

雷迪波尔服饰股份有限公司

Raidy Boer Fashion Garment Co., Ltd.

(成都市温江区成都海峡两岸科技产业开发园新华路)



Raidy Boer

首次公开发行股票

招股说明书

(申报稿)

保荐人（主承销商）

 **国金证券股份有限公司**

(四川省成都市东城根上街 95 号)

雷迪波尔服饰股份有限公司 首次公开发行股票招股说明书 （申报稿）

本公司的发行申请尚未得到中国证监会批准，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。投资者应该以正式公告的招股说明书全文作为投资决定的依据。

发行股票类型	人民币普通股（A 股）		
预计发行量	不超过 5, 000 万股（包括公开发行的新股及公司股东公开发售的股份）		
预计发行新股数量	不超过 5, 000 万股		
股东公开发售股份（即老股转让）的相关安排	不超过 2, 500 万股，且不超过自愿设定 12 个月及以上限售期的投资者获得配售股份的数量。拟公开发售股份的股东为刘长明、雷迪波尔投资和张仕国，其转让数量按照本次老股转让总数及刘长明、雷迪波尔投资、张仕国相对持股比例计算。老股转让所得资金不归公司所有。请投资者在报价、申购过程中考虑公司股东公开发售股份的因素		
每股面值	人民币 1. 00 元	每股发行价格	【】元/股
预计发行日期	【】年 【】月 【】日	发行后总股本	【】万股
拟申请上市证券交易所		深圳证券交易所	
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	1、刘长明、雷迪波尔投资、张仕国、刘安炯承诺：自发行人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人/本公司直接或间接持有的发行人公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购本人/本公司直接或间接持有的发行人公开发行股票前已发行的股份；本人/本公司所持发行人股份在锁定期满后两年内不减持；如超过上述期限拟减持发行人股份的，本人/本公司将提前三个交易日通知发行人并予以公告，并承诺将按照		

	《公司法》、《证券法》、中国证监会及深圳证券交易所相关规定办理。 2、孟晓红、谢中琼、张大生、吴怀成、孟义高承诺：自发行人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人直接或间接持有的发行人公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购本人直接或间接持有的发行人公开发行股票前已发行的股份。 3、德和治新承诺：自发行人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单位持有的发行人公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购本单位持有的发行人公开发行股票前已发行的股份。 4、张斗等 35 名股东承诺：自发行人股票上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理本人直接或间接持有的发行人公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购本人直接或间接持有的发行人公开发行股票前已发行的股份。 5、担任公司董事、监事、高级管理人员的股东刘长明、刘安炯、张仕国、张斗、胡波、刘忠睿、卢山、宋羲承诺：上述股份锁定承诺期限届满后，在本人担任公司董事、监事、高级管理人员期间每年转让的股份不超过本人直接和间接持有公司股份总数的 25%；本人离职后半年内，不转让持有的公司股份；在申报离任六个月后的十二个月内通过深圳证券交易所挂牌交易出售公司股份数量占本人所持有公司股份总数（包括有限售条件和无限售条件的股份）的比例不超过 50%。 6、担任公司董事、高级管理人员的股东刘长明、刘安炯、张仕国、张斗、卢山、宋羲承诺：公司上市后 6 个月内如公司股票连续 20 个交易日的收盘价（公司上市后发生除权除息事项的，上述价格应做相应调整）均低于发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，本人所持公司股票的锁定期限自动延长 6 个月

	。本人不会因职务变更、离职等原因而拒绝履行上述承诺。	
保荐人（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 7 月 2 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。

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

保荐人承诺因其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

一、本次发行方案

（一）发行数量

本次申请向社会公众首次公开发行（包括公开发行新股和老股东公开发售股份）总量不超过 5,000 万股。其中，公司拟公开发行新股不超过 5,000 万股；公司老股东拟公开发售股份不超过自愿设定 12 个月及以上限售期的投资者获得配售股份的数量，且不超过本次向社会公众首次公开发行总量的 50%，即最多不超过 2,500 万股。

（二）公开发行新股和老股东公开发售股份的调整机制

公司将根据发行时公司的实际资金需求及询价结果调整本次公开发行新股的数量（S1），同时确定本次符合条件的老股东公开发售老股数量（S2），调整后 S1 及 S2 须同时满足以下三个条件：

- 1、 $S1+S2 \leq 5,000$ 万股；
- 2、 $(S1+S2) / (S0+S1) \geq 25\%$ ；
- 3、 $S2 \leq 2,500$ 万股，且不超过自愿设定 12 个月及以上限售期的投资者获得配售股份的数量。

注：（1）S0 为公司本次发行前总股本 15,000 万股；（2）S1、S2 计算结果精确到股。

公司符合老股东公开发售老股条件的有刘长明、雷迪波尔投资、张仕国、刘安炯。经该等股东协商，刘安炯自愿放弃公开发售老股，其余三名股东按照下述公式计算确定各自的老股转让数量：

某一符合条件的老股东公开发售老股数量=本次老股东公开发售老股总数量×该股东本次发行前所持符合老股转让条件的股份数量÷本次公开发售老股股东所持符合老股转让条件的股份总数量。

（三）发行费用分摊

公司本次申请首次公开发行股票并上市发行费用包括承销费用、保荐费用、审计费用、律师费用、信息披露费用等。本次发行的承销费由公司和公开发售老

股的老股东按照各自公开发行人新股或发售老股数量占本次合计公开发行股票数量的比例进行分摊，保荐费和其他发行费用由公司承担。

（四）每股发行价格

通过向询价对象初步询价确定发行价格区间，并根据初步询价结果和市场情况确定发行价格（或届时按照证券监管部门认可的方式确定每股发行价格）。公司现有股东公开发售老股的转让价格应与新股发行价格相同。

（五）股东公开发售股份对发行人控制权、治理结构及生产经营的影响

拟公开发售股份的股东中刘长明为公司控股股东、实际控制人，本次发行前刘长明通过直接和间接持股的方式持有公司 68.91%的股份，本次发行后公司控股股东、实际控制人仍为刘长明，控股股东、实际控制人未发生变更。同时，公司董事、高级管理人员、经营管理团队也不会因股东是否发售股份而发生变动。股东公开发售股份不会对公司的控制权、治理结构及生产经营产生重大影响。

保荐机构、发行人律师认为：发行人股东公开发售股份符合《首次公开发行股票时公司股东公开发售股份暂行规定》法规的规定。发行人已经就公司股东公开发售股份履行了相关决策和审批程序；发行人股东公开发售的股份权属清晰，不存在法律纠纷或存在质押、冻结及其他依法不得转让的情况；发行人股东公开发售股份，不会导致发行人的股权结构发生重大变化，不会导致发行人实际控制人发生变更，也不会对发行人公司治理结构和生产经营情况产生重大不利影响。

公司股东发售股份所得资金不归公司所有，请投资者在报价、申购过程中考虑公司股东公开发售股份的因素。

二、股份锁定承诺

1、刘长明、雷迪波尔投资、张仕国、刘安炯承诺：自发行人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人/本公司直接或间接持有的发行人公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购本人/本公司直接或间接持有的发行人公开发行股票前已发行的股份；本人/本公司所持发行人股份在锁定

期满后两年内不减持；如超过上述期限拟减持发行人股份的，本人/本公司将提前三个交易日通知发行人并予以公告，并承诺将按照《公司法》、《证券法》、中国证监会及深圳证券交易所相关规定办理。

2、孟晓红、谢中琼、张大生、吴怀成、孟义高承诺：自发行人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人直接或间接持有的发行人公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购本人直接或间接持有的发行人公开发行股票前已发行的股份。

3、德和治新承诺：自发行人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单位持有的发行人公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购本单位持有的发行人公开发行股票前已发行的股份。

4、张斗等 35 名股东承诺：自发行人股票上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理本人直接或间接持有的发行人公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购本人直接或间接持有的发行人公开发行股票前已发行的股份。

5、担任公司董事、监事、高级管理人员的股东刘长明、刘安炯、张仕国、张斗、胡波、刘忠睿、卢山、宋羲承诺：上述股份锁定承诺期限届满后，在本人担任公司董事、监事、高级管理人员期间每年转让的股份不超过本人直接和间接持有公司股份总数的 25%；本人离职后半年内，不转让持有的公司股份；在申报离任六个月后的十二个月内通过深圳证券交易所挂牌交易出售公司股份数量占本人所持有公司股份总数（包括有限售条件和无限售条件的股份）的比例不超过 50%。

6、担任公司董事、高级管理人员的股东刘长明、刘安炯、张仕国、张斗、卢山、宋羲承诺：公司上市后 6 个月内如公司股票连续 20 个交易日的收盘价（公司上市后发生除权除息事项的，上述价格应做相应调整）均低于发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，本人所持公司股票的锁定期限自动延长 6 个月。本人不会因职务变更、离职等原因而拒绝履行上述承诺。

三、持有发行人 5%以上股份的股东持股意向及减持意向

持有公司 5%以上股份的股东为刘长明、雷迪波尔投资、德和治新、张仕国，上述股东就持股意向作出如下承诺：

1、刘长明、雷迪波尔投资、张仕国承诺：

（1）本人/本公司作为发行人的股东，按照法律法规及监管要求，持有发行人股份，并严格履行发行人首次公开发行股票招股说明书披露的股票锁定承诺。

（2）减持方式：在本人/本公司所持发行人股份的锁定期届满后，本人/本公司减持所持有发行人股份应符合相关法律法规及证券交易所规则要求，减持方式包括但不限于二级市场集中竞价交易方式、大宗交易方式、协议转让方式等。

（3）减持意向：本人/本公司在股票锁定期满后两年内不减持；本人/本公司所持发行人股份在锁定期满后两年后减持的，将根据相关法律法规及证券交易所规则，结合证券市场情况、发行人股份的股票走势及公开信息、本人的业务发展需要等情况，自主决策、择机进行减持。

（4）本人/本公司在减持所持有的发行人股份前，应提前三个交易日予以公告，并按照证券交易所的规则及时、准确、完整地履行信息披露义务。

2、德和治新承诺：

（1）本单位作为发行人股东，按照法律法规及监管要求，持有发行人的股份，并严格履行公司首次公开发行股票招股说明书披露的股票锁定承诺。

（2）减持方式：在本单位所持发行人股份锁定期届满后，本单位减持所持有发行人股份应符合相关法律法规及证券交易所规则要求，减持方式包括但不限于二级市场集中竞价交易方式、大宗交易方式、协议转让方式等。

（3）减持意向：本单位在股票锁定期满后两年内，本单位每年减持的发行人股份数不超过当年可减持总数的 25%；本单位所持发行人股份在锁定期满后两年后减持的，将根据相关法律法规及证券交易所规则，结合证券市场情况、发行人股票走势及公开信息、本单位的业务发展需要等情况，自主决策、择机进行减持。

（4）减持价格：本单位在发行人股份首次公开发行前所持有的发行人股份在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于首次公开发行股票的发行价格（如果因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，须按照深圳证券交易所的有关规定作复权处理）。

（5）本单位在减持所持有的发行人股份前，应提前三个交易日予以公告，并按照证券交易所的规则及时、准确、完整地履行信息披露义务。

四、关于发行人上市后稳定股价的预案及约束措施

（一）发行人启动股价稳定措施的条件

公司股票自挂牌上市之日起三年内，一旦出现连续20个交易日公司股票收盘价均低于公司上一个会计年度末经审计的每股净资产（每股净资产=合并财务报表中归属于母公司普通股股东权益合计数÷上一个会计年度末公司股份总数，下同）情形时（若因除权除息等事项致使上述股票收盘价与公司上一会计年度末经审计的每股净资产不具可比性的，上述股票收盘价应做相应调整），公司将启动股价稳定措施。

（二）股价稳定的具体措施及实施程序

在启动股价稳定措施的条件满足时，公司应在三个交易日内，根据当时有效的法律法规和本预案，控股股东、董事、高级管理人员（包括本预案承诺签署时已就任和未来三年内新聘任的董事、高级管理人员，不包括独立董事，下同）协商一致，选择单独、同时或者按一定顺序实施以下稳定公司股价的具体方案，并履行相应的审批程序和信息披露义务：

1、控股股东通过二级市场以竞价交易方式增持公司股份（以下简称“控股股东增持公司股份”）

在启动股价稳定措施的条件满足时，若公司、控股股东、董事、高级管理人员协商决定选择以控股股东增持公司股份方式稳定股价，控股股东应在5个交易日内提出具体方案（包括拟增持公司股份的数量、价格区间、时间等），并依法履行相应的审批手续，在获得批准后的三个交易日内通知公司，公司应按照相关规定履行信息披露义务。在披露控股股东增持公司股份计划的三个交易日后，控股股东开始实施增持计划。

控股股东增持公司股份的资金为自有资金，增持价格不超过公司上一个会计年度末经审计的每股净资产，使用的资金总额不低于最近三个会计年度累计从公司分得的现金股利（税后）的50%。如果公司股价已经不满足启动稳定公司股价措施的条件，控股股东可不再实施增持公司股份。

控股股东增持公司股份应符合相关法律法规的规定，其增持公司股份后，公司的股权分布应当符合上市条件。

2、公司以法律法规允许的交易方式向社会公众股东回购股份（以下简称“公司回购股份”）

在启动股价稳定措施的条件满足时，若公司、控股股东、董事、高级管理人员协商决定选择以公司回购股份方式稳定股价，公司应在 5 个交易日内召开董事会，讨论向社会公众股东回购公司股份的具体方案，并提交股东大会审议。

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

公司回购股份的资金为自有资金，回购价格不超过公司上一个会计年度未经审计的每股净资产，使用的资金总额不低于上一个会计年度未经审计净利润（以合并财务报表中归属于母公司股东的净利润为准）的 20%，或回购股份数量不低于回购时公司股本的 2%。如果公司股价已经不满足启动稳定公司股价措施的条件，公司可不再实施回购公司股份。

公司回购股份应符合《公司法》、《证券法》、《上市公司回购社会公众股份管理办法（试行）》、《关于上市公司以集中竞价交易方式回购股份的补充规定》等法律、法规、规范性文件的规定。回购股份后，公司的股权分布应当符合上市条件。

3、董事、高级管理人员买入公司股份

在启动股价稳定措施的条件满足时，若公司、控股股东、董事、高级管理人员协商决定选择以董事、高级管理人员买入公司股份方式稳定股价，公司董事、高级管理人员应在 5 个交易日内提出具体方案（包括拟买入公司股份的数量、价格区间、时间等），并依法履行相应的审批手续，在获得批准后的 3 个交易日内通知公司，公司应按照规定履行信息披露义务。在披露董事、高级管理人员买入公司股份的计划的 3 个交易日后，董事、高级管理人员开始实施买入计划。

公司董事、高级管理人员买入公司股份的资金为自有资金，买入价格不超过公司上一个会计年度未经审计的每股净资产，各自使用的资金总额为其上一个会计年度从公司领取税后薪酬额的 30%。如果公司股价已经不满足启动稳定公司股价措施的条件，董事、高级管理人员可不再买入公司股份。

公司董事、高级管理人员买入公司股份应符合相关法律、法规的规定，其买入公司股份后，公司的股权分布应当符合上市条件。

（三）未履行股价稳定措施的约束措施

在股价稳定措施的启动条件满足时，如公司、控股股东、董事、高级管理人员未采取上述稳定股价的具体措施，则按公司制定的《关于相关责任主体未能履行承诺时的约束措施》的规定执行，具体情况参见重大事项提示“六、关于未履行承诺时的约束措施”。

五、关于招股说明书中不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的承诺

（一）发行人的承诺

公司承诺：公司首次公开发行股票招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。若公司首次公开发行股票招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，公司将依法回购首次公开发行的全部新股并对提出索赔并符合条件的投资者予以赔偿，赔偿范围包括股票投资损失及佣金和印花税等损失。公司将按照二级市场价格回购首次公开发行的全部新股，若公司股票有送股、资本公积金转增股本等事项的，回购数量将进行相应调整。

（二）控股股东、实际控制人的承诺

公司控股股东、实际控制人刘长明承诺：公司首次公开发行股票并上市的招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。若公司首次公开发行股票并上市的招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，本人将回购原转让的本人在公司首次公开发行股票前已持有的公司股份，并督促公司回购其本次公开发行的全部新股。本人将按照二级市场价格全部购回已经出售的股份，若公司股票此前有送股、资本公积金转增股本等事项的，回购数量将进行相应调整。同时，本人将与其他签署本承诺函的主体共同对因此而受损的投资者予以赔偿，赔偿范围包括股票投资损失及佣金和印花税等损失。

（三）发行人董事、监事、高级管理人员的承诺

公司董事、监事、高级管理人员承诺：公司首次公开发行股票并上市的招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。若公司首次公开发行股票并上市的招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，本人将与签署本承诺函的其他主体共同依法对投资者予以赔偿，赔偿范围包括股票投资损失及佣金和印花税等损失。

（四）各中介机构的承诺

保荐机构承诺：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，将先行赔偿投资者损失。

发行人会计师承诺：因本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，如能证明无过错的除外。

发行人律师承诺：如因本所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，经司法机关生效判决认定后，本所将依法赔偿投资者因本所制作、出具的文件所载内容有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏而遭受的损失。有权获得赔偿的投资者资格、损失计算标准、赔偿主体之间的责任划分和免责事由等，按照《证券法》、《最高人民法院关于审理证券市场因虚假陈述引发的民事赔偿案件的若干规定》（法释[2003]2号）等相关法律法规的规定执行，如相关法律法规相应修订，则按届时有效的法律法规执行。本所将严格履行生效司法文书确定的赔偿责任，并接受社会监督，确保投资者合法权益得到有效保护。

六、关于未履行承诺时的约束措施

公司及公司股东、董事、监事、高级管理人员将严格履行其在招股说明书中作出的承诺。

1、相关责任主体未履行公开承诺事项，公司应在未履行承诺的事实得到确认的次一交易日公告相关情况。

2、若公司未履行公开承诺，应在未履行承诺的事实得到确认的次一交易日公告相关情况，公司法定代表人将在中国证监会指定报刊上公开作出解释并向投资者道歉。

3、若公司控股股东/实际控制人未履行公开承诺，公司应在未履行承诺的事实得到确认的次一交易日公告相关情况，控股股东/实际控制人应在中国证监会指定报刊上公开作出解释并向投资者道歉。在当年公司向股东分红时，控股股东/实际控制人自愿将其分红所得交由公司代管，作为履行承诺的保证。如果当年分红已经完成，则将下一年分红所得交由公司代管，作为履行承诺的保证。公司控股股东/实际控制人若在股份锁定期届满之前未履行公开承诺，在遵守原有股份锁定承诺的前提下，自愿将锁定期限延长至承诺得到重新履行时。

4、若公司董事、高级管理人员未履行公开承诺，公司不得将其作为股权激励对象，或调整出已开始实施的股权激励方案的行权名单；视情节轻重，公司可以对未履行承诺的董事、监事及高级管理人员，采取扣减绩效薪酬、降薪、降职、停职、撤职等处罚措施。

5、公司将在定期报告中披露相关责任主体的公开承诺履行情况，和未履行承诺时的补救及改正情况。

6、对于公司上市后三年内新聘任的董事（不包括独立董事）、高级管理人员，公司也将要求其履行公司发行上市时董事、高级管理人员作出的关于股价稳定预案的相关承诺。

7、若相关责任主体因未履行公开承诺而受到监管机构的立案调查，或受到相关处罚，公司将积极协助和配合监管机构的调查，或协助执行相关处罚。

七、滚存利润的安排

根据 2013 年 9 月 6 日公司 2013 年第一次临时股东大会决议，公司公开发行社会公众 A 股股票前的滚存利润由发行后的新老股东按持股比例共享。

八、本次发行后发行人股利分配政策、计划及规划

（一）利润分配的原则

公司充分重视对投资者的合理投资回报，同时兼顾全体股东的整体利益及公

司的长远利益和可持续发展。

公司利润分配以合并报表与母公司报表中可供分配利润的低者为准，利润分配政策应保持连续性和稳定性，并坚持按照法定顺序分配利润和同股同权、同股同利的原则。公司利润分配不得超过累积可分配利润的范围，不得损害公司持续经营能力。

（二）利润分配的形式

公司采取积极的现金方式或者现金与股票相结合方式分配股利，其中优先以现金分红方式分配股利。具备现金分红条件的，应当采用现金分红进行利润分配；采用股票股利进行利润分配的，应当充分考虑公司成长性、每股净资产的摊薄等因素。

公司可以进行中期现金分红。公司董事会可以根据当期的盈利规模、现金流状况、发展阶段及资金需求状况，提议公司进行中期分红。

（三）利润分配的具体条件和比例

1、在公司当年实现的净利润为正数且当年末累计未分配利润为正数的情况下，公司应当进行现金分红，且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 20%。具体每个年度的分红比例由董事会根据公司年度盈利状况和未来发展资金使用计划提出预案。

2、在公司经营状况良好，且董事会认为每股收益、股票价格与股本规模、股本结构不匹配时，公司可以在满足上述现金分红比例的前提下，同时采取发放股票股利的方式分配利润。公司在确定以股票方式分配利润的具体金额时，应当充分考虑以股票方式分配利润后的总股本是否与目前的经营规模、盈利增长速度相适应，并考虑对未来债权融资成本的影响，以确保利润分配方案符合全体股东的整体利益和长远利益。

3、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%；

公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，可以按照前项规定处理。

4、上述重大资金支出事项是指以下任一情形：

（1）公司未来十二个月内拟对外投资、收购或购买资产累计支出达到或超过最近一次经审计净资产的 30%或资产总额的 20%；

（2）公司当年经营活动产生的现金流量净额为负；

（3）中国证监会或者深圳证券交易所规定的其他情形。

（四）公司上市后三年股东分红回报规划

公司上市后三年内，在当年实现的净利润为正数且当年末累计未分配利润为正数的情况下，公司应当进行现金分红，且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 20%。由于公司正处于成长期且有重大资金支出安排，进行利润分配时，现金分红在当次利润分配中所占比例最低应达到 20%。

公司在确保当年现金股利分配且未分配利润达到或超过股本 100%的前提下，可另行增加至少一次股票股利分配。

公司审议、实施利润分配方案，必须严格履行中国证监会、证券交易所相关规定，以及《公司章程》相关条款规定的决策程序。

九、本次募集资金到位摊薄即期回报的风险提示

根据本次发行方案，公司拟向公众投资者发行不超过 5,000 万股股票，本次公开发行股份数量占发行后总股本的比例不低于 25%，本次发行完成后公司的股本规模将有所增加。本次发行募集资金将在扣除发行费用后投入“营销渠道建设、设计研发中心扩建和信息系统提升建设”三个项目，由于募集资金投资项目无法在发行当年即产生预期效益，但公司的总股本将会增加，而公司的业务规模和净利润可能无法获得相应幅度的增长，公司每股收益（扣除非经常损益后的每股收益、稀释每股收益）受股本摊薄影响，相对上年度每股收益将可能下降，公司即期回报将可能被摊薄。因此，公司特提请投资者关注公司首次公开发行股票摊薄

即期回报的风险。

针对首次公开发行股票后即期回报摊薄的风险，公司制定了填补即期回报的具体措施，公司董事、高级管理人员对公司填补回报措施能够得到切实履行作出了承诺，具体内容参见第十一节“七（五）相关主体关于公司填补回报措施的承诺”。

特提请投资者关注，公司制定填补回报措施不等于对公司未来利润做出保证。

十、提醒投资者特别关注的风险

公司提醒投资者认真阅读第四节“风险因素”的全部内容，特别关注以下风险：

（一）宏观经济变动的风险

作为传统产业，服装行业的发展与宏观经济发展具有较高的正相关关系。近年来，受全球经济持续低迷等因素影响，我国经济增速持续放缓。如果未来我国经济增速继续放缓，将导致居民收入增幅放缓。当消费者收入预期不佳或对就业状况担忧时，消费者可能会压缩服饰支出。宏观经济环境的不利变化将影响公司的经营业绩。

（二）市场竞争加剧的风险

公司所处的服装行业竞争较为激烈，竞争对手众多，竞争已从价格、广告宣传的竞争逐渐转为包括品牌、设计、渠道、商业模式等全方位的竞争。与国际知名品牌相比，公司在品牌认知度、研发能力方面存在较大差距；与已上市的国内竞争对手相比，公司在资金规模和市场占有率方面存在一定差距。公司如果不能继续保持和提升在产品研发设计、品牌建设等方面已经拥有的市场竞争力，将面临产品销量减少、市场占有率和盈利水平下降的风险。

（三）经营业绩下滑的风险

我国服装行业在经历了前期高速增长后，受宏观经济增速放缓、消费者收入预期下降的影响，自2012年起呈现市场需求疲软、增长乏力的不利局面。根据中华全国商业信息中心的统计数据，2013年全国重点大型零售企业服装商品零

售额同比增长 5.0%，增速较 2012 年全年下滑 7.3 个百分点，增速为 1999 年以来的最低值。2014 年全国重点大型零售企业服装商品零售额同比增长 1.0%，增速较 2013 年下滑 4 个百分点。2015 年全国百家重点大型零售企业服装类商品零售额同比下降 0.3%，增速较上年下降 1.3 个百分点；其中 2015 年 12 月全国百家重点大型零售企业服装类商品零售额同比下降 7.7%，增速较上月低 2.7 个百分点。

报告期内，公司主要经营指标如下：

项目	2015 年度	2014 年度	2013 年度
营业收入	37,072.72	44,897.20	54,239.80
主营业务收入	35,823.29	43,523.98	52,691.69
营业利润	4,849.34	6,595.65	8,414.18
净利润	4,198.19	6,488.12	7,142.44
综合毛利率	58.57%	57.29%	55.31%
净利润率	11.32%	14.45%	13.17%

报告期内公司经营业绩受宏观经济增速放缓、市场竞争加剧等因素的影响，公司营业利润、净利润等主要经营指标呈下滑趋势。如果宏观经济景气度持续下降、市场竞争进一步加剧，不排除未来公司经营业绩持续下降的可能。

（四）加盟业务风险

公司采取加盟和自营相结合的经营模式，加盟业务是公司实现销售的主要方式。报告期内公司加盟和自营业务情况对比如下：

项目	2015-12-31 /2015 年度	2014-12-31 /2014 年度	2013-12-31 /2013 年度
加盟店数量（个）	425	428	468
加盟店数量占门店总数比例	82.36%	82.31%	81.68%
自营店数量（个）	91	92	105
自营店数量占门店总数比例	17.64%	17.69%	18.32%
加盟业务收入	26,146.53	32,907.25	38,537.53
加盟业务收入占主营业务收入比例	72.99%	75.61%	73.14%
自营业务收入	9,676.77	10,616.74	14,154.16
自营业务收入占主营业务收入比例	27.01%	24.39%	26.86%

加盟店在人、财、物等方面皆独立于公司，与公司的利益诉求并不完全一致。加盟商在贯彻公司意图、执行公司发展战略方面可能偏离公司目标。如果加盟商严重违反合同或因其经营管理等方面无法达到公司的要求，公司将解除或不与其续签加盟合同。同时，如果加盟店数量不断增加，公司对加盟商的管理水平没

有相应提高，公司将降低对加盟商的指导和控制。上述情形将对公司的经营业绩造成不利影响。

（五）生产外包的风险

公司采取轻资产运营模式，专注于产品设计研发、品牌推广和产品销售等环节，将生产、配送等环节进行外包。公司产品的产量、质量和当期产品生产周期等，仍限于委托加工厂商的生产能力、加工工艺及管理水平波动等因素。如果未来公司业务规模扩大，公司未能及时提升对生产外包的管理水平，或者委托加工厂商的生产能力和生产工艺不能满足公司要求，则可能导致公司当期产品供应延迟或产品质量下降；同时，由于委托加工厂商负责公司新产品的样衣制作，如果委托加工厂商违反合同约定将公司新产品设计泄露给其他服装企业，公司品牌形象和产品销售将受到不利影响。

（六）募集资金投资项目不能获得预期收益的风险

本次募集资金将投资于营销渠道建设项目、设计研发中心扩建项目和信息系统提升建设项目，公司对本次募集资金投资项目进行了充分、审慎的论证。公司本次募集资金投资项目的可行性分析是基于对经济发展水平及发展速度、市场环境、行业发展趋势、消费者消费习惯等因素，并结合公司多年的经营经验作出。由于市场情况不断发生变化，如果募集资金不能及时到位、市场环境突变或行业竞争加剧等情况发生，都将会给募集资金投资项目的预期效果带来较大影响，从而影响公司的经营业绩。其中营销渠道建设项目投资规模较大，项目实施完毕后，预计年均（含建设期）将实现不含税营业收入22,339万元，净利润4,323万元。该项目经济效益指标系预测性信息，是公司基于2014年初确定募投项目时的宏观经济与市场环境，并根据2011-2013年期间门店平效水平及毛利率等指标所作的预测。随着宏观经济增速持续下降、市场竞争不断加剧，如果经营环境继续恶化，公司营销渠道建设项目将可能无法实现预期的经济效益。

目 录

第一节 释 义	23
第二节 概 览	26
一、发行人简介	26
二、发行人控股股东及实际控制人简介	28
三、主要财务数据	28
四、本次发行概况	29
五、募集资金运用	29
第三节 本次发行概况	31
一、本次发行的基本情况	31
二、拟公开转让股份的股东情况	32
三、与发行有关的机构和人员	32
四、发行上市重要日期	34
第四节 风险因素	35
一、市场风险	35
二、经营风险	36
三、管理风险	40
四、财务风险	42
五、募集资金项目投资风险	43
第五节 发行人基本情况	45
一、发行人基本情况	45
二、发行人的改制重组情况	45
三、发行人设立以来股本的形成及其变化和重大资产重组情况	47
四、发行人历次验资情况	60
五、发行人的股权结构及内部组织结构	61
六、发行人子公司情况	64
七、发起人、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况	64
八、发行人股本情况	70
九、发行人员工及其社会保障情况	73
十、持有 5%以上股份的主要股东以及作为股东的董事、监事、高级管理人员作出的重要承诺及其履行情况	77
第六节 业务和技术	79
一、发行人的主营业务及变化情况	79
二、发行人所处行业的基本情况	83
三、发行人在行业中的竞争地位	94
四、发行人主营业务情况	99
五、主要固定资产与无形资产	162
六、产品的质量控制情况	167
七、特许经营权情况	169
八、发行人技术研发情况	169
九、发行人与时尚麦迪卡的合作情况	172
十、发行人经授权使用商标“FERRANTE”情况	173
第七节 同业竞争与关联交易	176
一、独立性	176

二、同业竞争.....	178
三、关联方、关联关系.....	181
四、关联交易.....	182
五、《公司章程》及其他制度对关联交易决策权限与程序的规定.....	187
六、报告期内发行人关联交易执行情况以及独立董事对关联交易的意见.....	190
七、发行人减少关联交易的措施.....	190
第八节 董事、监事、高级管理人员与核心技术人员.....	192
一、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员简介.....	192
二、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员及其近亲属近三年持有发行人股份情况、所持股份的质押或冻结情况.....	195
三、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员的其他对外投资情况.....	196
四、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员薪酬情况.....	196
五、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员兼职情况.....	197
六、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员相互之间的亲属关系.....	198
七、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员与发行人签订的协议、作出的重要承诺及履行情况.....	198
八、董事、监事和高级管理人员的任职资格.....	198
九、董事、监事和高级管理人员报告期内的变动情况.....	198
第九节 公司治理.....	200
一、股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度的建立和规范运作情况... ..	200
二、发行人近三年违法违规行为情况.....	214
三、发行人资金占用和对外担保的情况.....	214
四、发行人管理层对内控制度的评价及注册会计师意见.....	214
第十节 财务会计信息.....	216
一、报告期内经审计的财务报表主要数据.....	216
二、审计意见.....	223
三、财务报表的编制基础、合并财务报表范围及变化情况.....	223
四、报告期内采用的主要会计政策和会计估计.....	223
五、分部信息.....	237
六、非经常性损益.....	238
七、最近一期末的主要资产情况.....	238
八、最近一期末的主要债项情况.....	239
九、所有者权益及变动情况.....	240
十、现金流量情况.....	241
十一、发行人主要税种、享受的税收优惠政策及纳税情况.....	241
十二、期后事项、或有事项及其他重要事项.....	242
十三、主要财务指标.....	242
十四、历次资产评估情况.....	243
十五、历次验资情况.....	244
第十一节 管理层讨论与分析.....	245
一、财务状况分析.....	245
二、盈利能力分析.....	263
三、现金流量分析.....	289
四、资本性支出分析.....	292
五、财务状况和盈利能力未来趋势分析.....	292
六、股东未来分红回报分析.....	294
七、本次募集资金到位摊薄即期回报的分析.....	294
第十二节 业务发展目标.....	300

一、发行人总体发展规划和经营目标.....	300
二、发行当年及未来两年业务发展规划.....	301
三、拟定上述计划所依据的假设条件.....	303
四、实施上述计划将面临的主要困难以及实现上述计划拟采用的途径.....	304
五、业务发展计划与现有业务的关系.....	304
第十三节 募集资金运用	306
一、本次发行募集资金运用概况.....	306
二、募集资金投资项目情况介绍.....	308
三、募集资金运用对公司财务状况及经营成果的影响.....	334
第十四节 股利分配政策	335
一、股利分配政策及实际股利分配情况.....	335
二、本次发行完成前滚存利润的分配政策.....	341
第十五节 其他重要事项	342
一、信息披露和投资者关系相关情况.....	342
二、重大合同.....	342
三、对外担保情况.....	344
四、重大诉讼或仲裁事项.....	344
第十六节 董事、监事、高级管理人员及有关中介机构声明.....	346
一、发行人全体董事、监事、高级管理人员声明.....	346
二、保荐人（主承销商）声明.....	347
三、发行人律师声明.....	348
四、承担审计业务的会计师事务所声明.....	349
五、承担评估业务的资产评估机构声明.....	350
六、承担验资业务的机构声明.....	351
七、验资复核机构声明.....	352
第十七节 备查文件	353
一、备查文件.....	353
二、查阅地点和时间.....	353
附录：公司拥有的商标、专利及关联方持有的商标情况.....	354
一、发行人拥有的商标情况.....	355
二、发行人所拥有的专利情况.....	363
三、发行人实际控制人刘长明及其关联方所持有的商标.....	367

第一节 释 义

本报告中，除非另有说明，下列词语具有如下特定意义：

常用术语		
发行人、公司、股份公司	指	雷迪波尔服饰股份有限公司
雷迪波尔有限	指	雷迪波尔时尚服饰有限公司，系发行人前身
四川波尔	指	四川波尔服装有限公司，2010年10月更名为雷迪波尔有限
雷迪波尔投资	指	成都雷迪波尔投资有限公司，原名成都华康投资有限公司（简称“华康投资”）
德和治新	指	成都德和治新投资管理中心（有限合伙）
意华堂	指	成都意华堂贸易有限公司，公司全资子公司
雷迪波尔实业	指	成都雷迪波尔实业有限公司，已注销
广州波尔	指	广州波尔贸易有限公司，原名广州雷迪波尔贸易有限公司，已注销
广州胜奥	指	广州胜奥品牌管理咨询有限公司，已注销
成都启尚	指	成都启尚贸易有限公司，已注销
波尔力拓	指	成都波尔力拓投资管理有限公司，原名成都波尔力拓服饰有限公司
成都全盛	指	成都全盛再生资源回收有限公司
深宏商贸	指	南充深宏商贸有限公司
深宏商贸等 11 家南充公司	指	南充深宏商贸有限公司、南充雄业商贸有限公司、南充华信商贸有限公司、南充诺顿商贸有限公司、南充胜达商贸有限公司、南充信都商贸有限公司、南充科力商贸有限公司、南充洛克商贸有限公司、南充吉昌商贸有限公司、南充朗空商贸有限公司、南充元培商贸有限公司
雄业商贸等 10 家公司	指	南充雄业商贸有限公司、南充华信商贸有限公司、南充诺顿商贸有限公司、南充胜达商贸有限公司、南充信都商贸有限公司、南充科力商贸有限公司、南充洛克商贸有限公司、南充吉昌商贸有限公司、南充朗空商贸有限公司、南充元培商贸有限公司，均已注销
成都创源	指	成都创源农业科技有限公司
成都协安	指	成都协安商品混凝土有限公司，已注销
启奥空间	指	成都启奥空间装饰艺术有限责任公司
雅汇商贸	指	成都雅汇商贸有限公司
时尚麦迪卡	指	意大利 Fashionmatica S.R.L.
阿梅德欧·费兰特公司	指	意大利 Amedeo Ferrante S.R.L.，系 2010 年度、2011 年度、2012 年度发行人“ferrante”商标的许可方
费兰特品牌公司	指	意大利 Ferrante Brands S.R.L.，系 2013 年年初至今发行人“ferrante”商标的许可方
卡奴迪路	指	广州卡奴迪路服饰股份有限公司，现更名为摩登大道时尚集团股份有限公司
报喜鸟	指	浙江报喜鸟服饰股份有限公司
七匹狼	指	福建七匹狼实业股份有限公司
九牧王	指	九牧王股份有限公司
希努尔	指	希努尔男装股份有限公司

上市	指	境内首次公开发行 A 股股票并上市
中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
国家发改委	指	中华人民共和国国家发展和改革委员会
保荐机构、主承销商、国金证券	指	国金证券股份有限公司
立信、发行人会计师	指	立信会计师事务所（特殊普通合伙）
发行人律师	指	北京市金杜律师事务所
中联评估	指	中联资产评估集团有限公司
《公司章程》	指	《雷迪波尔服饰股份有限公司章程》
股东、股东大会	指	雷迪波尔服饰股份有限公司股东、股东大会
董事、董事会	指	雷迪波尔服饰股份有限公司董事、董事会
监事、监事会	指	雷迪波尔服饰股份有限公司监事、监事会
《公司法》	指	《中华人民共和国公司法》
《证券法》	指	《中华人民共和国证券法》
报告期	指	2013 年度、2014 年度、2015 年度
报告期各期末	指	2013 年 12 月 31 日、2014 年 12 月 31 日、2015 年 12 月 31 日
报告期末	指	2015 年 12 月 31 日
元、万元	指	人民币元、人民币万元
专业术语		
门店	指	公司从事品牌服装销售的实体店铺和网店，包括加盟店、自营店
加盟店	指	由加盟商开设的店铺，由加盟商自行负责店铺的管理工作并承担相应的责任，根据特许加盟合同，在特定地域、特定时间内加盟商只能在加盟店内销售公司品牌的服装。包括普通加盟店和战略合作店
自营店	指	公司通过与商场签订联营协议或租赁合同取得门店，由公司或委托管理商负责门店的日常经营管理
战略合作店	指	由公司购买店铺，交予加盟商经营，加盟商自行负责店铺的经营管理并承担相应责任；除公司销售给加盟商的产品定价折扣不同之外，战略合作店与普通加盟店相同
集成店	指	为满足现有市场对服饰商品的多种需求，以某一集成化经营性品牌为主导，在同一卖场之内依托品牌的强力引导力，将不同风格、不同类型的品牌在同一种经营文化与展示文化的领导下共同经营，是一种依托强大品牌影响力进行多元产品销售的终端形式
奥特莱斯	指	Outlets 的音译，专指由销售品牌过季、下架、断码商品的商店组成的购物中心，也被称为品牌折扣商城
网店	指	一种能够让消费者在浏览的同时进行实际购买，并且通过各种在线支付手段进行支付，完成交易全过程的网站
平效	指	门店每平方米面积产生的效益，即“门店销售收入/门店面积”，是评估门店业绩的一个重要标准
委托加工	指	公司将自身设计出的产品委托给加工厂生产加工，并全程监督其生产加工过程，对其产品质量严格把关验收
吊牌价	指	标示在产品吊牌上面的价格
PITTI UOMO	指	意大利佛罗伦萨男装展览会，始创于1953年，主办者为意大利 Pitti Immagine SRL，每年1月和6月在意大利佛罗伦萨举办，是业内公认的引领世界男装潮流的顶级展会

CPM	指	俄罗斯莫斯科国际服装展览会，由德国IGED0公司协同杜塞尔多夫展览公司及莫斯科中央展览中心，每年春秋两届在莫斯科举办，是俄罗斯乃至东欧地区最大的专业服装展会
CHIC	指	中国国际服装服饰博览会，主办单位包括中国服装协会、中国国际贸易中心股份有限公司和中国国际贸易促进委员会纺织行业分会，每年一届在北京举行，是中国地区最具规模的服装专业贸易展会
ERP	指	Enterprise Resource Planning，企业资源计划的简称，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
SAP	指	Systems Applications and Products in Data Processing，指企业管理解决方案

招股说明书中若出现部分合计数与各加数直接相加之和在尾数上有差异，均为四舍五入所致。

非经特别说明，招股说明书中财务数据单位均为人民币万元。

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、发行人简介

（一）发行人概况

1、公司简要概述

中文名称：雷迪波尔服饰股份有限公司

英文名称：Raidy Boer Fashion Garment Co., Ltd.

注册资本：15,000 万元

法定代表人：刘长明

注册地址：成都市温江区成都海峡两岸科技产业开发园新华路

公司前身四川波尔成立于 2007 年 6 月 28 日。2010 年 10 月 26 日，四川波尔更名为雷迪波尔有限。2012 年 5 月 21 日，雷迪波尔有限股东会通过决议，同意雷迪波尔有限以经立信审计的截至 2011 年 12 月 31 日净资产为基础，折合发起人股份 15,000 万元，整体变更为股份公司。2012 年 6 月 28 日，股份公司在成都市工商行政管理局核准登记，领取了注册号为 510123000017163 的《企业法人营业执照》。2015 年 11 月 18 日，公司换发统一社会信用代码为 91510100663024409G 的《营业执照》。

2、公司主营业务

公司是一家以商务休闲男装服饰的设计研发、品牌推广和产品销售为核心的品牌运营商。公司采用轻资产运营模式，专注于上述核心业务，将产品生产环节外包。设计研发方面，公司力求将现代工业设计理念和国际流行趋势相结合；品牌推广方面，公司采用多品牌发展策略，并通过参加国际服装展会等方式提升品牌知名度和产品美誉度；产品销售方面，公司通过加盟和自营相结合的模式进行营销网络建设，通过在一二线城市的知名商场、机场设立专卖店或专柜的方式带动各级城市专卖店的经营扩张。

公司采用多品牌发展策略，拥有“Raidy Boer”、“GHILARO”和“Mesimia”

三个自主品牌，以及在中国大陆、香港、澳门地区获得独家授权的意大利“ferrante”品牌。截至报告期末，在全国 26 个省、直辖市、自治区开设 516 个门店，初步建立了覆盖全国的销售网络。

2012 年公司荣获中国服装协会“杰克·第八届中国服装品牌年度最具潜力大奖”，是国家工业和信息化部、中国纺织工业联合会确定的“重点跟踪培育的中国服装家纺自主品牌企业”。2013 年公司设计研发中心被国家工业和信息化部认定为国家级工业设计中心。2016 年公司设计研发中心被中华人民共和国人力资源和社会保障部、中国纺织工业联合会评为全国纺织工业先进集体。

（二）本次发行前股本结构

截至招股说明书签署日，公司的股本结构如下：

序号	股东名称	持股数 (万股)	比例 (%)	序号	股东名称	持股数 (万股)	比例 (%)
1	刘长明	7,354.50	49.03	24	唐清容	3.00	0.02
2	雷迪波尔投资	3,937.50	26.25	25	赵小红	3.00	0.02
3	德和治新	1,339.50	8.93	26	刘卫川	1.50	0.01
4	张仕国	1,284.00	8.56	27	胡 波	1.50	0.01
5	刘安炯	478.50	3.19	28	史海龙	1.50	0.01
6	谢中琼	300.00	2.00	29	王 林	1.50	0.01
7	张大生	150.00	1.00	30	叶琳琳	1.50	0.01
8	吴怀成	31.50	0.21	31	刘 莉	1.50	0.01
9	孟义高	19.50	0.13	32	夏政辉	1.50	0.01
10	张 斗	9.00	0.06	33	刘忠睿	1.50	0.01
11	卢 山	9.00	0.06	34	孟 刚	1.50	0.01
12	宋 羲	9.00	0.06	35	夏旭东	1.50	0.01
13	邱孝富	6.00	0.04	36	孙剑英	1.50	0.01
14	王 强	6.00	0.04	37	苗 波	1.50	0.01
15	全 林	6.00	0.04	38	张立强	1.50	0.01
16	何侑双	4.50	0.03	39	杨玉娥	1.50	0.01
17	邓 浩	3.00	0.02	40	张桂芳	1.50	0.01
18	姚仕军	3.00	0.02	41	孙政立	1.50	0.01
19	郭新贱	3.00	0.02	42	伍 斌	1.50	0.01
20	包海霞	3.00	0.02	43	刘雄英	1.50	0.01
21	刘 红	3.00	0.02	44	李 迪	1.50	0.01
22	赵 林	3.00	0.02	-	-	-	-
23	邱清蓉	3.00	0.02	合计		15,000.00	100.00

二、发行人控股股东及实际控制人简介

公司控股股东、实际控制人为刘长明先生，其直接持有公司49.03%的股份，并分别通过雷迪波尔投资、德和治新闻接持有公司13.39%、6.49%的股份，合计持有公司68.91%的股份。刘长明情况参见第八节“一（一）董事会成员”。

三、主要财务数据

根据立信出具的信会师报字[2016]第110929号《审计报告》，报告期内公司主要财务数据如下：

（一）合并资产负债表主要数据

项目	2015-12-31	2014-12-31	2013-12-31
流动资产	37,970.63	44,562.96	45,868.22
非流动资产	12,008.94	11,943.71	12,735.03
资产合计	49,979.57	56,506.68	58,603.24
流动负债	11,401.69	16,602.04	19,747.64
非流动负债	1,900.21	2,175.15	3,114.23
负债合计	13,301.89	18,777.18	22,861.87
所有者权益合计	36,677.68	37,729.50	35,741.38

（二）合并利润表主要数据

项目	2015 年度	2014 年度	2013 年度
营业收入	37,072.72	44,897.20	54,239.80
营业利润	4,849.34	6,595.65	8,414.18
利润总额	5,016.52	7,661.48	8,431.68
净利润	4,198.19	6,488.12	7,142.44

（三）合并现金流量表主要数据

项目	2015 年度	2014 年度	2013 年度
经营活动产生的现金流量净额	1,360.85	5,921.84	4,478.80
投资活动产生的现金流量净额	-558.06	-171.65	-374.76
筹资活动产生的现金流量净额	-5,833.38	-6,149.33	-133.52
现金及现金等价物净增加额	-5,029.27	-403.63	3,956.95

（四）主要财务指标

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）	3.33	2.68	2.32
速动比率（倍）	2.13	1.76	1.52
资产负债率（母公司）	23.98%	30.58%	36.21%
每股净资产（元）	2.45	2.52	2.38

无形资产（土地使用权除外）占净资产的比例	2.11%	0.32%	0.42%
应收账款周转率（次）	3.00	3.83	4.95
存货周转率（次）	0.85	1.05	1.23
息税折旧摊销前利润	5,999.65	8,768.21	9,847.76
利息保障倍数（倍）	-	235.25	64.15
每股经营活动净现金流量（元）	0.09	0.39	0.30
每股净现金流量（元）	-0.34	-0.03	0.26
加权平均净资产收益率（归属于普通股股东净利润）	10.66%	16.64%	22.20%
加权平均净资产收益率（扣除非经常性损益后的归属于普通股股东的净利润）	10.30%	14.32%	21.15%
基本每股收益（归属于普通股股东净利润，元）	0.28	0.43	0.48
基本每股收益（扣除非经常性损益后的归属于普通股股东的净利润，元）	0.27	0.37	0.45

四、本次发行概况

股票种类	人民币普通股（A股）
每股面值	人民币1.00元
发行股数	本次申请向社会公众首次公开发行总量不超过5,000万股。其中，公司拟公开发行新股不超过5,000万股；公司老股东拟公开发售股份不超过2,500万股
发行方式	采用网下向询价对象配售发行和网上按市值申购方式向社会公众投资者定价发行相结合的方式进行；或采用中国证监会核准的其他发行方式
发行对象	（1）网下投资者：符合中国证监会《证券发行与承销管理办法》规定的投资者；（2）网上发行对象：符合有关规定条件的二级市场投资者；（3）法律未禁止的其他投资者

五、募集资金运用

本次募集资金拟投资于以下项目：

序号	项目名称	投资总额	其中		项目备案号
			建设投资	铺底流动资金	
1	营销渠道建设项目	39,090	33,126	5,964	温经信科技改备案[2014]1号
2	设计研发中心扩建项目	3,337	3,337	-	温经信科技改备案[2014]2号
3	信息系统提升建设项目	5,754	5,754	-	温经信科技改备案[2013]23号
	合计	48,181	42,217	5,964	

上述募集资金投资项目已经公司董事会和股东大会审议通过。

募集资金到位前，公司将根据业务情况，决定是否以自有资金先行投入，如有先行投入，待募集资金到位后将予以置换。

如果本次发行新股的募集资金超过各募集资金项目投资总额的部分，可用于其他与主营业务相关的营运资金；募集资金不足则由公司通过自筹资金解决或由董事会按公司经营发展需要的迫切性，在各募集资金投资的项目中决定优先实施的项目。

募集资金投资项目的具体情况参见第十三节“募集资金运用”。

第三节 本次发行概况

一、本次发行的基本情况

1、股票种类	人民币普通股（A股）
2、每股面值	人民币 1.00 元
3、发行股数及比例	本次申请向社会公众首次公开发行总量不超过 5,000 万股。其中，公司拟公开发行新股不超过 5,000 万股；公司老股东拟公开发售股份不超过 2,500 万股。本次公开发行股份数量占发行后总股本的比例不低于 25.00%，本次发行后，发行人的股本总额将不超过 20,000 万股
4、每股发行价	【】元/股
5、发行市盈率	【】倍（每股收益按照【】经审计的净利润除以本次发行后总股本计算）
6、发行前每股净资产	【】元（按截至【】年【】月【】日经审计净资产全面摊薄计算）
7、发行后每股净资产	【】元（按全面摊薄及扣除发行费用计算）
8、发行市净率	【】倍（每股发行价格与发行后每股净资产之比）
9、发行方式	采用网下向询价对象配售发行和网上按市值申购方式向社会公众投资者定价发行相结合的方式进行；或采用中国证监会核准的其他发行方式
10、发行对象	（1）网下投资者：符合中国证监会《证券发行与承销管理办法》规定的投资者；（2）网上发行对象：符合有关规定条件的二级市场投资者；（3）法律未禁止的其他投资者
11、承销方式	余额包销
12、预计募集资金总额	【】元
13、预计募集资金净额	【】元
14、发行费用概算	【】元
（1）承销费用	【】元
（2）保荐费用	【】元
（3）审计费用	【】元
（4）律师费用	【】元
（5）信息披露等费用	【】元
15、拟上市证券交易所	深圳证券交易所

二、拟公开转让股份的股东情况

公司符合老股东公开发售老股条件的有刘长明、雷迪波尔投资、张仕国、刘安炯。经上述股东协商，刘安炯自愿放弃公开发售老股，其余三名股东按照下述公式计算确定各自的老股转让数量：

某一符合条件的老股东公开发售老股数量=本次老股东公开发售老股总数量×该股东本次发行前所持符合老股转让条件的股份数量÷本次公开发售老股股东所持符合老股转让条件的股份总数量。

三、与发行有关的机构和人员

（一）发行人：雷迪波尔服饰股份有限公司

注册地址：成都市温江区成都海峡两岸科技产业开发园新华路

法定代表人：刘长明

电 话：028-82669970

传 真：028-82669974

联 系 人：宋 羲、全 林

（二）保荐机构（主承销商）：国金证券股份有限公司

注册地址：四川省成都市东城根上街95号

法定代表人：冉 云

电 话：028-86690036、86692803

传 真：028-86690020

保荐代表人：杨会斌、徐彩霞

项目协办人：邹学森

项目经办人：李学军、张淳翌、张祚彬

（三）律师事务所：北京市金杜律师事务所

住 所：北京市朝阳区东三环中路7号北京财富中心写字楼A座40层

负 责 人：王 玲

电 话：028-86203818、010-58785588

传 真：028-86203819

经办律师： 张如积、刘 荣

（四）审计机构：立信会计师事务所（特殊普通合伙）

住 所： 上海市南京东路61号4楼

法定代表人：朱建弟

电 话： 021-63391166

传 真： 021-63392558

经办会计师：姚 辉、杨景欣

（五）验资机构：立信会计师事务所（特殊普通合伙）

住 所： 上海市南京东路61号4楼

法定代表人：朱建弟

电 话： 021-63391166

传 真： 021-63392558

经办会计师：陈 勇、华毅鸿

（六）资产评估机构：中联资产评估集团有限公司

住 所： 北京市西城区复兴门内大街28号凯晨世贸中心东座F4层939室

法定代表人：胡 智

电 话： 028-85578566

传 真： 028-85539704

经办评估师：方炳希、罗向品

（七）股票登记机构：中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司

地 址： 广东省深圳市深南中路1093号中信大厦18楼

电 话： 0755-25938000

传 真： 0755-25988122

（八）拟上市证券交易所：深圳证券交易所

地 址： 深圳市深南东路5045号

法定代表人：宋丽萍

电 话： 0755-82083333

传 真： 0755-82083164

（九）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： 51001870836050605761

上述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与发行人之间不存在直接或间接的股权关系或其他权益关系。

四、发行上市重要日期

事项	日期
询价推介时间	【】年【】月【】日-【】年【】月【】日
定价公告刊登日期	【】年【】月【】日
申购日期	【】年【】月【】日
缴款日期	【】年【】月【】日
股票上市日期	【】年【】月【】日

第四节 风险因素

投资者在评价公司本次发行的股票时，除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。下述风险因素根据重要性或可能影响投资者决策的程度大小排序，该排序并不表示风险因素依次发生。

一、市场风险

（一）宏观经济变动的风险

作为传统产业，服装行业的发展与宏观经济发展具有较高的正相关关系。近年来，受全球经济持续低迷等因素影响，我国经济增速持续放缓。如果未来我国经济增速继续放缓，将导致居民收入增幅放缓。当消费者收入预期不佳或对就业状况担忧时，消费者可能会压缩服饰支出。宏观经济环境的不利变化将影响公司的经营业绩。

（二）市场竞争加剧的风险

公司所处的服装行业竞争较为激烈，竞争对手众多，竞争已从价格、广告宣传的竞争逐渐转为包括品牌、设计、渠道、商业模式等全方位的竞争。与国际知名品牌相比，公司在品牌认知度、研发能力方面存在较大差距；与已上市的国内竞争对手相比，公司在资金规模和市场占有率方面存在一定差距。公司如果不能继续保持和提升在产品研发设计、品牌建设等方面已经拥有的市场竞争力，将面临产品销量减少、市场占有率和盈利水平下降的风险。

（三）电子商务模式冲击的风险

近几年电子商务随着互联网技术和物流业的快速发展而得到广泛运用，服装行业的电子商务销售模式在此背景下得到迅猛发展，成为市场趋势。与传统销售模式相比，服装的电子商务销售模式摆脱了对实体店的依赖，克服了空间和地段的限制，在租金和员工工资等方面具有明显的成本优势。公司电子商务业务与传统实体店销售相比，规模较小。如果公司在电子商务销售方面没有有效的经营策略和措施，经营业绩将受到不利影响。

（四）经营业绩下滑的风险

我国服装行业在经历了前期高速增长后，受宏观经济增速放缓、消费者收入预期下降的影响，自2012年起呈现市场需求疲软、增长乏力的不利局面。根据中华全国商业信息中心的统计数据，2013年全国重点大型零售企业服装商品零售额同比增长5.0%，增速较2012年全年下滑7.3个百分点，增速为1999年以来的最低值。2014年全国重点大型零售企业服装商品零售额同比增长1.0%，增速较2013年下滑4个百分点。2015年全国百家重点大型零售企业服装类商品零售额同比下降0.3%，增速较上年下降1.3个百分点；其中2015年12月全国百家重点大型零售企业服装类商品零售额同比下降7.7%，增速较上月低2.7个百分点。

报告期内，公司主要经营指标如下：

项目	2015 年度	2014 年度	2013 年度
营业收入	37,072.72	44,897.20	54,239.80
主营业务收入	35,823.29	43,523.98	52,691.69
营业利润	4,849.34	6,595.65	8,414.18
净利润	4,198.19	6,488.12	7,142.44
综合毛利率	58.57%	57.29%	55.31%
净利润率	11.32%	14.45%	13.17%

报告期内公司经营业绩受宏观经济增速放缓、市场竞争加剧等因素的影响，公司营业利润、净利润等主要经营指标呈下滑趋势。如果宏观经济景气度持续下降、市场竞争进一步加剧，不排除未来公司经营业绩持续下降的可能。

二、经营风险

（一）加盟业务风险

公司采取加盟和自营相结合的经营模式，加盟业务是公司实现销售的主要方式。报告期内公司加盟和自营业务情况对比如下：

项目	2015-12-31 /2015 年度	2014-12-31 /2014 年度	2013-12-31 /2013 年度
加盟店数量（个）	425	428	468
加盟店数量占门店总数比例	82.36%	82.31%	81.68%
自营店数量（个）	91	92	105
自营店数量占门店总数比例	17.64%	17.69%	18.32%
加盟业务收入	26,146.53	32,907.25	38,537.53
加盟业务收入占主营业务收入比例	72.99%	75.61%	73.14%
自营业务收入	9,676.77	10,616.74	14,154.16

自营业务收入占主营业务收入比例	27.01%	24.39%	26.86%

加盟店在人、财、物等方面皆独立于公司，与公司的利益诉求并不完全一致。加盟商在贯彻公司意图、执行公司发展战略方面可能偏离公司目标。如果加盟商严重违反合同或因其在经营管理等方面无法达到公司的要求，公司将解除或不与其续签加盟合同。同时，如果加盟店数量不断增加，公司对加盟商的管理水平没有相应提高，公司将降低对加盟商的指导和控制。上述情形将对公司的经营业绩造成不利影响。

（二）管理商模式风险

管理商模式是公司自营业务的重要模式之一。截至报告期末，管理商模式下的门店总数为42个，占公司自营店的比例为46.15%，占公司门店总数的比例为8.14%。公司利用管理商在各地所拥有的销售渠道和资源优势进行公司品牌的推广，委托管理商进行门店日常管理，公司向管理商支付管理费。但如因管理商拥有的渠道、资源或管理能力等无法满足公司要求或自身其他原因造成公司终止与其合作，将可能对公司的品牌形象和经营业绩产生负面影响。

（三）不能准确把握流行趋势的风险

随着我国经济发展和居民消费水平的提高，男装市场流行趋势及消费者的需求变化速度加快。如果公司不能及时准确把握男装流行趋势，不断提升公司产品设计研发能力，不能全面满足不同层面消费者需求，将对公司经营业绩产生不利影响。

（四）业务区域较为集中的风险

报告期各期末，公司门店的区域分布如下：

序号	区域	2015-12-31		2014-12-31		2013-12-31	
		加盟店	自营店	加盟店	自营店	加盟店	自营店
1	西南地区	364	37	342	28	374	23
2	华东地区	20	29	35	33	45	45
3	华中地区	18	10	21	12	15	13
4	东北地区	10	8	12	9	19	11
5	西北地区	5	-	10	2	9	2
6	华南地区	4	5	2	7	-	10
7	华北地区	4	2	6	1	6	1
合计		425	91	428	92	468	105

报告期内公司门店主要集中在西南地区（四川、重庆、云南、贵州、西藏）。报告期各期末，公司在西南地区开设门店占公司门店总数的比例分别为69.28%、71.15%和77.71%，报告期内西南地区的主营业务收入占公司主营业务收入的比例分别为72.10%、78.06%和81.85%，公司业务区域分布相对比较集中。如果西南地区的社会和经济环境发生重大不利变化，将对公司的经营业绩产生不利影响。

（五）业绩季节性波动的风险

报告期内公司各季度营业收入情况如下：

季度	2015 年度		2014 年度		2013 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
第一季度	11,444.60	31.95%	16,025.65	36.82%	18,550.98	35.21%
第二季度	7,526.07	21.01%	6,336.33	14.56%	8,686.05	16.48%
第三季度	9,376.05	26.17%	14,486.38	33.28%	17,909.80	33.99%
第四季度	7,476.58	20.87%	6,675.63	15.34%	7,544.86	14.32%
合计	35,823.29	100.00%	43,523.98	100.00%	52,691.69	100.00%

公司营业收入由加盟业务和自营业务两部分构成。加盟业务方面，其直接销售对象为加盟商，由于春夏季货品主要集中在1-3月发货，秋冬季货品主要集中在8-10月发货，因此加盟业务的收入实现主要集中于第一、第三季度。自营业务方面，其直接销售对象为终端消费者，各季度的收入实现相对均衡。由于加盟业务收入占比较高，因此公司第二、第四季度销售收入占比相对较低。上述季节性波动特点对公司的盈利及现金流量在季节间的稳定性带来一定影响。

（六）品牌形象受损的风险

公司产品品牌和形象代表公司的文化内涵和价值体现，品牌形象对公司十分重要。如果发生以下情形将导致公司品牌、注册商标等权益受到侵犯、恶意抢注、诉讼、异议或声誉遭受恶意诋毁，虽然公司将依法进行维权，但将耗费公司一定的财力、物力和人力等资源，从而对公司的正常经营产生不利影响。

1、公司品牌标识、装修陈列风格、服装款式等十分直观，易于模仿。如果公司产品被他人仿制或仿冒，公司商号被他人在非服装类商品使用而造成质量或其他纠纷，公司品牌形象和公司利益将受到不利影响。竞争对手如果采取不正当竞争手段，对公司品牌进行恶意攻击，可能动摇消费者对公司产品的信心，导致客户群体分流。

2、在广告策划、广告投放、品牌宣传环节中经办人员、加盟商、门店员工

等工作失误将导致品牌形象受损。加盟商因自身经营受到有关部门处罚，可能导致公司品牌形象受损而造成一定负面影响。

3、由于公司产品不可能全部在当季实现销售，加之部分产品因设计或营销等原因导致销售未达预期，从而成为过季货品，因此公司每年都要处理一定量的过季货品。过季货品如果处理不当，将有损消费者心中的品牌形象，给公司盈利能力带来不利影响。

（七）生产外包的风险

公司采取轻资产运营模式，专注于产品设计研发、品牌推广和产品销售等环节，将生产、配送等环节进行外包。目前，国内服装生产加工企业数量众多，但资质水平良莠不齐。公司产品的产量、质量和当期产品生产周期等受限于委托加工厂商的生产能力、加工工艺及管理水平波动等因素。如果未来公司业务规模扩大，公司未能及时提升对生产外包的管理水平，或者委托加工厂商的生产能力和生产工艺不能满足公司要求，则可能导致公司当期产品供应延迟或产品质量下降；同时，由于委托加工厂商负责公司新产品的样衣制作，如果委托加工厂商违反合同约定将公司新产品设计泄露给其他服装企业，公司品牌形象和产品销售将受到不利影响。

（八）产品物流的风险

公司产品的运输由第三方物流企业承担。货物运输途中，若发生公司无法控制的意外事件，例如交通事故、自然灾害或其它不可抗力因素，则产品供应可能暂时中断，进而导致公司延迟向门店交付产品，销售可能会错失最佳时机，经营业绩会受到不利影响。

（九）人力成本上升的风险

近年来，随着我国经济的不断发展，人力成本不断上升。报告期内职工薪酬总额分别为6,100.27万元、5,630.56万元和5,231.67万元。如果未来公司人力成本上升导致职工薪酬支出大幅增长，将对公司的盈利能力产生不利影响。

（十）采购成本上升的风险

公司将生产环节进行外包。如果供应商的生产成本提高，原材料的价格、产

品加工费、人工成本出现整体上涨，一是可能增加供应商的经营风险，进而影响公司采购环节的稳定性；二是供应商可能会通过提价把成本上升的压力传导给公司，使公司采购成本增加。如果公司不能把采购成本上升压力及时消除，则会对公司的盈利能力造成较大的影响。

（十一）营销渠道拓展风险

公司营销渠道由加盟店和自营店两部分组成，营销渠道的拓展是影响公司业务发展的核心要素之一。如果公司在营销网络发展过程中出现如下情形：没有储备足够数量的合格管理人员和营销人员；不能寻觅到合适的新开店地点；不能发展到满足公司要求的加盟商和管理商；信息系统和人员素质未能满足日益发展的营销网络管理需要；物流配送系统不能配套支持；管理提升无法支持营销网络的扩张等，公司营销网络的发展将难以达到预期经营效益，将对公司的经营业绩带来一定的负面影响。

（十二）店铺租赁风险

公司部分自营店、本次募投项目的部分自营店、加盟店的店铺采用租赁方式获得。公司、加盟商在与出租方订立租赁协议时，综合考虑了店铺所处地段、当地市场状况、所有权合法性等因素，并由此确定租赁期限。但不排除因租赁物业被有权第三方主张无效或被有权机关认定无效，导致公司、加盟商无法获得店铺，进而对公司的运营造成不利影响的可能。

如果未来店铺租金上涨过快，将增大公司的运营成本，削弱竞争力；或者租赁到期或出租方中途不能将房产租赁给公司、加盟商，而公司、加盟商又未能及时重新选择经营场所，将对公司业绩产生不利影响。

（十三）商标使用风险

2016年4月起，公司在“Mesimia”品牌服装中使用已经注销的关联方广州波尔、雷迪波尔实业曾拥有的“Mesimia”等3个商标（注册号分别为“3496596”、“3936067”、“3936068”）。由于广州波尔已于2011年注销，其拥有的注册号为“3496596”的商标保护期已过期，且广州波尔从未使用过该商标，公司于2016年2月23日向国家行政管理总局商标局提交新商标注册申请。雷迪波尔实业已于2012年注销，但其拥有的注册号为“3936067”、“3936068”的商标保护期未过

期，且雷迪波尔实业从未使用过该等商标。雷迪波尔实业股东刘长明、张仕国通过商标转让声明公证，将该等商标无偿转让给公司，2016年3月24日公司向国家行政管理总局商标局提交上述两项商标的转让申请。

虽然公司已申请注册或受让上述商标，但存在公司申请或受让被商标局驳回的风险，或存在公司的上述商标使用过程中侵犯第三方权益或在申请过程中该商标被第三方抢注的风险，从而使公司遭受经济损失或产生法律纠纷，公司经营业绩和财务状况可能会因此遭到损害。

三、管理风险

（一）人力资源风险

随着公司的持续发展，需要更多的具备相关知识和经验的设计研发、营销、管理等方面的人才，如果公司不能保持管理团队的稳定，又不能引进公司所需的优秀人才，将对公司生产经营和持续发展产生不利影响。

（二）内部控制可能存在有效性不足的风险

由于公司经营环境的形势发展和变化，以及公司生产经营规模的扩大，如果未来公司员工对公司内部控制制度不能有效地贯彻落实，将直接影响公司经营管理目标的实现、公司财产安全和经营业绩。

（三）实际控制人不当控制的风险

刘长明直接持有公司 49.03%的股份，间接持有公司 19.88%的股份，合计持有公司 68.91%的股份，为公司的实际控制人。本次公开发行后，刘长明仍将保持实际控制人地位不变。如果刘长明利用其实际控制人地位，对公司的人事安排、经营决策、投资方向、资产交易、公司章程的修改以及股利分配政策等重大事项的决策进行不当控制，可能对公司及其他股东造成损害。

（四）实际控制人家族成员不当控制的风险

目前公司董事会成员 7 人，其中独立董事 3 人，其余 4 人均均为实际控制人刘长明家族成员；公司 5 名高级管理人员中 3 人为刘长明家族成员。如果刘长明家族成员通过在董事会及管理层占据的席位不当控制公司的人事安排、经营决策等重大事项，可能对公司及其他股东利益造成损害。

四、财务风险

（一）应收账款净额较大的风险

报告期末，公司应收账款净额为11,648.63万元，占同期末流动资产、总资产的比例分别为30.68%、23.31%。报告期各期末公司应收账款主要是应收加盟商的货款。如果未来个别加盟商在特定时期发生支付困难，或现金流紧张，以致拖欠公司货款，则将对公司现金流和资金周转产生不利影响。

（二）存货净额较大的风险

报告期各期末，公司存货净额分别为 13,443.59 万元、13,075.38 万元和 11,704.28 万元，占同期末总资产的比例分别为 22.94%、23.14%和 23.42%，存货净额较大。公司存货是在正常经营过程中产生的，存货变动符合服装行业及公司经营的特点。但存货占用了公司较多的营运资金，若市场环境发生变化或竞争加剧导致存货跌价或存货变现困难，公司的经营业绩将可能受到不利影响。

（三）未来继续提取资产减值准备的风险

公司已在报告期末按照当时可预见的条件对公司的应收账款、其他应收款、存货等进行了减值测试，并对部分存在减值迹象的资产计提了减值准备，但如果上述资产的质量、价格出现波动或产生收益的能力在未来降低，未来将有可能继续提取资产减值准备，公司财务状况及经营业绩将受到不利影响。

（四）主营业务毛利率下降的风险

报告期内，公司主营业务毛利率分别为54.46%、56.61%和57.90%。如果未来宏观经济增速继续放缓、市场竞争加剧，公司的产品不能保持竞争优势，产品销售价格涨幅小于成本的涨幅，公司主营业务毛利率将存在下降的风险。

（五）税收优惠政策变化的风险

报告期内，公司享受的税收优惠及占同期利润总额的比例如下：

项目	2015 年度	2014 年度	2013 年度
所得税优惠金额	606.86	770.50	1,031.93
利润总额	5,016.52	7,661.48	8,431.68
所得税优惠占利润总额的比例	12.10%	10.06%	12.24%

2011 年 7 月 27 日，财政部、海关总署、国家税务总局颁布《关于深入实施

西部大开发战略有关税收政策问题的通知》（财税[2011]58号），规定自2011年1月1日至2020年12月31日，对设在西部地区的鼓励类产业企业减按15%的税率征收企业所得税。上述鼓励类产业企业是指以《西部地区鼓励类产业目录》中规定的产业项目为主营业务，且其主营业务收入占企业收入总额70%以上的企业。根据《关于深入实施西部大开发战略有关企业所得税问题的公告》（国家税务总局公告2012年第12号）等文件的规定，公司及子公司意华堂已取得当地主管税务机关成都市温江区国家税务局出具的关于2013年度、2014年度和2015年度西部大开发企业所得税优惠的备案文件，公司及意华堂2013年度、2014年度和2015年度企业所得税减按15%税率缴纳。

2014年8月20日，国家发改委颁布《西部地区鼓励类产业目录》。如果政府相关部门认定公司主营业务不属于《西部地区鼓励类产业目录》规定项目，则公司不能享受西部大开发的税收优惠政策，将对公司经营业绩造成一定影响。

五、募集资金项目投资风险

（一）募集资金投资项目不能获得预期收益的风险

本次募集资金将投资于营销渠道建设项目、设计研发中心扩建项目和信息系统提升建设项目。由于市场情况不断发生变化，如果募集资金不能及时到位、市场环境突变或行业竞争加剧等情况发生，都将会给募集资金投资项目的预期效果带来较大影响，从而影响公司的经营业绩。其中营销渠道建设项目投资规模较大，项目实施完毕后，预计年均（含建设期）将实现不含税营业收入22,339万元，净利润4,323万元。该项目经济效益指标系预测性信息，是公司基于2014年初确定募投项目时的宏观经济与市场环境，并根据2011-2013年期间门店平效水平及毛利率等指标所作的预测。随着宏观经济增速持续下降、市场竞争不断加剧，如果经营环境继续恶化，公司营销渠道建设项目将可能无法实现预期的经济效益。

（二）战略合作店模式风险

本次募投项目将新建20个战略合作店，由公司选址购置店铺与加盟商合作经营。与普通加盟店相比，战略合作店需要由公司选址并购置店铺，占用资金较多。如果公司店铺选址不当，或店铺购置价格过高，导致经营未能达到预期效

益，将对公司盈利能力造成不利影响。

第五节 发行人基本情况

一、发行人基本情况

公司名称	雷迪波尔服饰股份有限公司
英文名称	Raidy Boer Fashion Garment Co., Ltd.
注册资本	15,000 万元
法定代表人	刘长明
成立日期	有限责任公司：2007 年 6 月 28 日 股份有限公司：2012 年 6 月 28 日
住 所	成都市温江区成都海峡两岸科技产业开发园新华路 199 号
邮政编码	611130
电 话	028-82669970
传 真	028-82669974
互联网网址	http://www.raidyboer.com
电子信箱	investor@raidyboer.com

二、发行人的改制重组情况

（一）发行人的设立方式

本公司是由雷迪波尔有限整体变更设立的股份公司。2012 年 5 月 21 日，雷迪波尔有限股东会通过决议，同意雷迪波尔有限整体变更设立为股份公司。2012 年 6 月 28 日，变更设立的股份公司在成都市工商行政管理局核准登记，领取了注册号为 510123000017163 的《企业法人营业执照》，注册资本 15,000 万元。

（二）发起人

公司发起人为刘长明等42名自然人和雷迪波尔投资、德和治新2家法人，各发起人的持股情况如下：

序号	发起人	持股数 (万股)	比例 (%)	序号	发起人	持股数 (万股)	比例 (%)
1	刘长明	7,354.50	49.03	23	邱清蓉	3.00	0.02
2	雷迪波尔投资	3,937.50	26.25	24	唐清容	3.00	0.02
3	德和治新	1,339.50	8.93	25	赵小红	3.00	0.02
4	张仕国	1,284.00	8.56	26	刘卫川	1.50	0.01
5	刘安炯	478.50	3.19	27	胡 波	1.50	0.01
6	谢中琼	300.00	2.00	28	史海龙	1.50	0.01
7	张大生	150.00	1.00	29	王 林	1.50	0.01
8	吴怀成	31.50	0.21	30	叶琳琳	1.50	0.01

9	孟义高	19.50	0.13	31	刘 莉	1.50	0.01
10	张 斗	9.00	0.06	32	夏政辉	1.50	0.01
11	卢 山	9.00	0.06	33	刘忠睿	1.50	0.01
12	宋 羲	9.00	0.06	34	孟 刚	1.50	0.01
13	邱孝富	6.00	0.04	35	夏旭东	1.50	0.01
14	王 强	6.00	0.04	36	苗 波	1.50	0.01
15	全 林	6.00	0.04	37	张立强	1.50	0.01
16	何侑双	4.50	0.03	38	杨玉娥	1.50	0.01
17	邓 浩	3.00	0.02	49	张桂芳	1.50	0.01
18	姚仕军	3.00	0.02	40	孙政立	1.50	0.01
19	郭新彧	3.00	0.02	41	孙剑英	1.50	0.01
20	包海霞	3.00	0.02	42	伍 斌	1.50	0.01
21	刘 红	3.00	0.02	43	刘雄英	1.50	0.01
22	赵 林	3.00	0.02	44	李 迪	1.50	0.01
持股数合计（万股）				15,000.00			
持股比例合计（%）				100.00			

（三）在改制设立发行人之前，主要发起人拥有的主要资产和实际从事的主要业务

公司主要发起人为刘长明、雷迪波尔投资、德和治新、张仕国。

1、刘长明

公司改制设立前，刘长明拥有的主要资产为雷迪波尔有限、雷迪波尔投资、成都全盛、深宏商贸的股权以及对德和治新的投资。

2、雷迪波尔投资

公司改制设立前，雷迪波尔投资的主营业务是进行股权投资，主要投资为持有雷迪波尔有限、波尔力拓的股权。

3、德和治新

公司改制设立前，德和治新的主营业务是管理雷迪波尔有限的股权。

4、张仕国

公司改制设立前，张仕国拥有的主要资产为雷迪波尔有限、雷迪波尔投资的股权。

（四）发行人成立时拥有的主要资产和实际从事的主要业务

雷迪波尔有限以2011年12月31日为基准日整体变更为股份有限公司，雷迪波尔有限的整体资产和全部业务，在改制变更股份公司时全部进入股份公司，改制设立时未发生资产、负债、人员重组事项。

公司成立至今，主营业务为以商务休闲男装服饰的设计研发、品牌推广和产品销售为核心的品牌运营。

（五）发行人成立之后，主要发起人拥有的主要资产和实际从事的主要业务

公司成立后，主要发起人刘长明、张仕国、雷迪波尔投资、德和治新所拥有的主要资产和实际从事的主要业务均未发生重大变化。

（六）发行人改制前后的业务流程情况

公司改制前后业务流程未发生实质变化，具体的业务流程参见第六节“四（二）主要业务模式”。

（七）发行人成立以来，在生产经营方面与主要发起人的关联关系及演变情况

公司与主要发起人的关联关系和关联交易参见本节“三（二）发行人资产重组情况”、第七节“三、关联方、关联关系”及“四、关联交易”相关内容。

（八）发行人出资资产的产权变更手续办理情况

公司由雷迪波尔有限整体变更设立，股份公司设立后，承继了雷迪波尔有限的全部资产，雷迪波尔有限的资产产权已全部变更至股份公司名下。

三、发行人设立以来股本的形成及其变化和重大资产重组情况

（一）发行人股本形成及变化

1、2007年6月，四川波尔成立

发行人前身四川波尔成立于2007年6月28日，注册资本500万元，由刘长明、张仕国、刘安炯分别出资400万元、75万元、25万元，各股东出资均为货币。四川中一会计师事务所有限公司对四川波尔股东截至2007年6月22日的出资进行审验，并出具川中会验（2007）第148号《验资报告》，确认本次出资已经缴足。2007年6月29日，四川波尔取得了成都市温江工商行政管理局核发的

注册号为成工商法字 5101232801620 的《企业法人营业执照》。四川波尔设立时的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	比例（%）
1	刘长明	400.00	80.00
2	张仕国	75.00	15.00
3	刘安炯	25.00	5.00
合计		500.00	100.00

2、2009 年 2 月，四川波尔增资

2009 年 2 月 10 日，四川波尔召开股东会，同意公司注册资本增加 1,000 万元，其中刘长明、张仕国、刘安炯分别增加出资 800 万元、150 万元、50 万元，各股东出资均为货币。本次增资后，公司注册资本变更为 1,500 万元。四川省经纬会计师事务所有限责任公司对四川波尔截至 2009 年 2 月 25 日的新增注册资本进行审验，并出具川经会验（2009）111 号《验资报告》，确认本次增资已经缴足。2009 年 3 月 18 日，四川波尔取得由成都市温江工商行政管理局核发的注册号为 510123000017163 的《企业法人营业执照》。本次增资后，四川波尔的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额(万元)	比例（%）
1	刘长明	1,200.00	80.00
2	张仕国	225.00	15.00
3	刘安炯	75.00	5.00
合计		1,500.00	100.00

3、2010 年 8 月，四川波尔增资

2010 年 7 月 20 日，四川波尔召开股东会，同意吸收孟晓红、华康投资为新股东以及注册资本由 1,500 万元增加到 5,000 万元，其中刘长明增加出资 1,562.50 万元，张仕国增加出资 525 万元，孟晓红出资 100 万元，华康投资出资 1,312.50 万元，各股东出资均为货币。四川智众会计师事务所有限公司对四川波尔截至 2010 年 8 月 16 日的新增注册资本进行审验，并出具川智会验（2010）256 号《验资报告》，确认本次增资已经缴足。2010 年 9 月 6 日，四川波尔办理工商变更登记。本次增资后，四川波尔的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额(万元)	比例（%）
1	刘长明	2,762.50	55.25
2	华康投资	1,312.50	26.25
3	张仕国	750.00	15.00
4	孟晓红	100.00	2.00

5	刘安炯	75.00	1.50
合计		5,000.00	100.00

四川智众会计师事务所有限公司出具的川智会验（2010）256号《验资报告》因笔误导致其存在以下瑕疵：（1）《验资报告》的落款时间为2008年8月19日；（2）《验资报告》对股东增资的审验结果表述为：刘长明、张仕国、孟晓红、华康投资的出资均系由成都市辰兴置业开发有限公司，于2010年8月16日存至四川波尔在中国建设银行成都市温江支行开立的人民币存款账户51001837108051520963账户内。

立信对发行人2010年度增资进行了复核并出具信会师报字[2013]第114063号《关于雷迪波尔服饰股份有限公司2010年增资注册资本实收情况的复核报告》，对四川智众会计师事务所有限公司出具的川智会验（2010）256号《验资报告》存在的上述错误进行了核查和更正，认为四川波尔2010年度增资时各股东的出资均到位，真实有效。

保荐机构和发行人律师对发行人本次增资时成都市辰兴置业开发有限公司相关情况进行了核查。成都市辰兴置业开发有限公司成立于2002年8月21日，发行人本次增资时成都市辰兴置业开发有限公司的注册资本和实收资本均为900万元，股权结构为陶晓蓉持有61.1%，成都市青龙建筑工程公司持有38.9%，注册地址为成都市八里小区双建路300号1幢4楼，经营范围为在成都市范围内从事房地产开发经营（凭资质证经营）。成都市辰兴置业开发有限公司于2016年2月18日出具说明，确认：本公司自设立至今，未对雷迪波尔进行过任何形式的投资；未接受雷迪波尔相关股东的委托，代其出资；不存在委托雷迪波尔相关股东代本公司持有雷迪波尔相关出资的情形；本公司对雷迪波尔各股东的本次出资无任何异议，本公司与雷迪波尔及其本次增资的各股东之间不存在任何纠纷或潜在纠纷。

保荐机构和发行人律师认为，四川智众会计师事务所有限公司出具的川智会验[2010]256号《验资报告》存在瑕疵，部分内容与真实情况不符，该等瑕疵系因笔误所致；根据四川智众会计师事务所有限公司、发行人和成都市辰兴置业开发有限公司的说明，以及立信会计师事务所出具的信会师报字[2013]第114063号《关于雷迪波尔服饰股份有限公司2010年增资注册资本实收情况的复核报告》显示，发行人本次增资时的各股东出资已足额到位，且真实、有效。

4、2010 年 10 月，四川波尔名称变更

2010 年 10 月 12 日，四川波尔召开股东会，同意公司名称由四川波尔变更为雷迪波尔有限。2010 年 10 月 26 日，雷迪波尔有限完成工商变更登记。

5、2011 年 12 月，雷迪波尔有限第一次股权转让

2011 年 12 月 21 日，雷迪波尔有限召开股东会，同意张仕国将所持雷迪波尔有限 187.50 万元的出资额转让给刘长明；同意张仕国将所持雷迪波尔有限 84.50 万元的出资额转让给刘安炯；同意孟晓红将所持雷迪波尔有限 46.50 万元的出资额转让给刘长明。2011 年 12 月 21 日，上述各方签署股权转让协议。

本次股权转让中孟晓红将股权转让给刘长明系家庭成员内部股权结构调整；因双方为夫妻关系，本次股权转让并未支付价款。

本次股权转让中张仕国将部分股权转让给刘长明和刘安炯，系刘长明、张仕国和刘安炯作为发行人主要创始股东之间友好协商后，对其直接持有发行人股份和通过雷迪波尔投资间接持有发行人股份所作的内部结构调整，具体调整方案为：（1）由于本次股权转让前张仕国在发行人股东雷迪波尔投资中没有持股，张仕国要求降低在发行人的持股比例，增加在雷迪波尔投资中的持股比例，从而刘长明、张仕国和刘安炯三人同时在发行人及雷迪波尔投资双重持股，体现三人长期利益的共同绑定；（2）本次股权转让前刘安炯在发行人持股比例较低，因其对发行人的业务发展作出重要贡献，通过本次股权转让提高刘安炯的持股比例；（3）在张仕国将其所持有的发行人部分股权转让给刘长明和刘安炯的同时，刘长明和刘安炯分别将其持有的雷迪波尔投资 200 万元和 250 万元股权转让给张仕国。前述股权转让价格参照雷迪波尔有限和雷迪波尔投资截至 2011 年 10 月 31 日的净资产，分别确定为 4.50 元/单位出资额和 2.53 元/单位出资额，前述股权转让和受让价款抵销后，刘长明向张仕国支付 337.75 万元，张仕国向刘安炯支付 252.25 万元。本次股权结构调整过程中刘长明和张仕国所支付的股权转让款均来自其自有资金，资金来源合法。

2011 年 12 月 22 日，本次股权转让完成工商变更登记。至此，雷迪波尔有限的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	比例（%）
1	刘长明	2,996.50	59.93

2	雷迪波尔投资	1,312.50	26.25
3	张仕国	478.00	9.56
4	刘安炯	159.50	3.19
5	孟晓红	53.50	1.07
合计		5,000.00	100.00

注：华康投资于 2011 年 4 月更名为雷迪波尔投资。

6、2011 年 12 月，雷迪波尔有限第二次股权转让

2011 年 12 月 27 日，雷迪波尔有限召开临时股东会，审议通过《关于公司股权结构调整的议案》，其中：（1）孟晓红将其持有的部分雷迪波尔有限股权转让给公司管理层和骨干员工，参照截至 2011 年 10 月 31 日雷迪波尔有限净资产情况，每单位出资额作价 4.50 元；（2）刘长明将其持有的部分雷迪波尔有限股权以股权出资的方式投入德和治新；（3）刘长明、孟晓红、张仕国分别将其持有的部分雷迪波尔有限股权无偿转让给其直系亲属。2011 年 12 月 27 日，上述各方签订股权转让协议。本次股权转让相关情况如下：

转让方	受让方	转让额		本次转让时在发行人及子公司任职情况/关联关系
		出资额 (万元)	比例(%)	
一、向公司管理层和骨干员工转让股权				
孟晓红	张 斗	3.00	0.06	副总裁、财务总监
	卢 山	3.00	0.06	副总裁、意华堂执行董事、总经理
	宋 羲	3.00	0.06	副总裁、董事会秘书
	王 强	2.00	0.04	审计部经理
	全 林	2.00	0.04	证券事务代表
	邱孝富	2.00	0.04	财务副总监
	何侑双	1.50	0.03	GHILARO 事业部总监
	邓 浩	1.00	0.02	GHILARO 事业部常务副总监、市场开发中心总监
	姚仕军	1.00	0.02	Raidy Boer 事业部副总监、设计研发中心总监
	郭新彧	1.00	0.02	意华堂副总经理
	包海霞	1.00	0.02	国际事业部总经理
	刘 红	1.00	0.02	Raidy Boer 事业部副总监
	赵 林	1.00	0.02	皮具事业部总经理
	邱清蓉	1.00	0.02	Raidy Boer 事业部副总监
	唐清容	1.00	0.02	Raidy Boer 事业部副总监
	赵小红	1.00	0.02	GHILARO 事业部副总监
	叶 英	1.00	0.02	意华堂副总经理陈莉婷的朋友
	刘卫川	0.50	0.01	Raidy Boer 事业部经理
	胡 波	0.50	0.01	Raidy Boer 事业部经理
	史海龙	0.50	0.01	Raidy Boer 设计研发中心经理

	王 林	0.50	0.01	市场开发中心总监助理
	叶琳琳	0.50	0.01	信息中心总监
	刘 莉	0.50	0.01	财务部经理
	夏政辉	0.50	0.01	GHILARO 事业部总监助理
	刘忠睿	0.50	0.01	Raidy Boer 营销中心形象设计部经理
	孟 刚	0.50	0.01	GHILARO 事业部经理
	夏旭东	0.50	0.01	Raidy Boer 事业部经理
	孙剑英	0.50	0.01	Raidy Boer 事业部经理
	苗 波	0.50	0.01	Raidy Boer 设计研发中心经理
	张立强	0.50	0.01	采购管理中心经理
	杨玉娥	0.50	0.01	GHILARO 设计研发中心经理
	张桂芳	0.50	0.01	采购管理中心经理
	孙政立	0.50	0.01	市场开发中心经理
	伍 斌	0.50	0.01	总裁办公室经理
	刘雄英	0.50	0.01	GHILARO 事业部经理
	李 迪	0.50	0.01	意华堂经理
	李 艳	0.50	0.01	Raidy Boer 企划总监宋少白的配偶
小计		36.50	0.73	
二、以股权向德和治新出资				
刘长明	德和治新	446.50	8.93	-
三、向主要股东近亲属转让股权				
刘长明	谢中琼	100.00	2.00	刘长明配偶之母
张仕国	张大生	50.00	1.00	张仕国之弟
孟晓红	吴怀成	10.50	0.21	刘长明之母
	孟义高	6.50	0.13	刘长明配偶之父
小计		167.00	3.34	

本次股权转让的原因、定价依据及支付情况如下：

（1）孟晓红将其持有的部分股权转让给公司管理团队和业务骨干，主要目的是为了对该部分人员进行合理激励，使之与公司形成利益共同体，增强企业主人翁意识。本次股权转让作价参照公司截至 2011 年 10 月 31 日的净资产确定为 4.50 元/单位出资额，受让股权的该部分公司管理团队和业务骨干中除叶英和李艳未支付股权转让款外均已支付股权转让款。

（2）刘长明将其持有的 446.50 万元出资额以股权出资的方式与公司的管理团队及业务骨干共同设立一家有限合伙企业德和治新，是为了稳定公司的核心队伍，有利于公司的长远发展。德和治新的出资额由两部分构成：①刘长明以雷迪波尔有限 446.50 万元出资额作为出资，参照公司截至 2011 年 10 月 31 日的净资产作价 4.50 元/单位出资额，折合人民币 2,009.25 万元；②参与设立德和治新的公司管理团队及业务骨干按相同价格以现金出资合计 753.75 万元。

（3）刘长明、孟晓红将其持有的部分股权无偿转让给刘长明之母吴怀成、

刘长明配偶孟晓红之父母孟义高和谢中琼，是出于对父母的感恩。

（4）张仕国将其持有的雷迪波尔 50 万元出资额无偿转让给其弟张大生，是出于感谢张大生多年来对张仕国生活和工作的帮助和支持。

经核查，上述股权转让中，除近亲属之间的股权转让系无偿转让外，其余股权受让方所支付的股权转让款均系其个人和家庭的自有资金，股权受让方所支付股权转让款的来源合法。本次股权转让的各方均已签订股权转让协议，股权转让行为均系各方真实意思表示，且已经进行工商变更登记，前述股权转让合法合规。

2011 年 12 月 30 日，本次股权转让完成工商变更登记。至此，雷迪波尔有限的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额 (万元)	比例 (%)	序号	股东名称	出资额 (万元)	比例 (%)
1	刘长明	2,450.00	49.00	25	唐清容	1.00	0.02
2	雷迪波尔 投资	1,312.50	26.25	26	叶 英	1.00	0.02
3	德和治新	446.50	8.93	27	刘卫川	0.50	0.01
4	张仕国	428.00	8.56	28	胡 波	0.50	0.01
5	刘安炯	159.50	3.19	29	史海龙	0.50	0.01
6	谢中琼	100.00	2.00	30	王 林	0.50	0.01
7	张大生	50.00	1.00	31	叶琳琳	0.50	0.01
8	吴怀成	10.50	0.21	32	刘 莉	0.50	0.01
9	孟义高	6.50	0.13	33	夏政辉	0.50	0.01
10	张 斗	3.00	0.06	34	刘忠睿	0.50	0.01
11	卢 山	3.00	0.06	35	孟 刚	0.50	0.01
12	宋 羲	3.00	0.06	36	夏旭东	0.50	0.01
13	邱孝富	2.00	0.04	37	孙剑英	0.50	0.01
14	王 强	2.00	0.04	38	苗 波	0.50	0.01
15	全 林	2.00	0.04	39	张立强	0.50	0.01
16	何侑双	1.50	0.03	40	杨玉娥	0.50	0.01
17	邓 浩	1.00	0.02	41	张桂芳	0.50	0.01
18	姚仕军	1.00	0.02	42	孙政立	0.50	0.01
19	郭新彧	1.00	0.02	43	伍 斌	0.50	0.01
20	包海霞	1.00	0.02	44	刘雄英	0.50	0.01
21	刘 红	1.00	0.02	45	李 迪	0.50	0.01
22	赵 林	1.00	0.02	46	李 艳	0.50	0.01
23	邱清蓉	1.00	0.02	-	-	-	-
24	唐清容	1.00	0.02	合计		5,000.00	100.00

7、2012 年 1 月，雷迪波尔有限第三次股权转让

在 2011 年 12 月股权转让过程中，公司台湾籍员工宋少白、陈莉婷所受让的股权分别由李艳、叶英代持。为规范上述代持行为，经刘长明、孟晓红夫妇与宋

少白、陈莉婷协商，李艳、叶英分别将其代持的股权转让给刘长明。2012 年 1 月 20 日，李艳、叶英分别与刘长明签订股权转让协议，2012 年 6 月 7 日本次股权转让完成工商变更登记。至此，雷迪波尔有限的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额 (万元)	比例 (%)	序号	股东名称	出资额 (万元)	比例 (%)
1	刘长明	2,451.50	49.03	24	唐清容	1.00	0.02
2	雷迪波尔投资	1,312.50	26.25	25	赵小红	1.00	0.02
3	德和治新	446.50	8.93	26	刘卫川	0.50	0.01
4	张仕国	428.00	8.56	27	胡 波	0.50	0.01
5	刘安炯	159.50	3.19	28	史海龙	0.50	0.01
6	谢中琼	100.00	2.00	29	王 林	0.50	0.01
7	张大生	50.00	1.00	30	叶琳琳	0.50	0.01
8	吴怀成	10.50	0.21	31	刘 莉	0.50	0.01
9	孟义高	6.50	0.13	32	夏政辉	0.50	0.01
10	张 斗	3.00	0.06	33	刘忠睿	0.50	0.01
11	卢 山	3.00	0.06	34	孟 刚	0.50	0.01
12	宋 羲	3.00	0.06	35	夏旭东	0.50	0.01
13	邱孝富	2.00	0.04	36	孙剑英	0.50	0.01
14	王 强	2.00	0.04	37	苗 波	0.50	0.01
15	全 林	2.00	0.04	38	张立强	0.50	0.01
16	何侑双	1.50	0.03	39	杨玉娥	0.50	0.01
17	邓 浩	1.00	0.02	40	张桂芳	0.50	0.01
18	姚仕军	1.00	0.02	41	孙政立	0.50	0.01
19	郭新彧	1.00	0.02	42	伍 斌	0.50	0.01
20	包海霞	1.00	0.02	43	刘雄英	0.50	0.01
21	刘 红	1.00	0.02	44	李 迪	0.50	0.01
22	赵 林	1.00	0.02	-	-	-	-
23	邱清蓉	1.00	0.02	合计		5,000.00	100.00

陈莉婷、宋少白分别于 2012 年 9 月、2013 年 1 月离职。

保荐机构和发行人律师对李艳、叶英代宋少白、陈莉婷持有发行人股份的真实性进行了核查。该等情形产生的原因是宋少白、陈莉婷为台湾籍，其直接受让股权将导致公司性质变更为中外合资企业，为避免办理中外合资企业审批及工商登记所产生的繁琐手续，本次宋少白和陈莉婷所受让的股份分别由宋少白的配偶李艳和陈莉婷的朋友叶英代持。

根据《关于外商投资者并购境内企业的规定》的规定，外国投资者并购境内企业设立外商投资企业，投资者应依照该规定向审批机关报送申请材料，并经审批机关批准后，由被并购境内企业向登记管理机关办理变更登记或设立登记。据此，宋少白和陈莉婷作为实际出资人购买境内非外商投资企业股东股权的行为未

经主管部门审批，存在违反前述规定的情形。

《中华人民共和国合同法》规定：依法成立的合同，自成立时生效；法律、行政法规规定应当办理批准、登记等手续生效的，依照其规定。最高人民法院《关于适用〈中华人民共和国合同法〉若干问题的解释（一）》第九条规定：“依照合同法第四十四条第二款的规定，法律、行政法规规定合同应当办理批准手续，或者办理批准、登记等手续才生效，在一审法庭辩论终结前当事人仍未办理批准手续的，或者仍未办理批准、登记等手续的，人民法院应当认定该合同未生效”。因此，宋少白和陈莉婷作为实际出资人购买境内非外商投资企业股东股权的行为未经主管部门审批，导致该等股权转让协议成立但未生效。

2012 年 1 月，经被代持方陈莉婷、宋少白与孟晓红、刘长明协商，叶英、李艳于 2012 年 1 月 20 日分别与刘长明签订《股权转让协议》，将其代持的股权全部转让给发行人实际控制人刘长明。由于孟晓红作为转让方同意本次股权受让方在转让协议签订后半年内支付股权转让款，故在纠正该等不规范情形时包括叶英和李艳在内的全部股权受让方均未支付股权转让款，因此 2012 年 1 月叶英和李艳将股权转让给刘长明时刘长明也不再向宋少白、陈莉婷支付转让款。至此，前述不规范的情形得以消除。

经核查，保荐机构和发行人律师认为：宋少白和陈莉婷作为实际出资人购买境内非外商投资企业股东股权的行为未经主管部门审批，导致该等股权转让协议成立但未生效；该等不规范的情形已于 2012 年 1 月通过股权转让的方式予以消除；宋少白和陈莉婷的相关代持行为存在违反当时境外投资者境内投资相关规定，但并不构成重大违法违规行为的情形；前述事宜不会对发行人本次上市构成实质性法律障碍。本次股权转让行为及其后的清理行为真实，相关各方不存在纠纷或潜在纠纷。

8、2012 年 6 月，股份公司整体变更设立

2012 年 5 月 21 日，雷迪波尔有限股东会通过整体变更为股份有限公司的决议，以经立信出具的信会师报字[2012]第 113232 号《审计报告》确认的截至 2011 年 12 月 31 日雷迪波尔有限净资产为基础，折合发起人股份 15,000 万元，净资产扣除折合股本后的余额计入资本公积。本次整体变更经立信出具的信会师报字（2012）第 113501 号《验资报告》验证。2012 年 6 月 28 日经成都市工商行政

管理局核准登记，公司取得注册号为 510123000017163 的《企业法人营业执照》。

股份公司设立后的股权结构如下：

序号	股东名称	持股数 (万股)	比例 (%)	序号	股东名称	持股数 (万股)	比例 (%)
1	刘长明	7,354.50	49.03	24	唐清容	3.00	0.02
2	雷迪波尔投资	3,937.50	26.25	25	赵小红	3.00	0.02
3	德和治新	1,339.50	8.93	26	刘卫川	1.50	0.01
4	张仕国	1,284.00	8.56	27	胡 波	1.50	0.01
5	刘安炯	478.50	3.19	28	史海龙	1.50	0.01
6	谢中琼	300.00	2.00	29	王 林	1.50	0.01
7	张大生	150.00	1.00	30	叶琳琳	1.50	0.01
8	吴怀成	31.50	0.21	31	刘 莉	1.50	0.01
9	孟义高	19.50	0.13	32	夏政辉	1.50	0.01
10	张 斗	9.00	0.06	33	刘忠睿	1.50	0.01
11	卢 山	9.00	0.06	34	孟 刚	1.50	0.01
12	宋 羲	9.00	0.06	35	夏旭东	1.50	0.01
13	邱孝富	6.00	0.04	36	孙剑英	1.50	0.01
14	王 强	6.00	0.04	37	苗 波	1.50	0.01
15	全 林	6.00	0.04	38	张立强	1.50	0.01
16	何侑双	4.50	0.03	39	杨玉娥	1.50	0.01
17	邓 浩	3.00	0.02	40	张桂芳	1.50	0.01
18	姚仕军	3.00	0.02	41	孙政立	1.50	0.01
19	郭新彧	3.00	0.02	42	伍 斌	1.50	0.01
20	包海霞	3.00	0.02	43	刘雄英	1.50	0.01
21	刘 红	3.00	0.02	44	李 迪	1.50	0.01
22	赵 林	3.00	0.02	-	-	-	-
23	邱清蓉	3.00	0.02	合计		15,000.00	100.00

2014 年 3 月 21 日，公司召开股东大会审议通过《关于公司调整发起设立时净资产折股比例的议案》，因预计退换货事项对财务报表进行追溯调整，导致截至 2011 年 12 月 31 日雷迪波尔有限的净资产减少 1,306.09 万元，减少后的净资产为 20,769.78 万元。为此，公司调整整体变更时的折股比例，由调整前的 1.4717：1 变为调整后的 1.3847：1，股本仍为 15,000 万股。

发行人会计师立信于 2014 年 3 月 31 日出具《关于雷迪波尔服饰股份有限公司调整净资产折股比例的验资事项说明》，对该调整事项进行说明。

经核查，保荐机构认为，上述调整更谨慎、准确、合理地反应了公司经营成果，发行人追溯调整后的净资产高于其整体变更时的股本总额，符合《公司法》“有限责任公司变更为股份有限公司时，折合的实收股本总额不得高于公司净资

产额”的规定；发行人已就折股比例变化事项召开股东大会审议通过，履行了必要的内部决策程序，折股比例变化合法、有效，对发行人的出资无影响。

发行人律师认为，前述变化事项已经立信出具《关于雷迪波尔服饰股份有限公司调整净资产折股比例的验资事项说明》，并经发行人 2013 年度股东大会审议通过，取得发行人全体发起人确认，不会对发行人的设立、出资的合法性产生影响。

截至招股说明书签署日，公司股权结构未再发生变化。

（二）发行人资产重组情况

自2001年起，发行人实际控制人刘长明及其配偶孟晓红先后注册成立雷迪波尔实业、广州波尔、成都启尚、四川波尔、广州胜奥、意华堂等公司，从事品牌服装经营。上述公司自成立以来，从事的主营业务均与服装业务有关，主要管理人员存在不同程度的重叠，共享产品设计研发、采购、销售渠道、品牌推广等资源。为消除同业竞争，实现发行人服装业务的独立与完整，刘长明夫妇陆续将雷迪波尔实业等公司的服装业务和主要业务人员整合进入四川波尔，同时保留“ferrante”品牌的经营主体意华堂，将其收购为发行人全资子公司。整合完成后，广州胜奥、广州波尔、雷迪波尔实业、成都启尚相继注销。

