

La Chapelle

上海拉夏贝尔服饰股份有限公司

Shanghai La Chapelle Fashion Co., Ltd

(上海市漕溪路 270 号 1 幢 3 层 3300 室)

首次公开发行 A 股股票招股说明书

(申报稿)

保荐人（主承销商）



中信证券股份有限公司

CITIC Securities Company Limited

(广东省深圳市福田区中心三路 8 号卓越时代广场（二期）北座)

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

首次公开发行 A 股股票招股说明书

发行股票类型	人民币普通股（A 股）		
发行股数	本次公司公开发行新股数量（以下简称：新股发行）和现有股东公开发售股份（以下简称：老股转让）数量之和不超过5,477万股。其中，本次发行优先发行新股，老股转让数量不超过2,738.5万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，老股转让所得资金归属于老股转让的股东所有； 本次新股发行和老股转让的具体数量，在遵循前述原则的基础上，由公司董事会和主承销商根据本次发行定价情况以及中国证监会的相关要求，在公司股东大会授权范围内协商确定； 若本次发行进行老股转让，符合条件的股东公开发售股份的数量按其发行前持股比例确定，但符合条件的股东之间可协商分配其老股转让的数量； 若根据询价结果预计新股发行及老股转让数额不为整数的，新股发行数额只取整数，老股转让数量为取整后增加一股。		
每股面值	1.00 元	每股发行价格	【】 元
预计发行日期	【】 年 【】 月 【】 日	拟上市证券交易所	上海证券交易所
发行后总股本	不超过 54,767.16 万股		
本次发行前股东对所持股份的流通限制、自愿锁定承诺及持股意向：			
公司控股股东、实际控制人兼董事长、总裁邢加兴先生承诺：（1）在公司A股股票（下同）上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理其直接和通过上海合夏投资有限公司（以下称“上海合夏”）间接持有的公司首次公开发行股票前已发行股份，也不由公司或上海合夏回购该部分股份；（2）公司股票上市后六个月内如公司股票连续二十个交易日的收盘价均低于首次公开发行价格，或者上市后六个月期末收盘价低于首次公开发行价格，本人持有公司股票的锁定期限在原有锁定期限基础上自动延长六个月；（3）上述股份限售期届满			

后，在本人担任公司董事或高级管理人员期间，每年直接或间接转让的股份不得超过本人直接或间接持有的公司股份总数的百分之二十五；离职后半年内，不转让本人直接或间接持有的公司股份；（4）在锁定期届满后两年内，每年减持不超过本人持有公司股份总数的百分之二十五，且减持价格不低于公司首次公开发行价格。

本公司股东上海合夏承诺：（1）在公司股票上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理其持有的公司首次公开发行前已发行股份，也不由公司回购该部分股份；（2）公司股票上市后六个月内如公司股票连续二十个交易日的收盘价均低于首次公开发行价格，或者上市后六个月期末收盘价低于首次公开发行价格，本公司持有公司股票的锁定期限在原有锁定期限基础上自动延长六个月；（2）在锁定期届满后两年内，每年减持不超过上海合夏持有公司股份总数的百分之二十五，且减持价格不低于公司首次公开发行价格。

本公司其他所持股份未在香港联交所上市的股东博信一期（天津）股权投资基金合伙企业（有限合伙）、Boxin China Growth Fund I L.P.、上海融高创业投资有限公司、北京宽街博华投资中心（有限合伙）、俞铁成、鲲行（上海）股权投资合伙企业（有限合伙）和张江敏，在公司股票上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理其持有的公司首次公开发行前已发行股份，也不由公司回购其持有的该部分股份。

同时作为上海合夏的股东和本公司董事、监事及高级管理人员的王勇、王文克、程方平、吴金应、尹新仔、方先丽、于强、章丹玲、董燕、张莹、石海、张海云承诺：（1）在公司股票上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理其通过上海合夏间接持有的公司首次公开发行股票前已发行股份，也不由上海合夏回购该部分股份；（2）在上述锁定期满后，在本人担任公司董事、监事、高级管理人员的任职期间，每年转让通过上海合夏间接持有的公司股份不超过其间接持有的公司股份总数的25%；离职后6个月内，不转让其通过上海合夏间接持有的公司股份。

保荐人（主承销商）	中信证券股份有限公司
招股说明书签署日期	2017 年 5 月 25 日

声明

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

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

保荐人承诺因其为发行人首次公开发行股票制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将先行赔偿投资者损失。

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

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

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

重大事项提示

本公司特别提醒投资者注意下列事项：

一、本次发行前滚存利润的分配安排

根据公司 2015 年 9 月 15 日召开的 2015 年第二次临时股东大会决议，公司首次公开发行人民币普通股 A 股股票前 如下：

完成人民币普通股 A 股股票发行后，公司发行时的滚存未分配利润将由公司全体股东（包括新 A 股股东、本次发行前的内资与外资股东）共同享有；为避免歧义，新 A 股股东不享有本次 A 股公开发行前已宣派的任何股息。

二、股东回报规划

为充分保障公司股东的合法投资权益，并兼顾股东对现时分红的需求与对公司持续、健康发展的期望相结合为原则，结合实际经营状况、未来发展规划以及外部融资环境，公司第二届董事会第十次会议和 2015 年第二次临时股东大会审议通过了《上海拉夏贝尔服饰股份有限公司人民币普通股 A 股股票上市后三年的股东分红回报规划》，其主要内容如下：

（一）分红回报规划制定考虑因素

公司着眼于长远和可持续发展，在综合分析企业发展战略、社会资金成本、外部融资环境等因素的基础上，充分考虑公司目前及未来盈利规模、现金流量状况、所处发展阶段、项目投资资金需求、银行信贷等情况，平衡股东的短期利益和长期利益，对利润分配作出制度性安排，从而建立对投资者持续、稳定、科学的分红回报机制，以保证公司利润分配政策的连续性和稳定性。

（二）分红回报规划制定原则

公司将实行持续、稳定的利润分配政策，重视对投资者的合理投资回报并兼顾公司的可持续发展，结合公司的盈利情况和业务未来发展战略的实际需要，建立对投资者持续、稳定的回报机制。公司董事会、监事会和股东大会对利润

分配政策的决策和论证过程中应充分考虑独立董事、监事和公众投资者的意见。

（三）公司的具体利润分配政策

1、公司利润分配不得超过累计可分配利润，不得损害公司持续经营能力；

2、公司可以采取现金、股票、现金与股票相结合的方式或者法律、法规允许的其他方式分配利润；在符合现金分红的条件下，公司应当优先采取现金分红的方式进行利润分配；

3、公司拟实施现金分红的，应同时满足以下条件：

（1）公司该年度实现的可分配利润（即公司弥补亏损、提取公积金后所余的税后利润）为正值；

（2）审计机构对公司该年度财务报告出具标准无保留意见的审计报告；

4、在满足上述现金分红条件情况下，公司将积极采取现金方式分配利润，原则上每年度进行一次现金分红，公司董事会可以根据公司盈利及资金需求情况提议公司进行中期现金分红；

5、公司应保持利润分配政策的连续性与稳定性，每年以现金方式分配的利润不少于当年实现的可分配利润的百分之二十（20%）。公司董事会应当综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，区分下列情形，并按照公司章程规定的程序，提出差异化的现金分红政策：

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

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

（3）公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%；公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，按照前项规定处理；

若公司业绩增长快速，并且董事会认为公司股票价格与公司股本规模不匹配时，可以在满足上述现金股利分配之余，提出并实施股票股利分配预案；

6、公司董事会未作出现金股利分配预案的，应当在年度报告中披露原因，独立董事应当对此发表独立意见；

7、存在股东违规占用公司资金情况的，公司在进行利润分配时，应当扣减该股东所分配的现金红利，以偿还其占用的资金。

（四）公司进行利润分配应履行的决策程序

1、公司每年利润分配预案由公司董事会结合公司章程的规定、盈利情况、资金需求提出和拟定，经董事会审议通过并经半数以上独立董事同意后提请股东大会审议。独立董事及监事会对提请股东大会审议的利润分配预案进行审核并出具书面意见；

2、董事会审议现金分红具体方案时，应当认真研究和论证公司现金分红的时机、条件和最低比例、调整的条件及其决策程序要求等事宜，独立董事应当发表明确意见；独立董事可以征集中小股东的意见，提出分红提案，并直接提交董事会审议；

3、股东大会对现金分红具体方案进行审议时，应当通过多种渠道主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流（包括但不限于提供网络投票表决、邀请中小股东参会等），充分听取中小股东的意见和诉求，并及时答复中小股东关心的问题；

4、在当年满足现金分红条件情况下，董事会未提出以现金方式进行利润分配预案的，还应说明原因并在年度报告中披露，独立董事应当对此发表独立意见。同时在召开股东大会时，公司应当提供网络投票等方式以方便中小股东参与股东大会表决；

5、监事会应对董事会和管理层执行公司利润分配政策和股东回报规划的情况及决策程序进行监督，并应对年度内盈利但未提出利润分配预案的，就相关政策、规划执行情况发表专项说明和意见；

6、股东大会应根据法律法规和公司章程的规定对董事会提出的利润分配预案进行表决。

（五）分红政策的调整

公司根据生产经营情况、投资规划和长期发展等需要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，需要事先征求独立董事及监事会意见，经公司董事会审议后提交公司股东大会批准，并经出席股东大会的股东所持表决权的三分之二（2/3）以上通过。公司同时应当提供网络投票方式以方便中小股东参与股东大会表决。

（六）分红政策的生效

本规划经公司股东大会审议通过，自公司首次公开发行 A 股股票并上市之日起执行。

三、关于股份锁定与持股意向的承诺

（一）控股股东、实际控制人邢加兴

邢加兴先生系公司控股股东、实际控制人，同时任公司的董事长、总裁。邢加兴先生承诺：

1、股份锁定

（1）在公司 A 股股票（下同）上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理其直接和通过上海合夏间接持有的公司首次公开发行股票前已发行的股份，也不由公司或上海合夏回购该部分股份；

（2）公司股票上市后六个月内如公司股票连续二十个交易日的收盘价均低于首次公开发行价格，或者上市后六个月期末收盘价低于首次公开发行价格，本人持有公司股票的锁定期限在原有锁定期限基础上自动延长六个月；

（3）上述股份限售期届满后，在本人担任公司董事或高级管理人员期间，

每年直接或间接转让的股份不得超过本人直接或间接持有的公司股份总数的百分之二十五；离职后半年内，不转让本人直接或间接持有的公司股份；

2、持股意向

在锁定期届满后两年内，每年减持不超过本人持有公司股份总数的百分之二十五，且减持价格不低于公司首次公开发行价格；自公司股票上市交易之日起至减持期间，如有派息、转增股本、配股等除权除息事项，减持价格下限将相应进行调整。

（二）主要股东上海合夏

上海合夏系持有公司股份超过 5%的主要股东，且为公司控股股东、实际控制人邢加兴先生的一致行动人。上海合夏承诺如下：

1、股份锁定

（1）自公司公开发行 A 股股票并上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理其持有的公司公开发行股票前已发行的股份，也不由公司回购该部分股份；

（2）公司股票上市后六个月内如公司股票连续二十个交易日的收盘价均低于首次公开发行价格，或者上市后六个月期末收盘价低于首次公开发行价格，其持有公司股票的锁定期限在原有锁定期限基础上自动延长六个月；公司如有派息、送股、资本公积金转增股本、配股等除权除息事项，发行价格将相应进行调整。

2、持股意向

在锁定期届满后两年内，每年减持不超过持有公司股份总数的百分之二十五，且减持价格不低于公司首次公开发行价格；自公司股票上市交易之日起至减持期间，如有派息、转增股本、配股等除权除息事项，减持价格下限将相应进行调整。

（三）其他非 H 股股东

本公司为在香港联合交易所主板上市的 H 股公司，其中所持股份未在联交所上市的股东博信一期（天津）股权投资基金合伙企业（有限合伙）、Boxin China Growth Fund I L.P.、上海融高创业投资有限公司、北京宽街博华投资中心（有限合伙）、俞铁成、鲲行（上海）股权投资合伙企业（有限合伙）和张江敏，在公司股票上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理其持有的公司首次公开发行前已发行股份，也不由公司回购其持有的该部分股份。

（四）间接持有本公司股份的董事、监事及高级管理人员

作为上海合夏的股东和本公司董事、监事及高级管理人员的王勇、王文克、程方平、吴金应、尹新仔、方先丽、于强、章丹玲、董燕、张莹、石海、张云海承诺：（1）在公司股票上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理其通过上海合夏间接持有的公司首次公开发行股票前已发行股份，也不由上海合夏回购该部分股份；（2）在上述锁定期满后，在本人担任发行人董事、监事、高级管理人员的任职期间，每年转让通过上海合夏间接持有的公司股份不超过其间接持有的公司股份总数的百分之二十五；离职后六个月内，不转让其通过上海合夏间接持有的公司股份。

四、稳定股价预案

2015 年 9 月 15 日，公司 2015 年第二次临时股东大会通过了《上海拉夏贝尔服饰股份有限公司 A 股上市后三年内稳定公司 A 股股价的预案》，主要内容如下：

（一）启动稳定股价措施的具体条件

自公司 A 股股票正式上市交易之日起三年内，非因不可抗力所致，公司股票价格一旦出现连续 20 个交易日收盘价均低于公司最近一期经审计的每股净资产值（第 20 个交易日构成“触发稳定股价措施日”；最近一期审计基准日后，公司如有利润分配、资本公积金转增股本、增发、配股等情况导致公司净资产或股份总数出现变化的，每股净资产值相应进行调整；每股净资产值=合并财务

报表中归属于母公司普通股股东权益合计数/审计基准日公司股份总数，下同），且满足法律、法规和规范性文件关于业绩发布、股份回购、股份增持等相关规定的情形下，则公司、公司控股股东邢加兴、公司董事（不含独立董事，下同）和高级管理人员等将启动稳定公司股价措施。具体而言：

1、启动条件及程序：在公司上市后三年内，非因不可抗力因素所致，公司股价出现持续 20 个交易日收盘价低于最近一期经审计的每股净资产值的情形。

2、停止条件：在稳定股价措施实施期间内，公司股票收盘价连续 10 个交易日高于最近一期经审计的每股净资产值，则可中止实施该次稳定公司股价计划；公司股票收盘价连续 20 个交易日高于最近一期经审计的每股净资产值，则终止实施该次稳定公司股价计划。

（二）稳定公司股价的义务人及顺序

控股股东、公司、公司董事和高级管理人员为稳定公司股价的义务人，其中公司为第一顺位义务人，控股股东为第二顺位义务人，公司董事和高级管理人员为第三顺位义务人。如上所述，本预案中所指董事不包括独立董事。

（三）稳定公司股价的具体措施

稳定公司股价的具体措施：（1）公司回购股票；（2）公司控股股东增持股票；（3）董事、高级管理人员增持公司股票。

选用前述稳定公司股价的措施时应保证股价稳定措施实施后，公司股权分布仍符合上市条件，且不能致使增持主体履行要约收购义务。

1、公司回购股票

公司董事会应于触发稳定股价措施日起 10 个交易日内公告回购公司股票的预案，回购预案包括但不限于回购股份数量、回购价格区间、回购资金来源、回购对公司股价及公司经营的影响等内容。公司应于触发稳定股价措施日起 3 个月内以不高于最近一期经审计的每股净资产值的价格回购公司的股份，回购股份数量不超过公司股份总数的 3%；但是，公司股票收盘价连续 10 个交易日高于最近一期经审计的每股净资产，则公司可中止实施该次回购计划；公司股

票收盘价连续 20 个交易日高于最近一期经审计的每股净资产值或公司已回购公司股份总数 3%的股份，则可终止实施该次回购计划。

2、公司控股股东增持

在下列情形之一出现时将启动控股股东增持：

（1）公司无法实施回购股票，且控股股东增持公司股票不会导致公司将无法满足法定上市条件；

（2）公司实施完毕股票回购后仍未满足停止执行稳定股价措施的条件。

公司控股股东应于确认前述事项之日起 10 个交易日内向公司送达增持公司股票书面通知（以下简称“增持通知书”），增持通知书应包括增持股份数量、增持期限、增持目标及其他有关增持的内容，公司控股股东应于增持通知书送达公司之日起 3 个月内以不高于公司最近一期经审计的每股净资产值的价格增持公司股份，增持股份数量不超过公司股份总数的 3%；但是，公司股票收盘价连续 10 个交易日高于最近一期经审计的每股净资产值，则控股股东可中止实施该次增持计划；公司股票收盘价连续 20 个交易日高于最近一期经审计的每股净资产值或控股股东已增持了公司股份总数 3%的股份，则可终止实施该次增持计划。

3、公司董事、高级管理人员增持

在前述两项措施实施后，仍出现公司股票价格仍未满足停止执行稳定股价措施的条件，并且董事和高级管理人员增持公司股票不会致使公司将不满足法定上市条件，则启动董事（不含独立董事）、高级管理人员增持措施。

根据公司上市地相关法律的规定，如公司控股股东和公司均未能于触发稳定股价措施日起 10 个交易日内，向公司送达增持通知书，增持通知书应包括增持股份数量、增持价格确定方式、增持期限、增持目标及其他有关增持的内容。除存在交易限制外，公司董事、高级管理人员应于增持通知书送达之日起 3 个月内以不高于最近一期经审计的每股净资产值的价格增持公司的股份，其累计增持资金金额不超过其上一年度在公司领取的税后薪酬总额（不在公司领取薪酬的董事以其他董事的平均税后薪酬的 50%为限）；但是，公司股票收盘价连续

10 个交易日高于最近一期经审计的每股净资产，则公司董事、高级管理人员可中止实施该次增持计划；公司股票收盘价连续 20 个交易日高于最近一期经审计的每股净资产值或增持资金使用完毕，则可终止实施该次增持计划。

（四）稳定公司股价的具体措施须履行的法律程序

稳定公司股价的义务人实施稳定公司股价具体措施过程中增持或回购股份的行为以及增持或回购的股份处置行为应当符合《公司法》、《证券法》及其他相关法律、行政法规的规定，并应按照《上海证券交易所股票上市规则》及其他适用的监管规定履行其相应的信息披露义务。

（五）未履行稳定公司股价措施的约束措施

1、就稳定股价相关事项的履行，公司愿意接受有权主管机关的监督，并承担法律责任。

2、在启动股价稳定措施的前提条件满足时，如控股股东违反上述稳定公司股价的义务，公司将采用以下措施直至其按上述稳定股价措施并实施完毕时为止：

（1）冻结其在公司利润分配方案中所享有的全部利润分配；（2）冻结控股股东在公司领取的全部收入；（3）不得转让公司股份，因继承、被强制执行、上市公司重组、为履行保护投资者利益承诺等必须转股的情形除外。同时控股股东每次发生违反稳定股价义务的情况时，其锁定期将在原有基础上再延长 6 个月。

3、在启动股价稳定措施的前提条件满足时，如董事、高级管理人员未履行上述稳定股价的义务，公司将冻结向其实际发放的工资、薪金、分红（包括直接或间接持股所取得的红利），直至其按上述稳定股价措施实施完毕时为止。

4、公司将及时对稳定股价的措施和实施方案进行公告，并将在定期报告中披露公司、控股股东以及董事、高级管理人员关于股价稳定措施的履行情况，及未履行股价稳定措施时的补救及改正情况。当针对同一对象存在多项同一种类约束措施时，应当采用高值对其进行约束。

5、公司未来新聘任的董事、高级管理人员也应履行公司发行上市时董事、高级管理人员已作出的关于股价稳定措施的相应承诺要求。

6、上市后三年内，如公司董事、高级管理人员发生了变更，则公司新聘任董事、高级管理人员亦要履行上述义务，且须在公司正式聘任之前签署与本案相关的承诺函，否则不得聘任为公司董事、高级管理人员。

（六）稳定股价预案的修订

任何对本预案的修订均需先由公司董事会审议，审议通过后提交公司股东大会以特别决议的方式审议通过。

五、关于公司填补回报措施能够得到切实履行作出的承诺

公司第二届董事会第十六次会议与 2015 年年度股东大会，审议通过了关于公司首次公开发行 A 股股票摊薄即期回报的影响分析、填补措施及相关承诺的相关议案。

公司控股股东和实际控制人、董事、高级管理人员对公司首发填补回报措施得以切实履行均作出承诺如下：

（一）控股股东、实际控制人承诺

就《关于公司首次公开发行 A 股股票摊薄即期回报的影响分析、填补措施及相关承诺》，本人作为公司的控股股东、实际控制人，对公司上述填补回报措施能够得到切实履行做出承诺如下：

- 1.本人不越权干预公司经营管理活动，不侵占公司利益；
- 2.本人将根据未来中国证监会、证券交易所等监管机构出台的相关规定，积极采取一切必要、合理措施，使上述公司填补回报措施能够得到有效的实施。

（二）全体董事、高级管理人员承诺

公司全体董事、高级管理人员对公司首发填补回报措施得以切实履行作出承诺如下：

1.本人承诺将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.本人将严格自律并积极使公司采取实际有效措施，对公司董事和高级管理人员的职务消费行为进行约束；

3.本人将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.本人将积极促使由公司董事会或薪酬委员会制定、修改的薪酬制度与公司首发填补回报措施的执行情况相挂钩；

5.本人将积极促使公司未来拟制定的股权激励的行权条件与公司首发填补回报措施的执行情况相挂钩；

6.本人将根据中国证监会、证券交易所等监管机构未来出台的相关规定，积极采取必要、合理措施，使公司首发填补回报措施能够得到有效的实施；

六、特别风险提示

（一）经济波动与消费需求下降的风险

公司产品定位大众时尚消费市场，营业收入全部直接来自于面向国内消费者的零售业务。国内消费者的需求取决于一系列公司无法控制的因素，如经济波动、人口结构、消费者偏好及消费者可支配收入等。受经济波动等因素影响，国内消费者的需求下降将可能削减公司的营业收入和盈利能力，对公司的业务发展、财务状况和经营业绩造成不利影响。宏观经济环境与消费者需求的持续、严重下降，可能导致公司业绩出现明显下滑。

（二）新品牌的推出未获成功的风险

自 2010 年初以来，公司推出了 Candie's、La Chapelle Kids、7m、La Babit é、POTE 等多个风格差异、定位互补的新品牌。报告期内，该等新品牌的销售收入实现了较快的增长，但仍有部分品牌仍处于培育发展阶段，需要公司进行持续的投入。同时，为发挥多品牌战略的协同效应，加强对大众时尚休闲服装市场的交叉覆盖，公司将继续通过自主培养、外延投资等多种方式，推出更多

差异化的男女装大众时尚品牌，例如本土快时尚品牌 UlifeStyle，专业电商品牌 OTHERMIX 等，风格新颖的男装品牌 JACK WALK、O.T.R 和 MARC ECKŌ 以及中高端女装品牌 Siastella。

为了推出和开发新品牌，公司需要投入大量的财务和营运资源，公司将面临新品牌的市场定位、推广策略及定价政策能否成功的挑战，且不能确保新品牌一定能取得成功或者实现盈利。倘若这些新品牌的发展未能成功，则公司可能面临不能实现预期计划、取得相关回报的风险。

（三）直营零售网络持续扩张的风险

公司本次募集资金使用计划之一系零售网络扩展建设项目，计划在三年新建 3,000 个零售网点。若公司未能及时有效落实零售网络扩展建设计划，则公司的盈利能力及增长率可能受到不利影响。

零售网络扩展建设项目能否达到预期，取决于公司能否为零售网点寻找合适的商业位置与经营人才等诸多因素，且需要对员工进行持续培训，以提高他们的销售与市场推广能力。在维持现有零售网点经营情况的同时，公司需要在新设零售网点发展与积累忠实客户，该项零售网络扩展计划的实施可能会遇到公司无法控制的不确定性因素及困难。

同时，新零售网点的业绩表现很大程度上取决于其具体的商业位置，如在客流量较大的百货商场、购物中心或商业街道设立零售网点，可有效提高公司产品及品牌的可见度，并可借助百货商场及购物中心的营销活动促进产品销售。由于优质的商业位置供应稀缺，公司难以保证能够持续为新零售网点获得有利的商业位置。因此，如果公司无法为新零售网点承租或取得合适的商业位置，可能会对公司的零售网络扩展计划造成不利影响。

此外，新增零售网点将使公司的存货显著增加，并可能对公司的现金流量造成不利影响。同时，新增零售网点会涉及大量支出，如装修支出、商场押金、门店租金、销售人员薪酬。新增零售网点须经过一段时期经营后方可实现盈利，甚至可能不能实现盈利，公司存在无法从该投资项目中获得预期收益的风险。

（四）存货余额较高及其跌价的风险

公司主要采用直营式的销售模式，需保持款色、尺寸充足的库存商品，以满足门店陈列及消费者的挑选，以及新零售网络扩张对商品铺货的需求。因此，相对于采用以加盟模式为主的女装企业而言，公司需要并具有相对较高水平的存货规模。2014 年末、2015 年末以及 2016 年末，公司存货账面价值分别为 132,744 万元和、175,626 万元和 171,358 万元，分别占公司当期总资产的 23.16%、29.93%和 27.18%；同时，各期末一年以内库龄的库存商品占比分别为 70.94%、74.21%和 72.10%。

较大规模的存货在增加公司现金流压力的同时，其库龄结构若延长也会增加跌价准备的计提，对公司的经营业绩产生不利影响。2014 年末、2015 年末及 2016 年末，公司的存货跌价准备分别为 24,330 万元、28,904 万元及 26,947 万元，2015 年存货跌价准备的增加主要是公司零售网点的快速增长，以及存货库龄结构延长所致。公司预期未来将开设更多的零售网点，因此公司的财务状况和经营业绩将持续受高水平存货的影响。

此外，大众时尚服装具有流行趋势及消费者偏好变化较快的特点。消费者对产品需求的意外或快速变化，可能会导致公司存货积压，并将直接影响公司的销量及定价计划，造成现金流紧张，从而可能对公司的业务发展、财务状况及运营业绩产生不利影响。如果公司产品出现大规模、长时间的挤压，存货跌价准备的计提与流动资金的占用，将导致公司面临发行上市当年营业利润下滑超过 50%的风险。

七、境内外财务报表差异

本招股说明书特别提示投资者，本公司为在香港联合交易所主板上市的 H 股公司，在按照中国企业会计准则编制境内财务报表的同时，按照国际财务报告准则编制了境外财务报表。本公司境内财务报表中关于通过商场联营方式取得销售收入的会计处理与本公司境外财务报表有所不同。在境外财务报表中，本公司通过商场专柜产生的营业收入为包含商场扣点的不含税销售总额，并将商场扣点计入销售费用；在境内财务报表中，本公司通过商场专柜产生的营业

收入为在扣除商场扣点后的销售净额，对应商场扣点不计入销售费用而作为销售收入的抵减项。由此，本公司境内财务报表中的销售收入与销售费用，将分别低于境外财务报表中的相关数据，但并不导致本公司境内外财务报表在总资产、净资产及净利润等方面存在差异，相关情况请参见本招股说明书“第十节 财务会计信息”之“十二、境内外财务报表差异情况”。

目 录

第一节 释义.....	23
一、基本术语.....	23
二、专业术语.....	26
第二节 概览.....	23
一、公司基本情况.....	28
二、公司的股本结构及控股股东、实际控制人.....	29
三、公司主要财务数据.....	30
四、本次发行情况.....	31
五、募集资金的主要用途.....	32
第三节 本次发行概况.....	33
一、本次发行的基本情况.....	33
二、本次发行股票的有关机构.....	34
三、发行人与中介机构的关系.....	35
四、本次发行有关重要日期.....	36
第四节 风险因素.....	37
一、经营风险.....	37
二、市场风险.....	43
三、财务风险.....	45
四、其他风险.....	46
第五节 发行人基本情况.....	50
一、发行人基本资料.....	50
二、发行人改制重组情况.....	50
三、发行人股本结构的形成、变化及重大资产重组行为.....	53
四、发行人历次验资情况.....	76
五、发行人组织结构.....	80
六、发行人控股子公司、参股公司的简要情况.....	83
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.....	104
八、发行人股本的有关情况.....	125
九、发行人员工及其社会保障情况.....	128
十、持有公司 5%以上股份的主要股东及作为股东的董事、监事、高级管理人员作出的重要承诺.....	133
第六节 业务与技术.....	50
一、公司主营业务及其变化情况.....	136
二、发行人所处行业的基本情况.....	140

三、发行人在行业中的竞争地位.....	158
四、主营业务的具体情况.....	165
五、主要资产情况.....	200
六、特许经营权情况.....	212
七、技术与研发情况.....	212
八、境外经营情况.....	213
九、质量控制情况.....	213
第七节 同业竞争与关联交易.....	50
一、公司的独立运营情况.....	216
二、同业竞争情况.....	217
三、关联方及关联交易.....	219
第八节 董事、监事及高级管理人员.....	228
一、公司董事、监事及高管人员简介.....	228
二、董事、监事及高级管理人员与公司签署的协议.....	236
三、董事、监事的选聘情况.....	236
四、董事、监事、高级管理人员及其近亲属持有发行人股份的情况.....	237
五、董事、监事及高级管理人员的其他对外投资情况.....	239
六、董事、监事及高级管理人员的薪酬情况.....	240
七、董事、监事及高级管理人员的兼职情况.....	241
八、本公司董事、监事及高级管理人员之间存在的关系情况.....	241
九、董事、监事、高级管理人员的重要承诺及履行情况.....	244
十、本公司董事、监事、高级管理人员的任职资格.....	244
十一、董事、监事、高级管理人员报告期内的变动情况.....	245
第九节 公司治理.....	228
一、公司股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书工作制度的建立时间及主要内容.....	247
二、发行人股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书工作制度的建立健全及运行情况.....	248
三、发行人报告期内违法违规行为情况.....	261
四、发行人报告期内资金占用及对外担保情况.....	262
五、公司内部控制制度的自我评估意见.....	263
第十节 财务会计信息.....	246
一、财务报表.....	264
二、发行人财务报表的编制基础和合并财务报表范围及变化情况.....	270
三、报告期内采用的主要会计政策和会计估计.....	272
四、非经常性损益.....	293
五、最近一期末主要固定资产.....	294

六、最近一期末无形资产	294
七、最近一年末主要债项	295
八、所有者权益变动情况	296
九、简要现金流量情况	302
十、期后事项、或有事项及其他重要事项	303
十一、主要财务指标	304
十二、境内外财务报表差异情况	306
十三、盈利预测	307
十四、评估情况	307
十五、历次验资情况	308
第十一节 管理层讨论与分析	309
一、财务状况分析	310
二、盈利能力分析	349
三、现金流量分析	379
四、资本性支出的分析	383
五、或有事项、承诺事项和重大期后事项对发行人的影响	384
六、本次发行后的股利分配政策	384
七、主要财务优势、困难及未来盈利能力趋势分析	389
八、本次发行对即期回报摊薄的影响以及填补的相关措施	391
第十二节 业务发展目标	397
一、公司业务发展目标	397
二、业务发展主要规划	397
三、发展计划所依据的假设条件和面临的主要困难	399
四、上述业务发展计划与公司现有业务的关系	401
第十三节 募集资金运用	402
一、募集资金运用基本情况	402
二、募集资金专项存储制度	403
三、募集资金投资项目介绍	403
四、募集资金运用对公司经营和财务状况的影响	414
第十四节 股利分配政策	402
一、股利分配的一般政策	415
二、最近三年股利分配的情况	415
三、本次发行后的股利分配政策	416
四、本次发行完成前滚存利润的分配政策	418
五、发行后股利分配规划	419
六、境内外财务报表对股利分配政策的影响	419
第十五节 其他重要事项	420

一、信息披露和投资者关系相关情况.....	420
二、重要合同.....	420
三、对外担保情况.....	426
四、重大诉讼与仲裁.....	426
五、关联方的重大诉讼或仲裁事项.....	428
六、董事、监事及高级管理人员涉及刑事诉讼的情况.....	428
第十六节 董事、监事、高级管理人员及有关中介机构声明.....	420
一、全体董事、监事、高级管理人员声明.....	429
二、保荐人（主承销商）声明.....	432
三、发行人律师声明.....	433
四、会计师事务所声明.....	434
五、验资机构声明.....	436
六、资产评估机构声明.....	437
第十七节 备查文件.....	438
一、备查文件.....	439
二、备查文件查阅地点、时间.....	439

第一节 释义

除非本招股说明书另有所指，下列词语具有如下含义：

一、基本术语

本公司、公司、发行人、拉夏贝尔、股份公司	指	上海拉夏贝尔服饰股份有限公司（根据上下文也可涵盖其前身上海拉夏贝尔服饰有限公司）
拉夏贝尔有限	指	上海拉夏贝尔服饰有限公司，曾用名“上海徐汇拉夏贝尔服饰有限公司”，上海拉夏贝尔服饰股份有限公司改制前身
GOOD FACTOR	指	GOOD FACTOR LIMITED，发行人发起人
上海合夏	指	上海合夏投资有限公司，发行人股东
博信一期	指	博信一期（天津）股权投资基金合伙企业（有限合伙），曾用名“天津博信一期投资中心（有限合伙）”，发行人股东
上海融高	指	上海融高创业投资有限公司，发行人股东
宽街博华/高盛投资	指	北京宽街博华投资中心（有限合伙），曾用名“北京高盛投资中心（有限合伙）”，发行人股东
Boxin China	指	Boxin China Growth Fund I L.P.，发行人股东
鲲行投资	指	鲲行（上海）股权投资合伙企业（有限合伙），发行人股东
新宝联	指	无锡市新宝联投资有限公司
南京金露	指	南京金露服装有限公司
君联资本	指	君联资本管理股份有限公司，曾用名“北京联想投资顾问有限公司”、“北京君联资本管理有限公司”，GOOD FACTOR 为其旗下管理的四期基金专为投资拉夏贝尔而设立的有限责任公司
ICL	指	全称“ICL-Candies Limited”，于 2010 年 3 月 8 日在香港注册成立，持有上海乐欧服饰有限公司 20%的股权；其股东为艾康尼斯中国有限公司（Iconix China Limited），是 Iconix Brand Group Inc.的子公司
TBP	指	私募股权投资公司，全称“TBP New Classics Holdings (H.K.) Limited”，于 2010 年 1 月 7 日在香港设立，股东为 TBP New Classics Holdings (BVI) Limited
A 股	指	在中国境内发行并在境内证券交易所挂牌交易的，以人民币标明面值，以人民币认购和交易的普通股股票，是境内上市内资股
H 股	指	在中国境内注册登记的公司在大陆以外地区发行并在香港联合交易所挂牌交易的，以人民币标明面值，以港币认购和交易的普通股股票，是境外上市外资股

内资股	指	在中国境内发行的以人民币认购的股份
外资股	指	向外国和我国香港、澳门、台湾地区投资者发行的股份
拉夏休闲	指	上海拉夏贝尔休闲服饰有限公司，公司全资子公司
上海乐欧	指	上海乐欧服饰有限公司，公司控股子公司
重庆乐微	指	重庆乐微服饰有限公司，公司全资子公司
北京拉夏	指	北京拉夏乐微服饰有限公司，公司全资子公司
成都拉夏	指	成都拉夏贝尔服饰有限公司，公司全资子公司
上海微乐	指	上海微乐服饰有限公司，公司全资子公司
上海朗赫	指	上海朗赫服饰有限公司，公司全资子公司
上海夏微	指	上海夏微服饰有限公司，公司全资子公司
拉夏太仓	指	拉夏贝尔服饰（太仓）有限公司，公司全资子公司
拉夏天津	指	拉夏贝尔服饰（天津）有限公司，公司全资子公司
成都乐微	指	成都乐微服饰有限公司，公司全资子公司
南京乐微	指	南京乐微服饰有限公司，公司已注销的全资子公司
拉夏企管	指	上海拉夏企业管理有限公司，公司全资子公司
上海崇安	指	上海崇安服饰有限公司，曾用名“上海沐翊服饰有限公司”，公司控股子公司
上海优饰	指	上海优饰服饰有限公司，公司全资子公司
杭州黯涉	指	杭州黯涉电子商务有限公司，公司控股子公司
上海黯涉	指	上海黯涉电子商务有限公司，杭州黯涉已注销的全资子公司
杭州复涉	指	杭州复涉服装有限公司，杭州黯涉的全资子公司
七格格时装	指	浙江七格格时装有限公司，杭州黯涉的全资子公司
杭州卓旅	指	杭州卓旅时装有限公司，杭州黯涉的全资子公司
杭州晨格	指	杭州晨格科技有限公司，杭州黯涉的全资子公司
新余格夏	指	新余格夏电子商务有限公司，杭州黯涉的全资子公司
杭州凯绘	指	杭州凯绘电子商务有限公司，杭州黯涉的参股子公司
杭州嘉凝	指	杭州嘉凝电子商务有限公司，杭州黯涉的参股子公司
杭州蜜新	指	杭州蜜新电子商务有限公司，杭州黯涉的参股子公司
七格格	指	杭州黯涉及其下属子公司
杰克沃克	指	杰克沃克（上海）服饰有限公司，公司控股子公司

福建乐微	指	福建乐微服饰有限公司，公司全资子公司
上海嘉拓	指	嘉拓（上海）信息技术有限公司，公司全资子公司
上海诺杏	指	诺杏（上海）服饰有限公司，公司全资子公司
LaCha Fashion I	指	LaCha Fashion I Limited，拉夏企管设立在香港的子公司
广州熙辰	指	广州熙辰服饰有限公司，拉夏企管控股子公司
形际实业	指	形际实业（上海）有限公司，拉夏企管控股子公司
泓澈实业	指	泓澈实业（上海）有限公司，拉夏企管参股子公司
西藏宝信	指	西藏宝信股权投资合伙企业，拉夏企管参股子公司
北京傲妮	指	北京傲妮商贸有限公司，拉夏企管参股子公司
TNPI	指	TNPI HK CO. LIMITED，LaCha Fashion I 参股子公司
LA	指	公司于 2001 年推出的女装品牌 La Chapelle，风格优雅、经典、浪漫
PA	指	公司于 2003 年推出的女装品牌 Puella，风格休闲、流行
LB	指	公司于 2012 年推出的女装品牌 La Babité，属于清新、日式混搭风格
CA	指	公司于 2010 年推出的女装品牌 Candie' s，风格高雅、风趣、时尚
VG/PT	指	公司于 2013 年推出的男装品牌 Vougeek/POTE，主打活泼、舒适
LK	指	公司于 2013 年推出的童装品牌 La Chapelle Kids
US	指	公司推出的本土快时尚品牌 UlifeStyle，致力于为广大消费者提供时尚、平价、款式多样的男女装及童装产品
ME	指	公司于 2015 年推出的男装品牌 MARC ECKÖ，美式现代风格，定位高端
JW/OT	指	公司于 2015 年收购的子公司杰克沃克旗下男装品牌 JAKC WALK/O.T.R.
SS	指	公司于 2016 年下半年推出的高端女装品牌 Siastella，风格简洁摩登
报告期、最近三年	指	2014 年度、2015 年度及 2016 年度
最近一年、最近一期	指	2016 年度
类别股东大会	指	内资股东及非上市外资股持有人类别股东大会及 H 股持有人类别股东大会
《公司法》	指	《中华人民共和国公司法》（2013 年修正）
《证券法》	指	《中华人民共和国证券法》（2014 年修订）
《公司章程》	指	《上海拉夏贝尔服饰股份有限公司章程》

《公司章程（草案）》	指	《上海拉夏贝尔服饰股份有限公司章程（草案）》
本招股说明书/招股书	指	《上海拉夏贝尔服饰股份有限公司首次公开发行 A 股股票招股说明书》
中信证券、保荐人、保荐机构、主承销商	指	中信证券股份有限公司
国浩律所、发行人律师	指	国浩律师（上海）事务所，原名为“国浩律师集团（上海）事务所”，本次发行的发行人律师
普华永道、会计师	指	普华永道中天会计师事务所（特殊普通合伙），本次发行的审计机构
上交所	指	上海证券交易所
中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
联交所	指	香港联合交易所有限公司
立信所	指	立信会计师事务所（特殊普通合伙）
人民币普通股、A 股	指	获准在境内证券交易所发行上市、以人民币认购和进行交易的普通股股票，每股面值人民币 1.00 元
本次发行	指	发行人首次公开发行人民币 A 股股票的行为
老股转让	指	符合条件的股东公开发售的股份
元	指	人民币元

二、专业术语

一线城市	指	上海、北京、广州及深圳，该等城市划分基于城市分级的一般标准，并结合自身情况确定
二线城市	指	重庆、天津、苏州、杭州、郑州、长沙、乌鲁木齐、宁波、成都、兰州、南京、南宁、南昌、厦门、合肥、呼和浩特、哈尔滨、大连、太原、昆明、无锡、青岛、西安、长春、石家庄、武汉、沈阳、济南、温州、福州、贵阳、佛山、东莞及海口，该等城市划分基于城市分级的一般标准，并结合自身情况确定
三线城市	指	大庆、中山、盐城、包头、台州、平顶山、吉林、安阳、江门、赤峰、邢台、周口、宜昌、岳阳、松原、金华、邯郸、信阳、保定、南通、南阳、咸阳、威海、柳州、泉州、洛阳、茂名、唐山、徐州、桂林、株洲、泰安、泰州、珠海、常州、常德、淮安、淄博、聊城、通辽、郴州、廊坊、惠州、湛江、湖州、焦作、鄂尔多斯、菏泽、新乡、榆林、嘉兴、漳州、德州、鞍山、衡阳、襄阳、东营、临沂、扬州、枣庄、沧州、济宁、滨州、潍坊、烟台、绍兴、芜湖、许昌、赣州、连云

		港、镇江、银川、拉萨、西宁及商丘，该等城市划分基于城市分级的一般标准，并结合自身情况确定
其他城市	指	除一、二、三线城市以外的其他城市，该等城市划分基于城市分级的一般标准，并结合自身情况确定
专柜、专柜渠道	指	公司通过与商场签订联合销售合同，在商场中开设的零售网点，通常由商场代公司向消费者收银，并与公司进行定期结算；该类零售网点所构成的销售渠道被称为专柜渠道
专卖、专卖渠道	指	公司通过租赁的方式在购物中心、商业街区所开设的零售网点，并通常由公司直接向消费者收银；该类零售网点所构成的销售渠道被称为专卖渠道
快时尚	指	是一种服装服饰行业的商业模式，其特点是上新品速度快、平价和紧跟时尚潮流，ZARA 为该模式的代表品牌
O2O	指	Online to Offline 的缩写，即线上到线下，是指将线下的商务机会与互联网结合的一种商务模式
SPA	指	Speciality retailer of Private label Apparel，自有服装品牌专业零售商经营模式，是一种从商品企划、开发、制造、采购到零售的垂直整合型经营模式
SGS	指	Société Générale de Surveillance，一家跨国检验、鉴定、测试和认证机构
BV	指	必维国际检测机构团，一家跨国测试、检验、认证和技术咨询服务机构
ITS	指	Intertek Testing Services，一家跨国工业与消费产品检验公司

本招股说明书中部分合计数与各分项直接相加之和如在尾数上有差异，这些差异是由四舍五入造成的。

第二节 概览

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

一、公司基本情况

（一）公司概况

中文名称：上海拉夏贝尔服饰股份有限公司

英文名称：Shanghai La Chapelle Fashion Co., Ltd.

注册资本：人民币 492,901,642 元

法定代表人：邢加兴

住所：上海市漕溪路 270 号 1 幢 3 层 3300 室

经营范围：服装、服饰、鞋帽、皮革、箱包、面料、辅料、针织纺织、日用百货、床上用品、钟表眼镜（除角膜接触镜及护理液）、化妆品、工艺礼品（除文物）、玻璃制品、体育用品、办公用品、木制品家具、花卉的批发、零售、进出口、佣金代理（拍卖除外）及提供相关的配套服务；企业形象策划咨询，从事服装技术、新材料科技、计算机网络领域内技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务。（不涉及国营贸易管理商品，涉及配额、许可证管理的，按国家有关规定办理申请）。

（二）业务概况

公司是一家定位于大众消费市场的快时尚、多品牌、全直营时装集团，致力于为广大消费者提供兼具时尚、品质与高性价比的各式时装产品。公司现拥有 La Chapelle、Puella、Candie's、7m、La Babité、POTE、JACK WALK、O.T.R、MARC ECKŌ、OTHERMIX 和 Siastella 等多个品牌风格差异互补、客群定位交织延展的大众时尚品牌，能够广泛地满足我国女性消费者多样化的衣着需求，并将产品线由传统优势的女装延伸至男装及童装产品。2015 年，为迎合大众时

装一站式的购物趋势，公司亦推出了中国本土快时尚品牌 US（UlifeStyle），为大众消费者提供时尚、平价、款式多样的男女装及童装产品。

以品牌多样、形象丰富、高性价比的大众时尚产品为基础，公司在全国范围建立了分布广泛、注重服务、快速响应的全直营零售网络，在 2014 年国内大众女性休闲服装市场中取得了行业第二名的市场份额¹，突破了国外品牌在该领域的主导地位。截至 2016 年 12 月 31 日，公司在全国 31 个省、自治区和直辖市，建立了 8,907 个线下零售网点；其中，除公司于 2016 年新推出的品牌 Siastella 目前拥有 2 家加盟门店外，公司其他零售网点均实行全直营模式。同时，依托遍布全国的全直营线下零售网络，公司通过 O2O 战略有效地打通与整合了线下零售网点与线上电商平台的衔接互动，为广大消费者提供了更为便利、全面的多渠道购物体验。

二、公司的股本结构及控股股东、实际控制人

（一）公司的股本结构

本公司为香港联交所主板上市的境内股份有限公司。截至本招股说明书签署日，公司股本总额为 492,901,642 股，公司股东的持股情况如下：

序号	股东姓名与名称	持股数量（股）	持股比例	股份性质
1	邢加兴	141,874,425	28.78%	内资股
2	上海合夏	45,204,390	9.17%	内资股
3	博信一期	23,482,305	4.76%	内资股
4	Boxin China	19,437,042	3.94%	非境外上市外资股
5	上海融高	18,787,230	3.81%	内资股
6	宽街博华	18,236,842	3.70%	内资股
7	俞铁成	4,695,075	0.95%	内资股
8	鲲行投资	4,045,263	0.82%	内资股
9	张江敏	2,349,270	0.48%	非境外上市外资股
10	H 股股东	214,789,800	43.58%	境外上市外资股（H 股）
合计		492,901,642	100%	—

¹数据来源：Euromonitor。

公司的内资股与非境外上市外资股不在香港联交所上市流通，境外上市外资股可在香港联交所流通（以下称为“H股”）。

（二）公司的控股股东和实际控制人

本次发行前，邢加兴先生直接持有本公司 28.78%的股份，同时通过一致行动的上海合夏间接控制本公司 9.17%的股份，合计控制本公司 37.95%的股份，为本公司的控股股东和实际控制人。

三、公司主要财务数据

（一）简要资产负债表（合并报表）

单位：万元

项目	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
资产总计	630,364	586,873	573,107
负债总计	279,343	255,885	262,393
所有者权益合计	351,022	330,988	310,714
其中：归属于母公司所有者权益	330,729	312,704	309,331

（二）简要利润表（合并报表）

单位：万元

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
营业收入	855,087	743,893	620,891
营业利润	68,793	81,488	63,318
利润总额	76,872	87,917	68,438
净利润	57,227	65,840	51,121
其中：归属于母公司所有者净利润	53,196	61,525	50,345

（三）简要现金流量表（合并报表）

单位：万元

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
经营活动产生的现金流量净额	70,514	108,109	85,535
投资活动产生的现金流量净额	-113,613	67,442	-189,811
筹资活动产生的现金流量净额	-10,603	-125,561	113,323

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
现金及现金等价物净增加额	-53,702	50,780	9,006

（四）主要财务指标

项目	2016.12.31/ 2016 年度	2015.12.31/ 2015 年度	2014.12.31/ 2014 年度
资产负债率（合并）	44.31%	43.60%	45.78%
资产负债率（母公司）	46.36%	52.39%	53.43%
流动比率	1.50	1.73	1.80
速动比率	0.87	1.03	1.29
无形资产（土地使用权除外）占净资产比例	1.78%	2.52%	1.05%
应收账款周转率（次）	8.16	7.18	6.53
存货周转率（次）	1.77	1.67	1.65
息税折旧摊销前利润（万元）	116,384	130,273	107,019
利息保障倍数	77.50	54.70	13.29
每股经营活动的现金流量（元）	1.43	2.19	1.70
归属于母公司普通股股东的基本每股收益	1.08	1.23	1.27
扣除非经常性损益后归属于母公司普通股股东的基本每股收益	0.96	1.14	1.14

四、本次发行情况

发行股票类型：	人民币普通股（A 股）
每股面值：	人民币 1.00 元
发行股数：	本次公司公开发行新股数量和现有股东公开发售股份数量之和不超过 5,477 万股。其中，本次发行优先发行新股，老股转让数量不超过 2,738.5 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，老股转让所得资金归属于转让老股的股东所有
发行股数占发行后总股本比例：	不低于 10%
每股发行价格：	【】元（由发行人和主承销商根据向询价对象的询价结果确定）
发行方式：	采用网下向询价对象配售和网上资金申购定价发行相结合的方式
发行对象：	符合国家法律法规和监管机构规定条件的询价对象和已开立上海证券交易所股票交易账号的境内自然人、法人等投资者（国家法律、法规和规范性文件禁止购买者除外）

承销方式：	余额包销
预计发行日期：	【】年【】月【】日
拟上市证券交易所：	上海证券交易所
保荐人（主承销商）：	中信证券股份有限公司

五、募集资金的主要用途

单位：万元

序号	募集资金投资项目	拟投入募集资金金额	项目备案情况
1	零售网络扩展建设项目	155,600.00	徐发改产备（2015）77 号
2	新零售信息系统项目	8,400.00	徐发改产备（2015）76 号
合计		164,000.00	

若公司募集资金不能满足拟投资项目的资金需求，公司将通过自筹资金解决。若公司所募集资金超过拟投资项目的资金需求，超过部分将按照国家法律、法规及中国证监会的相关规定履行法定程序后做出适当使用。本次公开发行募集资金到位之前，若公司已根据项目进度的实际情况以自筹资金先行投入，在募集资金到位之后将予以置换。

第三节 本次发行概况

一、本次发行的基本情况

（一）股票种类：境内上市人民币普通股（A 股）；

（二）每股面值：人民币 1.00 元；

（三）发行股数：本次公司公开发行新股数量和现有股东公开发售股份数量之和不超过 5,477 万股。其中，本次发行优先发行新股，老股转让数量不超过 2,738.5 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，老股转让所得资金归属于转让老股的股东所有；本次新股发行和老股转让的具体数量，在遵循前述原则的基础上，由公司董事会和主承销商根据本次发行定价情况以及中国证监会的相关要求，在公司股东大会授权范围内协商确定；若本次发行进行老股转让，符合条件的股东公开发售股份的数量按其发行前持股比例确定，但符合条件的股东之间可协商分配其转让老股的数量；若根据询价结果预计新股发行及老股转让数额不为整数的，新股发行数额只取整数，老股转让数量为取整后增加一股；

（四）发行价格：【】元/股（本次发行定价将在充分考虑公司现有股东利益的基础上，遵循市场化原则，根据本次发行时中国证券市场状况，由发行人和主承销商根据向询价对象的询价结果协商确定，或届时通过中国证监会认可的其他方式确定，新股发行价格和老股转让价格一致）；

（五）发行市盈率：【】倍；

（六）发行前每股净资产：6.71 元（按 2016 年 12 月 31 日经审计的归属于母公司股东权益除以本次发行前总股本计算）；

（七）发行后每股净资产：【】元（按【】年末经审计的归属于母公司所有者权益加上本次发行募集资金净额之和除以本次发行后总股本计算）；

（八）市净率：【】倍（根据发行价格除以发行后每股净资产确定）；

（九）发行方式：采用网下向询价对象配售和网上资金申购定价发行相结

合的方式或中国证监会认可的其他发行方式；

（十）发行对象：符合国家法律法规和监管机构规定条件的询价对象和已经在上海证券交易所开立帐户的境内自然人、法人和其他投资者（国家法律、法规禁止者除外）；

（十一）承销方式：余额包销；

（十二）预计募集资金总额和净额：募集资金总额根据询价后确定的价格乘以发行股数确定，预计募集资金净额则由募集资金总额扣除发行费用后确定；

（十三）发行费用概算

内容	金额
承销及保荐费用	【】万元
审计及验资费用	【】万元
律师费用	【】万元
发行手续费	【】万元
股份托管登记费用	【】万元
信息披露及其他费用	【】万元

其中，公司本次发行上市相关的保荐费用、审计费用、评估费用、律师费用、发行手续费、发行新股部分的承销费用以及其他相关费用由公司承担，原股东转让老股部分的承销费用由实际转让老股的股东承担。承销费由发行人和转让老股的各股东按发行股份数量与转让老股数量的比例分摊。

二、本次发行股票的有关机构

（一）发行人：上海拉夏贝尔服饰股份有限公司

法定代表人：邢加兴

住所：上海市漕溪路 270 号 1 幢 3 层 3300 室

电话：021-80239245

传真：021-80239399

联系人：方先丽

（二）保荐人（主承销商）：中信证券股份有限公司

法定代表人：张佑君

住所：广东省深圳市福田区中心三路 8 号卓越时代广场（二期）北座

电话：010-60833018

传真：010-60833955

保荐代表人：秦成栋、宋志刚

项目协办人：张新

经办人：高若阳、王一真、师龙阳、张纪元

（三）律师事务所：国浩律师（上海）事务所

负责人：黄宁宁

住所：上海市北京西路 968 号嘉地中心 23-25 层

电话：021-52341668

传真：021-52433323

经办律师：倪俊骥、余蕾、张小龙

（四）审计机构：普华永道中天会计师事务所（特殊普通合伙）

负责人：李丹

住所：上海市浦东新区陆家嘴环路 1318 号星展银行大厦 6 楼

电话：021-23238888

传真：021-23238800

经办注册会计师：邵云飞、祁金佳

（五）股份登记机构：中国证券登记结算有限责任公司上海分公司

（六）收款银行：中信银行北京瑞城中心支行

三、发行人与中介机构的关系

截至本招股说明书签署日，本公司与本次发行有关的中介机构及其负责人、

高级管理人员及经办人员之间不存在直接或间接的股权关系或其他权益关系。

四、本次发行有关重要日期

（一）询价推介时间：【】年【】月【】日至【】年【】月【】日

（二）网下申购及缴款日期：【】年【】月【】日至【】年【】月【】日

（三）定价公告刊登日期：【】年【】月【】日

（四）网上申购及缴款日期：【】年【】月【】日

（五）预期股票上市日期：【】年【】月【】日

第四节 风险因素

一、经营风险

（一）公司倚重少数主力品牌的风险

报告期内，公司大部分的收入来自 La Chapelle 和 Puella 两大品牌，该两大品牌在公司所有品牌中创立时间最早，具有较高的客户知名度和忠诚度。2014 年度、2015 年度和 2016 年度，该两大品牌的合计收入占公司营业收入的比重分别为 65.44%、58.24%和 50.15%。随着公司多品牌差异化战略的成功实施，该两大品牌的合计收入占比逐步降低，但其仍构成了公司的主要收入来源。

公司自 2010 年初以来通过自主培育、收购合并等方式已推出了十余个新品牌，但是预计未来，La Chapelle 和 Puella 作为公司最早推出与培育的品牌，仍将是公司重要的收入来源。该两大品牌的负面新闻、市场认可度降低或顾客喜好的改变，都将对公司的销售业绩产生重大不利影响。同时，截至 2016 年 12 月 31 日，两大品牌零售网点数量已分别达 1,855 个和 2,090 个，网点数量的持续、高速增长空间有限；如果平均单店绩效未能大幅提升，未来该两大品牌的增长趋势可能放缓。因此，如果 La Chapelle 和 Puella 两大品牌的声誉与客户认同下降，收入增长放缓或大幅下降，将对公司业绩产生较大不利影响。

（二）品牌升级计划未达预期的风险

为深化多品牌差异化发展战略，以更加突出 La Chapelle Sport 品牌休闲、乐趣的风格定位，公司在 2015 年将其更名为 Puella，并对相关产品与零售网点进行了升级换标。存在类似情况的是，La Chapelle Homme 男装品牌升级更名为 Vougeek。从目前的销售情况来看，由于更名品牌的产品开发、零售网点和运营团队均未发生实质变化，品牌更名对其销售情况并未形成不良影响，但长期影响仍存在一定的不确定性。

同时，La Chapelle Sport 和 La Chapelle Homme 品牌更名的另一重要考虑在于，公司于 2015 年 5 月对历史最悠久的 La Chapelle 启动了品牌升级计划，优化

升级了该品牌的商标设计、产品开发和装修风格，以更加深入地诠释原有“优雅、经典和浪漫”的形象定位，并减少了 La Chapelle Sport、La Chapelle Homme 等副品牌的使用。尤其在产品开发方面，La Chapelle 设计团队推出了一系列典雅简洁的产品，包括女装、男装、童装和配饰，以向消费者提供更加时尚、优质的产品，并将逐步上调产品定价，以提高公司主导品牌的市场定位。

未来，如果 La Chapelle、Puella 等品牌的升级计划未达预期，或未能延续原品牌的影响力及其销售情况，造成顾客的流失，将会对公司经营业绩产生重大不利影响。

（三）新品牌的推出未获成功的风险

自 2010 年初以来，公司推出了 Candie's、La Chapelle Kids、7m、La Babit é、POTE 等多个风格差异、定位互补的新品牌。报告期内，该等新品牌的销售收入实现了较快的增长，但仍有部分品牌仍处于培育发展阶段，需要公司进行持续的投入。同时，为发挥多品牌战略的协同效应，加强对大众时尚休闲服装市场的交叉覆盖，公司将继续通过自主培养、外延投资等多种方式，推出更多差异化的男女装大众时尚品牌，例如本土快时尚品牌 UlifeStyle，专业电商品牌 OTHERMIX 等，风格新颖的男装品牌 JACK WALK、O.T.R 和 MARC ECKÖ 以及中高端女装品牌 Siastella。

为了推出和开发新品牌，公司需要投入大量的财务和营运资源，公司将面临新品牌的市场定位、推广策略及定价政策能否成功的挑战，且不能确保新品牌一定能取得成功或者实现盈利。倘若这些新品牌的发展未能成功，则公司可能面临不能实现预期计划、取得相关回报的风险。

（四）差异化多品牌过于趋同的风险

公司实行差异化的多品牌经营策略，旨在以差异多样、交叉互补的品牌形象、风格款式更加广泛、深入的覆盖大众时尚服装市场，迎合大众消费者多种风格、多样款式、多重场景的时尚着装需求。差异化的多品牌阵营是公司零售网络、销售收入得以持续增长的重要基础。为了强化各品牌的差异化特征，避免品牌风格过于趋同，公司为各品牌时装均成立了独立的产品开发团队。未来，如果公司各

品牌未能维持或强化差异化的特征，则将会加剧品牌之间的内部竞争，制约公司经营业绩的持续增长。

（五）直营零售网络持续扩张的风险

公司本次募集资金使用计划之一系零售网络扩展建设项目，计划在未来三年新建 3,000 个零售网点。若公司未能及时、有效地落实零售网络的扩展建设计划，则公司的盈利能力及增长情况可能受到不利影响。

零售网络扩展建设项目能否达到预期，取决于公司能否为零售网点寻找合适的商业位置与经营人才等诸多因素，且需要对员工进行持续培训，以提高他们的销售与市场推广能力。在维持现有零售网点经营情况的同时，公司需要在新设零售网点发展与积累忠实客户，零售网络扩展计划的实施可能会遇到公司无法控制的不确定性因素及困难。

同时，新零售网点的业绩表现很大程度上取决于其具体的商业位置，如在客流量较大的百货商场、购物中心或商业街道设立零售网点，可有效提高公司产品及品牌的可见度，并可借助百货商场及购物中心的营销活动促进产品销售。由于优质的商业位置供应稀缺，公司难以保证能够持续为新零售网点获得有利的商业位置。因此，如果公司无法为新零售网点承租或取得合适的商业位置，可能会对公司的零售网络扩展计划造成不利影响。

此外，新增零售网点将使公司的存货显著增加，并可能对公司的现金流量造成不利影响。同时，新增零售网点会涉及大量支出，如装修支出、商场押金、门店租金、销售人员薪酬。新增零售网点须经过一段时期经营后方可实现盈利，甚至可能不能实现盈利，公司存在无法从该投资项目中获得预期收益的风险。

（六）倚重商场联营销售模式的风险

公司大部分的零售网点以百货商场联营专柜的形式经营。截至 2016 年 12 月 31 日，公司 8,907 个零售网点中有 5,730 个为专柜网点。2014 年度、2015 年度和 2016 年度，专柜渠道的销售收入分别占公司营业收入的 64.59%、58.73%和 51.32%，随着公司专卖渠道、线上销售的发展，商场专柜渠道占比有所下降，但

仍为公司最主要的零售渠道类型。

公司与百货商场签订专柜联营协议，百货商场据此按公司专柜销售额的一定百分比收取联营扣点。公司专柜协议的合同期限通常为一到两年，并通过循环续签进行持续合作。在公司要求续约专柜协议或为公司安排黄金位置时，百货商场可能要求提高扣点率，或分配不理想的销售位置给公司。同时，百货商场可能面临租金或其他成本增加的问题，从而可能通过提高扣点率将这些成本转嫁到公司。第三，商场专柜协议一般规定了，如专柜未能达到协议约定的销售目标，百货商场有权终止合作协议。因此，公司存在未来无法按相同条件或更有利于公司的合作条件续签专柜协议的风险，甚至完全无法续签协议的风险。如大规模地发生上述情况，公司的财务状况、经营业绩和发展前景将会受到不利影响。

此外，近年来，百货商场作为传统的零售渠道，因其通常位于城市旧商业街区，具有以商品购物为主、场地空间有限等特征，更容易被线上购物所冲击，也正逐步被集购物、餐饮、娱乐等为一体的新型购物中心所替代，消费景气度出现下降的情况。由此，如果公司对于零售渠道的类型布局未能做出有效、及时的转变，过度依赖于传统的百货商场零售渠道，产品销售将面临因渠道景气度下降而出现增长放缓或下滑的风险。同时，公司在与部分百货商场合作时会向其缴纳一定金额的押金，如果该等百货商场经营出现困难或停业，公司亦存在难以收回相关押金的風險。

（七）经营场所租金持续上涨的风险

公司在大型购物中心或临街商铺内通过经营租赁的方式开设品牌专卖网点，同时也使用租赁物业作为办公室及仓库。同时，随着购物中心商业业态的发展与成熟，公司专卖渠道及其收入占比或将保持持续增长的趋势，公司的经营业绩受租金波动的影响程度将进一步提高。截至 2016 年末，公司共租赁 1,218 处物业，合计租赁面积 74.24 万平方米。租赁费用是公司销售费用的主要构成部分，以 2016 年度为例，公司销售费用中租赁费 107,073 万元，占销售费用的 26.47%。近年来，中国的物业价格及租金大幅上涨，公司预期近期内还会继续上涨。如果公司未能通过营业收入的持续增长消化租金上涨的影响，相关运营开支的大幅增加，将对公司的财务状况、经营业绩和发展前景产生负面影响。

（八）平均单店销售业绩下滑的风险

公司平均单店销售业绩受整体经济环境、行业竞争状况、产品开发设计、零售网点运营以及气候变化等多重因素的共同影响。上述因素的单独作用或者叠加作用，可能导致公司单店销售业绩出现较大波动。如果公司未能及时采取有效措施，应对零售网点较大范围的业绩变化，公司将面临平均单店销售业绩下滑、营业收入与净利润增长放缓甚至下降的风险。

（九）公司产品依赖外包生产的风险

公司实行外包生产的产品供应模式，并主要由合作供应商直接采购满足公司要求或指定的原材料，生产符合公司质量标准、款式设计及交货进度的产品。因此，如主要供应商出现产能瓶颈、设备故障、劳动争议、原材料供给中断或财务困境等情况，无法生产与公司质量标准及数量要求相符的产品，或者未及时交货、无法快速响应公司的产品订单，将会对公司的产品供应、经营业绩及财务状况产生不利影响。

其次，虽然公司与主要供应商签订了框架性合作协议，但产品的采购价格及其他详细条款只有在签订具体订单时才会确定。若供应商的原材料或人力等成本因素上涨，其可能会通过提高采购价格将这部分成本转嫁至公司，并可能导致公司零售价格的上涨，从而对公司产品的价格竞争力产生负面影响。

同时，报告期内，公司应付账款及应付票据主要为尚未支付供应商的款项。公司向供应商采购制成品的付款期限通常为公司接收制成品后的 90 天。倘若公司迫于市场竞争等因素缩短付款期限，则现金流情况将面临较大压力。同时，在行业竞争日益激烈的背景下，公司也面临着在框架协议到期时未能继续以相同商业条件与供应商合作，甚至无法保证与供应商继续合作的风险。若公司主要供应商终止与公司的合作，而公司又无法及时找到合适的替代供应商，则公司的产品供应、零售业绩及财务状况将可能受到不利影响。

（十）商品配送依赖外部物流的风险

公司产品从供应商至公司仓库的运输、从仓库分发至不同零售网点及不同零

售网点之间的调配，均由第三方物流所负责。运输瓶颈、交通管制、不利天气等公司无法控制的因素，可能导致合作物流公司的运输中断，从而出现公司商品配送延迟或丢失的情况。此外，公司产品也存在可能因物流公司不当操作或失窃而造成产品损害或丢失的风险。因此，合作物流公司的不佳表现可能会导致公司错过产品适销期，无法正常经营和满足客户产品需求，将会对公司的品牌声誉、经营业绩及财务状况造成不利影响。

（十一）存货余额较高及其跌价的风险

公司主要采用直营式的销售模式，需保持款色、尺寸充足的库存商品，以满足门店陈列及消费者的挑选，以及新零售网络扩张对商品铺货的需求。因此，相对于采用以加盟模式为主的女装企业而言，公司需要并具有相对较高水平的存货规模。2014 年末、2015 年末以及 2016 年末，公司存货账面价值分别为 132,744 万元、175,626 万元和 171,358 万元，分别占公司当期总资产的 23.16%、29.93% 和 27.18%；同时，各期末一年以内库龄的库存商品占比分别为 70.94%、74.21% 和 72.10%。

较大规模的存货在增加公司现金流压力的同时，其库龄结构若延长也会增加跌价准备的计提，对公司的经营业绩产生不利影响。2014 年末、2015 年末及 2016 年末，公司的存货跌价准备分别为 24,330 万元、28,904 万元及 26,947 万元，2015 年存货跌价准备的增加主要是公司零售网点的快速增长，以及存货库龄结构延长所致。公司预期未来将开设更多的零售网点，因此公司的财务状况和经营业绩将持续受高水平存货的影响。

此外，大众时尚服装具有流行趋势及消费者偏好变化较快的特点。消费者对产品需求的意外或快速变化，可能会导致公司存货积压，并将直接影响公司的销量及定价计划，造成现金流紧张，从而可能对公司的业务发展、财务状况及运营业绩产生不利影响。

（十二）信息化系统中断或损坏的风险

公司的零售网点众多、产品品类繁多、供应链体系复杂，需要借助多种信息化系统以支持公司业务的正常运营。该等信息系统的严重中断，可能会对公司的

运营造成不利影响。公司的企业资源规划（ERP）系统主要包括 SAP ERP 系统、仓储管理系统（WMS）及商业智能（BW/BI）系统、RMS 系统等，为公司各零售网点及总部的运营提供数据汇总及后续分析的技术支持，尤其是销售及存货变动的监控管理。尽管公司建立了备用系统，但仍存在因人为失误、自然灾害、计算机病毒、故意破坏等导致信息系统无法正常使用的风险，进而影响公司商品采购、存货控制、物流配送、销售管控和财务控制的正常运行。

二、市场风险

（一）经济波动与消费需求下降的风险

公司产品定位大众时尚消费市场，营业收入全部直接来自于面向国内消费者的零售业务。国内消费者的需求取决于一系列公司无法控制的因素，如经济波动、人口结构、消费者偏好及消费者可支配收入等。受经济波动等因素影响，国内消费者的需求下降将可能削减公司的营业收入和盈利能力，对公司的业务发展、财务状况和经营业绩造成不利影响。宏观经济环境与消费者需求的持续、严重下降，可能导致公司业绩出现明显下滑。

（二）竞争加剧及电商模式冲击的风险

公司所聚焦的大众时尚休闲服装市场，具有众多国内和国际的市场参与者，而且公司预期行业竞争未来会愈加激烈。倘若公司不能留住及吸引客户，并在产品和渠道上以有力的条件与竞争者进行有效竞争，公司将存在市场份额下降、经营业绩增速放缓甚至下滑的风险。

近年来电子商务和网上购物发展迅猛，已对中国消费者的购物习惯产生了重大影响。公司于 2014 年 8 月在天猫开设网上旗舰店，并在 2015 年 4 月完成了对专业电商企业杭州黯涉的控股合并，有力地增强了公司电商业务的专业化运营能力。但公司部分竞争对手比公司更早地推出了自营或第三方运营的网上业务平台，这些竞争对手可能比公司更能抓住电商业务的市场机会，从而扩大他们的消费群体及销量，使公司处于不利位置。

（三）未能把握流行趋势变化的风险

大众时尚服装具有流行趋势及消费者偏好变化较快的特点。因此，对市场时尚流行趋势和消费者偏好进行准确预测甚至引导，并及时地开发和营销满足市场需求的产品，是影响公司业务持续增长及稳定发展的重要因素。

我国地域分布广阔、气候差异明显，不同地区及不同消费群体具有着多样性的消费偏好，并受经济环境、人口结构、对外交流、风俗习惯等诸多因素所影响。倘若公司未能准确地预测时尚流行趋势，并对消费者的偏好变化做出及时响应，将面临品牌影响力减弱、产品销量下降、库存积压及利润下滑的风险。

（四）季节性波动与气候变化的风险

服装产业具有明显的季节性消费特征，秋冬装产品的平均单价通常高于春夏装，且在下半年因国庆节、圣诞节和新年等假期因素常出现较明显的销售旺季。公司也通常会在下半年增加销售活动，以把握该期间较多的销售旺季。因此，公司需要增加库存，以满足在这些公众假期前后所增加的销售需求。如公司未能把握有关公众假期带来的销售机遇，则公司将面临销售出现下滑、存货不能及时消化的风险。

同时，公司业务亦容易受不可预期的气候变化因素所影响。例如，在 2013 年底，公司当季产品的库存商品占比较高，部分是由于该年度冬季数月的气温偏暖影响了冬装产品的销售。

（五）仿冒产品损害公司声誉的风险

公司的大众时尚服装产品属于日常生活消费品，品牌形象与客户忠诚度是影响消费者购买选择的重要因素。公司 La Chapelle 等品牌在我国大众时尚女装市场具有较高的知名度和美誉度，品牌及其产品设计广受消费者的青睐。公司的品牌商标及其他知识产权存在被第三方仿冒侵犯的可能。

虽然公司设立专门部门负责品牌的维护和维权工作，但服装行业技术门槛相对较低，且产品直观，公司通过大量人力、财力设计的新产品在面市后有可能在短期内被他人仿制、仿冒，从而可能影响公司的品牌形象以及公司利益。倘若公

司未能及时发现并制止这些违法侵权行为，则公司的品牌声誉将受到不利影响。另一方面，维权行为亦将可能耗费公司大量的财力和物力。由此，仿冒产品将会对公司的业务发展、财务状况、经营业绩等造成不利影响。

（六）严重疫情或自然灾害影响风险

近年来，国内发生了数次较大规模的自然灾害和严重疫情，造成了较为严重的经济损失，甚至带来了国内居民消费场景气度的下滑。例如，高度传染性疾病（如 H5N1 及 H7N9 禽流感）和非典型性肺炎（SARS）的爆发，都曾对国内经济及零售商业环境造成重大负面影响。任何自然灾害、流行病或其他天灾（如强震或大范围洪灾）的发生非公司所能预测，其可能会严重影响消费者信心，并对公司的业务经营、财务状况造成负面影响。

三、财务风险

（一）快速增长下资金紧张的风险

报告期内，公司业务的快速增长一定程度上得益于零售网络的快速扩张。未来，公司计划在差异化多品牌战略下，继续扩大零售网络规模，以进一步提高市场份额。由于公司采用直营模式，在零售网络快速扩张的过程中，公司需要投入大量现金以满足新设网点对铺货商品、流动资金、装修装饰及人员薪酬等方面的支出需求。这可能会造成公司现金流的紧张，甚至导致净现金流入为负数的情况。倘若未能有效地筹划和管理资金，公司将面临流动资金紧张、短期偿债能力下降、筹资成本上涨的风险，影响公司的业务扩展与日常经营。

（二）人力成本增加的风险

公司直营零售网点员工均为公司的聘用员工。由于基本工资与业绩奖励的增加，以及公司持续增聘员工以支持业务的不断发展，公司的人力成本支出不断增加。2014 年度、2015 年度及 2016 年度，公司的员工薪酬总额分别为 16.31 亿元、19.08 亿元和 21.57 亿元，占同期营业收入的比重分别为 26.26%、25.65%及 25.22%。如果公司未能通过营业收入的持续增长消化人力成本增加的影响，人力成本开支的增加将削弱公司短期内的盈利能力，对公司的财务状况和经营业绩造

成不利影响。

（三）应收账款质量下降的风险

根据公司与百货商场签订的专柜联营协议，在通常情况下，由百货商场向消费者收取商品购物款，并在扣除商场扣点部分后向公司支付销售结算款。该等销售净额结算款通常会在 90 天内支付给公司，并在此之前形成公司对百货商场的应收账款。如果百货商场出现大范围的资信状况问题，不能及时支付或无法支付销售货款，公司将面临应收账款规模上涨、质量下降、经营活动现金流入减少的风险，进而对公司的财务状况、经营业绩产生到重大不利影响。

（四）净资产收益率下降的风险

公司 2014 年、2015 年和 2016 年加权平均净资产收益率分别为 30.79%、19.56%及 15.46%。本次公开发行股票后，公司的净资产将大幅增长；由于募集资金投资项目从投入实施到产生效益需要一定的周期，公司的净利润很可能无法与净资产同步增长，因此在本次发行完成后的一定时期内，公司净资产收益率很可能出现一定程度下降。

四、其他风险

（一）经营与技术人才流失的风险

大众时尚服装的商品企划、设计开发、供应链管理、品牌营销等核心业务环节具有知识密集型特征，建立多领域、专业化的人才团队是企业盈利与发展的重要基础。公司的成功及未来发展很大程度上依赖于经营管理、产品开发及零售运营团队的规划领导与落地执行。大众时尚服装行业的竞争愈加激烈，获取专业化人才已成为行业参与者与进入者的重要竞争手段。如果公司的核心管理与技术人员出现流失，而公司又无法在短期内找到拥有类似素质和经验的新员工来取代离职员工，则将对公司的经营管理、财务状况、经营业绩造成不利影响。

（二）实际控制人不当控制的风险

本次 A 股股票发行后，在不发生老股转让的情况下，公司创始人、实际控

制人兼控股股东的邢加兴先生将直接持有公司 25.91%的股份，并通过一致行动的上海合夏合计控制公司约 34.16%的表决权，仍处于相对控股地位，对公司发展战略、经营决策、人事安排、利润分配、关联交易和对外投资等重大决策具有重大影响。虽然公司已建立了完善的法人治理结构，从制度安排上避免实际控制人或大股东操纵现象的发生，但在公司利益与控股股东或实际控制人利益发生冲突时，如果实际控制人不恰当地行使其表决权，则可能影响甚至损害公司及公众股东的利益。

（三）部分租赁产权手续不完善的风险

截至 2016 年 12 月 31 日，本公司及各地子公司共承租 1,218 处物业，总合同面积 742,373.72 平方米，用作开设专卖店、办公及仓储等用途。其中：

（1）共有 625 处租赁物业尚未取得房屋所有权证，但已依法取得建设工程规划许可证、建筑工程施工许可证、建设用地规划许可证、国有土地使用证的部分或全部证件，正在办理房屋所有权证。如果该等租赁物业无法成功办理房屋所有权证，公司（含子公司，下同）面临在租赁合同有效期内无法继续正常使用该等租赁物业的风险。（2）共有 75 处租赁物业的出租方尚未提供任何房产所有权或其他权属证明，面积占比 5.47%。对于该等租赁物业，公司面临在租赁合同有效期内无法继续正常使用该等租赁物业的风险；（3）共有 707 处租赁物业存在于租赁协议签订时已被设定抵押权的情形，公司面临在租赁合同有效期内无法继续正常使用该等租赁物业的风险，但已有 449 处租赁物业的出租方已承诺承担因抵押权人行使抵押权给公司造成的损失，尚有 258 处租赁物业的出租方未出具相关承诺，面积占比 19.14%。对于该等未出具承诺的租赁物业，公司将面临自行承担因抵押权人行使抵押权给公司造成损失的风险；（4）共有 62 处租赁物业存在转租且未取得产权人同意转租的确认函，面积占比 4.95%。公司存在无法继续正常使用该等租赁物业的风险。

此外，除少数租赁物业外，上述租赁物业均未办理租赁备案登记。房屋租赁合同未办理租赁登记备案不影响房屋租赁合同的法律效力，但公司仍面临因未能进行租赁备案而被房产主管部门处以罚款的风险。

（四）产品质量责任及其影响的风险

服装产品作为广大消费者的日常消费品，其产品质量广受社会群众及政府主管部门的关注。最近有媒体报导国内许多服装公司（包括若干国际品牌）被发现使用不符合国家质量标准的原材料生产服装。根据适用的中国法律，尽管事实上公司的产品完全由供应商生产，且由供应商自行采购原材料，但公司可能须就产品缺陷或质量问题承担责任。由于消费者权益保护工作不断发展以及国内消费者的产品责任观念日趋成熟，公司面临产品责任索赔的潜在风险可能会增加。在遭遇产品责任索赔时，公司可能根据外包生产协议向供应商索取赔偿，但公司无法保证有关赔偿可完全弥补公司遭受的任何损失或损害。

同时，品牌的影响力、美誉度对大众时尚服装产品的销售至关重要；加之，现代社会的信息传播、媒体报道日益快速、广泛，如果公司品质控制的各环节出现差错，致使问题产品流入市场，或将会对公司的品牌声誉产生重大不利影响，进而影响公司的产品销售与经营业绩。

（五）面临侵犯知识产权指控的风险

大众时装的款式设计通常需紧跟时尚流行趋势，加之公司采取开放式的产品开发模式，广泛吸收消费市场中的流行元素，一些产品的设计可能与其他设计师和品牌的设计出现相近的情况。公司的产品品类和款式众多，且更新较快，难以保证不会出现与其他品牌相类似的设计，并面临侵犯知识产权指控的风险。如果公司需要就有关指控做出抗辩，可能需要投入大量的时间和资源。如果公司无法成功就这些指控做出抗辩，可能会对公司的品牌声誉、业务发展及财务状况造成不利影响。

（六）保险赔付不足弥补损失的风险

为防范公司重要资产的意外损失，公司针对一些零售网点、仓库和其他财产（例如存货、原材料、固定资产等）的损失及损坏，以及第三方责任购买了商业保险。公司并没有为所有物业资产、产品可能产生的所有责任或所有亏损投保。因此，公司可能面临所购买的保单无法足额赔偿损失或责任的风险，进而可能对

公司的业务经营、财务状况及经营业绩产生不利影响。

（七）股票价格波动风险

影响股市价格波动的原因复杂，股票价格不仅取决于公司的经营状况，同时也受利率、汇率、通货膨胀、国内外政治经济环境、市场买卖力量对比、重大自然灾害发生以及投资者心理预期的影响而发生波动。因此，公司提醒投资者，在投资本公司股票时可能因股价波动而遭受损失。

第五节 发行人基本情况

一、发行人基本资料

中文名称：上海拉夏贝尔服饰股份有限公司

英文名称：Shanghai La Chapelle Fashion Co., Ltd.

注册资本：人民币 492,901,642 元

法定代表人：邢加兴

成立日期：2001 年 3 月 14 日

整体变更日期：2011 年 5 月 23 日

法定住所：上海市漕溪路 270 号 1 幢 3 层 3300 室

邮政编码：200235

联系电话：021-80239245

传真：021-80239399

公司网址：<http://www.lachapelle.cn>

电子信箱：ir@lachapelle.cn

二、发行人改制重组情况

（一）设立方式

公司是由上海拉夏贝尔服饰有限公司采用整体变更方式设立的股份有限公司。2011 年 2 月 25 日，拉夏贝尔有限召开董事会，同意将拉夏贝尔有限整体变更为股份有限公司，根据立信出具的“信会师报字[2011]第 10625 号”《审计报告》，截至 2010 年 12 月 31 日，拉夏贝尔有限净资产为 224,022,951.31 元，按照 1:0.9374 的比例折股后确定股份公司的总股本为 210,000,000 股，每股面值 1 元。各发起人按变更前所持有的公司的股权比例认购拟设立股份公司的股份。同日，

拉夏贝尔有限全体股东邢加兴、GOOD FACTOR、博信一期、上海合夏、上海融高、俞铁成、张江敏作为发起人签署了《上海拉夏贝尔服饰股份有限公司（筹）发起人协议》。

2011 年 3 月 25 日，上海市商务委员会下发《市商务委关于同意上海拉夏贝尔服饰有限公司改制为外商投资股份有限公司的批复》（沪商外资批[2011]861 号），同意拉夏贝尔有限整体转制为外商投资股份有限公司，名称变更为“上海拉夏贝尔服饰股份有限公司”。2011 年 3 月 31 日，公司获发“商外资沪股份字[2010]第 1172 号”《中华人民共和国台港澳侨投资企业批准证书》。2011 年 4 月 1 日，立信出具“信会师报字[2011]第 12488 号”《验资报告》，审验股份公司整体变更设立时的注册资本已由各发起人足额缴纳。2011 年 5 月 23 日，上海市工商行政管理局颁发了注册号为 310104000185979 的《企业法人营业执照》。

（二）发起人

股份公司设立时，公司发起人及持股情况如下：

序号	发起人名称	持股数量（股）	持股比例
1	邢加兴	85,984,500	40.945%
2	GOOD FACTOR	52,500,000	25.000%
3	博信一期	28,463,400	13.554%
4	上海合夏	27,396,600	13.046%
5	上海融高	11,386,200	5.422%
6	俞铁成	2,845,500	1.355%
7	张江敏	1,423,800	0.678%
合计		210,000,000	100.000%

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

（三）公司改制前，主要发起人拥有的主要资产和实际从事的业务

公司改制前，邢加兴先生直接持有公司 40.945%的股份，直接持有上海合夏 31.262%的股权，并通过上海合夏间接持有公司 4.078%的股份，为公司的主要发

起人。公司改制前，邢加兴先生拥有的主要资产系持有的拉夏贝尔有限的股权，实际从事的业务系自有品牌服装的连锁零售经营。

（四）公司设立时拥有的主要资产和实际从事的业务

改制设立时公司实际从事的主要业务为自有品牌服装的连锁零售经营，涉及服装的设计、品牌的运营、外包生产和零售，拥有与主要业务相关的经营性资产主要包括物流基地、存货、办公设备、专用设备和运输设备等固定资产，与主要业务相关的服饰品牌和商标、软件及土地使用权等其他无形资产，以及持有子公司的股权。报告期内，公司主营业务未发生重大变化。

关于公司资产的具体情况详见本招股说明书“第六节 业务和技术”之“五、主要资产情况”。

（五）公司设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

公司系由拉夏贝尔有限以其截至 2010 年 12 月 31 日经审计的账面净资产折合股份、整体变更设立的股份有限公司。在整体变更为股份公司时，发起人以其在拉夏贝尔有限的权益出资，拉夏贝尔有限的资产、业务全部进入股份公司，拉夏贝尔有限的债权、债务关系也均由股份公司承继。在股份公司成立之后，主要发起人拥有的主要资产和实际从事的主要业务均未发生重大变化。

（六）公司与改制前原企业的业务流程之间的联系

公司由有限公司整体变更为股份有限公司，改制前后公司的业务流程没有发生变化，公司的业务流程参见“第六节 业务和技术”之“四、主营业务的具体情况”之“（三）公司主要经营模式”相关内容。

（七）公司设立之后在生产经营方面与主要发起人的关联关系及演变情况

股份公司成立以来，公司在生产经营方面独立运行。报告期内，除股权关系

以及本招股说明书已经披露的关联关系和关联交易以外，公司在生产经营方面与主要发起人不存在其他的关联交易，也没有发生重大的变化，具体情况参见本招股说明书“第七节 同业竞争及关联交易”。

（八）发起人出资资产的产权变更手续办理情况

公司系由拉夏贝尔有限整体变更设立的股份有限公司，拉夏贝尔有限的所有资产、负债均由公司承继。

由于拉夏贝尔有限整体变更设立后更名为“上海拉夏贝尔服饰股份有限公司”，公司运输设备、专利、著作权、注册商标等主要资产均需办理变更手续。截至本招股说明书签署日，公司主要资产均已完成名称变更手续。

三、发行人股本结构的形成、变化及重大资产重组行为

（一）本公司股本结构的形成及变化

公司股本结构的形成过程如下：

1、2001 年 3 月，拉夏贝尔有限成立

2001 年 3 月 14 日，上海徐汇拉夏贝尔服饰有限公司（以下称“拉夏贝尔有限”）获发注册号为 3101042003391 号的《企业法人营业执照》，注册资本 50 万元，出资人邢加兴和吴金应分别持有其 90%和 10%的股权，均为货币出资。根据上海新中创会计师事务所有限公司出具的“新中创会师报字（2001）0415 号”《验资报告》验证，前述出资均已到位。

拉夏贝尔有限设立时的股权结构为：

序号	股东姓名	出资额（万元）	出资比例
1	邢加兴	45.00	90.00%
2	吴金应	5.00	10.00%
合计		50.00	100.00%

拉夏贝尔有限设立时的 50 万元注册资本均由邢加兴实际出资并拥有，其中，登记于吴金应名下的 10%股权系邢加兴委托吴金应代为持有。双方确认，该 10%股权的收益权、处分权和参与决策权均属邢加兴实际享有并支配。

根据当时有效的《公司法》（1999 年修订版）规定，有限责任公司股东最低人数为 2 人；为满足该等规定，邢加兴于办理设立公司的工商登记时将 90%的股权登记于本人名下，另外 10%的股权则由邢加兴实际出资并委托吴金应代为持有。同时，基于公司未来实施相关股权激励之考虑，并维持实际控制人/控股股东股权比例的稳定性，公司实际控制人邢加兴希望未来可以通过释放吴金应代持的股份向核心管理人员实施相应的股权激励。

吴金应先生为中国国籍，居民身份证号码为：350429197307****，住所为上海市畹町路**弄**号**室，与邢加兴之间无亲属关系。自公司成立时起，吴金应一直任职于本公司，现担任公司高级技术经理、职工监事。截至本招股说明书签署日，吴金应持有本公司股东上海合夏 2.60%的股权，系全部为其个人实际持有。

2、2001 年 12 月，第一次增加注册资本

2001 年 12 月 1 日，拉夏贝尔有限通过股东会决议，同意拉夏贝尔有限注册资本由原 50 万元增资到 100 万元，其中邢加兴认缴本次新增注册资本 45 万元，新股东张广奋认缴本次新增注册资本 5 万元。

2001 年 12 月 24 日，上海东华会计师事务所有限公司审验了上述增资事项，并出具“东会验发[2001]1793 号”《验资报告》，验证该次增资已到位，各股东以货币出资。

2001 年 12 月 28 日，拉夏贝尔有限完成工商变更登记并取得注册号为 3101042003391 号的《企业法人营业执照》。本次增资完成后，拉夏贝尔有限的股权结构如下：

序号	股东姓名	出资额（万元）	出资比例
1	邢加兴	90.00	90.00%
2	吴金应	5.00	5.00%
3	张广奋	5.00	5.00%
合计		100.00	100.00%

为对核心管理人员进行股权激励，张广奋于本次增资中认缴的 5 万元新增注册资本系由邢加兴实际提供，张广奋无需承担该笔出资款，张广奋于该 5 万元出

资额登记至其名下之日起即实际拥有拉夏贝尔有限 5%的股权，该部分股权不存在委托持股情况。本次增资完成后，由吴金应代邢加兴持有的拉夏贝尔有限的股权比例被稀释至 5%。

3、2003 年 3 月，第二次增加注册资本

2003 年 3 月 6 日，拉夏贝尔有限通过股东会决议，同意拉夏贝尔有限注册资本由原 100 万元增资到 260 万元，其中股东邢加兴认缴本次新增注册资本 144 万元，吴金应认缴本次新增注册资本 8 万元，张广奋认缴本次新增注册资本 8 万元。

2003 年 3 月 12 日，上海新中创会计师事务所有限公司审验了上述增资事项，并出具“新中创会师报字（2003）0387 号”《验资报告》，验证该次增资已到位，各股东以货币出资。

2003 年 3 月 17 日，拉夏贝尔有限换发取得了注册号为 3101042003391 号的《企业法人营业执照》。本次增资完成后，拉夏贝尔有限的股权结构如下：

序号	股东姓名	出资额（万元）	持股比例
1	邢加兴	234.00	90.00%
2	吴金应	13.00	5.00%
3	张广奋	13.00	5.00%
合计		260.00	100.00%

本次增资中，张广奋认缴的 8 万元新增注册资本的出资款系继续由邢加兴实际提供，张广奋无需承担该笔出资款，本次增资事宜完成后，张广奋拥有拉夏贝尔有限 5%的股权；上述吴金应认缴的 8 万元新增注册资本系邢加兴实际出资并委托吴金应代为持有，本次增资完成后，由吴金应代邢加兴持有的拉夏贝尔有限的股权比例保持 5%不变。

4、2004 年 2 月，变更公司名称

2004 年 2 月 18 日，拉夏贝尔有限通过股东会决议，同意拉夏贝尔有限更名为“上海拉夏贝尔服饰有限公司”，2004 年 2 月 26 日，拉夏贝尔有限换发取得了注册号为 3101042003391 号的《企业法人营业执照》。

5、2004 年 3 月，第三次增加注册资本

2004 年 3 月 20 日，拉夏贝尔有限通过股东会决议，同意拉夏贝尔有限注册资本由原 260 万元增资到 450 万元，其中股东邢加兴认缴本次新增注册资本 171 万元，张广奋认缴本次新增注册资本 9.5 万元，吴金应认缴本次新增注册资本 9.5 万元。

2004 年 3 月 25 日，上海新中创会计师事务所有限公司审验了该次增资，并出具“新中创会师报字（2004）0530 号”《验资报告》，验证该次增资已到位，各股东以货币出资。

2004 年 3 月 31 日，拉夏贝尔有限换发取得了注册号为 3101042003391 号的《企业法人营业执照》。本次增资完成后，拉夏贝尔有限的股权结构如下：

序号	股东姓名	出资额（万元）	持股比例
1	邢加兴	405.00	90.00%
2	吴金应	22.50	5.00%
3	张广奋	22.50	5.00%
合计		450.00	100.00%

本次增资中，张广奋认缴的 9.5 万元新增注册资本的出资款系继续由邢加兴实际提供，张广奋无需承担该笔出资款，本次增资事宜完成后，张广奋拥有拉夏贝尔有限 5%的股权；上述吴金应认缴的 9.5 万元新增注册资本系由邢加兴实际出资并委托吴金应代为持有，本次增资完成后，由吴金应代邢加兴持有的拉夏贝尔有限的股权比例保持 5%不变。

6、2004 年 9 月，第一次股权转让

2004 年 8 月 31 日，拉夏贝尔有限通过股东会决议，同意张广奋将其持有拉夏贝尔有限 5%的股权转让给章丹玲、潘磊、张丽娟、张海云、唐震，其中每人以 5 万元的转让价格受让 1%的股权；吴金应将其持有拉夏贝尔有限 1%的股权以 5 万元的价格转让给张光虹；其他股东放弃股权优先受让权。

2004 年 9 月 1 日，上述股权转让各方签署了《股权转让协议》。本次股权转让完成后，拉夏贝尔有限的股权结构如下：

序号	股东姓名	出资额（万元）	持股比例
1	邢加兴	405.00	90.00%
2	吴金应	18.00	4.00%
3	章丹玲	4.50	1.00%
4	潘磊	4.50	1.00%
5	张丽娟	4.50	1.00%
6	张海云	4.50	1.00%
7	唐震	4.50	1.00%
8	张光虹	4.50	1.00%
合计		450.00	100.00%

本次股权转让的原因:

(1) 因张广奋离职, 其转出的股权用于对公司其他核心管理人员进行股权激励, 张广奋将持有的拉夏贝尔有限 5% 股权以总价 25 万元的价格转让给章丹玲、潘磊、张丽娟、张海云、唐震 (每人以 5 万元的价格各受让 1% 股权)。股权受让方章丹玲、潘磊、张丽娟、张海云、唐震无需支付该笔股权转让款, 全部股权转让款均由邢加兴承担并已向张广奋支付, 该五人于本次股权转让完成后即拥有拉夏贝尔有限 5% 股权 (每人各拥有 1% 股权);

(2) 为对核心管理人员实施股权激励, 根据邢加兴的安排, 吴金应将其名下拉夏贝尔有限 1% 股权以 5 万元的价格转让给张光虹, 张光虹无需支付该笔股权转让款, 张光虹于本次股权转让完成后拥有拉夏贝尔有限 1% 股权。

上述股权转让完成后, 由吴金应代邢加兴持有的拉夏贝尔有限的股权比例减少至 4%。

7、2005 年 11 月, 第二次股权转让

2005 年 9 月 20 日, 拉夏贝尔有限通过股东会决议, 同意股东张丽娟将其持有拉夏贝尔有限 0.5% 的股权以 5 万元转让给石海, 将其持有拉夏贝尔有限 0.5% 的股权以 5 万元转让给张焱; 股东吴金应将其持有拉夏贝尔有限 1% 的股权以 10 万元转让给何威, 其他股东放弃优先购买权。同日, 上述股权转让各方签署了《股权转让协议》。

2005 年 11 月 4 日,拉夏贝尔有限换发取得了注册号为 3101042003391 的《企业法人营业执照》。本次股权转让完成后,拉夏贝尔有限的股权结构如下:

序号	股东姓名	出资额(万元)	持股比例
1	邢加兴	405.00	90.00%
2	吴金应	13.50	3.00%
3	章丹玲	4.50	1.00%
4	潘磊	4.50	1.00%
5	张海云	4.50	1.00%
6	唐震	4.50	1.00%
7	张光虹	4.50	1.00%
8	何威	4.50	1.00%
9	石海	2.25	0.50%
10	张焱	2.25	0.50%
合计		450.00	100.00%

本次股权转让的原因为:

(1) 因张丽娟离职,其转出的股权用于对公司其他核心管理人员进行股权激励,张丽娟将其持有的拉夏贝尔有限 1%股权以总价 10 万元的价格转让给石海、张焱(每人以 5 万元的价格各受让 0.5%股权)。股权受让方石海、张焱无需支付该笔股权转让款,全部股权转让款均由邢加兴实际承担并已向张丽娟支付,该二人于本次股权转让完成后即拥有拉夏贝尔有限 1%股权(每人各拥有 0.5%股权);

(2) 为对核心管理人员实施股权激励,根据邢加兴的安排,吴金应将其名下拉夏贝尔有限 1%股权以 10 万元的价格转让给何威,何威无需支付该笔股权转让款,何威于本次股权转让完成后拥有拉夏贝尔有限 1%股权。

上述股权转让完成后,由吴金应代邢加兴持有的拉夏贝尔有限的股权比例减少至 3%。

8、2006 年 10 月,第三次股权转让

2006 年 9 月 30 日,拉夏贝尔有限通过股东会决议,同意股东张焱将其持有拉夏贝尔有限 0.5%的股权以 5 万元转让给吴金应;股东石海将其持有拉夏贝尔

有限 0.5%的股权以 5 万元转让给吴金应，其他股东放弃优先购买权。同日，上述股权转让双方签署了《股权转让协议》。

2006 年 10 月 13 日，拉夏贝尔有限换发取得了注册号为 3101042003391 的《企业法人营业执照》。本次股权转让完成后，拉夏贝尔有限的股权结构如下：

序号	股东姓名	出资额（万元）	持股比例
1	邢加兴	405.00	90.00%
2	吴金应	18.00	4.00%
3	章丹玲	4.50	1.00%
4	潘磊	4.50	1.00%
5	张海云	4.50	1.00%
6	唐震	4.50	1.00%
7	张光虹	4.50	1.00%
8	何威	4.50	1.00%
合计		450.00	100.00%

因石海、张焱离职，其转出的股权用于对公司其他核心管理人员进行股权激励，该二人分别将其持有的拉夏贝尔有限 0.5%股权以 5 万元的价格转让给吴金应。股权受让方吴金应无需支付该笔股权转让款，全部股权转让款均由邢加兴实际承担并负责向该二人支付，吴金应于本次股权转让完成后实益持有拉夏贝尔有限 1%股权。

本次股权转让完成后，由吴金应代邢加兴持有的拉夏贝尔有限的股权比例保持 3%不变。

9、2007 年 11 月，第四次股权转让

2007 年 11 月 12 日，拉夏贝尔有限通过股东会决议，同意股东何威、潘磊、张光虹、张海云、唐震分别将其持有拉夏贝尔有限 1%的股权协议转让给吴金应。同时，出于管理层股权激励考虑邢加兴将其持有拉夏贝尔有限 8%的股权转让给章丹玲，其他股东放弃优先购买权。同日，上述股权转让各方签署了《股权转让协议》。

2007 年 11 月 29 日，拉夏贝尔有限换发取得了注册号为 310104000185979 的《企业法人营业执照》。本次股权转让完成后，拉夏贝尔有限的股权结构如下：

序号	股东姓名	出资额（万元）	持股比例
1	邢加兴	369.00	82.00%
2	章丹玲	40.50	9.00%
3	吴金应	40.50	9.00%
合计		450.00	100.00%

在本次股权转让过程中：

（1）因何威离职，其转出的股权用于对公司其他核心管理人员进行股权激励，何威将其持有的拉夏贝尔有限 1%股权以总价 10 万元的价格转让给董燕。根据相关方达成的共识，股权受让方董燕无需支付该笔股权转让款，全部股权转让款均由邢加兴实际承担并已向何威支付，董燕于本次股权转让完成后拥有拉夏贝尔有限 1%股权。由于何威的离职退股时间与核心管理人员委托吴金应代持股份的时间相近，为便于办理工商变更登记手续，何威与董燕同意本应由何威先转让并过户至董燕名下、再由董燕过户至吴金应名下的拉夏贝尔有限 1%股权，由何威直接将其过户至吴金应名下，并办理工商变更登记手续，该 1%股权实为董燕享有并委托吴金应代为持有；

（2）为便于办理公司未来股权变动的工商变更手续，当时持有公司股权的核心管理人员董燕（其委托吴金应代为持有的公司股权系自何威处受让取得）、潘磊、张光虹、张海云、唐震同意将其各自持有拉夏贝尔有限 1%的股权转让至吴金应名下，并委托吴金应代为持有。本次股权转让所涉协议约定转让价款未实际支付。

本次股权转让完成后，吴金应合计持有拉夏贝尔有限 9%的股权，由以下三部分构成：

- 1）持股核心管理人员唐震、潘磊、董燕、张光虹、张海云委托吴金应代为持有的拉夏贝尔有限 5%股权（每人各 1%）；
- 2）吴金应代邢加兴持有的拉夏贝尔有限 3%股权；
- 3）吴金应实益持有的拉夏贝尔有限 1%股权。

10、2008 年 2 月，第四次增加注册资本

2007 年 12 月 10 日，拉夏贝尔有限通过股东会决议，同意新增股东无锡市新宝联投资有限公司对拉夏贝尔有限现金出资 3,000 万元，其中增加注册资本 225 万元，余款进入资本公积；新增股东南京金露服装有限公司对拉夏贝尔有限现金出资 1,000 万元，其中增加注册资本 75 万元，余款进入资本公积；其他股东放弃优先认缴权。

2008 年 1 月 8 日，上海君宜会计师事务所有限公司审验了该次出资，并出具“君宜会师报字（2008）第 030 号”《验资报告》，验证该次增资已到位，各股东以货币出资。

