	薪酬金额（万元）	平均（元/月）
自有员工	9,758	5,359.39	5,492.30	10,310	5,579.98	5,412.20
劳务派遣	5,521	2,476.62	4,485.82	3,943	1,746.27	4,428.78
小计	15,279	7,836.01	5,128.61	14,253	7,326.25	5,140.15

（续表）

人员类型	2013年		
	发放人次*月	薪酬金额（万元）	平均（元/月）
自有员工	10,461	5,264.92	5,032.90
劳务派遣	1,753	749.86	4,277.57
小计	12,214	6,014.78	4,924.49

报告期内，各年/各期平均工资都仅略低于自有员工，主要原因为：（1）涵盖的范围不同，劳务派遣均为门店导购员，而自有员工中门店导购员仅为少数，大多数为各品牌业务部、企划部、行销公关部、商品部等公司后台人员；（2）涵盖的地区不同，采用劳务派遣的门店基本上在二线、三线城市，而自有员工中门店导购员主要是北京、上海、广州等一线城市，其他后台人员集中在厦门，存在城市差异。

报告期内，发行人劳务派遣职工平均薪酬均高于当年当地最低工资水平。

十二、持有发行人5%以上股份的股东及作为股东的董事、监事、高管人员及核心技术人员的重要承诺

（一）有关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

持有发行人5%以上股份的股东及作为股东的董事、监事及高管人员作出关于股份流通限制和自愿锁定的承诺。其具体内容详见“重大事项提示”之“一、股份流通限制和自愿锁定股份的承诺”。

（二）有关避免同业竞争的承诺

公司控股股东欣贺国际、间接控股股东宏方控股以及实际控制人孙瑞鸿、孙孟慧、卓建荣、孙马宝玉出具了《避免同业竞争的承诺函》，详见本招股说明书“第七节同业竞争和关联交易”之“一、同业竞争”之“（二）避免同业竞争的承诺”。

（三）有关公司缴交住房公积金问题的承诺

发行人控股股东欣贺国际出具了《承诺函》，详见本节“十一、发行人员工及其社会保障情况”之“（二）员工社会保障情况”。

（四）关于劳务派遣用工的承诺

发行人控股股东欣贺国际出具了《承诺函》，详见本节“十一、发行人员工及其社会保障情况”之“（三）劳务派遣情况”。

（五）关于股价稳定的承诺

发行人控股股东欣贺国际、公司董事及高级管理人员出具了有关稳定股价的承诺，详见本招股说明书“重大事项提示”之“二、稳定股价的预案及承诺”。

（六）关于发行上市申请文件真实性的承诺

发行人控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员出具了《承诺函》，其内容详见本招股说明书“重大事项提示”之“三、发行人、发行人控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及有关中介机构关于发行上市申请文件真实性的承诺”之“（二）发行人控股股东欣贺国际关于发行上市申请文件真实性的承诺、（三）发行人实际控制人孙瑞鸿、孙孟慧、卓建荣、孙马宝玉关于发行上市申请文件真实性的承诺、（四）发行人董事、监事、高级管理人员关于发行上市申请文件真实性的承诺”。

（七）关于持股5%以上股东的持股及减持安排的承诺

持股5%以上股东的持股及减持安排见本招股说明书“重大事项提示”之“四、持股5%以上股东的持股及减持安排”。

（八）关于董事、高管、控股股东及实际控制人有关填补回报措施能够得到切实履行的承诺

董事、高级管理人员、控股股东及实际控制人对公司填补回报措施能够得到切实履行作出承诺，详见本招股说明书“第十一节 管理层讨论与分析”之“九、本次发行对即期回报摊薄的影响及公司采取的填补措施”。

截至本招股说明书签署日，上述承诺履行情况良好，不存在公司实际控制人、持股5%以上的股东以及作为股东的董事、监事、高级管理人员违反承诺事项的情况。

第六节 业务和技术

一、公司主营业务情况

公司主营中、高端女装的设计、生产和销售，拥有完整的产业链条和显著的品牌优势，是国内品牌女装的领军企业之一。

目前，公司自主研发经营七大品牌：JORYA、JORYA weekend、ANMANI（恩曼琳）、GIVH SHYH（巨式国际）、CAROLINE（卡洛琳）、AIVEI和QDA七大品牌。其中JORYA、JORYA weekend品牌为公司的核心品牌，而QDA品牌是公司于2011年创立的流行时尚精品品牌，并于2012年12月7日进入市场，目前尚处于起步和培养阶段。2013年，公司开始经销国际知名品牌--万宝龙。

公司产品定位于优雅、爱美的时尚都市女性，以强调设计感及精致细腻的手工缝制为特色，透过设计、手工强调女人线条，展现女性独有的婀娜、性感。对产品的细致要求融入在设计、生产等各个环节，在设计中注重时尚和个性相结合，在生产过程中注重细节处理和品质管理。

公司旗下各品牌均拥有独立的设计团队、生产团队和销售团队，各品牌之间在定位、设计风格、目标客户等方面即相互区隔又相互补充，以差异化策略进行品牌延伸，逐步涵盖中、高端女装各细分市场，目标客户群体覆盖了18-45岁年龄段的主力消费人群，不断拓展公司发展空间。

JORYA品牌秉持“JORYA Forever Elegant. 永远优雅。”的品牌宗旨，定位于高端成熟女装市场。其产品富有设计感，强调系列的主题和单品的可搭配性，以精致流畅的线条处理，细腻的手工缝制，演绎女性的优雅和性感。针对不同的消费群体划分出多样化的产品系列，JORYA品牌划分为JORYA时尚女装、Costume高级定制、礼服及配饰等系列。

JORYA weekend品牌目标客户为追求时尚、有个性的年轻女性，产品为英式学院休闲风格，其产品通过面料的选择、色彩的搭配和独特的剪裁展现年轻女性的自然、前卫、时尚。

ANMANI（恩曼琳）在创新中传承优良传统，秉承明朗利落的剪裁风格，注重整体线条的流畅，旨在勾勒女性的曲线美感，崇尚卓越品质和精湛工艺，完美演绎现代女性优雅而自信的大都市气质，经过多年的发展和推广，具备了一定的知名度和市场地位。

GIVH SHYH（巨式国际）品牌主要是时尚休闲服饰，风格率性、帅气，善于吸收各种时尚元素并创新，体现自信、自我的品牌内涵。

CAROLINE（卡洛琳）品牌偏向都市职业装，目标客户为白领。CAROLINE（卡洛琳）品牌每季商品都有一个鲜明的主题，风格简约、明快，充分展现女性对生活的热爱和对自由的向往。

AIVEI品牌定位于时尚淑女装市场，目标客户为22-40岁的女性，款式多变，突出女性纯真、活泼、可爱的一面。

QDA品牌定位于流行时尚消费品市场，目标客户为20-35岁的年轻人。QDA品牌旗下形成了三条风格鲜明各具特色的线路：①Smile：找到通勤与休闲，知性与随性的平衡点，充分展现Office lady的优雅甜美；②Star：对时尚元素有敏锐的触角，勇于接受大胆实验性质的时装，乐于表现与众不同的格调；③Holiday：追求舒适和时尚并重，突破传统休闲概念，加入鲜明色彩与创意印花，成为街头休闲与聚会装扮的最新潮流装扮。

公司各品牌的设计风格 and 理念、目标消费人群、产品定位如下表：

品牌	消费群体	风格
JORYA	28-45 岁都市女性	精致、性感、典雅
		
JORYA weekend	22-35 岁年轻女性	年轻、前卫、时尚
		
		

品牌	消费群体	风格
ANMANI（恩曼琳）	22-45 岁女性	自然、大方



GIVH SHYH（巨式国际）	22-45 岁女性	帅气、率性
-----------------	-----------	-------



品牌	消费群体	风格
CAROLINE（卡洛琳）	22-35 岁职业女性	职业、恬静、简约



AIVEI	22-40 岁都市女性	时尚、摩登、实穿
-------	-------------	----------



品牌	消费群体	风格
QDA	20-35 岁年轻人	优雅、自然、随性



自公司设立以来，主营业务未发生变更。

二、公司所处行业基本情况

（一）行业监管体系

1、行业主管部门和监管体制

公司主要从事中、高端女装的设计、生产和销售。按照《国民经济行业分类》（GB/T4754-2011）和《上市公司行业分类指引》（2012年修订）的标准，属于“C18 纺织服装、服饰业”。

国家发改委是我国服装行业的产业主管部门，负责产业政策制定、产品开发和推广的行政指导、项目审批和产业扶持基金的管理；中国纺织工业联合会、中国服装协会则是我国服装行业自律性、非营利性、全国性的行业组织。

中国纺织工业联合会前身为中国纺织工业协会，以制定行规行约、规范行业行为、建立行业自律机制、维护行业利益为己任。主要工作为：通过调查研究国内外纺织行业的发展趋势，为政府、企业提供纺织行业发展战略、产业政策、市

场开拓等方面的咨询服务；组织、开展行业对外技术经济协作与交流；组织企业对外贸易洽谈；举办国际会议、国内外展览会；参与制订、修订行业标准等。

中国服装协会是我国首批4A级全国性行业协会，以推动中国服装行业良性发展为宗旨，为政府、行业、企业以及社会提供与服装业相关的各种服务。服务主要包括开展行业研究、整理行业信息、促进行业协作、举办行业论坛等。

2、主要法律法规及政策

我国现行法律、法规及政策对服装行业的准入尚无具体针对性的规定。结合服装行业以及公司在经营过程中的具体情况，主要涉及的法律、法规及政策包括《纺织工业“十二五”发展规划》、《关于加快推进服装家纺自主品牌建设的指导意见》、《纺织工业“十二五”科技进步纲要》等，涉及的主要内容如下：

法规及政策	涉及内容
《纺织工业“十二五”发展规划》（2012年1月）	<ul style="list-style-type: none"> ◆坚持以转变经济发展方式为主线，以结构调整和产业升级为主攻方向，以自主创新、品牌建设和两化融合为重要支撑，以扩大内需和改善民生为根本出发点，以完善价值链和实现可持续发展为重要着力点，发展机构优化、技术先进、绿色环保、附加值高、吸纳就业能力强的现代纺织工业体系，为实现纺织工业强国奠定更加坚实的基础。 ◆“十二五”期间，力争形成具有国际影响力的品牌5—10个，国内市场认知度较高的知名品牌100个。年销售收入超百亿的品牌企业50家，品牌产品出口比重达到25%。
《关于加快推进服装家纺自主品牌建设的指导意见》	<ul style="list-style-type: none"> ◆支持自主品牌服装、家纺企业提高研发设计能力，建立公共研发设计平台，在信息、人才等方面向企业提供帮助，提高企业核心竞争力。 ◆鼓励符合条件的自主品牌服装、家纺企业上市、发行债券，利用资本市场直接融资；鼓励企业以自主品牌为纽带进行并购重组。 ◆鼓励自主品牌服装、家纺企业“走出去”，支持自主品牌服装、家纺企业参加国际知名展会、广交会、服装服饰博览会；引导企业积极进行商标国际注册，主动使用自主商标；对自主品牌服装、家纺企业在境外商标注册、专利申请、渠道拓展等工作提供相关服务。 ◆加强跨区域服装、家纺自主品牌和自主知识产权保护的协调工作，加强涉外知识产权保护。
《纺织工业“十二五”科技进步纲要》（2010年11月30日）	<p>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。推进企业建立包括市场预测、产品工艺技术与结构形态设计、文化创意、资源配置与生产过程控制、营销反馈为一体的产品开发体系，推进产业链上、中、下游产学研整合创新能力，以市场化协作建立相关产品集成创新体</p>

法规及政策	涉及内容
	系，发展面向广大中小企业和产业集群的产品开发公共服务平台。
《国家纺织产品基本安全技术规范》（2011年8月）	纺织产品生产安全与生产的技术规范
《“十二五”促进零售业发展指导意见》（2012年1月）	促进业态协调发展，增强中低端百货店竞争力，拓宽品牌商品销售渠道，满足不同层次消费需求。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。
《关于推进纺织产业转移的指导意见》（2010年7月）	<p>◆推进纺织产业转移，发挥东部沿海地区人才、技术、市场和信息等优势，提高技术创新、品牌建设和供应链管理能力和产业升级的步伐。</p> <p>◆发挥中西部和东北地区土地、劳动力、原料、能源等比较优势，通过承接纺织和服装制造业转移，发展经济并扩大就业。</p>

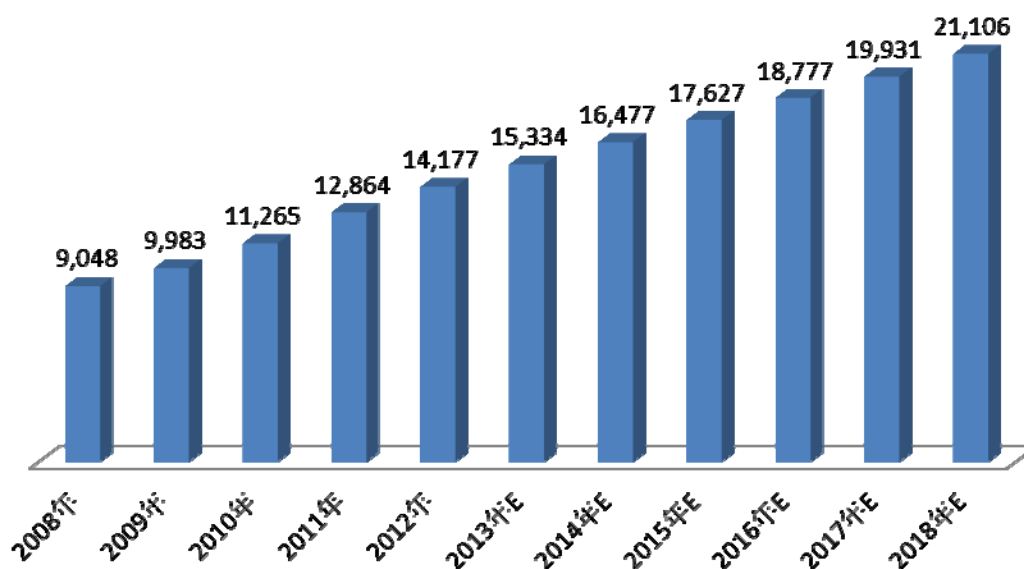
（二）服装行业基本情况

1、服装行业发展概况

经过改革开放以来30多年的发展，我国已成为世界上最大的纺织服装生产国、消费国和出口国。目前，我国纺织服装行业在生产加工领域具备一定的国际比较优势，但研发、设计和销售等方面与国际先进水平相比仍然存在较大差距。提高服装自主品牌国际化程度、加强服装行业公共服务体系建设、改善自主品牌发展的外部环境，成为促进我国服装行业发展的关键。

近年来，我国服装市场销售额逐年提升。根据Euromonitor International统计，2009-2011年，我国服装市场零售额由9,983亿元增长至12,864亿元，年复合增长率达到13.5%，2012年受欧债危机以及国内宏观经济形势下行的影响，2012年、2013年增速放缓，同比仅增长10.2%、8.2%。预计未来几年，随着国内外经济形势的逐步好转，我国服装市场零售额增速将有所回升。总体而言，我国服装市场整体保持着健康发展态势。

2008年-2018年服装市场总销售额 (亿元)



资料来源：Euromonitor International 研究报告

注：2008-2012年零售额，包含通货膨胀；2013年基于半年预测全年，包含通货膨胀；2014-2018年为预测年份零售额，不包含通货膨胀。

在服装行业的各子行业中，国内市场户外服装和童装尚处于引入期，休闲服饰处于快速成长期，男装处于成熟期，女装处于成长期中段，而中、高端女装所处阶段较女装整体市场更加靠前。可见，国内服装行业基本处于行业周期的引入期和成长期，中、高端女装即将步入快速成长期，未来仍有较大的成长空间。

依照美国服装消费的历史经验：人均GDP步入3,000美元以上，服装消费步入快速增长期，并在长达三十年的时间中保持着GDP增速2-3倍的水平（数据来源：中信证券研究报告）。国际货币基金组织公布数据显示，2014年我国人均GDP排名世界第80位，达到7,589美元，我国服装消费已经进入快速增长期。

2、服装行业市场容量

近年来我国社会消费品零售总额呈现快速增长的发展态势。据中华商业信息网数据，继2011年全国社会消费品零售总额增长17.1%后，2012年全国社会消费品零售总额达21万亿元，同比增长超过14%。消费对经济增长的贡献率达到55%，

成为拉动经济增长的第一引擎。2012年9月1日，国务院发布的《国内贸易发展“十二五”规划》提出“总体规模指标实现翻番的发展目标，2015年社会消费品零售总额达到32万亿左右，年均增长15%左右”。从最近几年的发展状况来看，限额以上服装零售额增速通常高于社会消费品零售总额增速，因此预计未来几年，我国服装市场仍将呈现增长的态势。

根据Euromonitor International数据，2013年我国服装市场整体容量为15,334亿元，其中女装市场容量与男装和童装两个市场容量之和相当，比例约为1：1。2013年我国女装市场零售额为6,965亿元，约占服装市场零售额的45%。

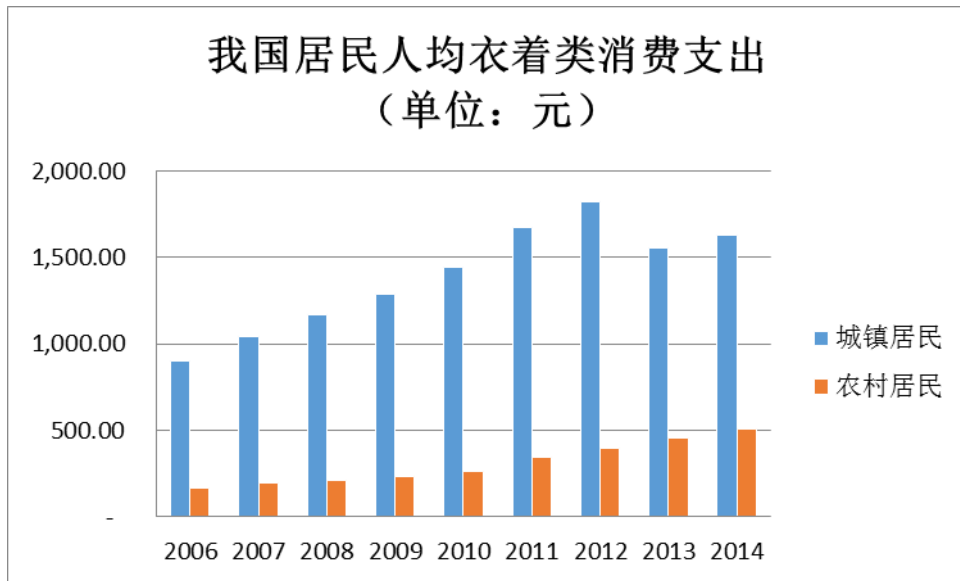
3、服装行业发展前景

随着国民收入水平的提高、城镇化进程的推进、消费观念的升级，我国服装行业仍然存在较大的发展空间。

（1）居民衣着类消费支出逐渐增加

随着人民生活水平的提高，人均收入的提高，我国居民用于衣着类消费的支出保持稳定增长。2014年城镇居民人均衣着类消费支出1,627.20元，农村居民510.40元，较2006年增长了725.42元和342.36元，复合增长率分别为7.66%和14.91%（数据来源：国家统计局《2006-2014年中国统计年鉴》）。

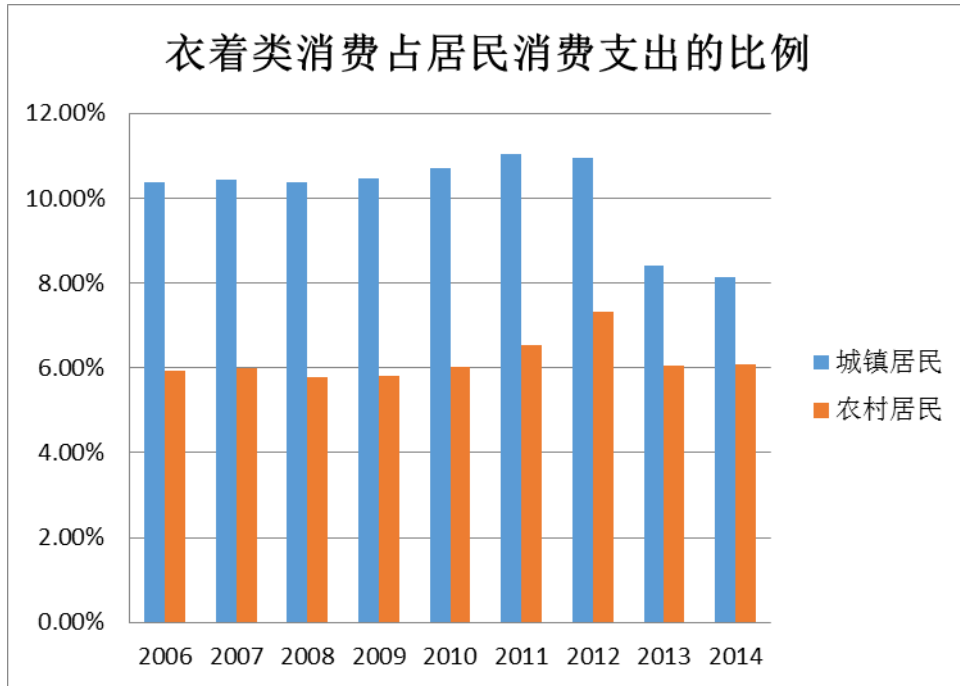
近年来，我国居民人均衣着类消费支出情况如下：



数据来源：国家统计局《2006-2014年中国统计年鉴》

衣着类消费占居民消费支出的比例呈现出稳中有增的趋势。衣着类消费占居

民消费支出的比例情况如下：



数据来源：国家统计局《2006-2014年中国统计年鉴》

（2）人均收入的提高促使服装消费观念发生转变

国际经验表明，当一国人均GDP达到3,000美元时，将逐步出现消费结构的转变，主要表现为在原有消费偏好的基础上继续提升消费品质，消费单价也随之明显提升（资料来源：《人均GDP1000-3000美元消费结构升级的国际比较》）。

我国人均GDP已多年超过3,000美元，2014年人均GDP达到7,589美元，2012年党的十八大报告又提出了到2020年国内生产总值和城乡居民人均收入比2010年翻一番的目标。可以预见，服装市场将出现消费档次提升、品牌认知度提高、尝试奢侈品消费、强调时尚化和个性化需求、注重消费感受和服务等趋势，消费观念的转变将拉动服装市场总量，尤其是中、高端服装市场成长空间巨大。

（3）城镇化将推动我国服装行业进一步发展

我国农村居民人均衣着类消费支出及其占居民消费比例均远低于城镇居民。2014年，农村居民人均纯收入仅占城镇居民人均可支配收入的33.67%，农村居民人均衣着类的消费仅为城镇居民的31.37%，衣着类消费占居民消费比重低于城镇居民2个百分点，城乡之间的服装消费差距明显（数据来源：国家统计局《2006-2014年中国统计年鉴》）。

随着我国农村居民收入的提高，城镇化率的进一步提升，将从“人口结构变化”、“增加收入水平”和“提升消费占比”三个方面叠加服装消费总量。

（4）相比国外市场，国内服装行业仍有较大发展空间

根据全球纺织网的数据，2011年美国人均服装消费额约为910美元，而我国2011年衣着人均消费额约1,021元（约162美元），2014年约1,099元（约177美元）（数据来源：国家统计局《2006-2013年中国统计年鉴》）。与成熟发达的服装市场的横向对比表明，我国服装行业的人均消费与发达国家的差距仍然较大，未来仍有较大的发展空间。

（三）女装行业基本情况

1、女装行业竞争格局

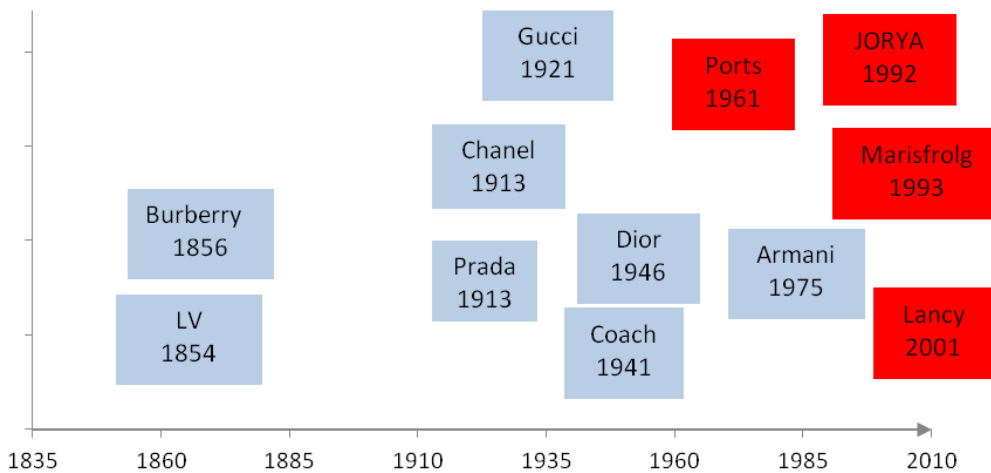
我国女装行业整体处于“多、小、散、低”的局面，基本呈现完全竞争的格局。目前我国的女装企业已经超过2万家，女装品牌众多，但国内女装行业目前尚处于发展初期，企业规模普遍较小，多数仍属传统加工制造企业，在品牌、设计、技术和工艺、管理、营销等方面与国际女装企业差距较大，能够在市场上与国际一、二线品牌女装直接竞争的企业为数极少。

我国女装品牌区域特征明显。由于我国地域辽阔、风俗迥异，不同地区的消费群体有着不同的服装偏好和需求层次，同时女性消费也更加个性化，决定了女装多变性、风格多样和周期短的特点，逐步形成了粤派、京派、汉派、海派和杭派等区域特色明显的女装品牌。随着国际品牌大量涌入我国市场，特别是中、高端女装市场，少数具有较强学习能力和国际竞争视野的国内女装企业开始培养品牌特色，加强自主研发设计能力，渗透全国市场，拉近与国际品牌的距离。但总体而言，全国性的、具有较高附加值的品牌仍多为国际品牌，尤其在奢侈品女装领域更为明显。

我国品牌女装目前的市场集中度较低。据中华全国商业信息中心的统计，高级百货渠道国内中、高端女装的市场容量约为500亿元，总市场容量约为680亿元，不包括国际品牌，2010年市场综合占有率前10位的女装品牌市场占有率总计仅为22.84%，2011年该比例则下降为22.03%。相对于女装市场零售额6,965亿元而言，我国品牌女装存在巨大的发展空间和机遇。

我国女装品牌化起步较晚。总体而言，目前市场上知名的国内女装品牌大都创立于90年代，与欧美女装市场近百年的历史相比，我国女装行业在设计、技术和工艺、管理、营销等方面尚有一定差距。同时，伴随着中国消费者消费观念的成熟和中国市场的持续扩大，国际品牌纷纷进入国内市场，加剧了国内女装市场的竞争。目前，我国女装市场正由过去的价格竞争逐步转变成款式、时尚、销售环境、文化底蕴、品牌地位、渠道、管理等因素的综合竞争，并已经出现如宝姿、JORYA、朗姿、玛丝菲尔、例外等出色的本土品牌。可以预见，部分优秀女装企业将逐步确立竞争优势，成为真正意义上的国际女装品牌。

国际、国内主要女装品牌创立时间如下图：



资料来源：服装研究报告、招股说明书、网络等公开资料

2、行业内主要企业及其市场份额

行业内主要企业及其市场份额详见本节“三、公司在行业中的竞争地位”的相关内容。

3、行业进入壁垒

（1）品牌壁垒

在中、高端女装市场，品牌因素已经成为影响我国消费者购物的重要因素，市场知名度和消费者忠诚度也高。但品牌受到市场的认可往往需要企业多年的深耕细作，是由产品、服务、营销、管理、文化内涵多方面投入积淀而成。同时，为适应女性消费时尚和个性化特色，突破渠道天花板限制，优秀女装企业多采用

多品牌运作模式，对企业的管理水平和品牌推广能力要求很高。因此，品牌是新进入者的重要壁垒。

（2）设计研发能力壁垒

国际上具有明显竞争优势的女装品牌最大特征在于其独特的设计理念，经过岁月的沉淀已经在消费者心目中建立起了牢固的形象。因此，设计研发能力是品牌发展的重要驱动力，尤其是中、高端品牌女装对时尚、个性和品位的要求较高，对企业设计研发能力的要求也更高。中、高端女装企业的设计研发投入较大，只有具备一定规模和市场知名度的品牌企业才能保证充足的研发资金投入和建立强大的研发设计团队。

（3）销售渠道壁垒

销售渠道的档次与服装品牌的定位是相辅相成的，中、高端女装的目标群体更加注重消费习惯、销售环境和消费感受，所以优质的销售渠道资源成为服装企业竞争的关键。服装品牌只有积累到一定的市场知名度后，才具有足够的谈判能力进入高档商场；而优质的销售渠道所面对的目标群体具有相对较高的消费品位和消费能力，对服装品牌也会产生推进作用。但是优质的销售渠道建设需要耗费巨大的资金成本和时间成本，而且其数量有限，对品牌的选择具有自身的理念和标准，行业的新进入者很难在短期内建立比较完善和优质的销售渠道。

4、女装行业供求状况

（1）女装市场容量

近年来，女装行业总体表现出加速增长态势。根据Euromonitor International数据显示，2013年我国女装市场零售额6,965亿元，2008-2013年复合增长率达到11.7%，其中2012年、2013年分别增长10.6%和7.9%。预计未来5年，行业复合增长率仍将维持较高水平。

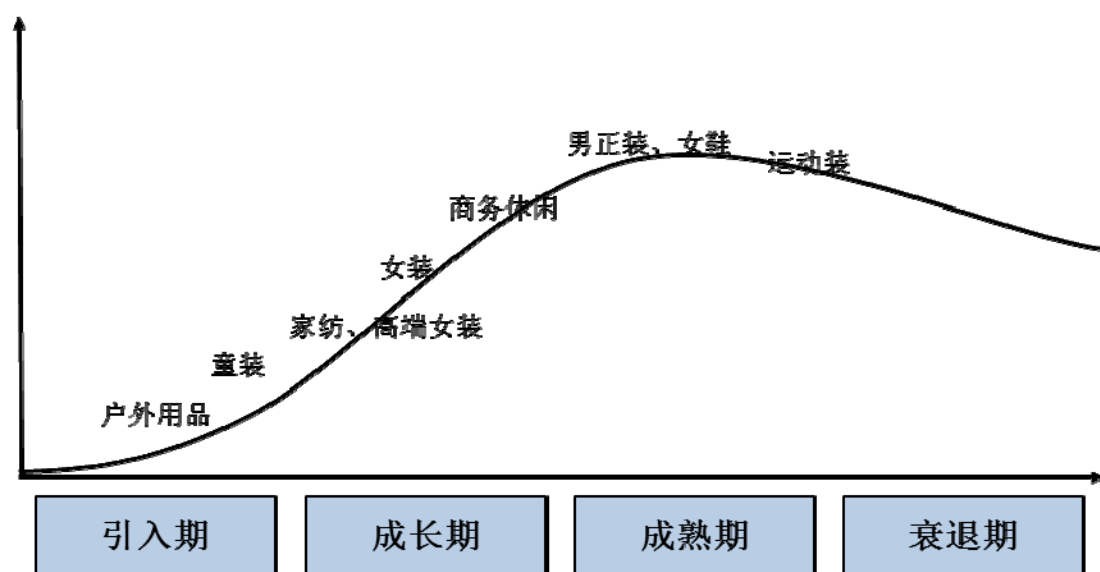
在中、高端女装方面，其销售渠道以中、高档百货商场店为主，通过高级百货渠道销售收入约占总收入的74%。据中华商业信息网统计，高级百货渠道国内中、高端女装的市场容量约为500亿元，总市场容量约为680亿元。同时，中华商业信息网预测2012-2015年我国中、高端女装销售复合年增速将达到33.3%，显著高于女装行业整体增长水平，预计中、高端女装市场容量占比将由2011年的12%

提升至2015年的22%。

2012年以来，受国内外经济因素影响，我国服装市场零售额和零售量增速大幅放缓。据中华全国商业信息中心的统计，2012年全国重点大型零售企业服装零售额同比增长12.5%，较上年降低了9.1个百分点，增速为1999年以来的最低；全国重点大型零售企业各类服装零售量同比仅增长2.3%，比上年低2.1个百分点，是2001年以来的最低水平。因此，从短期看，品牌服装企业需要逐步摆脱过分依赖价格上涨保增长的传统思路，面临去库存化的压力，但长期而言，品牌服装企业仍是纺织服装行业中最富潜力和增长空间的板块。

（2）女装行业仍处于发展期

在行业生命周期中，我国中、高端女装品牌处于成长期前期，呈现出行业高速增长、竞争格局不稳定、集中度较低的行业特征。优势企业将利用品牌定位、款式设计、渠道分布等差异化竞争手段，集中行业资源，逐渐整合淘汰落后企业，增长空间巨大。



资料来源：光大证券、广发证券研究报告。

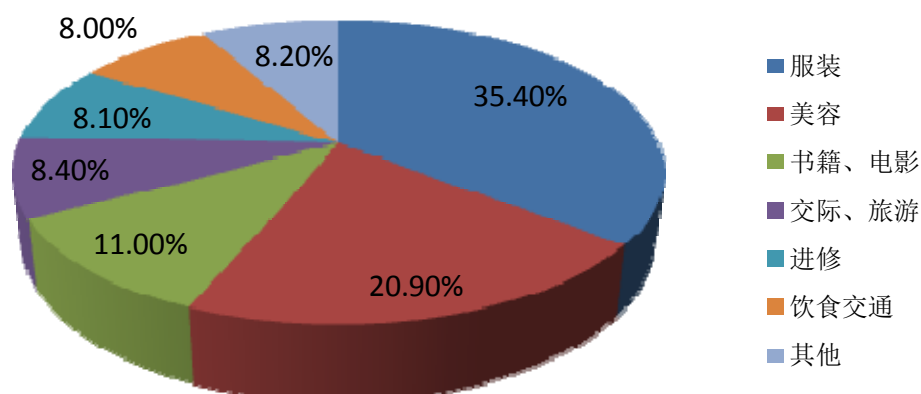
驱动我国女装市场继续高速增长的主要因素为：

①社会文化结构趋势有利于女装消费增长

我国女性社会地位较高，女性就业比例在全球居于首位达到70%。改革开放以来，随着女性受教育水平大幅提高，我国女性的职业水平、收入水平相应提高，经济日益独立，服装消费能力不断提升。调查显示，中国77.3%的已婚女性决定

日常用品的选购，46.5%的已婚女性个人收入由自己支配，51.5%为与丈夫共同支配。中国女性的经济自主权使得服装消费一直是女性消费支出的热点，据《中国女性消费分析报告》数据显示，在当代女性的实际个人消费构成中，服装类消费支出达到35.40%，而现代白领女性毫无疑问是中、高端女装消费市场的主力军。

女性各项消费支出占比

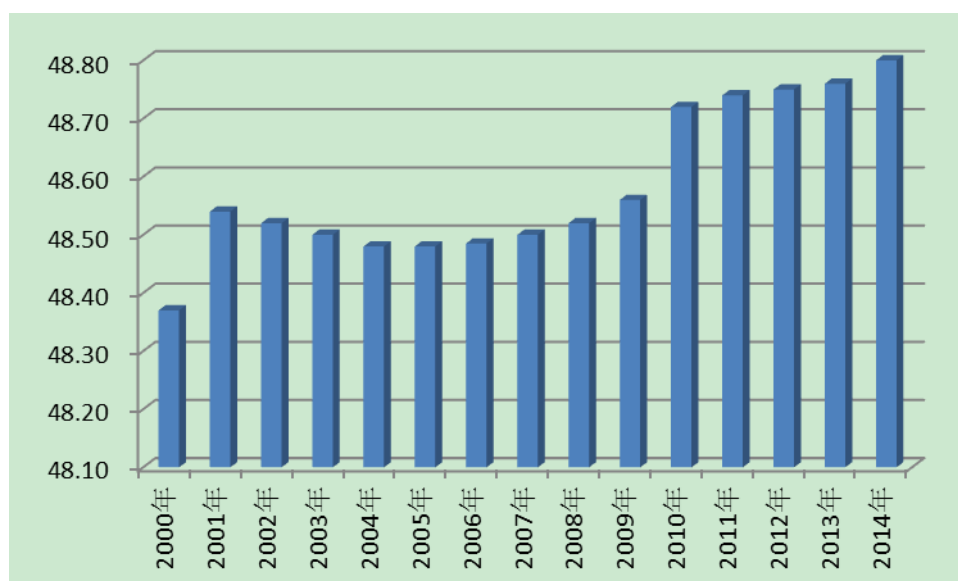


资料来源：《中国女性消费分析报告》。

②人口结构的变化有利于女装消费增长

中国人口结构的变化也揭示了女性消费市场的广阔。由于社会文化的发展和观念的进步，重男轻女的思想大为缓解，男女比例趋于平衡。近五年，女性人口比例呈现上升趋势，2010年女性人口总量达到6.5亿，比1990年增长1亿以上。此外，随着城镇化的推进，2010年城镇女性人口比重已达50.3%，在历史上首次超过了乡村女性人口的比重。

我国女性人口比例：



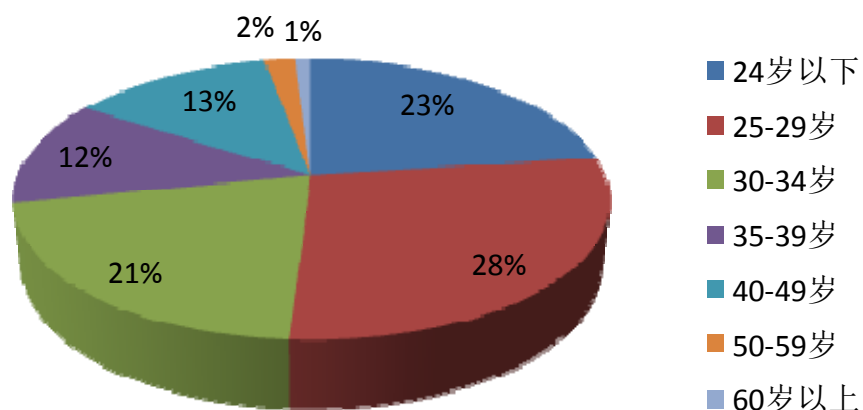
数据来源：广发证券研究报告和国家统计局历年国民经济和社会发展统计报告

相对于男装市场，女性消费群体年龄分布相对均匀，即女性购买服装消费的年龄跨度相对更大，强度更高。各个年龄层级的女性都有消费的需求，都能在细分市场找到适合自己年龄、职业和偏好的着装。女性比例的提高有利于女装消费量的提高，而城镇女性人口比例上升则意味着在总消费量增长的情况下，中、高端女装瓜分的份额将有所提高。

③主力消费人群的消费观念更新有利于女装消费增长

女装市场消费额分布中，35岁以下的女性消费者是主流，占比达到72%，消费额最高的年龄层为25-29岁，其后依次为24岁以下的女性、30-34岁的女性。

女装消费人群年龄分布

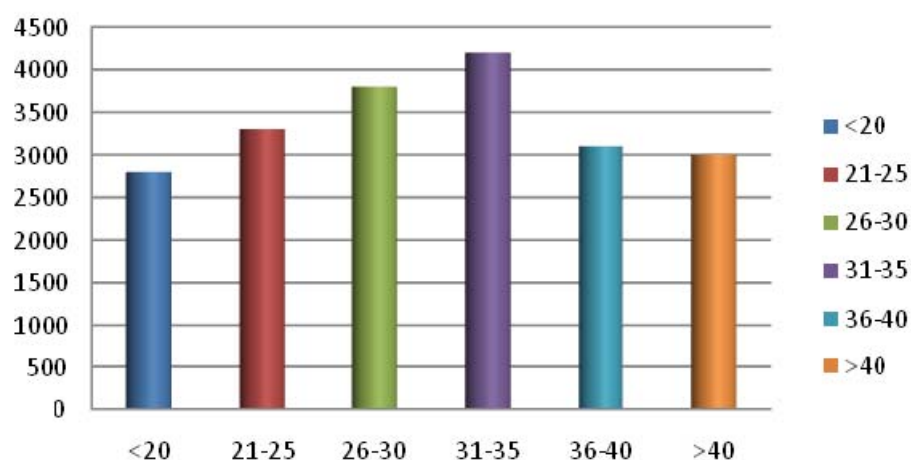


数据来源：广发证券研究报告

据中国妇女杂志社、华坤女性生活调查发布的《中国城市女性消费2010-2011调查报告》显示，31-35岁城市女性在单件服装购置上花费最大，购买单件服装

的平均开支可达4,000元。

女性人均服装消费（单位：元）



资料来源：《中国城市女性消费 2010-2011 调查报告》，长江证券研究报告等。

因此，消费能力最强的女性群体基本对应70后和80后人群。相较于以前人群，由于70后和80后女性人群在服装消费自主性、个性化、生活品质追求等消费观念上大幅进步，经济能力也大幅提高，女装整体消费量和中、高端女装的消费量将迅速提高。

④发达国家女装行业发展历程揭示了我国品牌女装前景广阔

从女装消费与男装消费的比例来看，发达国家女装和男装市场容量比大约在2:1左右，例如美国、日本、韩国等成熟服装市场女装消费与男装消费的比例分别达到1.8:1、2.4:1、1.7:1，我国2013年该比例为1.43:1，我国女装市场容量增长空间十分巨大（数据来源：光大证券研究报告）。

从国内、外龙头企业市场占有率对比来看，我国品牌女装企业提升空间较大。2011年国内女装市场前三大企业Bestseller（Only、VERO MODA之母公司）、森马、美邦合计占服装市场份额的3.6%左右（注：森马、美邦女装品类销售占比均低于50%，实际集中度更低）。比较国际市场，2010年美国女装市场前三大企业时尚休闲巨头GAP、琼斯和青少年服饰零售商American Eagle Outfitters，合计市场占有率为7.5%；2010年欧洲女装市场前三大企业Inditex、H&M和Cofra（快时尚C&A品牌的母公司），合计市场占有率为9.64%（数据来源：光大证券

研究报告）。因此，我国品牌女装发展潜力巨大。

（3）女装行业的供给情况

我国女装生产企业达到2万多家，受经济发展水平和产业集群特点的影响，我国服装企业主要集中在广东省、浙江省、江苏省、山东省和福建省，上述5省服装合计产量近年来基本稳定在全国产量的80%左右（资料来源：中华全国商业信息中心）。

在国内外少数品牌企业和大量中小型女装生产加工企业同台竞争的情况下，并不存在根本性的供给不足问题。另一方面，国际品牌价格高昂，而国内中、高端知名品牌女装企业相对较少，使得性价比较高的国内中、高端女装品牌始终受到市场的欢迎，国内品牌女装企业保持着较高的毛利水平，并仍有提价空间，反映了女装行业在供给上存在一定的结构性失衡。

5、女装行业利润水平

根据《中国服装行业发展报告》，近年来我国服装行业毛利率在13%-15%之间波动，利润率在4%-5%之间波动，总体来看在平稳的基础上呈现一定的上升趋势。

服装各子行业利润水平差距较大，在发行人所处的中、高端品牌女装行业中，由于长期累积而成的品牌溢价，同时与同档次国际品牌相比价格仍处较低水平，能够长期保持较高的毛利率水平。总体而言，国内品牌女装的毛利率水平高于50%，具体如下：

公司	2015 年度	2014 年度	2013 年度
宝国国际（00589.HK）	84.62%	85.43%	85.90%
朗姿股份（002612.SZ）	58.99%	60.66%	61.71%
维格娜丝（603518.SH）	70.33%	71.05%	68.80%
歌力思（603808.SH）	69.70%	70.34%	71.15%
欣贺股份	78.53%	77.62%	74.24%

数据来源：宝国国际（00589.HK）、朗姿股份（002612.SZ）、维格娜丝（603518.SH）、歌力思（603808.SH）年报。。

注：宝国国际营业收入中包括零售营业额、原设备制造营业额和其他收入，上表仅统计零售营业额各期毛利率水平。

（四）影响行业的有利和不利因素

1、有利因素

（1）国家产业政策的大力支持

长期以来，纺织服装行业在我国是劳动密集程度高和对外依存度较大的产业。我国是世界上最大的纺织品生产和出口国，纺织品出口的持续稳定增长对保证国际收支平衡、解决社会就业及纺织业可持续发展至关重要。但最近几年，随着我国劳动力优势的减弱，国家出台了一系列法规政策鼓励纺织服装行业向自主创新、品牌设计方向转型，提出在“十二五”期间，力争形成具有国际影响力的品牌5-10个，国内市场认知度较高的知名品牌100个，并出台了相关扶植政策，详见本节“二、公司所处行业基本情况”之“（一）行业监管体系”之“2、主要法律法规及政策”。

（2）国内市场空间巨大

我国居民人均可支配收入的增加，为服装行业发展提供了良好的基础。2006-2014年，我国城镇、农村居民的衣着类消费的金額呈现较快增长的趋势。未来我国城镇化进程的继续推进以及人均可支配收入的不断增加，将拉动我国服装行业的持续增长，其中国内中、高端女装处于成长期前段，将分享更大的增长份额。

（3）以生产技术优势提高综合实力

长期以来，我国都是世界上最大的纺织品服装生产国，许多企业具有为国际一流品牌服装企业代工生产的经验，并培养了大量素质良好、技术娴熟、经验丰富的技术工人。我国服装企业在生产环节已具备强大的技术能力，能够以此为基石，在研发设计、品牌运营能力等方面拉近与国际先进水平的差距。

（4）品牌消费意识不断增强

随着人均收入的提高和生活方式的变化，我国居民的消费心理和消费习惯也逐渐发生变化。品牌在我国消费者购物决策过程中的作用日益重要，已成为影响我国消费者购物的最重要因素。对服装消费而言，也从过去价格为主的消费心理逐渐转变为对品牌、款式、质量、服务等全方位考量的消费理念。消费理念的转变和普及有利于我国品牌服装的发展。

（5）物流行业日趋成熟

中、高端服装产品每季均需更新，对时尚性的要求较高，强调对市场迅速反应。因此服装行业对物流行业的要求也较高。虽然我国物流行业起步较晚，但最近几年一直保持较快的增长速度，物流体系不断完善，行业运行日益成熟和规范。2010年以来，在国家扩大内需政策的推动下，物流行业加快整合步伐，为国民经济平稳运行提供了有力支撑。物流行业的发展与成熟，将提高服装企业对市场的反应速度，有效促进服装行业的发展。

2、不利因素

（1）国际品牌的进入加剧服装市场的竞争

随着国内服装消费市场蓬勃发展，国际品牌纷纷进入中国市场，主要采取两种形式。一类是国际品牌如Chanel、MaxMara等，定位于高端富裕阶层，根据光大证券研究报告，国内奢侈品女装2009-2011年消费总额分别为28亿、35亿和45.5亿元，同比增长约14%、27%和30%，未来将继续保持20-30%的增长水平；另一类是快时尚品牌如Only、VERO MODA、Etam、ZARA、H&M等，定位于中低端市场，强调供应链快速反应、设计和研发，在所有女装品牌的总体零售额中长期占据前列。目前国内一线女装品牌的定位和价位介于两者之间，直接竞争程度还比较低，但由于优秀的女装企业为打破渠道瓶颈限制，必然采取品牌延伸战略，从而将在奢侈品女装和中低端女装市场上面临与国际品牌更激烈的竞争。

（2）设计研发、品牌运营能力欠缺

相较于成熟的生产加工能力，我国服装行业品牌建设期比较短，与运作多年的国际品牌相比，在研发设计和品牌运营能力等方面仍存在较大的差距。由于国内目前还缺乏高端服饰品牌专业人才培养机构和高端服装品牌企业，造成服装行业从业人员成熟期较长，不容易具备专业人才的潮流意识、先进的设计研发能力和品牌运营理念。

（3）供应链的快速反应能力不足

国内品牌服装企业大多是以“设计为导向，引领消费”的方式，从产品设计到订货会，再到生产发货，通常需要3-6个月的时间。日渐成熟的消费者对服饰产品时尚度要求不断提高，这要求服装企业及时感知市场和流行趋势变化，迅速

组织产品的设计、生产、运输和销售，并以先进的信息管理系统管控流程，才能及时了解市场信息并对市场变化作出快速反应。目前我国大多数服装企业尚不具备高水平的供应链管理水平和信息管理系统投入也较为欠缺。

（4）劳动力成本上升

服装行业属于劳动力密集型行业，人员成本在总成本中的比重较高。近年来，受劳动年龄人口减少和国民收入增长的双重推动，国内劳动力成本呈现持续上升的态势。以公司所在地厦门市为例，2012年、2013年和2014年，全市城镇单位职工平均工资分别为52,526元、55,864元和60,247元，累计增长达14.70%。持续上升的劳动力成本已成为影响行业发展的不利因素之一。

（五）服装行业与上下游行业的关联关系

服装行业上游为化纤、纱、布等面辅料生产业，下游即为终端消费者。

根据《纺织工业“十二五”发展规划》的数据，2010年我国化纤、纱、布、呢绒、丝织品、麻纺织品等产品产量均居世界第一。上游产业的良好发展为服装行业的发展提供了有利保证。

同时，服装消费者通常通过面料的质量判断服装的档次，因此面料的选择对中、高端女装颇为重要。面料开发创新水平的提高、科技成果向面料价值的转化，将有利于推动服装行业的消费和产品结构升级，从而提高品牌服装的核心竞争力。公司的面辅料的采购成本占服装产品成本的50%左右，因此，面料价格的变动对公司利润具有较为重要的影响。

公司下游即面对终端消费者，宏观经济形势、收入水平、消费者偏好以及消费者预期等都会对行业发展产生重要影响。

（六）行业技术特点和经营模式

1、行业技术水平

服装行业主要包括三个环节：研发设计、加工生产以及品牌渠道运营。服装价值链上的利润分配约为：研发设计占35%，品牌渠道运营占55%，加工生产占10%，即设计研发和品牌渠道运营环节所获得的商业价值远高于生产加工环节。目前我国已是全世界最大的服装生产加工基地，在生产环节已具有完整的产业链，从各种原材料的采购到生产，无不彰显着我国服装行业的竞争力，但在研发

设计能力和品牌运营经验方面仍有较大差距。

就中、高端女装而言，行业技术水平主要体现在以下方面：

（1）研发设计。首先是面料的研发，面料质量直接决定了中、高端女装的功能、外观、手感，面料整体技术向差别化、超细化、复合化方向发展。其次是设计，女装消费崇尚品味、个性、时尚，女装产品也因此款式繁多、风格多变，设计师对于时尚潮流趋势的把握尤为重要。设计中能否发挥各式面料的优势、巧妙地运用色彩的搭配、剪裁自然合体、精致处理细节，从而呈现中、高端女装的质感、雅致与时尚，将决定女装设计水平高低。目前我国女装行业与国际先进设计水平仍有一定差距，但随着我国品牌女装企业的发展，我国女装的设计理念日益丰富、与国际前沿的设计交流进一步加深，设计技术水平不断提高。

（2）生产供应链管理。精湛的做工是中、高端女装品质的保证，在生产各环节要严格地把控质量，从主要工序的面料检验、排版、剪裁、缝制、整烫，到加工细节的手工作业、检针工序、污渍清除等，都需要合理安排工序和严格控制质量，力求精致完美。只有通过科学合理的工艺手段，加强全体员工的质量意识，才能完美地展示设计作品。供应链管理方面，中、高端女装具有款式多、批量小、上市周期短、变化快、销售模式多样化等特点，对企业供应链的管理要求高，ERP系统的应用提高了供需链集成效率，促进企业业务流程合理化。

（3）品牌渠道运营。首先，是品牌建设，对中、高端女装企业而言，品牌是企业存在与发展的灵魂，只有通过品牌运营树立鲜明的品牌形象，才能构筑企业的核心竞争力。这要求中、高端女装企业通过加强产品设计、提供优质产品、终端门店形象展示、细腻贴心的服务等基本方式构筑品牌形象，并积极通过时装秀、时尚杂志、时尚酒会、影视剧及电视栏目合作、微信、微博等方式来进行多方位、多层次的品牌推广，将品牌特色、内涵植入消费者心中，增加产品的认知度和美誉度。其次，是销售渠道建设，销售渠道对服装企业至关重要，销售渠道的数量和档次也影响着服装的档次，对中、高端女装企业而言，其销售渠道还具有一定的稀缺性。因此，拥有终端销售渠道的数量、质量以及对销售渠道的有效管理已经成为服装企业的核心竞争力之一。

2、行业经营模式

鉴于服装消费注重时尚和个性的特点，服装企业注重对流行趋势的研究和判断，并依此设计出流行的服装款式。新品设计完成后召开发布会或订货会，并根据订货情况进行生产和发货，最终进入市场销售。服装企业根据自身特点以及品牌定位确定其订货模式、生产模式和销售模式等。

信息系统已经在国内服装企业中得到广泛应用。主要应用的方面有：设计和生产环节的辅助软件以及用于店铺管控的ERP系统等。

主要的服装行业上市公司经营模式对比：

公司名称	朗姿股份	宝国国际	维格娜丝	歌力思
主营产品	朗姿、莱茵、卓可等品牌女装	男女装品牌 Ports、许可经营 BMW lifestyle 、Armani、Versace、Ferrari	V•GRASS 品牌女装	Ellassay、Ellassay WEEKEND、ELLASSAY FIRST、唯颂（WITH SONG）等品牌女装
订货方式	每年四次订货会	每年四次订货会	季度模拟订货会	每年两次订货会
生产模式	自制、外协相结合	自制为主	自制、外协相结合	自制、外协相结合
渠道模式	自营和经销相结合	直营	直营为主	自营和经销相结合

3、行业周期性、季节性与地域性

（1）周期性

服装行业受宏观经济情况的影响，经济发展良好时，消费者用于服装消费的支出越多，对服装的质量、品牌也有更高的要求；经济环境低迷时则相反。因此，服装消费具有随宏观经济周期性波动的特点。由于中、高端女装的需求弹性比一般女装更大，因此其波动也更为明显。

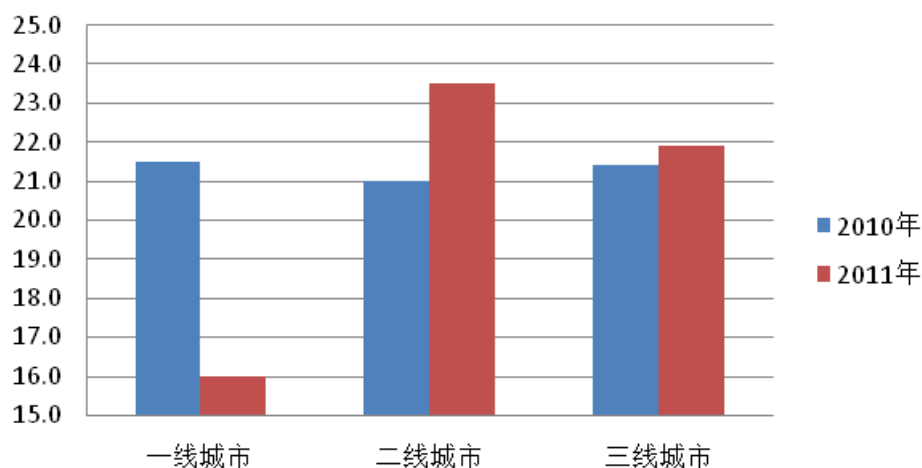
（2）季节性

季节对服装行业会产生较大影响，尤其是我国北方地区一年四季分明，季节性特点更强。不同季节消费者对服装的需求是不同的，秋冬季服装在款式要求的基础上，更加注重材质与舒适性，因此秋冬季服装的单位成本和单位售价更高，服装企业的销售收入也普遍较高。

（3）地域性

我国各地经济发展不均衡，在人均收入较高的东部发达地区，消费者对于服装的品牌、质量和服务有更高的要求。同时，随着我国城镇化进程的推进，三、四线城市服装市场正在高速发展。根据中华商业信息中心数据显示，2011年全国200家百货商场中，一线城市市场服装零售额增速较2010年出现了下降，二线和三线城市市场相对稳定。

2010-2011年分市场200家百货服装零售额增速



（七）行业发展趋势

1、行业转型将加剧服装企业的竞争

劳动力成本优势的减弱以及国家政策的导向作用，使得我国服装行业将向自主创新、品牌设计的方向转型。服装行业的转型将丰富消费者的选择范围，同时也将加剧服装行业的竞争。

2、实施多品牌战略

目前我国女装市场尚处于成长期，女装企业初具规模、增长较快，女装品牌集中度较低；市场竞争格局还不稳定，区域性品牌较多，成熟女装强势品牌的优势相对明显，少淑女装品牌的更迭则相对频繁。

由于中、高端女装对设计和时尚较为敏感，同时诸多品牌主要依托中、高档百货商场进行扩张。单一品牌在定位上存在局限性，而中、高档商场数量又具有稀缺性，容易形成发展瓶颈。因此，多品牌运作的战略对女装企业实现规模化发展意义重大。通过多品牌实现差异化竞争，不同品牌覆盖不同的细分市场，力求

合力实现市场占有率的最大化。国内知名女装企业多实施多品牌战略。

3、网络销售规模的增加

我国网络零售市场交易规模呈快速增长趋势，根据中国电子商务研究中心数据，2011年、2012年和2013年网络零售额增速分别达到56%、65%和42.8%，分别达到当年社会消费品零售总额的4.2%、6.4%和8.04%。服装（含鞋帽）交易是网络零售的最大类别，艾瑞咨询数据显示，2011年服装（含鞋帽）网购市场交易规模占网购总体金额的26.7%，为2,065.4亿，根据中国互联网络信息中心2011年网购用户数据，可推算出2011年人均网购服装支出为1,064.9元。网络销售对传统服装零售渠道冲击较大。

据光大证券研究报告数据显示，2011年我国女装零售额百货店、超市店、专卖店、网络销售渠道占比分别为36.7%、16.5%、27.6%、2.1%，其他类渠道（包括奥特莱斯等）合计为17.1%。百货渠道依然是女性购买服装的首选渠道，而线上渠道则实现快速发展。目前，线上渠道对低端女装冲击较大，根据淘宝网女装网购的历史统计数据，人均消费金额在200元以下的用户占比达到70%以上。与传统的实体店销售相比，网络销售具有明显的销售费用低、消费群体广、不受时间区域限制的优势，在收集和管理客户信息等方面也具有明显优势，能够帮助企业开展更具针对性的营销活动。随着中、高端女装多品牌战略的实施和库存管理的需要，未来服装行业的营销渠道构成必将更加多元化，形成线下（实体店铺）与线上（电子商务）协同发展的态势。

三、公司在同行业中的竞争地位

目前国内市场中，我国中、高端女装品牌除了国际品牌如香奈儿（Chanel）、MaxMara等外，国内品牌如宝姿（Ports）、JORYA、玛丝菲尔（Marisfrolg）、朗姿（LANCY）、例外、V•GRASS和Ellassay等也都具有一定的市场知名度。总体而言，全国性、高附加值自主女装品牌较少，品牌集中度较低。

（一）公司主要竞争对手

目前，中、高端女装市场中的国内品牌公司主要有宝姿国际、发行人、朗姿股份、玛丝菲尔、状态服饰等，各品牌女装公司形成了其自有的风格，主要目标群体有一定的区分，存在一定程度上的竞争。各品牌女装企业的基本情况如下：

竞争对手	朗姿股份有限公司	宝国国际控股有限公司	深圳玛丝菲尔时装股份有限公司	广州市状态服装设计有限公司	维格娜丝时装股份有限公司	深圳歌力思服饰股份有限公司	发行人
经营品牌	自有品牌：朗姿、莱茵、玛丽安玛丽，授权品牌：卓可	自有品牌：Ports， 授权分销品牌：BMW Lifestyle、Armani Collezioni、Armani Jeans、Versace、Ferrari 等	Marisfrolg、MARISFROLG、MASFER. SU、AUM、ZhuChongYun	例外（EXCEPTION de MIXMIND）、YMOYNOT 等	V•GRASS	Ellassay、Ellassay WEEKEND、ELLASSAY FIRST、唯颂（WITH SONG）	JORYA、JORYA weekend、ANMANI（恩曼琳）、GIVH SHYH（巨式国际）、CAROLINE（卡洛琳）、AIVEI、QDA
品牌风格	成熟、妩媚、时尚	简约、优雅	时尚、优雅、内敛、经典、大气	知性、淡雅、含蓄	时尚、修身	时尚优雅、休闲年轻、个性高品质	精致典雅、时尚前卫、大方自然、优雅恬静
主要目标消费群体	18-55 岁都市成熟、潮流及白领女性	25-45 岁精英女士	30-50 时尚知性女性	25-45 岁知性女性	25-35 岁高收入女性	时代优雅、讲究生活品质的现代都市女性	18-45 岁的成熟、时尚女性
注册地/主要办公地点	北京	厦门	深圳	广州	南京	深圳	厦门

资料来源：各公司网站、媒体公开信息。

上述公司主要竞争对手中，朗姿股份、维格娜丝、歌力思已在国内A股上市；而宝国国际则是香港联合交易所的上市公司。

朗姿股份有限公司(002612.SZ)：主要品牌有朗姿(LANCY)、卓可(ZOOC)、莱茵(LIME FLARE)、玛丽安玛丽(marie n° mary)，其中朗姿(LANCY)为其核心品牌。2011年8月30日，朗姿股份登陆中小企业板。截至2014年12月31日，朗姿股份共有销售终端586家，实现营业收入12.35亿元，净利润1.21亿元；2015年12月31日，朗姿股份共有销售终端486家，2015年实现营业收入11.44亿元，净利润0.74亿元。

维格娜丝时装股份有限公司(603518.SH)：主要品牌为V•GRASS。2014年12月03日，维格娜丝在上交所上市。截至2014年12月31日，维格娜丝拥有销售终端335家，实现营业收入8.47亿元，净利润1.38亿元；2015年12月31日，朗姿股份共有销售终端220家，2015年实现营业收入8.24亿元，净利润1.12亿元。

深圳歌力思服饰股份有限公司(603808.SH)：主要品牌有Ellassay、Ellassay WEEKEND、ELLASSAY FIRST、唯颂(WITH SONG)。歌力思于2015年4月22日在上交所上市。截至2014年12月31日，歌力思拥有销售终端361家(截至2014年9月末)，实现营业收入7.44亿元，净利润1.39亿元；截至2015年12月31日，歌力思拥有销售终端347家，实现营业收入8.35亿元，净利润1.60亿元。

宝国国际控股有限公司(00589.HK，原名宝姿时装有限公司)：是一家集设计、制造、市场推广、分销及零售为一体的国际奢侈品公司。主要品牌包括Ports International、Ports 1961，并代理BMW Lifestyle、Armani Collezioni、Armani Jeans、Versace、Ferrari 及Vivienne Tam。2003年10月31日于香港联合交易所上市。截至2014年12月31日，共开设310家零售店铺，实现营业额18.79亿元，净利润0.73亿元；截至2015年12月31日，拥有313家零售店铺，实现营业额15.95亿元，净利润-0.73亿元。

深圳玛丝菲尔时装股份有限公司：成立于1999年，产品主要包括上衣、裤子、裙子、外套、饰品等，主要的女装品牌有Marisfrolg、MARISFROLG、MASFER. SU、AUM、ZhuChongYun等。截至2013年12月31日，在全国主要大中城市的中高端商场开始直营店460家，加盟店204家。

广州市状态服装设计有限公司：成立于1996年，主营“例外（EXCEPTION de MIXMIND）”、“YMOYNOT”等品牌女装。截至2013年末，“例外（EXCEPTION de MIXMIND）”品牌在全国拥有了92家门店。

（二）公司的市场地位

1、发行人与主要竞争对手营业收入和净利润对比如下：

单位：亿元

公司名称	2015 年度		2014 年度		2013 年度	
	营业收入	净利润	营业收入	净利润	营业收入	净利润
宝国国际	15.95	-0.73	18.79	0.73	21.37	2.98
朗姿股份	11.44	0.74	12.35	1.21	13.79	2.33
维格娜丝	8.24	1.12	8.47	1.38	7.46	1.36
歌力思	8.35	1.60	7.44	1.39	7.10	1.37
发行人	18.13	3.60	22.18	5.32	20.96	3.63

数据来源：宝国国际（00589.HK）、朗姿股份（002612.SZ）、维格娜丝（603518.SH）、歌力思（603808.SH）年报。

综上，报告期内发行人营业收入保持增长趋势，目前收入规模与宝国国际相当，大于朗姿股份、维格娜丝和歌力思。根据中国服装协会统计数据，公司2011年、2012年、2013年和2014年连续进入服装行业百强企业^注，2014年，公司产品销售收入排名42位，利润总额排名19位，销售利润率排名3位，是国内中、高端女装的领军企业之一。

注：中国服装协会发布的“服装行业百强企业”涵盖较为广泛，不仅包括大型服装企业，还包括大型棉纺、面料及服装辅料企业。

2、发行人与主要竞争对手销售渠道数量对比如下：

公司名称	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日
	店铺数量	店铺数量	店铺数量
宝国国际	313 家	310 家	352 家
朗姿股份	486 家	586 家	573 家
维格娜丝	220 家	335 家	361 家
歌力思	347 家	361 家	362 家
发行人	697 家	757 家	758 家

数据来源：朗姿股份（002612.SZ）、宝国国际（00589.HK）、维格娜丝（603518.SH）、

歌力思（603808.SH）年报。

与发行人的多品牌战略相适应，发行人店铺数量明显多于行业主要竞争对手，享有较多的渠道资源。

（三）公司的竞争优势

1、品牌优势

公司自成立之日起便定位于中、高端女装市场。经过多年的发展与经营，公司品牌已跻身国内一线女装品牌之列，销售终端遍布全国各大城市的黄金商圈，具有广泛的认知度和较为忠实的消费群，初步具备了与国际一、二线品牌竞争的能力。

（1）公司品牌是为数不多的全国性女装品牌之一

国内女装品牌区域特征明显，全国性的、具有较高附加值的品牌为数不多，主要包括宝姿、JORYA、朗姿、玛丝菲尔、雅莹等。公司营销网络已遍布全国，在除西藏以外的全国各省、直辖市以及台湾、澳门均拥有终端门店；产品始终保持鲜明的设计感，注重手工工序、配饰搭配，强调独特和精致，树立了自身的品牌内涵和设计风格，在全国范围内拥有较高的知名度和影响力，是国内为数不多的高端女装品牌之一。

国内主要女装品牌的地域性情况：

品牌	品牌区域性	品牌	品牌区域性
宝姿	全国性	秋水伊人	区域性/杭派
JORYA	全国性	影儿	区域性/粤派
朗姿	全国性	城市丽人	区域性/粤派
玛丝菲尔	全国性	江南布衣	区域性/杭派
雅莹	全国性	红人	区域性/汉派
歌力思	全国性	白领	区域性/京派

数据来源：广发证券、光大证券研究报告

（2）公司品牌历史较长，文化沉淀丰富

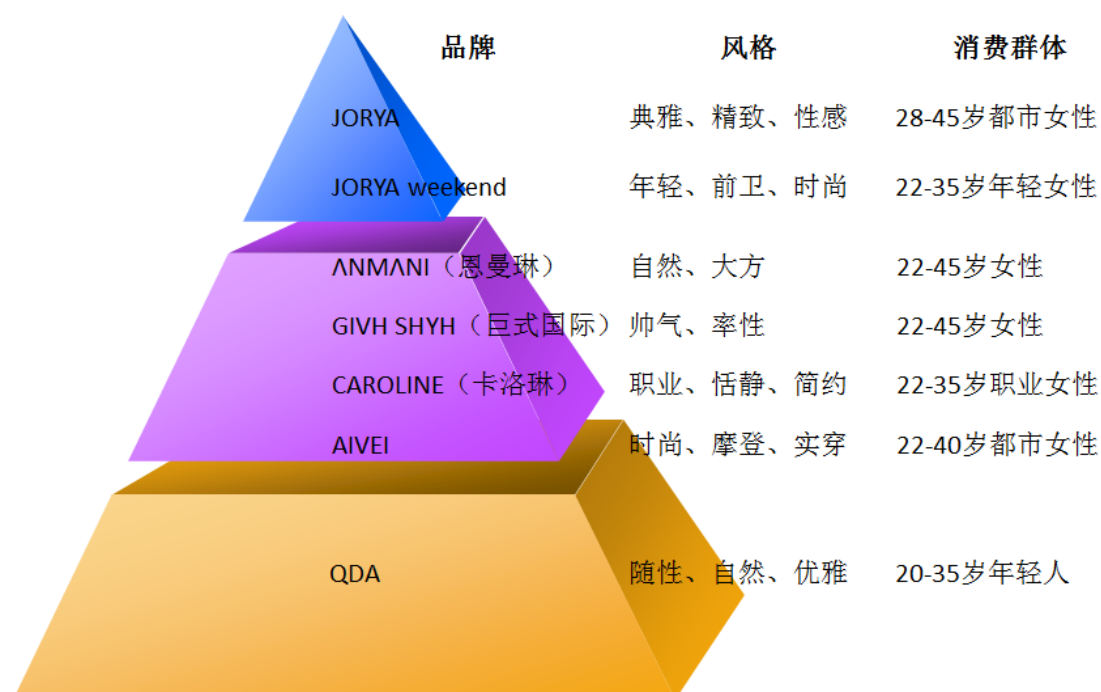
服装品牌的形成是一个长期的过程，国际知名服装品牌一般都有数十年甚至上百年历史。我国自主女装品牌是20世纪80年代逐渐出现，并在20世纪90年代后期蓬勃发展起来。但我国自主女装品牌通常生命周期较短，主要原因是国内女装

品牌往往追求速成，在既无独特的设计风格，又无成熟的产品和营销模式的情况下，投入大量资金进行广告宣传，力求在最短的时间内提高品牌认知度，但由于缺乏品牌文化沉淀，难以长期锁定消费群体，往往昙花一现，迅速衰亡。

公司JORYA品牌于20世纪90年代初开始经营，是历史较长的国内自主高端女装品牌之一。经过二十多年的品牌运作和维护，JORYA品牌以高贵、典雅、精致、性感的设计风格获得了广大时尚都市女性的认同，具有较高的认知度和忠诚度。同时，公司积累了丰富的品牌运作和维护经验，并陆续创立和运作了JORYA weekend、ANMANI（恩曼琳）、GIVH SHYH（巨式国际）、CAROLINE（卡洛琳）、AIVEI和QDA等品牌，获得了较好的品牌声誉。

（3）多品牌全面覆盖中、高端女装细分市场

公司坚持多品牌发展的战略，公司七大品牌虽然都定位于中、高端女装市场，但在设计风格和理念、目标人群、产品定位方面各不相同，形成了较好的互补作用，可以满足不同消费者的个性化需求。七个品牌形成金字塔式的架构，可以较为全面地覆盖中、高端女装市场，也便于突破品牌女装的发展。



针对各自品牌不同的产品定位，公司采取不同的经营策略：

品牌	销售模式	开店区域
JORYA	以自营模式为主	集中在北、上、广、深4个一线

品牌	销售模式	开店区域
JORYA weekend	以自营模式为主，多数与 JORYA 合柜销售	城市，澳门、台湾以及成都、哈尔滨、长沙、重庆等消费能力较强的省会、直辖市城市
ANMANI（恩曼琳）	以经销模式为主，自营模式为辅	集中在成都、哈尔滨、长沙、重庆等省会、直辖市城市以及消费能力较强、品牌认知度较高的二线城市
GIVH SHYH（巨式国际）	以经销模式为主，自营模式为辅	
CAROLINE（卡洛琳）	以自营模式为主，经销模式为辅	
AIVEI	经销模式为主	二、三线城市
QDA	自营模式为主，经销、电子商务、奥特莱斯折扣店等其他模式为辅，未来逐步发展经销模式	北京、哈尔滨、成都、深圳等地

JORYA、JORYA weekend是公司的一线品牌，覆盖国内高端女装市场，与国际一、二线品牌及国内一线品牌相竞争。JORYA是公司定位最高的品牌，其创立时间最早，运作时间最长，品牌知名度和忠诚度最高，因此担负着公司品牌定位和产品推广的重任。JORYA weekend年轻前卫、时尚简约的风格与JORYA品牌的高端典雅、精致性感形成互补。JORYA、JORYA weekend店铺主要开设在北、上、广、深4个一线城市，澳门、台湾以及成都、哈尔滨、长沙、重庆等消费能力较强的省会城市，以自营模式为主。JORYA和JORYA weekend经常合柜销售，合柜销售可以给消费者带来视觉冲击和不同的风格体验。

ANMANI（恩曼琳）、GIVH SHYH（巨式国际）、CAROLINE（卡洛琳）和AIVEI是公司的主力品牌，覆盖国内中端女装市场。四个品牌风格各异，ANMANI(恩曼琳)自然、大方，GIVH SHYH(巨式国际)帅气、率性，CAROLINE（卡洛琳）职业、恬静、简约，AIVEI时尚、摩登、实穿。ANMANI（恩曼琳）、GIVH SHYH（巨式国际）、CAROLINE（卡洛琳）门店主要开设集中在成都、哈尔滨、长沙、重庆等省会、直辖市城市以及消费能力较强、品牌认知度较高的二线城市；AIVEI门店主要开设在二、三线城市。相较于一线城市，二、三线城市受到的国际品牌冲击较小、运营成本较低；同时二、三线城市发展迅速、中产阶级数量提升，可以提供广阔的成长空间，丰厚的回报。ANMANI（恩曼琳）创立时间较早，知名度较高，同时与GIVH SHYH（巨式国际）、CAROLINE（卡洛琳）在风格设计上分别侧重于女性在不同环境下的着装需求，因此与后两者常

合柜销售，起到相互助力的作用。AIVEI产品线较为全面，虽然创立时间较短，但门店拓展速度更快，呈现出良好的发展态势。

QDA是公司2012年末推入市场的新品牌，属于流行时尚精品品牌。QDA品牌着眼于填补公司的中端品牌，更注重设计、品质、服务。QDA目前已在北京、上海、深圳、南京、哈尔滨、成都、重庆等地开设了多家门店。

（4）不断巩固品牌知名度

随着公司品牌知名度的提升，获得了各级政府部门的认可和表彰，近年来公司取得的主要荣誉包括：

获得时间	荣誉称号	颁布机构
2015年9月	福建省纺织服装、服饰企业国内市场占有率50强	《福建企业年鉴》编委会
2015年8月	福建省劳动关系和谐企业	福建省人力资源和社会保障厅、福建省总工会、福建省企业与企业家联合会、福建省工商业联合会
2015年7月	2014年服装行业百强企业，“产品销售收入”排名第42位，“利润总额”排名第19位，“销售利润率”排名第3位	中国服装协会
2015年3月	2014年度纳税百强企业	福建省国税局、福建省地税局
2014年7月	2013年服装行业百强企业，“产品销售收入”排名第47位，“利润总额”排名第23位，“销售利润率”排名第9位	中国服装协会
2014年3月	2013年度纳税百强	福建省国税局、福建省地税局
2014年3月	2013年度民营企业纳税百强	福建省国税局、福建省地税局
2014年3月	2013年福建省青年安全生产示范岗	共青团福建省委、福建省安全生产监督管理局
2013年6月	2012年服装行业百强企业，“产品销售收入”排名第48位，“利润总额”排名第21位，“销售利润率”排名第13位	中国服装协会
2013年3月	福建省2012年度纳税百强	福建省国家税务局、福建省地方税务局
2013年2月	2012年十佳工业企业	厦门市人民政府

公司于2011年引入LVMH集团所赞助的私募基金L Capital Asia, L.L.C.作为投资者，通过L Capital Xiamen Fashion Ltd.持有公司股份，成为公司第三大股东；于2013年9月开始代理经营国际品牌万宝龙的部分产品。公司获得的各项荣誉及与国际品牌的合作将进一步巩固公司的品牌知名度，并为公司将来国际化运营创造了条件。

2、设计制作优势

女装消费崇尚品味、个性、时尚，女装产品也因此款式繁多、风格多变；而且女装对设计制作的要求也高于男装。因此优秀的设计制作水平是保证公司在中、高端女装市场保持持续发展的核心竞争力之一。

（1）富有经验的设计团队

公司品牌众多、各具特色，为了最大化地体现各品牌的风格，公司对产品设计实行分品牌管理。每个品牌均设有独立设计室，拥有独立的设计团队。每支设计团队由设计总监（首席设计师）领衔，由服装设计师、商品设计师、助理设计师、设计师助理等组成。

公司采用设计师驱动形式进行产品设计，各品牌设计总监在品牌的风格定位和流行趋势把握上有较大的话语权，在品牌女装设计过程中发挥着灵魂作用。设计总监一方面要具有敏锐的时尚捕捉能力，准确把握流行趋势，另一方面要深刻理解品牌文化，保证品牌风格的延续和传承。公司7个品牌设计总监（首席设计师）从业年限均超过10年，有4人的从业年限超过20年，具有丰富的设计经验，能够敏锐捕捉时尚，准确把握流行趋势；7个品牌设计总监（首席设计师）在公司任职年限平均超过10年，对品牌历史和文化有深刻的理解，能很好地延续和传承品牌风格。

设计团队中，由服装设计师负责该品牌服装的设计研发，商品设计师负责该品牌饰品、鞋、包等的设计工作。截至报告期末，公司拥有一支426人的专业化、高素质设计团队，拥有较为丰富的从业经验。同时，公司设计师经常到欧洲、日本、韩国、香港等国家和地区实地考察、市场调研，与Alistair Duncan Blair（Dior品牌前主设计师）等国际设计师进行不定期的产品企划与设计交流，以保持长期、优秀的设计灵感和学习能力。

（2）充足的研发投入保障

服装的设计研发能力是品牌的核心竞争因素之一，公司每年的研发与设计费用支出也较多。报告期内，发行人研发费用支出累计达25,115.25万元，购置了先进软、硬件设计设备，为公司的研发与设计提供了充足的保障。报告期内，公司的研发费用情况详见本节“七、公司技术与研发情况”之“（二）研究开发情况”。

（3）每年大量款式的推出

在公司设计团队的努力及充足的投入保障下，公司的设计创新能力得以持续。公司每年推出大量服装、商品款式，凸显了公司较强的设计能力。报告期内，公司设计的服装、商品款式数量如下：

单位：款式

品牌	2016年春季		2015年		2014年		2013年	
	服装	商品	服装	商品	服装	商品	服装	商品
JR	183	46	452	131	521	167	546	226
JW	113	28	323	74	424	113	450	132
AN	140	23	393	94	458	126	498	160
GS	125	30	219	65	490	145	497	170
CR	131	30	345	79	441	122	472	142
IV	178	30	544	99	591	122	595	134
QDA	188	25	771	82	903	76	2,056	801
合计	1,058	212	3,047	624	3,828	871	5,114	1,765

注 1：数据按款式所属年度统计，如 2013 年款式包含 2013 年春、夏、秋、冬四季款式。

注 2：QDA 品牌 2013 年、2014 年包含 Smile、Star、Holiday 三条线路，因此 2013 年、2014 年 QDA 的款式数大于其他品牌；2014 年 QDA 品牌款式数较 2013 年大幅下降。

注 3：扣除 QDA 品牌款式数，2013 年、2014 年和 2015 年公司其他品牌服装款式数合计为 3,058 款、2,925 款和 2,276 款，呈逐年递减趋势，主要原因系受宏观经济形势下行的影响，服装行业增速放缓，公司对各品牌设计款数进行优化精简。

3、销售渠道优势

销售渠道对于服装类企业至关重要，销售渠道的数量和档次也影响着服装的档次，对中、高端女装企业而言，其销售渠道还具有一定的稀缺性。因此，拥有终端销售渠道的数量、质量以及对销售渠道的有效管理已经成为服装企业的核心竞争力之一。

（1）公司终端门店数量多，分布广泛

公司终端门店数量多。截至2015年12月31日，公司共有终端门店697家，其中自营模式门店352家，经销模式门店345家。

公司终端门店分布广泛。目前，公司在除西藏以外的全国各省、直辖市以及台湾、澳门特别行政区均拥有销售终端。全国终端门店分布情况如下：

省份	JR	JW	AN	GS	CR	IV	QDA	合计
北京	8	0	3	0	1	0	2	14
上海	8	0	3	0	2	2	2	17
天津	5	0	3	1	2	0	0	11
重庆	11	0	6	4	9	12	2	44
福建	10	0	4	0	5	3	0	22
安徽	3	0	5	1	4	2	1	16
甘肃	1	0	1	0	0	0	0	2
广东	11	2	8	2	14	8	4	49
广西	4	0	3	3	2	4	0	16
贵州	1	0	1	1	1	3	0	7
海南	1	0	1	0	0	0	0	2
河北	3	1	4	0	0	8	2	18
河南	4	1	3	0	2	2	3	15
黑龙江	7	0	11	6	12	15	3	54
湖北	7	0	6	0	0	0	0	13
湖南	6	0	7	1	3	12	2	31
吉林	3	1	5	2	1	3	0	15
江苏	21	0	11	1	8	1	3	45
江西	1	0	0	3	1	1	0	6
辽宁	14	2	15	3	12	22	1	69
内蒙古	4	0	10	5	4	5	2	30
宁夏	2	0	1	0	0	1	0	4
青海	2	0	1	0	0	1	0	4
山东	7	0	4	0	3	7	0	21
山西	4	0	6	1	1	2	0	14
陕西	3	0	3	1	4	0	1	12
四川	15	6	21	3	12	29	3	89
新疆	8	2	9	0	5	8	0	32
云南	3	0	3	0	2	0	0	8
浙江	6	0	1	0	1	1	1	10
澳门	1	0	0	0	0	0	0	1
台湾	6	0	0	0	0	0	0	6
总计	190	15	159	38	111	152	32	697

数量庞大且分布广泛的销售网络系统，有效地扩大了公司的品牌影响力，使发行人产品得以渗透至全国，成为国内具有较高知名度和竞争力的品牌。

（2）公司的终端门店档次较高

进驻商场的档次决定了门店的档次，门店的档次可以窥见品牌的档次。公司在广州太古汇、北京王府井、上海港汇、深圳万象城、南京金鹰国际购物中心等档次较高的商场开设了终端门店。入住高档次商场，是公司提升终端门店档次和品牌形象的重要手段。

公司在各方面对终端门店进行严格管理。在选址方面，无论是自营门店还是经销门店，公司都必须对选址进行严格的实地考察，要求优先进驻当地繁华商圈中的高档商场，并在对位置、人流量、面积等因素进行综合考评后确定是否开设。在终端门店形象管理方面，公司按品牌统一门店形象设计、装修以及橱窗、陈列道具、家具等形象用品的选择，以保证门店形象良好、风格统一，随着流行趋势的变化，公司的终端门店形象也不断地更新换代，一般每两、三年重新设计、装修一次。同时，公司对终端门店的橱窗展示和商品陈列有严格的要求，每季货品上架之前，公司都将橱窗展示和商品陈列作换季调整；公司每周要求各个门店上传橱窗展示和商品陈列照片，对门店进行纠正和指导，从而提升店铺形象和顾客满意度。

（3）自营模式和经销模式相结合促成终端门店的快速增长

公司销售模式分为自营模式和经销模式，其中：自营模式又分为直营模式和管理商模式。各种销售模式各有特点：直营模式下，公司的管控能力最强，但门店的拓展能力会受到公司渠道资源和管理能力的制约；管理商及经销模式下，公司可利用管理商或经销商当地的渠道资源快速拓展终端门店，同时，管理商还可弥补公司管理能力不足的缺陷。为了及时占有稀缺的销售渠道，公司灵活使用各种模式拓展销售终端，通常根据当地实际结合合作伙伴的行业经验、渠道资源及资金实力等因素合理选择合作模式，做到公司与合作伙伴的双赢，从而促成了公司终端门店的快速增长。

4、全产业链优势

公司业务涵盖产品企划、产品设计、面辅料采购、产品生产、品牌推广和销

售终端网络等环节，拥有完整的产业链条。全产业链条具有以下优势：

（1）有利于公司对市场作出快速反应，提高产品适销性

中、高端女装市场要求企业快速掌握流行趋势、市场销售情况并及时调整设计和生产，从而提高产品适销率，降低产品库存。公司通过ERP系统将产业链的各个环节连接起来，公司能够及时获得门店销售的产品款式、面料、色彩及销售区域等相关数据，企划和设计部门可以根据积累的数据研判流行趋势、调整产品的企划和设计，设计出更加适销的产品，提高产品的适销性；公司能够根据每季订单情况，分波段组织采购和生产，采购、生产部门也可以根据销售的相关数据调整下一波段的采购和生产，适当提高适销产品量，降低滞销产品量，从而有效降低产品库存；品牌推广部门可以根据销售相关数据，分析投放广告必要性进行广告投放，使品牌推广更有效。全产业链要求公司投入更多的管理资源，但能够充分发挥产供销一体化的灵活性。

（2）有利于保证产品的高品质和独特性

公司产品定位于中、高端女装市场，具有精致、典雅、性感的风格，较多使用手工缝制的珠片及蕾丝、珍珠等配饰，手工精致。公司拥有熟练的生产人员和精良的生产设备，在关键生产环节能够自行加工生产，有利于保证产品的高品质。公司在整个设计过程中对款式均严格保密，保留自有产能也使公司易于保证产品的独特性。

5、稳定的客户优势

（1）VIP客户群体较大，活跃度较高

经过多年的品牌经营和推广，公司产品已经拥有了一批忠实的消费者。报告期内各期末，公司VIP客户总数分别为149,027人、191,399人和223,114人，呈现较快增长的趋势。报告期内，受宏观经济下行、消费零售业疲软等因素的影响，有实际消费的VIP客户数，即活跃VIP客户数占VIP客户总数的比例呈逐年下滑态势。

报告期各年末，公司各品牌VIP客户情况如下：

单位：人

品牌	2015-12-31		2014-12-31		2013-12-31	
	VIP 总数	活跃 VIP 数	VIP 总数	活跃 VIP 数	VIP 总数	活跃 VIP 数
JR	72,663	16,037	65,796	17,875	54,808	21,005
JW	16,391	2,727	13,269	2,324	11,804	3,391
AN	40,791	8,509	36,893	9,995	30,915	10,995
GS	23,553	4,115	22,332	5,285	17,887	5,634
CR	25,124	7,201	20,123	6,741	15,636	5,784
IV	20,914	3,231	18,366	3,481	13,738	2,633
QDA	23,678	1,800	14,620	2,755	4,239	664
合计	223,114	43,620	191,399	48,456	149,027	50,106
占比	19.55%		25.32%		33.62%	

（2）VIP客户年人均消费额高，客户群体优质

公司为VIP客户提供折扣优惠、积分累积、特惠产品活动以及生日优惠等服务。报告期内，公司VIP客户消费金额分别为76,455.26万元、87,264.18万元和80,892.46万元，人均消费额分别为15,258.70元、18,008.95元和18,544.81元，属于非常优质的客户群体。

报告期内，公司VIP客户消费金额及人均消费额情况如下：

总额单位：万元 人均消费额：元/人

品牌	2015 年度		2014 年度		2013 年度	
	总额	人均消费额	总额	人均消费额	总额	人均消费额
JR	40,583.97	25,306.46	43,516.54	24,344.92	37,423.24	17,816.35
JW	11,557.36	42,381.22	12,506.95	53,816.48	11,136.55	32,841.50
AN	9,924.44	11,663.46	11,908.13	11,914.09	12,656.75	11,511.37
GS	5,151.15	12,517.98	6,599.24	12,486.74	7,154.25	12,698.36
CR	9,171.69	12,736.69	8,760.92	12,996.47	6,096.30	10,539.95
IV	2,637.90	8,164.35	2,423.87	6,963.14	1,779.68	6,759.13
QDA	1,865.95	3,363.29	1,548.53	5,620.80	208.48	3,139.73
合计	80,892.46	18,544.81	87,264.18	18,008.95	76,455.26	15,258.70

6、管理商模式的优势

管理商模式是公司拓展自营门店的重要方式之一。管理商模式，是指公司与

商场签订联营合同或租赁合同取得门店或由管理商提供门店，公司与管理商签订品牌委托管理合同，委托管理商负责门店的日常经营管理的模式。管理商模式又可分为商场联营专柜、商场租赁专柜和管理商联营店三种类型，详见本节“四、公司的主要业务情况”之“（三）公司的经营模式”之“8、销售模式”。截至2015年12月31日，公司管理商门店246家，占自营门店的69.89%，占有所有门店总数的35.29%。

管理商模式作为公司重要的销售模式，具有以下几方面优势：

（1）管理商能够更好促进公司货品的销售

管理商通常更贴近当地市场，更加了解当地流行趋势的发展方向及当地顾客的消费习惯，因此能够更好地推广公司品牌，促进货品的销售。

（2）通过管理商实现对门店的有效管理

公司门店众多、遍及全国，而公司的零售管理人员、管理手段及相应的管理能力有限，限制了对门店的日常经营的有效管理。公司通过与当地的管理商合作，将门店的人员招聘、日常管理交由管理商负责，公司通过对管理商进行合理的管控（如ERP数据上传、日常巡店、暗访、店务管理手册等），以及有效的奖惩（如阶梯式管理费等），从而实现对门店的有效管理。

7、管理团队优势

公司管理层核心成员孙瑞鸿、罗永晖、孙孟慧、卓建荣均有超过20年的女装行业从业经验并长期担任管理职务，拥有丰富的经营管理经验，深刻理解行业本质，能够准确把握行业的发展趋势。公司董事、品牌创意总监孙瑞鸿先生是公司及品牌运营的创始人，于2012年8月被福布斯中文网评为“全球时尚界25位华人”，是业内公认的时尚领军人物之一。公司董事长、总经理罗永晖先生，曾就职于知名女装品牌宝姿，对销售渠道管理有着丰富的经验，2004年进入公司后，带领管理层实现了公司终端门店数量和营业收入的快速增长。

（四）竞争劣势

1、营销网络需进一步扩张

从目前的营销网络情况看，公司虽然终端门店数量众多，但就单个品牌而言，每个品牌的终端门店仍然较少。以公司主打品牌JORYA为例，截至2015年12月

31日，JORYA门店仅190家（含JR、JW合柜），且集中在北、上、广、深4个一线城市，澳门、台湾以及成都、重庆、天津、厦门等消费能力较强的二线城市，在一、二线城市营销网络覆盖面还不够充分。随着居民人均收入的提高以及公司品牌知名度的扩大，公司营销网络仍需进一步扩张。

公司自营模式店铺比例相对较低，截至2015年12月31日，自营门店352家，占总门店数量的50.50%，尤其是AIVEI品牌的自营门店仅15家，占其总门店数量的比例仅为9.87%。为了保持公司的持续竞争力，公司需要对销售网络进行整合升级，提升自营模式店铺的比例。

随着单个品牌的发展壮大以及多品牌经营深耕渠道的内在需求，要求公司继续保持适度的门店扩张速度。

2、ERP系统需要优化升级

服装行业流行趋势瞬息万变，公司需要准确把握流行趋势和客户需求。为此，公司需要利用信息化技术使产品研发设计、生产、物流仓储、配送、销售和反馈等环节高度自动化、智能化。随着未来对信息化技术的要求越来越高，公司需要对现有的ERP系统进行优化升级、开发信息安全体系等。

3、仓储及物流配送能力需要提高

目前公司在不同地方租赁仓库，地点分散且场地面积有限，自动化仓储、拣料等管理水平有待提高。随着业务规模的扩大，目前公司仓储及物流配送能力不足问题日益凸显，将影响公司业务的发展。公司需要加大仓储面积、实施集中管理并提高自动化水平，提高公司的仓储及物流配送能力。

4、自有产能不足

公司产品的一大特色便是对细节的精雕细琢，产品的主要生产流程尤其是手工缝制部分是由公司自主完成的，自主生产能增加企业的快速反应能力，灵活高效地调整生产节奏，提高产品的适销率，也能更好的保障公司的产品品质和款式的独特性，符合中、高端女装品牌的定位。报告期内，公司根据市场销售情况灵活调整生产人员数量，生产人员数量保持在2,800-3,200人。一方面，从短期来看，市场的淡旺季波动，自有产能的限制可能导致公司在销售旺季时，产能暂时性的短缺，从而错过最佳的销售时机；另一方面，从长期来看，公司各品牌门店数量

不断增加，销售所需货品数量不断增加，将会导致公司自有产能不足。

四、公司的主要业务情况

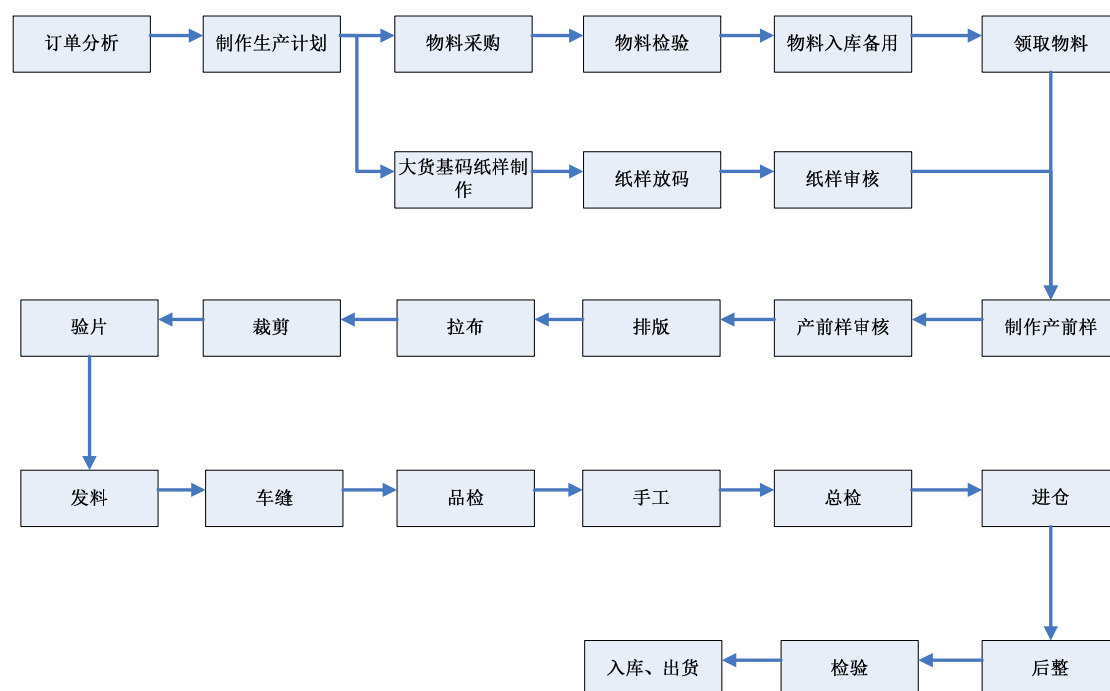
（一）公司主要产品

公司主营JORYA、JORYA weekend、GIVH SHYH（巨式国际）、ANMANI（恩曼琳）、CAROLINE（卡洛琳）、AIVEI和QDA七个自主品牌的中、高端女装的设计、生产和销售。公司产品分为服装类和商品类两个大类：

类别	主要产品	
服装类	上衣、风衣、羽绒服、皮衣、针织品、衬衫、裙类、裤类等	
商品类	饰品	腰带、眼镜、围巾、帽子、发箍、项链、打底袜、手套等
	鞋	凉鞋、皮鞋、休闲鞋、靴子等
	包	手提包、挎包、钱包等

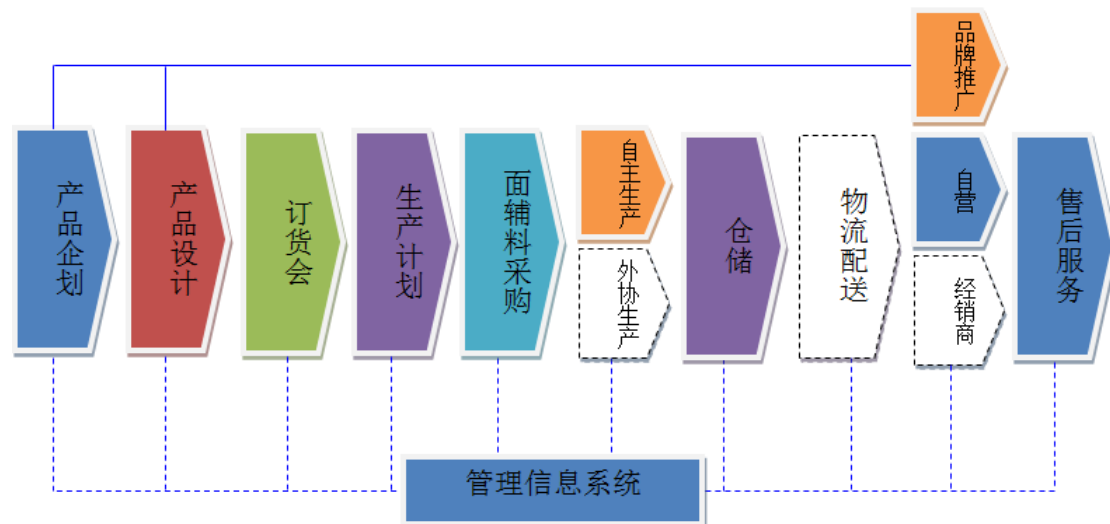
（二）主要产品的工艺流程

公司主要产品为中、高端女装，其工艺流程如下：



（三）公司的经营模式

公司业务涵盖产品企划、产品设计、面辅料采购、产品生产、品牌推广和销售终端网络等环节，拥有完整的产业链。产业链各环节情况如下：



注：彩底实框为公司控制的环节，白底虚框为公司控制以外的环节。

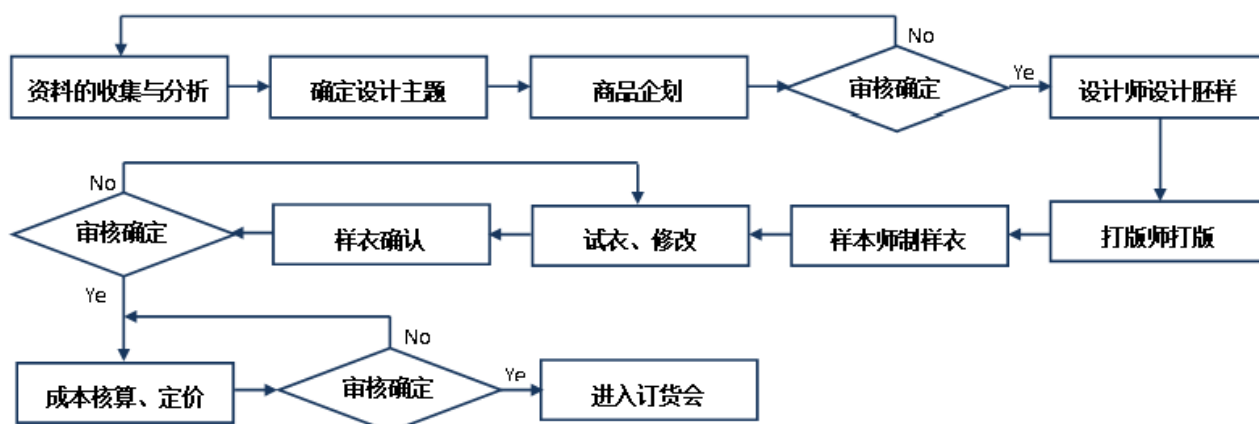
1、产品企划

由于公司七大品牌的设计风格 and 理念、目标人群、品牌定位各不相同，因此每个品牌均设有自己的品牌设计室，采用各品牌独立企划和设计的模式，以最大化地体现出品牌差异。每个品牌设计室独立进行产品企划，根据各自的品牌定位，通过市场调研、流行趋势把握及以前年度和各季的产品销售情况分析，结合设计师自身灵感，确定下一季商品的主题、风格、款式、颜色、面料、市场价格等，形成产品企划书并提交各品牌设计总监。

2、产品设计

各品牌设计室人员配备齐全，通常由设计总监、服装设计师、商品设计师、助理设计师、设计师助理及制版师、样本师等组成。设计师根据产品企划书设计商品胚样图，制版师根据商品胚样图制作样板，样本师根据样板裁剪和缝制样衣，样衣经成本核算、定价并经审核确定后进入订货会。

公司产品企划和设计流程如下：



3、品牌推广

(1) 品牌推广方式

公司根据品牌定位及各品牌目标族群媒体使用习惯来制定品牌推广方式。针对于中、高端，消费群体特定的特点，在品牌宣传策略上，暂未采用电视、报纸等大众化媒体，而是主要通过终端门店形象、时尚杂志、时尚酒会、艺人借衣、影视剧服装合作、品牌静态展、新品预购会及微信、微博等方式进行品牌推广。

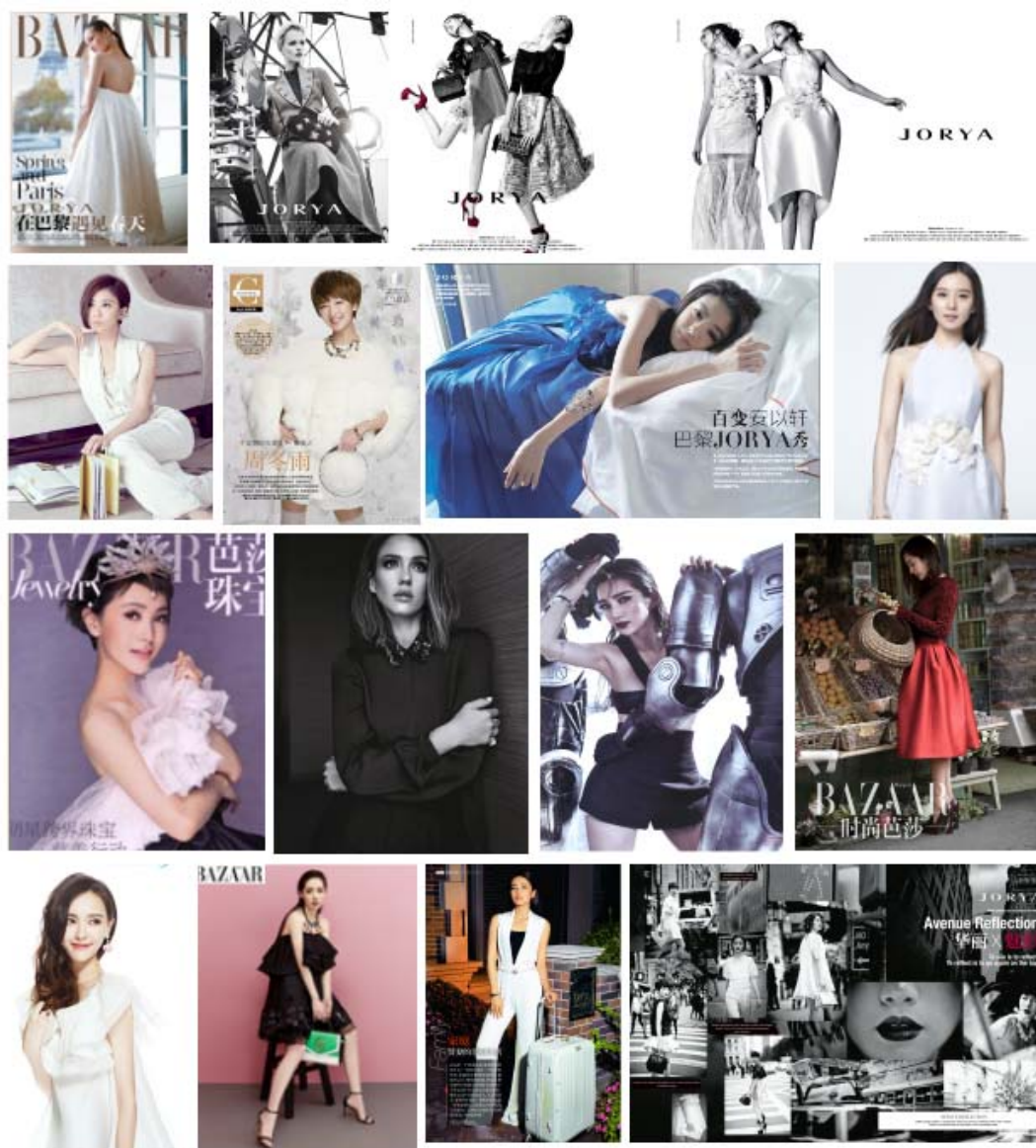
①终端门店形象

公司重视品牌的形象建设，维护品牌价值，为保证终端门店视觉形象的一致，公司对每个品牌终端门店进行统一设计、统一装修，将品牌定位、设计风格、核心价值融入到门店的形象中，让门店成为公司有力的品牌推广平台。橱窗是公司各品牌的亮点之一，除终端门店的统一设计和装修外，公司定期根据商品的主题、风格，重新设计橱窗、陈列，并在商品上架前更换橱窗、陈列，做到橱窗、陈列与商品风格一致，给顾客一致的、舒适的购物体验。



②时尚杂志

时尚杂志是众多国内外一线时尚品牌推广的必选媒介之一。公司根据时尚杂志的市场定位、消费群体及阅读率等，选择《服饰与美容VOGUE》、《时尚芭莎BAZZAR》等与公司品牌定位相符的时尚女性杂志投放平面广告，起到了较好的宣传效果。除了广告投放之外，公司还积极拓展平面媒体关系，时尚杂志在对公司品牌有一定认同的情况下，会对品牌进行主动曝光推荐，如当红明星封面及封面大片，明星专访大片时装大片、单品推荐等均已成功合作。



③时尚酒会

公司结合企业发展的实际需要不定期举行时尚酒会，邀请两岸三地一线影视明星参加，由众明星穿着公司品牌女装并借助媒体宣传，有力提升了公司的品牌形象。例如，2011年公司藉L Capital Xiamen Fashion Ltd.入股公司的契机，举行大型酒会，邀请两岸明星助阵造势，并进行全方位媒体宣传，扩大了品牌能见度，有力提升了公司的品牌形象。公司着力培养新品牌QDA，在QDA成都环球中心店、深圳海岸城店开业时，邀请多位影视歌明星助阵开业酒会，引发了媒体大面积的报道，提高QDA品牌的知名度。



④明星合作

近年，公司品牌与知名人气女明星合作越来越密切，并且建立了良好的长期合作关系。在各类大型活动、杂志拍摄中，都有常能见到穿着品牌服装现身的女明星们，例如，杨幂、刘亦菲、Angelababy、林依晨、蔡依林、A-Lin、张靓颖、郭采洁等，都曾多次穿着JORYA、JORYA weekend等品牌出席公众场合活动。未来，公司将在此方面继续深入挖掘，在保持原有合作关系的同时，让更多知名女星穿着品牌服装亮相。



⑤影视剧、电视栏目合作

2012年，公司向电影《小时代》无偿出借演员穿着及拍摄需要的JORYA、JORYA weekend品牌女装，演绎了角色的恬静气质和影片青春主题，也展示出JORYA、JORYA weekend品牌的风格，收获了较好的口碑和品牌宣传效果。另外，公司还陆续为《闺蜜》、《何以笙箫默》、《大喜临门》、《两生花》等多部影视剧提供品牌女装。未来，公司将继续选择与公司品牌定位、品牌风格一致的影视剧进行品牌宣导。



除影视剧外，公司还与众多电视栏目有长期或者不定期的合作，出借主持人服装，如CCTV6的《中国电影报道》、黑龙江卫视《美丽俏佳人》、CCTV6《一起音乐吧》等。

⑥MV 植入

公司尝试多元化影视合作，除电影和电视剧外，赞助了杨丞琳最新专辑《双丞戏》主打歌曲《其实我们值得幸福》MV拍摄，用全新的角度提升品牌形象，扩大品牌知名度。



⑦时装静态展

时装静态展是服装品牌文化推广的手段之一。公司陆续在上海久光商场、重庆星光68商场、青岛万象城、厦门磐基名品中心、苏州久光商场、南京德基广场等地举办JORYA品牌时装静态展，展示JORYA品牌时装细节之精细、手工之精湛、布料之精致，通过动态视频呈现JORYA的风格，藉此让消费者更近距离地接触JORYA的经典设计，更直观了解JORYA的时尚优雅。



⑧户外广告媒体

户外广告媒体是提升品牌形象及推广品牌知名度的一个重要宣传方式，公司旗下服装品牌与全国各地大型商场多次合作户外海报、LED视频、灯箱及吊副等多种媒体形式进行宣传，藉此让更多消费者更直观的了解品牌的定位及形象，关注到品牌的相关信息及活动。



⑨新品预购会

为了回馈VIP客户长期对品牌的支持，彰显品牌对VIP客人的重视和感谢，品牌在新品上市之前会预先举办VIP新品鉴赏预购会，仅对VIP客人开放邀请，预购会当天为受邀客人准备精心的茶点，营造舒适愉快的氛围，并提前展示当季全部新品，供客人鉴赏订购，私享缤纷新品。



⑩微信、微博

公司关注新媒体的发展趋势，运用当下最热门的新媒体平台（如微博、微信等）传递品牌讯息，进行新品发布、促销活动、门店开业信息、品牌新闻动态、公关活动等资讯的发布，并积极与客户进行互动。

#JORYAstar#【杜拉拉告别职业干练装，@林依晨Ariel 换上JORYA礼服成为优雅女人】林依晨于上周在全国多地的《杜拉拉追婚记》首映会上，都身着JORYA服装优雅亮相，是哪一套JORYA服装，让她展现优雅姿态深入人心呢？[阅读原文](#)：[杜拉拉告别职业干...](#)
@林依晨吧官方微博 #林依晨# @林依晨依晨花园后援会

全世界的优雅女人都想拥有的收藏品，JORYA设计总监从巴黎带回来了！

JORYA 配饰点亮衣橱 成为秋冬优雅重点

JORYA色彩新搭配，给冬季加点“快乐”

#JORYAevent#【在圣诞节之际，JORYA送您温暖礼品】一年一度圣诞欢乐购活动即将为您展开，12月，一个充满爱与希望的时刻，JORYA今年为您带来不一样的圣诞节。2015年11月21日至2016年1月3日，凡至店消费即可参加圣诞节系列活动，欢迎光临专柜，为圣诞装扮做准备。天津海信JORYA VIP 尊享会优雅落幕，活动精彩回顾
2015年10月26日