发行人及关联方业务演变与资产重组过程如下：

时间	事项
2001 年 6 月	雷迪波尔实业成立，主要进行“Raidy Boer”品牌的宣传推广及营销网络的开拓与管理
2002 年 4 月	广州波尔成立，主要进行“Raidy Boer”品牌的设计研发、供应商管理、西南地区以外区域市场的品牌宣传推广及销售网络开拓与管理
2006 年 8 月	成都启尚成立，主要负责成衣及面辅料进出口，并进行“Raidy Boer”和“GHILARO”品牌的宣传推广及部分销售网络的开拓与管理
2007 年 6 月	四川波尔成立，主要从事“Raidy Boer”和“GHILARO”品牌的部分地区品牌宣传推广及销售网络的开拓与管理
2008 年 2 月	广州胜奥成立，主要负责“GHILARO”品牌的设计研发、供应商开发管理及品牌宣传推广，以及西南地区以外区域市场销售网络的开拓与管理
2009 年 10 月	意华堂成立，负责“ferrante”品牌的经营
2009-2012 年度	刘长明于 2009 年确定以四川波尔作为上市主体后，从 2010 年开始对“Raidy Boer”和“GHILARO”品牌的产品采购、销售进行以下整合：
	（1）国内销售的产品全部由四川波尔组织采购。雷迪波尔实业、广州波尔、成都启尚、广州胜奥不再签订国内产品的销售合同。上述公司为履行尚未终止的销售合同而需要货品采购的，须通过四川波尔进行。
	（2）国外销售的产品由成都启尚组织生产和销售，直至四川波尔取得进出

	口权。 (3) 雷迪波尔实业、广州波尔、成都启尚、广州胜奥陆续执行完所签订的销售合同后进行停业清算，其与服装业务相关的存货、商标、业务渠道及主要人员逐步转移至四川波尔。
2010 年 11 月 和 2011 年 6 月	发行人先后两次收购意华堂的少数股权，意华堂成为发行人的全资子公司
2011 年 7 月	广州胜奥完成工商注销
2011 年 9 月	广州波尔完成工商注销
2012 年 4 月	雷迪波尔实业完成工商注销
2012 年 6 月	发行人整体变更设立股份公司
2012 年 11 月	成都启尚完成工商注销

发行人对雷迪波尔实业等与发行人存在相同业务的四家关联方的资产重组方式为：1、收购关联方的服装存货等；2、整合关联方的业务体系和人员；3、整合完成后该等关联方陆续注销。由于2009年下半年实际控制人刘长明才确定以发行人作为上市主体，而雷迪波尔实业等关联方与加盟商及联营商场等相关业务合作伙伴已签署合同，有些合同不能变更需要履行完毕后才能改由发行人承继，因此资产重组持续时间较长，自2009年一直持续至2012年。其中发行人收购关联方的服装存货及整合业务体系和业务人员的主要期间为2009-2010年，2011-2012年主要是关联方自身未完结的业务合同的持续履行以及关联方注销等后续事宜。发行人资产重组具体情况如下：

1、收购雷迪波尔实业等关联方的服装存货

雷迪波尔实业等关联方长期从事服装业务，积累了一定数量的服装存货。上市主体确定后，雷迪波尔实业等关联方所掌握的服装销售渠道逐步转移到发行人，上述关联方不再进行服装销售，因此将服装存货转让给发行人。发行人2009-2011年期间陆续收购上述关联方的服装存货，具体情况如下表：

项目	2011 年度	2010 年度	2009 年度
雷迪波尔实业	44.62	197.74	2,209.52
广州波尔	-	1.74	525.58
成都启尚	219.61	-	449.58
合计	264.23	199.48	3,184.68

发行人收购上述关联方的服装，由双方根据账面原值、服装成新度、预计可销售价值等因素协商定价，未进行评估。未评估的主要原因包括：（1）该等存货成新度较高，预期收购后能够正常实现销售；（2）总体金额不大，占发行人的资产总额比例较低；（3）该等服装存货与发行人所销售的服装均为相同品牌

的商务休闲男装，发行人可通过其销售渠道进行正常销售。截至2013年底，发行人收购的上述服装存货基本销售完毕。

2、整合雷迪波尔实业等关联方的业务体系与业务人员

雷迪波尔实业等关联方所从事的业务与发行人完全相同，均为服装相关业务。上市主体确定后，该等关联方的全部业务和主要人员逐步转移至发行人，发行人构建起包括设计研发、采购、销售、品牌推广等在内的完整服装品牌运营体系。

广州胜奥于2011年7月完成工商注销，广州波尔于2011年9月完成工商注销，雷迪波尔实业于2012年4月完成工商注销。成都启尚因为拥有进出口权，在2011年6月雷迪波尔有限取得进出口权之前，代理雷迪波尔有限及意华堂的产品和面辅料的进出口，同时由于出口退税办理完结时间较长等原因，其工商注销时间晚于其他三家公司，成都启尚于2012年11月完成工商注销。上述四家公司的主要业务人员于2011年底陆续进入雷迪波尔有限。上述四家公司的基本情况如下：

（1）雷迪波尔实业

雷迪波尔实业成立于2001年6月29日，注册资本80万元，股权结构为刘长明持股75%、张仕国持股25%，注册地址为成都市锦江区年丰巷52号5-3，经营范围为批发、零售：服装、百货、电子电器产品、五金交电、装饰材料、通讯器材（不含无线电发射设备）。2012年3月7日，雷迪波尔实业股东会通过决议，决定停业清算。雷迪波尔实业于2011年12月13日完成国税注销登记，2012年2月22日完成地税注销登记，2012年4月28日完成工商注销登记。自2012年1月起至其注销前，雷迪波尔实业已停止业务经营。

（2）广州波尔

广州波尔成立于2002年4月8日，原名广州雷迪波尔贸易有限公司，2006年更名为广州波尔贸易有限公司，注册资本101万元，股权结构为刘长明持股90%、孟刚持股10%，注册地址为广州市荔湾区人民中路555号510-515房，经营范围为批发和零售贸易（国家专营专控商品除外）。2011年5月10日，广州波尔股东会通过决议，决定停业清算。广州波尔于2011年7月8日完成国税注销登记，2011年9月15日完成地税注销登记，2011年9月19日完成工商注销登记。

（3）成都启尚

成都启尚成立于2006年8月1日，注册资本100万元，股权结构为孟晓红持股80%、张仕国持股10%、刘仕德持股10%，注册地址为成都市锦江区北新街58号世都大厦13楼4、5号，经营范围为销售：服装、日用品、电子产品、五金交电、装饰材料、通讯器材；商品进出口业务（以上项目国家法律法规限制和禁止项目除外）。2012年9月10日，成都启尚股东会通过决议，决定停业清算。成都启尚于2012年11月22日完成国税注销登记，2013年1月24日完成地税注销登记，2012年11月7日完成工商注销登记。自2012年1月起至注销前，成都启尚已基本停止业务经营，业务规模很小，主要为部分无法变更合同主体的出口合同的继续履行及处理服装存货。

（4）广州胜奥

广州胜奥成立于2008年2月21日，注册资本20万元，股权结构为孟晓红持股95%、何侑双持股5%，注册地址为广州市荔湾区人民中路555号516-518房，经营范围为品牌推广、市场调查、咨询。销售：服装、五金、交电、建筑材料。2011年4月29日，广州胜奥股东会通过决议，决定停业清算。广州胜奥于2011年5月5日完成国税注销登记，2011年6月10日完成地税注销登记，2011年7月5日完成工商注销登记。

雷迪波尔实业、广州波尔、成都启尚和广州胜奥四家公司注销前的全体股东均确认：对相关公司的注销不存在异议，对公司注销后的业务及人员的安排不存在任何异议。

3、资产重组对发行人的影响分析

通过资产重组，发行人消除了与关联方的同业竞争，拥有独立完整的资产结构和业务体系，在资产、人员、财务、机构、业务方面与控股股东及实际控制人相互独立，有利于增强发行人的持续盈利能力和可持续发展力。

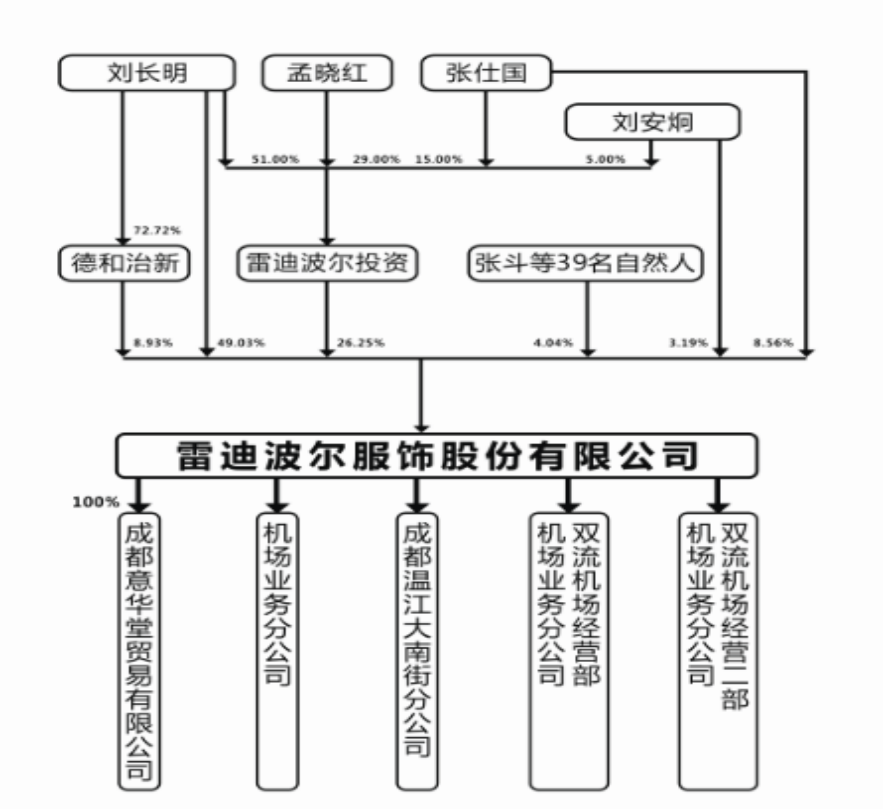
四、发行人历次验资情况

时间	验资目的	注册资本 (万元)	出资方式	验资机构	验资报告号
2007-6-27	设立验资	500	货币	四川中一会计师事务所有限公司	川中会验(2007)第148号
2009-3-5	增资	1,500	货币	四川省经纬会计师事	川经会验(2009)111

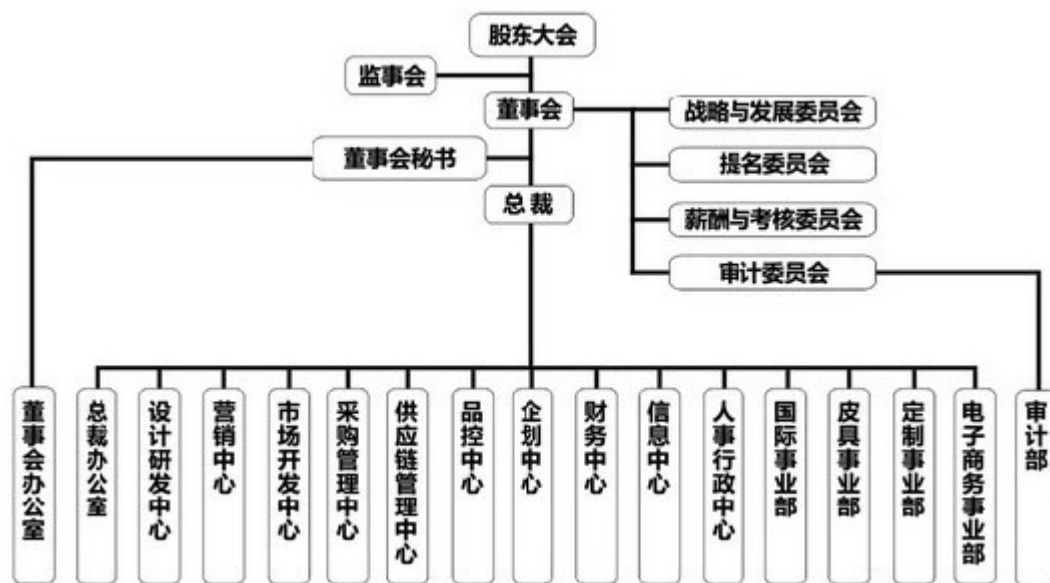
				务所有限责任公司	号
2010-8-19	增资	5,000	货币	四川智众会计师事务所有限公司	川智会验(2010)256号
2012-6-25	变更设立股份公司验资	15,000	经审计净资产	立信	信会师报字(2012)第113501号

五、发行人的股权结构及内部组织结构

（一）股权结构图



（二）内部组织结构图



（三）各职能部门的职责

从公司设立以来的运行情况看，公司管理制度完善，部门职能明确，公司决策机构及职能部门一直对生产经营进行着有效的控制和管理。公司的最高权力机构是股东大会，股东大会下设董事会和监事会，董事会和监事会向股东大会负责，监事会中设有职工代表监事。公司董事会聘任了总裁、副总裁、财务总监、董事会秘书等高级管理人员。公司各部门的主要职责如下：

董事会办公室：组织筹备董事会会议、监事会会议和股东大会，保管会议文件和记录；按相关要求披露有关信息；负责同证券监管部门、证券交易所、投资者、中介机构和媒体的联络与沟通；协助董事会依法行使职权，督办董事会相关决议的执行和落实。

总裁办公室：组织筹备总裁办公会议；落实和督办总裁或总裁办公会议的指令；负责公司接待和外联工作；协调各部门关系，协助总裁日常事务。

设计研发中心：分析服装流行趋势，掌握客户需求；负责品牌服装的风格制定；确定年度产品发展目标，编写季度产品开发企划案；完成品牌服装的设计与打版，保证产品工艺科学性。

营销中心、皮具事业部：负责市场的日常经营管理，会同其他部门筹办各类公司对外交易会、展示会、订货会；负责各自品牌产品在国内的销售及管理，完

成公司下达的销售目标。

市场开发中心：完成公司对已有渠道的维护和深度拓展工作；分析市场机会，寻找新的目标客户。

采购管理中心：负责采购业务的合同签订、合同执行，保证采购业务满足设计研发中心、营销中心及其他部门需求。

供应链管理中心：建立合理的供应商准入、淘汰机制；组织合格供应商评审；开发优质供应商，管理、维护现有合格供应商。

品控中心：制定质量管理体系，经批准后实施。对产品生产进行质量监督与管理，确保公司产品达到各项质量标准；质量异常处理与追踪。

企划中心：负责公司及品牌推广，建立和发展公司文化，组织、参与、指导各类企划活动；负责公司对外形象的建立与宣传。

财务中心：负责公司财务核算、财务管理与财务监督；参与实施全面预算管理；提供各类对内对外报表和财务分析报告；负责公司资金调度与税收事项办理；参与公司的投资评估、合同审核、定价等工作。

信息中心：负责公司信息化规划、建设、维护和管理；组织制定公司数据标准及信息、数据保密制度，确保公司数据服务器安全运行；辅导培训公司员工和各终端门店对信息系统的操作应用。

人事行政中心：统筹管理公司行政、后勤、安全保卫工作，提供部门服务与对外联络。负责人员计划、招聘等人力资源管理工作，满足各部门人力资源需求。

国际事业部：负责公司品牌在中国区以外市场拓展、产品进出口业务管理；负责公司海外团队建立与维护；负责公司引进各项技术服务，搜集海外市场信息；组织参加国外展会。

定制事业部：负责个人定制、团体定制业务。

电子商务事业部：负责公司品牌产品在互联网平台的销售业务，完成公司下达的销售目标。

审计部：负责内部控制制度实施情况的监督，进行内控执行情况评价；对公司及其子公司、分公司进行内部审计；监督预算执行情况、财经纪律的执行情况。

六、发行人子公司情况

截至招股说明书签署日，公司拥有1家全资子公司意华堂，无参股子公司。

意华堂成立于2009年10月13日，由四川波尔、卢山、孟晓红、刘安炯共同出资设立，注册资本和实收资本均为500万元，其中四川波尔持股50%，卢山持股30%，孟晓红持股10%，刘安炯持股10%。2010年11月15日，雷迪波尔有限以原始出资额作价50万元分别收购刘安炯、孟晓红所持有的意华堂股权；2011年6月24日，雷迪波尔有限以原始出资额作价150万元收购卢山所持有的意华堂股权。至此，意华堂成为雷迪波尔有限的全资子公司。

意华堂主要从事“ferrante”品牌服装业务，注册地为成都市温江区成都海峡两岸科技产业开发园新华路，经营范围：批发、零售：日用百货；生产、加工、批发零售：纺织服装、鞋、帽、皮革制品、针纺织品、床上用品、家具；货物、技术进出口（国家法律法规和国务院决定限制和禁止的除外）及其他无需许可或审批的合法项目。

截至报告期末，意华堂总资产4,413.20万元，净资产752.71万元，2015年净利润-326.74万元（以上数据已经立信审计）。

七、发起人、持有发行人5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况

（一）发起人

公司发起人为刘长明等42名自然人和雷迪波尔投资、德和治新2家企业。雷迪波尔投资、德和治新的情况参见本节“七（二）持有发行人5%以上股份的主要股东及实际控制人”。刘长明等42名自然人股东情况如下：

序号	姓名	身份证号码	住所
1	刘长明	51010519751102****	成都市青羊区光华村街9号
2	张仕国	51010219460110****	成都市锦江区锐钿街3号
3	刘安炯	51010519820912****	成都市青羊区光华村街9号
4	谢中琼	51060219501122****	四川省罗江县调元镇醒园街79号
5	张大生	51010319551017****	成都市金牛区文家后巷2号
6	吴怀成	51011119530714****	成都市青羊区文家乡张家碾村7组
7	孟义高	51060219461008****	四川省罗江县调元镇醒园街79号
8	张斗	51011119730802****	成都市高新区永丰路24号附1号
9	卢山	51010319710321****	成都市高新区紫荆西路49号

序号	姓名	身份证号码	住所
10	宋 羲	51010419781226****	成都市武侯区丽都路3号
11	邱孝富	51372319760822****	成都市龙泉驿区大面银河路118号
12	王 强	51070219710510****	四川省绵阳市涪城区长虹大道南段228号
13	全 林	51010319651229****	成都市青羊区守经街6号
14	何侑双	51132119750101****	四川省南部县南隆镇文庙街8号
15	邓 浩	51300119770718****	四川省达州市通川区荷叶街潘家巷16号
16	姚仕军	51102219740520****	成都市温江区涌泉七星街191号
17	郭新戡	22060219770811****	广州市海珠区英华街161号
18	包海霞	23060219800605****	成都市高新区府城大道中段188号
19	刘 红	21040419631213****	辽宁省抚顺市新抚区西三路20号楼
20	赵 林	22070219791103****	吉林省松原市宁江区文化街
21	邱清蓉	51900119720830****	成都市成华区双林中横路49号
22	唐清容	51112319770508****	成都市青羊区东顺路174号
23	赵小红	51070319841106****	四川省绵阳市涪城区磨家镇七星包村1组
24	刘卫川	51360119810419****	成都市成华区建设南路160号
25	胡 波	51078119810408****	成都市武侯区金雁路181号
26	史海龙	51132119870709****	成都市温江区涌泉林泉南街99号
27	王 林	51020219761225****	重庆市渝中区三元寺25号
28	叶琳琳	51010619790214****	成都市金牛区金牛乡兴盛村1组
29	刘 莉	51010319740302****	成都市青羊区鼓楼洞街7号
30	夏政辉	51112119791211****	成都市成华区新鸿南路77号
31	刘忠睿	51300219811015****	成都市成华区建设路2号
32	孟 刚	51060219820308****	四川省罗江县调元镇壘水街2号
33	夏旭东	51012219821019****	四川省双流县彭镇柑梓村5组
34	孙剑英	51302119790321****	成都市温江区公平花都大街西段777号
35	苗 波	61273219781230****	陕西省子洲县驼耳巷乡
36	张立强	51010319700918****	成都市武侯区洗面桥巷5号
37	杨玉娥	61232119800116****	成都市武侯区晋吉北路108号
38	张桂芳	42058219790509****	成都市温江区涌泉清泉南街168号
39	孙政立	51302119730904****	成都市青羊区贝双街111号
40	伍 斌	51011119680518****	成都市武侯区簇桥乡沈家桥村9组
41	刘雄英	51012119810528****	成都市青羊区金河路60号
42	李 迪	51390219840505****	成都市武侯区永盛东街3号

以上发起人均为中国国籍，不拥有境外永久居留权。

（二）持有发行人5%以上股份的主要股东及实际控制人

1、控股股东、实际控制人刘长明

刘长明直接持有公司7,354.50万股股份，占发行前公司总股本的49.03%，通过雷迪波尔投资间接持有公司13.39%的股份，通过德和治新闻间接持有公司6.49%的股份。刘长明对公司的合计持股比例为68.91%，为公司控股股东和实际控制人。刘长明现任公司董事长、总裁，其简历参见第八节“一（一）董事会成

员”。

2、雷迪波尔投资

截至招股说明书签署日，雷迪波尔投资持有公司 3,937.50 万股股份，占发行前公司总股本的 26.25%。

雷迪波尔投资成立于 2009 年 12 月 22 日，成立时的公司名称为华康投资，2011 年 4 月更名为雷迪波尔投资。雷迪波尔投资成立时的注册资本和实收资本均为 2,000 万元，股权结构为刘长明持有 40%、孟晓红持有 40%和刘安炯持有 20%。2010 年 1 月 15 日，刘长明以货币资金对雷迪波尔投资增资 1,000 万元，雷迪波尔投资注册资本和实收资本增加至 3,000 万元，增资后雷迪波尔投资的股东结构变更为刘长明持有 60%、孟晓红持有 26.67%和刘安炯持有 13.33%。2011 年 12 月 21 日，刘长明将其持有雷迪波尔投资 1,800 万元出资中的 200 万元、70 万元分别转让给张仕国、孟晓红，刘安炯将其持有的雷迪波尔投资 400 万元出资中的 250 万元转让给张仕国。本次股权转让完成后，雷迪波尔投资的股权结构情况如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	持股比例（%）
1	刘长明	1,530.00	51.00
2	孟晓红	870.00	29.00
3	张仕国	450.00	15.00
4	刘安炯	150.00	5.00
合计		3,000.00	100.00

此后，雷迪波尔投资的股权结构未再发生变化。截至招股说明书签署日，雷迪波尔投资的法定代表人为孟晓红，注册地址为成都市温江区柳城大南街 85-93 号一幢 5 层，经营范围为：项目投资；投资管理；投资咨询服务（不含期货、证券、金融）及其他无需许可或审批的合法项目。雷迪波尔投资的主要业务是进行项目投资。

截至报告期末，雷迪波尔投资总资产 13,797.39 万元，净资产 13,763.85 万元，2015 年度净利润 1,045.36 万元（以上数据未经审计）。

3、德和治新

截至招股说明书签署日，德和治新持有公司 1,339.50 万股股份，占发行前公司总股本的 8.93%。

德和治新成立于 2011 年 12 月 27 日，系由刘长明以其持有的 446.50 万元雷

迪波尔有限股权作价 2,009.25 万元、刘安炯等 45 名自然人以现金 753.75 万元共同出资设立的有限合伙企业，出资额合计为 2,763.00 万元。德和治新注册地址为成都市温江区柳城大南街 85-93 号，执行事务合伙人为刘长明，经营范围为：项目投资、投资管理、投资咨询服务（以上项目国家法律法规和国务院决定禁止或限制的除外）及其他无需许可或审批的合法项目。德和治新除投资发行人外，未对外进行其他投资。

德和治新出资人基本情况如下：

序号	出资人	出资额 (万元)	出资比例 (%)	在公司及关联方任职情况	直接持有公司股份比例 (%)
1	刘长明	2,009.25	72.72	董事长、总裁	49.03
2	刘安炯	442.08	16.00	副董事长、副总裁	3.19
3	张斗	17.68	0.64	董事、副总裁、财务总监	0.06
4	姚仕军	15.47	0.56	Raidy Boer、Mesimia 设计研发中心总监	0.02
5	何侑双	13.26	0.48	品控中心总监、GHILARO 设计研发中心总监	0.03
6	邱清蓉	13.26	0.48	ferrante 品牌事业部总经理助理	0.02
7	刘红	13.26	0.48	人事行政中心总监	0.02
8	赵小红	11.05	0.40	奥特莱斯事业部副总监	0.02
9	邓浩	11.05	0.40	Raidy Boer 营销中心总监	0.02
10	池成城	11.05	0.40	GHILARO 设计研发中心主管	-
11	易娥	11.05	0.40	采购管理中心员工	-
12	文春风	11.05	0.40	信息中心 SAP 内部顾问	-
13	文红英	11.05	0.40	雷迪波尔投资财务部主管	-
14	罗丽华	11.05	0.40	人事行政中心员工	-
15	罗忠伟	11.05	0.40	人事行政中心员工	-
16	谢勇	11.05	0.40	人事行政中心员工	-
17	符本珍	11.05	0.40	GHILARO 营销中心员工	-
18	罗宏	11.05	0.40	公司管理顾问	-
19	郭新戥	11.05	0.40	曾任意华堂副总经理，已于 2013 年 4 月离职	0.02
20	包海霞	8.84	0.32	Ferrante 品牌事业部总经理	0.02
21	唐清容	8.84	0.32	GHILARO 营销中心总监	0.02
22	赵林	8.84	0.32	皮具事业部总经理	0.02
23	孟刚	8.84	0.32	GHILARO 皮具研发部经理	0.01
24	夏旭东	6.63	0.24	GHILARO 营销中心主管	0.01
25	卢山	4.42	0.16	副总裁、意华堂执行董事、总经理	0.06
26	叶琳琳	4.42	0.16	信息中心总监	0.01
27	刘莉	4.42	0.16	财务中心经理	0.01
28	胡波	4.42	0.16	监事、GHILARO 营销中心副总监	0.01

序号	出资人	出资额 (万元)	出资比例 (%)	在公司及关联方任职情况	直接持有公司股份比例 (%)
29	刘忠睿	4.42	0.16	监事、形象设计中心副总监	0.01
30	刘卫川	4.42	0.16	Raidy Boer 营销中心副总监	0.01
31	孙剑英	4.42	0.16	曾任 Raidy Boer 营销中心经理，已于 2013 年 6 月离职	0.01
32	苗 波	4.42	0.16	曾任 Raidy Boer 设计研发中心经理，已于 2014 年 5 月离职	0.01
33	宋 羲	2.26	0.08	副总裁、董事会秘书	0.06
34	全 林	2.21	0.08	证券事务代表	0.04
35	史海龙	2.21	0.08	Raidy Boer 设计研发中心经理	0.01
36	张桂芳	2.21	0.08	采购管理中心副总监	0.01
37	冯涛明	2.21	0.08	ferrante 品牌事业部副总经理	-
38	夏政辉	2.21	0.08	曾任 ferrante 品牌事业部副总经理，已于 2015 年 9 月离职	0.01
39	张立强	2.21	0.08	采购管理中心经理	0.01
40	孙政立	2.21	0.08	曾任市场开发中心经理，已于 2013 年 6 月离职	0.01
41	刘雄英	2.21	0.08	曾任 GHILARO 督导部经理，已于 2015 年 11 月离职	0.01
42	李 迪	2.21	0.08	意华堂督导部经理	0.01
43	杨玉娥	2.21	0.08	GHILARO 设计研发中心经理	0.01
44	王 林	2.21	0.08	市场开发中心总监	0.01
45	梅彩桃	1.11	0.04	Raidy Boer 营销中心副总监	-
46	杨秀平	1.11	0.04	品控中心副总监	-
合计		2,763.00	100.00	-	52.83

截至报告期末，德和治新总资产 2,784.53 万元，净资产 2,776.53 万元，2015 年度净利润 469.23 万元（以上数据未经审计）。

4、张仕国

截至招股说明书签署日，张仕国持有公司 1,284.00 万股股份，占发行前公司总股本的 8.56%。张仕国现任公司董事，其简历参见第八节“一（一）董事会成员”。

（三）控股股东、实际控制人控制的其他企业

截至招股说明书签署日，除发行人外，控股股东、实际控制人刘长明直接控制的企业包括雷迪波尔投资、德和治新和成都全盛，间接控制的企业包括雷迪波尔投资的控股子公司波尔力拓以及波尔力拓的全资子公司成都创源。雷迪波尔投资及德和治新的情况参见本节“七（二）持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人”。

1、成都全盛

成都全盛成立于 2007 年 11 月 15 日，注册资本和实收资本均为 100 万元，注册地址成都市青羊区黄田坝高坎村三组，经营范围为：再生物资回收与批发；销售：建材，物业管理。

截至招股说明书签署日，成都全盛的股权结构情况如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	持股比例（%）
1	刘长明	70.00	70.00
2	吴礼秋	25.00	25.00
3	周志龙	5.00	5.00
合计		100.00	100.00

截至报告期末，成都全盛总资产 1,357.58 万元，净资产 251.09 万元，2015 年度净利润-3.84 万元（以上数据未经审计）。

2、波尔力拓

波尔力拓成立于 2010 年 7 月 28 日，原名成都波尔力拓服饰有限公司，注册资本和实收资本均为 500 万元，注册地址成都市武侯区武青南路 33 号，原经营范围为：销售皮具、皮衣、皮鞋、皮带、床上用品；项目投资。2012 年 3 月 12 日波尔力拓更名为成都波尔力拓投资管理有限公司，经营范围变更为：投资管理；房地产开发；自有房屋租赁；物业管理；国内商务信息咨询；批发零售：家具、办公用品、展览展示代理。

截至招股说明书签署日，波尔力拓的股权结构情况如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	持股比例（%）
1	雷迪波尔投资	300.00	60.00
2	张彬	200.00	40.00
合计		500.00	100.00

截至报告期末，波尔力拓总资产 11,195.42 万元，净资产 502.79 万元，2015 年度净利润 2.79 万元（以上数据未经审计）。

3、成都创源

成都创源成立于 2013 年 7 月 11 日，是波尔力拓的全资子公司，注册资本和实收资本均为 50 万元，注册地址成都市武侯区武侯新城管委会武青南路 33 号，经营范围为：农业技术开发；销售：农副产品（不含粮油、棉麻、生丝、蚕茧）。

截至报告期末，成都创源总资产 49.57 万元，净资产 49.57 万元，2015 年度净利润-0.09 万元（以上数据未经审计）。

（四）报告期内控股股东、实际控制人曾经控制的其他企业

成都协安成立于 2013 年 7 月 15 日，是波尔力拓的全资子公司，注册资本和实收资本均为 50 万元，注册地址成都市武侯区武侯新城管委会武青南路 33 号，经营范围为：销售：商品混凝土、建辅建材（不含木材、油漆）。

2015 年 9 月 25 日，成都协安股东会通过决议，决定停业清算。成都协安于 2015 年 12 月 25 日完成国税注销登记，2016 年 4 月 5 日完成地税注销登记，2016 年 4 月 14 日完成工商注销登记。

（五）控股股东、实际控制人直接或间接持有发行人股份的质押或其他有争议的情况

截至招股说明书签署日，公司控股股东、实际控制人刘长明直接或间接持有发行人的股份不存在质押或其他争议情形。

八、发行人股本情况

（一）本次拟发行股份及发行前后股本变动情况

本次发行前公司股本为 15,000 万股，本次拟公开发行股票不超过 5,000 万股，其中公司公开发行新股【】万股，公司股东公开发售股份【】万股。本次发行后公司总股本【】万股，本次发行股份占公司发行后总股本的比例不低于 25%。

公司发行股份及发行前后股本变动情况如下：

股份类型		发行前		发行后	
		持股数（万股）	持股比例（%）	持股数（万股）	持股比例（%）
一、发行前股东					
1	刘长明	7,354.50	49.03	【】	【】
2	雷迪波尔投资	3,937.50	26.25	【】	【】
3	德和治新	1,339.50	8.93	【】	【】
4	张仕国	1,284.00	8.56	【】	【】
5	刘安炯	478.50	3.19	478.50	【】
6	谢中琼	300.00	2.00	300.00	【】
7	张大生	150.00	1.00	150.00	【】
8	吴怀成	31.50	0.21	31.50	【】
9	孟义高	19.50	0.13	19.50	【】
10	张斗	9.00	0.06	9.00	【】
11	卢山	9.00	0.06	9.00	【】
12	宋羲	9.00	0.06	9.00	【】
13	邱孝富	6.00	0.04	6.00	【】

股份类型		发行前		发行后	
		持股数（万股）	持股比例（%）	持股数（万股）	持股比例（%）
14	王 强	6.00	0.04	6.00	【】
15	全 林	6.00	0.04	6.00	【】
16	何侑双	4.50	0.03	4.50	【】
17	邓 浩	3.00	0.02	3.00	【】
18	姚仕军	3.00	0.02	3.00	【】
19	郭新彧	3.00	0.02	3.00	【】
20	包海霞	3.00	0.02	3.00	【】
21	刘 红	3.00	0.02	3.00	【】
22	赵 林	3.00	0.02	3.00	【】
23	邱清蓉	3.00	0.02	3.00	【】
24	唐清容	3.00	0.02	3.00	【】
25	赵小红	3.00	0.02	3.00	【】
26	刘卫川	1.50	0.01	1.50	【】
27	胡 波	1.50	0.01	1.50	【】
28	史海龙	1.50	0.01	1.50	【】
29	王 林	1.50	0.01	1.50	【】
30	叶琳琳	1.50	0.01	1.50	【】
31	刘 莉	1.50	0.01	1.50	【】
32	夏政辉	1.50	0.01	1.50	【】
33	刘忠睿	1.50	0.01	1.50	【】
34	孟 刚	1.50	0.01	1.50	【】
35	夏旭东	1.50	0.01	1.50	【】
36	孙剑英	1.50	0.01	1.50	【】
37	苗 波	1.50	0.01	1.50	【】
38	张立强	1.50	0.01	1.50	【】
39	杨玉娥	1.50	0.01	1.50	【】
40	张桂芳	1.50	0.01	1.50	【】
41	孙政立	1.50	0.01	1.50	【】
42	伍 斌	1.50	0.01	1.50	【】
43	刘雄英	1.50	0.01	1.50	【】
44	李 迪	1.50	0.01	1.50	【】
合计		15,000.00	100.00	【】	【】
二、社会公众股		-	-	【】	【】
总股本		15,000.00	100.00	【】	【】

（二）前十名股东情况

序号	股东名称	持股数（万股）	出资比例（%）
1	刘长明	7,354.50	49.03
2	雷迪波尔投资	3,937.50	26.25
3	德和治新	1,339.50	8.93
4	张仕国	1,284.00	8.56
5	刘安炯	478.50	3.19
6	谢中琼	300.00	2.00
7	张大生	150.00	1.00

8	吴怀成	31.50	0.21
9	孟义高	19.50	0.13
10	张斗	9.00	0.06
	卢山	9.00	0.06
	宋羲	9.00	0.06

（三）前十名自然人股东及其在发行人任职情况

序号	股东名称	持股数（万股）	持股比例（%）	在发行人的任职情况
1	刘长明	7,354.50	49.03	董事长、总裁
2	张仕国	1,284.00	8.56	董事
3	刘安炯	478.50	3.19	副董事长、副总裁
4	谢中琼	300.00	2.00	-
5	张大生	150.00	1.00	-
6	吴怀成	31.50	0.21	-
7	孟义高	19.50	0.13	-
8	张斗	9.00	0.06	董事、副总裁、财务总监
9	卢山	9.00	0.06	副总裁、意华堂执行董事、总经理
10	宋羲	9.00	0.06	副总裁、董事会秘书

（四）发行人股本的国有股份或外资股份情况、股东中战略投资者持股情况

公司股本中无国有股份或外资股份。股东中无战略投资者。

（五）本次公开发行前各股东之间的关联关系及关联股东的各自持股比例

序号	股东名称	持股比例（%）	关联关系
1	刘长明	49.03	-
2	雷迪波尔投资	26.25	公司控股股东、实际控制人刘长明控制的企业
3	德和治新	8.93	刘长明出资比例 72.72%，为德和治新执行事务合伙人
4	张仕国	8.56	刘长明之叔、张大生之兄
5	谢中琼	2.00	刘长明配偶孟晓红之母、孟义高之配偶
6	张大生	1.00	刘长明之叔、张仕国之弟
7	吴怀成	0.21	刘长明之母
8	孟义高	0.13	刘长明配偶孟晓红之父、谢中琼之配偶
9	孙政立	0.01	孙剑英之兄
10	孙剑英	0.01	孙政立之弟

除上述情形外，公司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

参见“重大事项提示”之“二、股份锁定承诺”。

（七）委托持股情况

2011年12月股权转让过程中，公司台湾籍员工宋少白、陈莉婷所受让的股权分别由李艳、叶英代持，其形成原因及清理情况参见本节“三（一）7、2012年1月，雷迪波尔有限第三次股权转让”。

保荐机构核查后认为，公司历史上存在的委托持股问题已经得到有效清理，不会对公司本次发行上市构成重大障碍。

九、发行人员工及其社会保障情况

（一）员工人数及变化情况

报告期各期末，公司员工人数如下：

期间	2015-12-31	2014-12-31	2013-12-31
人数	657	776	907

（二）员工构成

截至报告期末，公司员工构成如下：

类别	结构内容	人数	比例
职能部门	设计研发人员	78	11.87%
	行政管理人员	73	11.11%
	财务人员	31	4.72%
	销售人员	475	72.30%
	合计	657	100.00%
受教育程度	硕士及以上学历	6	0.91%
	本科学历	68	10.35%
	大专学历	165	25.11%
	大专以下学历	418	63.62%
	合计	657	100.00%
年龄分布	25岁以下	54	8.22%
	25-35岁	388	59.06%
	36-45岁	174	26.48%
	45岁以上	41	6.24%
	合计	657	100.00%

（三）发行人执行社会保障制度及住房公积金制度的情况

公司实行劳动合同制，员工的聘用和解聘均依据《中华人民共和国劳动法》的规定办理。公司按照国家及地方关于社会保障制度等方面的相关规定，结合公司实际情况执行公司员工的福利和劳动保护政策。

1、社会保险和住房公积金的缴纳标准

根据四川省、成都市和温江区的相关规定，报告期内公司为员工缴纳的社会保险和住房公积金费率如下：

项目	2015 年度		2014 年度		2013 年度	
	公司缴纳	员工缴纳	公司缴纳	员工缴纳	公司缴纳	员工缴纳
养老保险	20.00%	8.00%	20.00%	8.00%	20.00%	8.00%
医疗保险	7.50%	2.00%	7.50%	2.00%	7.50%	2.00%
工伤保险	0.96%	—	0.96%	—	0.96%	—
失业保险	2.00% (1.50%)	1.00% (0.50%)	2.00%	1.00%	2.00%	1.00%
生育保险	0.60% (0.50%)	—	0.60%	—	0.60%	—
住房公积金	6.00%	6.00%	6.00%	6.00%	6.00%	6.00%

注：（1）报告期内，医疗保险包括基本医疗保险和大病医疗互助补充保险；

（2）根据《四川省人力资源和社会保障厅、四川省财政厅关于调整失业保险费率有关问题的通知》（川人社发【2015】19号），从2015年3月1日起，失业保险用人单位缴费费率从2.00%降至1.50%，个人缴费费率从1.00%降至0.50%；

（3）根据成都市人民政府关于调整生育保险缴费费率等规定的通知（成府函【2015】121号），从2015年10月1日起，生育保险缴费费率从0.60%降至0.50%。

2、社会保险和住房公积金缴纳情况

（1）社会保险和住房公积金缴纳人数情况及差异原因

项目	时间	员工人数	应缴人数	实缴人数	员工人数与实缴人数的差异原因
社会保险	2015-12-31	657	580	571	1、退休返聘14人，社保关系在外单位的2人，该部分员工无需缴纳社保； 2、因个人未及时提供资料，社保未办理成功50人； 3、新入职11人，社保关系正在办理中； 4、9人自愿放弃缴纳。
	2014-12-31	776	700	700	1、退休返聘14人，社保关系在外单位的8人，该部分员工无需缴纳社保； 2、因个人未及时提供资料，社保未办理成功35人； 3、新入职28人，社保关系正在办理中； 4、公司9人已离职，社保未减员。
	2013-12-31	907	840	803	1、退休返聘14人，社保关系在外单位的30人，该部分员工无需缴纳社保； 2、因个人未及时提供资料，社保未办理成功10人； 3、新入职34人，社保关系正在办理中； 4、21人已离职，社保未减员； 5、37人自愿放弃缴纳。
住房公积金	2015-12-31	657	582	547	1、退休返聘14人，该部分员工无需缴纳住房公积金； 2、因个人未及时提供资料，公积金未办理成功50人； 3、新入职11人，住房公积金正在办理中； 4、35人自愿放弃缴纳。

	2014-12-31	776	708	672	1、退休返聘14人，该部分员工无需缴纳住房公积金； 2、因个人未及时提供资料，社保未办理成功35人； 3、新入职28人，住房公积金正在办理中； 4、9人已离职，住房公积金未减员； 5、36人自愿放弃缴纳。
	2013-12-31	907	870	751	1、退休返聘14人，该部分员工无需缴纳住房公积金； 2、因个人未及时提供资料，社保未办理成功10人； 3、新入职34人，住房公积金正在办理中； 4、21人已离职，住房公积金未减员； 5、119人自愿放弃缴纳。

(2) 社会保险和住房公积金缴纳金额

项目	2015 年度		2014 年度		2013 年度	
	应缴金额	实缴金额	应缴金额	实缴金额	应缴金额	实缴金额
养老保险	360.59	354.83	352.81	352.81	411.32	393.27
医疗保险	147.90	145.56	149.92	149.92	152.47	143.86
工伤保险	15.96	15.74	16.76	16.76	15.91	15.27
失业保险	29.93	29.46	37.06	37.06	37.52	35.98
生育保险	12.19	12.03	13.05	13.05	12.91	12.25
住房公积金	111.73	106.02	126.40	120.45	143.64	126.05
合计	678.30	663.64	696.00	690.05	773.77	726.68

报告期内公司已为符合条件且愿意配合公司办理缴纳手续的员工足额缴纳了社会保险和住房公积金，但存在部分符合条件的员工因其自愿放弃而未缴纳社会保险和住房公积金。这是因为该部分员工考虑到在其缴存社会保险和住房公积金后，异地提取和使用较为困难，造成其客观上不愿从薪酬中扣缴应由其承担的社会保险和住房公积金部分。经公司讲解和动员，仍有部分员工拒绝缴纳社会保险和住房公积金。为尊重该等员工的真实意愿和实际利益，公司未给该部分员工缴纳社会保险和住房公积金。尽管如此，根据政府关于社会保险及住房公积金方面的相关法律法规，公司仍存在被劳动主管部门处罚及住房公积金征缴机构要求限期补缴的可能。

(3) 公司未全面按照相关规定缴纳社会保险和住房公积金对经营业绩的影响情况

项目	2015 年度	2014 年度	2013 年度
社会保险应缴未缴金额	8.95	-	29.49
住房公积金应缴未缴金额	5.71	5.95	17.59
合计	14.66	5.95	47.09
利润总额	5,016.52	7,661.48	8,431.68
社会保险和住房公积金应缴未缴金额占当期利润总额的比例	0.29%	0.08%	0.56%

2016 年 1 月，成都市温江区社会保险服务管理局出具证明，确认发行人及其子公司依法为职工申报的社会保险费已足额缴纳，不存在欠费情况，不存在因社会保险费用的缴纳问题而引发的纠纷或诉讼，不存在因社会保险费用的缴纳问题而产生的处罚。

2016 年 1 月，成都住房公积金管理中心温江区管理部出具证明，确认发行人及子公司按时为员工缴存住房公积金，不存在因住房公积金的缴存问题而引发的纠纷或诉讼，不存在因住房公积金的缴存问题而产生的处罚。

针对发行人报告期内存在未为部分员工缴纳社会保险和住房公积金的情况，发行人的控股股东、实际控制人刘长明已出具书面承诺：如应有权部门要求，雷迪波尔需要为员工补缴住房公积金、社保或因未为员工缴纳住房公积金、社保而承担任何罚款或损失，本人愿无偿代雷迪波尔予以补缴及承担全部罚款或损失赔偿责任。

保荐机构认为：报告期内，发行人未因违反国家社会保险和住房公积金相关法律、行政法规而受到行政处罚。发行人在报告期内虽存在未为部分员工缴纳社会保险和住房公积金的情形，但未缴纳的金额较小，对发行人当期损益影响亦较小，且发行人控股股东和实际控制人已出具代为承担补缴及全部罚款或损失赔偿责任的承诺。因此，发行人未为部分员工缴纳社会保险和住房公积金的情形不会影响其持续经营，不构成重大或有事项，不会对本次发行上市构成实质性障碍。

（四）发行人员工薪酬水平情况

报告期内，公司员工人数、结构、人均薪酬变动情况以及与同期四川省、成都市人均工资、公司营业收入和净利润变化幅度对比情况如下：

单位：元/人

项目	2015-12-31/2015 年度		2014-12-31/2014 年度		2013-12-31/2013 年度	
	人数	人均薪酬	人数	人均薪酬	人数	人均薪酬
设计研发人员	78	95,348.50	83	88,952.39	92	87,570.64
行政管理人员	73	100,692.56	82	90,940.27	82	95,955.67
财务人员	31	105,173.38	34	102,339.74	48	87,523.66
销售人员	475	72,144.44	577	65,833.49	685	60,202.06
合计	657	79,629.72	776	72,558.80	907	67,257.64
四川省人均工资	-		45,697.00		41,795.00	
成都市人均工资	-		51,681.00		47,644.00	

营业收入变化幅度	-17.43%	-17.22%	-
净利润变化幅度	-35.29%	-10.62%	-

注：（1）人数为各期末人数，人均薪酬按照各期末人数简单平均计算；（2）四川省人均工资和成都市人均工资数据来自四川省统计局和成都市统计局网站。

报告期内公司员工人数呈下降趋势，主要影响因素为：

1、2013 年以来，考虑到国内宏观经济增速放缓，公司采取谨慎的态度严格控制新开自营店，同时不断优化门店的布局，关闭部分经营业绩不佳的自营店，自营店数量由 2013 年末的 105 家减少到报告期末的 91 家，导致销售人员减少幅度较大；

2、报告期内公司行政管理与财务核算工作日益规范，实现了减员增效；

3、2013 年以来，设计研发人员数量有所减少，主要是因为结合业务需要，对设计研发人员进行了适当优化调整。

报告期内，由于服装行业经营环境呈不利变化趋势，公司经营业绩逐年下降，在此背景下，公司在稳定核心团队的基础上减员增效，提高运行效率，人均薪酬水平持续上升，始终高于四川省和成都市同期平均工资水平。

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

（一）关于股份锁定的承诺

参见“重大事项提示”之“二、股份锁定承诺”。

（二）持有发行人 5%以上股份的股东持股意向及减持意向

参见“重大事项提示”之“三、持有发行人 5%以上股份的股东持股意向及减持意向”。

（三）关于发行人上市后稳定股价的承诺

参见“重大事项提示”之“四、关于发行人上市后稳定股价的预案及约束措施”。

（四）关于招股说明书中不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的承诺

参见“重大事项提示”之“五、关于招股说明书中不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的承诺”。

（五）关于补缴住房公积金、社会保险的承诺

参见本节“九（三）2、社会保险和住房公积金缴纳情况”。

（六）关于避免同业竞争、减少关联交易的承诺

参见第七节“二（二）避免同业竞争的制度安排”。

（七）关于避免资金占用的承诺

公司主要股东刘长明、雷迪波尔投资、德和治新、张仕国承诺：本人/本公司/本单位将严格遵守发行人《公司章程》及其内部规章制度的规定，不通过资金占用、借款、代偿债务、代垫款项或其他任何形式占用发行人及其子公司的资金，损害发行人或发行人中小股东利益，并保证本人/本公司/本单位直接或间接控制的其他关联方不通过任何形式占用发行人及其子公司资金，直接或间接损害发行人或发行人中小股东利益。

（八）关于未履行承诺时的约束措施

参见“重大事项提示”之“六、关于未履行承诺时的约束措施”。

（九）主要股东的股份质押、冻结承诺

公司主要股东刘长明、雷迪波尔投资、德和治新、张仕国声明，没有以任何方式将所持公司的股份或其任何部分设置质押担保，该等股份也没有被司法机关依法冻结，且基于该等股份依法行使股东权利没有任何法律障碍。

（十）关于公司填补回报措施的承诺

参见第十一节“七（五）相关主体关于公司填补回报措施的承诺”。

（十一）关于商标的承诺

参见第六节“五（三）2（4）发行人实际控制人刘长明及其关联方所持有的商标”。

第六节 业务和技术

一、发行人的主营业务及变化情况

公司是一家以商务休闲男装服饰的设计研发、品牌推广和产品销售为核心的品牌运营商。公司采用轻资产运营模式，专注于上述核心环节，将产品生产外包。设计研发方面，公司力求将现代工业设计理念和国际流行趋势相结合；品牌推广方面，公司采用多品牌发展策略，并通过参加国际服装展会等方式提升品牌知名度和产品美誉度；产品销售方面，公司通过加盟和自营相结合的模式进行营销网络建设，通过在一二线城市的知名商场、机场设立专卖店或专柜的方式带动各级城市专卖店的经营扩张。公司目前拥有“Raidy Boer”、“GHILARO”和“Mesimia”三个自主品牌，以及在中国大陆、香港、澳门地区获得独家授权的意大利品牌“ferrante”。截至报告期末，在全国 26 个省、直辖市、自治区开设 516 个门店，初步建立了覆盖全国的销售网络。

报告期内，公司主营业务未发生重大变化。为了更好地应对市场竞争，提升销售业绩，丰富产品线，公司于 2016 年 4 月起推出“Mesimia”品牌男装。该品牌初步定位于美式商务休闲风格，价格低于公司原有的“Raidy Boer”、“GHILARO”和“ferrante”三个品牌，销售渠道为奥特莱斯店和电商平台。

公司四个品牌的简要情况如下：

品牌	Raidy Boer	GHILARO	ferrante	Mesimia
常用商标				
市场定位	成熟自信、稳重内敛、崇尚品质生活的商务男士	视时尚为信仰、表达自由、个性张扬的新锐男士	追求身份与地位的高雅男士	崇尚品质、重视性价比的男士
品牌类型	商务休闲	时尚休闲	都市休闲	美式商务休闲
品牌内涵	成熟自信、乐观稳重	洒脱不羁、激情四溢	时尚优雅、意式品味	纵横千里、畅意人生

公司主要品牌的服装形象如下：







二、发行人所处行业的基本情况

根据中国证监会颁布的《上市公司行业分类指引》（2012 年修订），公司主营业务所属行业隶属于“C-18 纺织服装、服饰业”。

（一）行业主管部门、监管体制、行业主要法律法规

1、行业主管部门和监管体制

国家发改委是国内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。

我国服装行业处于完全竞争状态，行业管理体制也逐步由传统的行政直接管理开始向行业间接管理转变。中国纺织工业联合会、中国服装协会是我国服装行业自律性、非营利性、全国性的行业组织，为政府、行业、社会提供与服装业相关的各种服务。中国纺织工业联合会通过产业指导性意见、行业规划协调，促进行业内企业发展；通过市场预测和信息统计为业内企业在技术、产品等方面提供服务；代表会员企业向政府部门提出产业发展建议；配合质量和技术管理部门制定和颁布纺织服装产品质量标准和消费标识。中国服装协会及各级地方服装协会主要从事行业和市场研究，通过市场预测和信息统计工作，在技术、产品、市场、信息、培训等方面为业内企业提供服务，代表会员向政府部门提出意见和建议，为会员提供信息及产业指导服务。

2、行业主要法律法规

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。结合公司的具体情况，在经营过程中涉及的法律、法规及政策主要包括：

（1）2006 年 4 月，国家十部委联合发布《关于加快纺织行业结构调整促进产业升级若干意见的通知》（发改运行[2006]762 号），指出要加快企业 ERP、电子商务平台和在线控制技术的研究推广，提高企业信息化水平和市场快速反应能力；加强上下游产业链整合和产学研结合，创新经营模式，提高我国企业在国际纺织服装供应链中的地位，提高产品附加值，重点支持、大力培养一批在品牌设计、技术研发、市场营销渠道建设方面的优势企业，力争到 2010 年度形成若干具有国际影响力的自主知名品牌，使纺织服装业自主品牌产品出口比重有明显提高。

（2）2007 年 2 月，国务院颁布《商业特许经营管理条例》（国务院令 485 号），明确特许人从事特许经营活动至少应当具备的条件，并规定了特许人的信息披露制度、备案制度等。

（3）2007 年 3 月，国务院颁发《关于加快服务业的若干意见》（国发[2007]7 号），指出要细化深化专业分工，鼓励生产制造企业改造现有业务流程，推进业务外包，加强核心竞争力，同时加快从生产加工环节向自主研发、品牌营销等服务环节延伸，降低资源消耗，提高产品的附加值；提升改造商贸流通业，推广连锁经营、特许经营等现代经营方式和新型业态。

（4）2009 年 4 月，国务院发布《纺织工业调整和振兴规划》，明确产业调整和振兴的主要任务包括：促进国内纺织品服装消费，引导纺织企业大力开发新产品，满足不同消费者需求；优化和创新商业模式，加强营销网络建设，减少流通环节。实施自主品牌建设工程，以服装、家用等终端产品自主品牌建设为突破口，加强技术进步，提高质量水平，建设和完善设计创意中心、技术研发中心、品牌推广中心，提高信息化管理水平和市场快速反应能力。

（5）2009 年 9 月，工业和信息化部、国家发改委、财政部、商务部、中国人民银行、国家工商行政管理总局、国家质量监督检验检疫总局联合发布《关于加快推进服装家纺自主品牌建设的指导意见》。强调以科学发展观为指导，形成全方位推进服装、家纺自主品牌建设的运行机制，营造良好的市场环境，加强公共服务平台建设，加快实现我国服装、家纺自主品牌国际化，增强服装、家纺行业综合竞争力，促进我国由纺织大国向纺织强国的转变。争取到 2015 年基本形成健康、规范的服装、家纺自主品牌发展的市场和社会环境；培育发展一批以自主创新为核心、以知名品牌为标志、具有较强竞争力的优势服装、家纺企业；服装、家纺自主品牌在国内国际市场占有率显著提高；形成若干具有国际影响力的服装、家纺自主品牌。

（6）2011 年 12 月，商务部通过《商业特许经营备案管理办法》（商务部令[2011]第 5 号）。2012 年 2 月通过《商业特许经营信息披露管理办法》（商务部令[2012]第 2 号）。2012 年 9 月通过《商业特许经营管理规范零售业》（商务部公告[2012]第 58 号）。上述法律法规对商业特许经营的备案和信息披露做出了进一步明确的规范。

（7）2012年1月，工业和信息化部发布《纺织工业“十二五”发展规划》，该规划对品牌建设提出了具体指标要求，指出拥有国际影响力的品牌是建设纺织强国的标志性指标。该规划要求：制定品牌发展战略，提高品牌在研发、设计、生产、销售、物流、服务以及宣传推广各环节的整合能力。充分开发品牌无形资产，通过引进和受让品牌资产来实现品牌的扩张和延伸。支持有实力的企业积极推进品牌国际化，通过收购或入股海外品牌，形成国际化品牌，并随着创新能力的提升逐步形成国际化的中国原创品牌。鼓励企业积极开展品牌推广宣传活动，扩大市场知名度和美誉度。加强知识产权保护，引导企业积极进行国内外商标注册、专利申请，为企业品牌寻求法律保护。

（二）行业基本情况

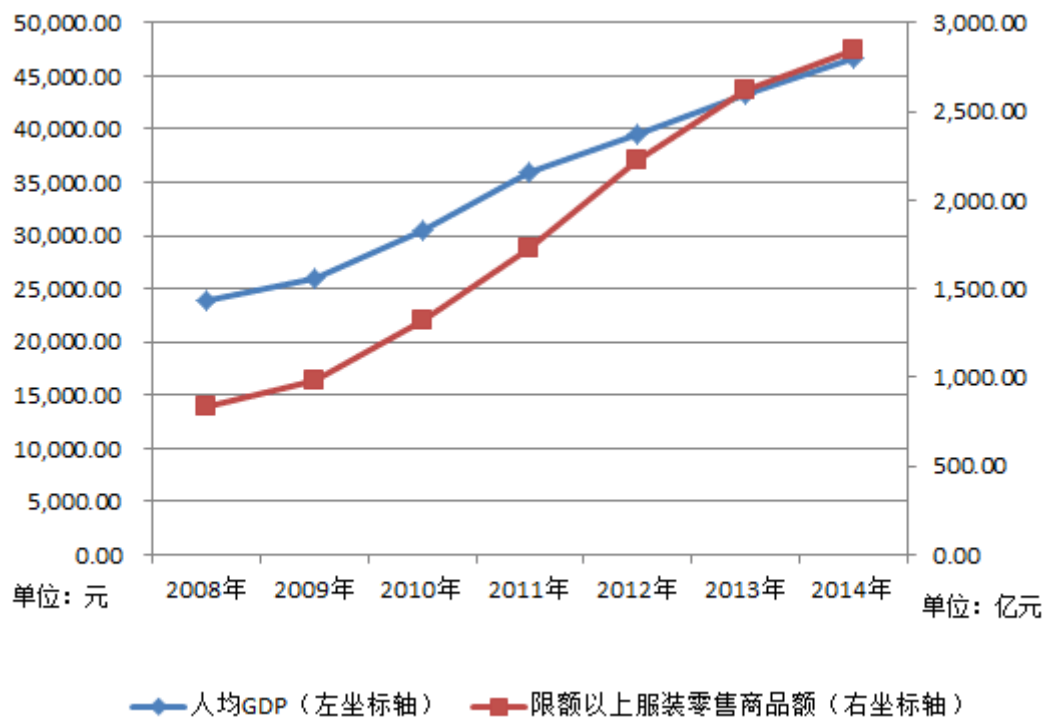
服装产业由于与人们的日常生活极为贴近，市场需求每时每刻都不曾间断，故一直被称为“永不衰落的产业”，拥有广阔的发展前景。而男装作为服装产业中的一大门类，在整个服装产业中占据着非常重要的地位。男装按“着装场合”不同划分为商务装和非商务装，其中商务装包括商务正装和商务休闲装，即狭义的男装；非商务装包括一般休闲装和运动装。改革开放后，我国经济的飞速发展，商务活动频繁增多，带来了商务正装，如西装、衬衫的旺盛需求。随着收入水平的提高、中产阶级数量逐渐增加，人们的家庭和休闲活动日益增多，休闲服饰开始盛行。而商务休闲男装是一种游走于正装与休闲装之间，适应各种场合的男士服装，它不像正装那样正统、规矩，随意轻松却不失端正严谨，既具有商务装之功能，又包含休闲装之时尚与随意，提供给人们的是更有品位的生活理念和更多的生活选择。

1、商务休闲男装市场情况

（1）商务休闲男装市场容量大，持续增长

由于休闲潮流渗透到正装领域、社会商务活动增多、知识精英群体逐渐成为社会主流等因素影响，商务休闲类男装市场前景广阔。这一类既能适应商务场合又能在日常生活中穿着的服装，正越来越多地占据了男士的衣橱。

据国际货币基金组织公布的数据显示，2008年我国人均GDP为3,315美元¹，与美国20世纪60年代后期水平相当。依照美国服装消费的历史经验，人均GDP步入3,000美元以上，服装消费将步入高速增长周期，并在长达三十年的时间中保持着GDP增速的2-3倍水平²。2008-2014年，我国人均GDP及限额以上服装零售额情况如下³：



（2）我国城市化率、居民可支配收入的提高是推动商务休闲男装行业发展的主要力量

近年来，我国城镇化进程明显加快，消费力更强的城镇居民人口持续增加，服装市场消费群体的基数不断扩大。据国家统计局数据显示，国内城镇总人口从2005年的5.62亿人增至2014年的7.49亿人，城镇人口比重由2005年的42.99%增至2014年的54.77%⁴。国家新型城镇化规划（2014-2020年）指出，目前我国常住人口城镇化率为53.70%，户籍人口城镇化率只有36%左右，不仅远低于发达国家80%的平均水平，也低于人均收入与我国相近的发展中国家60%的平均水平，还有较大的发展空间，目前东部地区常住人口城镇化率达到62.20%，而中部、西部地区

¹数据来源：国际货币基金组织官网，World Economic Outlook Database, 2008年

²数据来源：中信证券，《纺织服装行业-男装子行业深度分析报告》，2011.8.9

³数据来源：根据国家统计局官网数据整理

⁴数据来源：根据国家统计局官网数据整理

分别只有48.50%、44.80%。到2020年，我国常住人口城镇化率将达到60%左右。

此外，随着我国国民经济的发展，居民可支配收入水平不断提高，有效地增强了我国居民的消费能力，成为服装行业增长的源动力。据国家统计局数据显示，我国城镇居民人均可支配收入从2005年的10,493.00元增至2014年的28,844.00元，年均复合增长率为11.89%。而城镇居民用于衣着消费的支出从2005年的800.50元提高到2012年的1,823.40元，年均复合增长率为12.48%⁵。

因此，“新增城市人口”和居民可支配收入的持续增长将在未来释放出巨大的购买力，创造出更多服装需求，成为拉动商务休闲男装消费的主要力量。

（3）二三线城市和中产阶层成为商务休闲男装行业新的增长点

长期以来，一线城市一直是国内外各大品牌服装企业竞争的首选市场。随着中国经济的持续增长，二三线城市日益将成为中国中等收入消费者聚集地，据《经济学家》杂志预测，到2020年，中国66%的中等收入消费者将来自数量众多的中小城市⁶。因此，在宏观经济增长放缓、传统市场逐渐饱和、品牌竞争日益激烈的背景下，消费者变得更加成熟、精明，经济发展良好、消费能力有着明显提高的二三线城市被各品牌服装企业普遍看好，营销渠道向二三线城市甚至四线城市下沉成为近年来绝大多数服装企业不约而同的选择。

国际男士正装消费从20世纪50-60年代的发展期到90年代休闲化兴起的成熟期，主要原因是中产阶级成为社会消费主流，居民生活重心从工作转向工作与家庭、健康并重。“十八大”报告提出：“2020年实现国内生产总值和城乡居民人均收入比2010年翻一番。”如果我国能实现这个目标，那么到2020年将有7亿人步入中产阶级行列，我国中产阶层人口的壮大，意味着商务休闲男装市场广阔的增长空间。

（4）多样化和个性化产品才能满足消费者的个人诉求

随着人民生活水平的提高和服装工业的发展，男士在选择服装时，除了考虑功能性的要求之外，更多的会将服装作为传达自身个性或者品味的方式。同时考虑服装与所处的环境的融合性，会根据不同的场合选择不同的服装，并且通过款

⁵数据来源：根据国家统计局官网数据整理

⁶数据来源：经济学人（The Economist）旗下的经济学人智库（Economist Intelligence Unit），A better life?The wants and worries of China's consumers, 2010

式与颜色的变化传达信息。因此，当消费者的个性需求越来越旺盛时，就需要更多的品牌去满足其个人诉求。多品牌策略有利于企业更好地找到市场切入点，获得更高的市场利润。

（5）差异化销售终端成为竞争主题

门店是传递品牌形象、品牌信息最直观、最有效的方式。越来越多的服装企业意识到，销售网络的功能需要从相对单一的服装销售向增值服务、形象展示、新品发布等方向转变。因此，面对越来越多的追求品牌时尚化和个性化的消费者，打造差异化门店，以体现各自产品个性的门店吸引消费者注意，成为服装企业在营销终端的竞争主题。

2、行业竞争格局和市场化程度

（1）本行业属于完全竞争行业，行业内竞争较为激烈

商务休闲男装作为男装的一个细分行业，和整体男装行业同属于完全市场化竞争行业，行业内企业和品牌数量众多，竞争激烈。

近几年国外品牌纷纷进入中国市场，极大地加剧了国内市场的竞争激烈程度。国际一线品牌拥有资金、品牌和设计等方面的优势，走高端、高价位的道路，在一二线中心城市具备强大的竞争优势。目前已进入中国高端男装市场的国际品牌包括Giorgio Armani、Ermenegildo Zegna、Cerruti 1881、Dunhill、Hugo Boss等。

国内品牌则利用更加熟悉消费者偏好、体型特点、地域差异、渠道下沉等方面所带来的本土化优势与国际品牌进行差异化竞争，并通过持续的学习和积累缩小与国际品牌在品牌运营和设计研发等方面的差距，在广大的二三线城市形成较为显著的比较优势。

（2）品牌竞争成为行业内的主要竞争形式

商务休闲男装的消费群体主要定位于具有如下特点的男士：收入和消费水平较高，比较注重生活品质，注重体现个人品味和社会地位，愿意为高品质和较强差异化的产品和服务付费。因此商务休闲男装的消费者在选择服装消费时，对价格的敏感程度相对较低，而对品牌和品质的敏感程度较高，他们更加倾向于选择自己喜爱的品牌进行消费，所以商务休闲男装行业内企业的主要竞争形式为“品牌竞争”，而品牌蕴含的文化和品质则是品牌竞争的核心。

3、行业进入壁垒

（1）品牌壁垒

随着消费者品牌认知度的提高，品牌在服装企业的产品销售中起到的作用越来越重要。与女装相比，商务休闲男装的款式相对固定、更新换代周期长，品牌认知容易形成，因此男装的品牌忠诚度较高。具有品牌优势的企业更易在同类企业中脱颖而出，攫取更高的市场份额和利润。品牌综合体现了企业产品质量、设计水平、营销网络及销售服务、管理等因素，知名品牌的创立和形成需要经过企业长期在产品的设计研发、质量控制、营销网络建设和品牌文化等诸多方面的投入和积累。新进入者需要更大投入和更多时间才能创立新品牌和突破市场已有品牌形成的壁垒。

（2）设计研发壁垒

对一家服装品牌而言，服装产品的设计研发直接决定了其产品的风格和品牌个性，是关乎品牌成败的灵魂，对品牌的长期可持续性发展具有至关重要的意义。对于行业中的成熟品牌来说，长期的设计和销售经验可以使他们拥有超前的创新理念，准确地把握消费者的真实需求，从而提供满足消费者偏好的产品的设计。对于行业新进入者来说，很难在短时间内找准定位，将自己的品牌理念融入产品设计，并传导给消费者。

（3）渠道壁垒

渠道是服装零售企业的运营基础。一定规模渠道的建立需要大量人、财、物投入和长时间积累，形成长期稳定、忠诚可靠的销售队伍需要依靠良好的零售管理能力，并建立一套完善、科学的管理体系和制度。利用渠道优势，企业可源源不断通过渠道推出自己的产品，抢占市场先机。没有完善的渠道，新品牌将在市场竞争中处于劣势。

（4）供应链整合壁垒

供应链管理是通过对信息流、物流、资金流的控制，从产品研发设计、采购环节到最终销售环节的全过程，将供应商、服装企业、零售商直到最终用户连成一个整体的功能网链结构。高效的供应链管理是服装企业缩短产品前导期，从而紧跟时尚潮流的重要保障。实现高效的供应链管理需要先进的信息管理系统、科学合理的组织架构、经验丰富的行业管理人才、企业内外部环节的密切合作与配

合等一系列要素。对于行业的新进入者而言，往往需要较长时间的摸索与积累才有可能形成高效的供应链管理能力。

4、行业利润水平的变动趋势及变动原因

商务休闲男装行业的毛利率水平普遍较高，以国内上市的商务休闲男装企业为例，一般在40%-60%之间。企业之间的毛利率水平还将在此基础上继续加大分化，而这种分化主要取决于几方面因素：设计研发能力、品牌知名度、推广能力等。设计研发能力强的企业拉近了与国际一线品牌的距离，在吸引消费者的同时也提升了定价能力。但由于男装企业的广告、促销及销售终端等市场推广费用占营业收入比重较大，各品牌净利润率水平呈现一定差异。

（三）影响行业发展的有利和不利因素

1、有利因素

（1）国家产业政策支持

服装行业是我国国民经济支柱产业和重要民生产业，在繁荣市场、扩大出口、吸纳就业、增加居民收入、促进城镇化建设等方面发挥着重要作用。为加快行业结构调整和产业升级，推进我国服装行业由大到强的转变，在国家建设服装强国的大环境下，本行业的发展受到国家多项政策指导和支持。产业政策的支持为我国服装行业创新经营模式、完善连锁网络布局、推动信息技术的应用创造了良好的外部政策环境。国家对本行业的政策支持参见本节“二（一）2、行业主要法律法规”。

（2）消费模式的转变

我国商务休闲男装发展的主要推动力来源于三个方面：一是国际、国内服装休闲潮流的经久不衰，休闲风格和休闲设计理念逐渐渗透到服装市场的正装领域；二是我国多年的经济发展带来商务活动的增加使得商务正装及商务休闲装的需求增加；三是知识精英群体逐渐成为都市社会主流，日益壮大的中产阶级群体，有经济条件、也有时间参与休闲活动，休闲活动增多必然提高休闲装的市场需求。

（3）纺织制造业综合能力强

我国目前是全球最大的服装生产国，具有一定规模的服装生产企业数量超过1.5万余家，服装行业从业人员1,000余万人，70%以上为熟练工和技术工人，从

业人员优秀的整体素质是强大的服装加工能力的基石⁷。数十年积累的生产管理经验，加之二十年来服装业持续不断的技术改造和产业升级，确保了服装生产加工能力始终位于国际前列，不仅可支持国内服装市场的需求，也能满足产品出口的需求。而且各产业集群的优势产品基本涵盖了各种服装品类，这为品牌服装零售企业实施生产外包奠定了基础，也为品牌服装零售企业提供了更多的甄选空间。

（4）第三方物流的快速发展

我国经济的快速发展和区域间经济发展及资源分布的不平衡是催生第三方物流快速发展的关键因素。随着服装行业对物流外包服务的大量使用，国内第三方物流的覆盖能力、快速承运能力及经验也在不断增强，利于服装企业实施跨区域经营及缩短产品在途时间。

2、不利因素

（1）市场竞争激烈

目前国内男装行业整体处于完全竞争状态，市场上国内和国际品牌繁多，同质化现象严重。我国男装行业门槛较低，生产企业众多，且大多数企业规模较小、产品档次和质量较低、营销能力和产品开发能力有限，低水平重复建设严重，中低档产品生产能力过剩，部分产品滞销积压。为了维持生存，许多中小企业采取让价不让市场的方式，这些行为在加剧行业内市场竞争的同时，影响了行业整体水平的提高。

随着众多国外服装品牌及新的经营模式纷纷进入中国市场，国内男装市场的竞争格局更为激烈，虽然国外品牌服装及其经营模式进入国内市场受到文化、营销网络等因素制约，但凭借其资金、品牌、管理、客户服务及信息化等优势，正在逐步扩大其在中国市场的份额。

（2）研发创新能力欠缺

长期以来，由于我国男装行业的开发研究没有受到应有的重视，加之技术力量单薄，不注重科技投入，缺乏创新意识，从而制约我国男装行业生产技术的发展和产品质量的提高。国内普遍缺乏相应的研发能力，包括新型服装面辅料的创

⁷数据来源：中国服装协会网，中国服装产业概述

新能力、制作工艺的开发能力以及品牌升级的提升能力。缺乏对服装的材质、色彩、款式和饰品的技术质量进行系统开发研究，照抄仿制现象严重、款式颜色雷同，严重影响了服装行业的生产发展，阻碍了我国服装行业与国际服装业的接轨。

（3）信息系统管理比较落后

目前消费者对服装的时尚度要求不断提高，这意味着业内企业需在及时感知市场和流行趋势变化的基础上，迅速组织产品的生产、运输、配送和销售，这需要企业拥有先进的信息管理系统。服装生产环节部分或全部外包，经营模式以自营和加盟为主是我国服装零售行业的特征，在这种模式下，企业要想及时获得终端消费者的消费需求与习惯，并及时将新品投放市场抢占先机，信息管理系统在其中扮演着非常重要的角色。但目前大部分企业对信息管理系统的投入、管理、人才等方面较为欠缺。因此，建立适合自身业务需求的信息管理系统，对服装企业来说是一个急待解决的问题。

（四）行业技术水平及技术特点、行业特有的经营模式、行业的周期性、区域性或季节性特征等

1、行业技术水平及技术特点

服装行业的技术主要体现在设计和生产两个环节。与国际先进水平相比，我国服装行业的设计水平还有较大差距，但生产制造能力已达到国际先进水平。

设计环节的技术水平是决定服装企业技术水平的核心因素。服装设计包括款式设计、结构设计和工艺设计。款式设计是反映服装设计师对流行趋势的把握，突出款式的新颖性、时尚性和独创性；结构设计是针对款式设计结合人体体型以及面料风格和花色设计布料裁剪版型的工作；工艺设计是针对款式设计、结构设计与规模化生产相结合的工作，是提高生产效率和产品质量的关键。

我国商务休闲男装行业设计能力总体上与国际品牌存在一定差距。意大利、法国等欧洲地区是全球服装市场的时尚潮流中心，其他地区均处于潮流跟随地位。国内企业通过与国外设计机构合作，聘请国外设计师，参与国际服装交流活动等方式，提升设计能力，逐步缩小与国际品牌的差距。

在生产技术方面，随着计算机辅助设计、电脑制板排料、电脑缝纫等技术的广泛应用，以及国外先进的生产技术装备的引进，我国服装行业的生产设备和制

作工艺已达到国际先进水平。

2、行业的经营模式

从生产方式来看，服装行业企业的经营模式一般包括：

（1）生产代工型模式：企业作为服装产业链中下游企业的供应商，根据客户的订单加工产品。

（2）轻资产模式：企业将产品的生产环节外包，自身则集中于产品的设计开发、市场推广和销售。采用轻资产模式，可以大大降低公司资本投入，特别是降低生产领域的固定资产投入，有利于提高资本回报率。

（3）“设计+生产+销售”混合经营型的模式：企业根据市场上的需求，自己开发设计出市场上需要的服装产品；同时，企业具有一定的制造能力，开发出来的新产品能够通过自有设备进行生产，或有足够的资金进行新生产线的建设；企业通过自己的营销体系销售自己生产的产品。

3、行业的周期性、区域性或季节性特征

服装行业是我国国民经济的重要组成部分，与人们的生产、生活密切相关，是经济和社会发展水平的重要体现，因此本行业的发展与国民经济发展和家庭可支配收入密切相关。

我国地域辽阔，各地气候条件及经济发达程度存在明显差异，因此本行业存在明显的区域性和季节性特征。在区域性方面，经济相对发达的东部及沿海地区消费水平相对较高，内陆地区消费水平相对略低；由于身材影响，南北方对尺码和版型的需求差异也较大。

季节性方面，对于终端销售，一般而言每年的一、四季度（秋冬季）由于服装单品价格高、节假日消费等原因带动服装消费需求明显，是本行业的销售旺季；每年的二、三季度（春夏季）则销售额较低，是本行业的销售淡季。南方地区一年四季变化相对不明显，而北方地区一年四季分明，故北方地区销售受季节性影响更大。

（五）所处行业与上下游行业之间的关联性，上下游行业发展状况对本行业及其发展前景的有利和不利影响

本行业上游为纺织行业的面辅料生产。随着行业的发展，面辅料行业与男装

行业的衔接与融合也变得越来越紧密，面辅料的风格、品质，决定了服装甚至品牌的风格与质量。我国拥有全球最大的纺织面辅料生产能力，这为本行业的发展提供了有力的基础保证。

本行业的最终下游为终端消费客户，男性消费者的消费心理和品位的变化与本行业的发展有着很大的关联性。随着国民可支配收入的增长、城市化进程的推进、男性消费者对服装时尚化、个性化要求的提高，男性消费者在选择服装时更关注时尚品位和品牌诉求，而对服装价格的敏感度相对较低，因此中高端男装有持续稳定的需求。

三、发行人在行业中的竞争地位

（一）发行人的行业地位

公司经营的男装品牌在市场上享有较高的知名度和美誉度。2010-2014年度，公司均进入中国服装协会发布的年度服装行业利润总额百强和销售利润率百强。2010年公司“雷迪波尔”品牌被评为“四川省著名商标”。2012年公司荣获中国服装协会“杰克·第八届中国服装品牌年度最具潜力大奖”。2012年公司被国家工业和信息化部、中国纺织工业联合会确定为“重点跟踪培育的中国服装家纺自主品牌企业”。2013年公司成为“财富全球论坛·成都2013”志愿者官方制服赞助商。2013年公司入选中国服装协会第六届理事会常务理事单位。2013年公司设计研发中心被国家工业和信息化部认定为国家级工业设计中心。

（二）发行人的竞争优势和劣势

1、竞争优势

公司专注于商务休闲男装服饰的设计研发、品牌推广和产品销售，将生产、物流等非核心业务外包，凭借差异化市场定位及精细化管理不断提高核心竞争力。

（1）品牌优势

经过多年的运营，公司品牌在国内树立了中高端商务休闲男装流行时尚的形象。公司“Raidy Boer”和“GHILARO”品牌多年参加意大利佛罗伦萨男装展会（PITTI UOMO）、俄罗斯莫斯科国际服装展览会（CPM）等国际知名服装专业展

会，与Ermenegildo Zegna、Cerruti 1881、Corneliani等国际知名品牌同台展出，有利于公司紧跟国际男装时尚潮流，把握时尚服饰的面料、款式、颜色等多种流行元素。其中，创建于1953年的PITTI UOMO被誉为“全球男士衣柜的源头”，是全球顶级的男装展会，在男装领域居于引领国际时尚潮流的地位。

公司针对不同的消费群体，采取多品牌发展战略，拥有“Raidy Boer”、“GHILARO”和“Mesimia”三个品牌和在中国大陆、香港、澳门地区获得独家授权的意大利“ferrante”品牌。四个品牌在品牌定位、设计风格、目标客户等方面各自发挥优势，更好地满足目标消费群体的差异化需求。同时，公司建立了以品牌资源为核心、品牌产品多样性的经营模式，将产品从服装领域延伸到皮鞋、皮具配饰等多个产品体系，使品牌的文化与生活、工作中的角色个性进行融合，提升品牌附加值。

（2）设计优势

公司一直视产品设计为品牌之灵魂，高度重视设计的系统性、先进性和可持续性，将现代工业设计理念与国际时尚流行趋势融合，将产品设计研发从传统单一的产品设计提升为全方位的立体设计。公司以产品设计为核心，延伸到橱窗设计、道具设计、陈列设计、配饰设计等，通过自主创新实现设计艺术性和商业性的良好结合。

2013 年公司设计研发中心被认定为国家级工业设计中心。公司设计研发中心拥有一支具备国际视野、经验丰富的设计师队伍。公司设计研发人员每年多次赴意大利、俄罗斯、德国、法国、日本、韩国等地参加服装展、面料展、进行市场考察，及时了解世界最前沿的时尚风标，准确把握国际男装市场的动向。公司在自主创新的基础上，重视服装设计的国际交流，与国外服装设计机构和设计师展开深度合作，使得公司的产品设计在风格和理念上更好地与国际时尚流行趋势同步。同时，公司通过设计师、营销策划人员、市场推广人员等专业人员进行顾客需求分析；通过终端销售网络了解消费者的消费心理和偏好，进行准确识别、研判，并将国际市场流行趋势与国内消费者需求偏好相结合，针对性地推出新产品以满足顾客需求。

报告期内，公司设计及上市款色数量如下：

品牌名称	2015 年度	2014 年度	2013 年度

	设计 数量	上市 数量	设计 数量	上市 数量	设计 数量	上市 数量
Raidy Boer	4,959	1,975	3,531	1,882	4,223	2,236
GHILARO	3,366	1,234	2,658	1,275	2,767	1,185
ferrante	2,027	553	794	496	884	610
合计	10,352	3,762	6,983	3,653	7,874	4,031

（3）渠道优势

经过多年的发展，公司已建立了“Raidy Boer”、“GHILARO”、“ferrante”三个品牌互为支撑、资源共享的营销网络体系，有针对性地将品牌文化传递给消费者。截至报告期末，公司在全国26个省、直辖市、自治区开设门店516个，其中加盟店425个，自营店91个，公司所拥有的营销渠道布局为后续扩张奠定了良好的基础。

为了充分发挥品牌辐射效应，公司营销网络建设采取“国内一二线城市树标杆，其他城市促增长，海外推广谋发展”的战略，即在国内一二线城市的知名商场、机场设立专卖店或专柜，在国内其他各级城市开设专卖店，国外通过代理销售的方式，从而保证营销网络的合理结构和有效链接。公司在成都、贵阳、长沙机场以及南宁梦之岛百货、海口生生百货等知名百货商场开设门店或专柜，展示公司产品、宣传公司品牌。

（4）门店管理优势

公司在渠道拓展过程中积累了丰富的管理经验，建立了渠道拓展和标准化体系，形成了门店开拓与管理制度，包括市场分析、门店选址、道具设计、结算体系等各个方面，并建立门店督导制度，监督门店的陈列、销售技巧、客户的售前售后服务等工作，确保公司标准的执行。

报告期内，加盟业务是公司收入和利润的主要来源，是公司营销网络的重要组成部分，在公司的发展战略中居于重要地位。公司制订了较为完善的制度对加盟商和加盟店进行全方位管理，包括《特许经营加盟合同》、门店日常运营规范、陈列标准及员工培训体系、加盟商信用等级体系等控制体系。

（5）终端展示优势

公司充分意识到渠道终端在引导、展示公司品牌和提升消费者购买体验等方面的重要作用。在现代工业设计的理念下公司将产品设计延伸到终端卖场形象设计，与国内外形象设计师、产品陈列师合作，制订了与公司品牌风格相适应的陈

列方案和终端形象设计方案，从门店的装潢、柜台陈设到产品搭配等的每一个细节打造统一的形象，并通过对门店销售人员的培训和持续督导，提升销售人员的销售水平、服务质量，使终端成为表现品牌形象、产品品质的有力手段。特别是在二三线城市，公司门店的终端展示优势明显，对消费者具有较强的吸引力。

同时，公司结合多品牌运营的特点，采用多品牌集成店的终端模式，将两个或三个品牌集合在同一销售区域，各品牌不同的终端门店（专柜）形象和产品风格分别展现给消费者，让消费者很方便地感受到不同品牌的文化与风格差异，更好地满足消费者不同的心理需求，拓展消费者的广度。店内涵盖了品牌旗下服装、皮鞋、皮具配饰等全系列产品，充分展示品牌文化和时尚理念。多品牌集成店模式可使公司的三个品牌产生品牌累加的效应，有利于公司或加盟商降低门店运营成本，提升产品总体销售能力，提高经营效率。

（6）管理团队优势

公司秉持“以客为尊、引领时尚、以人为本、和谐发展、共创价值、共享成功、承担责任、持续发展”的企业核心价值观，提倡“德和治新”的企业文化，凝聚了一批具有丰富行业经验、对市场需求和消费者有深刻理解、富有责任心和进取心的管理团队。公司核心团队在服装行业平均从业经验超过 10 年，对公司拥有极高的忠诚度。随着公司业务的不断发展和市场份额的逐渐增加，公司亦从外部引入部分管理人才，并很好地融入公司企业文化，为公司的进一步发展注入多元化的力量。公司管理团队丰富的行业经验和管理经验将为公司的未来发展提供持续驱动力。公司与成都纺织高等专科学校联合建立“雷迪波尔服装学院”为企业持续培养人才，同时通过骨干员工持股、提高薪酬水平及实施全面绩效考核等方式，保证管理团队的稳定。

2、竞争劣势

（1）营销网络布局有待完善

营销网络的控制力对于服装品牌运营企业的持续发展至关重要，公司主要以开设品牌专卖店和商场专柜的形式拓展市场，对店铺资源的控制力有待提高。此外，随着我国居民收入水平的提高及城镇化进程的加快，我国未来服装重要消费区将继续扩大，公司需进一步优化包括电子商务在内的营销网络布局。

公司门店区域布局相对集中于西南地区，截至报告期末，西南地区的门店数

量为401个，占公司门店总数的比例为77.71%。由于在西南地区以外的门店数量相对较少，公司需要进一步加强在全国范围内的扩张，加强西南地区以外其他区域的市场开拓，完善营销网络布局。

（2）信息系统建设仍需加强

公司在信息系统的建设上投入了大量的人力物力，目前公司的信息系统基本满足公司经营与发展的需要，但与国内外先进服装企业相比还存在一定差距。随着公司业务规模的发展，公司需要继续加大对信息系统的投资与建设，以更好地实现对营销网络及业务经营的管理。

（三）主要竞争对手简要情况

公司定位于商务休闲男装，在该细分行业中，主要的竞争对手情况如下：

1、卡奴迪路（股票代码：SZ002656）

卡奴迪路是国内高级男装品牌之一，产品包括商旅、假日两大系列。卡奴迪路以自营和加盟相结合的方式建立终端销售网络。卡奴迪路2015年半年报显示，截至2015年12月31日，门店总数382个，其中自营店255个，加盟店127个；2015年度营业收入为72,423.72万元⁸。

2、报喜鸟（股票代码：SZ002154）

报喜鸟是国内较早的高级商务男装品牌之一。截至2015年12月31日，报喜鸟品牌网点数791个；2015年度营业收入224,151.09万元⁹。

3、长兴国际（集团）控股有限公司（股票代码：HK00238）

长兴国际（集团）控股有限公司为高级时尚品牌运营商，于2010年在香港联合交易所主板挂牌上市，旗下拥有迪莱（V.E. DELURE）和铁狮丹顿（Testantin）两个中高端男装品牌。长兴国际（集团）控股有限公司2015年报显示，2015年度营业收入约45,156.50万元，截至2015年12月31日，长兴国际（集团）控股有限公司在中国大陆、香港、澳门地区开设了264个门店¹⁰。

4、广东博斯服饰实业有限公司

广东博斯服饰实业有限公司成立于2002年5月，其主要品牌博斯绅威

⁸数据来源：卡奴迪路2015年报

⁹数据来源：报喜鸟2015年报

¹⁰数据来源：长兴国际（集团）控股有限公司2015年报

（Bosssunwen）是国内中高端商务男装品牌之一，产品主要包括西装、茄克、大衣、皮衣、衬衣等。

四、发行人主营业务情况

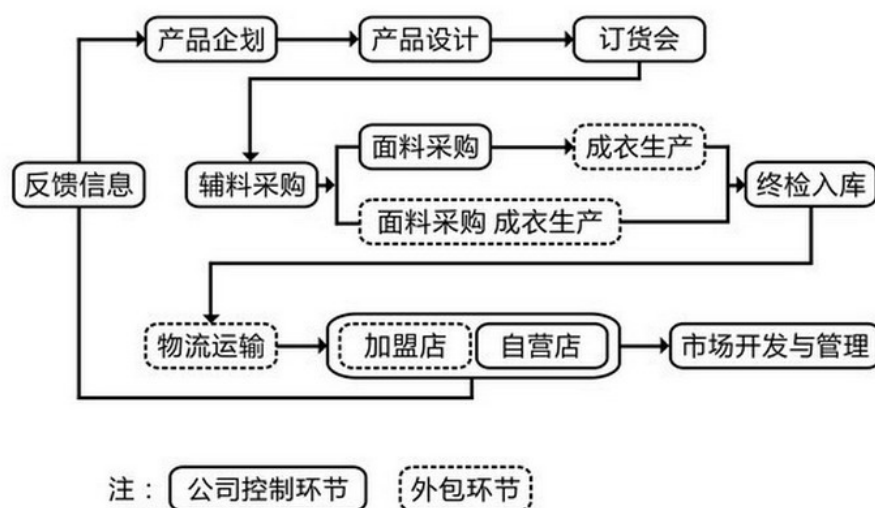
（一）主要产品的分类

公司的产品主要分为T恤、衬衫、西服、茄克、毛衣、棉衣、皮衣、休闲裤、鞋、皮具配饰等十大类。

（二）主要业务模式

公司利用品牌优势、渠道优势，专注于附加值较高的产品企划、产品设计、品牌推广和产品销售环节，将附加值较低的生产和物流环节进行外包。

公司业务的主要流程如下：



1、产品企划和设计模式

（1）产品企划模式

公司以产品企划规划产品设计、指导产品订货、引导品牌营销，从而确保公司产品符合终端消费者需求。产品企划包含主题设计、色系定位、面料规划、辅料设计、产品结构及价格组合等。在产品适销季12-14个月之前，公司设计研发中心及海外合作团队通过对流行趋势的资讯收集和国内外市场销售信息反馈，结合自身品牌定位及需求分析，形成初步的企划方案。然后公司设计团队赴国外实地考察并参加面辅料展会，与海外合作团队一同对企划方案进行修改完善。近年来，公司产品企划能力正日益提高，产品企划对订货指导作用逐渐加强。

（2）产品设计模式

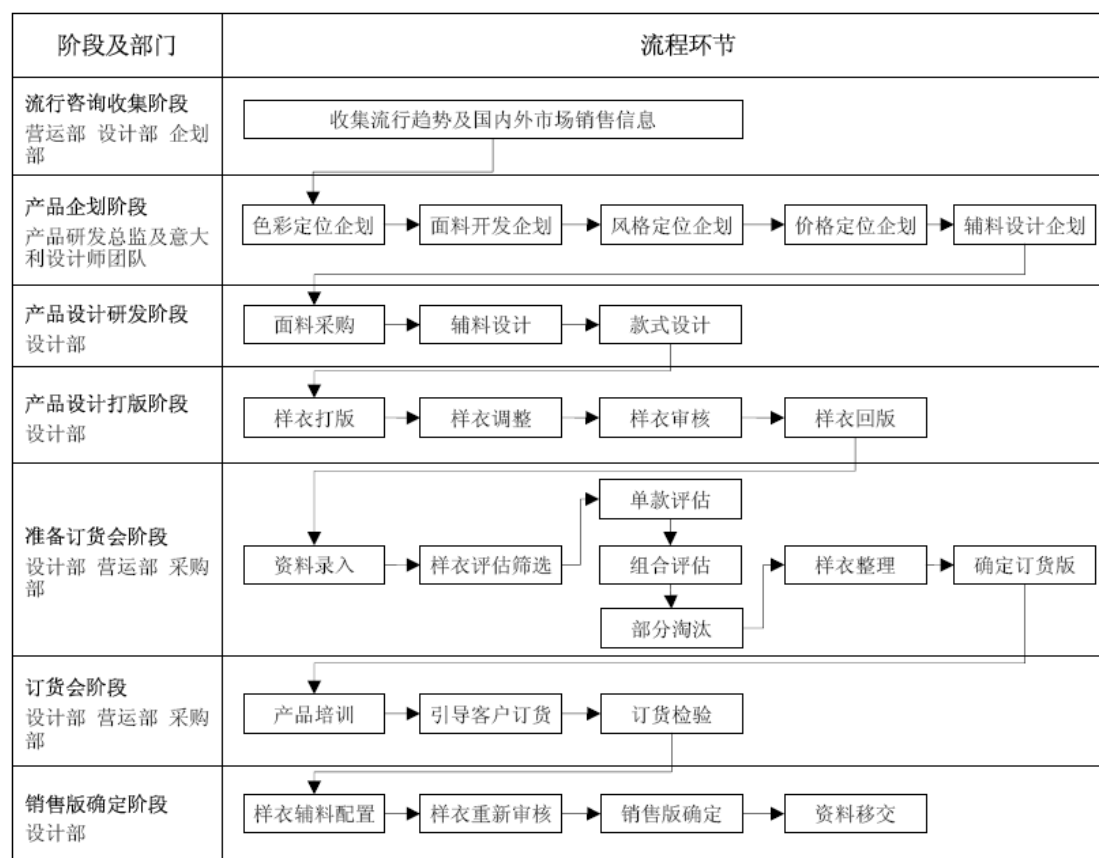
公司产品的设计坚持“以品牌定位为根本，以市场为导向，以国内外时尚潮流为参考”的设计原则，由设计研发中心围绕目标消费群体的个性需求，参考公司市场调研情况以及产品生产等因素，进行公司产品设计。公司产品的设计过程主要包括初始设计、样衣制作、确定设计等步骤。

①初始设计：设计研发中心根据产品企划方案选择面料辅料，同时结合目标消费群体穿着需求等因素进行产品设计。

②样衣制作：初始设计完成后，公司甄选成衣厂进行制版，将设计图变为样衣，通过制版对设计、面料、工艺等进行全方位的评估。

③确定设计：设计研发中心进行样衣试穿及版型修正，邀请营销中心及终端销售代表等一同参加审核。审版通过后进行成本估算。设计流程结束后，公司在订货会上陈列设计样衣，根据订货会的意见进行部分修订或淘汰，最终确定产品上市版。

公司产品的企划设计流程如下：



2、品牌推广模式

品牌推广是公司获取市场影响力，体现品牌价值和品牌文化，提升品牌形象和产品形象的重要方式。公司以品牌核心价值引领营销传播活动，针对三个品牌各自面对的消费群体特征，实行以产品企划设计、产品陈列、终端门店形象到营销广告策划的整体营销模式，突出公司产品的时尚品位，提升品牌知名度和美誉度。

（1）品牌定位

“Raidy Boer”品牌以成熟自信、稳重内敛、崇尚品质生活的商务男士为目标消费群；“GHILARO”的目标消费群体为视时尚为信仰、表达自由、个性张扬的新锐男士；“ferrante”则面向追求身份与地位的高雅男士；“Mesimia”定位崇尚品质、重视性价比的男士。四个品牌在市场定位、设计风格、目标客户等方面相互补充，使公司得以更大限度地占领市场。

（2）品牌推广

公司结合各品牌的定位，基于对市场、消费者和竞争对手的分析，建立了集品牌形象整合设计、终端门店形象、产品陈列和广告投放等于一体的品牌推广体系，充分展示品牌的内涵与文化。

①品牌形象整合设计

公司联合凯旋先驱公共关系顾问(上海)有限公司等专业品牌咨询管理公司对公司的品牌核心价值、品牌定位、设计理念、风格取向、传播途径及品牌视觉形象等识别要素进行了整合设计和规范，并在产品设计、营销推广活动中贯彻和提升上述品牌要素。

②终端门店形象

公司十分重视品牌的形象建设，维护品牌价值。为保证终端门店形象的一致，公司对所有门店的招牌标识、卖场货架、空间规划、卖场色调、橱窗展示、平面展示、购物袋、收银台和营销流程等制订标准规范，使消费者在感官上保持对公司品牌的统一认识，给消费者一致、舒适的购物体验。

③产品陈列

公司陈列团队在充分考虑公司年度市场开发计划、当季货品及配饰的设计风格、时尚流行资讯等基础上，制订相应的产品陈列方案，突出各品牌的产品定位和设计主题，从而起到展示公司产品，营造品牌氛围，提升产品及公司品牌形象，

提高产品附加值的作用。

④广告投放

公司根据不同区域的市场情况、消费者特性，制定了有针对性的广告投放方案，形成了包括电视广告、网络广告、平面广告、户外广告、门店广告在内的全方位、多角度的广告宣传策略，全方位强力塑造品牌，向目标消费者传达公司的品牌核心文化、品牌特征、品牌内涵和品牌服务，提升公司品牌知名度。

⑤专题推广活动

公司不定期策划新品发布会、大型活动赞助、答谢酒会、节假日活动等专题活动，并通过参展上海双年展意大利 Palermo（巴勒莫）馆、赞助“财富全球论坛·成都 2013”志愿者官方制服、赞助“中超山东鲁能泰山足球俱乐部正装类装备”等活动，让消费者和市场了解公司品牌及价值观，进行品牌推广。

⑥参加国际知名展会活动

公司通过参加意大利佛罗伦萨男装展（PITTI UOMO）、俄罗斯莫斯科国际服装展览会（CPM）、中国北京国际服装服饰博览会（CHIC）等国际知名专业服装展会，提高公司的知名度，达到良好的品牌宣传效果。

⑦VIP客户计划

公司制定并实施VIP客户维护计划，通过定期或不定期地向VIP客户传递时尚资讯、流行趋势及品牌信息；向VIP会员发送促销信息、相关邀请函；邀请VIP客户参加所在门店举办的消费体验等各类活动，以提升公司产品形象和顾客忠诚度。

3、订货会模式

公司每年召开4次订货会，即春夏服饰订货会、春夏皮具订货会、秋冬服饰订货会、秋冬皮具订货会，参加订货会的加盟商和自营店在订货会期间确定订货量。公司营销中心通过分析加盟商和自营店以往的销售情况，引导、协助加盟商和自营店合理订货，并根据加盟商和自营店确认的订单向采购管理中心下达采购计划，采购管理中心根据采购计划组织采购。

4、生产—采购模式

（1）生产—采购模式简介

公司采取“以销定产”的生产模式，根据订货会的订单制订面辅料的采购、

产品的生产和运输计划，同时根据市场反馈进行调整或补充。

公司产品生产全部采用委托加工模式，具体分为包工包料、定向采购和来料加工三种。公司综合考虑产品类别、交货时间、订货数量、面辅料采购情况、委托加工厂商生产规模等因素，相应采用最匹配的模式组织生产。报告期内，公司的生产-采购模式以包工包料和定向采购为主。

包工包料：该模式下公司负责辅料的采购，并将辅料发送至委托加工厂商。委托加工厂商按公司提供的产品设计样板、工艺单以及双方签订的《加工承揽合同》等进行面料采购和生产。

定向采购：该模式下公司负责辅料的采购，并将辅料发送至委托加工厂商。同时公司指定面料供应商，由委托加工厂商负责面料采购和产品生产。

来料加工：该模式下公司负责面辅料的采购，委托加工厂商收到面辅料后，按照公司提供的设计样板和工艺单以及双方签订的《加工承揽合同》等进行生产。

三种采购模式的特点如下：

项目	包工包料	定向采购	来料加工
面料采购	委托加工厂商根据公司对面料规格、型号等要求进行采购	公司指定面料及其供应商，由委托加工厂商进行采购	公司确定并负责采购
辅料采购	公司确定并负责采购		
质量控制	委托加工厂商负责面料、成衣的质量； 辅料供应商负责辅料的质量； 公司负责全程的质量控制和监督		面辅料供应商负责面辅料质量； 委托加工厂商负责成衣的质量； 公司负责全程的质量控制和监督
货款结算	公司与委托加工厂商按面料和委托加工费总价结算； 公司与辅料供应商结算货款		公司与面辅料供应商结算面辅料货款，与委托加工厂商结算委托加工费

包工包料模式下，在满足公司质量要求的前提下面料由委托加工厂商自行确定，公司与委托加工厂商通过多次询价确定产品结算价格；定向采购模式下，由公司指定面料及其供应商，公司与委托加工厂商通过多次询价确定产品结算价格；来料加工模式下，公司根据物料清单自行采购面料和辅料，委托加工厂商根据公司生产制作单使用公司提供的面、辅料组织生产，公司与委托加工厂商按合同约定单独结算加工费。

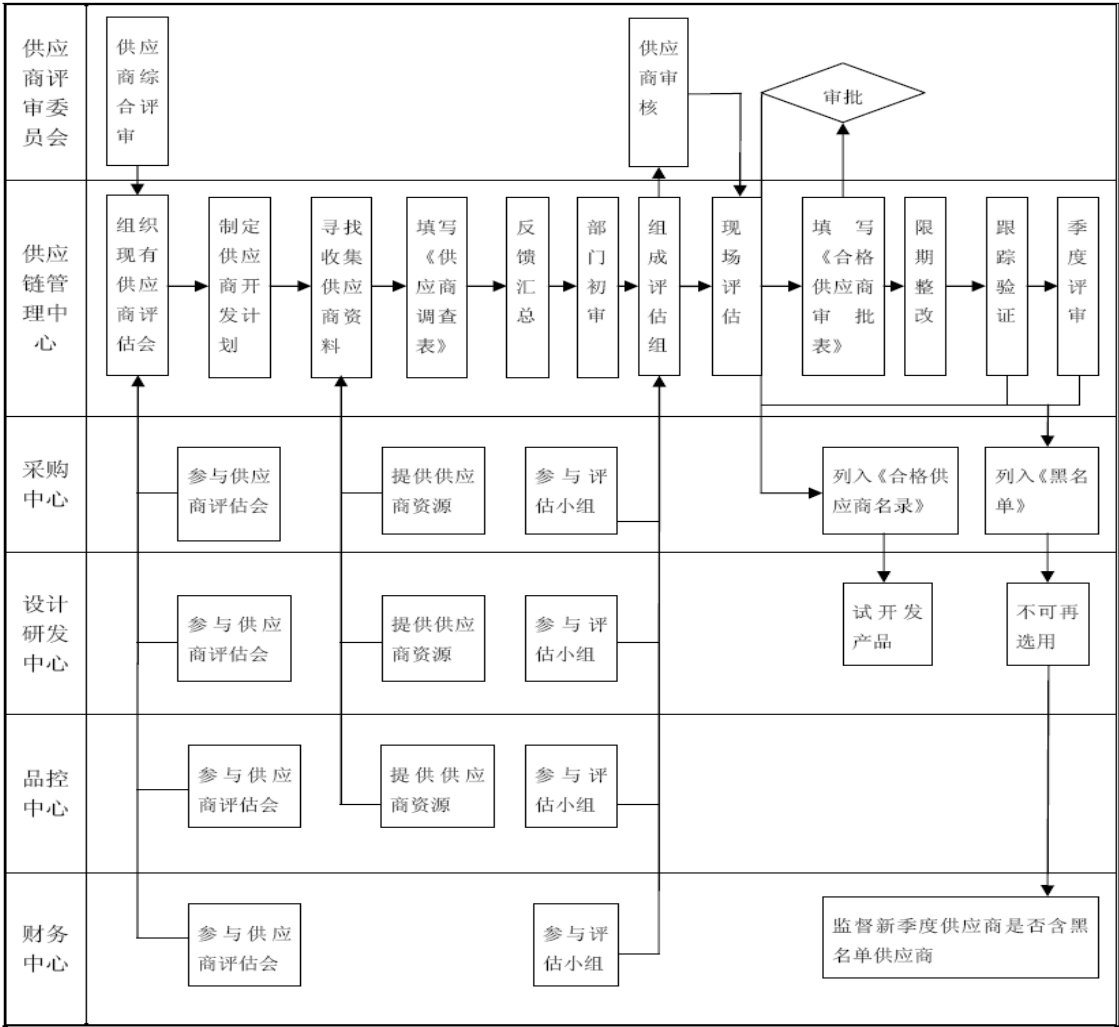
公司高度重视产品品质，并通过制定供应商甄选标准和流程、在《采购合同》、《承揽加工合同》中约定产品质量检测标准、生产流程跟踪等，对面辅料和产品的生产加工质量和进度实施全面把握和控制。

