

广州迪柯尼服饰股份有限公司

GuangZhou Dikeni Fashion Co.,Ltd.

(广州市花都区花都大道西 23 号)

DIKENI

公开转让说明书

(申报稿)

声明：本公司的公开转让申请尚未得到中国证监会注册或全国股转系统同意。
公开转让书说明书申报稿不具有据以公开转让的法律效力，投资者应当以正式
公告的公开转让说明书全文作为投资决策的依据。

中信证券股份有限公司

地址：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

2024 年 2 月

声 明

中国证券监督管理委员会（以下简称“中国证监会”）、全国中小企业股份转让系统（以下简称“全国股转系统”）所作的任何决定或意见，均不表明其对本公司股票公开转让申请文件及所披露信息的真实性、准确性、完整性作出保证，也不表明其对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，本公司经营与收益的变化，由本公司自行负责，由此变化引致的投资风险，由投资者自行承担。

本公司及控股股东、实际控制人、全体董事、监事、高级管理人员承诺公开转让说明书及其他信息披露资料不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

本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公开转让说明书中财务会计资料真实、准确、完整。

本公司及控股股东、实际控制人、全体董事、监事、高级管理人员承诺因公开转让说明书及其他信息披露资料有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券发行或交易中遭受损失的，将依法承担相应的法律责任。

主办券商及证券服务机构承诺因其为公司本次公开转让股票制作、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，将依法承担相应的法律责任。

重大事项提示

公司特别提醒投资者注意下列风险和重大事项：

重要风险或事项名称	重要风险或事项简要描述
市场竞争加剧风险	国内服装行业整体处于一个市场化竞争较为充分的行业，品牌服装企业的竞争力主要体现在品牌定位及影响力、研发设计能力、营销渠道、供应链管理等方面。其中，品牌定位及影响力是品牌服装企业综合实力的反映。目前，公司同行业竞争对手已依托资本市场筹集资金扩大了生产规模。同时，越来越多的国际品牌加速布局中国高端市场，并逐步向中端市场渗透。随着国际休闲服饰品牌巨头布局国内市场以及国内品牌服饰企业日益重视休闲服饰市场，公司面临日益激烈的市场竞争。若发行人未来不能进一步提升品牌影响力并保持竞争优势，应对更为激烈和复杂的市场竞争，公司的盈利能力和市场占有率将会受到一定影响。
原材料价格波动风险	公司的采购包括面辅料采购、成衣采购（FOB 模式）和委托加工（CMT 模式）。报告期内，公司成衣采购占采购总额的比例达到 80%以上。成衣生产所需的主要原材料价格受经济周期和市场供需等因素影响，存在一定波动风险。公司如不能有效应对主要原材料价格出现的大幅波动带来的不利影响，可能对公司营业成本造成不利影响，进而影响公司的盈利能力。
委外生产风险	报告期内，公司产品的生产全部通过直接采购和委托加工完成，公司无自主生产。因此，公司产品的质量、产量、生产周期受到成衣供应商及委托加工商的产能水平、生产工艺、管理水平及质量控制等因素的综合影响。公司制定了标准的品质控制流程，以保证成衣采购的质量和交期。若成衣供应商及委托加工商履约不力或因不可抗力而影响产品的按时保质交付，造成公司的当季商品不能及时上架销售或无法满足热销商品的需求，可能影响公司产品销售计划，从而对公司经营稳健性和品牌形象产生不利影响。
直销主要集中于百货商场的风险	公司实行线下与线上互补，直销为主，经销、代销相结合的销售模式。截至 2023 年 6 月 30 日，公司共有 211 家直销门店、193 家加盟门店，建立了覆盖全国除港、澳、台以外大部分省、自治区、直辖市的销售网络。在直销模式下，公司与商业物业方签署联营协议或者租赁协议，通过百货商场店、购物中心店等形式，直接向最终消费者销售产品。报告期内，公司通过直销渠道实现的销售收入占比达到 65%以上。一旦商业物业方根据商场定位、经营规划、各品牌的销售业绩等调整相应的费率、各品牌的入驻以及地理位置的移动或商场最终经营不善，将会对公司的经营产生不利影响。
经营场地无法续租的风险	截至本公开转让说明书签署日，公司的部分直销门店为租赁取得，如租赁门店不能根据公司需要进行续租、出租方提前终止协议或续租价格大幅上涨，公司存在经营场地无法续租的风险，将对公司的经营业绩造成不利影响。
加盟商管理风险	报告期各期，公司通过加盟模式实现的收入占主营业务收入比例分别为 19.90%、24.81%和 13.42%。加盟模式有利于销售渠道的快速扩张，在与终端消费者的接触沟通、产品的售后服务等方面均发挥了一定的作用。公司一直对加盟商体系进行规范运作，注重对加盟商的管理和培训，提高对加盟商的服务水平。如果加盟商未按照公司的要求进行运营，或者加盟商的经营管理出现问题，将会对公司在当地市场的发展及品牌声誉构成不利影响。

品牌被侵权及“盗版”仿制的风险	公司产品属于消费品，品牌是影响消费者购买的关键因素。不同的品牌代表不同的文化内涵和不同的价值体现，在销售量上也会体现出较大的差别。公司的两大品牌“DIKENI”及“CARSYDA”在男装领域具有较高的知名度和美誉度，受到消费者的青睐。虽然公司已经并将继续采取各种方式来保护公司的品牌和注册商标，进一步加强品牌保护力度，但由于服饰的款式、品牌标识和门店装修陈列风格十分直观、易于模仿，随着公司市场影响力的不断增强，公司未来或将面临不正当市场竞争带来的侵权风险，进而影响公司的品牌形象和经营业绩。另一方面，公司报告期各年设计的款式数量均超过 1,600 款，可能存在研发设计过程中无法及时知晓同行业公司的研发设计的情形，因此公司存在著作权权属、侵权纠纷等对公司声誉及经营造成不利影响的风险。
存货余额较高的风险	报告期各期末，公司存货账面价值分别为 21,023.93 万元、21,981.50 万元和 17,822.62 万元，占各期末资产总额的比例分别为 24.23%、24.66%和 19.76%，计提的存货跌价准备分别为 10,816.29 万元和 11,286.42 万元和 11,368.72 万元，占公司存货账面余额的比例分别为 33.97%、33.93%和 38.95%，存货规模较大。若在以后经营年度中，因市场环境发生变化、公司产品不能满足下游消费者的需求或竞争加剧等原因导致存货跌价增加或存货变现困难，公司将面临较大的存货减值压力和跌价风险，对公司的盈利能力造成不利影响。
应收账款余额较大及无法收回的风险	报告期各期末，公司应收账款账面余额分别为 13,028.24 万元、10,288.15 万元和 8,399.94 万元，占营业收入比例分别为 14.16%、12.98%和 19.58%。随着公司经营规模进一步扩大，公司应收账款余额可能继续增加。如果后续公司不能对应收账款进行有效控制，在未来面临宏观经济发展和行业发展的不利波动或未来客户现金流紧张或支付账款存在困难时，则可能存在应收账款余额较大及无法收回的风险，将对公司经营业绩产生影响。
税收优惠政策变化风险	根据西藏自治区人民政府关于《西藏自治区人民政府关于印发西藏自治区招商引资优惠政策若干规定（试行）的通知》（藏政发[2018]25 号）、《西藏自治区人民政府关于印发西藏自治区企业所得税政策实施办法（暂行）的通知》（藏政发[2022]11 号）、《西藏自治区招商引资优惠政策若干规定》的规定，符合相关条件的企业自 2018 年 1 月 1 日起至 2025 年 12 月 31 日止暂免征收企业所得税中属于地方分享的部分，故曲水迪柯尼自 2021 年 1 月 1 日起至 2023 年 6 月 30 日实际缴纳的企业所得税税率为 9%。如果未来曲水迪柯尼不能持续享受 9% 的优惠所得税税率，将对公司税后利润产生一定的不利影响。
关于整体变更前存在未弥补亏损的风险	2016 年 9 月 8 日，迪柯尼有限召开股东会并作出决议，同意公司以整体变更的方式设立股份有限公司，整体变更后的公司名称为“广州迪柯尼服饰股份有限公司”，并于 2016 年 9 月 26 日完成了工商变更登记。截至 2016 年 7 月 31 日，迪柯尼有限母公司经审计后的累计亏损为 2,366.48 万元。公司在股改时点未分配利润为负，主要是由于经营性亏损。公司整体变更时存在的累计未弥补亏损已通过整体变更设立股份公司净资产折股消除。报告期内，随着产品品牌知名度及客户认可度的提升，公司盈利能力向好，造成历史上形成累计未弥补亏损的情形已经消除，对未来盈利能力不存在负面影响。截至 2023 年 6 月 30 日，母公司累计未分配利润为 25,252.00 万元。整体变更时未分配利润为负数的情况不会对公司的持续经营能力产生重大影响，但仍提请投资者关注公司整体变更时存在未分配利润为负的情形。

目 录

声 明	1
重大事项提示	2
目 录	4
释 义	5
第一节 基本情况	9
第二节 公司业务	36
第三节 公司治理	109
第四节 挂牌同时定向发行	117
第五节 公司财务	118
第六节 附表	238
第七节 有关声明	251
第八节 附件	258

释 义

除非另有说明，以下简称在本说明书中之含义如下：

一般性释义		
本说明书、本公开转让说明书、本公转说明书	指	广州迪柯尼服饰股份有限公司公开转让说明书
公司、本公司、挂牌公司、申请挂牌公司、母公司、迪柯尼	指	广州迪柯尼服饰股份有限公司
迪柯尼有限	指	广州迪柯尼投资发展有限公司，公司前身
裕盛隆贸易	指	广州市裕盛隆贸易有限公司（实际控制人曾经控制的企业）
裕盛隆投资	指	广州裕盛隆投资发展有限公司（实际控制人曾经控制的企业）
迪柯尼贸易	指	广州迪柯尼贸易有限公司（实际控制人曾经控制的企业）
冠璟投资、柏迈铭投资	指	广州冠璟投资有限公司（曾用名：广州柏迈铭投资有限公司），公司控股股东
横琴裕盛隆	指	珠海横琴裕盛隆投资合伙企业（有限合伙）（曾用名：珠海横琴裕盛隆投资管理合伙企业（有限合伙），公司股东
广州柏文、柏文投资发展	指	广州柏文服饰有限公司（曾用名：广州柏文投资发展有限公司），公司全资子公司
曲水迪柯尼	指	曲水迪柯尼商贸有限公司，公司全资子公司
昆山迪柯尼	指	昆山迪柯尼服饰销售有限公司，公司全资子公司，已注销
青岛正阳迪柯尼	指	青岛正阳迪柯尼服装销售有限公司，公司全资子公司
高昱服饰	指	苏州吴江高昱服饰销售有限公司，公司全资子公司
宁海迪柯尼	指	宁海迪柯尼服饰销售有限公司，公司全资子公司
泸州江阳迪柯尼	指	泸州市江阳区迪柯尼服装销售有限公司，公司全资子公司
苏州工业园区迪柯尼	指	苏州工业园区迪柯尼服饰销售有限公司，公司全资子公司
兰山裕盛隆	指	临沂市兰山区裕盛隆服饰销售有限公司，公司全资子公司
伊宁迪柯尼	指	伊宁市迪柯尼服饰经营有限公司
伊宁柏文	指	伊宁市柏文服饰经营有限公司
曲水净缘	指	曲水净缘实业发展有限公司，公司参股子公司
巨鹏贸易	指	巨鹏贸易有限公司（实际控制人控制的企业）
韶关巨鹏	指	韶关巨鹏农业开发有限公司（实际控制人控制的企业）
比音勒芬	指	比音勒芬服饰股份有限公司，证券简称“比音勒芬”，证券代码 002832.SZ
海澜之家	指	海澜之家集团股份有限公司，证券简称“海澜之家”，证券代码 699398.SH
乔治白	指	浙江乔治白服饰股份有限公司，证券简称“乔治白”，证券代码 002687.SZ
七匹狼	指	福建七匹狼实业股份有限公司，证券简称“七匹狼”，证券代码 002029.SZ
九牧王	指	九牧王股份有限公司，证券简称“九牧王”，证券代码 601566.SH
报喜鸟	指	报喜鸟控股股份有限公司，证券简称“报喜鸟”，证券代码 002154.SZ
红豆股份	指	江苏红豆实业股份有限公司，证券简称“红豆股份”，证券代码 600400.SH
股东大会	指	广州迪柯尼服饰股份有限公司股东大会

董事会	指	广州迪柯尼服饰股份有限公司董事会
监事会	指	广州迪柯尼服饰股份有限公司监事会
三会	指	股东大会、董事会、监事会
高级管理人员	指	公司总经理、副总经理、董事会秘书、财务总监
三会议事规则	指	股东大会议事规则、董事会议事规则、监事会议事规则
《公司法》	指	《中华人民共和国公司法》
《证券法》	指	《中华人民共和国证券法》
《公司章程》	指	《广州迪柯尼服饰股份有限公司章程》及其修正案，公司现行有效的公司章程
《公司章程（草案）》	指	《广州迪柯尼服饰股份有限公司章程（草案）》，本次发行上市后将适用的公司章程
国家发改委	指	国家发展和改革委员会
中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
全国股转系统	指	全国中小企业股份转让系统有限责任公司
湖北畅世	指	湖北畅世商贸有限公司
大连尚嘉	指	大连尚嘉美晨商场管理有限公司
辽宁大江	指	辽宁大江实业有限公司
宁夏聚和力	指	宁夏聚和力贸易有限公司
鸿迪服饰	指	温州市鸿迪服饰有限公司
浙江爵派尔	指	浙江爵派尔科技发展有限公司
星马针织	指	桐乡市星马针织制衣有限公司
佛山奥轩	指	佛山奥轩科技有限公司
吉林朗顿	指	吉林朗顿制衣有限公司
广州一享	指	广州一享服装有限公司
东蒙集团	指	东蒙集团有限公司
宁夏新中绒、宁夏爵派尔	指	宁夏新中绒羊绒服装有限公司（曾用名：宁夏爵派尔羊绒针织有限公司）
铭盛服饰	指	温州市铭盛服饰有限公司
主办券商、中信证券	指	中信证券股份有限公司
华兴会计师	指	华兴会计师事务所（特殊普通合伙）
海润天睿	指	北京海润天睿律师事务所
中联评估	指	中联国际房地产土地资产评估咨询（广东）有限公司（曾用名：广东中联羊城资产评估有限公司）
报告期	指	2021 年度、2022 年度和 2023 年 1-6 月
报告期各期末	指	2021 年 12 月 31 日、2022 年 12 月 31 日、2023 年 6 月 30 日
元、万元、亿元	指	人民币元、人民币万元、人民币亿元
专业释义		
委托加工	指	公司将产品委托第三方厂商进行加工，并向其提供面辅料、样衣版式、工艺说明、品质要求等的生产方式，又称“CMT 模式”
成衣采购	指	公司向第三方厂商提供样衣版式、工艺说明、品质要求等，委托其按照公司要求采购面辅料并加工的生产方式，又称“FOB 模式”
扣点	指	企业与商场签订联营合同，双方约定的商场所收取费用占代收零售款的比例
面料	指	服装制作的主要材料，包括棉型织物、麻型织物、丝型织物、毛型织物和化纤织物等

辅料	指	除面料以外用于服装生产的其他材料，包括衬布、里料、拉链、钮扣、金属扣件、线带等
淘宝、淘宝网	指	淘宝电子商城（域名为 www.taobao.com ）
天猫、天猫商城	指	天猫电子商城（域名为 www.tmall.com ）
京东、京东自营	指	京东商城（域名为 www.jd.com ）
唯品会	指	唯品会电子商城（域名为 www.vip.com ）
OEM	指	Original Equipment Manufacturer 的缩写，也称为定点生产，俗称代工（生产），基本含义为品牌生产者不直接生产产品，而是利用自己掌握的关键的核心技术负责设计和开发新产品
ODM	指	Original Design Manufacturer 的缩写，原始设计制造商是由采购方委托制造方提供从研发、设计到生产、后期维护的全部服务，而由采购方负责销售的生产方式。采购方通常也会授权其品牌，允许制造方生产贴有该品牌的产品
O2O	指	Online To Offline 的缩写，消费者通过互联网预定或购买特定产品/服务，并在线下享受商家服务或接收商品
ERP	指	Enterprise Resource Planning，企业资源规划。通过信息系统对信息进行充分整理、有效传递，使企业的资源在购、存、产、销、人、财、物等各个方面能够得到合理地配置与利用，从而实现企业经营效率的提高
SKU	指	STOCK KEEP UNIT，保存库存控制的最小可用单位，例如纺织品中一个 SKU 通常表示：规格、颜色、款式
ISO9001	指	国际标准化组织(ISO)制定的用于企业质量管理体系的国际标准
ISO14001	指	国际标准化组织(ISO)制定的用于环境管理体系的国际标准
ISO45001	指	国际标准化组织(ISO)制定的用于职业健康安全管理体系的国际标准
直销	指	公司自行投资、经营的零售终端，直接向终端消费者销售产品的销售模式
经销	指	公司通过与经销商签订《经销合同》，授予经销商在约定的期限和区域内的品牌经营权。经销商以产品吊牌价的约定结算折扣向公司购货，并通过其所投资和经营的门店向顾客销售产品的销售方式
代销	指	公司通过与代销商签订《代销合同》，代销商定期根据产品的实际销售情况，以产品吊牌价的约定代销出货折扣与公司进行结算的销售方式
电商销售	指	公司通过电子商务平台直接向终端消费者销售产品的销售模式
加盟模式	指	公司通过与加盟商签订加盟合作协议，授予加盟商在约定的期限和范围内的品牌经营权。加盟商以约定折扣向公司购货，并通过加盟自有渠道向顾客销售产品
三来一补	指	指来料加工、来样加工、来件装配和补偿贸易，是中国在改革开放初期尝试性地创立的一种企业贸易形式
提货卡	指	公司通过直销门店销售的单用途预付卡
PDCA	指	Plan, do, check and act，将企业经营的质量管理分为四个阶段，即 Plan（计划）、Do（执行）、Check（检查）和 Act（处理），把各项工作按照作出计划、计划实施、检查实施效果，然后将成功的纳入标准，不成功的留待下一循环去解决，达到全面的质量管理

KOL	指	关键意见领袖（Key Opinion Leader，简称 KOL）指拥有更多、更准确的产品信息，且为相关群体所接受或信任，并对该群体的购买行为有较大影响力的人
自有品牌专业零售商（SPA）	指	自有品牌专业零售商（Specialty retailer of Private Label Apparel），是一种自有品牌服装企业对商品企划、设计、生产、物流和销售环节的全流程控制，以快速适应消费者需求的经营模式
奥特莱斯	指	Outlets 的音译，专指由销售品牌过季、下架、断码商品的商店组成的购物中心，也被称为品牌折扣商城

注：本公开转让说明书中，部分合计数与各加数直接相加之和在尾数上可能略有差异，这些差异是由于四舍五入造成的。

第一节 基本情况

一、 基本信息

公司名称	广州迪柯尼服饰股份有限公司	
统一社会信用代码	91440101054548143E	
注册资本（万元）	9,000.00	
法定代表人	许才君	
有限公司设立日期	2012 年 10 月 22 日	
股份公司设立日期	2016 年 9 月 26 日	
住所	广东省广州市花都区花都大道西 23 号	
电话	020-23382888	
传真	020-23382938	
邮编	510623	
电子信箱	info@dikeni.com	
董事会秘书或者信息披露事务负责人	黄晓	
按照《国民经济行业分类（GB/T4754-2017）》的所属行业	C	制造业
	C18	纺织服装、服饰业
	C181	机织服装制造
	C1819	其他机织服装制造
按照《挂牌公司投资型行业分类指引》的所属行业	13	非日常生活消费品
	1311	耐用消费品与服装
	131112	纺织品、服装与奢侈品
	13111210	服装与配饰
按照《挂牌公司管理型行业分类指引》的所属行业	C	制造业
	C18	纺织服装、服饰业
	C181	机织服装制造
	C1819	其他机织服装制造
经营范围	企业自有资金投资；时装设计服务；服装批发；鞋批发；纺织品、针织品及原料批发；皮革及皮革制品批发；箱、包批发；工艺品批发；电子产品批发；日用器皿及日用杂货批发；化妆品及卫生用品批发；体育用品及器材批发；服装零售；鞋零售；纺织品及针织品零售；箱、包零售；工艺美术品零售；电子产品零售；日用杂货综合零售；化妆品及卫生用品零售；体育用品及器材零售；货物进出口（专营专控商品除外）；技术进出口；室内装饰设计服务；其他仓储业（不含原油、成品油仓储、燃气仓储、危险品仓储）；投资、开发、建设、经营管理物流设施；场地租赁（不含仓储）；广告业；服饰制造；帽零售；帽批发；钟表零售；钟表批发；木制、塑料、皮革日用品零售；玩具零售；文具用品零售；陶瓷、玻璃器皿零售；陶瓷、玻璃器皿批发；水晶首饰批发；钻石首饰零售；其他人造首饰、饰品零售；其他人造首饰、饰品批发；新材料技术推广服务；纺织面料鞋制造；针织或钩针编织物织造；针织或钩针编织品制造；针织或钩针编织服装制造；机织服装制造	
主营业务	公司是一家集研发、销售及品牌管理于一体的中高端品牌商务休闲男装企业，旗下拥有定位于中高端都市商务男装的“DIKENI”品牌及定位于轻奢设计师品牌的	

二、 股份挂牌情况

（一）基本情况

股票简称	迪柯尼
股票种类	人民币普通股
股份总量（股）	90,000,000
每股面值（元）	1.00
股票交易方式	集合竞价交易
是否有可流通股	否

（二）做市商信息

☐适用 ☒不适用

（三）股东所持股份的限售安排及股东对所持股份自愿锁定的承诺

1、 相关法律法规及公司章程对股东所持股份转让的限制性规定

（1）相关法律法规对股东所持股份的限制性规定

《公司法》第一百四十一条规定：“发起人持有的本公司股份，自公司成立之日起一年内不得转让。公司公开发行股份前已发行的股份，自公司股票在证券交易所上市交易之日起一年内不得转让。公司董事、监事、高级管理人员应当向公司申报所持有的本公司的股份及其变动情况，在任职期间每年转让的股份不得超过其所持有本公司股份总数的百分之二十五；所持本公司股份自公司股票上市交易之日起一年内不得转让。上述人员离职后半年内，不得转让其所持有的本公司股份。公司章程可以对公司董事、监事、高级管理人员转让其所持有的本公司股份作出其他限制性规定。”

《全国中小企业股份转让系统业务规则（试行）》2.8 条规定：“挂牌公司控股股东及实际控制人在挂牌前直接或间接持有的股票分三批解除转让限制，每批解除转让限制的数量均为其挂牌前所持股票的三分之一，解除转让限制的时间分别为挂牌之日、挂牌期满一年和两年。挂牌前十二个月以内控股股东及实际控制人直接或间接持有的股票进行过转让的，该股票的管理按照前款规定执行，主办券商为开展做市业务取得的做市初始库存股票除外。因司法裁决、继承等原因导致有限售期的股票持有人发生变更的，后续持有人应继续执行股票限售规定。”

《全国中小企业股份转让系统挂牌公司治理规则》第七十七条规定：“挂牌公司控股股东、实际控制人、董事、监事和高级管理人员在下列期间不得买卖本公司股票：（一）公司年度报告公告前 30 日内，因特殊原因推迟年度报告日期的，自原预约公告日前 30 日起算，直至公告日日终；（二）公司业绩预告、业绩快报公告前 10 日内；（三）自可能对公司股票及其他证券品种交易价

格、投资者投资决策产生较大影响的重大事件发生之日或者进入决策程序之日，至依法披露后 2 个交易日内；（四）中国证监会、全国股转公司认定的其他期间。”

（2）公司章程的规定

《公司章程（草案）》第二十六条规定：“发起人持有的本公司股份，自公司成立之日起 1 年内不得转让。”

《公司章程（草案）》第二十七条规定：“公司董事、监事、高级管理人员应当向公司申报所持有的本公司的股份及其变动情况，在任职期间每年转让的股份不得超过其所持有本公司股份总数的 25%；所持本公司股份自公司股票上市交易之日起 1 年内不得转让。上述人员离职后半年内，不得转让其所持有的本公司股份。”

《公司章程（草案）》第二十八条规定：“公司董事、监事、高级管理人员、持有本公司股份 5%以上的股东，将其所持有的本公司股票在买入后 6 个月内卖出，或者在卖出后 6 个月内又买入的，由此所得收益归本公司所有，本公司董事会将收回其所得收益。”

2、 股东对所持股份自愿锁定承诺

☐适用 ☒不适用

3、 股东所持股份的限售安排

序号	股东名称	持股数量 (股)	持股比例	是否为董 事、监事 及高管	是否为控股 股东、实际 控制人、一 致行动人	是否 为做 市商	挂牌前 12 个月 内受让自控股股 东、实际控制人的 股份数量 (股)	因司法裁决、 继承等原因而 获得有限售条 件股票的数量 (股)	质押股 份数量 (股)	司法冻结 股份数量 (股)	本次可公 开转让股 份数量 (股)
1	冠璟投资	55,000,000	61.11%	否	是	否	0	0	0	0	0
2	许才君	12,750,000	14.17%	是	是	否	0	0	0	0	0
3	郑雪芬	12,250,000	13.61%	是	是	否	0	0	0	0	0
4	横琴裕盛隆	7,000,000	7.78%	否	是	否	0	0	0	0	0
5	郑官华	3,000,000	3.33%	否	否	否	0	0	0	0	0
合计	-	90,000,000	100.00%	-	-	-	0	0	0	0	0

(四) 挂牌条件适用情况

共同标准	公司治理制度	股东大会议事规则	制定
		董事会议事规则	制定
		监事会议事规则	制定
		关联交易制度	制定
		投资者关系管理制度	制定
	董事会秘书或信息披露事务负责人	公司是否设立董事会秘书或信息披露事务负责人	是
		董事会秘书或信息披露事务负责人是否为公司高管	是
	合规情况	最近 24 个月内申请挂牌公司或其控股股东、实际控制人、重要控股子公司是否存在贪污、贿赂、侵占财产、挪用财产或者破坏	☐ 是 ☒ 否

		社会主义市场经济秩序行为被司法机关作出有罪判决，或刑事处罚未执行完毕	
		最近 24 个月内申请挂牌公司或其控股股东、实际控制人、重要控股子公司是否存在欺诈发行、重大信息披露违法或者其他涉及国家安全、公共安全、生态安全、生产安全、公众健康安全等领域的重大违法行为	☐ 是 ☒ 否
		最近 12 个月内申请挂牌公司或其控股股东、实际控制人、重要控股子公司、董事、监事、高级管理人员是否被中国证监会及其派出机构采取行政处罚	☐ 是 ☒ 否
		申请挂牌公司或其控股股东、实际控制人、重要控股子公司、董事、监事、高级管理人员是否被中国证监会及其派出机构采取行政处罚	☐ 是 ☒ 否
		申请挂牌公司或其控股股东、实际控制人、重要控股子公司、董事、监事、高级管理人员是否因涉嫌犯罪正被司法机关立案侦查或涉嫌违法违规正被中国证监会及其派出机构立案调查，尚未有明确结论意见	☐ 是 ☒ 否
		申请挂牌公司或其控股股东、实际控制人、重要控股子公司、董事、监事、高级管理人员是否被列入失信联合惩戒对象且情形尚未消除	☐ 是 ☒ 否
		申请挂牌公司董事、监事、高级管理人员是否存在被中国证监会及其派出机构采取证券市场禁入措施，或被全国股转公司认定其不适合担任公司董事、监事、高级管理人员，且市场禁入措施或不适格情形尚未消除的情形	☐ 是 ☒ 否
	审计情况	最近一个会计年度经审计的期末净资产是否为负值	☐ 是 ☒ 否
		最近一期每股净资产不低于 1 元/股	☒ 是 ☐ 否
		持续经营时间是否少于两个会计年度	☐ 是 ☒ 否
	股本情况	股本总额（万元）	9,000

差异化标准——标准 1

√适用 ☐不适用

标准 1	净利润指标（万元）	年度	2022 年度	2021 年度
		归属于母公司所有者的净利润	7,550.74	8,103.38

		扣除非经常性损益后归属母公司所有者的净利润	6,556.78	7,553.91
--	--	-----------------------	----------	----------

差异化标准——标准 2

☐适用 ☒不适用

差异化标准——标准3

☐适用 ☒不适用

差异化标准——标准4

☐适用 ☒不适用

差异化标准——标准 5

☐适用 ☒不适用

分析说明及其他情况

综合考虑公司规模、经营情况、盈利情况等因素，本次挂牌选择《全国中小企业股份转让系统股票挂牌规则》第二十一条第一项规定的挂牌标准：“最近两年净利润均为正且累计不低于 800 万元，或者最近一年净利润不低于 600 万元。”

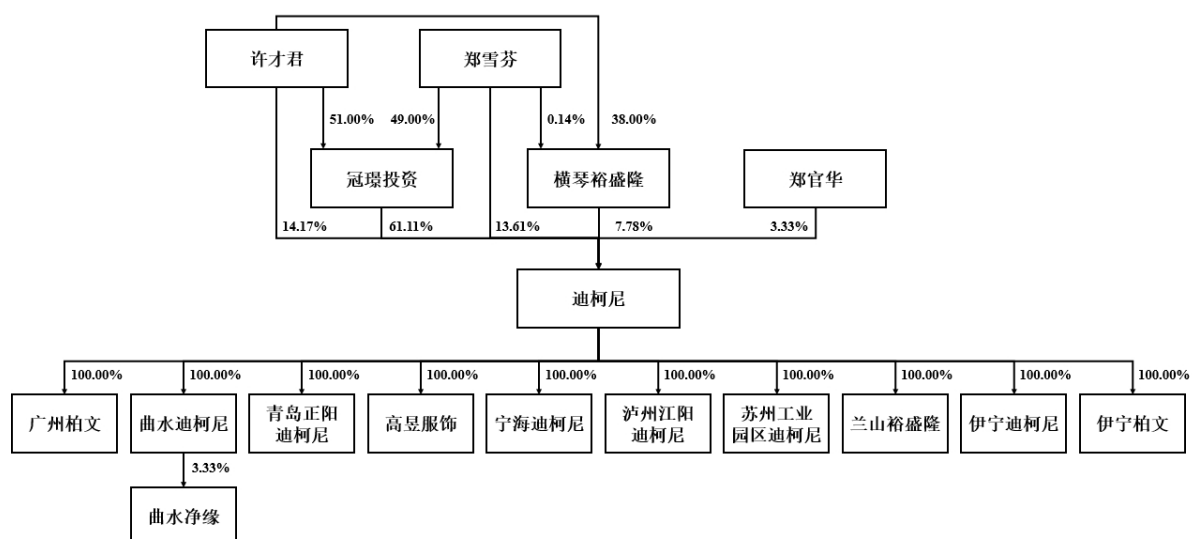
公司 2021 年归属于母公司净利润为 7,553.91 万元（扣除非经常性损益前后孰低），2022 年归属于母公司净利润为 6,556.78 万元（扣除非经常性损益前后孰低），符合上述标准。

（五）进层条件适用情况

挂牌同时进入层级	基础层
----------	-----

三、 公司股权结构

(一) 股权结构图



(二) 控股股东和实际控制人

1、 控股股东

《公司法》第二百一十六条规定：“控股股东，是指其出资额占有限责任公司资本总额百分之五十以上或者其持有的股份占股份有限公司股本总额百分之五十以上的股东；出资额或者持有股份的比例虽然不足百分之五十，但依其出资额或者持有的股份所享有的表决权已足以对股东会、股东大会的决议产生重大影响的股东。”

《全国中小企业股份转让系统挂牌公司信息披露规则》第六十八条规定：“控股股东，是指其持有的股份占公司股本总额 50%以上的股东；或者持有股份的比例虽然不足 50%，但依其持有的股份所享有的表决权已足以对股东大会的决议产生重大影响的股东。”

截至本公开转让说明书签署日，冠璟投资直接持有公司 61.11%的股份，为公司控股股东。

控股股东为法人的，请披露以下表格：

√适用 □不适用

公司名称	广州冠璟投资有限公司
统一社会信用代码	91440101MA59CW6R6H
法定代表人	许才君
设立日期	2016 年 5 月 12 日
注册资本	1,000.00 万元
公司住所	广州市花都区炭步镇南街路 82 号 303 房
邮编	510820
所属国民经济行业	其他未列明商务服务业（L7299）

主营业务	股权投资
------	------

出资结构

序号	股东（出资人）	认缴资本（元）	实缴资本（元）	持股（出资）比例
1	许才君	5,100,000.00	5,100,000.00	51.00%
2	郑雪芬	4,900,000.00	4,900,000.00	49.00%
合计	-	10,000,000.00	10,000,000.00	100.00%

控股股东为合伙企业的，请披露以下表格：

☐适用 ☒不适用

控股股东为自然人的，请披露以下表格：

☐适用 ☒不适用

控股股东为其他非法人组织的，请披露以下表格：

☐适用 ☒不适用

2、实际控制人

《公司法》第二百一十六条规定：“实际控制人，是指虽不是公司的股东，但通过投资关系、协议或者其他安排，能够实际支配公司行为的人。”

根据《全国中小企业股份转让系统挂牌公司信息披露规则》的规定：“实际控制人，是指通过投资关系、协议或者其他安排，能够支配、实际支配公司行为的自然人、法人或者其他组织。”

截至本公开转让说明书签署日，公司实际控制人为许才君、郑雪芬夫妇。许才君直接持有公司 14.17%的股份，郑雪芬直接持有公司 13.61%的股份，许才君、郑雪芬分别持有公司控股股东冠璟投资 51.00%和 49.00%的股权，冠璟投资直接持有公司 61.11%的股份。此外，许才君、郑雪芬分别持有横琴裕盛隆 38.00%、0.14%的出资份额，郑雪芬担任横琴裕盛隆的执行事务合伙人，横琴裕盛隆直接持有公司 7.78%的股份。综上，许才君和郑雪芬夫妇二人直接及间接合计持有公司 91.86%的股份，合计控制公司 96.67%的股份，为公司的实际控制人。

控股股东与实际控制人不相同

☒适用 ☐不适用

实际控制人为法人的，请披露以下表格：

☐适用 ☒不适用

实际控制人为自然人的，请披露以下表格：

☒适用 ☐不适用

序号	1
姓名	许才君

国家或地区	中国国籍
性别	男
年龄	54
是否拥有境外居留权	是 中国香港居民身份证、冈比亚共和国永久居留权、几内亚比绍共和国永久居留权
学历	大专学历
任职情况	迪柯尼董事长
职业经历	1985年7月至2001年2月，从事服装贸易；2001年3月至2012年12月，任裕盛隆贸易经理；2004年1月至2011年6月，任迪柯尼贸易执行董事；2010年4月至今，任广州柏文执行董事兼经理；2012年10月至2014年10月，任裕盛隆投资执行董事兼经理；2012年10月至2016年9月，任迪柯尼有限执行董事兼经理；2016年9月至今，任迪柯尼董事长。

序号	2
姓名	郑雪芬
国家或地区	中国国籍
性别	女
年龄	52
是否拥有境外居留权	是 中国香港居民身份证、冈比亚共和国永久居留权、几内亚比绍共和国永久居留权
学历	大专学历
任职情况	迪柯尼董事、总经理
职业经历	1985年7月至2001年2月，从事服装贸易；2001年3月至2012年12月，任裕盛隆贸易经理；2004年1月至2011年6月，任迪柯尼贸易经理；2010年4月至2016年3月，任广州柏文监事；2012年10月至2014年10月，任裕盛隆投资监事；2012年10月至2016年3月，任迪柯尼有限监事；2016年9月至今，任迪柯尼董事、总经理。

实际控制人为非法人组织的，请披露以下表格：

☐适用 ☒不适用

共同实际控制人之间存在一致行动关系的，除了披露上述基本情况外，还应披露以下情况：

☐适用 ☒不适用

3、报告期内实际控制人发生变动的情况

☐适用 ☒不适用

（三） 前十名股东及其他持股 5%以上股份或表决权股东情况

序号	股东名称	持股数量（股）	持股比例	股东性质	是否存在质押或其他争议事项
----	------	---------	------	------	---------------

1	冠璟投资	55,000,000	61.11%	法人主体	否
2	许才君	12,750,000	14.17%	自然人	否
3	郑雪芬	12,250,000	13.61%	自然人	否
4	横琴裕盛隆	7,000,000	7.78%	有限合伙企业	否
5	郑官华	3,000,000	3.33%	自然人	否
合计	-	90,000,000	100.00%	-	-

☐适用 ☒不适用

（四） 股东之间关联关系

☒适用 ☐不适用

（1）许才君与郑雪芬系夫妻关系，许才君、郑雪芬分别持有公司控股股东冠璟投资 51.00% 和 49.00% 的股权，许才君任冠璟投资执行董事兼总经理，冠璟投资直接持有公司 61.11% 的股权；

（2）许才君、郑雪芬分别持有横琴裕盛隆 38.00%、0.14% 的出资份额，郑雪芬担任横琴裕盛隆的执行事务合伙人，横琴裕盛隆直接持有公司 7.78% 的股权；

（3）郑官华与郑雪芬系兄妹关系。

除上述情形外，公司现有股东之间不存在其他关联关系。

（五） 其他情况

1、 机构股东情况

☒适用 ☐不适用

（1） 珠海横琴裕盛隆投资合伙企业（有限合伙）

1) 基本信息：

名称	珠海横琴裕盛隆投资合伙企业（有限合伙）
成立时间	2017 年 10 月 11 日
类型	有限合伙企业（外商投资合伙企业）
统一社会信用代码	91440400MA4X74NT7T
法定代表人或执行事务合伙人	郑雪芬
住所或主要经营场所	珠海市横琴新区兴盛五路 268 号 1102 房
经营范围	一般项目：以自有资金从事投资活动。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）

2) 机构股东出资结构：

序号	股东（出资人）	认缴资本（元）	实缴资本（元）	持股（出资）比例
1	许才君	7,980,000.00	7,980,000.00	38.00%
2	KANG BYOUNG SIK	5,100,000.00	5,100,000.00	24.29%
3	熊国文	3,660,000.00	3,660,000.00	17.43%
4	邓剑宇	1,260,000.00	1,260,000.00	6.00%
5	黄晓	750,000.00	750,000.00	3.57%
6	刘佳宁	600,000.00	600,000.00	2.86%

7	陈丽屏	510,000.00	510,000.00	2.43%
8	王小芹	300,000.00	300,000.00	1.43%
9	黎建聪	300,000.00	300,000.00	1.43%
10	陈作豪	150,000.00	150,000.00	0.71%
11	王喜丹	120,000.00	120,000.00	0.57%
12	陈国娟	120,000.00	120,000.00	0.57%
13	曾非凡	120,000.00	120,000.00	0.57%
14	郑雪芬	30,000.00	30,000.00	0.14%
合计	-	21,000,000.00	21,000,000.00	100.00%

私募股东备案情况

☐适用 ☒不适用

2、特殊投资条款情况

☐适用 ☒不适用

3、股东适格性核查

序号	股东名称	是否适格	是否为员工持股平台	具体情况
1	冠璟投资	是	否	境内法人
2	许才君	是	否	自然人
3	郑雪芬	是	否	自然人
4	横琴裕盛隆	是	是	员工持股平台
5	郑官华	是	否	自然人

4、其他情况说明

事项	是或否
公司及子公司是否存在 VIE 协议安排	否
是否存在控股股东为境内外上市公司	否
公司、重要控股子公司、控股股东及实际控制人是否存在股东超过 200 人的情形	否
公司及子公司是否存在工会或职工持股会持股	否

具体情况说明

☐适用 ☒不适用

四、公司股本形成概况

(一) 公司设立情况

1、2012 年 10 月，迪柯尼有限设立

2012 年 10 月 8 日，广州市工商行政管理局出具“（穗）名预核内字[2012]第 01201210080052 号”《企业名称预先核准通知书》，预先核准迪柯尼有限使用“广州迪柯尼投资发展有限公司”

名称。

2012 年 10 月 16 日，许才君、郑雪芬共同签署了《广州迪柯尼投资发展有限公司章程》，同意设立迪柯尼有限。

2012 年 10 月 17 日，广州市大同会计师事务所有限公司出具“大同验（2012）第 171 号”《验资报告》。经审验，截至 2012 年 10 月 16 日，迪柯尼有限已收到许才君、郑雪芬缴纳的注册资本合计人民币 2,500 万元，全部以货币出资。

2012 年 10 月 22 日，迪柯尼有限在广州市工商行政管理局注册成立，领取注册号为 440101000217332 的《企业法人营业执照》。迪柯尼有限设立时的股权结构如下：

序号	股东名称	认缴出资额（万元）	实缴出资额（万元）	出资比例（%）
1	许才君	1,275.00	1,275.00	51.00
2	郑雪芬	1,225.00	1,225.00	49.00
合计		2,500.00	2,500.00	100.00

2、2016 年 6 月，迪柯尼有限第一次增资

2016 年 5 月 3 日，迪柯尼有限召开股东会，决议将注册资本由 2,500 万元增加至为 8,000 万元，新增注册资本由柏迈铭投资认缴：柏迈铭投资共出资 14,000 万元人民币，其中 5,500 万元人民币作为认缴出资，8,500 万元人民币计入资本公积，增资价格为 2.55 元/注册资本。