【镜像·纽约】JORYA 星耀上海，展现极致优雅
2015年05月27日

JORYA设计总监与你浪漫游巴黎
2015年10月07日

位于天津海信广场3楼的JORYA店铺，优雅舒适和敞亮明净的环境为顾客带来轻松愉快的购物感觉，活动当天吸引众多来宾和我们一同分享JORYA的优雅光芒。

JORYA, 2015 FASHION EXHIBITION "REFLECTION NEW YORK" 上海时尚秀暨品牌静态展「镜像·纽约」于上海崭新的艺术重镇 - 西岸艺术中心呈现了一场精彩绝伦的时尚视觉盛宴。

(2) 报告期内广告宣传费情况

报告期内，公司销售费用中广告宣传费情况如下：

单位：万元

项目	2015 年度	2014 年度	2013 年度
广告宣传费	3,460.15	1,937.58	2,790.18
营业收入	181,301.24	221,840.18	209,556.72
占营业收入比例	1.91%	0.87%	1.33%

4、订货模式

公司每年召开4次订货会，订货会一般提前半年召开，即春季订货会在前一年度7-8月份召开，夏季订货会在前一年度10-11月份召开，秋季订货会在当年1-2月份召开，冬季订货会在当年4-5月份召开。所有销售终端均参加公司的订货会，参加人员一般为门店的店长、销售人员和经销商或管理商主要负责人。

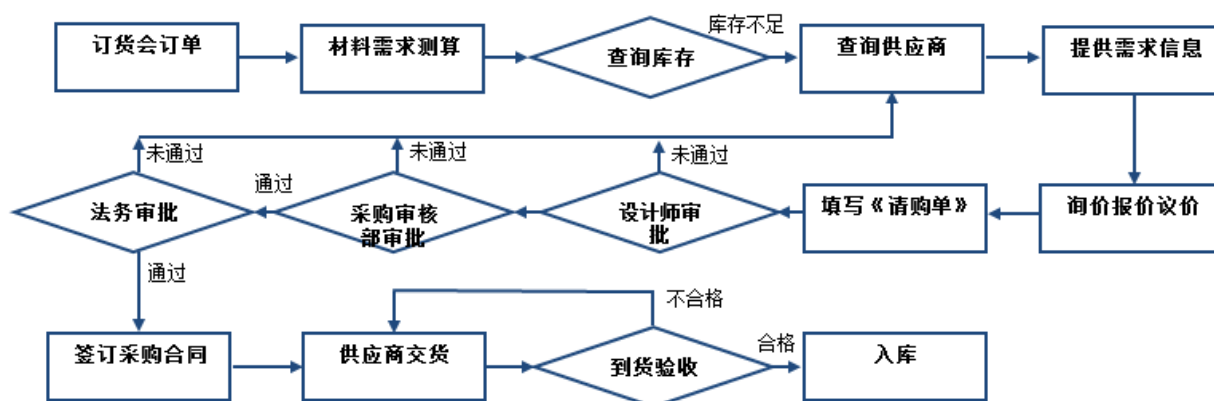
公司订货会采用T台走秀、展厅展示的形式，结合基于Ipad的电子订货系统，使货品搭配效果更直观，订货过程更简易、更高效。

5、采购模式

公司根据订货会订货情况制定采购和生产计划，按交货波段组织采购和生产。公司力求通过将采购、生产和销售之间合理的衔接，科学安排生产计划，降低产品和原辅料的库存压力。

公司采购的生产物料主要是面料、辅料等。由于公司品牌女装所用面料个性化强，因此公司面料供应商数量较多，采购分散。公司采购的面、辅料主要有两种来源：一是供应商向公司设计师推荐，设计师根据当季设计主题和流行趋势选择面、辅料；二是设计师在市场上发现合适的面、辅料，要求供应商进行改良和研发。

公司原材料、辅料的采购流程如下：



由于公司的供应商数量多，采购分散，更需要公司对供应商进行严格评审和管理。在供应商的寻找和评审方面，公司通过参加面、辅料展会、网络等方式寻找供应商，对供应商的基本情况、生产规模、人员、交期、品质、价格、服务意识及合作态度等进行综合评估，评估合格的供应商经审批后进入合格供应商数据库。公司各种主要物料的合格供应商通常不少于3家。在供应商的管理方面，公司每年一月份对供应商上一年供货情况进行年度考核，根据供货的品质、交期、价格、配合度等综合评分，根据得分将供应商评定为A（90分以上，含90分）、B（89~70分）、C（69~60分）、D（60分以下，不含60分）等4个等级，A、B级供应商为合格供应商，C级供应商为需辅导或需改善的供应商，D级供应商为不合格供应商。D级供应商或连续两次年度考核C级的供应商将被取消合格供应商资格。另外，对一年内连续两次供货有较重大质量问题的供应商，公司直接取消其合格供应商资格。

6、生产模式

公司目前采用自制生产为主，外协生产为辅的生产模式。

（1）自制生产

自制生产是指公司自主设计样板，自行采购面、辅料等原材料，利用自有设备，组织生产人员进行生产的模式。

（2）外协生产

外协生产是指由公司提供设计样板，由公司提供主要原材料或由外协厂商自行采购公司指定的原材料，利用外协厂商的生产能力进行加工生产的模式。

出于保障公司产品的品质以及对新一季货品上架前版型保密的需要，除QDA品牌成品外协生产外，公司主要外协生产为委托加工和外购半成品，委托加工工序主要是车工、绣花、印花、水洗等工序，外购半成品主要是针织品、皮制品、罗纹、羽绒等半成品。上述委托加工工序及外购半成品的生产与公司自行生产无实质性差异。

报告期内，公司外协生产情况如下：

单位：万元

项目	2015年	2014年	2013年
委托加工费	919.97	2,240.34	1,641.39
外购半成品	10,218.87	12,666.21	13,433.24
外购产成品（QDA）	2,206.37	1,801.02	7,770.82
合计	13,345.20	16,707.57	22,845.45

注：由于 QDA 品牌外购产成品的数量减少，2014 年外协生产较上年同期下降 26.87%；由于整体生产规模下降，2015 年外协生产较上年同期下降 20.12%。

7、仓储物流模式

公司下设物流部负责仓储和物流工作。仓储分为厦门总部的仓储和门店的仓储；物流贯穿面、辅料等原材料及半成品、成品的采购，门店配货及退、换货等环节。

（1）仓储

公司厦门总部仓库分为布料仓、成品仓、过季货品仓，分别负责存放经公司检验合格入库的布料、当季货品和未实现销售的过季货品。①布料仓，各品牌生产车间划出专门区域设立布料仓用于布料仓储，以方便就近生产；②成品仓，目前，公司在厦门市湖里区华光路、兴盛路租用了多处仓库用于当季货品的集中仓储；当季货品实行按品牌分区域仓储，按款式和尺码分类归集存放，并配备专门人员负责，以便快速分拣、配送；成品仓严格按照业务部出具的出货单发货；③过季货品仓，未实现销售的过季货品和销售终端换货的货品存放于过季货品仓；目前公司在厦门市同安区租赁了过季货品仓库，面积42,290M²；过季货品也实行集中仓储，并分品牌、分年份、分季节、分系列、分款式归集存放；经销商的换货必须经过业务部的审批，否则仓库不予受理。

门店用于对外销售的货品由各门店自行仓储，由业务部门负责监管。

（2）物流

面、辅料等原材料及半成品、成品的采购物流通常由供应商负责，运输至厦门总部仓库。

女装消费时尚性强的特点要求公司建立完善、快速的门店配货体系，能够做

到及时、准确的配送，从而为门店的销售提供强有力的支撑。公司当季货品集中存放在厦门成品仓中，根据业务部的出货单采用航空、汽运、快递等方式将货品直接发送至全国各地的终端门店。公司综合考虑物流网络、运输能力、配送速度及安全性、售后服务、配合度等多方面因素选择第三方物流公司负责公司货品的配送。报告期内，公司与福建省邮政速递物流有限公司厦门市分公司、厦门蓝鹏物流有限公司、厦门市顺丰速运有限公司、厦门弘皓物流有限公司、厦门鹭申通快递服务有限公司、厦门中瞬货物快递有限公司等多家物流公司签订合作协议，建立了较为完善的物流配送体系。自营终端门店货品配送发生的物流费用由公司承担，经销商门店货品配送的物流费用由经销商承担。

自营终端门店未实现销售货品的退回及经销商换货货品由终端门店选择第三方物流公司送回公司过季货品仓。自营终端门店货品退回发生的物流费用由公司承担，经销商换货发生的物流费用由经销商承担。

报告期内与第三方物流单位的合作情况，见下表：

第三方物流公司名称	2015 年度	2014 年度	2013 年度
嘉里大通物流有限公司厦门分公司	49.21	46.03	55.76
厦门鹭申通快递服务有限公司	99.98	126.99	185.60
厦门蓝鹏物流有限公司	193.84	236.52	284.32
厦门中瞬货物快递有限公司	31.81	50.70	6.45
福建鸿达运输有限公司厦门分公司	4.51	38.09	61.96
厦门全速智达货运代理有限公司	1.01	1.10	8.05
广州市大四喜物流有限公司	-	-	6.01
福建华丰运输有限公司	-	-	18.79
上海恒荣国际货运有限公司厦门分公司	-	-	6.86
福建省邮政速递物流有限公司厦门市分公司	240.89	241.10	19.70
广州市倾城物流有限公司	5.96	2.51	4.02
广州市双子物流有限公司	-	3.26	2.19
厦门市顺丰速运有限公司	186.07	170.76	114.64
厦门鑫达飞货运代理有限公司	15.79	12.42	-
厦门弘皓物流有限公司	147.22	128.83	-
厦门泰晨物流有限公司	28.90	-	-
跨越速运集团厦门分公司	24.86	-	-

第三方物流公司名称	2015 年度	2014 年度	2013 年度
其他（零星发生或摘要未注明的物流公司费用）	73.99	38.63	28.35
合计	1,104.04	1,096.95	802.72

8、销售模式

（1）销售模式介绍

根据商品所有权是否归属公司，公司销售模式分为两大类：自营模式和经销模式。

经营模式	特征
自营模式	商品实现最终销售前，商品所有权归属于公司。公司通过与商场签订联销合同或租赁合同等方式取得门店，或由管理商提供门店，由公司直接负责门店的日常经营管理或委托管理商负责门店的日常经营管理。
经销模式	商品由经销商买断，商品所有权归属于经销商。经销商自行负责门店的取得及日常经营管理。
其他	通过展销特卖、内购、电子商务等不依赖实体门店的方式进行销售。

① 自营模式

根据公司是否直接参与日常经营管理，自营模式可以划分为直营模式和管理商模式。

直营模式，是指公司与商场签订联营合同或租赁合同取得门店，并直接负责店铺的日常生活管理的模式。与商场签订联营合同的（商场联营专柜），公司收到商场结算清单核对无误后，按合同约定将门店零售总额扣除商场分成后的部分向商场开具发票并确认为收入；与商场签订租赁合同的（商场租赁专柜），公司自主销售，将货品交付给最终客户收取价款时确认收入，由公司自主收银或由商场代收银（商场代收银的，商场定期将代收款项划回公司），公司另行支付门店租金。

管理商模式，是指公司与商场签订联营合同或租赁合同取得门店或由管理商提供门店，公司与管理商签订品牌委托管理合同，委托管理商负责门店的日常生活管理的模式。与商场签订联营合同的（商场联营专柜），公司收到商场结算清单核对无误后，按合同约定将门店零售总额扣除商场分成后的部分向商场开具发票并确认为收入，公司向管理商另行支付管理费；与商场签订租赁合同的（商场租赁专柜），管理商负责销售，将货品交付给最终客户收取价款时确认收入，由

公司自主收银或由商场或管理商代收银（商场或管理商代收银的，商场或管理商定期将代收款项划回公司），公司向商场支付门店租金，向管理商另行支付管理费；由管理商提供门店的（管理商联营店），公司与管理商进行结算清单核对无误后，按合同约定将门店零售总额扣除管理商分成后的部分向管理商开具发票确认收入，公司不再另行支付管理费。

②经销模式

经销模式，是指经销商买断商品，并通过经销商的门店对外销售的模式。

自营模式、经销模式的主要经营条件比较如下：

经营模式		主体及合同关系	商品所有权	门店取得方式	租金承担方	店面人员薪资	营运费用承担	装修费用承担	定价	销售收入及结算	管理费
直营模式	商场联营专柜	公司和商场签订《联营合同》	公司	联营商场提供	—	公司	公司	公司全额	公司统一吊牌价	销售金额扣除商场分成后的余额；每月定期对账，公司向商场开具发票，商场向公司支付货款	—
	商场租赁专柜	公司和商场或物业业主签订《租赁合同》	公司	公司租赁取得	公司承担	公司	公司	公司全额	公司统一吊牌价	销售金额全额；将货品交付给最终客户收取价款时确认收入，由公司自主收银或由商场代收（商场代收的，商场定期将代收款项划回公司）	—
自营模式	商场联营专柜	公司和商场签订《联营合同》，公司和管理商签订《品牌委托管理合同》	公司	联营商场提供	—	管理商	一线城市公司承担，非一线城市按合同约定分担	一线城市公司承担，非一线城市按合同约定分担	公司统一吊牌价	销售金额扣除商场分成后的余额；每月定期对账，公司向商场开具发票，商场向公司支付货款；公司另行支付管理费	销售金额的一定比例
	商场租赁专柜	公司和商场签订《租赁合同》，公司和管理商签订《品牌委托管理合同》	公司	公司租赁取得	公司承担	管理商	按合同约定分担	按合同约定分担	公司统一吊牌价	销售金额全额；将货品交付给最终客户收取价款时确认收入，由公司自主收银或由商场或管理商代收（商场或管理商代收的，定期将代收款项划回公司）；公司另行支付管理费	销售金额的一定比例
	管理商联营店	公司和管理商签订《品牌委托管理协议》	公司	联营管理商提供	—	管理商	管理商	按合同约定分担	公司统一吊牌价	销售收入为销售金额扣除管理商分成后的余额。按月进行对账结算。	—
经销模式		公司与经销商签订《品牌授权经销商协议》	经销商	经销商取得	经销商	经销商	经销商	按合同约定分担	终端售价为公司统一吊牌价，经销商供货价为优惠供应价	根据优惠供应价计算的对经销商销售额	—

③其他

其他是指通过展销特卖、电子商务、特殊折扣、内购等不依赖实体店铺的方式及短期代销方式销售商品。

展销特卖，指公司以折扣价在特定的时间、地点销售过季货品，主要目的是减少库存积压，同时也有利于拓展市场、推广公司品牌、提升知名度。展销特卖一般情况下由公司组织，经销商或管理商协助。经销商或者管理商如果进行展销，需要向公司提出申请，未经公司同意不得私自进行展销特卖活动。

电子商务，指公司依托各电商平台进行线上销售。截至招股说明书签署日，公司已在天猫商城、京东网上商城开设品牌旗舰店或授权分销店销售商品，另外，公司还通过唯品会等进行短期促销活动。目前，除QDA、AIVEI品牌，线上销售的主要是过季货品，是公司处理过季货品的主要渠道之一。

随着我国线上销售市场的不断扩大，线上销售迎合了不同消费者的消费需求和购物习惯，并可以及时获得第一手消费者偏好信息，有利于公司提供更优质的服务、更合适的产品。未来，公司可能针对线上销售设计特殊品牌或款式，使其成为公司除终端门店以外的当季货品销售渠道之一。

短期代销，经销商门店新开业时，可能会错过当季订货会，因此公司会根据仓库现有货品情况将当季或/及过季货品先发予门店进行上架销售，对于该部分货品采用代销的方式，每个月进行对账结算。

特殊折扣，管理商每季度末将其管理的门店不能完成销售的部分在季末以一定折扣买断；特殊折扣是公司处理过季货品的渠道之一。根据《品牌委托管理合同》的约定：“公司每年两次对退货情况进行考核，管理商可将新品订货会所订货品总量的30%退回公司，管理商应将扣除退回的货品后不能完成销售的部分在季末以吊牌价一定折扣向公司买断”。但近年来，由于纺织服装行业不景气、库存压力大，公司未严格执行上述条款，对于管理模式门店不能完成销售的部分，管理商可以将其退回公司，也可以在季末以一定折扣买断。

内购，在获得公司特批的情况下，公司员工或其他人员可以以较低的折扣购买公司的产品。

（2）报告期内，分销售模式的销售收入情况如下：

金额单位：万元，占比：%

销售模式	2015 年度		2014 年度		2013 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
自营模式	95,787.87	53.27	112,603.72	51.13	106,544.34	51.24
经销模式	65,403.33	36.38	87,183.88	39.59	77,559.12	37.30
其他	18,579.40	10.33	21,159.78	9.61	23,848.22	11.47
递延收益	29.40	0.02	-725.18	-0.33	-	-
合计	179,800.00	100.00	220,222.20	100.00	207,951.67	100.00

（3）定价模式

①终端门店零售价格

为维护品牌的中、高端定位，保持和提高公司产品的市场份额，公司在充分考虑流行趋势、市场供求及同档次女装产品市场价格的基础上，综合公司的品牌、产品质量、经营成本、利润率等因素确定终端零售价格。公司大陆所有终端门店，无论是自营模式门店还是经销模式门店，都必须严格按统一的终端零售价格进行销售。澳门及台湾各门店终端零售价格系在大陆的终端零售价格基础上适当调整，再以汇率为基础确定折算比例进行折算。发行人统一终端销售价格体系，经销商不具有自主定价的权利，除事先经发行人书面同意的折扣销售或特卖会等价格存在差异外，同一商品在自营模式和经销模式下终端销售价格无差异。

对于当季货品，公司仅对VIP客户进行打折销售，JORYA、JORYA weekend VIP客户折扣为8.8折（金卡），GIVH SHYH（巨式国际）、ANMANI（恩曼琳）、CAROLINE（卡洛琳）VIP折扣为8.5折（白金卡）或8.8折（金卡），AIVEI VIP客户折扣为8.8折（金卡）、QDA VIP客户折扣为9.5折（VIP卡）。对于过季商品，经公司品牌业务部审批后可采用折扣销售，折扣通常为：终端门店折扣销售不低于7折，奥特莱斯折扣店按年份不同在3折-5.0折之间，展销按年份不同在2折-5折之间，电子商务3.5折以下。

2014年，JORYA、JORYA weekend、GIVH SHYH（巨式国际）、ANMANI（恩曼琳）、CAROLINE（卡洛琳）品牌实施VIP客户积分代金券（电子券）回馈方案，按VIP客户有效消费额的一定比例回馈代金券，每年分两阶段（春季：3-8月，秋季：9-2月）统计并以短信方式发送至相关VIP会员手机，回馈后代金券后积分相应扣除，代金券自发放之日起30天内有效，在扣除代金券金额后还可享受店内优惠活动，不可延期，逾期作废。

②对经销商的定价

在保证公司的期望毛利率前提下，公司对经销商按优惠供应价，即终端零售价格的一定折扣进行销售。

9、营销网络的拓展和管理模式

（1）门店的拓展

在门店的选址上，通常依次考察下列内容：

A、城市，考察拟开门店所在城市的经济发展状况、人口数量、人口结构、消费习惯等，确保城市与公司品牌定位以及发展战略一致；

B、商圈，考察拟开门店所在地的商圈分布、商业形态以及拟开店商圈的客户群、人流量等，要求是拟开店城市的主要商圈；

C、商场，要求拟进驻的商场（街铺）档次高，品牌氛围与公司品牌定位一致；

D、位置，对于商场专柜，要求进驻楼层符合品牌定位，周围应有与品牌相似定位的中、高端女装品牌门店，门店应为边厅，在商场动线上，优先考虑面积在80M²以上门店。

在门店拓展模式上，公司通过直营模式和管理商模式拓展自营门店，通过经销模式拓展经销商门店。直营模式、管理商模式及经销模式详见本节“四、公司的主要业务情况”之“（三）公司的经营模式”之“8、销售模式”。

（2）门店的管理

①门店管理基本内容

公司商品部和营运中心下设的品牌业务部、视觉形象部及商店管理部对终端门店进行分模块管理。

商品部和品牌业务部负责终端门店货品的管理，其中商品部负责全国性促销活动的审批、商品的调配等；品牌业务部负责各门店的订货、商场促销活动的审批、与商场或管理商对账、期末门店货品的盘点等。

商店管理部负责门店操作的管理，商店管理部制定了《店铺管理手册》，对门店相关人员的店铺操作流程进行详尽的规范和管理。

视觉形象部负责门店橱窗和陈设的管理，视觉形象部根据不同品牌每季商品的风格重新设计橱窗，并在每季新品上架前更换橱窗和陈设。

无论是公司自营模式门店，还是经销模式门店，均需要接受上述管理。公司

品牌业务部、商店管理部及视觉形象部每季都会对店铺进行巡店，主要以抽查、暗访为主。巡店过程中，如果发现店铺陈列、产品售价、销售人员态度、店铺清洁等不符合公司要求的，会实施相应的处罚。

②门店销售数据管理

公司是市场导向型企业，快速、准确地掌握终端门店销售数据，有利于产品企划、产品设计、采购和生产、物流配送各个环节的联动，从而促进公司整条产业链的提升。因此，终端门店销售数据及时、准确上传ERP系统是门店管理的重要内容之一。

公司要求店铺开业时即使用ERP系统，每日的销售数据必须于次日上午11点之前上传。

为了加强门店数据上传的及时性和准确性，公司对店铺数据上传采取两个标准进行考评：

A、当月“不准时”上传累计次数

公司系统自动记录并累计单门店当月不按时上传的次数（结账后调整数据的次数）。以当月累计次数7次为限，累计错误数达到7次或以上者，将进行适当的处罚。

B、当月“不准时”上传累计件数

公司规定，当月未准时上传件数超过公司规定范围的，公司将根据实际情况予以处罚（当月结算完成后调整数据的次数）。根据门店类型不同，公司实行考核的标准不同：

销售模式		当月累计限制件数
自营模式	直营模式	15 件
	管理商模式	20 件
经销模式	买断式经销	60 件

（3）经销商、管理商的选择和管理

发展经销商、管理商是公司拓展营销网络的重要方式。截至2015年12月31日，公司共有经销模式门店345家，占门店总数的49.50%，管理商模式门店246家，占门店总数的35.29%。两类门店合计占比为84.51%，重要性不言而喻，因此经销商和管理商的选择、管理对公司的发展至关重要。

①经销商、管理商的选择标准

A、认同公司文化、热爱公司品牌、把握产品所蕴含的生活理念：经销商、管理商作为连接公司与消费者的桥梁，不仅要向消费者推荐公司产品，更要将公司文化、品牌内涵传达给消费者。

B、丰富的服装品牌运营经验：为了更好地维护和发展品牌，公司在选择经销商、管理商时，特别注意其是否有经营品牌服装的经验。

C、与当地中、高档商场具有良好的合作关系：公司的产品定位决定了公司所进驻的商场都是当地的中、高档商场。经销商、管理商与中、高档商场保持良好的合作关系将有助于公司选择位置较好的铺位，而好的铺位也会促进公司产品的销售。

D、对时尚具有敏锐的洞悉能力：店铺直接面对终端消费者，对流行趋势的变化也最为敏感。经销商、管理商是否对时尚具有敏锐的洞察力，很大程度上决定了公司产品能否实现销售。

E、资金实力：服装产品以季度为销售周期，每季都需要大量订货，因此对采取买断式的经销商资金要求较高。

目前，很多经销商、管理商都是与公司合作10多年的老客户，拥有丰富的品牌服装运作经验，对服装行业有深入的理解，对公司品牌也有强烈的认同感。

②经销商、管理商的合作流程

当有合作意向的个人或者公司联系公司品牌业务部时，公司按照如下流程对其进行考核：

A、拟合作方提交《合作意向调查表》，填报拟开店城市整体情况、拟合作方基本情况及经营经验、开店计划等。

B、品牌业务部对拟合作方进行初步判断，主要考核其开店城市与公司品牌定位以及发展战略是否一致以及欲进驻的商场是否与品牌定位一致；与拟合作方进行初步沟通，了解拟合作方的基本情况，包括但不限于服装行业销售经验、销售业绩；考察拟合作方对合作品牌的内涵、风格、定位是否足够了解，拟合作方是否对该品牌未来2-3年的运营推广有足够清晰的规划。

C、基本情况符合公司要求的，品牌业务部将《合作意向调查表》及相关材料提交营运中心审核。营运中心审核时重点关注拟合作方资质是否满足公司对管

理商和经销商的运营要求，其品牌运营推广计划是否符合公司总体计划。

D、营运中心审核通过后，品牌业务部派专人进行实地考察，并形成《市场考察报告》。

E、《合作意向调查表》、《市场考察报告》及相关材料提交公司总经理审批。审批通过后，在拟合作方就柜位与商场进行商谈并达成合作意向后，公司将与拟合作方签订《品牌授权经销协议》或《品牌委托管理协议》。

③《品牌授权经销协议》、《品牌委托管理协议》的主要内容

序号	《品牌授权经销协议》	序号	《品牌委托管理合同》
一	专卖店（专柜）场地与协议期限	一	委托管理专卖店（专柜）场地与合同期限
1	专卖店的场地，包括位置、面积、品牌等	1	专卖店的场地，包括位置、面积、品牌等
2	开店程序，包括开店资料、实地考察、评估审核及合同签署等	2	开店程序，包括开店资料、实地考察、评估审核及合同签署等
3	合同的有效期，通常为一年	3	合同的有效期，通常为一年
4	未经公司许可，不得改变专卖店场所，不得将合同项下权利/义务转让第三人或以任何方式与第三人合作经营或其他损害公司权益的行为	4	未经公司许可，不得改变专卖店场所，不得将合同项下权利/义务转让第三人或以任何方式与第三人合作经营或其他损害公司权益的行为
5	合同期满的续约或终止	5	合同期满的续约或终止
6	签订协议的主体应与工商机关登记注册的主体完全一致，且提供最新相关材料	6	签订协议的主体应与工商机关登记注册的主体完全一致，且提供最新相关材料
7	经销商同时代理或经销其他品牌的事先书面报备	7	管理商同时代理或经销其他品牌的事先书面报备
8	担保人及担保人的连带责任保证	8	担保人及担保人的连带责任保证
二	经销权与知识产权	二	经营权与知识产权
1	经销权，授予经销商在指定地点进行非专有性和非独占性的销售货品的权利	1	经营管理权，授予管理商在指定的地点进行非专有性和非独占性的经营管理权利
2	经营主体及营运费用，经销商为独立的经营主体，自行承担专卖店的所有责任、义务，须自行聘请员工及支出专卖店所有营运支出	2	经营主体及营运费用，管理商为独立的经营主体，自行承担专卖店的所有责任、义务，须自行聘请员工及支出专卖店所有营运支出
3	合同主体变更方式	3	合同主体变更方式
4	知识产权归属，经销商不因本合同获得任何涉及公司商标、标识、图纸、技术	4	知识产权归属，管理商不因本合同获得任何涉及公司商标、标识、图纸、

序号	《品牌授权经销协议》	序号	《品牌委托管理合同》
	等知识产权或其他权利或许可		技术等知识产权或其他权利或许可
5	经销商使用品牌商标、公司名称、商号、商业名称或近似名称的限制	5	管理商使用品牌商标、公司名称、商号、商业名称或近似名称的限制
6	经销商协助公司维护公司知识产权或对公司构成不正当竞争的义务	6	管理商协助公司维护公司知识产权或对公司构成不正当竞争的义务
三	装修要求与费用承担	三	装修、形象要求与费用承担
1	专卖店的形象设计及配件家具的选择须得到公司的同意	1	公司负责专卖店的形象设计，并由公司或公司指定的厂商统一制作配件家具，由管理商自行承担相关费用
2	装修费用标准及承担，通常公司承担 1/3，经销商承担 2/3	2	装修费用标准及承担，通常商场到专卖店的主电缆施工、空调设备、消防改造、取暖设备的装修费公司、管理商各承担 50%，除本合同或合同双方另有书面约定的部分外，其他所有装修费用公司承担 2/3，管理商承担 1/3
3	装修方案及施工方，公司提供装修方案并指定施工方	3	装修方案及施工方，公司提供装修方案并指定施工方
4	设计方案所有权及版权归属，归属公司，经销商负有保密责任	4	设计方案所有权及版权归属，归属公司，管理商负有保密责任
5	橱窗道具的租赁、退还及其他用品的购置	5	形象用品的租赁
6	装修频次，公司有权要求经销商每两年重新装修一次	6	装修频次，公司有权要求管理商每两年重新装修一次
7	合同终止时，经销商放弃对所投入装修费用的要求任何补偿的权益	7	合同终止时，管理商放弃对所投入装修费用的要求任何补偿的权益
8	店内设备的维护、维修、更换，及遵守《工程保养奖罚条例》的要求	8	店内设备的维护、维修、更换，及遵守《工程保养奖罚条例》的要求
四	履约保证金与预付款	四	履约保证金
1	履约保证金，履约保证金的数额、交纳及合同期满后的返还；未按期足额交纳履约保证金的违约责任	1	履约保证金，履约保证金、形象租金的数额、交纳及合同期满后的返还；未按期足额交纳履约保证金的违约责任
2	预付款，经销商须参加每年四次订货会，每次订货会后须预付订货货款总额的 20%，预付款可转为货款	2	若管理商有拖欠公司货款或其他违约行为，管理商无权要求公司支付管理费，并且公司有权直接从管理商的履约保证金中扣除违约金及其他公司受到的直接和/或间接的损失
3	货款，经销商须在收到付款通知之日起 10 个工作日内	3	合同期满，履约保证金的处置
4	无论何种原因致经销商签订的商场专柜（或租赁）协议提前终止，本协议随之	4	履约保证金被公司全部或部分扣除后，管理商补足履约保证金的义务

序号	《品牌授权经销协议》	序号	《品牌委托管理合同》
	同时终止		
5	履约保证金被公司全部或部分扣除后，经销商补足履约保证金的义务	5	管理商违约导致合同解除后履约保证金的处置
6	经销商违约导致合同解除后履约保证金的处置	五	货品的销售和管理
7	合同期满，履约保证金的处置	1	货品的供应与保管，公司按合同的规定不定期向管理商提供货品，管理商应按合同的规定保管货品
五	货品订购和管理	2	订货量，管理商根据当地的实际情况提出要求，作为公司发货的参考；公司每年两次对退货情况进行考核，管理商可将新品订货会所订货品总量的 30%退回公司，管理商应将扣除退回的货品后不能完成销售的部分在季末以吊牌价一定折扣向公司买断。
1	订货和订货价，经销商每年应参加公司四季订货会订购货品，订货价格为经销优惠供应价（即吊牌价一定折扣）	3	管理商指定的收货地址和收货人。
2	保底进货量要求	4	货品所有权属于公司，管理商须在收货后签收确认函
3	经销商指定的收货地址和收货人，及交付货品后货品所有权及风险的转移。	5	专卖店销售数据的传送
4	收货及签收确认函	6	专卖店货品的调动
5	逾期支付货款的违约责任	7	专卖店的对帐核算、盘点及缺损货品的赔偿
6	退换货额度政策，服装退换货额度为已支付当季服装订货款 10%，商品退换货额度为已支付当季商品订货款的 20%	8	专卖店换季货品的退回
7	合同因经销商原因而解除或公司因基于保护品牌而解除的，经销商无权要求向公司退回已订购的货品	9	售价管理，当季货品在公司指定的正品期须按统一吊牌价销售，VIP 客人享受折扣价
8	专卖店销售数据的传送	10	管理商有义务于销售过程中在公司VIP卡和第三方VIP卡（包括但不限于联名卡）中仅能选择一种VIP卡使用
六	货品销售与专卖店（专柜）管理	11	管理商应无条件执行公司制定的VIP会员管理规定或推出的VIP活动
1	专卖店管理要求，须按《品牌专柜终端管理》进行管理	12	管理商不得以任何向消费者收取预存货款或变相收取预存货款的形式销售货品
2	营业员人员配置及相关要求	六	销售结算及主要费用承担

序号	《品牌授权经销协议》	序号	《品牌委托管理合同》
3	售价管理，当季货品在公司指定的正品期须按统一吊牌价销售，VIP 客人享受折扣价	1	货品在该专卖店（专柜）的零售价格应执行公司指定的全国统一价格
4	促销价，在公司指定的促销期间，经销商可以不低于 VIP 折扣价的价格制定促销价	2	管理商承担专卖店（专柜）营业员工薪酬、社会保险、住房公积金和税费等一切国家规定之费用以及营运支出
5	公司货品须原状进行销售，经销商不得对货品进行任何更改；经销商不得将货品通过网络销售或在合同约定的地点以外销售，不得批发给任何第三人	3	商场收银情况下，管理商有每月销售清单核对、发票开具和转交及货款催收等的协助义务
6	VIP 贵宾卡的发放、使用管理及 VIP 贵宾卡积分兑换礼品供应价的分担	4	管理费标准及执行方式
7	经销商有义务于销售过程中在公司 VIP 卡和第三方 VIP 卡（包括但不限于联名卡）中仅能选择一种 VIP 卡使用	5	管理商自收银情况下，货款的结算和支付
8	经销商应遵守《VIP 会员的管理规定》，推行 VIP 的办理和执行	6	管理商收到公司的书面确认函五天后，公司应寄出正规税务发票
9	经销商需为客户提供的服装修改服务	7	管理商拖延返还或侵占公司应取得的销售分成的规定
10	货品质量投诉处理及责任的承担	8	销售货款均属于公司所有，管理商收取货款仅为为公司代收和保管的行为
11	公司对专柜形象及管理情况的检查及罚则	9	公司发给管理商的货品及相关物品均属于公司独有财产，管理商仅为履行本合同而暂时代为保管
12	严禁在店内陈列及销售其他品牌商品的规定	10	管理费的对帐、结算和支付
13	经销商有义务计划和拓展品牌在合同授权区域内的销售网络	七	专卖店（专柜）管理
14	广告宣传的报备及广告费的承担，公司承担全国性之宣传广告费用，经销商承担在合同授权区域内的电视、报纸、杂志宣传的媒体费用	1	专卖店管理要求，须按《品牌专柜终端管理》进行管理
15	经销商不得以公司或品牌的名义对外开展、参与第三方组织机构或个人举办的任何业务或宣传推广活动，不得使用公司品牌 LOGO、制作物等	2	营业员人员配置及相关要求
16	本合同经销权不包括在门店所在地举办展销等商业活动	3	VIP 客人享受折扣价，VIP 贵宾卡的发放、使用管理
17	经销商须严格遵守《反商业贿赂条款》	4	管理商需为客户提供的服装修改服务
七	ERP 系统管理	5	货品质量投诉处理及责任的承担
八	撤店（柜）	6	公司对专柜形象及管理情况的检查及

序号	《品牌授权经销协议》	序号	《品牌委托管理合同》
			罚则
1	撤店（柜）期限，在合同终止或期满之日起3个月完成撤店（柜）	7	严禁在店内陈列及销售其他品牌商品的规定
2	合同终止或期满后经销商的义务，形象标识的销毁、租赁橱窗道具的返还、尾货的处理及撤柜费用的承担和货款、违约金、赔偿金等结算	8	管理商有义务计划和拓展品牌在合同授权区域内的销售网络
九	协议的解除与终止	9	广告宣传的报备及广告费的承担，公司承担全国性之宣传广告费用，管理商承担在合同授权区域内的电视、报纸、杂志宣传的媒体费用
1	合同有效期内，无论何种原因致专卖店（专柜）的租赁或联销合同提前终止，本协议终止	10	管理商不得以公司或品牌的名义对外开展、参与第三方组织机构或个人举办的任何业务或宣传推广活动，不得使用公司品牌 LOGO、制作物等
2	公司有权基于对品牌的开发及保护而解除合同，经销商不得以市场开发费、补偿金、赔偿金等名义要求公司支付任何费用，并保证履行合同解除后的相应义务	11	管理商须严格遵守《反商业贿赂条款》
十	其他事项及附件	八	ERP 系统管理
		九	撤店（柜）
		1	撤店（柜）期限，在合同终止或期满之日起3个月完成撤店（柜）
		2	合同终止或期满后管理商的义务，形象标识的销毁、租赁橱窗道具的返还、尾货的处理及撤柜费用的承担和货款、违约金、赔偿金等结算
		十	合同的解除与终止
		1	合同有效期内，无论何种原因致专卖店（专柜）的租赁或联销合同提前终止，本协议终止
		2	若店铺租赁或专柜联销合同期限届满，管理商无法续签该合同，则公司有权单方面解除本合同
		3	管理商应与公司共同努力扩大公司品牌的知名度及维护品牌的良好信誉。
		4	公司有权基于对品牌的开发及保护而解除合同，管理商不得以市场开发费、补偿金、赔偿金等名义要求公司支付任何费用，并保证履行合同解除后的

序号	《品牌授权经销协议》	序号	《品牌委托管理合同》
			相应义务
		十一	其他事项及附件

④经销商转为管理商

根据《品牌授权经销协议》、《品牌委托管理协议》，经销商、管理商的权利和义务有较大差别。报告期内，存在经销商转为管理商，门店模式发生转换的情况，主要原因为：在经销模式下，经销商必须买断货品，经销商门店越多，其资金压力越大。受宏观经济形势下行的影响，高端女装零售受到一定影响，经销商货品积压有所增加，部分大型经销商出现经营压力增大的情况，要求将其经销商门店转为管理商门店，以减少经营压力。

经销模式门店转为管理商模式门店，一般以某一季节货品为界限转换。例如，西宁王府井IV专柜于2015年夏季由经销模式转为管理商模式，故2015年夏季货品开始所有权归公司；2015年春季及以前货品仍然为买断货品，未实现销售的货品为客户所有。转换过程中租赁物业等资产的处理方式：经销商门店转换为商场联营专柜或商场租赁专柜的，原有的物业改由公司与商场联营或租赁；经销商门店转为管理商联营店的，原有的物业仍由管理商负责租赁或联营。

报告期内，共有14家经销门店转为管理门店，具体情况如下：

年度	经销商/管理商及其实际控制人	品牌	门店	转换时间点
2013年	扬州海伦商贸有限公司（赵莲春）	AN	宜兴华地	2013年1月
2014年	四川恒美集贸易有限公司（朱洁）	GS	成都时代奥特莱斯AN&GS专柜	2014年4月
2015年	西宁隆成商贸有限公司（谭振霞）	IV	西宁王府井扩容店	2015年5月
	郑州君悦服饰有限公司（李军）	IV	郑州新玛特国贸总店	2015年5月
	银川和信阳光贸易有限公司（黄绍雄）	IV	银川万达广场	2015年9月
	银川和信阳光贸易有限公司（黄绍雄）	JR	银川新华百货	2015年10月
	银川和信阳光贸易有限公司（黄绍雄）	JR	银川雅高尚都	2015年10月

年度	经销商/管理商及其实际控制人	品牌	门店	转换时间点
	重庆萱禧营销策划有限公司（郑妮）	AN	重庆北城天街	2015年8月
	重庆萱禧营销策划有限公司（郑妮）	AN	重庆万象城	2015年8月
	重庆萱禧营销策划有限公司（郑妮）	AN	重庆凯瑞商都	2015年8月
	重庆萱禧营销策划有限公司（郑妮）	AN	重庆瑞城商都	2015年8月
	珠海市吉大宏尚商行（谭彬）	AN	珠海吉大免税	2015年10月
	青岛威玛经贸有限公司（黄洮）	AN	青岛燕儿岛路	2015年7月
	重庆萱禧营销策划有限公司（郑妮）	GS	重庆北城天街	2015年8月

经销模式门店转为管理模式门店时，未实现销售的货品为客户所有，发行人无需进行会计处理。

⑤避免利益冲突的机制

部分客户与公司之间的合作同时存在管理商模式和经销模式。为避免利益冲突，公司对于同一客户，在某一城市的特定品牌门店只得采用一种模式，不同城市可采用不同模式，即同一客户在某一城市的特定品牌门店不存在既有管理商模式门店又有经销模式门店的情形。

⑥经销商换货处理

经销商未实现销售的货品不予退货，允许在一定比例内换货，但AIVEI品牌以较低批量折扣向经销商销售的货品除外。每季，经销商可以将其当季服装类购买金额的10%，商品类购买金额的20%的货品发回至公司，以换回相应金额的货品。换回的货品只能是经销商发回至公司同季或之前季节的货品。

经销商换货处理过程如下：每季货品全部到货后，经销商即可开始换货，通常在每季季末或下一季季初换货；换货时，经销商门店确定其要发回公司的产品，同时根据公司提供的库存明细，结合门店的销售情况，选择其要换回的产品；将发回和换回的货品明细填写至《换货申请表》，发送至公司相关品牌业务部，由品牌业务部进行审批；品牌业务部审批通过后，将换货明细发送至仓储部门，仓储部门严格按照经审批发回货品进行收货，按照经审批的换回货品进行发货；发

回货品进入仓库后将进行品检，对品检不合格的货品将退回给经销商，该部分货品不计入换货金额中。

报告期内换货金额及比例如下：

金额单位：万元

年份	换货金额	发货金额	换货占发货金额比例
2015 年度	5,017.50	74,481.50	6.74%
2014 年度	5,058.68	97,819.90	5.17%
2013 年度	5,384.13	90,279.29	5.96%

注：发货金额为含税的经销商销售额

2015年受服装行业整体下行的影响，公司换货比例有所上升。

⑦报告期内经销商窜货情况

除 AIVEI 品牌针对部分经销商根据批量不同制定不同折扣的优惠供应价，且允许其向其所在特定区域内的其他经销商转销外，公司其他各品牌经销商，不分区，获得的优惠供应价格是相同的，因此经销商跨区域窜货赚取价差的动机较小；且公司已建立其防止跨区域窜货的相关制度、惩戒措施并明确到与经销商签订的《品牌授权经销协议》中，能有效的防止窜货情况的发生。报告期内，公司未发生过跨区域窜货等扰乱生产经营的情况。

10、售后服务模式

公司营运中心下设客服部负责零售客户的售后服务及退换货。

零售客户的售后服务及退换货过程如下：（1）门店人员接到产品质量投诉问题或退换货要求时，首先应填报《质量投诉处理表》；（2）问题经门店店长复核后，上传问题产品照片至客服部，由客户专员对问题进行初步判断；（3）如初步判断是质量问题的，则寄回公司，交由品质管理部进行品检，以确定问题的原因；（4）客服部根据品检结果与客户协商处理方法（如是产品本身质量问题，则给予退换货或免费维修；如是客户使用不当造成的问题，则客户需付费维修）；（5）需退换货的，经客服部经理复核并经品牌业务部经理审批后，由门店给予退换货；（6）需维修的，由客服部转交生产部进行维修，维修后寄回门店。

11、信息化管理模式

公司已建立了包括渠道协同、零售管理、门店管理、订货会管理、财务管理

等系统在内的信息系统。公司通过信息系统实现对公司各业务环节的管控，对终端销售数据的统计、分析和运用，从而实现产业链的整体提升。

公司的信息系统对产品的设计、生产、仓储物流、终端销售等各业务环节进行管控和连接，通过管控实现运作的标准化，通过连接实现沟通的扁平化，从而降低运作过程中的出错率，提高整个产业链的反应速度。

公司需要准确把握市场流行趋势和消费者需求，才能在瞬息万变的服装行业立足。公司已将信息系统推广至所有的终端门店，能够及时获取终端销售数据，并将相关数据反馈给设计、采购、生产、物流配送等各部门，使设计部门设计出更适销的产品，采购和生产部门更及时组织采购和生产，物流配送更精准，努力实现在提高产品适销率的同时降低产品库存，进而降低营运成本的目的。

12、万宝龙品牌的经营模式

2013年，公司开始经销万宝龙品牌，主要产品包括腕表、书写工具、皮具、珠宝配饰四大类，其业务模式如下：

订货会：万宝龙腕表，每年1月份参加“日内瓦国际高级钟表展”针对万宝龙腕表新一年度品类进行订货；除腕表以外的其它三大品类产品，每年4月份参加历峰贸易（上海）有限公司（历峰贸易（上海）有限公司隶属于瑞士历峰集团（www.richemont.com），瑞士历峰集团成立于1988年，主营珠宝、手表以及时装等，旗下拥有卡地亚、万宝龙、登喜路等众多品牌）在国内举办订货会进行订货。

采购模式：分为分配模式和申请模式，分配模式是在万宝龙有新品面市时，根据全球生产总量分配，中国区域的分配量由历峰贸易（上海）有限公司根据区域销售情况，与各经销商协商一致后进行分配，无固定数量；申请模式是根据合同条款，每月根据上月销售业绩进行申请采购。公司采购万宝龙产品的价格通常为其吊牌价的5.8折（含税）。采购及结算流程如下：专柜提出采购需求，公司审核采购需求，公司向历峰贸易（上海）有限公司发出采购订单，历峰贸易（上海）有限公司下单发货，专柜订单到货复核并提出付款申请，财务部审核及付款，历峰贸易（上海）有限公司开具发票给公司。

销售模式：截至目前，公司仅在西宁王府井设立一个万宝龙直营模式商场联营专柜对外销售万宝龙品牌产品。

结算模式：专柜日常销售及管理由公司负责，由商场代收银，销售收入为扣除商场分成后的余额（根据品类不同，商场分成比例不同，腕表为12%、其他三大类为14%），每月5日由专柜财务人员在商场指定系统打印月结算单，由专柜经理及财务人员共同审核月结算单，确认无误后，通知公司开具发票给商场，商场收到发票后回款至公司。

（四）公司营销网络情况

1、公司营销网络的整体情况

报告期内各期末，公司的门店数量分别为758家、757家和697家。截至2015年12月31日公司697家门店中，自营模式门店352家，占比50.50%；经销模式门店345家，占比49.50%。

报告期内各年末，公司分销售模式的店铺数量情况如下：

日期	自营模式		经销模式	合计
	直营模式	管理商模式		
2013年12月31日	60	263	435	758
2014年12月31日	76	255	426	757
2015年12月31日	106	246	345	697

注：各年末营销网络不含万宝龙经销店，下同。

2、公司营销网络分布情况

截至2015年12月31日，公司697家门店分布于除西藏以外的全国各省（自治区、直辖市）以及台湾、澳门地区。

公司终端门店区域分布情况如下：



公司终端门店地区及品牌分布情况如下：

地区	JR	JW	AN	GS	CR	IV	QDA	合计
东北地区	24	3	31	11	25	40	4	138
华北地区	24	1	26	7	8	15	6	87
华东地区	45	0	24	2	18	13	7	109
华南地区	26	2	16	5	21	15	4	89
华中地区	18	1	16	4	6	15	5	65
西北地区	16	2	15	1	9	10	1	54
西南地区	30	6	31	8	24	44	5	148
境外地区	7	0	0	0	0	0	0	7
合计	190	15	159	38	111	152	32	697

注：为了计算方便，将JR/JW合柜计入JR店统计，AN/GS、AN/CR合柜计入AN店统计，GS/CR合柜计入GS店统计。

注：东北地区包括黑龙江、吉林和辽宁；华北地区包括北京、天津、河北、山西和内蒙古；华东地区包括上海、安徽、江苏、山东和浙江；华南地区包括广东、福建、海南和广西；华中地区包括河南、湖北、湖南和江西；西北地区包括甘肃、青海、陕西、宁夏和新疆；西南地区包括重庆、四川、贵州和云南；境外地区包括台湾和澳门。

3、公司门店信息

截至2015年12月31日，公司各品牌门店基本情况如下：

（1）JR门店（含JR/JW合柜）

序号	店铺名称	品牌	地址	完工面积 ^注 (M ²)	经营模式	经销商/管理商	经销商/管理商负责人
1	北京东方广场	JR/JW	北京市东城区长安街1号北京东方广场东方新天地商场首层 AA50BJORYA 店	755.06	直营	—	—
2	北京君太	JR/JW	北京市西城区西单北大街133号君太百货3层 JORYA 专柜	275.60	直营	—	—
3	北京双安	JR	北京市海淀区北三环西路38号双安商场2层 JORYA 专柜	106.00	直营	—	—
4	北京王府井	JR/JW	北京市东城区王府井大街255号北京百货大楼2层 JORYA 专柜	296.00	直营	—	—
5	北京新光天地	JR	北京市朝阳区建国路89号18号楼北楼新光天地2层 JORYA 专柜	33.00	直营	—	—
6	北京卓展	JR	北京市海淀区复兴路69号北京卓展购物中心三层3B-027号 JORYA 专柜	135.00	直营	—	—
7	北京八达岭奥莱	JR/JW	北京市昌平区南口镇陈庄村八达岭精奥特莱斯1032铺 JORYA 专柜	331.80	直营	—	—
8	上海巴黎春天五角场	JR	上海市杨浦区淞沪路1号巴黎春天五角场店二楼 JORYA 专柜	317.00	直营	—	—
9	上海久光	JR	上海市静安区南京西路1618号久光百货3楼 JORYA 专柜	72.00	直营	—	—
10	上海尚嘉中心	JR/JW	上海市长宁区仙霞路99号尚嘉中心第二层213单元	316.00	直营	—	—

序号	店铺名称	品牌	地址	完工面积 ^注 (M ²)	经营模式	经销商/管理商	经销商/管理商负责人
11	上海世博源	JR	上海市浦东新区上南路 168 号 3L152	162.00	直营	—	—
12	上海佛罗伦萨	JR/JW	上海浦东新区机场镇 103 街坊 64/1 E4+E5 单元	208.00	直营	—	—
13	上海大丸百货	JR	上海市黄浦区南京东路 228 号新世界大丸百货 3 楼 JORYA 专柜	185.10	直营	—	—
14	天津海信广场	JR/JW	天津市和平区解放北路 188 号天津海信广场 3 楼 JORYA 专柜	158.00	直营	—	—
15	天津京津奥特莱斯	JR/JW	天津市武清区前进道佛罗伦萨小镇 140/141JORYA	321.00	直营	—	—
16	天津乐天百货	JR	天津市南开区东马路 137 号乐天百货 2 楼 JORYA 专柜	187.00	直营	—	—
17	天津乐天百货 2 店	JR	天津市河西区乐园道 9 号（乐园道与越秀路交口）乐天百货文化中心店 2 楼 JORYA 专柜	151.00	直营	—	—
18	天津金元宝滨海国际购物中心	JR/JW	天津市开发区黄海路 19 号金元宝滨海国际店 2 楼 JORYA 专柜	209.00	直营	—	—
19	厦门嘉禾巴黎春天	JR	厦门市思明区嘉禾路 265 号武汉大厦松柏巴黎春天 3FJORYA 专柜	118.00	直营	—	—
20	厦门中山巴黎春天	JR	厦门市思明区中山路 76-132 号巴黎春天百货 3 楼 JORYA 专柜	158.40	直营	—	—
21	厦门中华城	JR/JW	厦门市思明南路 175 号之 43-44 厦门中华城 A2 地块 C 区二楼 2049、2050 号 JORYA 店铺	325.00	直营	—	—
22	澳门威尼斯人酒店	JR/JW	澳门氹仔望德圣母湾大马路澳门威尼斯人度假村酒店大运河购物中心大运河街 946 铺	623.00	直营	—	—
23	杭州西湖银泰	JR	杭州市上城区延安南路 98 号杭州银西百货有限公司 2 楼 JORYA 店铺	137.00	直营	—	—

序号	店铺名称	品牌	地址	完工面积 ^注 (M ²)	经营模式	经销商/管理商	经销商/管理商负责人
24	杭州武林银泰	JR	杭州市延安路 530 号银泰杭州武林总店 A 馆 3 楼 JORYA 店铺	92.00	直营	—	—
25	宁波奥特莱斯	JR/JW	宁波市鄞州区秋实路 555 号衫井奥特莱斯广场一楼 11900JORYA 专柜	216.00	直营	—	—
26	宁波天一广场店	JR/JW	宁波市海曙区右营巷 1 号天一广场潮流村 JORYA 专卖店	234.00	直营	—	—
27	苏州奥特莱斯	JR/JW	苏州市工业园区现代大道后戴街 9 号时尚舞台 JORYA 专柜	240.00	直营	—	—
28	苏州久光	JR	苏州工业园区旺墩路 268 号 2 楼 2B-24JORYA 专柜	240.00	直营	—	—
29	无锡大东方百货	JR	无锡市崇安区中山路 343 号 A 栋无锡大东方百货 2 楼 JORYA 专柜	112.00	直营	—	—
30	无锡八佰伴	JR	无锡市崇安区中山路 168 号无锡八佰伴二楼 JORYA 专柜	95.00	直营	—	—
31	金鹰国际购物中心	JR	西安市高新区科技路 37 号金鹰国际购物中心二楼 JORYA 专柜	144.00	直营	—	—
32	西安开元商城	JR	西安市碑林区东大街解放市场 6 号开元商城 2 楼 JORYA 专柜	150.00	直营	—	—
33	西安王府井	JR	西安市碑林区南关正街 66 号王府井百货三楼	164.00	直营	—	—
34	昆山商厦	JR	江苏省昆山市人民南路 146-148 号昆山商厦 2 楼 JORYA 专柜	129.00	直营	—	—
35	砂之船奥特莱斯	JR/JW	南京江宁区秣周东路 18 号砂之船奥特莱斯 2 楼 2-B25 JR&JW 店铺	230.00	直营	—	—
36	成都仁恒	JR/JW	成都市锦江区人民南路二段 1 号仁恒置地广场 A 区 308-310JORYA	389.60	管理商	成都长青藤企业管理有限公司	朱洁、李毅夫妇

序号	店铺名称	品牌	地址	完工面积 ^② (M ²)	经营模式	经销商/管理商	经销商/管理商负责人
37	成都万象城	JR/JW	成都市成华区双庆路8号(近万年场)万象城二楼263号 JORYA	357.00	管理商	成都长青藤企业管理有限公司	朱洁、李毅夫妇
38	成都太古里	JR	成都市锦江区中纱帽街8号太古里地铁层 M67A	254.00	管理商	成都长青藤企业管理有限公司	朱洁、李毅夫妇
39	南充新世纪商都	JR/JW	四川省南充市顺庆区人民南路66号新世纪百货2楼 JORYA 专柜	169.00	管理商	四川恒美集贸易有限公司	朱洁、李毅夫妇
40	宜宾莱茵春天购物中心	JR/JW	宜宾市南岸航天路中段莱茵香街莱茵春天购物中心1楼 JORYA 专柜	205.00	管理商	锦江区中悦时装店	朱洁、李毅夫妇
41	西昌达达春天百货	JR	四川省西昌市大巷口下街达达春天百货2楼 JORYA 专柜	170.00	管理商	锦江区中悦时装店	朱洁、李毅夫妇
42	石家庄北国商城	JR	石家庄市育才街56号先天下购物广场二楼 JORYA	132.00	管理商	石家庄群大贸易有限公司	周明远
43	唐山凤凰购物广场	JR	唐山市路北区北新西道22号凤凰购物广场3楼 JORYA 专柜	156.00	管理商	石家庄群大贸易有限公司	周明远
44	徐州金鹰	JR/JW	徐州市鼓楼区彭城广场北侧金鹰国际购物中心二层 JORYA 专柜	141.00	管理商	徐州多采商贸有限公司	周蓓
45	重庆奥特莱斯	JR	重庆市北部新区经开园北区汇川路1号奥特莱斯A馆一楼 A112-115 铺	100.00	管理商	重庆萱禧营销策划有限公司	郑妮
46	重庆北城天街	JR/JW	重庆市江北区北城天街购物广场 B1 馆-1F-011、012、013 JORYA 专柜	153.00	管理商	重庆萱禧营销策划有限公司	郑妮
47	重庆大都会	JR/JW	重庆市渝中区邹容路68号大都会广场 L303A JORYA 专卖店	248.08	管理商	重庆萱禧营销策划有限公司	郑妮
48	重庆万象城	JR/JW	重庆市九龙坡区杨家坪谢家湾正街49号华润中心万象城 L386 专柜	366.00	管理商	重庆萱禧营销策划有限公司	郑妮
49	重庆瑞成商都	JR	重庆市九龙坡区杨家坪步行街26号斌鑫世纪城附2	129.00	管理商	重庆萱禧营销策划	郑妮

序号	店铺名称	品牌	地址	完工面积 ^注 (M ²)	经营模式	经销商/管理商	经销商/管理商负责人
			号新世纪百货瑞成商都三楼 JORYA 专柜			划有限公司	
50	重庆世纪新都	JR	重庆市江北区观音桥步行街 7 号新世纪百货世纪新都三楼 JORYA 专柜	113.00	管理商	重庆萱禧营销策划有限公司	郑妮
51	重庆王府井百货	JR	重庆市沙坪坝小新街 49 号王府井百货三楼 JORYA 专柜	145.00	管理商	重庆萱禧营销策划有限公司	郑妮
52	重庆星光 68	JR	重庆市江北区洋河一路 68 号星光 68 广场 3FJORYA 专柜	110.00	管理商	重庆萱禧营销策划有限公司	郑妮
53	重庆茂业	JR	重庆市江北区观音桥茂业百货二楼 JORYA 专柜	160.00	管理商	重庆萱禧营销策划有限公司	郑妮
54	重庆凯瑞	JR	重庆市沙坪坝区双巷子 9 号新世纪百货凯瑞商都 3 楼 JORYA 专柜	116.00	管理商	重庆萱禧营销策划有限公司	郑妮
55	台中精诚店	JR/JW	台湾台中市西屯区精诚路 16 号 JORYA 专卖店	115.00	管理商	绮绮安流行服饰有限公司	黄文昇
56	江阴华地	JR	江阴市人民中路 18 号华地百货二楼 JORYA 专柜	130.00	管理商	扬州海伦商贸有限公司	赵莲春
57	扬州时代广场	JR/JW	扬州市文昌路 269 号（时代广场 107A139 号）	212.00	管理商	扬州海伦商贸有限公司	赵莲春
58	宜兴华地	JR	宜兴市崇安区人民中路 227 号华地百货宜兴店 3 楼 JORYA 专柜	108.20	直营	—	—
59	镇江八佰伴	JR	镇江市京口区中山东路 288 号八佰伴 2 楼 JORYA 专柜	130.00	直营	—	—
60	东莞君尚天虹	JR	东莞市东纵大道愉景威尼斯广场君尚百货二楼 JORYA 专柜	224.00	管理商	东莞市潼灵企业管理咨询有限公司	张红
61	成都仁和春天人东店	JR/JW	成都市锦江区人民东路 61 号仁和春天百货 3 楼	155.00	管理商	成都海祈商贸有	俞海斌

序号	店铺名称	品牌	地址	完工面积 ^注 (M ²)	经营模 式	经销商/管理商	经销商/管理商负 责人
			JORYA 专柜			限公司	
62	成都仁和光华店	JR	成都市青羊区二环路西二段 19 号仁和春天光华店 2 楼 JORYA 专柜	123.00	管理商	成都海祈商贸有限公司	俞海斌
63	成都时代奥特莱斯	JR/JW	成都市双流县双楠大道中段 633 号时代奥特莱斯 1122 铺 JORYA	256.00	管理商	成都海祈商贸有限公司	俞海斌
64	成都王府井百货	JR	成都市锦江区总府路 15 号王府井百货 3 楼 JORYA 专柜	136.00	管理商	成都海祈商贸有限公司	俞海斌
65	成都王府井二店	JR	成都市武侯区科华中路 2 号王府井购物中心二楼 JORYA 专柜	144.00	管理商	成都海祈商贸有限公司	俞海斌
66	大连百年城	JR	大连市中山区解放路 19 号百年商城 2 层 216 店铺 JORYA 专柜	148.00	管理商	大连百年商城梦森服装专卖店	于玲
67	大连友谊商厦	JR	大连市中山区人民路 8 号友谊商城三楼 JORYA 专柜	95.00	管理商	大连百年商城梦森服装专卖店	于玲
68	大连百年港湾奥特莱斯	JR	大连西岗区香炉礁物流园区百年港湾奥特莱斯 JORYA 专柜	174.00	管理商	大连杰西卡时尚电子商务有限公司	于玲
69	济南贵和商场	JR/JW	济南市历下区天地坛街 1 号贵和购物中心南馆三楼 JORYA 专柜	195.00	管理商	济南衣维尔雅商贸有限公司	阎洁
70	济南银座	JR	济南市历下区泺源大街 66 号银座商城三楼 JORYA 专柜	186.00	管理商	济南衣维尔雅商贸有限公司	阎洁
71	长沙万达广场	JR/JW	长沙市开福区中山路 589 号万达广场二楼 JORYA 专柜	345.00	管理商	长沙市金淇瑞服饰贸易有限公司	徐蔚
72	台南中正店	JR/JW	台湾台南市中西区中正路 62 號 JORYA 专卖店	82.50	管理商	震汉服饰精品有限公司	谢吴伸
73	南宁梦之岛	JR	南宁市青秀区民族大道中段 49 号梦之岛百货二楼	149.00	管理商	广西壹晟商贸有	韦红

序号	店铺名称	品牌	地址	完工面积 ^注 (M ²)	经营模式	经销商/管理商	经销商/管理商负责人
			JORYA 专柜			限公司	
74	南宁万象城	JR/JW	广西南宁市青秀区民族大道 136 号华润万象城 3 楼 312 店铺 JORYA 专柜	308.00	管理商	广西壹晟商贸有限公司	韦红
75	烟台振华商厦	JR	烟台市芝罘区西大街 39 号 A 区振华精品商厦三楼 JORYA 专柜	178.60	管理商	烟台腾洋商贸有限公司	王金华
76	武汉奥特莱斯	JR/JW	武汉市黄陂区盘龙大道 51 号 13 号楼 158 号 JORYA 专柜	363.94	管理商	武汉昌海欣欣服饰贸易有限公司	童俊立
77	武汉国际广场二期	JR/JW	武汉市江汉区解放大道 690 号国际广场购物中心二期 B 座三楼 B3-8JORYA 专柜	290.00	管理商	武汉昌海欣欣服饰贸易有限公司	童俊立
78	武汉新世界国贸店	JR	武汉市汉口区建设大道 566 号武汉新世界百货商场 2FJORYA 专柜	182.00	管理商	武汉昌海欣欣服饰贸易有限公司	童俊立
79	兰州国芳百货	JR/JW	甘肃省兰州市城关区东方红广场国芳百货二层 JORYA 专柜	171.00	管理商	西宁隆成商贸有限公司	谭震霞
80	西宁王府井	JR	青海省西宁市城中区西大街王府井百货二楼 JORYA 专柜	125.00	管理商	西宁隆成商贸有限公司	谭震霞
81	西宁王府井 2 店	JR	青海省西宁市城西区五四西路 1 号王府井百货二店二层 JORYA 专柜	181.00	管理商	西宁隆成商贸有限公司	谭震霞
82	珠海吉大免税	JR	珠海市香洲区吉大景山路 220 号免税商场 3 楼 JORYA 专柜	93.00	管理商	珠海市吉大宏尚商行	谭彬
83	珠海华发商都	JR	珠海市南屏珠海大道 8 号华发商都 2 号楼一层 B1013A 号铺 JORYA	141.00	管理商	珠海市吉大宏尚商行	谭彬
84	沈阳卓展	JR	沈阳市沈和区北京街卓展购物中心三楼 JORYA 专柜	147.00	管理商	沈阳佳晔商贸有限公司	褚丽芙、褚丽梅
85	沈阳乐天百货	JR	沈阳市皇姑区北陵大街 9-4 乐天百货 2 楼 JORYA 专柜	133.00	管理商	沈阳佳晔商贸有限公司	褚丽芙、褚丽梅

序号	店铺名称	品牌	地址	完工面积 ^② (M ²)	经营模式	经销商/管理商	经销商/管理商负责人
86	沈阳尚柏奥特莱斯	JR	沈阳市沈北新区蒲河路 98 号尚柏奥特莱斯南区一层 1F-062-63JORYA 专柜	308.00	管理商	沈阳佳晔商贸有限公司	褚丽芙、褚丽梅
87	沈阳万象城	JR/JW	沈阳市和平区青年大街 288 号华润中心万象城 3FJORYA 专柜	302.00	管理商	沈阳佳晔商贸有限公司	褚丽芙、褚丽梅
88	沈阳中兴	JR	沈阳市和平区太原北街 86 号中兴大厦 2FJORYA 专柜	180.00	管理商	沈阳佳晔商贸有限公司	褚丽芙、褚丽梅
89	沈阳中兴新一城	JR	沈阳市沈和区中街路 268 号中兴新一城 2F JORYA 专柜	190.00	管理商	沈阳佳晔商贸有限公司	褚丽芙、褚丽梅
90	长春欧亚	JR	长春市朝阳区工农大路 1128 号欧亚商都 3FAJORYA 专柜	220.00	管理商	哈尔滨尚都新天地百货市场有限公司	高佩德
91	长春卓展	JR	长春市朝阳区重庆路 1255 号卓展购物中心 3FBJORYA 专柜	118.00	管理商	哈尔滨尚都新天地百货市场有限公司	高佩德
92	鞍山专卖店	JR/JW	鞍山市铁东区铁东三道街 JORYA 专卖店	246.00	管理商	鞍山四隆广场欣珂服饰店	马卫珂
93	长沙平和堂	JR/JW	长沙市芙蓉区黄兴中路 88 号平和堂商贸大厦 2FJORYA 专柜	142.00	管理商	长沙市芙蓉区馨素如茵服装店	卢艳红
94	长沙王府井	JR/JW	长沙市天心区黄兴中路 27 号王府井百货 3 楼 JORYA 专柜	175.00	管理商	长沙市芙蓉区馨素如茵服装店	卢艳红
95	长沙友谊商店	JR/JW	湖南省长沙市芙蓉区五一大道 368 号袁家岭友谊商店 B 座 3FJORYA 专柜	198.00	管理商	长沙市芙蓉区馨素如茵服装店	卢艳红
96	合肥鼓楼	JR	合肥市庐阳区宿州路 96 号鼓楼商厦 2 楼 JORYA 专柜	181.00	管理商	安徽省才莱商贸有限公司	刘义云
97	合肥华侨银泰	JR/JW	合肥市庐阳区长江中路 98 号合肥银泰中心 3 楼	180.00	管理商	安徽省才莱商贸	刘义云

序号	店铺名称	品牌	地址	完工面积 ^注 (M ²)	经营模 式	经销商/管理商	经销商/管理商负 责人
			JORYA 专柜			有限公司	
98	合肥商之都	JR/JW	合肥市庐阳区宿州路 8 号商之都 3 楼 JORYA 专柜	197.00	管理商	安徽省才莱商贸有限公司	刘义云
99	贵阳国贸	JR	贵阳市云岩区中华北路 1 号（近喷水池）国贸大厦 2FJORYA 专柜	122.00	管理商	贵阳雅丹丽贸易有限公司	刘惠
100	昆明柏联广场	JR	昆明市五华区三市街柏联广场 317-318JORYA 专柜	109.00	管理商	昆明市五华区梓奈尔服装店	梁建民
101	昆明汇都	JR	昆明市盘龙区白塔路 131 号金格百货汇都店三楼 JORYA 专柜	132.00	管理商	昆明梓尚企业管理有限公司	梁建民
102	昆明顺城	JR/JW	昆明市五华区沿河路 7 号顺城购物中心 A1-06 和 A1-07JORYA 专卖店	322.00	管理商	昆明市五华区梓奈尔服装店	梁建民
103	南昌财富广场	JR/JW	江西省南昌市东湖区八一大道 357 号财富广场二楼 JORYA 专柜	121.00	管理商	江西博泰服饰有限公司	李雅
104	常州购物中心	JR	常州市天宁区延陵西路 1-7 号购物中心二楼 JORYA 专柜	108.00	管理商	南京坤嘉韵企业管理有限公司	李筱彦
105	常州泰富百货	JR/JW	江苏省常州市钟楼区延陵西路 95-97 号泰富百货女装部二楼 JORYA 专柜	124.00	管理商	南京坤嘉韵企业管理有限公司	李筱彦
106	南京德基	JR/JW	南京市玄武区中山路 18 号德基广场 3FJORYA 专柜	287.00	管理商	南京秋虹岩商贸有限公司	李筱彦
107	南京金鹰	JR	南京市白下区汉中路 89 号金鹰国际购物中心 3 楼 JORYA 专柜	103.00	管理商	南京秋虹岩商贸有限公司	李筱彦
108	张家港凯丽百货	JR	张家港市步行街 89 号凯丽百货二楼 JORYA 专柜	150.00	管理商	南京坤嘉韵企业管理有限公司	李筱彦
109	郑州丹尼斯百货	JR	郑州市金水区人民路 2 号丹尼斯百货 3FJORYA 专柜	115.00	管理商	郑州君悦服饰有限公司	李军

序号	店铺名称	品牌	地址	完工面积 ^注 (M ²)	经营模式	经销商/管理商	经销商/管理商负责人
110	郑州丹尼斯花园店	JR	郑州市花园路与农业路交叉口丹尼斯百货 5 楼 JORYA 专柜	99.00	管理商	郑州君悦服饰有限公司	李军
111	郑州万象城	JR/JW	郑州市二七区铭功路与西太康路交叉口郑州万象城 307-308 JORYA 专柜	287.00	管理商	郑州君悦服饰有限公司	李军
112	深圳海岸城	JR/JW	深圳市南山区文星五路海岸城商业广场 2 楼 215 号 JORYA 专柜	260.00	管理商	深圳市钰浚服饰股份有限公司	姜琳
113	深圳金光华	JR/JW	深圳市罗湖区人民南路金光华广场 3FJORYA 专柜	228.60	管理商	深圳市钰浚服饰股份有限公司	姜琳
114	深圳万象城	JR/JW	深圳市罗湖区宝安南路 1881 号华润万象城 396 铺 JORYA 专柜	181.00	管理商	深圳市钰浚服饰股份有限公司	姜琳
115	深圳华强北茂业	JR	深圳华强北茂业百货二楼 JORYA 专柜	99.00	管理商	深圳市钰浚服饰股份有限公司	姜琳
116	深圳星河	JR/JW	深圳市福田区福华三路 COCOPARK 商场 103-107 号 JORYA 专柜	210.60	管理商	深圳市钰浚服饰股份有限公司	姜琳
117	温州时代广场购物中心	JR	温州市鹿城区车站大道 288 号时代广场购物中心 2FJORYA 专柜	118.00	直营	—	—
118	金华一百	JR	金华市婺城区西市街 159 号金华第一百货三楼 JORYA 专柜	97.80	经销商	温州丽姿商贸有限公司	黄友来
119	青岛海信奥运	JR/JW	青岛市市南区东海西路 50 号海信广场 3 楼 JORYA 专柜	183.00	管理商	青岛威玛经贸有限公司	黄洮
120	青岛万象城	JR/JW	青岛市市南区山东路 6 号甲华润万象城三楼 313	246.00	管理商	青岛威玛经贸有限公司	黄洮
121	潍坊谷德广场	JR	潍坊市高新区福寿东街 4369 号谷德广场一楼 JORYA 专柜	176.00	管理商	青岛威玛经贸有限公司	黄洮
122	台北仁爱店	JR/JW	台北市大安区仁爱路四段 137 号	264.00	管理商	汉城服饰精品有	黄琼慧

序号	店铺名称	品牌	地址	完工面积 ^注 (M ²)	经营模式	经销商/管理商	经销商/管理商负责人
						限公司	
123	南通文峰	JR	江苏省南通市崇川区南大街 3-21 号文峰大世界 3 楼 JORYA 专柜	150.00	管理商	上海欣坤服饰有限公司	何小艳
124	上海八佰伴	JR	上海市浦东新区张杨路 501 号八佰伴 2 楼 JORYA 专柜	106.30	管理商	上海欣坤服饰有限公司	何小艳
125	上海港汇	JR/JW	上海市徐汇区虹桥路 1 号 211-211BJORYA	297.00	管理商	上海欣坤服饰有限公司	何小艳
126	苏州美罗	JR	苏州市平江区观前街 245 号美罗商城三楼 JORYA 专柜	192.96	管理商	上海欣坤服饰有限公司	何小艳
127	苏州泰华	JR	苏州市沧浪区人民路 383 号泰华商城三楼 JORYA 专柜	122.00	管理商	上海欣坤服饰有限公司	何小艳
128	包头王府井	JR	包头市昆区钢铁大街 29 号王府井百货二楼 JORYA 专柜	138.00	管理商	呼和浩特市昕凯利服饰有限责任公司	韩旭
129	包头维多利	JR/JW	内蒙古包头市昆区钢铁大街 30 号维多利商厦二楼 JORYA 专柜	268.00	管理商	呼和浩特市昕凯利服饰有限责任公司	韩旭
130	呼和浩特维多利国际广场	JR/JW	呼和浩特市新城区新华东街 8 号维多利国际广场三楼 JORYA 专柜	212.00	管理商	呼和浩特市昕凯利服饰有限责任公司	韩旭
131	呼和浩特维多利商厦	JR/JW	呼和浩特市回民区中山西路 3 号维多利商场二楼 JORYA 专柜	185.70	管理商	呼和浩特市昕凯利服饰有限责任公司	韩旭
132	高雄光华店	JR	台湾高雄市苓雅区光华一路 148-100 号	66.00	管理商	弥弥服饰精品店	高清萍

序号	店铺名称	品牌	地址	完工面积 ^注 (M ²)	经营模式	经销商/管理商	经销商/管理商负责人
133	哈尔滨尚都时尚广场	JR/JW	哈尔滨市南岗区建设步行街 142 号尚都女装名品广场 JORYA 专柜	172.00	管理商	哈尔滨尚都新天地百货市场有限公司	高佩德
134	哈尔滨卓展	JR/JW	黑龙江省哈尔滨市道里区安隆街 106 号哈尔滨卓展时代广场百货有限公司三楼 JORYA 专柜	208.00	管理商	哈尔滨尚都新天地百货市场有限公司	高佩德
135	桃园左雅	JR	台湾桃园市民生路 87 号 JORYA 专卖店	66.00	管理商	绮绮安流行服饰有限公司	黄文昇
136	广州丽柏	JR	广州市越秀区环市东路 367 号白云宾馆东南面丽柏广场 4 楼 404-405 铺	275.00	管理商	东莞景逸营销策划有限公司	陈伟峰
137	广州太古汇	JR	广州市天河区天河路 383 号太古汇商场裙楼第二层 L213 号商铺 JORYA 专柜	203.00	管理商	东莞景逸营销策划有限公司	陈伟峰
138	洛阳王府井	JR	洛阳市中州中路 429 号王府井百货 2FJORYA 专柜	126.00	管理商	郑州市卓锦服饰有限公司	陈惠英
139	齐齐哈尔百货大楼	JR	黑龙江省齐齐哈尔市卜奎大街 55 号齐齐哈尔百货大楼三楼 JORYA 专柜	213.00	经销商	齐齐哈尔尚品经贸有限责任公司	张福军
140	营口专卖店	JR/JW	营口市市府路财富广场 YB-8	163.00	经销商	营口韵迪商贸有限公司	于丽萍
141	大庆专卖店	JR	大庆市高新区商贸西街 87 号新玛特侧门摩味名店	103.00	经销商	大庆市高新区摩味时装名店	杨安芬
142	柳州梦之岛	JR/JW	柳州市城中区解放南路 1 号柳州梦之岛购物广场五星店一楼 JORYA 专柜	196.00	经销商	柳州市城中区米莱服装店	谢斌
143	大同丽盛名品	JR	山西省大同市城区永泰街（原小南街）5 号丽盛名品广场一楼 JORYA 专柜	138.00	经销商	大同市鸿宣商贸有限责任公司	魏岩
144	襄阳华洋堂	JR	湖北省襄阳市樊城区长征路 36 号华洋堂百货二楼	180.50	经销商	襄阳英姿商贸有	王军

序号	店铺名称	品牌	地址	完工面积 ^注 (M ²)	经营模 式	经销商/管理商	经销商/管理商负 责人
			JORYA 专柜			限公司	
145	绵阳富安专卖店	JR/JW	绵阳市涪城区涪城路 48 号富安百货一楼 JORYA 专柜	377.50	经销商	绵阳仁恒天地商 贸有限公司	庞元辉
146	绵阳百盛二店	JR	绵阳市临园路东段 68 号富临大都会二楼 JR 专柜	170.00	经销商	绵阳仁恒天地商 贸有限公司	庞元辉
147	秦皇岛商城	JR	秦皇岛市海港区河北大街中段 152 号茂业百货 2FJORYA 专柜	140.00	经销商	秦皇岛多米服装 贸易有限公司	潘薇
148	吉林奥亚名门购物广 场	JR	吉林省吉林市船营区解放路 65 号奥亚名门购物广场 二楼 JORYA 专柜	130.00	经销商	吉林奥亚名门购 物广场有限公司	门景新
149	太原天美新天地	JR/JW	太原市小店区长风街 113 号（天美新天地）三楼 JORYA 专柜	191.00	经销商	太原市爱时服饰 有限公司	芦毅梅
150	太原专卖	JR	太原市杏花岭区肖墙路 9 号御花园假日广场 A11JORYA 专卖店	93.00	经销商	太原市爱时服饰 有限公司	芦毅梅
151	运城恒隆国际	JR	山西省运城市盐湖区文明街恒隆国际购物中心西 1FJORYA 专柜	177.00	经销商	山西丽盛服饰有 限公司	龙剑
152	泸州东亿国际	JR	泸州市江阳区治平路 19 号东亿国际一楼 JORYA 专柜	186.00	经销商	泸州市亿美商贸 有限责任公司	刘玉兰
153	威海乐天百货	JR	山东省威海市环翠区新威路 17-4 号乐天百货店二楼 JORYA 专柜	161.00	经销商	威海市荣景服饰 有限公司	林惊涛
154	福州万达（台江）	JR/JW	福州市台江区鳌江路 8 号金融街万达广场二楼 JORYA 专柜	216.00	经销商	泉州莱利百货有 限公司	林建培
155	福州万达（仓山）	JR	福州仓山区浦上大道 278 号万达广场万达百货二楼 JORYA 专柜	199.00	经销商	泉州莱利百货有 限公司	林建培
156	泉州万达	JR/JW	泉州市丰泽区浦西万达广场万达百货二楼 JORYA 专 柜	218.00	经销商	泉州莱利百货有 限公司	林建培

序号	店铺名称	品牌	地址	完工面积 ^注 (M ²)	经营模式	经销商/管理商	经销商/管理商负责人
157	泉州专卖	JR/JW	福建省泉州市鲤城区打锡街北侧 B 座 71—73 号 JORYA 专卖店	205.00	经销商	泉州莱利百货有限公司	林建培
158	辽阳专卖店	JR/JW	辽阳市白塔区武圣路 200 号 JORYA 专卖店	150.83	经销商	辽阳市白塔区世鸿服装店	李晓林
159	万州万达广场	JR	重庆市万州区北滨大道二段 998 号万达广场 1 楼 1039 号 JORYA 专卖店	198.00	经销商	万州区梦菲尔服装店	李俊
160	海口望海国际广场	JR	海南省海口市美兰区海秀东路 8 号望海国际广场 2 楼 JORYA 专柜	156.50	经销商	海南名品汇商贸有限公司	李春兴
161	银川新华百货	JR	宁夏银川市兴庆区新华街新华百货二楼 JORYA 专柜	152.80	管理商	银川和信阳光贸易有限公司	黄绍雄
162	银川雅高尚都	JR	银川市中心巷 58 号元亨酒店楼下南侧 JORYA 专卖	143.00	管理商	银川和信阳光贸易有限公司	黄绍雄
163	自贡新美春天	JR	自贡市自流井区汇兴路中段新美国际 1 号楼 JORYA 专柜	100.20	经销商	自贡市汇东新区伊人商行	黄敏
164	丹东新一百商场	JR/JW	丹东市振兴区七经街新一百三楼 JORYA 专柜	175.40	经销商	丹东边境经济合作区雅馨商贸有限公司	何丽荣
165	十堰人民商场	JR	湖北省十堰市茅箭区人民北路 1 号人民商场二楼 JORYA 专柜	177.00	经销商	宜昌市枫雅商贸有限公司	高峡
166	宜昌大洋百货	JR	湖北省宜昌市西陵区夷陵路 56 号大洋百货二楼	179.00	经销商	宜昌市枫雅商贸有限公司	高峡
167	宜昌国贸	JR	湖北省宜昌市西陵区东山大道 106 号国贸大厦二楼 JORYA 专柜	150.00	经销商	宜昌市枫雅商贸有限公司	高峡
168	库尔勒太百国际 MALL	JR/JW	新疆巴音郭楞人民东路 52 号库尔勒太百国际 MALL 三楼 JORYA 专柜	148.00	经销商	新疆安子金正投资有限公司	安维玲

序号	店铺名称	品牌	地址	完工面积 ^注 (M ²)	经营模式	经销商/管理商	经销商/管理商负责人
169	新疆阿克苏太百	JR	新疆阿克苏新华东路4-6号太百购物中心三楼JORYA专厅	123.70	经销商	新疆安子金正投资有限公司	安维玲
170	新疆辰野名品广场	JR	乌鲁木齐市东风路5号辰野名品广场JORYA专柜	101.50	经销商	新疆安子金正投资有限公司	安维玲
171	新疆库尔勒天百	JR	新疆库尔勒市人民东路1号天百购物中心二楼	190.00	经销商	新疆安子金正投资有限公司	安维玲
172	新疆美美	JR	乌鲁木齐市友好北路689号美美百货大楼二楼JORYA厅	113.60	经销商	新疆安子金正投资有限公司	安维玲
173	新疆天山	JR/JW	乌鲁木齐市和平北路106号天山百货大楼二楼JORYA专柜	86.00	经销商	新疆安子金正投资有限公司	安维玲
174	新疆友好百盛	JR/JW	新疆乌鲁木齐市友好南路30号友好百盛JORYA专柜	192.50	经销商	新疆安子金正投资有限公司	安维玲
175	伊犁天百国际购物中心	JR	新疆伊宁市斯大林路18号（近解放西路）伊犁天百国际购物中心二楼JORYA专柜	157.00	经销商	新疆安子金正投资有限公司	安维玲
176	牡丹江波斯特购物中心	JR/JW	黑龙江省牡丹江市西安区太平路146号甜甜百货1楼JORYA专柜	210.00	经销商	成都万鹏贸易有限公司	贾连菊
177	桂林微笑堂	JR/JW	桂林市秀峰区中山中路37号桂林微笑堂商厦3F A8-A9门面	198.00	经销商	桂林市辉煌贸易有限公司	王春薇
178	佳木斯新玛特	JR	黑龙江省佳木斯市新玛特商场二楼JORYA专柜	199.00	经销商	上海润的鱼贸易有限公司	郭仁香
179	北京赛特奥特莱斯	JR/JW	北京市朝阳区香江北路28号赛特奥莱1-030 JR&JW专柜	234.00	直营	—	—
180	广州佛山佛罗伦萨小镇	JR/JW	广东省佛山市南海区桂城街道疏港路28号购物中心一楼B16	237.00	直营	—	—
181	哈尔滨远大JR	JR	哈尔滨市南岗区果戈里大街378号 远大购物中心	110.00	管理商	哈尔滨尚都新天	高佩德

序号	店铺名称	品牌	地址	完工面积 ^注 (M ²)	经营模式	经销商/管理商	经销商/管理商负责人
			4F			地百货市场有限公司	
182	衡阳连卡福	JR/JW	湖南衡阳市蒸湘区解放大厦 42 号连卡福商业广场二楼卓雅	192.80	经销商	湖南欣汇商贸发展有限公司	刘文静
183	南京东郊奥莱	JR	江苏省句容市郭庄镇空港新区临泉路 1 号南京东郊奥特莱斯 718 店铺	355.00	直营	—	—
184	莆田正荣金融中心	JR	福建省莆田市荔城区荔园路与天妃路交叉路口西南侧正荣金融财富中心广场一层 1011、1012、1013 号	498.21	经销商	泉州冠君百货有限公司	林建培
185	厦门蓝湾国际	JR/集合店 ^{注2} 2	厦门市思明区体育路 90 号-2 蓝湾国际会所	215.00	经销商	泉州冠君百货有限公司	林建培
186	厦门磐基名品中心	JR	厦门市思明区嘉禾路 199 号磐基中心(二期)3 层 321 号 JORYA 专卖	251.00	直营	—	—
187	沈阳兴隆大奥莱	JR/JW	沈阳市浑南新区营盘北街 5 号兴隆大奥莱 A 座二楼卓雅专柜	148.00	管理商	沈阳信展商贸有限公司	褚丽芙、褚丽梅
188	苏州奕欧来奥莱	JR/JW	苏州市工业园区唯亭阳澄环路 969 号 奕欧来购物村 C2 单元	166.00	直营	—	—
189	台湾华泰	JR/JW	桃園市中壢區春德路 189 號-店號 346 號 JORYA OUTLET	243.00	直营	—	—
190	长沙海信	JR	长沙市天心区湘江中路二段 36 号华远中心海信广场 3F	192.00	直营	—	—

注1：完工面积指店铺装修后现场测量面积（包括店铺营业面积、试衣间、仓库和橱窗），下同。

注2：集合店经营品牌包括JR、JW、AN、GS、CR、IV等品牌。

（2）JW门店

序号	店铺名称	品牌	地址	完工面积 (M ²)	经营模式	经销商/管理商	经销商/管理商 负责人
1	成都仁和光华 JW 店	JW	成都市青羊区仁和春天广场光华店 3 楼	81.80	管理商	成都长青藤企业管理有限公司	朱洁、李毅夫妇
2	成都王府井 JW 店	JW	成都市锦江区 15 号王府井百货	84.00	管理商	成都长青藤企业管理有限公司	朱洁、李毅夫妇
3	成都王府井二店 JW 店	JW	成都市武侯区科华中路 9 号成都王府井购物中心 2 楼	157.00	管理商	成都长青藤企业管理有限公司	朱洁、李毅夫妇
4	成都环球购物中心 JW 店	JW	成都市高新区天府大道北段 1700 号 1F B09	160.50	管理商	成都长青藤企业管理有限公司	朱洁、李毅夫妇
5	深圳华强 JW 店	JW	深圳市福田区华强北茂业百货二楼 JORYA WEEKEND 专柜	95.50	管理商	深圳市钰浚服饰股份有限公司	姜琳
6	沈阳卓展 JW 店	JW	沈阳市沈河区北京街 7-1 卓展购物中心 4 楼 JW 专柜	115.00	管理商	沈阳佳晔商贸有限公司	褚丽芙、褚丽梅
7	长春卓展 JW 店	JW	长春市朝阳区重庆路 1255 号卓展购物中心 4 楼 JORYA weekend 专柜	111.00	管理商	哈尔滨尚都新天地百货市场有限公司	高佩德
8	大连百年城 JW 店	JW	大连市中山区解放路 19 号百年城 109 店铺 JORYA WEEKEND 店	104.00	管理商	大连百年商城玉和商行	马红珂
9	郑州新玛特 JW 店	JW	郑州市桐柏路与棉纺路交叉口王府井百货 1 楼 JORYA weekend 专柜	140.00	管理商	郑州君悦服饰有限公司	李军
10	秦皇岛亮马 JW 店	JW	秦皇岛市海港区迎宾路 1 号亮马新天地商场 1 楼 JORYA WEEKEND 专柜	112.84	管理商	秦皇岛市亮马购物广场有限公司	陈静
11	广州丽柏 JW	JW	广州市环市东路 367 号白云宾馆东南面丽柏广场 4 楼 404 铺	118.00	管理商	东莞市景逸营销策划有限公司	陈伟峰
12	乌鲁木齐太百购物中心 JW 店	JW	新疆乌鲁木齐市友好北路 556 号太百购物 3 楼 JW 专柜	83.50	经销商	新疆安子金正投资有限公司	安维玲

序号	店铺名称	品牌	地址	完工面积 (M ²)	经营模式	经销商/管理商	经销商/管理商 负责人
13	乌鲁木齐辰野 JW 店	JW	乌鲁木齐市东风路 5 号辰野名品广场 JW 专柜	102.00	经销商	新疆安子金正投资有限公司	安维玲
14	自贡丹桂大街 JW 店	JW	四川省自贡市汇东新区丹桂大道 118 号（广电收费处对面）	95.00	经销商	自贡市汇东新区伊人商行	黄敏
15	泸州东亿国际 JW	JW	泸州市江阳区治平路 19 号东亿春天国际卓雅周末专柜	81.00	经销商	泸州市亿美商贸有限责任公司	刘玉兰

(3) AN 门店（含 AN/GS、AN/CR 合柜）

序号	店铺名称	品牌	地址	完工面积 (M ²)	经营模式	经销商/管理商	经销商/管理商 负责人
1	南京新百国贸	AN	南京市白下区中山南路 3 号南京新百二楼 AN 专柜	122.00	直营	—	—
2	南京砂之船奥特莱斯	AN	江苏省南京市江宁区秣周东路 18 号砂之船奥特莱斯艺术商业广场 2 楼 2-B04 AN 专柜	102	直营	—	—
3	北京君太	AN/GS	北京市西城区西单北大街 133 号君太百货 3 层	120.00	直营	—	—
4	天津海信	AN	天津市和平区解放北路 188 号海信广场 3 层 AN 专柜	91.50	直营	—	—
5	天津乐天二店	AN	天津市河西区乐园道 9 号乐天百货	100.00	直营	—	—
6	宁波天一专卖	AN	宁波市海曙区天一广场右营巷 3 号 AN 专卖店	100.00	直营	—	—
7	北京金源	AN/GS	北京市海淀区远大路 1 号金源新燕莎 MALL 三层 3012-3013	235.00	直营	—	—
8	天津奥特莱斯	AN/GS	天津市武清区前进道佛罗伦萨小镇 89-90 恩曼琳商铺	273.00	直营	—	—
9	苏州奥特莱斯	AN/GS	苏州市工业园区现代大道后戴街 9 号时尚名品城 3 号楼 3102 铺位	211.00	直营	—	—

序号	店铺名称	品牌	地址	完工面积 (M ²)	经营模式	经销商/管理商	经销商/管理商负责人
10	无锡八佰伴	AN	无锡市中山路 168 号无锡八佰伴二楼 AN 专柜	72.50	直营	—	—
11	北京龙湖长楹天街	AN/GS	北京市朝阳区朝阳北路与管庄路口交界处向东 200 米(万象新天四区对面)龙湖长楹天街购物中心西区 A-1F-19 AN/GS	299.00	直营	—	—
12	无锡万象城	AN	无锡市滨湖区金石路 88 号万象城二楼 AN 专柜	182.00	直营	—	—
13	上海佛罗伦萨奥莱	AN/GS	上海市浦东新区机场镇 103 街坊 64/2 丘一层 E5	250	直营	—	—
14	宜宾叙府	AN	宜宾市人民路 14 号叙府商城 3 楼 314 恩曼林专柜	88.00	管理商	四川恒美集贸易有限公司	朱洁、李毅夫妇
15	成都王府井 1 店	AN/GS	成都市总府路王府井百货 1 号店 2 楼 AN/GS 专柜	158.00	管理商	成都长青藤企业管理有限公司	朱洁、李毅夫妇
16	成都王府井 2 店	AN/GS	成都市武侯区科华中路 9 号王府井百货 2 号店 2 楼 AN/GS 专柜	164.00	管理商	成都长青藤企业管理有限公司	朱洁、李毅夫妇
17	成都万象城	AN/GS	成都市二环路东三段万年场二十四城西北角万象城三楼 369 号 AN/GS 专柜	355.00	管理商	成都长青藤企业管理有限公司	朱洁、李毅夫妇
18	成都总府专卖	AN/GS	成都市总府路 6 号 AN 专卖店	160.00	管理商	锦江区中悦时装店	朱洁、李毅夫妇
19	成都龙湖三千集	AN/GS	成都市成华区建设北路三段 6 号龙湖三千集 1F-18.19.20AN/GS 专柜	155.00	管理商	锦江区中悦时装店	朱洁、李毅夫妇
20	成都环球	AN/GS	成都市高新区天府大道北段 1700 号新世纪环球中心 1FB11 恩曼琳专柜	164.00	管理商	锦江区中悦时装店	朱洁、李毅夫妇
21	南充天赐	AN/GS	四川省南充市天赐名店 1FAN/GS 专柜	133.00	管理商	四川恒美集贸易有限公司	朱洁、李毅夫妇
22	成都仁恒	AN/GS	成都市锦江区人民南路二段 1 号 3F-311-312-313AN/GS 专柜	290.00	管理商	四川恒美集贸易有限公司	朱洁、李毅夫妇

序号	店铺名称	品牌	地址	完工面积 (M ²)	经营模式	经销商/管理商	经销商/管理商负责人
23	重庆奥特莱斯	AN/GS	重庆市北部新区经开园加工区奥特莱斯路一号二楼C206 铺	149.00	管理商	重庆萱禧营销策划有限公司	郑妮
24	宜兴华地	AN	宜兴市人民路宜兴华地百货三楼恩曼琳专柜	72.65	管理商	扬州海伦商贸有限公司	赵莲春
25	镇江八佰伴	AN	镇江市中山路八佰伴二楼恩曼琳专柜	80.00	直营	—	—
26	扬州时代广场	AN	扬州市文昌中路时代广场南门恩曼琳专卖店	120.00	管理商	扬州艺可商贸有限公司	赵莲春
27	大连百年城	AN	大连市中山区解放路 19 号百年城 119-120 号恩曼琳专卖店	105.00	管理商	大连百年商城可力思服饰专卖店	于玲
28	大连和平广场	AN	大连市沙河口区高尔基路 693 号 1 层 5 号（凯德和平广场 1 层 41/42 号）AN 专柜	84.00	管理商	大连和平广场恩羽服装专卖店	于玲
29	济南银座	AN	济南市历下区泺源大街银座商城 3 楼恩曼琳专卖	85.00	管理商	济南衣维尔雅商贸有限公司	阎洁
30	长沙平和堂	AN	湖南省长沙市天心区黄兴中路 88 号平和堂五一店	96.40	管理商	长沙市金淇瑞服饰贸易有限公司	徐蔚
31	长沙韶山北路	AN	长沙市韶山北路 357 号恩曼琳专卖店	106.80	管理商	长沙市金淇瑞服饰贸易有限公司	徐蔚
32	长沙万达	AN/GS	湖南省长沙市中山路 589 号万达广场二楼 AN 专柜	229.00	管理商	湖南金润泽商贸有限公司	徐蔚
33	深圳金光华	AN	深圳市罗湖区人民南路 2028 号金光华广场 3 楼 L3-006 铺 AN 专柜	125.00	管理商	深圳湛晨投资咨询有限公司	吴佩嘉
34	南宁万象城	AN/CR	南宁市青秀区民族大道 136 号南宁华润中心万象城四楼 441 号商铺	149.6	管理商	广西壹晟商贸有限责任公司	韦红
35	武汉国广二期	AN/GS	武汉市解放大道 690 号武汉国际广场购物中心二期 B 馆 3 楼 AN 专柜	283.00	管理商	武汉昌海欣欣服饰贸易有限公司	童俊立

序号	店铺名称	品牌	地址	完工面积 (M ²)	经营模式	经销商/管理商	经销商/管理商负责人
36	长春卓展	AN	长春市西安大路 1255 号卓展购物中心 4FA 座 AN 专柜	220.00	管理商	长春卓展沃泰商贸有限公司	孙运会
37	长春欧亚	AN	吉林省长春市朝阳区工农大路 1128 号欧亚商都 3 楼新区 AN 专柜	101.00	管理商	哈尔滨尚都新天地百货市场有限公司	高佩德
38	鞍山新玛特	AN/CR	鞍山市铁东区胜利南路 42 号新玛特总店二楼 AN 专卖店	177.00	管理商	大连旭成企业管理服务有限公司	马卫珂
39	郑州万象城	AN/GS	郑州市二七区民主路 10 号万象城 3F 327/328 商铺 AN&GS 合柜	184.42	直营	—	—
40	深圳天虹	AN	深圳市福田区福华三路君尚百货一楼 AN 专柜	108.00	管理商	深圳钰浚服饰股份有限公司	姜琳
41	上海港汇	AN	上海市虹桥路 1 号 230EAN 专柜	80.00	管理商	上海欣坤服饰有限公司	何小艳
42	上海巴黎春天	AN/GS	上海市杨浦区淞沪路 1 号巴黎春天五角场店 2 楼 ANGS 合店	260.00	管理商	上海欣坤服饰有限公司	何小艳
43	呼和浩特维多利亚商厦	AN	呼和浩特市回民区中山西路 3 号维多利亚商厦二楼 AN 专柜	128.00	管理商	呼和浩特市昕凯利服饰有限责任公司	韩旭
44	呼和浩特维多利亚国际	AN	呼和浩特市新城区新华东街 8 号维多利亚国际广场三楼恩曼琳专柜	100.00	管理商	呼和浩特市昕凯利服饰有限责任公司	韩旭
45	哈尔滨远大	AN	哈尔滨南岗区果戈里大街 378 号远大市场三层恩曼琳专柜	83.00	管理商	哈尔滨尚都新天地百货市场有限公司	高佩德
46	哈尔滨尚都	AN/GS	哈尔滨市南岗区建设街 142 号尚都女装 AN	193.00	管理商	哈尔滨尚都新天	高佩德

序号	店铺名称	品牌	地址	完工面积 (M ²)	经营模式	经销商/管理商	经销商/管理商负责人
			专柜			地百货市场有限公司	
47	沈阳中兴	AN/GS	沈阳市和平区太原街 86 号中兴（沈阳商业大厦）股份有限公司三楼 GS/AN 专柜	128.00	管理商	沈阳佳晔商贸有限公司	褚丽芙、褚丽梅
48	沈阳卓展	AN/GS	沈阳市沈河区北京街 7-1 卓展购物中心 4 楼巨式专柜	201.00	管理商	沈阳佳晔商贸有限公司	褚丽芙、褚丽梅
49	沈阳奥特莱斯	AN/GS	辽宁省沈阳市沈北新区蒲河路 98 号尚柏奥特莱斯南区一层 1F-039AN/GS 专柜	262.00	管理商	沈阳佳晔商贸有限公司	褚丽芙、褚丽梅
50	沈阳万象城	AN/GS	沈阳市沈河区青年大街 288 号沈阳华润中心万象城 4 楼 478GS\AN 专柜	304.00	管理商	沈阳佳晔商贸有限公司	褚丽芙、褚丽梅
51	广州丽柏	AN	广州市环市东路 367 号丽柏广场 4 楼 402 铺 AN 专柜	72.00	管理商	东莞景逸营销策划有限公司	陈伟峰
52	洛阳王府井	AN	洛阳市西工区中州中路 429 号王府井百货二楼恩曼琳专柜	83.00	管理商	郑州市卓锦服饰有限公司	陈惠英
53	深圳华强茂业	AN	深圳市福田区华强北路茂业百货二楼恩曼琳专柜	78.00	管理商	深圳钰浚服饰股份有限公司	姜琳
54	大连百年港湾奥莱	AN	大连西岗区香炉礁物流园区百年港湾奥莱 2062-1 恩曼琳专柜	95.00	管理商	于玲	于玲
55	呼和浩特时代城	AN	内蒙古呼和浩特市回民区中山西路 1 号海亮时代城二层恩曼琳专柜	160.00	管理商	内蒙古锦华茂商贸有限公司	韩旭
56	成都红星大店	AN/GS	成都市锦江区红星路三段春禧大厦 ANGS 旗舰店	249.50	管理商	四川恒美集贸易有限公司	朱洁、李毅夫妇
57	宜宾莱茵春天	AN/GS	宜宾市翠屏区莱茵春天百货一楼 AN•GS 专柜	192.00	管理商	四川恒美集贸易有限公司	朱洁、李毅夫妇
58	东莞东城万达	AN	广东省东莞市东城东纵路万达广场百货恩曼琳专柜	126.00	管理商	东莞市潼灵企业	张红

序号	店铺名称	品牌	地址	完工面积 (M ²)	经营模式	经销商/管理商	经销商/管理商负责人
						管理咨询有限公司	
59	包头王府井	AN	内蒙古包头市昆区王府井百货 2F 恩曼琳专柜	95.00	管理商	呼和浩特市昕凯利服饰有限责任公司	韩旭
60	成都时代奥莱	AN/GS	成都市双流县双楠大道中段 633 号时代奥特莱斯 E 区 1122B-恩曼琳专柜	173.00	管理商	四川恒美集贸易有限公司	朱洁、李毅夫妇
61	长春专卖	AN	长春市万达购物广场 34 号铺恩曼琳专卖店	58.30	经销商	朝阳区鹏展服饰店	宗松山
62	石家庄北国	AN	河北省石家庄市中山路 188 号北国商城三楼恩曼琳专柜	92.00	经销商	石家庄群大贸易有限公司	周明远
63	保定北国先天下	AN	保定市朝阳北大街 799 号北国先天下广场二楼 AN 专柜	112.00	经销商	石家庄群大贸易有限公司	周明远
64	邯郸新世纪	AN/GS	邯郸市中华大街 29 号新世纪商业广场 1 期 3 楼恩曼琳专柜	76.78	经销商	石家庄群大贸易有限公司	周明远
65	重庆瑞城商都	AN	重庆市杨家坪新世纪百货瑞成商都三楼 AN 专柜	77.80	管理商	重庆萱禧营销策划有限公司	郑妮
66	重庆北城天街	AN	重庆市观音桥北城天街 2A25 恩曼琳专卖店	90.00	管理商	重庆萱禧营销策划有限公司	郑妮
67	重庆凯瑞商都	AN	重庆市沙坪坝区双巷子街 6 号煌华新纪元购物广场 3F AN 专柜	71	管理商	重庆萱禧营销策划有限公司	郑妮
68	襄阳华洋堂	AN	湖北省襄阳市长征路华洋堂百货 3 楼	117.68	经销商	襄阳英姿商贸有限公司	赵兴英
69	齐齐哈尔百花广场	AN	黑龙江省齐齐哈尔市百花购物广场 3 楼恩曼琳专柜	106.00	经销商	齐齐哈尔百花红楼美美服饰专柜	张艳梅

序号	店铺名称	品牌	地址	完工面积 (M ²)	经营模式	经销商/管理商	经销商/管理商负责人
70	齐齐哈尔百货	AN	黑龙江省齐齐哈尔市百货大楼三楼恩曼琳专柜	172.00	经销商	哈尔滨亿鹏达商贸有限公司	张艳梅
71	海拉尔伊势丹购物中心	AN/GS	呼伦贝尔市海拉尔区桥头街 11 号伊仕丹购物广场 3F ANGS 专柜	283	经销商	齐齐哈尔百货大楼艳梅服装专柜	张艳梅
72	广元政府街	AN	广元市中区政府街 84 号恩曼琳专卖	126.00	经销商	广元曦之魅服饰有限公司	张曦
73	朔州时尚购物	AN	山西朔州金龙商业街百福时尚三层 A 区恩曼琳专柜	191.00	经销商	张家口市君雅商贸有限公司	张庆明
74	十堰人民商场	AN	湖北省十堰市人民路 1 号武商集团人民商场二楼恩曼琳专柜	105.60	经销商	十堰鼎鼎满工贸有限公司	张红梅
75	鄂尔多斯王府井	AN	内蒙古鄂尔多斯市东胜区王府井百货二楼恩曼琳	75.38	经销商	包头市炫亚服装商贸有限公司	张福昌
76	鄂尔多斯每天	AN	内蒙古鄂尔多斯市伊金霍洛东街 3 号每天百货三楼恩曼琳专柜	100.24	经销商	包头市炫亚服装商贸有限公司	张福昌
77	巴彦淖尔国泰	AN	内蒙古巴彦淖尔市临河区国泰商场	110.00	经销商	海勃湾区炫亚服装店	张福昌
78	乌兰察布广场	AN/GS	乌兰察布市集宁区恩和路奥威商场三楼	239.00	经销商	海勃湾区炫亚服装店	张福昌
79	营口专卖	AN/GS	辽宁省营口市东升路大福源停车场北邻恩曼琳专卖店	165.00	经销商	营口韵迪商贸有限公司	于丽萍
80	阜新美美名店	AN	辽宁省阜新市西山路银通国际花园 5-6 号门美美名店	105.00	经销商	辽宁阜新宝迪工贸有限公司	于力
81	大庆专卖	AN/GS	大庆市东风新村商贸西街 89 号 ANGS 专卖店	122.00	经销商	大庆高新区摩咔时装名店	杨安芬
82	柳州专卖	AN	柳州市龙城路 32 号电信综合楼一楼	95.76	经销商	柳州市慧轩服饰	谢斌

序号	店铺名称	品牌	地址	完工面积 (M ²)	经营模式	经销商/管理商	经销商/管理商负责人
						有限公司	
83	赤峰众联广场	AN	内蒙古赤峰市新城区众联广场二楼恩曼琳专柜	86.00	经销商	赤峰市悦展商贸有限责任公司	吴中悦
84	岳阳百盛	AN	湖南省岳阳市德胜路光宏广场百盛商场二楼恩曼琳专柜	102.00	经销商	衡阳连卡福名品管理有限公司	翁武强
85	兰州亚欧	AN	兰州市城关区庆阳路 350 号世纪广场 B 座 15 楼 1 号	88.90	经销商	兰州源康商贸有限责任公司	魏媛
86	敦化专卖	AN	敦化市商贸城正门丽珠时装店	80.00	经销商	敦化市丽珠时装精品店	魏丽珠
87	西双版纳大兴精品	AN	景洪市大兴量贩地下广场恩曼琳专柜	89.90	经销商	西双版纳州着越服饰有限公司	玉宽
88	大理万德福购物	AN	云南省大理市泰安路万德福购物中心一楼恩曼琳专柜	95.50	经销商	云南万德福百货有限公司	杨冲
89	鹤岗贵族商行	AN	黑龙江省鹤岗市向阳区红军路 88 号贵族商行恩曼琳专柜	91.00	经销商	鹤岗市贵镞商行	王淑娟
90	郴州专卖	AN	湖南省郴州市八一路永成百货恩曼琳专卖店	82.00	经销商	郴州市曼曼服装店	王炼
91	衡阳专卖	AN	湖南省衡阳市解放路与蒸阳路交汇处美美百货邻街 122-123 门面	74.12	经销商	衡阳市石鼓区曼曼服装店	王炼
92	榆林国贸	AN	陕西省榆林市长城路国贸新天地二楼恩曼琳专柜	119.00	经销商	榆林市国贸购物有限责任公司	王理英
93	葫芦岛大江名店	AN	辽宁省葫芦岛市连山区新华大街 15 号 D 座大江名品广场	101.63	经销商	葫芦岛市连山区彩虹服饰销售中心	张瑾
94	佳木斯新玛特	AN	黑龙江省佳木斯市新玛特商厦三楼恩曼琳专柜	98.09	经销商	深圳市倍安蒂科技有限公司	唐嘉婷

序号	店铺名称	品牌	地址	完工面积 (M ²)	经营模式	经销商/管理商	经销商/管理商负责人
95	西宁王府井1店	AN	青海省西宁市西大街40号王府井百货A馆二楼	91.00	经销商	西宁隆成商贸有限公司	谭馨
96	珠海免税	AN	珠海市景山路220号吉大免税商场三楼恩曼琳专柜	98.86	管理商	珠海市吉大宏尚商行	谭彬
97	张家港凯丽	AN	张家港市步行街89号凯丽百货三楼恩曼琳专柜	105.00	经销商	张家港保税区余丰贸易有限公司	孙玉萍
98	徐州金鹰	AN	徐州市中山北路金鹰国际购物中心三楼恩曼琳专柜	65.23	经销商	徐州市雅博服饰有限公司	孙慧慧
99	牡丹江尚都名店	AN/GS	牡丹江市太平路东侧七星街175号尚都名店	229.40	经销商	牡丹江全福服饰有限公司	宋英福
100	贵阳小十字专卖	AN	贵阳市福水北路小十字星光影城2-4-6恩曼琳专卖店	129.70	经销商	贵州全景线服饰有限公司	沈权
101	荆门东方	AN	湖北省荆门市中天街43号东方百货五楼女装商场恩曼琳专厅	90.00	经销商	荆州市伊思丽服饰有限公司	上官张军
102	平顶山万家百货	AN	河南省平顶山市新华区中兴路北段万家大楼三楼恩曼琳专柜	103.65	经销商	平顶山市东方百货有限责任公司	任谊
103	绵阳东方巴黎	AN	绵阳市安昌路17号东方巴黎恩曼琳专柜	85.00	经销商	绵阳仁恒天地商贸有限公司	庞云辉
104	太原专卖	AN	山西省太原市三墙路御花园假日广场A09号ANMANI（恩曼琳）专卖店	150.00	经销商	太原市爱时服饰有限公司	芦毅梅
105	太原茂业	AN	山西省太原市小店区亲贤北街79号茂业天地AN专柜	130	经销商	太原市爱时服饰有限公司	芦毅梅
106	临汾世纪百悦	AN	山西省临汾市尧都区世纪百悦2楼恩曼琳	108.00	经销商	山西丽盛服饰有限公司	龙剑
107	长治嘉汇	AN	山西省长治市英雄中路嘉汇购物广场2F恩曼琳专	103.00	经销商	山西丽盛服饰有	龙剑

序号	店铺名称	品牌	地址	完工面积 (M ²)	经营模式	经销商/管理商	经销商/管理商负责人
			柜			限公司	
108	运城恒隆广场	AN	山西省运城市盐湖区文明街恒隆广场 1F 恩曼琳专卖	134.00	经销商	山西丽盛服饰有限公司	龙剑
109	泸州专卖	AN	四川省泸州市江阳区治平路 19 号东亿国际	149.00	经销商	泸州市亿美商贸有限责任公司	刘玉兰
110	西安专卖	AN	西安市南大街 70 号城市酒店一层恩曼琳专卖店	94.70	经销商	西安市碑林区至臻服装店	刘宇慨
111	芜湖侨鸿国际	AN	安徽省芜湖市中山北路 77 号侨鸿国际购物中心二楼恩曼琳专柜	104.91	经销商	安徽省才莱商贸有限公司	刘义云
112	自贡专卖	AN	四川省自贡市自流井区汇新路银桦社区恩曼琳专卖店	80.94	经销商	自贡市汇东新区名佳服饰店	刘晓
113	福州万达	AN/GS	福州市台江区闽江万达百货二楼	185.00	经销商	泉州冠君百货有限公司	林建培
114	泉州打锡街专卖	AN/GS	泉州市打锡街 B 座 71 号恩曼琳专卖店	183.70	经销商	泉州冠君百货有限公司	林建培
115	泉州万达	AN/GS	福建省泉州市丰泽区浦西万达广场万达百货 2F 恩曼琳店	185.85	经销商	泉州冠君百货有限公司	林建培
116	辽阳专卖	AN/GS	辽宁省辽阳市西大街 74-76 号巨式国际专卖店	107.50	经销商	辽阳市白塔区世鸿服装店	李晓林
117	昆明金碧辉煌	AN	昆明市三市街 89 号金碧辉煌恩曼琳专卖店	120.00	经销商	云南畅合服饰有限公司	李梅
118	万州万达	AN	重庆市万州区北滨大道二段 998 号万达广场 1 楼 1038 号	153.87	经销商	万州区梦菲尔服装店	李俊
119	攀枝花吉美	AN	四川省攀枝花市炳草岗电影院对面鼎力大厦一楼吉美春天	80.00	经销商	攀枝花市东区曦美服饰店	秦峰