(2) 供应商的选择

公司的采购内容主要包括成衣和面辅料两大类。公司对供应商的资质、产品品质、生产技术、管理水平、交货时间、价格等综合因素进行评定，筛选、编制合格供应商名录，严格把控合格供应商准入条件，与纳入名录的供应商建立长期合作关系。

公司对供应商的主要评估标准包括：工厂设备性能可靠，拥有良好的生产管理系统；主要管理人员具有较长时间的行业管理经验、员工队伍稳定、专业；能够接受公司的品质管理，允许公司质检人员对产品生产全程监督；产品一旦出现品质问题，严格按照公司制度和相关合同追究相应责任。

公司对供应商的评估流程如下：



公司对供应商进行定期考核、评估，以保证供货时间、质量等符合公司要求，从而保证公司产品品质的统一性和稳定性。

（3）合同主要内容

公司与委托加工厂商签订《加工承揽合同》等，对委托加工厂商生产公司的产品进行具体的规定和约束，主要条款包括：①委托加工厂商按照公司提供的设计图和封样确认的产前样品的款式、版型、面料成分等进行加工，具体加工承揽方式、面料、数量、编号、单价、金额、交货期等由双方具体约定并由委托加工厂商书面确认；②采取包工包料方式的，委托加工厂商投产前，须提供检测机构提供的每款封样样品面料检测报告给公司；③公司提供物料（包括但不限于面料、辅料等）的，委托加工厂商应及时验收上述物料的质量和数量；④公司提供标准的产前样品，经双方封样确认后作为产品验收标准；⑤委托加工厂商根据双方约定的交货期间送货至公司指定地点；⑥双方未经对方事先书面同意，不得将包括但不限于设计方案、生产方法、工艺流程等信息泄露给任何第三方。

（4）产品质量控制

公司对产品的质量控制工作贯穿产品生产的全过程，包括面辅料到货检验、生产流程跟踪、出厂检验以及入库检验等，以实现产品的全过程质量控制，避免不合格产品的产生。具体的产品质量标准及产品控制情况参见本节“六、产品的质量控制情况”。

5、仓储和物流模式

（1）仓储管理

报告期内公司货品全部集中在公司总部的自有仓库。截至招股说明书签署日，公司仓库位于成都市温江区成都海峡两岸科技产业开发园新华路199号2栋3-4层、3栋3-4层和11栋1层，面积合计6,559.00平方米，主要用于货品周转存放。

公司制订了《入库管理制度》和《出库管理制度》等，对货品的入库和出库均有具体的操作流程和标准，从而保证货品及时、准确的验收入库和出库。

（2）发行人产品的配送方式、运费承担方式

①产品的配送方式

报告期内，公司产品主要委托第三方物流将货品运输至加盟商指定地点或自营店仓库，具体发货流程如下：公司采购的货品自委托加工厂商运达公司总部仓库后，仓库通知营销中心到仓情况。营销中心根据加盟商订单、本次发货量及加盟商的配货要求或者自营店的产品销售周期选择汽车运输或快递的发货方式，由

仓库联系第三方物流公司将货品运输至加盟商指定地点或自营店仓库。

报告期内存在少量货品从委托加工厂商直接发至加盟商指定地点或自营店仓库的情况，主要是因为部分门店对货期有特殊要求或工厂货期延迟，为不影响产品销售，由公司采购管理中心通知委托加工厂商直接将货品发至加盟商指定地点或自营店仓库。

②运费承担方式

报告期内，发行人产品运输的具体情况及其相应的运费承担方如下：

项目		内容	运费承担方
采购	委托加工厂商发货至公司	合同金额含运费	委托加工厂商
		合同金额不含运费	公司
	日常快件	确认资料和样衣等	寄出方
	委托加工厂商发货至门店	正常发货	公司或加盟商
		委托加工厂商延期交货	委托加工厂商
销售	加盟店	公司发货至加盟商	加盟商
		加盟商之间调拨货品	需货方
		加盟商与公司换货	加盟商
	自营店	自营店发货、调拨	公司
售后	加盟店退货至公司	产品质量问题	公司
		人为原因	加盟商
	自营店退货至公司	退货	公司
	公司退货至委托加工厂商	产品质量问题	委托加工厂商
		人为原因	公司

③第三方物流企业的选择

公司建立了严格的第三方物流企业甄选标准和流程。流程全过程所涉公司部门均参与甄选过程。公司对物流供应商的服务、运力、资源、线路及安全进行综合评估后进行选择。报告期内公司物流运输的整体执行情况良好。

6、销售模式

报告期内，公司产品以国内销售为主，出口规模较小。以下仅描述国内销售模式。

（1）销售模式概况

公司采取加盟和自营相结合的销售模式。

①加盟模式

加盟模式是指公司与加盟商签订《特许经营加盟合同》，加盟商根据《特许经营加盟合同》独立经营，由加盟商开设门店并负责门店的日常经营管理，将公司品牌服装销售给终端消费者。公司向加盟商的销售方式包括买断和代销两种，

以买断为主。加盟模式下的门店为加盟店。

②自营模式

根据公司是否独立完成门店日常经营管理，自营模式可以划分为直营模式和管理商模式，自营模式下的门店为自营店。

A、直营模式：直营模式是指公司与商场签订联营协议，或与商场或物业业主方签订租赁协议取得门店，直接负责门店的日常经营管理的模式。与商场签订联营协议情况下，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；与商场或物业业主方签订租赁协议情况下，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，商场按合同约定定期将代收款项划回公司）的，公司另行支付店铺租金。

B、管理商模式：是指公司与商场签订联营协议或通过与商场或物业业主方签订租赁合同取得店铺，公司与管理商签订品牌推广合作协议，委托管理商负责门店的日常经营管理的模式。管理商模式门店的日常经营管理由管理商负责，门店营运费用则按品牌推广合作协议约定分担，公司向管理商另行支付管理服务费用，除此之外，其他与直营模式相同。

（2）加盟与自营模式的对比

经营模式	加盟模式		自营模式			
	买断	代销	直营模式		管理商模式	
			联营	非联营	联营	非联营
主体及合同关系	公司与加盟商签订《特许经营加盟合同》	公司与加盟商签订代销协议	公司和商场签订联营协议	公司和商场或物业业主签订租赁协议	公司和商场签订联营协议，公司和管理商签订品牌推广合作协议	
货品所有权	加盟商	公司	公司			
货品管理	加盟商	加盟商	公司		管理商	
门店取得方式	加盟商提供		联营商场提供	公司租赁取得	联营商场提供	公司租赁取得
租金承担方	加盟商		-	公司	-	公司
门店员工薪酬承担方	加盟商		公司		2013 年 1 月之前公司部分承担; 2013 年 1 月之后全部由公司承担	
营运费用	加盟商		公司		按品牌推广合作协议约定分担	

承担方			
装修费用承担方	按合同约定承担	公司承担	
产品定价	公司指导市场定价	公司指导市场定价	
销售收入及结算	按约定折扣结算	销售金额扣除商场分成后的余额；每月对账，公司开票，商场付款	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并定期向公司支付
信用政策	根据信用等级提供的信用额度和周期	-	-
模式优势	前期投入资金少，扩张能力强	对渠道的控制能力较强，有利于品牌形象的建设和提升	
模式劣势	对渠道的控制能力较弱，公司和消费者的沟通较弱	营运所需资金量大，扩张速度慢	

报告期内，公司加盟和自营模式的销售收入情况如下：

销售模式	2015 年度		2014 年度		2013 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
加盟	26,146.53	72.99%	32,907.25	75.61%	38,537.53	73.14%
自营	9,676.77	27.01%	10,616.74	24.39%	14,154.16	26.86%
合计	35,823.29	100.00%	43,523.99	100.00%	52,691.69	100.00%

（3）加盟模式的管理

发展加盟商是公司拓展营销网络的重要方式。加盟商与公司签订《特许经营加盟合同》，在公司特许区域内开设加盟店销售公司产品。公司授予加盟商的特许经营权性质为区域排他特许，即公司将合同约定的特许区域内的特许经营权排他地授予加盟商，不再另行特许除加盟商以外的人从事特许产品的销售。加盟商按照合同约定设立加盟店，开展经营活动，未经公司事先书面同意，不得转授或转让特许经营权给第三人。

截至报告期末，公司共有加盟店425个，占门店总数的82.36%。加盟商的选择和管理对公司的发展至关重要，公司制订了完整的制度对加盟商和加盟店进行全方位管理，确保加盟店按照公司的标准经营，具体内容如下：

①普通加盟模式

A、评估标准

公司制订了严格的加盟商考察评估标准，主要包括：具有独立承担民事责任能力的自然人或企业法人；有良好的商业道德和信誉，具有服装行业销售、管理经验；具有较强资金实力；接受公司统一品牌管理和市场运作安排，建立配套客户服务体系。

公司对加盟店评估标准主要包括：门店所在的行政区域、市区人口及人均月收入、消费习惯、交通便捷性；门店所在地段、周边环境与公司品牌定位的契合度、门店规模、租金、租期；区域内竞争品牌的经营状况等。对于加盟商场专柜，门店评估标准还包括商场在当地的影响力及销售情况，以及商场的定位周边品牌等。

B、加盟流程

a、由有意向的加盟商向公司提出加盟申请，内容包括：申请人行业从业经验、拟开设加盟店的地址、当地主要商圈及加盟店所处商圈，区域内竞争对手情况、申请人预计投资金额、预计销售金额等基础资料。

b、公司在获得加盟商申请后，派人赴拟开设加盟店实地考察，考察内容包括：拟开设门店位置、商圈客流量及周边门店的经营情况，了解申请人的资金实力、服装经营理念等。

c、实地考察结束后，公司汇总考察信息和已有的该区域市场基础资料对拟开设加盟店进行综合评估，评估内容包括加盟商资质、经营计划、盈利预测等。

d、审核通过后，公司与加盟商签订《特许经营加盟合同》，明确加盟商和公司的权利义务。

e、公司按加盟商提供的门店平面图及尺寸为其设计装修图稿，并提供其他相关标准和技术指标的说明文件，由加盟商按图装修施工，装修完成后需要通过公司验收确认。

f、为帮助加盟商提升业绩，公司协助加盟商完成开业筹备，包括货源的配置和对加盟店员工的开业前培训，培训内容包括公司品牌和产品特点、门店布置、货品陈列、服务理念、销售流程、销售技巧等。

C、公司与加盟商的权利与义务

公司通过《特许经营加盟合同》明确公司与加盟商的权利和义务，主要包括：

a、公司的权利和义务

I、有权对加盟商经营活动进行监督检查（定期或不定期）并提出整改意见。II、提供经营加盟店的相关资料以及加盟店经营管理手册。III、为维护公司品牌形象，有权向加盟商提出加盟店经营、装修风格、陈列摆设等特定要求。IV、向加盟商提供的产品应符合国家质量标准的要求，就加盟商对产品质量提出的异议及时进行查验处理。V、向加盟商提供公司产品及与产品相关的知识、资讯。VI、提供加盟店员工培训。VII、向加盟商提供策划、设计、制作广告宣传方案、促销活动方案，并提供广告宣传资料。VIII、应加盟商要求提供与其开展特许经营活动相关的其他讯息。

b、加盟商的权利和义务

I、提供经营加盟店所需要的全部合法文件，包括营业执照、税务登记有效证件以及资信证明等。II、有权获得公司提供的经营技术以及培训指导。III、有权在公司特许经营区域内规范公司品牌发展的经营网络、策划、组织和落实各项广告宣传、公关及促销活动。IV、按照合同约定按时支付货款和其他各项费用。V、为统一加盟店的形象，应当按照公司的设计及规定装修、陈列摆设。VI、不得私自发展下一级加盟商，亦不得通过联营、合作等方式变相发展下一级加盟商。VII、不得擅自从其他途径生产、加工、收购产品并标以公司商标出售，亦不得擅自自在加盟店搭卖、陈列、存放其他品牌的商品。VIII、严格按照公司的售后服务制度，做好售后服务工作。IX、应公司要求提供加盟店的生产经营相关信息。

D、对加盟店的日常管理

作为公司重要的销售渠道，公司通过《加盟手册》、《特许经营加盟合同》等对加盟店的门店形象、销售、人员、绩效考核等方面进行规范和管理，主要包括：

a、门店形象管理：加盟店在日常经营过程中须达到公司的标准，包括门店招牌、宣传用品、员工服务标准、产品售后服务标准等。为了保持良好的品牌形象，公司营销中心督导部定期或不定期走访加盟店，对产品陈列、服务质量等进行督导。

b、销售管理：订货会时公司综合分析加盟店的具体情况，指导加盟商进行科学的货品订货组合；公司通过加盟店的信息管理系统终端可实时收集加盟店的进、销、存数据，根据分析结果及时调配货品；公司营销中心督导部每年不定期

巡店，对加盟店的营销运作、销售策略等进行现场指导。

c、人员管理：公司通过内部交流课程、外部讲师课程相结合的方式，每年不定期分批组织加盟店员工进行产品知识、销售技巧、库存管理、订货组合、货品陈列等方面的培训。公司营销中心督导部不定期地巡店进行现场检查和培训。

d、绩效考核：年初公司根据当年销售目标，帮助加盟店制定市场计划，并督促加盟店实施。年末根据加盟店当年的销售回款、销售增长率、品牌及市场推广能力、运营能力等指标对加盟店进行考核。

E、保证加盟店业绩增长的措施

随着公司加盟店数量的增加，为了保证各地加盟店的销售业绩，近年来公司逐步为各地加盟店配置了信息管理系统，跟踪了解各地加盟店的销售情况，指导加盟商分析销售异常的原因和制定相应的提升计划。主要措施包括：

a、公司根据全国各区域的市场规模、商圈分布、业态特征、竞争环境、消费习惯等制订市场发展与渠道规划，明确各地加盟商的渠道发展目标，包括新开门店数量、门店选址、门店规模和开店时间等。

b、在加盟商开店前，公司协助加盟商对新开店进行盈利评估，制订门店形象设计方案和新店开业方案，从而确保开店成功率。

c、加盟商开店之后，公司营销中心督导部对各地加盟店的货品配置、陈列推广、销售服务等进行指导和跟进，在经营计划、管理制度、员工培训等方面为加盟店提供支持，不断提升加盟店经营管理水平和服装零售能力，保障各地加盟店业绩的稳定增长。

d、公司通过建立健全信息管理系统，掌握各地加盟店销售状况，并定期跟进加盟店销售目标达成、业绩同比增长、货品销售情况、库存率、资金回笼率等指标。如果出现业绩下滑，公司会指导各地加盟店对外部天气变化、市场竞争、内部货品运营、行销推广、门店管理等关键因素进行分析，帮助加盟店制订提升计划，并跟进落实。

e、公司还通过持续、广泛、深入的消费者调研不断提升产品设计能力和品牌影响力，优化供应链水平，提高物流配送效率，进而不断提升终端竞争力和盈利能力，保障各地加盟店业绩持续稳定增长。

②战略合作模式

战略合作模式下，由公司购买店铺并提供给战略加盟商，公司对战略加盟商的产品销售折扣与普通加盟商不同。除此之外，公司对战略合作店的管理与普通加盟店完全相同。目前公司加盟模式下开设的门店均为普通加盟店，募集资金投向的“营销渠道建设项目”实施后公司将开设战略合作店。

③买断和代销

报告期内，公司向加盟商的销售方式包括买断和代销，以买断为主。买断和代销的主要特点对比如下：

项目	买断	代销
适用情况	加盟商订货、补货	公司给加盟商配货
货品结构	主要为当季货品	主要为过季货品
收入确认	向加盟商发出货物，确认销售收入	加盟商将商品销售并开具代销清单，确认销售收入

报告期内，两种方式的销售收入及占同期加盟业务收入的比例如下：

项目	2015 年度		2014 年度		2013 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
买断	22,919.59	87.66%	30,081.64	91.41%	35,852.23	93.03%
代销	3,226.94	12.34%	2,825.61	8.59%	2,685.30	6.97%
合计	26,146.53	100.00%	32,907.25	100.00%	38,537.53	100.00%

④加盟费收取原则

根据公司与加盟商签订的《特许经营加盟合同》，加盟商需要缴纳一定的加盟费。公司加盟费的收取原则如下：A、加盟费分年度加盟费和首期加盟费，加盟商首次加盟需缴纳年度加盟费和首期加盟费，加盟次年起只缴纳年度加盟费；B、公司对加盟店的经营情况、卖场形象、订货金额等进行综合评分，根据评分情况将加盟店分级管理，并收取相应的加盟费。

基于市场开拓、品牌推广、扶持加盟商发展等方面的考虑，公司目前仅对部分地区加盟商收取加盟费。

⑤加盟合同到期后的商业安排

为保证公司营销网络布局满足公司战略发展规划，提高公司加盟店的发展质量，实现公司与加盟商双赢，公司建立了加盟店的淘汰机制。在加盟合同到期时，对于未达到营业目标的加盟店，公司要求加盟商重新进行门店选址，或更换加盟商。由于公司对单个加盟商不存在重大依赖，单个加盟商的退出不会对公司的经营业绩产生重大影响。

A、报告期内，加盟商（加盟店实际控制人）的数量变化情况

时间	期初数	本期增加	本期减少	期末数
2015 年度	162	8	25	145
2014 年度	175	17	30	162
2013 年度	177	11	13	175

报告期内，公司加盟商不存在加盟商频繁进入或退出的情形，但加盟商数量持续减少，主要原因是宏观经济形势严峻，市场竞争加剧，加盟商经营压力增大所致。

B、与公司持续存在业务往来的加盟商数量及销售收入

存续加盟商是指自2012年1月1日起为公司加盟商，且自2012年度以来均有销售收入的加盟商，截至报告期末该等加盟商数量为108个。报告期内存续加盟商销售收入及占同期公司加盟业务销售收入的比例情况如下：

项目	2015 年度	2014 年度	2013 年度
存续加盟商销售收入	22,118.37	27,998.80	31,880.66
加盟业务销售收入	26,146.53	32,907.25	38,537.53
占比	84.59%	85.08%	82.67%

报告期内，公司存续加盟商销售收入占公司加盟业务销售收入的比例较高。

⑥销售返利

A、销售返利情况

公司根据自身的品牌定位、产品市场销售等特点制订了加盟商返利政策，报告期内，不同返点率折合的返利金额以及占同期加盟业务销售收入的比例情况如下：

折扣率	2015 年度	2014 年度	2013 年度
12%	165.30	-	7.34
10%	811.91	328.02	805.37
8%	285.04	1,281.64	392.43
6%	701.84	721.84	1,412.00
合计	1,964.08	2,331.51	2,617.14
加盟业务销售收入	27,134.77	33,632.68	42,289.06
返利金额占比	7.24%	6.93%	6.19%

注：加盟业务销售收入=加盟业务收入+本期预计退换货金额-上期预计退换货金额+返利金额。

报告期内公司给加盟商的返利金额占同期加盟业务销售收入总体较为稳定。

B、销售返利的会计处理

报告期内，公司按上年核定的返利率预估当年返利，并按扣除预估返利后的

净额确认当期销售收入；第四季度公司根据加盟店铺考核结果核定当年实际返利，并对当年预估返利额进行调整。

（4）自营模式的管理

自营模式是公司直接面对终端消费者进行公司产品的销售。自营模式包括公司与联营商场合作的联营模式，以及公司开设专卖店、网上销售、定制的非联营模式。同时，根据公司是否独立完成门店日常经营管理，自营模式还可以划分为直营模式和管理商模式。公司利用管理商在各地所拥有的销售渠道和资源优势进行旗下品牌的推广，委托管理商进行门店日常管理，公司向管理商支付管理服务费。

报告期内公司自营店数量、销售收入情况如下：

项目	2015-12-31/2015 年度		2014-12-31/2014 年度		2013-12-31/2013 年度	
	数量（个）	销售收入	数量（个）	销售收入	数量（个）	销售收入
管理商模式	42	2,925.79	50	5,017.80	68	7,594.78
直营模式	49	6,750.98	42	5,598.94	37	6,559.38
合计	91	9,676.77	92	10,616.74	105	14,154.16

①直营模式

A、联营模式

联营模式下公司与联营商场签订联营协议，联营商场提供专柜场地和收款服务，公司提供产品和销售管理，联营商场按约定的比例参与公司产品的销售额分成。联营模式有两种方式，一种是不设保底销售额，按专柜当月实际销售额及约定比例结算商场的分成；一种是设定保底销售额，根据专柜当月实际销售额与保底销售额孰高的原则确定计算联营商场分成的基数。

联营模式下门店的日常管理由营销中心负责，包括店员招聘、门店设计和装修、货品陈列、促销活动等。营销中心督导部会不定期地巡店，根据与联营商场签订的联营协议及公司的自营店管理制度对自营店的管理和销售进行指导和检查。公司与联营商场签订的联营协议对门店形象管理、货品管理、信息管理系统、资金结算、店员培训、绩效考核等方面进行约定。

B、非联营模式

非联营模式包括公司开设专卖店、网上销售、定制等。截至报告期末，公司共有13个专卖店（即非联营自营店）和4个自营网店。定制是公司为了进一步开拓市场，与具有服装定制需求的客户签订服装定制合同，为客户提供个性化、高

品质服装定制服务。

②管理商模式

为减小公司管理半径，提高管理效率，减少跨区域因文化差异造成的管理损耗，公司委托管理商对部分自营店进行日常管理。公司与管理商签署品牌推广合作协议，主要内容如下：

a、公司权利和义务

I、公司提供产品，并制定产品零售价格和销售折扣比例。II、公司负责对店铺进行统一装修并承担装修费用。III、公司承担其与商场合同内规定的经营费用、商场管理费用等。IV、公司与门店工作人员签订劳动协议，并承担门店员工的工资及社保福利等费用。V、公司根据品牌推广合作协议向管理商支付协议约定的管理服务费。

b、管理商的权利和义务

I、管理商负责公司品牌在指定区域商场的推广，包括门店销售和日常管理。II、向公司推荐门店工作人员、负责员工的日常管理及绩效考核。III、承担公司品牌推广所产生的相关费用等。IV、不得在协议约定的范围或授权范围外随意使用公司品牌、名称、商标或相关图形、文字等。

（5）产品定价

公司产品的终端零售价由公司定价委员会在综合考虑产品市场定位、产品生产成本、目标毛利率、市场需求等因素的基础上制定。定价委员会由主管经营的副总裁、营销中心、皮具事业部、设计研发中心、采购管理中心、财务中心等部门人员组成。公司门店新品上市、尾货促销、节日促销时，价格可在一定区间内调节，但各门店的销售价格均不得低于公司制定的最低价。

（6）退换货

①退换货政策

A、加盟商退换货政策

公司对加盟商以买断式销售为主，除质量问题外，原则上不予退货。但为减少加盟商的经营风险，支持加盟商的业务发展，实现公司与加盟商合作共赢，在宏观经济、市场经营环境发生变化导致加盟店经营困难、加盟商开发新市场、新增门店销售不理想等情况下，公司给予加盟商一定比例的退货率。加盟商需在规

定时限内完成退货。为了促进公司和加盟商的门店销售，加强货品流转，在货品完好不影响二次销售的条件下，加盟商可以申请等值货品调换。

针对加盟商退货、换货，公司制订的相关制度主要内容如下：

项目	退货	换货
范围及要求	（1）退回的货品完好，包装完整，不影响销售； （2）订货会后补货不予退货。	（1）货品完好，品相全新，不影响销售； （2）不得以低折扣特价货品向公司换货。
流程	（1）客户申请，客户向业务部门提交书面申请，并附拟退货品明细表； （2）业务审批，相关业务部门对退货申请及明细进行审核； （3）接收退货：业务填制退货通知单，货品到库按退货通知单验收。	（1）客户申请，客户向业务部门提交书面申请，并附拟换货货品明细表； （2）业务审批，相关业务部门对换货申请及明细进行审核； （3）公司收发货，业务部审批完成后，发出新换货品，并接受被换货品。
结算	（1）退货限额：各客户退货率不得超过约定退货率； （2）退货产品运费由客户承担。	（1）公司换入的货品结算总金额不得高于换出货品总金额； （2）换货产生的运费、包装费均由客户承担

B、自营店退换货政策

联营模式下的自营店按各商场消费者退换货的具体条件执行。自营专卖店按所在地的产品售后政策，在不影响二次销售的条件下可退换货。

②退货、换货的会计处理

各月末，财务部门复核系统中退换货申请单及核准单、仓库收退货、发货明细表，复核无误后编制会计凭证，按当月收到的退、换货结算额冲减当期收入，按发出货品结算额确认当期收入，并调整相应资产或负债科目，具体处理如下：

收到退货或换入货品，冲减当期收入	换出货品，确认为当期收入
借：主营业务收入 应交税金 贷：应收账款 借：库存商品 贷：主营业务成本	借：应收账款 贷：主营业务收入 应交税金 借：主营业务成本 贷：库存商品

③退换货情况

报告期内，公司产品的退换货金额分别为 5,479.59 万元、7,429.24 万元和 6,077.27 万元。报告期内公司退换货金额主要为加盟商退换货，终端消费者退换货金额极小。报告期内，公司退换货金额逐年上升，主要是因为宏观经济增速放缓、市场竞争激烈的背景下，经加盟商申请，公司提高部分加盟商退换货率。

报告期内，公司各类产品的退货金额、换货金额情况

项目	2015 年度		2014 年度		2013 年度	
	退货	换货	退货	换货	退货	换货
T 恤	547.87	429.09	453.77	814.55	189.78	771.61
衬衫	287.90	281.28	298.53	519.44	48.44	285.30
西服	222.81	246.04	98.86	137.62	24.60	166.67
茄克	232.10	266.28	226.80	356.35	34.67	387.39
毛衣	271.71	365.85	229.43	494.31	29.51	534.32
棉衣	498.43	619.48	442.53	989.24	49.30	765.10
皮衣	42.88	143.16	104.66	337.68	27.94	730.76
休闲裤	587.98	592.47	445.61	847.67	116.31	904.88
鞋	32.31	366.42	105.65	420.73	33.01	314.29
皮具配饰	6.11	37.10	26.53	79.28	8.44	57.29
合计	2,730.10	3,347.17	2,432.37	4,996.87	561.99	4,917.61

为促进加盟商合理配置货品以便提升销售业绩，公司允许加盟商在符合公司换货规定的前提下换入换出货品。报告期内，公司换货额高于退货额且较为稳定。

报告期内，公司产品退货额分别为为 561.99 万元、2,432.37 万元和 2,730.10 万元。2013 年度，市场环境和加盟商的销售情况相对较好，因此退货额较小。2014 年和 2015 年，宏观经济下行及服装消费需求持续低迷等不利因素导致加盟商经营压力增大，公司为此加大对加盟商的扶持，给予更优惠的退货政策，导致加盟商退货额增长较快。

报告期内，公司退货、换货金额及占当期加盟业务销售收入的比例情况如下：

项目	2015 年度	2014 年度	2013 年度
退货金额	2,730.10	2,432.37	561.99
退货占加盟业务销售收入比例	8.74%	6.28%	1.24%
换货金额	3,347.17	4,996.87	4,917.61
换货占加盟业务销售收入比例	10.71%	12.90%	10.89%
退换货总额	6,077.27	7,429.24	5,479.59
退换货总额占加盟业务销售收入比例	19.45%	19.18%	12.14%

注：加盟业务销售收入=加盟业务收入+本期预计退换货金额-上期预计退换货金额+实际退换货金额

报告期内，公司退换货主要集中在加盟渠道，其中换货金额及占加盟业务销售收入的比例较高。公司将收回的退换货货品进行二次销售。

（7）公司对过季货品的处理

公司采取以销定产的模式，通过充分收集市场信息、消费者信息、终端销售情况等手段科学制订产品设计、生产和销售目标，尽可能减少过季和滞销产品的产生。但因对加盟商执行退换货政策，同时自营店需要合理库存，使得公司在报告期内存在一定的过季货品。公司十分重视对过季货品的处理，主要处理方式包

括：①公司自营店特卖；②委托加盟商代销；③网上销售；④奥特莱斯折扣销售。

7、信息管理模式

公司重视信息系统的建设，已逐步建立起与目前经营模式和状况基本适应的信息系统，初步实现了公司运营管理的信息化。

信息系统是公司运营管理的重要工具。通过信息系统对采购、分销、终端零售门店进销存以及财务核算等进行全面管理，信息系统及时准确反映营运和财务信息，为管理和决策提供依据，促进公司业务流程和管理的不断优化。

公司信息系统是以SAP软件为核心，通过与多个外围系统的集成、协同，建立起了公司的信息化管理平台，具有良好的开发性、稳定性、延展性，是支持公司后续业务发展的信息化持续建设的良好基础。其主要内容及功能情况如下：

（1）SAP系统：是公司重要ERP系统及信息化平台，通过集成Crosslink系统、订货会系统、智能发票管理系统，涵盖了公司与产品相关的主要业务应用，以实现客户订单为核心，包括商品基础信息管理、采购管理、仓储管理、分销零售、物流配送管理、价格管理、财务往来管理等功能，实现了财务与业务的一体化，全面真实及时地反映公司运营情况。

（2）Crosslink系统：是公司业务管理系统，包括分销管理系统、VIP会员管理系统、零售POS系统，涵盖了公司与产品相关的主要业务应用，以实现客户订单为核心，包括仓储管理、分销零售管理、会员管理、价格管理、促销管理等功能，适时反映公司销售情况。

（3）销售订货会系统：是公司管理订货会现场的系统，客户使用无线PDA手持订货设备进行现场下单，通过无线传输方式将订单数据及时传入订货会系统，实现数据及时准确采集、集中管理为门店科学订货提供高效的数据保证。

（4）致远协创协同管理系统：是公司办公协同平台，实现了内部沟通、制度与流程、业务应用与管理融合落地；满足公共信息、计划管理、内部沟通等日常办公；建设了公司、部门和个人工作平台。

（三）公司营销网络

1、营销网络的开发

公司自成立以来，通过加盟模式拓展加盟店，通过直营和管理商模式拓展自

营店。公司为提高新开店的效率与效果，保持合理的网络布局，增强市场竞争力，维护公司利益，制定了详细的开店选址标准和评估流程。在门店的选址上，公司通常考察以下内容：

（1）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；

（2）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。商圈类型包括：①商业活动频繁的闹市区：人流量大，营业额能达到一定的规模；②服装品牌聚居区（成熟商业街、区）：顾客可以有更多的机会进行比较和选择，有利于招揽顾客；③聚居的公共场所附近：人口集中，消费量大，可保证专卖店的稳定收入；④客流量较大和能见度高的街道：可使多数人就近买到所需物品；

（3）商场：要求拟进驻商场的品牌氛围与公司品牌定位一致；

（4）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男装品牌，面积50平方米以上。

2、营销网络总体情况

报告期末，公司营销网络全国布局情况如下图：



公司自成立以来，采取加盟和自营相结合的战略发展自身营销网络体系。经过多年的发展，公司建立了“Raidey Boer”、“GHILARO”、“ferrante”三个品牌互为支撑、资源共享的营销网络体系，有针对性地将品牌文化传递给消费者。公司在营销网络扩张时，充分发挥品牌辐射效应，采取“国内一二线城市树标杆，其他城市促增长，海外推广谋发展”的战略，通过在一二线城市的知名商场设立专卖店或专柜的方式带动专卖店的经营扩张，从而实现营销网络的合理结构和有效链接，并通过充分挖掘和利用加盟商和管理商的经营潜力，以相对较低的投入实现良好的经营业绩。截至报告期末，公司在全国26个省、直辖市、自治区开设门店516个，其中加盟店425个，自营店91个，总体上形成了辐射全国的营销网络。

报告期内，公司不同模式下门店数量及变动情况如下：

单位：个

销售模式		2015 年度			
		期初数	本期增加	本期减少	期末数
加盟		428	78	81	425
自营	直营	42	18	11	49
	管理商	50	8	16	42
	小计	92	26	27	91
合计		520	104	108	516

销售模式		2014 年度			
		期初数	本期增加	本期减少	期末数
加盟		468	71	111	428
自营	直营	37	14	9	42
	管理商	68	5	23	50
	小计	105	19	32	92
合计		573	90	143	520
销售模式		2013 年度			
		期初数	本期增加	本期减少	期末数
加盟		454	53	39	468
自营	直营	35	12	10	37
	管理商	83	7	22	68
	小计	118	19	32	105
合计		572	72	71	573

注：由于公司多品牌集成店各品牌的开业时间有所不同，为便于分析各品牌的收入、成本、毛利率等，在对公司门店数量统计时，将多品牌集成店以品牌为准计算门店数量。

报告期内，公司三个品牌门店数量及变动情况如下：

单位：个

品牌名称		2015 年度			
		期初数	本期增加	本期减少	期末数
Raidy Boer		278	35	57	256
GHILARO		158	36	30	164
ferrante		84	33	21	96
合计		520	104	108	516
品牌名称		2014 年度			
		期初数	本期增加	本期减少	期末数
Raidy Boer		321	37	80	278
GHILARO		174	32	48	158
ferrante		78	21	15	84
合计		573	90	143	520
品牌名称		2013 年度			
		期初数	本期增加	本期减少	期末数
Raidy Boer		332	35	46	321
GHILARO		175	15	16	174
ferrante		65	22	9	78
合计		572	72	71	573

3、加盟店情况

(1) 加盟店数量及变动

单位：个

时间	期初数	本期增加	本期减少	期末数
2015 年度	428	78	81	425

2014 年度	468	71	111	428
2013 年度	454	53	39	468

2013年以来，考虑到国内宏观经济增速放缓，公司出于对市场前景预期的不确定性，采取谨慎的态度严格控制门店开设，同时不断优化门店的布局，关闭部分经营业绩不佳的门店。

报告期内，公司加盟店开店主要原因如下：

单位：个

原因	2015 年度	2014 年度	2013 年度
新店开张	39	48	40
因市政规划调整，市政建设进行街道改造、拆迁，商圈转移	8	17	13
原有门店销售区域调整，增加公司其他品牌的销售	19	1	-
加盟商变更	9	4	-
租赁合同到期变更店铺地址	3	1	-
合计	78	71	53

报告期内，加盟店增加的主要原因是新店开张和因市政规划调整，市政建设进行街道改造、拆迁，商圈转移导致的增加。

报告期内，公司加盟店关店主要原因如下：

单位：个

原因	2015 年度	2014 年度	2013 年度
商圈转移，加盟商经营不力	26	30	13
因市政规划调整，市政建设进行街道改造、拆迁	4	28	10
店铺租赁到期，业主不再续签	21	28	4
加盟合同到期，双方不再续签	3	9	9
加盟商与商场合同到期	10	8	1
加盟商变更	9	4	-
市场培育期店铺，经营效果不理想	2	-	2
商场停业	1	3	-
租赁合同到期变更店铺地址	3	1	-
加盟转自营	2	-	-
合计	81	111	39

报告期内，公司加盟店关店原因主要是由于商圈转移、加盟店经营不力、市政规划调整、街道改造、拆迁，店铺租赁到期、业主不再续签和加盟合同到期双方不再续签等因素影响。

2015年度，加盟转自营2个门店系王霁经营的四川都江堰百伦广场店 RaidyBoer与GHILARO加盟店，由于商场要求与品牌公司合作的原因，公司将其接收转为自营店。

(2) 报告期末加盟店基本情况

序号	店铺简称	店铺地址	面积（M²）	开业时间	经营品牌
1	安徽淮北华松购物中心店	安徽省淮北市相山区淮海路 158 号金色华松商场	59.00	2010 年 1 月	RaidyBoer
2	重庆北碚嘉陵路店	重庆市北碚新城区嘉陵风情街 10 号 1-1	87.00	2010 年 1 月	ferrante
3	重庆北碚嘉陵路店	重庆市北碚新城区嘉陵风情街 10 号 1-1	65.00	2010 年 5 月	GHILARO
4	重庆北碚嘉陵路店	重庆市北碚新城区嘉陵风情街 10 号 1-1	110.00	2010 年 5 月	RaidyBoer
5	重庆长寿桃源东路店	重庆市长寿区桃源东路 2 号	75.00	2015 年 4 月	ferrante
6	重庆长寿桃源东路店	重庆市长寿区桃源东路 2 号	77.00	2015 年 4 月	GHILARO
7	重庆长寿桃源东路店	重庆市长寿区桃源东路 2 号	132.00	2015 年 4 月	RaidyBoer
8	重庆大足龙中路店	重庆市大足区龙中路 111 号	66.00	2014 年 10 月	GHILARO
9	重庆大足龙中路店	重庆市大足区龙中路 111 号	63.00	2014 年 10 月	RaidyBoer
10	重庆垫江桂溪镇华美钻石城店	重庆市垫江西安桂溪镇华美钻石城 1 楼 26 号-140-1 号	85.00	2015 年 9 月	RaidyBoer
11	重庆丰都三合镇店	重庆市丰都县三合镇世平路 24 号附 12 号央楼	110.50	2011 年 1 月	RaidyBoer
12	重庆奉节人民广场店	重庆市奉节县人民广场商业步行街 A-17	132.00	2014 年 7 月	ferrante
13	重庆奉节人民广场店	重庆市奉节县人民广场商业步行街 A-17	132.00	2011 年 12 月	GHILARO
14	重庆奉节人民广场店	重庆市奉节县人民广场商业步行街 A-17	244.00	2011 年 1 月	RaidyBoer
15	重庆涪陵高笋塘店	重庆市涪陵区建涪路 56 号巴都大厦	89.00	2011 年 10 月	ferrante
16	重庆涪陵高笋塘店	重庆市涪陵区建涪路 56 号巴都大厦	120.00	2008 年 5 月	GHILARO
17	重庆涪陵高笋塘店	重庆市涪陵区建涪路 56 号巴都大厦	96.00	2008 年 5 月	RaidyBoer
18	重庆涪陵兴华中路店	重庆市涪陵区兴华中路 68 号(博物馆综合楼)1 栋 1-4	56.00	2015 年 10 月	RaidyBoer
19	重庆涪陵兴华中路店	重庆市涪陵区兴华中路 68 号(博物馆综合楼)1 栋 1-4	42.00	2015 年 9 月	GHILARO
20	重庆涪陵兴华中路店	重庆市涪陵区兴华中路 68 号(博物馆综合楼)1 栋 1-4	40.00	2015 年 9 月	ferrante
21	重庆合川久长路店	重庆市合川区久长路步行街 26 号	57.00	2006 年 5 月	RaidyBoer
22	重庆江津时代广场店	重庆市江津区时代广场 B6-6 号	74.00	2008 年 10 月	RaidyBoer
23	重庆开县安康路店	重庆市开县安康路 52 号	122.00	2010 年 12 月	GHILARO
24	重庆开县安康路店	重庆市开县安康路 52 号	166.00	2009 年 10 月	RaidyBoer

25	重庆南川区政府广场店	重庆市南川区政府广场骑士百货	70.00	2014年9月	GHILARO
26	重庆南川区政府广场店	重庆市南川区政府广场骑士百货	93.00	2011年11月	RaidyBoer
27	重庆南坪步行街店	重庆市南岸区南坪步行街190号	50.00	2014年1月	ferrante
28	重庆南坪步行街店	重庆市南岸区南坪步行街190号	122.00	2008年3月	GHILARO
29	重庆南坪步行街店	重庆市南岸区南坪步行街190号	248.00	2004年1月	RaidyBoer
30	重庆綦江文龙街店	重庆市綦江县文龙街电力大道48附11号	96.00	2011年1月	RaidyBoer
31	重庆黔江南海鑫城店	重庆市黔江区南海鑫城A24号	98.00	2014年11月	GHILARO
32	重庆黔江南海鑫城店	重庆市黔江区南海鑫城A24号	95.00	2009年12月	RaidyBoer
33	重庆荣昌人民路店	重庆市荣昌县人民路143号	62.00	2004年1月	RaidyBoer
34	重庆石柱人民街店	重庆市石柱土家族自治县人民街16号	86.50	2013年9月	RaidyBoer
35	重庆铜梁解放路名流百货店	重庆市铜梁县东桥步行街解放路40号名流百货	50.00	2014年1月	ferrante
36	重庆铜梁解放路名流百货店	重庆市铜梁县东桥步行街解放路40号名流百货	50.00	2014年3月	GHILARO
37	重庆潼南梓潼街滨江路店	重庆市潼南县梓潼街道办事处滨江路1#地块第2、3号楼1层27号	89.00	2014年10月	RaidyBoer
38	重庆万州白岩路店	重庆市万州区白岩路30-32号	159.00	2011年1月	GHILARO
39	重庆万州白岩路店	重庆市万州区白岩路30-32号	196.00	2011年10月	RaidyBoer
40	重庆万州静园路店	重庆市万州区静园路871号好运来静馨楼一层2-3号	100.00	2015年1月	RaidyBoer
41	重庆巫山广东中路店	重庆市巫山县广东中路173号	90.00	2011年10月	GHILARO
42	重庆巫山广东中路店	重庆市巫山县广东中路173号	141.50	2011年9月	RaidyBoer
43	重庆巫溪滨河北路店	重庆市巫溪县滨河北路111号	72.00	2014年10月	RaidyBoer
44	重庆巫溪滨河北路店	重庆市巫溪县滨河北路111号	15.00	2015年1月	GHILARO
45	重庆巫溪水圆商城步行街店	重庆市巫溪县春申大道县政府旁水圆商场步行街	94.00	2015年12月	RaidyBoer
46	重庆巫溪水圆商城步行街店	重庆市巫溪县春申大道县政府旁水圆商场步行街	64.00	2015年12月	GHILARO
47	重庆武隆巷口店	重庆市武隆县巷口镇建设中路126号附5号	72.00	2010年12月	RaidyBoer
48	重庆永川人民西路店	重庆市永川区人民西路105号	83.00	2011年6月	GHILARO
49	重庆永川人民西路店	重庆市永川区人民西路105号	99.00	2012年9月	RaidyBoer
50	重庆永川渝西广场店	重庆市永川区渝西广场康华楼77号	69.00	2007年9月	RaidyBoer
51	重庆酉阳桃花源中路店	重庆市酉阳县桃花源中路289号1-7	56.00	2014年3月	RaidyBoer

52	重庆鱼洞新市街店	重庆市巴南区鱼洞新市街 91 号	143.00	2010 年 3 月	RaidyBoer
53	重庆鱼洞新市街店	重庆市巴南区鱼洞新市街 91 号	50.00	2015 年 8 月	ferrante
54	重庆渝北松石北路店	重庆市渝北区友溪街道松石北路 99 号、101 号 A 幢 1-19、1-20 号	81.00	2012 年 8 月	RaidyBoer
55	重庆云阳云江大道店	重庆市云阳县云江大道 1503 号	73.00	2013 年 4 月	GHILARO
56	重庆云阳云江大道店	重庆市云阳县云江大道 1503 号	91.00	2011 年 3 月	RaidyBoer
57	重庆忠县忠州巴王路店	重庆市忠县忠州镇巴王路 35 号	121.00	2011 年 6 月	GHILARO
58	重庆忠县忠州巴王路店	重庆市忠县忠州镇巴王路 35 号	119.00	2011 年 6 月	RaidyBoer
59	福建福清锦绣家园店	福建省福清市新华都正对面锦绣家园 3 号楼	63.00	2015 年 7 月	RaidyBoer
60	福建福清锦绣家园店	福建省福清市新华都正对面锦绣家园 3 号楼	30.00	2015 年 7 月	GHILARO
61	福建仙游南大路店	福建省莆田市仙游县南大路 476 号	82.50	2012 年 8 月	GHILARO
62	福建仙游南大路店	福建省莆田市仙游县南大路 476 号	82.00	2012 年 10 月	RaidyBoer
63	广西桂林兴安县双灵路店	广西省桂林市兴安县双灵路 75 号	53.00	2014 年 9 月	GHILARO
64	广西桂林兴安县双灵路店	广西省桂林市兴安县双灵路 75 号	85.00	2014 年 11 月	RaidyBoer
65	广西南宁民族大道三棋广场店	广西省南宁市青秀区民族大道 146 号三棋广场	50.00	2015 年 8 月	GHILARO
66	广西南宁民族大道三棋广场店	广西省南宁市青秀区民族大道 146 号三棋广场	90.00	2015 年 8 月	ferrante
67	贵州安顺老小十字中环百盛店	贵州省安顺市西秀区小十字中环商业广场 A 栋 1-12 号铺	60.00	2014 年 1 月	GHILARO
68	贵州安顺老小十字中环百盛店	贵州省安顺市西秀区小十字中环商业广场 A 栋 1-12 号铺	197.00	2012 年 12 月	RaidyBoer
69	贵州毕节七星关胜利路店	贵州省毕节市七星关区胜利路上段	57.00	2014 年 3 月	ferrante
70	贵州毕节七星关胜利路店	贵州省毕节市七星关区胜利路上段	70.00	2014 年 5 月	GHILARO
71	贵州毕节七星关胜利路店	贵州省毕节市七星关区胜利路上段	138.00	2014 年 4 月	RaidyBoer
72	贵州贵阳淮河路口店	贵州省贵阳市小河区淮河路口时代卓越大厦 9-11 号	113.00	2013 年 7 月	RaidyBoer
73	贵州贵阳瑞金北路店	贵州省贵阳市云岩区瑞金北路 56 号	149.00	2006 年 8 月	RaidyBoer
74	贵州贵阳沙冲南路店	贵州省贵阳市南明区沙冲南路 226 号	95.00	2012 年 11 月	GHILARO
75	贵州贵阳沙冲南路店	贵州省贵阳市南明区沙冲南路 226 号	89.00	2012 年 11 月	RaidyBoer
76	贵州凯里韶山南路店	贵州省黔东南苗族侗族自治州凯里市韶山南路宏宇大厦一楼 1-2 号门市	123.00	2011 年 5 月	RaidyBoer
77	贵州凯里友庄路店	贵州省黔东南苗族侗族自治州凯里市友庄路丰球绿都商住楼	65.00	2012 年 12 月	ferrante
78	贵州凯里友庄路店	贵州省黔东南苗族侗族自治州凯里市友庄路丰球绿都商住楼	83.00	2011 年 12 月	GHILARO

79	贵州凯里友庄路店	贵州省黔东南苗族侗族自治州凯里市友庄路丰球绿都商住楼	123.00	2012 年 12 月	RaidyBoer
80	贵州六盘水红果胜境大道店	贵州省六盘水市盘县红果胜境大道 236 号金华酒店一楼	50.00	2014 年 4 月	GHILARO
81	贵州六盘水红果胜境大道店	贵州省六盘水市盘县红果胜境大道 236 号金华酒店一楼	115.00	2014 年 3 月	RaidyBoer
82	贵州仁怀国酒大道店	贵州省仁怀市国酒大道三转盘融亿金街 B1F080	129.00	2012 年 11 月	RaidyBoer
83	贵州铜仁锦江南路店	贵州省铜仁市锦江南路 66 号附 6 号	56.00	2013 年 4 月	ferrante
84	贵州铜仁锦江南路店	贵州省铜仁市锦江南路 66 号附 6 号	88.00	2013 年 5 月	GHILARO
85	贵州铜仁锦江南路店	贵州省铜仁市锦江南路 66 号附 6 号	137.00	2013 年 7 月	RaidyBoer
86	贵州兴义瑞金大道金地首座店	贵州省兴义市桔山区瑞金大道金地首座大厦一楼 15 号	77.00	2013 年 12 月	ferrante
87	贵州兴义瑞金大道金地首座店	贵州省兴义市桔山区瑞金大道金地首座大厦一楼 15 号	80.00	2014 年 1 月	GHILARO
88	贵州兴义瑞金大道金地首座店	贵州省兴义市桔山区瑞金大道金地首座大厦一楼 15 号	61.00	2013 年 1 月	RaidyBoer
89	贵州遵义汇川区澳门路店	贵州省遵义市汇川区澳门路海鸿商住楼一楼 4 号	48.00	2013 年 2 月	GHILARO
90	贵州遵义汇川区澳门路店	贵州省遵义市汇川区澳门路海鸿商住楼一楼 4 号	105.00	2013 年 3 月	RaidyBoer
91	贵州遵义习水县楼山中路店	贵州省遵义市习水县楼山中路汇景新城一楼	115.00	2013 年 7 月	RaidyBoer
92	贵州遵义珠海路店	贵州省遵义市汇川区珠海路万豪国际 A 座 1 号	56.00	2011 年 12 月	ferrante
93	贵州遵义珠海路店	贵州省遵义市汇川区珠海路万豪国际 A 座 1 号	153.00	2010 年 2 月	RaidyBoer
94	河南永城新城雪枫路店	河南省永城市新城雪枫路东苑宾馆楼下	69.00	2014 年 5 月	GHILARO
95	河南永城新城雪枫路店	河南省永城市新城雪枫路 9 号东苑宾馆 1 楼	164.00	2014 年 5 月	RaidyBoer
96	黑龙江哈尔滨地段街 95 号华燕店	黑龙江哈尔滨市道里区地段街 95 号华燕奥特莱斯	70.00	2015 年 9 月	RaidyBoer
97	黑龙江哈尔滨东大直街松雷店	黑龙江省哈尔滨市南岗区东大直街 329 号松雷商厦	42.00	2015 年 9 月	RaidyBoer
98	黑龙江哈尔滨南岗区红旗大街店	黑龙江小哈尔滨市南岗区红旗大街 301 号红博会展购物广场	112.00	2015 年 10 月	RaidyBoer
99	黑龙江齐齐哈尔鹏萱新玛特店	黑龙江齐齐哈尔龙沙区龙华路 1 号大商新玛特购物广场	90.00	2012 年 9 月	RaidyBoer
100	湖北赤壁时代广场店	湖北省赤壁市时代广场 127-129 号	98.00	2013 年 5 月	GHILARO
101	湖北赤壁时代广场店	湖北省赤壁市时代广场 127-129 号	136.00	2013 年 7 月	RaidyBoer
102	湖北恩施时代广场店	湖北省恩施市舞阳坝东风大道 19 号正中时代广场	64.00	2009 年 2 月	RaidyBoer
103	湖北仙桃大新路店	湖北省仙桃市大新路 42-2 船王广场	135.00	2014 年 10 月	GHILARO
104	湖北仙桃大新路店	湖北省仙桃市大新路 42-2 船王广场	136.00	2014 年 10 月	RaidyBoer
105	湖北咸宁淦河大道 49 号店	湖北省咸宁市温泉路淦河大道 49 号	100.00	2014 年 10 月	RaidyBoer

106	湖北孝感广场路店	湖北省孝感市广场路时代广场一楼	120.00	2014年9月	GHILARO
107	湖北孝感广场路店	湖北省孝感市广场路时代广场一楼	222.00	2011年5月	RaidyBoer
108	湖北孝感文化路店	湖北省孝感市文化路8号	60.00	2014年9月	GHILARO
109	湖北孝感文化路店	湖北省孝感市文化路8号	118.00	2012年1月	RaidyBoer
110	湖南常德汉寿县南岳路店	湖南省常德市汉寿县老城区南岳路67号	146.00	2014年10月	RaidyBoer
111	湖南郴州步行街店	湖南省郴州市八步行街4号	109.00	2014年7月	ferrante
112	湖南郴州步行街店	湖南省郴州市八步行街4号	90.00	2011年12月	GHILARO
113	湖南郴州步行街店	湖南省郴州市八步行街4号	109.00	2011年12月	RaidyBoer
114	湖南益阳桃花仑东路店	湖南省益阳市赫山区桃花仑东路（交警三大队旁）	139.00	2012年9月	GHILARO
115	湖南益阳桃花仑东路店	湖南省益阳市赫山区桃花仑东路（交警三大队旁）	170.00	2012年11月	RaidyBoer
116	吉林松原欧亚购物中心店	吉林省松原经济技术开发区欧亚购物中心二楼	107.00	2014年7月	RaidyBoer
117	江苏靖江人民中路98号店	江苏省靖江市人民中路98号	87.00	2013年10月	ferrante
118	江苏靖江人民中路98号店	江苏省靖江市人民中路98号	134.00	2013年8月	GHILARO
119	江苏靖江人民中路98号店	江苏省靖江市人民中路98号	212.50	2013年9月	RaidyBoer
120	江苏盐城永玖盐城商业大厦店	江苏省盐城市建军中路132号盐城商业大厦	100.00	2013年7月	RaidyBoer
121	辽宁丹东第一百货店	辽宁省丹东市振兴区七经街8号新一百购物中心	63.00	2009年9月	RaidyBoer
122	辽宁丹东七经街店	辽宁省丹东市振兴区七经街富裕园小区1号9-10	75.00	2011年12月	GHILARO
123	辽宁丹东七经街店	辽宁省丹东市振兴区七经街富裕园小区1号9-10	120.00	2011年11月	RaidyBoer
124	辽宁辽阳石碑委店	辽宁省辽阳市白塔区石碑委15092-03-1	60.00	2011年12月	GHILARO
125	辽宁辽阳石碑委店	辽宁省辽阳市白塔区石碑委15092-03-1	120.00	2006年3月	RaidyBoer
126	内蒙古巴彦淖尔临河区胜利路店	内蒙古自治区巴彦淖尔市临河区胜利北路天底店6号	128.00	2013年4月	RaidyBoer
127	内蒙古巴彦淖尔市红卫北路店	内蒙古自治区巴彦淖尔市乌拉特前旗乌拉山镇红卫北路	204.00	2012年12月	RaidyBoer
128	青海格尔木博爱巷店	青海省格尔木市博爱巷中段	117.00	2014年9月	RaidyBoer
129	山东胶州兰州东路店	山东省胶州市兰州东路A-1003号	130.00	2013年7月	RaidyBoer
130	山东青岛香港中路佳世客店	山东省青岛市南区香港中路72号佳世客商场	80.00	2007年3月	RaidyBoer
131	山东潍坊胜利东街店	山东省潍坊市奎文区胜利东街4000号	160.00	2015年1月	ferrante
132	山西朔州马邑路店	山西省朔州市马邑路七段一号	65.00	2014年8月	RaidyBoer

133	山西朔州朔城区北关路店	山西省朔州市朔城区北关路 F2	40.00	2015 年 3 月	GHILARO
134	陕西汉中莲湖路店	陕西省汉中市汉台区莲湖路 36 号	98.00	2012 年 1 月	RaidyBoer
135	四川安岳柠都广场店	四川省资阳市安岳县柠都广场 8 号	98.00	2009 年 9 月	GHILARO
136	四川安岳柠都广场店	四川省资阳市安岳县柠都广场 8 号	142.50	2006 年 8 月	RaidyBoer
137	四川巴中江北广场店	四川省巴中市江北广场九州商业城	72.00	2011 年 10 月	ferrante
138	四川巴中江北广场店	四川省巴中市江北广场九州商业城	92.00	2009 年 10 月	RaidyBoer
139	四川巴中南泉寺街店	四川省巴中市巴州区南泉寺街 23-27 号	77.00	2013 年 1 月	ferrante
140	四川巴中南泉寺街店	四川省巴中市巴州区南泉寺街 23-27 号	89.00	2008 年 9 月	GHILARO
141	四川巴中南泉寺街店	四川省巴中市巴州区南泉寺街 23-27 号	117.00	2009 年 10 月	RaidyBoer
142	四川成都北新街店	四川省成都市锦江区北新街 58 号 9 层 16 号	45.00	2011 年 12 月	GHILARO
143	四川成都北新街店	四川省成都市锦江区北新街 58 号 9 层 16 号	82.00	2011 年 12 月	RaidyBoer
144	四川成都北新街店	成都市锦江区北新街 58 号 9 层 16 号	80.00	2015 年 1 月	ferrante
145	四川成都簇桥福锦路店	四川省成都市武侯区簇桥簇锦横街 27 号	65.00	2011 年 12 月	ferrante
146	四川成都簇桥福锦路店	四川省成都市武侯区簇桥簇锦横街 27 号	70.00	2007 年 10 月	RaidyBoer
147	四川成都簇桥金履二路奥特莱斯店	四川省成都市武侯区簇桥金履二路 457 号	200.00	2015 年 7 月	RaidyBoer
148	四川成都簇桥金履二路奥特莱斯店	四川省成都市武侯区簇桥金履二路 457 号	165.00	2015 年 7 月	GHILARO
149	四川成都簇桥金履二路奥特莱斯店	四川省成都市武侯区簇桥金履二路 457 号	100.00	2015 年 7 月	ferrante
150	四川成都东一环 13 号店	四川省成都市成华区一环路东一段 13 号附 7 号	70.00	2009 年 3 月	RaidyBoer
151	四川成都东一环 13 号店	四川省成都市成华区一环路东一段 13 号附 7 号	74.00	2015 年 5 月	GHILARO
152	四川成都二环路南一段店	四川省成都市武侯区二环路南一段 17 号	55.00	2011 年 1 月	GHILARO
153	四川成都二环路南一段店	四川省成都市武侯区二环路南一段 17 号	90.00	2010 年 12 月	RaidyBoer
154	四川成都二环路西二段 39 号店	四川省成都市青羊区二环路西二段 39 号	189.00	2012 年 12 月	RaidyBoer
155	四川成都二环路西二段同辉店	四川省成都市青羊区二环路西二段逸都路 6 号	72.00	2007 年 8 月	RaidyBoer
156	四川成都二环路西二段同辉店	四川省成都市青羊区二环路西二段逸都路 6 号	30.00	2015 年 10 月	GHILARO
157	四川成都抚琴西路 89 号店	四川省成都市金牛区抚琴西路 89 号附 1 号-7 号	168.00	2010 年 8 月	RaidyBoer
158	四川成都高升桥店	四川省成都市武侯区高升桥路 9 号	107.00	2009 年 8 月	RaidyBoer
159	四川成都高升桥店	四川省成都市武侯区高升桥路 9 号	35.00	2015 年 10 月	GHILARO

160	四川成都高新区世豪广场店	四川省成都市高新区剑南大道中段 998 号世豪广场一层 C115\C115a 号	78.00	2014 年 10 月	GHILARO
161	四川成都高新区世豪广场店	四川省成都市高新区剑南大道中段 998 号世豪广场一层 C115\C115a 号	110.00	2014 年 4 月	RaidyBoer
162	四川成都红牌楼长城西一路店	四川省成都市武侯区红牌楼长城西一路 77-79 号	210.00	2015 年 1 月	RaidyBoer
163	四川成都交大路 180 号店	四川省成都市金牛区交大西路 180 号	105.00	2014 年 12 月	ferrante
164	四川成都交大路 180 号店	四川省成都市金牛区交大路 180 号	56.00	2009 年 12 月	GHILARO
165	四川成都交大路 180 号店	四川省成都市金牛区交大路 180 号	285.00	2009 年 5 月	RaidyBoer
166	四川成都锦绣路店	四川省成都市武侯区锦绣路 34 号	86.50	2009 年 3 月	RaidyBoer
167	四川成都锣锅巷店	四川省成都市青羊区锣锅巷 43 号	72.00	2012 年 11 月	GHILARO
168	四川成都锣锅巷店	四川省成都市青羊区锣锅巷 43 号	78.00	2012 年 11 月	RaidyBoer
169	四川成都内双楠 9 号店	四川省成都市武侯区双楠路 9 号附 6 号	95.00	2012 年 8 月	RaidyBoer
170	四川成都清江西路中大君悦店	四川省成都市青羊区清江西路 128 号中大君悦 1 楼	60.00	2015 年 5 月	ferrante
171	四川成都清江西路中大君悦店	四川省成都市青羊区清江西路 128 号中大君悦 1 楼	72.00	2015 年 5 月	GHILARO
172	四川成都清江西路中大君悦店	四川省成都市青羊区清江西路 128 号中大君悦 1 楼	258.00	2015 年 5 月	RaidyBoer
173	四川成都清江中路店	四川省成都市青羊区清江中路 65 号附 2 号	159.00	2008 年 1 月	GHILARO
174	四川成都清江中路店	四川省成都市青羊区清江中路 65 号附 2 号	191.00	2008 年 5 月	RaidyBoer
175	四川成都蓉北商贸店	四川省成都市金牛区蓉北商贸大道 1 段 25 号	123.00	2011 年 12 月	GHILARO
176	四川成都蓉北商贸店	四川省成都市金牛区蓉北商贸大道 1 段 25 号	138.00	2012 年 1 月	RaidyBoer
177	四川成都瑞联路 59 号店	四川省成都市青羊区瑞联路 59 号一栋一单元附 12-16 号	142.00	2013 年 11 月	RaidyBoer
178	四川成都瑞联路 59 号店	四川省成都市青羊区瑞联路 59 号一栋一单元附 12-16 号	40.00	2015 年 1 月	GHILARO
179	四川成都三友路店	四川省成都市成华区三友路 3 号	149.00	2011 年 2 月	RaidyBoer
180	四川成都三友路店	四川省成都市成华区三友路 3 号	50.00	2015 年 1 月	GHILARO
181	四川成都蜀汉路 170 号店	四川省成都市金牛区蜀汉路 170 号	120.00	2010 年 12 月	GHILARO
182	四川成都蜀汉路 170 号店	四川省成都市金牛区蜀汉路 170 号	163.00	2010 年 11 月	RaidyBoer
183	四川成都蜀汉路 335 号店	四川省成都市金牛区蜀汉路 355 号 1 幢附 2 号	123.00	2011 年 8 月	RaidyBoer
184	四川成都双流西航港店	四川省成都市双流县西航港街道二段 172 号北京华联 1 楼 26 号	60.00	2015 年 12 月	RaidyBoer
185	四川成都双流西航港店	四川省成都市双流县西航港街道二段 172 号北京华联 1 楼 26 号	39.00	2015 年 12 月	GHILARO
186	四川成都五块石龙湖北城天街店	四川省成都市金牛区五块石 1 号龙湖北城天街购物中心	100.00	2014 年 4 月	RaidyBoer

187	四川成都五块石龙湖北城天街店	四川省成都市金牛区五块石 1 号龙湖北城天街购物中心	40.00	2015 年 10 月	GHILARO
188	四川成都西安中路店	四川省成都市金牛区西安中路 8-40 号 1 幢 1 楼 1-2 号	143.00	2011 年 1 月	GHILARO
189	四川成都西安中路店	四川省成都市金牛区西安中路 8-40 号 1 幢 1 楼 1-2 号	65.00	2011 年 2 月	RaidyBoer
190	四川成都西安中路店	四川省成都市金牛区西安中路 8-40 号 1 幢 1 楼 1-2 号	30.00	2015 年 1 月	ferrante
191	四川成都永丰路 26 号店	四川省成都市高新区永丰路 26 号 1 栋 1 层 1 楼	68.00	2014 年 7 月	ferrante
192	四川成都永丰路 26 号店	四川省成都市高新区永丰路 26 号 1 栋 1 层 1 号	91.00	2008 年 11 月	GHILARO
193	四川成都永丰路 26 号店	四川省成都市高新区永丰路 26 号 1 栋 1 层 1 号	105.00	2008 年 12 月	RaidyBoer
194	四川成都总府路店	四川省成都市锦江区总府路 47 号附 2 号	90.00	2008 年 8 月	GHILARO
195	四川成都总府路店	四川省成都市锦江区总府路 47 号附 2 号	104.00	2006 年 5 月	RaidyBoer
196	四川成都总府路店	四川省成都市锦江区总府路 47 号附 2 号	70.00	2015 年 5 月	ferrante
197	四川崇州大东街店	四川省崇州市崇阳镇大东街 2 号	72.00	2012 年 10 月	ferrante
198	四川崇州大东街店	四川省崇州市崇阳镇大东街 2 号	74.00	2010 年 3 月	GHILARO
199	四川崇州大东街店	四川省崇州市崇阳镇大东街 2 号	169.00	2006 年 6 月	RaidyBoer
200	四川达州大北街店	四川省达州市通川区大北街 21 号	83.00	2003 年 12 月	RaidyBoer
201	四川达州大北街店	四川省达州市通川区大北街 21 号	89.00	2015 年 10 月	GHILARO
202	四川达州大竹煌歌广场店	四川省达州市大竹县煌歌广场新华路东段 4-6-8 号（幸福小学旁）	56.00	2014 年 6 月	GHILARO
203	四川达州大竹煌歌广场店	四川省达州市大竹县煌歌广场新华路东段 4-6-8 号（幸福小学旁）	78.00	2011 年 5 月	RaidyBoer
204	四川达州荷叶街 231 号店	四川省达州市通川区荷叶街 231 号	126.00	2012 年 5 月	GHILARO
205	四川达州荷叶街 231 号店	四川省达州市通川区荷叶街 231 号	97.00	2012 年 5 月	RaidyBoer
206	四川达州荷叶街 288 号店	四川省达州市通川区荷叶街 288 号	112.00	2010 年 1 月	ferrante
207	四川大邑围城北路店	四川省成都市大邑县晋中市原镇围攻城北路中段 89 号	120.00	2015 年 8 月	RaidyBoer
208	四川大邑围城北路店	四川省成都市大邑县晋中市原镇围攻城北路中段 89 号	30.00	2015 年 9 月	GHILARO
209	四川德阳北街店	四川省德阳市区北街中街坊 A 区丙座 13 幢 1 楼	104.00	2011 年 11 月	ferrante
210	四川德阳北街店	四川省德阳市区北街中街坊 A 区丙座 13 幢 1 楼	158.00	2011 年 7 月	GHILARO
211	四川德阳北街店	四川省德阳市区北街中街坊 A 区丙座 13 幢 1 楼	285.00	2011 年 9 月	RaidyBoer
212	四川德阳南街店	四川省德阳市区南街 65 号	100.00	2011 年 12 月	ferrante
213	四川德阳南街店	四川省德阳市区南街 65 号	87.00	2008 年 9 月	GHILARO

214	四川德阳南街店	四川省德阳市区南街 65 号	164.00	2000 年 10 月	RaidyBoer
215	四川都江堰天乙街店	四川省成都市都江堰幸福街天乙街“都之都商业广场”93-97 号	85.00	2015 年 10 月	RaidyBoer
216	四川都江堰天乙街店	四川省成都市都江堰幸福街天乙街“都之都商业广场”93-97 号	65.00	2015 年 10 月	GHILARO
217	四川都江堰天乙街店	四川省成都市都江堰幸福街天乙街“都之都商业广场”93-97 号	50.00	2015 年 9 月	ferrante
218	四川峨眉山文庙街店	四川省峨眉山市文庙街 65 号	66.00	2010 年 5 月	RaidyBoer
219	四川峨眉山文庙街店	四川省峨眉山市文庙街 65 号	72.00	2015 年 3 月	GHILARO
220	四川富顺林达路店	四川省自贡市富顺县富世镇林达路 40 号	90.00	2011 年 6 月	GHILARO
221	四川富顺林达路店	四川省自贡市富顺县富世镇林达路 40 号	80.00	2013 年 10 月	RaidyBoer
222	四川广安岳池大东街店	四川省广安市岳池县九龙镇大东街 98 号	98.00	2013 年 12 月	GHILARO
223	四川广安岳池大东街店	四川省广安市岳池县九龙镇大东街 98 号	74.30	2013 年 12 月	RaidyBoer
224	四川广汉汉口路店	四川省广汉市雒城镇汉口路 2 段 116、118 号	190.00	2003 年 11 月	RaidyBoer
225	四川广汉中央欣城店	四川省广汉市雒城镇汉口路中央欣城	70.00	2010 年 2 月	ferrante
226	四川广汉中央欣城店	四川省广汉市雒城镇汉口路中央欣城	106.00	2010 年 2 月	GHILARO
227	四川广汉中央欣城店	四川省广汉市雒城镇汉口路中央欣城	229.00	2010 年 2 月	RaidyBoer
228	四川广元北街店	四川省广元市利州区北街 101 号	115.00	2002 年 12 月	RaidyBoer
229	四川广元苍溪花园店	四川省广元市苍溪县陵江镇五星花园现代商城	97.00	2010 年 9 月	RaidyBoer
230	四川广元大西街店	四川省广元市大西街 19-23 号	58.00	2010 年 10 月	ferrante
231	四川广元大西街店	四川省广元市大西街 19-23 号	129.00	2010 年 6 月	GHILARO
232	四川广元大西街店	四川省广元市大西街 19-23 号	120.00	2009 年 12 月	RaidyBoer
233	四川夹江迎春北路店	四川省乐山市夹江县馊城镇迎春北路 48-56 号	122.00	2011 年 8 月	GHILARO
234	四川夹江迎春北路店	四川省乐山市夹江县馊城镇迎春北路 48-56 号	188.00	2011 年 7 月	RaidyBoer
235	四川犍为西街广场店	四川省乐山市犍为县玉津西街“时代印象”广场 2-3 号门市	104.00	2010 年 7 月	RaidyBoer
236	四川简阳新民路店	四川省简阳市新民路 185 号	81.00	2008 年 9 月	GHILARO
237	四川简阳新民路店	四川省简阳市新民路 185 号	123.00	2007 年 5 月	RaidyBoer
238	四川江油宾馆店	四川省江油市涪江路中段 183 号江油宾馆	53.00	2010 年 6 月	ferrante
239	四川江油宾馆店	四川省江油市涪江路中段 183 号江油宾馆	80.00	2010 年 1 月	GHILARO
240	四川江油宾馆店	四川省江油市涪江路中段 183 号江油宾馆	125.00	2005 年 5 月	RaidyBoer

241	四川金堂新建路店	四川省成都市金堂县新建路 65 号	82.00	2011 年 12 月	GHILARO
242	四川金堂新建路店	四川省成都市金堂县新建路 65 号	100.00	2011 年 12 月	RaidyBoer
243	四川阆中郎家拐店	四川省南充市阆中县阆家拐街 86 号	100.00	2011 年 4 月	GHILARO
244	四川阆中郎家拐店	四川省南充市阆中县阆家拐街 86 号	168.00	2005 年 10 月	RaidyBoer
245	四川乐山鼓楼街店	四川省乐山市市中区鼓楼街 2 号	79.00	2005 年 8 月	RaidyBoer
246	四川乐山龙游路店	四川省乐山市龙游路西段 34 号	70.00	2014 年 9 月	GHILARO
247	四川乐山龙游路店	四川省乐山市龙游路西段 34 号	79.00	2014 年 8 月	RaidyBoer
248	四川乐至天池东街店	四川省资阳市乐至县东街 159-161 号	87.00	2011 年 9 月	GHILARO
249	四川乐至天池东街店	四川省资阳市乐至县东街 159-161 号	142.00	2011 年 11 月	RaidyBoer
250	四川邻水恒源店	四川省广安市邻水县古邻大道恒源东区 A 栋 11-12 号	62.00	2013 年 7 月	GHILARO
251	四川邻水恒源店	四川省广安市邻水县古邻大道恒源东区 A 栋 11-12 号	87.00	2010 年 5 月	RaidyBoer
252	四川龙泉建设路店	四川省成都市龙泉驿区建设路 248 号	80.00	2010 年 1 月	ferrante
253	四川龙泉建设路店	四川省成都市龙泉驿区建设路 248 号	80.00	2010 年 5 月	GHILARO
254	四川龙泉建设路店	四川省成都市龙泉驿区建设路 248 号	117.00	2009 年 6 月	RaidyBoer
255	四川龙泉新驿南街店	四川省成都市龙泉区新驿南街 1 号	62.00	2000 年 10 月	RaidyBoer
256	四川隆昌中心街店	四川省内江市隆昌县中心街 47-51 号	112.00	2011 年 9 月	GHILARO
257	四川隆昌中心街店	四川省内江市隆昌县中心街 47-51 号	133.00	2007 年 8 月	RaidyBoer
258	四川隆昌中心街店	四川省内江市隆昌县中心街 47-51 号	30.00	2015 年 1 月	ferrante
259	四川泸州江阳区治平路店	四川省泸州市江阳区治平路 5-6 号	56.00	2013 年 9 月	ferrante
260	四川泸州江阳区治平路店	四川省泸州市江阳区治平路三幢 101, 102 号	102.00	2010 年 1 月	GHILARO
261	四川泸州江阳区治平路店	四川省泸州市江阳区治平路 5-6 号	86.00	2003 年 12 月	RaidyBoer
262	四川泸州江阳区重庆百货店	四川省泸州市江阳区重庆百货大楼	85.00	2014 年 11 月	RaidyBoer
263	四川马尔康团结店	四川省阿坝州马尔康镇团结街 66 号	85.00	2007 年 10 月	RaidyBoer
264	四川眉山东坡大道店	四川省眉山市东坡区东坡大道外滩枫景小区	134.00	2011 年 10 月	RaidyBoer
265	四川眉山三苏路店	四川省眉山市东坡区三苏路 128-134 号	139.00	2008 年 3 月	GHILARO
266	四川眉山三苏路店	四川省眉山市东坡区三苏路 128-134 号	158.00	2010 年 1 月	RaidyBoer
267	四川眉山小北街宏远店	四川省眉山市东坡区小北街宏远大厦商场	56.00	2012 年 4 月	GHILARO

268	四川眉山小北街宏远店	四川省眉山市东坡区小北街宏远大厦商场	81.00	2012年4月	RaidyBoer
269	四川绵阳安昌路店	四川省绵阳市涪城区安昌路55-14号	54.00	2015年1月	ferrante
270	四川绵阳安昌路店	四川省绵阳市涪城区安昌路55-14号	45.00	2015年1月	GHILARO
271	四川绵阳安昌路店	四川省绵阳市涪城区安昌路55-14号	159.00	2015年1月	RaidyBoer
272	四川绵阳临园路东段店	四川省绵阳市涪城区临园路东段13-4	46.00	2014年5月	ferrante
273	四川绵阳临园路东段店	四川省绵阳市涪城区临园路东段13-4	66.00	2014年5月	RaidyBoer
274	四川绵阳临园路东段店	四川省绵阳市涪城区临园路东段13-4	30.00	2015年9月	GHILARO
275	四川绵阳三台梓洲国际店	四川省绵阳市三台县梓洲国际商业中心B区1层24-26号	52.00	2014年10月	GHILARO
276	四川绵阳三台梓洲国际店	四川省绵阳市三台县梓洲国际商业中心B区1层24-26号	100.00	2014年10月	RaidyBoer
277	四川绵竹回澜大道店	四川省绵竹市剑南镇回澜大道95号	73.00	2013年9月	ferrante
278	四川绵竹回澜大道店	四川省绵竹市剑南镇回澜大道95号	194.00	2009年11月	RaidyBoer
279	四川南充南部万达广场店	四川省南充市南部县万达广场A座F栋1-4号	50.00	2009年11月	GHILARO
280	四川南充南部万达广场店	四川省南充市南部县万达广场A座F栋1-4号	105.50	2003年12月	RaidyBoer
281	四川南充人民南路新世纪店	四川省南充市顺庆区人民南路66号南充新世纪	69.00	2014年4月	GHILARO
282	四川南充人民南路新世纪店	四川省南充市顺庆区人民南路66号南充新世纪	73.00	2014年4月	RaidyBoer
283	四川南充人民中路店	四川省南充市顺庆区人民中路14号1层46、48、50号	90.00	2011年11月	ferrante
284	四川南充人民中路店	四川省南充市顺庆区人民中路14号1层46、48、50号	128.00	2008年9月	GHILARO
285	四川南充人民中路店	四川省南充市顺庆区人民中路14号1层46、48、50号	146.00	2003年12月	RaidyBoer
286	四川南充三公街24号店	四川省南充市顺庆区三公街24号	65.00	2014年9月	ferrante
287	四川南充三公街24号店	四川省南充市顺庆区三公街24号	110.00	2012年11月	GHILARO
288	四川南充三公街24号店	四川省南充市顺庆区三公街24号	138.00	2012年11月	RaidyBoer
289	四川南充营山店	四川省南充市营山县城文林路16号	72.00	2011年10月	RaidyBoer
290	四川内江汉安大道店	四川省内江市东兴区汉安大道欧锦行百货	84.00	2014年9月	ferrante
291	四川内江汉安大道店	四川省内江市东兴区汉安大道欧锦行百货	101.00	2014年10月	GHILARO
292	四川内江汉安大道店	四川省内江市东兴区汉安大道欧锦行百货	102.00	2014年9月	RaidyBoer
293	四川攀枝花东方新天地店	四川省攀枝花市炳草岗东方新天地B座69号	71.00	2008年9月	GHILARO
294	四川攀枝花东方新天地店	四川省攀枝花市炳草岗东方新天地B座69号	30.00	2015年9月	ferrante

295	四川攀枝花攀枝花大道 429 号店	四川省攀枝花市攀枝花大道东段 429 号附一楼 103、105、106、107 号	65.00	2013 年 12 月	ferrante
296	四川攀枝花盛华堂百货店	四川省攀枝花市攀枝花大道东段 429 号盛华堂百货	45.00	2013 年 4 月	GHILARO
297	四川攀枝花盛华堂百货店	四川省攀枝花市攀枝花大道东段 429 号盛华堂百货	153.00	2013 年 4 月	RaidyBoer
298	四川攀枝花盛华堂百货店	四川省攀枝花市攀枝花大道东段 429 号盛华堂百货	16.00	2014 年 11 月	RaidyBoer
299	四川攀枝花新华街店	四川省攀枝花市东区新华街 C 栋 111-112 号	165.00	2002 年 10 月	RaidyBoer
300	四川彭山长寿广场店	四川省眉山市彭山县长寿广场 17、19、21、23 号	93.00	2010 年 3 月	GHILARO
301	四川彭山长寿广场店	四川省眉山市彭山县长寿广场 17、19、21、23 号	189.00	2001 年 8 月	RaidyBoer
302	四川彭州国泰路店	四川省彭州市国泰路 8 号	85.00	2015 年 9 月	RaidyBoer
303	四川彭州国泰路店	四川省彭州市国泰路 8 号	69.00	2015 年 9 月	GHILARO
304	四川彭州国泰路店	四川省彭州市国泰路 8 号	72.00	2015 年 9 月	ferrante
305	四川郫县东大街 246 号店	四川省成都市郫县东大街 246 号	75.00	2015 年 3 月	RaidyBoer
306	四川郫县东大街 246 号店	四川省成都市郫县东大街 246 号	30.00	2015 年 9 月	GHILARO
307	四川郫县犀浦花园店	四川省成都市郫县犀浦镇西区花园兴业南街 18 号	40.00	2008 年 9 月	GHILARO
308	四川郫县犀浦花园店	四川省成都市郫县犀浦镇西区花园兴业南街 18 号	143.00	2008 年 10 月	RaidyBoer
309	四川平昌新平街店	四川省巴中市平昌县江口镇新平街东段 15 号附 1 号	79.00	2003 年 9 月	RaidyBoer
310	四川蒲江鹤山北路店	四川省成都市蒲江县鹤山北路 5 号	50.00	2012 年 9 月	GHILARO
311	四川蒲江鹤山北路店	四川省成都市蒲江县鹤山北路 11 号	120.00	2011 年 1 月	RaidyBoer
312	四川青白江政府中路明玺店	四川省成都市青白江区政府中路 93 号明玺百货商场	96.50	2014 年 7 月	RaidyBoer
313	四川邛崃南街 135 号店	四川省邛崃市南街 135 号	92.00	2008 年 3 月	GHILARO
314	四川邛崃南街 16 号店	四川省邛崃市南街 16 号	90.00	2010 年 1 月	ferrante
315	四川邛崃南街 16 号店	四川省邛崃市南街 16 号	99.00	2010 年 2 月	GHILARO
316	四川邛崃南街 16 号店	四川省邛崃市南街 16 号	151.00	2010 年 2 月	RaidyBoer
317	四川邛崃西街店	四川省邛崃市临邛镇西街 5 号 5 号	136.00	2001 年 2 月	RaidyBoer
318	四川渠县胜利街店	四川省达州市渠县渠江胜利街 132-134 号	103.00	2011 年 7 月	RaidyBoer
319	四川仁寿文林镇欧洲街店	四川省眉山市仁寿县文林镇陵州路一段欧洲街	75.00	2012 年 11 月	GHILARO
320	四川仁寿文林镇欧洲街店	四川省眉山市仁寿县文林镇陵州路一段欧洲街	120.00	2012 年 11 月	RaidyBoer
321	四川射洪太和大道中段店	四川省射洪县太和大道中段 225 号	153.00	2015 年 11 月	RaidyBoer

322	四川射洪太和大道中段店	四川省射洪县太和大道中段 225 号	129.00	2015 年 8 月	GHILARO
323	四川射洪太和大道中段店	四川省射洪县太和大道中段 225 号	60.00	2015 年 8 月	ferrante
324	四川什邡通站东段店	四川省什邡市通站东段 89 号	102.00	2013 年 5 月	ferrante
325	四川什邡通站东段店	四川省什邡市通站东段 89 号	90.00	2013 年 5 月	GHILARO
326	四川什邡通站东段店	四川省什邡市通站东段 89 号	183.00	2013 年 5 月	RaidyBoer
327	四川双流棠湖中路店	四川省成都市双流县东升镇棠湖中路一段 90 号	90.00	2010 年 4 月	ferrante
328	四川双流棠湖中路店	四川省成都市双流县东升镇棠湖中路一段 90 号	100.00	2008 年 4 月	GHILARO
329	四川双流棠湖中路店	四川省成都市双流县东升镇棠湖中路一段 90 号	110.00	2014 年 3 月	RaidyBoer
330	四川遂宁政府西街店	四川省遂宁市商务区政府西街启尚名品	133.00	2007 年 8 月	GHILARO
331	四川遂宁政府西街店	四川省遂宁市商务区政府西街启尚名品	146.00	2009 年 12 月	RaidyBoer
332	四川通江鸿欣大厦店	四川省巴中市通江县诺江镇红星路鸿欣大厦 B 楼 B21-B22 号	132.00	2011 年 12 月	GHILARO
333	四川通江鸿欣大厦店	四川省巴中市通江县诺江镇红星路鸿欣大厦 B 楼 B21-B22 号	178.00	2011 年 12 月	RaidyBoer
334	四川旺苍新华街店	四川省广元市旺苍县东河镇新华街 265 号	94.00	2009 年 4 月	GHILARO
335	四川威远荷花街店	四川省内江市威远县严陵镇荷花街 2-30 号	78.00	2005 年 8 月	RaidyBoer
336	四川西昌春城路店	四川省西昌市春城路	162.00	2011 年 10 月	RaidyBoer
337	四川西昌会理建设路店	四川省西昌市会理县建设路 225-227 号	76.00	2015 年 4 月	GHILARO
338	四川西昌会理建设路店	四川省西昌市会理县建设路 225-227 号	73.00	2015 年 4 月	RaidyBoer
339	四川西昌民族风情园店	四川省西昌市风情园路新城锦绣 1 幢 1 层 5 号	73.00	2010 年 1 月	ferrante
340	四川西昌民族风情园店	四川省西昌市风情园路新城锦绣 1 幢 1 层 5 号	114.00	2011 年 7 月	GHILARO
341	四川西昌名店街店	四川省西昌市名店街 11 幢 B 区 11 号	116.00	2008 年 10 月	GHILARO
342	四川西昌新商业街店	四川省西昌市新商业街二段 8 号	112.00	2000 年 8 月	RaidyBoer
343	四川新都大丰店	四川省成都市新都区大丰镇花都大道 792-798 号	68.00	2011 年 9 月	GHILARO
344	四川新都大丰店	四川省成都市新都区大丰镇花都大道 792-798 号	76.00	2009 年 10 月	RaidyBoer
345	四川新都大丰店	四川省成都市新都区大丰镇花都大道 792-798 号	30.00	2015 年 8 月	ferrante
346	四川新都下南街 61 号店	四川省成都市新都区下南街 61-63 号	80.00	2015 年 1 月	GHILARO
347	四川新都下南街 61 号店	四川省成都市新都区下南街 61-63 号	100.00	2015 年 1 月	RaidyBoer
348	四川新都新繁正北街店	四川省成都市新都区新繁镇正北街 88-90 号	63.00	2011 年 1 月	GHILARO

349	四川新都新繁正北街店	四川省成都市新都区新繁镇正北街 88-90 号	130.00	2010 年 12 月	RaidyBoer
350	四川新津模范街 97 号店	四川省成都市新津模范街 97 附 8 号	58.00	2015 年 8 月	RaidyBoer
351	四川新津五津南路 143 号店	四川省成都市新津市五津南路 141-143 号	120.00	2015 年 8 月	RaidyBoer
352	四川新津五津南路 143 号店	四川省成都市新津市五津南路 141-143 号	79.00	2015 年 8 月	GHILARO
353	四川新津五津南路 143 号店	四川省成都市新津市五津南路 141-143 号	85.00	2015 年 8 月	ferrante
354	四川宣汉满园春店	四川省达州市宣汉县满园春 69 号	89.00	2011 年 7 月	RaidyBoer
355	四川雅安朝阳街店	四川省雅安市朝阳街 6 号	60.00	2015 年 10 月	RaidyBoer
356	四川雅安大北街店	四川省雅安市雨城区大北街 46、46、48 号	65.00	2015 年 11 月	RaidyBoer
357	四川雅安大北街店	四川省雅安市雨城区大北街 46、46、48 号	35.00	2015 年 11 月	GHILARO
358	四川雅安大北街店	四川省雅安市雨城区大北街 46、46、48 号	35.00	2015 年 10 月	ferrante
359	四川宜宾莱茵河畔店	四川省宜宾市南岸莱茵河畔香榭里大道 77-85 号	70.00	2011 年 11 月	ferrante
360	四川宜宾莱茵河畔店	四川省宜宾市南岸莱茵河畔香榭里大道 77-85 号	130.00	2011 年 4 月	GHILARO
361	四川宜宾莱茵河畔店	四川省宜宾市南岸莱茵河畔香榭里大道 77-85 号	334.00	2009 年 12 月	RaidyBoer
362	四川宜宾人民路 103 号店	四川省宜宾市翠屏区人民路 103 号	73.40	2010 年 1 月	ferrante
363	四川宜宾人民路 103 号店	四川省宜宾市翠屏区人民路 103 号	90.00	2009 年 12 月	RaidyBoer
364	四川宜宾人民路 26 号店	四川省宜宾市翠屏区人民路 26 号	72.00	2002 年 10 月	RaidyBoer
365	四川宜宾西街店	四川省宜宾市翠屏区西街 154-156 号	65.00	2007 年 9 月	GHILARO
366	四川中江凯江镇下东街店	四川省德阳市中江县凯江镇下东街 2 号	173.00	2008 年 11 月	RaidyBoer
367	四川中江凯江镇下东街店	四川省德阳市中江县凯江镇下东街 2 号	53.00	2015 年 9 月	GHILARO
368	四川资阳宾馆大楼店	四川省资阳市雁江区宾馆大楼底层	128.60	2008 年 3 月	GHILARO
369	四川资阳和平路店	四川省资阳市雁江区和平路北段 231-237 号	114.00	2002 年 3 月	RaidyBoer
370	四川资阳上西后街店	四川省资阳市雁江区上西后街 9 号楼 6 号门市	67.00	2012 年 1 月	ferrante
371	四川资阳上西后街店	四川省资阳市雁江区上西后街 9 号楼 6 号门市	70.50	2013 年 12 月	RaidyBoer
372	四川资中东大街店	四川省内江市资中县东大街春天广场	139.00	2010 年 7 月	RaidyBoer
373	四川自贡东方广场店	四川省自贡市自流井区五星街新民街居委会东方广场 8 栋 1 层 4-7 号	89.00	2011 年 1 月	ferrante
374	四川自贡东方广场店	四川省自贡市自流井区五星街新民街居委会东方广场 8 栋 1 层 4-7 号	84.50	2008 年 9 月	GHILARO
375	四川自贡东方广场店	四川省自贡市自流井区五星街新民街居委会东方广场 8 栋 1 层 4-7 号	173.00	2005 年 12 月	RaidyBoer

376	四川自贡新美国际店	四川省自贡市高新区汇兴路东段新美国际	83.00	2011年1月	ferrante
377	四川自贡新美国际店	四川省自贡市高新区汇兴路东段新美国际	62.00	2011年8月	GHILARO
378	四川自贡新美国际店	四川省自贡市高新区汇兴路东段新美国际	169.00	2011年8月	RaidyBoer
379	西藏昌都卧龙街商业广场店	西藏昌都地区卧龙街商业广场	76.00	2015年5月	RaidyBoer
380	西藏昌都卧龙街商业广场店	西藏昌都市卡若区卧龙街商业广场24栋1层A2102	30.00	2015年9月	GHILARO
381	西藏拉萨百益商场店	西藏自治区拉萨市宇拓路8号百益商场	44.00	2010年1月	RaidyBoer
382	西藏拉萨北京中路店	西藏自治区拉萨市北京中路48号	75.00	2013年4月	ferrante
383	西藏拉萨北京中路店	西藏自治区拉萨市北京中路48号	115.50	2011年1月	GHILARO
384	西藏拉萨北京中路店	西藏自治区拉萨市北京中路48号	192.00	2011年2月	RaidyBoer
385	西藏拉萨德吉北路店	西藏自治区拉萨市德吉北路区外运公司	129.00	2009年3月	GHILARO
386	西藏拉萨德吉北路店	西藏自治区拉萨市德吉北路区外运公司	110.50	2004年1月	RaidyBoer
387	西藏林芝八一平安路店	西藏自治区林芝八一镇平安路嘉龙花园民俗街7-5号	55.00	2010年11月	RaidyBoer
388	西藏林芝步行街店	西藏自治区林芝八一镇嘉龙步行街8栋5-6号	92.00	2011年1月	GHILARO
389	西藏那曲辽宁路店	西藏自治区那曲县辽宁路1-16号	54.00	2008年12月	RaidyBoer
390	西藏日喀则珠峰路店	西藏自治区日喀则珠峰路63号上海广场对面	74.00	2008年5月	RaidyBoer
391	西藏山南格桑路店	西藏自治区山南地区乃东县格桑路20号	117.00	2008年9月	RaidyBoer
392	新疆喀什区莎车县旺角商城北街店	新疆喀什地区莎车县旺角商城北街5号	103.00	2014年9月	RaidyBoer
393	新疆乌鲁木齐友好北路友好商店 新疆维	吾尔自治区乌鲁木齐市友好北路158号友好商场 51.50201		5年9月	RaidyBoer
394	新疆乌鲁木齐友好南路友好百盛店 新疆维	吾尔自治区乌鲁木齐市友好南路668号友好百盛购物中心 65.00201		5年9月	RaidyBoer
395	云南楚雄龙江路店	云南省楚雄市鹿城镇龙江路3号	97.00	2010年3月	ferrante
396	云南楚雄龙江路店	云南省楚雄市鹿城镇龙江路3号	90.00	2010年12月	GHILARO
397	云南楚雄龙江路店	云南省楚雄市鹿城镇龙江路3号	150.00	2010年3月	RaidyBoer
398	云南楚雄鹿城北路店	云南省楚雄市鹿城北路4-6号	166.00	2010年4月	RaidyBoer
399	云南大理苍山路店	云南省大理市下关苍山路17号	75.00	2010年7月	ferrante
400	云南大理苍山路店	云南省大理市下关苍山路17号	108.00	2010年12月	GHILARO
401	云南大理苍山路店	云南省大理市下关苍山路17号	211.00	2010年9月	RaidyBoer
402	云南丽江七星街店	云南省丽江市香格里拉大道中段七星街金城商务酒店	86.00	2011年10月	ferrante

403	云南丽江七星街店	云南省丽江市香格里拉大道中段七星街金城商务酒店	94.00	2008年1月	GHILARO
404	云南丽江七星街店	云南省丽江市香格里拉大道中段七星街金城商务酒店	169.00	2008年6月	RaidyBoer
405	云南临沧百树广场店	云南省临沧市百树广场10栋1-1号	154.50	2013年7月	RaidyBoer
406	云南蒙自天马路店	云南省蒙自县天马路42号天源大酒店	50.00	2010年12月	GHILARO
407	云南蒙自天马路店	云南省蒙自县天马路42号天源大酒店	215.00	2010年7月	RaidyBoer
408	云南曲靖麒麟北路店	云南省曲靖市麒麟区麒麟北路银利大酒店	92.00	2008年10月	GHILARO
409	云南曲靖麒麟北路店	云南省曲靖市麒麟区麒麟北路银利大酒店	144.00	2006年11月	RaidyBoer
410	云南曲靖潇湘时代广场店	云南省曲靖市麒麟区潇湘时代广场	103.00	2010年3月	ferrante
411	云南曲靖潇湘时代广场店	云南省曲靖市麒麟区潇湘时代广场	108.00	2010年11月	GHILARO
412	云南曲靖潇湘时代广场店	云南省曲靖市麒麟区潇湘时代广场	151.00	2010年8月	RaidyBoer
413	云南文山开化中路店	云南省文山州开化中路盛阳商业广场18号	70.00	2013年12月	ferrante
414	云南文山开化中路店	云南省文山州开化中路盛阳商业广场18号	83.00	2008年12月	GHILARO
415	云南文山开化中路店	云南省文山州开化中路盛阳商业广场18号	200.00	2009年1月	RaidyBoer
416	云南宣威西宁店	云南省曲靖市宣威市西宁街道	184.00	2015年10月	RaidyBoer
417	浙江安吉百汇店	浙江省湖州市安吉县胜利东路8号百汇大厦	50.00	2010年12月	RaidyBoer
418	浙江德清永安街店	浙江省湖州市德清县武康镇永安街41号	70.00	2010年7月	ferrante
419	浙江德清永安街店	浙江省湖州市德清县武康镇永安街41号	125.00	2010年1月	RaidyBoer
420	浙江湖州星火百货店	浙江省湖州市志成路11号星火百货	50.00	2005年10月	RaidyBoer
421	浙江嘉善东方商厦店	浙江省嘉兴市嘉善县魏塘镇谈公路18号嘉善东方商厦	54.50	2007年9月	RaidyBoer
422	浙江嘉兴江南大厦店	浙江省嘉兴市中山路97号江南大厦	57.00	2007年6月	RaidyBoer
423	浙江临安锦城商业城店	浙江省临安市锦江路商业城12幢23-27号	40.00	2014年1月	ferrante
424	浙江临安锦城商业城店	浙江省临安市锦江路商业城12幢23-27号	100.00	2007年8月	RaidyBoer
425	土壤公司雷迪波尔天猫店	天猫商城	-	2010年6月	RaidyBoer

注：公司门店的面积为实际经营面积，单位为平方米，下同。

4、自营店情况

（1）自营店变动情况

单位：个

时间	期初数	本期增加	本期减少	期末数
2015 年度	92	24	25	91
2014 年度	105	12	25	92
2013 年度	118	19	32	105

注：上表中本期增加和减少数未包括管理商模式与直营模式变动情况。

报告期内，公司自营店数量逐年下降，多数是由于国内宏观经济增速放缓导致商场业绩下降，公司主动撤柜；少数是由于商场调整柜位或租金（或分成比例），公司认为无继续经营必要而结束合作所致。

报告期内，公司自营店开店主要原因如下：

单位：个

原因	2015 年度	2014 年度	2013 年度
新店开张	22	12	19
加盟转自营	2	-	-
合计	24	12	19

报告期内，公司新店开张逐渐放缓，2015年度新店开张22家，其中新增了4家奥特莱斯店和1家网店，主要用于过季货品销售。

报告期内，公司自营店关店主要原因如下：

单位：个

原因	2015 年度	2014 年度	2013 年度
商场整体业绩下降，主动撤柜	18	14	24
商场要求调整柜位，公司主动撤柜	7	8	8
租金（或分成比例）调整，公司不再续租	-	3	-
自营转加盟	-	-	-
合计	25	25	32

报告期内，公司自营店关店原因主要是商场业绩下降，商场要求调整柜位，公司主动撤柜。

(2) 报告期末自营店基本情况

序号	店铺简称	店铺地址	面积	开业时间	经营品牌
1	安徽马鞍山八佰伴国际广场店	安徽省马鞍山市花山区湖东中路大华国际广场马鞍山八佰伴	75.00	2009 年 11 月	RaidyBoer
2	安徽马鞍山八佰伴团结广场店	安徽省马鞍山市花山区湖东中路大华国际广场马鞍山八佰伴	66.00	2009 年 11 月	GHILARO
3	安徽芜湖侨鸿店	安徽省芜湖市镜湖区中山北路 77 号侨鸿国际购物中心	56.00	2011 年 4 月	GHILARO
4	安徽芜湖侨鸿店	安徽省芜湖市镜湖区中山北路 77 号侨鸿国际购物中心	60.00	2012 年 9 月	ferrante
5	安徽芜湖银泰利民西路店	安徽省芜湖市弋江区利民西路 189 号	132.00	2015 年 11 月	ferrante
6	重庆新世纪解放碑店	重庆市渝中区青年路 18 号解放碑步行街新世纪商都	29.30	2008 年 7 月	RaidyBoer
7	广西桂林微笑堂中山路店	广西壮族自治区桂林市秀峰区中山中路 37 号微笑堂商厦	80.00	2010 年 12 月	ferrante
8	广西南宁梦之岛民族大道店	广西壮族自治区南宁市兴宁区民族大道 49 号梦之岛百货	57.00	2010 年 6 月	GHILARO
9	广州友谊奥特莱斯天河北路店	广东省广州市天河北路 28 号友谊奥特莱斯店	82.00	2013 年 11 月	ferrante
10	广州友谊百货环市东路店	广东省广州市越秀区环市东路 371 号广州友谊商店	72.00	2011 年 12 月	ferrante
11	贵州贵阳机场 T2 航站楼店	贵州省贵阳市南明区龙洞堡国际机场 T2 航站楼	64.00	2013 年 4 月	RaidyBoer
12	海南海口滨海大道店	海南省海口市龙华区滨海大道 26-1 号	94.00	2015 年 12 月	ferrante
13	海南海口生生龙昆北路店	海南省海口市龙华区龙昆北路 2 号珠江广场海南生生百货	64.00	2011 年 12 月	ferrante
14	黑龙江华燕奥特莱斯店	黑龙江省哈尔滨市地段街 95 号华燕奥特莱斯一楼	82.00	2012 年 10 月	ferrante
15	湖北十堰五堰商场店	湖北省十堰市茅箭区五堰北街 10 号五堰商场	75.00	2010 年 9 月	GHILARO
16	湖北武汉大洋百货中山店	湖北省武汉市江汉区中山大道 756 号大洋百货	67.00	2010 年 10 月	GHILARO
17	湖南长沙机场候机楼店	湖南省长沙市黄花镇黄花国际机场候机楼	52.60	2012 年 12 月	RaidyBoer
18	湖南长沙新世界五一路店	湖南省长沙市芙蓉区五一西路 153 号长沙新世界时尚广场	82.00	2014 年 3 月	ferrante
19	湖南长沙友谊阿波罗八一路店	湖南省长沙市芙蓉区八一路阿波罗商业广场	94.00	2010 年 10 月	GHILARO
20	湖南长沙友谊阿波罗八一路店	湖南省长沙市芙蓉区八一路阿波罗商业广场	91.00	2011 年 10 月	RaidyBoer
21	湖南长沙友谊阿波罗八一路店	湖南省长沙市芙蓉区八一路阿波罗商业广场	70.00	2015 年 12 月	ferrante
22	湖南长沙友谊奥特莱斯芙蓉路店	湖南省长沙市天心区芙蓉南路三段 27 号友谊奥特莱斯	116.00	2013 年 9 月	GHILARO
23	湖南长沙友谊奥特莱斯芙蓉路店	湖南省长沙市天心区芙蓉南路三段 27 号友谊奥特莱斯	116.00	2011 年 6 月	RaidyBoer
24	湖南长沙友谊劳动西路店	湖南省长沙市雨花区劳动西路 2 号友谊商城	72.00	2012 年 5 月	RaidyBoer
25	济南银座八一英雄山路店	山东省济南市市中区英雄山路 15 号银座商城	52.00	2012 年 4 月	RaidyBoer
26	济南银座玉函经十路店	山东省济南市经十路 19288 号玉函银座	47.00	2010 年 12 月	RaidyBoer
27	江苏常熟第一百货西门大街店	江苏省常熟市虞山镇西门大街 1 号第一百货	53.00	2012 年 9 月	GHILARO
28	江苏常州八佰伴店	江苏省常州市武进区常武中路 63 号常州八佰伴	110.00	2013 年 9 月	GHILARO
29	江苏华地宜兴华地店	江苏省宜兴市崇安区人民中路 227 号宜兴华地百货	70.00	2005 年 12 月	RaidyBoer
30	江苏华地镇江八佰伴店	江苏省镇江市京口区中山东路 288 号镇江八佰伴	64.00	2009 年 12 月	GHILARO
31	江苏江阴华地店	江苏省江阴市澄阳镇人民中路 18 号江阴华地百货	68.00	2008 年 8 月	GHILARO