2022 年 4 月 20 日，华兴会计师出具“华兴验字[2022]21012120025 号”《验资报告》。经审验，截至 2016 年 5 月 30 日止，迪柯尼有限已收到柏迈铭投资缴纳的投资款合计人民币 14,000 万元，其中新增注册资本人民币 5,500 万元，新增资本公积人民币 8,500 万元，出资方式为货币。

2016 年 6 月 3 日，经广州市工商行政管理局核准，迪柯尼有限办理了上述事项的变更登记。本次增资后，迪柯尼有限的股权结构如下：

序号	股东名称	认缴出资额（万元）	实缴出资额（万元）	出资比例（%）
1	柏迈铭投资	5,500.00	5,500.00	68.75
2	许才君	1,275.00	1,275.00	15.94
3	郑雪芬	1,225.00	1,225.00	15.31
合计		8,000.00	8,000.00	100.00

3、2016 年 9 月，整体变更设立股份公司

2016 年 9 月 7 日，会计师出具“广会审字[2016]G15037160021 号”《审计报告》。经审验，截至 2016 年 7 月 31 日，迪柯尼有限净资产账面价值为 9,569.18 万元。

2016 年 9 月 8 日，中联国际评估咨询有限公司出具“中联羊城评字[2016]第 VHMPC0357

号”《资产评估报告书》。经评估,截至 2016 年 7 月 31 日,迪柯尼有限的净资产评估值为 11,690.42 万元。

2016 年 9 月 8 日,迪柯尼有限召开股东会并作出决议,同意公司以整体变更的方式设立股份有限公司,整体变更后的公司名称为“广州迪柯尼服饰股份有限公司”。同日,迪柯尼有限全体股东暨股份公司全体发起人签订《广州迪柯尼服饰股份有限公司发起人协议》,一致同意将公司经审计净资产人民币 9,569.18 万元中的 8,000 万元折成股份公司 8,000 万股,每股面值 1 元,其余部分共计 1,569.18 万元计入资本公积金,有限公司变更为股份有限公司按其净资产 1:0.8360 的比例折为股份。

2016 年 9 月 23 日,股份公司召开创立大会暨第一次股东大会,审议通过了《广州迪柯尼服饰股份有限公司(筹)筹建情况的报告》《广州迪柯尼服饰股份有限公司(筹)章程草案》等各项议案。

2022 年 4 月 22 日,华兴会计师出具“华兴验字[2022]21012120036 号”《验资报告》。经审验,截至 2016 年 9 月 10 日止,各发起人以迪柯尼有限经审计的截至 2016 年 7 月 31 日止的净资产 9,569.18 万元作为折股依据进行折股。其中 8,000 万元作为注册资本,折合 8,000 万股,每股面值 1 元,剩余 1,569.18 万元作为资本公积。

2016 年 9 月 26 日,公司取得了广州市工商行政管理局换发的《营业执照》(统一社会信用代码: 91440101054548143E)。

股份公司成立时,迪柯尼股份的股权结构如下:

序号	股东名称	持股数(万股)	持股比例(%)
1	冠璟投资	5,500.00	68.75
2	许才君	1,275.00	15.94
3	郑雪芬	1,225.00	15.31
合计		8,000.00	100.00

4、2017 年 10 月,迪柯尼股份第一次增资

2017 年 10 月 20 日,迪柯尼股份召开 2017 年第二次股东大会,一致决议将公司注册资本由 8,000 万元增加至 9,000 万元,新增注册资本由新股东认缴:郑官华出资 900 万元,其中 300 万元计入公司注册资本,600 万元计入公司资本公积;员工持股平台横琴裕盛隆出资 2,100 万元,其中 700 万元计入公司注册资本,1,400 万元计入公司资本公积。本次增资价格为 3 元/股。

2022 年 4 月 26 日,华兴会计师出具“华兴验字[2022]21012120047 号”《验资报告》。经审验,截至 2017 年 10 月 20 日止,公司已收到横琴裕盛隆和郑官华缴纳的投资款合计人民币 3,000 万元,其中新增注册资本人民币 1,000 万元,新增资本公积人民币 2,000 万元,均以货币出资。

变更后的累计注册资本为人民币 9,000 万元，股本为人民币 9,000 万元。

2017 年 10 月 23 日，经广州市工商行政管理局核准，迪柯尼有限办理了上述事项的变更登记。本次增资后，迪柯尼有限的股权结构如下：

序号	股东名称	持股数（万股）	持股比例（%）
1	冠璟投资	5,500.00	61.11
2	许才君	1,275.00	14.17
3	郑雪芬	1,225.00	13.61
4	横琴裕盛隆	700.00	7.78
5	郑官华	300.00	3.33
合计		9,000.00	100.00

（二） 报告期内的股本和股东变化情况

报告期内，公司股本和股东未发生变化。

（三） 区域股权市场或其他交易场所挂牌情况

☐适用 ☒不适用

（四） 在全国股转系统摘牌后重新申报情况

☐适用 ☒不适用

（五） 股权激励情况或员工持股计划

☒适用 ☐不适用

横琴裕盛隆系发行人的员工持股平台，直接持有公司 7.78%的股份。

1、基本情况

企业名称	珠海横琴裕盛隆投资合伙企业（有限合伙）
住所	珠海市横琴新区兴盛五路 268 号 1102 房
主要生产经营地	无
执行事务合伙人	郑雪芬
认缴出资额	2,100 万元人民币
实缴出资额	2,100 万元人民币
商事主体类型	有限合伙企业（外商投资合伙企业）
统一社会信用代码	91440400MA4X74NT7T

成立日期	2017 年 10 月 11 日
经营期限	2017 年 10 月 11 日至 2027 年 10 月 10 日
经营范围	一般项目：以自有资金从事投资活动。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）
主营业务及其与发行人主营业务的关系	投资管理，与发行人主营业务无关系

2、出资情况

截至本公开转让说明书签署日，横琴裕盛隆的出资构成情况如下：

单位：万元

序号	合伙人	合伙人类型	现任公司职务	认缴出资额	实缴出资额	持股比例（%）
1	许才君	有限合伙人	董事长	798.00	798.00	38.00
2	KANG BYOUNG SIK	有限合伙人	董事	510.00	510.00	24.29
3	熊国文	有限合伙人	董事、副总经理	366.00	366.00	17.43
4	邓剑宇	有限合伙人	董事、财务总监	126.00	126.00	6.00
5	黄晓	有限合伙人	董事会秘书	75.00	75.00	3.57
6	刘佳宁	有限合伙人	DKN 开发中心总监	60.00	60.00	2.86
7	陈丽屏	有限合伙人	监事	51.00	51.00	2.43
8	王小芹	有限合伙人	人力行政中心总监	30.00	30.00	1.43
9	黎建聪	有限合伙人	DKN 商品运作中心总监	30.00	30.00	1.43
10	陈作豪	有限合伙人	人力行政中心招聘高级经理	15.00	15.00	0.71
11	王喜丹	有限合伙人	CSD 加盟运营部经理	12.00	12.00	0.57
12	陈国娟	有限合伙人	监事会主席、职工代表监事	12.00	12.00	0.57
13	曾非凡	有限合伙人	DKN 零售管理中心大区总监	12.00	12.00	0.57
14	郑雪芬	普通合伙人	董事、总经理	3.00	3.00	0.14
合计				2,100.00	2,100.00	100.00

（六）其他情况

事项	是或否
公司是否曾擅自公开或者变相公开发行证券	否
公司是否曾存在代持	否
公司是否（曾）存在工会、职工持股会持股或自然人股东人数较多的情形	否
公司是否（曾）存在非货币出资	否
公司是否曾存在出资瑕疵	否
公司是否曾涉及国有企业、集体企业改制	否
公司历史沿革是否涉及国资、外资、集体股东出资	否

公司是否（曾）存在红筹架构	否
公司是否存在分立、合并事项	否

具体情况说明：

☐适用 ☒不适用

五、 报告期内的重大资产重组情况

☐适用 ☒不适用

其他事项披露

☐适用 ☒不适用

六、 公司控股子公司或纳入合并报表的其他企业、参股企业的基本情况

（一） 公司控股子公司或纳入合并报表的其他企业

☒适用 ☐不适用

1、 广州柏文服饰有限公司

成立时间	2010 年 4 月 12 日
住所	广州市天河区临江大道 5 号 1201、1207 单元
注册资本	7,500 万元
实缴资本	7,500 万元
主要业务	男装的研发、销售及品牌管理
与公司业务的关系	主要从事公司服装品牌的销售业务
股东构成及持股比例	迪柯尼持有 100%股权

最近一年及一期财务数据

单位：万元

项目	2023 年 6 月 30 日	2022 年 12 月 31 日
总资产	8,880.69	9,634.93
净资产	4,189.49	3,510.33
项目	2023 年 1 月—6 月	2022 年度
营业收入	7,907.98	12,765.05
净利润	679.16	-784.35
最近一年及一期财务数据是否经审计	是（以上数据经华兴会计师审计）	

2、 曲水迪柯尼商贸有限公司

成立时间	2015 年 12 月 22 日
住所	西藏拉萨市曲水县人民路雅江工业园 401-16 室
注册资本	500.00 万元
实缴资本	500.00 万元
主要业务	男装销售
与公司业务	主要从事公司服装品牌的销售业务

的关系	
股东构成及持股比例	迪柯尼持有 100%股权

最近一年及一期财务数据

单位：万元

项目	2023 年 6 月 30 日	2022 年 12 月 31 日
总资产	24,055.23	22,293.13
净资产	15,055.95	12,883.62
项目	2023 年 1 月—6 月	2022 年度
营业收入	5,463.27	18,170.82
净利润	2,172.34	8,644.26
最近一年及一期财务数据是否经审计	是（以上数据经华兴会计师审计）	

3、 青岛正阳迪柯尼服装销售有限公司

成立时间	2021 年 7 月 16 日
住所	山东省青岛市城阳区正阳路 157 号华润万象汇 L112 号商铺
注册资本	50.00 万元
实缴资本	50.00 万元
主要业务	男装销售
与公司业务的关系	主要从事公司服装品牌的销售业务
股东构成及持股比例	迪柯尼持有 100%股权

最近一年及一期财务数据

单位：万元

项目	2023 年 6 月 30 日	2022 年 12 月 31 日
总资产	386.83	339.79
净资产	246.62	175.45
项目	2023 年 1 月—6 月	2022 年度
营业收入	179.52	293.88
净利润	71.17	125.45
最近一年及一期财务数据是否经审计	是（以上数据经华兴会计师审计）	

4、 苏州吴江高昱服饰销售有限公司

成立时间	2021 年 6 月 3 日
住所	苏州市吴江区东太湖生态旅游度假区（太湖新城）开平路 2299 号吴江万象汇商业中心 L2 层 L236 号商铺
注册资本	50.00 万元
实缴资本	50.00 万元
主要业务	男装销售
与公司业务的关系	主要从事公司服装品牌的销售业务
股东构成及	迪柯尼持有 100%股权

持股比例	
------	--

最近一年及一期财务数据

单位：万元

项目	2023 年 6 月 30 日	2022 年 12 月 31 日
总资产	503.66	405.26
净资产	471.77	355.24
项目	2023 年 1 月—6 月	2022 年度
营业收入	275.49	525.59
净利润	116.52	229.73
最近一年及一期财务数据是否经审计	是（以上数据经华兴会计师审计）	

5、 宁海迪柯尼服饰销售有限公司

成立时间	2021 年 5 月 31 日
住所	浙江省宁波市宁海县跃龙街道桃源中路 168 号西子国际广场 1 层 1F-21 号
注册资本	50.00 万元
实缴资本	50.00 万元
主要业务	男装销售
与公司业务的关系	主要从事公司服装品牌的销售业务
股东构成及持股比例	迪柯尼持有 100%股权

最近一年及一期财务数据

单位：万元

项目	2023 年 6 月 30 日	2022 年 12 月 31 日
总资产	321.88	243.96
净资产	314.96	230.99
项目	2023 年 1 月—6 月	2022 年度
营业收入	194.07	358.40
净利润	83.96	146.39
最近一年及一期财务数据是否经审计	是（以上数据经华兴会计师审计）	

6、 泸州市江阳区迪柯尼服装销售有限公司

成立时间	2021 年 5 月 27 日
住所	四川省泸州市江阳区万象汇第 L2 层 L212 号
注册资本	50.00 万元
实缴资本	50.00 万元
主要业务	男装销售
与公司业务的关系	主要从事公司服装品牌的销售业务
股东构成及持股比例	迪柯尼持有 100%股权

最近一年及一期财务数据

单位：万元

项目	2023 年 6 月 30 日	2022 年 12 月 31 日
总资产	177.20	170.23
净资产	173.57	142.37
项目	2023 年 1 月—6 月	2022 年度
营业收入	123.05	300.44
净利润	31.20	74.64
最近一年及一期财务数据是否经审计	是（以上数据经华兴会计师审计）	

7、苏州工业园区迪柯尼服饰销售有限公司

成立时间	2022 年 11 月 23 日
住所	中国（江苏）自由贸易试验区苏州片区苏州工业园区苏州中心广场 2 幢 L4 层（B）04-36 号
注册资本	50.00 万元
实缴资本	50.00 万元
主要业务	男装销售
与公司业务的关系	主要从事公司服装品牌的销售业务
股东构成及持股比例	迪柯尼持有 100%股权

最近一年及一期财务数据

单位：万元

项目	2023 年 6 月 30 日	2022 年 12 月 31 日
总资产	66.82	-
净资产	59.54	-
项目	2023 年 1 月—6 月	2022 年度
营业收入	19.10	-
净利润	9.54	-
最近一年及一期财务数据是否经审计	是（以上数据经华兴会计师审计）	

8、临沂市兰山区裕盛隆服饰销售有限公司

成立时间	2023 年 3 月 15 日
住所	山东省临沂市兰山区沂蒙路 159 号临沂万象汇 2 层 L255 号商铺
注册资本	50.00 万元
实缴资本	50.00 万元
主要业务	男装销售
与公司业务的关系	主要从事公司服装品牌的销售业务
股东构成及持股比例	迪柯尼持有 100%股权

最近一年及一期财务数据

单位：万元

项目	2023 年 6 月 30 日	2022 年 12 月 31 日
----	-----------------	------------------

总资产	148.50	-
净资产	54.19	-
项目	2023 年 1 月—6 月	2022 年度
营业收入	39.07	-
净利润	4.19	-
最近一年及一期财务数据是否经审计	是（以上数据经华兴会计师审计）	

9、伊宁市迪柯尼服饰经营有限公司

成立时间	2023 年 10 月 9 日
住所	新疆伊犁哈萨克自治州伊宁市经济合作区山东路朝北 199 号新茂业国际购物中心二楼 X-2F-8 号商铺
注册资本	50.00 万元
实缴资本	50.00 万元
主要业务	男装销售
与公司业务的关系	主要从事公司服装品牌的销售业务
股东构成及持股比例	迪柯尼持有 100%股权

最近一年及一期财务数据

单位：万元

项目	2023 年 6 月 30 日	2022 年 12 月 31 日
总资产	-	-
净资产	-	-
项目	2023 年 1 月—6 月	2022 年度
营业收入	-	-
净利润	-	-
最近一年及一期财务数据是否经审计	不适用	

10、伊宁市柏文服饰经营有限公司

成立时间	2023 年 10 月 9 日
住所	新疆伊犁哈萨克自治州伊宁市经济合作区山东路朝北 199 号新茂业国际购物中心二楼 X-2F-5 号商铺
注册资本	50.00 万元
实缴资本	50.00 万元
主要业务	男装销售
与公司业务的关系	主要从事公司服装品牌的销售业务
股东构成及持股比例	迪柯尼持有 100%股权

最近一年及一期财务数据

单位：万元

项目	2023 年 6 月 30 日	2022 年 12 月 31 日
总资产	-	-
净资产	-	-
项目	2023 年 1 月—6 月	2022 年度
营业收入	-	-
净利润	-	-
最近一年及一期财务数据是否经审计	不适用	

其他情况

☐适用 ☒不适用

（二） 参股企业

☒适用 ☐不适用

序号	参股公司名称	公司持股比例	公司出资金额（万元）	公司入股时间	参股公司控股方	主要业务	与公司主要业务关系
1	曲水净缘实业发展有限公司	3.33%	100.00	2019 年 12 月 31 日	曲水净土产业投资开发有限公司	农林牧产品的生产、加工及销售	非主营业务

其他情况

☐适用 ☒不适用

七、 公司董事、监事、高级管理人员

序号	姓名	职务	任期开始时间	任期结束时间	国家或地区	境外居留权	性别	出生年月	学历	职称
1	许才君	董事长	2022 年 9 月 22 日	2025 年 9 月 22 日	中国国籍	拥有中国香港居民身份证、冈比亚共和国永久居留权、几内亚比绍共和国永久居留权	男	1969 年 11 月出生	毕业于东北师范大学，大专学历	-
2	郑雪芬	董事、总经理	2022 年 9 月 22 日	2025 年 9 月 22 日	中国国籍	拥有中国香港居民身份证、冈比亚共和国永久居留权、几内亚比绍共和国永久居留权	女	1971 年 12 月出生	毕业于西南大学，大专学历	-
3	熊国文	董事、副总经理	2022 年 9 月 22 日	2025 年 9 月 22 日	中国国籍	无境外永久居留权	男	1977 年 9 月出生	毕业于南昌大学，大专学历	-
4	KANG BYOUNG SIK	董事	2022 年 9 月 22 日	2025 年 9 月 22 日	韩国国籍	-	男	1972 年 12 月出生	Parsons School of Design , Clothing Merchandise 研究生学历	-
5	邓剑宇	董事、财务总监	2022 年 9 月 22 日	2025 年 9 月 22 日	中国国籍	无境外永久居留权	女	1972 年 1 月出生	华中理工大学汉口分校会计（涉外会计）大专学历	-
6	包倩倩	董事	2022 年 9 月 22 日	2025 年 9 月 22 日	中国国籍	拥有中国香港居民	女	1986 年 3 月	University of	-

			月 22 日	月 22 日		身份证，无境外永久居留权		出生	Southampton , Social Science 研究生学历	
7	唐清泉	独立董事	2022 年 9 月 22 日	2024 年 6 月 26 日	中国国籍	无境外永久居留权	男	1960 年 12 月出生	中山大学企业管理博士研究生学历，教授	-
8	汪林	独立董事	2022 年 9 月 22 日	2024 年 6 月 26 日	中国国籍	无境外永久居留权	男	1982 年 4 月出生	中山大学经济学博士研究生学历	-
9	曹益堂	独立董事	2022 年 9 月 22 日	2024 年 6 月 26 日	中国国籍	无境外永久居留权	男	1976 年 6 月出生	复旦大学产业经济学硕士研究生学历	-
10	陈国娟	监事会主席、职工代表监事	2022 年 9 月 22 日	2025 年 9 月 22 日	中国国籍	无境外永久居留权	女	1978 年 5 月出生	小学学历	-
11	陈丽屏	监事	2022 年 9 月 22 日	2025 年 9 月 22 日	中国国籍	无境外永久居留权	女	1971 年 10 月出生	北京军地专修学院工商管理本科学历	-
12	陈海君	监事	2022 年 9 月 22 日	2025 年 9 月 22 日	中国国籍	无境外永久居留权	女	1985 年 10 月出生	丽水学院会计学大专学历	-
13	黄晓	董事会秘书	2022 年 9 月 22 日	2025 年 9 月 22 日	中国国籍	无境外永久居留权	男	1980 年 7 月出生	江西财经大学会计学本科学历	-

续：

序号	姓名	职业（创业）经历
1	许才君	1985 年 7 月至 2001 年 2 月，从事服装贸易；2001 年 3 月至 2012 年 12 月，任裕盛隆贸易经理；2004 年 1 月至 2011 年 6 月，任迪柯尼贸易执行董事；2010 年 4 月至今，任广州柏文执行董事兼经理；2012 年 10 月至 2014 年 10 月，任裕盛隆投资执行董事兼经理；2012 年 10 月至 2016 年 9 月，任迪柯尼有限执行董事兼经理；2016 年 9 月至今，任迪柯尼董事长。
2	郑雪芬	1985 年 7 月至 2001 年 2 月，从事服装贸易；2001 年 3 月至 2012 年 12 月，任裕盛隆贸易经理；2004 年 1 月至 2011 年 6 月，任迪柯尼贸易经理；2010 年 4 月至 2016 年 3 月，任广州柏文监事；2012 年 10 月至 2014 年 10 月，任裕盛隆投资监事；2012 年 10 月至 2016 年 3 月，任迪柯尼有限监事；2016 年 9 月至今，任迪柯尼董事、总经理。
3	熊国文	1999 年 11 月至 2002 年 12 月，任广州市宏晋萍果牌服装连锁店有限公司特许部区域经理；2001 年 1 月至 2003 年 7 月，任广州市雷柏特服装有限公司销售经理；2003 年 8 月至 2004 年 2 月，任广州茗鑫服装有限公司特许部主任；2004 年 3 月至 2004 年 7 月，任广州美特斯邦威服装有限公司销售部经理；2004 年 8 月至 2012 年 9 月，任裕盛隆贸易加盟部区域经理、商品总监。2012 年 10 月至 2016 年 9 月，任迪柯尼有限营运事业部营运官；2016 年 9 月至今，任迪柯尼董事、副总经理、大营运事业部总经理
4	KANG BYOUNG SIK	1993 年 11 月至 1995 年 6 月，任美国 Brooks Brothers Group, Inc. 品牌设计师；1995 年 6 月至 1996 年 10 月，任美国 Gap Inc. 品牌首席设计师；1996 年 12 月至 1998 年 11 月，任韩国 N-Studio Co. Ltd 首席设计师；1998 年 12 月至 2002 年 4 月，任韩国 Handsome Co. Ltd “TIME” 品牌首席设计师；2002 年 4 月至 2004 年 4 月，任韩国 Samsung 时尚集团 “BEANPOLE” 品牌首席设计师；2004 年 5 月至 2004 年 12 月，任罗蒙集团股份有限公司设计总监；2005 年 1 月至 2006 年 12 月，任河田集团有限公司设计总监；2006 年 12 月至 2007 年 12 月，任广州特雷霍特时装有限公司设计总监；2008 年 1 月至 2008 年 8 月，任东蒙集团有限公司设计总监；2008 年 8 月至 2012 年 10 月，任裕盛隆贸易副总裁。2012 年 10 月至今，任迪柯尼有限 CSD 品牌事业部总经理，迪柯尼

		CSD 品牌事业部总经理；2017 年 2 月至今，任迪柯尼董事。
5	邓剑宇	1991 年 11 月至 2001 年 3 月，任武汉武商集团股份有限公司财务经理；2001 年 4 月至 2011 年 4 月，任金利来（中国）有限公司财务高级经理；2011 年 5 月至 2012 年 10 月，任柏文投资发展财务总监。2012 年 10 月至 2016 年 9 月，任迪柯尼有限财务总监；2016 年 9 月至 2018 年 6 月，任迪柯尼董事会秘书、财务总监；2018 年 6 月至 2019 年 5 月，任迪柯尼董事、财务总监及董事会秘书；2019 年 5 月至今，任迪柯尼董事及财务总监。
6	包倩倩	2010 年 8 月至 2011 年 6 月，任裕盛隆贸易总经理秘书；2011 年 7 月至 2013 年 3 月，任裕盛隆投资总经理秘书。2013 年 4 月至 2016 年 11 月，任柏文投资发展 CSD 品牌事业部总经理助理；2016 年 9 月至今，任迪柯尼董事、总裁办公室部门长。
7	唐清泉	1982 年 1 月至 1993 年 6 月，历任西华师范大学助教、讲师；1993 年 7 月至 1997 年 6 月，历任江西财经大学讲师、副教授；1997 年 7 月至今，历任中山大学管理学院会计学副教授、教授。2011 年 1 月至 2016 年 11 月，任广州金逸影视传媒股份有限公司独立董事；2011 年 11 月至 2017 年 12 月，任广东省高速公路发展股份有限公司独立董事；2011 年 12 月至 2016 年 4 月，任深圳香江控股股份有限公司独立董事；2015 年 1 月至 2016 年 1 月，任广州南菱汽车股份有限公司独立董事；2019 年 3 月至 2022 年 5 月，任百奥泰生物制药股份有限公司独立董事；2018 年 6 月至 2022 年 9 月，任广东裕田霸力科技股份有限公司独立董事。2017 年 8 月至 2023 年 11 月，任广州岭南集团控股股份有限公司独立董事；2018 年 7 月至今，任中电科普天科技股份有限公司（曾用名：广州杰赛科技股份有限公司）独立董事；2022 年 10 月至今，任福建青松股份有限公司独立董事。2023 年 4 月至今，任广州极飞科技股份有限公司独立董事。2018 年 6 月至今，任迪柯尼独立董事。
8	汪林	2009 年 9 月至 2022 年 1 月，历任中山大学岭南学院讲师、副教授、教授；2022 年 1 月至今，任中山大学管理学院工商管理学科教授。2016 年 7 月至 2021 年 1 月，任广州普邦园林股份有限公司独立董事；2018 年 12 月至 2021 年 12 月，任广东富信科技股份有限公司独立董事。2019 年 1 月至 2023 年 10 月，任深圳市利和兴股份有限公司独立董事；2020 年 3 月至今，任生益电子股份有限公司独立董事；2021 年 5 月至今，任广州趣米网络科技有限公司董事。2018 年 6 月至今，任迪柯尼独立董事。
9	曹益堂	2001 年 7 月至 2002 年 4 月，任美国太平洋投资咨询集团上海公司金融分析师；2002 年 4 月至 2002 年 12 月，任上海融昌资产管理有限公司高级经理；2003 年 1 月至 2004 年 3 月，任美国环宇金融资本（上海）有限公司副总裁；2004 年 3 月至 2007 年 5 月，任美特斯邦威集团有限公司战略发展部部长、投资者关系部部长；2007 年 5 月至 2009 年 8 月，任德邦证券有限公司直接投资部负责人；2009 年 8 月至 2010 年 3 月，任九牧王股份有限公司战略管理中心总监；2010 年 3 月至 2011 年 9 月，任浙江利豪家具有限公司总经理；2011 年 10 月至 2015 年 6 月，任上海金石源和荟股权投资管理合伙企业（有限合伙）有限合伙人；2012 年 8 月至 2018 年 9 月，任锦泓时装集团股份有限公司独立董事；2015 年 7 月至 2017 年 7 月，任上海复星创富投资管理股份有限公司复星长歌时尚基金总经理；2016 年 1 月至 2020 年 11 月，任亚东星尚长歌投资管理有限公司总经理；2016 年 5 月至 2019 年 11 月，任 ADON WORLD SAS 监事、执行委员会成员；2017 年 7 月至 2018 年 8 月，任上海投中资产管理有限公司董事总经理；2018 年 9 月至 2020 年 9 月，任南极电商股份有限公司副总经理、董事会秘书；2020 年 10 月至 2021 年 10 月，任杭州小电科技股份有限公司副总经理、董事会秘书；2016 年 9 月至 2022 年 9 月，任浙江红蜻蜓鞋业股份有限公司独立董事。2011 年 6 月至今，任上海艺唐投资咨询有限公司监事；2017 年 5 月至 2023 年 9 月，任江苏中南建设集团股份有限公司独立董事；2023 年 2 月至今，任上海珩兴智能科技（集团）有限责任公司董事。2018

		年6月至今，任迪柯尼独立董事。
10	陈国娟	1997年9月至1998年6月，任广州和平西幼儿园教师；1998年7月至2000年4月，任广州市海珠区昌岗娟娟货仓商场总经理助理、服装采购；2000年7月至2001年2月，任广州市越秀区哥弟时装店副店长；2001年3月至2012年9月，任裕盛隆贸易区域经理。2012年10月至2016年9月，任迪柯尼有限加盟中心经理；2016年9月至今，历任迪柯尼加盟管理中心经理、副总监、总监。2018年1月至今，任迪柯尼职工代表监事；2021年2月起，任迪柯尼监事会主席。
11	陈丽屏	1990年8月至1992年12月，任广州市108中学电教老师；1993年1月至1997年6月，任万利贸易行有限公司销售经理；1999年4月至2001年12月，任广州卡莲芳商贸有限公司销售经理；2002年1月至2007年5月，任香港美的集团有限公司销售总监；2007年6月至2011年11月，任裕盛隆贸易总裁助理；2011年12月至2013年10月，任柏文投资发展空间总监。2013年11月至2016年9月，任迪柯尼有限总裁助理；2016年9月至今，历任迪柯尼审计总监、人力总监、总裁助理。2016年9月至今，任迪柯尼监事。
12	陈海君	2009年2月至2011年6月，任迪柯尼贸易出纳；2011年7月至2012年9月，任柏文投资发展出纳。2012年10月至2016年9月，任迪柯尼有限出纳；2016年9月至今，任迪柯尼出纳；2021年2月至今，任迪柯尼监事。
13	黄晓	2002年10月至2006年12月，任德勤华永会计师事务所（特殊普通合伙）高级审计员；2007年1月至2007年6月，任毕马威华振会计师事务所（特殊普通合伙）助理经理；2007年11月至2019年3月，任国信证券股份有限公司投资银行部业务总监；2019年4月加入迪柯尼，2019年5月至今，任迪柯尼董事会秘书。

八、最近两年及一期的主要会计数据和财务指标简表

项目	2023年6月30日	2022年12月31日	2021年12月31日
资产总计（万元）	90,193.30	89,121.31	86,773.95
股东权益合计（万元）	59,837.44	55,267.07	47,444.36
归属于申请挂牌公司的股东权益合计（万元）	59,837.44	55,267.07	47,444.36
每股净资产（元）	6.65	6.14	5.27
归属于申请挂牌公司股东的每股净资产（元）	6.65	6.14	5.27
资产负债率	33.66%	37.99%	45.32%
流动比率（倍）	1.77	1.77	1.44
速动比率（倍）	1.15	1.11	0.87
项目	2023年1月—6月	2022年度	2021年度
营业收入（万元）	42,906.72	79,233.18	92,007.38
净利润（万元）	4,793.71	7,550.74	8,103.38
归属于申请挂牌公司股东的净利润（万元）	4,793.71	7,550.74	8,103.38
扣除非经常性损益后的净利润（万元）	4,575.66	6,556.78	7,553.91
归属于申请挂牌公司股东的扣除非经常性损益后的净利润（万元）	4,575.66	6,556.78	7,553.91
毛利率	82.78%	79.75%	80.55%
加权净资产收益率	8.31%	14.70%	17.11%

加权平均净资产收益率（扣除非经常性损益）	7.94%	12.77%	15.95%
基本每股收益（元/股）	0.53	0.84	0.90
稀释每股收益（元/股）	0.53	0.84	0.90
应收账款周转率（次）	9.18	6.80	6.76
存货周转率（次）	0.47	0.49	0.62
经营活动产生的现金流量净额（万元）	1,253.09	6,412.76	9,866.62
每股经营活动产生的现金流量净额（元/股）	0.14	0.71	1.10
研发投入金额（万元）	648.40	1,597.97	1,353.57
研发投入占营业收入比例	1.51%	2.02%	1.47%

注：计算公式

- 1、每股净资产=期末所有者权益÷期末股本数（或实收资本额）；
- 2、资产负债率=期末负债总额÷期末资产总额×100%；
- 3、流动比率=期末流动资产÷期末流动负债；
- 4、速动比率=（期末流动资产-期末存货）÷期末流动负债；
- 5、毛利率=（营业收入-营业成本）÷营业收入×100%；
- 6、加权平均净资产收益率
=归属于公司股东的净利润÷期初期末归属于公司股东的加权平均所有者权益×100%，计算方式符合《公开发行证券的公司信息披露编报规则第9号——净资产收益率和每股收益的计算及披露》；
- 7、加权平均净资产收益率（扣除非经常性损益）=（归属于公司股东的净利润-非经常性净损益）÷期初期末归属于公司股东的加权平均所有者权益×100%，计算方式符合《公开发行证券的公司信息披露编报规则第9号——净资产收益率和每股收益的计算及披露》；
- 8、每股收益=归属于公司股东的净利润÷加权平均股本数（或实收资本额），计算方式符合《公开发行证券的公司信息披露编报规则第9号——净资产收益率和每股收益的计算及披露》；
- 9、应收账款周转率=营业收入÷期初期末平均应收账款账面余额，其中2023年1-6月数据已年化处理；
- 10、存货周转率=营业成本÷期初期末平均存货账面余额，其中2023年1-6月数据已年化处理；
- 11、每股经营活动产生的现金流量净额=经营活动产生的现金流量净额÷加权平均股本数（或实收资本额），分母计算方式参照《公开发行证券的公司信息披露编报规则第9号——净资产收益率和每股收益的计算及披露》。
- 12、净资产收益率的计算公式及计算过程如下：
加权平均净资产收益率= $P0 / (E0 + NP \div 2 + E_i \times M_i \div M0 - E_j \times M_j \div M0 \pm E_k \times M_k \div M0)$
其中：P0 分别对应于归属于公司普通股股东的净利润、扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润；NP 为归属于公司普通股股东的净利润；E0 为归属于公司普通股股东的期初净资产；
Ei 为报告期发行新股或债转股等新增的、归属于公司普通股股东的净资产；Ej 为报告期回购或现金分红等减少的、归属于公司普通股股东的净资产；M0 为报告期月份数；Mi 为新增净资产次月起至报告期期末的累计月数；Mj 为减少净资产次月起至报告期期末的累计月数；Ek 为因其他交易或事项引起的、归属于公司普通股股东的净资产增减变动；Mk 为发生其他净资产增减变动次月起至报告期期末的累计月数。报告期发生同一控制下企业合并的，计算加权平均净资产收益率时，被合并方的净资产从报告期期初起进行加权；计算扣除非经常性损益后的加权平均净资产收益率时，被合并方的净资产从合并日的次月起进行加权。计算比较期间的加权平均净资产收益率时，被合并方的净利润、净资产均从比较期间期初起进行加权；计算比较期间扣除非经常性

损益后的加权平均净资产收益率时，被合并方的净资产不予加权计算。

13、每股收益的计算公式及计算过程如下：

基本每股收益= $P_0 \div SS = S_0 + S_1 + S_i \times M_i \div M_0 - S_j \times M_j \div M_0 - S_k$

其中：P₀ 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于普通股股东的净利润；S 为发行在外的普通股加权平均数；S₀ 为期初股份总数；S₁ 为报告期因公积金转增股本或股票股利分配等增加股份数；S_i 为报告期因发行新股或债转股等增加股份数；S_j 为报告期因回购等减少股份数；S_k 为报告期缩股数；M₀ 报告期月份数；M_i 为增加股份次月起至报告期期末的累计月数；M_j 为减少股份次月起至报告期期末的累计月数。

九、 报告期内公司债券发行及偿还情况

☐适用 ☒不适用

十、 与本次挂牌有关的机构

（一） 主办券商

机构名称	中信证券
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
联系电话	021-20262059
传真	021-20262344
项目负责人	师龙阳
项目组成员	曾劲松、李良、于云偲、周铭伦、杨凯伦、王煦、姜雅婧、李一鸣

（二） 律师事务所

机构名称	北京海润天睿律师事务所
律师事务所负责人	颜克兵
住所	北京市朝阳区建外大街甲 14 号广播大厦 5 层、9 层、10 层、13 层、17 层
联系电话	010-65219696
传真	010-88381869
经办律师	李强、肖朋朋、孙菁菁

（三） 会计师事务所

机构名称	华兴会计师事务所（特殊普通合伙）
执行事务合伙人	林宝明
住所	福建省福州市鼓楼区湖东路 152 号中山大厦 B 座 7-9 楼
联系电话	0591-87852574
传真	0591-87840354
经办注册会计师	刘远帅、陈柳明

（四） 资产评估机构

√适用 □不适用

机构名称	中联国际房地产土地资产评估咨询（广东）有限公司
法定代表人	胡东全
住所	广州市越秀区流花路 121 号南塔 9 楼 901-905 房
联系电话	020-88905028
传真	020-81711525
经办注册评估师	程海伦、刘镇华

（五） 证券登记结算机构

机构名称	中国证券登记结算有限责任公司北京分公司
负责人	周宁
住所	北京市西城区金融大街 26 号金阳大厦 5 层
联系电话	4008058058
传真	010-50939716

（六） 证券交易场所

机构名称	全国中小企业股份转让系统有限责任公司
法定代表人	周贵华
住所	北京市西城区金融大街丁 26 号金阳大厦
联系电话	010-63889512
传真	010-63889514

（七） 做市商

□适用 √不适用

第二节 公司业务

一、主要业务、产品或服务

（一） 主营业务情况

主营业务	中高端品牌商务休闲男装的研发、销售及品牌管理业务
------	--------------------------

公司是一家集研发、销售及品牌管理于一体的中高端品牌商务休闲男装企业，旗下拥有定位于中高端都市商务男装的“DIKENI”品牌及定位于轻奢设计师品牌的“CARSYDA”品牌，产品线涵盖外套类、T恤类、裤子类、西服类、毛衣类、衬衫类、皮衣类、精品类。 在男装产业价值链中，公司配置自身优势资源于自主研发设计、品牌运营及销售渠道体系建设等高附加值的核心业务，在中游生产制造环节采用自主设计并向供应商采购和委托供应商加工的模式。研发设计方面，公司构建了完善的产品自主开发机制，打造了一支具备国际视野、经验丰富的高级男装设计团队。销售渠道方面，公司主要依托直销模式实现产品在经济较发达的一、二线城市销售推广，主要通过加盟模式将销售渠道下沉至三、四线城市，截至2023年6月末，公司的线下终端营销网络覆盖全国27个省、自治区及直辖市，在全国范围开设404个终端门店；公司同时打造包含唯品会、天猫、微信平台、京东、抖音的多元化线上业态，形成了较为完善的多层次销售体系。品牌管理方面，公司的“DIKENI”及“CARSYDA”品牌皆定位于中高端男装，基于囊括全球优质供应商的高效供应链提供高品质服饰，基于高标准的店员培训体系和门店形象管理体系为顾客提供优质服务，并通过设立VIP会员制度对会员进行精细化运营，截至2023年6月末，“DIKENI”品牌拥有会员超过43万人，“CARSYDA”品牌拥有会员超过12万人。 自设立以来，公司始终践行“让生活变得更多彩”的使命，秉持“顾客第一、合作共赢、专注执着、诚信正直、积极进取、学习创新、知行合一”的企业价值观，打造以“简约、现代、优雅”为理念的“DIKENI”品牌和以“现代、精致、艺术”为理念的“CARSYDA”品牌，为现代都市精英提供融合经典和创新的商务休闲男装，致力成为最受顾客信任的品质生活倡导者。 凭借在国内商务男装行业深耕多年的影响力和突出成绩，公司在瑞丽伊人风尚周年庆典中被授予“2020年度影响力男装品牌大奖”，在第五届博鳌企业论坛颁奖典礼上荣获“2021年度（行业）领军企业”奖项。2023年3月，公司以重要的开幕出场的身份参加在时装界具有较高影响力的“2023广东时装周-春季”，展示了多款公司具有代表性的服装设计款式，并获得“领军品牌大奖”。2023年9月，公司在2023（第六届）中国经济大会中荣获“2023年度（行业）匠心品牌”奖，公司品牌创始人郑雪芬荣获“2023年度经济人物·杰出女性”奖。此外，公司始终将企业发展与社会责任相结合，秉承与自然和谐共生的环保理念，以实际行动践行生态责任，连续三年荣获中国公益节的责任品牌奖。
--

根据《国民经济行业分类（GB/T 4754-2017）》，公司属于“C-18 纺织服装、服饰业”，不属于产能过剩行业或《产业结构调整指导目录》中规定的限制类、淘汰类行业、金融类、类金融行业。报告期内，公司主营业务未发生变更。