序号	店铺名称	品牌	地址	完工面积 (M ²)	经营模式	经销商/管理商	经销商/管理商负责人
120	海口望海国际	AN/GS	海南省海口市海秀东路8号望海国际广场二楼大淑区 AN/GS 专柜	159.00	经销商	海南名品汇商贸有限公司	李春兴
121	秦皇岛新天地	AN	河北省秦皇岛市海港区新华街9号新天地购物广场三楼恩曼琳专柜	99.00	经销商	秦皇岛新天地购物广场有限公司	李波
122	常州专卖	AN	江苏省常州市公园路60号恩曼琳专卖店	54.00	经销商	钟陵区南大街博铃服装店	蒋俊峰
123	青岛专卖	AN	山东省青岛市市南区燕儿岛路20号恩曼琳专卖店	100.00	管理商	青岛威玛经贸有限公司	黄洮
124	青岛万象城	AN/GS	青岛市市南区山东路6号万象城（恩曼琳和巨式国际专柜）	208.5	管理商	青岛威玛经贸有限公司	黄洮
125	银川雅高尚都	AN	银川市中心巷58号雅高尚都服饰会所恩曼琳专柜	97.97	经销商	银川和信阳光贸易有限公司	黄绍雄
126	达州新世纪	AN	四川省达州市通川中路130号新世纪商场三楼 ANMANI（恩曼琳）	92.00	经销商	成都三智一境贸易有限公司	黄飞尔
127	鸡西专卖	AN	黑龙江省鸡西市东风路6号楼2号门市房恩曼琳专卖店	86.00	经销商	鸡西市鸡冠区男魔服装专卖店	侯振云
128	荆州专卖	AN/GS	湖北省荆州市沙隆达广场美食嘉族西餐厅旁恩曼琳专卖店	154.55	经销商	沙市区心菲名店城	何咏梅
129	朝阳兴隆	AN	辽宁省朝阳市兴隆大家庭五楼恩曼琳专柜	102.00	经销商	朝阳市宏岩商贸有限公司	于宏岩
130	双鸭山新天地	AN	黑龙江省双鸭山市新天地购物中心一层贵都名店	136.00	经销商	哈尔滨嘉宾商贸有限公司	耿玉涛
131	七台河专卖	AN	黑龙江省七台河市桃山区步行街斯服城购物中心恩曼琳专卖店	150.00	经销商	七台河市桃山区华丽羊绒精品店	耿丽
132	宜昌国贸	AN	湖北省宜昌市东山大道108号国贸大厦二楼恩曼琳	137.80	经销商	宜昌市枫雅商贸	高峡

序号	店铺名称	品牌	地址	完工面积 (M ²)	经营模式	经销商/管理商	经销商/管理商负责人
			专厅			有限公司	
133	延安专卖	AN	陕西省延安市宝塔区南门坡圣龙大厦1楼恩曼琳专卖店	98.00	经销商	延安市宝塔区晶茂工贸有限公司	范玲
134	合肥银泰	AN/GS	合肥市长江中路98号合肥银泰中心	189.00	经销商	合肥韵和商贸有限公司	杜慧
135	合肥商之都	AN/GS	合肥市宿州路8号商之都2F恩曼琳专柜	228.00	经销商	合肥韵和商贸有限公司	杜慧
136	锦州新中百	AN	辽宁省锦州市凌河区中央大街三段一号中百商厦二楼恩曼琳专卖店	102.00	经销商	沈阳佳晔商贸有限公司	褚丽芙、褚丽梅
137	乌鲁木齐美美	AN	新疆友好北路589号美美百货友好分公司二楼恩曼琳专柜	110.50	经销商	新疆安子金正投资有限公司	安维玲
138	乌鲁木齐太百	AN	乌鲁木齐市太平洋商场三楼恩曼琳专柜	89.00	经销商	新疆安子金正投资有限公司	安维玲
139	克拉玛依汇嘉	AN	新疆克拉玛依市汇嘉商场二楼恩曼琳专柜	79.35	经销商	新疆安子金正投资有限公司	安维玲
140	阿克苏太百	AN	阿克苏市新华东路太百购物中心三楼恩曼琳专柜	94.00	经销商	新疆安子金正投资有限公司	安维玲
141	库尔勒太百	AN	新疆巴音郭楞人民东路52号库尔勒太百国际MALL三楼	100.00	经销商	新疆安子金正投资有限公司	安维玲
142	乌鲁木齐天山	AN	新疆和平北路70号天山百货大楼二楼恩曼琳专柜	130.00	经销商	新疆安子金正投资有限公司	安维玲
143	伊犁天百	AN	伊宁市斯大林路18号（近解放西路）伊犁天百国际购物中心二楼	141.00	经销商	新疆安子金正投资有限公司	安维玲
144	乌鲁木齐辰野	AN/GS	乌鲁木齐市东风路5号地下辰野名品广场恩曼琳专柜	167.00	经销商	新疆安子金正投资有限公司	安维玲

序号	店铺名称	品牌	地址	完工面积 (M ²)	经营模式	经销商/管理商	经销商/管理商负责人
145	通化专卖	AN	吉林省通化市东昌区东昌路 516 号丽媛名品恩曼琳专柜	104.00	经销商	通化市东昌区圣罗服饰店	王春霞
146	烟台万达	AN/GS	烟台万达广场室内步行街 1062 - 1061B 室 AN&GS 专卖店	200.00	经销商	烟台东芹颖亿商贸有限公司	邹积东
147	合肥包河万达	AN/GS	合肥市芜湖路万达百货二楼恩曼琳巨式专柜	188.00	经销商	合肥韵和商贸有限公司	杜慧
148	重庆万象城	AN	重庆市九龙坡区杨家坪谢家湾正街 49 号华润中心万象城 L375 恩曼琳专柜	109.00	管理商	重庆萱禧营销策划有限公司	郑妮
149	内江欧锦行	AN	四川省内江市汉安大道欧锦行百货 ANMANNI 专柜	118.40	经销商	四川省欧锦行百货有限公司	陈革
150	柳州梦之岛	AN	柳州市解放南路 1 号梦之岛购物中心二楼 ANMANI 专柜	85.00	经销商	柳州市慧轩服饰有限公司	谢斌
151	泉州中骏世界城	AN	泉州市丰泽区安吉南路 629 号中骏世界城 1F 恩曼琳专柜	120.00	经销商	泉州冠君百货有限公司	林建培
152	绵阳百盛二店	AN	四川省绵阳市临园东段 68 号福临大都会百盛 2F AN 专柜	125	经销商	绵阳琦顺商贸有限公司	庞元辉
153	丹东汇侨国际	AN	丹东市振兴区十纬路 30 号汇侨国际广场 5F AN 专柜	100	经销商	丹东汇海实业发展有限公司	赵玮
154	亳州新东方	AN	亳州新东方 AN 1F	120	经销商	亳州市谯城区吴丽华服饰	吴丽华
155	佛山佛罗伦萨奥莱	AN/GS	佛山市南海区桂城街疏港路 28 号 AN/GS 专柜	220	直营	—	—
156	深圳海雅缤纷城	AN	深圳市宝安区建安一路海雅缤纷城二楼恩曼琳专柜	114	管理商	深圳钰浚服饰股份有限公司	姜琳
157	四川德阳洋洋百货	AN	四川省德阳市洋洋百货南街店二楼恩曼琳专柜	92.3	管理商	四川恒美集贸易有限公司	朱洁、李毅夫妇

序号	店铺名称	品牌	地址	完工面积 (M ²)	经营模式	经销商/管理商	经销商/管理商负责人
158	新疆库尔勒天百	AN	新疆库尔勒天百购物中心二楼 A NM A NI(恩曼琳)专柜	102	经销商	新疆安子金正投资有限公司	安维玲
159	长沙海信	AN	长沙市天心区湘江中路 36 号海信广场 3F	108	管理商	长沙森荣百货贸易有限公司	周小兵

(4) GS门店（含GS/CR合柜）

序号	店铺名称	品牌	地址	完工面积 (M ²)	经营模式	经销商/管理商	经销商/管理商负责人
1	南宁梦之岛	GS	南宁市民族大道 49 号梦之岛二楼巨式专柜	80.00	直营	—	—
2	南宁航洋国际广场	GS	南宁市民族大道 131 号航洋国际城 L1-035 铺面 GS 专柜	128.00	直营	—	—
3	南京砂之船奥特莱斯	GS	南京市江宁区秣周东路 12 号南京砂之船奥特莱斯 2 楼 GS 专柜	109.00	直营	—	—
4	天津乐天二店	GS	天津市河西区乐园道 9 号乐天百货二楼 GS 专柜	90.00	直营	—	—
5	深圳金光华	GS	深圳市罗湖区人民南路 2028 号金光华广场 2 楼 020 铺 GIVHSHYH 专柜	103.00	管理商	深圳市湛晨投资咨询有限公司	吴佩嘉
6	大连百年城	GS	辽宁省大连市中山区解放路 19 号百年城 111 室巨式专卖店	104.00	管理商	大连百年商城丽人美服饰店	马红珂
7	呼和浩特摩尔城	GS	呼和浩特市维多利亚摩尔城 A 区 2 楼 GS 专柜	155.00	管理商	内蒙古锦华茂商贸有限公司	韩旭
8	呼和浩特维多利国际广	GS	呼和浩特市新城区新华东街 8 号维多利国际广场三楼 GS 专柜	84.00	管理商	呼和浩特市昕凯利服饰有限责任公司	韩旭
9	呼和浩特维多利商厦	GS	呼和浩特市回民区中山西路 3 号维多利商厦二层女装 GS 专柜	95.50	管理商	呼和浩特市昕凯利服饰有限责任	韩旭

序号	店铺名称	品牌	地址	完工面积 (M ²)	经营模式	经销商/管理商	经销商/管理商负责人
						公司	
10	哈尔滨红博	GS	哈尔滨市南岗区红旗大街301号会展购物广场仕女馆10厅	145.00	管理商	哈尔滨尚都新天地百货市场有限公司	高佩德
11	广州丽柏	GS	广州市环市东路367号丽柏广场4楼401铺GS专柜	108.50	管理商	东莞市景逸营销策划有限公司	陈伟峰
12	大商新玛特GS专柜	GS	黑龙江省七台河市桃山区大商新玛特四楼女装GS专柜	150.00	经销商	七台河市鑫达服饰有限公司	耿丽
13	重庆北城天街专柜	GS	重庆市江北区北城天街购物广场2B03-04巨式专卖店	120.00	管理商	重庆萱禧营销策划有限公司	郑妮
14	重庆瑞成商都专柜	GS	重庆杨家坪新世纪百货瑞成商都三层GS专柜	63.00	经销商	重庆萱禧营销策划有限公司	郑妮
15	齐齐哈尔GS专卖店	GS	黑龙江省齐齐哈尔市百花购物广场三楼GS专柜	105.00	经销商	齐齐哈尔百花红楼美美服饰专柜	张艳梅
16	包头王府井GS专柜	GS	包头市昆区王府井百货二楼巨式国际专柜	102.00	经销商	包头市天彰商贸有限公司	张海星
17	长治长兴中路	GS	长治市长兴中路城市生活家1号铺	116.00	经销商	长治市鑫鑫海雅商贸有限公司	张翠峰
18	柳州专卖店	GS	柳州市龙城路32号电信综合楼一楼	100.00	经销商	柳州市慧轩服饰有限公司	谢斌
19	丹东汇侨国际	GS	丹东市振兴区十纬路30号汇侨国际广场5FGS专柜	94.00	经销商	丹东汇隆实业发展有限公司	王泽
20	鹤岗贵镞商行GS专卖店	GS	黑龙江省鹤岗市向阳区红军路88号贵镞商行2楼	95.00	经销商	鹤岗市贵镞商行	王淑娟
21	萍乡文化路专卖店	GS	江西省萍乡市汇蓝国际跃进北路282号巨式专卖店	104.00	经销商	萍乡市优雅服饰店	王珊

序号	店铺名称	品牌	地址	完工面积 (M ²)	经营模式	经销商/管理商	经销商/管理商负责人
22	巴彦淖尔国泰 GS 专柜	GS	内蒙古巴彦淖尔市胜利路国泰时尚广场二层 GS 专柜	118.00	经销商	巴彦淖尔市临河区 哥弟服饰专卖店	王慧峰
23	蚌埠专卖店	GS	安徽省蚌埠市中荣 50 号巨式国际专卖店	112.00	经销商	蚌埠市蚌山区巴 黎春天时装店	唐玉梅
24	佳木斯新玛特专柜	GS	佳木斯市新玛特商厦三楼巨式专柜	89.00	经销商	佳木斯市前进区 嘉嘉名品服装店	唐嘉婷
25	九江浔阳路专卖店	GS	九江市浔阳路 280 号巨式国际专卖店	80.00	经销商	浔阳区三和服饰店	石江媛
26	贵阳正新街专卖店	GS	贵阳市正新街 9 号巨式国际专卖店	208.00	经销商	沈城荣	沈权
27	长春国联专卖店	GS	长春朝阳区重庆小区国联 8A4GS 专卖店	110.00	经销商	朝阳区美仑时装 商行	马立杰
28	泸州专卖店	GS	泸州市江阳区治平路 9 号门市东亿国际商场巨式专卖店	120.00	经销商	泸州市亿美商贸 有限责任公司	刘玉兰
29	西安天姿专卖店	GS	西安市南大街 64 号豪华 XTD	72.00	经销商	西安市碑林区至 臻服装店	刘宇慨
30	自贡新美	GS	四川省自贡市自流井区汇新路银桦社区新美春天 GS 专柜	145.00	经销商	自贡市汇东新区 名佳服饰店	刘晓
31	万州孙家书房专卖店	GS	重庆万州区孙家书房 11 号（巨式国际专卖店）	98.00	经销商	万州区梦菲尔服 装店	李俊
32	双鸭山新天地 GS 专柜	GS	黑龙江省双鸭山市新天地购物中心一层	134.00	经销商	哈尔滨嘉宾商贸 有限公司	耿玉涛
33	郴州文化路专卖店	GS	郴州市文化路 30-2 号巨式国际专卖店	72.00	经销商	郴州宏泰兴贸易 有限公司	郝亚辉
34	吉林奥亚 GS 专柜	GS	吉林市船营区解放路 65 号奥亚名门购物广场 4 楼 GS 专柜	75.00	经销商	吉林市船营区丽 华吉美服饰店	崔丽华

序号	店铺名称	品牌	地址	完工面积 (M ²)	经营模式	经销商/管理商	经销商/管理商负责人
35	锦州新中百	GS	锦州市凌和区中央大街三段一号大商集团锦州百货大楼 B 座二楼巨式专柜	110.00	经销商	沈阳佳晔商贸有限公司	褚丽芙、褚丽梅
36	四川内江	GS	四川省内江市东兴区汉安大道金海沸城 1-4FGIVHSHYH 专柜	114.00	经销商	四川省欧锦行百货有限公司	陈革
37	重庆凯瑞商都	GS	重庆市沙坪坝区双巷子街 6 号煌华新纪元购物广场新世纪百货凯瑞商都 3 楼 GS 专柜	82.00	经销商	重庆萱禧营销策划有限公司	郑妮
38	赣州万象城	GS	江西省赣州市章江新区登峰大道华润中心二楼	180.00	经销商	赣州美熙曼服饰有限公司	徐娟

(5) CR 门店

序号	店铺名称	品牌	地址	完工面积 (M ²)	经营模式	经销商/管理商	经销商/管理商负责人
1	北京君太	CR	北京市西城区西单北大街 133 号君太百货 3 层卡洛琳专柜	80.00	直营	—	—
2	南京新街口	CR	南京市白下区中山南路 3 号南京新百二楼卡洛琳专柜	113.50	直营	—	—
3	南京江宁万达	CR	南京市江宁区万达广场一楼 1005 CAROLINE 专柜	121.00	直营	—	—
4	厦门嘉禾巴黎春天	CR	厦门市嘉禾路 261-265 号巴黎春天百货 2 楼卡洛琳专柜	67.60	直营	—	—
5	厦门中山巴黎	CR	厦门市中山路 76-132 号巴黎春天百货 4 楼 CAROLINE 专柜	96.00	直营	—	—
6	厦门中华城	CR	厦门市思明南路 175 号之 45 中华城 A2 地块 C 区二楼 2051 号	209.00	直营	—	—
7	杭州西湖银泰	CR	杭州市上城区延安南路 98 号杭州银西百货有限公司 2 楼 CAROLINE 专柜	106.00	直营	—	—

序号	店铺名称	品牌	地址	完工面积 (M ²)	经营模式	经销商/管理商	经销商/管理商负责人
8	无锡万象城	CR	江苏省无锡市滨湖区金石路 88 号无锡万象城 2F CAROLINE 专柜	102.00	直营	—	—
9	无锡八佰伴	CR	江苏省无锡市崇安区中山路 168 号八佰伴商场三楼 CAROLINE 专柜	70.00	直营	—	—
10	苏州新光天地	CR	苏州市工业园区现代大道东 456 号新光天地百货 03014 CAROLINE 专柜	141.00	直营	—	—
11	常州泰富广场	CR	常州市延陵西路 95-97 号 泰富百货四楼 CAROLINE 专柜	78.00	直营	—	—
12	上海巴黎春天	CR	上海市杨浦区松沪路 1 号（上海巴黎春天 2 楼 3 号 CARLOINE 专柜）	110.00	直营	—	—
13	上海大丸百货	CR	上海黄浦区南京东路 228 号新世界大丸百货 3 楼 CAROLINE 店铺	122.00	直营	—	—
14	天津乐天百货 2 店	CR	天津河西区乐园道 9 号与越秀路交口，乐天百货文化 中心店 3F3-W2-10 卡洛琳专柜	75.00	直营	—	—
15	南宁航洋	CR	南宁市民族大道 131 号航洋国际城一楼 L1-029 店铺 CR 专柜	103.00	直营	—	—
16	锦州新中百	CR	辽宁锦州市新中百商厦（锦州百货大楼 B 座）中央大 街三段一号二楼 CAROLINE 专柜	109.50	经销商	沈阳佳晔商贸有 限公司	褚丽芙、褚丽梅
17	郴州专卖店	CR	湖南郴州市人民东路 18-4 号 CAROLINE 专卖店	109.00	经销商	郴州宏泰兴贸易 有限公司	郝亚辉
18	七台河大商新玛特	CR	黑龙江省七台河市大商新玛特四楼 CR 专柜	140.50	经销商	七台河市丽美服 饰有限责任公司	耿丽
19	双鸭山松江国际	CR	黑龙江省双鸭山尖山区五马路松江国际三楼 CR 专柜	80.00	经销商	哈尔滨嘉宾商贸 有限公司	耿玉涛
20	鸡西卡洛琳	CR	黑龙江省鸡西市鸡冠区东风路 6 号楼 2 号门市	114.50	经销商	青岛百世名国际	侯振云

序号	店铺名称	品牌	地址	完工面积 (M ²)	经营模式	经销商/管理商	经销商/管理商负责人
						贸易有限公司	
21	自贡丹桂大街	CR	自贡市丹桂大街尚东国际 471 号	98.00	经销商	自贡市汇东新区 蕙彬服装行	黄宏彬
22	泸州东亿春天国际	CR	泸州市江阳区治平路 19 号东亿春天国际 2 楼 CAROLINE	125.00	经销商	泸州市亿美商贸 有限责任公司	刘玉兰
23	达州翠屏路	CR	四川省达州市翠屏路中段 CAROLINE 专卖店	80.00	经销商	达州市通川区卡 琳美服装店	杨莉
24	山东青岛麦凯乐	CR	山东省青岛市市南区香港中路 69 号麦凯乐 2FCAROLINE 专柜	82.00	经销商	青岛百世名国际 贸易有限公司	侯振云
25	青岛万象城	CR	山东省青岛市市南区山东路 6 号万象城 L343A-Caroline	130.00	经销商	青岛百世名国际 贸易有限公司	高明
26	鹤岗贵铍商行	CR	黑龙江省鹤岗市向阳区红军路 88 号贵铍商行	109.00	经销商	鹤岗市贵铍商行	王淑娟
27	西安开元商场	CR	陕西省西安市开元商场钟楼店 2F-A-02 卡洛琳专卖	85.00	经销商	陕西伊人品牌管 理有限公司	向文
28	西安世纪金花	CR	陕西省西安市南门外世纪金花珠江店 3 楼卡洛琳专柜	89.00	经销商	陕西伊人品牌管 理有限公司	向文
29	咸阳卡洛琳	CR	陕西省咸阳市秦都区团结路 CAROLINE 专卖店	99.80	经销商	陕西伊人品牌管 理有限公司	向文
30	重庆奥特莱斯	CR	重庆市北部新区奥特莱斯 1 号 MFAM13—IV\CR 专柜	67.00	经销商	重庆京燕科技有 限公司	肖京
31	重庆世纪新都	CR	重庆市江北区建新北路 1 号新世纪百货世纪新都二楼 CAROLINE 专柜	78.00	经销商	重庆京燕科技有 限公司	肖京
32	重庆西城天街	CR	重庆市九龙坡区杨家坪珠江路 48 号龙湖西城天街 LG-04 号	83.00	经销商	重庆京燕科技有 限公司	肖京

序号	店铺名称	品牌	地址	完工面积 (M ²)	经营模式	经销商/管理商	经销商/管理商负责人
33	重庆万州新世纪	CR	重庆市万州区太白路2号万州商都三楼CR专柜	98.00	经销商	重庆京燕科技有限公司	肖京
34	重庆大都会	CR	重庆市渝中区解放碑大都会广场3楼L306-307B	121.00	经销商	重庆京燕科技有限公司	肖京
35	重庆开县商都	CR	重庆市开县开州大道88号新世纪百货开县商都3楼CAROLINE专柜	80.00	经销商	重庆京燕科技有限公司	肖京
36	重庆星光68	CR	重庆市江北区洋河一路68号星光68广场L320CAROLINE专柜	95.00	经销商	重庆京燕科技有限公司	肖京
37	重庆涪陵商都	CR	重庆市涪陵区兴华中路34号新世纪百货涪陵商都3楼CAROLINE专柜	95.00	经销商	重庆京燕科技有限公司	肖京
38	柳州卡洛琳	CR	柳州市龙城路32号电信综合楼一楼邮编545001	107.69	经销商	柳州市慧轩服饰有限公司	谢斌
39	营口卡洛琳	CR	辽宁省营口市市府路YD-8CAROLINE专卖店	120.00	经销商	营口韵迪商贸有限公司	于丽萍
40	营口鲅鱼圈万隆广场	CR	辽宁省营口市鲅鱼圈区万隆广场一楼F105A卡洛琳专卖店	115.00	经销商	营口丽尊商贸有限公司	于丽萍
41	齐齐哈尔百货大楼	CR	黑龙江省齐齐哈尔市龙沙区卜奎大街55号齐齐哈尔百货大楼3楼CAROLINE专柜	148.00	经销商	齐齐哈尔峰菲商贸有限公司	赵爱华
42	新疆汇嘉时代百货	CR	新疆库尔勒萨依巴格路43号汇嘉时代商场3楼CAROLINE专柜	82.00	经销商	巴州铁赢商贸有限公司	禄梅
43	新疆阿克苏	CR	新疆阿克苏太百购物三楼CAROLINE专柜	103.00	经销商	新疆安子金正投资有限公司	安维玲
44	乌鲁木齐友好百盛	CR	新疆乌鲁木齐友好南路668号友好百盛购物中心二楼	72.00	经销商	新疆安子金正投资有限公司	安维玲
45	大庆万达	CR	大庆市萨尔图区东风里15号一楼1018B-1019	133.00	经销商	大庆高新区摩咔	杨安芬

序号	店铺名称	品牌	地址	完工面积 (M ²)	经营模式	经销商/管理商	经销商/管理商负责人
			CAROLINE 专柜			时装名店	
46	黑龙江绥化世纪华辰	CR	绥化市中兴东路世纪华辰休闲购物广场三楼 CR 专柜	120.00	经销商	哈尔滨尚都新天地百货市场有限公司	高佩德
47	东莞万达	CR	广东省东莞东城东纵路万达广场百货二楼 CAROLINE 专柜	117.00	经销商	东莞市鹤腾实业有限公司	张红
48	乌兰察布维多利亚	CR	内蒙古乌兰察布市集宁区恩和路维多利亚购物中心 3FCAROLINE 专柜	128.00	经销商	乌兰察布市利川物资有限公司	张祥
49	烟台万达	CR	山东省烟台市芝罘区万达广场金街 1026 室 CAROLINE 专柜	130.00	经销商	烟台东芹颖亿商贸有限公司	邹积东
50	牡丹江百货大楼	CR	黑龙江省牡丹江市太平路七星街全福依尚名店 175 号	85.55	经销商	牡丹江全福服饰有限公司	冯喜全
51	黑龙江佳木斯	CR	黑龙江省佳木斯市前进区长安路新玛特商场 3FCAROLINE 专柜	88.00	经销商	深圳市倍安蒂科技有限公司	唐嘉婷
52	广州广百天河中怡	CR	广州市天河路 200 号广百百货天河中怡分店 2 楼 CAROLINE 专柜	102.00	管理商	东莞景逸营销策划有限公司	陈伟峰
53	广州丽柏	CR	广州市环市东路 367 号丽柏广场四楼 405 铺	97.50	管理商	东莞景逸营销策划有限公司	陈伟峰
54	沈阳新玛特	CR	沈阳市大东区小东路 1 号中街新玛特二楼 CAROLINE 专柜	83.00	管理商	沈阳伊美达商贸有限公司	褚丽芙、褚丽梅
55	沈阳新世界	CR	沈阳市和平区中华路 88 号沈阳新世界百货中华路店 2 楼卡洛琳专柜	72.50	管理商	沈阳伊美达商贸有限公司	褚丽芙、褚丽梅
56	沈阳尚柏奥特莱斯	CR	沈阳市沈北新区蒲河大道 98 号尚柏奥莱商场	182.80	管理商	沈阳信展商贸有限公司	褚丽芙、褚丽梅
57	沈阳卓展	CR	沈阳市沈河区北京街 7-1 卓展购物中心 4 楼	130.00	管理商	沈阳伊美达商贸	褚丽芙、褚丽梅

序号	店铺名称	品牌	地址	完工面积 (M ²)	经营模式	经销商/管理商	经销商/管理商负责人
			CAROLINE 专柜			有限公司	
58	沈阳乐天百货	CR	沈阳市皇姑区北陵大街 9-4 号 3FCAROLINE 专柜	102.00	管理商	沈阳佳晔商贸有限公司	褚丽芙、褚丽梅
59	沈阳中兴新一城	CR	沈阳市沈河区中街路 268 号中兴新一城三楼 CAROLINE 专柜	119.00	管理商	沈阳伊美达商贸有限公司	褚丽芙、褚丽梅
60	哈尔滨红博	CR	哈尔滨市南岗区红旗大街 301 号红博会展购物广场女装区卡洛琳专柜	120.00	管理商	哈尔滨尚都新天地百货市场有限公司	高佩德
61	哈尔滨尚都	CR	哈尔滨市南岗区建设街 142 号尚都名店二楼卡洛琳专柜	85.00	管理商	哈尔滨尚都新天地百货市场有限公司	高佩德
62	长春欧亚	CR	吉林省长春市朝阳区工农大路 1128 号欧亚商都 3 楼 新区 CAROLINE 专柜	105.00	管理商	哈尔滨尚都新天地百货市场有限公司	高佩德
63	呼和浩特维多利亚国际广场	CR	呼和浩特市维多利亚国际广场一期二层卡洛琳专柜	95.50	管理商	呼和浩特市昕凯利服饰有限责任公司	韩旭
64	呼和浩特维多利亚商厦	CR	呼和浩特市维多利亚商厦二层女装卡洛琳专柜	98.80	管理商	呼和浩特市昕凯利服饰有限责任公司	韩旭
65	呼和浩特时代城	CR	内蒙古呼和浩特市回民区中山西路 1 号海亮百货二楼 CR 柜	160.00	管理商	内蒙古锦华茂商贸有限公司	韩旭
66	深圳金光华	CR	深圳罗湖区人民南路 2028 号金光华商场三楼卡洛琳 专柜	132.00	管理商	深圳市钰浚服饰股份有限公司	姜琳
67	深圳海雅缤纷城	CR	深圳市宝安区五区建安一路海雅缤纷城二楼 046 号卡洛	151.00	管理商	深圳市钰浚服饰	姜琳

序号	店铺名称	品牌	地址	完工面积 (M ²)	经营模式	经销商/管理商	经销商/管理商负责人
			琳专柜			股份有限公司	
68	深圳华强茂业	CR	深圳市福田区华强北路 2007 号茂业百货 2 楼卡洛琳专柜	95.00	管理商	深圳市钰浚服饰股份有限公司	姜琳
69	深圳 KKMALL 购物中心	CR	深圳市罗湖区深南东路 5016KKMALL（京基百纳空间）3 楼卡洛琳专柜	114.00	管理商	深圳市钰浚服饰股份有限公司	姜琳
70	深圳东门茂业	CR	深圳市罗湖区东门茂业百货 5 楼 CAROLINE 专柜	104.00	管理商	深圳市钰浚服饰股份有限公司	姜琳
71	深圳南山茂业	CR	深圳市南山区南山茂业百货二楼 CAROLINE 专柜	95.00	管理商	深圳市钰浚服饰股份有限公司	姜琳
72	深圳君尚天虹	CR	深圳市福田区福华三路一楼 CAROLINE 专柜	79.00	管理商	深圳市钰浚服饰股份有限公司	姜琳
73	深圳和记黄埔世纪汇	CR	深圳市福田区深南大道 3018 和记黄埔世纪汇 2 楼 CAROLINE 专柜	147.00	管理商	深圳市钰浚服饰股份有限公司	姜琳
74	郑州丹尼斯	CR	郑州市金水区人民路 2 号丹尼斯百货（一号馆）3F 卡洛琳	82.00	直营	—	—
75	合肥百盛	CR	安徽省合肥市淮河路步行街百盛购物广场二楼	116.00	管理商	安徽省才莱商贸有限公司	刘义云
76	合肥银泰中心	CR	安徽省合肥市长江中路 98 号合肥银泰中心三楼卡洛琳专柜	77.00	管理商	安徽省才莱商贸有限公司	刘义云
77	合肥商之都	CR	合肥市庐阳区宿州路 8 号二楼卡洛琳	102.00	管理商	安徽省才莱商贸有限公司	刘义云
78	合肥银泰城	CR	合肥市政务区潜山路 190 号合肥银泰城 2 楼	116.00	管理商	安徽省才莱商贸有限公司	刘义云
79	大连百年城	CR	大连市中山区解放路 19 号百年商城 121-123 室卡洛琳专柜	97.00	管理商	大连百年城六月花服饰店	马红珂

序号	店铺名称	品牌	地址	完工面积 (M ²)	经营模式	经销商/管理商	经销商/管理商负责人
80	大连和平广场	CR	辽宁省大连市沙河口区和平广场 01-94CAROLINE 专柜	119.00	管理商	沙河口区和平广场衣缘服饰店	马红珂
81	大连百年港湾奥特莱斯	CR	大连市西岗区香炉礁物流园区内大连百年港湾奥特莱斯卡洛琳专卖店（A2057 号）	105.00	管理商	大连百年商城丽人美服饰店	马红珂
82	鞍山四隆广场	CR	辽宁省鞍山市铁东区四隆广场一层 24 号 CAROLINE 专柜	150.00	管理商	鞍山四隆广场欣珂服饰店	马卫珂
83	昆明百盛一店	CR	昆明市五华区三市街 6 号柏联百盛三楼	57.00	经销商	昆明比欧商贸有限公司	韦锋
84	昆明百盛二店	CR	昆明市五华区人民中路 17 号百盛二楼卡洛琳专柜	77.50	经销商	昆明比欧商贸有限公司	韦锋
85	长沙解放西路专卖店	CR	长沙市蔡锷南路望阁 108 号门面	97.84	管理商	长沙市金淇瑞服饰贸易有限公司	徐蔚
86	重庆万象城	CR	重庆市九龙坡区杨家坪谢家湾正街 49 号华润中心万象城 L306-CR	122.00	管理商	重庆萱禧营销策划有限公司	郑妮
87	成都万象城	CR	成都市成华区成都万象城第 3 层 336 号商铺	165.00	管理商	成都长春藤企业管理有限公司	朱洁、李毅夫妇
88	成都环球购物中心	CR	成都市高新区天府大道北段 1700 号环球中心 1FB13 号卡洛琳专柜	161.00	管理商	锦江区中悦时装店	朱洁、李毅夫妇
89	成都仁和光华	CR	成都市光华路仁和春天 3 楼 B 区	85.00	管理商	成都长春藤企业管理有限公司	朱洁、李毅夫妇
90	成都第一城	CR	成都市锦江区小科甲巷 1 号第一城一楼 41、44—47、98、99 号	160.25	管理商	锦江区中悦时装店	朱洁、李毅夫妇
91	成都王府井 2 店	CR	成都市科华中路 9 号成都王府井百货 2 号店 2 楼 CAROLINE 专柜	100.00	管理商	成都长春藤企业管理有限公司	朱洁、李毅夫妇
92	成都太古里	CR	成都市锦江区中纱帽街 8 号成都远洋太古里负一层	182.90	管理商	四川恒美集贸易	朱洁、李毅夫妇

序号	店铺名称	品牌	地址	完工面积 (M ²)	经营模式	经销商/管理商	经销商/管理商负责人
			065-067B 号			有限公司	
93	绵阳百盛	CR	绵阳市安昌路 17 号富临百盛广场 2 楼卡洛琳专柜	85.00	管理商	四川恒美集贸易有限公司	朱洁、李毅夫妇
94	南充新世纪	CR	南充市顺庆区人民南路 66 号新世纪百货 2 楼卡洛琳专柜	84.00	管理商	四川恒美集贸易有限公司	朱洁、李毅夫妇
95	宜宾叙府商城	CR	宜宾市人民路 14 号叙府商城 3 楼卡洛琳专柜	88.00	管理商	四川恒美集贸易有限公司	朱洁、李毅夫妇
96	太原茂业	CR	太原市小店区亲贤北街 79 号茂业天地二层	105.00	管理商	太原市爱时服饰有限公司	芦毅梅
97	天津金元宝	CR	天津滨海新区塘沽解放路 668 号金元宝商厦二楼 CAROLINE 专柜	76.00	直营	—	—
98	哈尔滨远大购物中心	CR	哈尔滨市南岗区果戈里大街 378 号远大购物中心三楼 CAROLINE 专柜	82.00	管理商	哈尔滨尚都新天地百货市场有限公司	高佩德
99	贵阳南国花锦	CR	贵阳市云岩区中华中路 130 号南国花锦购物中心三楼	64.00	管理商	贵阳雅丹丽贸易有限公司	刘惠
100	库尔勒天百购物中心	CR	新疆库尔勒市人民东路天百购物中心 2FCAROLINE 专柜	88.00	经销商	巴州铁赢商贸有限公司	禄梅
101	新疆昌吉汇嘉时代百货	CR	新疆昌吉市延安北路 198 号汇嘉时代百货有限公司二楼 CAROLINE 专柜	85.00	经销商	新疆安子金正投资有限公司	安维玲
102	陕西安康南方百货	CR	陕西省安康市汉滨区金州路 59 号南方百货三楼 CAROLINE 专柜	70.00	经销商	陕西伊人品牌管理有限公司	向文
103	赣州万象城	CR	江西省赣州市章江新区登峰大道华润中心二楼 213 店铺	160.00	经销商	赣州美熙曼服饰有限公司	徐娟
104	莆田正荣财富中心	CR	莆田市荔城区荔园路与天妃路交叉路口西南侧正荣	195.00	经销商	泉州冠君百货有	林建培

序号	店铺名称	品牌	地址	完工面积 (M ²)	经营模式	经销商/管理商	经销商/管理商负责人
			金融财富中心一楼 1011-1013 铺位			限公司	
105	深圳深国投	CR	深圳市福田区农林路 69 号深国投广场一楼 10 号卡洛琳专柜	111.00	管理商	深圳市钰浚服饰股份有限公司	姜琳
106	深圳海岸城	CR	深圳市南山区文心五路 33 号海岸城购物中心三层 311 号 3 铺	137.00	管理商	深圳市钰浚服饰股份有限公司	姜琳
107	佛山佛罗伦萨	CR	广东省佛山市南海区桂城街道疏港路 28 号购物中心一楼 B13	144.00	直营	—	—
108	江苏江阴华地	CR	江阴市人民中路 18 号华地百货三楼 CAROLINE 专柜	103.00	直营	—	—
109	长沙海信	CR	长沙市天心区湘江中路二段 36 号华远华中心长沙海信广场四楼 CAROLINE 专柜	85.00	直营	—	—
110	南京金鹰	CR	南京市秦淮区汉中路 89 号金鹰国际购物中心 A 座 3 楼 CAROLINE 专柜	56.00	直营	—	—
111	厦门磐基	CR	厦门市思明区嘉禾路 197 号磐基中心 310 商铺 CAROLINE 专柜	144.00	直营	—	—

(6) IV 门店

序号	店铺名称	品牌	地址	完工面积 (M ²)	经营模式	经销商/管理商	经销商/管理商负责人
1	昆山商厦	IV	昆山市人民南路 146-148 号昆山商厦二楼	68.00	直营	—	—
2	上海新世界	IV	上海市黄浦区南京西路 2-68 号新世界百货 2F	93.00	直营	—	—
3	上海巴黎春天五角场	IV	上海市杨浦区松沪路 1 号巴黎春天五角场店 3 楼	103.00	直营	—	—
4	广州丽柏	IV	广州市越秀区环市东路 367 号丽柏广场第 4 层第 403 号商铺	124.00	管理商	东莞市景逸营销策划有限公司	陈伟峰

序号	店铺名称	品牌	地址	完工面积 (M ²)	经营模式	经销商/管理商	经销商/管理商负责人
5	呼和浩特维多利亚	IV	呼和浩特市回民区中山西路维多利亚购物中心 3 楼	85.16	管理商	呼和浩特市昕凯利服饰有限责任公司	韩旭
6	呼和浩特摩尔城	IV	呼和浩特市赛罕区新城东街 62 号维多利亚摩尔城 A 座 2 楼	143.00	管理商	内蒙古锦华茂商贸有限公司	韩旭
7	维多利亚国际广场	IV	呼和浩特市新城区新华东街 8 号 2 维多利亚国际广场 A 座二层	120.00	管理商	呼和浩特市昕凯丽服饰有限责任公司	韩旭
8	深圳华强北茂业	IV	深圳市福田区华强北茂业百货 4F	145.00	管理商	深圳市钰浚服饰股份有限公司	姜琳
9	深圳东门茂业	IV	深圳市罗湖区东门中路东门茂业百货 5 楼	152.00	管理商	深圳市钰浚服饰股份有限公司	姜琳
10	深圳南山茂业	IV	深圳市南山区南山文化中心文心二楼西侧茂业百货三楼	200.00	管理商	深圳市钰浚服饰股份有限公司	姜琳
11	惠州君尚	IV	广东省惠州市麦地路 60 号天虹商场 2F	100.00	管理商	深圳市钰浚服饰股份有限公司	姜琳
12	大连和平广场	IV	大连市沙河口区和平广场 1 楼 89-90 号	83.00	管理商	大连和平广场艾可服饰店	马红珂
13	阿克苏太百购物中心	IV	阿克苏市新华东路 33-1 号	84.30	经销商	新疆安子金正投资有限公司	安维玲
14	昌吉汇嘉时代	IV	昌吉市延安北路 198 号汇嘉时代百货有限公司 2 楼	85.00	经销商	新疆安子金正投资有限公司	安维玲
15	库尔勒汇嘉	IV	库尔勒市沙依巴格路 32 号汇嘉商场 3 楼	75.60	经销商	新疆安子金正投资有限公司	安维玲
16	乌鲁木齐太百	IV	乌鲁木齐市友好北路太百购物 3 楼	74.00	经销商	新疆安子金正投资有限公司	安维玲

序号	店铺名称	品牌	地址	完工面积 (M ²)	经营模式	经销商/管理商	经销商/管理商负责人
17	乌鲁木齐友好南路百盛	IV	乌鲁木齐市友好南路 668 号友好百盛购物中心	78.80	经销商	新疆安子金正投资有限公司	安维玲
18	奎屯友好时尚购物中心	IV	新疆奎屯市北京路友好时尚购物中心 2 层	84.00	经销商	新疆安子金正投资有限公司	安维玲
19	乌鲁木齐友好	IV	新疆乌鲁木齐友好北路 518 号友好商场三楼 A-9 厅	93.00	经销商	新疆安子金正投资有限公司	安维玲
20	伊犁天百	IV	伊犁市斯大林街东路 18 号新疆友好伊犁天百国际购物中心 2 楼	80.00	经销商	新疆安子金正投资有限公司	安维玲
21	防城港中兴路专卖店	IV	防城港市防城区中兴路 1 号	90.00	经销商	防城佳利服饰店	陈一民
22	鲅鱼圈昆仑大街专卖店	IV	营口市鲅鱼圈昆仑大街 ABC 精品服饰	80.00	经销商	沈阳佳晔商贸有限公司	褚丽芙、褚丽梅
23	朝阳新玛特	IV	朝阳市新玛特商场 2 楼	123.00	经销商	沈阳佳晔商贸有限公司	褚丽芙、褚丽梅
24	瓦房店长春路专卖店	IV	大连瓦房店市西长春路 1 段 25 号三友皮草行	106.00	经销商	沈阳佳晔商贸有限公司	褚丽芙、褚丽梅
25	大石桥兴隆百货	IV	大石桥市哈大路中段兴隆百货 3 楼	60.00	经销商	沈阳佳晔商贸有限公司	褚丽芙、褚丽梅
26	丹东乐美小区专卖店	IV	丹东市振兴区七经街邮局赛特 AIVEI 服装店	62.00	经销商	沈阳佳晔商贸有限公司	褚丽芙、褚丽梅
27	抚顺王府井	IV	抚顺市新抚区东一路 12 号世城财富广场王府井百货 2 楼	117.05	经销商	沈阳佳晔商贸有限公司	褚丽芙、褚丽梅
28	海城普临商场	IV	海城市普临购物中心 2 楼赛普森	65.00	经销商	沈阳佳晔商贸有限公司	褚丽芙、褚丽梅
29	沈阳新世界	IV	和平区中华路新世界三部 2 楼	72.00	经销商	沈阳佳晔商贸有	褚丽芙、褚丽梅

序号	店铺名称	品牌	地址	完工面积 (M ²)	经营模式	经销商/管理商	经销商/管理商负责人
						限公司	
30	鞍山新玛特	IV	辽宁省鞍山市铁东区胜利南路 42 号大商新玛特总店 3 楼	98.70	经销商	沈阳佳晔商贸有限公司	褚丽芙、褚丽梅
31	锦州千盛百货	IV	辽宁省锦州市凌河区上海路 4 段 2 号千盛购物广场 3 层	93.70	经销商	沈阳佳晔商贸有限公司	褚丽芙、褚丽梅
32	营口财富广场	IV	辽宁省营口市市府路财富广场 YB-15	120.00	经销商	沈阳佳晔商贸有限公司	褚丽芙、褚丽梅
33	盘锦兴隆百货	IV	盘锦市兴隆台区中心路 103 号盘锦兴隆百货 5 楼	70.00	经销商	沈阳佳晔商贸有限公司	褚丽芙、褚丽梅
34	沈阳中街新玛特	IV	沈阳市大东区小东路 1 号中街新玛特 2 楼	80.00	经销商	沈阳佳晔商贸有限公司	褚丽芙、褚丽梅
35	沈阳恒隆	IV	沈阳市沈河区中街路 128 号沈阳皇城恒隆广场 202-2	98.00	经销商	沈阳佳晔商贸有限公司	褚丽芙、褚丽梅
36	沈阳铁西新玛特	IV	沈阳市铁西区兴华南街 37 号新玛特 3 楼	130.00	经销商	沈阳佳晔商贸有限公司	褚丽芙、褚丽梅
37	沈阳乐天	IV	沈阳市皇姑区岐山东路 26 号乐天百货三楼	106.00	经销商	沈阳佳晔商贸有限公司	褚丽芙、褚丽梅
38	丹东东港专卖店	IV	辽宁省东港市育才路 AIVEI 专卖店	96.33	经销商	沈阳佳晔商贸有限公司	褚丽芙、褚丽梅
39	鲅鱼圈万隆广场	IV	营口市鲅鱼圈昆仑大街万隆广场 3 楼	115.80	经销商	沈阳佳晔商贸有限公司	褚丽芙、褚丽梅
40	沈阳中兴新一城	IV	沈阳市沈河区中街路 268 号中兴新一城 3F	84.00	经销商	沈阳佳晔商贸有限公司	褚丽芙、褚丽梅
41	大庆新玛特	IV	大庆市高新区纬二路 39 号大庆新玛特购物休闲广场 二层	67.00	经销商	哈尔滨尚都新天地百货市场有限	高佩德

序号	店铺名称	品牌	地址	完工面积 (M ²)	经营模式	经销商/管理商	经销商/管理商负责人
						公司	
42	哈尔滨尚都	IV	哈尔滨市南岗区建设街 142 号尚都新天地二楼	85.80	经销商	哈尔滨尚都新天地百货市场有限公司	高佩德
43	哈尔滨卓展	IV	哈尔滨市道里区安隆街 106 号卓展商场 4 楼	94.00	经销商	哈尔滨尚都新天地百货市场有限公司	高佩德
44	哈尔滨远大购物中心	IV	哈尔滨市南岗区果戈里大街 378 号远大购物中心 3 楼	58.00	经销商	哈尔滨尚都新天地百货市场有限公司	高佩德
45	哈尔滨红博	IV	哈尔滨市南岗区红旗大街 301 号红博会展购物广场 16 厅	92.00	经销商	哈尔滨尚都新天地百货市场有限公司	高佩德
46	鹤岗红军路专卖店	IV	鹤岗市向阳区红军路 88 号贵族商行 2 楼	78.00	经销商	哈尔滨尚都新天地百货市场有限公司	高佩德
47	鸡西中心大街专卖店	IV	鸡西市中心大街 241 号	110.00	经销商	哈尔滨尚都新天地百货市场有限公司	高佩德
48	牡丹江百货大楼	IV	牡丹江市东安区太平路 31 号牡丹江百货大楼 3 楼	70.00	经销商	哈尔滨尚都新天地百货市场有限公司	高佩德
49	七台河新玛特	IV	七台河市桃山区山湖路 136 号大商新玛特 4 楼	88.50	经销商	哈尔滨尚都新天地百货市场有限公司	高佩德

序号	店铺名称	品牌	地址	完工面积 (M ²)	经营模式	经销商/管理商	经销商/管理商负责人
50	齐齐哈尔百货大楼	IV	齐齐哈尔市龙沙区卜奎大街 55 号百货大楼 3 楼	115.00	经销商	哈尔滨尚都新天地百货市场有限公司	高佩德
51	尚志宝兴新世纪国际女人街	IV	尚志腾飞路宝兴二期新世纪国际女人街商场一层	94.40	经销商	哈尔滨尚都新天地百货市场有限公司	高佩德
52	双鸭山松江国际	IV	双鸭山市松江国际购物大厦	93.00	经销商	哈尔滨尚都新天地百货市场有限公司	高佩德
53	绥化世纪华辰	IV	绥化市北林区中兴东路世纪华辰休闲购物广场 3 楼	93.00	经销商	哈尔滨尚都新天地百货市场有限公司	高佩德
54	哈尔滨群力远大	IV	哈尔滨市道里区群力第四大道远大购物中心二楼	101.00	经销商	哈尔滨尚都新天地百货市场有限公司	高佩德
55	黑河市北安专卖店	IV	黑河市北安市友谊街道北 AIVEI 专卖店	84.00	经销商	哈尔滨尚都新天地百货市场有限公司	高佩德
56	厦门 BAMA 服饰店	IV	厦门市思明区建业路 10 号国盟大厦 202BAMA 服饰	120.00	经销商	厦门市思明区芭玛服饰店	洪运范
57	平顶山万家百货	IV	平顶山市万家百货 2 楼	70.00	经销商	平顶山市东方百货有限责任公司	侯雷
58	银川万达广场	IV	银川市金凤区正源北街 22 号万达广场 1 楼 1079B-1080 号	183.00	经销商	银川和信阳光贸易有限公司	黄绍雄
59	青岛麦凯乐总店	IV	青岛市市南区香港中路 69 号麦凯乐青岛总店 2 楼	102.00	经销商	青岛威玛经贸有	黄洮

序号	店铺名称	品牌	地址	完工面积 (M ²)	经营模式	经销商/管理商	经销商/管理商负责人
						限公司	
60	威海振华商厦	IV	威海市新威路 89 号 4 楼	93.00	经销商	青岛威玛经贸有限公司	黄洮
61	烟台振华商厦	IV	烟台市芝罘区西大街八号振华商厦 4 楼	122.00	经销商	青岛威玛经贸有限公司	黄洮
62	莱利利群商厦	IV	莱州市文化东路利群商厦 4 楼	114.80	经销商	青岛威玛经贸有限公司	黄洮
63	青岛崂山丽达	IV	青岛市崂山区秦岭路 18 号，丽达购物中心南区一楼艾薇专柜	142.00	经销商	青岛威玛经贸有限公司	黄洮
64	郑州新玛特国贸总店	IV	郑州市金水区花园路大商新玛特国贸总店 2 楼	94.00	经销商	郑州君悦服饰有限公司	李军
65	桂林梦之岛	IV	桂林市秀峰区中山中路 20 号梦之岛商场 2 楼	80.00	经销商	桂林旭鸿贸易有限公司	梁宇
66	来宾裕达购物广场	IV	广西省来宾市桂中大道 233 号裕达购物中心 2 楼	122.00	经销商	来宾市兴宾区馨怡服饰店	廖晶
67	福州万达百货	IV	福州市台江区金融街万达百货二楼	110.00	经销商	泉州冠君百货有限公司	林建培
68	泉州万达百货	IV	泉州市浦西万达广场万达百货二楼	117.52	经销商	泉州冠君百货有限公司	林建培
69	芜湖侨鸿国际购物中心	IV	芜湖市中山北路 77 号侨鸿国际实业有限公司购物中心 2 楼	96.00	经销商	安徽省才莱商贸有限公司	刘义云
70	郴州友谊中皇城	IV	郴州市北湖区国庆北路友谊中皇城二楼	99.00	经销商	郴州市和美贸易有限公司	周璐
71	娄底春圆步行街专卖店	IV	湖南省娄底市娄星区春元步行街银街 174 号 175 号	140.00	经销商	娄底市远大利丰贸易有限公司	肖桂文

序号	店铺名称	品牌	地址	完工面积 (M ²)	经营模式	经销商/管理商	经销商/管理商负责人
72	益阳步步高	IV	湖南益阳市康复北路步步高百货朝阳店 2 楼	90.00	经销商	长沙必菲德服装有限公司	卢艳红
73	邵阳步步高	IV	邵阳市宝庆中路邵水桥头步步高商场 2 楼	80.00	经销商	邵阳市大祥区欧美尚商贸有限公司	黄曼丽
74	永州步步高	IV	永州市冷水滩区零陵北路舜德摩尔步步高百货 2 楼	80.00	经销商	永州市冷水滩区杜梅服装店	李杜梅
75	长沙阿波罗广场	IV	长沙市八一路 1 号阿波罗商业广场 2 楼	100.00	经销商	长沙必菲德服装有限公司	卢艳红
76	长沙王府井	IV	长沙市黄兴中路 27 号王府井百货 2 楼	62.00	经销商	长沙必菲德服装有限公司	卢艳红
77	长沙平和堂五一店	IV	长沙市黄兴中路 88 号五一广场平和堂二楼	101.00	经销商	长沙必菲德服装有限公司	卢艳红
78	长沙友谊商店	IV	长沙市五一大道 368 号友谊商店 B 座 5 楼	93.00	经销商	长沙必菲德服装有限公司	卢艳红
79	敦化百货大楼	IV	敦化市渤海街工农 4 号百货大楼 3 楼	81.00	经销商	朝阳区美仑时装商行	马立杰
80	辽源银座商厦	IV	辽源市西宁大路 167 号银座商厦 4 楼	118.00	经销商	朝阳区美仑时装商行	马立杰
81	长春国联专卖店	IV	长春市朝阳区重庆路国联小区 8A4 栋	100.00	经销商	朝阳区美仑时装商行	马立杰
82	贵阳富水中路专卖店	IV	贵阳市富水中路 74 号	110.00	经销商	沈城荣	权莉
83	西宁王府井扩容店	IV	青海省西宁市西大街 40 号王府井百货扩容店二楼	100.60	经销商	西宁隆成商贸有限公司	谭馨
84	九江浔阳路专卖店	IV	九江市浔阳路 123 号	100.00	经销商	南昌市丽冰服饰	涂丽冰

序号	店铺名称	品牌	地址	完工面积 (M ²)	经营模式	经销商/管理商	经销商/管理商负责人
						有限公司	
85	奉节夔州路专卖店	IV	奉节县奎州路 227 号佳铃百货	95.00	经销商	重庆京燕科技有限公司	肖京
86	重庆奥特莱斯折扣店	IV	重庆市北部新区工业园区奥特莱斯路 1 号 AM13	130.00	经销商	重庆京燕科技有限公司	肖京
87	涪陵新世纪商都	IV	重庆市涪陵区兴华中路 34 号新世纪百货涪陵商都 3 楼	90.00	经销商	重庆京燕科技有限公司	肖京
88	重庆北城天街	IV	重庆市江北区北城天街 2B27	139.00	经销商	重庆京燕科技有限公司	肖京
89	重庆世纪新都	IV	重庆市江北区步行街 7 号世纪新都 1 楼	90.00	经销商	重庆京燕科技有限公司	肖京
90	重庆西城天街	IV	重庆市九龙坡区西城天街 LG-25	124.00	经销商	重庆京燕科技有限公司	肖京
91	万州新世纪商都	IV	重庆市万州区太白路 2 号新世纪百货万州商都 3 楼	92.00	经销商	重庆京燕科技有限公司	肖京
92	重庆大坪商都	IV	重庆市渝中区大石路大坪商都 2 楼	95.00	经销商	重庆京燕科技有限公司	肖京
93	重庆大都会	IV	重庆市渝中区邹容路 68 号大都会广场 L308（3 楼）	82.00	经销商	重庆京燕科技有限公司	肖京
94	重庆大渡口商都	IV	重庆市大渡口区松青路 1011 号大渡口新世纪二楼	97.00	经销商	重庆京燕科技有限公司	肖京
95	重庆煌华凯瑞商都	IV	重庆市沙坪坝区凯瑞商都双巷子 6 号 2 楼	73.00	经销商	重庆京燕科技有限公司	肖京
96	乌兰察布奥威商场	IV	内蒙古乌兰察布集宁区恩和路奥威购物广场 3 楼	110.00	经销商	乌兰察布市萨兰珠宝有限公司	尹明

序号	店铺名称	品牌	地址	完工面积 (M ²)	经营模式	经销商/管理商	经销商/管理商负责人
97	通辽金叶广场	IV	通辽市明仁大街 66 号金叶广场 4 楼	108.00	经销商	通辽市科尔沁区金叶广场依美衣达服装店	刘亭汐
98	仁怀超一时代广场	IV	贵州省仁怀市国酒大道三转盘至四转盘之间超一时代广场 IV 专卖店	160.00	经销商	红花岗区铭鑫服装店	张春燕
99	遵义会址路专卖店	IV	遵义市红花岗会址路	72.00	经销商	红花岗区铭鑫服装店	张春燕
100	湛江世贸大厦	IV	湛江市赤坎区世贸大厦 1 楼 16 档	111.00	经销商	湛江市霞山区鑫海中业服装店	张向青
101	湛江鑫海名店	IV	湛江市霞山区海滨大道鑫海名城 2 楼 64 档	130.00	经销商	湛江市霞山区鑫海中业服装店	张向青
102	阜阳商厦	IV	安徽省阜阳市颍上北路 118 号阜阳商厦 3 楼	102.00	经销商	合肥美尚美商贸有限公司	郑健
103	承德双百购物中心	IV	承德市双桥区新华路双百购物广场二楼	103.00	经销商	石家庄群大贸易有限公司	周明远
104	邯郸新世纪	IV	邯郸市中华大街 29 号新世纪商业广场 2 楼	93.00	经销商	石家庄群大贸易有限公司	周明远
105	沧州华北商厦	IV	河北省沧州市新华中路华北商厦 5 楼	90.00	经销商	石家庄群大贸易有限公司	周明远
106	临汾世纪百悦购物中心	IV	临汾市解放路中段世纪百悦购物中心 4 楼	75.00	经销商	石家庄群大贸易有限公司	周明远
107	石家庄北国商城	IV	石家庄市中山东路 188 号北国商城 2 楼	65.00	经销商	石家庄群大贸易有限公司	周明远
108	石家庄北国先天下	IV	石家庄市中山东路先天下购物广场 3 楼	93.00	经销商	石家庄群大贸易有限公司	周明远

序号	店铺名称	品牌	地址	完工面积 (M ²)	经营模式	经销商/管理商	经销商/管理商负责人
109	石家庄新百广场	IV	石家庄市中山西路 139 号新百广场 2 楼	90.00	经销商	石家庄群大贸易有限公司	周明远
110	邢台大洋百货	IV	邢台市中兴西大街 115 号大洋百货 3 楼	89.90	经销商	石家庄群大贸易有限公司	周明远
111	运城东星时代广场	IV	运城市解放中路 123 号东星时代广场 2 楼	105.00	经销商	石家庄群大贸易有限公司	周明远
112	张家口帝达大厦	IV	张家口市桥东区察哈尔世纪广场帝达购物广场 4 楼	100.00	经销商	石家庄群大贸易有限公司	周明远
113	聊城五星百货	IV	聊城市东昌府区柳园北路 66 号聊城五星百货 4 楼	86.00	经销商	石家庄群大贸易有限公司	周明远
114	成都万象城	IV	成都二环东三段万年场 24 城西北角万象城 3 楼 335#	116.00	经销商	四川恒美集贸易有限公司	朱洁、李毅夫妇
115	成都环球中心	IV	成都市高新区天府大道北段 1700 号新世纪环球购物中心	112.00	经销商	四川恒美集贸易有限公司	朱洁、李毅夫妇
116	成都龙湖三千集	IV	成都市建设北路三段 6 号三千集 1 楼	118.00	经销商	四川恒美集贸易有限公司	朱洁、李毅夫妇
117	成都抚琴西路专卖店	IV	成都市金牛区抚琴西路 183 号	227.00	经销商	四川恒美集贸易有限公司	朱洁、李毅夫妇
118	成都凯德商用	IV	成都市金牛区交大路 183 号凯德商场 1 楼	246.50	经销商	四川恒美集贸易有限公司	朱洁、李毅夫妇
119	成都时代奥特莱斯	IV	成都市双流县双楠大道中段时代奥特莱斯 663 号 C 区 1117	132.00	经销商	四川恒美集贸易有限公司	朱洁、李毅夫妇
120	达州翠屏路专卖店	IV	达州市翠屏路中段中医院	96.00	经销商	四川恒美集贸易有限公司	朱洁、李毅夫妇
121	德阳洋洋百货	IV	德阳市长江西路二段老洋洋百货 3 楼	80.00	经销商	四川恒美集贸易	朱洁、李毅夫妇

序号	店铺名称	品牌	地址	完工面积 (M ²)	经营模式	经销商/管理商	经销商/管理商负责人
						有限公司	
122	都江堰百伦广场	IV	都江堰市幸福大道百伦广场2楼	112.00	经销商	四川恒美集贸易有限公司	朱洁、李毅夫妇
123	广元政府街专卖店	IV	广元市政府街9号曦之魅	120.00	经销商	四川恒美集贸易有限公司	朱洁、李毅夫妇
124	泸州治平路专卖店	IV	泸州市治平路19号东亿国际办公室	171.00	经销商	四川恒美集贸易有限公司	朱洁、李毅夫妇
125	绵阳百盛	IV	绵阳市安昌路17号绵阳富临百盛广场2楼	100.00	经销商	四川恒美集贸易有限公司	朱洁、李毅夫妇
126	南充新世纪百货	IV	南充市顺庆区人民南路66号新世纪百货2楼	86.00	经销商	四川恒美集贸易有限公司	朱洁、李毅夫妇
127	西昌达达百货	IV	四川省西昌市大巷口下西街达达春天二楼	118.00	经销商	四川恒美集贸易有限公司	朱洁、李毅夫妇
128	遂宁永逸百货	IV	遂宁市遂州南路187号永逸百货2楼	70.00	经销商	四川恒美集贸易有限公司	朱洁、李毅夫妇
129	资阳和平路专卖店	IV	资阳市和平路北段	95.00	经销商	四川恒美集贸易有限公司	朱洁、李毅夫妇
130	攀枝花德铭阳光百货	IV	攀枝花东区德铭阳光2F	80.00	经销商	四川恒美集贸易有限公司	朱洁、李毅夫妇
131	眉山宏远百货	IV	眉山市东坡区小北街宏远商场3F	83.00	经销商	四川恒美集贸易有限公司	朱洁、李毅夫妇
132	达州新世纪百货	IV	达州市老车坝新世纪百货2F	66.00	经销商	四川恒美集贸易有限公司	朱洁、李毅夫妇
133	绵阳百盛大都会	IV	绵阳市涪城区临园路东段68号大都会百盛二楼	85.00	经销商	四川恒美集贸易有限公司	朱洁、李毅夫妇

序号	店铺名称	品牌	地址	完工面积 (M ²)	经营模式	经销商/管理商	经销商/管理商负责人
134	南部万达专卖店	IV	四川省南充市南部县万达广场 62 号	120.00	经销商	四川恒美集贸易有限公司	朱洁、李毅夫妇
135	成都正科甲（花之友）	IV	成都市锦江区小正科甲巷 58 号	132.00	经销商	四川恒美集贸易有限公司	朱洁、李毅夫妇
136	广元万达广场	IV	广元市利州区万源新区万达广场 1031	100.00	经销商	四川恒美集贸易有限公司	朱洁、李毅夫妇
137	永州河东专卖店	IV	永州市河东军分区门面长城酒店旁	114.00	经销商	永州市冷水滩区杜梅服装店	李杜梅
138	邵阳中心路专卖店	IV	邵阳市大祥区中心路四中综合教学楼 17-18 号（新步步高对面）	140.00	经销商	邵阳市大祥区欧美尚商贸有限公司	黄曼丽
139	重庆星光 68	IV	重庆市江北区观音桥洋河一路 68 号星光 68 广场 L3-2-1	82.50	经销商	重庆京燕科技有限公司	肖京
140	柳州梦之岛	IV	柳州市解放南路 1 号梦之岛购物中心二楼	103.00	经销商	柳州市慧轩服饰有限公司	谢斌
141	常德漂亮女人街专卖店	IV	常德市武陵区下南门漂亮女人街（欧点对面）	210.00	经销商	武陵区欧点服装店	杨紫菁
142	深圳 KK MALL	IV	深圳市罗湖区深南东路（京基百纳空间）3 楼	98.00	管理商	深圳市钰浚服饰股份有限公司	姜琳
143	杭州武林银泰	IV	杭州市下城区延安路 530 号银泰杭州武林总店 5 楼	53.00	管理商	上海丰群商贸有限公司	王伯伦
144	大连百年城	IV	辽宁省大连市中山区解放路 19 号百年商城 329 号 3 楼	78.00	管理商	中山区兰可服饰店	马红珂
145	沈阳兴隆大奥莱	IV	沈阳市东陵区营盘街 5 号兴隆大奥莱 A 座 3 楼	72.50	经销商	沈阳佳晔商贸有限公司	褚丽芙、褚丽梅

序号	店铺名称	品牌	地址	完工面积 (M ²)	经营模式	经销商/管理商	经销商/管理商负责人
146	潍坊谷德广场	IV	潍坊市奎文区福寿东街 4369 号谷德广场二楼 IV 专柜	120.00	经销商	青岛威玛经贸有限公司	黄洮
147	成都龙湖金楠天街	IV	成都市武侯区晋吉西一街 66 号龙湖金楠天街购物中心路	117.50	经销商	四川恒美集贸易有限公司	朱洁、李毅夫妇
148	成都苏宁广场奥特莱斯	IV	成都市高新区天府大道北段 8 号苏宁广场奥特莱斯	125.00	经销商	四川恒美集贸易有限公司	朱洁、李毅夫妇
149	成都华置广场	IV	成都市提督街 99 号华置广场 THE ONE 购物中心 1017	366.00	经销商	四川恒美集贸易有限公司	朱洁、李毅夫妇
150	自贡百盛	IV	自贡自流井区汇西路百盛三楼	77.00	经销商	四川恒美集贸易有限公司	朱洁、李毅夫妇
151	乐山王府井	IV	乐山市天星路王府井二楼	110.00	经销商	四川恒美集贸易有限公司	朱洁、李毅夫妇
152	内江隆昌专卖店	IV	内江市隆昌县金鹅镇东新街 45 号	85.00	经销商	四川恒美集贸易有限公司	朱洁、李毅夫妇

(7) QDA 门店

序号	店铺名称	品牌	地址	完工面积 (M ²)	经营模式	经销商/管理商	经销商/管理商负责人
1	郑州万象城 QDA 店	QDA	郑州市二七区郑州华润中心万象城第二层 216+217 号商铺,第三层 315+316 层	1,150.00	直营	—	—
2	沈阳乐天 QDA 店	QDA	沈阳市皇姑区岐山东路 13 巷 13 号乐天百货青春馆一层 Y-1-A003	1,079.00	直营	—	—
3	北京君太 QDA 店	QDA	北京市西城区西单北大街君太百货 5F-C01	200.00	直营	—	—
4	南京友谊	QDA	南京市秦淮区新街口汉中路 27 号友谊广场一楼 QDA	1,570.00	直营	—	—

序号	店铺名称	品牌	地址	完工面积 (M ²)	经营模式	经销商/管理商	经销商/管理商 负责人
5	杭州银泰	QDA	杭州拱墅区丰潭路 380 号银泰城 2F005 QDA 铺位	517.31	直营	—	—
6	北京龙湖	QDA	北京市朝阳区朝阳北路龙湖·长楹天街 B 区 1F-01C QDA 店铺	285.00	直营	—	—
7	苏州时尚舞台店	QDA	苏州市工业园区后戴街 9 号时尚舞台 3 号楼 QDA 专柜	485.00	直营	—	—
8	郑州丹尼斯 QDA 店	QDA	郑州市二七区二七路与太康路交汇口丹尼斯·大卫城 Mall 区四楼	212.00	直营	—	—
9	合肥银泰 QDA 店	QDA	合肥市庐阳区长江中路 98 号合肥银泰中心 5F QDA 店铺	95.00	直营	—	—
10	上海大丸 QDA 店	QDA	上海市黄浦区南京东路 228 号新世界大丸百货 4 楼 4A-01 QDA 店	283.6	直营	—	—
11	成都环球中心	QDA	成都市高新区天府大道北段 1700 号环球中心 1FB12/14 2FB08	900.00	管理商	成都常青藤企业管理有限公司	朱洁、李毅夫妇
12	深圳海岸城	QDA	深圳南山区海岸城广场东侧一层 126-127 号商铺	1,166.79	管理商	深圳市钰浚服饰股份有限公司	姜琳
13	深圳海雅缤纷城 QDA 店	QDA	深圳市宝安区建安一路与新圳路交汇处海雅缤纷城 3 层	182.00	管理商	深圳市钰浚服饰股份有限公司	姜琳
14	哈尔滨尚都 QDA 店	QDA	哈尔滨市建设街 142 号尚都名店负一层	86.00	管理商	哈尔滨尚都新天地百货市场有限公司	高佩德
15	哈尔滨金安 QDA 店	QDA	黑龙江省哈尔滨市道里区中央大街 69 号金安国际购物广场二层(中央商城斜对面)	118.00	管理商	哈尔滨尚都新天地百货市场有限公司	高佩德
16	呼和浩特维多利亚摩尔城 QDA 店	QDA	内蒙古呼和浩特市赛罕区新华东街 62 号摩尔城 A 座一楼	553.40	管理商	内蒙古锦华茂商贸有限公司	韩旭

序号	店铺名称	品牌	地址	完工面积 (M ²)	经营模式	经销商/管理商	经销商/管理商 负责人
17	重庆万象城 QDA 店	QDA	重庆市九龙坡区杨家坪谢家湾正街 49 号华润中心万象城 B110 专柜	550.00	管理商	重庆萱禧营销策划有限公司	郑妮
18	重庆北城天街 QDA 店	QDA	重庆市江北区北城天街 10 号龙湖北城天街购物广场商铺编号：B1-1F-003/004	387.00	管理商	重庆萱禧营销策划有限公司	郑妮
19	哈尔滨远大	QDA	哈尔滨市南岗区果戈里大街 378 号远大购物中心 3F	72.10	管理商	哈尔滨尚都新天地百货市场有限公司	高佩德
20	深圳 Coco Park QDA 店	QDA	深圳市福田区民田路东福华三路北星河苏活购物公园负 1 层 B1S-023、025	87.00	分公司管理	深圳市钰浚服饰股份有限公司	姜琳
21	南京砂之船 QDA 店	QDA	南京市江宁区秣周东路 18 号砂之船奥特莱斯 B1-A25/26	317.00	直营	—	—
22	成都 THE ON	QDA	成都市青羊区提督街 99 号华置广场 5 楼 501	352.00	分公司管理	成都长青藤企业管理有限公司	朱洁、李毅夫妇
23	上海大悦城 QDA 店	QDA	上海市闸北区西藏北路 166 号大悦城购物中心（北楼）402-31 号商铺	142.50	直营	—	—
24	长沙友谊	QDA	湖南省长沙市伍一大道 368 号袁家岭友谊商场 B5-22 号	168.00	管理商	长沙森荣百货贸易有限公司	周小兵
25	广州丽影广场 QDA 店	QDA	广州市海珠区新港中路 356 号丽影商业广场 B 区首层 B001-010 号商铺	107.00	直营	—	—
26	西安小寨百盛 QDA 店	QDA	西安市雁塔区长安中路 38 号-2F	146.00	直营	—	—
27	成都大悦城 QDA 店	QDA	成都武侯区大悦路与太平园中三路交叉口 1F-020A	328.00	管理商	成都长青藤企业管理有限公司	朱洁、李毅夫妇
28	沧州华北商厦	QDA	沧州市新华路华北商厦 4F 东区 QDA 专柜	109.07	经销商	沧州市星君贸易有限公司	席艳梅

序号	店铺名称	品牌	地址	完工面积 (M ²)	经营模式	经销商/管理商	经销商/管理商 负责人
29	包头百货 QDA 店	QDA	包头市昆都仑区钢铁大街 67 号 3 楼 QDA 专柜	72.60	经销商	包头市昱立贸易 有限责任公司	张昱
30	唐山百货 QDA 店	QDA	河北省唐山市新华东道 125 号, 唐山百货大楼条式楼 3 层 Q D A 专柜	109.69	经销商	沧州市星君贸易 有限公司	席艳梅
31	洛阳地铺 QDA 店	QDA	洛阳市西工区中州中路 268-27-28 号	147.39	经销商	洛阳市西工区之 舞尚服装店	马韬
32	衡阳连卡福 QDA 店	QDA	衡阳市蒸湘区解放大道 42 号 3 楼 QDA 专柜	88.49	经销商	湖南欣汇商贸发 展有限公司	肖玉翠

4、报告期内开设、关闭店铺的情况

报告期内各年，公司开设、关闭店铺情况如下：

年份	新开设店铺数量（家）	关闭店铺数量（家）	净增加店铺数量（家）
2015 年度	112	172	-60
2014 年度	115	116	-1
2013 年度	132	98	34
合计	359	386	-27

注：上述统计数据中不包括由于更换模式、合柜变单柜、移柜而造成的店铺变动。

报告期内，公司各品牌根据销售渠道拓展计划，积极推进销售门店布局和拓展工作，累计新开设店铺达359家。

报告期内，公司累计关闭店铺386家，其中：商场合约到期后不再续租关闭96家，占关闭店铺总数的24.87%；管理商、经销商因业绩不理想、资金周转困难等原因主动撤柜198家，占关闭店铺总数的51.30%；以及公司根据对经营中的销售门店进行考核的基础上，为了优化营销网络结构，关闭了单店业绩不达标的销售门店92家，占关闭店铺总数的23.83%。

从净增加店铺情况来看，报告期内净增加数量逐渐减少，2014年和2015年体现为净减少，这和近年来服装整体景气程度相关。

报告期内，各品牌关闭店铺情况如下：

品牌	2013 年	2014 年	2015 年	合计
JR	10	18	28	56
JW	7	5	4	16
AN	16	27	43	86
GS	16	15	20	51
CR	5	7	8	20
IV	44	44	66	154
QDA	0	0	3	3
合计	98	116	172	386

注：为了计算方便，将JR/JW合柜计入JR店统计，AN/GS、AN/CR合柜计入AN店统计，GS/CR合柜计入GS店统计。

报告期内，关闭门店数量最多的是IV品牌，合计关闭门店154家，占关闭总

门店的39.90%。IV品牌关闭门店较多的原因为IV品牌创立于2009年，经营时间较短，新品牌需要经历较长时间的培育期，造成部分门店业绩不达标；同时IV品牌多采用经销模式，而经销商在持续投入能力和经营信心方面相对老品牌而言存在不足。

5、报告期内平效数据

（1）报告期内各模式平效

单位：元/M²

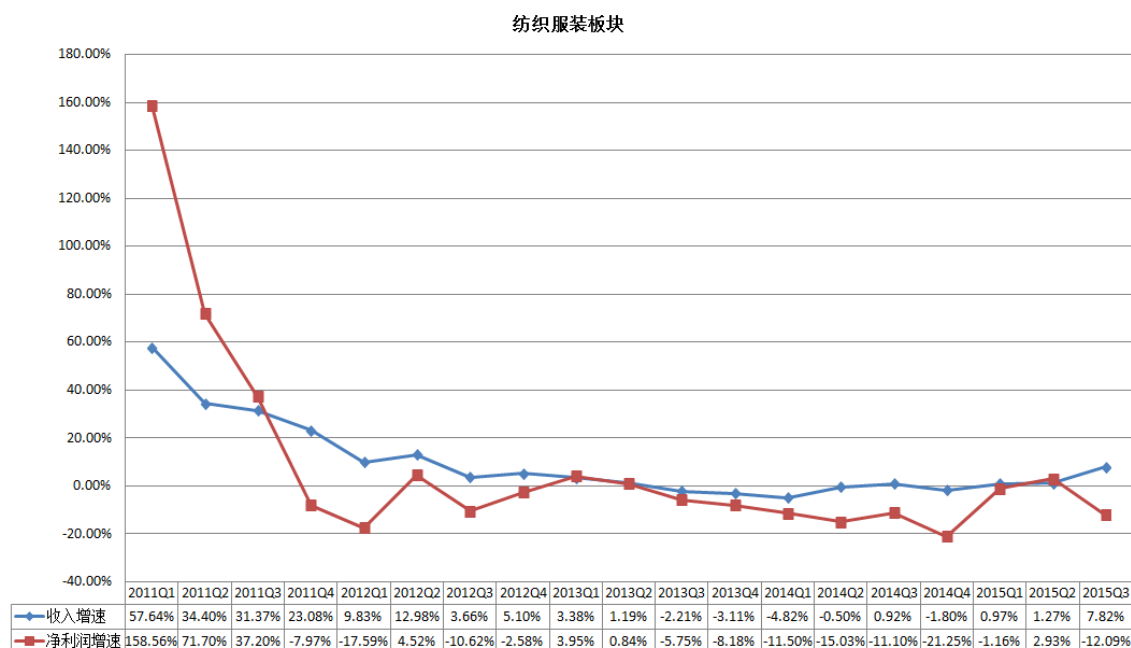
年度	自营模式	经销模式
2015年	14,119.88	14,981.39
2014年	18,550.50	18,133.30
2013年	20,576.80	17,025.97

注：1、平效=主营业务收入/营业面积。

2、为了更准确地反映平效值，采用按月计算、全年累加的方式计算。

报告期内，自营模式平效下降的原因：

①受经济增速放缓、消费市场疲软的影响，近年来，纺织服装行业整体呈现不景气状况。根据海通证券的研究报告，纺织服装板块（申万一级行业801130.SL）自2011年开始整体处于下行通道，2013年3季度以后甚至出现了收入增速、净利润增速的负增长。



数据来源：海通证券研究报告

注：计算时剔除了ST股、B股、受多元化影响及涉及重大资产重组的股票。

报告期内，受宏观经济及行业整体下行影响，发行人自营模式销售收入增速放缓，2013年、2014年和2015年自营模式销售收入分别为106,544.34万元、112,603.72万元和95,787.87万元；2014年较上年增长5.69%；2015年较上年下降14.93%。而另一方面，发行人在行业整体下行的大环境下，积极逆势扩张，增设终端门店以提高市场占有率，报告期内发行人新设了较多自营模式门店，2013年末、2014年末和2015年末自营模式门店营业面积分别是5.75万M²、6.27万M²和6.23万M²，2014年末较上年末增长9.11%，2015年末较上年末持平，2014年自营模式门店的营业面积增速高于其销售收入的增速，2015年自营模式门店的营业面积下降速度远低于其销售收入的增速，造成自营模式平效有所下降。

②一般来说，新开门店通常需要经过一段时间的培养，随着客户数量的积累，其销售额才会逐步的增长，因此在门店新开的头几年，其平效通常较低。就具体品牌而言，公司核心品牌JR、JW是自营门店数量较多且自营门店开关店较为活跃的品牌，2013年、2014年和2015年，JR、JW品牌自营门店新开数量分别为21家、15家和21家，报告期内新开自营门店累计57家，占期末JR、JW品牌自营门店总数的27.80%，JR、JW品牌新开自营门店影响了自营模式的整体平效。

③QDA品牌是公司2012年末推入市场的新品牌，目前仍处于品牌培育期，平效较低，2013年、2014年及2015年QDA品牌平效分别为7,749.31元/M²、5,793.71元/M²和4,049.66元/M²，而QDA品牌全部门店主要为自营门店，在一定程度上拉低了自营模式整体平效。

（2）报告期内各品牌平效

单位：元/M²

年度	JR	JW	AN	GS	CR	IV	QDA
2015年	18,983.93	13,420.33	16,270.60	13,291.39	16,589.98	12,834.15	4,049.66
2014年	24,886.32	16,088.12	20,518.98	18,606.26	21,103.23	14,081.24	5,793.71
2013年	26,124.50	15,420.04	21,698.21	18,635.52	20,014.32	12,997.62	7,749.31

注：两个品牌合柜，计算时所使用的营业面积为门店营业面积除以2。

报告期内，各品牌平效均呈下降趋势，主要原因为：

①近年来，我国宏观经济增速放缓，服装行业消费疲软。受此影响，公司大多数终端门店销售效率有所下降，这是造成各品牌平效下降的主要原因之一。

②报告期内，JR、JW品牌平效下降幅度较大的原因，除受宏观经济影响外，

另一个主要原因为JR、JW新开门店较多，2013年、2014年和2015年，JR、JW品牌新开门店数量分别为39家、25家和24家，报告期内新开门店累计88家，占期末JR、JW品牌门店总数的42.93%，新开门店的头几年，其平效通常较低，从而造成报告内JR、JW品牌平效持续下降且幅度较大。

③2014年，AN、GS品牌平效较2013年相当。2015年AN、GS品牌平效较2014年大幅下降，主要原因是AN、GS品牌2015年合计关店63家，新开门店19家，2015年末完工面积2.54万M²，较上年下降16.09%；关店数量增加，现有门店销售效率下降，造成2015年AN、GS的销售收入较2014年大幅下降，2015年AN、GS品牌销售收入分别为31,346.16万元和15,872.17万元，较上年下降22.20%和28.91%。

④2014年，CR、IV品牌平效较2013年略有提高，原因为（1）CR品牌在保持原有品牌风格的基础上，更倾向都市职业装，更受城市白领喜爱；（2）IV品牌在借鉴JR个别成功款式的同时，使用了比JR更经济的面料，提高了该品牌的适销性。2015年CR、IV品牌平效较2014年下降，主要原因为宏观经济增速放缓，服装行业消费疲软。

⑤报告期QDA品牌平效大幅下降的原因为（1）QDA是公司2012年末推入市场的新品牌，目前仍处于品牌培育期且整体风格尚未定型，未形成忠实的有效消费群体；（2）报告期内，QDA门店数量快速增长，2013年末、2014年末、2015年末门店数量分别为5家、15家和32家，新门店的开设拉低了QDA品牌的平效。

6、公司经销商情况

（1）报告期内，经销商的进入、退出及存续情况如下：

单位：家

期间	期初数量	进入数量	退出数量	期末数量
2013年	113	19	20	112
2014年	112	23	25	110
2015年	110	21	18	113

注：经销商数量以实际控制人为计算口径，如福建省经销商林建培同时以晋江市梅岭欣莉服装店、泉州冠君百货有限公司、泉州莱利百货有限公司为主体经销公司产品，合并计为1个经销商，下同。

报告期内，发行人的经销商数量保持稳定，以实际控制人为合并口径计算的经销商家数维持在110家左右。

(2) 报告期内与发行人持续存在业务往来的经销商数量及销售收入情况如下：

2013 年初至今，与发行人持续存在业务往来的经销商 72 家，报告期各年度公司对该 72 家经销商的销售收入情况如下：

期间	销售收入 (万元)	经销模式销售收入(万元)	占比
2013 年	66,230.47	77,559.12	85.39%
2014 年	73,442.18	87,183.88	84.24%
2015 年	57,006.43	65,403.33	87.16%

报告期内，2013 年初至今与发行人持续存在业务往来的经销商的销售收入占当年/当期经销模式销售收入的比重在 85%左右，该部分经销商是公司销售收入重要、稳定的来源之一。

(3) 报告期各期末，经销商的区域分布情况如下：

地区	2013 年末	2014 年末	2015 年末
华东地区	17	13	22
华北地区	17	13	13
华南地区	6	10	9
华中地区	20	18	14
西北地区	10	11	7
西南地区	18	23	23
东北地区	25	23	26
合计	113	111	114

注：各年/各期末经销商的区域分布合计数较年末经销商数量多 1 个，原因为经销商周明远同时在河北、山东开设门店，分属华北区域、华东区域，因此多计算一次。

(4) 报告期各期对单个经销商销售收入的分布情况

单位：万元

地区	2015 年			2014 年		
	金额	家数	平均	金额	家数	平均
华东地区	5,085.06	22	231.14	6,767.96	13	520.61
华北地区	6,285.38	13	483.49	8,626.49	13	663.58
华南地区	12,015.90	9	1,335.10	17,277.71	10	1,727.77

地区	2015 年			2014 年		
	金额	家数	平均	金额	家数	平均
华中地区	6,087.52	14	434.82	9,011.88	18	500.66
西北地区	7,039.43	7	1,005.63	8,283.02	11	753.00
西南地区	14,550.80	23	632.64	19,066.04	23	828.96
东北地区	14,339.25	26	551.51	18,150.79	23	789.16
合计	65,403.34	114	573.71	87,183.88	111	785.44

(续表)

地区	2013 年		
	金额	家数	平均
华东地区	7,081.44	17	416.56
华北地区	8,803.45	17	517.85
华南地区	12,380.94	6	2,063.49
华中地区	8,736.86	20	436.84
西北地区	8,341.83	10	834.18
西南地区	17,249.37	18	958.30
东北地区	14,965.23	25	598.61
合计	77,559.12	113	686.36

注：2013 年、2014 年和 2015 年，华南地区对经销商销售金额含公司为处理过季货品，向泉州莱利百货有限公司特价销售金额 397.33 万元、1,957.26 万元和 2,928.42 万元。

（五）报告期内公司主营产品生产、销售情况

1、报告期内各品牌的生产情况

报告期内，公司各品牌的自制生产入库情况如下：

项目	2015 年度			2014 年度		
	数量 (件)	金额 (万元)	占比 (%)	数量 (件)	金额 (万元)	占比 (%)
JR	488,129	15,735.61	29.43	573,202	17,466.32	28.71
JW	199,067	4,978.42	9.31	216,819	5,259.55	8.64
AN	331,217	9,765.53	18.26	435,366	10,729.65	17.63
GS	186,918	5,781.91	10.81	278,323	7,733.01	12.71
CR	263,540	6,933.79	12.97	273,725	6,255.57	10.28

项目	2015 年度			2014 年度		
	数量 (件)	金额 (万元)	占比 (%)	数量 (件)	金额 (万元)	占比 (%)
IV	424,174	9,885.80	18.49	648,761	13,325.45	21.90
QDA	41,738	390.21	0.73	10,303	78.36	0.13
合计	1,934,783	53,471.27	100.00	2,436,499	60,847.91	100.00

(续表)

项目	2013 年度		
	数量 (件)	金额 (万元)	占比 (%)
JR	531,276	15,697.62	26.37
JW	202,132	4,789.10	8.04
AN	469,177	12,513.53	21.02
GS	264,997	7,645.93	12.84
CR	208,061	4,803.36	8.07
IV	590,687	13,199.63	22.17
QDA	94,010	888.05	1.49
合计	2,360,340	59,537.24	100.00

报告期内，2014年公司各品牌生产入库数量及金额较上年同期相当；受宏观经济下行影响，2015年公司各品牌生产入库数量及金额较2014年明显下降。

注：占比为各品牌入库金额占入库总金额之比。

2、报告期内各品牌的销售情况

项目	2015 年度			2014 年度		
	销量 (件)	收入 (万元)	占比 (%)	销量 (件)	收入 (万元)	占比 (%)
JR	540,280	59,813.98	33.27	616,509	73,617.77	33.43
JW	256,194	20,633.03	11.48	291,336	24,836.54	11.28
AN	350,808	31,346.16	17.43	442,245	40,288.14	18.29
GS	228,966	15,872.17	8.83	277,808	22,327.84	10.14
CR	250,927	20,461.33	11.38	252,360	19,969.31	9.07
IV	431,133	24,391.25	13.57	613,110	32,124.88	14.59
QDA	323,340	7,065.28	3.93	420,397	6,845.44	3.11
万宝龙	813	216.80	0.12	652	212.29	0.10

项目	2015 年度			2014 年度		
	销量 (件)	收入 (万元)	占比 (%)	销量 (件)	收入 (万元)	占比 (%)
合计	2,382,461	179,800.00	100	2,914,417	220,222.20	100.00

(续表)

项目	2013 年度		
	销量 (件)	收入 (万元)	占比 (%)
JR	603,553	69,595.15	33.47
JW	271,998	24,534.76	11.80
AN	490,080	42,378.09	20.38
GS	300,176	22,527.15	10.83
CR	202,864	15,109.35	7.27
IV	608,534	30,461.84	14.65
QDA	160,555	3,296.80	1.59
万宝龙	154	48.52	0.02
合计	2,637,914	207,951.67	100.00

注：占比为收入占比情况

2014年较2013年销量增加10.48%，收入增加5.90%；受国内宏观经济形势下行的影响，2015年较2014年销量减少18.25%，收入减少18.36%。报告期内销量和收入变动幅度分析如下：

(1) 2013年向泉州莱利百货有限公司以397.33万元特价销售为143,451件货品，2014年度向泉州莱利百货有限公司以1,957.26万元特价销售为210,141件货品，2015年度向泉州莱利百货有限公司以2,928.42万元特价销售为332,008件货品。扣除上述“特价销售”后，2014年较2013年销量增加8.41%，收入增加5.16%，2015年较2014年销量减少24.18%，收入减少18.96%。

(2) 扣除上述“特价销售”后，2014年销量增速大于收入增速、2015年销量下降幅度大于收入的下降幅度，主要原因系各年度QDA品牌的销量波动造成的，2014年QDA品牌销售数量相比2013年、2015年较多。

3、报告期内各品牌的产销率

项目	2015 年度			2014 年度		
	产量 (件)	销量 (件)	产销率 (%)	产量 (件)	销量 (件)	产销率 (%)
JR	488,329	540,280	110.64%	573,202	616,509	107.56
JW	199,067	256,194	128.70%	216,819	291,336	134.37
AN	331,217	350,808	105.91%	435,366	442,245	101.58
GS	186,918	228,966	122.50%	278,323	277,808	99.81
CR	263,540	250,927	95.21%	273,725	252,360	92.19
IV	424,174	431,133	101.64%	648,761	613,110	94.50
QDA	263,056	323,340	122.92%	259,257	420,397	162.15
万宝龙	436	813	186.47%	593	652	109.95
合计	2,156,737	2,382,461	110.47%	2,686,046	2,914,417	108.50

(续表)

项目	2013 年度		
	产量 (件)	销量 (件)	产销率 (%)
JR	531,276	603,553	113.60
JW	202,134	271,998	134.56
AN	469,177	490,080	104.46
GS	264,997	300,176	113.28
CR	208,061	202,864	97.50
IV	590,687	608,534	103.02
QDA	1,215,737	160,555	13.21
万宝龙	1,557	154	9.89
合计	3,483,626	2,637,914	75.72

注：1、产销率=销量/产量。公司自有品牌的产量包括自制生产入库量、外协生产入库量、样衣入库量；公司经销品牌万宝龙的产量为外购产品量。除下列情况外，各年各品牌产量为自制生产入库量：①2015 年 QDA 品牌外协生产入库 221,318 件，万宝龙品牌外购 436 件，JR 外购商品配件 200 件；②2014 年度 QDA 品牌外协生产入库量 248,954 件，万宝龙品牌产品外购 593 件；③ 2013 年 JW 品牌产量还包括设计室样衣入库 2 件，QDA 品牌产量还包括外协生产入库量 1,117,712 件及设计室样衣入库量 4,015 件，万宝龙品牌产品外购 1,557 件。

2、公司当年生产、外购和销售的货品并不完全一致，如 2014 年生产、外购的是 2014 年夏、秋、冬三季货品及 2015 年春季货品，而销售的是 2014 年春、夏、秋、冬四季货品，因此产销率并不能全面反映生产和销售的对应情况。

3、QDA 品牌为 2012 年末推入市场的新品牌，一方面，QDA 品牌尚需要时间得到市场认可；另一方面，QDA 品牌门店均为自营旗舰店，多数门店面积较大，结合公司 QDA

开店计划，需要生产和采购较多的货品用于门店陈列，因此产销率较低。

2015年、2014年产销率明显高于2013年年度，主要原因是电子商务及向泉州莱利百货有限公司“特价销售”等方式去库存化。扣除2015年、2014年、2013年向泉州莱利百货有限公司“特价销售” 332,008件、210,141件、143,451件件货品后的产销率情况如下：

项目	2015 年度			2014 年度		
	产量 (件)	销量 (件)	产销率 (%)	产量 (件)	销量 (件)	产销率 (%)
JR	488,329	416,345	85.26	573,202	522,999	91.24
JW	199,067	171,228	86.02	216,819	226,818	104.61
AN	331,217	307,946	92.97	435,366	422,918	97.14
GS	186,918	181,012	96.84	278,323	262,767	94.41
CR	263,540	230,777	87.57	273,725	245,568	89.71
IV	424,174	418,992	98.78	648,761	602,157	92.82
QDA	263,056	323,340	122.92	259,257	420,397	162.15
万宝龙	436	813	186.47	593	652	109.95
合计	2,156,737	2,050,453	95.07	2,686,046	2,704,276	100.68

(续表)

项目	2013 年度		
	产量 (件)	销量 (件)	产销率 (%)
JR	531,276	546,965	102.95
JW	202,134	245,136	121.27
AN	469,177	466,818	99.50
GS	264,997	275,398	103.92
CR	208,061	191,757	92.16
IV	590,687	607,680	102.88
QDA	1,215,737	160,555	13.21
万宝龙	1,557	154	9.89
合计	3,483,626	2,494,463	71.61

扣除“特价销售”后，2014年JR、JW、AN、GS、CR、IV六个品牌产销率高于2013年，得益于公司通过电子商务、内购等方式消化库存；2015年产销率低于2014年，主要原因为宏观经济下行的影响。

4、报告期内各地区销售情况

地区	2015 年度		2014 年度		2013 年度	
	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)
华东地区	25,326.64	14.09	29,075.21	13.20	31,259.55	15.03
华北地区	21,376.00	11.89	26,488.14	12.30	27,541.22	13.24
华南地区	28,989.91	16.12	38,105.71	17.30	34,760.67	16.72
华中地区	13,441.66	7.48	18,019.85	8.18	17,472.26	8.40
西北地区	9,429.74	5.24	10,794.86	4.90	10,571.44	5.08
西南地区	38,997.98	21.69	48,114.55	21.85	44,352.35	21.33
东北地区	24,552.50	13.66	31,204.12	14.17	28,995.76	13.94
其他 ^注	13,908.63	7.74	13,848.03	6.29	7,782.07	3.74
递延收益	29.40	0.02	-725.18	-0.33	—	—
境内小计	176,052.46	97.93	215,650.47	97.60	202,735.32	97.49
境外地区	3,747.54	2.08	5,296.91	2.40	5,216.36	2.51
合计	179,800.00	100.00	220,222.20	100.00	207,951.67	100.00

注：其他为电子商务和客户积分的递延收益等无法判断地区的销售。

5、报告期内公司前五大客户

年度	序号	实际控制人	客户名称	营业收入 (万元)	占比
2015 年度	1	朱洁、李毅夫妇	成都长青藤企业管理有限公司, 锦江区中悦时装店, 四川恒美集贸易有限公司	12,459.47	6.87%
	2	林建培	泉州冠君百货有限公司, 泉州莱利百货有限公司	10,550.23	5.82%
	3	安维玲	新疆安子金正投资有限公司	5,680.81	3.13%
	4	王府井百货集团	包头王府井百货有限责任公司, 北京王府井百货(集团)股份有限公司, 北京王府井百货集团双安商场有限责任公司, 长沙王府井百货有限责任公司, 成都王府井百货有限公司, 成都王府井购物中心有限责任公司, 洛阳王府井百货有限责任公司, 西宁王府井百货有限责任公司, 重庆王府井百货有限责任公司	5,422.76	2.99%
	5	华润置地有限公司	华润(沈阳)地产有限公司, 华润新鸿基房地产(无锡)有限公司,	3,987.09	2.20%

年度	序号	实际控制人	客户名称	营业收入 (万元)	占比
			华润置地（成都）发展有限公司， 华润置地（南宁）有限公司，华润 置地（山东）有限公司，华润置地 （郑州）有限公司，华润置地（重 庆）有限公司		
合计				38,100.36	21.01%
2014 年度	1	林建培	晋江市梅岭欣莉服装店/ 泉州冠 君百货有限公司/ 泉州莱利百货 有限公司	14,194.33	6.40%
	2	朱洁、李毅夫 妇	成都长青藤企业管理有限公司/锦 江区中悦时装店/四川恒美集贸易 有限公司	13,144.82	5.93%
	3	北京王府井 百货（集团） 股份有限公 司	包头王府井百货有限责任公司/北 京王府井百货（集团）股份有限公 司/北京王府井百货集团双安商场 有限责任公司/北京王府井集团双 安商场有限责任公司/长沙王府井 百货有限责任公司/成都王府井百 货有限公司/成都王府井购物中心 有限责任公司/洛阳王府井百货有 限公司/西宁王府井百货有限责任 公司/郑州王府井百货有限责任公 司/重庆王府井百货有限责任公司	6,702.07	3.02%
	4	安维玲	新疆安子金正投资有限公司	5,524.53	2.49%
	5	褚丽芙、褚丽 梅	沈阳佳晔商贸有限公司/ 沈阳庄 晔商贸有限公司	4,596.06	2.07%
合计				44,161.81	19.91%
2013 年度	1	朱洁、李毅夫 妇	成都长青藤企业管理有限公司/锦 江区中悦时装店/四川恒美集贸易 有限公司	10,877.81	5.19%
	2	林建培	泉州冠君百货有限公司/泉州莱利百 货有限公司/石狮市丹禾璐服装店	9,460.80	4.51%
	3	北京王府井 百货（集团） 股份有限公 司	包头王府井百货有限责任公司/北 京王府井百货（集团）股份有限公 司/北京王府井百货集团双安商场 有限责任公司/北京王府井集团双 安商场有限责任公司/长沙王府井 百货有限责任公司/成都王府井百 货有限公司/成都王府井购物中心	6,247.48	2.98%

年度	序号	实际控制人	客户名称	营业收入 (万元)	占比
			有限责任公司/洛阳王府井百货有限公司/西宁王府井百货有限责任公司/郑州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	安维玲	新疆安子国际时装开发有限公司/ 新疆安子金正投资有限公司	5,027.57	2.40%
	5	高佩德	哈尔滨红博会展购物广场新天地服饰店/哈尔滨隽永经贸有限公司/ 哈尔滨荣盛管理咨询有限公司/哈尔滨尚都名品商贸有限公司/哈尔滨尚都新天地百货市场金座名店/ 哈尔滨尚都新天地百货市场有限公司/哈尔滨市红博世纪广场新天地服饰店	4,319.70	2.06%
合计				35,933.36	17.15%

报告期内，不存在向单一客户的销售比例超过总额的50%或严重依赖少数客户的情况。

公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员及其关联方或持有公司5%以上股份的股东在上述客户均未占有任何权益；上述的客户与公司及公司股东亦不存在关联关系。

6、报告期内前五名经销商客户的销售情况

年度	序号	实际控制人	客户名称	营业收入 (万元)	占比
2015年	1	林建培	泉州冠君百货有限公司，泉州莱利百货有限公司	9,259.75	5.11%
	2	安维玲	新疆安子金正投资有限公司	5,321.76	2.94%
	3	朱洁、李毅夫妇	四川恒美集贸易有限公司	4,245.85	2.34%
	4	褚丽芙、褚丽梅	沈阳佳晔商贸有限公司，沈阳信展商贸有限公司	2,954.27	1.63%
	5	肖京	重庆京燕科技有限公司	2,845.36	1.57%
合计				24,627.00	13.58%
2014年	1	林建培	晋江市梅岭欣莉服装店/泉州冠君百货有限公司/泉州莱利百货有限公司	12,435.40	5.61%
	2	安维玲	新疆安子金正投资有限公司	5,185.41	2.34%

年度	序号	实际控制人	客户名称	营业收入 (万元)	占比
	3	朱洁、李毅夫妇	四川恒美集贸易有限公司	4,366.34	1.97%
	4	褚丽英、褚丽梅	沈阳佳晔商贸有限公司	4,170.91	1.88%
	5	肖京	重庆京燕科技有限公司	3,090.47	1.39%
合计				29,248.54	13.19%
2013年	1	林建培	泉州冠君百货有限公司/泉州莱利百货有限公司/石狮市丹禾璐服装店	7,562.98	3.61%
	2	安维玲	新疆安子金正投资有限公司	4,596.40	2.19%
	3	朱洁、李毅夫妇	四川恒美集贸易有限公司	3,930.92	1.88%
	4	周明远	石家庄群大贸易有限公司	3,026.47	1.44%
	5	褚丽英、褚丽梅	沈阳佳晔商贸有限公司	2,967.19	1.42%
合计				22,083.96	10.54%

注：前五大经销商营业收入指客户作为经销商实现的经销模式收入。

公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员及其关联方或持有公司5%以上股份的股东在上述客户均未占有任何权益；上述的客户与公司及公司股东亦不存在关联关系。

7、报告期内前五名联营商场的销售情况

年度	序号	所属集团	客户名称	营业收入 (万元)	占比
2015年	1	王府井	包头王府井百货有限责任公司，北京王府井百货（集团）股份有限公司，北京王府井百货集团双安商场有限责任公司，长沙王府井百货有限责任公司，成都王府井百货有限公司，成都王府井购物中心有限责任公司，洛阳王府井百货有限责任公司，西宁王府井百货有限责任公司，重庆王府井百货有限责任公司	5,422.76	2.99%
	2	华润置地	华润（沈阳）地产有限公司，华润新鸿基房地产（无锡）有限公司，华润置地（成都）发展有限公司，华润置地（南宁）有限公司，华润	3,987.09	2.21%

年度	序号	所属集团	客户名称	营业收入 (万元)	占比
			置地（山东）有限公司，华润置地（郑州）有限公司，华润置地（重庆）有限公司		
	3	维多利	包头市维多利商厦有限公司，内蒙古维多利商业（集团）有限公司，内蒙古维多利商业管理有限公司，内蒙古维多利新城商业管理有限公司	3,414.35	1.88%
	4	茂业国际控股有限公司	山西茂业置地房地产开发有限公司茂业百货分公司，深圳茂业商厦有限公司，深圳茂业商厦有限公司南山百货分公司，深圳市茂业百货华强北有限公司，深圳市茂业东方时代百货有限公司，重庆茂业百货有限公司，深圳茂业百货有限公司东门分公司，深圳茂业百货有限公司南山分公司	1,991.76	1.10%
	5	成都仁和	成都青羊区仁和春天百货有限公司，成都仁和春天百货有限公司	1,968.00	1.09%
合计				16,783.97	9.26%
2014年	1	王府井	包头王府井百货有限责任公司，北京王府井百货（集团）股份有限公司，北京王府井百货集团双安商场有限责任公司，长沙王府井百货有限责任公司，成都王府井百货有限公司，成都王府井购物中心有限责任公司，洛阳王府井百货有限责任公司，西宁王府井百货有限责任公司，郑州王府井百货有限责任公司，重庆王府井百货有限责任公司	6,702.07	3.01%
	2	维多利	包头市维多利商厦有限公司，内蒙古维多利商业（集团）有限公司，内蒙古维多利商业管理有限公司，内蒙古维多利新城商业管理有限公司	4,527.85	2.03%
	3	华润置地	华润（上海）有限公司，华润（沈阳）地产有限公司，华润新鸿基房地产（杭州）有限公司，华润新鸿基房地产（无锡）有限公司，华润置地（成都）发展有限公司，华润置地（南宁）有限公司，华润置地（郑州）有限公司，华润置地（重庆）	4,283.88	1.93%

年度	序号	所属集团	客户名称	营业收入 (万元)	占比
			有限公司		
	4	成都仁和	成都青羊区仁和春天百货有限公司, 成都仁和春天百货有限公司	2,681.51	1.21%
	5	卓展	北京五棵松文化体育中心有限公司, 北京五棵松卓展时代百货有限公司, 长春卓展时代广场百货有限公司, 哈尔滨卓展时代广场百货有限公司, 辽宁卓展时代广场百货有限公司	2,361.69	1.06%
合计				20,557.01	9.24%
2013年	1	王府井	包头王府井百货有限责任公司, 北京王府井百货(集团)股份有限公司, 北京王府井百货集团双安商场有限责任公司, 北京王府井集团双安商场有限责任公司, 长沙王府井百货有限责任公司, 成都王府井百货有限公司, 成都王府井购物中心有限责任公司, 洛阳王府井百货有限公司, 西宁王府井百货有限责任公司, 郑州王府井百货有限责任公司, 重庆王府井百货有限责任公司	6,247.48	2.98%
	2	维多利	包头市维多利商厦有限公司, 内蒙古维多利商业(集团)有限公司, 内蒙古维多利商业管理有限公司, 内蒙古维多利新城商业管理有限公司	4,243.71	2.02%
	3	金鹰集团	安徽金鹰商贸有限公司大东门店, 合肥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, 上海金鹰国际购物广场有限公司, 西安金鹰国际购物中心有限公司, 徐州金鹰国际实业有限公司	3,581.42	1.71%
	4	成都仁和	成都青羊区仁和春天百货有限公司, 成都仁和春天百货有限公司	3,572.98	1.71%
	5	华润置地	华润(上海)有限公司, 华润(深圳)有限公司, 华润(沈阳)地产有限公司, 华润新鸿基房地产(杭州)有限公司, 华润置地(成都)发展有限公司, 华润置地(南宁)有限公司	3,336.59	1.59%
合计				20,982.19	10.01%

公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员及其关联方或持有公司 5% 以上股份的股东在上述客户均未占有任何权益；上述的客户与公司及公司股东亦不存在关联关系。

8、报告期内前五名租赁商场的销售情况

年度	序号	商场名称	品牌专柜	营业收入 (万元)	占比
2015 年	1	北京东方广场有限公司	北京东方广场 JR/JW 专柜	2,281.78	1.26%
	2	上海港汇房地产开发有限公司	上海港汇 JR 专柜, 上海港汇 AN 专柜	1,690.62	0.93%
	3	深圳市海岸城投资有限公司	深圳海岸城 JR/JW 专柜, 深圳海岸城 CR 专柜, 深圳海岸城 QDA 专柜	1,433.03	0.79%
	4	成都世纪新城国际会展中心有限公司	成都环球中心 QDA 店	1,375.08	0.76%
	5	重庆龙湖企业拓展有限公司	重庆北城 QDA 专柜, 重庆北城 JR 专柜	1,150.39	0.63%
合计				7,930.90	4.37%
2014 年	1	北京东方广场有限公司	北京东方广场 JR/JW 专柜, 北京东方广场 QDA 专柜	3,807.27	1.73%
	2	深圳市海岸城投资有限公司	深圳海岸城 JR/JW 专柜, 深圳海岸城 CR 专柜, 深圳海岸城 QDA 专柜	2,256.34	1.02%
	3	上海港汇房地产开发有限公司	上海港汇 JR/JW 专柜, 上海港汇 AN 专柜	2,161.11	0.98%
	4	成都世纪新城国际会展中心有限公司	成都环球中心 QDA 店	1,542.46	0.70%
	5	宁波城市广场开发经营有限公司	宁波天一广场 JR/JW 专柜, 宁波天一广场 AN 专柜, 宁波天一广场 QDA 专柜	1,425.25	0.65%
合计				11,192.43	5.08%
2013 年	1	北京东方广场有限公司	北京东方广场 JR/JW 专柜, 北京东方广场 QDA 专柜	4,642.90	2.23%
	2	上海港汇房地产开发有限公司	上海港汇 JR/JW 专柜, 上海港汇 AN 专柜	1,903.34	0.92%
	3	深圳市海岸城投资有限公司	深圳海岸城 JR/JW 专柜, 深圳海岸城 CR 专柜, 深圳海岸	1,448.78	0.70%

年度	序号	商场名称	品牌专柜	营业收入 (万元)	占比
			城 QDA 专柜		
	4	重庆龙湖企业拓展有限公司	重庆北城天街 JR 店	1,106.85	0.53%
	5	广州丽柏咨询有限公司	广州丽柏 JR 专柜, 广州丽柏 AN 专柜, 广州丽柏 GS 专柜, 广州丽柏 IV 专柜	1,095.34	0.53%
合计				10,197.22	4.90%

公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员及其关联方或持有公司 5% 以上股份的股东在上述商场均未占有任何权益；上述的商场与公司及公司股东亦不存在关联关系。

9、报告期内前五名管理商的销售情况

单位：万元

年度	实际控制人	管理商名称	管理商门店 对应实现收入	当期应计提 销售管理费	计提比例
2015 年	姜琳	深圳市钰浚服饰股份有限公司	8,067.46	2,260.70	28.02%
	朱洁、李毅夫妇	成都长青藤企业管理有限公司	7,261.32	1,666.53	22.95%
	董伊娜	山东雅诺达电子商务有限公司/上海乙央电子商务有限公司	6,551.27	1,137.82	17.37%
	韩旭	呼和浩特市昕凯利服饰有限责任公司	4,403.29	998.51	22.68%
	郑妮	重庆萱禧营销策划有限公司	4,045.75	875.76	21.65%
	合计	-	30,329.09	6,939.32	22.88%
2014 年度	姜琳	深圳市钰浚服饰股份有限公司	9,574.62	2,653.84	27.72%
	朱洁、李毅夫妇	成都长青藤企业管理有限公司	8,565.66	2,023.33	23.62%
	董伊娜	山东雅诺达电子商务有限公司/上海乙央电子商务有限公司	8,088.77	1,378.22	17.04%
	韩旭	呼和浩特市昕凯利服	5,599.20	1,322.62	23.62%

		饰有限责任公司			
	俞海斌	成都海祈商贸有限公司	4,622.12	1,031.65	22.32%
	合计	-	36,450.37	8,409.65	23.07%
2013 年度	姜琳	深圳市钰浚服饰股份有限公司	7,713.01	2,045.37	26.52%
	朱洁、李毅夫妇	成都长青藤企业管理有限公司	6,407.55	1,511.18	23.58%
	俞海斌	成都海祈商贸有限公司	5,652.34	1,270.23	22.47%
	韩旭	呼和浩特市昕凯利服饰有限责任公司	5,093.28	1,157.36	22.72%
	何小艳	上海欣坤服饰有限公司	4,479.32	1,150.33	25.68%
	合计	-	29,345.49	7,134.47	24.31%

注 1：计提比例=当期应计提销售管理费/当期管理商门店对应实现收入。

注 2：管理商门店对应实现收入为管理商管理的各门店销售收入之和，包括商场联营专柜和商场租赁专柜，如门店为商场联营专柜，则销售收入为销售金额扣除商场分成后的余额，如门店为商场租赁专柜，则销售收入为销售金额全额。实际在核算应计提的销售管理费时，无论商场联营专柜还是商场租赁专柜，都以销售金额全额为基础，乘以约定的管理费比例，因此，此表中计提比例略高于实际计提比例。

除山东雅诺达电子商务有限公司/上海乙央电子商务有限公司是公司网店管理商，其销售管理费计提比例较低外，其他管理商均为实体店管理商，销售管理费计提比例在 20%至 30%之间，不同管理商因其管理的门店区域分布不同而存在一定差异。

公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员及其关联方或持有公司 5%以上股份的股东在上述管理商均未占有任何权益；上述的管理商与公司及其股东亦不存在关联关系。

10、报告期内，公司产品售价变动情况

单位：元/件

品牌	2015 年度		2014 年度		2013 年	
	自营模式	经销模式	自营模式	经销模式	自营模式	经销模式
JR	1,948.22	575.22	1,832.02	744.90	1,643.09	668.50
JW	1,634.46	341.64	1,384.32	450.80	1,319.31	475.52
AN	1,280.44	804.90	1,251.44	883.39	1,173.35	790.54
GS	1,063.42	594.93	1,080.83	818.18	1,020.16	691.95
CR	1,178.18	617.94	1,021.63	665.52	960.11	790.54
IV	979.15	549.55	869.28	515.52	830.01	485.84
QDA	306.40	440.21	219.46	—	223.73	—
万宝龙	3,075.27	-	3,332.58	—	2,679.71	—
均价	1,231.62	589.51	1,133.20	658.51	1,170.28	607.51