32	江苏江阴华地店	江苏省江阴市澄阳镇人民中路 18 号江阴华地百货	86.00	2011 年 4 月	RaidyBoer
33	江苏江阴华地店	江苏省江阴市澄阳镇人民中路 18 号江阴华地百货	76.00	2015 年 11 月	ferrante
34	江苏金坛八佰伴店	江苏省金坛市横街 121 号金坛八佰伴	62.50	2011 年 12 月	GHILARO
35	江苏溧阳八佰伴店	江苏省溧阳市燕山路 2 号溧阳华地百货	60.00	2011 年 4 月	RaidyBoer
36	江苏溧阳华地店	江苏省溧阳市燕山路 2 号溧阳华地百货	56.00	2008 年 8 月	GHILARO
37	江苏南京德基广场中山路店	江苏省南京市玄武区中山路 18 号	34.00	2015 年 11 月	ferrante
38	江苏南京砂之船奥特莱斯店	江苏省南京市江宁区秣周东路 12 号	154.00	2015 年 11 月	ferrante
39	江苏南京苏宁环球湖南路店	江苏省南京市鼓楼区湖南路 18 号苏宁环球购物中心	50.00	2012 年 9 月	GHILARO
40	江苏宜兴华地八佰伴人民中路店	江苏省宜兴市宜城街道人民中路 227#	89.00	2015 年 12 月	RaidyBoer
41	江苏镇江八佰伴店	江苏省镇江市京口区中山东路 288 号镇江八佰伴	58.00	2010 年 1 月	RaidyBoer
42	辽宁鞍山新玛特店	辽宁省鞍山市铁东区胜利南路 42 号鞍山大商新玛特	79.00	2010 年 9 月	RaidyBoer
43	辽宁沈阳铁西新玛特兴华店	辽宁省沈阳市铁西区兴华南街 37 号大商新玛特	53.00	2010 年 5 月	GHILARO
44	辽宁沈阳铁西新玛特兴华店	辽宁省沈阳市铁西区兴华南街 37 号大商新玛特	121.00	2007 年 8 月	RaidyBoer
45	辽宁沈阳新玛特小东路店	辽宁省沈阳市大东区小东路 1 号大商新玛特	47.00	2003 年 9 月	RaidyBoer
46	辽宁沈阳新玛特小东路店	辽宁省沈阳市大东区小东路 1 号	80.00	2015 年 9 月	ferrante
47	辽宁沈阳中兴太原北街店	辽宁省沈阳市和平区太原北街 86 号中兴沈阳商业大厦	60.50	2006 年 12 月	RaidyBoer
48	辽宁铁岭新玛特南马路店	辽宁省铁岭市银州区南马路 29 号	87.00	2015 年 10 月	RaidyBoer
49	辽宁铁岭新玛特南马路店	辽宁省铁岭市银州区南马路 29 号	50.00	2015 年 10 月	GHILARO
50	山东青岛香港中路店	山东省青岛市市南区香港中路 72 号	91.70	2014 年 9 月	ferrante
51	上海中免丰和虹桥高铁站店	上海市闵行区虹桥高铁火车站	68.00	2013 年 3 月	RaidyBoer
52	四川成都双流国际机场 T2 候机楼 G-R-2 店	四川省成都市双流国际机场 T2 候机楼 G-R-2	79.00	2014 年 9 月	ferrante
53	四川成都双流机场 T1 店	四川省成都市双流国际机场 T1 航站楼	80.00	2013 年 3 月	ferrante
54	四川成都双流机场 T1 航站楼 C 指廊店	四川省成都市双流国际机场 T1 航站楼	90.00	2010 年 12 月	RaidyBoer
55	四川成都双流机场 T2 航站楼店	四川省成都市双流国际机场 T2 航站楼	57.00	2012 年 12 月	RaidyBoer
56	四川成都双流机场 T2 候机楼 DE-R-1 店	四川省成都市双流国际机场 T2 候机楼 DE-R-1 场地	70.00	2014 年 9 月	RaidyBoer
57	四川成都天府大道乐天百货店	四川省成都市高新区天府大道 1700 号	90.00	2013 年 8 月	RaidyBoer
58	四川德阳洋洋百货长江西路 109 号店	四川省德阳市旌阳区长江西路 109 号洋洋百货	60.00	2015 年 12 月	RaidyBoer
59	四川都江堰大道都江堰百伦店	四川省成都市都江堰市幸福镇都江堰大道 211 号	56.50	2015 年 12 月	RaidyBoer
60	四川都江堰大道都江堰百伦店	四川省成都市都江堰市幸福镇都江堰大道 211 号	52.00	2015 年 12 月	GHILARO
61	四川眉山宏远二环东路店	四川省眉山市二环东路 273 号	73.00	2015 年 11 月	ferrante
62	四川眉山宏远小北街店	四川省眉山市东坡区小北街	86.00	2015 年 11 月	ferrante
63	四川绵阳富临百盛安昌路店	四川省绵阳市涪城区安昌路 17 号富临百盛广场	67.00	2005 年 1 月	GHILARO
64	四川绵阳富临百盛安昌路店	四川省绵阳市涪城区安昌路 17 号富临百盛广场	67.00	2005 年 1 月	RaidyBoer
65	四川绵阳富临百盛临园路东段店	四川省绵阳市涪城区临园路东段 68 号	117.00	2014 年 12 月	ferrante

66	四川绵阳富临百盛临园路东段店	四川省绵阳市涪城区临园路东段 68 号	90.00	2014 年 12 月	RaidyBoer
67	四川攀枝花百盛人民街店	四川省攀枝花市东区人民街 289 号	75.00	2015 年 11 月	ferrante
68	四川仁寿宏远陵州路店	四川仁寿县陵州路 455 号中城国际社区宏远百货仁寿店	56.00	2015 年 11 月	GHILARO
69	四川仁寿宏远陵州路店	四川仁寿县陵州路 455 号中城国际社区宏远百货仁寿店	56.00	2015 年 11 月	ferrante
70	四川仁寿宏远陵州路店	四川仁寿县陵州路 455 号中城国际社区宏远百货仁寿店	87.00	2015 年 11 月	RaidyBoer
71	四川时尚百盛成都西大街店	四川省成都市青羊区西大街 1 号新城市广场时尚百盛	48.00	2010 年 1 月	GHILARO
72	四川时尚百盛成都西大街店	四川省成都市青羊区西大街 1 号新城市广场时尚百盛	80.00	2010 年 4 月	RaidyBoer
73	四川时尚百盛总府路店	四川省成都市锦江区总府路 2 号时代广场时代百盛	65.00	2011 年 12 月	RaidyBoer
74	四川温江大南街店	四川省成都市温江区大南街 85-93 号	68.00	2012 年 5 月	GHILARO
75	四川温江大南街店	四川省成都市温江区大南街 85-93 号	191.00	2012 年 4 月	RaidyBoer
76	四川温江大南街店	四川省成都市温江区大南街 85-93 号	82.00	2012 年 5 月	ferrante
77	四川温江工业园奥特莱斯店	四川省成都市温江区海峡科技园新华路二段 199 号	775.00	2015 年 3 月	RaidyBoer
78	四川温江工业园奥特莱斯店	四川省成都市温江区海峡科技园新华路二段 199 号	542.50	2015 年 3 月	GHILARO
79	四川温江工业园奥特莱斯店	四川省成都市温江区海峡科技园新华路二段 199 号	232.50	2015 年 3 月	ferrante
80	四川温江工业园店	四川省成都市温江区海峡两岸科技产业开发园新华路 199 号	332.00	2009 年 6 月	GHILARO
81	四川温江工业园店	四川省成都市温江区海峡两岸科技产业开发园新华路 199 号	560.00	2009 年 6 月	RaidyBoer
82	四川温江工业园店	四川省成都市温江区海峡两岸科技产业开发园新华路 199 号	168.00	2010 年 12 月	ferrante
83	天津友阿奥特莱斯塘沽河北路店	天津市滨海新区塘沽河北路 3-1516-号	119.00	2015 年 11 月	RaidyBoer
84	浙江宁波国购中山东路店	浙江省宁波市海曙区中山东路 166 号天一国际购物中心	98.00	2011 年 7 月	ferrante
85	浙江宁波银泰百货中山东路 1111 号店	浙江省宁波市中山东路 1111 号世纪东方广场银泰百货	45.00	2012 年 9 月	GHILARO
86	浙江宁波银泰百货中山东路 238 号店	浙江省宁波市中山东路 238 号宁波银泰百货	58.00	2011 年 5 月	GHILARO
87	浙江温州财富中心店	浙江省温州市鹿城区车站大道 577 号财富购物中心	97.00	2012 年 9 月	ferrante
88	雷迪波尔天猫店	天猫商城	-	2014 年 4 月	RaidyBoer
89	吉那诺天猫店	天猫商城	-	2013 年 3 月	GHILARO
90	费兰特天猫店	天猫商城	-	2013 年 12 月	ferrante
91	雷迪波尔唯品会店	唯品会	-	2015 年 10 月	RaidyBoer

上述自营店中四川温江工业园店、四川温江工业园奥特莱斯店位于公司总部，使用公司自有房产。四川温江大南街店、四川成都双流机场T2航站楼店、四川成都双流机场T1航站楼C指廊店，租赁情况参见本节“五（一）2、租赁房产情况”。除此之外，其他自营店的店铺由联营商场提供。

（四）发行人产品的产销情况

1、生产-采购情况

公司采用轻资产运营模式，将生产环节外包，公司根据订货会上的订单情况及新开门店备货等情况制定采购计划。

报告期内，公司主要产品的采购量、采购金额如下：

单位：件、万元

产品类别	2015 年度		2014 年度		2013 年度	
	采购量	采购金额	采购量	采购金额	采购量	采购金额
T 恤	153,004	1,889.46	182,765	2,139.46	159,518	1,891.73
衬衫	76,686	910.72	116,426	1,509.97	99,704	1,454.32
西服	41,215	1,180.56	46,833	1,544.52	32,206	1,263.45
茄克	41,688	1,187.81	45,035	1,326.64	50,221	1,748.11
毛衣	57,278	1,112.17	83,080	1,884.64	81,601	1,782.12
棉衣	67,599	2,583.23	81,449	3,203.25	86,771	3,927.37
皮衣	12,114	1,499.65	15,303	2,288.60	18,916	3,426.12
休闲裤	197,529	2,541.08	235,774	3,570.79	217,731	3,171.94
鞋	62,544	1,682.37	93,653	2,382.21	79,530	2,200.96
皮具配饰	-	433.73	-	849.67	-	1,566.18
合计	709,657	15,020.78	900,318	20,699.75	826,198	22,432.30

注：（1）上表中采购量为各类产品已交付入库数量，采购金额为各类产品归集分配的成本金额，包括包工包料、定向采购模式的产品采购成本和领用的辅料成本、来料加工领用的面辅料和结算的委托加工费用；

（2）皮具配饰包括种类繁多，各年数量和单位成本不具可比性，故本表只披露总金额，未披露采购量。

（3）本节采购金额均为不含税金额；

（4）皮衣采购量为负数，系采购退回。

报告期内，公司货品采购总额持续下降，品类结构根据市场需求的变化有所调整。其中2014年度采购数量较2013年度上升，采购金额下降，主要是因为公司根据市场需求变化，主动进行产品结构调整，在保证产品品质的前提下减少部分高价产品采购量，增大低价产品采购量；同时公司基于对市场的谨慎预期，继续控制采购规模。报告期内各类产品中皮衣、茄克的采购量持续下降，主要是因为这两类产品销量下降幅度最大，公司顺应市场需求变化，减少这两类货品的采购。

2、销售情况

（1）报告期内，公司主要产品的销量、销售收入情况

单位：件、万元

产品类别	2015 年度		2014 年度		2013 年度	
	销量	销售收入	销量	销售收入	销量	销售收入
T 恤	166,061	5,676.16	199,085	6,759.55	191,857	7,133.82
衬衫	81,033	2,858.16	108,266	3,968.77	100,669	4,160.96
西服	34,912	2,261.30	41,730	3,069.89	30,245	2,276.42
茄克	39,207	2,325.86	48,053	2,862.24	56,541	3,832.24
毛衣	66,164	3,134.29	69,714	3,527.80	97,077	4,677.38
棉衣	68,772	5,440.00	63,468	5,464.61	99,171	8,949.32
皮衣	14,790	3,189.72	14,876	3,536.35	25,104	6,517.20
休闲裤	191,441	7,292.66	235,519	8,772.11	253,238	9,004.31
鞋	61,410	2,862.05	90,688	4,008.17	100,114	4,089.26

受宏观经济增速放缓和市场竞争加剧的影响，报告期内公司产品销售收入总体呈下滑趋势。报告期内，各类产品中皮衣、茄克、毛衣和棉衣等秋冬季货品销量下降幅度较大。

（2）主要产品平均单价及变动

①公司产品销售定价机制

公司产品的价格体系包括吊牌价、折扣价、促销价，其中吊牌价是公司产品价格体系的基础。产品吊牌价与采购成本之间保持一定的比例关系，即业内俗称的定价倍率，通常采购成本高的产品吊牌价倍率相对较低，采购成本低的产品吊牌价倍率相对较高。为保证产品的合理利润率与市场占有率，公司从设计阶段开始就将采购成本作为各类产品的重要评审标准。产品设计样衣时将采购成本进行详细解构，确定采购模式及相应的采购成本。公司定价委员会按照成本倍率原则，综合考虑公司品牌形象、目标市场定位、目标毛利率、市场需求等因素确定吊牌价。报告期内，公司以市场为导向，精准定位消费者群体，通过产品设计、工艺、面料的优化确保公司品牌定位和产品品质，公司产品定价始终保持与定位相匹配的合理水平。

②销售价格的具体变动分析

单位：元/件

类别	2015 年度			
	加盟	自营	均价	均价增幅
T 恤	393.23	255.23	341.81	0.67%
衬衫	419.65	266.49	352.72	-3.78%
西服	724.20	576.98	647.71	-11.95%
茄克	627.05	529.58	593.22	-0.41%
毛衣	502.59	407.42	473.72	-6.39%
棉衣	822.13	715.95	791.02	-8.13%
皮衣	2,054.05	2,424.41	2,156.67	-9.28%

休闲裤	408.18	306.55	380.94	2.28%
鞋	475.22	413.55	466.06	5.45%
类别	2014 年度			
	加盟	自营	均价	均价增幅
T 恤	374.53	266.95	339.53	-8.69%
衬衫	393.48	300.10	366.58	-11.31%
西服	736.97	733.50	735.65	-2.26%
茄克	606.69	571.22	595.64	-12.12%
毛衣	513.16	483.97	506.04	5.03%
棉衣	847.81	907.14	861.00	-4.59%
皮衣	2,232.70	2,689.05	2,377.22	-8.43%
休闲裤	392.20	307.60	372.46	4.75%
鞋	459.99	368.73	441.97	8.20%
类别	2013 年度			
	加盟	自营	均价	均价增幅
T 恤	378.31	356.80	371.83	-
衬衫	431.76	364.34	413.33	-
西服	729.58	787.82	752.66	-
茄克	717.56	598.93	677.78	-
毛衣	537.33	373.64	481.82	-
棉衣	956.46	777.55	902.41	-
皮衣	2,637.03	2,522.56	2,596.08	-
休闲裤	381.23	288.40	355.57	-
鞋	438.52	316.25	408.46	-

公司产品平均单价的变动主要受销售渠道、货品库龄（当季、过季）因素的影响。报告期内，公司不同渠道和货品结构的销售收入、数量、平均单价情况如下：

单位：件、元/件

产品类别	货品库龄	2015 年度								
		加盟			自营			合计		
		收入	数量	单价	收入	数量	单价	收入	数量	单价
T 恤	当季	3,836.18	92,489.00	414.77	588.96	19,200.00	306.75	4,425.14	111,689.00	396.20
	过季	260.67	11,695.00	222.89	990.35	42,677.00	232.06	1,251.02	54,372.00	230.09
	小计	4,096.85	104,184.00	393.23	1,579.31	61,877.00	255.23	5,676.16	166,061.00	341.81
衬衫	当季	1,659.54	37,785.00	439.21	370.78	12,402.00	298.97	2,030.31	50,187.00	404.55
	过季	254.89	7,835.00	325.32	572.96	23,011.00	248.99	827.85	30,846.00	268.38
	小计	1,914.43	45,620.00	419.65	943.73	35,413.00	266.49	2,858.16	81,033.00	352.72
西服	当季	1,100.77	15,249.00	721.86	579.47	10,761.00	538.49	1,680.24	26,010.00	646.00
	过季	113.94	1,524.00	747.61	467.12	7,378.00	633.12	581.05	8,902.00	652.72
	小计	1,214.71	16,773.00	724.20	1,046.59	18,139.00	576.98	2,261.30	34,912.00	647.71
茄克	当季	1,499.93	23,493.00	638.46	160.84	1,732.00	928.65	1,660.77	25,225.00	658.38
	过季	105.38	2,108.00	499.90	559.71	11,874.00	471.37	665.09	13,982.00	475.67
	小计	1,605.31	25,601.00	627.05	720.55	13,606.00	529.58	2,325.86	39,207.00	593.22
毛衣	当季	1,735.66	32,852.00	528.33	100.64	1,547.00	650.54	1,836.30	34,399.00	533.82
	过季	580.68	13,236.00	438.71	717.31	18,529.00	387.13	1,297.99	31,765.00	408.62
	小计	2,316.34	46,088.00	502.59	817.94	20,076.00	407.42	3,134.29	66,164.00	473.72
棉衣	当季	3,171.16	36,730.00	863.37	248.99	3,051.00	816.10	3,420.16	39,781.00	859.75
	过季	826.05	11,890.00	694.74	1,193.79	17,101.00	698.08	2,019.84	28,991.00	696.71
	小计	3,997.21	48,620.00	822.13	1,442.78	20,152.00	715.95	5,440.00	68,772.00	791.02
皮衣	当季	1,450.29	6,949.00	2,087.04	68.32	248.00	2,754.74	1,518.60	7,197.00	2,110.05

	过季	745.91	3,743.00	1,992.81	925.21	3,850.00	2,403.13	1,671.12	7,593.00	2,200.86
	小计	2,196.20	10,692.00	2,054.05	993.52	4,098.00	2,424.41	3,189.72	14,790.00	2,156.67
休闲裤	当季	4,973.08	120,389.00	413.08	448.25	10,797.00	415.16	5,421.33	131,186.00	413.26
	过季	746.19	19,727.00	378.26	1,125.14	40,528.00	277.62	1,871.33	60,255.00	310.57
	小计	5,719.27	140,116.00	408.18	1,573.39	51,325.00	306.55	7,292.66	191,441.00	380.94
鞋	当季	2,212.25	45,783.00	483.20	92.87	1,159.00	801.28	2,305.12	46,942.00	491.06
	过季	272.51	6,504.00	418.99	284.42	7,964.00	357.13	556.93	14,468.00	384.94
	小计	2,484.76	52,287.00	475.22	377.29	9,123.00	413.55	2,862.05	61,410.00	466.06
产品类别	结构	2014 年度								
		加盟			自营			合计		
		收入	数量	单价	收入	数量	单价	收入	数量	单价
T 恤	当季	4,427.04	116,051	381.47	696.34	14,362	484.85	5,123.37	130,413	392.86
	过季	603.71	18,272	330.40	1,032.47	50,400	204.86	1,636.18	68,672	238.26
	小计	5,030.74	134,323	374.53	1,728.81	64,762	266.95	6,759.55	199,085	339.53
衬衫	当季	2,637.51	66,418	397.11	344.63	7,987	431.48	2,982.13	74,405	400.80
	过季	395.24	10,658	370.84	591.40	23,203	254.88	986.64	33,861	291.38
	小计	3,032.75	77,076	393.48	936.02	31,190	300.10	3,968.77	108,266	366.58
西服	当季	1,665.90	21,746	766.07	478.02	5,990	798.04	2,143.92	27,736	772.97
	过季	243.15	4,158	584.77	682.82	9,836	694.21	925.97	13,994	661.69
	小计	1,909.04	25,904	736.97	1,160.84	15,826	733.50	3,069.89	41,730	735.65
茄克	当季	1,816.82	28,401	639.70	233.80	2,690	869.13	2,050.61	31,091	659.55
	过季	190.70	4,689	406.70	620.92	12,273	505.93	811.63	16,962	478.50
	小计	2,007.52	33,090	606.69	854.72	14,963	571.22	2,862.24	48,053	595.64
毛衣	当季	2,457.46	44,154	556.56	185.86	2,743	677.57	2,643.31	46,897	563.64
	过季	247.50	8,558	289.20	636.99	14,259	446.73	884.49	22,817	387.65
	小计	2,704.96	52,712	513.16	822.85	17,002	483.97	3,527.80	69,714	506.04
棉衣	当季	3,848.74	43,063	893.75	184.19	1,799	1,023.83	4,032.92	44,862	898.96
	过季	336.07	6,297	533.70	1,095.61	12,309	890.09	1,431.68	18,606	769.47
	小计	4,184.81	49,360	847.81	1,279.80	14,108	907.14	5,464.61	63,468	861.00
皮衣	当季	1,909.18	8,263	2,310.51	84.24	259	3,252.55	1,993.42	8,522	2,339.14
	过季	360.36	1,902	1,894.66	1,182.57	4,452	2,656.27	1,542.94	6,354	2,428.29
	小计	2,269.54	10,165	2,232.70	1,266.81	4,711	2,689.05	3,536.35	14,876	2,377.22
休闲裤	当季	6,344.51	155,969	406.78	513.42	9,349	549.18	6,857.94	165,318	414.83
	过季	737.28	24,599	299.72	1,176.89	45,602	258.08	1,914.17	70,201	272.67
	小计	7,081.79	180,568	392.20	1,690.31	54,951	307.60	8,772.11	235,519	372.46
鞋	当季	3,089.30	66,808	462.42	138.23	2,091	661.08	3,227.54	68,899	468.44
	过季	258.70	5,976	432.90	521.94	15,813	330.07	780.64	21,789	358.27
	小计	3,348.00	72,784	459.99	660.17	17,904	368.73	4,008.17	90,688	441.97
产品类别	结构	2013 年度								
		加盟			自营			合计		
		收入	数量	单价	收入	数量	单价	收入	数量	单价
T 恤	当季	3,775.39	97,187	388.47	942.85	16,572	568.94	4,718.24	113,759	414.76
	过季	1,296.82	36,890	351.54	1,118.77	41,208	271.49	2,415.59	78,098	309.30
	小计	5,072.21	134,077	378.31	2,061.61	57,780	356.80	7,133.82	191,857	371.83
衬衫	当季	2,622.90	60,044	436.83	592.21	10,874	544.61	3,215.10	70,918	453.36
	过季	535.40	13,105	408.55	410.45	16,646	246.58	945.85	29,751	317.92
	小计	3,158.30	73,149	431.76	1,002.66	27,520	364.34	4,160.96	100,669	413.33
西服	当季	1,052.55	14,302	735.95	496.78	4,543	1,093.50	1,549.33	18,845	822.14
	过季	279.66	3,958	706.58	447.42	7,442	601.21	727.09	11,400	637.80
	小计	1,332.22	18,260	729.58	944.20	11,985	787.82	2,276.42	30,245	752.66
茄克	当季	1,923.57	24,646	780.48	406.97	3,207	1,269.01	2,330.54	27,853	836.73
	过季	773.16	12,936	597.68	728.53	15,752	462.50	1,501.70	28,688	523.46
	小计	2,696.74	37,582	717.56	1,135.50	18,959	598.93	3,832.24	56,541	677.78
毛衣	当季	2,476.34	43,385	570.78	261.42	2,860	914.04	2,737.75	46,245	592.01
	过季	971.01	20,772	467.46	968.62	30,060	322.23	1,939.63	50,832	381.58
	小计	3,447.34	64,157	537.33	1,230.03	32,920	373.64	4,677.38	97,077	481.82
棉衣	当季	4,440.80	44,420	999.73	393.33	2,823	1,393.32	4,834.14	47,243	1,023.25
	过季	2,179.13	24,793	878.93	1,936.06	27,135	713.49	4,115.18	51,928	792.48
	小计	6,619.93	69,213	956.46	2,329.39	29,958	777.55	8,949.32	99,171	902.41
皮衣	当季	2,685.99	9,560	2,809.61	140.34	313	4,483.68	2,826.33	9,873	2,862.68
	过季	1,565.70	6,563	2,385.65	2,125.17	8,668	2,451.75	3,690.88	15,231	2,423.27
	小计	4,251.69	16,123	2,637.03	2,265.51	8,981	2,522.56	6,517.20	25,104	2,596.08
休闲裤	当季	5,425.09	135,657	399.91	663.28	9,845	673.73	6,088.38	145,502	418.44
	过季	1,560.41	47,580	327.96	1,355.52	60,156	225.33	2,915.93	107,736	270.66

	小计	6,985.51	183,237	381.23	2,018.80	70,001	288.40	9,004.31	253,238	355.57
鞋	当季	2,569.06	57,971	443.16	290.50	4,688	619.67	2,859.56	62,659	456.37
	过季	741.88	17,532	423.16	487.81	19,923	244.85	1,229.70	37,455	328.31
	小计	3,310.94	75,503	438.52	778.32	24,611	316.25	4,089.26	100,114	408.46

由上表可以看出，货品结构和销售渠道是影响产品单价的主要因素。通常情况下，相同销售渠道的当季货品价格高于过季货品；对于相同产品，由于加盟渠道的产品价格是在吊牌价的基础上按一定折扣计算，而自营渠道的产品价格是面向终端消费者的零售价，因此通常加盟渠道产品的平均单价低于自营渠道。

报告期内，为消化库存，公司采取包括加大特卖力度等多种方式消化过季货品。其中自营渠道销售以过季货品为主，加盟渠道销售以当季货品为主，自营渠道是公司处理过季货品的主要渠道，导致报告期内自营渠道大部分产品的平均单价低于加盟渠道。2014年度，面对经济增速继续放缓、行业持续低迷的大环境，公司各类产品的定价整体有所下调。2015年度加盟渠道T恤、衬衫、西服当季货品销售平均单价高于自营渠道，主要原因是2015年自营渠道当季货品中价格较低的客户团购定制产品占比较高所致。2015年客户团购定制产品主要为工装T恤、衬衫及西服，团购中此类货品价格较低，其销售数量占自营当季货品销售数量分别为34.87%、66.32%，91.32%，由此导致自营当季产品平均单价较低。

（3）前五名客户情况

①报告期内，公司前五名客户销售收入及占公司销售收入的比例

序号	客户名称	客户类型	金额	比例
2015年度				
1	陈培林	加盟	1,650.81	4.73%
2	王方能	加盟	970.62	2.78%
3	杨顺涛	加盟	816.68	2.34%
4	李四海	加盟	757.29	2.17%
5	马赛也的	加盟	694.22	1.99%
合计			4,889.62	14.01%
2014年度				
1	陈培林	加盟	1,769.98	4.22%
2	杨顺涛	加盟	1,444.33	3.45%
3	李建红	加盟	1,242.45	2.96%
4	李四海	加盟	1,010.11	2.41%
5	王方能	加盟	991.99	2.37%
合计			6,458.86	15.41%
2013年度				
1	杨顺涛	加盟	2,448.65	4.55%
2	陈培林	加盟	1,363.84	2.53%
3	王方能	加盟	1,317.61	2.45%

4	杨晓波	加盟	1,109.69	2.06%
5	李建红	加盟	1,091.91	2.03%
合计			7,331.69	13.62%

注：主要客户的收入按实际控制人口径合并计算，加盟商销售收入=加盟业务收入+当期预计退换货金额-上期退换货金额。

报告期内，公司不存在对单个客户的销售比例超过50%的情形。公司销售模式以加盟为主，因此报告期内公司前五名客户以加盟商为主。公司前五名客户销售收入合计占公司销售收入比例分别为13.62%、15.41%和14.01%，不存在严重依赖的单一客户，发行人前五名客户变化对公司经营稳定性的影响较小。加盟商的收入变化主要与其开设的门店数量、经营面积以及经营区域的经济发展、消费力度、市场竞争等因素有关。报告期内公司前五名客户的变化情况与公司实际经营情况相符。

②前五名新增客户情况

报告期内新增客户的销售收入主要及占公司销售收入比例如下：

客户名称	2015 年度		2014 年度		2013 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
李四海	757.29	2.17%	1,010.11	2.32%	1,067.36	2.00%
马赛也的	694.22	1.99%	949.02	2.26%	918.53	1.71%

注：前五名新增客户指新进入销售收入排名前五名的客户。

上述加盟商均是与公司合作多年的老客户，报告期一直是公司前十大客户，李四海于2006年成为公司加盟商，所开门店主要分布在云南地区；马赛也的于2004年成为公司加盟商，所开门店主要分布在西藏自治区。

（4）加盟商在各区域的销售情况

①报告期内，各区域内公司的加盟商数量、加盟店数量、销售收入及占公司加盟业务销售收入的比例情况

地区	2015-12-31/2015 年度			
	加盟商数量	加盟店数量	销售收入	收入占比
西南地区	111	364	23,420.18	89.57%
华东地区	12	20	643.38	2.46%
华中地区	9	18	1,189.78	4.55%
东北地区	5	10	288.82	1.10%
华南地区	2	4	140.20	0.54%
西北地区	4	5	224.16	0.86%
华北地区	2	4	240.00	0.92%
合计	145	425	26,146.53	100.00%
地区	2014-12-31/2014 年度			
	加盟商数量	加盟店数量	销售收入	收入占比

西南地区	114	342	29,250.22	88.89%
华东地区	17	35	1,599.82	4.86%
华中地区	11	21	1,122.87	3.41%
东北地区	7	12	377.63	1.15%
华南地区	1	2	25.51	0.08%
西北地区	7	10	453.06	1.38%
华北地区	5	6	78.15	0.24%
合计	162	428	32,907.25	100.00%
地区	2013-12-31/2013 年度			
	加盟商数量	加盟店数量	销售收入	收入占比
西南地区	123	374	32,988.65	85.60%
华东地区	21	45	2,436.50	6.32%
华中地区	10	15	1,185.80	3.08%
东北地区	10	19	894.91	2.32%
华南地区	-	-	69.99	0.18%
西北地区	6	9	652.42	1.69%
华北地区	5	6	309.27	0.80%
合计	175	468	38,537.53	100.00%

④报告期内，公司销售收入前十名的加盟商销售区域、收入及占公司加盟业务收入的比例情况

序号	加盟商	销售区域	2015 年度		2014 年度		2013 年度	
			金额	比例	金额	比例	金额	比例
1	陈培林	西南地区	1,600.55	6.12%	1,665.54	5.06%	1,379.04	3.58%
2	杨顺涛	西南地区	1,178.32	4.51%	1,161.33	3.53%	2,232.35	5.79%
3	李建红	西南地区	523.98	2.00%	1,079.40	3.28%	1,043.21	2.71%
4	李四海	西南地区	837.61	3.20%	956.59	2.91%	1,120.08	2.91%
5	王方能	西南地区	1,173.39	4.49%	882.15	2.68%	1,254.04	3.25%
6	马赛也的	西南地区	683.53	2.61%	947.79	2.88%	1,010.34	2.62%
7	罗松	西南地区	455.11	1.74%	702.66	2.14%	668.94	1.74%
8	陈革	西南地区	335.97	1.28%	730.57	2.22%	922.65	2.39%
9	唐森林	西南地区	507.81	1.94%	644.71	1.96%	627.33	1.63%
10	赵诗利	西南地区	410.36	1.57%	564.74	1.72%	788.77	2.05%
11	杨晓波	西南地区	293.96	1.12%	557.89	1.70%	1,279.88	3.32%
12	李仕忠	西南地区	428.75	1.64%	526.74	1.60%	687.76	1.78%
13	於久生	华东地区	-54.66	-0.21%	599.02	1.82%	757.40	1.97%
14	王先彪	西南地区	421.42	1.61%	311.62	0.95%	561.73	1.46%

注：於久生 2015 年度收入为负数，主要系关店退货所致。

报告期内，公司加盟商和加盟店主要集中在西南地区，因此来自西南地区的销售收入占比较高，这与公司的发展战略及发展历史相吻合。

3、主要产品的产销率

报告期内，公司主要产品的采购量、销量及产销率如下：

单位：件

类别	2015 年度

	采购量	销量	产销率
T 恤	153,004	166,061	108.53%
衬衫	76,686	81,033	105.67%
西服	41,215	34,912	84.71%
茄克	41,688	39,207	94.05%
毛衣	57,278	66,164	115.51%
棉衣	67,599	68,772	101.74%
皮衣	12,114	14,790	122.09%
休闲裤	197,529	191,441	96.92%
鞋	62,544	61,410	98.19%
类别	2014 年度		
	采购量	销量	产销率
T 恤	182,765	199,085	108.93%
衬衫	116,426	108,266	92.99%
西服	46,833	41,730	89.10%
茄克	45,035	48,053	106.70%
毛衣	83,080	69,714	83.91%
棉衣	81,449	63,468	77.92%
皮衣	15,303	14,876	97.21%
休闲裤	235,774	235,519	99.89%
鞋	93,653	90,688	96.83%
类别	2013 年度		
	采购量	销量	产销率
T 恤	159,518	191,857	120.27%
衬衫	99,704	100,669	100.97%
西服	32,206	30,245	93.91%
茄克	50,221	56,541	112.58%
毛衣	81,601	97,077	118.97%
棉衣	86,771	99,171	114.29%
皮衣	18,916	25,104	132.71%
休闲裤	217,731	253,238	116.31%
鞋	79,530	100,114	125.88%

注：产销率=销量/采购量。

2013年度公司主要产品的产销率相对较高，主要是因为公司与加盟商订货谨慎；同时公司通过存货预警机制，加强存货管理，主动采取加大特卖力度、委托加盟商代销等形式消化过季货品，减少了过季货品的库存量。2014年度，受宏观经济景气度下降、市场竞争加剧影响，公司主要产品产销率均有所下降，其中秋冬季货品销量下降较大。2015年度，公司根据对市场及订货情况继续控制产品采购量，并通过奥特莱斯店等方式加大过季货品销售，导致部分产品产销率上升。

4、关于报告期内公司供应商雅汇商贸的实际控制人同时是公司加盟商的补充说明

（1）基本情况

报告期内，发行人供应商之一的雅汇商贸实际控制人李仕忠同时是发行人加盟商。报告期内，发行人向雅汇商贸采购情况如下：

项目	2015 年度	2014 年度	2013 年度
采购额	-	-	184.08
占同期采购总额比例	-	-	0.82%

同时，雅汇商贸的实际控制人李仕忠作为发行人加盟商，其开设的门店及报告期内收入情况如下：

序号	门店简称	开业时间	经营品牌	2015 年度	2014 年度	2013 年度
1	四川巴中江北广场店	2009.10.1	GHILARO	89.11	166.21	156.18
2	四川巴中江北广场店	2009.10.1	Raidy Boer	147.12	209.26	161.48
3	四川巴中南泉寺街店	2009.10.1	Raidy Boer	98.82	18.71	14.88
4	四川巴中南泉寺街店	2008.9.14	GHILARO	16.37	33.37	155.28
5	四川巴中江北广场店	2011.10.22	ferrante	65.60	91.05	153.21
6	四川巴中南泉寺街店	2013.1.1	ferrante	11.72	8.14	46.73
合计				428.74	526.74	687.76
占同期加盟收入的比例				1.64%	1.60%	1.78%
占同期主营业务收入的比例				1.20%	1.21%	1.31%

（2）雅汇商贸的基本情况

雅汇商贸成立于 2005 年 3 月 24 日，成立时的名称为成都雷迪波尔职业装销售有限责任公司，成立时的注册资本和实收资本均为 200 万元，股权结构为孟晓红持股 90%、谢宗贵持股 10%，注册地址为成都市锦江区年丰巷 52 号 5-4 号，经营范围为：生产、销售：服装、鞋帽、日用品。

2007 年 3 月 25 日，成都雷迪波尔职业装有限责任公司召开股东会，同意孟晓红将其所持的 35%的股权和 55%的股权分别转让给李仕忠和王莉，谢宗贵将其所持的 10%的股权转让给李仕忠，公司名称变更为成都雅汇商贸有限责任公司，公司注册地变更为成都市锦江区北新街 58 号世都大厦 9 楼，经营范围变更为：生产、销售：服装、鞋帽、日用品、工艺品（以上项目国家法律法规限制和禁止项目除外）；企业管理咨询。此后至注销为止，雅汇商贸的股权结构未发生变化。

2013 年 12 月 25 日，雅汇商贸召开股东会同意注销公司。2014 年 3 月 4 日，雅汇商贸完成工商注销登记。

（3）雅汇商贸与发行人控股股东、实际控制人没有关联关系

雅汇商贸的股东李仕忠和王莉系夫妻关系，李仕忠于 2008 年起成为发行人加盟商。李仕忠夫妇与发行人控股股东、实际控制人刘长明及其配偶孟晓红没有亲属关系，也没有关联关系。

（4）发行人与雅汇商贸的业务合作情况

①合作背景

2005 年发行人实际控制人刘长明的配偶孟晓红与谢宗贵创立雅汇商贸的前身成都雷迪波尔职业装有限责任公司，目的是以该公司作为开拓“Raidy Boer”品牌服装定制业务的平台。由于市场开拓不力，成都雷迪波尔职业装有限责任公司的业务开展十分艰难，长期处于停业状态。

在此背景下，李仕忠在四川地区有多年的服装经营经验，代理多个服装品牌，拥有一定的定制业务渠道，希望取得经营“Raidy Boer”品牌定制业务机会。由于李仕忠夫妇可以通过当地的渠道和资源获得定制业务机会，而“Raidy Boer”品牌在四川地区有较高的知名度和影响力，为实现双赢，因此 2007 年 3 月李仕忠夫妇与刘长明夫妇友好协商后，孟晓红和谢宗贵将成都雷迪波尔职业装有限责任公司的股权全部转让给李仕忠夫妇并更名为雅汇商贸，由雅汇商贸作为对外开展“Raidy Boer”品牌服装定制业务的平台。

②业务合作模式与合作流程

随着 2007 年 6 月发行人的设立及其后发行人对刘长明旗下服装业务的整合，发行人与雅汇商贸的业务合作模式确定为：由雅汇商贸负责寻找定制业务的客户来源、根据定制客户的要求由双方共同进行服装设计、选择供应商进行定制产品的生产，即定制产品的客户来源、产品设计与生产、售后服务均由雅汇商贸负责；发行人向雅汇商贸采购该部分定制产品后再销售给定制客户；由于“Raidy Boer”品牌系发行人所有，因此由发行人负责与定制客户签订定制合同。

发行人与雅汇商贸的具体合作流程如下：当雅汇商贸寻找到定制业务客户源时，发行人授权雅汇商贸实际控制人李仕忠以发行人的名义与客户签订定制业务合同，同时也将该部分定制产品的定价权交由李仕忠；合同签订后由双方共同负责产品的设计，由雅汇商贸联系供应商按需生产；委托加工生产厂商完成生产将产品发送给雅汇商贸，经质检合格验收，发行人将该部分货品贴牌后销售给定制客户；交货后，发行人与雅汇商贸于当月实施结算，发行人扣除销售额的一定比例，余款作

为货品的采购成本由发行人支付给雅汇商贸，雅汇商贸负责产品的售后服务。

③发行人与雅汇商贸定制业务合作的终止

随着发行人上市准备工作的推进，发行人逐渐意识到需要规范定制业务，并准备加大定制业务规模，将其作为发行人业务的一个重要增长点；同时，李仕忠夫妇随着其服装代理规模的不断增大，决定将经营重心转移到专业服装品牌代理运营，因此双方决定终止定制业务合作。发行人于 2013 年 2 月成立定制事业部，由原雅汇商贸负责定制业务的主要骨干人员为主组建。至此，发行人终止雅汇商贸定制业务的合作，雅汇商贸于 2014 年 3 月完成注销。

（5）发行人与雅汇商贸的合作遵循市场平等原则，业务真实，不存在损害发行人利益或利益输送的情形

通过与雅汇商贸的合作，发行人逐步打开了定制业务市场，在终止合作后，发行人以原雅汇商贸的主要骨干人员为主组建了定制事业部，为发行人定制业务的开拓与发展奠定了良好的基础。在双方合作过程中，发行人与雅汇商贸遵循市场平等原则，业务真实，不存在损害发行人利益或利益输送的情形。

（五）报告期内发行人产品采购和成本

1、采购情况

采购模式	成本类别	2015 年度	
		金额	比例
包工包料	委托加工费、面料	5,802.10	38.56%
定向采购	委托加工费、面料	7,891.05	52.44%
来料加工	委托加工费	311.63	2.07%
	面料	278.49	1.85%
	小计	590.12	3.92%
辅料及其他		763.51	5.08%
合计		15,046.78	100.00%
采购模式	成本类别	2014 年度	
		金额	比例
包工包料	委托加工费、面料	8,281.20	40.19%
定向采购	委托加工费、面料	10,588.65	51.39%
来料加工	委托加工费	515.02	2.50%
	面料	144.52	0.70%
	小计	659.54	3.20%
辅料及其他		1,076.66	5.22%
合计		20,606.05	100.00%
采购模式	成本类别	2013 年度	
		金额	比例

包工包料	委托加工费、面料	13,456.18	59.99%
定向采购	委托加工费、面料	7,448.62	33.20%
来料加工	委托加工费	149.46	0.67%
	面料	360.38	1.61%
	小计	509.84	2.27%
辅料及其他		1,017.66	4.54%
合计		22,432.30	100.00%

报告期内，发行人产品采购的包工包料模式采购比重分别为 59.99%、40.19% 和 38.56%，比重大幅下降；发行人产品采购的定向采购模式采购比重分别为 33.20%、51.39% 和 52.44%，比重大幅上升。包工包料模式与定向采购模式的区别主要是委托加工厂商的成衣面料采购是否由发行人指定，包工包料模式由委托加工厂商自行确定面料供应商和采购面料，定向采购由发行人指定面料供应商，委托加工厂商按指定的面料供应商采购面料。由于公司通过指定面料生产厂商，能更好地保证面料和产品的质量、交货期及控制产品成本，因此 2014 年以来，公司逐年加大定向采购的比重，包工包料的比重则逐年下降。

2、采购成本变动情况

（1）各类产品采购成本变动情况

报告期内，公司的采购模式以包工包料和定向采购为主，产品中成衣采购的金额占公司采购总额的比例较大，因此公司产品的单位采购成本受成衣采购成本的影响较大。报告期内，公司主要产品单位采购成本及变动如下：

单位：元/件

产品类别	2015 年度		2014 年度		2013 年度
	单位成本	增幅	单位成本	增幅	单位成本
T 恤	123.49	5.49%	117.06	-1.29%	118.59
衬衫	118.76	-8.43%	129.69	-11.09%	145.86
西服	286.44	-13.14%	329.79	-15.93%	392.30
茄克	284.93	-3.28%	294.58	-15.37%	348.08
毛衣	194.17	-14.41%	226.85	3.87%	218.39
棉衣	382.14	-2.83%	393.28	-13.11%	452.61
皮衣	1,237.95	-17.22%	1,495.52	-17.43%	1,811.23
休闲裤	128.64	-15.06%	151.45	3.96%	145.68
鞋	268.99	5.75%	254.37	-8.09%	276.75

公司各类产品的单位采购成本变动主要受产品工艺、面料等因素的影响较大。例如，采用多种面料拼接、特殊面料特殊工艺处理或手工制作等复杂工艺加工产品的要求较高、生产难度大，导致成本相对较高；含丝、羊毛及羊绒等多种成份的面料成本高于棉质材料、普通化纤等中低档面料的成本。报告期内，公司各类产品的

单位成本与原材料价格、加工成本、产品结构、公司采购模式、议价能力的变化有关。总体来看，由于目前国际国内市场辅料生产企业及委托加工厂商众多，公司在对供应商的选择上处于主导地位，特别是在近年来宏观经济下行的背景下，公司可以通过对品质和价格的综合比较择优确定供应商，在保证产品品质的同时控制产品采购成本。2014 年度和 2015 年度各类产品单位成本总体降幅较大，主要是因为公司为应对不利的经营环境主动进行产品结构调整，在保证产品品质的同时，提高价格相对较低的产品的采购占比，同时加强采购管理，通过加大集中采购力度、优化付款条件等方式提高采购议价能力，降低单位成本。

（2）报告期内，各类产品不同采购模式下的成衣采购、加工费和面辅料采购成本情况如下：

单位：元/件

产品类别	包工包料		定向采购		来料加工加工费		来料加工面料		辅料及其他		金额合计
	总额	均价	总额	均价	总额	均价	总额	均价	总额	均价	
2015 年度											
T 恤	383.53	96.02	1,453.79	128.59	-	-	-	-	52.14	3.41	1,889.46
衬衫	312.22	111.01	475.82	120.81	27.01	29.44	33.54	36.56	62.13	8.10	910.72
西服	432.20	217.60	344.62	249.80	115.71	153.11	107.30	141.99	180.73	43.85	1,180.56
茄克	239.93	303.79	897.74	269.40	9.31	199.47	2.08	44.47	38.75	9.30	1,187.81
毛衣	472.36	172.60	620.16	207.71	0.38	70.45	0.22	41.16	19.05	3.33	1,112.17
棉衣	1,008.79	353.76	1,479.69	381.86	7.83	234.57	5.06	151.59	81.86	12.11	2,583.23
皮衣	550.62	1,265.50	935.43	1,204.98	-	-	-	-	13.60	11.23	1,499.65
休闲裤	649.11	123.51	1,467.29	131.88	151.39	44.91	130.28	38.65	143.01	7.24	2,541.08
鞋	1,391.18	254.64	173.61	219.49	-	-	-	-	117.58	18.80	1,682.37
皮具配饰	362.16	-	42.90	-	-	-	-	-	28.67	-	433.73
合计	5,802.10	-	7,891.05	-	311.63	-	278.48	-	737.52	-	15,020.78
2014 年度											
T 恤	1,064.23	111.28	1,007.39	115.62	-	-	-	-	67.84	3.71	2,139.46
衬衫	387.53	100.89	943.66	128.40	25.02	55.31	36.94	81.67	116.82	10.03	1,509.97
西服	683.99	263.24	483.94	291.41	85.97	202.67	40.21	94.78	250.41	53.47	1,544.52
茄克	379.04	308.86	849.46	272.08	37.04	240.22	13.95	90.47	47.15	10.47	1,326.64
毛衣	350.33	195.18	1,489.62	228.98	0.55	73.50	0.15	20.48	43.99	5.29	1,884.64
棉衣	976.06	465.85	1,976.74	354.71	131.52	275.78	32.49	68.13	86.44	10.61	3,203.25
皮衣	1,247.22	1,472.87	789.92	1,607.17	224.07	1,167.05	13.82	71.98	13.57	8.86	2,288.60
休闲裤	666.25	142.46	2,613.06	139.73	10.85	54.33	6.96	34.86	273.67	11.61	3,570.79
鞋	1,805.70	234.53	361.09	216.73	-	-	-	-	215.42	23.00	2,382.21
皮具配饰	720.85	-	73.77	-	-	-	-	-	55.05	-	849.67

合计	8,281.20	-	10,588.65	-	515.02	-	144.52	-	1,170.36	-	20,699.75
2013 年度											
T 恤	1,144.23	119.66	560.86	121.79	70.43	39.47	45.61	25.56	70.60	4.43	1,891.73
衬衫	1,203.73	140.81	146.41	146.46	14.84	35.14	8.33	19.74	81.01	8.13	1,454.32
西服	845.73	349.87	340.11	423.39	-	-	-	-	77.61	24.10	1,263.45
茄克	744.11	345.54	893.71	315.71	2.90	76.63	23.93	633.06	83.46	12.92	1,748.11
毛衣	933.89	205.18	738.63	204.72	0.12	205.38	0.02	37.30	109.46	13.41	1,782.12
棉衣	2,656.26	454.96	1,017.58	381.9	12.27	70.49	103.08	592.09	138.18	15.92	3,927.37
皮衣	2,136.07	1,799.10	1,030.68	1,628.50	48.90	684.91	179.41	2,512.67	31.06	16.42	3,426.12
休闲裤	884.54	134.71	2,092.55	137.61	-	-	-	-	194.86	8.95	3,171.94
鞋	1,587.71	245.19	478.04	323.55	-	-	-	-	135.21	17.00	2,200.96
皮具配饰	1,319.91	-	150.05	-	-	-	-	-	96.21	-	1,566.18
合计	13,456.18	-	7,448.62	-	149.46	-	360.38	-	1,017.66	-	22,432.30

注：皮具配饰包括种类众多，各年数量和单位成本不具可比性，故本表只披露总金额，未披露平均单价。

公司根据男装流行趋势、面料行业和服装加工技术水平的变化，在产品设计中选用不同的面料和加工工艺，为消费者提供契合公司品牌风格的产品。由于产品设计、工艺以及选用的面料、辅料成份不同，导致采购均价不同。如成份复杂、含丝、羊毛等多成份的面料较成份单一的面料采购价格高；多种面料拼接的产品较普通款式的产品加工工艺要求更高，采购价格相应较高。

3、能源采购情况

公司采用轻资产的运营模式，将产品生产外包，因此水电消耗为公司办公楼及其他配套设施的正常运营所用。其中电力由国网四川省电力公司成都市温江供电公司供应，自来水由成都金强自来水有限责任公司供应，公司经营所需能源供应均保持稳定。

4、向前五名供应商采购情况

（1）采购情况

报告期内，公司向前五名供应商（按同一实际控制人口径）采购金额及占当期公司采购总额比例如下：

序号	供应商名称	主要采购内容	采购金额	比例
2015 年度				
1	鹤山市百事兴鞋业有限公司	鞋	437.66	2.91%
	鹤山市百事顺鞋业有限公司	鞋	267.21	1.78%
	小计		704.87	4.69%
2	永嘉县保罗服饰有限公司	茄克、西服	565.11	3.76%
3	温州酷玛时装有限公司	棉衣、茄克、西服	434.41	2.89%
4	浙江阔帅服饰有限公司	棉衣、茄克	433.24	2.88%
5	斯多纳集团有限公司	棉衣、茄克、西服	422.00	2.81%
	合计		2,559.63	17.04%
2014 年度				
1	永嘉县保罗服饰有限公司	棉衣、茄克、西服	965.28	4.62%
2	鹤山市百事兴鞋业有限公司	鞋	605.01	2.90%
	鹤山市百事顺鞋业有限公司	鞋	291.85	1.40%
	小计		896.86	4.29%
3	广州市杰隆制衣有限公司	休闲裤	671.93	3.22%
4	嘉兴市欧品服饰有限公司	T 恤、毛衣	623.82	2.99%
5	斯多纳集团有限公司	棉衣、茄克、西服	542.44	2.60%
	合计		3,700.33	17.72%
2013 年度				
1	永嘉县保罗服饰有限公司	棉衣、茄克	907.58	4.05%

2	广州市旭际服饰有限公司	皮衣	758.59	3.38%
	广州市傲华贸易有限公司	皮衣	12.39	0.06%
	小计		770.98	3.44%
3	鹤山市百事顺鞋业有限公司	鞋	697.09	3.11%
4	温州酷玛时装有限公司	棉衣、茄克、西服	673.12	3.00%
5	上海冰再服饰有限公司	T恤、毛衣	661.32	2.95%
	合计		3,710.09	16.55%

报告期内，公司均不存在向单个供应商或委托加工厂商的采购比例超过该期采购总额的 50%或严重依赖于少数供应商或委托加工厂商的情况。

（2）主要供应商变化的原因

报告期内，前五名供应商的变动主要受客户需求、产品销售结构调整、产品加工工艺需求变化、产品季节性等因素影响。

①产品销售结构调整

公司采取“以销定产”的方式，货品的采购主要由订货会上的订单确定。采购量大小决定了前五名供应商排名的变化。以皮衣为例，报告期内，公司皮衣类产品的销售收入占比分别为 12.37%、8.13%和 8.90%，销量的逐年下降导致皮衣采购量同步减少，因此皮衣类供应商进入公 2013 年度前五名供应商排名，而 2014 年度和 2015 年度未进入前五名供应商排名。

②产品加工工艺需求变化

自 2013 年度起，公司根据市场流行趋势以及消费者需求的变化，主导产品从商务类型逐步转变为休闲类型，两种类型的产品在工艺上有着较为显著的细节差异和要求，公司选择了生产工艺水平更能满足产品设计的供应商，导致报告期内前五名供应商的排名发生变化。

③产品季节性

公司产品具有一定的季节性，上半年产品主要以春夏季的鞋类、轻薄型的 T 恤、茄克、休闲裤、衬衫为主，下半年产品主要以秋冬季的棉衣、茄克、毛衣为主。

公司供应商总体较为稳定，主要供应商与公司大多均保持长年稳定的合作。报告期内，公司向前五名供应商的累计采购情况如下：

序号	供应商名称	2015 年度	2014 年度	2013 年度
1	永嘉县保罗服饰有限公司	565.11	965.28	907.58
2	鹤山市百事兴鞋业有限公司	437.66	605.01	-
	鹤山市百事顺鞋业有限公司	267.21	291.85	697.09
	小计	704.87	896.86	697.09

3	广州市杰隆制衣有限公司	364.44	671.93	598.66
4	嘉兴市欧品服饰有限公司	379.21	623.82	-
5	斯多纳集团有限公司	422.00	542.44	602.89
6	温州酷玛时装有限公司	434.41	532.46	673.12
7	广州市旭际服饰有限公司	3.59	259.42	758.59
	广州市傲华贸易有限公司	-	-	12.39
	小计	3.59	259.42	770.98
8	上海冰再服饰有限公司	-0.03	0.08	661.32
9	浙江阔帅服饰有限公司	433.24	366.08	391.52

报告期内，公司向前五名供应商采购金额的变化，主要是受公司产品销售结构、产品加工工艺、产品季节性等因素的影响所致，其中广州市旭际服饰有限公司采购额下降的原因是公司减少皮衣采购所致。

报告期内，公司的董事、监事、高级管理人员、核心技术人员、主要关联方及持有公司5%以上股份的股东无在上述客户或供应商中占有权益的情况。

（六）环境保护情况

公司采用轻资产运营模式，将生产全部外包，在日常经营过程中产生少量废水、噪声及生活污水，不属于重污染行业。报告期内公司及子公司意华堂未受到过环境保护方面的行政处罚，无环境违法行为，遵守国家及地方的环境保护法律、法规和规章。

（七）电子商务应对措施

近年来我国电子商务特别是服装行业的电子商务销售模式迅猛发展。与传统销售模式相比，服装的电子商务销售模式摆脱了对实体店的依赖，克服了空间和地段的限制，在租金和员工工资等运营成本方面具有明显的成本优势。公司充分认识到电子商务对服装行业经营环境的影响，积极应对电子商务对业务经营的冲击，并力争把握新形势下的发展机会。公司在电子商务方面采取应对措施主要包括：

1、继续加大公司在天猫、唯品会等国内主要电子商务平台的销售规模；增加电商合作平台，拓宽销售过季货品的渠道；合理区分线上线下产品，线上销售在传统的过季货品为主的基础上，增加专门为线上销售定制的产品，与线下产品作出明显区分。

2、逐步推动的全渠道零售，实现线上线下，体验无差异。通过物理的和虚拟的渠道，把购物转变成为一个充满趣味，同时有着强烈的情感联系的购物体验。以消

费者为中心，利用所有的销售渠道，将消费者在各种不同渠道的购物体验无缝链接，同时将消费过程的愉悦性最大化。满足顾客可以同时利用一切渠道，如实体店、互联网以及手机微信、APP 等，随时随地购物。

3、以线下为核心，通过线上线下融合，将线上客流导向线下。以线上为工具，通过发放各类优惠信息、预告等方式吸引客流，并帮助消费者准确找到附近门店位置。在实体店中开辟专柜为线上购买商品提供购物体验，把实体店作为网上零售的配套设施，提供体验、取货、支付、退换货等后续服务。

4、进一步加强以大数据为依托的设计研发体系建设，通过先进的人体数据采集、计算机辅助设计、3D 试衣等技术，加快产品开发速度，整合供应链协同管理，积极发展基于信息化的高级定制业务，建立独立的电子商务平台。

5、加大对三四线城市的投入转移，适度调整销售政策，引导加盟商参与电子商务，如试运营微信营销，让加盟商在实体店之外增加了微信的销售、宣传、服务渠道，以实行线上线下业务融合。

五、主要固定资产与无形资产

（一）主要固定资产

截至报告期末，公司固定资产账面净值为4,521.34万元，占公司资产总额的9.05%。固定资产主要包括房屋及建筑物、通用设备、运输设备、电子设备、办公设备及固定资产装修等，具体情况参见第十节“七（二）固定资产”。

1、自有房产情况

公司的房屋及建筑物主要为办公楼、厂房和仓库等。截至招股说明书签署日，公司房屋及建筑物情况如下：

序号	权属证书	地址	建筑面积（m ² ）	是否抵押
1	温房权证监证字第 0370715 号	金马镇新华大道二段 199 号 1 栋 1-6 层	8,468.55	是
2	温房权证监证字第 0370716 号	金马镇新华大道二段 199 号 11 栋 1-4 层	23,676.50	是
3	温房权证监证字第 0370717 号	金马镇新华大道二段 199 号 10 栋 1-3 层	2,587.05	是
4	温房权证监证字第 0370718 号	金马镇新华大道二段 199 号 6 栋 1-4 层	3,175.73	否
5	温房权证监证字第 0370719 号	金马镇新华大道二段 199 号 5 栋 1 层	7,956.33	否

6	温房权证监证字第 0371155 号	金马镇新华大道二段 199 号 2 栋 1-4 层	3,175.73	是
7	温房权证监证字第 0371161 号	金马镇新华大道二段 199 号 3 栋 1-4 层	3,175.73	是
8	温房权证监证字第 0371166 号	金马镇新华大道二段 199 号 7 栋 1 层	8,674.41	是
9	温房权证监证字第 0371170 号	金马镇新华大道二段 199 号 8 栋 1-5 层	3,268.63	是
10	温房权证监证字第 0371177 号	金马镇新华大道二段 199 号 9 栋 1-5 层	3,268.63	是

注：上述2、3、5、6、7、8、11栋的部分房屋用于对外出租。

2、租赁房产情况

截至招股说明书签署日，公司对外承租情况如下：

序号	出租人	地址	面积 (m ²)	租金	租赁期限
1	温江区国有资产监督管理委员会/廖萍	成都市温江区大南街 85-93 号	567.43	288,046.00 元/年（第 1-3 年）	2011-8-1 至 2020-7-31
				311,089.00 元/年（第 4-6 年）	
				335,977.00 元/年（第 7-9 年）	
2	成都双流国际机场股份有限公司	双流国际机场 T2 航站楼 DE-R-1	80.00	88,000.00 元/月	2014-8-1 至 2019-12-31
3	成都市柳城泰基地产有限责任公司	成都市温江区柳城街办光华大道三段 1405、1407 号商铺	531.91	前 8 个月免费；55 元/平方米·月（第 1-3 年）；60 元/平方米·月（第 4-5 年）；65 元/平方米·月（第 6-7 年）；70 元/平方米·月（第 8 年）	2016-7-1 至 2025-2-28

公司承租的成都市温江区大南街 85-93 号房屋在报告期内业主发生变更，原业主温江区国有资产监督管理委员会与公司于 2011 年 8 月 1 日签订房屋租赁合同，将其所有的成都市温江区大南街 85-93 号房屋租赁给公司，租赁期限为 2011 年 8 月 1 日-2021 年 7 月 31 日。2013 年 3 月 8 日，温江区国有资产监督管理委员会以拍卖方式将该房屋转让给廖萍。公司与新业主廖萍友好协商后于 2015 年 9 月 28 日签订房屋租赁合同，双方同意将原房屋租赁合同的租赁期限变更为自房屋租赁合同签署日至 2020 年 7 月 31 日，原房屋租赁合同的其余全部条款均保持不变。

除上表所列租赁房产外，公司无其他对外承租使用的房屋及建筑物。

（二）投资性房地产

截至报告期末，公司投资性房地产账面价值为 4,203.58 万元，为了提高公司资产的利用率，公司将部分房屋出租，具体情况如下：

序号	租赁方	房屋地址	租赁面积 (m ²)	租赁期限
1	成都智拓水族用品有限公司	金马镇新华大道二段199号5、6、7、8、11栋	32,970.43	2016.1.1-2016.12.31
2	董雪	金马镇新华大道二段199号2、3栋	491.00	2015.12.15-2021.12.15
3	成都市青羊区泰汤广告材料经营部	金马镇新华大道二段199号11栋	5,919.12	2016.1.1-2016.12.31

（三）主要无形资产

1、土地使用权

截至招股说明书签署日，公司拥有的土地使用权情况如下表：

序号	所有权人	权属证书	地址	面积 (m ²)	取得方式	终止日期	用途	是否抵押
1	公司	温国用(2013)第2116号	金马镇新华大道二段199号	56,782.10	受让	2059-12-25	工业	是

2、商标

截至招股说明书签署日，公司在中国大陆、香港、澳门、台湾及欧洲等国家或地区共拥有注册商标269项，以及4项被许可使用的商标。公司拥有的各项商标的详细情况参见招股说明书附录“一、发行人拥有的商标情况”。

（1）公司拥有的常用商标

序号	商标图案	商标类别	商标注册号	权利期限	取得方式
1	Raidy Boer	18	8496247	2011-7-28 至 2021-7-27	原始取得
2		25	3703120	2016-5-14 至 2026-5-13	受让取得
3	 Raidy Boer	18	8496222	2011-7-28 至 2021-7-27	原始取得
4		25	8496296	2011-7-28 至 2021-7-27	原始取得
5	 GHILARO	18	6177876	2011-4-28 至 2021-4-27	受让取得
6		25	6177875	2011-5-7 至 2021-5-6	受让取得
7	GHILARO	18	6011506	2010-3-7 至 2020-3-6	受让取得
8		25	6011507	2010-3-14 至 2020-3-13	受让取得
9		18	9146857	2012-3-7 至 2022-3-6	原始取得

上表中第2项3703120注册号商标系发行人关联方雷迪波尔实业向国家工商行政管理总局商标局申请注册。2006年雷迪波尔实业将该项商标转让给刘长明，2006年2月23日刘长明取得商标局作出的《核准商标转让证明》；2010年4月1日，

刘长明与发行人前身四川波尔签订《商标转让协议》，将该项商标转让给发行人，2010年11月6日取得商标局的《核准商标转让证明》，该项商标的注册人变更为发行人。其他几项受让商标之受让情况参见本节“九（三）商标转让”。

（2）被许可使用的商标

公司全资子公司意华堂拥有4项被许可使用的商标，情况如下：

序号	商标图案	商标类别	商标注册号	权利期限
1		25	8255240	2011-5-21 至 2021-5-20
2		25	8255206	2011-5-7 至 2021-5-6
3		18	8255101	2011-5-7 至 2021-5-6
4		25	8255227	2011-5-21 至 2021-5-20

上述4项商标的授权使用情况参见本节“十、发行人经授权使用商标“ferrante”情况”。

（3）防御性商标

除上述常用商标及其组合外，公司根据经营需要还拥有260项防御性商标。公司拥有的各项防御性商标的详细情况参见招股说明书附录“一、发行人拥有的商标情况”。

（4）发行人实际控制人刘长明及其关联方所持有的商标

截至本招股说明书签署日，发行人实际控制人刘长明持有 48 项商标，刘长明控制的其他关联方中仅雷迪波尔投资持有 46 项商标。刘长明、张仕国享有已经注销的雷迪波尔实业所持 2 项商标的权益，该等商标的详细情况参见招股说明书附录“三、发行人实际控制人刘长明及其关联方所持有的商标”。

公司产品品牌和形象代表公司的文化内涵和价值体现，品牌形象对公司十分重要，因此发行人实际控制人刘长明从 2000 年以来，一直专注于品牌服装运营和品牌建设。经过多年的积累和发展，公司经营的男装品牌在市场上享有较高的知名度和美誉度，2010 年公司“雷迪波尔”品牌被评为“四川省著名商标”。此外，根据《商标法》的相关规定，注册商标的专用权以核准注册的商标和核定使用的商品为限；商标专用权的范围受到严格限制，不涉及非类似的商品或服务。因此，为更好的保护发行人的整体形象，防止公司品牌、注册商标等被恶意抢注，对公司的正常

经营产生不利影响，公司实际控制人刘长明和关联方雷迪波尔投资陆续申请注册并持有与发行人服装类商标相似的服装类及非服装类防御性商标。

根据刘长明和雷迪波尔投资向发行人出具的《承诺函》，如果发行人及其子公司因经营需要，需使用其拥有的上述与服装类相关的商标，刘长明和雷迪波尔投资将授权发行人根据其经营需要在相关商标的保护期内无偿使用其拥有的该类商标。在任何时间，经发行人申请，刘长明和雷迪波尔投资同意将拥有的与发行人经营有关的商标无偿转让给发行人。在发行人许可的前提下，刘长明和雷迪波尔投资可以将该类商标转让给其他第三方。

为彻底避免潜在同业竞争，2016年1月5日，刘长明与发行人签订《商标转让协议》，将其拥有的11项服装类商标无偿转让给发行人，目前正在办理变更登记。除此之外，刘长明和雷迪波尔投资所持有的上述商标均与发行人的业务无关联，核定使用商品范围与发行人的业务范围不同。发行人确认，公司及子公司意华堂目前实际从事的业务中不存在使用上述关联方所持有商标的情况，在可预计的未来很长时间内，也不会从事与该等商标核定使用商品相关的业务。因此，发行人实际控制人及雷迪波尔投资并未将该等商标转让给发行人。

保荐机构和发行人律师核查后认为，发行人实际控制人刘长明和关联方雷迪波尔投资持有上述与发行人的业务无关联的商标的情形不会对发行人资产完整性造成不利影响。

为了更好地应对市场竞争，提升销售业绩，丰富产品线，公司于2016年4月起新推出“Mesimia”品牌男装。该品牌初步定位于美式商务休闲风格，价格低于公司原有的“Raidy Boer”、“GHILARO”和“ferrante”三个品牌，销售渠道为奥特莱斯店和电商平台。公司新推出的“Mesimia”品牌男装相关的注册号为“3936067”和“3936068”的两项商标系公司关联方雷迪波尔实业拥有。由于雷迪波尔实业已于2012年注销，但其拥有的注册号为“3936067”、“3936068”的商标保护期未过期，且雷迪波尔实业从未使用过该等商标，雷迪波尔实业的股东刘长明、张仕国通过商标转让声明公证，将该等商标无偿转让给公司，2016年3月24日公司向国家行政管理总局商标局提交上述两项商标的转让申请。截至本招股说明书签署日，该等商标正在办理变更登记。根据刘长明、张仕国签订的《确认函》，

在公司正式取得国家工商行政管理总局商标局作出的核准转让证明文件之前，公司有权无偿使用前述转让商标。

3、专利

截至招股说明书签署日，公司共拥有专利174项，取得方式均为原始取得。公司拥有的各项专利的详细情况参见招股说明书附录“二、发行人所拥有的专利情况”。

六、产品的质量控制情况

公司产品全部通过外包生产。为了保证产品品质，公司制订了严格的质量控制标准和措施，并通过了ISO9001:2008认证，建立了由公司品控中心、设计研发中心、采购管理中心和营销中心等部门全员参与的质量控制机制，不断提高产品及服务质量。

（一）质量控制体系

公司产品的质量控制体系包括产品内在质量控制、外观质量控制和服务质量控制三个方面，产品设计研发、面辅料采购、产品生产及售后服务的各个环节均设计了严格的质量控制标准和措施，确保产品不会出现内在质量问题以及设计或者工艺方面的质量偏差，在生产及交付的各个环节符合质量管理的要求，并保证产品质量高于或者符合相关的国家标准或者行业标准。

（二）主要产品适用的质量控制标准

项目	适用标准	项目	适用标准
T 恤	GB/T 22849-2009	保暖内衣	FZ/T 73022-2012
衬衫	GB/T 2660-2008	丝绸围巾	FZ/T 43014-2008
西装、大衣	GB/T 2664-2009	围巾披肩	FZ/T 81012-2006
单、夹服装	FZ/T 81007-2012	领带	GB/T 23314-2009
茄克	FZ/T 81008-2011	皮腰带	QB/T 1618-2006
低含毛混纺及毛针织	FZ/T 73005-2012	袜子	FZ/T 73001-2008
羊绒针织	FZ/T 73009-2009	休闲鞋	GB 28011-2011
毛针织	FZ/T 73018-2012		QB/T 2955-2008
针织休闲	FZ/T 73020-2012	靴子	QB/T 2955-2008
化纤针织内衣	FZ/T 73024-2006	皮包	QB/T 1333-2010
桑蚕丝针织	FZ/T 43015-2011	钱（票）夹	QB/T 1619-2006
休闲裤	GB/T 2666-2009	公事包	QB/T 2277-1996
棉衣	GB/T 2662-2008	水洗整理服装	GB/T 22700-2008

皮革服装	QB/T 1615-2006	牛仔服装	FZ/T 81006-2007
毛皮服装	QB/T 2822-2006	国家纺织产品基本安全技术规范	GB 18401-2010
羽绒服	GB/T 14272-2011	皮革和毛皮有害物质限量	GB 20400-2006
丝绸服装	GB/T 18132-2008	成分的标识	GB/T 29862-2013

（三）公司对产品的质量控制和过程控制

1、对产品质量的控制

公司产品生产全部外包，为了保证向消费者提供优质产品，公司对委托加工厂商制订和执行严格的质量控制标准和措施，由公司品控中心负责产品的质量检测及检验，产品质量控制包括产品内在质量控制和外观质量控制。

（1）产品内在质量的控制流程

环节	质量控制内容
产品设计研发阶段	公司设计研发中心进行市场研究确定产品质量要求，组织样板试验、鉴定工作，从内在质量方面进行可靠的设计验证和确认
面辅料采购阶段	面辅料采购之前，公司品控中心对样品的各项内在质量指标抽检；委托加工厂商收到面辅料后进行内在质量检测，检测合格后方可入库
货品验收阶段	公司品控中心在验收货品时确认检测报告的正确性

（2）产品外观质量的控制流程

环节	质量控制内容
产品设计研发阶段	公司设计研发中心确定产品工艺质量要求，组织样板试制、试验、鉴定工作
面辅料采购阶段	面辅料采购之前，公司品控中心对样品的各项外观质量指标抽检；委托加工厂商收到面辅料后进行外观质量检测，检测合格后方可入库
产品生产过程中	公司品控中心对正在生产的产品进行工艺检测，对委托加工厂商的生产过程进行监督，保证产品工艺符合公司产品要求，并组织产品检验、及时发现质量问题 检测不合格数据将及时反馈到采购管理中心和委托加工厂商，采购管理中心与委托加工厂商沟通协调，处理相关事宜，及时进行修正或更改
产品出厂前	委托加工厂商根据国家标准及公司品质标准要求对所有产品的外观质量进行自查，检测合格后，通知公司品控中心查验货品 公司品控中心对委托加工厂商的产品按有关国家标准及公司品质标准要求成衣外观检测检验，检测检验项目均合格后方可出货
产品入库前	成品入库前，公司品控中心对每批到库的货物进行成衣外观质量的抽检，如出现问题则对所有产品进行重新检测检验，不合格的产品不允许入库，退回委托加工厂商

2、对外包产品交货时间的控制

在产品生产过程中，公司对产品的生产流程和工艺等进行现场监督及跟踪，保证产品符合公司质量和交货时间要求。公司对外包产品交货时间的控制流程如下：

环节	时间控制内容
产品设计研发阶段	公司设计研发中心、营销中心确定产品的上市周期

订货会结束后	公司采购管理中心根据产品上市周期与委托加工厂商确定交货时间
	公司采购管理中心根据产品交货时间与面辅料供应商确定面辅料交货时间
合同签署阶段	公司与委托加工厂商和面辅料供应商通过合同约定交货时间
产品生产过程中	公司跟单员跟踪生产过程，委托加工厂商及时提供生产进度

（四）服务质量的控制

自成立以来，公司建立了售后服务部门，通过售前、售中、售后、回访等完善的服务体系，及时解决、记录顾客在产品使用过程中出现的问题，使得顾客得到完美购物体验的同时也为公司产品的改进提供依据。

成都市温江质量技术监督局出具《产品质量守法情况的说明》，确认报告期内，公司遵守国家相关质量法律法规，合法经营，未被其因产品质量问题处罚过。

七、特许经营权情况

公司以特许经营的形式发展加盟店，已在商务部门完成商业特许经营备案。公司及意华堂的备案号分别为0510100601000053、0510100111300069。公司与所有加盟商均签署《特许经营加盟合同》，以合同形式将公司的注册商标、门店形象、门店经营管理方法与技术等经营资源授予加盟商使用。

八、发行人技术研发情况

公司的技术水平主要体现在产品设计研发方面，经过多年的探索和总结，形成成熟的产品企划和设计模式，并具有国内较为先进的设计能力。公司通过对产品设计研发投入，在有效控制产品成本的同时，不断提升产品品质的时尚品位和舒适性，从而适应男性消费者时尚化、个性化的需求。

（一）设计研发理念

公司产品的设计研发紧跟国际男装时尚潮流，并一直致力于将国际市场流行趋势与国内消费者需求有效结合，为消费者提供优质产品和服务。公司视产品设计为品牌之灵魂，高度重视设计的系统性、先进性和可持续性，将现代工业设计理念与国际时尚流行趋势融合，将产品设计研发从传统单一的产品设计提升为全方位的立体设计。公司以产品设计为核心，延伸到橱窗设计、道具设计、陈列设计、配饰设计等，通过自主创新实现设计艺术性和商业性的良好结合。

（二）产品企划和设计模式

公司经过多年的探索和总结，形成成熟的产品企划和设计模式，并不断优化和提升，产品企划和设计模式的具体情况参见本节“四（二）1、产品企划和设计模式”。

（三）设计研发中心机构设置

目前公司的产品设计研发工作由设计研发中心负责，下设四个品牌的设计研发中心、国际交流中心等部门。设计研发中心拥有一批具备国际视野、经验丰富、热爱服装设计工作的设计师。

报告期各期末，公司设计研发人员数量及占公司员工总数比例如下：

项目	2015-12-31	2014-12-31	2013-12-31
设计研发人员数量	78	83	92
员工数量	657	776	907
比例	11.87%	10.70%	10.14%

（四）研发费用投入情况

报告期内，公司研发费用及占营业收入的比例如下：

项目	2015 年度	2014 年度	2013 年度
研发费用	1,306.49	1,208.54	1,163.24
营业收入	37,072.72	44,897.20	54,239.80
比例	3.52%	2.69%	2.14%

（五）对外合作

公司通过与大专院校及国外专业机构的合作与交流，不断提高公司的产品设计研发水平和品牌推广能力。报告期内，公司主要对外合作情况如下：

1、与时尚麦迪卡签订《服装联合设计研发合同》，具体情况参见本节“九（二）发行人与时尚麦迪卡签订的合同内容”。

2、与意大利Fashion Group S.R.L.（时尚集团）签订《服装设计服务合同》，约定：（1）2010年1月1日-2011年12月31日期间，时尚集团向公司提供2011年春夏季和秋冬季、2012年春夏季和秋冬季的服装设计及相关资料，方案涉及到的知识产权归公司所有；（2）2013年春夏季-2017年秋冬季期间，时尚集团向公司提供2013年春夏季至2017年秋冬季雷迪波尔新产品开发的服装设计及相关资料，方案涉及到的知识产权归公司所有；（3）每年向公司提供服装设计相关的技术指导、培训和

咨询服务。（4）设计师Ettore Veronese协助公司进行每一季度的产品规划。

3、与意大利111 one eleven di Marco Ciampalini&C.（111无限两合公司）签订《服装设计服务合同》，约定：（1）111无限两合公司接受公司委托，指派意大利设计师开发“GHILARO”品牌2013-2016年男装系列产品；本合同项下提供给公司的全部材料及工作成果，包括但不限于设计图稿、色卡、款式等归公司所有；（2）111无限两合公司向公司提供服装设计与相关的技术指导、培训和咨询服务。

4、2012年6月24日，公司与成都纺织高等专科学校签订《战略合作协议》，协议有效期为5年，约定：（1）双方联合创建“成都纺专-雷迪波尔服装学院”，联合开展产品研发，建立实训基地、就业基地，共享和转化科技成果等；（2）公司提供校外实训基地。

5、2013年1月12日，公司与四川理工学院签订了《实践教学实习基地协议书》，协议书的主要内容包括：（1）四川理工学院为公司人员到学院进修、培训提供便利；（2）在协议有效期内，公司每年接受、安排四川理工学院一定数量的学生到公司实习；（3）协议有效期为三年。

6、2013年11月21日，公司与成都纺织高等专科学校签订《产学研合作协议》，协议主要内容包括：（1）双方合作进行技术开发和创新；（2）公司可以向成都纺织高等专科学校购买其知识产权或其他技术成果，进行二次开发和推广应用，并向成都纺织高等专科学校支付购买所有权或使用权的费用；（3）公司向成都纺织高等专科学校提供实习基地。成都纺织高等专科学校以“雷迪波尔服装学院”的方式为公司举办“雷迪波尔职业等级”培训班。

7、2015年1月20日，公司与四川大学轻纺与食品学院签订《产学研合作协议》，协议主要内容包括：（1）双方利用“雷迪波尔国家级工业设计中心”和“革制品和服装功能性设计研究开发中心”两个平台进行技术开发和创新；（2）公司提供实习基地，适时建立“四川大学卓越工程师教育培训实践基地”；（3）举办“雷迪波尔专业技能”培训班。

（六）技术创新机制

设计研发能力是公司的核心竞争力，公司高度重视设计研发工作，通过以下几方面建立了技术创新机制，不断提高设计研发能力。

1、团队建设

公司注重挖掘、培养和引进人才，并在公司内部形成鼓励创新、支持创新的良好氛围，为公司的技术创新、保持产品领先提供源源不断的动力。

2、设计研发费用的持续投入

公司重视设计研发费用的投入，打造了良好的办公环境，配置较先进的设计研发工具，为设计研发提供充足的资金，支持设计研发工作中的探索、尝试和创新。下一步将加强在人才的培养激励、设计研发手段的提升、样衣制作、设计环境的打造、产品质量检测等方面加大软硬件的投入。

3、建立了研发管理体系

公司通过制定内部管理制度，形成了系统、有效的研发管理体系，内容涵盖产品设计、质量控制、薪资激励考核、经费管理、人员培训、专利申请、信息传递与保密、对外交流与合作等各个方面，为技术创新提供了制度保证。

九、发行人与时尚麦迪卡的合作情况

（一）时尚麦迪卡情况

根据意大利布雷西亚农业、工业、手工业商会公司注册处提供的资料显示，时尚麦迪卡注册于 2001 年 2 月 7 日，注册地为意大利布雷西亚省代森加诺市 Toubruch 街“银座中心”2 号，经营范围为生产、经营、代理、进出口针织服装产品、纺织品和服装，以及市场研发和为生产部门提供支持服务等，注册资本 1.05 万欧元，股东为 Mauro Mazzocchi 先生。

（二）发行人与时尚麦迪卡签订的合同内容

2011 年 1 月 1 日，雷迪波尔有限与时尚麦迪卡签订《服装展会代理合同》、《服装联合设计研发合同》、《服装代理和销售合同》，合同期限为 2011 年 1 月 1 日-2018 年 12 月 31 日，主要内容如下：

1、《服装展会代理合同》约定时尚麦迪卡作为公司参加 PITTI UOMO 展及 CPM 的代理商，须确保拥有 PITTI UOMO 和 CPM 的合法展位；展会期间只代理公司品牌参展；展会期间负责安排人员介绍公司品牌和商品，引导客户订购公司产品；订购拥有公司所需要的展位等；公司每年向时尚麦迪卡支付相应的代理佣金。

2、《服装联合设计研发合同》约定：时尚麦迪卡每年向公司提供服装设计服务；每年派遣设计师对公司设计人员进行培训和指导；每年为公司设计人员提供在意大利学习交流的机会等；公司每年向时尚麦迪卡支付相应的费用。

3、《服装代理和销售合同书》约定时尚麦迪卡作为公司在除中国大陆、香港、澳门、台湾地区以外的国家和地区的唯—代理商，负责开拓、联络、维系其他经销商等工作；作为公司“Raidy Boer”、“GHILARO”品牌在除中国大陆、港澳台地区以外的国家和地区的唯—经销商，时尚麦迪卡在授权区域内进行公司产品的销售；公司向时尚麦迪卡支付相应的代理佣金。

（三）商标转让

根据发行人与时尚麦迪卡于 2010 年、2012 年分别签订的《商标转让合同》及《商标转让合同补充协议》，公司受让了时尚麦迪卡在中国和欧盟注册的 6 个商标，具体情况如下：

序号	商标图案	商标注册号	注册地	商标类别	权利期限
1		6011506	中国	18	2010-3-7 至 2020-3-6
2		6011507		25	2010-3-14 至 2020-3-13
3		6177875		25	2011-5-7 至 2021-5-6
4		6177876		18	2011-4-28 至 2021-4-27
5		005820766	欧盟	18、25	2009-4-24 至 2017-4-10
6		006273197		18、25	2008-7-24 至 2017-9-12

十、发行人经授权使用商标“ferrante”情况

（一）发行人经授权使用商标“ferrante”的基本情况

2009 年，四川波尔与阿梅德欧·费兰特公司签订《独家商标使用许可协议》（以下简称“《独家商标使用许可协议》”），约定阿梅德欧·费兰特公司将其在中国大陆、香港、澳门地区注册的“ferrante”商标独家许可给四川波尔，并由四川波尔成立子公司在上述区域内使用。《独家商标使用许可协议》主要内容如下：

（1）阿梅德欧·费兰特公司许可公司在中国大陆、香港、澳门地区独家使用其拥有的商标，具体商标参见本节“五（三）2（2）被许可使用的商标”。公司有权在合同区域内独家生产和销售阿梅德欧·费兰特公司品牌下的男式、女式和儿童服装及配饰。协议有效期为2010年1月1日-2024年12月31日。

（2）为确保产品适合中国市场，双方都有权利开发产品系列。在产品开发前双方须讨论并确定新产品的相关细节。

（3）协议有效期间，公司按协议约定向阿梅德欧·费兰特公司支付商标许可使用费。

2011 年阿梅德欧·费兰特公司进行业务与资产分解，相关各方签署《分解协议》，分解后费兰特品牌公司持有在中国大陆、香港、澳门地区“ferrante”商标及标志的使用权，阿梅德欧·费兰特公司持有上述地区以外其他区域“ferrante”商标及标志的使用权。2012 年 3 月，阿梅德欧·费兰特公司与费兰特品牌公司签署《独家商标使用许可协议》之补充协议，将 2009 年阿梅德欧·费兰特公司与发行人签订的《独家商标使用许可协议》中阿梅德欧·费兰特公司的权利和义务全部移交给费兰特品牌公司，该补充协议的主要内容如下：

（1）根据《分解协议》，公司保留费兰特品牌公司在中国大陆、香港、澳门地区内费兰特商标及标志的使用权。对此，阿梅德欧·费兰特公司和费兰特品牌公司共同确认，对公司根据《独家商标使用许可协议》享有费兰特商标在中国大陆、香港、澳门地区的独家使用权不存在任何异议，该独家使用权是指在《独家商标使用许可协议》规定的时间和范围内，阿梅德欧·费兰特公司和费兰特品牌公司只能将费兰特商标的许可使用权授予公司和意华堂，其他任何第三方包括阿梅德欧·费兰特公司和费兰特品牌公司均不得在《独家商标使用许可协议》规定的时间和范围内使用费兰特商标。

（2）《独家商标使用许可协议》中被许可方向阿梅德欧·费兰特公司支付的许可费用，自 2012 年 1 月 1 日起，由被许可方支付至费兰特品牌公司指定的银行账户，除前述变更外，《分解协议》不会导致《独家商标使用许可协议》的效力和其他内容发生任何变更。

自 2012 年 1 月 1 日起，公司按照《独家商标使用许可协议》补充协议向费兰特品牌公司支付商标许可使用费。2014 年 10 月 28 日，费兰特品牌公司与公司签署关于男式、女式和儿童服装及配饰在中国（大陆）、香港和澳门的《商标独家使用许可协议》，约定费兰特品牌公司将其在中国大陆和香港、澳门地区注册的商标独家许可给发行人及意华堂使用，协议主要内容与 2009 年四川波尔与阿梅德欧·费兰特公司签署的《独家商标使用许可协议》相同。

费兰特品牌公司已于 2014 年 4 月 22 日收到国家工商行政管理总局商标局就前述协议项下在中国大陆注册的商标作出的《转让申请受理通知书》。2015 年 3 月 13 日，费兰特品牌公司收到国家工商行政管理总局商标局作出的《商标转让证明》，核准注册号为 8255206、8255240、8255227 的商标转让注册；2015 年 12 月 13 日，费兰特品牌公司收到国家工商行政管理总局商标局作出的《商标转让证明》，核准注册号为 8255101 的商标转让注册。

（二）“ferrante” 商标授权人费兰特品牌公司情况

根据意大利佩斯卡拉农业、工业、手工业商会商业登记处提供的资料显示，费兰特品牌公司注册日期为 2010 年 9 月 15 日，注册地址为意大利佩斯卡拉省佩斯卡拉市 RIALE 街 114 号，经营范围：生产、批发和零售针织品、服装包装及各种类型的服装产品、服装配饰和鞋类，体育产品和休闲配饰；购买、持有、管理、推广及销售公司的商标、许可等，注册资本 10 万欧元。股东为 Filippo Ferrante 先生、Carmine Ferrante 先生、Maria Ferrante 女士。

第七节 同业竞争与关联交易

一、独立性

公司设立以来，严格按照《公司法》和《公司章程》的规定规范运作，建立、健全了公司法人治理结构，拥有独立完整的研发、采购、销售系统，在资产、业务、人员、机构、财务方面与公司控股股东、实际控制人及其控制的其他企业相互独立，具有独立完整的业务体系及面向市场自主经营的能力。

（一）资产完整情况

公司拥有与主营业务相关的完整的设计研发、采购、销售系统及其配套设施，合法拥有土地、房产以及商标、专利等的所有权或者使用权，与股东及其他关联方之间资产相互独立，不存在股东及其他关联方违规占用公司资金、资产和其他资源的情形。

报告期内，发行人存在部分加盟商租赁发行人实际控制人刘长明及其配偶孟晓红的房产开设加盟店的情形，该等门店及收入的具体情况如下：

序号	承租方/加盟商	门店名称	经营品牌	2015 年度	2014 年度	2013 年度
1	张继才	四川广汉中央欣城店	Raidy Boer	114.51	135.91	141.92
2		四川广汉中央欣城店	GHILARO	49.05	89.51	97.39
3		四川广汉中央欣城店	ferrante	16.25	81.34	86.43
4	陈培林	四川南充人民中路店	Raidy Boer	363.17	253.37	208.90
5		四川南充人民中路店	GHILARO	362.55	146.02	108.65
6		四川南充人民中路店	ferrante	148.44	91.76	78.82
7	李仕忠	四川巴中南泉寺街店	GHILARO	16.37	33.37	155.28
8		四川巴中南泉寺街店	Raidy Boer	98.82	18.71	14.88
9		四川巴中南泉寺街店	ferrante	11.72	8.14	46.73
10	肖聪	四川金堂新建路店	Raidy Boer	110.93	118.96	149.66
11		四川金堂新建路店	GHILARO	73.90	76.75	103.09
12	叶代洪	四川什邡通站东段店	Raidy Boer	74.39	93.39	77.76
13		四川什邡通站东段店	GHILARO	47.71	78.07	47.87
14		四川什邡通站东段店	ferrante	27.77	48.19	46.98
15	王方能	四川成都总府路店	Raidy Boer	266.96	187.17	278.09
16	向春生	四川成都二环路西二段同辉店	Raidy Boer	64.43	88.48	37.28
17	帖伟	四川中江凯江镇下东街店	GHILARO	-	-	29.27
18		四川中江凯江镇下东街店	Raidy Boer	54.58	41.55	46.54
19	谢声	四川马尔康团结店	Raidy Boer	45.11	50.32	18.76
合计				1,946.66	1,641.01	1,774.30

占加盟业务收入比例	7.45%	4.99%	4.60%
占主营业务收入比例	5.43%	3.77%	3.37%

通过将发行人对上述加盟商的销售定价政策和信用政策与其他加盟商进行对比，未发现明显差异，其交易条件公允，不存在利用输送。

经核查，上述加盟商租赁刘长明夫妇的房产用于经营，占公司加盟商总数的比例很小，占发行人加盟业务收入的比例也很低；该等加盟商与其他加盟商的销售价格和信用政策不存在明显差异，交易条件公允，不存在利益输送。发行人采用轻资产运营模式，商铺并非发行人必须独立拥有的资产。因此，报告期内发行人部分加盟商租赁发行人实际控制人刘长明及其配偶孟晓红的房产的情况不会对发行人资产完整性造成不利影响。

（二）业务独立情况

公司拥有独立的设计研发、采购、销售体系，拥有独立的经营决策、执行机构以及业务运行系统。公司直接面向市场独立经营，独立对外签署合同，不存在依赖股东单位及其他关联方进行产品设计研发、原材料采购、成衣采购、产品销售，业务完全独立于股东及其他关联方。公司主要股东及其他关联方在业务上与公司不存在竞争关系，且主要股东已承诺不开展与公司可能发生同业竞争的业务，相关的制度安排及承诺参见第七节“七、发行人减少关联交易的措施”。

（三）人员独立情况

公司的董事、监事均严格按照《公司法》、《公司章程》的有关规定产生，履行了合法程序，不存在股东超越公司股东大会和董事会而作出人事任免决定的情况。公司的总裁、副总裁、董事会秘书、财务总监和核心技术人员等人员在公司工作并在公司领取薪酬，未在股东及其控制的其他企业中担任除董事、监事以外的其他职务，未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业领薪。公司的财务人员没有在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中兼职。公司建立了独立的劳动、人事、社会保障体系及工资管理体系，与员工签订劳动合同，并按国家规定办理社会保险。

（四）机构独立情况

公司建立、健全了包括股东大会、董事会、监事会、总裁负责的管理层等机构，并严格按照《公司法》、《公司章程》的规定履行各自的职责。公司建立了独立的适

应自身发展需要的组织结构，制定了比较完善的岗位职责和管理制度，各部门按照规定的职责独立运作。公司与股东单位之间不存在混合经营、合署办公的情况，公司各职能部门与股东单位及其职能部门之间不存在上下级关系，不存在股东单位干预公司组织机构设立与运作的情况。

（五）财务独立情况

公司设立了独立的财务部门，建立了独立的会计核算体系和财务管理制度；配备了专职的财务会计人员，独立进行会计核算和财务决策。公司开设了独立的银行账户；公司及子公司不存在与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业共用银行账户的情况。公司及子公司已办理了税务登记证，依法独立进行纳税申报和履行纳税义务，无混合纳税情形。公司独立对外签订合同，不受股东和关联方的影响，不存在向控股股东及其关联企业提供担保的情况，也不存在将公司的款项借给股东单位使用的情形。

综上所述，公司在资产、人员、财务、机构、业务方面与控股股东、实际控制人及其关联企业相互独立，拥有独立完整的资产结构和供应、销售系统，已形成了核心竞争力，具有独立面向市场的经营能力。

二、同业竞争

（一）同业竞争情况说明

1、发行人与控股股东、实际控制人控制的企业不存在同业竞争

公司主要从事“Raidy Boer”、“GHILARO”和“Mesimia”品牌男装的经营。公司全资子公司意华堂主要从事“ferrante”品牌服装的经营。

公司控股股东、实际控制人刘长明曾经控制的企业包括雷迪波尔实业。雷迪波尔实业的基本情况参见第五节“三（二）发行人资产重组情况”。2009-2012年资产重组过程中，雷迪波尔实业将服装类存货全部转让给本公司，并于2012年4月完成工商注销。自2012年1月起至其注销前，雷迪波尔实业已停止业务经营。

截至招股说明书签署日，除本公司外，公司控股股东、实际控制人刘长明直接控制的企业包括雷迪波尔投资、德和泊新、成都全盛，间接控制的企业包括雷迪波尔投资的控股子公司波尔力拓、波尔力拓的全资子公司成都创源，上述企业的基本

情况参见第五节“七、发起人、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”。上述企业均未与公司从事相同或相近业务的情况，也没有对与公司存在同业竞争的企业进行投资，与公司不存在同业竞争。

2、发行人与持有 5%以上股份的主要股东、控股股东、实际控制人关系密切的家庭成员及其控制的企业之间不存在同业竞争

（1）除刘长明外，其他持有公司 5%以上股份的股东为雷迪波尔投资、德和治新、张仕国。雷迪波尔投资、德和治新与本公司不存在同业竞争。张仕国除持有本公司、雷迪波尔投资的股权外，未控制其他企业，未从事与公司相同或相似的业务，与公司不存在同业竞争。

（2）报告期内，公司控股股东、实际控制人刘长明配偶孟晓红曾经控制的企业包括成都启尚及深宏商贸。成都启尚的基本情况参见第五节“三（二）发行人资产重组情况”。2009-2012 年资产重组过程中，成都启尚将服装类存货全部转让给本公司，并于 2012 年 11 月完成工商注销。自 2012 年 1 月起至注销前，成都启尚已基本停止业务经营，业务规模很小，主要为部分无法变更合同主体的出口合同的继续履行及处理服装存货。

截至招股说明书签署日，孟晓红控制的企业为深宏商贸。深宏商贸成立于 2007 年 2 月 6 日，注册资本 833.25 万元，孟晓红持股 69.35%、刘长明持股 30.65%，经营范围为：销售：文化办公用品、电子产品、通讯器材、体育用品；自有房屋出租。深宏商贸实际从事的业务为房屋出租。孟晓红及其控制的深宏商贸未从事与公司相同或相似的业务，与公司不存在同业竞争。

2007 年刘长明夫妇委托发行人代为收购深宏商贸等 11 家南充公司的股权。至 2009 年 12 月，刘长明夫妇已全额支付了收购深宏商贸等 11 家南充公司的股权款。2010 年 6 月刘长明夫妇与发行人签署股权转让协议，收购深宏商贸等 11 家南充公司的股权，同月，深宏商贸等 11 家南充公司完成工商变更登记，至此，发行人代刘长明夫妇持有深宏商贸等 11 家南充公司股权的情形已经彻底解除。2011 年 12 月，深宏商贸吸收合并其余雄业商贸等 10 家公司。

（3）雷迪波尔投资、德和治新、成都全盛、波尔力拓、成都创源、成都协安（已注销）及深宏商贸从事业务的情况如下：

序号	公司名称	工商登记的经营范围	实际从事的业务
1	雷迪波尔投资	项目投资、投资管理、投资咨询服务（不含期货、证券、金融）及其他无需许可或审批的合法项目。	主要投资为持有发行人及波尔力拓的股权
2	德和治新	项目投资、投资管理、投资咨询服务（以上项目国家法律法规和国务院决定禁止或限制的除外）及其他无需许可或审批的合法项目。	主要投资为持有发行人股权，未对外进行其他投资
3	成都全盛	再生物资回收与批发；销售建材；物业管理（以上经营范围不含法律法规、国务院决定禁止或限制的项目，涉及许可的按许可内容及时效经营，后置许可项目凭许可证审批文件经营）。	再生物资回收与批发
4	波尔力拓	投资管理；房地产开发；自有房屋租赁；物业管理；国内商务信息咨询；批发零售：家具、办公用品；展览展示代理。（以上经营范围国家法律法规规定限制的除外，需许可证的凭许可证在有效期内经营）。	出租部分物业
5	成都创源	农业技术开发；销售；农副产品（不含粮油、棉麻、生丝、蚕茧）。（以上经营范围国家法律法规规定限制的除外，需许可证的凭许可证在有效期内经营）。	未实际经营，处于歇业状态
6	成都协安	销售：商品混凝土、建辅建材（不含木材、油漆）。（以上经营范围国家法律法规规定限制的除外，需许可证的凭许可证在有效期内经营）。	已注销
7	深宏商贸	销售：文化办公用品、电子产品、通讯器材、体育用品；自有房屋出租。（以上经营范围涉及许可经营的凭许可证经营）	房屋出租

雷迪波尔投资、德和治新、成都全盛、波尔力拓、成都创源、成都协安及深宏商贸目前实际从事的业务不存在与发行人业务相同或相似的情形，亦不具有上下游关系，不构成同业竞争。

（二）避免同业竞争的制度安排

为了避免将来与公司发生同业竞争，控股股东、实际控制人刘长明、雷迪波尔投资、德和治新、张仕国、孟晓红出具了《规范关联交易及避免同业竞争承诺函》，承诺：“1、本人/本公司/本单位目前没有在中国境内或境外单独与其他自然人、法人、合伙企业或其他组织，以任何形式直接或间接从事或参与任何对发行人构成竞争的业务及活动或拥有与发行人存在竞争关系的任何经济实体、机构、经济组织的权益，或在经济实体、机构、经济组织中担任高级管理人员或核心技术人员。2、本人/本公司/本单位保证将采取合法及有效的措施，促使本人/本公司/本单位

拥有控制权的其他公司、企业与其他经济组织及本人/本公司/本单位的关联企业，不以任何形式直接或间接从事与发行人相同或相似的、对发行人业务构成或可能构成竞争的业务，并且保证不进行其他任何损害发行人及其他股东合法权益的活动。

3、本人/本公司/本单位将严格遵守《公司法》、发行人《公司章程》、《关联交易决策制度》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》等规定，避免和减少关联交易，自觉维护发行人及全体股东的利益，将不利用本人/本公司/本单位在发行人中的股东地位在关联交易中谋取不正当利益。如发行人必须与本人/本公司/本单位或本人/本公司/本单位控制的企业进行关联交易，则本人/本公司/本单位承诺，均严格履行相关法律程序，遵照市场公平交易的原则进行，将促使交易的价格、相关协议条款和交易条件公平合理，不会要求发行人给予与第三人的条件相比更优惠的条件。”

三、关联方、关联关系

（一）实际控制人、持有发行人 5%以上股份的股东

刘长明直接持有公司 7,354.50 万股股份，占发行前公司总股本的 49.03%，通过雷迪波尔投资间接持有公司 13.39%的股份，通过德和治新间接持有公司 6.49%的股份。刘长明对公司的合计持股比例为 68.91%，为公司控股股东、实际控制人。

除刘长明外，持有公司 5%以上股份的股东为雷迪波尔投资、德和治新、张仕国，其基本情况参见第五节“七、发起人、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”。

（二）实际控制人及其关系密切的家庭成员控制的企业

1、实际控制人及其关系密切的家庭成员控制的企业

截至招股说明书签署日，实际控制人刘长明控制的企业为雷迪波尔投资、德和治新、成都全盛、波尔力拓、成都创源，其基本情况参见第五节“七、发起人、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”。

刘长明配偶孟晓红控制的企业为深宏商贸，其基本情况参见本节“二（一）同业竞争情况说明”。

2、报告期内实际控制人及其关系密切的家庭成员曾经控制的企业

报告期内，实际控制人刘长明及其配偶孟晓红曾经控制的企业包括雷迪波尔实业、成都启尚和成都协安。雷迪波尔实业、成都启尚和成都协安的基本情况参见第五节“三（二）发行人资产重组情况”、“七（四）报告期内控股股东、实际控制人曾经控制的其他企业”。

（三）发行人的子公司

公司目前有一家全资子公司意华堂，情况参见第五节“六、发行人子公司情况”。

（四）关联自然人

公司的关联自然人为直接或者间接持有公司 5%以上股份的自然人股东、公司董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员，包括其配偶、年满 18 周岁的子女及其配偶、父母及配偶的父母、兄弟姐妹及其配偶、配偶的兄弟姐妹、子女配偶的父母。公司董事、监事和高级管理人员的情况参见第八节“一、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员简介”。

报告期内，除实际控制人刘长明外，与公司发生除薪酬外关联交易的关联自然人情况如下：

姓名	关联关系
刘安炯	公司副董事长、副总裁
孟晓红	公司控股股东、实际控制人刘长明之配偶

（五）其他关联方

其他关联方为除实际控制人及其关系密切的家庭成员以外的关联自然人直接或间接控制或担任董事、高级管理人员的企业。

四、关联交易

（一）经常性关联交易

报告期内，公司经常性关联交易为董事、监事、高级管理人员领取薪酬，具体情况如下：

姓 名	2015 年度	2014 年度	2013 年度
刘长明	62.27	61.57	65.68
刘安炯	55.89	55.20	51.44
张仕国	11.90	11.90	13.68
张 斗	38.68	38.68	39.21

谢 青	-	5.95	6.00
焦 培	-	-	-
陈 彬	7.14	7.14	6.00
王锦田	7.14	7.14	6.00
徐钟霖	7.14	7.14	7.79
胡 波	14.07	14.98	15.49
刘忠睿	19.00	19.51	19.03
卢 山	48.00	48.00	48.01
宋 羲	39.20	37.20	32.40
合 计	310.44	314.41	310.73

（二）偶发性关联交易

1、关联方无偿转让商标

为保证公司的资产完整、生产经营的稳定，避免潜在的同业竞争，报告期内，关联方将其持有的与公司业务相关的商标无偿转让给公司，具体情况如下：

序号	商标注册号	商标类别	转让方	核准时间
1	5844324	25	刘长明	2013-3-6
2	5844325	25		2013-9-20
3	5844323	25		
4	5844326	25		
5	5025630	14		
6	2025628	35		
7	4140728	24		
8	5844322	25		
9	5025626	26		
10	9237621	14	雷迪波尔投资	2013-7-20
11	9237719	18		
12	9240127	24		
13	9240149	26		
14	9244392	35		
15	9249392	24		
16	9249559	26		
17	9249917	25		

2、关联担保

担保方	被担保方	担保金额	担保期间	担保是否履行完毕
刘长明、孟晓红	四川波尔	2,200.00	2010-5-27 至 2013-5-26	是
深宏商贸	雷迪波尔有限	3,600.00	2011-6-24 至 2013-6-24	是
刘长明	雷迪波尔有限	1,900.00	2011-6-24 至 2013-6-24	是
刘长明、孟晓红	雷迪波尔有限	1,200.00	2011-5-9 至 2014-5-8	是

2010年6月4日，刘长明、孟晓红与中国建设银行股份有限公司成都温江支行签订《最高额保证合同》，刘长明、孟晓红为四川波尔在2010年5月27日至2013

年 5 月 26 日期间的债务提供最高限额为 2,200 万元保证担保。

2011 年 6 月 20 日，深宏商贸、雄业商贸等 10 家公司与中信银行成都分行签订《最高额抵押合同》，为雷迪波尔有限在 2011 年 6 月 24 日至 2013 年 6 月 24 日内发生的债务提供最高限额为 3,600 万元抵押担保。根据 2011 年 12 月 12 日深宏商贸与雄业商贸等 10 家公司签订的《吸收合并协议》，雄业商贸等 10 家公司为雷迪波尔有限提供的担保由深宏商贸承接。