2008 年 2 月 3 日，拉夏贝尔有限换发取得了注册号为 310104000185979 号的《企业法人营业执照》。本次增资完成后，拉夏贝尔有限的股权结构如下：

序号	股东名称/姓名	出资额（万元）	持股比例
1	邢加兴	369.00	49.20%
2	新宝联	225.00	30.00%
3	南京金露	75.00	10.00%
4	章丹玲	40.50	5.40%
5	吴金应	40.50	5.40%
合计		750.00	100.00%

本次增资完成后，吴金应名下的拉夏贝尔有限的股权比例由 9% 稀释至 5.4%，该部分股权由以下三部分构成：

（1）持股核心管理人员唐震、潘磊、董燕、张光虹、张海云委托吴金应代为持有的拉夏贝尔有限 3% 股权（每人各 0.6%）；

（2）吴金应代邢加兴持有的拉夏贝尔有限 1.8% 股权；

（3）吴金应实益持有的拉夏贝尔有限 0.6% 股权。

11、2008 年 6 月，第五次股权转让

2008 年 6 月 10 日，拉夏贝尔有限通过股东会决议，同意股东邢加兴将其持有的拉夏贝尔有限 6% 股权作价 45 万元转让给方亮，将其持有的拉夏贝尔有限 0.45% 股权作价 3.375 万元转让给张江敏；章丹玲将其持有的拉夏贝尔有限 0.4% 股权作价 3 万元转让给张江敏；吴金应将其持有的拉夏贝尔有限 0.15% 的股权作

价 1.125 万元转让给张江敏，将其持有的拉夏贝尔有限 2%的股权作价 15 万元转让给俞铁成。2008 年 6 月 18 日，上述股权转让各方签署了《股权转让协议》。

2008 年 6 月 26 日，拉夏贝尔有限完成工商变更登记并换发取得了注册号为 310104000185979 的《企业法人营业执照》。本次股权转让完成后，公司的股权结构如下：

序号	股东名称/姓名	出资额（万元）	持股比例
1	邢加兴	320.625	42.75%
2	新宝联	225.000	30.00%
3	南京金露	75.000	10.00%
4	方亮	45.000	6.00%
5	章丹玲	37.500	5.00%
6	吴金应	24.375	3.25%
7	俞铁成	15.000	2.00%
8	张江敏	7.500	1.00%
合计		750.000	100.00%

受相关股权的实益持有人安排，吴金应将拉夏贝尔有限 0.15%作价 1.125 万元转让予张江敏、将拉夏贝尔有限 2%股权作价 15 万元转让予俞铁成，俞铁成和张江敏依约支付的股权转让款由吴金应代为收取后按照下述各方的转出股权比例分配后转交予相关股权的实益持有人。此次吴金应合计对外转让的拉夏贝尔有限 2.15%股权系由以下三部分构成：

（1）持股核心管理人员唐震、潘磊、董燕、张光虹、张海云委托吴金应代为持有的拉夏贝尔有限 0.5%股权（每人各以 0.75 万元价格转让 0.1%股权）；

（2）吴金应代邢加兴持有的拉夏贝尔有限的 1.55%股权，对应的股权转让价格为 11.625 万元；

（3）吴金应以 0.75 万元价格转让其实益持有的拉夏贝尔有限 0.1%股权。

本次股权转让完成后，吴金应名下的拉夏贝尔有限的股权比例由 5.4%减少为 3.25%。该部分股权由以下三部分构成：

（1）持股核心管理人员唐震、潘磊、董燕、张光虹、张海云委托吴金应代

为持有的拉夏贝尔有限 2.5%股权（每人各 0.5%）；

（2）吴金应代邢加兴持有的拉夏贝尔有限 0.25%股权；

（3）吴金应实益持有的拉夏贝尔有限 0.5%股权。

12、2009 年 2 月，第六次股权转让

委托持股人张光虹于 2009 年 2 月与拉夏贝尔有限终止聘用关系，其转出的股权用于对公司其他核心管理人员进行股权激励，张光虹将其拥有的拉夏贝尔有限 0.5%股权以 35 万元的价格转让予石海。股权受让方石海无需支付该笔股权转让款，全部股权转让款均由邢加兴实际承担并已向张光虹支付，石海于本次股权转让完成后拥有拉夏贝尔有限 0.5%股权，该部分股权将根据核心管理人员委托持股安排继续交由吴金应代为持有。该次股权转让未进行工商登记备案。

本次股权转让完成后，吴金应名下的拉夏贝尔有限 3.25%股权由以下三部分构成：

（1）持股核心管理人员唐震、潘磊、董燕、石海、张海云委托吴金应代为持有的拉夏贝尔有限 2.5%股权（每人各 0.5%）；

（2）吴金应代邢加兴持有的拉夏贝尔有限 0.25%股权；

（3）吴金应实益持有的拉夏贝尔有限 0.5%股权。

13、2009 年 12 月，第七次股权转让

2009 年 11 月 18 日，拉夏贝尔有限通过股东会决议，同意股东方亮将其持有的拉夏贝尔有限 6%股权作价 45 万元转让给邢加兴，其他股东同意放弃优先购买权。同日，方亮与邢加兴签署了《股权转让协议》。

2009 年 12 月 9 日，拉夏贝尔有限完成工商变更登记并换发取得了注册号为 310104000185979 的《企业法人营业执照》。本次股权转让完成后，公司的股权结构如下：

序号	股东名称/姓名	出资额（万元）	持股比例
1	邢加兴	365.625	48.75%
2	新宝联	225.000	30.00%

序号	股东名称/姓名	出资额（万元）	持股比例
3	南京金露	75.000	10.00%
4	章丹玲	37.500	5.00%
5	吴金应	24.375	3.25%
6	俞铁成	15.000	2.00%
7	张江敏	7.500	1.00%
合计		750.000	100.00%

14、2010 年 3 月，第八次股权转让

2010 年 1 月 18 日，新宝联基于“对公司的业务方向进行调整，进一步增强对流动性强的金融产品的投资，缩减长期股权投资，以增强公司资产的流动性”之目的，将其持有拉夏贝尔有限的股权在无锡市国联产权交易所有限公司予以公开挂牌转让。本次股权转让事宜已获得无锡市人民政府国有资产监督管理委员会下发的《关于上海拉夏贝尔服饰有限公司国有股权转让的批复》（锡国资企[2009]99 号）的批准，并在无锡市国联产权交易所有限公司履行了国有产权挂牌转让程序（产权交易凭证为国联交易[2010]061 号）。根据江苏中天资产评估事务所有限公司于 2009 年 12 月 28 日出具的编号为“苏中资评报字（2009）第 1074 号”的《无锡市新宝联投资有限公司拟转让持有上海拉夏贝尔服饰有限公司 30% 股权项目的评估报告》，2010 年 3 月 11 日，新宝联与博信一期、上海融高签署《产权交易合同》（挂牌编号：WXG10002），约定博信一期以 2,600 万元受让新宝联持有的拉夏贝尔有限 20% 股权；上海融高以 1,300 万元受让新宝联持有的拉夏贝尔有限 10% 股权。

2010 年 3 月 10 日，拉夏贝尔有限通过股东会决议，同意新宝联将其持有的拉夏贝尔有限 20% 的股权作价 2,600 万元转让给博信一期，将其持有的拉夏贝尔有限 10% 的股权作价 1,300 万元转让给上海融高，其他股东同意放弃优先购买权。

2010 年 3 月 23 日，拉夏贝尔有限完成工商变更登记并换发取得了注册号为 310104000185979 的《企业法人营业执照》。股权转让完成后，拉夏贝尔有限的股权结构变更为：

序号	股东名称/姓名	出资额（万元）	持股比例
1	邢加兴	365.625	48.75%

序号	股东名称/姓名	出资额（万元）	持股比例
2	博信一期	150.000	20.00%
3	上海融高	75.000	10.00%
4	南京金露	75.000	10.00%
5	章丹玲	37.500	5.00%
6	吴金应	24.375	3.25%
7	俞铁成	15.000	2.00%
8	张江敏	7.500	1.00%
合计		750.000	100.00%

15、2010 年 4 月，第九次股权转让

2010 年 4 月 2 日，拉夏贝尔有限通过股东会决议，同意上海融高将其持有的拉夏贝尔有限 2%的股权作价 260 万元转让给上海合夏；章丹玲将其持有的拉夏贝尔有限 5%的股权作价 505 万元转让给上海合夏；吴金应将其持有的拉夏贝尔有限 3.25%的股权作价 328.25 万元转让给上海合夏；南京金露将其持有的拉夏贝尔有限 5%的股权作价 618 万元转让给上海合夏，将其持有的拉夏贝尔有限 5%的股权作价 618 万元转让给邢加兴；其他股东同意放弃优先购买权。

同日，上述股权转让各方签署了《股权转让协议》。

本次股权转让的定价依据如下：

（1）章丹玲、吴金应转让股权的定价依据为公司 2009 年审计报告的净资产。根据立信会计师事务所于 2010 年 3 月 31 日出具的“信会师报字（2010）第 22792 号”《审计报告》，公司 2009 年经审计的净资产为人民币 1.01476 亿元，相应地，章丹玲与吴金应所转让的 5%和 3.25%公司股权的转让价格为 505 万元和 328.25 万元。其中，吴金应转让予上海合夏的名下拉夏贝尔有限 3.25%的股权包括：①吴金应实益持有的拉夏贝尔有限 0.5%股权；②吴金应代邢加兴持有用于管理层激励并于此次股权转让之时确定分配予白彩平的拉夏贝尔有限 0.25%股权；③吴金应代唐震、潘磊、董燕、石海、张海云持有的拉夏贝尔有限 2.5%股权（每人各 0.5%）。

（2）上海融高转让股权的定价依据为江苏中天资产评估事务所有限公司于

2009 年 12 月 28 日出具的“苏中资评报字（2009）第 1074 号”《无锡市新宝联投资有限公司拟转让持有上海拉夏贝尔服饰有限公司 30%股权项目的评估报告》，根据上述评估报告，截至 2009 年 9 月 30 日拉夏贝尔有限 30%股权的市场价值为 3,710.18 万元，1%股权对应的评估值为 123.6 万元，上海融高转让股权过程中对每 1%股权对应的评估值取整数 130 万元（即上海融高受让 10%股权时对应的挂牌价格），因此转让 2%的公司股权对应价格为 260 万元。上海融高此次转让系根据自身业务需要，降低对发行人的持股比例，由于投资时间较短，转让价格参考 2010 年 3 月股权受让时的价格。

（3）南京金露转让股权的定价依据为江苏中天资产评估事务所有限公司于 2009 年 12 月 28 日出具的“苏中资评报字（2009）第 1074 号”《无锡市新宝联投资有限公司拟转让持有上海拉夏贝尔服饰有限公司 30%股权项目的评估报告》，根据上述评估报告，截至 2009 年 9 月 30 日新宝联持有拉夏贝尔有限 30%股权的市场价值为 3,710.18 万元，每 1%股权对应的评估值为 123.6 万元，相应地，南京金露转让的 5%的股权定价为 618 万元。

2010 年 4 月 8 日，拉夏贝尔有限换发取得了注册号为 310104000185979 的《企业法人营业执照》。本次股权转让完成后，公司的股权结构如下：

序号	股东名称/姓名	出资额（万元）	持股比例
1	邢加兴	403.125	53.75%
2	博信一期	150.000	20.00%
3	上海合夏	114.375	15.25%
4	上海融高	60.000	8.00%
5	俞铁成	15.000	2.00%
6	张江敏	7.500	1.00%
合计		750.000	100.00%

本次股权转让系公司经过综合考核核心管理人员对公司的实际贡献后确定了所应分配予核心管理人员的公司股份权益以及持股形式，即通过核心管理层和骨干人员共同出资成立持股公司上海合夏，由上述人员通过其名下上海合夏的出资额间接享有公司相应比例的股份权益。核心管理层和骨干人员在上海合夏中认缴出资额及出资比例均系按照确定的分配予该些人员的公司股份权益比例设定

（有关上海合夏成立时的股权结构详见本节之“七、发起人、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”之“（一）发行人的发起人及主要股东的基本情况”之“4、上海合夏”）。

本次股权转让后，通过上海合夏自章丹玲、吴金应、南京金露、上海融高处受让拉夏贝尔有限的股权，公司核心管理人员应享有的公司股份权益均通过上海合夏股权安排落实到位。本次股权转让完成后，吴金应与公司持股核心管理人员以及邢加兴之间有关委托持股的安排均告终止，包括吴金应、白彩平、张海云、潘磊、唐震、石海、董燕等人在内的公司核心管理人员直接持有的上海合夏股权及该等股权所对应的拉夏贝尔有限股份权益均由该等人员实益持有，不存在任何代持、委托持股情形。具体如下：

上海合夏股东 姓名	直接持有上海合夏 股权比例	间接持有公司 股权比例	股权来源
白彩平	1.64%	0.25%	上海合夏向吴金应受让的股权
潘磊	3.28%	0.50%	
唐震	3.28%	0.50%	
董燕	3.28%	0.50%	
石海	3.28%	0.50%	
吴金应	3.28%	0.50%	
张海云	3.28%	0.50%	
合计	21.32%	3.25%	

16、2010 年 7 月，第五次增加注册资本

2010 年 4 月 10 日，拉夏贝尔有限股东会通过决议，同意将拉夏贝尔有限的注册资本由 750 万元增加至 1,000 万元，新增股东 GOOD FACTOR 以美元现汇方式投入拉夏贝尔有限人民币 4,500 万元，其中 250 万元作为新增注册资本，每 1 元注册资本增资价格为 18 元，剩余资金进入公司资本公积。本次增资价格由双方协商确定，对应 2009 年度净利润约 7.68 倍市盈率。

2010 年 4 月 29 日，上海市徐汇区人民政府下发《上海市徐汇区人民政府关于同意香港投资者增资并购上海拉夏贝尔服饰有限公司的批复》（徐府（2010）第 273 号），同意本次增资事宜；拉夏贝尔有限于 2010 年 5 月 5 日领取“商外资沪徐合资字[2010]1172 号”《中华人民共和国外商投资企业批准证书》。

2010 年 5 月 19 日，上海中勤万信会计师事务所有限公司审验了上述增资事宜，并出具“沪勤外验字（2010）第 00023 号”《验资报告》，验证该次增资已到位，股东以货币出资。

2010 年 7 月 7 日，拉夏贝尔有限完成工商变更登记并换发取得了注册号为 310104000185979 的《企业法人营业执照》。本次增资完成后，拉夏贝尔有限的股权结构如下：

序号	股东名称/姓名	出资额（万元）	持股比例
1	邢加兴	403.125	40.31%
2	GOOD FACTOR	250.000	25.00%
3	博信一期	150.000	15.00%
4	上海合夏	114.375	11.44%
5	上海融高	60.000	6.00%
6	俞铁成	15.000	1.50%
7	张江敏	7.500	0.75%
合计		1,000.000	100.00%

17、2010 年 12 月，第六次增加注册资本及第十次股权转让

2010 年 10 月 19 日，拉夏贝尔有限董事会通过决议，同意 GOOD FACTOR 将其持有的拉夏贝尔有限 5%的股权作价 1 元转让给邢加兴，将其持有的拉夏贝尔有限 3%的股权作价 1 元转让给上海合夏；同意将拉夏贝尔有限的注册资本由 1,000 万元增加至 1,106.6667 万元，由股东 GOOD FACTOR 以人民币 4,626.5075 万元的等值美元认缴，其中 106.6667 万元作为新增注册资本，每 1 元注册资本的增资价格为 43.37 元，溢价部分资金进入公司资本公积；本次增资价格由双方协商确定，对应公司 2010 年度净利润约 7.29 倍市盈率。2010 年 10 月 19 日，GOOD FACTOR 与邢加兴、上海合夏就前述股权转让签署《股权转让协议》。

2010 年 11 月 9 日，上海市徐汇区人民政府下发《上海市徐汇区人民政府关于同意上海拉夏贝尔服饰有限公司股权转让、增资的批复》（徐府（2010）813 号），同意本次股权转让及增资事宜；同日，拉夏贝尔有限获发“商外资沪徐合资字[2010]第 1172 号”《中华人民共和国台港澳侨投资企业批准证书》。

2010 年 12 月 15 日，上海中勤万信会计师事务所有限公司审验了上述增资

事项，并出具“沪勤外验字（2010）第 00065 号”《验资报告》，该次增资已到位，股东以货币出资。

2010 年 12 月 22 日，拉夏贝尔有限完成工商变更登记并换发取得了注册号为 310104000185979 的《企业法人营业执照》。本次增资完成后，拉夏贝尔有限的股权结构如下：

序号	股东名称/姓名	出资额（万元）	持股比例
1	邢加兴	453.125	40.945%
2	GOOD FACTOR	276.667	25.000%
3	博信一期	150.000	13.554%
4	上海合夏	144.375	13.046%
5	上海融高	60.000	5.422%
6	俞铁成	15.000	1.355%
7	张江敏	7.500	0.678%
合计		1,106.667	100.000%

本次股权增资及转让系 2009 年 12 月 31 日 GOOD FACTOR 对其与邢加兴、拉夏贝尔有限及其股东签署的《上海拉夏贝尔增资合同》及其与邢加兴签署的《协议书》的履行。因拉夏贝尔有限 2009 年、2010 年净利润达到《上海拉夏贝尔增资合同》及《协议书》的要求，GOOD FACTOR 按照约定将其持有拉夏贝尔有限 8%的股权转予邢加兴和/或邢加兴指定的第三方，同时再通过增资的方式将其持有的拉夏贝尔有限股权增加到 25%。2011 年 1 月 4 日，GOOD FACTOR 与公司及其全体股东共同签署《关于终止执行<上海拉夏贝尔增资合同>的协议书》，全面终止执行前述《上海拉夏贝尔增资合同》及《协议书》，各方于增资协议项下的所有权利、义务（包括其中尚未履行或尚未履行完毕的各项事宜）予以解除，各方于增资协议项下不存有任何其他未结事项，亦不存在任何违约责任。

18、2011 年 5 月，股份公司设立

2011 年 2 月 25 日，拉夏贝尔有限召开董事会，同意将拉夏贝尔有限整体变更为股份有限公司，根据立信出具的“信会师报字[2011]第 10625 号”《审计报告》，截至 2010 年 12 月 31 日，拉夏贝尔有限净资产为 224,022,951.31 元，按照 1:0.9374 的比例折股后确定股份公司的总股本为 210,000,000 股，每股面值 1 元。

各发起人按变更前所持有的公司的股权比例认购拟设立股份公司的股份。同日，拉夏贝尔有限全体股东邢加兴、GOOD FACTOR、博信一期、上海合夏、上海融高、俞铁成、张江敏作为发起人签署了《上海拉夏贝尔服饰股份有限公司（筹）发起人协议》。

整体变更为股份公司后，公司的股权结构情况如下：

序号	发起人名称/姓名	认购股份数（股）	持股比例
1	邢加兴	85,984,500	40.945%
2	GOOD FACTOR	52,500,000	25.000%
3	博信一期	28,463,400	13.554%
4	上海合夏	27,396,600	13.046%
5	上海融高	11,386,200	5.422%
6	俞铁成	2,845,500	1.355%
7	张江敏	1,423,800	0.678%
合计		210,000,000	100.000%

2011 年 3 月 25 日，上海市商务委员会下发《市商务委关于同意上海拉夏贝尔服饰有限公司改制为外商投资股份有限公司的批复》（沪商外资批[2011]861 号），同意拉夏贝尔有限整体转制为外商投资股份有限公司，名称变更为“上海拉夏贝尔服饰股份有限公司”。2011 年 3 月 31 日，公司获发“商外资沪股份字[2010]第 1172 号”《中华人民共和国台港澳侨投资企业批准证书》。2011 年 4 月 1 日，立信出具“信会师报字[2011]第 12488 号”《验资报告》，审验股份公司整体变更设立时的注册资本已由各发起人足额缴纳。2011 年 5 月 9 日，公司召开创立大会暨第一次股东大会。

2011 年 5 月 23 日，上海市工商行政管理局颁发了注册号为 310104000185979 的《企业法人营业执照》。该营业执照记载公司名称为“上海拉夏贝尔服饰股份有限公司”，注册资本为 21,000 万元，企业类型为股份有限公司（台港澳与境内合资、未上市）。

19、2013 年 2 月，第七次增加注册资本

2012 年 11 月 9 日，2012 年第四次临时股东大会决议，同意将公司注册资本由 21,000 万元增加到 34,650 万元。根据修改后的公司章程规定，公司按每 10

股转增 6.5 股的比例，以资本公积、未分配利润向全体股东转增股份总额 13,650 万股，每股面值 1 元，其中由资本公积转增 2,100 万元，由未分配利润转增 11,550 万元。

2013 年 1 月 5 日，上海市商务委员会办公室下发《市商务委关于同意上海拉夏贝尔服饰股份有限公司增资扩股的批复》（沪商外资批（2013）26 号），同意公司各投资方于 2012 年 11 月 9 日签署的公司新章程，并同意本次增资事宜。2013 年 1 月 10 日，公司获发“商外资沪股份字[2010]1172 号”《中华人民共和国台港澳侨投资企业批准证书》。

2013 年 1 月 24 日，立信所审验了该次出资，并出具“信会师报字[2013]第 110063 号”《验资报告》，验证该次增资已到位。

2013 年 2 月 7 日，公司完成工商变更登记并换发取得了注册号为 310104000185979 的《企业法人营业执照》。本次增资完成后，公司的股权结构如下：

序号	股东名称/姓名	持股数量（股）	持股比例
1	邢加兴	141,874,425	40.945%
2	GOOD FACTOR	86,625,000	25.000%
3	博信一期	46,964,610	13.554%
4	上海合夏	45,204,390	13.046%
5	上海融高	18,787,230	5.422%
6	俞铁成	4,695,075	1.355%
7	张江敏	2,349,270	0.678%
合计		346,500,000	100.000%

20、2013 年 6 月，第八次增加注册资本

2013 年 5 月 23 日，公司召开 2013 年第二次临时股东大会，同意将公司注册资本由 34,650 万元增加到 36,473.6842 万元。新增股东宽街博华（曾用名“北京高盛投资中心（有限合伙）”）出资 30,000 万元，其中 1,823.6842 万元计入注册资本，溢价部分计入资本公积。本次增资系因公司发展需要而引入国际知名外部投资机构，增资价格由双方协商确定，对应公司 2013 年度净利润约 14.51 倍市盈率。

2013 年 6 月 19 日，上海市商务委员会办公室下发《市商务委关于同意上海拉夏贝尔服饰股份有限公司增资等事项的批复》（沪商外资批（2013）2249 号），同意本次增资事宜。2013 年 6 月 21 日公司获发“商外资沪股份字[2010]1172 号”《中华人民共和国台港澳侨投资企业批准证书》

2013 年 6 月 25 日，普华永道审验了该次出资，并出具普华永道中天验字（2013）第 399 号《验资报告》，验证该次增资已到位。

2013 年 6 月 27 日，公司完成工商变更登记并换发取得了注册号为 310104000185979 的《企业法人营业执照》。本次增资完成后，公司的股权结构如下：

序号	股东名称/姓名	持股数量（股）	持股比例
1	邢加兴	141,874,425	38.898%
2	GOOD FACTOR	86,625,000	23.750%
3	博信一期	46,964,610	12.876%
4	上海合夏	45,204,390	12.394%
5	上海融高	18,787,230	5.151%
6	俞铁成	4,695,075	1.287%
7	张江敏	2,349,270	0.644%
8	宽街博华	18,236,842	5.000%
合计		364,736,842	100.000%

21、2013 年 8 月，第十一次股权转让

2013 年 5 月 23 日，公司召开 2013 年第二次临时股东大会，审议通过了公司股份转让的相关事宜，包括：（1）博信一期将其持有公司的 19,437,042 股股份作价 293,091,156.32 元转让给 Boxin China；（2）博信一期将其持有公司的 4,045,263 股股份作价 60,998,520.77 元转让给鲲行投资。2013 年 6 月 28 日，博信一期分别与 Boxin China、鲲行投资签订股权转让协议。本次股权转让系博信一期因自身业务发展及资产流动性需要，对应公司 2013 年净利润约 13.30 倍市盈率。

2013 年 8 月 7 日，上海市商务委员会办公室下发《市商务委关于同意上海拉夏贝尔服饰股份有限公司股权转让的批复》（沪商外资批（2013）3068 号），

同意本次股权转让事宜。2013 年 8 月 9 日，公司获发“商外资沪股份字[2010]1172 号”《中华人民共和国外商投资企业批准证书》。

就本次股份转让事宜，公司于 2013 年 8 月 9 日向 Boxin China 及鲲行投资颁发了反映该等股东持股情况的出资证明文件并于 2013 年 8 月 9 日更新其股东名册以记载 Boxin China 及鲲行投资各自的名称和持股情况。

本次股权转让完成后，拉夏贝尔有限的股权结构如下：

序号	股东名称/姓名	持股数量（股）	持股比例
1	邢加兴	141,874,425	38.898%
2	GOOD FACTOR	86,625,000	23.750%
3	上海合夏	45,204,390	12.394%
4	博信一期	23,482,305	6.438%
5	Boxin China	19,437,042	5.329%
6	上海融高	18,787,230	5.151%
7	俞铁成	4,695,075	1.287%
8	鲲行投资	4,045,263	1.109%
9	张江敏	2,349,270	0.644%
10	宽街博华	18,236,842	5.000%
合计		364,736,842	100.000%

22、2014 年 10 月，发行境外上市外资股（H 股）

2013 年 8 月 11 日，公司召开 2013 年第四次临时股东大会，会议通过《关于公司首次公开发行境外上市外资股（H 股）并在香港联交所主板上市方案的议案》。2014 年 3 月 11 日，中国证券监督管理委员会下发《关于核准上海拉夏贝尔服饰股份有限公司发行境外上市外资股的批复》（证监许可（2014）279 号），同意公司发行不超过 139,817,000 股境外上市外资股，每股面值人民币 1 元，全部为普通股。公司于 2014 年 10 月 9 日在香港联交所主板挂牌上市，公开发行 H 股 121,579,000 股，超额配售权执行后共发行 138,643,000 股。

2015 年 5 月 12 日，普华永道审验了公司因发行 H 股募集资金而新增的注册资本和实收资本情况，并出具普华永道中天验字（2015）第 500 号《验资报告》，验证所有增加出资已到位。

2015 年 6 月 8 日，上海市商务委员会办公室下发《市商务委关于同意上海拉夏贝尔服饰股份有限公司增资扩股等事项的批复》（沪商外资批（2015）2094 号），同意本次增资扩股事项。

2015 年 6 月 23 日，公司完成工商变更登记并换发取得了注册号为 310104000185979 的《企业法人营业执照》。该营业执照记载，注册资本为 50,337.9842 万元，企业类型为股份有限公司（台港澳合资、上市）。

上市后公司股权结构如下所示：

序号	股东名称	持股数量（股）	持股比例	股份性质
1	邢加兴	141,874,425	28.18%	内资股
2	GOOD FACTOR	86,625,000	17.21%	H 股
3	上海合夏	45,204,390	8.98%	内资股
4	博信一期	23,482,305	4.67%	内资股
5	Boxin China	19,437,042	3.86%	非境外上市外资股
6	上海融高	18,787,230	3.73%	内资股
7	宽街博华	18,236,842	3.62%	内资股
8	俞铁成	4,695,075	0.93%	内资股
9	鲲行投资	4,045,263	0.81%	内资股
10	张江敏	2,349,270	0.47%	非境外上市外资股
11	其他 H 股股东	138,643,000	27.54%	H 股
合计		503,379,842	100.00%	

23、2015 年 6 月及 7 月，股份回购

2015 年 5 月 5 日，公司召开 2014 年股东周年大会、2015 年第一次内资股及非上市外资股持有人类别股东大会和 2015 年第一次 H 股持有人类别股东大会，审议通过了《审议和批准授出一般性授权以购回本公司的 H 股》，同意在获得有关监管机构批准以及符合法律、法规和《公司章程》的情况下，授权董事会在相关授权期间适时决定回购不超过有关决议通过之日公司已发行 H 股总额 10% 的 H 股股份事项。此次股份回购主要系公司管理层认为在公司经营状况较好的情况下，当时 H 股股价未充分反映公司的投资价值。

在获得上述授权后，公司董事会于 2015 年 5 月 22 日向债权人进行了公告，

并于同日在《上海商报》刊登《回购 H 股的债权人公告》。公司于 2015 年 6 月 16 日实施首次回购。截至 2015 年 7 月 16 日公司合计回购 H 股数量为 10,478,200 股，占公司回购前 H 股股份总数的 4.56%。公司已将该部分回购股份予以注销。回购股份注销后，公司股份总额减少 10,478,200 股，变更为 492,901,642 股，注册资本减少 10,478,200 元，变更为 492,901,642 元。

2015 年 8 月 7 日，普华永道审验了该次减资，并出具“普华永道中天验字（2015）第 1015 号”《上海拉夏贝尔服饰股份有限公司回购境外上市的外资股 H 股验资报告》，验证所有股权回购款项已支付。

2015 年 8 月 19 日，上海市商务委员会办公室下发《市商务委关于同意上海拉夏贝尔服饰股份有限公司减资的批复》（沪商外资批（2015）3000 号），同意本次回购 H 股减资事项。2015 年 8 月 26 日，公司换发取得“商外资沪股份字[2010]1172 号”《中华人民共和国外商投资企业批准证书》。

2015 年 9 月 14 日，公司完成工商变更登记并换发取得了注册号为 310104000185979 的《企业法人营业执照》。本次回购完成后，公司股权结构如下：

序号	股东名称	持股数量（股）	持股比例	股份性质
1	邢加兴	141,874,425	28.78%	内资股
2	GOOD FACTOR	86,625,000	17.57%	H 股
3	上海合夏	45,204,390	9.17%	内资股
4	博信一期	23,482,305	4.76%	内资股
5	Boxin China	19,437,042	3.94%	非境外上市外资股
6	上海融高	18,787,230	3.81%	内资股
7	宽街博华	18,236,842	3.70%	内资股
8	俞铁成	4,695,075	0.95%	内资股
9	鲲行投资	4,045,263	0.82%	内资股
10	张江敏	2,349,270	0.48%	非境外上市外资股
11	其他 H 股股东	128,164,800	26.00%	H 股
合计		492,901,642	100.00%	

（二）重大资产重组行为

本公司自设立以来，未发生重大资产重组情况。

四、发行人历次验资情况

（一）发行人历次验资情况

1、首次出资设立的验资情况

2001 年 3 月 6 日，上海新中创会计师事务所有限公司就各出资人向拉夏贝尔有限设立时的出资情况，出具了“新中创会师报字（2001）0415 号”《验资报告》，确认截至 2001 年 3 月 6 日，拉夏贝尔有限成立时的注册资本 50 万元已由各股东足额缴纳，全部以货币形式出资，其中：邢加兴以货币出资 45 万元，占注册资本 90%；吴金应以货币出资 5 万元，占注册资本 10%。

2、2001 年注册资本增至 100 万元的验资情况

2001 年 12 月 24 日，上海东华会计师事务所有限公司就拉夏贝尔有限股东增加注册资本的出资情况，出具了“东会验发[2001]1793 号”《验资报告》，确认截至 2001 年 12 月 21 日，拉夏贝尔有限分别收到股东缴纳的新增注册资本合计 50 万元，全部以货币形式出资，其中邢加兴增资 45 万元，新增股东张广奋出资 5 万元，至此，邢加兴、吴金应、张广奋三位的持股比例分别为 90%、5%、5%，此次增资后拉夏贝尔有限注册资本由 50 万元增加至 100 万元。

3、2003 年注册资本增至 260 万元的验资情况

2003 年 3 月 12 日，上海新中创会计师事务所有限公司就拉夏贝尔有限增加注册资本的出资情况，出具了“新中创会师报字（2003）0387 号”《验资报告》。根据该验资报告，截至 2003 年 3 月 11 日，拉夏贝尔有限分别收到股东缴纳的新增注册资本合计 160 万元，全部以货币形式出资，其中：邢加兴增资 144 万，吴金应和张广奋分别增资 8 万元。至此，三位股东的持股比例分别为 90%、5%、5%。增资后，注册资本增加至 260 万元。

4、2004 年注册资本增至 450 万元的验资情况

2004 年 3 月 25 日，上海新中创会计师事务所有限公司就拉夏贝尔有限增加注册资本的出资情况，出具了“新中创会师报字（2004）0530 号”《验资报告》。根据该《验资报告》，截至 2004 年 3 月 25 日，拉夏贝尔有限分别收到各股东缴纳的新增注册资本合计 190 万元，全部以货币形式出资，其中：邢加兴增资 171 万元，吴金应和张广奋分别增资 9.5 万元。至此，三位股东的持股比例分别为 90%、5%、5%。增资后，注册资本增加至 450 万元。

5、2008 年注册资本增至 750 万元的验资情况

2008 年 1 月 8 日，上海君宜会计师事务所有限公司就拉夏贝尔有限增加注册资本的出资情况，出具了“君宜会师报字（2008）第 030 号”《验资报告》，确认截至 2008 年 1 月 8 日，拉夏贝尔有限已收到股东新缴纳的注册资本 300 万元，其中新宝联增资 225 万元，南京金露增资 75 万元。此后，拉夏贝尔有限注册资本增加到 750 万元。各股东的出资情况为：邢加兴出资 369 万元，占注册资本的 49.2%；新宝联出资 225 万元，占注册资本的 30%；南京金露出资 75 万元，占注册资本的 10%；章丹玲出资 40.5 万元，占注册资本的 5.4%；吴金应出资 40.5 万元，占注册资本的 5.4%。

立信所于 2011 年 12 月 5 日出具的《关于上海拉夏贝尔服饰股份有限公司注册资本实收情况的复核报告》，确认“君宜会师报字（2008）第 030 号”《验资报告》所列的验资金额已足额缴纳。

6、2010 年注册资本增至 1,000 万元的验资情况

2010 年 5 月 19 日，上海中勤万信会计师事务所有限公司就拉夏贝尔有限增加注册资本的出资情况，出具了“沪勤外验字（2010）第 00023 号”《验资报告》，确认截至 2010 年 5 月 12 日，新股东 GOOD FACTOR 已足额认缴新增注册资本 250 万元，以美元现汇方式缴付，此次增资后，公司的注册资本由 750 万元增加至 1,000 万元。

增资后，各方的出资情况为：邢加兴出资 403.125 万元，占注册资本的 40.3125%；GOOD FACTOR 出资 250 万元，占注册资本的 25.0000%；博信一期出资 150 万元，占注册资本的 15.0000%；上海合夏出资 114.375 万元，占注册资

本的 11.4375%；上海融高出资 60 万元，占注册资本的 6.0000%；俞铁成出资 15 万元，占注册资本的 1.5000%；张江敏出资 7.5 万元，占注册资本的 0.7500%。

立信所于 2011 年 12 月 05 日出具的《关于上海拉夏贝尔服饰股份有限公司注册资本实收情况的复核报告》，确认“沪勤外验字（2010）第 00023 号”《验资报告》所列的验资金额已足额缴纳。

7、2010 年注册资本增至 1,106.6667 万元的验资情况

2010 年 12 月 15 日，上海中勤万信会计师事务所为拉夏贝尔有限增加注册资本的出资情况，出具了“沪勤外验字（2010）第 00065 号”《验资报告》，确认截至 2010 年 12 月 10 日，拉夏贝尔有限新增注册资本 106.6667 万元，由 GOOD FACTOR 以相当于 4,626.5075 万元的等额美元现汇认购，溢价部分的 4,519.8408 万元计入拉夏贝尔有限资本公积。

增资后，各方的出资情况为：邢加兴出资 453.125 万元，占注册资本的 40.945%；GOOD FACTOR 出资 276.667 万元，占注册资本的 25.000%；博信一期出资 150 万元，占注册资本的 13.554%；上海合夏出资 114.375 万元，占注册资本的 13.046%；上海融高出资 60 万元，占注册资本的 5.422%；俞铁成出资 15 万元，占注册资本的 1.355%；张江敏出资 7.5 万元，占注册资本的 0.678%。

立信所于 2011 年 12 月 05 日出具的《关于上海拉夏贝尔服饰股份有限公司注册资本实收情况的复核报告》，确认“沪勤外验字（2010）第 00065 号”《验资报告》所列的验资金额已足额缴纳。

8、整体变更为股份公司的验资情况

2011 年 4 月 1 日，立信对拉夏贝尔有限整体变更设立为股份公司的出资情况，出具了“信会师报字[2011]第 12488 号”《验资报告》。根据该审验，截至 2011 年 4 月 1 日，公司变更后的注册资本实收金额为 21,000 万元。

9、2013 年注册资本增至 34,650 万元的验资情况

2013 年 1 月 24 日，立信所就拉夏贝尔增加注册资本的出资情况，出具了“信会师报字[2013]第 110063 号”《验资报告》。根据该审验，截至 2013 年 1 月 14

日止，公司已将资本公积 2,100 万元，未分配利润 11,550 万元，合计 13,650 万元转增股本。

10、2013 年注册资本增至 36,473.6842 万元的验资情况

2013 年 6 月 25 日，普华永道就拉夏贝尔增加注册资本的出资情况，出具了“普华永道中天验字（2013）第 399 号”《验资报告》。根据该审验，截至 2013 年 6 月 24 日止，公司已收到宽街博华缴纳的新增出资合计人民币 3 亿元，其中实收资本为人民币 18,236,842.00 元，资本公积为人民币 281,763,158.00 元，全部由宽街博华以货币出资。

11、2014 年发行 H 股的验资情况

2015 年 5 月 12 日，普华永道就拉夏贝尔因向境外投资者首次发行境外上市的外资股 H 股募集资金而新增注册资本，出具了普华永道中天验字（2015）第 500 号《验资报告》。根据该审验，截至 2014 年 10 月 30 日止，拉夏贝尔通过发行境外上市外资股 H 股，收到本次增加出资 1,886,980,578.93 港币，其中增加出资股本人民币 138,643,000.00 元，增加资本公积人民币 1,328,029,338.01 元（已扣除承销费用、网上发行手续费、登记费、交易费及其他应从募集资金中扣减的上市发行相关费用）。所有增加出资均以港币现汇形式投入。

12、2015 年注册资本减至 49,290.1642 万元的验资情况

2015 年 8 月 7 日，普华永道就拉夏贝尔因向境外投资者回购境外上市的外资股 H 股而减少注册资本和实收资本，出具了“普华永道中天验字（2015）第 1015 号”《验资报告》。根据该审验，2015 年 6 月 16 日至 2015 年 7 月 16 日期间，公司通过回购境外上市外资股 H 股，支付港币 149,794,088.60 元（折合人民币 120,046,646.47 元），其中减少股本人民币 10,478,200.00 元，减少资本公积人民币 109,568,446.47 元。所有股权回购均以港币现金形式支出。

本次回购完成后，公司股权结构如下：

序号	股东名称	持股数量（股）	持股比例	股份性质
1	邢加兴	141,874,425	28.78%	内资股
2	GOOD FACTOR	86,625,000	17.57%	H 股

序号	股东名称	持股数量（股）	持股比例	股份性质
3	上海合夏	45,204,390	9.17%	内资股
4	博信一期	23,482,305	4.76%	内资股
5	Boxin China	19,437,042	3.94%	非境外上市外资股
6	上海融高	18,787,230	3.81%	内资股
7	宽街博华	18,236,842	3.70%	内资股
8	俞铁成	4,695,075	0.95%	内资股
9	鲲鹏投资	4,045,263	0.82%	内资股
10	张江敏	2,349,270	0.48%	非境外上市外资股
11	其他 H 股股东	128,164,800	26.00%	H 股
合计		492,901,642	100.00%	

公司历次验资的具体情况详见本节之“三、发行人股本结构的形成、变化及重大资产重组情况”之“（一）本公司股本结构的形成及变化”。

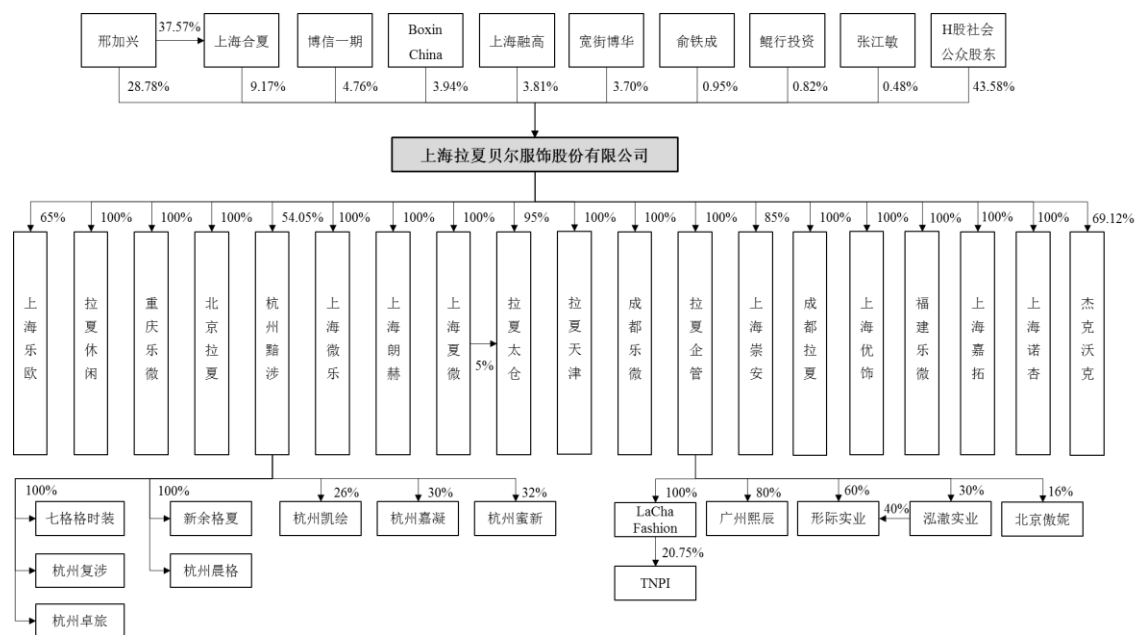
（二）设立时发起人投入资产的计量属性

公司是由拉夏贝尔有限整体变更设立，公司整体变更时股东投入的资产为拉夏贝尔有限的全部净资产，根据立信出具的“信会师报字[2011]第 10625 号”审计报告，以截至 2010 年 12 月 31 日母公司财务报表的净资产为基础，确定股份公司的总股本为 21,000 万元，整体变更为股份有限公司，注册资本为 21,000 万元。

五、发行人组织结构

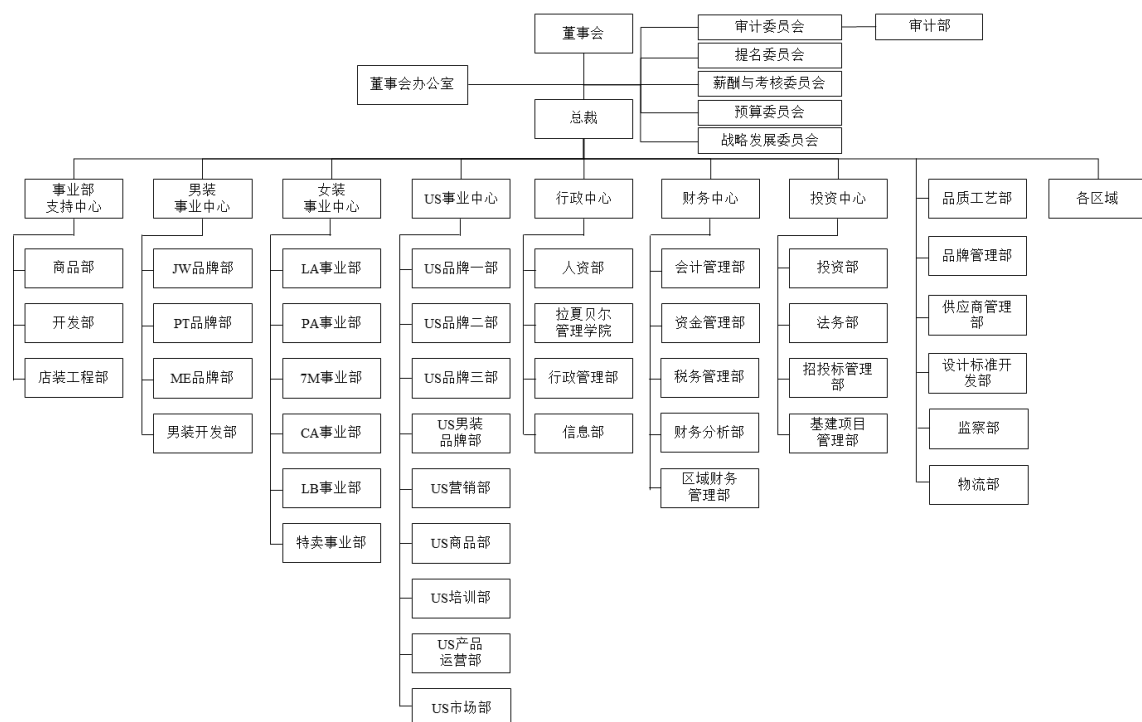
（一）公司股权结构图

截至 2016 年 12 月 31 日，公司股权结构如下图所示：



(二) 公司内部组织结构图

截至 2016 年 12 月 31 日，公司内部组织结构如下图所示：



(三) 公司内部组织机构的设置与运行情况

公司的法人治理结构由股东大会、董事会和监事会构成。股东大会是公司的最高权力机构，董事会是公司的决策机构，监事会对公司董事会、高级管理人员

以及公司的生产经营情况进行监督。

公司各职能部门及职能中心的主要职能如下：

职能部门	主要职能
女装事业中心	女装事业中心的主要职能是负责女装品牌的经营管理；负责女装品牌定位、商品企划，产品架构设计，产品研发与大货监控；负责女装品牌的商品管理，货控管理，库存、折扣管理；负责女装品牌的陈列标准、手册制定与落地，大片的摄影、创意；负责女装品牌的销售运营管理，销售业绩达成；负责制定特卖店及特卖相关零售运营标准。
男装事业中心	男装事业中心的主要职能是参与男装品牌的战略定位、建设规划、传播推广等发展策略的制定；制定男装品牌年度经营目标、采购预算目标、产品开发计划；组织实施产品开发任务；制定并执行男装品牌的销售预算、利润预算等；负责男装品牌的终端陈列、平面企划、活动策划、市场信息收集、汇总、分析、研究等工作。
US 事业中心	US 事业中心的主要职能是参与 US 品牌的战略定位、建设规划、传播推广等发展策略的制定；制定 US 品牌年度经营目标、采购预算目标、产品开发计划；组织实施产品开发任务；制定并执行 US 品牌的销售预算、利润预算等；负责 US 品牌的终端陈列、平面企划、活动策划等工作；建立并完善 US 零售实训体系、事业中心培训体系。
事业部支持中心	事业部支持中心的主要职能是根据公司销售战略，协助制定公司年度渠道开发策略和执行计划；负责专卖店的开发与续约、维护工作；负责专柜的开发与加密工作；负责跨区域大客户的开发和维护工作等；制订培训管理制度，建立终端零售培训体系；维护产品主数据，跟踪收发货情况，制定货品首次铺货以及后期补货、调货标准并执行，制定终端货品的促销活动策略并监控执行；负责工程项目的技术管理、合同管理、质量控制、进度控制及费用控制工作，及协调项目小组完成公司设定的店装工程指标。
投资中心	投资中心的主要职能是负责对公司总部直接投资的独资、控股、参股子公司/项目进行投资管理；负责公司有关法律纠纷的调解、仲裁、起诉材料的整理等诉讼准备，法律证据搜集等；在公司发展扩大过程中管理、增设基础硬件（如物流仓储、总部大楼、配套设施等）；根据企业管理需求，制定并严格执行招投标管理制度，规范招投标流程。
财务中心	财务中心的主要职能是建立公司会计核算体系和制度，按照法律法规及会计准则的要求进行账务核算、编制会计报表；负责公司资金的集中统一管理；负责公司日常税务申报及纳税事项管理；负责财务预算、分析工作，定期完成内部经营分析报告等。
行政中心	行政中心的主要职能是全面统筹管理公司人资、培训、信息、行政工作，包括根据公司业务发展战略规划，统筹规划公司的人力资源管理工作；搭建公司培训体系；搭建行政管理系统的支撑框架并实施；全面统筹企业信息系统的规划、建设、管理、实施培训和运维支持等工作。
品质工艺部	品质工艺部的主要职能是采购品的取样送检、收集提供采购品的质检报告和相关的产品说明；监控供应商的能力、信誉并进行供应商评审等。

职能部门	主要职能
品牌管理部	品牌管理部的主要职能是负责规划和制定集团及各品牌的市场定位与发展策略、公关传播及推广、视觉形象标准及运用，终端门店的视觉创意、陈列标准及运用，策划及监督品牌和区域的年度市场推广活动等。
供应商管理部	供应商管理部的主要职能是负责成衣及面辅料供应商的开发与管理，组织制定供应商各项管理流程、制度、绩效考核标准，根据年度销售需求预测需求计划，制定年、季度产能规划并监控实施，成本管理与生产、采购的协同，统筹管理成本价格等。
设计标准开发部	设计标准开发部的主要职能是根据品牌定位及公司总体规划，设计各品牌店面视觉效果、制定道具标准并定期更新，制作店铺装修全套图纸，对重要体验店提供现场装修指导，为工程施工提供图纸相关咨询等。
物流部	物流部的主要职能是根据公司发展规模和进度搭建全国配送部的网络体系；确保各配送部的业务运作顺畅；制订年度的货品收、发计划，优化和管理全国的承运业务。
监察部	监察部的主要职能是建立和维护公司反腐败体系，受理和调查企业内部各种腐败及严重违规违纪行为的举报投诉案件，组织开展商品成本、物资成本、资产成本的成本调查，开展供应商的货源渠道、背景、资质以及涉嫌违反合同约定等行为的合规调查等。
审计部	审计部的主要职能是制定年度审计工作计划，确定内部审计工作重点；参与重大项目的审计活动；向董事会审计委员会汇报审计情况等。
董事会办公室	董事会办公室的主要职能是负责协助董事会处理日常工作事务，组织管理公司信息披露事务与投资者关系。

（四）发行人的分支机构

截至 2016 年 12 月 31 日，公司及其子公司下设 1,501 家分公司，主要用于在各地租赁门店，开展专卖店的经营。

六、发行人控股子公司、参股公司的简要情况

（一）本公司的控股子公司

截至 2016 年 12 月 31 日，公司共有 16 家全资子公司、11 家控股子公司和 6 家参股子公司。

其中，公司直接控股子公司的基本情况如下：

1、拉夏休闲

公司名称	上海拉夏贝尔休闲服饰有限公司
成立时间	2010 年 02 月 09 日

注册资本	500 万元
公司住所	上海市徐汇区康健路 139 号 711 室
股东构成	公司持股 100%
主要业务	公司各品牌服装产品的销售业务

报告期内，拉夏休闲的主要财务情况如下：

单位：万元

项目	2016 年 12 月 31 日 /2016 年度	2015 年 12 月 31 日 /2015 年度	2014 年 12 月 31 日 /2014 年度
总资产	47,118.24	66,048.24	87,040.32
净资产	8,340.57	7,206.28	8,483.44
营业收入	96,694.94	73,486.46	84,026.38
营业成本	29,201.40	29,584.50	38,187.84
期间费用	53,553.66	37,325.90	35,755.00
净利润	1,134.29	3,922.96	7,665.70

2、上海乐欧

公司名称	上海乐欧服饰有限公司
成立时间	2010 年 10 月 18 日
注册资本	1,600 万元
公司住所	上海市闵行区虹梅南路 4999 弄 23 号一楼 A 区 02 室
股东构成	公司持股 65%；ICL 持股 20%；TBP 持股 15%
主要业务	运营管理 Candie's 品牌女装服装产品的研发设计、销售业务

公司与 ICL、TBP 于 2010 年签署《中外合资经营合同》、《上海乐欧服饰有限公司章程》，约定合资设立上海乐欧服饰有限公司，注册资本 1,500 万元人民币，其中公司出资 975 万元人民币，占合资公司 65%的股权，ICL 出资 300 万元人民币，占合资公司 20%的股权，TBP 出资 225 万元人民币，占合资公司 15%的股权。2010 年 10 月 18 日，上海乐欧完成工商设立。

2011 年 12 月 9 日，三方签署《中外合资经营合同》，约定按照持股比例对上海乐欧进行增资，增资后上海乐欧注册资本 1,600 万元人民币，其中公司出资 1,040 万元人民币，占合资公司 65%的股权，ICL 出资 320 万元人民币，占合资公司 20%的股权，TBP 出资 240 万元人民币，占合资公司 15%的股权。

报告期内，上海乐欧的主要财务情况如下：

单位：万元

项目	2016 年 12 月 31 日 /2016 年度	2015 年 12 月 31 日 /2015 年度	2014 年 12 月 31 日 /2014 年度
总资产	29,690.60	46,286.69	38,967.05
净资产	5,175.91	5,343.30	3,700.66
营业收入	36,045.43	40,365.73	36,216.52
营业成本	24,654.44	27,085.78	22,642.89
期间费用	11,151.25	10,646.05	9,342.78
净利润	-167.39	1,390.92	2,357.19

3、重庆乐微

公司名称	重庆乐微服饰有限公司
成立时间	2010 年 12 月 22 日
注册资本	50 万元
公司住所	重庆市南岸区南坪街道江南大道 35 号 301-2-3 号
股东构成	公司持股 100%
主要业务	公司各品牌服装产品的销售业务

报告期内，重庆乐微的主要财务情况如下：

单位：万元

项目	2016 年 12 月 31 日 /2016 年度	2015 年 12 月 31 日 /2015 年度	2014 年 12 月 31 日 /2014 年度
总资产	1,509.97	6,741.41	5,132.05
净资产	520.22	585.09	342.00
营业收入	3,290.32	4,221.40	4,344.33
营业成本	1,638.66	1,777.81	1,683.90
期间费用	1,669.13	2,131.76	2,206.09
净利润	-64.87	191.01	305.39

4、北京拉夏

公司名称	北京拉夏乐微服饰有限公司
成立时间	2010 年 12 月 28 日
注册资本	50 万元
公司住所	北京市大兴区西红门镇欣宁街 15 号 3-02-84-MSU
股东构成	公司持股 100%
主要业务	公司各品牌服装产品的销售业务

报告期内，北京拉夏的主要财务情况如下：

单位：万元

项目	2016 年 12 月 31 日 /2016 年度	2015 年 12 月 31 日 /2015 年度	2014 年 12 月 31 日 /2014 年度
总资产	3,890.30	11,273.11	7,992.95
净资产	2,371.43	1,364.12	929.62
营业收入	7,018.26	10,330.64	9,795.74
营业成本	2,787.17	4,110.91	3,947.12
期间费用	2,746.73	5,232.88	5,053.95
净利润	1,007.31	699.06	471.30

5、成都拉夏

公司名称	成都拉夏贝尔服饰有限公司
成立时间	2011 年 2 月 17 日
注册资本	50 万元
公司住所	成都市锦江区学道街 81 号中电大厦 4 层 401、402、403、418 号
股东构成	公司持股 100%
主要业务	公司各品牌服装产品的销售业务

报告期内，成都拉夏的主要财务情况如下：

单位：万元

项目	2016 年 12 月 31 日 /2016 年度	2015 年 12 月 31 日 /2015 年度	2014 年 12 月 31 日 /2014 年度
总资产	6,279.77	12,309.27	12,938.76
净资产	2,085.27	1,469.58	752.28
营业收入	13,012.72	16,936.52	22,553.67
营业成本	5,072.24	6,076.76	9,823.76
期间费用	6,864.48	8,980.25	11,206.34
净利润	615.69	1,214.45	1,022.11

6、上海微乐

公司名称	上海微乐服饰有限公司
成立时间	2011 年 11 月 23 日
注册资本	5,000 万元
公司住所	上海市闵行区放鹤路 1088 号第 3 幢 1049 室
股东构成	公司持股 100%

主要业务	运营管理公司 Puella 品牌服装产品的研发设计、销售业务

报告期内，上海微乐的主要财务情况如下：

单位：万元

项目	2016 年 12 月 31 日 /2016 年度	2015 年 12 月 31 日 /2015 年度	2014 年 12 月 31 日 /2014 年度
总资产	129,754.34	153,932.10	142,479.88
净资产	29,709.63	21,306.47	17,928.64
营业收入	122,395.13	128,569.97	113,747.36
营业成本	77,971.29	81,088.43	70,093.53
期间费用	41,128.66	31,498.32	19,809.36
净利润	3,503.16	12,674.13	15,811.74

7、上海朗赫

公司名称	上海朗赫服饰有限公司
成立时间	2011 年 12 月 5 日
注册资本	人民币 500 万元
公司住所	上海市徐汇区沪闵路 9818 号 1 幢 632 室
股东构成	公司持股 100%
主要业务	运营管理公司 Vougeek/POTE 男装品牌服装产品的研发设计、销售业务

报告期内，上海朗赫的主要财务情况如下：

单位：万元

项目	2016 年 12 月 31 日 /2016 年度	2015 年 12 月 31 日 /2015 年度	2014 年 12 月 31 日 /2014 年度
总资产	18,631.30	34,475.53	30,175.10
净资产	-670.58	-1,592.06	-1,827.93
营业收入	30,215.21	23,909.81	17,682.23
营业成本	19,857.51	16,597.04	11,417.30
期间费用	9,484.14	7,109.42	5,818.21
净利润	921.48	68.30	-417.45

8、上海夏微

公司名称	上海夏微服饰有限公司
成立时间	2011 年 12 月 21 日
注册资本	人民币 500 万元

公司住所	上海市徐汇区沪闵路 9818 号 1 幢 641 室
股东构成	公司持股 100%
主要业务	运营管理公司 7m 品牌服装产品的研发设计、销售业务

报告期内，上海夏微的主要财务情况如下：

单位：万元

项目	2016 年 12 月 31 日 /2016 年度	2015 年 12 月 31 日 /2015 年度	2014 年 12 月 31 日 /2014 年度
总资产	67,295.41	75,487.74	63,363.44
净资产	15,986.68	8,267.94	5,380.58
营业收入	83,227.27	74,440.46	58,749.04
营业成本	51,560.74	46,202.38	35,335.72
期间费用	19,384.25	18,884.08	16,433.78
净利润	7,718.75	6,542.07	4,592.91

9、拉夏太仓

公司名称	拉夏贝尔服饰（太仓）有限公司
成立时间	2012 年 8 月 9 日
注册资本	人民币 10,000 万元
公司住所	太仓经济开发区广州东路 116 号
股东构成	公司持 95%、上海夏微持 5%
主要业务	公司各品牌服装产品的销售业务，太仓物流仓储中心运营业务

报告期内，拉夏太仓的主要财务情况如下：

单位：万元

项目	2016 年 12 月 31 日 /2016 年度	2015 年 12 月 31 日 /2015 年度	2014 年 12 月 31 日 /2014 年度
总资产	146,639.11	164,137.73	131,053.23
净资产	25,417.20	18,737.57	19,321.30
营业收入	204,441.82	156,372.16	112,428.18
营业成本	88,032.85	63,736.39	48,250.11
期间费用	105,184.22	81,313.02	50,722.30
净利润	6,679.63	6,919.90	8,394.23

10、拉夏天津

公司名称	拉夏贝尔服饰（天津）有限公司

成立时间	2012 年 11 月 15 日
注册资本	人民币 1,000 万元
公司住所	天津市西青经济开发区友谊南路 127 号
股东构成	公司持股 100%
主要业务	公司各品牌服装产品的销售业务

报告期内，拉夏天津的主要财务情况如下：

单位：万元

项目	2016 年 12 月 31 日 /2016 年度	2015 年 12 月 31 日 /2015 年度	2014 年 12 月 31 日 /2014 年度
总资产	101,020.65	87,001.83	54,401.72
净资产	25,265.78	16,248.42	2,477.76
营业收入	91,459.46	87,424.73	60,692.29
营业成本	39,209.18	36,500.34	33,530.40
期间费用	39,368.71	36,467.71	22,754.79
净利润	9,017.36	10,990.61	2,279.85

11、成都乐微

公司名称	成都乐微服饰有限公司
成立时间	2013 年 08 月 22 日
注册资本	人民币 1,000 万元
公司住所	成都市温江区成都海峡两岸科技产业开发园蒙桥路 777 号
股东构成	公司持股 100%
主要业务	公司各品牌服装产品的销售业务

报告期内，成都乐微的主要财务情况如下：

单位：万元

项目	2016 年 12 月 31 日 /2016 年度	2015 年 12 月 31 日 /2015 年度	2014 年 12 月 31 日 /2014 年度
总资产	34,491.66	33,831.78	19,341.89
净资产	11,901.19	7,685.59	3,636.11
营业收入	40,174.66	37,269.60	21,468.90
营业成本	17,051.59	17,389.08	10,034.26
期间费用	16,786.29	13,276.52	7,655.24
净利润	4,215.60	4,455.63	2,462.51

12、拉夏企管

公司名称	上海拉夏企业管理有限公司
成立时间	2015 年 5 月 5 日
注册资本	人民币 50,000 万元
公司住所	中国（上海）自由贸易试验区富特北路 277 号 6 层 673 室
股东构成	公司持股 100%
主要业务	除持有部分子公司股权外，未从事实际经营活动

报告期内，拉夏企管的主要财务情况如下：

单位：万元

项目	2016 年 12 月 31 日 /2016 年度	2015 年 12 月 31 日 /2015 年度
总资产	34,902.49	15,008.61
净资产	31,009.60	15,006.38
营业收入	0.00	0.00
营业成本	0.00	0.00
期间费用	12.37	-8.50
净利润	-91.67	6.38

13、LaCha Fashion I

公司名称	LaCha Fashion I Limited
成立时间	2015 年 6 月 25 日
注册资本	10,000 港币
公司住所	SUITE 1203、12/F RUTTONJEE HSE 11DUDELL ST CENTRAL HONG KONG
股东构成	拉夏企管持股 100%
主要业务	公司在香港设立的投资平台，负责对外投资业务

报告期内，LaCha Fashion I 的主要财务情况如下：

单位：万元

项目	2016 年 12 月 31 日 /2016 年度	2015 年 12 月 31 日 /2015 年度
总资产	2,670.09	0.00
净资产	2,669.53	0.00
营业收入	0.00	0.00
营业成本	0.00	0.00
期间费用	1.64	0.00
净利润	-1.37	0.00

14、广州熙辰

公司名称	广州熙辰服饰有限公司
成立时间	2016 年 2 月 4 日
注册资本	人民币 2,000 万元
公司住所	广州市海珠区赤岗西路 286 号 418 房
股东构成	拉夏企管持股 80%，楼铁红持股 20%
主要业务	运营管理中高端女装品牌 Siastella 的设计研发、销售业务

2015 年 12 月，拉夏企管与楼铁红签署《股东协议》，双方将合资设立合资公司运营 Siastella 服装品牌，注册资本 2,000 万元人民币，其中拉夏企管出资 1,600 万元，占合资公司 80% 股权，楼铁红出资 400 万元人民币，占合资公司 20% 股权。2016 年 2 月 4 日，合资公司广州熙辰服饰有限公司完成工商设立。

报告期内，广州熙辰的主要财务情况如下：

单位：万元

项目	2016 年 12 月 31 日/2016 年度
总资产	3,041.86
净资产	-325.58
营业收入	566.60
营业成本	182.88
期间费用	2,518.63
净利润	-2,125.58

15、形际实业

公司名称	形际实业（上海）有限公司
成立时间	2016 年 11 月 17 日
注册资本	人民币 2,000 万元
公司住所	上海市长宁区哈密路 1955 号 5F-478 室
股东构成	拉夏企管持股 60%，泓澈实业持股 40%
主要业务	计划引入并运营管理家居类品牌产品的设计研发、销售业务

2016 年 9 月，拉夏企管与泓澈实业签署《形际实业（上海）有限公司股东合同》，双方将合资设立合资公司运营家居类品牌产品，注册资本 2,000 万元人民币，其中拉夏企管出资 1,200 万元，占合资公司 60% 股权，泓澈实业出资 800 万元人民币，占合资公司 40% 股权。2016 年 11 月 17 日，合资公司形际实业（上

海)有限公司完成工商设立。

报告期内，形际实业的主要财务情况如下：

单位：万元

项目	2016 年 12 月 31 日/2016 年度
总资产	1,178.16
净资产	1,140.46
营业收入	0.00
营业成本	0.00
期间费用	59.53
净利润	-59.53

16、上海崇安

公司名称	上海崇安服饰有限公司
成立时间	2015 年 6 月 29 日
注册资本	人民币 1,500 万元
公司住所	上海市徐汇区古宜路 99 弄 12 号 1 层 126 室
股东构成	拉夏贝尔持股 85%，ICL-Marc Ecko Limited 持股 15%
主要业务	负责运营管理男装品牌 Marc Ecko 相关产品的研发设计、销售业务

2014 年 7 月，公司与 ICL-Marc Ecko Limited 签署《关于设立 Marc Ecko China Limited（上海马克艾蔻服饰有限公司）中外合资经营企业合作合同》及《公司章程》，约定双方合资设立合资公司，注册资本 1,500 万元人民币，其中公司出资 1,275 万元，占合资公司 85%股权，ICL-Marc Ecko Limited 出资 225 万元人民币，占合资公司 15%股权。2015 年 6 月 29 日，合资公司上海沐翊服饰有限公司完成工商设立。2015 年 11 月 17 日，公司名称变更为上海崇安服饰有限公司。

报告期内，上海崇安的主要财务情况如下：

单位：万元

项目	2016 年 12 月 31 日 /2016 年度	2015 年 12 月 31 日 /2015 年度
总资产	3,588.28	3,649.18
净资产	13.01	1,171.97
营业收入	1,511.02	854.99
营业成本	415.05	542.64

期间费用	2,408.00	369.69
净利润	-1,158.96	-103.03

17、杭州黯涉

公司名称	杭州黯涉电子商务有限公司
成立时间	2010 年 1 月 20 日
注册资本	人民币 5,946.5455 万元
公司住所	杭州市余杭区余杭经济开发区临平大道 733 号 1 号楼 3 层东 1-9
股东构成	拉夏贝尔持股 54.05%，曹青持股 23.86%，爱博科技有限公司持股 14.32%，杭州黯涉投资管理合伙企业（有限合伙）持股 7.77%
主要业务	运营管理公司线上销售平台，同时运营管理线上潮牌女装品牌七格格相关产品的设计研发、销售业务

2015 年 3 月 6 日，杭州黯涉通过董事会决议，同意曹青将持有的杭州黯涉 35.55%的股权计 1,766.2 万元人民币以 10,665 万元人民币对价转让给拉夏贝尔，沈琴华将持有杭州黯涉 4.09%的股权计 203.3 万元人民币以 1,227 万元人民币对价转让给拉夏贝尔，Matrix Partners China II Hong Kong Limited 将持有的杭州黯涉 5.36%的股权计 266.1 万元人民币以 1,608 万元人民币对价转让给拉夏贝尔；同意拉夏贝尔以货币方式增资 978.5455 万元人民币（实际交付 6,500 万元人民币，其中 978.5455 万元人民币为实缴的注册资金其余计入资本公积）。2015 年 3 月 7 日，曹青、沈琴华、Matrix Partners China II Hong Kong Limited 分别与拉夏贝尔签订股权转让协议。拉夏贝尔、曹青、爱博科技有限公司、杭州黯涉投资管理合伙企业（有限合伙）签订增资协议。2015 年 4 月 3 日，杭州黯涉完成了此次股权投资的工商变更，换发取得了注册号为 330184000110665 的《企业法人营业执照》。

报告期内，杭州黯涉的主要财务情况如下：

单位：万元

项目	2016 年 12 月 31 日 /2016 年度	2015 年 12 月 31 日 /2015 年度
总资产	43,538.74	34,679.00
净资产	30,675.05	26,807.88
营业收入	44,753.05	34,242.89
营业成本	28,448.28	14,505.83
期间费用	11,878.06	8,485.92

净利润	8,699.78	7,250.85

18、七格格时装

公司名称	浙江七格格时装有限公司
成立时间	2012 年 9 月 28 日
注册资本	人民币 1,000 万元
公司住所	杭州市余杭区余杭经济开发区宏达路 21 号
股东构成	杭州黯涉持股 100%
主要业务	运营管理公司 OTHERMIX 品牌服装产品的内购业务

报告期内，七格格时装的主要财务情况如下：

单位：万元

项目	2016 年 12 月 31 日 /2016 年度	2015 年 12 月 31 日 /2015 年度
总资产	911.27	921.17
净资产	839.05	823.19
营业收入	105.25	278.41
营业成本	73.37	222.04
期间费用	29.98	110.17
净利润	12.80	-46.37

19、杭州复涉

公司名称	杭州复涉服装有限公司
成立时间	2012 年 11 月 30 日
注册资本	人民币 100 万元
公司住所	杭州市余杭区南苑街道玩月街 101 号 1 号楼 502 室
股东构成	杭州黯涉持股 100%
主要业务	运营管理公司 OTHERMIX 品牌服装产品的电商折扣店业务

报告期内，杭州复涉的主要财务情况如下：

单位：万元

项目	2016 年 12 月 31 日 /2016 年度	2015 年 12 月 31 日 /2015 年度
总资产	100.93	101.69
净资产	99.90	81.72
营业收入	202.95	337.14

项目	2016 年 12 月 31 日 /2016 年度	2015 年 12 月 31 日 /2015 年度
营业成本	182.91	299.20
期间费用	1.49	43.15
净利润	18.18	-5.58

20、杭州卓旅

公司名称	杭州卓旅时装有限公司
成立时间	2015 年 8 月 5 日
注册资本	人民币 100 万元
公司住所	杭州市余杭区南苑街道玩月街 101 号 1 号楼 501 室
股东构成	杭州黯涉持股 100%
主要业务	无实际经营业务

报告期内，杭州卓旅的主要财务情况如下：

单位：万元

项目	2016 年 12 月 31 日 /2016 年度	2015 年 12 月 31 日 /2015 年度
总资产	0.08	10.42
净资产	-0.94	-0.45
营业收入	0.20	1.55
营业成本	0.08	1.07
期间费用	0.61	0.93
净利润	-0.48	-0.45

21、新余格夏

公司名称	新余格夏电子商务有限公司
成立时间	2016 年 7 月 13 日
注册资本	人民币 200 万元
公司住所	江西省新余市仙女湖区仰天岗国际生态城
股东构成	杭州黯涉持股 100%
主要业务	电商服务业务，运营管理线上销售平台，负责部分公司品牌产品电商平台的代运营业务

报告期内，新余格夏的主要财务情况如下：

单位：万元

项目	2016 年 12 月 31 日/2016 年度

项目	2016 年 12 月 31 日/2016 年度
总资产	5,862.59
净资产	3,135.95
营业收入	3,310.91
营业成本	0.00
期间费用	15.02
净利润	1,992.26

22、杭州晨格

公司名称	杭州晨格科技有限公司
成立时间	2016 年 7 月 20 日
注册资本	人民币 200 万元
公司住所	杭州市余杭区余杭经济技术开发区宏达路 21 号 2 幢
股东构成	杭州黯涉持股 100%
主要业务	电商业务相关服务，提供高新技术服务

报告期内，杭州晨格的主要财务情况如下：

单位：万元

项目	2016 年 12 月 31 日/2016 年度
总资产	282.78
净资产	196.31
营业收入	193.11
营业成本	0.00
期间费用	195.96
净利润	-3.69

23、上海优饰

公司名称	上海优饰服饰有限公司
成立时间	2015 年 7 月 20 日
注册资本	人民币 2,000 万元
公司住所	上海市闵行区放鹤路 1088 号第 6 幢 B089 室
股东构成	公司持股 100%
主要业务	运营管理公司 US 品牌服装产品的研发设计、销售业务

报告期内，上海优饰的主要财务情况如下：

单位：万元

项目	2016 年 12 月 31 日 /2016 年度	2015 年 12 月 31 日 /2015 年度
总资产	20,151.40	5.89
净资产	-2,806.28	-0.11
营业收入	19,746.56	0.00
营业成本	15,646.89	0.00
期间费用	10,115.21	0.15
净利润	-4,806.17	-0.11

24、福建乐微

公司名称	福建乐微服饰有限公司
成立时间	2015 年 7 月 27 日
注册资本	人民币 1,000 万元
公司住所	福建省浦城县正大路 108 号
股东构成	公司持股 100%
主要业务	公司各品牌服装产品的销售业务

报告期内，福建乐微的主要财务情况如下：

单位：万元

项目	2016 年 12 月 31 日 /2016 年度	2015 年 12 月 31 日 /2015 年度
总资产	8,007.58	825.81
净资产	3,044.93	142.49
营业收入	7,828.95	795.00
营业成本	4,775.06	596.61
期间费用	269.03	0.73
净利润	1,902.43	142.49

25、杰克沃克

公司名称	杰克沃克（上海）服饰有限公司
成立时间	2009 年 07 月 20 日
注册资本	人民币 1,619.4017 万元
公司住所	上海市虹口区四川北路 1941 号 602H 室
股东构成	公司持股 69.12%，刘长桥持股 20.88%，上海诚懋投资咨询有限公司持股 10.00%
主要业务	运营管理公司 O.T.R 品牌服装产品的研发设计、销售业务

2015 年 5 月 28 日，公司与杰克沃克、刘长桥、上海诚懋投资咨询有限公司签署《杰克沃克（上海）服饰有限公司投资协议》，约定公司对杰克沃克以现金方式增资 7,500 万元，认购其新增注册资本 1,119.4017 万元，占杰克沃克增资后 69.1244%的股权。2015 年 9 月 1 日，杰克沃克完成了本次增资的工商变更登记手续，公司于此前支付了全部的增资价款。

报告期内，杰克沃克的主要财务情况如下：

单位：万元

项目	2016 年 12 月 31 日 /2016 年度	2015 年 12 月 31 日 /2015 年度
总资产	7,940.46	10,472.54
净资产	3,073.08	6,334.86
营业收入	2,941.69	5,390.67
营业成本	3,591.14	4,094.08
期间费用	2,431.00	2,089.87
净利润	-3,261.78	-782.89

26、上海嘉拓

公司名称	嘉拓（上海）信息技术有限公司
成立时间	2016 年 10 月 20 日
注册资本	人民币 500 万元
公司住所	上海市崇明县新河镇新申路 921 弄 2 号 R 区 218 室（上海富盛经济开发区）
股东构成	公司持股 100%
主要业务	提供高新技术服务

报告期内，上海嘉拓的主要财务情况如下：

单位：万元

项目	2016 年 12 月 31 日/2016 年度
总资产	0.09
净资产	-0.11
营业收入	0.00
营业成本	0.00
期间费用	0.15
净利润	-0.11

27、上海诺杏

公司名称	诺杏（上海）服饰有限公司
成立时间	2016 年 10 月 20 日
注册资本	人民币 1,000 万元
公司住所	上海市崇明县新河镇新申路 921 弄 2 号 R 区 118 室（上海富盛经济开发区）
股东构成	公司持股 100%
主要业务	计划用于公司采购业务管理

报告期内，上海诺杏的主要财务情况如下：

单位：万元

项目	2016 年 12 月 31 日/2016 年度
总资产	0.09
净资产	-0.11
营业收入	0.00
营业成本	0.00
期间费用	0.15
净利润	-0.11

（二）本公司的参股公司

截至 2016 年 12 月 31 日，公司及其控股子公司共参股子公司 6 家。

1、北京傲妮

公司名称	北京傲妮商贸有限公司
成立时间	2010 年 9 月 2 日
注册资本	人民币 357.1429 万元
公司住所	北京市海淀区上地信息产业基地开拓路 7 号二段四层
股东构成	香港懿博持股 84%，拉夏企管持股 16%
主要业务	负责运营管理中高端中淑女装品牌 Tanni 的设计研发、销售业务

2016 年 6 月，拉夏企管与北京傲妮及其股东 Niologie Limited（香港懿博有限公司，以下简称：“香港懿博”）签署《增资协议》，约定拉夏企管对北京傲妮以现金方式增资 2,000 万元，认购其新增注册资本 57.1429 万元，占北京傲妮增资后 16.00%的股权。2016 年 8 月 23 日，北京傲妮完成了本次增资的工商变更登记手续。

报告期内，北京傲妮的主要财务情况如下：

单位：万元

项目	2016 年 12 月 31 日/2016 年度
总资产	4,145.49
净资产	520.34
营业收入	3,648.07
营业成本	687.25
期间费用	3,145.13
净利润	-221.90

2、TNPI

公司名称	TNPI HK CO. LIMITED（香港提恩彼艾有限公司）
成立时间	2012 年 2 月 16 日
注册资本	美元 1,175.00 万元
公司住所	Flat/Rm 1810,18/F APEC Plaza,49 Hoi Yuen Road, Kwun Tong KL, Hong Kong
股东构成	YOUNG KYU KWON 持股 43.67%， LaCha Fashion I 持股 20.75%， Kwon Joon 持股 12.24%， Otium Capital Limited 持股 4.92%， Gabi Yi Hapja Johap 持股 4.32%， Gabi Sam Hapja Johap 持股 3.03%， Chi Dae Sub 持股 2.16%， Gabi Hapja Johap 持股 2.11%， Adrew Hansol Kim 持股 1.80%， Francis Hankeul Kim 持股 1.8%， Dong-Yu Investment Co., Ltd 持股 1.08%， KB IP Investment Fund 持股 1.08%， Plantynet Co., Ltd 持股 1.04%，
主要业务	运营管理意大利咖啡品牌 Segafredo 为主要产品的连锁咖啡店

2016 年 6 月，LaCha Fashion I 与 YOUNG KYU KWON、JOONK WON 签署《SALE AND PURCHASE AGREEMENT FOR THE PURCHASE OF SHARES IN TNPI HK CO.,LIMITED》，约定 LaCha Fashion I 以 75 万美元收购其持有 TNPI 的 15.34%股权；LaCha Fashion I 与 TNPI 签署《SUBSCRIPTION AGREEMENT RELATING TO THE SHARES IN TNPI HK CO. LIMITED》，约定 LaCha Fashion I 对 TNPI 以现金方式增资 300 万美元，认购其新增注册资本 75 万美元。股权转让及增资后，LaCha Fashion I 占 TNPI 增资后 20.75%的股权。2016 年 8 月 5 日，TNPI 完成了本次增资的香港注册处的变更登记手续。

报告期内，TNPI 的主要财务情况如下：

单位：万美元

项目	2016 年 12 月 31 日/2016 年度
总资产	1,440.57
净资产	478.42
营业收入	257.89
营业成本	89.39
期间费用	881.88
净利润	-543.74

3、杭州凯绘

公司名称	杭州凯绘电子商务有限公司
成立时间	2016 年 6 月 30 日
注册资本	人民币 200 万元
公司住所	杭州市余杭区钱江经济开发区欣北钱江国际大厦 3 幢 206 室
股东构成	新余顺宝企业管理合伙企业（有限合伙）持股 59%，杭州黯涉持股 26%，杭州朴美文化创意有限公司持股 15%
主要业务	负责运营管理 THENEXT 品牌的线上销售业务

报告期内，杭州凯绘的主要财务情况如下：

单位：万元

项目	2016 年 12 月 31 日/2016 年度
总资产	966.18
净资产	215.37
营业收入	984.48
营业成本	522.82
期间费用	446.08
净利润	15.37

4、杭州嘉凝

公司名称	杭州嘉凝电子商务有限公司
成立时间	2016 年 11 月 25 日
注册资本	人民币 300 万元
公司住所	杭州市余杭区南苑街道玩月街 101 号 1 幢 503 室
股东构成	新余锦天企业管理合伙企业（有限合伙）持股 70%，杭州黯涉持股 30%
主要业务	截至 2016 年 12 月 31 日尚未开展实际运营，未来主要负责运营管理 MEYEEKA 品牌的线上销售业务

报告期内，杭州嘉凝的主要财务情况如下：

单位：万元

项目	2016 年 12 月 31 日/2016 年度
总资产	0.00
净资产	0.00
营业收入	0.00
营业成本	0.00
期间费用	0.00
净利润	0.00

5、杭州蜜新

公司名称	杭州蜜新电子商务有限公司
成立时间	2016 年 11 月 25 日
注册资本	人民币 300 万元
公司住所	杭州市余杭区南苑街道玩月街 101 号 1 幢 504 室
股东构成	新余灿途企业管理合伙企业（有限合伙）持股 68%，杭州黯涉持股 32%
主要业务	截至 2016 年 12 月 31 日尚未开展实际运营，未来主要负责运营管理 IAIZO 品牌产品的线上销售业务

报告期内，杭州蜜新的主要财务情况如下：

单位：万元

项目	2016 年 12 月 31 日/2016 年度
总资产	299.58
净资产	299.66
营业收入	0.00
营业成本	0.00
期间费用	0.42
净利润	-0.34

6、泓澈实业

公司名称	泓澈实业（上海）有限公司
成立时间	2014 年 11 月 7 日
注册资本	人民币 4,285.7143 万元
公司住所	上海市静安区彭江路 602 号 5 幢一层 033 室
股东构成	上海德悦服饰有限公司持股 70%，拉夏企管持股 30%

主要业务	运营管理 NICOLAS ANDREAS TARALIS、NN 和 Maria Luisa 品牌服装产品

2016 年 9 月，拉夏企管与泓澈实业及其股东上海德悦服饰有限公司、实际控制人呼建军、陈亚军签署《泓澈实业（上海）有限公司投资协议》，约定泓澈实业按协议各方约定完成相关股权和业务重组后，拉夏企管对泓澈实业以现金方式增资 5,000 万元，认购其新增注册资本 1,285.7143 万元，占泓澈实业增资后 30.00%的股权。2016 年 12 月 12 日，泓澈实业完成了本次增资的工商变更登记手续。

报告期内，泓澈实业的主要财务情况如下：

单位：万元

项目	2016 年 12 月 31 日/2016 年度
总资产	11,457.28
净资产	6,074.99
营业收入	1,190.56
营业成本	-441.45
期间费用	-3,407.75
净利润	-2,716.52

（三）报告期内公司子公司注销情况

1、南京乐微

南京乐微成立于 2011 年 3 月 3 日，注册资本为人民币 50 万元，由公司独家出资设立，经营范围为服装、服饰、鞋帽、皮革制品、箱包、服装面料及辅料、针纺织品、日用百货、床上用品、钟表、眼镜（不含隐形眼镜及护理液）、化妆品、工艺礼品、玻璃制品销售。截至 2014 年 5 月，南京乐微旗下已无实际运营零售网点，公司决定对其注销。2014 年末，南京微乐总资产 65.49 万元，净资产 46.36 万元，2014 年度净利润-15.75 万元。南京乐微于 2015 年 6 月 18 日完成注销。根据主管税务机关出具的纳税情况证明，南京乐微注销前未有重大违法违规处罚记录。

2、上海黯涉

上海黯涉成立于 2012 年 4 月 19 日，注册资本为人民币 200 万元，由杭州黯涉全资设立，经营范围为电子商务（不得从事增值电信业务、金融业务），纺织品、服装、服饰、饰品、日用品、家用电器、电子产品、办公用品、体育用品及器材的批发，服装服饰的设计。由于上海黯涉未开展经营业务，杭州黯涉于 2014 年决定注销上海黯涉。上海黯涉于 2015 年 11 月 9 日完成注销。根据主管税务机关出具的纳税情况证明，上海黯涉在报告期内未有相关重大违法违规处罚记录。

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）发行人的发起人及主要股东的基本情况

公司的发起人为邢加兴、GOOD FACTOR、博信一期、上海合夏、上海融高、俞铁成、张江敏。截至本招股说明书签署日，邢加兴、GOOD FACTOR、上海合夏持有公司 5%以上股份。

1、邢加兴

邢加兴先生，本公司创始人、控股股东及实际控制人，直接和间接控制本公司 187,078,815 股股份，合计比例 37.95%。邢加兴先生为中国国籍，无境外居留权，身份证号 352124197209*****，住址：上海市闵行区颛昀路**弄**号**室。

2、GOOD FACTOR LIMITED

（1）基本情况

GOOD FACTOR 为君联资本四期基金下设的投资型有限责任公司。截至本招股说明书签署日，GOOD FACTOR 已将其持有的公司 H 股全部对外出售，不再持有公司股份。

成立时间：2009 年 10 月 9 日

法定股本：10,000 港币

董事：李家庆

注册地址：香港中环交易广场 1 座 2701-03 室

经营范围：INVESTMENT HOLDINGS

截至 2016 年 12 月 31 日，GOOD FACTOR 的股权结构为：

序号	股东名称	出资比例
1	LC Fund IV, L.P.	90.5496%
2	LC Parallel Fund IV, L.P.	9.4504%
合计		100.00%

（2）财务状况

GOOD FACTOR 最近一年的财务情况如下：

单位：万港元

项目	2016 年 12 月 31 日/2016 年度
总资产	67,915.62
净资产	67,915.62
净利润	-12,199.54

注：以上数据尚未经审计。

（3）控股股东

LC Fund IV, L.P.为 GOOD FACTOR 控股股东，合计持有 GOOD FACTOR 90.5496%股份。LC Fund IV, L.P.注册地为开曼群岛，Right Lane Limited（南明有限公司）为其第一大出资人，承诺出资额占总承诺出资额比例的 29.77%。联想控股股份有限公司拥有 Right Lane Limited 100%的权益。

3、博信一期

（1）基本情况

博信一期为博信（天津）股权投资管理合伙企业（有限合伙）旗下的基金，持有本公司 23,482,305 股股份，持股比例为 4.76%。

成立时间：2008 年 4 月 1 日

认缴出资额：70,000 万元

主要经营场所：天津经济技术开发区新城西路 52 号滨海金融街 6 号楼三层

AK314 室

执行事务合伙人：博信（天津）股权投资管理合伙企业（有限合伙）（委派代表：安歆）

企业类型：有限合伙企业

经营范围：从事对未上市企业的投资、对上市公司非公开发行股票的投资以及相关咨询服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

截至 2016 年 12 月 31 日，博信一期合伙人构成如下：

序号	合伙人名称或姓名	合伙人性质	出资额（万元）
1	戴纪星	有限合伙人	1,000
2	白贵生	有限合伙人	2,000
3	毛志金	有限合伙人	3,000
4	王晓春	有限合伙人	1,000
5	陈金华	有限合伙人	1,000
6	陈可	有限合伙人	1,200
7	陈德贤	有限合伙人	1,000
8	丁智学	有限合伙人	5,000
9	周华成	有限合伙人	1,000
10	宗立平	有限合伙人	2,000
11	王英	有限合伙人	1,000
12	博信（天津）股权投资管理合伙企业（有限合伙）	普通合伙人	2,800
13	刘旭	有限合伙人	1,000
14	江国英	有限合伙人	1,000
15	陈灏康	有限合伙人	10,000
16	安必瑞	有限合伙人	1,000
17	陈华	有限合伙人	1,400
18	陈万培	有限合伙人	1,000
19	吴则飞	有限合伙人	1,000
20	孙兵	有限合伙人	4,943.36
21	黄静仪	有限合伙人	1,000
22	银杏博融（北京）科技有限公司	有限合伙人	3,000

序号	合伙人名称或姓名	合伙人性质	出资额（万元）
23	新疆亚金源股权投资有限公司	有限合伙人	1,000
24	丁军	有限合伙人	2,000
25	孟繁阳	有限合伙人	1,000
26	孙政	有限合伙人	5,000
27	袁征	有限合伙人	1,000
28	李莹	有限合伙人	1,200
29	高淑芬	有限合伙人	5,000
30	刘宏	有限合伙人	2,500
31	符素玲	有限合伙人	2,500
32	濮存文	有限合伙人	1,456.64
合计			70,000

（2）财务状况

博信一期最近一年的财务情况如下：

单位：万元

项目	2016 年 12 月 31 日/2016 年度
总资产	18,041.99
净资产	17,629.01
净利润	4,971.58

注：以上数据未经审计。

（3）执行事务合伙人

博信（天津）股权投资管理合伙企业（有限合伙）为博信一期执行事务合伙人，截至 2016 年 12 月 31 日，其合伙人及出资情况如下：

合伙人名称	合伙人性质	认缴出资额（万元）
天津博信鑫元资产管理股份有限公司	普通合伙人	9,100
西藏信耀投资有限公司	有限合伙人	900

天津博信鑫元资产管理股份有限公司（原天津星朝投资咨询有限公司）成立于 2007 年 12 月 3 日，并于 2015 年 11 月 23 日在全国中小企业股份转让系统挂牌（股票简称：博信资产，股票代码：834395），注册资本为人民币 4,707.7853 万元，控股股东为彭越。截至 2016 年 12 月 31 日，其股权结构如下：

股东姓名	认缴出资额（万元）	持股比例
彭越	2,440.3500	51.84%
安歆	887.4000	18.85%
孙兵	1,109.2500	23.56%
其他股东	270.7853	5.75%
合计	4,707.7853	100.00%

博信一期与 Boxin China 分别持有本公司 4.76%和 3.94%的股权，其各自普通合伙人存在部分的最终持有人相同的情况，即博信一期之普通合伙人“博信（天津）股权投资管理合伙企业（有限合伙）”的最终持有人为彭越、安歆、孙兵及其他少数股东，Boxin China 之普通合伙人“Boxin Capital Management Limited”的最终持有人为彭越、孙兵、吕明方和安歆。

4、上海合夏

（1）基本情况

上海合夏投资有限公司作为公司管理层及骨干人员持股公司，持有公司 45,204,390 股股份，持股比例为 9.17%。其基本情况如下：

成立时间：2009 年 12 月 30 日

注册资本：550 万元

住所：上海市徐汇区漕溪路 258 弄 26 号 2 幢 304 室

法定代表人：章丹玲

公司类型：有限责任公司

经营范围：投资管理，企业管理咨询，商务信息咨询（除经纪），会务服务，计算机专业领域内的技术服务、技术咨询、技术开发、技术转让。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】

截至本招股说明书签署日，上海合夏的股东主要由公司 29 名核心管理人员及骨干员工组成，具体情况如下：

股东姓名	出资额（万元）	出资比例	目前职位

股东姓名	出资额（万元）	出资比例	目前职位
章丹玲	142.8568	25.97%	事业部总经理
邢加兴	136.296	24.78%	总裁
许晶	59.9711	10.90%	顾问
董燕	28.5716	5.19%	事业部总经理
侯艳	17.8572	3.25%	-（注）
吴金应	14.2887	2.60%	高级技术经理
张海云	14.2854	2.60%	财务副总经理
潘磊	14.2854	2.60%	供应商管理部副总经理
张莹	13.8105	2.51%	事业部总经理
刘娅	10.9505	1.99%	事业部总经理
郑小容	10.7966	1.96%	大区总经理
王文克	7.2985	1.33%	行政副总裁
白彩平	7.1429	1.30%	销售副总监
毛和生	7.1429	1.30%	-（注）
黄美红	6.5835	1.20%	品牌部副总经理
于强	6.083	1.11%	首席财务官
方先丽	6.083	1.11%	董事会秘书
王勇	4.8675	0.89%	常务副总裁
戴萍	4.29	0.78%	区域总经理
张雪松	4.29	0.78%	区域总监
赵恩明	3.6466	0.66%	大区总经理
毛一淇	3.5717	0.65%	-（注）
张丽娟	2.86	0.52%	-（注）
高宇	2.86	0.52%	区域总经理
白金	2.431	0.44%	品牌部总经理
尹新仔	2.431	0.44%	营销副总裁
程方平	2.431	0.44%	人力资源部总经理
王冬红	2.288	0.42%	区域总经理
刘立伟	2.288	0.42%	区域总经理
郭霞	1.716	0.31%	区域总经理
石海	1.2156	0.22%	-（注）
王少华	1.2156	0.22%	大区总经理

股东姓名	出资额（万元）	出资比例	目前职位
熊倩	1.2156	0.22%	品牌部副总经理
张志玲	0.858	0.16%	-（注）
谢宏	0.6104	0.11%	-（注）
茅健	0.6104	0.11%	-（注）
合计	550.00	100%	-

注：张丽娟、张志玲、茅健、谢宏原为公司员工，其所持上海合夏股份正在转让过程中；毛和生、侯艳、毛一淇系公司前员工及上海合夏原股东毛明桢的股权继承人；石海职务目前调整中。

（2）历次股权变动状况

上海合夏股权结构的发展过程如下：

1）2009 年 12 月，上海合夏成立

2009 年 12 月 30 日上海合夏获发注册号为 310104000452660 号的《企业法人营业执照》，经营范围为：投资管理，企业管理咨询，商务信息咨询（除经纪），企业形象策划，文化艺术策划，会务服务，设计，代理，制作各类广告，销售日用百货、针织纺品、服装服饰、工艺礼品、办公用品、文体用品、家具建材，计算机专业领域内的技术服务、技术咨询、技术开发、技术培训，（涉及行政许可的，凭许可证经营）。上海合夏设立时注册资本 50 万元，根据上海东睿会计师事务所有限公司于 2009 年 12 月 24 日出具的“东会验（2009）0704 号”《验资报告》验证，前述出资均已到位，各股东以货币出资。

上海合夏成立时的股权结构如下：

编号	发起人姓名	出资额（万元）	出资比例
1	邢加兴	16.3934	32.79%
2	章丹玲	16.3934	32.79%
3	许晶	3.2787	6.56%
4	季丽鸣	1.6393	3.28%
5	潘磊	1.6393	3.28%
6	董燕	1.6393	3.28%
7	毛明桢	1.6393	3.28%
8	石海	1.6393	3.28%

9	吴金应	1.6397	3.28%
10	张海云	1.6393	3.28%
11	唐震	1.6393	3.28%
12	白彩平	0.8197	1.64%
合计		50.0000	100.00%

2) 2010 年 11 月，第一次股权转让

2010 年 11 月 25 日，上海合夏通过临时股东会决议，同意石海以每 1 元注册资本作价 1 元将其持有的上海合夏 2.186% 的股权作价 1.0929 万元转让给郑小容，将其持有的上海合夏 1.093% 的股权作价 0.5464 万元转让给戴萍。同日，上述转让双方签署《股权转让协议》。

本次股权转让完成后，上海合夏的股权结构如下所示：

编号	股东姓名	出资额（万元）	出资比例
1	邢加兴	16.3934	32.790%
2	章丹玲	16.3934	32.790%
3	许晶	3.2787	6.560%
4	季丽鸣	1.6393	3.280%
5	潘磊	1.6393	3.280%
6	董燕	1.6393	3.280%
7	毛明桢	1.6393	3.280%
8	吴金应	1.6397	3.280%
9	张海云	1.6393	3.280%
10	唐震	1.6393	3.280%
11	白彩平	0.8197	1.640%
12	郑小容	1.0929	2.186%
13	戴萍	0.5464	1.093%
合计		50.0000	100.000%

3) 2011 年 1 月，第一次增加注册资本

2011 年 1 月 15 日，上海合夏通过股东会决议，同意上海合夏注册资本由 50 万元增加至 550 万元，以 1 元注册资本作价 2 元的价格进行增资，其中，股东邢加兴增加注册资本 240.7491 万元，股东章丹玲增加注册资本 126.46335 万元，股

东许晶增加注册资本 25.29285 万元，股东毛明桢、张海云、唐震、潘磊、董燕、季丽鸣分别增加注册资本 12.64605 万元，股东吴金应增加注册资本 12.64895 万元，股东郑小容增加注册资本 8.43095 万元，股东白彩平增加注册资本 6.3234 万元，股东戴萍增加注册资本 4.2151 万元。

2011 年 1 月 21 日，上海中勤万信会计师事务所有限公司审验了上述增资事宜，并出具“沪勤内验字（2011）00024 号”《验资报告》，本次增加的注册资本已全部缴足，各股东以货币出资。

本次增资完成后，上海合夏股权结构如下所示：

编号	股东姓名	出资额（万元）	出资比例
1	邢加兴	257.14	46.75%
2	章丹玲	142.86	25.97%
3	许晶	28.57	5.19%
4	唐震	14.29	2.60%
5	潘磊	14.29	2.60%
6	董燕	14.29	2.60%
7	季丽鸣	14.29	2.60%
8	张海云	14.29	2.60%
9	毛明桢	14.29	2.60%
10	吴金应	14.29	2.60%
11	郑小容	9.52	1.73%
12	白彩平	7.14	1.30%
13	戴萍	4.76	0.87%
合计		550.00	100.00%

4) 2011 年 4 月，第二次股权转让

2011 年 4 月 22 日，上海合夏通过临时股东会决议，同意下表所示股权转让事宜：

出让方	受让方	转让股权比例	转让价格（万元）
邢加兴	毛明桢	2.5975%	28.5724
	季丽鸣	2.5975%	28.5724
	董燕	2.5975%	28.5724

出让方	受让方	转让股权比例	转让价格（万元）
	刘国强	0.7800%	8.5800
	张雪松	0.7800%	8.5800
	张丽娟	0.5200%	5.7200
	张莹	0.5200%	5.7200
	高宇	0.5200%	5.7200
	帅晓馨	0.5200%	5.7200
	蔡丽华	0.3120%	3.4320
	黄美红	0.3120%	3.4320
	罗小鯤	0.3120%	3.4320
	张俊	0.3120%	3.4320
	梁光耀	0.3120%	3.4320
	董鹏	0.3120%	3.4320
	郭霞	0.3120%	3.4320
	陈晖	0.3120%	3.4320
	王爽	0.4160%	4.5760
	王冬红	0.4160%	4.5760
	刘立伟	0.4160%	4.5760
	张志玲	0.1560%	1.7160
	康森	0.1560%	1.7160
	王小川	0.00267%	0.02937
郑小容	王小川	0.4316%	4.7477
戴萍	王小川	0.08573%	0.9430

同日，上述股权转让各方签署了《股权转让协议》。

本次股权转让完成后，上海合夏的股东情况构成为：

编号	股东姓名	出资额（万元）	出资比例
1	邢加兴	171.9412	31.262%
2	章丹玲	142.8568	25.974%
3	许晶	28.5716	5.195%
4	毛明桢	28.5716	5.195%
5	季丽鸣	28.5716	5.195%
6	董燕	28.5715	5.195%

编号	股东姓名	出资额（万元）	出资比例
7	吴金应	14.2886	2.598%
8	张海云	14.2853	2.597%
9	唐震	14.2854	2.597%
10	潘磊	14.2853	2.597%
11	郑小容	7.1500	1.300%
12	白彩平	7.1431	1.299%
13	戴萍	4.2900	0.780%
14	刘国强	4.2900	0.780%
15	张雪松	4.2900	0.780%
16	张丽娟	2.8600	0.520%
17	张莹	2.8600	0.520%
18	高宇	2.8600	0.520%
19	帅晓馨	2.8600	0.520%
20	王小川	2.8600	0.520%
21	王冬红	2.2880	0.416%
22	王爽	2.2880	0.416%
23	刘立伟	2.2880	0.416%
24	陈晖	1.7160	0.312%
25	蔡丽华	1.7160	0.312%
26	黄美红	1.7160	0.312%
27	罗小鲲	1.7160	0.312%
28	张俊	1.7160	0.312%
29	梁光耀	1.7160	0.312%
30	董鹏	1.7160	0.312%
31	郭霞	1.7160	0.312%
32	张志玲	0.8580	0.156%
33	康森	0.8580	0.156%
合计		550.0000	100.000%

5) 2012 年 1 月，第三次股权转让

2011 年 10 月 28 日上海合夏股东毛明桢因病逝世。根据上海市东方公证处于 2011 年 11 月 21 日出具的（2011）沪东证字第 22986 号《公证书》，毛明桢名

下上海合夏的股权为夫妻共同财产，其持有上海合夏股权的 50% 为被继承人毛明桢的遗产，此遗产由毛明桢的父亲毛和生、母亲钟文贤、配偶侯艳、女儿毛一淇共同继承。继承完成后，四人持有上海合夏的股权情况如下：毛和生持有上海合夏 0.6494% 的股权（对应的出资额为 3.5714 万元）；钟文贤持有上海合夏 0.6494% 的股权（对应的出资额为 3.5714 万元）；侯艳持有上海合夏 3.2467% 的股权（对应出资额为 17.8572 万元）；毛一淇持有上海合夏 0.6494% 的股权（对应出资额为 3.5714 万元）。在毛和生、钟文贤、毛一淇、侯艳继承上述股权后，鉴于毛明桢之母钟文贤身体状况欠佳，故其自愿将所继承公司 0.6494% 的股权以人民币 1 元的价格转让给毛明桢之父毛和生，其他股东放弃优先受让权。2012 年 1 月 5 日，上海合夏通过临时股东会决议审议同意了上述事项。