报告期内，自营模式销售价格整体平稳。2015年对经销商的销售价格较2014年、2013年低，主要原因为各年对泉州莱利百货有限公司“特价销售”力度不同，2015年向泉州莱利百货有限公司特价销售322,008件货品，2014年向泉州莱利百货有限公司特价销售210,141件货品，2013年向泉州莱利百货有限公司特价销售143,451件货品，扣除“特价销售”后的销售价格情况如下：

单位：元/件

品牌	2015 年		2014 年		2013 年	
	自营模式	经销模式	自营模式	经销模式	自营模式	经销模式
JR	1,948.22	1,290.47	1,832.02	1,269.49	1,643.09	1,083.59
JW	1,634.46	1,141.05	1,384.32	1,062.34	1,319.31	863.12
AN	1,280.44	1,002.07	1,251.44	947.57	1,173.35	855.65
GS	1,063.42	939.83	1,080.83	905.57	1,020.16	804.79
CR	1,178.18	752.98	1,021.63	717.45	960.11	691.01
IV	979.15	565.50	869.28	524.20	830.01	486.56
QDA	306.40	440.21	219.46	—	223.73	—
万宝龙	3,075.27	-	3,332.58	—	2,679.71	—
均价	1,231.62	803.59	1,133.20	765.17	1,170.28	680.90

扣除“特价销售”影响后，2015年销售价格较2014年、2013年有小幅增长。

11、报告期内公司通过网络销售服饰的有关情况

(1) 报告期内，公司通过网络销售服饰的基本情况

报告期内，公司通过网络销售产品的数量、价格、金额等有关情况如下：

单位：万元、件、元/件

品牌	2015 年度			2014 年度		
	主营业务收入	销售数量	销售单价	主营业务收入	销售数量	销售单价
JR	3,956.03	75,193	526.12	4,421.34	78,257	564.98
JW	2,501.00	53,219	469.95	2,903.90	58,668	494.97
AN	2,172.89	47,886	453.76	2,100.91	52,825	397.71
GS	1,560.04	37,387	417.27	1,607.78	43,487	369.72
CR	1,461.90	35,626	410.35	997.41	28,784	346.52
IV	1,534.85	37,899	404.98	1,245.95	36,259	343.62
QD A	721.91	95,691	75.44	570.74	62,401	91.46
合计	13,908.63	382,901	363.24	13,848.04	360,681	383.94

(续表)

品牌	2013 年度		
	主营业务收入	销售数量	销售单价
JR	2,656.76	43,330	613.15
JW	2,510.67	37,858	663.18
AN	931.62	16,742	556.45
GS	689.38	14,248	483.84
CR	352.38	7,824	450.38
IV	403.21	12,351	326.46
QDA	238.05	22,877	104.06
合计	7,782.07	155,230	501.33

发行人 2012 年 8 月开始尝试通过网络销售服装和商品，经过一段时间的经

验积累、人员培养及体系、制度建设，发行人于 2013 年初正式组建二级部门电子商务部，开始通过网络大批量销售各个品牌过季商品，根据公司的电子商务销售政策，2013 年以后网络销售的服装和商品为 24 个月以前的服装和商品，单价一般为吊牌价的 3.5 折以下。报告期内，发行人通过网络销售产品的金额、数量呈现爆发式增长，2014 年销售金额和数量较上年增长 77.95%和 132.35%，但销售整体均价呈下降趋势；2015 年销售金额和销售数量较上年增长 0.44%和 6.16%，销售数量增速略高于销售金额，销售单价有所下降。

（2）网络销售价格与实体店销售价格的对比

电子商务销售价格与自营模式、经销模式（扣除特价销售后）等实体店模式的销售价格比较情况如下：

单位：元/件

品牌	2015 年度			2014 年度		
	自营模式	经销模式	电子商务	自营模式	经销模式	电子商务
JR	1,948.22	1,290.47	526.12	1,832.02	1,269.49	564.98
JW	1,634.46	1,141.05	469.95	1,384.32	1,062.34	494.97
AN	1,280.44	1,002.07	453.76	1,251.44	947.57	397.71
GS	1,063.42	939.83	417.27	1,080.83	905.57	369.72
CR	1,178.18	752.98	410.35	1,021.63	717.45	346.52
IV	979.15	565.50	404.98	869.28	524.20	343.62
QDA	306.40	440.21	75.44	219.46	—	91.46
万宝龙	3,075.27	-	-	3,332.58	—	—
均价	1,231.62	803.59	363.24	1,133.20	765.17	383.94

（续表）

品牌	2013 年		
	自营模式	经销模式	电子商务
JR	1,643.09	1,083.59	613.15
JW	1,319.31	864.50	663.18
AN	1,173.35	855.65	556.45
GS	1,020.16	807.05	483.84

品牌	2013 年		
	自营模式	经销模式	电子商务
CR	960.11	691.01	450.38
IV	830.01	486.56	326.46
QDA	223.73	—	104.06
万宝龙	2,679.71	—	—
均价	1,170.28	680.90	501.33

在公司销售体系中，网络销售主要是销售过季商品的渠道之一，其销售的产品、销售定价政策及销售均价与实体店都存在较大差异：（1）销售的产品方面，实体店销售的主要是当季服装和商品，而网络销售的服装和商品一般为 24 个月以前；（2）销售定价政策方面，实体店对外销售的价格一般为吊牌价，仅对 VIP 客户进行打折销售，折扣不低于 8.5 折，而网络销售的折扣在 3.5 折以下；（3）销售均价方面，上表统计的实体店销售均价统计口径又分为自营模式和经销模式有所差异，自营模式下商场租赁专柜销售收入的统计口径为销售金额全额，商场联营专柜和管理商联营专柜销售收入的统计口径为扣除商场、管理商分成后的余额，经销模式下销售收入的统计口径为经销商优惠供应价，即吊牌价的一定折扣，而网络销售收入的统计口径为折扣价全额。因此，实体店销售价格与网络销售价格可比性较差，整体表现为自营模式均价高于经销模式均价，经销模式均价又高于网络销售均价。

（3）网络销售服饰的发展趋势及对公司未来发展的影响

①我国网络销售服装的发展趋势

我国网络零售市场交易规模呈快速增长趋势，根据中国电子商务研究中心数据，2011 年、2012 年和 2013 年网络零售额增速分别达到 56%、65%和 42.8%，分别达到当年社会消费品零售总额的 4.2%、6.4%和 8.04%。服装（含鞋帽）交易是网络零售的最大类别，艾瑞咨询数据显示，2011 年服装（含鞋帽）网购市场交易规模占网购总体金额的 26.7%，为 2,065.4 亿，根据中国互联网络信息中心 2011 年网购用户数据，可推算出 2011 年人均网购服装支出为 1,064.9 元。快速增长的网络销售对传统服装零售渠道的冲击较大。

②网络销售服装对公司未来发展的影响

公司对线上（网络销售）和线下（实体店）的特点及优缺点进行了比较分析，并结合公司各品牌的市场定位，认为与传统的实体店相比，虽然网络销售具有明显的销售费用低、消费群体广、不受时间区域限制等优势，但人均消费金额较低（根据淘宝网女装网购的历史统计数据，人均消费金额在 200 元以下的用户占比达到 70%以上），比较适合中低端女装，与公司中、高端女装品牌定位不相符。因此，公司对线上（网络销售）在公司销售体系中的定位为：整体而言，线上（网络销售）定位为公司销售过季商品的主要渠道之一，其销售的产品为 24 个月以前的服装和商品，并不销售当季的产品，销售定价为吊牌价的 3.5 折以下；但随着我国服装网购市场交易规模的日益扩大，线上渠道市场定位的提升，在逐步摸索，有序推进的前提下，不排除未来以线上独立品牌、专供款或其他方式参与线上（网络销售）市场的可能，甚至以现有品牌全面进军线上（网络销售）市场的可能。

12、报告期各期各季商品在当季和以后各季的销售情况

（1）报告期内，各季商品在当季和以后各季的销售情况如下：

销售数量：件、销售金额：万元、比重：%

年	季	入库数量	T+0 季度			T+1 季度			T+2 季度		
			销售数量	销售金额	比重	销售数量	销售金额	比重	销售数量	销售金额	比重
2013 年	2013 年春	544,562	303,281	21,538.85	55.69	100,779	11,390.06	18.51	23,938	2,531.41	4.40
	2013 年夏	545,830	315,580	24,880.98	57.82	96,836	10,901.31	17.74	7,940	629.49	1.45
	2013 年秋	638,345	339,843	26,798.56	53.24	150,069	19,868.45	23.51	35,254	4,856.81	5.52
	2013 年冬	523,087	323,260	30,756.94	61.80	92,494	13,171.58	17.68	3,874	369.71	0.74
	2013 年春夏 QDA	905,513	26,324	524.37	2.91	68,577	867.59	7.57	134,539	1,273.27	14.86
	2013 年秋冬 QDA	435,546	55,135	1,425.31	12.66	79,272	1,171.27	18.20	20,299	326.61	4.66
-	小计	3,592,883	1,363,423	105,925.01	37.95	588,027	57,370.27	16.36	225,844	9,987.31	6.28
-	扣除 QDA	2,251,824	1,281,964	103,975.33	56.93	440,178	55,331.41	19.55	71,006	8,387.43	3.15
2014 年	2014 年春	571,199	322,005	27,857.30	56.37	117,220	14,925.43	20.52	16,484	2,150.05	2.89
	2014 年夏	581,774	326,711	26,146.19	56.16	96,087	11,410.39	16.52	1,523	140.81	0.26
	2014 年秋	694,953	344,933	31,304.59	49.63	142,131	21,672.33	20.45	33,012	5,334.79	4.75
	2014 年冬	543,868	290,386	31,251.30	53.39	82,686	14,162.40	15.20	5,920	677.39	1.09

	2014 年春 QDA	88,291	9,638	257.31	10.92	13,669	299.69	15.48	16,392	312.75	18.57
	2014 年夏 QDA	44,114	10,778	253.39	24.43	13,338	278.45	30.24	430	7.11	0.97
	2014 年秋 QDA	106,248	9,205	402.50	8.66	22,484	1,010.51	21.16	17,233	637.30	16.22
	2014 年冬 QDA	48,643	7,702	471.78	15.83	9,798	472.55	20.14	551	17.19	1.13
-	小计	2,679,090	1,321,358	117,944.34	49.32	497,413	64,231.75	18.57	91,545	9,277.38	3.42
-	扣除 QDA	2,391,794	1,284,035	116,559.37	53.69	438,124	62,170.54	18.32	56,939	8,303.04	2.38
2015 年	2015 年春	532,385	248,652	22,243.70	46.71	97,161	12,514.92	18.30	16,369	2,085.88	3.07
	2015 年夏	467,408	243,584	21,954.50	52.11	59,570	7,538.75	12.74	1,108	122.12	0.24
	2015 年秋	492,596	211,460	21,328.00	42.93	87,074	13,408.65	17.68	-	-	-
	2015 年冬	395,955	181,665	21,148.87	45.88	-	-	-	-	-	-
	2015 年春 QDA	89,800	4,758	259.36	5.30	12,473	590.82	13.92	13,221	492.76	14.72
	2015 年夏 QDA	68,011	4,776	290.09	7.02	11,048	505.04	0.00	326	10.06	0.48
	2015 年秋 QDA	58,372	10,905	626.68	18.68	13,554	846.61	-	-	-	-
	2015 年冬 QDA	27,207	6,948	557.83	25.54	-	-	-	-	-	-
-	小计	2,131,734	912,748	88,409	42.82	280,880	35,404.79	13.18	31,024	2,711	1.46
-	扣除 QDA	1,888,344	885,361	86,675	46.89	243,805	33,462.32	12.91	17,477	2,208	0.93

(续表)

年	季	入库数量	T+3 季度	T+4 季度及以后	已销售	未销售
---	---	------	--------	-----------	-----	-----

			销售数量	销售金额	比重	销售数量	销售金额	比重	数量	占比	数量	占比
2013 年	2013 年春	544,562	5,275	490.24	0.97	66,491	4,175.33	12.21	499,764	91.77	44,798	8.23
	2013 年夏	545,830	3,630	341.21	0.67	65,190	4,084.88	11.94	489,176	89.62	56,654	10.38
	2013 年秋	638,345	4,886	418.80	0.77	55,567	4,687.37	8.70	585,619	91.74	52,726	8.26
	2013 年冬	523,087	6,491	692.93	1.24	43,565	3,826.79	8.33	469,684	89.79	53,403	10.21
	2013 年春夏 QDA	905,513	77,289	724.20	8.54	128,535	636.95	14.19	435,264	48.07	470,249	51.93
	2013 年秋冬 QDA	435,546	28,051	318.39	6.44	28,356	201.81	6.51	211,113	48.47	224,433	51.53
-	小计	3,592,883	125,622	2,985.77	3.50	387,704	17,613.13	10.79	2,690,620	74.89	902,263	25.11
-	扣除 QDA	2,251,824	20,282	1,943.18	0.90	230,813	16,774.37	10.25	2,044,243	90.78	207,581	9.22
2014 年	2014 年春	571,199	2,446	217.94	0.43	26,779	2,642.87	4.69	484,934	84.90	86,265	15.10
	2014 年夏	581,774	3,199	274.51	0.55	24,019	2,341.93	4.13	451,539	77.61	130,235	22.39
	2014 年秋	694,953	4,268	481.75	0.61	31,749	3,128.53	4.57	556,093	80.02	138,860	19.98
	2014 年冬	543,868	3,934	507.16	0.72	14,093	1,759.74	2.59	397,019	73.00	146,849	27.00
	2014 年春 QDA	88,291	2,089	39.33	2.37	10,243	127.9	11.60	52,031	58.93	36,260	41.07
	2014 年夏 QDA	44,114	404	7.90	0.92	4,281	49.53	9.70	29,231	66.26	14,883	33.74
	2014 年秋 QDA	106,248	3,448	112.70	3.25	7,200	147.71	6.78	59,570	56.07	46,678	43.93
	2014 年冬 QDA	48,643	326	9.22	0.67	2,825	67.12	5.81	21,202	43.59	27,441	56.41
-	小计	2,679,090	20,114	1,650.51	0.75	121,189	10,265	4.52	2,051,619	76.58	627,471	23.42

年	季	入库数量	T+3 季度			T+4 季度及以后			已销售		未销售	
			销售数量	销售金额	比重	销售数量	销售金额	比重	数量	占比	数量	占比
-	扣除 QDA	2,391,794	13,847	1,481.36	0.58	96,640	9,873	4.04	1,889,585	79.00	502,209	21.00
2015 年	2015 年春	532,385	1,449	161.77	0.27	-	-	-	363,631	68.30	168,754	31.70
	2015 年夏	467,408	-	-	-	-	-	-	304,262	65.10	163,146	34.90
	2015 年秋	492,596			-	-	-	-	298,534	60.60	194,062	39.40
	2015 年冬	395,955			-	-	-	-	181,665	45.88	214,290	54.12
	2015 年春 QDA	89,800	1,712	47.13	2.00	-	-	-	32,164	35.82	57,636	64.18
	2015 年夏 QDA	68,011	-	-	-	-	-	-	16,150	23.75	51,861	76.25
	2015 年秋 QDA	58,372			-	-	-	-	24,459	41.90	33,913	58.10
	2015 年冬 QDA	27,207			-	-	-	-	6,948	25.54	20,259	74.46
-	小计	2,131,734	3,161	208.90	0.15	-	-	-	1,227,813	57.60	903,921	42.40
-	扣除 QDA	1,888,344	1,449	161.77	0.08	-	-	-	1,148,092	60.80	740,252	39.20

注 1：入库数量、销售数量均扣除了四季商品及其他，如万宝龙；

注 2：比重=销售数量/入库数量。

各季商品在当季的销售情况：2013 年、2014 年、2015 年，各季商品在当季（T+0 季）的销量占入库量的比重分别为 37.95%、49.32% 和 42.82%，2013 年当季销量比重较低的原因为当年新创立的品牌 QDA，其认知度、认可度尚需时间培养，当季销量比重较低，从而

拉低了 2013 年的整体比重；扣除 QDA 后，各季商品在当季的销量占入库量的比重分别为 56.93%、53.69%和 46.89%，各季商品在当季能够销售 50%左右。

销售时间超过一年的商品销售情况：2014 年冬季及以前的商品销售时间已超过一年，除 QDA 品牌外，其他各季商品已销售数量占入库数量的比重均超过 70%，售罄率较高。

(2) 报告期内，不同模式下各季商品在当季和以后各季的销售价格情况

①报告期内，自营模式下，各季商品在当季和以后各季的销售价格情况如下：

销售数量：件、销售金额：万元、均价：元/件

年	季	T+0 季度			T+1 季度			T+2 季度		
		销售数量	销售金额	均价	销售数量	销售金额	均价	销售数量	销售金额	均价
2013 年	2013 年春	49,838	6,371.59	1,278.46	96,490	11,118.19	1,152.26	22,440	2,447.64	1,090.75
	2013 年夏	71,129	9,118.78	1,282.01	93,678	10,741.98	1,146.69	3,333	290.57	871.78
	2013 年秋	44,218	6,496.06	1,469.10	121,759	17,348.63	1,424.83	32,391	4,698.94	1,450.69
	2013 年冬	68,837	10,787.41	1,567.10	87,207	12,824.18	1,470.55	3,552	371.95	1,047.15
	2013 年春夏 QDA	26,141	521.27	199.41	42,331	607.99	143.63	32,930	434.09	131.82
	2013 年秋冬 QDA	52,124	1,378.80	264.52	39,466	785.36	199.00	11,730	192.97	164.51
-	小计	312,287	34,673.92	1,110.32	480,931	53,426.33	1,110.89	106,376	8,436.16	793.05
-	扣除 QDA	234,022	32,773.85	1,400.46	399,134	52,032.98	1,303.65	61,716	7,809.10	1,265.33

年	季	T+0 季度			T+1 季度			T+2 季度		
		销售数量	销售金额	均价	销售数量	销售金额	均价	销售数量	销售金额	均价
2014 年	2014 年春	62,535	9,645.90	1,542.48	95,882	13,425.85	1,400.25	18,052	2,242.36	1,242.17
	2014 年夏	56,458	7,799.86	1,381.53	88,626	10,887.06	1,228.43	2,161	178.61	826.50
	2014 年秋	40,346	7,092.09	1,757.82	112,571	18,656.32	1,657.29	31,668	5,167.13	1,631.66
	2014 年冬	50,811	10,136.36	1,994.91	75,441	13,356.14	1,770.41	4,633	530.40	1,144.82
	2014 年春 QDA	9,312	252.08	270.71	13,400	296.57	221.32	16,167	306.80	189.77
	2014 年夏 QDA	10,203	248.31	243.37	13,156	273.74	208.07	411	6.86	166.95
	2014 年秋 QDA	9,025	396.22	439.02	22,106	1,000.39	452.54	16,636	617.89	371.42
	2014 年冬 QDA	7,541	467.23	619.58	9,614	463.11	481.71	533	16.41	307.86
-	小计	246,231	36,038.04	1,463.59	430,796	58,359.18	1,354.68	90,261	9,066.45	1,004.47
-	扣除 QDA	210,150	34,674.20	1,649.97	372,520	56,325.37	1,512.01	56,514	8,118.49	1,436.55
2015 年	2015 年春	44,065	7,266.11	1,648.95	78,144	11,074.34	1,417.17	15,843	2052.73	1,295.67
	2015 年夏	56,047	8,432.68	1,504.57	56,050	7,224.89	1,289.01	1,396	141.26	1,011.89
	2015 年秋	34,604	6,112.60	1,766.44	66,160	11,113.99	1,682.89	-	-	-
	2015 年冬	40,931	7,785.23	1,902.04	-	-	-	-	-	-
	2015 年春 QDA	4,681	254.52	543.72	12,140	579.55	477.39	12,687	479.54	377.98
	2015 年夏 QDA	4,719	287.23	608.66	10,891	498.25	457.49	278	8.87	319.00
	2015 年秋 QDA	6,030	436.64	724.12	13,200	830.25	628.98	-	-	-

年	季	T+0 季度			T+1 季度			T+2 季度		
		销售数量	销售金额	均价	销售数量	销售金额	均价	销售数量	销售金额	均价
	2015 年冬 QDA	3,874	375.02	968.04	-	-	-	-	-	-
-	小计	194,951	30,950.03	1,587.58	236,585	31,341.27	1,324.74	30,204	2,682.40	888.09
-	扣除 QDA	175,647	29,596.62	1,685.01	200,354	29,433.22	1,469.06	17,239	2,193.99	1,272.69

(续表)

年	季	T+3 季度			T+4 季度及以后		
		销售数量	销售金额	均价	销售数量	销售金额	均价
2013 年	2013 年春	2,663	309.93	1,163.84	22,667	2,099.29	926.14
	2013 年夏	965	117.07	1,213.20	25,057	2,198.83	877.53
	2013 年秋	2,493	240.07	962.97	23,299	2,601.06	1,116.38
	2013 年冬	422	55.05	1,304.54	19,586	2,124.48	1,084.69
	2013 年春夏 QDA	50,580	525.22	103.84	51,062	227.24	44.50
	2013 年秋冬 QDA	14,154	176.74	124.87	4,164	20.94	50.28
-	小计	71,277	1,424.09	199.80	145,835	9,271.83	635.78
-	扣除 QDA	6,543	722.13	1,103.66	90,609	9,023.66	995.89
2014 年	2014 年春	1,036	100.37	968.87	16,773	1,805.13	1,076.21
	2014 年夏	212	19.45	917.23	16,620	1,691.01	1,017.45
	2014 年秋	2,393	267.46	1,117.67	17,311	2,039.01	1,177.87

年	季	T+3 季度			T+4 季度及以后		
		销售数量	销售金额	均价	销售数量	销售金额	均价
	2014 年冬	334	34.94	1,046.03	8,628	1,198.91	1,389.56
	2014 年春 QDA	1,891	33.58	177.57	6,709	92.61	138.04
	2014 年夏 QDA	311	6.05	194.52	2,794	34.46	123.35
	2014 年秋 QDA	3,241	109.15	336.79	5,203	99.33	190.91
	2014 年冬 QDA	199	3.90	195.75	1,594	38.17	239.43
-	小计	9,617	574.90	597.80	75,632	6,998.63	925.35
-	扣除 QDA	3,975	422.22	1,062.19	59,332	6,734.06	1,134.98
2015 年	2015 年春	1,253	144.23	1,151.10	-	-	-
	2015 年夏				-	-	-
	2015 年秋				-	-	-
	2015 年冬				-	-	-
	2015 年春 QDA	1,277	39.30	307.74	-	-	-
	2015 年夏 QDA				-	-	-
	2015 年秋 QDA				-	-	-
	2015 年冬 QDA				-	-	-
-	小计	2,530	183.53	725.42	-	-	-
-	扣除 QDA	1,253	144.23	1,151.10	-	-	-

报告期内，自营模式下，各季商品在当季和以后各季的销售价格呈现逐季下降的趋势。

②报告期内，经销模式下，各季商品在当季和以后各季的销售价格情况如下：

销售数量：件、销售金额：万元、均价：元/件

年	季	T+0 季度			T+1 季度			T+2 季度		
		销售数量	销售金额	均价	销售数量	销售金额	均价	销售数量	销售金额	均价
2013 年	2013 年春	253,370	15,160.35	598.35	3,279	203.89	621.81	-164	-28.64	1,746.29
	2013 年夏	244,239	15,751.21	644.91	2,639	113.94	431.77	-352	-13.21	375.28
	2013 年秋	295,547	20,295.76	686.72	20,895	2,009.12	961.53	1,032	1.75	16.98
	2013 年冬	251,196	19,746.14	786.09	3,115	134.27	431.05	-381	-57.52	1,509.76
	2013 年春夏 QDA	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	2013 年秋冬 QDA	-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	小计	1,044,352	70,953.46	679.40	29,928	2,461.23	822.38	135	-97.62	-7,231.00
	扣除 QDA	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2014 年	2014 年春	258,566	18,150.93	701.98	19,691	1,362.66	692.02	-2,052	-155.66	758.57
	2014 年夏	268,726	18,252.15	679.21	6,699	432.98	646.34	-937	-66.08	705.22
	2014 年秋	303,449	24,130.26	795.20	26,930	2,798.70	1,039.25	211	12.21	578.78
	2014 年冬	237,352	20,945.25	882.46	6,322	616.22	974.72	351	44.47	1,266.85
	2014 年春 QDA	-	-	-	-	-	-	-	-	-

年	季	T+0 季度			T+1 季度			T+2 季度		
		销售数量	销售金额	均价	销售数量	销售金额	均价	销售数量	销售金额	均价
	2014 年夏 QDA	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	2014 年秋 QDA	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	2014 年冬 QDA	-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	小计	1,068,093	81,478.59	762.84	59,642	5,210.56	873.64	-2,427	-165.06	680.10
	扣除 QDA	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2015 年	2015 年春	203,538	14,895.82	731.84	18,175	1,363.72	750.33	300	7.04	234.50
	2015 年夏	186,440	13,430.07	720.34	3,010	250.86	833.43	-466	-36.69	787.41
	2015 年秋	175,777	15,126.09	860.53	18,671	2,077.07	1,112.46	-	-	-
	2015 年冬	137,393	13,099.19	953.41	-	-	-	-	-	-
	2015 年春 QDA	-	-	-	-	-	-	117	2.23	190.45
	2015 年夏 QDA	-	-	-	13	0.37	281.50	-	-	-
	2015 年秋 QDA	4,789	183.58	383.33	40	3.32	829.01	-	-	-
	2015 年冬 QDA	3,064	181.41	592.07	-	-	-	-	-	-
-	小计	711,001	56,916.17	800.51	39,909	3,695.34	925.94	-49	-27.43	5,598.00
	扣除 QDA	703,148	56,551.18	804.26	39,856	3,691.66	926.25	-166	-29.66	1,786.65

(续表)

年	季	T+3 季度	T+4 季度及以后
---	---	--------	-----------

		销售数量	销售金额	均价	销售数量	销售金额	均价
2013 年	2013 年春	-299	-10.67	356.88	1,589	117.27	738.03
	2013 年夏	630	73.93	1,173.53	1,260	95.86	760.82
	2013 年秋	1,892	139.68	738.29	4,372	318.54	728.58
	2013 年冬	1,917	239.47	1,249.20	710	92.38	1,301.10
	2013 年春夏 QDA	-	-	-	269	1.50	55.70
	2013 年秋冬 QDA	-	-	-	51	0.29	56.90
-	小计	4,140	442.42	1,068.64	8,251	625.84	758.50
	扣除 QDA	4,140	442.42	1,068.64	7,931	624.05	786.85
2014 年	2014 年春	1,033	86.60	838.34	2,465	176.31	715.24
	2014 年夏	997	72.30	725.21	198	13.87	700.73
	2014 年秋	867	103.63	1,195.23	6,132	326.73	532.83
	2014 年冬	1,559	199.75	1,281.28	153	27.17	1,775.79
	2014 年春 QDA	-	-	-	-	-	-
	2014 年夏 QDA	-	-	-	-	-	-
	2014 年秋 QDA	-	-	-	-	-	-
	2014 年冬 QDA	48	1.69	352.88	26	0.32	124.33
-	小计	4,504	463.97	1,030.13	8,974	544.40	606.65

年	季	T+3 季度			T+4 季度及以后		
		销售数量	销售金额	均价	销售数量	销售金额	均价
	扣除 QDA	4,456	462.28	1,037.43	8,948	544.08	608.05
2015 年	2015 年春	38	4.83	1,270.02	-	-	-
	2015 年夏				-	-	-
	2015 年秋						
	2015 年冬						
	2015 年春 QDA	7	0.08	116.68	-	-	-
	2015 年夏 QDA				-	-	-
	2015 年秋 QDA				-	-	-
	2015 年冬 QDA				-	-	-
-	小计	45	4.91	1,090.61	-	-	-
	扣除 QDA	38	4.83	1,270.02	-	-	-

注：销售数量、销售金额为负，系经销商换货时换出、换回的数量、金额差异造成。

公司对经销商的卖断式销售主要集中在 T+0 季；T+1 季有少量销售，同时会对个别热销款进行补货，因此价格通常会比 T+0 季稍高；T+2 季及以后的对经销商的卖断式多为换货，数量、金额及均价与 T+0 季、T+1 季均不可比。

③报告期内，其他模式下，各季商品在当季和以后各季的销售价格情况如下：

销售数量：件、销售金额：万元、均价：元/件

年	季	T+0 季度			T+1 季度			T+2 季度		
		销售数量	销售金额	均价	销售数量	销售金额	均价	销售数量	销售金额	均价
2013 年	2013 年春	73	6.90	945.33	1,010	67.99	673.12	1,662	112.41	676.38
	2013 年夏	212	11.00	518.75	519	45.39	874.56	4,959	352.14	710.09
	2013 年秋	78	6.74	864.34	7,415	510.69	688.73	1,831	156.12	852.64
	2013 年冬	3,227	223.38	692.22	2,172	213.12	981.21	703	55.29	786.48
	2013 年春夏 QDA	183	3.11	169.70	26,246	259.60	98.91	101,609	839.17	82.59
	2013 年秋冬 QDA	3,011	46.51	154.47	39,806	385.92	96.95	8,569	133.64	155.96
-	小计	6,784	297.63	438.73	77,168	1,482.71	192.14	119,333	1,648.77	138.17
-	扣除 QDA	3,590	248.02	690.86	11,116	837.19	753.14	9,155	675.96	738.35
2014 年	2014 年春	904	60.47	668.95	1,647	136.91	831.29	484	63.35	1,308.90
	2014 年夏	1,527	94.17	616.70	762	90.34	1,185.61	299	28.28	945.94
	2014 年秋	1,138	82.24	722.67	2,630	217.32	826.29	1,133	155.45	1,372.01
	2014 年冬	2,223	169.69	763.36	923	190.05	2,059.00	936	102.52	1,095.32
	2014 年春 QDA	326	5.22	160.20	269	3.13	116.24	225	5.95	264.35
	2014 年夏 QDA	575	5.08	88.34	182	4.71	258.90	19	0.25	130.29

年	季	T+0 季度			T+1 季度			T+2 季度		
		销售数量	销售金额	均价	销售数量	销售金额	均价	销售数量	销售金额	均价
	2014 年秋 QDA	180	6.28	348.86	378	10.11	267.59	597	19.41	325.13
	2014 年冬 QDA	161	4.55	282.51	184	9.44	513.19	18	0.78	434.01
-	小计	7,034	427.71	608.06	6,975	662.01	949.12	3,711	375.99	1,013.18
-	扣除 QDA	5,792	406.58	701.96	5,962	634.62	1,064.44	2,852	349.61	1,225.83
2015 年	2015 年春	1,049	81.77	779.52	842	76.85	912.73	226	26.11	1,155.26
	2015 年夏	1,097	91.74	836.28	510	63.00	1,235.24	178	17.56	986.41
	2015 年秋	1,079	89.31	827.74	2,243	197.59	880.92	-	-	-
	2015 年冬	3,341	264.45	791.52	-	-	-	-	-	-
	2015 年春 QDA	77	4.84	628.81	333	11.27	338.39	417	11.00	263.75
	2015 年夏 QDA	57	2.86	502.24	144	6.43	446.36	48	1.19	247.45
	2015 年秋 QDA	86	6.46	750.93	314	13.04	415.28	-	-	-
	2015 年冬 QDA	10	1.41	1,405.46	-	-	-	-	-	-
-	小计	6,796	542.84	798.76	4,386	368.18	839.43	869	55.85	642.73
-	扣除 QDA	6,566	527.27	803.03	3,595	337.44	938.64	404	43.67	1,080.87

(续表)

年	季	T+3 季度			T+4 季度及以后		
		销售数量	销售金额	均价	销售数量	销售金额	均价

年	季	T+3 季度			T+4 季度及以后		
		销售数量	销售金额	均价	销售数量	销售金额	均价
2013 年	2013 年春	2,911	190.98	656.05	42,235	1,958.77	463.78
	2013 年夏	2,035	150.21	738.12	38,873	1,790.19	460.52
	2013 年秋	501	39.05	779.38	27,896	1,767.78	633.70
	2013 年冬	4,152	398.41	959.56	23,269	1,609.93	691.88
	2013 年春夏 QDA	26,709	198.98	74.50	77,204	408.21	52.87
	2013 年秋冬 QDA	13,897	141.64	101.92	24,141	180.58	74.80
-	小计	50,205	1,119.26	222.94	233,618	7,715.45	330.26
-	扣除 QDA	9,599	778.64	811.17	132,273	7,126.66	538.78
2014 年	2014 年春	377	30.96	821.34	7,541	661.43	877.11
	2014 年夏	1,990	182.76	918.39	7,201	637.05	884.67
	2014 年秋	1,008	110.66	1,097.87	8,306	762.79	918.35
	2014 年冬	2,041	272.47	1,335.00	5,312	533.66	1,004.62
	2014 年春 QDA	198	5.75	290.52	3,534	35.29	99.87
	2014 年夏 QDA	93	1.85	198.44	1,487	15.06	101.31
	2014 年秋 QDA	207	3.55	171.51	1,997	48.38	242.25

年	季	T+3 季度			T+4 季度及以后		
		销售数量	销售金额	均价	销售数量	销售金额	均价
	2014 年冬 QDA	79	3.63	459.72	1,205	28.63	237.61
-	小计	5,993	611.63	1,020.57	36,583	2,722.29	744.14
-	扣除 QDA	5,416	596.85	1,102.01	28,360	2,594.92	914.99
2015 年	2015 年春	158	12.71	804.49	-	-	-
	2015 年夏				-	-	-
	2015 年秋				-	-	-
	2015 年冬				-	-	-
	2015 年春 QDA	428	7.75	181.01	-	-	-
	2015 年夏 QDA				-	-	-
	2015 年秋 QDA				-	-	-
	2015 年冬 QDA				-	-	-
-	小计	586	20.46	349.12	-	-	-
-	扣除 QDA	158	12.71	804.49	-	-	-

其他销售模式包括展销特卖、电子商务、短期代销、内购等。

（六）报告期内主要产品的原材料、能源及其供应情况

1、主要产品成本构成

（1）2015年各品牌生产入库成本

单位：万元

品牌	原材料	外协生产	直接人工	制作费用	合计
JR	6,903.62	3,633.72	3,221.60	1,976.67	15,735.61
JW	2,071.69	963.46	1,172.14	771.13	4,978.42
AN	4,140.96	2,073.45	2,177.03	1,374.09	9,765.53
GS	2,292.35	1,188.28	1,419.97	881.31	5,781.91
CR	3,227.34	1,056.54	1,720.79	929.12	6,933.79
IV	4,133.57	2,090.02	2,412.28	1,249.93	9,885.80
QDA	156.18	133.38	80.61	20.04	390.21
总计	22,925.71	11,138.85	12,204.42	7,202.29	53,471.27

注1：生产入库的外协生产成本不包括QDA成衣的外协生产，下同。

（2）2014年各品牌生产入库成本

单位：万元

品牌	原材料	外协生产	直接人工	制作费用	合计
JR	7,511.86	4,322.27	3,402.49	2,229.70	17,466.32
JW	2,269.42	1,055.27	1,161.22	773.64	5,259.55
AN	4,446.20	2,672.24	2,279.97	1,331.23	10,729.64
GS	2,880.80	1,990.82	1,783.73	1,077.67	7,733.02
CR	3,162.08	861.05	1,423.36	809.08	6,255.57
IV	5,284.91	3,993.80	2,625.30	1,421.45	13,325.46
QDA	34.35	11.11	23.98	8.91	78.35
总计	25,589.62	14,906.56	12,700.05	7,651.68	60,847.91

（3）2013年度各品牌生产入库成本

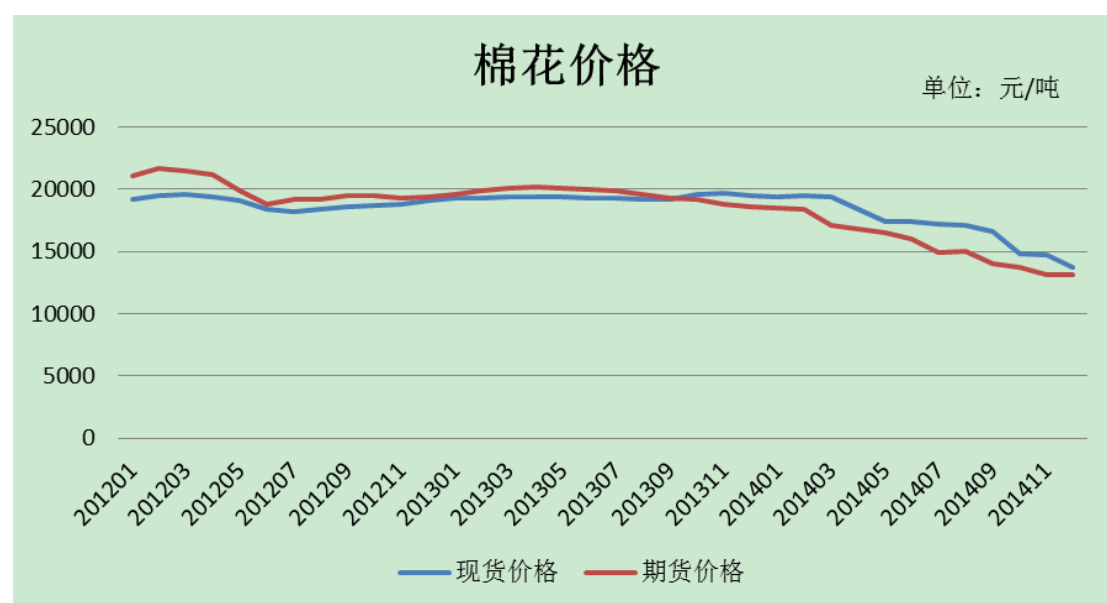
单位：万元

品牌	原材料	外协生产	直接人工	制造费用	合计
JR	6,293.76	3,863.33	3,274.88	2,265.65	15,697.62
JW	1,998.85	1,120.58	986.79	682.88	4,789.10
AN	5,091.70	3,618.12	2,232.59	1,571.13	12,513.53
GS	2,879.70	2,064.35	1,613.74	1,088.14	7,645.93
CR	2,270.67	664.92	1,126.49	741.28	4,803.36
IV	4,941.94	3,520.03	2,980.30	1,757.36	13,199.63

品牌	原材料	外协生产	直接人工	制造费用	合计
QDA	262.96	223.29	128.52	273.28	888.05
总计	23,739.57	15,074.63	12,343.31	8,379.73	59,537.24

2、原材料价格变动情况

公司采购的主要原材料主要是各种质地、各种款式的面料。2013年、2014年和2015年，公司面料采购金额分别为21,440.55万元、23,561.69万元和20,403.93万元，占总采购金额的比例分别为36.32%、46.02%和45.73%。面料价格受到国内外棉花、化纤价格波动的影响。报告期前两年棉花价格基本稳定，保持在20,000元/吨左右，2014年3月起开始持续下降。棉花市场价格的平稳，有利于发行人生产经营的稳定。



数据来源：现货价格为中国棉花价格指数 CCINDEX328（后更名为 CCINDEX3128）的月平均价格，期货价格为郑州商品交易所一号棉花期货月平均成交价。

3、能源

公司生产所需能源主要为电力，报告期内用电情况如下：

项目	2015 年度	2014 年度	2013 年度
电费（元）	4,777,895.25	4,962,863.10	4,898,674.31
电量（度）	5,970,786.36	6,194,340.97	6,187,190.06
电力单位价格（元/度）	0.80	0.80	0.79
主营业务成本（元）	386,066,128.89	492,892,712.14	535,704,506.42
电费占主营业务成本比例（%）	1.24%	1.01%	0.91%

报告期内，公司能源占主营业务成本的比例较低，电力供应可以满足正常生产需要。

4、报告期内公司前五大供应商

单位：万元

年份	供应商	采购金额	采购比例	采购种类
2015 年度	海宁市驼队皮革有限公司	1,404.10	3.15%	外协生产、皮料
	广州金来德金属制品厂（普通合伙）、广州金来德展柜制作有限公司、广州金来德金属制品厂	1,264.05	2.83%	装修工程材料
	山东康平纳集团有限公司	1,242.11	2.78%	面料
	厦门市成和服饰有限公司	1,208.61	2.71%	外协生产
	厦门市鑫恒荣服饰有限公司	1,203.11	2.70%	外协生产
	合计	6,321.98	14.17%	-
2014 年度	广州金来德金属制品厂（普通合伙）、广州金来德展柜制作有限公司	2,254.45	4.40%	装修工程材料
	厦门市豪骐服饰有限公司	2,008.51	3.92%	外协生产
	海宁市驼队皮革有限公司	1,725.20	3.37%	外协生产
	上海奕东纺织品有限公司	1,693.96	3.31%	面料
	泰安荣声纺织品有限公司	1,620.91	3.17%	面料
	合计	9,303.03	18.17%	-
2013 年度	海宁市驼队皮革有限公司	2,527.32	4.28%	原材料、外协生产
	漳州明兴有机玻璃有限公司	2,410.38	4.08%	橱窗、陈列道具
	瑞金市川禾服饰有限公司	2,289.82	3.88%	外协生产
	上海奕东纺织品有限公司	2,025.22	3.43%	面料
	厦门市豪骐服饰有限公司	1,938.71	3.28%	外协生产
	合计	11,191.45	18.96%	—

注：广州市金来德金属制品厂与广州金来德展柜制作有限公司属同一实际控制人控制，故合并计算。

报告期内，公司不存在向单一供应商采购额超过总采购额50%的情形。

公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员及其关联方或持有公司5%以上股份的股东在上述供应商均未占有任何权益；上述供应商与公司及公司股东亦不存在关联关系。

5、报告期内，外协生产模式的前五大供应商

单位：万元

年份	供应商	外协金额	占外协总额比例
2015 年度	海宁市驼队皮革有限公司	1,338.57	10.01%
	厦门市成和服饰有限公司	1,208.61	9.03%
	厦门市鑫恒荣服饰有限公司	1,203.11	8.99%
	海宁诚和皮草有限公司	983.61	7.35%
	厦门婕华服饰有限公司	761.50	5.69%
	合计	5,495.40	41.07%
2014 年度	厦门市豪骐服饰有限公司	2,008.51	13.33%
	海宁市驼队皮革有限公司	1,543.85	10.25%
	厦门圣浠罗针织服饰有限公司	1,159.16	7.69%
	海宁诚和皮草有限公司	1,018.81	6.76%
	厦门市鑫恒荣服饰有限公司	918.50	6.10%
	合计	6,648.83	44.13%
2013 年度	海宁市驼队皮革有限公司	2,397.47	10.49%
	瑞金市川禾服饰有限公司	2,289.82	10.02%
	厦门市豪骐服饰有限公司	1,938.71	8.49%
	海宁诚和皮草有限公司	1,481.86	6.49%
	厦门圣浠罗针织服饰有限公司	1,404.63	6.15%
	合计	9,512.49	41.64%

公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员及其关联方或持有公司5%以上股份的股东在上述供应商均未占有任何权益；上述供应商与公司及公司股东亦不存在关联关系。

（七）环境保护和安全生产

公司所从事的中、高端女装设计、生产、销售业务，不涉及高污染以及高风险的情况。自设立以来，公司十分重视环境保护和安全生产，根据法律要求，建立相应的管理制度，加强管理工作，在报告期内未因安全生产及环境保护的原因受到处罚。

2014年8月19日，厦门市环境保护局出具《关于欣贺股份有限公司环保核查意见的函》，确认发行人能够遵守环境保护法律法规，公司自2012年1月1日至今（截止2014年6月30日）的经营活动中，未发现环境污染事故，未因违反国家及

地方有关环境保护法律法规而受到该局处罚。经保荐机构核查，发行人自2014年7月1日至2015年12月31日的经营活动中，未发生过环境污染事故，未因违反国家及地方有关环境保护法律法规而受到该局处罚。

五、公司主要固定资产和无形资产

（一）固定资产

截至2015年12月31日，公司固定资产情况如下（成新率=资产净值/原值）：

单位：万元

类别	原值	累计折旧	资产净值	成新率
房屋建筑物	11,357.42	3,051.15	8,306.27	73.14%
机器设备	2,977.73	1,228.58	1,749.15	58.74%
运输工具	1,367.16	1,166.87	200.29	14.65%
办公电子设备	1,476.92	816.66	660.26	44.71%
其他办公设备	785.54	557.79	227.75	28.99%
合计	17,964.77	6,821.05	11,143.72	62.03%

1、房屋建筑物

截至2015年12月31日，公司房屋建筑物情况如下：

土地房屋权证编号	使用人	座落位置	用途	用地面积 (M ²)	建筑面积 (M ²)	取得时间	取得方式	他项权利
厦国土房证第00935599号	欣贺股份	湖里区湖里大道95号	工业	6,214.15	20,336.38	2012/06/8	受让	无
厦国土房证第00935701号	欣贺股份	湖里区华昌路140号	工业	5,044.19	11,376.75	2012/06/11	受让	无

2、主要设备

公司的生产设备主要是缝纫机、裁床、裁布机、卧式燃气炉等。公司的生产过程全部在厦门本部，因此生产设备也全部在厦门本部使用，截至2015年12月31日，公司主要生产设备如下：

单位：元

序号	资产类别	2015年12月31日		
		原值	净值	成新率
1	缝纫机	16,694,230.03	7,818,444.18	46.83%
2	裁床	1,122,222.23	751,888.75	67.00%

		2015年12月31日		
3	卧式燃油蒸汽锅炉	567,293.45	409,869.55	72.25%
4	卧式燃油蒸汽锅炉	567,293.45	409,869.55	72.25%
5	立式燃油蒸汽锅炉	417,293.45	301,494.55	72.25%
6	缩水机	341,880.36	221,367.66	64.75%
7	面料预缩机	333,333.32	245,833.32	73.75%
8	电脑花样机	235,042.73	138,087.63	58.75%
9	铺布机	232,478.64	155,760.67	67.00%
10	铺布机	232,478.63	155,760.68	67.00%
11	锅炉	230,769.23	99,230.72	43.00%
12	货梯	171,384.75	59,068.35	34.47%
13	烫衬机	159,030.00	53,033.48	33.35%
14	压衬机	152,136.75	69,982.63	46.00%
15	低温连续式粘合机	152,136.75	109,918.64	72.25%
16	低温连续式粘合机	152,136.75	109,918.64	72.25%
17	低温连续式粘合机	147,440.00	72,245.6	49.00%
18	烫衬机	145,350.00	38,942.76	26.79%
19	打缆车	126,495.72	77,162.28	61.00%
20	大铲机	123,931.62	64,444.26	52.00%
21	订扣机	123,504.28	81,821.68	66.25%
22	订扣机	119,487.18	70,198.93	58.75%

注：①由于发行人生产设备数量多且多数价格较低，本招股说明书选取了单体价格为10万元以上的生产设备进行披露。

②缝纫机为发行人必备的生产设备，且数量多，披露时将所有缝纫机作为一个整体进行披露。

（二）无形资产

1、土地使用权情况

截至2015年12月31日，公司土地使用权情况如下：

土地房屋权证编号	所有权人	坐落位置	用途	使用权类型	面积（M ² ）	使用期限	他项权利
厦国土房证地第00011559号	欣贺股份	湖里区湖里高新技术园区中	办公商业	出让	15,624.01	办公50年，至2058年8	无

土地房屋权证编号	所有权人	坐落位置	用途	使用权类型	面积 (M ²)	使用期限	他项权利
		心商务区 2008G 13-604 地块				月 31 日； 商业 40 年， 至 2048 年 8 月 31 日	
厦国土房证第 00935599 号	欣贺 股份	湖里区湖里大 道 95 号	工业	出让	6,214.15	2032 年 03 月 09 日	无
厦国土房证第 00935701 号	欣贺 股份	湖里区华昌路 140 号	工业	出让	5,044.19	2030 年 11 月 23 日	无
厦国土房证第地 00020334 号	欣贺 股份	同安区 2012 TY05-G 地块	工业	出让	19,488.44	2062 年 12 月 13 日	无

注：本表中两处土地使用权（厦国土房证第 00935599 号、厦国土房证第 00935701 号）及其附着房屋建筑物一并计入固定资产计量。

2、商标情况

（1）商标基本情况






截至2015年12月31日，发行人在中国大陆、中国台湾、中国香港、中国澳门及欧洲地区等国家（地区）共拥有注册商标531项，其中与服装相关的注册商标86项（即核定使用类型为第25类的商标），其他使用类型的注册商标主要是皮具、饰品等周边商品使用的商标及为保护商标进行的防御性注册。

核定使用类型为第25类的注册商标情况如下：

使用地区	序号	注册号	商标	注册有效期限
中国 大陆	1	5100763		2009 年 08 月 14 日至 2019 年 08 月 13 日
	2	6053165		2010 年 03 月 21 日至 2020 年 03 月 20 日
	3	3869103	ANMANI — 恩曼琳 —	2007 年 10 月 28 日至 2017 年 10 月 27 日
	4	661788	 ANMANI	2013 年 10 月 14 日至 2023 年 10 月 13 日
	5	728917		2015 年 02 月 07 日至 2025 年 02 月 06 日
	6	7790611	JORYA	2011 年 04 月 14 日至 2021 年 04 月 13 日
	7	10171916	JORYA	2013 年 01 月 07 日至 2023 年 01 月 06 日

使用地区	序号	注册号	商标	注册有效期限
	8	4752708		2009年09月14日至2019年09月13日
	9	7068651		2010年09月28日至2020年09月27日
	10	3277760	 （“COSTUME”放弃专用权）	2014年04月28日至2024年04月27日
	11	8907397		2011年12月14日至2021年12月13日
	12	845646		2006年06月07日至2016年06月06日
	13	3876095		2007年03月14日至2017年03月13日
	14	3876094		2009年04月28日至2019年04月27日
	15	7808734		2011年03月14日至2021年03月13日
	16	1641284		2011年09月28日至2021年09月27日
	17	8502062		2011年07月28日至2021年07月27日
	18	4495754		2009年02月21日至2019年02月20日
	19	8506177		2011年08月07日至2021年08月06日
	20	4495755		2008年10月21日至2018年10月20日
	21	9041825		2012年01月21日至2022年01月20日
	22	8546596		2011年08月14日至2021年08月13日

使用地区	序号	注册号	商标	注册有效期限
	23	7822812	 欣贺	2011年09月07日至2021年09月06日
	24	4193617	 中悦 JON YUE	2008年12月28日至2018年12月27日
	25	6837394	中悦	2010年08月14日至2020年08月13日
	26	9291533	欣贺	2012年04月14日至2022年04月13日
	27	10739945	JORYA weekend	2013年06月14日至2023年06月13日
	28	10881323	JORYA weekend	2013年08月14日至2023年08月13日
	29	11200315	QDA	2013年12月07日至2023年12月06日
	30	11481214	欣贺卓雅	2014年02月14日至2024年02月13日
	31	11481242	卓雅周末	2014年02月14日至2024年02月13日
	32	11480772	欣贺艾葳	2014年02月21日至2024年02月20日
	33	11480815	欣贺艾薇	2014年02月21日至2024年02月20日
	34	11689199		2014年04月07日至2024年04月06日
	35	11480713	艾葳	2014年04月14日至2024年04月13日
	36	11856338	欣贺 JW	2014年05月21日至2024年05月20日
	37	11856308	欣贺 CR	2014年05月21日至2024年05月20日
	38	11856334	欣贺 JR	2014年05月21日至2024年05月20日
	39	11856328	欣贺 IV	2014年05月21日至2024年05月20日
	40	10964693	QDA STAR	2014年08月21日至2024年08月20日
	41	10964653	QDA HOLIDAY	2014年07月28日至2024年07月27日

使用地区	序号	注册号	商标	注册有效期限
	42	10964674		2014年08月14日至2024年08月13日
	43	12012032	CAROLINE	2014年07月21日至2024年07月20日
	44	12437507		2014年09月21日至2024年09月20日
中国 台湾	45	01499746	恩曼琳	2012年01月16日至2022年01月15日
	46	01412534	<i>JoryaStar</i>	2010年06月01日至2020年05月31日
	47	01429812	JW	2010年09月16日至2020年09月15日
	48	01412484	CAROLINE	2010年06月01日至2020年05月31日
	49	01527530	卡洛琳	2012年07月16日至2022年07月15日
	50	01412482	AIVEI	2010年06月01日至2020年05月31日
	51	01412485	艾葳	2010年06月01日至2020年05月31日
	52	00906276	巨式國際 GIVH SHYH	2000年09月16日至2020年09月15日
	53	00912803	INTERNATIONAL COUTURE 	2000年11月01日至2020年10月31日
	54	01362541	卓雅	2009年05月16日至2019年05月15日
	55	00817746	卓雅 JORYA	1998年09月16日至2018年09月15日
	56	01221136		2006年08月01日至2016年07月31日
	57	01412483	JORYA weekend	2010年06月01日至2020年05月31日
	58	01054575	JORYA	2003年08月16日至2018年09月15日
	59	01584028	JORYA	2013年06月16日至2023年06月15日
	60	01570591	QDA	2013年03月16日至2023年03月15日
中国 香港	61	301383921		2009年07月14日至2019年07月13日
	62	301383994	JORYA	2009年07月14日至2019年07月13日


使用地区	序号	注册号	商标	注册有效期限
	63	301384083		2009年07月14日至2019年07月13日
	64	301384155		2009年07月14日至2019年07月13日
	65	301384146		2009年07月14日至2019年07月13日
	66	301384100	PHABER 菲配	2009年07月14日至2019年07月13日
	67	301387549	恩曼琳	2009年07月20日至2019年07月19日
	68	301384119		2009年07月14日至2019年07月13日
	69	301384128	中悅	2009年07月14日至2019年07月13日
	70	301387503	卡洛琳	2009年07月20日至2019年07月19日
中国 澳门	71	N/063996	JORYA	2012年12月13日至2019年12月13日
	72	N/063990		2012年12月13日至2019年12月13日
	73	N/063972	AIVEI	2012年12月13日至2019年12月13日
	74	N/063980	CAROLINE	2012年12月13日至2019年12月13日
	75	N/063984	GIVH SHYH	2012年12月13日至2019年12月13日
	76	N/064108	QDA	2012年12月13日至2019年12月13日
意大利	77	1401368	GIVH SHYH	2000年09月18日至2020年09月18日
	78	1401391	JORYA	2000年09月18日至2020年09月18日
法国	79	013097442	GIVH SHYH	2001年04月26日至2021年04月26日
	80	013097444	JORYA	2001年04月26日至2021年04月26日
	81	013119419	JoryaStar.集雅	2001年09月04日至2021年09月04日
	82	023144027	AIVEI	2002年01月28日至2022年01月28日


使用地区	序号	注册号	商标	注册有效期限
	83	083598891		2008年09月16日至2018年09月16日
	84	013119418		2001年09月04日至2021年09月04日
欧盟	85	004461216		2006年06月06日至2025年05月30日
	86	011210077		2012年09月24日至2022年09月24日

注：序号为 85、86 的两项欧盟商标类别涵盖第 9 类、第 18 类、第 25 类。


（2）商标异议情况


截至本招股说明书签署日，发行人正在申请的4项商标存在被异议情况，具体情况如下：

①发行人申请号为第3876091号的商标 （第18类：钱包；非贵金属钱包；背包；手提袋；用于装化妆用品的手提包（空的）；手提包；小山羊皮）被乔治阿玛尼米兰公司瑞士门德里西奥分公司以该商标与其注册在先的引证商标第G655416号“ARMANI”、第G833734号“ARMANI”及第1140841号“阿曼尼”等近似且被异议商标的指定商品与引证商标指定商品构成相同/类似商品为由提出异议，欣贺股份于2013年1月11日就该异议提交了答辩书。国家工商行政管理总局商标局于2013年8月18日作出《“恩曼琳ANMANI”商标异议裁定书》（（2013）商标异字第28435号），该异议商标被不予核准注册。公司于2013年9月18日提请异议复审。国家工商行政管理总局商标局于2015年4月10日做出《关于第3876091号“恩曼琳ANMANI”商标异议复审裁定书》（商评字[2015]第0000028991号），裁定：被异议商标不予核准注册。目前，公司已就该项异议商标提起行政诉讼。



②发行人申请号为第8732581号的商标 （第25类：服装）被乔治阿玛尼有限公司米兰瑞士门德里西奥分公司以该商标与其注册在先的引证商标第G655416号“ARMANI”近似且被异议商标的指定商品与引证商标指定商品构成相同/类似商品为由提出异议。欣贺股份于2013年1月6日就该异议提交答辩。国家工商行政管理总局商标局于2013年8月18日作出《“ANMANI”商标异议裁定

书》（（2013）商标异字第28434号），该异议商标不予核准注册。公司于2013年9月18日提请异议复审。国家工商管理行政总局商标局于2015年4月10日做出《关于第8732581号“ANMANI”商标异议复审裁定书》（商评字[2015]第0000028990号），裁定：被异议商标不予核准注册。目前，公司已就该项异议商标提起行政诉讼。

③2014年11月28日，发行人收到商标异议答辩通知书，其申请号为第9291571号商标 （第25类：裤子；上衣；裙子；大衣；皮衣；风衣；婴儿全套衣；游泳衣；袜；腰带；婚纱；手套（服装））被乔治阿玛尼公司米兰瑞士门德里西奥分公司以该商标与其注册在先的第G833727号“阿玛尼”、第G655416号“ARMANI”商标构成近似商标为由提出异议。发行人已于2014年12月2日向国家工商行政管理总局商标局提交了《商标异议答辩书》。国家商标局于2015年10月28日出具《第9291571号“恩曼琳ANMANI”商标不予注册的决定》，决定对第9291571号“恩曼琳ANMANI”商标不予注册。发行人已向商标评审委员会申请复审，该异议事项尚在审理中。

④发行人申请号为7808720号的商标 （第18类：仿皮革；小皮夹；背包；手提包；公文包；旅行包（箱）；皮垫；皮肩带；伞；手杖；宠物服装；香肠肠衣）被乔治阿玛尼公司米兰瑞士门德里西奥分公司以该商标与其注册在先的引证商标第G655416号“ARMANI”及第G833727号“阿玛尼”近似，且被异议商标的指定商品与引证商标指定商品构成相同/类似商品为由提出异议，国家商标局于2015年10月29日就上述异议作出《第7808720号“恩曼琳ANMANI”商标在部分商品上不予注册的决定》（（2015）商标异字第0000050675号），决定对第7808720号商标在“仿皮革；小皮夹；背包；手提包；公文包；旅行包（箱）；宠物服装”商品上不予注册，在其余商品上准予注册。对此，发行人已向商标评审委员会申请复审，该异议事项尚在审理中。

第3876091号、第8732581号、第9291571号商标、第7808720号商标为恩曼琳品牌服装、皮具及饰品商标，但在实际生产经营中恩曼琳品牌服装使用的商标为  注册号为第3869103号商标 （第25类），在销售该品牌包、鞋及饰品时，

使用的商标为 （第18类）、第5100763号和第6053165号 （第25类）。

该等实际生产经营中使用的商标均经国家工商行政管理总局商标局核准注册。公司生产经营中未使用上述被异议的商标，上述商标的异议，不会对公司的生产经营构成不利影响。除上述被申请异议或异议复审的4项商标外，发行人不存在注册商标的诉讼及仲裁事项。

3、著作权情况

截至2015年12月31日，公司著作权情况如下：

序号	著作权名称	登记号	登记日期	作者
1	猫头鹰	闽作登字-2012-F-00005310	2012年07月10日	罗金娃
2	怀旧机器人	闽作登字-2012-F-00005311	2012年07月10日	罗金娃
3	女人图	闽作登字-2012-F-00005312	2012年07月10日	罗金娃

4、外观设计专利

截至2015年12月31日，发行人已取得1,251项外观设计专利。

（三）公司租赁的房屋及建筑物

1、公司租赁的房屋及建筑物情况

截至招股说明书签署日，发行人及其下属公司租赁的用于开设店铺、生产以及仓储的房产共68处，具体情况如下：

序号	出租人	坐落	面积（M ² ）	期限	用途
1	厦门联发商置有限公司	湖里区湖里大道 33-35 号第八层东侧（30#厂房）	1,492.45	2014/8/15 至 2017/8/31	生产
2	厦门联发商置有限公司	湖里区湖里大道 33-35 号第四层（30#厂房）	2,917.39	2015/5/1 至 2018/4/30	生产
3	晨祥开发有限公司	湖里区兴盛路 25 号一层厂房	1,990.00	2013/8/8/至 2016/8/7	仓库
4	拥华投资有限公司	湖里区兴盛路 25 号二层厂房	2,628.99	2013/8/8 至 2016/8/7	仓库
5	铄金开发有限公司	湖里区兴盛路 25 号三层厂房	2,628.99	2013/8/8 至 2016/8/7	生产
6	厦门中盛粮油集团有限公司	厦门同安区洪塘头路 587 号美人山高科技园	26,290.00	2011/6/1 至 2016/5/31	仓库
7	厦门鑫兴鞋业有限公司	厦门市湖里区华光路 22 号鑫南港大厦四楼、五楼	7,640.00	2015/8/1 至 2018/7/31	仓库

序号	出租人	坐落	面积 (M ²)	期限	用途
8	北京艾维克酒店物业管理有限责任公司	北京市朝阳区东三环中路乙 10 号艾维克大厦第 15 层, 第 01B-03A 号	457.30	2015/11/1 至 2017/10/31	办公
9	北京东方广场有限公司	北京市东城区东长安街 1 号东方广场东方新天地商场首层 AA50B 号店铺	755.06	2012/2/1 至 2018/1/31	商铺
10	北京新燕莎铜锣湾商业有限公司	北京市海淀区远大路 1 号“金源新燕莎 MALL”三层 3012-3013	241.79	2016/1/1 至 2016/12/31	商铺
11	北京政亿通商贸有限公司	北京市通州区台湖镇周坡庄 1 号院内东侧平房	400.00	2016/4/10 至 2019/4/9	仓库
12	上海港汇房地产开发有限公司	上海市徐汇区虹桥路 1 号 332/332A 铺位	228.00	2015/11/15 至 2018/11/26	商铺
13	上海港汇房地产开发有限公司	上海市徐汇区虹桥路 1 号 230E 铺位	约 85.00	2015/4/1 至 2016/3/31	商铺
14	上海力仕鸿华房地产发展有限公司	上海市长宁区仙霞路 99 号尚嘉中心第二层 213 单元	316.00	2016/1/31 至 2019/1/30	商铺
15	太古汇（广州）发展有限公司	广州市天河区天河路 383 号太古汇商场裙楼地铁上层 MU38 号商铺	165.00	2014/7/25 至 2017/6/24	商铺
16	广州丽柏管理咨询有限公司	广州市越秀区环市东路 367 号丽柏广场第 4 层第 401 号商铺	133.00	2016/4/1 至 2016/6/30	商铺
17	广州丽柏管理咨询有限公司	广州市越秀区环市东路 367 号丽柏广场第 4 层第 402 号商铺	90.00	2012/9/1 至 2017/8/31	商铺
18	广州丽柏管理咨询有限公司	广州市越秀区环市东路 367 号丽柏广场第 4 层第 403 号商铺	124.00	2013/11/15 至 2016/11/14	商铺
19	广州丽柏管理咨询有	广州市越秀区环市东路 367 号丽柏广场第 4 层第 404 号商铺	155.00	2014/5/1 至 2017/4/30	商铺
20	广州丽柏管理咨询有限公司	广州市越秀区环市东路 367 号丽柏广场第 4 层第 405 号商铺	120.00	2014/5/1 至 2017/4/30	商铺
21	广州丽柏管理咨询有限公司	广州市越秀区环市东路 367 号丽柏广场第 3 层第 307 号商铺	156.00	2014/3/15 至 2017/3/14	商铺
22	广州世界贸易中心大厦有限	广州世界贸易中心大厦负二层 225 仓库	32.62	2016/2/1 至 2016/8/31	仓库

序号	出租人	坐落	面积 (M ²)	期限	用途
	公司				
23	华润（深圳）有限公司	深圳市罗湖区华润中心万象城 396 号商铺	181.00	自交付之日起至 2017/3/14	商铺
24	华润（深圳）有限公司	华润中心负二层 WH-B2-40	30.00	2016/2/1 至 2017/1/31	仓库
25	深圳市海岸城投资有限公司	深圳市南山区海岸城二层 215 号商铺	260.00	2015/11/13 至 2016/11/12	商铺
26	深圳市海岸城投资有限公司	深圳市南山区海岸城广场一层 126-127 号商铺	1,049.00	2013/7/17 至 2018/7/16	商铺
27	深圳市京基房地产股份有限公司	深圳市罗湖区蔡屋围蔡屋围京基金融中心裙楼自用商业 03 层 01-315 号商铺	122.50	2015/12/15 至 2017/5/31	商铺
28	重庆龙湖企业拓展有限公司	重庆市江北区洋河路 6、8 号北城天街 B1 馆 -1F-003、004 号商铺	397.69	2015/6/1 至 2018/5/31	商铺
29	重庆大都会东方广场有限公司	重庆大都会广场 L3 层 L303A 号铺位	约 248.08	2015/11/30 至 2016/11/30	商铺
30	威尼斯人路丞股份有限公司	澳门威尼斯人大运河购物中心三层店铺 2615	6,997 平方英尺	2016/2/1 至 2019/1/30	商铺
31	成都世纪城新国际会展中心有限公司	成都市高新区天府大道北段 1700 号新世纪环球购物中心 1FB12/14, 2FB08	1,567.00	2013/4/28 至 2021/4/27	商铺
32	徐伟杰	澳门黑沙环海边马路 45 号保利达工业大厦 5 楼 H 座	318.20	2015/12/20 至 2019/12/19	澳门仓库
33	席丹时尚名品	台湾桃园市民生路 87 号一层	82.50	2016/1/1 至 2017/12/31	商铺
34	曾显钧	台湾台中市西屯区何南里精诚路 16 号一层（楼梯间除外）	158.40	2013/11/27 至 2017/11/26	商铺
35	谢翔安	台湾台南市中正路 62 号一至二层	115.50	2016/1/16 至 2019/1/15	商铺
36	雅蒂思际有限公司	台北市仁爱路四段 139 号（所有权人周彦戎）、台北市仁爱路四段 141 号（所有权人周明鸿）、台北市安和路一段 42 号（所有权人周明鸿）	297.00	2014/10/10 至 2020/10/9	商铺
37	杨俊杰	台北市仁爱路四段 137 号	231.00	2014/11/1 至 2020/10/31	商铺

序号	出租人	坐落	面积 (M ²)	期限	用途
		二楼之二			
38	郑毓桦	高雄市苓雅区光华一路148之100号1层及地下室	66.00	2014/4/10至2017/4/9	商铺
39	孙瑞鸿	台南中西区协进段民权路三段313号1楼、3楼及4楼	593.60	2016/1/1至2016/12/31	办公
40	宁波城市广场开发经营有限公司	宁波天一广场服装区第1层Ile118-119室	126.00	2013/9/1至2016/8/31	商铺
41	宁波城市广场开发经营有限公司	宁波天一广场服装区第1层Ile116-117室	244.15	2013/9/1至2016/8/31	商铺
42	杉井商业管理（宁波）有限公司	杉井奥特莱斯广场西侧2F	7.71	2016/1/1至2016/12/31	仓库
43	厦门鑫兴鞋业有限公司	厦门市湖里区华光路22号鑫南港大厦三层	3,752.00	2015/8/1至2018/7/31	仓库
44	成都乾豪置业有限公司	成都市锦江区中纱帽街8号（成都远洋太古里）地下一层M065&M067b号	约460.00	2014/6/25至2017/6/24	商铺
45	康洋建筑咨询（上海）有限公司	上海市长宁区中山西路1065号SOHO中山广场1307-1308室	434.33	2014/1/1至2016/12/31	办公
46	南京友谊华联（集团）有限责任公司	南京市秦淮区友谊国际广场一层和二层的A-01号商铺	1,570.00	2014/4/18至2022/4/17	商铺
47	内蒙古维多利摩尔城商业管理有限公司	内蒙古呼和浩特赛罕区新华东街62号摩尔城A座商铺	553.40	2014/5/28至2019/5/27	商铺
48	浙江富强置业有限公司	浙江省杭州市拱墅区丰潭路的城西银泰城内购物中心二层2F005、2F005A商铺	517.31	2014/9/28至2018/9/27	商铺
49	深圳和记黄埔中航地产有限公司	深圳市福田区深南中路北中航路西世纪汇广场商场第二层214、215、216A号商铺	547.21	2014/4/28至2017/4/27	商铺
50	深圳和记黄埔中航地产有限公司	深圳市福田区深南中路北中航路西世纪汇广场商场第二层213A、213B	226.06	2014/4/28至2017/4/27	商铺

序号	出租人	坐落	面积 (M ²)	期限	用途
51	北京通瑞万华置业有限公司	北京市朝阳区龙湖·长楹天街购物中心BJCYTJSY-A-1F-19号房屋	330.50	2014/12/20/至 2017/12/19/	商铺
52	北京通瑞万华置业有限公司	北京市朝阳区龙湖·长楹天街购物中心BJCYTJSY-B-1F-01d、02a号房屋	296.87	2014/12/20/至 2019/12/19/	商铺
53	广西东方航洋实业集团有限公司、广西南宁海派物业服务服务有限公司	广西南宁市市民户族大道131号的南宁会展·航洋城购物中心第一层第L1-029号商铺	106.00	自商铺交付之日起3年	商铺
54	广西东方航洋实业集团有限公司、广西南宁海派物业服务有限公	广西南宁市市民户族大道131号的南宁会展·航洋城购物中心第一层第L1-035号商铺	137.00	自商铺交付之日起3年	商铺
55	深圳市星河苏活公园实业有限公司	深圳市福田区福华三路福田星河 COCO Park 一楼 L1S-103、105、106、107号商铺	210.60	2016/03/25 至 2017/03/24	商铺
56	厦门中盛粮油集团有限公司	同安区美人山高科技园的厂房	16,000.00	2015/08/01 至 2018/07/31	仓库
57	爱美高实业（成都）有限公司	成都市提督街99号华置广场TheONE购物中心一层1022号	361.00	2015/4/1 至 2018/5/31	商铺
58	唯泰精品购物村（苏州）有限公司	苏州市苏州工业园唯亭阳澄环路969号215121“Suzhou Village”C2单元	218.00	自租金起算日开始10年	商铺
59	印力商用置业有限公司	深圳市福田区农林街69号深国投广场第01层编号为01-10的商铺	118.57	2015/06/10 至 2018/06/09	商铺
60	南京江宁万达广场有限公司	江宁万达广场内购物中心的室内步行街一层1005号商铺	125.70	2015/1/1 至 2018/3/31	商铺
61	邓娟	重庆市江北区盘溪路150号保利香雪20栋12-4	111.17	2015/1/10 至 2018/1/9	办公
62	上海新兰房地产开发有限公司	上海市闸北区西藏北路198号大悦城购物中心（北楼）402-31号	157.80	2015/09/10 至 2018/12/18	商铺

序号	出租人	坐落	面积 (M ²)	期限	用途
63	广州市凌弧商业有限公司	广州市新港中路356号广州丽影商业广场B区一楼B1-010号	225.30	2015/09/30至2018/09/29	商铺
64	深圳市京基房地产股份有限公司	深圳市罗湖区蔡屋围蔡屋围京基金融中心裙楼自用商业03层01-323号商铺	207.20	2015/11/2至2017/11/1	商铺
65	深圳市星河苏活公园实业有限公司	深圳市福田区福华三路福田星河COCO Park商场负一楼B1S-023、025号	90.50	商铺交付日起36个月	商铺
66	卓远地产（成都）有限公司	成都市武侯区成都大悦城购物中心1F-020A号	328.29	2015/12/24至2020/12/23	商铺
67	华润新鸿基房地产（杭州）有限公司	杭州市江干区四季青街道富春路701号杭州万象城第3层第3011号商铺	274.00	2015/10/14至2018/10/13	商铺
68	华泰大饭店企业股份有限公司	桃园市中坜区青昇段462、462-1及462-2地号之华泰名品城购物中心	243.00	自开幕日起3年	商铺

注：截止本招股说明书签署日，上述第6项、13项的租赁物业正在办理续签手续。

2、关于租赁物业的相关说明

截至本招股说明书签署日，发行人及其子公司租赁的用于生产、仓储、销售和办公的房产中，共18项未能提供房产证等权属证照。

未能取得房产证等权属证照的租赁房产情况如下：

序号	出租人	坐落	面积 (m ²)	期限	用途	实际使用人
1	北京政亿通商贸有限公司	北京市通州区台湖镇周坡庄1号院内东侧平房	400.00	2016年4月10日至2019年4月9日	仓储	欣贺股份有限公司北京分公司
2	太古汇（广州）发展有限公司	广州市天河区天河路383号太古汇商场裙楼地铁上层MU38号商铺	165.00	起租日为2014年7月25日，租赁期共计35个月	商铺	欣贺股份有限公司广州第二分公司
3	邓娟	重庆市江北区盘溪路150号保利香雪20栋12-4	111.17	2015年1月10日至2018年1月9日	办公	欣贺股份有限公司重庆北城天街分公

序号	出租人	坐落	面积（m ² ）	期限	用途	实际使用人
						司
4	成都乾豪置业有限公司	成都市锦江区中纱帽街8号（成都远洋太古里）地下一层M065&M067b	约460.00	2014年6月25日至2017年6月24日	商铺	欣贺股份有限公司成都锦江分公司
5	卓远地产（成都）有限公司	成都市武侯区成都大悦城购物中心1F-020A号	328.29	2015年12月24日至2020年12月23日	商铺	欣贺股份有限公司成都武侯分公司
6	浙江富强置业有限公司	浙江省杭州市拱墅区萍水路与丰潭路交汇处杭州银泰城内购物中心2F005、2F005A QDA 商铺	517.31	2014年9月28日至2018年9月27日	商铺	欣贺股份
7	内蒙古维多利摩尔城商业管理有限公司	内蒙古呼和浩特市赛罕区新华东街62号摩尔城A座商铺	553.40	2014年5月28日至2019年5月27日	商铺	欣贺股份有限公司呼和浩特市赛罕区第一分公司
8	爱美高实业（成都）有限公司	成都市提督街99号华置广场The ONE购物中心一层1022号	361.00	2015年4月1日至2018年5月31日	商铺	欣贺股份有限公司成都青羊分公司
9	印力商用置业有限公司	深圳市福田区农林路69号深国投广场01层01-10铺	118.57	2015年6月10日至2018年6月9日	商铺	欣贺股份有限公司福田第三分公司
10	威尼斯人路氹股份有限公司	澳门威尼斯人大运河购物中心三层2615号店铺	6,997 平方英尺	2016年2月1日至2019年1月31日	商铺	欣贺澳门
11	徐伟杰	澳门黑沙环海边马路45号保利达工业大厦5楼H座	318.20	2015年12月20日至2019年12月19日	仓库	欣贺澳门

序号	出租人	坐落	面积（m ² ）	期限	用途	实际使用人
12	杨俊杰	台北市仁爱路四段137号二楼之二	231.00	2014年11月1日至2020年10月31日	商铺	欣贺台湾
13	席丹时尚名品	台湾桃园市民生路87号一层	82.50	2016年1月1日至2017年12月31日	商铺	欣贺台湾
14	华泰大饭店企业股份有限公司	桃园市中坜区青昇段462、462-1及462-2地号之华泰名品城购物中心	243.00	自开幕日（2015年12月17日）起3年	商铺	欣贺台湾
15	曾显钧	台湾台中市西屯区何南里精诚路16号一层（楼梯间除外）	158.40	2013年11月27日至2017年11月26日	商铺	欣贺台湾
16	谢翔安	台湾台南市中正路62号一至二层	115.50	2016年1月16日至2019年1月15日	商铺	欣贺台湾
17	雅蒂思国际有限公司	台北市仁爱路四段139号（所有权人周彦戎）、台北市仁爱路四段141号（所有权人周明鸿）、台北市安和路一段42号（所有权人周明鸿）	297.00	2014年10月10日至2020年10月9日	商铺	欣贺台湾
18	郑毓桦	高雄市苓雅区光华一路148之100号1层及地下室	66.00	2014年4月10日至2017年4月9日	商铺	欣贺台湾

根据台湾国巨律师事务所出具的《法律意见书》，发行人台湾门店租赁的房屋（第12-18项），除席丹时尚名品、雅蒂思国际有限公司、华泰大饭店企业股份有限公司作为出租人出租的房屋外，其他房屋均是房屋产权人直接出租，席丹时尚名品系经房屋产权人同意转租给欣贺台湾，雅蒂思国际有限公司系经房屋产权人同意将房屋出租给欣贺台湾，华泰大饭店企业股份有限公司系经房屋产权人

同意将房屋出租给欣贺台湾；虽然，承租方未能提供房屋产权证照，但根据国巨律师事务所出具的《法律意见书》及其工作底稿，该等租赁房屋的出租方均有权出租该等房屋，该等房屋租赁合同合法有效。

根据力图律师事务所出具的《法律意见书》及澳门物业登记局于 2015 年 8 月 14 日出具的《物业登记证明》，欣贺澳门向威尼斯人路丞股份有限公司租赁的门店（第 10 项）属于出租方所有。虽然，出租方未能提供房屋产权证照，但根据力图律师事务所出具的《法律意见书》及《物业登记证明》，欣贺澳门门店出租方有权出租该等房屋，该等房屋租赁合同有效，该等租约于 2016 年 1 月 31 日到期，目前正在办理续租手续。

上述未能取得房产证等权属证照的租赁协议均在有效期内，与出租方均保持良好的承租关系，租赁期间未出现任何纠纷，目前不存在不能续租的风险；且上述租赁物业所在地商业物业市场发达，如未来上述租赁物业出现不能续租的情形，发行人也能较为容易的在当地寻找到替代物业。

报告期内，未能取得房产证等权属证照的租赁门店均已正常经营（上表第 12 项和第 17 项租赁物业为同一家门店，即 JR/JW 台北仁爱店），扣除台湾、澳门门店，报告期内实现的销售收入情况如下：

单位：万元

项目	2015 年	2014 年	2013 年
销售收入	2,258.81	1,066.32	581.93
当期主营业务收入	179,800.00	220,222.20	207,951.67
比重	1.26%	0.48%	0.28%

报告期内，发行人与出租方均保持良好的承租关系，租赁期间未出现任何纠纷，目前不存在现实的不能续租风险；上述未能取得权属证照的租赁物业所在地商业物业市场发达，如未来上述未能取得权属证照的租赁物业出现不能续租的情形，发行人也能较为容易的在当地寻找到替代物业；报告期内，未能取得权属证照的租赁物业涉及的门店实现的销售收入占当期主营业务收入的比重较小，对公司整体经营影响较小；发行人的控股股东欣贺国际已承诺如因租赁房产的产权瑕疵或出租人权利瑕疵造成发行人损失的，发行人的控股股东欣贺国际将赔偿发行

人的相应损失。综上，保荐机构、发行人律师认为，发行人及其子公司部分租赁房产未提供产权证照，对发行人及其子公司的正常经营不构成重大不利影响。

六、公司特许经营权情况

截至本招股说明书签署之日，发行人无特许经营业务。

七、公司技术与研发情况

（一）现有的技术水平

公司的技术水平主要体现在产品的企划和设计及生产等方面。

1、产品的企划和设计方面

（1）设计团队及其变动情况

截至2015年12月31日，公司拥有一支426人的专业化、高素质设计团队。为保证各品牌的独特风格，公司各品牌独立运作，一共设立七个设计室，每个品牌设计室由设计总监统领，由服装设计师、商品设计师、助理设计师、设计师助理等组成，人员配备充足。

报告期内，分人员结构的设计团队变动情况如下：

年度	服装品牌	期初人数	入职人数	内部调动人数 ^{注2}	离职人数	期末人数	离职率 ^{注1}
2013 年度	设计总监	7	0	1	0	8	0.00%
	设计师	13	2	6	7	14	51.85%
	助理设计师	21	6	4	10	21	47.62%
	设计助理	41	34	-8	27	40	66.67%
	辅助人员及其他	359	87	4	86	364	23.79%
	合计	441	129	7	130	447	29.28%
2014 年度	设计总监	8	0	0	0	8	0.00%
	设计师	14	1	3	2	16	13.33%
	助理设计师	21	4	1	13	13	76.47%
	设计助理	40	19	-2	24	33	65.75%
	辅助人员及其他	364	36	-1	63	336	18.00%
	合计	447	60	1	102	406	23.92%
2015 年度	设计总监	8	0	0	0	8	0.00%
	设计师	16	4	7	9	18	52.94%
	助理设计师	13	3	7	4	19	25.00%

	设计助理	33	41	-13	29	32	89.23%
	辅助人员及其他	336	41	17	45	349	13.14%
	合计	406	89	18	87	426	20.91%

注 1：离职率=当年（当期）离职人数/（（期初人数+期末人数）/2）。

注 2：内部调动人数：正数为调入，负数为调出。

从整体上来看，2013 年、2014 年和 2015 年离职率分别为 29.28%、23.92% 和 20.91%，报告期内公司离职率呈现逐年下降的趋势，公司设计团队日趋稳定。从人员结构上来看，对品牌风格、品牌内涵影响最大的设计总监最为稳定，2013 年以后没有变化；设计师是品牌设计的中坚力量，在设计总监的指导下完成服装和商品的设计，2013 年、2014 年和 2015 年分别离职 7 人、2 人和 9 人，离职率分别为 51.85%、13.33%和 52.94%，2013 年离职人数较多，离职率较高，主要原因是根据公司的发展战略及 IPO 计划，为提高设计效率及设计的适销率，各品牌设计室对设计师的人员数量和结构进行了调整、完善；2015 年离职率较高，主要原因是 QDA 调整了品牌设计风格，设计团队人员相应做了调整；助理设计师、设计助理及以下人员是设计团队的新生力量，每年新入职人员、离职人员均较多，大多数是各个设计室根据岗位需要、个人工作胜任能力等因素进行的人员更迭。

发行人设计团队的稳定，特别是由各品牌设计总监构成的核心团队的稳定，使得品牌风格、品牌内涵得以较好的延续，从而保证了公司品牌的美誉度和影响力，有利于公司经营的稳定性。

（2）设计风格

公司设计师经常到欧洲、日本、韩国、香港等国家和地区实地考察，参与公司对门店的实地考察、市场调研，与 Alistair Duncan Blair（Dior 品牌前主设计师）等国际设计师进行不定期的产品企划与设计交流，具有卓越的设计灵感和学习能力。各品牌在设计上始终保持各自的品牌内涵和风格，又紧跟时尚和流行趋势。

（3）设计研发工具

公司在企划和设计过程中，在设计花布、打版、制样衣等环节引入了 AutoCAD、数字化仪、自动绘图仪等软硬件，大大提高了研发的效率。

2、产品生产方面

在生产方面，公司引入了全自动排版机、排布机及数控自动裁剪机等设备，能准确、高效的制作裁片。公司产品定位于中、高端女装，并以大量的人工制作、细腻的手工缝制为特色，为保证产品的整体性及高品质，将裁片车缝成型过程由熟练技工单人独立完成，手工由专门的手工组完成。

（二）研究开发情况

公司研发费用支出主要用于新产品的设计研发，以求对流行趋势做到准确把握和快速反应。公司最近三年的研发费用如下所示：

单位：万元

项目	2015 年度	2014 年度	2013 年度
研发费用	8,011.45	8,761.15	8,342.64
主营业务收入	179,800.00	220,222.20	207,951.67
研发费用占比	4.46%	3.98%	4.01%

注：研发费用包括研发设计人员薪酬及五险一金、制版及制作样衣所领用的面辅料成本、外购样本费、差旅费等费用。

目前，公司拟在厦门市湖里区高新技术园中心商务区建设研发中心。建成以后，公司研发设计人员将拥有更加先进的研发设备、更加优越的研发环境，有助于公司更好地进行产品的设计和生产。

（三）技术创新机制

服装的设计研发能力对服装企业的生存发展至关重要，公司高度重视设计研发工作，通过以下几方面不断完善技术创新机制，提高设计研发能力：

1、设置科学、合理、有效的考核与奖励机制

公司设置了科学、合理、有效的考核与奖励机制，通过品牌销售情况对各品牌设计室进行业绩考核，从而激励个人和团队的创新热情。

2、紧跟时尚和流行趋势

公司设计师经常到欧洲、日本、韩国、香港等国家和地区实地考察，并参与公司对门店的实地考察、市场调研，与Alistair Duncan Blair（Dior品牌前主设计师）进行不定期的产品企划与设计交流，紧跟时尚和流行趋势，不断激发设计师的设计灵感。

3、加强优秀人才的引进和培养

公司对外通过不断引进国内外优秀的设计研发人员，对内通过对设计师的持续培训，提升设计研发团队的整体实力，将公司的设计研发团队打造成一支国际

化的优秀团队。

4、持续加大研发费用的投入

公司持续加大对研发费用的投入，提高公司研发软硬件设施的先进性，加强设计研发团队建设，力争将公司设计研发团队打造成一支具有国际水准的团队。

八、产品的质量控制

公司生产管理中心下设品质管理部，负责原材料、半成品、产成品等的检验，对公司生产环节进行总体质量控制。

（一）质量控制标准

公司产品严格执行国家标准和行业标准，主要产品的执行标准如下：

检验产品	使用标准	检验产品	使用标准
丝绸围巾	FZ/T43014-2008	领带	GB/T23314-2009
针织袜	FZ/T73001-2008	棉服装	GB/T2662-2008
针织帽	FZ/T73002-2006	女大衣	GB/T2665-2009
仿毛针织品	FZ/T73005-2002	毛裤	GB/T2666-2009
针织品（工艺衫）	FZ/T73010-2008	服装饰品	Q/XHGF001-2012
毛针织品	FZ/T73018-2002	皮鞋、靴	QB/T1002-2005
休闲针织服	FZ/T73020-2004	背提包	QB/T1333-2010
针织连衣裙、裙套	FZ/T73026-2006	皮拖鞋	QB/T1470-1992
针织牛仔服装	FZ/T73032-2009	日用皮手套	QB/T1584-2005
连衣裙、裙套	FZ/T81004-2003	皮服装	QB/T1615-2006
牛仔服装	FZ/T81006-2007	手套	QB/T1616-2005
单夹服装	FZ/T81007-2003	腰带	QB/T1618-2006
人造毛皮服装	FZ/T81009-1994	票夹	QB/T1619-2006
女风衣	FZ/T81010-2009	毛衣服装	QB/T2822-2006
围巾、披肩	FZ/T81012-2006	毛皮围巾、披肩	QB/T2954-2008
礼服	FZ/T81015-2008	毛领	QB/T2970-2008
帽子	FZ/T82002-2006	丝绸服装	GB/T18132-2008
羽绒服	GB/T14272-2011	凉鞋、靴	GB/T22756-2008
眼镜	QB2457-1999、 GB10810.3-2006		

（二）质量控制过程

公司的质量控制过程主要包括对原材料和半成品/产成品的检测。原材料检

测主要为对面料的检测；产成品的检测又分为自制生产产品检测、外协生产产品检测。主要的检测流程如下：

检验项目	检验流程
面料	①缩水放外观检验；②公司实验室内测/送至国家纺织制品质量监督检验中心进行质量检测；③检测合格入库。
自制生产产品	①制作产前样；②产前样确认；③大批量生产时进行巡检；④成品检测；⑤手工制作并品检；⑥总体检测；⑦检测合格入库；⑧入库后仓库总检；⑨厦门市产品质量监督检验院对产成品进行抽检。
外协生产产品	①外加工厂制作产前样；②公司进行产前样确认；③公司外发品管驻场指导大批量生产；④半成品/成品检测；⑤进入公司进行其他制作过程时，进行自制生产产品第⑤—⑨步。

（三）产品质量纠纷情况

报告期内，公司无重大产品质量纠纷。2016年1月6日，厦门市质量技术监督局出具《证明》（厦质监证字【2016】9号），确认公司自2013年1月1日至今，未发生因违反质量技术监督方面的法律、法规和规章而被该局处罚的情况。

九、公司境外经营情况

公司在澳门、台湾、香港均设有子公司，并在澳门、台湾开设终端店铺。

1、澳门子公司

欣贺（澳门）服饰一人有限公司于2011年11月27日取得商业登记证，主要负责公司产品在澳门的销售。2012年1月，公司在澳门威尼斯人大运河购物中心开设一家销售JORYA和JORYA weekend品牌的店铺，面积约650平方米。

2、台湾子公司

台湾欣贺服饰有限公司于2012年10月12日取得设立登记表，主要负责公司产品在台湾地区的销售。截至2015年12月31日，分别在台北、台中、台南、高雄和桃园开设6家店铺，负责销售JORYA和JORYA weekend品牌产品。

3、香港子公司

欣贺（香港）有限公司于2012年6月14日取得商业登记证，主要负责发行人与台湾子公司之间的货物往来工作。截至2015年12月31日，公司未在香港设立销售终端。

第七节 同业竞争与关联交易

一、发行人独立经营情况

本公司自成立以来，按照《公司法》、《证券法》等有关法律、法规和《公司章程》的要求规范运作，建立、健全了公司法人治理结构，在业务、资产、人员、机构、财务等方面与现有股东完全分开，具有完整的业务体系和面向市场独立经营的能力。

（一）业务独立

公司主营业务为中、高端女装的设计、生产和销售，公司已建立了较为完整的职能部门架构，拥有独立的采购、生产、销售和产品研发设计队伍，能够独立开展开发、设计、生产、销售等经营活动，在业务上独立于各股东和其他关联方。公司具有独立的主营业务及面向市场自主经营的能力。

（二）资产完整

公司具备与生产经营有关的生产系统、辅助生产系统和配套设施，合法拥有与生产经营有关的土地、厂房、机器设备以及商标的所有权和使用权，具有独立的原料采购和产品销售系统。

公司资产权属清晰、完整，截至本招股说明书签署日，发行人不存在产权归属纠纷或潜在的相关纠纷；不存在以自身资产、权益或信用为股东提供担保的情况；不存在资产、资金被控股股东占用而损害公司利益的情况，公司对所有资产有完全的控制支配权。

（三）人员独立

公司的董事、监事及高级管理人员均严格按照《公司法》、《公司章程》的有关规定产生，履行了合法程序，不存在控股股东超越本公司董事会和股东大会作出人事任免决定的情况；公司的总经理、副总经理、董事会秘书、财务负责人未在控股股东及其控制的其他企业中担任除董事、监事以外的其它职务，未在控股股东及其控制的其他企业中领薪；公司财务人员未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中兼职。公司已建立独立的劳动、人事、社会保障体系及工资

管理体系，与员工签订了劳动合同，并按国家和当地规定办理了社会保险。

（四）机构独立

公司依法设立了股东大会、董事会、监事会等机构，各机构均独立运作，依法行使各自职权。公司建立了独立完整的组织机构，生产、办公场所与股东单位的办公机构及生产经营场所分开，不存在与股东单位混合经营、合署办公的情况。

（五）财务独立

公司设立后，已按照《中华人民共和国会计法》、《企业会计准则》的要求建立了一套独立、完整、规范的财务会计核算体系和财务管理制度，并建立健全了相应的内部控制制度，实施严格的财务监督管理。公司设立了独立的财务部门，配备了专职财务人员；公司在银行独立开立账户，拥有独立的银行账号；公司作为独立的纳税人，依法独立纳税；公司独立做出财务决策，独立对外签订合同，不存在与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业共用银行账户的情形。

二、同业竞争

（一）与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业的同业竞争情况

截至本招股说明书签署日，本公司控股股东、实际控制人及其控制的其他企业相关信息如下：

1、公司控股股东

序号	名称	注册地	与发行人关系	主营业务
1	欣贺国际有限公司	香港	公司控股股东	除持有发行人股份外，从事飞机租赁业务
2	宏方控股有限公司	英属维尔京群岛	公司间接控股股东	除持有欣贺国际股份外，无其他业务

2、公司实际控制人及其控制的其他企业

公司实际控制人为孙氏家族成员：孙马宝玉女士、孙瑞鸿先生、孙瑞展先生（已故）、孙孟慧女士和卓建荣先生。截至本招股说明书签署日，实际控制人直接或间接投资的其他企业如下：

序号	名称	注册地	与发行人关系	主营业务
----	----	-----	--------	------

1	巨富发展有限公司	香港	公司实际控制人成员孙孟慧、卓建荣控制的公司	除持有发行人股份外，无其他业务
2	美光环球有限公司	英属维尔京群岛	公司实际控制人成员孙瑞鸿控制的公司	除物业投资外，无实际经营业务
3	宏进亚洲有限公司	英属维尔京群岛	公司实际控制人成员孙马宝玉控制的公司	除物业投资外，无实际经营业务

公司控股股东、实际控制人及其控制的其他企业未从事与本公司相同或类似的业务，与公司不存在同业竞争或潜在的同业竞争。公司实际控制人的具体情况详见本招股说明书“第五节发行人基本情况”之“八、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“（二）实际控制人”；公司控股股东的具体情况详见本招股说明书“第五节发行人基本情况”之“八、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）控股股东情况”；发行人控股股东、实际控制人控制的其他企业的具体情况详见“第五节发行人基本情况”之“八、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）控股股东及实际控制人控制的其他企业”。

（二）避免同业竞争的承诺

为避免今后与公司之间可能出现的同业竞争，维护公司的利益和保证公司的长期稳定发展，公司控股股东和实际控制人均出具了《避免同业竞争的承诺函》。

公司控股股东欣贺国际、间接控股股东宏方控股以及实际控制人孙瑞鸿、孙孟慧、卓建荣、孙马宝玉于2013年9月19日出具了《避免同业竞争的承诺函》，作出如下承诺：

“1、承诺人目前没有、将来也不以任何形式在中国境内、境外直接或间接从事或参与与发行人相同、相似或近似的，对发行人主营业务在任何方面构成或可能构成直接或间接竞争关系的业务或活动；

2、承诺人不以任何方式直接或间接投资于业务与发行人相同、相似或相近的或对发行人业务在任何方面构成竞争的公司、企业或其他机构、组织；

3、承诺人不会向其他业务与发行人相同、相似或相近的或对发行人业务在任何方面构成竞争的公司、企业或其他机构、组织、个人提供专有技术或提供销售渠道、客户信息等商业秘密；

4、实际控制人保证其直系亲属，包括配偶、父母及配偶的父母、年满18周

岁的子女及其配偶等，也遵守以上承诺；

5、对于承诺人直接或间接控股的任何除发行人（含其子公司）以外的其他企业，承诺人将通过派出机构和人员（包括但不限于董事、总经理）以及控股地位使该企业履行在本承诺函中相同的义务；

6、本承诺函自签署之日起至承诺人作为直接或间接持有发行人5%以上股份的股东期间内持续有效。如因未履行上述承诺给发行人造成损失的，承诺人将赔偿发行人因此而遭受的一切损失；如因违反本承诺函而从中受益，承诺人同意将所得收益全额补偿予发行人。”

三、关联方与关联关系

根据《公司法》、《企业会计准则》、《上海证券交易所股票上市规则》等规范性文件的有关规定，本公司的关联方、关联关系如下：

（一）与发行人存在控制关系的关联方

与发行人存在控制关系的关联方为：实际控制人孙瑞鸿、孙孟慧、卓建荣、孙马宝玉、控股股东欣贺国际、间接控股股东宏方控股，上述关联方的基本情况参见本节“二、同业竞争”之“（一）与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业的同业竞争情况”。

（二）持有发行人5%以上股份的其他股东

截至本招股说明书签署日，持有发行人5%以上股份的其他股东如下：

序号	关联方名称	关联关系
1	厦门市骏胜投资合伙企业（有限合伙）	持有发行人 8.29%的股权，为发行人第二大股东
2	L Capital Xiamen Fashion Ltd.	持有发行人 7.00%的股权，为发行人第三大股东
3	蔡端宏	间接持有发行人 5.6072%的股权

厦门骏胜和L Capital Xiamen Fashion Ltd.的具体情况详见本招股说明书“第五节发行人基本情况”之“八、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“（三）其他发起人和主要股东情况”。

蔡端宏先生，中国国籍，1966年出生，无境外永久居留权，蔡端宏主要从事房地产、酒店、餐饮等行业的投资及管理。

（三）发行人董事、监事、高级管理人员和核心技术人员

发行人董事、监事、高级管理人员为发行人关联方；同时，按照实质重于形式的原则，将核心技术人员认定为发行人关联方；上述人员在离职后的12个月内，仍视同公司的关联人。发行人的董事、监事、高级管理人员和核心技术人员的具体情况详见本招股说明书之“第八节董事、监事、高级管理人员和核心技术人员”之“一、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员简介”。

（四）与间接持有发行人5%以上股份的自然人、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员关系密切的家庭成员

与间接持有发行人5%以上股份的自然人、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员关系密切的家庭成员为发行人的关联方。

（五）间接持有发行人5%以上股份的自然人、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员或其关系密切的家庭成员控制、实施重大影响的其他企业

1、发行人实际控制人控制的其他企业

除发行人外，发行人实际控制人控制的其他企业的基本情况参见本节“二、同业竞争”之“（一）与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业的同业竞争情况”。

2、截至本招股说明书签署日，发行人董事、监事、高级管理人员与核心技术人员投资设立的公司如下：

序号	关联方名称	关联方关系	主营业务
1	厦门欣嘉骏投资有限公司	发行人董事、监事、高级管理人员与核心技术人员投资设立的公司，且为发行人股东	除持有发行人股份外，无其他实际经营业务
2	鸿业亚洲有限公司	发行人董事、监事、高级管理人员与核心技术人员投资设立的公司，且为发行人股东	除持有发行人股份外，无其他实际经营业务

厦门欣嘉骏、鸿业亚洲的具体情况详见“第五节发行人基本情况”之“八、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“（三）其他发起人和主要股东情况”。

3、公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员或其关系密切的家庭成员担任董事、高级管理人员的公司为发行人关联方，具体详见“第八节 董事、

监事、高级管理人员与核心技术人员/五、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的兼职情况”。

4、公司离任董事、监事、高级管理人员、核心技术人员或其关系密切的家庭成员担任董事、高级管理人员的公司为公司的关联方，报告期内与发行人发生交易的关联方情况如下：

序号	关联方名称	关联方关系	主营业务
1	砂之船（重庆）商业有限公司	公司离任董事黄晗跻担任董事的企业	奥特莱斯商场的运营
2	南京砂之船资产管理有限公司		
3	砂之船（南京）商业管理有限公司	持有南京砂之船资产管理有限公司 100%股权	

5、蔡端宏和张华芳夫妇通过厦门骏胜分别间接持有发行人5.6072%和2.0659%的股份，蔡端宏和张华芳夫妇控制的或担任董事、高级管理人员的公司为发行人关联方。报告期内与发行人发生交易的关联方情况如下：

序号	关联方名称	关联方关系	主营业务
1	厦门伊林模特经纪有限公司	蔡端宏担任董事的企业，已于2015年10月注销	模特经纪代理
2	厦门骏豪地产开发有限公司	蔡端宏担任董事的企业	地产开发

（六）报告期内已注销或解散的关联方

企业名称	注册地	与本企业关系
向富发展有限公司	萨摩亚	公司实际控制人成员卓建荣、孙瑞鸿、孙瑞展控制的公司，已于2013年2月1日注销
金鸿景有限公司	台湾	公司实际控制人成员孙瑞鸿、孙瑞展控制的公司，已于2013年8月7日解散
富成工程投资顾问有限公司	萨摩亚	公司实际控制人成员卓建荣控制的公司，已于2013年10月16日注销
华鸿集团有限公司	英属维尔京群岛	公司实际控制人成员孙瑞鸿控制的公司，已于2013年11月4日解散
鸿业亚洲有限公司	英属维尔京群岛	公司实际控制人成员孙瑞鸿控制的公司，已于2013年11月4日解散
广州市帛丽服饰有限公司	广州	公司实际控制人成员孙马宝玉实际控制的公司，已于2014年1月29日注销
鸿朗国际有限公司	萨摩亚	公司实际控制人成员孙瑞鸿控制的公司，已于2014年5月19日注销
名炬国际有限公司	香港	公司实际控制人成员孙瑞鸿控制的公司，已于2014年7月18日解散

企业名称	注册地	与本企业关系
卓雅集团有限公司	萨摩亚	公司实际控制人成员卓建荣控制的公司，已于2015年10月29日注销

四、关联交易

（本章节之“三、关联交易”若无特别注明，表格金额货币单位为人民币万元，比例均为%）

（一）经常性关联交易

1、向关联方采购货物、购买劳务

（1）向广州市帛丽服饰有限公司（简称“广州帛丽”）采购原材料和外协生产等

报告期内，发行人向广州帛丽采购原材料和外协生产等，具体情况如下：

关联交易内容	定价方式	2013年	
		金额	占同类业务比
原材料	市价	5.31	0.02
外协生产	市价	0.79	0.05
合计		6.10	—

广州地区服饰批发市场发达，服饰类小配件款式多样新颖。报告期内，公司曾委托广州帛丽代理采购服饰类配件等原材料，采购金额小，对公司正常生产经营影响小。2013年下半年起，公司对广州地区服饰类配件已自行采购，广州帛丽已注销。

（2）通过厦门伊林模特经纪有限公司（简称“厦门伊林”）聘请订货会模特及完成会场布置

报告期内，发行人通过厦门伊林聘请模特参与订货会走秀活动及完成订货会会场布置，具体情况如下：

关联交易内容	2014年度		2013年度	
	金额	占同类业务比	金额	占同类业务比
模特代理与订货会费用 ^{注1}	40.46	31.99	90.75	78.13
广告酒会布置	—	—	—	—
合计	40.46	31.99	90.75	—

注 1：双方根据模特行业中模特类别、DJ、造型、交通费用等相关费用，参考同类模特走秀活动收费情况，协商确定聘请模特走秀的费用。

厦门伊林系伊林模特儿经纪股份有限公司（以下简称“台湾伊林”）为拓展业务在厦门成立的公司，厦门伊林的法定代表人为著名模特经纪人段国庆先生，段国庆先生专业从事模特经纪服务，旗下拥有众多优质模特资源。蔡端宏先生作为间接持有本公司5%以上股份的自然人，担任厦门伊林董事，从而与本公司构成关联关系。厦门伊林会场布置能力出色，了解发行人订货会会场布置要求，能够满足订货会现场布置及模特走秀等相关活动需求。发行人与厦门伊林双方交易定价遵循市场化原则，交易定价公允。2014年年底台湾伊林对大陆业务作出调整，由上海伊林咨询有限公司承接厦门伊林业务，公司自2015年起与厦门伊林未再发生交易，公司通过上海伊林咨询有限公司聘请模特参与订货会走秀活动及完成订货会会场布置等，2015年10月厦门伊林注销。

（3）为协助公司顺利进行研发设计中心在建工程建设，厦门骏豪地产有限公司向发行人提供管理咨询服务。2013年1月公司向厦门骏豪地产开发有限公司支付研发设计中心项目工程服务款40万元。

2、与关联方联营销售商品

（1）2014年10月7日，公司与南京砂之船资产管理有限公司（以下简称“南京砂之船”）签订《南京砂之船奥特莱斯艺术商业广场联营协议书》，约定由南京砂之船提供经营场地，公司提供经营的品牌折扣商品，采取按销售额分成的分配方式，联营销售商品；合作品牌为JORYA、JORYA weekend、ΛNMΛNI（恩曼琳）、GIVH SHYH（巨式国际）、QDA；预定交付日为2014年10月14日，双方联营期限自交付商铺之日起共计37个月零15天，商铺的情况具体如下：

序号	店铺名称	品牌	地址
1	南京砂之船奥特莱斯	JR/JW	南京江宁区秣周东路18号砂之船奥特莱斯艺术商业广场2楼B25号商铺
2	南京砂之船奥特莱斯	AN	南京江宁区秣周东路18号砂之船奥特莱斯艺术商业广场2楼B04号商铺
3	南京砂之船奥特莱斯	GS	南京江宁区秣周东路12号砂之船奥特莱斯艺术商业广场2楼B-05号商铺
4	南京砂之船奥特莱斯	QDA	南京市江宁区秣周东路18号砂之船奥特莱斯艺术商业广场B1-A25/26号商铺

2015年6月30日，公司离任董事黄晗跻任南京砂之船董事，公司自该日起与

南京砂之船的交易为关联交易，具体如下：

关联交易内容	2015年度
商品销售收入	135.91
商场费用	28.95

(2) 2014年7月15日，公司与砂之船（重庆）商业有限公司（以下简称“重庆砂之船”）签订《砂之船（璧山）奥特莱斯合作经营合同》，约定由重庆砂之船提供B区1层B128号店铺及其设施与公司合作经营，采取按销售额分成的分配方式，销售ΛNMΛNI（恩曼琳）、GIVH SHYH（巨式国际）品牌折扣商品，合作期限从2014年1月17日起至2015年7月31日。

2015年3月10日，公司离任董事黄晗跻任重庆砂之船董事，公司自该日起与重庆砂之船的交易为关联交易，具体如下：

关联交易内容	2015年度
商品销售收入	19.66
商场费用	5.12

(3) 发行人离任董事黄晗跻任南京砂之船、重庆砂之船董事，黄晗跻为投资人L Capital Asia,L.L.C在该等企业委派的董事，投资人并不参与该等企业的日常经营事务，发行人与该两家公司的经济业务按照独立企业交易原则确定合作条款，交易价格公允。

3、向关联方租赁房产

报告期内，公司向关联方租赁房产的具体情况汇总如下：

关联方名称	关联交易内容	2015年度		2014年度		2013年度	
		金额	占同类业务比	金额	占同类业务比	金额	占同类业务比
孙瑞鸿	房产租赁（欣贺股份有限公司上海黄浦第二分公司承租）	-	-	10.00	0.81	24.00	3.06
	房产租赁（台湾欣贺服饰有限公司承租）	21.30	1.63	21.92	1.76	22.07	2.81
	合计	21.30	1.63	31.92	2.57	46.07	5.87

2013年1月1日，欣贺股份上海黄浦第二分公司与孙瑞鸿签订《房屋租赁合同》，约定欣贺股份上海黄浦第二分公司向孙瑞鸿租赁其拥有的位于上海市长宁区仙霞路28号22楼D房屋用于办公，每月租金为20,000元，租赁期限自2013年1

月1日至2013年12月31日止。2014年上海黄浦第二分公司与孙瑞鸿签署《房屋租赁合同》，约定孙瑞鸿将其位于上海市长宁区仙霞路28号22楼D的房屋出租给上海黄浦第二分公司用于办公，租赁期限为2014年1月1日至2014年12月31日，租金为20,000元/月。上海黄浦第二分公司与孙瑞鸿于2014年5月31日签署了该处房屋租赁终止协议，2014年6月1日起不再租赁该房屋。

2013年6月28日，欣贺台湾与孙瑞鸿签订《房屋租赁合同》，约定欣贺台湾向孙瑞鸿租赁其拥有的位于台南市中西区协进里民权路3段313号处1楼、3楼及4楼的房屋用于办公，总面积为593.6平方米，每月租金为90,000元新台币，折合每月租金18,544.43元人民币，租赁期限自2013年1月1日至2013年12月31日止。2014年台湾欣贺与孙瑞鸿签署《房屋租赁合同》，约定孙瑞鸿将台南市中西区协进里民权路3段313号处1楼、3楼及4楼的房屋（房地产权证号：102南所建字第003546号，面积：593.6平方米）出租给台湾欣贺用作办公之用，租赁期限为1年，即自2014年1月1日至2014年12月31日，租金90,000元新台币/月，2014年支付新台币1,080,000.00元，折人民币219,197.70元。2015年台湾欣贺与孙瑞鸿续签租赁合同，租期自2015年1月1日至2015年12月31日，租金90,000元新台币/月。

上述房屋租金均由交易双方参考房屋附近区域类似房屋的租金水平协商确定，关联交易价格公允。

4、关键管理人员薪酬

报告期内，公司支付关键管理人员薪酬情况如下：

年度	2015年度	2014年度	2013年度
关键管理人员薪酬（万元）	1,519.41	2,519.83	1,370.92

（二）偶发性关联交易

报告期内，公司无偶发性关联交易。

（三）关联方应收应付款项期末余额

报告期内本公司与关联方应收应付款项的期末余额情况如下：

1、其他应收款

关联方名称	款项性质	2015.12.31	2014.12.31	2013.12.31
南京砂之船	进柜保证金	3.00		—
砂之船（南京）商业管理有限公司	进柜保证金	11.00		

砂之船（南京）商业管理有限公司	装修保证金	3.97		
-----------------	-------	------	--	--

砂之船（南京）商业管理有限公司持有南京砂之船100%股权，公司在南京砂之船开设门店，将支付给南京砂之船进柜保证金及装修保证金支付给砂之船（南京）商业管理有限公司。

2、其他应付款

关联方名称	2015.12.31	2014.12.31	2013.12.31
孙瑞鸿	—	389.46	—

公司2014年年末对实际控制人孙瑞鸿先生其他应付款余额为389.46万元，主要系孙瑞鸿先生汇入的拟弥补原杭州分公司员工陈浩挪用公司资金给公司造成损失的款项416.02万元（详见“第十一节 管理层讨论与分析”之“一、财务状况分析（一）资产构成及变动分析”之“6、其他应收款”），后经公司研究决定由公司自行承担，公司于2015年1月21日将该款项返还孙瑞鸿先生。

（四）关联交易对公司财务状况和经营成果的影响

报告期内，发行人无偶发性关联交易，发生的经常性关联交易主要是为保证公司正常生产经营而与关联方发生的正常业务交易，主要包括董事、监事、高级管理人员薪酬，向广州帛丽采购原辅料和外协生产产品，向孙瑞鸿租赁房屋用于办公，通过厦门伊林聘请订货会模特及完成会场布置，与南京砂之船、重庆砂之船联营销售商品等。公司与上述关联方在经营业务中长期保持独立运作，独立核算，交易价格公允。

报告期内发行人发生的经常性关联交易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

本公司为规范关联交易行为，已在《公司章程》、《董事会议事规则》、《独立董事制度》及《关联交易管理制度》中明确规定了关联交易的决策程序、关联交易的信息披露等事项。

（一）《公司章程》的有关规定

《公司章程》第三十四条规定：“公司的控股股东、实际控制人员不得利用其

关联关系损害公司利益。违反规定的，给公司造成损失的，应当承担赔偿责任。

公司控股股东及实际控制人对公司和公司其他股东负有诚信义务。控股股东应严格依法行使出资人的权利，控股股东不得利用利润分配、资产重组、对外投资、资金占用、借款担保等方式损害公司和其他股东的合法权益，不得利用其控制地位损害公司和其他股东的利益。”