2011 年 6 月 20 日，刘长明与中信银行成都分行签订《最高额抵押合同》，刘长明为雷迪波尔有限在 2011 年 6 月 24 日至 2013 年 6 月 24 日期间的债务提供 1,900 万元的担保。

2011 年 6 月 28 日，刘长明、孟晓红与成都农村商业银行股份有限公司文家支行签订《最高额抵押合同》，刘长明、孟晓红为雷迪波尔有限在 2011 年 5 月 9 日至 2014 年 5 月 8 日期间的债务提供最高限额为 1,200 万元抵押担保。

3、购买关联方车辆

报告期内，发行人购买关联方车辆的相关情况如下：

关联方	转让合同签署日	品牌	车牌号	转让价格
刘安炯	2014-7-6	金杯	川 AP1908	3.00

上述车辆转让未进行评估，交易双方结合车辆原价、行驶里程、成新率等情况协商定价。

4、其他关联交易

报告期内，公司存在个别董事、监事和高级管理人员及其亲属零星、少量购买公司产品的情形。

（三）比照关联交易披露的其他交易

1、发行人与作为发行人员工亲属的加盟商之间的交易

报告期内，公司存在发行人部分加盟商系公司员工亲属的情形。报告期内，公司对该部分加盟商的收入情况如下：

序号	加盟商	2015 年度	2014 年度	2013 年度
1	邱清友	203.08	456.89	388.31
2	康鹏	299.01	232.46	371.95
3	吴礼萍	354.88	236.05	303.53
4	彭相旭	94.25	178.92	216.27
5	张敏	205.71	169.16	171.00

6	许建容	196.01	215.65	301.18
7	刘怀勤	334.81	219.77	352.27
8	康浩	-	4.92	71.55
9	吴樊	54.78	240.55	434.24
10	符小飞	290.76	231.19	174.75
11	张福川	239.23	163.69	273.07
12	杨鹄	68.26	5.30	137.57
合计		2,340.80	2,354.55	3,195.69
占加盟业务收入比例		8.95%	7.16%	8.29%
占主营业务收入比例		6.53%	5.41%	6.06%

保荐机构查阅报告期内作为发行人员工亲属的加盟商与发行人签订的《特许经营加盟合同》，核查发行人与该等加盟商的销售定价政策和信用政策，与其他加盟商的销售价格和信用政策进行比对，确认发行人与作为发行人员工亲属的加盟商之间的交易条件公允，不存在损害发行人利益或利益输送的情形。

2、发行人与启奥空间的交易

启奥空间成立于2011年3月21日，注册资本和实收资本100万元，注册地为成都市温江区海峡两岸科技产业开发园新华路二段199号，经营范围为：室内外装饰设计和施工；生产、加工、销售：家具、石材、玻璃、建筑材料（除危险化学品）及其他无需许可或审批的合法项目。

启奥空间股权结构为彭阳持股30%、吴樊持股30%、孟义军持股20%、向明金持股20%，执行董事兼总经理为孟义军，监事为吴樊。孟义军系发行人实际控制人刘长明配偶孟晓红的堂叔，彭阳系刘长明表姐之子，吴樊系刘长明表哥之子，向明金与刘长明夫妇没有亲属关系。除此之外，彭阳、吴樊、孟义军、向明金与发行人实际控制人、董事、监事和高级管理人员不存在直系亲属关系。根据《深圳证券交易所股票上市规则》、《企业会计准则第36号——关联方披露》中对关联方及关联关系的相关认定规则，发行人与启奥空间不存在关联关系，发行人与启奥空间之间的交易不属于关联交易。

报告期内发行人与启奥空间之间的交易如下：

交易类型	2015 年度		2014 年度		2013 年度	
	金额	占同类交易比例	金额	占同类交易比例	金额	占同类交易比例
采购展柜	-	-	-	-	207.09	22.73%

启奥空间为公司部分自营店提供展柜。展柜是服装企业进行服装陈列的必备用品。发行人作为轻资产模式运营的服装企业，所有的展柜均需要对外采购。基于对

启奥空间租赁房产期间生产能力的了解以及沟通便利等因素的考虑，发行人向启奥空间采购部分自营店的展柜。

2013 年以来，发行人逐步减少与启奥空间的业务往来，2014 年起再无交易。

报告期内发行人对启奥空间的厂房租赁和展柜采购均采用市场原则定价，与市场价格一致，交易条件公允，不存在损害发行人利益或利益输送的情形。

3、启奥空间为部分加盟店提供展柜

发行人部分加盟商选择启奥空间提供展柜，主要是因为根据发行人与加盟商签订的《特许经营加盟合同》，加盟店需要按照发行人的统一要求进行装修和陈列，而启奥空间自 2011 年起开始为发行人部分自营店提供展柜，熟悉发行人对终端形象的要求，为保证加盟店的卖场形象设计、陈列和装修等与公司品牌风格相适应，部分加盟商进行门店装修时选择由启奥空间提供展柜。报告期内，启奥空间提供展柜的加盟店情况如下：

年度	序号	加盟店名称	经营品牌	金额
2013 年度	1	重庆垫江桂溪镇渝东商业城店	Raidy Boer	15.22
	2	重庆石柱人民街店	Raidy Boer	17.30
	3	重庆鱼洞新市街店	Raidy Boer	30.31
	4	贵州都匀工人路中粮大厦店	Raidy Boer	23.23
	5	贵州贵阳淮河路口店	Raidy Boer	25.50
	6	贵州兴义盘江西路店	Raidy Boer	17.43
	7	贵州遵义汇川区澳门路店	GHILARO	13.14
	8	贵州遵义汇川区澳门路店	Raidy Boer	29.92
	9	内蒙古巴彦淖尔临河区胜利路店	Raidy Boer	28.16
	10	宁夏银川新华百货店	Raidy Boer	14.00
	11	山东胶州兰州东路店	Raidy Boer	28.79
	12	四川平昌新平街店	Raidy Boer	19.74
	13	四川遂宁政府西街店	Raidy Boer	34.34
	14	四川遂宁政府西街店	GHILARO	31.35
	15	四川遂宁政府西街店	ferrante	13.14
	16	四川西昌新商业街店	Raidy Boer	21.58
	17	四川资阳宾馆大楼店	GHILARO	26.01
	18	云南临沧百树广场店	Raidy Boer	32.79
合计				421.93

（四）关联交易对发行人经营状况和财务状况的影响

报告期内，公司的经常性关联交易主要系支付给董事、监事和高级管理人员的薪酬，不存在对公司财务状况和经营情况构成重大影响且影响公司的独立经营的关联交易。

报告期内，公司的偶发性关联交易主要是收购关联方商标、关联方为公司提供担保、购买关联方车辆等。收购商标、购买车辆有助于公司经营业务的独立和完整；关联方为公司提供担保有助于增强其融资能力和经营业务开拓。

五、《公司章程》及其他制度对关联交易决策权限与程序的规定

为严格执行中国证监会有关规范关联交易行为的规定，保证公司与关联方之间订立的关联交易合同符合公平、公正、公开的原则，依据《公司法》、《证券法》等有关法律、法规，公司在《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《独立董事工作制度》、《关联交易决策制度》和《股东及其他关联方资金占用管理办法》中对关联人和关联交易的定义、关联交易的原则、关联交易回避表决制度、关联交易的决策权限等做出了明确的规定。

（一）《公司章程》对关联交易决策权限和程序的规定

《公司章程》对规范和减少关联交易进行了制度性的安排，对关联交易决策权力与程序做出了明确规定，对关联股东或有利益冲突的董事在关联交易表决中的回避或做必要的公允声明均有规定。《公司章程》对关联交易的审核权限、回避要求、表决程序、决策权限进行了详细的制度性安排，以保证关联交易的公允，保护发行人及中小股东的利益不受侵害。

第四十条规定：“股东大会是公司的权力机构，依法行使下列职权：（十六）审议批准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，或占公司最近一期经审计净资产绝对值 5% 以上的关联交易；在连续十二个月内发生交易标的相关的同类交易，应当按照累计计算的原则适用上述规定；已按照前款规定履行相关审议程序的，不再纳入相关的累计计算范围。”

第四十一条规定：“公司下列对外担保行为，须经股东大会审议通过：（五）对股东、实际控制人及其关联方提供的担保。”

第七十九条规定：“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；股东大会决议应当充分披露非关联股东的表决情况。”

第一百一十一条规定：“董事会决定公司与关联自然人发生的交易金额在 30 万

元以上的关联交易，或者公司与关联法人发生的交易金额在300万元以上且占公司最近一期经审计净资产绝对值0.5%以上的关联交易事项。在连续十二个月内发生交易标的相关的同类交易，应当按照累计计算的原则适用上述规定，已按照前款规定履行相关审议程序的，不再纳入相关的累计计算范围。”

第一百二十条规定：“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。”

（二）《关联交易决策制度》中的规定

为了规范公司的关联交易行为，保证公司与关联方所发生关联交易的合法性、公允性、合理性，充分保障股东、特别是中小股东和公司的合法权益，依据《公司法》、《证券法》等有关规定，公司制定了《关联交易决策制度》，界定了关联人与关联交易的定义，明确了关联交易的决策与披露程序。

（三）其他制度中对关联交易的规定

1、《股东大会议事规则》中的规定

第十二条：“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，控股股东不得利用关联交易、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。

除承担上述义务以外，公司的控股股东还负有如下义务：2. 在股东大会审议公司与控股股东之间拟从事的关联交易时，控股股东应该依法回避表决。”

第十三条：“股东大会依法行使下列职权：16. 审议批准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；在连续十二个月内发生交易标的相关的同类交易，应当按照累计计算的原则适用上述规定；已按照前款规定履行相关审议程序的，不再纳入相关的累计计算范围。”

第二十九条：“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票总数；股东大会决议应当充分披露非关联股东的表决情况。

关联股东在股东大会表决时，应当自动回避，并放弃表决权，主持会议的董事长应当要求关联股东回避；无须回避的任何股东均有权要求关联股东回避。

股东大会审议有关关联交易事项，在关联股东不参与股票表决时，应由出席此次股东会的非关联交易方股东（包括股东代理人）所持表决权的二分之一以上通过，方能形成决议。如该交易事项属特别决议范围，应由出席会议的非关联股东有表决权的股份数的三分之二以上通过。”

第三十六条：2、“股东大会对提案进行表决前，应当推举两名股东代表参加计票和监票。审议事项与股东有关联关系的，相关股东及代理人不得参加计票、监票。”

2、《董事会议事规则》中的规定

第八条：“董事应当遵守法律、行政法规和公司章程，对公司负有下列忠实义务：9、不得利用其关联关系损害公司利益。董事违反本条规定所得的收入，应当归公司所有；给公司造成损失的，应当承担赔偿责任。”

第十四条：“有关联关系的董事，在董事会审议该等关联交易时应当自动回避并放弃表决权，即：1、不参与投票表决，其所代表的有表决权的股份数不计入有效表决总数；2、不得代理其他董事行使表决权；3、不对投票表决结果施加影响；4、如有关联关系的董事为会议主持人的，不得利用主持人的有利条件，对表决结果施加影响。

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。”

第二十二条：“凡下列事项，须经董事会讨论并做出决议后实施：2、公司与关联自然人发生的交易金额在30万元以上的关联交易，或者公司与关联法人发生的交易金额在300万元以上且占公司最近一期经审计净资产绝对值0.5%以上的关联交易事项。”

3、《独立董事工作制度》中的规定

第十六条：“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：重大关联交易（指公司拟与关联人达成的总额高于 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；独立董事作出判断前，可以聘请中介机构出具独立财务顾问报告，作为其判断的依据。公司重大关联交易、聘用或解聘会计师事务所，应由二分之一以上独立董事同意后，方可提交董事会讨论。独立董事向董事会提请召开临时股东大会、提议召开董事会会议和在股东大会召开前公开向股东征集投票权，应由二分之一以上独立董事同意。经全体独立董事同意，独立董事可独立聘请外部审计机构和咨询机构，对公司的具体事项进行审计和咨询，相关费用由公司承担。”

六、报告期内发行人关联交易执行情况以及独立董事对关联交易的意见

（一）报告期内发行人关联交易执行情况

股份公司设立后，公司严格履行《公司章程》和《关联交易决策制度》及相关规定，尽量减少关联交易发生的金额和频率；对发生的关联交易，公司严格按照《公司章程》及其他相关制度的决策权限和批准程序执行，董事会、股东大会对关联交易的审议表决严格遵循了回避表决制度。

（二）独立董事对关联交易发表的意见

独立董事就报告期内发行人关联交易发表如下意见：报告期内发生的关联交易遵循了平等、自愿、等价、有偿原则，关联交易的定价是以公司利益最大化和保护中小股东权益为基本点，交易价格公允、合理，公司决策程序合法有效，遵循市场规律，按照公开、公平、公正的原则确定的，不存在损害公司和中小股东利益的情形。

七、发行人减少关联交易的措施

公司尽量避免关联交易的发生，对于难以避免的关联交易，公司严格按照国家现行法律、法规、规范性文件以及《公司章程》、《关联交易决策制度》和《独立董事工作制度》等有关规定履行必要程序，遵循市场公正、公平、公开的原则，明确

双方的权利和义务，确保关联交易的公平。

为规范和减少关联交易，避免和消除可能出现的控股股东利用其控股地位影响本公司，从而作出对控股股东有利但有可能会损害中小股东利益的情况，保证公司及中小股东利益不受侵犯，除前述制度安排外，公司控股股东、实际控制人刘长明、持股 5%以上的股东雷迪波尔投资、德和治新、张仕国就减少关联交易出具承诺，情况参见本节“二（二）避免同业竞争的制度安排”。

第八节 董事、监事、高级管理人员与核心技术人员

一、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员简介

（一）董事会成员

公司第二届董事会由 7 人组成，其中独立董事 3 名，本届董事的任期为 2015 年 6 月至 2018 年 6 月。所有董事均为中国国籍，均无境外永久居留权。董事会成员具体情况如下：

1、刘长明先生，1975 年生，EMBA。刘长明先生长期从事服装经营活动，具有丰富的服装行业经营和企业管理经验。曾先后创办成都波尔贸易有限公司、雷迪波尔实业、广州波尔、四川波尔等公司，曾任成都波尔贸易有限公司执行董事、总经理，雷迪波尔实业执行董事、总经理，广州波尔监事，四川波尔总经理，雷迪波尔有限总经理。现任公司董事长、总裁、德和治新执行事务合伙人、成都市政协委员、成都市青联常委、四川省青联常委、成都市温江区工商联（总商会）副主席、成都市青年企业家商会会长、四川省服装协会会长。

2、刘安炯先生，1982 年生，EMBA。刘安炯先生具有丰富的服装行业经营和企业管理经验，曾获成都市服装行业协会“行业发展及社会特别贡献奖”、“优秀企业家奖”、四川省服装行业协会“2013 四川服装行业年度人物”、“2014 四川服装行业十大杰出企业家”等荣誉称号。曾任雷迪波尔实业副总经理，四川波尔副总经理，雷迪波尔有限副总经理。现任公司副董事长、副总裁、雷迪波尔投资监事。

3、张仕国先生，1946 年生，中专学历。曾任成都波尔贸易有限公司监事，雷迪波尔实业监事，四川波尔执行董事、总经理。现任公司董事。

4、张斗女士，1973 年生，研究生学历，注册资产评估师、房地产估价师。曾就职于成都金牛审计事务所和成都中砧会计师事务所，曾任雷迪波尔实业副总经理，雄业商贸等 10 家公司监事。现任公司董事、副总裁、财务总监、深宏商贸监事。

5、焦培先生，独立董事，1975 年生，大专学历。曾任中国服装研究设计中心对外交流部专员、中国服装协会展览部项目专员、副主任、会员部主任、副秘书长。现任中国服装协会秘书长、中国服装协会综合部主任。

6、陈彬先生，独立董事，1969年生，本科学历，注册会计师。曾任四川省化工厅所属事业单位科员、四川西部开发投资有限公司财务经理、四川中熹会计师事务所有限公司执行董事、四川万利可信财务咨询有限责任公司执行董事、总经理。现任信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）合伙人、四川省第十一届政协委员。

7、王锦田先生，独立董事，1951年生，研究生学历，研究员级高级工程师。曾任成都飞机工业（集团）有限责任公司数控厂技术员、计算中心组长、计算机办公室 CIMS 总体室副主任、计算中心主任、成都飞机汽车模具中心总经理、四川成飞集成科技股份有限公司副总经理、总经理、董事，四川集成天元模具制造有限公司董事长、四川省模具工业协会理事长、成都市模具工业协会理事长，现任四川成飞集成汽车模具有限公司董事、四川日机密封件股份有限公司独立董事、四川圣迪乐村生态食品股份有限公司独立董事。

（二）监事会成员

公司第二届监事会由3名监事组成，其中徐钟霖、胡波由股东大会选举产生，刘忠睿由公司职工代表大会选举产生，本届监事的任期为2015年6月至2018年6月。3名监事均为中国国籍，无境外永久居留权。监事会成员具体情况如下：

1、徐钟霖先生，1952年生，专科学历。曾任四川旅行车制造厂办公室主任、党委副书记兼纪委书记，四川旅游学院宣传部长、资产处处长，成都银林物业有限公司执行董事、经理，成都班塔贸易有限责任公司执行董事、经理。现任公司监事会主席。

2、胡波先生，1981年生，专科学历。曾任盛琦实业有限公司片区专员，公司运营部片区主管、市场拓展专员、运营部川外区主管、GHILARO 营运一部经理、Raidy Boer 营运四部经理。现任公司监事、GHILARO 营销中心副总监。

3、刘忠睿先生，1981年生，本科学历。曾任本公司策划中心专员。现任公司监事、形象设计中心副总监。

（三）高级管理人员

公司高级管理人员任期为2015年6月至2018年6月。高级管理人员均为中国国籍，无境外永久居留权。高级管理人员具体情况如下：

1、刘长明先生，总裁，简历参见本节“一（一）董事会成员”。

2、刘安炯先生，副总裁，简历参见本节“一（一）董事会成员”。

3、张斗女士，副总裁、财务总监，简历参见本节“一（一）董事会成员”。

4、卢山先生，1971年生，本科学历。曾任成都电视台编辑、记者、主持人、制片人、总制片、成都潘立德时装有限公司监事。现任公司副总裁、意华堂执行董事、总经理。卢山先生曾获中国服装协会颁发的“2013中国服装年度人物”大奖。

5、宋羲先生，1978年生，本科学历。曾任华西都市报社记者、编辑、体育部副主任，北京奥运会组织委员会媒体运行部经理，成都市体育产业有限公司副总经理，国际奥委会青奥组委会媒体总监，新加坡政府社会发展、青年及体育部外籍专家，公司企划总监。现任公司副总裁、董事会秘书。

（四）核心技术人员

公司所有核心技术人员均为中国国籍，无境外永久居留权，具体情况如下：

1、姚仕军先生，1974年生。曾任公司设计部经理、设计总监、设计研发中心经理，现任 Raidy Boer、Mesimia 设计研发中心总监。

2、邓浩先生，1977年生，专科学历。曾任报喜鸟四川分公司市场部经理，公司市场开发中心总监、GHILARO 品牌副总经理。现任 Raidy Boer 营销中心总监。

（五）董事、监事和高级管理人员的提名和选举、聘任情况

1、董事的提名和选举情况

2012年6月25日，公司创立大会选举刘长明（由刘长明提名）、刘安炯（由刘安炯提名）、张仕国（由张仕国提名）、张斗（由刘长明提名）、谢青（由刘长明提名）、陈彬（由刘长明提名）、王锦田（由刘长明提名）为公司董事，其中谢青、陈彬、王锦田为独立董事。2012年6月26日，公司第一届董事会第一次会议选举刘长明为公司董事长、刘安炯为副董事长。因谢青工作变动辞去独立董事职务，2014年11月7日，公司2014年第二次临时股东大会选举焦培为独立董事。

2015年6月25日，公司召开2015年第一次临时股东大会，由于第一届董事会任期届满，公司进行换届选举，选举刘长明、刘安炯、张仕国、张斗、焦培、陈彬、王锦田为第二届董事会董事，其中焦培、陈彬、王锦田为独立董事。2015年6月25日，公司第二届董事会第一次会议选举刘长明为第二届董事会董事长、刘安炯为副董事长。

2、监事的提名和选举情况

2012年6月25日，公司创立大会选举徐钟霖（由刘长明提名）、胡波（由刘长明提名）为公司非职工代表监事。2012年5月18日，公司职工代表大会选举刘忠睿为公司职工代表监事。2012年6月26日，公司第一届监事会第一次会议选举徐钟霖为公司监事会主席。

2015年6月25日，公司召开2015年第一次临时股东大会，由于第一届监事会任期届满，公司进行换届选举，选举徐钟霖、胡波为第二届监事会非职工代表监事。2015年6月18日，公司职工代表大会选举刘忠睿为公司职工代表监事，上述三人共同组成第二届监事会。2015年6月25日，公司第二届监事会第一次会议选举徐钟霖为第二届监事会主席。

3、高级管理人员的聘任情况

2012年6月26日，公司第一届董事会第一次会议聘任刘长明为总裁，刘安炯、张斗、卢山、宋羲为副总裁，张斗为财务总监，宋羲为董事会秘书。

2015年6月25日，公司第二届董事会第一次会议聘任刘长明为总裁，刘安炯、张斗、卢山、宋羲为副总裁，张斗为财务总监，宋羲为董事会秘书。

二、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员及其近亲属近三年持有发行人股份情况、所持股份的质押或冻结情况

报告期内，公司董事、监事、高级管理人员与核心技术人员及其部分近亲属除了直接持有公司股份外，还通过雷迪波尔投资及德和治新间接持有公司股份，上述人员间接持股情况参见第五节“七、发起人、持有发行人5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”。

（一）董事、监事、高级管理人员与核心技术人员直接持股

单位：万股

姓名	公司任职情况	2015-12-31	2014-12-31	2013-12-31
刘长明	董事长、总裁	7,354.50	7,354.50	7,354.50
张仕国	董事	1,284.00	1,284.00	1,284.00
刘安炯	副董事长、副总裁	478.50	478.50	478.50
张斗	董事、副总裁、财务总监	9.00	9.00	9.00
胡波	监事、GHILARO营销中心副总监	1.50	1.50	1.50
刘忠睿	监事、形象设计中心副总监	1.50	1.50	1.50

卢 山	副总裁、意华堂执行董事、总经理	9.00	9.00	9.00
宋 羲	副总裁、董事会秘书	9.00	9.00	9.00
姚仕军	Raidy Boer、Mesimia 设计研发中心总监	3.00	3.00	3.00
邓 浩	Raidy Boer 营销中心总监	3.00	3.00	3.00

（二）董事、监事、高级管理人员与核心技术人员近亲属直接持股

单位：万股

姓名	亲属关系	2015-12-31	2014-12-31	2013-12-31
谢中琼	刘长明配偶孟晓红之母	300.00	300.00	300.00
张大生	张仕国之弟	150.00	150.00	150.00
吴怀成	刘长明之母	31.50	31.50	31.50
孟义高	刘长明配偶孟晓红之父	19.50	19.50	19.50

截至招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员与核心技术人员及其近亲属直接和间接所持公司股份不存在质押或冻结的情况。

三、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员的其他对外投资情况

截至招股说明书签署日，公司董事（不含独立董事）、监事、高级管理人员与核心技术人员除持有雷迪波尔投资及德和治新的股权外，其他对外投资情况如下：

姓名	公司任职	企业名称	关联关系	持股比例（%）
刘长明	董事长、总裁	成都全盛	刘长明控制的其他企业	70.00
		深宏商贸	刘长明配偶孟晓红控制的企业	30.65

四、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员的薪酬情况

最近一年董事、监事、高级管理人员与核心技术人员从公司领取收入情况如下：

姓名	公司任职情况	2015 年度
刘长明	董事长、总裁	62.27
刘安炯	副董事长、副总裁	55.89
张仕国	董事	11.90
张 斗	董事、副总裁、财务总监	38.68
焦 培	独立董事	—
陈 彬	独立董事	7.14
王锦田	独立董事	7.14
徐钟霖	监事会主席	7.14
胡 波	监事、GHILARO 营销中心副总监	14.07

刘忠睿	监事、形象设计中心副总监	19.00
卢 山	副总裁、意华堂执行董事兼总经理	48.00
宋 羲	副总裁、董事会秘书	39.20
姚仕军	Raidy Boer 设计研发中心总监	33.60
邓 浩	Raidy Boer 营销中心总监	26.22

在公司领取薪酬的董事、监事、高级管理人员与核心技术人员，公司按照国家 and 地方的有关规定，依法为其办理失业、养老、医疗、工伤等保险，不存在其它特殊待遇和退休金计划。

公司独立董事除领取独立董事津贴外，因其履行职权发生的食宿交通等必要的费用由公司据实报销。独立董事不享受其它报酬或福利政策。

五、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员的兼职情况

截至招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员与核心技术人员的兼职情况如下：

姓名	公司任职	兼职单位	兼职单位任职	关联关系
刘长明	董事长、总裁	德和治新	执行事务合伙人	公司股东
刘安炯	副董事长、副总裁	雷迪波尔投资	监事	公司股东
张 斗	董事、副总裁、财务总监	深宏商贸	监事	刘长明配偶孟晓红控制的企业
焦 培	独立董事	中国服装协会	秘书长、综合部主任	无
王锦田	独立董事	四川圣迪乐村生态食品股份有限公司	独立董事	无
		四川成飞集成汽车模具有限公司	董事	无
		四川日机密封件股份有限公司	独立董事	无
陈 彬	独立董事	信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）	合伙人	无
卢 山	副总裁	意华堂	执行董事、总经理	全资子公司

除以上情况，本公司其他董事、监事、高级管理人员及核心技术人员均无兼职情况。

六、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员相互之间的亲属关系

姓名	公司任职情况	亲属关系
刘长明	董事长、总裁	—
刘安炯	副董事长、副总裁	刘长明、张斗之表弟
张仕国	董事	刘长明之叔
张 斗	董事、副总裁、财务总监	刘长明、刘安炯之表姐

除此之外，其他董事、监事、高级管理人员与核心技术人员之间不存在亲属关系。

七、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员与发行人签订的协议、作出的重要承诺及履行情况

截至招股说明书签署日，公司与高级管理人员及核心技术人员分别签订《劳动合同》，对知识产权和商业秘密等方面做了限制性规定。除此之外，公司未与董事、监事、高级管理人员及核心技术人员签订诸如借款、担保等其他协议。

公司董事、监事、高级管理人员作出的重要承诺及履行情况参见第五节“十、持有5%以上股份的主要股东以及作为股东的董事、监事、高级管理人员作出的重要承诺及其履行情况”。

八、董事、监事和高级管理人员的任职资格

公司董事、监事、高级管理人员符合《公司法》和国家有关法律法规及《公司章程》规定的任职资格，且不存在下列情形：1、被中国证监会采取证券市场禁入措施尚在禁入期的；2、最近 36 个月内受到中国证监会行政处罚，或者最近 12 个月内受到证券交易所公开谴责；3、因涉嫌犯罪被司法机关立案侦查或者涉嫌违法违规被中国证监会立案调查，尚未有明确结论意见。

九、董事、监事和高级管理人员报告期内的变动情况

公司职务	2014 年 11 月至报告期末	2013 年 1 月至 2014 年 10 月
董事长、总裁	刘长明	刘长明
副董事长、副总裁	刘安炯	刘安炯
董事	张仕国	张仕国
董事、副总裁、财务总监	张 斗	张 斗
独立董事	焦 培	谢 青

独立董事	陈 彬	陈 彬
独立董事	王锦田	王锦田
监事会主席	徐钟霖	徐钟霖
监事	胡 波	胡 波
职工监事	刘忠睿	刘忠睿
副总裁	卢 山	卢 山
副总裁、董事会秘书	宋 羲	宋 羲

报告期内，公司独立董事的变动主要系任职资格变化影响。其他董事、监事、高级管理人员未发生变化。

最近三年来，公司的董事、高级管理人员没有发生重大变化，符合《首次公开发行股票并上市管理办法》的相关规定。公司最近三年的董事、监事和高级管理人员变化，均根据《公司法》和《公司章程》规定程序由股东大会、董事会做出决议，或依《公司章程》规定由职工代表大会民主决定，履行了必要的法律程序，符合法律、法规和规范性文件以及《公司章程》的规定。

第九节 公司治理

一、股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度的建立和规范运作情况

根据《公司法》、《证券法》及其他有关法律法规要求，公司制定了《公司章程》，建立了由公司股东大会、董事会、监事会和管理层组成的公司治理架构，形成了权力机构、决策机构、监督机构和管理层之间权责明确、运作规范的相互协调和制衡机制。公司股东大会、董事会、监事会及管理层均根据《公司法》、《公司章程》行使职权和履行义务。此外，公司进一步建立并健全了《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《独立董事工作制度》、《董事会专门委员会工作细则》、《董事会秘书工作细则》、《对外担保管理制度》等法人治理结构的基础制度，股东大会、董事会、监事会以及管理层均按照各自的议事规则和工作细则规范有效地运作，为公司规范运行并切实保障所有股东的利益提供了制度保证。

（一）股东大会制度的建立健全及运行情况

2012年6月25日公司召开创立大会暨第一次股东大会，会议选举产生公司董事、监事，并审议通过《公司章程》及《股东大会议事规则》，对股东大会的权责和运作进行了规定。

1、股东权利和义务

《公司章程》规定，公司股东享有下列权利：（一）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；（二）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；（三）对公司的经营进行监督，提出建议或者质询；（四）依照法律、行政法规及《公司章程》的规定转让、赠与或质押其所持有的股份；（五）查阅《公司章程》、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；（六）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；（七）对股东大会做出的公司合并、分立决议持异议的股东，可要求公司收购其股份；（八）法律、行政法规、部门规章或《公司章程》规定的其他权利。

《公司章程》规定，公司股东承担下列义务：（一）遵守法律、行政法规和《公

公司章程》；（二）依其所认购的股份和入股方式缴纳股金；（三）除法律、法规规定的情形外，不得退股；（四）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；（五）法律、行政法规及《公司章程》规定应当承担的其他义务。

2、股东大会的职权

《公司章程》规定，股东大会是公司的权力机构，依法行使下列职权：（一）决定公司的经营方针和投资计划；（二）选举和更换由非职工代表担任的董事、监事，决定有关董事、监事的报酬事项；（三）审议批准董事会的报告；（四）审议批准监事会报告；（五）审议批准公司的年度财务预算方案、决算方案；（六）审议批准公司的利润分配方案和弥补亏损方案；（七）对公司增加或者减少注册资本作出决议；（八）对发行公司债券作出决议；（九）对公司合并、分立、解散、清算或者变更公司形式作出决议；（十）修改《公司章程》；（十一）对公司聘用、解聘会计师事务所作出决议；（十二）审议批准《公司章程》第四十一条规定的担保事项；（十三）审议批准购买、出售资产、资产抵押、对外投资（含委托理财和委托贷款），签订许可使用协议等超过人民币 1 亿元的交易事项；（十四）审议批准公司向金融机构的年度借款总额；（十五）审议批准公司向金融机构单笔借款金额超过 1 亿元的借款事项；（十六）审议批准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；在连续十二个月内发生交易标的相关的同类交易，应当按照累计计算的原则适用上述规定；已按照前款规定履行相关审议程序的，不再纳入相关的累计计算范围；（十七）审议批准变更募集资金用途事项；（十八）审议股权激励计划；（十九）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。

3、股东大会的议事规则

（1）会议的召开和举行

股东大会分为年度股东大会和临时股东大会。年度股东大会每年召开一次，并

应于上一个会计年度结束后的六个月之内举行。公司召开股东大会，召集人将在年度股东大会召开 20 日前以书面方式通知各股东，临时股东大会将于会议召开 15 日前以书面方式通知各股东。公司在计算起始期限时，不包括会议召开当日。

发出股东大会通知后，无正当理由，股东大会不应延期或取消，股东大会通知中列明的提案不应取消。一旦出现延期或取消的情形，召集人应当在原定召开日前至少 2 个工作日通知各股东并说明原因。

（2）提案的提交与表决

公司召开股东大会，单独或者合并持有公司 3%以上股份的股东，有权向公司提出提案。股东大会决议分为普通决议和特别决议，股东大会作出普通决议，应当由出席股东大会的股东（包括股东代理人）所持表决权的 1/2 以上通过。股东大会作出特别决议，应当由出席股东大会的股东（包括股东代理人）所持表决权的 2/3 以上通过。股东大会采取记名方式投票表决。

（3）股东出席的方式

股东可以亲自出席股东大会，也可以委托代理人代为出席和表决。个人股东亲自出席会议的，应出示本人身份证或其他能够表明其身份的有效证件或证明；委托代理他人出席会议的，应出示本人身份证、股东授权委托书。法人股东应由法定代表人或者法定代表人委托的代理人出席会议。法定代表人出席会议的，应出示本人身份证、能证明其具有法定代表人资格的有效证明；委托代理人出席会议的，代理人应出示本人身份证、法人股东单位的法定代表人依法出具的书面授权委托书。

4、股东大会运行情况

股东大会一直根据《公司法》和《公司章程》的规定规范运作，会议通知方式、召开方式、表决方式符合《公司法》、《公司章程》的规定，股东认真履行股东义务，依法行使股东权利。股东大会机构和制度的建立及执行，对完善公司治理结构和规范公司运作发挥了积极的作用。报告期内，公司股东大会运行情况如下：

时间	会议名称	主要内容（议案）
2013-6-17	2012 年年度股东大会	《公司 2012 年董事会工作报告》；《公司 2012 年度监事会工作报告》；《公司 2012 年决算报告》；《公司 2012 年利润分配方案》；《公司 2013 年年度申请银行综合授信的议案》；《公司关于为子公司借款进行担保的议案》；《修改公司〈章程〉的议案》等
2013-9-6	2013 年第一次临时股东大会	《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人民币普通股（A 股）股票募集资金投资项目的议案》；《关于公司首次公开发行人民币普通股（A 股）股票前

时间	会议名称	主要内容（议案）
		滚存利润分配的议案》；《关于提请股东大会授权董事会办理本次公开发行人民币普通股（A股）股票发行并上市相关事宜的议案》；《关于公司最近三年又一期关联交易的议案》；《公司未来分红回报规划》；《关于修订公司章程及相关议事规则的议案》；《公司对外担保管理制度》等
2013-10-8	2013 年第二次临时股东大会	《公司内部控制鉴证报告》；《关于监事津贴的议案》等
2014-3-21	2013 年年度股东大会	《公司 2013 年董事会工作报告》；《公司 2013 年监事会工作报告》；《公司 2013 年财务决算及 2014 年财务预算报告》；《公司 2013 年利润分配方案》；《关于续聘立信为公司审计机构并提供相关服务的议案》；《关于公司 2014 年申请综合授信额度的议案》；《关于公司调整发起设立时净资产折股比例的议案》等
2014-8-7	2014 年第一次临时股东大会	《关于修订公司首次公开发行人民币普通股（A股）股票并上市方案的议案》；《关于修订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》；《关于修订〈公司未来分红回报规划〉的议案》；《关于公司首次公开发行人民币普通股（A股）股票并上市后三年内稳定股价预案的议案》；《关于公司就首次公开发行人民币普通股（A股）股票并上市事项出具有关承诺并提出相应约束措施的议案》；《关于修订公司上市后适用的〈章程〉（草案）的议案》；《关于修订公司上市后适用的〈股东大会议事规则〉（草案）的议案》；《关于修订公司上市后适用的〈董事会议事规则〉（草案）的议案》；《关于修订公司上市后适用的〈监事会议事规则〉（草案）的议案》；《关于提请股东大会授权董事会办理本次公开发行人民币普通股（A股）股票发行并上市相关事宜的议案》等
2014-11-7	2014 年第二次临时股东大会	《关于增补董事的议案》；《关于利润分配的议案》
2015-3-9	2014 年年度股东大会	《公司 2014 年董事会工作报告》；《公司 2014 年监事会工作报告》；《公司 2014 年财务决算及 2015 年财务预算报告》；《公司 2014 年利润分配方案》；《关于续聘立信为公司审计机构并提供相关服务的议案》；《关于公司 2015 年申请综合授信额度的议案》；《关于修订公司上市后适用的〈章程〉（草案）的议案》；《关于修订公司上市后适用的〈股东大会议事规则〉（草案）的议案》
2015-6-25	2015 年第一次临时股东大会	《关于选举公司第二届董事会非独立董事的议案》；《关于选举公司第二届董事会独立董事的议案》；《关于选举公司第二届监事会由股东代表担任的监事的议案》
2015-11-2	2015 年第二次临时股东大会	《关于利润分配的议案》
2016-3-19	2015 年年度股东大会	《公司 2015 年董事会工作报告》；《公司 2015 年监事会工作报告》；《公司 2015 年财务决算及 2016 年财务预算报告》；《公司 2015 年利润分配方案》；《关于续聘立信为公司审计机构并提供相关服务的议案》；《关于公司 2016 年申请综合授信额度的议案》；《关于公司首次公开发行股票摊薄即期回报的填补措施及承诺事项的议案》

（二）董事会制度的建立健全及运行情况

公司根据《公司法》、《公司章程》的规定制定了《董事会议事规则》，经 2012 年 6 月 25 日公司创立大会审议通过。董事会保持规范运行，董事严格按照《公司章程》和《董事会议事规则》的规定行使自己的权利。具体情况如下：

1、董事会构成

公司设董事会，对股东大会负责。董事会由七名董事组成，其中独立董事三名。董事会设董事长一人、副董事长一人。

2、董事会职权

《公司章程》规定，董事会行使下列职权：（一）召集股东大会，并向股东大会报告工作；（二）执行股东大会的决议；（三）决定公司的经营计划和人民币 1 亿元以内（含 1 亿元）的投资方案；（四）制订公司的年度财务预算方案、决算方案；（五）制订公司的利润分配方案和弥补亏损方案；（六）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；（七）拟订公司重大收购、收购公司股票或者合并、分立、解散及变更公司形式的方案；（八）在股东大会批准的年度财务预算和投资决议规定的范围内，决定银行融资事项；（九）决定公司内部管理机构的设置；（十）聘任或者解聘公司总裁、董事会秘书；根据总裁的提名，聘任或者解聘公司副总裁、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；（十一）制订公司的基本管理制度；（十二）制订本章程的修改方案；（十三）管理公司信息披露事项；（十四）向股东大会提请聘请或更换为公司审计的会计师事务所；（十五）听取公司总裁的工作汇报并检查总裁的工作；（十六）法律、行政法规、部门规章或《公司章程》授予的其他职权。

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。

3、董事会议事规则

董事会以召开董事会会议的方式议事。董事会会议分为定期会议和临时会议，定期会议每年至少召开两次会议，由董事长召集，于会议召开 10 日以前书面通知全体董事和监事。代表 1/10 以上表决权的股东、1/3 以上董事或者监事会，可以提

议召开董事会临时会议。董事长应当自接到提议后 10 日内，召集和主持董事会会议。董事会会议应有过半数的董事出席方可举行。董事会作出决议，必须经全体董事的过半数通过。以现场开会方式召开董事会会议的，表决方式为举手表决或记名投票表决，若有一名以上董事提议采用记名投票的方式进行表决的，则应采取该种方式进行表决。

4、董事会运行情况

公司历次董事会会议均按照《公司章程》规定的程序召开。公司董事会除审议日常事项外，在高管人员任免、重大投资、基本规章制度的制订等方面切实发挥了作用，依法履行了《公司法》、《公司章程》赋予的权利和义务。

报告期内，董事会运行情况如下：

时间	会议名称	主要内容（议案）
2013-3-4	第一届董事会第五次会议	《关于调整公司组织机构的议案》
2013-4-26	第一届董事会第六次会议	《关于调整公司组织机构的议案》；《关于聘任公司审计部总监的议案》等
2013-5-6	第一届董事会第七次会议	《公司 2012 年董事会工作报告》；《公司 2012 年总裁工作报告》；《公司 2012 年决算报告》；《公司 2012 年利润分配方案》；《公司 2013 年年度申请银行综合授信的议案》；《公司关于为子公司借款进行担保的议案》；《修改公司〈章程〉的议案》；《关于提请召开 2012 年度股东大会的议案》等
2013-8-15	第一届董事会第八次会议	《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人民币普通股（A 股）股票募集资金投资项目的议案》；《关于公司首次公开发行人民币普通股（A 股）股票前滚存利润分配的议案》；《关于提请股东大会授权董事会办理本次公开发行人民币普通股（A 股）股票发行并上市相关事宜的议案》；《关于公司最近三年又一期关联交易的议案》；《公司未来分红回报规划》；《关于修订公司章程及相关议事规则的议案》；《公司对外担保管理制度》；《公司募集资金管理办法》；《公司投资者关系管理制度》；《公司信息披露管理制度》；《关于提请召开 2013 年第一次临时股东大会的议案》等
2013-9-19	第一届董事会第九次会议	《公司三年又一期审计报告》；《公司内部控制鉴证报告》；《关于提请召开 2013 年第二次临时股东大会的议案》等

时间	会议名称	主要内容（议案）
2014-2-28	第一届董事会第十次会议	《公司 2013 年董事会工作报告》；《公司 2013 年总裁工作报告》；《公司 2013 年财务决算及 2014 年财务预算报告》；《公司 2013 年利润分配方案》；《关于续聘立信为公司审计机构并提供相关服务的议案》；《关于公司董事、高级管理人员 2013 年薪酬考核的议案》；《关于公司 2014 年申请综合授信额度的议案》；《关于公司调整发起设立时净资产折股比例的议案》；《关于召开公司 2013 年度股东大会的议案》等
2014-3-25	第一届董事会第十一次会议	《关于调整分公司设置的议案》
2014-6-6	第一届董事会第十二次会议	《关于使用暂时闲置资金进行现金理财的议案》
2014-7-22	第一届董事会第十三次会议	《关于修订公司首次公开发行人民币普通股（A 股）股票并上市方案的议案》；《关于修订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》；《关于修订〈公司未来分红回报规划〉的议案》；《公司三年又一期审计报告》；《公司内部控制鉴证报告》；《关于公司首次公开发行人民币普通股（A 股）股票并上市后三年内稳定股价预案的议案》；《关于公司就首次公开发行人民币普通股（A 股）股票并上市事项出具有关承诺并提出相应约束措施的议案》；《关于修订公司上市后适用的〈章程〉（草案）的议案》；《关于修订公司上市后适用的〈股东大会议事规则〉（草案）的议案》；《关于修订公司上市后适用的〈董事会议事规则〉（草案）的议案》；《关于提请股东大会授权董事会办理本次公开发行人民币普通股（A 股）股票发行并上市相关事宜的议案》；《关于召开公司 2014 年第一次临时股东大会的议案》等
2014-10-22	第一届董事会第十四次会议	《关于增补董事的议案》；《关于利润分配的议案》；《关于召开公司 2014 年第二次临时股东大会的议案》
2014-11-7	第一届董事会第十五次会议	《关于调整董事会专门委员会部分成员的议案》
2015-2-13	第一届董事会第十六次会议	《公司 2014 年董事会工作报告》；《公司 2014 年总裁工作报告》；《公司 2014 年财务决算及 2015 年财务预算报告》；《公司 2014 年利润分配方案》；《关于续聘立信为公司审计机构并提供相关服务的议案》；《公司内部控制鉴证报告》；《关于公司高级管理人员 2014 年薪酬考核的议案》；《关于公司 2015 年申请综合授信额度的议案》；《关于修订公司上市后适用的〈章程〉（草案）的议案》；《关于修订公司上市后适用的〈股东大会议事规则〉（草案）的议案》；《关于召开公司 2014 年年度股东大会的议案》
2015-4-13	第一届董事会第十七次会议	《董事会审计委员会 2015 年第一季度工作报告》
2015-6-9	第一届董事会第十八次会议	《关于选举公司第二届董事会非独立董事的议案》、《关于选举公司第二届董事会独立董事的议案》、《关于召开公司 2015 年第一次临时股东大会的议案》

时间	会议名称	主要内容（议案）
2015-6-25	第二届董事会第一次会议	《关于选举公司董事长、副董事长的议案》；《关于选举董事会各专门委员会成员的议案》；《关于聘任公司总裁的议案》；《关于聘任公司副总裁和财务负责人的议案》；《关于聘任公司董事会秘书、证券事务代表和审计负责人的议案》；《关于核销部分应收账款的议案》
2015-7-16	第二届董事会第二次会议	《董事会审计委员会 2015 年第二季度工作报告》；《关于四川新尚服饰有限公司拟转让债务的议案》
2015-8-10	第二届董事会第三次会议	《公司三年又一期审计报告》；《公司内部控制鉴证报告》；《关于注销雷迪波尔北京分公司的议案》
2015-10-17	第二届董事会第四次会议	《董事会审计委员会 2015 年第三季度工作报告》；《关于利润分配的议案》；《关于召开公司 2015 年第二次临时股东大会的议案》
2016-1-15	第二届董事会第五次会议	《董事会审计委员会 2015 年度工作报告》
2016-2-27	第二届董事会第六次会议	《公司 2015 年董事会工作报告》；《公司 2015 年总裁工作报告》；《公司 2015 年财务决算及 2016 年财务预算报告》；《公司 2015 年利润分配方案》；《关于续聘立信为公司审计机构并提供相关服务的议案》；《关于公司高级管理人员 2015 年薪酬考核的议案》；《关于公司 2016 年申请综合授信额度的议案》；《关于公司首次公开发行股票摊薄即期回报的填补措施及承诺事项的议案》；《公司内部控制鉴证报告》；《关于召开公司 2015 年年度股东大会的议案》
2016-4-13	第二届董事会第七次会议	《董事会审计委员会 2016 年第一季度工作报告》；《关于注销雷迪波尔服饰股份有限公司机场业务分公司双流机场经营部的议案》；《关于运营“美斯尼亚”品牌的议案》

（三）监事会制度的建立健全及运行情况

公司根据《公司法》、《公司章程》的规定制定了《监事会议事规则》，经 2012 年 6 月 25 日公司创立大会审议通过。监事会保持规范运行。监事严格按照《公司章程》和《监事会议事规则》的规定行使自己的权利。具体情况如下：

1、监事会构成

公司设监事会。监事会由三名监事组成，设监事会主席一名。监事会主席召集和主持监事会会议。监事会主席不能履行职务或者不履行职务的，由半数以上监事共同推举一名监事召集和主持监事会会议。

监事会包括股东代表和适当比例的公司职工代表，其中职工代表的比例不低于 1/3。监事会中的职工代表由公司职工通过职工代表大会、职工大会或者其他形式民主选举产生。

2、监事会职权

《公司章程》规定，监事会行使下列职权：（一）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；（二）检查公司财务；（三）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、《公司章程》或者股东大会决议的董事、高级管理人员提出罢免的建议；（四）当董事、高级管理人员的行为损害公司的利益时，要求其予以纠正；（五）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；（六）向股东大会提出提案；（七）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；（八）监事可以列席董事会会议，并对董事会决议事项提出质询或者建议。发现公司经营情况异常，可以进行调查；必要时，可以聘请会计师事务所、律师事务所等专业机构协助其工作，费用由公司承担。

3、监事会议事规则

监事会以召开监事会会议的方式议事。监事会会议分为定期会议和临时会议，定期会议每 6 个月召开一次。监事可以提议召开临时监事会会议。监事会会议通知应在会议召开 5 日前送达全体监事，召开临时会议应在 2 日前通知。监事会会议由监事会主席主持。监事会的表决为举手表决或记名投票表决，每名监事有一票表决权。监事会作出决议，必须经半数以上监事通过。

4、监事会运行情况

公司历次监事会均按照《公司章程》规定的程序召开，对公司董事会、高级管理人员工作的监督、公司重大生产经营决策等重大事宜实施了有效监督。

报告期内，监事会运行情况如下：

时间	会议名称	主要内容（议案）
2013-5-6	第一届监事会第三次会议	《公司 2012 年度监事会工作报告》；《公司 2012 年决算报告》；《公司 2012 年利润分配方案》；《公司关于为子公司借款进行担保的议案》等
2013-8-15	第一届监事会第四次会议	《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》；《公司监事会议事规则》等
2013-9-19	第一届监事会第五次会议	《关于监事津贴的议案》
2014-2-28	第一届监事会第六次会议	《公司 2013 年监事会工作报告》；《公司 2013 年财务决算及 2014 年财务预算报告》；《公司 2013 年利润分配方案》；《关于公司调整发起设立时净资产折股比例的议案》等
2014-7-22	第一届监事会第七次会议	《关于修订公司首次公开发行人民币普通股（A 股）股票并上市方案的议案》；《公司内部控制鉴证报告》；《关于修订公司上市后适用的〈监事会议事规则〉（草案）的议案》等

2014-10-22	第一届监事会第八次会议	《关于利润分配的议案》
2015-2-13	第一届监事会第九次会议	《公司 2014 年监事会工作报告》；《公司 2014 年财务决算及 2015 年财务预算报告》；《公司 2014 年利润分配方案》；《公司内部控制鉴证报告》
2015-6-9	第一届监事会第十次会议	《关于选举公司第二届监事会由股东代表担任的监事的议案》
2015-6-25	第二届监事会第一次会议	《关于选举公司第二届监事会主席的议案》
2015-8-10	第二届监事会第二次会议	《公司三年又一期审计报告》；《公司内部控制鉴证报告》
2015-10-17	第二届监事会第三次会议	《关于利润分配的议案》
2016-2-27	第二届监事会第四次会议	《公司 2015 年监事会工作报告》；《公司 2015 年财务决算及 2016 年财务预算报告》；《公司 2015 年利润分配方案》；《关于填补公司首次公开发行股票即期回报被摊薄的相关措施的议案》；《公司内部控制鉴证报告》

公司全体监事均已出席上述会议。

（四）独立董事制度的建立健全及运行情况

1、独立董事情况

2012 年 6 月 25 日，公司创立大会审议通过了《独立董事工作制度》，并选举谢青、陈彬、王锦田三人作为独立董事。因谢青工作变动辞去独立董事职务，2014 年 11 月 7 日，公司 2014 年第二次临时股东大会选举焦培为独立董事。2015 年 6 月 25 日，公司召开 2015 年第一次临时股东大会，选举焦培、陈彬、王锦田为独立董事。

2、独立董事发挥作用的制度安排

《公司章程》规定了独立董事的权利与义务。董事会制订了《独立董事工作制度》，保障独立董事履行职责。《独立董事工作制度》规定，独立董事最多在 5 家上市公司兼任独立董事，并应当确保有足够的时间和精力有效地履行独立董事的职责。除遵守《公司法》和《公司章程》其他规定董事的义务外，还应当具备如下基本条件：根据法律、行政法规及其有关规定，具备担任公司董事的资格；具备《独立董事工作制度》所要求的独立性；具有上市公司运作的基本知识，熟悉相关法律、行政法规、规章和规则；具有五年以上法律、经济或者其他履行独立董事职责所必须的工作经验；具有本章程所规定的独立性；满足《公司章程》规定的其他条件。

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：（一）重大关联交易（指公司拟与关联人达成的

总额高于 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；独立董事作出判断前，可以聘请中介机构出具独立财务顾问报告，作为其判断的依据；（二）向董事会提议聘用或解聘会计师事务所；（三）向董事会提请召开临时股东大会；（四）提议召开董事会；（五）独立聘请外部审计机构和咨询机构；（六）在股东大会召开前公开向股东征集投票权。

公司重大关联交易、聘用或解聘会计师事务所，应由二分之一以上独立董事同意后，方可提交董事会讨论。独立董事向董事会提请召开临时股东大会、提议召开董事会会议和在股东大会召开前公开向股东征集投票权，应由二分之一以上独立董事同意。经全体独立董事同意，独立董事可独立聘请外部审计机构和咨询机构，对公司的具体事项进行审计和咨询，相关费用由公司承担。

独立董事除履行上述职责外，还应当对以下事项向董事会或股东大会发表独立意见：提名、任免董事；聘任或解聘高级管理人员；公司董事、高级管理人员的薪酬；公司股东、实际控制人及其关联企业对公司现有或新发生的总额高于 300 万元或高于公司最近经审计净资产值的 5%的借款或其他资金往来，以及公司是否采取有效措施回收欠款；独立董事认为可能损害中小股东权益的事项；《公司章程》规定的其他事项。

3、独立董事履行职责情况

公司独立董事任职以来，按照《公司章程》、《独立董事工作制度》等工作要求，认真履行职权，在本次募集资金投资项目、公司经营管理、发展战略等方面的决策中起到了积极的作用。

（五）董事会秘书制度的建立健全及运行情况

2012 年 6 月 26 日，公司第一届董事会第一次会议聘任宋羲担任董事会秘书。
2015 年 6 月 25 日，公司第二届董事会第一次会议聘任宋羲为董事会秘书。

根据《公司法》等法律法规和《公司章程》，经公司第一届董事会第一次会议审议通过《董事会秘书工作制度》，董事会秘书对公司和董事会负责，具体情况如下：

1、董事会秘书的职责

（1）负责公司信息披露事务，协调公司信息披露工作，组织制订公司信息披

露事务管理制度，督促公司及相关信息披露义务人遵守信息披露相关规定；

（2）负责公司投资者关系管理和股东资料管理工作，协调公司与证券监管机构、股东及实际控制人、证券服务机构、媒体等之间的信息沟通；

（3）组织筹备董事会会议和股东大会，参加股东大会、董事会会议、监事会会议及高级管理人员相关会议，负责董事会会议记录工作并签字确认；

（4）负责公司信息披露的保密工作，在未公开重大信息出现泄露时，及时向公司股票上市的证券交易所报告并公告；

（5）关注公共媒体报道并主动求证真实情况，督促董事会及时回复公司股票上市的证券交易所所有问询；

（6）组织董事、监事和高级管理人员进行证券法律法规、股票上市规则及公司股票上市的证券交易所其他相关规定的培训，协助前述人员了解各自在信息披露中的权利和义务；

（7）督促董事、监事和高级管理人员遵守证券法律法规、股票上市规则、公司股票上市的证券交易所其他相关规定及公司章程，切实履行其所作出的承诺；在知悉公司作出或者可能作出违反有关规定的决议时，应当予以提醒并立即如实地向公司股票上市的证券交易所报告；

（8）《公司法》、《证券法》、中国证监会和公司股票上市的证券交易所要求履行的其他职责。

2、董事会秘书制度的运行情况

董事会秘书严格按照《公司章程》、《董事会秘书工作制度》的有关规定筹备董事会和股东大会，认真做好会议记录，并及时向公司股东、董事通报公司的有关信息，建立了与股东的良好关系，为公司治理结构的完善和董事会、股东大会正常行使职责发挥了重要作用。

（六）董事会专门委员会的设置情况

2012年6月26日公司第一届董事会第一次会议审议通过，公司董事会设立战略与发展委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会、审计委员会等专门委员会。2014年11月7日公司第一届董事会第十五次会议对战略与发展委员会、提名委员会和薪酬与考核委员会进行调整。2015年6月25日，公司第二届董事会第一次会议重

新选举出各专门委员会委员。

各专门委员会职责及构成如下：

专门委员会名称	召集人	成员	主要职责
战略与发展委员会	刘长明	王锦田、焦培	对公司中长期发展战略规划进行研究并提出建议；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；对《公司章程》规定须经董事会批准的重大资本运作、资产经营项目等进行研究并提出建议；对其他影响公司发展的重大事项进行研究并提出建议；对以上事项的实施进行检查；董事会授权的其他事宜
提名委员会	焦培	刘长明、陈彬	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；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；广泛搜寻合格的董事和高级管理人员的人选；对董事候选人和高级管理人选进行审查并提出建议；对须提请董事会聘任的其他高级管理人员进行资格审查并提出建议；董事会授权的其他事宜
薪酬与考核委员会	王锦田	刘安炯、焦培	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；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；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；负责对公司薪酬制度执行情况进行监督；董事会授权的其他事宜
审计委员会	陈彬	刘安炯、王锦田	提议聘请或更换外部审计机构；监督公司的内部审计制度及其实施；负责内部审计与外部审计之间的沟通；审核公司的财务信息及其披露；审查公司内控制度，对重大关联交易进行审计；对公司重要财务计划、审计计划、重大奖励方案等提出评价意见；董事会授权的其他事宜

报告期内，董事会专门委员会运行情况如下：

会议名称	出席人员	主要内容（议案）
董事会审计委员会2013年第一次会议	陈彬、刘安炯、王锦田	《关于聘任公司审计部总监的议案》
董事会审计委员会2013年第二次会议	陈彬、刘安炯、王锦田	《公司2012年决算报告》
董事会审计委员会2013年第三次会议	陈彬、刘安炯、王锦田	《关于公司最近三年又一期关联交易的议案》；《公司对外担保管理制度》；《公司募集资金管理办法》等
董事会审计委员会2013年第四次会议	陈彬、刘安炯、王锦田	《公司三年又一期审计报告》；《公司内部控制鉴证报告》
董事会审计委员会2014年第一次会议	陈彬、刘安炯、王锦田	《公司2013年财务决算及2014年财务预算报告》；《关于续聘立信为公司审计机构并提供相关服务的议案》；《关于公司调整发起设立时净资产折股比例的议案》等
董事会审计委员会2014年第二次会议	陈彬、刘安炯、王锦田	《公司三年又一期审计报告》；《公司内部控制鉴证报告》等
董事会审计委员会2015年第一次会议	陈彬、刘安炯、王锦田	《公司2014年财务决算及2015年财务预算报告》；《关于续聘立信为公司审计机构并提供相关服务的议案》；《公司内部控制鉴证报告》

董事会审计委员会 2015年第二次会议	陈彬、刘安 炯、王锦田	《董事会审计委员会 2015 年第一季度工作报告》
董事会审计委员会 2015年第三次会议	陈彬、刘安 炯、王锦田	《董事会审计委员会 2015 年第二季度工作报告》；《关于四川新尚服饰有限公司拟转让债务的议案》
董事会审计委员会 2015年第四次会议	陈彬、刘安 炯、王锦田	《公司三年又一期审计报告》；《公司内部控制鉴证报告》
董事会审计委员会 2015年第五次会议	陈彬、刘安 炯、王锦田	《董事会审计委员会 2015 年第三季度工作报告》
董事会审计委员会 2016年第一次会议	陈彬、刘安 炯、王锦田	《董事会审计委员会 2015 年度工作报告》
董事会审计委员会 2016年第二次会议	陈彬、刘安 炯、王锦田	《公司 2015 年财务决算及 2016 年财务预算报告》；《关于续聘立信为公司审计机构并提供相关服务的议案》； 《公司内部控制鉴证报告》
董事会审计委员会 2016年第三次会议	陈彬、刘安 炯、王锦田	《董事会审计委员会 2016 年第一季度工作报告》
董事会薪酬与考核 委员会 2013 年第一 次会议	王锦田、刘安 炯、谢青	《关于公司董事、高级管理人员 2012 年薪酬考核的议案》
董事会薪酬与考核 委员会 2014 年第一 次会议	王锦田、刘安 炯、谢青	《关于公司董事、高级管理人员 2013 年薪酬考核的议案》
董事会薪酬与考核 委员会 2015 年第一 次会议	王锦田、刘安 炯、焦培	《关于公司高级管理人员 2014 年薪酬考核的议案》
董事会薪酬与考核 委员会 2016 年第一 次会议	王锦田、刘安 炯、焦培	《关于公司高级管理人员 2015 年薪酬考核的议案》
董事会提名委员会 2013 年第一次会议	谢青、刘长 明、陈彬	《关于聘任公司审计部总监的议案》
董事会提名委员会 2014 年第一次会议	刘长明、陈彬	《关于增补董事的议案》
董事会提名委员会 2015 年第一次会议	刘长明、陈 彬、焦培	《关于选举公司第二届董事会非独立董事的议案》；《关于选举公司第二届董事会独立董事的议案》
董事会战略与发展 委员会 2013 年第一 次会议	刘长明、王锦 田、谢青	《公司 2013 年度申请银行综合授信的议案》
董事会战略与发展 委员会 2013 年第二 次会议	刘长明、王锦 田、谢青	《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人民币普通股（A 股）股票募集资金投资项目的议案》；《公司未来分红回报规划》等
董事会战略与发展 委员会 2014 年第一 次会议	刘长明、王锦 田、谢青	《关于修订公司首次公开发行人民币普通股（A 股）股票并上市方案的议案》；《关于修订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》；《关于修订〈公司未来分红回报规划〉的议案》；《关于公司首次公开发行人民币普通股（A 股）股票并上市后三年内稳定股价预案的议案》；《关于公司就首次公开发行人民币普通股（A 股）股票并上市事项出具有关承诺并提出相应约束措施的议案》等

董事会战略与发展委员会 2016 年第一次会议	刘长明、王锦田、焦培	《关于公司首次公开发行股票摊薄即期回报的填补措施及承诺事项的议案》
董事会战略与发展委员会 2016 年第二次会议	刘长明、王锦田、焦培	《关于运营“美斯尼亚”品牌的议案》

二、发行人近三年违法违规行为情况

公司已依法建立健全股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度，自设立至今，公司及其董事、监事和高级管理人员严格按照《公司章程》及相关法律法规的规定开展经营，不存在重大违法违规行为，也不存在被相关主管机关的重大处罚。

三、发行人资金占用和对外担保的情况

股份公司成立后，《公司章程》已明确对外担保的审批权限和审议程序，从制度上规范公司的对外担保行为。

截至招股说明书签署日，公司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、代垫款项或其他方式占用的情形；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。

四、发行人管理层对内控制度的评价及注册会计师意见

（一）发行人管理层对内控制度的自我评价

公司管理层认为：公司根据自身的经营特点建立并逐步完善内部控制制度，并且严格遵守执行。这些内部控制的设计是合理的，执行是有效的，能够适应公司管理的要求和发展的需要，能够对公司各项业务活动的健康运行及国家有关法律法规和单位内部规章制度的贯彻执行提供保证。公司根据财政部等五部委颁发的《企业内部控制基本规范》及相关基本规范，本公司内部控制于 2015 年 12 月 31 日在所有重大方面是有效的。

（二）发行人会计师对发行人内控制度及其执行情况的评价意见

立信对公司内部控制有效性进行了审核，出具了信会师报字[2016]第 110930 号标准无保留意见《内部控制鉴证报告》，认为：公司按照财政部等五部委颁发的《企业内部控制基本规范》及相关规定于 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

一、报告期内经审计的财务报表主要数据

本节引用的财务会计数据，非经特别说明，均引自立信出具的信会师报字[2016]第 110929 号《审计报告》。投资者如需详细了解公司的财务状况、经营成果和现金流量情况，请阅读本招股说明书所附财务报表和《审计报告》全文。

（一）发行人合并财务报表

1、合并资产负债表

单位：元

项目	2015-12-31	2014-12-31	2013-12-31
货币资金	122,594,604.60	177,531,142.68	186,962,869.25
应收账款	116,486,307.82	109,920,657.74	107,985,081.49
预付款项	19,771,855.27	22,859,601.26	23,428,934.80
其他应收款	3,528,700.87	4,564,406.21	5,869,346.53
存货	117,042,764.84	130,753,818.72	134,435,926.98
其他流动资产	282,065.93	-	-
流动资产合计	379,706,299.33	445,629,626.61	458,682,159.05
投资性房地产	42,035,832.41	46,774,638.63	41,782,239.78
固定资产	45,213,427.99	46,928,820.51	59,451,973.72
在建工程	-	300,000.00	-
无形资产	17,262,908.19	10,964,640.64	11,470,984.47
递延所得税资产	15,577,257.87	14,469,039.20	14,645,085.53
非流动资产合计	120,089,426.46	119,437,138.98	127,350,283.50
资产总计	499,795,725.79	565,066,765.59	586,032,442.55
短期借款	-	-	22,000,000.00
应付票据	31,195,529.22	45,562,680.10	46,879,082.00
应付账款	49,466,919.64	48,932,568.17	49,593,533.35
预收款项	12,962,099.66	44,954,066.20	59,650,107.12
应付职工薪酬	8,286,819.69	8,438,775.55	9,362,174.56
应交税费	3,312,360.89	11,561,693.06	3,994,719.68
其他应付款	8,793,125.48	6,570,572.73	5,996,777.92
流动负债合计	114,016,854.58	166,020,355.81	197,476,394.63
预计负债	18,002,063.05	21,751,459.64	31,142,293.33
递延收益	1,000,000.00		
非流动负债合计	19,002,063.05	21,751,459.64	31,142,293.33
负债合计	133,018,917.63	187,771,815.45	228,618,687.96
实收资本（或股本）	150,000,000.00	150,000,000.00	150,000,000.00
资本公积	57,697,760.26	57,697,760.26	57,697,760.26
盈余公积	25,405,192.35	20,880,269.39	14,419,080.29
未分配利润	133,673,855.55	148,716,920.49	135,296,914.04
归属于母公司所有者权益合计	366,776,808.16	377,294,950.14	357,413,754.59
所有者权益（或股东权益）合计	366,776,808.16	377,294,950.14	357,413,754.59
负债和所有者权益（或股东权益）总计	499,795,725.79	565,066,765.59	586,032,442.55

2、合并利润表

单位：元

项目	2015 年度	2014 年度	2013 年度
一、营业总收入	370,727,222.90	448,972,029.49	542,398,044.70
其中：营业收入	370,727,222.90	448,972,029.49	542,398,044.70
二、营业总成本	323,868,271.71	384,209,732.03	458,256,245.97
其中：营业成本	153,578,610.04	191,739,626.08	242,395,411.76
营业税金及附加	4,312,492.29	4,918,528.35	6,815,594.46
销售费用	106,767,009.10	126,827,870.50	147,747,769.68
管理费用	41,631,905.43	46,282,008.24	48,035,737.54
财务费用	-1,864,195.52	-577,878.17	1,242,419.62
资产减值损失	19,442,450.37	15,019,577.03	12,019,312.91
加：投资收益	1,634,432.88	1,194,191.77	-
三、营业利润	48,493,384.07	65,956,489.23	84,141,798.73
加：营业外收入	1,728,011.10	11,774,558.32	533,136.72
其中：非流动资产处置利得	81,558.25	126,754.40	30,000.00
减：营业外支出	56,238.86	1,116,294.14	358,123.58
其中：非流动资产处置损失	56,238.86	16,294.14	33,579.80
四、利润总额	50,165,156.31	76,614,753.41	84,316,811.87
减：所得税费用	8,183,298.29	11,733,557.86	12,892,406.08
五、净利润	41,981,858.02	64,881,195.55	71,424,405.79
其中：被合并方在合并前实现的净利润		-	-
归属于母公司所有者的净利润	41,981,858.02	64,881,195.55	71,424,405.79
少数股东损益		-	-
六、其他综合收益		-	-
七、综合收益总额	41,981,858.02	64,881,195.55	71,424,405.79
归属于母公司所有者的综合收益总额	41,981,858.02	64,881,195.55	71,424,405.79
八、每股收益			
（一）基本每股收益	0.28	0.43	0.48
（二）稀释每股收益	0.28	0.43	0.48

3、合并现金流量表

单位：元

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	371,646,166.54	485,011,383.79	564,517,016.41
收到的税费返还	95,316.81	109,415.18	187,588.66
收到其他与经营活动有关的现金	9,829,030.49	17,345,009.74	7,608,858.71
经营活动现金流入小计	381,570,513.84	502,465,808.71	572,313,463.78
购买商品、接受劳务支付的现金	179,536,634.06	228,526,682.54	264,510,970.64
支付给职工以及为职工支付的现金	52,468,680.18	57,444,702.36	60,738,175.75
支付的各项税费	48,169,897.73	51,320,698.46	71,582,417.64
支付其他与经营活动有关的现金	87,786,777.28	105,955,275.76	130,693,920.63
经营活动现金流出小计	367,961,989.25	443,247,359.12	527,525,484.66
经营活动产生的现金流量净额	13,608,524.59	59,218,449.59	44,787,979.12
二、投资活动产生的现金流量			
收回投资收到的现金	92,000,000.00	65,000,000.00	-
取得投资收益收到的现金	1,634,432.88	1,194,191.77	-
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	22,458.55	271,730.77	9,807.69
投资活动现金流入小计	93,656,891.43	66,465,922.54	9,807.69
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	7,237,516.23	3,182,450.05	3,757,395.93
投资支付的现金	92,000,000.00	65,000,000.00	-
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-	-
投资活动现金流出小计	99,237,516.23	68,182,450.05	3,757,395.93
投资活动产生的现金流量净额	-5,580,624.80	-1,716,527.51	-3,747,588.24
三、筹资活动产生的现金流量			
取得借款收到的现金	-	-	22,000,000.00
筹资活动现金流入小计	-	-	22,000,000.00
偿还债务支付的现金	-	22,000,000.00	22,000,000.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	58,333,800.00	39,493,266.66	1,335,201.55
筹资活动现金流出小计	58,333,800.00	61,493,266.66	23,335,201.55
筹资活动产生的现金流量净额	-58,333,800.00	-61,493,266.66	-1,335,201.55
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	13,156.62	-44,978.70	-135,690.73
五、现金及现金等价物净增加额	-50,292,743.59	-4,036,323.28	39,569,498.60
加：期初现金及现金等价物余额	163,525,299.17	167,561,622.45	127,992,123.85
六、期末现金及现金等价物余额	113,232,555.58	163,525,299.17	167,561,622.45

（二）母公司财务报表

1、资产负债表

单位：元

项目	2015-12-31	2014-12-31	2013-12-31
货币资金	116,341,462.57	171,943,915.01	178,082,837.75
应收账款	106,358,591.60	97,313,588.63	95,649,574.17
预付款项	18,903,959.05	21,282,869.92	21,069,950.05
其他应收款	21,532,682.23	17,349,564.73	15,131,356.49
存货	93,088,132.14	104,969,641.25	111,393,099.14
流动资产合计	356,224,827.59	412,859,579.54	421,326,817.60
长期股权投资	5,000,000.00	5,000,000.00	5,000,000.00
投资性房地产	42,035,832.41	46,774,638.63	41,782,239.78
固定资产	45,180,287.95	46,803,464.55	59,177,153.18
在建工程	-	300,000.00	-
无形资产	17,262,908.19	10,890,201.73	11,407,988.89
递延所得税资产	13,448,146.79	12,519,395.43	12,912,457.15
非流动资产合计	122,927,175.34	122,287,700.34	130,279,839.00
资产总计	479,152,002.93	535,147,279.88	551,606,656.60
短期借款	-	-	22,000,000.00
应付票据	28,057,559.82	42,366,657.23	44,224,082.00
应付账款	41,680,720.77	39,196,105.44	40,081,980.48
预收款项	10,118,467.80	38,959,809.11	49,428,610.03
应付职工薪酬	7,260,781.82	7,441,249.35	8,091,266.86
应交税费	3,302,274.96	11,316,974.56	3,405,667.24
其他应付款	7,546,569.04	5,466,929.85	5,540,751.22
流动负债合计	97,966,374.21	144,747,725.54	172,772,357.83
预计负债	15,935,945.04	18,899,100.28	26,945,735.71
递延收益	1,000,000.00		
非流动负债合计	16,935,945.04	18,899,100.28	26,945,735.71
负债合计	114,902,319.25	163,646,825.82	199,718,093.54
实收资本（或股本）	150,000,000.00	150,000,000.00	150,000,000.00
资本公积	57,697,760.26	57,697,760.26	57,697,760.26
盈余公积	25,405,192.35	20,880,269.39	14,419,080.29
未分配利润	131,146,731.07	142,922,424.41	129,771,722.51
所有者权益（或股东权益）合计	364,249,683.68	371,500,454.06	351,888,563.06
负债和所有者权益（或股东权益）总计	479,152,002.93	535,147,279.88	551,606,656.60

2、利润表

单位：元

项目	2015 年度	2014 年度	2013 年度
一、营业收入	337,220,927.02	396,871,379.69	477,601,057.03
减：营业成本	141,840,201.09	172,573,885.03	220,378,726.42
营业税金及附加	4,028,335.45	4,516,772.63	6,095,383.46
销售费用	89,466,425.52	103,162,072.67	121,244,154.27
管理费用	37,562,301.61	41,374,973.83	44,044,769.26
财务费用	-1,814,261.87	-592,320.64	1,257,939.17
资产减值损失	15,864,751.24	11,468,348.05	9,566,471.35
加：投资收益	1,634,432.88	1,194,191.77	-
二、营业利润（亏损以“-”填列）	51,907,606.86	65,561,839.89	75,013,613.10
加：营业外收入	1,702,844.18	11,774,558.32	533,136.72
其中：非流动资产处置利得	81,558.25	126,754.40	30,000.00
减：营业外支出	30,440.38	1,116,294.14	337,069.42
其中：非流动资产处置损失	30,440.38	16,294.14	12,525.64
三、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	53,580,010.66	76,220,104.07	75,209,680.40
减：所得税费用	8,330,781.04	11,608,213.07	11,466,384.65
四、净利润（净亏损以“-”号填列）	45,249,229.62	64,611,891.00	63,743,295.75
五、其他综合收益	-	-	-
六、综合收益总额	45,249,229.62	64,611,891.00	63,743,295.75
七、每股收益：			
（一）基本每股收益			
（二）稀释每股收益			

3、现金流量表

单位：元

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	335,017,592.45	430,344,953.46	494,124,109.58
收到的税费返还	95,316.81	109,415.18	187,588.66
收到其他与经营活动有关的现金	9,118,356.76	17,409,371.52	7,549,400.29
经营活动现金流入小计	344,231,266.02	447,863,740.16	501,861,098.53
购买商品、接受劳务支付的现金	161,502,214.99	200,256,064.39	234,132,466.66
支付给职工以及为职工支付的现金	45,326,763.01	49,115,266.20	51,828,755.27
支付的各项税费	44,917,001.96	46,803,339.45	64,541,612.14
支付其他与经营活动有关的现金	79,935,834.40	88,974,692.75	110,798,560.40
经营活动现金流出小计	331,681,814.36	385,149,362.79	461,301,394.47
经营活动产生的现金流量净额	12,549,451.66	62,714,377.37	40,559,704.06
二、投资活动产生的现金流量			
收回投资收到的现金	92,000,000.00	65,000,000.00	-
取得投资收益收到的现金	1,634,432.88	1,194,191.77	-
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	22,458.55	271,730.77	9,807.69
投资活动现金流入小计	93,656,891.43	66,465,922.54	9,807.69
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	7,225,274.30	3,162,920.84	3,653,808.36
投资支付的现金	92,000,000.00	65,000,000.00	-
投资活动现金流出小计	99,225,274.30	68,162,920.84	3,653,808.36
投资活动产生的现金流量净额	-5,568,382.87	-1,696,998.30	-3,644,000.67
三、筹资活动产生的现金流量			
取得借款收到的现金	-	-	22,000,000.00
筹资活动现金流入小计	-	-	22,000,000.00
偿还债务支付的现金	-	22,000,000.00	22,000,000.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	58,333,800.00	39,493,266.66	1,335,201.55
筹资活动现金流出小计	58,333,800.00	61,493,266.66	23,335,201.55
筹资活动产生的现金流量净额	-58,333,800.00	-61,493,266.66	-1,335,201.55
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	46,753.41	-40,537.37	-137,398.25
五、现金及现金等价物净增加额	-51,305,977.80	-516,424.96	35,443,103.59
加：期初现金及现金等价物余额	159,227,165.99	159,743,590.95	124,300,487.36
六、期末现金及现金等价物余额	107,921,188.19	159,227,165.99	159,743,590.95

二、审计意见

立信对公司2013年12月31日、2014年12月31日和2015年12月31日的资产负债表和合并资产负债表，2013年度、2014年度和2015年度的利润表和合并利润表、现金流量表和合并现金流量表、股东权益变动表和合并股东权益变动表及财务报表附注进行了审计，出具了信会师报字[2016]第110929号标准无保留意见《审计报告》，认为“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，公允反映了公司2013年12月31日、2014年12月31日和2015年12月31日的财务状况以及2013年度、2014年度和2015年度的经营成果和现金流量。”

三、财务报表的编制基础、合并财务报表范围及变化情况

（一）财务报表的编制基础

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》和各项具体会计准则、企业会计准则应用指南、企业会计准则解释及其他相关规定、以及中国证监会《公开发行证券的公司信息披露编报规则第15号—财务报告的一般规定》的披露规定编制财务报表。

（二）合并报表范围及其变化

1、报告期内纳入合并报表范围的公司情况

公司名称	合并期间
意华堂	2013 年度、2014 年度和 2015 年度

2、报告期内本公司合并范围的子公司概况

意华堂的基本情况参见第五节“六、发行人子公司情况”。报告期内，意华堂的基本财务情况如下：

项目	2015-12-31 /2015 年度	2014-12-31 /2014 年度	2013-12-31 /2013 年度
总资产	4,413.20	4,838.30	4,980.72
净资产	752.71	1,079.45	1,052.52
净利润	-326.74	26.93	768.11

四、报告期内采用的主要会计政策和会计估计

公司采用公历年为会计年度，即自每年1月1日至12月31日为一个会计年度。

（一）收入

1、销售商品收入确认时间的具体判断标准

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。

公司具体的销售商品收入确认原则如下：

经销模式			收入确认具体原则	
加盟模式	买断模式		公司向加盟商发出货物，确认销售收入。	
	委托代销模式		加盟商将商品销售并向公司开具代销清单，确认销售收入。	
自营模式	直营模式	联营模式	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。	
		非联营模式	公司向商场或业主租赁柜台，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	联营模式	公司和商场签订《联营合同》，并和管理商签订《品牌推广合作协议》，将直营店委托管理商管理，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。商场向公司支付货款，管理费由公司另行支付给管理商。	
		非联营模式	公司向商场或业主租赁柜台，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，管理费由公司另行支付给管理商。	

其他销售收入具体确认方式：（1）定制业务：公司将商品交付给消费者时确认销售收入实现；（2）电子商务：公司将商品交付给消费者，在约定退货期届满后确认收入。

2、确认让渡资产使用权收入的依据

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。

（二）现金及现金等价物的确定标准

在编制现金流量表时，将本公司库存现金以及可以随时用于支付的存款确认为现金。将同时具备期限短（从购买日起三个月内到期）、流动性强、易于转换为已知现金、价值变动风险很小四个条件的投资，确定为现金等价物。

（三）外币业务

外币业务采用交易发生日的即期汇率作为折算汇率将外币金额折合成人民币记账。

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。

（四）应收账款坏账准备

1、单项金额重大并单独计提坏账准备的应收款项

单项金额重大的判断依据或金额标准：应收款项余额超过100万元（含100万元）的。

单项金额重大并单独计提坏账准备的计提方法：单独进行减值测试，如有客观证据表明其已发生减值，按预计未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备，计入当期损益。单独测试未发生减值的应收款项，将其归入相应组合计提坏账准备。

2、按信用风险特征组合计提坏账准备的应收款项

确定组合的依据	
组合 1	期末对于应收账款、其他应收款进行单项减值测试。如有客观证据表明其发生了减值的，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额，确认减值损失，计提坏账准备。如经减值测试未发现减值的，按账龄分析法计提坏账准备。
组合 2	期末对于应收票据、预付款项进行单项减值测试。如有客观证据表明其发生了减值的，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额，确认减值损失，计提坏账准备。如经减值测试未发现减值的，则不计提坏账准备。
组合 3	公司合并范围内关联方
按组合计提坏账准备的计提方法	
组合 1	账龄分析法
组合 2	其他方法
组合 3	不计提坏账准备

组合中，采用账龄分析法计提坏账准备的：

账龄	应收账款计提比例 (%)	其他应收款计提比例 (%)
1 年以内（含 1 年）	5	5
1 至 2 年	20	20
2 至 3 年	50	50
3 至 4 年	80	80
4 至 5 年	90	90
5 年以上	100	100

3、单项金额虽不重大但单独计提坏账准备的应收款项

单独计提坏账准备的理由：账龄三年以上，单项金额虽不重大，但存在重大减值风险的应收款项进行单项减值测试。

坏账准备的计提方法：结合现时情况分析法确认坏账准备计提的比例。

（五）存货

1、存货的分类

存货分类为：原材料、委托加工物资、库存商品和委托代销商品等。

2、发出存货的计价方法

存货发出时按加权平均法计价。

3、不同类别存货可变现净值的确定依据及存货跌价准备的计提方法

不同类别存货可变现净值的确定依据：

库存商品和用于出售的材料等直接用于出售的商品存货，在正常生产经营过程中，以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值；需要经过加工的材料存货，在正常生产经营过程中，以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值；为执行销售合同或者劳务合同而持有的存货，其可变现净值以合同价格为基础计算，若持有存货的数量多于销售合同订购数量的，超出部分的存货的可变现净值以一般销售价格为基础计算。

期末按照单个存货项目计提存货跌价准备；但对于数量繁多、单价较低的存货，按照存货类别计提存货跌价准备；与在同一地区生产和销售的产品系列相关、具有相同或类似最终用途或目的，且难以与其他项目分开计量的存货，则合并计提存货跌价准备。

除有明确证据表明资产负债表日市场价格异常外，存货项目的可变现净值以资产负债表日市场价格为基础确定。

期末存货项目的可变现净值以资产负债表日市场价格为基础确定。

存货跌价准备的计提方法：

期末对存货进行全面清查后，对于库存商品和委托代销商品按库龄核价的方法计提存货跌价准备，库存商品批准报废和出售时，在库存商品提成差价（存货跌价准备）中列支，对于原材料的按成本与可变现净值孰低提取或调整存货跌价准备。

库存商品和委托代销商品划分库龄段按照以下方法计提跌价准备：

季节/年份		T 年春夏季	T 年秋冬季
T+0 年	6 月末	5%	5%
	12 月末	15%	5%
T+1 年	6 月末	20%	15%
	12 月末	20%	20%
T+2 年	6 月末	40%	20%
	12 月末	40%	40%
T+3 年	6 月末	60%	40%
	12 月末	60%	60%
T+4 年	6 月末	80%	60%
	12 月末	80%	80%
T+5 年	6 月末	100%	80%
	12 月末	100%	100%
T+N (N>5) 年	6 月末	100%	100%
	12 月末	100%	100%

注：T 表示货品年份

除库存商品和委托代销商品以外的存货按照以下方法计提跌价准备：用于出售的材料等直接用于出售的商品存货，在正常生产经营过程中，以该库存商品的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值；需要经过加工的材料存货，在正常生产经营过程中，以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值；为执行销售合同或者劳务合同而持有的存货，其可变现净值以合同价格为基础计算，若持有存货的数量多于销售合同订购数量的，超出部分的存货的可变现净值以一般销售价格为基础计算。期末按照除库存商品以外的单个存货项目计提存货跌价准备；但对于数量繁多、单价较低除库存商品以外的存货，按照存货类别计提存货跌价准备；与在同一地区生产和销售的产品系列相关、具有相同或类似最终用途或目的，且难以与其他项目分开计量的存货，则合并计提存货跌价准备。

以前减记存货价值的影响因素已经消失的，减记的金额予以恢复，并在原已计提的存货跌价准备金额内转回，转回的金额计入当期损益。

除有明确证据表明资产负债表日市场价格异常外，存货项目的可变现净值以资产负债表日市场价格为基础确定。

资产负债表日市场价格异常的判断依据为：本期期末除库存商品及委托代销商品外的存货项目的可变现净值以资产负债表日市场价格为基础确定。

4、存货的盘存制度

采用永续盘存制。

（六）长期股权投资

1、共同控制、重大影响的判断标准

共同控制，是指按照相关约定对某项安排所共有的控制，并且该安排的相关活动必须经过分享控制权的参与方一致同意后才能决策。本公司与其他合营方一同对被投资单位实施共同控制且对被投资单位净资产享有权利的，被投资单位为本公司的合营企业。

重大影响，是指对一个企业的财务和经营决策有参与决策的权力，但并不能够控制或者与其他方一起共同控制这些政策的制定。本公司能够对被投资单位施加重大影响的，被投资单位为本公司联营企业。

2、初始投资成本的确定

（1）企业合并形成的长期股权投资

同一控制下的企业合并：公司以支付现金、转让非现金资产或承担债务方式以及以发行权益性证券作为合并对价的，在合并日按照取得被合并方所有者权益在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额作为长期股权投资的初始投资成本。因追加投资等原因能够对同一控制下的被投资单位实施控制的，在合并日根据合并后应享有被合并方净资产在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额，确定长期股权投资的初始投资成本。合并日长期股权投资初始投资成本，与达到合并前的长期股权投资账面价值加上合并日进一步取得股份新支付对价的账面价值之和的差额，调整股本溢价，股本溢价不足冲减的，冲减留存收益。

非同一控制下的企业合并：公司按照购买日确定的合并成本作为长期股权投资的初始投资成本。因追加投资等原因能够对非同一控制下的被投资单位实施控制的，按照原持有的股权投资账面价值加上新增投资成本之和，作为改按成本法核算的初始投资成本。

（2）其他方式取得的长期股权投资

以支付现金方式取得的长期股权投资，按照实际支付的购买价款作为初始投资成本。

以发行权益性证券取得的长期股权投资，按照发行权益性证券的公允价值作为初始投资成本。

在非货币性资产交换具备商业实质和换入资产或换出资产的公允价值能够可靠计量的前提下，非货币性资产交换换入的长期股权投资以换出资产的公允价值和应支付的相关税费确定其初始投资成本，除非有确凿证据表明换入资产的公允价值更加可靠；不满足上述前提的非货币性资产交换，以换出资产的账面价值和应支付的相关税费作为换入长期股权投资的初始投资成本。

通过债务重组取得的长期股权投资，其初始投资成本按照公允价值为基础确定。

3、后续计量及损益确认方法

（1）成本法核算的长期股权投资

公司对子公司的长期股权投资，采用成本法核算。除取得投资时实际支付的价款或对价中包含的已宣告但尚未发放的现金股利或利润外，公司按照享有被投资单位宣告发放的现金股利或利润确认当期投资收益。

（2）权益法核算的长期股权投资

对联营企业和合营企业的长期股权投资，采用权益法核算。初始投资成本大于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的差额，不调整长期股权投资的初始投资成本；初始投资成本小于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的差额，计入当期损益。

公司按照应享有或应分担的被投资单位实现的净损益和其他综合收益的份额，分别确认投资收益和其他综合收益，同时调整长期股权投资的账面价值；按照被投资单位宣告分派的利润或现金股利计算应享有的部分，相应减少长期股权投资的账面价值；对于被投资单位除净损益、其他综合收益和利润分配以外所有者权益的其他变动，调整长期股权投资的账面价值并计入所有者权益。

在确认应享有被投资单位净损益的份额时，以取得投资时被投资单位可辨认净资产的公允价值为基础，并按照公司的会计政策及会计期间，对被投资单位的净利润进行调整后确认。在持有投资期间，被投资单位编制合并财务报表的，以

合并财务报表中的净利润、其他综合收益和其他所有者权益变动中归属于被投资单位的金额为基础进行核算。

在公司确认应分担被投资单位发生的亏损时，按照以下顺序进行处理：首先，冲减长期股权投资的账面价值。其次，长期股权投资的账面价值不足以冲减的，以其他实质上构成对被投资单位净投资的长期权益账面价值为限继续确认投资损失，冲减长期应收项目等的账面价值。最后，经过上述处理，按照投资合同或协议约定企业仍承担额外义务的，按预计承担的义务确认预计负债，计入当期投资损失。

（3）长期股权投资的处置

处置长期股权投资，其账面价值与实际取得价款的差额，计入当期损益。

采用权益法核算的长期股权投资，在处置该项投资时，采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础，按相应比例对原计入其他综合收益的部分进行会计处理。因被投资单位除净损益、其他综合收益和利润分配以外的其他所有者权益变动而确认的所有者权益，按比例结转入当期损益，由于被投资方重新计量设定受益计划净负债或净资产变动而产生的其他综合收益除外。

因处置部分股权投资等原因丧失了对被投资单位的共同控制或重大影响的，处置后的剩余股权改按金融工具确认和计量准则核算，其在丧失共同控制或重大影响之日的公允价值与账面价值之间的差额计入当期损益。原股权投资因采用权益法核算而确认的其他综合收益，在终止采用权益法核算时采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础进行会计处理。因被投资方除净损益、其他综合收益和利润分配以外的其他所有者权益变动而确认的所有者权益，在终止采用权益法核算时全部转入当期损益。

因处置部分股权投资、因其他投资方对子公司增资而导致本公司持股比例下降等原因丧失了对被投资单位控制权的，在编制个别财务报表时，剩余股权能够对被投资单位实施共同控制或重大影响的，改按权益法核算，并对该剩余股权视同自取得时即采用权益法核算进行调整；剩余股权不能对被投资单位实施共同控制或施加重大影响的，改按金融工具确认和计量准则的有关规定进行会计处理，其在丧失控制之日的公允价值与账面价值间的差额计入当期损益。

处置的股权是因追加投资等原因通过企业合并取得的，在编制个别财务报表时，处置后的剩余股权采用成本法或权益法核算的，购买日之前持有的股权投资因采

用权益法核算而确认的其他综合收益和其他所有者权益按比例结转；处置后的剩余股权改按金融工具确认和计量准则进行会计处理的，其他综合收益和其他所有者权益全部结转。

（七）投资性房地产

投资性房地产是指为赚取租金或资本增值，或两者兼有而持有的房地产，包括已出租的土地使用权、持有并准备增值后转让的土地使用权、已出租的建筑物（含自行建造或开发活动完成后用于出租的建筑物以及正在建造或开发过程中将来用于出租的建筑物）。

公司对现有投资性房地产采用成本模式计量。对按照成本模式计量的投资性房地产一出租用建筑物采用与本公司固定资产相同的折旧政策，出租用土地使用权按与无形资产相同的摊销政策执行。

（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、折旧方法

固定资产折旧采用年限平均法分类计提，根据固定资产类别、预计使用寿命和预计净残值率确定折旧率。如固定资产各组成部分的使用寿命不同或者以不同方式为企业提供经济利益，则选择不同折旧率或折旧方法，分别计提折旧。

各类固定资产折旧方法、折旧年限、残值率和年折旧率如下：

类别	折旧方法	折旧年限（年）	残值率（%）	年折旧率（%）
房屋建筑物	年限平均法	20	5.00	4.75
运输设备	年限平均法	5	5.00	19.00
通用设备	年限平均法	10	5.00	9.50
电子设备	年限平均法	3	5.00	31.67
办公设备	年限平均法	5	5.00	19.00
固定资产装修	年限平均法	5	-	20.00

（九）在建工程

在建工程项目按建造该项资产达到预定可使用状态前所发生的必要支出，作

为固定资产的入账价值。所建造的固定资产在工程已达到预定可使用状态，但尚未办理竣工决算的，自达到预定可使用状态之日起，根据工程预算、造价或者工程实际成本等，按估计的价值转入固定资产，并按本公司固定资产折旧政策计提固定资产的折旧，待办理竣工决算后，再按实际成本调整原来的暂估价值，但不调整原已计提的折旧额。

（十）无形资产

1、无形资产的计价方法

（1）公司取得无形资产时按成本进行初始计量；

外购无形资产的成本，包括购买价款、相关税费以及直接归属于使该项资产达到预定用途所发生的其他支出。购买无形资产的价款超过正常信用条件延期支付，实质上具有融资性质的，无形资产的成本以购买价款的现值为基础确定。

债务重组取得债务人用以抵债的无形资产，以该无形资产的公允价值为基础确定其入账价值，并将重组债务的账面价值与该用以抵债的无形资产公允价值之间的差额，计入当期损益；

在非货币性资产交换具备商业实质且换入资产或换出资产的公允价值能够可靠计量的前提下，非货币性资产交换换入的无形资产以换出资产的公允价值为基础确定其入账价值，除非有确凿证据表明换入资产的公允价值更加可靠；不满足上述前提的非货币性资产交换，以换出资产的账面价值和应支付的相关税费作为换入无形资产的成本，不确认损益。

（2）后续计量

在取得无形资产时分析判断其使用寿命。

对于使用寿命有限的无形资产，在为企业带来经济利益的期限内按直线法摊销；无法预见无形资产为企业带来经济利益期限的，视为使用寿命不确定的无形资产，不予摊销。

2、使用寿命有限的无形资产的使用寿命估计情况

项 目	预计使用寿命	依 据
土地使用权	按 50 年或剩余使用年限	出让合同约定
软件系统	5 年	预计可使用年限
商标权	10 年	商标注册证约定

每年度终了，对使用寿命有限的无形资产的使用寿命及摊销方法进行复核。

经复核，本年期末无形资产的使用寿命及摊销方法与以前估计未有不同。

3、使用寿命不确定的无形资产的判断依据以及对其使用寿命进行复核的程序

不适用。

4、划分研究阶段和开发阶段的具体标准

公司内部研究开发项目的支出分为研究阶段支出和开发阶段支出。

研究阶段：为获取并理解新的科学或技术知识等而进行的独创性的有计划调查、研究活动的阶段。

开发阶段：在进行商业性生产或使用前，将研究成果或其他知识应用于某项计划或设计，以生产出新的或具有实质性改进的材料、装置、产品等活动的阶段。

（十一）长期资产减值

长期股权投资、采用成本模式计量的投资性房地产、固定资产、在建工程、使用寿命有限的无形资产等长期资产，于资产负债表日存在减值迹象的，进行减值测试。减值测试结果表明资产的可收回金额低于其账面价值的，按其差额计提减值准备并计入减值损失。可收回金额为资产的公允价值减去处置费用后的净额与资产预计未来现金流量的现值两者之间的较高者。资产减值准备按单项资产为基础计算并确认，如果难以对单项资产的可收回金额进行估计的，以该资产所属的资产组确定资产组的可收回金额。资产组是能够独立产生现金流入的最小资产组合。

商誉和使用寿命不确定的无形资产至少在每年年度终了进行减值测试。

公司进行商誉减值测试，对于因企业合并形成的商誉的账面价值，自购买日起按照合理的方法分摊至相关的资产组；难以分摊至相关的资产组的，将其分摊至相关的资产组组合。在将商誉的账面价值分摊至相关的资产组或者资产组组合时，按照各资产组或者资产组组合的公允价值占相关资产组或者资产组组合公允价值总额的比例进行分摊。公允价值难以可靠计量的，按照各资产组或者资产组组合的账面价值占相关资产组或者资产组组合账面价值总额的比例进行分摊。

在对包含商誉的相关资产组或者资产组组合进行减值测试时，如与商誉相关的资产组或者资产组组合存在减值迹象的，先对不包含商誉的资产组或者资产组组合进行减值测试，计算可收回金额，并与相关账面价值相比较，确认相应的减值损失。再对包含商誉的资产组或者资产组组合进行减值测试，比较这些相关资

产组或者资产组组合的账面价值（包括所分摊的商誉的账面价值部分）与其可收回金额，如相关资产组或者资产组组合的可收回金额低于其账面价值的，确认商誉的减值损失。上述资产减值损失一经确认，在以后会计期间不予转回。

（十二）政府补助

1、类型

政府补助，是本公司从政府无偿取得的货币性资产与非货币性资产。分为与资产相关的政府补助和与收益相关的政府补助。

与资产相关的政府补助，是指本公司取得的、用于购建或以其他方式形成长期资产的政府补助，包括购买固定资产或无形资产的财政拨款、固定资产专门借款的财政贴息等。与收益相关的政府补助，是指除与资产相关的政府补助之外的政府补助。

本公司将政府补助划分为与资产相关的具体标准为：企业取得的，用于购建或以其他方式形成长期资产的政府补助。

本公司将政府补助划分为与收益相关的具体标准为：除与资产相关的政府补助之外的政府补助。

对于政府文件未明确规定补助对象的，本公司将该政府补助划分为与资产相关或与收益相关的判断依据为：是否用于购建或以其他方式形成长期资产。

2、确认时点

本公司政府补助于实际收到或取得相关补助的获取权力时确认。

3、会计处理方法

与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。

（十三）递延所得税资产和递延所得税负债

对于可抵扣暂时性差异确认递延所得税资产，以未来期间很可能取得的用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额为限。对于能够结转以后年度的可抵扣亏损和税款抵减，以很可能获得用来抵扣可抵扣亏损和税款抵减的未来应纳税所得

额为限，确认相应的递延所得税资产。

对于应纳税暂时性差异，除特殊情况外，确认递延所得税负债。

不确认递延所得税资产或递延所得税负债的特殊情况包括：商誉的初始确认；除企业合并以外的发生时既不影响会计利润也不影响应纳税所得额（或可抵扣亏损）的其他交易或事项。

当拥有以净额结算的法定权利，且意图以净额结算或取得资产、清偿负债同时进行，当期所得税资产及当期所得税负债以抵销后的净额列报。

当拥有以净额结算当期所得税资产及当期所得税负债的法定权利，且递延所得税资产及递延所得税负债是与同一税收征管部门对同一纳税主体征收的所得税相关或者是对不同的纳税主体相关，但在未来每一具有重要性的递延所得税资产及负债转回的期间内，涉及的纳税主体意图以净额结算当期所得税资产和负债或是同时取得资产、清偿负债时，递延所得税资产及递延所得税负债以抵销后的净额列报。

（十四）预计负债

1、预计负债的确认标准

与诉讼、债务担保、亏损合同、重组事项等或有事项相关的义务同时满足下列条件时，本公司确认为预计负债

- （1）该义务是本公司承担的现时义务；
- （2）履行该义务很可能导致经济利益流出本公司；
- （3）该义务的金额能够可靠地计量。

2、各类预计负债的计量方法

本公司预计负债按履行相关现时义务所需的支出的最佳估计数进行初始计量。

本公司在确定最佳估计数时，综合考虑与或有事项有关的风险、不确定性和货币时间价值等因素。对于货币时间价值影响重大的，通过对相关未来现金流出进行折现后确定最佳估计数。

最佳估计数分别按以下情况处理：

所需支出存在一个连续范围（或区间），且该范围内各种结果发生的可能性相同的，则最佳估计数按照该范围的中间值即上下限金额的平均数确定。

所需支出不存在一个连续范围（或区间），或虽然存在一个连续范围但该范围内各种结果发生的可能性不相同的，如或有事项涉及单个项目的，则最佳估计数按照最可能发生金额确定；如或有事项涉及多个项目的，则最佳估计数按各种可能结果及相关概率计算确定。

本公司清偿预计负债所需支出全部或部分预期由第三方补偿的，补偿金额在基本确定能够收到时，作为资产单独确认，确认的补偿金额不超过预计负债的账面价值。

3、预计负债的会计处理方法

本公司对预计退换货进行合理估计，于每个会计期末对当期很可能发生并且金额能够可靠计量的预计退换货损失进行确认，并于下一个会计期间冲回。

（十五）租赁

经营租赁会计处理：

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，确认为租赁相关收入。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相关收入确认相同的基础分期计入当期收益。

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）关联方

一方控制、共同控制另一方或对另一方施加重大影响，以及两方或两方以上同受一方控制、共同控制的，构成关联方。关联方可为个人或企业。仅仅同受国家控制而不存在其他关联方关系的企业，不构成本公司的关联方。

公司的关联方包括但不限于：

1、公司的母公司；

- 2、公司的子公司；
- 3、与公司受同一母公司控制的其他企业；
- 4、对公司实施共同控制的投资方；
- 5、对公司施加重大影响的投资方；
- 6、公司的合营企业，包括合营企业的子公司；
- 7、公司的联营企业，包括联营企业的子公司；
- 8、公司的主要投资者个人及与其关系密切的家庭成员；
- 9、公司或其母公司的关键管理人员及与其关系密切的家庭成员；
- 10、公司的主要投资者个人、关键管理人员或与其关系密切的家庭成员控制、共同控制的其他企业。

除上述按照企业会计准则的有关要求被确定为公司关联方外，还要参考中国证监会颁布的《上市公司信息披露管理办法》及证券交易所颁布的相关关联方要求。

（十七）遵循企业会计准则的声明

公司所编制的财务报表符合企业会计准则的要求，真实、完整地反映了报告期公司的财务状况、经营成果、现金流量等有关信息。

五、分部信息

（一）产品分部（按收入）

产品类别	2015 年度	2014 年度	2013 年度
T 恤	5,676.16	6,759.55	7,133.82
衬衫	2,858.16	3,968.77	4,160.96
西服	2,261.30	3,069.89	2,276.42
茄克	2,325.86	2,862.24	3,832.24
毛衣	3,134.29	3,527.80	4,677.38
棉衣	5,440.00	5,464.61	8,949.32
皮衣	3,189.72	3,536.35	6,517.20
休闲裤	7,292.66	8,772.11	9,004.31
鞋	2,862.05	4,008.17	4,089.26
皮具配饰	783.11	1,554.50	2,050.79
合计	35,823.29	43,523.99	52,691.69

（二）地区分部（按收入）

地区	2015 年度	2014 年度	2013 年度

西南地区	29,321.58	33,974.69	37,989.00
华东地区	2,458.02	4,308.54	7,039.11
华中地区	2,034.98	2,167.03	2,752.96
东北地区	842.85	1,280.83	2,227.79
华南地区	619.38	947.78	1,214.16
西北地区	237.09	527.56	756.36
华北地区	281.52	173.61	475.43
国内小计	35,795.42	43,380.04	52,454.81
海外部分	27.88	143.95	236.88
合计	35,823.29	43,523.99	52,691.69

六、非经常性损益

报告期内公司非经常性损益的具体内容、金额如下：

单位：元

项目	2015 年度	2014 年度	2013 年度
非流动资产处置损益	25,319.39	110,460.26	-3,579.80
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）	1,461,853.46	11,606,500.00	450,300.00
计入当期损益的对非金融企业收取的资金占用费	-	-	-6,767.14
单独进行减值测试的应收款项减值准备转回	-	-	3,240,000.00
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	184,599.39	-1,058,696.08	-271,707.06
所得税影响额	-250,765.84	-1,598,739.63	-25,544.79
少数股东权益影响额（税后）	-	-	-
合计	1,421,006.40	9,059,524.55	3,382,701.21