股权转让完成后，上海合夏的股东情况如下：

编号	股东姓名	出资额（万元）	出资比例
1	邢加兴	171.9412	31.26%
2	章丹玲	142.8568	25.97%
3	许晶	28.5716	5.20%
4	季丽鸣	28.5716	5.20%
5	董燕	28.5715	5.20%
6	侯艳	17.8572	3.25%
7	吴金应	14.2886	2.60%
8	张海云	14.2853	2.60%
9	唐震	14.2854	2.60%
10	潘磊	14.2853	2.60%
11	郑小容	7.1500	1.30%
12	白彩平	7.1431	1.30%
13	毛和生	7.1429	1.30%
14	张雪松	4.2900	0.78%
15	刘国强	4.2900	0.78%
16	戴萍	4.2900	0.78%
17	毛一淇	3.5714	0.6494%
18	张丽娟	2.8600	0.52%
19	张莹	2.8600	0.52%

编号	股东姓名	出资额（万元）	出资比例
20	高宇	2.8600	0.52%
21	帅晓馨	2.8600	0.52%
22	王小川	2.8600	0.52%
23	王冬红	2.2880	0.42%
24	王爽	2.2880	0.42%
25	刘立伟	2.2880	0.42%
26	陈晖	1.7160	0.31%
27	蔡丽华	1.7160	0.31%
28	黄美红	1.7160	0.31%
29	罗小鲲	1.7160	0.31%
30	张俊	1.7160	0.31%
31	梁光耀	1.7160	0.31%
32	董鹏	1.7160	0.31%
33	郭霞	1.7160	0.31%
34	张志玲	0.8580	0.16%
35	康森	0.8580	0.16%
	合计	550.0000	100.00%

6) 2012 年之后股权转让

2012 年至今，上海合夏股东季丽鸣、梁光耀、王爽、康森、帅晓馨、唐震、董鹏、陈晖、王小川、刘国强、蔡丽华、罗小鲲等 12 名自然人因决定从公司离职或其他个人原因，将其所持上海合夏股权全部转让给邢加兴。2016 年 3 月，邢加兴向郑小容、张莹、黄美红、刘娅、王勇、王文克、石海、熊倩、赵恩明、王少华、茅健、谢宏等 12 名自然人转让其持有的上海合夏部分股权。上述历次股权转让均经上海合夏股东会决议通过，交易价格由邢加兴与历次受让方协商确定，转让价款已实际支付，并办理完成了工商变更登记。历次转让的具体情况如下：

股权变更批次	姓名	转让日期	转让出资 （万元）	转让股权 比例	转让价格 （万元）
第四次股权转让	季丽鸣	2013.05.03	28.5716	5.195%	495.1600
	梁光耀	2013.05.03	1.7160	0.312%	29.7380
第五次股权转让	王爽	2013.09.26	2.2880	0.416%	39.6500

股权变更批次	姓名	转让日期	转让出资 (万元)	转让股权 比例	转让价格 (万元)
	康森	2013.09.26	0.8580	0.156%	14.8690
第六次股权转让	帅晓馨	2014.01.09	2.8600	0.520%	49.5600
第七次股权转让	唐震	2014.10.20	14.2854	2.597%	701.4624
	董鹏	2014.10.20	1.7160	0.312%	97.1195
第八次股权转让	陈晖	2015.03.30	1.7160	0.312%	84.2727
	王小川	2015.03.30	2.8600	0.520%	140.4545
第九次股权转让	刘国强	2015.06.16	4.2900	0.780%	315.9183
	蔡丽华	2015.06.16	1.7160	0.312%	93.53338
	罗小鲲	2015.06.16	1.7160	0.312%	93.53338
第十次股权转让	张俊	2015.11.18	1.7160	0.312%	94.0376
第十一次股权转让	黄美红	2016.03.24	4.8675	0.885%	313.7400
	王文克		4.8675	0.885%	313.7400
	刘娅		4.8675	0.885%	313.7400
	王勇		4.8675	0.885%	313.7400
	张莹		4.8675	0.885%	313.7400
	石海		1.2156	0.221%	78.4350
	赵恩明		1.2156	0.221%	78.4350
	郑小容		1.2156	0.221%	78.4350
	王少华		1.2156	0.221%	78.4350
	熊倩		1.2156	0.221%	78.4350
	茅健		0.6104	0.111%	39.2175
	谢宏		0.6104	0.111%	39.2175
第十二次股权转让	许晶	2017.03.20	31.3997	5.709%	1,797.74
	郑小容		2.4310	0.442%	139.32
	张莹		6.0830	1.106%	348.30
	刘娅		6.0830	1.106%	348.30
	王文克		2.4310	0.442%	139.32
	赵恩明		2.4310	0.442%	139.32
	于强		6.0830	1.106%	348.30
	方先丽		6.0830	1.106%	348.30
	白金		2.4310	0.442%	139.32
	尹新仔		2.4310	0.442%	139.32

股权变更批次	姓名	转让日期	转让出资 (万元)	转让股权 比例	转让价格 (万元)
	程方平		2.4310	0.442%	139.32

截至本招股说明书签署日，上海合夏的股东情况如下：

编号	股东姓名	认缴出资额（万元）	出资比例
1	章丹玲	142.8568	25.97%
2	邢加兴	136.296	24.78%
3	许晶	59.9711	10.90%
4	董燕	28.5716	5.19%
5	侯艳	17.8572	3.25%
6	吴金应	14.2887	2.60%
7	张海云	14.2854	2.60%
8	潘磊	14.2854	2.60%
9	张莹	13.8105	2.51%
10	刘娅	10.9505	1.99%
11	郑小容	10.7966	1.96%
12	王文克	7.2985	1.33%
13	白彩平	7.1429	1.30%
14	毛和生	7.1429	1.30%
15	黄美红	6.5835	1.20%
16	于强	6.083	1.11%
17	方先丽	6.083	1.11%
18	王勇	4.8675	0.89%
19	戴萍	4.29	0.78%
20	张雪松	4.29	0.78%
21	赵恩明	3.6466	0.66%
22	毛一淇	3.5717	0.65%
23	张丽娟	2.86	0.52%
24	高宇	2.86	0.52%
25	白金	2.431	0.44%
26	尹新仔	2.431	0.44%
27	程方平	2.431	0.44%
28	王冬红	2.288	0.42%

编号	股东姓名	认缴出资额（万元）	出资比例
29	刘立伟	2.288	0.42%
30	郭霞	1.716	0.31%
31	石海	1.2156	0.22%
32	王少华	1.2156	0.22%
33	熊倩	1.2156	0.22%
34	张志玲	0.858	0.16%
35	谢宏	0.6104	0.11%
36	茅健	0.6104	0.11%
	合计	550.00	100.00%

（3）财务状况

上海合夏最近一年的财务情况如下：

单位：万元

项目	2016 年 12 月 31 日/2016 年度
总资产	1,882.20
净资产	1,882.20
净利润	3,548.85

注：以上数据未经审计。

5、上海融高

（1）基本情况

上海融高创业投资有限公司为上海融玺创业投资管理有限公司管理的投资公司，持有公司 18,787,230 股股份，持股比例为 3.81%。

成立时间：2009 年 7 月 3 日

注册资本：12,000 万元

注册地：上海市金山区朱泾镇金龙新街 528 弄 1112 号

法定代表人：孔鑫明

公司类型：有限责任公司

经营范围：股权投资，实业投资，资产管理。【依法须经批准的项目，经相

关部门批准后方可开展经营活动】

截至 2016 年 12 月 31 日，上海融高的股权结构如下：

编号	股东名称或姓名	出资额（万元）	出资比例
1	浙江奥鑫控股集团有限公司	2,400	20.00%
2	上海坤维实业有限公司	1,600	13.33%
3	桐庐绫绣投资有限公司	1,200	10.00%
4	苏州中驰投资有限公司	800	6.67%
5	信雅达系统工程股份有限公司	800	6.67%
6	何晓华	800	6.67%
7	新昌县金牛投资咨询有限公司	800	6.67%
8	新昌县天烛科技咨询有限公司	800	6.67%
9	浙江积派服饰有限公司	600	5.00%
10	上海东博会展服务有限公司	400	3.33%
11	上海融玺创业投资管理有限公司	200	1.67%
12	浙江星火化工有限公司	320	2.67%
13	浙江龙灿实业有限公司	280	2.33%
14	周庆	200	1.67%
15	双林集团股份有限公司	800	6.67%
合计		12,000	100.00%

（2）财务状况

上海融高最近一年的财务情况如下：

单位：万元

项目	2016 年 12 月 31 日/2016 年度
总资产	29,246.69
净资产	23,084.20
净利润	1,141.14

注：以上财务数据未经审计。

（3）管理机构

上海融高系上海融玺创业投资管理有限公司管理的投资公司。上海融玺创业投资管理有限公司成立于 2009 年 7 月 6 日，注册资本为人民币 649.1945 万元，法定代表人费禹铭。截至 2016 年 12 月 31 日，股权结构如下：

序号	股东姓名	出资额（万元）	持股比例
1	费禹铭	325.06	50.0713%
2	王利锋	82.37	12.6880%
3	吕霞	46.44	7.1535%
4	杨娟	28.62	4.4085%
5	茅智华	23.3711	3.6000%
6	魏伟	21.7065	3.3436%
7	曹文海	21.60	3.3272%
8	陈晓明	12.2049	1.8800%
9	周岱岱	10.80	1.6636%
10	何晓华	10.3871	1.6000%
11	胡小燕	10.3871	1.6000%
12	杨利成	8.91	1.3725%
13	郑伟光	6.4919	1.0000%
14	邱炜	6.4919	1.0000%
15	林惠青	6.4919	1.0000%
16	郭军	6.4919	1.0000%
17	周国强	6.4919	1.0000%
18	陈晓晖	5.40	0.8318%
19	郭铁桥	5.1936	0.8000%
20	杨光旭	4.2847	0.6600%
合计		649.1945	100.00%

6、俞铁成

俞铁成先生持有公司 4,695,075 股股份，持股比例为 0.95%。俞铁成先生拥有中国国籍，无境外居留权，身份证号 31010719750413****，住址：上海市浦东新区峨山路**弄**号**室。2007 年-2013 年曾任上海浦东路桥建设股份有限公司独立董事；2007 年-2014 年曾任江苏连云港港口股份有限公司独立董事；2008 年-2014 年曾任中昌海运股份有限公司独立董事；2009 年-2016 年曾任北京彩讯科技股份有限公司独立董事；2014 年至今担任长城影视股份有限公司独立董事；2014 年至今担任上海申达股份有限公司独立董事；2015 年至今担任创元科技股份有限公司独立董事；2015 年至今担任上海凯石益正资产管理有限公司合伙人。

7、张江敏

张江敏先生直接持有公司 2,349,270 股股份，持股比例为 0.48%。张江敏先生拥有中国澳门永久居留权，澳门永久身份证编号为 1337796（5）。1997-2002 年曾担任葡澳政府法律顾问、澳门特别行政区法律顾问；2002 年-2004 年担任澳门科技大学教授；2004 年至今担任上海葡特商贸有限公司董事长。

（二）控股股东和实际控制人基本情况

公司的控股股东及实际控制人为邢加兴先生，且报告期内未发生变化。截至本招股说明书签署日，邢加兴先生直接持有公司发行前 28.78%的股份，同时持有上海合夏 24.78%股权。上海合夏持有公司 9.17%股份，并与邢加兴先生签署一致行动协议。因此，控股股东及实际控制人邢加兴先生直接和通过上海合夏间接控制的公司股份数量合计 187,078,815 股，占公司本次发行前总股本的 37.95%。

2014 年 1 月 9 日邢加兴先生与上海合夏签署《一致行动协议书》，双方约定：共同行使对拉夏贝尔的股东权利，在任何涉及拉夏贝尔运营及管理事宜（包括但不限于拉夏贝尔股东大会投票、提名或委派董事、及有关拉夏贝尔财务、经营、管理等方面）保持一致行动；若上海合夏与邢加兴就任何涉及拉夏贝尔运营及管理事宜（包括但不限于拉夏贝尔股东大会投票、提名或委派董事、及有关拉夏贝尔财务、经营、管理等方面）发生冲突时，上海合夏同意无条件采纳邢加兴的决策意见并在股东大会上相应行使表决权，该协议直至邢加兴或上海合夏不再为拉夏贝尔股东时终止。

邢加兴先生所持有的公司股份不存在被质押或查封、冻结和其它有争议的情况。邢加兴现任公司董事长、总裁。

（三）控股股东及实际控制人主要控制企业基本情况

截至本招股说明书签署日，除持有公司股权外，邢加兴先生持有上海合夏 24.78%的股权，上海合夏的具体情况见本节之“七、发行人、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”。

（四）实际控制人或控股股东直接或间接持有的本公司股票质押或其他有争议的情况

截至本招股说明书签署日，实际控制人和控股股东直接或间接持有公司的股份不存在质押或其他有争议的情况。

（五）其他股东情况

前十名股东中其他股东情况如下：

1、Boxin China

Boxin China 是一家依照开曼群岛法律于 2011 年 6 月 28 日注册设立的有限合伙企业，主要从事股权投资及为所投资企业提供管理咨询，Boxin Capital Management Ltd (Cayman) 为 Boxin China 的普通合伙人。

截至 2016 年 12 月 31 日，Boxin China 股权结构如下表所示：

合伙人名称	合伙人类型	出资份额（美元）
Boxin Capital Management Ltd (Cayman)	普通合伙人	31,500,001
Vertex Fund of Funds Pte Ltd	有限合伙人	5,000,000
Asia Alternatives Captial Partners III, LP	有限合伙人	11,250,000
Fel Asia Investors II, L.P	有限合伙人	1,000,000
Asia Alternatives Ivory Partners II, L.P.	有限合伙人	2,000,000
MD Asia Investors, L.P.	有限合伙人	2,500,000
New Jersey Asia Investors II, L.P.	有限合伙人	1,250,000
New York Balanced Pool Asia Investors, L.P.	有限合伙人	1,000,000
Focus Asia 2011 Master, L.P.	有限合伙人	1,000,000

截至 2016 年 12 月 31 日，Boxin Capital Management Ltd (Cayman) 的股东及其出资情况如下表所示：

股东姓名	出资金额（万美元）	持股比例
Boxin Capital Management Ltd (BVI)	3,150.0001	100%
合计	3,150.0001	100%

Boxin Capital Management Ltd (BVI) 注册地址位于 Pale Grove House,

P.O.Box 438, Road Town, Tortola, British Virgin Islands，注册资本为 3,150.0001 万美元，最终出资人为彭越、孙兵、吕明方和安歆。

2、宽街博华

宽街博华是一家于 2011 年 9 月 15 日在北京市工商行政管理局西城分局注册成立的有限合伙企业，执行事务合伙人为北京宽街博华投资管理中心（有限合伙），认缴出资额为 2,000,000,000 元，住所为北京市西城区金融大街 7 号 18 层 1821 单元，经营范围为投资管理；资产管理；投资咨询；项目投资。（“1、未经有关部门批准，不得以公开方式募集资金；2、不得公开开展证券类产品和金融衍生品交易活动；3、不得发放贷款；4、不得对所投资企业以外的其他企业提供担保；5、不得向投资者承诺投资本金不受损失或者承诺最低收益”；企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）

截至 2016 年 12 月 31 日，宽街博华的合伙人及其认缴出资情况如下表所示：

合伙人名称	合伙人类型	认缴出资额（万元）
北京宽街博华投资管理中心（有限合伙）	普通合伙人	0.10
北京宽街博华贰零壹壹投资中心（有限合伙）	有限合伙人	199,999.90

截至 2016 年 12 月 31 日，北京宽街博华投资管理中心（有限合伙）的合伙人及其认缴出资情况如下表所示：

合伙人名称	合伙人类型	认缴出资额（万美元）
宽街博华（开曼）普通合伙人有限公司	普通合伙人	12.50
宽街博华（开曼）有限合伙人有限公司	有限合伙人	1,237.50

宽街博华（开曼）普通合伙人有限公司和宽街博华（开曼）有限合伙人有限公司均系 The Goldman Sachs Group, Inc.（高盛集团有限公司）的全资子公司。高盛集团有限公司是美国纽约证券交易所上市公司，为一家投资银行、证券和投资管理公司，经营范围包括投资银行、机构客户服务、投资与借贷及投资管理服务。高盛集团有限公司股权分散，目前无单独持股 10%以上的股东。

3、鲲行投资

鲲行投资系一家在上海依法设立的外商投资有限合伙企业，其主要从事股权

投资及为所投资企业提供管理咨询，鲲行（上海）股权投资管理有限公司为鲲行投资的普通合伙人。

截至 2016 年 12 月 31 日，鲲行投资股权结构如下表所示：

合伙人名称	合伙人类型	出资额（美元）
鲲行（上海）股权投资管理有限公司	普通合伙人	2,000,000
Asia Alternatives Luxembourg SARL	有限合伙人	148,000,000

鲲行（上海）股权投资管理有限公司成立于 2012 年 1 月 20 日，注册资本 200 万美元，系香港亚洲投资咨询有限公司的独资子公司。

八、发行人股本的有关情况

（一）本次发行前后本公司股本结构

本次发行前，本公司总股本为 492,901,642 股。本次公开发行的股票包括公司公开发行的新股和符合条件的股东公开发售的股份，以确保公开发行新股的数量及老股转让的数量之和占发行后公司总股本的比例不低于 10%。其中，符合条件的股东是指，截至公司股东大会审议通过本方案之日持有公司内资股及非上市外资股股份时间不低于 36 个月，且所持股份权属清晰，不存在法律纠纷或质押、冻结及其他依法不得转让的情况的股东。

本次公司公开发行新股数量和现有股东公开发售股份数量之和不超过 5,477 万股。其中，本次发行优先发行新股，老股转让数量不超过 2,738.5 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，老股转让所得资金归属于转让老股的股东所有；本次发行新股数量和转让老股具体数量，在遵循前述原则的基础上，由公司董事会和主承销商根据本次发行定价情况以及中国证监会的相关要求，在公司股东大会授权范围内协商确定；若本次发行进行老股转让，符合条件的股东公开发售股份的数量按其发行前持股比例确定，但符合条件的股东之间可协商分配其转让老股的数量。

以本次发行 5,477 万新股、未发生老股转让的情形计算，本次发行前后的股权结构如下表：

股东名称	发行前	发行后

	持股数（股）	股权比例	股份性质	持股数（股）	股权比例	股份性质
邢加兴	141,874,425	28.78%	内资股	141,874,425	25.91%	A 股
上海合夏	45,204,390	9.17%	内资股	45,204,390	8.25%	A 股
博信一期	23,482,305	4.76%	内资股	23,482,305	4.29%	A 股
Boxin China	19,437,042	3.94%	非境外上市外资股	19,437,042	3.55%	A 股
上海融高	18,787,230	3.81%	内资股	18,787,230	3.43%	A 股
宽街博华	18,236,842	3.70%	内资股	18,236,842	3.33%	A 股
俞铁成	4,695,075	0.95%	内资股	4,695,075	0.86%	A 股
鲲行投资	4,045,263	0.82%	内资股	4,045,263	0.74%	A 股
张江敏	2,349,270	0.48%	非境外上市外资股	2,349,270	0.43%	A 股
其他内资股股东	-	-	-	54,770,000	10.00%	A 股
H 股股东	214,789,800	43.58%	H 股	214,789,800	39.22%	H 股
合计	492,901,642	100.00%		547,671,642	100.00%	

（二）本公司前十名股东

公司为香港联交所上市的境内股份有限公司。截至本招股说明书签署之日，公司前十名股东持股情况如下表所示：

序号	股东名称	持股数（股）	占本公司发行前股份总数的比例	股份性质
1	邢加兴	141,874,425	28.78%	内资股
2	上海合夏	45,204,390	9.17%	内资股
3	博信一期	23,482,305	4.76%	内资股
4	Boxin China	19,437,042	3.94%	非境外上市外资股
5	上海融高	18,787,230	3.81%	内资股
6	宽街博华	18,236,842	3.70%	内资股
7	俞铁成	4,695,075	0.95%	内资股
8	鲲行投资	4,045,263	0.82%	内资股
9	张江敏	2,349,270	0.48%	内资股
10	香港中央结算（代理人）有限公司 ^注	214,767,600	43.57%	H 股

注：香港中央结算（代理人）有限公司是以代理人身份，代表截至 2016 年 12 月 31 日在该公司开户日登记的所有机构和个人投资者的 H 股股份合计数。

邢加兴、上海合夏、博信一期、上海融高、俞铁成、Boxin China、宽街博华、

鲲行投资、张江敏的相关情况见本节之“七、发起人、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”之“（一）发行人的发起人及主要股东的基本情况”和“（五）其他股东情况”。

（三）本公司前十名自然人股东及其在本公司担任的职务

本次发行前，除 H 股股东外，公司共有 3 名自然人股东，其持股情况及在公司担任的职务如下表：

自然人股东	持股数（股）	持股比例	公司职务
邢加兴	141,874,425	28.78%	董事长、总裁
俞铁成	4,695,075	0.95%	无
张江敏	2,349,270	0.48%	无

（四）本次发行前各股东间的关联关系及各自的持股比例

本次发行前，邢加兴先生持有上海合夏 24.78%的股份，为上海合夏第二大股东。2014 年 1 月 9 日邢加兴先生与上海合夏签署《一致行动协议书》，双方约定：共同行使对拉夏贝尔的股东权利，在任何涉及拉夏贝尔运营及管理事宜（包括但不限于拉夏贝尔股东大会投票、提名或委派董事、及有关拉夏贝尔财务、经营、管理等方面）保持一致行动；若上海合夏与邢加兴就任何涉及拉夏贝尔运营及管理事宜（包括但不限于拉夏贝尔股东大会投票、提名或委派董事、及有关拉夏贝尔财务、经营、管理等方面）发生冲突时，上海合夏同意无条件采纳邢加兴的决策意见并在股东大会上相应行使表决权，该协议直至邢加兴或上海合夏不再为拉夏贝尔股东时终止。

（五）本次发行前股东所持股份的流通限制和自愿锁定股份的承诺

本次发行前股东所持股份的流通限制和自愿锁定股份的承诺参见本招股说明书“重大事项提示”之“三、关于股份锁定与持股意向的承诺”。

九、发行人员工及其社会保障情况

（一）员工基本情况

报告期内，公司及下属公司员工人数情况如下：

时间	人数
2014 年 12 月 31 日	32,750
2015 年 12 月 31 日	33,478
2016 年 12 月 31 日	39,289

对于部分辅助性等岗位，公司采取了劳务派遣的用工方式，截至 2016 年 12 月 31 日，公司使用劳务派遣人员共 460 人。

作为一家快时尚、多品牌、全直营时装集团，公司在推动已有品牌发展的同时，通过自主培育开发、外部控股合并等方式持续推出适应消费市场差异化需求的新品牌。报告期内，公司的零售网点数量从 2014 年末的 6,887 个，增长到 2016 年末的 8,907 个，年均复合增长 13.72%，营业收入从 2014 年度的 620,891 万元增长到 2016 年度的 855,087 万元，年均复合增长 17.35%，与之相对应，公司员工总数从 2014 年末的 32,750 人增长至 2016 年末的 39,289 人，年均复合增长 9.53%，公司员工规模变动情况与公司经营情况一致。

（二）分类别员工情况

1、员工的专业结构

截至 2016 年 12 月 31 日，公司及下属公司在册员工专业结构情况如下：

专业构成	人数	比例
销售人员	36,663	93.32%
管理及行政人员	1,576	4.01%
产品管理	299	0.76%
设计开发人员	503	1.28%
财务人员	248	0.63%
合计	39,289	100%

2、员工受教育情况

截至 2016 年 12 月 31 日，公司及下属公司在册员工受教育程度情况如下：

学历构成	人数	比例
本科以上	64	0.16%
大学本科	1,783	4.54%
大学专科	7,984	20.32%
专科以下	29,458	74.98%
合计	39,289	100%

3、员工年龄分布

截至 2016 年 12 月 31 日，公司及下属公司在册员工年龄分布情况如下：

年龄段	人数	比例
30 岁及以下	26,737	68.05%
31-40 岁	11,315	28.80%
41-50 岁	1,202	3.06%
51 岁及以上	35	0.09%
合计	39,289	100%

（三）发行人社会保障制度的执行情况

公司实行劳动合同制，员工按照《中华人民共和国劳动法》的有关规定与公司签订《劳动合同》，享受权利并承担义务。公司按照国家法律法规及地方有关规定，为员工缴纳养老保险、医疗保险、失业保险、工伤保险、生育保险及住房公积金。

1、社会保险费及住房公积金缴纳情况

截至 2016 年 12 月 31 日，公司（合并口径）共有员工 39,289 人，员工各项社会保险与住房公积金制度的执行情况如下：

项目	员工人数	实缴人数	差异人数	缴存比例
基本养老保险	39,289	36,147	3,142	92.00%
基本医疗保险		35,745	3,544	90.98%
工伤保险		36,235	3,054	92.23%
生育保险		36,147	3,142	92.00%
失业保险		35,888	3,401	91.34%

项目	员工人数	实缴人数	差异人数	缴存比例
住房公积金		35,545	3,744	90.47%

公司员工人数与参加社会保险及住房公积金人数的差异原因主要包括：（1）通过其他方式缴纳（包括缴交关系尚未转入公司、退休返聘）；（2）部分已参加新型农村社会养老保险和新型农村合作医疗保险的农村户籍员工自愿放弃参加城镇职工社会保险与住房公积金；（3）正在办理入职手续，其缴存手续正在办理中等原因。

2、控股股东及实际控制人的承诺

截至 2016 年 12 月 31 日，公司仍有少部分员工未缴纳社保和住房公积金。公司的实际控制人邢加兴已出具书面承诺：

若发行人因本次发行上市前未规范缴纳员工社会保险和住房公积金事宜而产生任何补偿、第三方索赔或赔偿责任（包括但不限于补缴员工社会保险金和住房公积金等），或被有关主管部门处罚的，本人承担全部经济责任，补偿发行人因此遭受的经济损失。

（四）员工薪酬情况

1、员工薪酬制度

为了建立适应市场化运作、符合公司发展需要的薪酬体系，有效激发员工活力，使员工能够分享公司发展成果，公司制订了有关薪酬绩效管理制度。公司的薪酬分配以公司效益、岗位价值、员工业绩和能力素质为基础，同时参考同行业及员工所在地区工资水平、物价水平和劳动力供求状况而确定，并遵循竞争性、激励性、公平性和经济性的原则。

公司员工的薪酬制度按照工作性质分为适用于职员的岗位绩效工资制和适用于门店销售人员的提成工资制。其中，岗位绩效工资制的职员薪酬由基本工资、绩效奖金、年终奖金构成；提成工资制的门店薪酬由基本工资、业绩提成、年终奖金构成。

2、公司员工的收入情况介绍

(1) 公司各级别与岗位员工的收入情况

报告期内，公司各级别员工收入的平均水平与大致范围情况如下：

单位：万元

级别	2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	均值	范围	均值	范围	均值	范围
总监及以上	57.98	16.28-347.91	58.04	16.79-273.60	57.08	21.88-263.60
中层管理	13.73	5.08-51.52	13.20	4.84-46.00	12.49	5.01-37.59
基层职员	8.29	3.79-31.26	7.81	3.16-22.86	7.55	3.20-26.87
门店导购	4.41	2.40-22.68	4.59	2.41-23.89	4.03	2.36-18.30

注：年度工资总额是指公司在年度内直接支付给员工的税前劳动报酬总额，不包括公司承担的社会保险费、住房公积金部分。

报告期内，公司各级员工的平均薪酬随公司的业务发展及社会经济生活发展整体有所上升。其中，门店导购员工的平均薪酬较低，主要系由于公司导购员工广泛分布于全国各地，且门店导购员工流动性较高并通常实行换班制，故平均而言具有低于其他级别岗位员工的平均薪酬。

报告期内，公司各岗位员工收入的平均水平与大致范围情况如下：

单位：万元

岗位	2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	均值	范围	均值	范围	均值	范围
销售人员	4.61	2.40-37.67	4.79	2.41-35.53	4.21	2.36-24.53
设计开发人员	17.28	4.31-347.91	17.10	5.39-273.60	15.56	3.44-263.60
财务人员	10.62	4.34-97.74	10.45	3.62-91.00	11.01	4.06-118.67
产品管理人员	12.37	3.84-48.02	11.86	3.84-51.92	10.66	4.53-49.84
管理及行政人员	12.77	3.79-209.91	11.97	3.16-197.00	11.21	3.20-152.50

公司销售营销类岗位员工的平均薪酬显著低于其他岗位员工，主要系该类岗位的员工主要为人数量较多且分散在全国、平均薪酬较低的门店导购员工。

(2) 公司员工收入水平的比较情况

报告期内，公司员工平均收入与全国平均工资、同行业公司的比较情况如下：

单位：万元

类别	2016 年度	2015 年度	2014 年度
公司员工	5.50	5.61	5.00
其中：公司职员	12.83	12.19	11.53

类别	2016 年度	2015 年度	2014 年度
公司导购	4.41	4.59	4.03
全国平均工资	暂未公布	3.96	3.64
太平鸟	-	6.97	6.76
玛丝菲尔	-	6.18	6.71
欣贺股份	-	6.11	6.62

注：全国平均工资水平参照全国城镇私营单位就业人员年平均工资，数据来源于中华人民共和国国家统计局，查询网址：<http://www.stats.gov.cn/>。其中，“公司职员”为公司除“公司导购”以外的员工总和。同行业公司数据来源于各公司公开披露的招股说明书。

报告期内，公司员工的平均薪酬高于全国平均工资水平。与同行业公司相比，公司采取全直营的销售模式且零售网点规模较大，广泛分布在全国各地的导购员工因岗位性质等原因具有人数众多且整体薪资较低的特点，从而在整体上拉低了公司员工的平均薪酬。在不考虑门店导购员工薪酬影响的情况下，公司其他岗位职员的平均薪酬显著高于全国平均工资水平。此外，公司平均员工薪酬略低于已披露相关数据的女装（拟）上市公司，主要系一方面公司的门店规模与员工数量均显著大于可比公司，较低薪酬的门店导购对平均薪酬的影响大于可比公司；另一方面，公司产品定位于大众、中端少淑女装，在女装年龄定位与价格定位方面低于以中高端成熟女装定位为主的可比公司，导购人员的稳定性与薪酬水平也通常低于定位较高的成熟女装。

同时，公司除各地销售办事处与直营门店外，主要办公地位于上海市。公司上海地区工作员工的平均工资水平与上海地区平均工资水平的比较情况如下：

单位：万元

类别	2016 年度	2015 年度	2014 年度
上海员工	5.63	5.81	5.16
其中：职员	10.32	10.92	10.50
导购	4.79	5.21	4.56
上海平均工资	7.80	7.13	6.54

注：上海地区平均工资水平参照上海市职工年平均工资，数据来源于上海市人力资源和社会保障局。其中，“职员”为公司上海地区除“导购”以外的员工总和。

报告期内，公司主要办公地上海地区员工平均工资低于上海地区的年平均工资，且整体有所上升。其中，非导购类职员的年平均工资显著高于上海地区平均工资，而上海地区的导购类员工与全国情况类似，因岗位性质的原因具有低于上海地区平均工资的特征。

作为全直营渠道模式的多品牌服装连锁经营企业,公司员工中导购的数量占比较高,且广泛分布在全国各地。公司各地导购人员的工资水平符合服装零售行业特点,亦符合当地有关工资标准的规定。

(3) 公司劳务派遣员工的收入情况

报告期内,为满足部分临时性、辅助性的工作岗位需要,公司使用部分劳务派遣员工作为补充。为保障劳务派遣员工的权益,公司综合考虑当地劳务市场薪酬水平、公司相同或相似岗位的薪资水平,制定了“计时工资”与“计件工资”相结合的劳务报酬管理制度,公司根据各临时性岗位工作特点制定标准化工序并实行量化考核,劳务派遣员工在特定工作时间内如超额完成工作,以其实际工作量结算劳务费用,如未达到工作量,以其工作时长为基础结算劳务费用。

2016 年度,公司劳务派遣员工的工作地点主要集中于江苏省太仓市,劳务派遣员工月均劳务工资为 3,028 元,同期当地参考劳务用工岗位的市场平均薪酬约为 3,000 元/月¹。报告期内,公司劳务派遣员工的单位小时工资均高于当地最低工资标准,劳务报酬整体稳定且符合当地劳务用工的市场情况。

3、公司未来薪酬制度及水平变化趋势

公司将以现有薪酬绩效管理制度为基础,根据公司及行业的发展情况,持续完善员工薪酬管理制度,进一步优化对员工岗位效能和岗位价值的评估,建立健全与员工岗位相匹配的、差异化的、更富有激励性的薪酬分配体系。

报告期内,公司员工的整体薪酬水平伴随着公司业务的发展而稳步提升。未来,公司将参考行业和地区的工资水平,并结合公司实际经营情况,综合因素调整公司员工薪酬水平,保障员工利益,使公司员工能够同步分享公司的发展成果。

十、持有公司 5%以上股份的主要股东及作为股东的董事、监事、高级管理人员作出的重要承诺

(一) 关于避免同业竞争及减少关联交易的承诺

截至本招股说明书签署日,主要股东及实际控制人未从事与公司构成同业竞

¹ 数据来源:太仓人才网(<http://www.tccrcsc.com/>)

争的业务，公司控股股东、实际控制人就避免同业竞争及减少关联交易出具了承诺函，具体参见本招股说明书“第七节 同业竞争与关联交易”之“二、同业竞争情况”之“（三）公司控股股东、实际控制人等关于避免同业竞争的承诺”。

（二）关于股份锁定及减持意向的承诺

本公司的主要股东（不含 H 股股东）以及通过上海合夏间接持有本公司股份的高级管理人员，对本次发行前所持有的本公司股份均作出了股份锁定承诺，参见本招股说明书“重大事项提示”之“三、关于股份锁定与持股意向的承诺”。

（三）关于影响发行人持续经营因素的承诺

公司实际控制人邢加兴作出的关于影响公司持续经营因素之承诺请参见本节“九、发行人员工及其社会保障情况”之“（三）发行人社会保障制度的执行情况”。

（四）发行人、控股股东和实际控制人、董事、监事、高级管理人员及有关中介机构关于发行上市招股说明书和申请文件真实性的承诺

本公司、本公司控股股东和实际控制人、董事、监事、高级管理人员以及有关中介机构对本次发行上市招股说明书和申请文件真实性均作出了承诺，参见本招股说明书“第十六节 董事、监事、高级管理人员及有关中介机构声明”。

（五）发行人、控股股东和实际控制人、董事、高级管理人员关于上市后三年内稳定股价的承诺

本公司、本公司控股股东和实际控制人、董事、高级管理人员对上市后三年内稳定股价均作出了承诺，参见本招股说明书“重大事项提示”之“四、稳定股价预案”。

（六）关于公司首发填补回报措施得以切实履行的承诺

本公司控股股东和实际控制人、董事、高级管理人员对公司首发填补回报措施得以切实履行均作出了承诺，参见本招股说明书“重大事项提示”之“五、关

于公司填补回报措施能够得到切实履行作出的承诺”。

第六节 业务与技术

一、公司主营业务及其变化情况

公司是一家定位于大众消费市场的快时尚、多品牌、全直营¹时装集团，致力于为广大消费者提供兼具时尚、品质与高性价比的各式时装产品。

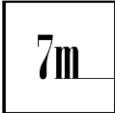
公司现拥有 La Chapelle、Puella、Candie's、7m 及 La Babité 等多个品牌风格差异互补、客群定位交织延展的大众时尚女装品牌，能够满足更广泛女性消费者多样化的衣着需求。公司亦推出了 POTE 等大众时尚男装品牌及 La Chapelle Kids 童装品牌，进一步丰富品牌组合以覆盖更多元化的消费群体。同时，为迎合服装消费趋势变化，公司亦推出了中国本土快时尚品牌 UlifeStyle，为大众消费者提供时尚、平价、款式多样的男女装及童装产品。

2015 年以来，公司在差异化的多品牌战略指导下，借助公司较为成熟的产品供应、销售及信息化管理体系，通过自主培育开发、外部控股合并等方式，推出了 OTHERMIX、MARC ECKŌ、JACK WALK、O.T.R、Siastella 等多个线上与线下品牌，继续以差异化的多品牌战略深度挖掘大众时尚服装消费市场。

公司各主要品牌的品牌标识、推出年份、款式形象及品牌风格如下所示：

		La Chapelle 2001 年推出 优雅、经典和浪漫

¹截至 2016 年 12 月 31 日，除公司控股子公司广州熙辰旗下 Siastella 品牌的 2 家加盟门店外，公司其他品牌的零售网点均采用直营模式，未改变公司在整体上的全直营销售模式。

Puella		Puella 2003 年推出 休闲、乐趣和流行
CANDIE'S		Candie's 2010 年推出 高雅、风趣和时尚
		7m 2012 年推出 清新、快乐和自信
La Babité		La Babité 2012 年推出 清新、日式混搭风格

		POTE 2013 年推出 活泼、舒适
LA CHAPELLE KIDS		La Chapelle Kids 2013 年推出 快乐、休闲和流行
UlifeStyle		UlifeStyle 2015 年推出 时尚、品质和平价
		MARC ECKO 2015 年推出 新传统、现代、高端、美式

JACK WALK >>		JACK WALK 2015 年推出 品质、时尚、不张扬
-O-T-R-		O.T.R 2015 年推出 城市、休闲、自然、 优质
Siastella		Siastella 2016 年下半年推出 简洁摩登、精致品女 性艺术

注：

- 1、2015 年，La Chapelle Sport 与 La Chapelle Homme 分别升级更名为 Puella 与 Vougeek；
- 2、2015 年，7.Modifier 升级更名为 7m；
- 3、2016 年下半年，公司控股子公司广州熙辰服饰有限公司推出 Siastella 女装品牌。

公司聚焦于产品开发、品牌运营以及全直营零售网络管理等产业价值链高附加值业务环节，并通过深度参与、严格把控、广泛合作的外包生产模式，建立了质量可控、产能充足、响应快速的供应链协同体系。在产品开发方面，公司利用全直营的销售渠道，快速感知市场变化，并在新品设计上快速反应，实现产品设计的快速时尚化；在渠道管理方面，以品牌多样、形象丰富、高性价比的大众时尚产品为基础，公司已初步建立布局全国、注重服务、快速响应的全直营零售网

络。截至 2016 年 12 月 31 日，公司在全国 31 个省、自治区和直辖市（除香港、澳门、台湾），运营 8,907 个线下零售网点，广泛地分布在约 2,709 个商业实体中。同时，依托遍布全国的全直营线下零售网络，公司通过 O2O 战略打通与整合了线下零售网点与线上销售平台，为广大消费者提供更为便利、全面的全渠道消费体验。

公司已在国际知名品牌深度参与的国内大众时尚休闲服装领域建立领先的行业地位。根据中华商业信息中心的统计，拉夏贝尔品牌在 2015 年全国大型零售企业的女装品牌销售排名中排名第四。自设立以来，公司主营业务未发生重大变化。

二、发行人所处行业的基本情况

根据《国民经济行业分类》（GB/T4754-2011）及《上市公司行业分类指引（2012 年修订）》的划分标准，公司属于“纺织服装、服饰业（C18）”，并因建立了自有零售渠道，而涉及“零售业（F52）”之“纺织、服装及日用品专门零售（F523）”。

（一）行业管理体系

1、行业监督管理体制

我国服装及服装零售行业的市场化程度较高，政府部门仅对行业发展进行政策指导与监督管理，并由行业协会负责行业内的自律管理。

国家工业和信息化部是我国纺织工业及服装行业的政府管理部门之一，主要负责制定与组织实施行业发展规划、监测分析行业运行动态、统计发布行业相关信息。同时，国家发展改革委员会及各地分支机构主要负责管理本行业的项目备案审批、产业发展政策等；商务部及其下属各级机构主要负责管理我国服装行业进出口业务及特许经营业务等。

中国纺织工业联合会及其成员单位中国服装协会、中国商业联合会、中国连锁经营协会是我国服装及服装零售行业全国性的行业自律组织，负责协助政府部门，维护行业、企业合法权益，推进产业结构调整和产业升级。

2、行业主要法规政策

服装产业是我国重要的民生产业和具有国际竞争力的优势产业，在繁荣经济、吸收就业、满足社会消费需求等方面发挥着重要作用。我国先后颁布及实施了一系列法律法规和产业政策，以规范和推动服装产业的发展。

服装行业所涉及的主要法律法规如下：

法律法规	发布机构	发布/修订
《中华人民共和国产品质量法》	全国人民代表大会常务委员会	1993 年/2000 年
《中华人民共和国反不正当竞争法》	全国人民代表大会常务委员会	1993 年
《中华人民共和国消费者权益保护法》	全国人民代表大会常务委员会	1994 年/2014 年
《外商投资商业领域管理办法》	商务部	2004 年
《零售商供应商公平交易管理办法》	商务部、发展改革委等	2006 年
《零售商促销行为管理办法》	商务部、发展改革委等	2006 年
《商业特许经营备案管理办法》	商务部	2007 年/2012 年
《国家纺织产品基本安全技术规范》	国家质量监督检验检疫总局等	2011 年
《中华人民共和国商标法》	全国人民代表大会常务委员会	2013 年
《网络交易管理办法》	国家工商行政管理总局	2014 年

服装行业所涉及的主要发展政策如下：

政策名称	主要相关内容
《纺织工业调整和振兴规划》 (2009 年 4 月国务院)	提高自主创新能力；加快实施技术改造；淘汰落后产能；促进国内纺织品服装消费；加快自主品牌建设；提升企业竞争实力
《关于加快推进服装家纺自主品牌建设的指导意见》（2009 年 9 月工信部、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）	支持自主品牌服装、家纺企业提高研发设计能力；鼓励符合条件的自主品牌服装、家纺企业上市、发行债券，利用资本市场直接融资；培育发展一批以自主创新为核心、以知名品牌为标志、具有较强市场竞争力的优势服装、家纺企业；形成若干具有国际影响力的服装、家纺自主品牌，显著提高自主品牌在国内国际市场占有率
《产业结构调整指导目录（2011 年本）（修订版）》（2013 年 2 月工信部）	“二十、纺织”之“12、服装企业计算机集成制造及数字化、信息化、自动化技术和装备的应用”被列为“鼓励类”
《商务部关于促进电子商务应用的实施意见》（2013 年 10 月商务	引导网络零售企业优化供应链管理、提升客户消费体验，支持网络零售服务平台进一步拓展覆盖范围、创新服务

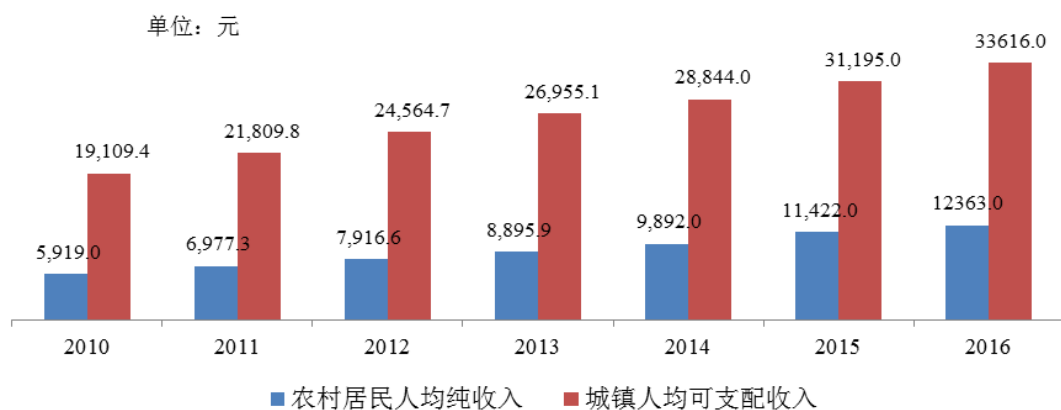
政策名称	主要相关内容
部)	模式；支持百货商场、连锁企业、专业市场等传统流通企业依托线下资源优势开展电子商务，实现线上线下资源互补和应用协同
《关于印发促进消费带动转型升级行动方案的通知》（2016 年 4 月发改委等 24 个部委）	顺应居民消费个性化、多样化发展的大趋势，以适应居民吃穿用住行和服务性消费为线索，以拓展和畅通居民消费自由选择渠道为目标，努力增加高品质商品和服务供给，进一步完善商贸物流、信息网络等基础设施，打通物流、信息障碍，大力加强消费市场信用体系建设，营造居民愿消费、敢消费的良好环境
《纺织工业发展规划（2016-2020）》（2016 年 9 月 20 日工信部）	要以提高发展质量和效益为中心，以推进供给侧结构性改革为主线，以增品种、提品质、创品牌的“三品”战略为重点，增强产业创新能力，优化产业结构，推进智能制造和绿色制造，形成发展新动能，创造竞争新优势，促进产业迈向中高端，初步建成纺织强

（二）我国服装行业发展概述

1、市场容量与增长趋势

随着我国经济总量的不断提高，城乡居民的收入水平持续增长。国家统计局数据显示，全国城镇居民家庭人均可支配收入由 2010 年的 19,109 元增长到 2016 年的 33,616 元，年复合增长率 13.06%；全国农村居民人均纯收入由 2010 年的 5,919 元增长到 2016 年的 12,363 元，年复合增长率 9.87%。

图：我国城镇人均可支配收入和农村居民人均纯收入持续增长



数据来源：国家统计局

同时，我国城镇化进程持续推进。国家统计局数据显示，2014 年，中国城镇人口约为 7.5 亿人，农村人口约为 6.2 亿人。城镇人口占全国总人口的比例由 2009 年 48.3% 增长至 2014 年的 54.8%。数据显示，2016 年，我国城镇化率进一步提升至 57.35%。

居民收入水平的提高及城镇化步伐的持续推进，为中国大众服装消费市场的巨大容量与持续增长奠定了坚实基础。国家统计局数据显示，城镇居民人均衣着类支出水平由 2013 年的 1,553.70 元增长到 2015 年的 1,701.10 元，年均增长率 4.64%；农村居民人均衣着类支出水平由 2013 年的 453.80 元增长到 2015 年的 550.50 元，年均增长率 10.14%。伴随居民收入水平提升、消费观念转变，居民将更加注重个人的着装消费，预计我国服装市场具有广阔的发展空间。

（1）我国服装市场整体规模

目前，我国已经成为全球最大的纺织品服装生产国及消费国。

2016 年 1-6 月，我国规模以上企业的服装产量达 144.25 亿件，同比增长 0.71%。我国限额以上批发零售企业服装类商品的零售总额为 4,839 亿元，同比增长 6.9%¹。

（2）大众成人休闲服装是服装市场重要组成部分

按照使用场景，成人服装主要分为正装、休闲装及运动装三大类，其中休闲服装在日常生活中的使用最为广泛。按照产品的零售价格及品牌定位，成人休闲服装可进一步划分为低档、大众及高档三类。其中，大众成人休闲服装由于品牌繁多、定价合理及消费群体庞大，切合了大众消费群体以合理价格展现个性时尚的穿着需求，而成为服装市场重要组成部分。

（3）大众女性休闲服装占据大众成人休闲服装市场半数以上规模

一般而言，女性对于时尚潮流有着比男性更高的敏感性和关注度，也更注重应季服装的搭配性，因而有着更多的服装消费需求。女性社会经济地位的提升、社交生活的增加以及传播更为广泛便捷的时尚信息，推动了我国女性服装市场规模的持续扩大。同时，受惠于中档平价的产品定价、多样化的品牌选择以及新颖流行的款式设计，大众女性休闲服装市场拥有着庞大的消费者基础。

¹ 数据来源于国家统计局

公司产品聚焦于大众休闲服装市场，产品突出时尚性，致力于为广大消费者提供兼具时尚、品质及高性价比的休闲服装产品，是大众休闲服装市场的重要参与者。

2、市场供给分析

（1）全球品牌参与竞争

在经济全球化背景下，部分国外领先品牌采取了全球化运营的模式来提高销售业绩，谋求新的增长点。在国内服装市场巨大发展空间的吸引下，国际服装品牌也加快了对中国市场的拓展，特别是价格适中，消费群体庞大的大众休闲服装领域。自 2002 年 UNIQLO（优衣库）在上海开设门店以来，以优衣库、H&M、ZARA、GAP 和 C&A 等为代表的国际快时尚品牌在国内快速发展。目前，我国已成为 UNIQLO、H&M、ZARA、GAP 和 C&A 等国际快时尚品牌的主要竞争市场。

国际服装品牌的进入，一方面给国内服装企业带来了巨大的竞争压力，另一方面也为国内服装企业提供了可供借鉴的创新经营模式，为国内服装行业培养了大量专业人才。同时，也进一步培养了国内消费者的时尚意识和着装品位，进而又促进了市场需求的进一步增长。

目前，国内大众女性休闲服装市场已呈现出全球品牌参与竞争的格局，除本公司外，本行业主要品牌及其所属公司的简要情况如下表所示：

公司名称	基本情况
绫致时装（天津）有限公司	绫致时装 Bestseller 于 1975 年始建于丹麦，主要经营设计和销售适合都市女性、男性、儿童及青少年的流行时装和饰品。该集团于 1996 年进入中国并成立绫致时装（天津）有限公司，在华经营 ONLY、VERO MODA、SELECTED 和 JACK&JONES 四个主要品牌。
衣恋时装（上海）有限公司	衣恋集团于 1980 年创立于韩国，现已成为韩国最大的时装流通公司。该集团于 1994 年成立衣恋时装（上海）有限公司进入中国市场，先后引入 E.LAND、TEENIE WEENIE、SCOFIELD、Roem、PRICH 等中高档品牌，并于 2013 年将快时尚品牌 SPAO 引入中国。2016 年，衣恋集团将 TEENIE WEENIE 业务出售给维格娜丝时装股份有限公司。
赫基（国际）香港有限公司	赫基国际成立于 1999 年，目前旗下拥有 Ochirly、Five Plus、Trendian、MissSixty 等男女时装品牌。

公司名称	基本情况
迅销（中国）商贸有限公司	迅销公司于 1963 年成立于日本，是日本乃至亚洲服装零售业的领军企业，旗下品牌优衣库（UNIQLO）现已发展成为国际领先的快时尚品牌之一。 迅销公司于 2002 年在中国开设第一家门店正式进入中国市场，并在 2006 年成立迅销（中国）商贸有限公司。
宁波太平鸟时尚服饰股份有限公司	太平鸟公司成立于 2001 年，旗下拥有 PEACEBIRD 女装、PEACEBIRD 男装、乐町 LED' IN 女装、MATERIAL GIRL 女装、AMAZING PEACE 男装、Mini Peace 童装等多个品牌。截至 2015 年 12 月底，太平鸟公司各品牌在全国共有 3,794 家门店。2015 年，太平鸟公司实现营业收入 590,333.67 万元，净利润 53,301.00 万元。
飒拉商业有限公司	飒拉公司的母公司 Inditex 于 1963 年成立于西班牙，目前是全球第一大服装集团，旗下拥有 Zara、Massimo Dutti、Bershka 等品牌，其中 Zara 为国际领先的快时尚品牌之一。 Zara 于 2006 年在中国开设第一家门店，正式进入中国市场。
海恩斯莫里斯（上海）商业有限公司	海恩斯莫里斯公司的母公司 Hennes & Mauritz 于 1947 年成立于瑞典，目前是全球规模最大的服装集团之一，旗下拥有的 H&M 品牌为国际领先的快时尚品牌之一。 H&M 于 2007 年在中国开设第一家门店，正式进入中国市场。
上海英模特制衣有限公司	英模特公司的母公司 ETAM 集团成立于法国，旗下主要服装品牌有 Etam（艾格）、EtamWeekend、ES 等。 ETAM 集团于 1994 年成立英模公司正式进入中国市场。

注：上表中信息来自于各公司网站、招股说明书等公开信息。

（2）行业集中度逐步提升

经过多年发展，拉夏贝尔、太平鸟、欧时力、GXG 等国内大众休闲服装品牌脱颖而出，建立起了覆盖全国的销售网络，发展成为了国外品牌的有力竞争者。同时，亦有一部分区域品牌，依托对区域消费市场的了解，在区域市场占据一定份额。国际品牌、全国性品牌、区域性品牌的竞争导致国内大众女性休闲服装市场竞争激烈，集中度较低。

随着领先企业依靠在渠道扩张以及提升单店销售业绩上的持续发力，国内大众女性休闲服装市场集中度正逐步提升。

3、行业经营模式

根据对服装产品开发设计、生产加工、品牌管理、产品销售等产业链各环节参与方式、控制程度等的不同，服装行业存在着多样化的经营模式。

（1）典型商业模式

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

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

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

虚拟运营模式专注于服装设计开发与品牌运营，将生产加工环节外包，实现运营的轻资产化。该模式下，企业在利用外部制造资源降低产品成本的同时，需要在外部供应商、分销商与内部研发设计、品牌管理之间形成高效的供应链管理能力和能力。

自有品牌专业零售商（SPA）模式由国际快时尚品牌 GAP 开创，其介于纵向一体化与虚拟运营之间，强调对材料采购、产品规划、设计开发、生产销售整个环节的有效控制，但并不要求企业拥有自主生产能力。该模式往往将生产加工环节外包给专业制造厂商，通过规模效益降低供应链成本，通过严格的质量管理体系确保产品的高品质，通过高效的信息和物流网络，实现对产品供应链的垂直整合，以高性价比的产品定价、快速响应的产品开发与销售满足市场需求。

对于大众休闲服装企业而言，向消费者提供紧贴时尚潮流的服装，加快供应链响应速度，提高消费者购买体验，并在品质、价格之间实现平衡，是参与市场竞争的关键，SPA 模式允许企业专注于产品开发、品牌运营和终端销售，因此成

为大众休闲服装企业主要的商业模式之一。UNIQLO、H&M、ZARA 等国际快时尚品牌普遍采用 SPA 模式。

（2）品牌运作模式

服装企业的品牌运作主要包括单品牌运作和多品牌运作两种模式。相比于前者，多品牌运作模式通过品牌组合的形式覆盖了不同细分市场的需求，能够吸引更多广泛的客户群体；品牌组合亦能在企业构建供应链体系、开发零售渠道时提供协同效应。此外，多品牌运作也能有效规避单一品牌的经营风险。

目前，知名的大众休闲服装企业大多采取多品牌运作模式：

公司	旗下主要名牌
迅销（中国）商贸有限公司	UNIQLO（优衣库）,GU, Theory, Comptoir des Cotonniers, Princesse tam.tam, J Brand
衣恋时装（上海）有限公司	E-Land, Roem, Scofield, Prich, So Basic
赫基（国际）香港有限公司	Ochirly, Five Plus, MISS SIXTY, TRENDIANO
飒拉商业有限公司	Zara, Pull&Bear, Bershka, Stradivarius
海恩斯莫里斯（上海）商业有限公司	H&M, Weekday, Monki, COS
凌志时装（天津）有限公司	Only, Vero Moda, Jack&Jones, Selected
宁波太平鸟时尚服饰股份有限公司	PEACEBIRD, 乐町, 赫奇, MATERIAL GIRL
百家好（上海）时装有限公司	Basic House, Mind Bridge, Voll

注：上表中，用国际服装企业在中国设立的公司作为其代表。比如，迅销（中国）有限公司代表 FAST RETAILING CO.,LTD.（日本注册公司）。

此外，服装企业也会采取品牌延伸战略，即在单一品牌下，通过延伸产品线提供多品类产品，满足不同消费人群的需求。比如，UNIQLO、H&M 及 GAP 品牌即同时涵盖男装、女装及童装。

（3）销售模式

品牌服装企业一般采取直营、加盟或者两者相结合的模式进行产品销售。

在直营模式下，品牌服装企业直接控制和管理各零售终端的经营活动，优势在于企业可充分获取销售环节的利润空间，有利于快速、自主、统一地贯彻公司经营战略，直接、准确、及时地掌握客户需求动态；但该模式也对企业的资金实力、存货管理及运营能力等都提出了较高要求。

在加盟模式下，品牌服装企业授权加盟商在特定的范围、期限和区域内销售本品牌产品，优势在于企业可利用加盟商资源，以较少的资金和资源投入，快速

地建立销售渠道、扩大市场份额，实现货品和资金的较快周转；但同时，该模式下企业对销售渠道的控制力较直营模式有所减弱，在渠道开拓及管理上也将在一定程度上受制于加盟商实力及配合程度。

从零售门店业态类型上看，服装零售门店可分为专柜和专卖两类。专柜主要开设于百货商场，优势在于可利用商场良好的消费氛围、较大的人流及品牌群聚效应促进销售。专卖主要指街边独立店铺以及开设于大型购物中心的独立门店。相比于专柜，专卖店一般面积较大，自主收银，且在门店装修、内部陈列以及促销活动等方面有更大的自主权，更有利于塑造宣传品牌形象。随着购物中心业态的逐渐兴起，购物中心专卖店成为大众休闲服装企业重点开发的门店类型。

4、行业经营特征

（1）周期性

服装属于居民生活消费用品，整体上具有一定消费刚性，根据产品定位差异受宏观经济影响有所区别：高端服装产品的消费刚性属性不强，而是具备更多的可选消费品特征，特别是定位于奢侈品的高端服装产品，其受宏观经济周期的影响较为明显。而满足基本着装需要的大众类服装产品由于使用场景丰富，消费群体广泛、价格适中，受经济周期影响相对较小。

ZARA、H&M 等国际快时尚品牌的进入，逐渐使得大众休闲类服装产品的快速消费品属性被国内消费者认可并接受，其通过消费者大量和高频次购买获得利润，进而在一定程度上消弭了经济波动对大众休闲类服装产品的周期性影响。

（2）区域性

我国各地经济发展不平衡，地理、气候条件各异，消费者消费能力、审美观念、消费意识也不尽相同，各地商业零售的发展水平也存在差异，因此服装消费呈现一定的区域性特征：东部沿海及各一线城市购买力较高，对品牌、品质、时尚趋势及服务质量较为敏感，而其他区域城市由于消费者收入相对较低，对价格的敏感度较高。因此，企业需要针对区域特点针对性地设计版型、款式和色彩，以丰富多样的产品线实现对多层次市场的有效覆盖。

（3）季节性

服装产品具有较为明显的季节性特征。一般而言，秋冬产品由于使用面料与春夏产品存在差异，单价要高于春夏产品。同时，由于国庆、元旦及春节假期的

存在，秋冬产品存在着节日性消费集中释放的特点。因此，服装企业下半年的销售收入普遍高于上半年。同时，各季天气气候的波动也会对当季产品的销售产生影响。例如，如果南方出现暖冬，则会对服装企业销售收入带来季节性影响。

5、行业技术特征

服装企业的技术能力主要体现在产品开发、生产制造、终端销售、供应链管理及信息系统管理等多个方面。对于大众休闲服装企业，特别是产品突出时尚属性的企业而言，产品开发、终端销售、供应链管理及信息系统管理尤为重要。

（1）产品开发

大众时尚休闲服装产品的开发要求企业能够紧跟时尚流行趋势，通过款式、色彩、细节等体现产品时尚性，并要求较快的设计反应速度。目前，国内企业通过参与国际服装时尚交流活动，与国际知名设计机构合作，引进国际知名设计师等方式，并借助现代化的设计及数据分析工具，不断提升自身产品设计能力。

（2）终端销售

大众时尚休闲服装行业的竞争要求企业能够不断提升消费者的消费体验，进而提高消费者的客单量与重复购买次数。终端销售能力体现在门店陈设、货品陈列、动线设计、客户服务等软硬件上，也体现在门店对于销售实时数据与库存情况的掌握与分析，从而及时调整库存，实现存货的有效流动。

网络购物的兴起与流行，亦对大众时尚休闲服装企业的销售能力提出了更高要求。线上与线下销售的整合与互动要求企业应能实现线上与线下订单的协调与分配，以及线下仓储及物流对线上业务的支持。

（3）供应链管理

供应链管理直接决定了大众时尚休闲服饰企业应对市场变化的速度、产品质量、生产成本以及库存水平。时尚潮流变化加快、服饰流行周期变短的现实要求企业能够建立快出货、多批次的弹性供应链，在保证产品质量、价格的同时提高供应速度和弹性。

（4）信息系统管理

信息系统是产品设计、终端销售以及供应体系的重要支撑，也是有效串联各个环节、提高企业整体运营效率的关键。特别是对终端销售的记录与分析以及对企业库存的实时监控，是企业开展产品企划与设计、进行存货有效调拨的基础。

领先的大众时尚休闲服装企业已开始运用订单管理系统、产品生命周期管理系统、仓储管理系统及商业智能系统、终端 POS 系统等多个专业信息系统管理公司业务运营的多个环节。

（5）生产制造

我国是传统的服装生产制造大国，拥有完善的生产制造体系以及大批成熟的产业工人。优衣库、H&M 等国际快时尚品牌亦将我国作为重要的产品供应基地。

经过多年发展，我国服装生产制造的整体技术水平得到了较大提升，主要体现在机械化水平及信息化水平等多个方面。随着我国机械制造水平的提高及国外先进技术设备的引进，服装生产的机械化、自动化、智能化水平大幅提高，在人力成本呈现上升趋势的现实背景下，大量先进的制造装备，如全吊挂式服装生产线的研发运用，可以有效降低人工投入，提高我国服装生产制造的竞争力。工业 4.0 背景下，服装的生产管理也逐步进入到信息化和数字化时代。

6、行业利润水平

大众时尚休闲服装寻求时尚、质量及价格三者之间平衡，行业毛利率处于稳定水平。报告期内，公司营业毛利率与（拟）上市女装可比公司比较情况如下：

企业简称	营业毛利率（%）		
	2016 年度	2015 年度	2014 年度
朗姿股份	54.96	58.99	60.66
维格娜丝	70.24	70.33	71.05
歌力思	68.96	67.61	67.51
欣贺股份	-	78.68	77.78
玛丝菲尔	-	79.33	79.12
日播时尚	61.74	61.73	58.84
地素时尚	75.06	74.54	73.55
太平鸟	54.95	54.24	53.51
安正时尚	70.63	68.61	69.61
平均值	65.22	68.23	67.96
拉夏贝尔	64.08	65.30	65.21

资料来源：各公司年报、招股说明书等。欣贺股份、玛丝菲尔数据尚未披露。

7、行业发展趋势

（1）大众时尚休闲服装市场继续保持稳定增长

受益于居民收入水平提升、消费观念转变以及较低的人均服装消费支出水平，我国服装市场仍具有广阔的发展空间。

同时，在经济增速放缓以及经济转型的背景下，消费者特别是 80、90 后的年轻人将更加注重着装的搭配性与时尚性，并将提高服装购买的频率，而对于产品价格较为敏感。价格定位合理的大众时尚休闲服装迎合了这一庞大消费群体的需求，预计将取得快于整体服装市场的增长率。

（2）服装快消品化将成为大众服装消费趋势

ZARA、H&M 等国际快时尚品牌的进入及流行，逐渐使得大众休闲服装产品的快速消费品属性被国内消费者认可并成为消费潮流。快速消费品属性要求产品设计紧贴时尚潮流，产品款式丰富可选，并能持续不断地设计新产品推出市场以吸引消费者的重复关注，提高购买频率。这要求企业具备通过加快设计、生产及分销周期，依据新近时尚趋势设计产品的能力，并能够控制运营成本，以具备竞争力的价格向消费群体作出销售。

开发自身产品的快速消费品属性并加以利用将成为大众时尚休闲服装企业市场竞争力的重要体现。

（3）二、三线城市大众时尚休闲服装市场将快速发展

随着一线城市市场竞争日趋激烈，以及二、三线城市居民收入和消费力的提升，国际快时尚品牌在城市布点上从过去的以一、二线主要城市为主，逐步转向以二、三线城市为主的“下沉式”发展¹，特别是在区域中心城市以及区域中心城市周边的卫星城市加大了布局力度。根据世邦魏理仕中国研究部数据显示，截至 2014 年 3 月底，包括 UNIQLO，H&M、ZARA 和 C&A 在内的四大国际快时尚品牌在国内的开店总数已升至 643 家，其中一线、二线和三线城市的门店数量占比分别为 32.5%、35.6%和 31.9%，一线城市门店数量占比较 2013 年 6 月底下降了 2.9 个百分点，而三线城市门店数量比重则较快上升，“下沉式”的发展趋势有加速迹象。

¹世邦魏理仕中国研究部：《演变中的中国零售业格局系列报告之一：快时尚》。

国际快时尚品牌的下沉发展将进一步培养二、三线城市消费者的快时尚消费意识，促进二、三线及四线城市大众时尚休闲服装市场的快速发展。

（4）零售业态变迁带来新机遇与新挑战

随着可选商品的丰富以及消费观念转变，消费者购物需求日趋多样化，开始更多地追求体验式消费、娱乐休闲消费，并强调家庭型消费，对于商场购物环境、停车位等配套设施等也提出了更高的要求。

基于这一消费偏好的变化，拥有更优购物环境以及配套设施、业态配置也更为丰富的购物中心逐渐在国内兴起，并成为重要的零售业态。受限于经营面积的传统百货公司也正在积极寻求转变，通过扩大面积、增加零售业态类型，调整商户类型，改善购物环境，实现百货商场的“类购物中心化”¹。

零售业态变迁给国内大众时尚休闲服装企业带来了新的发展机遇，也提出了新的挑战。一方面，大众时尚休闲服装企业可以和成熟的购物中心运营商开展战略合作，跟随新建购物中心开设新店，降低零售网点扩张的难度和经营风险，而购物中心与百货商场在引进商户时存在的竞争也提高了品牌商在商务谈判中的博弈能力。另一方面，购物中心对于入驻商户的品牌知名度、吸引客流能力以及服务客户能力都提出了更高的要求，而且独立门店面积普遍较大，这就要求大众时尚休闲服装企业具备强大的组货能力，以支撑门店陈列，满足客户多元化一站式购物需求。同时，也要求大众时尚休闲服装企业具备优秀的终端销售能力，提升店效，降低库存风险。为应对购物中心开设大面积门店的要求，国际快时尚品牌一般采取开设多品牌集合店或者单一名牌下提供多品类产品的方式，比如，UNIQLO、H&M 与 GAP 门店均销售女装、男装、童装以及配饰产品。

（5）O2O 打造全渠道零售引领服装销售新趋势

互联网的普及和阿里巴巴、京东等电商平台的迅猛发展已使互联网成为消费者购买服装的重要渠道。数据显示，我国线上服饰销售规模 2016 年已经超过 9,000 亿元，2011 年-2016 年复合增速达到 36%²。

从信息技术、商业零售未来发展来看，网络购物所带来的基于大数据、需求导向的突破实体空间、时间限制的新零售模式变革是大势所趋。线下服装品牌在关注网络购物对传统线下实体门店冲击碰撞的同时，更应该利用网络购物平台与

¹世邦魏理仕中国研究部：《演变中的中国零售业格局系列报告之二：百货公司》。

²海通证券研究报告。

线下实体门店的融合与协同，通过 O2O 战略打造全渠道零售模式，提升消费者购物体验。线上线下的深度融合将成为服装销售未来发展的主要方向之一。

（三）行业与上下游行业的关联性

1、与上游行业的关联性及其影响

服装生产的原材料为各式面料及辅料。经过多年发展，目前国内面料制造业产能充足，产品线丰富。根据《纺织工业“十二五”发展规划》，早在“十一五”期间，我国化纤、纱、布、呢绒、丝织品、麻纺织品、服装等产量均居世界第一，有力支撑了服装行业的发展。同时，随着市场竞争日趋激烈，大众时尚休闲服装产品使用的创新面料也会构成产品独特价值。例如，日本快时尚服装品牌优衣库即与面料制造商共同开发了 HEATTECH 材料，成功推出了 HEATTECH 系列产品。因此，品牌服装企业与上游面料行业的联系日趋紧密。我们的面料行业也在不断推陈出新，面料产品向高品质、高性能、高附加值的方向发展，为推动我国服装行业产品结构升级，增强品牌服装企业的竞争力提供了保障。

大众时尚休闲服装行业的上游还包括成衣制造行业。我国的长江三角洲、珠江三角洲，如江苏苏州、浙江嘉兴、广东深圳、中山及上海周边等地区已形成成衣制造的产业集群，分布着众多拥有一定生产设计能力和专业技术工人的成衣制造企业，为我国大众时尚休闲服装产品的外包加工提供制造基础。

2、与下游行业的关联性及其影响

服装行业的下游为参与产品分销的加盟商与商业零售企业，如百货商场、购物中心等，最终下游为终端消费者。随着快时尚品牌在经营策略上缩减销售中间环节、建立扁平化销售渠道，部分企业也开始采取全直营销售模式，加盟商在分销体系中的作用有所弱化。

百货商场、购物中心是服装行业的重要销售渠道和下游零售业态。服装品牌可以利用百货商场、购物中心良好的购物环境、成熟的客群及品牌群聚效应，快速扩展销售渠道，减少经营风险。百货商场、购物中心则可以利用服装品牌吸引人流、维护和提升品牌形象。我国商业零售行业发展迅速，业态完善，已形成了一批全国性和区域性商业零售品牌，为大众时尚休闲服装快速分销提供了基础。

（四）进入行业的主要壁垒

1、品牌壁垒

随着我国居民消费能力的持续提高，消费者的品牌意识不断增强，具有良好品牌形象与影响力的产品在市场进入、获取品牌溢价方面具有独特优势。同时，大众时尚休闲服装产品具有消费群体广泛，需求多样化且消费者品牌忠诚度相对较低的特点，这就要求品牌企业持续提升品牌形象，防止品牌老化，并能够具备多品牌运作能力，以满足消费者多样化需求。

但是品牌影响力的塑造是一套系统化运营工程，需要企业在品牌推广、产品设计、品质管理、销售渠道、售后服务等各环节投入大量人力、物力进行积累；消费者品牌认知的培养更需要长时间的市场检验及时间积淀。行业新进入者需要更大投入才能创立新品牌和突破市场已有品牌形成的壁垒。

2、销售渠道壁垒

销售渠道是赢得市场的重要因素之一。对于大众时尚休闲服装企业而言，销售渠道也是宣传品牌形象的重要载体。企业必须结合品牌定位和自身资源禀赋，在扩大销售渠道覆盖面的同时，根据消费者消费习惯及零售业态的变化持续改善渠道结构，进而提升渠道控制力。销售渠道的建设需要大量投入，且优质资源具有一定的稀缺性，行业新进入者难以在短时间内构建具有竞争力的营销网络。

3、产品开发壁垒

良好的产品体验是赢得消费者长期关注的关键因素。大众时尚休闲服装市场消费群体对流行时尚较为敏感，要求企业能够紧跟时尚流行趋势开发产品，并根据市场变化作出快速响应。这需要企业建设专业化的产品设计团队并持续投入，同时需要终端销售渠道配合对市场流行趋势与消费者消费偏好地及时感知与反馈。行业新进入者需要较长时间的摸索和积累才能具备上述能力。

4、产品供应链壁垒

在一个快速变化的消费环境下，企业需要具备综合的供应链管理能力和对流行趋势、消费者需求变化做出及时响应。一个完整高效的产品供应链不仅需要企业内部跨产品设计、生产企划、仓储物流、销售等多个部门的协调运作，也需要

整合外部原辅材料供应商、外包厂商、第三方物流服务商等资源。在保证产品供应链高效的同时，企业还必须在控制供应链成本和确保产品高品质之间实现平衡。产品供应链的打造需要科学规划和实践检验配合，亦需要较长时间的积累和改进。

5、管理能力与人才壁垒

企业管理能力和管理精细化程度决定了企业运营效率。大众时尚休闲服装的快消品化对于企业管理提出了更高的要求。管理能力不仅体现在对材料采购、产品企划、设计开发、生产销售整个业务环节的有效控制，也体现在产品供应链体系的快速反应以及产品成本的控制上，最终转化为“时尚设计、优质平价、快速流通”的产品及供应链特征。同时，大众时尚休闲服装的快消品化也让企业对于多领域的专业化人才产生了强烈需求。行业新进入者需要较长时间的摸索和积累才能形成既适应企业自身特点，又符合行业发展要求的管理体系，并建设一支专业化的人才队伍。

（五）行业发展有利与不利因素

1、有利因素

（1）居民收入倍增计划为行业发展奠定坚实基础

服装消费是居民消费支出的主要类别之一，其市场需求直接受居民可支配收入水平的影响。国家统计局数据显示，我国城镇居民人均可支配收入由 2010 年的 19,109 元增长到 2016 年的 33,616 元，年复合增长率 9.87%；我国农村居民人均纯收入也由 2009 年的 5,919 元增长到 2016 年的 12,363 元，年复合增长率 13.06%。2012 年十八大报告指出，“争取到 2020 年实现城乡居民人均收入比 2010 年翻一番”。同时，收入分配制度改革也将进一步释放中低收入阶层消费潜力。居民收入的持续增长为行业发展奠定坚实基础。

（2）城市化进程与扩大内需政策为行业创造更大的发展空间

国家统计局数据显示，2015 年全国农村居民人均衣着类支出金额为 550.5 元，而同年全国城镇居民人均衣着类支出金额达到 1701.1 元。城镇居民人均衣着类支出是农村居民人均衣着类支出金额的近 3 倍。伴随城市化进程的持续推

进，农村居民收入水平将得以提升，商业零售及仓储物流等基础设施也将得以改善，将为大众时尚休闲服装行业创造更为广阔的发展空间。

同时，扩大内需、推动消费升级是我国在经济新常态下推动经济升级的重要举措。国家从健全社会保障制度、实施鼓励消费的财税金融政策等多个方面着手，引导居民释放潜在消费需求，这将为大众时尚休闲服装行业发展注入更大动力。

（3）产业政策大力支持行业发展

服装行业是国民经济传统支柱产业，也是国际竞争优势明显的民生产业，为社会创造了大量的就业机会，因此得到了国家产业政策的大力支持。全国人大四次会议于 2011 年 3 月通过的《十二五规划纲要》、纺织工业联合会于 2012 年 5 月发布的《建设纺织强国纲要（2011-2020 年）》以及工信部于 2016 年 9 月发布的《纺织工业发展规划（2016-2020）》均先后强调，加强质量管理和技术升级，完善行业科技创新机制，重点推进行业自主品牌建设，已成为促进我国纺织服装产业调整和振兴的重要举措。

（4）商贸零售业多元化发展为行业发展创造有利的市场环境

近年来，虽传统百货业态由于过度依赖联营模式、同质化竞争严重以及无法满足消费者对体验式消费以及更优消费环境的诉求等因素影响，出现了销售增长滞缓以致关闭门店的情形，但购物中心、专业商场、仓储会员店等新业态在全国各地的兴起有效抵消了传统百货业态疲软所带来的负面影响，并从价格、服务、业态丰富度、购物环境和体验等多方面向传统业态发出挑战，这将从整体上促进我国商贸零售行业的多元化发展，使其能够适应居民消费习惯的嬗变。商贸零售业的发展有利于大众时尚休闲服装企业进一步扩张渠道网络，并可根据自身品牌定位及目标市场实际情况，选择合适的零售网点形态，提升渠道控制力。

（5）网络购物兴起为行业发展提供新的想象空间

我国网络购物规模在近年来发展迅速，对于线下实体销售带来了一定的冲击。但从长远看，网络购物所带来的基于大数据、需求导向的突破实体空间、时间限制的新零售模式变革将有效提升消费者购物体验，进而为品牌服装企业构建全渠道零售模式创造了条件。线上线下的深度融合将为服装产品的设计流程、零售方式、仓储物流体系等带来深刻变革，也将为行业发展提供新的想象空间。

（6）成熟完整产业链保障行业发展

经过多年发展，我国服装行业已经形成完整的产业链，品牌服装企业、专业成衣制造商、原辅材料供应商分工明确，产业集群效应凸显。日趋成熟的生产技术、完整的上下游配套体系和良好的产业平台，为行业发展奠定了坚实基础。

2、不利因素

（1）市场恶性竞争加剧

虽然中国已经成为国际快时尚品牌的主要市场，但各大国际快时尚品牌在中国的渗透率仍然远落后于该品牌在其所属国的渗透率。世邦魏理仕预计，快时尚品牌将继续加深在国内各大城市的渗透，并在其全球布局策略上对中国市场进一步倾斜¹。

国际快时尚品牌的进一步参与将使得国内大众时尚休闲服装市场的竞争更为激烈。同时，国内部分品牌由于产品设计能力落后，亦未建立起快速高效的供应体系，因此采取了直接抄袭仿冒、产品恶意促销打折等恶性竞争行为，不利于行业整体发展。

（2）产品的同质化竞争

受制于投入不足及缺乏相关人才，目前部分国内大众时尚休闲服装企业尚未能形成清晰的商品企划思路，亦缺乏根据自身品牌定位及时尚潮流趋势设计差异化产品的能力；同时，受制于知识产权保护的相对滞后，市场上对服装款式设计进行模仿抄袭的现象时有发生，导致产品同质化程度较高。

（3）知识产权保护滞后

产品的款式设计、品牌的形象标识是品牌服装企业重要的知识产权，我国服装行业普遍存在知识产品保护制度滞后、侵权行为打击力度不足的问题。行业内抄袭服装款式设计、盗用知名品牌的侵权行为仍普遍存在。在知识产权保护制度建设相对滞后、侵权行为打击力度不足的情况下，企业维权行为的成本较高，不利于行业自主品牌及技术创新的发展。

¹世邦魏理仕中国研究部：《演变中的中国零售业格局系列报告之一：快时尚》。

三、发行人在行业中的竞争地位

（一）行业竞争地位

公司是一家定位于大众消费市场的快时尚、多品牌、全直营时装集团，旗下经营 La Chapelle、Puella、7m、Candie's、La Babité、POTE、UlifeStyle、MARC ECKO、JACK WALK、O.T.R、OTHERMIX 和 Siastella 等多个差异化的大众时尚休闲服装品牌，致力于为消费者提供兼具时尚、品质及高性价比的各式服装产品。

以时尚多样、形象丰富、高性价比的产品定位为基础，凭借快速扩张、广泛分布、注重服务的全直营零售网络，公司已在国际知名品牌深度参与的国内大众时尚休闲服装领域建立领先的行业地位。根据中华商业信息中心的统计，拉夏贝尔品牌在 2015 年全国大型零售企业的女装品牌销售排名中排名第四。

（二）公司竞争优势

在潮流更新迅速、行业竞争激烈的国内大众时尚休闲服装市场，以具有竞争力的产品价格与布局广泛、便捷高效的销售渠道，向广大消费者提供时尚、优质的产品以及良好的购物体验，是公司参与市场竞争的关键。以此为塑造核心竞争力的基础，公司持续优化各业务环节，业务规模与盈利水平在报告期内实现了快速增长。

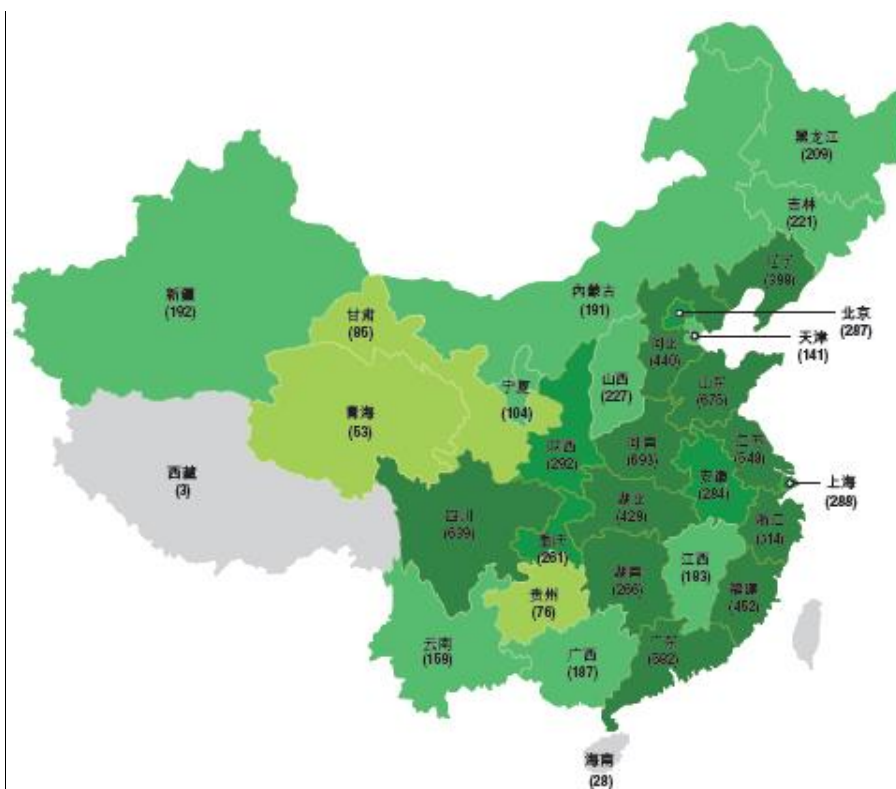
1、全直营式销售网络与全渠道零售模式

区别于同行业大部分竞争对手，公司采取全直营的销售模式，直接控制和经营所有销售网络，形成了公司独特的竞争优势。

（1）遍布全国、结构合理、注重服务的直营零售网络

截至 2016 年 12 月 31 日，公司已建立覆盖中国所有 31 个省、自治区和直辖市（除香港、澳门、台湾）的零售网络，拥有各类网点 8,907 个。其中，除公司于 2016 年新推出的品牌 Siastella 拥有的 2 家加盟门店外¹，公司其他品牌的零售网点均采取直营模式，因此在整体上公司仍实行“全直营”的经营理念。

¹ 截至 2016 年 12 月 31 日，杰克沃克仍有部分加盟门店，由于公司在 2016 年底着手对杰克沃克品牌进行产品优化调整，暂时性中断了对加盟门店的供货，故未将该等加盟店纳入期末有效零售网点的统计范围。



从网点布局的城市结构看，公司在一、二线城市拥有 4,100 个零售网点，占比 46.03%，在三线及以下城市拥有 4,807 个零售网点，占比 53.97%。随着城镇化进程的加快以及居民消费水平的提升，二、三线城市大众时尚休闲服装市场将快速发展。公司在该市场的网点布局将帮助公司抓住市场发展契机。

从网点布局的业态类型看，公司根据各地经济发展水平与商业零售业态，选择与当地领先的百货商场和大型购物中心合作，因地制宜地开设专柜或者专卖店。截至 2016 年 12 月底，公司拥有直营专柜 5,730 个，占比 64.33%，直营专卖店 3,175 个，占比 35.65%。其中，专卖店占比从 2012 年的 22.16% 增长至 35.65%，适应购物中心逐渐兴起的商业零售业态变迁趋势。

公司直接控制和经营销售网络（除杰克沃克与广州熙辰的少量加盟门店外，下同），不仅便于公司以统一的标准规范管理所有网点，提升销售服务品质，以向消费者提供良好的消费体验，也有利于公司管理层利用终端销售数据，针对市场变化作出及时、准确的决策；有利于产品开发和设计人员及时获取市场信息，为产品开发和设计提供针对性的指引，提高产品的时尚性和对市场的快速反应能力。

（2）O2O 战略促进线上线下互动，构建全渠道零售方式

为顺应消费者购买过程的网络化趋势，公司推出了基于自身优势的 O2O 战略：在部分线下零售网点实施“线上下单，线下发货”策略，实现线上订单的就近发货。公司亦在 2015 年 4 月完成了对专业电商品牌七格格投资，引入其具有新型互联网基因的线上运营团队，提升公司线上精准营销能力和服务质量。报告期内，公司线上业务发展迅速，线上业务收入占比从 2014 年 0.61% 增长至 2016 年的 10.82%。

另一方面，网上销售业务的开展也为公司收集市场信息和客户反馈提供了新的渠道，便于公司更好地掌握消费者消费习惯。网上销售业务也是公司品牌传播并为线下门店提供引流支持的重要载体。公司强调线上线下业务融合，现已推出订单管理系统以协调及分配来自线上与线下的订单。

公司 O2O 战略充分利用公司现有线下渠道优势，利用线上线下互动发挥双方协同作用，为客户提供了便捷流畅的消费体验。

（3）大店策略适应消费者购物观念的转变

随着可选商品的不断丰富以及消费观念转变，消费者购物需求日趋多样化，开始更多地追求体验式消费，并对良好的购物环境有着更高的诉求。公司适时在开店策略上进行调整，利用公司强大的组货能力与多品牌运作模式，在合适区域加大了大面积网点的开设力度。大面积网点夺目的门店设计与货品陈设，良好的购物环境以及能够满足不同人群多样化需求的丰富产品组合，为消费者提供具有吸引力的一站式购物体验，对于提升品牌形象、促进终端销售具有重要作用。

2015 年秋季，公司新推出了覆盖女装、男装、童装及配饰的全产品系列的 US 品牌，为进一步开设大面积网点提供了品牌支持。

图：US 品牌开设的大面积零售网点





（4）本地化、平台式区域管理模式提升零售网络的可拓展性

公司将全国销售市场划分为 52 个营销区域，在区域内实施本地化、平台式的管理模式，在对各区域实施业绩考核的同时，给予各区域本地化管理团队在网点开拓、货品调配、人事管理招聘等方面相应权限，公司总部则为各销售区域提供产品供应、人员培训等多方面的平台支持与服务。随着公司销售规模的不断扩大，公司开始逐步根据消费习惯和气候特点划分销售大区，将总部管理职能下放至大区，以进一步简化管理流程、提升管理效率。这一销售管理模式的建立，充分利用了本地化管理团队对当地消费市场、下游商业零售环境以及人才资源的熟悉程度，提升了销售管理的针对性与有效性，便于公司在同一区域的深度拓展。在实际运营中持续摸索优化的区域管理模式以及销售管理人才的培养也为公司零售网络的进一步扩张提供了有力支撑。

同时，公司已与全国领先的百货商场以及知名的大型购物中心建立战略合作关系。在经营良好的百货商场和购物中心内，公司可有效利用与百货商场和购物中心的良好合作关系以及多品牌运作优势，采取网点加密策略，开设其他品牌网点；或者跟随战略合作伙伴在新区域的拓展而开设新网点，有效降低了公司进一步开拓零售网络的难度和风险。

2、经验丰富的多品牌开发与运作能力

公司自设立初期便专注于 La Chapelle 和 Puella 品牌运作。自 2011 年以来，为促进公司业务发展，在对细分市场需求进行充分研究的基础上，公司陆续在具备增长潜力的细分服装市场推出了 7m、La Babité 等女装品牌及 POTE 等男装品牌。公司现已拥有 La Chapelle、Puella、Candie's、7m 及 La Babité 等多个品牌风格差异互补，客群定位交织延展的女装品牌，以及 POTE 等男装品牌以及 La Chapelle Kids 童装品牌。目前，公司还推出了全产品覆盖的本土快时尚品牌

UlifeStyle，以合理的价格向客户提供各式男女装及童装产品，以更好地满足消费者一站式、生活化的消费需求。2015 年以来，公司继续坚持品牌差异化基础之上的多品牌战略，借助公司成熟的产品供应、销售以及信息体系，通过自主开发、外部投资优质服装品牌方式，推出和投资了 MARC ECKŌ、JACK WALK、O.T.R、OTHERMIX 和 Siastella 等多个线下与线上品牌，继续以差异化的多品牌经营战略深度挖掘大众服装消费市场。

公司多品牌运作模式有效突破了单品牌在消费群体、着装场景、款式风格覆盖上的局限性，在各独立品牌品牌定位清晰的同时，为公司产品赢得了更为广泛的客户基础，提高了公司在大众时尚休闲服装消费群体中的渗透率，亦使公司收入的品牌来源趋向多元化，有效缓解了单一品牌运作风险。2015 年度，除 La Chapelle 和 Puella 之外的品牌对公司收入的贡献比例为 41.76%，较 2014 年上升了 7.20 个百分点，较 2013 年上升了 13.93 个百分点。2016 年，该比例进一步提升至 49.84%。其中，7m 与 La Babité 两大品牌发展迅速，对收入的贡献比例从 2013 年的 16.21% 提升至 27.43%，成为 La Chapelle 和 Puella 外，公司收入增长的重要动力。多品牌运作模式亦为公司零售渠道的拓展提供了强大的品牌支持。

借助成功的多品牌运作经验，公司已打造适应多品牌运作的供应链体系和销售体系，为后续可能的新品牌拓展创造良好条件。

3、高效的产品供应与销售体系打造快时尚品牌

公司以客户为导向，协同企划设计、外包生产、终端零售等多个业务环节构建高效的产品供应体系，打造货品快速时尚化能力，确保自身能够持续不断地向市场推出兼具时尚、品质、高性价比以及快速流通的货品，以应对大众时尚休闲服装快消品化的行业发展趋势。

（1）款式多样、品类丰富的产品开发能力

依托遍布全国且全直营的零售网络与专业化的业务信息系统，公司产品开发团队能够及时、准确地获取有关市场流行趋势、消费者偏好、客户反馈、销售数据等第一手市场信息，并在详尽数据分析的基础后将其做为产品开发起点，提高公司产品的时尚性与针对性。同时，公司积极打造开放式的产品设计开发体系，在每季统一的产品企划下，安排部分款式由外包厂商负责设计打样，公司负责选

型，充分利用第三方制造厂商对于流行趋势、设计元素的把握与理解，提高产品设计丰富度和开发效率。

目前，公司产品开发设计团队由 503 名设计开发人员组成，且大部分高级设计师在服装或配饰设计领域拥有 5 年以上的工作经验。公司亦不定期开展与外部设计团队的合作，并向设计师提供内部培训与外部交流机会，不断提升团队把握时尚潮流与设计开发能力。

2014 年、2015 年及 2016 年，公司分别向客户推出了约 7,300 余款、11,360 余款及 18,720 余款产品款式。公司各品牌均定期向市场推出新款货品。不断推出的多元化产品组合有效吸引了消费者的持续关注，为消费者提供新鲜时尚的消费体验，促进销售增长。

（2）深度参与、品控严格的外包生产体系

公司建立了垂直型的产品采购体系与平台型的供应商资源体系。公司各品牌成立品牌事业中心，负责品牌产品的企划、设计与采购的一体化管理，实现对市场的快速反应，提升产品供应速度。同时，供应商管理部门统一负责供应商的开发与管理、标准成本的核算、原材料的集中指定等，打造平台型的资源体系，实现供应商资源的共享，充分发挥多品牌采购的协同效应，亦能同时对采购成本与产品质量进行有效控制。

公司采取全外包生产方式，通过打造参与式的供应链管理体系，深度参与产品供应全流程。在供应商管理上，公司制订了严格的甄选与考核制度，在成衣供应商之间促成良性竞争，持续优化公司供应商队伍。公司要求各成衣供应商接入公司统一的供应链管理协同系统，控制及监管从产品开发、设计、生产到入库、结算的产品供应全过程，加强公司与成衣供应商的沟通，有效提升公司对产品供应过程的控制效率。在原材料供应管理上，针对需求量较大的常规面辅料，公司施行按需求提前集中采购方式，有效提升公司对产品成本和质量的控制力度，并提高供应链反应能力。在产品质量管理上，公司制订了全流程的质量控制策略，在原材料采购、产品生产、成品入库等环节均制订了严格的控制流程。公司聘请了第三方质检机构如 SGS、BV、ITS 等，对成衣供应商进行独立的全流程质量检测，以达到更为独立、公开、透明的质控效果。此外，公司于 2016 年开始推行 RFID（无线射频识别）扫码系统，实现单品单件衣服从工厂至仓库再至门店的流向跟踪，进而实现产品质量的可追溯性管理，推进供应链品质提升。

目前，公司共有 343 家成衣供应商已签署合作协议，其中建立长期合作关系的成衣供应商 233 家，全部供应商均已接入公司供应链协同系统。

（3）高频快速的新品上架与分销体系

公司采取多波段的新品上架方式。2016 年全年，各品牌合计上新品 323 个波段。多波段的上货方式有效保证了网点陈列的新鲜度和时尚度，吸引了消费者的持续关注，推动销售业绩。同时，分批次上货也有效降低了产品供应体系在高峰期的生产压力，降低了采购成本。

依托于信息系统与全直营销售模式，公司实时监控各零售网点的销售与库存情况，并打通货品在各区域各网点周转的通道。一般情况下，公司给予各网点新品一周左右的试销期，通过试销期了解各零售网点的销售情况，并迅速地在各个网点之间进行货品的有效调拨，确保公司整个库存均处于实时的动态周转之中，有效提高货品分销效率。

4、管理团队优势与持续的人才储备体系

公司拥有一支强大的管理团队，核心成员均拥有丰富的经验及专业技能。特别是公司创始人、董事长兼总经理邢加兴先生拥有超过 20 年的中国服装行业从业经验。经过多年发展，本公司管理团队已积累大量有关中国服装行业的详细信息，将在预测行业未来趋势以及制定公司发展规划时发挥重要作用。

同时，公司致力于学习型团队的建设，高度重视人才培养和发展。公司成立了拉夏贝尔管理学院，根据员工需求开展定制化培训。公司制订了有竞争力的薪酬体系与顺畅的内部晋升通道，借以为公司业务的可持续发展提供丰富的人才储备。例如，公司于 2014 年开始在零售网点中推行店铺合伙人制，将店员薪酬与其销售业绩直接挂钩，普通店员亦能分享店铺业绩。这一举措较大地激发了一线销售人员的销售热情，也为销售人员提高收入水平提供了条件。

（三）公司竞争劣势

1、仓储物流体系有待拓展

公司采取全直营销售模式，在确保公司能够及时、准确感知终端市场销售信息，树立企业品牌形象的同时，也对公司存货控制能力以及物流配送体系提出了更高的要求。同时，大众时尚休闲服装消费群体的消费习惯亦要求企业具备快速

反应能力。目前，公司拥有并直接经营一处位于江苏省太仓市的区域仓库及物流中心，并主要租用位于成都与天津的两处仓库及物流中心。同时，公司自建的太仓物流中心二期即将进入运行，天津一期仓储物流中心预计于 2017 年进入试运行，成都物流中心尚在建设中。但公司仍需要进一步拓展仓储物流体系以支撑零售网络的进一步扩张及业务规模的继续增长。

2、管理信息化系统尚需提升

为支持公司多品牌、快时尚、全直营的经营模式，公司投入了大量资源，在产品开发、供应链管理、仓储配送、零售管理等多个业务环节建立专业化的管理信息系统，并取得了一定的成效。相比于 ZARA 等国际知名公司，公司需要进一步提升管理信息系统对各业务环节的覆盖广度以及对信息的集成运用能力，以应对 O2O 战略实施以及业务规模进一步增长对于公司运营效率的挑战。

四、主营业务的具体情况

（一）主营业务及其产品

公司是一家定位于大众消费市场的快时尚、多品牌、全直营时装集团，致力于为广大消费者提供兼具时尚、品质与高性价比的各式时装产品。公司现已拥有 La Chapelle、Puella、Candie's、7m 及 La Babité 等多个女装品牌，并推出了 POTE 等时尚休闲男装品牌及 La Chapelle Kids 童装品牌，将产品优势进一步延伸至男装与童装领域。公司亦推出了中国本土快时尚品牌 UlifeStyle，为大众消费者提供时尚、平价、款式多样的男女装及童装产品。此外，公司还通过对外投资的方式，推出和投资了 MARC ECKŌ、JACK WALK、O.T.R、OTHERMIX 和 Siastella 等多个线下与线上服装品牌，继续以差异化多品牌战略深挖大众服装消费市场。

公司产品因品牌不同而存在一定差别，并可分成四个主要品类：上装、下装、裙装及配饰。为应对大众时尚休闲服装快消品化的行业趋势，公司针对品牌客户群设计并推出丰富的产品组合。

（二）主要产品工艺流程

公司采取全外包生产方式，自身则聚焦于产品开发、品牌运营和全直营零售网络管理等高附加值业务环节。

（三）公司主要经营模式

依托完善的第三方供应体系与严格的质量控制系统，公司采取全外包生产方式，自身则聚焦于产品设计、品牌运营和全直营零售网络管理等高附加值业务环节。公司坚持以客户为导向，持续优化各个业务环节，力求为消费者提供最佳的服装消费体验。公司各业务环节主要模式如下：

1、开发设计

公司新产品开发过程分为商品企划与产品设计两个主要阶段。为保持各品牌风格、款式的相对独立，公司旗下各品牌均以春、夏、秋、冬四季产品为基础，配置专门设计团队，实行相对独立的产品设计。

（1）企划开发

产品企划开发是各品牌、各季产品设计、推广与销售的起点。公司采用以客户为导向的产品开发流程，由公司产品开发团队与各品牌设计团队协作，制定产品开发计划。

依托遍布全国且全直营的零售网络以及专业的业务信息系统，公司产品开发团队能够及时、准确地获取有关市场流行趋势、消费者偏好、客户反馈、销售数据等第一手市场信息，并在结合国际国内时尚趋势、品牌定位以及竞争品牌动态等其他信息后，制定具体的产品开发计划，内容主要包括产品主题、货品组合、配色方案、原材料运用、价格范围以及上货波段等。

产品企划开发计划制定后，开发团队将向设计、产品运营及销售等相关部门进行计划的宣传与讲解。各品牌的设计团队根据产品开发计划进行产品设计；产品运营部门根据产品开发计划与成衣供应商协调面辅料的采购安排与生产工艺的准备工作；销售部门则在后期根据产品开发计划向一线销售店员宣导季节销售主题、面料特点、产品卖点等内容。

（2）产品设计

在企划开发计划确定后，各品牌设计团队的设计师将制作设计图纸。在经过公司产品规划团队与设计团队一系列的内部评估后，部分设计图纸将进入样衣生产阶段。公司通过成衣供应商打样的方式将设计图纸逐步实体化，并根据设计师要求不断进行修正和完善。通过样衣选样会的产品即将进入大货生产阶段。

公司积极打造开放式的产品设计开发体系，在每季统一的产品企划下，安排部分款式由外包厂商进行设计打板，充分利用第三方成衣供应商对于流行趋势、设计元素的把握与理解，提高产品设计的丰富度与设计效率。目前，公司产品开发设计团队由 503 名设计开发人员组成，且大部分高级设计师在服装或配饰设计领域拥有 5 年以上的工作经验。公司亦不定期开展与外部设计团队的合作，并向设计师提供内部培训与外部交流机会，不断提升团队把握时尚潮流与设计开发能力。

2013 年、2014 年、2015 年度及 2016 年，公司推出的产品款式分别为 7,500 余款、7,300 余款、11,360 余款及 18,720 余款。

2、成衣采购

公司采取全外包生产方式，充分利用第三方成衣供应商专业化生产能力，进行委托加工、采购成衣。公司积极打造深度参与的垂直型产品采购体系与平台型的供应链管理体系，运用供应链管理协同系统，深入参与产品供应各个流程，有效控制采购成本与产品质量。

（1）垂直型的产品采购体系与平台型的供应商资源体系

公司建立了垂直型的产品采购体系。公司各品牌成立品牌事业中心，负责品牌产品的企划、设计与采购的一体化管理，实现对市场的快速反应，提升产品供应速度。同时，供应商管理部门统一负责供应商的开发与管理、标准成本的核算、原材料的集中指定等，打造平台型的供应商资源体系，实现供应商资源的共享，充分发挥多品牌采购的协同效应，亦能同时对采购成本与产品质量进行有效控制。该等产品采购体系也为公司多品牌战略的进一步推进提供了产品供应基础。

（2）参与式的供应链管理体系

1) 供应链管理协同系统

公司要求各成衣供应商接入统一的供应链管理协同系统,用于控制及监管从产品开发、设计、生产到入库、结算的产品供应全过程,提升公司与外包厂商的沟通协调效率,提升公司对供应链体系的控制力度。

2) 供应商管理策略

公司在与部分优质供应商建立长期战略合作关系的同时,亦策略性地维持供应商的整体数量,以保证公司在产品需求大幅增长的情况下可以快速获得充足产能。公司给予长期供应商在订单数量、付款周期等方面一定的优惠条件,进而促成各供应商之间良性竞争,提升产品质量控制与成本控制的有效性。