《公司章程》第七十一条规定：“股东大会审议有关关联交易事项时，关联股东不应当参与投票表决，其所代表的有表决权的股份数不计入有效表决总数。

关联股东在股东大会审议有关关联交易事项时，应当主动向股东大会说明情况，并明确表示不参与投票表决。关联股东没有主动说明关联关系和回避的，其他股东可以要求其说明情况并回避。该股东坚持要求参与投票表决的，由出席股东大会的所有其他股东适用特别决议程序投票表决是否构成关联交易及应否回避，表决前，其他股东有权要求该股东对有关情况进行说明。如有上述情形的，股东大会会议记录人员应在会议记录中详细记录上述情形。

股东大会结束后，其他股东发现有关联股东参与有关关联交易事项投票的，或者股东对是否应适用回避有异议的，有权就相关决议根据本章程的规定请求人民法院认定无效。

关联股东明确表示回避的，由出席股东大会的其他股东对有关关联交易事项进行审议表决，表决结果与股东大会通过的其他决议具有同等法律效力。”

《公司章程》第一百〇七条规定：“董事与董事会会议决议事项所涉及的企业有关联关系的，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。”

《公司章程》第一百二十八条规定：“监事不得利用其关联关系损害公司利益，若给公司造成损失的，应当承担赔偿责任。”

（二）《股东大会议事规则》的有关规定

《股东大会议事规则》第十九条规定：“股东大会审议公司关联交易事项时，关联股东应当出席股东大会会议，但在表决权时应当回避且不应参与投票表决；其所代表的有表决权的股份数不计入有效表决总数。”

（三）《董事会议事规则》的有关规定

《董事会议事规则》第十五条规定：“委托和受托出席董事会会议应当遵循以下原则：（1）在审议关联交易事项时，非关联董事不得委托关联董事代为出席，关联董事也不得接受非关联董事的委托。”

《董事会议事规则》第二十二规定：“出现下述情形的，董事应当对有关提案回避表决：（1）法律法规规定董事应当回避的情形；（2）董事本人认为应当回避的情形；（3）公司章程规定的因董事与会议提案所涉及的企业有关联关系而须回避的其他情形。在董事回避表决的情况下，有关董事会会议由过半数的无关联关系董事出席即可举行，形成决议须经无关联关系董事过半数通过。出席会议的无关联关系董事人数不足三人的，不得对有关提案进行表决，而应当将该事项提交股东大会审议。”

（四）《独立董事工作制度》的有关规定

《独立董事工作制度》第十七条规定：“为了充分发挥独立董事的作用，独立董事除具有国家相关法律、法规赋予董事的职权外，还具有以下特别职权：

（1）重大关联交易（指公司拟与关联人达成的总额高于人民币300万元或高于公司最近经审计净资产值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，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）可以在股东大会召开前公开向股东征集投票权。”

（五）《关联交易管理制度》关于关联交易的主要制度安排

为了规范公司关联交易行为，保证关联交易的公平合理，维护公司及公司全体股东的合法权益，依据《中华人民共和国公司法》、《中华人民共和国证券法》等有关规定及《欣贺股份有限公司章程》，公司制定了《关联交易管理制度》，分别从关联人界定、关联交易范围、关联交易的决策程序和权限、关联人的回避措施、关联交易的披露等对公司的关联交易行为作出规定。

《关联交易管理制度》第十二条规定：“公司与关联人发生的交易（公司获

赠现金资产和提供担保除外）金额在3,000万元以上，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，应当提交股东大会审议。公司与关联人发生的其他交易，由董事会审议。

公司为关联人提供担保的，无论数额大小，均应当在董事会审议通过后提交股东大会审议。

公司不得直接或通过子公司向董事、监事、高级管理人员提供借款。”

六、公司独立董事对关联交易事项的意见

2014年2月17日、2015年2月5日、2015年8月18日、2016年2月16日发行人全体独立董事对公司报告期内发生的关联交易进行了核查，认为公司报告期内发生的关联交易均由公司与交易对方协商一致，符合公司日常经营业务需要而进行的，前述关联交易符合公司和全体股东的利益，不存在损害公司及其他股东利益的情况。公司报告期内不存在控股股东及关联方违规占用公司资金的情况。

七、规范和减少关联交易的措施

报告期内，为减少和规范关联交易，确保公司独立规范运作，公司采取了下列针对性措施：

1、为避免和消除可能出现的公司股东利用其地位从事损害公司或公司其他股东利益的情形，保护中小股东的利益，公司引入3名独立董事，建立独立董事制度，并制定《独立董事工作制度》。

2、公司专门制定了《关联交易管理制度》、《防止控股股东及关联方占用资金制度》、《独立董事工作制度》等相应制度，对关联方、关联交易、关联交易回避制度、关联交易决策权限及表决程序等内容进行了规定。

今后，公司将继续采取有效措施规范和减少关联交易，以保护本公司全体股东及本公司的利益。对于正常的、有利于公司发展的关联交易，公司将继续遵循公开、公平、公正的市场原则，严格按照《公司章程》、《关联交易管理制度》等有关规定履行决策程序，确保交易价格的公允，并充分及时披露。

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

公司于2015年4月20日召开2015年第一次临时股东大会，选举罗永晖、孙瑞鸿、孙孟慧、卓建荣、王斌、黄晗跻、徐珊、林涛、张韶华为公司第二届董事会成员（共9名，其中独立董事3名），任期三年，可连选连任；董事长经董事会全体董事的过半数同意选举产生。2016年3月14日公司收到黄晗跻先生辞呈，其由于个人原因申请辞去公司董事及薪酬与考核委员会委员职务。

经股东L Capital Xiamen Fashion Ltd.根据公司章程规定提名并经董事会提名委员会审议通过，2016年3月31日公司召开2016年第一次临时股东大会，选举Ong Yew Thiong Gilbert（王有忠）先生担任公司第二届董事会董事，任期与第二届董事会相同。

本公司现任董事基本情况如下：

姓名	本公司任职	任职期限
罗永晖	董事长、总经理	2015年4月20日-2018年4月19日
孙瑞鸿	董事、品牌创意总监	2015年4月20日-2018年4月19日
孙孟慧	董事、AIVEI品牌设计总监	2015年4月20日-2018年4月19日
卓建荣	董事、副总经理	2015年4月20日-2018年4月19日
王斌	董事	2015年4月20日-2018年4月19日
黄晗跻	董事（已离任）	2015年4月20日-2018年4月19日； 于2016年3月14日离任
Ong Yew Thiong Gilbert （王有忠）	董事	2016年3月31日-2018年4月19日
徐珊	独立董事	2015年4月20日-2018年4月19日
林涛	独立董事	2015年4月20日-2018年4月19日
张韶华	独立董事	2015年4月20日-2018年4月19日

本公司董事简历如下：

罗永晖先生，中国国籍，1970年出生，无境外永久居留权，工商管理硕士（EMBA）。1994年6月至2004年7月任职于现代时装（厦门）有限公司，先后担任上海分公司经理、宝姿中国区副经理，负责管理宝姿品牌在中国区域的各项事务；2004年7月至2009年1月任职于中悦（厦门）服饰有限公司，先后担任业务部经理、副总经理；2009年1月加入欣贺（厦门）服饰有限公司，先后担任副总经理、总经理、董事，现任公司董事长兼总经理，全面负责公司日常工作。

孙瑞鸿先生，中国台湾籍，1964年出生，高中学历。1994年创立恩曼琳服饰有限公司，1996年至2004年间，任职于厦门金丽盛服饰有限公司，1997年9月起担任总经理；2004年3月至2006年6月间任职于中悦（厦门）服饰有限公司，负责品牌服饰的设计与开发工作；2006年6月加入公司，现任品牌创意总监，负责公司品牌发展战略；2013年1月至今，任公司董事。孙瑞鸿先生自20世纪80年代起进入女装产业，积累了丰富的设计和管理经验，于2012年8月被福布斯中文网评为“全球时尚界25位华人”，是业内公认的时尚领军人物之一。

孙孟慧女士，中国台湾籍，1961年出生，大专学历。1987年至1993年任职于台湾安景贸易有限公司，担任经理；1993年至2000年任厦门金丽盛服饰有限公司经理；2001年至2004年任广州市海珠区衣之采制衣厂总经理；2006年11月至2008年11月任中悦（厦门）服饰有限公司设计部经理；2008年11月至今任职于公司，担任设计部门经理、董事，现任公司董事、AIVEI品牌设计总监，负责该品牌服装服饰的设计和开发工作。

卓建荣先生，中国台湾籍，1958年出生，专科学历。1986年至1992年任台湾安景贸易有限公司董事长；1992年至1996年任厦门金丽盛服饰有限公司董事长；1998年至2010年任向富发展有限公司董事；2008年12月至今任职于公司，先后担任监事、董事，现任公司董事、副总经理。

王斌先生，中国国籍，1963年出生，无境外永久居留权，大专学历。1988年至2005年就职于厦门悦华酒店，担任部门经理；2005年至今任职于厦门建德开发有限公司，2005年至2009年任采购中心总经理，2008年4月至今任董事；2009年至今任职于厦门骏豪酒店管理有限公司，2009年至2012年任总经理，2009年3月至今任董事；2010年11月至今任厦门骏豪温泉度假酒店有限公司董事；2013年至今任职于厦门香辣会餐饮管理有限公司，2013年至2014年任总经理，

2014年至今任监事；2014年2月开始经营厦门市思明区川之韵餐厅；2015年4月至今任厦门麦金坊食品有限公司监事；现任公司董事。

Ong Yew Thiong Gilbert（王有忠）先生，新加坡国籍，1973年出生，本科学历。2002年至2010年曾先后就职于Arisaig Partneers (Singapore) Pte Ltd.，Sindicatum Carborn & Energy Management任财务负责人，2010年至今就职于L Capital Singapore Pte Ltd.,任财务总监；现任公司董事。

徐珊先生，中国国籍，1969年出生，无境外永久居留权，会计学博士，中国注册会计师、中国注册税务师。1996年至2011年间先后就职于厦门大学会计师事务所、厦门天健华天会计师事务所、天健华证中洲会计师事务所、天健光华（北京）会计师事务所、天健正信会计师事务所；2011年12月至今任厦门天健咨询有限公司董事长；目前任天健正信会计师事务所有限公司、天健光华（北京）会计师事务所有限公司、厦门龙柏宏易投资管理有限公司、厦门中科宏易投资管理有限公司、厦门坚果兄弟投资管理有限公司、厦门易捷通信息咨询有限公司董事，兼任阳光保险集团股份有限公司、洛阳栾川钼业股份有限公司和北京昆仑万维科技股份有限公司独立董事。现任公司独立董事。

林涛先生，中国国籍，1972年出生，无境外永久居留权，会计学博士。1999年8月至今在厦门大学管理学院会计系任教，曾任厦门大学EMBA中心主任。现任厦门大学管理学院会计系教授，目前兼任贵州茅台酒股份有限公司、深圳华控赛格股份有限公司、福建火炬电子科技股份有限公司、宝国国际控股有限公司（0589.HK）、绿悦控股有限公司（1262.台湾）和贵人鸟股份有限公司独立董事。现任公司独立董事。

张韶华先生，中国国籍，1968年出生，无境外永久居留权，研究生学历。1990年至2001年间，先后任职于北京市建筑轻钢结构厂、北京市企业协会、科华律师事务所；2001年至今任职于北京市君泽君律师事务所，现任高级合伙人。目前兼任天津渤海商品交易所股份有限公司、蓝思科技股份有限公司、唐山三孚硅业股份有限公司、西部矿业股份有限公司和北京京运通科技股份有限公司独立董事。现任公司独立董事。

（二）监事

本公司监事会由3名监事组成，其中包括1名股东代表监事和2名职工代表监事。股东代表监事由股东大会选举产生，职工代表监事由本公司职工通过职工代表大会民主选举产生。本公司监事任期3年，任期届满可连选连任。

本公司现任监事基本情况如下：

姓名	本公司任职	任职期限
叶激艇	监事会主席	2015年4月20日-2018年4月19日
李幸如	监事	2015年4月20日-2018年4月19日
李丽华	监事	2015年4月20日-2018年4月19日

叶激艇先生，中国国籍，1971年出生，无境外永久居留权，本科学历。曾就职于厦门市外汇管理局，曾任上海涌铎投资管理有限公司执行董事；现任香港今上投资有限公司执行董事，厦门融信普惠信息技术有限公司执行董事、总经理，中航恒龙（厦门）资产管理有限公司董事，厦门市致创能源技术有限公司执行董事，厦门君合投资有限公司执行董事兼总经理，中航德兴（厦门）资产管理有限公司董事长兼总经理，中航国际投资有限公司董事总经理，中航休谟（厦门）投资管理有限公司董事，北京捷能售电有限公司执行董事，厦门镒田投资管理有限公司执行董事兼总经理、厦门坚果兄弟投资有限公司董事；现任监事会主席。

李幸如女士，中国台湾籍，1972年出生，本科学历。1999年至2008年任职于金鸿景有限公司，从事采购工作；2008年至2009年1月任中悦（厦门）服饰有限公司审核专员；2009年1月至今任公司审核专员；经公司职工代表大会选举，担任公司监事。

李丽华女士，中国台湾籍，1969年出生，高中学历，拥有20多年的设计工作经验。1989年至2005年任恩曼琳服装有限公司设计师；2005年至2009年1月任中悦（厦门）服饰有限公司商品设计师；2009年1月至今任职于公司，曾任商品设计师，现担任QDA品牌设计总监，负责该品牌服装服饰的设计和开发工作；经公司职工代表大会选举，担任公司监事。

（三）高级管理人员

根据《公司章程》，公司总经理、副总经理、财务总监、董事会秘书和采购总监为公司高级管理人员。本公司现任高级管理人员共有5名，具体情况如下：

姓名	本公司任职	任职期限
罗永晖	董事长、总经理	2015年4月20日-2018年4月19日
卓建荣	董事、副总经理	2015年4月20日-2018年4月19日
陈国汉	副总经理、财务总监	2015年4月20日-2018年4月19日
王碧黛	采购总监	2015年4月20日-2018年4月19日
郑仁贵	董事会秘书	2015年4月20日-2018年4月19日

罗永晖先生，总经理，详见本节“一、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员简介”之“（一）董事”。

卓建荣先生，副总经理，详见本节“一、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员简介”之“（一）董事”。

陈国汉先生，中国国籍，1971年出生，无境外永久居留权，工商管理硕士（EMBA）。1996年至2009年先后就职于厦门海燕实业有限公司、厦门象屿太平综合物流有限公司、厦门速传物流发展有限公司、中悦（厦门）服饰有限公司，均从事财务工作。2009年1月进入公司工作至今，曾担任财务负责人、副总经理，现任发行人副总经理兼财务总监。

郑仁贵先生，中国国籍，1962年出生，无境外永久居留权，中专学历。1982年8月至1993年6月任福州市食品公司会计、财务经理；1993年7月至2000年6月任福建实达集团股份有限公司会计、财务经理；2000年7月至2012年6月先后担任易联众信息技术股份有限公司财务经理、财务总监、董事会秘书；2012年8月至今任发行人董事会秘书。

王碧黛女士，中国台湾籍，1965年出生，专科学历。2000年至2002年任职于锦亿电器有限公司，负责原材料的采购和品检工作；2002年至2005年任职于恩曼琳服装有限公司；2005年7月至2009年1月任中悦（厦门）服饰有限公司采购审核总监；2009年1月至今任公司采购总监。

（四）核心技术人员

本公司核心技术人员如下：

序号	姓名	本公司任职
1	孙瑞鸿	品牌创意总监
2	刘珍妮	JORYA品牌设计总监
3	邹守玮	JORYA weekend品牌设计总监

4	曹培忠	ANMANI（恩曼琳）品牌设计总监
5	曹培峰	GIVH SHYH（巨式国际）品牌设计总监
6	杨玥	CAROLINE（卡洛琳）品牌设计总监
7	孙孟慧	AIVEI品牌设计总监
8	李丽华	QDA品牌设计总监

孙瑞鸿先生，品牌创意总监，详见本节“一、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员简介”之“（一）董事”。

刘珍妮女士，中国台湾籍，1968年出生，高中学历。1990年至2005年7月就职于艾妮采服装公司，负责品牌服饰的设计与开发工作；2005年7月至2008年12月任中悦（厦门）服饰有限公司商品设计师；2009年1月至今任公司JORYA品牌设计总监，负责该品牌服装服饰的设计与开发工作。

邹守玮先生，中国台湾籍，1969年出生，本科学历。1986年至1999年任庆亚服饰（COCORICO）品牌设计师；2003年至2004年7月任厦门金丽盛服饰有限公司服装设计师；2004年7月至2008年12月任中悦（厦门）服饰有限公司品牌首席设计师；2009年1月至今任公司JORYA weekend品牌设计总监，负责该品牌服装服饰的设计与开发工作。

曹培忠先生，中国国籍，1976年出生，无境外永久居留权，中专学历。2002年至2004年7月就职于厦门金丽盛服饰有限公司，先后担任设计助理、服装设计师；2004年7月至2008年12月任中悦（厦门）服饰有限公司品牌首席设计师；2009年1月至今任公司ANMANI（恩曼琳）品牌设计总监，负责该品牌服装服饰的设计与开发工作。

曹培峰先生，中国国籍，1973年出生，无境外永久居留权，中专学历。1995年开始从事设计、企划工作，先后供职于厦门真情趣实业有限公司、维多利亚俱乐部、厦门金丽盛服饰有限公司、中悦（厦门）服饰有限公司；2009年1月至今任公司GIVH SHYH（巨式国际）品牌设计总监，负责该品牌服装服饰的设计和开发工作。

杨玥女士，中国国籍，1984年出生，无境外永久居留权，大专学历。2006年至2008年间，任职于中悦（厦门）服饰有限公司，从事服装设计；2009年1月至今任职于公司，现任CAROLINE（卡洛琳）品牌设计总监，负责该品牌服装服饰的设计和开发工作。

孙孟慧女士，AIVEI品牌设计总监，详见本节“一、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员简介”之“（一）董事”。

李丽华女士，QDA品牌设计总监，详见本节“一、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员简介”之“（二）监事”。

二、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属持有公司股份情况

（一）发行前持有发行人股份情况

截至本招股说明书签署日，现任董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属不存在直接持有本公司股份的情形，上述人士间接持有公司股份的情况如下表：

序号	姓名	公司职务	间接持股主体	间接持股数（万股）	间接持股比例（%）
1	孙瑞鸿	董事、品牌创意总监	欣贺国际	21,831.18	68.2224%
2	孙孟慧	董事、IV 品牌设计总监	欣贺国际、巨富发展	3,378.25	10.5570%
3	卓建荣	董事、副总经理	巨富发展	177.78	0.5556%
4	罗永晖	董事长、总经理	厦门欣嘉骏	142.23	0.4445%
5	刘珍妮	JR 品牌设计总监	鸿业亚洲	142.22	0.4444%
6	曹培忠	AN 品牌设计总监	厦门欣嘉骏	94.82	0.2963%
7	曹培峰	GS 品牌设计总监	厦门欣嘉骏	71.11	0.2222%
8	陈国汉	副总经理、财务总监	厦门欣嘉骏	47.41	0.1482%
9	邹守玮	JW 品牌设计总监	鸿业亚洲	47.41	0.1482%
10	王碧黛	采购总监	鸿业亚洲	35.55	0.1111%
11	李丽华	QDA 品牌设计总监	鸿业亚洲	35.55	0.1111%
12	黄晗跻	董事（已离任）	L Capital Xiamen Fashion Ltd.	3.29	0.0103%
13	Ong Yew Thiong Gilbert （王有忠）	董事	L Capital Xiamen Fashion Ltd.	0.61	0.0019%

注：间接持股数是根据各自然人持有公司股东的股权比例以及公司股东持有本公司股权的比例相乘得出。

除上述情况外，发行人其他董事、监事、高级管理人员与核心技术人员未通过任何方式持有发行人股份。持有发行人股份的所有董事、监事、高级管理

人员与核心技术人员承诺，在有关规定限制其股份流通的期限内，自愿锁定其持有的股份。

（二）报告期内持股变动情况

本公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属持有公司股份比例报告期内增减变动情况如下表所示：

序号	姓名	2013.2.25	2013.5.8	截至本招股说明书 签署日
1	孙瑞鸿	38.3297%	68.2224%	68.2224%
2	孙瑞展	39.8942%	—	—
3	孙马宝玉	—	—	—
4	卓建荣	0.5556%	0.5556%	0.5556%
5	孙孟慧	0.5556%	10.5570%	10.5570%
6	罗永晖	0.4445%	0.4445%	0.4445%
7	黄晗跻	0.0103%	0.0103%	0.0103%
8	刘珍妮	0.4444%	0.4444%	0.4444%
9	曹培忠	0.2963%	0.2963%	0.2963%
10	曹培峰	0.2222%	0.2222%	0.2222%
11	陈国汉	0.1482%	0.1482%	0.1482%
12	李杨丽	0.1482%	0.1482%	0.1482%
13	王碧黛	0.1111%	0.1111%	0.1111%
14	邹守玮	0.1481%	0.1481%	0.1481%
15	李丽华	0.1111%	0.1111%	0.1111%
16	Ong Yew Thiong Gilbert（王有忠）	0.0019%	0.0019%	0.0019%
合计		81.4214%	81.4214%	81.4214%

注：以上人员均通过公司股东间接拥有发行人股份，间接持股比例是根据各自然人持有公司股东的股权比例以及公司股东持有本公司股权的比例相乘得出。上述人员中孙瑞展已故，李杨丽、黄晗跻已离职。

（三）所持股份的质押、冻结情况

截至本招股说明书签署之日，上述人员所持股份不存在质押、冻结或其他有争议的情况。

三、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员其他对外投资情况

截至本招股说明书签署日，发行人董事、监事、高级管理人员与核心技术人员除间接持有发行人股权外，其他的对外投资情况如下：

姓名	对外投资企业名称	与发行人关系	实收资本/ 已发行股本	持股比例
孙瑞鸿	美光环球有限公司	实际控制人控制的其他企业	5 万美元	100.00%
	豪润有限公司	无关联关系	140 万美元	5.00%
	侨丰控股有限公司	无关联关系	100 股	10.00%
王斌	厦门香辣会餐饮管理有限公司	公司间接持股 5% 以上的自然人蔡端宏控制的其他企业	100 万元人民币	15%
	厦门市思明区川之韵餐厅	董事王斌控制的企业	-	100%
OngYewThiong Gilbert（王有忠）	L Capital Asia, L.L.C.	-		0.000020%
	LCA C&K Ltd	-		0.100000%
	L Capital MF Ltd	-		0.090019%
	L Capital GLF Ltd	-		0.053491%
	L Capital GLF Ltd	-		0.066580%
	L Capital Guangzhou Ltd	-		2.900847%
	L Capital FOPL Ltd	-		0.026559%
	L Capital Jones Ltd	-		0.040986%
	L Capital Jones Ltd	-		0.005962%
	Ecosys Ltd (formerly L Capital Eco Ltd)	-		0.042515%
	L Capital RMW Ltd	-		3.233626%
	L Capital KDT Ltd	-		0.032966%
	L Capital KDT Ltd	-		0.031855%
	L Capital Guangzhou Beauty Ltd	-		0.028635%
L Capital Diamond Ltd	-		0.033000%	
L Capital RL Ltd	-		0.034232%	
徐珊	厦门天健咨询有限公司	董事徐珊控制的企业	437.55 万元人民币	16%

姓名	对外投资企业名称	与发行人关系	实收资本/ 已发行股本	持股比例
	天健会计师事务所管理有限公司	-	1,000 万人民币	7%
	厦门尾巴信息科技有限公司	-	14.7507 万人民币	2.46%
	厦门云企动力信息技术有限公司	-	100 万人民币	10%
	萍乡市富海久泰投资咨询合伙企业（有限合伙）	-	21,000 万人民币	1.86%
	厦门易捷通信息咨询有限公司	-	300 万人民币	6%
	天健光华（北京）会计师事务所有限公司	-	800 万人民币	3%
	厦门君合投资有限公司	—	3,200 万元人民币	46.875%
	厦门融信普惠信息技术有限公司	-	2,001 万元人民币	60%
	厦门市致创能源技术有限公司	监事叶激艇控制的企业	1,100 万元人民币	82%
	中航恒龙（厦门）资产管理有限公司	—	1,000 万元人民币	20%
叶激艇	中航德兴（厦门）资产管理有限公司	—	1,000 万元人民币	9%
	休谟（厦门）投资管理有限公司	-	1,000 万元人民币	8%
	厦门镒田投资管理有限公司	-	3,000 万元人民币	53%
	厦门绿地生态股份有限公司	-	4832.2 万元人民币	1.25%
	厦门青瓷数码技术有限公司	-	1113.10	6.04%

除上述情况之外，本公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员不存

在其他对外投资。

四、董事、监事及高级管理人员的薪酬情况

（一）董事、监事及高级管理人员 2015 年度从发行人处领取薪酬的情况

1、上述人员（独立董事除外）2015年度领取薪酬情况

姓名	在本公司任职情况	薪资（万元）	是否在公司专职领薪
罗永晖	董事长、总经理	381.15	是
孙瑞鸿	董事、品牌创意总监	428.65	是
孙孟慧	董事、IV品牌设计总监	150.40	是
卓建荣	董事、副总经理	138.70	是
王斌	董事	-	否
OngYewThiong Gilbert (王有忠)	董事	-	否
黄晗跻	董事（已离任）	-	否
陈国汉	副总经理、财务总监	133.15	是
郑仁贵	董事会秘书	43.07	是
王碧黛	采购总监	69.58	是
叶激艇	监事会主席	-	否
李幸如	监事、审核专员	72.05	是
李丽华	监事、QDA品牌设计总监	72.66	是

经保荐机构、发行人律师核查，董事王斌、黄晗跻（已离任）、Ong Yew Thiong Gilbert（王有忠）和监事会主席叶激艇都是股东提名的外部董事或监事，未在公司担任除董事、监事以外的其他职位，同时均在其提名的股东单位或关联单位任职并领取薪酬，因此未在发行人处领取薪酬。

2、独立董事2015年度领取津贴情况

姓名	在本公司任职情况	津贴（万元）
徐珊	独立董事	10.00
林涛	独立董事	10.00
张韶华	独立董事	10.00

（二）公司对上述人员其他待遇和退休金计划

除以上薪酬和津贴以外，公司的董事、监事、高级管理人员未享受其他待遇。对于公司的董事、监事及高级管理人员，公司按照国家和地方的有关规定，依法为其办理养老、医疗等保险，不存在其它特殊待遇和退休金计划。本公司也未制定董事、监事、高级管理人员的认股权计划。

五、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的兼职情况

截至本招股说明书签署日，本公司现任董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的兼职情况：

姓名	在发行人所任职务	兼职单位	兼任职务	兼职单位与发行人关系
罗永晖	董事长、总经理	厦门欣嘉骏投资有限公司	执行董事、总经理	发行人股东
		欣贺（澳门）服饰一人有限公司	总经理	发行人全资子公司
孙瑞鸿	董事、核心技术人员	美光环球有限公司	董事	实际控制人控制的其他企业
孙孟慧	董事、核心技术人员	巨富发展有限公司	董事	发行人股东、实际控制人控制的其他企业
卓建荣	董事、副总经理	欣贺国际有限公司	董事	发行人控股股东、实际控制人控制的其他企业
		巨富发展有限公司	董事	发行人股东、实际控制人控制的其他企业
		欣贺（香港）有限公司	董事	发行人全资子公司
		宏方控股有限公司	董事	发行人间接控股股东
王斌	董事	厦门建德开发有限公司	董事	公司间接持股 5% 以上的自然人蔡端宏控制的其他企业
		厦门骏豪酒店管理有限公司	董事	公司间接持股 5% 以上的自然人蔡端宏控制的其他企业
		厦门骏豪温泉度假酒店有限公司	董事	公司间接持股 5% 以上的自然人蔡

姓名	在发行人所任职务	兼职单位	兼任职务	兼职单位与发行人关系
				端宏控制的其他企业
		厦门香辣会餐饮管理有限公司	监事	公司间接持股 5% 以上的自然人蔡端宏控制的其他企业
		厦门市思明区川之韵餐厅（个体工商户）	经营者	董事王斌控制的企业
		厦门麦金坊食品有限公司	监事	—
Ong Yew Thiong Gilbert (王有忠)	董事	L Capital Singapore Pte Ltd	董事	—
		Great World Elm Pte. Ltd. (FKA L Capital Taurus Pte. Ltd.)	董事	—
		L Capital CJ Pte Ltd	董事	—
		L Capital Vicin Pte Ltd	董事	—
		Great World Shanghai Outlet Pte Ltd	董事	—
		Great World Music Investment Pte Ltd	董事	—
		L Capital Swimwear Pte Ltd	董事	—
		Great World Denim Pte. Ltd.	董事	—
		L Capital Australia Pty Ltd	董事	—
		L Capital (HK) Limited	董事	—
		L Capital Mumbai Advisory Services Private Limited	董事	—
		Great World HK Media Pte. Ltd.	董事	—
		Great World Glory Pte. Ltd.	董事	—
		Guangzhou Marubi Biotechnology Co., Ltd	董事	—
		Great World Shanghai Outlet Pte Ltd	董事	—
黄晗跻	董事（已离任）	L Capital Asia Advisor	董事总经理	—
		Trendy International Investment Limited	董事	—
		Trendy International Group Limited	董事	—

姓名	在发行人所任 职务	兼职单位	兼任职务	兼职单位与发行 人关系
		Trendy International (coven garden) Limited	董事	—
		Trendy International (Trendiano) Limited	董事	—
		Trendy International (Corso Como) Limited	董事	—
		欧时力（香港）风尚有限 公司	董事	—
		欧时力（澳门）风尚有限 公司	董事	—
		广州尚岑服饰有限公司	董事	—
		广州赫基服饰有限公司	董事	—
		上海赫基服饰贸易有限公 司	董事	—
		北京尚岑服饰有限公司	董事	—
		赫基（中国）服饰有限公 司	董事	
		珠海赫基服饰有限公司	董事	—
		Sasseur Cayman Holding Limited	董事	—
		Sasseur Hangzhou(BVI) Limited	董事	—
		Sasseur Bishan(BVI) Limited	董事	—
		Sasseur Chongqing(BVI) Limited	董事	—
		Sasseur Nanjing Limited	董事	—
		Sasseur Hefei Limited	董事	—
		Sasseur Kunming Limited	董事	—
		Sasseur Xi'an Limited	董事	—
		Sasseur Jinan Limited	董事	—
		Sasseur Hangzhou HK Limited	董事	
		Sasseur Bishan HK Limited	董事	
		Sasseur Chongqing HK Limited	董事	
		Sasseur Nanjing HK Limited	董事	
		Sasseur Hefei HK Limited	董事	

姓名	在发行人所任职务	兼职单位	兼任职务	兼职单位与发行人关系
		Sasseur Kunming HK Limited	董事	
		Sasseur Xi'an HK Limited	董事	
		Sasseur Jinan HK Limited	董事	
		砂之船（上海）控股有限公司	董事	—
		砂之船（重庆）商业有限公司	董事	—
		南京砂之船资产管理有限公司	董事	—
		砂之船（合肥）投资咨询有限公司	董事	—
		合肥砂之船商业管理有限公司	董事	—
		砂之船（贵阳）投资咨询有限公司	董事	—
		贵阳砂之船商业管理有限公司	董事	—
		砂之船（昆明）投资咨询有限公司	董事	—
		昆明砂之船商业管理有限公司	董事	—
		砂之船（西安）购物广场有限公司	董事	—
		西安砂之船商业管理有限公司	董事	—
徐珊	独立董事	厦门天健咨询有限公司	董事长	—
		天健正信会计师事务所有限公司	董事	—
		天健光华（北京）会计师事务所有限公司	董事	—
		厦门龙柏宏易投资管理有限公司	董事	—
		厦门中科宏易投资管理有限公司	董事	—
		厦门坚果兄弟投资管理有限公司	董事	—
		厦门易捷通信息咨询有限公司	董事	—
		阳光保险集团股份有限公司	独立董事	—

姓名	在发行人所任 职务	兼职单位	兼任职务	兼职单位与发行 人关系
		洛阳栾川钼业集团股份有限 公司（已上市）	独立董事	—
		北京昆仑万维科技股份有 限公司（已上市）	独立董事	—
林涛	独立董事	厦门大学管理学院	会计系教授	—
		贵州茅台酒股份有限公司 （已上市）	独立董事	—
		深圳华控赛格股份有限公 司（已上市）	独立董事	—
		福建火炬电子科技股份有 限公司（已上市）	独立董事	—
		宝国国际控股有限公司 （0589. HK）	独立董事	—
		绿悦控股有限公司（1262. 台湾）	独立董事	—
		贵人鸟股份有限公司（已 上市）	独立董事	—
张韶华	独立董事	北京市君泽君律师事务所	高级合伙人	—
		蓝思科技股份有限公司 （已上市）	独立董事	—
		天津渤海商品交易所股份 有限公司	独立董事	—
		西部矿业股份有限公司 （已上市）	独立董事	—
		北京京运通科技股份有限 公司（已上市）	独立董事	—
		唐山三孚硅业股份有限公 司	独立董事	—
叶激艇	监事会主席	厦门市致创能源技术有限 公司	执行董事	监事叶激艇控制的 企业
		中航恒龙（厦门）资产管 理有限公司	董事	—
		香港今上投资有限公司	执行董事	—
		厦门君合投资有限公司	执行董事兼总经 理	—
		中航德兴（厦门）资产管 理有限公司	董事长兼总经理	—
		中航国际投资有限公司	董事总经理	—
		休谟（厦门）投资管理有 限公司	董事	—

姓名	在发行人所任 职务	兼职单位	兼任职务	兼职单位与发行 人关系
		北京捷能售电有限公司	执行董事	—
		厦门融信惠普信息技术有 限公司	执行董事兼总经 理	
		厦门坚果兄弟投资管理有 限公司	董事	
		厦门镒田投资管理有限公 司	执行董事兼总经 理	-
李幸如	监事	无	无	—
李丽华	监事、核心技术 人员	无	无	—
陈国汉	副总经理、财务 总监	无	无	—
王碧黛	采购总监	鸿业亚洲有限公司	董事	发行人股东
郑仁贵	董事会秘书	无	无	—
刘珍妮	核心技术人员	鸿业亚洲有限公司	董事	发行人股东
		台湾欣贺服饰有限公司	董事	发行人全资子公 司
邹守玮	核心技术人员	无	无	—
曹培峰	核心技术人员	无	无	—
曹培忠	核心技术人员	厦门欣嘉骏投资有限公司	监事	发行人股东
杨玥	核心技术人员	无	无	—

公司离任董事黄晗跻担任董事的其他企业中赫基（中国）服饰有限公司及其子公司 Trendy International Investment Limited、Trendy International Group Limited、Trendy International（coven garden） Limited、Trendy International（Trendiano） Limited、Trendy International（Corso Como） Limited、广州尚岑服饰有限公司、广州赫基服饰有限公司、上海赫基服饰贸易有限公司、北京尚岑服饰有限公司、珠海赫基服饰有限公司、欧时力（香港）风尚有限公司、欧时力（澳门）风尚有限公司从事与欣贺股份及其子公司相同或相似业务，但黄晗跻仅为投资人L Capital Asia,L.L.C在该等企业委派的董事，并不参与该等企业的日常经营事务，与欣贺股份及其子公司业务不存在上下游关系，亦与欣贺股份及其子公司不存在关联交易。

公司离任董事黄晗跻担任砂之船系列公司的董事，但黄晗跻仅为投资人L Capital Asia,L.L.C在该等企业委派的董事，并不参与该等企业的日常经营事务，

发行人与南京砂之船、重庆砂之船的业务往来亦早于黄晗跻担任砂之船董事的时间，发行人与砂之船的经济业务按照独立企业交易原则确定合作条款，交易价格公允，关联交易情况具体详见“第七节 同业竞争与关联交易/四、关联交易/（一）经常性关联交易/2、与关联方联营销售商品”。

六、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员相互之间存在的亲属关系情况

截至本招股说明书签署之日，本公司董事孙瑞鸿先生与孙孟慧女士系姐弟关系，孙孟慧女士和卓建荣先生系夫妻关系；本公司核心技术人员曹培峰、曹培忠系兄弟关系。

除此之外，本公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员相互之间不存在配偶关系、三代以内直系或旁系亲属关系。

七、本公司与董事、监事、高级管理人员及核心技术人员签订的协议及作出的承诺情况

截至本招股说明书签署日，公司与在本公司任职的董事、监事、高级管理人员及核心技术人员均签订了《劳动合同》，上述人员均按照《劳动合同》和《公司章程》的规定履行了义务。除此之外，本公司未与董事、监事、高级管理人员及核心技术人员签订重大商务协议。

董事、监事、高级管理人员及其他核心技术人员做出的承诺详见“第五节 发行人基本情况”之“十二、持有发行人5%以上股份的股东及作为股东的董事、监事、高管人员及核心技术人员的重要承诺”。

八、董事、监事及高级管理人员任职资格情况

截至本招股说明书签署之日，公司董事、监事及高级管理人员的任职资格均符合相关法律法规、规范性文件及《公司章程》的规定。

九、报告期内董事、监事及高级管理人员变动情况

（一）董事变动情况

1、2012年4月8日，公司召开创立大会，选举产生股份公司第一届董事会成

员：罗永晖、孙瑞展、孙孟慧、卓建荣、王斌、黄晗跻、傅毅辉、徐珊、林涛。其中，傅毅辉、徐珊、林涛为独立董事。同日，欣贺股份召开第一届董事会第一次会议，选举罗永晖为董事长，孙瑞展为副董事长。

2、2012年11月13日，孙瑞展先生去世。

3、2013年1月25日，发行人召开2013年第一次临时股东大会，同意傅毅辉辞去独立董事职务，选举张韶华为独立董事，补选孙瑞鸿为董事。

4、2015年4月20日，发行人召开2015年第一次临时股东大会，选举第二届董事成员：罗永晖、孙瑞鸿、孙孟慧、卓建荣、王斌、黄晗跻、徐珊、林涛、张韶华，其中：徐珊、林涛、张韶华为独立董事。同日，欣贺股份召开第二届董事会第一次会议，选举罗永晖为董事长。

5、2016年3月14日公司收到黄晗跻先生辞呈，其由于个人原因申请辞去公司董事及薪酬与考核委员会委员职务。

6、2016年3月31日，发行人召开2015年第一次临时股东大会，选举Ong Yew Thiong Gilbert（王有忠）为董事。

截至招股说明书签署日，公司的董事为：罗永晖、孙瑞鸿、孙孟慧、卓建荣、王斌、Ong Yew Thiong Gilbert（王有忠）、徐珊、林涛、张韶华。

（二）监事变动情况

1、2012年4月8日，公司召开创立大会，选举叶激艇为股份公司第一届监事会监事。2012年4月8日，欣贺有限工会委员会召开会议，选举李幸如、李丽华为职工代表，出任欣贺股份第一届监事会职工监事。同日，欣贺股份召开第一届监事会第一次会议，选举叶激艇为第一届监事会主席。

2、2015年4月20日，公司召开2015年第一次临时股东大会，选举叶激艇为股份公司第二届监事会监事。2015年3月18日，公司工会委员会召开会议，选举李幸如、李丽华为职工代表，出任欣贺股份第二届监事会职工监事。同日，欣贺股份召开第二届监事会第一次会议，选举叶激艇为第二届监事会主席。

截至招股说明书签署日，公司的监事为：叶激艇、李幸如、李丽华。

（三）高级管理人员变动情况

1、2012年4月8日，发行人第一届董事会第一次会议通过决议，同意聘任罗永晖先生为公司总经理（总裁），聘任卓建荣、陈国汉为公司副总经理（副总

裁），聘任陈国汉为公司财务总监，聘任王碧黛为公司采购总监，聘任李杨丽为公司营运总监。

2、2012年8月14日，发行人第一届董事会第三次会议通过决议，同意聘任郑仁贵为董事会秘书。

3、2013年5月24日，李杨丽因个人原因辞去营运总监职务。李杨丽辞职后，不再担任公司任何职务。

4、2015年4月20日，发行人第二届董事会第一次会议通过决议，同意聘任罗永晖先生为公司总经理（总裁），聘任卓建荣、陈国汉为公司副总经理（副总裁），聘任陈国汉为公司财务总监，聘任郑仁贵为董事会秘书，聘任王碧黛为公司采购审核总监。

截至招股说明书签署日，公司的高级管理人员为：罗永晖、卓建荣、陈国汉、郑仁贵、王碧黛。

报告期内，公司董事、高级管理人员未发生重大变化，对公司生产经营不构成重大影响。

第九节 公司治理结构

一、公司股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度的建立健全及运行情况

股份公司设立以来，按照《公司法》、《证券法》等相关法律、法规和规范性文件的要求，建立了由公司股东大会、董事会、监事会和高级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相互制衡机制，为公司高效、稳健经营提供了组织保证。本公司股东大会、董事会、监事会及高级管理层均根据《公司法》、《证券法》、《公司章程》行使职权和履行义务。

根据相关法律、法规及《公司章程》，本公司制定了《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《独立董事工作制度》、《董事会秘书工作细则》、《总经理工作细则》、《董事会专门委员会工作细则》、《内部审计制度》、《关联交易管理制度》、《对外担保管理制度》、《对外投资管理制度》等相关制度，上述制度为公司法人治理的规范化运行提供了一系列制度保证。本公司董事会下设品牌与战略委员会、审计委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会四个专门委员会，负责公司的战略、内部控制、董事和高级管理人员的提名、甄选、管理和考核等工作。

（一）股东大会制度的建立健全及运行情况

为规范公司治理结构，保障股东依法行使股东权利，确保股东大会高效、平稳、有序、规范运作，本公司根据《公司法》、《证券法》、《上市公司章程指引》、《上市公司股东大会规则》等规定，结合本公司实际情况，制定了《公司章程》及《股东大会议事规则》。本公司股东严格按照《公司章程》的规定行使自己的权利、履行相应的义务。

1、股东的权利和义务

根据《公司章程》第二十八条规定，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。

根据《公司章程》第三十三条规定，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。

根据《公司章程》第三十四条规定，公司的控股股东、实际控制人员不得利用其关联关系损害公司利益。违反规定的，给公司造成损失的，应当承担赔偿责任。公司控股股东及实际控制人对公司和公司其他股东负有诚信义务。控股股东应严格依法行使出资人的权利，控股股东不得利用利润分配、资产重组、对外投资、资金占用、借款担保等方式损害公司和其他股东的合法权益，不得利用其控制地位损害公司和其他股东的利益。

2、股东大会职权

根据《公司章程》第三十五条的规定，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）审议批准监事会的报告；（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）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；（8）审议公司与关联人发生的交易金额在3000万元以上，且占公司最近一

期经审计净资产值5%以上的关联交易；（9）审议批准本章程第三十六条规定的担保事项；（10）审议批准变更募集资金用途事项；（11）审议股权激励计划；（12）对公司增加或者减少注册资本作出决议；（13）对发行公司债券作出决议；（14）对公司合并、分立、解散和清算等事项作出决议；（15）修改公司章程；（16）对公司聘用、解聘会计师事务所作出决议；（17）审议法律、行政法规、部门规章或公司章程规定应当由股东大会决定的其他事项。

上述股东大会的职权不得通过授权的形式由董事会或其他机构和个人代为行使。

根据《公司章程》第三十六条规定，公司下列对外担保行为，须经股东大会审议通过：（1）本公司及本公司控股子公司的对外担保总额，达到或超过最近一期经审计净资产的50%以后提供的任何担保；（2）公司的对外担保总额，达到或超过最近一期经审计总资产的30%以后提供的任何担保；（3）为资产负债率超过70%的担保对象提供的担保；（4）按照担保金额连续十二个月内累计计算原则，超过公司最近一期经审计总资产30%的担保；（5）按照担保金额连续十二个月内累计计算原则，超过公司最近一期经审计净资产的50%且绝对金额超过5,000万元的担保；（6）单笔担保额超过最近一期经审计净资产10%的担保；（7）对股东、实际控制人及其关联方提供的担保；（8）法律法规及公司章程规定的其他需要股东大会审议通过的担保。

根据《公司章程》第三十七条规定，股东大会分为年度股东大会和临时股东大会。年度股东大会每年召开1次，应当于上一会计年度结束后的6个月内举行。

根据《公司章程》第三十八条规定，有下列情形之一的，公司在事实发生之日起2个月以内召开临时股东大会：（1）董事人数不足《公司法》规定人数或者本章程所定人数的2/3时；（2）公司未弥补的亏损达实收股本总额1/3时；（3）单独或者合计持有公司10%以上股份的股东请求时；（4）董事会认为必要时；（5）监事会提议召开时；（6）法律、行政法规、部门规章或本章程规定的其他情形。

3、股东大会运行情况

股份公司设立以来，公司按照相关规定已经召开了13次股东大会，历次股东大会（股东会）的召集和召开程序、出席会议人员资格及表决程序、决议的内容及签署等，均符合《公司法》等法律、法规和规范性文件以及《公司章程》的

规定，不存在股东违反《公司法》、《公司章程》及相关制度要求行使职权的行为。

本公司根据《公司法》、《证券法》等法律法规及《公司章程》于2012年4月8日制定了《股东大会议事规则》，对公司股东大会的通知、召开方式、召开条件、表决方式等作出了明确的规定，符合相关上市公司治理的规范性文件要求。本公司一直严格依照有关法律、法规和《公司章程》的规定执行股东大会制度，对公司董事、监事和独立董事的选举，公司财务决算、利润分配、重大关联交易、《公司章程》及三会议事规则等其他公司治理制度的订立和修改、首次公开发行股票的政策和募集资金投向等重大事项作出了有效决议。公司历次股东大会召开情况如下：

（1）2012年4月8日，发行人召开创立大会，全体股东出席会议，审议通过《关于欣贺股份有限公司筹备情况的议案》、《关于欣贺（厦门）服饰有限公司依法整体变更为欣贺股份有限公司及各发起人出资情况的议案》、《关于确认、批准欣贺（厦门）服饰有限公司的权利义务以及为筹建股份公司所签署的一切有关文件、协议等均由欣贺股份有限供贵司承继的议案》、《关于设立欣贺股份有限公司费用审核事宜的议案》、《关于欣贺股份有限公司发起人用于折股的净资产作价情况的议案》、《关于制定<欣贺股份有限公司章程（草案）>的议案》、《关于制定<欣贺股份有限公司股东大会议事规则>的议案》、《关于制定<欣贺股份有限公司董事会议事规则>的议案》、《关于制定<欣贺股份有限公司监事会议事规则>的议案》、《关于选举罗永晖先生担任欣贺股份有限公司第一届董事会董事的议案》、《关于选举孙瑞展先生担任欣贺股份有限公司第一届董事会董事的议案》、《关于选举孙孟慧女士担任欣贺股份有限公司第一届董事会董事的议案》、《关于选举卓建荣先生担任欣贺股份有限公司第一届董事会董事的议案》、《关于选举王斌先生担任欣贺股份有限公司第一届董事会董事的议案》、《关于选举黄晗跻先生担任欣贺股份有限公司第一届董事会董事的议案》、《关于选举傅毅辉先生担任欣贺股份有限公司第一届董事会独立董事的议案》、《关于选举徐珊先生担任欣贺股份有限公司第一届董事会独立董事的议案》、《关于选举林涛先生担任欣贺股份有限公司第一届董事会独立董事的议案》、《关于选举叶激艇先生担任欣贺股份有限公司第一届监事会监事的议案》、《关于设立董

事会专门委员会的议案》、《关于董事、监事报酬的议案》、《关于制定<欣贺股份有限公司关联交易管理制度>的议案》、《关于制定<欣贺股份有限公司对外担保管理制度>的议案》、《关于制定<欣贺股份有限公司对外投资管理制度>的议案》、《关于聘任大华会计师事务所为欣贺股份有限公司财务审计机构的议案》、《关于授权董事会办理欣贺股份有限公司工商设立登记手续等一切有关事宜的议案》等26个议案。

(2)2012年9月23日，发行人召开2012年第一次临时股东大会，全体股东出席会议，审议通过《关于投资建设欣贺研发设计中心大楼的议案》。

(3)2013年1月25日，发行人召开2013年第一次临时股东大会，全体股东出席会议，审议通过《关于更换公司独立董事的议案》、《关于补选公司董事的议案》、《关于公司与台湾金鸿景有限公司、香港名炬国际有限公司之间关联交易的议案》等3个议案。

(4)2013年5月6日，发行人召开2012年度股东大会，全体股东出席会议，审议通过《关于2012年度董事会工作报告的议案》、《关于2012年度监事会工作报告的议案》、《关于2012年度财务决算报告议案》、《关于2013年度财务预算方案的议案》、《关于公司聘请会计师事务所的议案》、《关于变更公司住所的议案》、《关于修订公司章程的议案》、《关于公司首次公开发行人民币普通股（A股）股票并上市的议案》、《关于公司首次公开发行股票前滚存利润分配方案的议案》、《关于制定未来三年股东回报规划的议案》、《关于公司首次公开发行人民币普通股（A股）股票募集资金投资项目的议案》、《关于提请股东大会授权董事会在公司首次公开发行股票决议有效期内处理本次发行上市相关具体事宜的议案》、《关于制定上市后适用的<欣贺股份有限公司章程>（上市修订草案）的议案》、《关于按照上市公司有关规定修订股东大会议事规则的议案》、《关于按照上市公司有关规定修订董事会议事规则的议案》、《关于按照上市公司有关规定修订监事会议事规则的议案》、《关于制定上市后适用的<累积投票实施细则>的议案》、《关于对公司报告期内的关联交易予以确认的议案》、《关于修改公司经营范围暨修改公司章程的临时提案》等19个议案。

(5)2013年9月16日，发行人召开2013年第二次临时股东大会，所有股东出席会议，审议通过《关于对公司报告期内的关联交易予以确认的议案》。

(6)2014年2月17日，发行人召开2014年第一次临时股东大会，所有股东出席会议，审议通过《关于修订〈关于公司首次公开发行人民币普通股（A股）股票并上市〉的议案》、《关于提请股东大会授权董事会在公司首次公开发行股票决议有效期内处理本次发行上市相关具体事宜的议案》、《关于制定〈欣贺股份有限公司上市后稳定公司股价预案〉的议案》、《关于欣贺股份有限公司发行上市所涉承诺事项的议案》、《关于修订〈欣贺股份有限公司章程（上市修订草案）〉的议案》、《关于修订〈欣贺股份有限公司未来三年股东分红回报规划〉的议案》等6个议案。

(7)2014年3月10日，发行人召开2013年度股东大会，所有股东出席会议，审议通过《关于2013年度董事会工作报告的议案》、《关于2013年度监事会工作报告的议案》、《关于2013年度财务决算报告的议案》、《关于2013年度利润分配方案的议案》、《关于2014年度财务预算方案的议案》、《关于公司聘请会计师事务所的议案》、《关于对公司报告期内的关联交易予以确认的议案》等7个议案。

(8)2014年8月21日，发行人召开2014年第二次临时股东大会，所有股东出席会议，审议通过《关于对公司2014年1-6月的关联交易予以确认的议案》、《关于修订〈欣贺股份有限公司章程（上市修订草案）〉的议案》、《关于修订公司拟于上市后适用的股东大会议事规则的议案》等3个议案。

(9)2015年4月20日，发行人召开2014年度股东大会，所有股东出席会议，审议通过《关于2014年度董事会工作报告的议案》、《关于2014年度监事会工作报告的议案》、《关于2014年度财务决算报告的议案》、《关于公司2014年度利润分配的议案》、《关于2015年度财务预算方案的议案》、《关于公司聘请会计师事务所的议案》、《关于对公司2014年的关联交易予以确认的议案》等7个议案。

(10)2015年4月20日，发行人召开2015年第一次临时股东大会，所有股东出席会议，审议通过《关于选举公司第二届董事会董事的议案》、《关于选举公司第二届监事会监事的议案》等2个议案。

(11)2015年9月20日，发行人召开2015年第二次临时股东大会，所有股东出席会议，审议通过《关于对公司2015年1-6月的关联交易予以确认的议案》。

(12)2016年3月7日，发行人召开2015年度股东大会，所有股东出席会议，审议通过《关于2015年度董事会工作报告的议案》、《关于2015年度监事会工作报

告的议案》、《关于2015年度财务决算报告的议案》、《关于公司2015年度利润分配方案的议案》、《关于2016年度财务预算方案的议案》、《关于公司聘请会计师事务所的议案》、《关于对公司2015年的关联交易予以确认的议案》、《关于公司首次公开发行股票摊薄即期回报相关事项的议案》、《关于延长公司本次拟公开发行人民币普通股（A股）决议有效期的议案》等9个议案。

（13）2016年3月31日，发行人召开2016年第一次临时股东大会，所有股东出席会议，审议通过《关于更换公司董事的议案》。

（二）董事会制度的建立健全及运行情况

1、董事会构成

公司董事会现任董事有9名，6名为非独立董事，3名为独立董事。

董事会设董事长1人，董事长由董事会以全体董事的过半数选举产生。

董事由股东大会选举或更换，任期3年。董事任期届满，可连选连任。董事在任期届满以前，股东大会不能无故解除其职务。

2、董事会职权

根据《公司章程》第九十五条规定，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（包括上市的承销商，上市的时间、价格和上市的证券交易所及其他条件）；（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）在股东大会授权范围内，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、关联交易等事项；（9）聘任或者解聘公司总经理、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；（10）决定设立相应的董事会工作机构，及公司内部管理机构的设置；（11）制定公司的基本管理制度；（12）拟订公司章程修改方案；（13）管理公司信息披露事项；（14）向股东大会提出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及检查总经理的工作；（16）委派或更换公司的全资子公司董事会成员或监事会成员，委派、更换或推荐公司的控股子公司、参股子公司董事（候选人）、监事（候选人）；（17）法律、法规、公

司章程或股东大会赋予的其他职权。

超过股东大会授权范围的事项，应当提交股东大会审议。

3、董事会召开情况

股份公司设立以来，公司按照相关规定已经召开了21次董事会，历次董事会按照《公司章程》、《董事会议事规则》及相关规定规范运作，严格履行有关法律规定的召集程序。董事认真履行义务，对完善本公司治理结构和规范本公司运作发挥了积极的作用。公司历次董事会召开情况如下：

（1）2012年4月8日，发行人召开第一届董事会第一次会议，全体董事出席会议，审议通过《关于选举公司董事长的议案》、《关于选举公司副董事长的议案》、《关于选举董事会专门委员会成员的议案》、《关于聘任公司总经理（总裁）的议案》、《关于聘任公司副总经理（副总裁）的议案》、《关于聘任公司证券事务代表的议案》、《关于聘任公司财务总监的议案》、《关于聘任公司其他高级管理人员的议案》、《关于公司机构设置方案的议案》、《关于制定<欣贺股份有限公司独立董事工作制度>的议案》、《关于制定<欣贺股份有限公司董事会专门委员会工作细则>的议案》、《关于制定<欣贺股份有限公司总经理工作细则>的议案》、《关于制定<欣贺股份有限公司董事会秘书工作细则>的议案》、《关于制定<欣贺股份有限公司控股子公司管理办法>的议案》、《关于制定<欣贺股份有限公司防止控股股东及关联方占用资金制度>的议案》、《关于制定<欣贺股份有限公司内部审计制度>的议案》等16个议案。

（2）2012年4月27日，发行人召开第一届董事会第二次会议，全体董事出席会议，审议通过《关于公司2012年度预计日常关联交易的议案》。

（3）2012年8月14日，发行人召开第一届董事会第三次会议，全体董事出席会议，审议通过《关于任命公司董事会秘书的议案》、《关于任命公司设计中心各品牌设计总监的议案》、《关于购买土地使用权用于建造公司生产物流中心的议案》、《关于投资建设欣贺研发设计中心大楼的议案》、《关于召开2012年第一次临时股东大会的议案》等5个议案。

（4）2012年11月29日，发行人召开第一届董事会第四次会议，全体董事出席会议，审议通过《关于欣贺台湾子公司收购台湾金鸿景有限公司存货资产的议案》。

（5）2012年12月3日，发行人召开第一届董事会第五次会议，全体董事出席

会议，审议通过《关于向欣贺(澳门)服饰一人有限公司增资700万美元的议案》、《关于欣贺（澳门）服饰一人有限公司拟向孙瑞鸿先生借款200万美元的议案》等2个议案。

（6）2013年1月9日，发行人召开第一届董事会第六次会议，全体董事出席会议，审议通过《关于更换公司独立董事的议案》、《关于补选公司董事的议案》、《关于公司与台湾金鸿景有限公司、香港名炬国际有限公司之间关联交易的议案》等3个议案。

（7）2013年3月10日，发行人召开第一届董事会第七次会议，全体董事出席会议，审议通过《关于公司向孙瑞鸿先生租赁房屋暨关联交易的议案》、《关于台湾欣贺服饰有限公司租赁房屋暨关联交易的议案》等2个议案。

（8）2013年4月12日，发行人召开第一届董事会第八次会议，全体董事出席会议，审议通过《关于2012年度总经理工作报告的议案》、《关于2012年度董事会工作报告的议案》、《关于2012年度财务决算报告的议案、关于2013年度财务预算方案的议案》、《关于公司聘请会计师事务所的议案》、《关于变更公司住所的议案》、《关于修订公司章程的议案》、《关于公司首次公开发行人民币普通股（A股）股票并上市的议案》、《关于公司首次公开发行股票前滚存利润分配方案的议案》、《关于制定未来三年股东回报规划的议案》、《关于公司首次公开发行人民币普通股（A股）股票募集资金投资项目的议案》、《关于提请股东大会授权董事会在公司首次公开发行股票决议有效期内处理本次发行上市相关具体事宜的议案》、《关于制定上市后适用的<欣贺股份有限公司章程>（上市修订草案）的议案》、《关于按照上市公司有关规定修订股东大会议事规则的议案》、《关于按照上市公司有关规定修订董事会议事规则的议案》、《关于制定上市后适用的<募集资金管理制度>的议案》、《关于制定上市后适用的<信息披露管理制度>的议案》、《关于制定上市后适用的<投资者关系管理制度>的议案》、《关于制定上市后适用的<累积投票实施细则>的议案》、《关于制定上市后适用的<重大信息内部报告制度>的议案》、《关于制定上市后适用的<董事、监事和高级管理人员持股及持股变化管理办法>的议案》、《关于修订<财务管理制度>的议案》、《关于修订<会计核算制度>的议案》、《关于公司2010年度、2011年度及2012年度财务报告的议案》、《关于公司内部控制自我评价报

告的议案》、《关于对公司报告期内的关联交易予以确认的议案》、《关于提请召开2012年度股东大会的议案》等27个议案。

（9）2013年4月25日，发行人召开第一届董事会第九次会议，全体董事出席会议，审议通过《关于修改公司经营范围暨修改公司章程的临时提案》。

（10）2013年8月28日，发行人召开第一届董事会第十次会议，全体董事出席会议，审议通过《关于审议公司三年及一期财务报告的议案》、《关于审议内部控制自我评价报告的议案》、《关于对公司报告期内的关联交易予以确认的议案》、《关于注销北京海淀第二服饰分公司、北京东四服饰分公司、济南分公司的议案》、《关于增设公司内部管理机构的议案》、《关于与厦门伊林模特经纪有限公司日常关联交易的议案》、《关于提请召开2013年度第二次临时股东大会的议案》等7个议案。

（11）2014年1月15日，发行人召开第一届董事会第十一次会议，全体董事出席会议，审议通过《关于修订〈关于公司首次公开发行人民币普通股（A股）股票并上市〉的议案》、《关于提请股东大会授权董事会在公司首次公开发行股票决议有效期内处理本次发行上市相关具体事宜的议案》、《关于制定〈欣贺股份有限公司上市后稳定公司股价预案〉的议案》、《关于欣贺股份有限公司发行上市所涉承诺事项的议案》、《关于修订〈欣贺股份有限公司章程（上市修订草案）〉的议案》、《关于修订〈欣贺股份有限公司未来三年股东分红回报规划〉的议案》、《关于提请召开2014年第一次临时股东大会的议案》等7个议案。

（12）2014年2月17日，发行人召开第一届董事会第十二次会议，审议通过《关于2013年度总经理工作报告的议案》、《关于2013年度董事会工作报告的议案》、《关于2013年度财务决算报告的议案》、《关于2013年度利润分配方案的议案》、《关于2014年度财务决算方案的议案》、《关于公司聘请会计师事务所的议案》、《关于公司2011年度、2012年度及2013年度财务报告的议案》、《关于公司内部控制自我评价报告的议案》、《关于对公司报告期内的关联交易予以确认的议案》、《关于注销公司两家分公司的议案》、《关于提请召开2013年度股东大会的议案》等11个议案。

（13）2014年8月5日，发行人召开第一届董事会第十三次会议，审议通过《关于公司2011-2013年度及2014年1-6月财务报告的议案》、《关于公司内部控

制自我评价报告的议案》、《关于对公司2014年1-6月的关联交易予以确认的议案》、《关于修订<欣贺股份有限公司章程（上市修订草案）>的议案》、《关于修订公司拟于上市后适用的股东大会议事规则的议案》、《关于注销广州天河第二分公司的议案》、《关于提请召开2014年第二次临时股东大会的议案》等7个议案。

（14）2014年12月17日，发行人召开第一届董事会第十四次会议，审议通过《关于2014年度参与公司经营管理的董事及高级管理人员考核与奖励分配方案的议案》。

（15）2015年2月5日，发行人召开第一届董事会第十五次会议，审议通过《关于2014年度总经理工作报告的议案》、《关于2014年度董事会工作报告的议案》、《关于2014年度财务决算报告的议案》、《关于公司2014年度利润分配方案的议案》、《关于2015年度财务预算方案的议案》、《关于公司聘请会计师事务所的议案》、《关于公司2012年度、2013年度及2014年度财务报告的议案》、《关于公司内部控制自我评价报告的议案》、《关于对公司2014年的关联交易予以确认的议案》、《关于注销分公司的议案》、《关于提请召开2014年度股东大会的议案》等11个议案。

（16）2015年3月24日，发行人召开第一届董事第十六次会议，审议通过《关于选举公司第二届董事会董事的议案》、《关于申请公司服装生产线及仓储物流配送中心建设项目延期的议案》、《关于注销分公司的议案》、《关于召开2015年第一次临时股东大会的议案》等4个议案。

（17）2015年4月20日，发行人召开第二届董事会第一次会议，审议通过《关于选举公司第二届董事会董事长的议案》、《关于选举公司第二届董事会专门委员会委员的议案》、《关于聘任公司总经理（总裁）的议案》、《关于聘任公司副总经理（副总裁）及其他高级管理人员的议案》、《关于注销分公司的议案》等5个议案。

（18）2015年8月18日，发行人召开第二届董事会第二次会议，审议通过《关于公司2012-2014年度及2015年1-6月财务报告的议案》、《关于公司内部控制自我评价报告的议案》、《关于对公司2015年1-6月的关联交易予以确认的议案》、《关于公司对全资子公司增资的议案》、《关于提请召开2015年第二次临时股东大会的

议案》等5个议案。

（19）2016年2月16日，发行人召开第二届董事会第三次会议，审议通过《关于2015年度总经理工作报告的议案》、《关于2015年度董事会工作报告的议案》、《关于2015年度财务决算报告的议案》、《关于公司2015年度利润分配方案的议案》、《关于2016年度财务预算方案的议案》、《关于公司聘请会计师事务所的议案》、《关于公司2013年度、2014年度及2015年度财务报告的议案》、《关于公司内部评价报告的议案》、《关于对公司2015年的关联交易予以确认的议案》、《关于公司首次公开发行股票摊薄即期回报相关事项的议案》、《关于延长公司本次拟公开发行人民币普通股（A股）决议有效期的议案》、《关于提请召开2015年度股东大会的议案》等12个议案。

（20）2016年3月16日，发行人召开第二届董事会第四次会议，审议通过《关于更换公司董事的议案》、《关于提请召开2016年第一次临时股东大会的议案》等2个议案。

（21）2016年3月31日，发行人召开第二届董事会第五次会议，审议通过《关于选举Ong Yew Thiong Gilbert（王有忠）先生担任第二届董事会薪酬与考核委员会委员的议案》。

（三）监事会制度的建立健全及运行情况

1、监事会构成

公司监事会由3名监事组成，其中：上海祥禾泓安股权投资合伙企业（有限合伙）提名推荐1名监事，其他2名为职工监事。监事会设主席1名。监事会主席由全体监事过半数选举产生。监事会中的职工代表由公司职工通过职工代表大会形式民主选举产生。

2、监事会职权

根据《公司章程》第一百三十一条规定，监事会行使下列职权：（1）应当对董事会编制的公司定期报告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》第一百五十二条的规定，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、监事会召开情况

自股份公司设立以来，公司共召开了11次监事会，历次监事会一直严格按照《公司法》、《公司章程》和《监事会议事规则》的规定，对公司重大事项进行了审议监督，会议通知方式、召开方式、表决方式符合相关规定，会议记录完整规范，监事认真履行义务，对完善本公司治理结构和规范本公司运作发挥了积极的作用。公司历次监事会召开情况如下：

（1）2012年4月8日，发行人召开第一届监事会第一次会议，全体监事出席会议，审议通过《关于选举公司监事会主席的议案》。

（2）2012年10月26日，发行人召开第一届监事会第二次会议，全体监事出席会议，审议通过《关于对公司2012年前三季度规范运作情况的监督报告》。

（3）2013年4月12日，发行人召开第一届监事会第三次会议，全体监事出席会议，审议通过《关于2012年度监事会工作报告的议案》、《关于2012年度财务决算报告的议案》、《关于2013年度财务预算方案的议案》、《关于按照上市公司有关规定修订监事会议事规则的议案》、《关于公司2010年度、2011年度及2012年度财务报告的议案》、《关于公司内部控制自我评价报告的议案》、《关于对公司报告期内的关联交易予以确认的议案》等7个议案。

（4）2013年8月28日，发行人召开第一届监事会第四次会议，全体监事出席会议，审议通过《关于审议公司三年及一期财务报告的议案》、《关于审议内部控制自我评价报告的议案》、《关于对公司报告期内的关联交易予以确认的议案》等3个议案。

（5）2014年2月17日，发行人召开第一届监事会第五次会议，全体监事出席，审议通过《关于2013年度监事会工作报告的议案》、《关于2013年度财务决算报告的议案》、《关于2013年度财务预算方案的议案》、《关于公司2011年度、2012年度及2013年度财务报告的议案》、《关于公司内部控制自我评价报告的议案》、《关于对公司报告期内的关联交易予以确认的议案》等6个议案。

(6) 2014年8月5日，发行人召开第一届监事会第六次会议，全体监事出席，审议通过《关于公司2011-2013年度及2014年1-6月财务报告的议案》、《关于公司内部控制自我评价报告的议案》、《关于对公司2014年1-6月的关联交易予以确认的议案》等3个议案。

(7) 2015年2月5日，发行人召开第一届监事会第七次会议，全体监事出席，审议通过《关于2014年度监事会工作报告的议案》、《关于2014年度财务决算报告的议案》、《关于2015年度财务预算方案的议案》、《关于公司2012年度、2013年度及2014年度财务报告的议案》、《关于公司内部控制自我评价报告的议案》、《关于对公司2014年的关联交易予以确认的议案》等5个议案。

(8) 2015年3月24日，发行人召开第一届监事会第八次会议，全体监事出席，审议通过《关于选举公司第二届监事会监事的议案》。

(9) 2015年4月20日，发行人召开第二届监事会第一次会议，全体监事出席，审议通过《关于选举公司第二届监事会主席的议案》，选举叶激艇先生为第二届监事会主席。

(10) 2015年8月18日，发行人召开第二届监事会第二次会议，全体监事出席，审议通过《关于公司2012-2014年度及2015年1-6月财务报告的议案》、《关于公司内部控制自我评价报告的议案》、《关于对公司2015年1-6月的关联交易予以确认的议案》等3个议案。

(11) 2016年2月16日，发行人召开第二届监事会第三次会议，全体监事出席，审议通过《关于2015年度监事会工作报告的议案》、《关于2015年度财务决算报告的议案》、《关于2016年度财务预算方案的议案》、《关于公司2013年度、2014年度及2015年度财务报告的议案》、《关于公司内部控制自我评价报告的议案》、《关于对公司2015年的关联交易予以确认的议案》等6个议案。

（四）独立董事制度的建立健全及运行情况

1、独立董事选举情况

为进一步完善法人治理结构，改善董事会结构，强化对内部董事及经理层的约束和监督机制，保护中小股东及债权人的利益，促进公司的规范运作，公司建立了独立董事制度。2012年4月8日，公司召开创立大会，选举傅毅辉先生、徐珊先生、林涛先生为公司第一届董事会独立董事。2013年1月25日，公司

召开2013年第一次临时股东大会，同意傅毅辉先生辞任独立董事，并选举张韶华为独立董事。2015年4月20日，公司召开2015年第一次临时股东大会，选举张韶华先生、徐珊先生、林涛先生为第二届董事会独立董事。本公司独立董事分别担任了提名委员会、薪酬与考核委员会及审计委员会的主任委员。

本公司的独立董事能满足相关法律、法规及《公司章程》规定的独立性要求。公司董事会、监事会、单独或者合并持有公司已发行股份1%以上的股东可以提出独立董事候选人，并经股东大会选举决定。独立董事每届任期与公司其他董事任期相同，任期届满，连选可以连任，但是连任时间不得超过六年。

2、独立董事制度安排

本公司根据《公司法》及《公司章程》的有关规定，并参照中国证监会颁布的《关于在上市公司建立独立董事制度的指导意见》和《上市公司治理准则》，于2012年4月8日制定了《独立董事工作制度》，对独立董事任职条件、选聘、任期、职责、工作条件等作了详细的规定，符合上市公司治理的规范性文件要求，且与该等规范性文件的要求不存在实质差异。独立董事负有诚信与勤勉义务，独立履行职责，维护公司整体利益。

3、独立董事履行职责情况

本公司建立独立董事制度后，对完善公司治理结构起了良好的促进作用。公司董事会做出重大决策前，向独立董事提供足够的材料，充分听取独立董事的意见。

本公司独立董事任职以来均能够勤勉尽责，严格按照有关法律、法规和《公司章程》勤勉尽职地履行职权，对需要独立董事发表意见的事项发表了专项意见，对完善本公司治理结构和规范本公司运作，促进公司关联交易决策公平、公正、公允性，谨慎把握募集资金投资项目、经营管理、发展方向及发展战略的选择方面起到了良好的作用：

（1）2012年4月11日，独立董事就发行人预计的2012年度关联交易发表了独立意见：公司预计的2012年度关联交易是在关联方平等协商的基础上按照市场原则进行的，不存在损害公司及其他股东利益的情形，2012年拟发生的关联交易是合理且必要的，有利于公司发展。

（2）2012年11月29日，独立董事就发行人台湾子公司收购台湾金鸿景有限公司存货资产事项发表了独立意见：本次关联交易的表决程序符合《公司法》及

公司章程等有关规定，交易定价客观公允，交易条件及付款安排公平合理，该交易不存在损害本公司及其股东特别是中小股东利益的情形，有利于本公司的长远发展，同意本次关联交易。

（3）2012年12月3日，独立董事就欣贺（澳门）服饰一人有限公司拟向孙瑞鸿先生借款200万美元事项发表了独立意见：澳门子公司向孙瑞鸿先生借款的行为属于公司与关联方的经济行为，该经济行为有利于增强公司持续盈利能力，对增加公司销售收入与提高股东回报有积极的作用，符合公司正常经营管理需要；本次关联交易定价原则公平合理，不存在损害本公司及其股东特别是中小股东利益的情形。在审议此项关联交易时，关联董事孙孟慧女士、卓建荣先生回避了表决，表决程序符合有关法律法规的规定。

（4）2013年1月9日，独立董事就补选公司董事、更换公司独立董事的事项发表了独立意见：

①补选公司董事：根据股东欣贺国际有限公司的提名，补选孙瑞鸿先生担任公司第一届董事会董事，提名和表决程序符合有关法律法规及《公司章程》的规定，合法、有效。经审阅董事候选人的个人简历等资料，认为董事候选人具备履行董事职责的任职条件；任职资格不存在《公司法》第147、149条规定的情形，符合《公司法》、《公司章程》等有关规定。同意股东欣贺国际有限公司提名孙瑞鸿先生为董事候选人，该提案尚需提交公司股东大会审议。

②更换公司独立董事：根据董事会提名委员会的提名，更换张韶华先生接替傅毅辉先生担任公司第一届董事会独立董事、董事会专门委员会相关职务，提名和表决程序符合有关法律法规及《公司章程》的规定，合法、有效。经审阅独立董事候选人的个人简历等资料，认为独立董事候选人具备履行独立董事职责的任职条件及工作经验；任职资格不存在《公司法》第147、149条规定的情形，符合《公司法》、《公司章程》等有关规定。同意董事会提名张韶华先生为独立董事候选人及担任董事会专门委员会相关职务，该提案尚需提交公司股东大会审议。

（5）2013年4月12日，独立董事就公司最近三年的关联交易、继续聘请大华会计师事务所担任审计机构的事项发表了独立意见：

①关联交易：公司三年内发生的关联交易均由公司与交易对方协商一致，

符合公司日常经营业务需要而进行的，前述关联交易符合公司和全体股东的利益，不存在损害公司及其他股东利益的情况。公司三年内不存在控股股东及关联方违规占用公司资金的情况。

②建议公司继续聘请大华会计师事务所（特殊普通合伙）担任公司2013年度财务审计机构。

（6）2014年2月17日，独立董事就公司报告期内的关联交易、继续聘请大华会计师事务所担任公司2014年度财务审计机构的事项发表了独立意见：

①关联交易：公司报告期内发生的关联交易均由公司与交易对方协商一致，符合公司日常经营业务需要而进行的，前述关联交易符合公司和全体股东的利益，不存在损害公司及其他股东利益的情况。公司报告期内不存在控股股东及关联方违规占用公司资金的情况。

②建议公司继续聘请大华会计师事务所（特殊普通合伙）担任公司2014年度财务审计机构。

（7）2014年8月5日，独立董事对公司2014年上半年关联交易事项发表了独立意见：

公司2014年上半年（2014年1月1日至2014年6月30日）发生的关联交易均由公司与交易对方协商一致，符合公司日常经营业务需要而进行的，前述关联交易符合公司和全体股东的利益，不存在损害公司及其他股东利益的情况。公司2014年上半年不存在控股股东及关联方违规占用公司资金的情况。

（8）2015年2月5日，独立董事对公司2014年关联交易事项发表了独立意见：

公司2014年发生的关联交易均由公司与交易对方协商一致，符合公司日常经营业务需要而进行的，前述关联交易符合公司和全体股东的利益，不存在损害公司及其他股东利益的情况。公司2014年不存在控股股东及关联方违规占用公司资金的情况。

（9）2015年3月24日，独立董事对公司选举第二届董事会董事发表了独立意见：一、根据公司董事会的提名，选举罗永晖、孙瑞鸿、孙孟慧、卓建荣、黄晗跻、王斌为公司第二届董事会董事，选举张韶华、徐珊、林涛为公司第二届董事会独立董事，提名和表决程序符合有关法律法规及《公司章程》的规定，合法、有效。二、经审阅董事候选人的个人简历等资料，认为董事候选人具备履行董事职责的任职条件；任职资格不存在《公司法》第147、149条规定的情形，

符合《公司法》、《公司章程》等有关规定。其中，上述3名独立董事候选人具备中国证监会《关于在上市公司建立独立董事制度的指导意见》及有关规定所要求的独立性，且均已取得独立董事任职资格证书，具备担任公司独立董事的资格。

三、同意公司董事会的提名选举罗永晖、孙瑞鸿、孙孟慧、卓建荣、黄晗跻、王斌为公司第二届董事会董事，选举张韶华、徐珊、林涛为公司第二届董事会独立董事，该提案尚需提交公司股东大会审议。

（10）2015年4月20日，独立董事对公司选举第二届董事董事长发表了独立意见：一、根据公司董事会的提名，选举罗永晖先生为公司第二届董事会董事长，提名和表决程序符合有关法律法规及《公司章程》的规定，合法、有效。二、同意公司董事会的提名选举罗永晖先生为公司第二届董事会董事长。（11）2015年4月20日，独立董事对公司聘任高级管理人员发表了独立意见：一、根据公司第二届董事会专门委员会的提名，聘任罗永晖先生为公司总经理（总裁），卓建荣先生、陈国汉先生为公司副总经理（副总裁），郑仁贵先生为公司董事会秘书，朱晓峰先生为公司证券事务代表，陈国汉先生为公司财务总监，王碧黛女士为公司采购审核总监。提名和表决程序符合有关法律法规及《公司章程》的规定，合法、有效。二、同意聘任罗永晖先生为公司总经理（总裁），卓建荣先生、陈国汉先生为公司副总经理（副总裁），郑仁贵先生为公司董事会秘书，朱晓峰先生为公司证券事务代表，陈国汉先生为公司财务总监，王碧黛女士为公司采购审核总监。

（12）2015年8月18日，独立董事对公司2015年1-6月关联交易事项发表了独立意见：

公司2015年1-6月发生的关联交易均由公司与交易对方协商一致，符合公司日常经营业务需要而进行的，前述关联交易符合公司和全体股东的利益，不存在损害公司及其他股东利益的情况。公司2015年1-6月不存在控股股东及关联方违规占用公司资金的情况。

（13）2016年2月16日，独立董事对公司2015年度关联交易事项发表了独立意见：

公司2015年度发生的关联交易均由公司与交易对方协商一致，符合公司日常经营业务需要而进行的，前述关联交易符合公司和全体股东的利益，不存在损害公司及其他股东利益的情况。公司2015年度不存在控股股东及关联方违规占用公

司资金的情况。

（14）2016年3月16日，独立董事就公司更换董事事项发表了独立意见：

根据股东L Capital Xiamen Fashion Ltd.的提名，更换Ong Yew Thiong Gilbert（王有忠）先生接替黄晗跻先生担任公司第二届董事会董事、薪酬与考核委员会委员，提名和表决程序符合有关法律法规及《公司章程》的规定，合法、有效；经审阅董事候选人的个人简历等资料，认为董事候选人具备履行董事职责的任职条件；任职资格不存在《公司法》第147、149条规定的情形，符合《公司法》、《公司章程》等有关规定；同意股东L Capital Xiamen Fashion Ltd.提名Ong Yew Thiong Gilbert（王有忠）先生为董事候选人，该提案尚需提交公司股东大会审议。

（五）董事会秘书制度的建立健全及运行情况

公司董事会设董事会秘书一名。董事会秘书是公司高级管理人员，对董事会负责。董事会秘书负责公司股东大会和董事会会议的筹备、文件保管以及公司股东资料管理，办理公司上市后的信息披露事务等事宜。

公司于2012年4月8日召开的公司第一届董事会第一次会议审议并通过了《董事会秘书工作细则》。2012年8月14日，公司召开第一届董事会第三次会议，聘任郑仁贵先生为董事会秘书。2015年4月20日，公司召开第二届董事第一次会议，聘任郑仁贵先生为董事会秘书。

本公司董事会秘书自任职以来，严格按照《公司法》、《公司章程》和《董事会秘书工作细则》的规定，认真履行了各项职责，在完善公司法人治理结构、董事、监事及其他高级管理人员证券知识培训、与监管部门交流沟通等事宜中发挥了重要的作用。

（六）董事会专门委员会的设置及运行情况

2012年4月8日，公司创立大会同意设立品牌与战略、审计、提名及薪酬与考核四个董事会专门委员会，其中：审计委员会委员由三名董事组成，其中独立董事二名，委员中至少有一名独立董事为专业会计人士，设主任委员一名，由独立董事担任。同日，公司召开第一届董事会第一次会议，审议通过了《董事会专门委员会工作细则》，并选举产生了董事会四个专门委员会的委员。截至本

招股说明书签署日，公司董事会四个专门委员会成员构成如下：

专门委员会名称	主任委员	委员
品牌与战略委员会	罗永晖	林涛、张韶华
审计委员会	徐珊	张韶华、王斌
提名委员会	林涛	张韶华、罗永晖
薪酬与考核委员会	张韶华	林涛、Ong Yew Thiong Gilbert (王有忠)

注：徐珊为会计专业人士

1、品牌与战略委员会

品牌与战略委员会的主要职责权限为：（1）对公司长期发展战略规划以及技术和产品的发展方向进行研究并提出建议；（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）对以上事项的实施进行检查；（6）董事会授权的其他事宜。

报告期内公司品牌与战略委员会的召开情况如下：

序号	会议	召开时间	会议内容
1	第一届董事会品牌与战略委员会第一次会议	2013年4月12日	批准《关于公司首次公开发行人民币普通股（A）股股票并上市的议案》
2	第一届董事会品牌与战略委员会第二次会议	2014年2月17日	通过《关于修订〈关于公司首次公开发行人民币普通股（A）股股票并上市的议案〉》

2、审计委员会

审计委员会的主要职责权限为：（1）提出聘请或更换外部审计机构及其报酬的建议；（2）指导公司内部审计工作；（3）监督公司的内部审计制度及其实施；（4）负责内部审计与外部审计之间的沟通；（5）审核公司的财务信息及其披露；（6）审查公司内控制度，对重大关联交易进行审计；（7）对公司募集资金投向及管理、使用进行审查；（8）对公司重大投资项目的投资情况进行审查监督；（9）对公司高级管理人员履行职务行为进行审查监督；（10）公司董事会授予的其他事宜；（11）配合监事会的监事审计活动。

报告期内公司审计委员会的召开情况如下：

序号	会议	召开时间	会议内容
1	第一届董事会审计委员会第一次会议决议	2012年4月27日	1、审议通过公司审计部提交的2012年度内部审计工作计划； 2、提请公司管理层尽快按照上市公司的相关要求，配备具有专业知识的审计人员并按审计计划开展工作
2	第一届董事会审计委员会第二次会议	2013年4月12日	1、同意将经大华会计师事务所（特殊普通合伙）审计后的财务报告提交董事会审议； 2、同意提议继续聘请大华会计师事务所（特殊普通合伙）担任公司2013年度财务审计机构； 3、同意审计部门提交的《2012年度内部审计工作总结及2013年度内部审计计划》； 4、确认公司在2012年度有效执行公司结合自身经营特点制定的一系列内部控制的规章制度，保证了公司经营管理的正常进行，公司内部控制不存在重大缺陷或重大风险。
3	第一届董事会审计委员会第三次会议	2013年8月23日	1、同意将经大华会计师事务所（特殊普通合伙）审计后的财务报告提交董事会审议； 2、公司内部控制不存在重大缺陷或重大风险，同意将公司编制的《内部控制自我评价报告》提交董事会审议。
4	第一届董事会审计委员会第四次会议	2014年2月17日	1、同意将经大华会计师事务所（特殊普通合伙）审计后的财务报告提交董事会审议。 2、同意提议公司继续聘请大华会计师事务所（特殊普通合伙）担任公司2014年度财务审计机构，审计费用根据审计业务量决定。 3、同意审计部门提交的《2013年度内部审计工作总结及2014年度内部审计工作计划》。 4、公司在2013年度有效执行公司结合自身经营特点制定的一系列内部控制的规章制度，保证了公司经营管理的正常进行，公司内部控制不存在重大缺陷或重大风险。
5	第一届董事会审计委员会第五次会议	2014年8月5日	1、同意将经大华会计师事务所（特殊普通合伙）审计后的财务报告提交董事会审议。 2、公司在2014年上半年有效执行公司结合自身经营特点制定的一系列内部控制的规章制度，保证了公司经营管理的正常进行，公司内部控制不存在重大缺陷或重大风险。
6	第一届董事会审计委员会第六次会议	2015年2月5日	1、同意将经大华会计师事务所（特殊普通合伙）审计后的财务报告提交董事会审议。 2、同意提议公司继续聘请大华会计师事务所（特殊普通合伙）担任公司2015年度财务审计机构，审计费用根据审计业务量决定。

序号	会议	召开时间	会议内容
			3、同意审计部门提交的《2014年度内部审计工作总结及2015年度内部审计工作计划》。 4、公司在2014年度有效执行公司结合自身经营特点制定的一系列内部控制的规章制度，保证了公司经营管理的正常进行，公司内部控制不存在重大缺陷或重大风险。
7	第二届董事会审计委员会第一次会议	2015年8月18日	1、同意将经大华会计师事务所（特殊普通合伙）审计后的财务报告提交董事会审议。 2、公司在2015年上半年有效执行公司结合自身经营特点制定的一系列内部控制的规章制度，保证了公司经营管理的正常进行，公司内部控制不存在重大缺陷或重大风险。
8	第二届董事会审计委员会第二次会议	2016年2月16日	1、同意将经大华会计师事务所（特殊普通合伙）审计后的财务报告提交董事会审议。 2、同意提议公司继续聘请大华会计师事务所（特殊普通合伙）担任公司2016年度财务审计机构，审计费用根据审计业务量决定。 3、同意审计部门提交的《2015年度内部审计工作总结及2016年度内部审计工作计划》。 4、公司在2015年度有效执行公司结合自身经营特点制定的一系列内部控制的规章制度，保证了公司经营管理的正常进行，公司内部控制不存在重大缺陷或重大风险。

3、提名委员会

提名委员会的主要职责权限为：（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）对董事候选人和须提请董事会聘任的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。

报告期内公司提名委员会的召开情况如下：

序号	会议	召开时间	会议内容
1	第一届董事会提名委员会第一次会议	2012年8月4日	提名郑仁贵为公司董事会秘书候选人
2	第一届董事会提名委员会第二次会议	2013年1月4日	1、提名张韶华为公司第一届董事会独立董事候选人； 2、提名孙瑞鸿为公司第一届董事会董事候选人。
3	第一届董事会提名委员会第三次会议	2015年3月18日	1、同意提名罗永晖、孙瑞鸿、孙孟慧、卓建荣、黄晗跻、王斌为公司第二届董事会董事候选人；

			<p>2、同意提名张韶华、徐珊、林涛为公司第二届董事独立董事候选人；</p> <p>3、经审阅上述被提名人的个人简历等相关资料，均不存在《公司法》第 147 条规定的情况，任职资格符合《公司法》、《公司章程》及《欣贺股份有限公司独立董事工作制度》中的有关规定，且未被中国证监会及相关法规确定为市场禁入者，也未受到证券交易所的任何惩戒或惩罚。</p>
4	第二届董事会提名委员会第一次会议	2015 年 4 月 20 日	<p>1、同意提名罗永晖先生为公司总经理（总裁）；</p> <p>2、同意提名卓建荣先生、陈国汉先生为公司副总经理（副总裁）；</p> <p>3、同意提名郑仁贵先生为公司董事会秘书，朱晓峰先生为公司证券事务代表；</p> <p>4、同意提名陈国汉先生为公司财务总监；</p> <p>5、同意提名王碧黛女士为公司采购审核总监。</p>
5	第二届董事会提名委员会第二次会议	2016 年 3 月 16 日	<p>1、经审阅 Ong Yew Thiong Gilbert（王有忠）先生的个人简历等相关资料，其不存在《公司法》第 147 条规定的情况，任职资格符合《公司法》、《欣贺股份有限公司章程》等有关规定。</p> <p>2、同意 L Capital Xiamen Fashion Ltd.提名 Ong Yew Thiong Gilbert（王有忠）先生为公司第二届董事会董事，提请董事会审议。</p> <p>3、同意提名 ONG YEW THIONG, GILBERT(王有忠)先生为第二届董事会薪酬与考核委员会委员，提请董事会审议。</p>

4、薪酬与考核委员会

薪酬与考核委员会的主要职责权限为：（1）根据董事及高级管理人员管理岗位的主要范围、职责、重要性以及其他相关企业相关岗位的薪酬水平制定薪酬计划或方案；（2）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；（3）审查公司董事（非独立董事）及高级管理人员的履行职责情况并对其进行年度绩效考评；（4）负责对公司薪酬制度执行情况进行监督；（5）董事会授权的其他事宜。（6）薪酬与考核委员会提出的公司董事的薪酬计划，须报经董事会同意后，提交股东大会审议通过后方可实施；公司经理人员的薪酬分配方案须报董事会批准。（7）董事会有权否决对损害股东利益的薪酬计划或方案。

自本公司设立各专门委员会以来，各专门委员会依照有关法律、法规和《公司章程》勤勉尽职地履行职权，依法对需要其发表意见的事项发表了意见，在公

司的战略发展、财务规范、内部控制、人才培养、人员激励等方面起到了积极的作用，为完善公司治理结构、提升公司规范运行水平、提高公司竞争力发挥了积极的作用。

报告期内公司薪酬与考核委员会的召开情况如下：

序号	会议	召开时间	会议内容
1	第一届董事会薪酬与考核委员会第一次会议	2013年4月12日	提议公司尽快研究制定《董事及高级管理人员的薪酬及绩效考核管理办法》，并提交董事会审议通过。
2	第一届董事会薪酬与考核委员会第二次会议	2014年2月17日	1、2013年度公司董事（非独立董事）及高级管理人员较好地履行了各自的职责，较好地完成了各项工作。 2、提议公司根据行业和企业具体情况，参考外部专业中介意见，进一步研究、制定、完善《董事及高级管理人员的薪酬及绩效考核管理办法》草案。
3	第一届董事会薪酬与考核委员会第三次会议	2014年12月12日	1、通过公司经营管理层的努力，公司超额完成了第一届董事会第十二次会议审议通过的“2014年度财务预算”目标。 2、为了有效调动公司董事及高级管理人员的积极性和创造性，统一公司与高级管理人员之间的价值目标和追求，提议公司对参与经营管理的董事及高级管理人员进行奖励。

二、公司报告期内违法违规情况说明

公司已依法建立健全股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书工作制度。报告期内，发行人及其董事、监事和高级管理人员严格按照相关法律法规及《公司章程》的规定开展经营，不存在重大违法违规行为，也未受到国家行政及行业主管部门的重大处罚。

1、发行人受到消防部门的行政处罚

2013年1月15日，湖里区公安消防大队对公司位于湖里大道95号鸿展大厦的办公场所进行监督检查，发现公司存在如下情形：1）堵塞疏散通道；2）疏散指示标志设置不符合标准。2013年2月16日，湖里区公安消防大队向公司出具《公安行政处罚决定书》（湖公（消）决字【2013】第0014号），决定对公司罚款10,000元。

2014年1月20日，厦门市湖里区公安消防大队出具《证明》，确认“欣贺公

司被处罚的上述违法行为尚不构成重大火灾隐患，不属于重大违法行为且及时整改完毕，并按时缴清了全部罚款。该行政处罚，不会对欣贺公司的正常生产、经营构成障碍。除前述事项外，欣贺公司2011年1月1日至本证明出具之日在本大队不存在其他行政处罚记录。”

2、欣贺澳门受到澳门特别行政区政府劳工事务局处罚

2015年2月27日，欣贺澳门收到《澳门特别行政区政府劳工事务局通知书（缴付罚款）》，因欣贺澳门安排一名外地雇员从事非属于彼等获许从事的职业活动，构成一项行政违法行为，故被科处澳门币伍仟元的罚款。欣贺澳门于2015年3月16日缴付了上述罚款。

根据澳门律师力图律师事务所于2015年8月20日出具的法律意见书，该等处罚属于较轻处罚，该等罚金对欣贺澳门的经营和收入等各方面并不构成影响。故欣贺澳门受到澳门特别行政区政府劳工事务局处罚不构成情节严重的重大违法行为。

3、发行人受到上海市杨浦区市场监督管理局处罚

2016年1月27日，上海市杨浦区市场监督管理局向发行人下发了《行政处罚决定书》（杨市监案处字[2016]第100201510631号），由于JORYA型号为“G1280101/400MM”的背提包经上海市皮革质量监督检验站出具的编号为“153ZJ08027”的检验报告显示为不合格，对发行人没收3,199元违法所得并处以48,990元的罚款。

2016年3月1日，上海市杨浦区市场监督管理局出具证明，证明针对上述产品质量问题，发行人已进行了整改，包括将产品下架、对已销售产品做退货处理且销毁全部不合格产品，承诺该款不合格产品不再流入市场，并缴纳了相应罚款，认为发行人被处罚的上述产品质量问题不属于重大违法违规行为，且已及时整改完毕并按时缴清了全部罚款。

三、公司报告期内资金占用和对外担保情况

本公司的《公司章程》、《对外担保管理制度》中已明确对外担保的审批权限和审议程序，报告期内公司不存在为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业进行违规担保的情形。

发行人执行严格的资金管理制度，报告期内发行人不存在资金被控股股

东、实际控制人及其控制的其他企业以借款、代偿债务、代垫款项或者其他方式占用的情形。报告期内，公司与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业的资金往来情况详见本招股说明书“第七节同业竞争与关联交易”之“三、关联交易”部分相关内容。

四、公司管理层对内部控制的评价及注册会计师意见

（一）公司管理层对内部控制的自我评估意见

公司管理层对公司的内控制度进行了自查和评估后认为：公司现有的内部控制制度基本健全，能够满足公司管理的要求及各项业务活动正常运行；能够保证内部控制体系有效执行；能够对公司的财务报告的真实性、公允性提供合理保证；能够符合我国有关法规和监管部门的要求。

（二）注册会计师对发行人内部控制制度的鉴证意见

大华会计师事务所（特殊普通合伙）于2016年2月16日出具了《内部控制鉴证报告》（大华核字[2016]000220）认为：公司按照《内部会计控制规范-基本规范（试行）》和相关规定于2015年12月31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

以下引用的财务数据，非经特别说明，均依据公司经大华会计师事务所（特殊普通合伙）审计的财务报告。本公司提醒投资者关注本招股说明书所附财务报告和审计报告全文，以获取全部的财务资料。

（本节内若无特别注明，表格金额货币单位为人民币元）

一、审计意见类型及会计报表编制基础

（一）注册会计师审计意见

本公司聘请大华会计师事务所（特殊普通合伙）对本公司2015年12月31日、2014年12月31日、2013年12月31日的合并及母公司资产负债表，2015年度、2014年度、2013年度的合并及母公司利润表、现金流量表、所有者权益变动表以及财务报表附注进行了审计。发行人会计师对以上财务报表出具了大华审字[2016] 000675号标准无保留意见的审计报告，审计意见如下：“我们认为，欣贺公司财务报表，在所有重大方面按照企业会计准则的规定编制，公允反映了欣贺公司2015年12月31日、2014年12月31日、2013年12月31日的合并及母公司财务状况以及2015年度、2014年度、2013年度的合并及母公司的经营成果和现金流量”。

（二）财务报表编制基础

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”），在此基础上，结合中国证券监督管理委员会《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》（2014年修订）进行确认和计量，编制财务报表。

二、合并财务报表范围及变化情况

（一）合并报表范围

子公司名称	注册地	注册资本	实质上构成对子公司净投资的其他项目余额	经营范围	持股比例(%)	纳入合并范围时间
欣贺澳门	澳门	80万澳门币	1,000万美元	服饰、箱包、眼镜等销售	100	2011年10月至今
欣贺香港	香港	1万港币	300万美元	服饰、箱包、眼镜等销售	100	2012年6月至今
欣贺台湾	台湾	7,382.25万新台币	252万美元	服饰、箱包、眼镜等销售	100	2012年10月至今

（二）报告期内合并报表范围发生变更的内容及原因

报告期内合并报表范围未发生变化。

三、财务报表

（一）合并财务报表

1、合并资产负债表

项目	2015-12-31	2014-12-31	2013-12-31
流动资产：			
货币资金	1,022,514,695.11	1,145,217,297.23	814,293,975.12
应收票据	40,980,000.00	1,500,000.00	25,000,000.00
应收账款	56,508,619.08	65,848,580.03	64,644,825.13
预付款项	17,475,284.11	21,096,970.78	18,755,965.72
应收利息	25,959,133.33	13,268,752.62	1,709,704.11
其他应收款	54,614,089.28	59,284,324.71	54,353,396.64
存货	371,320,095.74	366,761,858.94	394,358,664.74
一年内到期的非流动资产	—	—	—
其他流动资产	—	—	—
流动资产合计	1,589,371,916.65	1,672,977,784.31	1,373,116,531.46
非流动资产：			
长期股权投资	—	—	—

项目	2015-12-31	2014-12-31	2013-12-31
固定资产	111,437,180.63	113,347,358.52	125,886,633.66
在建工程	152,280,684.39	58,579,694.11	26,280,791.64
工程物资	3,128,496.33	2,223,666.50	1,753,833.01
固定资产清理	—	—	—
无形资产	99,882,362.64	102,347,639.74	98,765,056.39
长期待摊费用	88,388,653.13	89,331,643.63	86,935,577.46
递延所得税资产	88,879,053.45	101,258,545.60	104,046,686.62
其他非流动资产	—	—	—
非流动资产合计	543,996,430.57	467,088,548.10	443,668,578.78
资产总计	2,133,368,347.22	2,140,066,332.41	1,816,785,110.24
流动负债：			
短期借款	—	—	—
应付票据	2,510,269.11	2,439,243.25	2,584,220.43
应付账款	109,843,136.90	102,389,464.78	81,125,959.42
预收款项	36,608,655.87	34,510,010.73	30,400,079.11
应付职工薪酬	95,201,047.88	87,906,824.61	70,412,384.19
应交税费	38,845,193.36	84,753,066.14	93,660,663.19
应付股利	—	—	12,320,000.00
其他应付款	90,420,559.74	113,356,726.26	141,776,848.79
一年内到期的非流动 负债	6,957,800.00	7,251,800.00	—
其他流动负债	—	—	—
流动负债合计	380,386,662.86	432,607,135.77	432,280,155.13
非流动负债：			
长期借款	—	—	—
应付债券	—	—	—
长期应付款	—	—	—
专项应付款	—	—	—
预计负债	—	-	—
递延收益	—	—	—
递延所得税负债	—	—	—
其他非流动负债	—	—	—
非流动负债合计	—	—	—

项目	2015-12-31	2014-12-31	2013-12-31
负债合计	380,386,662.86	432,607,135.77	432,280,155.13
股东权益：	—		
股本	320,000,000.00	320,000,000.00	320,000,000.00
其他权益工具	—	—	—
资本公积	463,382,086.73	463,382,086.73	463,382,086.73
其他综合收益	1,403,365.98	-3,878,062.47	-3,308,351.23
盈余公积	169,263,919.48	132,615,662.48	80,191,207.36
未分配利润	798,932,312.17	795,339,509.90	524,240,012.25
归属于母公司股东权益合计	1,752,981,684.36	1,707,459,196.64	1,384,504,955.11
少数股东权益	—	—	—
股东权益合计	1,752,981,684.36	1,707,459,196.64	1,384,504,955.11
负债和股东权益总计	2,133,368,347.22	2,140,066,332.41	1,816,785,110.24

2、合并利润表

项目	2015 年度	2014 年度	2013 年度
一、营业总收入	1,813,012,359.46	2,218,401,759.22	2,095,567,172.85
其中：营业收入	1,813,012,359.46	2,218,401,759.22	2,095,567,172.85
二、营业总成本	1,335,355,912.92	1,514,652,457.30	1,625,103,590.41
其中：营业成本	386,455,767.01	492,909,789.95	536,998,155.77
营业税金及附加	25,847,903.32	33,394,437.90	29,294,769.17
销售费用	625,025,876.70	656,316,331.22	677,315,430.10
管理费用	161,379,804.76	177,147,944.93	159,969,828.02
财务费用	-24,040,598.93	-20,638,841.93	-9,374,855.74
资产减值损失	160,687,160.06	175,522,795.23	230,900,263.09
加：公允价值变动收益	—	—	—
投资收益	—	—	—
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	—	—	—
三、营业利润	477,656,446.54	703,749,301.92	470,463,582.44
加：营业外收入	11,434,495.92	10,430,105.65	17,245,567.48
其中：非流动资产处置利得	12,843.61	27,844.23	65,545.25

项目	2015 年度	2014 年度	2013 年度
减：营业外支出	1,607,809.67	1,414,744.75	132,586.36
其中：非流动资产处置损失	147,373.61	142,360.35	103,299.65
四、利润总额	487,483,132.79	712,764,662.82	487,576,563.56
减：所得税费用	127,242,073.52	181,240,710.05	124,619,842.39
五、净利润	360,241,059.27	531,523,952.77	362,956,721.17
其中：同一控制下企业合并产生的子公司年初至合并日的当期净利润	—	—	—
归属于母公司所有者的净利润	360,241,059.27	531,523,952.77	362,956,721.17
少数股东损益	—	—	—
六、其他综合收益	5,281,428.45	-569,711.24	-3,153,586.11
归属于母公司所有者的其他综合收益的税后净额	5,281,428.45	-569,711.24	-3,153,586.11
（一）以后不能重分类进损益的其他综合收益	—	—	—
（二）以后能重分类进损益的其他综合收益	5,281,428.45	-569,711.24	-3,153,586.11
其中：外币财务报表折算差额	5,281,428.45	-569,711.24	-3,153,586.11
归属于少数股东的其他综合收益的税后净额	—	—	—
七、综合收益总额	365,522,487.72	530,954,241.53	359,803,135.06
其中：归属于母公司所有者的综合收益总额	365,522,487.72	530,954,241.53	359,803,135.06
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	1.13	1.66	1.13
（二）稀释每股收益	—	—	—

3、合并现金流量表

项目	2015 年度	2014 年度	2013 年度
一、经营活动产生的现金流量：			
销售商品、提供劳务收到的现金	2,022,170,220.57	2,519,742,333.21	2,493,433,012.39
收到的税费返还	3,469.14	239,085.76	209,376.74
收到其他与经营活动有关的现金	40,047,504.31	37,419,935.42	49,910,883.44
经营活动现金流入小计	2,062,221,194.02	2,557,401,354.39	2,543,553,272.57
购买商品、接受劳务支付的现金	906,343,477.53	997,432,200.78	1,176,719,336.19
支付给职工以及为职工支付的现金	361,230,541.99	348,074,543.25	309,189,013.92
支付的各项税费	390,640,160.63	509,077,100.85	378,993,997.85
支付其他与经营活动有关的现金	40,331,475.37	41,662,222.08	44,835,740.90
经营活动现金流出小计	1,698,545,655.52	1,896,246,066.96	1,909,738,088.86
经营活动产生的现金流量净额	363,675,538.50	661,155,287.43	633,815,183.71
二、投资活动产生的现金流量：			
收回投资收到的现金	—	—	—
取得投资收益收到的现金	—	—	—
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	41,454.47	122,719.46	127,600.00
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	3,300,000.00	3,334,969.00	2,095,875.23
投资活动现金流入小计	3,341,454.47	3,457,688.46	2,223,475.23
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	167,807,361.59	108,712,901.62	94,868,930.00
投资支付的现金	—	—	—
支付其他与投资活动有关的现金	27,479,164.66	1,545,154.23	—
投资活动现金流出小计	195,286,526.25	110,258,055.85	94,868,930.00
投资活动产生的现金流量净额	-191,945,071.78	-106,800,367.39	-92,645,454.77
三、筹资活动产生的现金流量：			
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	—	—	—
取得借款所收到的现金	—	—	—
收到其他与筹资活动有关的现金	—	—	—
筹资活动现金流入小计	—	—	—
偿还债务支付的现金	—	—	—

项目	2015 年度	2014 年度	2013 年度
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	320,000,000.00	220,319,999.98	163,680,000.00
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	1,000,000.00	3,347,037.72	283,018.86
筹资活动现金流出小计	321,000,000.00	223,667,037.70	163,963,018.86
筹资活动产生的现金流量净额	-321,000,000.00	-223,667,037.70	-163,963,018.86
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	4,228,931.16	235,439.77	-2,338,594.44
五、现金及现金等价物净增加额	-145,040,602.12	330,923,322.11	374,868,115.64
加：期初现金及现金等价物余额	1,145,217,297.23	814,293,975.12	439,425,859.48
六、期末现金及现金等价物余额	1,000,176,695.11	1,145,217,297.23	814,293,975.12

（二）母公司财务报表

1、母公司资产负债表

项目	2015-12-31	2014-12-31	2013-12-31
流动资产：			
货币资金	955,099,968.90	1,074,550,746.82	749,130,857.35
应收票据	40,980,000.00	1,500,000.00	25,000,000.00
应收账款	55,930,803.19	65,106,729.31	66,611,489.87
预付款项	14,322,555.55	18,011,200.02	15,846,279.90
应收利息	25,959,133.33	13,268,752.62	1,709,704.11
其他应收款	51,578,196.18	56,498,234.28	51,542,457.09
存货	363,524,965.63	359,421,904.74	386,876,829.43
一年内到期的非流动资产	—	—	—
其他流动资产	—	—	—
流动资产合计	1,507,395,622.78	1,588,357,567.79	1,296,717,617.75
非流动资产：			
长期股权投资	97,795,986.00	97,795,986.00	97,795,986.00
固定资产	111,385,998.08	113,278,815.12	125,791,789.81
在建工程	152,280,684.39	58,579,694.11	26,280,791.64
工程物资	3,128,496.33	2,223,666.50	1,753,833.01
固定资产清理	—	—	—

项目	2015-12-31	2014-12-31	2013-12-31
无形资产	99,882,362.64	102,347,639.74	98,765,056.39
长期待摊费用	86,870,607.10	89,022,004.66	86,578,787.63
递延所得税资产	88,879,053.45	101,258,545.60	104,046,686.62
其他非流动资产	—	—	—
非流动资产合计	640,223,187.99	564,506,351.73	541,012,931.10
资产总计	2,147,618,810.77	2,152,863,919.52	1,837,730,548.85
流动负债：			
短期借款	—	—	—
应付账款	108,329,451.34	101,502,938.16	80,124,414.49
预收款项	36,455,911.41	34,397,086.33	31,111,011.17
应付职工薪酬	94,652,510.16	87,360,625.43	69,853,203.76
应交税费	38,994,826.39	83,651,164.80	93,476,060.41
应付股利	—	—	12,320,000.00
其他应付款	90,207,029.95	113,161,593.25	141,551,698.70
一年内到期的非流动负债	6,957,800.00	7,251,800.00	—
其他流动负债	—	—	—
流动负债合计	375,597,529.25	427,325,207.97	428,436,388.53
非流动负债：			
长期借款	—	—	—
应付债券	—	—	—
长期应付款	—	—	—
专项应付款	—	—	—
预计负债	—	—	—
递延所得税负债	—	—	—
其他非流动负债	—	—	—
非流动负债合计	—	—	—
负债合计	375,597,529.25	427,325,207.97	428,436,388.53
股东权益：			
实收资本	320,000,000.00	320,000,000.00	320,000,000.00
资本公积	463,382,086.73	463,382,086.73	463,382,086.73
盈余公积	169,263,919.48	132,615,662.48	80,191,207.36
未分配利润	819,375,275.31	809,540,962.34	545,720,866.23

项目	2015-12-31	2014-12-31	2013-12-31
股东权益合计	1,772,021,281.52	1,725,538,711.55	1,409,294,160.32
负债和股东权益总计	2,147,618,810.77	2,152,863,919.52	1,837,730,548.85

2、母公司利润表

项目	2015 年度	2014 年度	2013 年度
一、营业收入	1,794,915,584.36	2,185,567,961.30	2,056,707,028.05
减：营业成本	390,497,397.94	496,557,924.34	538,148,213.67
营业税金及附加	25,847,903.32	33,394,437.90	29,294,769.17
销售费用	605,970,020.33	636,036,472.22	649,842,703.40
管理费用	159,045,238.37	174,887,762.17	157,593,524.56
财务费用	-24,929,463.73	-21,298,551.98	-10,173,779.06
资产减值损失	154,873,475.52	171,060,600.99	226,410,712.50
加：公允价值变动收益	—	—	—
投资收益	—	—	—
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	—	—	—
二、营业利润	483,611,012.61	694,929,315.66	465,590,883.81
加：营业外收入	11,402,876.32	10,390,815.34	17,243,716.86
其中：非流动资产处置利得	12,843.61	27,844.23	65,545.25
减：营业外支出	1,603,961.13	1,402,248.74	132,586.36
其中：非流动资产处置损失	147,373.61	140,988.02	103,299.65
三、利润总额	493,409,927.80	703,917,882.26	482,702,014.31
减：所得税费用	126,927,357.83	179,673,331.03	123,933,632.16
四、净利润	366,482,569.97	524,244,551.23	358,768,382.15
五、其他综合收益	—	—	—
六、综合收益总额	366,482,569.97	524,244,551.23	358,768,382.15

3、母公司现金流量表

项目	2015 年度	2014 年度	2013 年度
一、经营活动产生的现金流量：			
销售商品、提供劳务收到的现金	2,003,490,191.70	2,490,952,149.05	2,454,848,416.84

项目	2015 年度	2014 年度	2013 年度
收到的税费返还	—	141.43	—
收到其他与经营活动有关的现金	39,473,571.26	37,965,249.62	49,733,331.42
经营活动现金流入小计	2,042,963,762.96	2,528,917,540.10	2,504,581,748.26
购买商品、接受劳务支付的现金	887,118,115.58	980,068,408.70	1,153,837,452.17
支付给职工以及为职工支付的现金	357,226,707.07	343,733,045.74	304,356,287.22
支付的各项税费	389,096,943.69	508,275,131.84	378,957,826.32
支付其他与经营活动有关的现金	38,994,733.51	41,199,288.25	43,219,559.94
经营活动现金流出小计	1,672,436,499.85	1,873,275,874.53	1,880,371,125.65
经营活动产生的现金流量净额	370,527,263.11	655,641,665.57	624,210,622.61
二、投资活动产生的现金流量：			
收回投资收到的现金	—	—	—
取得投资收益收到的现金	—	—	—
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	41,454.47	122,719.46	127,600.00
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	3,300,000.00	3,334,969.00	2,095,875.23
投资活动现金流入小计	3,341,454.47	3,457,688.46	2,223,475.23
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	167,807,361.59	108,712,901.62	94,773,092.72
投资支付的现金	—	—	—
支付其他与投资活动有关的现金	27,469,279.00	1,538,979.00	—
投资活动现金流出小计	195,276,640.59	110,251,880.62	94,773,092.72
投资活动产生的现金流量净额	-191,935,186.12	-106,794,192.16	-92,549,617.49
三、筹资活动产生的现金流量：			
吸收投资收到的现金	—	—	—
取得借款收到的现金	—	—	—
收到其他与筹资活动有关的现金	—	—	—
筹资活动现金流入小计	—	—	—
偿还债务支付的现金	—	—	—
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	320,000,000.00	220,319,999.98	163,680,000.00
支付其他与筹资活动有关的现金	1,000,000.00	3,347,037.72	283,018.86
筹资活动现金流出小计	321,000,000.00	223,667,037.70	163,963,018.86