七、最近一期末的主要资产情况

（一）投资性房地产

账面原值	累计折旧和累计摊销	账面价值
5,807.11	1,603.53	4,203.58

公司投资性房地产采取成本计量模式进行后续计量，并按照资产减值政策计提资产减值准备。报告期末未发现投资性房地产存在明显减值迹象，故未计提减值准备。

（二）固定资产

类别	折旧年限	账面原值	累计折旧	账面净值

类别	折旧年限	账面原值	累计折旧	账面净值
房屋建筑物	20 年	5,343.79	1,616.61	3,727.18
运输设备	5 年	1,364.61	1,152.03	212.58
通用设备	10 年	375.01	206.84	168.17
电子设备	3 年	356.59	223.51	133.08
办公设备	5 年	285.00	205.51	79.49
固定资产装修	5 年	1,826.80	1,625.96	200.84
合计		9,551.80	5,030.46	4,521.34

截至报告期末，公司固定资产不存在减值迹象，故未计提减值准备。

（三）无形资产

公司土地使用权均为出让取得，软件系统为购买取得，商标为申请注册或受让取得。截至报告期末，公司无形资产情况如下表所示：

类别	摊销年限	账面原值	累计摊销	账面净值
土地使用权	按 50 年或剩余使用年限	1,077.29	125.12	952.17
软件系统	5 年	777.25	70.69	706.56
商标权	10 年	118.74	51.18	67.56
合计		1,973.28	246.99	1,726.29

八、最近一期末的主要债项情况

（一）应付票据

截至报告期末，公司应付票据余额为 3,119.55 万元，均为银行承兑汇票。期末应付票据中无欠持本公司 5%以上（含 5%）表决权股份的股东票据金额。

（二）应付账款

截至报告期末，公司应付账款情况如下表所示：

账龄	金额	比例
1 年以内	4,800.98	97.05%
1 年以上	145.71	2.95%
合计	4,946.69	100.00%

期末应付账款中无欠持本公司 5%以上（含 5%）表决权股份的股东款项。

（三）预收款项

截至报告期末，公司预收款项余额为 1,296.21 万元，无预收本公司 5%以上（含 5%）表决权股份的股东款项。

（四）应付职工薪酬

截至报告期末，公司应付职工薪酬余额 828.68 万元，无拖欠性质的应付职工薪酬。

（五）预计负债

截至报告期末，公司预计负债 1,800.21 万元，系公司根据 2015 年 7-12 月销售给加盟商的货款总额并结合预计退换货率计提的、对加盟商销售的商品中可能出现的退货商品中所涉及的毛利。

九、所有者权益及变动情况

（一）股本变化情况

股东	2015-12-31	2014-12-31	2013-12-31
刘长明	7,354.50	7,354.50	7,354.50
雷迪波尔投资	3,937.50	3,937.50	3,937.50
德和治新	1,339.50	1,339.50	1,339.50
张仕国	1,284.00	1,284.00	1,284.00
刘安炯等其他自然人股东	1,084.50	1,084.50	1,084.50
合计	15,000.00	15,000.00	15,000.00

报告期内股本的增减变动情况参见第五节“三（一）发行人股本形成及变化”。

（二）资本公积

项目	2015-12-31	2014-12-31	2013-12-31
投资者投入的资本	5,769.78	5,769.78	5,769.78
合计	5,769.78	5,769.78	5,769.78

2012 年 5 月 21 日，经雷迪波尔有限股东会决议通过，雷迪波尔有限以截至 2011 年 12 月 31 日经审计的净资产折成股份公司股本 15,000 万股，净资产超过股本部分 5,769.78 万元计入资本公积。

（三）盈余公积

项目	2015-12-31	2014-12-31	2013-12-31
法定盈余公积	2,540.52	2,088.03	1,441.91
合计	2,540.52	2,088.03	1,441.91

报告期内，公司按净利润的10%计提法定盈余公积。2012年度盈余公积较小，系因发行人整体变更时用截至2011年12月31日盈余公积转增股本所致。

（四）未分配利润

项目	2015-12-31	2014-12-31	2013-12-31
年初未分配利润	14,871.69	13,529.69	7,024.68
加：本期归属于母公司所有者的净利润	4,198.19	6,488.12	7,142.44
减：提取法定盈余公积	452.49	646.12	637.43
应付普通股股利	5,250.00	4,500.00	—
转作股本的普通股股利	—	—	—
期末未分配利润	13,367.39	14,871.69	13,529.69

十、现金流量情况

（一）公司报告期内现金流量情况

项目	2015年度	2014年度	2013年度
经营活动产生的现金流量净额	1,360.85	5,921.84	4,478.80
投资活动产生的现金流量净额	-558.06	-171.65	-374.76
筹资活动产生的现金流量净额	-5,833.38	-6,149.33	-133.52
汇率变动对现金及现金等价物的影响	1.32	-4.50	-13.57
现金及现金等价物净增加额	-5,029.27	-403.63	3,956.95

（二）报告期内不涉及现金收支的重大投资和筹资活动

公司报告期内不存在不涉及现金收支的重大投资和筹资活动。

十一、发行人主要税种、享受的税收优惠政策及纳税情况

（一）发行人的主要税种及享受的税收优惠政策

1、公司主要税种和税率

税种	计税依据	税率
增值税	按税法规定计算的销售货物和应税劳务收入为基础计算销项税额，在扣除当期允许抵扣的进项税额后，差额部分为应交增值税	17%
营业税	按应税营业收入计征	5%
企业所得税	按应纳税所得额计征	15%

注：加盟费收入增值税按应税收入的6%计征。

2、税收优惠及批文

2011年7月27日，财政部、海关总署、国家税务总局颁布《关于深入实施西部大开发战略有关税收政策问题的通知》（财税[2011]58号），规定自2011年1月1日至2020年12月31日，对设在西部地区的鼓励类产业企业减按15%的税率征收企业所得税。上述鼓励类产业企业是指以《西部地区鼓励类产业目录》中规定的产业项目为主营业务，且其主营业务收入占企业收入总额70%以上的企业。2014年8月20日，国家发改委颁布《西部地区鼓励类产业目录》。根据《关于

深入实施西部大开发战略有关企业所得税问题的公告》（国家税务总局公告 2012 年第 12 号）等文件的规定，发行人及子公司意华堂已取得当地主管税务机关成都市温江区国家税务局出具的关于 2013 年度、2014 年度和 2015 年度西部大开发企业所得税优惠的备案文件，公司及意华堂 2013 年度、2014 年度和 2015 年度企业所得税减按 15% 税率缴纳。

（二）发行人及其子公司的纳税情况

报告期内，发行人以及子公司意华堂遵守国家税收法律、法规，依法纳税，各项税收优惠符合相关法律法规之规定，未有抗税、偷税及欠税等税务违法行为，也未有因违反税收法律、法规和规范性文件而受到处罚的情形。对此，成都市温江区国家税务局和成都市温江区地方税务局均出具了《关于雷迪波尔纳税及有关税务情况的说明》以及《关于意华堂纳税及有关税务情况的说明》。

十二、期后事项、或有事项及其他重要事项

无。

十三、主要财务指标

（一）主要财务指标

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）	3.33	2.68	2.32
速动比率（倍）	2.12	1.76	1.52
资产负债率（母公司）	23.98%	30.58%	36.21%
每股净资产（元）	2.45	2.52	2.38
无形资产（土地使用权除外）占净资产的比例	2.11%	0.32%	0.42%
应收账款周转率（次）	3.00	3.83	4.95
存货周转率（次）	0.85	1.05	1.23
息税折旧摊销前利润	5,999.65	8,768.21	9,847.76
利息保障倍数（倍）	-	235.25	64.15
每股经营活动净现金流量（元）	0.09	0.39	0.30
每股净现金流量（元）	-0.34	-0.03	0.26
加权平均净资产收益率（归属于普通股股东净利润）	10.66%	16.64%	22.20%
加权平均净资产收益率（扣除非经常性损益后的归属于普通股股东的净利润）	10.30%	14.32%	21.15%
基本每股收益（归属于普通股	0.28	0.43	0.48

股东净利润，元）			
基本每股收益（扣除非经常性损益后的归属于普通股股东的净利润，元）	0.27	0.37	0.45

上述主要财务指标计算方法如下：

流动比率=流动资产/流动负债

速动比率=（流动资产-存货-预付款项）/流动负债

资产负债率=公司总负债/公司总资产

每股净资产=所有者权益/期末股本总额

无形资产（扣除土地使用权等后）占净资产的比例=无形资产（扣除土地使用权等后）/净资产

应收账款周转率=营业收入/应收账款平均余额

存货周转率=营业成本/存货平均余额

息税折旧摊销前利润=利润总额+固定资产折旧+无形资产摊销+利息支出

利息保障倍数=（利润总额+利息支出）/利息支出

每股经营活动现金流量=经营活动产生的现金流量净额/期末股本总额

每股净现金流量=现金及现金等价物净增加额/期末股本总额

（二）净资产收益率与每股收益

按照中国证监会《公开发行证券的公司信息披露编报规则第9号-净资产收益率和每股收益的计算及披露》（2010年修订）要求计算的报告期内净资产收益率和每股收益如下：

报告期利润	时间	加权平均净资产收益率	基本每股收益（元/股）	
			基本每股收益	稀释每股收益
归属于本公司普通股股东的合并净利润	2015 年度	10.66%	0.28	0.28
	2014 年度	16.64%	0.43	0.43
	2013 年度	22.20%	0.48	0.48
扣除非经常性损益后归属于本公司普通股股东的合并净利润	2015 年度	10.30%	0.27	0.27
	2014 年度	14.32%	0.37	0.37
	2013 年度	21.15%	0.45	0.45

十四、历次资产评估情况

2012年6月，雷迪波尔有限拟整体变更为股份公司。2012年5月25日，中联评估出具中联评报字[2012]第341号《雷迪波尔时尚服饰有限公司拟整体变更设立

股份有限公司项目资产评估报告》。本次评估采用资产基础法和收益法进行评估，评估结果如下（评估基准日为2011年12月31日）：

项目	账面价值	评估价值	增减值	增值率（%）
流动资产	41,005.17	42,852.63	1,847.46	4.51
非流动资产	14,100.80	16,321.80	2,221.00	15.75
其中：长期股权投资	500.00	528.65	28.65	5.73
投资性房地产	6,711.39	6,436.86	-274.53	-4.09
固定资产	5,854.24	7,201.05	1,346.81	23.01
在建工程	-	-	-	-
无形资产	361.62	1,481.69	1,120.07	309.74
其中：土地使用权	321.99	1,439.77	1,117.78	347.15
其他非流动资产	-	-	-	-
资产总计	55,105.97	59,174.43	4,068.46	7.38
流动负债	33,030.11	33,030.11	-	-
非流动负债	-	-	-	-
负债总计	33,030.11	33,030.11	-	-
净资产（所有者权益）	22,075.86	26,144.32	4,068.46	18.43

2014年3月21日，公司召开2013年年度股东大会审议通过《关于公司调整发起设立时净资产折股比例的议案》，因预计退换货事项对财务报表进行追溯调整，导致截至2011年12月31日公司的净资产减少1,306.09万元，净资产由22,075.86万元减少为20,769.78万元。

十五、历次验资情况

公司成立至今历次验资情况参见第五节“四、发行人历次验资情况”。

第十一节 管理层讨论与分析

公司董事会提请投资者注意，以下分析与讨论应结合公司业经审计的财务报表及附注和招股说明书揭示的其他财务信息一并阅读。引用的财务数据，非经特别说明，均引自经审计的财务报表。

一、财务状况分析

（一）资产的构成和变动分析

1、资产构成

项目	2015-12-31		2014-12-31		2013-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
流动资产	37,970.63	75.97%	44,562.97	78.86%	45,868.22	78.27%
非流动资产	12,008.94	24.03%	11,943.71	21.14%	12,735.03	21.73%
合计	49,979.57	100.00%	56,506.68	100.00%	58,603.24	100.00%

报告期内公司资产结构相对稳定，其中流动资产占比分别为78.27%、78.86%和75.97%，是总资产的主要构成部分。公司的主营业务为商务休闲男装服饰的设计研发、品牌推广和产品销售，公司以设计研发和营销环节为核心，将生产和物流外包；同时公司主要以加盟店为主建立终端销售网络，自营店占比较低，且自营店经营所需的店铺主要通过商场联营或租赁方式取得，因此自有固定资产的投入相对较少。公司非流动资产主要是办公楼、厂房、仓库等，有部分房屋建筑物用于出租。公司的资产结构与自身的经营模式相适应。

2、流动资产分析

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	12,259.46	32.29%	17,753.11	39.84%	18,696.29	40.76%
应收账款	11,648.63	30.68%	10,992.07	24.67%	10,798.51	23.54%
预付款项	1,977.19	5.21%	2,285.96	5.13%	2,342.89	5.11%
其他应收款	352.87	0.93%	456.44	1.02%	586.93	1.28%
存货	11,704.28	30.82%	13,075.38	29.34%	13,443.59	29.31%
其他流动资产	28.21	0.07%	-	-	-	-
合计	37,970.63	100.00%	44,562.96	100.00%	45,868.22	100.00%

公司流动资产中货币资金、应收账款、存货的比重较大。报告期内，流动资产总额变动较小。

（1）货币资金

项目	2015-12-31	2014-12-31	2013-12-31
现金	6.86	2.55	18.43
银行存款	11,316.39	16,349.98	16,737.02

其他货币资金	936.21	1,400.58	1,940.84
合 计	12,259.46	17,753.11	18,696.29

报告期各期末，货币资金分别为18,696.29万元、17,753.11万元和12,259.46万元。2014年末较2013年末货币资金略有下降，主要是公司偿还银行借款和向股东分配股利所致；报告期末较2014年末货币资金减少5,493.65万元，主要是公司向股东分红影响。

（2）应收账款

①应收账款构成

报告期各期末，公司应收账款余额构成如下：

项目	2015-12-31		2014-12-31		2013-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
加盟业务	12,166.34	94.38%	10,861.17	92.13%	10,759.60	92.09%
自营业务	724.59	5.62%	927.67	7.87%	924.56	7.91%
合计	12,890.93	100.00%	11,788.84	100.00%	11,684.16	100.00%

报告期内，公司应收加盟商货款余额占比分别为92.09%、92.13%和94.38%，应收加盟商的货款是应收账款的主要构成部分。

A、加盟业务下，公司对加盟商原则上采用“先收款后发货”方式结算。在经营过程中，公司根据加盟商经营能力、资信情况、所在市场的战略意义等分别给予其一定的信用额度。总体上看，公司通过不断加强加盟商管理和服务，确保加盟商与公司之间结算的及时性、安全性，公司应收账款质量总体良好。

B、自营业务下，公司应收账款包括应收联营商场、定制客户以及网上客户的货款，其中以应收联营商场的货款为主。公司与联营商场签订合同约定结算期到期后，公司与联营商场对账确认并开票，商场支付货款。应收联营商场货款从书面确认至收回，一般周期较短，风险较小。

②应收账款账龄

账龄	2015-12-31			
	余额	比例	坏账准备	净额
1年以内	12,426.45	96.40%	1,149.26	11,277.19
1-2年	463.99	3.60%	92.80	371.19
2-3年	0.48	0.00%	0.24	0.24
合计	12,890.93	100.00%	1,242.30	11,648.63

报告期末，账龄一年以内的应收账款余额在公司应收账款余额中的占比为96.40%，是公司应收账款的主要组成部分。账龄一年以上的应收账款主要是公司给予重要客户一定信用支持形成的应收未收货款。

③坏账准备计提情况

公司客户李建红由于所经营的其他业务出现经营困难，严重影响对公司的回款，2015年9月29日，公司、子公司意华堂与李建红、杨鹂四方签署了《债务转让协议》和《代销商品代销权转让协议》，约定李建红将所欠公司及意华堂货款953.61万元全部由杨鹂承接，将尚未销售的代销商品303.56万元交由杨鹂继续代销。另外，李建红与杨鹂商议李建红将其店铺转让与杨鹂继续经营。2015年9月30日，公司、子公司意华堂与杨鹂三方签署《还款协议》，约定2015年12月31日前，杨鹂应向公司及子公司意华堂偿还350.00万元，2016年9月30日以前偿还603.61万元。截至报告期末，杨鹂已偿还债务399.00万元。由于李建红未能按与杨鹂的商议将业绩良好的雅安文化路店转让与杨鹂，导致杨鹂拟通过承接该店铺形成还款来源的预期发生了重大变化，且因杨鹂重新选址开设新店铺尚欠房租及装修款尚未支付。上述新的迹象表明，杨鹂的个人信用特征发生重大变化，其承接的重组债务能否按约定偿还存在重大不确定性，公司对其未偿还部分债务单独进行减值测试，并一次性全额计提减值准备555.72万元。

公司已根据风险组合与过往经验确定应收款项的坏账准备计提方法和计提比例，并足额计提了坏账准备。

A、实际核销的应收账款

报告期内，公司实际核销的应收账款分别为31.08万元、42.65万元和321.43万元。2015年度，公司对已终止合作关系且无法收回的应收款项进行核销，导致核销的应收账款增长较快。

B、公司应收账款坏账准备计提比例与同行业可比上市公司比较如下：

公司名称	1年以内	1-2年	2-3年	3-4年	4-5年	5年以上
七匹狼	5%	40%	60%	100%		
报喜鸟	5%	10%	20%	50%	80%	100%
希努尔	5%	10%	30%	50%	80%	100%
九牧王	5%	20%	50%	100%		
卡奴迪路	5%	10%	50%	100%		
雷迪波尔	5%	20%	50%	80%	90%	100%

数据来源：各公司年报；本节选取与发行人的产品市场定位相近的同行业上市公司作为可比公司。

从上表可以看出，公司应收款项坏账准备计提政策及比例与同行业水平相比无重大差异。

④应收账款变动原因

项目	2015-12-31 /2015 年度	2014-12-31 /2014 年度	2013-12-31 /2013 年度
应收账款余额	12,890.93	11,788.84	11,684.16
主营业务收入	35,823.29	43,523.98	52,691.69
应收账款余额占主营业务收入比例	35.98%	27.09%	22.17%
应收账款增幅	9.35%	0.90%	-

报告期内，公司应收账款余额占主营业务收入的比例逐年增长，主要是因为国内宏观经济增速放缓、市场经营压力增大，加盟商资金流动性受到不利影响，为减轻加盟商经营压力，公司按照《加盟商信用评级及授信管理制度》的规定，根据客户信用等级等因素，为其提供信用额度。

报告期各期公司销售收入前 20 名客户（不含自营客户）信用政策变动情况如下：

项 目	2015-12-31	2014-12-31	2013-12-31
前 20 名客户信用额度	8,180.00	8,250.00	7,070.00
前 20 名客户应收账款	6,839.60	7,073.52	6,091.36
公司应收账款余额	12,890.93	11,788.84	11,684.16
前 20 名客户应收账款占比	53.06%	60.00%	52.13%

公司管理层认为，公司信用政策的调整已经审慎评估，主要欠款客户均与公司长期合作、资信良好，公司应收账款和营业收入质量良好。

⑤应收账款客户

A、公司应收账款余额前五名情况

序号	客户名称	余额	账龄	比例
2015-12-31				
1	王方能	1,161.25	1 年以内	9.01%
2	李四海	928.89	1 年以内 874.51 万元，1-2 年 54.38 万元	7.21%
3	杨顺涛	861.69	1 年以内	6.68%
4	杨鹁	661.77	1 年以内	5.13%
5	杨晓波	624.18	1 年以内 373.23 万元，1-2 年 250.95 万元	4.84%
合计		4,237.78		32.87%
2014-12-31				
1	杨晓波	1,067.46	1 年以内 662.84 万元，1-2 年 404.62 万元	9.05%
2	王方能	988.72	1 年以内	8.39%
3	杨顺涛	824.92	1 年以内	7.00%
4	李建红	686.35	1 年以内	5.82%
5	李四海	654.58	1 年以内	5.55%
合计		4,222.03		35.81%
2013-12-31				
1	杨晓波	1,022.26	1 年以内 973.90 万元，1-2 年 48.36 万元	8.75%
2	王方能	935.53	1 年以内	8.01%
3	徐琳瑜	647.86	1 年以内 464.92 万元，1-2 年 182.94 万元	5.54%

4	杨顺涛	509.13	1年以内	4.36%
5	李四海	473.35	1年以内	4.05%
合计		3,588.13		30.71%

注：应收账款余额按实际控制人口径汇总计算。

应收账款余额中无持有公司5%（含5%）以上表决权股份的股东欠款。

B、报告期末前五名应收账款客户回款情况分析

客户名称	项目	2015-12-31 /2015年度	2014-12-31 /2014年度	2013-12-31 /2013年度	报告期收入回 款合计
王方能	期初数	988.72	935.53	713.77	-
	本期收入	1,182.63	1,207.63	1,589.60	3,979.86
	本期收款	1,010.10	1,154.44	1,367.84	3,532.38
	期末数	1,161.25	988.72	935.53	-
	回款比例	85.41%	95.60%	86.05%	88.76%
杨晓波	期初数	1,067.46	1,022.26	712.05	-
	本期收入	372.15	651.56	1,328.33	2,352.04
	本期收款	815.43	606.37	1,018.12	2,439.92
	期末数	624.18	1,067.46	1,022.26	-
	回款比例	219.11%	93.06%	76.65%	103.74%
杨顺涛	期初数	824.92	509.13	-1,447.75	-
	本期收入	1,026.51	1,764.87	2,878.92	5,670.30
	本期收款	989.74	1,449.08	922.04	3,360.86
	期末数	861.69	824.92	509.13	-
	回款比例	96.42%	82.11%	32.03%	59.27%
李四海	期初数	654.58	473.35	413.61	-
	本期收入	942.03	1,237.82	1,310.81	3,490.66
	本期收款	667.72	1,056.59	1,251.06	2,975.37
	期末数	928.89	654.58	473.35	-
	回款比例	70.88%	85.36%	95.44%	85.24%
李建红	期初数	686.35	-61.33	-184.11	-
	本期收入	387.63	1,498.66	1,322.53	3,208.82
	本期收款	1,073.98	750.98	1,199.75	3,024.71
	期末数	-	686.35	-61.33	-
	回款比例	277.06%	50.11%	90.72%	94.26%
杨鹂	期初数	7.79	265.47	65.59	-
	本期收入	1,084.98	-154.75	321.93	1,252.16
	本期收款	431.00	102.93	122.05	655.98
	期末数	661.77	7.79	265.47	-
	回款比例	39.72%	-66.51%	37.91%	52.39%

注1：本期收入=含税加盟商业业务收入+加盟费收入+本期预计退换货金额-上期预计退换货金额。

2、李建红2015年“本期收款”及杨鹂“本期收入”均包括债务重组金额953.61万元。

上述客户的应收账款分析如下：

王方能于 2006 年成为公司加盟商，截至报告期末在成都市区开设 15 个门店。由于成都地区男装市场的竞争较为激烈，门店租金、人工成本等运营成本较高；同时王方能基于前期乐观预计订货较多，导致报告期内其货品销售情况未达预期，回款不及时。公司考虑到成都地区市场的重要性，以及王方能良好的历史销售业绩及其信用等因素，根据《加盟商信用评级及授信管理制度》的规定提高对王方能的授信额度。

杨晓波于 2001 年成为公司加盟商，截至 2011 年底杨晓波在绵阳地区共开设 6 个门店。出于对市场的良好预期，2012-2013 年期间杨晓波陆续新开 2 个门店，新增经营面积较大，门店总数增加至 8 个。受近年来国内宏观经济增速放缓、市场竞争激烈影响，部分门店的销售业绩不理想，特别是作为重要收入来源的四川绵阳富乐路店于 2014 年因市政规划拆迁关店，经营业绩受到较大影响，导致杨晓波的应收账款余额较大。2014 年杨晓波根据经营情况对门店结构进行了调整，报告期末门店数量减少至 6 个，经营面积有较大幅度减少。作为与公司合作多年的加盟商，公司根据《加盟商信用评级及授信管理制度》对杨晓波适当增加授信额度，导致其应收账款余额较大。

杨顺涛于 2006 年成为公司加盟商，是贵州地区的主要加盟商。公司为扶持其发展，2012 年度及以前给予其代销为主、买断为辅的销售政策，2013 年起，公司考虑到其经营较为稳定，调整了销售政策，改为以买断为主、代销为辅，导致销售收入和应收账款大幅增长。同时，杨顺涛的经营规模在 2011-2013 年期间快速增长，其门店数量由 2011 年末的 7 个增长至 2013 年末的 21 个，应收账款相应增长。2014 年末门店数量增至 25 个，快速扩张后部分门店因效益欠佳，终端销售不理想。综上，报告期内杨顺涛的应收账款余额增长较快，公司根据《加盟商信用评级及授信管理制度》给予其信用支持。

李四海于 2006 年成为公司加盟商，截至报告期末在云南地区开设 18 个门店。长期以来，李四海旗下各门店的销售情况一直较为稳定。在宏观经济增速放缓的背景下，李四海的资金周转受到一定影响，2013 年度向公司申请延长信用周期。公司根据《加盟商信用评级及授信管理制度》给予其信用支持。

李建红于 2005 年成为公司加盟商，截至报告期末在四川地区开设 10 个门店。报告期内，李建红旗下各门店销售情况订货额较为稳定。2013 年以前李建红的回款良好，2014 年度资金周转受到一定影响，向公司申请延长信用周期，公司

根据《加盟商信用评级及授信管理制度》给予其信用支持，2014 年末应收账款余额大幅增长；报告期内，李建红的应收账款持续上升，主要是因为李建红除销售公司品牌服装外，同时还经营其他品牌服装业务，2014 年以来，李建红所经营的其他业务出现经营困难，严重影响对公司的回款，导致应收账款快速增长。经各方协商，李建红将与公司相关服装业务（含资产、负债）转让给杨鹂，李建红所欠公司的债务 953.61 万元由杨鹂分期偿还给公司。

杨鹂 2015 年以前主要作为公司重庆地区加盟商，期末欠款余额较大，主要系承接李建红所欠公司的债务尚未全部偿还。

公司认为，除李建红外，上述客户均为与公司合作多年的加盟商，都具有较强的经营管理能力，虽然应收账款余额较大，但可回收性高，有较好的保证；公司对李建红的应收账款拟通过债务转移方式进行处置，以避免对公司的资产安全形成重大不利影响，债务承接方杨鹂已部分偿还重组债务，但由于杨鹂信用特征发生重大变化，公司对可能无法收回的剩余债务已全额计提减值准备。

⑥应收账款的管理

公司制订了《加盟商信用评级及授信管理制度》。公司对加盟商原则上执行“款到发货”制度，但在经营过程中公司根据加盟商的经营能力、资信情况、所在市场的战略意义等因素给予一定的信用额度支持，并通过严格审批程序和信用期限控制，监控其期后回款情况。

报告期内，公司销售回款情况如下：

项目	2015-12-31 /2015 年度	2014-12-31 /2014 年度	2013-12-31 /2013 年度
本期收入	41,750.93	50,076.95	64,161.52
销售商品提供劳务收到的现金	37,164.62	48,501.14	56,451.70
回款比例	89.02%	96.85%	87.98%

注：本期收入=含税业务收入+加盟费收入+本期预计退换货金额-上期预计退换货金额。

由于宏观经济增速放缓、市场竞争加剧，2013年度的销售回款情况较差，2014年度公司加大销售回款力度，2015年度，在公司产品销售规模继续下降的同时客户回款情况较差。公司应收账款总体保持较好水平，较为稳定。

（3）预付款项

账龄	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	1,762.11	89.12%	2,088.18	91.35%	2,187.78	93.38%
1-2 年	27.77	1.40%	91.63	4.01%	143.64	6.13%
2-3 年	85.30	4.31%	103.45	4.53%	11.47	0.49%

3年以上	102.00	5.16%	2.70	0.12%	-	-
合计	1,977.19	100.00%	2,285.96	100.00%	2,342.89	100.00%

公司预付款项主要包括预付委托加工厂商的货款、广告费等。通常情况下，根据公司与委托加工厂商签订的加工承揽合同，合同签订后公司将支付部分货款作为订金。报告期末预付款项中前五名单位情况如下：

序号	单位名称	与本公司关系	账面余额	账龄	未结算原因
1	立信	非关联方	319.91	1年以内	预付审计费
2	浙江阔帅服饰有限公司	非关联方	258.40	1年以内	货款未到结算期
3	斯多纳集团有限公司	非关联方	158.16	1年以内	货款未到结算期
4	广州市杰隆制衣有限公司	非关联方	148.95	1年以内	货款未到结算期
5	四川锐意企划广告有限公司	非关联方	145.08	1年以内	广告合同未执行完毕
	合计		1,030.50	1年以内	

（4）其他应收款

其他应收款主要为公司支付给联营商场的保证金、房屋租金押金等。报告期各期末，其他应收款分别为586.93万元、456.44万元和352.87万元，占同期流动资产的比例分别为1.28%、1.02%和0.93%，占比较低。其他应收款中无持有公司5%（含5%）以上表决权股份的股东欠款。

（5）存货

报告期各期末，存货净额分别为13,443.59万元、13,075.38万元和11,704.28万元，占同期流动资产的比例分别为29.31%、29.34%和30.82%，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

项目	2015-12-31		2014-12-31		2013-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
库存商品	13,578.38	76.76%	13,917.44	75.21%	15,015.06	83.09%
委托代销商品	3,270.91	18.49%	3,859.94	20.86%	1,858.87	10.29%
原材料	640.82	3.62%	452.67	2.45%	793.20	4.39%
委托加工物资	200.32	1.13%	275.31	1.49%	403.37	2.23%
存货余额	17,690.44	100.00%	18,505.36	100.00%	18,070.50	100.00%

报告期各期末，公司存货由库存商品、委托代销商品、原材料、委托加工物资构成。库存商品包括存放在公司仓库的货品和在自营店的待售货品；委托代销商品系公司发往加盟店的代销货品；原材料系公司采购的存放于公司仓库的面辅料和包装物等材料；委托加工物资为发至委托加工厂商的面辅料。报告期各期末，库存商品和委托代销商品合计占比较高，占比分别为93.38%、96.07%和95.25%，主要是因为过季货品库存占比较大，过季货品中以单位成本较高的秋冬季货品为

主；此外，自营店因正常销售需要有部分待售货品。

②存货变动原因

项目	2015-12-31		2014-12-31		2013-12-31	
	金额	增幅	金额	增幅	金额	增幅
库存商品	13,578.38	-2.44%	13,917.44	-7.31%	15,015.06	-5.09%
委托代销商品	3,270.91	-15.26%	3,859.94	107.65%	1,858.87	-55.77%
原材料	640.82	41.56%	452.67	-42.93%	793.20	55.86%
委托加工物资	200.32	-27.24%	275.31	-31.75%	403.37	-38.57%
存货余额	17,690.44	-4.40%	18,505.36	2.41%	18,070.50	-14.71%

报告期各期末公司原材料和委托加工物资的总体水平呈下降趋势，主要是因为货品销量下降所致。库存商品和委托代销商品的合计总额总体呈下降趋势，委托代销商品余额受代销规模影响波动较大。

A、加强存货管理，存货规模总体逐年下降

报告期内，公司在控制当季货品采购规模的同时，加大过季货品的特卖、促销力度，导致库存商品和委托代销商品总体下降。公司强化存货管理，合理控制新增门店及自营店备货，采取引导加盟商合理订货、加大过季货品处理力度等措施，减少过季货品的库存量。

公司在报告期内持续加强去库存工作，通过特卖、代销等渠道消化过季货品。同时，公司和加盟商出于对市场前景预期的不确定性，继续采取谨慎经营的策略，门店扩张和订货均较为谨慎，因此公司较好地控制了新增库存，2014年末存货余额较2013年末变动较小。2015年度，在公司订货规模下降以及去库存因素影响下，报告期末的存货余额较2014年末减少814.92万元。

报告期各期末，库存商品和委托代销商品库存明细如下：

项目	2015-12-31	2014-12-31	2013-12-31
T恤	1,726.29	1,865.54	1,953.29
衬衫	1,121.44	1,191.82	1,016.33
西服	1,296.88	1,152.54	1,065.35
茄克	1,379.73	1,329.84	1,350.38
毛衣	1,441.32	1,624.96	1,307.36
皮衣	2,593.04	3,172.23	3,421.21
棉衣	3,308.73	3,270.09	2,519.15
休闲裤	2,290.95	2,272.14	2,040.27
鞋	1,069.88	992.11	937.02
皮具配饰	621.02	906.11	1,263.55
合计	16,849.30	17,777.38	16,873.93

B、委托代销商品大幅波动的原因

委托代销商品是公司委托加盟商代销的货品，以过季货品为主，委托加盟商

代销是公司处理过季货品的重要渠道之一。公司结合自身及加盟商库存商品情况、公司自营消化过季货品情况等因素，委托加盟商代销，从而导致各年末委托代销商品余额变化。2013年末委托代销商品余额较小，主要是因为公司连续举办多场自营特卖活动，过季货品消化效果较好，因此委托加盟商代销的规模相对较小。2014年末委托代销商品余额较2013年末大幅增长，主要是因为2014年公司自营渠道过季货品销售低于2013年度，公司加大委托代销力度。2015年度公司进一步加大委托加盟商代销商品力度，代销收入较高导致报告期末委托代销商品余额同比减少。

③存货跌价准备

A、存货跌价准备计提方法

公司采取生产外包的经营模式，存货余额中委托加工物资和原材料余额占比较小，主要是以生产产品为目的而持有，不直接对外销售，且流转正常，没有出现积压，不存在需要计提跌价准备的情况，因此公司只对库存商品和委托代销商品计提跌价准备。在报告期末对存货进行全面清查后，对于库存商品和委托代销商品按库龄核价的方法计提存货跌价准备，库存商品批准报废和出售时，在库存商品提成差价（存货跌价准备）中列支，对原材料按成本与可变现净值孰低提取或调整存货跌价准备。库存商品和委托代销商品的跌价准备计提方法参见第十节“四（五）3、不同类别存货可变现净值的确定依据及存货跌价准备的计提方法。”

B、库存商品和委托代销商品余额及库龄情况

库龄	2015-12-31			
	余额	占比	跌价准备	计提比例
6个月内	2,896.36	17.19%	144.82	5.00%
7-12个月	1,511.60	8.97%	226.74	15.00%
1-2年	4,561.50	27.07%	912.30	20.00%
2-3年	3,539.97	21.01%	1,415.99	40.00%
3-4年	1,534.97	9.11%	920.98	60.00%
4-5年	2,197.77	13.04%	1,758.22	80.00%
5年以上	607.12	3.60%	607.12	100.00%
合计	16,849.30	100.00%	5,986.17	35.53%
库龄	2014-12-31			
	余额	占比	跌价准备	计提比例
6个月内	3,838.37	21.59%	191.92	5.00%
7-12个月	1,841.18	10.36%	276.18	15.00%
1-2年	4,949.91	27.84%	989.98	20.00%

2-3 年	2,604.25	14.65%	1,041.70	40.00%
3-4 年	3,544.79	19.94%	2,126.87	60.00%
4-5 年	977.75	5.50%	782.2	80.00%
5 年以上	21.13	0.12%	21.13	100.00%
合计	17,777.38	100.00%	5,429.98	30.54%
库龄	2013-12-31			
	余额	占比	跌价准备	计提比例
6 个月内	3,965.60	23.50%	198.28	5.00%
7-12 个月	1,771.96	10.50%	265.79	15.00%
1-2 年	3,578.14	21.21%	715.63	20.00%
2-3 年	5,594.20	33.15%	2,237.68	40.00%
3-4 年	1,882.01	11.15%	1,129.20	60.00%
4-5 年	8.47	0.05%	6.77	80.00%
5 年以上	73.55	0.44%	73.55	100.00%
合计	16,873.93	100.00%	4,626.91	27.42%

报告期各期末，库龄超过 1 年的过季货品余额分别为 11,136.36 万元、12,097.83 万元和 12,441.33 万元，占期末库存商品和委托代销商品的比例分别为 66.00%、68.05%和 73.84%，主要是 2012 年以来，公司通过特卖、代销、网上销售等方式加大过季货品处理力度，过季货品余额逐年下降。公司已按照制定的存货跌价准备计提政策计提存货跌价准备，报告期末，存货跌价准备占库存商品和委托代销商品余额比例为 35.53%，其中库龄超过 1 年的过季货品存货跌价准备占比为 33.32%，公司已足额计提存货跌价准备。

④存货的管理

对于公司仓库存货，公司每年进行定期与不定期抽盘，半年末及年底前由财务中心组织营销中心、仓库、财务等部门进行全面盘点。对于自营店存货，公司实行月度盘点和每日交接班盘点的原则，对盘点中发现的数量及质量问题及时查找原因并进行相应处理。对委托代销商品，公司主要采用日常对账，加盟商负责存货盘点，销售季末退货的方式进行管理。公司现行的存货管理制度责任明确，流转程序规范，能有效防范和降低存货管理的风险。

经历了2009-2012年经济形势与市场环境的剧烈波动之后，公司加强对宏观经济及市场经营环境的研究和预判工作，公司根据加盟商的订货情况和自营店的销售预测合理储备存货。同时公司通过加强营销网络的管理，实时监控门店库存和销售情况，在各门店之间调配库存余缺减少存货沉淀，因此报告期各期末公司存货余额及占公司总资产的比重逐年下降。未来公司将进一步加强和规范公司存

货管理，不断提高市场预判能力，合理安排采购，加强营销网络集中信息管理，稳定供货渠道，降低存货对公司营运资金的占用，提高资产运营效率，控制存货积压可能给公司带来的风险。

存货净额占流动资产的比例与同行业可比上市公司的比较如下：

时间	七匹狼	报喜鸟	希努尔	九牧王	卡奴迪路	行业平均	雷迪波尔
2015-12-31	15.33%	51.29%	25.79%	19.90%	38.66%	30.19%	30.82%
2014-12-31	14.22%	53.07%	31.59%	15.66%	37.31%	30.37%	29.34%
2013-12-31	12.45%	48.45%	28.04%	15.61%	27.97%	26.50%	29.31%

数据来源：各公司年报。

综上，报告期内公司存货管理逐步改善，在满足公司正常经营的情况下不断减少库存占用资金量，为公司未来稳健经营打下了良好的基础。同时公司已按《企业会计准则》的规定，对存货足额计提了存货跌价准备，目前的库存水平不会对公司未来经营成果产生重大不利影响。

3、非流动资产

项目	2015-12-31		2014-12-31		2013-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
投资性房地产	4,203.58	35.00%	4,677.46	39.16%	4,178.22	32.81%
固定资产	4,521.34	37.65%	4,692.88	39.29%	5,945.20	46.68%
在建工程	-	0.00%	30.00	0.25%	-	-
无形资产	1,726.29	14.38%	1,096.46	9.18%	1,147.10	9.01%
递延所得税资产	1,557.73	12.97%	1,446.90	12.11%	1,464.51	11.50%
合计	12,008.94	100.00%	11,943.71	100.00%	12,735.03	100.00%

（1）投资性房地产

项目	2015-12-31		2014-12-31		2013-12-31	
	原值	净额	原值	净额	原值	净额
房屋建筑物	5,807.11	4,203.58	6,082.32	4,677.46	5,179.86	4,178.22
合计	5,807.11	4,203.58	6,082.32	4,677.46	5,179.86	4,178.22

投资性房地产系由公司部分房屋出租形成。公司总部厂房规模较大，为提高资产利用效率，报告期内公司将部分房屋出租给成都智拓水族用品有限公司等。2014年末投资性房地产原值较2013年末增加902.46万元，系2014年公司将部分厂房出租所致。报告期末投资性房地产原值较2014年末减少275.21万元，系公司将部分出租的房屋收回自用所致。

（2）固定资产

项目	2015-12-31		2014-12-31		2013-12-31	
	原值	净额	原值	净额	原值	净额
房屋及建筑物	5,343.79	3,727.18	4,973.95	3,690.10	5,876.41	4,714.49
运输设备	1,364.61	212.59	1,364.61	351.79	1,470.41	582.94
通用设备	375.01	168.17	366.15	194.86	366.15	229.64

电子设备	356.59	133.08	273.07	73.78	263.02	105.63
办公设备	285.00	79.49	252.27	78.88	248.02	112.06
固定资产装修	1,826.80	200.84	1,826.80	303.47	1,596.64	200.43
合计	9,551.80	4,521.34	9,056.85	4,692.88	9,820.65	5,945.20

公司生产外包，营销网络建设以加盟店为主，因此公司固定资产主要是位于成都总部的房屋及建筑物。报告期末固定资产原值较2014年末增加494.95万元，主要是收回部分出租房屋所致。

（3）无形资产

类别	2015-12-31		2014-12-31		2013-12-31	
	原值	净额	原值	净额	原值	净额
土地使用权	1,077.29	952.17	1,077.29	973.85	1,077.29	995.53
软件系统	777.25	706.56	73.12	35.57	72.47	51.77
商标	118.74	67.56	121.32	87.04	120.02	99.79
合计	1,973.28	1,726.29	1,271.73	1,096.46	1,269.78	1,147.10

公司无形资产为土地使用权、软件系统和商标权。公司的土地使用权为出让方式取得。2015年末软件系统原值较2014年末增长704.13万元，主要是公司募投项目信息系统提升建设项目首期工程完工增加。报告期末公司无形资产不存在减值迹象，故未计提减值准备。

（4）递延所得税资产

项目	2015-12-31	2014-12-31	2013-12-31
资产减值准备	1,114.64	962.19	843.75
固定资产折旧	158.06	158.44	153.62
预计退换货	270.03	326.27	467.13
递延收益	15.00	-	-
合计	1,557.73	1,446.90	1,464.51

公司递延所得税资产主要是由于计提应收账款坏账准备、存货跌价准备、固定资产折旧以及预计退换货而引起的所得税可抵扣暂时性差异所致。

4、主要资产减值准备

项目	2015-12-31	2014-12-31	2013-12-31
坏账准备	1,444.77	984.61	998.12
存货跌价准备	5,986.17	5,429.98	4,626.91
合计	7,430.93	6,414.59	5,625.03

报告期末坏账准备较2014年末增长460.16万元，主要是公司对杨鹂承接的重组债务未偿还部分根据其信用特征变化单独计提坏账准备影响所致。报告期内，存货跌价准备持续增长，主要是部分存货库龄增长导致其可变现净值减少所致。

公司已按照《企业会计准则》制定各项资产减值准备计提的政策，严格按照公司制定的会计政策计提各项减值准备，各项资产减值准备计提充分，提取情况与资产质量实际状况相符，未来不会因为资产突发减值而导致财务风险。

（二）负债的主要构成

项目	2015-12-31		2014-12-31		2013-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
短期借款	-	-	-	-	2,200.00	9.62%
应付票据	3,119.55	23.45%	4,556.27	24.26%	4,687.91	20.51%
应付账款	4,946.69	37.19%	4,893.26	26.06%	4,959.35	21.69%
预收款项	1,296.21	9.74%	4,495.41	23.94%	5,965.01	26.09%
应付职工薪酬	828.68	6.23%	843.88	4.49%	936.22	4.10%
应交税费	331.24	2.49%	1,156.17	6.16%	399.47	1.75%
其他应付款	879.31	6.61%	657.06	3.50%	599.68	2.62%
流动负债合计	11,401.69	85.71%	16,602.04	88.42%	19,747.64	86.38%
预计负债	1,800.21	13.53%	2,175.15	11.58%	3,114.23	13.62%
其他流动负债	100.00	0.75%	-	-	-	-
非流动负债合计	1,900.21	14.29%	2,175.15	11.58%	3,114.23	13.62%
合计	13,301.89	100.00%	18,777.18	100.00%	22,861.87	100.00%

公司负债中应付票据、应付账款、预收款项的比重较大。

1、短期借款

报告期内，公司根据流动资金需求借入或归还银行借款。公司资产流动性良好，不存在短期偿债风险。

2、应付票据

公司的应付票据均为银行承兑汇票，用于支付委托加工厂商、面辅料供应商的货款及广告商广告费，票据期限为3-6个月且以3个月期票据为主。报告期末应付票据较2014年末减少1,436.72万元，下降31.53%，主要原因是2014年末未到期的票据在2015年按期兑付。

3、应付账款

账龄	2015-12-31	2014-12-31	2013-12-31
1年以内	4,800.98	4,659.57	4,859.73
1年以上	145.71	233.68	99.63
合计	4,946.69	4,893.26	4,959.35

公司应付账款主要是应付供应商的货款。2013年末、2014年末和2015年末，应付账款余额较为稳定。

4、预收款项

账龄	2015-12-31	2014-12-31	2013-12-31
1年以内	1,223.02	4,294.74	5,965.01
1-2年	56.72	200.67	-
2-3年	16.47	-	-
合计	1,296.21	4,495.41	5,965.01

公司预收款项主要是预收加盟商的货款。按合同约定，加盟商与公司签订订

单时要求预交一定比例的订金。经营过程中，公司根据不同加盟商的资信情况和所处市场的战略地位、竞争情况等因素，对加盟商提供一定信用支持。

2014年末预收款项较2013年末减少1,469.60万元，主要是因为公司结合当前的市场环境适当调低部分加盟商的订金收取比例，同时2014年度订货规模较2013年度略有下降。

报告期末预收款项较2014年末减少3,199.20万元，主要是受公司年末发货数量及发货前收款政策调整影响所致。

上述各项因素导致报告期各期末预收款项减少的具体情况如下：

项目	2015-12-31/ 2015 年度	2014-12-31/ 2014 年度	2013-12-31/ 2013 年度
一、预收账款变动			
预收款项余额	1,296.21	4,495.41	5,965.01
预收款项较上年变动	-3,199.20	-1,469.60	-6,206.80
二、变动因素			
（一）订金			
订金收取金额	301.64	2,363.05	2,350.52
订金减少影响预收款金额	-2,061.41	12.53	-1,587.95
其中：			
信用政策影响	437.81	1,469.62	-325.53
订金政策调整影响	-299.63	-487.13	-1,012.62
订货减少影响	-2,199.59	-969.96	-249.81
（二）发货前预收款			
发货前预收款金额	646.31	1,403.64	2,662.90
发货预收款减少影响金额	-757.33	-1,259.26	249.28
（三）委托代销预收款及保证金			
委托代销收款及保证金	348.27	728.72	951.60
委托代销收款及保证金影响金额	-380.46	-222.87	-4,868.13

报告期各期预收款项余额前五名客户的预收款项余额明细如下表：

客户名称	2015-12-31	2014-12-31	2013-12-31
陈培林	76.95	155.28	97.39
李仕忠	49.00	173.15	242.89
张继才	20.03	106.43	192.38
何志成	69.35	121.30	116.95
於久生	54.07	-	18.09
李昔英	28.72	144.28	-
肖海燕	5.77	51.12	187.95
陈革	-	34.33	196.99
唐森林	-	123.68	238.04
李小静	56.93	77.82	-
合计	360.82	987.39	1,290.67

报告期内，前五名客户预收款项余额总体呈现下降趋势，主要与公司订金及委托代销商品款及发货前收款政策调整相关。

5、应交税费

税种	2015-12-31	2014-12-31	2013-12-31
增值税	72.27	187.12	118.26
企业所得税	236.23	353.32	251.92
其他	22.74	615.73	29.29
合计	331.24	1,156.17	399.47

2014 年末应交税费余额较 2013 年末增长 756.70 万元，主要是公司代扣代缴股东分红个人所得税影响。2015 年度公司支付代扣代缴股东分红个人所得税，导致报告期末应交税费余额下降。

6、其他应付款

账龄	2015-12-31	2014-12-31	2013-12-31
1 年以内	448.38	231.32	109.29
1-2 年	90.00	75.00	90.00
2-3 年	56.00	56.00	103.93
3 年以上	284.93	294.74	296.46
合计	879.31	657.06	599.68

公司其他应付款主要为应付加盟商的保证金和装修工程款。报告期内，其他应付款余额变动较小。

报告期各期末其他应付款按款项性质列示如下：

项目	2015-12-31		2014-12-31		2013-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
保证金	477.43	54.30%	561.43	85.45%	584.93	97.54%
装修款等	398.54	45.32%	53.78	8.18%	8.70	1.45%
代扣代缴款等	3.34	0.38%	41.86	6.37%	6.05	1.01%
合计	879.31	100.00%	657.06	100.00%	599.68	100.00%

报告期末较 2014 年末增加 222.25 万元，主要系公司应付装修款增加所致。

报告期各期末，公司其他应付款前五名情况如下：

项目	余额	账龄	比例	款项内容
2015-12-31				
杨平贵	323.73	1 年以内	36.82%	装修款等
代扣特许权使用费税费	47.16	1 年以内	5.36%	特许权使用费税费
成都市温江区社会保险服务管理局	40.09	1 年以内	4.56%	员工社保款
长沙英翔服饰有限公司	30.00	5 年以上	3.41%	管理商保证金
广西天鹤投资有限公司	20.00	3-4 年	2.27%	管理商保证金
合计	460.98		52.43%	
2014-12-31				
代扣特许权使用费税费	30.53	1 年以内	4.65%	特许权使用费税费
长沙英翔服饰有限公司	30.00	4-5 年	4.57%	管理商保证金
哈尔滨蒲锐贸易有限公司	20.00	3-4 年	3.04%	加盟商保证金
广西天鹤投资有限公司	20.00	2-3 年	3.04%	管理商保证金
连云港天都贸易有限公司	10.00	1 年以内	1.52%	加盟商保证金
合计	110.53		16.82%	

2013-12-31				
长沙英翔服饰有限公司	30.00	3-4 年	5.00%	管理商保证金
丰泽区佳诚百货商行	20.00	3-4 年	3.34%	加盟商保证金
广西天鹤投资有限公司	20.00	1-2 年	3.34%	管理商保证金
资中县七匹狼服装专卖店	14.00	3-4 年	2.33%	加盟商保证金
安徽冠雅商贸有限公司	10.00	1-2 年	1.67%	加盟商保证金
合计	94.00		15.68%	

报告期各期末，公司其他应付款以存续的加盟商或管理商缴纳的保证金为主，因此其他应付款账龄较长。

报告期各期 1 年以上其他应付款中加盟商和管理商支付的保证金分别为 487.93 万元、424.93 万元、430.93 万元，占 1 年以上其他应付款总额的比例分别为 99.50%、99.81%、100.00%。

7、预计负债

报告期各期末预计负债主要是预计当年货品退换货的毛利。报告期各期末，公司预计负债余额分别为 3,114.23 万元、2,175.15 万元和 1,800.21 万元。2014 年末余额较 2013 年末下降 939.08 万元，报告期末余额较 2014 年末下降 374.94 万元，主要是加盟商谨慎订货，预计退换货减少所致。

（1） 发行人报告期各期的预计退换货比率如下表：

项目	2015 年度/2015-12-31	2014 年度/2014-12-31	2013 年度/2013-12-31
综合预计退换货比率	20.30%	19.08%	-
当季货品买断额	14,639.77	20,444.54	-
预计退换货收入	2,972.01	3,900.50	5,506.58
预计退换货成本	1,171.81	1,725.35	2,392.35
预计负债	1,800.21	2,175.15	3,114.23

注：（1）买断额=加盟业务收入+加盟代销收入+本期预计退换货金额-上期预计退换货金额+当期实际退换货金额；（2）2013 年末按下年实际退换货额追溯调整，无预计退换货比率。

（2） 预计退换货率的确定方法

预计负债主要反映已实现对加盟商的销售中可能出现退货部分所涉及的毛利，根据公司对加盟商当期实现的销售收入和预计退换货率计提。加盟商退换货政策及报告期内的公司退换货金额参见第六节“四（二）6（6）退换货”。

确定计提对象：与公司约定退换货率的加盟商。

确定计提比例：约定的退换货率；参考各加盟商上季实际退换货率，对业务部门提供的本季买断货品约定退换货率做修正。发行人最终以修正后的约定退换货率作为预计退换货率。

确定计提时点：6月30日，针对各加盟商当季春夏货品买断销售进行预提；12月31日，针对各加盟商当季秋冬货品买断销售进行预提。

会计处理：根据各加盟商本季买断货品结构及确定的预计退换货率，计算各品类应冲减的预计退换货数量、收入及成本额，并以此进行账务处理，借记营业收入，贷记营业成本，差额部分即预计退换货毛利计入预计负债；冲回上期计提的预计负债，贷记营业收入，借记营业成本，差额部分计入预计负债。

（三）偿债能力分析

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）	3.33	2.68	2.32
速动比率（倍）	2.13	1.76	1.52
资产负债率（母公司）	23.98%	30.58%	36.21%
息税折旧摊销前利润	5,999.65	8,768.21	9,847.76
利息保障倍数	-	235.25	64.15

报告期内，公司的流动比率和速动比率保持增长，公司资产流动性较好，偿债能力较强。母公司资产负债率呈下降趋势。公司息税折旧摊销前利润逐年下降，但利息保障倍数较高，公司具有较强的偿债能力，不存在无法支付银行借款利息的可能。本次发行上市后，公司的融资能力将有所提高，尤其是可以通过资本市场筹集长期资金，进一步改善资产负债结构，提高偿债能力，对公司未来的持续发展将起到积极的作用。

公司偿债能力与同行业可比上市公司比较情况如下：

时间	流动比率						
	七匹狼	报喜鸟	希努尔	九牧王	卡奴迪路	行业平均	雷迪波尔
2015 年度	2.44	1.54	1.64	2.69	1.70	2.00	3.33
2014 年度	2.64	2.44	3.26	5.48	2.97	3.36	2.68
2013 年度	2.49	2.01	3.7	5.77	2.69	3.33	2.32
时间	速动比率						
	七匹狼	报喜鸟	希努尔	九牧王	卡奴迪路	行业平均	雷迪波尔
2015 年度	2.05	0.71	1.18	2.13	0.96	1.41	2.13
2014 年度	2.24	1.09	2.11	4.59	1.73	2.35	1.76
2013 年度	2.16	0.98	2.29	4.81	1.85	2.42	1.52
时间	资产负债率						
	七匹狼	报喜鸟	希努尔	九牧王	卡奴迪路	行业平均	雷迪波尔
2015 年度	18.71%	36.18%	28.45%	22.13%	43.64%	29.82%	23.98%
2014 年度	18.14%	35.43%	28.38%	14.24%	35.03%	26.24%	30.58%
2013 年度	30.75%	43.71%	28.20%	15.41%	36.13%	30.84%	36.21%

数据来源：各公司年报、半年报。

相比同行业可比上市公司，公司目前正处于发展期，对营运资金需求较大，导致流动比率较低。流动资产中存货占比较大，导致速动比率较低。2013年末至2014年末公司资产负债率较同行业可比上市公司高，主要是因为上市公司经过上市融资后资产负债率下降。公司本次募集资金到位后可以降低公司资产负债率，提高流动比率和速动比率。

（四）资产周转能力分析

财务指标	2015 年度	2014 年度	2013 年度
应收账款周转率（次）	3.00	3.83	4.95
存货周转率（次）	0.85	1.05	1.23

公司应收账款周转率逐年下降，主要是因为公司根据宏观经济和市场情况，结合公司的经营战略，加大了对部分加盟商的信用支持所致。应收账款分析参见本节“一（一）2（2）应收账款”。

报告期内，公司存货周转率变动幅度相对较小，主要是在宏观经济不景气的情况下，公司通过强化库存和供应链管理，合理调整营销策略所致。存货分析参见本节“一（一）2（5）存货”。

报告期内公司资产周转能力与同行业可比上市公司比较情况如下：

时间	应收账款周转率						
	七匹狼	报喜鸟	希努尔	九牧王	卡奴迪路	行业平均	雷迪波尔
2015 年度	8.21	3.91	1.94	12.60	4.04	6.14	3.00
2014 年度	6.00	4.04	1.95	10.92	3.73	5.33	3.83
2013 年度	4.93	2.78	3.03	11.12	4.91	5.35	4.95
时间	存货周转率						
	七匹狼	报喜鸟	希努尔	九牧王	卡奴迪路	行业平均	雷迪波尔
2015 年度	1.17	0.77	2.18	1.41	0.64	1.23	0.85
2014 年度	1.29	0.77	1.99	1.33	0.59	1.19	1.05
2013 年度	1.76	0.71	2.02	1.59	0.81	1.38	1.23

数据来源：各公司年报、半年报。

与同行业可比上市公司相比，报告期内公司的应收账款周转率和存货周转率均低于行业平均水平。

二、盈利能力分析

（一）盈利能力变化总体情况

报告期内，公司营业收入、营业利润和净利润指标变化情况如下：

项目	2015 年度	2014 年度	2013 年度

	金额	增幅	金额	增幅	金额
营业收入	37,072.72	-17.43%	44,897.20	-17.22%	54,239.80
营业利润	4,849.34	-26.48%	6,595.65	-21.61%	8,414.18
利润总额	5,016.52	-34.52%	7,661.48	-9.13%	8,431.68
净利润	4,198.19	-35.29%	6,488.12	-9.16%	7,142.44

报告期内公司净利润主要来源于营业利润，营业外收支净额对公司净利润的影响较小。报告期内，公司经营业绩持续下降，主要是因为宏观经济增速放缓的背景下，服装行业景气度明显下降，市场竞争加剧，行业经营环境恶化，导致包括商务休闲男装在内的服装行业下滑幅度较大。

报告期内，公司放缓开店速度，将工作重心向优化现有门店布局、稳定和提升门店管理水平转移，门店数量呈减少趋势，特别是2014年度起，公司根据宏观经济及市场环境的变化加大力度调整门店数量和布局结构，2014年、2015年末门店数量分别较上年末净减少53个、4个。上述因素导致报告期内公司营业收入和营业利润持续下降。

（二）营业收入分析

1、营业收入构成

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	35,823.29	96.63%	43,523.98	96.94%	52,691.69	97.15%
其他业务收入	1,249.43	3.37%	1,373.22	3.06%	1,548.12	2.85%
合计	37,072.72	100.00%	44,897.20	100.00%	54,239.80	100.00%

公司主营业务为商务休闲男装服饰的设计研发、品牌推广和产品销售，报告期内公司主营业务突出，其他业务收入为加盟费收入、租赁收入等，占公司营业收入的比例较小。

（1）分产品类别的主营业务收入

产品类别	2015 年度		2014 年度		2013 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
T 恤	5,676.16	15.84%	6,759.55	15.53%	7,133.82	13.54%
衬衫	2,858.16	7.98%	3,968.77	9.12%	4,160.96	7.90%
西服	2,261.30	6.31%	3,069.89	7.05%	2,276.42	4.32%
茄克	2,325.86	6.49%	2,862.24	6.58%	3,832.24	7.27%
毛衣	3,134.29	8.75%	3,527.80	8.11%	4,677.38	8.88%
棉衣	5,440.00	15.19%	5,464.61	12.56%	8,949.32	16.98%
皮衣	3,189.72	8.90%	3,536.35	8.13%	6,517.20	12.37%
休闲裤	7,292.66	20.36%	8,772.11	20.15%	9,004.31	17.09%
鞋	2,862.05	7.99%	4,008.17	9.21%	4,089.26	7.76%
皮具配饰	783.11	2.19%	1,554.50	3.57%	2,050.79	3.89%
合计	35,823.29	100.00%	43,523.98	100.00%	52,691.69	100.00%

报告期内，公司产品的销售收入结构较为稳定，其中T恤、棉衣、休闲裤收入占比较高。公司各类产品中，T恤和衬衫主要在春夏季销售，棉衣、皮衣和毛衣主要在秋冬季销售，其余产品的季节性相对不明显。

（2）分品牌的主营业务收入

品牌名称	2015 年度		2014 年度		2013 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
Raidy Boer	23,376.31	65.25%	26,823.75	61.63%	32,104.89	60.93%
GHILARO	8,914.04	24.88%	11,286.50	25.93%	14,085.54	26.73%
ferrante	3,532.94	9.86%	5,413.74	12.44%	6,501.27	12.34%
合计	35,823.29	100.00%	43,523.98	100.00%	52,691.69	100.00%

报告期内，公司主营业务收入主要来自自有品牌“Raidy Boer”、“GHILARO”，其中“Raidy Boer”品牌占比最高。“Raidy Boer”品牌是公司运营的第一个品牌，经过十多年的发展，客户认知度较高，报告期内收入一直维持在较高的水平。“GHILARO”品牌随着品牌影响力的提高，销售收入总体比较稳定。“ferrante”系公司2010年开始在中国大陆、香港、澳门地区代理的意大利品牌。

（3）分销售模式的主营业务收入

销售模式	2015 年度		2014 年度		2013 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
加盟	26,146.53	72.99%	32,907.25	75.61%	38,537.53	73.14%
自营	9,676.77	27.01%	10,616.74	24.39%	14,154.16	26.86%
合计	35,823.29	100.00%	43,523.98	100.00%	52,691.69	100.00%

报告期内，公司主营业务收入主要来自于加盟业务。以加盟方式发展营销网络，可使公司在自有资金规模不大的情况下，借助各地加盟商的力量和其贴近当地市场的优势，实现公司营销网络的快速复制和品牌的迅速推广。

在自营店的建设方面，公司基于国家宏观经济形势、市场行情以及自营店的开设成本等考虑，采取了较为谨慎开店策略，因此报告期内自营店数量逐年减少。与加盟店相比，公司自营店的收入对公司主营业务收入的贡献相对较少。但自营店对公司敏锐感受终端市场变化、提升品牌影响力，有着不可替代的重要地位，公司将充分发挥自营店直接接触市场的作用，不断提升公司品牌形象和市场知名度。

（4）分地区的主营业务收入

地区	2015 年度		2014 年度		2013 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
西南地区	29,321.58	81.85%	33,974.69	78.06%	37,989.00	72.10%
华东地区	2,458.02	6.86%	4,308.54	9.90%	7,039.11	13.36%

华中地区	2,034.98	5.68%	2,167.03	4.98%	2,752.96	5.22%
东北地区	842.85	2.35%	1,280.83	2.94%	2,227.79	4.23%
华南地区	619.38	1.73%	947.78	2.18%	1,214.16	2.30%
西北地区	237.09	0.66%	527.56	1.21%	756.36	1.44%
华北地区	281.52	0.79%	173.61	0.40%	475.43	0.90%
国内小计	35,795.42	99.92%	43,380.04	99.67%	52,454.81	99.55%
海外部分	27.88	0.08%	143.95	0.33%	236.88	0.45%
合计	35,823.29	100.00%	43,523.99	100.00%	52,691.69	100.00%

公司主营业务收入主要来自于国内销售。国内销售的核心区域是西南地区和华东地区，公司产品的销售区域与公司的发展战略及发展历史相吻合。公司紧跟服装行业的国际前沿趋势，借鉴国际服装品牌的运营经验，结合国内市场和消费者特点，坚持在二三线城市重点布局、稳健扩张的发展战略，先期以四川地区为核心进行市场拓展，在西南地区建立了较为完善的网络布局。随着公司在西南地区的市场占有率和品牌知名度的提升，公司择机在国内其他地区，如华东地区、华中地区，复制西南地区的营销模式。

（5）主营业务收入的季节性

季度	2015 年度		2014 年度		2013 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
第一季度	11,444.60	31.95%	16,025.65	36.82%	18,550.98	35.21%
第二季度	7,526.07	21.01%	6,336.33	14.56%	8,686.05	16.48%
第三季度	9,376.05	26.17%	14,486.38	33.28%	17,909.80	33.99%
第四季度	7,476.58	20.87%	6,675.63	15.34%	7,544.86	14.32%
合计	35,823.29	100.00%	43,523.98	100.00%	52,691.69	100.00%

公司营业收入具有一定的季节性特征。公司加盟业务的收入实现主要集中于第一、第三季度，自营业务由于直接对象为终端消费者，各季度收入实现相对均衡。由于加盟业务收入占公司营业收入的比例较高，因此公司营业收入第一、第三两个季度的占比相对较高。

2、主营业务收入变动原因

受宏观经济增速持续放缓、市场竞争激烈影响，公司主营业务收入持续下降，2014 年度、2015 年度主营业务收入分别同比下降 17.40%、17.69%。

（1）公司门店数量变化情况

单位：个

时间	类型	期初数	本期增加	本期减少	期末数
2015-12-31	加盟店	428	78	81	425
	自营店	92	24	25	91
	合计	520	102	106	516
2014-12-31	加盟店	468	71	111	428

2013-12-31	自营店	105	19	32	92
	合计	573	90	143	520
	加盟店	454	53	39	468
	自营店	118	19	32	105
	合计	572	72	71	573

公司根据宏观经济发展及市场环境变化进行营销网络建设,适时进行门店布局及结构调整。门店数量持续减少是导致公司营业收入下降的重要因素之一2014年度,公司加盟店净减少40个,自营店净减少13个,门店总数净减少53个;2015年度,公司加盟店净减少3个,自营店净减少1个,门店总数净减少4个。

（2）公司加盟模式和自营模式的门店收入和平效

销售模式	门店数量（个）		
	2015-12-31	2014-12-31	2013-12-31
加盟店	425	428	468
自营店	91	92	105
销售模式	平均经营面积（m ² ）		
	2015 年度	2014 年度	2013 年度
加盟店	42,047.36	48,892.39	50,737.40
自营店	7,610.98	7,793.40	8,297.08
销售模式	销售收入		
	2015 年度	2014 年度	2013 年度
加盟店	25,126.85	31,131.45	39,160.89
自营店	7,059.77	8,092.05	13,142.14
销售模式	平效（万元/ m ² ·年）		
	2015 年度	2014 年度	2013 年度
加盟店	0.60	0.64	0.77
自营店	0.93	1.04	1.58

注：（1）因网店、定制、出口业务的面积无法统计，上表数据不包括网上销售、定制、出口业务的销售收入；

（2）上表销售收入不含预计退换货；

（3）平均经营面积为报告期各期间按实际经营月份加权计算的经营面积；

（4）平效=Σ门店当期销售收入/Σ门店按当期实际经营月份加权计算的经营面积。

①报告期内，公司加盟店的销售收入占比较高，主要是因为公司销售模式以加盟为主，加盟店的数量大于自营店的数量。

②报告期内，加盟店和自营店的平效总体呈下降趋势，主要是宏观经济增速持续放缓、市场竞争激烈影响所致。

（3）产品销量、平均单价的变化

报告期内，公司各类产品的销售数量和平均单价的变动情况如下：

单位：件、元/件

产品类别	2015 年度					
	销量	增幅	平均单价	增幅	销售收入	增幅
T 恤	166,061	-16.59%	341.81	0.67%	5,676.16	-16.03%
衬衫	81,033	-25.15%	352.72	-3.78%	2,858.16	-27.98%
西服	34,912	-16.34%	647.71	-11.95%	2,261.30	-26.34%
茄克	39,207	-18.41%	593.22	-0.41%	2,325.86	-18.74%
毛衣	66,164	-5.09%	473.72	-6.39%	3,134.29	-11.15%
棉衣	68,772	8.36%	791.02	-8.13%	5,440.00	-0.45%
皮衣	14,790	-0.58%	2,156.67	-9.28%	3,189.72	-9.80%
休闲裤	191,441	-18.72%	380.94	2.28%	7,292.66	-16.87%
鞋	61,410	-32.28%	466.06	5.45%	2,862.05	-28.59%
皮具配饰		-		-	783.11	-49.62%
合计		-		-	35,823.29	-17.69%
产品类别	2014 年度					
	销量	增幅	平均单价	增幅	销售收入	增幅
T 恤	199,085	3.77%	339.53	-8.69%	6,759.55	-5.25%
衬衫	108,266	7.55%	366.58	-11.31%	3,968.77	-4.62%
西服	41,730	37.97%	735.65	-2.26%	3,069.89	34.86%
茄克	48,053	-15.01%	595.64	-12.12%	2,862.24	-25.31%
毛衣	69,714	-28.19%	506.04	5.03%	3,527.80	-24.58%
棉衣	63,468	-36.00%	861.00	-4.59%	5,464.61	-38.94%
皮衣	14,876	-40.74%	2,377.22	-8.43%	3,536.35	-45.74%
休闲裤	235,519	-7.00%	372.46	4.75%	8,772.11	-2.58%
鞋	90,688	-9.42%	441.97	8.20%	4,008.17	-1.98%
皮具配饰		-		-	1,554.50	-24.20%
合计		-		-	43,523.98	-17.40%
产品类别	2013 年度					
	销量	平均单价	销售收入			
T 恤	191,857	371.83	7,133.82			
衬衫	100,669	413.33	4,160.96			
西服	30,245	752.66	2,276.42			
茄克	56,541	677.78	3,832.24			
毛衣	97,077	481.82	4,677.38			
棉衣	99,171	902.41	8,949.32			
皮衣	25,104	2,596.08	6,517.20			
休闲裤	253,238	355.57	9,004.31			
鞋	100,114	408.46	4,089.26			
皮具配饰	-	-	2,050.79			
合计	-	-	52,691.69			

受宏观经济增速放缓、市场竞争激烈影响，报告期内公司各类产品销量和销售收入总体呈持续下降趋势，同时受过季货品处理因素影响，各年度销售价格有一定程度的波动。

2014年度公司各类产品中茄克、毛衣、棉衣、皮衣的销量下降较大，主要是因为这些产品单价相对较高，受宏观经济增速放缓、市场竞争激烈影响较大，同时这些产品的过季货品在2013年度期间处理较多，2014年度特卖销售数量较少，

两大因素导致销量下降较大。2014年度公司大部分产品的平均单价较2013年有所下降，主要是因为公司进行产品结构调整，在保证产品品质和销售毛利率的情况下降低采购价格，从而销售价格相应有所下降。

受中高端服装市场需求继续低迷影响，2015年度除棉衣销量有所增长外，其他产品销量下降幅度均较大；公司同时通过奥特莱斯店等方式加大对过季货品的处理，导致部分产品平均销售单价有所下降。

报告期内，公司通过不同渠道处理过季货品的销售收入、数量、单价情况如下：

单位：件、元/件

销售渠道	产品类别	2015 年度		
		销售收入	数量	单价
加盟	T 恤	260.67	11,695	222.89
	衬衫	254.89	7,835	325.32
	西服	113.94	1,524	747.61
	茄克	105.38	2,108	499.90
	毛衣	580.68	13,236	438.71
	棉衣	826.05	11,890	694.74
	皮衣	745.91	3,743	1,992.81
	休闲裤	746.19	19,727	378.26
	鞋	272.51	6,504	418.99
	皮具配饰	127.54	9,412	135.51
	小计	4,033.76	87,674	460.09
自营	T 恤	990.35	42,677	232.06
	衬衫	572.96	23,011	248.99
	西服	467.12	7,378	633.12
	茄克	559.71	11,874	471.37
	毛衣	717.31	18,529	387.13
	棉衣	1,193.79	17,101	698.08
	皮衣	925.21	3,850	2,403.13
	休闲裤	1,125.14	40,528	277.62
	鞋	284.42	7,964	357.13
	皮具配饰	135.71	10,837	125.23
	小计	6,971.70	183,749	379.41
合计		11,005.46	271,423	405.47
销售渠道	产品类别	2014 年度		
		销售收入	数量	单价
加盟	T 恤	603.71	18,272	330.40
	衬衫	395.24	10,658	370.84
	西服	243.15	4,158	584.77
	茄克	190.70	4,689	406.70
	毛衣	247.50	8,558	289.20
	棉衣	336.07	6,297	533.70

	皮衣	360.36	1,902	1,894.66
	休闲裤	737.28	24,599	299.72
	鞋	258.70	5,976	432.90
	皮具配饰	289.89	33,123	87.52
	小计	3,662.60	118,232	309.78
自营	T 恤	1,032.47	50,400	204.86
	衬衫	591.40	23,203	254.88
	西服	682.82	9,836	694.21
	茄克	620.92	12,273	505.93
	毛衣	636.99	14,259	446.73
	棉衣	1,095.61	12,309	890.09
	皮衣	1,182.57	4,452	2,656.27
	休闲裤	1,176.89	45,602	258.08
	鞋	521.94	15,813	330.07
	皮具配饰	171.47	11,005	155.81
	小计	7,713.07	199,152	387.30
合计		11,375.68	317,384	358.42
销售渠道	产品类别	2013 年度		
		销售收入	数量	单价
加盟	T 恤	1,296.82	36,890	351.54
	衬衫	535.40	13,105	408.55
	西服	279.66	3,958	706.58
	茄克	773.16	12,936	597.68
	毛衣	971.01	20,772	467.46
	棉衣	2,179.13	24,793	878.93
	皮衣	1,565.70	6,563	2,385.65
	休闲裤	1,560.41	47,580	327.96
	鞋	741.88	17,532	423.16
	皮具配饰	260.49	28,025	92.95
	小计	10,163.67	212,154	479.07
自营	T 恤	1,118.77	41,208	271.49
	衬衫	410.45	16,646	246.58
	西服	447.42	7,442	601.21
	茄克	728.53	15,752	462.50
	毛衣	968.62	30,060	322.23
	棉衣	1,936.06	27,135	713.49
	皮衣	2,125.17	8,668	2,451.75
	休闲裤	1,355.52	60,156	225.33
	鞋	487.81	19,923	244.85
	皮具配饰	235.86	21,762	108.38
	小计	9,814.21	248,752	394.54
合计		19,977.88	460,906	433.45

3、其他业务收入

项目	2015 年度		2014 年度		2013 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
加盟收入	871.70	90.41%	974.53	70.97%	1,185.00	76.54%
租赁收入	377.73	9.59%	397.86	28.97%	343.26	22.17%
其他	-	-	0.83	0.06%	19.86	1.28%

合计	1,249.43	100.00%	1,373.22	100.00%	1,548.12	100.00%

公司其他业务收入主要为公司向加盟商收取的加盟费和部分厂房出租所产生的租赁收入。公司根据市场竞争情况及发展战略，目前在部分地区收取加盟费。公司加盟费收取原则参见第六节“四（二）6（3）④加盟费收取原则”。

（三）营业成本分析

项目	2015 年度		2014 年度		2013 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
主营业务成本	15,083.23	98.21%	18,885.05	98.49%	23,993.50	98.98%
其他业务成本	274.63	1.79%	288.91	1.51%	246.04	1.02%
合计	15,357.86	100.00%	19,173.96	100.00%	24,239.54	100.00%

报告期内公司营业成本主要由主营业务成本构成。公司采取轻资产运营模式，将产品生产环节进行外包，因此公司主营业务成本主要是产品的采购成本。公司其他业务成本主要是公司房屋租赁涉及的折旧摊销费用，金额及占比较小，对公司业绩影响不大。

1、分产品类别的主营业务成本

产品类别	2015 年度		2014 年度		2013 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
T 恤	1,863.11	12.35%	2,235.42	11.84%	2,285.60	9.53%
衬衫	914.61	6.06%	1,350.04	7.15%	1,365.86	5.69%
西服	971.19	6.44%	1,339.92	7.10%	1,126.32	4.69%
茄克	1,063.25	7.05%	1,323.94	7.01%	1,738.43	7.25%
毛衣	1,294.46	8.58%	1,485.81	7.87%	1,990.27	8.30%
棉衣	2,520.24	16.71%	2,443.51	12.94%	4,130.38	17.21%
皮衣	2,105.30	13.96%	2,397.02	12.69%	4,394.55	18.32%
休闲裤	2,421.81	16.06%	3,302.96	17.49%	3,414.26	14.23%
鞋	1,536.83	10.19%	2,186.96	11.58%	2,438.46	10.16%
皮具配饰	392.43	2.60%	819.47	4.34%	1,109.37	4.62%
合计	15,083.23	100.00%	18,885.05	100.00%	23,993.50	100.00%

报告期内，公司主营业务成本变动主要与当期销量变动相关。公司主营业务成本的产品类别结构较为稳定。

2、分品牌的主营业务成本

品牌名称	2015 年度		2014 年度		2013 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
Raidy Boer	9,668.59	64.10%	11,629.62	61.58%	14,715.33	61.33%
GHILARO	4,183.05	27.73%	5,274.51	27.93%	7,051.56	29.39%
ferrante	1,231.58	8.17%	1,980.92	10.49%	2,226.62	9.28%
合计	15,083.23	100.00%	18,885.05	100.00%	23,993.50	100.00%

公司三个品牌的主营业务成本占比与收入占比基本一致。

3、分销售模式的主营业务成本

销售模式	2015 年度	2014 年度	2013 年度

	金额	比例	金额	比例	金额	比例
加盟	10,488.84	69.54%	13,871.38	73.45%	17,469.23	72.81%
自营	4,594.39	30.46%	5,013.67	26.55%	6,524.26	27.19%
合计	15,083.23	100.00%	18,885.05	100.00%	23,993.50	100.00%

公司产品销售以加盟业务为主，因此加盟业务成本占比较大。公司加盟业务和自营业务的主营业务成本占比与收入占比基本一致。

（四）毛利及毛利率分析

1、毛利分析

（1）毛利构成分析

项目	2015 年度		2014 年度		2013 年度	
	毛利	占比	毛利	占比	毛利	占比
主营业务毛利	20,740.07	95.51%	24,638.93	95.78%	28,698.19	95.66%
其他业务毛利	974.79	4.49%	1,084.31	4.22%	1,302.07	4.34%
毛利合计	21,714.86	100.00%	25,723.24	100.00%	30,000.26	100.00%

报告期内，公司主营业务毛利主要来源于服装销售，其他业务毛利主要来源于加盟费收入贡献。

（2）分产品类别的主营业务毛利

产品类别	2015 年度		2014 年度		2013 年度	
	毛利	比例	毛利	比例	毛利	比例
T 恤	3,813.05	18.38%	4,524.13	18.36%	4,848.22	16.89%
衬衫	1,943.56	9.37%	2,618.73	10.63%	2,795.09	9.74%
西服	1,290.11	6.22%	1,729.96	7.02%	1,150.10	4.01%
茄克	1,262.61	6.09%	1,538.30	6.24%	2,093.81	7.30%
毛衣	1,839.83	8.87%	2,041.99	8.29%	2,687.11	9.36%
棉衣	2,919.76	14.08%	3,021.10	12.26%	4,818.94	16.79%
皮衣	1,084.41	5.23%	1,139.33	4.62%	2,122.65	7.40%
休闲裤	4,870.85	23.49%	5,469.14	22.20%	5,590.05	19.48%
鞋	1,325.22	6.39%	1,821.22	7.39%	1,650.80	5.75%
皮具配饰	390.68	1.88%	735.02	2.98%	941.42	3.28%
合计	20,740.07	100.00%	24,638.93	100.00%	28,698.19	100.00%

报告期内，T恤、棉衣、休闲裤三项产品毛利占比较高，其毛利合计占比分别为53.16%、52.82%和55.95%，与其收入占比一致。除皮衣外，其余产品的毛利占比与收入占比基本相近。皮衣的收入占比较高，但受其毛利率较低影响，毛利占比较低。报告期内，皮衣、茄克、毛衣和棉衣的毛利绝对额和下降幅度均较大，对公司利润下降影响较大。

（3）分品牌的主营业务毛利

品牌名称	2015 年度		2014 年度		2013 年度	
	毛利	比例	毛利	比例	毛利	比例

Raidy Boer	13,707.71	66.09%	15,194.13	61.67%	17,389.56	60.59%
GHILARO	4,730.99	22.81%	6,011.99	24.40%	7,033.98	24.51%
ferrante	2,301.37	11.10%	3,432.81	13.93%	4,274.65	14.90%
合计	20,740.07	100.00%	24,638.93	100.00%	28,698.19	100.00%

“Raidy Boer”品牌成立时间最早，市场知名度和影响较大，是公司毛利的主要来源。各品牌的毛利贡献与其销售规模基本一致。

（4）分销售模式的主营业务毛利

销售模式	2015 年度		2014 年度		2013 年度	
	毛利	比例	毛利	比例	毛利	比例
加盟	15,657.69	75.49%	19,035.86	77.26%	21,068.29	73.41%
自营	5,082.38	24.51%	5,603.07	22.74%	7,629.90	26.59%
合计	20,740.07	100.00%	24,638.93	100.00%	28,698.19	100.00%

报告期内，加盟业务是公司毛利的主要来源，因此加盟业务毛利占比远大于自营业务毛利。2013年度和2014年度，公司加大存货处理力度，自营业务是处理过季货品的主要渠道，毛利率较低的过季货品占自营业务收入的比例较高，同时自营店占公司门店总数的比例持续下降，因此自营业务毛利占比呈下降趋势。2015年度自营店门店总数变化较小，受加盟业务销售收入下降较快影响，自营毛利占比有所上涨。

2、毛利率分析

（1）毛利率

项目	2015 年度	2014 年度	2013 年度
主营业务毛利率	57.90%	56.61%	54.46%
其他业务毛利率	78.02%	78.96%	84.11%
综合毛利率	58.57%	57.29%	55.31%

报告期内，其他业务毛利率较高，主要是公司收取的加盟费无成本影响所致。

（2）主营业务毛利率

报告期内，公司主营业务毛利率分别为54.46%、56.61%和57.90%，总体保持在较高的水平。公司市场定位明确，发展战略清晰，始终专注于中高端商务休闲男装服饰的设计研发、品牌推广和产品销售。公司通过与国际服饰设计机构、国外设计师合作等措施，将国际男装的流行趋势与国内消费者的消费习惯、体型特点相结合，保证公司产品设计水平。同时，公司始终坚持为消费者提供材质及生产工艺较高的产品，以良好的产品品质树立品牌形象。较高的品牌附加值为公司产品保持较高价格提供了坚实的基础。此外，公司在国家宏观经济增速放缓、市场竞争激烈等不利环境下，通过加强内部管理、提高管理效率、降低经营成本等

方式，保证公司产品的毛利率维持在合理的水平。

报告期内，公司毛利率逐年增长，主要原因是公司产品结构调整以及过季货品销售占比变化影响所致。报告期内，公司主动调整产品结构，减少了毛利率较低的皮衣等产品的采购和销售，同时对各类产品内部进行结构调整，增加毛利率较高的产品的采购和销售，因此毛利率持续上升。

①与同行业可比上市公司毛利率对比情况

时间	卡奴迪路	报喜鸟	七匹狼	九牧王	希努尔	行业平均	发行人主营业务毛利率	发行人加盟业务毛利率
2015 年度	57.82%	59.28%	42.79%	58.22%	27.73%	49.18%	57.90%	59.88%
2014 年度	62.47%	58.85%	45.74%	56.50%	28.61%	50.43%	56.61%	57.85%
2013 年度	64.73%	65.80%	47.42%	56.72%	37.37%	54.41%	54.46%	54.67%

注：上述各公司的毛利率为主营业务毛利率，数据来源于各公司的年报和半年报。

②同行业上市公司毛利率变动与发行人的对比分析

A、卡奴迪路的产品定位与发行人相同，产品竞争性强，可比性强；但卡奴迪路的销售模式以自营为主、加盟为辅，因此毛利率水平高于发行人。

B、报喜鸟的产品定位与发行人相近，产品竞争性强，可比性强；报喜鸟上市后，销售模式变更为直营一加盟并存的营销模式。报告期内，报喜鸟毛利率相对较为稳定，始终高于发行人。

C、七匹狼2014年年报显示，七匹狼的产品定位与发行人有一定的相似性，但更偏重休闲，定价低于发行人，毛利率水平也低于发行人、卡奴迪路和报喜鸟。2013-2014年度，七匹狼的毛利率较为稳定。

D、九牧王的产品以商务休闲男裤为主，报告期内毛利率保持稳定。

E、希努尔2015年度发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金暨关联交易报告书显示，希努尔的产品定位与发行人有所差异，主要为西服套装与休闲西装，销售模式为以自制生产为主、委托加工生产为辅、以直营店和特许加盟店为主、团体订购、贴牌和网上直销为补充的生产销售模式。希努尔毛利率低于前述四家公司。受宏观经济增速下滑与终端消费低迷双重因素影响，报告期内希努尔主要产品西服套装与休闲西服装销售呈现下滑趋势，毛利率下降幅度较大。

（3）分产品的毛利率贡献情况

产品类别	2015 年度		
	毛利率	收入占比	主营业务毛利率贡献
T 恤	67.18%	15.84%	10.64%
衬衫	68.00%	7.98%	5.43%

西服	57.05%	6.31%	3.60%
茄克	54.29%	6.49%	3.52%
毛衣	58.70%	8.75%	5.14%
棉衣	53.67%	15.19%	8.15%
皮衣	34.00%	8.90%	3.03%
休闲裤	66.79%	20.36%	13.60%
鞋	46.30%	7.99%	3.70%
产品类别	2014 年度		
	毛利率	收入占比	主营业务毛利率贡献
T 恤	66.93%	15.53%	10.39%
衬衫	65.98%	9.12%	6.02%
西服	56.35%	7.05%	3.97%
茄克	53.74%	6.58%	3.53%
毛衣	57.88%	8.11%	4.69%
棉衣	55.28%	12.56%	6.94%
皮衣	32.22%	8.13%	2.62%
休闲裤	62.35%	20.15%	12.57%
鞋	45.44%	9.21%	4.18%
产品类别	2013 年度		
	毛利率	收入占比	主营业务毛利率贡献
T 恤	67.96%	13.54%	9.20%
衬衫	67.17%	7.90%	5.31%
西服	50.52%	4.32%	2.18%
茄克	54.64%	7.27%	3.97%
毛衣	57.45%	8.88%	5.10%
棉衣	53.85%	16.98%	9.14%
皮衣	32.57%	12.37%	4.03%
休闲裤	62.08%	17.09%	10.61%
鞋	40.37%	7.76%	3.13%

总体来看，T恤、衬衫、休闲裤等产品的毛利率相对较高，西服、毛衣等产品的毛利率略低。皮衣和鞋的毛利率最低，主要是因为其面料和生产工艺的特点导致单位生产成本低，定价时受市场同类产品的市场价格、产品竞争力等因素影响所致。

（4）分品牌的毛利率贡献情况

项目	2015 年度		
	毛利率	收入占比	主营业务毛利率贡献
Raidy Boer	58.64%	65.25%	38.26%
GHILARO	53.07%	24.88%	13.21%
ferrante	65.14%	9.86%	6.42%
合计	57.90%	100.00%	57.90%
项目	2014 年度		
	毛利率	收入占比	主营业务毛利率贡献

Raidy Boer	56.64%	61.63%	34.91%
GHILARO	53.27%	25.93%	13.81%
ferrante	63.41%	12.44%	7.89%
合计	-	100.00%	56.61%
项目	2013 年度		
	毛利率	收入占比	主营业务毛利率贡献
Raidy Boer	54.16%	60.93%	33.00%
GHILARO	49.94%	26.73%	13.35%
ferrante	65.75%	12.34%	8.11%
合计	-	100.00%	54.46%

公司三个品牌影响力、市场定位、产品销售情况等不同，其毛利率贡献也存在差异。“Raidy Boer”品牌的产品销售收入占比较大，因此其毛利率的变动对公司主营业务毛利率的影响最大，该品牌经过公司多年的运营，已具有较高的市场认知度和忠诚的消费者群体。“GHILARO”品牌的定价相对较低，致其毛利率低于“Raidy Boer”和“ferrante”品牌；报告期内，其销售收入占比较稳定，因此对公司主营业务毛利率的影响也较稳定。“ferrante”品牌的毛利率较高，主要是因为该品牌定位高端，价格较高，促销相对较少。2013年度公司存货处理力度大，其中“Raidy Boer”、“GHILARO”品牌的过季货品销量较大，价格较低，拉低了品牌毛利率。“ferrante”品牌的毛利率持续下降，主要是因为公司为拓宽消费群体适当下调部分产品价格所致。

（5）分销售模式的毛利率情况

项目	2015 年度				
	销售收入	收入占比	毛利	毛利率	主营业务毛利率贡献
加盟	26,146.53	72.99%	15,657.69	59.88%	43.71%
自营	9,676.77	27.01%	5,082.38	52.52%	14.19%
合计	35,823.29	100.00%	20,740.07	57.90%	57.90%
项目	2014 年度				
	销售收入	收入占比	毛利	毛利率	主营业务毛利率贡献
加盟	32,907.25	75.61%	19,035.86	57.85%	43.74%
自营	10,616.74	24.39%	5,603.07	52.78%	12.87%
合计	43,523.99	100.00%	24,638.93	56.61%	56.61%
项目	2013 年度				
	销售收入	收入占比	毛利	毛利率	主营业务毛利率贡献
加盟	38,537.53	73.14%	21,068.29	54.67%	39.99%
自营	14,154.16	26.86%	7,629.90	53.91%	14.48%
合计	52,691.69	100.00%	28,698.19	54.46%	54.46%

①加盟业务毛利率变动原因分析

报告期内，公司加盟业务产品结构毛利率变动情况如下表：

名称	2015 年度	2014 年度	2013 年度

	毛利率	收入占比	毛利率贡献	毛利率	收入占比	毛利率贡献	毛利率	收入占比	毛利率贡献
T 恤	68.74%	15.67%	10.77%	69.19%	15.29%	10.58%	67.55%	13.16%	8.89%
衬衫	70.82%	7.32%	5.19%	66.48%	9.22%	6.13%	66.70%	8.20%	5.47%
西服	59.73%	4.65%	2.78%	55.61%	5.80%	3.23%	50.85%	3.46%	1.76%
茄克	55.64%	6.14%	3.42%	54.24%	6.10%	3.31%	54.21%	7.00%	3.79%
毛衣	61.64%	8.86%	5.46%	58.72%	8.22%	4.83%	58.86%	8.95%	5.27%
棉衣	55.53%	15.29%	8.49%	55.25%	12.72%	7.03%	53.76%	17.18%	9.24%
皮衣	38.16%	8.40%	3.21%	35.58%	6.90%	2.46%	31.75%	11.03%	3.50%
休闲裤	68.72%	21.87%	15.03%	63.40%	21.52%	13.64%	62.50%	18.13%	11.33%
鞋	45.96%	9.50%	4.37%	46.29%	10.17%	4.71%	40.20%	8.59%	3.45%
皮具配饰	51.35%	2.30%	1.18%	47.92%	4.07%	1.95%	45.79%	4.31%	1.97%
合计	59.88%	100.00%	59.88%	57.85%	100.00%	57.85%	54.67%	100.00%	54.67%

报告期内，公司面对日益严峻的经营环境，结合公司中高端商务休闲男装的产品定位以及细分市场终端消费者的消费习惯等因素，采取“保护品牌形象、保障经营利润、提高门店质量、与加盟商共同实现可持续发展”的经营策略，在帮助加盟商缓解经营压力的同时，保证公司产品的市场占有率和毛利率。公司主要采取的经营措施有：第一，加强产品设计，紧跟时尚潮流，不断推出满足消费者需求的新产品，从而保证产品定价；第二，根据市场需求变化，积极进行产品结构调整，减少皮衣、棉衣、茄克等高价格、低毛利率产品的占比，提高T恤、衬衫、休闲裤等高毛利率产品的占比；同一产品类别中减少低价位段低毛利率的产品，加大中等价位段高毛利率的产品；第三，充分利用近年来相对有利的采购环境，通过多方询价对比、优化付款条件等方式不断降低产品采购成本。通过上述多项措施并举，公司在营业收入持续下降的情况下，各类产品的毛利率保持稳中有升，导致加盟业务总体毛利率持续上升。

报告期内，公司加盟业务各类产品的平均单价、平均成本和毛利率变动情况如下表：

单位：元/件

名称	2015 年度			
	平均单价	平均成本	毛利率	毛利率较上年变动
T 恤	393.23	122.91	68.74%	-0.45%
衬衫	419.65	122.46	70.82%	4.34%
西服	724.20	291.61	59.73%	4.12%
茄克	627.05	278.16	55.64%	1.40%
毛衣	502.59	192.79	61.64%	2.92%
棉衣	822.13	365.57	55.53%	0.28%
皮衣	2,054.05	1,270.24	38.16%	2.58%

休闲裤	408.18	127.69	68.72%	5.32%
鞋	475.22	256.79	45.96%	-0.33%
皮具配饰	-	-	51.35%	3.43%
合计	-	-	59.88%	2.03%
名称	2014 年度			
	平均单价	平均成本	毛利率	毛利率较上年变动
T 恤	374.53	115.40	69.19%	1.64%
衬衫	393.48	131.89	66.48%	-0.22%
西服	736.97	327.16	55.61%	4.76%
茄克	606.69	277.63	54.24%	0.03%
毛衣	513.16	211.85	58.72%	-0.14%
棉衣	847.81	379.41	55.25%	1.49%
皮衣	2,232.70	1,438.33	35.58%	3.83%
休闲裤	392.20	143.54	63.40%	0.90%
鞋	459.99	247.06	46.29%	6.09%
皮具配饰	-	-	47.92%	2.13%
合计	-	-	57.85%	3.18%
名称	2013 年度			
	平均单价	平均成本	毛利率	
T 恤	378.31	122.75	67.55%	
衬衫	431.76	143.77	66.70%	
西服	729.58	358.63	50.85%	
茄克	717.56	328.56	54.21%	
毛衣	537.33	221.05	58.86%	
棉衣	956.46	442.31	53.76%	
皮衣	2,637.03	1,799.79	31.75%	
休闲裤	381.23	142.96	62.50%	
鞋	438.52	262.23	40.20%	
皮具配饰	-	-	45.79%	
合计	-	-	54.67%	

报告期内，公司产品毛利率逐年上升的主要原因包括：A、在产品结构方面，通过对历年产品销售趋势的分析，公司调整了产品结构，提高高毛利率产品占比，减少低毛利率产品的占比；B、在产品开发方面，公司顺应商务休闲男装日益休闲化的变化潮流，以鲜明的产品设计展现品牌形象，提高品牌认知度；C、在成本控制方面，公司不断优化供应链，在保证产品质量的前提下合理控制采购成本。

②自营业务毛利率变动分析

报告期内，公司自营业务毛利率持续下降，主要是因为自2012年起，受宏观经济增速放缓、市场竞争加剧影响，过季货品库存金额较大，公司采取加大特卖等措施消化库存，自营业务是公司过季货品的主要处理渠道，过季货品收入占比

持续提高，导致自营业毛利率不断下降。

3、敏感性分析

（1）销售价格变动的影响

假设销售价格变动 $\pm 1\%$ ，其他因素均不发生变化，销售价格对公司主营业务毛利和毛利率影响的敏感性分析如下：

项目	财务指标	2015 年度	2014 年度	2013 年度
报告期数据	主营业务毛利	20,740.06	24,638.93	28,698.19
	主营业务毛利率	57.90%	56.61%	54.46%
销售价格上涨 1%后的数据	主营业务毛利	21,098.29	25,074.17	29,225.11
	主营业务毛利率	58.31%	57.04%	54.92%
销售价格下降 1%后的数据	主营业务毛利	20,381.83	24,203.69	28,171.27
	主营业务毛利率	57.47%	56.17%	54.00%

（2）采购价格变动的影响

假设采购价格 $\pm 1\%$ ，其他因素均不发生变化，对公司主营业务毛利和毛利率影响的敏感性分析如下：

项目	财务指标	2015 年度	2014 年度	2013 年度
报告期数据	主营业务毛利	20,740.06	24,638.93	28,698.19
	主营业务毛利率	57.90%	56.61%	54.46%
采购价格上涨 1%后的数据	主营业务毛利	20,589.23	24,450.08	28,458.26
	主营业务毛利率	57.47%	56.18%	54.01%
采购价格下降 1%后的数据	主营业务毛利	20,890.89	24,827.78	28,938.13
	主营业务毛利率	58.32%	57.04%	54.92%

由上表可见，单位产品售价变动对毛利和毛利率的影响大于单位采购价格变动对毛利和毛利率的影响。公司将持续加强设计研发投入，不断设计研发新款式、新面料的产品，提升产品价格，并合理控制产品成本增幅，以使毛利率保持相对稳定。

（五）利润表主要项目对利润的影响

1、期间费用

项目	2015 年度		2014 年度		2013 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
销售费用	10,676.70	72.86%	12,682.79	73.51%	14,774.78	74.99%
管理费用	4,163.19	28.41%	4,628.20	26.83%	4,803.57	24.38%
财务费用	-186.42	-1.27%	-57.79	-0.33%	124.24	0.63%
合计	14,653.47	100.00%	17,253.20	100.00%	19,702.59	100.00%
占营业收入比例	39.53%		38.43%		36.32%	
期间费用增幅	-15.07%		-12.43%		-	

作为品牌服装运营企业，公司期间费用中销售费用占比最大。报告期内，公

司的期间费用占同期营业收入的比重逐年上升，分别为36.32%、38.43%和39.53%

（1）销售费用

项目	2015 年度		2014 年度		2013 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
职工薪酬	3,501.93	32.80%	3,874.46	30.55%	4,278.29	28.96%
品牌推广费	2,214.75	20.74%	2,916.03	22.99%	3,235.00	21.90%
商场管理费	1,674.16	15.68%	2,138.99	16.87%	2,647.07	17.92%
门店装修费	960.70	9.00%	1,074.90	8.48%	1,555.72	10.53%
办公差旅费	814.94	7.63%	1,077.35	8.49%	1,324.70	8.97%
会务费	664.25	6.22%	645.39	5.09%	591.38	4.00%
仓储运输费	262.44	2.46%	307.07	2.42%	403.22	2.73%
特许权使用费	284.59	2.67%	365.99	2.89%	422.59	2.86%
其他	298.93	2.80%	282.61	2.23%	316.81	2.14%
合计	10,676.70	100.00%	12,682.79	100.00%	14,774.78	100.00%
占营业收入比例	28.80%		28.25%		27.24%	

注：其他明细主要核算业务招待费、通讯费等。

公司销售费用主要是公司在销售过程中发生的各项费用支出，包括职工薪酬、品牌推广费、商场管理费、门店装修费、办公差旅费等。受销售收入下降影响，报告期内，公司销售费用持续下降。

①职工薪酬

2014年度职工薪酬较2013年度下降403.83万元，2015年度职工薪酬较2014年度下降372.53万元，主要是公司关闭部分自营店，销售人员数量下降所致。

②品牌推广费

报告期内品牌推广费包括公司支付给管理商的管理服务费以及公司广告支出等费用，相关费用变动情况如下表：

项目	2015 年度	2014 年度	2013 年度
广告宣传费	1,759.88	2,113.11	2,048.49
管理服务费	454.87	802.92	1,186.51
合计	2,214.75	2,916.03	3,235.00

2013-2014 年度，公司广告宣传费较为稳定。2015 年度公司广告宣传费较2014 年度下降353.23 万元，主要原因是取消了部份广告项目。

2014 年度和 2015 年度管理服务费大幅下降，主要是因为管理商模式门店数量及销售收入下降所致。

③商场管理费

商场管理费是公司支付给商场的各项费用，包括商场服务费、商场促销费、物业及水电费等。报告期内商场管理费持续下降，2014 年度商场管理费较 2013

年度下降 508.08 万元，主要是公司根据宏观经济形势及营销网络规划，关闭了 1 个机场自营店及 24 个商场自营店，导致商场管理费下降。与其他门店相比，机场自营店在品牌形象宣传推广方面的作用较大，但开店费用较高。2015 年度商场管理费较 2014 年度下降 464.83 万元，主要是部分自营店关店所致。

④门店装修费

门店装修费主要是自营店装修费用，为保证公司的终端门店与公司品牌风格及宣传吻合，自营店通常每 2-3 年进行一次装修，在装修当期一次性摊销完毕。2014 年度门店装修费较 2013 年度下降 480.82 万元，主要是因为自营店数量减少及到装修期的店铺数量减少。

⑤会务费

会务费主要是公司参加各种国际国内服装展会及举办订货会所发生的费用。报告期内，会务费波动较小。

⑥仓储运输费

报告期内仓储运输费主要是运输费，公司运输费包括采购和销售环节的产品运输费用。报告期内运输费分别为 403.22 万元、307.07 万元和 262.44 万元，运输费逐年下降，主要是因为：A、由于经营环境变化，公司自 2012 年起谨慎订货，货品的采购量和销售发货量持续下降，同时合理规划提高运输效率，导致报告期内运输费逐年下降；B、自 2013 年起，公司调整部分货品的采购定价规则，约定由供应商承担运输费用，采购环节的运输费用大幅下降。

（2）管理费用

项目	2015 年度		2014 年度		2013 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
职工薪酬	1,354.31	32.53%	1,430.26	30.90%	1,456.82	30.33%
研发费用	1,306.49	31.38%	1,208.54	26.11%	1,163.24	24.22%
折旧与摊销	612.1	14.70%	704.14	15.21%	964.69	20.08%
办公差旅费	228.65	5.49%	224.69	4.85%	283.32	5.90%
中介机构费	75.35	1.81%	183.17	3.96%	266.47	5.55%
税费	164.55	3.95%	158.07	3.42%	169.27	3.52%
其他	421.73	10.13%	719.33	15.54%	499.76	10.40%
合计	4,163.19	100.00%	4,628.20	100.00%	4,803.57	100.00%
占营业收入比例	11.23%		10.31%		8.86%	

公司管理费用主要为职工薪酬、研发费用、折旧与摊销、办公差旅费等。报告期内，公司不断优化员工结构，管理部门在人员数量精简的同时，人均薪酬水平持续上升，管理费用中职工薪酬总额较为稳定。报告期内，研发费用占比较

高，主要是公司加大对服装设计研发投入所致。

（3）财务费用

项目	2015 年度	2014 年度	2013 年度
利息支出	-	32.71	133.52
减：利息收入	200.48	117.39	72.12
汇兑损益	-10.63	1.97	26.14
其他	24.69	24.92	36.70
合计	-186.42	-57.79	124.24
占营业收入比例	-0.53%	-0.13%	0.23%

报告期内，公司财务费用金额较小，占营业收入的比例较低。

（4）期间费用率与同行业上市公司对比分析

时间	销售费用率						
	七匹狼	报喜鸟	希努尔	九牧王	卡奴迪路	行业平均	雷迪波尔
2015 年度	19.64%	31.52%	19.61%	25.69%	43.04%	27.90%	28.80%
2014 年度	18.87%	33.24%	24.65%	27.46%	44.24%	29.69%	28.25%
2013 年度	15.73%	31.97%	22.07%	23.25%	32.50%	25.10%	27.24%
时间	管理费用率						
	七匹狼	报喜鸟	希努尔	九牧王	卡奴迪路	行业平均	雷迪波尔
2015 年度	9.93%	13.55%	7.30%	9.11%	12.02%	10.38%	11.23%
2014 年度	10.04%	13.43%	6.12%	9.96%	11.58%	10.23%	10.31%
2013 年度	8.68%	17.18%	4.66%	7.33%	8.51%	9.27%	8.86%
时间	财务费用率						
	七匹狼	报喜鸟	希努尔	九牧王	卡奴迪路	行业平均	雷迪波尔
2015 年度	-2.97%	1.13%	0.83%	0.13%	1.53%	0.13%	-0.53%
2014 年度	-2.78%	0.73%	1.63%	-3.63%	0.82%	-0.65%	-0.13%
2013 年度	-0.95%	-0.74%	2.22%	-3.20%	0.22%	-0.49%	0.23%