公司制定了严格的供应商甄选、评估及考核体系。通过对声誉、经验、产能、主要客户、财务实力以及人力资源、雇员关系等多个方面对潜在供应商进行考核,并现场检查其生产设施,评估其质量控制系统的有效性与生产供应的稳定性。在进入公司供应链体系后,公司采取订单量由小至大逐步增加的方式,在实际生产中对其交期、质量控制、配合程度等进行评估。公司按月对供应商进行持续考核,并依据评估结果进行分组,通常给予考核优秀的供应商较好的商务条件与较大的订单量,形成正向激励。为满足公司不断增长的业务规模及品牌发展计划对供应链产能、质量与稳定性的要求,公司通过开发新的成衣供应商以及“能进能出”的供应商考核体系,持续优化供应商队伍。

3) 产品质量控制策略

公司制定了全流程式的质量控制策略。在面辅材料采购环节,公司要求成衣供应商根据公司的质量标准或指定的上游厂商进行采购,并应将面辅材料样本送交至公司检验。在产品生产环节,公司要求成衣供应商按照严格的质量标准进行产品生产,并在供应商处派驻 QC 人员和工艺师,对生产过程进行实时监控、管理及辅导。在成衣入库环节,公司将对产品质量进行检查,符合质量要求的产品方能入库。公司亦引入第三方检测机构如 SGS、BV、ITS 等,提高产品质检水平。此外,公司于 2016 年开始推行 RFID(无线射频识别)扫码系统,实现单品单件衣服从工厂至仓库再至门店的流向跟踪,进而实现产品质量的可追溯性管理,推进供应链品质提升。

(3) 产品采购流程

各品牌团队依据零售网点所获取的客户偏好信息与零售情况,以及各区域销售人员对当季样品选样情况,确认当季产品的采购计划,并根据采购计划,与各

成衣供应商进行商务谈判，确定采购价格、交期、数量及质量标准等。为保证供应链的灵活弹性，公司根据与供应商过往合作情况、供应商自身生产优势，在各供应商之间合理分配各款式订单，并根据产品上架波段，分批次下达订单。

公司产品生产所需面辅材料主要通过以下三种模式进行采购：1）公司直接采购，交予成衣厂商生产；2）由成衣供应商根据公司制订的质量标准自行采购；3）公司指定面辅料供应商，由成衣供应商进行采购。报告期内，公司逐步减少直接采购原材料的规模，而更多地发挥成衣厂商在原材料采购中的作用，有助于公司简化采购流程，并降低原材料库存与资金使用。同时，公司充分发挥多品牌运作的协同效应，对于需求量大的常规面辅料，由公司供应商管理部下设面辅料采购部负责供应商的开发，确定质量标准并锁定采购价格，后由各成衣厂商具体实施采购。该方式有效提升了公司对产品成本和质量的控制力度。

同时，面辅料采购部还负责面辅料行业趋势及流行信息的收集整理，加强公司对上游原材料行业及供应商的了解与联系。

3、产品销售

公司在实行全直营线下零售模式的同时，利用自营网点的自主性，积极开展 O2O 战略，打通与整合线下零售网点与线上销售平台，构建全渠道零售模式。公司采取全直营销售模式，直接控制和经营所有线下零售网点和线上业务。对于线下业务，公司采取本地化、平台式的区域管理模式，对遍布全国的全直营零售网络实施有效管理，确保公司销售策略的有效贯彻及销售目标的顺利达成。

（1）本地化的区域销售平台

公司将全国销售市场划分为 52 个营销区域，在各个区域内实施本地化、平台式的管理模式。公司在统一的销售及市场开拓目标指引下，将各项业务目标分解到各个区域，并将区域利润及其他主要绩效指标纳入区域管理评价系统。随着公司销售规模的不断扩大，公司开始逐步根据消费习惯和气候特点划分销售大区，将总部管理职能下放至大区。公司给予本地化管理团队在网点开拓、货品调配、销售策略、人事管理招聘等方面相应权限，允许其在公司统一的政策下根据当地实际情况申请调整，以适应我国不同地区服装市场与下游商业零售环境存在的差异性。各区域管理团队在人员构成上呈现本地化特征，可充分利用其对当地消费市场、下游零售环境以及人才资源的熟悉，优化当地销售管理决策过程，提

高区域管理的针对性与有效性。公司总部则为各销售区域提供产品供应、后台培训等多方面的平台支持与服务。

本地化区域销售平台的建设亦有助于为公司品牌嫁接销售资源,有利于公司多品牌战略的进一步实施。

(2) 全直营式线下零售网络

公司以客户为导向,凭借多年直营零售网点建设与运营积累的经验,已建立相对成熟的零售网点运营体系,从人员管理、货品管控、场地形象三方面不断提升零售运营能力,促进销售业绩的目标实现。



1) 人员管理：持续完善的培训体系与激励制度

公司制订了完善的店员培训体系,培训内容涵盖企业文化、品牌定位、货品知识、网点陈列、销售技巧等,以提升销售人员对品牌产品的理解以及业务能力。

针对店长以及储备店长，公司还将增加有关管理能力提升的专项培训，打造梯度化的人才队伍。

公司持续完善员工薪酬激励制度，为销售人员提供有市场竞争力的薪酬。2014 年开始，公司在零售网点中推行店铺合伙人计划，将店员薪酬与销售人员销售业绩直接挂钩，普通店员亦能分享网点业绩。这一举措较大地激发了一线销售人员的销售热情，为销售人员提高收入水平提供了制度条件。

2) 货品管控：实时存货监控与货品快速流转

公司所有零售网点均已安装公司终端零售信息系统。该系统通过扫描公司产品根据各自设计、颜色及尺寸等信息确定的条形码，采集各零售网点的销售数据及存货变动情况，使得公司总部与区域管理团队能够及时获取各零售网点的销售数据与存货信息，并据此及时制定销售策略，提升公司零售管理的针对性与效率。

另一方面，为应对大众时尚休闲服装快消品化的消费趋势，打造快速流转的分销体系，公司进一步优化了终端零售信息系统，允许各网点实时查询公司总仓、同区域内以及其他区域所有门店的库存信息，提高存货信息的透明度。公司打通了各区域各门店货品流转通道。一般情况下，针对新品，公司给予各网点一周左右的试销售期，通过试销期了解各零售网点的销售情况，并迅速地在各个门店之间进行货品的有效流转，确保公司整个库存均处于实时的动态周转之中，有效提高货品分销效率。

3) 场地形象：标准化的店务形象与货品陈列

公司实行网点管理的标准化，在品牌形象、店务形象、货品陈列等方面均保持相对统一。公司负责网点的标准形象设计，并发布货品陈列指导方案，各区域各门店可根据现实情况，对网点设计风格、陈列布局等进行优化调整。公司总部人员或者公司聘请的第三方机构将在不通知区域及网点的情况下，不定期地以普通消费者身份对网点店务形象、货品陈列、店员服务态度等进行现场体验，以不断推进门店提升客户消费体验。

(3) 线下零售网点

截至 2016 年 12 月 31 日，公司已建立覆盖全国所有 31 个省、自治区和直辖市（除香港、澳门、台湾）的零售网络，拥有各类网点 8,907 个。

1) 城市分布

报告期内各期末，公司零售网点数目按城市级别的明细如下：

单位：个

城市级别	2016-12-31		2015-12-31		2014-12-31	
	数量	占比	数量	占比	数量	占比
一线城市	814	9.14%	792	10.03%	690	10.02%
二线城市	3,286	36.89%	2,946	37.32%	2,553	37.07%
三线城市	2,459	27.61%	2,145	27.18%	1,787	25.95%
其他城市	2,348	26.36%	2,010	25.47%	1,857	26.96%
合计	8,907	100.00%	7,893	100.00%	6,887	100.00%

截至 2016 年 12 月 31 日，公司在一二线城市拥有 4,100 个零售网点，占比 46.03%，在三线及以下城市拥有 4,807 个零售网点，占比 53.97%。随着城镇化进程的加快以及居民消费水平的提升，二、三线城市大众时尚休闲服装市场将快速发展。公司在该市场的网点布局将有助于公司抓住市场发展契机。

2) 品牌结构

报告期内各期末，公司零售网点数目按品牌分布的明细如下：

数量单位：个

品牌	2016-12-31		2015-12-31		2014-12-31	
	数量	占比	数量	占比	数量	占比
La Chapelle	1,855	20.83%	1,833	23.22%	1,881	27.31%
Puella	2,090	23.46%	1,980	25.09%	1,842	26.75%
Candie' s	940	10.55%	832	10.54%	740	10.74%
Vougeek/POTE	700	7.86%	533	6.75%	388	5.63%
7m	1,610	18.08%	1,332	16.88%	1,157	16.80%
La Babité	1,298	14.57%	930	11.78%	701	10.18%
La Chapelle Kids	171	1.92%	278	3.52%	178	2.58%
UlifeStyle	191	2.14%	99	1.25%	-	-
MARC ECKÖ	32	0.36%	34	0.43%	-	-
JACK WALK/O.T.R	7	0.08%	42	0.53%	-	-
SiaStella	13	0.15%	-	-	-	-
合计	8,907	100.00%	7,893	100.00%	6,887	100.00%

公司多品牌战略为网点拓展提供了强大动力。2014 年初至 2016 年末，7m、La Babité、Vougeek/POTE、La Chapelle Kids、UlifeStyle、MARC ECKÖ、JACK WALK/O.T.R 等 2010 年后推出市场品牌的零售网点净增加数量贡献了公司零售

网点合计净增加数量的 89.01%。零售网点增加亦为多品牌战略顺利实施提供了渠道资源。

3) 网点类型

报告期内各期末，公司零售网点数目按门店类型分布的明细如下：

单位：个

网点类型	2016-12-31		2015-12-31		2014-12-31	
	数量	占比	数量	占比	数量	占比
专柜	5,730	64.33%	5,588	70.80%	4,988	72.43%
专卖	3,175	35.65%	2,272	28.78%	1,899	27.57%
加盟	2	0.02%	33	0.42%	-	-
合计	8,907	100%	7,893	100%	6,887	100%

注 1、2016 年末加盟门店系公司控股子公司广州熙辰旗下 Siastella 品牌的 2 加盟门店，公司整体上保持全直营经营模式；截至 2016 年 12 月 31 日，杰克沃克仍有部分在运营的加盟门店，由于公司在 2016 年底开始着手对杰克沃克品牌进行产品优化调整，暂时性中断了对该等加盟门店的供货，故未将该等加盟店纳入期末有效零售网点的统计范围。

注 2、公司 2015 年推出快时尚品牌 UlifeStyle，该品牌的部分门店系由原多品牌集合店转变而成。该等多品牌集合店一般按照包含的品牌数量（品柜数）计算终端零售网点的数量（原口径）；转变为 UlifeStyle 单品牌集合店后，公司决定将一个该类门店当做一个零售网点计算（新口径）。本表格中，2015、2016 年末门店数均为新口径下统计数。

截至 2016 年 12 月 31 日，公司零售网点中共有 5,730 个以专柜形式运营。公司专柜通常开设于著名百货商场，如万达、大商、银座、茂业、天虹等。公司与百货商场就开设专柜签订联营协议，双方约定百货商场可在商场集中代收的零售款项中，按专柜零售额的约定比例（俗称扣点）扣取合作分成。公司在与商场定期对账后，以扣除扣点后的零售额确认销售收入。

截至 2016 年 12 月 31 日，公司零售网点中共有 3,175 个以专卖网点形式运营。公司专卖网点通常位于大型购物中心，如万达及凯德集团，或座落于客流量较大的街道。公司与购物中心或其他物业方就开设专卖网点签订租赁协议，双方约定公司就开设专卖店支付租赁费。在专卖店中，公司一般采取自收银方式，直接向客户收取货款。

报告期内，为应对消费者对于体验式消费与更好购物环境的消费诉求以及购物中心逐渐兴起的商业零售业态变迁趋势，公司加大了专卖网点开设力度。公司新推出的全品类快时尚品牌 UlifeStyle 亦主要开设大面积的专卖网点，以提升消费者消费体验。

4) 报告期内变动情况

① 整体情况

报告期内，公司直营门店变动情况如下：

单位：个

期间	门店类型	期初数	当期新开 (含品柜合并增加)	当期关闭	品柜合并减少	期末数
2014 年	专柜	3,963	1,523	498	-	4,988
	专卖	1,421	619	141	-	1,899
	合计	5,384	2,142	639	-	6,887
2015 年	专柜	4,988	1,135	507	28	5,588
	专卖	1,899	947	99	475	2,272
	合计	6,887	2,082	606	503	7,860
2016 年	专柜	5,588	1,120	803	175	5,730
	专卖	2,272	1,363	345	115	3,175
	合计	7,860	2,483	1,148	290	8,905

注 1：公司 2015 年推出快时尚品牌 UlifeStyle，该品牌的部分门店系由原多品牌集合店转变而成，多品牌集合店一般按照包含的品牌数量（品柜数）计算终端零售网点的数量，转变为 UlifeStyle 单品牌门店后，按照一个零售网点计算。因此，2015 年以后，公司存在着品柜合并减少和品柜合并增加的情形。

注 2：公司于 2015 年 8 月控股合并的子公司杰克沃克（上海）服饰有限公司在 2015 年末拥有 33 家加盟店、公司子公司广州熙辰服饰有限公司在 2016 年末拥有 2 家加盟店。上表统计不含这些加盟店，本题后续有关于门店的分析亦不包括加盟店。

报告期内，凭借多品牌战略、成熟的门店运营体系以及人才储备资源，公司实施积极稳健的门店开发策略，在新设门店增加门店总数的同时，为提升门店整体经营效率，逐步淘汰经营绩效较差的门店。2015 年、2016 年，公司专柜与专卖门店合计分别净增加 973 个、1,045 个，处于持续增长的态势。

② 关闭门店情况

I 关店原因

除产品定位、服务质量等自身因素外，服装门店的经营情况还受到所在商圈商业氛围、商场或购物中心的经营情况等外部因素的影响。基于上述，报告期内，发行人门店关闭包括被动关闭与主动关闭两类情形。其中，被动关店的具体原因主要有：1、门店合约到期；2、商场或购物中心进行调整或转型，不符合公司品牌定位；3、商场或购物中心经营自身经营较差或关闭；4、与商场或购物中心在商务条件上未达成一致。主动关店的具体原因主要有：1、公司主动关闭经营绩效较差的门店；2、公司内部品牌调整，利用多品牌优势，通过更换门店品牌尝

试提升业绩。

报告期内，关闭门店的原因统计如下：

单位：数量：个

原因	2014 年		2015 年		2016 年		合计	
	数量	占比	数量	占比	数量	占比	数量	占比
被动关店：								
①门店合约到期	50	7.82%	26	4.29%	59	5.14%	135	5.64%
②商场或购物中心进行调整或转型	80	12.52%	227	37.46%	274	23.87%	581	24.28%
③商场或购物中心自身经营较差或关闭	168	26.29%	157	25.91%	335	29.18%	660	27.58%
④与商场在商务条件上未达成一致	16	2.50%	15	2.48%	114	9.93%	145	6.06%
被动关店小计	314	49.14%	425	70.13%	782	68.12%	1,521	63.56%
主动关店：								
①经营绩效较差	163	25.51%	143	23.60%	189	16.46%	495	20.69%
②内部品牌调整	162	25.35%	38	6.27%	177	15.42%	377	15.75%
主动关店小计	325	50.86%	181	29.87%	366	31.88%	872	36.44%
关店合计	639	100%	606	100%	1,148	100%	2,393	100.00%

报告期内，因商场或购物中心自身经营较差或关闭、商场或购物中心进行调整或转型而无法持续符合品牌要求等被动原因关店的门店数合计为 1,521 个，占比为 63.56%，系导致发行人关闭门店的主要原因。特别是 2015 年以来，商场出现了一定范围的关店与调整，对发行人门店运营造成一定影响。

报告期内，发行人因门店经营绩效较差主动关店或者更换品牌的门店数合计为 872 个，占比为 36.44%。

II 关闭店面的开设时间

报告期内关闭的 2,393 个门店中，70.04%的关闭门店开设时间在 2 年以上，26.87%的关闭门店开设时间在 1-2 年，仅有 3.09%的关闭门店开设时间少于 1 年。其中，开设时间少于 1 年的关闭门店，主要系商场或购物中心自身经营较差或关闭、商场或购物中心进行调整或转型等原因而被动关店所致。公司门店整体稳定性较好，不存在频繁开关店的情形。

III 关闭店面前一年收入情况

报告期内，各期关闭店面产生收入占发行人收入比例较小，未对发行人收入产生重大影响，具体情况如下：

门店数量：个；收入：万元

	2016 年	2015 年	2014 年
关闭门店数量	1,148	606	639
关闭门店上一年度收入（①）	48,005	23,094	37,806
发行人本年收入（②）	855,087	743,893	620,891
占比（①/②）	5.61%	3.10%	6.09%

IV 会计处理

公司关闭门店所涉及的资产主要包括库存商品和与门店装修相关长期待摊费用。其中，关闭门店的库存商品不涉及实物及会计处理问题，可以继续在公司其他零售网点正常销售；关闭门店装修投入所涉及的长期待摊费用，则在预计剩余营业期间内加速摊销至净值为零。

报告期内，公司各期门店关闭及加速摊销长期待摊费用的情况如下：

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
关闭门店数量（个）	1,148	606	639
关闭门店数量占期初门店比	14.54%	8.80%	11.87%
长期待摊费用加速摊销金额（万元）	7,271	3,246	8,234
加速摊销金额占销售毛利比	1.33%	0.67%	2.03%

因门店关闭而加速摊销的长期待摊费用金额不仅与门店关闭数量相关，也与关闭门店的存续时间相关。2014 年关闭的 639 家门店中，开设时间在 2 年以内的门店占比为 45.54%，在 3 年以上的门店占比为 24.73%；相比较而言，2015 年关闭的 606 家门店中，开设时间在 2 年以内的门店占比为 24.38%，在 3 年以上的门店占比为 43.49%；2016 年关闭的 1,148 家门店中，开设时间在 2 年以内的门店占比为 24.03%，在 3 年以上的门店占比为 51.18%。开设时间较短的门店由于前期摊销金额较小，其在关闭时需加速摊销的金额相对较大。因此，公司 2015 年及 2016 年因关闭门店而平均加速摊销的长期待摊费用金额较小。

报告期内，公司因关闭门店而加速摊销的长期待摊费用金额占各期销售毛利的比例在 0.67%与 2.03%之间。如果未来公司在零售网点开发评估方面出现决策失误，出现关闭门店特别是开设时间较短的关闭门店数量增加，将会对公司当期

经营业绩产生不利影响。

③ 新开门店的会计处理

新店相关的费用主要包括门店装修装饰施工费以及低值易耗品费用。其中，低值易耗品又包括装修材料、地板、洞石、灯具及消防设备等预计使用年限较长的部分，以及货柜、模特、货架等预计使用年限较短的部分。报告期内，公司新店相关支出情况如下：

单位：万元

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
资本化支出中当期摊销的费用	8,934	3,850	3,807
一次性费用化的装修支出	4,046	1,822	2,180
合计	12,981	5,672	5,987

注：上述分项合计数与各分项直接相加之和如在尾数上有差异，系四舍五入原因导致，全文同。

在会计核算方法方面，对于门店装修装饰施工费和装修材料、地板、洞石、灯具及消防设备等部分预计使用年限较长的低值易耗品，公司将其相关费用计入长期待摊费用，按预计受益期间 2 至 5 年分期平均摊销，并以实际支出减去累计摊销后的净额列示；对于货柜、模特、货架等部分预计使用年限较短的低值易耗品，公司则于相关费用发生时一次性计入费用。

④ 在同一区域或临近区域同时开关店的情况

报告期内，发行人存在着同一年在同一商场中或同一地区市场（注：此处的同一地区为地级市以上城市的同一区或同一县，或同一县级市）中新增店面与关闭店面的情况，具体情况如下：

I 同一商场

报告期各期，发行人在同一年、同一商场内同时关闭及新开门店的情况如下表所示：

年份	当年出现新增与关闭门店的商场数量（家）	关闭门店数（个）	新开门店数（个）	关闭门店当年度月平均（元/m ² ）	新开门店当年度月平均（元/m ² ）
2014 年	88	122	140	321	491
2015 年	35	52	71	345	424

年份	当年出现新增与关闭门店的商场数量 (家)	关闭门店数 (个)	新开门店数 (个)	关闭门店当 年度的月平 效 (元/m ²)	新开门店当 年度的月平 效 (元/m ²)
2016 年	78	128	141	322	355

对上表中关闭门店的原因进一步分析, 有 82.82%的门店系商场或购物中心进行调整或转型、门店合约到期、内部品牌调整等原因关店, 公司通过在该商场内开设其他品牌门店或者通过更换门店楼层、位置等方式进行调整。经营情况显示, 新开门店当年度的月平效高于关闭门店当年度的月平效, 公司上述门店调整取得了积极的效果。

II 同一地区

报告期各期, 发行人在同一年、同一地区内同时关闭并新开门店的情况如下表所示:

年份	当年出现新增与关闭门店的区域数量(个)	关闭门店数 (个)	新开门店数 (个)	关闭门店当 年度的月平 效 (元/m ²)	新开门店当 年度的月平 效 (元/m ²)
2014 年	156	431	781	364	436
2015 年	123	403	686	349	395
2016 年	211	797	969	242	311

注: 在同一年、同一地区内同时关闭并新开门店包含在同一年、同一商场同时关闭并新开门店的情形。

对上表中关闭门店的原因进一步分析, 有 63.15%的门店系因合约到期、商场进行调整或转型、商场经营业绩差等外部原因关店, 36.85%的门店系因经营绩效较差、内部品牌调整等内部原因关店。公司在同一地区、同一年度同时开关店的主要原因包括公司对关闭门店进行调整并在同一地区的其他区域、不同商场开设新门店, 也包括公司在新开商场中开设门店以及实施多品牌战略开设新品牌门店, 提升对该区域市场的覆盖深度。经营情况显示, 新开门店当年度的月平效高于关闭门店当年度的月平效, 公司在同一地区出现同时关闭新开门店的情形对于公司在该市场的经营业绩有提升作用。

⑤ 新老门店业绩对比情况

I 专柜

报告期各期新开专柜与老店的店均营业收入、毛利及毛利率对比情况如下:

门店类型	营业收入（万/月）			毛利（万/月）			毛利率		
	2014 年	2015 年	2016 年	2014 年	2015 年	2016 年	2014 年	2015 年	2016 年
2014 年新开门店	5.1	5.4	5.5	3.3	3.7	3.7	65.13%	67.71%	66.42%
2015 年新开门店	-	4.8	5.3	-	3.2	3.4	-	66.65%	64.85%
2016 年新开门店	-	-	4.6	-	-	3.0	-	-	64.97%
老店	7.7	7.9	7.5	5.0	5.3	5.0	64.94%	67.77%	66.55%

注：上表中老店指 2013 年以前开设且在报告期内存续的门店，下表同。

报告期各期新开专柜与老店的店均销售数量、销售费用率的对比情况如下：

门店类型	销售数量（件/月）			销售费用率		
	2014 年	2015 年	2016 年	2014 年	2015 年	2016 年
2014 年新开门店	296	336	353	48.14%	39.37%	37.14%
2015 年新开门店	-	287	353	-	51.92%	44.24%
2016 年新开门店	-	-	289	-	-	56.90%
老店	470	479	466	33.85%	31.49%	33.40%

II 专卖店

报告期各期新开专卖店与老店的店均营业收入、毛利及毛利率对比情况如下：

门店类型	营业收入（万/月）			毛利（万/月）			毛利率		
	2014 年	2015 年	2016 年	2014 年	2015 年	2016 年	2014 年	2015 年	2016 年
2014 年新开门店	7.46	7.49	8.37	5.25	5.42	5.93	70.37%	72.36%	70.87%
2015 年新开门店	-	6.40	10.73	-	4.54	7.39	-	70.87%	68.84%
2016 年新开门店	-	-	8.6	-	-	6.12	-	-	70.74%
老店	11.55	11.29	11.33	8.10	8.22	8.05	70.11%	72.83%	71.01%

报告期各期新开专卖店与老店的店均销售数量、销售费用率的对比情况如下：

门店类型	销售数量（件/月）			销售费用率		
	2014 年	2015 年	2016 年	2014 年	2015 年	2016 年
2014 年新开门店	353	379	438	59.09%	52.27%	54.03%
2015 年新开门店	-	292	589	-	63.98%	63.29%
2016 年新开门店	-	-	430	-	-	81.57%
老店	570	569	574	56.62%	53.58%	57.96%

由于门店经营从开设到运营成熟需要货品、客源等多方面的积累，报告期各期新开设专柜、专卖店的营业收入、毛利、销售数量均要小于老店可比数据，而各期新设专柜、专卖店的上述数据在报告期内呈良好发展的上升态势。相对应的，

由于新设门店费用投入较大且收入规模相应较小，新开设专柜、专卖店的费用率要高于老店可比费用率。其中，2015 年与 2016 年新开门店的费用率要高于老店及 2014 年新开门店的主要原因系发行人 2015 年与 2016 年新开设了部分面积较大的品牌门店，费用投入较大。

5) 门店租金、装修支出及商场费用

① 门店租金水平

报告期各期，公司专卖店的租金水平如下表所示：

项目	2016 年	2015 年	2014 年
合计租金支出（元）	834,251,717	552,776,408	490,662,821
单位面积租金（元/ m ² /年）	902	933	1,131

注：租赁费为当期发生额，未经直线法调整且不含其他租赁相关费用。

关于租金水平公允性的分析详见本反馈意见回复之“问题 6”的回复。

② 装修支出与装修摊销政策

项目		2016 年度	2015 年度	2014 年度
专柜	新开店装修（万元）	15,481	10,738	8,865
	新开店单位面积装修（元/m ² ）	767	658	474
	更新型装修（万元）	7,473	4,026	2,690
	更新型单位面积装修（元/ m ² ）	480	625	406
	专柜合计装修支出（万元）	22,954	14,763	11,555
专卖	新开店装修（万元）	34,420	14,443	7,959
	新开店单位面积装修（元/ m ² ）	969	860	560
	更新型装修（万元）	2,432	1,468	740
	更新型单位面积装修（元/m ² ）	358	421	314
	专卖店合计装修支出（万元）	36,852	15,911	8,699
合计（万元）		59,807	30,675	20,254

公司对零售网点门店的装修支出按预计收益期间 2 至 5 年分期平均摊销。其中，专柜与专卖采取不同的摊销期限：商场专柜的装修摊销期限为 2 年；专卖网点的装修摊销期限为 3-5 年，并按实际受益期及承租的物业租期孰短确定具体摊销期限。

③ 公司与商场的费用分摊方式

公司专柜通常与商场按月定期进行销售对账,核对确认前一销售期间的零售金额、扣点及结算金额等信息。双方核对无误后,公司按扣除扣点后的销售净额向商场开具增值税发票。同时,商场会向公司收取水费、电费、管理费等各项费用,并向公司出具相关发票。

报告期内,公司与商场发生的该等费用金额及比例如下所示:

项目	2016 年	2015 年	2014 年
商场费用占零售价比例	3.4%	3.4%	2.9%
商场费用占销售收入比例	5.5%	5.4%	4.7%

注:商场费用指商场收取的水费、电费、管理费用等不体现在扣点中的费用。该比例衡量商场收取的费用水平。

2015 年及 2016 年,商场费用占销售收入比例升高,主要系发行人为了提高产品的市场竞争力,配合商场参与促销活动、折扣力度较大,导致发行人单位产品售价下降。2014 年、2015 年及 2016 年,公司专柜渠道单件产品的平均零售价分别为 261.86 元、241.72 元和 236.16 元。

6) 业绩情况

①专柜

报告期各期,发行人专柜的主要销售数据如下:

项目	2016 年	2015 年	2014 年
单店平均数据			
销售收入(元/月)	59,266.11	63,288.63	70,795.66
销售数量(件/月)	400.92	419.12	442.94
毛利(元/月)	38,271.56	40,476.43	45,096.10
毛利率	64.58%	63.96%	63.70%
单位面积平均数据			
销售收入(元/月)	410.60	460.04	540.04
销售数量(件/月)	2.78	3.05	3.38
毛利(元/月)	265.15	294.22	344.00
毛利率	64.58%	63.96%	63.70%

②专卖店

报告期各期,发行人专卖店的主要销售数据如下:

项目	2016 年	2015 年	2014 年

项目	2016 年	2015 年	2014 年
单店平均数据			
销售收入（元/月）	92,432.10	85,782.20	102,657.57
销售数量（件/月）	522.38	472.79	534.62
毛利（元/月）	61,763.61	60,166.53	69,976.37
毛利率	66.82%	70.14%	68.16%
单位面积平均数据			
销售收入（元/月）	367.54	418.30	514.16
销售数量（件/月）	2.08	2.31	2.68
毛利（元/月）	245.59	293.39	350.47
毛利率	66.82%	70.14%	68.16%

③与可比公司比较

单位：万元

公司	2016 年			2015 年			2014 年		
	店均收入金额	店均毛利	毛利率	店均收入金额	店均毛利	毛利率	店均收入金额	店均毛利	毛利率
安正时尚	170	133	77.91%	135	107	79.25%	147	114	77.92%
朗姿股份	-	-	-	-	-	-	-	-	-
维格娜丝	395	278	70.39%	387	272	70.35%	266	190	71.49%
歌力思	-	-	-	-	-	-	-	-	-
日播时尚	180	136	75.78%	171	131	76.57%	172	129	75.16%
地素时尚	218	173	79.33%	224	177	78.76%	213	167	78.48%
太平鸟	217	143	65.80%	265	173	65.44%	239	154	64.59%
玛斯菲尔	-	-	-	320	270	84.55%	319	256	80.31%
欣贺股份	-	-	-	272	224	82.27%	340	278	81.74%
平均	236	173	73.84%	253	193	76.74%	262	198	75.21%
发行人专柜	71	50	64.58%	76	49	63.96%	85	54	63.70%
发行人专卖	111	74	66.82%	103	72	70.14%	123	84	68.16%

注 1：太平鸟、玛斯菲尔数据直接来自于招股说明书。其中，太平鸟单店门店收入=营业收入/加权门店数量，加权门店数量=Σ各门店当年实际经营天数/当期总天数；其他可比公司数据根据各公司招股说明书、年报披露数据计算而得，计算单店销售额=当年销售总额/当期期末门店数。太平鸟 2016 年数据来自于 2016 年年报，单店销售额=当年销售总额/当期期末门店数

注 2：上述数据为各公司直营门店数据。

注 3：歌力思、朗姿股份未披露相关数据。

注 4：发行人数据为月度数据乘以 12 计算所得，且四舍五入不保留小数位数。

公司单店销售金额、单店毛利低于同行业公司，主要是因为公司产品定位于大众时尚休闲服装市场，具有客户群体广泛、市场空间巨大、注重产品性价比等特点，因此公司产品均价低于同行业其他品牌。同时，除太平鸟外，公司产品毛利率低于可比公司。

（4）零售网点扩张策略

受益于居民收入水平提升、消费观念转变以及较低的人均服装消费支出水平，国内大众时尚休闲服装市场仍然具备较大的发展潜力。销售渠道是赢得市场的重要因素之一，销售渠道的布局广度与布局结构决定了消费者购买产品的便利程度。同时，公司多品牌战略的实施亦对公司网点规模提出了要求。因此，零售网点扩张仍将是公司未来坚持的发展策略之一。

为降低网点扩张风险，公司将采取如下网点扩张策略：第一，与全国及各地领先的百货商场与购物中心达成战略合作关系，随其向三、四线城市下沉而开设新门店，以覆盖逐步释放的三、四线城市需求；第二，借助于多品牌运作优势，在公司经营良好的百货商场或购物中心内，实施网点加密策略，开设其他品牌网点；第三，对已形成规模的品牌，进行门店升级、改装以及淘汰店效差的门店。

（5）线上线下 O2O 战略

为顺应消费者购买过程的网络化趋势，公司推出了基于自身优势的 O2O 战略：在天猫商城、京东商城等第三方电子商务平台开设网上零售店，并在部分线下零售网点实施“线上下单，线下发货”策略，实现线上订单的就近发货，作为解决线上业务配套物流体系有效尝试。公司亦在 2015 年 4 月完成了对专业电商品牌七格格投资，进一步发展网上销售业务，线上业务收入占比从 2014 年的 0.61% 增长至 2016 年的 10.82%。

网上销售业务的开展也为公司收集市场信息和客户反馈提供了新的渠道，便于公司更好地掌握消费者消费习惯，也是公司品牌传播并为线下门店提供引流支持的重要载体。公司强调线上线下业务融合，现已推出订单管理系统以协调及分配来自线上与线下的订单，实现库存的线上线下共享。

公司 O2O 战略充分利用公司现有线下渠道优势，利用线上线下互动发挥双方协同作用，为客户提供了便捷流畅的消费体验。

① 人均消费

报告期内，以公司直接向消费者发货的天猫网（含淘宝网，下同）为例，电商客户人均消费情况如下：

金额单位：元

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
天猫网人均消费额	235.95	247.14	244.74

注：人均消费额=当期电商客户消费总额/当期客户的总数（以客户 ID 区分）；下同。

②客户地区分布

报告期内，公司天猫网电商客户的地区分布情况如下：

地区	2016 年度	2015 年度	2014 年度
广东省	11.64%	10.30%	10.05%
江苏省	7.15%	7.34%	8.46%
上海	6.43%	6.55%	9.13%
四川省	5.87%	6.23%	6.15%
福建省	5.28%	4.98%	6.52%
山东省	4.98%	4.76%	4.83%
北京	5.53%	5.86%	5.83%
湖北省	4.57%	4.78%	5.11%
河南省	4.39%	4.36%	5.10%
浙江省	5.38%	5.56%	4.31%
河北省	3.58%	3.56%	3.35%
辽宁省	2.99%	2.83%	2.70%
湖南省	3.49%	3.73%	3.77%
安徽省	2.91%	2.80%	2.60%
陕西省	2.72%	2.85%	2.64%
广西壮族自治区	2.39%	2.33%	2.21%
重庆	2.60%	2.67%	2.59%
云南省	2.46%	2.49%	1.72%
江西省	2.21%	2.32%	2.26%
黑龙江省	1.67%	1.75%	1.44%
山西省	1.88%	1.94%	1.56%
天津	1.79%	1.73%	1.73%
吉林省	1.38%	1.29%	1.16%
新疆维吾尔自治区	1.26%	1.36%	0.91%
内蒙古自治区	1.40%	1.45%	1.11%
贵州省	1.67%	1.83%	0.98%
甘肃省	0.98%	1.00%	0.66%
宁夏回族自治区	0.48%	0.47%	0.47%
海南省	0.58%	0.55%	0.42%
青海省	0.25%	0.25%	0.18%
西藏自治区	0.09%	0.10%	0.06%

地区	2016 年度	2015 年度	2014 年度
合计	100.00%	100.00%	100.00%

报告期内，公司以天猫网为代表的电商渠道客户广泛分散于全国各地，其中公司品牌影响力较强、平均消费水平较高的广东、江苏、浙江、北京、上海等东部地区以及四川等中西部发达省份占比相对较高。

③ 发货

报告期内，公司线上销售产品主要从临平仓库（注：为公司控股子公司七格格仓库）、江苏太仓仓库以及线下门店三类地点直接发货，各处发货占比情况如下：

发货仓库	2016 年度	2015 年度	2014 年度
临平仓库	60.81%	39.31%	-
太仓仓库	6.98%	29.04%	28.85%
线下门店	32.21%	31.64%	71.15%
总计	100.00%	100.00%	100.00%

④ 消费习惯

报告期内，按客户年度消费金额分类，公司天猫网电商客户的消费习惯如下：

金额单位：元，时间间隔单位：天

2016 年度						
当期消费金额	客户数	数量占比	金额占比	次均消费金额	平均购买次数	平均购买间隔
200 以下	1,585,059	56.57%	24.34%	97.45	1.04	346
200-500	874,325	31.20%	36.47%	206.99	1.33	270
500-1000	267,796	9.56%	23.67%	295.36	1.98	182
1000 以上	74,820	2.67%	15.52%	307.55	4.46	81
2015 年度						
当期消费金额	客户数	数量占比	金额占比	次均消费金额	平均购买次数	平均购买间隔
200 以下	794,525	54.55%	23.26%	100.96	1.04	345
200-500	469,650	32.25%	36.59%	200.80	1.40	258
500-1000	150,534	10.34%	24.37%	282.74	2.06	175
1000 以上	41,710	2.86%	15.78%	317.93	4.28	84
2014 年度						
当期消费金额	客户数	数量占比	金额占比	次均消费金额	平均购买次数	平均购买间隔

200 以下	74,376	48.37%	23.24%	111.77	1.05	342
200-500	62,912	40.92%	48.05%	197.53	1.46	247
500-1000	14,544	9.46%	22.18%	219.66	2.61	138
1000 以上	1,923	1.25%	6.53%	200.28	6.38	56

注：平均购买间隔=360/平均购买次数

报告期内，公司天猫网电商销售客户的数量逐年增加，客户结构及消费习惯基本保持稳定。由于产品单价较低，电商销售客户年消费额主要集中于 1,000 元以下，不存在大额异常交易情况。

（6）产品退换货情况

公司主要通过线下直营零售门店与线上销售渠道进行产品销售。截至 2016 年 12 月 31 日，公司在全国 31 个省、自治区和直辖市，建立了 8,907 个线下零售网点。同时，依托遍布全国的全直营线下零售网络，公司通过 O2O 战略有效地打通与整合了线下零售网点与线上电商平台的衔接互动，为广大消费者提供了更为便利、全面的多渠道购物体验。

1）公司产品的退换货管理制度

公司主要通过专柜、专卖及电商三种直营渠道模式进行产品销售。其中，作为线下零售网点，专柜与专卖渠道实行相同的线下销售退换货政策。公司线下与线上销售的退换货政策具体如下：

①线下销售的退换货政策

对于线下专柜与专卖零售网点，公司按照《消费者权益保护法》等相关办法的规定，在消费者客户交付接收商品后，申请退换的商品只要保持销售时的原貌（包括填充物、包装盒、配件、说明书、吊牌等完好，没有明显使用、清洗过的痕迹，面、内里、五金无磨损，无人为损坏，标牌无拆卸），并经店员检查不影响二次销售的情况下，可以在销售后的 7 天内进行退换货。

②线上销售的退换货政策

公司线上销售与电商平台的合作方式，可分为以天猫网为代表的电商服务平台模式，以唯品会为代表的电商平台客户模式两类。

在以天猫网为代表的电商服务平台模式下，公司按照《网络交易管理办法》

及电商服务平台相关规定，在消费者客户交付接收商品后，申请退换的商品只要保持销售时的原貌（包括填充物、包装盒、配件、说明书、吊牌等完好，没有明显使用、清洗过的痕迹，面、内里、五金无磨损，无人为损坏，标牌无拆卸），经客服人员检查不影响二次销售的情况下，可以在物流签收后的 7 天内进行无理由退换货。

在以唯品会为代表的电商平台客户模式下，公司按照与电商平台客户签订的协议，对于电商平台客户当次档期未实现销售的货品，在进行对账结算前可进行退换货。

2) 销售退换货相关产品的实物与会计处理

在产品交付客户并确认收入后，当发生产品的退货时，公司将退回商品确认为存货，并在实际退货当日对销售该商品确认的收入和成本进行反向冲回，公司则以每日或各月已冲减期间退货后的净销售确认收入。当发生产品的换货时，公司先进行换回商品的退货处理，再进行换出商品的销售处理，相应的会计处理，为在实际换货当期将销售商品确认的收入和成本均反向冲回，根据换出商品的实际售价和成本确认相应的收入和成本；同时，由于出售后商品的换货通常为同款产品，故产品换货的“一退一出”通常未对当期销售产生影响。因此，从退货与换货的实物与会计处理可知，对公司各期销售产生实际冲减影响的交易行为系客户的产品退货。

3) 报告期内的产品退换货情况及主要原因

①线下渠道

在公司线下门店的产品销售过程中，由于消费者通常是在现场挑选、试穿满意后购买产品，且公司产品定位于快时尚的大众时装、销售单价较低，因此在零售门店的实际销售过程中，消费者于购买产品后发生退货的情况非常少。同时，根据专卖收银账户的收款与退款记录统计，公司线下门店的退货金额占期间销售总额的比例接近 0.5%，退货率处于较低水平。

同时，公司根据《消费者权益保护法》等行业规则，对线下专柜与专卖零售网点的销售多数实行售后 7 日内且商品保持销售原状方可退回的退换货管理制度。因此，对各年产品销售可在下年初退回的情况，通常仅为当年 12 月份最后

7 天所销售的产品。根据线下零售门店约 0.5%的退货比例，该等在下年初退回的产品销售金额极小，对公司线下渠道本年度及下年度销售收入未产生重要影响。

②线上渠道（天猫网）

在公司天猫线上渠道销售中，由于消费者未进行现场挑选与试穿，因此线上购物消费者即使在物流签收并支付货款后，仍可因大小不合适、款式不喜欢等原因，或者在物流收货的 7 天内选择以无理由方式向公司申请商品退货。根据消费者在支付货款后所勾选、提交的申请退货原因，公司天猫平台的商品退换货主要以“7 天无理由退换货”、“买家不想要了”、“收到商品与描述不符”等为由。报告期内，公司天猫线上渠道退货情况及主要原因如下：

单位：万元

退货原因	2016 年		2015 年度		2014 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
7 天无理由退换货	1,209	51.68%	1,038	74.13%	600	62.79%
买家商品不想要原因	484	20.70%	107	7.64%	128	13.40%
收到商品与描述不符	239	10.23%	68	4.90%	84	8.81%
其他	407	17.39%	187	13.33%	143	15.00%
合计	2,339	100.00%	1,401	100.00%	956	100.00%

2014 年、2015 年及 2016 年，各期天猫渠道的退货金额较当期公司天猫渠道收入的比例依次为 25.42%、4.01%及 3.72%，占当期公司营业收入的比例依次为 0.15%、0.19%及 0.27%。其中，2014 年退货金额占比较高，主要系公司于 2014 年 8 月开始在天猫网上开设专卖店，当年度的销售主要发生在“双 11”活动期间，一方面“双 11”销售的退货率通常高于其他期间；另一方面，由于当时公司电商部门在产品营销、商品配送等方面的运营经验尚浅，致使当期产品销售后的申请退货比例较高。2015 年 4 月，公司完成对专业电商服装公司杭州黯涉的合并，并交由该子公司统一运营公司的电商业务，此后公司天猫网电商销售的退货比例出现明显下降并保持平稳。

报告期内，公司经天猫网的产品销售在客户物流签收、支付货款后的退货金额分别为 956 万元、1,401 万元和 2,339 万元，绝大多数退货发生在销售当年，并已冲减当年销售收入与营业成本，而其中当年度销售且在次年初退货的金额分别为 8.30 万元、5.42 万元和 15.69 万元，较公司天猫网电商销售收入的比例极低，对公司通过天猫网实现的本年度及下年度销售收入未产生重要影响。

③线上渠道（唯品会）

公司于 2015 年开始通过与知名电商平台唯品会进行合作。唯品会与公司通常会在产品销售后进行销售对账，就产品期间销售情况、销售后的退货情况进行对账确认、货款结算。2015 年与 2016 年，唯品会在与公司销售对账过程中的商品退货金额依次为 3,397 万元与 5,645 万元，较公司当期对唯品会销售收入的比例依次为 24.22%与 26.14%，保持相对平稳。

对于退货产品的影响，由于公司对唯品会的产品销售与货品退回会在每十日及月度的销售对账中进行核对确认，退回商品已在对账确认收入中予以冲减。此外，2015 年与 2016 年当年实现销售而在次年初退回的金额分别为 431 万元和 342 万元；同时，公司在年度经审计财务报告的签署日之前，已与唯品会完成了次年跨期退货商品的对账，并根据次年年初的上年末销售退货对当年度销售收入进行了调整。因此，由于公司对唯品会的销售退货已及时地在进度与月度销售对账中，发生在下期初的产品退货已在各期审计过程中根据下期初的销售对账给予当期收入调整，对公司通过唯品会实现的本年度及下年度销售收入未产生影响。

4、仓储物流

公司的全直营销售模式以及快时尚运营能力，对于公司仓储物流体系提出了较高的要求。目前，公司拥有并直接经营一处位于江苏省太仓市的区域仓库及物流中心，并主要租用位于成都与天津的两处仓库及物流中心，负责全国范围内零售网点的产品配送。同时，公司自建的太仓物流中心二期即将投入运行，天津一期仓储物流中心预计 2017 年进入试运行，成都物流中心尚在建设中。公司先后于 2015 年、2016 年引进了订单跟踪系统（OTD）及智能分拣系统，提升订单按时保质完成配送的可靠性以及货品分拣及分配效率。另一方面，仓储物流中心开始实行柔性物流，实行 24 小时收货。公司聘请第三方物流公司负责产品在仓库及物流中心与零售网点之间的配送。

5、交易结算

（1）公司的现金销售与现金采购情况

在商品采购方面，公司以外包生产的产品供应模式为主，主要由合作供应商直接采购满足公司要求或指定的原材料，生产符合公司质量标准、款式设计及交

货进度的产品。报告期内，公司对成衣的采购均通过银行转账或承兑汇票结算货款，不存在现金采购的情况。

在产品销售方面，公司的现金销售主要由专卖渠道产生。公司专卖零售网点实行自主收银，顾客可以选择现金结算或银行转账结算（包括 POS 机刷卡、微信支付和支付宝支付等）。报告期各期末，公司专卖店数量分别为 1,899 家、2,272 家及 3,175 家；报告期内，公司现金销售的交易情况如下：

报告期内，公司现金销售的交易情况如下：

金额单位：万元			
项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
现金销售金额	92,489	84,332	76,100
占营业收入比	10.82%	11.34%	12.26%

由于公司产品定位于快时尚的大众时装、产品价格较低，现金成为消费者的常用结算方式之一。报告期内，随着公司业务规模与专卖店数量的扩大，公司现金销售的金额逐步提高。但随着公司不断完善银行卡结算的硬件设施并大力推广微信和支付宝等第三方支付工具，消费者使用非现金结算更为便利，报告期内公司现金交易占营业收入的占比逐步下降。

（2）公司现金销售的内部控制情况

公司已建立并执行严格的内控制度对现金销售进行管控，确保对现金销售能够进行及时、准确、完整的会计核算。公司制定了《专卖店财务手册》、《货币资金管理制度》等，要求门店出纳每日营业结束后应进行现金盘点，并与 POS 系统销售记录核对一致，店长进行监盘并制作销售日报表。当天的现金应妥善保管于门店保险箱内，保险箱由门店收银员/店长专人保管并承担保管责任。门店店员每天须在下午 16 点前将前一天现金收银的营业款存入银行并取得银行回单，POS 机刷卡银行每天将前一日的 POS 机刷卡金额转入各个专卖店对应的银行账户。财务部将银行回单金额和收到的 POS 机刷卡金额加总后和前一日该专卖店销售日报表和零售系统接入 SAP 系统的销售收入金额进行核对，并调查差异。

经保荐机构与会计师核查，并结合公司实际控制人邢加兴所出具的承诺函，

确认公司严格遵守各项财务制度，在日常经营活动中，不存在使用实际控制人及员工个人账户代收代付款项的情况。

（四）公司报告期内主要产品的生产销售情况

1、主要产品产量与销量情况

报告期内，公司主要产品分品类的成衣采购及销售情况如下：

单位：万件

产品 品类	2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	采购	销售	采购	销售	采购	销售
上装	3,432.7	3,352.3	3,313.2	2,755.9	2,154.6	1,898.2
下装	786.5	804.0	770.5	629.8	568.0	470.8
裙装	1,278.6	1,390.3	1,348.0	1,359.2	1,536.8	1,261.8
配饰	201.5	136.8	113.4	52.9	36.0	28.1
合计	5,699.3	5,683.4	5,545.1	4,797.8	4,295.4	3,658.9

2、主要产品的销售收入情况

（1）主营业务收入的的产品品牌构成

单位：万元

项目	2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
La Chapelle	225,133	26.33%	234,489	31.52%	226,614	36.50%
Puella	203,712	23.82%	198,743	26.72%	179,687	28.94%
Candie' s	58,939	6.89%	59,794	8.04%	52,967	8.53%
POTE	39,410	4.61%	31,535	4.24%	26,887	4.33%
7m	131,300	15.36%	109,173	14.68%	85,627	13.79%
La Babité	103,222	12.07%	75,342	10.13%	45,657	7.35%
La Chapelle Kids	9,114	1.07%	5,190	0.70%	3,452	0.56%
OTHERMIX/ OTHERCRAZY	32,375	3.79%	21,017	2.83%	-	-
Ulifestyle	45,815	5.36%	6,261	0.84%	-	-
MARC ECKÖ	2,082	0.24%	318	0.04%	-	-
JACK WALK / O.T.R.	3,357	0.39%	2,019	0.27%	-	-
Siastella	567	0.07%	-	-	-	-

项目	2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
其他	62	0.01%	13	0.00%	-	-
合计	855,087	100.00%	743,893	100%	620,891	100%

报告期内，公司的主营业务收入主要来源于公司主导品牌 La Chapelle 和 Puella 的产品销售。随着公司多品牌战略的顺利实施，在 La Chapelle 和 Puella 品牌业务收入保持稳定增长的同时，公司主营业务的收入来源已愈加多元化。其中，La Chapelle 品牌的 2016 年营业收入较上年度略有下降，主要系本年度该品牌的零售网点数量增加较少，加之同店销售受零售市场持续低迷的影响而较上年度有所下降，从而使得品牌收入较上年度略有下降。

（2）主营业务收入的销售区域构成

单位：万元

区域	2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
一线城市	111,115	12.99%	94,673	12.73%	84,462	13.60%
二线城市	359,548	42.05%	311,966	41.94%	258,142	41.58%
三线城市	211,878	24.78%	178,058	23.94%	145,073	23.37%
其他城市	172,546	20.18%	159,196	21.40%	133,215	21.46%
合计	855,087	100.00%	743,893	100.00%	620,891	100.00%

3、公司前五名客户的销售情况

公司通过建立全直营零售网络，直接面向消费者销售产品。其中，在商场专柜渠道中，根据同百货商场签订的联营协议，公司的商场专柜在销售产品时通常由所在百货商场向消费者统一收取货款，并在扣去商场扣点后与公司进行结算，由公司向百货商场开具增值税发票。由此，在形式上，百货商场亦成为了公司的商场客户。按同一控制下合并计算，公司在报告期内前 5 名商场客户及其销售情况如下：

单位：万元

年度	序号	客户名称（同一控制人下合并）	销售收入	占营业收入比
2016 年度	1	大连万达集团股份有限公司	17,177	2.01%
	2	大商股份有限公司	17,008	1.99%

年度	序号	客户名称（同一控制人下合并）	销售收入	占营业收入比
	3	山东银座商城股份有限公司	15,439	1.81%
	4	天虹商场股份有限公司	11,573	1.35%
	5	茂业国际控股有限公司	10,548	1.23%
		合计	71,744	8.39%
2015 年度	1	大连万达集团股份有限公司	24,491	3.29%
	2	大商股份有限公司	17,622	2.37%
	3	山东银座商城股份有限公司	12,372	1.66%
	4	茂业国际控股有限公司	10,091	1.36%
	5	天虹商场股份有限公司	9,321	1.25%
		合计	73,898	9.93%
2014 年度	1	大连万达集团股份有限公司	27,180	4.38%
	2	大商股份有限公司	15,853	2.55%
	3	山东银座商城股份有限公司	11,903	1.92%
	4	茂业国际控股有限公司	9,935	1.60%
	5	新世界百货中国有限公司	8,702	1.40%
		合计	73,574	11.85%

注：

1、大连万达集团股份有限公司指其控制的分布在全国各地的万达百货。根据大连万达集团股份有限公司官网披露信息，万达百货已在北京、上海、南京、成都、武汉等地开业 51 家百货店，营业面积 134 万平方米。

2、大商股份有限公司为 A 股上市公司，股票代码：600694，股票简称：大商股份。大商股份为中国最大的零售业集团之一，根据大商股份 2015 年年报，截至 2015 年末，其共有百货商场 90 家。

3、银座集团股份有限公司为 A 股上市公司，股票代码：600858，股票简称：银座股份。银座股份为山东省商业零售龙头企业，根据银座股份 2015 年年报，截至该年报披露日，其共有门店 116 家，并受托管理大股东山东省商业集团有限公司控股子公司山东银座商城股份有限公司旗下非上市商品零售门店 46 家。

4、茂业国际控股有限公司为香港联交所主板上市公司，股票代码：0848，股票简称：茂业国际，并控股 A 股上市公司：成商集团（股票代码：600828）。茂业国际旗下拥有“茂业百货”与“人民商场”两大品牌，是一家知名的专业百货零售企业。根据茂业国际 2016 年中期报告，截至 2016 年 6 月 30 日，其在全国 18 个城市经营及管理 49 家门店。

5、天虹商场股份有限公司为 A 股上市公司，股票代码：002419，股票简称：天虹商场。天虹商场旗下拥有“天虹”及定位高端的“君尚”百货商场，以及购物中心、便利店等业态。

根据天虹商场 2015 年年度报告，截至 2015 年末，其拥有“天虹”品牌门店 58 家，“君尚”品牌门店 4 家。

6、新世界百货中国有限公司为香港联交所主板上市公司，股票代码：0825，股票简称：新世界百货。根据新世界百货《全年业绩公布 2015/2016》，截至 2015 年 12 月 31 日，其在内地经营管理 37 家自有店及 4 家管理店。

公司报告期内不存在单一客户销售量超过 50%或严重依赖少数客户的情况。同时，公司董事、监事和高级管理人员、主要关联方和持有 5%以上股东，未在上述客户中占有任何权益。

报告期内，按单笔销售金额计算，公司专卖店的前五大客户如下：

单位：元

年度	客户	门店地址	销售收入	占营业收入比
2016 年度	客户 1	上海浦东新区张扬路金桥国际广场集合二店	59,041	0.0007%
	客户 2	新疆乌鲁木齐万寿山街万达广场集合店	48,360	0.0006%
	客户 3	上海美罗城集合店	47,435	0.0006%
	客户 4	上海都市路仲盛集合店	44,691	0.0005%
	客户 5	广东佛山季华 7 路鹏瑞利季华广场专卖 VG/PT	24,889	0.0003%
	合计		224,416	0.0026%
2015 年度	客户 1	上海都市路仲盛集合店	50,159	0.0007%
	客户 2	上海都市路仲盛集合店	38,697	0.0005%
	客户 3	四川成都上东大街新和春喜时代集合店	32,919	0.0004%
	客户 4	上海浦东新区张扬路金桥国际广场集合店	29,524	0.0004%
	客户 5	上海嘉定区墨玉路嘉亭荟广场集合 7M/LB	20,080	0.0003%
	合计		171,379	0.0023%
2014 年度	客户 1	陕西西安二环南路太白印象城集合体验店一部	19,745	0.0003%
	客户 2	四川眉山三苏大道华地恒通广场集合店	15,201	0.0002%
	客户 3	四川德阳天山北路嘉信茂集合店	14,789	0.0002%
	客户 4	四川眉山三苏大道华地恒通广场集合店	14,981	0.0002%
	客户 5	四川成都马超东路和信新城市购物中心 VG/PT	13,280	0.0002%
	合计		77,996	0.0013%

报告期内，上述前五大客户销售占比不高于 0.0026%，对发行人营业收入不构成重大影响。从门店类型看，公司报告期前五大客户多集中于集合店，集合店系集合公司多个品牌的门店，一般面积较大，陈列款式较多，消费者连带消费较多，因此前五大客户多集中于集合店符合门店消费特点；从交易时间看，上述销售多发生于下半年，符合客户消费及公司收入的季节性特点。综上，上述交易不存在大额、异常的消费情况。

（五）公司报告期内主要产品的原材料、能源及其供应情况

1、主要原材料及能源的消耗情况

公司所有产品均采取外包生产方式，不存在消耗大量能源的情形。

公司服装产品所使用的原材料主要为各类服装面料，以及拉链、配饰、毛领毛条等服装辅料。公司采取包工包料为主的生产模式，即直接向供应商采购成衣，由供应商采购公司指定或符合公司要求的面辅料；同时，公司会采购部分毛领毛料辅料提供给外包生产供应商生产使用。此外，公司在报告期内收购合并的部分子公司如杰克沃克等存在委托加工生产模式，即由子公司采购面辅料并提供给供应商加工使用。由此，公司在报告期内仅采购少量的面辅料，具体情况如下：

单位：万元

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
原材料采购金额	10,765	7,805	2,690
其中：面料采购金额	1,251	639	-
辅料采购金额	9,514	7,166	2,690

报告期内，公司原材料采购金额较同期营业成本的比例分别为 1.25%、3.02% 和 3.50%，占比较低。其中，2014 年度，公司的原材料采购全部为毛领毛条类辅料；2015 年及 2016 年度，公司所采购的原材料中还包含子公司采购的面料及拉链、纽扣等辅料，故采购规模及占比较 2014 年有明显增长。

报告期内，公司因新合并子公司采取委托加工模式所采购的面料采购金额、数量及单价情况如下：

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
面料采购金额（万元）	1,251	639	-

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
面料采购数量（米）	521,533	187,937	-
面料采购平均单价（元/米）	23.98	33.98	-

注：面料采购平均单价=面料采购金额/面料采购数量

2014 年度，公司全部采用包工包料模式，不存在面料采购。2015 年，公司控股合并子公司杰克沃克，当期采购面料 187,937 米，平均单价 33.98/米；2016 年度，公司合资设立子公司广州熙辰，杰克沃克与广州熙辰当期面料采购量合计为 521,533 米，平均采购单价为 23.98 元/米。面料采购平均单价波动系杰克沃克自 2015 年 8 月份并表，当年面料采购主要为秋冬装面料、价格较高所致。

辅料包括货值较高的毛领毛条及拉链、配饰等。报告期内，毛领毛条采购金额占同期辅料采购比例分别为 100.00%、89.32%、85.37%，相关采购金额、数量及单价如下：

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
毛领毛条采购金额（万元）	8,122	6,405	2,690
毛领毛条采购数量（万条）	113	83	37
毛领毛条采购平均单价（元/条）	71.88	77.17	72.70

注：毛领毛条采购平均单价=毛领毛条采购金额/毛领毛条采购数量

报告期内，公司采购毛领毛条数量分别为 37 万条、83 万条和 113 万条，采购数量逐年增加与公司业务规模扩大、含毛领装饰的秋冬季大衣销量上升有关。各年度的平均采购单价，因年度间产品款式设计及细分品类的变化而略有波动，整体保持相对稳定。

2、报告期内前五名供应商

报告期内，公司各期前 5 名供应商的采购情况如下：

单位：万元

年度	序号	供应商（同一控制下合并）	采购金额	占营业成本比
2016 年度	1	南通明龙时装有限公司	25,452	8.29%
	2	东莞市都维尔服饰有限公司	12,672	4.13%
	3	江苏华文时装有限公司	12,495	4.07%
	4	上海洪杉实业有限公司	11,755	3.83%
	5	江苏汇鸿国际集团万新服饰有限公司	9,126	2.97%

年度	序号	供应商（同一控制下合并）	采购金额	占营业成本比
		合计	71,500	23.28%
2015 年度	1	南通明龙时装有限公司	23,078	8.94%
	2	江苏华文时装有限公司	14,266	5.53%
	3	东莞市都维尔服饰有限公司	11,455	4.44%
	4	江苏汇鸿国际集团万新服饰有限公司	8,577	3.32%
	5	上海洪杉实业有限公司	8,223	3.19%
		合计	65,600	25.41%
2014 年度	1	南通明龙时装有限公司	14,003	6.30%
	2	东莞市都维尔服饰有限公司	9,113	4.10%
	3	江苏华文时装有限公司	8,799	3.96%
	4	上海洪杉实业有限公司	6,991	3.14%
	5	江苏汇鸿国际集团万新服饰有限公司	6,353	2.86%
		合计	45,260	20.35%

报告期内公司不存在单一供应商采购比例超过 50%或严重依赖少数供应商的情况。同时，公司董事、监事和高级管理人员、主要关联方和持有 5%以上股东，未在上述供应商中占有任何权益，公司主要供应商亦不存在被公司员工或前员工所控制的情况。

（1）主要供应商基本情况

报告期内，公司与各年度前五大供应商合作关系稳定。公司向前五大供应商采购的产品主要为大衣、外套、羽绒服、衬衫、裙、裤、针织等各类成衣。各供应商的基本情况以及与公司的合作情况如下：

1) 南通明龙时装有限公司

南通明龙时装有限公司成立于 1996 年 7 月 18 日，注册资本 845.3487 万元，法定代表人石亚明，经营范围为“生产销售服装、服饰、床上用品、布绒玩具、风筝；自营和代理各类商品和技术的进出口业务（国家限定企业经营和禁止进出口的商品及技术除外）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）”。该公司为有限责任公司，两名自然人股东为石亚明、陶小燕，出资比例分别为 75.00%和 25.00%。

公司主要向南通明龙时装有限公司采购毛呢大衣、梭织外套、连衣裙、衬衫等成衣。截至 2016 年末，公司与其合作时间已达到 4 年。

2) 江苏华文时装有限公司

江苏华文时装有限公司成立于 2009 年 3 月 4 日，注册资本 1,000 万元，法定代表人范熔兵，经营范围为“服装、鞋帽、假发制品生产、销售；自营和代理各类商品及技术的进出口业务（国家限定公司经营或禁止进出口的商品及技术除外）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）”。该公司为有限责任公司，两名自然人股东为范熔兵、俞海兰，出资比例分别为 99.50%和 0.50%。

公司主要向江苏华文时装有限公司采购毛呢大衣、梭织外套、连衣裙、衬衫等成衣。截至 2016 年末，公司与其合作时间已达到 6 年。

3) 东莞市都维尔服饰有限公司

东莞市都维尔服饰有限公司成立于 2005 年 1 月 24 日，注册资本 500 万元，法定代表人冯健，经营范围为“产销：针织、毛织制品，服装，鞋帽；国内贸易和进出口贸易。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）”。该公司为自然人投资或控股的有限责任公司，两名自然人股东为冯健、陈玲，出资比例分别为 55.00%和 45.00%。

公司主要向东莞市都维尔服饰有限公司采购毛衫等成衣。截至 2016 年末，公司与其合作时间已达到 5 年。

4) 上海洪杉实业有限公司

上海洪杉实业有限公司成立于 2008 年 3 月 20 日，注册资本 100 万元，法定代表人张琴，经营范围为“服装服饰、针纺织品、五金建材、服装面料及辅料、羽绒制品、皮革制品、日用百货、鞋帽饰品批发零售；商务信息咨询服务，绿化养护，文化艺术交流活动策划，服装道具制作，服装加工。”。该公司为有限责任公司，两名自然人股东为张琴、江洪江，其出资比例分别为 80.00%和 20.00%。

公司主要向上海洪杉实业有限公司采购羽绒服等成衣。截至 2016 年末，公司与其合作时间已达到 6 年。

5) 江苏汇鸿国际集团万新服饰有限公司

江苏汇鸿国际集团万新服饰有限公司成立于 2010 年 5 月 4 日, 注册资本 500 万元, 法定代表人董宁, 经营范围为“纺织品、服装、服饰、百货、计算机软件、电子产品、通信器材(不含无线电发射设备)、五金交电、化工产品(不含危险品)、机械设备、汽车配件、建筑装饰材料销售; 机械设备租赁; 自营和代理各类商品及技术的进出口业务(国家限定企业经营或禁止进出口的商品和技术除外)。(依法须经批准的项目, 经相关部门批准后方可开展经营活动)”。该公司为有限责任公司, 自然人股东为石广秀、乐晓钟、石烁, 法人股东为江苏毅信达资产管理有限公司, 其出资比例分别为 24.00%、25.00%、25.00%和 26.00%。

公司主要向江苏汇鸿国际集团万新服饰有限公司采购羽绒服、梭织裤等成衣。截至 2016 年末, 公司与其合作时间已达到 5 年。

(2) 供应商变动情况说明

南通明龙时装有限公司(以下简称“南通明龙”)系公司综合型产品供应商, 公司以战略合作为目标于 2013 年展开首次合作。由于南通明龙的产品质量稳定、货品供应及时, 公司于 2014 年下半年加大与其业务合作规模, 并在 2014 年起跃升为公司第一大供应商。2015 年, 公司依据 2014 年合作情况将南通明龙进一步升级为战略供应商并签署了战略合作协议。

南通明龙交易金额远高于其他供应商, 主要系其作为公司战略供应商, 依靠丰富的加工品类与公司保持全年合作, 所采购的商品包括秋冬季毛呢大衣、外套类产品, 以及春夏季的衬衫、连衣裙等。因此, 相比于其他供应商, 公司对南通明龙的采购规模较高。

报告期内除南通明龙外, 各年度上半年进入前五大的供应商以供应夏季产品为主; 南通明龙作为公司战略合作供应商, 采购货品涉及全年货品。因此, 受采购季节性影响, 公司半年度和年度前五大供应商存在较大差异。但若以报告期各年度的上半年同期比较, 公司上半年进入前五大的供应商亦较为稳定。

（六）安全生产与环保情况

1、安全生产情况

公司产品采取外包生产方式，自身不涉及安全生产问题。公司高度重视成衣供应商的安全生产情况，要求供应商出具《社会责任承诺表》，承诺为员工配备相应的防护设备及安装通风改善设备，以维护员工职业健康及安全。

2、环境保护情况

公司所处行业为“纺织服装、服饰业”，所有产品均采取外包生产方式，在经营过程中不涉及重污染情况。自设立以来，公司始终重视环境保护工作，健全各项环境保护管理制度与操作规程，环境友好亦是公司的经营理念之一。

五、主要资产情况

（一）主要固定资产情况

截至 2016 年 12 月 31 日，公司主要固定资产情况如下：

单位：万元

项目	原值	累计折旧	资产净值	成新率
房屋、建筑物	17,873	2,096	15,777	88.27%
机器设备	3,004	695	2,309	76.87%
运输工具	857	327	530	61.85%
办公设备	10,804	6,353	4,451	41.20%

1、房屋建筑

截至 2016 年 12 月 31 日，公司所拥有房屋建筑物的基本情况如下：

编号	地址	证号	建筑面积（m ² ）
1	太仓市广州东路 116 号	太房权证太仓字第 0100211304 号	60,614.91

2、房屋租赁

截至 2016 年 12 月 31 日，公司（含子公司）向第三方租赁房产主要用于办公、仓储及开设专卖网点。具体情况如下：

(1) 租赁房产用于办公

截至 2016 年 12 月 31 日, 公司(含子公司)共租赁 31 处房产作为办公场所, 具体见后表所示。

(2) 租赁房产用于仓储

截至 2016 年 12 月 31 日, 公司(含子公司)共租赁 10 处房产作为仓储用房, 具体见后表所示。

(3) 租赁房产用于开设专卖店

截至 2016 年 12 月 31 日, 公司共租赁 1,177 处房产用于开设专卖店。

(4) 房屋租赁瑕疵

截至 2016 年 12 月 31 日, 公司(含子公司)上述租赁房产存在未取得房屋所有权证、被设定抵押权以及转租等情形, 具体如下:

编号	基本情况	具体情形	数量	面积 M ²	面积占比
1	未取得房屋所有权证	已依法取得建设工程规划许可证、建筑工程施工许可证、建设用地规划许可证、国有土地使用证的部分或全部证件, 但尚未取得建设工程竣工验收备案证书或房屋所有权证	625	383,778	51.70%
2		未提供任何房产所有权或其他权属证明	75	40,606	5.47%
3	于租赁协议签订时已被设定抵押权	出租方已承诺承担因抵押权人行使抵押权给发行人及其下属企业造成的损失	449	300,145	40.43%
4		尚未取得租赁物业的出租方出具的承担因抵押权人行使抵押权给发行人造成的损失承诺	258	141,796	19.10%
5	转租	已获得产权人同意转租的确认函	315	190,732	25.69%
6		尚未取得租赁物业产权人同意转租的确认函	62	36,768	4.95%

注: “面积占比”指存在具体瑕疵情况的租赁物业面积与公司租赁物业总面积的比例, 各类瑕疵情况系分别统计。

同时, 除少数租赁物业外, 大部分租赁物业未办理租赁备案登记。

针对上表之具体情形 1, 该等物业若通过竣工验收, 则取得相关房产证不存在法律障碍, 待出租方就租赁物业取得建设工程竣工验收备案证书及/或房屋所有权证后, 公司(含子公司)承租该等物业合法有效。公司不会仅因租赁出租方无法提供房屋所有权证的物业而受到房地产行政主管部门的处罚。

针对上表之具体情形 2，该等物业的出租方是否有权出租该等物业的权利无法得到有效确认，公司（含子公司）存在无法继续正常使用该等租赁物业的风险，进而对公司的正常生产经营造成不利影响。但公司（含子公司）不会仅因租赁出租方无法提供房屋所有权证的物业而受到房地产行政主管部门的处罚，如因出租方无权出租租赁物业对公司（含子公司）造成损失，公司（含子公司）可依据房屋租赁合同及《中华人民共和国合同法》的相关规定向出租方进行索赔。

针对上表之具体情形 3，公司（含子公司）存在无法继续正常使用该等租赁物业的风险，进而对公司的正常生产经营造成不利影响。但该等物业的出租方已承诺承担因抵押权人行使抵押权给公司（含子公司）造成的损失，公司（含子公司）可依据该等书面承诺向出租方进行索赔。

针对上表之具体情形 4，公司（含子公司）存在无法继续正常使用该等租赁物业的风险，进而对发行人的正常生产经营造成不利影响，且该等物业的出租方亦未出具承担因抵押权人行使抵押权给公司造成的损失承诺。

针对上表之具体情形 5，公司（含子公司）承租该等物业是合法有效的，在租赁期限内使用该等租赁物业不存在障碍。

针对上表之具体情形 6，出租方是否有权转租该等物业的权利无法得到有效确认，公司（含子公司）存在无法继续正常使用该等租赁物业的风险，进而对公司的正常生产经营造成不利影响。但如因出租方无权转租租赁物业对公司（含子公司）造成损失，公司（含子公司）可依据房屋租赁合同及《中华人民共和国合同法》的相关规定向出租方进行索赔。

针对租赁物业未办理租赁备案登记，该等租赁物业未办理备案登记手续的事实并不影响相关租赁协议的有效性和法律效力，不会对公司（含子公司）正常使用该等租赁物业产生影响，但公司（含子公司）存在被房产主管部门处以罚款的风险。

公司控股股东、实际控制人邢加兴已出具《承诺函》，承诺：若公司就其存在法律瑕疵的租赁物业而导致公司不能正常使用该等房产，或如由于前述情况导致公司被主管机关处罚或任何第三方索赔，实际控制人应承担全部经济责任，补偿公司因此而遭受的经济损失。有关于房产租赁瑕疵风险详见本招股说明书“第四节风险因素”之“四、其他风险”之“（三）部分租赁产权手续不完善的风险”。

表：租赁房产用于办公

编号	地区	出租方	承租方	租赁期限（年.月.日）	房屋坐落	租赁面积（m²）	房产证编号	租赁用途	房屋性质
1.	江西	江西信荣实业发展有限公司	发行人	2012.05.12~2017.05.11	江西省南昌市红谷滩新区红谷中大道 1368 号科研测试基地 C 栋 B 单元 B1605-1606	155	洪房权证红谷滩新区字第 1000560897 号	办公	商场
2.	广西	湖南麟辉建设集团有限公司	发行人	2015.10.15-2017.10.14	广西南宁市人民西路 84-6 号 4 楼一侧	276	桂房证字第 01013936 号	办公	/
3.	河北	孙玉竹	发行人	2015.04.10~2018.04.09	石家庄市桥西区南长街 22 号缔杰商务港三楼 301, 310 办公用房	306	石房权证西字第 430029321 号	办公	办公
4.	新疆	周根初 韩丽萍	发行人	2015.10.20-2018.10.19	新疆乌鲁木齐市西八家户路 508 号金辉诚信大厦 703、704 号	271	商品房预售合同	办公	商业
5.	上海	上海工艺美术总公司	发行人	2015.01.01~2017.12.31	漕溪路 258 弄 26 号	800	沪房地徐字 1999 第 021159 号	办公	工业
6.	辽宁	宋德国	发行人	2012.03.15~2017.03.14	铁西区景置北街 27—9 号	427	产权人为宋德国	办公	商业
7.	上海	上海钻交所龙华加工区有限公司	上海乐欧	2015.01.01~2017.12.31	上海市徐汇区漕溪路 258 弄 26 号	320	沪房地徐字（2008）第 017003 号	办公	办公
8.	上海	上海钻交所龙华加工区有限公司	上海微乐	2015.01.01~2017.12.31	上海市徐汇区漕溪路 258 弄 26 号	215	沪房地徐字（2008）第 017003 号	办公	办公
9.	广东	深圳市翰霖海外科技开发有限公司	发行人	2012.03.13~2017.03.12	深圳市南山区中山园路 9 号君翔达大楼 A 栋 2F	252	深房地字第 4000329587 号	办公	办公
10.	云南	白映昆	发行人	2015.02.15~2018.02.14	昆明市北京路与联盟路交叉口	125	昆房权证（昆明市）字第 201142261	办公	住宅
11.	山西	李建民	发行人	2015.06.01~2018.05.31	太原市小店区长风街 705 号 2 幢 15-16 层 1502 号	264	晋房权证并字第 S201323473	办公	住宅
12.	河南	许贵平	上海微乐	2015.04.13~2017.04.12	河南省新乡市卫滨区胜利中街 239 号恒基绿城时代广场 1 号楼 1 单元 2801 号	126	无	办公	商住两用
13.	上海	上海西南置业有限公司	发行人	2014.12.01~2017.11.30	上海市徐汇区漕东支路 81 号六层、七层	3,780	竣工验收合格证	办公	商业办公
14.	上海	上海西南置业有限公司	发行人	2014.12.16~2017.12.15	上海市徐汇区漕东支路 81 号 301 室	818	竣工验收合格证	办公	商业办公
15.	上海	上海西南置业有限公司	发行人	2015.03.01~2018.02.28	上海市徐汇区漕东支路 81 号 302	293	竣工验收合格证	办公	商业办公
16.	上海	上海西南置业有限公司	发行人	2015.04.11~2018.04.10	上海市徐汇区漕东支路 81 号 305	382	竣工验收合格证	办公	商业办公

编号	地区	出租方	承租方	租赁期限（年.月.日）	房屋坐落	租赁面积（m²）	房产证编号	租赁用途	房屋性质
17.	上海	上海西南置业有限公司	发行人	2015.06.05~2018.06.04	上海市徐汇区漕东支路 81 号 406	507	竣工验收合格证	办公	商业办公
18.	安徽	缪约珠	发行人	2014.09.01~2017.08.31	合肥市马鞍山南路综合商办楼富城大厦 505、506、507 室	369	房地权证包字第 053441 号	办公	商业
19.	山东	殷新迎	发行人	2015.01.12~2017.01.11	青岛市崂山区深圳路 168 号 9 号 2 单元 1103、1104	149	无	办公	/
20.	陕西	西安顺时来百货有限公司	上海微乐	2015.03.17~2018.03.16	陕西省西安市小寨店 11 层	400	西安房权证雁塔区字第 1100104014-31-1-10901~1	办公	商业
21.	河南	王臻	上海微乐	2015.04.09~2017.06.08	洛阳市西工区中州路与芳林路交叉口爱丽舍公寓 B 座 702 房	130	洛房权证市字第 00190913 号	办公	住宅
22.	江苏	苏州雅景物业管理有限公司	拉夏太仓	2016.01.01-2019.12.31	苏州工业园区娄葑北区开元路 36 号 A116 号	520	苏房权证园区字第 00637673 号	办公	商业
23.	江苏	徐素芳	杰克沃克	2016.01.18-2018.01.17	昆山市花桥镇绿地国际家园圣心西环路 33 弄 34 号楼 1004 室	80	昆房权证花桥字第 132010313 号	居住	住宅
24.	上海	上海市佛教协会	杰克沃克	2013.03.01-2023.02.28	上海市中山南路 865 号 A 幢 10 层	656	沪房地黄字（2004）第 001297 号	办公	办公
25.	江苏	苏州工业园区东佳塑胶电子有限公司	拉夏太仓	2016.01.01~2018.12.31	江苏省苏州市唯亭镇娄东路 2 号进门西北面 1 楼厂房	650	苏房权证园区字第 00450011 号	办公	工业用地
26.	福建	厦门武夷工贸公司	拉夏太仓	2016.08.01~2019.07.31	厦门市思明区莲岳路 189 号（2 号厂房）第 3 层东侧	705	厦地房证第 00363450 号	办公	工业
27.	浙江	杭州名仕实业有限公司	拉夏太仓	2016.03.18~2021.03.17	杭州市莫干山路 1418-26 号 1 幢北 1 楼厂房	1,060	无	办公	/
28.	四川	成都中电实业发展有限公司	成都拉夏	2016.03.10~2017.03.09	成都市锦江区学道街 81 号中电大厦第四楼 401、402、403、416、418 房间	668	无	办公	/
29.	北京	李维斌	北京拉夏	2016.07.10~2017.01.09	北京市东城区东直门内北小街 2 号楼 1610 号	211	京房权证私字第 W08174 号	办公	/
30.	浙江	杭州启业投资发展有限公司	杭州黯涉	2016.06.06~2022.06.05	杭州余杭区南苑街道玩月街 101 号杭州启业园 1 号楼 5 层、6 层与 2 号楼 5 层、地下车库 10 个专属车位	5,465	浙（2016）余杭区不动产权第 0027312 号	办公	非住宅
31.	浙江	杭州华峰服装有限公司	杭州黯涉	2016.10.01~2017.09.30	杭州市余杭区运河镇宏达路 19 号 3 号楼 3 层	2,500	余房权证运字第 09057762 号	办公	非住宅

表：租赁房产用于仓储

编号	地区	出租方	承租方	租赁期限（年.月.日）	房屋坐落	租赁面积（m²）	房产证编号	租赁用途	房屋性质
1.	四川	成都美英投资有限公司	成都拉夏	2015.07.01~2017.06.30	成都市温江区海峡科技园区新华大道二段129号	7,286	建设用地规划许可证、土地使用权证、竣工验收合格证	仓储	工业
2.	浙江	杭州碧雅布业有限公司	杭州黯涉	2015.01.01~2017.12.31	余杭区运河镇宏达路21号	11,800	余房权证运字第0000210号	仓库	非住宅
3.	湖南	湖南曾氏企业有限公司	拉夏太仓	2015.12.15-2018.12.14	长沙市高新区东方红中路586号一号科研楼二楼写字楼	438	四证齐全、消防、商品房预售许可证	仓储	工业
4.	上海	上海中乘实业有限公司	拉夏休闲	2015.11.25-2018.11.24	浦东新区金桥加工区川桥路1501号1号楼101室厂房	700	沪国用（浦批）字第028号、沪建（93）337号、（99）沪浦公消（验）字第2047号	仓储	工业
5.	上海	上海慈民实业有限公司	拉夏休闲	2015.12.11-2019.12.10	青浦区外青松公路3271号101室	600	沪房地青字（2011）第007320号	仓储	工业
6.	上海	上海虹懿实业有限公司	拉夏休闲	2015.08.15-2018.08.14	上海市嘉定区叶城路375号东面车间	1,044	沪房地嘉字（2015）第003770号	仓储	工业
7.	河北	石家庄宗佑商贸有限公司	拉夏太仓	2016.05.01~2019.04.30	石家庄长安区裕彤体育馆厂房	306	无	仓库	商业
8.	河南	河南新东科技股份有限公司	拉夏太仓	2016.08.01~2019.07.31	河南省焦作市太行中路59号新东股份院内厂房2层	540	焦房权证山字第0880101573号	仓储	商业
9.	浙江	嘉兴新高度物流有限公司	拉夏太仓	2016.01.01~2018.12.30	嘉兴市雁泾港路500号厂房	1,143	嘉房权证秀洲字第00638564号	仓储	仓储展示
10.	浙江	杭州立世达电器制造有限公司	杭州黯涉	2016.09.15~2017.09.14	浙江省杭州市余杭经济技术开发区宏达路28号厂房	2,206	无	仓储	/

(5) 租赁物业价格公允性

2014 年末、2015 年末及 2016 年末，公司分别租赁 659 处、1,028 处和 1,218 处物业用于开设品牌专卖网点、办公室及仓库。

①分区域租赁物业数量、面积及费用

报告期内，公司分区域租赁物业情况如下：

年度	区域	租赁物业数量	租赁面积(万/m²)	租赁费用（万元）
2016 年度	华东	625	36.87	33,388.62
	西南	226	15.14	12,317.45
	华中	221	12.40	10,106.77
	华北	208	10.93	11,062.42
	华南	170	8.64	7,143.24
	东北	113	7.62	7,312.71
	西北	82	4.34	3,774.44
	总计	1,645	95.94	85,105.65
2015 年度	华东	404	25.52	22,091.09
	西南	153	10.86	9,422.43
	华中	142	8.29	7,082.55
	华北	117	6.20	7,342.61
	华南	97	5.81	4,313.44
	东北	65	4.11	4,622.64
	西北	50	2.34	1,985.94
	总计	1,028	63.14	56,860.71
2014 年度	华东	310	16.69	18,850.08
	西南	117	8.78	8,855.51
	华中	91	6.41	6,725.11
	华北	75	4.34	6,394.52
	华南	63	4.16	2,998.00
	东北	53	3.20	4,015.25
	西北	28	1.31	1,599.85
	总计	737	44.90	49,438.33

注：租赁费为当期发生额，未经直线法调整且不含其他租赁相关费用；以上租赁物业包含当年租赁且于期末前到期的租赁物业

以 2016 年度各区域前五大租赁物业为例，公司租赁物业及与所在区域租金水平的比较情况如下：

单位：元/平方米/月

区域	序号	租赁物业	租赁物业 租金水平	所在区域 租金水平	租金占比	数据来源
华东	1	福建厦门市思明区厦禾路 915 号嘉年华 1, 2 楼	239.87	416.67	0.91%	58 同城查询
	2	上海杨浦邯郸路 600 号	568.12	540.00	0.87%	赶集网查询
	3	上海市闵行区都市路 5001 号 2F54,58-59 商铺	250.18	216.45	0.79%	赶集网查询
	4	上海市徐汇区漕东支路 81 号六层、七层	108.63	108.00	0.58%	赶集网查询
	5	上海都市路 5001 号 2 楼	134.41	216.45	0.56%	赶集网查询
西南	1	四川省成都市锦江区上东大街 36 号新和春禧时代	282.41	366.67	1.53%	赶集网查询
	2	重庆市沙坪坝区渝碚路 88 号	147.02	137.5	0.83%	赶集网查询
	3	四川成都市锦江区四川成都春熙路北段 45 号	233.46	320.00	0.56%	赶集网查询
	4	重庆市北碚区胜利路电影院 3 号 1F	277.80	400.00	0.41%	赶集网查询
	5	四川省成都市高新区盛和一路 99 号凯丹广场二楼	333.14	220.00	0.38%	搜房网查询
华中	1	河南省郑州市花园路 39 号国贸 360 广场 2 楼 C2008 铺位	146.64	142.86	0.49%	赶集网查询
	2	武汉江汉江汉路 181 号	356.70	400.00	0.40%	搜房网查询
	3	河南省郑州市东太康路 28 号大上海城二楼	103.60	117.65	0.33%	赶集网查询
	4	湖北武汉江汉江汉路 181 号俊华大厦	285.17	400.00	0.31%	搜房网查询
	5	河南省郑州市管城区紫荆山路新世界百货 2 楼拉夏贝尔专卖店	93.78	142.86	0.31%	赶集网查询
华北	1	天津塘沽解放路 777 号	474.10	386.36	0.40%	赶集网查询
	2	北京朝阳公园路蓝色港湾 1F	1,072.90	1,200.00	0.38%	赶集网查询
	3	北京市海淀区丹棱街 1 号欧美汇购物中心 B1 层	941.12	-	0.37%	-
	4	河北唐山文化路万达广场二店 US	373.36	-	0.36%	-
	5	北京市丰台区成寿寺路新业广场 1F	148.43	164.29	0.25%	赶集网查询
华南	1	广东广州天河路 228 号正佳广场 2A0	673.77	1000.00	0.41%	搜房网查询
	2	广东省中山市中山三路 16 号利合广场购物中心 2 层 210 商铺拉夏贝尔	171.95	166.67	0.33%	赶集网查询
	3	广东深圳福田区民田路东福华三路北星河	985.09	-	0.25%	-
	4	广东省广州花都市龙珠路来又来商场 2F	173.09	155.69	0.24%	搜房网查询
	5	广东省佛山市禅城区季华路五路 36 号 C-02 层 01-05 号	119.21	100.00	0.24%	赶集网查询
东北	1	黑龙江哈尔滨中央大街 48 号	486.11	345.00	0.69%	房天下查询
	2	辽宁省沈阳市铁西区兴华街与北一路交汇处北一路万达 2F	554.94	-	0.49%	-
	3	辽宁省抚顺市新抚区浑河南路中段 56 号抚顺万达广场 1F	144.61	105.00	0.38%	赶集网查询
	4	辽宁省丹东市振兴区人民街 33 号丹东万达广场 1F	129.69	-	0.35%	-
	5	黑龙江省哈尔滨市南岗区学府路 1 号嘉	175.87	160.00	0.29%	58 同城查询

区域	序号	租赁物业	租赁物业租金水平	所在区域租金水平	租金占比	数据来源
		茂购物广场 2 楼				
西北	1	宁夏银川西夏怀远东路万达广场 1F	94.92	100.00	0.24%	赶集网查询
	2	新疆巴音郭楞蒙古自治州库尔勒市朝阳路汇嘉时代广场 1 楼拉夏贝尔专卖店	289.92	-	0.23%	-
	3	陕西省西安市碑林区二环南路西段 155 号怡丰城商场 2F	101.91	83.33	0.22%	赶集网查询
	4	陕西西安解放路 111 号民乐园万达广场	237.32	166.67	0.22%	赶集网查询
	5	宁夏银川西夏怀远东路万达广场 1F	76.34	100.00	0.24%	赶集网查询

注 1：上述部分租赁物业所在商场未通过外部第三方渠道招租，所在商场周边亦不存在可比租赁物业信息。

注 2：上表中同一区域内的物业由于具体位置、户型结构、出租方、签订合同时点等差异存在，价格存在一定偏差。

以上租赁物业系公司主要用于品牌服装零售经营、办公等用途，租赁价格系公司参考市场价格与出租方协商确定。其中，部分租赁价格与所列示的区域比较租金具有一定程度的波动差异，主要系所在商圈内的物业租赁价格因具体商业位置的不同而波动所致。

②到期租赁物业租金涨幅情况

报告期内，公司到期租赁物业续租涨幅情况如下：

区域	2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	到期续租物业数量	平均租金涨幅	到期续租物业数量	平均租金涨幅	到期续租物业数量	平均租金涨幅
总计	102	15.96%	74	22.19%	28	13.15%

报告期内，公司到期租赁物业续租租金较到期前租金水平有所上升，主要系公司对于优质租赁物业较多签订长租期租约，到期前租赁物业租金水平与续租时周边商圈相比价格较低。

③未来三年到期租赁物业的到期情况

报告期内，公司到期租赁物业续租涨幅及对公司期间费用影响的估计情况如下：

A.假设到期租赁物业续约时平均租金水平涨幅为 10%，影响如下：

租赁物业到期年度	到期租赁物业数量	租赁面积 (m²)	到期前租金 (万元)	2017 年度租金增加额	2018 年度租金增加额	2019 年度租金增加额

租赁物业到期年度	到期租赁物业数量	租赁面积 (m²)	到期前租金 (万元)	2017 年度租金增加额	2018 年度租金增加额	2019 年度租金增加额
2017 年	181	101,829.77	13,438.42	671.92	1,343.84	1,343.84
2018 年	197	82,633.16	12,296.68	-	614.83	1,229.67
2019 年	243	92,722.15	12,522.62	-	-	626.13
合计				671.92	1,958.68	3,199.64

注：各租赁物业到期日期不一致，假设租赁物业于当年 6 月 30 日到期，下同。

B.假设到期租赁物业续约时平均租金水平涨幅为 15%，影响如下：

租赁物业到期年度	到期租赁物业数量	租赁面积 (m²)	到期前租金 (万元)	2017 年度租金增加额	2018 年度租金增加额	2019 年度租金增加额
2017 年	181	101,829.77	13,438.42	1,007.88	2,015.76	2,015.76
2018 年	197	82,633.16	12,296.68	-	922.25	1,844.50
2019 年	243	92,722.15	12,522.62	-	-	939.20
合计				1,007.88	2,938.01	4,799.46

C.假设到期租赁物业续约时平均租金水平涨幅为 20%，影响如下：

租赁物业到期年度	到期租赁物业数量	租赁面积 (m²)	到期前租金 (万元)	2017 年度租金增加额	2018 年度租金增加额	2019 年度租金增加额
2017 年	181	101,829.77	13,438.42	1,343.84	2,687.68	2,687.68
2018 年	197	82,633.16	12,296.68	-	1,229.67	2,459.34
2019 年	243	92,722.15	12,522.62	-	-	1,252.26
合计				1,343.84	3,917.35	6,399.28

公司租赁物业主要位于各城市成熟商圈、大型购物中心，经过多年发展，公司树立了良好的品牌形象，出租方为了获得长期稳定的租赁收入，一般愿意与公司签订续租合同，且续租租金水平在参考市场平均水平的基础上，结合公司门店在所在商圈的影响力、续租期长度、租赁面积等因素商定。未来三年，公司到期租赁物业数量及面积较为平稳，各年到期物业占公司租赁物业总数的比例较小。

（二）主要无形资产情况

1、土地使用权

截至 2016 年 12 月 31 日，公司（含子公司）合计持有国有土地使用权共 6 宗，具体情况如下：

土地证号	面积 (平米)	使用权 类型	地类 (用途)	终止日期
太国用(2013)第 022020164 号	54,462.80	出让	仓储	2063 年 2 月 19 日
太国用(2014)第 022019655 号	72,459.32	出让	工业	2064 年 6 月 19 日
房地证津字第 111051400269 号	66,694.20	出让	工业	2064 年 7 月 9 日
温国用(2015)第 66859 号	59,776.77	出让	工业	2065 年 2 月 5 日
太国用(2016)第 022011744 号	12,687.10	出让	仓储	2065 年 12 月 9 日
沪房地闵字(2016)第 056386 号	40,198.20	出让	工业	2064 年 12 月 23 日

2、注册商标

截至 2016 年 12 月 31 日,公司(含子公司)拥有注册商标 306 项,与业务直接相关的主要商标注册情况如下:

商标图案	注册号	商品类别	权利期限
La Chapelle	6532889	第 25 类	2010.06.14~2020.06.13
La Chapelle Kids	10660253	第 25 类	2013.07.07~2023.07.06
7.Modifier	9995519	第 25 类	2014.02.14~2024.02.13
P O T E	12139266	第 25 类	2014.07.28~2024.07.27
Puella	13500773	第 25 类	2015.01.28~2025.01.27
La Babité	9886903	第 25 类	2012.10.28~2022.10.27
<i>Candie's</i>	7027087	第 25 类	2012.01.14~2022.01.13
O.T.R	7608740	第 25 类	2010.11.14~2020.11.13
CANDIE'S	7027074	第 25 类	2012.02.14~2022.02.13
Ulifestyle	9933767	第 25 类	2013.12.21~2023.12.20
LA  CHAPELLE	16530787	第 25 类	2016.05.07~2026.05.06
MARC ECKO	11121647	第 25 类	2015.8.21-2025.8.20

商标图案	注册号	商品类别	权利期限
	6650499	第 25 类	2010.7.21-2020.7.20

3、专利技术

截至 2016 年 12 月 31 日，公司共拥有外观设计专利 2 项，并均由公司自主研发、自行申请取得，基本情况如下：

序号	专利名称	专利证号	专利类型	申请日	有效期
1	花布（格子）	ZL200930325734.7	外观设计	2009.11.19	10 年
2	花布（格子-1）	ZL201030241188.1	外观设计	2010.07.19	10 年

4、著作权

截至 2016 年 12 月 31 日，公司共登记著作权 13 项，具体如下：

序号	作品名称	登记号	作品完成日	作品登记日
1	辛迪.拉（Cindy.La）	09-2009-F-1570	2009.3.6	2009.12.29
2	马类图形标示	国作登字-2012-K-00065760	2012.4.15	2012.7.9
3	莫丽菲	国作登字-2013-F-00089107	2012.12.1	2013.4.19
4	LALA&LAKE	国作登字-2013-F-00102750	2013.4.23	2013.9.12
5	DODO	国作登字—2015-F-00248566	2015.05.10	2015.11.18
6	MISS PUELLA	国作登字-2016-F-00254583	2015.10.05	2016.01.29
7	乐欧供应商信息综合管理软件 V1.5	软著登字第 1231007 号	2015.12.20	2016.03.14
8	微乐生产计划管理查询软件 V1.5	软著登字第 1230453 号	2015.12.20	2016.03.14
9	微乐样衣送样信息管理查询软件 V1.5	软著登字第 1230373 号	2015.12.20	2016.03.14
10	拉夏贝尔面辅料开发设计 ERP 管理软件 V1.5	软著登字第 1236859 号	2015.12.15	2016.03.21
11	拉夏贝尔 CAD 辅助设计样衣管理软件 V1.5	软著登字第 1236862 号	2015.12.15	2016.03.21
12	拉夏贝尔产品生命周期管理软件 V1.5	软著登字第 1236782 号	2015.12.15	2016.03.21
13	拉夏贝尔产品品质风险评估管控软件 V1.5	软著登字第 1237041 号	2015.12.15	2016.03.21

5、许可使用资产

截至本招股说明书签署日，公司不存在许可他人使用公司资产的情况。公司作为被许可方使用他人资产，主要为：旭日极速服饰（惠州）有限公司许可上海朗赫于中国经营出售“Quiksilver”及“Roxy”品牌的服装、泳衣、鞋、旅行包及配件等产品。许可协议的主要内容详见本招股说明书之“第十五节 其他重要事项”之“二、重要合同”之“（九）授权许可合同”。截至招股说明书签署日，上述许可协议均正常履行，未发生纠纷。

六、特许经营权情况

截至本招股说明书签署日，公司不存在特许经营业务。

七、技术与研发情况

（一）设计研发技术水平

公司各品牌均拥有独立设计研发团队，负责根据品牌定位，在公司统一的产品规划方案下进行产品设计。截至 2016 年末，公司产品开发设计团队由 503 名设计开发人员组成，且大部分高级设计师在服装或配饰设计领域拥有 5 年以上的工作经验。公司亦不定期开展与外部设计团队的合作，并向设计师提供内部培训与外部交流机会，不断提升团队把握时尚潮流与设计开发能力。

（二）信息技术水平

高效的业务运营需要一个集中及综合的管理信息系统支持。特别是对于公司打造大众服装产品的快时尚开发与运营能力，以及全直营销售模式而言，信息技术运用水平决定了公司经营效率。公司高度重视信息系统建设，目前已投入使用的信息系统包括 SAP 企业资源计划系统、商业智能、仓储管理系统、供应链管理协同系统、产品生命周期管理系统、订单跟踪系统、仓检和终端质量数据统计分析信息系统、RFID（无线射频识别）扫码系统等，对于记录公司业务数据、为公司决策制定提供依据等，做出了重要贡献。

（三）研发投入情况

2014 年、2015 年和 2016 年，公司负责产品开发工作的品牌部相关人员工资薪酬及样衣消耗费用的合计投入分别为 4,784 万元、7,459 万元和 9,892 万元。由于公司时装产品为大众消费品，零售网络与产品销售规模巨大，由此产品的相关开发投入相对于当期营业收入的比重较低。2014 年、2015 年和 2016 年，上述开发投入占当期营业收入的比例分别为 0.77%、1.00%和 1.16%。

八、境外经营情况

截至本招股说明书签署日，除公司全资子公司拉夏企管于香港设立的全资子公司 LaCha Fashion I 从事对外股权投资活动之外，本公司未在境外从事经营活动。

九、质量控制情况

公司所有产品均采用外包生产模式。公司高度重视外包产品生产质量，制订了全流程的质量控制策略。公司运营中心下设品质部负责具体质量控制工作。

（一）质量控制标准

公司的产品质量与控制过程符合国家与行业标准，主要执行的质量控制标准如下：

主要适用标准	产品类型
GB 18401-2010	所有成衣产品
GB/T2660-2008	衬衫
GB/T2665-2009	女西服、大衣
GB/T2664-2009	男西服、大衣
GB/T2666-2009	西裤
GB/T14272-2011	羽绒服装
FZ/T73026-2014	针织裙、裙套
FZ/T81004-2012	连衣裙、裙套
FZ/T81006-2007	牛仔服装
FZ/T81007-2012	单、夹服装

主要适用标准	产品类型
FZ/T81009-2014	人造毛皮服装
FZ/T81010-2009	风衣
GB/T18132-2008	丝绸服装
GB/T2662-2008	梭织棉服装
GB/T81008-2011	茄克衫
QB/T1615-2006	皮革服装（真皮产品）
FZ/T73020-2012	针织休闲服装
FZ/T73018-2012	针织毛衣
GB/T22849-2014	针织 T 恤衫
FZ/T73005-2012	低含毛混纺及仿毛针织品
梭织棉服装	围巾、披肩
FZ/T81018-2014	梭织人造革服装
FZ/T81019-2014	灯芯绒服装
FZ/T82002-2016	缝制帽

（二）质量控制措施

公司的产品质量控制贯穿于面辅料采购、生产、入库以及售后服务的全过程。公司通过采取先进的检验检测技术手段，建立和执行现代化的管理制度，并借助外部第三方检验机构力量，保证产品质量的高标准与稳定性。

在面辅料采购环节，公司要求成衣供应商严格按照公司质量标准进行采购，并将采购样本送交至公司检验，质量符合公司要求的面辅材料方能用于公司产品生产。在产品生产环节，公司要求成衣供应商按照严格的工艺及质量标准进行产品生产。公司在成衣供应商处派驻有 QC 人员，对产品质量进行实时监控与管理。在产品入库前，公司将对产品质量进行抽检，符合质量要求的产品方能入库。公司亦引入第三方检测机构如 SGS、BV、ITS 等，对成衣供应商进行独立的全流程质量检测。如果出现大规模的质量问题导致公司无法销售的，公司有权拒收该批货品并要求成衣供应商赔偿损失。

（三）质量纠纷情况

由于公司建立了严格的质量管理体系，配备了先进的质量检测设备，实行了全面的质量控制流程，报告期内，公司未因违反有关产品质量标准技术监督管理方面的法律、法规而受到相关质量技术监督部门的处罚。

第七节 同业竞争与关联交易

一、公司的独立运营情况

公司具有独立完整的业务体系及面向市场独立经营的能力，在资产、人员、财务、机构、业务等方面均独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业。

（一）资产完整

公司是依法由有限公司整体变更成立的股份公司，有限公司的所有资产、负债等均已整体进入股份公司。公司拥有完整的与经营业务有关的营运管理系统和配套设施，合法拥有与经营相关的设备和商标等资产的所有权或使用权，具有独立的商品采购和销售系统。公司与控股股东、实际控制人等关联方之间的资产权属明晰，公司对所有资产拥有完全的控制和支配权。截至本招股说明书签署日，公司不存在资金、资产被股东、实际控制人及其控制的其他企业占用的情况。

（二）人员独立

公司董事、监事、高级管理人员均依合法程序选举或聘任，不存在控股股东和实际控制人超越公司董事会或股东大会作出人事任免的情况。公司总裁、副总裁、财务负责人、董事会秘书等高级管理人员不存在在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中担任除董事、监事以外的其他职务，不存在在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业领薪的情况。公司财务人员不存在在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中兼职的情况，也不存在在与公司业务相同或相近的其他企业中任职的情形。

公司已建立了独立的劳动、人事及工资管理制度，公司与员工签订劳动合同，由人力资源部独立负责公司员工的聘用、考核和奖惩；公司在有关员工的社会保障、工薪报酬等方面均与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业相互独立并分账管理，公司拥有独立的员工队伍。