项目	2015 年度	2014 年度	2013 年度
筹资活动产生的现金流量净额	-321,000,000.00	-223,667,037.70	-163,963,018.86
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	619,145.09	239,453.76	-350,262.05
五、现金及现金等价物净增加额	-141,788,777.92	325,419,889.47	367,347,724.21
加：期初现金及现金等价物余额	1,074,550,746.82	749,130,857.35	381,783,133.14
六、期末现金及现金等价物余额	932,761,968.90	1,074,550,746.82	749,130,857.35

四、报告期内采用的主要会计政策和会计估计

（一）收入确认和计量的具体方法

1、销售商品收入的基本原则

公司已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购买方；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；收入的金额能够可靠地计量；相关的经济利益很可能流入企业；相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量时，确认商品销售收入实现。

2、销售商品收入的具体确认原则

报告期内，公司主营中、高端女装的设计、生产及销售，主要销售模式包括自营模式和经销模式，具体请参见本招股说明书“第六节业务与技术”之“四、公司的主要业务情况”之“（三）公司的经营模式”之“8、销售模式”。

经营模式		销售收入具体方式
自营模式	直营模式	公司与商场签订联营协议，由商场提供店铺并统一向顾客收取所售商品的款项，商场按协议约定比例扣除应得分成，本公司以商场收取的全部款项扣除商场应得分成后的余额作为销售额。公司与商场按月对账，收到商场结算清单核对无误后确认销售实现，公司将终端零售额扣除商场分成后的部分向商场开具销售发票并确认为收入。
	商场租赁专柜	公司租赁商场柜台销售公司产品，将所售商品交付给顾客并收取价款时，以向顾客收取的全部货款作为销售额确认销售收入。由公司自主收银或由商场代收银，商场代收银的，商场定期将代收款项划回公司。
管理商模式	商场联营专柜	公司与商场签订联营协议，同时公司与管理商签订品牌管理合同，将商场店委托管理商管理，由商场统一向顾客收取所售商品的款项，商场按协议约定比例扣除应得分成。公司与商场按月对账，收到商场结算清单核对无误后确认销售实现，将终端零售额扣除商场分成后的部分向商场开具销售发票并确认为收入。

经营模式		销售收入具体方式
		商场向公司支付货款，管理费由公司根据管理合同另行支付给管理商。
	商场租赁专柜	公司租赁商场柜台销售公司产品，同时公司与管理商签订品牌管理合同，将商场店委托管理商管理；公司将所售商品交付给顾客并收取价款时，以向顾客收取的全部货款作为销售额确认销售收入。由公司自主收银或由商场或管理商代收，商场或管理商代收的，定期将代收款项划回公司。管理费由公司根据管理合同另行支付给管理商。
	管理商联营店	公司与管理商签订合同，由管理商自行提供门店并对门店进行日常经营管理，双方按合同约定比例按终端销售额进行分成，公司不另行支付管理费。公司与管理商按月对账，收到管理商结算清单核对无误后确认销售实现，销售收入为销售金额扣除管理商分成后的余额。
经销模式		公司向经销商发出货物确认销售实现，并按经销协议价开具销售发票确认收入。
其他		包括展销、电子商务等，公司将商品交付给消费者，收取价款时确认销售收入实现。

对于销售产品同时授予VIP客户奖励积分的业务，本公司在销售产品的同时，将销售取得的货款或应收货款在本次商品销售产生的收入与奖励积分的公允价值之间进行分配，将取得的货款或应收货款扣除奖励积分公允价值的部分确认为收入、奖励积分的公允价值确认为递延收益。

VIP客户在本公司进行积分回馈活动兑换奖励积分或积分失效时，本公司将原计入递延收益的与所兑换积分或失效积分相关的部分确认为收入。

3、让渡资产使用权收入的确认原则

与交易相关的经济利益很可能流入企业，收入的金额能够可靠地计量时。分别下列情况确定让渡资产使用权收入金额：

（1）利息收入金额，按照他人使用本企业货币资金的时间和实际利率计算确定；

（2）使用费收入金额，按照有关合同或协议约定的收费时间和方法计算确定。

4、提供劳务收入的确认原则

在资产负债表日提供劳务交易的结果能够可靠估计的，采用完工百分比法确认提供劳务收入。提供劳务交易的完工进度，依据已完工作的测量确定。

按照已收或应收的合同或协议价款确定提供劳务收入总额，但已收或应收的合同或协议价款不公允的除外。资产负债表日按照提供劳务收入总额乘以完

工进度扣除以前会计期间累计已确认提供劳务收入后的金额，确认当期提供劳务收入；同时，按照提供劳务估计总成本乘以完工进度扣除以前会计期间累计已确认劳务成本后的金额，结转当期劳务成本。

在资产负债表日提供劳务交易结果不能够可靠估计的，分别下列情况处理：

（1）已经发生的劳务成本预计能够得到补偿的，按照已经发生的劳务成本金额确认提供劳务收入，并按相同金额结转劳务成本。

（2）已经发生的劳务成本预计不能够得到补偿的，将已经发生的劳务成本计入当期损益，不确认提供劳务收入。

（二）外币业务和外币报表折算

1、外币业务

外币业务交易在初始确认时，采用交易发生日的即期汇率作为折算汇率折合成人民币记账。

资产负债表日，外币货币性项目余额按资产负债表日即期汇率折算，由此产生的汇兑差额，除属于与购建符合资本化条件的资产相关的外币专门借款产生的汇兑差额按照借款费用资本化的原则处理外，均计入当期损益。以历史成本计量的外币非货币性项目，仍采用交易发生日的即期汇率折算，不改变其记账本位币金额。

以公允价值计量的外币非货币性项目，采用公允价值确定日的即期汇率折算，由此产生的汇兑差额计入当期损益或资本公积。如属于可供出售外币非货币性项目的，形成的汇兑差额计入其他综合收益。

2、外币财务报表的折算

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折算。按照上述折算产生的外币财务报表折算差额计入其他综合收益。现金流量表所有项目均按照现金流量发生日的即期汇率折算。汇率变动对现金的影响额作为调节项目，在现金流量表中“汇率变动对现金及现金等价物的影响”项目单独列示。

处置境外经营时，将资产负债表中所有者权益项目下列示的、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；部分处置境外经营的，按处置的比例计算处置部分的外币财务报表折算差额，转入处置当期损益。

（三）同一控制下和非同一控制下企业合并的会计处理方法

1、分步实现企业合并过程中的各项交易的条款、条件以及经济影响符合以下一种或多种情况，将多次交易事项作为一揽子交易进行会计处理：

- （1）这些交易是同时或者在考虑了彼此影响的情况下订立的；
- （2）这些交易整体才能达成一项完整的商业结果；
- （3）一项交易的发生取决于其他至少一项交易的发生；
- （4）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。

2、同一控制下的企业合并

（1）个别财务报表

公司以支付现金、转让非现金资产、承担债务方式或以发行权益性证券作为合并对价的，在合并日按照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。长期股权投资初始投资成本与支付合并对价之间的差额，调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收益。如果存在或有对价并需要确认预计负债或资产，该预计负债或资产金额与后续或有对价结算金额的差额，调整资本公积（资本溢价或股本溢价），资本公积不足的，调整留存收益。

对于通过多次交易最终实现企业合并的，属于一揽子交易的，将各项交易作为一项取得控制权的交易进行会计处理；不属于一揽子交易的，在取得控制权日，长期股权投资初始投资成本，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，调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收益。对于合并日之前持有的股权投资，因采用权益法核算或金融工具确认和计量准则核算而确认的其他综合收益，暂不进行会计处理，直至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进行会计处理；因采用权益法核算而确认的被投资单位净资产中除净损益、其他综合收益和利润分配以外的所有者权益其他变动，暂不进行会计处理，直至处置该项投资时转入当期损益。

合并发生的各项直接相关费用，包括为进行合并而支付的审计费用、评估费用、法律服务费用等，于发生时计入当期损益；与发行权益性工具作为合并对价直接相关的交易费用，冲减资本公积，资本公积不足冲减的，依次冲减盈余公积和未分配利润；与发行债务性工具作为合并对价直接相关的交易费用，作为计入债务性工具的初始确认金额。

被合并方存在合并财务报表，则以合并日被合并方合并财务报表中归属于母公司的所有者权益为基础确定长期股权投资的初始投资成本。

（2）合并财务报表

合并方在企业合并中取得的资产和负债，按照合并日在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计量。

对于通过多次交易最终实现企业合并的，属于一揽子交易的，将各项交易作为一项取得控制权的交易进行会计处理；不属于一揽子交易的，合并方在达到合并之前持有的长期股权投资，在取得日与合并方与被合并方同处于同一方最终控制之日孰晚日与合并日之间已确认有关损益、其他综合收益和其他所有者权益变动，分别冲减比较报表期间的期初留存收益或当期损益。

被合并各方采用的会计政策与本公司不一致的，本公司在合并日按照本公司会计政策进行调整，在此基础上按照企业会计准则规定确认。

3、非同一控制下的企业合并

对于非同一控制下的企业合并，合并成本为本公司在购买日为取得对被购买方的控制权而付出的资产、发生或承担的负债以及发行的权益性工具或债务性工具的公允价值。在合并合同中对可能影响合并成本的未来事项作出约定的，购买日如果估计未来事项很可能发生并且对合并成本的影响金额能够可靠计量的，也计入合并成本。

本公司为进行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相关管理费用，于发生时计入当期损益；本公司作为合并对价发行的权益性工具或债务性工具的交易费用，计入权益性工具或债务性工具的初始确认金额。

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。本公司对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，经复核后合并成本仍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，计入当期损益。

通过多次交换交易分步实现的非同一控制下企业合并，属于一揽子交易的，将各项交易作为一项取得控制权的交易进行会计处理；不属于一揽子交易的，区分个别财务报表和合并财务报表进行相关会计处理：

（1）在个别财务报表中，合并日之前持有的股权投资采用权益法核算的，以购买日之前所持被购买方的股权投资的账面价值与购买日新增投资成本之和，作为该项投资的初始投资成本；

合并日之前持有的股权投资采用金融工具确认和计量准则核算的，以该股权投资在合并日的公允价值加上新增投资成本之和，作为合并日的初始投资成本。原持有股权的公允价值与账面价值之间的差额以及原计入其他综合收益的累计公允价值变动应全部转入合并日当期的投资收益。

（2）在合并财务报表中，对于购买日之前持有的被购买方的股权，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等的，与其相关的其他综合收益等转为购买日所属当期投资收益。

（四）合并财务报表的编制方法

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（包括母公司所控制的单独主体）均纳入合并财务报表。

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。

合并财务报表以本公司及子公司的财务报表为基础，根据其他有关资料由本公司编制。

合并财务报表时抵销本公司与各子公司、各子公司相互之间发生的内部交易对合并资产负债表、合并利润表、合并现金流量表、合并股东权益变动表的影响。

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的份额的，其余部分仍应当冲减少数股东权益。

在报告期内，若因同一控制下企业合并增加子公司以及业务的，则调整合并资产负债表的期初数；将子公司以及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；将子公司以及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。

在报告期内，若因非同一控制下企业合并增加子公司以及业务的，则不调整合并资产负债表期初数；将子公司以及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；该子公司以及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。

在报告期内，本公司处置子公司以及业务，则该子公司以及业务期初至处置日的收入、费用、利润纳入合并利润表；该子公司以及业务期初至处置日的现金流量纳入合并现金流量表。

本公司因处置部分股权投资或其他原因丧失了对原有子公司控制权的，在合并财务报表中，对于剩余股权，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开始持续计算的净资产的份额之间的差额，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，应当在丧失控制权时转为当期投资收益。

（五）应收款项

1、单项金额重大的应收款项坏账准备的确认标准、计提方法：

单项金额重大并单项计提坏账准备的应收款项的确认标准：应收款项余额前五名；

单项金额重大的应收款项坏账准备的计提方法：单独进行减值测试，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，将其归入相应组合进行减值测试。

2、按组合计提应收款项坏账准备的确定依据、计提方法：

（1）信用风险特征组合的确定依据：

对于单项金额不重大的应收款项，与经单独测试后未减值的单项金额重大的应收款项一起按信用风险特征划分为若干组合，根据以前年度与之具有类似信用风险特征的应收款项组合的实际损失率为基础，结合现时情况确定应计提

的坏账准备。

确定组合的依据：

账龄分析法组合	本公司根据以往的历史经验对应收款项计提比例作出最佳估计，参考应收款项的账龄进行信用风险组合分类
其他组合	1、纳入合并范围的关联方组合 2、无风险组合：根据业务性质，向商场缴纳的各类保证金，认定为无信用风险

(2) 根据信用风险特征组合确定的计提方法

采用账龄分析法计提坏账准备：

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（含2年）	20%	20%
2—3年（含3年）	50%	50%
3年以上	100%	100%

采用其他方法计提坏账准备：

组合名称	计提方法说明
纳入合并范围的关联方组合	合并范围内关联企业之间的应收款项不计提坏账准备
无风险组合	对向商场缴纳的各类保证金形成的应收款项不计提坏账准备

3. 单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收款项

单项计提坏账准备的理由为：存在客观证据表明本公司将无法按应收款项的原有条款收回款项。

坏账准备的计提方法为：根据应收款项的预计未来现金流量现值低于其账面价值的差额进行计提。

4. 其他计提方法说明

除应收账款、其他应收款以外的应收款项，包括应收票据、预付账款和长期应收款，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。

(六) 存货

1、存货的分类

存货是指本公司在日常活动中持有以备出售的产成品或商品、处在生产过程中的在产品、在生产过程或提供劳务过程中耗用的材料和物料等。主要包括在途物资、原材料、周转材料、委托加工物资、在产品、自制半成品、产成品（库存商品、发出商品）等。

2、存货的计价方法

存货在取得时，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、存货可变现净值的确定依据及存货跌价准备的计提方法

期末对存货进行全面清查后，按存货的成本与可变现净值孰低提取或调整存货跌价准备。

（1）产成品（库存商品、发出商品）可变现净值的确定依据及存货跌价准备的计提方法

①公司自主品牌库存商品、发出商品可变现净值确定依据及存货跌价准备计提方法

根据公司制定的自有品牌营销策略，在销售当年新品的同时还会根据每年各大型节假日、商场促销活动及组织展销活动销售过季货品。一般情况下过季货品的销售价格都高于成本，但销售量远低于新品的数量，T年货品的销售量在未来三年即T+3年内销售数量呈逐年减少的状态，最终成为呆滞品，即可变现净值为0。

公司按照行业特点和库存实际销售情况，确定各年份过季货品在会计截止日无法对外实现销售的概率，作为对各年份过季货品按季计提存货跌价准备的比例的依据。对于产成品计提存货跌价准备的具体计提比例如下：

季节/年份		春季	夏季	秋季	冬季
T+0 年	3 月末				
	6 月末				
	9 月末	10%	10%		
	12 月末	30%	30%		
T+1 年	3 月末	45%	45%	10%	10%
	6 月末	60%	60%	30%	30%
	9 月末	80%	80%	45%	45%
	12 月末	85%	85%	60%	60%
T+2 年	3 月末	90%	90%	80%	80%
	6 月末	95%	95%	85%	85%
	9 月末	98%	98%	90%	90%
	12 月末	100%	100%	95%	95%

季节/年份		春季	夏季	秋季	冬季
T+3 年	3 月末			98%	98%
	6 月末			100%	100%
	9 月末				
	12 月末				

②公司代理品牌商品可变现净值确定依据及存货跌价准备计提方法

在正常代理经营过程中，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；预期公司将终止代理经营时，其可变现净值以代理合同约定被代理方回购价格为基础计算，若公司持有存货的数量多于被代理方回购数量的，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。

（2）原材料可变现净值的确定依据及存货跌价准备的计提方法

公司的原材料分为主料、辅料及共用布料。

本公司主料采购是先由设计师设计出各种款式的样衣，采购人员根据业务部门提供的订单量计量各款式相对应的主料并下达采购订单进行采购。根据历年生产情况的历史数据分析，过季主料通常绝大部分不再用于当季产品的生产，随着时间的推移，设计师对其不使用的概率逐渐增大，只有少量仍然用于生产。大部分过季的主料，在若干年后进行低价销售处理，可变现净值接近于0。

公司根据历年生产情况及各季主料的实际结存的历史数据，确定各年份过季主料在会计截止日不再用于生产的概率，作为对各年份过季主料按季计提存货跌价准备的比例的依据。对于过季主料计提存货跌价准备的具体计提比例如下：

季节/年份	T+0 年		T+1 年		T+2 年		T+3 年	
	6 月末	12 月末	6 月末	12 月末	6 月末	12 月末	6 月末	12 月末
皮料/布料		20%	30%	50%	80%	100%		

注：此处 T 代表购进原材料所要生产货品款式的年份。

公司的辅料及共用布料的使用不受服饰等产品过季的影响，因此不按上述比例计提存货跌价准备，按照账面成本与可变现净值孰低提取或调整存货跌价准备。

（3）在产品可变现净值的确定依据及存货跌价准备的计提方法

公司根据订货会订单情况提前安排生产，期末在产品均为尚未完工的当季货品和下一季未上市新品，故通常情况下，公司对在产品不计提存货跌价准备。

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。
- （3）其他周转材料采用一次转销法。

（七）长期股权投资

1、投资成本的确定

（1）企业合并形成的长期股权投资，具体会计政策详见同一控制下和非同一控制下企业合并的会计处理方法中相关规定。

（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。初始投资成本包括与取得长期股权投资直接相关的费用、税金及其他必要支出。

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；发行或取得自身权益工具时发生的交易费用，可直接归属于权益性交易的从权益中扣减。

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为基础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。

2、后续计量及损益确认

（1）成本法

本公司能够对被投资单位实施控制的长期股权投资采用成本法核算，并按照初始投资成本计价，追加或收回投资调整长期股权投资的成本。

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，本公司按照享有被投资单位宣告分派的现金股利或利润确认为当期投资收益。

（2）权益法

本公司对联营企业和合营企业的长期股权投资采用权益法核算；对于其中一部分通过风险投资机构、共同基金、信托公司或包括投连险基金在内的类似主体间接持有的联营企业的权益性投资，采用公允价值计量且其变动计入损益。

长期股权投资的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。

本公司取得长期股权投资后，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；并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。

本公司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各项可辨认资产等的公允价值为基础，对被投资单位的净利润进行调整后确认。本公司与联营企业、合营企业之间发生的未实现内部交易损益按照应享有的比例计算归属于本公司的部分予以抵销，在此基础上确认投资损益。

本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。

被投资单位以后期间实现盈利的，公司在扣除未确认的亏损分担额后，按与上述相反的顺序处理，减记已确认预计负债的账面余额、恢复其他实质上构

成对被投资单位净投资的长期权益及长期股权投资的账面价值后，恢复确认投资收益。

3、长期股权投资核算方法的转换

（1）公允价值计量转权益法核算

本公司原持有的对被投资单位不具有控制、共同控制或重大影响的按金融工具确认和计量准则进行会计处理的权益性投资，因追加投资等原因能够对被投资单位施加重大影响或实施共同控制但不构成控制的，按照《企业会计准则第22号——金融工具确认和计量》确定的原持有的股权投资的公允价值加上新增投资成本之和，作为改按权益法核算的初始投资成本。

原持有的股权投资分类为可供出售金融资产的，其公允价值与账面价值之间的差额，以及原计入其他综合收益的累计公允价值变动转入改按权益法核算的当期损益。

按权益法核算的初始投资成本小于按照追加投资后全新的持股比例计算确定的应享有被投资单位在追加投资日可辨认净资产公允价值份额之间的差额，调整长期股权投资的账面价值，并计入当期营业外收入。

（2）公允价值计量或权益法核算转成本法核算

本公司原持有的对被投资单位不具有控制、共同控制或重大影响的按金融工具确认和计量准则进行会计处理的权益性投资，或原持有对联营企业、合营企业的长期股权投资，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，在编制个别财务报表时，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。

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，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进行会计处理。

购买日之前持有的股权投资按照《企业会计准则第22号——金融工具确认和计量》的有关规定进行会计处理的，原计入其他综合收益的累计公允价值变动在改按成本法核算时转入当期损益。

（3）权益法核算转公允价值计量

本公司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《企业会计准则第22号——金融工具确认和计量》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。

（4）成本法转权益法

本公司因处置部分权益性投资等原因丧失了对被投资单位的控制的，在编制个别财务报表时，处置后的剩余股权能够对被投资单位实施共同控制或施加重大影响的，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。

（5）成本法转公允价值计量

本公司因处置部分权益性投资等原因丧失了对被投资单位的控制的，在编制个别财务报表时，处置后的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《企业会计准则第22号——金融工具确认和计量》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。

4、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之间的差额，应当计入当期损益。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。

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，将多次交易事项作为一揽子交易进行会计处理：

- （1）这些交易是同时或者在考虑了彼此影响的情况下订立的；
- （2）这些交易整体才能达成一项完整的商业结果；
- （3）一项交易的发生取决于其他至少一项交易的发生；
- （4）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。

因处置部分股权投资或其他原因丧失了对原有子公司控制权的，不属于一揽子交易的，区分个别财务报表和合并财务报表进行相关会计处理：

（1）在个别财务报表中，对于处置的股权，其账面价值与实际取得价款之间的差额计入当期损益。处置后的剩余股权能够对被投资单位实施共同控制或施加重大影响的，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；处置后的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《企业会计准则第22号——金融工具确认和计量》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。

（2）在合并财务报表中，对于在丧失对子公司控制权以前的各项交易，处置价款与处置长期股权投资相应对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，调整资本公积（股本溢价），资本公积不足冲减的，调整留存收益；在丧失对子公司控制权时，对于剩余股权，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开始持续计算的净资产的份额之间的差额，计入丧失控制权当期的投资收益，同时冲减商誉。与原有子公司股权投资相关的其他综合收益等，在丧失控制权时转为当期投资收益。

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，将各项交易作为一项处置子公司股权投资并丧失控制权的交易进行会计处理，区分个别财务报表和合并财务报表进行相关会计处理：

（1）在个别财务报表中，在丧失控制权之前每一次处置价款与处置的股权对应的长期股权投资账面价值之间的差额，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。

（2）在合并财务报表中，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，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。

5、共同控制、重大影响的判断标准

如果本公司按照相关约定与其他参与方集体控制某项安排，并且对该安排回报具有重大影响的活动决策，需要经过分享控制权的参与方一致同意时才存在，则视为本公司与其他参与方共同控制某项安排，该安排即属于合营安排。

合营安排通过单独主体达成的，根据相关约定判断本公司对该单独主体的

净资产享有权利时，将该单独主体作为合营企业，采用权益法核算。若根据相关约定判断本公司并非对该单独主体的净资产享有权利时，该单独主体作为共同经营，本公司确认与共同经营利益份额相关的项目，并按照相关企业会计准则的规定进行会计处理。

重大影响，是指投资方对被投资单位的财务和经营政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。本公司通过以下一种或多种情形，并综合考虑所有事实和情况后，判断对被投资单位具有重大影响：（1）在被投资单位的董事会或类似权力机构中派有代表；（2）参与被投资单位财务和经营政策制定过程；（3）与被投资单位之间发生重要交易；（4）向被投资单位派出管理人员；（5）向被投资单位提供关键技术资料。

（八）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、固定资产初始计量

本公司固定资产按成本进行初始计量。其中，外购的固定资产的成本包括买价、进口关税等相关税费，以及为使固定资产达到预定可使用状态前所发生的可直接归属于该资产的其他支出。自行建造固定资产的成本，由建造该项资产达到预定可使用状态前所发生的必要支出构成。投资者投入的固定资产，按投资合同或协议约定的价值作为入账价值，但合同或协议约定价值不公允的按公允价值入账。购买固定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，固定资产的成本以购买价款的现值为基础确定。实际支付的价款与购买价款的现值之间的差额，除应予资本化的以外，在信用期间内计入当期损益。

3、固定资产后续计量及处置

- （1）各类固定资产的折旧方法

固定资产折旧按其入账价值减去预计净残值后在预计使用寿命内计提。对

计提了减值准备的固定资产，则在未来期间按扣除减值准备后的账面价值及依据尚可使用年限确定折旧额。

本公司根据固定资产的性质和使用情况，确定固定资产的使用寿命和预计净残值。并在年度终了，对固定资产的使用寿命、预计净残值和折旧方法进行复核，如与原先估计数存在差异的，进行相应的调整。

各类固定资产的折旧方法、折旧年限和年折旧率如下：

类别	折旧年限（年）	残值率	年折旧率
房屋及建筑物	20-40	10%	2.25%-4.50%
机器设备	10	10%	9.00%
电子设备	3	10%	30.00%
办公设备	5	10%	18.00%
运输设备	4-5	10%	18.00%-22.50%

（2）固定资产的后续支出

与固定资产有关的后续支出，符合固定资产确认条件的，计入固定资产成本；不符合固定资产确认条件的，在发生时计入当期损益。

（3）固定资产处置

当固定资产被处置、或者预期通过使用或处置不能产生经济利益时，终止确认该固定资产。固定资产出售、转让、报废或毁损的处置收入扣除其账面价值和相关税费后的金额计入当期损益。

4、融资租入固定资产的认定依据、计价方法

当本公司租入的固定资产符合下列一项或数项标准时，确认为融资租入资产：

（1）租赁期满后租赁资产的所有权归属于本公司；

（2）公司具有购买资产的选择权，所订立的购买价款预计将远低于行使选择权时租赁资产的公允价值，因而在租赁开始日就可以合理确定本公司将会行使这种选择权。

（3）即使资产的所有权不转移，但租赁期占所租赁资产使用寿命的大部分；

（4）本公司在租赁开始日的最低租赁付款额现值，与该资产的公允价值不存在较大的差异。

（5）租赁资产性质特殊，如果不作较大改造，只有本公司才能使用。

融资租赁租入的固定资产，按租赁开始日租赁资产公允价值与最低租赁付款额的现值两者中较低者，作为入账价值。最低租赁付款额作为长期应付款的入账价值，其差额作为未确认融资费用。在租赁谈判和签订租赁合同过程中发生的，可归属于租赁项目的手续费、律师费、差旅费、印花税等初始直接费用，计入租入资产价值。未确认融资费用在租赁期内各个期间采用实际利率法进行分摊。

本公司采用与自有固定资产相一致的折旧政策计提融资租入固定资产折旧。能够合理确定租赁期届满时取得租赁资产所有权的，在租赁资产使用寿命内计提折旧。无法合理确定租赁期届满时能够取得租赁资产所有权的，在租赁期与租赁资产使用寿命两者中较短的期间内计提折旧。

（九）在建工程

1、在建工程的类别

本公司自行建造的在建工程按实际成本计价，实际成本由建造该项资产达到预定可使用状态前所发生的必要支出构成，包括工程用物资成本、人工成本、交纳的相关税费、应予资本化的借款费用以及应分摊的间接费用等。本公司的在建工程以项目分类核算。

2、在建工程结转为固定资产的标准和时点

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全部支出，作为固定资产的入账价值。所建造的固定资产在建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。

3、在建工程结转为长期待摊费用的标准和时点

公司经营租入的自营店铺及其他租入房屋装修类的在建工程项目，按装修工程达到预定可使用状态前所发生的全部支出，作为长期待摊费用的入账价值。如自营店铺及其他租入房屋装修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，按估计的价值转入长期待摊费用，并按本公司长期待摊费用的摊销政策计提摊销，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摊销额。

（十）无形资产

无形资产是指本公司拥有或者控制的没有实物形态的可辨认非货币性资产，包括软件、土地使用权等。

1、无形资产的初始计量

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。

以同一控制下的企业吸收合并方式取得的无形资产按被合并方的账面价值确定其入账价值；以非同一控制下的企业吸收合并方式取得的无形资产按公允价值确定其入账价值。

内部自行开发的无形资产，其成本包括：开发该无形资产时耗用的材料、劳务成本、注册费、在开发过程中使用的其他专利权和特许权的摊销以及满足资本化条件的利息费用，以及为使该无形资产达到预定用途前所发生的其他直接费用。

2、无形资产的后续计量

本公司在取得无形资产时分析判断其使用寿命，划分为使用寿命有限和使用寿命不确定的无形资产。

（1）使用寿命有限的无形资产

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。使用寿命有限的无形资产预计寿命及依据如下：

项目	预计使用寿命	依据
软件使用权	根据合同约定使用期限与软件受益年限孰短预计使用寿命	合同约定期限或软件受益年限
土地使用权（办公用地）	50年	土地使用年限
土地使用权（商业用地）	40年	土地使用年限

每期末，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，如与原先估计数存在差异的，进行相应的调整。

经复核，本期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。

（2）使用寿命不确定的无形资产

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。本年期末，公司尚无使用寿命不确定的无形资产。

（十一）长期待摊费用

1、摊销方法

长期待摊费用，是指本公司已经发生但应由本期和以后各期负担的分摊期限在1年以上的各项费用。长期待摊费用在受益期内平均摊销。

2、摊销年限

本公司承租的物业装修一般为两年进行一次，正常情况下承租的物业装修产生的长期待摊费用应按照两年平均摊销。但对于某些面积大、装修标准高、装修间隔期大于两年的承租的物业，按实际受益期及承租的物业租期孰短确定摊销期限，在摊销期间内平均摊销。

（十二）股份支付及权益工具

1、股份支付的种类

本公司的股份支付分为以权益结算的股份支付和以现金结算的股份支付。

2、权益工具公允价值的确定方法

对于授予的存在活跃市场的期权等权益工具，按照活跃市场中的报价确定其公允价值。对于授予的不存在活跃市场的期权等权益工具，采用期权定价模型等确定其公允价值，选用的期权定价模型考虑以下因素：（1）期权的行权价格；（2）期权的有效期；（3）标的股份的现行价格；（4）股价预计波动率；（5）股份的预计股利；（6）期权有效期内的无风险利率。

在确定权益工具授予日的公允价值时，考虑股份支付协议规定的可行权条件中的市场条件和非可行权条件的影响。股份支付存在非可行权条件的，只要职工或其他方满足了所有可行权条件中的非市场条件（如服务期限等），即确认已得到服务相对应的成本费用。

3、确定可行权权益工具最佳估计的依据

等待期内每个资产负债表日，根据最新取得的可行权职工人数变动等后续信息作出最佳估计，修正预计可行权的权益工具数量。在可行权日，最终预计可行权权益工具的数量与实际可行权数量一致。

4、实施、修改、终止股份支付计划的相关会计处理

以权益结算的股份支付，按授予职工权益工具的公允价值计量。授予后立即可行权的，在授予日按照权益工具的公允价值计入相关成本或费用，相应增加资本公积。在完成等待期内的服务或达到规定业绩条件才可行权的，在等待期内的每个资产负债表日，以对可行权权益工具数量的最佳估计为基础，按照权益工具授予日的公允价值，将当期取得的服务计入相关成本或费用和资本公积。在可行权日之后不再对已确认的相关成本或费用和所有者权益总额进行调整。

以现金结算的股份支付，按照本公司承担的以股份或其他权益工具为基础计算确定的负债的公允价值计量。授予后立即可行权的，在授予日以本公司承担负债的公允价值计入相关成本或费用，相应增加负债。在完成等待期内的服务或达到规定业绩条件以后才可行权的以现金结算的股份支付，在等待期内的每个资产负债表日，以对可行权情况的最佳估计为基础，按照本公司承担负债的公允价值金额，将当期取得的服务计入成本或费用和相应的负债。在相关负债结算前的每个资产负债表日以及结算日，对负债的公允价值重新计量，其变动计入当期损益。

5、对于存在修改条款和条件的情况的，应说明修改的情况及相关会计处理。

若在等待期内取消了授予的权益工具，本公司对取消所授予的权益性工具作为加速行权处理，将剩余等待期内应确认的金额立即计入当期损益，同时确认资本公积。职工或其他方能够选择满足非可行权条件但在等待期内未满足的，本公司将其作为授予权益工具的取消处理。

（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，但不包括政府作为企业所有者投入的资本。根据相关政府文件规定的补助对象，将政府补助划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。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、政府补助的确认

对期末有证据表明公司能够符合财政扶持政策规定的相关条件且预计能够收到财政扶持资金的，按应收金额确认政府补助。除此之外，政府补助均在实际收到时确认。

政府补助为货币性资产的，按照收到或应收的金额计量。政府补助为非货币性资产的，按照公允价值计量；公允价值不能够可靠取得的，按照名义金额（人民币1元）计量。按照名义金额计量的政府补助，直接计入当期损益。

2、会计处理方法

与购建固定资产、无形资产等长期资产相关的政府补助，确认为递延收益，按照所建造或购买的资产使用年限分期计入营业外收入；

与收益相关的政府补助，用于补偿企业以后期间的相关费用或损失的，取得时确认为递延收益，在确认相关费用的期间计入当期营业外收入；用于补偿企业已发生的相关费用或损失的，取得时直接计入当期营业外收入。

已确认的政府补助需要返还时，存在相关递延收益余额的，冲减相关递延收益账面余额，超出部分计入当期损益；不存在相关递延收益的，直接计入当期损益。

（十四）递延所得税资产和递延所得税负债

递延所得税资产和递延所得税负债根据资产和负债的计税基础与其账面价值的差额(暂时性差异)计算确认。于资产负债表日，递延所得税资产和递延所得税负债，按照预期收回该资产或清偿该负债期间的适用税率计量。

1、确认递延所得税资产的依据

公司以很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异、能够结转以后年度的可抵扣亏损和税款抵减的应纳税所得额为限，确认由可抵扣暂时性差异产生的递延所得税资产。但是，同时具有下列特征的交易中因资产或负债的初始确认所产生的递延所得税资产不予确认：（1）该交易不是企业合并；（2）交易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。

对于与联营企业投资相关的可抵扣暂时性差异，同时满足下列条件的，确认相应的递延所得税资产：暂时性差异在可预见的未来很可能转回，且未来很可能获得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额。

2、确认递延所得税负债的依据

公司将当期与以前期间应交未交的应纳税暂时性差异确认为递延所得税负债。但不包括：

（1）商誉的初始确认所形成的暂时性差异；

（2）非企业合并形成的交易且该交易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）所形成的暂时性差异。

（3）对于与子公司、联营企业投资相关的应纳税暂时性差异，该暂时性差异转回的时间能够控制并且该暂时性差异在可预见的未来很可能不会转回。

3、同时满足下列条件时，将递延所得税资产及递延所得税负债以抵销后的净额列示

（1）企业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；

（2）递延所得税资产和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和递延所得税负债转回的期间内，涉及的纳税主体意图以净额结算当期所得税资产及当期所得税负债或是同时取得资产、清偿债务。

（十五）经营租赁

（1）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。

（2）公司出租资产所收取的租赁费，在不扣除免租期的整个租赁期内，按直线法进行分摊，确认为租赁收入。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；如金额较大的，则予以资本化，在整个租赁期间内按照与租赁收入确认相同的基础分期计入当期损益。

公司承担了应由承租方承担的与租赁相关的费用时，公司将该部分费用从租金收入总额中扣除，按扣除后的租金费用在租赁期内分配。

（十六）主要会计政策估计、会计估计的变更

1、会计政策变更

本报告期主要会计政策未变更。

2、会计估计变更

本报告期主要会计估计未变更。

五、税项

公司的主要税种和税率如下所示：

税种	计税依据	税率	备注
增值税	产品销售收入	3%、6%、17%	公司及分公司
企业所得税	应纳税所得额	25%	公司
		0-12%	欣贺澳门
		16.5%	欣贺香港
		17%	欣贺台湾
城市维护建设税	应纳流转税额	7%	母公司及分公司

六、最近一年重要收购及兼并情况

公司最近一年未发生重要收购或兼并情况。

七、经注册会计师核验的非经常性损益明细表

按照中国证券监督管理委员会《公开发行证券的公司信息披露解释性公告第1号——非经常性损益（2008）》的规定，经大华会计师事务所（特殊普通合伙）审核的公司非经常性损益情况如下：

项目	2015 年度	2014 年度	2013 年度
----	---------	---------	---------

项目	2015 年度	2014 年度	2013 年度
非流动资产处置损益，包括已计提资产减值准备的冲销部分	-134,530.00	-114,516.12	-37,754.40
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）	9,812,863.72	10,033,735.02	15,282,565.43
委托他人投资或管理资产的损益	—	—	—
对外委托贷款取得的损益	—	—	—
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	148,352.53	-903,858.00	1,868,170.09
其他符合非经常性损益定义的损益项目	29,284,222.17	17,735,020.40	3,549,420.37
小计	39,110,908.42	26,750,381.30	20,662,401.49
所得税影响额	9,777,727.11	6,687,595.33	5,165,600.37
少数股东权益影响额(税后)	—	—	—
非经常性损益净额	29,333,181.31	20,062,785.98	15,496,801.12
归属于母公司普通股股东净利润的非经常性损益	29,333,181.31	20,062,785.98	15,496,801.12
扣除非经常性损益后的归属于母公司普通股股东净利润	330,907,877.96	511,461,166.80	347,459,920.05

八、最近一期末的固定资产

截至2015年12月31日，公司固定资产的情况如下：

项目	折旧年限	原值	累计折旧	减值准备	账面价值
房屋及建筑物	20-40 年	113,574,181.54	30,511,510.11	—	83,062,671.43
机器设备	10 年	29,777,345.93	12,285,843.40	—	17,491,502.53
运输工具	4-5 年	13,671,568.35	11,668,661.90	—	2,002,906.45
其他办公设备	5 年	14,769,213.28	8,166,609.17	—	6,602,604.11
办公电子设备	3 年	7,855,395.85	5,577,899.74	—	2,277,496.11
合计	—	179,647,704.95	68,210,524.32	—	111,437,180.63

九、最近一期末对外投资项目情况

截至2015年12月31日，本公司除对子公司投资外，无其他对外投资情况。

十、最近一期末的无形资产

截至2015年12月31日，公司无形资产的情况如下：

项目	原值	累计摊销	减值准备	账面价值	取得方式
土地使用权	102,117,828.57	9,913,297.91	—	92,204,530.66	购入
软件	13,718,623.21	6,040,791.23	—	7,677,831.98	购入
合计	115,836,451.78	15,954,089.14	—	99,882,362.64	—

十一、主要债项情况

（一）应付账款

项目	2015-12-31		2014-12-31	
	金额	比例	金额	比例
应付材料款	68,719,490.20	62.56%	78,674,342.78	76.84%
应付工程款	38,147,056.31	34.73%	21,976,467.08	21.46%
应付装修款	1,913,331.00	1.74%	831,788.70	0.81%
应付其他货款	1,063,259.39	0.97%	906,866.22	0.89%
合计	109,843,136.90	100.00%	102,389,464.78	100.00%

截至2015年12月31日，无账龄超过一年的重要应付账款。

（二）预收账款

项目	2015-12-31	2014-12-31
预收销售货款	36,608,655.87	34,510,010.73

截至2015年12月31日，无账龄超过一年的重要预收款项。

（三）应付职工薪酬

1、应付职工薪酬列示

项目	2014-12-31	本期增加	本期减少	2015-12-31
短期薪酬	87,701,695.78	343,130,563.23	335,850,096.31	94,982,162.70

项目	2014-12-31	本期增加	本期减少	2015-12-31
离职后福利-设定提存计划	205,128.83	19,955,204.81	19,941,448.46	218,885.18
辞退福利	—	389,789.35	389,789.35	—
合计	87,906,824.61	363,475,557.39	356,181,334.12	95,201,047.88

2、短期薪酬列示

项目	2014-12-31	本期增加	本期减少	2015-12-31
(1) 工资、奖金、津贴和补贴	36,580,615.29	306,443,012.38	310,237,480.28	32,786,147.39
(2) 职工福利费	—	4,702,654.76	4,702,654.76	—
(3) 社会保险费	116,911.71	14,562,073.20	14,558,451.39	120,533.52
其中：基本医疗保险	98,730.99	10,666,735.84	10,664,458.71	101,008.12
工伤保险费	10,840.52	1,927,834.85	1,925,897.03	12,778.34
生育保险费	7,340.20	1,967,502.51	1,968,095.65	6,747.06
(4) 住房公积金	48,285.00	4,160,445.60	4,148,159.60	60,571.00
(5) 职工教育经费及工会经费	50,955,883.78	13,216,646.00	2,157,618.99	62,014,910.79
(6) 其他短期薪酬	—	45,731.29	45,731.29	—
合计	87,701,695.78	343,130,563.23	335,850,096.31	94,982,162.70

3、设定提存计划列示

项目	2014-12-31	本期增加	本期减少	2015-12-31
基本养老保险	195,148.24	18,158,597.38	18,143,670.53	210,075.09
失业保险费	9,980.59	1,796,607.43	1,797,777.93	8,810.09
合计	205,128.83	19,955,204.81	19,941,448.46	218,885.18

应付职工薪酬中无拖欠性质的款项。应付职工薪酬中工资、奖金、津贴和补贴项目2015年12月末余额主要为2015年12月工资和奖金，已于2016年1月发放。

（四）应交税费

税费项目	2015-12-31	2014-12-31
增值税	12,194,445.22	16,085,458.35
企业所得税	23,863,218.68	57,261,624.72
个人所得税	1,163,963.66	9,426,362.50

税费项目	2015-12-31	2014-12-31
城市维护建设税	917,766.07	1,114,641.83
教育费附加	393,328.31	477,703.66
地方教育费附加	261,575.25	317,196.08
印花税	44,342.57	58,065.03
其他	6,553.60	12,013.97
合计	38,845,193.36	84,753,066.14

（五）其他应付款

项目	2015-12-31	2014-12-31
保证金	58,952,359.80	62,766,479.30
销售管理费	24,406,321.42	36,689,585.71
其他款项	7,061,878.52	13,900,661.25
合计	90,420,559.74	113,356,726.26

截至2015年12月31日，账龄超过一年的重要其他应付款，列示如下：

单位名称	金额	性质或内容
新疆安子金正投资有限公司	3,910,000.00	合同期内的保证金
深圳市钰浚服饰股份有限公司	2,300,000.00	合同期内的保证金
哈尔滨尚都新天地百货市场有限公司	2,250,000.00	合同期内的保证金
四川恒美集贸易有限公司	1,550,000.00	合同期内的保证金
	137,857.02	暂估促销费用
厦门高士达科技实业有限公司	1,461,538.53	合同规定 25%微软软件使用费在第三年支付
呼和浩特市昕凯利服饰有限责任公司	1,100,000.00	合同期内的保证金
小计	12,709,395.55	—

十二、所有者权益变动情况

报告期内，本公司股东权益的情况如下：

项目	2015-12-31	2014-12-31	2013-12-31
股本	320,000,000.00	320,000,000.00	320,000,000.00
资本公积	463,382,086.73	463,382,086.73	463,382,086.73
其他综合收益	1,403,365.98	-3,878,062.47	-3,308,351.23
盈余公积	169,263,919.48	132,615,662.48	80,191,207.36

项目	2015-12-31	2014-12-31	2013-12-31
未分配利润	798,932,312.17	795,339,509.90	524,240,012.25
归属于母公司股东权益合计	1,752,981,684.36	1,707,459,196.64	1,384,504,955.11
少数股东权益	—	—	—
股东权益合计	1,752,981,684.36	1,707,459,196.64	1,384,504,955.11

（一）股本变动情况

股东名称	2015-12-31	2014-12-31	2013-12-31
欣贺国际	250,316,480.00	250,316,480.00	250,316,480.00
厦门骏胜	26,538,880.00	26,538,880.00	26,538,880.00
L Capital Xiamen Fashion Ltd.	22,400,000.00	22,400,000.00	22,400,000.00
Purple Forest Limited	4,429,760.00	4,429,760.00	4,429,760.00
厦门欣嘉骏	4,029,760.00	4,029,760.00	4,029,760.00
巨富发展	3,555,520.00	3,555,520.00	3,555,520.00
祥禾泓安	3,200,000.00	3,200,000.00	3,200,000.00
鸿业亚洲	2,607,360.00	2,607,360.00	2,607,360.00
祥禾股权	1,600,000.00	1,600,000.00	1,600,000.00
厦门君豪	1,322,240.00	1,322,240.00	1,322,240.00
合计	320,000,000.00	320,000,000.00	320,000,000.00

报告期内股本未发生变动。

（二）资本公积变动情况

项目	2015-12-31	2014-12-31	2013-12-31
股本溢价	463,382,086.73	463,382,086.73	463,382,086.73
其他资本公积	—	—	—
合计	463,382,086.73	463,382,086.73	463,382,086.73

报告期内资本公积未发生变动。

（三）盈余公积变动情况

项目	2015-12-31	2014-12-31	2013-12-31
法定盈余公积	169,263,919.48	132,615,662.48	80,191,207.36

项目	2015-12-31	2014-12-31	2013-12-31
合计	169,263,919.48	132,615,662.48	80,191,207.36

1、2013年公司根据当年实现的可供分配利润的10%计提法定盈余公积35,876,838.22元。

2、2014年公司根据当年实现的可供分配利润的10%计提法定盈余公积52,424,455.12元。

3、2015年公司根据当年实现的可供分配利润的10%计提法定盈余公积36,648,257.00元。

（四）未分配利润变动情况

项目	2015 年度	2014 年度	2013 年度
上年年末未分配利润	795,339,509.90	524,240,012.25	373,160,129.30
加：年初未分配利润调整数（调减“-”）	—	—	—
本期年初未分配利润	795,339,509.90	524,240,012.25	373,160,129.30
加：本期归属于母公司所有者的净利润	360,241,059.27	531,523,952.77	362,956,721.17
本期归属少数股东的净利润	—	—	—
减：提取法定盈余公积	36,648,257.00	52,424,455.12	35,876,838.22
提取任意盈余公积	—	—	—
应付普通股股利	320,000,000.00	208,000,000.00	176,000,000.00
转作股本的普通股股利	—	—	—
期末未分配利润	798,932,312.17	795,339,509.90	524,240,012.25

十三、现金流量情况

项目	2015 年度	2014 年度	2013 年度
经营活动产生的现金流量净额	363,675,538.50	661,155,287.43	633,815,183.71
投资活动产生的现金流量净额	-191,945,071.78	-106,800,367.39	-92,645,454.77
筹资活动产生的现金流量净额	-321,000,000.00	-223,667,037.70	-163,963,018.86
汇率变动对现金及现金等价物的影响	4,228,931.16	235,439.77	-2,338,594.44
现金及现金等价物净增加额	-145,040,602.12	330,923,322.11	374,868,115.64

报告期内，公司未发生不涉及现金收支的重大投资和筹资活动事项。

十四、其他重要事项

（一）或有事项

截至2015年12月31日，公司无应披露未披露的重大或有事项。

（二）承诺事项

本公司约定资本支出的在建项目为研发设计中心项目及生产物流中心项目。其中，研发设计中心项目为新建的办公楼，投资预算总额为60,671.48万元，截至2015年12月31日，已签订尚未履行或尚未完全履行的建安、设计等合同金额共计18,421.05万元；生产物流中心项目详见本招股说明书“第十三节募集资金运用”相关内容，截止2015年12月31日，已签订尚未履行或尚未完全履行的建安、设计等合同金额共计1,063.08万元。截至本招股说明书签署日，本公司无其他需要披露的重大承诺事项。

（三）资产负债表日后事项

1、利润分配

拟分配的利润或股利	320,000,000.00
经审议批准宣告发放的利润或股利	320,000,000.00

2、公司无应披露未披露的其他资产负债表日后事项。

（四）其他重要事项

1、分部信息

本公司属服装制造企业，主营中、高端女装的设计、生产和销售，不同品牌产品生产工序、设备及原料等生产过程一致，公司根据品牌定位进行营销网络拓展、日常管理。除经营服饰业务外，无其他业务分部。

2、过季商品特价销售

为处理公司部分过季存货，公司与泉州莱利百货有限公司签订销售合同，公司将过季产品特价销售给泉州莱利百货有限公司，货款采用银行承兑汇票结算，货物风险自公司发货后转出由泉州莱利百货有限公司承担，不得以任何理由退货。

2013年公司向泉州莱利百货有限公司销售过季货品共143,451件，确认销售收入共计3,973,341.88元，结转销售成本共计423,921.51元，转销存货跌价准备

共计32,279,250.32元。

2014年公司向泉州莱利销售过季货品共210,141件，确认销售收入共计19,572,649.54元，结转销售成本共计1,837,629.14元，转销存货跌价准备共计70,697,629.16元。

2015年公司向泉州莱利销售过季货品共332,008件，确认销售收入共计29,284,222.17元，结转销售成本共计零元，转销存货跌价准备共计98,251,124.68元。

十五、主要财务指标

（一）财务指标情况

财务指标	2015-12-31/ 2015 年度	2014-12-31/ 2014 年度	2013-12-31/ 2013 年度
流动比率（倍）	4.18	3.87	3.18
速动比率（倍）	3.20	3.02	2.26
资产负债率（母公司）	17.49%	19.85%	23.31%
无形资产（扣除土地使用权）占净资产的比例	0.44%	0.46%	0.15%
应收账款周转率（次）	26.98	30.41	24.59
存货周转率（次）	0.52	0.63	0.67
息税折旧摊销前利润（万元）	57,626.24	80,761.84	58,941.92
利息保障倍数（倍）	—	—	—
每股经营活动现金流量（元）	1.14	2.07	1.98
每股净现金流量（元）	-0.45	1.03	1.17

注：以上财务指标中，资产负债率以母公司财务报告的财务数据为基础计算，其余指标均以合并财务报告数据为基础计算。

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=负债/资产

无形资产（扣除土地使用权）占净资产的比例=(无形资产-土地使用权)/股东权益

应收账款周转率=营业收入/[（期初应收账款+期末应收账款）/2]

存货周转率=营业成本/[（期初存货+期末存货）/2]

利息保障倍数=(利润总额+利息支出)/利息支出

息税折旧摊销前利润=利润总额+利息支出+无形资产摊销+固定资产折旧+长期待摊费用的摊销

每股经营活动现金流量=经营活动产生的现金流量净额/当年（期）末股本

每股净现金流量=现金及现金等价物净增加额/当年（期）末股本

（二）净资产收益率及每股收益

报告期间	项目	加权平均净资产收益率	每股收益（元）	
			基本每股收益	稀释每股收益
2015年度	归属于公司普通股股东的净利润	21.52%	1.13	—
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	19.76%	1.03	—
2014年度	归属于公司普通股股东的净利润	35.57%	1.66	—
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	34.23%	1.60	—
2013年度	归属于公司普通股股东的净利润	28.37%	1.13	—
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	27.16%	1.09	—

净资产收益率和每股收益的计算方法如下：

1、加权平均净资产收益率

$$\text{加权平均净资产收益率} = P_0 / (E_0 + NP \div 2 + E_i \times M_i \div M_0 - E_j \times M_j \div M_0 \pm E_k \times M_k \div M_0)$$

其中：P₀ 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；E₀ 为归属于公司普通股股东的期初净资产；E_i 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_j 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；M₀ 为报告期月份数；M_i 为新增净资产次月起至报告期期末的累计月数；M_j 为减少净资产次月起至报告期期末的累计月数；E_k 为因其他交易或事项引起的净资产增减变动；M_k 为发生其他净资产增减变动次月起至报告期期末的累计月数。

报告期发生同一控制下企业合并的，计算扣除非经常性损益后的加权平均净资产收益率时，被合并方的净资产从合并日的次月起进行加权。计算比较期间的加权平均净资产收益率时，被合并方的净利润、净资产均从最终控制方实施控制的次月起进行加权；计算比较期间扣除非经常性损益后的加权平均净资产收益率时，被合并方的净资产不予加权计算（权重为零）。

2、基本每股收益

$$\text{基本每股收益} = P_0 \div S$$

$$S = S_0 + S_1 + S_i \times M_i \div M_0 - S_j \times M_j \div M_0 - S_k$$

其中：P₀ 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；S₀ 为期初股份总数；S₁ 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_i 为报告期因发行新股或债转股等增加股份数；S_j 为报告期因回购等减少股份数；S_k 为报告期缩股数；M₀ 为报告期月份数；M_i 为增加股份次月起至报告期期末的累计月数；M_j 为减少股份次月起至报告期期末的累计月数。

3、稀释每股收益

公司在发行可转换债券、股份期权、认股权证等稀释性潜在普通股情况下，稀释每股收益按如下公式计算：

稀释每股收益 = P₁ / (S₀ + S₁ + S_i × M_i ÷ M₀ - S_j × M_j ÷ M₀ - S_k + 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，P₁ 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，并考虑稀释性潜在普通股对其影响，按《企业会计准则》及有关规定进行调整。公司在计算稀释每股收益时，应考虑所有稀释性潜在普通股对 P_1 和加权平均股数的影响，按照其稀释程度从大到小的顺序计入稀释每股收益，直至稀释每股收益达到最小值。

十六、发行人盈利预测披露情况

本公司未编制盈利预测报告。

十七、资产评估情况

（一）公司整体变更时的资产评估

北京卓信大华资产评估有限公司接受欣贺有限（发行人前身）的委托，对欣贺有限整体变更设立股份公司涉及的全部股东权益进行了评估，并于2012年1月31日出具了卓信大华评报字（2012）第006号《欣贺（厦门）服饰有限公司拟实施股份制改造资产评估项目资产评估报告书》，评估基准日为2011年12月31日。

本次评估分别采用收益法和资产基础法两种方法进行，综合考虑本次资产评估目的和收益法评估的局限性，最终采用资产基础法的评估结果作为最终结果，具体评估结果如下：

单位：万元

项目	账面值	评估值	增值额	增值率%
	A	B	C=B-A	D=C/A
流动资产	178,834.26	240,574.00	61,739.74	34.52
其中：货币资金	114,367.82	114,367.82	—	—
应收账款	6,859.70	6,859.70	—	—
预付账款	1,063.66	811.07	-252.59	-23.75
其他应收款	2,775.98	2,653.84	-122.14	-4.40
存货	53,767.10	115,881.57	62,114.47	115.53
非流动资产	23,641.48	21,532.09	-2,109.38	-8.92
其中：固定资产	2,830.88	3,196.32	365.44	12.91
在建工程	2,135.98	2,135.98	—	—
工程物资	81.70	81.70	—	—
无形资产	9,664.54	9,923.21	258.67	2.68
其中：土地	9,527.49	9,778.97	251.48	2.64
长期待摊费用	6,138.72	6,129.94	-8.78	-0.14
递延所得税资产	2,789.65	64.94	-2,724.71	-97.67

项目	账面值	评估值	增值额	增值率%
	A	B	C=B-A	D=C/A
资产总计	202,475.73	262,106.09	59,630.36	29.45
流动负债	127,829.37	127,829.37	—	—
负债合计	127,829.37	127,829.37	—	—
净资产	74,646.36	134,276.72	59,630.36	79.88

公司未根据资产评估结果进行调账处理。

（二）公司重大资产重组时的资产评估

本公司2012年度购买全世美公司、信诺公司资产的评估情况，请参见本招股说明书“第五节发行人基本情况”之“四、发行人前身设立以来的重大资产重组行为”。

十八、历次验资情况

具体参见本招股说明书“第五节发行人基本情况”之“五、历次验资情况”。

第十一节 管理层讨论与分析

公司董事会和管理层结合2013年度、2014年度和2015年度经审计的合并财务报表，对报告期内本公司的财务状况、盈利能力、现金流量状况和资本性支出进行了讨论和分析。本节部分内容可能含有前瞻性描述，该类前瞻性描述存在部分不确定性，可能与公司最终经营结果不一致。投资者阅读本节内容时，应同时结合本公司经审计的财务报表及报表附注和本招股说明书揭示的其他财务信息一并阅读。

（本节内若无特别注明，表格金额货币单位为人民币万元，比例均为%）

一、财务状况分析

（一）资产构成及变动分析

1、资产构成

报告期内公司资产构成如下：

项目	2015-12-31		2014-12-31		2013-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
货币资金	102,251.47	47.93	114,521.73	53.51	81,429.40	44.82
应收票据	4,098.00	1.92	150.00	0.07	2,500.00	1.38
应收账款	5,650.86	2.65	6,584.86	3.08	6,464.48	3.56
预付款项	1,747.53	0.82	2,109.70	0.99	1,875.60	1.03
应收利息	2,595.91	1.22	1,326.88	0.62	170.97	0.09
其他应收款	5,461.41	2.56	5,928.43	2.77	5,435.34	2.99
存货	37,132.01	17.41	36,676.19	17.14	39,435.87	21.71
其他流动资产	—	—	—	—	—	—
流动资产合计	158,937.19	74.50	167,297.79	78.17	137,311.66	75.57
长期股权投资	—	—	—	—	—	—
固定资产	11,143.72	5.22	11,334.74	5.30	12,588.66	6.93
在建工程	15,228.07	7.14	5,857.97	2.74	2,628.08	1.45
工程物资	312.85	0.15	222.37	0.10	175.38	0.10

项目	2015-12-31		2014-12-31		2013-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
无形资产	9,988.24	4.68	10,234.76	4.78	9,876.51	5.44
长期待摊费用	8,838.87	4.14	8,933.16	4.17	8,693.56	4.79
递延所得税资产	8,887.91	4.17	10,125.85	4.73	10,404.67	5.73
非流动资产合计	54,399.64	25.50	46,708.85	21.83	44,366.86	24.43
资产合计	213,336.83	100	214,006.63	100	181,678.51	100

公司各报告期末的资产构成及其变化呈现了以下特点：

（1）总资产规模略有波动，但总体呈上升趋势

公司2013年度、2014年度和2015年度分别实现净利润36,295.67万元、53,152.40万元和36,024.11万元，公司总资产各报告期末在公司经营积累的情况下呈现上升趋势。

（2）非流动资产比例偏低，资产结构有待优化

2013年末、2014年末和2015年末，公司流动资产占总资产的比例分别为75.57%、78.17%和74.50%，公司报告期内流动资产占总资产比例较高，非流动资产占总资产的比例较低的主要原因如下：

公司主要采用自营和经销相结合的销售模式，目前店铺主要系通过租赁或与商场联营获得商场店铺使用权，经销店铺则由经销商自行租赁或通过其他方式获得使用权，公司没有购置直营店铺房产，因此固定资产中房屋建筑物规模不大。

公司将通过本次公开发行股票募集资金，投入新建服装生产线及仓储物流配送中心建设项目和品牌营销网络建设项目，公司的服装生产设备及仓储规模和自购直营店铺数量将稳步扩大，固定资产规模及其占总资产的比例将得到进一步优化。

2、货币资金

报告期内，公司货币资金构成情况如下：

项目	2015-12-31		2014-12-31		2013-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
现金	10.62	0.01	2.43	0.002	8.27	0.01
银行存款	25,428.66	24.87	34,341.75	29.99	41,099.85	50.47
其他货币资金	76,812.18	75.12	80,177.54	70.01	40,321.27	49.52

项目	2015-12-31		2014-12-31		2013-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
其中：定期存款	64,519.45	63.10	80,026.28	69.88	38,975.13	47.86
七天通知存款	9,900.00	9.68	—	—	—	—
第三方支付平台账户资金	158.93	0.16	151.26	0.13	1,346.14	1.65
履约保证金	2,233.80	2.18	—	—	—	—
合计	102,251.47	100	114,521.73	100	81,429.39	100

2013年末、2014年末和2015年末，公司的货币资金余额分别为81,429.39万元、114,521.73万元和102,251.47万元，占资产总额的比重分别为44.82%、53.51%和47.93%。其他货币资金主要为定期存款。公司各期末均保持一定规模的货币资金，主要用于：1) 满足公司原材料采购、市场推广、销售渠道建设与维护等日常经营支出需要；2) 用于自筹资金研发设计中心建设项目和其他资本性投入。公司通过保持一定规模的货币资金，有利于提高公司抗风险能力和把握市场发展机遇，符合公司业务模式和服装行业资产高流动性的特点，与公司经营规模相匹配。

3、应收票据

项目	2015-12-31	2014-12-31	2013-12-31
银行承兑汇票	4,098.00	150.00	2,500.00

各报告期末应收票据余额为公司收到泉州莱利百货有限公司的货款、特价销售货款的保证金、电子商务保证金。

4、应收账款

(1) 应收账款变动情况

项目	2015-12-31	2014-12-31	2013-12-31
应收账款账面余额	5,952.19	7,485.85	7,104.85
营业收入	181,301.24	221,840.18	209,556.72
占比	3.28	3.37	3.39

本公司的应收账款主要为商场联营而产生的应收商场结算款；公司经销模式下除经销商特别申请、并经公司同意给予一定账期，通常采取全额付款后发货，因此该模式产生的应收账款较少。

截至2013年12月31日、2014年12月31日和2015年12月31日，本公司应收账

款余额分别为7,104.85万元、7,485.85万元和5,952.19万元，应收账款余额占同期营业收入的比重分别为3.39%、3.37%和3.28%。报告期内应收账款余额相对同期营业收入而言金额不大，反映了公司营业收入质量较高，风险较小。

(2) 应收账款余额及坏账准备分析

类别	2015-12-31			
	账面余额	比例	坏账准备	净额
按账龄分析法计提坏账准备的应收账款：				
1年以内	5,942.48	99.84	297.12	5,645.35
1至2年	2.18	0.04	0.44	1.74
2至3年	7.54	0.13	3.77	3.77
合计	5,952.19	100	301.33	5,650.86

(续上表)

类别	2014-12-31				2013-12-31			
	账面余额	比例	坏账准备	净额	账面余额	比例	坏账准备	净额
单项金额重大并单项计提坏账准备的应收账款：								
单项	553.09	7.39	553.09	—	482.09	6.79	308.35	173.74
按账龄分析法计提坏账准备的应收账款：								
1年以内	6,924.31	92.50	346.22	6,578.09	6,616.93	93.13	330.85	6,286.08
1至2年	8.45	0.11	1.69	6.76	5.83	0.08	1.17	4.66
合计	7,485.85	100	901.00	6,584.85	7,104.85	100	640.37	6,464.48

本公司应收账款账龄几乎全部在1年以内，回款情况良好，应收账款收回风险较小。同时，公司已按照坏账准备计提政策足额计提了坏账准备。

2013年末和2014年末公司对应收北京庄胜崇光百货有限公司款项按单项金额重大并单项计提坏账准备。该商场未按时支付货款，公司根据预计可收回金额对该款项按单项金额重大单独计提坏账准备列示如下：

项目	2014-12-31	2013-12-31
账面余额	553.09	482.09
计提坏账	553.09	308.35
净额	—	173.74
计提比例	100	63.96

除2013年末和2014年末上述商场应收账款按单项金额重大并单项计提坏账

准备外，各报告期末其他应收账款余额按账龄分析法计提坏账准备。根据北京市西城区中级人民法院（2015）西民（商）初字第115号民事调解书，北京庄胜崇光百货有限公司共计欠公司人民币5,530,924.98元，最终调解结果为人民币4,164,258.62元，调解金额于2015年8月已经执行完毕，账面应收北京庄胜崇光百货有限公司余额人民币1,366,666.36元，公司于2015年作坏账核销处理。

（3）最近一期末公司应收账款前五大客户情况

截至2015年12月31日，公司应收账款余额前五大客户情况如下：

单位名称	余额	占应收账款总额的比例（%）	已计提坏账准备
四川恒美集贸易有限公司	619.34	10.41	30.97
北京君太太平洋百货有限公司	345.18	5.80	17.26
山东银座商城股份有限公司	230.68	3.88	11.53
重庆京燕科技有限公司	191.96	3.23	9.60
成都时代奥特莱斯商业有限公司	180.90	3.04	9.05
合计	1,568.08	26.36	78.41

5、预付款项

公司的预付款项主要为预付供应商采购款和商场租金等，各报告期余额列示如下：

项目	2015-12-31	2014-12-31	2013-12-31
材料预付款等	955.75	1,078.93	865.23
商场租金	791.78	1,030.77	1,010.37
合计	1,747.53	2,109.70	1,875.60

截至2013年12月31日、2014年12月31日和2015年12月31日，本公司预付账款余额分别为1,875.60万元、2,109.70万元和1,747.53万元，占同期资产总额的比重分别为1.03%、0.99%和0.82%，占比较低。各报告期末预付款项余额略有波动，总体基本保持平稳。

报告期内，公司预付账款账龄1年以内占比均在95%以上，形成坏账的可能性较小，因此未计提坏账准备。

6、其他应收款

（1）报告期内，其他应收款账面余额情况如下：

项目	2015-12-31	2014-12-31	2013-12-31
商场保证金	4,598.11	4,597.38	4,822.28
其他项目	1,311.22	1,822.79	707.19
合计	5,909.33	6,420.16	5,529.47

本公司其他应收款主要为商场保证金，即支付商场的进柜保证金及押金等，其他项目主要为装修押金、员工备用金和往来款等。

(2) 报告期内，公司其他应收款种类、账龄结构及坏账准备计提情况如下：

项目	2015-12-31			
	账面余额	比例	坏账准备	净额
单项金额重大并单项计提坏账准备的其他应收款：				
陈浩	262.32	4.44	262.32	0.00
按组合计提坏账准备的其他应收款				
其中：按账龄分析法计提坏账准备的其他应收款				
1年以内	687.55	11.63	34.38	653.17
1至2年	258.29	4.37	51.66	206.63
2年3年	7.00	0.12	3.50	3.50
3年以上	96.06	1.63	96.06	0.00
小计	1,048.90	17.75	185.60	863.30
商场保证金：				
小计	4,598.11	77.81	—	4,598.11
合计	5,909.33	100.00	447.92	5,461.41

(续上表)

项目	2014-12-31				2013-12-31			
	账面余额	比例	坏账准备	净额	账面余额	比例	坏账准备	净额
单项金额重大并单项计提坏账准备的其他应收款：								
陈浩	416.02	6.48	346.02	70.00				—
按组合计提坏账准备的其他应收款								
其中：按账龄分析法计提坏账准备的其他应收款								
1年以内	1,270.45	19.79	63.52	1,206.93	472.86	8.55	23.64	449.22
1至2年	27.62	0.43	5.52	22.10	185.32	3.35	37.06	148.25
2年3年	64.06	1.00	32.03	32.03	31.18	0.56	15.59	15.59
3年以上	44.63	0.70	44.63	—	17.83	0.32	17.83	—

项目	2014-12-31				2013-12-31			
	账面余额	比例	坏账准备	净额	账面余额	比例	坏账准备	净额
小计	1,406.77	21.91	145.71	1,261.05	707.19	12.79	94.13	613.06
商场保证金：								
小计	4,597.38	71.61	—	4,597.38	4,822.28	87.21	—	4,822.28
合计	6,420.16	100.00	491.73	5,928.43	5,529.47	100	94.12	5,435.35

公司对向商场缴纳的各类保证金不计提坏账准备。由于与公司合作的均为大型商场，具有良好的商业信用，因此公司对于其他应收款中支付给商场的各类保证金和押金不计提坏账准备，对于其他应收款中其他部分已按照坏账准备政策足额计提了坏账准备。

（3）2014年末和2015年末单独计提减值测试情况说明：

2014年12月发行人通过内部财务稽查，发现杭州分公司（包括“杭州万象城第一分公司、杭州万象城第二分公司”，下文同）原财务人员陈浩通过截留税款挪用发行人资金466.02万元。2014年12月底陈浩归还50万元，截止2014年12月31日发行人对陈浩的其他应收款余额为416.02万元，公司根据陈浩的家庭经济情况及其归还款项的安排计提坏账准备346.02万元；2015年陈浩归还153.70万元，2015年末发行人对陈浩的其他应收款余额为262.32万元，根据陈浩的家庭经济情况全额计提坏账。发行人向有管辖权的公安机关报案，案件移交司法机关进行处理，2015年8月27日福建省厦门市湖里区人民法院作出（2015）湖刑初字第865号《刑事判决书》，判决陈浩犯挪用资金罪，判处有期徒刑四年，并继续退赔欣贺公司人民币2,623,214.07元。

①杭州分公司基本情况

杭州万象城第一分公司为开设杭州万象城GS店于2010年4月设立，杭州万象城第二分公司为开设杭州万象城JR/JW店于2010年4月设立，该两家门店委托管理商深圳市钰浚服饰股份有限公司（以下简称“深圳钰浚”）管理。根据深圳钰浚与发行人签订的《品牌委托管理合同》，深圳钰浚负责门店的具体运营，承担门店各项运营费用（租金除外），并负责店员的招聘、考核、工资发放及社保缴纳等；公司按照销售收入的一定比例支付深圳钰浚管理费。

杭州分公司承租华润新鸿基房地产（杭州）有限公司（以下简称“华润新鸿基”）商铺，并租用华润新鸿基提供的POS专用收银系统（开通银行卡刷卡功

能），门店需将在商铺内的每一笔交易在交易发生时如实、实时、全额通过POS系统进行结算，并随时接受华润新鸿基的日常监督和必要的核查。

发行人的《货币资金管理制度》规定，各分公司需执行“收支两条线”的管理原则，不得收支混用，各项支出需通过费用审批后，由总部拨付给分公司。

综上，杭州分公司的销售收入受深圳钰浚和华润新鸿基双重外部管理和监督，各项支出需通过费用审批后，由总部拨付给分公司，因此杭州分公司的业务、款项收支、财务处理均较为简单。基于此，发行人派驻一名财务人员负责与深圳钰浚、华润新鸿基核对销售数据、负责保管网银录单的U盾和密码并执行录单操作、购买发票、申报及缴纳税款等财务事项；但在货币资金管理方面，根据《货币资金管理制度》，要求“严禁一人拥有网上银行支付结算所需的全部权限，不相容的岗位权限必须分离，网上银行作业应有两级或以上的授权审批”、“严格执行银行对账制度”，因此指定另一名人员负责保管具有复核权限的网银U盾密码、银行对账等复核工作。

②杭州分公司原员工舞弊事件及整改措施

陈浩于2010年9月入职、2014年9月离职，在职期间陈浩负责杭州分公司的财务工作，其利用职务之便，通过向税务部门少报税并伪造实际应缴纳税款的完税电子缴款凭证进行账务处理及提报总部财务管理中心，将截留税款汇至陈浩个人账户的方式，截留杭州分公司自2011年12月至2014年7月应缴增值税和企业所得税税款466.02万元，其中增值税款48.94万元，企业所得税款417.08万元。

发行人对杭州分公司的内控制度能有效防范员工挪用公司资金的情形，但在执行过程中因付款授权制度及银行对账制度执行中存在缺陷，导致出现该舞弊事件：

发行人《货币资金管理制度》规定，“严禁一人拥有网上银行支付结算所需的全部权限”，需“严格执行银行对账制度”。杭州财务人员陈浩应只负责保管杭州分公司网银录单的U盾和密码，具有复核权限的U盾及密码由指定的复核人员负责保管，但在实际执行中，指定的复核人员与陈浩私交较好，较为信任陈浩，责任心薄弱，在杭州分公司网银复核的U盾被陈浩以调帐的理由取走后，未主动追回保管，导致陈浩一人拥有杭州分公司付款授权所需的全部权

限；且该名指定复核人员对银行对账制度的重视程度低，未亲自履行银行对账制度，而是交由陈浩处理，导致银行对账制度执行失效。

针对上述杭州分公司付款授权缺陷，发行人积极进行整改：I、发行人对指定复核人员进行了严肃的处理并追究了相应的责任，不再由其负责杭州分公司的复核工作，并特别督导杭州分公司新任财务人员及复核人员明晰各自岗位职责；II、为避免以后出现类似舞弊事件，将所有分公司的网银复核U盾及密码收归财务管理中心保管，由财务管理中心指定总部财务人员执行网银付款的复核程序，并指定其他财务人员定期或不定期登陆分公司银行账户的网银，检查各分公司的交易明细；III、对分公司进行全面稽核，经稽核，其他分公司内控措施执行到位，不存在复核人员未严格执行付款授权制度及银行对账制度的情形；IV、修订《分公司管理办法》，增加对分公司税金缴交情况管理条款：

“总部财务管理中心指定专人，每月登录分公司的税收帐号，查看税收实际缴纳情况”；V、要求各层级财务人员加强各项制度的学习，提高财务基础规范和内控管理意识，增强责任意识；进一步加强财务稽查人员的培训教育，提高财务稽查人员的稽查意识，并根据公司业务情况，进一步完善财务稽查工作流程，改善稽查方法（如实地走访银行取得银行资金流水明细单、加强记账所附原始单据审核及账面记录核对等）。

③杭州分公司原员工舞弊事件对发行人税务合法合规性的影响

发行人在查明陈浩的舞弊行为后，主动与杭州分公司主管税务部门沟通，杭州分公司主管税务部门表示该事项系员工个人舞弊行为，且发行人属自查自纠，并及时缴付了应交税款，故未认定该事项属违法违规行为，并于2015年1月9日出具了证明，证明经在其税务系统查询，杭州分公司暂无欠税和违法违规记录。

④管理层对内控的自我评价

杭州分公司原员工舞弊事件源于陈浩对法律的漠视、对金钱的贪婪，以及原指定复核人员对公司内控制度规定的无视及责任心的缺乏，反映了发行人内部控制制度在执行过程中存在一定的薄弱环节。针对该内控执行薄弱环节，一方面发行人于2014年12月底至2015年1月初对37家分公司财务和内部控制执行情况进行了稽核，经稽核，其他分公司内控措施执行到位，未发现类似杭州

分公司内控失效的情形，各分公司均能按公司制定的《分公司管理制度》和《货币资金管理制度》等公司内部控制制度执行各项业务；另一方面发行人采取各项措施进一步加强和完善了内部控制制度，以防止类似舞弊事件的发生。基于此，发行人管理层对公司的内控制度进行了自查和评估后认为：“公司现有的内部控制制度基本健全，能够满足公司管理的要求及各项业务活动正常运行；能够保证内部控制体系有效执行；能够对公司的财务报告的真实性、公允性提供合理保证；能够符合我国有关法规和监管部门的要求。”

7、存货

截至2013年12月31日、2014年12月31日和2015年12月31日，公司存货账面价值分别为39,435.87万元、36,676.19万元和37,132.01万元，占同期资产总额的比重分别为21.71%、17.14%和17.41%。报告期内公司根据总体经济形势和消费市场变化适时对产量下调，同时公司近两年进行产成品库存优化，报告期内存货净值有所下降。存货的构成及变动情况进行具体分析如下：

（1）存货构成分析

各报告期末存货的具体构成如下：

项目	2015-12-31				2014-12-31			
	金额	比例	跌价	净值	金额	比例	跌价	净值
原材料	5,696.68	7.87	3,519.48	2,177.20	5,334.91	7.05	3,167.43	2,167.48
委托加工物资	4.47	0.01	—	4.47	88.05	0.12	—	88.05
在产品	2,911.68	4.02	—	2,911.68	3,618.16	4.78	—	3,618.16
库存商品	61,115.75	84.45	29,855.43	31,260.31	63,753.34	84.20	33,670.35	30,082.99
发出商品	2,644.27	3.65	1,865.93	778.34	2,921.74	3.86	2,202.24	719.50
合计	72,372.85	100	35,240.84	37,132.01	75,716.20	100	39,040.02	36,676.20

（续上表）

项目	2013-12-31			
	金额	比例	跌价	净值
原材料	4,685.08	5.80	2,511.51	2,173.57
在途物资	83.43	0.10	—	83.43
委托加工物资	279.93	0.35	—	279.93
在产品	3,706.93	4.59	—	3,706.93
库存商品	66,398.11	82.22	34,645.14	31,752.97

项目	2013-12-31			
	金额	比例	跌价	净值
发出商品	5,599.96	6.93	4,160.93	1,439.03
合计	80,753.44	100	41,317.57	39,435.87

从上表看，公司的存货主要包括原材料、在产品和产成品（含库存商品和发出商品，下同）。2013年末、2014年末和2015年末，公司存货账面余额分别为80,753.44万元、75,716.20万元和72,372.85万元；其中公司各报告期末产成品的余额分别为71,998.07万元、66,675.08万元和63,760.02万元，分别占期末存货余额的89.16%、88.06%和88.10%。公司存货余额较大且以产成品为主，符合公司的经营模式和所处行业的特点，具体如下：

①公司全产业链的经营模式是存货余额较大，产成品占比较高的直接原因

首先，公司实行远期订货会制度，在每季服装投入市场半年前召开订货会，按照订单安排生产。根据这种排产模式，各报告期末的存货余额中除了当季自营销售终端中未销完的商品、部分追单生产完工待发运的商品，还包括拟投入下季市场的产品，因此公司库存商品余额较大。公司采取自制生产和外协生产相结合的生产模式，并根据“以销定产”原则合理安排原辅材料采购。其中部分外协生产服装尤其是冬季的皮草类服装所需的原材料由公司确定面料规格后由外协厂直接购入加工，同时由于公司产品的生产周期时间较短，导致公司原材料和在产品余额较低。

其次，从销售模式看公司主要采用自营和经销相结合的销售模式。在经销模式下，当季货品销售给经销商后，货品的所有权即由公司转移至经销商，不再作为公司存货核算，而自营模式下发运至各销售终端尚未实现最终销售的货品仍属公司存货，公司销售收入中自营模式销售占比越高，库存商品余额越高。报告期内，自营模式收入占比约50%，因此公司目前采取的经营模式也导致了存货结构中库存商品占比较大。

②中、高端女装行业特点决定

首先，公司定位的中、高端女装具有款式花色多、单款数量少的特点，需要对不同款式、花色、尺码的服饰进行配货，以满足消费者对时尚性和个性化更高的要求，同时为维护品牌形象，满足客户消费心理需求，当季产品较少采用大幅打折促销，因此产品总体适销率与普通服装比相对较低，滚动效应导致

库存商品余额较高。

其次，女装销售额变动具有一定的季节性特点，公司产品中秋冬季服装的单位成本比春夏装普遍较高，导致年末存货额一般处于全年最高水平。

（2）存货余额变动分析

各报告期末公司存货余额保持在7.2亿至8亿间，略有变动，但总体相对稳定。存货余额的变动主要是由产成品引起。各报告期末产成品在6.3亿至7.2亿间，2014年末比2013年末余额减少5,037.24万元，降幅为6.24%，2015年末比2014年末余额减少3,343.35万元，降幅为4.42%，产成品余额变动的主要原因如下：

①市场波动原因

由于公司采取远期订货会制度，一般提前两季召开订货会并根据订单安排生产。报告期内各年末产成品库龄结构如下：

产成品库龄	2015-12-31		2014-12-31		2013-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
1年以内	29,845.60	46.81	28,564.56	42.84	31,116.37	43.22
1-2年	15,440.29	24.22	15,067.15	22.60	18,331.82	25.46
2-3年	11,059.26	17.35	13,229.92	19.84	17,924.06	24.90
3年以上	7,414.87	11.62	9,813.45	14.72	4,625.82	6.42
合计	63,760.02	100	66,675.08	100	71,998.07	100

2011年服装行业整体增幅较大，2011年公司产成品入库量达296万件。公司2011年发展也较快，使得公司和经销商普遍对2012年的销售预期较高，大幅增加了订货会的订单量，公司2012年产量也较高，达309万件，使得公司2012年末库龄为1年以内和1-2年的产成品比重较高，2012年末整体库存水平也较高。由于2012年全行业销售增速明显下滑，公司及经销商相应调整订货及生产策略，2011年和2012年产量大导致2013年末过季库存结余较大，其中结存库龄在1-2年和2-3年的产成品主要为2012年款和2011年款，金额分别为18,331.82万元和17,924.06万元。2013年公司入库量下调至236万件，2014年入库量为244万件，2013年末和2014年末库龄1年以内的库存比例已下降，同时2014年公司通过优化库存使2014年末存货余额下降。2015年受整体消费市场环境低迷影响，全年入库量为193万件，产量同比下降20.59%，同时公司陆续通过电子商务、奥特莱斯和

特价销售等渠道消化过季库存，2015年产成品余额同比下降。

②销售渠道变动原因

2013年末至2015年末，公司销售门店分别为758家、757家和697家，自营门店分别为323家、331家和352家。

随着公司品牌知名度和影响力的不断提升，公司旗下品牌位于国内中、高端女装市场的第一集团，成为众多商场大力引进的优秀品牌。报告期内，2013年末和2014年末终端门店数量基本保持稳定，2015年受宏观经济调整及消费市场环境低迷影响，经销门店数量有一定程度减少，公司对公司终端门店和库存结构进行及时动态优化，店铺铺货和备货也在一定程度上略有减少。

③产成品滚存及过季商品处理的影响

由于服装产品的特性决定，每季产品通常不会于当季全部售罄，从而成为过季货品，但未销售完毕的新品并不会立即成为滞销品，而是可以通过再次上架或展销等其他方式实现销售，但销售数量呈逐年减少趋势，最终将成为滞销品。

过季存货如果过度累积将对公司的资产质量和持续盈利能力造成不利影响，因此，公司高度重视过季存货的影响，制定了合理、有效的过季货品管理制度，一方面通过多种销售形式实现对外销售，消化过季库存，优化库存结构，主要形式包括①根据每年大型节假日、商场活动安排开展促销活动，在大型高档酒店等场所组织专场展销活动，②通过OUTLETS（奥特莱斯）折扣店、电子商务等渠道销售以及内购等；除通过以上常规方式处理过季存货外，报告期内通过泉州莱利的特价销售和对管理商的特殊折扣等方式对过季货品进行处理。2012年末的过季产成品在2013年度消化比例为32.09%，2013年末的过季产成品在2014年消化比例为42.14%，过季产成品有效减少，库存结构和质量得到了优化和提升。

受过季商品滚存效应的影响，2013年末、2014年末和2015年末库龄1年以上的过季产成品余额分别为40,881.70万元、38,110.52万元和33,914.42万元，由于公司采取了展销会、特殊折扣、特价销售等有效措施处理过季商品，库龄1年以上过季产成品在报告期内逐年有所下降。

（3）存货跌价准备计提情况

①存货跌价准备计提政策

A、产成品可变现净值的确定依据及存货跌价准备的计提方法

1) 公司自主品牌库存商品、发出商品可变现净值确定依据及存货跌价准备计提方法

根据公司制定的品牌营销策略，在销售当年新品的同时还会根据每年各大型节假日、商场促销活动及组织展销活动销售过季货品。一般情况下过季货品的销售价格都高于成本，但销售量远低于新品的数量，T年货品的销售量在未来三年即T+3年内销售数量呈逐年减少的状态，最终成为呆滞品，即可变现净值为0。

公司按照行业特点和库存实际销售情况，确定各年份过季货品在会计报告截止日无法对外实现销售的概率，作为对各年份过季产品按季计提存货跌价准备的比例的依据。对于产成品计提存货跌价准备的具体计提比例如下：

季节/年份		春季	夏季	秋季	冬季
T+0 年	3 月末				
	6 月末				
	9 月末	10%	10%		
	12 月末	30%	30%		
T+1 年	3 月末	45%	45%	10%	10%
	6 月末	60%	60%	30%	30%
	9 月末	80%	80%	45%	45%
	12 月末	85%	85%	60%	60%
T+2 年	3 月末	90%	90%	80%	80%
	6 月末	95%	95%	85%	85%
	9 月末	98%	98%	90%	90%
	12 月末	100%	100%	95%	95%
T+3 年	3 月末			98%	98%
	6 月末			100%	100%
	9 月末				
	12 月末				

2) 公司代理品牌商品可变现净值确定依据及存货跌价准备计提方法

2013年9月发行人开始代理经营国际品牌万宝龙的部分产品。在正常代理经营过程中，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；预期公司将终止代理经营时，其可变现净值以代理合同约定被代理方回购价格为基础计算，若公司持有存货的数量多于被代理方回购数量的，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。

B、原材料可变现净值的确定依据及存货跌价准备的计提方法

公司的原材料分为主料、辅料及共用布料。

本公司主料采购是先由设计师设计出各种款式的样衣，采购人员根据业务部门提供的订单量计量各款式相对应的主料并下达采购订单进行采购。根据历年生产情况的历史数据分析，过季主料通常绝大部分不再用于当季产品的生产，随着时间的推移，设计师对其不使用的概率逐渐增大，只有少量仍然用于生产。大部分过季的主料，在若干年后进行低价销售处理，可变现净值接近于0。

公司根据历年生产情况及各季主料的实际结存的历史数据，确定各年份过季主料在会计截止日不再用于生产的概率，作为对各年份过季主料按季计提存货跌价准备的依据。对于过季主料计提存货跌价准备的具体计提比例如下：

季节/年份	T+0 年		T+1 年		T+2 年		T+3 年	
	6 月末	12 月末	6 月末	12 月末	6 月末	12 月末	6 月末	12 月末
皮料/布料		20%	30%	50%	80%	100%		

注：此处 T 代表购进原材料所要生产货品款式的年份。

公司的辅料及共用布料的使用不受服饰等产品过季的影响，因此不按上述比例计提存货跌价准备，按照账面成本与可变现净值孰低提取或调整存货跌价准备。

C、在产品可变现净值的确定依据及存货跌价准备的计提方法

公司根据订货会订单情况提前安排生产，期末在产品均为尚未完工的当季货品和下一季未上市新品，故通常情况下，公司对在产品不计提存货跌价准备。

②发行人报告期各期计提、转回和转销的存货跌价准备金额情况列示如下：

存货种类	2014 年 12 月 31 日	本期计提额	本期减少额		2015 年 12 月 31 日
			转回	转销	
原材料	3,167.43	363.87	—	11.82	3,519.48
库存商品	33,670.35	13,655.29	—	17,470.20	29,855.43
发出商品	2,202.24	2,556.30	—	2,892.62	1,865.93
合计	39,040.02	16,575.47	—	20,374.64	35,240.84

（续上表）

存货种类	2013 年 12 月 31 日	本期计提额	本期减少额		2014 年 12 月 31 日
			转回	转销	
原材料	2,511.51	726.30	—	70.38	3,167.43

库存商品	34,645.14	15,028.93	—	16,003.72	33,670.35
发出商品	4,160.93	1,138.07	—	3,096.75	2,202.24
合计	41,317.57	16,893.30	—	19,170.86	39,040.02

(续上表)

存货种类	2012年12月31日	本期计提额	本期减少额		2013年12月31日
			转回	转销	
原材料	1,969.36	768.35	—	226.21	2,511.51
库存商品	25,176.65	19,189.52	—	9,721.03	34,645.14
发出商品	3,936.97	2,942.13	—	2,718.17	4,160.93
合计	31,082.98	22,900.00	—	12,665.40	41,317.57

③产成品库龄及跌价准备计提情况

报告期内，公司产成品库龄余额变动及跌价准备计提情况如下表所示：

期间	库龄	账面余额	比例	跌价准备	计提比例	账面价值	比例
2015-12-31	1年以内	29,845.60	46.81	2,802.93	9.39	27,042.67	84.41
	1-2年	15,440.29	24.22	10,717.84	69.41	4,722.45	14.74
	2-3年	11,059.26	17.35	10,785.73	97.53	273.53	0.85
	3年以上	7,414.87	11.62	7,414.87	100.00	—	—
	合计	63,760.02	100	31,721.37	49.75	32,038.65	100
2014-12-31	1年以内	28,564.56	42.84	2,163.56	7.57	26,401.00	85.71
	1-2年	15,067.15	22.60	10,978.16	72.86	4,088.99	13.27
	2-3年	13,229.92	19.84	12,917.42	97.64	312.50	1.02
	3年以上	9,813.45	14.72	9,813.45	100	—	—
	合计	66,675.08	100	35,872.59	53.80	30,802.49	100
2013-12-31	1年以内	31,116.37	43.22	3,264.49	10.49	27,851.88	83.91
	1-2年	18,331.82	25.46	13,531.35	73.81	4,800.47	14.46
	2-3年	17,924.06	24.90	17,384.40	96.99	539.66	1.63
	3年以上	4,625.82	6.42	4,625.82	100	—	—
	合计	71,998.07	100	38,806.06	53.90	33,192.01	100

针对中、高端女装时尚性强、流行趋势变化快，过季库存销售逐年递减效应明显的特点，公司制订了严格的存货跌价准备计提政策，并足额计提了存货跌价准备，计提存货跌价准备后，公司产成品账面价值按库龄结构划分基本处于1年以内，2013年末、2014年末和2015年末，产成品账面价值中库龄1年以内

的比例分别为83.91%、85.71%和84.41%。

报告期内，公司产成品中库龄1年以内的比例总体有所下降，主要是经济波动影响销售预期和公司产量调整影响。受2011年下半年经济波动影响，公司2012年实际销售低于预期；2011年和2012年公司产品入库量（包括生产和外购）分别为296万件和309万件，2013年公司对生产入库计划进行了适当调整，公司产品自制生产入库量下降至236万件，2014年产品入库量244万件，与2013年产品入库量相当，2015年产品入库量有较大幅度下降，为193万件。公司产量调整及实际销售情况影响报告期内公司产成品库龄结构，导致2014年末公司库龄1年以内的产成品下降；2015年整体消费市场低迷，销售也低于预期，库龄1年以内的产成品略有提高。2013年末库龄2-3年的产成品余额比重较大，金额为17,924.06万元，为2011年款产品库存。2014年公司处理过季库存使2011年款成品库存在2014年末已降至为7,055.42万元，2014年末根据公司存货跌价准备政策已对上述过季产品全额计提跌价。同时公司通过二次上架销售以及展销等促销手段消化过季库存。报告期内公司陆续调整生产计划和优化产品库存结构，产成品逐年下降，跌价准备余额相应有所下降。

（4）同行业上市公司存货跌价准备计提情况

发行人存货跌价准备和存货减值损失情况如下：

项目	2015-12-31/ 2015 年度	2014-12-31/ 2014 年度	2013-12-31/ 2013 年度
存货跌价准备	35,240.84	39,040.02	41,317.57
存货跌价准备占存货余额比例	48.69%	51.56%	51.17%
当期计提存货减值损失金额	16,575.47	16,893.30	22,900.00

公司根据自身特点按《企业会计准则》及其相关规定制定存货跌价准备政策，2014年末和2015年末存货跌价准备余额占存货余额比例已达51.56%和48.69%，明显高于同行业可比上市公司。

同行业上市公司存货跌价准备计提情况如下：

①宝国国际存货跌价准备和存货减值损失情况如下：

项目	2015-12-31/ 2015 年度	2014-12-31/ 2014 年度	2013-12-31/ 2013 年度
当期计提存货减值损失金额	18,853.10	17,248.80	17,648.30
计提存货减值损失占零售业务比重	12.8%	10.0%	9.0%

项目	2015-12-31/ 2015 年度	2014-12-31/ 2014 年度	2013-12-31/ 2013 年度
存货净值	74,350.20	72,155.10	71,527.40
存货原值	140,514.60	130,859.50	121,226.60
存货跌价准备占存货余额比例	48.51%	44.86%	41.00%
当期转销存货跌价准备金额	9,393.10	8,243.60	7,194.70

注：宝国国际未公开各报告期末披露存货原值、存货跌价准备余额及各期存货跌价转销金额，上述2013年-2015年相关数据系根据宝国国际公开披露的递延税项等数据推算而来。

②朗姿股份存货跌价准备和存货减值损失情况如下：

项目	2015-12-31/ 2015 年度	2014-12-31/ 2014 年度	2013-12-31/ 2013 年度
存货跌价准备	11,122.13	10,625.50	5,460.29
存货原值	59,744.89	66,432.92	63,576.60
存货跌价准备占存货余额比例	18.62%	15.99%	8.59%
当期计提存货减值损失金额	496.63	5,165.21	3,022.55

③维格娜丝存货跌价准备和存货减值损失情况如下：

项目	2015-12-31/ 2015 年度	2014-12-31/ 2014 年度	2013-12-31/ 2013 年度
存货跌价准备	560.65	253.92	436.18
存货原值	27,543.49	20,636.97	15,856.56
存货跌价准备占存货余额比例	2.04%	1.23%	2.75%
当期计提存货减值损失金额	306.73	-182.26	176.76

④歌力思存货跌价准备和存货减值损失情况如下：

项目	2015-12-31/ 2015 年度	2014-12-31/ 2014 年度	2013-12-31/ 2013 年度
存货跌价准备	15,942.37	15,646.89	14,202.42
存货原值	33,779.96	32,260.02	31,350.39
存货跌价准备占存货余额比例	47.19%	48.50%	45.30%
当期计提存货减值损失金额	295.47	1,444.47	3,522.32

中、高端女装可比上市公司在各自品牌战略和经营模式等存在差异导致存货跌价准备计提政策存在差异，公司存货跌价准备政策是结合公司自身业务特点根据《企业会计准则》及其相关规定下制定的。

从可比上市公司存货跌价准备计提具体数据对比分析看，各报告期末发行人存货跌价准备余额计提比例高于同行业可比上市公司。发行人制定的存货跌

价准备计提政策与服装行业特点和公司库存实际情况相符，符合《企业会计准则》及其相关规定；报告期内计提政策前后保持一致，未发生变化，存货跌价准备计提充分、合理，各期末存货质量良好，从而保证了公司未来发展的稳健性和可持续性。

8、固定资产

报告期内，公司固定资产账面价值及变化情况如下表所示：

项目	2015-12-31		2014-12-31		2013-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
房屋及建筑物	8,306.27	74.54	8,885.83	78.39	9,765.46	77.57
机器设备	1,749.15	15.70	1,488.42	13.13	1,627.27	12.93
运输工具	200.29	1.80	258.91	2.28	411.78	3.27
其他办公设备	227.75	2.04	278.05	2.45	377.34	3.00
电子设备	660.26	5.92	423.53	3.74	406.80	3.23
合计	11,143.72	100	11,334.74	100	12,588.65	100

截至2013年12月31日、2014年12月31日和2015年12月31日，本公司固定资产净值分别为12,588.65万元、11,334.74万元和11,143.72万元，占总资产的比重分别为6.93%、5.30%和5.22%。本公司固定资产占总资产的比例较低，具体原因请参见本节“一、财务状况”之“（一）资产构成及变动分析”之“1、资产构成”。

固定资产中房屋及建筑物主要为公司2012年购入全世美公司位于湖里大道95号价值6,684.14万元房产和信诺公司位于华昌路140号价值3,241.20万元房产。

9、在建工程

报告期内，公司在建工程明细情况如下表所示：

项目	2015-12-31	2014-12-31	2013-12-31
店面装修	190.39	468.38	28.17
建筑工程	—	47.00	—
研发设计中心	14,400.87	5,148.56	2,495.51
软件开发	7.03	91.20	104.40
生产物流中心	629.78	102.83	—
合计	15,228.07	5,857.97	2,628.08

截至2013年12月31日、2014年12月31日和2015年12月31日，本公司在建工程占总资产的比重分别为1.45%、2.74%和7.14%。公司购买厦门市湖里高新科

技园区创新路604号地块，利用自筹资金用于研发设计中心项目建设，目前研发设计中心项目尚在建设中，2015年末余额为14,400.87万元。

10、无形资产

报告期内，公司无形资产主要是土地使用权和软件，具体构成情况如下表所示：

项目	2015-12-31	2014-12-31	2013-12-31
土地使用权	9,220.45	9,444.39	9,668.32
软件	767.78	790.38	208.18
合计	9,988.24	10,234.76	9,876.50

截至2013年12月31日、2014年12月31日和2015年12月31日，本公司无形资产净值分别为9,876.50万元、10,234.76万元和9,988.24万元，占总资产的比重分别为5.44%、4.78%和4.68%。2011年公司购入湖里区高新技术园区土地使用权，用于研发设计中心项目建设；2012年购入用于募集资金项目的厦门同安物流中心土地使用权。

11、长期待摊费用

公司长期待摊费用主要由自营店铺装修费用及其他装修费构成，具体构成情况如下表所示：

项目	2015-12-31	2014-12-31	2013-12-31
店铺装修费	8,676.97	8,879.02	8,581.20
其他装修费	161.90	54.14	112.36
合计	8,838.87	8,933.16	8,693.56

公司目前自营店铺采用租赁方式取得，为维护公司品牌形象，创造良好购物环境，公司统一装修设计、指定材料采购和工程施工，从而保证所有店铺形象保持一致。公司将装修支出计入长期待摊费用，一般按两年摊销，对于面积大、装修标准高、装修间隔期大于两年的店面按受益期和租赁期孰短进行摊销。其他装修费主要是办公楼装修费，按3年进行摊销。

12、递延所得税资产

公司2013年末、2014年末和2015年末，递延所得税资产分别为10,404.67万元、10,125.85万元和8,887.91万元，公司递延所得税资产系因计提坏账准备和存货跌价准备所产生的可抵扣暂时性差异形成。

13、主要资产减值准备计提情况

报告期内，公司资产减值准备主要为计提的应收账款坏账准备和存货跌价准备，各报告期末坏账准备和存货跌价准备余额构成情况如下表所示：

项目	2015-12-31		2014-12-31		2013-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
坏账准备	749.25	2.08	1,392.73	3.44	734.49	1.75
其中：应收账款	301.33	0.84	901.00	2.23	640.37	1.52
其他应收款	447.92	1.24	491.73	1.22	94.12	0.22
存货跌价准备	35,240.84	97.92	39,040.02	96.56	41,317.57	98.25
合计	35,990.09	100	40,432.75	100	42,052.06	100

本公司应收账款中1年以内的应收账款余额占比均在92%以上，账龄总体较短，并且客户信用良好，发生坏账的可能性较小，因此计提坏账准备金额相对较小。应收款项坏账准备情况参见本节“一、财务状况”之“（一）资产构成及变动分析”之“4、应收账款”和“6、其他应收款”。

虽然公司的毛利率相对较高并保持稳定，但中、高端女装销售与一般时装所采取的款式设计少、销售量大且快速、过季服饰大幅折扣清仓促销的策略不同，更加注重对流行趋势和时尚前沿的把握，销售呈现款多量少的特点，同时为维护品牌形象，公司较少采用大幅打折促销方式，导致最终成为滞销品的比例要高于一般时装。本公司根据中、高端女装行业特点结合公司经营模式和公司实际库存情况，制定了谨慎的存货跌价准备计提政策，存货跌价准备计提充足、合理，具体情况参见本节“一、财务状况”之“（一）资产构成及变动分析”之“7、存货”。

公司管理层认为：公司各项资产减值准备计提政策，符合《企业会计准则》相关规定，遵循了谨慎性原则，并与公司各期末资产的实际情况相符，资产减值计提充分、合理，不存在利用资产减值准备政策调节公司利润或因资产减值计提不足而影响公司持续经营的情况，公司的资产减值政策有利于保障公司资产质量和持续盈利能力。

（二）负债构成及变动分析

1、负债构成

报告期内，公司负债构成情况如下表所示：

项目	2015-12-31		2014-12-31		2013-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
应付票据	251.03	0.66	243.92	0.56	258.42	0.60
应付账款	10,984.31	28.88	10,238.95	23.67	8,112.60	18.77
预收款项	3,660.87	9.62	3,451.00	7.98	3,040.01	7.03
应付职工薪酬	9,520.10	25.03	8,790.68	20.32	7,041.24	16.29
应交税费	3,884.52	10.21	8,475.31	19.59	9,366.07	21.67
应付股利	—	—	—	—	1,232.00	2.85
其他应付款	9,042.06	23.77	11,335.67	26.20	14,177.68	32.80
一年内到期的非流动负债	695.78	1.83	725.18	1.68	—	—
流动负债合计	38,038.67	100	43,260.71	100	43,228.02	100
负债合计	38,038.67	100	43,260.71	100	43,228.02	100

报告期内公司的负债均由流动负债构成，该负债结构与公司的资产结构相一致，资产和负债的高流动性是由公司所处服装行业和自身运营模式特点共同决定的。

2015年末负债比2014年减少5,222.04万元，降幅为12.07%，其中应交税费余额同比减少4,590.79万元，2015年营业收入和实现的净利润同比有所下降及各项税费支付导致应交税费余额比2014年末有较大降幅。报告期内负债总体水平相对稳定与公司生产经营规模相适应。

2、应付账款

公司应付账款主要为服装面料及辅料采购款和外协生产加工货款。2013年12月31日、2014年12月31日和2015年12月31日，公司应付账款余额分别为8,112.60万元、10,238.95万元和10,984.31万元，占流动负债的比重分别为18.77%、23.67%和28.88%。

报告期内，公司应付账款账龄结构情况如下表所示：

项目	2015-12-31		2014-12-31		2013-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
1年以内	10,900.45	99.24	10,185.31	99.48	8,075.92	99.55
1-2年	83.87	0.76	53.63	0.52	16.27	0.20
2-3年	—	—	—	—	20.41	0.25
合计	10,984.31	100	10,238.94	100	8,112.60	100

报告期内公司账龄1年以内应付账款余额比重均在99%以上，应付账款账面余额情况列示如下：

项目	2015-12-31	2014-12-31	2013-12-31
应付材料款	6,871.95	7,867.43	7,108.39
应付工程款	3,814.71	2,197.65	527.88
应付其他	297.66	173.87	476.32
合计	10,984.31	10,238.94	8,112.60

公司与供应商之间建立了良好的合作关系，采购款项支付正常，公司的原材料供应保持稳定。公司研发中心大楼和同安生产线及仓储物流中心已投入建设中导致2015年末应付工程款余额增加。

3、预收款项

预收款项主要是预收经销商的订货款。根据公司与经销商签订的《品牌授权经销协议》约定，经销商在每季订货会结束后需要按照订货货款总额的一定比例支付预付货款。

截至2013年12月31日、2014年12月31日和2015年12月31日，公司各报告期末预收账款余额分别为3,040.01万元、3,451.00万元和3,660.87万元，占流动负债的比重分别为7.03%、7.98%和9.62%。

各报告期末，预收账款余额主要受经销商当期末订货量影响而略有波动。

4、应付职工薪酬

各报告期末应付职工薪酬明细余额如下：

项目	2015-12-31	2014-12-31	2013-12-31
短期薪酬列示：			
工资、奖金、津贴和补贴	3,278.61	3,658.06	3,175.55
社会保险费	12.05	11.69	9.55
住房公积金	6.06	4.83	3.88
职工教育经费和工会经费	6,201.49	5,095.59	3,834.44
短期薪酬小计	9,498.22	8,770.17	7,023.42
离职后福利列示：			
设定提存计划	21.89	20.51	17.82
合计	9,520.10	8,790.68	7,041.24

2013年末、2014年末和2015年末应付职工薪酬中工资、奖金、津贴和补贴

余额为各报告期期末工资及当年计提奖金，职工教育经费和工会经费结余逐年增长，使应付职工薪酬余额逐年增长。

5、应交税费

各报告期末应交税费明细余额列示如下：

项目	2015-12-31	2014-12-31	2013-12-31
增值税	1,219.44	1,608.55	1,542.90
企业所得税	2,386.32	5,726.16	7,521.85
城市维护建设税	91.78	111.46	113.58
个人所得税	116.40	942.64	98.04
其他税费	70.58	86.50	89.69
合计	3,884.52	8,475.31	9,366.07

2014年公司实现较大盈余，公司于2014年底发放当年年终奖导致代扣代缴个人所得税余额较大。2015年营业收入和实现的净利润同比有所下降及各项税费支付导致2015年末应交增值税和企业所得税以及代扣代缴个人所得税余额比2014年末下降，应交税费余额总体有较大幅度下降。

6、应付股利

2013年末应付股利余额为应付股东L Capital Xiamen Fashion Ltd.之2012年股利分配款1,232.00万元，该股利款已于2014年3月支付。

7、其他应付款

截至2013年12月31日、2014年12月31日和2015年12月31日，公司各报告期末其他应付款余额分别为14,177.68万元、11,335.67万元和9,042.06万元，占流动负债的比重分别为32.80%、26.20%和23.77%。

其他应付款主要是经销商、管理商根据与公司签订的销售协议约定缴纳的开店等履约保证金，以及公司预提应付的销售管理费和其他零星往来款。具体明细如下：

项目	2015-12-31	2014-12-31	2013-12-31
履约保证金	5,895.24	6,276.65	9,531.74
销售管理费	2,440.63	3,668.96	4,183.17
其他	706.19	1,390.07	462.77
合计	9,042.06	11,335.67	14,177.68

公司为加强对管理商及销售回款的管理，对销售管理费主要根据回款进度

支付，2014年和2015年公司回款总体良好，当期根据合同和回款进度支付的销售管理费金额较大，导致销售管理费余额有所下降。

2013年公司电子商务业务开展较大，截至2013年末电子商务履约保证金余额共1,180.00万元，另特价销售货款保证金1,500.00万元，因此2013年末履约保证金金额较大。随着2014年泉州莱利特价销售货款保证金和电商保证金的结算，2014年末其他应付款余额已下降。

8、一年内到期的非流动负债（递延收益）

2014年末和2015年末递延收益分别为725.18万元和695.78万元为VIP客户积分未使用部分，发生情况列示如下：

项 目	2014-12-31	本期增加	本期减少	2015-12-31	形成原因
奖励积分	725.18	770.04	799.44	695.78	VIP 客户购 货赠利
合计	725.18	770.04	799.44	695.78	

2014年度以前，公司未制定VIP客户积分的回馈规则，多数为VIP客户使用积分兑换公司产品，公司将兑换的商品做视同销售处理，对于VIP客户的积分无一贯可计量的公允价值。2014年度公司针对VIP客户积分制定了现金券派发规则，明确了积分与现金券之间的关系，即VIP客户积分的公允价值能够可靠计量，截至2015年12月31日客户VIP积分对应的积分礼券价值如下：

项目	2015-12-31 余额（万元）
累计发放积分礼券金额（元）	1,539.96
客户已使用积分礼券金额（元）	254.76
超过积分兑换期的积分礼券金额（元）	589.42
客户尚未使用的有效积分礼券金额（元）	695.78
其中：客户尚未使用的有效积分礼券将于1年内到期金额（元）	695.78

（三）偿债能力分析

1、主要偿债能力指标分析

报告期内，本公司的主要偿债指标情况如下表所示：

财务指标	2015-12-31/ 2015 年度	2014-12-31/ 2014 年度	2013-12-31/ 2013 年度
流动比率（倍）	4.18	3.87	3.18
速动比率（倍）	3.20	3.02	2.26
资产负债率（母公司）	17.49%	19.85%	23.31%

息税折旧摊销前利润(万元)	57,626.24	80,761.84	58,941.92
利息保障倍数（倍）	不适用	不适用	不适用

报告期内，公司流动比率分别为3.18、3.87和4.18，速动比率分别为2.26、3.02和3.20，上述两项指标均较高且逐年提高，公司资产流动性较好，具有较强的短期偿债能力；公司资产负债率分别为23.31%、19.85%和17.49%，公司资产负债率总体保持稳定且呈下降趋势。

报告期内，息税折旧摊销前利润波动的主要原因为2014年度公司实现的利润金额较大，导致2014年息税折旧摊销前利润金额较大，公司负债主要由经营性自发负债构成，不存在有息负债，短期偿债能力较强，不存在偿债压力。

2、与同行业上市公司比较

报告期内，公司流动比率、速动比率、资产负债率指标与公司同行业上市公司对比如下：

项目	时间	宝国国际	朗姿股份	维格娜丝	歌力思	欣贺股份
流动比率 (倍)	2015-12-31	3.42	2.97		4.00	4.18
	2014-12-31	2.76	6.12	14.35	2.43	3.87
	2013-12-31	2.44	9.73	7.09	1.90	3.18
速动比率 (倍)	2015-12-31	2.19	1.93		3.48	3.20
	2014-12-31	1.93	4.42	12.02	1.52	3.02
	2013-12-31	1.71	6.91	4.73	1.03	2.26
资产负债率	2015-12-31	25.71%	14.76%		18.31%	17.49%
	2014-12-31	31.22%	28.88%	8.92%	20.94%	19.85%
	2013-12-31	33.21%	3.45%	6.37%	24.54%	23.31%

注：同行业上市公司选取行业中主营中、高端女装且公司或所经营品牌营业收入、经营规模或资产总额相当的上市公司以便于对比分析。宝国国际资产负债率系按合并口径计算。

与朗姿股份相比，公司的流动比率、速动比率明显偏低，资产负债率偏高，公司上述指标与宝国国际较为接近，造成上述差异的主要原因：公司营运资本主要靠股东投入和经营积累，朗姿股份、维格娜丝和歌力思分别于2011年、2014年12月和2015年4月发行股份上市，上市融资使上述指标大幅改善。公司与维格娜丝和歌力思由于经营模式和业务规模等存在差异，上述因此各项指标略有差异。

（四）资产周转能力分析

1、主要资产周转能力指标分析

报告期内，本公司主要资产周转能力指标如下表所示：

财务指标	2015-12-31	2014-12-31	2013-12-31
应收账款周转率（次）	26.98	30.41	24.59
存货周转率（次）	0.52	0.63	0.67

（1）应收账款周转率

2013年度、2014年度和2015年度，公司应收账款周转率分别为24.59次、30.41次和26.98次，始终保持较高的周转水平，主要原因是：公司主要品牌服饰在市场中具有较高的知名度和影响力，使得公司在与下游客户合作中占据较为主动的地位，对经销商一般采用“款到发货”的销售方式，基本不发生应收账款；对大多数商场采取按月结算方式，款项结算及时，应收账款余额小，因此应收账款周转率较高。

（2）存货周转率

2013年度、2014年度和2015年度，公司按账面余额计算（未扣除存货跌价准备）存货周转率分别为0.67次、0.63次和0.52次，存货周转率与普通服饰企业相比偏低的原因是：存货周转率为营业成本与存货平均余额的比值，由于公司存货跌价准备计提比例高，计算指标时分子即各报告期内营业成本中冲减转销的存货跌价准备金额也较大，因此一定程度上降低了各报告期存货周转率；公司定位于中、高端女装品牌，并不断提升公司品牌在国内市场中时尚、高端的品牌形象，公司产品具有款式花色多、单款数量少的特点，以保持其品牌定位和满足消费者的心理需求，公司七大品牌以突出女装设计、款式多样、中、高端女装定价高的销售策略，与一般普通服装企业所采取的低毛利率、高周转率的策略不同，因此，公司存货周转率与中、高端服装行业相对较低的特点一致。

2、与同行业上市公司比较

项目	时间	宝国国际	朗姿股份	维格娜丝	歌力思	欣贺股份
应收账款周转率（次）	2015-12-31	8.44	10.44	13.50	7.83	26.98
	2014-12-31	9.34	10.74	17.68	8.84	30.41
	2013-12-31	9.82	11.80	19.35	10.01	24.59
存货周转率（次）	2015-12-31		0.74	1.01	0.82	0.52
	2014-12-31	0.29	0.75	1.34	0.76	0.63
	2013-12-31	0.34	0.87	1.40	0.77	0.67