数据来源：各公司年报。

与同行业可比上市公司比较，公司销售费用率及管理费用率与行业基本一致，无重大差异。

2、资产减值损失

报告期内，公司资产减值损失的变动情况如下：

时间	项目	本期计提	本期转回	本期转销	本期收回已核销损失	资产减值损失
2015 年度	坏账准备	787.39	-	327.23	-	787.39
	存货跌价准备	1,156.86	-	600.68	-	1,156.86
	合计	1,944.25	-	927.91	-	1,944.25
2014 年度	坏账准备	30.93	-	44.44	-	30.93
	存货跌价准备	1,471.03	-	667.96	-	1,471.03
	合计	1,501.96	-	712.40	-	1,501.96
2013 年度	坏账准备	323.19	-	32.58	324.00	-0.81
	存货跌价准备	1,202.74	-	869.91	-	1,202.74
	合计	1,525.93	-	902.49	324.00	1,201.93

注：资产减值损失=本期计提-本期转回-本期收回已核销损失

报告期内，公司涉及资产减值损失计提的资产主要包括应收账款、其他应收款、存货等。2015 年度资产减值损失较 2014 年度增加 442.29 万元，主要是坏账准备计提增加影响。

报告期内坏账损失的转回情况如下：

时间	本期计提	本期转回	本期转销	本期收回已核销损失	坏账损失	坏账损失增减
2015 年度	787.39	-	327.23	-	787.39	756.46
2014 年度	30.93	-	44.44	-	30.93	31.74
2013 年度	323.19	-	32.58	324.00	-0.81	-323.71

2015 年度坏账损失较 2014 年度增加 756.46 万元，主要原因是公司本期核销预计无法收回的长账龄应收账款，以及单独计提预计无法收回重组债务导致坏账损失增加。

2014 年度坏账损失较 2013 年度增加 31.74 万元，系公司按账龄正常计提应收账款及其他应收款坏账准备。

（2）存货跌价损失的转回情况

时间	本期计提	本期转回	本期转销	存货跌价损失	跌价损失增减
2015 年度	1,156.86	-	600.68	1,156.86	-314.17
2014 年度	1,471.03	-	667.96	1,471.03	268.29
2013 年度	1,202.74	-	869.91	1,202.74	-523.44

2015 年度存货跌价损失较 2014 年度下降 314.17 万元，主要原因是公司报告期末存货余额较上年末大幅减少，并且加大了过季品促销的力度，计提存货跌价准备的金额相应减少。

2014 年度存货跌价损失较 2013 年度增加 268.29 万元，主要原因是公司库存商品持续增长，按库龄补提相应存货跌价准备。

3、投资收益

报告期内，公司的投资收益主要是购买银行保本型短期理财产品所获得的收益，具体情况如下：

时间	产品名称	投资期限	金额	投资收益
2015 年度	蕴通财富·日增利 161 天	2015.1.19-2015.6.29	6,000.00	132.33
	蕴通财富·日增利 91 天	2015.7.24-2015.10.23	3,200.00	31.11
	合计		-	163.44
2014 年度	蕴通财富·日增利 S 款	2014.6.20-2014.6.27	3,000.00	1.78
	蕴通财富·日增利 89 天	2014.7.2-2014.9.29	5,000.00	65.84
	蕴通财富·日增利 74 天	2014.10.17-2014.12.30	5,000.00	46.63
	中国工商银行保本型法人 35 天稳利理财	2014.11.21-2014.12.29	1,500.00	5.18

	合计	-	119.43

4、营业外收支

项目	2015 年度	2014 年度	2013 年度
营业外收入	172.80	1,177.46	53.31
营业外支出	5.62	111.63	35.81
营业外收支净额	167.18	1,065.83	17.50
利润总额	5,016.52	7,661.48	8,431.68
营业外收支净额占当期利润总额比例	3.32%	13.91%	0.21%

报告期内，公司营业外收入主要是公司获得的政府补助。2013 年度的营业外支出主要是对外捐赠。2014 年度营业外收入较大，主要是公司获得成都市温江区财政局提供的科技产业开发园扶持资金 1,000 万元。

报告期内，公司政府补助的具体情况如下：

项目	批准文件（或拨款单位）	2015 年度	2014 年度	2013 年度	与资产相关/与收益相关
流动资金贷款贴息补助资金	成都市人民政府办公厅《关于加快发展先进制造业实现工业率先倍增若干政策的意见》（成办发[2012]23 号）	-	-	45.03	与收益相关
科技产业开发园扶持资金	成都市温江区财政局关于支付企业产业扶持资金的说明	-	1,000.00	-	与收益相关
著名商标奖励	成都市温江区推进品牌战略联席会议办公室文件《关于对我区获得认定国家、省、市驰名商标企业奖励的请示》（成温品联办[2013]1 号）、《中共成都市温江区委常委会议决定事项通知》（13-28-6）	-	10.00	-	与收益相关
开拓资金申报奖励	成都市温江区商务局	-	6.00	-	与收益相关
工业设计发展专项资金	成都市财政局、成都市经济和信息化委员会《关于下达 2013 年省级工业设计发展专项资金及项目计划的通知》（成财建[2013]130 号）	-	50.00	-	与收益相关
2014 成都双百创意设计周-双百创意总动员补贴	成都市人民政府办公厅于 2014 年 9 月 22 日下发的《通知》	-	3.00	-	与收益相关
2014 年国家级创新载体建设项目资金补贴	成都市财政局、成都市经济和信息化委员会《关于拨付 2014 年国家级创新载体建设项目资金补贴的通知》（成财企[2014]87 号）	40.00	60.00	-	与收益相关
2013 年度中小企业国际市场开拓资金	成都市财政局、成都市商务局关于拨付 2013 年度中小企业国际市场开拓资金的通知（成财企[2014]91 号）	-	7.90	-	与收益相关
上市补助	成都市金融工作办公室《关于拨付 2014 年度市级金融业发展专项资金有关项目费用的通知》（成金发[2014]122 号）	-	20.00	-	与收益相关
2014 年民营企业管理现代化创新成果项目	成都市财政局、成都市经济和信息化委员会关于拨付 2014 年成都市民营企业管理现代化创新成果奖励项目资金的通知（成财企[2014]147 号）	20.00	-	-	与收益相关
专利资助资金	成都市温江区人民政府《关于印发促进科技进步与创新的扶持政策试行意见	1.75	3.75	-	与收益相关

	的通知》（温府发[2009]130号）				
2014 年中央外经贸发展专项项目资金	成都市财政局《关于拨付 2014 年中央外经贸发展专项（提升国际经营能力）项目资金的通知》（成财企〔2015〕9 号）	37.30	-	-	与收益相关
上市扶持资金	成都市温江区人民政府《关于促进企业改制上市工作的实施意见》（温府发[2011]53 号）	45.00	-	-	与收益相关
雷迪波尔工业设计中心创新能力提升项目	成都市财政局、成都市经济和信息化委员会关于下达省安排 2014 年产业技术研究与开发专项资金的通知（成财建[2014]92 号）	100.00	-	-	与资产相关
稳岗补贴	成都市温江区社会保险服务管理局	2.13	-	-	与收益相关
合计		246.18	1,160.65	45.03	

5、营业税金及附加、所得税费用

（1）营业税金及附加

税种	2015 年度	2014 年度	2013 年度
营业税	20.39	20.89	78.86
城市维护建设税	213.47	245.57	326.37
教育费附加	153.08	175.85	233.34
房产税	44.30	49.54	42.99
合计	431.25	491.85	681.56

报告期内，营业税金及附加变动与营业收入变动基本一致。

（2）所得税费用

项目	2015 年度	2014 年度	2013 年度
当期所得税费用	929.15	1,155.75	1,547.89
递延所得税费用	-110.82	17.60	-258.65
合计	818.33	1,173.36	1,289.24
利润总额	5,016.52	7,661.48	8,431.68
所得税占利润总额比例	16.31%	15.32%	15.29%

报告期内，公司的企业所得税费用与营业收入和利润总额的变动保持一致。

（六）非经常性损益及其影响分析

项目	2015 年度	2014 年度	2013 年度
归属于公司股东净利润	4,198.19	6,488.12	7,142.44
归属于公司股东的非经常性损益	142.10	905.95	338.27
非经常性损益占归属于公司股东净利润比例	3.38%	13.96%	4.74%
扣除非经常性损益后的归属于公司股东净利润	4,056.09	5,582.17	6,804.17

报告期内，非经常性损益逐年增长，主要是公司收到的政府补助金额较大所致。

（七）影响发行人盈利能力连续性和稳定性的主要因素

1、宏观经济环境

作为与居民生活息息相关的传统产业，服装行业的发展与宏观经济环境和居民收入水平具有较高的正相关关系。近年来，我国经济增速持续放缓，如果未来经济增长速度继续放缓，将导致居民收入下降。出于谨慎性考虑，当消费者收入预期不佳或对就业状况担忧时，消费者可能会压缩服饰支出。宏观经济环境的不利变化将影响公司的经营业绩。

对此，公司将坚持国际化的运作方式，以领先的产品设计、时尚的品牌理念满足消费者的需求。随着宏观经济环境趋于稳定、募集资金逐步到位，公司将不断提升管理水平，扩张并优化营销渠道，实现经营业绩的持续稳定发展。

2、公司渠道的建设及管理

公司目前主要采用加盟和自营相结合的销售模式，截至报告期末，在全国建立了516个门店，初步形成了覆盖全国的营销网络。在该模式下，公司主要依靠加盟商进行网点扩张，实现对全国二、三、四线城市的有效渗透，节约了资金投入，降低了投资风险。但如果加盟商在短时间内出现较大流失，则会对公司的经营造成较大的负面影响。目前，公司一方面通过优化自营店布局，加大终端网点的控制力度，有效提升公司品牌形象并向周边区域辐射，确保加盟商良好的盈利预期；另一方面通过强化加盟商的持续督导与维护，提升门店管理能力，降低加盟商流失的风险。

3、消费者需求

公司的产品面向全国市场，受各地风俗习惯和体型差异等因素的影响，不同地区的消费者对服装款式和版型的需求也存在一定的差异。如果公司不能及时、准确把握市场流行元素和消费者需求变化趋势，不能掌握不同地区消费者的版型需求，持续开发适销产品，市场对公司产品的认可度将会降低，公司营业收入和利润将会受到影响。为此，公司通过加大研发投入，加强设计研发环节的国际化合作，不断提高自身的设计研发能力和创新能力，将国际时尚潮流与中国国情有机结合，满足消费者的需求。

（八）发行人经营业绩持续下降原因及与同行业竞争对手对比补充分析

发行人主营业务所处细分市场为商务休闲男装，与发行人产品定位最相近的主要竞争对手是卡奴迪路、报喜鸟、长兴国际（集团）控股有限公司和广东博斯

服饰实业有限公司。此外，七匹狼、九牧王、希努尔均主营商务休闲男装，也是公司竞争对手，但由于产品定位有所差异，竞争性稍弱。前述竞争对手中卡奴迪路、报喜鸟、七匹狼、九牧王、希努尔五家公司系国内 A 股上市公司，可比性强，招股说明书将其列为可比上市公司，报告期内该等公司的主要财务指标情况如下：

公司	年度	营业收入		营业利润		净利润		净利润 (扣非后)		主营业务毛利率		应收账款余额		存货余额	
		金额	增幅	金额	增幅	金额	增幅	金额	增幅	金额	较上年/ 上期变动	金额	应收账款 占 营业收入 比例	金额	存货占营业 收入比例
卡奴迪路	2015 年度	72,423.72	3.47%	-438.71	-119.28%	-822.57	-165.63%	821.43	-18.89%	57.82%	-4.65%	19,033.29	26.28%	48,565.56	67.06%
	2014 年度	69,992.03	-12.41%	2,274.99	-86.57%	1,253.42	-91.53%	1,012.78	-93.01%	62.47%	-2.26%	16,789.21	23.99%	46,728.27	66.76%
	2013 年度	79,909.16	25.61%	16,937.04	-20.42%	14,794.26	-16.38%	14,487.64	-16.82%	64.73%	-2.02%	20,741.99	25.96%	42,543.38	53.24%
报喜鸟	2015 年度	224,151.09	-1.45%	16,622.91	2.73%	10,001.71	-25.45%	2,146.94	1.30%	59.28%	0.43%	59,359.60	26.48%	119,262.07	53.21%
	2014 年度	227,455.48	12.72%	16,181.31	-25.96%	13,416.95	-15.82%	2,119.43	-50.49%	58.85%	-6.95%	55,430.81	24.37%	126,514.83	55.62%
	2013 年度	201,788.41	-10.46%	21,855.07	-55.09%	15,939.30	-66.01%	4,280.70	-89.42%	65.80%	2.73%	57,120.77	28.31%	123,546.29	61.23%
七匹狼	2015 年度	248,646.91	3.99%	21,337.16	-24.77%	28,008.38	-4.86%	15,163.80	-13.79%	42.79%	-2.95%	28,516.32	11.47%	132,499.94	53.29%
	2014 年度	239,103.48	-13.79%	28,362.40	-38.90%	29,439.16	-22.01%	17,589.93	-45.93%	45.74%	-1.68%	32,073.86	13.41%	111,133.75	46.48%
	2013 年度	277,349.07	-20.23%	46,416.86	-38.47%	37,747.51	-33.29%	32,533.06	-40.84%	47.42%	0.85%	47,563.10	17.15%	93,522.41	33.72%
九牧王	2015 年度	225,660.12	9.13%	48,258.78	12.16%	40,418.78	15.31%	43,207.17	28.46%	58.22%	1.72%	17,214.08	7.63%	66,714.40	29.56%
	2014 年度	206,781.91	-17.34%	43,026.96	-35.39%	35,052.07	-34.76%	33,634.60	-35.79%	56.50%	-0.22%	18,614.49	9.00%	67,856.97	32.82%
	2013 年度	250,153.93	-3.81%	66,593.66	-12.33%	53,730.22	-19.62%	52,383.11	-20.31%	56.72%	-1.11%	19,240.45	7.69%	67,783.13	27.10%
希努尔	2015 年度	101,276.29	-1.62%	-7,444.62	-10.81%	2,258.61	-148.48%	-5,869.43	-16.14%	27.73%	-0.88%	50,282.34	49.65%	31,535.42	31.14%
	2014 年度	102,945.72	-18.25%	-6,718.26	-188.09%	-4,659.06	-165.26%	-5,053.74	-182.60%	28.61%	-8.76%	53,921.00	52.38%	35,775.38	34.75%
	2013 年度	125,920.02	6.76%	7,626.45	-47.19%	7,139.11	-48.95%	6,118.47	-50.09%	37.37%	-4.25%	51,658.62	41.02%	37,807.61	30.03%
可比上市公司平均值	2015 年度	174,431.63	3.06%	15,667.10	-5.76%	15,972.98	6.85%	11,093.98	12.51%	49.17%	-1.26%	34,881.13	-1.37%	79,715.48	2.72%
	2014 年度	169,255.72	-9.50%	16,625.48	-47.86%	14,948.32	-42.28%	9,860.60	-55.10%	50.43%	-3.97%	35,365.87	20.89%	77,601.84	45.85%
	2013 年度	187,024.12	-7.84%	31,885.82	-32.38%	25,897.67	-35.89%	21,960.60	-42.46%	54.41%	-0.76%	39,264.99	20.99%	73,040.57	39.05%
发行人	2015 年度	37,072.72	-17.43%	4,849.34	-26.48%	4,198.19	-35.29%	4,056.09	-27.34%	57.90%	1.29%	12,890.93	34.77%	17,690.44	47.72%
	2014 年度	44,897.20	-17.22%	6,595.65	-21.61%	6,488.12	-9.16%	5,582.17	-17.96%	56.61%	2.15%	11,788.84	26.26%	18,505.36	41.22%
	2013 年度	54,239.80	-10.62%	8,414.18	-11.80%	7,142.44	-12.00%	6,804.17	-15.96%	54.46%	-	11,684.16	21.54%	18,070.50	33.32%

注：上表中毛利率的变化计算公式为“本期毛利率-上期毛利率”，其余指标的增幅计算公式为“（本期数据-上期数据）/上期数据”。

通过上述对比可以看出，报告期内发行人与主要竞争对手的营业收入、营业利润、净利润等财务指标整体呈下降趋势。略有差异的是，报告期内，发行人营业收入下降幅度略高于同行业上市公司平均水平，但营业利润、净利润和扣非后净利润三项指标的下降幅度低于同行业上市公司平均水平，同时发行人毛利率持续小幅上升，产生这种情形的主要原因是：

1、公司较早意识到宏观经济增速放缓导致行业经营环境恶化，有意识地自 2011 年下半年起开始主动控制减少订货，加强存货和应收账款管理，放缓门店扩张速度，将工作重心从以前的追求扩张转向优化现有门店布局、稳定和提高门店管理水平。虽然与同行业上市公司相比，公司营业收入下降幅度略高于同行业上市公司平均水平，但是公司的存货和应收账款占营业收入的比例基本相当，表明公司对存货和应收账款的管理保持了较好水平。

2、公司根据市场环境的变化及时进行产品结构优化调整，减少皮衣等高价格、低毛利率产品的采购，对衬衫、T 恤、休闲裤等市场欢迎的产品进一步优化设计，在保证品质的前提下更多地采用价格略低的面辅料，降低采购价格，提高销售毛利率，导致报告期内毛利率小幅上升。

综上，与主要竞争对手相比，报告期内公司经营业绩的持续下降是正常情形，符合服装行业特别是商务休闲男装行业的特点，与同行业上市公司的变化情况基本一致。

三、现金流量分析

（一）现金流量总体情况

项目	2015 年度	2014 年度	2013 年度
经营活动现金流入小计	38,157.05	50,246.58	57,231.35
经营活动现金流出小计	36,796.20	44,324.74	52,752.55
经营活动现金流量净额	1,360.85	5,921.84	4,478.80
投资活动现金流入小计	9,365.69	6,646.59	0.98
投资活动现金流出小计	9,923.75	6,818.25	375.74
投资活动现金流量净额	-558.06	-171.65	-374.76
筹资活动现金流入小计	-	-	2,200.00
筹资活动现金流出小计	5,833.38	6,149.33	2,333.52

筹资活动现金流量净额	-5,833.38	-6,149.33	-133.52
汇率变动对现金及现金等价物的影响	1.32	-4.50	-13.57
期末现金及现金等价物净增加额	-5,029.27	-403.63	3,956.95

（二）经营活动现金流量分析

项目	2015 年度	2014 年度	2013 年度
销售商品、提供劳务收到的现金	37,164.62	48,501.14	56,451.70
收到的税费返还	9.53	10.94	18.76
收到其他与经营活动有关的现金	982.90	1,734.50	760.89
经营活动现金流入小计	38,157.05	50,246.58	57,231.35
购买商品、接受劳务支付的现金	17,953.66	22,852.67	26,451.10
支付给职工以及为职工支付的现金	5,246.87	5,744.47	6,073.82
支付的各项税费	4,816.99	5,132.07	7,158.24
支付其他与经营活动有关的现金	8,778.68	10,595.53	13,069.39
经营活动现金流出小计	36,796.20	44,324.74	52,752.55
经营活动产生的现金流量净额	1,360.85	5,921.84	4,478.80
净利润	4,198.19	6,488.12	7,142.44
差额	-2,837.33	-566.28	-2,663.64

报告期内，公司净利润与经营活动现金流量净额勾稽关系如下：

项目	2015 年度	2014 年度	2013 年度
归属于公司股东净利润	4,198.19	6,488.12	7,142.44
资产减值准备	1,944.25	1,501.96	1,201.93
固定资产折旧、油气资产折耗、生产性生物资产折旧	911.41	1,021.44	1,236.32
无形资产摊销	71.72	52.59	46.24
处置固定资产、无形资产和其他长期资产的损失	-2.53	-11.05	0.36
财务费用	-1.32	37.20	147.09
投资损失	-163.44	-119.42	
递延所得税资产减少	-110.82	17.60	-258.65
存货的减少	214.25	-1,102.82	2,247.85
经营性应收项目的减少	-603.83	497.28	-1,668.75
经营性应付项目的增加	-5,097.02	-2,461.07	-5,616.03
经营活动产生的现金流量净额	1,360.85	5,921.84	4,478.80

公司经营性净现金流与当期净利润不匹配的主要原因是存货与经营性应付项目变动所致。2013年度和2014年度，经营性应付项目（主要是应付账款和预收账款）持续减少，导致经营活动产生的现金流量净额低于当期净利润。2015年度，由于经营性应付项目（主要是应付票据及预收款项）的大幅减少，导致经营性活动产生的现金流量净额为负，且低于当期净利润。

报告期内，公司收到的其他与经营活动有关的现金及变动情况如下：

项目	2015 年度	2014 年度	2013 年度

	金额	增幅	金额	增幅	金额
租金收入	392.73	-13.18%	452.33	56.63%	288.78
利息收入	200.48	70.77%	117.39	62.77%	72.12
政府补助	246.18	-78.79%	1,160.65	2,477.50%	45.03
备用金及职工借款	-	-	-	-	15.67
保证金	125.05	-	-	-	10.00
企业间往来	-	-	-	-	324.00
其他经营利得	18.46	346.97%	4.13	-21.83%	5.28
合计	982.90	-43.33%	1,734.50	127.96%	760.89

2014年度公司收到的其他与经营活动有关的现金较2013年度增加973.61万元，增长127.96%，主要是因为2014年度公司获得成都市温江区财政局提供的科技产业开发园扶持资金1,000万元。

报告期内，公司支付的其他与经营活动有关的现金及变动情况如下：

项目	2015 年度		2014 年度		2013 年度
	金额	增幅	金额	增幅	金额
保证金	84.00	396.75%	16.91	-91.09%	189.84
销售及管理费用	8,640.97	-17.20%	10,435.39	-18.43%	12,792.89
备用金及职工借款	29.02	249.47%	8.30	-	-
银行手续费	24.69	-0.95%	24.92	-32.10%	36.70
捐赠支出	-	-	110.00	-	-
其他	-	-	-	-	49.96
合计	8,778.68	-17.15%	10,595.53	-18.93%	13,069.39

2014年度支付的其他与经营活动有关的现金较2013年度减少2,473.86万元，下降18.93%，2015年度较2014年度减少1,816.85万元，下降17.15%，支付其他与经营活动有关的现金持续下降，主要原因是：（1）报告期内公司优化自营门店结构，关闭了部分盈利欠佳的门店，致使自营门店店铺数量逐年下降，因此相关经营费用相应减少；（2）公司加强费用控制，报告期内广告费、展会费、特许权使用费、差旅费、招待费等存在不同程度的下降。

（三）投资活动现金流量分析

报告期内，公司用于购置固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金分别为375.74万元、318.25万元和723.75万元，主要是支付的部分厂房修建工程款和办公设备购置款等。公司采用轻资产运营，购置固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金相对较少。

（四）筹资活动现金流量分析

报告期内，公司筹资活动产生的现金流量净额分别为-133.52万元、-6,149.33

万元和-5,833.38万元。公司根据流动资金需要借入和偿还银行借款，由于公司经营积累现金逐渐能够满足公司流动资金需要，公司在2014年度偿还了全部银行借款及向股东分红，导致2014年度筹资活动净流出-6,149.33万元。2015年度筹资活动净流出主要是向股东分红所致。

四、资本性支出分析

（一）报告期重大资本性支出

报告期内，公司无重大资本性支出。

（二）未来可预见的重大资本性支出计划

未来可预见的公司重大资本性支出是本次发行股票募集资金拟投资的“营销渠道建设”、“设计研发中心扩建”和“信息系统提升建设”项目，总投资 48,181 万元，具体情况参见第十三节“募集资金运用”。除前述项目外，未来无其他可预见的重大资本性支出计划。

五、财务状况和盈利能力未来趋势分析

（一）主要财务优势及困难

1、主要财务优势

（1）公司主营业务突出，盈利能力较强。公司营业收入主要来自主营业务收入，报告期内主营业务收入分别为52,691.69万元、43,523.98万元和35,823.29万元，主营业务收入占营业收入的比例分别为97.15%、96.94%和96.63%。报告期内，公司主营业务毛利率分别为54.46%、56.61%和57.90%，保持较高水平，公司主营业务收入和盈利具有较好的连续性和稳定性。

（2）公司资产流动性强，资产质量较好。报告期各期末，公司流动资产占总资产比例为78.27%、78.86%和76.00%，占比较高，资产流动性强。公司存货周转情况和应收账款规模与行业水平相吻合，资产质量较好。

2、主要困难

虽然目前宏观经济下滑，公司在此压力下暂时性调整业务规模，但公司仍处于业务扩张阶段。公司当前融资渠道比较单一，主要依赖于自身积累和银行贷款，难

以满足公司营销网络的扩张、设计研发和信息系统提升的要求。若本次股票能成功发行，将有效解决公司资本金不足的情况，从而更进一步提升公司的盈利能力和市场竞争能力。

（二）财务状况趋势

报告期内，公司资产规模随业务发展同步增长。资产结构中流动资产占比较大，流动资产中应收账款和存货的比重较高。公司建立了存货预警机制，加强存货管理，存货周转率保持在较合理水平。同时，公司不断加强应收账款管理，应收账款回款情况较好，发生坏账的风险较小。

随着募集资金的到位，资产规模将大幅增加，公司营销网络规模进一步扩大，资产负债率继续降低，公司的市场竞争力和综合实力将得到提升。

（三）盈利能力趋势

随着我国经济的持续发展，居民人均可支配收入的增长、城镇化进程的推进，以及国家产业政策的扶持和引导，国内服装零售行业基本保持稳定发展。同时，由于我国男性消费者消费结构的改变，国内商务休闲男装市场规模将不断增长。但近年来我国经济增速放缓，服装行业市场形势严峻，服装销售新业务模式（如快时尚等）对传统模式的冲击，使公司业务受到一定影响，营业收入总体呈下降趋势，公司现有门店收入增幅放缓，新开门店培育周期延长，人工成本和其他费用上涨，挤压了公司盈利空间。

公司将凭借在商务休闲男装市场领先的区域市场地位和核心竞争优势，综合考虑宏观经济形势、市场竞争情况、消费能力等因素，适度进行渠道建设和扩展，完善销售网络布局，保持合理的终端库存水平，为后续发展夯实基础。公司将持续提升门店运营效率，强化终端运营管理能力，开展零售运营体系标准化建设；加强公司的产品设计和研发能力，建立“原料差异化、版型多样化和设计国际化”的产品领先地位；完善和优化供应链体系，提升供应链快速反应能力。同时，公司将通过一系列精细化管理措施，包括产品系列化推进、全方位品牌推广、渠道选择兼顾盈利等，以达到提升单店效益，从而最终提升盈利能力的目标。

随着募集资金项目的实施，公司营销网络体系将得到完善，公司的品牌形象和市场影响力将进一步提高。同时通过设计研发中心扩建、信息系统提升建设项目实

施，公司对市场变化的反应将更为敏捷，有助于提高管理层决策质量和效率，提升公司可持续发展能力。

六、股东未来分红回报分析

（一）发行人未来分红规划

参见“重大事项提示”之“八（四）公司上市后三年股东分红回报规划”。

（二）保荐机构核查意见

经核查，保荐机构认为：发行人将留存利润用于再投资符合股东利益和公司发展的需要。发行人本次发行完成后实行的利润分配政策着眼于公司的长远和可持续发展，注重给予投资者稳定回报，有利于保护投资者的合法权益；发行人股利分配决策机制健全、有效和有利于保护公众股东的权益；发行人《公司章程（草案）》及招股说明书对利润分配事项的规定和信息披露符合有关法律、法规、规范性文件的规定。

七、本次募集资金到位摊薄即期回报的分析

为贯彻落实《国务院关于进一步促进资本市场健康发展的若干意见》（国发【2014】17号）、《国务院办公厅关于进一步加强资本市场中小投资者合法权益保护工作的意见》（国办发【2013】110号）要求，根据中国证监会《关于首发及再融资、重大资产重组摊薄即期回报有关事项的指导意见》（公告【2015】31号）相关规定，为保障中小投资者利益，公司对首次公开发行股票并上市摊薄即期回报进行分析如下：

（一）首次公开发行股票对摊薄即期回报的影响分析

根据本次发行方案，公司拟向公众投资者发行不超过5,000万股股票，本次发行完成后公司的股本规模将有所增加。由于本次募集资金投资项目无法在发行当年即产生预期效益，但公司的总股本将会增加，而公司的业务规模和净利润可能无法获得相应幅度的增长，公司每股收益（扣除非经常损益后的每股收益、稀释每股收益）受股本摊薄影响，相对上年度每股收益将可能下降，公司即期回报将可能被摊薄。

（二）关于首次公开发行股票募集资金的必要性和合理性

公司是一家以商务休闲男装服饰的设计研发、品牌推广和产品销售为核心的品牌运营商，未来长期发展的战略目标是成为“领跑中国、服务全球”的一流时尚服饰品牌运营企业。

为实现上述战略目标，公司制定了清晰的业务发展规划，包括品牌建设、设计研发、营销网络建设、信息系统建设改进和人力资源发展等多个方面，其具体内容参见第十二节“二、发行当年及未来两年业务发展规划”。

本次发行募集资金投资的“营销渠道建设项目”、“设计研发中心扩建项目”和“信息系统提升建设项目”，是完成公司业务发展规划的重要前提，也是实现公司战略目标的重要举措，项目达产后能够从营销网络、产品设计研发、信息化等方面拓展与深化现有业务，优化人员结构，最终实现对品牌价值的提升，其必要性和可行性分析参见第十三节“二、募集资金投资项目情况介绍”。

（三）本次募集资金投资项目与公司现有业务的关系，以及公司在人员、管理、市场等方面的储备情况

1、本次募集资金投资项目与现有业务的关系

公司自2007年成立以来，一直从事商务休闲男装服饰的设计研发、品牌推广和产品销售，根据中国证监会颁布的《上市公司行业分类指引》（2012年修订），公司主营业务所属行业隶属于“C-18 纺织服装、服饰业”。

公司本次发行募集资金均围绕主营业务开展，资金投向与公司所属行业一致，是现有业务的拓展与深化，项目建成后将极大提升公司的市场竞争力和整体形象。因此，本次募集资金投资项目与公司现有业务相辅相成，具有较强的一致性和延续性。

2、公司从事募投项目在人员、管理、市场等方面的储备情况

公司在服装服饰行业深耕多年，积累形成了较强的产品、研发、渠道和品牌优势，拥有从事募投项目在人员、管理、市场等方面的各项储备：

（1）人员方面：公司历来注重人才的培育和引进工作，吸引和凝聚了大批高素质的专业人才，拥有一支实践经验丰富的人才队伍，为本次募集资金投资项目的顺利实施奠定了人员基础。

（2）管理方面：公司多年来一直专注于商务休闲男装服饰领域，积累了较为丰富的经营管理经验，制定了健全、完善的行政管理制度、人事管理制度、财务管理制度、业务管理制度等，具有敏锐的市场感知能力和客户需求响应能力，为本次募集资金投资项目的顺利实施提供了管理支持。

（3）市场方面：公司经过多年发展，储备了广泛而优质的加盟商和客户群体，这些群体对公司企业文化和品牌理念具有深入的理解，品牌忠诚度高，能够通过各种渠道和形式传播公司品牌价值，提高公司影响力，为本次募集资金投资项目如期实现收益提供了重要保障。

综上，公司本次募集资金投资项目是基于现有业务的拓展与深化，是公司实现战略目标的重要着力点。公司已经做好了相应的人员、管理和市场准备，能够确保项目的顺利实施。

（四）本次募集资金到位填补回报的具体措施

本次发行可能导致投资者的即期回报被摊薄，考虑上述情况，公司将采取多种措施以提升公司的经营业绩，增强公司的持续回报能力。

1、公司现有业务板块运营状况，发展态势，面临的主要风险及改进措施

（1）现有业务板块运营状况及发展态势

作为男装服饰的品牌运营商，公司目前拥有“Raiky Boer”、“GHILARO”和“Mesimia”三个自主品牌，以及在中国大陆、香港、澳门地区获得独家授权的意大利品牌“ferrante”。

截至报告期末，在全国26个省、直辖市、自治区开设516个门店，初步建立了覆盖全国的销售网络。

报告期内，公司营业收入结构较为稳定，主营业务收入占营业收入的比重在96%以上，主营业务突出。受宏观经济增速放缓、市场销售疲软和人力成本持续上升等因素的影响，报告期内公司营业收入总体保持稳定，营业利润和净利润虽然出现下降，但盈利能力仍然较强。

（2）现有业务板块面临的主要风险及改进措施

①主要风险

公司现有业务板块面临着宏观经济变动、市场竞争加剧、生产外包等风险，具体内容参见“第四节 风险因素”。

②改进措施

针对上述风险，公司制定了业务发展战略和未来三年业务发展目标，坚持以男装业务为核心，整合更多国际化品牌资源、设计研发资源、运营管理资源、供应链及市场资源，致力于为消费者提供优质产品和服务，不断提升公司核心竞争力和综合实力。

此外，本次发行募集资金投资项目是在综合考虑公司面临的产业政策、市场条件及其主要风险的基础上提出的，其顺利实施将有利于巩固和强化公司的经营优势，提高抗风险能力，实现可持续发展。

2、公司提高日常运营效率，降低运营成本，提升经营业绩的具体措施

为保证首次公开发行股票募集资金有效使用、有效防范即期回报被摊薄的风险、提高未来的持续回报能力，公司将采取如下具体措施：

（1）加快业务拓展，提高盈利能力

公司将在巩固现有加盟业务优势的前提下，进一步加强自营业务管理，同时探索O2O线上线下相结合的营销模式，加快电子商务拓展，实现设计、生产、销售、物流、信息和电子商务的一体化运营，巩固和提升公司市场地位和竞争能力，提高盈利能力。

（2）强化募集资金管理，提高募集资金使用效率

公司已制定《募集资金管理办法》，规定募集资金到位后，将存放于董事会指定的专项账户中，专户专储、专款专用，严格募集资金的使用管理，保证募集资金得到充分有效利用。公司将通过有效运用本次募集资金，改善融资结构，提升盈利水平，进一步加快项目效益的释放，增厚未来收益，增强可持续发展能力，以填补股东即期回报下降的影响。

（3）全面提升管理水平，提高运营效率

公司将进一步完善、优化业务流程，加强预算管理，控制各项费用支出，提升资金使用效率，全面、有效地控制经营和管控风险，提升经营效率和盈利能力。公司还将继续完善薪酬和激励机制，建立有市场竞争力的、与公司规模扩张和发展相

匹配的薪酬体系，最大限度地激发员工积极性，挖掘员工的创造力和潜在动力，促进业务发展，提升经营业绩。

（4）保持和优化利润分配制度，强化投资回报机制

公司重视对投资者的合理回报，建立了较为完善的利润分配制度，已根据中国证监会的相关规定，制定了股东分红回报规划，并对《公司章程（草案）》利润分配政策的条款进行了修订。修订后的利润分配政策及分红回报规划明确了分红的比例、依据、条件、实施程序、调整事项等内容。

本次发行上市后，公司将进一步完善利润分配机制，强化投资者回报，确保公司股东特别是中小股东的利益得到有效保护。

上述填补回报措施不等于对公司未来利润做出保证，投资者不应据此进行投资决策，特此提示。

（五）相关主体关于公司填补回报措施的承诺

1、董事、高级管理人员

为保证首次公开发行股票摊薄即期回报填补措施的切实履行，公司全体董事、高级管理人员承诺：

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

（2）对董事和高级管理人员的职务消费行为进行约束；

（3）不动用公司资产从事与本人履行职责无关的投资、消费活动；

（4）由董事会或薪酬委员会制定的薪酬制度与公司填补回报措施的执行情况相挂钩；

（5）若公司后续推出股权激励政策，拟公布的公司股权激励的行权条件与填补回报措施的执行情况相挂钩；

（6）切实履行公司制定的有关填补回报措施以及本承诺，若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、投资者的补偿责任。

如有新任董事、高级管理人员，董事会将督促其签署上述承诺。

2、控股股东、实际控制人

为保证首次公开发行股票摊薄即期回报填补措施的切实履行，公司控股股东、实际控制人刘长明承诺：

- （1）不无偿或以不公平条件向其他单位或者个人输送利益，也不采用其他方式损害公司利益；
- （2）对董事和高级管理人员的职务消费行为进行约束；
- （3）不动用公司资产从事与本人履行职责无关的投资、消费活动；
- （4）由董事会或薪酬委员会制定的薪酬制度与公司填补回报措施的执行情况相挂钩；
- （5）若公司后续推出股权激励政策，拟公布的公司股权激励的行权条件与填补回报措施的执行情况相挂钩；
- （6）作为控股股东、实际控制人，不越权干预公司经营管理活动，不侵占公司利益；
- （7）切实履行公司制定的有关填补回报措施以及本承诺，若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、投资者的补偿责任。

第十二节 业务发展目标

一、发行人总体发展规划和经营目标

公司是一家以商务休闲男装服饰的设计研发、品牌推广和产品销售为核心的服装品牌运营商。随着国民经济水平的不断提高，中高端男装服饰行业拥有广阔的发展前景。公司通过优化运营模式、提高产品品质和服务质量，提升品牌知名度和市场占有率，已发展成为具有较强竞争力的品牌运营商。

公司将在现有业务规模和营销网络的基础上，以此次公开发行股票并上市为契机，按照公司发展规划扩张经营区域，进一步提升市场份额；加大产品设计研发和信息化建设投入，提高产品品质和提升企业管理水平；同时积极探索和开发电子商务与门店结合的营销模式，努力丰富和完善公司营销渠道。使公司成为具有国际知名度的国内一流服装品牌运营商，从而实现投资者利益最大化。

（一）经营理念和发展战略

公司的愿景是“国际品质、领航时尚”，未来长期发展的战略目标是成为领跑中国、服务全球的一流时尚服饰品牌运营企业。

公司自创立以来，始终将“以客为尊，引领时尚，以人为本，和谐发展，共创价值，共享成功，承担责任，持续发展”作为核心经营理念，始终坚持以男装业务为核心，致力于为消费者提供优质产品和服务。公司的发展战略是整合更多国际化品牌资源、设计研发资源、运营管理资源、供应链及市场资源，为消费者提供全方位的国际品质服饰体验，成为具有国际影响力的服装品牌运营商。

公司还将弘扬高度的社会责任感，支持公益事业，努力为员工及合作伙伴创造发展机会，为社会创造价值，营造“多方共赢，共同发展”的商业空间。

（二）经营目标

围绕以上发展战略，公司未来三年的发展目标包括：

1、大力推动品牌建设，发展和深化与国际知名品牌的战略合作，通过终端形象推广及平面媒体广告等方式，不断巩固和提升旗下品牌的美誉度与认知度。

2、强化产品设计研发，提高公司设计研发中心创新基础条件水平，通过整合国际设计研发资源、产学研合作等方式，将现代工业设计理念融入传统服装设计，

引领中高端男装服饰时尚潮流。

3、加强市场拓展，巩固和提高优势区域的市场占有率；继续在标志性商圈、主要机场设立旗舰店和形象标准店；填补具有较强发展潜力的空白区域市场，持续提升门店的单店效益。

4、促进工业化和信息化的“两化融合”，探索O2O线上线下相结合的营销模式。优化信息管理平台，促进业务流程和组织结构重组，实现设计、生产、销售、物流、信息和电子商务的一体化运营。

二、发行当年及未来两年业务发展规划

（一）品牌建设计划

1、参加国际知名服装展会，如意大利佛罗伦萨男装展览会（PITTI UOMO）、俄罗斯莫斯科国际服装展览会（CPM）、中国国际服装服饰博览会（CHIC）等，通过与国际一线品牌同台竞技，展示公司品牌的国际化形象。选择知名时尚媒体和媒体监测机构作为公司品牌推广的战略合作伙伴。

2、加大VIP客户维护与发展力度，定期向VIP会员传递时尚资讯、流行趋势及品牌信息，向VIP客户提供个性化的定制服务，并邀请VIP参加所在门店城市举办的消费体验活动，增强消费者对公司品牌的粘连度。

3、加大广告投放力度，根据产品定位选择在相应媒体发布广告，提升品牌的知名度和美誉度。

4、深化同国外优秀产品陈列师和终端空间设计师的合作，对产品陈列实施升级更新，为消费者提供优雅的购物环境，提升品牌终端陈列空间形象。

5、积极从事公益活动，履行社会责任，赞助与品牌相关的各类文化活动，扩大公司品牌在社会公众中的影响力。

（二）设计研发计划

1、增加对设计研发的投入。本次募集资金拟投资的设计研发中心扩建项目将购置相关软硬件设施，建设企划中心、服装平面设计中心、服装三维仿真展示中心、服装工艺研发中心、服装样衣制作中心、高级定制中心和服装质量检测中心，将对提高公司自主创新能力起到有力的推动作用。

2、优化设计研发团队建设。在国内设计团队不断成长的同时，坚持和深化与欧美国际优秀服装设计师的合作与交流，选派公司设计师到欧美时尚前沿国家学习交流、实习采风，实现公司的设计师队伍与国际时尚潮流的衔接，使产品风格与国际流行趋势达到同步，与竞争品牌实现高度差异化。

3、提升设计研发手段，采用高科技手段进行服装设计与展示。当前国际高端服装设计装备正由平面二维模式向三维立体设计发展。采用三维立体设计，可将服装效果图快速转换成样版图，还可模仿面料的质地、织法、悬度实现电脑三维模拟表演，完美逼真地展现服装设计效果，提高设计效率。

4、加强与科研院校的产学研合作，充分利用科研院校的智力资源和设备设施，研究前沿型、应用型课题，特别是涉及服装面辅料人体工学、穿着舒适性、视觉美学效果、环保性能等方面的研究，提升公司产品的科技含量。

（三）营销网络建设计划

1、开拓标志性商圈的商铺资源，巩固和提高优势区域的市场占有率；继续在经济发达城市的标志性商圈、主要机场设立旗舰店和形象标准店；填补具有较强发展潜力的空白区域市场。本次募集资金拟投资的营销渠道建设项目将新增221个门店，可以进一步优化公司营销网络，巩固渠道优势。

2、加强现有终端门店管理，分批对终端门店实施空间视觉形象、陈列展示升级，并配合信息系统改造全面施行标准化、精细化管理，持续提升门店的单店效益。

（四）信息系统建设改进计划

1、对信息化建设进行全面规划，实现企业管理各个层面的有效整合，促进业务流程和组织结构的重组与优化；通过大数据、电子商务等途径，优化和提升现有商业模式，发掘新的业务增长点。

2、对信息化建设进行系统投入。公司将在原有信息系统的基础上，建设协同办公、接口标准规范、功能数据集成共享的信息管理系统平台，满足业务规模不断扩大的需要。本次募集资金拟投资的信息系统建设项目将集中提升建设业务运营管理平台、经营决策支持平台、协同办公管理平台和系统网络支撑平台，能够有效提升公司的各个经营环节及供应链的整合能力，实现与国际优秀服装企业的信息管理水平接轨，为下一步在国内市场拓展业务及在国外市场发展业务奠定基础。

（五）人力资源发展计划

公司将完善人力资源开发和招聘流程，以良好的工作待遇、广阔的发展空间和优秀的企业文化吸引并留住人才，同时定期进行员工满意度调查，不断完善各项福利政策，营造“用人、育人、留人”的良好氛围，保证人员队伍的团结和稳定。同时在与成都纺织高等专科学校深入合作的基础上，公司将继续寻求与相关院校和科研机构的合作，以强化人才储备。

1、建立层次分明的人员培养体系。公司将以全员培训为基础、分层次培训为重点，建立形成覆盖从高级管理人员到基层员工、从专业技术岗位到普通管理岗位的人员培养体系，内容涵盖岗位培训、业务技能、对外交流、内部协同及职业生涯规划等，不断优化人才梯队建设，培养一批高端创新人才、技术人才、创新服务人才、管理人才、营销人才，确保各项组织目标实现预期。

2、建立科学、公正、有效的人才评价体系。公司将建立并不断探索薪酬绩效激励的长效机制，持续提高员工待遇，并通过公开、公正、公平、量化的内部考核制度，最大限度为每个员工发挥个人潜能提供成长空间。

三、拟定上述计划所依据的假设条件

公司拟定上述计划主要依据以下假设条件：

（一）公司本次发行股票顺利完成，本次募集资金如期到位。

（二）公司所处的宏观经济、政治、法律和社会环境均处于正常发展状态，未发生对公司发展具有重大影响的不可抗力。

（三）公司各项经营业务所遵循的国家及地方的现行法律、法规、零售行业政策无重大改变。

（四）公司所在行业处于正常发展的状态，市场未出现重大调整和波动，未出现重大市场突变情形。

（五）无其他不可抗力及不可预见因素造成的重大不利影响。

四、实施上述计划将面临的主要困难以及实现上述计划拟采用的途径

（一）面临的主要困难

1、资金瓶颈

目前公司采取以加盟和自营相结合的经营模式。根据公司发展规划，随着公司业务规模的进一步扩大，门店的数量与规模将不断增长。由于中高端商务休闲男装的销售渠道资源相对稀缺，如果公司不能及时筹集资金，增强自身的资本实力，以加速销售终端的拓展，优质核心店铺资源将会被竞争对手所占据，从而影响公司的持续发展。

2、管理水平制约

随着公司规模的不不断扩大，管理水平将面临挑战。如果本次股票发行成功，随着募集资金的大规模运用和企业经营规模的大幅扩展，公司资产规模将发生巨大变化，公司在机制建立、战略规划、组织设计、运营管理、资金管理和内部控制等方面的管理水平将面临更大的挑战。

同时，本次募集资金拟投资的信息系统建设项目需要一定的适应和磨合阶段，ERP等系统与经营管理如果不能顺利实现对接，将对系统的使用效率和效果造成一定影响，甚至造成资源浪费。

3、人力资源制约

公司近年来的业务发展，营销网络建设、信息系统建设以及产品设计研发等环节都需要高素质的人才作为后盾。因此要实施上述计划，必须完善人才引进与培养机制，改善公司现有的人力资源结构。

（二）拟采取的途径

通过募集资金解决发展中的资金瓶颈问题；通过信息化建设的投入，提升管理水平；通过稳定公司现有的专业团队，并吸引服装设计研发、市场营销和经营管理等各类优秀人才加盟，努力解决人力资源制约问题。

五、业务发展规划与现有业务的关系

上述业务发展规划是在公司现有业务基础上，根据有关行业发展前景和规划，

按照公司发展战略的目标和要求制定的，是现有业务的拓展与深化。公司业务发展计划的顺利实施将进一步提升公司品牌形象，提高公司市场占有率，增强公司市场竞争力与盈利能力，从而实现公司的发展战略目标。

第十三节 募集资金运用

发行人特别提醒投资者关注：

公司本次发行募集资金的募投项目为营销渠道建设、设计研发中心扩建和信息系统提升建设三个项目，其中后两个项目并不产生直接经济效益，未作项目经济效益测算及分析。营销渠道建设项目投资规模较大，项目实施完毕后，预计年均（含建设期）将实现不含税营业收入 22,339 万元，净利润 4,323 万元。该项目经济效益指标系预测性信息，是公司基于 2014 年初确定募投项目时的宏观经济与市场环境，并根据公司 2011-2013 年期间门店平效水平及毛利率等指标所作的预测。随着宏观经济增速持续下降、市场竞争不断加剧，如果经营环境继续恶化，公司营销渠道建设项目将可能无法实现预期的经济效益。

一、本次发行募集资金运用概况

（一）募集资金投资项目

公司本次发行募集资金全部用于公司主营业务相关的项目。公司已制定《募集资金管理办法》，对募集资金专户存储进行明确规定，以便于募集资金到位后管理使用以及对其使用情况进行监督。

本次募集资金投向经公司股东大会审议确定，由董事会负责实施，募集资金将用于以下项目：

序号	项目名称	投资总额	其中		项目备案号
			建设投资	铺底流动资金	
1	营销渠道建设项目	39,090	33,126	5,964	温经信科技改备案[2014]1号
2	设计研发中心扩建项目	3,337	3,337	-	温经信科技改备案[2014]2号
3	信息系统提升建设项目	5,754	5,754	-	温经信科技改备案[2013]23号
	合计	48,181	42,217	5,964	

募集资金到位前，公司将根据业务情况，决定是否以自有资金先行投入，如有先行投入，待募集资金到位后将予以置换。

如果本次发行新股的募集资金超过各募集资金项目投资总额的部分，可用于其他与主营业务相关的营运资金；募集资金不足则由公司通过自筹资金解决或由董事会按公司经营发展需要的迫切性，在各募集资金投资的项目中决定优先实施的项目。

公司三个募集资金投资项目中，设计研发中心扩建项目和信息系统提升建设项目不产生直接经济效益，公司未作项目经济效益测算及分析。营销渠道建设项目投资规模较大，项目实施完毕后，预计年均（含建设期）将实现不含税营业收入 22,339 万元，净利润 4,323 万元。该项目经济效益指标系预测性信息，是公司基于 2013 年确定募投项目的宏观经济与市场环境，并根据 2013 年度门店平效所作的预测。随着宏观经济增速持续下降、市场竞争不断加剧，2014 年度公司门店平效已低于 2013 年度，如果该趋势不能扭转，公司营销渠道建设项目将可能无法实现预期的经济效益。

（二）募集资金专户存储安排

公司《募集资金管理制度》规定：公司募集资金应当存放于董事会决定的专项账户集中管理，募集资金专户数量原则上不得超过募投项目的个数。公司应当在募集资金到账后 1 个月内与保荐机构、存放募集资金的商业银行签订三方监管协议，该协议至少应当包括以下内容：

- 1、公司应当将募集资金集中存放于专户；
- 2、募集资金专户账号、该专户涉及的募集资金项目、存放金额和期限；
- 3、公司一次或 12 个月内累计从专户中支取的金额超过人民币 1,000 万元或募集资金净额的 5%的，公司及商业银行应当及时通知保荐机构；
- 4、商业银行每月向公司出具银行对账单，并抄送保荐机构；
- 5、保荐机构可以随时到商业银行查询专户资料；
- 6、公司、商业银行、保荐机构的权利、义务及违约责任。

公司应当在全部协议签订后及时报证券交易所备案并公告协议主要内容。

上述协议在有效期届满前因保荐人或商业银行变更等原因提前终止的，公司应当自协议终止之日起 1 个月以内与相关当事人签订新的协议，并及时报证券交易所备案后公告。

（三）保荐机构及发行人律师对募集资金投资项目的合规性意见

经核查，保荐机构和发行人律师认为，本次募集资金投资项目符合国家产业政策、投资项目管理、环境保护、土地管理以及其他法律、行政法规和规章的规定。

（四）公司董事会对本次募集资金投资项目可行性的分析意见

公司董事会对本次募集资金投资项目的可行性进行了认真分析，认为：本次募集资金投资项目是公司在现有的业务基础上，对公司现有业务结构进行补充以及对业务规模进行扩大，募集资金数额和投资项目与公司现有经营规模、财务状况、技术水平和管理能力等相适应。公司本次募集资金投资项目的可行性具体分析参见本节“二、募集资金投资项目情况介绍”。

（五）本次募集资金投资项目实施后对同业竞争或者公司独立性的影响

本次募集资金投资项目实施后不会产生同业竞争，不会对公司独立性产生不利影响。

二、募集资金投资项目情况介绍

（一）营销渠道建设项目

1、项目概况

本项目预计总投资 39,090 万元，其中建设投资 33,126 万元，铺底流动资金 5,964 万元。根据公司营销网络的现有基础条件和未来发展目标，本项目计划在未来三年内，在全国新建终端门店 221 个，其中普通加盟店 183 个、战略合作店 20 个、自营店 18 个，具体情况如下：

（1）普通加盟店

公司拟开设 183 个普通加盟店，店铺由加盟商自行提供，具体情况如下：

序号	区域	省/市	城市	建设时间	经营品牌	面积（m ² ）
1	西南地区	重庆	酉阳	第一年	Raidy Boer	150
2	西南地区	重庆	石柱	第一年	Raidy Boer	150
3	西南地区	重庆	垫江	第一年	Raidy Boer	150
4	西南地区	云南	昭通	第一年	Raidy Boer	150
5	西南地区	云南	临沧	第一年	Raidy Boer	150
6	西南地区	云南	富源	第一年	Raidy Boer	150
7	西南地区	四川	新都	第一年	Raidy Boer	150
8	西南地区	四川	什邡	第一年	Raidy Boer	150
9	西南地区	四川	康定	第一年	Raidy Boer	150
10	西南地区	四川	会理	第一年	Raidy Boer	150
11	西南地区	四川	富顺	第一年	Raidy Boer	150
12	西南地区	贵州	兴义	第一年	Raidy Boer	150

序号	区域	省/市	城市	建设时间	经营品牌	面积（m ² ）
13	西南地区	贵州	习水	第一年	Raidy Boer	150
14	西南地区	贵州	铜仁	第一年	Raidy Boer	150
15	西南地区	贵州	六盘水	第一年	Raidy Boer	150
16	西北地区	新疆	乌鲁木齐	第一年	Raidy Boer	70
17	西北地区	新疆	乌鲁木齐	第一年	Raidy Boer	70
18	华中地区	湖南	邵阳	第一年	Raidy Boer	150
19	华中地区	湖南	邵东	第一年	Raidy Boer	150
20	华中地区	湖北	松滋	第一年	Raidy Boer	180
21	华中地区	湖北	荆州	第一年	Raidy Boer	150
22	华中地区	湖北	监利	第一年	Raidy Boer	150
23	华中地区	湖北	赤壁	第一年	Raidy Boer	150
24	华南地区	福建	厦门	第一年	Raidy Boer	70
25	华东地区	浙江	安吉	第一年	Raidy Boer	70
26	华北地区	山西	晋城	第一年	Raidy Boer	150
27	华北地区	山东	潍坊	第一年	Raidy Boer	70
28	华北地区	山东	青岛	第一年	Raidy Boer	70
29	华北地区	山东	胶州	第一年	Raidy Boer	150
30	华北地区	河南	永城	第一年	Raidy Boer	150
31	西南地区	重庆	大足	第一年	GHILARO	130
32	西南地区	云南	昭通	第一年	GHILARO	100
33	西南地区	云南	蒙自	第一年	GHILARO	80
34	西南地区	云南	临沧	第一年	GHILARO	80
35	西南地区	四川	新都	第一年	GHILARO	120
36	西南地区	四川	什邡	第一年	GHILARO	130
37	西南地区	四川	攀枝花	第一年	GHILARO	130
38	西南地区	四川	邻水	第一年	GHILARO	130
39	西南地区	四川	会理	第一年	GHILARO	100
40	西南地区	四川	苍溪	第一年	GHILARO	130
41	西南地区	贵州	遵义	第一年	GHILARO	130
42	西南地区	贵州	兴义	第一年	GHILARO	130
43	西南地区	贵州	铜仁	第一年	GHILARO	130
44	华中地区	湖南	张家界	第一年	GHILARO	130
45	华中地区	湖南	邵阳	第一年	GHILARO	150
46	华中地区	湖北	赤壁	第一年	GHILARO	80
47	华南地区	福建	漳州	第一年	GHILARO	80
48	华北地区	山西	晋城	第一年	GHILARO	130
49	西南地区	重庆	开县	第二年	Raidy Boer	150
50	西南地区	重庆	江津	第二年	Raidy Boer	180
51	西南地区	重庆	合川	第二年	Raidy Boer	180
52	西南地区	贵州	兴义	第二年	Raidy Boer	150
53	西南地区	贵州	贵阳	第二年	Raidy Boer	150
54	西南地区	贵州	都匀	第二年	Raidy Boer	150
55	西北地区	陕西	延安	第二年	Raidy Boer	120
56	西北地区	陕西	咸阳	第二年	Raidy Boer	150
57	西北地区	陕西	汉中	第二年	Raidy Boer	150

序号	区域	省/市	城市	建设时间	经营品牌	面积（m ² ）
58	西北地区	陕西	府谷	第二年	Raidy Boer	150
59	华中地区	湖南	张家界	第二年	Raidy Boer	150
60	华中地区	湖南	岳阳	第二年	Raidy Boer	150
61	华中地区	湖南	新沙	第二年	Raidy Boer	150
62	华中地区	湖南	湘潭	第二年	Raidy Boer	150
63	华中地区	湖南	娄底	第二年	Raidy Boer	150
64	华中地区	湖南	涟源	第二年	Raidy Boer	150
65	华中地区	湖南	冷水江	第二年	Raidy Boer	120
66	华中地区	湖南	常德	第二年	Raidy Boer	150
67	华中地区	湖北	襄阳	第二年	Raidy Boer	150
68	华中地区	湖北	十堰	第二年	Raidy Boer	150
69	华中地区	湖北	沙市	第二年	Raidy Boer	150
70	华中地区	湖北	潜江	第二年	Raidy Boer	150
71	华中地区	湖北	黄石	第二年	Raidy Boer	180
72	华中地区	湖北	黄冈	第二年	Raidy Boer	150
73	华中地区	湖北	鄂州	第二年	Raidy Boer	150
74	华中地区	湖北	当阳	第二年	Raidy Boer	150
75	华南地区	福建	漳州	第二年	Raidy Boer	200
76	华南地区	福建	宁德	第二年	Raidy Boer	150
77	华南地区	福建	莆田	第二年	Raidy Boer	150
78	华南地区	福建	东山	第二年	Raidy Boer	150
79	华东地区	江西	九江	第二年	Raidy Boer	150
80	华东地区	江西	赣州	第二年	Raidy Boer	150
81	华北地区	山西	长治	第二年	Raidy Boer	150
82	华北地区	山西	阳泉	第二年	Raidy Boer	150
83	华北地区	山西	忻州	第二年	Raidy Boer	150
84	华北地区	河南	商丘	第二年	Raidy Boer	150
85	华北地区	河南	南阳	第二年	Raidy Boer	150
86	西南地区	重庆	黔江	第二年	GHILARO	150
87	西南地区	重庆	开县	第二年	GHILARO	80
88	西南地区	重庆	合川	第二年	GHILARO	150
89	西南地区	四川	宣汉	第二年	GHILARO	150
90	西南地区	四川	珙县	第二年	GHILARO	150
91	西南地区	贵州	兴义	第二年	GHILARO	100
92	西南地区	贵州	贵阳	第二年	GHILARO	100
93	西南地区	贵州	都匀	第二年	GHILARO	100
94	西北地区	陕西	延安	第二年	GHILARO	100
95	西北地区	陕西	汉中	第二年	GHILARO	80
96	华中地区	湖南	长沙	第二年	GHILARO	150
97	华中地区	湖南	岳阳	第二年	GHILARO	100
98	华中地区	湖南	新沙	第二年	GHILARO	100
99	华中地区	湖南	宁乡	第二年	GHILARO	120
100	华中地区	湖南	常德	第二年	GHILARO	100
101	华中地区	湖北	十堰	第二年	GHILARO	80
102	华中地区	湖北	监利	第二年	GHILARO	80

序号	区域	省/市	城市	建设时间	经营品牌	面积（m ² ）
103	华中地区	湖北	黄石	第二年	GHILARO	100
104	华中地区	湖北	鄂州	第二年	GHILARO	80
105	华南地区	福建	宁德	第二年	GHILARO	80
106	华南地区	福建	莆田	第二年	GHILARO	100
107	华东地区	江西	新余	第二年	GHILARO	80
108	华东地区	江西	赣州	第二年	GHILARO	80
109	华北地区	河南	南阳	第二年	GHILARO	100
110	东北地区	吉林	吉林	第二年	GHILARO	100
111	西南地区	重庆	綦江	第三年	Raidy Boer	150
112	西南地区	重庆	南川	第三年	Raidy Boer	150
113	西南地区	重庆	两路	第三年	Raidy Boer	150
114	西南地区	重庆	大足	第三年	Raidy Boer	150
115	西南地区	贵州	仁怀	第三年	Raidy Boer	150
116	西南地区	贵州	六盘水	第三年	Raidy Boer	150
117	西南地区	贵州	贵阳	第三年	Raidy Boer	150
118	西南地区	贵州	安顺	第三年	Raidy Boer	150
119	西北地区	陕西	榆林	第三年	Raidy Boer	150
120	西北地区	陕西	宝鸡	第三年	Raidy Boer	150
121	华中地区	湖南	株洲	第三年	Raidy Boer	150
122	华中地区	湖南	元江	第三年	Raidy Boer	150
123	华中地区	湖南	永州	第三年	Raidy Boer	150
124	华中地区	湖南	益阳	第三年	Raidy Boer	150
125	华中地区	湖南	浏阳	第三年	Raidy Boer	150
126	华中地区	湖南	醴陵	第三年	Raidy Boer	150
127	华中地区	湖南	耒阳	第三年	Raidy Boer	150
128	华中地区	湖南	衡阳	第三年	Raidy Boer	150
129	华中地区	湖北	宜昌	第三年	Raidy Boer	150
130	华中地区	湖北	仙桃	第三年	Raidy Boer	150
131	华中地区	湖北	随州	第三年	Raidy Boer	150
132	华中地区	湖北	南漳	第三年	Raidy Boer	180
133	华中地区	湖北	荆州	第三年	Raidy Boer	150
134	华中地区	湖北	京山	第三年	Raidy Boer	150
135	华中地区	湖北	恩施	第三年	Raidy Boer	150
136	华南地区	福建	漳州	第三年	Raidy Boer	150
137	华南地区	福建	云霄	第三年	Raidy Boer	150
138	华南地区	福建	三明	第三年	Raidy Boer	180
139	华南地区	福建	泉州	第三年	Raidy Boer	160
140	华南地区	福建	南平	第三年	Raidy Boer	150
141	华北地区	山西	朔州	第三年	Raidy Boer	150
142	华北地区	山西	晋中	第三年	Raidy Boer	150
143	华北地区	山西	大同	第三年	Raidy Boer	150
144	华北地区	河南	平顶山	第三年	Raidy Boer	150
145	华北地区	河南	开封	第三年	Raidy Boer	150
146	华北地区	河南	济源	第三年	Raidy Boer	150
147	华北地区	河南	鹤壁	第三年	Raidy Boer	150

序号	区域	省/市	城市	建设时间	经营品牌	面积（m ² ）
148	西南地区	重庆	秀山	第三年	GHILARO	120
149	西南地区	重庆	巫溪	第三年	GHILARO	120
150	西南地区	重庆	万盛	第三年	GHILARO	100
151	西南地区	重庆	石柱	第三年	GHILARO	110
152	西南地区	重庆	綦江	第三年	GHILARO	100
153	西南地区	重庆	彭水	第三年	GHILARO	120
154	西南地区	重庆	南川	第三年	GHILARO	100
155	西南地区	重庆	两路	第三年	GHILARO	120
156	西南地区	重庆	梁平	第三年	GHILARO	110
157	西南地区	重庆	垫江	第三年	GHILARO	120
158	西南地区	重庆	大足	第三年	GHILARO	100
159	西南地区	贵州	仁怀	第三年	GHILARO	100
160	西南地区	贵州	六盘水	第三年	GHILARO	120
161	西南地区	贵州	安顺	第三年	GHILARO	100
162	西北地区	陕西	榆林	第三年	GHILARO	80
163	华中地区	湖南	株洲	第三年	GHILARO	150
164	华中地区	湖南	益阳	第三年	GHILARO	140
165	华中地区	湖南	娄底	第三年	GHILARO	100
166	华中地区	湖南	衡阳	第三年	GHILARO	150
167	华中地区	湖北	宜昌	第三年	GHILARO	120
168	华中地区	湖北	襄阳	第三年	GHILARO	120
169	华中地区	湖北	仙桃	第三年	GHILARO	80
170	华中地区	湖北	黄冈	第三年	GHILARO	80
171	华中地区	湖北	古城	第三年	GHILARO	80
172	华中地区	湖北	恩施	第三年	GHILARO	100
173	华南地区	福建	漳州	第三年	GHILARO	120
174	华南地区	福建	福州	第三年	GHILARO	100
175	华北地区	河南	平顶山	第三年	GHILARO	100
176	华北地区	河南	鹤壁	第三年	GHILARO	100
177	东北地区	辽宁	大连	第三年	GHILARO	120
178	东北地区	辽宁	朝阳	第三年	GHILARO	100
179	东北地区	辽宁	鞍山	第三年	GHILARO	100
180	东北地区	吉林	吉林	第三年	GHILARO	100
181	东北地区	吉林	北山	第三年	GHILARO	100
182	东北地区	吉林	北城	第三年	GHILARO	100
183	东北地区	黑龙江	绥化	第三年	GHILARO	80
合计						23,860

（2）战略合作店

公司采取统一购置的方式开设20个战略合作店。战略合作店是由公司购买店铺，交予加盟商经营，加盟商自行负责门店的经营管理并承担责任；除公司销售给加盟商的产品定价折扣不同之外，战略合作店与普通加盟店相同。具体的门店情况如下：

序号	区域	省/市	城市	建设时间	经营品牌	面积（m ² ）
1	西南地区	四川	乐山	第一年	Raidy Boer	200
2	华北地区	河南	新乡	第一年	Raidy Boer	200
3	华北地区	河南	南阳	第一年	Raidy Boer	200
4	西南地区	四川	达州	第二年	Raidy Boer	200
5	华中地区	湖南	郴州	第二年	Raidy Boer	200
6	华中地区	湖北	松滋	第二年	Raidy Boer	200
7	华中地区	湖北	沙市	第二年	Raidy Boer	200
8	华北地区	山西	忻州	第二年	Raidy Boer	200
9	华北地区	山西	晋中	第二年	Raidy Boer	200
10	西南地区	云南	昆明	第三年	Raidy Boer	200
11	西南地区	四川	成都	第三年	Raidy Boer	200
12	西南地区	贵州	六盘水	第三年	Raidy Boer	200
13	西南地区	贵州	贵阳	第三年	Raidy Boer	200
14	西北地区	陕西	榆林	第三年	Raidy Boer	200
15	华中地区	湖南	长沙	第三年	Raidy Boer	200
16	华中地区	湖南	浏阳	第三年	Raidy Boer	200
17	华中地区	湖南	常德	第三年	Raidy Boer	200
18	华中地区	湖北	襄阳	第三年	Raidy Boer	200
19	华中地区	湖北	武汉	第三年	Raidy Boer	200
20	华北地区	山西	太原	第三年	Raidy Boer	200
合计						4,000

（3）自营店

公司采取与商场联营或租赁店铺的方式开设 18 个自营店，由公司统一派遣管理人员和招聘员工。具体的门店情况如下：

序号	区域	省/市	城市/区	建设时间	经营品牌	面积（m ² ）
1	西南地区	四川	成都	第一年	Raidy Boer	80
2	西南地区	贵州	贵阳	第一年	Raidy Boer	73
3	华东地区	上海	上海	第一年	Raidy Boer	105
4	华南地区	海南	海口	第一年	GHILARO	70
5	华南地区	广东	广州	第一年	GHILARO	70
6	华东地区	浙江	海宁	第一年	GHILARO	70
7	华东地区	上海	上海	第一年	GHILARO	70
8	东北地区	黑龙江	哈尔滨	第一年	GHILARO	70
9	华中地区	湖北	武汉	第二年	Raidy Boer	100
10	西北地区	新疆	乌鲁木齐	第二年	GHILARO	70
11	华南地区	广西	南宁	第二年	GHILARO	70
12	华南地区	广东	深圳	第二年	GHILARO	70
13	华南地区	广东	广州	第二年	GHILARO	70
14	西南地区	重庆	江北区	第三年	Raidy Boer	100
15	华东地区	安徽	合肥	第三年	Raidy Boer	80
16	华东地区	安徽	合肥	第三年	Raidy Boer	100
17	西南地区	重庆	江北区	第三年	GHILARO	100
18	华南地区	广东	深圳	第三年	GHILARO	50

序号	区域	省/市	城市/区	建设时间	经营品牌	面积（m ² ）
合计						1,418

2、项目实施的必要性

（1）顺应行业发展趋势，增强市场竞争力

纵观国内外服装行业的发展趋势，营销网络的建设是服装企业持续发展核心要素之一。作为展示品牌形象、文化内涵的最直接窗口，渠道终端是服装品牌推广的有力武器，也是掌握市场和消费需求变化的重要途径。品牌服装企业只有通过构建强大的营销网络体系，才能建立起和市场、消费群体之间互动的信息渠道，才能迅速挖掘潜在市场，有效巩固并提高市场份额。国内外各品牌服装企业均将营销渠道建设作为业务经营的工作重心。公司只有顺应行业发展趋势，不断拓展营销网络，才能进一步增强市场竞争力，实现业务的可持续发展。

（2）扩大并优化公司现有销售网络布局，提高市场占有率

为抢占市场制高点，赢得更多客户资源，扩张营销网络是市场竞争的需要，也是公司自身发展的需要。截至报告期末，公司在国内 26 个省、直辖市、自治区开设门店 516 个，其中加盟店 425 个，自营店 91 个，其中以四川为核心的西南地区是营销网络终端最密集的地区。截至报告期末，公司营销网络现有门店分布与募投项目计划新增门店分布情况如下：

序号	区域	现有门店数量		新增门店数量		
		普通加盟店	自营店	普通加盟店	战略合作店	自营店
1	西南地区	364	37	64	6	4
2	华东地区	20	29	5	-	5
3	华中地区	18	10	59	8	1
4	东北地区	10	8	8	-	1
5	西北地区	5	-	11	1	1
6	华南地区	4	5	15	-	6
7	华北地区	4	2	21	5	-
合计		425	91	183	20	18

本项目开设的战略合作店和加盟店主要集中于西南、华中和华北三个地区，自营店主要集中在西南、华东和华南三个地区。其中，西南地区是公司现有门店最集中的区域；华东和华南地区的居民消费能力最强，但竞争最为激烈；华中和华北地区的发展潜力最大，是公司未来将重点发展的潜在区域市场。通过本项目的实施，将使公司的营销网络终端得到进一步扩大和完善，构建一个更为完整的、辐射能力更强的营销网络，在进一步巩固已有的部分地区的市场优势的基础上，加强尚未充

分开发的华中、华北等区域，加大对二三线城市的辐射力度，弥补原有营销网络的薄弱环节。

公司目前的销售网络分布特点是以西南市场为核心，向北拓展较少。本项目的建设秉承“稳固根基，逐步拓展”的策略，巩固在西南市场的领导地位和领先优势是本项目建设的重大战略目标。本项目的建设内容中 74 个门店位于西南地区，主要目的是在该区域进一步植密网络布局，覆盖市场盲区空白，确保对现有西南市场营销网络的稳定控制，强化公司在优势市场的竞争力，拉大与其他主要竞争品牌的差距，牢牢保持在西南市场的优势地位。

以西南地区为核心，积极向北拓展是本项目的另一重大市场战略。华中和华北地区是公司未来将重点发展的潜在区域市场，目前网络布局相对薄弱，本项目建设内容的华中和华北地区分别有 68 个和 26 个门店。公司将通过增加在该等薄弱区域市场的战略合作店数量，以战略合作店的示范效应和引领作用，带动华中、华北地区加盟店的开拓速度，增强对该等区域市场的渗透力度，适时延伸网络布局触角，从而提高公司在北方市场的占有率。

（3）有利于实现公司发展战略

公司针对不同的消费群体，采用多品牌发展策略，建立了“Raidy Boer”、“GHILARO”和“ferrante”三个品牌互为支撑、资源共享的营销网络体系。公司近期的发展战略是巩固和提高在国内优势区域市场上中高端男装的市场占有率，提升相对弱势区域的市场业绩。

本项目拟在全国新建终端门店 221 个，自营店均位于其所在城市的核心商业圈，加盟店主要位于经济发达的地县级城市，有利于公司提高核心商圈稀缺店铺的覆盖率，占领优质市场，使公司的营销渠道更加的全面和立体化。公司产品定位于中高端商务休闲男装，市场定位以经济发达的地县级城市为主，有利于提高门店销售规模和市场业绩，进一步贯彻了公司的市场发展战略。

（4）有利于保持公司区域市场优势

目前公司终端门店主要集中在西南、华东、华中地区，随着品牌影响力和盈利能力的提高，公司将加大对相对弱势地区的市场开拓力度，并逐步提高这些区域占营销渠道的比重。

本项目规划建设 221 个终端门店以公司现有的优势区域为主，同时通过规划发展相对弱势区域的门店，提升弱势区域的市场规模和市场占有率。

（5）有利于加强公司渠道掌控能力

随着国外品牌服装企业的不断涌入和国内品牌服装企业的逐渐成熟，经济发达城市核心商圈的店铺资源争夺日趋激烈，因此抢占优质店铺具有重大战略意义。

为加强市场和渠道的可控性，提高抗风险能力，提升销售业绩，本项目将在全国 20 个城市购置店铺，不仅提高公司对店铺资源和渠道的有效掌控能力，而且使公司对这些终端渠道市场信息的获取变得更加充分、及时、有效。

（6）有利于持续提高公司盈利能力

公司目前采取的加盟和自营相结合的模式，经过不断的优化，已经成为公司成熟的商业模式和核心竞争力。通过本项目的建设，加盟和自营的布局将得到进一步的优化，从而持续提升公司的盈利能力。经测算，本项目计算期内的年均净利润为 4,323 万元。

3、项目实施的可行性

（1）项目建设符合我国培育自主品牌的政策战略定位

我国是世界最大的服装生产国、出口国和消费国，在全球化分工中却只能通过制造环节获得整个价值链的很小部分，附加值更高的品牌和渠道环节多被发达国家牢牢控制。因此，自主品牌企业的培育是我国现阶段服装行业的发展重点。本项目建设符合《关于加快推进服装家纺自主品牌建设的指导意见》和《纺织工业“十二五”发展规划》等产业政策的支持方向。

（2）公司具备建设本项目的基础和能力

经过几年的发展，公司在产品设计研发、销售及品牌建设等方面已建立较成熟的管理体系，营销网络初步覆盖全国。公司的营销和渠道拓展团队，在长期的市场拓展和门店经营过程中，队伍不断壮大，并积累了丰富的门店选址和门店经营经验，为本项目的实施储备了一支经验丰富的门店拓展和门店经营的人才队伍。这是公司实施本项目、拓展门店规模最直接、最基础的保障。

（3）项目定位有利于提升企业综合竞争力

通过本项目 221 个门店的建设，公司门店数量将有较大增长。一定规模的营销渠道终端是公司的核心竞争能力之一，也是公司综合竞争力的重要组成部分，因此项目的建设和运营将有利于提升公司的综合竞争力。

4、项目投资概算

本项目投资总额为 39,090 万元，其中，建设投资为 33,126 万元、铺底流动资金 5,964 万元，项目建设投资构成如下：

序号	项目	投资金额			合计
		第一年	第二年	第三年	
1	工程费用	4,589	8,593	17,860	31,042
1.1	店铺购置费	3,600	7,400	16,400	27,400
1.2	门店装修费	985	1,190	1,457	3,632
1.3	设备购置费	4	3	3	10
2	工程建设其他费用	98	135	274	507
2.1	建设单位管理费	69	129	268	466
2.2	前期工作费	20	-	-	20
2.3	人员培训费	9	6	6	21
3	预备费	234	436	907	1,577
3.1	基本预备费	234	436	907	1,577
	建设投资合计	4,921	9,164	19,040	33,126

5、项目实施方案

（1）门店选址原则

在开设每一个终端门店前，公司将进行详细的市场调研和分析。市场开发中心根据公司整体营销渠道开发计划、拟开设门店当地的经济水平、商圈情况、消费人群、消费习惯、商场规模、商场与公司产品定位契合度等因素确定合适的店铺地址和店铺面积，经公司批准后，签订店铺租赁协议与联营商场签订联营协议。门店选址的基本原则参见第六节“四（三）1、营销网络的开发”。

（2）项目的实施

按照规划，项目建设周期为三年，具体实施进度如下：

序号	时间进度	第一年						第二年						第三年					
		2	4	6	8	10	12	2	4	6	8	10	12	2	4	6	8	10	12
1	门店选址																		
2	购买/租赁店铺																		
3	设备采购																		
4	门店装修																		
5	设备安装																		
6	人员培训																		
7	门店验收																		

终端门店建设进度为第一年 59 个，第二年 73 个，第三年 89 个，具体情况如下：

品牌	第一年	第二年	第三年	小计
Raidy Boer	36	44	51	131
GHILARO	23	29	38	90
合计	59	73	89	221

6、项目预期实现效益

公司对营销渠道建设项目进行了广泛的市场调研，并聘请中国纺织建设规划院对本项目进行可行性分析，编制本项目的《可行性研究报告》。

（1）营业收入测算

本项目平效参照公司近年来的平效状况，自营店取 $1.5\text{万元}/\text{m}^2\cdot\text{年}$ ，加盟店取 $0.8\text{万元}/\text{m}^2\cdot\text{年}$ 、战略合作店取 $1.1\text{万元}/\text{m}^2\cdot\text{年}$ 。

本项目建设期三年。对于当年新开的门店，本项目整体按半年营业期计算收入。根据测算，项目年均（含建设期）不含税营业收入为22,339万元。

（2）项目财务指标

本项目实施完毕后，预计年均（含建设期）将实现不含税营业收入22,339万元，净利润4,323万元，所得税后项目财务内部收益率为16.53%，所得税后投资回收期（含建设期）为7.99年。

7、环保影响及措施

（1）废水：本项目仅有少量生活污水产生，治理措施依托市政排水及污水处理设施。（2）废气：本项目无废气产生。（3）噪声：本项目日常运营一般不产生噪声。门店的选址和建设须符合城市规划等相关要求，尽量避开噪音敏感建筑。空调室内外机选用低噪音设备。（4）固废：本项目生产、生活固废主要为废包装纸箱、生活垃圾。废包装纸箱可回收再利用。生活垃圾实行定点堆放，由环卫部门定期清运至垃圾处理场填埋处理。

8、项目实施进展情况

截至报告期末，公司已开设17个普通加盟店和2个自营店，投入流动资金1,109.00万元。

（二）设计研发中心扩建项目

1、项目概况

本项目将在现有设计研发中心基础上，建设企划中心、服装平面设计中心、服装三维仿真展示中心、服装工艺研发中心、服装样衣制作中心、高级定制中心、服装质量检测中心。建成后的设计研发中心将具有市场形势分析、流行趋势研究、新材料新技术研究、产品企划和设计、样衣制作、高级定制以及产品质量检测等综合功能，同时具备小批量团购和小订单生产能力。

2、项目实施的必要性

（1）符合企业未来发展战略方向

目前，我国男装品牌层出不穷，国外男装品牌也大举抢滩国内市场，各品牌之间的竞争最重要的是设计与技术竞争。公司成立至今不断积累和创新，目前运营的三个品牌已经在国内市场取得了一定的占有率，在下一步的发展中要突破现有格局，则要在最根本的产品设计上下功夫。因此，大力发展设计研发符合公司的愿景，高水平的设计研发将是公司核心价值的重要组成部分。

（2）有利于公司对市场做出快速反应

服装潮流瞬息万变，抓住设计研发环节将是企业快速反应市场、占领市场的必要条件。公司现有的产品设计模式为将样衣制作交给委托加工厂商完成，这在一定程度上造成设计环节和样衣生产环节之间的时间差，延迟了设计定稿和交付生产的时间，不利于企业快速反应市场。

本项目实施完成后，公司设计研发中心将集设计、制版和样衣制作为一体，并具有小规模生产能力，在设计师完成设计初稿之后即可在第一时间内完成样衣制作，进而完成定稿和交付生产，并且在热销产品脱销时可以马上组织小规模补单生产，抓住市场先机。

（3）有利于公司控制生产成本

近年来，生产要素各环节价格整体有所上涨，控制生产成本是企业实现利润最大化的必要选择，而设计研发将是公司控制生产成本的基础。

本项目实施完成后，公司设计研发中心将建立服装数据库，对设计开发的数量进行系统化管理，避免不必要的采购。同时，设计研发中心将采用先进的服装排料系统，科学、高效使用服装面料，使企业在设计研发阶段就可以充分掌握原材料的使用率，有效监控生产制造环节的原料使用量，从而控制生产成本。

（4）有利于公司完善产品性能

现代男装服饰在体现男性阳刚、帅气一面的同时，又要满足男性在穿着时对于服饰在品质、做工和舒适性能方面的要求，设计研发工作将帮助企业完善产品性能。

公司已经在服装舒适性研究和应用方面做出了积极的探索，但现有的设计研发工作仍然缺乏对产品性能的一套兼顾综合性和针对性的检测。

本项目实施完成后，公司设计研发中心将采用先进的测试设备，建立系统的产品性能检测工作流程，为产品的每一道质量把关。同时针对出现的产品质量问题可以及时检查，及时改进设计和做工，更好地服务于客户。

（5）有利于保护公司商业机密

设计研发是企业核心竞争力的重要组成部分，设计研发成果是企业保持行业领先的制胜法宝，是公司的商业机密和重要财产。

公司在设计研发上已经取得了一定的成绩，其中的一些成果已经取得或者正在申请专利保护。但在目前的设计研发模式中，对设计研发成果机密保护还存在诸多薄弱环节，不利于知识产权和商业机密的保护。

本项目实施完成后，公司设计研发中心将进一步强化自主设计研发机制，从资讯收集到样衣制作的绝大部分环节将由公司自主完成，同时建立严格的资料 and 人员保密机制，保护商业机密，为公司的品牌提升保驾护航。

3、项目实施的可行性

（1）本项目符合行业发展趋势和产业升级要求

本项目建设符合国家相关产业政策，符合服装服饰产业的发展趋势，对于提高服装行业自主创新能力、提高自主品牌建设具有积极的引导作用。

（2）本项目有利于公司提升品牌影响力和核心竞争力

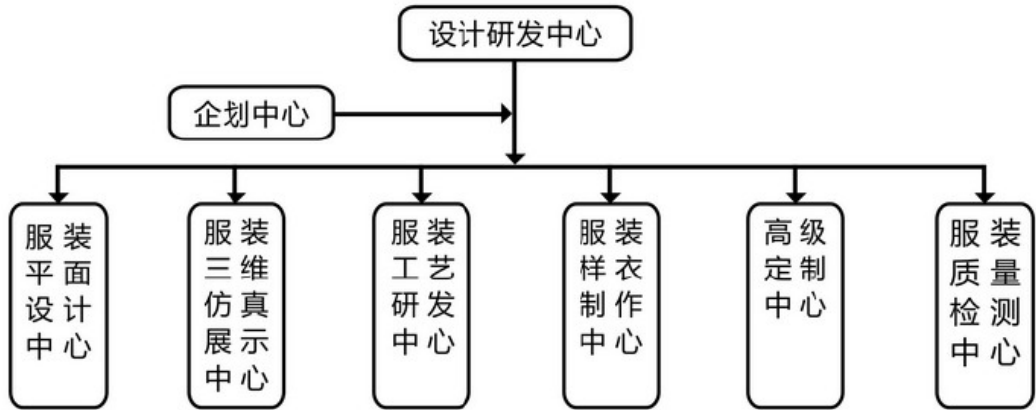
本项目建设是公司发展战略的重要组成部分，将为公司提高设计研发水平，打造中国商务休闲男装品牌，提升行业地位提供新的契机，并极大提升公司的核心竞争力。

（3）本项目投资规模合理，技术方案成熟，建设周期短，可取得预期效果。项目的实施可以取得良好的经济和社会效益，有利于提高公司的整体实力和品牌形象。

4、项目建设方案

（1）设计研发中心架构

建成后的公司设计研发中心下设企划中心、服装平面设计中心、服装三维仿真展示中心、服装工艺研发中心、服装样衣制作中心、高级定制中心、服装质量检测中心。具体部门设置如下：



(2) 主要设备

单位：台/套

序号	名称	数量	金额	序号	名称	数量	金额
1	服装平面设计中心	28	17.55	4.4	自动拉布机（针织梭织通用）	1	20
1.1	台式电脑	10	8.7	4.5	多层自动裁床	1	60
1.2	笔记本电脑	2	2.4	4.6	智能吊挂缝制系统（40个工位）	1	64
1.3	普通数码相机	1	0.34	4.7	粘合机	3	60
1.4	单反相机及配件	1	1.01	4.8	AZF系列上衣精品整烫机	1	20
1.5	数码摄像机	1	0.67	4.9	AZF系列裤子精品整烫机	1	12
1.6	A4彩色激光打印机	1	0.31	4.1	西服门襟临缝机	1	5.3
1.7	A4彩色喷墨打印机	1	0.42	4.11	半干式平缝机	1	0.6
1.8	高清彩色复印机	1	0.18	4.12	双线锁式线迹平缝机	1	3.8
1.9	高分辨率扫描仪	1	0.13	4.13	单针双线链式缝纫机	1	3
1.1	电脑绘图板	6	1.44	4.14	八段可调差动平缝机	1	5.6
1.11	图像&图形处理软件	3	1.95	4.15	西裤裤腰压影子线缝纫机	1	5.3
2	服装三维仿真展示中心	328	1,102.34	4.16	西裤拼缝单针链式机	1	6.6
2.1	机柜	6	6	4.17	套结机	1	3.5
2.2	超级计算机	1	280	4.18	袖笼预融起皱机	1	13.87
2.3	描版输入系统	1	2	4.19	上袖机	1	10.44
2.4	布料扫描系统	1	23	4.2	圆头锁眼机	1	10.99
2.5	人体模特扫描系统	1	40	4.21	平头锁眼机	1	11
2.6	三维设计工作站	50	130	4.22	钉扣机	1	20
2.7	机房UPS	1	15	4.23	将袖衬里穿过垫肩缝合至袖笼	1	11
2.8	网络交换机	1	0.5	4.24	缝合袖笼并同时修边	1	11.8
2.9	虚拟T台硬件	1	230	4.25	单机头裤子包缝工作站	1	11.63
2.1	3D网站测试服务器	2	6	4.26	双头全自动包缝工作站	1	55.07
2.11	3D网站服务器	2	8	4.27	自动拼缝机	1	28.01
2.12	3D网站工作站	3	5.4	4.28	明缝西裤左门襟	1	26.2
2.13	设计平台本土化	50	12	4.29	自动折边锁缝工作站	1	31.2
2.14	悬垂运算技术	80	80	4.3	撬边机	1	35
2.15	排料系统	10	10	4.31	HY-服装CAD系统	1	8
2.16	自动套排系统	10	10	5	服装质量检测中心	18	155.73

序号	名称	数量	金额	序号	名称	数量	金额
2.17	并行运算系统	35	35	5.1	验布机	1	7
2.18	物理仿真引擎	60	60	5.2	面料预缩机	1	22
2.19	3D 设计平台	3	5.04	5.3	透气性测试仪	1	26
2.2	布料数据库	1	50	5.4	液态水份管理测试仪	1	22
2.21	模特数据库	1	50	5.5	汗渍牢度试验仪	1	0.28
2.22	存储数据库	5	18	5.6	水渍牢度试验仪	1	0.25
2.23	虚拟 T 台内容	1	20	5.7	马丁代尔耐磨性测试仪	1	15
2.24	SQL SERVER	1	2.8	5.8	ICI 起毛起球测试仪	1	8
2.25	VS2008	1	3.6	5.9	乱翻式起毛起球测试仪	1	8
3	服装工艺研发中心	9	22.3	5.1	折痕回复角测试仪	1	3
3.1	台式电脑	5	1.9	5.11	国际标准缩水率实验机	1	8
3.2	A4 彩色喷墨打印机	1	0.42	5.12	织物撕破强力仪	1	9
3.3	高清彩色复印机	1	0.18	5.13	织物悬垂性测试仪	1	7
3.4	HY-服装 CAD 系统	1	8	5.14	标准转筒烘干机	1	2.5
3.5	睿柯分床系统	1	11.8	5.15	实验室通风橱	1	1
4	服装样衣制作中心	38	555.31	5.16	气动式裁样机	1	5.7
4.1	台式电脑	2	0.76	5.17	手握式自动织物密度计	1	3
4.2	普通数码相机	1	0.34	5.18	平板熨烫测试仪	1	8
4.3	人体模型	5	0.3		合计	421	1,853.23

（3）工程技术方案

本项目建筑面积5,000平方米，拟建于公司总部大楼内。项目的工程技术条件将依托大楼内现有条件，包括给排水、供电、通讯、空调和消防设施等。

5、项目投资概算

本项目建设投资为3,337万元，建设投资估算如下：

序号	投资类别	投资金额			合计
		第一年	第二年	第三年	
1	工程费用	1,290	555	1,258	3,103
1.1	场所装修费用	1,250	-	-	1,250
1.2	硬件设备投资费用	18	547	902	1,467
1.3	软件投资费用	22	8	356	386
2	工程建设其他费用	39	8	28	75
2.1	建设单位管理费	19	8	19	47
2.2	前期工作费	20	-	-	20
2.3	人员培训费	-	-	9	9
3	预备费	66	28	64	159
	建设投资合计	1,396	592	1,350	3,337

6、项目实施方案

本项目建设期为三年，建设内容有前期准备、场所装修、设备采购、设备安装、安装调试、机构调整设置、人才招聘培训等，具体进度如下：

序号	时间进度	第一年						第二年						第三年					
		2	4	6	8	10	12	2	4	6	8	10	12	2	4	6	8	10	12
1	前期准备																		

2	场所装修																		
3	设备采购																		
4	设备安装																		
5	安装调试																		
6	机构调整设置																		
7	人才招聘培训																		

7、项目效益分析

实施本项目将对公司设计研发能力的提升及个性化定制服务起到强有力的支撑作用，有助于将公司品牌塑造为中国最具影响力的男装品牌之一。

首先，本项目的实施，一方面将大幅提升公司设计研发的软件和硬件水平，提高公司原创设计能力、材料和工艺的创新能力和市场和流行趋势分析能力，依靠品牌文化与设计研发，以及先进的技术材料，为服装产品注入文化与科技的内涵，提高产品附加值；另一方面将提升公司高级成衣定制服务水准，扩大为其服务的消费者人群，将个性化服饰理念升华为服装产品和个性化服务。

其次，本项目的实施，将吸引和培养优秀设计研发人员，有利于储备公司的人力资本；同时项目建成后的有效运营将加深国际交流与合作，有利于扩大公司品牌的国际知名度，进而带来更大的经济效益。

第三，本项目投入具有提高品牌附加值和为公司创造更大经济效益的潜在功能，一旦某项研究成果得到市场认可并投入批量生产，将给公司带来较大的经济效益。

综上所述，本项目建设符合公司的发展战略，将为企业快速反应市场、控制生产成本、完善产品性能、保护商业秘密提供切实可行的保障，进而对公司的长期盈利能力和可持续发展做出重要贡献。

8、环保影响及措施

设计研发中心的主要固体污染物为服装样品的下脚料和废旧包装物，这些对环境不会造成不良影响，由公司统一回收，或与生活垃圾一并交由当地环卫部门统一收集处理。

9、项目实施进展情况

截至报告期末，设计研发中心项目已部分完成并投入使用，已投入 82.97 万元。

（三）信息系统提升建设项目

1、项目概况

本项目借助公司信息化建设的各种资源优势，紧密依托公司业务发展需求，引入国内外先进信息化管理理念与应用软件，集中提升建设业务运营管理平台、经营决策支持平台、协同办公管理平台和系统网络支撑平台，通过整合信息数据管理与挖掘的多项辅助功能模块，着力打造高效、智能的信息化管理平台。

2、项目实施的必要性

（1）符合国家产业政策和行业信息化建设的的发展趋势

随着服装行业竞争的日益激烈，产品生命周期不断缩短，企业逐步进入个性化、短周期的敏捷制造时期，企业也越来越注重打造“款式多、小批量、高质量、快交货”的生产组织能力，这要求企业的产品研发、生产、物流配送和销售等环节必须高度自动化并具备快速反应能力，而这一切的实现都依赖于完备的信息管理系统。对已建立自主品牌的企业而言，信息化已成为其实现规模快速扩张和管理水平提高的有力武器。

本项目的建设不仅符合国家加快推进信息化与工业化深度融合的政策导向，也符合国内外服装行业信息化建设的的发展趋势。

（2）有利于整合公司业务信息，支撑设计研发

当前，产品设计研发越来越复杂、技术革新越来越快，对企业设计能力提出越来越高的要求。只有建立即时、高效的市场信息数据收集系统，快速整合相关业务信息，设计研发团队才能真正把握潮流脉搏，掌控市场动向。信息系统的应用，将实现对企业产品设计流程的优化，及时跟踪市场流行趋势，科学管理样品品类，加快产品开发速度，缩短开发周期，从而不断推出新款以应对快速变化的市场需求，实现对市场的快速反应。

本项目借助信息化的技术手段集成的数据信息，可提供贯穿整个产品生命周期的协同工程、定制开发、质量管理等功能，能够直观地分析产品在市场中的销售情况，准确预测市场走向，可为企业产品设计研发提供重要支撑。

（3）有利于保障公司各环节联动实现战略目标

公司作为多品牌运营商，致力于为消费者创造国际品质体验、为员工及合作伙伴创造发展的机会、为社会创造价值。为实现上述战略目标，公司需要打造集电子商务、ERP、计划、物流、客服等一体的信息化平台，以有效支撑企业发展战略的无障碍推广，而本项目正是支撑这些环节联动发展，实现企业战略目标的必要条件。

（4）有利于支撑公司营销渠道体系扩张与变化

公司终端门店的布局及产品销售的季节性以及未来短周期和小批量的生产要求，给公司的集中管理、信息共享以及分析预测提出了更高要求。因此，建成一套可以满足目前以及未来持续发展的营销管理系统，是支撑公司营销渠道体系扩张与变化的必要手段。

本项目通过门店销售数据的快速收集、整合，并与财务系统建立高效、准确的对接，可以对产品和服务进行适时改进与调整，制定更为合理、更有针对性的销售策略。本项目建设还将加快电子商务平台的推进，使之与各种类型的专卖店、商场店一起，形成多层次营销体系，从而巩固营销网络、提高品牌影响力和市场占有率，形成网络经营与实体经营相互补，提高整体销售能力，提升公司对整个渠道体系的管控能力。

（5）有利于公司供应链管理的升级

随着公司经营规模的稳步扩张，企业经营的服装服饰品类将有所扩展，运营手段也将更加多样化，将有更多的供应商、生产商、经销商加入到公司供应链中，客户群的规模与复杂程度也会高速扩展，供应链管理的难度将大大增加。本项目通过对信息系统的提升建设，将为构建更精益、更有效的业务流程提供必要的工具，使公司内部的业务流程运行更为科学有效，有助于公司建立现代化的管理模式，提高内部营运管理能力，提高公司与上下游业务环节的协同能力和对供应商产能及进度的管理能力，加强对采购和生产环节的计划性，实现对供应链的一体化管理以及对供应链各个环节上的资源整合，实现供应链各个环节参与者的共赢，提高公司供应链管理水平。

（6）有利于提高公司管理水平，实现科学决策

本项目通过信息系统强大的数据分析和处理能力，利用第一手的信息反馈结果，深度挖掘数据中蕴含的内在信息，有效拓展信息数据的使用范围，帮助企业建立一套科学、可靠的决策体系，在企业发展规划、品牌经营策略等战略层决策，产品规划、流行趋势预测等战术层决策，以及生产批次调整、品质问题处理等操作层决策中，将决策依据与过程通过直观、透明的方式体现出来，令决策者更全面、快捷、准确地了解其内外部环境，保证其战略决策的科学性与可行性。

综上所述，本项目建设符合国家产业政策及服装行业建设的发展趋势，是快速整合相关业务信息，支撑产品设计研发的必要手段，是保障企业各环节联动发展实现企业战略目标的必要条件，是支撑公司营销网络扩张的必要手段，是应对公司供应链管理难度升级的必要措施，是提高公司管理水平，实现科学决策的必要工具。

3、项目的可行性分析

（1）本项目符合国家产业政策和行业信息化发展趋势

本项目的建设不仅符合国家加快推进信息化与工业化深度融合、促进增长方式转变的政策导向，也符合国内外服装行业信息化建设的发展趋势，是适应行业结构调整，推进技术创新、管理创新、品牌创新，提升行业综合竞争力的需要。

（2）本项目将为公司实现战略目标起到关键支撑作用

公司未来长期发展的战略目标是成为领跑中国、服务全球的一流时尚服饰品牌运营企业，当前的主要营销策略是继续强化加盟和自营、线上与线下相结合的经营模式并不断优化其合理布局，开拓市场、扩大经营规模。本项目建设重点包括 ERP 系统、BI 系统、DRP 等系统，都是紧紧围绕公司新形势下即将面临的问题而采取的应对措施，将解决未来公司海量营销数据的统计、汇总与分析，解决财务、业务数据的一体化等制约公司发展的的问题，将为公司战略目标的实现起到关键支撑作用。

（3）本项目技术方案成熟先进，软硬件的选型安全可靠

本项目选用的软件系统、硬件设备等，技术先进成熟，设备安全可靠，能满足公司未来业务发展对信息系统的需求。

（4）本项目预期成果明显有利于提升公司核心竞争力

项目建设符合公司未来发展战略规划，有利于公司提高供应链上下游的整体效率，降低成本；有利于提升公司精细化管理水平，快速响应市场需求，增强公司核心竞争力；有利于促进公司销售的增长，满足市场快速发展的需要，并可为管理层提供决策依据，降低决策风险。

4、项目的投资概算

本项目拟投资5,754万元，具体投资构成如下：

序号	投资类别	金额			合计
		第一年	第二年	第三年	
1	工程费用	1,535	1,628	2,207	5,369
1.1	数据中心机房装修费用	50	-	-	50

1.2	硬件及网络设备投资费用	322	319	266	907
1.3	软件投资费用	1,063	789	380	2,232
1.4	电子商务平台投资费用	100	110	100	310
1.5	物联网平台投资费用	-	410	1,460	1,870
2	工程建设其他费用	53	24	33	111
2.1	建设单位管理费	23	24	33	81
2.2	前期工作费	30	-	-	30
3	预备费	79	83	112	274
	建设投资合计	1,667	1,735	2,352	5,754

(1) 数据中心机房装修费用

本项目需新增数据中心机房250平方米，按2,000元/平方米的装修标准计算，合计需投资50万元。

(2) 硬件及网络设备投资费用

单位：台/套

序号	名称	数量	金额	序号	名称	数量	金额
1	网络设备	1,114	165	2.3	终端门店网络视频监控（自营店）	200	40
1.1	交换机（总部）	50	35	2.4	终端门店视频监控软件（全部门店）	1	3
1.2	VPN（总部）	1	10	2.5	打印机（总部）	30	8
1.3	VPN（全部门店）	1,000	70	2.6	终端门店打印机	200	20
1.4	上网行为管理设备	1	15	3	机房服务器	22	622
1.5	硬件防火墙	1	10	3.1	KVM	2	2
1.6	光纤及模块	30	3	3.2	服务器	10	45
1.7	路由器（总部）	1	10	3.3	中心服务器	2	400
1.8	无线 AP	30	12	3.4	机房机柜	6	5
2	硬件设备	541	121	3.5	存储服务器（及虚拟化）	1	150
2.1	台式电脑	80	32	3.6	动环监控	1	20
2.2	笔记本	30	18		合计	1,677	907

(3) 软件投资费用

单位：台/套

序号	名称	数量	金额	序号	名称	数量	金额
1	ERP 系统	6	1,350	7	WINDOW8	500	85
1.1	ERP 一期（FI/CO/TR/MM/PP/SD/）	1	400	8	WINDOWSERVER 访问许可	500	20
1.2	ERP 二期（WMS/SRM/QM/HR/）	1	400	9	软件集成	1	60
1.3	ERP 三期（EP/CRM）	1	200	10	企业邮箱（RTX）	1	4
1.4	ERP--分销系统	1	200	11	远程接入软件	500	75
1.5	ERP--POS 系统	1	100	12	文档安全管理系统	800	48
1.6	BI	1	50	13	PHOTOSHOP	50	25
2	OA 协同	2	130	14	ILLUSTRATOR	50	25
2.1	办公协同系统	1	80	15	COREIDRAW	20	16
2.2	内部控制系统	1	50	16	AUTOCAD	20	40
3	ORACLE 数据库	1	60	17	3DMAX	15	39
4	备份软件	1	5	18	网站	4	40
5	网络杀毒软件	1,000	30				

6	OFFICE 中文标准版	500	180		合计	3,971	2,232

(4) 电子商务平台投资费用

序号	名称	数量（台/套）	金额
1	供应商协同采购 B2M（含供应商集成接口）	1	40
2	门店网上订货 B2B	1	60
3	独立零售 B2C 系统	1	100
4	OPENSHOP（移动终端应用）-前台模块	1	20
5	OPENSHOP（移动终端应用）-主站后台模块	1	30
6	第三方电子商务系统集成	1	60
	合计	6	310

(5) 物联网平台投资费用

序号	名称	数量（台/套）	金额
1	配送中心	1,000,005	620
1.1	RFID 隧道/手持式读写器，自动盘点/拣货机等	4	320
1.2	RFID 管理软件	1	100
1.3	电子标签	1,000,000	200
2	门店	201	1,250
2.1	RFID 手持式读写器、防盗设备、点数系统等	200	1,200
2.2	RFID 管理软件	1	50
	合计	1,000,206	1,870