（三）财务独立

公司设立了独立的财务部门，配备了专职的财务人员，建立了独立的财务核算体系，独立进行财务决策，具有规范的财务会计制度和对子公司的财务管理制度；公司依法独立纳税并依法独立开立银行账户，不存在与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业混合纳税或共用银行账户的情况；公司没有为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业提供担保，也不存在将以公司名义取得的借款、授信额度转借给他们的情形。

（四）机构独立

公司建立了股东大会、董事会、监事会等较为完备的法人治理结构；根据公司经营发展的需要，建立了符合公司实际情况的独立、完整的内部经营管理机构，明确了各机构的职能，实行定岗定编，并制定了相应的内部管理与控制制度。该等机构均能依照《公司章程》和内部管理制度独立行使其职权，与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业及其职能部门之间不存在上下级关系，也不存在机构混同、合署办公的情形。

（五）业务独立

公司具有独立完整业务体系和直接面向市场独立运营的能力，从采购、物流配送、销售等各环节的运作均独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业。截至本招股说明书签署日，公司不存在同业竞争和显失公平的关联交易。

经核查，保荐人认为发行人已达到发行监管对公司独立性的基本要求，发行人关于其在资产、人员、财务、机构、业务方面独立性的上述表述是真实、准确、完整的。

二、同业竞争情况

（一）公司与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业不存在同业竞争

公司的经营范围为：服装、服饰、鞋帽、皮革、箱包、面料、辅料、针织纺织、日用百货、床上用品、钟表眼镜（除角膜接触镜及护理液）、化妆品、工艺礼品（除文物）、玻璃制品、体育用品、办公用品、木制品家具、花卉的批发、零售、进出口、佣金代理（拍卖除外）及提供相关的配套服务；企业形象策划咨询，从事服装技术、新材料科技、计算机网络领域内技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务。（不涉及国营贸易管理商品，涉及配额、许可证管理的，按国家有关规定办理申请）。

除控制公司外，公司控股股东及实际控制人邢加兴还直接持有上海合夏 24.78%的股权。

上海合夏系发行人的员工持股公司，成立于 2009 年 12 月 30 日，注册资本 550 万元，注册地址为上海市漕溪路 258 弄 26 号 2 幢 304 室，法定代表人为章丹玲，其中邢加兴持有其 24.78%股权。上海合夏的经营范围为投资管理，企业管理咨询，商务信息咨询（除经纪），会务服务，计算机专业领域内的技术服务、技术咨询、技术开发、技术转让。除持有本公司股权外，上海合夏未开展其他实际业务，与公司不构成同业竞争。

截至本招股说明书签署日，公司与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业不存在同业竞争。

（二）公司与实际控制人直系亲属控制的其他企业不存在同业竞争

截至本招股说明书签署日，本公司实际控制人邢加兴先生的直系亲属不存在控制其他企业的情况。

（三）公司控股股东、实际控制人等关于避免同业竞争的承诺

为避免同业竞争，2015 年 9 月，公司控股股东、实际控制人邢加兴，出具了避免同业竞争的承诺函，承诺如下：

1、截至本承诺函出具之日，不存在本人可控制的其经营的业务可能会与公司经营的业务构成同业竞争的企业。

2、本人不会向其他在业务上与发行人相同、类似或在任何方面构成竞争的

公司、企业、个人提供专有技术或提供销售渠道、客户信息等商业秘密。

3、在公司本次公开发行股票并上市后，本人将不会通过自己或可控制的其他企业，从事与公司业务相同或相似的业务。如有该类业务，其所产生的收益归公司所有。

4、如将来出现本人所投资的全资、控股企业从事的业务与公司构成竞争的情况，本人同意通过有效方式将该等业务纳入公司经营或采取其他恰当的方式以消除该等同业竞争；公司有权随时要求本人出让在该等企业中的全部股份，本人给予公司对该等股份的优先购买权，并将尽最大努力促使有关交易的价格是公平合理的。

5、如违反上述承诺，本人愿意承担由此产生的全部责任，充分赔偿或补偿由此给公司造成的所有直接或间接损失。本人以当年度以及以后年度发行人利润分配方案中本人享有的利润分配作为履约担保，且若本人未履行上述赔偿义务，则在履行承诺前，所持的发行人股份不得转让。

6、本承诺函自签署之日起生效，上述承诺在本人对公司拥有直接或间接的控制权期间持续有效，且不可变更或撤销。

三、关联方及关联交易

（一）发行人的关联方及关联关系

根据《公司法》、《企业会计准则》及《上海证券交易所股票上市规则（2014年修订）》等法律、法规及规范性文件的有关规定，截至本招股说明书签署日，公司的关联方及关联关系如下：

1、控股股东和实际控制人

公司控股股东和实际控制人邢加兴先生直接持有公司 28.78%的股份，同时持有上海合夏 24.78%的股权。上海合夏持有发行人 9.17%的股权，并与邢加兴先生签署一致行动协议。邢加兴先生直接和通过上海合夏间接控制公司 37.95%的股份。

2、持有公司 5%以上股份的其他股东

截至本招股说明书签署日，上海合夏持有公司 9.17%股份。上海合夏系发行人的员工持股公司，除持有发行人股份外未持有其他公司股份。

3、控股股东和实际控制人控制的其他企业

除公司外，邢加兴先生持有上海合夏 24.78%的股权。截至本招股说明书签署日，公司控股股东、实际控制人邢加兴先生不存在控制除公司和上海合夏外的其他企业。上海合夏的具体情况详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“七、发起人、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”之“（一）发行人的发起人及主要股东的基本情况”。

4、公司下属子公司

有关公司下属子公司的具体信息，参见本招股说明书“第五节 公司基本情况”之“六、发行人控股子公司、参股公司的简要情况”。

5、关联自然人

除实际控制人邢加兴外，公司的关联自然人还包括实际控制人关系密切的家庭成员、公司董事、监事及高级管理人员及其关系密切的家庭成员。有关公司董事、监事、高级管理人员的具体信息，参见本招股说明书“第八节 董事、监事及高级管理人员”的相关内容。

6、关联自然人控制或实施重大影响的其他企业

公司关联自然人控制或实施重大影响的其他企业，主要为公司董事、监事及高级管理人员所兼任董事、高级管理人员的关联法人，具体请见本招股说明书“第八节 董事、监事及高级管理人员”之“五、董事、监事及高级管理人员的其他对外投资情况”及“七、本公司董事、监事及高级管理人员的兼职情况”。

（二）关联交易

1、经常性关联交易

（1）董事、监事、高级管理人员薪酬

公司向在公司任职的关联自然人支付报酬，除此之外，公司未向其他关联自然人支付报酬。该关联交易仍将持续进行。2014 年度、2015 年度及 2016 年度，发行人向董事、监事、高级管理人员支付的薪酬总额分别为 1,706 万元、2,116 万元和 2,447 万元。除此以外，报告期内，发行人不存在其他经常性关联交易。

2、偶发性关联交易

（1）股权增资

2015 年 2 月 13 日，公司与关联法人杭州黯涉的股东曹青、沈琴华及 Matrix Partners China II Hong Kong Limited 签订股权转让协议，约定以 13,500 万元受让杭州黯涉 45%的股权；同日，公司与杭州黯涉及其剩余股东签订增资协议，约定以 6,500 万元人民币向杭州黯涉增资，其中 978.5455 万元计入该公司注册资本，占该公司总股本的 9.05%。通过本次股权转让与增资，公司共取得杭州黯涉 54.05%的股权，形成对该公司的非同一控制下企业合并。同时，根据增资协议，如果杭州黯涉 2015 年度的净利润达到 2,000 万元，公司将另向杭州黯涉少数股东曹青女士支付或有对价 800 万元。由此，本次股权投资的合并成本合计 20,800 万元。2015 年 4 月 1 日，本公司完成对杭州黯涉非同一控制下企业合并。

2015 年 3 月 12 日，杭州市余杭区商务局颁布《关于杭州黯涉电子商务有限公司股权转让及增资扩股的批复》（余商务[2015]22 号）同意上述股权转让及增资扩股事项。同日，杭州黯涉领取“商外资浙府资杭字[2012]08282 号”《中华人民共和国外商投资企业批准证书》。2015 年 4 月 3 日，杭州黯涉完成此股权转让及增资的工商变更。

杭州黯涉系一家国内知名的以经营七格格、OTHERMIX、等线上品牌服装为主的专业化电子商务企业。在本次股权投资前，本公司董事李家庆先生自 2012 年起曾担任杭州黯涉的董事，后于 2015 年 4 月本公司完成对其收购后，辞任杭州黯涉的董事职务。由此，公司对杭州黯涉的增资行为构成关联交易。

本次股权投资完成后，借助于杭州黯涉专业化的电商业务经验，公司线上业务运营能力将进一步增强，并将有效的促进公司 O2O 全渠道零售模式的发展，实现线上线下相互融合、充分互动，为消费者提供更加便捷、全面的购物体验。

（2）关联担保

报告期内，公司实际控制人邢加兴先生曾为本公司及下属子公司银行借款提供担保，且主要为一年以内的短期银行借款。2014 年度，邢加兴为本公司及下属子公司担保的银行借款年度累计数量共 3 笔，年度累计担保借款金额为 15,000 万元，至 2014 年 4 月该担保已全部解除。

（3）商标授权

报告期内，杭州黯涉与杭州凯绘签署《商标使用许可合同》，约定杭州黯涉将其取得的上海乐欧注册商标（Candie's）使用权授权杭州凯绘，杭州凯绘按双方约定支付商标许可使用费，许可期限自 2016 年 7 月 1 日至 2017 年 6 月 30 日。2016 年度杭州凯绘累计支付商标许可使用费为 30.40 万元。

（三）关联交易决策权力和程序的规定

1、《公司章程（草案）》的相关规定

第一百零八条 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总数；股东大会决议的公告应当充分披露非关联股东的表决情况。

第一百四十五条 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三（3）人的，应将该事项提交股东大会审议。

2、《股东大会议事规则》的相关规定

第四十二条 关联交易应按照《公司章程》及其他相关规定履行有关决策、披露程序，属于应当经由股东大会审议的重大关联交易，均应经公司股东大会审议通过。

第五十三条 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总数；股东大会决议的公告应当充分披露非关联股东的表决情况。

有关关联关系股东的回避和表决程序为：

（一）提交股东大会审议的事项如涉及关联交易，召集人应及时事先通知该关联股东，关联股东在得知相关情况后亦应及时事先通知召集人。

（二）如关联交易事项需聘请专业会计师、评估师进行审计、评估或由独立财务顾问发表意见，召集人应在会议上如实披露审计、评估结论或独立财务顾问发表的意见。

（三）应予回避的关联股东可以参与讨论所涉及的关联交易，并可就该关联交易产生的原因、交易的基本情况以及该交易是否公允等相关事宜向股东大会作出解释性说明，但在投票表决时必须回避。

股东大会决议应当充分披露非关联股东的表决情况。如有特殊情况关联股东无法回避时，在征得与会过半数表决权股东同意后按照程序进行表决。同时对非关联交易的股东情况进行专门统计，并在决议中予以披露。关联股东明确表示回避的提案，由出席股东大会的其他股东对有关关联交易进行审议表决，表决结果与股东大会通过的其他决议具有同等的法律效力。

3、《董事会议事规则》的相关规定

第二十一条出现下述情形的，董事应当对有关提案回避表决：

（一）根据法律、法规规定董事应当回避的情形；

（二）董事本人认为应当回避的情形；

（三）《公司章程》规定的因董事与会议提案所涉及的企业有关联关系而须回避的其他情形。

在董事回避表决的情况下，有关董事会会议由过半数的无关联关系董事出席即可举行，形成决议须经无关联关系董事过半数通过。出席会议的无关联关系董事人数不足三人的，不得对有关提案进行表决，而应当将该事项提交股东大会审议。

董事在公司首次考虑订立有关合同、交易、安排前以书面形式通知董事会，声明由于通知所列内容，公司日后达成的有关合同、交易、安排与其有利益关系，则在通知所列明的范围内，有关董事视为做了本条前款所规定的披露。

4、《上海拉夏贝尔服饰股份有限公司关于关联交易决策制度》的相关规定

第八条 关联交易是指公司及公司直接或间接控股子公司与关联人之间发生的转移资源或义务的事项，而不论是否收受价款。包括以下交易：

- （一）购买或者出售资产；
- （二）对外投资（含委托理财、委托贷款等）；
- （三）认购理财产品；
- （四）提供财务资助；
- （五）提供担保；
- （六）租入或者租出资产；
- （七）委托或者受托管理资产和业务；
- （八）赠与或者受赠资产；
- （九）债权、债务重组；
- （十）研究与开发项目的转移；
- （十一）签订许可使用协议；
- （十二）购买原材料、燃料、动力；
- （十三）销售产品、商品；
- （十四）提供或者接受劳务；
- （十五）委托或者受托销售；
- （十六）与关联人共同投资；
- （十七）其他通过约定可能引致资源或者义务转移的事项。

第九条 公司与关联人发生的交易金额在人民币 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，应当经二分之一以上独立董事同意后提交董事会讨论，并由董事会审议通过后将该交易提交公司股东大会审议通过，方可实施。在讨论该交易时，应当聘请具有执行证券、期货相关业务资格的中介机构，对交易标的进行审计或者评估。

公司与关联法人发生的关联交易金额在人民币 300 万元以上或占公司最近一期经审计净资产 0.5%以上、不满人民币 3,000 万元或不满公司最近一期经审计净资产 5%的关联交易，由二分之一以上独立董事发表同意意见，并经董事会审议通过，方可实施。

公司与关联自然人发生的关联交易金额在人民币 30 万元以上或占公司最近

一期经审计净资产 0.5%以上、不满人民币 3,000 万元或不满公司最近一期经审计净资产 5%的关联交易，由二分之一以上独立董事发表同意意见，并经董事会审议通过，方可实施。

除前三款以外的关联交易，除《公司章程》另有规定外，由总裁批准，方可实施。总裁批准的程序，本制度未作规定的，按《上海拉夏贝尔服饰股份有限公司总裁工作细则》的规定执行。

构成关联交易的对外担保，除应当符合本制度之外，还应当符合《上海拉夏贝尔服饰股份有限公司对外担保决策制度》的规定。

第十二条 公司总裁决定关联交易事项时，如总裁与该关联交易有关联关系，该关联交易事项由董事会审议决定。

前款所称“总裁与该关联交易有关联关系”，是指总裁具有下列情形之一：

- （一）为交易对方；
- （二）为交易对方的直接或间接控制人；
- （三）在交易对方或者能直接或间接控制该交易对方的法人单位任职；
- （四）为交易对方或者其直接或间接控制人的关系密切的家庭成员（包括配偶、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，下同）；
- （五）为交易对方或者其直接或间接控制人的董事、监事或高级管理人员的关系密切的家庭成员；
- （六）公司基于其他理由认定的，总裁独立商业判断可能受到影响。

第十三条 公司董事会审议关联交易事项时，关联董事应当回避表决。

前款所称“关联董事”，是指具有下列情形之一的董事：

- （一）为交易对方；
- （二）为交易对方的直接或者间接控制人；
- （三）在交易对方或者能直接或间接控制该交易对方的法人单位任职；
- （四）为交易对方或者其直接或间接控制人的关系密切的家庭成员；
- （五）为交易对方或者其直接或间接控制人的董事、监事或高级管理人员的关系密切的家庭成员；
- （六）公司基于其他理由认定的，董事独立商业判断可能受到影响。

第一款所称“回避表决”，是指关联董事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。该董事会会议由无关联关系董事过半数出席即可举行，董事会会议所作决议须经无关联关系董事过半数通过。关联董事回避表决后出席董事会的无关联董事人数不足 3 人的，应当由全体董事(含关联董事)就将该关联交易提交公司股东大会审议等程序性问题作出决议，由股东大会对该关联交易作出决议。

第十四条 公司股东大会审议关联交易事项时，关联股东应当回避表决。

前款所称“关联股东”，是指具有下列情形之一的股东：

- (一) 为交易对方；
- (二) 为交易对方的直接或者间接控制人；
- (三) 被交易对方直接或者间接控制；
- (四) 与交易对方受同一法人或者自然人直接或间接控制；
- (五) 因与交易对方或者其关联人存在尚未履行完毕的股权转让协议或者其他协议而使其表决权受到限制和影响的股东；
- (六) 公司基于其他理由认定的，可能造成公司利益对其倾斜的股东。

第一款所称“回避表决”，是指该关联股东不参与投票表决，其所代表的有表决权的股份数不计入该议案的有效表决总数。

如表决时，全体股东均构成关联股东，则本条规定的回避表决不适用。

(四) 公司独立董事与股东大会对关联交易的意见

公司独立董事就报告期内的关联交易发表独立董事意见，认为这些关联交易不存在显失公平、损害公司及其股东利益的情况。

同时，公司第二届董事会第二十六次会议对报告期内发生的关联交易进行了审议，并提交 2016 年度股东大会进行审议确认，董事会确认该等关联交易交易条件公允，价格合理，符合本公司及股东的整体利益，不存在损害公司及全体股东利益的情形。

(五) 减少和规范关联交易的措施

公司在日常经营活动中将尽量减少关联交易，使关联交易的数量和对经营成

果的影响降至最小程度。《公司章程》及《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《独立董事工作制度》和《关联交易决策制度》等对关联交易的决策权力和程序，以及股东大会及董事会关联股东的回避和表决程序均作出了详细的规定，公司将严格遵照执行。

公司董事会目前聘任了四名独立董事，独立董事人数不少于董事会总人数的 1/3，并建立了相应的独立董事工作制度。这对减少和规范关联交易，保护投资者（特别是中小投资者）的合法权益具有积极的作用。

对于不可避免的关联交易，公司将严格执行关联交易基本原则、决策程序、回避制度以及信息披露制度，并进一步完善公司独立董事工作制度，加强独立董事对关联交易的监督，保证关联交易的公平、公正、公开，避免关联交易损害公司及股东利益。

第八节 董事、监事及高级管理人员

一、公司董事、监事及高管人员简介

（一）董事会成员

本公司董事会由 12 名成员组成，其中设董事长 1 人，独立董事 4 人。依据《公司章程》，公司董事包括执行董事、非执行董事和独立董事。执行董事指在公司内部担任经营管理职务的董事。非执行董事指不在公司担任经营管理职务且依法不具有独立性的董事。执行董事可以由公司的总裁或其他高级管理人员兼任；但兼任总裁或者其他高级管理人员职务的董事以及由职工代表担任的董事，总计不得超过公司董事总数的二分之一（1/2）。外部董事（指不在公司内部任职的董事）应占董事会人数的二分之一以上，独立董事应占董事会人数的三分之一（1/3）或以上，并且至少有一名独立董事为会计专业人士。

董事会成员组成情况如下：

姓名	任职	任职期限
邢加兴	董事长、总裁	2017.05-2020.05
王勇	执行董事、常务副总裁	2017.05-2020.05
王文克	执行董事、行政副总裁	2017.05-2020.05
李家庆	非执行董事	2017.05-2020.05
陆卫明	非执行董事	2017.05-2020.05
曹文海	非执行董事	2017.05-2020.05
王海桐	非执行董事	2017.05-2020.05
罗斌	非执行董事	2017.05-2020.05
张毅	独立董事	2017.05-2020.05
陈杰平	独立董事	2017.05-2020.05
张泽平	独立董事	2017.05-2020.05
陈永源	独立董事	2017.05-2020.05

公司董事简历如下：

邢加兴先生，1972 年出生，中国国籍，无境外居留权，中欧商学院 EMBA，厦门大学 EMBA 在读，清华大学五道口金融学院金融 EMBA 在读，现任公司董事长、总裁。邢加兴先生 1992 年至 1994 年在福州苏菲时装有限公司任业务主管，1995 年至 1996 年在上海贝斯特时装有限公司任业务主任，2001 年创立公司前身上海徐汇拉夏贝尔服饰有限公司，并至今任公司董事长、总裁。

王勇先生，1973 年出生，中国国籍，无境外居留权，加拿大麦克马斯特大学工商管理硕士、上海财经大学国际企业管理学士，现任公司执行董事、常务副总裁。王勇先生 2004 年至 2007 年在中创企业管理咨询（上海）有限公司投资部门任职，2007 年至 2008 年任亚洲商菱投资有限公司投资部副总经理，2008 年至 2012 年历任君联资本投资经理、副总裁及总监，2012 年 4 月至今历任公司助理总裁、常务副总裁兼董事。

王文克先生，1973 年出生，中国国籍，无境外居留权，中欧国际商学院 EMBA 在读，现任公司执行董事、行政副总裁。王文克先生 1998 年至 2002 年历任威海滨田印刷机械有限公司人力资源部部长、市场部科长等职，2002 年 6 月至 2015 年 2 月历任中化国际（控股）股份有限公司助理总经理、人力资源部总经理、橡胶事业部总经理和精细化工事业部总经理，2015 年 2 月至今担任公司行政副总裁，2015 年 7 月起担任公司董事。

李家庆先生，1973 年出生，中国国籍，无境外居留权，清华大学管理工程硕士，现任公司非执行董事，并担任安徽迎驾贡酒股份有限公司董事、无锡先导智能装备股份有限公司董事等职。李家庆先生 2001 年 7 月至今历任君联资本投资经理、高级投资经理、执行董事、董事总经理、董事，2010 年 4 月至今任本公司董事。

陆卫明先生，1970 年出生，中国国籍，无境外居留权，同济大学管理信息系统学士，现任公司非执行董事，并担任蓝德环保科技集团股份有限公司董事等职。陆卫明先生 2000 年至 2005 年任上海鸿仪投资发展有限公司投资部经理，2006 年至 2009 年任无锡市宝联投资有限公司副总经理，2008 年 3 月至 2015 年 8 月任博信（天津）股权投资管理合伙企业（有限合伙）合伙人，2015 年 8 月至今任天津博信鑫元资产管理股份有限公司副总经理职务，2008 年 1 月至今任本公

司董事。

曹文海先生，1967 年出生，中国国籍，无境外居留权，华东政法大学法学硕士，现任公司非执行董事，并担任上海金尚鑫创业投资管理有限公司董事长等职。曹文海先生在 1990 年 7 月至 2007 年 11 月期间，曾先后任中共江西省宜丰县委党校副校长、江西省宜丰县律师事务所律师、上海市鑫旦升律师事务所律师、北京君泽君律师事务所上海分所律师，2007 年 11 月至 2015 年 6 月任上海领创创业投资管理有限公司董事总裁助理，2009 年 7 月至 2016 年 4 月任上海融玺创业投资管理有限公司副总裁，2016 年 4 月至今任上海金尚鑫创业投资管理有限公司董事长，2010 年 3 月至今任公司董事。

王海桐女士，1983 年出生，中国香港居民，北京大学金融及统计学双学士，现任公司非执行董事，并担任浩泽净水国际控股有限公司董事等职。王海桐女士 2005 年 7 月至 2006 年 6 月就职于摩根士丹利添惠亚洲有限公司北京代表处，2006 年 8 月至 2007 年 8 月就职于摩根士丹利添惠亚洲有限公司香港投资银行部，2007 年 9 月至 2013 年 12 月历任高盛（亚洲）有限责任公司直接投资部分析师、经理及执行董事，2014 年 1 月起至今任北京高盛宽街博华股权投资管理有限公司执行董事，2014 年 7 月起至今任公司董事。

罗斌先生，1971 年出生，中国国籍，无境外居留权，东华大学机械工程学士、管理工程硕士，现任公司非执行董事。罗斌先生 2001 年 3 月至 2002 年 2 月担任上海凯业集团有限公司投资管理部副总经理，2002 年 3 月至 2003 年 8 月担任上海金信证券研究所有限责任公司行业公司部副经理，2003 年 8 月至 2004 年 11 月担任上海申银万国证券有限责任公司财务顾问部高级经理，2004 年 11 月至 2009 年 3 月任上海盛万投资顾问有限公司合伙人，2009 年 4 月至今任浙江龙盛集团股份有限公司董事、财务总监，2015 年 5 月至今任公司董事。

张毅先生，1969 年出生，美国国籍，弗吉尼亚州立大学 MBA、浙江大学化学工程学士、美国佐治亚理工学院聚合物研究博士，现任公司独立董事，并担任美国杜邦防护解决方案 Nomex®全球业务总裁。张毅先生 1998 年 9 月至 2001 年 9 月担任美国霍尼韦尔国际生产运营经理，2001 年 10 月至 2007 年 10 月年任杜邦帝人薄膜合资企业北美业务总监，2008 年 11 月至 2015 年 6 月历任杜邦防护

技术全球战略总监、亚太区销售总监、亚太区业务总裁，并于 2008 年 11 月至 2009 年 9 月任麦哲伦国际董事，2011 年 11 月至 2013 年 11 月任杜邦朝日纤维合资企业董事，2013 年 12 月至 2014 年 12 月任杜邦帝人薄膜合资企业董事，2015 年 7 月至今任杜邦防护解决方案 Nomex®全球业务总裁，2017 年 5 月至今任公司独立董事。

陈杰平先生，1953 年出生，中国香港居民，美国休斯敦大学工商管理博士，现任公司独立董事。陈杰平先生 1991 年至 2008 年担任历任香港城市大学会计学系助理教授、副教授、系副主任、系主任，2008 年至今任中欧国际工商学院教授，2011 年至今任兴业证券股份有限公司独立非执行董事，2013 年至今任深圳世联行地产顾问股份有限公司独立非执行董事，2014 年至今任卓智控股有限公司独立非执行董事，2014 年至今任金茂(中国)酒店投资管理有限公司独立非执行董事，2016 年 4 月至今任公司独立董事。

张泽平先生，1973 年出生，中国国籍，无境外居留权，中南民族大学文学学士、华东政法大学国际经济法硕士、博士、厦门大学法学博士后、纽约大学访问学者，现任公司独立董事，并担任华东政法大学国际税法研究中心主任、副教授等职务。张泽平先生 1997 年 7 月至 2000 年 9 月担任上海工程技术大学基础教育学院英语讲师，2003 年 5 月至 2006 年 6 月担任华东政法大学国际法学院讲师，2006 年 6 月至 2008 年 7 月担任中国驻马其顿共和国大使馆领事部负责人，2008 年 9 月至今担任华东政法大学国际税法研究中心主任、副教授，2015 年 3 月至今担任昆山协孚新材料股份有限公司独立董事，2017 年 5 月至今任公司独立董事。

陈永源先生，1958 年出生，中国香港居民，香港理工大学公司秘书及行政专业高级文凭，现任公司独立董事，并担任中发展控股有限公司行政总裁及执行董事、北方新能源有限公司行政总裁及执行董事等职。陈永源先生 1987 年 2 月至 1997 年 8 月担任香港联合交易所有限公司上市科总监及中国事务部主管，1997 年 8 月至 2000 年 1 月担任粤海集团粤海投资有限公司董事兼副总经理，2000 年 2 月至 2000 年 9 月担任新意网集团有限公司公司秘书及监察总监，2000 年 9 月至 2002 年 2 月担任讯汇金融集团有限公司主席，2002 年 3 月至 2009 年 6 月担

任润中国际控股有限公司行政总裁兼执行董事，2007 年 6 月至 2009 年 2 月担任冠力国际有限公司执行董事，2009 年 6 月至 2011 年 9 月担任讯汇金融集团有限公司顾问兼行政总裁，2011 年 11 月至今担任中发展控股有限公司行政总裁及执行董事，2014 年 8 月至今担任北方新能源有限公司行政总裁及执行董事，2014 年 6 月至今担任天鸽互动控股有限公司独立非执行董事，2016 年 6 月至今担任台湾鸿海集团鸿腾精密科技股份有限公司独立非执行董事，2016 年 7 月至今任公司独立董事。

（二）监事会成员

监事会由 5 人组成，其中一人出任监事会主席。依据《公司章程》，监事任期三年，可以连选连任。监事会主席的任免，应当经三分之二以上监事会成员表决通过。监事会由职工代表监事、独立监事和股东代表监事组成，监事会中本公司职工代表监事不得少于监事人数的三分之一，并至少有两名独立监事。本公司独立监事是指不在本公司担任除监事外的其他职务，并与本公司及主要股东不存在可能妨碍其进行独立客观判断的关系的监事。独立监事、股东代表监事由股东大会选举和罢免；职工代表由公司职工民主选举和罢免。

公司监事会成员组成情况如下：

姓名	任职	任职期限
程方平	监事会主席、职工监事	2017.03-2020.05
杨琳	监事	2017.05-2020.05
张学庆	独立监事	2017.05-2020.05
吴金应	职工监事	2017.03-2020.05
张涛	独立监事	2017.05-2020.05

公司监事简历如下：

程方平先生，1975 年出生，中国国籍，无境外居留权，东北财经大学投资经济管理学士，现任公司监事会主席、人资部总经理。程方平先生 1998 年 7 月至 2000 年 10 月在中国建筑第八工程局大连公司任人事专员，2000 年 11 月至 2006 年 3 月在中国建筑第八工程局历任薪酬福利经理、人力资源部副经理，2006 年 7 月至 2012 年 8 月在中化国际（控股）股份有限公司人力资源部历任人力资源经

理、薪酬福利经理、总经理助理、副总经理，2012 年 9 月至 2017 年 2 月任上海华拓医药科技发展有限公司人力资源总监，2017 年 3 月至今任公司人资部总经理，2017 年 3 月至今任公司监事。

杨琳女士，1965 年出生，中国国籍，无境外居留权，中国人民大学统计学硕士，现任公司监事。杨琳女士 1998 年至 2001 年 3 月在联想集团有限公司任财务部副总经理，2001 年 4 月至今历任君联资本高级财务顾问、首席财务顾问，2011 年 5 月至今任公司监事。

张学庆先生，1966 年出生，中国国籍，无境外居留权，上海财经大学审计学学士，现任公司独立监事，并担任北京三元食品股份有限公司副董事长等职。张学庆先生 2000 年 6 月至 2001 年 9 月任上海农工商超市（集团）有限公司财务总监，2001 年 9 月至 2002 年 9 月任复星医药股份有限公司投资总监，2002 年 9 月至 2006 年 3 月任光明乳业股份有限公司投资总监和 UHT 事业部总经理，2006 年 5 月至 2014 年 6 月任上海全球儿童用品股份有限公司创始人、董事长及总经理，2014 年 7 月至今任上海复星高科技（集团）有限公司健康控股总裁，2014 年 1 月至今任公司监事。

吴金应先生，1973 年出生，中国国籍，无境外居留权，高中学历，现任公司监事，信息技术部软件研发高级技术经理。吴金应先生 2001 年 3 月至今历任公司信息技术部系统职员、系统研发经理、软件研发高级技术经理，2015 年 11 月起任公司监事。

张涛先生，1970 年出生，中国国籍，加拿大居留权，长江商学院 EMBA、波士顿大学管理学院工商管理硕士，现任本公司监事，并担任四川科伦药业股份有限公司独立董事等职。张涛先生 2005 年至 2008 年担任华泰证券股份有限公司投资银行部总监，2008 年至 2011 年担任上海磐石投资有限公司执行总裁，2011 年 4 月至今任熔安德（天津）投资合伙企业（有限合伙）创始合伙人，2014 年 1 月至今任公司监事。

（三）高级管理人员

本公司高级管理人员由总裁、副总裁、财务负责人、董事会秘书或与上述人

员履行相同或相似职务的其他人员组成。公司现有 12 名高级管理人员，基本情况如下：

姓名	任职	任职期限
邢加兴	总裁	2017.05-2020.05
王勇	常务副总裁	2017.05-2020.05
王文克	行政副总裁	2017.05-2020.05
尹新仔	营销副总裁	2017.05-2020.05
方先丽	董事会秘书	2017.05-2020.05
于强	首席财务官	2017.05-2020.05
章丹玲	事业部总经理	2017.05-2020.05
董燕	事业部总经理	2017.05-2020.05
张莹	事业部总经理	2017.05-2020.05
石海	-（注）	2017.05-2020.05
张海云	财务部副总经理	2017.05-2020.05

公司高级管理人员简历如下：

邢加兴先生，公司董事长、总裁，参见董事会成员简历。

王勇先生，公司执行董事、常务副总裁，参见董事会成员简历。

王文克先生，公司执行董事、行政副总裁，参见董事会成员简历。

尹新仔先生，1971 年出生，中国国籍，无境外居留权，厦门大学 EMBA，现任公司营销副总裁。尹新仔先生 1998 年 9 月至 2012 年 6 月就职于九牧王股份有限公司，2012 年 6 月至 2013 年 5 月就职于杭州九轩服饰有限公司，2013 年 8 月至今历任公司销售和市场推广部总经理、营销副总裁。

方先丽女士，1972 年出生，中国国籍，无境外居留权，复旦大学经济学博士，中欧国际工商学院 EMBA 在读，拥有注册会计师与律师执业资格，现任公司董事会秘书。方先丽女士 2003 年 8 月至 2011 年 12 月历任上海汽车集团股份有限公司财务部科员、对外合作科科长、金桥项目组总经理助理、组干部部长助理、总经理助理兼办公室主任、资本运营部执行总监助理等职务，2011 年 8 月至今任上海嘉合明德资产管理有限公司执行董事，2014 年 1 月至 2015 年 11 月任凯龙高科技股份有限公司副总经理兼董事会秘书，2015 年 11 月至今任郑泰工

程机械股份有限公司董事，2016 年 6 月至今任公司董事会秘书。

于强先生，1974 年出生，中国国籍，无境外居留权，中国人民大学会计学专业学士，现任公司首席财务官。于强先生 1998 年 12 月至 2010 年 1 月历任中化国际（控股）股份有限公司财务总部会计管理部经理、分析评价部总经理、资金结算部总经理、财务总部总经理助理、副总经理、财务总部总经理，2010 年 1 月至 2016 年 4 月历任南通江山农药化工股份有限公司财务总监、董事、副总经理兼财务总监等职务，2016 年 5 月起至今任公司首席财务官。

章丹玲女士，1978 年出生，中国国籍，无境外居留权，上海交通大学 EMBA，现任公司 La Babité 事业部总经理。章丹玲女士 2001 年 3 月至今历任公司设计主管、品牌管理中心总经理、品牌部总经理、事业部总经理，并在 2011 年 5 月至 2012 年 11 月期间任公司董事。

董燕女士，1978 年出生，中国国籍，无境外居留权，厦门大学 EMBA 在读，现任公司 La Chapelle 事业部总经理。董燕女士 2003 年 3 月至今历任公司设计师、品牌主管、品牌部总经理、事业部总经理。

张莹女士，1979 年出生，中国国籍，无境外居留权，厦门大学 EMBA 在读、天津工业大学服装设计专业学士，现任公司 Puella 事业部总经理。张莹女士 2003 年至今历任公司设计师、副品牌主管、品牌主管、品牌部总经理、事业部总经理。

石海女士，1974 年出生，中国国籍，无境外居留权，厦门大学 EMBA 在读，现任公司开发部总经理。石海女士 2001 年至 2008 年 2 月就职于拉夏贝尔有限，2008 年 2 月至 2011 年就职于上海拉谷谷时装有限公司，2012 年 4 月至 2017 年 3 月任公司开发部总经理，并在 2013 年 5 月至 2014 年 6 月间任公司董事，目前任职调整中。

张海云女士，1978 年出生，中国国籍，无境外居留权，厦门大学 EMBA 在读，现任公司财务部副总经理。张海云女士 2001 年 3 月至今历任公司财务部职员、财务经理、财务部副主管、财务部副总经理。

二、董事、监事及高级管理人员与公司签署的协议

截至本招股说明书签署日，在公司专职工作的董事、监事、高级管理人员均与公司签署了劳动合同。

三、董事、监事的选聘情况

1、董事的提名和选聘情况

2014 年 5 月 8 日，公司召开 2014 年第二次临时股东大会，审议通过《关于董事会换届的议案》，决定选举邢加兴、王勇、石海、李家庆、陆卫明、曹文海、柳青为第二届董事会董事，选举毛嘉农、罗文钰、陈巍、周国良为第二届董事会独立董事。

2014 年 6 月 26 日，公司召开 2014 年第三次临时股东大会，同意石海辞去董事职务，并选举胡刚为第二届董事会董事。

2014 年 7 月 31 日，公司召开 2014 年第四次临时股东大会，同意柳青辞去董事职务，并选举王海桐为第二届董事会董事。

2015 年 5 月 5 日，公司召开 2014 年年度股东大会，增选罗斌为公司第二届董事会董事。

2015 年 7 月 17 日，公司召开 2015 年第一次临时股东大会，选举王文克为公司第二届董事会董事。

2016 年 4 月 29 日，公司召开 2015 年年度股东大会，选举陈杰平为公司第二届董事会董事。

2016 年 7 月 25 日，公司召开 2016 年第一次临时股东大会，选举陈永源为公司第二届董事会董事。

2017 年 5 月 12 日，公司召开 2016 年年度股东大会，选举邢加兴、王勇、王文克、李家庆、陆卫明、曹文海、王海桐、罗斌为第三届董事会董事，张毅、陈杰平、张泽平、陈永源为第三届董事会独立董事。

2、监事的提名和选聘情况

2014 年 5 月 8 日，公司召开 2014 年第二次临时股东大会，选举杨琳为公司监事，张涛、张学庆为独立监事，并与由公司职工代表大会选举的职工监事谢宏、唐震组成公司第二届监事会。

2015 年 11 月 8 日，公司职工代表大会选举吴金应担任职工监事，同日唐震辞任公司职工监事。2015 年 12 月 14 日，公司监事会批准吴金应的委任及唐震的辞任。

2017 年 3 月 10 日，公司职工代表大会选举程方平担任职工监事，同日谢宏辞任公司职工监事。2017 年 3 月 16 日，公司监事会批准程方平的委任及谢宏的辞任。

2017 年 5 月 12 日，公司召开 2016 年年度股东大会，选举杨琳为公司监事，张涛、张学庆为独立监事，并与由公司职工代表大会选举的职工监事程方平、吴金应组成公司第三届监事会。

四、董事、监事、高级管理人员及其近亲属持有发行人股份的情况

（一）直接持股情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员及其近亲属直接持有本公司的股份的情况如下：

姓名	直接持股数量（股）	比例	在本公司任职
邢加兴	141,874,425	28.78%	董事长、总裁

邢加兴直接持有的上述股份不存在质押或冻结及其他权利限制的情况。

（二）间接持股情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事及高级管理人员中的邢加兴、王勇、王文克、程方平、吴金应、尹新仔、方先丽、于强、章丹玲、董燕、张莹、石海、张海云，通过员工持股平台上海合夏间接持有本公司股份。上海合夏持有本公司 9.17% 的股份，上述人员在上海合夏的持股情况如下：

姓名	在本公司任职	持有上海合夏股权	
		出资额（万元）	持股比例（%）
邢加兴	董事长、董事、总裁	136.2960	24.78
王勇	董事、常务副总裁	4.8675	0.89
王文克	董事、行政副总裁	7.2985	1.33
程方平	监事会主席、人资部总经理	2.4310	0.44
吴金应	监事、高级技术经理	14.2887	2.60
尹新仔	营销副总裁	2.4310	0.44
方先丽	董事会秘书	6.0830	1.11
于强	首席财务官	6.0830	1.11
章丹玲	事业部总经理	142.8568	25.97
董燕	事业部总经理	28.5716	5.19
张莹	事业部总经理	13.8105	2.51
石海	-（注）	1.2156	0.22
张海云	财务部副总经理	14.2854	2.60

注：石海职务目前调整中。

上述人员持有的本公司股份无任何质押、冻结及其他权利限制情形。

（三）报告期内的持股变动情况

报告期内，公司董事长邢加兴直接持有的公司股份变动情况如下：

招股说明书签署日		2016 年 12 月 31 日	
持股数量（股）	持股比例（%）	持股数量（股）	持股比例（%）
141,874,425	28.78	141,874,425	28.78
2015 年 12 月 31 日		2014 年 12 月 31 日	
持股数量（股）	持股比例（%）	持股数量（股）	持股比例（%）
141,874,425	28.78	141,874,425	28.18

报告期内，上海合夏所持有的公司股份及变动情况如下：

招股说明书签署日		2016 年 12 月 31 日	
持股数量（股）	持股比例（%）	持股数量（股）	持股比例（%）
45,204,390	9.17	45,204,390	9.17
2015 年 12 月 31 日		2014 年 12 月 31 日	
持股数量（股）	持股比例（%）	持股数量（股）	持股比例（%）

45,204,390	9.17	45,204,390	8.98

报告期内，公司董事、监事及高级管理人员所持有上海合夏的股权变动情况如下：

姓名	招股说明书签署日	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
邢加兴	24.7812%	37.5662%	43.3182%	40.7702%
王勇	0.8850%	0.8850%	-	-
王文克	1.3270%	0.8850%	-	-
程方平	0.4420%	-	-	-
吴金应	2.5979%	2.5979%	2.5979%	2.5979%
尹新仔	0.4420%	-	-	-
方先丽	1.1060%	-	-	-
于强	1.1060%	-	-	-
章丹玲	25.9740%	25.9740%	25.9740%	25.9740%
董燕	5.1948%	5.1948%	5.1948%	5.1948%
张莹	2.5110%	1.4050%	0.5200%	0.5200%
石海	0.2210%	0.2210%	-	-
张海云	2.5973%	2.5973%	2.5973%	2.5973%

五、董事、监事及高级管理人员的其他对外投资情况

截至本招股说明书签署日，本公司董事、监事与高级管理人员未持有与本公司存在利益冲突的对外投资。除前述邢加兴、王勇、王文克、程方平、吴金应、尹新仔、方先丽、于强、章丹玲、董燕、张莹、石海、张海云持有公司和或上海合夏的股权外，本公司董事、监事、高级管理人员具有重大影响、共同控制、控制的其他主要对外投资情况如下：

姓名	投资单位	主营业务	投资占比及任职情况
李家庆	上海格普投资合伙企业（有限合伙）	投资管理	29%
曹文海	上海新道仑信息科技有限公司	企业管理软件开发	70%，执行董事
	上海尚鑫创业投资管理有限公司	投资管理	70%，执行董事
	上海金尚鑫创业投资管理有限公司	投资管理	20%，董事长
	易嘉利（上海）创业投资	投资管理	70%

姓名	投资单位	主营业务	投资占比及任职情况
	管理有限公司		
陈永源	振纬投资有限公司	投资管理	50%，董事
方先丽	上海嘉合明德资产管理 有限公司	投资管理	100%，执行董事

六、董事、监事及高级管理人员的薪酬情况

董事、监事、高级管理人员 2016 年度薪酬情况如下：

单位：万元

序号	姓名	现任公司职务	2016年度薪酬（含税）
1	邢加兴	董事长、总裁	179.53
2	王勇	执行董事、常务副总裁	209.91
3	王文克	执行董事、行政副总裁	207.73
4	李家庆	非执行董事	-
5	陆卫明	非执行董事	-
6	曹文海	非执行董事	-
7	王海桐	非执行董事	-
8	罗斌	非执行董事	-
9	毛嘉农 ^注	-	12.00
10	陈杰平	独立董事	8.00
11	陈巍 ^注	-	12.00
12	陈永源	独立董事	5.00
13	谢宏 ^注	-	106.70
14	杨琳	监事	-
15	张学庆	独立监事	12.00
16	吴金应	监事	51.52
17	张涛	独立监事	12.00
18	尹新仔	营销副总裁	131.52
19	方先丽	董事会秘书	74.89
20	于强	首席财务官	82.32
21	章丹玲	事业部总经理	347.91
22	董燕	事业部总经理	245.68
23	张莹	事业部总经理	153.18
24	石海 ^注	-	107.11

序号	姓名	现任公司职务	2016年度薪酬（含税）
25	张海云	财务部副总经理	97.74
26	周国良 ^注	-	4.00
27	罗文钰 ^注	-	7.00
28	王宝海 ^注	-	133.13
29	全强 ^注	-	65.84
30	茅健 ^注	-	70.23
31	马钢 ^注	-	109.54

注：周国良 2016 年 4 月辞任公司独立董事；全强 2016 年 5 月辞任公司高级管理人员；罗文钰 2016 年 7 月辞任公司独立董事；马钢 2016 年 9 月辞任公司高级管理人员；茅健 2016 年 12 月辞任公司职务；谢宏 2016 年任公司人力资源部总经理、职工监事，2017 年 3 月辞任公司监事并不再担任人力资源部总经理；王宝海 2016 年担任公司运营副总裁，2017 年 3 月辞任公司高级管理人员；石海 2016 年担任公司开发部总经理，2017 年 3 月至今职务调整中；毛嘉农、陈巍 2016 年担任公司独立董事，2017 年 5 月届满退任公司独立董事。

七、董事、监事及高级管理人员的兼职情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员的主要兼职情况如下：

姓名	公司任职	主要兼职单位	兼职职务	兼职单位与公司的关联关系（除兼职引起的关系外）
李家庆	董事	GOOD FACTOR	董事	发行人发起人
		君联资本	董事	无
		上海君祺股权投资管理有限公司	总经理	无
		上海祺嘉股权投资合伙企业（有限合伙）	执行事务合伙人委派代表	无
		安徽迎驾贡酒股份有限公司	董事	无
		云南鸿翔一心堂药业（集团）股份有限公司	董事	无
		无锡先导智能装备股份有限公司	董事	无
		江苏海晨物流股份有限公司	董事	无
		上海悉地工程设计顾问股份有限公司	董事	无
		福建鑫诺通讯技术有限公司	董事	无
		常州买东西网络科技有限公司	董事	无
		好买财富管理股份有限公司	董事	无
		康龙化成（北京）新药技术有限公司	董事	无

姓名	公司任职	主要兼职单位	兼职职务	兼职单位与公司的关联关系（除兼职引起的关系外）
		上海纽瑞滋乳品有限公司	董事	无
		纽瑞滋（上海）食品有限公司	董事	无
		优客逸家（成都）信息科技有限公司	董事	无
		Taner International Limited（BVI）	董事	无
		LC Engineering-design Investment Limited	董事	无
		Perfect Shine Holdings Limited	董事	无
		Advanced Solar Power Cayman, LTD （Cayman）	董事	无
		Nouriz Investment Holdings Limited	董事	无
		Kuaipao Technology Corporation	董事	无
		Haizhi Holding Inc.	董事	无
		New Logiston Limited	董事	无
		Able Agrima Limited	董事	无
		Able Newtech Limited	董事	持有发行人控股公司杭州黯涉电子商务有限公司14.3177%的股份
陆卫明	董事	天津博信鑫元资产管理股份有限公司	副总经理	无
		蓝德环保科技集团股份有限公司	董事	无
		上海沿锋汽车科技股份有限公司	董事	无
		江苏傲伦达科技实业股份有限公司	董事	无
		浙江正元智慧科技股份有限公司	董事	无
		上海本诺电子材料有限公司	董事	无
曹文海	董事	上海尚鑫创业投资管理有限公司	执行董事	无
		上海金尚鑫创业投资管理有限公司	董事长	无
		上海新道仑信息科技有限公司	执行董事	无
王海桐	董事	北京高盛宽街博华股权投资管理有限公司	执行董事	无
		浩泽净水国际控股有限公司	董事	无
罗斌	董事	浙江龙盛集团股份有限公司	董事、财务总监	无
		绍兴市上虞新晟化工工业有限公司	董事	无
		浙江龙化控股集团有限公司	董事	无
		杭州龙山化工有限公司	董事	无

姓名	公司任职	主要兼职单位	兼职职务	兼职单位与公司的关联关系（除兼职引起的关系外）
		绍兴市上虞吉龙化学建材有限公司	董事	无
		浙江龙盛化工研究有限公司	董事	无
		浙江安诺芳胺化学品有限公司	董事	无
		浙江吉盛化学建材有限公司	董事	无
		浙江鸿盛化工有限公司	董事	无
		浙江凌瑞创业投资有限公司	董事	无
		上海龙盛薄板有限公司	董事	无
张毅	独立董事	杜邦防护解决方案 Nomex®	全球业务总裁	无
陈杰平	独立董事	兴业证券股份有限公司	独立非执行董事	无
		深圳世联行地产顾问股份有限公司	独立非执行董事	无
		卓智控股有限公司	独立非执行董事	无
		金茂（中国）酒店投资管理有限公司	独立非执行董事	无
		大连兆和环境科技股份有限公司	独立非执行董事	无
		中创美巢互联科技股份有限公司	董事	无
张泽平	独立董事	华东政法大学国际税法研究中心	主任、副教授	无
		昆山协孚新材料股份有限公司	独立董事	无
		上海锦天城律师事务所	兼职律师	无
		中央财经大学国际税务研究中心	客座教授	无
		上海国际仲裁中心	仲裁员	无
陈永源	独立董事	中发展控股有限公司	执行董事	无
		北方新能源有限公司	执行董事	无
		振纬投资有限公司	董事	无
		天鸽互动控股有限公司	独立非执行董事	无
		鸿腾精密科技股份有限公司	独立非执行董事	无
张学庆	独立监事	上海复星高科技（集团）有限公司	总裁高级助理 健康控股总裁	无
		北京三元食品股份有限公司	副董事长	无
杨琳	监事	君联资本	首席财务顾问	无

姓名	公司任职	主要兼职单位	兼职职务	兼职单位与公司的关联关系（除兼职引起的关系外）
张涛	独立监事	熔安德（天津）投资合伙企业（有限合伙）	创始合伙人	无
		熔德合投资（天津）有限公司	监事	无
		四川科伦药业股份有限公司	独立董事	无
		柏美迪康环境工程股份有限公司	董事	无
方先丽	董事会秘书	郑泰工程机械股份有限公司	董事	无
		上海嘉合明德资产管理有限公司	执行董事	无
章丹玲	事业部总经理	上海合夏	执行董事兼总经理	发行人股东

八、本公司董事、监事及高级管理人员之间存在的关系情况

公司董事、监事及高级管理人员之间不存在亲属关系。

九、董事、监事、高级管理人员的重要承诺及履行情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员签署的重要承诺情况详见“第五节 发行人基本情况”之“十、持有公司 5%以上股份的主要股东及作为股东的董事、监事、高级管理人员作出的重要承诺”。

十、本公司董事、监事、高级管理人员的任职资格

发行人的董事、监事和高级管理人员符合法律、行政法规和规章规定的任职资格，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。

十一、董事、监事、高级管理人员报告期内的变动情况

（一）公司董事会成员变动情况

2014 年初，公司董事会由邢加兴、李家庆、陆卫明、柳青、曹文海、王勇、石海、毛嘉农、罗文钰、陈巍、周国良等十一名董事组成，其中毛嘉农、罗文钰、陈巍、周国良担任公司独立董事，邢加兴担任公司董事长。

2014 年 6 月，石海辞任公司董事并受聘为公司高级管理人员，2014 年第三次临时股东大会选举胡刚担任公司执行董事。2014 年 7 月，柳青辞任公司非执行董事，公司 2014 年第四次临时股东大会选举王海桐担任公司非执行董事。2015 年 5 月，2014 年年度股东大会增选罗斌为公司非执行董事；同月，胡刚因个人原因离职并辞任公司执行董事，公司董事会提名王文克为公司执行董事，于 2015 年 7 月经 2015 年第一次临时股东大会审议通过并委任。2016 年 4 月，周国良辞任公司独立董事，公司 2015 年年度股东大会选举陈杰平担任公司独立董事。2016 年 7 月，罗文钰辞任公司独立董事，公司 2016 年第一次临时股东大会选举陈永源担任公司独立董事。2017 年 5 月，毛嘉农、陈巍届满退任公司独立董事，公司 2016 年年度股东大会选举张毅、张泽平担任公司独立董事。

（二）公司监事会成员变动情况

2014 年初，公司监事会由唐震、杨琳、谢宏组成，其中谢宏为职工监事并担任监事会主席。

2014 年 1 月，公司召开 2013 年第六次临时股东大会选举张涛、张学庆担任公司独立监事，同时修改公司章程，将监事会成员由三人增加至五人。2015 年 11 月，公司职工代表大会选举吴金应担任职工监事，同日，唐震辞任职工监事。2015 年 12 月，公司监事会批准吴金应的委任及唐震的辞任。2017 年 3 月 10 日，公司职工代表大会选举程方平担任职工监事，同日谢宏辞任公司职工监事。2017 年 3 月 16 日，公司监事会批准程方平的委任及谢宏的辞任。

（三）公司高级管理人员变动情况

2014 年初，公司高级管理人员为邢加兴、王勇、尹新仔、王宝海、章丹玲、董燕、张莹、张海云、茅健，分别担任总裁、常务副总裁、副总裁、财务负责人、董事会秘书。

报告期内，为实现公司战略扩张，保持公司业务迅速发展，公司聘任或认定多名业务能力突出、专业经验丰富的员工为公司高级管理人员。2014 年 2 月，公司第一届董事会第二十四次会议聘任全强为公司首席财务官；2014 年 6 月，公司第二届董事会第一次会议聘任胡刚为公司高级常务副总裁，认定开发部总经理石海为公司高级管理人员；2015 年 2 月，公司第二届董事会第五次会议聘任蔡俊坚为公司营造中心副总裁，聘任王文克为行政副总裁；2015 年 5 月，胡刚因个人原因离职并辞任公司董事及高级常务副总裁；2016 年 1 月，蔡俊坚因个人原因离职并辞任公司营造中心副总裁；2016 年 1 月，公司第二届董事会第十五次会议聘任马钢为公司首席市场官；2016 年 5 月，全强因个人原因离职并辞任公司首席财务官；2016 年 5 月起，公司聘任于强为公司首席财务官；2016 年 6 月，公司聘任方先丽为公司董事会秘书，同月，茅健任职调整为董事会办公室主任；2016 年 9 月，马钢因个人原因离职并辞任公司首席市场官；2017 年 3 月，王宝海因个人原因离职并辞任公司运营副总裁。

报告期内，公司董事、高级管理人员的变化是由于股东委派、员工因个人原因离职、为符合 H 股上市规则之需要以及对公司原有的经营管理团队进行充实和适当调整而发生的。综上所述，报告期内，公司董事和高级管理人员发生的变化不属于董事和高级管理人员的重大变化，对公司本次发行及上市不构成障碍。

第九节 公司治理

本公司为香港联交所主板上市的境内股份有限公司。公司根据《公司法》、《证券法》及《香港联合交易所有限公司证券上市规则》等相关法律、法规的要求，建立了由股东大会、董事会、监事会和高级管理层组成的治理结构，以及股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书等制度，并建立了审计委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会、预算委员会和战略发展委员会等董事会下属委员会。上述机构和人员能够切实履行应尽的职责和义务。

自股份公司设立以来，公司股东大会、董事会、监事会、高级管理人员和董事会秘书能够严格按照公司章程和有关规定、规定赋予的职权独立规范运作，履行各自的权利和义务，没有违法违规情况的发生。

公司作为 H 股上市公司，依据 H 股上市公司治理要求，建立了类别股东大会、独立监事等制度。该等制度加强了公司内部治理，有利于保护中小股东利益。

一、公司股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书工作制度的建立时间及主要内容

根据《公司法》、《证券法》等相关法律、法规的要求，公司建立了由股东大会、董事会、监事会和高级管理层组成的公司治理结构，制定了《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《独立董事工作制度》、《董事会秘书工作制度》等公司治理制度，为公司规范运作提供了制度保证。

制度	主要内容
股东大会议事规则	详细规定了股东大会的职权；股东大会的召集和程序；股东大会的提案与通知；股东大会的召开；股东大会的表决与决议；规则的修改；对外担保的审议等。
董事会议事规则	详细规定了董事会的组成和职权；董事长的产生罢免及职权；董事会组织机构；董事会议案；董事会会议通知、召集、召开和表决；董事会会议记录内容；决议的执行；议事规则的修改等。
监事会议事规则	详细规定了监事的任职条件、权利与义务；监事会主席职权；监事会的构成、职权，监事会召开次数、召开条件、召集方式和程序、有关议题的内容、范围及对提案的审议、表决等做出了详细的规定。

制度	主要内容
独立董事工作制度	详细规定了独立董事的任职资格；独立董事的独立性；独立董事的提名、选举和更换；独立董事的特别职权；独立董事的独立意见；公司为独立董事提供必要的条件等。
董事会秘书工作制度	详细规定了董事会秘书的任职资格；董事会秘书的职责、工作制度；董事会秘书的任免等。

二、发行人股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书工作制度的建立健全及运行情况

公司按照相关法律法规、《公司章程》等规定召开股东大会、董事会和监事会，相关董事、监事根据《公司章程》等规定出席历次的股东大会、董事会和监事会会议，不存在相关董事、监事及高级管理人员等违反《公司法》、《公司章程》及相关制度要求行使职权的行为。

公司已逐步建立健全了符合上市公司治理要求的、能够保证中小股东充分行使权利的公司治理结构。

（一）股东大会制度的建立健全及运行情况

股东大会由全体股东组成，为公司的权力机构，根据《公司法》、《公司章程》及《股东大会议事规则》的规定规范运作。

1、股东的权利和义务

根据公司《公司章程》第五十四条的规定，公司股东享有下列权利：

公司普通股股东享有下列权利：

- （一）依照其所持有的股份份额领取股利和其他形式的利益分配；
- （二）参加或者委派股东代理人参加股东会议，并行使表决权；
- （三）对公司的业务经营活动进行监督管理，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、赠与或质押其持有的股份；
- （五）依照公司章程的规定获得有关信息；
- （六）公司终止或清算时，按其所持有的股份份额参加公司剩余财产的分配；
- （七）对股东大会作出的公司合并、分立决议持异议的股东，要求公司收购

其股份；

（八）依《公司法》或其他法律、行政法规规定，对损害公司利益或侵犯股东合法权益的行为，向人民法院提起诉讼，主张相关权利；

（九）法律、行政法规及公司章程所赋予的其他权利。

公司不得只因任何直接或间接拥有权益的人士并无向公司披露其权益而行使任何权力，以冻结或以其他方式损害其所持任何股份附有的权利。

根据公司《公司章程》第五十八条的规定，公司普通股东承担下列义务：

（一）遵守公司章程；

（二）依其所认购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。股东除了股份的认购人在认购时所同意的条件外，不承担其后追加任何股本的责任。

2、股东大会的职权

根据公司《公司章程》第六十三条规定，股东大会是公司的权力机构，根据公司《公司章程》第六十一条规定，公司股东大会依法行使下列职权：

（一）决定公司的经营方针和投资计划；

（二）选举和更换董事，决定有关董事的报酬事项；

（三）选举和更换由股东代表出任的监事，决定有关监事的报酬事项；

（四）审议批准董事会的报告；

（五）审议批准监事会的报告；

（六）审议批准公司的年度财务预算方案、决算方案；

（七）审议批准公司的利润分配方案和弥补亏损方案；

（八）对公司增加或者减少注册资本作出决议；

（九）对公司合并、分立、解散、清算和变更公司形式等事项作出决议；

- (十) 对公司发行债券作出决议；
- (十一) 对公司聘用、解聘或者不再续聘会计师事务所作出决议；
- (十二) 修改公司章程；
- (十三) 审议代表公司有表决权的股份百分之三以上（含百分之三）的股东的提案；
- (十四) 对本章程第六十四条规定须由股东大会审批的对外担保事项作出决议；
- (十五) 审议公司在一年内购买、出售重大资产超过公司最近一期经审计总资产百分之三十的事项；
- (十六) 对目标占公司最近一期经审计的净资产 50%以上的对外投资、承担债务、资产经营、风险投资事项作出决议；
- (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) 法律、行政法规及公司章程规定应当由股东大会作出决议的其他事项。

对于法律、行政法规及上市地上市规则和本章程规定应当由股东大会决定的事项，必须由股东大会对 these 事项进行审议，以保障公司股东对这些事项的决策权。在必要、合理的情况下，对于与所决议事项有关的、无法在股东大会的会议上立即作出决定的具体相关事项，股东大会可以在法律法规和本章程允许的范围内授权董事会在股东大会授权的范围内作出决定。

3、股东大会的议事规则

(1) 股东大会的召集与通知

股东大会分为股东年会和临时股东大会。股东年会每年召开一次，并应于上一会计年度完结之后的六个月之内举行。

临时股东大会不定期召开。有下列情形之一的，公司在事实发生之日起两个月以内召开临时股东大会：董事人数不足《公司法》规定人数或者《公司章程》所定人数的三分之二时；公司未弥补的亏损达股本总额的三分之一时；持有公司发行在外的有表决权的股份百分之十以上（含百分之十）的股东以书面形式要求召开临时股东大会时；董事会认为必要时；监事会提议召开时；法律、行政法规、

部门规章或《公司章程》规定的其他情形。

公司召开股东大会，应当于会议召开四十五日前发出书面通知，将会议拟审议的事项以及开会的日期和地点告知所有在册股东。公司召开临时股东大会应当于会议召开十五日前以公告方式通知各股东。

（2）股东大会的表决和决议

股东（包括股东代理人）以其所代表的有表决权的股份数额行使表决权，每一股份享有一票表决权。公司持有的本公司股份没有表决权，且该部分股份不计入出席股东大会有表决权的股份总数。董事会、独立董事和符合相关规定条件的股东可以征集股东投票权。

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）所持表决权的二分之一以上通过。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）所持表决权的三分之二以上通过。

下列事项由股东大会以普通决议通过：董事会和监事会的工作报告；董事会拟定的利润分配方案和弥补亏损方案；董事会和监事会成员的任免及其报酬和支付方法；公司年度预算报告、决算报告，资产负债表、利润表及其他财务报表；除法律、行政法规规定或者《公司章程》规定应当以特别决议通过以外的其他事项。

下列事项由股东大会以特别决议通过：公司增加或者减少注册资本和发行人任何种类股票、认股证和其他类似证券；发行公司债券；公司的分立、合并、解散和清算；《公司章程》的修改；股权激励计划；股东大会以普通决议通过认为会对公司产生重大影响的、需要以特别决议通过的其他事项。

（3）类别股东大会制度

持有不同种类股份的股东，为类别股东。如公司拟变更或者废除类别股东的权利，应当经股东大会以特别决议通过和经受影响的类别股东在类别股东会议上通过，方可进行。

（4）股东大会的会议记录

股东大会应当有会议记录。股东大会的召集人应当保证会议记录内容真实、准确和完整。出席会议的董事、监事、董事会秘书、召集人或其代表、会议主持

人应当在会议记录上签名。会议记录应当与现场出席股东的签名册及代理出席的委托书、网络及其他方式表决情况的有效资料一并保存，保存期限为十五年。

4、股东大会实际运行情况

报告期初至本招股说明书签署日，公司共召开了 13 次股东大会，各股东均认真履行职责，充分行使股东权利，历次会议在召集方式、议事程序、表决方式和决议内容等方面，均符合有关法律、法规、规范性文件及《公司章程》的规定。

（二）董事会制度的建立健全及运行情况

1、董事会的构成

公司设董事会，董事会由 12 名董事组成，其中设董事长 1 人。公司董事包括执行董事、非执行董事和独立董事。执行董事指在公司内部担任经营管理职务的董事。非执行董事指不在公司担任经营管理职务且依法不具有独立性的董事。

外部董事（指不在公司内部任职的董事，下同）应占董事会人数的二分之一（1/2）或以上，独立董事应占董事会人数的三分之一（1/3）或以上。

董事由股东大会选举产生，任期三年。董事任期届满，可以连选连任。

2、董事会的职权

根据《公司章程》第一百四十五条，董事会对股东大会负责，行使下列职权：

- （一）负责召集股东大会，并向股东大会报告工作；
- （二）执行股东大会的决议；
- （三）决定公司经营计划和投资方案；
- （四）制定公司的年度财务预算方案、决算方案；
- （五）制定公司的利润分配方案和弥补亏损方案；
- （六）制定公司增加或者减少注册资本的方案以及发行公司债券的方案；
- （七）拟定公司的重大对外投资方案、重大收购或出售方案以及公司合并、分立、解散的方案；
- （八）在股东大会授权范围内，决定公司对外投资、收购出售资产、资产抵押、对外担保事项、委托理财、关联交易等事项；

（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，根据总裁的提名，聘任或者解聘公司副总裁和其他高级管理人员（包括财务负责人），决定其报酬事项；

（十一）制定公司的基本管理制度；

（十二）制定公司章程修改方案；

（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、公司章程或股东大会授予的其他职权。

超过股东大会授权范围的事项，应当提交股东大会审议。

董事会作出前款决议事项，除第（六）、（七）、（十二）项必须由三分之二以上的董事表决同意外，其余可以由半数以上的董事表决同意。

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三（3）人的，应将该事项提交股东大会审议。

若有大股东或董事在董事会将予考虑的事项中存有董事会认为重大的利益冲突，有关事项不应以传阅文件方式处理或交由辖下委员会处理（根据董事会会议上通过的决议而特别就此事项成立的委员会除外），而董事会应就该事项举行董事会。在交易中本身及其联系人（指关联方）均没有重大利益的独立董事应该出席有关的董事会会议。

3、董事会议事规则

（1）董事会的召集与通知

董事会会议分为定期会议和临时会议。

董事会应定期开会，董事会会议应每年召开至少四次，由董事长召集，于会议召开十四日前书面通知全体董事和监事。有下列情形之一的，董事会应当召开临时会议：

（一）代表十分之一以上表决权的公司股东提议时；

（二）三分之一以上董事联名提议时；

- （三）监事会提议时；
- （四）董事长认为必要时；
- （五）二分之一以上独立董事提议时；
- （六）总裁提议时。

董事会及临时董事会会议召开的通知方式为：如果董事会未事先规定或更改原已规定的董事会例会的举行时间和地点，董事长应至少提前十四（14）日（不包括会议当日），将董事会例会的举行时间和地点用电传、电报、传真、特快专递或挂号邮寄或经专人通知全体董事和监事；通知应采用中文，必要时可附英文，并包括会议议程。任何董事可放弃要求获得董事会会议通知的权利；董事如已出席会议，并且未在到会前或到会时提出未收到会议通知的异议，应视作已向其发出会议通知。

（2）董事会的召开、表决与决议

董事会会议应有过半数的董事出席方可举行。董事会会议应当由董事本人出席。董事因故不能出席，可以书面委托其他董事代为出席董事会。委托书中应当载明代理人的姓名，代理事项、授权范围和有效期限，并由委托人签名或盖章。代为出席会议的董事应当在授权范围内行使董事的权利。董事未出席某次董事会会议，亦未委托代表出席的，应当视作已放弃在该次会议上的投票权。董事通过电话、视频会议、传真、电子邮件或者信函等方式参与董事会会议的，视为董事本人出席会议。

董事会决议的表决，实行一人（1）一票，表决方式为书面方式，董事会临时会议在保障董事充分表达意见的前提下，可以用通讯方式进行并作出决议，并由参会董事签字。除法律、法规、规章、规范性文件以及公司章程规定必须由三分之二（2/3）以上董事表决通过的事项除外，董事会作出决议，必须经全体董事的过半数通过。在董事回避表决的情况下，有关董事会会议由过半数的无关联关系董事出席即可举行，形成决议须经无关联关系董事过半数通过。出席会议的无关联关系董事人数不足三人的，不得对有关提案进行表决，而应当将该事项提交股东大会审议。

除公司章程及公司股票上市的证券交易所的上市规则另有规定外，董事会可接纳书面议案以代替召开董事会会议，但该议案的草案须以专人送达、邮递、电

报或传真送交每一位董事，如果董事会已将议案派发给全体董事，并且签字同意的董事已达到作出决定所需的法定人数后，以上述方式送交董事会秘书，则该决议成为董事会决议，无须召集董事会会议。

按公司章程第一百六十二条，由所有董事分别签字同意的书面决议书，应被视为与一次合法召开的董事会会议通过的决议同样有效。该等书面决议可由一式多份文件组成，而每份经由一位或以上的董事签署。一项由董事签署或载有董事名字及以电报、电传、邮递、传真或专人递送发出的公司决议，就本条而言应被视为一份由其签署的文件。

（3）董事会的会议记录

董事会应当对会议所议事项的决定作成会议记录，出席会议的董事和记录员应当在会议记录上签名。在董事会会议上，独立董事所发表的意见应在董事会会议记录中列明。董事会会议记录作为公司档案保存，保存期限为十（10）年。

4、董事会实际运作情况

报告期初至本招股说明书签署日，公司共召开了 30 次董事会会议，各董事均按照《公司法》、《公司章程》的规定切实行使权利并履行职责、义务，董事会会议的召集方式、议事程序、表决方式和决议内容等方面均符合有关法律、法规、规范性文件及《公司章程》的规定。

（三）监事会制度的建立、健全及运行情况

1、监事会的构成

监事会由五人组成，其中一人出任监事会主席。根据 H 股上市公司相关公司治理的要求，监事会设独立监事两名（独立监事指独立于公司股东且不在公司内部任职的监事）。监事任期三年，可以连选连任。监事会主席的任免，应当经三分之二以上监事会成员表决通过，监事会主席可以连选连任。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（1）名监事召集和主持监事会会议。

监事会应当由职工代表监事、独立监事和股东代表监事组成，监事会中本公司职工代表监事不得少于监事人数的三分之一，并至少有两独立监事。本公司

独立监事是指不在本公司担任除监事外的其他职务，并与本公司及主要股东不存在可能妨碍其进行独立客观判断的关系的监事。独立监事、股东代表监事由股东大会选举和罢免；职工代表由公司职工民主选举和罢免。监事任期届满未及时改选，或者监事在任期内辞职导致监事会成员低于法定人数的，在改选出的监事就任前，原监事仍应当依照法律、行政法规和公司章程的规定，履行监事职务。

2、监事会的职权

《公司章程》第一百九十二条规定，监事会向股东大会负责，并依法行使下列职权：

- （一）应当对董事会编制的公司定期报告进行审核并提出书面审核意见；
- （二）检查公司的财务；
- （三）对公司董事、总裁和其他高级管理人员执行公司职务的行为进行监督，对违反法律、行政法规、本章程或者股东大会决议的董事、总裁和其他高级管理人员提出罢免的建议；
- （四）当公司董事、总裁和其他高级管理人员的行为损害公司的利益时，要求前述人员予以纠正；
- （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》的规定，对董事、总裁及其他高级管理人员提起诉讼；
- （八）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；
- （九）代表公司与董事交涉或者对董事起诉；
- （十）法律、行政法规、部门规章及本章程规定或股东大会授予的其他职权。

3、监事会议事规则

（1）监事会的召集与通知

监事会每六个月至少召开一（1）次会议，由监事会主席负责召集。监事可以提议召开临时监事会会议。召开监事会定期会议和临时会议，监事会办公室应当分别提前十日 and 五日将盖有监事会印章的书面会议通知，通过直接送达、传真、电子邮件或者其他方式，提交全体监事。非直接送达的，还应当通过电话进行确

认并做相应记录。情况紧急，需要尽快召开监事会临时会议的，可以随时通过口头或者电话等方式发出会议通知，但召集人应当在会议上做出说明。

（2）监事会的表决与决议

监事会会议的表决实行一人一票，以记名和书面方式进行。监事的表决意向分为同意、反对和弃权。与会监事应当从上述意向中选择其一，未做选择或者同时选择两个以上意向的，会议主持人应当要求该监事重新选择，拒不选择的，视为弃权；中途离开会场不回而未做选择的，视为弃权。监事会的决议，应当由三分之二以上监事会成员表决通过。

（3）监事会的会议记录

监事会会议应有纪录，出席会议的监事和记录人，应当在会议记录上签名并对监事会承担责任，但经证明在表决时曾表明异议并记载于会议记录的，该监事可以免除责任。监事有权要求在记录上对其在会议上的发言做出某种说明性记载。监事会会议记录作为公司档案保存，保存期为十年。

4、监事会实际运作情况

报告期初至本招股说明书签署日，公司共召开了 11 次监事会会议，各监事均按照《公司法》、《公司章程》的规定切实行使权利并履行职责、义务，历次监事会会议在召集方式、议事程序、表决方式和决议内容等方面均符合有关法律、法规、规范性文件及《公司章程》的规定。

（四）独立董事制度的建立健全及运行情况

1、独立董事情况

2011 年 5 月 9 日，公司召开了创立大会暨第一次股东大会，审议通过了《独立董事工作制度》，以进一步完善公司的法人治理结构及公司董事会结构，强化对内部董事及经理层的约束和激励机制，保护中小股东及利益相关者的利益，促进公司的规范运作。公司独立董事人数应至少占董事总人数的三分之一，且应至少有一名为会计专业人士。

2、独立董事的职权、职责

为了充分发挥独立董事的作用，独立董事除具有《公司法》和其他相关法律、

行政法规及《公司章程》赋予董事的职权外，公司赋予独立董事行使以下职权：

（1）公司与关联法人发生的交易金额在人民币 300 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，与关联自然人发生的交易金额在人民币 30 万元以上或占公司最近一期经审计净资产 0.5%以上的关联交易，应由二分之一以上独立董事同意后，提交董事会讨论；独立董事作出判断前，可以聘请中介机构出具独立财务顾问报告，作为其判断的依据；

（2）向董事会提议聘用或解聘会计师事务所；

（3）向董事会提请召开临时股东大会；

（4）提议召开董事会会议；

（5）独立聘请外部审计机构或咨询机构；

（6）可以在股东大会召开前公开向股东征集投票权。

3、独立董事履行职责的情况

公司四名独立董事自聘任以来均能严格按照法律、行政法规、规范性文件及《公司章程》、《独立董事工作制度》的规定认真履行独立董事职责，在规范公司运作，加强风险管理，完善内部控制，保障中小股东利益，提高董事会决策水平等方面起到了积极的作用。

（五）董事会秘书工作制度的建立健全及运行情况

1、董事会秘书的聘任

根据《公司章程》和《董事会秘书工作制度》的规定，公司设董事会秘书一名，为公司的高级管理人员。董事会秘书由董事长提名，经董事会聘任或者解聘，对董事会负责。

2、董事会秘书的工作职责

根据《公司章程》的规定，董事会秘书依法履行以下职责：

（一）保证公司有完整的组织文件和记录；

（二）确保公司依法准备和递交有权机构所要求的报告和文件；

（三）保证公司的股东名册妥善设立，保证有权得到公司有关记录和文件的人及时得到有关记录和文件；

（四）负责公司信息披露事务，保证公司信息披露的及时、准确、合法、真实和完整；

（五）负责公司股东大会和董事会会议的筹备，认真组织记录 and 整理会议所议事项，并在决议上签字，承担准确记录的责任；

（六）履行公司股票上市地的证券交易所上市规则等法律、行政法规及本章程规定的其他职责。

3、董事会秘书履行职责的情况

自公司设立以来，公司董事会秘书按照法律、法规、规范性文件及《公司章程》、《董事会秘书工作制度》的有关规定，勤勉尽职地履行了职责。

（六）董事会专门委员会的设置情况

2011 年 5 月 9 日，公司召开了创立大会暨第一次股东大会，审议通过了《关于在公司董事会下设专门委员会的议案》，董事会设立审计委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会及战略发展委员会。2013 年 5 月 23 日，公司召开了 2013 年第二次临时股东大会，通过了《关于修改上海拉夏贝尔服饰股份有限公司章程的议案》，董事会在原有专门委员的基础上增设了预算委员会。截至本招股说明书签署日，公司董事会现有五个专门委员会：审计委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会、预算委员会及战略发展委员会。

截至本招股说明书签署日，公司各专门委员会委员的构成情况如下：

专门委员会	主席	成员
审计委员会	陈杰平	曹文海、张毅、罗斌、陈永源
提名委员会	张毅	邢加兴、陆卫明、张泽平、陈永源
薪酬与考核委员会	张泽平	李家庆、陈杰平
预算委员会	王勇	李家庆、陆卫明、王海桐、陈杰平、罗斌
战略发展委员会	邢加兴	王勇、李家庆、王海桐、张毅、张泽平、罗斌

董事会各专门委员会均按照公司章程及其工作细则的规定履行职责，建立了定期会议制度，对于所审议事项均形成了书面决议并提交董事会，作为董事会及股东大会有关决策的重要依据，在公司治理过程中发挥了积极的作用。

公司各专门委员会的设置情况及相应议事规则具体情况如下：

1、审计委员会

审计委员会成员由三名（或以上）非执行董事组成，其中独立董事占多数。审计委员会设主席 1 名，负责主持委员会工作。审计委员会主要负责公司与外部审计的沟通及对其的监督核查、对内部审计的监管、公司内部控制体系的评价与完善，以及对公司正在运作的重大投资项目等进行风险分析。具体职责：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，审查公司的会计实务及政策；审查公司的风险管理、内控制度；对公司内部审计部门负责人的考核和变更提出意见和建议；董事会授予的其他事宜。

2、提名委员会

提名委员会成员由三名（或以上）董事组成，其中独立董事应占二分之一以上。提名委员会设主任主席 1 名，负责主持委员会工作。提名委员会的主要职责权限是：根据公司经营活动情况、资产规模和股权结构至少每年对董事会的架构、规模和构成向董事会提出建议，并就任何为配合公司策略而拟对董事会作出的变动提出建议；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；广泛搜寻并提名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员选进行初步审查并提出建议；评核独立董事的独立性；就董事委任或重新委任以及董事（尤其是董事长及总裁）继任计划向董事会提出建议；制定及检讨董事会成员多元化政策及实施董事会可能不时采纳的有关董事会成员多元化政策的任何可计量目标，检讨达成该目标的进展，及于公司年报披露其检讨结果；董事会授权的其他事宜。

3、薪酬与考核委员会

薪酬与考核委员会成员由三名（或以上）董事组成，其中独立董事占多数。薪酬与考核委员会设主席 1 名，由公司独立董事担任。薪酬与考核委员会的主要职责权限是：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董事及高级管理人员总体薪酬计划或方案及个人薪酬待遇，向董事会提出建议；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，以及与其终止

职务有关的赔偿等；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；确保任何董事或其任何联系人不得自行决定其个人的薪酬；法律、法规、本《公司章程》、公司股票上市地证券监督管理机构规定的以及董事会授权的其他事宜。

4、预算委员会

预算委员会成员由四名（或以上）董事组成。预算委员会设主席一名，负责主持委员会工作。预算委员会的主要职责权限：审议有关预算管理的政策、规定、制度等相关文件；负责将战略规划分解为战略计划，确定年度预算目标；提出公司预算编制方针和编制基本要求；组织召开公司全面预算管理例会，对预算管理工作办公室提交的各单位预算草案和公司整体预算草案提出质询，并就必要的修改与调整提出建议。审议、确定特别重大的预算调整项目；审议、评价预算执行情况，并提出以预算为基础的经营者奖惩方案。董事会授予的其他事宜。

5、战略发展委员会

战略发展委员会成员由三名（或以上）董事组成。战略委员会主席一名，由公司董事长担任。战略委员会的主要职责权限：对公司的长期发展规划、经营目标、发展方针进行研究并提出建议；对公司重大战略性投资、融资方案进行研究并提出建议；对公司的经营战略（包括但不限于产品战略、市场战略、营销战略、研发战略、人才战略）进行研究并提出建议；对影响公司中长期发展的业务创新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跟踪检查；公司董事会授权委托的其他事宜。

三、发行人报告期内违法违规情况

公司已依法建立健全股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书工作制度。自成立至今，发行人及其董事、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活动。公司及其控股子公司报告期内不存在重大违法违规行为。

报告期内，公司及下属企业受到金额超过 10,000 元的行政处罚情况如下：

时间	处罚机关	当事人	处罚事由	金额

时间	处罚机关	当事人	处罚事由	金额
2014年2月12日	重庆市沙坪坝区公安消防支队	成都拉夏	在未完成消防检查前已投入营业	50,000元
2014年12月3日	上海浦东新区公安消防支队	拉夏休闲	门店消防设施设置不符合标准	20,000元
2015年1月21日	上海浦东新区公安消防支队	拉夏休闲哈雷路分公司	在未完成消防检查前已投入营业	40,000元
2015年4月13日	上海市闵行区国家税务局	上海黠涉	未按规定保管账簿、记账凭证等相关资料	10,000元
2016年5月25日	珠海市公安局拱北口岸分局防火监督大队	拉夏太仓珠海华发商都分公司	在未完成消防检查前已投入营业	60,000元
2016年6月12日	开平市工商行政管理局	上海微乐	下属分公司在取得营业执照前已投入营业	20,000元
2016年6月12日	开平市工商行政管理局	上海夏微	下属分公司在取得营业执照前已投入营业	20,000元
2016年7月28日	重庆市南岸区公安消防支队	成都乐微重庆南坪万达分公司	在未完成消防检查前已投入营业	30,000元
2016年8月4日	杭州市余杭区市场监督管理局	七格格时装	产品的宣传表述不符合相关规定	10,000元
2016年8月30日	重庆市渝中公安消防支队	重庆乐微日月光第一分公司	在未完成消防检查前已投入营业	30,000元
2016年9月12日	太仓市公安消防大队	拉夏太仓	未按消防要求进行相关改正	15,000元
2016年10月4日	上海市金山区公安消防支队	拉夏休闲龙浩路分公司	在未完成消防检查前已投入营业	30,000元
2016年10月25日	北京市大兴区公安消防支队	北京拉夏大兴第一分公司	门店消防设施设置不符合标准	20,000元
2016年10月26日	北京市大兴区公安消防支队	拉夏休闲北京大兴第二分公司	消防栓外观无明显标志、安全出口处堆放货物	16,000元

上述行政处罚均已执行完毕，公司已缴纳全部罚款。发行人律师认为，公司在报告期内受到的上述行政处罚所涉事实不属于重大违法行为，该等行政处罚均不属于“最近 36 个月内违反法律、行政法规，受到行政处罚，且情节严重”的情形，不会对本次发行及上市构成法律障碍。

四、发行人报告期内资金占用及对外担保情况

报告期内，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占用的情况，也不存在为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业提供担保情况。

五、公司内部控制制度的自我评估意见

（一）公司内部控制制度的自我评估意见

本公司业已按照财政部颁发的《内部会计控制规范—基本规范（试行）》及内部会计控制具体规范的要求，对于 2016 年 12 月 31 日与会计报表相关的内部控制设计的合理性进行了评价，并对执行的有效性进行了测试。

根据前述评价和测试的结果，本公司确认本公司于 2016 年 12 月 31 日在所有重大方面有效地保持了按照财政部颁发的《内部会计控制规范—基本规范（试行）》及具体规范标准建立的与会计报表相关的内部控制。

（二）申报会计师的鉴证意见

普华永道审核了公司管理层按照财政部颁发的《内部会计控制规范—基本规范（试行）》及内部会计控制具体规范的规定，对 2016 年 12 月 31 日公司及其子公司与财务报表相关的内部控制的有效性进行评价的认定书，并出具了“普华永道中天特审字(2017)第 1069 号”《内部控制审核报告》，认为公司于 2016 年 12 月 31 日在所有重大方面保持了按照财政部颁发的《内部会计控制规范—基本规范（试行）》及内部会计控制具体规范建立的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、财务报表

（一）发行人财务报表审计意见

普华永道接受公司的委托，对公司报告期内的财务报表进行了审计，并出具了“普华永道中天审字（2017）第11020号”标准无保留意见的审计报告。

（二）发行人会计报表

1、合并资产负债表

单位：千元

资产	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
流动资产：			
货币资金	701,914	1,118,410	1,983,384
应收账款	1,052,184	1,044,456	1,028,901
预付款项	324,590	224,321	136,776
应收利息	2,695	1,879	2,845
其他应收款	276,271	179,306	155,823
存货	1,713,576	1,756,257	1,327,442
其他流动资产	7,486	5,612	335
流动资产合计	4,078,716	4,330,241	4,635,506
非流动资产：			
可供出售金融资产	190,649	150,000	-
长期股权投资	130,381	-	-
固定资产	230,664	225,030	211,636
在建工程	365,331	135,695	25,905
无形资产	218,322	238,622	168,939
商誉	105,722	105,722	-
长期待摊费用	776,640	514,431	556,250
递延所得税资产	192,149	168,987	132,831
其他非流动资产	15,069	-	-
非流动资产合计	2,224,927	1,538,487	1,095,561
资产总计	6,303,643	5,868,728	5,731,067
负债及股东权益			

资产	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
流动负债：			
短期借款	300,000	-	610,000
应付票据	395,292	342,449	402,373
应付账款	638,910	885,731	508,668
预收账款	320	2,752	-
应付职工薪酬	281,872	267,109	194,180
应交税费	344,946	367,324	245,023
应付利息	381	-	1,112
应付股利	-	-	-
其他应付款	728,133	604,817	582,073
一年内到期的非流动负债	-	-	10,000
其他流动负债	34,632	31,095	19,454
流动负债合计	2,724,486	2,501,277	2,572,883
非流动负债：			
长期借款	-	-	21,266
递延所得税负债	14,566	13,167	-
其他非流动负债	54,373	44,406	29,776
非流动负债合计	68,939	57,573	51,042
负债合计	2,793,425	2,558,850	2,623,925
股东权益：			
股本	492,902	492,902	503,380
资本公积	1,537,825	1,521,985	1,628,338
其他综合收益	11,973	-	-
盈余公积	148,768	128,370	83,256
未分配利润	1,115,817	983,786	878,334
归属于母公司股东权益合计	3,307,285	3,127,043	3,093,308
少数股东权益	202,933	182,835	13,834
股东权益合计	3,510,218	3,309,878	3,107,142
负债及股东权益总计	6,303,643	5,868,728	5,731,067

2、母公司资产负债表

单位：千元

资产	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
流动资产：			
货币资金	388,337	858,987	1,954,321
应收账款	897,791	962,072	879,760
应收股利	-	683,000	367,000

资产	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
预付款项	92,094	58,101	42,975
应收利息	1,245	229	2,845
其他应收款	1,575,200	1,434,589	1,579,548
存货	413,816	480,984	438,777
其他流动资产	6,495	5,612	-
流动资产合计	3,374,978	4,483,574	5,265,226
非流动资产：			
长期股权投资	817,650	588,650	143,400
固定资产	11,269	13,887	18,339
在建工程	5,277	-	868
无形资产	14,345	26,355	30,301
长期待摊费用	78,428	75,059	125,113
递延所得税资产	31,846	41,454	43,259
其他非流动资产	10,000	-	-
非流动资产合计	968,815	745,405	361,280
资产总计	4,343,793	5,228,979	5,626,506
负债及股东权益			
流动负债：			
短期借款	300,000	-	600,000
应付票据	150,256	15,094	129,150
应付账款	492,631	961,592	542,020
应付职工薪酬	72,486	73,637	84,460
应交税费	109,097	136,864	54,506
应付利息	381	-	1,027
应付股利	-	-	-
其他应付款	882,888	1,547,206	1,589,599
一年内到期的非流动负债	3,721	3,335	3,526
流动负债合计	2,011,460	2,737,728	3,004,288
非流动负债：			
其他非流动负债	2,387	1,591	2,174
非流动负债合计	2,387	1,591	2,174
负债合计	2,013,847	2,739,319	3,006,462
股东权益：			
股本	492,902	492,902	503,380
资本公积	1,537,825	1,521,985	1,628,338
盈余公积	148,768	128,370	83,256
未分配利润	150,451	346,403	405,070
股东权益合计	2,329,946	2,489,660	2,620,044

资产	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
负债及股东权益总计	4,343,793	5,228,979	5,626,506

3、合并利润表

单位：千元

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
一、营业收入	8,550,867	7,438,931	6,208,912
减：营业成本	(3,071,301)	(2,581,451)	(2,160,057)
营业税金及附加	(87,962)	(90,458)	(73,849)
销售费用	(4,045,266)	(3,393,763)	(2,806,451)
管理费用	(391,662)	(334,020)	(257,529)
财务费用	(1,628)	34,225	(62,097)
资产减值损失	(264,119)	(258,580)	(215,752)
加：投资收益	(1,000)	-	-
二、营业利润	687,929	814,884	633,177
加：营业外收入	82,471	65,044	52,300
其中：非流动资产处置利得	87	39	-
减：营业外支出	(1,681)	(759)	(1,095)
其中：非流动资产处置损失	(1,044)	(257)	(822)
三、利润总额	768,719	879,169	684,382
减：所得税费用	(196,452)	(220,771)	(173,171)
四、净利润	572,267	658,398	511,211
归属于母公司股东的净利润	531,963	615,251	503,452
少数股东损益	40,304	43,147	7,759
五、其他综合收益的税后净额	11,973	-	-
可供出售金融资产公允价值变动	10,949	-	-
外币报表折算差额	1,024	-	-
六、综合收益总额的税后净额	584,240	658,398	511,211
归属于母公司股东的综合收益总额	543,936	615,251	503,452
归属于少数股东的综合收益总额	40,304	43,147	7,759
七、每股收益：			
基本每股收益	1.08	1.23	1.27
稀释每股收益	1.08	1.23	1.27

4、母公司利润表

单位：千元

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
一、营业收入	3,160,244	3,059,009	2,640,257

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
减：营业成本	(1,623,782)	(1,585,764)	(1,307,842)
营业税金及附加	(20,952)	(34,266)	(25,109)
销售费用	(994,829)	(994,428)	(960,803)
管理费用	(220,396)	(216,893)	(201,139)
财务费用	2,172	44,014	(54,013)
资产减值损失	(84,931)	(110,589)	(91,311)
投资收益	26,120	316,155	368,113
二、营业利润	243,646	477,238	368,153
加：营业外收入	25,024	20,329	27,486
其中：非流动资产处置利得	48	19	-
减：营业外支出	(91)	(304)	(263)
其中：非流动资产处置损失	(84)	(149)	(170)
三、利润总额	268,579	497,263	395,376
减：所得税费用	(64,599)	(46,131)	(8,869)
四、净利润	203,980	451,132	386,507
五、其他综合收益的税后净额	-	-	-
六、综合收益总额	203,980	451,132	386,507

5、合并现金流量表

单位：千元

项目	2016 年度	2015 年度	2014 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	9,936,344	8,613,550	6,981,247
收到其他与经营活动有关的现金	143,883	79,290	91,549
经营活动现金流入小计	10,080,227	8,692,840	7,072,796
购买商品、接受劳务支付的现金	(5,667,977)	(4,323,488)	(3,523,634)
支付给职工以及为职工支付的现金	(2,126,089)	(1,845,595)	(1,600,785)
支付的各项税费	(985,916)	(984,241)	(775,112)
支付其他与经营活动有关的现金	(595,109)	(458,427)	(317,919)
经营活动现金流出小计	(9,375,091)	(7,611,751)	(6,217,450)
经营活动产生的现金流量净额	705,136	1,081,089	855,346
二、投资活动产生的现金流量：			
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	684	270	1,041
取得投资收益所收到的现金	99	-	-
收到其他与投资活动有关的现金	3,630	1,433,542	-
投资活动现金流入小计	4,413	1,433,812	1,041
购建固定资产、无形资产和其他长期资产	(845,508)	(468,926)	(503,507)

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
支付的现金			
取得联营公司支付的现金净额	(131,480)	-	-
支付其他与投资活动有关的现金	(163,551)	(290,463)	(1,395,647)
投资活动现金流出小计	(1,140,539)	(759,389)	(1,899,154)
投资活动（使用）/产生的现金流量净额	(1,136,126)	674,423	(1,898,113)
三、筹资活动产生的现金流量：			
吸收投资收到的现金	2,000	-	1,472,540
取得借款收到的现金	780,000	500,000	1,516,166
筹资活动现金流入小计	782,000	500,000	2,988,706
偿还债务支付的现金	(480,000)	(1,145,366)	(1,654,900)
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	(407,150)	(484,587)	(200,572)
支付其他与筹资活动有关的现金	(883)	(125,658)	-
筹资活动现金流出小计	(888,031)	(1,755,611)	(1,855,472)
筹资活动（使用）/产生的现金流量净额	(106,031)	(1,255,611)	1,133,234
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	-	7,902	(410)
五、现金及现金等价物净（减少）/增加额	(537,021)	507,803	90,057
加：年初现金及现金等价物余额	1,118,410	610,607	520,550
六、年末现金及现金等价物余额	581,389	1,118,410	610,607

6、母公司现金流量表

单位：千元

项目	2016 年度	2015 年度	2014 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	3,823,192	3,467,145	2,962,380
收到其他与经营活动有关的现金	49,997	30,158	39,480
经营活动现金流入小计	3,873,189	3,497,303	3,001,860
购买商品、接受劳务支付的现金	(2,689,937)	(2,078,083)	(1,837,201)
支付给职工以及为职工支付的现金	(564,752)	(631,288)	(646,175)
支付的各项税费	(266,092)	(310,347)	(246,013)
支付其他与经营活动有关的现金	(306,185)	(45,361)	(64,706)
经营活动现金流出小计	(3,826,966)	(3,065,079)	(2,794,095)
经营活动产生的现金流量净额	46,223	432,224	207,765
二、投资活动产生的现金流量：			
处置子公司收到的现金净额	-	655	-
取得投资收益所收到的现金	-	-	-
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	174	125	211
收到其他与投资活动有关的现金	715,350	1,510,212	-

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
投资活动现金流入小计	715,524	1,510,992	211
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	(86,547)	(61,600)	(72,133)
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	(237,000)	-	-
支付其他与投资活动有关的现金	(819,229)	(437,750)	(1,119,072)
投资活动现金流出小计	(1,142,776)	(499,350)	(1,191,205)
投资活动产生/（使用）的现金流量净额	(427,252)	1,011,642	(1,190,994)
三、筹资活动产生的现金流量：			
吸收投资收到的现金	-	-	1,472,540
取得借款收到的现金	780,000	500,000	1,424,900
筹资活动现金流入小计	780,000	500,000	2,897,440
偿还债务支付的现金	(480,000)	(1,100,000)	(1,604,900)
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	(388,738)	(448,667)	(200,360)
支付其他与筹资活动有关的现金	(883)	(125,658)	-
筹资活动现金流出小计	(869,621)	(1,674,325)	(1,805,260)
筹资活动（使用）/产生的现金流量净额	(89,621)	(1,174,325)	1,092,180
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	-	7,902	(410)
五、现金及现金等价物净增加/(减少)额	(470,650)	277,443	108,541
加：年初现金及现金等价物余额	858,987	581,544	473,003
六、年末现金及现金等价物余额	388,337	858,987	581,544

二、发行人财务报表的编制基础和合并财务报表范围及变化情况

（一）财务报表的编制基础及遵循会计准则的声明

本财务报表按照财政部于 2006 年 2 月 15 日及以后期间颁布的《企业会计准则——基本准则》、各项具体会计准则及相关规定（以下合称“企业会计准则”）、以及中国证券监督管理委员会《公开发行证券的公司信息披露编报规则第 15 号——财务报告的一般规定》的披露规定编制。

本公司以持续经营为基础。公司 2014 年度、2015 年度以及 2016 年度的财务报表符合企业会计准则的要求，真实、完整地反映了公司 2014 年 12 月 31 日、2015 年 12 月 31 日以及 2016 年 12 月 31 日的合并及公司财务状况，以及 2014 年度、2015 年度以及 2016 年度的合并及公司经营成果和现金流量等有关信息。

（二）合并财务报表范围及变化情况

1、合并报表范围

子公司名称	注册地	持股比例		业务性质
		直接	间接	
拉夏休闲	上海市	100.00%	-	服装生产、销售
上海乐欧	上海市	65.00%	-	服装生产、销售
重庆乐微	重庆市	100.00%	-	服装生产、销售
北京拉夏	北京市	100.00%	-	服装生产、销售
成都拉夏	成都市	100.00%	-	服装销售
上海微乐	上海市	100.00%	-	服装销售
上海朗赫	上海市	100.00%	-	服装销售
上海夏微	上海市	100.00%	-	服装销售
拉夏太仓	太仓市	95.00%	5%	服装销售、仓储
拉夏天津	天津市	100.00%	-	服装销售、仓储
成都乐微	成都市	100.00%	-	服装销售
杭州黯涉	杭州市	54.05%	-	服装销售
七格格时装	杭州市	-	54.05%	服装销售
杭州复涉	杭州市	-	54.05%	服装销售
杭州卓旅	杭州市	-	54.05%	服装销售
新余格夏	杭州市	-	54.00%	服装销售
杭州晨格	杭州市	-	54.00%	服装销售
杰克沃克	上海市	69.12%	-	服装销售
上海崇安	上海市	85.00%	-	服装销售
上海优饰	上海市	100.00%	-	服装销售
福建乐微	南平市	100.00%	-	服装销售
拉夏企管	上海市	100.00%	-	投资
LaCha Fashion I	香港	-	100.00%	投资
上海诺杏	上海市	100.00%	-	服装销售
上海嘉拓	上海市	100.00%	-	信息技术
形际实业	上海市	-	60.00%	家居产品销售
广州熙辰	广州市	-	80%	服装销售

2、报告期内合并报表范围发生变更的内容和原因

(1) 报告期新纳入合并范围的子公司

时间	名称	变更原因
2013 年	成都乐微	出资设立
2015 年	杭州黯涉	购买
	七格格	购买
	杭州复涉	购买
	上海黯涉	购买
	杭州卓旅	出资设立
	杰克沃克	购买
	上海崇安	出资设立
	上海优饰	出资设立
	福建乐微	出资设立
	拉夏企管	出资设立
	LaCha Fashion I	出资设立
2016 年	广州熙辰	出资设立
	新余格夏	出资设立
	杭州晨格	出资设立
	上海嘉拓	出资设立
	上海诺杏	出资设立
	形际实业	出资设立

(2) 报告期不再纳入合并范围的子公司

时间	名称	变更原因
2015 年	南京乐微	公司注销
	上海黯涉	公司注销

三、报告期内采用的主要会计政策和会计估计

(一) 收入确认

1、收入确认一般原则

收入的金额按照本公司在日常经营活动中销售商品和提供劳务时，已收或应

收合同或协议价款的公允价值确定。收入按扣除增值税、销售折让及销售退回的净额列示。

与交易相关的经济利益能够流入本公司，相关的收入能够可靠计量且满足下列各项经营活动的特定收入确认标准时，确认相关的收入：

（1）销售商品—零售

销售商品零售收入于商品风险和报酬已转移给购货方时（一般为本公司已将商品交付于购货方而购货方已接收商品，且不再存在会影响购货方接收商品的未履行义务之日期）确认。在报告期内，本公司主要通过专卖店、专柜及电子商务平台实现销售。对专卖店的销售收入，于产品已经交付给顾客且顾客接受产品时确认。通过专柜的销售收入，于产品已经交付给商场顾客且商场顾客接受产品时确认。通过电子商务平台的销售收入，于产品已经交付给终端顾客且终端顾客确认验收产品时确认。于销售时，公司利用累积的经验对销售退货作出估计。

（2）销售商品—批发及分销

销售商品批发及分销收入于商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方时确认，一般于商品交运于购货方之日期确认。

2、收入确认具体情况

公司的主营业务系自有品牌服装的连锁零售经营。公司于产品已经发出，产品所有权上的主要风险及报酬已转移给购货方，公司不再拥有对该产品的继续管理权及实际控制权，相关收入已收到或取得索取价款的凭据，并且相关成本能够可靠计量时，确认产品销售收入。

报告期内，公司主要通过百货商场专柜、专卖店及电子商务平台实现销售，各类渠道下的收入确认原则、收入确认依据及款项结算方式如下：

（1）专柜模式

1）收入确认原则

对于通过百货商场联营专柜实现的销售收入，公司于顾客与商场完成结算提供销售小票且公司将产品交付给顾客时确认收入。

2) 交易结算过程与收入确认依据

在联营专柜的产品销售过程中，联营商场代公司零售网点收取顾客零售款，并在代收款后提供给顾客销售小票；在顾客向公司专柜出示销售小票后，公司专柜将产品交付给顾客，并通过产品扫码出库在零售系统中记录销售信息。此后，联营商场通常将按月与公司进行销售对账，并在对账无误后向公司出具结算单；公司则根据结算单，以扣除商场扣点后的金额向联营商场开具发票，并于信用期内取得联营商场所支付的货款。

由此，对于通过百货商场联营专柜实现的销售收入，公司在顾客提供销售小票且公司将产品交付给顾客时，先系以专柜销售所留存的销售小票、零售管理系统的销售记录以及扣点规则为依据，暂估扣减商场扣点后的结算金额确认收入；在完成与商场对账后，公司以商场结算单为依据，对 SAP 系统暂估的销售收入进行调整。

3) 款项结算方式

对于通过代收银商场专柜实现的销售收入，联营商场代公司与消费顾客进行现场结算收银，公司则与代收银的联营商场以银行转账的方式进行定期结算。

(2) 专卖模式

1) 收入确认原则

对于通过专卖店实现的销售收入，公司于顾客支付货款且产品交付给顾客时确认。

2) 收入确认依据

在专卖网点的产品销售过程中，公司通过自收银与顾客进行结算。在产品交付、货款结算的过程中，公司专卖店通过产品扫码出库记录销售信息，并打印销售小票，一联提供给顾客作为购物凭证，一联留存作为纸质销售记录。由此，对于通过自收银专卖网点实现的销售收入，公司在顾客支付货款且产品交付给顾客时，以零售管理系统的销售记录为依据确认收入。