（1）应收账款周转率比较

报告期内，公司应收账款周转率显著高于同行业上市公司，主要是与公司

经营模式和稳健的销售信用政策有关；公司应收账款占比较小，销售回款能力良好。

（2）存货周转率比较

报告期内，公司存货周转率变化趋势与同行业上市公司一致，由于受宏观经济波动影响和公司生产与经营计划调整，报告期内存货周转率逐年略有下降；公司存货周转率总体高于宝国国际，略低于歌力思，低于朗姿股份和维格娜丝。公司将通过更加科学的库存管理，并加强对过季产品的处理，优化ERP信息系统，不断提升供应链管理和销售终端反馈效率，促进生产数量和销售数量达到均衡，进一步优化库存结构、提升存货管理水平。

综上，公司应收账款周转率高于同行业上市公司水平，存货周转率总体与同行业上市公司平均水平相当，表明公司具有较强的流动资产管理能力。

二、盈利能力分析

报告期内，公司的盈利情况如下表所示：

项目	2015 年度			2014 年度			2013 年
	金额	增长率	变动额	金额	增长率	变动额	金额
营业收入	181,301.24	-18.27	-40,538.94	221,840.18	5.86	12,283.46	209,556.72
营业毛利	142,655.66	-17.32	-29,893.54	172,549.20	10.71	16,692.30	155,856.90
期间费用	76,236.51	-6.21	-5,046.05	81,282.56	-1.82	-1,508.47	82,791.03
资产减值损失	16,068.72	-8.45	-1,483.56	17,552.28	-23.98	-5,537.75	23,090.03
营业利润	47,765.64	-32.13	-22,609.29	70,374.93	49.59	23,328.57	47,046.36
利润总额	48,748.31	-31.61	-22,528.16	71,276.47	46.19	22,518.81	48,757.66
所得税费用	12,724.21	-29.79	-5,399.86	18,124.07	45.43	5,662.09	12,461.98
净利润	36,024.11	-32.22	-17,128.29	53,152.40	46.44	16,856.73	36,295.67
归属于母公司股东的净利润	36,024.11	-32.22	-17,128.29	53,152.40	46.44	16,856.73	36,295.67
扣除非经常损益的归属于母公司股东的净利润	33,090.79	-35.30	-18,055.33	51,146.12	47.20	16,400.13	34,745.99

公司主要从事“JORYA”、“JORYA weekend”、“ANMANI（恩曼琳）”、“GIVHSHYH（巨式国际）”、“CAROLINE（卡洛琳）”、“AIVEI”等中、高端品牌系列的女装和QDA流行时尚品牌的设计、生产和销售，具有较

强的研发设计能力，每季根据国际最新流行趋势推出大量款色新品服饰，公司各品牌服饰在市场中的知名度和品牌影响力不断得到提升，形成了稳定的客户群体，公司主要产品的销售亦稳步提升，并保持了较高的毛利率水平，保证了公司较强的盈利能力。

2013年度和2014年度，公司营业收入分别为209,556.72万元和221,840.18万元，呈稳步增长趋势，营业收入的稳定增长为本公司提供了较大的盈利空间。2014年下半年以来宏观经济调整及消费环境整体低迷，服装门店经销商订货数量同比下降，自营门店销售也不如预期，2015年度公司实现收入181,301.24万元，同比下降40,538.94万元，降幅为18.27%，其中自营模式同比下降16,815.85万元，经销收入同比下降21,780.55万元，各项盈利水平均有一定程度下降。报告期内，公司毛利率水平较高，逐年略有提高，保证了公司产品的盈利能力水平。公司2013年度、2014年度和2015年度，实现的利润总额分别为48,757.66万元、71,276.47万元和48,748.31万元。

2014年比2013年盈利情况主要变动分析：（1）2014年公司营业收入比2013年增长5.86%，公司产品售价提高等经营策略调整使公司综合毛利率比2013年提高3.45%，营业收入增长和毛利率提高使公司营业毛利比上年净增加16,692.30万元，营业毛利同比增幅较大；（2）2014年公司加强对各项费用的控制，期间费用率由2013年39.51%下降至2014年36.64%；（3）公司陆续调整生产计划和优化产品库存结构，2014年存货资产减值损失比2013年减少6,006.70万元。营业收入增长和毛利率提高使营业毛利净增加，期间费用率同比下降、期间费用同比总体也有所下降，资产减值损失计提金额下降使2014年公司营业利润比2013年净增加22,518.81万元，同比增长46.19%，利润总额和净利润等其他利润指标相比2013年也有较大幅度的增长。

2015年比2014年盈利情况主要变动分析：近年来，纺织服装行业整体呈现不景气状况，同时2014年下半年以来经济增速放缓、消费市场疲软，各商场及服装门店销售均受到一定影响；2015年末经销门店数量比2014年末减少，经销商订货数量有所下降，因此2015年自营和经销收入同比均有一定幅度下降。2015年综合毛利率同比略有提高0.90%，但营业收入同期同比下降18.27%，导致营业毛利同比下降29,893.54万元，降幅17.32%。2015年继续优化内部管理提高运营效率，期

间费用发生额略有降低；随着公司近两年生产计划调整和过季库存处理等优化库存经营策略的实施，公司存货资产减值损失和坏账损失已逐年有所下降，资产减值损失2015年同比减少1,483.56万元。综上，受宏观经济调整和消费市场疲软影响，2015年营业收入下降导致营业毛利同比下降较大，因此营业利润、利润总额和净利润同比均有一定幅度下降。

（一）营业收入分析

1、营业收入的构成分析

报告期内，公司营业收入的构成如下表所示：

项目	2015 年度		2014 年度		2013 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
主营业务收入	179,800.00	99.17	220,222.20	99.27	207,951.67	99.23
其他业务收入	1,501.24	0.83	1,617.97	0.73	1,605.05	0.77
合计	181,301.24	100	221,840.17	100	209,556.72	100

公司主营中、高端女装的设计、生产和销售，营业收入分为主营业务收入和其他业务收入。其中，主营业务收入主要为公司自有品牌服装和商品收入，其他业务收入主要是形象租赁费收入和出售过季原材料收入等。报告期内，公司营业收入主要来源于主营业务，其他业务收入比例很小，对公司经营成果影响小。公司主营业务收入增长平稳。

2、主营业务收入构成及变化分析

（1）分品牌的主营业务分析

报告期内，本公司的主营业务收入按品牌分类的构成如下：

项目	2015 年		2014 年		2013 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
JR	59,813.98	33.27	73,617.77	33.43	69,595.15	33.47
JW	20,633.03	11.48	24,836.54	11.28	24,534.76	11.80
AN	31,346.16	17.43	40,288.14	18.29	42,378.09	20.38
GS	15,872.17	8.83	22,327.84	10.14	22,527.15	10.83
IV	24,391.25	13.57	32,124.88	14.59	30,461.84	14.65
CR	20,461.33	11.38	19,969.31	9.07	15,109.35	7.27
QDA	7,065.28	3.93	6,845.44	3.11	3,296.80	1.59
万宝龙	216.80	0.12	212.29	0.10	48.52	0.02

项目	2015 年		2014 年		2013 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
合计	179,800.00	100	220,222.20	100	207,951.67	100

从上表可以看出，公司旗下拥有7个自有品牌，除QDA品牌定位于为流行时尚品牌外，其余品牌均定位于中、高端女装市场，各品牌之间定位清晰，风格鲜明，满足了不同客户群体在款式、品质和价位等方面的需求，报告期内保持总体稳定增长趋势。其中，“JORYA”和“JORYA weekend”是公司目前的核心品牌，处于国内自主高端女装品牌的第一集团，并在一定程度上具备了与国际一、二线品牌在国内市场竞争的能力，报告期内合计收入占主营业务收入的比例分别为45.27%、44.71%和44.75%。与此同时，随着公司核心高端品牌知名度和影响力的不断扩大，带动了公司其他中、高端品牌的发展，其他品牌地位和知名度稳步提升，在国内中、高端女装市场中建立了良好的品牌口碑，并积累了大量稳定、忠实的客户群体，已成为公司重要的利润增长点。

综上，公司各品牌均定位于中、高端女装市场，但各品牌之间设计风格和理念、目标人群和产品定位不尽相同，共同形成一个金字塔式的品牌架构，全方位覆盖整个中、高端女装市场，在可满足不同消费层次人群需求的同时，还能满足已有客户的消费升级需求，因此公司各品牌之间形成了一个相互补充、协调发展的良性格局，为公司主营业务的持续稳定发展提供了保证。

（2）分销售渠道的主营业务分析

报告期内，本公司的主营业务收入按销售渠道分类的构成如下：

项目	2015 年度		2014 年度		2013 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
自营模式	95,787.87	53.27	112,603.72	51.13	106,544.34	51.24
经销模式	65,403.33	36.38	87,183.88	39.59	77,559.12	37.30
其他	18,579.40	10.33	21,159.78	9.61	23,848.22	11.47
递延收益	29.40	0.02	-725.18	-0.33	—	—
合计	179,800.00	100	220,222.20	100	207,951.67	100

公司目前采取自营和经销相结合的销售模式。公司自营模式和经销模式的主要经营条件比较详细参见本招股书“第六节业务与技术”之“四、公司主营业务情况”之“（三）公司的经营模式”之“8、销售模式”。公司自营模式中主要商场分成比例或单位租金主要根据商场所在城市经济发达情况，商圈所在区域定

位和门店专柜在商场位置不同与联营商场协商。

自营模式主要集中在“北上广深”和重要二三线城市，上述地区的目标客户人群总体基数较大，购买力水平相对较高，但竞争更加激烈，采取自营模式有利于集中公司资源和优势，抢占高端市场，并有利于提升公司形象及品牌的知名度和影响力；在上述地区以外的城市主要采取经销模式，在公司当前资源相对有限的前提下，经销模式有利建立公司与经销商之间的优势互补，通过借助经销商在当地市场深耕经营所累积的客户资源和商场资源及其品牌运营经验，有利于公司品牌的推广和市场开发。其他主要是展销和电子商务。

报告期内公司主营业务收入各模式比重略有变动，但基本平稳。2013年两种模式下门店分别为323家和435家；2014年公司进行门店优化，自营门店和经销门店数量分别331家和426家，基本平稳；2015年受整体消费市场持续低迷影响，经销门店数量有一定下降，自营门店和经销门店数量分别为352家和345家。经销模式弹性较大且管理成本比自营模式低，2014年下半年以来受宏观经济波动影响，服装行业消费疲软，2015年经销商订货数量同比有所下降，经销商关闭业绩不理想的门店，同时为降低资金成本将经销门店转为管理门店，因此2015年经销门店有较大幅度下降；公司适当调整销售策略同时为维护并提高品牌市场形象，自营门店开店数量有所增加，2015年自营模式的销售比重提高。

（3）分地区的主营业务分析

报告期内，本公司的主营业务收入分地区的构成如下：

项目	2015年		2014年		2013年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
华东地区	25,326.64	14.09	29,075.21	13.20	31,259.55	15.03
华北地区	21,376.00	11.89	26,488.14	12.03	27,541.22	13.24
华南地区	28,989.91	16.12	38,105.71	17.30	34,760.67	16.72
华中地区	13,441.66	7.48	18,019.85	8.18	17,472.26	8.40
西北地区	9,429.74	5.24	10,794.86	4.90	10,571.44	5.08
西南地区	38,997.98	21.69	48,114.55	21.85	44,352.35	21.33
东北地区	24,552.50	13.66	31,204.12	14.17	28,995.76	13.94
电子商务	13,908.63	7.74	13,848.04	6.29	7,782.07	3.74
递延收益	29.40	0.02	-725.18	-0.33	—	—
境内合计	176,052.46	97.93	214,925.29	97.59	202,735.32	97.49
境外地区	3,747.54	2.08	5,296.91	2.41	5,216.36	2.51

项目	2015 年		2014 年		2013 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
合计	179,800.00	100.00	220,222.20	100	207,951.67	100

公司产品销售主要以国内市场为主，目前境外市场主要集中在澳门和台湾地区，报告期内占主营业务收入的比重分别为2.51%、2.41%和2.08%，比重较低。在国内市场中，公司的营销网络已经覆盖除西藏以外的所有省份。

从境内各销售区域看，除西北地区和华中地区销售额相对较小外，其他地区的销售相对均衡，上述销售格局的形成主要与地区经济发展水平和消费者的消费倾向有关，以上地区的经济发展水平相对较高，人均消费能力较强，同时消费者的消费时尚程度和消费理念较为领先，是公司收入和利润的重要来源。总体来看，公司品牌的地域局限性不强，在全国不同地域均受到消费者的良好认可，品牌影响力辐射全国，未来公司将在保持重点区域销售业务持续开展的同时，将加大西北、华中等地区的市场开拓力度，进一步提升品牌的市场占有率。

（4）主营业务收入的量价分析

主营业务收入由销售数量和销售单价两方面因素决定，报告期内公司销售数量和销售单价的变动情况如下表所示：

项目	2015 年度		2014 年度		2013 年度
	数量/ 金额	变动	数量/ 金额	变动	数量/ 金额
销售数量（万件）	238.25	-18.25%	291.44	10.48%	263.79
平均单价（元/件）	754.68	-0.13%	755.63	-4.15%	788.32
主营业务收入（万元）	179,800.00	-18.36%	220,222.20	5.90%	207,951.67

从上表可以看出，受宏观经济调整和消费环境整体低迷影响，2015年公司销售数量和主营业务收入均有一定幅度下降。2014年销售均价比上年同期下降4.15%，2015年销售均价也略有下降，主要原因是报告期内公司为优化库存结构、处理过季产品回笼经营资金而产生的“特价销售”交易，平均销售单价较低，从而导致平均单价出现下降趋势。

2013年度、2014年度和2015年度发生的“特价销售”，是为处理公司部分过季存货，公司与泉州莱利百货有限公司签订销售合同，公司将过季产品特价销售给泉州莱利百货有限公司。此次与泉州莱利百货有限公司交易合同项目为向

经销商的一次性偶发销售，计入非经常性损益，具体情况如下表所示：

项目	2015 年度		
	特价销售	全年数据	占比
销售数量（万件）	33.20	238.25	13.94%
主营业务收入（万元）	2,928.42	179,800.00	1.63%
平均单价（元/件）	88.20	—	—
结转的库存商品账面金额（万元）	9,825.11	—	—
转销的存货跌价准备金额（万元）	9,825.11	—	—
主营业务成本（万元）	0.00	38,606.61	—
主营业务毛利（万元）	2,928.42	141,193.38	2.07%

（续上表）

项目	2014 年			2013 年		
	特价销售	全年数据	占比	特价销售	全年数据	占比
销售数量（万件）	21.01	291.44	7.21	14.35	263.79	5.44
主营业务收入（万元）	1,957.26	220,222.20	0.89	397.33	207,951.67	0.19
平均单价（元/件）	93.14	—	—	27.70	—	—
结转的库存商品账面金额（万元）	7,253.53	—	—	3,270.32	—	—
转销的存货跌价准备金额（万元）	7,069.76	—	—	3,227.93	—	—
主营业务成本（万元）	183.76	49,289.27	0.37	42.39	53,570.45	0.08
主营业务毛利（万元）	1,773.50	170,932.93	1.04	354.94	154,381.22	0.23

上述过季商品特价销售业务中2014年度和2015年度主要处理服装类过季产品，2013年主要销售配饰和配件等过季商品类，因此2013年特价销售的平均销售单价比2014年和2015年低；上述业务主营业务收入、销售成本、销售毛利占当期相关指标小，产生的利润占比较低，对公司经营业绩影响小。

由于公司主要通过特卖会展销、折扣店销售和电子商务平台等经常性方式对过季存货进行处理，对泉州莱利百货有限公司以一次性买断方式进行处理具有特殊性，是公司为优化库存结构而采取的特别措施，不属于公司经常性业务，发生的频率具有不确定性，因此基于谨慎性原则，公司已将其所产生的损益计入各所属报告期的非经常性损益。

因该笔业务销售平均单价与公司正常销售单价相比显著偏低，同时合计销售数量占各报告期内的销售数量的一定的比例，因此大幅拉低了公司报告期内

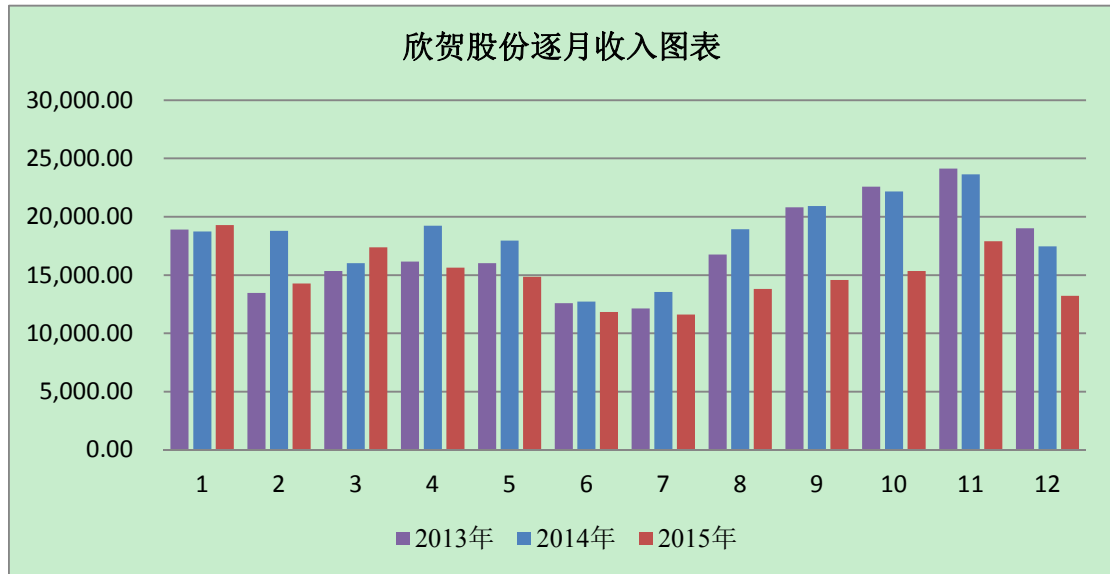
的平均销售单价。公司2012年开始销售流行时尚QDA品牌，开拓了公司新的业务增长点，2013年、2014年和2015年，销售量分别达到16.06万件、42.04万件和32.33万件；QDA品牌定位不同，一定程度上降低了总体销售平均单价。剔除上述“特价销售”和QDA品牌销售的影响后，报告期内公司销售数量、销售单价和主营业务收入的变动情况如下表所示：

项目	2015 年度		2014 年度		2013 年度	
	数量/ 金额	变动	数量/ 金额	变动	数量/ 金额	变动
销售数量（万件）	172.71	-24.38%	228.39	-8.44%	233.39	3.13%
平均单价（元/件）	983.18	6.21%	925.70	11.25%	875.17	1.53%
主营业务收入（万元）	169,806.30	-19.68%	211,419.50	1.86%	204,257.54	6.39%

从上表可以看出，扣除“特价销售”和QDA品牌销售影响后，报告期内公司主营业务收入在2013年和2014年均略有增长，宏观经济调整和消费环境整体低迷使2015年主营业务收入和销售数量同比下降；2014年公司经营策略调整，各品牌在2014年和2015年均有一定幅度提价，2014年总体销售单价比2013年提高11.25%，2015年总体销售单价比2014年提高6.21%。2013年至2015年公司销售单价逐年略有提高，说明公司各品牌服饰在市场中的知名度和品牌影响力不断得到提升，随着未来宏观经济向好和消费市场的回暖，有利于保证公司未来保持持续的盈利能力。

（5）主营业务收入随季节变动分析

服装行业销售额变动具有一定的季节性特点，不同季节的服装面料质地具有较大差异，导致单件服装的成本及售价相差较大，因此服装销售总体随季节变化而出现周期性波动。报告期内，本公司主营业务收入逐月变动情况如下：



从上图可以看出，一般情况下下半年销售占比高，主要原因是由于第四季度是冬季服装的出货季节，且有采用毛料和皮革等高档面料，产品附加值较高，销售单价普遍高于其他季节产品，因此在同样销售量的前提下销售额较高。

3、主营业务收入变动原因分析

2013年度、2014年度和2015年度，公司主营业务收入分别为207,951.67万元、220,222.20万元和179,800.00万元，2013年比2012年增长4.85%，2014年比2013年增长5.90%，2015年比2014年下降18.36%。报告期内，公司2013年和2014年主营业务收入增长放缓，2015年主营业务有一定降幅，变动原因分析如下：

（1）女装市场增长为公司收入增长创造良好市场环境和条件

国内中、高端女装行业尚处于快速发展期，随着国民收入水平的不断增长，高收入群体的数量日益扩大以及城市化水平不断提高，一方面国内中、高端女装市场的消费地域、消费群体不断扩大，另一方面消费者的消费结构发生变化，对品牌和品质的要求更高，消费结构升级也扩大了对中、高端女装的需求。根据Euromonitor International数据，2013年我国女装市场零售额6,965亿元，2008-2013年复合增长率达到11.7%，其中2011年增长15.0%，2012年受欧债危机以及国内宏观经济形势下行的影响，我国女装市场增速放缓，公司主营业务收入的增长也受到一定影响，但随着中国消费者生活水平提高，消费升级，中高端女装市场空间大，为公司主营业务收入的增加提供了较为良好的市场环境和条件。

（2）销售价格逐年略有提高

公司2013年度、2014年度和2015年度销售单价分别为788.32元、755.63元和754.68元，为优化库存结构公司进行“特价销售”，导致报告期内公司销售平均单价出现波动，同时2012年公司开始销售流行时尚QDA品牌一定程度上降低了报告期的总体销售平均单价。特价销售和QDA品牌销售对公司整体生产经营影响小，剔除“特价销售”和QDA品牌销售的影响后，公司2013年、2014年和2015年销售单价分别为875.17元、925.70元和983.18元，2014年公司和2015年经营策略调整各品牌有一定幅度提价，报告期内总体保持相对稳定，在销售数量增长同时从而保证公司收入增长和盈利能力。

（3）销售终端及销售数量变动分析

公司抓住国内女装市场正处于快速发展期的良好发展机遇，加强营销网络建设。2013年末、2014年末和2015年末，公司门店数量分别为758家、757家和697家；剔除特价销售影响后公司报告期内分别实现产品销售249.54万件、270.43万件和205.05万件，2014年公司销售数量增长，弥补了因宏观经济环境变化对单店业绩和销售平效不利影响，带动了公司2014年主营业务的增长。2015年下半年以来受经济增速放缓、消费市场疲软的影响，2015年末经销门店数量比2014年末减少，经销商订货数量有所下降，2015年自营和经销收入均有一定幅度下降，对公司2015年的经营业绩产生一定影响。

经过多年发展，公司凭借优秀的设计能力和品牌经营能力，品牌影响力和市场地位不断提升，已处于国内女装品牌第一集团，在市场中建立了良好口碑，积累了大批稳定、忠实的客户群体，VIP客户逐年增长，由2012年末的12.70万人增长至2015年末的22.31万人，持续增长的客户群体为单店业绩和销售平效的稳定提供了保证。

总体来看，国内中、高端女装行业尚处于快速发展期，但受国内宏观经济形势下行的影响，我国女装市场增速放缓，在公司平均销售单价稳定并逐年略有提价的情况下，公司门店数量保持稳定并进行动态优化，保证公司盈利能力。

（二）营业成本分析

1、营业成本的构成分析

项目	2015 年		2014 年		2013 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
主营业务成本	38,606.61	99.90	49,289.27	100	53,570.45	99.76
其他业务成本	38.96	0.10	1.71	0.00	129.36	0.24
合计	38,645.57	100	49,290.98	100	53,699.81	100

公司营业成本主要由主营业务成本构成，报告期内主营业务成本占营业成本的比重均在99%以上。2013年至2015年公司产成品入库成本逐年略有下降，同时公司通过电子商务、展销和特价销售等处理过季库存，优化库存结构，过季库存成本中由于已计提较多存货跌价准备，因此公司主营业务成本逐年略有下降。

其他业务成本主要是公司2013年集中处置过季的布、辅材料对应的材料支出，占营业成本的比重较小，对公司业绩影响不大；其他业务收入主要核算形象租赁费收入和维修收入等，公司根据成本效益原则将相关材料及低值易耗品等成本直接计入当期费用。

2、入库商品成本的构成分析

报告期内，公司入库商品的成本构成如下表所示：

项目	2015 年度		2014 年度		2013 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
原材料	22,925.71	42.88	25,589.62	42.05	23,739.57	39.87
直接人工	12,204.42	22.82	12,700.06	20.87	12,343.31	20.73
制造费用	7,202.29	13.47	7,651.68	12.58	8,379.73	14.07
外协加工	11,138.85	20.83	14,906.55	24.50	15,074.63	25.32
生产入库小计	53,471.27	100	60,847.91	100	59,537.24	100
外购入库	2,262.45	—	1,971.74	—	8,402.46	—
合计	55,733.72	—	62,819.65	—	67,939.70	—

如上表所示，公司采取自制生产和外协加工生产相结合的生产方式，报告期内公司成本构成比例总体保持平稳，未发生重大变化。2013年公司生产入库产品下降至236万件，入库金额为59,537.24万元，2014年生产入库产品为244万件，入库金额为60,847.91万元，2015年生产入库产品193万件，入库金额为53,471.27万元；2013年、2014年和2015年生产入库单位平均成本分别为252元、250元和276元。2015年生产入库量同比下降约20.59%，直接人工和制造费用占比

略有提高，单位平均成本中需承担的制造费用和生产工人等固定费用比例有所提高，同时各年款式差异使2015年面料材料单位成本略有提高导致2015年生产单位入库成本同比增加约10%，单位入库成本小幅提高但总体稳定。

报告期内公司自制生产入库数量、半成品外协数量及面料采购金额情况列示如下：

项目	2015 年度	2014 年度	2013 年度
产品入库数量（万件）	193.48	243.65	236.03
其中：领用外购			
数量（万件）	50.48	59.71	64.02
半成品对应的产			
品入库情况			
数量占比	26.09%	24.51%	27.12%
金额	10,218.87	12,666.22	13,433.24
秋冬款产品入库数量（万件）	92.66	123.85	116.30
面料采购额	20,403.93	23,561.69	21,440.55

2013年原材料比重为39.87%，低于其他报告期，主要原因系2013年自制生产入库量236万件，半成品外购数量及比重较高，分摊了一定的原材料成本，因此一定程度上降低了原材料结构比重。2015年生产入库量同比有较大幅度下降，外协半成品数量及比重均有一定幅度下降，导致生产入库的原材料比重略有提高，但成本构成比例基本稳定。

3、外协加工成本分析

公司生产入库的“外协加工”成本=委外加工费+外购半成品，外购半成品占比较高，2013年至2015年外购半成品占外协成本比重分别为89.11%、84.97%和91.74%：

项目	2015 年度		2014 年度		2013 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
外协加工	11,138.85	100.00	14,906.55	100.00	15,074.63	100.00
其中：委外加工费	919.98	8.26	2,240.33	15.03	1,641.39	10.89
外购半成品	10,218.87	91.74	12,666.22	84.97	13,433.24	89.11

（1）外协成本波动分析

2015年公司销售下滑，公司及经销商相应调整订货及生产策略，公司计划产量下调，自制产品入库数量比2013年、2014年有较大幅度减少，公司外购半成品数量下降，单价较高的皮衣类外购半成品数量减少，外购半成品金额下降，因此外协成本占比下降。此外，公司在保障自有生产人员的情况下才选择工序委外加

工，因此2015年委托加工费下降幅度较大。

报告期内外购半成品情况列示如下：

半成品类	2015年				2014年			
	数量 (件)	金额 (万元)	占比	单位价格	数量 (件)	金额 (万元)	占比	单位价格
针织	176,163	2,824.66	27.65	160.34	232,442	3,553.85	28.06	152.89
罗纹	193,646	2,214.80	21.67	114.37	270,373	3,216.05	25.39	118.95
羽绒	40,285	1,397.14	13.67	346.81	44,843	1,484.40	11.72	331.02
皮衣	11,597	1,285.76	12.58	1,108.70	11,403	1,288.01	10.17	1,129.54
其他	83,077	2,496.51	24.43	300.51	68,189	3,123.90	24.66	—
合计	504,768	10,218.87	100	202.45	627,250	12,666.22	100	201.93

(续上表)

半成品类	2013年			
	数量 (件)	金额 (万元)	占比	单位价格
针织	262,609	3,701.87	27.56	140.96
罗纹	237,464	2,528.27	18.82	106.47
羽绒	35,191	1,136.10	8.46	322.84
皮衣	18,937	2,266.89	16.88	1,197.07
其他	134,059	3,800.12	28.29	—
合计	688,260	13,433.24	100	195.18

报告期内公司外购半成品主要为针织、罗纹、羽绒和皮衣，占比分别为71.71%、75.34%和75.57%，其他半成品占比小，包括毛领、毛件、棉衣、饰品、毛条、毛袖、围巾、配件和商品等多种半成品。

①报告期内JW外协生产及占比情况如下：

年度/项目	外购半成品		委托加工费	外协小计	入库成本	外协占比
	半成品数量 (件)	金额				
2015年	52,180	855.51	107.94	963.46	4,978.41	19.35%
2014年	51,382	876.26	179.02	1,055.28	5,259.55	20.06%
2013年	50,129	959.75	160.84	1,120.59	4,789.10	23.40%

报告期内JW外协成本及占比逐年持续下降，2014年JW外购半成品中单价较高的皮衣类为731件比2013年1,499件降低，单价相对较低的罗纹外购数量由9,748

件提高至12,868件，因此2014年外购半成品数量虽略有增加，但外购半成品金额比2013年下降；因此报告期内JW外协生产产量下降和款式调整导致外协成本比重持续下降。

②2014年JW、CR和QDA外协成本情况列示如下：

项目	JW		CR		QDA	
	数量 (件)	金额 (万元)	数量 (件)	金额 (万元)	数量 (件)	金额 (万元)
针织	24,575	399.74	14,029	197.64	—	—
罗纹	12,868	77.04	15,521	219.30	—	—
羽绒	5,646	168.61	3,865	95.30	—	—
皮衣	731	99.24	299	32.71	—	—
其他	7,562	131.62	8,507	232.91	—	—
上述外购半成品小计	51,382	876.26	42,221	777.87	20	0.16
委托加工费小计	53,300	179.02	24,876	83.18	2,219	10.95
合计	—	1,055.28	—	861.05	—	11.11

因各品牌设计款式不同，需外购半成品类别不同，2014年JW、CR和QDA皮衣、羽绒等单价较高的设计款项相对较少，所需皮衣半成品外购均比其他品牌少，上述三个品牌外购半成品占当期外协总成本分别为7.08%、5.78%和0.70%，占比较低。

（2）外协单位成本分析

①外购半成品单位成本分析

2013年、2014年和2015年总体平均采购单价分别为195.18元、201.93元和202.45元。中高端女装个性化强，各年流行款式不同，各报告期内外购半成品结构不同而导致总体采购平均单价产生一定波动。

②主要外购半成品单价分析

女装消费崇尚品味、个性、时尚，女装产品也因此款式繁多、风格多变；公司定位于中高端女装，每年均有大量款式推出。因款式多样化，各单件设计款式所需外购半成品种类不同，即使同一种类也会因用料质地和用量不同而导致外购半成品单价不同，因此报告期内各主要外购半成品种类单价均存在一定波动。主要外购半成品采购单位价格情况如下：

半成品类	2015 年	2014 年	2013 年
针织	160.34	152.89	140.96
罗纹	114.37	118.95	106.47
羽绒	346.81	331.02	322.84
皮衣	1,108.70	1,129.54	1,197.07

1) 针织、罗纹是公司外购半成品主要品种，针织和罗纹面料相对统一，各品牌各款式主要是用量差异导致采购单价波动；针织类半成品报告期内针织采购单价基本在150元上下波动，总体相对稳定。

2) 女装罗纹主要用于衣领、袖口、腰身和下摆等位置，秋冬季服饰中罗纹半成品用量较大，单价采购单价相对较高，罗纹半成品入库后再拼接到整件衣服上，各年款式差异大，罗纹面料和用量不同导致各年平均单价存在一定波动。2014年罗纹采购单价较高分析如下：2014年流行罗纹里加貂绒类材料（包括罗纹里加羊绒、兔绒等），且JR、AN和GS品牌服饰中罗纹用量较大，因此导致2014年总体采购单价较高。

3) 羽绒类半成品需将先绒充好，再进行车工工序，或再拼接到整件衣服上，因此用绒量和长短款设计数量多少将影响羽绒半成品采购价格。羽绒类半成品总体采购单价基本维持在330元上下。

4) 报告期内皮衣类半成品采购单价逐年略有下降。皮衣单价按平方尺计量，用量大则单件采购定价高。报告期内公司皮衣设计向短款皮衣类逐步倾斜，大件长款类用皮量较大的款式减少，因此皮衣类半成品采购单价逐年下降。

③委外加工费单价分析

委外加工包括车工、绣花、印花、压折、手工、水洗、染色、贴花、冲花、激光冲孔、烫钻、备胶和抽条等，公司各工序采用不同的结算计量单位，根据市场行情单价计算外协加工单价，定价公允。

委外加工以车工为主，2013年至2015年占比分别为68.04%、70.02%和35.71%，报告期内委外加工结算情况如下：

项目	2015 年度		2014 年度		2013 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
车工	369.91	35.71	1,771.85	70.02	1,186.89	68.04
其他工序	665.92	64.29	758.57	29.98	557.47	31.96

项目	2015 年度		2014 年度		2013 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
合计	1,035.83	100	2,530.42	100	1,744.36	100
其中：计入生产成本	919.97	88.81	2,240.34	88.54	1,641.39	94.10
计入原材料	81.36	7.85	256.83	10.15	77.51	4.44
计入制造费用	34.50	3.33	33.25	1.31	25.46	1.46

注：公司部分委托加工物资从仓库和车间发出进行外协加工，如绣花、染色和水洗等工序有些以整批次进行加工，金额较小或无法分配到具体款式产品，根据成本效益不计入生产成本，计入原材料或制造费用进行分配。

报告期内车工工序平均单价情况如下：

（数量：件，单价：元/件）

项目	2015 年度		2014 年度		2013 年度	
	数量	单价	数量	单价	数量	单价
车工	77,111	47.97	358,219	49.46	240,837	49.28

公司对委外加工费根据各工序所需工作量制定了统一采购定价标准。报告期内委外加工主要以车工为主，车工工序平均单价在48-50元左右，总体稳定。

（三）毛利及毛利率分析

1、主营毛利率分析

报告期内，公司主营业务毛利率情况如下表所示：

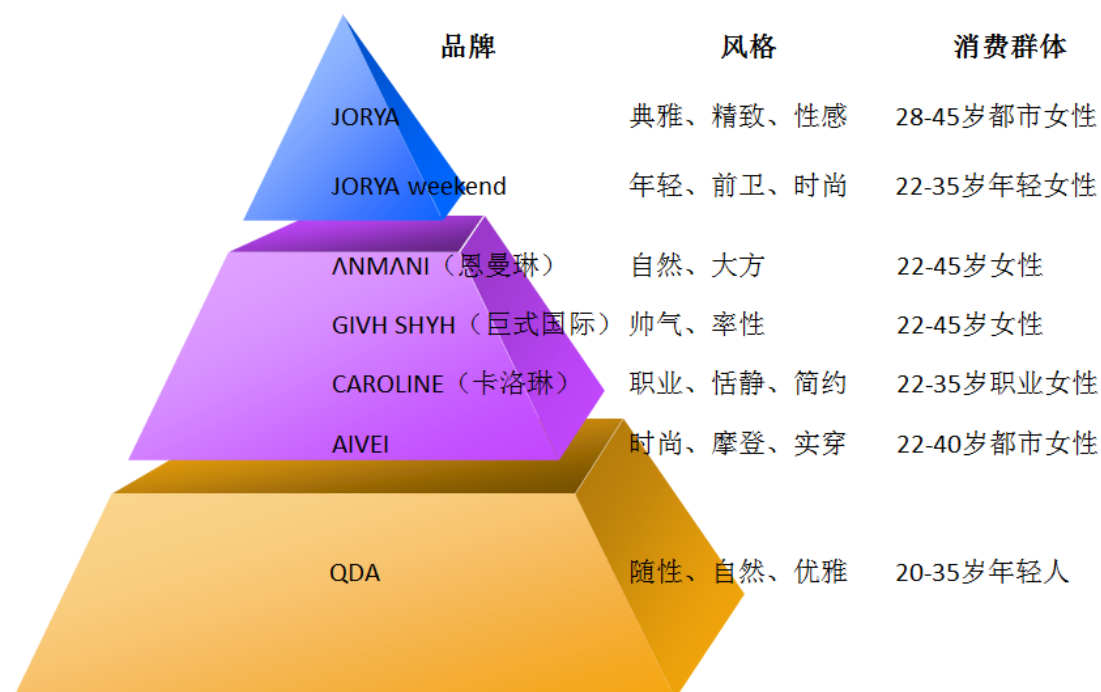
项目	2015 年度	2014 年度	2013 年度
主营业务收入	179,800.00	220,222.20	207,951.67
主营业务成本	38,606.61	49,289.27	53,570.45
主营业务毛利	141,193.39	170,932.93	154,381.22
主营业务毛利率	78.53%	77.62%	74.24%

报告期内，公司主营业务综合毛利率水平分别为74.24%、77.62%和78.53%，较高的毛利率水平为主营业务毛利的持续增长提供了保证。2014年和2015年公司经营策略调整，各品牌均有一定幅度提价，因此2014年主营业务产品毛利率比2013年提高3.38%，2015年主营产品毛利率比2014年提高0.91%。

2、分品牌的毛利率分析

项目	2015年		2014年		2013年	
	毛利率	销售占比	毛利率	销售占比	毛利率	销售占比
JR	83.76%	33.27	83.34%	33.43	80.64%	33.47
JW	86.73%	11.48	84.75%	11.28	81.62%	11.80
AN	77.90%	17.43	77.87%	18.29	74.24%	20.38
GS	75.48%	8.83	74.46%	10.14	70.66%	10.83
CR	76.68%	11.38	76.78%	9.07	74.93%	7.27
IV	62.92%	13.57	63.55%	14.59	57.05%	14.65
QDA	80.90%	3.93	68.98%	3.11	65.14%	1.59
万宝龙	21.64%	0.12	30.41%	0.10	23.21%	0.02

公司目前共拥有七大品牌，各品牌之间定位清晰，风格鲜明，满足了不同客户群体在款式、品质和价位等方面的需求，形成了对中、高端女装市场的全面覆盖。其中，“JORYA”和“JORYA weekend”是公司目前的高端品牌，处于国内自主高端女装品牌的第一集团，并在一定程度上具备了与国际一、二线品牌在国内市场竞争的能力，其他品牌是核心品牌的延伸和补充，共同构成了一个金字塔型的品牌架构。



公司各品牌之间的毛利率水平差异与公司品牌架构和定位一致，“JORYA”和“JORYA weekend”作为核心品牌位于金字塔型的顶端，毛利率

水平最高，并且合计销售比重占全部主营业务收入的45%左右，是公司最重要的利润来源；“ANMANI（恩曼琳）”、“GIVH SHYH（巨式国际）”和“CAROLINE（卡洛琳）”处于金字塔的中间，是公司高端品牌的延伸，毛利率水平略低；“AIVEI”品牌时尚、摩登、实穿，以经销为主，毛利率略低；“QDA”定位于“流行时尚”品牌，位于金字塔的底部，目标消费群体最大，2015年QDA的毛利率较高，主要原因系①QDA品牌通过门店销售的产品适当提高了档次和售价，毛利率有一定幅度提高；②通过展销、电子商务销售的产品，结转的存货跌价准备较高，毛利率增幅较大。

报告期内，公司各品牌毛利率水平基本保持稳定，体现出公司各品牌成熟度均较高，有利于公司保持持续盈利能力。2014年以来各主要自有品牌在自营和经销模式下账面销售均价同比均有一定程度的提高，因此2014年和2015年各品牌毛利率均略有提高。

3、各销售模式的毛利率分析

销售模式	2015 年度		2014 年度		2013 年度	
	毛利率	销售占比	毛利率	销售占比	毛利率	销售占比
自营模式	82.27%	53.27	81.74%	51.13	79.87%	51.24
经销模式	69.50%	36.38	70.28%	39.59	64.95%	37.30
其他	91%	10.33	86.67%	9.61	79.29%	11.47
递延收益	—	0.02	—	-0.33	—	—
主营毛利率	78.53%	100	77.62%	100	74.24%	100

欣贺股份基于自身存货跌价准备政策，2013年至2015年主营业务成本中已转销的存货跌价准备金额较大，分别为12,180.52万元、18,295.70万元和20,352.20万元。为真实反映发行人产品实际盈利情况，剔除已转销的存货跌价准备影响，对公司主营毛利率进行分析，具体如下：

项目	主营业务收入	主营业务成本	主营业务毛利	主营业务毛利率	成本中转销跌价金额	剔除跌价转销影响的毛利率
2015 年	179,800.00	38,606.61	141,193.39	78.53%	20,352.20	67.21%
2014 年	220,222.20	49,289.27	170,932.93	77.62%	18,295.70	69.31%
2013 年	207,951.67	53,570.45	154,381.22	74.24%	12,180.52	68.38%

注：为便于与同行业上市公司主营毛利率对比分析统一口径，因此剔除已转销的存货跌价准备金额计算公司主营毛利率。

欣贺股份为优化库存结构进行了特价销售，特价销售价格低，对经销模式毛利率分析影响大，剔除已转销存货跌价准备和特价销售的影响后欣贺股份各模式毛利率分析如下：

项目	2015 年度	2014 年度	2013 年度
自营模式	80.38%	79.92%	78.51%
经销模式	67.89%	69.67%	64.50%
其他	44.68%	43.92%	48.88%

注：为便于与同行业上市公司分模式毛利率对比分析统一口径，因此剔除已转销的存货跌价准备和特价销售计算发行人各模式毛利率。

（1）各模式毛利率总体分析

公司目前主要采取自营模式和经销模式相结合的渠道架构，报告期内各种销售渠道的毛利率水平较为稳定。①自营模式下销售毛利率水平最高，保持在78%-80%左右，经销模式的毛利率水平较自营模式低约10-15个百分点左右，造成以上不同销售渠道的毛利率水平差异的原因是：自营模式下公司直接对终端消费者销售，省却了中间流通环节，毛利率水平相对较高；经销模式下经销商一定折扣比例后的批发价买断，主要是当年产品，毛利率水平相对较低。②其他主要为展销、电子商务和特殊折扣等，均为过季产品，售价一般在吊牌价5折以下但账面已计提较多跌价准备，因此账面毛利率水平较高。剔除转销的存货跌价影响后，因展销和电子商务等业务售价低，其毛利率比自营和经销模式低；各报告期毛利率略有波动，但稳定在44%-49%之间，总体合理。

报告期内，公司的定价策略和销售模式均未发生重大变化，自营模式和经销销售模式下的毛利率水平逐年略有提高，总体基本稳定。

（2）2014年经销毛利率高于2013年分析

①存货跌价准备转销和特价销售影响导致毛利率提高

2014年经销模式下营业成本中存货跌价准备金额转销金额较大为7,192.60万元，剔除存货跌价准备转销影响后经销模式毛利率对比分析列示如下：

2014 年	数量（件）	收入	销售单价（元/件）	成本	跌价转销金额	毛利率	剔除跌价转销的毛利率
--------	-------	----	-----------	----	--------	-----	------------

2014年	数量（件）	收入	销售单价（元/件）	成本	跌价转销金额	毛利率	剔除跌价转销的毛利率
经销商销售	1,113,821	85,226.62	765.17	25,726.60	122.84	69.81%	69.67%
特价销售	210,141	1,957.26	93.14	183.76	7,069.76	90.61%	-270.59%
经销模式小计	1,323,962	87,183.88	658.51	25,910.36	7,192.60	70.28%	62.03%

（续上表）

2013年	数量（件）	收入	销售单价（元/件）	成本	跌价转销金额	毛利率	剔除跌价转销的毛利率
经销商销售	1,133,677	77,161.78	680.63	27,145.31	248.51	64.82%	64.50%
特价销售	142,998	397.33	27.79	42.39	3,227.93	89.33%	-723.06%
经销模式小计	1,276,675	77,559.12	607.51	27,187.70	3,476.44	64.95%	60.46%

剔除存货跌价准备转销影响后2014年经销模式毛利率比2013年提高1.57%，同时由于特价销售价格低，为真实反映经销模式毛利率情况，剔除存货跌价准备转销和特价销售影响后，公司2013年和2014年经销模式毛利率分析情况如下：

项目	数量（件）	收入	销售单价（元/件）	成本	单位成本原值（元/件）	毛利率
2014年	1,113,821	85,226.62	765.17	25,849.44	232.08	69.67%
2013年	1,133,677	77,161.78	680.63	27,393.82	241.64	64.50%
变动率	-1.75%	10.45%	12.42%	-5.23%	-3.96%	5.17%

剔除特价销售和存货跌价准备转销影响后，2014年经销业务毛利率较2013年增加5.17%，主要原因是终端吊牌价格提升导致销售单价提高以及主要品牌单位生产入库成本下降导致产品销售单位成本下降。

②销售均价提高使经销毛利率同比提高3.77%。2014年比2013年经销模式销售数量比2013年略有降低1.75%，但销售单价提高幅度较大，其中JR、JW经销单价提高17.16%和23.08%，AN和GS分别提高10.74%和12.52%，CR和IV经销模式下账面销售单价提高3.83%和7.74%，2014年经销模式销售单价总体提高12.42%，销售均价提高使经销毛利率同比提高3.77%。2014年公司经营策略调整，各品牌吊牌价格均有一定幅度提高，但2014年公司经销模式下价格政策与2013年一致，销售给经销商的吊牌价折数比例一致。2013年和2014年经销模式下各品牌销售均价详细参见本招股书“第六节业务与技术”之“四、公司主营

业务情况”之“（五）报告期内公司主营产品生产、销售情况”之“10、报告期内，公司产品售价变动情况”。

③成品单位成本下降使2014年经销毛利率同比提高1.40%。2014年公司设计款式数量精简，且皮衣、皮草等单位成本较高的设计款式也相应下降，2014年产品入库单位平均成本同比下降0.99%，经销模式下产品单位成本同比降低3.96%，成品单位成本下降使2014年经销毛利率同比提高1.40%，因此2014年经销模式下毛利率比2013年有较大幅度提高，提高5.17%至69.67%。

（3）公司过季商品处理政策及具体情况

报告期内公司一般根据产成品过季时间间隔长短（以下简称“库龄”）并结合款式适销程度高低，通过奥特莱斯、展销、电子商务和特价销售先后顺序处理过季商品；同时公司对过季货品各年度的结存数量较大的款式进行向各销售渠道调节，以加快过季货品处理效率。

库龄较短和适销率较高的过季款式一般定价较高；奥特莱斯店一般以吊牌价5-6折的方式销售，主要处理库龄在6-18个月、适销率较好和皮衣皮草类价格较高的库存商品；展销一般为吊牌价3-5折进行销售，主要处理库龄在12-30个月的过季货品；电子商务一般以吊牌价3.5折以下进行销售，2013年以来主要处理库龄在24-36个月的过季货品。特殊折扣是管理商每季度末不能完成销售的部分在季末以2-2.5折的方式由管理商买断。经过奥特莱斯、展销、特殊折扣和电子商务处理过季库存后，还有滞销的过季商品主要以整批商品一口价形式及特价形式销售。报告期内公司对过季商品不同方式的主要销售情况和销售政策列示如下：

①2015年

项目	收入金额	存货成本			毛利率	主要销售政策
		原值	跌价准备	应结转成本		
奥特莱斯	7,087.45	2,028.91	1,146.19	882.72	87.55%	2014年款吊牌价5.5折、2013年款吊牌价5折
展销	2,867.82	1,466.92	1,160.82	306.10	89.33%	2014年款吊牌价4-5折、2013年款吊牌价3-4折、2012年款吊牌价2-3折、
电子商务	13,763.85	8,092.61	7,512.50	580.11	95.79%	以2013年春夏款和2012年款为主，一般为吊牌价3.5折以下
特价销售	2,928.42	9,825.11	9,825.11	-	100.00%	整批商品类货品为主一口价形式销售
合计	26,647.54	21,413.55	19,644.62	1,768.93	93.36%	

②2014年

项目	收入金额	存货成本			毛利率	主要销售政策
		原值	跌价准备	应结转成本		
奥特莱斯	6,833.54	2,079.01	1,240.82	838.19	87.73%	2013年款吊牌价5.5-6折,2012年款吊牌价5折
展销	4,656.42	2,199.79	1,552.94	646.85	86.11%	2013年款吊牌价4-5折、2012年款吊牌价3-4折、2011年款吊牌价2-3折、
电子商务	13,649.25	8,153.88	7,283.31	870.57	93.62%	以2011年、2012年款为主,一般为吊牌价3.5折以下
特殊折扣	826.97	731.39	265.86	465.53	43.71%	管理商门店未达到销售业绩的货品,一般为吊牌价2-2.5折
特价销售	1,957.26	7,253.53	7,069.76	183.76	90.61%	以2011年款的整批商品类货品为主一口价形式销售
合计	27,923.44	20,417.60	17,412.69	3,004.90	89.24%	

③2013年

项目	收入金额	存货成本			毛利率	主要销售政策
		原值	跌价准备	应结转成本		
奥特莱斯	5,773.04	1,509.09	764.06	745.03	87.09%	2012年款为吊牌价5.5-6折,2011年款为吊牌价5折
展销	7,923.71	3,087.95	2,145.72	942.23	88.11%	2012年款吊牌价4-5折、2011年款吊牌价3-4折、
电子商务	7,543.24	4,189.10	3,624.83	564.27	92.52%	主要以2011年、2010年款为主,一般为吊牌价3.5折以下
特殊折扣	5,067.97	3,215.26	1,155.75	2,059.52	59.36%	管理商门店未达到销售业绩的货品,一般为吊牌价2-2.5折
特价销售	394.02	3,257.88	3,227.93	29.96	92.40%	以2009年款和2010年款的整批商品类货品为主一口价形式销售
合计	26,701.98	15,259.28	10,918.29	4,341.01	83.74%	

注：上述表格所列展销、电子商务、特殊折扣和奥特莱斯模式为处理过季货品主要渠道，同时也处理少量当季货品，上述销售情况仅为处理过季货品销售情况，因此上述模式所列入金额略低于各模式下账面收入确认金额。报告期内，公司同时通过内购方式处理过季货品合计占总营业收入比例为0.11%，占比小，合并展销模式下列示，不再单独统计说明。

从上述表格分析，公司主要通过展销、电子商务、奥特莱斯和特价销售处理过季货品，过季货品已计提跌价准备比例高，因此公司对过季货品处理财务账面毛利率较高。特殊折扣是公司考核管理商销售目标的重要手段之一，销售过季3-9个月左右的服饰和商品为主，计提跌价准备金额比例相对较低，因此总体毛利率低于过季商品其他处理方式的毛利率。

4、同行业上市公司主营毛利率比较

（1）同行业主营毛利率对比分析

从同行业上市公司公开披露的信息中，朗姿股份和维格娜丝存货跌价准备无转销情况；宝国国际剔除存货跌价准备转销的影响后，2013年至2015年零售业务毛利率分别为82.25%、80.62%和78.26%。按剔除存货跌价准备影响后同行业上市公司主营毛利率对比分析如下：

公司	2015 年	2014 年	2013 年度
宝国国际	78.26%	80.62%	82.25%
朗姿股份	58.99%	60.66%	61.71%
维格娜丝	70.33%	71.05%	68.80%
歌力思	69.70%	70.34%	71.15%
同行业可比上市公样本平均数	69.32%	70.67%	70.98%
欣贺股份	67.21%	69.41%	68.38%

从上表数据分析看，公司主营毛利率略低于同行业平均水平，报告期内总主营毛利率处于行业中间水平，总体合理。

上述毛利率水平差异主要是由公司所处中、高端女装行业“成本加成方式定价”的行业特点决定的，女装品牌知名度和影响力越高，品牌溢价能力越强，产品定价倍率相应更高，反映在毛利率水平上也就越高。本公司品牌定位于中、高端女装，经过多年的积累和发展，以“JORYA”和“JORYA weekend”为代表的公司品牌已在国内女装市场树立了良好的品牌形象，处于国内自主高端女装品牌的第一集团，并在一定程度上具备了与国际一、二线品牌在国内市场竞争的能力，具备了较高的品牌附加值和较强的品牌溢价能力，因此毛利率水平也相对较高而处于行业中上水平。

（2）分销售模式毛利率分析对比

为保持同行业上市公司毛利率对比口径的统一性，剔除已转销的存货跌价准备和特价销售影响后欣贺股份各模式毛利率与同行业上市公司对比分析如下：

模式	公司	2015 年	2014 年	2013 年度
自营（直营）模式	朗姿股份	—	—	62.57%
	维格娜丝	70.35%	71.49%	69.31%
	歌力思	71.89%	74.17%	78.90%
	宝国国际	84.60%	85.43%	85.90%

模式	公司	2015 年	2014 年	2013 年度
	欣贺股份	80.38%	79.92%	78.51%
经销模式	朗姿股份	—	—	59.89%
	维格娜丝	67.85%	64.64%	61.24%
	歌力思	65.79%	64.06%	65.09%
	欣贺股份	67.89%	69.67%	64.50%

注1：朗姿股份2014年起未公开披露分模式毛利率。

注2：上表中歌力思直营模式中还包括直营店销售、特卖销售、网络销售和制服销售，分销模式包括销售给分销商和销售给切换商；歌力思直营店销售模式和销售给分销商模式与欣贺股份自营模式和经销模式基本接近，取上述两项模式进行对比分析。

注3：宝国国际仅按零售和其他营业额披露收入及毛利率，宝国国际零售业务与公司自营模式较为接近，取零售业务毛利率与欣贺股份进行对比分析。

从上表分销售模式毛利率对比分析看，欣贺股份各模式毛利率处于行业中间水平，总体相对合理。

宝国国际在香港上市，报表项目列报等准则与国内会计准则存在一定差异，宝国国际未披露差异情况及具体财务数据，但收入确认及核算与国内准则一致。宝国国际零售业务与公司自营模式基本可比，宝国国际零售业务主要通过百货公司以联营方式、在高端购物中心内的零售门店及独立零售店推广及销售产品，与公司自营模式基本相近；宝国国际产品零售业务毛利率略高于发行人自营模式，发行人自营模式毛利率总体相对合理。

（四）期间费用分析

报告期内，公司期间费用情况如下表所示：

项目	2015 年度		2014 年度		2013 年度	
	金额	占收入比例	金额	占收入比例	金额	占收入比例
销售费用	62,502.59	34.47	65,631.65	29.59	67,731.54	32.32
管理费用	16,137.98	8.90	17,714.79	7.99	15,996.98	7.63
财务费用	-2,404.06	-1.33	-2,063.88	-0.93	-937.49	-0.45
合计	76,236.51	42.05	81,282.56	36.64	82,791.03	39.51

报告期内管理费用占收入比重总体稳定，销售费用占收入比呈一定波动。

为维护公司形象并促进公司管理提升，公司在品牌形象推广、研发设计、终

端网络建设、强化内部管理和内部控制等方面投入持续增加，期间费用整体费用发生额较大；近两年公司优化内部运营和预算管理，2014年销售费用比2013年已有下降，因此期间费用整体略有下降。2015年收入同期降低18.27%，期间费用同比降幅6.21%，销售费用和管理费用占收入比重高于2013年和2014年。

销售费用和管理费用阶段性投入增加，将有利于公司提高研发设计、生产、销售和管理水平，在未来业务增长同时保障公司健康高效运营和持续盈利。

1、销售费用

报告期内，公司销售费用明细如下表所示：

项目	2015 年度		2014 年度		2013 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
销售管理费	15,008.56	24.01	19,418.48	29.59	18,021.46	26.61
店铺装修费	8,158.72	13.05	9,000.99	13.71	10,736.77	15.85
租赁费	11,341.22	18.15	11,721.85	17.86	11,784.37	17.40
商场费用	7,561.09	12.10	7,592.88	11.57	7,067.20	10.43
职工薪酬	9,626.30	15.40	8,981.42	13.68	7,352.00	10.85
陈列费	1,793.84	2.87	1,992.00	3.04	3,967.74	5.86
广告宣传费	3,460.15	5.54	1,937.58	2.95	2,790.18	4.12
运输费	1,104.04	1.77	1,096.95	1.67	802.72	1.19
包装费	850.80	1.36	1,020.70	1.56	1,113.37	1.64
低易品摊销	810.07	1.30	815.25	1.24	1,721.18	2.54
差旅费	657.05	1.05	542.94	0.83	730.60	1.08
出口费用	100.27	0.16	107.62	0.16	149.36	0.22
其他（注）	2,030.48	3.25	1,402.99	2.14	1,494.59	2.21
合计	62,502.59	100	65,631.65	100	67,731.54	100

注：其他明细主要核算公司车辆费用、销售办公费用、邮递费用、招待费和通讯费等。

报告期内，公司销售费用分别为67,731.54万元、65,631.65万元和62,502.59万元，占营业收入的比例分别为32.32%、29.59%和34.47%。公司2013年度销售费用较上年同期增长17.32%，2014年销售费用发生额比2013年降低3.10%，2015年销售费用发生额比2014年降低4.77%。销售费用变动主要是由销售管理费、店铺装修费、租赁费、商场费用、职工薪酬、陈列费和广告宣传费等变化所致，具体原因是：

（1）销售管理费

销售管理费发生额列示如下：

项目	2015 年度	2014 年度	2013 年度
管理商管理费	13,290.64	16,931.30	15,694.32
其他管理费	1,717.92	2,487.18	2,327.14
销售管理费合计	15,008.56	19,418.48	18,021.46

公司销售管理费主要包括三类：1) 公司管理商模式下商场联营店、商场租赁店，公司根据商场店铺终端含税零售额一定比例向管理商支付销售管理费。2) 公司为处置过季货品而组织的展销活动中，管理商和经销商等活动合作伙伴负责提供活动当地前期广告宣传、场地租赁及相关手续办理、展会布置等服务，公司根据实际含税销售额按照约定的比例向其支付销售管理费。3) 公司通过电子商务网店销售产品，公司根据零售额一定比例向电子商务管理商支付销售管理费。2013年和2014年主营业务收入逐年增长，管理商模式的收入也随之增长，因此销售管理费逐年增加。公司2015年主营业务收入总体有所下降，管理商模式收入下降，销售管理费计提金额下降4,409.92万元，因此销售管理费占比略有下降。

公司对管理商所管理的门店有考核机制，要求一定的保底销售额，销售管理费根据门店销售额按比例计提，并采取累积递增方式，即超过一定销售额的部分计提比例提高。管理费支付比例标准主要根据所管理门店所在城市、商圈定位及客流量和门店单位租金高低等门店成本因素与管理商协商而定；管理费支付方式根据门店所在商场等回款进度执行。

(2) 店铺装修费

店铺装修费主要有三类：1) 自营门店装修费用，先计入“长期待摊费用—店铺装修费用”再按受益期摊销计入销售费用，包括受益期为两年的一般门店装修费用和面积较大店面装修标准较高按受益期和租赁期孰短进行摊销的自营门店装修费；自营门店装修摊销期间内关店或进行重新装修，未摊销完的店铺装修费一次性计入当期费用；2) 经销店装修费用，门店装修由公司统一设计，公司按一定比例承担经销店铺装修费用一次性计入销售费用；3) 店铺其他零星装修费用直接计入销售费用，发生额总体较小。

新开QDA品牌门店使2013年装修费摊销增加，经销门店在2013年进行两年周期性重新装修及新开门店导致2013年门店装修费金额较大。报告期内公司店铺装修费用金额较大，各年发生额受开店数量、重新装修周期和摊销受益起止时

间影响而波动变化，占比总体稳定。报告期内店铺装修费占比总体稳定。

（3）租赁费

项目	2015 年度	2014 年度	2013 年度
店铺租赁费	10,401.64	10,843.14	11,176.89
仓库租赁费等	939.58	878.71	607.48
租赁费合计	11,341.22	11,721.85	11,784.37

租赁费主要是商场租赁模式下采用租赁方式开设店铺支付的租赁费用，各大商场一般租赁期较长且年租金采用递增方式；公司商场租赁和管理商租赁店单位租金主要根据商场所在城市经济发达情况，商圈所在区域定位和门店专柜在商场位置不同与商场协商。

报告期内公司根据租赁门店业绩情况对租赁店铺数量进行动态优化，使店铺租赁费略有下降，但总体保持稳定。

（4）商场费用

商场费用主要包括商场服务费、商场促销费、物业及水电费、信用卡手续费、推广费和鲜花费等，报告期内商场费用略有波动，但总体稳定。

（5）职工薪酬

报告期内，职工薪酬费用均保持较高增长，主要是由于公司加强销售团队建设，2015公司直营门店增加，销售人员数量相应增加所致。2013年和2014年公司业务稳定发展，公司根据考核对工资薪酬基本标准逐年均有适当提高；同时，随着国内女装市场的发展，品牌竞争愈发激烈，公司通过外部聘请和内部培养相结合的方式不断优化销售管理人员的人才结构，负责品牌管理、市场推广和渠道管理的销售管理人员比例提高，也导致2014年职工薪酬有一定幅度增长。2015年受整体销售市场低迷影响，公司营业收入有一定降幅，公司经营策略调整，直营门店增加30家，销售人员增加，2015年职工薪酬总体略有增长。

（6）陈列费

陈列费主要为公司各店铺橱窗陈列道具费用，2013年橱窗陈列一年四季均进行更新，一季节的陈列费约1,000万；2014年后公司对店铺橱窗陈列改为一年春夏和秋冬两季，因此2014年和2015年陈列费有较大幅度下降。

（7）广告宣传费

公司广告宣传费主要包括时尚杂志广告、门店图册目录、展会、酒会活动等，报告期内广告宣传费发生情况列示如下：

项目	2015年	2014年	2013年度
杂志广告宣传	279.91	285.41	222.37
媒体图册、目录	718.17	759.81	842.66
展会、酒会活动等	1,841.76	269.78	510.76
海报、喷绘制作等	620.30	586.52	574.30
QDA活动	0.02	36.06	640.09
合计	3,460.15	1,937.58	2,790.18

广告宣传费中时尚媒体图册目录、海报喷绘制作项目在报告期内没有显著差异，总体稳定。报告期内发行人各年度广告宣传费变动的原因主要如下：

①2013年QDA品牌新开门店多，新门店开业活动费等宣传投入较大，达640.09万元。

②展会、酒会活动等根据公司品牌推广计划执行，各年发生金额存在一定波动，2014年未进行酒会宣传活动因此当年发生额比其他报告期低；2015年5月公司在上海举办JORYA “Reflection New York”大秀活动等发生额较大，酒会展会活动2015年全年发生达1,841.76万元。

综上，发行人的广告宣传费与公司的品牌推广计划密切相关，公司每年度根据业务发展的需求进行品牌推广，因此报告期内发行人的广告宣传费有一定的波动。

（8）物流费

经销模式下物流运费由经销商自行承担，公司物流费主要为自营模式和电子商务等发货产生，报告期内公司发货数量和运费发生情况列示如下：

项目	发货数量合计（万件）	其中：电子商务发货数量	物流运费（万元）	单件平均运费（元/件）	其中：电子商务单价运费（元/件）	自营发货单价平均运费（元/件）
2015年度	265.91	60.84	1,104.04	4.15	7.37	3.20
2014年度	278.93	44.05	1,096.95	3.93	7.42	3.28
2013年度	223.19	15.99	802.72	3.60	7.22	3.32

注：自营模式下发货数量为厦门总部仓库发出与各自营门店退回数量，电子商务平台销售有退换货，因此发货数据也大于当期销售数量。

报告期内运费结算单价逐年提高，因此单件发货平均运费总体上逐年略有提

高。由于服装特性一般按箱打包再发往各地，春夏款服装单个包装单位所装件数大于秋冬款服装，报告期内单件运费略有波动，但总体稳定。

2、管理费用

报告期内，公司管理费用明细如下表所示：

项目	2015年度		2014年度		2013年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
研发费用	8,011.45	49.64	8,761.15	49.46	8,342.64	52.15
职工薪酬	5,210.30	32.29	5,579.57	31.50	3,911.91	24.45
装修费	3.12	0.02	2.57	0.01	0.28	0.00
折旧费	432.73	2.68	572.76	3.23	794.04	4.96
差旅费	230.84	1.43	173.68	0.98	192.90	1.21
办公费	125.68	0.78	121.89	0.69	181.26	1.13
房屋租赁和物业管理费	392.97	2.44	366.66	2.07	253.24	1.58
税金	214.93	1.33	235.07	1.33	197.66	1.24
无形资产摊销	525.20	3.25	421.86	2.38	319.75	2.00
业务招待费	73.48	0.46	91.85	0.52	98.83	0.62
进口费用	1.91	0.01	35.85	0.20	77.43	0.48
商标费	98.24	0.61	41.89	0.24	48.70	0.30
其他（注）	817.12	5.06	1,309.98	7.39	1,578.34	9.86
合计	16,137.98	100	17,714.79	100	15,996.98	100

注：其他明细主要核算公司车辆费用、低值易耗品、质检费、咨询费、上市费用和修理费等。

2013年度、2014年度和2015年度公司管理费用分别为15,996.98万元、17,714.79万元和16,137.98万元，占营业收入的比例分别为7.63%、7.99%和8.90%，报告期内略有波动但基本稳定。管理费用变动主要是由研发费用和职工薪酬增长变动所致，具体变动原因如下：

（1）研发费用

报告期内，公司研发费用金额较大，主要原因是公司始终坚持研发设计是公司最核心的竞争力，研发设计能力的不断提升对品牌发展和公司经营至关重要，因此不断加大研发投入力度所致，主要体现在：1）公司各品牌设计室不断引进优秀设计人才，优化设计人才结构，同时公司创立了流行时尚品牌QDA，并成立QDA设计团队，使公司设计团队总体规模不断扩大，截至2015年末，公

司设计团队总数增加至426人，每季女装设计能力达千余款；2)公司重视通过海外考察和交流学习等方式提升设计师对流行前沿趋势的把握能力，从而保证产品设计能引领国内潮流和时尚，导致相关支出逐年增加；3)公司每年对薪酬进行调整，以增强对研发设计人员的激励效果，以上因素综合导致公司研发费用的金额较大。

（2）职工薪酬

报告期内，公司管理费用职工薪酬逐年增长，主要原因是随着公司经营规模不断扩大，为加强内部管理水平，加强管理团队建设，提升管理效率，管理人员总体不断增加；同时，公司每年根据考核对工资薪酬标准进行适当调整，2014年公司盈利水平相对2013年、2015年较高，因此2014年的职工薪酬支出金额较高。

（3）装修费

装修费主要核算内容为总部办公楼装修及其他零星费用。

（4）差旅费、办公费和业务招待费

2013年起公司优化运营管理和费用预算，2014年差旅费、办公费和业务招待费等比2013年均有所下降。2015年自营门店数量增加同时公司优化门店管理进行巡店，差旅费比2014年有一定增加，办公费和业务招待费总体变动不大。

（5）进口费用和商标费用

进口费用主要核算从台湾进口目录图册的报关和运费等进口费用，2013年下半年公司减少目录图册印刷量，逐步改为电子图册，因此报告期内公司进口费用逐年降低。2015年公司商标申请、变更和续展项目较多导致商标代理费金额较大。

3、财务费用

2013年度、2014年度和2015年度，公司财务费用分别为-937.49万元、-2,063.88万元和-2,404.06万元，占各期间营业收入的比重分别为-0.45%、-0.93%和-1.33%，对公司经营业绩影响较小。公司财务费用主要包括利息收入、汇兑损益和手续费等项目，明细列示如下：

项目	2015 年度	2014 年度	2013 年度
利息支出	—	—	—
减：利息收入	2,629.31	2,312.24	1,274.24

项目	2015 年度	2014 年度	2013 年度
汇兑损益	13.00	-11.84	74.84
手续费及其他	212.25	260.19	261.92
合计	-2,404.06	-2,063.88	-937.49

4、与同行业上市公司期间费用比较

报告期内，公司销售费用、管理费用占同期营业收入的比率，与同行业上市公司比较分析如下：

项目	年度	宝国国际	朗姿股份	维格娜丝	歌力思	本公司
销售费用	2015 年度	61.82%	35.65%		32.37%	34.47%
	2014 年度	56.75%	31.97%	40.68%	30.91%	29.59%
	2013 年度	49.17%	28.35%	35.41%	28.96%	32.32%
管理费用	2015 年度	7.00%	16.64%		10.61%	8.90%
	2014 年度	6.00%	15.56%	8.48%	9.37%	7.99%
	2013 年度	4.87%	13.43%	8.34%	8.93%	7.63%

与可比上市公司相比，公司销售费用率和管理费用率水平略低于平均值水平，总体趋势与可比上市公司基本一致，随销售规模的快速增长逐年略有上升，这与国内中、高端女装市场尚处于发展期，品牌集中度相对较低，各公司均处于发展阶段的特点一致。

（1）销售费用率水平差异原因分析

宝国国际销售费用率大幅高于本公司及其他可比上市公司，主要原因是宝国国际主要是采用直营模式，直营店面销售费用较高。

公司销售费用率高于朗姿股份，主要原因是本公司自营销售模式中管理商模式，委托管理商负责门店日常管理，根据销售额按一定比例计提的销售管理费计入销售费用，朗姿股份并无此种销售模式。

报告期内公司销售费用率水平总体上与维格娜丝和歌力思相当。

（2）管理费用率水平差异分析

朗姿股份管理费用率较高，主要原因是其在韩国设有研发中心，研发设计人员中外籍比例较高，导致薪酬和差旅费等成本支出占比较高；宝国国际管理费用率较低，主要原因是宝国国际的规模与公司相当，销售规模大于朗姿、维格娜丝和歌力思，存在一定的规模效应；公司管理费用率相比宝国国际较高，主要原因系公司研发投入较高。

（五）资产减值损失

项目	2015 年		2014 年		2013 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
坏账损失	-506.75	-3.15	658.98	3.75	190.03	0.82
存货跌价损失	16,575.47	103.15	16,893.30	96.25	22,900.00	99.18
合计	16,068.72	100	17,552.28	100	23,090.03	100

报告期内，公司资产减值损失分别为23,090.03万元、17,552.28万元和16,068.72万元，具体请参见本节“一、财务状况分析”中有关资产减值计提的具体内容。2013年起公司陆续调整生产计划和优化产品库存结构，2014年存货跌价损失比2013年减少6,006.70万元，2015年存货跌价损失比2014年减少317.83万元。

（六）营业外收支

2013年度、2014年度和2015年度，公司营业外收入分别为1,724.56万元、1,043.01万元和1,143.45万元。报告期内，公司营业外收入主要为与收益相关的政府补助，分别为1,528.26万元、1,003.37万元和981.29万元，明细项目如下：

项目	2015 年度	2014 年度	2013 年度	说明
厦门市湖里区财政局财政扶持资金	348.78	418.60	600.00	厦湖财【2015】201号、厦湖财【2014】185号、厦湖府【2012】75号常务会议纪要
纳税奖励	—	222.60	240.00	厦门市湖里区财政局、厦门市湖里区街道办纳税奖励款
招商引资奖励	—	25.00	0.82	厦门市湖里区街道办事处奖励款
增产多销奖励	3.80	—	16.00	厦门市财政局奖励款
技术改造财政扶持	—	—	—	厦门市经发局财政扶持款
厦门劳动就业管理中心扶持资金	77.71	76.13	52.68	厦门市劳动就业管理中心、中共厦门市委办公厅、福建省厦门市人民政府办公厅关于促进农民增收的若干意见
分公司财政扶持	25.00	17.00	38.57	2014年和2015年为上海徐汇区财政局财政扶持、2013年为北京市东城区、上海市徐汇区财

项目	2015 年度	2014 年度	2013 年度	说明
				政局财政扶持优惠政策、2012 年为上海市徐汇区财政局财政扶持优惠政策
厦门市财政局财政扶持	41.00	0.00	14.00	2015 年厦经信/厦门市财政局关于对品牌工业企业建设情况的调研通知、厦经信【2015】426 号-关于下达 2015 年生产性服务业发展专项资金计划、厦财预【2012】75 号-厦门市财政局关于下达财政扶持资金的通知
电费补贴	—	—	—	—
上市工作经费补贴	—	30.00	410.00	厦府[2010]194 号-厦门市人民政府关于推进企业上市的意见
对外投资补贴	—	—	99.56	厦财外【2013】56 号厦门市财政局 厦门市商务局关于下达 2013 年对外投资合作专项资金的通知、财企【2012】141 号财政部 商务部关于做好 2012 年对外经济技术合作专项资金申报工作的通知
厦门湖里区财政局 2013 年上半年房产税城镇土地使用税返还	—	114.04	56.63	厦财预【2013】69 号文
湖里区财政局电子商务补助	45.00	100.00	—	厦府【2015】67 号、厦湖经发【2014】24 号
个人所得税贡献奖励	440.00	—	—	厦门市湖里区街道办事处奖励款
合计	981.29	1,003.37	1,528.26	—

2013年度、2014年度和2015年度营业外支出分别为13.26万元、141.48万元和160.78万元，主要为非流动资产处置损失和捐赠支出，其中非流动资产处置损失发生额分别为10.33万元、14.24万元和14.74万元，2014年对外捐赠支出100万元。2015年营业外支出160.78万中宁波天一QDA店撤柜违约金114.15万元。

（七）非经常性损益对公司经营成果的影响

报告期内公司非经常性损益的情况如下表所示：

项目	2015 年度	2014 年度	2013 年度
非流动资产处置损益，包括已计提资产减值准备的冲销部分	-13.45	-11.45	-3.78
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）	981.29	1,003.37	1,528.26
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	14.84	-90.39	186.82
其他符合非经常性损益定义的损益项目	2,928.42	1,773.50	354.94
小计	3,911.09	2,675.04	2,066.24
所得税影响额	977.77	668.76	516.56
税后少数股东权益影响额	—	—	—
非经常性损益净额	2,933.32	2,006.28	1,549.68
归属于母公司所有者的净利润	36,024.11	53,152.40	36,295.67
比例	8.14%	3.77%	4.27%
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润	33,090.79	51,146.12	34,745.99

2013年非经常性损益主要包括1,528.26万元政府补助和因“特价销售”而产生的354.94万元收益；2014年非经常损益主要包括1,003.37万元政府补助和因“特价销售”而产生的1,773.50万元收益。2015年非经常损益主要包括981.29万元政府补助和因“特价销售”而产生的2,928.42万元收益。公司2013年、2014年和2015年的非经常性损益净额分别为1,549.68万元、2,006.28万元和2,933.32万元，占当期归属于母公司所有者净利润的比例分别为4.27%、3.77%和8.14%，比例均较低，公司盈利对非经常性损益不存在重大依赖，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34,745.99万元、51,146.12万元和33,090.79万元。总体而言，公司具有较强的盈利能力，上述非经常性损益对公司经营业绩的影响较小。

（八）所得税费用

项目	2015 年度	2014 年度	2013 年度
按税法及相关规定计算的当期所得税	11,486.26	17,845.26	15,003.49
递延所得税调整	1,237.95	278.81	-2,541.50

项目	2015 年度	2014 年度	2013 年度
合计	12,724.21	18,124.07	12,461.99
占当期利润总额的比例	26.10%	25.43%	25.56%

报告期内，本公司及子公司适用所得税率情况如下表所示：

公司	2015 年度	2014 年度	2013 年度
欣贺股份	25%	25%	25%
欣贺澳门 ^注	0-12%	0-12%	0-12%
欣贺香港	16.5%	16.5%	16.5%
欣贺台湾	17%	17%	17%

注：欣贺澳门企业所得税适用超额累进税率。

报告期内，公司所得税费用分别为12,461.99万元、18,124.07万元和12,724.21万元，占当期利润总额的比例分别为25.56%、25.43%和26.10%，所得税费用变动主要受利润总额变动及递延所得税调整影响。

三、现金流量分析

报告期内，公司现金流量情况如下表所示：

项目	2015 年度	2014 年度	2013 年度
经营活动产生的现金流量净额	36,367.55	66,115.53	63,381.52
投资活动产生的现金流量净额	-19,194.51	-10,680.04	-9,264.55
筹资活动产生的现金流量净额	-32,100.00	-22,366.70	-16,396.30
汇率变动对现金及现金等价物的影响	422.89	23.54	-233.86
现金及现金等价物净增加额	-14,504.06	33,092.33	37,486.81

2013年度、2014年度和2015年度，公司的现金及现金等价物增加额分别为37,486.81万元、33,092.33万元和-14,504.06万元，报告期内现金流量总体情况良好。

（一）经营活动产生的现金流量分析

2013年度、2014年度和2015年度，公司经营活动产生的现金流净额分别为63,381.52万元、66,115.53万元和36,367.55万元。

1、销售商品、提供劳务收到的现金分析

报告期内，公司销售商品、提供劳务收到的现金与营业收入的比例情况如下表所示：

项目	2015 年度	2014 年度	2013 年度
销售商品、提供劳务收到的现金	208,021.69	251,974.23	249,343.30
营业收入	181,301.24	221,840.18	209,556.72
比例	1.15	1.14	1.19

报告期内，公司销售商品、提供劳务收到的现金流量与营业收入的比例均高于1，主要与公司经营模式相关，经销模式下通常采取全额付款后发货，商场货款结算周期较短。考虑增值税因素，上述比例均超过1并接近1.17，表明公司货款基本于当期收回，体现出公司主营业务具有较强的获取现金能力。

2、经营活动现金流量间接法分析

报告期内，将公司净利润调整到经营活动产生的现金流量净额的具体明细如下所示：

项目	2015 年度	2014 年度	2013 年度
净利润	36,024.11	53,152.40	36,295.67
加：资产减值准备	-4,305.92	-1,619.31	10,424.62
固定资产折旧、油气资产折耗、生产性生物资产折旧	1,183.67	1,551.70	1,767.80
无形资产摊销	571.51	449.13	324.59
长期待摊费用摊销	7,122.74	7,484.55	8,091.88
处置固定资产、无形资产和其他长期资产的损失	13.45	11.45	3.78
投资损失	—	—	—
财务费用	13.23	-14.24	39.82
递延所得税资产减少	1,237.95	278.81	-2,541.50
存货的减少	3,343.35	5,037.24	-2,069.83
经营性应收项目的减少	-2,713.50	660.19	3,541.64
经营性应付项目的增加	-6,420.74	-915.46	7,524.36
其他	297.71	39.10	-21.31
经营活动产生的现金流量净额	36,367.55	66,115.56	63,381.52

报告期内公司经营活动产生的现金净流量良好。2012年以来公司陆续调整生产入库数量并进行库存优化管理，存货逐年降低，2014年末和2015年末存货余额逐年略有减少。2013年公司生产经营活动良好，销售回款良好，因此经营性应收项目减少3,541.64万元，2013年收到经销商保证金增加和年末应交企业所得税增加等导致经营性应付项目增加7,524.36万元，当年实现经营活动产生的现金流

量净额较高，达63,381.52万元，高于实现的净利润。2014年公司对销售回款和采购货款支付政策等与2013年基本保持一致，应收项目和应付项目余额变动较小，因此经营性应收项目和经营性应付项目变动较小；2014年当年实现较高的净利润达53,152.40万元，同时2013年和2014年公司陆续调整生产计划和优化产品库存结构，2014年末存货余额比2013年末减少5,037.24万元，因此2014年公司经营活动产生的现金流量净额较高，比2013年提高2,734.04万元。

3、购买商品、接受劳务支付的现金分析

2013年至2015年公司购买商品、接受劳务支付的现金金额分析情况如下：

项目	2015 年度	变动	2014 年度	变动	2013 年度
购买商品、接受劳务支付的现金	90,634.35	-9,108.87	99,743.22	-17,928.71	117,671.93
其中：入库产品等生产性采购现金支出	44,477.50	-5,826.14	50,303.64	-7,923.16	58,226.80
经营性管理现金支出	46,156.85	-3,282.73	49,439.58	-10,005.56	59,445.13

2012年下半年服装行业整体增幅下滑，公司陆续调整经营策略和生产计划，购买商品、接受劳务支付的现金逐年下降。2013年新开QDA品牌门店储备库存，2014年QDA成衣入库量为25.93万件比2013年121.57万件同比减少95.65万件，因此2014年入库商品采购金额同比总体减少7,923.16万元。2015年生产入库量同比下降20.59%导致面料采购和外协生产下降，入库产品等生产性现金支出同比下降5,826.14万元。

在服装行业整体下滑的形势下，公司通过优化预算管理，提高销售运营效率，2014年公司店铺装修费、陈列费、广告宣传费和低值易耗品等经营管理现金支出同比减少4,676.61万元，同时2014年公司应支付商场费用从商场的结算货款中抵减金额5,328.95万元，2014年经营性管理费用现金支出合计同比减少10,005.56万元，因此2014年购买商品、接受劳务支付的现金同比下降有较大幅度下降。2015年公司主营业务收入总体有所下降，公司销售管理费、店铺装修费等经营性管理现金支出同比减少3,282.73万元。

（二）投资活动产生的现金流量分析

2013年度、2014年度和2015年度，公司投资活动产生的现金流量净额分别为-9,264.55万元、-10,680.04万元和-19,194.51万元。2013年度投资活动产生的现金流量净额为-9,264.55万元，主要为门店装修工程支出；2014年和2015年投资

活动产生的现金流量净额分别为-10,680.04万元和-19,194.51万元，主要为门店装修和研发设计中心工程支出及其工程保证金。

（三）筹资活动产生的现金流量分析

2013年度、2014年度和2015年度，公司筹资活动产生的现金流量净额分别为-16,396.30万元、-22,366.70万元和-32,100.00万元，主要是支付现金股利分别为16,368.00万元、22,032.00万元和32,000.00万元。

四、资本性支出分析

（一）报告期内资本性支出情况

报告期内，公司的资本性支出主要是根据公司发展计划，用于构建土地、厂房及门店装修支出，具体如下表所示：

项目	2015 年度	2014 年度	2013 年度
房屋建筑物	—	—	215.00
机器设备	502.75	91.96	76.52
土地使用权	—	—	—
软件支出	324.98	807.39	46.44
在建工程	15,030.65	2,829.88	597.60
长期待摊费用	7,028.45	7,724.15	8,693.44
合计	22,886.82	11,453.38	9,629.00

（二）未来可预见的重大资本性支出计划

本次募集资金投资项目详见本招股说明书“第十三节募集资金运用”相关内容。

截至本招股说明书签署日，除本次发行募集资金计划投资项目外，公司已购买厦门市湖里高新科技园区创新路604号地块，计划利用自筹资金用于研发设计中心项目建设，项目总建筑面积约47,670平方米（地上约37,670平方米，地下约10,000平方米），总投资约6.07亿元（其中土地款为9,633.68万元），以吸引高端人才、提升公司形象，进一步增强公司研发设计能力。截至2015年12月31日，除土地款支出外，公司已投入14,400.87万元用于上述研发设计中心项目。

五、重大会计政策或会计估计与可比上市公司的差异情况

（一）存货跌价准备计提政策

中、高端女装可比上市公司在各自品牌战略和经营模式等存在差异导致存货跌价准备计提政策存在差异，公司存货跌价准备政策是结合公司自身业务特点根据《企业会计准则》及其相关规定下制定的。

1、可比上市公司的存货跌价准备计提政策

公司的存货跌价准备政策详见“第十节财务会计信息”之“四、报告期内采用的主要会计政策和会计估计”之“（六）3、存货可变现净值的确定依据及存货跌价准备的计提方法”，可比上市公司的存货跌价准备计提政策具体如下：

（1）宝国国际的存货跌价准备计提政策

宝国国际未具体披露存货跌价准备计提政策。年报披露内容为“存货按成本及可变现净值两者中以较低者为准入账。存货出售时，其账面值会在确认相关收入期间确认为支出。存货损失及存货成本与可变现净值的差额在发生当期确认为支出。因可变现净值增加而需逆转的存货跌价准备在发生当期冲减损益表。”

（2）朗姿股份的存货跌价准备计提政策

根据朗姿股份公开披露的招股说明书对库存商品计提跌价准备政策具体如下：

“由于公司除库存商品外的其他类型存货均对应未上市新品，且原材料为专款专用，不会导致积压，故公司除库存商品外的其他存货科目均不计提减值准备。

基于公司的品牌战略，公司制定了过季服装销售策略，并制订了相关的内部控制制度，对过季服装的折让处置比例和处置价格进行了相关规定。根据实际处置情况，各季服装实际折让的比例及折让价格均按照公司制订的过季服装销售策略执行。公司按照各季服装的可变现净值（按过季类别）与存货成本孰低的原则计提减值准备，期末存货根据公司制订的过季服装销售策略确定如下计提比例：

库存商品库龄 ¹	折让销售比例 ²	成本价5折处理 ³	计提减值比例
第五季	20.00%	50.00%	10.00%

库存商品库龄 ¹	折让销售比例 ²	成本价5折处理 ³	计提减值比例
第六季	40.00%	50.00%	20.00%
第七季	60.00%	50.00%	30.00%
第八季	80.00%	50.00%	40.00%
八季以上 ⁴	100.00%	50.00%	50.00%

注：1）第5季指库龄为前一年同季的产品，以此类推。

2）折让销售比例系按照公司制定的销售策略，公司过季服装预计低价折让出售的概率；

3）成本价5折处理系按照公司制定的销售策略过季服装折让出售的最低价格控制在存货成本的50%左右。

4）依照公司的品牌管理措施，针对部分十二季以上的不适销库存服装，采取直接销毁的处理方式，以确保品牌在市场上的高端形象。期末库存商品如包含已作销毁安排的存货，则对该部分存货全额计提减值准备。报告期各期末的存货中均不包含此类存货。”

（3）维格娜丝的存货跌价准备计提政策

根据维格娜丝公开披露的首发招股书对存货计提存货跌价准备额计提政策：

“期末存货按成本与可变现净值孰低计价，在对存货进行全面盘点的基础上，对遭受毁损、全部或部分陈旧过时、销售价格低于成本等原因的存货，预计其成本不可收回的部分，提取存货跌价准备。”

（4）歌力思的存货跌价准备计提政策

根据歌力思公开披露的首发招股书，公司结合自身业务特点依据存货的库龄计提存货跌价准备，具体如下：

公司依据存货的库龄计提存货跌价准备，具体的货龄划分及计提比例如下：

主面料：

货龄	计提比例（%）
第N+1季或以后季	0
第N季或第N-1季	70
第N-2季或第N-3季	90
第N-4季或以前季	100

注：公司主面料分为春夏季面料和秋冬季面料，上表中的季指春夏季或秋冬季，N指当季，1-6月份属春夏季，7-12月份属秋冬季。

除主面料外的其他存货：

货龄	计提比例（%）
1年以内	0
1-2年	50

货龄	计提比例（%）
2年以上	100

2、同行业上市公司存货跌价准备计提情况

发行人存货跌价准备和存货减值损失情况如下：

项目	2015-12-31/ 2015 年度	2014-12-31/ 2014 年度	2013-12-31/ 2013 年度
存货跌价准备	35,240.84	39,040.02	41,317.57
存货跌价准备占存货余额比例	48.69%	51.56%	51.17%
当期计提存货减值损失金额	16,575.47	16,893.30	22,900.00

公司根据自身特点按《企业会计准则》及其相关规定制定存货跌价准备政策，2014年末和2015年末存货跌价准备余额占存货余额比例已达51.56%和48.69%，明显高于同行业可比上市公司。

同行业上市公司存货跌价准备计提情况如下详细参见本章节第“一、财务状况分析”之“（一）资产构成及变动分析”之“7、存货”之“（4）同行业上市公司存货跌价准备计提情况”

（二）除存货跌价准备计提政策外，本公司重大会计政策或会计估计与可比上市公司不存在较大差异。

六、重大担保、诉讼、其他或有事项及重大期后事项

截至本招股说明书签署日，本公司无需要披露的重大担保、诉讼、其他或有事项及重大期后事项。

七、财务状况和盈利能力的未来趋势

（一）财务状况未来趋势分析

1、资产状况

报告期内，公司资产结构与业务特点相符，总体相对合理，资产规模随业务发展不断增长，抵御风险能力不断增强。随着营销网络、物流中心、企业信息化建设和研发设计中心等募投项目及自筹资金建设项目的逐步实施，公司资产规模将进一步扩大，非流动资产的比重将有所提高，对完善公司销售网络覆盖、提升管理效率和研发设计能力的促进作用明显，公司品牌影响力和品牌地

位将得到进一步巩固和提高，核心竞争优势将更加突出。

2、负债状况

本次募集资金到位后，公司资产负债率将显著下降，同时随着公司经营规模的不断扩大，公司融资能力将增强，融资渠道也将更加多元化，使资产负债结构更趋合理。

（二）盈利能力未来趋势分析

公司设立以来，专注于中、高端女装的设计、生产和销售，通过采取多品牌战略，以“JORYA”和“JORYA weekend”为高端品牌，其他品牌依托高端品牌，共同形成一个金字塔式的品牌架构，各品牌之间设计风格和理念、目标人群和产品定位不尽相同，全方位覆盖整个中、高端女装市场，品牌影响力和品牌地位不断提升；销售模式上采取自营与经销相结合的方式，自营模式有利于集中公司资源和优势，抢占高端市场和提升公司形象及品牌的知名度和影响力，同时在公司当前资源相对有限的前提下，经销模式建立了公司与经销商之间的优势互补，有利于公司营销网络的完善。公司未来将继续保持目前的经营模式，不断提高核心竞争能力，保持盈利能力的持续性和稳定性，为公司股东创造价值。影响公司未来盈利趋势的其他主要因素包括：

1、国内女装市场快速增长为公司创造良好市场环境和条件

国内中、高端女装行业尚处于快速发展期，随着国民收入水平的不断增长，高收入群体的数量日益扩大以及城市化水平不断提高，一方面国内中、高端女装市场的消费地域、消费群体不断扩大，另一方面消费者的消费结构发生变化，对品牌和品质的要求更高，消费结构升级也扩大了对中、高端女装的需求。根据Euromonitor International数据，2013年我国女装市场零售额6,965亿元，2008-2013年复合增长率达到11.7%，其中2011年增长15.0%；2012年受欧债危机以及国内宏观经济形势下行的影响，增速放缓，2012年、2013年增长10.6%和7.9%。预计未来几年，行业复合增长率维持在10%-15%水平。报告期内，国内女装市场的快速发展为公司营业收入的增长创造了良好市场环境和条件，公司未来盈利趋势的发展与经济发展速度和居民收入水平的提升密切相

关。

2、国内女装品牌集中度相对较低

目前，国内女装市场仍处于行业生命周期的发展期，女装企业超过2万家，市场集中度较低，竞争较为激烈，根据中华全国商业信息中心数据显示，2011年市场综合占有率前10位的女装品牌市场占有率总计仅为22.03%。公司拥有较强的研发设计能力，经过多年的发展和品牌积累，已建立相对完善的营销网络体系，品牌知名度和影响力不断提升，目前处于国内女装品牌的第一集团，国内女装市场品牌集中度较低的竞争格局，一方面使公司未来发展面临较大的竞争压力，同时也为公司未来发展带来较大的市场空间，公司未来将继续发挥已有竞争优势，并在自主创新能力、营销网络体系和营运效率等方面进一步提升，以应对未来的竞争和发展机遇。

3、募集资金项目的影响

面对未来发展的竞争与机遇，公司拟利用募集资金进行营销网络建设项目、企业信息化建设项目和生产物流配送中心项目，随着上述募集资金项目的逐步建成投入使用，将对公司未来的盈利能力产生较大影响。营销网络建设项目完成后，将进一步完善公司营销网络体系，扩大外延式发展，扩大公司营业规模，提升盈利空间；企业信息化项目的建设将优化公司的业务流程、提高管理效率，同时也将进一步提高公司对市场信息的反应速度；生产物流中心项目将使公司产能增加，并降低仓储物流成本，加快周转效率。因此，上述募投项目的实施将显著提升公司综合竞争能力，为公司未来发展提供保证。

八、股东未来分红回报规划及安排

（一）股东未来分红回报规划

为了进一步增强公司现金分红的透明度，提高现金分红水平，提升对股东的回报，公司制定了未来三年（2014-2016年）股东回报规划。具体内容如下：

1、股东回报规划制定考虑因素

公司利润分配政策和方案的制定应当依据相关规定，着眼长远和可持续发

展，在综合分析服装行业特点、公司经营发展规划、外部融资环境等因素的基础上，充分听取独立董事、外部监事（如有）和中小股东的要求和意愿，并结合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、银行信贷及债权融资环境等情况，平衡股东的投资回报需求和公司未来发展，建立对投资者持续、稳定、科学、合理的回报规划与机制，从而对利润分配作出制度性安排，以保证利润分配政策的连续性和稳定性。

2、公司股东回报规划制定原则

（1）公司盈利并符合公司业务发展对资金要求的前提下，实行持续、稳定的利润分配政策，公司的利润分配应当重视对股东的合理投资回报并兼顾公司的可持续发展。

（2）在公司现金流满足公司正常经营和长期发展的前提下，公司将实施积极的现金股利分配办法。

（3）在利润分配政策及方案制定或调整的决策或论证过程中，应当充分考虑股东（特别是中小股东）、独立董事和监事的意见。

（4）公司采用现金、股票或者现金与股票相结合的方式分配利润，并优先采用现金分红的方式分配利润。在有条件的情况下，公司可以进行中期利润分配。

3、股东回报规划制定周期

公司至少每三年重新审阅一次股东未来分红回报规划，对公司即时生效的股利分配政策作出适当且必要的修改，确定该时段的股东回报计划，并由公司董事会结合具体经营数据，充分考虑公司目前盈利规模、现金流量状况、发展所处阶段及当期资金需求，制定年度或中期分红方案。

4、2014-2016年股东分红回报计划

（1）公司采用现金、股票或者现金与股票相结合的方式分配利润，并优先采用现金分红的方式分配利润。

（2）在公司当年盈利且累计未分配利润为正数且保证公司能够持续经营和长期发展的前提下，公司应当采取现金方式分配股利，公司每年以现金方式分

配的利润应不少于当年实现的可供分配利润的30%。

但出现以下情形之一的，公司可以不进行现金分红或可以低于前述比例进行现金分红：①公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产、购买设备或偿还债务累计支出达到或超过公司最近一期经审计净资产的30%，且超过3亿元（不含募集资金投资项目支出）；②公司当年期末资产负债率达到或超过70%；③公司当年经营现金流净额为负数；④根据相关法律法规，如果进行现金分红将会对公司下一年度的经营计划产生重大影响的。

（3）公司一般采用年度分红的方式进行利润分配，公司董事会也可以根据公司的盈利和资金需求等状况提出中期利润分配预案。

（4）若董事会认为公司未来成长性较好、每股净资产偏高、公司股票价格与公司股本规模不匹配、发放股票股利有利于公司全体股东整体利益时，可以在符合公司现金分红政策的前提下，制定股票股利分配预案。

（5）具体每个年度的分红方案由董事会根据公司年度盈利状况和未来资金使用计划提出预案，报股东大会批准。

（6）董事会负有提出现金分红提案的义务，对当年实现的可分配利润中未分配部分，董事会应当说明使用计划安排或原则。董事会因公司重大投资计划或重大现金支出等事项未提出现金分红提案的，董事会应在利润分配预案中披露原因及留存资金的具体用途。公司因外部经营环境或者自身经营状况发生较大变化而需要调整利润分配政策的，应当按公司章程和《股东分红回报规划》的有关规定履行决策程序。公司接受独立董事、外部监事（如有）和中小股东对公司分红的建议和监督。

（二）股东未来分红回报规划的合理性分析

公司股东未来分红回报规划的制定充分考虑了全体股东特别是中小股东的要求和意愿，以实现股东权益最大化为目标，明确每年现金形式分配的利润不少于当年实现的可供分配利润的30%，该规划符合公司未来三年的经营预测和发展规划，规划合理并具有可行性，具体如下：

1、行业发展状况

公司所处中、高端女装行业尚处于快速发展期，随着国民收入水平的不断增长，高收入群体的数量日益扩大以及城市化水平不断提高，该行业未来将持续保持快速增长趋势，国内女装市场的快速发展为公司分红回报规划的实施提供了保证。

2、公司经营情况

公司在行业中处于领先地位，具有较强的盈利能力和资金管理能力，报告期内保持了较高的现金获取能力，2013年度、2014年度和2015年，公司经营活动产生的现金流量净额分别为63,381.52万元、66,115.53万元和36,367.55万元，占同期净利润的比例分别为174.63%、124.39%和100.95%；公司资产负债结构合理，具有较强的偿债能力，现金股利的支付不会对公司的生产经营和未来发展造成不利影响。因此，公司的实际经营情况保证了公司对股东具有足额支付现金股利的能力。

3、未来发展需求

根据公司制定的业务发展计划，公司专注于女装品牌的经营，走多品牌经营路线，致力于打造具有国际影响力的中国女装品牌，为此公司需要在营销网络建设、品牌研发设计、生产物流和信息化建设等方面持续加强投入，从而不断提升公司品牌内涵，塑造公司高端形象。因此，为保证公司持续保持较强的竞争能力和及时抓住市场发展机遇，实现公司经营目标和发展战略，需保留部分留存收益以满足公司未来发展需要。

综上所述，公司制定的未来分红回报规划以全体股东利益最大化为基础，充分考虑了公司长远规划和可持续发展、发展机遇、经营状况、外部融资环境等因素，与公司所处行业的发展趋势、公司实际经营情况和未来发展战略相一致，具有可行性。公司上市后，随着募投项目的逐步实施，公司综合竞争能力将得到增强，品牌知名度将进一步得到提升，公司将为股东创造更多的利益，与股东共享公司成长收益。

九、本次发行对即期回报摊薄的影响及公司采取的填补措施

（一）首次公开发行摊薄即期回报对公司主要财务指标的影响

假设前提：

1、公司首次公开发行于 2016 年下半年成功发行，该时间仅为估计，最终以中国证监会核准首次发行后的实际完成时间为准。

2、假设考虑非经常性损益的影响，公司 2016 年归属于母公司所有者的净利润为 36,000 万元。

前述利润值不代表公司对 2016 年的盈利预测，其实现取决于宏观环境、市场状况的变化等多种因素，存在不确定性。

3、本期分配现金股利 1.0 元/股，预计 2016 年 5 月实施完毕。

4、假定首次公开发行最终发行数量为经董事会和股东大会审议通过的首次公开发行的发行数量上限，即 11,000 万股，发行完成后公司总股本将增加至 43,000 万股，该发行股数以经证监会核准发行的股份数量为准。

5、首次公开发行股份的市盈率假设为 22，发行价格为 16.93；考虑发行费用的影响，首次公开发行募集资金净额为 177,482.60 万元。

6、未考虑首次公开发行募集资金到账后，对公司生产经营、财务状况等（如营业收入、财务费用、投资收益等）的影响。

7、基于上述假设的前提下，首次公开发行摊薄即期回报对公司主要财务指标的影响对比如下：

项目名称	2016 年度/2016 年 12 月 31 日	
	发行前	发行后
总股本（万股）	32,000	43,000
归属于上市公司股东的所有者权益（万元）	185,698.17	363,180.77
归属于上市公司股东的净利润（万元）	36,000.00	36,000.00
基本每股收益（元/股）	1.13	1.06
稀释每股收益（元/股）	1.13	1.06

加权平均净资产收益率（%）	20.61%	17.63%
---------------	--------	--------

（二）本次发行的必要性和合理性

本次发行募集资金投资于品牌营销网络建设项目、企业信息化建设项目、服装生产线及仓储物流配送中心建设项目。本次募集资金拟投资项目将进一步完善发行人研发、采购、生产、销售等供应链环节，不断提高公司竞争能力，有效推进公司品牌发展战略，实现公司“打造具有国际影响力的中国高端女装品牌”的长远目标。本次发行的必要性和合理性详见招股说明书“”之“四、募集资金投资项目基本情况”和“二、董事会对募集资金投资项目前景分析和可行性分析”。

（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

本次募集资金投资项目均围绕公司现有主营业务进行，并已从人员、技术、市场等方面的可行性进行充分论证，具体详见本招股说明书“第十三节 募集资金运用”之“三、募集资金投资项目与发行人业务、发展战略之间的关系”、“二、董事会对募集资金投资项目前景分析和可行性分析”“（二）可行性分析”。

（四）公司应对本次发行摊薄即期回报采取的措施

为了保护投资者利益，公司将采取多种措施保证此次募集资金有效使用、有效防范即期回报被摊薄的风险、提高未来的回报能力，具体措施包括：

1、合理规划使用募集资金，提高公司盈利能力

公司根据中、高端女装行业的发展趋势、现有经营状况以及未来战略发展规划，制定了首次公开发行股票募集资金的投资项目，具体为品牌营销网络建设项目、企业信息化建设项目和服装生产线及仓储物流配送中心建设项目。公司已对募集资金投资项目的可行性进行了充分论证，募投项目符合行业发展趋势及本公司未来整体战略发展方向。

综上，本次募集资金投资项目均围绕公司现有主营业务进行，是公司实现战略目标的重要举措，有助于提升公司品牌影响力、竞争力和盈利能力，将能有效填补回报。

2、严格执行募集资金管理制度，保证募集资金合理规范使用

2013年4月12日公司第一届董事会第八次会议已通过《关于制定上市后适用的<募集资金管理制度>》的议案，首次公开发行募集资金到位后，公司董事会将根据《募集资金管理制度》持续监督公司对募集资金专户存储、保障募集资金用于指定的投资项目、定期对募集资金进行内部审计、配合监管银行和保荐机构对募集资金使用的检查和监督，以保证募集资金合理规范使用，防范募集资金使用风险，提高募集资金使用效率。

3、保持公司主营业务平稳发展，提高公司持续盈利能力

公司主营中、高端女装的设计、生产和销售，服装行业的市场需求具有随宏观经济周期性波动的特点，从2011年下半年以来，国内宏观经济有所下行，服装行业也受到冲击，进入调整转型期。针对中、高端女装的行业特点，为有效填补回报，公司一方面将采取措施保持公司主营业务平稳发展，提高公司持续盈利能力，另一方面将提升公司日常运营效率，降低公司运营成本：

（1）提高自营门店比例。公司销售模式分为自营模式和经销模式，经销模式在现阶段能够加快公司发展速度，扩大经营规模，但相对自营模式而言，经销商对经济景气和经营环境的反应更为敏感，会在一定程度上加剧公司经营业绩的波动，且长远看也会影响公司对销售终端的控制力。

为进一步提升公司品牌影响力，增强公司对销售终端的控制力及经营的稳定性，公司将进一步优化销售终端结构，提高自营门店所占比例，特别要在重点城市和地区增加有影响力和控制力的自营门店数量。

（2）加大产品创新，对各品牌设计款数进行优化精简。公司将持续加大对研发费用的投入，加大产品创新，优化精简设计款式。

（3）培育新的利润增长点。公司通过两年的孵化，公司QDA品牌已形成稳定的产品特色和市场定位，QDA是时尚流行的大众品牌，大众消费更贴近市场的需求，在未来可形成新的利润增长点。

（4）加强公司内部管理和成本控制。通过加强全面预算管理和员工业绩考核，进一步提高公司管理水平和经营效率。

4、完善利润分配政策，重视投资者回报

根据中国证监会《关于进一步落实上市公司分红相关规定的通知》（证监发【2012】37号）、《上市公司监管指引第3号——上市公司现金分红》（证监会公告【2013】43号）等规定以及《上市公司章程指引（2014年修订）》的精神，公司已在《公司章程》、《未来三年股东分红回报规划》中明确了持续稳定的回报机制。未来公司将严格执行利润分配规定，切实维护投资者合法权益，强化中小投资者权益保障机制，降低公开发行摊薄公司即期回报的影响。

同时，公司提示投资者制定填补回报措施不等于对公司未来利润做出保证。

（五）董事、高管对填补回报措施能够得到切实履行的承诺

为使填补回报措施能够得到切实履行，公司董事及高管罗永晖先生、孙瑞鸿先生、孙孟慧女士、卓建荣先生、王斌先生、Ong Yew Thiong Gilbert（王有忠）、徐珊先生、林涛先生、张韶华先生、陈国汉先生、王碧黛女士、郑仁贵先生、公司离任董事黄晗跻先生作出如下承诺：

- 1、本人承诺将忠实、勤勉地履行职责，维护公司和全体股东的合法权益。
- 2、本人承诺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。
- 3、本人承诺对职务消费行为进行约束。
- 4、本人承诺不动用公司资产从事与其履行职责无关的投资、消费活动。
- 5、本人承诺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。
- 6、本人承诺若公司后续推出股权激励政策，本人承诺拟公布的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。
- 7、本承诺出具日后至公司首次公开发行股票实施完毕前，若中国证监会作出关于填补回报措施及其承诺的其他新的监管规定的，且上述承诺不能满足中国证监会该等规定时，本人承诺届时将按照中国证监会的最新规定出具补充承诺。

8、本人承诺切实履行公司制定的有关填补回报措施及对此作出的任何有关填补回报措施的承诺，若本人违反该等承诺并给公司或者投资者造成损失的，本人愿意依法承担对公司或者投资者的补偿责任。

作为填补回报措施相关责任主体之一，本人若违反上述承诺或拒不履行上述承诺，本人同意按照中国证监会和上海证券交易所等证券监管机构按照其制定或发布的有关规定、规则，对本人作出相关处罚或采取相关管理措施。

（六）公司控股股东、实际控制人的承诺

公司实际控制人孙马宝玉女士、孙瑞鸿先生、孙孟慧女士、卓建荣先生，以及公司的控股股东欣贺国际有限公司承诺不越权干预公司经营管理活动，不侵占公司利益。

承诺切实履行公司制定的有关填补回报措施及对此作出的任何有关填补回报措施的承诺，若违反该等承诺并给公司或者投资者造成损失的，愿意依法承担对公司或者投资者的补偿责任。

作为填补回报措施相关责任主体之一，若违反上述承诺或拒不履行上述承诺，同意按照中国证监会和上海证券交易所等证券监管机构按照其制定或发布的有关规定、规则，对承诺人作出相关处罚或采取相关管理措施。

第十二节 业务发展目标

一、公司发展计划

公司致力于持续的研发创新、品牌推广和全方位的细节管理，力争将公司培育打造成为国内一流并具有国际影响力的中国高端女装品牌。

（一）公司整体发展计划

1、公司的长期发展计划

以“为客户提供专业服务，为股东创造良好回报，为员工创造发展空间，为社会创造公共价值，实现股东、员工和社会的和谐发展”为经营宗旨，依靠设计团队的专业和敬业精神，以“Design as art”为产品设计理念，秉承“专业、高效、优质、诚信”的服务理念，引领时尚潮流趋势，不断提升品牌内涵，发挥品牌个性，塑造企业高端形象，为致力于推动中国高端女装品牌化、规模化发展而努力，并逐步拓展海外市场，打造具有国际影响力的中国女装品牌。

2、公司的中期发展计划

在品牌管理方面，公司将继续专注于女装品牌的经营，走多品牌经营路线，对消费者实施交叉覆盖，巩固和强化现有品牌的市场地位。在实现品牌价值最大化的同时，利用多年来在女装行业积淀的品牌形象和经验积累，做大做强差异化品牌，不断丰富时尚产业类别，继续拓展服饰领域，进一步延伸品牌产品线，深入到各个不同的细分市场，为消费者提供全方位的优质服务和消费体验。

在内部管理方面，进一步健全以公司战略为导向、以风险控制为核心、以管理提升为目标的内控体系建设，强化公司核心竞争力，提高公司综合实力，通过管理能力的全方位提升，实现真正的内生性成长，保证公司长期稳定的发展，有效降低企业经营风险。

在营销管理方面，建立辐射全国、布局合理的营销网络体系，尽快占有优质的渠道资源，进一步提高市场占有率。提高自营门店在营销网络中的地位，加强对管理商和经销商的管理，进一步提高对营销网络的管控能力。在提升品牌地位的同时，进一步完善公司营销管理体系，对销售计划、销售过程、客户

和销售结果、售后服务等方面进行有效管理，实现营销网络效益的最大化，成为国内最具影响力的女装企业之一。

3、公司的短期发展计划

（1）加强营销网络建设，扩大和完善公司终端网络的覆盖。在现有自营、经销等销售模式的基础上，合理增加在重点城市的自营店建设，优化销售终端结构，加强营销渠道的控制力和稳定性。

（2）建立独立的品牌研发设计中心，加强国际交流与合作，提升产品的设计研发实力，推出更丰富的款式，提供更多样的色彩。

（3）扩充企业自主生产产能，保持自产比例，进一步降低生产成本的同时提升产品质量，保证产品设计的独特性；提升仓储及物流配送能力。加快落实新厂区建设，为具有专业技术的熟练工人创造优越的工作条件，吸引并留住更多人才。

（4）加快信息化建设进程，引入一流的企业管理系统，提升供应链各个环节的高效协同和快速反应能力，建立科学决策体系，实现办公自动化、管理现代化。

（二）具体发展计划

通过对女装行业的发展现状分析，以及对主要竞争对手和公司自身的优劣势的分析，公司将主要从渠道建设、产品开发、生产扩充、人才储备、信息化建设等方面落实公司的发展战略：

1、渠道建设和优化

未来三年，公司将在保持现有店铺资源的基础上，继续致力于全国性的终端网络渠道建设，向未覆盖到的一、二线城市的核心商圈以及具有较大市场潜力的三线城市进行扩张，使得公司各品牌能够根据自身特色实现合理、广泛的营销网络布局。以终端店铺作为品牌形象的展示平台与体验中心，加深消费者对公司品牌的实际感知，形成营销网络建设和品牌推广的良好互动，促进公司产品市场占有率，提升各个品牌的市场影响力。通过募集资金投资项目的建设，提高公司自营门店的数量和自营渠道的销售比例，降低公司的经营风险，提高公司的销售利润率。同时公司将进一步拓展电商平台进行线上销售，在目前以天猫商城等旗舰店进行线上销售过季商品的基础上，继续提高电子商务在销售网络中的比重。

在扩大和完善终端网络覆盖的同时，公司将选择部分业绩优秀的现有店铺

进行优化，主要是针对店铺位置的选择、面积的扩大以及形象的提升。在选址时将柜位设置于电梯口等楼层黄金区域，扩大店铺面积，合理配置对店面装修和陈列的投入，满足日益丰富的产品对展示的空间要求，在提升消费体验和提供全方位服务的同时，有效提升单店业绩，进一步增强公司长期盈利的能力。