(6) 其他费用投资

序号	主要内容	金额
1	建设单位管理费	81
2	前期工作费	30
3	基本预备费	274
	合计	385

(7) 建设投资分年使用计划

按本项目实施进度计划估算，建设投资分年使用计划如下：第一年投资1,667万元，第二年投资1,735万元，第三年投资2,352万元。

5、项目建设具体情况

(1) 项目建设目标

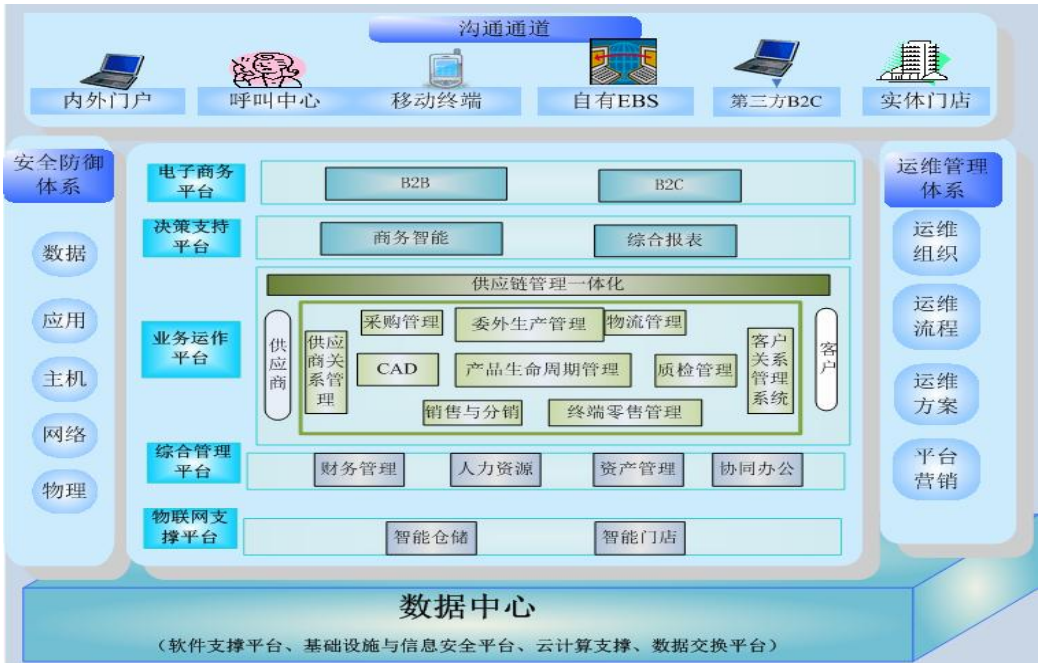
本项目建设的目标是通过先进、科学的信息技术，全面提升公司对营业数据的集成管理与科学应用能力，进一步促进公司管理规范化，形成合理、有效的固化管理规范与模式，使公司的信息化应用水平达到国内同行业领先水平，支持公司战略决策和业务流程再造，增强核心竞争力。

(2) 项目建设主要内容

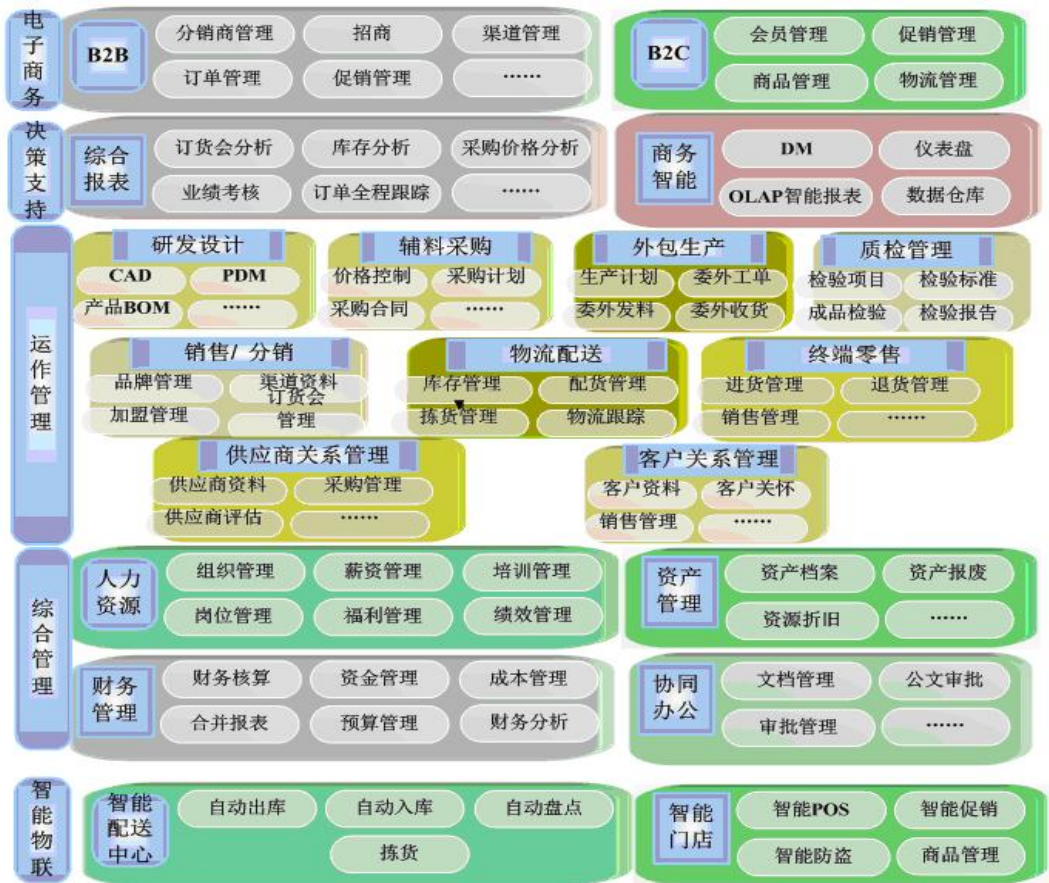
- ①新增250平方米的数据中心机房场所，新增人员7名，为应用服务的开展提供网络、带宽、软硬件等支持。
- ②建设系统网络支撑平台，包括建设软硬件系统支撑平台，增加高端服务器、办公电脑、终端电脑更新、网络设备及基础设施建设、网络安全监控系统部署等。
- ③建设统一协同的信息系统决策支持平台、业务运营平台、综合管理平台、电子商务平台、物联网平台。

6、项目构建方案

(1) 信息系统总体架构



(2) 公司信息系统应用蓝图



(3) 本信息系统的主要功能

- ①企业资源管理 ERP：主要包含财务管理系统、资产管理系统、人力资源管理系统、协同办公系统，全面优化管理企业的各类资源。
- ②业务运营平台：主要包括生产管理系统、采购管理系统、供应配送管理系统、分销管理系统 DRP、终端零售管理系统，可提高公司业务的处理效率，降低员工工作强度，提高信息传递速度、效率和准确性。
- ③决策支持平台：主要包括综合报表系统和商务智能系统（BI）。前者在多种业务数据整合所形成的数据集群基础上形成信息查询、关联、比对，其同时提供系统的数据维护及系统管理，实现对各应用子系统的主要统计报表的查询；后者从不同数据源收集的数据中提取有用数据，将数据经转换、重构后存入数据仓库或数据集市，然后寻找合适的查询、报告和分析工具和数据挖掘工具对信息进行处理，最后将知识呈现于决策者面前，转变为决策。

④电子商务平台：整合第三方电子商务 B2C 接口、独立 B2C 商城系统、内部 ERP 系统、供应商 B2B、门店订货 B2B、网络营销推广系统、外围系统等接口，形成专业、协同、开放的系统平台，实现线上与线下渠道的有机整合。

⑤物联网平台：依托物联网技术，提供智能数据采集、智能仓储出入库以及智能零售等一系列解决方案。通过在配送中心仓库、各地分销公司、销售门店等关键节点部署配套的 RFID 设备，实现分销公司和门店可以实现自动点货功能。公司的各部门可以通过内部网络得到即时的库存信息，包括各种款式衣服的数量、所在库区位置、存放时间等，并能对这些信息进行统计分析，得出有用的信息。

综上所述，本项目借助公司信息化建设的各种资源，紧密依托业务发展需求，引入国内外先进信息化管理理念与应用软件，全面、系统地实现企业信息化，从而促进公司提升核心竞争能力与管理水平。

本项目信息系统可实现的主要功能：

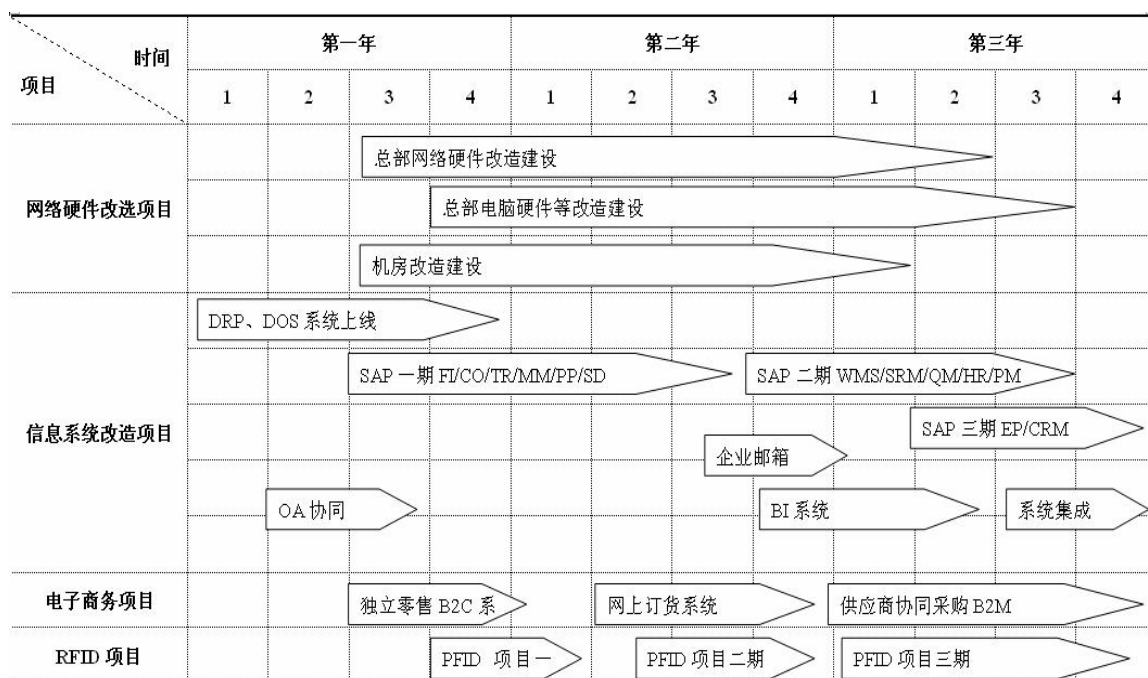
系统平台	应用系统	本项目系统可实现的功能
电子商务	供应商协同采购	面向辅料供应商，外协加工厂实现生产订单、物流、设计数据等信息分享，功能包括订单管理、收付款对帐管理，物流信息查询，打通上游供应链。
	门店网上订货 B2B	面向下游自营店、加盟店提供网上订货、收货、发货管理、收付款对帐管理、物流信息查询、在线支付管理，订单短信通知等全方位、高效的订货流程管理。
	独立零售 B2C 系统	面向最终消费者提供产品管理、促销管理、会员管理、配送管理、网上支付。
	服装定制电子商务	实现全球的客户可以 24 小时进入系统自主选择板型、款式和个性化需求，自主选择交货日期，选择和占用面辅料。
业务运作	研发设计	市场信息收集分析，市场流行趋势信息共享，设计沟通；计算机辅助款色设计；产品相关数据管理，对全生命周期的管理。
	面辅料采购	根据销售计划、委托加工厂商生产计划进行面辅料采购需求计算，与供应商之间传递采购订单，实现采购跟踪，检验、收货等全程跟踪。
	外包生产	实现委外生产管理过程中的整个环节的信息化支持工具，包括生产计划、委外工单、发料、收货、检验等。并能实现动态成本管理，准确预测某产品的成本，为销售或采购决策服务。
	质检管理	实现对辅料、产品的检验项目设定，检验标准，质量检验，生成检验报告等。
	销售/分销	实现快速订货会；智能配货处理；敏捷的二次补货处理；多级网状分销链库存管控；严密的信用等级与退换货控制；高效、精准的销售跟踪。
	供应配送	实现供应配送的全过程运输库存管理。
	终端零售	包括移动 POS、价格/降价管理、库存管理、财务计划、门店数据通讯、补货订单、业绩分析等，提高对门店销售业务开展的支持能力，将 POS 终端覆盖所有门店，实时掌握市场动态。

系统平台	应用系统	本项目系统可实现的功能
	客户关系管理	实现客户全生命周期管理。
	供应商关系管理	实现供应商关系管理，包括基本信息，供应商评估，供应商风险等。
综合管理	人力资源管理	实现对招聘管理、薪酬管理、培训管理、绩效考核、人事管理等的支持。
	财务管理	实现财务信息交换和收入、成本、资金、资产的监管，满足财务管控的需求。
	资产管理	实现对固定资产信息、折旧、维修等的管理。
	协同办公	搭建总部、门店、加盟商的沟通平台，通过及时的信息发布、文件共享，流程审批、任务协同等，实现高效的、便捷的协同办公环境。
决策支持	综合报表	在多种业务数据整合所形成的数据集群的基础上所形成的信息查询、关联、比对的综合报表。
	商务智能	为商品企划、快速补单等营销手段，提供更好的数据挖掘平台。
物联网	RFID 配送系统	通过在配送中心仓库、销售门店等关键节点部署配套的 RFID 设备，实现分销公司和门店可以实现自动点货功能。公司的各部门可以通过内部网络得到即时的库存信息，包括各种款式衣服的数量、所在库区位置、存放时间等，对这些信息进行统计分析，得出有用的信息。

7、项目的实施

本项目的具体实施进度计划，需要根据公司整体战略规划和业务实际的需求与系统上线的条件具备相结合。在实施过程中，项目中各平台的子模块会交叉和组合实施。

本项目具体实施进度计划如下：



8、项目效益分析

（1）降低成本，提高产品质量，提升公司运营管理能力

本项目信息系统的应用范围涉及整个企业的经营活动，可促进企业制定科学、有效的业务流程，提高管理水平。并可以直接影响企业价值链中任何一环的成本，从而改变和改善成本结构。

本项目通过信息系统各平台的即时数据交换，能够实现业务信息高效、准确的收集，达到物流、资金流、信息流三流合一，实现财务、业务管理一体化，各项数据得到集中管理，提升公司对供应链的掌控能力，提高公司准时交单率和资金使用效率，有效降低资金成本，提高产品质量，提升运营管理能力。

（2）实现精细化管理，提高公司对市场的快速反应能力

本项目通过及时全面的数据管理，支撑公司业务模式、管理架构、新业务的不断变化，在规模化和规范化的扩张过程中，及时解决多利润中心、多品牌、多系列的一系列应用，支持相关财务报表和审计，实现精细化管理，促使内部信息交流更为顺畅，管理流程更加科学可行；有利于提高部门运营效率和员工知识水平，培养员工的创新工作能力；通过内部应用集成化和外部合作伙伴的协作平台，实现内外管理一体化，形成快速响应供应链，提高公司对市场的快速反应能力。

（3）提供有效决策依据，降低决策风险，提高决策效率

本项目通过商业智能管理系统（BI）的数据挖掘功能，通过数据深度分析，准确进行销售预测，库存预测等，变被动管理为主动管理，实现代理商、供货商、门店的全面管控。通过商业智能管理系统的实施，可对信息平台收集的各项信息进行分析、挖掘，并从各主营业务系统抽取数据到数据仓库，通过 BI 工具进行展现，提炼出有效信息，帮助公司管理层作出正确的战略决策、战术决策及操作决策，有效降低决策风险，提高决策效率，为决策的科学性、合理性提供有力支撑。

（4）充分利用信息化技术，让电子和商务高度融合，增加新的盈利点，增强公司盈利能力

本项目在满足内外部管理精耕细作的基础上，在网络购物日趋成熟的大环境下，通过电子商务平台，为公司提供新的盈利增长点，实现线上线下相结合的新业务运营模式，增强公司盈利能力。

9、环保影响及措施

本项目主要为信息系统建设，与生产型项目不同，无污染源。

10、项目实施进展情况

截至报告期末，公司信息系统改造项目SAP一期工程和OA协同项目已完成并投入使用，已投入818.98万元。

三、募集资金运用对公司财务状况及经营成果的影响

（一）对发行人财务状况的影响

本次募集资金到位后，公司的资产总额和净资产都将大幅提高，短期内资产负债率水平将进一步降低，公司流动比率和速动比率将大大提高，这将进一步增强公司的后续持续融资能力和抗风险能力。募投项目实施后，公司的折旧、摊销将会有较大增加，而且在募集资金到位初期，由于各投资项目尚处于投入期，不能马上产生效益，将使公司的净资产收益率在短期内下降，但是项目的实施达产后，有助于提高公司的盈利能力及市场竞争力，从长期来看对公司的财务状况及未来发展将产生积极的影响。

（二）对发行人经营成果的影响

通过营销渠道建设项目的实施，公司在全国范围内将增加 221 个门店，进一步扩大营销网络的覆盖，加强公司的销售终端控制力，提升公司的品牌知名度和盈利能力，巩固公司的行业地位和市场影响力，从而实现公司长期可持续发展。设计研发中心扩建项目的实施，将改善公司设计研发中心的工作条件，完善设计研发中心的功能，提高产品设计效率，提升公司产品研发水平。通过信息系统提升建设项目的实施，公司将实现对采购、库存、销售、物流、客户服务等各部分流程的有力监控，使物流、信息流、资金流的运转更加通畅，促进市场反应能力和管理效率的提升。

第十四节 股利分配政策

一、股利分配政策及实际股利分配情况

（一）发行前的股利分配政策

- 1、公司实行同股同利的分配政策，按各股东持有股份数分配股利。
- 2、公司可以采取现金、股票或其他法律法规认可的方式分配股利。
- 3、在符合有关法律、法规的情况下，公司可每年分配股利。董事会在考虑公司的情况及在有关法律、法规许可下认为适当时，亦可以派发中期股利。
- 4、股利分配方案由公司董事会根据公司的经营业绩以及发展计划提出，经股东大会批准后实施。公司董事会将在股东大会对利润分配方案做出决议后 6 个月内完成股利（或股份）派发事项。

（二）最近三年股利分配的情况

1、最近三年股利分配情况

（1）2014 年 3 月 21 日，公司 2013 年度股东大会通过《公司 2013 年利润分配方案》，决定公司 2013 年度拟不进行利润分配。

（2）2014 年 11 月 7 日，公司 2014 年第二次临时股东大会通过《关于利润分配的议案》，决定公司向全体股东分配股利 4,500 万元。

（3）2015 年 3 月 9 日，公司 2014 年年度股东大会通过《公司 2014 年利润分配方案》，决定公司 2014 年度利润暂不进行分配。

（4）2015 年 11 月 2 日，公司 2015 年第二次临时股东大会通过《关于利润分配的议案》，决定公司向全体股东分配股利 5,250 万元。

（5）2016 年 3 月 19 日，公司 2015 年年度股东大会通过《公司 2015 年利润分配方案》，决定 2015 年度利润暂不进行分配，也不以资本公积转增股本，留存利润用于公司业务拓展和补充流动资金。

2、独立董事意见

（1）针对公司 2013 年度股东大会通过的《公司 2013 年利润分配方案》，独立董事意见如下：公司 2013 年度利润不分配，留存利润用于业务拓展和补充流动资金，系根据自身业务发展阶段和上市工作推进需要做出的合理决策，符合公司和股

东的长远利益。

（2）针对公司 2014 年第二次临时股东大会通过的《关于利润分配的议案》，独立董事意见如下：公司董事会提出本次利润分配是落实公司《未来分红回报规划》的具体体现，有利于实现投资者和公司利益双赢，没有损害公司及全体股东，特别是中小股东的利益。公司董事会关于本次利润分配的决策程序，符合《公司法》、《公司章程》等相关规定。

（3）针对 2014 年年度股东大会通过的《公司 2014 年利润分配方案》，独立董事意见如下：公司 2014 年度利润暂不进行分配是基于公司现实情况和未来发展规划提出的，有利于实现投资者和公司利益双赢，没有损害公司及全体股东，特别是中小股东的利益。

（4）针对公司 2015 年第二次临时股东大会通过的《关于利润分配的议案》，独立董事意见如下：公司董事会提出本次利润分配是落实公司《未来分红回报规划》的具体体现，有利于实现投资者和公司利益双赢，没有损害公司及全体股东，特别是中小股东的利益。公司董事会关于本次利润分配的决策程序，符合《公司法》、《公司章程》等相关规定。

（5）针对公司 2015 年年度股东大会通过的《公司 2015 年利润分配方案》，独立董事意见如下：公司 2015 年度利润暂不进行分配是基于公司现实情况和未来发展规划提出的，有利于实现投资者和公司利益双赢，没有损害公司及全体股东，特别是中小股东的利益。

（三）发行后的股利分配政策

2014 年 8 月 7 日，公司召开 2014 年第一次临时股东大会，对本次股票发行后的股利分配政策进行修订如下：

1、利润分配的原则

公司充分重视对投资者的合理投资回报，同时兼顾全体股东的整体利益及公司的长远利益和可持续发展。

公司利润分配以合并报表与母公司报表中可供分配利润的低者为准，利润分配政策应保持连续性和稳定性，并坚持按照法定顺序分配利润和同股同权、同股同利的原则。公司利润分配不得超过累积可分配利润的范围，不得损害公司持续经营能

力。

2、利润分配的形式

公司采取积极的现金方式或者现金与股票相结合方式分配股利，其中优先以现金分红方式分配股利。具备现金分红条件的，应当采用现金分红进行利润分配；采用股票股利进行利润分配的，应当充分考虑公司成长性、每股净资产的摊薄等因素。

3、公司可以进行中期现金分红

公司董事会可以根据当期的盈利规模、现金流状况、发展阶段及资金需求状况，提议公司进行中期分红。

4、利润分配的具体条件和比例

（1）在公司当年实现的净利润为正数且当年末累计未分配利润为正数的情况下，公司应当进行现金分红，且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 20%。具体每个年度的分红比例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；

（2）在公司经营状况良好，且董事会认为每股收益、股票价格与股本规模、股本结构不匹配时，公司可以在满足上述现金分红比例的前提下，同时采取发放股票股利的方式分配利润。公司在确定以股票方式分配利润的具体金额时，应当充分考虑以股票方式分配利润后的总股本是否与目前的经营规模、盈利增长速度相适应，并考虑对未来债权融资成本的影响，以确保利润分配方案符合全体股东的整体利益和长远利益；

（3）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%；

公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，可以按照前项规定处理。

（4）上述重大资金支出事项是指以下任一情形：

①公司未来十二个月内拟对外投资、收购或购买资产累计支出达到或超过最近一次经审计净资产的 30%或资产总额的 20%；

②公司当年经营活动产生的现金流量净额为负；

③中国证监会或者证券交易所规定的其他情形。

5、公司拟进行利润分配时，应按照以下决策程序和机制对利润分配方案进行研究论证

（1）在定期报告公布前，管理层、董事会应当在充分考虑公司持续经营能力、保证正常生产经营及业务发展所需资金和重视对投资者的合理投资回报的前提下，研究论证利润分配预案；

（2）公司董事会拟订具体的利润分配预案时，应当遵守国家有关法律、行政法规、部门规章和公司章程规定的利润分配政策；

（3）公司董事会在有关利润分配方案的决策和论证过程中，可以通过电话、传真、信函、电子邮件、网站上的投资者关系互动平台等方式，与独立董事、中小股东进行沟通和交流，充分听取独立董事和中小股东的意见和诉求，及时答复中小股东关心的问题；

（4）公司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；

（5）公司在经营情况良好，并且董事会认为股票价格与股本规模不匹配、发放股票股利有利于全体股东整体利益时，可以在满足上述现金分红的条件下，提出股票股利分配预案。

6、利润分配方案的审议程序

（1）公司董事会审议通过利润分配预案后，利润分配事项方能提交股东大会审议。董事会在审议利润分配预案时，经全体董事过半数同意且经二分之一以上独立董事同意方为通过。独立董事应当对利润分配具体方案发表明确意见；

（2）监事会应当对董事会拟定的利润分配具体方案进行审议，并经监事会全体监事半数以上表决通过；

（3）股东大会在审议利润分配方案时，须经出席股东大会的股东（包括股东代理人）所持表决权的过半数通过。如股东大会审议发放股票股利或以公积金转增股

本的方案的，须经出席股东大会的股东（包括股东代理人）所持表决权的三分之二以上通过。

7、利润分配政策的调整程序

公司根据行业监管政策、自身经营情况、投资规划和长期发展的需要，或者根据外部经营环境发生重大变化而确需调整利润分配政策的，调整后的利润分配政策不得违反中国证监会和证券交易所的有关规定，有关调整利润分配政策的议案由董事会根据公司经营状况和中国证监会、证券交易所的有关规定拟定，经全体董事过半数同意，且经二分之一以上独立董事同意方可提交股东大会审议，独立董事应对利润分配政策的调整或变更发表明确意见。

对公司章程规定的利润分配政策进行调整或变更的，应当经董事会审议通过后方能提交股东大会审议，且公司应当提供网络形式的投票平台为股东参加股东大会提供便利。公司应以股东权益保护为出发点，在有关利润分配政策调整或变更的提案中详细论证和说明原因。股东大会在审议公司章程规定的利润分配政策的调整或变更事项时，应当经出席股东大会的股东（包括股东代理人）所持表决权的三分之二以上通过。

8、利润分配政策的实施

（1）公司应当严格按照证券监管部门的有关规定，在年度报告中详细披露现金分红政策的制定及执行情况，并对下列事项进行专项说明：

- ①是否符合公司章程的规定或者股东大会决议的要求；
- ②分红标准和比例是否明确和清晰；
- ③相关的决策程序和机制是否完备；
- ④独立董事是否履职尽责并发挥了应有的作用；
- ⑤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了充分保护等。

公司对现金分红政策进行调整或变更的，还应对调整或变更的条件及程序是否合规和透明等进行详细说明。

（2）公司当年盈利且累计未分配利润为正，董事会未做出现金利润分配预案的，公司应当在审议通过年度报告的董事会公告中详细披露以下事项：

- ①结合所处行业特点、发展阶段和自身经营模式、盈利水平、资金需求等因素，

对于未进行现金分红或现金分红水平较低原因的说明；

②留存未分配利润的确切用途以及预计收益情况；

③董事会会议的审议和表决情况；

④独立董事对未进行现金分红或现金分红水平较低的合理性发表的独立意见。

公司董事长、独立董事和总裁、财务总监等高级管理人员应当在年度报告披露之后、年度股东大会股权登记日之前，在公司业绩发布会中就现金分红方案相关事宜予以重点说明。如未召开业绩发布会的，应当通过现场、网络或其他有效方式召开说明会，就相关事项与媒体、股东特别是持有公司股份的机构投资者、中小股东进行沟通和交流，及时答复媒体和股东关心的问题。

9、存在股东违规占用公司资金情况的，公司应当扣减该股东分配的现金红利，以偿还其占用的资金。

10、股东回报规划的制订周期和调整机制

（1）公司应以三年为一个周期，制订股东回报规划。公司应当在总结之前三年股东回报规划执行情况的基础上，充分考虑公司所面临的各项因素，以及股东（特别是中小股东）、独立董事和监事的意见，确定是否需对公司利润分配政策及未来三年的股东回报规划予以调整；

（2）如遇到战争、自然灾害等不可抗力，或者公司外部经营环境发生重大变化并对生产经营造成重大影响，或公司自身经营状况发生较大变化，或现行的具体股东回报规划影响公司的可持续经营，确有必要对股东回报规划进行调整的，公司可以根据本条确定的利润分配基本原则，重新制订股东回报规划。

经核查，保荐机构认为：发行人制订的股利分配政策能够切实维护股东利益和社会公众股股东利益，在股利分配机制的建立及投资者的决策参与方式等方面均有改善。同时，《公司章程》及招股说明书对利润分配事项的规定和信息披露符合有关法律、法规、规范性文件的规定。发行人股利分配决策机制健全、能够有效和有利于保护公众股东权益，明确了股利分配政策制订、修改和股利分配方案的决策程序，决策程序符合《公司法》、《证券法》、《企业会计准则》等法律法规文件，能够切实保障公司股利分配政策得以履行和遵守。

二、本次发行完成前滚存利润的分配政策

2013年9月6日，公司2013年第一次临时股东大会通过的《关于公司首次公开发行人民币普通股（A股）股票前滚存利润分配的议案》，公司公开发行社会公众A股股票前的滚存利润由发行后的新老股东按持股比例共享。

第十五节 其他重要事项

一、信息披露和投资者关系相关情况

为保护投资者的合法权益，加强公司信息披露工作的管理，规范公司信息披露行为，公司根据《公司法》、《证券法》、《深圳证券交易所股票上市规则》和中国证监会的有关规定，设立董事会办公室作为公司信息披露和投资者关系的负责部门。本公司的信息披露工作由董事会统一领导和管理，董事会秘书负责具体的协调和组织信息披露事宜，证券事务代表协助董事会秘书工作，相关人员的联系方式如下：

信息披露工作联系人：宋羲（董事会秘书）、全林

联系地址：成都市温江区成都海峡两岸科技产业开发园新华路199号

邮政编码：611130

电话号码：028-82669970

传真号码：028-82669974

电子信箱：investor@raidiboer.com

二、重大合同

截至招股说明书签署日，公司正在履行的交易金额超过 500 万元的合同，或者交易金额未超过 500 万元，但对公司的市场经营活动、未来发展及财务状况和经营成果有重大影响的合同如下：

（一）商标许可使用协议

2014 年 10 月 28 日，公司与费兰特品牌公司就“ferrante”商标签订《独家商标使用许可协议》，协议内容参见第六节“十、发行人经授权使用商标“ferrante”情况”。

（二）其他重要商务合同

1、特许经营加盟合同

公司与加盟商签订《特许经营加盟合同》，合同内容主要包括特许经营产品、授予期限、授权经营区域、授权许可方式、加盟店名称、加盟店选址、加盟店面积、订货方式等条款。

2、联营协议

公司与联营商场签订的联营协议，协议内容一般包括门店位置、面积、期限、续期选择、费用比例、付款方式等条款。

3、品牌推广合作协议

公司与管理商签订品牌推广合作协议，协议主要内容包括双方合作区域和期限、门店管理、门店员工的招聘和薪酬管理、管理商费用比例和支付条款等。

4、加工承揽合同

公司与供应商签订加工承揽合同，合同内容一般包括质量标准、交货、运输、返修、付款方式、拒收货品处理等方面的条款，合同附件《定作单》主要包括采购货品的具体名称、货号、颜色编号、规格、数量、单价、金额、交货日期、包装、面料、质量标准等条款。

5、与时尚麦迪卡签订的合同

2011年1月1日，雷迪波尔有限与时尚麦迪卡签订《服装展会代理合同》、《服装联合设计研发合同》、《服装代理和销售合同》，合同期限为2011年1月1日-2018年12月31日，上述合同内容参见第六节“九（二）发行人与时尚麦迪卡签订的合同内容”。

6、抵押合同

2014年7月7日，公司与中信银行成都分行签订《最高额抵押合同》（2014信银蓉温最抵字第424098-1号），担保主债权为公司与该行在2014年8月7日至2017年8月7日期间发生的债权，最高限额为5,400万元。

2014年7月7日，公司与中信银行成都分行签订《最高额抵押合同》（2014信银蓉温最抵字第424098-2号），担保主债权为意华堂与该行在2014年8月7日至2017年8月7日期间发生的债权，最高限额为1,200万元。

7、质押合同

2016年4月19日公司与中信银行成都分行签订《保证金账户质押合同》（（2016）信银蓉温保质字第624037号），为（2016）信银蓉温银承字第624037号《银行承兑汇票承兑协议》相关债权提供保证金担保。

8、银行汇票承兑协议

2016年4月20日，公司与中信银行成都分行签订了《银行承兑汇票承兑协议》

（（2016）信银蓉温银承字第 624037 号）。截至招股书说明签署日，公司在该协议下申请承兑的汇票共计 102 张，票面金额共计 627.60 万元，银行承兑汇票到期日为 2016 年 7 月 19 日。

9、广告代理发布协议

2015 年 10 月 14 日，公司与四川锐意企划广告有限公司签订《川渝广告制作发布合同（一年）》（合同编号：KF20150826），就户外广告事宜作出约定，合同有效期 1 年，广告发布期限为 2015 年 12 月 30 日至 2016 年 12 月 30 日。

10、债务转让协议、代销商品代销权转让协议、还款协议

2015 年 9 月 29 日，公司、意华堂与四川新尚服饰有限公司、杨鹂签订《债务转让协议》，鉴于截至 2015 年 9 月 28 日，四川新尚服饰有限公司所欠公司货款 799.70 万元、欠意华堂货款 153.92 万元；各方同意：四川新尚服饰有限公司将前述债务全部转让给杨鹂。

2015 年 9 月 29 日，公司、意华堂与四川新尚服饰有限公司签订《代销商品代销权转让协议》，四川新尚服饰有限公司代销公司及意华堂的商品结算价分别为 214.35 万元和 89.21 万元，全部交给杨鹂继续代销。

2015 年 9 月 30 日，公司、意华堂与杨鹂签订《还款协议》，各方对还款事宜进行了约定；同时，为保障公司、意华堂债权的顺利实现，杨鹂自愿以自有房产一套提供抵押担保，并办理抵押登记。

（三）保荐协议和承销协议

公司与国金证券签订了《保荐协议》和《承销协议》，对公司本次股票发行保荐与承销涉及的双方权利义务等事项进行了约定。

三、对外担保情况

截至招股说明书签署日，公司及子公司意华堂无对外担保。

四、重大诉讼或仲裁事项

截至招股说明书签署日，公司无任何对本公司的财务状况、经营成果、声誉、业务活动、未来前景等可能产生较大影响的诉讼或仲裁等事项。

截至招股说明书签署日，公司的控股股东、实际控制人、子公司以及公司的董事、监事、高级管理人员与核心技术人员没有作为一方当事人的任何重大诉讼或仲

裁事项。

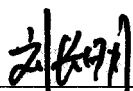
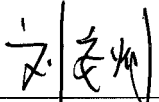
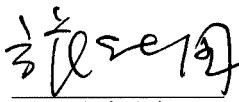
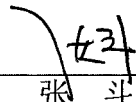
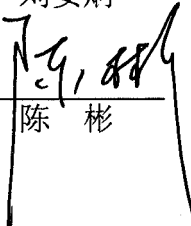
截至招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员与核心技术人员没有受到刑事起诉的情况。

第十六节 董事、监事、高级管理人员及有关中介机构声明

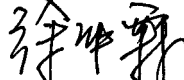
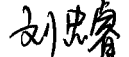
一、发行人全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司全体董事、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。

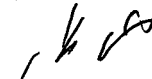
全体董事签名：

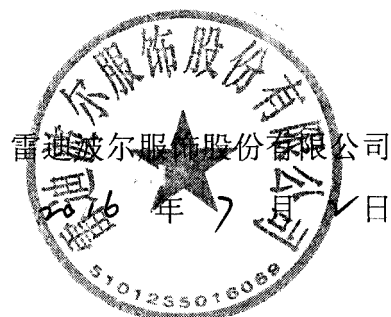
 刘长明	 刘安炯	 张仕国	 张斗
 焦培	 陈彬	 王锦田	

全体监事签名：

 徐钟霖	 胡波	 刘忠睿

其他高级管理人员签名：

 卢山	 宋羲



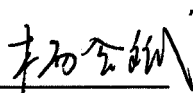
二、保荐人（主承销商）声明

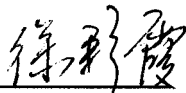
公司已对招股说明书及其摘要进行了核查，确认不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

法定代表人：

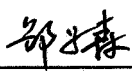

冉 云

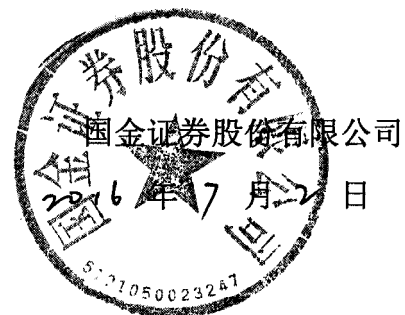
保荐代表人：


杨会斌


徐彩霞

项目协办人：


邹学森



三、发行人律师声明

本所及经办律师已阅读招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本所出具的法律意见书和律师工作报告无矛盾之处。本所及经办律师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的法律意见书和律师工作报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

律师事务所负责人：

王 玲

经办律师：

张如积

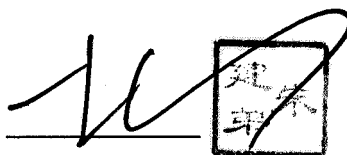
刘 荣



四、承担审计业务的会计师事务所声明

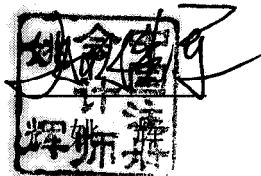
本所及签字注册会计师已阅读招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本所出具的审计报告、内部控制鉴证报告及经本所核验的非经常性损益明细表无矛盾之处。本所及签字注册会计师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的审计报告、内部控制鉴证报告及经本所核验的非经常性损益明细表的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

会计师事务所负责人：



朱建弟

经办注册会计师：



杨景乾

立信会计师事务所（特殊普通合伙）

2016年



五、承担评估业务的资产评估机构声明

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。

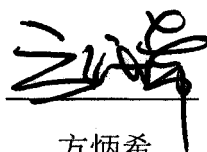
由于罗向品已离职，因此雷迪波尔服饰股份有限公司本次发行上市申请文件中仅有签字注册资产评估师方炳希的签字，没有签字注册资产评估师罗向品的签字。

资产评估机构负责人：



胡 智

经办注册资产评估师：



方炳希

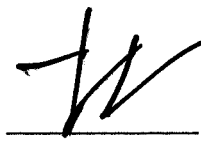
罗向品



六、承担验资业务的机构声明

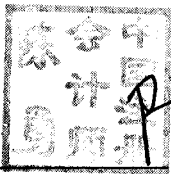
本机构及签字注册会计师已阅读招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本机构出具的验资报告无矛盾之处。本机构及签字注册会计师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的验资报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

验资机构负责人：

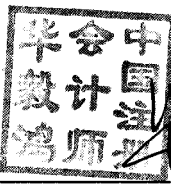
 

朱建弟

经办注册会计师：

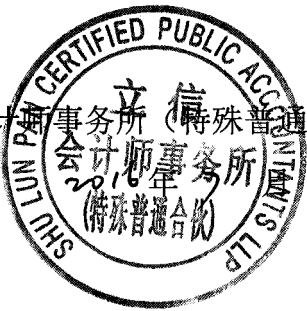
 

陈 勇

华毅鸿

立信会计师事务所（特殊普通合伙）

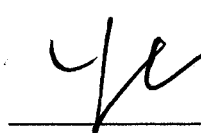


✓ 日

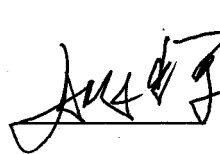
七、验资复核机构声明

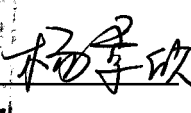
本机构及签字注册会计师已阅读招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本机构出具的验资复核专项报告无矛盾之处。本机构及签字注册会计师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的验资复核专项报告的内容无异议，确认验资复核专项报告与验资报告无矛盾之处，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

验资机构负责人：


朱建弟

经办注册会计师：


姚 辉


杨景欣

立信会计师事务所（特殊普通合伙）



第十七节 备查文件

一、备查文件

- （一）发行保荐书和发行保荐工作报告；
- （二）财务报表及审计报告；
- （三）内部控制鉴证报告；
- （四）经注册会计师核验的非经常性损益明细表；
- （五）法律意见书及律师工作报告；
- （六）公司章程（草案）；
- （七）中国证监会核准本次发行的文件；
- （八）其他与本次发行有关的重要文件。

二、查阅地点和时间

- （一）雷迪波尔服饰股份有限公司

地址：成都市温江区成都海峡两岸科技产业开发园新华路 199 号

电话：028-82669970

传真：028-82669974

联系人：宋 羲、全 林

查询时间：每周一至周五上午 9：30-11：30，下午 1：30-3：30

- （二）国金证券股份有限公司

地址：四川成都市东城根上街 95 号

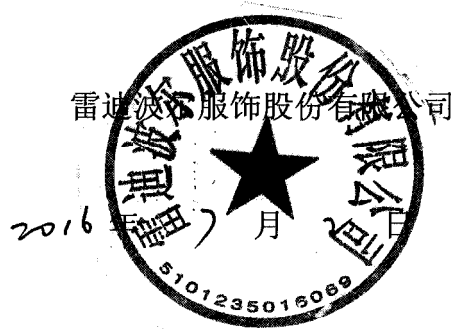
电话：028-86690085、86690036

传真：028-86690020

联系人：杨会斌、徐彩霞、李学军、张淳翌、张祚彬

查询时间：每周一至周五上午 9：30-11：30，下午 1：30-3：30

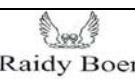
附录：公司拥有的商标、专利及关联方持有的商标情况



一、发行人拥有的商标情况

截至本招股说明书签署日，公司在中国大陆、香港、澳门、台湾及欧洲等国家或地区共拥有注册商标 269 项，具体情况如下：

（一）发行人在中国大陆拥有的商标

序号	商标图案	商标类别	商标注册号	权利期限	取得方式
1	 Raigy Boer 雷迪波尔	25	1581403	2011-6-7 至 2021-6-6	受让取得
2	 Raigy Boer	25	1625241	2011-8-28 至 2021-8-27	受让取得
3		18	3074118	2013-5-14 至 2023-5-13	受让取得
4		25	3074119	2013-10-21 至 2023-10-20	受让取得
5	 Raigy Boer 雷迪波尔	18	3232837	2014-1-28 至 2024-1-27	受让取得
6		18	3232838	2014-1-28 至 2024-1-27	受让取得
7		25	3232839	2014-1-28 至 2024-1-27	受让取得
8		25	3232840	2014-1-28 至 2024-1-27	受让取得
9	 Raigy Boer	25	3658528	2016-3-14 至 2026-3-13	受让取得
10	Raigy Boer	25	3703120	2016-5-14 至 2026-5-13	受让取得
11	雷迪波尔	25	3703140	2016-5-14 至 2026-5-13	受让取得
12		25	3703159	2016-5-7 至 2026-5-6	受让取得
13	 Raigy Boer	18	8496222	2011-7-28 至 2021-7-27	原始取得
14		25	8496296	2011-7-28 至 2021-7-27	原始取得
15	雷迪波尔	18	8496266	2011-7-28 至 2021-7-27	原始取得
16	Raigy Boer	18	8496247	2011-7-28 至 2021-7-27	原始取得
17		18	8496261	2011-7-28 至 2021-7-27	原始取得
18	 古劳 GU LAO	25	3353152	2014-8-7 至 2024-8-6	受让取得
19	古劳	18	5726990	2009-11-21 至 2019-11-20	受让取得
20	古劳	25	6177877	2010-3-28 至 2020-3-27	受让取得
21	古劳	18	6177878	2010-3-28 至 2020-3-27	受让取得
22	GULAO	25	5726989	2010-2-21 至 2020-2-20	受让取得

23		25	3652455	2008-11-7 至 2018-11-6	受让取得
24	 GHILARO	20	8769837	2011-11-7 至 2021-11-6	原始取得
25		30	8859884	2011-12-7 至 2021-12-6	原始取得
26		1	8857874	2011-12-7 至 2021-12-6	原始取得
27		4	8857931	2011-12-7 至 2021-12-6	原始取得
28		5	8858006	2011-12-7 至 2021-12-6	原始取得
29		6	8858263	2011-12-7 至 2021-12-6	原始取得
30		13	8858655	2011-12-7 至 2021-12-6	原始取得
31		8	8858787	2011-12-7 至 2021-12-6	原始取得
32		9	8858845	2011-12-7 至 2021-12-6	原始取得
33		11	8859116	2011-12-7 至 2021-12-6	原始取得
34		12	8859149	2011-12-14 至 2021-12-13	原始取得
35		16	8859440	2011-12-7 至 2021-12-6	原始取得
36		27	8859717	2011-12-14 至 2021-12-13	原始取得
37		28	8859779	2012-1-14 至 2022-1-13	原始取得
38		17	8859819	2012-1-14 至 2022-1-13	原始取得
39		29	8859824	2012-1-14 至 2022-1-13	原始取得
40		38	8863727	2011-12-7 至 2021-12-6	原始取得
41		45	8863118	2012-1-7 至 2022-1-6	原始取得
42		19	8862592	2012-1-28 至 2022-1-27	原始取得
43		21	8862674	2011-12-28 至 2021-12-27	原始取得
44		40	8863026	2011-12-7 至 2021-12-6	原始取得
45		32	8863360	2011-12-7 至 2021-12-6	原始取得
46		33	8863382	2011-12-7 至 2021-12-6	原始取得
47		18	8863523	2011-12-7 至 2021-12-6	原始取得
48		20	8863576	2011-12-7 至 2021-12-6	原始取得
49		22	8863607	2011-12-7 至 2021-12-6	原始取得
50		23	8863646	2011-12-7 至 2021-12-6	原始取得
51		31	8863669	2012-2-7 至 2022-2-6	原始取得
52		36	8863712	2012-1-7 至 2022-1-5	原始取得
53		43	8863737	2012-3-28 至 2022-3-27	原始取得
54		14	9251282	2012-4-7 至 2022-4-6	原始取得
55		20	9251349	2012-4-7 至 2022-4-6	原始取得
56	 GHILARO	2	8854254	2011-11-28 至 2021-11-27	原始取得
57	吉那诺	14	9331027	2012-4-28 至 2022-4-27	原始取得
58		18	9331061	2012-5-14 至 2022-5-13	原始取得
59		26	9331218	2012-4-28 至 2022-4-27	原始取得
60		24	9331118	2012-4-28 至 2022-4-27	原始取得
61		20	9331088	2012-4-28 至 2022-4-27	原始取得
62	 GHILARO	3	8854303	2011-11-28 至 2021-11-27	原始取得
63		39	8862974	2011-12-7 至 2021-12-6	原始取得
64		35	8863417	2012-1-7 至 2022-1-6	原始取得
65		41	8863056	2012-2-28 至 2022-2-27	原始取得

66		25	9142885	2012-2-28 至 2022-2-27	原始取得
67		18	9146857	2012-3-7 至 2022-3-6	原始取得
68	GHILARO	18	6011506	2010-3-7 至 2020-3-6	受让取得
69	GHILARO	25	6011507	2010-3-14 至 2020-3-13	受让取得
70		25	6177875	2011-5-7 至 2021-5-6	受让取得
71		18	6177876	2011-4-28 至 2021-4-27	受让取得
72	古那诺	25	6308209	2010-4-7 至 2020-4-6	受让取得
73	古那劳	18	6308210	2010-4-7 至 2020-4-6	受让取得
74		25	6308211	2010-4-7 至 2020-4-6	受让取得
75	古那诺	18	6308467	2010-4-7 至 2020-4-6	受让取得
76		25	4669628	2009-10-28 至 2019-10-27	受让取得
77		20	9691501	2012-11-21 至 2022-11-20	原始取得
78		25	5844324	2010-1-21 至 2020-1-20	受让取得
79		25	5844325	2010-6-21 至 2020-6-20	受让取得
80		7	8858758	2013-5-28 至 2023-5-27	原始取得
81		14	9691478	2012-8-21 至 2022-8-20	原始取得
82	吉那诺	35	9691542	2012-8-21 至 2022-8-20	原始取得
83	Boer Noble	24	10109526	2012-12-21 至 2022-12-20	原始取得
84		25	10109580	2013-4-21 至 2023-4-20	原始取得
85		35	10109603	2012-12-21 至 2022-12-20	原始取得
86	波尔尊伯	14	10110291	2012-12-21 至 2022-12-20	原始取得
87		18	10110312	2012-12-21 至 2022-12-20	原始取得
88		20	10110356	2012-12-21 至 2022-12-20	原始取得
89		24	10110380	2012-12-21 至 2022-12-20	原始取得
90		25	10110405	2012-12-21 至 2022-12-20	原始取得
91		26	10110421	2012-12-21 至 2022-12-20	原始取得
92		35	10110437	2012-12-21 至 2022-12-20	原始取得
93		18	10544923	2013-5-7 至 2023-5-6	原始取得
94		25	10544952	2013-5-7 至 2023-5-6	原始取得
95		35	10544967	2013-5-7 至 2023-5-6	原始取得
96		24	9240127	2013-7-14 至 2023-7-13	受让取得

97		26	9240149	2013-7-14 至 2023-7-13	受让取得
98	雷迪波尔	25	9249917	2012-3-28 至 2022-3-27	受让取得
99		14	9237621	2012-3-28 至 2022-3-27	受让取得
100		24	9249392	2012-11-28 至 2022-11-27	受让取得
101		26	9249559	2012-10-14 至 2022-10-13	受让取得
102		35	9244392	2012-5-14 至 2022-5-13	受让取得
103		18	9237719	2012-6-7 至 2022-6-6	受让取得
104	Boer Noble	20	10109510	2013-8-28 至 2023-8-27	原始取得
105		35	10884884	2013-8-14 至 2023-8-13	原始取得
106		1	10889310	2013-8-14 至 2023-8-13	原始取得
107		2	10889399	2013-8-14 至 2023-8-13	原始取得
108		4	10889666	2013-8-14 至 2023-8-13	原始取得
109		5	10889722	2013-8-14 至 2023-8-13	原始取得
110		6	10889841	2013-8-14 至 2023-8-13	原始取得
111		7	10889967	2013-8-21 至 2023-8-20	原始取得
112		11	10890055	2013-8-14 至 2023-8-13	原始取得
113		12	10890062	2013-8-14 至 2023-8-13	原始取得
114		13	10890067	2013-8-14 至 2023-8-13	原始取得
115		14	10890125	2013-8-14 至 2023-8-13	原始取得
116		15	10890135	2013-8-14 至 2023-8-13	原始取得
117		8	10890144	2013-8-14 至 2023-8-13	原始取得
118		16	10890167	2013-8-14 至 2023-8-13	原始取得
119		21	10890173	2013-8-14 至 2023-8-13	原始取得
120		17	10890182	2013-8-14 至 2023-8-13	原始取得
121		20	10890189	2013-8-14 至 2023-8-13	原始取得
122		19	10890195	2013-8-14 至 2023-8-13	原始取得
123		9	10890222	2013-8-14 至 2023-8-13	原始取得
124		10	10890232	2013-8-28 至 2023-8-27	原始取得
125		22	10890612	2013-8-14 至 2023-8-13	原始取得
126		23	10890655	2013-8-14 至 2023-8-13	原始取得
127		26	10890885	2013-8-14 至 2023-8-13	原始取得
128		27	10890922	2013-8-14 至 2023-8-13	原始取得
129		28	10890993	2013-8-14 至 2023-8-13	原始取得
130		30	10891619	2013-8-14 至 2023-8-13	原始取得
131		31	10897134	2013-8-14 至 2023-8-13	原始取得
132		32	10897166	2013-8-14 至 2023-8-13	原始取得
133		33	10897188	2013-8-14 至 2023-8-13	原始取得
134		34	10897220	2013-8-14 至 2023-8-13	原始取得
135		36	10897252	2013-8-14 至 2023-8-13	原始取得
136		37	10897303	2013-8-14 至 2023-8-13	原始取得
137		38	10897345	2013-8-14 至 2023-8-13	原始取得
138		39	10897387	2013-8-14 至 2023-8-13	原始取得
139		41	10897654	2013-8-14 至 2023-8-13	原始取得
140		42	10897702	2013-8-14 至 2023-8-13	原始取得
141		40	10897733	2013-8-14 至 2023-8-13	原始取得

142		43	10897734	2013-8-14 至 2023-8-13	原始取得
143		45	10897786	2013-8-14 至 2023-8-13	原始取得
144	 Raidy Boer 雷迪波尔	24	4140728	2008-1-28 至 2018-1-27	受让取得
145	 Raidy Boer 雷迪波尔	26	5025626	2009-6-7 至 2019-6-6	受让取得
146		35	5025628	2009-3-14 至 2019-3-13	受让取得
147		14	5025630	2009-4-14 至 2019-4-13	受让取得
148	 GULOR	25	5844326	2010-3-28 至 2020-3-27	受让取得
149		25	5844322	2010-3-14 至 2020-3-13	受让取得
150		25	5844323	2010-1-21 至 2020-1-20	受让取得
151		25	10884792	2013-9-28 至 2023-9-27	原始取得
152		24	10890706	2013-9-21 至 2023-9-20	原始取得
153		44	10897763	2013-9-14 至 2023-9-13	原始取得
154	 GHILARO 古劳	18	10919423	2013-9-14 至 2023-9-23	原始取得
155		25	10919570	2013-10-7 至 2023-10-6	原始取得
156		14	10919591	2013-9-14 至 2023-9-13	原始取得
157		1	11200332	2013-12-7 至 2023-12-6	原始取得
158		2	11200408	2013-12-7 至 2023-12-6	原始取得
159		3	11200461	2013-12-7 至 2023-12-6	原始取得
160		4	11200519	2013-12-7 至 2023-12-6	原始取得
161		6	11200651	2013-12-21 至 2023-12-20	原始取得
162		7	11200830	2013-12-7 至 2023-12-6	原始取得
163		8	11201662	2013-12-7 至 2023-12-6	原始取得
164		17	11201741	2013-12-7 至 2023-12-6	原始取得
165		10	11201875	2013-12-7 至 2023-12-6	原始取得
166		12	11201898	2013-12-7 至 2023-12-6	原始取得
167		13	11201906	2013-12-7 至 2023-12-6	原始取得
168		15	11201912	2013-12-7 至 2023-12-6	原始取得
169		16	11201923	2013-12-7 至 2023-12-6	原始取得
170		22	11202016	2013-12-7 至 2023-12-6	原始取得
171		23	11202031	2013-12-7 至 2023-12-6	原始取得
172		26	11202088	2013-12-7 至 2023-12-6	原始取得
173		27	11202418	2013-12-7 至 2023-12-6	原始取得
174		28	11202460	2013-12-7 至 2023-12-6	原始取得
175		29	11202531	2013-12-7 至 2023-12-6	原始取得
176		31	11202630	2013-12-7 至 2023-12-6	原始取得
177		32	11202644	2013-12-7 至 2023-12-6	原始取得
178		19	11202701	2013-12-7 至 2023-12-6	原始取得
179		20	11202735	2013-12-7 至 2023-12-6	原始取得
180		21	11202763	2013-12-7 至 2023-12-6	原始取得

181		33	11202785	2013-12-7 至 2023-12-6	原始取得
182		34	11202810	2013-12-7 至 2023-12-6	原始取得
183		36	11205281	2013-12-7 至 2023-12-6	原始取得
184		37	11208026	2013-12-7 至 2023-12-6	原始取得
185		38	11208037	2013-12-7 至 2023-12-6	原始取得
186		40	11208096	2013-12-7 至 2023-12-6	原始取得
187		45	11208482	2013-12-7 至 2023-12-6	原始取得
188		10	8859088	2013-12-14 至 2023-12-13	原始取得
189	吉那诺	25	9331172	2013-12-21 至 2023-12-20	原始取得
190		18	9691485	2013-10-7 至 2023-10-6	原始取得
191		24	9691506	2013-10-7 至 2023-10-6	原始取得
192		25	9691521	2013-10-7 至 2023-10-6	原始取得
193		26	9691527	2013-10-14 至 2023-10-13	原始取得
194		35	9691533	2013-9-14 至 2023-9-13	原始取得
195		25	8862864	2014-2-21 至 2024-2-20	原始取得
196		25	9142851	2014-2-14 至 2024-2-13	原始取得
197	Boer Noble	18	10109499	2014-2-28 至 2024-2-27	原始取得
198		42	11208260	2014-1-7 至 2024-1-6	原始取得
199		43	11208280	2014-1-7 至 2024-1-6	原始取得
200		42	8863089	2014-1-14 至 2024-1-13	原始取得
201		34	8863401	2014-2-14 至 2024-2-13	原始取得
202		3	10889635	2014-3-28 至 2024-3-27	原始取得
203		41	11208221	2014-3-7 至 2024-3-6	原始取得
204		25	9250756	2014-3-14 至 2024-3-13	原始取得
205		44	11208256	2014-4-21 至 2024-4-20	原始取得
206		11	11201888	2014-4-21 至 2024-4-20	原始取得
207		26	8859680	2014-4-7 至 2024-4-6	原始取得

208		39	11208061	2014-4-7 至 2024-4-6	原始取得
209		29	10890848	2014-3-28 至 2024-3-27	原始取得
210		24	8862748	2014-4-7 至 2024-4-6	原始取得
211		37	8862947	2014-5-14 至 2024-5-13	原始取得
212		44	8863748	2014-6-14 至 2024-6-13	原始取得
213		5	11200572	2014-6-21 至 2024-6-20	原始取得
214		24	11202053	2014-6-21 至 2024-6-20	原始取得
215		35	10919609	2015-3-7 至 2025-3-6	原始取得
216		9	13592942	2015-1-28 至 2025-1-27	原始取得
217	吉那诺	9	14815729	2015-8-7 至 2025-8-6	原始取得

（二）发行人子公司意华堂在中国大陆拥有的商标

序号	商标图案	商标类别	商标注册号	权利期限	取得方式
1		25	11414361	2015-4-14 至 2025-4-13	原始取得
2		25	11414381	2015-7-21 至 2025-7-20	原始取得
3		18	11414394	2015-12-14 至 2025-12-13	原始取得

（三）发行人在中国香港、澳门、台湾及境外所拥有的商标

1、香港

序号	商标图案	商标类别	商标注册号	权利期限	取得方式
1	 Raidy Boer	9、18、25	302343087	2012-8-13 至 2022-8-12	原始取得
2	 Raidy Boer 意迪波尔	9、18、25	302343096	2012-8-13 至 2022-8-12	原始取得
3	雷迪波尔	9、18、25	302343104	2012-8-13 至 2022-8-12	原始取得
4	 GHILARO	9、18、25	302343113	2012-8-13 至 2022-8-12	原始取得
5	吉那诺	9、18、25	302343122	2012-8-13 至 2022-8-12	原始取得

2、澳门

序号	商标图案	商标类别	商标注册号	权利期限	取得方式
1	 Raidy Boer 雷迪波尔	9	N/068708	2013-9-12 至 2020-9-12	原始取得
2		18	N/068709	2013-9-12 至 2020-9-12	原始取得
3		25	N/068710	2013-9-12 至 2020-9-12	原始取得
4	雷迪波尔	9	N/068711	2013-9-12 至 2020-9-12	原始取得
5		18	N/068712	2013-9-12 至 2020-9-12	原始取得
6		25	N/068713	2013-9-12 至 2020-9-12	原始取得
7	吉那诺	9	N/068714	2013-9-12 至 2020-9-12	原始取得
8		18	N/068715	2013-9-12 至 2020-9-12	原始取得
9		25	N/068716	2013-9-12 至 2020-9-12	原始取得
10	 GHILARO	9	N/068717	2013-9-12 至 2020-9-12	原始取得
11		18	N/068718	2013-9-12 至 2020-9-12	原始取得
12		25	N/068719	2013-9-12 至 2020-9-12	原始取得
13	 Raidy Boer	9	N/068720	2013-9-12 至 2020-9-12	原始取得
14		18	N/068721	2013-9-12 至 2020-9-12	原始取得
15		25	N/058339	2012-1-6 至 2019-1-6	受让取得

3、台湾

序号	商标图案	商标类别	商标注册号	权利期限	取得方式
1	 GHILARO	商标法施行细则 19 条第 018 类	01560394	2013-1-16 至 2023-1-15	原始取得
2	吉那诺	商标法施行细则 19 条第 018 类	01560395	2013-1-16 至 2023-1-15	原始取得
3	雷迪波尔	商标法施行细则 19 条第 018 类	01560396	2013-1-16 至 2023-1-15	原始取得
4	 Raidy Boer	商标法施行细则 19 条第 025 类	01560616	2013-1-16 至 2023-1-15	原始取得
5	 Raidy Boer 雷迪波尔	商标法施行细则 19 条第 025 类	01560617	2013-1-16 至 2023-1-15	原始取得
6	 GHILARO	商标法施行细则 19 条第 025 类	01560618	2013-1-16 至 2023-1-15	原始取得
7	吉那诺	商标法施行细则 19 条第 025 类	01560619	2013-1-16 至 2023-1-15	原始取得
8	雷迪波尔	商标法施行细则 19 条第 025 类	01560620	2013-1-16 至 2023-1-15	原始取得
9	 Raidy Boer	商标法施行细则 19 条第 018 类	01560392	2013-1-16 至 2023-1-15	原始取得
10	 Raidy Boer 雷迪波尔	商标法施行细则 19 条第 018 类	01560393	2013-1-16 至 2023-1-15	原始取得
11	 Raidy Boer	商标法施行细则 19 条第 009 类	01576846	2013-5-1 至 2023-4-30	原始取得
12	 Raidy Boer 雷迪波尔	商标法施行细则 19 条第 009 类	01576847	2013-5-1 至 2023-4-30	原始取得

13		商标法施行细则 19 条第 009 类	01576848	2013-5-1 至 2023-4-30	原始取得
14	吉那诺	商标法施行细则 19 条第 009 类	05176849	2013-5-1 至 2023-4-30	原始取得
15	雷迪波尔	商标法施行细则 19 条第 009 类	01576850	2013-5-1 至 2023-4-30	原始取得

4、境外其他国家或地区

序号	商标图案	商标类别	商标注册号	注册地	权利期限	取得方式
1		18、25	006273197	欧盟	2008-7-24 至 2017-9-12	受让取得
2		18、25	005820766	欧盟	2009-4-24 至 2017-4-10	受让取得
3		25	国际注册号： 841717A	马德里	2014-9-19 至 2024-9-19	受让取得
4		18、25	国际注册号：1 057869	马德里	2010-11-4 至 2020-11-3	原始取得
5		18、25	国际注册号： 1172068	马德里	2013-7-23 至 2023-7-22	原始取得
6		18、25	国际注册号： 1171858	马德里	2013-7-23 至 2023-7-22	原始取得
7		18	国际注册号： 1171990	马德里	2013-7-22 至 2023-7-21	原始取得
8		18、25	132728	黎巴嫩	2010-12-27 至 2025-12-26	原始取得
9		18、25	233656	以色列	2010-11-14 至 2020-11-13	原始取得
10		25	2010/25979	南非	2010-11-8 至 2020-11-7	原始取得
11		18	2010/25978	南非	2010-11-8 至 2020-11-7	原始取得
12		18、25	国际注册 号：5596515	日本	2013-7-5 至 2023-7-4	原始取得
13		18、25	973976	新西兰	2013-9-12 至 2023-3-11	原始取得
14		18、25	973975	新西兰	2013-10-30 至 2023-3-11	原始取得

二、发行人所拥有的专利情况

截至本招股说明书签署日，公司拥有 174 项专利，具体情况如下：

序号	专利名称	专利类型	专利号	专利申请日	授权公告日	取得方式
1	自动平缝机控制系统	实用新型	201120044756.8	20110223	20111012	原始取得

2	锁眼机快速送料启动棘爪拉簧结构	实用新型	201120044480.3	20110223	20111012	原始取得
3	平缝机捋线结构	实用新型	201120044602.9	20110223	20111012	原始取得
4	锁眼机外卡爪式旋梭定位钩	实用新型	201120044660.1	20110223	20111012	原始取得
5	平缝机压脚	实用新型	201120044749.8	20110223	20111012	原始取得
6	新型蒸汽熨斗	实用新型	201120044353.3	20110223	20111012	原始取得
7	胸针	外观设计	201230321809.6	20120717	20121024	原始取得
8	陈列架	外观设计	201230091949.9	20120331	20120801	原始取得
9	展示架（一）	外观设计	201230091937.6	20120331	20120808	原始取得
10	展示架（二）	外观设计	201230091934.2	20120331	20120808	原始取得
11	广告牌	外观设计	201230091938.0	20120331	20120801	原始取得
12	拉链拉片	外观设计	201230091939.5	20120331	20120801	原始取得
13	撞钉	外观设计	201230091935.7	20120331	20120801	原始取得
14	柜子	外观设计	201230091948.4	20120331	20120801	原始取得
15	腰部可调节裤	实用新型	201220723718.X	201201225	20130626	原始取得
16	裤子腰带固定样	实用新型	201220725429.3	201201225	20130626	原始取得
17	包（一）	外观设计	201330144204.9	20130427	20130828	原始取得
18	皮带（二）	外观设计	201330146094.X	20130427	20130828	原始取得
19	裤挂	外观设计	201330144951.2	20130427	20130828	原始取得
20	皮带（三）	外观设计	201330146022.5	20130427	20130828	原始取得
21	衣服（三）	外观设计	201330145997.6	20130427	20130828	原始取得
22	包（五）	外观设计	201330145978.3	20130427	20130828	原始取得
23	布（八）	外观设计	201330143131.1	20130426	20130828	原始取得
24	装饰扣（二）	外观设计	201330145961.8	20130427	20130828	原始取得
25	挂衣架（五）	外观设计	201330146134.0	20130427	20130828	原始取得
26	衣服（六）	外观设计	201330146005.1	20130427	20130828	原始取得
27	衣服（一）	外观设计	201330147898.1	20130428	20130828	原始取得
28	腰带（五）	外观设计	201330146150.X	20130427	20130828	原始取得
29	腰带（二）	外观设计	201330146133.6	20130427	20130828	原始取得
30	包装盒	外观设计	201330144310.7	20130427	20130828	原始取得
31	布（十四）	外观设计	201330144221.2	20130427	20130828	原始取得
32	布（十二）	外观设计	201330143130.7	20130426	20130828	原始取得
33	布（三）	外观设计	201330143105.9	20130426	20130828	原始取得
34	皮带（一）	外观设计	201330144203.4	20130427	20130828	原始取得
35	衣服（二）	外观设计	201330143122.2	20130426	20130828	原始取得
36	衬布（二）	外观设计	201330144970.5	20130427	20130828	原始取得
37	腰带（六）	外观设计	201330145999.5	20130427	20130828	原始取得
38	布（二）	外观设计	201330143140.0	20130426	20130828	原始取得
39	鞋	外观设计	201330146003.2	20130427	20130828	原始取得
40	包（四）	外观设计	201330146107.3	20130427	20130828	原始取得
41	标牌	外观设计	201330146119.6	20130427	20130828	原始取得
42	包（二）	外观设计	201330144332.3	20130427	20130828	原始取得
43	布（九）	外观设计	201330146146.3	20130427	20130828	原始取得
44	收银台	外观设计	201330146148.2	20130427	20130828	原始取得
45	布（十）	外观设计	201330143110.X	20130426	20130828	原始取得
46	挂衣架（四）	外观设计	201330146145.9	20130427	20130828	原始取得

47	挂衣架（二）	外观设计	201330145998.0	20130427	20130828	原始取得
48	衬布（六）	外观设计	201330144821.9	20130427	20130828	原始取得
49	衬布（一）	外观设计	201330144840.1	20130427	20130828	原始取得
50	布（六）	外观设计	201330143127.5	20130426	20130828	原始取得
51	衣服（七）	外观设计	201330146142.5	20130427	20130828	原始取得
52	手提袋（一）	外观设计	201330146143.X	20130427	20130828	原始取得
53	扣子（六孔扣）	外观设计	201330146138.9	20130427	20130828	原始取得
54	装饰扣	外观设计	201330146137.4	20130427	20130828	原始取得
55	挂衣架（三）	外观设计	201330146091.6	201300427	20130828	原始取得
56	挂衣架（一）	外观设计	201330146050.7	201300427	20130828	原始取得
57	衬布（四）	外观设计	201330145051.X	20130427	20130828	原始取得
58	衬布（五）	外观设计	201330145132.X	20130427	20130828	原始取得
59	装饰扣（一）	外观设计	201330146101.6	20130427	20130828	原始取得
60	腰带（四）	外观设计	201330143104.4	20130426	20130828	原始取得
61	布（十三）	外观设计	201330143142.X	20130426	20130828	原始取得
62	布（十一）	外观设计	201330143103.X	20130426	20130828	原始取得
63	衣服（五）	外观设计	201330146004.7	20130427	20130828	原始取得
64	衬布（三）	外观设计	201330145176.2	20130427	20130828	原始取得
65	挂衣架	外观设计	201330144950.8	20130427	20130828	原始取得
66	衣服（四）	外观设计	201330146060.0	20130427	20130828	原始取得
67	展柜（一）	外观设计	201330146147.8	20130427	20130828	原始取得
68	衣服（八）	外观设计	201330146144.4	20130427	20130828	原始取得
69	招牌（三）	外观设计	201330148265.2	20130428	20130828	原始取得
70	布（一）	外观设计	201330143163.1	20130426	20130828	原始取得
71	布（七）	外观设计	201330143168.4	20130426	20130828	原始取得
72	布（四）	外观设计	201330143148.7	20130426	20130828	原始取得
73	扣子（二）	外观设计	201330144845.4	20130427	20130828	原始取得
74	扣子（一）	外观设计	201330144820.4	20130427	20130925	原始取得
75	手提袋（二）	外观设计	201330146127.0	20130427	20130925	原始取得
76	腰带（三）	外观设计	201330143166.5	20130426	20130925	原始取得
77	腰带（一）	外观设计	201330143157.6	20130426	20130925	原始取得
78	装饰扣（三）	外观设计	201330146009.X	201304 27	20130925	原始取得
79	布	外观设计	201330392141.9	20130815	20131215	原始取得
80	招牌（二）	外观设计	201330146121.3	20130427	20131030	原始取得
81	一种衣服	实用新型	201320022778.3	20130116	20140416	原始取得
82	上衣（30）	外观设计	201430399822.2	20141021	20150311	原始取得
83	花布（衬布 05）	外观设计	201430377153.9	20141008	20150311	原始取得
84	花布（衬布 02）	外观设计	201430377154.3	20141008	20150311	原始取得
85	花布（衬布 08）	外观设计	201430377061.0	20141008	20150311	原始取得
86	上衣（6）	外观设计	201430399870.1	20141021	20150311	原始取得
87	裤子（2）	外观设计	201430399871.6	20141021	20150311	原始取得
88	花布（衬布 04）	外观设计	201430377151.X	20141008	20150311	原始取得
89	花布（衬布 09）	外观设计	201430377063.X	20141008	20150311	原始取得
90	上衣（15）	外观设计	201430399949.4	20141021	20150311	原始取得
91	包（2）	外观设计	201430396883.3	20141021	20150311	原始取得
92	上衣（17）	外观设计	201430399936.7	20141021	20150311	原始取得

93	鞋（7）	外观设计	201430399887.7	20141021	20150311	原始取得
94	鞋（3）	外观设计	201430399888.1	20141021	20150311	原始取得
95	包（1）	外观设计	201430396896.0	20141021	20150311	原始取得
96	上衣（22）	外观设计	201430399935.2	20141021	20150311	原始取得
97	T恤（T03）	外观设计	201430377115.3	20141008	20150311	原始取得
98	T恤（T02）	外观设计	201430377112.X	20141008	20150311	原始取得
99	花布（衬布 07）	外观设计	201430377056.X	20141008	20150311	原始取得
100	T恤（T01）	外观设计	201430377113.4	20141008	20150311	原始取得
101	T恤（T04）	外观设计	201430377116.8	20141008	20150311	原始取得
102	花布（衬布 12）	外观设计	201430377060.6	20141008	20150311	原始取得
103	花布（衬布 06）	外观设计	201430377117.2	20141008	20150311	原始取得
104	花布（衬布 03）	外观设计	201430377062.5	20141008	20150311	原始取得
105	花布（衬布 11）	外观设计	201430377057.4	20141008	20150311	原始取得
106	鞋（5）	外观设计	201430399845.3	20141021	20150311	原始取得
107	T恤（20）	外观设计	201430399821.8	20141021	20150311	原始取得
108	鞋（1）	外观设计	201430399839.8	20141021	20150311	原始取得
109	上衣（31）	外观设计	201430399840.0	20141021	20150311	原始取得
110	上衣（7）	外观设计	201430399841.5	20141021	20150311	原始取得
111	上衣（24）	外观设计	201430399869.9	20141021	20150311	原始取得
112	鞋（6）	外观设计	201430399945.6	20141021	20150311	原始取得
113	鞋（4）	外观设计	201430399820.3	20141021	20150311	原始取得
114	花布（衬布 10）	外观设计	201430377055.5	20141008	20150311	原始取得
115	包（3）	外观设计	201430396884.8	20141021	20150401	原始取得
116	布料（衬布 01）	外观设计	201430377152.4	20141008	20150325	原始取得
117	T恤（T001）	外观设计	201530529868.6	20151214	20160525	原始取得
118	T恤（T002）	外观设计	201530529877.5	20151214	20160525	原始取得
119	T恤（T003）	外观设计	201530529880.7	20151214	20160525	原始取得
120	T恤（T004）	外观设计	201530529866.7	20151214	20160525	原始取得
121	T恤（T005）	外观设计	201530529872.2	20151214	20160525	原始取得
122	T恤（T006）	外观设计	201530529876.0	20151214	20160525	原始取得
123	T恤（T007）	外观设计	201530529871.8	20151214	20160525	原始取得
124	T恤（T008）	外观设计	201530529875.6	20151214	20160525	原始取得
125	T恤（T009）	外观设计	201530529869.0	20151214	20160525	原始取得
126	T恤（T010）	外观设计	201530529874.1	20151214	20160525	原始取得
127	T恤（T011）	外观设计	201530529862.9	20151214	20160525	原始取得
128	T恤（T012）	外观设计	201530529860.X	20151214	20160525	原始取得
129	T恤（T013）	外观设计	201530529873.7	20151214	20160525	原始取得
130	T恤（T014）	外观设计	201530529882.6	20151214	20160525	原始取得
131	包（001）	外观设计	201530529831.3	20151214	20160525	原始取得
132	包（002）	外观设计	201530529836.6	20151214	20160525	原始取得
133	包（003）	外观设计	201530529837.0	20151214	20160525	原始取得
134	鞋（001）	外观设计	201530529833.2	20151214	20160525	原始取得
135	鞋（002）	外观设计	201530529859.7	20151214	20160525	原始取得
136	鞋（003）	外观设计	201530529864.8	20151214	20160525	原始取得
137	鞋（004）	外观设计	201530529834.7	20151214	20160525	原始取得
138	鞋（005）	外观设计	201530529828.1	20151214	20160525	原始取得

139	鞋（006）	外观设计	201530529861.4	20151214	20160525	原始取得
140	鞋（007）	外观设计	201530529832.8	20151214	20160525	原始取得
141	鞋（008）	外观设计	201530529858.2	20151214	20160525	原始取得
142	鞋（009）	外观设计	201530529825.8	20151214	20160525	原始取得
143	鞋（010）	外观设计	201530529827.7	20151214	20160601	原始取得
144	鞋（011）	外观设计	201530529863.3	20151214	20160525	原始取得
145	鞋（102）	外观设计	201530529823.9	20151214	20160525	原始取得
146	鞋（103）	外观设计	201530529842.1	20151214	20160525	原始取得
147	鞋（104）	外观设计	201530529851.0	20151214	20160525	原始取得
148	鞋（105）	外观设计	201530529736.3	20151214	20160525	原始取得
149	鞋（106）	外观设计	201530529840.2	20151214	20160525	原始取得
150	鞋（107）	外观设计	201530529841.7	20151214	20160525	原始取得
151	鞋（108）	外观设计	201530529821.X	20151214	20160525	原始取得
152	鞋（110）	外观设计	201530529838.5	20151214	20160525	原始取得
153	鞋（111）	外观设计	201530529802.7	20151214	20160525	原始取得
154	鞋（112）	外观设计	201530529854.4	20151214	20160525	原始取得
155	鞋（114）	外观设计	201530529810.1	20151214	20160525	原始取得
156	鞋（115）	外观设计	201530529807.X	20151214	20160525	原始取得
157	鞋（116）	外观设计	201530529856.3	20151214	20160525	原始取得
158	鞋（118）	外观设计	201530529847.4	20151214	20160525	原始取得
159	鞋（119）	外观设计	201530529845.5	20151214	20160525	原始取得
160	鞋（120）	外观设计	201530529857.8	20151214	20160525	原始取得
161	鞋（122）	外观设计	201530529814.X	20151214	20160525	原始取得
162	鞋（125）	外观设计	201530529734.4	20151214	20160525	原始取得
163	鞋（127）	外观设计	201530529848.9	20151214	20160525	原始取得
164	鞋（128）	外观设计	201530529853.X	20151214	20160601	原始取得
165	鞋（129）	外观设计	201530529843.6	20151214	20160525	原始取得
166	鞋（130）	外观设计	201530529804.6	20151214	20160525	原始取得
167	鞋（131）	外观设计	201530529806.5	20151214	20160525	原始取得
168	鞋（133）	外观设计	201530529855.9	20151214	20160525	原始取得
169	鞋（134）	外观设计	201530529808.4	20151214	20160525	原始取得
170	鞋（136）	外观设计	201530529852.5	20151214	20160525	原始取得
171	鞋（137）	外观设计	201530529805.0	20151214	20160525	原始取得
172	鞋（138）	外观设计	201530529849.3	20151214	20160525	原始取得
173	鞋（140）	外观设计	201530529813.5	20151214	20160525	原始取得
174	鞋（124）	外观设计	201530529839.X	20151214	20160525	原始取得

三、发行人实际控制人刘长明及其关联方所持有的商标

截至本招股说明书签署日，发行人实际控制人刘长明持有 48 项商标，刘长明控制的其他关联方中仅雷迪波尔投资持有 46 项商标。刘长明、张仕国享有已经注册的雷迪波尔实业所持 2 项商标的权益，该等商标的详细情况如下：

（一）刘长明持有商标情况

序号	注册号	类别	商标图案	权利期限	核定使用商品
1	3074114	33		2023. 03. 06	白兰地，果酒(含酒精)，鸡尾酒，酒(利口酒)，酒(饮料)，酒精饮料（啤酒除外），葡萄酒，烧酒，食用酒精，威士忌酒
2	3074115	16		2023. 06. 13	钢笔(办公用品)，绘画笔，毛笔，书写工具，绘画材料，蘸水钢笔，圆珠笔滚珠，钢笔盒，胶带分配器(办公用品)，制图尺
3	3074116	3		2023. 04. 13	化妆品，美容用面膜，口红，香水，喷发胶，发生油，烫发剂，皮肤增白霜，熏衣草香水，染睫毛油
4	3074117	34		2023. 03. 06	打火石，丁烷气(吸烟用)，非贵重金属火柴盒，非贵重金属香烟盒，吸烟用打火机
5	3098039	30		2023. 04. 13	咖啡，可可饮料，糖果，食品用糖蜜，非医用营养液，燕麦片，糕点，食用面粉，米，冰淇淋
6	3089040	29		2023. 03. 13	板鸭，干食用菌，冷冻水果，牛奶饮料(牛奶为主的)，食用油，食用猪油，蔬菜罐头，水果罐头，水果蜜饯，虾(非活)，鱼(非活的)，猪肉食品，腌肉，腌制蔬菜
7	3098041	32		2023. 04. 13	啤酒，无酒精果汁，矿泉水，蔬菜汁(饮料)，果茶(不含酒精)，花生牛奶(软饮料)，可乐，乳酸饮料(果制品·非奶)，豆奶，汽水
8	3098042	28		2023. 06. 20	玩具手枪，玩具面具，智能玩具，运动球类，保龄球设备和器械，运动球拍，健美器，玩具娃娃，玩具车，棋
9	4140729	20		2017. 05. 06	床垫，家具，垫褥(亚麻制品除外)，枕头，非金属家具附件，非金属容器(存储和运输用)，办公室用家具
10	5016758	11		2018. 10. 27	照明器，冰箱，热水器，烤箱，冷冻设备和装置，通风柜，锅炉(非机器部件)，喷水器，蒸汽浴装置，消毒设备
11	5016759	9		2019. 03. 20	办公室用打卡机，手提电话，报警器，电熨斗
12	5016760	8		2018. 10. 27	磨具(手工具)，剃须刀，雕刻工具(手工具)，剪刀，非电动开罐头器，剑鞘，切菜刀，动物剪毛刀(手工具)，餐具(刀、叉和匙)，长柄勺(手工具)
13	5016761	10		2018. 10. 27	外科手术剪，医用点滴器，假牙，医用 X 光器械，氧气袋，假肢，缝合材料，听诊器，手术台，按摩器械
14	5016762	6		2018. 10. 27	钢板，金属陶瓷，金属管道配件，管道用金属加固材料，可移动金属建筑物，铁路金属材料，包装或捆扎金属带，保险柜，车辆用金属锁，窗户金属器材
15	5016763	5		2019. 04. 27	婴儿食品，医用营养饮料，空气净化制剂，冰箱除臭剂(去味剂)，医用饲料添加剂，兽医用化学制剂，消灭有害动物制剂，消灭有害植物制剂，杀寄生虫剂，医用胶布
16	5016764	7		2018. 10. 27	农业机械，木材加工机，造纸机，印刷机器，工业用卷烟机，制革机，自行车组装机，洗衣机，电焊机(机器)(0751)，搅拌机
17	5016765	2		2019. 04. 27	媒染料，染料，画家、艺术家和装饰家用铝粉，食物色素，食用色素，制革用油墨，计算机、打印机、文字处理机墨盒，复印机用碳粉，防水粉(涂料)，防腐剂
18	5016766	1		2019. 04. 27	磷，钾，硫酸铜，蓄电池硫酸，醋酸盐(化学品)，工业用苯酚，甘油脂，水软化剂，酸，肥料
19	5016767	4		2019. 04. 27	制革用脂，工业用脂，桐油，精密仪器油，润滑剂，燃料，气体燃料，矿物燃料，照明用蜡，除尘制剂
20	5025625	22		2019. 06. 06	装货用非金属带，车辆盖罩(非安装)，伪装罩，填料，纺织品遮篷，帐篷，包装用纺织品袋(包)，编织袋，集装袋，羊毛绒
21	5025627	27		2019. 05. 13	地毯，席，浴室防滑垫，地板覆盖物，体育场用垫，体操

序号	注册号	类别	商标图案	权利期限	核定使用商品
					垫, 门前擦鞋垫, 汽车毡毯, 墙纸, 非纺织品壁挂
22	5025629	36		2019. 06. 27	保险, 金融服务, 贵重物品存放, 古玩物估价, 不动产出租, 不动产中介, 经纪, 租赁担保, 代管产业, 典当
23	5025631	13		2018. 11. 06	焰火, 烟火产品, 鞭炮, 爆竹, 烟花, 信号烟火, 爆炸性烟雾信号
24	5025632	12		2018. 11. 06	货车(车辆), 卧车, 汽车, 摩托车, 自行车, 运行李车, 婴儿车, 航空运输机, 船, 浮桥(橡胶制)
25	5025644	19		2019. 05. 13	建筑用木材, 制家用器具用木材, 铺地木材, 石灰浆, 石料, 石棉水泥, 高炉用水泥, 混凝土建筑构件, 水泥板, 水泥电杆
26	5026448	15		2019. 04. 06	手风琴, 钢琴, 口琴, 乐器, 吉它, 长号, 电子琴, 箫, 胡琴(中国小提琴), 乐器盒
27	5026449	21		2019. 04. 13	非电力压力锅(高压锅), 非贵重金属厨房用具, 非贵重金属餐具, 日用瓷器(包括盆、碗、盘、壶、餐具、缸、坛、罐), 家庭用陶瓷制品, 酒具, 非贵重金属茶具, 旅行饮水瓶, 化妆用具, 隔热容器, 饮用器皿
28	5041081	39		2019. 05. 13	运输, 码头装卸, 船只运输, 汽车运输, 铁路运输, 客车出租, 贮藏, 仓库出租, 观光旅游, 包裹投递
29	5041082	42		2019. 05. 27	法律服务, 研究与开发(替他人), 质量检测, 化妆品研究, 材料测试, 包装设计, 室内装饰设计, 服装设计, 计算机软件设计, 无形资产评估
30	5041083	44		2019. 07. 20	保健, 心理专家, 疗养院, 公共卫生浴, 蒸气浴, 美容院, 理发店, 庭院风景, 园艺, 饮食营养指导
31	5041084	41		2019. 05. 27	学校(教育), 培训, 组织表演(演出), 为娱乐组织时装展览, 录像带发行, 摄影, 文娱活动, 演出, 健身俱乐部, 为艺术家提供模特
32	5041085	43		2019. 07. 20	住所(旅馆、供膳寄宿处), 咖啡馆, 寄宿处, 饭店, 预订临时住所, 酒吧, 茶馆, 柜台出租, 养老院, 提供营地设施
33	5041086	45		2019. 08. 20	私人保镖, 侦探公司, 寻人调查, 安全咨询, 安全及防盗警报系统的监控, 社交护送(陪伴), 护送, 约会, 晚礼服出租, 服装出租
34	5044995	31		2018. 10. 27	新鲜的园艺草木植物, 活动物, 坚果(水果), 鲜食用菌, 植物用种菌, 植物种籽, 动物食品, 饲料, 宠物食品, 酿酒麦芽
35	5044996	38		2019. 07. 06	无线电广播, 有线电视播放, 信息传送, 电话业务, 电子信件, 电讯信息, 光纤通讯, 电讯设备出租, 远程会议服务, 提供全球计算机网络用户接入服务(服务商)
36	5044997	37		2019. 07. 06	建筑施工监督, 建筑设备出租, 建筑, 清洁建筑物(内部), 供暖设备的安装和修理, 排灌设备的安装和修理, 电器设备的安装与修理, 空调设备的安装与修理, 计算机硬件安装、维护和修理, 车辆保养和修理
37	5044998	40		2019. 07. 06	金属电镀, 布料防缩处理, 服装制作, 裘皮时装加工, 服装修改, 纺织品精细加工, 布料防皱处理, 材料处理信息, 鞣革, 刺绣加工
38	3652456	25	佛拉蒂斯	2026. 03. 13	童装, 服装, 体操服, 跳鞋, 鞋, 帽, 袜, 手套(服装), 领带, 皮带(服饰用)
39	3652457	25	佛拉德斯	2026. 03. 13	童装, 服装, 体操服, 跳鞋, 鞋, 帽, 袜, 手套(服装), 领带, 皮带(服饰用)
40	4445024	25	CAERWYNSIEFFRE	2018. 10. 13	服装, 衬衣, 裤子, 皮制服装, 鞋(脚上的穿着物), 帽子(头戴), 领带, 腰带, 袜, 体操服
41	5729737	25	迪波	2019. 12. 06	服装, 婴儿全套衣, 游泳衣, 鞋(脚上的穿着物), 帽子, 袜, 手套(服装), 围巾, 腰带, 防水服

序号	注册号	类别	商标图案	权利期限	核定使用商品
42	5729738	25		2020.03.27	游泳衣, 防水服
43	5729739	25		2019.12.06	服装, 婴儿全套衣, 游泳衣, 鞋(脚上的穿着物), 帽子, 袜, 手套(服装), 领带, 围巾, 腰带, 防水服
44	5729740	25		2020.03.06	防水服
45	5729741	25		2019.12.06	服装, 婴儿全套衣, 游泳衣, 鞋(脚上的穿着物), 帽子, 袜, 手套(服装), 领带, 围巾, 腰带, 防水服
46	5927743	25	安迪费雷	2019.12.06	服装, 婴儿全套衣, 游泳衣, 鞋(脚上的穿着物), 帽子, 袜, 手套(服装), 领带, 围巾, 腰带, 防水服
47	5729744	25	卡斯迪	2020.07.13	防水服
48	5729745	25	瑟.索	2019.12.06	服装, 婴儿全套衣, 游泳衣, 鞋(脚上的穿着物), 帽子, 袜, 手套(服装), 领带, 围巾, 腰带, 防水服
49	3936067	25		2017.07.13	帽子(头戴); 袜子; 体操服
50	3936068	25	美斯尼亚	2017.06.27	服装; 衬衣; 裤子; 皮制服装; 鞋(脚上的穿着物); 帽子(头戴); 领带; 腰带; 袜子; 体操服

注：1、2016年1月5日，刘长明与发行人签订《商标转让协议》，将其拥有的上表中第38-48项共计11项商标无偿转让给发行人，截至本招股说明书签署日，该等商标正在办理变更登记。

2、2016年3月，刘长明、张仕国与发行人签订《声明书》，将注册号为“3936067”和“3936068”与“Mesimia”品牌相关的商标无偿转让给发行人，截至本招股说明书签署日，该等商标正在办理变更登记。

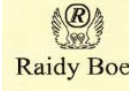
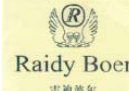
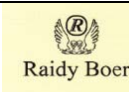
（二）发行人实际控制人的关联方持有商标的情况

除雷迪波尔投资外，发行人实际控制人刘长明的其他关联方未直接持有商标。雷迪波尔投资持有的商标情况如下：

序号	注册号	类别	商标	权利期限	核定使用商品
1	9230925	1		2022.06.20	氨, 碱, 氧化锑, 工业用二氧化钛, 儿茶, 甲苯, 酒精, 乙醚, 联氨, 丙酮, 乙醛, 琼脂, 工业用淀粉, 工业淀粉酶, 表面活性化学剂, 过氧化氢, 蒸馏水, 硅胶, 铜, 纺织品上浆和修整制剂, 上浆料(化学制剂), 混凝土凝结剂, 易燃制剂(发动机燃料用化学添加剂), 制毛玻璃用化学品, 过滤材料(化学制剂), 铸造制模用制剂, 工业用洗净剂, 清漆溶剂, 非家用抗静电剂, 钻探泥浆, 磨料用辅助液, 墙纸清除剂, 动物炭, 活性炭, 制造颜料用化学制剂, 化学冷凝制剂, 生物化学催化剂, 未曝光感光胶片, 未加工的环氧树脂, 防火制剂, 金属退火剂, 焊剂, 工业用粘合剂, 木浆
2	9230954	2		2022.03.27	皮肤绘画用墨, 松香, 天然硬树脂, 树胶脂, 天然树脂
3	9230963	4		2022.03.27	地蜡, 电能
4	9231161	5		2022.04.27	医药制剂, 医用浴剂, 医用放射性物质, 医用气体, 心电图描记器电极用化学导体, 人工授精用精液, 消毒剂, 隐形眼镜用溶液, 制微生物用培养物, 卫生巾, 牙填料

序号	注册号	类别	商标	权利期限	核定使用商品
5	9231233	6		2022. 03. 27	电缆和管道用金属夹, 金属扣钉(钩), 五金器具, 机器传动带用金属扣, 金属容器, 金属标志牌, 拴牲畜的链子, 铜焊及焊接用金属棒, 锚, 医院用金属身份证明手镯, 金属风标, 树木金属保护器, 捕野兽陷阱, 普通金属艺术品, 金属矿石, 金属碑
6	9231694	7		2022. 05. 06	水族池通气泵, 挤奶机, 动物剪毛机, 纺织工业用机器, 制茶机械, 电动制饮料机, 缝纫机, 陶瓷工业用机器设备(包括建筑用陶瓷机械), 雕刻机, 电池机械, 土特产杂品加工机械, 制搪瓷机械, 制灯泡机械, 包装机, 制药加工工业机器, 模压加工机器, 玻璃加工机, 化肥设备, 化学工业用电动机械, 矿井作业机械, 炼钢厂转炉, 油精炼机器, 起重机, 金属加工机械, 铸造机械, 蒸汽机, 内燃机用燃料转换装置, 水力发电机和马达, 回形针机, 制纽扣机, 整修机(机械加工装置), 制造电线、电缆用机械, 非手工操作手工具, 电子工业设备, 光学冷加工设备, 气体分离设备, 喷漆枪, 发电机, 非陆地车辆用引擎, 泵(机器), 阀(机器零件), 气动传送装置, 轴承(机器零件), 机器传动带, 清洗设备, 滚筒(机器零件), 压滤机, 筛具, 工业用拣选机, 贴标签机(机器), 过滤机, 压平机, 电控拉窗帘装置, 滤筛机, 电动擦鞋机, 生产球拍线机械, 电动卷门机, 汽车维修设备, 贮液器(机器部件), 自闭式加油枪, 气动元件, 机器转动装置, 液压元件(不包括车辆液压系统)
7	9231723	8		2022. 06. 13	农业器具(手动的), 园艺工具(手动的), 牲畜打记号用工具, 鱼叉, 手工操作的手工具, 穿针器
8	9231803	9		2024. 05. 13	计数器, 邮件打戳器, 假币检测器, 投币启动的机械装置, 加油站汽油泵, 衣裙下摆贴边标示器, 标绘器, 商品电子标签, 口述听写机, 投票机, 衡器, 信号灯, 录音器具, 电影摄影机, 测量器械和仪器, 电源材料(电线、电缆), 半导体, 集成电路, 插头、插座及其他接触器(电接头), 荧光屏, 遥控仪器, 光学纤维(光导单纤维), 工业操作遥控电器设备, 避雷针, 电镀设备, 灭火设备, 非医用 X 光器械, 个人用防事故装置, 眼镜, 电池, 电影胶片(已曝光), 汽车用雪茄烟点火器, 照蛋器, 电动开门器, 叫狗哨子, 诱杀昆虫电力装置, 卸妆用电力器具, 装饰磁铁, 电栅栏, 便携式遥控阻车器, 电暖衣服
9	9231828	10		2022. 03. 27	奶瓶, 非化学避孕用具, 矫形用物品
10	9237477	11		2024. 05. 13	汽灯, 野餐烧烤用火山岩石, 毛发干燥器, 自动浇水装置, 便携式一次性消毒小袋, 小型取暖器, 打火机, 核反应堆
11	9237504	12		2022. 03. 27	机车, 自行车打气筒, 缆车, 公共马车, 车辆轮胎, 补内胎用全套工具
12	9237603	13		2022. 06. 20	火器, 弹药, 枪(武器), 导弹(武器), 炸药, 地雷(爆炸物), 发令纸, 个人防护用喷雾器
13	9237689	17		2022. 08. 13	密封环, 非金属管道接头, 橡胶榔头, 贮气囊, 渔业用浮球, 非金属软管, 封拉线(卷烟), 橡胶或塑料制填充材料
14	9237750	20		2022. 03. 27	电缆或管道用塑料挂钩, 镜子(玻璃镜), 竹木工艺品, 人体模型, 玻璃钢工艺品, 非金属登记牌, 饮用麦杆吸管, 家庭宠物箱, 家庭爱畜窝, 医院用非金属身份证明手镯, 棺材, 窗用非金属附件, 非金属门装置
15	9237781	19		2022. 08. 13	石膏, 非金属砖瓦, 非金属耐火建筑材料, 柏油, 非金属建筑材料, 发光板材, 非金属建筑物, 建筑玻璃, 修路用粘合材料, 石头、混凝土或大理石小雕像, 墓碑
16	9237797	21		2022. 09. 06	瓷、赤陶或玻璃艺术品, 梳, 刷子, 制刷原料, 牙刷, 牙签, 清洁器具(手工操作), 未加工或半加工玻璃(建筑玻璃除外), 家畜槽, 室内水族池, 捕虫器
17	9237809	22		2022. 06. 06	伪装网, 帆, 柏油隔布
18	9239904	23		2022. 07. 06	纱, 纺织线和纱, 棉线和棉纱, 线, 纺织用塑料线, 毛线,

序号	注册号	类别	商标	权利期限	核定使用商品
					人造丝，开司米
19	9240200	28	 Raidy Boer	2022. 06. 20	非与外接显示屏或监视器连用的游戏机，滑梯，射箭用器，体操器械，狩猎用哨子，游泳池（娱乐用品），塑料跑道，保护垫（成套运动服部件），溜冰鞋，圣诞树用装饰品（照明用物品和糖果除外），钓具，伪装掩蔽物（运动用品），球拍用吸汗带
20	9240225	29		2022. 04. 27	食用水生植物提取物，加工过的槟榔，蛋，蔬菜色拉，食品用果胶，精制坚果仁，豆腐
21	9240244	30		2022. 08. 20	茶，天然增甜剂，寿司，面粉制品，玉米花，豆粉，含淀粉食物，调味料，酵母，除香精油外的饮料用调味品，搅稠奶油制剂，家用嫩肉剂
22	9240265	31		2022. 04. 20	未加工木材，未加工可可豆，鲜槟榔，动物栖息用品
23	9244365	32		2022. 03. 27	饮料制剂，烈性酒配料
24	9244498	37	 Raidy Boer 雷迪波尔	2024. 05. 13	采矿，清除电子设备的干扰，医疗器械的安装和修理，飞机保养与修理，造船，照相器材修理，钟表修理，保险库的保养和修理，防锈，橡胶轮胎修补，家具制造（修理），干洗，消毒，电梯安装和修理，火警器的安装与修理，防盗报警系统的安装与维修，修鞋，电话安装和修理，磨刀，气筒或泵的修理，雨伞修理，修伞，人工造雪，艺术品修复，乐器修复，游泳池维护，手工具修理，珠宝首饰修理，娱乐体育设备的安装和修理
25	9244539	39		2024. 03. 13	商品包装，导航，马匹出租，潜水钟出租，能源分配，操作运河船闸，轮椅出租，替他人发射卫星
26	9244600	40		2022. 03. 27	木器制作，纸张加工，吹制玻璃器皿，烧制陶器，面粉加工，动物屠宰，废物处理（变形），空气净化，水净化，艺术品装框，雕刻，牙科技师（工匠），能源生产，发电机出租，药材加工，化学试剂加工和处理，照片冲印
27	9244638	41		2022. 05. 20	出借书籍的图书馆，图书出版，提供在线电子出版物（非下载的），除广告以外的版面设计，驯兽，经营彩票
28	9244671	42		2022. 03. 27	地质研究，生物学研究，气象信息，艺术品鉴定，书画刻印艺术设计，（人工降雨时）云的催化，代替他人称量货物
29	9244683	43		2022. 03. 27	日间托儿所（看孩子），动物寄养，出租椅子、桌子、桌布和玻璃器皿
30	9244694	44		2022. 03. 27	兽医辅助，动物饲养，眼镜行，卫生设备出租
31	9246364	45		2022. 03. 27	殡仪，开保险锁，消防，组织宗教集会，领养代理，失物招领服务
32	9246396	3	雷迪波尔	2022. 04. 27	香皂，漂白盐，清洁制剂，抛光制剂，研磨剂，香料，化妆品，浸化妆品的卫生纸，牙膏，香，动物用化妆品
33	9249315	23	 Raidy Boer 雷迪波尔	2022. 08. 13	纱，纺织线和纱，人造丝，线，棉线和棉纱，纺织用塑料线，毛线，开司米
34	9249600	28		2022. 08. 20	1、非与外接显示屏或监视器连用的游戏机；2、滑梯；3、射箭用器；4、体操器械；5、狩猎用哨子；6、游泳池（娱乐用品）；7、塑料跑道；8、保护垫（成套运动服部件）；9、溜冰鞋；10、圣诞树用装饰品（照明用物品和糖果除外）；11、钓具；12、伪装掩蔽物（运动用品）；13、球拍用吸汗带
35	9249619	29		2022. 03. 27	食用水生植物提取物，加工过的槟榔，蛋，蔬菜色拉，食品用果胶，精制坚果仁，豆腐
36	9249657	30		2022. 05. 13	茶，茶饮料，寿司，面粉制品，玉米花，豆粉，含淀粉食物，调味料，酵母，除香精油外的饮料用调味品，搅稠奶油制剂，家用嫩肉剂
37	9249672	31		2024. 2. 20	未加工木材，未加工可可豆，鲜槟榔，动物栖息用品
38	9249822	16	雷迪波尔	2022. 03. 27	纸，宣纸（用于中国绘画和书法），纸巾，印刷品，硬纸管，印刷出版物，图画，邮票，照片，包装用塑料膜，家具除外的办公必需品，文具，夹子（文具），学校用品（文具），书写

序号	注册号	类别	商标	权利期限	核定使用商品
					垫, 绘画材料, 电动或非电动打字机, 教学材料(仪器除外), 粉笔, 裁缝用粉块, 建筑模型, 念珠
39	9249933	33		2022. 03. 27	酒(饮料), 白兰地, 劣等酒, 梨酒, 日本米酒, 威士忌酒, 含酒精浓汁, 含酒精液体, 酒精饮料(啤酒除外), 料酒
40	9250619	3		2022. 03. 27	漂白盐, 洗衣粉, 清洁制剂, 抛光制剂, 研磨剂, 香料, 牙膏, 香, 动物用化妆品
41	9250728	16		2022. 03. 27	纸, 宣纸(用于中国绘画和书法), 纸巾, 印刷品, 硬纸管, 印刷出版物, 图画, 邮票, 照片, 包装用塑料膜, 夹子(文具), 电动或非电动打字机, 教学材料(仪器除外), 粉笔, 裁缝用粉块, 建筑模型, 念珠
42	9250781	34		2022. 03. 27	烟草, 香烟, 香烟过滤嘴, 卷烟纸
43	9250848	34	雷迪波尔	2022. 03. 27	烟草, 香烟, 烟袋, 烟斗, 香烟盒, 火柴, 火柴盒, 吸烟用打火机, 卷烟纸, 香烟过滤嘴
44	1629509 5	12		2026. 03. 27	小型机动车; 自行车打气筒; 缆车; 婴儿车; 马车; 补内胎用全套工具; 轮胎(运载工具用); 空中运载工具; 船; 儿童安全座(运载工具用)
45	1629520 1	37		2026. 03. 27	汽车清洗; 干洗; 室内装潢修理; 电器的安装和修理; 清除电子设备的干扰; 汽车保养和修理; 建筑信息; 商品房建造; 轮胎翻新; 计算机硬件安装、维护和修理
46	1629134 4	37		2026. 04. 06	汽车清洗; 干洗; 室内装潢修理; 电器的安装和修理; 清除电子设备的干扰; 汽车保养和修理; 建筑信息; 商品房建造; 轮胎翻新; 计算机硬件安装、维护和修理