3) 款项结算方式

对于通过自收银专卖网点实现的销售收入，公司与消费顾客直接进行现场结算，顾客可以选择使用银行转账(包括 POS 机刷卡、微信支付和支付宝支付)或现金进行支付。

(3) 电商模式

1) 收入确认原则

对于通过电商平台实现的销售收入，公司于产品交付给客户且客户接受产品时确认。

其中，公司与电商平台的合作方式，主要分为以天猫网为代表的电商服务平台模式和以唯品会为代表的电商平台客户模式两类。在电商服务平台模式下，公司通过在天猫网建立自营线上网店进行销售，以零售消费者作为客户，在客户接受产品时确认收入，并定期向天猫网支付平台服务费。在电商平台客户模式下，公司以电商平台唯品会为客户向其销售产品，由后者面向零售消费者组织产品的推广销售、物流配送及收取零售款，在产品实现最终销售后定期与公司进行对账结算，公司依据与唯品会对账确认的销售结算单确认销售收入。

2) 收入确认依据

在天猫网为代表的电商服务平台模式下，零售客户在确认收货后，相应货款将存至公司的支付宝电子结算账户，公司按照天猫系统中记录的交易完成状态作为收入确认依据。

在唯品会为代表的电商平台客户模式下，唯品会通常每十日向公司提供一次进度款账单，就期间产品销售进行对账，公司以与唯品会对账确认的销售结算单作为收入确认的依据。

3) 款项结算方式

在电商服务平台模式下，公司与零售客户通过第三方支付工具进行结算。客户在下单后先将货款转至第三方支付工具，在确认收货后相关货款将由平台存至公司的结算账户。

在电商平台客户模式下，公司与唯品会定期进行销售对账，并以银行转账的

方式进行款项结算。

3、渠道合作模式

（1）商场、电商平台的合作关系

1) 公司与合作商场的权利义务关系以及交易结算过程

对于实行联营模式的百货商场，公司与百货商场签订专柜联营协议。公司专柜协议的合同期限通常为一到两年，并通过循环续签进行持续合作。联营商场代公司零售网点收取顾客零售款，每月商场定期向公司出具结算单。合同规定商场与专柜双方定期结算，门店将商场结算单覆盖期间内的销售日报表统计的销售收入与结算单进行核对，核对无误后将结算单交区域销售部确认；销售部核对无误后将商场结算单提交商品部、开票部及财务部确认，同时财务部将商场结算单和 SAP 系统暂估的销售收入进行核对后对销售收入的金额进行调整。公司在核对无误后向商场开具发票，商场在信用期内支付相应的款项。

对于实行租赁模式的零售网点，公司与购物中心或出租方签订店铺租赁合同，购物中心或出租方向公司提供租赁费发票后，公司向其支付租赁费用。专卖店租赁协议的合同期限通常为三到五年，并通过循环续签进行持续合作。

2) 公司与电商平台的权利义务关系以及交易结算过程

对于以天猫网为代表的电商服务平台，公司与其订服务协议。协议约定了公司在该等平台经营的品牌、项目及电商服务平台为公司提供的与互联网信息服务相关的软件技术服务、互联网信息服务、二级域名服务等服务。公司需就其商品承担销售者责任，确保商品符合国家法律法规和强制性国家标准的规定及不存在质量瑕疵和权利瑕疵。在天猫网等电商服务平台，公司营业收到的款项在消费者确认收货后存至公司在第三方支付平台上的电子结算账户。

对于以唯品会为代表的电商平台客户，公司与其签署商品销售合同。合同约定公司向电商平台客户提供合法商品并向其授权在合同期限内对每期商品进行销售，电商平台客户应依据协商确定的货品及档期对公司商品进行售卖。公司与唯品会的销售结算一般为十日一次，结算额为基于平台扣除扣点后的销售额的 60%，公司在核对无误后向平台开具发票，平台在约定期限内支付相应的款项。

公司与电商平台客户通常于次月结算上一个月销售的剩余金额，并且会扣除上月结算金额中的退货金额。在核对无误后，公司向平台开具发票，平台在约定期限内支付相应的款项。

（2）商场、电商扣点的会计处理

根据《企业会计准则第 14 号-收入》，销售商品收入同时满足下列条件的，才能予以确认：

①企业已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方；

②企业既没有保留通常与所有权相联系的继续管理权，也没有对已售出的商品实施有效控制；

③收入的金额能够可靠计量；

④相关经济利益很可能流入企业；

⑤相关的已发生或将发生的成本能够可靠计量。

对于公司专柜模式下的商场扣点，商场首先代公司专柜向终端消费者收取产品的零售货款总额，然后在与公司核对无误、收取发票后，将扣除扣点后的销售净额部分与公司进行结算。在交易结算过程中，扣点部分并未实际流入公司，商场也并未就扣点部分向公司开具费用发票。由此，公司在境内财务报告中将商场扣点作为销售收入的抵减项，以销售净额确认收入，符合《企业会计准则》关于销售商品收入确认的相关内容。

对于唯品会等公司电商平台客户模式下的电商扣点，电商平台客户与终端消费者进行货款结算，然后在与公司核对无误、收取发票后，将扣除扣点后的销售净额部分与公司进行结算。在交易结算过程中，扣点部分并未实际流入公司，电商平台客户也并未就扣点部分向公司开具费用发票。由此，公司按照电商平台客户的销售金额与扣点的差额作为自身销售收入。

天猫网等电商服务平台不会收取扣点，相关平台费用计入当期销售费用。

此外，A 股资本市场的可比(拟)上市公司（如：安正时尚、太平鸟、日播时尚、歌力思、欣贺股份、朗姿股份、玛丝菲尔、维格娜丝、地素时尚等）均采用

净额法确认通过百货商店专柜实现的销售收入，将商场扣点作为销售收入的抵减项而非计入销售费用；采取总额法确认通过天猫网等电商服务平台实现的销售收入，将电商扣点计入当期销售费用。

（二）应收款项

应收款项包括应收账款、其他应收款等。公司对外销售商品或提供劳务形成的应收账款，按从购货方或劳务接受方应收的合同或协议价款的公允价值作为初始确认金额。

1、单项金额重大并单独计提坏账准备的应收款项

对于单项金额重大的应收款项，单独进行减值测试。当存在客观证据表明公司将无法按应收款项的原有条款收回款项时，计提坏账准备。

单项金额重大的判断标准为：单项金额超过 50 万元。

单项金额重大并单独计提坏账准备的计提方法为：根据应收款项的预计未来现金流量现值低于其账面价值的差额进行计提。

2、按组合计提坏账准备的应收款项

对于单项金额不重大的应收款项，与经单独测试后未减值的应收款项一起按信用风险特征划分为若干组合，根据以前年度与之具有类似信用风险特征的应收款项组合的实际损失率为基础，结合现时情况确定应计提的坏账准备。

确定组合的依据，以及组合中采取约百分比法的计提比例如下：

	组合依据	计提比例
组合 1	近 6 个月有应收账款收回的应收商场及电商客户账款及押金、正常运营的专卖店对应的押金	根据与其信用风险特征类似的应收款的历史损失率，报告期内该组合计提坏账的比例为 0%
组合 2	近 6 个月无款项收回且已撤柜的应收商场及电商客户账款及押金	100%
组合 3	员工借款等	根据与其信用风险特征类似的应收款的历史损失率，报告期内该组合计提坏账的比例为 0%

3、单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收款项

单项计提坏账准备的理由为：存在客观证据表明公司将无法按应收款项的原有条款收回款项。

坏账准备的计提方法为：根据应收款项的预计未来现金流量现值低于其账面价值的差额进行计提。

（三）存货

1、分类

存货包括原材料、库存商品和低值易耗品等，按成本与可变现净值孰低计量。

2、发出存货的计价方法

存货发出时的成本按加权平均法核算。

3、存货可变现净值的确定依据及存货跌价准备的计提方法

存货跌价准备按存货成本高于其可变现净值的差额计提。可变现净值按日常活动中，以存货的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用以及相关税费后的金额确定。

4、本公司的存货盘存制度采用永续盘存制。

5、低值易耗品的摊销方法

低值易耗品采用一次转销法进行摊销。

（四）长期股权投资

长期股权投资是指本公司对子公司的长期股权投资。

子公司为本公司能够对其实施控制的被投资单位。

对子公司的投资，在公司财务报表中按照成本法确定的金额列示，在编制合并财务报表时按权益法调整后进行合并。

1.投资成本确定

对于企业合并形成的长期股权投资：同一控制下企业合并取得的长期股权投

资，在合并日按照取得被合并方所有者权益账面价值的份额作为投资成本；非同一控制下企业合并取得的长期股权投资，按照合并成本作为长期股权投资的投资成本。

对于以企业合并以外的其他方式取得的长期股权投资：支付现金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；发行权益性证券取得的长期股权投资，以发行权益性证券的公允价值作为初始投资成本。

2. 后续计量及损益确认方法

采用成本法核算的长期股权投资，按照初始投资成本计量，被投资单位宣告分派的现金股利或利润，确认为投资收益计入当期损益。

3. 确定对被投资单位具有控制的依据

控制是指拥有对被投资单位的权力，通过参与被投资单位的相关活动而享有可变回报，并且有能力运用对被投资单位的权力影响其回报金额。

4. 长期股权投资减值

对子公司的长期股权投资，当其可收回金额低于其账面价值时，账面价值减记至可收回金额。

（五）固定资产

1. 固定资产确认及初始计量

固定资产包括房屋及建筑物、机器设备、运输工具以及办公设备等。

固定资产在与其有关的经济利益很可能流入本公司、且其成本能够可靠计量时予以确认。购置或新建的固定资产按取得时的成本进行初始计量。

与固定资产有关的后续支出，在与其有关的经济利益很可能流入本公司且其成本能够可靠计量时，计入固定资产成本；对于被替换的部分，终止确认其账面价值；所有其他后续支出于发生时计入当期损益。

2. 固定资产的折旧方法

固定资产折旧采用年限平均法并按其入账价值减去预计净残值后在预计使用寿命内计提。对计提了减值准备的固定资产，则在未来期间按扣除减值准备后的账面价值及依据尚可使用年限确定折旧额。

固定资产的预计使用寿命、净残值率及年折旧率列示如下：

项目	预计使用寿命	预计净残值率	年折旧率
房屋及建筑物	10 年至 20 年	0%	5%至 10%
机器设备	5 年至 10 年	5%	9.5%至 19%
运输工具	5 年	5%	19%
办公设备	3 年至 5 年	5%	19%至 31.67%

对固定资产的预计使用寿命、预计净残值和折旧方法于每年年度终了进行复核并作适当调整。

3、当固定资产的可收回金额低于其账面价值，账面价值减记至可收回金额。

4、固定资产的处置

当固定资产被处置、或者预期通过使用或处置不能产生经济利益时，终止确认该固定资产。固定资产出售、转让、报废或毁损的处置收入扣除其账面价值和相关税费后的金额计入当期损益。

（六）在建工程

在建工程按实际发生的成本计量。实际成本包括建筑成本、安装成本、符合资本化条件的借款费用以及其他为使在建工程达到预定可使用状态所发生的必要支出。在建工程在达到预定可使用状态时，转入固定资产并自次月起开始计提折旧。当在建工程的可收回金额低于其账面价值时，账面价值减记至可收回金额。

（七）无形资产

无形资产包括土地使用权、商标使用权、外购软件、有利合约和品牌等，以成本计量。

1、土地使用权

土地使用权按实际支付的价款及其他相关费用入账，并按土地使用权年限

50 年平均摊销。

2、商标使用权

商标使用权按实际支付的价款及其他相关费用入账，并按预计受益年限平均摊销。

3、外购软件

外购软件按实际支付的价款入账，并按预计受益年限平均摊销。

4、品牌

品牌按非同一控制下企业合并时评估机构评估的公允价值入账并按预计受益年限平均摊销。

5、有利合约

有利合约按非同一控制下企业合并时评估机构评估的公允价值入账并按预计受益年限平均摊销。

6、定期复核使用寿命和摊销方法

对使用寿命有限的无形资产的预计使用寿命及摊销方法于每年年度终了进行复核并作适当调整。

7、无形资产减值

当无形资产的可收回金额低于其账面价值时，账面价值减记至可收回金额。

8、商誉

非同一控制下的企业合并，其合并成本超过合并中取得的被购买方可辨认净资产于购买日的公允价值份额的差额确认为商誉。

（八）借款费用

发生的可直接归属于需要经过相当长时间的购建活动才能达到预定可使用状态之资产的购建的借款费用，在资产支出及借款费用已经发生、为使资产达到预定可使用状态所必要的购建活动已经开始时，开始资本化并计入该资产的成本。

本。当购建的资产达到预定可使用状态时停止资本化，其后发生的借款费用计入当期损益。如果资产的购建活动发生非正常中断，并且中断时间连续超过 3 个月，暂停借款费用的资本化，直至资产的购建活动重新开始。

对于为购建符合资本化条件的资产而借入的专门借款，以专门借款当期实际发生的利息费用减去尚未动用的借款资金存入银行取得的利息收入或进行暂时性投资取得的投资收益后的金额确定专门借款借款费用的资本化金额。

对于为购建符合资本化条件的资产而占用的一般借款，按照累计资产支出超过专门借款部分的资本支出加权平均数乘以所占用一般借款的加权平均实际利率计算确定一般借款借款费用的资本化金额。实际利率为将借款在预期存续期间或适用的更短期间内的未来现金流量折现为该借款初始确认金额所使用的利率。

《企业会计准则第17号——借款费用》第六条规定：“为购建或者生产符合资本化条件的资产而占用了一般借款的，企业应当根据累计资产支出超过专门借款部分的资产支出加权平均数乘以所占用一般借款的资本化率，计算确定一般借款应予资本化的利息金额。资本化率应当根据一般借款加权平均利率计算确定。”

（1）利息资本化计算方法

1) 借款费用开始资本化的时点

公司对于发生的可直接归属于需要经过相当长时间的购建活动才能达到预定可使用状态之固定资产的购建的借款费用，在资产支出及借款费用已经发生、为使资产达到预定可使用状态所必要的购建活动已经开始时，开始资本化并计入该资产的成本。

2) 借款费用停止资本化的时点

当购建的资产达到预定可使用状态时，借款费用停止资本化，其后发生的借款费用计入当期损益。如果所购建的符合资本化条件的资产的各部分分别建造、分别完工的，按照下列情况界定借款费用停止资本化的时点：

① 所购建或者生产的符合资本化条件的资产的各部分分别完工，且每部分在其他部分继续建造或者生产过程中可供使用，且为使该部分资产达到预定可使用状态所必要的购建或者生产活动实质上已经完成的，停止与该部分资产相关的

借款费用的资本化：

② 所购建或者生产的资产的各部分分别完工，但必须等到整体完工后才可使用，在该资产整体完工时停止借款费用的资本化。

3) 借款利息资本化金额的确定

公司报告期内未借入购置固定资产相关的专门借款，对于为购建符合资本化条件的固定资产而占用的借款全部为一般借款，根据企业会计准则的规定，按照累计资产支出的加权平均数乘以所占用一般借款的加权平均实际利率计算确定借款费用的资本化金额。

(2) 相关数据计算过程

1) 一般借款加权平均利率的计算

① 根据借款借入及归还时间计算各期间内每笔借款的占用天数 a ；

② 以每笔借款的金额 $b \times$ 对应的占用天数 $a \div 365$ ，得到期间内平均占用金额 c ；

③ 每笔借款的平均占用金额之和，为期间内借款的加权平均占用金额 d ；

④ 根据每笔借款本金、借入及归还时间、利率计算各期间内利息支出金额合计 e ；

则各期间内一般借款加权平均利率 $f = e \div d$ 。

2) 累计资产支出加权平均数的计算

① 统计各项在建工程期间内占用借款的每笔支出金额 A ；

② 统计各项在建工程期间内占用借款的每笔支出的时间以及该在建工程转入固定资产的时间，并以此推算转入固定资产之前每笔支出的占款天数 B (如，2016 年 2 月 1 日支出，2016 年 12 月 1 日相应在建工程转入固定资产，则该项支出 2016 年度占款天数为 303 天)；

以每笔支出的金额 $A \times$ 对应的占款天数 $B \div 365$ ，得到期间内平均支出金额 C ； 每笔支出的期间内平均支出金额之和，为期间内支出的加权平均金额 D 。

3) 利息资本化金额的计算

息资本化金额即为期间内累计资产支出加权平均数 D 与一般借款加权平均利率 f 的乘积。

(九) 长期待摊费用

长期待摊费用为经营租入固定资产改良, 按预计受益期间 2 至 5 年分期平均摊销, 并以实际支出减去累计摊销后的净额列示。

(十) 长期资产减值

固定资产、在建工程、使用寿命有限的无形资产、长期待摊费用及对子公司的长期股权投资等, 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。

在财务报表中单独列示的商誉, 无论是否存在减值迹象, 至少每年进行减值测试。减值测试时, 商誉的账面价值分摊至预期从企业合并的协同效应中受益的资产组或资产组组合。测试结果表明包含分摊的商誉的资产组或资产组组合的可收回金额低于其账面价值的, 确认相应的减值损失。减值损失金额先抵减分摊至该资产组或资产组组合的商誉的账面价值, 再根据资产组或资产组组合中除商誉以外的其他各项资产的账面价值所占比重, 按比例抵减其他各项资产的账面价值。

上述资产减值损失一经确认, 以后期间不予转回价值得以恢复的部分。

(十一) 职工薪酬

职工薪酬是公司为获得职工提供的服务而给予的各种形式的报酬或补偿, 包括短期薪酬、离职后福利和其他长期职工福利等。

1、短期薪酬

短期薪酬包括工资、奖金、津贴和补贴、职工福利费、医疗保险费、工伤保险费、生育保险费、住房公积金、工会和教育经费、短期带薪缺勤等。公司在职工提供服务的会计期间，将实际发生的短期薪酬确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。其中非货币性福利按照公允价值计量。

2、离职后福利

公司将离职后福利计划为设定提存计划。设定提存计划是公司向独立的基金缴存固定费用后，不再承担进一步支付义务的离职后福利计划。于报告期内，公司的离职后福利主要是为员工缴纳的基本养老保险和失业保险。

3、基本养老保险

公司职工参加了由当地劳动和社会保障部门组织实施的社会基本养老保险。公司以当地规定的社会基本养老保险缴纳基数和比例，按月向当地社会基本养老保险经办机构缴纳养老保险费。职工退休后，当地劳动及社会保障部门有责任向已退休员工支付社会基本养老金。公司在职工提供服务的会计期间，将根据上述社保规定计算应缴纳的金额确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。

（十二）预计负债

因产品销售退回、提早关闭店铺等形成的现时义务，当履行该义务很可能导致经济利益的流出，且其金额能够可靠计量时，确认为预计负债。

预计负债按照履行相关现时义务所需支出的最佳估计数进行初始计量，并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。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；因随着时间推移所进行的折现还原而导致的预计负债账面价值的增加金额，确认为利息费用。

于资产负债表日，对预计负债的账面价值进行复核并作适当调整，以反映当前的最佳估计数。

（十三）政府补助

政府补助为本公司从政府无偿取得的货币性资产，包括税费返还、财政补贴等。

政府补助在本公司能够满足其所附的条件并且能够收到时，予以确认。政府补助按照收到或应收的金额计量。

与资产相关的政府补助，是指企业取得的、用于购建或以其他方式形成长期资产的政府补助。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。

与资产相关的政府补助，确认为递延收益，并在相关资产使用寿命内平均分配，计入当期损益。

与收益相关的政府补助，用于补偿以后期间的相关费用或损失的，确认为递延收益，并在确认相关费用的期间，计入当期损益；用于补偿已发生的相关费用或损失的，直接计入当期损益。

公司按照《企业会计准则第 16 号——政府补助》，对于报告期内收到的政府补助做如下会计处理：

序号	补助类型	会计处理
1	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进入营业外收入。
2	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营业外收入。
3	与收益相关的政府补助，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。

（十四）经营租赁

经营租赁的租金支出在租赁期内按照直线法计入相关资产成本或当期损益。

出租人提供免租期的，公司将租金总额在不扣除免租期的整个租赁期内按直线法进行分摊，免租期内确认租金费用和相应的负债。

出租人提供了租赁补贴的，公司将收到的补贴收入确认为递延收益，并将其在整个租赁期内按直线法进行分摊，作为租金费用的抵减。补贴收入分摊期限在

一年以下(含一年)的,列示为流动负债;期限在一年以上的列示为非流动负债。

(十五) 股份支付

1、以权益结算的股份支付

上海合夏是一家持有本公司股份的有限责任公司。上海合夏设立了一系列职工持股计划用以奖励职工为公司提供的服务。在上海合夏设立的各项职工持股计划下,职工均有对不同等待期的结算方式的选择,即用现金或者用上海合夏的权益进行结算。因此,上海合夏被认为已经发行了一项复合金融工具,即一项工具同时包含负债成分(在交易对方有权要求以现金结算的范围内)和权益成分(在交易对方有权要求放弃现金而选择以权益工具结算的范围内)。负债成分的公允价值按照未来现金流出的现值予以确定。然后权益成分以工具整体价值与负债成分的价值差额计量。

在公司的合并财务报表内,由于公司没有任何结算职工奖励的义务,因此该等职工持股计划被认定为以权益结算的股份支付交易。公司将奖励授予日的公允价值在不同等待期内进行摊销,确认为一项费用并同时贷记股东权益。该贷记股东权益应被视为上海合夏的资本投入。

2、权益工具公允价值确定的方法

上海合夏权益工具的公允价值参考公司相关权益工具的公允价值计算。在计算公司相关权益工具的公允价值时,公司采用了收益法项下的现金流量折现法。管理层在采用现金流量折现法时考虑了公司未来的经营计划、特有的营运和财务风险、目前所处的发展阶段以及其他可能对公司的营运、所处的行业 and 市场份额造成影响的经济和竞争因素。

3、确认可行权权益工具最佳估计的依据

等待期的每个资产负债表日,公司根据最新取得的可行权职工人数变动等后续信息作出最佳估计,修正预计可行权的权益工具数量。在可行权日,最终预计可行权权益工具的数量与实际可行权数量一致。

（十六）合并财务报表的编制方法

编制合并财务报表时，合并范围包括本公司及全部子公司。

从取得子公司的实际控制权之日起，本公司开始将其纳入合并范围；从丧失实际控制权之日起停止纳入合并范围。对于同一控制下企业合并取得的子公司，自其与本公司同受最终控制方控制之日起纳入本公司合并范围，并将其在合并日前实现的净利润在合并利润表中单列项目反映。

在编制合并财务报表时，子公司与本公司采用的会计政策或会计期间不一致的，按照本公司的会计政策和会计期间对子公司财务报表进行必要的调整。对于非同一控制下企业合并取得的子公司，以购买日可辨认净资产公允价值为基础对其财务报表进行调整。

集团内所有重大往来余额、交易及未实现利润在合并财务报表编制时予以抵销。子公司的股东权益、当期净损益及综合收益中不属于本公司所拥有的部分分别作为少数股东权益、少数股东损益及归属于少数股东的综合收益总额在合并财务报表中股东权益、净利润及综合收益总额项下单独列示。本公司向子公司出售资产所发生的未实现内部交易损益，全额抵销归属于母公司股东的净利润；子公司向本公司出售资产所发生的未实现内部交易损益，按本公司对该子公司的分配比例在归属于母公司股东的净利润和少数股东损益之间分配抵销。子公司之间出售资产所发生的未实现内部交易损益，按照母公司对出售方子公司的分配比例在归属于母公司股东的净利润和少数股东损益之间分配抵销。

如果以本公司为会计主体与以本公司或子公司为会计主体对同一交易的认定不同时，从本公司的角度对该交易予以调整。

（十七）所得税的会计处理方法

本公司在多个地区缴纳企业所得税。在正常的经营活动中，很多交易和事项的最终税务处理都存在不确定性。在计提各个地区的所得税费用时，本公司需要作出重大判断。如果这些税务事项的最终认定结果与最初入账的金额存在差异，该差异将对作出上述最终认定期间的所得税费用和递延所得税的金额产生影响。

递延所得税资产和递延所得税负债根据资产和负债的计税基础与其账面价值的差额(暂时性差异)计算确认。对于按照税法规定能够于以后年度抵减应纳税所得额的可抵扣亏损,确认相应的递延所得税资产。对于商誉的初始确认产生的暂时性差异,不确认相应的递延所得税负债。对于既不影响会计利润也不影响应纳税所得额(或可抵扣亏损)的非企业合并的交易中产生的资产或负债的初始确认形成的暂时性差异,不确认相应的递延所得税资产和递延所得税负债。于资产负债表日,递延所得税资产和递延所得税负债,按照预期收回该资产或清偿该负债期间的适用税率计量。

递延所得税资产的确认以很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异、可抵扣亏损和税款抵减的应纳税所得额为限。

对与子公司投资相关的应纳税暂时性差异,确认递延所得税负债,除非本公司能够控制该暂时性差异转回的时间且该暂时性差异在可预见的未来很可能不会转回。对与子公司投资相关的可抵扣暂时性差异,当该暂时性差异在可预见的未来很可能转回且未来很可能获得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额时,确认递延所得税资产。

同时,满足下列条件的递延所得税资产和递延所得税负债以抵销后的净额列示:

- 递延所得税资产和递延所得税负债与同一税收征管部门对本公司内同一纳税主体征收的所得税相关;
- 本公司内该纳税主体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。

公司各项递延所得税资产/负债的确认及核算方式如下:

1、存货跌价准备

存货的账面价值为存货余额扣除存货跌价准备后的净值,存货的计税基础为存货的账面余额,存货的账面价值小于其计税基础,暂时性差异为存货跌价准备的余额,按照存货跌价准备的余额乘以相应的所得税税率计算得到递延所得税资产的余额。

2、免租期内确认的租赁费用

根据《企业会计准则第 21 号-租赁》的相关规定，经营租赁的承租人应当将经营租赁的租金在租赁期内各个期间按照直线法计入相关资产成本或当期损益。公司与购物中心或其他物业方就开设专卖网点签订租赁协议，双方约定公司就开设专卖店支付租赁费。在授予免租期的情况下，公司根据直线法确认各期应承担的租赁费用，并在免租期间计入应付租赁费，同时确认相应的资产和负债。因免租期而确认的资产和负债的计税基础为零，按照资产和负债的账面价值乘以相应的所得税税率计算得到递延所得税资产的余额。

3、可抵扣亏损

根据《企业所得税法》第十七条，企业纳税年度发生的亏损，准予向以后年度结转，用以后年度的所得弥补，但结转年限最长不得超过五年。公司的部分子公司因为处于新品牌的初创期，尚处于税务亏损阶段，公司预计初创期之后即可盈利，因此预计五年内很可能取得足够的应纳税所得额以抵扣可抵扣亏损，故按照税务亏损乘以相应的所得税税率计算得到递延所得税资产的余额。

4、抵销内部交易未实现利润

《企业会计准则第 33 号 合并财务报表》第三十条的规定：母公司与子公司、子公司相互之间销售商品(或提供劳务，下同)或其他方式形成的存货、固定资产、工程物资、在建工程、无形资产等所包含的未实现内部销售损益应当抵销。抵消的未实现内部交易的计税基础为零，抵消内部交易未实现利润的账面价值乘以相应的所得税税率计算得到递延所得税资产的余额。

5、坏账准备

应收款项的账面价值为应收款项余额扣除坏账准备后的净值，应收款项的计税基础为应收款项的账面余额，应收款项的账面价值小于其计税基础，暂时性差异为坏账准备的余额，按照坏账准备的余额乘以相应的所得税税率计算得到递延所得税资产的余额。

6、应付职工薪酬

应付职工薪酬的计税基础为在财务报表日计提的，预计汇算清缴日前支付的

职工薪酬费用，暂时性差异为在财务报表日计提但是不能在汇算清缴日前支付的职工薪酬费用，按照财务报表日计提但是不能在汇算清缴日前支付的职工薪酬费用余额乘以相应的所得税税率计算得到递延所得税资产的余额。

7、长期待摊费用税法和会计摊销的差异

公司长期待摊费用的会计摊销年限和税务摊销年限之间存在差异，所以长期待摊费用的账面价值和计税基础之间存在差异，两者的差异乘以相应的所得税税率计算得到递延所得税资产/负债的余额。

8、非同一控制下企业合并

公司于 2015 年 3 月 31 日业务合并了杭州黯涉，于 2015 年 7 月 31 日业务合并了杰克沃克。根据艾华迪商务咨询(上海)有限公司出具的评估报告，于合并日评估增值无形资产人民币 57,333 千元，其中品牌人民币 48,130 千元，有利租约人民币 9,203 千元。评估增值的无形资产计税基础为零，应纳税差异为评估增值的无形资产于资产负债表日的净值，按照非同一控制下企业合并评估增值的无形资产乘以相应的所得税税率计算得到递延所得税负债的余额。

9、资本化借贷成本

《企业会计准则第 17 号—借款费用》第六条规定：(二) 为购建或者生产符合资本化条件的资产而占用了一般借款的，企业应当根据累计资产支出超过专门借款部分的资产支出加权平均数乘以所占用一般借款的资本化率，计算确定一般借款应予资本化的利息金额。资本化率应当根据一般借款加权平均利率计算确定。考虑到集团整体的资金安排，在建工程和借款利息属于不同的法律主体，属于合并调整，所以因为合并调整产生的资本化利息的计税基础为零，按照资本化借贷成本于资产负债表日的净值乘以相应的所得税税率计算得到递延所得税负债的余额。

10、可供出售金融资产公允价值变动

可供出售金融资产按照公允价值进行后续计量，可供出售金融资产公允价值变动直接计入股东权益，待该金融资产终止确认时，原直接计入权益的公允价值变动累计额转入当期损益。可供出售金融资产的计税基础为初始购买成本，公允

价值变动作为可抵扣/应纳税差异乘以相应的所得税税率计算得到递延所得税资产/负债的余额。

（十八）税项

1、主要税种及税率

（1）流转税及附加税

税种	计税依据	法定税率
企业所得税	应纳税所得额	25%
香港利得税	应纳税所得额	16.5%
增值税	应纳税增值额（应纳税额按应纳税销售额乘以适用税率扣除当期允许抵扣的进项税后的余额计算）	17%、11%、6%或 3%
营业税	应缴税营业额	3%
城市维护建设税	缴纳的增值税及营业税	7%或 5%
教育费附加	缴纳的增值税及营业税	3%
地方教育费附加	缴纳的增值税及营业税	2%
河道管理费	缴纳的增值税及营业税	1%

注：公司的香港孙公司 LaCha Fashion I Limited 适用于香港利得税。

（十九）会计政策或会计估计变更

报告期内，公司主要会计政策或会计估计未发生变更。

四、非经常性损益

本公司报告期内的非经常性损益项目及金额如下：

单位：千元

项目	2016年度	2015年度	2014年度
非流动性资产处置利得/（损失）	-957	-218	-822
计入营业外收入的政府补助	80,225	62,823	45,461
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	1,522	1,680	6,566
减：所得税影响额	-20,258	-16,146	-12,801
减：少数股东权益影响额（税后）	-569	-566	-64
合计	59,963	47,573	38,340

五、最近一期末主要固定资产

单位：千元

项目	2015.12.31	本期增加	本期减少	2016.12.31
一、账面原值合计	295,827	38,866	9,320	325,373
其中：房屋及建筑物	178,571	157	-	178,728
机器设备	26,885	3,192	39	30,038
运输工具	6,242	3,158	831	8,569
办公设备	84,129	32,359	8,450	108,038
二、累计折旧合计	70,797	32,167	8,255	94,709
其中：房屋及建筑物	11,808	9,155	-	20,963
机器设备	3,762	3,224	37	6,949
运输工具	2,250	1,297	278	3,269
办公设备	52,977	18,491	7,940	63,528
三、减值准备合计	-	-	-	-
其中：房屋及建筑物	-	-	-	-
机器设备	-	-	-	-
运输工具	-	-	-	-
办公设备	-	-	-	-
四、固定资产账面价值合计	225,030	6,699	1,065	230,664
其中：房屋及建筑物	166,763	-8,998	-	157,765
机器设备	23,123	-32	2	23,089
运输工具	3,992	1,861	553	5,300
办公设备	31,152	13,868	510	44,510

六、最近一期末无形资产

单位：千元

项目	2015.12.31	本期增加	本期减少	2016.12.31
一、账面原值合计	281,352	4,861	822	285,391
1、土地使用权	159,160	3,658	-	162,818
2、软件	63,083	1,203	822	63,464
3、商标使用权	1,776	-	-	1,776
4、品牌	48,130	-	-	48,130
5、有利合约	9,203	-	-	9,203

项目	2015.12.31	本期增加	本期减少	2016.12.31
二、累计摊销合计	42,730	24,585	246	67,069
1、土地使用权	3,835	2,976	-	6,811
2、软件	33,360	13,625	246	46,739
3、商标使用权	871	201	-	1,072
4、品牌	3,782	5,666	-	9,448
5、有利合约	882	2,117	-	2,999
三、减值准备合计	-	-	-	-
1、土地使用权	-	-	-	-
2、软件	-	-	-	-
3、商标使用权	-	-	-	-
4、品牌	-	-	-	-
5、有利合约	-	-	-	-
四、无形资产账面价值合计	238,622	-19,724	576	218,322
1、土地使用权	155,325	682	-	156,007
2、软件	29,723	-12,422	576	16,725
3、商标使用权	905	-201	-	704
4、品牌	44,348	-5,666	-	38,682
5、有利合约	8,321	-2,117	-	6,204

七、最近一年末主要债项

（一）应付票据

单位：千元

项目	2016.12.31
商业承兑汇票	352,981
银行承兑汇票	42,311
合计	395,292

2016 年 12 月 31 日，公司应付票据为 90 天内到期。

（二）应付账款

单位：千元

项目	2016.12.31

项目	2016.12.31
应付采购款	638,910
合计	638,910

账龄超过一年的应付账款主要为应付采购款尾款，由于尚未收到对方开具的发票，该款项尚未进行最后清算。

（三）应交税费

单位：千元

项目	2016.12.31
企业所得税	197,980
增值税	125,522
城市维护建设税	10,149
教育费附加	7,378
个人所得税	2,334
其他税种	1,583
合计	344,946

（四）其他应付款

单位：千元

账龄	2016.12.31	
	金额	比例
1 年以内	728,133	100%
合计	728,133	100%

八、所有者权益变动情况

（一）股本变化情况

单位：千股

股东	2013.12.31	2014 年增加	2014.12.31
邢加兴	141,874	-	141,874
GOOD FACTOR	86,625	-	86,625
上海合夏	45,204	-	45,204
天津博信	23,482	-	23,482

Boxin China	19,437	-	19,437
上海融高	18,787	-	18,787
北京高盛	18,237	-	18,237
俞铁成	4,695	-	4,695
鲲行投资	4,045	-	4,045
张江敏	2,349	-	2,349
其他 H 股股东	-	138,643	138,643
股本总额	364,737	138,643	503,380

(续)

股东	2014.12.31	2015 年增加	2015.12.31
邢加兴	141,874	-	141,874
GOOD FACTOR	86,625	-	86,625
上海合夏	45,204	-	45,204
天津博信	23,482	-	23,482
Boxin China	19,437	-	19,437
上海融高	18,787	-	18,787
北京高盛	18,237	-	18,237
俞铁成	4,695	-	4,695
鲲行投资	4,045	-	4,045
张江敏	2,349	-	2,349
其他 H 股股东	138,643	-10,478	128,165
股本总额	503,380	-10,478	492,902

(续)

股东	2015.12.31	2016 年增加	2016.12.31
邢加兴	141,874	-	141,874
GOOD FACTOR	86,625	-27,928	58,697
上海合夏	45,204	-	45,204
天津博信	23,482	-	23,482
Boxin China	19,437	-	19,437
上海融高	18,787	-	18,787
北京高盛	18,237	-	18,237
俞铁成	4,695	-	4,695

银行投资	4,045	-	4,045
张江敏	2,349	-	2,349
其他 H 股股东	128,165	27,928	156,093
股本总额	492,902	-	492,902

（二）资本公积变动情况

单位：千元

	股本溢价	其他资本公积	合计
2013 年 12 月 31 日	281,763	10,388	292,151
2014 年增加	1,328,029	8,158	1,336,187
2014 年减少	-	-	-
2014 年 12 月 31 日	1,609,792	18,546	1,628,338
2015 年增加	-	3,215	3,215
2015 年减少	-109,568	-	-109,568
2015 年 12 月 31 日	1,500,224	21,761	1,521,985
2016 年增加	-	15,840	15,840
2016 年减少	-	-	-
2016 年 12 月 31 日	1,500,224	37,601	1,537,825

本公司其他资本公积为通过上海合夏向公司部分员工进行股权激励而产生的股份支付计入股东权益的部分，具体情况如下：

1、上海合夏对员工的奖励安排

上海合夏是一家持有本公司股份的有限责任公司。本公司通过上海合夏设立了一系列职工持股计划用以奖励职工为本公司提供的服务。在报告期内职工持股计划汇总如下：

2009 年 12 月 30 日，邢加兴与选定的员工（“第一批员工”）共同创立了上海合夏。上海合夏创立时的注册资本为人民币 500 千元，邢加兴先生与第一批员工分别占其 32.79%及 67.21%的权益。2010 年 4 月 2 日，上海合夏分别向章丹玲和吴金应及上海融高和南京金露收购了其持有本公司 8.25%及 7%的权益，收购对价实际由邢加兴先生支付，并作为对上海合夏的资本投入，由上海合夏所有的股东按其投资比例共同享有。由第一批员工享有的部分作为本公司对第一批员工

的奖励。

2010 年 10 月 19 日，根据 GOOD FACTOR 与本公司及本公司股东签订的增资协议中估值调整机制，GOOD FACTOR 分别向邢加兴先生及上海合夏无偿转让了其持有本公司之 5%和 3%的权益作为奖励公司总裁或者第一批员工为公司业绩做出的贡献。

2011 年 4 月 22 日，邢加兴先生再次向部分员工（“第二批员工”）转让了其持有的上海合夏 15.49%的权益作为本公司对该部分员工的奖励。

2016 年 3 月 24 日，邢加兴先生再次向部分员工（“第三批员工”）根据本公司 H 股市场价值折算的上海合夏的股权价值，并按照一定折扣转让了其持有的上海合夏 5.75%的权益作为本公司对该部分员工的奖励。

2014 年末、2015 年末及 2016 年末，若干第一批员工及第二批员工离开本公司并与邢加兴先生结清上海合夏持有的权益。

报告期各期末，公司员工通过上海合夏间接持有本公司的权益比例如下：

	2016 年末	2015 年末	2014 年末
第一批员工、第二批员工及第三批员工间接持有本公司的权益比例	5.73%	5.20%	5.58%

2、上海合夏持股员工的权利及行权条件

公司员工在上海合夏的权利包括：（1）股利分配权；（2）出席会议及选举权；（3）任命及更换董事会成员；及（4）有权查阅投资及筹资记录。

持有上海合夏股权的第一批员工及第二批员工行权条件均一致汇总如下：

- 若持有上海合夏股权的本公司员工在本公司的股份于任何证券交易所上市之日起 24 个月之内离开本公司，其将按持股比例获得所占上海合夏实收资本等值的现金；
- 若持有上海合夏股权的本公司员工在本公司的股份于任何证券交易所上市之日起 24 至 36 个月之间离开本公司，其将按持股比例获得所占本公司最近一期净资产等值的现金；

- 若持有上海合夏股权的本公司员工在本公司的股份于任何证券交易所上市之日起 36 至 60 个月之间离开本公司,持有上海合夏权益 50%的部分可以行权;

- 若持有上海合夏股权的本公司员工为本公司服务至本公司的股份于任何证券交易所上市之日起 60 个月之后,其持有上海合夏权益全部的份额可以行权。

持有上海合夏股权的第三批员工行权条件汇总如下:

- 若持有上海合夏股权的本公司员工在本公司的股份于中国证券交易所上市之日前离开本公司,其持有上海合夏权益可以按其于香港联合交易所 70%的市场价值和其购买价孰高的方式行权;

- 若持有上海合夏股权的本公司员工在本公司的股份于中国证券交易所上市之日起 36 个月之间离开本公司,持有上海合夏权益可以按其于任何证券交易所 70%的市场价值和其购买价孰高的方式行权;

- 若持有上海合夏股权的本公司员工在本公司的股份于中国证券交易所上市之日起 36 个月之后,持有上海合夏权益可以按其于任何证券交易所 80%的市场价值和其购买价孰高的方式行权。

3、上海合夏员工持股计划公允价值的评估

本公司采用了收益法项下的现金流量折现法对相关权益工具的公允价值进行评估。公司在采用现金流量折现法时考虑了本公司未来的经营计划、特有的营运和财务风险、目前所处的发展阶段以及其他可能对公司的营运、所处的行业 and 市场份额造成影响的经济和竞争因素。

各项职工持股计划的公允价值汇总如下:

单位: 千元	
	公允价值
2010 年 4 月 2 日邢加兴先生向第一批员工授予股权	24,226
2010 年 10 月 19 日 GOOD FACTOR 向邢加兴先生授予股权	9,354
2010 年 10 月 19 日 GOOD FACTOR 向第一批员工授予股权	7,526
2011 年 4 月 22 日邢加兴先生向第二批员工授予股权	40,754
2016 年 3 月 24 日邢加兴先生按特定价格向第三批员工授予股权	3,889

4、上海合夏员工持股计划的会计处理

员工可根据其在本公司任职长度从而选择现金结算或者权益结算的方式，因此该等股份支付在上海合夏财务报表中作为一项复合权益工具核算。由于本公司是接受员工服务的受益方，所以相应的费用在本公司的合并利润表内予以确认，同时也作为上海合夏的资本投入计入资本公积。

报告期内，股份支付摊销计入本公司合并利润表的情况如下：

单位：千元

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
管理费用	9,948	5,044	6,579
销售费用	5,892	-1,829	1,579
合计	15,840	3,215	8,158

（三）盈余公积变动情况

单位：千元

	2015.12.31	2016 年提取	2016 年减少	2016.12.31
法定盈余公积金	128,370	20,398	-	148,768
	2014.12.31	2015 年提取	2015 年减少	2015.12.31
法定盈余公积金	83,256	45,114	-	128,370
	2013.12.31	2014 年提取	2014 年减少	2014.12.31
法定盈余公积金	44,606	38,650	-	83,256

根据《中华人民共和国公司法》及本公司章程，公司按年度净利润的 10% 提取法定盈余公积金，当法定盈余公积金累计额达到注册资本的 50% 以上时，可不再提取。法定盈余公积金经批准后可用于弥补亏损，或者增加股本。

报告期内，经董事会决议的批准，公司 2014 年按净利润的 10% 提取法定盈余公积金 38,650 千元；公司截至 2015 年按净利润的 10% 提取法定盈余公积金 45,114 千元；公司截至 2016 年 12 月 31 日按净利润的 10% 提取法定盈余公积金 20,398 千元。

（四）未分配利润变动情况

单位：千元

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
期初未分配利润	983,786	878,334	555,779

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
加：本期归属于母公司股东权益的净利润	531,963	615,251	503,452
减：提取盈余公积	(20,398)	(45,114)	(38,650)
分配股东的普通股股利	(379,534)	(464,685)	(142,247)
转作股本的普通股股利	-	-	-
期末未分配利润	1,115,817	983,786	878,334

根据 2014 年 2 月 16 日股东大会决议，公司向全体股东派发现金股利，每股人民币 0.39 元，按照已发行股份 364,737 千股计算，共计人民币 142,247 千元。

根据 2015 年 5 月 5 日股东大会决议，公司向全体股东派发现金股利，每股人民币 0.6 元，按照已发行股份 503,380 千股计算，共计人民币 302,028 千元。

根据 2015 年 10 月 27 日股东大会决议，公司向全体股东派发现金股利，每股人民币 0.33 元，按照已发行股份 492,902 千股计算，共计人民币 162,657 千元。

根据 2016 年 4 月 29 日股东大会决议的批准，本公司向全体股东派发现金股利，每股人民币 0.42 元，按照已发行股份 492,902 千股计算，共计人民币 207,019 千元。

根据 2016 年 10 月 11 日股东大会决议的批准，本公司向全体股东派发现金股利，每股人民币 0.35 元，按照已发行股份 492,902 千股计算，共计人民币 172,515 千元。

九、简要现金流量情况

单位：千元

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
经营活动产生的现金流量净额	705,136	1,081,089	855,346
投资活动产生/（使用）的现金流量净额	(1,136,126)	674,423	(1,898,113)
筹资活动（使用）/产生的现金流量净额	(106,031)	(1,255,611)	1,133,234
汇率变动对现金及现金等价物的影响	-	7,902	(410)
现金及现金等价物净增加额	(537,021)	507,803	90,057
期末现金及现金等价物余额	581,389	1,118,410	610,607

十、期后事项、或有事项及其他重要事项

（一）资产负债表日后事项

1、重要的资产负债表日后事项说明

2016 年 11 月，公司与九蜗(上海)教育科技有限公司(“九蜗”)签订了投资协议，协议约定公司认购九蜗 60%的股权。2016 年 12 月 31 日，公司已支付人民币 10,000,000 元，第二期款人民币 10,000,000 元将于 2017 年 3 月支付，剩余的款项人民币 7,500,000 将根据九蜗 2017 年的经营业绩决定是否支付。九蜗主要通过线上渠道销售童装。公司拟通过本次投资发展其 Mum meet Me 及 Kin 两个亲子装及童装品牌，丰富公司童装板块、提升公司童装运营能力。新童装品牌的引入与公司“拉夏生活态”的战略理念形成良好契合，可结合拉夏家居系列为消费者提供更加全面的购物体验。

2017 年 2 月，公司与必酷(开曼)有限公司(“必酷”)签订了投资协议，协议约定公司通过境外子公司 LaCha Fashion I 以 731,732 美元认购必酷 2,631,579 股 A 系列优先股(占发行总股份的 1.66%)，并有权于 2017 年 6 月 30 日以相同价格(731,732 美元)额外认购必酷 2,631,579 股 A 系列优先股。此外，公司与必酷旗下子公司成都必酷科技有限公司(以下简称“成都必酷”)签订了“借款协议”，约定由公司向成都必酷提供人民币 5,000,000 元的过桥贷款，贷款期限为 6 个月；2017 年 2 月，成都必酷收到该笔过桥贷款。必酷为一家在线服装租赁公司，公司拟通过财务投资探索并参与服装行业可能的创新运营模式。

（二）或有事项

截至 2016 年 12 月 31 日，本公司无需要披露的或有事项。

（三）承诺事项

1、资本承诺

已签约但尚未于财务报表中确认的资本承诺：

单位：千元

项目	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
长期待摊费用	8,242	3,751	10,752
固定资产	449,545	185,441	33,763
无形资产	717	-	-
长期股权投资	90,600	-	-
合计	549,104	189,192	44,515

2、经营租赁承诺

根据已签订的不可撤销的经营性租赁合同，本公司未来最低应支付租金汇总如下：

单位：千元

项目	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
一年以内	661,640	604,083	447,369
一到二年	759,028	557,654	396,009
二到三年	684,461	459,597	345,938
三至四年	548,040	366,798	273,333
四至五年	443,490	298,334	213,499
五年以上	1,182,524	505,672	397,341
合计	4,279,183	2,792,138	2,073,489

按照租赁协议，部分经营租赁实际支付的款项系按该门店销售额若干百分比计算，或按上述最低承担金额及根据该门店销售额若干百分比计算的金额两者较高者计算，按该门店销售额的若干百分比计算的金额并不包括在上述最低承担应支付的租金汇总表中。

十一、主要财务指标

（一）基本财务指标

指标	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
资产负债率（合并）	44.31%	43.60%	45.78%
资产负债率（母公司）	46.36%	52.39%	53.43%

指标	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
流动比率	1.50	1.73	1.80
速动比率	0.87	1.03	1.29
无形资产（土地使用权除外）占净资产比例	1.78%	2.52%	1.05%
指标	2016 年度	2015 年度	2014 年度
应收账款周转率（次）	8.16	7.18	6.53
存货周转率（次）	1.77	1.67	1.65
息税折旧摊销前利润（万元）	116,384	130,273	107,019
利息保障倍数	77.50	54.70	13.29
每股经营活动的现金流量（元）	1.43	2.19	1.70
每股净现金流量（元）	-1.09	1.03	0.18

注：上述财务指标计算公式如下：

- 1、资产负债率=总负债 / 总资产
- 2、流动比率=流动资产 / 流动负债
- 3、速动比率=（流动资产-存货） / 流动负债
- 4、无形资产（扣除土地使用权）占净资产比例=无形资产（扣除土地使用权） / 期末净资产
- 5、应收账款周转率=营业收入 / 应收账款与应收票据平均净额
- 6、存货周转率=营业成本/存货平均净额
- 7、息税折旧摊销前利润=净利润+所得税+利息支出+折旧+摊销
- 8、利息保障倍数=（税前利润+利息支出） / 利息支出，其中利息支出包含利息资本化部分
- 9、每股经营活动的现金流量=经营活动产生的现金流量净额 / 期末股本总额
- 10、每股净现金流量=现金流量净额 / 期末股本总额

（二）净资产收益率和每股收益

项目	净资产收益率（%）	每股收益（元）	
	加权平均	基本	稀释
2016 年度			
归属于公司普通股股东的净利润	15.46	1.08	1.08
扣除非经常性损益后的归属于公司普通股股东的净利润	13.72	0.96	0.96
2015 年度			
归属于公司普通股股东的净利润	19.56	1.23	1.23
扣除非经常性损益后的归属于公司普通股股东的净利润	18.04	1.14	1.14

项目	净资产收益率（%）	每股收益（元）	
	加权平均	基本	稀释
2014 年度			
归属于公司普通股股东的净利润	30.79	1.27	1.27
扣除非经常性损益后的归属于公司普通股股东的净利润	27.66	1.14	1.14

十二、境内外财务报表差异情况

本公司为香港联交所 H 股上市公司，在按中国企业会计准则境内财务报表的同时，亦按国际财务报告准则编制了境外财务报表。其中，公司按国际财务报告准则编制的 2014 年度、2015 年度及 2016 年度境外财务报表已经普华永道会计师事务所审计，并出具了无保留意见的审计报告。

由于本公司 2014 年度、2015 年度及 2016 年度的境内与境外财务报表在净资产、净利润及审计意见类型方面不存在差异，故无需编制财务报表差异调节表。

（一）营业收入的会计处理差异

本公司境内与境外财务报表的差异主要为通过商场专柜取得收入的会计处理不同。其中，在境外财务报表中，本公司通过商场专柜产生的销售收入为包括商场扣点（销售总额的一定比例）的不含税销售总额，对应商场扣点计入销售费用；在境内财务报表中，本公司通过商场专柜产生的销售收入为在扣除商场扣点后的销售净额，对应商场扣点不计入销售费用而作为销售收入的抵减项。本公司在境内财务报表中对专柜渠道销售收入的会计处理方法，与朗姿股份、歌力思、维格娜丝、太平鸟等女装行业 A 股（拟）上市公司相同。

本公司在境内财务报表中按净额法确认的销售收入与销售费用，将分别低于境外财务报表中按总额法确认的相关数据，销售毛利率、销售净利率及销售费用率等财务指标也因此存在差异，但该差异不导致本公司境内外财务报表在总资产、净资产及净利润等方面的不同。

（二）营业成本的列示规则差异

本公司在境内与境外财务报表中的营业成本因列示规则的不同有所差异。在境外财务报表中，本公司的营业成本由当期所销售产品的存货账面价值、当期计

提的存货跌价准备、营业税金及附加三部分组成；在境内财务报表中，本公司的营业成本则完全由存货账面价值所构成，存货跌价准备、营业税金及附加则分别独立列示。境内与境外财务报表有关营业成本列示规则的不同，不会导致境内外财务报表在总资产、净资产及净利润等方面的不同。

综上，本公司营业收入、营业成本、销售费用在境内与境外财务报表中的差异情况如下：

单位：千元

财务指标		境内财务报表	境外财务报表
营业收入	2016 年度	8,550,867	10,232,593
	2015 年度	7,438,931	9,095,708
	2014 年度	6,208,912	7,814,169
营业成本	2016 年度	3,071,301	3,419,984
	2015 年度	2,581,451	2,897,278
	2014 年度	2,160,057	2,449,658
销售费用	2016 年度	4,045,266	5,726,992
	2015 年度	3,393,763	5,050,540
	2014 年度	2,806,451	4,411,708
净利润	2016 年度	572,267	572,267
	2015 年度	658,398	658,398
	2014 年度	511,211	511,211

十三、盈利预测

公司未编制盈利预测报告。

十四、评估情况

拉夏贝尔有限（公司前身）于 2011 年整体变更设立股份公司（本公司）时，委托上海银信汇业资产评估有限公司（现已更名为银信资产评估有限公司）对拉夏贝尔有限截至 2010 年 12 月 31 日的净资产值进行了评估，并于 2011 年 2 月 28 日出具了“沪银信汇业评报字（2011）第 209 号”《资产评估报告书》，根据该评估报告书，拉夏贝尔有限截至 2010 年 12 月 31 日评估前经立信会计师事务所审计的净资产账面值为 22,402.30 万元，评估后的净资产为 26,128.28 万元，净

资产评估增值 3,725.98 万元，增值率 16.63%。

十五、历次验资情况

发行人历次验资情况请详见本招股说明书之“第五节发行人基本情况”之“四、发行人历次验资情况”。

第十一节 管理层讨论与分析

公司是一家定位于大众消费市场的快时尚、多品牌、全直营时装集团，旗下经营 La Chapelle、Puella、7m、Candie's、La Babité、POTE、UlifStyle、MARC ECKŌ、JACK WALK、O.T.R、OTHERMIX 及 Siastella 等多个差异化的大众时尚休闲服装品牌，以时尚多样、形象丰富、高性价比的产品广泛覆盖大众女装、男装及童装消费市场。

公司的核心业务聚焦于产品开发、供应链管理、品牌推广以及全直营零售网络运营等产业价值链两端的高附加值环节，并通过采取广泛合作、深度参与的外包生产模式，建立了响应快速、质量可控、产能充足的供应链协作体系。由此，在该等经营模式下，公司资产结构呈现出流动资产占总资产比例较高、存货规模较大的特点，符合公司的实际经营情况。

以时尚多样、形象丰富、高性价比的产品定位为基础，凭借快速扩张、广泛分布、注重服务的全直营零售网络，公司产品在报告期内持续畅销，经营规模快速增长，盈利水平稳步提高，在 2014 年国内大众女性休闲服装市场中取得了行业第二名的市场份额，突破了国外品牌在该领域的主导地位。2014 年至 2016 年，公司营业收入的年复合增长率为 17.35%。伴随着经营业绩的快速发展，公司资产规模与所有者权益持续扩大，截至 2016 年末，公司资产总额达 630,364 万元，较 2014 年末增长 9.99%，净资产达 351,022 万元，较 2014 年末增长 12.97%。

依据 2014 年、2015 年和 2016 年的合并财务报表，公司管理层对报告期内公司财务状况、盈利能力及现金流量等情况进行了讨论和分析（本节内如无特殊注明，货币单位指人民币万元；部分合计数与各分项直接相加之和在尾数上有差异，系由四舍五入所造成）。

同时，本招股说明书特别提示投资者，本公司的境内财务报表中关于通过商场联营方式取得销售收入的会计处理方法，不同于本公司的境外财务报表。在境外财务报表中，本公司的专柜渠道销售收入为包含商场扣点的不含税销售总额，并将商场扣点计入销售费用；在境内财务报表中，本公司的专柜渠道销售收入为扣除商场扣点后的销售净额，对应商场扣点不计入销售费用而作为销售收入的抵减项。由此，本公司境内财务报表中的销售收入与销售费用，将分别低于境外财

务报表中的相关数据，相关影响请参见本招股说明书“第十节财务会计信息”之“十二、境内外财务报表差异情况”。

一、财务状况分析

（一）资产的主要结构分析

报告期内，公司资产构成及变化情况如下：

金额单位：万元

项目	2016.12.31		2015.12.31		2014.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
流动资产	407,872	64.70%	433,024	73.79%	463,551	80.88%
非流动资产	222,493	35.30%	153,849	26.21%	109,556	19.12%
资产总额	630,364	100.00%	586,873	100%	573,107	100%

2014 年至 2016 年，公司资产总额实现持续增长，主要系经营规模的持续扩大所致。2015 年，随着公司 2014 年 H 股发行募集资金的陆续投入使用，以及在建工程与固定资产的增长，公司 2015 年底流动资产与非流动资产分别较 2014 年底的情况有所下降与上升。2016 年末，公司流动资产较上年末有所下降，主要系期末货币资金因 H 股募集资金的陆续使用而逐步减少；期末非流动资产较上年末有所上升，主要系长期待摊费用、在建工程与长期股权投资增加所致，具体情况详见后文相关分析。

在结构特征方面，公司流动资产占资产总额的比例较高，与公司的经营模式相关。公司专注于大众时尚服饰产业链中的上游产品开发、下游品牌管理与零售网络运营等高附加值环节，在严格的品质控制基础上将加工制造环节外包；同时，公司的全直营零售网点主要通过联营与租赁方式取得经营权。因此，公司的资产结构以货币资金、应收账款与存货等流动资产为主。

1、流动资产

货币资金、应收账款和存货是公司流动资产的主要构成。报告期内，公司流动资产构成情况如下：

金额单位：万元

流动资产	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31

	金额	占比	金额	占比	金额	占比
货币资金	70,191	17.21%	111,841	25.83%	198,338	42.79%
应收账款	105,218	25.80%	104,446	24.12%	102,890	22.20%
预付款项	32,459	7.96%	22,432	5.18%	13,678	2.95%
应收利息	270	0.07%	188	0.04%	285	0.06%
其他应收款	27,627	6.77%	17,931	4.14%	15,582	3.36%
存货	171,358	42.01%	175,626	40.56%	132,744	28.64%
其他流动资产	749	0.18%	561	0.13%	34	0.01%
合计	407,872	100.00%	433,024	100.00%	463,551	100.00%

公司的流动资产主要由货币资金、应收账款与存货所构成，2014 年末至 2016 年末，上述科目合计占流动资产的比例分别为 93.62%、90.51%和 85.02%。报告期内，公司货币资金规模逐年下降，主要系公司在 2014 年 10 月完成 H 股发行上市后，募集资金陆续投入使用所致。公司存货占流动资产的比重较高，与公司采取外包加工、直营销售的产品供应与销售模式相关。

（1）货币资金

金额单位：万元

货币资金	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
库存现金	1,331	702	795
银行存款	56,808	111,139	60,266
其他货币资金	12,053	-	137,278
合计	70,191	111,841	198,338
较上年增加额	-41,650	-86,497	146,234
较上年增长率	-37.24%	-43.61%	280.66%

2014 年，公司在公司盈利能力与现金流情况持续提高的同时，于 2014 年 10 月完成 H 股上市，致使期末货币资金处于较高水平。2015 年末与 2016 年末，随着上市募集资金陆续投入使用，公司期末货币资金较上年末有所减少。其中，2014 年末与 2016 年末，其他货币资金为存入银行到期日在三个月以上的定期存款。

（2）应收账款

报告期各期末，公司应收账款及其变动情况如下表所示：

金额单位：万元

项目	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
应收账款净额	105,218	104,446	102,890
较上年增加额	773	1,556	15,531
较上年增长率	0.74%	1.51%	17.78%
周转率（次）	8.16	7.18	6.53

公司应收账款主要来自于对联营百货商场的销售结算款，各期末余额虽随公司经营规模的增长而有所增加，期间周转率则稳步提升。

公司采取全直营的销售模式（除子公司杰克沃克与广州熙辰在报告期内存在少量加盟门店外，下同），主要在百货商场与购物中心开设商场专柜与专卖店形式的直营零售网点。其中，专卖店通常由公司直接向消费者收取货款，不形成应收账款。商场专柜普遍由百货商场向顾客收取公司专柜的零售货款，并通常于次月与公司进行对账，对账无误后由公司向联营商场开具增值税发票；在收到发票后的特定期限内，百货商场向公司支付扣除商场扣点后的销售结算款。因此，在商场联营店的产品销售后、商场付款结算前，公司与百货商场之间形成应收账款。

在线上渠道，公司主要通过天猫网（含天猫网与淘宝网）与唯品会两大电商平台进行销售，并以天猫网相关业务收入占多。其中，公司天猫网直接向顾客进行销售，不形成应收款；公司与唯品会实行定期对账、定期付款，所形成的应收款周转较快。

1) 变动情况分析

2014 年末至 2016 年末，公司应收账款随经营规模的增加逐步提高，但应收账款周转率稳步提升，主要系为适应于购物中心业态的发展，公司专卖店数量及占比在报告期内逐步提升，该渠道形式主要由公司自主收银，不形成应收账款。2014 年至 2016 年，公司来自专卖、线上等渠道的非专柜收入合计占比依次为 35.41%、41.27%和 48.68%；尤其在 2015 年度，公司控股合并专业电商业务公司杭州黯涉后，加大了线上业务的发展力度，相关业务收入由 2014 年度的 3,761 万元迅速增长至 2016 年度的 92,559 万元，而相应的期末应收款增加较少；同时，

作为公司应收账款的主要来源，专柜渠道的收入占比略有下降，从而使得年度应收账款周转率逐步提升。

2) 账龄结构分析

报告期各期末，公司应收账款的账龄结构情况如下：

金额单位：万元

项目	2016.12.31		2015.12.31		2014.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
90 天以内	102,121	94.53%	100,924	93.95%	99,026	96.24%
90 天到 180 天	1,806	1.67%	2,685	2.50%	2,026	1.97%
180 天到 360 天	835	0.77%	1,503	1.40%	1,299	1.26%
360 天以上	3,266	3.02%	2,314	2.15%	538	0.52%
余额合计	108,028	100.00%	107,425	100.00%	102,890	100.00%
坏账准备	2,810	2.60%	2,980	2.77%	-	0.00%
账面价值	105,218	97.40%	104,446	97.23%	102,890	100.00%

公司应收账款主要来自于代收银的联营百货商场，期末应收账款的账龄结构以 90 天内的为主。例如，2014 年末至 2016 年末，公司 90 天以内的应收账款占比分别为 96.24%、93.95%和 94.53%，账龄结构较为健康。

公司采取单项金额重大并单独认定与信用风险特征组合计提相结合的方法对应收账款计提坏账准备。公司通常在信贷记录及财务状况良好的知名百货商场及购物中心内开设零售网点。2014 年度，公司较长账龄应收账款的联营商场信用状况未发生重大变化，在此期间未对账龄较长的应收账款计提坏账准备。2015 年度，公司根据应收账款联营商场的最新回款与合作等情况，对部分应收账款计提了坏账准备，累计计提坏账准备 2,980 万元。2016 年度，公司根据应收账款联营商场的最新回款与合作等情况，对部分应收账款计提了 1,437 万元坏账准备；同时，公司在本期转回坏账准备 1,607 万元，期末累计计提坏账准备 2,810 万元。

① 一年期以上应收账款的主要客户

2016 年底、2015 年底及 2014 年底，公司账龄大于 1 年的应收账款原值分别为 3,266 万元、2,314 万元及 538 万元，分别占报告期内应收账款总额的 3.02%、2.15%及 0.52%。各期末，公司一年起以上应收款余额及其账龄结构与坏账准备

的计提情况如下：

单位：万元

年份	余额	账龄			坏账准备
		1-2 年	2-3 年	3 年以上	
2016-12-31	3,266	43.11%	45.32%	11.60%	2,466
2015-12-31	2,314	73.81%	24.24%	1.99%	1,762
2014-12-31	538	92.57%	7.43%	-	-

公司一年期以上账龄应收账款的账龄主要为 3 年以内，报告期各期末，账龄为 1-3 年的应收账款原值分别占账龄 1 年以上应收账款原值 100.00%、98.01%和 88.39%。

报告期各期末，公司应收账款余额 1 年期以上的前五名主要客户及其账龄结构如下：

单位：万元

期间	客户名称	余额	占一年期以上应收账款比例	账龄		
				1-2 年	2-3 年	3 年以上
2016 年末	武汉庄胜崇光百货有限公司	229	7.00%	-	181	48
	榆林市喜洋洋商厦有限责任公司	136	4.18%	-	136	-
	北京华联综合超市股份有限公司	128	3.93%	128	-	-
	昆明远卓商贸有限公司	128	3.91%	65	63	-
	克拉玛依市铜锣湾中盛百货商贸有限公司	109	3.34%	-	109	-
	合计	730	22.35%	193	489	48
2015 年末	武汉庄胜崇光百货有限公司	229	9.88%	181	48	-
	同至人百货购物中心	146	6.31%	146	-	-
	克拉玛依市铜锣湾中盛百货商贸有限公司	139	6.01%	139	-	-
	榆林市喜洋洋商厦有限责任公司	136	5.89%	136	-	-
	靖江市天一国际购物中心有限公司	98	4.25%	52	47	-
	合计	748	32.34%	654	95	-
2014 年末	新世界百货中国有限公司	89	16.46%	89	-	-
	大连万达集团股份有限公司	78	14.45%	78	-	-
	郴州市永成百货有限公司	69	12.74%	69	-	-
	香港丹璐集团	59	10.94%	59	-	-
	沈阳玛莎商业管理有限公司	56	10.40%	56	-	-
	合计	350	64.99%	350	-	-

上表可知，各期末应收款余额 1 年期以上的主要客户均为专柜渠道的联营合作百货公司，并随着公司零售网点的逐步扩张，前五名应收款客户的集中度逐步

下降。同时，公司各期末 1 年期以上应收款的主要客户仍以 3 年以内的应收款为主，与整体 1 年期以上应收款的账龄结构相符。

② 一年期以上应收账款的形成原因

公司与联营商场所实行的信用期，通常为销售次月完成对账并开具发票后的 90 天内支付货款。1 年期以上的应收账款主要系因公司相关专柜已经于该商场撤柜或商场关闭而双方结束合作、对方长期未支付货款所形成，以及部分商场因资金紧张而延期付款所形成。报告期各期末，公司 1 年期以上应收账款的形成原因及占比情况如下：

单位：万元

形成原因	2016-12-31		2015-12-31		2014-12-31	
	原值	占比	原值	占比	原值	占比
撤柜及商场关闭	2,397	73.40%	1,417	61.23%	116	21.56%
商场的资金紧张	869	26.60%	897	38.77%	422	78.44%
合计	3,266	100.00%	2,314	100.00%	538	100.00%

③ 一年期以上应收账款的坏账计提

公司每年年末会对应收账款余额的可回收性进行分析，对于回收可能性较低的应收款计提减值准备。公司对以前年度已经计提的坏账准备进行跟踪，根据其期后的回收情况进一步调整公司对应收账款可回收性分析的合理性及应收账款坏账准备计提的充分性。

公司于资产负债表日对应收账款的可回收性进行分析，以确定需要计提坏账准备的金额，主要考虑的因素如下：1) 根据单项应收账款的回款可行性分析而单独计提坏账准备，包括原合作商场是否已经倒闭，是否有明确证据表明无意支付货款或者公司是否已提起诉讼而决定通过法律途径收回货款等；2) 根据相关应收账款所属的信用风险特征组合而按组合计提坏账准备，即对于近 6 个月无款项收回且已从相关商场撤柜的应收款将全额计提坏账准备。

2014 年末，公司一年期以上应收款的余额为 538 万元，通过对该等一年期以上应收款进行单项回款可行性分析以及信用风险特征的组合分析，认为尚未出现无法回收应收账款的客观证据，故未对一年期以上应收账款计提坏账准备。

2015 年末，公司账龄超过 1 年的应收账款较 2014 年末有所上升，主要原因

系部分商场受到电商销售对于线下商场的冲击以及零售市场景气度下降的影响，出现了倒闭与拖欠货款的情况；同时，公司对部分长期拖欠的应收款亦提起了诉讼程序，并出于谨慎性原则计提了坏账准备。截至 2015 年 12 月 31 日，公司对一年以上长账龄的应收账款共计提坏账准备 1,762 万元。

2016 年末，公司对一年以上长账龄的应收账款计提的坏账准备余额为 2,466 万元，其中于 2015 年 12 月 31 日已经计提的坏账准备为 781 万元，2016 年度新增计提的坏账准备为 1,685 万元。同时，公司在 2016 年收回了 2015 年度已经计提了坏账准备的应收账款 981 万元。2016 年，为了加快资金回笼，公司要求各区域管理人员对应收款账龄超过信用期的商场实时跟踪，并把应收账款回收率作为业务人员的业绩考评指标之一，因此长账龄应收款的回收效果有所改善。

从各期末一年期以上应收款在期后的回款情况来看，公司对各期末一年期以上应收账款的回款风险已通过单项分析与组合分析而充分考虑，坏账准备的计提较为充分。

3) 前五大应收款

报告期内，公司应收账款前五名的情况如下：

金额单位：万元

期末	单位名称	期末余额	占余额总额比
2016 年末	大商集团股份有限公司	3,578	3.31%
	天虹商场股份有限公司	3,508	3.25%
	新世界百货中国有限公司	2,770	2.56%
	大连万达集团股份有限公司	1,967	1.82%
	大洋百货集团有限公司	1,933	1.79%
	合计	13,756	12.73%
2015 年末	大连万达集团股份有限公司	3,213	2.99%
	新世界百货中国有限公司	2,956	2.75%
	大商集团股份有限公司	2,465	2.29%
	银座集团股份有限公司	2,455	2.29%
	茂业国际控股有限公司	2,301	2.14%
	合计	13,389	12.46%
2014	大连万达集团股份有限公司	4,858	4.72%

期末	单位名称	期末余额	占余额总额比
年末	新世界百货中国有限公司	4,648	4.52%
	茂业国际控股有限公司	3,042	2.96%
	大商股份有限公司	2,775	2.70%
	天虹商场股份有限公司	2,538	2.47%
	合计	17,860	17.36%

公司应收账款前五名均为同一控制下合并的商业集团，前五名较为稳定。报告期内，公司应收账款前五名合计金额占应收账款总额的比例有所下降，主要系随着公司零售网络在全国范围内的持续扩张，合作商场及所属商业集团的分布与构成愈加分散所致。

报告期各期末，公司应收账款余额前五名客户及其账龄结构如下：

单位：万元

期间	客户名称	余额	占应收账款总额比	账龄构成				
				1-3个月	3-6个月	6-12个月	1-2年	2年以上
2016年末	大商集团股份有限公司	3,578	3.31%	3,487	82	9	-	-
	天虹商场股份有限公司	3,508	3.25%	3,249	213	46	-	-
	新世界百货中国有限公司	2,770	2.56%	2,588	112	49	-	22
	大连万达集团股份有限公司	1,967	1.82%	1,940	22	3	-	3
	大洋百货集团有限公司	1,933	1.79%	1,550	78	268	37	-
	合计	13,756	12.73%	12,814	506	375	37	25
2015年末	大连万达集团股份有限公司	3,213	2.99%	3,045	106	62	-	-
	新世界百货中国有限公司	2,956	2.75%	2,762	101	42	21	30
	大商集团股份有限公司	2,465	2.29%	2,375	79	9	2	-
	银座集团股份有限公司	2,455	2.29%	2,365	57	32	-	-
	茂业国际控股有限公司	2,301	2.14%	2,279	21	-	-	-
	合计	13,389	12.46%	12,827	364	145	23	30
2014年末	大连万达集团股份有限公司	4,858	4.72%	4,763	82	13	-	-
	新世界百货中国有限公司	4,648	4.52%	4,282	161	110	95	-
	茂业国际控股有限公司	3,042	2.96%	2,998	11	32	-	-
	大商股份有限公司	2,775	2.70%	2,698	67	10	-	-
	天虹商场股份有限公司	2,538	2.47%	2,506	33	-	-	-
	合计	17,860	17.36%	17,246	355	165	95	-

报告期各期末，公司应收账款前五名客户账龄整体较短，1-3 个月账龄的应收账款原值占比均在 90%以上，3-6 个月账龄应收款及 6 个月以上应收款占比均

在 10%以下。

4) 信用政策分析

公司的应收账款主要来源于因联营商场统一代收银并定期结算所形成的专柜渠道应收账款，于 2016 年 12 月 31 日、2015 年 12 月 31 日及 2014 年 12 月 31 日，公司专柜渠道形成的应收账款分别占应收账款总额的 96.69%、97.11%及 98.71%。其次，公司与电商平台客户唯品会也会形成少量应收款。

公司专柜渠道的销售收入，通常在公司与商场完成月度销售对账并向其开具发票后的信用期内收到货款。一般情况下，商场会在每月的月末对专柜的营业额进行统计并发出结算单；在双方对账无误的情况下，由公司开具发票并结算。由于商场的统计对账、付款结算需经过较多环节的内外流程，其付款信用期通常在公司发票开具之日起 90 天内。报告期内，公司与专柜渠道销售收入相关的应收账款与应收账款周转天数情况如下：

单位：万元

专柜渠道应收款	2016 年度	2015 年度	2014 年度
应收账款平均余额	101,584	101,498	94,463
专柜渠道营业收入	438,927	436,869	401,008
周转天数	84.47	84.80	85.98

注：应收账款平均余额 = (年初应收账款+年末应收账款)/2，周转天数=期间营业收入/应收账款平均余额，下同。

由上表可知，报告期内，公司专柜渠道相关应收账款周转天数基本保持在 90 天以内，专柜渠道的应收款周转情况与公司同联营商场的信用政策基本匹配。

公司电商渠道的销售收入主要来源于天猫网与唯品会两大电商平台，相关应收款则产生于公司同电商平台的货款转账与对账结算过程：

关于通过天猫网实现的销售收入，公司在客户确认收货并向公司的电商平台账户支付货款时确认收入，而应收款的形成则发生在从公司电商平台账户收取货款到相关资金转账至公司银行账户的过程。公司通常在每日晚间进行提现、次日货款转至银行账户，如遇节假日则会在下一个工作日到账；由此，公司通过天猫网的销售通常会形成 1-3 日的应收销售货款。

关于通过唯品会实现的销售收入，公司系在收到唯品会的每十日销售进度对账单后确认收入，对方则通常会在收到公司所开具发票后的五个工作日内将 60%

的进度款支付给公司，剩余款项则会在双方完成下月末的月度对账与收取发票后进行支付。由此，公司与唯品会的货款结算亦较为及时。

根据上述有关公司与电商平台的货款转账与对账结算过程可知，公司电商渠道应收账款的信用周期较短，货款回收较为及时。报告期内，公司与电商渠道相关的应收账款、营业收入及应收账款周转天数如下：

单位：万元

电商渠道应收账款	2016 年度	2015 年度	2014 年度
应收账款平均余额	1,849	864	-
电商渠道营业收入	92,559	54,048	3,761
周转天数	7.29	5.83	-

由上表可知，公司电商渠道的应收账款周转天数保持在较快水平，与公司同电商渠道主要客户、合作平台的信用结算政策相匹配。

5) 坏账计提分析

① 坏账准备的计提情况

公司对应收账款的计提分为单项分析计提与按组合计提两种方式。报告期各期末，公司各类应收账款账面余额及占比情况如下：

单位：万元

应收账款类型	2016-12-31		2015-12-31		2014-12-31	
	账面原值	占比	账面原值	占比	账面原值	占比
单项金额重大并单独计提坏账准备	1,307	1.21%	2,822	2.63%	-	-
单项金额不重大但单独计提坏账准备	1,054	0.98%	695	0.65%	-	-
按组合 1 计提坏账准备	105,218	97.39%	103,276	96.13%	102,890	100.00%
按组合 2 计提坏账准备	449	0.42%	633	0.59%	-	-
合计	108,028	100.00%	107,425	100.00%	102,890	100.00%

公司应收账款主要划分为按组合 1 计提坏账准备的应收账款，报告期各期末其账面余额占比分别为 100.00%、96.13%和 97.39%，按其他方式计提坏账准备的应收账款账面余额占比均在 5%以下。报告期内，公司对各类应收账款的坏账准备计提情况如下：

单位：万元

应收账款类型	2016-12-31	2015-12-31	2014-12-31

	坏账金额	计提比例	坏账金额	计提比例	坏账金额	计提比例
单项金额重大并单独计提坏账准备	1,307	100.00%	1,996	70.73%	-	-
单项金额不重大但单独计提坏账准备	1,054	100.00%	351	50.48%	-	-
按组合 1 计提坏账准备	-	-	-	-	-	-
按组合 2 计提坏账准备	449	100.00%	633	100.00%	-	-
合计	2,810	2.60%	2,980	2.77%	-	-

2014 年末，公司根据单项计提与组合计提的分析结果，未对应收账款计提坏账准备；2015 年末及 2016 年末，公司计提坏账准备的比例分别为 2.77%和 2.60%，主要是对单项金额重大并单独计提坏账准备的应收账款计提。

②计提政策的行业比较

在均采取单项分析单独计提坏账准备方法的同时，国内其他女装（拟）上市公司对于按信用风险组合计提坏账准备的方法，通常采取以应收款账龄为依据划分应收账款的信用风险组合，即采取账龄分析法进行按组合计提坏账准备，各公司各类账龄组合的坏账准备计提比例如下：

可比公司	1 年以内	1-2 年	2-3 年	3-4 年	4-5 年	5 年以上
安正时尚	5%	10%	20%	50%	80%	100%
朗姿股份	5%	10%	30%	100%	100%	100%
维格娜丝	5%	10%	50%	80%	80%	100%
歌力思	5%	20%	50%	100%	100%	100%
欣贺股份	5%	20%	50%	100%	100%	100%
玛丝菲尔	10%	30%	60%	100%	100%	100%
日播时尚	5%	30%	50%	100%	100%	100%
地素时尚	5%	20%	50%	100%	100%	100%
太平鸟	5%	20%	50%	100%	100%	100%

公司对于应收账款的坏账准备计提政策，与行业可比公司相同，亦采取单项分析单独计提与信用风险组合计提两种基本方法。其中，对于确定信用风险组合的依据，公司与女装行业其他（拟）上市公司有所不同。根据实际经营经验，公司认为，由于公司的应收账款主要来源于专柜与电商渠道中的合作百货商场与电商平台，且与该等客户会发生持续的合作往来，仅以账龄为基础划分应收账款的信用风险特征并未充分反映相关客户或该笔应收账款的风险特征，应更多的考虑

公司与该等联营商场的合作关系、近半年内的回款情况等因素，进行信用风险组合的划分。为此，公司根据历史应收款的损失情况，以近 6 个月是否有款项收回、是否于应收商场及电商平台已撤柜作为划分信用风险组合的具体依据，对该等组合计提不同的坏账准备，具体情况如下：

	组合依据	坏账准备计提比例
组合 1	近 6 个月有应收账款收回的应收商场及电商客户账款	根据与其信用风险特征类似的应收款的历史损失率，报告期内该组合计提坏账的比例为 0%
组合 2	近 6 个月无款项收回且已撤柜的应收商场及电商客户	100%

对于按信用风险组合计提坏账准备的方法，公司虽然在组合依据的具体确定方法上与行业可比公司存在不同，但由于《企业会计准则》并未对信用风险特征组合的具体确定做出规定，如《企业会计准则第 22 号》第四十三条规定：

“对单项金额重大的金融资产应当单独进行减值测试，如有客观证据表明其已发生减值，应当确认减值损失，计入当期损益。对单项金额不重大的金融资产，可以单独进行减值测试，或包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中进行减值测试。

单独测试未发生减值的金融资产（包括单项金额重大和不重大的金融资产），应当包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中再进行减值测试。已单项确认减值损失的金融资产，不应包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中进行减值测试。”

公司根据实际经营经验，选择以与联营商场或电商平台的合作与回款情况作为信用风险特征组合的具体划分依据，符合《企业会计准则》的相关规定。

公司根据上述计提政策，对 2015 年底与 2016 年底分别新增计提了 2,980 万元与 1,437 万元坏账准备，且在 2016 年度收回 2015 年底已计提坏账准备的 1,607 万元应收款。同时，在公司 2014 年底至 2016 年底的应收账款余额中，90 天以内的应收占比保持在 94%以上，6 个月以内的应收账款保持在 96%以上。由此，从公司应收账款计提坏账准备的期后收回情况，以及较为稳定、良好的账龄结构来看，公司对应收账款所计提的坏账准备是充分的。

报告期内，公司未发生应收账款的核销。各期末及期间的坏账准备计提及转回情况如下：

单位：万元

年份	年初余额	本年计提	本年转回	年末余额
2016 年	2,980	1,437	1,607	2,810
2015 年	-	2,980	-	2,980
2014 年	-	-	-	-

公司在 2016 年转回的坏账准备主要系本年度收回以前年度已计提坏账准备的应收账款。

（3）其他应收款

2014 年至 2016 年各年末，公司其他应收款的期末余额分别为 15,582 万元、18,272 万元和 28,478 万元，并主要以向商场与出租方缴纳的押金为主，各年末的金额分别为 13,499 万元、17,490 万元和 27,734 万元，占比依次为 86.63%、95.72%和 97.39%。其中，2014 年末，押金占比低于其他年末，主要系公司另有 1,790 万元定金及投标保证金用于成都物流中心项目的土地投标保证金，占期末其他应收款余额比为 11.49%。此外，公司 2016 年底商场与出租方押金较上年末上升幅度较大，主要系公司 2016 年度新增专卖店数量进一步增加，带动了相关租赁押金的增長。

公司采取单项金额重大并单独认定与信用风险特征组合计提相结合的方法对其他应收账款计提坏账准备。2014 年底，公司基于对欠款方财务状况及过往信用记录，认为期末其他应收款可以收回，故未计提坏账准备。2015 年底与 2016 年底，因部分欠款方出现停业、沟通无效等情况，公司对部分其他应收款计提了坏账准备，分别累计计提坏账准备 341.5 万元与 851.3 万元。

（4）预付款项

公司预付款项主要系对外采购外包加工产品所支付的采购预付款，2014 年末至 2016 年末，公司预付款项余额分别为 13,678 万元、22,432 万元和 32,459 万元，占流动资产的比例分别为 2.95%、5.18%和 7.96%。

2015 年底，公司预付款较上年末增加，一方面系公司经营规模持续扩大，另一方面系公司为加强快时尚经营模式的商品流转，优化了 2016 年春款商品的

入库与上架销售节奏，而为配合产品的采购与销售周期，公司在年末对供应商的采购预付款有所增加。2016 年底，公司预付款较上年末增加，主要系两方面的原因：首先，随着经营规模与采购规模的进一步扩大，公司期末采购预付款有所增加；其次，公司 2017 年春款服装尚未大规模入库，对期末采购预付款的冲减金额较小，2016 年底预付款由此较上年末有所增加。

（5）存货

报告期各期末，公司存货账面价值、占流动资产比重及周转情况如下：

金额单位：万元

项目	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
存货账面价值	171,358	175,626	132,744
占流动资产比	42.01%	40.56%	28.64%
周转率（次）	1.77	1.67	1.65

2015 年底，公司期末存货账面价值较 2014 年底上升 32.30%，一方面系随着公司零售网点的扩张与经营规模的增长，以及控股合并杭州黯涉、杰克沃克的影响，公司存货规模相应增加；另一方面，公司优化了 2016 年春款商品的入库与上架销售节奏，使得期末次年春款季产品的库存商品较上年末增加显著。2016 年底，公司期末存货账面价值低于 2015 年底，主要系公司 2017 年新款产品尚未大规模入库。

2015 年，为凸现公司核心品牌“La Chapelle”的独立形象，公司将 La Chapelle Sport 与 La Chapelle Homme 两个女装与男装副品牌分别更名为 Puella 与 Vougeek。在更名时，La Chapelle Sport 与 La Chapelle Homme 的存货余额分别为 43,898.53 万元、5,603.22 万元，由于两品牌的更名并非因原品牌形象的下降或款式设计的过时，该等存货在此后的销售中仍采取正常的销售政策，未采取额外的处置措施，亦未因更名而发生额外的处置费用或进行存货清仓处置等情况。

1) 存货结构分析

公司存货以库存商品为主，该结构特征由公司采取全直营销售、外包生产的经营模式所决定。报告期各期末，公司存货构成的基本情况如下：

金额单位：万元

项目	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31

	账面价值	占比	账面价值	占比	账面价值	占比
原材料	804	0.47%	400	0.23%	177	0.13%
库存商品	169,051	98.65%	173,919	99.03%	131,755	99.25%
低值易耗品	1,503	0.88%	1,307	0.74%	812	0.61%
存货合计	171,358	100%	175,626	100%	132,744	100%

报告期内，公司主要采取由供应商采购符合公司要求或指定原材料的外包加工模式，仅根据少数外包生产安排，采购少量面辅料。此外，低值易耗品主要包括展示模特以及公司市场推广及销售过程中所用的其他易耗品。

2) 库龄结构分析

报告期各期末，公司库存商品余额的库龄结构情况如下：

金额单位：万元

库龄	2016.12.31		2015.12.31		2014.12.31	
	原值	占比	原值	占比	原值	占比
前两年以前款	15,192	7.75%	16,952	8.36%	14,696	9.42%
前一年款系列	39,493	20.15%	35,365	17.44%	30,659	19.64%
当年款系列	139,484	71.17%	128,930	63.57%	110,724	70.94%
下一年款系列	1,829	0.93%	21,576	10.64%	5	0.00%
合计	195,997	100%	202,823	100%	156,084	100%

公司各季产品大部分需要经过两个及以上销售季进行销售，由此产品年末库存主要由当年及上年款货品所构成。2014 年底、2015 年底及 2016 年底，公司库存商品中两年以内款产品合计占当期期末库存商品余额的比重分别为 90.58%、91.65%及 92.25%。

由于 2013 年冬季数月相对较暖，当年冬季服装销售受到影响，同时也使得在 2014 年底上年款（2013 年款）服装占比较高。2015 年末，为加强快时尚经营模式，公司加快了次年春款的入库与上架节奏，使得期末次年款服装规模及占比较往年上升明显。2016 年末，公司当年款及前一年款产品的占比较上一年度增加，系公司为提高库存周转效率，在不影响次年春款上架销售的情况下，较上年度推迟了次年春款的入库时间，因此截至 2016 年末，下年新款的库存商品规模较上年末有所降低。

以产品年度为基础，公司各年末库存商品余额的库龄结构与产品年度构成情

况如下：

金额单位：万元

库龄	2016.12.31		2015.12.31		2014.12.31	
	余额	占比	余额	占比	余额	占比
2012 年及以前款	202	0.10%	1,143	0.56%	14,696	9.42%
2013 年款	690	0.35%	15,808	7.79%	30,659	19.64%
2014 年款	14,300	7.30%	35,365	17.44%	110,724	70.94%
2015 年款	39,493	20.15%	128,930	63.57%	5	0.00%
2016 年款	139,484	71.17%	21,576	10.64%	-	-
2017 年款	1,829	0.93%	-	-	-	-
合计	195,997	100.00%	202,823	100.00%	156,084	100.00%

2014 年、2015 年与 2016 年，公司各年度的产品产销率依次为 85.18%、86.52% 和 99.72%。其中，公司各年生产入库的产品主要为当年款产品，此外年末会有少量次年春款产品入库；同时，各年度销售的产品则包括本年款产品与以前年款产品，年底入库的次年春款产品将在次年开始销售。公司各年末存货余额与库龄结构的变化以及各年度的产品产销率，与各年款产品的在当年及以后年度的销售产销情况密切相关。

报告期内，公司各年款产品在当年及以后年度的销售进度比例情况如下：

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
2016 年款在各年的销售进度 (各年销售数量/2016 年款入库总数量)	68.16%	-	-
2015 年款在各年的销售进度 (各年销售数量/2015 年款入库总数量)	25.04%	63.69%	-
2014 年款在各年的销售进度 (各年销售数量/2014 年款入库总数量)	7.26%	25.31%	62.75%

对比公司各年末存货的库龄结构与各年度的产销率、销售进度，可知公司产品的产销率与期末库龄结构密切相关。例如，2016 年公司产品的产销率较 2015 年与 2014 年明显提高，主要系一方面公司在当年底时次年春款的入库规模也较 2015 年底减少；另一方面，公司主要在当年入库的 2016 年款产品在当年度的销售比提升。

公司 2014 年至 2015 年的产销率即当年度产品的销售数量与入库数量比，保持在 85.18%与 86.52%，主要由两方面原因：一方面，公司 2014 年度与 2015 年

度的门店规模与销售收入增长较快，相比期初库存规模，为满足年底门店的铺货需求，公司当年度在产品入库数量必然显著高于年度产品销售数量，否则将出现期末库存规模下降，进而也将无法满足门店数量扩张的需求。另一方面，公司 2015 年末入库的次年春款产品规模较高，而该类产品正准备进入销售季，故降低了公司 2015 年的产销率。2016 年，公司产销率提升至 99.72%，一方面公司当年款产品在当年度的销售进度较往年有明显提高，另一方面公司次年款产品在期末的入库规模也较上年底有所下降。

同时，在公司 2014 年与 2015 年产销率较低的情况下，公司库存商品的增加主要为当年及次年款产品，其中由 2014 年与 2015 年款在次年的销售占比来看，当年款产品在次年均已完成累计 88%以上的销售，不存在滞销风险。此外，与女装行业可比公司相比，公司对当年款及上一年款产品的存货跌价计提政策较为谨慎，存货库龄增加相关的跌价损失已充分计提。

3) 跌价准备政策

公司存货按成本与可变现净值的较低者入账，对成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备。存货跌价准备按存货采购成本的一定估计百分比计算，并随商品库龄的增长而逐步提高。在各年末，公司各季产品的期末存货跌价准备的计提情况如下：

项目	春款	夏款	秋款	冬款
第一年底（1 年以内）	5%	5%	0%	0%
第二年底（1-2 年）	50%	50%	15%	25%
第三年底（2-3 年）	100%	90%	90%	90%
第四年底（3 年以上）	100%	100%	100%	100%

其中，公司秋款产品在第二年底的跌价计提比例低于冬款产品，主要系秋款产品仍可在来年的春季和秋季两个季节销售，而冬款服装仅能在来年的冬季进行销售，秋款服装可实现的现金流入大于冬款服装，因此秋款产品在第二年末的跌价的计提比例低于冬款。

报告期内，公司存货跌价准备计提政策未发生变化，各期计提金额如下：

单位：万元

项目	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31

项目	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
存货账面余额	198,304	204,530	157,074
存货跌价准备	26,947	28,904	24,330
跌价准备占余额比	13.59%	14.13%	15.49%

公司在报告期内的存货跌价准备计提方法持续、一致，存货跌价准备计提金额及占原值比重逐步降低，与公司期末库存商品的规模与库龄结构情况相符。

报告期内，公司各期末库存商品按季节分类的余额及库龄情况，及对应的跌价准备计提情况如下：

单位：万元

季节库龄	2016 年末			2015 年末			2014 年末		
	余额	占比	跌价	余额	占比	跌价	余额	占比	跌价
2012 以前	202	0.10%	-202	1,143	0.56%	-1,143	14,696	9.42%	-13,346
2013 春季	123	0.06%	-123	1,886	0.93%	-1,886	2,741	1.76%	-1,370
夏季	299	0.15%	-299	3,384	1.67%	-3,046	6,244	4.00%	-3,122
秋季	109	0.06%	-109	1,996	0.98%	-1,796	3,265	2.09%	-490
冬季	160	0.08%	-160	8,542	4.21%	-7,728	18,410	11.79%	-4,603
2013 小计	690	0.35%	-690	15,808	7.79%	-14,456	30,659	19.64%	-9,585
2014 春季	3,623	1.85%	-3,623	5,480	2.70%	-2,760	8,207	5.26%	-410
夏季	5,253	2.68%	-4,750	9,938	4.90%	-5,009	19,783	12.67%	-989
秋季	1,523	0.78%	-1,370	3,015	1.49%	-452	8,412	5.39%	0
冬季	3,902	1.99%	-3,531	16,933	8.35%	-4,305	74,323	47.62%	0
2014 小计	14,300	7.30%	-13,274	35,365	17.44%	-12,526	110,724	70.94%	-1,399
2015 春季	3,019	1.54%	-1,519	4,943	2.44%	-247	5	0.00%	0
夏季	4,701	2.40%	-2,360	10,644	5.25%	-532	-	-	-
秋季	6,374	3.25%	-956	13,535	6.67%	0	-	-	-
冬季	25,400	12.96%	-6,477	99,809	49.21%	0	-	-	-
2015 小计	39,493	20.15%	-11,313	128,930	63.57%	-779	-	-	-
2016 春季	12,315	6.28%	-616	21,576	10.64%	0	-	-	-
夏季	17,033	8.69%	-852	-	-	-	-	-	-
秋季	14,566	7.43%	0	-	-	-	-	-	-
冬季	95,569	48.76%	0	-	-	-	-	-	-
2016 小计	139,484	71.17%	-1,468	-	-	-	-	-	-
2017 春季	1,829	0.93%	0	-	-	-	-	-	-
合计	195,997	100%	-26,947	202,823	100%	-28,904	156,084	100%	-24,330

由上表可知，公司各年末对各季产品的存货跌价准备计提情况与计提政策相

符，春季产品在第三年末已充分计提 100% 存货跌价准备，而同时产品的余额占比也已在 2% 以下。

4) 行业比较情况

与公司库存商品采取库龄固定计提比例的方法相类似，行业可比（拟）上市公司的存货跌价准备计提政策如下：

公司名称	库存商品库龄与年末存货跌价准备计提比例（%）												
	1 年以内				1-2 年				2-3 年				3 年以上
朗姿股份	0				冬	秋	夏	春	50				100
					10	20	30	40					
维格娜丝	0				10				50				100
歌力思	0				50				100				100
欣贺股份	冬	秋	夏	春	冬	秋	夏	春	冬	秋	夏	春	100
	0	0	30	30	60	60	85	85	95	95	100	100	
玛丝菲尔	0				0				冬	秋	夏	春	95
									30	30	60	60	
太平鸟	—				—				—				—
安正时尚	—				—				—				—
日播时尚	5				50				100				100
地素时尚	0				30				50				100
发行人	冬	秋	夏	春	冬	秋	夏	春	冬	秋	夏	春	100
	0	0	5	5	25	15	50	50	90	90	90	100	

注：安正时尚与太平鸟未采取按库龄结构计提固定比例的跌价准备计提方法，系根据产品历史销售情况和市场价格计提存货跌价准备。

由上表可知，在采取库龄固定计提比例方法的女装行业（拟）上市公司中，公司存货计提比例的谨慎程度仅次于日播时尚、欣贺股份及歌力思，且采取更为详细的产品季计提方法，而多数行业女装企业对于 1 年以内库龄商品在年末尚未计提减值准备。

2016 年底、2015 年底及 2014 年底，公司与行业（拟）上市女装公司存货跌价准备计提情况如下表：

金额单位：万元

公司	2016.12.31		2015.12.31		2014.12.31	
	存货余额	计提比例	存货余额	计提比例	存货余额	计提比例
朗姿股份	78,417	15.46%	59,745	18.62%	66,433	15.99%
维格娜丝	27,702	4.23%	27,543	2.04%	20,637	1.23%

公司	2016.12.31		2015.12.31		2014.12.31	
	存货余额	计提比例	存货余额	计提比例	存货余额	计提比例
歌力思	46,785	41.42%	33,780	47.19%	32,260	48.50%
欣贺股份	—	—	72,373	48.69%	75,716	51.56%
玛丝菲尔	—	—	88,945	12.28%	70,432	13.00%
日播时尚	25,935	16.13%	25,564	14.57%	22,945	13.63%
地素时尚	29,707	21.73%	26,934	14.95%	23,036	15.15%
太平鸟	201,842	19.68%	175,139	13.85%	124,297	14.50%
安正时尚	56,764	32.91%	58,245	30.71%	51,747	30.64%
平均值	66,736	21.65%	63,141	22.54%	54,167	22.69%
拉夏贝尔	198,304	13.59%	204,530	14.13%	157,074	15.49%

注：欣贺股份、玛丝菲尔数据尚未披露。

由上表可知，女装行业（拟）上市公司存货跌价准备的计提比例差异较大，其中除本公司与太平鸟之外，其他女装公司均处于年龄层定位较高的成熟女装细分领域。公司处于可比公司的变动范围内，且与同处于大众时尚女装细分领域的太平鸟计提比例相近。

此外，影响公司及可比公司存货跌价计提情况的另一重要影响因素为各公司在年末的库龄结构，公司存货跌价计提比例低于行业女装公司的平均水平，主要系公司库存商品的库龄结构较近。以 2015 年底为例，公司与行业女装（拟）上市的库龄构成情况如下：

公司	库存商品库龄结构			
	1 年以内	1-2 年	2-3 年	3 年以上
朗姿股份	-	-	-	-
维格娜丝	82.91%	14.57%	2.18%	0.35%
歌力思	44.48%	26.82%	28.70%	
欣贺股份	46.81%	24.22%	17.35%	11.63%
玛丝菲尔	76.65%		14.72%	8.63%
太平鸟	66.77%	18.43%	14.81%	
日播时尚	67.57%	30.32%	2.11%	
地素时尚	-	-	-	-
安正时尚	29.97%	32.43%	24.69%	12.91%
拉夏贝尔	74.21%	17.44%	7.79%	0.56%

结合公司与可比公司的存货跌价准备政策可知，在公司各季产品的存货跌价准备计提比例较多数可比公司更为谨慎的情况下，公司的年末存货跌价计提比例低于行业可比公司的平均水平，主要系公司库存商品中较长库龄产品的占比较低

所致，同时也显示出公司在较为谨慎的存货跌价政策下，存货减值计提情况较为充分。

报告期内，公司不存在存货跌价准备核销的情况，各期存货跌价损失计提及转销的金额如下：

单位：万元

报告期	期初跌价计提余额	本年计提	转销	期末跌价计提余额
2016 年度	28,904	26,072	28,030	26,947
2015 年度	24,330	23,795	19,220	28,904
2014 年度	11,686	21,575	8,931	24,330

公司各年度的存货跌价损失转销系为在当年度实现销售或捐赠且在上年度已计提存货跌价准备的库存商品，即计提跌价准备的存货主要通过销售与捐赠的方式进行实物处理。在转销金额的确认依据与会计处理方面，存货在转销时的成本按加权平均法核算，于相应的实物实现收入或者捐赠时确认收入并结转成本，同时结转其相应的存货跌价准备。

5) 库存管理措施

对于大众消费时尚服装，消费者对产品具有多样化的需求，为保证公司正常销售，公司需要具有不同尺寸、较多款式和颜色的充足库存以供展示与挑选，由此必然会产生一定规模的过季产品。公司主要通过加强库存监控与调拨管理、优化产品采购与出库计划、开展促销活动等方式管理存货。

公司对于往季产品主要处理方式包括如下几种：1、换季促销，指公司的部分百货联营店及专卖店在商品换季且新款商品上市前，对往季产品进行打折促销；2、特卖销售，指在公司特设的特卖场内不定期举办特卖活动；3、线上促销，指通过唯品会、天猫等电商平台进行折扣销售；4、捐赠及清理库存等。

(6) 应收利息

公司应收利息 2015 年末下降了 33.95%，2016 年末增加了 43.43%，主要系在各期末到期日为 3 个月以上的定期存款余额变动所致。

(7) 其他流动资产

报告期内，公司其他流动资产构成如下：

单位：万元

项目	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
上市费用	650	561	-
预交企业所得税	99	-	34
合计	749	561	34

报告期内，公司其他流动资产金额较小，逐步增加主要系上市费用及预交企业所得税的增加所致。其中，公司 2014 年末的其他流动资产全部为预交企业所得税，2015 及 2016 年末主要为上市费用。

2、非流动资产

报告期各期末，公司非流动资产构成情况如下：

金额单位：万元

非流动资产	2016.12.31		2015.12.31		2014.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
可供出售金融资产	19,065	8.57%	15,000	9.75%	-	-
长期股权投资	13,038	5.86%	-	-	-	-
固定资产	23,066	10.37%	22,503	14.63%	21,164	19.32%
在建工程	36,533	16.42%	13,570	8.82%	2,591	2.36%
无形资产	21,832	9.81%	23,862	15.51%	16,894	15.42%
商誉	10,572	4.75%	10,572	6.87%	-	-
长期待摊费用	77,664	34.91%	51,443	33.44%	55,625	50.77%
递延所得税资产	19,215	8.64%	16,899	10.98%	13,283	12.12%
其他非流动资产	1,507	0.68%	-	-	-	-
合计	222,493	100.00%	153,849	100.00%	109,556	100%