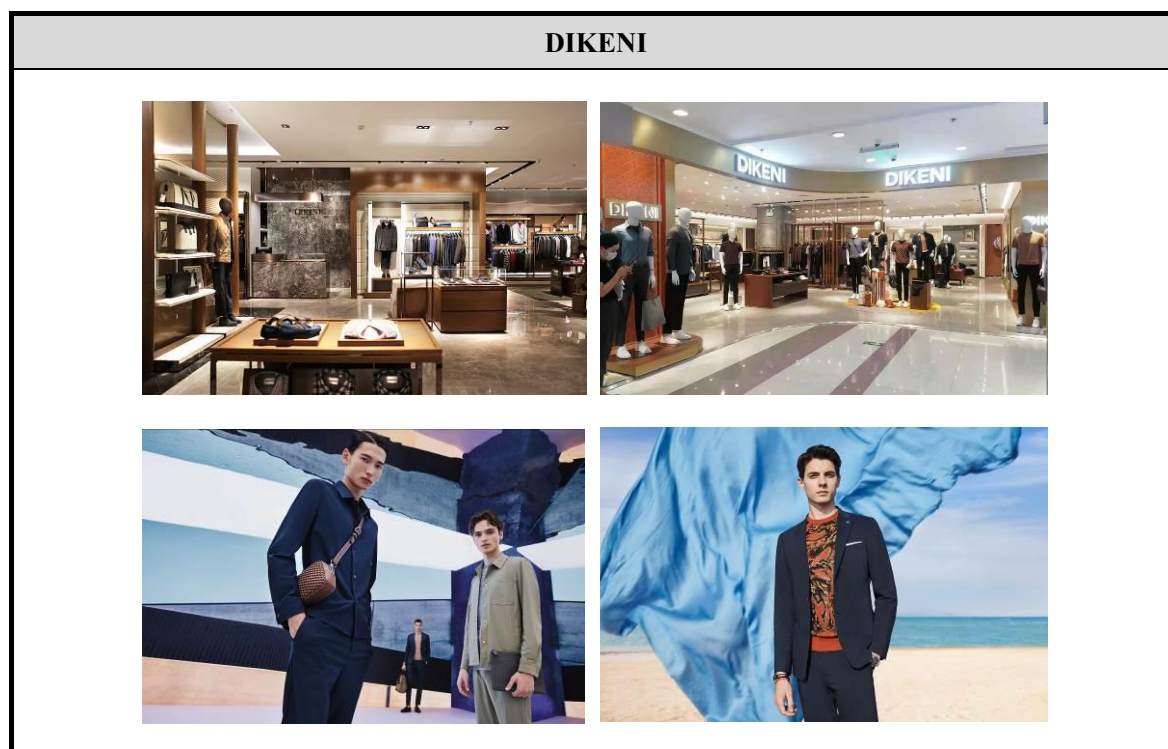
（二） 主要产品情况

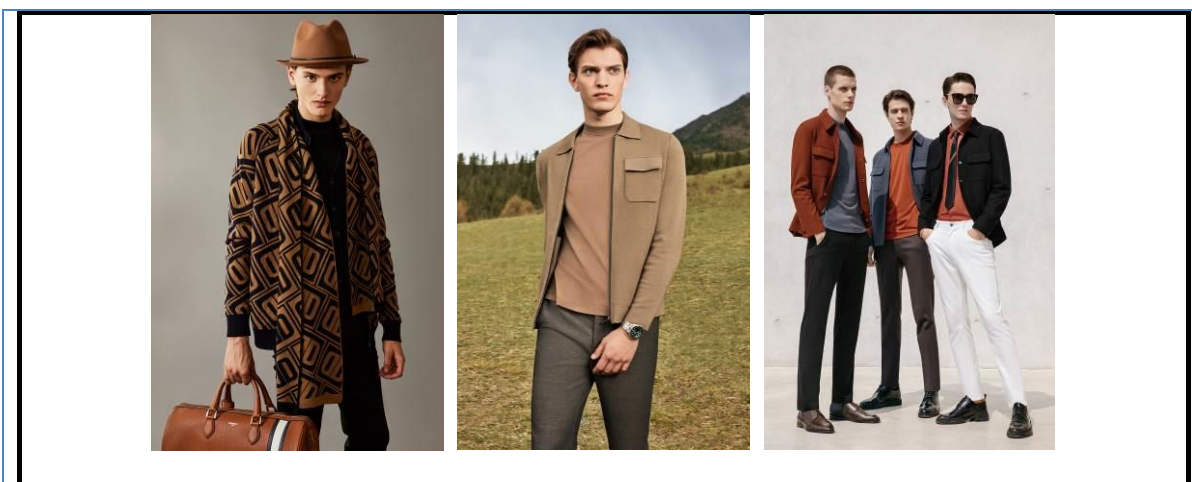
公司旗下拥有定位于中高端都市商务男装的“DIKENI”品牌及定位于轻奢设计师品牌的“CARSYDA”品牌。“DIKENI”品牌旗下有三个系列，分别为铂金系列、黑标系列、灰标系列，铂金系列定位于品牌中的最高端产品，使用全球顶尖的面料；黑标系列定位于商务通勤；灰标系列定位于年轻群体，包括 IP 系列、设计师联名系列等更具时尚流行元素的系列。“CARSYDA”品牌旗下系列包括正装系列、都市系列、摩登系列。公司产品线涵盖外套类、T 恤类、裤子类、西服类、毛衣类、衬衫类、皮衣类、精品类。

公司各品牌的具体情况如下：

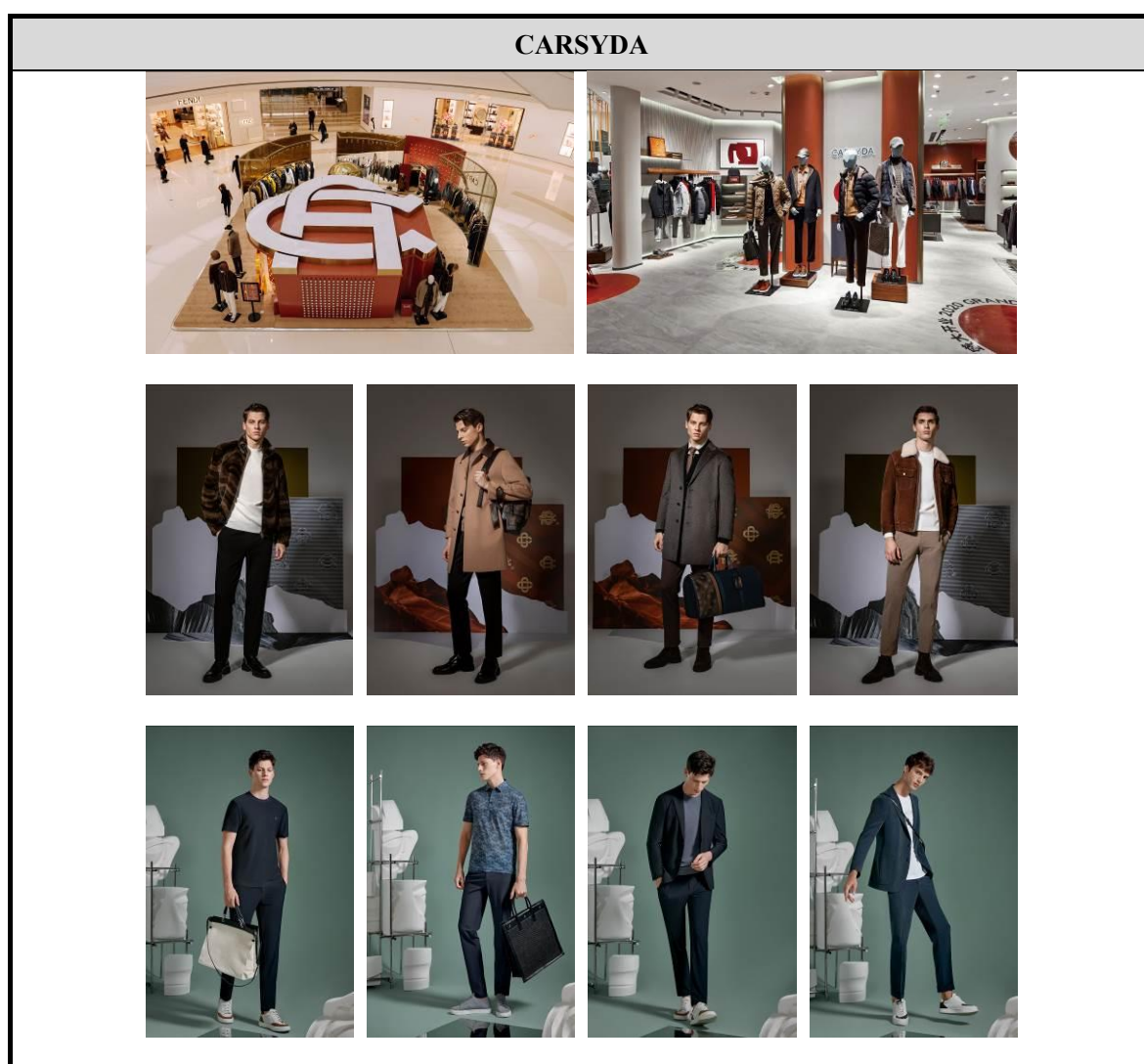
品牌	品牌风格	款式方向	品牌属性	产品系列	品牌客群
DIKENI	都市商务品牌	意式新商务男装	简约、现代、优雅	铂金系列、黑标系列、灰标系列	35~45 岁的都市商务精英
CARSYDA	轻奢设计师品牌	东西方文化的结构与解构	现代、精致、艺术	正装系列、都市系列、摩登系列	30~40 岁追求个性化的精英人士

“DIKENI”门店图示和产品图示如下：





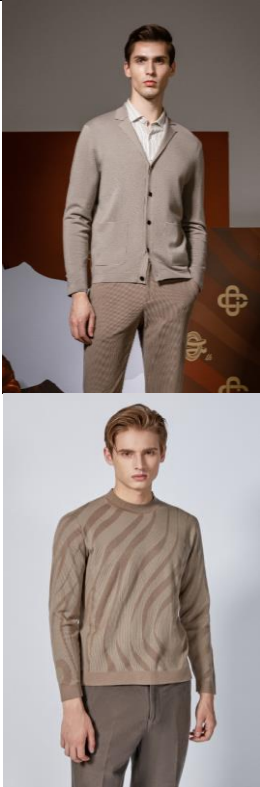
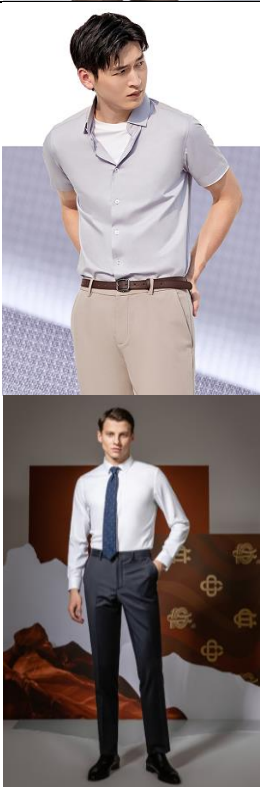
“CARSYDA” 门店图示和产品图示如下：



公司各品类的样式如下所示：

品类	主要产品明细品类	DIKENI 产品样式		CARSYDA 产品样式	
外套类	大衣、风衣、马甲背心、毛呢外套、棉服、棉服风衣、棉服茄克、派克服、茄克衫、卫衣外套、休闲套装、羊毛外套、羽绒服、羽绒茄克、羽绒长款、针织马甲、针织外套				
T 恤类	T 衬、短袖 T 恤、短袖棉 T 恤、短袖丝 T 恤、短袖针织 T 恤、短袖针织衫、卫衣、长袖 T 恤、长袖棉 T 恤、长袖丝 T 恤、长袖针织 T 恤、长袖针织衬衫、长袖针织衫				

裤子类	T 衬裤、慢跑裤、牛仔 仔裤、五装裤、休闲 裤、针织套裤		
西服类	便西、便西套裤、偏 西套装、单西裤、单 西装、轻套西、轻套 西库、套西裤、西装、 西装马甲		

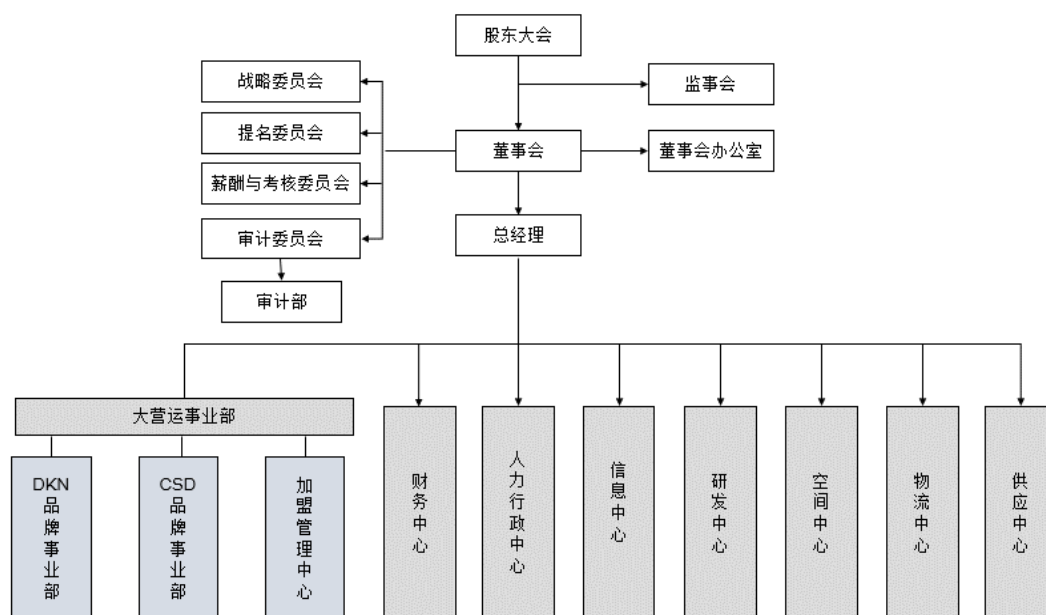
毛衣类	短袖羊毛衫、羊毛背心、羊毛衫、羊绒背心、羊绒衫		
衬衫类	短袖衬衫、短袖休闲衬衫、短袖正装衬衫、长袖休闲衬衫		

皮衣类	尼克服、皮貂、皮风衣、皮毛一体、皮棉服、皮茄克衫、皮羽绒	 	 
精品类	包类、皮鞋、休闲鞋、皮带、领带、领结、围巾、帽子、钱夹等	 	 

二、内部组织结构及业务流程

（一） 内部组织结构

1、组织结构图



2、主要职能部门的工作职责

公司建立健全内部管理机构，各职能部门分工明确，运行有效。公司最高权力机构为股东大会，股东大会下设董事会、监事会。公司实行董事会领导下的总经理负责制。在董事会领导下，由总经理负责公司日常经营与管理。公司各部门的主要职责如下：

部门名称	主要职责
董事会办公室	公司股东大会、董事会、监事会及各委员会筹备、运作和组织事宜，负责会议记录并保管相关文件；执行公司对外信息披露工作，建立并执行公司信息披露管理制度及重大信息内部报告制度；负责投资者关系管理和股东资料维护；与证券监管机构及中介机构的工作衔接；执行授权运作的资本运营项目和证券投资项目；股东、董事、监事及高级管理人员的培训和任职资格管理；公司股份及股东持股变动的管理；负责公司董事会档案管理。
审计部	公司的内部审计，制订和完善公司内部审计制度，强化基于内部控制的风险管理系统；制订内部审计计划并组织实施，并在审计委员会的指导下编制内部审计报告；检查监督公司内部控制制度的实施，提供整改及优化建议；负责审计档案管理；开展审计部内部培训；受审计委员会的指导，对董事会直接负责。
大营运事业部	制订市场开发与拓展战略规划；建立健全渠道管理制度、运作流程、营销发展规划；负责管理各个销售区域及销售分公司直营店铺的管理和与联营商场关系维护；负责制定和监管各区域执行公司销售策略，包括渠道策略、渠道支持政策、客户策略、折扣策略和促销策略等；向各销售区域管辖的门店、分公司及加盟商提供营销推广、商品管理等方面的支持和服务；负责加盟商的管理与拓展，以及电子商务业务、新零售业务等的运营管理，会员的日常管理与维护；指导店铺装修、成列和店铺形象展示；组织实施各季度订货会。负责品牌形象设计和宣传，运作与公关活动策划管理方案，提升品牌资产增值与公司产品的销售，处理公司内、外各类媒体与品牌管理相关事务，品牌资源的开发于整合，对各品牌终端活动进行新闻媒体和公关活动支持；
财务中心	根据公司经营战略规划，建立总部、子公司、分公司经营预算、会计核算、成本管理、经营分析等规范化的管理机制，提供各种会计信息资料及报送，监督各项财务制度的执行与运作，为公司各项经营决策提供财务依据；负责

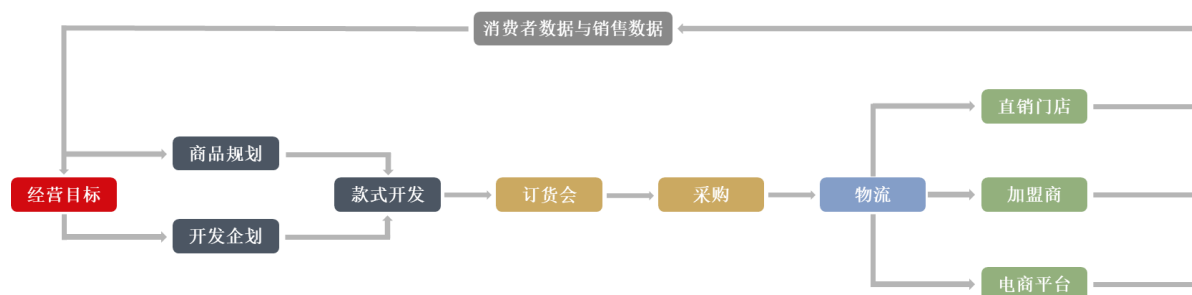
	公司资金管理、融资管理和财务风险管理工作；制定并执行公司的财务制度，负责会计凭证及会计资料的制作与管理，编制财务报告。
人力行政中心	根据公司经营战略规划，制定年度行政工作发展计划；负责制定并执行公司各项内部管理制度，搭建人力资源、行政后勤管理平台。按照公司战略及经营管理需求制定人力资源规划、招聘制度、培训制度、绩效考核制度、薪酬福利制度等，制定人才规划及人才储备计划，对人力资源进行持续开发与配置；负责员工工资、绩效及五险一金的核算及办理；负责公司办公环境、办公设施、车辆管理、安保环卫及公司整体运作的后勤保障及管理以及其他行政接待工作；负责公司企业文件建设及推广工作。
信息中心	根据公司经营战略规划，对信息系统建设作出系统性、全局性规划，充分运用信息系统实现公司各项业务流程、管理方式信息化，为数据安全性、一致性、准确性、及时性提供保障；对公司的信息资源进行管理及控制，包括基础设施建设、人员配备、资源调配等等；为业务部门提供流程自动化的需求提出建议、解决方案并实施信息化的开发与建设；负责信息化建设配套供应商渠道的开发与维护，制定信息化工作的质量标准并执行。
研发中心	规划各品牌的产品定位，负责制定、组织、协调公司各品牌产品的企划方案，对公司推出商品的主题、流行元素、产品结构、主打款式、产品定价、面辅料、推广策略及活动、时间等做出总体规划；组织产品的设计、开发与技术实现；根据公司经营战略规划，定期进行市场考察和研究，负责服装流行趋势研究并开展各季度服装款式、配饰和辅料的开发和设计；负责产品开发的费用与产品成本的控制与核算；订货会的货品准备；向其他部门提供产品知识培训；为商品管理鉴定样板，制定商品规划、价格策略。
空间中心	根据公司经营战略规划，负责终端店铺的装修设计及终端形象的方案、设计及施工，制定店铺及工程装修质量标准与道具标准，制定装修供应商的入库标准与管理制度，负责终端门店装修质量的审核及验收；对店铺的装修、陈列进行培训与指导。
物流中心	根据公司经营战略规划，规划总部、子公司、分公司物流管理运营模式，主导物流项目建设，制定物流管理标准，对物流中商品进、出、存时效性、准确性、经济性、安全性提供解决方案并实施；根据各品牌的上货计划，负责公司各品牌货品的物流规划、运输规划、仓储管理、运输实施等。
供应中心	根据公司经营战略规划，制订公司生产计划及与各工厂商定委外生产计划，负责公司成衣、面辅料等物资的采购工作及质量管理；监督日常生产过程；建立交付管理、采购订单及供应管理等商品供应链管理体系，开发优质供应商资源，进行原材料及成衣战略供应商的选择与洽谈，控制商品采购成本，组织供货合同评审，签订采购合同，负责质量管理体系的建立和不断改善，统筹公司产品结构，生产下单、发货，对成衣、面辅料的生产过程及最终成品进行质量检验及最终入库，产品质量问题调查分析。

（二） 主要业务流程

1、流程图

（1）整体业务流程图

公司为一家集产品设计、营销推广为一体的现代化自主男装品牌运营商，主要业务流程图如下：



在男装产业价值链中，公司自身配置优势资源于自主研发设计、品牌运营及销售渠道体系建设等高附加值的核心产业价值链业务，在中游生产制造环节采用自主设计并向供应商采购和委托供应商加工的模式。

（2）研发设计流程

对于服装品牌而言，服装的款式设计开发是形成产品差异化的核心环节。公司产品研发设计主要分为商品规划和开发企划阶段、产品设计阶段及样衣制作阶段，各阶段具体工作如下：

1）商品规划和开发企划阶段

作为起始环节，商品规划和产品企划连接了设计、采购、生产管理和销售各个业务节点。每个春夏、秋冬季度，由研发中心的商品企划部对销售情况及消费者数据进行分析，综合市场趋势，制定新一季的商品规划，商品规划包括设计与生产节点、款式数量、成本与售价、上市时段等。“DIKENI”及“CARSYDA”研发中心的研发总监分别综合消费市场流行趋势、国内外时尚趋势，以及销售渠道反馈的第一手市场信息，形成初步的主题构想，再经研发中心全体设计师讨论后确定当季度主题。研发中心审视品牌及系列定位、上季产品款式的销售情况等信息后，根据公司业务目标和经营计划，在商品规划的基础上，制定开发企划，开发企划包括季度主题、各系列产品的材料、款式、色系等。

2）产品设计阶段

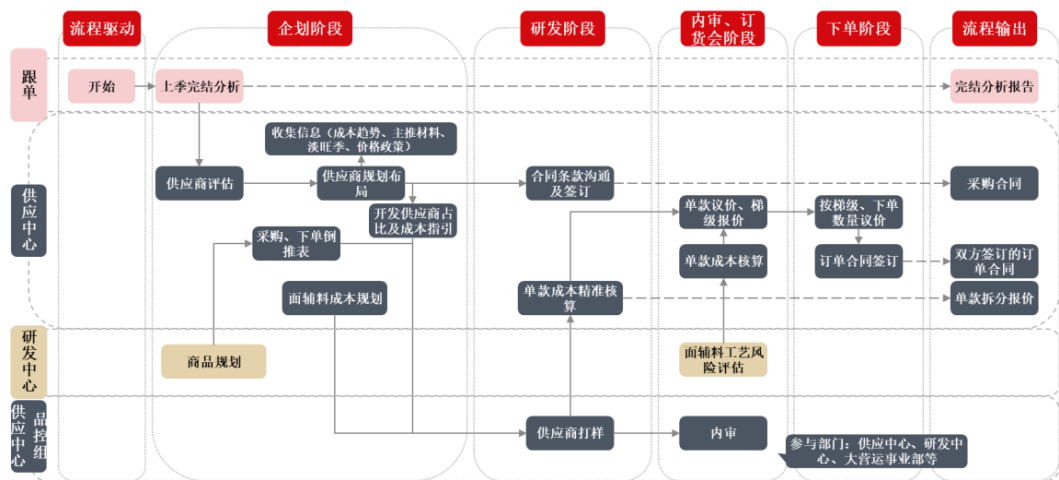
公司产品主要为自主设计，公司组建了优秀的设计研发团队，在产品企划方案的基础上，分品牌及系列进行设计。“DIKENI”按铂金系列、黑标系列、灰标系列进行开发，铂金系列定位于品牌中的最高端产品，使用全球顶尖的面料；黑标系列定位于商务通勤；灰标系列定位于年轻群体，包括 IP 系列、设计师联名系列等具有时尚流行元素的系列。“CARSYDA”按正装系列、都市系列、摩登系列三个系列分别选定图案元素、颜色色系及搭配风格，进行产品设计。

3）样衣制作阶段

研发中心制作形成设计稿和效果图，并由公司内部评选，评选后的设计稿将进入样衣生产阶段。公司的样衣由成衣供应商生产，通过对设计稿进行分析并与设计师沟通确认设计细节后，得到样衣的尺寸、版型、条纹、图案、面料等信息，根据上述信息生产样衣。

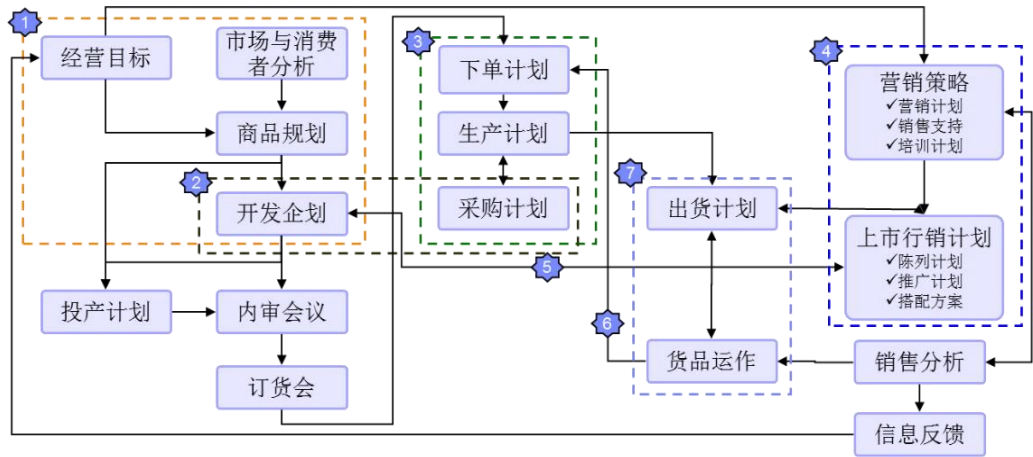
（3）采购流程图

公司的采购流程如下图所示：



(4) 销售流程图

公司的销售流程如下图所示：



2、外协或外包情况

☐适用 ☒不适用

3、其他披露事项

☐适用 ☒不适用

三、与业务相关的关键资源要素

(一) 主要技术

☐适用 ☒不适用

其他事项披露

☐适用 ☒不适用

（二） 主要无形资产

1、 域名

√适用 □不适用

序号	域名	首页网址	网站备案/许可证号	审核通过时间	备注
1	dikeni.com	www.dikeni.com	粤 ICP 备 12065961 号	2022 年 8 月 16 日	-

2、 土地使用权

√适用 □不适用

序号	土地权证	性质	使用权人	面积 (平米)	位置	取得时间- 终止日期	取得 方式	是否 抵押	用途	备注
1	粤（2020）广 州市不动产权 第 08202433 号	国有建 设用地 使用权	迪柯 尼	33,462.45	广州市花都 区花都大道 西 23 号	2017.8.16- 2067.8.15	出让	是	工业 用地	-
2	沈阳国用 （2016）第 SH00826 号	国有建 设用地 使用权	广州 柏文	112.30	沈河区奉天 街 419-4 号 2-1/2-1	至 2048.6.14	出让	否	住宅 用地	
3	苏（2023）苏 州市不动产权 第 8005393 号	国有建 设用地 使用权	广州 柏文	23.02	吴中西路 666 号 16 幢 1101 室	至 2073.1.7	出让	否	城镇 住宅 用地	

3、 软件产品

□适用 √不适用

4、 账面无形资产情况

√适用 □不适用

序号	无形资产类别	原始金额（元）	账面价值（元）	使用情况	取得方式
1	土地使用权	28,438,300.00	25,120,498.33	使用中	出让
2	软件	10,124,638.39	1,557,759.81	使用中	购置
合计		38,562,938.39	26,678,258.14	-	-

5、 其他事项披露

□适用 √不适用

（三） 公司及其子公司取得的业务许可资格或资质

√适用 □不适用

序号	资质名称	注册号	持有人	发证机关	发证日期	有效期
1	营业执照	91440101054548143E	迪柯尼	广州市市场监 督管理局	2012 年 10 月 22 日	长期

2	商业特许经营 营备案	0440100111900191	迪柯尼	广东省商务厅	2019 年 9 月 23 日	长期
是否具备经营业务所需的全部资质		是	-			
是否存在超越资质、经营范围的情况		否	-			

其他情况披露

☐适用 ☒不适用

（四） 特许经营权情况

☐适用 ☒不适用

（五） 主要固定资产

1、固定资产总体情况

固定资产类别	账面原值（元）	累计折旧（元）	账面净值（元）	成新率
房屋及建筑物	166,881,551.34	22,976,700.83	143,904,850.51	86.23%
办公设备	9,054,857.74	7,969,044.06	1,085,813.68	11.99%
运输设备	4,263,512.44	3,838,131.75	425,380.69	9.98%
其他	11,785,919.35	2,243,793.23	9,542,126.12	80.96%
合计	191,985,840.87	37,027,669.87	154,958,171.00	80.71%

2、主要生产设备情况

☐适用 ☒不适用

3、房屋建筑物情况

☒适用 ☐不适用

序号	产权编号	地理位置	建筑面积 （平米）	产权证取得日期	用途
1	粤（2020）广州市不动产权第 08202433 号	广州市花都区花都区大道西 23 号	67,825.53	2017 年 8 月 16 日	厂房/办公楼/宿舍楼/开关房
2	沈房权证中心字第 NO60312952 号	沈河区奉天街 419-4 号（2-1/2-1）	397.48	2011 年 8 月 25 日	住宅
3	苏（2023）苏州市不动产权第 8005393 号	吴中西路 666 号 16 幢 1101 室	166.88	2011 年 11 月 10 日	成套住宅

4、租赁房产情况

☒适用 ☐不适用

序号	承租方	出租方	地理位置	建筑面积 (平米)	租赁期限	租赁用途
1	迪柯尼	广州保利商业 物业发展有限 公司	广州市天河区临江大道 5 号 802-806 房、1301-1307 房	3,001.0925	2023.06.01-2025.12.31	办公
2	广州柏文	广州保利商业 物业发展有限 公司	广州市天河区临江大道 5 号 1201 房、1207 房	711.689	2023.6.1-2025.12.31	办公
3	曲水迪柯尼	曲水县曲水镇 曲水村委会	拉萨曲水县曲水村精准扶贫 商品房 1 室	40.00	2022.1.1-2024.12.31	办公
4	广州柏文	迪柯尼	广州市花都区花都大道西 23 号大涡村大涡工业园 4 号楼 第 1 层、第 3 层	2,797.43	2023.4.1-2024.3.31	仓储
5	广州柏文	迪柯尼	广州市花都区花都大道西 23 号大涡村大涡工业园 1 号楼 第 4 层、第 5 层, 3 号楼第 4 层	14,854.47	2023.10.1-2024.9.30	仓储
6	曲水迪柯尼	迪柯尼	广州市花都区花都大道西 23 号大涡村大涡工业园 1 号楼 第 6 层、第 7 层, 3 号楼第 5 层	14,854.47	2023.10.1-2024.9.30	仓储
7	曲水迪柯尼	迪柯尼	广州市花都区花都大道西 23 号大涡村大涡工业园 4 号楼 第 1 层、第 2 层	2,797.43	2023.4.1-2024.3.31	仓储
8	泸州迪柯尼	泸州润欣商业 管理有限公司	泸州市江阳区泸州万象汇第 L2 层 L212 号	192.00	2023.7.30-2024.7.31	门店
9	宁海迪柯尼	宁波西子太平 洋商业管理有 限公司	浙江省宁波市宁海县跃龙街 道桃源中路 168 号西子国际 广场 1 层 1F-21 号	169.00	2023.6.1-2024.5.31	门店
10	高昱服饰	华润置地(苏 州)开发有限 公司	苏州市吴江区开平路 2299 号 吴江万象汇商业中心 L236 号商铺	232.00	2023.11.15-2024.6.9	门店
11	青岛迪柯尼	青岛城阳润欣 商业发展有限 公司	青岛市城阳区青岛城阳万象 汇 L112 号商铺	157.00	2022.12.1-2025.11.30	门店
12	迪柯尼	丁芸	昆明市北京路豆腐厂和信花 苑二期 1 幢 D 座 1005 室	87.26	2022.8.11-2024.8.11	办公
13	迪柯尼	宫郁	长春市开运街车城名仕 25 栋 4 单元 408 室	95.53	2023.11.20-2024.5.19	办公
14	迪柯尼	广州柏文	沈阳市沈河区奉天街 419-4 号格林豪森 E 座 2-1-1	397.48	2023.1.1-2023.12.31	办公
15	迪柯尼	李斌	宁波市海曙区东渡路 29 号 9B-36	71.54	2023.5.8-2024.5.7	办公
16	迪柯尼	广州柏文	苏州市吴中西路 666 号天辰 花园 16 幢 1101 室	166.88	2023.1.1-2023.12.31	办公
17	迪柯尼	李方超	青岛市市北区敦化路 68 号 5 号楼 1 单元 1101 户	122.38	2021.2.16-2024.2.15	办公
18	迪柯尼	卜雯娟	深圳市罗湖区深南东路 1 号 院供电南苑 1 栋 33C	101.70	2023.4.1-2024.3.31	办公
19	迪柯尼	郭方明	西安市高新区科技路 37 号海 星城市广场商住楼 1-1405 室	267.45	2021.6.25-2024.6.25	办公
20	迪柯尼	于淼	哈尔滨市道里区群力第四大 道 1895 号 15 层 16 号	53.64	2023.10.25-2024.10.24	办公
21	迪柯尼	吴瑾、黄春宁	南京市秦淮区石鼓路 100 号- 1-2904	151.25	2023.11.1-2024.4.30	办公
22	迪柯尼	昆明岚茜商贸 有限公司	昆明市西山区前卫西路 19 号 金格奥特莱斯购物中心负一 楼 D-10 场地	15.00	2023.10.01-2024.09.30	仓储

23	迪柯尼	张化冰	西安市高新路糜家桥世纪公寓 403	140.00	2023.1.1-2023.12.31	仓储
24	迪柯尼	华润（沈阳）地产有限公司	沈阳华润中心万象城 2 层 2F-35 号	12.00	2022.7.1-2024.6.30	仓储
25	迪柯尼宁波天童南路分店	银泰百货宁波鄞州有限公司环球城分公司	浙江省宁波市鄞州区天童南路 1088 号、句章东路 999 号宁波环球银泰城 F3 层 321 号	350.00	2023.7.1-2024.6.30	门店
26	迪柯尼济南泉城路分店	山东恒隆地产有限公司	济南市历下区泉城路 188 号济南恒隆广场商场 210/210A 号铺位	142.00	2023.8.1-2024.3.31	门店
27	迪柯尼西安老城根分店	老城根文化产业集团有限公司	陕西省西安市莲湖区星火路 22 号“老城根 G park”商业街区 1F-36 号	136.38	2023.10.1-2024.2.29	门店
28	迪柯尼太原万象城分公司	华润置地（太原）有限公司	山西省太原市万柏林区长风商务区长兴路 5 号华润中心太原万象城 L234 号商铺	143.00	2023.10.19-2024.10.18	门店
29	苏州工业园区迪柯尼服饰销售有限公司	苏州晶汇置业有限公司	江苏省苏州市苏州中心广场 2 幢 L4 层（B）04-36 号	94.85	2023.5.1-2024.12.31	门店
30	迪柯尼西安高新分公司	西安西唐木商业运营管理有限公司	陕西省西安市雁塔区木塔寨西路 719 号西安高新万达广场二楼 2063 号	211.78	2023.8.18-2024.8.17	门店
31	迪柯尼杭州金城路分店	华润置地（杭州）发展有限公司	浙江省杭州市萧山区北干街道金城路 927 号杭州萧山万象汇购物中心 L284 号商铺	103.00	2022.6.1-2024.5.15	门店
32	迪柯尼北京上地西路分店	北京华润新镇置业有限责任公司	北京市海淀区北京清河万象汇 L357 号商铺	151.00	2022.11.13-2024.11.12	门店
33	迪柯尼西安凤城八路分公司	西安光石正尚商业运营管理有限公司	西安经济技术开发区凤城七路 51 号西安大融城三楼 L3-34 号商铺	179.43	2023.9.1-2024.8.31	门店
34	迪柯尼烟台莱山万象汇分店	华润置地（烟台）有限公司	烟台市莱山区观海路 228 号烟台万象汇 L226 号商铺	134.00	2021.9.29-2024.10.29	门店
35	临沂市兰山区裕盛隆服饰销售有限公司	华润置地（临沂）有限公司	临沂市兰山区临沂万象汇 L255 号商铺	228.00	2023.5.1-2024.8.19	门店
36	迪柯尼青岛崂山万象汇分店	青岛地铁华润置地开发有限公司	青岛市崂山区青岛崂山万象汇 L222 号商铺	131.00	2023.2.1-2025.10.10	门店
37	迪柯尼青岛万象城分公司	华润置地（山东）有限公司	山东省青岛市市南区青岛万象城 L333/L333a 号商铺	205.00	2023.6.1-2024.8.31	门店
38	迪柯尼济南经十路分店	华润置地（济南）有限公司	山东省济南市历下区经十路 11111 号济南华润中心万象城第 L4 层第 L476 号商铺	185.00	2023.5.1-2025.10.31	门店
39	迪柯尼昆明东风东路分公司	云南金俊商业运营管理有限公司	昆明市尚义街路 1 号金俊广场店 4 楼 F4007 号商铺	120.00	2022.12.10-2025.1.9	门店
40	广州柏文空港	西安咸阳国际机场股份有限公司	西安咸阳国际机场 T2 航站楼 ZM-1 商业场地	60.00	2019.7.1-2023.12.31	门店
41	广州柏文	王晓燕	陕西省西安市高新路 31 号凯创国际 A 座 1408 室	139.02	2023.4.8-2024.4.7	办公
42	广州柏文	王志强	长春市经济技术开发区临河街 3157 号临河风景 11 幢 303 房	133.63	2023.9.1-2024.8.31	办公
43	广州柏文	钱荣福	解放西路 168 号 9 幢 204 室	120.95	2023.8.26-2024.2.25	办公

44	广州柏文	郭文库	沈阳市和平区南京北街 217 号中冶凤凰城 B 座 1 单元 19 楼 4 室	141.68	2023.2.1-2024.1.31	办公
45	广州柏文	方岚	沈阳市浑南新区浑南四路 1 号富腾 B 座 1524	49.98	2023.1.23-2024.1.22	仓储
46	广州柏文苏州开平路分店	华润置地（苏州）开发有限公司	苏州市吴江区开平路 2299 号吴江万象汇 3 楼 L319 号商铺	201.00	2023.11.11-2026.4.10	门店
47	广州柏文成都双庆路分店	华润置地（成都）发展有限公司	成都市成华区双庆路 8 号 1 栋 1 层 L382 号	141.00	2023.1.5-2024.1.4	门店
48	广州柏文西安高新分公司	西安西唐木商业运营管理有限公司	陕西省西安市雁塔区木塔寨西路 719 号西安高新万达广场 2 层 2067 号商铺	122.61	2023.8.18-2024.8.17	门店
49	迪柯尼长春万象城分公司	华润置地（长春）有限公司	长春市南关区解放大路 3388 号长春万象城 3 楼 325 号商铺	237.00	2023.7.28-2025.7.31	门店
50	迪柯尼北京西三旗万象汇分店	北京润源置业有限公司	北京市海淀区建材城东路 33 号西三旗万象汇第一层 L116 号商铺	87.35	2023.8.1-2026.5.18	门店
51	广州柏文	秦宇秋	哈尔滨大街 179 号爱达尊御 2 号楼 A 座 1 单元 2201	129.81	2023.3.20-2024.3.19	办公
52	迪柯尼	张琳	兰州市城关区雁北街道南滨河东路 5198 号 2 单元 6 层 016 室	56.63	2023.11.10-2024.11.09	办公
53	广州柏文长春万象城分公司	华润置地（长春）有限公司	长春市南关区解放大路 3388 号长春万象城 3 楼 326 号商铺	323.00	2023.7.28-2025.7.31	门店
54	广州柏文	新疆茂业国际商贸有限责任公司	新疆伊宁市开发区东山路 199 号	130.00	2023.8.1-2026.6.30	门店
55	迪柯尼	广州白云国际机场股份有限公司	广州市白云国际机场东三连廊三层 A9025	115.33	2023.9.5-2026.9.4	门店
56	迪柯尼	昆明华润置地三联置业有限公司	云南省昆明市官渡区环城南路 1 号华润拓东商务中心昆明万象城 L340B 号商铺	177.00	2023.11.24-2026.12.23	门店
57	伊宁市迪柯尼服饰经营有限公司	新疆茂业国际商贸有限责任公司	新疆伊宁市开发区山东路 199 号新茂业国际购物中心 2 楼-8 号	188.00	2023.8.1-2026.6.30	门店
58	迪柯尼常州江南环球港分公司	常州月星国际家居广场有限公司	常州市新北区通江中路 598 号 L2051 商铺	145.80	2023.8.1-2025.7.31	门店

注：上表第 14、16、23、40 处房屋的租赁合同即将到期，截至本公开转让说明书签署日，上述租赁合同正在续签中。

5、其他情况披露

☐适用 ☒不适用

（六）公司员工及核心技术（业务）人员情况

1、员工情况

（1）按照年龄划分

年龄	人数	占比
50 岁以上	27	2.23%
41-50 岁	217	17.93%
31-40 岁	739	61.07%
21-30 岁	227	18.76%
21 岁以下	0	0.00%
合计	1,210	100.00%

(2) 按照学历划分

学历	人数	占比
博士	0	0.00%
硕士	4	0.33%
本科	152	12.56%
专科及以下	1,054	87.11%
合计	1,210	100.00%

(3) 按照工作岗位划分

工作岗位	人数	占比
销售人员	794	65.62%
行政管理人员	359	29.67%
财务人员	34	2.81%
研发设计人员	23	1.90%
合计	1,210	100.00%

(4) 其他情况披露

☐适用 ☒不适用

2、核心研发设计人员情况

☒适用 ☐不适用

(1) 核心研发设计人员基本情况

序号	姓名	年龄	现任职务及任期	主要业务经历及职务	国家或地区	学历	职称或专业资质
1	郑雪芬	52	董事、总经理（2016 年 9 月至今）	详见“第一节 基本情况”之“七、公司董事、监事、高级管理人员”披露情况	中国	大专	-
2	KANG BYOUNG SIK	50	CSD 品牌事业部总经理（2012 年 10 月至今）；董事（2017 年 2 月至今）	详见“第一节 基本情况”之“七、公司董事、监事、高级管理人员”披露情况	韩国	硕士	-