另外，通过整合企业在市场和销售方面的各种资源，调动包括产品开发、生产、物流等所有部门，通力协作，共同实现统一的营销战略目标。在品牌管理的主线下，整合各种营销传播手段，建立品牌和产品目标消费群一致而有效的联系和互动。

2、产品设计研发

为保证各品牌的独特风格和差异性，公司始终坚持各个品牌的设计团队相互独立。公司旗下的主要品牌JORYA、JORYA weekend、GIVH SHYH（巨式国际）、ANMANI（恩曼琳）、CAROLINE（卡洛琳）、AIVEI已经在目标市场中具有较高知名度，获得了目标客户的高度认可。公司将进一步强化2012年底推出的流行时尚品牌QDA的推广和宣传，突出其与原有品牌的定位差异，快速批量地推出新颖款式，为追求品位、时尚的年轻人提供前沿快速的流行服饰，并填补一线品牌和快时尚品牌之间的价格空挡。未来，在多年产品设计开发经验的基础上，公司将择机进一步丰富现有品牌的产品线，优化产品结构，通过差异化的竞争抢占市场。

为改善现有研发条件，为设计师获取设计灵感提供更舒适的工作环境，同时给后期不断引入高端设计人才预留工作空间，公司已于厦门高科技园区购得地块用于建立研发设计中心，通过对硬件条件的改善，建立更为成熟的，更具市场引导力的设计研发体系，给公司的快速发展注入持久的动力。

3、生产能力和仓储配送能力提升

随着公司业务的迅速发展，公司现有的自主生产能力难以满足未来市场扩张需求。为贯彻公司经营宗旨和服务理念，保持公司产品手工制作特色，巩固公司产品在消费者心目中的地位，提升公司竞争优势，实现公司的长远发展；公司拟利用本次募集资金建造生产物流基地，扩大生产产能，提升公司产品的高品质、个性化、快交货、多品种的生产组织能力，以满足公司的销售增长对产能扩张的需求，提升公司供应链快速反应能力。另一方面，公司将通过对订

货和销售情况的实时跟进，合理科学地安排生产流程和产量，进一步提高现有生产基地运作效率、降低生产成本并提高产品适销率。

随着市场销售规模增长，目前公司仓储及物流配送能力不足问题日益凸显。鉴于此，公司拟利用本次募集资金新建仓储及物流配送中心，加大仓储面积、实施集中管理并提高自动化水平，提高公司的仓储和物流配送能力，优化公司物流配送体系，提升供应链上下游的整体物流运作效率，快速响应市场需求；将有助于降低物流成本费用，有效提升库存周转率，减少存货损失，增强企业竞争能力和盈利能力。

4、人力资源发展

由于国内品牌女装行业发展为时尚短，也缺乏专业的女装人才培训机构，行业内高级设计、销售和管理人才长期处于短缺状态。为实现公司的长远发展战略，保持快速、稳定、持久的发展，需要实行长期性、持久性、针对性的人才培养与储备，使公司在激烈的竞争中占据人力资源的优势，通过优秀人才带动公司发展，从而获得竞争优势。

（1）公司将强化人力资源中心的功能，进一步完善包括人员招聘、薪酬管理、考核评价、激励制度在内的人力资源管理体系，引进具有前瞻视野和团队精神的优秀管理人才、研发设计人才和市场营销人才，注重培养复合型人才，建立人才良性竞争机制、合理的人才培养计划和激励机制，确保公司业务的不断发展。

（2）建立和完善公司培训体系，有效配置并合理使用企业人力资源，加强员工和岗位匹配度，拓宽招聘渠道，完善岗位职责分析，确保人尽其用。

（3）以公司的发展壮大为基础，进一步打造有利于个人发展的事业平台，为员工创建优越的工作环境和条件，提供广阔的晋升通道、发展空间，并不断加强企业的文化建设，提高企业的凝聚力和吸引力。

5、信息化建设

为保证公司的业务需求，公司以财务、业务信息一体化为基础，构建了包括产销存管理、采购管理、VIP管理等功能整合的ERP系统，并引进使用国内知名的财务系统等，初步实现了商流、物流、资金流的统一。

随着公司营销网络的扩张，需要进行处理的数据量也日益增多，对信息系

统的要求也越来越高。未来几年，公司将继续优化与提升现有的信息系统，打造集IT组织及基础设施建设、业务协调系统建设、业务运营类系统建设、管理支持及决策分析类系统建设为一体的企业信息化管理系统。

（1）对企业现有管理系统进行梳理、升级，主要是对IT组织及流程、广域网络、数据中心、门店管理系统进行升级改造。

（2）建立渠道协同平台、电子商务管理平台、产品生命周期管理系统PLM；ERP制造管理系统、订货会管理系统、商业智能系统、OA系统、竞争情报系统等项目。

（3）在销售信息系统建设方面，除了对现有零售系统、ERP财务管理系统进行升级优化，还将进一步加强订货会管理系统功能，以缩短订货、采购、生产、销售的运转周期，提升公司快速反应能力。

（4）通过在营销网络终端设置数据采集点，对客户偏好数据进行采集并向企业数据中心反馈，对其进行分拣、归类，使先期设计的相关指标得以量化，企业根据量化指标调整产品供应计划，使所需产品能够及时供应，有的放矢。

二、拟定计划依据的假设条件及主要困难

（一）假设条件

公司制定的上述业务发展计划是基于现有的业务发展条件和市场优势，主要依据以下假设条件：

1、公司所处的宏观经济、政治和社会环境保持稳定，所处行业未发生重大变革，国家的主要经济政策未发生重大改变；

2、公司股票发行与上市工作进展顺利，募集资金及时到位，募集资金投资项目如期实施；

3、公司的经营管理水平能够充分适应公司规模及业务量的快速增长，管理层、技术层、营销层人员稳定，未发生关键人员的重大流动，公司的竞争优势得以继续保持；

4、公司在研发体系构建、营销网络构建、新产品推广等方面取得预期效果，市场环境未发生很大变化；

5、无不可抗力或其他不可预见因素造成重大不利影响。

（二）主要困难

公司上述目标的实现在资金、人才、管理能力和市场竞争地位方面存在着一定的困难。

公司各类目标的实现需要依托于进一步扩大产能、提升信息系统、升级研发中心和扩张营销网络等一系列的工作，这些工作均需要大量的资金投入，需要利用金融工具通过资本市场进行融资。

募集资金到位后，需要高级管理人才、营销人才和研发人才及其他专业人才的支持，以合理运用募集资金实施计划项目；保持现有人才队伍的稳定性，培养和储备公司人才梯队，对公司的长远发展举足轻重。

在公司业务不断发展，规模不断扩大的情况下，对公司各项业务和各个环节的管理提出了更高要求，公司需要强化规范运作和内部控制，运用科学的管理方式和工具，提高公司的决策和管理水平。

中、高端女装行业是国内服装产业内最具活力的子行业之一，吸引了大量国内外知名品牌参与市场角逐，公司目前的市场竞争地位如遭到侵蚀，对公司的盈利能力将造成不利影响，公司需要不断巩固核心竞争力，提高综合实力。

三、公司发展计划与现有业务的关系

上述业务发展计划是建立在本公司现有业务和品牌基础之上，符合公司长远发展战略，充分考虑了公司已形成的品牌、渠道等优势以及女装中、高端服装行业的发展趋势等诸多因素而制定，体现了公司现有业务的深化与发展。

上述发展计划有利于完善公司营销网络的布局，提高公司自主生产能力，提升公司设计研发能力和供应链快速反应能力，实现公司业务规模的扩张，提升公司的整体竞争能力，从而实现公司打造具有国际影响力中国高端女装品牌的战略愿景。

第十三节 募集资金运用

一、募集资金运用计划及概况

（一）本次发行募集资金的总量

经2013年5月6日召开的2012年度股东大会及2014年2月17日召开的2014年第一次临时股东大会、2016年3月7日召开的2015年度股东大会审议批准，公司拟公开发行人民币普通股（A股）不超过11,000万股，募集资金总额根据市场和询价情况确定。

（二）募集资金拟投资项目基本情况

本次发行股票募集资金将依据轻重缓急用于下列三个项目，项目总投资为204,447.03万元。本次募集资金投资项目实施主体均为发行人。

单位：万元

序号	项目名称	总投资额	计划用募集资金投入	项目核准情况
1	品牌营销网络建设项目	157,185.59	157,185.59	厦发改产业【2013】29号
2	企业信息化建设项目	15,386.40	15,386.40	厦发改产业【2013】28号
3	服装生产线及仓储物流配送中心建设项目	31,875.04	31,875.04	厦发改产业【2015】37号
	合计	204,447.03	204,447.03	—

根据市场情况，如果本次募集资金到位前公司需要对上述投资项目进行先期投资，公司将通过自筹资金进行，待募集资金到位后，将以募集资金置换先前投入的自有资金。截至2015年12月31日，公司已预先投入22,911.91万元用于募集资金投资项目的先期建设，预计募集资金投入的时间进度如下表所示：

单位：万元

序号	项目名称	总投资额	建设期（年）	投资计划			
				第1年	第2年	第3年	第4年
1	品牌营销网络建设项目	157,185.59	3	48,897.25	46,461.40	61,826.94	—
2	企业信息化建设项目	15,386.40	3	6,644.21	5,322.22	3,419.97	—

3	服装生产线及仓储物流配送中心建设项目	31,875.04	2	13,661.05	14,146.57	3,237.67	829.75
合计		204,447.03	—	69,202.51	65,930.19	68,484.58	829.75

（三）募集资金投向符合国家产业政策等法规的说明

公司本次公开发行股票募集资金拟投资于品牌营销网络建设项目、企业信息化建设项目和服装生产线及仓储物流配送中心建设项目，均用于公司的主营业务，不存在持有交易性金融资产和可供出售的金融资产、借予他人、委托理财等财务性投资的计划，也不存在直接或间接投资于以买卖有价证券为主要业务的公司的计划。本次募投项目符合国家产业政策，具体详见本节“二、董事会对募集资金投资项目前景分析和可行性分析/（一）前景分析/2、符合国家产业政策导向”。本次各募投项目已经厦门市发展改革委核准批复，其中涉及生产建设的服装生产线及仓储物流配送中心建设项目已经厦门市环境保护局的环保评估审核，在已取得编号厦国土房证第地00020334号的土地使用权证的出让地上建设。

综上，保荐机构和发行人律师认为：发行人本次公开发行股票募集资金用途不存在违反国家产业政策、投资管理、环境保护、土地管理以及其他法律、法规和规章规定的情形。

（四）募集资金专项存储制度

2013年4月12日公司第一届董事会第八次会议已通过《关于制定上市后适用的〈募集资金管理制度〉》的议案，首次公开发行募集资金到位后，公司董事会将根据《募集资金管理制度》持续监督公司对募集资金专户存储、保障募集资金用于指定的投资项目、定期对募集资金进行内部审计、配合监管银行和保荐机构对募集资金使用的检查和监督，以保证募集资金合理规范使用，防范募集资金使用风险，提高募集资金使用效率。

二、董事会对募集资金投资项目前景分析和可行性分析

（一）前景分析

1、市场前景广阔，二、三线城市增长迅速

随着我国居民收入的增加、消费观念的转变和城乡一体化建设的推进，我国的服装市场总销售额也逐年增加。但与国外成熟市场相比，我国服装行业的人均消费仍有较大的提升空间。尤其在女装领域，与美国、日本、韩国等发达

市场相比，国内市场仍有广阔的发展前景。

据Euromonitor International数据显示，2013年我国女装市场零售额6,965亿元，2008-2013年复合增长率达到11.7%，预计未来几年，行业复合增长率维持在较高水平。据中华商业信息网统计，2011年中、高端女装市场容量为680亿元，其中通过高级百货渠道销售的国内中、高端女装市场容量约为500亿元，预计2012-2015年我国中、高端女装销售复合年增速将达到33.30%，显著高于女装行业整体增长水平，中、高端女装市场容量占整体女装市场容量的比重将由2011年的12%提升至2015年的22%。

另外，随着我国城镇化进程的推进，二、三线城市的消费能力不断加强，二、三线城市的服装市场增长迅速，已成为中、高端女装重要目标市场。根据中华商业信息中心数据显示，2011年全国200家百货商场中，二、三线城市服装市场增长速度高于一线城市。

公司现有各品牌产品主要面向女装中、高端市场，中、高端女装广阔的市场前景及其在二、三线城市的快速增长趋势，将为公司“品牌营销网络建设项目”、“服装生产线及仓储物流配送中心建设项目”提供有力的市场保障。本次“品牌营销网络建设项目”拟在二、三线城市有较多店铺投入建设；“服装生产线及仓储物流配送中心建设项目”将新增120万件产能，所新增的产量将通过本次募集资金投资新建的店铺和现有的店铺销往市场消化。

2、符合国家产业政策导向

我国政府陆续出台了一系列法规政策鼓励纺织服装行业向自主创新、品牌设计方向转型。2009年9月26日，工信部、发改委、财政部、商务部等部委联合发布的《关于加快推进服装家纺自主品牌建设的指导意见》中提出：支持自主品牌服装、家纺企业提高研发设计能力，建立公共研发设计平台，在信息、人才等方面向企业提供帮助，提高企业的核心竞争力。鼓励自主品牌服装、家纺企业“走出去”，支持自主品牌服装、家纺企业参加国际知名展会、广交会、服装服饰博览会；引导企业积极进行商标国际注册，主动使用自主商标；对自主品牌服装、家纺企业在境外商标注册、专利申请、渠道拓宽等工作提供相关服务。2010年11月30日，中国纺织工业协会发布的《纺织工业“十二五”科技进步纲要》指出：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。

2012年1月，工信部发布《纺织工业“十二五”发展规划》明确提出：“十二五”期间，力争形成具有国际影响力的品牌5-10个，国内市场认知度较高的知名品牌100个。《纺织工业“十二五”科技进步纲要》指出应用信息化技术改造和提升纺织工业是“十二五”期间的重要发展方向。重点研发面向生产制造层面的制造执行系统（MES），面向企业管理层面的以ERP和RFID为核心的纺织企业信息系统的集成应用，面向供应链和行业宏观决策层面的纺织宏观经济决策支持和知识库系统，面向纺织专业市场的电子商务服务平台等。

“品牌营销网络建设项目”旨在优化公司营销网络布局，更好、更快满足市场需求，提升品牌影响力；“服装生产线及仓储物流配送中心建设项目”旨在扩大公司产能，保持公司产品精致复杂的手工制作特色，有利于公司产品风格的延续和品牌的推广；这两个项目的建设符合国家鼓励自主品牌政策导向。

“企业信息化建设项目”旨在提升公司的信息化管理水平，提高供应链快速响应能力，建立科学决策体系，提升产品研发能力，符合《纺织工业“十二五”科技进步纲要》等国家政策导向和行业发展方向。

（二）可行性分析

（1）公司拥有良好的品牌效应和完善的业务体系

经过多年的发展与经营，公司产品已跻身国内一线女装品牌之列；拥有JORYA、JORYA weekend、ANMANI（恩曼琳）、GIVH SHYH（巨式国际）、CAROLINE（卡洛琳）、AIVEI、QDA七个品牌，形成金字塔式的架构，全方位覆盖中、高端女装市场，消费群体受众面广，客户忠诚度高，品牌市场效应良好，有利于营销网络的多点铺设和全面伸展。同时，公司拥有研发设计、采购、生产、销售、信息等完整的供应链系统，为营销渠道规模的扩展奠定了良好的基础。

公司计划利用募集资金投资新增373家终端店铺，建成较为完善的营销网络。完善的供应链业务体系、良好的品牌效应以及庞大的营销网络将为本次产能扩充项目提供了坚实的基础和良好的市场保障。

（2）公司具有丰富的自营店铺拓展、管理及生产等运营经验

截至2015年12月31日，公司已经建立了覆盖全国主要地区的终端门店697

家，其中自营门店352家，积累了丰富的自营店铺拓展、管理经验。经过多年的发展，公司已形成较为完善的自营店铺拓展流程与制度，包括市场考察、选址、店面装修、管理商资质及实力评估等。同时公司拥有丰富的营销网络的管理经验，从开业流程、订货、货物配送、售价管理、营销活动、形象管理、资金结算、信息管理、人员管理、绩效考核等方面对自营店实施规范化管理，形成完善的店铺管理制度，培养储备了充足的营销人才队伍，为营销网络的扩建提供了扎实的基础。

公司从事服装生产多年，积累了丰富的服装生产管理经验和仓储物流配送经验，建立了规范健全的管理制度，并进行了相应的人员储备，为公司产能扩建项目的顺利实施提供了一定的经验借鉴。

（3）公司在信息化系统的建设上具有一定的基础和人才储备

经过多年发展，公司已拥有信息管理系统，涵盖公司财务管理、门店管理等方面，具有一定的信息化基础。同时经过多年的经验积累，培养了一批精通信息技术也熟悉公司业务的IT人员；相关的技术人员已经积累了对信息系统进行持续改进的经验，有能力组织执行大规模的信息化建设。

公司多年来对信息管理系统的建设经验、IT人才培养，将为“企业信息化建设项目”的顺利实施提供项目管理、系统规划与选型等方面的借鉴、支持，以及相应的人才储备。

公司现有的信息化基础以及本次信息化建设项目涉及对门店管理系统、ERP制造管理系统等方面完善建设，将为本次募集资金中的“品牌营销网络建设项目”、“服装生产线及仓储物流配送中心建设项目”提供有力的信息化技术支持，有助于这两个项目的顺利实施。

（4）现代信息技术发展迅速，配套服务体系日趋完善

目前信息技术产业发展迅速，软硬件厂商数目众多，同时也有一大批优秀的技术咨询服务机构，在不同专业领域为企业提供信息技术咨询服务，形成了深入、专业、适应企业发展需求的信息技术服务平台，适用范围已经从过去单一的财务领域向全供应链领域扩展。

现代信息技术的快速发展发展和日益成熟，保证了“企业信息化建设项目”的顺利实施，从而也将有助于“品牌营销网络建设项目”、“服装生产线

及仓储物流配送中心建设项目”的顺利实施推动。

（5）新增产能可顺利消化

目前公司的产能已相对饱和，工人作业强度较大。随着公司品牌知名度提升，公司营销网络的扩张，以及我国中、高端女装行业保持快速增长趋势，公司现有的产能难以满足未来市场扩张的需求。为满足市场需求，保持公司产品精致复杂的手工制作特色，本次“服装生产线及仓储物流配送中心建设项目”拟新增120万件产能（不包括QDA品牌）。

本次新增产能，一方面将满足本次募集资金新增店铺的需求；本次“营销网络建设项目”拟新增373家自营店铺，预计运营期每年大约实现销售81万件（不包括QDA品牌）。另一方面，随着品牌知名度提升、市场需求增长以及单店运作效率的提升，新增的产能还需满足现有的营销网络新增的需求。另外，公司还将根据部分品牌特点和市场状况，适当开展部分经销店铺，这也需要一定的产能来满足；同时公司将适当提升自主生产比例，减少外协比例，提高产品品质，巩固产品在消费者心目中的地位。

综上，公司董事会经分析后认为，公司本次募集资金数额和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等相适应，投资项目具有较好的市场前景和盈利能力，可有效防范投资风险，提高募集资金使用效益。

三、募集资金投资项目与发行人业务、发展战略之间的关系

公司根据中、高端女装行业的发展趋势、现有经营状况以及未来战略发展规划，制定了本次募集资金投资项目。本次募集资金投资项目均围绕公司现有主营业务进行，有助于提升公司品牌影响力、竞争力和盈利能力，是公司实现战略目标的重要举措。

随着市场需求的增长以及公司品牌知名度不断提升，公司需要扩大现有营销网络以满足公司业务快速发展和战略布局的需要。“品牌营销网络建设项目”将进一步完善公司在全国的营销网络布局，扩大市场覆盖面；优化销售终端结构，增强对终端和稀缺店铺资源的控制力，提高市场份额和品牌知名度，从而提升公司的竞争力和盈利能力。

随着公司经营规模的扩大和营销网络的扩张，公司销售渠道管理、供应链管理 and 市场业务数据的挖掘、分析变得尤为重要。“企业信息化建设项目”将

对公司现有的信息化系统进行改善、替换和新建，提高公司对销售终端的管理能力和供应链管理能力，建立科学决策体系。

随着公司业务发展及营销网络的不断扩大，公司现有产能和仓储配送能力不足的问题将凸显。“服装生产线及仓储物流配送中心建设项目”将扩充公司的现有产能，提高公司仓储和配送能力，从而提高公司整个供应链系统的快速反应能力，更好地满足市场需求。

本次募集资金拟投资项目将进一步完善发行人研发、采购、生产、销售等供应链环节，不断提高公司竞争能力，有效推进公司品牌发展战略，从而实现公司“打造具有国际影响力的中国高端女装品牌”的长远目标。

发行人本次募集资金投资项目实施后，不会产生同业竞争或者对发行人的独立性产生不利影响。为了避免潜在的同业竞争，发行人控股股东欣贺国际有限公司、间接控股股东宏方控股有限公司以及实际控制人孙瑞鸿、孙孟慧、卓建荣、孙马宝玉于2013年9月19日出具了《避免同业竞争的承诺函》，详见本招股说明书“第七节 同业竞争与关联交易/二、同业竞争/(二)避免同业竞争的承诺”。

四、募集资金投资项目基本情况

（一）品牌营销网络建设项目

1、项目概述

根据公司发展战略及现有营销网络状况，本项目拟开设373家自营店铺，其中采用商场联营方式开设167家，采用租赁场地方式开设182家，采用购置场地方式开设24家，计划3年建设完成。本项目建设完成将扩大公司营销网络覆盖面，填补区域市场空白，优化销售终端结构，加强对终端及稀缺店铺资源的控制力，从而提升公司竞争力和盈利能力。

本项目预计总投资157,185.59万元，预期实现年均营业收入137,380.35万元，年均净利润23,709.28万元。

2、项目实施的必要性

（1）拓展销售网络覆盖面，改善门店区域分布结构

经过多年发展，截至2015年12月31日公司销售终端数量已达到697家，形成了一定的营销网络体系基础。但相对于公司的多品牌发展战略而言，单个品牌的门店数量远未达到饱和，相对于其针对的二、三线城市目标市场而言，其覆

盖率仍有较大幅度的提升空间；公司的主打品牌JORYA门店仅190家（含JR、JW合柜），而与JORYA定位、价位、消费群体相似的宝国国际在2012年底门店即已接近400家；公司的QDA品牌尚处起步阶段，门店很少，欲形成规模效益短期内也需要增加门店。因此，公司仍需增开门店，拓展销售覆盖面。

从区域分布来看，JORYA、JORYA weekend是公司的一线品牌，主要开设在一线城市以及消费能力较强的二线城市，特别是集中在北、上、广、深4个一线城市，成都、重庆、天津、哈尔滨、厦门等消费能力较强的二线城市以及澳门、台湾地区。在一、二线城市营销网络覆盖面还不够充分；而且随着居民人均收入的提高以及公司品牌知名度的扩大，原有市场的门店数量需要扩大，目标市场范围也需要拓展到新的地区。除JORYA、JORYA weekend，其他4个女装品牌主要市场均处于二、三线城市，我国地域辽阔，仅地级市的数量已超过340个，在这些品牌中，AIVEI、ANMANI（恩曼琳）、CAROLINE（卡洛琳）品牌门店数量较多，但也只分别达到159家、152家和111家，其他品牌均未超过100家。因此，公司门店的区域布局尚存在较多空白，在二线城市覆盖不够，在具有市场潜力的三线城市更少，公司需要进一步改善现有销售网络的区域分布。

随着我国居民收入不断增加和消费观念的转变，我国中、高端女装行业的人均消费金额日益提升；同时我国二、三级城市消费能力不断提高，已逐步成为中、高端女装重要目标消费市场；中、高端女装市场具有很大开发前景。本次募集资金投资项目将继续拓展一线重点城市，提高各品牌在一线城市的营销网点覆盖率，同时加大在二、三级城市投入力度，填补区域市场空白，以完善公司营销网络的区域分布。本项目建成后将为公司各品牌在全国的销售提供有力保障。另外，为了满足海外市场的需求，贯彻公司打造国际化品牌的战略，公司拟在现有海外营销网络基础上开设少量店铺。

（2）优化销售终端结构，加大对终端控制力，提升品牌影响力

从国内外知名服装品牌的运营经验来看，终端控制能力是服装企业重要的竞争要素，加强终端控制力有利于企业维护、提升品牌形象，加强经营的稳定性。国内外知名服装企业均高度重视自营门店对塑造品牌形象的作用；自营门店具有良好的宣传、示范作用，通过在重点区域建立自营门店，可有效维护、

提升品牌形象，促进公司整体销售的提升。

公司目前处在快速发展阶段，为迅速占有稀缺的渠道资源，公司利用自营和经销商两大模式迅速开设门店，取得了较好的业绩。截至2015年12月31日，公司自营门店352家，经销商门店345家，经销终端数量较多、占比相对高。经销模式在现阶段能够加快公司发展速度，扩大经营规模，但相对自营模式而言，经销商对经济景气和经营环境的反应更为敏感，会在一定程度上加剧公司经营业绩的波动，且长远看也会影响公司对销售终端的控制力。

为进一步提升公司品牌影响力，增强公司对销售终端的控制力及经营的稳定性，公司需要优化销售终端结构，提高自营门店所占比例，特别要在重点城市和地区增加有影响力和控制力的自营门店数量。因此，公司计划使用本次发行募集的部分资金投向自营门店的建设。

（3）有利于控制核心商圈优质门店资源

随着中国经济的快速增长，国外品牌服装厂商的不断涌入和国内品牌服装厂商的逐渐成熟，各地核心商圈的店铺资源争夺日趋激烈，租赁成本逐年上升，稳定性则逐年下降。尤其在一、二线城市，抢占优质门店资源已成为众多品牌服装企业的共识和战略举措。国内众多服装品牌公司如七匹狼、报喜鸟等，均通过资本市场融资等方式加大对核心商圈优质门店的争夺，对其市场开拓起了积极的作用。

公司目前尚未拥有自有产权店铺，在主要采用租赁、联营的方式开设自营店铺的基础上，通过购置方式适当取得部分稀有店铺资源，将有利于树立品牌形象，同时优化资产结构并实现资产的保值增值。购置店铺虽然一次性投入金额较大，但如按 30~40年期限计提折旧，其折旧费一般不会高于店铺租金，且长远看可能获得增值收益。因此公司拟使用本次发行募集的部分资金，在哈尔滨、成都、重庆等经济发达、具有较高消费能力且商业房产价格相对适中的二线城市购买部分核心商圈门店，为公司未来进一步发展奠定基础。

（4）开拓新的利润增长点，增强公司的竞争力和盈利能力

国内女装市场容量大，但竞争也比较激烈，特别是国际一线品牌如Chanel、MaxMara的进入，进一步加剧了国内女装市场的竞争。为了应对激烈的竞争局面、增强公司对其他品牌的竞争力，扩大公司的销售网络、提供更加

优质的产品和服务已经成为当务之急。

公司品牌定位于女装中、高端市场，零售环节毛利率较高，建设直营门店，减少了中间流通环节，公司可以获取零售环节的丰厚利润；而采用经销模式，需对经销商有较多的让利。因此，本项目通过建设一批自营门店可以增加公司的销售规模和盈利能力。

同时，直营门店在广告效应、信息收集、营销实践等方面均优于经销模式，扩大销售终端数量，提高自营门店比例有助于增强公司核心竞争力。

3、项目建设内容和计划

（1）项目建设总体目标

本项目建设综合考虑公司现有营销网络情况和公司战略规划，新开设373家自营店，重点弥补现有营销网络薄弱环节，填补空白区域，改善门店区域分布结构，扩大终端覆盖率；优化销售终端结构，加强对终端和稀缺店铺的控制力，不断优化和完善公司营销网络布局。

（2）店铺选择原则

公司重点围绕大中城市及经济发达城市核心商圈布局自营店。各城市核心商圈的中、高档零售百货、街铺、大型购物中心等高端零售终端是公司营销网络的首选位置。公司在网点布局的规划上，将考虑合理的销售半径距离，避免同一品牌的销售网点距离过近导致客源的冲突。

在遵循上述选址原则的同时，公司还将考虑当地GDP情况、产业结构、城区规划等，人口数量、人口构成、消费习惯等，城市商业形态、商圈分布，新门店所处商场（街铺）的档次、所处位置的周边环境定位、品牌氛围，新门店的辐射效应、新门店对其他区域门店的影响等众多因素。

总之，公司将从城市定位、消费能力、商圈、商场档次、门店在商场所处位置及对其他区域门店的影响等方面考虑，选择与公司各品牌产品定位相符合的店铺。

（3）店铺建设方案

①分期开设计划

本项目计划分三年开设373家店铺，总面积约58,225平方米，其中第一年建设128家，第二年建设131家，第三年建设114家。结合各品牌产品销售情况、网

络现状及未来的发展潜力，各品牌分期开设计划如下表：

单位：M²

品牌	第一年		第二年		第三年		小计	
	开店数	面积	开店数	面积	开店数	面积	开店数	面积
JR	30	4,511	30	4,013	34	5,080	94	13,604
JW	18	2,379	17	1,815	19	2,325	54	6,519
AN	24	3,063	19	2,104	14	1,822	57	6,989
GS	21	2,493	23	2,294	18	2,127	62	6,914
CR	18	1,774	21	2,209	19	1,795	58	5,778
IV	15	1,433	16	1,535	4	453	35	3,421
QDA	2	2,247	5	6,400	6	6,353	13	15,000
合计	128	17,900	131	20,370	114	19,955	373	58,225

上述QDA为公司最近创立的流行时尚品牌，相对于其他品牌面积较大。

②拟开设店铺所处城市布局

从战略发展的角度出发，将店铺开设城市分为三类：

i为了提升公司各品牌的知名度和市场占有率，填补区域市场空白，提高公司在一线城市销售终端密度，将在北上广深开设店铺68家，面积共计16,478平方米；

ii为了更好地争取二、三线市场，提高营销网络的覆盖面，计划在现有的基础上，于主要的省会城市、计划单列市以及经济基础较好的地市级城市新开设店铺297家，面积共计40,447平方米；

iii为了配合公司的海外拓展计划和满足海外市场需求，公司将在现有海外营销网络基础上，于台湾、澳门等地区新开设店铺8家，面积共计1,300平方米。

各区域、城市详细开店计划见下述：

序号	区域	省份	城市	JR	JW	AN	GS	CR	IV	QDA	合计
1	北上 广深	北京	北京	5	3	4	3	3	3	2	23
2		上海	上海	5	3	3	3	2	3	2	21
3		广东	广州	2	1	1	2	1	2	1	10
4		广东	深圳	3	2	2	2	2	2	1	14
5	东北 地区	黑龙江	哈尔滨	2	2	2	2	1		1	10
6		吉林	长春	1		1		1			3

序号	区域	省份	城市	JR	JW	AN	GS	CR	IV	QDA	合计
7		辽宁	沈阳	3	1	2	2	2		1	11
8			大连	2	1	1	2	1		1	8
9			鞍山	1	1	1					3
10	华北地区	内蒙古	呼和浩特	2	1	1	1	1	2		8
11			包头	1			2	1			4
12		天津	天津	2	1	2	2	2	2		11
13		河北	石家庄	2	1		1	1			5
14		山西	太原	2	1	1	1	1			6
15	西北地区	陕西	西安	2	1			1			4
16		青海	西宁	1	1	2	1	1			6
17		甘肃	兰州	1	1		1				3
18	华中地区	河南	郑州	2	1	2	2	1	2		10
19		湖北	武汉	2	1	2	2	2	3	1	13
20		湖南	长沙	1	1	2	1	1			6
21		江西	南昌	1	1	1		1			4
22	华东地区	山东	济南	2	1	2	2	2	1		10
23			青岛	2	1	1	1	1			6
24			烟台	1	1			1			3
25			潍坊	1		1	1				3
26		江苏	南京	2	1	1	2	1	2		9
27			镇江	1		1	1	1	1		5
28			常州	1	1	1	2	1	1		7
29			无锡	2	1	2	1	1	2		9
30			苏州	1	1	1	1	1	1		6
31			扬州	1	1	1	1	1	1		6
32			南通	1		1	1	1	1		5
33			徐州	1	1		1				3
34			江阴	1	1	1	1	1	1		6
35			常熟	1	1		1	1	1		5
36			宜兴	1		1	1	1	1		5
37			张家港	1			1	1			3
38	安徽	合肥	3	1			2	2		8	
39	浙江	杭州	2	1	1	1	1			6	

序号	区域	省份	城市	JR	JW	AN	GS	CR	IV	QDA	合计
40			宁波	1	1	1	1	1			5
41			温州	1		1	1	1	1		5
42		福建	泉州	1	1	1	1				4
43			福州	1	1	1	1				4
44			厦门	1	1			1		1	4
45	西南地区	四川	成都	5	3	4	4	3		1	20
46			南充	1		1	1	1			4
47			宜宾			1	1	1			3
48		贵州	贵阳	2	1			1			4
49		重庆	重庆	4	2			2		1	9
50		云南	昆明	2	1		1	1			5
51	华南	广东	东莞	1		1	1	1			4
52		广西	南宁	2	1	1	1	1			6
53	海外地区	海外地区		4	4						8
54	合计			94	54	57	62	58	35	13	373

③店铺开设方式

公司拟采用商场联营、租赁场地、购置场地3种方式开设上述自营门店，其中采用商场联营方式的有167家，采用租赁方式的有182家；其中将购置24个店铺，加强对稀缺店铺资源的抢占。具体明细如下：

单位：M²

品牌	联营		租赁		购置		小计	
	开店数	面积	开店数	面积	开店数	面积	开店数	面积
JR	41	5,533	45	6,738	8	1,333	94	13,604
JW	21	2,354	27	3,365	6	800	54	6,519
AN	25	2,901	28	3,574	4	514	57	6,989
GS	29	3,081	29	3,443	4	390	62	6,914
CR	29	2,869	27	2,716	2	193	58	5,778
IV	21	2,051	14	1,370	—	—	35	3,421
QDA	1	900	12	14,100	—	—	13	15,000
合计	167	19,689	182	35,306	24	3,230	373	58,225

拟购置的店铺主要集中在经济发达、具有较高消费能力及商业房产价格相对适中的二线城市。拟购置店铺详细情况见下表：

序号	地区	省份	城市	店铺数量	总面积(m ²)	购置明细	
						品牌	数量
第一期							
1	东北地区	黑龙江	哈尔滨	6	800	JR	2
						JW	1
						AN	1
						GS	1
						CR	1
第二期							
1	华东地区	福建	泉州	4	420	JR	1
						JW	1
						AN	1
						GS	1
2	华东地区	福建	福州	4	300	JR	1
						JW	1
						AN	1
						GS	1
第三期							
1	华北地区	山西	太原	1	200	JR	1

序号	地区	省份	城市	店铺数量	总面积 (m ²)	购置明细	
						品牌	数量
2	西北地区	陕西	西安	2	300	JR	1
						JW	1
3	西南地区	四川	成都	5	910	JR	1
						JW	1
						AN	1
						GS	1
						CR	1
4	西南地区	重庆	重庆	2	300	JR	1
						JW	1
合计				24	3,230		24

4、本项目对公司现有营销网络、销售模式的影响

(1) 对公司现有营销网络的影响

随着我国居民收入不断增加和消费观念的转变，我国中、高端女装行业的人均消费金额日益提升；随着我国城镇化进程的推进，二、三线城市的消费能力不断加强。我国中、高端女装市场具有很大的开发潜力。公司各品牌定位各异，形成金字塔式的架构，全方位覆盖中、高端女装市场，各品牌多分柜专营。目前公司的营销网络虽已覆盖中国大部分地区，但公司的营销覆盖面还不够广，相对于公司的多品牌发展战略而言，单个品牌的门店数量远未达到饱和，还存在许多区域市场空白。

截至2015年12月31日，公司各品牌在大部分城市只有1~2家店铺，其中拥有3家以上（含3家）店铺的城市数量最多的是JR品牌（含JR/JW合柜，下同），也仅有18个城市达到3家以上店铺，而JR品牌仅在我国大陆地区的86个城市拥有店铺，可见销售终端覆盖率较低；AN品牌在106个城市拥有店铺，在各品牌中属开设城市最多的，但拥有3家以上店铺的只有14个城市，拥有2家以上的只有26个城市。公司各品牌营销网络在各重要城市和区域的覆盖面不够广泛，在已开设网点城市中还有许多已有的重要商圈和新兴的商圈尚未覆盖，与国内其他品牌服装企业如九牧王、七匹狼相比，公司现有营销网点数量还比较少。同时我国地域辽阔，仅地级市的数量已超过340个，而目前公司拥有最多店铺数量的是AN品牌，也仅在106家城市有店铺，在许多具有潜力的二、三线城市还存在市场空白。可

见国内还存在大量的空白市场有待开发，公司营销网络的提升空间较大。

本次公司营销网络扩建，一方面，将在公司有较高品牌影响力和品牌知名度城市开设店铺，覆盖公司尚未渗透的重要商圈及新兴的商圈，提高销售终端密度和覆盖率。另一方面，公司将于存在市场空白的有较强消费能力的大中城市开设店铺，填补区域市场空白，满足市场需求，提高公司品牌影响力和盈利能力。本项目在网点布局的规划上，将充分考虑区域市场容量、主体消费人群、消费习惯等因素来制定合理的销售半径；避免同一品牌销售网点距离过近导致的客源冲突，避免对现有营销网络构成冲突。同时公司对自营店铺、经销店铺将采用统一的销售策略、统一的价格管理体系等措施，兼顾各方的利益，保持终端销售网络的稳定。

本项目实施后，发行人的销售网络将更为完善、健全，从而提高消费者对商品的认知度、信任度；自营店铺具有良好的示范作用，自营店铺与经销店铺互相补充、相互促进，共同起着扩大发行人销售渠道、提升品牌知名度和影响力的作用，促进营销网络整体销售的提升。本项目实施后对公司现有营销网络构成冲突的可能性较小。

（2）对公司销售模式的影响

本项目实施后，公司的销售模式没有变化，仍然采用自营和经销相结合的模式；公司新开的自营店铺仍将沿用目前的委托管理商运作和公司直接运作的模式。本项目建成后，公司的自营门店数量将会有较大比例的增加，营销渠道控制力和稳定性将得到加强，公司的品牌形象将得到更好的维护和提升。

5、项目投资概算

本项目预计总投资额为157,185.59万元，具体情况如下表：

序号	项目名称	金额（万元）	所占比例
1	装修工程	36,601.73	23.29%
2	电气工程	1,164.50	0.74%
3	设备购置及安装	8,662.27	5.51%
4	店铺购置费	43,350.00	27.58%
5	前期咨询费	123.07	0.08%
6	设计费	1,201.17	0.76%
7	基本预备费	4,555.14	2.90%

序号	项目名称	金额（万元）	所占比例
8	铺货费	19,758.27	12.57%
9	租赁费	15,367.25	9.78%
10	租赁押金	7,683.63	4.89%
11	宣传推广费	3,000.00	1.91%
12	流动资金	15,718.56	10.00%
合计		157,185.59	100.00%

6、项目实施管理、人员配置

（1）项目实施管理

项目按照公司现有经营管理模式进行店铺拓展、运营管理，新开自营门店将沿用目前的公司直接运作和委托管理商运作的模式进行管理。本项目将按照管理目标责任制和科学规范的管理程序，确保项目平稳推进，顺利实施。

（2）人员配置

项目按单店配置，每个店均下设营销网点店长1名，销售人员根据各网点场址面积及人流情况进行设定（一般为4~10人）。

7、经济效益分析

本项目效益测算范围为销售环节利润，不包括生产加工环节利润。

（1）销售收入测算

本项目建设期3年，运营期10年。项目分为三期实施，每一期实施后次年开始营业，由于新建店铺有一个阶段的培育期，因此店铺营业的第一年按照70%的销售负荷计算营业收入，第二年按照85%计算，第三年按照100%计算。营业收入根据各品牌平效与新开设店铺面积计算得出。本项目实现年均不含税营业收入137,380.35万元（含建设期）。

（2）成本费用估算

总成本费用系指运营期内为生产产品或提供服务所发生的全部费用，等于经营成本与折旧费、摊销费之和。

经估算，项目年平均成本费用为103,589.62万元。

（3）本项目财务指标

序号	项目	单位	指标
1	年均营业收入（不含增值税）	万元	137,380.35

序号	项目	单位	指标
2	年均利润总额	万元	31,643.14
3	年均净利润	万元	23,709.28
4	项目投资收益率（税后）	—	20.13%
5	财务内部收益率（税后）	—	23.86%
6	静态投资回收期（含建设期）	年	5.01

8、环境保护

本项目建设内容主要为租赁、购置商业店铺销售产品，无生产环节，不产生污染。

（二）企业信息化建设项目

1、项目概述

本项目拟对公司现有的信息化系统进行升级、替换和新建。项目涵盖IT组织及基础设施建设、业务协同类系统建设、业务运营类系统建设、管理支持及决策分析类系统等方面的建设。预计项目总体投资15,386.40万元。

本项目建设后将加强公司对营销渠道的掌控能力，提高供应链管理水平和内部运营管理能力；全面提升公司对主营业务数据的集成管理与科学应用能力，建立科学决策体系；改善内外部信息沟通渠道，优化业务流程，降低运营成本，为公司多品牌经营的长期、快速发展提供有力支撑。

2、项目实施的必要性

（1）有助于提升公司对销售终端的管理能力及整体供应链管理水平

利用IT系统对营销网络进行实时监控和动态管理是品牌服装企业运营管理的重要手段。目前公司现有的终端系统虽然实现了对产品销售、存货仓储等进销存基础管理功能，但尚不能满足公司对销售终端全方位的管理需求。另一方面，随着公司业务的增长，公司终端门店数量持续保持增长，且门店地理分布范围的广度更大，再加上产品销售的季节性以及短周期和小批量的生产要求，将对本公司对这些网点的集中管理、信息共享以及分析预测提出更高的要求。以上因素共同导致公司信息数据处理压力日趋加大，公司现有的IT基础设施、服务器及系统的负载能力已不能满足公司业务快速发展的需要。

通过实施信息化系统技术改造，有助于公司利用最新信息技术改进零售管理、门店管理等系统，可确保公司信息化系统在高负荷压力下的稳定性。同时

通过信息系统功能的提升，实现对单个店铺销售情况的实时监控和管理，包括店铺的销售业绩即时分析、产品价格的及时管理和货物的及时补充等；实现对各个区域内的销售情况进行分析，对区域内的产品销售进行适时调整与改进。总之，本项目将加强公司对整个营销网络的实时监控和动态管理，从而制定更为合理更有针对性的销售决策，提高整体销售能力。

另外，通过本项目对供应链信息管理系统、ERP制造管理系统、物流协同平台等系统的建设，延伸覆盖产业链的各个环节；有助于整个供应链系统的各个环节之间高效率的信息交换，实现产品设计、销售计划、订货会、采购、生产、仓储及物流配送等供应链各个环节的高效协同，提高公司对上下游管控能力和业务协同能力，增强公司供应链快速响应能力；优化库存管理，减少货物损耗，降低供应链整体运营管理成本，提升公司供应链整体管理水平，增强企业自身抗风险能力，从而提高公司竞争能力和盈利能力。

（2）有助于提升公司产品设计研发能力和产品适销率

设计研发处于产品生命周期的前端，关系到产品款式、质地与成本，影响到产品全生命周期的各个环节。女装消费崇尚品味、个性、时尚，产品款式繁多、风格多变，女装对设计研发的要求高于男装；产品的设计研发能力对女装企业尤为重要。优秀的设计研发能力是保证公司在中、高端女装市场保持持续发展的核心竞争力之一。

为保持与时俱进的设计研发能力，需要建立及时、高效的市场信息数据收集和分析系统。通过本次信息化建设项目的实施，建立情报收集分析相关系统，提高公司市场数据分析能力。公司的设计研发团队借助及时、准确的市场数据分析，可更加迅速、准确地预测市场走向、把握潮流趋势，提升研发设计能力和产品适销率，进而提升公司的竞争力。

（3）建立以科学数据为基础的决策体系，提升公司整体管理水平

项目建成后，通过深度的数据挖掘、智能分析，帮助公司建立一套科学的、以有效信息数据为依据的决策体系，使公司决策者可以全面、快捷、准确地了解其内外部环境，保证决策的科学性与可行性，有效规避决策风险。

另外，本项目的建设将促进公司业务流程的优化与重组，促进公司的生产经营管理系统化、规范化，有利于提升公司内部管理能力，提高公司经营资源的利

用率；本项目人力资源管理系统等的建设可使公司对员工的业绩考核、激励更加客观、科学，有助于提高员工工作积极性，从而提升公司的整体管理水平。

3、项目投资概算

此项目计划投资15,386.40万元，投资明细如下：

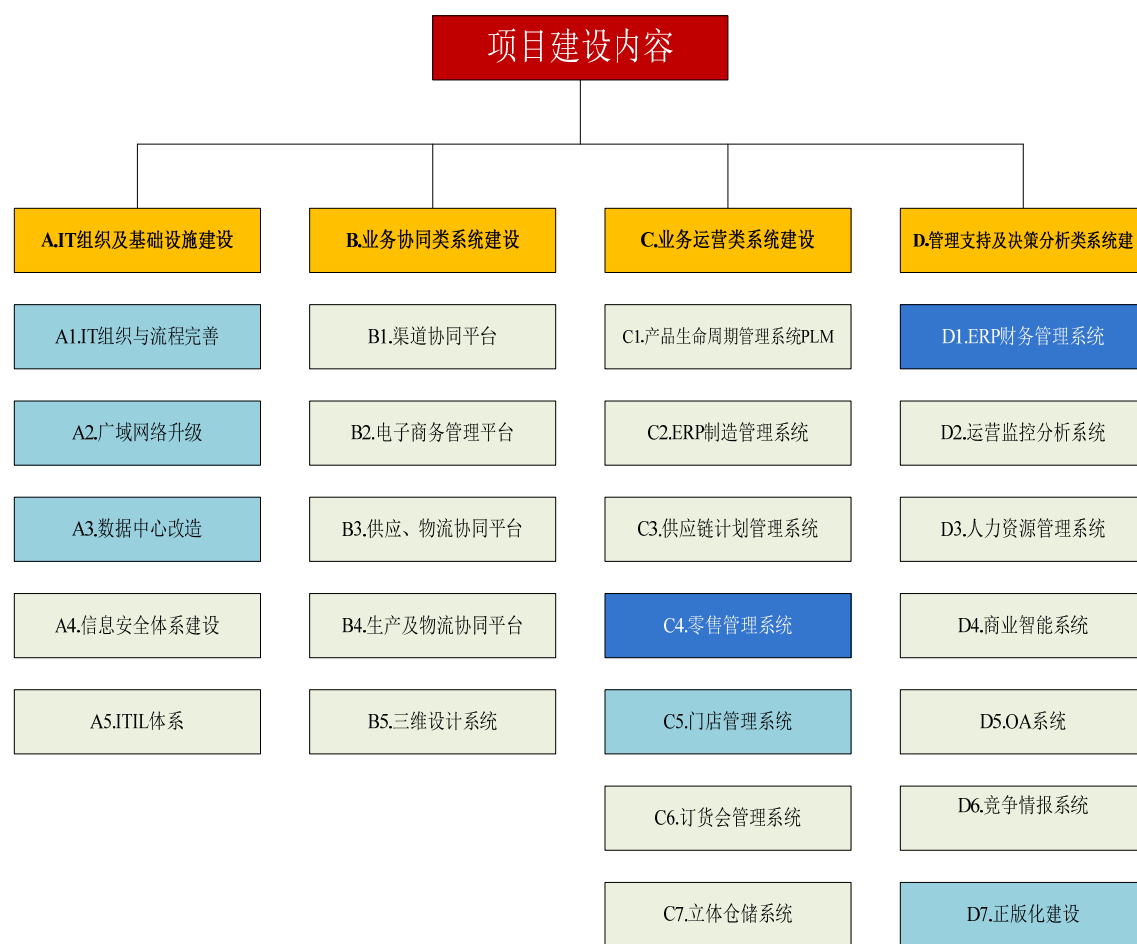
序号	项目名称	金额（万元）	所占比例
一	办公场地及机房装修工程费	132.00	0.86%
二	设备购置费	9,210.00	59.86%
1	软件购置费	4,920.00	31.98%
2	硬件购置费	4,290.00	27.88%
三	工程建设其他费用	4,117.79	26.76%
1	前期工作咨询费	37.79	0.25%
2	咨询及开发费用	4,080.00	26.52%
四	基本预备费	403.79	2.62%
五	流动资金	1,522.82	9.90%
六	项目总投资	15,386.40	100.00%

4、项目建设内容

（1）项目主要建设内容

本项目拟对公司现有的信息化系统进行改善、替换和新建。项目涵盖IT组织及基础设施建设、业务协同类系统建设、业务运营类系统建设、管理支持及决策分析类系统等方面。项目详细建设内容见下述：

- ①办公场地及机房（面积600平方米）的装修工程、电气工程、设备购置等。
- ②系统架构及功能的改善、替换及新建，项目建设内容框架如下图所示：



图例：



系统建设内容拟实现主要目标见下述：

类别	项目（基础架构及系统）	主要实现目标
IT组织及基础设施建设	IT组织与流程完善	健全企业IT治理组织和职能，为IT规划、投资、建设、实施及运维提供组织保障； 建立IT项目群管理与运作的方式方法，为大型IT项目的实施建立制度基础
	广域网络升级	建立安全、高效、可靠的网络链接，以支持未来欣贺信息系统的集中式应用； 实现网络的整体优化，提高广域网的可靠性、安全性和可管理性
	数据中心改造	为公司数据集中管理提供数据库平台服务、数据存储、备份支持，并成为总部数据处理中心； 为公司应用系统的集中管理提供可靠的运行支持环境
	信息安全体系建设	建立信息安全标准体系，为信息化建设与应用提供信息安全组织、制度与流程保障；

类别	项目（基础架构及系统）	主要实现目标
		部署相关硬件设计与软件工具，利用技术手段构建信息安全平台，降低安全隐患，支持业务稳健运营
	ITIL 体系（信息技术基础架构库）建设	确保 IT 流程支持业务流程，提高企业整体业务运营的质量； 推进 IT 部门和业务部门的沟通，也增进 IT 部门于业务部门的相互融合，变 IT 部门由成本中心为利润中心；减少了冗余和重复的工作，提高了各部门效率（仓储、门店等相关流程工作简化）
业务协同类系统建设	渠道协同平台	建立总部与经销商、管理商的渠道协同平台，实现总部与经销商、管理商之间关于渠道拓展/调整的密切协作； 通过协同平台实现与管理商、经销商的信息共享，建立良好协作关系，实现共同成长
	电子商务管理平台建设	实现电子商务高效运营，支持多种模式的电子商务运作，提升销售业绩； 支持电子商务供应链计划及执行跟踪，支持供应链库存、物流、退货等信息全程可视； 建立电子商务价格管理体系，防止线上线下渠道货品冲突、价格冲突
	供应、物流协同平台	建设公司内部职能部门与供应商、物流商等相关机构的协同作业平台，提高物流供应运作效率和流程规范性； 实现与供应商关于供应生产的计划、订单、库存、交付状态、财务及评估反馈信息的共享和协同； 实现与物流商关于物流计划、状态、评估反馈以及财务信息的共享和协同
	生产及物流协同平台	建设公司生产部门及外协厂商与物流相关工作的协同作业平台，提高生产、物流运作的效率和流程规范性； 建立公司生产部门及外协厂商的生产计划、订单、库存、交付状态、财务及评估反馈信息的共享和协同； 实现与物流商关于物流计划、状态、评估反馈以及财务信息的共享和协同
	商品三维设计系统	改变设计传统模式，在使用平面设计工具的同时通过各种空间造型工具，能够方便的进行三维立体设计；有效提高设计效率； 合理规划，有效控制新品成本
业务运营类系统建设	产品生命周期管理系统	建设覆盖公司各类产品的集成产品开发平台，支持欣贺产品企划、产品设计、技术开发等完整职能的管理需求； 实现产品主数据及物料清单的管理；管理产品知识库，支持研发积累沉淀

类别	项目（基础架构及系统）	主要实现目标
	ERP 制造管理系统建设	建设覆盖公司采购、生产、分销、库存业务的 ERP 制造系统，促进各业务部门的流程协作与信息共享，实现对业务的规范化、精细化管理
	供应链计划管理系统	通过与采购、生产、分销、电子商务管理等系统的集成，实现多种约束条件下的供应链计划的生成及执行； 通过高级供应链计划模块的实施，实现推拉结合的灵活快速供应链模式，提高供应链计划的制定效率及其灵活性
	零售管理系统建设	支持产品零售的一体化运营，支持零售门店的绩效监控，实现总部对渠道的零售管控要求； 支持商品组合、价格管理、促销、配送、补货等零售运营职能，支持零售单店运营效率和效益的提升，通过多维度零售分析，实现零售运营优化；
	门店管理系统建设	支持门店零售业务优化；加强与零售系统集成，实现区域门店调配、统一促销管理、退货管理、零售分析等功能提升； 实现总部及时获取门店最新销售数据；通过与渠道协同平台集成，实现对门店的运营支持与指导
	订货会管理系统建设	根据订单历史分析辅助销售计划制定； 支持销售目标的分解，支持产品组合策略及营销推荐，支持订单的快速采集及细化分析，支持多媒体终端自助设备对商品信息、季度主题、主推产品、商品组合推荐的详细展示，提升订货质量与订货体验
	立体仓储系统	实现对公司整个运输及仓储管理业务的支持，实现仓库操作和运输作业的精细化管理，并覆盖未来新的 RDC（区域分发中心）直配模式所需的系统支持； 提升物流操作效率和物流管理的规范性
管理支持及决策分析类系统建设	ERP 财务管理系统建设	实现财务全面的信息化管理，推进财务业务一体化，提高管理的精细化，实现财务向管理、控制、决策分析转变
	运营监控分析系统建设	支持销售数据多维度分析，辅助产品企划、销售预测、计划预算制定、营销策略制定
	人力资源管理系统建设	实现人事基础工作的自动化处理，提升效率及准确率，支持核心人才库的建立，支持招聘、绩效考核、员工培训及职业发展等人力资源各项职能
	商业智能系统	利用数据仓库与决策模型，实现灵活的统计报表与模拟分析功能；对量化的关键指标进行监控，为管理决策层地提供综合的数据分析与辅助决策功能，提高决策的及时性与准确性
	OA 系统	快捷地实现内部各级组织、各部门以及人员之间的有效协同以及内外部各种资源的有效组合，为员工

类别	项目（基础架构及系统）	主要实现目标
		提供高效的协作工作平台； 实现企业无纸化办公，能最大限度的提高公务的处理效率
	竞争情报系统	为企业组织和成员评估关键发展趋势，跟踪正在出现的不连续性变化，把握行业结构的进化，以及分析现有和潜在竞争对手的能力和动向，从而协助企业保持和发展竞争优势

（2）主要硬件及软件配置

①主要硬件配置

序号	设备名称	数量	备注
业务应用基础			
1	服务器	6	零售体系应用
2	服务器	4	ERP 应用及测试
3	服务器	2	应用服务群
4	存储	2	ERP、财务等数据存储
5	存储	2	各独立关键业务数据存储
6	光纤交换机	16	用于服务器与存储互联
7	虚拟化	1	提高资源的利用率，简化管理
网络中心			
8	核心交换机	2	数据中心/网络核心
9	汇聚交换机	30	网络汇聚
10	接入交换机	100	数据中心及办公接入
11	无线控制器	2	无线网络管理
12	无线 AP	100	总部办公的无线全覆盖
网络安全			
13	防火墙	4	关键业务及办公网外网接入
14	入侵防御	2	内外部入侵主动防御
15	链路负载	2	多网链路的线路负载
16	应用负载	2	核心业务系统的应用分析，提升业务性能
17	VPN	2	全国接入 VPN 虚拟专用通道
18	上网行为管理	2	办公网管理
数据与应用安全			
19	数据规档	2	核心数据的备份与规档

序号	设备名称	数量	备注
20	应用安全	1	网络安全建设
中心机房			
21	机房建设工程	300（平方）	包含机房装修、配电、UPS、空调、消防、防雷、监控、布线、机柜等子系统

②主要软件配置

序号	软件名称	备注
1	ERP	制造、财务
2	PLM	设计、制版
3	零售管理软件	销售
4	核心数据库软件	后台数据库
5	中间件软件	系统链接
6	开发工具软件	系统设计
7	OA 系统	办公
8	HR 工资引擎	人力资源
9	网络杀毒软件	安全
10	Win 7 中文版	正版化
11	office 中文标准版	
12	立体仓储管理系统	仓库

5、经济效益分析

本项目建设不直接产生效益，将通过提升公司渠道管理能力、供应链管理能力和内部运营管理能力，进而提升公司竞争力和盈利能力。

6、项目实施管理及人员配置

本项目由公司信息中心组织实施、管理。本项目第一年拟新增35人，第二年拟增加39人，达到74人。

人员	第一年	第二年
项目管理部	9	12
系统部	6	11
开发部	11	11
服务支持部	4	8
电子商务部	5	32
小计	35	74

7、项目选址

项目拟选址于公司总部大楼，规划场地面积600m²（包括办公场地及中心机房）；应用系统部署终端的建设地点在相关业务部门及终端门店。

8、项目的建设期

本项目计划建设期为3年，通过分期对企业信息系统进行建设与提升，以满足公司经营发展的要求。

9、环保

本项目建设内容主要为信息管理系统建设，项目实施不会产生环保问题。

（三）服装生产线及仓储物流配送中心建设项目

1、项目概述

公司拟在厦门市同安工业集中区湖里园内建设服装生产线及仓储物流配送中心，年新增120万件产能，同时提升公司仓储和物流配送能力，从而提高公司供应链快速响应能力，快速满足市场的需求。

项目拟投资31,875.04万元，其中建设投资27,807.62万元，流动资金4,067.42万元；预计实现年均净利润5,063.39万元。

2、项目实施的必要性

（1）满足公司市场扩展对产能的扩张需求

随着公司品牌知名度提升，公司营销网络的扩张，以及我国中、高端女装行业保持快速增长趋势，公司现有的产能难以满足未来市场扩张的需求。

目前公司的产能已相对饱和，工人作业强度较大。根据公司战略规划及本次品牌营销网络建设项目的顺利实施，公司营销网络将进一步扩张，公司的产品需求量将大幅增加；另外，根据中、高端女装行业特点，还必须预留一部分产能以备临时补货、季节性需求以及计划外订单，公司目前的产能不能满足未来发展的需要，需要扩大产能以适应未来市场的需求。

通过本项目的建设，将提升公司生产产能，满足市场和公司业务快速发展的需求。

（2）保持公司产品特色以及提升公司快速响应市场能力

公司产品以精致复杂的手工制作为特色，公司生产模式以自制生产为主、外协加工为辅。公司在提高产能以匹配日益增长的市场需求的同时，更需要延

续自制生产模式以保持产品特色。通过本项目建设，可以很好地解决上述问题，有利于公司产品风格的延续和品牌的推广，保持公司产品的竞争优势，巩固产品在消费者心目中的地位，进一步提升公司在同行业的地位。

中、高端女装具有设计时效性强、产品周期短、趋势变化快的特点，要求企业具备个性化、短周期、小批量、快交货、多品种的生产组织能力。通过本项目建设，提升公司重点和核心产品的个性化、快交货、多品种的生产能力，提升公司供应链快速反应能力，快速满足市场需求，进而提升公司竞争力和盈利能力。

（3）提高仓储及物流配送能力

目前公司在不同地方租赁仓库，场地面积有限且地点分散，管理复杂且自动化仓储、拣料等水平有待提高。随着业务规模的扩大，目前公司仓储及物流配送能力不足问题日益凸显；本次“品牌营销网络建设项目”实施后，公司现有仓储及物流配送能力不足问题将越发严重，影响公司业务的发展。通过本项目新建仓储及物流配送中心，加大仓储面积、实施集中管理并提高自动化水平，将大大提高公司的仓储和物流配送能力。而且在生产基地就近配套建设仓储物流配送中心，有助于原材料及时供应和产成品就近仓储，减少货物损耗，提高生产运作效率，降低物流成本。

本项目建设符合公司发展战略规划以及营销网络扩张趋势，有利于优化公司物流配送体系，提升供应链上下游的整体物流运作效率，快速响应市场需求；有助于降低物流成本费用，有效提升库存周转率，减少缺货损失，增强企业竞争能力和盈利能力。

3、项目投资概算

序号	工程或费用名称	金额（万元）	所占比例
1	建筑工程费用	8,524.04	26.74%
2	设备购置费用	13,268.18	41.63%
3	安装工程费用	882.13	2.77%
4	工程建设其他费用	2,605.30	8.17%
5	基本预备费	2,527.97	7.93%
6	流动资金	4,067.42	12.76%
7	小计	31,875.04	100.00%

4、项目建设内容

（1）产品方案及生产规模

本项目拟建设120万件/年服装生产线，其中：JR38万件/年、JW 15万件/年、AN 20万件/年、GS 12万件/年、CR 12万件/年、IV 23万件/年。配套建设仓储物流配送中心，规划库存量约200万件。

（2）生产工艺流程

项目的生产工艺流程详见本招股说明书之“第六节业务与技术”之“四、公司的主营业务情况”之“（二）公司主要产品的工艺流程”。

（3）主要设备配置

①生产部（品管部）

序号	设备名称	单位	数量
1	电脑平车	台	1,200
2	切边机	台	40
3	包边机	台	16
4	钉扣机	台	40
5	人台	个	140
6	烫台	套	128
7	电锅炉设备	台	44
8	置物筐	个	2,432
9	铁架	个	2,432
10	检验台	张	48

②裁剪部

序号	设备名称	单位	数量
1	自动裁剪机	台	4
2	自动铺布机	台	8
3	裁床	条	12
4	粘衬机	台	4
5	精裁机	台	2
6	裁刀	台	10
7	断布机	台	10
8	打孔机	套	1
9	空压机	套	3

③专机组

序号	设备名称	单位	数量
1	打揽机	台	2
2	打枣机	台	7
3	凤眼机	台	7
4	平眼机	台	8
5	三本车	台	6
6	对丝车	台	31
7	钉扣机	台	2
8	人字车	台	4
9	双针机	台	2
10	珠边机	台	6
11	挑脚机	台	2
12	置物筐	个	154
13	铁架	个	154

④缩水房

序号	设备名称	单位	数量
1	缩水机	台	1
2	验布机	台	4

⑤仓储物流配送中心

序号	设备名称	单位	数量
一	搬运设备		
1	液压拖板车	辆	1
2	电动叉车	辆	1
3	分拣系统	套	1
4	半自动悬挂	套	1
5	输送线	套	1
二	电子设备		
6	电子标签	套	1
7	LED 显示屏	台	20
8	巷道灯	个	20

序号	设备名称	单位	数量
9	扫描枪	个	100
10	RF	台	100
11	无线终端基站	台	50
三	存储设备		
12	高位货架	套	1
13	流利式货架	套	1
14	隔板货架	套	1
15	托盘	个	7,724
16	复核打包设备	台	2
17	周转箱	个	2,600

5、主要原材料、辅助材料及能源的供应情况

（1）原材料、辅助材料供应情况

本项目主要耗费的原料为各种面料、辅料以及包装材料。上述原料市场供应充足。

（2）能源供应情况

本项目主要消耗能源为电和水，分别由本项目所在地厦门同安供电局电网和厦门市同安区集中工业园区市政自来水管网供应，可以充足稳定供应。

6、项目建设选址

本项目建设地点位于厦门市同安工业集中区湖里园集安路南侧同明路东侧（2012TY05-G地块），选址地块已取得编号厦国土房证第地00020334号的土地使用权证；使用权面积19,488.44平方米，土地使用权取得方式为出让方式，土地用途为工业用地。

7、项目实施方式及人员配置

该项目由公司自行组织实施，拟设立专门的项目团队负责。

本项目工程全部投产后新增职工人数2,664人，其中管理人员83人、技术人员28人。

8、项目建设进度安排

该项目建设内容主要包括生产车间、仓储物流配送中心建设、设备采购及设备到货后的安装、调试和验收投产等过程，建设期2年。项目实施进度表如下：

序号	实施时间 工作内容	第	第	第	第	第	第	第	第	第	第	第	第
		2	4	6	8	10	12	14	16	18	20	22	24
		月	月	月	月	月	月	月	月	月	月	月	月
1	可研报批、招投标	■	■										
2	施工图设计		■	■	■								
3	土建施工			■	■	■	■	■	■				
4	设备及原材料采购							■	■	■	■		
5	设备安装调试							■	■	■	■	■	
6	人员培训							■	■	■	■	■	
7	验收投产												■

9、项目经济效益分析

本项目效益测算范围为生产加工环节利润，不包括销售环节利润

（1）营业收入测算

本项目计算期12年，其中建设期2年，运营期10年；本项目投产第1年达到设计能力的75%，投产第2年达设计能力的100%。

本项目产品销售收入按出厂价（根据成本加成50%定价）测算，经估算，项目运营期年均不含税销售收入为49,780.78万元。

（2）总成本费用估算

总成本费用系指运营期内为生产产品或提供服务所发生的全部费用，等于经营成本与折旧费、摊销费之和。

经估算，项目达产后运营期年平均成本费用为42,541.02万元。

（3）本项目财务指标

序号	项目	单位	指标
1	年均营业收入（不含增值税）	万元	49,780.78
2	年均利润总额	万元	6,751.19
3	年均净利润	万元	5,063.39
4	项目总投资收益率（税后）	—	21.18%
5	财务内部收益率（税后）	—	17.91%
6	静态投资回收期（税后，含建设期）	年	6.63

10、项目环保问题及采取的措施

本项目符合国家环保法律法规的规定，已通过厦门市环境保护局的环保评

估审核。本项目建设期间对环境的影响时间比较短暂，主要是造成局部的植被破坏，通过项目竣工后的绿化与植被恢复可以消除其环境影响。本项目进入运营期后的主要环境污染物及环保措施如下：

①废水：主要为生活污水。

污水将通过厂区内三级化粪池处理达到GB8978-1996《污水综合排放标准》后，排入市政污水管网汇入市政污水处理厂统一处理。

②噪声：主要为加工机器运转所产生的噪音。

对设备采取有效的减震消声措施，在车间内设置双层窗，车间墙体用隔音效果较好的材料，或车间墙体加贴吸声材料，车间天花板装饰隔音板，生产时注意关闭门窗，对设备进行定期维护和保养，防止异常声音的产生等，经过车间墙体的遮挡和空间距离的自然衰退后确保厂界噪声符合GB12348-2008《工业企业厂界环境噪声排放标准》环境功能区2类排放限值标准（昼间60dB，夜间50dB）的要求。

③固体废弃物：生产工序剩余的边角料、包装物废料及生活垃圾。

固体废弃物由专人负责，集中堆放，及时清理，边角料、包装物废料分类收集后能回收利用的尽量回收利用，或出售给有关企业使用。不能回收利用的与生活垃圾集中收集后交由环卫部门统一处理。

五、募集资金运用对公司经营成果及财务状况的影响

（一）大幅提高公司的品牌形象和销售能力

优质的销售渠道是中、高端女装企业生存和发展的基础，销售渠道的数量和档次也直接影响着服装品牌的档次；同时，营销网络以店铺为载体给予消费者最直接的产品体验，对品牌的建设和推广起着重大作用。“品牌营销网络建设项目”建成以后，区域门店分布结构将得以完善，发行人店铺的覆盖率将大幅增加，直接促进发行人销售业绩的增长并进一步提升发行人的盈利能力，为公司持续发展打下坚实的基础。

（二）增强销售渠道掌控能力，提升盈利水平

“品牌营销网络建设项目”建成以后，将新增373个自营店铺，大大提高公司自有门店的比例，优化销售终端结构，加强对终端及稀缺店铺资源的控制力，提升公司经营的稳定性。公司品牌定位于女装中、高端服饰消费市场，零

售环节毛利率较高，建设自有门店，减少了中间流通环节，公司不仅可获取生产环节利润，还可以获取零售环节丰厚的利润，从而提升公司的盈利能力。同时本次信息化系统项目的建设，将增强公司对销售渠道的掌控能力，减少沟通成本，提升公司盈利能力。本次募资金项目建设完成后，预计将新增年均净利润（含建设期）27,604.19万元，大幅提升公司盈利水平。

（三）增强公司自主生产能力，提升供应链整体响应能力

本次“服装生产线及仓储物流配送中心建设项目”将扩充公司的现有产能，提高公司个性化、快交货、多品种的生产组织能力，同时提高公司仓储和配送能力，从而提高公司整个供应链系统的快速反应能力，更好地满足市场需求。

本次信息化项目的建设，有助于供应链系统的各个环节之间高效率的信息交换，实现产品设计、销售计划、订货会、采购、生产、仓储及物流配送等供应链各个环节的高效协同，增强公司供应链快速响应能力，降低供应链运营管理成本。

总之，本次募集资金应用将提升公司供应链整体响应能力，更好、更快满足市场需求，从而提升公司的竞争能力和盈利能力。

（四）提升公司的管理能力和科学决策水平

通过“企业信息化建设项目”，公司将建设成一套集IT组织及基础设施建设、业务系统类系统建设、业务运营系统建设、管理支持及决策分析类系统为一体的管理系统。这将有利于提高公司的管理能力，加强内部协作，使公司各部门、各环节趋于整体，减少管理成本；有助于建立及时、高效的市场信息数据收集和分析系统，建立以有效数据为基础的科学决策体系，提高决策的效率和准确性，同时提升公司产品研发能力和产品适销率，进而提升公司竞争力和盈利能力。

（五）对公司财务状况的影响

募集资金到位后，净资产将大幅增加，同时募集资金投资项目需要一定的建设期，短期内难以产生较大的收益，净资产收益率会因此下降。但从中长期来看，本次募集资金投资项目具有较高的投资回报率，随着各项目陆续产生效益，公司的营业收入和利润水平都将有大幅度的提高，盈利能力不断增强，竞争力不断提高。

募投项目实施后，公司的折旧和摊销额将会有较大增加，但项目实施后，预计公司年均新增利润总额（含建设期）36,836.36万元，新增的折旧摊销不会对公司业绩产生不利影响。项目实施将提升公司的市场竞争力及盈利能力，从长期看对公司的经营业绩及未来发展将产生积极的影响。

第十四节 股利分配政策

一、公司最近三年股利分配政策和实际股利分配情况

（一）最近三年股利分配政策

1、股份公司成立前的股利分配政策

根据欣贺有限《公司章程》及董事会决议的规定，公司按照税后利润的10%提取法定公积金（储备基金），公司提取的法定公积金（储备基金）累积金额达到公司注册资本的50%时，即不再提取。公司不提取职工奖励及福利基金和企业发展基金。

公司在以前会计年度的亏损未得到弥补前不可以分配利润。以前会计年度未分配的利润，可并入本会计年度进行分配。

公司弥补亏损和提取法定公积金（储备基金）后所余税后利润，若公司同意分配所余税后利润的，按照公司股东持有的股份比例进行分配。

2、股份公司成立后的股利分配政策

根据欣贺股份《公司章程》的规定，公司分配当年税后利润时，应当提取利润的10%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50%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，经股东大会决议，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，按照股东持有的股份比例分配，但公司章程规定不按持股比例分配的除外。

股东大会违反前款规定，在公司弥补亏损和提取法定公积金之前向股东分配利润的，股东必须将违反规定分配的利润退还公司。

公司持有的本公司股份不参与分配利润。

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，资本公积金将不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将不少于转增前公司注册资本的25%。

公司股东大会对利润分配方案作出决议后，公司董事会须在股东大会召开后2个月内完成股利（或股份）的派发事项。

公司利润分配应当重视对投资者的合理投资回报。公司可以采取现金或股票方式分配股利，利润分配政策应保持连续性和稳定性。在公司现金流满足公司正常经营和长期发展的前提下，公司每年以现金分配的利润不少于当年实现的可分配利润的30%。具体利润分配方案由公司董事会根据有关规定和公司经营情况拟定，由公司股东大会审议决定。

公司利润分配原则上一年分配一次。经董事会提议并经股东大会批准，公司可以进行中期利润分配。

（二）最近三年股利分配情况

根据公司2013年5月6日通过的股东大会决议，公司对2012年年末公司总股本320,000,000股为基数，向公司全体股东每10股派发现金红利5.50元（含税），共计派发股利17,600.00万元。

根据公司2014年3月10日通过的股东大会决议，公司以2013年年末总股本320,000,000股为基数，向公司全体股东每10股派现金红利6.50元（含税），共计派发股利20,800.00万元。

根据公司2015年4月20日召开的2014年度股东大会决议，公司以2014年年末总股本320,000,000股为基数，向公司全体股东每10股派现金红利10元（含税），共计派发股利32,000.00万元。

根据公司2016年3月7日召开的2015年度股东大会决议，公司以2015年年末总股本320,000,000股为基数，向公司全体股东每10股派现金红利10元（含税），共计派发股利32,000.00万元。

二、发行后的股利分配政策

（一）公司股利分配的原则

1、公司盈利并符合公司业务发展对资金要求的前提下，公司实行连续、稳定的利润分配政策，公司的利润分配应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、在公司现金流满足公司正常经营和长期发展的前提下，公司将实施积极的现金股利分配办法；

3、在利润分配政策及方案制定或调整的决策或论证过程中，应当充分考虑股东（特别是中小股东）、独立董事和监事的意见。

（二）公司股利分配的方式

1、公司采用现金、股票或者现金与股票相结合的方式分配利润，并优先采用现金分红的方式分配利润；

2、在公司当年盈利且累计未分配利润为正数且保证公司能够持续经营和长期发展的前提下，公司应当采取现金方式分配股利，公司每年以现金方式分配的利润应不少于当年实现的可供分配利润的30%；

但出现以下情形之一的，公司可以不进行现金分红或可以低于前述比例进行现金分红：a.公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产、购买设备或偿还债务累计支出达到或超过公司最近一期经审计净资产的30%，且超过3亿元（不含募集资金投资项目支出）；b.公司当年期末资产负债率达到或超过70%；c.公司当年经营现金流净额为负数；d.根据相关法律法规，如果进行现金分红将会对公司下一年度的经营计划产生重大影响的；

3、公司一般采用年度分红的方式进行利润分配，公司董事会也可以根据公司的盈利和资金需求等状况提出中期利润分配预案；

4、若董事会认为公司未来成长性较好、每股净资产偏高、公司股票价格与公司股本规模不匹配、发放股票股利有利于公司全体股东整体利益时，可以在符合公司现金分红政策的前提下，制定股票股利分配预案；

5、董事会因公司重大投资计划或重大现金支出等事项未提出现金分红提案的，董事会应在利润分配预案中披露原因及留存资金的具体用途；

6、具体每个年度的分红方案由董事会根据公司年度盈利状况和未来资金使用计划提出预案，报股东大会批准。

（三）差异化的现金分红政策

公司董事会应当综合考虑公司所处行业特点、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%。公司董事会认为公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，适用本项规定。

（四）公司股利分配方案的审议

1、每个会计年度结束后，由公司董事会提出利润分配预案，公司董事会会在利润分配预案论证过程中，需与独立董事充分讨论，在考虑对全体股东持续、稳定、科学的回报基础上，形成利润分配预案。公司董事会通过利润分配预案，需经全体董事过半数表决通过并经1/2以上独立董事表决通过，独立董事应当对利润分配预案发表独立意见。独立董事可以征集中小股东的意见，提出分红提案，并直接提交董事会审议；

2、公司董事会未作出现金分红利润分配方案，或者董事会作出的现金利润分配方案不符合公司章程规定的，应当在定期报告中详细披露原因、未用于分红的资金留存公司的用途，独立董事应当对此发表独立意见；

3、公司监事会应当对公司利润分配预案进行审议，并经半数以上监事表决通过，若公司有外部监事（不在公司担任职务的监事），则外部监事应当对审议的利润分配预案发表意见；

4、董事会及监事会审议通过利润分配预案后应提交股东大会审议批准；

股东大会对利润分配预案进行审议前，公司应当通过多种渠道主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流，充分听取中小股东的意见和诉求，及时答复中小股东关心的问题；

5、公司在特殊情况下无法按照既定的现金分红政策或最低现金分红比例确定当年利润分配方案的，董事会应当就具体原因进行专项说明，经独立董事发表意见后提交股东大会审议，并经出席股东大会的股东所持表决权的2/3以上通过。公司应在年度报告中披露具体原因以及独立董事的明确意见。在上述情况

下，公司在召开股东大会时应提供网络形式的投票平台。

（五）公司股利分配政策变更的决策机制

1、公司应当保持利润分配政策的连续性、稳定性。因外部经营环境发生重大变化，或者公司根据生产经营情况、投资规划和长期发展的需要，确有必要对公司既定的三年回报规划进行调整的，应由公司董事会根据实际情况提出利润分配政策调整议案，提请股东大会审议通过；调整后的利润分配政策应以股东权益保护为出发点，且不得违反中国证监会和上海证券交易所的有关规定。调整利润分配政策的相关议案需经董事会全体董事过半数以上表决通过以及经1/2以上独立董事和监事会表决通过，独立董事应当对利润分配政策的制订或修改发表独立意见；

2、公司监事会应当召开会议对董事会制订的利润分配政策进行审议，并且经半数以上监事表决通过，若公司有外部监事（不在公司担任职务的监事）则应充分与外部监事沟通并考虑其意见；

3、公司调整利润分配政策需提交公司股东大会审议时，应作为特别决议审议通过，即由出席股东大会的股东（包括股东代理人）所持表决权2/3以上表决通过，公司应当提供网络投票等方式为公众股东参与股东大会表决提供便利。

（六）利润分配政策的披露

公司应当在年度报告中详细披露利润分配政策的制定及执行情况，说明是否符合公司章程的规定或者股东大会决议的要求；现金分红标准和比例是否明确和清晰；相关的决策程序和机制是否完备；独立董事是否尽职履责并发挥了应有的作用；中小股东是否有充分表达意见和诉求的机会，中小股东的合法权益是否得到充分保护等。如涉及利润分配政策进行调整或变更的，还要详细说明调整或变更的条件和程序是否合规和透明等。

为了进一步增强公司现金分红的透明度，提高现金分红水平，提升对股东的回报，公司制定了未来三年（2014-2016）股东回报规划，具体内容详见本招股说明书“第十一节管理层讨论与分析”之“八、股东未来分红回报规划及安排”。

三、本次发行完成前滚存利润的分配政策

根据本公司2013年5月6日召开的公司2012年年度股东大会审议通过的《关于公司首次公开发行股票前滚存利润分配的议案》：

如果公司在2013年内首次公开发行股票并上市成功，分配2012年度利润后的滚存未分配利润余额由本次发行上市后的新老股东按持股比例共同享有；如果公司在2013年以后年度首次公开发行股票并上市成功，2012年度分配后的滚存利润及2013年以后年度至公司公开发行上市前产生的利润，经扣除发行前根据《公司章程》和股东大会决议进行利润分配后的剩余累积未分配利润由发行上市后的新老股东按持股比例共同享有。

第十五节 其他重大事项

一、信息披露与投资者关系服务

公司董事会秘书负责信息披露事务及投资者关系工作，包括与中国证监会及其派出机构、证券交易所、有关证券经营机构、新闻机构等联系，通过信息披露与交流，加强与投资者及潜在投资者之间的沟通，增进投资者对公司的了解和认同，提升公司治理水平。

公司董事会秘书：郑仁贵

联系地址：厦门市湖里区湖里大道95号鸿展大厦

邮政编码：361006

联系电话：（0592）3107822

传真：（0592）3130335

电子邮箱：xinhee_ir@xinhee.cn

二、重大合同

本节重大合同指截至本招股说明书签署日公司正在履行的交易金额超过500万元的合同，或者交易金额虽未超过500万元，但对公司生产经营活动、未来发展或财务状况具有重要影响的合同。

（一）店铺租赁合同

发行人及其子公司目前正在履行的且单笔合同金额超过500万元的商铺（专柜）租赁合同如下：

1、欣贺有限与威尼斯人路氹股份有限公司于2011年9月30日签署《澳门威尼斯人大运河中心店铺使用协议》，约定威尼斯人路氹股份有限公司将其位于澳门威尼斯人大运河购物中心三层2615店铺出租给公司用于展示和零售JORYA和JORYA weekend品牌下的女装和相关饰品的高端商铺，其面积约为6,997平方英尺（折合为650平方米）。协议期限为自店铺开业日（2012年1月18日）起至三年后的日历月的最后一天。2015年4月10日，续签了租赁合同，租赁期限自2015年2

月1日至一年后的日历月的最后一天。2016年4月20日，续签了租赁合同，租赁期限自2016年2月1日至2019年1月30日。

2、欣贺有限与北京东方广场有限公司于2011年4月28日签署《中国北京市东城区东长安街1号北京东方广场东方新天地商场首层AA50B号店铺之租赁合同》，约定公司向北京东方广场有限公司承租位于北京市东城区东长安街1号北京东方广场东方新天地商场首层AA50B号店铺，用于以“JORYA”的商号名称经营“JORYA/ JORYA weekend”品牌的服装、服饰，店铺面积约为755.06平方米，租期为2012年2月1日至2018年1月31日。

3、欣贺股份与上海港汇房地产开发有限公司签署《上海市房屋租赁合同（港汇恒隆广场）》，约定欣贺股份向上海港汇房地产开发有限公司承租位于上海市徐汇区虹桥路1号332/332A铺位铺位，用于经营“JORYA”品牌商品，租赁面积228平方米，租赁期限为2015年11月15日至2018年11月26日。

4、欣贺股份与华润（深圳）有限公司于2013年12月7日签署《华润中心万象城商铺租赁合同》，约定欣贺股份向华润（深圳）有限公司租赁位于深圳市罗湖区华润中心万象城396号店铺，用于经营“JORYA”品牌女装与配饰，396商铺的承租面积为181平方米。租赁期自该商铺交付之日起至2017年3月14日。

5、欣贺股份与上海力仕鸿华房地产发展有限公司签署《尚嘉中心（商场）房屋租赁合同》，约定欣贺股份向上海力仕鸿华房地产发展有限公司承租位于上海市长宁区仙霞路99号尚嘉中心第二层213单元，用于“JORYA”品牌的商业经营，租赁面积约为316平方米，租期为3年，即自2012年10月28日至2015年10月27日。原合同的租期到期后，双方续签了租赁合同，租赁期限自2016年1月31日至2019年1月30日。

6、欣贺有限与深圳市海岸城投资有限公司于2011年10月签署《海岸城购物中心商铺租赁合同》，约定欣贺有限向深圳市海岸城投资有限公司承租位于深圳市南山区海岸城二层215号商铺，用于经营“JORYA及JORYA weekend”品牌女装，租赁商铺的使用面积为260平方米（建筑面积为472平方米），租赁期限为2013年12月1日至2016年11月30日（自商铺实际交付之日起三年）。

7、欣贺股份与成都世纪城新国际会展中心有限公司于2012年10月16日签署《新世纪环球购物中心商铺租赁合同》，约定欣贺股份向成都世纪城新国际会展

中心有限公司承租成都市高新区天府大道北段1700号新世纪环球购物中心1FB12/14、2FB08号商铺，用于经营“QDA”服装、皮具及饰品，租赁面积约为1,567平方米；租赁期限为2013年4月28日至2021年4月27日。

8、欣贺股份与深圳市海岸城投资有限公司于2013年8月9日签署《海岸城商铺租赁合同》，约定欣贺股份向深圳市海岸城投资有限公司承租位于深圳市南山区海岸城广场一层126-127号店铺，用于经营“QDA”品牌产品，租赁面积为1,049平方米；租赁期限为2013年7月17日至2018年7月16日（自商铺交付之次日起5年）。

9、欣贺股份与宁波城市广场开发经营有限公司签署《宁波天一广场房屋租赁合同》，约定欣贺股份承租位于右营巷1号宁波天一广场服装区第1层Ile116-117室，用于经营“JORYA及JORYA weekend”品牌服装，套内建筑面积244.15平方米。租赁期限为2013年9月1日至2016年8月31日。

10、欣贺股份与太古汇（广州）发展有限公司于2014年4月25日签署《关于广州市天河区天河路383号太古汇商场裙楼地铁上层MU38号商铺之租赁合同》，约定欣贺股份向太古汇（广州）发展有限公司承租位于广州市天河区天河路383号太古汇商场裙楼地铁上层MU38号商铺，用于经营“JORYA”品牌商品，租赁面积为165平方米，租赁期限为2014年7月25日至2017年6月24日。

11、欣贺股份和南京友谊华联（集团）有限责任公司签订《友谊广场租赁合同》，约定欣贺股份承租位于南京市秦淮区友谊国际广场一层和二层的A-01号商铺，用于经营QDA品牌服装，场地面积1,570.00平方米，租赁期限2014年4月18日至2022年4月17日。

12、欣贺股份与内蒙古维多利亚摩尔城商业管理有限公司签订《经营合同》，约定欣贺股份承租位于内蒙古呼和浩特赛罕区新华东街62号摩尔城A座商铺，用于经营QDA品牌服装，商铺建筑面积1,106.80平方米，使用面积553.40平方米。租赁期限为2014年5月28日至2019年5月27日。

13、欣贺股份与浙江富强置业有限公司签订《银泰城租赁合同》，约定欣贺股份承租位于浙江省杭州市拱墅区丰潭路的城西银泰城内购物中心二层2F005、2F005A商铺，用于经营QDA品牌服装，商铺面积517.31平方米，租赁期限2014年9月28日至2018年9月27日。

14、欣贺台湾与杨俊杰于2014年8月13日签署《房屋租赁契约》，约定欣贺

台湾向杨俊杰租赁位于台北市仁爱路四段137号二楼之二的房屋，用于办公及营业，租赁期限自2014年11月1日至2020年10月31日。

15、欣贺台湾与雅蒂思国际有限公司于2014年8月13日签署《房屋租赁契约》，约定欣贺台湾向雅蒂思国际有限公司租赁位于台北市大安区仁爱路四段139号、141号及台北市大安区安和路一段42号的商铺，用于欣贺台湾的营业销售，租赁期限自2014年10月10日至2020年10月9日。

16、欣贺股份与重庆龙湖企业拓展有限公司于2014年11月3日签署《龙湖·租赁合同》，约定欣贺股份向重庆龙湖企业拓展有限公司承租位于重庆市江北区北城天街10号的商铺，用于经营“QDA”品牌商品，租赁面积为397.69平方米，租赁期限为2015年6月1日至2018年5月31日。

17、2015年4月30日，欣贺股份与唯泰精品购物村（苏州）有限公司签订《租赁协议》，约定欣贺股份向唯泰精品购物村（苏州）有限公司承租位于苏州市苏州工业园唯亭阳澄环路969号215121“Suzhou Village”C2单元，用于经营JR、JW品牌商铺，租赁面积218.00平方米，租赁期限自租金起算日（装修期届满后第一日或承租人开业经营之日）开始10年。

18、2015年12月7日，欣贺股份与卓远地产（成都）有限公司签订《开业前店铺租赁合同》，约定欣贺股份向卓远地产（成都）有限公司承租成都市武侯区大悦城购物中心1F-020A号商铺，用于经营QDA品牌商铺，租赁面积328.29平方米，租赁期限自起租日起算5年。

19、2015年9月20日，欣贺股份与华润新鸿基房地产（杭州）有限公司签订《杭州万象城商铺租赁合同》，约定欣贺股份向华润新鸿基房地产（杭州）有限公司承租杭州市江干区四季青街道富春路701号杭州万象城第3层第3011号商铺，用于经营JR/JW品牌商铺，租赁面积274.00平方米，租赁期限自该商铺交付之日起3年。

（二）仓库租赁合同

1、欣贺有限与厦门中盛粮油集团有限公司于2011年5月11日签订《厂房租赁合同》，欣贺有限承租位于厦门市同安区洪塘头路587号美人山高科技园建筑面积为26,290平方米的房屋用于仓储，租赁期限自2011年6月1日至2016年5月31日。

2、欣贺股份与厦门中盛粮油集团有限公司于2015年6月30日签订《厂房租赁

合同》，欣贺股份承租位于厦门市同安区洪塘头路587号美人山高科技园建筑面积为16,000平方米的房屋用于仓储，租赁期限自2015年8月1日至2018年7月31日。

3、欣贺股份与厦门鑫兴鞋业有限公司于2015年8月1日签订《厂房租赁合同》，欣贺股份承租位于厦门市湖里区华光路22号鑫南港大厦四楼、五楼共两层，建筑面积约为7,640平方米的厂房用于中转仓库，租赁期限自2015年8月1日起至2018年7月31日止。

（三）欣贺股份建筑工程管理及施工合同

1、2015年3月30日，欣贺股份有限公司与福建省第五建筑工程公司签订《欣贺研发设计中心项目总承包合同》，约定由福建省第五建筑工程公司总承包贺研发设计中心项目，合同工期500个日历天，于2015年5月19日正式开始施工。

2、2015年9月9日，发行人与福建省第五建筑工程公司签署《欣贺股份有限公司服装生产线及仓储物流配送中心建设项目基坑支护工程施工合同》，约定由福建省第五建筑工程公司承包发行人服装生产线及仓储物流配送中心建设项目基坑支护工程；合同工期为135个日历天，开工日期以监理工程师发出的开工令为准；合同价款为540万元。

（四）电子商务合同

1、欣贺股份与唯品会（中国）有限公司签署《商品销售合同》（合同编号：ZX-J003622-C05-01），约定欣贺股份向唯品会（中国）有限公司提供品牌商品，授权唯品会（中国）有限公司自主开展合同期内每期产品的售卖活动，具体售卖期由双方协商确定；合同有效期自2016年1月1日至2016年12月31日。

2、欣贺股份与厦门牧知信息科技有限公司签署《网店授权代销协议》（合同编号：20160103），约定发行人授权厦门牧知信息科技有限公司在淘宝网设立发行人旗下卓雅、卓雅周末、恩曼琳、巨式国际、卡洛琳、艾薇品牌网店销售发行人上述品牌货品；合同期限为自2016年1月1日至2016年12月31日止。

3、欣贺股份与山东雅诺达电子商务有限公司签署《网络销售服务合同》（合同编号：DS2016030301），约定山东雅诺达电子商务有限公司为欣贺股份的JR、JW、AN、GS、CR、IV 品牌网上销售业务提供营运服务。合同期限为2016年1月1日起至2016年12月31日。

4、欣贺股份与山东雅诺达电子商务有限公司签署《网络销售服务合同》（合

同编号：DSQDA201603)，约定约定山东雅诺达电子商务有限公司为欣贺股份的QDA品牌网上销售业务提供营运服务。合同期限为2016年1月1日起至2016年12月31日。

5、发行人与上海曲睿电子商务有限公司签署《网店授权代销协议》（合同编号：20160101），约定发行人授权泉州莱利在淘宝网设立发行人旗下卓雅、卓雅周末、恩曼琳、巨式国际、卡洛琳、艾薇品牌网店销售发行人上述品牌货品；合同期限为自2016年1月1日至2016年12月31日止；订购货品价款统一按双方约定的产品限价的确定比例计算；订购货品实行先付款后发货。

6、发行人与泉州莱利签署《网店授权代销协议》（合同编号：20160102），约定发行人授权泉州莱利在淘宝网设立发行人旗下卓雅、卓雅周末、恩曼琳、巨式国际、卡洛琳、艾薇品牌网店销售发行人上述品牌货品；合同期限为自2016年1月1日至2016年12月31日止；订购货品价款统一按双方约定的产品限价的确定比例计算；订购货品实行先付款后发货。

（五）采购合同

（1）根据欣贺股份与厦门市隆丰隆压克力制品有限公司签署的《道具订购合同》（合同编号：CGZ-ANCR20160101H02），欣贺股份向厦门市隆丰隆压克力制品有限公司（“供货方”）采购道具类货物等，合同期限为2016年1月1日至2016年12月31日，购买货物的名称、规格、数量及价格等均由双方在《订购单》中约定，供货方应按照《订购单》的交货期限将货物交付至厦门市湖里大道95号鸿展大厦，运费及装卸费用由供货方承担，欣贺股份于供货方向其开具正规的增值税专用发票且欣贺股份出具收货凭证后一个月内付款，最终实际货款金额以双方确定的《结算函》为准。

（2）根据欣贺股份与厦门市之彩工贸有限公司签署的《道具订购合同》（合同编号：CGZ-ANCR20160101H15），欣贺股份向厦门市之彩工贸有限公司（“供货方”）采购道具类货物等，合同期限为2016年1月1日至2016年12月31日，购买货物的名称、规格、数量及价格均由双方在《订购单》中约定，供货方应按照《订购单》的交货期限将货物交付至厦门市湖里大道95号鸿展大厦或欣贺股份指定地点，运费及装卸费用由欣贺股份承担，欣贺股份于供货方向其开具正规

的增值税专用发票且欣贺股份出具收货凭证后一个月内付款，最终实际货款金额以双方确定的《结算函》为准。

（3）根据欣贺股份与厦门市英益工贸有限公司签署的《道具订购合同》（合同编号：CGZ-ANCR20160101H13）、《包装盒、吊牌订购合同》（合同编号：CGZ-JR20160101Y10）、《订购合同》（合同编号：CGZ-QDA20160102M01）、《包装盒纸袋及印刷类订购合同》（合同编号：CGZ-IV20160219S01），欣贺股份向厦门市英益工贸有限公司（“供货方”）采购包装盒、吊牌等，合同期限为2016年1月1日至2016年12月31日，购买货物的名称、规格、数量及价格均由双方在《订购单》中约定，供货方应按照《订货单》的交货期限将货物交付至厦门市湖里大道95号鸿展大厦或欣贺股份指定地点，运费及装卸费用由供货方承担，欣贺股份于供货方向其开具正规的增值税专用发票且欣贺股份出具收货凭证后一个月内付款，最终实际货款金额以双方确定的《结算函》为准。

（4）根据欣贺股份与漳州明兴有机玻璃有限公司签署的《道具订购合同》（合同编号：CGZ-ANCR20160101H03）、《订购合同》（合同编号：CGZ-QDA20160104M01）、《橱窗道具、陈列道具订购合同》（合同编号：CGZ-JR20160101Y13），欣贺股份向漳州明兴有机玻璃有限公司（“供货方”）采购道具类货物等，合同期限为2016年1月1日至2016年12月31日，购买货物的名称、规格、数量及价格等均由双方在《订购单》中约定，供货方应按照《订购单》的交货期限将货物交付至厦门市湖里大道95号鸿展大厦，运费及装卸费用由供货方承担，欣贺股份于供货方向其开具正规的增值税专用发票且欣贺股份出具收货凭证后一个月内付款，最终实际货款金额以双方确定的《结算函》为准。

（5）根据欣贺股份与厦门市青友印刷有限公司签署的《纸质印刷订购合同》（合同编号：CGZ-QDA20160102M01），欣贺股份向厦门市青友印刷有限公司（“供货方”）采购纸质印刷类货物等，合同期限为2016年1月1日至2016年12月31日，购买货物的名称、规格、数量及价格等均由双方在《订购单》中约定，供货方应按照《订购单》的交货期限将货物交付至厦门市湖里大道95号鸿展大厦，运费及装卸费用由供货方承担，欣贺股份于供货方向其开具正规的增值

税专用发票且欣贺股份出具收货凭证后一个月内付款，最终实际货款金额以双方确定的《结算函》为准。

（6）根据欣贺股份与厦门市竞雄纸制品有限公司签署的《订购合同》（合同编号：CGZ-QDA20160108M01），欣贺股份向厦门市竞雄纸制品有限公司（“供货方”）采购纸制品类货物等，合同期限为2016年1月1日至2016年12月31日，购买货物的名称、规格、数量及价格等均由双方在《订购单》中约定，供货方应按照《订购单》的交货期限将货物交付至厦门市湖里大道95号鸿展大厦，运费及装卸费用由供货方承担，欣贺股份于供货方向其开具正规的增值税专用发票且欣贺股份出具收货凭证后一个月内付款，最终实际货款金额以双方确定的《结算函》为准。

（7）根据欣贺股份与广州三博电子材料有限公司签署的《订购合同》（合同编号：CG-JR20160101Y01），欣贺股份向广州三博电子材料有限公司（“供货方”）采购货物，合同期限为2016年1月1日至2016年12月31日，购买货物的名称、规格、数量及价格等均由双方在《订购单》中约定，供货方应按照《订购单》的交货期限将货物交付至厦门市湖里大道95号鸿展大厦，运费及装卸费用由供货方承担，欣贺股份于供货方向其开具正规的增值税专用发票且欣贺股份出具收货凭证后一个月内付款，最终实际货款金额以双方确定的《结算函》为准。

（8）根据欣贺股份与广州金来德金属制品厂（普通合伙）签署的《型材、家具订购合同》（合同编号：GCZ-20160001），欣贺股份向广州金来德金属制品厂（普通合伙）（“供货方”）采购服装展柜及相关设施，合同期限为2016年1月1日至2016年12月31日，购买货物的名称、规格、数量及价格均由双方在《订购单》中约定，供货方应按照《订货单》的交货期限将货物交付至厦门市湖里大道95号鸿展大厦或欣贺股份指定地点，运费及装卸费用由欣贺股份承担，欣贺股份于供货方向其开具正规的增值税专用发票且欣贺股份出具收货凭证后一个月内付款，最终实际货款金额以双方确定的《结算函》为准。

（9）根据欣贺股份与广州易诚建材有限公司签署的《广州易诚建材有限公司订购合同》（合同编号：GCZ-20160003），欣贺股份向广州易诚建材有限公司

司（“供货方”）采购货物，合同期限为2016年1月1日至2016年12月31日，购买货物的名称、规格、数量及价格均由双方在《订购单》中约定，供货方应按照《订货单》的交货期限将货物交付至厦门市湖里大道95号鸿展大厦或欣贺股份指定地点，运费及装卸费用由欣贺股份承担，欣贺股份于供货方向其开具正规的增值税专用发票且欣贺股份出具收货凭证后一个月内付款，最终实际货款金额以双方确定的《结算函》为准。

（10）根据欣贺股份与广州金都建材有限公司签署的《广州金都建材有限公司订购合同》（合同编号：GCZ-20160005），欣贺股份向广州金都建材有限公司（“供货方”）采购货物，合同期限为2016年1月1日至2016年12月31日，购买货物的名称、规格、数量及价格均由双方在《订购单》中约定，供货方应按照《订货单》的交货期限将货物交付至厦门市湖里大道95号鸿展大厦或欣贺股份指定地点，运费及装卸费用由欣贺股份承担，欣贺股份于供货方向其开具正规的增值税专用发票且欣贺股份出具收货凭证后一个月内付款，最终实际货款金额以双方确定的《结算函》为准。

（11）根据欣贺股份与凯圣瑞建材有限公司签署的《地砖订购合同》（合同编号：GCZ-20160006），欣贺股份向凯圣瑞建材有限公司（“供货方”）采购地砖等，合同期限为2016年1月1日至2016年12月31日，购买货物的名称、规格、数量及价格均由双方在《订购单》中约定，供货方应按照《订货单》的交货期限将货物交付至厦门市湖里大道95号鸿展大厦或欣贺股份指定地点，运费及装卸费用由欣贺股份承担，欣贺股份于供货方向其开具正规的增值税专用发票且欣贺股份出具收货凭证后一个月内付款，最终实际货款金额以双方确定的《结算函》为准。

（12）根据欣贺股份与凯圣杰建材有限公司签署的《地砖订购合同》（合同编号：GCZ-20160007），欣贺股份向凯圣杰建材有限公司（“供货方”）采购地砖等，合同期限为2016年1月1日至2016年12月31日，购买货物的名称、规格、数量及价格均由双方在《订购单》中约定，供货方应按照《订货单》的交货期限将货物交付至厦门市湖里大道95号鸿展大厦或欣贺股份指定地点，运费及

装卸费用由欣贺股份承担，欣贺股份于供货方向其开具正规的增值税专用发票且欣贺股份出具收货凭证后一个月内付款，最终实际货款金额以双方确定的《结算函》为准。

（13）根据欣贺股份与历灯（北京）照明设备有限公司签署的《灯具订购合同》（合同编号：GCZ-20160011），欣贺股份向历灯（北京）照明设备有限公司（“供货方”）采购灯具类货物等，合同期限为2016年1月1日至2016年12月31日，购买货物的名称、规格、数量及价格等均由双方在《订购单》中约定，供货方应按照《订购单》的交货期限将货物交付至厦门市湖里大道95号鸿展大厦，运费及装卸费用由供货方承担，欣贺股份于供货方向其开具正规的增值税专用发票且欣贺股份出具收货凭证后一个月内付款，最终实际货款金额以双方确定的《结算函》为准。

（六）销售合同模板

1、品牌委托管理合同：约定委托管理商管理发行人某一品牌服装的专卖店并定期向管理商支付管理费。委托管理合同对委托管理专卖店场地与合同期限、经营权与知识产权、装修要求与费用承担、履约保证金、货品的销售和管理、销售结算及主要费用承担、专卖店（专柜）管理、ERP系统管理、撤店（柜）、合同的解除与终止等进行了框架性的约定。

2、品牌授权经销协议：约定授权经销商在指定地区开设发行人某一品牌的专卖店（专柜），由经销商进行买断式经销。经销协议对专卖店场地与合同期限、经营权与知识产权、装修要求与费用承担、履约保证金与预付款、货品订购与管理、货品销售与专卖店（专柜）管理、ERP系统管理、撤店（柜）、协议的解除与终止等进行了框架性约定。

（七）保荐承销协议

本公司与国金证券股份有限公司签订了《关于欣贺股份有限公司向社会首次公开发行面值1.00元之人民币普通股之承销协议》和《关于首次公开发行股票并上市之保荐协议》；欣贺国际与国金证券股份有限公司签订了《关于欣贺股份

有限公司本次公开发售股份之承销协议》。以上协议的签署符合《中华人民共和国证券法》以及相关法规和政策性文件的规定。

三、对外担保情况

截至本招股说明书签署日，本公司不存在对外担保事项。

四、重大诉讼、仲裁事项

截至本招股说明书签署日，发行人及其子公司不存在尚未了结的或可预见的重大诉讼、仲裁的情形。

五、控股股东、实际控制人和董事、监事、高级管理人员的重大诉讼和仲裁

截至本招股说明书签署日，本公司控股股东、实际控制人、控股子公司、公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员均未涉及重大诉讼和仲裁事项，亦未有涉及刑事诉讼的情形。

一、全体董事、监事、高级管理人员声明

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。


如欣贺股份招股说明书存在虚假记载、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，本人将承担相应的民事赔偿责任，依法赔偿投资者损失。具体的赔偿标准、赔偿主体范围、赔偿金额等详细内容待上述情形实际发生时，依据最终确定的赔偿方案为准。

本公司全体董事、监事、高级管理人员签名：

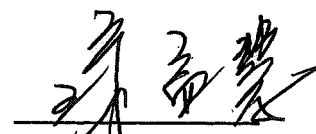
全体董事签名（共九人）：




罗永晖



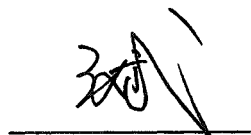
孙瑞鸿




孙孟慧



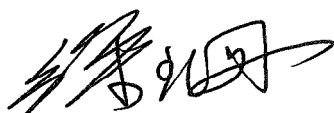
卓建荣




王斌




ONG YEW THIONG,
GILBERT



徐珊

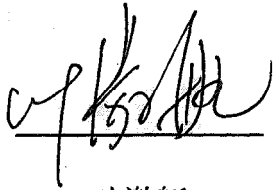


林涛

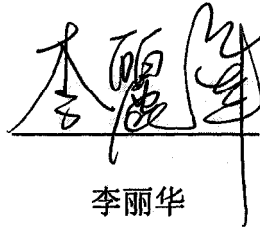


张韶华

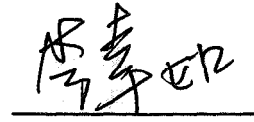
全体监事签名（共三人）：



叶激艇



李丽华



李幸如

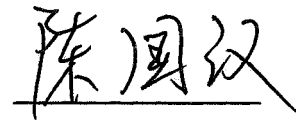
高级管理人员签名（共五人）：



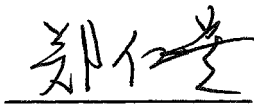
罗永晖



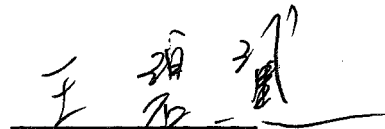
卓建荣



陈国汉



郑仁贵



王碧黛

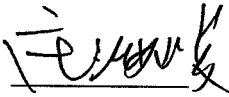
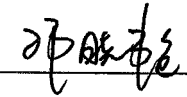


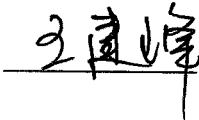
2016年6月17日

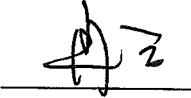
二、保荐机构（主承销商）声明

本公司已对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。

如因本公司为发行人申请首次公开发行 A 股股票并上市而制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，本公司将依照相关法律、法规规定承担民事赔偿责任，赔偿投资者损失。

保荐代表人： 
庄海峻 邓晓艳

项目协办人：
王建峰

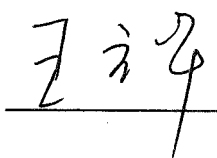
法定代表人：
冉云

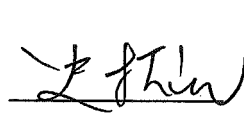


三、发行人律师声明

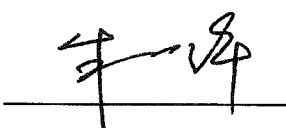
本所及经办律师已阅读招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本所出具的法律意见书和律师工作报告无矛盾之处。本所及经办律师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的法律意见书和律师工作报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

本所已对出具的法律意见书和律师工作报告进行了核查，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。如因本所为发行人首次公开发行 A 股股票并上市而制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，本所将依照相关法律、法规规定承担民事赔偿责任，赔偿投资者损失。

经办律师： 
王立华


史振凯


池晓梅

律师事务所负责人： 
朱小辉



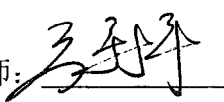
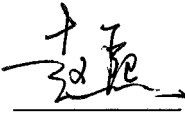
2016年6月17日

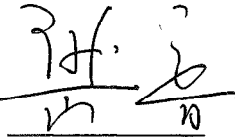
四、审计机构声明

大华特字[2016]001721号

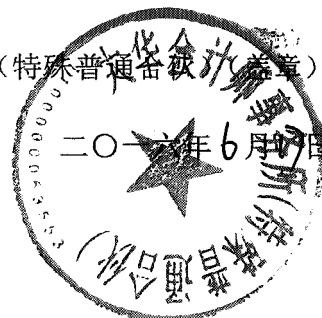
本机构及签字注册会计师已阅读欣贺股份有限公司（以下简称发行人）招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本机构出具的大华审字[2016]000675号审计报告、大华核字[2016]000220号内部控制鉴证报告及经本机构核验的大华核字[2016]000222号非经常性损益鉴证报告无矛盾之处。本机构及签字注册会计师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的审计报告、内部控制鉴证报告及经本机构核验的非经常性损益明细表的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

本机构已对出具的报告进行了核查，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。如因本机构为发行人首次公开发行A股股票并上市而制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，本机构将依照相关法律、法规规定承担民事赔偿责任，赔偿投资者损失，如能证明无过错的除外。

经办注册会计师： 
弓新平 赵熙

会计师事务所负责人：
梁春

大华会计师事务所（特殊普通合伙）（盖章）

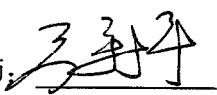
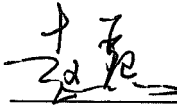


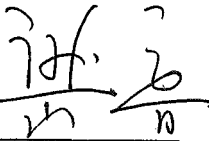
五、验资机构声明

大华特字[2016]001722 号

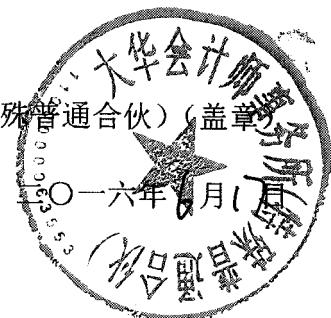
本机构及签字注册会计师已阅读欣贺股份有限公司（以下简称发行人）招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本机构出具的大华验字[2011]272号验资报告及大华验字[2012]135号验资报告无矛盾之处。本机构及签字注册会计师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的验资报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

本机构已对出具的报告进行了核查，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。如因本机构为发行人首次公开发行 A 股股票并上市而制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，本机构将依照相关法律、法规规定承担民事赔偿责任，赔偿投资者损失，如能证明无过错的除外。

经办注册会计师： 
弓新平 赵熙

会计师事务所负责人：
梁春

大华会计师事务所（特殊普通合伙）（盖章）

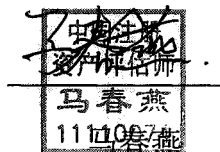
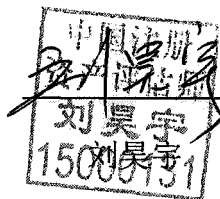


六、资产评估机构声明

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。

本机构已对出具的报告进行了核查，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。如因本机构为发行人首次公开发行 A 股股票并上市而制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，本机构将依照相关法律、法规规定承担民事赔偿责任，赔偿投资者损失。

经办注册资产评估师：

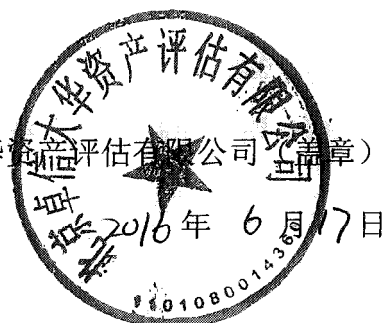


资产评估机构负责人：



林梅

北京卓信大华资产评估有限公司（盖章）



第十七节 备查文件

一、本招股说明书的备查文件

投资者可以查阅与本次公开发行有关的正式法律文件，该等文件也在指定的网站上披露，具体如下：

- 1、发行保荐书及发行保荐工作报告；
- 2、财务报表及审计报告；
- 3、内部控制鉴证报告；
- 4、经注册会计师核验的非经常性损益明细表；
- 5、法律意见书及律师工作报告；
- 6、公司章程（草案）；
- 7、中国证监会核准本次发行的文件；
- 8、其他与本次发行有关的重要文件。

二、查阅时间

本次发行承销期间，除法定节假日以外的每日上午9:00-11:30，下午13:30-16:30。

三、查阅地点

投资者可于本次发行承销期间，到本公司或保荐人（主承销商）的办公地点查阅。

四、查阅网址

上海证券交易所网站：<http://www.sse.com.cn>