公司非流动资产主要由房屋装修成本所构成的长期待摊费用、固定资产、无形资产、递延所得税资产、在建工程所组成。公司在 2015 年底的可供出售金融资产，系公司作为有限合伙人对天津星旷企业管理咨询合伙企业（有限合伙）的投资出资，该合伙企业的普通合伙人为北京君联同道投资顾问合伙企业（有限合伙）。2016 年底，除上述资产外，可供出售金融资产还包括公司向 TNPI 的出资。此外，公司 2016 年底长期股权投资合计 13,038 万元，系公司对西藏宝信、泓澈实业、北京傲妮、杭州蜜新、杭州凯绘等联营企业的新增投资。

(1) 固定资产

公司固定资产主要由房屋建筑物、办公设备及机器设备所构成，与公司外包产品加工、全直营零售网络的经营模式相符合。报告期各期末，公司固定资产的主要构成如下：

单位：万元

固定资产	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
房屋、建筑物	15,777	16,676	16,978
机器设备	2,309	2,312	734
运输工具	530	399	191
办公设备	4,451	3,115	3,260
合计	23,066	22,503	21,164

2015 年底，公司机器设备的增加，系由于公司物流中心的房屋建筑建成后，仓储分拣设备转入固定资产。2016 年度，公司办公设备增加 1,336 万元，一方面系电脑、防盗器等电子设施支出随新开店增加，另一方面系公司对部分老店铺的防盗器进行了更新换代。

2016 年末，公司机器设备的构成明细如下，

单位：万元

2016 年 12 月 31 日	原值	累计折旧	净值
输送分拣设备	1,774	309	1,465
货架	444	87	356
叉车	274	104	173
电梯	103	23	80
其他	410	172	238
小计	3,004	695	2,312

2015 年末，公司机器设备的构成明细如下，

单位：万元

2015 年 12 月 31 日	原值	累计折旧	净值
输送分拣设备	1,774	140	1,633
货架	307	39	269
叉车	178	69	109
电梯	103	13	90

2015 年 12 月 31 日	原值	累计折旧	净值
其他	327	115	212
小计	2,689	376	2,312

2014 年末，公司机器设备的构成明细如下，

单位：万元

2015 年 12 月 31 日	原值	累计折旧	净值
货架	297	9	288
叉车	135	38	96
电梯	103	3	100
其他	314	63	251
小计	848	114	734

报告期内，公司机器设备包括输送分拣设备、货架、叉车、电梯等，主要用途为物流中心内部分拣、包装、运输库存。

（2）在建工程

报告期各期末，公司各项在建工程的期末账面价值情况如下：

单位：万元

项目	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
太仓物流中心项目二期及三期	15,939	9,024	2,591
天津物流中心项目	8,236	3,643	-
吴泾总部基地项目	7,640	831	-
成都物流中心项目	4,143	72	-
EBD 软件项目	11	-	-
CBA 空调项目	47	-	-
零售系统项目	517	-	-
合计	36,533	13,570	2,591

公司已建成使用的太仓物流中心项目一期工程及正在建设的二期与三期工程，将用于公司华东地区的仓储物流中心；正在建设中的天津物流中心项目与成都物流中心项目，将分别用作公司北方与西南地区的仓储物流中心。随着公司经营规模与零售网络的持续壮大，建立自有仓储物流中心将有助于公司建立更加稳定、可靠地产品供应体系，支持公司全直营终端零售业务的持续、健康发展。

2015 年末，在建工程增长了 423.82%，主要系公司对太仓物流中心项目和天

津物流中心项目的新增投资。2016 年末，在建工程增长了 169.23%，主要系公司对太仓物流中心项目、吴泾总部基地项目、天津物流中心项目和成都物流中心的新增投资。

2016 年度，公司按项目分类的在建工程新增额、转固金额明细如下：

单位：万元

工程名称	2015-12-31	本年增加	本年转入 固定资产	2016-12-31	借款费用资 本化的累计 金额	其中：本年借 款费用的资 本化金额
太仓物流中心项目 二期及三期	9,024	7,281	366	15,939	367	367
天津物流中心项目	3,643	4,594	-	8,236	200	200
吴泾总部基地项目	831	6,809	-	7,640	126	126
成都物流中心项目	72	4,070	-	4,143	61	61
零售系统项目	-	517	-	517	-	-
CBA 空调项目	-	47	-	47	-	-
EBD 软件项目	-	11	-	11	-	-
合计	13,570	23,329	366	36,533	754	754

2015 年度，公司按项目分类的在建工程新增额、转固金额明细如下：

单位：万元

工程名称	2014-12-31	本年增加	本年转入 固定资产	2015-12-31	借款费用资 本化的累计 金额	其中：本年借 款费用的资 本化金额
太仓物流中心项目 二期及三期	2,591	8,237	1,803	9,024	-	-
天津物流中心项目	-	3,643	-	3,643	-	-
吴泾总部基地项目	-	831	-	831	-	-
成都物流中心项目	-	72	-	72	-	-
合计	2,591	12,782	1,803	13,570	-	-

2014 年度，公司按项目分类的在建工程新增额、转固金额明细如下：

单位：万元

工程名称	2013-12-31	本年增加	本年转入 固定资产	2014-12-31	借款费用资 本化的累计 金额	其中：本年借 款费用的资 本化金额
太仓物流中心项目 二期及三期	9,958	9,896	17,264	2,591	415	283
合计	9,958	9,896	17,264	2,591	415	283

根据各项在建工程的支出构成，公司报告期内在建工程支出明细的汇总情况

如下：

单位：万元

项目	2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
工程款	16,507	70.76%	10,494	82.10%	7,117	71.92%
公共事业费用	3,207	13.75%	69	0.54%	-	-
设计咨询费	1,431	6.13%	1,054	8.25%	23	0.23%
设备款	1,285	5.51%	431	3.37%	2,153	21.76%
监理费	146	0.63%	90	0.70%	66	0.67%
环境工程款	73	0.31%	145	1.13%	303	3.06%
其他	681	2.92%	500	3.91%	234	2.36%
小计	23,329	100.00%	12,782	100.00%	9,896	100.00%

由上表可知，报告期内，公司在建工程组主要支出为工程款，各年度工程款支出占在建工程总支出比例分别为 71.92%、82.10%和 70.76%。报告期内，公司在建工程的支出增长较快，主要系公司新增天津物流中心项目、吴泾总部基地项目、成都物流中心项目等项目的集中建设所致。

（3）无形资产

报告期各期末，公司无形资产的主要构成如下：

单位：万元

项目	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
土地使用权	15,601	15,533	13,635
外购软件	1,673	2,972	3,149
商标使用权	70	91	111
品牌	3,868	4,435	-
有利合约	620	832	-
合计	21,832	23,862	16,894

截至 2016 年底，公司已在江苏省苏州市太仓、上海闵行区吴泾镇、天津市西青区、成都市温江区四地以出让方式取得土地使用权。其中，太仓、天津和成都三地将分别用于建设公司华东、北方及西南区域仓储物流中心，上海吴泾将用于建设总部基地。此外，无形资产中的品牌账面价值系公司先后于 2015 年 4 月、8 月完成对杭州黯涉、杰克沃克非同一控制下合并时，取得的“七格格”、“JACK WALK”等品牌在购买日的公允价值。

2015 年度，公司无形资产增长 41.25%，主要系公司当年收购杰克沃克与杭州黯涉，合并报表导致无形资产增幅较大。

公司各类明细资产形成原因如下：

1) 土地使用权

报告期内，公司先后在江苏省苏州市太仓、上海闵行区吴泾镇、天津市西青区、成都市温江区四地以出让方式取得了多处土地使用权。其中，太仓、天津和成都三地将分别用于建设公司华东、北方及西南区域仓储物流中心，上海吴泾将用于建设总部基地。土地使用权的初始入账价值为支付的土地购置款以及其他相关的费用。

2) 外购软件

公司的直营零售体系覆盖中国 31 个省、自治区和直辖市(除香港、澳门、台湾)。为配合公司分布广、网点多的零售网络，公司信息系统包括 ERP 系统、门店零售系统、订单管理系统、CRM 系统、零售管理系统以及 BI 建模系统，其构建需要购买各种软件。购入的软件按照实际支付的价款入账。

3) 品牌

无形资产中的品牌账面价值系公司先后于 2015 年 4 月、8 月完成对杭州黯涉、杰克沃克非同一控制下合并时，取得的“七格格”、“JACK WALK”等品牌在购买日的公允价值。

杭州黯涉旗下拥有 OTHERMIX 等多个女装品牌，主要通过互联网进行在线销售。根据许可费节省法的评估结果，杭州黯涉于 2015 年 3 月 31 日拥有的“七格格”女装品牌价值为人民币 3,411 万元，预计收益年限为 8 年。

杰克沃克旗下拥有“JACK WALK”等男装品牌，主要通过直营店、加盟店等渠道进行线下销售。根据许可费节省法的评估结果，杰克沃克于 2015 年 7 月 31 日拥有的“JACK WALK”男装品牌价值为人民币 1,402 万元，预计收益年限为 10 年。

4) 有利合约

杰克沃克同时通过直营店及加盟店销售。根据多期超额收益法的评估结果，杰克沃克于 2015 年 7 月 31 日拥有的加盟协议的公允价值为人民币 765 万元，剩余协议年限为 4 年。

杰克沃克签订了长期办公室租赁合同以锁定日益上涨的房租成本，根据节省费用折现法的评估结果，杰克沃克于 2015 年 7 月 31 日拥有的有利租约的公允价值为人民币 155 万元，剩余租赁年限为 7.6 年。

5) 商标使用权

商标使用权为公司向 ICL-Candies Limited 购买 Candie's 商标使用权支付的对价和相应的费用，其对价根据北京碧展资产评估有限公司出具的北碧展评报字[2011]第 184 号评估报告的评估结果确认，摊销年限为 8 年又 10 个月。

(4) 商誉

公司截至 2016 年末的商誉为 10,572 万元，系公司非同一控制下合并杭州黯涉、杰克沃克所确认的商誉金额。2015 年 4 月 1 日，公司通过股权转让、增资的方式以 20,800 万元的合并成本，完成了对杭州黯涉的控股合并，取得该公司 54.05% 的股权；该部分股权在购买日可辨认净资产公允价值的份额为 11,566 万元，确认商誉 9,234 万元。2015 年 8 月 1 日，公司通过向杰克沃克注资 7,500 万元，取得该公司 69.12% 的股权，完成了对杰克沃克的控股合并；该部分股权在购买日可辨认净资产公允价值的份额为 6,162 万元，确认商誉 1,338 万元。经测试，截至 2016 年 12 月 31 日，公司上述商誉不存在减值迹象。

(5) 长期待摊费用

公司期末长期待摊费用主要为零售网点的装修投入。2014 年末、2015 年末及 2016 年末，公司长期待摊费用余额分别为 55,625 万元、51,443 万元及 77,664 万元。2014 年度、2015 年度和 2016 年度，公司年度净新增零售网点数量分别为 1,503 个、1,509 个和 1,014 个¹。其中，公司在 2016 年开展了较大规模的门店形

¹公司 2015 年推出快时尚品牌 UlifeStyle，该品牌的部分门店系由原大型的多品牌集合店改造而成，在运行初期既销售 UlifeStyle 品牌服装，亦销售多品牌商品。该等大型多品牌集合店，公司一般按照包含的品牌数量（品柜数）计算终端零售网点的数量（原口径）；改造为 UlifeStyle 单品牌集合店后，公司决定将一个该类门店当做一个零售网点计算（新口径）。为体现可比性，2015 年底较 2014 年底新增零售网点 1,509 个，系按原口径统计下 2015 年底的零售网点数量（8,396）计算；若以新口径计算，2015 年底较 2014 年底新增 1,006 个网点。2016 年底较 2015 年底新增零售网点 1,014 个，系按照新口径计算比较 2015 年底与 2016 年

象更新，并由于该年度新设网点以购物中心专卖店为主，装修面积通常大于商场专柜，从而带动了期末长期待摊费用的上升。总体而言，公司各期末长期待摊费用的规模及其变化情况，与期间零售网点的新增扩张、装修更新等情况相符。

（6）递延所得税资产

2014 年末、2015 年末及 2016 年末，公司递延所得税资产账面价值分别为 13,283 万元、16,899 万元及 19,215 万元。公司递延所得税资产，主要系由于计提存货跌价准备、免租期内确认租赁费用等所产生。公司递延所得税资产主要由存货跌价准备、免租期内确认的租赁费用、可抵扣亏损及抵消内部交易未实现利润构成，各年底上述四项合计占比分别为 72.58%、90.37%和 90.01%。

公司将满足条件的递延所得税资产和递延所得税负债抵消后以净额列示。报告期内，公司未经抵消的递延所得税资产具体如下：

单位：万元

递延所得税资产	2016-12-31	2015-12-31	2014-12-31
存货跌价准备	6,737	7,226	6,082
免租期内确认的租赁费用	3,797	4,175	3,765
可抵扣亏损	3,709	570	397
抵销内部交易未实现利润	3,333	3,777	2,243
坏账准备	915	830	-
应付职工薪酬	909	849	4,718
长期待摊费用税法和会计摊销的差异	126	-	-
合计	19,525	17,427	17,206

报告期内，公司未经抵消的递延所得税负债具体如下：

单位：万元

递延所得税负债	2016-12-31	2015-12-31	2014-12-31
非同一控制下企业合并	1,122	1,317	-
资本化借贷成本	280	97	104
可供出售金融资产公允价值变动	365	-	-
长期待摊费用税法和会计摊销的差异	-	432	3,819
合计	1,767	1,845	3,923

报告期内，抵消后的递延所得税资产和递延所得税负债余额如下：

底的品柜数量。

单位：万元

抵消后余额	2016-12-31	2015-12-31	2014-12-31
递延所得税资产	19,215	16,899	13,283
递延所得税负债	1,457	1,317	-

3、公司管理层对资产质量的说明

公司已按会计准则的规定建立了各项资产减值准备的计提制度，报告期各期末按照资产减值准备政策的规定以及各项资产的实际情况，足额计提了各项资产减值准备。报告期各期末，公司的资产减值准备主要为存货跌价准备，具体情况如下：

单位：万元

资产减值准备	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
存货跌价准备	26,947	28,904	24,330
坏账准备	3,661	3,321	-
合计	30,608	32,225	24,330

公司管理层认为，近年来公司资产规模和质量持续提高，资产结构逐步优化，资产质量良好，目前资产结构与公司的业务模式相匹配，公司将持续加强资产管理，执行稳健的会计政策，有效保证公司的可持续发展。报告期内，公司各项资产减值准备计提政策符合国家财务会计制度规定，公司主要资产减值准备的计提充分、合理，与公司资产的实际质量状况相符。

（二）负债及所有者权益的主要构成分析

2014 年末、2015 年末及 2016 年末，公司负债总额分别为 262,393 万元、255,885 万元及 279,343 万元，以流动负债为主，具体情况如下：

金额单位：万元

项目名称	2016.12.31		2015.12.31		2014.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
流动负债	272,449	97.53%	250,128	97.75%	257,288	98.05%
非流动负债	6,894	2.47%	5,757	2.25%	5,104	1.95%
负债总额	279,343	100.00%	255,885	100%	262,393	100%

报告期内，公司负债结构未发生重大变化。公司负债主要由流动负债所构成，与公司经营模式、资产结构特征相关。

报告期各期末，公司流动负债的主要构成情况如下：

金额单位：万元

流动负债	2016.12.31		2015.12.31		2014.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
短期借款	30,000	11.01%	-	0.00%	61,000	23.71%
应付票据	39,529	14.51%	34,245	13.69%	40,237	15.64%
应付账款	63,891	23.45%	88,573	35.41%	50,867	19.77%
预收账款	32	0.01%	275	0.11%	-	0.00%
应付职工薪酬	28,187	10.35%	26,711	10.68%	19,418	7.55%
应交税金	34,495	12.66%	36,732	14.69%	24,502	9.52%
应付利息	38	0.01%	-	0.00%	111	0.04%
其他应付款	72,813	26.73%	60,482	24.18%	58,207	22.62%
其他流动负债	3,463	1.27%	3,110	1.24%	1,945	0.76%
一年内到期非流动负债	-	0.00%	-	0.00%	1,000	0.39%
流动负债合计	272,449	100%	250,128	100%	257,288	100%

报告期内，流动负债主要由应付账款、应付票据及其他应付款等流动负债所构成。在经营规模逐步扩大的同时，公司 2015 年底流动负债规模较 2014 年底略有下降，主要系公司在 2014 年 10 月完成 H 股发行上市后，在 2015 年减少了短期借款；2016 年底，随着 H 股发行募集资金的逐步使用，公司短期银行借款亦较上年底有所提高。

报告期各期末，公司非流动负债主要构成情况如下：

金额单位：万元

非流动负债	2016.12.31		2015.12.31		2014.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
长期借款	-	0.00%	-	0.00%	2,127	41.66%
递延所得税负债	1,457	21.13%	1,317	22.87%	-	0.00%
其他非流动负债	5,437	78.87%	4,441	77.13%	2,978	58.34%
非流动负债合计	6,894	100%	5,757	100%	5,104	100%

公司负债主要为经营性的流动负债，包括应付成衣供应商采购款、应付职工薪酬、应交税金，以及应付门店装修款、应付租金等其他应付款等项目，符合公司经营活动的现金流特征。公司的全直营零售网络具有较好的回款情况，或通过

专卖店直接与消费者进行结算，或与联营商场进行定期结算，能够快速的收取现金，可满足短期流动资金需求。

1、应付账款及应付票据

公司应付票据与应付账款主要由应付外包供应商货款所构成。2014 年末、2015 年末及 2016 年末，公司应付票据与应付账款合计金额分别为 91,104 万元、122,818 万元及 103,420 万元，分别占当期流动负债的比重为 35.41%、49.10%及 37.96%。公司与供应商主要通过商业承兑汇票进行结算，即在完成商品验收入库、定期对账及收到供应商增值税发票后，向供应商开具商业汇票。报告期各期末，应付票据与应付账款的结构变化，主要由于各期末时点处于公司结算进度的不同阶段所致。

2015 年末，公司应付票据与应付账款的合计金额较上期末有所增长，除受公司经营规模持续增长、控股合并杭州黯涉与杰克沃克的影响外，与年底次年春款服装入库时间提前、相关款项尚未结算支付有关。2016 年末，公司应付票据及应付账款的期末合计金额较上年有所下降，系公司当年末次年春款服装的入库时间较上年末有所推迟，新品入库规模及其形成的应付款较上年末减少。

2、预收账款

报告期内，除 2015 年控股合并的子公司杰克沃克及 2016 年合资设立的子公司广州熙辰存在少数加盟业务外，公司整体上实行全直营零售模式，2014 年末无预收账款。2015 年 8 月，公司完成了对杰克沃克的控股合并。由于该子公司实行直营零售与加盟批发相结合的销售模式，并向加盟商收取预付款，故在 2015 年底与 2016 年底公司合并资产负债表中依次形成 275 万元与 32 万元预收账款。截至 2016 年底，杰克沃克的加盟业务因产品优化调整而有所暂停，期末加盟门店较上年末明显下降。因此，加盟门店数量的减少使得 2016 年末预收账款金额较上年末大幅降低。

3、应付职工薪酬

2014 年末、2015 年末及 2016 年末，公司应付职工薪酬分别为 19,418 万元、26,711 万元及 28,187 万元。2014 年至 2016 年公司各年末应付职工薪酬余额逐年增多，主要系随着公司业务规模的扩大，公司员工人数及工资增加所致。

4、应交税费

公司应交税费主要由应交企业所得税、应交增值税及应交个人所得税等所组成。2014 年末、2015 年末及 2016 年末，公司应交税费分别为 24,502 万元、36,732 万元及 34,495 万元。其中，公司 2016 年末应交税费较 2015 年末有所下降，一方面系受 2016 年全面实行营改增的影响，公司可抵扣的增值税进项税金额增加，期末应缴增值税较上年底降低；另一方面，公司在 2015 年末有关 2014 年度及 2015 年中期的股利分配个人所得税尚未缴纳，而截至 2016 年末不存在类似情况，从而 2016 年末的应交个人所得税较上年末下降。

5、其他应付款

报告期各期末，公司其他应付款的构成明细和各期的增减变动情况如下：

单位：万元

项目	2016-12-31		2015-12-31		2014-12-31
	金额	变动比例	金额	变动比例	金额
应付工程款及门店装修款	33,866	8.29%	31,274	8.01%	28,953
应付租赁费	22,026	10.32%	19,966	5.81%	18,870
供应商保证金	5,595	937.17%	539	-	-
应付物流费	4,331	34.31%	3,225	18.03%	2,732
商场履约保证金	4,328	9.77%	3,942	-10.97%	4,428
应付海报道具及门店促销款	947	590.52%	137	10.91%	124
股权购置款	-	-100.00%	800	-	-
天津物流仓投标保证金	-	-	-	-100.00%	1,000
其他	1,720	187.44%	599	-71.51%	2,100
合计	72,813	20.39%	60,482	3.91%	58,207

公司其他应付款主要为应付工程款及门店装修款、应付租赁费，报告期内二者合计占比分别为 82.16%、84.72%和 76.76%。此外，公司的其他应付款还包含

供应商保证金、应付物流费、商场履约保证金等。2015 年末，公司其他应付款比上年末增加 3.91%，较为稳定。2016 年末，公司其他应付款增加 12,332 万元，比上年末增长 20.39%，增幅有所提升。2016 年末，公司其他应付款较上年末上升，一方面系随着新开门店及其中专卖店数量的增加，公司期末应付门店装修费与应付租赁费保持着持续增长；另一方面，公司在 2016 年亦加强了对合作供应商的管理，为强化产品质量与供货周期，所收取的供应商保证金有明显增加。

公司其他应付款主要项目的核算依据和会计处理情况如下：

(1) 应付工程款及门店装修款

应付工程款及门店装修款为公司的物流中心项目、吴泾总部基地项目的工程款及各门店的装修款应付款项余额。该余额逐年增长一是因为公司开展若干重大在建工程项目(如太仓、天津、成都的物流中心项目及吴泾总部基地项目)，二是公司积极拓展零售网络的新开店铺装修及提升品牌形象对部分店铺的重新装修。

公司于资产负债表日根据对应采购订单的金额暂估，待收到结算发票时调整暂估金额。

(2) 应付租赁费

公司的应付租赁费主要为尚需支付的专卖店租赁费。公司所承租的物业均为经营租赁，相关租金支出在租赁期内按照直线法计入当期损益。对于出租人提供免租期的，公司将租金总额在不扣除免租期的整个租赁期内按直线法进行分摊，免租期内确认租金费用和相应的负债。

报告期内，公司应付租赁费逐年增加，主要系零售网点数量的增加所致。公司应付租赁费与零售网点数量间的关系如下：

项目	2016-12-31	2015-12-31	2014-12-31
应付租赁费（万元）	22,026	19,966	18,870
零售网点数量（个）	8,907	7,893	6,887
单位网点租赁费余额（万元/个）	2.47	2.53	2.74

(3) 供应商保证金

应付供应商保证金为公司为强化产品质量与供货周期向供应商收取的押金。

为加强供应商管理，提升对产品供应质量与成本的管控力度，从 2015 年开始，公司积极开发引进新的供应商，并向新引入的供应商收取押金，并于 2016 年度进一步扩大了收取押金的供应商范围。2015 年末与 2016 年末，公司向单位供应商收取的保证金余额基本稳定，公司收取押金的供应商数量与应付供应商保证金余额分析如下：

项目	2016 年 12 月 31 日	2015 年 12 月 31 日
应付供应商保证金（万元）	5,595	539
收到押金的供应商数量（个）	286	32
单位供应商保证金余额（万元/个）	19.56	16.86

（4）应付物流费

应付物流费为公司应付物流供应商运费的余额。报告期内，公司线上业务收入占比从 2014 年的 0.61% 增长至 2016 年的 10.82%。随着线上业务的迅速增长，物流费用也相应增加。报告期内，公司应付物流费余额与物流费用的分析如下：

单位：万元

项目	2016-12-31	2015-12-31	2014-12-31
应付物流费	4,331	3,225	2,732
各期物流费用	11,655	8,958	5,448
物流费用周转次数	3.08	3.01	2.42

注：物流费用周转次数=物流费用/((年末应付物流费+年初应付物流费)/2)，物流费为销售费用和管理费用中物流费的合计金额。

随着公司业务的拓展，公司进一步加强与物流供应商的合作关系、规范双方执行业务合同的能力，公司对物流费用的支付周期较以前年度略有加快。

（5）商场履约保证金

随着公司经营规模的扩张并逐步入驻三、四线城市的各类商场，公司作为全国性的多品牌时装集团，相对于该等商场的谈判地位有所提升。为了平衡应收款的回收风险，公司要求部分初次合作的商场向公司支付一定押金，并约定撤柜时公司将向商场返还该等押金。2016 年，随着公司在三、四线城市商场门店数量的增加，本期应付商场履约保证金余额亦有所增加。

6、短期借款

报告期各期末，公司短期借款波动主要与当期营运现金需求情况有关。2014 年末，公司尚有 6.1 亿元短期借款。2015 年度，由于在 2014 年 10 月完成 H 股发行上市，公司期内现金流较为充裕，年内全额偿还了短期借款。2016 年度，随着 H 股发行募集资金的使用，公司为补充营运资金，新增借款 3.1 亿元。

7、应付利息

报告期各期末，应付利息余额变动主要系期间银行借款变动所致。

8、一年内到期的非流动负债

2014 年末，公司有 1,000 万元于一年内到期的长期借款。截至 2015 年末，上述借款已经还清。

9、其他流动负债

公司其他流动负债主要为对租赁补贴确认递延收益的一年期以内部分。2015 年末，公司其他流动负债较上年末增长 59.84%，主要系随着公司门店数量逐年扩张，一年内到期的租赁补贴增加所致。

10、长期借款

2015 年度，公司归还长期借款，导致当期期末长期借款金额比上期末下降 100%。2016 年度，公司不存在新增的长期借款。

11、其他非流动负债

报告期内，公司其他非流动负债构成如下：

单位：万元

项目	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
租赁补贴	8,235	6,881	4,863
政府补助	666	670	61
减：一年内到期的部分	-3,463	-3,110	-1,945
合计	5,437	4,441	2,978

公司其他非流动负债主要为对租赁补贴确认递延收益的一年期以上部分，其

金额随着新开门店数量增加而增加。2016 年末，公司其他非流动负债增速下降，一方面系由于当年递延的租赁补贴增速下降，另一方面系原有租赁补贴逐渐到期、一年内到期的递延租赁补贴金额增加所致。

12、盈余公积

公司盈余公积逐年增加，系公司每年计提盈余公积所致。报告期内，公司均以当期净利润 10%的比例计提盈余公积，2015 年末盈余公积增长 54.19%、涨幅较大，主要系当年公司净利润较高。

13、少数股东权益

2015 年末，公司少数股东权益比上年末增长 1,221.64%，主要系当年公司控股合并杰克沃克及杭州黯涉所致。

（三）偿债能力情况分析

指标	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
流动比率（倍）	1.50	1.73	1.80
速动比率（倍）	0.87	1.03	1.29
资产负债率（合并）	44.31%	43.60%	45.78%
资产负债率（母公司）	46.36%	52.39%	53.43%
指标	2016 年度	2015 年度	2014 年度
息税折旧摊销前利润（万元）	116,384	130,273	107,019
利息保障倍数（倍）	77.50	54.70	13.29

注：息税折旧摊销前利润=净利润+所得税费用+利息支出+折旧+摊销

利息保障倍数=（税前利润+利息支出）/利息支出，其中利息支出包含资本化利息

1、短期偿债能力分析

2014 年末、2015 年末及 2016 年末，公司的流动比率分别为 1.80、1.73 及 1.50，速动比率分别为 1.29、1.03 及 0.87。

2014 年末，公司流动比率和速动比率稳步提升，一方面系公司主营业务盈利能力逐步增强，销售回款状况良好；另一方面，公司通过引入外部投资者、完成 H 股发行上市，资本实力大幅增强。2015 年末及 2016 年末，公司短期偿债指

标较上期末有所下降，主要系随着公司 H 股发行募集资金的投入使用，期末货币资金下降所致。

报告期内，公司良好的销售回款、充足的经营性现金流情况，保证了公司能按时偿付流动负债。公司管理层认为，现阶段公司短期偿债风险是可控的。

2、资本结构及利息保障倍数分析

2014 年末、2015 年末及 2016 年末，公司合并报表口径的资产负债率依次为 45.78%、43.60%及 44.31%，资产负债率保持相对稳定。

2014 年度、2015 年度及 2016 年度，公司分别实现净利润 51,121 万元、65,840 万元和 57,227 万元；同时，公司销售回款良好，经营性现金流量净额分别为 85,535 万元、108,109 万元和 70,514 万元，经营活动产生的现金流情况良好。此外，公司 2014 年度、2015 年度和 2016 年度的利息保障倍数依次为 13.29 倍、54.70 倍和 77.50 倍，公司偿债能力处于较好水平。

3、与服装类上市公司偿债能力指标比较

2014 年底、2015 年底和 2016 年底，公司偿债指标与 A 股（拟）上市女装公司的对比情况如下：

公司	2016.12.31			2015.12.31			2014.12.31		
	流动比率	速动比率	资产负债率	流动比率	速动比率	资产负债率	流动比率	速动比率	资产负债率
朗姿股份	1.82	1.19	26.75%	2.97	1.93	16.63%	6.12	4.42	22.17%
维格娜丝	7.35	5.09	8.59%	11.30	8.92	8.80%	14.35	12.02	6.35%
歌力思	1.69	1.30	29.60	4.00	3.48	18.91%	2.43	1.52	22.10%
欣贺股份	—	—	—	4.18	3.20	17.83%	3.87	3.02	20.21%
玛丝菲尔	—	—	—	1.10	0.43	52.53%	1.19	0.46	48.59%
日播时尚	2.30	1.19	32.38	2.08	0.98	34.51	2.55	1.25	29.85
地素时尚	2.36	1.84	35.63	2.14	1.67	40.02	1.71	1.31	44.73
太平鸟	1.48	0.80	58.03%	1.51	0.75	56.82%	1.47	0.84	58.56%
安正时尚	2.30	1.33	28.15%	1.90	0.88	29.72	1.80	0.86	32.61%
平均值	2.76	1.82	31.31	3.46	2.47	30.64	3.94	2.85	31.69
拉夏贝尔	1.50	0.87	44.31%	1.73	1.03	43.60%	1.80	1.29	45.78%

注：欣贺股份、玛丝菲尔数据尚未披露。

报告期内，公司各项偿债指标低于行业平均水平，主要由公司全直营销售与全外包生产的经营模式，以及处于较快的发展阶段所决定。首先，公司实行外包加工式的产品供应方式，并由供应商采购满足公司要求或指定的原材料，经营性应付供应商款项的规模较大；同时，公司实行全直营销售模式，仓储及零售网点的库存商品占用了公司较大规模的流动资金；第三，公司在报告期内零售网点扩张规模较大，短期借款是公司新增门店商品铺货、装修支出的重要流动资金来源。由此，该等经营模式与较快的发展阶段，使得公司流动比率、速动比率低于行业平均水平，资产负债率高于行业平均水平。

（四）资产周转能力分析

报告期内，公司应收账款周转率和存货周转率基本稳定，主要情况如下：

主要财务指标	2016 年度	2015 年度	2014 年度
应收账款周转率（次）	8.16	7.18	6.53
存货周转率（次）	1.77	1.67	1.65

报告期内，公司应收账款周转率与存货周转率均保持较好水平，且稳步提升，未发生重大不利变化。

2014 年末、2015 年末以及 2016 年末，公司与女装行业（拟）上市公司应收账款周转率和存货周转率情况如下：

可比公司	2016.12.31		2015.12.31		2014.12.31	
	应收 周转率	存货 周转率	应收 周转率	存货 周转率	应收 周转率	存货 周转率
朗姿股份	5.87	1.07	11.18	0.90	11.04	0.85
维格娜丝	12.50	0.83	14.25	1.03	18.61	1.37
歌力思	6.93	1.55	8.26	1.57	9.30	1.43
欣贺股份	—	—	29.63	1.05	34.00	1.30
玛丝菲尔	—	—	17.00	0.74	14.93	0.83
日播时尚	13.49	1.67	14.58	1.65	18.14	1.86
地素时尚	33.06	1.96	38.00	2.22	31.96	2.44
太平鸟	16.88	1.82	18.15	2.10	19.68	2.41
安正时尚	11.66	0.90	9.72	1.01	10.09	1.11

可比公司	2016.12.31		2015.12.31		2014.12.31	
	应收 周转率	存货 周转率	应收 周转率	存货 周转率	应收 周转率	存货 周转率
平均值	14.34	1.40	15.35	1.36	18.64	1.51
拉夏贝尔	8.16	1.77	7.18	1.67	6.53	1.65

注：欣贺股份、玛丝菲尔数据尚未披露。

在应收账款周转率方面，公司低于可比上市公司的平均水平，主要原因系公司采取全直营销售模式，百货商场通常会在公司开具发票后的 90 天内支付货款。可比公司主要实行直营为主、加盟为辅的销售模式，并通常对加盟商实行先款后货的结算政策，进而加快了商品货款的回收。

在存货周转率方面，公司的存货周转率高于其他女装可比公司平均水平，一方面反映了公司良好的销售与存货管理能力，另一方面亦与公司的产品定位、销售政策相关。A 股上市女装公司普遍定位于中高档成熟女装，公司则主要定位于大众时尚休闲女装，该细分领域产品的时尚流行性较强，对企业的产品周转情况亦有较高要求。

二、盈利能力分析

报告期内，公司的收入与利润均来源于服装产品的销售业务，营业外收支对净利润的影响较小。

金额单位：万元

项目	2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
一、营业收入	855,087	100.00%	743,893	100.00%	620,891	100.00%
营业成本	307,130	35.92%	258,145	34.70%	216,006	34.79%
销售费用	404,527	47.31%	339,376	45.62%	280,645	45.20%
管理费用	39,166	4.58%	33,402	4.49%	25,753	4.15%
财务费用	163	0.02%	-3,423	-0.46%	6,210	1.00%
资产减值损失	26,412	3.09%	25,858	3.48%	21,575	3.47%
二、营业利润	68,793	8.05%	81,488	10.95%	63,318	10.20%
营业外收入	8,247	0.96%	6,504	0.87%	5,230	0.84%
营业外支出	168	0.02%	76	0.01%	110	0.02%
三、利润总额	76,872	8.99%	87,917	11.82%	68,438	11.02%

项目	2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
所得税费用	19,645	2.30%	22,077	2.97%	17,317	2.79%
四、净利润	57,227	6.69%	65,840	8.85%	51,121	8.23%

报告期内，公司营业收入保持持续增长，主要得益于公司在快时尚、多品牌、高性价比的产品定位基础上，实现了直营零售网络的快速扩张。2016 年度，受服装零售市场疲软的影响，公司销售收入的增长有所放缓，低于期间销售费用与管理费用及营业成本的增幅，致使净利润较上年度有所下降。

公司零售网点快速扩张。报告期内，公司在快时尚、多品牌的发展战略下，零售网点家数保持了较快的增长趋势，由 2012 年初的 3,340 家增长至 2016 年底的 8,907 家。其中，2011 年以来推出的 7m、La Babité、La Chapelle Kids、POTE 等新品牌，合计收入占比已由 2013 年的 19.63% 提升至 2016 年的 49.84%。2015 年度，除新合并控股子公司杰克沃克的少量加盟业务外，公司其他品牌均采用全直营销模式；2016 年度，杰克沃克逐步转为全直营模式，仅当年新设立的 Siastella 品牌下有 2 家加盟店。相较于加盟模式，公司更加受益于零售网点规模扩张对于收入增长的促进。

公司关注市场机遇与产品定位。公司全直营零售网络得以实现快速、稳步的扩张，一方面在于公司所聚焦的大众时尚消费市场具有着巨大的市场空间，以及市场集中度提升与行业整合的竞争机遇，另一方面在于公司注重时尚多样、高性价比的产品定位，有效的满足了大众时尚休闲服装的需求特征。在大众时尚休闲女装市场中，行业前列此前主要被 Only、Vero Moda、E-LAND、TEENIE WEENIE、Roem、ZARA、H&M、Uniqlo 等外资品牌所占据，公司以注重产品时尚性、性价比、多样性及本土化的竞争优势，取得了消费者、联营商场的广泛认同，并配合有力的渠道拓展能力，突破了国外品牌在该领域的主导地位。

（一）营业收入分析

1、渠道模式构成分析

报告期内，公司主营业务收入的渠道模式构成情况如下：

单位：万元

项目	2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
专柜	438,927	51.32%	436,869	58.73%	401,008	64.59%
专卖	321,750	37.63%	251,430	33.80%	216,122	34.81%
线上	92,559	10.82%	54,048	7.27%	3,761	0.61%
加盟	1,851	0.22%	1,546	0.21%	-	-
合计	855,087	100.00%	743,893	100.00%	620,891	100.00%

2015 年及以前，百货商场专柜是公司最主要的线下销售渠道，其次是开设在购物中心或临街的专卖店。随着购物中心业态形式的发展与成熟，公司亦关注到大众消费者购物习惯趋于社区化、休闲化、一站式的发展方向，加之公司款式丰富、风格多样的多品牌产品优势足以支撑购物中心专卖店较大的场地空间，由此报告期内公司专卖零售网点的增速快于专柜网点，收入占比亦逐步提高。其中，在专柜渠道方面，公司 2016 年专柜渠道业务收入增速放缓，一方面系传统百货商场零售市场在近年来相对低迷，平均单店收入逐步下降，另一方面公司主动关闭了一些业绩未达预期的专柜网点，从而使得 2016 年专柜渠道业务收入较以前年度下降。在线上渠道方面，公司于 2014 年开始通过天猫商城等知名电商平台建立线上渠道，并实现了快速的增长。2015 年 4 月，公司完成了对专业服装电商企业杭州黯涉的投资，进一步增强了公司电商业务的专业化运营能力，线上销售占比在 2015 年与 2016 年持续上升。

此外，公司于 2015 年 8 月完成了对杰克沃克的控股合并，2016 年 2 月合资设立控股子公司广州熙辰。由于两公司在报告期内存在少量加盟模式，故公司 2015 年及 2016 年合并报表层面存在少量加盟业务收入。

2、品牌销售构成分析

报告期内，公司各类品牌的收入构成情况如下：

单位：万元

项目	2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
La Chapelle	225,133	26.33%	234,489	31.52%	226,614	36.50%
Puella	203,712	23.82%	198,743	26.72%	179,687	28.94%
7m	131,300	15.36%	109,173	14.68%	85,627	13.79%
La Babité	103,222	12.07%	75,342	10.13%	45,657	7.35%

项目	2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
Candie' s	58,939	6.89%	59,794	8.04%	52,967	8.53%
Vougeek/POTE	39,410	4.61%	31,535	4.24%	26,887	4.33%
La Chapelle Kids	9,114	1.07%	5,190	0.70%	3,452	0.56%
UlifeStyle	45,815	5.36%	6,261	0.84%	-	-
OTHERMIX/ OTHERCRAZY	32,375	3.79%	21,017	2.83%	-	-
MARC ECKÖ	2,082	0.24%	318	0.04%	-	-
JACK WALK/O.T.R	3,357	0.39%	2,019	0.27%	-	-
SiaStella	567	0.07%	-	-	-	-
其他	62	0.01%	13	0.00%	-	-
合计	855,087	100%	743,893	100%	620,891	100%

注：其他为非服饰类产品的销售收入。

品牌结构方面，公司实行多品牌差异化经营战略，其中公司早期品牌 La Chapelle 与 Puella 仍是公司重要的收入来源，2014 年、2015 年及 2016 年的合计收入占比分别为 65.44%、58.24%及 50.15%。随着公司多品牌战略的实施与深化，2010 年以来推出的 7m、La Babité、LaChapell Kids、POTE、UlifeStyle 等新品牌的收入占比逐步提升，增强了公司收入结构的多元化与稳定性。其中，公司 La Chapelle 品牌的 2016 年营业收入较上年度略有下降，主要系本年度该品牌的零售网点数量增加较少，加之同店销售受零售市场持续低迷的影响而较上年度有所下降，从而使得品牌收入较上年度略有下降。

最近三年，公司专卖与专柜网点的数量及收入情况如下：

单位：万元，个

项目	2016-12-31/2016 年度			2015-12-31/2015 年度			2014-12-31/2014 年度		
	专卖	专柜	小计	专卖	专柜	小计	专卖	专柜	小计
网点数量	3,175	5,730	8,905	2,272	5,588	7,860	1,899	4,988	6,887
网点增幅	39.74%	2.54%	13.30%	19.64%	12.03%	14.13%	33.64%	25.86%	27.92%
收入金额	321,750	438,927	760,677	251,430	436,869	688,299	216,122	401,008	617,130
收入增幅	27.97%	0.47%	10.52%	16.34%	8.94%	11.53%	33.21%	17.50%	22.56%

注：网点数量为报告期各期末门店数量。

报告期内，公司线下销售收入随门店数量增加而持续增长。同时，受新开门店在开设初期业绩尚处于培育期的影响，公司报告期内期末门店数量的增幅略高于当期营业收入的增幅。此外，近年来，由于传统百货商场景气度下降，社区化、

休闲化、一站式的购物中心受到大众消费者的喜爱，公司积极推进线下渠道由专柜向专卖转变的渠道结构转型。因此，2014 至 2016 年度，公司各期专卖网点及专卖渠道收入增速较快，专柜网点数及专柜渠道收入增幅则逐年略有下降。

报告期内，公司各品牌专卖与专柜网点的数量及收入情况如下：

单位：万元，个

品牌		2016-12-31/2016 年度			2015-12-31/2015 年度			2014-12-31/2014 年度		
		专卖	专柜	小计	专卖	专柜	小计	专卖	专柜	小计
LA	网点数量	589	1,266	1,855	447	1,386	1,833	402	1,479	1,881
	网点增幅	31.77%	-8.66%	1.20%	11.19%	-6.29%	-2.55%	22.19%	2.42%	6.09%
	收入金额	75,220	130,681	205,901	70,601	156,185	226,787	62,509	162,885	225,394
	收入增幅	6.54%	-16.33%	-9.21%	12.95%	-4.11%	0.62%	25.37%	7.04%	11.56%
PA	网点数量	624	1,466	2,090	448	1,532	1,980	383	1,459	1,842
	网点增幅	39.29%	-4.31%	5.56%	16.97%	5.00%	7.49%	36.79%	17.00%	20.63%
	收入金额	65,205	124,878	190,082	58,541	129,186	187,727	51,386	126,823	178,209
	收入增幅	11.38%	-3.33%	1.25%	13.92%	1.86%	5.34%	24.44%	5.63%	10.44%
7m	网点数量	552	1,058	1,610	370	962	1,332	343	814	1,157
	网点增幅	49.19%	9.98%	20.87%	7.87%	18.18%	15.13%	37.75%	60.87%	53.25%
	收入金额	49,711	72,589	122,300	39,455	63,433	102,887	35,396	49,244	84,640
	收入增幅	25.99%	14.43%	18.87%	11.47%	28.81%	21.56%	36.74%	46.69%	42.36%
LB	网点数量	478	820	1,298	257	673	930	225	476	701
	网点增幅	85.99%	21.84%	39.57%	14.22%	41.39%	32.67%	33.14%	59.20%	49.79%
	收入金额	37,580	52,623	90,204	28,176	41,068	69,244	20,460	25,121	45,580
	收入增幅	33.38%	28.14%	30.27%	37.71%	63.48%	51.92%	105.05%	106.54%	105.86%
CA	网点数量	359	581	940	256	576	832	254	486	740
	网点增幅	40.23%	0.87%	12.98%	0.79%	18.52%	12.43%	27.64%	63.64%	49.19%
	收入金额	23,214	30,588	53,802	27,124	30,806	57,929	27,362	25,605	52,967
	收入增幅	-14.42%	-0.71%	-7.12%	-0.87%	20.31%	9.37%	12.63%	50.50%	28.23%
VG/PT	网点数量	258	442	700	195	338	533	166	222	388
	网点增幅	32.31%	30.77%	31.33%	17.47%	52.25%	37.37%	33.87%	47.02%	41.09%
	收入金额	20,780	18,630	39,410	17,357	14,132	31,489	16,196	10,691	26,887
	收入增幅	19.72%	31.83%	25.15%	7.17%	32.19%	17.12%	52.13%	71.39%	59.25%
LK	网点数量	111	60	171	174	104	278	126	52	178
	网点增幅	-36.21%	-42.31%	-38.49%	38.10%	100.00%	56.18%	77.46%	173.68%	97.78%
	收入金额	5,031	3,915	8,946	3,653	1,519	5,171	2,814	639	3,452
	收入增幅	37.12%	157.74%	73.00%	29.82%	137.72%	49.80%	873.07%	1,139%	913.09%
US	网点数量	165	26	191	91	8	99	-	-	-
	网点增幅	81.32%	225.00%	92.92%	-	-	-	-	-	-
	收入金额	41,258	4,557	45,815	6,129	133	6,261	-	-	-
	收入增幅	573.16%	3,326%	631.75%	-	-	-	-	-	-
ME	网点数量	27	5	32	33	1	34	-	-	-
	网点增幅	-18.18%	400.00%	-5.88%	-	-	-	-	-	-
	收入金额	1,970	113	2,082	314	4	318	-	-	-
	收入增幅	527.39%	2,725%	554.72%	-	-	-	-	-	-
JW/OT	网点数量	7	0	7	1	8	9	-	-	-

品牌	2016-12-31/2016 年度			2015-12-31/2015 年度			2014-12-31/2014 年度		
	专卖	专柜	小计	专卖	专柜	小计	专卖	专柜	小计
	网点增幅	600.00%	-100.00%	-22.22%	-	-	-	-	-
	收入金额	1,537	-	1,537	81	404	486	-	-
	收入增幅	1,798%	-100.00%	216.26%	-	-	-	-	-
SS	网点数量	5	6	11	-	-	-	-	-
	网点增幅	-	-	-	-	-	-	-	-
	收入金额	244	291	535	-	-	-	-	-
	收入增幅	-	-	-	-	-	-	-	-

在各品牌的专卖与专柜零售网点数量变动方面，在 2016 年普遍呈现出专卖网点增速均高于专柜网点的情况。近年来，百货商场作为传统的零售渠道，因其通常位于城市旧商业街区，具有以商品购物为主、场地空间有限等特征，更容易被线上购物所冲击，也正逐步被集购物、餐饮、娱乐等为一体的新型购物中心所替代，消费景气度出现下降的情况。由此，为适应市场环境变化、积极推进渠道战略转型，除 UlifeStyle 等几个报告期内新推出的品牌及 La Chapelle Kids 外，各品牌 2016 年度专卖网点增速均高于专柜网点的增速；此外，对 La Chapelle、Puella 两个 2005 年以前推出的老品牌，由于其线下门店开设时间相对较早，随着公司对专柜渠道的调整，2016 年与 2015 年出现了年末专柜数量下降的情形。

在各品牌网点数量变动与收入变动的匹配方面，公司各品牌专卖与专柜零售网点的数量变动，与对应销售收入的变动情况整体上保持一致。其中，La Chapelle Kids 在 2016 年度的专卖及专柜渠道收入增速与上年接近，但专卖及专柜网点数量均有下降，主要系门店数量的统计方式调整所致。2016 年起，对于 La Chapelle Kids 与 La Chappelle 品牌在同一个门店内销售的情形，网点数量计入 La Chappelle 品牌，La Chapelle Kids 的网点数量为其独立的运营品柜数量。因此，在新的统计方式下，2016 年末 La Chappelle Kids 门店数量大幅下降，但品牌实际网点数量有所增加。此外，MARC ECKO 品牌在 2016 年度的专卖网点数量下降 18.18% 而专卖收入增长 527.39%，主要系 MARC ECKO 品牌自 2015 年 9 月起开始销售，而 2016 年收入对应完整年度，从而弱化了年度间门店数量变动与销售收入变动的可比性。

3、营业成本分析

报告期内，公司营业成本以包工包料类成衣采购额为主，仅少数子公司采取委托加工模式，各期营业成本的构成明细如下：

单位：万元

生产类型	成本构成	2016 年度		2015 年度		2014 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
包工包料	采购额	304,536	99.16%	256,652	99.42%	216,006	100.00%
委托加工	面辅料	1,392	0.45%	761	0.30%	-	-
	加工费	1,180	0.38%	730	0.28%	-	-
	小计	2,572	0.83%	1,491	0.58%	-	-
其他		22	0.01%	2	0.00%	-	-
合计		307,130	100.00%	258,145	100.00%	216,006	100.00%

公司主要采用包工包料的产品生产与采购模式。2014 年度，营业成本全部为成衣产品的采购金额，与供应商直接结算产品的采购金额，未进一步区分产品的原材料成本与加工费。公司于 2015 年收购的子公司杰克沃克及 2016 年出资设立的广州熙辰部分采用委托加工的生产模式，即由子公司采购面辅料、供应商提供加工服务，由此产品的成本构成可进一步区分为面辅料成本与委托加工费。报告期内，公司营业成本以产品的成衣采购为主，最近三年占总营业成本比重均在 99%以上。

（二）营业毛利变动分析

1、综合毛利率分析

报告期内，公司毛利率情况如下：

金额单位：万元

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
营业收入	855,087	743,893	620,891
减：营业成本	307,130	258,145	216,006
营业毛利	547,957	485,748	404,886
营业毛利率	64.08%	65.30%	65.21%

2014 年度、2015 年度及 2016 年度，公司的综合毛利率分别为 65.21%、65.30% 和 64.80%，报告期内保持相对平稳。其中，公司 2016 年度综合毛利率小幅下降主要与公司线下渠道结构转型、线上收入规模持续扩大有关。在线下渠道方面，公司购物中心型专卖店的拓展较为迅速，为促进产品销售、扩大市场规模，公司专卖渠道的折扣力度有所加大，进而带动了该渠道毛利率的下降。在线上渠道方面，公司电商渠道销售规模在 2016 年保持较快增长，但该渠道的毛利率相对较

低。在以上两方面因素的影响下，尽管公司重要的专柜渠道毛利率略有提高，公司整体综合毛利率仍略有小幅下降。

2、分渠道毛利率分析

（1）产品定价情况

在产品的定价机制方面，公司首先以产品制造成本与定价倍数为基础为确定产品的吊牌价，在产品的销售过程中，通常在吊牌价的基础上给予消费者一定的零售折扣，进而形成产品的实际零售价。

公司相同品牌的产品在不同渠道模式下的吊牌价成本倍数保持一致，且在不同产品类别间也保持相对一致，只是线上销售产品的定价倍率明显低于线下渠道销售的产品。公司通过线上销售的产品品牌主要分为两类，一类是公司于 2015 年 4 月收购的子公司杭州黯涉旗下的 OTHERMIX 等线上品牌，其定价倍率较低；另一类是母公司运营的 La Chapelle、Puella 等品牌，具有高于 OTHERMIX 等线上品牌的成本定价倍率。因此，2014 年度公司线上销售的成本定价倍率与线下渠道基本一致，而 2015 及 2016 年度线上销售商品的定价明显低于线下渠道。

报告期内，公司各产品及渠道的平均零售价如下：

单位：元/件

年份	产品	专柜	专卖	线上	加盟
2016 年度	上装	273.14	236.85	151.88	107.36
	下装	171.39	157.04	107.34	68.64
	裙装	193.98	175.43	131.90	-
	服饰小计	238.97	210.41	139.24	95.45
	配饰	87.59	78.90	16.54	21.03
	合计	236.16	207.02	134.86	84.73
2015 年度	上装	282.19	242.00	152.63	179.89
	下装	169.41	157.74	101.16	117.97
	裙装	195.31	181.28	132.80	-
	服饰小计	243.20	214.14	136.37	166.83
	配饰	92.12	81.87	59.41	34.17
	合计	241.72	212.28	135.67	163.15
2014 年度	上装	312.88	259.83	222.08	-
	下装	168.26	154.15	92.62	-
	裙装	223.42	202.70	136.77	-

年份	产品	专柜	专卖	线上	加盟
	服饰小计	262.90	226.31	182.71	-
	配饰	95.01	74.48	43.56	-
	合计	261.86	224.66	180.28	-

注：上表零售价格为折后价。

公司各渠道零售价存在一定差异，其中专柜价格略高于专卖，线上及加盟渠道价格则明显偏低。由于公司电商品牌 OTHERMIX/OTHERCRAZY 等仅通过线上渠道销售，其定价倍率显著低于其他品牌，因此拉低了电商渠道平均零售价。报告期内，加盟渠道收入主要来源于子公司杰克沃克的男装品牌 JACK WALK，2016 年该公司对该品牌进行了加盟转直营的经营调整并低价清出库存，导致加盟渠道各品类产品的平均零售价下降明显。

公司同款商品在不同渠道的吊牌价相同，因此专柜和专卖渠道的零售价差异主要系折扣力度不同所致。报告期内，各销售模式下的分产品折扣系数如下：

单位：折

年份	产品	专柜	专卖	线上	加盟
2016 年度	上装	6.5	5.6	5.8	1.5
	下装	7.0	6.4	6.6	1.5
	裙装	6.4	5.9	6.1	-
	服饰小计	6.5	5.8	6.0	1.5
	配饰	5.5	4.9	4.4	1.9
	合计	6.5	5.7	6.0	1.5
2015 年度	上装	6.7	5.8	5.9	2.8
	下装	7.2	6.6	7.2	3.0
	裙装	6.5	6.1	5.8	-
	服饰小计	6.7	5.9	6.1	2.9
	配饰	6.1	5.2	5.6	7.8
	合计	6.7	5.9	6.1	2.9
2014 年度	上装	7.0	5.8	4.2	-
	下装	7.5	6.8	4.8	-
	裙装	7.2	6.6	4.4	-
	服饰小计	7.1	6.1	4.3	-
	配饰	6.1	5.0	4.2	-
	合计	7.1	6.1	4.3	-

注：折扣系数为零售价较吊牌价的成交价格比例，如 6.5 折指产品的零售价按吊牌价的 65% 进行销售。

报告期内，公司销售商品的折扣一般在 4 折至 7 折之间，其中专卖渠道折扣力度较专柜通常更大，一是因为专柜销售金额经百货商场扣点后计入收入，相较专卖模式留给公司的折扣空间更小；二是公司对专卖店控制力度较强、促销政策灵活度较高。对于电商渠道，2014 年度，公司尚未收购杭州黯涉，线上销售的产品均为公司原线下品牌，产品的吊牌价格较高，为适应消费者线上购物偏重于性价比的消费习惯，产品线上销售的折扣力度相对较大。2015 年及 2016 年度，由于杭州黯涉子公司七格格的品牌采用了定价低、折扣低的定价方式，公司线上渠道平均折扣系数有所提高。报告期内，公司加盟模式折扣力度及其变化较大，一方面在加盟模式下，向加盟商的产品销售价格通常显著低于对消费者的零售价格；另一方面，公司在 2016 年底开始着手对杰克沃克进行产品优化调整，原货品进行了较大折扣的清仓处理。由于加盟模式业务收入的占比极低，其相对较低的折扣系数及其变化对公司整体产品定价不存在显著影响。

（2）各类销售模式下毛利率及其差异的原因

报告期内，公司各销售渠道的毛利率情况如下：

渠道类别	2016 年度		2015 年度		2014 年度
	毛利率	变动	毛利率	变动	毛利率
专柜	64.58%	0.62	63.96%	0.26	63.70%
专卖	66.82%	-3.31	70.14%	1.98	68.16%
线上	53.11%	-1.66	54.77%	-1.82	56.59%
加盟	18.62%	-6.89	25.51%	-	-
合计	64.08%	-1.22	65.30%	0.09	65.21%

报告期内，公司综合毛利率保持相对平稳，未发生较大幅度变化。其中，公司专柜渠道销售收入系扣除商场扣点后的不含税销售净额，而专卖渠道的销售收入则为公司对消费者的不含税销售总额，因此专卖渠道的毛利率通常高于专柜渠道。同时，公司线上销售由于经常进行较大折扣的商品促销或采取较低的产品定价，故销售毛利率通常低于线下渠道，符合实际商业情况。

2016 年度，公司专柜毛利率保持相对平稳且略有提高，而专卖毛利率出现下降，主要有以下两因素：一方面，受近年来百货商场低迷、购物中心兴起的影响，公司对部分业绩较差、盈利性较低的专柜店进行了关闭，使得当年度专柜渠

道的综合毛利率稳中略升；另一方面，公司在加强购物中心型专卖店建设的同时，为促进产品销售与市场扩张，对专卖店的零售折扣力度有所加大。

此外，对于线上渠道，由于消费者线上购物较为注重产品性价比，公司在销售规模保持持续、较快增长的同时，亦对产品销售的折扣力度逐步略有提高，毛利率在报告期内相应有所下降。2016 年度杰克沃克因产品的优化调整，加盟业务有所暂停与收缩，因此相关加盟业务的毛利率下降较为明显。

公司主要采用包工包料的产品供应模式，报告期内各类产品的单位成本较为稳定，各销售模式下毛利率差异主要与单位售价因素有关。报告期内，专卖渠道的毛利率高于专柜渠道，主要系公司在专柜模式下依照联营商场扣取扣点后的净额确认收入，因此对于以相同零售价销售的产品，专柜模式下所确认的销售收入低于不存在扣点的专卖模式。2014 至 2016 年度，专柜渠道收入扣点比例如下：

报告期	2016 年度	2015 年度	2014 年度
扣点比例	26.76%	26.91%	28.59%

公司线上渠道销售毛利率较低，主要与产品定价和折扣力度有关。2015 年 4 月，公司完成了杭州黯涉的收购，该子公司旗下的 OTHERMIX/OTHERCRAZY 等品牌仅在线上销售（以下简称“七格格品牌”或“线上品牌”），其定价及折扣策略与公司原有主要通过线下渠道销售的 La Chapelle、Puella 等品牌（以下简称“母公司品牌”）存在不同。报告期内，母公司及七格格品牌线上销售的定价及折扣情况如下：

渠道类别	2016 年度			2015 年度			2014 年度		
	母公司	七格格	合计	母公司	七格格	合计	母公司	七格格	合计
销售收入占比	65.02%	34.98%	100.00%	61.11%	38.89%	100.00%	100.00%	-	100.00%
吊牌价成本倍数	6.22	2.34	4.53	6.33	2.67	4.65	6.29	-	6.29
折扣系数	4.9	9.6	6.0	4.9	9.2	6.1	4.3	-	4.3

注：上表中“七格格”代表七格格自有的、仅在线上销售的品牌，如 OTHERMIX、OTHERCRAZY 等；“母公司”为公司原主要通过线下渠道销售的品牌，如 La Chapelle、Puella 等。

公司的母公司品牌在线上与线下渠道的销售采取相同的吊牌价，而线上销售的折扣力度较大，报告期内各年度平均折扣在 5 折以下。七格格品牌作为纯线上品牌，采取低吊牌价定价倍率、低零售折扣力度的定价策略，报告期内的零售折

扣系数保持在 9 折以上。2015 年及 2016 年，公司线上销售收入中母公司品牌占比约为 60%，七格格品牌占比约为 40%，整体平均折扣系数在 6 折左右。

公司加盟业务规模小、占比低，仅子公司杰克沃克下男装品牌 JACK WALK 及广州熙辰下女装品牌 Siastella 在报告期内存在少量加盟门店。报告期内，加盟收入主要为 JACK WALK 品牌的加盟业务收入。该品牌定位为高性价比男装，2015 年定价相对较低；2016 年公司拟对 JACK WALK 进行经营调整、改为全直营模式，因此涉及对品牌库存的低价清仓处理，导致其毛利率较低。

3、分品牌毛利率分析

报告期内，公司分品牌的毛利率情况如下：

项目	2016 年度		2015 年度		2014 年度
	毛利率	变动	毛利率	变动	毛利率
La Chapelle	66.13%	-1.33	67.46%	1.43	66.03%
Puella	65.83%	-0.34	66.17%	-0.28	66.45%
Candie' s	60.94%	-3.25	64.19%	-1.06	65.25%
7m	64.60%	0.78	63.82%	1.23	62.60%
La Babité	66.41%	-0.89	67.30%	2.65	64.65%
Vougeek/POTE	58.03%	-1.21	59.24%	-1.18	60.41%
La Chapelle Kids	66.27%	1.84	64.43%	8.44	55.99%
UlifeStyle	66.92%	-5.96	72.88%	-	-
OTHERMIX/ OTHERCRAZY	41.74%	-5.14	46.88%	-	-
MARC ECKÖ	75.05%	1.45	73.60%	-	-
JACK WALK/O.T.R	17.52%	-12.93	30.45%	-	-
Siastella	67.72%	-	-	-	-
合计	64.08%	-1.22	65.30%	0.09	65.21%

在公司各服装品牌中，收入占比较大的几个品牌如 La Chapelle、Puella、7m 和 La Babité 的毛利率保持相对平稳。在 2016 年，该等品牌的毛利率略有下降，一方面受消费市场疲软的影响，各品牌产品的促销力度略有提高；另一方面，该等品牌的线上销售规模在 2016 年度进一步扩大，为满足线上购物注重性价比的消费特征并为快速抢占线上市场份额，产品的线上销售折扣会有所提高。对于公

司的童装品牌 La Chapelle Kids，因其在报告期内处于培育阶段，毛利率随着品牌的发展亦逐步提高至公司其他品牌的平均水平。

同时，在公司 2015 年新并入和创立的品牌中，子公司杭州黯涉的 OTHERMIX 和 OTHERCRAZY 品牌因定位强调性价比的电商品牌，而具有相对较低的毛利率；UlifeStyle 作为公司于 2015 年推出的大众快时尚品牌，在 2015 年由于以销售当年货品为主而具有相对较高的毛利率，在 2016 年随着销售规模的扩大以及往季货品的留存，该品牌的综合毛利率亦有所下降；MARC ECKO 系公司于 2015 年下半年推出的时尚男装品牌，由于在 2015 年的销售规模较小，2016 年仍以销售当年款产品为主，故保持了相对较高的毛利率。子公司杰克沃克旗下的 JACK WALK 品牌在并入公司的 2015 年以加盟模式为主，具有相对较低的销售毛利率，后在 2016 年随着产品的升级调整以及旧款产品的促销处理，品牌毛利率出现暂时性下降；接下来，该品牌将逐步完成调整期，品牌毛利率有望实现明显提升。

在公司的女装品牌中，于 2013 年以前推出的 La Chapelle、Puella、Candie's、7m 和 La Babité 毛利率水平接近，其中 Candie's 于 2016 年毛利率较低，主要是因款式设计的原因，当季产品的适销率较低，为促进产品销售，公司加强了促销折扣所致；7m 品牌毛利率较其他品牌偏低，主要系其品牌定位为年轻、个性、平价。2015 年，公司推出高性价比的快时尚品牌 UlifeStyle，由于当年以销售新款秋冬装为主，毛利率较高；公司于 2015 年控股合并的子公司杭州黯涉，旗下 OTHERMIX/OTHERCRAZY 等品牌仅在线上销售，定价较低，因此毛利率处于较低水平。2016 年，公司推出定位于 28-35 岁都市精众女性的中高端品牌 Siastella，其毛利率水平与其他女装基本一致。

2011 年以来，公司亦推出男装及童装品牌。男装品牌 Vougeek/POTE 定位为高性价比男装，具有相对略低的毛利率；MARC ECKO 品牌定位中高端，毛利率相对较高；JACK WALK 品牌在报告期内存在部分加盟模式且经历品牌调整，因此毛利率较低。公司于 2013 年推出童装品牌 La Chapelle Kids，品牌在报告期内逐步调整定位，毛利率逐年上升。

报告期内，公司各品牌的产品零售折扣与平均零售价格情况如下：

品牌	折扣系数（折）	平均零售价（元/件）	品牌定位

品牌	折扣系数（折）			平均零售价（元/件）			品牌定位
	2016	2015	2014	2016	2015	2014	
La Chapelle	6.0	6.4	6.8	243.43	249.13	262.87	25-35 岁时尚女白领
Puella	6.2	6.2	6.7	214.75	208.90	233.76	18-28 的女孩，时尚、潮流、舒适
7m	6.4	6.9	6.9	200.27	217.36	232.97	18-25 岁的消费群体，平价、潮流
La Babité	6.2	6.7	7.0	229.02	247.35	272.33	20-35 岁，气质新鲜
Candie' s	5.7	6.2	6.8	206.37	220.06	278.49	20 左右，风格甜美
Vougeek/POTE	5.3	5.5	6.1	233.94	229.01	263.28	25-35 岁现代男性，高性价比
La Chapelle Kids	5.9	7.7	5.3	136.86	186.31	122.63	5-10 岁男女童装
UlifeStyle	6.8	7.3	-	201.23	303.61	-	20-40 岁高性价比、快时尚女装
OTHERMIX/ OTHERCRAZY	9.6	9.2	-	104.33	107.75	-	18-29 岁都市女性
MARC ECKO [®]	6.6	6.6	-	469.44	725.82	-	28-35 岁白领男装
JACK WALK/O.T.R	2.3	5.7	-	103.45	208.15	-	25-40 岁高性价比男装
Siastella	6.3	-	-	910.60	-	-	28-35 岁都市精众女性，轻奢风格

注：平均零售价=品牌年度零售价收入/年度销售商品件数

公司女装品牌的吊牌价成本倍数通常在 6-7 倍之间，平均零售单价介于 200 元与 300 元之间，平均零售单价介于 200 元与 300 元之间。OTHERMIX/OTHERCRAZY 为纯线上品牌，定价、售价均较低。UlifeStyle 为高性价比、快时尚品牌，其售价与其他女装品牌接近而吊牌价成本倍数偏低；2015 年品牌首次推出并销售秋冬新款，因此平均零售价较高。Siastella 为公司 2016 年推出、定位轻奢风格的女装，其单件零售价较高。

Vougeek/POTE 为公司高性价比男装品牌，其单件售价与主要女装品牌接近而吊牌价成本倍数偏低。MARC ECKO[®] 为高端男装，其定价、售价均较高，2015 年由于品牌首次推出其单价零售价相对较高。男装品牌 JACK WALK 及童装品牌 La Chapelle Kids 处于品牌调整阶段，报告期内其定价和售价存在一定波动。

（三）期间费用分析

报告期，公司的期间费用情况如下表：

金额单位：万元

期间费用	2016 年度	2015 年度	2014 年度

	金额	占营业收入比	金额	占营业收入比	金额	占营业收入比
销售费用	404,527	47.31%	339,376	45.62%	280,645	45.20%
管理费用	39,166	4.58%	33,402	4.49%	25,753	4.15%
财务费用	163	0.02%	-3,423	-0.46%	6,210	1.00%
合计	443,856	51.91%	369,356	49.65%	312,608	50.35%

2014 年度至 2016 年度，公司期间费用率分别为 50.35%、49.65%和 51.91%，并因公司全直营销售模式而主要以销售费用为主。报告期内，公司期间费用的构成及各项费用的费用率较为稳定，未发生重大变化；其中，2016 年度销售费用占营业收入比较以前年度略有增加，主要系在公司销售费用随零售网点的扩张，尤其是专卖网点的增加而保持稳步增长的同时，营业收入的增幅受零售市场疲软的影响而相对有所放缓。

1、销售费用

报告期内，公司销售费用的构成情况如下：

金额单位：万元

销售费用	2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
员工费用	190,291	47.04%	170,373	50.20%	145,932	52.00%
租赁费	107,073	26.47%	76,265	22.47%	62,846	22.39%
长期待摊费用摊销	33,254	8.22%	34,970	10.30%	29,993	10.69%
公用事业费	21,470	5.31%	19,732	5.81%	16,724	5.96%
市场推广及促销费	18,499	4.57%	12,930	3.81%	7,978	2.84%
物流费	11,435	2.83%	8,784	2.59%	5,210	1.86%
低值易耗品	10,982	2.71%	6,564	1.93%	6,442	2.30%
其他	11,523	2.85%	9,759	2.88%	5,522	1.97%
合计	404,527	100.00%	339,376	100.00%	280,645	100.00%

报告期内，公司销售费用的构成结构较为稳定，未发生重大变化，各项费用随公司经营规模、员工人数、零售网点数量的增加而逐步提升。公司 2016 年租赁费金额及占比较以前年度上升，主要系 2015 年下半年以来公司新开网点的专卖店数量及占比提升，带动了门店租赁费用的增加。2016 年度，公司租赁费的增幅显著高于 2015 年度，主要系公司在 2016 年新开专卖网点的数量显著高于

2015 年度，例如 2016 年公司净新开专卖 903 家、专柜 142 家，2015 年公司净新开专卖 373 家、专柜 600 家。此外，公司 2016 年度市场推广及促销费增加，主要系公司新开门店对应的商场费用、电商营销投入等。

（1）公用事业费

公司销售费用中的公用事业费主要核算门店和区域办公室发生的水电费、办公费、装修费等。其中，水电费为水费和电费的支出，办公费为办公用品、宽带费等办公发生的费用，装修费核算不满足资本化条件的装修支出，“其他”项目包含防盗、消防设备等支出。报告期内其明细如下：

单位：万元

费用明细	2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额	费用占比	金额	费用占比	金额	费用占比
水电费	16,255	75.71%	14,818	75.10%	12,712	76.01%
办公费	2,566	13.16%	3,126	15.83%	2,476	14.82%
装修费	1,385	6.45%	1,341	6.79%	983	5.88%
其他	1,264	5.88%	575	2.92%	880	5.26%
合计	21,470	100.00%	19,732	100.00%	16,724	100.00%

从结构上看，公司销售费用中的公用事业费构成基本稳定，其中水电费占比最高，报告期内水电费占比分别为 76.01%、75.01%和 75.71%，其他各项费用占比均在 10%以下。

公司按照权责发生制对销售费用中的公用事业费进行核算，根据每月实际发生的水电费、办公费等其他相关的公用事业费入账，已经收到发票的根据发票金额入账，尚未收到发票的根据实际发生额进行暂估，期后到票后根据实际到票金额入账。

（2）市场推广及促销费

公司销售费用中的市场推广及促销费主要包括促销费、电子商务费、海报费、市场策划费等，明细情况如下：

单位：万元

费用明细	2016 年度			2015 年度			2014 年度	
	金额	占比	增幅	金额	占比	增幅	金额	占比
促销费	6,964	40.22%	1,787	5,177	41.83%	995	4,182	52.42%

费用明细	2016 年度			2015 年度			2014 年度	
	金额	占比	增幅	金额	占比	增幅	金额	占比
电子商务费	6,161	35.59%	2,879	3,282	26.52%	2,620	662	8.30%
海报费	3,013	17.40%	-315	3,328	26.89%	1,238	2,090	26.19%
其他	1,175	6.79%	584	590	4.77%	-454	1,044	13.09%
合计	17,312	100.00%	4,935	12,378	100.00%	4,400	7,978	100.00%

公司销售费用中的市场推广及促销费包括促销费、电子商务费、海报费等费用。其中，促销费主要核算门店促销相关的促销人员费、推广宣传费等费用；电子商务费主要核算电商运营相关的运维服务费、平台服务等；海报费为公司线下门店的海报类费用支出；其他费用包含广告费、模特拍摄费、特卖会相关费用等。报告期内，公司市场推广及促销费结构较为稳定，促销费、电子商务费、海报费合计占比分别为 86.91%、95.23%和 93.21%，是该费用的主要组成部分。

2015 年公司市场推广及促销费比上年增加 4,400 万元，其中电子商务费增加 2,620 万元、海报费增加 1,238 万元，是费用增加的主要原因。2015 年公司控股合并子公司杭州黯涉，该公司主要通过电商平台销售服饰，导致当期合并报表中“电子商务费”大幅增加。同期公司海报费用增加较多，主要系公司当期门店海报宣传的力度较大。

2016 年公司市场推广及促销费比上年增加 4,935 万元，其中电子商务费增加 2,879 万元、促销费增加 1,787 万元，是费用增加的主要原因。2016 年公司新开专卖店数量较多，为促进新店销售收入支出了较多促销费用。同期公司大力发展电商渠道，线上销售收入增长 71.25%，电商费用相应增加 87.71%，增加幅度基本一致。

销售费用是指企业在销售商品的过程中发生的各种费用。公司根据权责发生制对销售费用下的市场推广及促销费进行核算，根据每月实际发生的门店促销费、电商运营费、海报费等其他相关的费用入账，已经收到发票的根据发票金额入账，尚未收到发票的根据实际发生额进行暂估，期后到票后根据实际到票金额入账。

（3）物流费与产品销量的变动关系

报告期内，公司分线上、线下渠道的物流费用及产品销量对比表格如下：

费用明细	2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	线上	线下	线上	线下	线上	线下
销售数量（万件）	874	4,809	511	4,287	22	3,637
销售费用-物流费（万元）	4,405	7,030	3,051	5,733	156	5,054
平均物流费用（元/件）	5.04	1.46	5.98	1.34	7.06	1.39

注：平均物流费用=物流费用/销售数量

公司线上销售服饰数量及物流费用均增长较快。报告期内，线上销售商品平均每件物流费用分别为 7.06 元、5.98 元和 5.04 元，呈现逐年下降趋势，主要系公司电商渠道逐步完善，且线上销售规模扩大后，平均单件商品分摊的物流成本有所降低。

公司线下渠道物流费用随线下收入增加而增长。报告期内，线下销售商品平均每件物流费用分别为 1.39 元、1.34 元和 1.46 元。2016 年线下渠道平均每件销售商品物流费用上升，主要系公司当年新开专卖店较多、门店之间货品调拨量增加所致。由于专卖店由公司直接向消费者收银结算，公司对专卖店货物调拨灵活度较专柜渠道更高。2016 年度公司净新增 1,014 个线下门店，其中专卖店占比 89.05%，为公司迅速应对市场、灵活调配货物提供了空间。

2、管理费用

报告期内，公司管理费用明细列示如下：

金额单位：万元

项目	2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
员工费用	25,379	64.80%	20,446	61.21%	17,141	66.56%
样衣研发费	2,762	7.05%	2,143	6.42%	935	3.63%
咨询费及技术服务费	1,904	4.86%	2,369	7.09%	1,029	4.00%
租赁费	1,989	5.08%	1,837	5.50%	656	2.55%
差旅费	1,906	4.87%	1,281	3.83%	867	3.36%
无形资产摊销	1,357	3.46%	1,361	4.08%	1,111	4.31%
公用事业费	1,488	3.80%	1,545	4.63%	814	3.16%
固定资产折旧	820	2.09%	954	2.86%	927	3.60%
其他	1,561	3.99%	1,467	4.39%	2,273	8.83%
合计	39,166	100.00%	33,402	100.00%	25,753	100.00%

公司管理费用的支出结构未发生重大变化，费用规模随公司经营规模、人员数量的扩大而保持平稳增长。

2015 年度，公司员工费用的占比较上一年有所降低，主要系公司在该年度增加了咨询费及技术服务费、样衣研发费等其他支出，致使员工费用占比相对下降。此外，2014 年 12 月起，公司总部部分办公地点搬迁至新租赁物业，办公场所的紧张得到了明显缓解，相关租赁费和水电等公共事业费随之增长。公司 2015 年度咨询费及技术服务费出现了暂时性提高，主要系 2015 年公司处于管理战略调整、信息系统升级的阶段，当年相关的咨询与技术服务费用支出较大。

2016 年度，公司员工费用金额及占比增加，一方面公司非销售类员工人数随经营规模的发展而保持平稳增长，另一方面为加强员工激励，公司在当年对员工的薪酬水平与业绩奖金有所提高。此外，公司 2016 年度样衣研发费比 2015 年增长了 28.88%，主要系公司重点推出的新品牌 UlifeStyle 相关开发样品费增加所致。

（1）公用事业费

公司管理费用中的公用事业费主要核算总部发生的办公费、水电费等支出。其中，办公费包括办公用品、宽带费等办公发生的费用，水电费即水电费用支出，“其他”项目包含少量维修费用、不满足资本化条件的装修费用等支出。报告期内其明细如下：

单位：万元

费用明细	2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额	费用占比	金额	费用占比	金额	费用占比
办公费	990	66.55%	1,079	69.85%	552	67.77%
水电费	403	27.05%	328	21.24%	211	25.94%
其他	95	6.41%	138	8.90%	51	6.29%
合计	1,488	100.00%	1,545	100.00%	814	100.00%

从结构上看，公司管理费用中的公用事业费构成基本稳定，其中办公费、水电费占比最高，报告期内其合计占比分别为 93.26%、91.07%和 93.73%，其他费用占比不足 10%。

公司按照权责发生制对管理费用中的公用事业费进行核算，根据每月实际发

生的水电费、办公费等其他相关的公用事业费入账，已经收到发票的根据发票金额入账，尚未收到发票的根据实际发生额进行暂估，期后到票后根据实际到票金额入账。

（2）咨询费及技术服务费

报告期内，公司管理费用中的咨询费及技术服务费明细如下：

单位：万元

费用明细	2016 年		2015 年		2014 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
咨询服务费	1,494	78.45%	1,899	80.18%	773	75.05%
培训费	237	1.42%	201	8.50%	257	24.95%
招聘费	174	9.12%	268	11.32%	-	-
合计	1,904	100.00%	2,369	100.00%	1,029	100.00%

公司咨询费及技术服务费主要包括咨询服务费、培训费和招聘费。报告期内，费用构成较为稳定，其中咨询服务费为主要部分，报告期内占比均在 75%以上。公司 2015 年度咨询费及技术服务费出现了暂时性提高，主要系 2015 年公司处于管理战略调整、信息系统升级的阶段，当年相关的咨询与技术服务费用支出较大。

报告期内公司咨询及技术服务前五名供应商、采购的服务类型和金额如下：

单位：万元

年度	序号	供应商	采购内容	采购金额	占咨询费用及技术服务费比
2016 年度	1	上海尚齐文化科技股份有限公司	网络广告服务	173	9.11%
	2	上海优骏品牌管理有限公司	品牌设计开发	125	6.54%
	3	广州立品品牌策划有限公司	品牌设计开发	87	4.59%
	4	利标品牌管理（上海）有限公司	品牌设计开发	76	4.01%
	5	逸东信息科技（上海）有限公司	店铺音乐设计	56	2.94%
		合计		518	27.19%
2015 年度	1	西睿羿（上海）商贸有限公司	店铺设计咨询	477	20.14%
	2	青岛菲浦品牌运营有限公司	品牌设计开发	270	11.40%
	3	上海意扬联城企划设计有限公司	店铺设计咨询	224	9.47%
	4	华特迪士尼（上海）有限公司	品牌设计开发	130	5.49%
	5	逸东信息科技（上海）有限公司	店铺音乐设计	28	1.18%
		合计		1,129	47.68%
2014 年度	1	罗兰贝格企业管理（上海）有限公司	战略管理咨询	282	27.40%
	2	怡安翰威特咨询（上海）有限公司	人资薪酬系统	126	12.26%

年度	序号	供应商	采购内容	采购金额	占咨询费用及技术服务费比
	3	国际商业机器(中国)有限公司	信息系统服务	60	5.84%
	4	Peclers Paris (贝克莱尔)	品牌设计开发	37	3.56%
	5	北京品创方略营销咨询有限公司	品牌设计开发	25	2.47%
		合计		530	51.53%

2014 年, 公司采购咨询及技术服务的前五名供应商为公司提供了战略咨询、信息系统等服务。2015 年及 2016 年, 公司采购了较多与品牌运营和店铺设计相关的服务, 主要系公司处于战略调整阶段。报告期内, 前五名供应商波动较为明显, 主要与公司当年业务需求有关。

3、财务费用

报告期内, 公司财务费用明细列示如下:

金额单位: 万元

财务费用	2016 年度	2015 年度	2014 年度
利息支出	1,005	1,637	5,570
减: 利息资本化	754	-	283
减: 利息收入	1,158	2,883	956
汇兑损益	839	3,832	-587
银行手续费	1,909	1,655	1,292
合计	163	-3,423	6,210

报告期初期, 公司保持着较高比例的资产负债率, 利用短期借款满足公司新开门店对采购货品的资金需求。2015 年, 随着公司 H 股发行募集资金的逐步投入使用, 公司银行借款逐步减少, 加之募集资金利息收入与汇兑损益的影响, 公司该年度出现财务收益。2016 年度, 公司净支出 163 万元财务费用, 主要系当年港币汇率下跌, 公司汇兑损益较上年度有所减少。

公司 2014 年度资本化利息金额 283 万元, 2015 年度无资本化利息, 2016 年度资本化利息为 754 万元。

4、租赁费用及装修费用

报告期内, 公司租赁费用、装修费用如下:

单位: 万元

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度

租赁费 ^注	109,062	78,102	63,502
装修费	59,807	31,023	20,254

注：租赁费含经直线法调整后的当期分摊金额、物业费等其他租赁相关费用

公司租赁物业主要用于门店经营，报告期内，随着公司零售网点规模的持续增长，公司租赁费用及装修费用亦有所上升。

（1）租赁的会计处理如下：

公司的租赁为经营租赁，经营租赁的租金支出在租赁期内按照直线法计入当期损益。

对于出租人提供免租期的租赁物业，公司将租金总额在不扣除免租期的完整租赁期内按直线法进行分摊，免租期内确认租金费用和相应的负债。

（2）装修费用的会计处理如下：

公司的长期待摊费用主要包括专柜和专卖店的装修费用。专柜主要开设于百货商场，公司与百货商场签订专柜联营协议，综合考虑联营协议的期限和预计使用寿命，按照 2 年平均摊销；专卖店主要指街边独立店铺以及开设于大型购物中心的独立门店，公司与商场签订租赁合同，综合考虑租约期限和预计使用寿命，按照 3-5 年平均摊销。

公司发生的专柜和专卖店装修费用作为经营租入固定资产改良列示为长期待摊费用，按上述预计受益期间分期平均摊销，并以实际支出减去累计摊销后的净额列示。

公司在估计长期待摊费用（经营租入固定资产改良）的预计使用寿命时，按照过去的性质及功能相似的长期待摊费用（经营租入固定资产改良）的实际可使用年限为基础，同时综合考虑相应的租赁合同期限进行估计。如果该等资产的预计收益期间缩短（如预计提早关闭店铺等），公司将对长期待摊费用进行加速摊销。

每年年末，公司对长期待摊费用(经营租入固定资产改良)的预计收益期间进行复核并作适当调整。

其他同行业公司有关装修费用的会计处理方式如下：

公司名称	装修费用会计处理
安正时尚	公司发生的长期待摊费用按实际成本计价，并按预计受益期限平均摊销。对不能使以后会计期间受益的长期待摊费用项目，其摊余价值全部计入当期损益。
日播时尚	直营自收银店一般按两年摊销。由于商场联营合同期限一般不超过一年，公司对于直营联营店一般按照一年期限在预付账款中核算摊销。
歌力思	长期待摊费用在预计受益期间按直线法摊销。
欣贺股份	长期待摊费用在受益期内平均摊销。本公司承租的物业装修一般为两年进行一次，正常情况下承租的物业装修产生的长期待摊费用应按照两年平均摊销。但对于某些面积大、装修标准高、装修间隔期大于两年的承租的物业，按实际受益期及承租的物业租期孰短确定摊销期限，在摊销期间内平均摊销。
朗姿	经营租赁方式租入的厂房主、房屋装修支出，按租赁期间与预计使用年限较短者进行摊销。
玛丝菲尔	在发生时一次性计入当期损益。
维格娜丝	公司发生的长期待摊费用按实际成本计价，并按预计受益期限平均摊销，对不能使以后会计期间受益的长期待摊费用项目，在确定时将该项目的摊余价值全部计入当期损益。
地素时尚	长期待摊费用按照合同约定的租赁期限平均摊销。

资料来源：各公司年报、招股说明书等。

上述同行业公司中，除玛丝菲尔对装修费用采取一次性计入当期损益的会计处理外，其他同行业公司均以预计收益期或租赁期为依据在收益期间平均摊销，公司关于装修费用的会计处理与多数可比公司一致。

5、行业比较

报告期内，公司期间费用率与服装类（拟）上市公司的比较情况如下：

单位：%

公司	2016 年度			2015 年度			2014 年度		
	销售费用率	管理费用率	期间费用率	销售费用率	管理费用率	期间费用率	销售费用率	管理费用率	期间费用率
朗姿股份	34.83	15.30	50.77	35.65	16.64	54.62	31.97	15.56	48.04
维格娜丝	41.44	13.98	54.65	43.22	11.51	52.81	40.68	8.48	48.68
歌力思	30.33	13.95	43.72	32.37	10.61	41.65	30.91	9.37	40.28
欣贺股份	-	-	-	34.47	8.90	42.05	29.59	7.99	36.64
玛丝菲尔	-	-	-	30.55	7.39	38.06	29.04	6.65	35.95
日播时尚	32.31	13.04	45.86	32.10	13.21	45.80	30.58	11.23	42.10
地素时尚	29.23	7.33	35.23	28.75	9.17	37.56	29.48	8.04	37.60
太平鸟	34.84	8.12	43.54	31.38	7.85	39.71	29.62	7.34	37.34
安正时尚	28.78	13.75	42.95	26.73	13.80	40.96	25.56	14.47	40.12
平均值	33.11	12.21	45.25	32.80	11.01	43.69	30.82	9.90	40.75
拉夏贝尔	47.31	4.58	51.91	45.62	4.49	49.65	45.20	4.15	50.35

注：欣贺股份、玛丝菲尔数据尚未披露。

2014 与 2015 年度，公司期间费用高于女装上市企业的平均水平，主要由公司较高水平的销售费用率所引起。除子公司杰克沃克与广州熙辰在报告期内存在少量加盟门店外，公司对其他品牌均实行全直营销售模式，在获取零售端价值的同时，也承担了零售端的销售费用，而可比上市公司普遍实行直营与加盟相结合的销售模式，销售费用率相对较低。

公司管理费用率低于可比上市公司，一方面系随着公司销售收入的扩大，管理费用的规模效应优势逐渐显现；另一方面，公司实行全直营销售模式，产品的销售增长对营业收入增长的贡献更为明显，从而也进一步降低了管理费用占营业收入的比重。

（四）经营利润分析

2014 年度、2015 年度及 2016 年度，公司净利润分别为 51,121 万元、65,840 万元和 57,227 万元，销售净利率分别为 8.23%、8.85%和 6.69%。

最近三年，公司不断拓展和优化销售渠道、强化库存管理、丰富产品品类与样式，营业收入保持持续增长；同时，公司亦持续加强成本管理与费用控制，销售净利润与销售毛利率保持平稳。其中，2016 年度，公司销售净利率较前期有所下降，主要系公司销售费用在随零售网点发展而保持稳步增长的同时，营业收入受零售市场疲软的影响而增幅有所放缓，致使 2016 年净利润较上年度有所下降。

（五）利润表其他项目分析

（1）资产减值准备

资产减值准备的具体分析请详见本节“一、财务状况分析”中有关资产减值准备提取情况的具体内容。

（2）营业外收入和支出分析

公司营业外收入主要为企业扶持政策、个人所得税手续费返还、上市补贴等政府补助，营业外支出主要为固定资产处置损失。2014 年度、2015 年度及 2016

年度，公司的营业外收入分别为 5,230 万元、6,504 万元和 8,247 万元，营业外支出分别为 110 万元、76 万元和 168 万元，营业外收支净额分别为 5,121 万元、6,429 万元和 8,079 万元。报告期内，营业外收支净额占利润总额的总比重依次为 7.48%、7.31%和 10.51%，公司经营与盈利情况对营业外收支未构成重大依赖。

公司营业外支出金额及占比均较低，2016 年度公司“营业外收入-非流动资产处置利得”增加主要系零星固定资产处置收入略有增加。2015 年度，公司营业外支出及非流动资产处置损失降低，主要系当年处置非流动资产较少、未发生相对较大金额的固定资产处置损失。2016 年度，营业外支出及非流动资产处置损失增幅较大，主要系零售行业走弱的大环境下，公司于当年清理亏损门店导致报废的固定资产增加。

（3）所得税费用分析

金额单位：万元

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
当期所得税费用	22,187	24,959	19,202
递延所得税费用	-2,541	-2,882	-1,885
所得税费用合计	19,645	22,077	17,317
占利润总额的比例	25.56%	25.11%	25.30%

2014 年度、2015 年度及 2016 年度，公司所得税费用分别为 17,317 万元、22,077 万元和 19,645 万元，占利润总额比重分别为 25.30%、25.11%和 25.56%。

（4）少数股东损益

2015 年度，公司少数股东损益比上年增长 456.09%，主要系期内公司控股合并杰克沃克和杭州黯涉所致。

（六）与可比公司盈利指标的比较

2014 年、2015 年及 2016 年，公司与女装类（拟）上市公司的营业收入、净利润、毛利率及净利率的比较情况如下：

公司	营业收入（亿元）			净利润（亿元）		
	2016 年	2015 年	2014 年	2016 年	2015 年	2014 年
朗姿股份	13.68	11.44	12.35	1.84	0.74	1.21

公司	营业收入（亿元）			净利润（亿元）		
	2016 年	2015 年	2014 年	2016 年	2015 年	2014 年
维格娜丝	7.44	8.24	8.47	1.00	1.12	1.38
歌力思	11.32	8.35	7.44	2.22	1.60	1.38
欣贺股份	-	18.13	22.18	-	3.60	5.32
玛丝菲尔	-	24.80	22.08	-	7.05	6.70
日播时尚	9.49	8.98	9.11	0.77	0.75	0.84
地素时尚	18.16	18.52	17.74	5.22	-	4.62
太平鸟	63.20	59.03	49.99	4.21	5.33	4.31
安正时尚	12.06	12.25	11.72	2.36	2.44	2.29
平均值	19.34	18.86	17.90	2.52	2.83	3.12
拉夏贝尔	85.51	74.39	62.09	5.72	6.58	5.11

(续)

公司	毛利率（%）			净利率（%）		
	2016 年	2015 年	2014 年	2016 年	2015 年	2014 年
朗姿股份	54.96	58.99	60.66	13.44	6.51	9.81
维格娜丝	70.24	70.33	71.05	13.48	13.60	16.32
歌力思	68.96	67.61	67.51	19.64	19.14	18.55
欣贺股份	-	78.68	77.78	-	19.87	23.96
玛丝菲尔	-	79.33	79.12	-	28.44	30.34
日播时尚	61.74	61.73	58.84	8.15	8.38	9.26
地素时尚	75.06	74.54	73.55	28.77	27.17	26.07
太平鸟	54.95	54.24	53.51	6.67	9.03	8.62
安正时尚	70.63	68.61	69.61	19.57	19.91	19.52
平均值	65.22	68.23	67.96	15.67	16.89	18.05
拉夏贝尔	64.08	65.30	65.21	8.85	8.85	8.23

说明：欣贺股份、玛丝菲尔财务数据尚未披露。

公司营业收入与净利润普遍领先于境内 A 股（拟）上市女装企业，而销售毛利率与净利率低于该等可比公司，主要与公司的市场定位与经营战略有关。一方面，本公司定位于大众时尚休闲服装市场，具有客户群体广泛、市场空间巨大、注重产品性价比等特点；可比公司除太平鸟外，则普遍定位于成熟女装细分市场，目标客户的年龄层与产品定价通常高于大众女装，具有较高的销售毛利率与净利

率，但市场空间却小于大众消费市场。另一方面，公司采取接近全直营的运营模式，而行业内其他公司通常采用直营和加盟相结合的方式，故公司相关的销售费用及期间费用显著高于行业其他公司。因此，公司具有毛利率与行业平均水平较为接近，而净利率低于行业平均水平的特征，符合公司产品的细分市场定位与经营模式等实际情况。

另一方面，本公司实行多品牌差异化战略，通过风格多样、款式丰富、注重性价比的多品牌产品，可有效满足大众时尚服装多样化的产品需求；同时，公司通过广泛分布、注重服务的全直营零售网络，实现了对大众消费者的广泛覆盖。由此，公司的产品开发与销售渠道准确地把握了大众时尚休闲服装市场的市场空间、需求特征与客群分布，经营规模与盈利水平实现了较大规模的稳步增长。

（七）报告期内非经常性损益情况

2014 年度和 2015 年度及 2016 年度，公司非经常性损益依次为 3,834 万元、4,757 万元和 5,996 万元，占各年度归属于母公司股东净利润的比例依次为 7.62%、7.73%和 11.27%，对公司经营状况与盈利水平不构成重大影响。2016 年度公司非经常损益占比较前期有所提高，主要系公司非经常性损益在随政府补助的增加而保持平稳增长的同时，同期营业利润较上年度有所下降，致使非经常性损益占净利润的比重较以前年度增加。非经常性损益的构成明细详见本招股说明书“第十节 财务会计信息”之“四、非经常性损益”。

报告期内，公司递延收益的余额均为与资产相关的政府补助。与资产相关的政府补助于收到钱款时确认为递延收益，并在相关资产使用寿命内平均分配，计入当期损益。报告期内，公司与政府补助相关的递延收益余额如下：

单位：万元

补助明细	2016-12-31	2015-12-31	2014-12-31
现代服务业专项资金	66	70	61
项目建设扶持资金	600	600	-
合计	666	670	61

递延收益中政府补助主要包括公司收到上海徐汇区商务委员会拨付的现代服务业专项资金和天津西青区大寺镇人民政府拨付的项目建设扶持基金。公司在

收到专项资金后确认为递延收益，在达到预先规定的指标，并在相关部门检验合格后符合条件的部分确认为当期收益，余额计入递延收益。

报告期内，公司与政府补助相关的营业外收入明细如下：

单位：万元

补贴明细	2016 年度	2015 年度	2014 年度	相关政府补助是都已收到	属于资产相关还是收益相关
企业扶持政策	7,746	6,106	3,662	已收到	收益相关
现代服务业专项资金	100	88	225	已收到	收益相关
地方教育附加补贴	67	-	24	已收到	收益相关
个人所得税手续费返还	66	41	299	已收到	收益相关
初创期和成长期科技型中小企业补贴	40	-	42	已收到	收益相关
贴息贴费专项资金	-	45	93	已收到	收益相关
上市补贴	-	-	200	已收到	收益相关
其他	4	3	1	已收到	资产及收益相关
小计	8,023	6,282	4,546	-	-

其中，企业扶持政策主要是收到的各级政府机构为扶持企业发展发放的补贴款，其明细如下：

单位：万元

性质	资金发放单位	2016 年度	2015 年度	2014 年度
政府补助	徐汇区财政局	3,002	2,496	2,206
政府补助	闵行区财政局	1,419	-	938
政府补助	闵行区税务局	-	835	-
政府补助	天津市西青区大寺镇企业服务中心	1,381	1,383	137
政府补助	太仓经济开发区国库集中收付中心	1,011	1,079	370
政府补助	太仓经济开发区财政局	-	140	-
政府补助	杭州余杭紧急技术开发区管理委员会	631	-	-
政府补助	新余市仙女湖风景名胜区总部经济园管理委员会	140	-	-
政府补助	杭州市余杭区财政局	106	108	-
其他	-	57	65	11
小计		7,746	6,106	3,662

（八）影响公司盈利能力稳定性和连续性的主要因素

公司致力于为广大消费者提供兼具时尚、品质、多样、性价比高的时尚休闲

服饰产品，未来仍将在注重开发符合市场需求产品的基础上，逐步丰富产品线、品牌阵营，建立布局广泛、高效运营、注重服务的全直营零售网络，提升公司众多差异化品牌的影响力、美誉度与忠诚度，以进一步巩固与增强公司在大众时尚休闲服装领域的竞争优势。影响公司财务状况及盈利水平的主要因素如下：

1、零售网络的持续深化扩张

公司产品定位于大众时尚休闲服装市场，并通过时尚新颖、风格多样、款式丰富的差异化多品牌战略，实现对广大消费者多样性需求偏好的广泛覆盖。大众消费市场具有规模巨大、需求稳定、分布广泛的特点，建立广泛、深入的零售网络，是增强公司品牌曝光度与知名度、提高消费者购买便利的重要途径，也是公司报告期及未来业绩增长的重要驱动力。零售网络持续、深化的扩张，既包括单品牌在区域广度上的覆盖，也包括多品牌在覆盖密度上的加强，以满足大众服装市场多样性的产品需求。

零售网络的扩张在带来营业收入增长的同时，也伴随着商场费用、专卖租金、人员薪资等销售费用的增长，并会带动公司存货水平、应收账款、装修支出的增加，进而影响公司的盈利能力与现金流情况。

根据公司的发展规划，公司将借助 A 股首次公开发行募集资金的运用，进一步提高零售网络的覆盖广度与深度，加强多品牌的覆盖密度，为公司经营规模与盈利能力的持续增长奠定重要基础。

2、快时尚复杂供应链的管理

公司以多品牌、快时尚的商业模式定位于大众服装消费市场。为满足大众化、快时尚的消费需求，公司需要提供兼具时尚、多样、品质及具有价格竞争力的产品，并建立起支撑该商业模式的多品牌产品企划开发体系，以及大规模快速响应的柔性供应链体系。在公司经营规模与零售网络持续扩大的背景下，能否有效地管理大众化、快时尚产品复杂的开发设计与供应体系，是影响公司未来盈利能力的主要因素之一。

公司将产品生产环节外包给第三方供应商，并主要由供应商负责采购符合公

司要求或指定的原材料。公司通过建立产品运营中心，组织与协调众多供应商的生产订单与交货验收。随着公司多品牌战略的深化，公司外包产品的款式、品类及数量更加多样、复杂，能否有效协调复杂的供应链体系，使其及时、准确、充足的提供各类产品，避免因产品质量问题、交货期延迟等不利因素影响零售终端的销售情况，是公司供应链管理体系的重要挑战。

此外，公司报告期内应付供应商的应付款项与应付票据是公司短期负债的重要组成部分，且该等应付款项信贷期的重大变动将会对本公司现金流量及财务状况造成重大影响。

3、采购成本与零售渠道费用

在生产领域，公司外包生产的成衣主要由供应商负责采购符合公司要求或指定的原材料，并根据双方确认的款式与样衣进行生产。外包成衣的采购成本构成了公司报告期内主要的销售成本。因此，供应商的原材料采购成本及劳动力成本的大幅变动，将会显著影响公司的应付货款及销售成本。如果公司无法将所增加的成本通过定价机制传导至下游市场，公司的经营业绩将受到影响。

在销售领域，公司建立了全直营的零售网络，通过商场联营专柜与租赁专卖门店的渠道形式进行产品销售。在专柜渠道下，联营商场代公司零售网点收取顾客零售款，然后扣除约定的销售扣点和商场费用后，向公司支付剩余款项。在专卖渠道下，公司根据租赁协议向购物中心或出租方支付租金。每月租金可能是固定金额的，或者销售额的一定比例，也可能是两种方式的较高者。因此，商场联营扣点、销售费用以及门店租金的变动，将较为直接地影响公司的营业收入、销售费用及净利润。公司已经与众多百货商场、购物中心建立了良好合作关系，持续增长的销售收入以及多品牌的协同效应，有助于增强公司对商场扣点、专卖租金的议价能力。

4、多品牌战略与全直营零售网络运营

在通过差异化多品牌战略的实施，加强品牌覆盖力密度、持续扩大零售网点规模同时，公司另一重要的业绩表现与增长潜力在于零售门店经营效率的提升。相较 Zara、Uniqlo、H&M 等国际品牌，公司的平均店效仍有较大提升空间。报

告期内，公司投入大量资源以提升各品牌的知名度、培训销售员工的服务能力、打造更加适合中国大众消费市场的营销策略与销售奖励机制。

公司零售网点数量众多、分布广泛，截至 2016 年 12 月 31 日，共有零售网点 8,907 个，广泛分布在全国约 2,709 个百货商场和购物中心等商业实体中。在差异化多品牌战略下，零售网点的品牌加密与外延扩张仍有较大空间，但庞大零售网络体系的有效管理及其经营效率的提升，对公司未来盈利能力的持续增长带来了重要挑战与发展机遇。