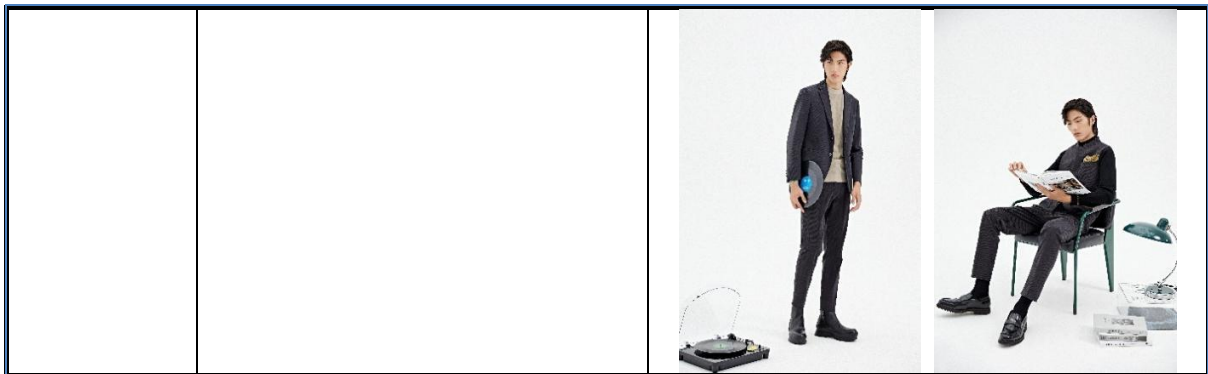
3	刘佳宁	38	DKN 开发中心开发总监（2020 年 10 月至今）	具有 14 年的服装设计经验，曾任北京格雷时尚科技有限公司“威可多”品牌研发经理	中国	本科	-
4	尹森昭	39	CSD 开发中心开发总监（2018 年 4 月至今）	具有 16 年的服装设计经验，曾任法国 Pierre Cardin 男装设计师、长兴国际集团男装设计师、上海斐兰士男装研发经理	中国	大专	-

与公司业务相关研究成果

√适用 □不适用

公司核心研发设计人员代表作品及主要成果如下：		
产品名称及品牌	产品说明	产品图示
DIKENI: 1034 衬衫款外套	1999 年，品牌创始人郑雪芬女士结合意式优雅的风格，开发了经典的 1034 衬衫款外套，兼具衬衫和外套两种品类的功能，时装风格独特且具有创新设计；2020 年，DIKENI 在原有版型上进行创新，融入现代的创新设计理念，再度推出 1034 衬衫款外套，实现衬衫内搭和外搭的融合。	
DIKENI: 环保原色系列	选用来自内蒙古阿拉善的顶级羊绒，质地高级、柔软、有光泽，产品穿着体感舒适，同时减少染料的使用，保留羊绒面料自身的色彩与质感，设计出环保原色系列。	
DIKENI: 国家宝藏合作系列	挑选了《国家宝藏》中的“铜奔马”国宝联名合作，设计了珍藏私享系列，传承中国历史文化。	

DIKENI: 微户外系列	推出微户外这一全新的生活方式系列，为当代男士打造更多彩的品质生活方式，让客户使用更轻松着装。DIKENI 微户外系列从全球采购高品质面料，满足消费者轻松无束缚的穿着体验需求。	
DIKENI: 新自然系列	DIKENI 新自然系列开发兼具功能性与时尚感的新品套装。该系列融合了高级、自然、休闲与优雅等多种风格，可居家、可社交、可户外，多种场合切换。	
CARSYDA: 轻套西	为都市男性设计的实用轻便套西，面料有质感且易打理，适用于多场景的穿着，轻便舒适并具有时髦感，穿着感受具备无压体感，传递都市新生活方式的理念。	
CARSYDA: X 搭配·设计理念	推出 X 种即多种的搭配方案，解决换季穿搭困难，实现跨温度、跨季节、跨场合均可穿着。	



公司核心研发设计人员的上述代表作品具有创造性，高度契合目标客群的需求，并于不同类型的款式融入了专业品质形象、都市新生活方式、多场景舒适穿着、品质生活、环保原色、传承国家文化等多种与生活方式相关的内涵，将服装产品的款式设计、内涵孕育、品牌形象高度融合，获得了较好的市场反响。

（2）核心技术（业务）人员变动情况

☐适用 ☒不适用

（3）核心技术（业务）人员持股情况

☒适用 ☐不适用

姓名	职务	持股数量（股）	直接持股比例	间接持股比例
郑雪芬	董事、总经理	39,210,000.00	13.61%	29.96%
KANG BYOUNG SIK	董事、CSD 品牌 事业部总经理	1,700,000.00	0.00%	1.89%
刘佳宁	DKN 开发中心开 发总监	200,000.00	0.00%	0.22%
合计		41,110,000.00	13.61%	32.07%

（4）其他情况披露

☐适用 ☒不适用

（七）劳务分包、劳务外包、劳务派遣情况等劳务用工情况

事项	是或否	是否合法合规/不适用
是否存在劳务分包	否	不适用
是否存在劳务外包	否	不适用
是否存在劳务派遣	否	不适用

其他情况披露

☐适用 ☒不适用

(八) 其他体现所属行业或业态特征的资源要素

☐适用 ☒不适用

四、公司主营业务相关的情况

(一) 收入构成情况

1、营业收入按产品类别划分

单位：万元

产品或业务	2023年1月—6月		2022年度		2021年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
外套类	10,661.77	24.85%	23,196.54	29.28%	28,950.19	31.47%
T恤类	10,058.70	23.44%	13,803.94	17.42%	13,874.14	15.08%
裤子类	8,250.82	19.23%	14,123.23	17.82%	15,235.55	16.56%
西服类	5,175.96	12.06%	7,867.51	9.93%	9,822.18	10.68%
毛衣类	1,781.21	4.15%	6,188.68	7.81%	7,327.13	7.96%
衬衫类	3,203.49	7.47%	5,805.25	7.33%	7,701.76	8.37%
皮衣类	2,087.26	4.86%	5,449.98	6.88%	6,851.51	7.45%
精品及其他	1,571.71	3.66%	2,548.77	3.22%	1,905.63	2.07%
其他业务收入	115.80	0.27%	249.30	0.31%	339.30	0.37%
合计	42,906.72	100.00%	79,233.18	100.00%	92,007.38	100.00%

2、主营业务收入按品牌划分

单位：万元

品牌	2023年1月—6月		2022年度		2021年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
DIKENI	35,564.15	83.11%	66,935.16	84.75%	75,301.33	82.15%
CARSYDA	7,226.77	16.89%	12,048.72	15.25%	16,366.75	17.85%
合计	42,790.92	100.00%	78,983.88	100.00%	91,668.08	100.00%

3、主营业务收入按销售模式划分

单位：万元

销售模式	2023年1月—6月		2022年度		2021年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直销	33,784.03	78.95%	53,033.78	67.15%	68,780.64	75.03%

经销	4,818.55	11.26%	17,890.24	22.65%	16,972.23	18.51%
代销	924.64	2.16%	1,709.42	2.16%	1,276.21	1.39%
电商销售	3,263.70	7.63%	6,350.44	8.04%	4,639.00	5.06%
合计	42,790.92	100.00%	78,983.88	100.00%	91,668.08	100.00%

4、其他情况

☐适用 ☒不适用

(二) 产品或服务的主要消费群体

公司致力为现代都市精英提供融合经典和创新的商务休闲男装，成为最受顾客信任的品质生活倡导者。公司以“简约、现代、优雅”为理念的“DIKENI”品牌客群为 35-45 岁的都市商务精英，以“现代、精致、艺术”为理念的“CARSYDA”品牌客群为 30-40 岁追求个性化的精英人士。

公司实行线下与线上互补，直销为主，经销、代销相结合的销售模式。公司直销和电商销售模式下的客户群体为服装的直接消费顾客，用于商务正式活动、商务通勤、生活休闲等多个场景。公司经销和代销模式下的客户群体为专业经营服装销售的公司，其通常经营多个品牌的服装销售，并在商场中开设多家门店。

1、报告期内前五名直销门店情况

2023 年 1 月—6 月前五名直销门店情况

单位：万元

业务类别		产品销售			
序号	门店名称	是否关联方	销售内容	金额	占营业收入比例
1	沈阳中兴	否	精品服饰	758.76	1.77%
2	西安赛格国际	否	精品服饰	753.49	1.76%
3	CSD 沈阳万象城	否	精品服饰	664.17	1.55%
4	西安砂之船	否	精品服饰	545.14	1.27%
5	沈阳万象城	否	精品服饰	536.71	1.25%
合计		-	-	3,258.28	7.59%

2022 年度前五名直销门店情况

单位：万元

业务类别		产品销售			
序号	门店名称	是否关联方	销售内容	金额	占营业收入比例
1	西安赛格国际	否	精品服饰	940.11	1.19%

2	沈阳中兴	否	精品服饰	928.90	1.17%
3	苏州美罗观前	否	精品服饰	815.68	1.03%
4	武汉群光	否	精品服饰	806.76	1.02%
5	沈阳兴隆大奥莱	否	精品服饰	788.84	1.00%
合计		-	-	4,280.29	5.40%

2021 年度前五名直销门店情况

单位：万元

业务类别		产品销售			
序号	门店名称	是否关联方	销售内容	金额	占营业收入比例
1	武汉群光	否	精品服饰	1,125.57	1.22%
2	西安赛格国际	否	精品服饰	1,040.94	1.13%
3	沈阳中兴	否	精品服饰	1,027.07	1.12%
4	沈阳兴隆大奥莱	否	精品服饰	930.49	1.01%
5	昆明柏联	否	精品服饰	888.75	0.97%
合计		-	-	5,012.82	5.45%

2、报告期内前五名加盟客户情况

2023 年 1 月—6 月前五名加盟客户情况

单位：万元

业务类别		产品销售			
序号	客户名称	是否关联方	销售内容	金额	占营业收入比例
1	湖北畅世商贸有限公司	否	精品服饰	437.42	1.02%
2	宁夏聚和力贸易有限公司	否	精品服饰	268.91	0.63%
3	河南迪飒商贸有限公司	否	精品服饰	218.91	0.51%
4	大连尚嘉美晨商场管理有限公司	否	精品服饰	215.05	0.50%
5	辽宁大江实业有限公司	否	精品服饰	201.97	0.47%
合计		-	-	1,342.27	3.13%

2022 年度前五名加盟客户情况

单位：万元

业务类别		产品销售			
序号	客户名称	是否关联方	销售内容	金额	占营业收入比例
1	湖北畅世商贸有限公司	否	精品服饰	1,268.53	1.60%
2	辽宁大江实业有限	否	精品服饰	1,000.05	1.26%

	公司				
3	大连尚嘉美晨商场管理有限公司	否	精品服饰	959.32	1.21%
4	张宁	否	精品服饰	826.43	1.04%
5	齐齐哈尔市龙沙区艳静服饰百货大楼专柜	否	精品服饰	521.53	0.66%
合计		-	-	4,575.86	5.78%

2021 年度前五名加盟客户情况

单位：万元

业务类别		产品销售			
序号	客户名称	是否关联方	销售内容	金额	占营业收入比例
1	湖北畅世商贸有限公司	否	精品服饰	1,034.06	1.12%
2	大连尚嘉美晨商场管理有限公司	否	精品服饰	873.12	0.95%
3	辽宁大江实业有限公司	否	精品服饰	836.77	0.91%
4	宁夏聚和力贸易有限公司	否	精品服饰	562.55	0.61%
5	张宁	否	精品服饰	530.59	0.58%
合计		-	-	3,837.08	4.17%

注 1：宁夏聚和力贸易有限公司销售金额包括其同一控制下的宁夏迪洲贸易有限责任公司与公司的交易额；

注 2：大连尚嘉销售金额包括其同一控制下的瓦房店市美晨妇女儿童用品有限公司与公司的交易额；

注 3：辽宁大江实业有限公司销售金额包括其同一控制下的葫芦岛市连山区彩虹服饰销售中心、葫芦岛大江名店、连山区大江名品广场惠本服装店与公司的交易额；

注 4：齐齐哈尔市龙沙区艳静服饰百货大楼专柜销售金额包括其同一控制下的龙沙区汶远服饰店百货大楼专柜、龙沙区汶妹服饰店与公司的交易额。

公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员、主要关联方或持有公司 5%以上股份的股东在主要客户中占有权益情况：

☐适用 ☒不适用

3、客户集中度较高

☐适用 ☒不适用

4、其他情况

☒适用 ☐不适用

公司采用直销和加盟相结合的销售模式，并构建了高效立体的销售体系。

(1) 公司与加盟商的合作模式、定价机制、收入确认原则等

公司加盟模式主要通过经销方式进行，部分通过代销方式进行。

1) 合作模式

公司产品在三、四线城市销售主要采用经销模式。公司通过与经销商签订《经销合同》，授予经销商在约定的期限和区域内的品牌经营权，经销商通过其自营门店直接面向终端消费者销售产品。公司对经销商实行扁平化管理，同一个地区授权一个经销商，且不允许其发展二级经销商。公司对经销商的准入设立了严格的标准，对其公司化运营、公司结构、管理团队、高端品牌经营经验、终端表现、商业资源、资金实力、长期规划及行业口碑进行系统化的评估，与有实力的经销商建立稳固的合作关系。

公司通过与代销商签订《代销合同》，授予代销商在约定的期限和区域内的品牌经营权，代销商通过其自营门店直接面向终端消费者销售产品。

2) 定价机制

公司对经销商实行买断式销售，经销商以产品吊牌价的约定结算折扣向公司购货。公司代销商定期根据产品的实际销售情况，以产品吊牌价的约定代销出货折扣与公司进行结算。

加盟模式下，货品发货及退货发生的运输费与保险费由加盟商承担。

报告期内公司未提供给经销商返利支持，存在对经销商装修补贴的情况。经销商门店由公司按照统一的店铺设计风格进行装修，若经销商门店达到约定的业绩承诺，公司将提供 100% 的装修费用支持，作为对经销商的激励。

3) 收入确认原则

经销模式的具体收入确认方法：公司在指定地点将商品交付予客户或客户指定的承运人，公司已经收款或取得索取货款依据时确认销售收入。

代销模式下的具体收入确认方法：公司在收到受托方提供的代销产品清单时确认销售收入。

4) 交易结算方式与信用政策

经销模式下，公司对经销商为买断式销售，一般采用款到发货的方式结算，部分经销商根据自身经营情况向公司申请一定的授信额度，公司根据其合作情况、资金实力等进行审批，一般于销售季结束前结清货款。

代销模式下，代销商按照实际销售每月与公司结算，信用期通常为 30-45 天。

5) 物流

公司根据销售订单进行发货，有两种运输模式，一种是加盟商委托第三方物流运输至加盟商的指定地点，由第三方物流在公司总仓进行提货；另一种是加盟商自行负责在公司总仓提货。

6) 退换货政策

公司给予经销商政策性退货额度。政策性退货是指公司为支持经销商的销售而在合同中约定的给予经销商一定额度的退货。公司于每季的订货会上与经销商约定退换货比例并签署协议，该退换货比例根据公司与经销商的合作情况以及以前季度该经销商终端门店的销售业绩确定，不同经销商之间有所差异。

(2) 公司采取加盟模式的必要性与商业合理性

公司采取加盟模式有利于销售渠道的快速扩张，加盟商在与终端消费者的接触沟通、产品的售后服务等方面均发挥了一定的作用。在零售终端渠道日益下沉的趋势和三四线城市居民消费日益增长的环境下，加强对尚未充分开发的重点地区的终端布局，通过加盟模式加大对三、四线城市的辐射力度，有利于公司打造更为完整、辐射能力更强的营销网络体系。公司对加盟商的准入和规范运作制定了严格的标准，始终注重对加盟商的管理和培训，提高对加盟商的服务水平。因此，公司采取加盟模式具有必要性。

根据公开披露的定期报告等，公司同行业可比上市公司的销售模式具体如下：

序号	公司名称	销售模式
1	七匹狼 (002029.SZ)	公司采取直营与加盟相结合、线上线下互补的多元化全渠道营销模式，2023 年 1-6 月加盟销售占比 28.44%
2	九牧王 (601566.SH)	公司采取直营与加盟相结合的销售模式，2023 年 1-6 月加盟销售占比 42.67%
3	报喜鸟 (002154.SZ)	公司采取加盟和直营相结合的销售模式，2023 年 1-6 月加盟销售占比 13.74%
4	比音勒芬 (002832.SZ)	公司主要采取直营和特许加盟相结合的销售模式，2023 年 1-6 月加盟销售占比 19.61%
5	海澜之家 (600398.SH)	公司线下销售采用直营、加盟和联营模式，2023 年 1-6 月加盟店及其他销售占比 76.11%
6	红豆股份 (600400.SH)	公司线下门店采取直营与联销相结合方式，2023 年 1-6 月加盟联营店收入占线下销售收入比例为 21.90%

注：海澜之家未单独披露加盟店收入，表中收入占比为加盟店及其他收入占比，其他收入包括商场店、网络电商平台等。

公司采取直销和加盟相结合的销售模式符合行业惯例，具有商业合理性，与同行业可比上市公司相比不存在显著差异。

(3) 报告期内加盟门店与加盟商情况

1) 加盟门店情况

报告期各期，公司加盟门店数量如下表所示：

单位：万元

项目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度
加盟门店数量	193	198	202

报告期内，公司加盟门店数量有所下降，主要系公司持续管理与经销商间的合作情况，与经营不善的客户及门店终止合作所致。

2) 主要加盟商情况

报告期各期，公司主要加盟客户名称、公司各期对其销售内容及金额参见本公开转让说明书之“第二节 公司业务”之“四、公司主营业务相关的情况”之“(二) 产品或服务的主要消费群体”之“2、报告期内前五名加盟客户情况”。

公司加盟商与公司不存在实质和潜在关联方关系。

(三) 供应商情况

1、报告期内前五名供应商情况

公司的采购模式包括面辅料采购、成衣采购（FOB 模式）、委托加工（CMT 模式）三种情况，原材料包含面料以及包装袋、吊牌、装饰品等辅料，成衣包含公司全系列产品线，类型包括 T 恤类、衬衫类、裤子类、毛衣类、皮衣类、外套类、西服类、精品类，对于面料工艺较为考究的品类，公司主要采用 CMT 模式，采购面辅料并提供给委托加工商，委托加工商根据公司要求生产成衣。经过多年发展，公司已经拥有一批优质稳定的供应商队伍，保证面辅料及成衣采购的产品质量和稳定供应。

2023 年 1 月—6 月前五名供应商情况

单位：万元

业务类别					
序号	供应商名称	是否关联方	采购内容	金额	占采购总额的比例
1	广州一享服装有限公司	否	成衣	767.68	15.55%
2	桐乡市星马针织制衣有限公司	否	成衣	381.08	7.72%
3	东蒙集团有限公司	否	成衣	317.38	6.43%
4	浙江爵派尔科技发展有限公司	否	成衣	299.18	6.06%
5	佛山奥轩科技有限公司	否	成衣	282.98	5.73%
合计		-	-	2,048.30	41.49%

2022 年度前五名供应商情况

单位：万元

业务类别					
序号	供应商名称	是否关联方	采购内容	金额	占采购总额的比例

1	温州市鸿迪服饰有限公司	否	成衣	2,228.31	9.65%
2	浙江爵派尔科技发展有限公司	否	成衣	1,662.79	7.20%
3	温州市铭盛服饰有限公司	否	成衣	1,525.16	6.61%
4	桐乡市星马针织制衣有限公司	否	成衣	1,263.04	5.47%
5	广州一享服装有限公司	否	成衣	1,153.48	5.00%
合计		-	-	7,832.78	33.93%

2021 年度前五名供应商情况

单位：万元

业务类别					
序号	供应商名称	是否关联方	采购内容	金额	占采购总额的比例
1	温州市鸿迪服饰有限公司	否	成衣	2,490.83	8.67%
2	浙江爵派尔科技发展有限公司	否	成衣	2,133.68	7.43%
3	桐乡市星马针织制衣有限公司	否	成衣	2,041.86	7.11%
4	佛山奥轩科技有限公司	否	成衣	1,483.82	5.16%
5	浙江鹰堡服饰有限公司	否	成衣	1,482.45	5.16%
合计		-	-	9,632.64	33.52%

注 1：广州一享服装有限公司采购金额包括其同一控制下的广州一成锦服装有限公司与公司的交易额；

注 2：东蒙集团有限公司采购金额包括其同一控制下的浙江东蒙制衣有限公司、浙江东蒙时装有限公司与公司的交易额；

注 3：浙江爵派尔科技发展有限公司采购金额包括其同一控制下的宁夏新中绒羊绒服装有限公司（曾用名：宁夏爵派尔羊绒针织有限公司）与公司的交易额；

注 4：温州市鸿迪服饰有限公司采购金额包括其同一控制下的浙江鸿迪服饰股份有限公司与公司的交易额；

注 5：温州市铭盛服饰有限公司交易金额包括其同一控制下的温州市亨迪服饰有限公司与公司的交易额。

公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员、主要关联方或持有公司 5%以上股份的股东在主要供应商中占有权益情况：

☐适用 ☒不适用

公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员、主要关联方或持有公司 5%以上股份的股东在主要供应商中占有权益情况：

☐适用 ☒不适用

公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员、主要关联方或持有公司 5%以上股份的股东在主要供应商中占有权益情况：

☐适用 ☒不适用

2、供应商集中度较高

☐适用 ☒不适用

3、其他情况披露

☒适用 ☐不适用

公司自身不直接从事产品生产，主要产品采用自主设计并向供应商采购（FOB 模式）及委托供应商加工（CMT 模式）的模式进行生产。FOB 模式下，公司自主进行产品设计，制定工艺标准，公司提供少量的商标性辅料，主要由成衣供应商采购面辅料，根据公司要求生产成衣。对于面料工艺较为考究的品类，公司主要采用 CMT 模式，由公司自主进行产品设计，制定工艺标准，采购面辅料并提供给委托加工商，委托加工商根据公司要求生产成衣。

报告期内，公司主要采用 FOB 模式进行采购，仅西装类产品主要采用 CMT 模式以及少量的其他类别产品采用 CMT 的模式进行采购。公司的产品成本包括 FOB 模式下的成衣采购成本和辅料成本，以及 CMT 模式下的委托加工成本和面辅料成本。公司报告期各期的产品成本参见本公开转让说明书“第五节 公司财务”之“六、经营成果分析”之“（三）营业成本分析”之“2、成本构成分析”之“（2）按成本性质分类构成”。由于公司主要采用 FOB 模式进行采购，公司产品成本主要系由 FOB 模式下的采购成本构成，报告期各期成衣采购成本占公司产品成本的比例分别为 86.17%、85.05%和 85.02%。CMT 模式下，公司委托加工成本及面辅料成本的占比均保持为 5%-7%的区间，较为稳定。

公司对于供应商的评估和准入考核贯穿于采购各个环节，对供应商进行实时评估，以保证高标准的产品吻合度和质量。公司制定了详尽的面辅料供应商和成衣供应商评估体系，从质量上考核次品率，从交货期上考核生产周期和准时交货率，从价格上评估价格水平、折扣和付款条件，从合作上评估开发配合程度和售后服务，从产品上评估风格匹配情况。通过多方面的综合考核确定供应商的合作等级，并以合作等级指导下一季的采购数量和采购品类，对考评结果不合格的供应商终止合作。

报告期各期，公司委托加工前五大供应商情况如下：

序号	供应商名称	成立时间	注册资本	实际控制人	与公司合作年限	是否存在关联关系
1	东蒙集团有限公司	1996/3/28	10,800 万元	池慧杰	2014 年至今	否
	浙江东蒙制衣有限公司	2007/4/11	1,000 万元	池慧杰		
2	苏州锦超服饰有限公司	2002/1/23	1,269.3189 万元	潘锦超	2016 年至今	否

3	浙江百先得服饰有限公司	1994/11/16	5,000 万元	叶剑平	2019 年 至今	否
4	温州市鸿迪服饰有限公司	2007/11/19	100 万元	蔡有飞	2016 年 至今	否
	浙江鸿迪服饰股份有限公司	2022/3/15	1,000 万元	娄如虹		
5	北京朗顿制衣有限公司	2002/6/27	100 万元	王林强、 夏凤女	2014 年 至今	否
	吉林朗顿制衣有限公司	2018/12/26	300 万元	王林强		
	温州朗盛服饰有限公司	2018/5/9	800 万元	王林强		
6	温州市金鸳鸯服装有限公司	1995/12/11	11,000 万元	史晓敏	2015 年 至今	否
7	温州酷玛时装有限公司	2008/3/25	50 万元	张六琴	2018 年 至今	否
8	温州市亨迪服饰有限公司	2013/2/22	100 万元	王仙琴	2019 年 至今	否
	温州市铭盛服饰有限公司	2021/1/26	200 万元	王仙琴		

公司与主要委托加工供应商建立了良好的合作关系，同时针对西服类委托加工业务储备了较多优质供应商，不存在依赖于单一供应商的情形。公司委托加工供应商与公司不存在实质和潜在关联方关系。

（四） 主要供应商与主要客户重合的情况

☐适用 ☒不适用

（五） 收付款方式

1、 现金或个人卡收款

☒适用 ☐不适用

单位：元

项目	2023 年 1 月—6 月		2022 年度		2021 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
现金收款	85,062.00	0.02%	165,414.00	0.02%	217,499.00	0.03%
个人卡收款	-	-	-	-	-	-
合计	85,062.00	0.02%	165,414.00	0.02%	217,499.00	0.03%

注：占比指占当期销售收款总额的比例。

具体情况披露：

报告期内，公司现金收款金额分别为 21.75 万元、16.54 万元和 8.51 万元，占当期销售收款总额的比例分别为 0.03%、0.02%和 0.02%。公司现金收款主要系在直销门店日常销售中产生，公司制定了《门店收款管理制度》，针对收款流程及销售凭证备存提出了详细要求，原则上规定不允许现金收款，顾客无法使用非现金渠道支付的情况除外。报告期各期公司现金收款金额及占比极小。

2、 现金付款或个人卡付款

☐适用 ☒不适用

五、经营合规情况

（一） 环保情况

事项	是或否或不适用
是否属于重污染行业	否
是否取得环评批复与验收	不适用
是否取得排污许可	不适用
日常环保是否合法合规	是
是否存在环保违规事项	否

具体情况披露：

公司为一家集研发、销售及品牌管理于一体的品牌商务休闲男装企业。根据《国民经济行业分类（GB/T 4754-2017）》，公司属于“C-18 纺织服装、服饰业”。报告期内，公司产品的生产全部通过直接采购和委托加工完成，公司无自主生产。委托加工由委托加工商在其自有或租赁的厂房完成。因此，公司不属于重污染行业，无需取得环评批复与验收，无需取得排污许可证。

公司日常经营过程中的污染物主要包括废水和固体废弃物，公司配备的环保设施为三级化粪池，该等环保设施报告期内运行良好，能够有效控制生活污水的排放，符合环保要求。报告期内，公司不存在环境保护相关行政处罚情况。

（二） 安全生产情况

事项	是或否或不适用
是否需要取得安全生产许可	不适用
是否存在安全生产违规事项	否

具体情况披露：

报告期内，公司产品的生产全部通过直接采购和委托加工完成，公司无自主生产。委托加工由委托加工商在其自有或租赁的厂房完成。因此，公司不属于《安全生产许可证条例》规定需取得安全生产许可证的企业。报告期内，公司不存在安全生产违规事项。

（三） 质量管理情况

事项	是或否或不适用
是否通过质量体系认证	是
是否存在质量管理违规事项	否

具体情况披露：

1、质量控制标准

公司严格按照国家及行业标准对产品的质量进行管控，并在国家及行业标准的基础上制定了更加严格的产品质量检验标准。报告期内，公司在质量控制方面主要参考的国家及行业标准如下所示：

序号	检验产品	使用标准
1	衬衫	GB/T 2660-2017
2	棉服装	GB/T 2662-2017
3	男西服、大衣	GB/T 2664-2017
4	西裤	GB/T 2666-2017
5	羽绒服装	GB/T 14272-2021
6	茄克衫	FZ/T 81008-2021
7	风衣	FZ/T 81010-2018
8	针织茄克衫	FZ/T 73061-2019
9	针织休闲服装	FZ/T 73020-2019
10	针织衬衫	FZ/T 73043-2020
11	针织西服	FZ/T 73056-2016
12	针织大衣	FZ/T 73058-2017
13	针织羽绒服装	FZ/T 73053-2015
14	皮革服装	QB/T 1615-2018
15	毛皮服装	QB/T 2822-2018
16	皮鞋	QB/T 1002-2015
17	背提包	QB/T 1333-2018
18	腰带	QB/T 1618-2018

2、质量控制措施

报告期内，公司产品的生产全部通过直接采购和委托加工完成，公司无自主生产。公司制定了标准的品质控制流程，以保证成衣采购的质量和交期。

公司供应中心下设品质控制组，并以精细化的专业分工下设休闲类、针织类、正装类、裤装衬衫精品类品控小组，提高对细分品类工艺标准和质量检验的专业程度，以保障采购成衣质量。公司制定的品质控制流程包括基础标准制定、风险评估、工艺制单、前期控制、中尾期检验和品控总结多个环节，在供应商生产前、生产中的前期、中期、尾期进行多阶段层层质量把控，保证供应商的产品供应符合公司制定的标准生产工艺。在生产前品控人员与供应商对工艺标准进行明

确要求，并要求供应商生产产前样衣以审核工艺标准。在生产的前中期，对首件样品和半成品进行抽检，在生产的尾期，再对货品进行抽样检验，检验其款式结构、色差、版型、面料疵点、缝制质量、规格尺寸、后整工艺、绣印工艺、包装等，货品抽检验收合格后，安排正式入库。

3、质量管理违规事项

公司制定了产品质量控制相关的制度及完整的售后服务体系。报告期内，公司不存在因产品质量引起的重大违法违规行为、重大诉讼或仲裁的情形。

（四）其他经营合规情况

√适用 □不适用

报告期内，公司及子公司存在的经营合规情况详见“第三节公司治理”之“四、公司及控股股东、实际控制人、重要控股子公司、董事、监事、高级管理人员存在的违法违规及受处罚等情况及对公司的影响”。

六、商业模式

在男装产业价值链中，公司自身配置优势资源于自主研发设计、品牌运营及销售渠道体系建设等高附加值的核心产业价值链业务，在中游生产制造环节采用自主设计并向供应商采购和委托供应商加工的模式。公司所采用的主要经营模式如下：

（一）研发设计模式

1、研发设计模式概况

公司通过调研和信息化系统的数据分析制定产品开发方案，并每年开发“春夏”、“秋冬”两季款式。公司组织产品研发人员在全国以及国外市场不断调研以了解全球男装流行趋势，结合产品销售信息反馈情况及市场需求变化情况，制定产品设计方案。公司数字化运营体系中的终端门店 POS 系统和会员 CRM 系统能实时跟踪销售情况并智能分析消费者习惯和偏好，消费者数据和销售数据将反馈至公司研发中心，以更精准地了解商务休闲男装的市场趋势，并以此对产品开发做出指导。

2、研发设计的组织架构

报告期内，公司产品的研发设计体系主要由研发中心运作，研发中心下设产品研发部和商品企划部。其中，商品企划部通过销售数据分析和市场调研制作商品需求规划，确定下一季商品的 SKU、价格分布、商品的组成结构；并准确把握产品风格、整合每季的全盘产品，把控产品开发进度。产品研发部在商品规划框架的基础上，准确把握市场流行信息、中高端商务休闲男装潮流和消费者的需求变化，确定下一季产品主题及设计方向，制定开发企划；根据确定的产品企划方

案，组织、带领、指导设计团队进行整体的开发工作，实现滚动开发模式。

3、研发设计的业务流程

公司产品研发设计主要分为商品规划和开发企划阶段、产品设计阶段及样衣制作阶段，各阶段具体工作如下：

（1）商品规划和开发企划阶段

作为起始环节，商品规划和产品企划连接了设计、采购、生产管理和销售各个业务节点。每个春夏、秋冬季度，由研发中心的商品企划部对销售情况及消费者数据进行分析，综合市场趋势，制定新一季的商品规划，商品规划包括设计与生产节点、款式数量、成本与售价、上市时段等。

“DIKENI”及“CARSYDA”研发中心的研发总监分别综合消费市场流行趋势、国内外时尚趋势，以及销售渠道反馈的第一手市场信息，形成初步的主题构想，再经研发中心全体设计师讨论后确定当季度主题。研发中心审视品牌及系列定位、上季产品款式的销售情况等信息后，根据公司业务目标和经营计划，在商品规划的基础上，制定开发企划，开发企划包括季度主题、各系列产品的材料、款式、色系等。

（2）产品设计阶段

公司产品主要为自主设计，公司组建了优秀的设计研发团队，在产品企划方案的基础上，分品牌及系列进行设计。“DIKENI”按铂金系列、黑标系列、灰标系列进行开发，铂金系列定位于品牌中的最高端产品，使用全球顶尖的面料；黑标系列定位于商务通勤；灰标系列定位于年轻群体，包括 IP 系列、设计师联名系列等具有时尚流行元素的系列。“CARSYDA”按正装系列、都市系列、摩登系列三个系列分别选定图案元素、颜色色系及搭配风格，进行产品设计。

（3）样衣制作阶段

研发中心制作形成设计稿和效果图，并由公司内部评选，评选后的设计稿将进入样衣生产阶段。公司的样衣由成衣供应商生产，通过对设计稿进行分析并与设计师沟通确认设计细节后，得到样衣的尺寸、版型、条纹、图案、面料等信息，根据上述信息生产样衣。

（二）采购模式

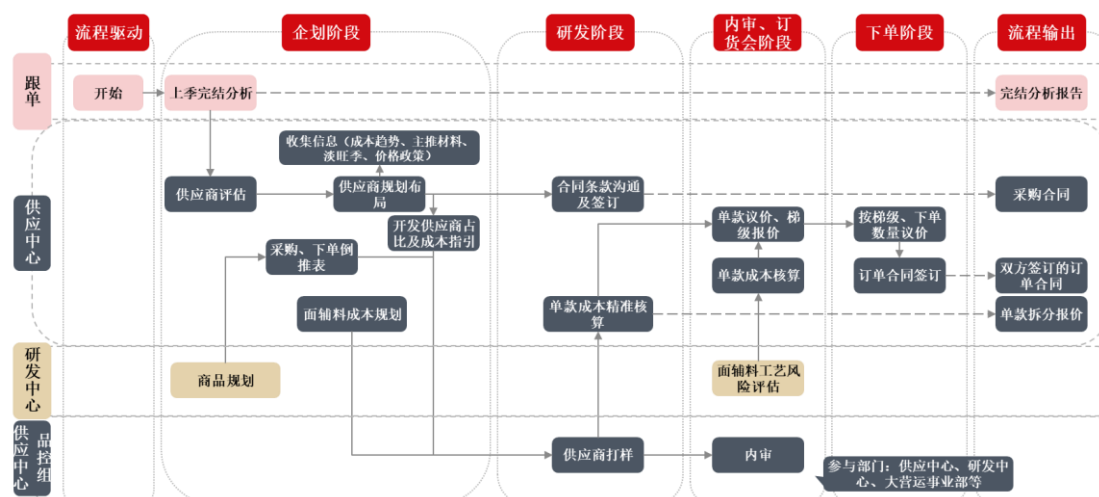
公司采购的物资分为原材料和成衣，原材料包含面料以及包装袋、吊牌、装饰品等辅料，成衣包含公司全系列产品线，类型包括 T 恤类、衬衫类、裤子类、毛衣类、皮衣类、外套类、西服类、精品类。

公司通过自主设计并向供应商采购成衣（FOB 模式）及委托供应商加工（CMT 模式）两种方式进行采购。FOB 模式下，公司自主进行产品设计，制定工艺标准；由成衣供应商采购面辅料，根据公司要求生产成衣。对于面料工艺较为考究的品类，公司主要采用 CMT 模式进行采购，由

公司自主进行产品设计，制定工艺标准，采购面辅料并提供给委托加工商；委托加工商根据公司要求生产成衣。

1、采购流程

公司的采购流程如下图所示：



商品订货会前，研发中心制定商品规划和开发企划，并进行款式开发；供应中心根据商品规划制作初步的采购下单时间计划，并选择合适的供应商初步洽谈合作条款，供应商制作样衣。公司组织系统性的内审，各部门对商品提出意见并进行调整，研发中心根据最新流行趋势、工艺标准、样衣效果调整工艺及款式；供应中心对成本是否符合成本规划做出评估、检验样衣的产品质量并对供应商制作工艺提出改进意见；大营运事业部分析各色系、各价格段的产品销出率、产品大类的生命周期及月度销出率，以数字化的维度调整商品采买策略。内审后，大营运事业部对采购策略进行多方位调整，并制作初步的商品采买计划。

公司各品牌每年共组织“春夏”、“秋冬”两场大型订货会和两场小型订货会，对开发新品进行展示，由直销门店店长和加盟商参加订货会挑选产品并下单，大营运事业部汇总形成商品订单。订货会后，供应中心根据商品订单制定成衣采购计划，并核算需委托加工的成衣所需面辅料的品类和数量，制定面辅料采购计划。基于采购计划，供应中心负责采购执行，与供应商签订合同，制定订单，跟进供应商生产情况以控制交货期，进行品质检验、对账及付款。

2、供应商管理

公司的供应商评估和准入考核贯穿于采购的每个环节中，对供应商进行实时评估，以保证高标准的产品吻合度和质量。

对正在合作的供应商，公司每年春夏季、秋冬季共进行两次综合评估，根据评估结果确定下一季入围合作的供应商。公司制定了详尽的面辅料供应商和成衣供应商评估体系，从质量上考核次品率，从交货期上考核生产周期和准时交货率，从价格上评估价格水平、折扣和付款条件，从

合作上评估开发配合程度和售后服务，从产品上评估风格匹配情况。通过多方面的综合考核确定供应商的合作等级，并以合作等级指导下一季的采购数量和采购品类，对考评结果不合格的供应商终止合作。

对新供应商的准入，公司制定了严格的考察、评估制度和准入审批流程。具体而言，公司制定了多层级的面辅料和成衣新供应商准入评估体系，先根据新供应商的基础经营信息和合作客户以及市场调研情况对其进行初筛。对通过初筛的供应商，公司组织对工厂实地考察并要求供应商提供物资样品，对供应商的供应产品档次定位、产品风格吻合度、产品质量、价格水平、经营规模、生产能力、人员稳定性、设备条件、生产周期、管理水平、财务状况、行业口碑进行多维度的立体考评，以筛选出产品吻合度高、开发能力强且生产经营稳定的供应商。

3、质量管理

(1) 质量控制标准

公司严格按照国家及行业标准对产品的质量进行管控，并在国家及行业标准的基础上制定了更加严格的产品质量检验标准。报告期内公司在质量控制方面主要参考的国家及行业标准如下所示：

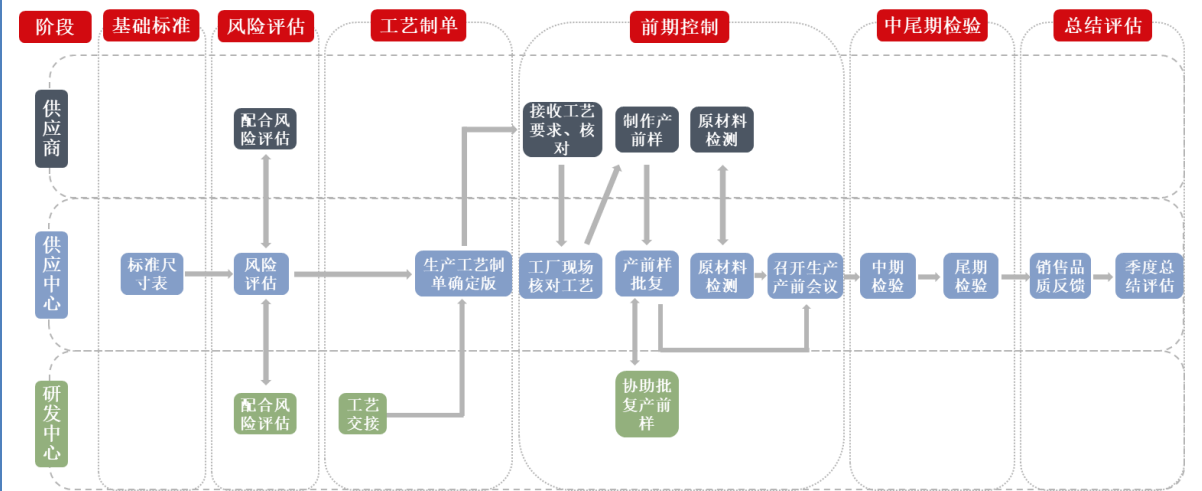
序号	检验产品	使用标准
1	衬衫	GB/T 2660-2017
2	棉服装	GB/T 2662-2017
3	男西服、大衣	GB/T 2664-2017
4	西裤	GB/T 2666-2017
5	羽绒服装	GB/T 14272-2021
6	茄克衫	FZ/T 81008-2021
7	风衣	FZ/T 81010-2018
8	针织茄克衫	FZ/T 73061-2019
9	针织休闲服装	FZ/T 73020-2019
10	针织衬衫	FZ/T 73043-2020
11	针织西服	FZ/T 73056-2016
12	针织大衣	FZ/T 73058-2017
13	针织羽绒服装	FZ/T 73053-2015
14	皮革服装	QB/T 1615-2018
15	毛皮服装	QB/T 2822-2018
16	皮鞋	QB/T 1002-2015
17	背提包	QB/T 1333-2018

18	腰带	QB/T 1618-2018
----	----	----------------

(2) 质量控制措施

公司的供应中心下设品质控制组，并以精细化的专业分工下设休闲类、针织类、正装类、裤装衬衫精品类品控小组，提高对细分品类工艺标准和质量检验的专业程度，以保障采购成衣的质量。

公司采购产品品质控制流程如下：



公司制定的品质控制流程包括基础标准制定、风险评估、工艺制单、前期控制、中尾期检验和品控总结多个环节，在供应商生产前、生产中的前期、中期、尾期进行多阶段层层质量把控，保证供应商的产品供应符合公司制定的标准生产工艺。在生产前品控人员与供应商对工艺标准进行明确要求，并要求供应商生产产前样衣以审核工艺标准。在生产的前中期，对首件样品和半成品进行抽检，在生产的尾期，再对货品进行抽样检验，检验其款式结构、色差、版型、面料疵点、缝制质量、规格尺寸、后整工艺、绣印工艺、包装等，货品抽检验收合格后，安排正式入库。

(3) 产品质量纠纷

公司制定了产品质量控制相关的制度及完整的售后服务体系。报告期内，公司不存在因产品质量引起的重大违法违规行为、重大诉讼或仲裁的情形。

(三) 销售模式

公司主要依托直销模式实现公司产品在经济较发达的一、二城市的销售推广，主要通过加盟模式将销售渠道下沉至三、四线城市，并建立覆盖唯品会、天猫、微信平台、京东、抖音平台等的多元化渠道的线上业态，形成了完善的多层次销售体系。

报告期公司销售和渠道体系如下表所示：

销售模式	渠道体系
直销	公司通过自有直销门店向终端消费者直接销售产品

加盟	经销：公司通过与加盟商合作，先将商品以协议价格销售给加盟商，再由加盟商通过其自营门店销售给终端消费者； 代销：公司通过与加盟商合作，先将商品供应给加盟商，再由加盟商通过其自营门店销售给终端消费者，定期与公司结算已销产品的货款
电商销售	公司通过与电商平台合作，在电商平台建立自营线上门店直接销售给终端消费者或以代销的模式销售给电商平台

1、直销模式

直销模式是指公司自行经营的零售终端直接向终端消费者销售产品。在销售场景方面，公司零售终端主要分布在以零售业务为主的百货中心、由主要销售名牌过季产品商铺组成的奥特莱斯、集吃喝玩乐于一体的购物中心以及机场店铺。

在与商场方的合作模式方面，公司零售终端分为商场联营店和商场租赁店。商场联营店的运作模式下，公司与联营方签订联营合同，联营方提供场地，公司定期和联营方对账结算，联营方根据门店销售额收取一定的商场扣点费用。商场租赁店的运作模式下，公司与租赁方签订租赁合同，通过租赁方式在门店经营，公司定期向租赁方支付一定的租金，由商场方代收银或公司自主收银。

公司的部分直销门店采取托管模式进行运营，公司与商场方签订联营合同或租赁合同，由商场方提供场地，货款最终划转至公司，托管商不负责货款收取；公司与托管商签订托管合同，另行支付管理费。在托管商的职责划分方面，托管模式可以划分为“大托管”、“小托管”两种模式：大托管模式下，店铺员工由托管商聘请并发放工资，托管商同时负责店铺日常管理、与商场的商业洽谈、公关和日常沟通以及当地市场开发等工作；小托管模式下，店铺员工由公司聘请并发放工资，托管商负责零售监督、协助公司进行货款催收工作和维护商场关系。

公司针对旗下两个品牌的直销门店分别设立了 DIKENI 品牌事业部和 CARSYDA 品牌事业部进行管理，制定了涵盖目标业绩追踪、店员培训、品牌形象管理、会员维护管理、产品销售策略、商品精准供货、产品盘点、销售凭证管理等各方面的管理体系。公司针对产品的中高端定位打造了精细化的会员运营体系，从数据端使用 CRM 系统对会员纳新、会员复购率、会员销售占比等指标进行分析及优化，在运营端以会员数据为基础为会员提供高端私享的专属礼遇，包括定制化的生日祝福、新年礼回馈、免费的服装保养清洁服务、私人衣橱顾问、沙龙、酒会、私享会等，在高端服饰的基础上提供差异化的增值服务，维护了稳固的会员群体。公司在经济较发达的区域采用销售端把控程度更高的直销模式，覆盖多数省会级城市、部分旅游城市及经济较发达城市，在核心消费商圈树立了公司品牌运营的标杆并发挥了品牌示范效应。

2、加盟模式

公司加盟模式主要通过经销方式进行，部分通过代销方式进行。

（1）经销模式

公司产品在三、四线城市的销售主要采用经销模式。公司通过与经销商签订《经销合同》，授予经销商在约定的期限和区域内的品牌经营权。公司对经销商实行买断式销售，经销商以产品吊牌价的约定结算折扣向公司购货，并通过其自营门店直接面向终端消费者销售产品。公司对经销商实行扁平化管理，同一个地区授权一个经销商，且不允许其发展二级经销商。

公司对经销商的准入设立了严格的标准，对其公司化运营、公司结构、管理团队、高端品牌经营经验、终端表现、商业资源、资金实力、长期规划及行业口碑进行系统化的评估，与有实力的经销商建立稳固的合作关系。

（2）代销模式

公司通过与代销商签订《代销合同》，授予代销商在约定的期限和区域内的品牌经营权，代销商通过其自营门店直接面向终端消费者销售产品，并定期根据产品的实际销售情况，以产品吊牌价的约定代销出货折扣与公司进行结算。

3、电商销售模式

公司的电商销售模式包括电商入仓模式（唯品会）和线上 B2C 模式（天猫、微信平台、京东和抖音平台）。对于电商入仓模式，公司主要销售过季产品，并根据合同条款与电商公司进行结算；对于线上 B2C 模式，公司主要在天猫、微信平台、京东和抖音平台销售新品及过季产品，消费者通过电商平台下达购物订单，并经第三方支付平台或电商平台支付货款。

（四）仓储物流模式

1、仓储管理

在商品仓储方面，公司建立了“总仓-门店仓储”两级仓储管理体系。公司在广州市建立公司总仓，集中进行采购物资的验收入库，并根据销售计划将产品调拨至各直销门店，每个直销门店仓储其管理的货品。

在采购物流方面，对于公司采购的面料，主要由供应商负责运输或委托第三方物流运输至公司委托加工商仓库或公司总仓；对于公司采购的辅料，由供应商负责运输或委托第三方物流运输至公司总仓，公司根据采购生产计划，委托第三方物流将辅料发送至供应商仓库；对于公司采购的成衣，主要由供应商负责运输或委托第三方物流运输至公司总仓。

2、商品配送

在线下渠道中，对于直销模式，公司委托第三方物流将货品由总仓运输至各直销门店。对于加盟模式，公司根据销售订单进行发货，有两种运输模式，一种是加盟商委托第三方物流运输至加盟商的指定地点，由第三方物流在公司总仓进行提货；另一种是加盟商自行负责在公司总仓提货。

线上渠道中，公司将总仓和门店的仓储物流体系打通，形成全渠道物流，根据库存情况、流通速度和销售订单选择通过总仓和直销门店进行发货。对于天猫、微信平台、京东、抖音平台等电商销售，公司委托第三方物流将货品直接配送至消费者指定地点；对于唯品会，由唯品会指定第三方物流从总仓或直销门店提货，再负责运输至消费者指定地点。

七、创新特征

（一） 创新特征概况

√适用 □不适用

经过多年的努力经营，公司已发展成为商务休闲男装行业的领先企业，拥有业内领先的设计研发、市场营销与终端运营管理能力，并在产品研发、品牌渠道管理等方面持续探索创新，提升企业核心竞争力。

1、研发设计创新

（1）公司具备资深的设计师团队，持续保持外部研发合作

公司秉持着设计创造价值的理念，坚持创新发展，通过打造优秀的设计团队并建立完善的产品开发机制，开发新品符合目标客群需求。在设计团队方面，公司积极采取内部培养以及外部引进的双举措，打造了一支充分了解国际时尚趋势、经验丰富的高级男装设计、研发团队。公司设计师队伍对公司品牌理念具有很高认知度，并保持了很好的稳定性。同时，为积极把握国际潮流趋势，公司配备国际化人才并与顶尖国际男装品牌的一流设计团队进行联合开发，通过与国际知名设计师合作，持续强化公司品牌故事、产品设计、视觉体验和顾客服务，丰富公司产品图案设计，不断激活公司创新活力。

2019 年，“DIKENI”和国际知名设计师 Nicolas.A.T 共同开发品牌独有“双 D IP”图案；“CARSYDA”和法国独立设计师 Martin Pegourier 合作推出“CARSYDA BY MARTIN ‘LOVE • PEACE’”胶囊系列限量羽绒服。2021 年，“DIKENI”和英籍插画艺术家江杉合作开发数字化“双 D 4.0”系列，将 3D 数字化的艺术处理运用到印花设计中，开发联名 IP 系列；“DIKENI”和国际知名设计师 Tuomas Marikoski 联名开发“DOWN&ABOUT”冬季运动联名款羽绒系列；“CARSYDA”和知名设计师 Ege Islekel 推出“CARSYDA × Ege Islekel”联名系列，开发 CARSYDA 十周年纪念标志。2022 年，“DIKENI”联合国际知名设计师 Matteo Menotto 发布虎年手绘联名限定系列，展示中国传统元素；“DIKENI”和国际知名设计师 Nicolas.A.T，推出“DIKENI-Mr.NAT”羽绒系列，开发舒适惬意风格的羽绒服装。2023 年，“DIKENI”与江杉再度合作打新春限量联名 IP “太空玉兔”系列；“DIKENI”与国际知名设计师 Enrico Chiarparin 联名开发“DIKENI x ENRICO. C”系列羽绒服，结合时装视角、品质通勤及全新材料进行创新研发。国际化的研发设计团队保证了公司每一季的产品紧贴国际潮流趋势，开发出独特、符合中国当代精英男士穿着

习惯的国际化产品。

（2）公司开发了丰富的产品系列，自主创新开发面料年度超 300 款

公司报告期内当季新品在春夏、秋冬两季的推出数量、设计打板款式数量、最终新品推出数量占公司打板设计数量的比例情况如下：

单位：个

季节	2023 年 1-6 月	2022 年	2021 年
春夏新品数量	874	996	900
秋冬新品数量	-	1,058	1,080
当期新品数量	874	2,054	1,980
设计打板款式数量	3,668	7,218	7,224
新品推出数量占公司打板设计数量的比例	23.83%	28.46%	27.41%

注 1：推出的当季新品数量为规划推出新品的 SKU 个数；

注 2：上表 2021 年、2022 年为新品推出的商品年，指该类年度新品从春夏季开始上市日至秋冬季结束上市日，如 2022 年商品年为自然年 2021 年 12 月下旬 2022 年春夏季新品推出时点至 2022 年 11 月秋冬季出新结束的时间段；上表 2023 年 1-6 月为自然年 2022 年 12 月下旬 2023 年春夏季新品推出时点至 2023 年 5 月春夏季出新结束的时间段。

公司每季推出了符合目标客群以及男装行业情况的款式数量，2021 季、2022 季及 2023 年春夏季款式，公司最终新品推出数量占公司打板设计数量的比例分别为 27.41%、28.46%和 23.83%，约在 4 件设计的款式中最终审定 1 件作为新品上市，公司为精确设计出符合产品定位、消费者审美以及商品规划的产品，设计了较多款式，并通过层层检验和筛选，最终选出最契合消费和流行趋势的服装产品，在服装设计的精准度上具有较高标准，体现了公司强大的研发设计创新能力。

同时，公司为研发设计出优质服装产品，重视开发直接体现穿着风格、舒适度和质感的面料，对面料的花型、颜色、需要的材质和成分进行自主开发和规划，2022 年开发超过 300 款面料。开发较为经典面料包括加入凉感纤维且具有回弹性的高级褶皱肌理面料，褶皱自然、穿着清爽舒适，以及轻质感面料，兼具牛仔的挺括性和棉的柔软手感，并加入“DIKENI”品牌 logo 的提花设计，具有时尚感，具体开发的重要面料应用于产品的图示如下：

高级褶皱肌理面料	轻质感面料
	

2、销售模式创新

公司针对产品的中高端定位打造了精细化的会员运营体系，从数据端使用 CRM 系统对会员纳新、会员复购率、会员销售占比等指标进行分析及优化，在运营端以会员数据为基础采用“一店一策”的营销方案，为会员提供高端私享的专属礼遇，包括定制化的生日祝福、新年礼回馈、免费的服装保养清洁服务、“尼衣橱”、沙龙、酒会、私享会等，其中“尼衣橱”为提前与会员预约到店时间，在到店前根据会员购买历史、喜好倾向及主要活动场景等为客户提前挑选相应匹配度较高产品放置于门店 VIP 区域，节省会员选购时间，提升会员购买体验；沙龙、酒会、私享会等为根据会员情况定期举行咖啡品鉴、雪茄品鉴、酒水品鉴及亲自互动交流活动等，在中高端服饰的基础上提供具有创新性、差异化的增值服务，为品牌打造了品质生活的内涵，赋予了服装产品极高的附加值。公司通过多年优质会员服务的积累沉淀，打造了庞大而稳固的会员体系。

公司的终端门店在提供紧跟市场潮流和高端品质衣物的同时，将门店加入娱乐、休闲、社交的功能，把男装购物从简单的消费行为提升至注重品质的一种生活方式，深度契合消费者的需求。终端门店的装修设计不断迭代，陈列设计保持高标准，并开设单独的空间作为休闲区，店铺根据所在位置及会员情况设置亲自手工活动区、高尔夫体验区、电子游戏体验区、茶点咖啡体验区、衣物护理服务区等给消费者提供更加舒适的购物体验，营造高端的消费环境。同时，公司打造多元化的围绕服装的生活方式，包括快闪店、公益项目、新品发布会、跨界联动活动等，让“DIKENI”和“CARSYDA”品牌消费形成一种文化。

3、培训体系创新

公司的核心培训方式为项目制，在培训完成后的一定时间对店员技能和素质以及门店终端表现进行检验考核和定期跟踪，对于店员的检验考核方式包括现场考试、实操测试、工作表现验核、点评辅导、精进完善技能等，对于门店终端表现的考核，则根据不同项目的不同业务痛点解决出发点进行考核，如复购率、客单价等指标的改善，以实现培训体系与公司业务发展的高度联动和

绑定。

公司培训形式包括线上课程学习、线下集中现场培训、团队共创解决业务痛点、不同区域的实地交流、成功案例推广等。培训类型覆盖项目制培训、技能训练培训、门店运营标准化建设培训、内训师建设培训、课程体系建设和部门建设培，其中培训项目包含“南航头等舱”项目、“尼衣橱会员服务标准”项目和“全国高销高潜”项目、新员工培训、销售精英训练营、业绩公式落地暨全国店长训练营等多个具有特定目标的培训项目。其中，“南航头等舱”项目与南方航空共同设计制定针对公司品牌服务流程和服务标准的培训，以航空公司标杆性的服务水平赋能公司面向中高端客群的服务；“尼衣橱会员服务标准”项目依据销售数据的分析和诊断，将公司的各项对会员服务和销售过程的全流程步骤拆解，培训各步骤的技术要点以及销售前和销售后的服务方式；“全国高销高潜”项目挖掘公司终端业务骨干、发展潜力较高的员工，针对每个员工个人进行细化的能力评估、与销售目标差距分析、针对性的培训等，实现具有强针对性的人才发展。公司定位于中高端男装，目标客群重视消费的体验感，公司培训体系中重要一环则是对店员服务能力的科学化和高标准化的培训。

公司的培训开发方式丰富多样且具有针对性，帮助员工全方位贯彻公司品牌文化理念、产品知识、销售技巧、店铺陈列、会员管理等必备知识或技能，并不断优化公司销售和门店运营策略和细节流程，解决业务痛点。2022 年全年，公司线下开展了 7 个培训项目，41 场培训，培训讲师共计 162 人次，覆盖员工共计 2,092 人次，线上包含 99 个培训课程。

4、销售渠道创新

在移动互联网和线上购物平台不断普及的背景下，公司积极把握电商行业的增长机遇，通过入驻电商平台开设品牌自营店铺与天猫、京东、抖音、唯品会、等第三方平台开展合作，借助第三方平台信用体系、技术能力、用户基础、流量资源及较低的店铺网站维护成本等优势，结合公司在中高端男装行业的品牌优势，不断开拓新市场。公司已建立了专业化的电商销售运营团队，对电商销售要求及流程、订货发货、促销方案的规划和申报、素材使用及产品标准、售后处理、违规及处罚管理进行了规定，通过线上广告投放及直播等新兴模式进行推广，同时打通线上线下会员体系，公司已拥有超过 55 万会员人数，线上线下融合销售实现公司销售规模进一步提升同时对会员消费场景提供多元化选择。

（二） 知识产权取得情况

1、 专利

√适用 □不适用

序号	项目	数量（项）
1	公司已取得的专利	8
2	其中：发明专利	5

3	实用新型专利	3
4	外观设计专利	0
5	公司正在申请的专利	0

2、 著作权

√适用 □不适用

序号	项 目	数量（项）
1	公司已取得的著作权	18

注：公司已取得著作权 18 项，其中美术作品著作权 7 项，计算机软件著作权 11 项。

3、 商标权

√适用 □不适用

序号	项 目	数量（项）
1	公司已取得的商标权	137

（三） 报告期内研发情况

1、 基本情况

√适用 □不适用

公司秉持着设计创造价值的理念，坚持创新发展，通过打造优秀的设计团队并建立完善的产品开发机制，形成了高效的研发设计能力，开发新品符合目标客群需求。

在设计团队方面，公司积极采取内部培养以及外部引进的双举措，打造了一支充分了解国际时尚趋势、经验丰富的高级男装设计、研发团队。公司设计师队伍对公司品牌理念具有很高认知度，并保持了很好的稳定性。同时，为积极把握国际潮流趋势，公司配备国际化人才并与顶尖国际男装品牌的一流设计团队进行联合开发，通过与国际知名设计师合作，大力打造公司品牌故事、产品设计、视觉体验和顾客服务，丰富公司产品图案设计，不断激活企业创新活力。

在产品开发机制方面，公司的“DIKENI”和“CARSYDA”品牌定位明确，两大品牌均设有研发中心，由不同的团队分别完成两大品牌的产品开发工作，并构建基于销售端大数据的产品企划体系和详尽精准的产品检核体系。同时，公司为研发设计出优质服装产品，重视开发直接体现穿着风格、舒适度和质感的面料，对面料的花型、颜色、需要的材质和成分进行自主开发和规划，2022 年开发超过 300 款面料。

报告期各期，公司的研发费用分别为 1,353.57 万元、1,597.97 万元和 648.40 万元，占营业收入的比例分别为 1.47%、2.02%和 1.51%。

2、 报告期内研发投入情况

√适用 □不适用

单位：元

研发项目	研发模式	2023年1月—6月	2022年度	2021年度
产品研发	自主研发	6,484,014.49	15,979,748.31	13,535,682.35
合计	-	6,484,014.49	15,979,748.31	13,535,682.35
其中：资本化金额	-	-	-	-
当期研发投入占营业收入的比重	-	1.51%	2.02%	1.47%

3、合作研发及外包研发情况

□适用 √不适用

（四）与创新特征相关的认定情况

□适用 √不适用

八、所处（细分）行业基本情况及公司竞争状况

（一）公司所处（细分）行业的基本情况

1、所处（细分）行业及其确定依据

公司为一家集研发、销售及品牌管理于一体的品牌商务休闲男装企业。根据《国民经济行业分类（GB/T 4754-2017）》，公司属于“C-18 纺织服装、服饰业”。

2、所处（细分）行业主管单位和监管体制

序号	（细分）行业主管单位	监管内容
1	国家发展和改革委员会	国家发改委是国内服装行业的主管部门，负责产业政策和行业发展规划的研究、制定和监督执行，指导产业结构调整，实施行业管理；参与行业体制改革、技术进步和改造、质量管理；实施产品开发和推广的政府指导、项目审批和产业扶持基金的管理等。
2	国家工业和信息化部	工信部是我国纺织工业及服装行业的政府管理部门，下设“消费品工业司”管理纺织工业及服装行业的具体工作，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等。
3	国家商务部	商务部是服装行业流通业务环节及特许经营业务领域的主管部门，其相关职能主要包括：研究现代流通方式的发展趋势和流通体制改革并提出建议；负责推进流通产业结构调整，指导流通企业改革、商贸服务业和社区商业发展，提出促进商贸中小企业发展的政策建议，推动流通标准化和连锁经营、商业特许经营、物流配送、电子商务等现代流通方式的发展；拟订规范市场运行、流通秩序的政策；承担组织实施重要消费品市场调控和重要生产资料流通管理的责任，监测分析市场运行、商品供求状况，调查分析商品价格信息等。商务部下属的电子商务和信息化司主要负责制定我国电子商务发展规划，拟订推动企

		业信息化、运用电子商务开拓国内外市场的相关政策措施并组织实施；支持中小企业电子商务应用，促进网络购物等面向消费者的电子商务的健康发展。
4	中国纺织工业联合会	中国纺织工业联合会是全国性的纺织行业组织，其主要任务有：调查研究国内外纺织服装行业现状及发展趋势，提出有关经济技术和立法方面的意见和建议；制定行规行约，规范行业行为，建立行业自律机制，维护行业利益；在纺织行业发展战略、发展规划、产业政策及结构调整、技术进步、品牌建设、市场开拓等方面开展工作；综合协调纺织各行业之间的经济技术关系，促进行业结构调整和产业升级，推动横向经济联合与协作；进行行业统计，收集、分析、发布行业信息，依法开展统计调查，开展行业电子商务信息活动；参与研究制定纺织行业中长期科技发展战略，参与制订、修订行业标准，并组织贯彻实施。
5	中国服装协会	中国服装协会成立于 1991 年，是中国服装行业自律性、非营利性、全国性行业组织。中国服装协会以中国服装行业强国建设为责任和使命，构筑行业命运共同体，发挥桥梁和纽带作用，支撑政府决策，代言产业利益，协同产业创新，推动行业高质量、可持续发展。中国服装协会的主要工作有：维护知识产权，加强社会责任监督，反对不公平竞争，并制定行规行约，规范行业行为，维护行业利益；调查研究中外产业发展及市场趋势，参与制定行业发展战略规划，向政府提出政策和立法建议，向企业提供信息与咨询服务；倡导科技进步，促进信息化建设，组织各类人才教育和培训，鼓励企业走自主创新之路；参与制、修订国家行业标准，并组织贯彻实施；组织品牌海内外展示，协助企业中外市场开拓；开展产业安全调查，及时发布产业预警信息；组织国际对话，开展行业外交，加强中外经济协作与交流，促进国际合作。中国服装协会下设男装专业委员会，负责男装领域内的行业自律管理相关工作。

3、 主要法律法规政策及对公司经营发展的具体影响

(1) 主要法律法规和政策

序号	文件名	文号	颁布单位	颁布时间	主要涉及内容
1	《关于开展 2023 纺织服装优供给促升级活动的通知》	工信厅联消费函〔2023〕87 号	工信部、商务部	2023.4	强化创意设计与品牌建设，引领时尚消费新趋势。深入实施增品种提品质创品牌“三品”行动，提升纺织服装创意设计园区发展水平，培育纺织服装消费品牌、制造品牌、区域品牌，传承发扬优秀中华服装服饰文化，推动“纺织非遗”与现代时尚融合创新，推动可持续时尚理念传播普及。组织开展时装周、设计大赛、品牌建设、流行趋势发布、“纺织非遗”推广等活动，引领时尚趋势，满足和创造消费需求。 维护产业链供应链稳定畅通，扩大纺织服装市场需求。推动生产、流通、消费高效协同，畅通纺织服装线上线下流通渠道。组织开展大中小企业融通创新“携手行动”、展览展

					示等活动，办好“棉纺消费季”等消费促进活动，促进产业链供应链交流合作和循环畅通，恢复和扩大纺织服装市场需求。
2	《质量强国建设纲要》	-	中共中央、国务院	2023.2	实施消费品质量提升行动，加快升级消费品质量标准，提高研发设计与生产质量，推动消费品质量从生产端符合型向消费端适配型转变，促进增品种、提品质、创品牌。加快传统消费品迭代创新，推广个性化定制、柔性化生产，推动基于材料选配、工艺美学、用户体验的产品质量变革。加强产品前瞻性功能研发，扩大优质新型消费品供给，推行高端品质认证，以创新供给引领消费需求。
3	《进一步提高产品、工程和服务质量行动方案（2022-2025年）》	国市监质发(2022)95号	市监局、网信办、发改委等	2022.11	加强数字化试衣、智能服装等新技术新产品研发，大力推动服装、鞋类产品、羽绒制品等领域产品质量分级。
4	《国家发展改革委等部门关于新时代推进品牌建设的指导意见》	发改产业〔2022〕1183号	发改委、工信部、商务部等	2022.08	适应新时代新要求，进一步引导企业加强品牌建设，进一步拓展重点领域品牌，持续扩大品牌消费，营造品牌发展良好环境，促进质量变革和质量提升，推动中国制造向中国创造转变、中国速度向中国质量转变、中国产品向中国品牌转变；鼓励消费品行业发展个性定制、规模定制，在汽车、纺织服装、消费类电子、家用电器、食品、化妆品等领域，培育一批高端品牌、“专精特新”企业。
5	《数字化助力消费品工业“三品”行动方案（2022-2025年）》	工信部联消费〔2022〕79号	工信部、商务部、市监局等	2022.06	把握数字化发展新机遇，以消费升级为导向，以数字化为抓手，以场景应用为切入点，聚焦消费品工业研发设计、生产制造、经营管理、公共服务等关键环节，强化数字理念引领和数字化技术应用。推出更多创新产品顺应消费升级趋势；以企业为主体的技术创新体系进一步健全，产品供给日益丰富，质量与性能持续提升，在纺织服装、家用电器、食品医药、消费电子等行业培育200家智能制造示范工厂，打造200家百亿规模知名品牌，产品服务质量和客户满意度持续提升；数字化助力“创品牌”。一是借力数字技术打造知名品牌。加快推进产品设计、文化创意、技术创新与品牌建设融合发展，将中华文化元素

					有效融入中国品牌，深度挖掘品牌文化价值内涵，探索开展企业品牌价值评价。二是借势数字变革培育新锐精品。培育一批时代元素强、引导时尚消费的专精特新品牌。
6	《“十四五”市场监管现代化规划》	国 发〔2021〕30 号	国务院	2022.01	深入实施质量提升行动，率先在化妆品、服装、家纺、电子产品等消费品领域培育一批高端品牌。
7	《促进绿色消费实施方案》	发改就业〔2022〕107 号	发改委、工信部、商务部等	2022.01	要求全面促进重点领域消费绿色转型，提出鼓励推行绿色衣着消费。推广应用绿色纤维制备、高效节能印染、废旧纤维循环利用等装备和技术，提高循环再利用化学纤维等绿色纤维使用比例，提供更多符合绿色低碳要求的服装。推动各类机关、企事业单位、学校等更多采购具有绿色低碳相关认证标识的制服、校服。
8	《关于高质量实施〈区域全面经济伙伴关系协定〉(RCEP)的指导意见》	商国际发〔2022〕10 号	商务部、发改委、工信部等	2022.01	推动扩大服装、鞋、箱包、玩具、家具、电子产品、机械装备、汽车零件、摩托车、化纤、农产品等优势产品出口、积极扩大先进技术、重要设备、关键零部件、原材料等进口，支持日用消费品、医药、康复设备和养老护理设备等进口。
9	《中国服装行业“十四五”发展指导意见和 2035 年远景目标》	-	中国服装协会	2021.1	加快建设现代化产业经济体系，推进产业基础高级化和产业链现代化，提升行业文化创造力、科技创新力和绿色发展力，构建以中华优秀传统文化为基因脉络的时尚话语权，打造世界级服装品牌和产业集群，推进中国服装行业迈向世界产业链中高端，为我国实现制造强国、质量强国目标发挥重要作用； 服装产品质量不断提高，品牌文化内涵和影响力持续提升，品牌培育管理体系进一步完善，打造一批市场认可度高、美誉度好的知名品牌，重点培育 3-5 个具有全球时尚话语权的国际品牌，培育千亿级以上品牌价值产业集群。
10	《纺织行业“十四五”发展纲要》	-	中国纺织工业联合会	2021.06	按照“创新驱动的科技产业、文化引领的时尚产业、责任导向的绿色产业”发展方向，持续深化产业结构调整与转型升级，推动供给与需求的动态平衡，加大科技创新和人才培养力度，打造国际合作和竞争新优势，推动区域协调发展，建成若干世界级先进纺织产业集群，形成一批知名跨国企业集团和有国际影

					响力的纺织服装品牌，加快迈向全球价值链中高端，为巩固纺织强国地位并为我国实现制造强国质量强国目标发挥重要作用。
11	《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和 2035 年远景目标纲要》	-	全国人民代表大会	2021.03	开展中国品牌创建行动，保护发展中华老字号，提升自主品牌影响力和竞争力，率先在化妆品、服装、家纺、电子产品等消费品领域培育一批高端品牌。
12	《关于推动先进制造业和现代服务业深度融合发展的实施意见》	发改产业〔2019〕1762 号	发改委、工信部、网信办等	2019.11	在消费品领域，支持智能生态服装、家用纺织品、产业用纺织品、鞋类产品、玩具家电、家具等设计创新。鼓励建设国民体型数据库和标准色彩库，发展人体工学设计。加强流行趋势研究，提升产业竞争力。
13	《制造业设计能力提升专项行动计划（2019-2022 年）》	工信部联产业〔2019〕218 号	工信部、发改委、教育部等	2019.10	推动消费品工业和服务业深度融合。注重差异化、品质化、绿色化消费需求，推动消费品工业服务化升级。以服装、家居等为重点，发展规模化、个性化定制。
14	《关于加快培育共享制造新模式新业态，促进制造业高质量发展的指导意见》	工信部产业〔2019〕226 号	工信部	2019.10	加快形成以制造能力共享为重点，以创新能力、服务能力共享为支撑的协同发展格局。培育共享制造平台，依托产业集群发展共享制造，完善共享制造发展生态，夯实共享制造发展的数字化基础。
15	《工业和信息化部关于促进制造业产品和服务质量提升的实施意见》	工信部科〔2019〕188 号	工信部	2019.08	发挥品牌促进作用。引导企业建立以质量为基础的品牌发展战略，丰富品牌内涵，提升品牌形象。鼓励行业协会、专业机构建立健全品牌培育专业化服务体系，制定宣贯品牌培育管理体系标准，完善品牌培育成熟度评价机制，以品牌培育推动企业从“质量合格”向追求“用户满意”跃升。推动产业集群区域品牌建设，引导集群内企业标准协调、创新协同、业务协作、资源共享，发挥龙头企业带动作用，推动产业链提质升级。加强品牌宣传推广，引领消费需求，增强消费信心，促进企业加快质量升级； 促进消费品工业提质升级。贯彻落实《关于开展消费品工业“三品”专项行动营造良好市场环境的若干意见》。制定发布升级和创新消费品指南，推动轻工纺织等行业的创新产品发布。培育壮大个性化定制企业和平台，推动企业发展个性定制、规模定制、高端定制。持续开展纺织

					服装创意设计园区(平台)试点示范工作,提高创意设计水平,推动产品供给向“产品+服务”转变,促进消费升级。
16	《关于完善促进消费体制机制,进一步激发居民消费潜力的若干意见》	-	中共中央、国务院	2018.09	加快完善促进消费体制机制,增强消费对经济发展的基础性作用。坚持消费引领,倡导消费者优先培育中高端消费市场,形成发展势头良好、带动力强的消费新增长点,促进实物消费提档升级。

(2) 对公司经营发展的影响

服装产业作为我国传统的支柱产业、重要的民生产业和具有国际竞争优势的产业,在繁荣市场、扩大出口、吸纳就业、增加居民收入、促进城镇化建设等方面发挥着重要作用,始终受到国家产业政策的支持。为加快行业结构调整和产业升级,推进我国服装行业由大到强的转变,国家陆续出台了多项产业政策。中国服装协会于2021年10月公布的《中国服装行业“十四五”发展指导意见和2035年远景目标》提出“面对全新的发展时期,我国服装行业要加快融入‘双循环’新发展格局,以时尚强国建设为目标,以增强行业原始创新能力为导向,加强行业创新体系建设,强化制造体系优势,完善提升价值链、创新链,大力增强企业新时期竞争力,形成科技、时尚、可持续融合发展的产业新生态”。产业政策的支持为我国服装行业创新发展创造了良好的外部政策环境。

4、(细分)行业发展概况和趋势

(1) 服装产业发展情况

1) 产业正处于优化升级的重要战略转型期

改革开放以来,在全球产业结构调整与国际分工变化的背景下,欧美发达国家的加工业向发展中国家转移,国际市场的巨大需求带动了我国服装产业的快速发展。同时,我国拥有高素质的劳动力资源、良好的投资环境以及上下游配套完整、贯通的产业链,为中国服装业发展提供了重要条件和有力保障。

随着对外开放的深入以及国民经济的持续增长,21世纪以来,我国纺织服装行业在国际产业链的地位逐步提高,并开始向研发设计和品牌运营等高端方向转变,国内外消费者对我国服装自主品牌认知度也有所提高。我国的服装企业目前正进入转型期,向以产品质量和创意、品牌美誉度和经营管理模式取胜的阶段进行重要转变。

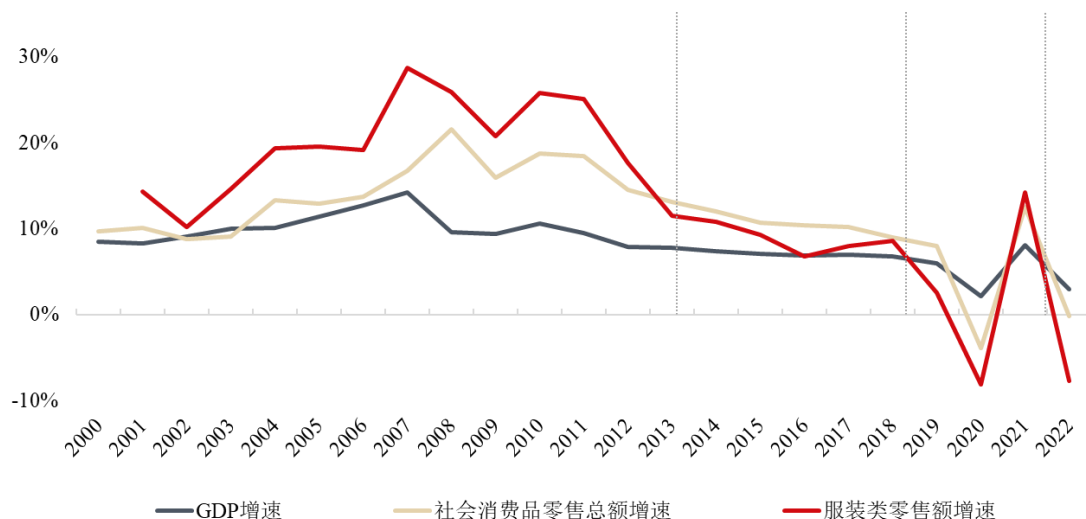
作为重要的民生产业和国际合作与竞争优势明显的产业,中国服装业在产业结构、科技与品牌、质量效益、国内外市场开拓等方面不断进步与提升。目前,中国已经成为全球规模最大、种

类最全、产业配置网络完整、国际市场份额占比最高的服装大国。多年积累的生产管理经验，加之持续不断的技术改造和产业升级，确保了我国服装生产加工能力和水平位于国际前列，拥有着快速、及时加工完成各种品类、档次、面料和工艺要求的服装产品的优势。同时，在产业发展与内需不断升级的背景下，一大批优秀的中国原创服装品牌快速成长，在产品设计研发、系统管理、营销渠道建设、国内外资源整合以及文化与模式创新等方面不断突破发展，在得到了广大消费者认可的同时，成为了我国服装业升级发展的主导力量。

2) 服装行业发展经历了扩张期、调整期、增速回落期、弱复苏期

服装行业发展阶段与宏观经济形势共振，总体分为四个阶段，2012 年以前为快速扩张期、2013-2017 年为行业调整期、2018-2020 年为增速回落期、2021 年至今为弱复苏期。

图：2000-2022 年 GDP 增速、社会消费品零售总额增速、服装类零售额增速



数据来源：国家统计局、Wind

①2000-2012 年，服装行业为迅速扩张阶段

2012 年以前，我国经济快速增长，居民服装消费需求释放，促进了渠道零售强劲增长，服装类零售额最高同比增速超 28%，阶段复合增速约为 20%，比社会消费品零售总额复合增速高约 6 个百分点，服装行业处于快速扩张期。服装公司大量进入市场，并享受行业发展红利快速拓店以占据市场，在店铺数量达到一定规模后，大型服装公司承受较高的运营成本，通过提升产品销售价格扩大利润空间，最终实现了店铺数量和销售价格的量价齐升。

②2013-2017 年，多因素共振服装行业增速放缓，进入行业调整期

2013-2017 年，在居民消费升级、服装等基础消费占比有所下降、各要素成本持续上升等因素的影响下，行业面临较大的下行压力，服装类零售额阶段复合增速下滑，约为 9%，比社会消费品零售总额复合增速低约 2 个百分点，服装类零售额增速回归至社会消费品零售总额增速。供给侧端，全球品牌和电商渠道品牌持续进入市场，行业竞争加剧，进入供过于求的买方市场；渠道

端，电商渠道和购物中心渠道迅速崛起，成为新的渠道竞争地带。在供给端和渠道端环境的剧变下，行业进入优化渠道结构的调整阶段，通过淘汰低效店、升级优质店、积极开拓线上渠道等方式实现线上线下多维渠道优化。

③2018-2020 年，我国经济增速放缓，2020 年受外部因素影响，服装行业进入增速回落期

2018-2020 年，我国 GDP 同比增速逐年下降，经济增长放缓。在宏观经济影响下，内需市场放缓，居民消费结构也有所调整，中国居民人均衣着消费支出在总人均消费支出的占比下降，消费者对衣着服装类的消费支出意愿较低。在此环境下，服装消费增速也有所回落，2019 年的服装类零售额增速为 2.60%，首次增速低于 5%。2020 年则受到外部因素影响，服装类零售额同比下降 8.10%，各品牌的营业时间被迫缩短，居民流动聚集性活动受到抑制，对消费者出行、购衣热情造成了较大影响，服装行业普遍受到较大冲击。

尽管服装行业增速减缓，但是服装行业发展模式愈加成熟，摆脱了以快速扩张为主的粗放式发展阶段，转而开始打造自身核心能力，品牌竞争聚焦于精细化运营、品牌影响力、渠道质量、研发设计。在服装行业增速回落期，服装品牌进行了一轮洗牌，核心竞争力突出的品牌脱颖而出，同质化过高的品牌被淘汰。

④2021 年至今，随着外部因素逐步消除，服装行业将从震荡期进入复苏期

尽管外部因素在 2020 年对服装行业形成了较大冲击，但随着人均可支配收入的持续增加、消费被外生的外部因素短暂抑制后得到释放、国产潮流席卷各地，2021 年中国服装市场规模达到 21,938 亿元，同比增长 12%，实现触底反弹。

图：2007-2022 年中国服装市场规模及增速

单位：亿元



数据来源：Euromonitor、中商产业研究院

2022 年，受国内外因素反弹的影响，2022 年中国服装市场规模同比下降 7%。2022 年底外

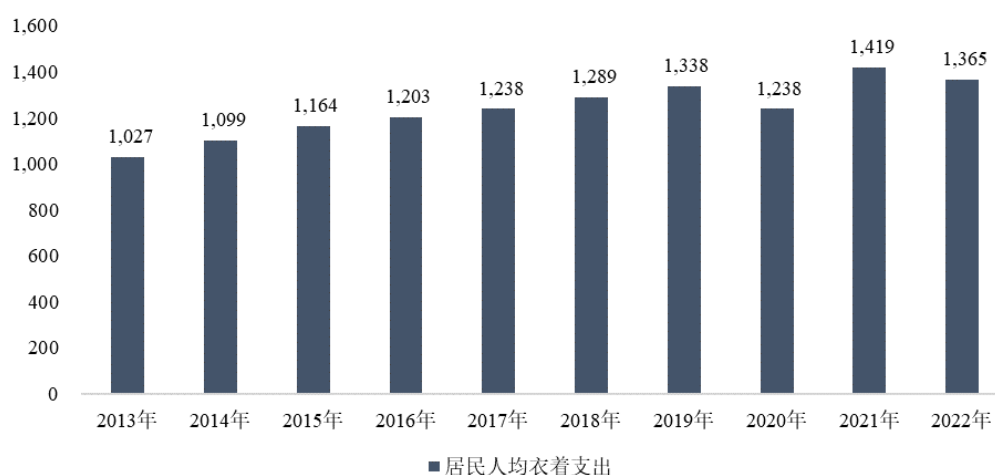
部因素影响减弱，线下客流逐步恢复，服装行业处于复苏初步确立的阶段，行业整体销售端表现、经营质量呈现稳步向好的趋势。在我国经济由高速增长阶段转向高质量发展阶段的背景下，扩大内需战略是满足人民对美好向往的现实需要，在国家扩大内需政策的带动下服装消费将逐步复苏。此阶段下，个体公司之间会出现差异，在线上、线下融合的新零售趋势中，行业竞争格局将逐步清晰，集聚效应初显，优质龙头公司有望在此轮复苏的良性周期中走出，逐步确立核心竞争力。