5、国内经济环境与消费者偏好的变化

公司业务聚焦于国内大众时尚休闲服装市场，受国内经济环境、消费者可支配收入及大众消费市场的景气程度等宏观因素的影响较大。自 2013 年以来，我国宏观经济增长放缓、消费场景气度下降，在这一背景下，公司对产品定价进行了调整，使其更加适合大众消费市场，实现时尚、品质与价格的有效平衡，体现出时尚良品、平价不贵的大众时尚消费品特征。

同时，大众时尚服装行业具有较明显的时尚流行特征，能否准确把握市场流行趋势、及时预测和满足快速变化的消费者需求，将直接影响公司产品的销售收入和盈利能力。多年来，公司非常重视新款式、新品牌的开发与推广，培养了一批经验丰富的专业人才，并定期或不定期地安排开发人员到国内外市场进行调研，以期更加及时地把握时尚领域的最新流行趋势。未来，公司能否在激烈的市场竞争中，持续保持前沿、丰富的产品开发能力，也将是影响公司盈利能力持续、稳定的重要因素。

三、现金流量分析

报告期内，公司现金流量情况如下：

金额单位：万元

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
经营活动产生的现金流量净额	70,514	108,109	85,535
投资活动产生的现金流量净额	-113,613	67,442	-189,811
筹资活动产生的现金流量净额	-10,603	-125,561	113,323

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
汇率变动对现金及现金等价物的影响	-	790	-41
现金及现金等价物净增加额	-53,702	50,780	9,006

报告期内，公司的经营现金流量净额、现金及现金等价物增加额呈现较大增长与变动，与近些年来公司差异化新品牌的陆续推出、以及零售网络的持续扩张有关。随着公司全直营零售网络的扩张及新品牌的推出，公司的大部分经营现金流出被用于购买库存商品。例如，公司 2014 年至 2016 年度净增加门店数量分别为 1,503 个、1,509 个和 1,014 个。新增零售网点在实现收支平衡或获利之前经常会经历一段初始发展期。在初始发展期，新零售网点的经营现金流出可能超出该等零售网点的现金流入，且存货周转处于逐步上升的过程；随着新开零售门店的逐渐成熟，公司经营活动现金流情况得到明显提升。

（一）经营活动产生的现金流量分析

报告期，公司经营活动现金流量的主要情况如下：

金额单位：万元

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
销售商品、提供劳务收到的现金	993,634	861,355	698,125
收到其他与经营活动有关的现金	14,388	7,929	9,155
经营活动现金流入小计	1,008,023	869,284	707,280
购买商品、接受劳务支付的现金	566,798	432,349	352,363
支付给职工以及为职工支付的现金	212,609	184,560	160,079
支付的各项税费	98,592	98,424	77,511
支付其他与经营活动有关的现金	59,511	45,843	31,792
经营活动现金流出小计	937,509	761,175	621,745
经营活动产生的现金流量净额	70,514	108,109	85,535

报告期内，随着公司经营规模的扩大，经营活动现金流入及流出均相应增加。2016 年度，经营活动现金流量净额较前期有所下降，主要系 2016 年度公司加强了供应商管理，对优质供应商缩短了付款周期，当期相关现金支出增幅较大。同时，公司 2016 年度支付其他与经营活动有关的现金较上期增加 29.81%，主要系 2016 年专卖店净开店数较 2015 年大幅增长，相关租赁押金相应增长。

1、收到其他与经营活动有关的现金

公司该科目主要核算政府补助、收到履约保证金、与经营活动相关的利息收入等，其中政府补助和履约保证金为主要部分，报告期内合计占比分别为 73.31%、87.59%和 98.42%。2016 年度公司收到其他与经营活动有关的现金比上年度增加 6,459 万元，增长 81.46%，一方面系当年政府补助增加了 1,127 万元，另一方面系 2016 年公司加强了对供应商的管理，收到的供应商保证金增加了 5,387 万元。

2、购买商品、接受劳务支付的现金

2015 及 2016 年度，公司购买商品、接受劳务支付的现金分别增长了 22.70% 和 31.10%，主要系随着公司经营规模扩大，销售增加带动了采购额的增加。

3、支付其他与经营活动有关的现金

报告期内，公司支付其他与经营活动有关的现金明细如下：

单位：万元

项目	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
公用事业费	22,958	21,277	17,537
门店促销费	18,499	12,378	7,978
押金的净增加额	10,244	3,959	1,703
POS 机手续费及银行手续费	4,832	4,375	3,129
咨询费及技术服务费	2,862	3,592	1,418
员工备用金的净增加额	53	213	-
其他	64	50	27
合计	59,511	45,843	31,792

公司该科目主要包含公用事业费、门店促销费、押金净增加额等项目。2015 年度，公司支付其他与经营活动有关的现金比上年增加 14,051 万元、增长 44.20%，主要系随着公司业务规模扩大及网点数量逐步增加，水电费等公用事业费、门店促销费、商场押金等支出增加较多。2016 年度，公司支付其他与经营活动有关的现金比上年增加 136,682，增长 29.82%，主要系公司业务进一步扩大且当年新开专卖店数量较多，因此门店促销费和押金支出增加较多。

（二）投资活动产生的现金流量分析

报告期内，公司投资支出主要为零售网点的装修工程投入、购建区域仓储物流中心的相关支出以及募集资金存入定期存款的影响。2014 年度，公司投资活动现金流净流出 189,811 万元，主要系公司将 H 股发行募集资金存入定期存款，致使其他与投资活动有关的现金支出增加至 139,565 万元。不考虑支付其他与投资活动有关现金的影响，公司 2014 年投资活动产生的现金流净额与该年度零售网点的扩展规模以及太仓仓储物流中心的建设投入情况相符。

2015 年度，公司投资活动现金流净流入增长至 67,442 万元，亦主要系公司定期存款转出，并计入收到的其他与投资活动有关资金。不考虑收到其他与投资活动有关现金的影响，公司 2015 年投资活动产生的现金流净额与公司 2015 年度购建固定资产、投资杭州黯涉与杰克沃克等投资活动情况相符。

2016 年度，公司投资支出除工程投入、物流中心等支出外，还包括投资多家联营公司所支付的现金。

1、处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额

报告期内，公司处置固定资产、无形资产和其他长期资产回收的现金净额金额较低，分别为 104 万元、27 万元和 68 万元，其金额变动主要系各年度资产处置的变现收入不同所致。

2、收到其他与投资活动有关的现金

2014 及 2016 年度，公司收到其他与投资活动有关的现金金额较小，主要为其他货币资金产生的利息收入等。2015 年度，公司定期存款到期使得年末其他货币资金余额增加 139,351 万元，导致收到其他与投资活动有关的现金金额较大。

3、购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金

2016 年度，由于公司基建项目支付款项以及当年新店开张装修款增加较多，当年购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金比上年增加了 37,658 万元，增长 80.31%。

4、支付其他与投资活动有关的现金

2014 年度，公司支付其他与投资活动有关的现金，主要系当年其他货币资金净增加 137,775 万元，2015 及 2016 年度均不存在类似大额情况。2016 年度，支付其他与投资活动有关的现金减少 1,636 万元，下降 43.69%，一是当年购买可供金融资产支出大幅下降，二是 2015 年度公司支付了收购杰克沃克和杭州黯涉的大部分款项、2016 年不存在该支出。

（三）筹资活动产生的现金流量分析

2014 年、2015 年及 2016 年度，公司筹资活动产生的现金流量净额依次为 113,323 万元、-125,561 万元及 -10,603 万元。报告期初期，公司主要通过经营积累与银行借款筹集所需资金；2014 年，公司完成 H 股发行上市，股权融资比例进一步提高、融资渠道更加多样；2015 年，公司筹资活动现金流净额下降至 -125,561 万元，主要系公司于上年 10 月完成 H 股发行筹资后在本期偿还了银行借款，并实施现金分红所致；2016 年度，公司筹资活动的现金流入主要为取得的银行借款，现金流出主要为支付利息、偿还贷款及现金分红等。

1、取得借款收到的现金

2014 年度公司 H 股上市后，资金相对充裕、借款相应减少，因此 2015 年公司取得借款收到的现金下降 67.02%。2016 年度，随着公司业务规模扩大，公司增加借款以支持运营，因此 2016 年度公司取得借款收到的现金增长 56.00%。

2、偿还债务支付的现金

报告期内，公司偿还债务支付的现金分别下降 30.79%和 58.09%，主要系 2014 年 H 股募集资金到位后，2015 及 2016 年上半年借款减少，还款相应减少。2016 年新增借款主要在下半年，未明显增加当年还款金额。

3、分配股利、利润或偿付利息支付的现金

2015 年度，公司分配股利、利润或偿付利息支付的现金增长 141.60%，主要系当年公司派发现金红利较多。

4、支付其他与筹资活动有关的现金

2015 年公司形成 12,566 万元支付其他与筹资活动有关的现金，于报告期内金额较大，主要系当年公司实施了股份回购。

四、资本性支出的分析

（一）报告期内资本性支出的情况

报告期内，公司主要实现外包生产的产品供应方式，并通过租赁及联营方式开设直营门店，根据公司的整体发展计划，资本性支出主要用于零售网点的装修建设、仓储物流中心的购建、差异化品牌的投资以及信息系统的建设。

（二）未来可预见的重大资本性支出计划

本次募集资金投资项目详见本招股说明书“第十三节募集资金运用”。

截至本招股说明书签署日，除本次发行募集资金计划投资的项目外，公司可预见的重大资本性投资还包括利用自有及其他自筹资金，建设位于上海吴淞的总部产业基地以及太仓（二期、三期）、天津、成都三地的仓储物流中心，以加强全国性的区域仓储物流配送能力，支持公司整体业务发展。

五、或有事项、承诺事项和重大期后事项对发行人的影响

公司报告期内或有事项、承诺事项以及资产负债表日后事项，请详见本招股说明书“第十节财务会计信息”之“十、期后事项、或有事项及其他重要事项”的相关内容。公司资产负债表日后事项、或有事项及承诺事项对公司财务状况、盈利能力及持续经营没有重大影响。

六、本次发行后的股利分配政策

（一）公司未来分红回报规划

为充分保障公司股东的合法投资权益，并兼顾股东对现时分红的需求与对公司持续、健康发展的期望相结合为原则，结合实际经营状况、未来发展规划以及外部融资环境，公司第二届董事会第十次会议和 2015 年第二次临时股东大会审

议通过了《上海拉夏贝尔服饰股份有限公司人民币普通股 A 股股票上市后三年的股东分红回报规划》，其主要内容如下：

1、分红回报规划制定考虑因素

公司着眼于长远和可持续发展，在综合分析企业发展战略、社会资金成本、外部融资环境等因素的基础上，充分考虑公司目前及未来盈利规模、现金流量状况、发展所处阶段、项目投资资金需求、银行信贷等情况，平衡股东的短期利益和长期利益，对利润分配作出制度性安排，从而建立对投资者持续、稳定、科学的分红回报机制，以保证公司利润分配政策的连续性和稳定性。

2、分红回报规划制定原则

公司将实行持续、稳定的利润分配政策，重视对投资者的合理投资回报并兼顾公司的可持续发展，结合公司的盈利情况和业务未来发展战略的实际需要，建立对投资者持续、稳定的回报机制。公司董事会、监事会和股东大会对利润分配政策的决策和论证过程中应当充分考虑独立董事、监事和公众投资者的意见。

3、公司的具体利润分配政策

（1）公司利润分配不得超过累计可分配利润，不得损害公司持续经营能力；

（2）公司可以采取现金、股票、现金与股票相结合的方式或者法律、法规允许的其他方式分配利润；在符合现金分红的条件下，公司应当优先采取现金分红的方式进行利润分配；

（3）公司拟实施现金分红的，应同时满足以下条件：

1）公司该年度实现的可分配利润（即公司弥补亏损、提取公积金后所余的税后利润）为正值；

2）审计机构对公司该年度财务报告出具标准无保留意见的审计报告；

（4）在满足上述现金分红条件情况下，公司将积极采取现金方式分配利润，原则上每年度进行一次现金分红，公司董事会可以根据公司盈利及资金需求情况提议公司进行中期现金分红；

(5) 公司应保持利润分配政策的连续性与稳定性，每年以现金方式分配的利润不少于当年实现的可分配利润的百分之二十（20%）。公司董事会应当综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，区分下列情形，并按照公司章程规定的程序，提出差异化的现金分红政策：

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

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

3) 公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%；公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，按照前项规定处理；

若公司业绩增长快速，并且董事会认为公司股票价格与公司股本规模不匹配时，可以在满足上述现金股利分配之余，提出并实施股票股利分配预案；

(6) 公司董事会未作出现金股利分配预案的，应当在年度报告中披露原因，独立董事应当对此发表独立意见；

(7) 存在股东违规占用公司资金情况的，公司在进行利润分配时，应当扣减该股东所分配的现金红利，以偿还其占用的资金。

4、公司进行利润分配应履行的决策程序

(1) 公司每年利润分配预案由公司董事会结合公司章程的规定、盈利情况、资金需求提出和拟定，经董事会审议通过并经半数以上独立董事同意后提请股东大会审议。独立董事及监事会对提请股东大会审议的利润分配预案进行审核并出具书面意见；

(2) 董事会审议现金分红具体方案时，应当认真研究和论证公司现金分红的时机、条件和最低比例、调整的条件及其决策程序要求等事宜，独立董事应当

发表明确意见；独立董事可以征集中小股东的意见，提出分红提案，并直接提交董事会审议；

（3）股东大会对现金分红具体方案进行审议时，应当通过多种渠道主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流（包括但不限于提供网络投票表决、邀请中小股东参会等），充分听取中小股东的意见和诉求，并及时答复中小股东关心的问题；

（4）在当年满足现金分红条件情况下，董事会未提出以现金方式进行利润分配预案的，还应说明原因并在年度报告中披露，独立董事应当对此发表独立意见。同时在召开股东大会时，公司应当提供网络投票等方式以方便中小股东参与股东大会表决；

（5）监事会应对董事会和管理层执行公司利润分配政策和股东回报规划的情况及决策程序进行监督，并应对年度内盈利但未提出利润分配预案的，就相关政策、规划执行情况发表专项说明和意见；

（6）股东大会应根据法律法规和公司章程的规定对董事会提出的利润分配预案进行表决。

5、分红政策的调整

公司根据生产经营情况、投资规划和长期发展等需要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，需要事先征求独立董事及监事会意见，经公司董事会审议后提交公司股东大会批准，并经出席股东大会的股东所持表决权的三分之二（2/3）以上通过。公司同时应当提供网络投票方式以方便中小股东参与股东大会表决。

（二）股东回报规划的合理性和可行性分析

公司未来分红回报规划着眼于公司的长期可持续发展，以综合分析公司的实际经营状况、股东的投资回报要求和外部融资环境为基础，充分考虑了公司目前

盈利能力、所处发展阶段、现金流量状况、资金需求以及融资环境等多方面因素，规划内容具备合理性和可行性。

1、公司盈利能力与历史分红状况

公司在经营业绩实现持续增长的同时，保持了良好的盈利能力。2014 年、2015 年及 2016 年度，公司实现净利润分别为 51,121 万元、65,840 万元及 57,227 万元，同期的营业收入综合毛利率分别为 65.21%、65.30%及 64.08%。良好的盈利水平为公司实行持续、稳定的股利分配政策奠定了坚实的基础。

2014 年、2015 年及 2016 年度，公司当期支付的现金分红分别为 14,225 万元、46,469 万元及 37,953 万元。

2、未来分红政策将延续公司注重中小股东利益的分配原则

报告期内，公司累计现金分红 98,647 万元，占期间合计归属母公司股东净利润的 59.76%，较为注重对公司股东尤其是中小股东的现金回报。公司规划未来每年现金分红不少于当年实现的可分配利润的 20%，延续了公司注重中小股东利益的分配原则，也有利于股利分配政策的持续和稳定。

3、最低现金分红比例的制定综合考虑了公司未来发展战略的需要，平衡了股东现时回报和企业利用自身积累发展的关系

目前公司处于扩张发展时期，未来拟进一步扩大公司经营规模，以巩固公司的竞争优势。因此，除了给予股东稳定的回报之外，公司将在满足公司正常经营资金需求的情况下，将留存未分配利润主要用于主营业务的各项投资。公司将通过对未分配利润的审慎合理使用，并结合其他直接与间接融资方式筹集资金，在优化财务结构的同时促进公司的快速发展。

除此外，在我国大众时尚休闲服装市场竞争较为激烈的行业背景下，公司还须从战略发展的角度，为其他可能的投资机会、市场机会或产业环节预留一定的准备资金。

4、综合考虑各种因素，实现现金收支平衡

随着公司业务不断发展壮大、营销渠道布局逐步完善，公司未来盈利能力仍能保持持续增长，经营活动现金流量预计良好。但同时，为控制短期偿债风险，公司未来可能考虑适当降低银行借款的筹资比重，更多的运用自我积累资金，实现现金收支平衡。

综上，公司充分考虑了目前及未来的盈利规模、发展所处阶段、后续项目资金需求，以及外部融资环境等多种因素，本着保障股东近期利益、着眼于股东长远利益和公司的长远发展原则，制定了较为稳妥的最低现金分红比例及未来三年分配规划，即：自本次发行上市完成之日起的未来三年，公司每年以现金方式分配的股利不少于当年实现的可分配利润的 20%。

（三）本次发行后公司留存未分配利润的使用原则

为把握大众时尚服装市场空间巨大、行业集中程度有待提升的发展机遇，进一步做大做强，公司未来仍需不断增加资本投入。公司留存未分配利润将主要用于主营业务，通过对未分配利润的审慎合理使用，并结合其他直接与间接融资方式筹集资金，在优化财务结构的同时实现公司的快速发展；通过进一步扩大零售网络、深化多品牌战略、优化供应体系、强化零售管理，巩固与提升公司的竞争优势，实现业务的可持续发展，最终实现股东利益最大化。

七、主要财务优势、困难及未来盈利能力趋势分析

（一）财务优势

1、产品优势突出，业务持续增长

公司主营业务突出，产品聚焦于大众时尚服装消费市场，以时尚多样、形象丰富、高性价比的多品牌产品为基础，借助分布广泛、注重服务的全直营零售网络，实现了对大众时尚女装、男装及童装的全面覆盖，以及收入与盈利的快速增长。尤其在大众时尚女装领域，取得与巩固了行业前列的市场地位。同时，公司各品牌的市场认可度持续提高，产品毛利率保持在较高水平，经营活动现金流情况良好。未来，在多品牌差异化战略的深化实施下，公司经营规模与盈利能力有望进一步提升。

2、资产周转良好，销售回款提升

公司核心业务聚焦于产品设计、供应链管理、品牌开发以及全直营零售网络运营等产业价值链两端的高附加值环节，资产以存货、应收账款等流动资产为主，且资产质量较好。在存货管理方面，公司一直比较注重对存货的监控与管理，不断加强产品开发的适销性、存货采购的计划性及商品调拨的及时性，有效地降低了期末存货余额，使得公司的存货周转率高于同行业（拟）上市公司的平均水平。在应收账款质量方面，公司应收账款占流动资产的比重可控，且以账龄 90 天以内的部分为主；同时，应收账款周转率在报告期内稳步提升，销售回款情况良好。

（二）主要困难

1、公司零售网络持续扩大，管理能力需进一步提升。随着公司零售网络与经营规模的不断扩大，需要公司进一步提升综合管理能力，以做好大规模全直营零售网络的管控、供应链体系的管理以及线上线下渠道的协同发展。

2、公司目前在中国境内的融资渠道和方式相对单一。公司的经营业务集中在境内市场，但缺乏与之匹配的境内股权融资平台，而 H 股融资成本较高且面临外汇风险。因此，建立境内股权融资平台，有助于公司提高境内融资渠道的多样性，降低债务融资风险。

（三）对公司未来盈利能力趋势的分析

公司产品定位于大众时尚休闲服装消费市场，凭借时尚多样、款式丰富、高性价比的产品优势，以及分布广泛、注重服务的零售网络，公司营业规模与盈利水平持续提升，快时尚、多品牌的发展战略取得了成功。近年来，公司的品牌知名度、美誉度与忠诚度持续提升，主营业务前景广阔，产品盈利能力增强，整体财务状况良好，未来公司的财务状况与盈利能力将持续向好。本次公开发行募集资金到位后，公司将进一步深化全直营零售网络的市场覆盖，以及新零售信息系统的配套支撑，综合运营效率、抗风险能力以及整体盈利能力将随之进一步提升。

八、本次发行对即期回报摊薄的影响以及填补的相关措施

公司向投资者做出提示，关于本次首次公开发行 A 股股票对公司发行当年主要财务指标的影响分析，不构成公司对未来年度的盈利预测，为应对即期回报被摊薄风险而制定的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。

（一）本次发行募集资金到位当年公司每股收益的变动趋势

本次发行后，公司资本实力将得到增强，但由于募集资金投资项目具有一定的投入周期，在短期内难以完全产生效益，因此，公司在发行当年每股收益将有所下降，但公司的整体盈利长期来看将有进一步提升。测算过程如下：

1、有关分析每股收益变动趋势的主要假设

（1）假设公司本次发行于 2017 年 6 月实施完毕，本次发行股票数量为 5,477 万股，募集资金总额为 164,000 万元，不考虑发行费用等因素的影响。

前述关于本次发行完成时间、发行股份数量和募集资金总额的描述仅为公司假设，最终应以经中国证监会核准发行的股份数量和实际募集资金总额、实际完成时间为准；

（2）在预测公司 2017 年末总股本时，仅考虑本次发行的影响，不考虑其他因素导致股本发生的变化；

（3）未考虑本次发行募集资金到账后，对公司生产经营、财务状况（如财务费用、投资收益）等的影响。

（4）宏观经济环境、产业政策、行业发展状况、产品市场情况等方面没有发生重大变化。

2、本次发行对当年每股收益的影响分析

基于上述假设情况，本次发行对公司每股收益的影响如下：

单位：元/万元

项目	2015 年度	2016 年度	2017 年度（假设）

	(实际)	(实际)	发行前	发行后
普通股股数(万股)	49,290.16	49,290.16	49,290.16	54,767.16
稀释性潜在普通股股数	0	0	0	0
假设情形 1: 2017 年实现扣非后净利润较上年度持平				
当年实现的归属于母公司普通股股东的净利润(扣除非经常性损益后, 万元)	56,768	47,319	47,319	47,319
基本每股收益(扣除非经常性损益后)	1.14	0.96	0.96	0.91
稀释每股收益(扣除非经常性损益后)	1.14	0.96	0.96	0.91
假设情形 2: 2017 年实现扣非后净利润较上年度增长 5%				
当年实现的归属于母公司普通股股东的净利润(扣除非经常性损益后, 万元)	56,768	47,319	49,684	49,684
基本每股收益(扣除非经常性损益后)	1.14	0.96	1.01	0.95
稀释每股收益(扣除非经常性损益后)	1.14	0.96	1.01	0.95
假设情形 3: 2017 年实现扣非后净利润较上年度增长 10%				
当年实现的归属于母公司普通股股东的净利润(扣除非经常性损益后, 万元)	56,768	47,319	52,050	52,050
基本每股收益(扣除非经常性损益后)	1.14	0.96	1.06	1.00
稀释每股收益(扣除非经常性损益后)	1.14	0.96	1.06	1.00

经测算, 假如公司在 2017 年 6 月完成本次发行, 由于本次募集资金从资金投入产生效益需要一定的时间, 公司 2017 年度扣除非经常性损益后净利润如较上年度增长低于 5.56%, 预计将导致当年每股收益低于上年度, 公司即期回报出现被摊薄的情况。

3、本次发行募集资金的必要性与合理性

近年来, 受益于居民收入水平提升、消费观念转变以及 80/90 后年轻人已逐步成为大众时尚休闲服装的消费主体, 大众时尚休闲服装市场有望继续保持稳定增长, 而服装快消品化也将成为大众服装消费趋势。公司是一家定位于大众消费市场的快时尚、多品牌、全直营时装集团, 致力于为广大消费者提供兼具时尚、品质与高性价比的各式时装产品。

在良好的市场前景下, 公司迎来了进一步做大做强的发展机遇, 将继续通过多品牌差异化战略, 持续打造多元化的多品牌运营体系; 通过优化与拓展销售渠道, 建立广覆盖、深渗透、注重服务的线下全直营零售网络, 并将进一步推动

O2O 战略，打通线下与线上零售渠道，进一步完善全渠道销售体系；通过人才发展体系的提升、信息化系统的完善与组织管理能力的强化，实现全面、持续的差异化发展。

具体而言，公司未来三至四年筹划建设“零售网络扩展建设项目”与“新零售信息系统建设项目”，合计投资金额 164,000.00 万元。为了保持及提升市场竞争力，实现发展目标，公司亟需充足资金支持，本次发行已成为公司奠定未来发展基础的必要选择。

同时，本次发行募集资金投资项目是在公司现有大规模直营零售网络、信息化管理系统的运营经验与管理体系基础之上进行规划的，具备实施该等投资项目的人员、技术储备，以及良好的盈利基础与实施经验。此外，本次发行将为公司提供资本市场平台。本次发行完成后，公司将成为境内 A 股上市公众公司，资本市场将为公司提供稳定的融资渠道，有利于进一步提升公司治理水平，有利于提升公司引进高端人才的吸引力，为保障公司投资者合法权益创造条件。

综上，本次发行具备必要性与合理性，所计划投资项目均围绕公司现有主营业务开展，旨在进一步推动公司持续、健康发展，实现公司股东利益最大化。

（二）公司应对即期回报摊薄采取的措施

1、公司现有业务板块运营情况，发展态势，面临的主要风险及改进措施

（1）现有业务运营情况

公司是一家定位于大众消费市场的快时尚、多品牌、全直营时装集团，致力于为广大消费者提供兼具时尚、品质与高性价比的各式时装产品。公司现拥有 La Chapelle、Puella、Candie's、7m、La Babité、POTE 与 UlifeStyle 等多个品牌风格差异互补的大众时尚品牌，能够广泛地满足我国女性消费者多样化的衣着需求，并将产品线由传统优势的女装延伸至男装及童装产品。

以时尚多样、形象丰富、高性价比的产品定位为基础，凭借快速扩张、广泛分布、注重服务的全直营零售网络，公司产品在报告期内持续畅销，经营规模快

速增长，盈利水平稳步提高，在 2014 年国内大众女性休闲服装市场中取得了行业第二名的市场份额，突破了国外品牌在该领域的主导地位。

（2）公司业务发展态势

在品牌发展方面，公司积极实行多品牌差异化经营战略，在传统优势品牌 La Chapelle 与 Puella 销售收入持续、稳步增长的同时，2010 年以来推出的 Candie's、7m、La Babité、La Chapell Kids、POTE 等新品牌的收入占比逐步提升，增强了公司收入结构的多元化与稳定性。

在渠道拓展方面，公司实行线上与线下全直营模式，在线下零售网络保持稳步增长的同时，线上渠道取得了快速发展。截至 2015 年 12 月 31 日，公司已在全国建立了 7,893 家线下零售网点，较 2013 年初的 3,340 家增长了 136%。同时，公司于 2014 年开始建立线上渠道，并于 2015 年上半年完成了对专业服装电商企业杭州黯涉电子商务有限公司的收购，增强了公司电商业务的专业化运营能力。

近些年来，公司业务发展态势良好，多品牌、快时尚、全直营的战略定位有效契合了我国大众时尚服装快消品化的发展趋势，在销售收入、盈利规模方面实现了快速增长。借助于本次发行，公司将进一步建立健全公司治理结构、完善财务核算体制，促进公司财务状况持续稳定、盈利能力进一步增强。

（3）主要风险与改进措施

1) 直营零售网络持续扩张的风险

公司实行全直营销销售模式。在我国经济增长放缓的背景下，零售网络的持续扩张是推动公司收入与盈利增长的重要途径。公司计划使用本次发行募集资金加强零售网络的扩张建设，在未来三年新建 3,000 个零售网点。若公司未能及时、有效地落实零售网络的扩展建设计划，则公司的盈利能力及增长情况可能受到不利影响。

面对零售网络规模持续扩大的风险，公司将进一步优化零售网点的开发工作，加强对新开门店的市场调研、费用评估与盈利预测，强化开店责任，以提高新开门店的质量，及时、有效的落实零售网络拓展计划。

2) 平均单店销售业绩下滑的风险

公司平均单店销售业绩受整体经济环境、行业竞争状况、零售网点运营以及气候变化等多重因素的共同影响。上述因素的单独作用或者叠加作用，可能导致公司单店销售业绩出现较大波动。如果公司未能及时采取有效措施，应对零售网点较大范围的业绩变化，公司将面临平均单店销售业绩下滑、营业收入与净利润增长放缓甚至下降的风险。

面对平均单店销售业绩下滑的风险，公司将从产品开发设计、零售网点运营等方面入手，通过开发更加符合市场流行趋势、消费者需求特征的产品，实行更加精细化的网点管理制度，优化营销员工的激励机制，以保持和推动单店销售业绩的增长。

3) 存货余额较高及其跌价的风险

公司采用全直营式的销售模式，需保持款色、尺寸充足的库存商品，以满足门店陈列及消费者的挑选，以及新零售网络扩张对商品铺货的需求。因此，相对于采用以加盟模式为主的女装企业而言，公司需要并具有相对较高水平的存货规模。较大规模的存货在增加公司现金流压力的同时，其库龄结构的延长也会增加跌价准备的计提，对公司的经营业绩产生不利影响。

面对存货余额较高及其跌价的风险，公司将以新零售信息管理系统为基础，通过加强库存商品的监控与管理，制定及时、合理的促销政策，实现快速、准确的产品调配，以促进产品销售，有效控制存货规模及其库龄结构的增长。

2、提高公司日常运营效率，降低运营成本，提升经营业绩的具体措施

本次发行可能导致投资者的即期回报有所下降，考虑上述情况，公司将通过优化产品供应、提升单店业绩来提高公司运营效率，并结合运营成本的降低、募投项目的建设，提高销售收入、提升盈利能力，实现公司业务的可持续发展，以填补股东回报：

首先，在优化产品供应方面，公司将继续打造开放式的产品设计开发体系，同时加强产品开发设计与零售终端销售的沟通反馈，开发更加符合市场时尚前沿、客群需求特征的时装产品；公司将继续完善平台型的产品采购体系，通过集

中多品牌的采购需求，降低采购成本、提高采购效率；在产品销售方面，公司将继续依托信息系统与全直营销售模式，提高货品流通效率。

其次，在提升单店业绩方面，公司将继续坚持全直营战略，以统一的标准规范管理所有网点，提升销售服务品质；将通过本地化、平台式区域管理模式提高门店管理效率；通过提高产品研发设计的针对性以及产品快速流通，提高产品适销性；通过完善的激励政策，提高店铺销售人员的工作效率。

第三，在降低运营成本方面，公司将进一步强化与外部加工厂商的协同合作，从产品开发、外包生产、原料材料与物流仓储等全产业链出发，有效控制产品成本的增长。同时，公司将通过合理的渠道布局、有效的网点管理与费用审批，控制销售费用与管理费用的过快增长。

最后，在募投项目建设方面，在本次发行募集资金到位后，公司将加快推进募投项目建设，争取募投项目早日达产并实现预期效益。同时，公司将根据相关法规和公司制度的要求，严格管理募集资金使用，保证募集资金按照原定用途得到充分有效利用。

公司制定的上述填补回报措施不等于公司对未来利润做出的保证。

（三）董事、高级管理人员的相关承诺

有关于董事、高级管理人员关于公司填补回报措施能够得到切实履行作出的承诺详见本招股说明书“重大事项提示”之“五、对公司填补即期汇报措施能够得到切实履行作出的承诺”。

发行人第二届董事会第十六次会议与 2015 年年度股东大会审议通过了关于本次发行摊薄即期回报的影响分析、填补措施及相关承诺的相关议案。保荐机构经核查后认为，发行人董事会所预计的即期回报摊薄情况的合理性、填补即期回报措施，以及发行人控股股东与实际控制人、董事及高级管理人员所做出的相关承诺事项，符合《国务院关于进一步促进资本市场健康发展的若干意见》和《国务院办公厅关于进一步加强资本市场中小投资者合法权益保护工作的意见》中关于保护中小投资者合法权益的精神，以及中国证监会《关于首发及再融资、重大资产重组摊薄即期回报有关事项的指导意见》的规定。

第十二节 业务发展目标

一、公司业务发展目标

公司致力于成为一家国内领先的多品牌、全直营时尚集团，致力于为国内大众消费者提供兼具时尚、品质及高性价比的服装产品，以及高品质的生活方式。

未来三到五年，为逐步实现上述业务发展目标，公司将通过多品牌差异化战略，持续打造丰富多元化的多品牌运营体系；通过优化与拓展销售渠道，建立广覆盖、深渗透、注重服务的线下全直营零售网络，并将进一步推动 O2O 战略，打通线下与线上零售渠道，进一步完善全渠道销售体系；通过人才发展体系的提升、信息化系统的完善与组织管理能力的强化，实现全面、持续的差异化发展。

二、业务发展主要规划

（一）多品牌发展战略

利用公司已有且不断完善的产品供应平台与全直营销售平台，公司将继续推进多品牌战略。通过自主开发或寻求外部投资优质服装品牌等方式，推出新的服装品牌，进一步丰富公司品牌组合，提高公司在大众时尚服装市场的渗透率。

同时，公司将执行品牌差异化战略，实现各品牌定位更加清晰化、个性化与差异化。针对 La Chapelle 品牌，将执行品牌升级战略，在商标设计、产品设计、零售网点装修风格以及原材料使用等多方面实现全面提升，深入诠释 La Chapelle 品牌“优雅、经典和浪漫”品牌风格。针对 UlifeStyle 品牌，公司将继续独立设计师团队的建设以及品牌门店开设计划，继续打造本土化的快时尚品牌。

公司还将持续加强与第三方品牌的跨界合作，丰富和加强在品牌推广方面的合作形式与合作力度。

（二）零售网络发展战略

公司将继续完善全国布局的全直营零售网络，持续扩大公司零售网络覆盖广度与深度。

公司将坚持全直营模式，在巩固和加强现有百货联营店渠道优势的基础上，大力发展专卖网点；公司将跟随三、四线城市商业体系的发展，进一步提升公司在三、四线城市的布局力度，提高在该市场的竞争能力；公司将在充分考虑商业地产的未来发展趋势、自身经营管理能力等因素的基础上推广“大店模式”，通过大面积的体验店快速提升品牌形象、丰富购物体验和优化购物环境，增强公司核心竞争力；公司将大力提高 UlifeStyle 等新品牌网点开设力度，助推多品牌战略的实施。在持续提高零售网络规模的同时，公司将坚持同店业绩增长战略，淘汰单店绩效较低门店，提升零售网络整体质量。

在零售网络管理上，公司将继续坚持本地化、平台式的管理模式，完善现有区域扁平化管理模式，并将根据各区域规模发展情况，对区域进行进一步的细化，切实提高销售管理的针对性与精细化水平。

（三）产品开发供应系统建设战略

在商品企划设计方面，公司各品牌独立的研发设计团队，将继续围绕各自品牌的风格形象与市场定位，通过对时尚、品质、文化的表达，以不断丰富产品线、引领潮流的设计满足目标客群在不同场合的时尚着装需求。为此，公司将持续加强研发数据的分析能力建设，完善商品企划的结构化，增强研发、销售、采购等部门之间的通畅合作，实现数据化、完整化和系统化的研发设计体系。

在产品供应方面，公司将继续打造完善平台型的产品采购体系与参与式的供应链管理体系，将通过持续优化供应链管理协同系统以及提升该系统的运用范围，提升公司对产品供应质量与成本的管控力度，将进一步强化与优质供应商的战略合作关系，并积极开发引进新的供应商，建立相对稳定又持续优化的供应商队伍。

在仓储物流方面，公司将进一步增加全国范围内的仓储物流设施布局，新增天津与成都两处仓储中心，以提高其支撑零售网络进一步扩张及业务规模持续增长的能力。同时，公司将运用现代信息技术，打造智能化、融合线下零售与线上电子商务、创新应用自动化设备和创新流程设计的现代化仓储物流体系，提高公司的整体运作效率。

（四）信息化系统建设计划

公司将在现有信息系统的基础上，持续推进 ERP 系统的优化升级，打造具有国际先进水平的集中式信息化管理平台；公司将继续完善供应链管理协同系统，实现和供应商全面协同，确保产品质量和到货速度；公司将重点提升销售端信息技术应用水平，促进销售策略以及 O2O 战略的实施。公司将继续推进采购、销售、财务等各个业务环节业务信息的整合分析与利用，提升信息在公司业务决策中的重要作用。

（五）人力资源发展计划

为实现公司发展目标，公司将继续加强人才的引进与培养，完善激励机制，提高人力资源的总体素质与工作技能水平。

第一，坚持“以人为本”的人力资源管理理念。一方面，公司将结合实际情况，以高标准、高要求完善人力资源部门的人员配置和岗位设置，努力为人才搭建发挥才干的平台，为现有的管理团队和专业人才提供良好的职业发展空间；另一方面，公司将大力引进设计研发、营销渠道、品牌运营、经营管理等方面的专业人才，使公司的人才结构更加优化与完善。

第二，强化系统培训，提高员工的综合素质。公司通过开展岗前培训、内部培训交流、外聘专家授课和选派人员赴国内外先进企业学习考察等方式，加速提高人员的业务素质。进一步完善覆盖公司管理行政人员、业务技术人员、终端导购人员的培训系统，实现员工培训系统化、常态化。

第三，完善激励机制，激发员工的创造性和主动性。公司将不断完善人才激励机制，特别是技术、管理、营销人员的长效激励机制，深化“店铺合伙人”制度，激发员工的主观能动性，吸引和鼓励优秀人才为企业长期服务。

三、发展计划所依据的假设条件和面临的主要困难

（一）拟定计划所依据的假设条件

公司上述发展计划是基于现有业务规模、市场地位、行业趋势以及公司发展

目标与企业愿景等多方面因素综合制定的，并依据以下假设条件：

- 1、本次公开发行能够顺利完成，募集资金能及时到位；
- 2、公司所处的宏观经济、政治、法律和社会环境处于正常发展的状态，未发生对公司发展具有重大影响的不可抗力；
- 3、公司各项经营业务所遵循的国家及地方的现行法律、法规、行业管理政策及发展导向无重大变化；
- 4、公司所在行业及领域的市场处于正常发展的状态，未出现重大的调整和波动；
- 5、无其他不可抗力及不可预见因素对公司经营造成重大不利影响；
- 6、公司的经营管理水平能够充分适应公司规模及业务量的快速增长，管理、技术、销售人员保持稳定并能满足公司业务快速发展的需要。

（二）实施计划所面临的主要困难

1、经营专业人才的需求

人才是企业发展的关键。随着公司业务规模的不断扩张，在品牌策划和推广、产品研发设计、营销网络建设、物流配送系统的改善、信息系统的优化以及系统化组织与管理等各个方面都对人力资源提出了更高的要求。因此，人才特别是经营管理等方面人才的引进和培养，将是公司发展过程中的重要工作。

2、多渠道融资的需求

融资渠道较窄是公司实现业务发展目标面临的主要困难。为了提高公司的核心竞争力，保持经营业绩的持续增长，公司将加大在品牌、产品研发设计、物流配送体系、零售网络、信息系统等多个业务环节的建设，需要持续的资金投入。本次发行上市有利于构建多样化融资渠道，满足公司业务发展的资金需求，达到业务发展的预期目标。

四、上述业务发展规划与公司现有业务的关系

公司现有业务是实现发展计划的重要基础和保障。公司在现有业务的发展过程中逐渐积累起来的品牌知名度、零售网络体系、供应链体系、内部经营管理体系等优势，将为实现公司战略目标打下坚实的基础。

公司发展计划是在现有业务正常经营和募集资金项目顺利投资见效的基础上制定的。上述发展计划的顺利实施将进一步促进公司规模扩大、不断改善零售网络体系、提升快速反应能力、提高公司管理水平、增强公司盈利能力，全面提升公司核心竞争力。

第十三节 募集资金运用

一、募集资金运用基本情况

经 2015 年第二次临时股东大会批准，公司拟向社会公开发行不超过 5,477 万股 A 股普通股，占发行后总股本的比例不低于 10%。本次发行募集资金投入项目及备案情况如下：

项目名称	投资额 (万元)	募集资金投入额 (万元)	项目备案情况
零售网络扩展建设项目	155,677.70	155,600.00	徐发改产备（2015）77 号
新零售信息系统建设项目	8,418.50	8,400.00	徐发改产备（2015）76 号
合计	164,096.20	164,000.00	-

注：根据上海市徐汇区环境保护局出具的相关说明，零售网络扩展建设项目与新零售信息系统建设项目设计的建设内容均未列入《建设项目环境影响评价分类管理目录》。

若公司募集资金不能满足拟投资项目的资金需求，公司将通过自筹资金解决。若公司所募集资金超过拟投资项目的资金需求，超过部分将按照国家法律、法规及中国证监会的相关规定履行法定程序后做出适当使用。本次公开发行募集资金到位之前，若公司已根据项目的实际进度以自筹资金先行投入的，在募集资金到位之后将予以置换。

公司本次募集资金运用的相关建设项目均已完成项目主管机构上海市徐汇区发展与改革委员会的备案程序，征询了环境保护主管部门上海市徐汇区环境保护局意见，本次募集资金运用的相关建设项目不存在预先确定具体地点、新增建设用地的情形。由此，保荐人与发行人律师认为，公司募集资金投资项目符合国家产业政策、环境保护、土地管理以及其他法律、法规和规章规定。

本次募集资金投资项目实施后不产生同业竞争或者对公司的独立性不产生不利影响。公司第二届董事会第十次会议审议通过了关于本次募集资金投资项目可行性的议案，认为本次募集资金投资项目切实可行，募集资金数额和投资项目能够与企业现有生产经营规模、财务状况、技术水平和管理能力等相适应，相关分析详见本节之“三、募集资金投资项目介绍”有关各项目实施可行性的说明。

二、募集资金专项存储制度

公司于 2015 年第二次临时股东大会审议通过了《上海拉夏贝尔服饰股份有限公司募集资金管理制度》，就募集资金专项存储、募集资金专户三方监管协议的签署等进行了明确的规定。

三、募集资金投资项目介绍

（一）零售网络扩展建设项目

1、项目概况

本项目预计总投资额为 155,677.70 万元，其中：场地及相关装修费用投资额为 68,530.92 万元，设备购置投资额为 6,151.37 万元，基本预备费为 3,734.11 万元，项目流动资金为 77,261.30 万元。本项目建设期为 3 年。

公司将以现有零售网络为基础，在未来三年内利用本次募集资金新开设专柜网点 2,094 个，新开设专卖网点 906 个。新开设零售网点均以直营方式运营。

通过本项目的实施，公司将进一步扩大零售网络，实现对空白区域的首次覆盖以及重点区域的进一步渗透，提升公司品牌影响力，巩固市场地位。

2、项目建设方案

（1）建设地点

随着一线城市的市场竞争日趋激烈以及二、三线城市居民收入和消费力的提升，国际快时尚品牌在城市布点上从过去的以一、二线主要城市为主逐步转向以二、三线城市为主的“下沉式”发展，特别是在区域中心城市以及区域中心城市周边的卫星城市加大了布局力度。国际快时尚品牌的下沉发展进一步培养了二、三线城市消费者的快时尚消费意识，促进二、三线城市大众时尚休闲服装市场的快速发展。

为迎合行业发展趋势，并结合公司零售网络布局现状，本项目将重点建设二、三线及以下城市零售网络。具体城市布局如下：

类别	开设店数	对应城市
一线城市	228	北京、上海、广州、深圳
二线城市	891	合肥、大连、福州、兰州、南宁、佛山、海口、东莞、贵阳、石家庄、郑州、哈尔滨、武汉、长沙、长春、济南、南昌、南京、呼和浩特、青岛、厦门、太原、西安、沈阳、成都、苏州、无锡、天津、昆明、杭州、宁波、温州、重庆
三线城市	666	芜湖、泉州、桂林、柳州、保定、沧州、邯郸、邢台、安阳、洛阳、南阳、平顶山、商丘、信阳、许昌、周口、大庆、襄阳、宜昌、常德、郴州、株洲、衡阳、岳阳、吉林、松原、滨州、德州、菏泽、济宁、聊城、临沂、泰安、枣庄、赣州、连云港、泰州、徐州、盐城、扬州、镇江、包头、赤峰、通辽、鄂尔多斯、银川、东营、潍坊、烟台、淄博、威海、西宁、咸阳、惠州、珠海、鞍山、常州、南通、湖州、绍兴、台州、嘉兴、金华
其他城市	1,215	巢湖、阜阳、淮南、黄山、六安、马鞍山、宿州、蚌埠、亳州、旅顺、普兰店、龙岩、南平、宁德、莆田、金昌、天水、武威、百色、北海、河池、钦州、清远、韶关、云浮、肇庆、毕节、兴义、霸州、高碑店、衡水、黄骅、蓉城、武安、涿州、徐水、正定、藁城、新乐、任丘、鹤壁、漯河、濮阳、三门峡、襄城、龙江、齐齐哈尔、绥化、鸡西、富锦、牡丹江、七台河、鄂州、恩施、黄石、荆门、荆州、潜江、仙桃、孝感、大冶、十堰、枣阳、黄冈、吉首、耒阳、宁乡、邵阳、湘潭、益阳、怀化、娄底、永州、德惠、白山、梅和、四平、延吉、梅河、白城、辽源、单县、章丘、邹平、景德镇、九江、上饶、宜春、新余、玉山、鹰潭、萍乡、丹阳、宿迁、巴彦淖尔、海拉尔、呼伦贝尔、临河、乌海、吴忠、龙口、青州、招远、寿光、大同、侯马、晋城、晋中、临汾、吕梁、朔州、忻州、阳泉、运城、介休、安康、宝鸡、渭南、惠阳、阳江、本溪、抚顺、金桥、盘锦、营口、开原、辽阳、大石桥、丹东、达州、都江堰、广元、简阳、南充、内江、射洪、宜宾、德阳、新都、峨眉、自贡、绵阳、泸州、常熟、如东、如皋、吴江、张家港、太仓、昌吉、喀什、库尔勒、石河子、乌市、伊宁、宝山、保山、楚雄、景洪、丽江、泸西、玉溪、大理、个旧、苍南、平阳、衢州、舟山、诸暨、丽水、永康、象山
合计	3,000	-

（2）零售网点类型

本项目新建零售网点的获取方式分为联营和租赁两种。计划新建的 3,000 个零售网点中，通过联营方式开设各品牌专柜共计 2,094 个，总面积约 346,020.00 平方米，通过租赁方式开设各品牌专卖店共计 906 个，总面积约 275,400.00 平方米。具体情况如下：

序号	品牌	专柜	专卖店	合计
1	La Chapelle	72	33	105
2	Puella	183	78	261
3	Candie' s	402	174	576
4	7m	369	159	528
5	La Babité	390	168	558
6	Vougeek/POTE	570	246	816
7	US	108	48	156
合计		2,094	906	3,000

(3) 零售网点运营模式

本项目将依托公司成熟的直营零售网点运营体系、丰富的人才储备，采取直营模式运营全部新设零售网点。直营模式有利于公司更直接地在新开设零售网点中输出公司统一的品牌形象与服务标准，为消费者提供舒适的购物体验。

3、项目建设的必要性

(1) 有利于提高渠道覆盖面，强化产品快速分销体系

随着大众时尚休闲服装市场的多层次市场需求差异、消费者个性化需求差异愈发明显，本项目的实施，将进一步提升公司直营零售网点对多层级市场及消费群体的覆盖能力，提升公司通过多层次的零售网点深入了解消费者实际需求以及市场流行趋势的能力，并依托于强大的业务信息系统，提升公司产品设计的时尚性与针对性。

(2) 有利于优化零售网点结构，提高渠道辐射能力

截至 2016 年 12 月 31 日，公司共有 8,907 个零售网点，已初步建立覆盖全国的零售网络。按照城市分布划分，一、二线城市零售网点 4,100 个，三线及以下城市零售网点 4,807 个，三线及以下城市零售网点数量相比于城市数量而言，覆盖面依然较低；按照品牌分布划分，La Chapelle 与 Puella 零售网点 3,945 个，Candie' s、7m、La Babité、Vougeek/POTE 等新品牌¹零售网点 4,962 个。从单品牌开设零售网点数来看，老品牌网点开设数量仍然高于新品牌。

¹ 老品牌系指 La Chapelle、Puella 两个运营已超 10 年的品牌；新品牌系指 2010 年以后推出市场的品牌。

本项目的实施，将增加三线及以下城市零售网点 1,881 个，占新增零售网点的 62.70%；将增加 Candie' s、7m 等新品牌零售网点 2,634 个，占新增零售网点的 87.80%，有效提高了公司在三线及以下城市的覆盖面与渗透率，有利于公司在消费需求逐步释放的三线及以下城市占据有利的市场竞争地位；有效提高了新品牌零售网点数量，为进一步开发新品牌市场创造条件。

（3）有利于助推 O2O 战略的深度实施

公司已推出基于自身优势的 O2O 战略，利用现有的全直营专卖店网络为线上业务提供上门送货或到店提货服务。本项目的实施，将在全国不同层级市场建设专卖店 906 家，进一步提高线下直营专卖店为线上业务提供物流仓储服务的能力，促进公司线上业务对不同层级市场的覆盖能力。

同时，直营零售网点的增加，将有利于提高线下网点进一步消化线上业务引流优势的能力，促进线上线下业务的整合，助推公司 O2O 战略深度实施。

（4）有利于提升品牌形象

服装类产品多采用体验式消费的方式进行销售，且目前消费者也更多地追求一站式体验性消费，而线下零售网点则是为消费者提供高品质体验式消费最主要载体之一。消费者通过零售网点了解品牌的内涵、产品的个性以及企业的文化，从而认知、认可、认同品牌。

本项目新设零售网点 3,000 家，覆盖各级市场的主要商业地段，按照品牌分布划分，Candie' s、La Babité、Vougeek/POTE 等新品牌将新增零售网点 2,634 个，占新增零售网点的 87.80%。本项目的实施提高了公司品牌，特别是新品牌被消费者认知的几率，有助于品牌形象的深入人心。特别是通过专卖店形式建设零售网点，更能全面展示品牌形象、阐释和传递品牌文化。同时，零售网点面积较以前有明显扩大，将使公司的终端形象得到全面、系统的提升，从而使公司的品牌形象、品牌价值得到提升。

4、项目实施的可行性

（1）大众时尚休闲服装市场继续保持稳定增长

受宏观经济增速回落、消费环境相对低迷的影响，我国服装行业在近两年来的整体消费增速有所放缓，但从长期看，受益于较低的人均服装消费支出水平以及居民收入水平提升，未来我国服装仍具有广阔的发展空间。特别是价格定位合理的大众时尚休闲服装，由于迎合了广大 80、90 后消费者对着装的搭配性、时尚性及个性化的关注，以及对产品价格相对敏感的消费特点，预计将取得快于整体服装市场的增长率。

（2）成熟的直营零售网络运营体系为零售网点扩张提供管理与后台支持

区别于同行业大部分竞争对手，公司采取全直营销售模式，直接控制和经营所有销售网络。通过多年来全直营销售网络的开拓与运营，公司在网点选址装修、货品运营、门店管理、仓储物流、消费者服务等多方面积累了丰富的经验，形成了成熟的直营零售网络运营体系与较强的直营零售运营能力，并可直接复制至新零售网点，为新零售网点的运营提供可靠保证。同时，公司在各个销售区域实施的“本地化+平台式”销售管理模式以及成熟的信息系统，将有效提升公司对新设零售网点的支持与管控力度，降低新零售网点开设风险。

（3）多品牌运营能力为零售网点扩张提供品牌支持

公司现已拥有 La Chapelle、Puella、Candie's、7m 及 La Babité 等多个品牌风格差异互补、客群定位交织延展的女装品牌，以及 POTE 等男装品牌，并推出了覆盖全产品的 UlifeStyle 品牌。其中，La Chapelle、Puella 为公司推出时间最早、零售网点分布最广泛的品牌，已于全国领先的百货商场及购物中心建立良好的战略合作关系，可跟随战略合作伙伴在新区域的拓展开设新的网点。公司新建零售网点亦可选择其他品牌已进驻且经营良好的百货商场或购物中心，采用网点加密策略，开设其他品牌网点，充分利用公司在该商场或购物中心已有品牌形象、固定客群以及与商场或购物中心良好的合作关系，为零售网点扩张提供品牌支持。

（4）丰富的人才储备为零售网点扩张提供人员支持

大众时尚休闲服装消费群体强调着装的搭配性、时尚性，随着消费理念的转变，其对于零售网点销售服务也有着更高的诉求。对于网点运营而言，为消费者

提供搭配指导,提高连单率与客单量亦是提升同店销售增长的重要方面。这就要求网点销售人员掌握丰富的产品知识、销售技巧,具备良好的服务能力,对于公司企业文化、品牌定位亦有强烈的认同感。依托多年来全直营销售网络运营积累、良好的内部培训制度、有竞争力的薪酬体系以及顺畅的内部晋升通道,公司储备了丰富的销售人员队伍。截至 2016 年 12 月 31 日,公司有一线销售人员(包括店长、店员)33,036 人,在人员招聘、特别是有经验销售人员招聘日趋困难的背景下,丰富的店员储备将为公司零售渠道的进一步扩张提供坚实的人才保障。

(5) 募投项目建设规模同公司的经营规模与财务状况相适应

截至 2016 年 12 月 31 日,公司总资产规模达 630,364 万元,非流动资产总规模达 222,493 万元,净资产总规模达 351,022 万元。本项目投资金额为 155,600.00 万元,将实现对公司现有零售网络的扩张升级,建设规模与公司的经营规模、财务状况、发展战略相适应。

5、项目投资概算

本项目总投资额 155,677.70 万元,其中建设投资 78,416.40 万元,项目流动资金 77,261.30 万元。建设期为 3 年。

(1) 建设投资情况

序号	投资类别	金额(万元)	占建设投资比例
1	建筑工程费用	74,682.29	95.24%
1.1	店铺启动租金	9,790.53	12.49%
1.2	店铺装修投资	58,740.38	74.91%
1.3	设备购置投资	6,151.37	7.84%
2	基本预备费	3,734.11	4.76%
建设投资合计		78,416.40	100.00%

项目建设投资主要用于各新设零售网点的场地租赁启动租金、店铺装修投资及设备购置投资。

(2) 流动资金情况

结合本项目具体情况,按照各项流动资产和流动负债的周转天数估算,项目投入运营后流动资金需求 77,261.30 万元。

项目流动资金估算采用分项详细估算法,按建设项目投产后流动资产和流动负债各项构成分别详细估算,流动资产包括现金、应收账款、预付账款、存货等,流动负债包括应付账款、预收账款、其他应付款等,流动资金=流动资产-流动负债,流动资金年增加额=本年流动资金-上年流动资金。

6、项目建设进度

本项目建设周期为 36 个月,公司根据各城市门店建设需求的紧迫性以及门店资源的可获得性,合理规划门店建设的进度。预计每 12 个月新开设 1,000 家门店,合计开设 3,000 个零售网点。项目进度安排如下:

阶段/时间(月)	T+36											
	3	6	9	12	15	18	21	24	27	30	33	36
可行性研究												
初步规划、设计												
场地购置												
设备采购及安装												
人员招聘及培训												
试运营												

7、环保问题及采取的措施

本项目建设内容为租赁和装修商业店铺并销售产品,无生产环节,不会产生污染。

(二) 新零售信息系统建设项目

1、项目概况

本项目预计总投资为 8,418.50 万元,全部为建设投资。本项目主要内容为建设公司新零售管理系统(RMS)、全渠道及电子商务平台、商品计划系统,并对现有的数据仓库进行优化以及对业务系统平台进行扩展。

2、项目建设方案

(1) 系统框架设计

本项目的信息系统包括第三方电商、门店零售系统、订单管理系统、CRM 系统、零售管理系统、BI 建模系统以及 ERP 系统，涉及用户层、访问层、处理层、数据源这 4 个层次。整个系统框架完善，各子系统之间有机互联，相互协同。

（2）硬件设备投入

本项目的硬件设备投入主要用于购买 RMS 配套硬件、建设全渠道及电子商务平台、购买商品计划系统相关硬件、优化数据仓库和扩展业务系统平台。具体如下：

序号	设备名称	拟选品牌/型号
1	RMS 配套硬件	
1.1	4U 机架式服务器	IBM/3950 X6
1.2	4U 机架式服务器	IBM/3850 X5
1.3	2U 机架式服务器	IBM/3650 X5
1.4	2U48 口三层千兆交换机	Cisco/WS-C3750G-48PS-S
1.5	博科光纤交换机	Brocade/BROCADE BR-6510-24-16G-F
1.6	上海至异地 20M 专线线路	China Telecom/MSTP
1.7	负载均衡设备	A10 Networks/A10 EX Series 1000
2	全渠道及电子商务平台	
2.1	4U 机架式服务器	IBM/3850 X6
2.2	2U 机架式服务器	IBM/3650 M5
2.3	1U24 口千兆交换机	Cisco/WS-C3750X-24T-E
2.4	负载均衡设备	Radware/Radware AppDirector 202
2.5	SAS 中高端存储	EMC/EMC VNX5600
3	商品计划系统	
3.1	全闪存阵列存储	EMC/Xtremio 4.0
3.2	思科万兆交换机	Cisco/Cisco Nexus 5020
4	数据仓库优化	
4.1	企业级高端存储	IBM/System Storage DS8870
4.2	IBM 小型机	IBM/power 780
5	业务系统平台扩展	
5.1	4U 机架式服务器	IBM/3850 x6
5.2	2U 机架式服务器	IBM/3650 m5
5.3	HDS 中高端存储	HDS/HDS HUS G800

5.4	2U 思科中高端三层交换机	Cisco/WS-C3850-48P-S48
5.5	万兆光纤交换机	Cisco/Cisco Nexus 93128TX

（3）软件设备投入

本项目的软件设备投入主要用于购买 RMS、全渠道及电子商务平台、商品计划系统、数据仓库以及业务系统平台的相关软件。具体如下：

序号	软件名称	拟选品牌/版本
1	RMS	道讯/2015 版
2	全渠道及电子商务平台	SAP/Hybris
3	商品计划系统	Oracle/Retek
4	数据仓库优化	Oracle+BI EE/12c
5	业务系统平台扩展	Vmware/VMware vCloud Suite

3、项目实施的必要性

（1）有利于公司完善现有信息系统

公司信息化建设已经具备一定基础，但覆盖面与功能性仍有待进一步提高。随着公司业务持续发展，业务规模和零售网点的增加以及移动互联网时代的到来，公司现有的信息系统可能出现无法满足公司未来业务发展的需要。特别是在终端销售数据的抓取、分析与运用以及各业务环节信息流的整合利用方面，公司需要强化信息系统的分析功能，通过对海量数据进行多角度、多层次的分析，然后将分析结果转化为企业高层决策所需要的直接信息，从而提高决策的高效、科学和合理性。

（2）有利于公司有效掌控直营零售体系

截至 2016 年 12 月 31 日，公司拥有零售网点 8,907 个，分布于全国 31 个省、自治区和直辖市（除香港、澳门、台湾）。未来，根据公司业务发展目标，公司零售网点的规模将进一步增加，且将继续采取全直营的销售模式，直接控制和经营所有零售网点。为适应市场竞争需要，公司需要进一步强化快速流转的货品分销体系，强化对遍布各地的零售网点的掌控能力，特别是对实时销售数据、库存信息的监控、收集以及整合，以便于公司有效掌控直营零售体系。本项目新零售管理系统（RMS）的顺利上线，将允许所有网点进行数据的实时传输，进一步

打通零售网点存货周转通道，亦将进一步提升零售系统与财务系统的对接效率，确保数据有效性。新零售管理系统（RMS）还嵌入了门店零售管理模板，涵盖会员管理、店员业绩统计、货品管理等，提高门店管理的针对性与有效性。

（3）有利于公司构建全渠道销售体系

线上销售将成为服装销售的重要组成部分。基于此，公司已从自身竞争优势出发，启动了 O2O 战略，打通及整合线下零售网点与网络销售平台，构建全渠道零售模式。本项目全渠道及电子商务平台系统的建设将与订单管理系统有效配合，进一步促进公司线上与线下业务整合，实现公司库存集中管控，提升线上订单线下配货的效率。

（4）有利于公司提升快速时尚化能力

大众时尚休闲服装市场由于覆盖人群广泛，消费群体追求时尚性、个性化消费，市场需求呈多样化且变化快速的特点，各服装企业需要及时感知市场需求变化并迅速在产品设计方面做出响应。本项目的顺利实施，特别是商品计划系统的建设，将进一步提升公司处理庞杂信息、处理大数量级产品设计、库存单位管理的能力，进而提升公司设计款式的多样性以满足消费者不同偏好。

4、项目实施的可行性

（1）符合国家与行业宏观政策导向

2006 年，中共中央办公厅、国务院办公厅印发了《2006-2020 年国家信息化发展战略》提出，在全球信息化发展的大趋势下，要大力推进企业的全面信息化建设、贯彻落实科学发展观、广泛应用信息技术，改造和提升传统产业，发展信息服务，推动经济结构战略性调整。2012 年，工业和信息化部发布了《纺织工业“十二五”发展规划》指出，提升行业信息化水平是纺织工业“十二五”期间的重点任务。同时，各级地方政府也相继出台了鼓励企业信息化建设的导向性政策措施，积极的产业政策极大地鼓舞了企业信息化建设的热情，同时也为企业营造了利用信息技术手段推动企业技术创新、管理创新的良好环境。

（2）公司具有信息化建设的基础

公司一直以来非常重视信息系统的建设工作，并在多年的持续完善与系统更新过程中，积累了丰富的实践管理经验。公司已经上线仓储管理系统和商业智能系统、SAP 系统、订单管理系统、供应链协同管理系统、企业商务平台等，已基本构建覆盖全业务流程的信息管理体系。经过多年信息化建设的工作，公司已具备了一定的软硬件设备基础与实践经验，为下一步的系统升级与整合打下了坚实基础。

同时，为满足公司未来的信息体系建设，公司已成立了专业化的信息部，运作管理公司的信息系统。信息部成立以来，培养并汇聚了一大批既了解公司业务又掌握信息技术的技术骨干，为本项目的建设实施提供了有力的人才保障。

（3）募投项目建设规模同公司的经营规模与财务状况相适应

截至 2016 年 12 月 31 日，公司总资产规模达 630,364 万元，非流动资产总规模达 222,493 万元，净资产总规模达 351,022 万元。本项目投资金额为 8,400.00 万元，将实现对公司现有信息系统的升级完善，建设规模与公司的经营规模、财务状况、发展战略相适应。

5、项目投资概算

本项目预计总投资 8,418.50 万元，全部为建设投资。具体投资构成如下：

序号	投资类别	金额（万元）	所占比例
1	工程费用	4,470.00	53.10%
1.1	硬件投资	1,970.00	23.40%
1.2	软件投资	2,500.00	29.70%
1.3	软件开发及实施投入	2,900.00	34.45%
2	工程建设其他费用	825.00	9.80%
3	基本预备费	223.50	2.65%
建设投资合计		8,418.50	100.00%

6、项目建设进度

本项目建设期 36 个月，项目进度安排如下：

阶段/时间 (月)	T+36																																					
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36		
项目准备																																						
方案设计																																						
软硬件设备 采购及运输																																						
软硬件安装 调试																																						
人员招聘及 培训																																						
试运行																																						

7、环保问题及采取的措施

本项目建设内容为信息化系统建设，无生产环节，不会产生污染。

四、募集资金运用对公司经营和财务状况的影响

本次发行募集资金投资项目的建设，将对公司的经营管理与财务状况产生显著、积极的影响。

（一）对公司经营状况的影响

本次发行募集资金主要用于零售网络扩展与新零售信息系统的建设。上述项目的实施，将使公司零售网络进一步扩大和优化，增强公司对零售网络的控制力度，有利于强化公司快速分销体系，助推公司 O2O 战略深度实施，构建全渠道销售体系，从而全面增强公司的核心竞争能力，扩大市场占有率，使公司在激烈的市场竞争中保持稳定、持续的发展。

（二）对公司财务状况的影响

本次发行募集资金到位后，公司的净资产总额及每股净资产将有显著增加，资产负债率将明显下降，公司的整体抗风险能力及后续持续融资能力也将得到大幅提高。

同时，由于募集资金投资项目在短期内难以完全产生效益，因此公司净资产收益率在短时间内将有所下降。但随着项目效益的日益显现，公司的营业收入和利润水平将会增加，净资产收益率也将恢复正常水平。

第十四节 股利分配政策

一、股利分配的一般政策

根据《公司法》及《公司章程》，公司股利分配的一般政策如下：

公司应当根据中国法律、法规对公司的税后利润进行分配。公司的利润按照国家规定做相应的调整后，按下列顺序分配：（1）依法缴纳所得税；（2）弥补以前年度的亏损；（3）提取法定公积金 10%；（4）提取任意公积金，由股东大会决议决定；（5）支付股东红利。

公司法定公积金累计额为公司注册资本的 50%以上的，可以不再提取。提取法定公积金后，可以提取任意公积金。公司不在弥补公司亏损和提取法定公积金之前向股东分配利润。股东大会决议将公积金转为股本时，按股东原有股份比例派送新股。但法定公积金转为股本时，所留存的该项公积金不得少于转增前公司注册资本的百分之二十五。

公司股东大会对利润分配方案作出决议后，公司董事会须在股东大会召开后两个月内完成红利（或股份）的派发事项。

公司可以采取现金或者股票方式分配股利。公司于发放红利前应该书面通知各方股东。

二、最近三年股利分配的情况

2014 年 2 月 16 日，公司召开 2013 年度股东大会决议，审议通过关于《公司 2013 年度利润分配报告》的议案，决定以公司总股本 36,473.68 万股为基础，向全体股东每股分配现金股利 0.39 元（含税），合计派发现金股利 14,224.74 万元，剩余未分配利润转结至下一年度。

2015 年 5 月 5 日，公司召开 2014 年度股东大会，审议通过了关于《公司截至 2014 年 12 月 31 日止年度的利润分配方案及宣派末期股息》的议案，决定以公司总股本 50,338 万股为基础，向全体股东每股分配现金股利 0.60 元（含税），合计派发现金股利 30,202.8 万元，剩余未分配利润转结至下一年度。

2015 年 10 月 27 日，公司召开 2015 年第三次临时股东大会，审议通过了关于《宣派中期股息（如有）及决定相关的记录日和股东截止过户日期》的议案，决定以公司总股本 49,290.16 万股为基础，向全体股东每股分配现金股利人民币 0.33 元（含税），合计派发现金股利 16,265.75 万元。

2016 年 4 月 29 日，公司召开 2015 年度股东大会，审议通过了关于《公司截至 2015 年 12 月 31 日止年度的利润分配方案及宣派末期股息》的议案，决定以公司总股本 49,290.16 万股为基础，向全体股东每股分配现金股利人民币 0.42 元（含税），合计派发现金股利 20,701.87 万元，剩余未分配利润转结至下一年度。

2016 年 10 月 11 日，公司召开 2016 年第二次临时股东大会，审议通过了关于《审议和批准派发截至 2016 年 6 月 30 日止六个月的 2016 年度中期股息》的议案，决定以 2016 年 10 月 20 日公司总股本为基础，向全体股东每股分配现金股利人民币 0.35 元（含税）。

三、本次发行后的股利分配政策

（一）利润分配政策

根据公司上市后实施的《上海拉夏贝尔服饰股份有限公司人民币普通股 A 股股票上市后三年的股东分红回报规划》，公司本次发行后实施的股利分配政策如下：

- 1、公司利润分配不得超过累计可分配利润，不得损害公司持续经营能力；
- 2、公司可以采取现金、股票、现金与股票相结合的方式或者法律、法规允许的其他方式分配利润；在符合现金分红的条件下，公司应当优先采取现金分红的方式进行利润分配；
- 3、公司拟实施现金分红的，应同时满足以下条件：
 - 1）公司该年度实现的可分配利润（即公司弥补亏损、提取公积金后所余的税后利润）为正值；
 - 2）审计机构对公司该年度财务报告出具标准无保留意见的审计报告；

4、在满足上述现金分红条件情况下，公司将积极采取现金方式分配利润，原则上每年度进行一次现金分红，公司董事会可以根据公司盈利及资金需求情况提议公司进行中期现金分红；

5、公司应保持利润分配政策的连续性与稳定性，每年以现金方式分配的利润不少于当年实现的可分配利润的百分之二十（20%）。公司董事会应当综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，区分下列情形，并按照公司章程规定的程序，提出差异化的现金分红政策：

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

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

3）公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%；公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，按照前项规定处理。

若公司业绩增长快速，并且董事会认为公司股票价格与公司股本规模不匹配时，可以在满足上述现金股利分配之余，提出并实施股票股利分配预案；

6、公司董事会未作出现金股利分配预案的，应当在年度报告中披露原因，独立董事应当对此发表独立意见；

7、存在股东违规占用公司资金情况的，公司在进行利润分配时，应当扣减该股东所分配的现金红利，以偿还其占用的资金。

（二）利润分配决策程序

1、公司每年利润分配预案由公司董事会结合公司章程的规定、盈利情况、资金需求提出和拟定，经董事会审议通过并经半数以上独立董事同意后提请股东大会审议。独立董事及监事会对提请股东大会审议的利润分配预案进行审核并出具书面意见；

2、董事会审议现金分红具体方案时，应当认真研究和论证公司现金分红的时机、条件和最低比例、调整的条件及其决策程序要求等事宜，独立董事应当发表明确意见；独立董事可以征集中小股东的意见，提出分红提案，并直接提交董事会审议；

3、股东大会对现金分红具体方案进行审议时，应当通过多种渠道主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流（包括但不限于提供网络投票表决、邀请中小股东参会等），充分听取中小股东的意见和诉求，及时答复中小股东关心的问题；

4、在当年满足现金分红条件情况下，董事会未提出以现金方式进行利润分配预案的，还应说明原因并在年度报告中披露，独立董事应当对此发表独立意见。同时在召开股东大会时，公司应当提供网络投票等方式以方便中小股东参与股东大会表决；

5、监事会应对董事会和管理层执行公司利润分配政策和股东回报规划的情况及决策程序进行监督，并应对年度内盈利但未提出利润分配预案的，就相关政策、规划执行情况发表专项说明和意见；

6、股东大会应根据法律法规和本章程的规定对董事会提出的利润分配预案进行表决。

公司根据生产经营情况、投资规划和长期发展等需要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，需要事先征求独立董事及监事会意见，经公司董事会审议后提交公司股东大会批准，并经出席股东大会的股东所持表决权的三分之二（2/3）以上通过。公司同时应当提供网络投票方式以方便中小股东参与股东大会表决。

四、本次发行完成前滚存利润的分配政策

根据公司 2015 年 9 月 15 日召开的 2015 年第二次临时股东大会决议，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方案如下：

完成人民币普通股 A 股股票发行后，公司发行时的滚存未分配利润将由公

司全体股东（包括新 A 股股东、本次发行前的内资与外资股东）共同享有；为避免歧义，新 A 股股东不享有本次 A 股公开发行前已宣派的任何股息。

五、发行后股利分配规划

本次发行上市完成后，公司在进行股利分配时将遵守本节之“三、本次发行后的股利分配政策”所述的股利分配政策。具体利润分配方案由董事会制定，股东大会审议。发行后股利分配规划详见本招股说明书之“第十一节管理层讨论与分析”之“六、本次发行后的股利分配政策”。

六、境内外财务报表对股利分配政策的影响

本公司于 2014 年 10 月在香港联交所完成 H 股发行与上市，因此公司在按中国企业会计准则境内财务报表的同时，亦按国际财务报告准则编制了境外财务报表。公司股利分配的上限为按中国会计准则及相关制度与按国际财务报告准则确定的未分配利润数字中较低者。报告期内，公司按中国会计准则及相关制度与按国际财务报告准则所编制的境内与境外财务报表，在净利润、所有者权益及未分配利润方面不存在差异。

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

公司负责信息披露和投资者关系服务的部门为董事会办公室，联系方式如下：

联系人：方先丽

住所：上海市漕溪路 270 号 1 幢 3 层 3300 室

邮政编码：200235

电话：021-80239245

传真：021-80239399

电子邮箱：ir@lachapelle.cn

二、重要合同

截至 2016 年 12 月 31 日，公司已签署、正在履行、或将要履行的重大合同主要包括以下内容：

（一）借款合同

编号	贷款人	借款人	合同金额 (元)	贷款期限	担保情况
1	中国光大银行上海漕河泾开发区支行	公司	23,200,000	2016.10.17-2017.10.17	-
2	中国光大银行上海漕河泾开发区支行	公司	26,800,000	2016.10.24-2017.10.24	-
3	上海浦东发展银行股份有限公司普陀支行	公司	50,000,000	2016.11.07-2017.05.06	拉夏休闲提供信用担保
4	上海浦东发展银行股份有限公司普陀支行	公司	50,000,000	2016.11.21-2017.05.20	拉夏休闲提供信用担保
5	上海浦东发展银行股份有限公司普陀支行	公司	50,000,000	2016.11.28-2017.05.27	拉夏休闲提供信用担保
6	上海浦东发展银行股份有限公司普陀支行	公司	50,000,000	2016.12.12-2017.12.11	拉夏休闲提供信用担保

编号	贷款人	借款人	合同金额 (元)	贷款期限	担保情况
7	上海浦东发展银行股份有限公司普陀支行	公司	50,000,000	2016.12.19-2017.12.18	拉夏休闲提供信用担保

(二) 授信合同

授信人	授信申请人	授信额度(元)	授信期间	担保情况
中国光大银行 漕河泾开发区支行	公司	500,000,000	2016.05.18-2017.05.18	-
招商银行股份有限公司上海分行	公司	150,000,000	2016.11.25-2017.11.25	-

(三) 合资经营合同

就合资经营乐欧服饰事宜，公司与乐欧服饰的外方股东 ICL、TBP 于 2010 年签署《合资经营合同》、《上海乐欧服饰有限公司章程》及其各自的补充协议、章程修正案，对公司在上海乐欧中的出资额、持股比例、公司治理、业务经营及各方权利义务等事宜作出了明确的约定。

公司于 2014 年 7 月与 ICL-Marc Ecko Limited 签署《关于设立 Marc Ecko China Limited（上海马克艾蔻服饰有限公司）中外合资经营企业合作合同》及《公司章程》，对公司在上海崇安中的出资额、持股比例、公司治理、业务经营及各方权利义务等事宜作出了明确的约定。

拉夏企管于 2015 年 8 月与北京君联同道投资顾问合伙企业（有限合伙）签署《天津星旷企业管理咨询合伙企业（有限合伙）有限合伙协议》，对拉夏企管出资与其他各方共同组建一家合伙企业的出资额、企业治理、业务经营及各方权利义务等事宜作出了明确的约定。

拉夏企管于 2016 年 6 月与北京傲妮及其股东香港懿博签署《增资协议》，对拉夏企管向北京傲妮增资金额、持股比例等作出了明确约定。同日，拉夏企管与香港懿博签署《北京傲妮商贸有限公司之合资合同》，就公司治理、业务经营及各方权利义务等事宜作出了明确的约定。

LaCha Fashion I 于 2016 年 6 月与 YOUNG KYU KWON、JOONK WON 签署《SALE AND PURCHASE AGREEMENT FOR THE PURCHASE OF SHARES

IN TNPI HK CO., LIMITED》、与 TNPI 签署《SUBSCRIPTION AGREEMENT RELATING TO THE SHARES IN TNPI HK CO. LIMITED》，分别就 LaCha Fashion I 从 YOUNG KYU KWON、JOONK WON 受让部分 TNPI 股权交易额及向 TNPI 增资额、持股比例、在公司治理、业务经营及各方权利义务等事宜作出了明确的约定。

拉夏企管于 2016 年 6 月与西藏中宝投资管理有限公司、陈泽滨及陈展生签订《西藏宝信股权投资合伙企业（有限合伙）之合伙协议》及《补充协议》，对拉夏企管在西藏宝信中的认缴出资额、企业治理、业务经营、收益分配及各方权利义务等事宜作出了明确的约定。

拉夏企管于 2016 年 9 月与泓澈实业及其股东上海德悦服饰有限公司、实际控制人呼建军、陈亚军签订《泓澈实业（上海）有限公司投资协议》，对拉夏企管向泓澈实业增资金额、持股比例，以及增资前泓澈实业及其股东需完成的股权及业务重组事宜等作出了明确约定。

拉夏企管于 2016 年 9 月与泓澈实业签订《形际实业（上海）有限公司股东合同》，对双方出资共同组建形际实业的出资额、企业治理、业务经营及各方权利义务等事宜作出了明确的约定。

（四）加工承揽合同

公司采用外包加工的产品生产模式，通过与供应商签署年度框架式的《加工承揽合同》，由供应商按照与公司约定的方式进行原料采购与委托加工，向公司供应产品。公司（甲方）与供应商（乙方）签订的订单式合同均采用公司制定的格式合同，合同对合作方式、产品及生产要求、产品质量、验收标准及验收方式、包装及运输、结算方式、违约责任、知识产权及商业保密等进行了约定，并于每年到期前协商循环续签。公司加工承揽合同的主要条款如下：

1、产品及生产要求。产品具体的系列、款号、数量、款式、价格、货期、以及指定的物料等要求，以甲方《采购订单》为准。乙方必须按双方签章的《采购订单》、甲方书面确认的工艺单，以及甲方提供的质量标准进行生产。

2、产品质量、验收标准及验收方式。甲方确定质量收货标准、质量检验检

测方式、判定方式、对不合格品的处理方式及双方责任。

3、包装及运输。约定包装标准、货物运输责任、费用承担方及收货方式。

4、结算方式。约定预付款支付比例、货款支付条件及支付周期。

5、违约责任。双方约定违约责任及相关的赔偿标准。

6、知识产权及商业保密。双方对合作中涉及的商标、商品资料等的保密义务及违约赔偿进行约定。

截至 2016 年 12 月 31 日，公司正在执行中的主要供应商框架协议如下：

序号	供应商名称	类型	期限
1	南通明龙时装有限公司	加工承揽	2016.04.26-2017.12.31
2	东莞市都维尔服饰有限公司	加工承揽	2016.04.26-2017.06.30
3	江苏华文时装有限公司	加工承揽	2016.04.26-2017.12.31
4	上海洪杉实业有限公司	加工承揽	2016.05.04-2017.12.31
5	江苏汇鸿国际集团万新服饰有限公司 ^(注)	加工承揽	2016.05.04-2017.12.31
	江苏汇鸿国际集团中锦控股有限公司 ^(注)	加工承揽	2016.04.28-2017.06.30

注：江苏汇鸿国际集团万新服饰有限公司、江苏汇鸿国际集团中锦控股有限公司均属同一实际控制人控制企业。

（五）房屋租赁合同

公司的专卖零售网点主要通过租赁形式取得经营物业的使用权，租金通常采用三种模式：1.固定月租金；2.销售额的特定百分比；3.最低月租金和销售额的特定百分比的较高者。合同会对租赁的期限，租金的计算方式，管理费及公用事业费，付款方式，订金等进行了约定。截至 2016 年 12 月 31 日，公司正在执行的年合同金额超过 500 万元的租赁合同如下：

出租方	店名	面积(M ²)	租赁期限
重庆铭鑫百货有限公司	重庆渝碚路鑫源大厦集合店	1,844	2015.06.11-2018.12.31
李波	四川成都上东大街新和春喜时代集合店	3,900	2012.12.01-2022.11.30
厦门嘉年名华家居用品有限公司	福建厦门厦禾路嘉年名华集合店	2,700	2015.07.22-2023.07.22
上海莘盛发展有限公司	上海仲盛专卖店	2,247.41	2015.10.22-2020.10.21
武汉里程鸿润物业有限公司	湖北武汉江汉路俊华大厦 US	772	2016.02.25-2023.03.24

（六）商场联营合同

公司的专柜零售网点主要通过和百货商场签订专柜联营协议的形式取得经营场地，并由所在商场进行统一管理。专柜协议的合同期限通常为一年，并通过循环签署实现持续经营。根据专柜联营协议，在通常情况下，由百货商场向消费者收取商品购物款，并定期在扣除商场扣点部分后向公司支付销售结算款。公司现有专柜合同的主要条款如下：

- 1、专柜详情。双方约定专柜的位置、面积及经营商品品类等信息。
- 2、合同期限。双方约定合作期限起止日期，及延期规定。
- 3、经营费用分配及费用承担。双方约定经营收入的结算方式、结算周期，以及水、电、气、暖、物业费等费用的承担方式及结算方式。
- 4、经营管理。双方约定营销人员、商品品类、交易支付、活动促销、售后服务等日常经营的管理方式、双方责任及纠纷处理等内容。

截至 2016 年 12 月 31 日，公司与前五大百货商业集团（同一控制下合并）下属百货商场签署的典型合作协议如下：

序号	联营商场	类型	联营期限
1	成都锦华万达百货有限公司	联营商场	2015.08.01-2017.07.31
2	大商集团河南超市连锁发展有限公司开封分公司	联营商场	2016.12.01-2017.06.30
3	安阳银座商城有限公司	联营商场	2013.02.28-2018.02.27
4	成都市天虹百货有限公司高新商场	联营商场	2017.01.01-2017.06.30
5	太原茂业百货有限公司	联营商场	2016.06.11-2017.06.10

注：该等联营商场所属百货商业集团为公司 2016 年度同一控制下合并的销售金额前五大的商业集团。

（七）工程建设合同

截至 2016 年 12 月 31 日，公司正在履行的重大工程建设合同均系公司在建总部产业园、仓储基建施工合同，其中根据重要性原则，交易金额在 1,000 万元以上的重大工程合同基本情况如下：

2015 年 4 月，上海微乐与恩比建建筑咨询（上海）有限公司签订了《设计咨询合同》，由后者负责公司上海吴泾总部产业园的设计，合同总价款 1,300 万

元。

2016 年 1 月，成都乐微与中国第四冶金建设有限责任公司签订了《成都乐微服饰有限公司——拉夏贝尔西南运营总部【一期项目】施工总承包合同》，由后者总承包公司成都基地的基建工程，负责该工程的建筑、结构、给排水、机电安装等。合同工期自 2015 年 12 月 15 日至 2016 年 10 月 31 日，合同价款 6,730 万元。

2016 年 8 月，上海微乐与上海建工二建集团有限公司签署了《上海微乐服饰有限公司新建高档服装服饰生产基地项目基建工程施工总承包合同》，约定由上海建工二建集团有限公司承建上海微乐服饰有限公司新建高档服装服饰生产基地项目，工程地点为上海市吴泾镇莲花南路西、南潮浜南地块，工程规模为建筑面积 163,192 平方米，施工日期自 2016 年 6 月 27 至 2017 年 9 月 30 日，工程总价款为 80,888 万元。

2016 年 9 月，上海微乐与国网上海节能服务有限公司、上海南华兰陵实业有限公司签署了《拉夏贝尔吴泾高低压设备采购及安装工程施工合同》，该协议约定由国网上海节能服务有限公司、上海南华兰陵实业有限公司负责拉夏贝尔吴泾高低压设备采购及安装工程，计划开工日期 2017 年 6 月 1 日，工程总价款为 1,455.00 元，总工期为 45 日。

（八）运输合同

公司与上海春风物流股份有限公司签署了《拉夏贝尔运输合同》，约定由上海春风物流有限公司承运公司部分货品。合同中对于合同期限、运输方式、运输要求、费用、结算方式、违约责任、理赔标准等关键事宜进行了约定，合同有效期自 2016 年 2 月 15 日至 2017 年 1 月 28 日止。

公司与上海新易泰物流有限公司签署了《拉夏贝尔运输合同》，约定由上海新易泰物流有限公司承运公司部分货品。合同中对于合同期限、运输方式、运输要求、费用、结算方式、违约责任、理赔标准等关键事宜进行了约定，合同有效期自 2016 年 2 月 15 日至 2017 年 1 月 28 日止。

公司与河南宇鑫物流集团有限公司签署了《拉夏贝尔运输合同》，约定由河

南宇鑫物流集团有限公司承运公司部分货品。合同中对于合同期限、运输方式、运输要求、费用、结算方式、违约责任、理赔标准等关键事宜进行了约定，合同有效期自 2016 年 2 月 15 日至 2017 年 1 月 28 日止。

公司与百世物流科技（中国）有限公司签署了《快递服务合同》，约定由百世物流科技（中国）有限公司为公司部分货品提供快递运输服务。合同中对于合同期限、运输方式、运输要求、费用、结算方式、违约责任、理赔标准等关键事宜进行了约定，合同有效期自 2016 年 2 月 15 日至 2017 年 1 月 28 日止。

（九）授权许可合同

旭日极速服饰（惠州）有限公司（以下简称“旭日极速”）与上海朗赫于 2015 年 12 月 1 日签署了《交易条款》及《补充协议》，约定旭日极速授权许可上海朗赫于中国经营出售“Quiksilver”及“Roxy”品牌的服装、泳衣、鞋、旅行包及配件等产品，许可期限为 2016 年 1 月 1 日至 2017 年 12 月 31 日。

（十）采购协议

施华洛世奇（广州）贸易有限公司（以下简称“施华洛世奇”）与公司于 2015 年 8 月 18 日签署了《合作协议》，约定公司向施华洛世奇购买散水晶产品，施华洛世奇向公司提供设计、社交媒体、视觉陈列方案等支持服务，合同有效期限三年，采购总额 3,600 万元。

三、对外担保情况

截至本招股说明书签署日，公司不存在为合并报表范围外的主体进行对外担保的情况。

四、重大诉讼与仲裁

截至本招股说明书签署日，公司存在未了结的涉案金额 50 万以上的诉讼与仲裁情况如下：

1、因店铺装修施工合同纠纷，原告中山市艺海装饰工程有限公司上海分公司于 2016 年 9 月向上海市浦东新区人民法院递交民事起诉状，请求人民法院判

令公司支付原告装修款 1,082,870.79 元、从起诉日至公司实际支付日止的上述专修款利息损失，并承担案件诉讼费。本案于 2016 年 11 月 9 日开庭审理，截至本招股说明书签署日，尚未作出判决。

2、因地砖采购合同纠纷，原告上海新德精创建材有限公司于 2016 年 11 月向上海市徐汇区人民法院递交民事起诉状，请求人民法院判令公司收取相应货物并支付原告货款 662,245 元、向原告支付拖欠货款 96,360.97 元、仓储费 51,475 元及相应利息并承担诉讼费。目前该案正在审理中，截至本招股说明书签署日，尚未作出判决。

3、因销售货物欠款纠纷，原告拉夏天津于 2016 年 12 月向辽宁省喀喇沁左翼蒙古族自治县人民法院递交民事起诉状，请求人民法院判令被告朝阳财富领域购物广场有限公司支付拖欠的货款 923,388.70 元及相应的利息并承担诉讼费用。目前该案正在审理中，并已于 2017 年 1 月 11 日开庭审理，截至本招股说明书签署日，尚未作出判决。

4、因联营合作协议纠纷，原告上海夏微于 2016 年 12 月向南宁市青秀区人民法院递交民事起诉状，请求法院判令被告现想商贸（上海）有限公司南宁第一分公司及现想商贸（上海）有限公司向上海夏微支付拖欠的货款共计 537,576.20 元及利息 21,504 元并承担诉讼费用。目前该案正在审理中，截至本招股说明书签署日，尚未作出判决。

5、因联营合作协议纠纷，原告上海微乐于 2016 年 12 月向南宁市青秀区人民法院递交民事起诉状，请求法院判令被告现想商贸（上海）有限公司南宁第一分公司及现想商贸（上海）有限公司向上海夏微支付拖欠的货款共计 503,207.80 元及利息 20,129 元并承担诉讼费用。目前该案正在审理中，截至本招股说明书签署日，尚未作出判决。

6、因合作经营合同纠纷，上海微乐于 2017 年 1 月向南宁仲裁委员会递交仲裁申请书，请求仲裁庭裁决上海乐微与广西永凯现代城百货有限责任公司之间的合作关系解除，广西永凯现代城百货有限责任公司向上海微乐支付拖欠的货款 729,251.49 元及利息 23,881 元并承担全部仲裁费用。目前该案正在审理中，截至本招股说明书签署日，尚未作出判决。

7、因租赁合同纠纷，原告厦门汇德缘百货有限公司于 2017 年 4 月向厦门市思明区人民法院递交民事起诉状，请求法院判令原告有权没收被告拉夏太仓支付的保证金，以及被告向原告支付租金及违约金，全部合计 4,992,527.62 元，并承担诉讼费用。2017 年 5 月，拉夏太仓提出反诉，请求厦门市思明区人民法院判令厦门汇德缘百货有限公司赔偿拉夏太仓 701,839.84 元，并承担全部诉讼费用。目前该案正在审理中，截至本招股说明书签署日，尚未作出判决。

鉴于上述尚未了结的诉讼、仲裁系公司在正常业务生产经营过程中产生且所涉金额与公司经营规模相比占比较低，发行人律师认为，公司目前尚未了结的上述诉讼、仲裁案件不会对公司资产状况、财务状况产生重大不利影响以致构成本次发行及上市的法律障碍。

五、关联方的重大诉讼或仲裁事项

截至本招股说明书签署日，公司控股股东及实际控制人、控股子公司、公司董事、监事及高级管理人员未涉及作为一方当事人的重大诉讼或仲裁事项。

六、董事、监事及高级管理人员涉及刑事诉讼的情况

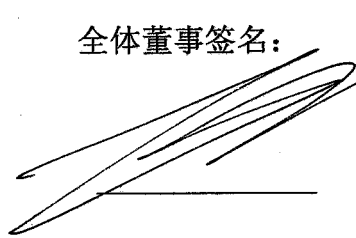
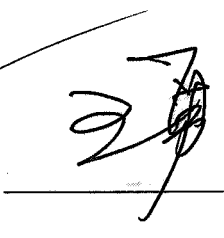
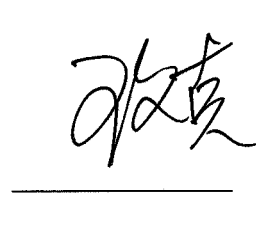
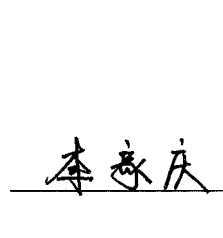
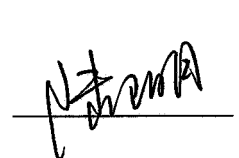
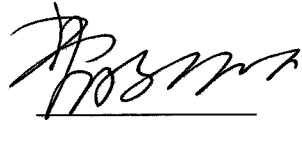
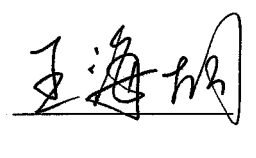
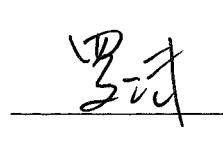
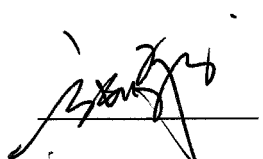
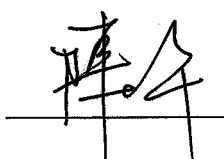
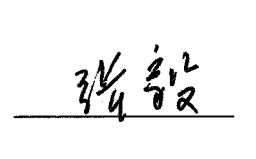
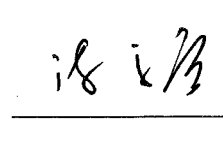
截至本招股说明书签署日，公司董事、监事及高级管理人员不存在涉及刑事诉讼的情况。

第十六节 董事、监事、高级管理人员及有关中介机构声明

一、全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司全体董事、监事、高级管理人员承诺本招股说明书及其摘要不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本公司及全体董事、监事、高级管理人员将依法赔偿投资者损失。

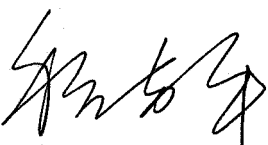
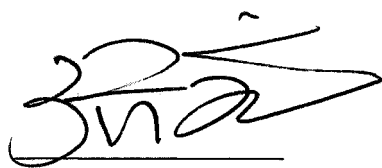
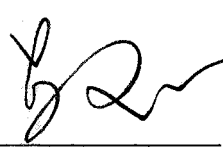
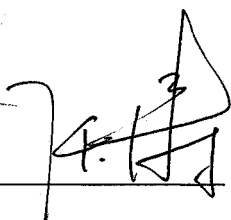
全体董事签名：

			
邢加兴	王勇	王文克	李家庆
			
陆卫明	曹文海	王海桐	罗斌
			
张泽平	陈杰平	张毅	陈永源

上海拉夏贝尔服饰股份有限公司

2017年5月25日

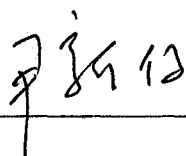
全体监事:


程方平
杨 琳
张学庆
吴金应
张 涛

上海拉夏贝尔服饰股份有限公司

2017 年 5 月 25 日

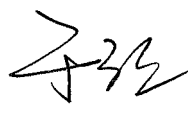
其他高级管理人员:



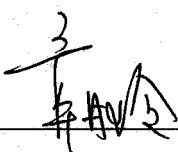
尹新仔



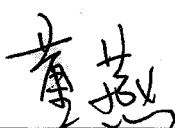
方先丽



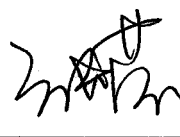
于强



章丹玲



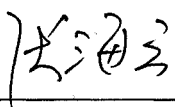
董燕



张莹



石海



张海云

上海拉夏贝尔服饰股份有限公司



2017 年 5 月 25 日

二、保荐人（主承销商）声明

本公司已对招股说明书及其摘要进行了核查，确认不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

保荐代表人：

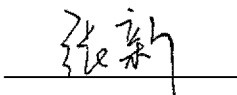


秦成栋



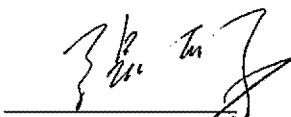
宋志刚

项目协办人：

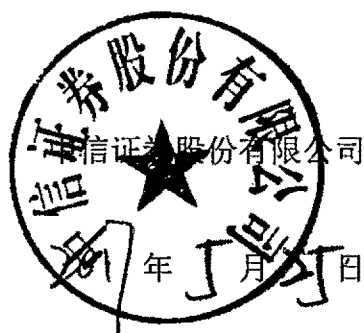


张 新

法定代表人：



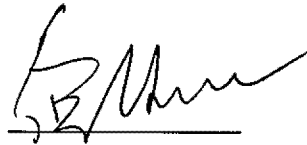
张佑君



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。

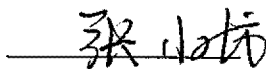
经办律师：



倪俊骥



余蕾



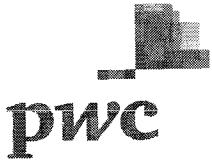
张小龙

律师事务所负责人：



黄宁宁





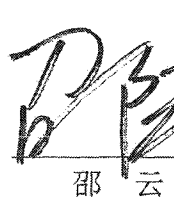
普华永道

关于上海拉夏贝尔服饰股份有限公司 招股说明书及其摘要的 会计师事务所声明

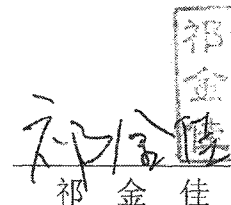
上海拉夏贝尔服饰股份有限公司董事会：

本所及签字注册会计师已阅读上海拉夏贝尔服饰股份有限公司首次公开发行 A 股股票招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘要中引用的有关经审计的 2014、2015 及 2016 年度申报财务报表、内部控制审核报告所针对的 2016 年 12 月 31 日与编制申报财务报表相关的内部控制及经核对的 2014、2015 及 2016 年度非经常性损益明细表的内容，与本所出具的上述审计报告、内部控制审核报告及非经常性损益明细表专项报告的内容无矛盾之处。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上述审计报告、内部控制审核报告及非经常性损益明细表专项报告的内容无异议，确认招股说明书及其摘要不致因完整准确地引用上述报告而导致在相应部分出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对本所出具的上述报告的真实性、准确性和完整性依据有关法律法规的规定承担相应的法律责任。

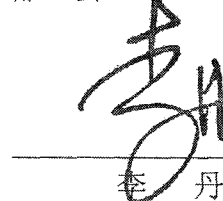
签字注册会计师


邵 云 飞

签字注册会计师


祁 金 佳

会计师事务所负责人


李 丹

普华永道中天会计师事务所（特殊普通合伙）



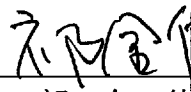
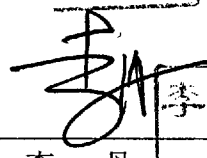
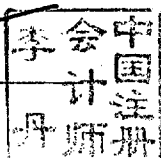


普华永道

关于上海拉夏贝尔服饰股份有限公司 招股说明书及其摘要的 会计师事务所声明

上海拉夏贝尔服饰股份有限公司董事会：

本所及签字注册会计师已阅读上海拉夏贝尔服饰股份有限公司首次公开发行 A 股股票招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘要中引用的普华永道中天会计师事务所有限公司和本所对上海拉夏贝尔服饰股份有限公司 2013 年 6 月 25 日的股东增资，因发行 H 股募集资金而新增注册资本以及 2015 年 8 月 7 日减资出具的验资报告的内容，与普华永道中天会计师事务所有限公司和本所出具的验资报告无矛盾之处。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验资报告的内容无异议，确认招股说明书及其摘要不致因完整准确地引用上述验资报告而导致在相应部分出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对本所出具的上述验资报告的真实性、准确性和完整性依据有关法律法规的规定承担相应的法律责任。

签字注册会计师  邵 云		签字注册会计师  祁 金 佳	
 李 丹			
会计师事务所负责人 			

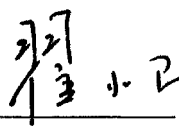
普华永道中天会计师事务所（特殊普通合伙）

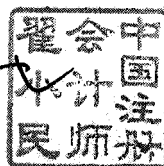


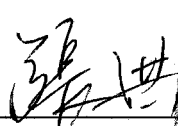
验资机构声明

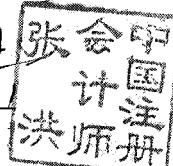
本机构及签字注册会计师已阅读招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本机构出具的验资报告无矛盾之处。本机构及签字注册会计师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的验资报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

签字注册会计师：

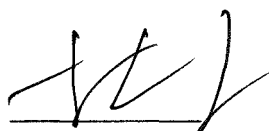

翟小民




张 洪



验资机构负责人：



朱建弟

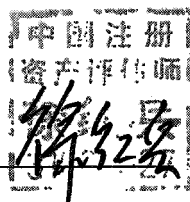


2017年5月25日

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。如本公司为发行人本次首次公开发行股票并上市制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，因此给投资者造成损失的，本公司将依法承担赔偿责任。

经办注册资产评估师：



徐红兵



曾钟豪

资产评估机构负责人：

梅惠民



银信资产评估有限公司

2017年5月25日

离职说明

曾钟豪原为本机构员工，现已因个人原因从本机构离职。

曾钟豪在本机构任职期间，曾作为签字资产评估师，为上海拉夏贝尔服饰股份有限公司 2011 年整体变更设立股份公司时截至 2010 年 12 月 31 日的净资产进行了评估，并出具了“沪银信汇业评报字（2011）第 209 号”《资产评估报告书》。



第十七节 备查文件

一、备查文件

- (一) 发行保荐书；
- (二) 发行保荐工作报告；
- (三) 财务报表及审计报告；
- (四) 内部控制鉴证报告；
- (五) 经注册会计师核验的非经常性损益明细表；
- (六) 法律意见书及律师工作报告；
- (七) 公司章程（草案）；
- (八) 中国证监会核准本次发行的文件；
- (九) 其他与本次发行有关的重要文件。

二、备查文件查阅地点、时间

在本次股票发行期间每周一至周五上午9:00—11:30，下午2:00—5:00，投资者可在下列地点查阅有关备查文件：

1、发行人：上海拉夏贝尔服饰股份有限公司

地点：上海市漕溪路270号1幢3层3300室

电话：021-80239245

传真：021-80239399

联系人：方先丽

2、保荐人（主承销商）：中信证券股份有限公司

地点：北京市朝阳区亮马桥路48号中信证券大厦23层

电话：010-60833018

传真：010-60833955

联系人：秦成栋、宋志刚、高若阳、王一真、师龙阳、张纪元