3) 随着人均收入提升，我国服装消费空间广阔

随着总体经济发展，我国居民人均衣着消费支出逐年提升，根据国家统计局数据，2013 年我国居民人均衣着消费支出为 1,027 元，2022 年为 1,365 元，复合增长率达到 3.21%。但相较于发达国家仍有较大差距，根据 Euromonitor 数据，2022 年我国人均服装消费支出为 221.41 美元，美国、英国、德国、韩国和日本的人均服装消费支出分别为 1,214.65 美元、1,130.42 美元、803.12 美元、729.10 美元和 513.71 美元。我国的人均服装消费有较大的增长空间，未来随着经济发展带动居民人均可支配收入提升，服装消费的巨大潜力将逐步兑现。

图：2013-2022 年中国居民人均衣着消费支出情况

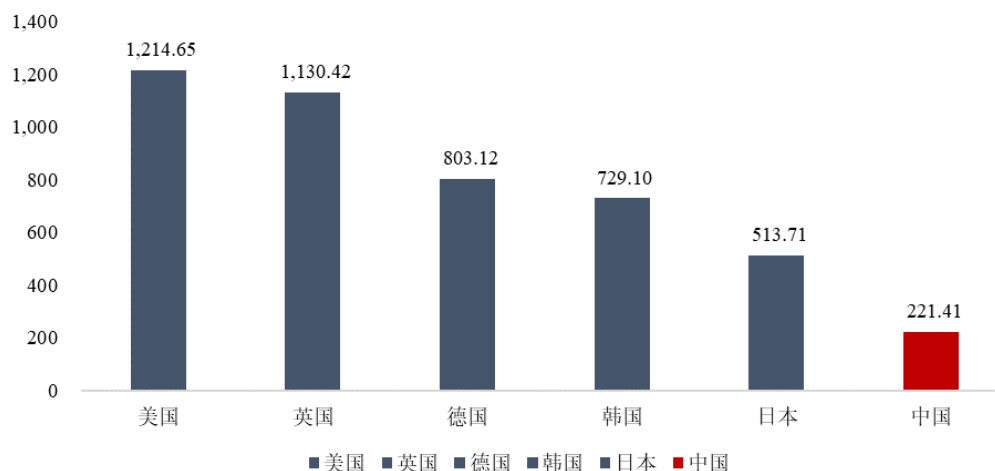
单位：元



数据来源：国家统计局

图：2022 年各国人均服装消费支出

单位：美元



数据来源：Euromonitor

（2）男装行业发展情况

1）我国男装发展概况

从服装行业上中下游价值链划分的角度看，我国男装企业和品牌已取得长足发展，中国男装的品牌发展经历了以下几次变迁，即 OEM 生产阶段、制造商品牌阶段、商业品牌阶段、零售商品牌阶段。

OEM 生产阶段是我国男装品牌发展的启蒙阶段。20 世纪 80 年代中期，来样加工贸易兴起，OEM 成为中国纺织服装企业最初主要采取的经营模式。OEM 的本质是通过大规模的加工贸易来获取稳定收入。此时，国内男装行业尚无品牌和时尚的意识。

中国第一批男装品牌是由 OEM 代工模式发展而来，其品牌的诞生建立在制造业的基础之上，故称为制造商品牌。其前身是服装制造厂商，在与国际化服装品牌的合作过程中，通过引进先进的制造技术和管理方法，在加工品质、生产规模等方面取得了相对的产业优势，逐渐成为了优秀的服装加工企业。制造商品牌拥有大规模的生产基地和强大的生产加工能力。

20 世纪 90 年代崛起的男装品牌大部分通过弱化生产环节，以抓住产业链附加值较高的设计和销售环节的方式取得了迅速发展，中国男装的发展进入了商业品牌阶段。商业品牌企业资金实力、设计研发能力、品牌包装能力等具有明显优势，生产环节弱化，下游的销售网络、渠道建设能力强。此时的服装品牌已经在以消费者需求为核心来迎合消费者。

21 世纪至今，随着全球经济发展放缓，中国服装制造业也进入新的转型期，目前，中国的制造商品牌和商业品牌都已进入重要转型期，正悄然向零售商品牌迈进。所谓零售品牌商，指的是一种从服装的设计制造开始到销售终端完全由企业统一执行，在价值链上高度垂直统一的经营模

式。新时期下，消费群体需求多样，强烈主张彰显个性和价值观，同时市场的时尚变化也比较迅速，因此男装企业向零售商品品牌迈进也便显得日益迫切。通过这种新的经营模式，男装企业将深度掌握、整合产业链各环节，逐步加强对于销售终端的把控，凭借着更优质的服务以及更快速的市场响应力来打造专属的竞争优势。

我国男装产业各阶段发展历程

项目	OEM 生产阶段	制造商品品牌阶段	商业品牌阶段	零售商品品牌阶段
时间阶段	20 世纪 80 年代中后期	20 世纪 90 年代	20 世纪 90 年代末到 21 世纪初	21 世纪至今
兴起的时代背景	三来一补加工贸易兴起	商务活动增多，传统正装（西服、衬衫）需求增多	消费观念从商业回归家庭，休闲风盛行	需求多样化，消费彰显个性和价值观，时尚变化迅速
价值链划分	中国服装企业原始积累阶段	价值链中游：生产制造	价值链上游和下游：设计研发、销售运营	设计研发、生产制造、销售营运完全由一个企业完成，价值链上高度垂直统一
品牌的核心竞争力	低廉的成本和劳动力	在产品品质、生产规模方面有相对优势	产品开发设计能力、市场网络管理能力	整合产业链上下游资源的能力

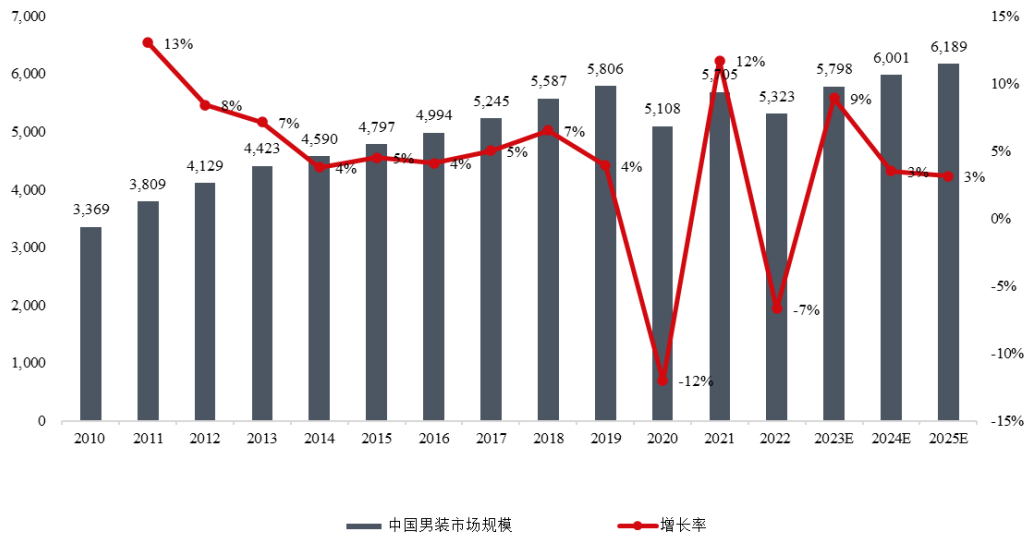
2) 我国男装产业发展现状

①市场规模稳步增长，时尚休闲和休闲商务男装品牌颇具成长空间

随着社会经济迅速发展、中产阶级崛起，中国正迎来消费升级的大转型，中国男士变得更为注重风格与时尚，更加愿意对自己的外表进行投资。根据 Euromonitor 统计的数据，2010-2022 年，我国男装行业市场规模由 3,369 亿元增加至 5,323 亿元，年均复合增长率为 3.88%。2020 年上半年外部因素导致全国范围内的居民居家隔离、外出活动减少，对男装行业造成了短期的冲击，2020 年中国男装行业市场规模大幅下降至 5,108 亿元，同比下降 12%。相对于服装类其他子行业，由于男性消费者服装消费频次较低，男装行业终端客流对实际销售影响关联度要弱于大众休闲服饰，外部因素的影响程度更低。2022 年底外部因素影响减弱，根据 Euromonitor 预测，2025 年中国男装市场规模将达到 6,189 亿元，从中长期来看，外部因素对行业产生的不利影响因素将逐步消除。

图：2010-2025 年中国男装市场规模及增长率

单位：亿元



数据来源：Euromonitor、前瞻产业研究院

基于当前消费群体年轻化及需求差异化愈加强烈的现状，规模化、批量化的生产模式已无法满足消费者个性化需求。随着新中产阶级的崛起与 Z 世代青年群体的消费力逐渐增强，男性服装消费将不再单单满足于基础款的选择，向着更加注重年轻化、休闲化的方向发展，时尚休闲和休闲商务男装市场有望持续较快成长。而鉴于男性相较于女性更注重消费决策高效性，品牌知名度更高的公司受益更明显。

图：2020-2027 年中国中高端商务休闲男装市场规模及增长率

单位：亿元



数据来源：Euromonitor

在男装行业的各细分领域中，不同男装消费者个性化的需求使得注重服饰品质、服务体验、

品牌内涵的中高端商务休闲男装占据一席之地。中高端商务休闲男装品牌指以商务风格为主，冬装外套类服饰吊牌价主力价格区间在 3000 元-8000 元的商务男装品牌，该类品牌的正价门店多位于中端和高端商场，门店通常除服饰陈列区亦设有会员服务区。根据 Euromonitor 数据，2022 年中国中高端商务休闲男装市场规模达到 151 亿元。随着居民人均可支配收入不断提高，中高端商务休闲男装市场将稳步增长，预计 2027 年中国中高端商务休闲男装市场规模将达到 215 亿元。

②产业发展区域化特征明显，呈现明显的产业集群现象

中国男装行业由加工业为起始，经过多年的发展，已经建立了比较完备的服装工业体系，在生产、管理、营销、品牌树立等各个环节上都日趋合理和完善，形成了比较成熟的男装产业链。

从产业分布来看，我国男装产业目前已经形成以上海、宁波、温州为代表的“浙派”男装产业集群，以北京为代表的“京派”男装产业集群，以江苏常熟为代表的“苏派”男装产业集群，以闽东南的石狮、晋江为代表的“闽派”男装产业集群，以及借助港、澳等地区优势而独立成长的粤南珠三角“粤派”男装产业集群。同时，青岛、武汉、大连、成都等地市也有少量的大牌或成长性品牌。

在不同的发展时期，通过不同的外部资源、行业资源和其他产业资源，产业集群各方在发展过程中也逐步形成了各自不同的产品体系。其中，“浙派”男装具有明显的中西融合特点，产品风格时尚、端庄稳重，主要以商务正装为主，近些年逐步向商务、白领休闲方向发展，代表品牌有雅戈尔、报喜鸟、罗蒙等；“京派”男装讲究洒脱稳重，主要产品以商务休闲装为主，代表品牌有威可多、依文、GORNIA 等；“苏派”男装风格相对柔雅，做工精致，主要产品以丝绸服饰、羽绒服、职业装为代表，代表品牌有红豆、波司登、海澜之家等。“闽派”男装以爱拼敢赢的闽南精神为依托，呈现出显著的阳刚特色，目前以男式休闲服装为主，代表名牌有劲霸、七匹狼、爱登堡、富贵鸟、九牧王等；“粤派”男装受港台时尚服饰的影响，融新潮与实用为一体，侧重个性男装、商务休闲装，代表品牌有迪柯尼、珈仕达、卡尔丹顿、富坤、金利来、卡宾等。

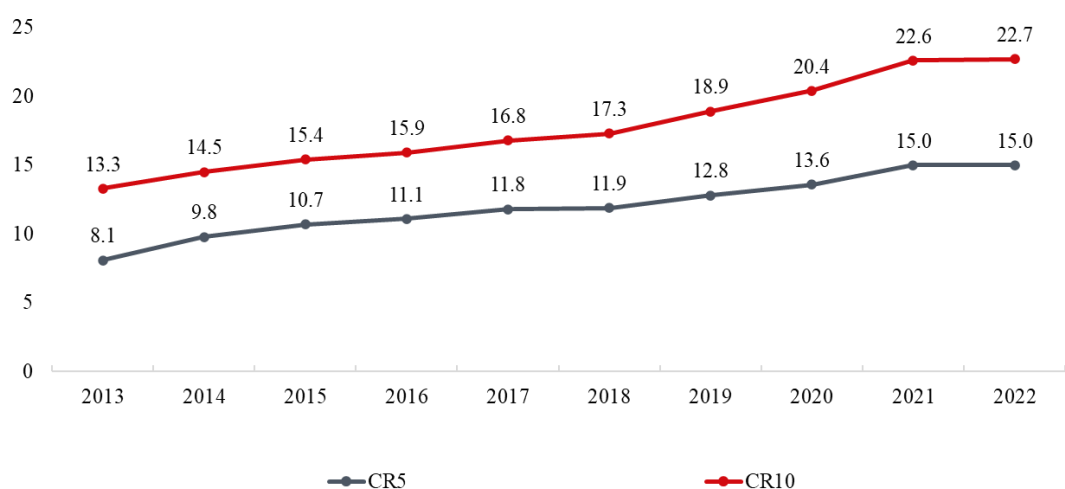
③男装市场竞争激烈，行业集中度逐年提升

自 2013 年服装行业由粗放式增长进入调整期以来，品牌男装企业纷纷基于最为重要的产品、渠道、品牌力三大模块进行调整，以提高自身的运营效率和品牌竞争力，提升在激烈的市场竞争中的优势地位。产业链的整合、商业模式创新，都在推动着男装行业向高集中度的方向发展。

根据 Euromonitor 的统计，从 2013 年开始我国男装行业的市场集中度便逐步提升，截至 2022 年，我国男装行业前五大品牌的企业市场份额（CR5）上升了 7 个百分点，进一步突破到了 15.0%，而前十大品牌的企业市场份额（CR10）更是提升了 9 个百分点，攀升到了 22.7%，整体来看，行业整合力度逐步加大。

图：2013-2022 年中国男装市场集中度情况

单位：%

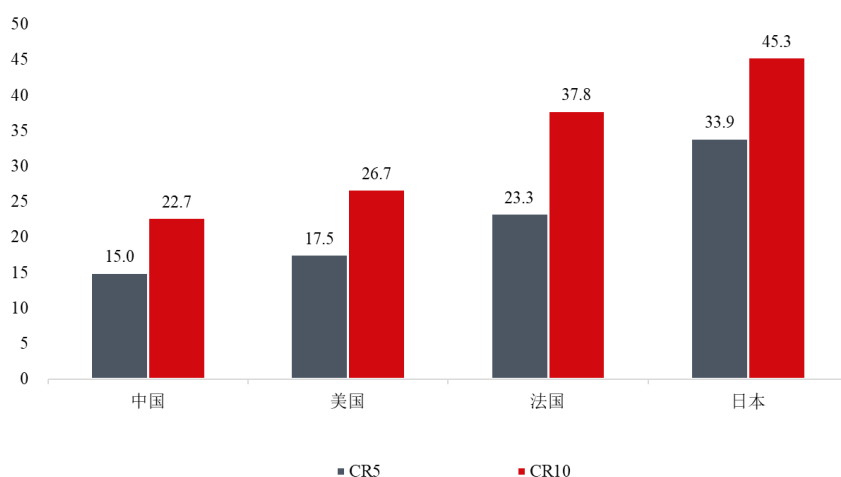


数据来源：Euromonitor、前瞻产业研究院

虽然近年来我国男装行业集中度有所提升，但与发达国家成熟市场相比，我国男装行业集中度仍相对较低。根据 Euromonitor 统计的数据，2022 年中国、美国、法国和日本男装市场前五大品牌的企业市场份额分别为 15.0%、17.5%、23.3%和 33.9%，我国与上述国家存在一定差距。

图：2022 年中国、美国、法国、日本男装行业 CR5 和 CR10

单位：%



数据来源：Euromonitor、华泰证券《主品牌拥抱年轻化，新品牌未来可期》

由此可见，我国男装行业市场集中度仍然存在较大的提升空间。在消费升级背景下，消费者更加注重优质品牌服饰，由此优质龙头企业的市场竞争力将得以进一步加强。在服装行业整体复苏的大环境下，随着男装行业越来越注重精细化运营，注重产品质量和设计能力，转型后的优质男装企业内生良性增长和外延扩张恢复并存，优势男装品牌的市场份额有望得到进一步提升。

(3) 行业发展趋势

（1）商务与社交活动日益增多为商务男装市场发展创造有利条件

改革开放以来，我国国民经济迅速发展，中小企业不断涌现，已成为社会经济生活中不可缺少的组成部分。中国市场化改革一直强调和鼓励多种所有制发展和多种市场主体共存，随着工商登记制度改革的大力推进，大众创业蔚然成风，私营新增市场主体快速增加，成为近年来企业法人单位数量变化的显著特征。根据国家统计局数据，我国企业法人单位数量从 2013 年的 851.79 万个快速增长至 2022 年的 3,282.87 万个，年复合增长率达到 16.17%。

图：2013-2022 年中国企业法人单位数量



数据来源：国家统计局

随着社会经济的不断发展和中小企业的不断崛起，国内从事商业活动的人越来越多，为了出席不同的商务场合，需要搭配不同的男装，为我国商务男装市场提供了有力的发展条件。

（2）居民收入快速增长，消费结构不断升级

根据国家统计局数据，我国城镇居民人均可支配收入从 2013 年的 26,467 元增至 2022 年的 49,283 元，年均复合增长率达 7.15%。与此同时，居民消费能力大大提升，城镇居民人均消费支出从 2013 年的 18,488 元增长至 2022 年的 30,391 元，年复合增长率为 5.68%。随着我国居民可支配收入的快速增长，社会消费结构亦处于不断升级进程之中，具体表现为在居民消费水平和消费质量提高的基础上，其消费结构不断合理优化，不断由低层次消费向高层次消费转变。

随着我国居民收入的持续增加，城镇人口数量的进一步加大，人民的生活水平的不断提高，穿衣风格也随着思想观念的变化而改变着，人们对服装的需求不仅仅局限于过去的保暖、遮羞，而是个人品味、文化、修养的体现，消费者逐渐形成了自己的审美兴趣和消费趋向。同时，由于不同年龄阶段有不同的市场需求，各季节也有明显的穿衣风格及色彩，使得人们在追求物美价廉的同时，质量、款式、流行元素、品牌效应、色彩搭配等因素已成为购买服装的基本需求。

如今，消费者对服装的精神需求已经超过生理需求，服装品牌可以代表财富、地位、生活方

式、文化信仰、甚至是科技潮流，其符号价值日益明显。为迎合消费者对各类符号价值的追求，国内服装品牌亦在不断加大创新力度，为服装加入更多新的元素，为消费者提供更多选择，满足人们对美好生活的需求。此外，随着年轻消费者个性化需求的增强，男装消费开始从实用大方的价值选择向时尚、有型的方向发展，更加注重品牌时尚品位、产品品质和优质的体验服务。

（3）新零售将为男装市场注入新活力

在社会消费结构升级的背景下，消费者的需求日趋个性化、多样化，催生出了线上、线下渠道融合发展的“新零售”模式。“新零售”，即企业以互联网为依托，通过运用大数据、人工智能等先进技术手段，对商品的生产、流通与销售过程进行升级改造，进而重塑业态结构与生态圈，并对线上服务、线下体验以及现代物流进行深度融合的零售新模式。“新零售”的核心要义在于推动线上与线下的一体化进程，其关键在于使线上的互联网力量和线下的实体店终端形成真正意义上的合力，从而完成电商平台和实体零售店面在商业维度上的优化升级。同时，促成价格消费时代向价值消费时代的全面转型。

线下渠道销售方面，男装企业融合数字化、互动等科技技术，与线上渠道融合打通。线上渠道方面，KOL 和垂直电商成为男装新兴销售渠道，随着抖音、小红书等移动社交平台的流行度、普及度的提升，网红、明星引领着新的流量渠道；垂直电商以精准的差异化定位和独特的品牌附加值，为供应商、网络零售商、采购商、消费者提供优质服务。同时，男装企业升级线上渠道，从公域流量有效转化为私域平台流量，通过大数据对目标客群进行精准运营。男装企业以互联网为依托，通过运用人工智能、大数据等技术手段，升级商品的生产、运转与销售过程，进而重塑产业结构、构建生态圈，并对线上服务、线下体验以及现代物流进行深度融合，打通全渠道、实现优势互补，为消费者提供更好的购物体验。

（4）多品牌化转型

所谓多品牌化战略，即为男装企业在取得一定经营基础后，为了满足不同消费者个性化、差异化的消费需求，在单一品牌基础上，扩展出同一产品类型或不同产品类型的两个或两个以上品牌经营的战略模式。多元化的定位方式是形成男装品牌之间差异性的重要手段，男装企业必须拓宽自己的品牌定位方向，才能寻找到不同品牌间的差异，为自身的产品塑造符合目标市场的个性化的品牌形象。

当下，随着收入水平的提升，男性消费者对于服装的个性化、多样化需求急剧增长，同时由于国外男装品牌大举进入中国市场的影响，男性消费者已不再满足于男装市场上男装产品风格单一的局面。这样的一种现状客观上要求各大男装企业进一步细化消费群体，以多样化和差异化来满足不断变化中的市场需求。在不断深化的细分市场以及逐渐多样化的需求下，越来越多的国内男装企业开始实施多品牌战略，经营多个不同风格的男装且每个品牌具有多元化产品的特点，借此来满足市场的差异化需求。

（5）国潮热流，国产品牌得到了更多关注

此前，中国消费领域多以外资品牌为主导，近年来，以国潮为主题的产品得到了越来越多国内消费者的青睐。一方面，庞大的国内市场成为国潮兴起的坚实物质基础。近年来中国经济高速发展、国家综合实力逐步增强、国际地位显著提升，目前，我国已是全球第二大经济体，人均 GDP 突破 1 万美元，拥有全球最大的中等收入群体；另一方面，在越趋复杂的国际形势下，国人对民族文化的认同感以及文化自信大幅提升，以中国文化和传统为基础，集时尚、民族特色、格调于一身的中国潮流得到了越来越多群体的喜爱及认可。

国潮的兴起是综合国力、经济社会、文化自信发展到一定阶段的必然产物。目前，在消费电子、文化娱乐、服装服饰、汽车、化妆品、食品等多个领域中国潮流快速兴起，国货服装品牌在消费者中的关注度正不断提升，成为消费者彰显个性以及追求时尚潮流的重要出口。未来，在国潮热流的加持下，新一代的国货品牌将充分加入中国传统文化元素等进行产品创新，兼顾品质升级、高效服务，通过数字化变革等手段，多方位触及消费者，逐步提升品牌认知度。

5、（细分）行业竞争格局

（1）行业竞争格局

商务休闲男装市场形成了一个金字塔型的竞争格局。高端商务休闲男装几乎被国外一线知名男装品牌所垄断；中高端商务休闲男装市场中，国内自主品牌结合本土化优势建立了忠实的消费群体，注重产品品质和服务水平，经近几年的洗牌后，头部品牌在款式风格、服务水平、品牌文化形成独有的风格和差异化优势；中端商务休闲男装市场中，渠道较为下沉，销售网点容易复制和快速扩张，竞争较为激烈；低端商务休闲男装品牌主要针对中低收入者，价格竞争激烈。

1）高端商务休闲男装竞争情况

高端商务休闲男装几乎被国外一线知名男装品牌所垄断，如 ZEGNA（杰尼亚）、ARMANI（阿玛尼）、HUGO BOSS（雨果博斯）等品牌，该等品牌主要针对精英阶层，具备较高的客户忠诚度。高端男装较为注重品牌历史沉淀和文化属性，国际知名男装在该方面具备明显的先发优势，凭借其强大的品味效应，较为成熟的工艺体系及研发体系，在中国市场迅速发展壮大。高端商务休闲男装的主要销售渠道在一线城市高级购物中心、高级百货中心、机场、星级酒店。

2）中高端商务休闲男装竞争情况

中高端商务休闲男装主要由中国自主男装品牌和部分国外二、三线品牌组成，主要品牌有 DIKENI（迪柯尼）、CARSYDA（珈仕达）、VICUTU（威可多）、EVE（依文）、SATCHI（沙驰）、LAMPO（蓝豹）、SAINT ANGELO（报喜鸟）、MENHARDUM（蔓哈顿）、BIEMFLDLKK（比音勒芬）、LUKA DILONG（路卡迪龙），以高端形象、优秀品质为精英阶层及消费升级的中产阶级

提供男装系列化产品，强调面料品质、产品细节把控、服务水平和品牌文化，品牌黏性较高，渠道以线下中高档的购物中心和百货商场为主。其中，中国自主男装品牌通过对顾客体型特征、消费偏好、地域差异等本土优势的了解和国际男装品牌进行差异化竞争，尤其是在二、三线城市，本土品牌竞争优势明显。近年来市场洗牌，部分差异化竞争优势较弱的品牌被淘汰，在款式风格、服务水平、品牌文化形成独有的风格和差异化优势的头部品牌脱颖而出。

中高端商务休闲男装定位于精英群体和消费升级的中产阶级，销售渠道相较于高端男装下沉于二、三线城市。一、二、三线城市的中端及高端购物中心、中端及高端百货商场、商务人士客流量大的机场、高端星级酒店是中高端男装品牌的主要销售渠道。其中，中高端购物中心和百货商场是中高端品牌最主要的销售渠道，其满足了消费者一站式购物和比较选购的需要；机场和星级酒店是国内高级男装企业树立品牌形象、进入市场的重要渠道，机场和星级酒店客流量充足，且往来旅客主要是消费能力较强的高收入人群及商务人士，在该类渠道开设的男装品牌商店起点高，汇聚的男装品牌也以知名品牌为主，更加容易在高收入人群中树立其定位中高端、国际化的良好品牌形象。

根据 Euromonitor 数据，2022 年中国中高端商务休闲男装行业零售额排名情况如下：

单位：亿元

序号	品牌	零售额	市场份额
1	报喜鸟	24.7	16%
2	比音勒芬	16.9	11%
3	威可多	11.5	8%
4	“DIKENI”	9.4	6%
5	依文	9.2	6%
6	沙驰	6.8	4%
7	路卡迪龙	6.0	4%
8	诺丁山	4.1	3%
9	蓝豹	3.5	2%
10	凯文凯利	2.5	2%

数据来源：Euromonitor

2022 年，公司“DIKENI”品牌零售额在中国中高端商务休闲男装品牌中排名第四，在中国中高端商务休闲男装的市场份额达到 6%。

3）中端商务休闲男装竞争情况

中端商务休闲男装市场中，主要品牌有 HLA（海澜之家）、JOEONE（九牧王）、LILANZ（利郎）、K-BOXING（劲霸）、SEVEN（柒牌）、SEPTWOLVES（七匹狼），其中九牧王、利郎、劲霸、七匹狼为“闽派”，“闽派”男装在中端男装商务休闲市场中具有较高地位。

中端男装品牌瞄准中产阶级，通过大、中、小城市的中端购物商城、中端百货中心、街边店、网络旗舰店等进行销售，该类渠道容易进行销售渠道网点复制，易于进行网点数量的快速扩张，有利于迅速扩大品牌市场占有率。中端男装市场以本土男装品牌为主，这些品牌设计研发实力相近，产品相似度高，品牌形象差异化程度较低，竞争较为激烈。

4) 低端商务休闲男装竞争情况

低端品牌缺乏一定品牌形象，主要针对中低收入者，主打性价比，以服装基本功能为主要卖点。在该领域，各大企业基本采取薄利多销的营销策略，竞争较为激烈，存在样式以及设计模式模仿的现象。

(2) 行业内主要企业情况

1) 中高端商务休闲男装主要企业情况

中高端商务休闲男装主要由中国自主男装品牌和部分国外二、三线品牌组成，公司的主要竞争对手情况如下：

①北京格雷时尚科技有限公司

北京格雷时尚科技有限公司前身是成立于 1994 年的北京威可多制衣中心，是一家集成衣设计、研发、生产及销售于一体的服装企业，旗下有“威可多（VICUTU）”、“格罗尼雅（GORNIA）”、“微高（VGO）”三大男装品牌，主导产品为西装、大衣、休闲便装、T 恤、皮具皮件等一系列男士服饰。“VICUTU”为欧陆风格的中高档男装品牌，产品风格时尚、干练，定位于白领阶层、严谨干练的商务男士。

②依文服饰股份有限公司

依文集团成立于 1994 年，相继创建了“依文（EVE）”、“诺丁山（NOTTINGHILL）”、“凯文凯利（KEVIN KELLY）”、“依文中国（EVE CHINA）”四大中高端服装品牌，产品以中高端商务休闲男装为主，注重情感文化营销。

③上海沙驰服饰有限公司

上海沙驰服饰有限公司成立于 2001 年，主营业务为男装品牌的设计、销售。“沙驰”品牌经过多年发展，逐步成为集皮具、箱包、服装、眼镜等系列产品于一体的品牌，主打商务休闲男装。

④蓝豹股份有限公司

蓝豹股份有限公司成立于 1993 年，主营业务为中高端男装品牌的设计、生产、销售，旗下拥有“蓝豹（LAMPO）”、“GULLI”等品牌。“蓝豹”品牌主打西服、商务休闲男装，展现斯文、优雅的形象，具有意大利风格及时尚新颖的版型，定位于国内精英层男士。

⑤报喜鸟控股股份有限公司

报喜鸟控股股份有限公司成立于 2001 年，主要从事西服和衬衫等男士系列服饰产品的设计、生产和销售，主要产品涵盖西服、西裤、衬衫、夹克、羊毛衫、POLO 衫、羽绒服、速干衣、休闲裤、皮鞋皮具等全品类服饰。其主要品牌“报喜鸟”定位于中高档商务男装，具有高贵、儒雅、精致的特点，目标客群为 30-50 岁自信、儒雅、尊贵的白领、商务人士。报喜鸟于 2007 年 8 月 16 日在深圳证券交易所主板上市，证券代码：002154.SZ。

⑥浙江蔓哈顿服饰有限公司

浙江蔓哈顿服饰有限公司成立于 2002 年，旗下拥有三个自主男装品牌，分别是“蔓哈顿（MENHARDUM）”时尚商务男装、“吉弗雷（JEFULEI）”时尚轻奢男装和“斯密特保罗（SMITHPOLOV）”新生活休闲男装。“蔓哈顿”品牌定位于时尚商务男装，涵盖正装西服、便装、皮衣、茄克、风衣、衬衫、毛衫、饰品等一系列产品，目标消费群体定于在 25-45 岁之间。

⑦比音勒芬服饰股份有限公司

比音勒芬服饰股份有限公司成立于 2003 年，其主要业务为服饰研发设计、品牌运营、营销网络建设及供应链管理。公司旗下拥有“比音勒芬”和“威尼斯狂欢节”两大品牌，分别定位于高尔夫运动与时尚休闲生活相结合的细分市场、度假旅游服饰市场。比音勒芬于 2016 年 12 月 23 日在深圳证券交易所主板上市，证券代码：002832.SZ。

⑧广东路卡服装集团有限公司

广东路卡服装集团有限公司旗下有“路卡迪龙”、“莱克代尔”、“裤牌”三大品牌。其主打品牌“路卡迪龙”产品风格具有欧洲贵族对服饰品味的考究、对高品味生活和对意大利服饰文化的专注和执着，满足中国中高端商务客群全品类的购物服务需求与体验。

2) 其他主要男装上市公司情况

①福建七匹狼实业股份有限公司

福建七匹狼实业股份有限公司成立于 2001 年，其主要从事“七匹狼”品牌男装及针纺类产品的设计、生产和销售，主要产品包括衬衫、西服、裤装、茄克衫、针织衫、男士内衣裤及其它针纺产品等。七匹狼于 2004 年 8 月 26 日在深圳证券交易所主板上市，证券代码：002029.SZ。

②浙江乔治白服饰股份有限公司

浙江乔治白服饰股份有限公司成立于 2001 年，是一家主要从事职业装以及校服产品设计研发、生产和销售的服饰企业。公司旗下主要品牌为“乔治白（GIUSEPPE）”，主要产品包括男女式西服、西裤、马甲、裙子、衬衫、茄克、风衣、制式和运动式校服等。乔治白于 2012 年 7 月 13 日在深圳证券交易所主板上市，证券代码：002687.SZ。

③九牧王股份有限公司

九牧王股份有限公司成立于 2004 年，其主要从事男裤及男士商务休闲服饰的生产和销售。公司旗下有“九牧王”、“ZIOZIA”及“FUN”三大核心品牌，主要产品包括男裤、茄克、衬衫、T 恤、西服等。九牧王于 2011 年 5 月 30 日在上海证券交易所主板上市，证券代码：601566.SH。

④海澜之家集团股份有限公司

海澜之家集团股份有限公司成立于 1997 年，是一家拥有男装、女装、童装、职业装及生活家居等多个品牌的服饰生活零售集团。公司旗下主要品牌为商务和休闲男装“海澜之家”，品牌面向 20-45 岁的男性，主要产品包括 T 恤、衬衫、裤子、西装、茄克衫等。海澜之家于 2000 年 12 月 28 日在上海证券交易所主板上市，证券代码：600398.SH。

⑤江苏红豆实业股份有限公司

江苏红豆实业股份有限公司成立于 1995 年，主营业务为男装的生产与销售。公司男装业务涵盖连锁专卖、电子商务、职业装三大业务板块，男装产品包括西服、衬衫、毛衫、T 恤、休闲服、裤子等，风格分为正装、休闲、运动，具备年轻、时尚的特征。公司男装业务坚持平实、平和、平民、平价的定位，面向大众消费群体，满足中等收入群体在不同场合的一站式着装需求，主要销售区域为全国二三线城市，证券代码：600400.SH。

（二） 公司的市场地位及竞争优势

1、公司市场地位

公司主要从事品牌男装的研发、销售和品牌管理，旗下拥有“DIKENI”、“CARSYDA”两大品牌，其中“DIKENI”定位为都市商务品牌，产品系列包括铂金系列、黑标系列、灰标系列；“CARSYDA”定位于轻奢设计师品牌，产品系列包括正装系列、都市系列、摩登系列。根据中国服装协会出具的《证明》，公司主导品牌“DIKENI”已经成为我国商务休闲男装领域的领军品牌之一，“DIKENI”及“CARSYDA”品牌的销售总额、利润总额和利润率等经济指标在中高端商务休闲男装中位居前十。根据 Euromonitor 数据，2022 年，公司“DIKENI”品牌的零售额在中国中高端商务休闲男装品牌中排名第四，在中国中高端商务休闲男装的市场份额为 6%。凭借在国内商务男装行业深耕多年的影响力和突出成绩，公司在瑞丽伊人风尚周年庆典中被授予“2020 年度影响力男装品牌大奖”，在第五届博鳌企业论坛颁奖典礼上荣获“2021 年度（行业）领军企业”奖项。2023 年 3 月，公司以重要的开幕出场的身份参加在时装界具有较高影响力的“2023 广东时装周-春季”，展示了多款公司具有代表性的服装设计款式，并获得“领军品牌大奖”。2023 年 9 月，公司在 2023（第六届）中国经济大会中荣获“2023 年度（行业）匠心品牌”奖，公司品

牌创始人郑雪芬荣获“2023 年度经济人物·杰出女性”奖。此外，公司始终将企业发展与社会责任相结合，秉承与自然和谐共生的环保理念，以实际行动践行生态责任，连续三年荣获中国公益节的责任品牌奖。

公司近几年获得的业绩荣誉如下：

时间	荣誉	授予单位
2021 年 1 月	第十届中国公益节 2020 年度责任品牌奖	第十届中国公益节组委会
2021 年 12 月	2020 年度影响力男装品牌大奖	《瑞丽伊人风尚》杂志
2022 年 1 月	2021 年度（行业）领军企业	中国企业网、博鳌企业峰会组委会
2022 年 1 月	2021 年度社会责任先锋奖	第十一届中国公益节组委会
2022 年 12 月	2022 年度责任品牌奖、2022 年度公益映像奖	第十二届中国公益节组委会
2023 年 3 月	2023 广东时装周-春季领军品牌大奖	广东省服装服饰行业协会、广东省服装设计师协会
2023 年 9 月	2022 年中国服装行业百强企业称号	中国服装协会
2023 年 9 月	2023 年度（行业）匠心品牌	中国经济大会组委会
2024 年 1 月	2023 年度可持续发展典范企业	第十三届中国公益节组委会

2、公司竞争优势

（1）终端建设和管理优势

截至 2023 年 6 月末，公司终端门店数量为 404 家，经过多年的发展，公司积累了丰富的门店拓展经验，形成了一套较为完善的门店拓展流程和制度，包括市场调研、选址考察、门店装修等内容。同时，在门店管理方面，公司已建立了一套完善、成熟的门店管理制度，涵盖人员培训、货品管理、商品陈列、财务结算等方面，确保公司终端管理的规范化、统一化。此外，公司已与华润、群光、卓展、银泰、王府井、茂业、华地、赛格、武商、金鹰、杉杉奥特莱斯、砂之船奥特莱斯等众多商业集团建立了广泛而深入的合作，也为公司门店的建设奠定了良好的基础。

公司门店选址主要定位于城市的核心商圈，营销网络覆盖国内大、中、小城市的中高端百货中心、奥特莱斯、中高端购物中心和部分机场。目前，公司已成为国内少数拥有完整覆盖上至一线城市下至三、四线城市中高端核心零售商圈的中高端男装服饰品牌零售商之一。中高端核心商圈具有较高的进入门槛，为目标消费群体提供了良好的购物环境和产品质量保证。

此外，公司设立多层次的销售网络体系，对不同款龄的产品进行分级销售，保持良性的商品流通。公司的直销门店的正价店销售当季新品，奥特莱斯店主要销售过季产品，唯品会等线上渠道销售库龄更长的过季产品，实现了各库龄商品的全流通。

（2）产品开发优势

公司秉持着设计创造价值的理念，坚持创新发展，通过打造优秀的设计团队并建立完善的产品开发机制，开发新品符合目标客群需求。

在设计团队方面，公司积极采取内部培养以及外部引进的双举措，打造了一支充分了解国际时尚趋势、经验丰富的高级男装设计、研发团队。公司设计师队伍对公司品牌理念具有很高认知度，并保持了很好的稳定性。同时，为积极把握国际潮流趋势，公司配备国际化人才并与顶尖国际男装品牌的一流设计团队进行联合开发，通过与国际知名设计师合作，大力打造公司品牌故事、产品设计、视觉体验和顾客服务，丰富公司产品图案设计，不断激活企业创新活力。

2019 年，“DIKENI”和国际知名设计师 Nicolas.A.T 共同开发品牌独有“双 D IP”图案；“CARSYDA”和法国独立设计师 Martin Pegourier 合作推出“CARSYDA BY MARTIN ‘LOVE • PEACE’”胶囊系列限量羽绒服。2021 年，“DIKENI”和英籍插画艺术家江杉合作开发数字化“双 D 4.0”系列，将 3D 数字化的艺术处理运用到印花设计中，开发联名 IP 系列；“DIKENI”和国际知名设计师 Tuomas Marikoski 联名开发“DOWN&ABOUT”冬季运动联名款羽绒系列；“CARSYDA”和知名设计师 Ege Islekel 推出“CARSYDA × Ege Islekel”联名系列，开发 CARSYDA 十周年纪念标志。2022 年，“DIKENI”联合国际知名设计师 Matteo Menotto 发布虎年手绘联名限定系列，展示中国传统元素；“DIKENI”和国际知名设计师 Nicolas.A.T，推出“DIKENI-Mr.NAT”羽绒系列，开发舒适惬意风格的羽绒服装。2023 年，“DIKENI”与江杉再度合作打新春限量联名 IP “太空玉兔”系列；“DIKENI”与国际知名设计师 Enrico Chiarparin 联名开发“DIKENI x ENRICO. C”系列羽绒服，结合时装视角、品质通勤及全新材料进行创新研发。国际化的研发设计团队，保证了公司每一季的产品紧贴国际潮流趋势，开发出独特、符合中国当代精英男士穿着习惯的国际化产品。

在产品开发机制方面，公司的“DIKENI”和“CARSYDA”品牌定位明确，两大品牌均设有研发中心，由不同的团队分别完成两大品牌的产品开发工作，并构建基于销售端大数据的产品企划体系和详尽精准的产品检核体系。在产品开发前期，由品牌核心管理层综合品牌战略、市场销售信息、消费者画像进行系统性的分析和研究，形成详细的产品开发计划，并实时根据销售情况、订货会的下单情况对产品开发进行调整，实现了品牌发展与市场需求的有效衔接。产品开发后期，公司从品类和系列两个维度进行系统化的检验。品类检验上，以波段为核心展开，对产品的主推面料、风格、SKU、价格、系列元素、产品属性、工艺等进行验核；系列检验上，从不同系列出发，验核产品的定位、各色系占比、核心品类占比、系列搭配方式等。多维度的产品检核体系保证了开发产品精准契合公司品牌定位，形成丰富且恰当的商品结构。

（3）赋予品质生活内涵，提供高端优质服务，积累了庞大忠实的会员群体

公司通过为会员提供专项礼遇、举办贴合品牌定位的私享会、公益项目等活动，为品牌打造了品质生活的内涵，赋予了服装产品极高的附加值。公司通过多年优质会员服务的积累沉淀，打

造了庞大而稳固的会员体系，截至 2023 年 6 月末，“DIKENI”品牌拥有会员超过 43 万人，“CARSYDA”品牌拥有会员超过 12 万人。公司的核心客群为 30-45 岁的精英人士，这一批消费者对服装的需求不仅仅局限于服装的设计水平和品质，对服装消费的体验感、穿着的自我表达有着较高的需求。公司高标准的客户服务水平则紧密契合公司中高端男装的定位，精准把握了目标客群的多样化需求，培育了一大批忠实的顾客群。随着消费者品牌忠诚度的提高及消费者对本土品牌认可度的提升，公司所拥有的产品和服务优势将会吸引更多的目标消费群体成为公司的忠实消费者。

公司的终端门店在提供紧跟市场潮流和高端品质衣物的同时，将门店加入娱乐、休闲、社交的功能，把男装购物从简单的消费行为提升至注重品质的一种生活方式，深度契合消费者的需求。终端门店的装修设计不断迭代，陈列设计保持高标准，并开设单独的空间作为休闲区，用茶点、咖啡、衣物护理服务等给消费者提供更加舒适的购物体验，营造高端的消费环境。同时，公司打造多元化的围绕服装的生活方式，包括快闪店、公益项目、新品发布会、跨界联动活动等，让“DIKENI”和“CARSYDA”品牌消费形成一种文化，具体情况如下：

活动名称	图示	活动形式
DIKENI 快闪店		DIKENI 快闪店“容·黄金之牧”：国家地理杂志摄影师在 DIKENI “容·黄金之牧”快闪店-沈阳站，分享阿拉善之行的心得体会，讨论阿拉善地区生态的可持续改善话题； DIKENI 快闪店“时·光空间 D-SPACE”：位于沈阳万象城，以经典款式 1034 复刻款羽绒为原型，展现对于经典款式持续开发迭代的理念
CARSYDA 十周年沙龙和十周年快闪店		2021 年，CARSYDA 以“泗”为主题的十周年纪念沙龙在沈阳芊丽酒店举行，提供了高雅的沙龙艺术空间，可以为都市男士带来一种新的时尚生活方式； 2021 年，CARSYDA 10 周年快闪店在沈阳万象城开设，以“泗”为主题，举办时装艺术展，体现 CARSYDA 舒适有度的都市场景，展现赋有品牌理念的美学生活
DIKENI 21 冬季新品 Mini 秀		为迎接 2022 北京冬奥会，DIKENI 和国际知名设计师 TUOMAMERIKOSKI，开发冬季运动联名款羽绒系列，在青岛万象城开展扶梯秀

		
CARSYDA 发布会		2021年8月, CARSYDA 发布 2022 春夏新品, 以“天·问”为主题, 通过时装的设计和发布会的展示, 赋予服装了创新的概念; CARSYDA 和法国著名设计师 Martin 于济南万象城举行了联名羽绒发售会活动, 引起了时尚媒体的高度关注
DIKENI 跨界合作		DIKENI 和功夫财经, 与经济、金融、以及其他专业领域的社会精英, 为他们提供专业化的服装搭配方案; DIKENI 和花旗银行, 与各行业的精英人士, 开展了一场“西服私享会”, 分享了西服文化及其着装礼仪, 并为现场嘉宾提供了专业化的服装搭配方案
CARSYDA 跨界合作		CARSYDA 和 Naturehike, 开展联名线下活动, 以“城市营地”为主题在长春举办专业户外课程、亲子游乐探险、新潮艺术演艺及星空篝火盛宴等丰富活动, 表达长春绅士慢生活格调的野客户外生活方式

此外, 为增强公司品牌黏性、回馈忠实顾客, 公司设立了具有吸引力的 VIP 会员制度, 为 VIP 会员提供多元化的服务, 提供专业化的衣橱顾问服务、衣服护理服务、高端洗衣服务; 在会员生日时发送视频祝福、赠送生日礼品、在春节时赠送会员新年礼, 增强会员的归属感; 定期举办私享会、会员日、沙龙、酒会, 赋予品牌社交属性, 提升品牌的亲和力与凝聚力。报告期内, 公司 VIP 会员数量持续增长, 会员群体具有较高的品牌忠诚度, 同时, 数量众多的 VIP 会员也为公司了解消费者需求、分析消费者行为创造了有利的基础。

(4) 供应链管理优势

作为品牌男装企业, 公司不仅在研发设计能力上拥有强大的竞争力, 还在供应链管理建立了竞争优势。在面料选择上, 公司制定了严苛的选材法则, 选择国内和国外优质厂家作为公司面料供应商, 采购面料品牌包括意大利的“LORO PIANA”、瑞士的“ALUMO”、意大利的“ZEGNA BARUFFA”、意大利的“REDA”等国际知名面料品牌, 公司产品在面料质感方面保证了品牌的

高品质。在供应商选取上，公司制定了较严格的供应商考核标准，由公司供应中心、研发中心对其技术工艺、研发能力、货期、成本、质量、资本实力等方面进行评估，保证公司产品质量的同时降低产品供应风险。经过多年发展，公司已经拥有一批优质稳定的供应商队伍，很好地解决了公司的产品来源和质量问题。在产品品控环节上，公司在供应商生产过程中严格把控各环节的产品质量，产品生产完成后将由公司内部专业的品控组进行查验，确保产品质量达标。

（5）管理团队优势

公司拥有经验丰富的高级服饰零售管理团队。公司的高级管理人员长期从事高级男装服饰品牌零售及相关行业，对高级男装服饰行业有着深刻的体验和认知。公司核心管理层保持了开放性的管理思维，在公司发展的不同阶段，引入相适应的管理人才，并实施全面的绩效考核管理方案，激励公司经营管理团队提升经营业绩，为公司的持续发展提供了保障。

3、公司竞争劣势

（1）资本实力有待进一步提升

尽管公司在国内市场的业务规模已处于行业前列，但面对成长期行业激烈的市场竞争，公司的资本实力与国际知名服装企业以及国内同行业上市公司，仍存在一定差距。市场竞争力的巩固与提升、多品牌运营模式的发展，需要公司以雄厚的资本为基础，在研发设计体系、营销网络建设与信息化系统等环节进行全面、持续、大规模的投入，资本实力有待进一步提升。

（2）市场覆盖有待进一步加强

目前，公司线下营销网络已经覆盖全国大部分地区的主要商圈，但门店在超一线城市和部分区域的覆盖深度仍然较低。公司需要进一步加强超一线城市和部分区域的覆盖密度，拓展终端门店数量，同时扩大城市核心商圈门店面积，以提升品牌影响力，加强中高端男装的购物体验。

（3）信息化建设需要进一步提升

目前，公司建立了国内品牌男装行业较为先进的信息管理系统，主要用于产品开发、零售管理、供应链管理、物流仓储、财务管理、人事管理等业务环节，能够满足公司现阶段经营与发展的需要，但是与一些国际知名品牌服装企业相比较还存一定差距。随着公司新零售战略的实施，渠道规模、供应链条的扩张和延伸，现有的信息系统将无法满足未来发展需求。随着公司业务规模的发展，公司需要继续加大对信息系统的投资与建设，以更好地实现公司线上、线下业务的融合发展，强化对营销网络及业务经营的管理。

（三） 其他情况

☐适用 ☒不适用

九、公司经营目标和计划

1、公司经营目标

公司自设立以来始终践行“让生活变得更多彩”的使命，秉持“顾客第一、合作共赢、专注执着、诚信正直、积极进取、学习创新、知行合一”的企业价值观，打造以“简约、现代、优雅”为理念的“DIKENI”品牌和以“现代、精致、艺术”为理念的“CARSYDA”品牌，为现代都市精英提供融合经典和创新的商务休闲男装，传递简约优雅的着装文化，致力成为最受顾客信任的品质生活倡导者。

公司未来三年的发展目标是通过打造明星单品，提升会员服务的增值价值，树立品质生活的品牌形象，不断纳入并维护优质的客群，提高公司盈利能力；持续拓展和优化终端门店，并积极发展电商和私域流量池等新零售渠道，为公司发展提供新的增长驱动力；建设升级研发中心和信息化管理系统，成为将数据化、智能化创新运用于中高端男装的先行者。

2、公司发展计划

(1) 经营开拓计划

1) 打造“尼衣橱”概念，深化品质生活的品牌形象

公司计划打造“尼衣橱”概念，在每个门店为会员开辟独享的衣橱空间，针对不同会员的画像为会员定制每季搭配方案。公司通过沉淀已久的会员系统，利用大数据对会员画像进行深度刻画，细化至会员的身形比例、消费习惯、生活场景等，并由在服装搭配高度专业的人员为会员量身定制多套服装搭配方案，为不同会员搭配出不同感官的“简约、现代、优雅”形象，为会员节省搭配设计的环节以提供差异化的优质服务，进一步升级门店的高端场景体验。

2) 开拓并精细化运营会员大客户

公司将更加注重大客户的开发与服务，专门针对大客户开展相应的管理方针。对于会员，公司将在多维度进行维护与服务，力求会员的留存与满意程度，包括会员服务上打造“尼衣橱”服务模式，聚焦消费金额较高且稳定的会员顾客；对于会员数据运用智能分析，塑造数据上的快速反应能力，打通地域与门店的限制，并随客户及时代潮流打造与时俱进的品牌及商品标签；在门店之外为会员提供增值服务，举办全年会员私享会，塑造品牌的生态圈，加强品牌粘性。

3) 拓展终端门店，打造覆盖力更强的营销网络

公司将通过新增门店，大力开拓空白市场，不断完善现有的销售网络，稳步扩大经营规模，逐步提升中高端男装市场的占有率，提升“DIKENI”及“CARSYDA”品牌知名度。公司将巩固和提升公司在现有核心商圈的竞争优势，入驻新兴核心商圈，取得稀有店铺资源；弥补原有营销网络的薄弱环节，在华北、华南、华中开设门店，增加在上述地区的门店覆盖程度，与公司在东

北、华东、西北的密集销售网络相结合，打造全国性的多点密集的销售布局；在零售终端渠道日益下沉的趋势和三四线城市居民消费日益增长的环境下，加强对尚未充分开发的重点地区的终端布局，通过加盟模式加大对三四线城市的辐射力度，打造一个更为完整、辐射能力更强的营销网络体系。

4) 建设线上渠道，实现全渠道运营

公司将加大线上新零售渠道投入，使线上店铺成为重要的品牌形象及传播渠道的同时，利用数字化、互动等技术与线下实体门店融合打通，实现线上线下一体化销售，实现引流和精准营销的全渠道零售。

电商方面，公司将尽力把握网络发展趋势，充分利用线上经营的工具，描绘线上目标客户的消费者偏好与消费者画像，对于线上的品牌形象进行定位上的优化，推进线上业务的快速发展。同时，在公司计划在现有的电商业务发展的基础上，加大新兴渠道的开拓力度，大力开发抖音、小红书等移动社交平台和带货平台。

微信平台成为公司会员运营的核心载体。一方面将线下的门店顾客引流至微信平台，公司将推动 CRM 运营并打通线上线下壁垒，结合公司独特的“尼衣橱”服务在店外开展新型营销方式，为公司门店带来更多客户；另一方面，公司将公域流量有效转化至以微信平台为主的私域平台运营，扩大优质的会员群体。

(2) 提高研发设计水平

公司将通过打造集企划、研发、品牌展示为一体的研发中心进一步加强研发设计实力，在企划方面，通过高效精准的数据信息采集能力，综合各方数据，对流行趋势，面料及服装流行资讯等进行分析，以此确立企业新产品的定位以及各大要素的实际应用，契合下游市场需要。在研发方面，引进一系列国内外先进的面料实验及打版设备，并配备一流的国际化设计团队，完成款式设计、版型设计、面料织物结构设计、色彩图案设计等工作。在品牌展示方面，新的研发中心将从品牌设计的理念和高度出发，打造创新 IP、跨界联名等新模式的产品发布方式，数字化提升店面陈列和橱窗设计，以“场”优化销售。

(3) 升级公司组织策略

1) 建立完善经营管控体系降低公司风险

公司计划建立全面预算及 PDCA 检核的经营管控机制，抓住关键风险节点并加以延伸，使效益在风险可控的前提下实现增长，加强对于企业经营规范性的控制。

2) 信息管理系统升级

公司将全面升级改造现有信息管理系统，打通各业务链条，简化流程传递，提高信息传递的

及时性和有效性，提高公司各部门之间的信息共享水平，提升公司内部的协同合作能力和运行效率。搭建数据中心、灾备中心，升级 SAP 系统、ERP 系统、POS 系统、订货会系统、会员管理系统、基于大数据的业务决策支持系统，从而协助公司提高市场反应速度，优化资源配置，为公司科学决策和长期可持续发展提供有力支撑。

3) 提高商品运营效率

公司计划在商品的全链条各环节进行改善，提高品牌商品的运营效率。采买和设计方面，筛选确认主推款，减少无效款式数量；库存方面，打通线上及线下，加强各区域库存的流动性，加快存货周转速度；销售方面，根据产品的性质进行体系化的折扣和终端零售价管理，保证价格体系的平稳和合理性。

第三节 公司治理

一、 公司股东大会、董事会、监事会的建立健全及运行情况

股东大会、董事会、监事会健全	是/否
股东大会依照《公司法》、《公司章程》运行	是
董事会依照《公司法》、《公司章程》运行	是
监事会依照《公司法》、《公司章程》运行	是

具体情况：

（一）公司的组织机构

公司自设立以来，根据《公司法》《证券法》等其他有关法律、行政法规、规范性文件的要求，制定了《公司章程》，建立了健全的股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书等制度，并在董事会下设战略委员会、审计委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会等四个专门委员会。公司制定了《股东大会议事规则》《董事会议事规则》《监事会议事规则》《独立董事工作制度》《董事会秘书工作细则》《投资运作管理制度》《关联交易管理制度》《对外担保管理制度》《募集资金管理制度》等公司治理的相关制度，明确了权责和决策程序。

报告期内，公司股东大会、董事会及其下属各专门委员会、监事会依照有关法律法规、规范性文件及《公司章程》规范运行，各股东、董事、监事及高级管理人员依照有关规定切实行使权利，并履行相应的职责，不存在违反相关法律、法规及规范性制度的情况。

（二）公司的股东大会、董事会、监事会的运行情况

（1）股东大会运行情况

报告期初至本公开转让说明书签署日，公司共召开 11 次股东大会。股东大会的召集方式、议事程序、表决方式和决议内容均符合《公司法》等相关法律法规和《公司章程》的规定。各股东均认真履行职责，充分行使股东权利，不存在股东违反《公司法》及其他规定行使职权的情形。

（2）董事会的运行情况

报告期初至本公开转让说明书签署日，公司先后召开 14 次董事会会议。公司董事会的召集、召开及议案审议程序均符合《公司章程》《董事会议事规则》的相关规定，对公司高级管理人员的考核选聘、公司重大生产经营决策、公司主要管理制度的制定等重大事宜作出了有效决议。

（3）监事会的运行情况

报告期初至本公开转让说明书签署日，公司监事会共召开 10 次会议。公司监事会的召集、召开及议案审议程序符合《公司章程》《监事会议事规则》的相关规定，监事会的决议内容和签署合法合规、真实有效。

二、 表决权差异安排

☐适用 ☒不适用

三、 内部管理制度建立健全情况以及董事会对公司治理机制执行情况的评估意见

（一） 公司内部管理制度的建立健全情况

事项	是或否
《公司章程》是否符合《非上市公众公司监管指引第3号——章程必备条款》《全国中小企业股份转让系统挂牌公司治理规则》等关于挂牌公司的要求	是
《公司章程》中是否设置关于终止挂牌中投资者保护的专门条款，是否对股东权益保护作出明确安排	是

内部管理制度的建立健全情况：

根据《公司章程》，公司制定了《股东大会议事规则》《董事会议事规则》《监事会议事规则》《关联交易管理制度》《对外担保管理制度》《对外投资管理制度》等内部规章制度，对公司股东依法享有的资产收益、参与重大决策、选择管理者、知情权、提案权、股东大会、董事会决议违法时的请求撤销权等权利进行了具体规定。

（二） 公司投资者关系管理制度安排

为了规范广州迪柯尼服饰股份有限公司（以下简称“公司”）投资者关系管理工作，加强公司与投资者和潜在投资者（以下统称“投资者”）之间的有效沟通，促进公司完善治理，提高公司质量，并在投资公众中建立较高的诚信度，根据《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》等法律、法规和规范性文件以及《广州迪柯尼服饰股份有限公司章程》（下称“公司章程”）的相关规定，制定《投资者关系管理制度》。

公司与投资者沟通的内容主要包括：公司的发展战略；法定信息披露内容；公司的经营管理信息；公司的环境、社会和治理信息；公司的文化建设；股东权利行使的方式、途径和程序等；投资者诉求处理信息；公司正在或者可能面临的风险和挑战及其他相关信息。

公司应当多渠道、多平台、多方式开展投资者关系管理工作。通过公司官网、新媒体平台、电话、传真、电子邮箱、投资者教育基地等渠道，利用中国投资者网和证券交易所、证券登记结算机构等的网络基础设施平台，采取股东大会、投资者说明会、路演、分析师会议、接待来访、座谈交流等方式，与投资者进行沟通交流。沟通交流的方式应当方便投资者参与，公司应当及时发现并清除影响沟通交流的障碍性条件。

公司及其他信息披露义务人应当严格按照法律法规和公司章程的规定及时、公平地履行信息披露义务，披露的信息应当真实、准确、完整，简明清晰，通俗易懂，不得有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。

（三） 董事会对公司治理机制执行情况的评估意见

公司董事会对公司治理机制执行情况进行了讨论、评估，一致认为：

1、公司现阶段建立了相对完善的法人治理机制，能够保证股东充分行使权利。公司已在制度层面上规定投资者关系管理、纠纷解决机制、关联股东和董事回避制度，以及与财务管理、风险控制机制相关的内部管理制度。

2、在公司治理机制执行的过程中，公司能够依据《公司法》和《公司章程》的规定发布通知并按期召开股东大会、董事会、监事会会议；三会决议完整，会议记录中时间、地点、出席人数等要件齐备，会议决议均能够正常签署；监事会能够正常发挥监督作用；三会决议均能够得到有效执行。

3、公司上述机构的相关人员均符合《公司法》的任职要求，能够按照三会议事规则履行其义务。股份公司成立以来，公司管理层增强了三会的规范运作意识，并注重公司各项管理制度的有效执行，重视加强内部控制制度的完整性及制度执行的有效性，逐步依照《公司法》《公司章程》和三会议事规则等规章制度规范运行，未发生损害股东、债权人及第三人合法权益的情形。

四、 公司及控股股东、实际控制人、重要控股子公司、董事、监事、高级管理人员存在的违法违规及受处罚等情况及对公司的影响

（一） 报告期内及期后公司及控股股东、实际控制人、重要控股子公司、董事、监事、高级管理人员存在的违法违规及受处罚的情况

☐适用 ☒不适用

具体情况：

☐适用 ☒不适用

（二） 失信情况

事项	是或否
公司是否被纳入失信联合惩戒对象	否
公司法定代表人是否被纳入失信联合惩戒对象	否
重要控股子公司是否被纳入失信联合惩戒对象	否
控股股东是否被纳入失信联合惩戒对象	否
实际控制人是否被纳入失信联合惩戒对象	否
董事、监事、高级管理人员是否被纳入失信联合惩戒对象	否

具体情况：

☐适用 ☒不适用

（三） 其他情况

☐适用 ☒不适用

五、 公司与控股股东、实际控制人的独立情况

具体方面	是否完整、独立	具体情况
业务	是	公司的业务独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业，与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业间不存在构成重大不利影响的同业竞争以及严重影响独立性或者显失公平的关联交易。
资产	是	公司具备与经营业务相关的业务体系及主要相关资产，包括拥有完整的与经营业务有关的营运管理系统和配套设施，合法拥有与经营有关的主要土地、房产、机器设备以及商标、专利的所有权或者使用权，具有独立的采购和产品销售系统，与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业之间的资产产权关系清晰，资产独立。
人员	是	公司的总经理、副总经理、财务总监和董事会秘书等高级管理人员不在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中担任除董事、监事以外的其他职务，不在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业领薪；公司的财务人员不在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中兼职。
财务	是	公司已建立独立的财务核算体系、能够独立作出财务决策、具有规范的财务会计制度和对分公司、子公司的财务管理制度；公司未与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业共用银行账户。
机构	是	公司已建立健全内部经营管理机构、独立行使经营管理职权，与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业间不存在机构混同的情形。

六、 公司同业竞争情况

（一） 公司与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业从事相同或相似业务的

☐适用 ☒不适用

（二） 公司与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业未从事相同或相似业务的

☒适用 ☐不适用

序号	公司名称	经营范围	公司业务	控股股东、实际控制人的持股比例
1	冠環投资	投资咨询服务；企业自有资金投资；企业管理服务	股权投资，仅对迪柯尼出资	100%
2	横琴裕盛隆	投资管理，以自有资金投资于广州迪柯尼服饰股份有限公司，股权投资	员工持股平台，仅对迪柯尼出资	38.14%
3	巨鹏贸易	贸易	无实际经营	100%
4	韶关巨鹏	种植各种果树、蔬菜、食用菌（我国稀有和特有的珍贵优良品种除外）和农副产品的初级加工。产品内外销售	无实际经营	100%

（三） 避免潜在同业竞争采取的措施

为避免未来与公司发生同业竞争，维护公司及公司全体股东的利益不受损害，保证公司长期稳定发展，在遵守有关法律、法规及《公司章程》规定的前提下，公司控股股东冠璟投资，公司实际控制人许才君和郑雪芬及公司董事、监事、高级管理人员出具了《关于避免同业竞争的承诺函》。详见本公开转让说明书“第六节附表”之“三、相关责任主体作出的重要承诺及未能履行承诺的约束措施”。

（四） 其他情况

☐适用 ☒不适用

七、 公司资源被控股股东、实际控制人占用情况

（一） 控股股东、实际控制人及其控制的其他企业占用公司资金、资产或其他资源的情况以及转移公司固定资产、无形资产等资产的情况

☐适用 ☒不适用

（二） 为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业担保情况

☐适用 ☒不适用

（三） 为防止股东及其关联方占用或者转移公司资金、资产及其他资源所采取的具体安排

为了防止控股股东、实际控制人及其他关联方占用或者转移公司资金、资产及其他资源的行为，公司根据《公司法》以及《公司章程》等规定，制定了《关联交易管理制度》，对关联交易的决策披露程序做出了明确、详细之规定：包括规定了股东大会、董事会在审议有关关联交易事项时关联股东、关联董事回避表决及独立董事对关联交易发表独立意见等公允决策程序，并严格遵照实施。同时，挂牌公司、公司全体股东、公司实际控制人已出具《关于资金、资产使用情况的承诺》，详见本公开转让说明书“第六节附表”之“三、相关责任主体作出的重要承诺及未能履行承诺的约束措施”。

（四） 其他情况

☐适用 ☒不适用

八、 公司董事、监事、高级管理人员的具体情况

（一） 董事、监事、高级管理人员及其近亲属持有本公司股份的情况

☒适用 ☐不适用

序号	姓名	职务	与公司的关联关系	持股数量(股)	直接持股比例	间接持股比例
1	许才君	董事长	实控人	43,460,000	14.17%	34.12%
2	郑雪芬	董事、总经理	实控人	39,210,000	13.61%	29.96%
3	熊国文	董事、副总经理	董事	1,220,000	-	1.36%
4	KANG BYOUNG SIK	董事	董事	1,700,000	-	1.89%
5	邓剑宇	董事、财务总监	董事	420,000	-	0.47%
6	陈国娟	监事会主席、职工代表监事	监事	40,000	-	0.04%
7	陈丽屏	监事	监事	170,000	-	0.19%
8	黄晓	董事会秘书	高级管理人员	250,000	-	0.28%
9	郑官华	物流中心总监	是公司实控人、董事兼总经理郑雪芬的胞兄	3,000,000	3.33%	

(二) 董事、监事、高级管理人员相互间关系及与控股股东、实际控制人间关系:

√适用 □不适用

公司董事长许才君与公司董事兼总经理郑雪芬为夫妻关系。董事包倩倩为郑雪芬的外甥女。

郑官华是公司自然人股东，是公司实控人、董事兼总经理郑雪芬的胞兄，担任公司物流中心总监。

除此之外，公司董事、监事、高级管理人员之间及与控股股东、实际控制人之间不存在其他亲属关系。

(三) 董事、监事、高级管理人员与公司签定重要协议或作出重要承诺:

√适用 □不适用

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。除此以外，公司董事、监事、高级管理人员未与公司签订其他任何协议。

截至本公开转让说明书签署日，发行人董事、监事、高级管理人员及其他核心人员与发行人签署的合同均履行正常，不存在违约情形。

(四) 董事、监事、高级管理人员的兼职情况

√适用 □不适用

姓名	职务	兼职公司	兼任职务	是否存在与公司利益冲突	是否对公司持续经营能力产生不利影响
许才君	董事长	冠璟投资	执行董事兼	否	否

			总经理		
许才君	董事长	巨鹏贸易	董事	否	否
郑雪芬	董事、总经理	横琴裕盛隆	执行事务合伙人	否	否
唐清泉	独立董事	中山大学	教授	否	否
唐清泉	独立董事	广州极飞科技股份有限公司	独立董事	否	否
唐清泉	独立董事	中电科普天科技股份有限公司(曾用名:广州杰赛科技股份有限公司)	独立董事	否	否
唐清泉	独立董事	福建青松股份有限公司	独立董事	否	否
汪林	独立董事	中山大学	教授	否	否
汪林	独立董事	广州趣米网络科技有限公司	董事	否	否
汪林	独立董事	生益电子股份有限公司	独立董事	否	否
曹益堂	独立董事	上海艺唐投资咨询有限公司	监事	否	否
曹益堂	独立董事	上海珩兴智能科技(集团)有限责任公司	董事	否	否
陈丽屏	监事	广州市丽晴贸易有限公司(已吊销)	执行董事	否	否

(五) 董事、监事、高级管理人员的对外投资情况

☐适用 ☒不适用

(六) 董事、监事、高级管理人员的适格性

事项	是或否
董事、监事、高级管理人员是否具备《公司法》规定的任职资格、履行《公司法》和公司章程规定的义务	是
董事、监事、高级管理人员最近12个月是否存在受到中国证监会行政处罚的情况	否
董事、监事、高级管理人员是否被采取证券市场禁入措施且期限尚未届满	否
董事、监事、高级管理人员是否存在全国股转公司认定不适合担任挂牌公司董监高的情况	否
董事、监事、高级管理人员是否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	否

具体情况:

☐适用 ☒不适用

(七) 其他情况

☐适用 ☒不适用

九、 报告期内公司董事、监事、高级管理人员变动情况

信息统计	董事长是否发生变动	否
	总经理是否发生变动	否
	董事会秘书是否发生变动	否
	财务总监是否发生变动	否

☐适用 ☒不适用

第四节 挂牌同时定向发行

☐适用 ☒不适用

第五节 公司财务

一、 财务报表

(一) 合并财务报表

1. 合并资产负债表

单位：元

项目	2023 年 6 月 30 日	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日
流动资产：			
货币资金	87,724,705.89	93,462,659.36	78,970,698.83
结算备付金	-	-	-
拆出资金	-	-	-
交易性金融资产	120,673,613.39	112,185,061.11	93,409,383.34
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	-	-	-
衍生金融资产	-	-	-
应收票据	-	-	-
应收账款	66,196,359.08	83,970,405.81	110,035,339.30
应收款项融资	-	-	-
预付款项	16,244,812.38	8,759,034.68	9,990,302.36
应收保费	-	-	-
应收分保账款	-	-	-
应收分保合同准备金	-	-	-
其他应收款	15,670,326.73	16,757,663.03	17,631,121.56
买入返售金融资产	-	-	-
存货	178,226,239.62	219,814,960.16	210,239,273.35
合同资产	-	-	-
持有待售资产	-	-	-
一年内到期的非流动资产	14,273,179.17	35,902,490.81	-
其他流动资产	11,303,802.84	18,279,549.22	13,862,671.39
流动资产合计	510,313,039.10	589,131,824.18	534,138,790.13
非流动资产：			
发放贷款及垫款	-	-	-
债权投资	-	-	-
可供出售金融资产	-	-	-
其他债权投资	-	-	-
持有至到期投资	-	-	-
长期应收款	-	-	-
长期股权投资	-	-	-
其他权益工具投资	-	-	-
其他非流动金融资产	1,003,422.91	1,029,154.42	1,053,851.50
投资性房地产	-	-	-
固定资产	154,958,171.00	158,378,187.18	165,018,778.56
在建工程	-	-	-
生产性生物资产	-	-	-
油气资产	-	-	-

使用权资产	27,841,356.49	21,278,435.09	33,065,551.55
无形资产	26,678,258.14	27,629,821.16	28,599,915.76
开发支出	-	-	-
商誉	-	-	-
长期待摊费用	7,779,890.44	9,153,526.77	9,966,975.33
递延所得税资产	59,956,233.40	63,847,301.94	60,726,671.06
其他非流动资产	113,402,592.46	20,764,884.69	35,168,959.68
非流动资产合计	391,619,924.84	302,081,311.25	333,600,703.44
资产总计	901,932,963.94	891,213,135.43	867,739,493.57
流动负债：			
短期借款	-	-	-
向中央银行借款	-	-	-
吸收存款及同业存放	-	-	-
拆入资金	-	-	-
交易性金融负债	-	-	-
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债	-	-	-
衍生金融负债	-	-	-
应付票据	656,272.80	8,345,999.20	7,611,242.47
应付账款	26,324,069.58	43,113,563.39	65,581,872.34
预收款项	-	-	-
合同负债	132,992,053.55	122,403,663.46	124,484,980.58
卖出回购金融资产款	-	-	-
应付手续费及佣金	-	-	-
应付职工薪酬	13,540,360.82	13,899,148.70	19,344,778.05
应交税费	10,868,336.11	11,619,304.60	20,011,126.96
其他应付款	52,802,818.31	58,763,392.87	64,211,458.61
应付分保账款	-	-	-
保险合同准备金	-	-	-
代理买卖证券款	-	-	-
代理承销证券款	-	-	-
持有待售负债	-	-	-
一年内到期的非流动负债	13,634,981.48	15,767,353.51	17,062,764.65
其他流动负债	38,158,032.55	58,334,230.73	52,469,320.29
流动负债合计	288,976,925.20	332,246,656.46	370,777,543.95
非流动负债：			
长期借款	-	-	-
应付债券	-	-	-
其中：优先股	-	-	-
永续债	-	-	-
租赁负债	14,071,010.37	5,767,152.42	16,080,824.69
长期应付款	-	-	-
预计负债	-	-	-
递延收益	-	-	-
递延所得税负债	510,615.38	528,630.35	6,437,545.47
其他非流动负债	-	-	-
非流动负债合计	14,581,625.75	6,295,782.77	22,518,370.16
负债合计	303,558,550.95	338,542,439.23	393,295,914.11
所有者权益（或股东权益）：			

股本	90,000,000.00	90,000,000.00	90,000,000.00
其他权益工具	-	-	-
其中：优先股	-	-	-
永续债	-	-	-
资本公积	98,137,840.22	100,371,176.69	97,651,471.50
减：库存股	-	-	-
其他综合收益	-	-	-
专项储备	-	-	-
盈余公积	35,695,831.16	35,695,831.16	31,579,773.77
一般风险准备	-	-	-
未分配利润	374,540,741.61	326,603,688.35	255,212,334.19
归属于母公司所有者权益合计	598,374,412.99	552,670,696.20	474,443,579.46
少数股东权益	-	-	-
所有者权益合计	598,374,412.99	552,670,696.20	474,443,579.46
负债和所有者权益总计	901,932,963.94	891,213,135.43	867,739,493.57

2. 合并利润表

单位：元

项目	2023 年 1 月—6 月	2022 年度	2021 年度
一、营业总收入	429,067,197.89	792,331,775.94	920,073,837.79
其中：营业收入	429,067,197.89	792,331,775.94	920,073,837.79
利息收入	-	-	-
已赚保费	-	-	-
手续费及佣金收入	-	-	-
二、营业总成本	345,644,917.27	662,303,259.77	778,032,252.64
其中：营业成本	73,896,884.65	160,437,042.46	178,995,835.98
利息支出	-	-	-
手续费及佣金支出	-	-	-
退保金	-	-	-
赔付支出净额	-	-	-
提取保险合同准备金净额	-	-	-
保单红利支出	-	-	-
分保费用	-	-	-
税金及附加	3,559,502.34	6,345,158.17	7,404,944.50
销售费用	230,922,152.85	420,123,249.79	509,131,531.33
管理费用	32,062,440.12	61,134,304.19	68,990,074.84
研发费用	6,484,014.49	15,979,748.31	13,535,682.35
财务费用	-1,280,077.18	-1,716,243.15	-25,816.36
其中：利息收入	1,844,218.55	3,154,753.40	2,026,896.28
利息费用	485,694.33	1,255,281.04	1,786,996.33
加：其他收益	285,181.89	7,854,998.14	1,157,508.25
投资收益（损失以“－”号填列）	1,350,279.48	3,002,695.91	3,124,309.20
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	-	-	-
以摊余成本计量的金融资产终止确认收益（损失以“－”号填列）	-	-	-

公允价值变动收益（损失以“-”号填列）	647,881.88	160,364.03	411,950.57
汇兑收益（损失以“-”号填列）	-	-	-
信用减值损失	1,077,450.32	1,261,567.49	1,441,492.76
资产减值损失	-30,102,153.86	-64,079,371.04	-54,340,326.39
净敞口套期收益（损失以“-”号填列）	-	-	-
资产处置收益（损失以“-”号填列）	406,334.02	615,005.37	78,199.02
三、营业利润（亏损以“-”号填列）	57,087,254.35	78,843,776.07	93,914,718.56
加：营业外收入	1,270.39	77,007.18	494,720.16
其中：非流动资产处置利得	-	-	-
减：营业外支出	57,644.71	466,774.51	756,317.83
四、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	57,030,880.03	78,454,008.74	93,653,120.89
减：所得税费用	9,093,826.77	2,946,597.19	12,619,285.05
五、净利润（净亏损以“-”号填列）	47,937,053.26	75,507,411.55	81,033,835.84
其中：被合并方在合并前实现的净利润	-	-	-
（一）按经营持续性分类：			
1.持续经营净利润	47,937,053.26	75,507,411.55	81,033,835.84
2.终止经营净利润	-	-	-
（二）按所有权归属分类：			
1.少数股东损益	-	-	-
2.归属于母公司所有者的净利润	47,937,053.26	75,507,411.55	81,033,835.84
六、其他综合收益的税后净额	-	-	-
归属于母公司所有者的其他综合收益的税后净额	-	-	-
（一）不能重分类进损益的其他综合收益	-	-	-
1.重新计量设定受益计划变动额	-	-	-
2.权益法下不能转损益的其他综合收益	-	-	-
3.其他权益工具投资公允价值变动	-	-	-
4.企业自身信用风险公允价值变动	-	-	-
（二）将重分类进损益的其他综合收益	-	-	-
1.权益法下可转损益的其他综合收益	-	-	-
2.其他债权投资公允价值变动	-	-	-
3.可供出售金融资产公允价值变动损益	-	-	-
4.持有至到期投资重分类为可供出售金融资产损益	-	-	-
5.金融资产重分类计入其他综合收益的金额	-	-	-
6.其他债权投资信用减值准备	-	-	-
7.现金流量套期储备	-	-	-
8.外币财务报表折算差额	-	-	-
9.其他	-	-	-

归属于少数股东的其他综合收益的税后净额	-	-	-
七、综合收益总额	47,937,053.26	75,507,411.55	81,033,835.84
归属于母公司所有者的综合收益总额	47,937,053.26	75,507,411.55	81,033,835.84
归属于少数股东的综合收益总额	-	-	-
八、每股收益：			
（一）基本每股收益	0.53	0.84	0.90
（二）稀释每股收益	0.53	0.84	0.90

3. 合并现金流量表

单位：元

项目	2023 年 1 月—6 月	2022 年度	2021 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	361,196,618.11	708,343,461.78	810,294,446.96
客户存款和同业存放款项净增加额	-	-	-
向中央银行借款净增加额	-	-	-
向其他金融机构拆入资金净增加额	-	-	-
收到原保险合同保费取得的现金	-	-	-
收到再保险业务现金净额	-	-	-
保户储金及投资款净增加额	-	-	-
处置以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产净增加额	-	-	-
收取利息、手续费及佣金的现金	-	-	-
拆入资金净增加额	-	-	-
回购业务资金净增加额	-	-	-
收到的税费返还	-	8,044,157.56	-
收到其他与经营活动有关的现金	24,332,866.15	2,604,361.27	7,911,725.68
经营活动现金流入小计	385,529,484.26	718,991,980.61	818,206,172.64
购买商品、接受劳务支付的现金	94,615,788.58	278,077,522.73	288,197,723.84
客户贷款及垫款净增加额	-	-	-
存放中央银行和同业款项净增加额	-	-	-
支付原保险合同赔付款项的现金	-	-	-
支付利息、手续费及佣金的现金	-	-	-
支付保单红利的现金	-	-	-
支付给职工以及为职工支付的现金	86,969,511.71	168,594,175.58	177,120,863.15
支付的各项税费	34,556,257.48	66,135,571.53	72,021,043.78
支付其他与经营活动有关的现金	156,857,065.16	142,057,143.29	182,200,367.01
经营活动现金流出小计	372,998,622.93	654,864,413.13	719,539,997.78
经营活动产生的现金流量净额	12,530,861.33	64,127,567.48	98,666,174.86
二、投资活动产生的现金流量：			
收回投资收到的现金	304,627,461.04	545,616,804.01	580,803,522.18
取得投资收益收到的现金	-	-	-
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	-	90,000.00	37,900.00
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	-	-	-
收到其他与投资活动有关的现金	-	-	-

投资活动现金流入小计	304,627,461.04	545,706,804.01	580,841,422.18
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	3,414,060.19	14,515,875.22	12,291,082.84
投资支付的现金	311,000,000.00	561,000,000.00	615,500,000.00
质押贷款净增加额	-	-	-
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-	-
支付其他与投资活动有关的现金	-	-	-
投资活动现金流出小计	314,414,060.19	575,515,875.22	627,791,082.84
投资活动产生的现金流量净额	-9,786,599.15	-29,809,071.21	-46,949,660.66
三、筹资活动产生的现金流量：			
吸收投资收到的现金	-	-	-
其中：子公司吸收少数股东投资收到的现金	-	-	-
取得借款收到的现金	-	-	-
发行债券收到的现金	-	-	-
收到其他与筹资活动有关的现金	769,482.96	310,191.86	3,000.00
筹资活动现金流入小计	769,482.96	310,191.86	3,000.00
偿还债务支付的现金	-	-	-
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	-	-	50,310,000.00
其中：子公司支付给少数股东的股利、利润	-	-	-
支付其他与筹资活动有关的现金	10,222,345.72	21,524,256.34	18,662,198.90
筹资活动现金流出小计	10,222,345.72	21,524,256.34	68,972,198.90
筹资活动产生的现金流量净额	-9,452,862.76	-21,214,064.48	-68,969,198.90
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	-	-	-
五、现金及现金等价物净增加额	-6,708,600.58	13,104,431.79	-17,252,684.70
加：期初现金及现金等价物余额	66,606,313.52	53,501,881.73	70,754,566.43
六、期末现金及现金等价物余额	59,897,712.94	66,606,313.52	53,501,881.73

（二） 母公司财务报表

1. 母公司资产负债表

单位：元

项目	2023 年 6 月 30 日	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日
流动资产：			
货币资金	56,442,715.14	55,095,507.68	59,483,217.13
交易性金融资产	55,331,113.39	20,046,722.22	18,051,200.00
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	-	-	-
衍生金融资产	-	-	-
应收票据	-	-	-
应收账款	50,781,295.33	50,480,607.94	79,969,723.11
应收款项融资	-	-	-

预付款项	13,399,750.04	11,765,960.78	12,065,518.17
其他应收款	11,178,083.77	11,907,323.25	12,819,348.52
存货	138,481,398.03	171,554,930.90	163,686,906.64
合同资产	-	-	-
持有待售资产	-	-	-
一年内到期的非流动资产	-	21,853,561.64	-
其他流动资产	1,927.97	-	-
流动资产合计	325,616,283.67	342,704,614.41	346,075,913.57
非流动资产：			
债权投资	-	-	-
其他债权投资	-	-	-
可供出售金融资产	-	-	-
持有至到期投资	-	-	-
长期应收款	-	-	-
长期股权投资	37,356,653.36	36,356,653.36	35,856,653.36
其他权益工具投资	-	-	-
其他非流动金融资产	-	-	-
投资性房地产	-	-	-
固定资产	152,604,810.91	155,895,019.72	162,307,577.64
在建工程	-	-	-
生产性生物资产	-	-	-
油气资产	-	-	-
使用权资产	21,678,926.56	16,187,423.99	24,683,113.71
无形资产	26,678,258.14	27,629,821.16	28,599,915.76
开发支出	-	-	-
商誉	-	-	-
长期待摊费用	6,696,237.30	7,960,976.76	7,380,690.27
递延所得税资产	44,090,593.84	44,993,047.73	43,710,116.81
其他非流动资产	50,212,485.91	103,773.58	21,568,530.51
非流动资产合计	339,317,966.02	289,126,716.30	324,106,598.06
资产总计	664,934,249.69	631,831,330.71	670,182,511.63
流动负债：			
短期借款	-	-	-
交易性金融负债	-	-	-
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债	-	-	-
衍生金融负债	-	-	-
应付票据	656,272.80	8,345,999.20	7,611,242.47
应付账款	27,321,758.34	34,988,145.71	51,828,843.07
预收款项	-	-	-
合同负债	136,362,296.11	108,765,255.49	141,671,739.35
应付职工薪酬	10,671,689.31	10,896,331.81	14,682,921.46
应交税费	9,586,426.95	5,760,532.72	13,596,560.87
其他应付款	17,102,529.10	23,598,205.27	25,173,098.08
持有待售负债	-	-	-
一年内到期的非流动负债	10,223,299.93	12,056,089.68	11,786,103.17
其他流动负债	10,634,142.47	6,502,903.71	13,678,222.14
流动负债合计	222,558,415.01	210,913,463.59	280,028,730.61
非流动负债：			

长期借款	-	-	-
应付债券	-	-	-
其中：优先股	-	-	-
永续债	-	-	-
租赁负债	11,407,698.02	4,440,887.15	12,935,268.17
长期应付款	-	-	-
预计负债	-	-	-
递延收益	-	-	-
递延所得税负债	257,786.29	380,838.33	5,002,650.25
其他非流动负债	-	-	-
非流动负债合计	11,665,484.31	4,821,725.48	17,937,918.42
负债合计	234,223,899.32	215,735,189.07	297,966,649.03
所有者权益：			
股本	90,000,000.00	90,000,000.00	90,000,000.00
其他权益工具	-	-	-
其中：优先股	-	-	-
永续债	-	-	-
资本公积	52,494,493.58	54,727,830.05	52,008,124.86
减：库存股	-	-	-
其他综合收益	-	-	-
专项储备	-	-	-
盈余公积	35,695,831.16	35,695,831.16	31,579,773.77
一般风险准备	-	-	-
未分配利润	252,520,025.63	235,672,480.43	198,627,963.97
所有者权益合计	430,710,350.37	416,096,141.64	372,215,862.60
负债和所有者权益合计	664,934,249.69	631,831,330.71	670,182,511.63

2. 母公司利润表

单位：元

项目	2023 年 1 月—6 月	2022 年度	2021 年度
一、营业收入	314,230,092.32	565,149,070.15	669,159,865.20
减：营业成本	58,134,763.49	144,350,189.26	162,873,014.96
税金及附加	2,821,446.23	4,265,816.66	4,863,271.26
销售费用	176,034,735.89	315,962,380.63	379,837,165.07
管理费用	27,377,150.76	50,307,386.23	56,777,242.30
研发费用	6,484,014.49	15,979,748.31	13,535,682.35
财务费用	-519,270.52	-550,919.38	113,780.41
其中：利息收入	1,677,916.41	1,677,916.41	1,403,685.71
利息费用	1,009,541.91	1,009,541.91	1,355,086.12
加：其他收益	256,740.06	502,781.19	1,081,526.57
投资收益（损失以“－”号填列）	401,647.43	50,618,846.67	50,812,097.94
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	-	-	-
以摊余成本计量的金融资产终止确认收益（损失以“－”号填列）	-	-	-

净敞口套期收益（损失以“-”号填列）	-	-	-
公允价值变动收益（损失以“-”号填列）	331,113.39	46,722.22	51,200.00
信用减值损失	27,619.02	1,406,103.69	2,672,347.17
资产减值损失	-23,458,588.96	-49,220,708.49	-40,340,481.75
资产处置收益（损失以“-”号填列）	386,105.94	564,938.65	78,199.02
二、营业利润（亏损以“-”号填列）	21,841,888.86	38,753,152.37	65,514,597.80
加：营业外收入	1,210.35	11,694.48	471,861.57
减：营业外支出	57,644.69	465,035.28	586,596.17
三、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	21,785,454.52	38,299,811.57	65,399,863.20
减：所得税费用	4,937,909.32	-2,860,762.28	4,497,889.21
四、净利润（净亏损以“-”号填列）	16,847,545.20	41,160,573.85	60,901,973.99
（一）持续经营净利润	16,847,545.20	41,160,573.85	60,901,973.99
（二）终止经营净利润	-	-	-
五、其他综合收益的税后净额	-	-	-
（一）不能重分类进损益的其他综合收益	-	-	-
1.重新计量设定受益计划变动额	-	-	-
2.权益法下不能转损益的其他综合收益	-	-	-
3.其他权益工具投资公允价值变动	-	-	-
4.企业自身信用风险公允价值变动	-	-	-
（二）将重分类进损益的其他综合收益	-	-	-
1.权益法下可转损益的其他综合收益	-	-	-
2.其他债权投资公允价值变动	-	-	-
3.金融资产重分类计入其他综合收益的金额	-	-	-
4.其他债权投资信用减值准备	-	-	-
5.可供出售金融资产公允价值变动损益	-	-	-
6.持有至到期投资重分类为可供出售金融资产损益	-	-	-
7.现金流量套期储备	-	-	-
8.外币财务报表折算差额	-	-	-
9.其他	-	-	-
六、综合收益总额	16,847,545.20	41,160,573.85	60,901,973.99
七、每股收益：			
（一）基本每股收益	-	-	-
（二）稀释每股收益	-	-	-

3. 母公司现金流量表

单位：元

项目	2023 年 1 月—6 月	2022 年度	2021 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	287,710,813.73	468,523,805.47	588,773,621.42
收到的税费返还	-	-	-
收到其他与经营活动有关的现金	1,990,588.11	2,284,313.95	5,441,830.88
经营活动现金流入小计	289,701,401.84	470,808,119.42	594,215,452.30
购买商品、接受劳务支付的现金	71,809,494.87	230,912,821.66	251,561,830.41
支付给职工以及为职工支付的现金	66,452,465.20	128,767,018.80	135,152,299.48
支付的各项税费	20,599,161.74	35,831,228.49	39,230,466.39
支付其他与经营活动有关的现金	85,475,114.44	98,613,955.34	129,314,796.08
经营活动现金流出小计	244,336,236.25	494,125,024.29	555,259,392.36
经营活动产生的现金流量净额	45,365,165.59	-23,316,904.87	38,956,059.94
二、投资活动产生的现金流量：			
收回投资收到的现金	85,475,271.83	115,712,395.36	191,362,097.94
取得投资收益收到的现金	-	50,000,000.00	50,000,000.00
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	-	108,034.77	37,900.00
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	-	7,975.58	-
收到其他与投资活动有关的现金	-	-	-
投资活动现金流入小计	85,475,271.83	165,828,405.71	241,399,997.94
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	2,514,549.36	14,100,289.30	8,888,079.67
投资支付的现金	121,000,000.00	117,500,000.00	210,000,000.00
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-	-
支付其他与投资活动有关的现金	-	-	-
投资活动现金流出小计	123,514,549.36	131,600,289.30	218,888,079.67
投资活动产生的现金流量净额	-38,039,277.53	34,228,116.41	22,511,918.27
三、筹资活动产生的现金流量：			
吸收投资收到的现金	-	-	-
取得借款收到的现金	-	-	-
发行债券收到的现金	-	-	-
收到其他与筹资活动有关的现金	606,383.30	266,574.26	-
筹资活动现金流入小计	606,383.30	266,574.26	-
偿还债务支付的现金	-	-	-
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	-	-	50,310,000.00
支付其他与筹资活动有关的现金	7,555,711.01	16,953,023.99	14,246,115.74
筹资活动现金流出小计	7,555,711.01	16,953,023.99	64,556,115.74
筹资活动产生的现金流量净额	-6,949,327.71	-16,686,449.73	-64,556,115.74
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	-	-	-
五、现金及现金等价物净增加额	376,560.35	-5,775,238.19	-3,088,137.53
加：期初现金及现金等价物余额	28,239,161.84	34,014,400.03	37,102,537.56
六、期末现金及现金等价物余额	28,615,722.19	28,239,161.84	34,014,400.03

（三） 财务报表的编制基础、合并财务报表范围及变化情况

1. 财务报表的编制基础

公司以持续经营为基础，根据实际发生的交易和事项，按照《企业会计准则——基本准则》和其他各项具体会计准则、应用指南、准则解释及其他相关规定（以下合称企业会计准则）进行确认和计量，在此基础上结合中国证券监督管理委员会《公开发行证券的公司信息披露编报规则第15号——财务报告的一般规定》（2014年修订）的规定，编制财务报表。

公司自报告期末起至少12个月内具备持续经营能力，无影响持续经营能力的重大事项。

2. 合并财务报表范围及变化情况

（1） 合并财务报表范围

☒ 适用 ☐ 不适用

序号	名称	持股比例	表决权比例	至最近一期期末实际投资额（万元）	纳入合并范围的期间	合并类型	取得方式
1	广州柏文服饰有限公司	100%	100%	2,935.67	2021年度、2022年度、2023年1-6月	同一控制下企业合并	股权转让
2	曲水迪柯尼商贸有限公司	100%	100%	500.00	2021年度、2022年度、2023年1-6月	设立	设立
3	青岛正阳迪柯尼服装销售有限公司	100%	100%	50.00	2021年度、2022年度、2023年1-6月	设立	设立
4	苏州吴江高昱服饰销售有限公司	100%	100%	50.00	2021年度、2022年度、2023年1-6月	设立	设立
5	宁海迪柯尼服饰销售有限公司	100%	100%	50.00	2021年度、2022年度、2023年1-6月	设立	设立
6	泸州市江阳区迪柯尼服装销售有限公司	100%	100%	50.00	2021年度、2022年度、2023年1-6月	设立	设立
7	苏州工业园区迪柯尼服饰销售有限公司	100%	100%	50.00	2022年度、2023年1-6月	设立	设立
8	临沂市兰山区裕盛隆服饰销售有限公司	100%	100%	50.00	2023年1-6月	设立	设立
9	昆山迪柯尼服饰销售有限公司	100%	100%	-	2021年度、2022年度	设立	设立

纳入合并报表企业的其他股东为公司股东或在公司任职

☐ 适用 ☒ 不适用

其他情况

☐ 适用 ☒ 不适用

（2） 民办非企业法人

☐ 适用 ☒ 不适用

（3） 合并范围变更情况

√适用 □不适用

报告期内，公司合并范围变化的具体情况如下：

序号	企业名称	合并期间	变化原因
1	昆山迪柯尼服饰销售有限公司	自 2021 年 8 月至 2022 年 8 月	2021 年 8 月投资成立,2022 年 8 月注销
2	青岛正阳迪柯尼服装销售有限公司	自 2021 年 7 月起	2021 年 7 月投资成立
3	苏州吴江高昱服饰销售有限公司	自 2021 年 6 月起	2021 年 6 月投资成立
4	宁海迪柯尼服饰销售有限公司	自 2021 年 5 月起	2021 年 5 月投资成立
5	泸州市江阳区迪柯尼服装销售有限公司	自 2021 年 5 月起	2021 年 5 月投资成立
6	苏州工业园区迪柯尼服饰销售有限公司	自 2022 年 11 月起	2022 年 11 月投资成立
7	临沂市兰山区裕盛隆服饰销售有限公司	自 2023 年 3 月起	2023 年 3 月投资成立

二、 审计意见及关键审计事项

（一） 财务报表审计意见

事项	是或否
公司财务报告是否被出具无保留的审计意见	是

华兴会计师事务所(特殊普通合伙)于 2023 年 11 月 17 日出具了“华兴审字[2023]21012120450 号”的审计报告，审计意见如下：

“我们审计了广州迪柯尼服饰股份有限公司（以下简称迪柯尼公司）财务报表，包括 2021 年 12 月 31 日、2022 年 12 月 31 日、2023 年 6 月 30 日的合并及母公司资产负债表， 2021 年度、2022 年度、2023 年 1-6 月的合并及母公司利润表、合并及母公司现金流量表、合并及母公司股东权益变动表以及相关财务报表附注。

我们认为，后附的财务报表在所有重大方面按照企业会计准则的规定编制，公允反映了迪柯尼公司 2021 年 12 月 31 日、2022 年 12 月 31 日、2023 年 6 月 30 日的合并及母公司财务状况以及 2021 年度、2022 年度、2023 年 1-6 月的合并及母公司经营成果和现金流量。”

（二） 关键审计事项

关键审计事项	该事项在审计中如何应对
迪柯尼公司营业收入重大，是利润表的重要组成部分，对迪柯尼公司业绩影响重大。因此，会计师将收入确认作为关键审计事项。	2021 年度、2022 年度及 2023 年 1-6 月财务报表审计中，会计师对于收入确认所实施的审计程序主要包括： （1）了解、评价管理层对销售收入内部控制设计的合理性，并测试关键控制执行的有效性； （2）获取了迪柯尼公司与主要的经销商和联营方签订的合同，

	对合同关键条款进行核实，检查迪柯尼公司的收入确认政策，评价各销售模式收入确认政策的适当性； (3) 查询主要的经销商和联营方的工商资料，询问迪柯尼公司相关人员，以确认经销商、联营方与迪柯尼公司是否存在关联关系； (4) 结合产品类型、销售渠道类型、主要客户等，分析收入及毛利率等变动情况； (5) 通过抽样的方式检查了与收入确认相关的支持性凭证：直营店模式下与商场的结算单据等；电商模式下的订单支付记录、货运记录等；经销模式下的货物签收记录、对账及结算记录等；代销模式下的代销清单核对及结算记录等； (6) 抽取样本函证报告期销售额及往来余额，核实与收入相关的往来款及交易金额是否准确，并采用抽样方法对经销客户、直营门店等通过现场或视频走访，进一步核查双方合作关系、交易金额等情况； (7) 执行收入截止测试，检查相关支持性凭证，评估收入是否记录在恰当的会计期间； (8) 获取迪柯尼公司退换货的记录并进行检查，确认是否存在影响收入确认的重大异常退换货情况，以及复核迪柯尼公司期末是否足额计提退换货损失。
公司各报告期末均保持相对较高水平的存货规模，存货按照成本与可变现净值孰低计量，确定存货跌价准备需要管理层在取得确凿证据的基础上，考虑持有存货的目的、资产负债表日后事项的影响等因素作出判断和估计。鉴于该事项涉及金额较大且需要管理层作出重大判断，因此会计师将存货跌价准备确定为关键审计事项。	2021 年度、2022 年度及 2023 年 1-6 月财务报表审计中，会计师对于存货跌价准备确认所实施的审计程序主要包括： (1) 了解、评价与存货跌价准备计提相关内部控制设计的合理性，并测试关键控制执行的有效性； (2) 对迪柯尼公司仓库和直营门店存货实施监盘，检查存货的数量、状况及产品库龄； (3) 获取迪柯尼公司存货的进销存数据，分析库存单价的变动及其合理性； (4) 获取迪柯尼公司存货的期末库龄清单，对比分析可比期间的库龄变动情况及其合理性； (5) 获取迪柯尼公司报告期内销售数据，根据各库龄段产品销售价格、销售费用、税金率等，复核存货跌价计提比例的恰当性； (6) 获取迪柯尼公司产品跌价准备计算表，执行存货减值测试，检查是否按迪柯尼公司相关会计政策执行，分析存货跌价准备计提是否充分。

三、 与财务会计信息相关的重大事项判断标准

公司根据自身所处的行业和发展阶段，从项目的性质和金额两方面判断财务信息的重要性。在判断项目性质的重要性时，公司主要考虑该项目在性质上是否属于日常活动、是否显著影响公司的财务状况、经营成果和现金流量等因素；在判断项目金额大小的重要性时，基于对公司业务性质及规模的考虑，公司与财务会计信息相关重大事项标准为当期利润总额的 5%。

投资者应阅读财务报告及审计报告全文，以获取全部的财务资料。

四、 报告期内采用的主要会计政策和会计估计

(一) 报告期内采用的主要会计政策和会计估计

1、遵循企业会计准则的声明

公司编制的财务报表符合企业会计准则的要求，真实、完整地反映了公司的财务状况、经营成果、所有者权益变动和现金流量等有关信息。

2、会计期间

公司会计年度自公历 1 月 1 日起至 12 月 31 日止。

3、营业周期

公司以 12 个月作为一个营业周期。

4、记账本位币

公司以人民币作为记账本位币。

5、同一控制下和非同一控制下企业合并的会计处理方法

（1）同一控制下企业合并

本公司在企业合并中取得的资产和负债，按照合并日在被合并方资产、负债（包括最终控制方收购被合并方而形成的商誉）在最终控制方合并财务报表中的账面价值计量。在合并中取得的净资产账面价值与支付的合并对价账面价值（或发行股份面值总额）的差额，调整资本公积中的资本溢价或股本溢价，资本公积中的资本溢价或股本溢价不足冲减的，调整留存收益。

（2）非同一控制下企业合并

本公司在购买日对作为企业合并对价付出的资产、发生或承担的负债按照公允价值计量，公允价值与其账面价值的差额，计入当期损益。本公司对合并成本大于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，确认为商誉；合并成本小于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，对合并中取得的资产、负债的公允价值、作为合并对价的非现金资产或发行的权益性证券等的公允价值进行复核，复核结果表明所确定的各项可辨认资产和负债的公允价值确定是恰当的，将企业合并成本低于取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额之间的差额，计入合并当期的营业外收入。

通过多次交易分步实现非同一控制下的企业合并，合并成本为购买日支付的对价与购买日之前已经持有的被购买方的股权在购买日的公允价值之和；对于购买日之前已经持有的被购买方的股权，按照购买日的公允价值进行重新计量，公允价值与其账面价值之间的差额计入当期投资收益。购买日之前持有的被购买方的长期股权投资在权益法核算下的其他综合收益，采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础进行会计处理，除净损益、其他综合收益和利润分配外

的其他股东权益变动，转为购买日所属当期损益。对于购买日之前持有的被购买方的其他权益工具投资，该权益工具投资在购买日之前累计在其他综合收益的公允价值变动转入留存损益。

(3) 企业合并中相关费用的处理

为企业合并发生的审计、法律服务、评估咨询等中介费用及其他相关管理费用，于发生时计入当期损益；作为合并对价发行的权益性证券或债务性证券的交易费用，计入权益性证券或债务性证券的初始确认金额。

6、合并财务报表的编制方法

(1) 合并报表编制范围

合并财务报表的合并范围以控制为基础予以确定，不仅包括根据表决权（或类似权利）本身或者结合其他安排确定的子公司，也包括基于一项或多项合同安排决定的结构化主体。控制，是指投资方拥有对被投资方的权力，通过参与被投资方的相关活动而享有可变回报，并且有能力运用对被投资方的权力影响其回报金额。

(2) 合并程序

合并财务报表以公司及其子公司的财务报表为基础，根据其他有关资料，编制合并财务报表。

公司统一子公司所采用的会计政策及会计期间，使子公司采用的会计政策、会计期间与公司保持一致。在编制合并财务报表时，遵循重要性原则，抵销母公司与子公司、子公司与子公司之间的内部往来、内部交易及权益性投资项目。

子公司少数股东应占的权益和损益分别在合并资产负债表中所有者权益项目下和合并利润表中净利润项目下单独列示。子公司少数股东分担的当期亏损超过了少数股东在该子公司期初所有者权益中所享有份额而形成的余额，冲减少数股东权益。

1) 增加子公司以及业务

在报告期内因同一控制下企业合并增加的子公司以及业务，编制合并资产负债表时，调整合并资产负债表的期初数；编制利润表时，将该子公司以及业务合并当期期初至报告期末的收入、费用、利润纳入合并利润表；合并现金流量表时，将该子公司以及业务合并当期期初至报告期末的现金流量纳入合并现金流量表；同时应当对比较报表的相关项目进行调整，视同合并后的报告主体自最终控制方开始控制时点起一直存在。

在报告期内因非同一控制下企业合并或其他方式增加的子公司以及业务，编制合并资产负债表时，不调整合并资产负债表的期初数。编制利润表时，将该子公司以及业务购买日至报告期末的收入、费用、利润纳入合并利润表。编制现金流量表时，将该子公司购买日至报告期末的现金流量纳入合并现金流量表。

公司以子公司的个别财务报表反映为在购买日公允价值基础上确定的可辨认资产、负债及或有负债在合并资产负债表日的金额进行编制合并财务报表。对合并成本大于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，确认为商誉。合并成本小于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，经复核后，计入当期损益。

通过多次交易分步实现非同一控制下企业合并的，在合并财务报表中，对于购买日之前持有的被购买方的股权，应当按照该股权在购买日的公允价值进行重新计量，公允价值与其账面价值的差额计入当期投资收益。购买日之前持有的被购买方的长期股权投资在权益法核算下的其他综合收益，采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础进行会计处理，除净损益、其他综合收益和利润分配外的其他股东权益变动，转为购买日所属当期损益。对于购买日之前持有的被购买方的其他权益工具投资，该权益工具投资在购买日之前累计在其他综合收益的公允价值变动转入留存损益。

2) 处置子公司以及业务

A. 一般处理方法

在报告期内，本公司处置子公司以及业务，则该子公司以及业务期初至处置日的收入、费用、利润纳入合并利润表；该子公司以及业务期初至处置日的现金流量纳入合并现金流量表。

公司因处置部分股权投资等原因丧失了对原有子公司控制权的，在合并财务报表中，对于剩余股权，按照其在丧失控制权日的公允价值进行重新计量。处置股权取得的对价和剩余股权公允价值之和，减去按原持股比例计算应享有原有子公司自购买日或合并日开始持续计算的净资产的份额之间的差额，计入丧失控制权当期的投资收益，同时冲减商誉。与原有子公司股权投资相关的其他综合收益，在丧失控制权时采用与子公司直接处置相关资产或负债相同的基础进行会计处理，因原有子公司相关的除净损益、其他综合收益和利润分配以外的其他股东权益变动而确认的股东权益，在丧失控制权时转为当期损益。

B. 分步处置股权至丧失控制权

企业通过多次交易分步处置对子公司股权投资直至丧失控制权的，如果处置对子公司股权投资直至丧失控制权的各项交易属于一揽子交易的，应当将各项交易作为一项处置子公司并丧失控制权的交易进行会计处理；但是，在丧失控制权之前每一次处置价款与处置投资对应的享有该子公司净资产份额的差额，在合并财务报表中确认为其他综合收益，在丧失控制权时一并转入丧失控制权当期的损益。

处置对子公司股权投资的各项交易的条款、条件以及经济影响符合下列一种或多种情况，通常表明应将多次交易事项作为一揽子交易进行会计处理：

(A) 这些交易是同时或者在考虑了彼此影响的情况下订立的；

(B) 这些交易整体才能达成一项完整的商业结果；

(C) 一项交易的发生取决于其他至少一项交易的发生；

(D) 一项交易单独考虑时是不经济的，但是和其他交易一并考虑时是经济的。

3) 购买子公司少数股权

本公司因购买少数股权新取得的长期股权投资与按照新增持股比例计算应享有子公司自购买日（或合并日）开始持续计算的可辨认净资产份额之间的差额，调整合并资产负债表中的资本公积中的资本溢价或股本溢价，资本公积中的资本溢价或股本溢价不足冲减的，调整留存收益。

4) 不丧失控制权的情况下部分处置对子公司的股权投资

在不丧失控制权的情况下因部分处置对子公司的长期股权投资而取得的处置价款与处置长期股权投资相对应享有子公司自购买日或合并日开始持续计算的净资产份额之间的差额，调整合并资产负债表中的资本公积中的资本溢价或股本溢价，资本公积中的资本溢价或股本溢价不足冲减的，调整留存收益。

7、合营安排分类及共同经营会计处理方法

合营安排是指一项由两个或两个以上的参与方共同控制的安排。合营安排分为共同经营和合营企业。

(1) 共同经营是指本公司享有该安排相关资产且承担该安排相关负债的合营安排。本公司确认与共同经营中利益份额相关的下列项目：

- 1) 确认单独所持有的资产，以及按其份额确认共同持有的资产；
- 2) 确认单独所承担的负债，以及按其份额确认共同承担的负债；
- 3) 确认出售其享有的共同经营产出份额所产生的收入；
- 4) 按其份额确认共同经营因出售产出所产生的收入；
- 5) 确认单独所发生的费用，以及按其份额确认共同经营发生的费用。

(2) 合营企业是指本公司仅对该安排的净资产享有权利的合营安排。本公司按照长期股权投资有关权益法核算的规定对合营企业的投资进行会计处理。

8、现金及现金等价物的确定标准

公司在编制现金流量表时，将本公司库存现金以及可以随时用于支付的存款确认为现金。将同时具备期限短（一般指从购买日起三个月内到期）、流动性强、易于转换为已知金额现金、价值变动风险很小的投资，确定为现金等价物。受到限制的银行存款，不作为现金流量表中的现金及

现金等价物。

9、外币业务和外币报表折算

(1) 外币业务

发生外币业务时，外币金额按交易发生日的即期汇率折算为人民币入账，期末按照下列方法对外币货币性项目和外币非货币性项目进行处理：

1) 外币货币性项目，采用资产负债表日即期汇率折算。因资产负债表日即期汇率与初始确认或者前一资产负债表日即期汇率不同而产生的汇兑差额，计入当期损益。

2) 以历史成本计量的外币非货币性项目，仍采用交易发生日的即期汇率折算，不改变其记账本位币金额。

3) 对以公允价值计量的外币非货币性项目，按公允价值确定日即期汇率折算，由此产生的汇兑损益计入当期损益或其他综合收益。

4) 外币汇兑损益除与购建或者生产符合资本化条件的资产有关的外币专门借款产生的汇兑损益，在资产达到预定可使用或者可销售状态前计入符合资本化条件的资产的成本，其余均计入当期损益。

(2) 外币财务报表的折算

1) 资产负债表中的资产和负债项目，采用资产负债表日的即期汇率折算；所有者权益项目除“未分配利润”项目外，其他项目采用发生时的即期汇率折算。

2) 利润表中的收入和费用项目，采用即期汇率的近似汇率折算。

3) 按照上述折算产生的外币财务报表折算差额，计入其他综合收益。处置境外经营时，将与该境外经营相关的外币财务报表折算差额，自所有者权益项目转入处置当期损益。

4) 现金流量表采用即期汇率的近似汇率折算。汇率变动对现金的影响额作为调节项目，在现金流量表中单独列示。

10、金融工具

当公司成为金融工具合同的一方时，确认与之相关的一项金融资产或金融负债。

(1) 金融资产的分类、确认依据和计量方法

公司根据所管理金融资产的业务模式和金融资产的合同现金流量特征，将金融资产划分为三类：以摊余成本计量的金融资产、以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产、以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。

金融资产在初始确认时以公允价值计量。对于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融

资产，相关交易费用直接计入当期损益；对于其他类别的金融资产，相关交易费用计入初始确认金额。对于公司初始确认的应收账款未包含《企业会计准则第 14 号——收入》所定义的重大融资成分或根据《企业会计准则第 14 号——收入》规定不考虑不超过一年的合同中的融资成分的，按照预期有权收取的对价的价格进行初始计量。

1) 以摊余成本计量的金融资产

公司管理此类金融资产的业务模式为以收取合同现金流量为目标，且在特定日期产生的现金流量，仅为对本金和以未偿付本金金额为基础的利息的支付。公司对于此类金融资产，采用实际利率法，按照摊余成本进行后续计量，其摊销或减值产生的利得或损失，计入当期损益。

2) 以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产

公司管理此类金融资产的业务模式为既以收取合同现金流量为目标又以出售为目标，且在特定日期产生的现金流量，仅为对本金和以未偿付本金金额为基础的利息的支付。此类金融资产按照公允价值计量且其变动计入其他综合收益，但减值损失或利得、汇兑损益和按照实际利率法计算的利息收入计入当期损益。

对于非交易性权益工具投资，公司可在初始确认时将其不可撤销地指定为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产。该指定在单项投资的基础上作出，相关投资从发行方的角度符合权益工具的定义。公司将该类金融资产的相关股利收入计入当期损益，公允价值变动计入其他综合收益。当该金融资产终止确认时，之前计入其他综合收益的累计利得或损失将从其他综合收益转入留存收益，不计入当期损益。

3) 以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产

除上述以摊余成本计量的金融资产和以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产外，公司将其余所有的金融资产分类为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。此外，在初始确认时，公司为了消除或显著减少会计错配，将部分金融资产指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。此类金融资产按公允价值进行后续计量，公允价值变动计入当期损益。

(2) 金融负债的分类、确认依据和计量方法

公司金融负债于初始确认时分类为：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债、其他金融负债。对于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债，相关交易费用直接计入当期损益，其他金融负债的相关交易费用计入其初始确认金额。

1) 以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债

以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债，包括交易性金融负债（含属于金融负债

的衍生工具)和指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债。

交易性金融负债(含属于金融负债的衍生工具),按照公允价值进行后续计量,除与套期会计有关外,公允价值变动计入当期损益。

公司在金融负债初始确认时,被指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债,由公司自身信用风险变动引起的公允价值变动计入其他综合收益,且终止确认该负债时,计入其他综合收益的自身信用风险变动引起的其公允价值累计变动额转入留存收益。其他公允价值变动计入当期损益。若按上述方式对该等金融负债的自身信用风险变动的影响进行处理会造成或扩大损益中的会计错配的,公司将该金融负债的全部利得或损失(包括企业自身信用风险变动的影响金额)计入当期损益。

2) 其他金融负债

除不符合终止确认条件的金融资产转移或继续涉入被转移金融资产所形成的金融负债、财务担保合同外的其他金融负债分类为以摊余成本计量的金融负债,按摊余成本进行后续计量,终止确认或摊销产生的利得或损失计入当期损益。

(3) 金融资产和金融负债的公允价值确定方法

存在活跃市场的金融工具,以活跃市场中的报价确定其公允价值。不存在活跃市场的金融工具,采用估值技术确定其公允价值。在估值时,本公司采用在当前情况下适用并且有足够可利用数据和其他信息支持的估值技术,选择与市场参与者在相关资产或负债的交易中所考虑的资产或负债特征相一致的输入值,并优先使用相关可观察输入值。只有在相关可观察输入值无法取得或取得不切实可行的情况下,才使用不可观察输入值。

(4) 金融资产转移的确认依据和计量方法

金融资产转移的确认

情形		确认结果
已转移金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬		终止确认该金融资产(确认新资产/负债)
既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬	放弃了对该金融资产的控制	
	未放弃对该金融资产的控制	按照继续涉入被转移金融资产的程度确认有关资产和负债
保留了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬	继续确认该金融资产,并将收到的对价确认为金融负债	

公司将金融资产转移区分为金融资产整体转移和部分转移。

1) 金融资产整体转移满足终止确认条件的,应当将下列两项金额的差额计入当期损益:被转移金融资产在终止确认日的账面价值;因转移金融资产而收到的对价,与原直接计入其他综合收

益的公允价值变动累计额（涉及转移的金融资产为《企业会计准则第 22 号—金融工具确认和计量》第十八条分类为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产的情形）之和。

2) 转移金融资产的一部分，且该被转移部分整体满足终止确认条件的，应当将转移前金融资产整体的账面价值，在终止确认部分和继续确认部分（在此种情形下，所保留的服务资产应当视同继续确认金融资产的一部分）之间，按照转移日各自的相对公允价值进行分摊，并将下列两项金额的差额计入当期损益：终止确认部分在终止确认日的账面价值；终止确认部分收到的对价（包括获得的所有新资产减去承担的所有新负债），与原计入其他综合收益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的金额（涉及部分转移的金融资产为《企业会计准则第 22 号—金融工具确认和计量》第十八条分类为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产的情形）之和。

金融资产转移不满足终止确认条件的，继续确认所转移的金融资产整体，并将收到的对价确认为一项金融负债。

（5）金融负债的终止确认条件

金融负债（或其一部分）的现时义务已经解除的，应当终止确认该金融负债（或该部分金融负债）。如存在下列情况：

1) 公司将用于偿付金融负债的资产转入某个机构或设立信托，偿付债务的义务仍存在的，不应当终止确认该金融负债。

2) 公司（借入方）与借出方之间签订协议，以承担新金融负债方式替换原金融负债（或其一部分），且合同条款实质上是不同的，公司应当终止确认原金融负债（或其一部分），同时确认一项新金融负债。

金融负债（或其一部分）终止确认的，公司将其账面价值与支付的对价（包括转出的非现金资产或承担的负债）之间的差额，计入当期损益。

（6）金融资产减值

1) 减值准备的确认方法

公司对以摊余成本计量的金融资产（含应收款项）、以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债务工具投资和租赁应收款以预期信用损失为基础进行减值会计处理并确认损失准备。此外，对合同资产、贷款承诺及财务担保合同，也应按照本部分所述会计政策计提减值准备和确认减值损失。

预期信用损失，是指以发生违约的风险为权重的金融工具信用损失的加权平均值。信用损失，是指本公司按照原实际利率折现的、根据合同应收的所有合同现金流量与预期收取的所有现金流量之间的差额，即全部现金短缺的现值。

除购买或源生的已发生信用减值的金融资产外，公司在每个资产负债表日评估相关金融资产的信用风险自初始确认后是否已显著增加。如果信用风险自初始确认后并未显著增加，处于第一阶段，本公司按照相当于该金融资产未来 12 个月内预期信用损失的金额计量损失准备；如果信用风险自初始确认后已显著增加但尚未发生信用减值的，处于第二阶段，本公司按照相当于该金融资产整个存续期内预期信用损失的金额计量损失准备；如果金融资产自初始确认后已经发生信用减值的，处于第三阶段，本公司按照相当于该金融资产整个存续期内预期信用损失的金额计量损失准备。本公司在评估预期信用损失时，考虑在资产负债表日无须付出不必要的额外成本或努力即可获得的有关过去事项、当前状况以及未来经济状况预测的合理且有依据的信息，包括前瞻性信息。

未来 12 个月内预期信用损失，是指因资产负债表日后 12 个月内（若金融资产的预计存续期少于 12 个月，则为预计存续期）可能发生的金融资产违约事件而导致的预期信用损失，是整个存续期预期信用损失的一部分。

对于在资产负债表日具有较低信用风险的金融工具，本公司假设其信用风险自初始确认后并未显著增加，选择按照未来 12 个月内的预期信用损失计量损失准备。

本公司对于处于第一阶段和第二阶段、以及较低信用风险的金融资产，按照其未扣除减值准备的账面余额和实际利率计算利息收入。对于处于第三阶段的金融资产，按照其账面余额减已计提减值准备后的摊余成本和实际利率计算利息收入。

2) 已发生减值的金融资产

本公司对金融资产预期未来现金流量具有不利影响的一项或多项事件发生时，该金融资产成为已发生信用减值的金融资产。金融资产已发生信用减值的证据包括下列可观察信息：

- A. 发行方或债务人发生重大财务困难；
- B. 债务人违反合同，如偿付利息或本金违约或逾期等；
- C. 债权人出于与债务人财务困难有关的经济或合同考虑，给予债务人在任何其他情况下都不会做出的让步；
- D. 债务人很可能破产或进行其他财务重组；
- E. 发行方或债务人财务困难导致该金融资产的活跃市场消失；
- F. 以大幅折扣购买或源生一项金融资产，该折扣反映了发生信用损失的事实。

金融资产发生信用减值，有可能是多个事件的共同作用所致，未必是可单独识别的事件所致。

3) 购买或源生的已发生信用减值的金融资产

公司对购买或源生的已发生信用减值的金融资产，在资产负债表日仅将自初始确认后整个存续期内预期信用损失的累计变动确认为损失准备。在每个资产负债表日，将整个存续期内预期信用损失的变动金额作为减值损失或利得计入当期损益。即使该资产负债表日确定的整个存续期内预期信用损失小于初始确认时估计现金流量所反映的预期信用损失的金额，也将预期信用损失的有利变动确认为减值利得。

4) 信用风险显著增加的判断标准

如果某项金融资产在资产负债表日确定的预计存续期内的违约概率显著高于在初始确认时确定的预计存续期内的违约概率，则表明该项金融资产的信用风险显著增加。除特殊情况外，本公司采用未来12个月内发生的违约风险的变化作为整个存续期内发生违约风险变化的合理估计，以确定自初始确认后信用风险是否显著增加。

5) 评估金融资产预期信用损失的方法

本公司基于单项和组合评估金融资产的预期信用损失。对信用风险显著不同的金融资产单项评估信用风险，如：已有明显迹象表明债务人很可能无法履行还款义务的应收款项等。

除了单项评估信用风险的金融资产外，本公司基于共同风险特征将金融资产划分为不同的组别，在组合的基础上评估信用风险。

6) 金融资产减值的会计处理方法

公司在资产负债表日计算各类金融资产的预计信用损失，由此形成的损失准备的增加或转回金额，作为减值损失或利得计入当期损益。

公司实际发生信用损失，认定相关金融资产无法收回，经批准予以核销的，直接减记该金融资产的账面余额。已减记的金融资产以后又收回的，作为减值损失的转回计入收回当期的损益。

(7) 财务担保合同

财务担保合同，是指债务人到期不能按照最初或修改后的债务工具条款偿付债务时，发行方向蒙受损失的合同持有人赔付特定金额的合同。财务担保合同在初始确认时按照公允价值计量。不属于指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债的财务担保合同，在初始确认后，按照资产负债表日确定的预期信用损失准备金额和初始确认金额扣除按照收入确认原则确定的累计摊销额后的余额，以两者之中的较高者进行后续计量。

(8) 金融资产和金融负债的抵销

金融资产和金融负债在资产负债表内分别列示，没有相互抵销。但是，同时满足下列条件的，以相互抵销后的净额在资产负债表内列示：

- 1) 公司具有抵销已确认金融资产和金融负债的法定权利，且该种法定权利现在是可执行的；

2) 公司计划以净额结算, 或同时变现该金融资产和清偿该金融负债。

(9) 权益工具

权益工具是指能证明拥有公司在扣除所有负债后的资产中的剩余权益的合同。公司发行(含再融资)、回购、出售或注销权益工具作为权益的变动处理。公司不确认权益工具的公允价值变动。与权益性交易相关的交易费用从权益中扣减。

公司对权益工具持有方的各种分配(不包括股票股利), 作为利润分配, 减少所有者权益。发放的股票股利不影响所有者权益总额。

11、应收票据

本公司对于应收票据按照相当于整个存续期内的预期信用损失金额计量损失准备。本公司认为所持有的银行承兑汇票的承兑银行信用评级较高, 不存在重大的信用风险, 也未计提损失准备。本公司持有的商业承兑汇票的预期信用损失的确定方法及会计处理方法与应收账款的预期信用损失的确定方法及会计处理方法一致。基于应收票据的信用风险特征, 将其划分为不同组合:

项目	确定组合的依据
银行承兑汇票	承兑人为信用风险较小的银行
商业承兑汇票	以承兑人的信用风险划分

12、应收账款

本公司对于《企业会计准则第 14 号——收入》所规定的、不含重大融资成分(包括根据该准则不考虑不超过一年的合同中融资成分的情况)的应收款项, 按照相当于整个存续期内预期信用损失的金额计量其损失准备。

本公司以共同风险特征为依据, 按照客户类别等共同信用风险特征将应收账款分为不同组别:

项目	确定组合的依据
合并范围内关联方组合	合并范围内关联方的应收款项
账龄组合	以应收款项的账龄作为信用风险特征

13、应收款项融资

应收款项融资反映资产负债表日以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的应收票据和应收账款等。会计处理方法参见本会计政策之第(十)项金融工具中划分为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产相关处理。

14、其他应收款

对其他应收款按历史经验数据和前瞻性信息, 确定预期信用损失。本公司依据其他应收款信

用风险自初始确认后是否已经显著增加，采用相当于未来 12 个月内、或整个存续期的预期信用损失的金额计量减值损失。

本公司以共同风险特征为依据，将其他应收款分为不同组别：

项目	确定组合的依据
其他应收款组合 1	应收利息
其他应收款组合 2	应收股利
其他应收款组合 3	应收押金及保证金
其他应收款组合 4	应收备用金
其他应收款组合 5	应收往来款

15、存货

（1）存货的分类

公司存货是指在生产经营过程中持有以备销售，或者仍然处在生产过程，或者在生产或提供劳务过程中将消耗的材料或物资等，包括各类原材料、包装物、低值易耗品、在产品、库存商品、发出商品、委托加工物资等。

（2）存货取得和发出的计价方法

存货按照成本进行初始计量。存货成本包括采购成本、加工成本和其他成本。应计入存货成本的借款费用，按照《企业会计准则第 17 号——借款费用》处理。投资者投入存货的成本，应当按照投资合同或协议约定的价值确定，但合同或协议约定价值不公允的除外。

发出存货的计价方法：采用加权平均法核算。

（3）存货的盘存制度

采用永续盘存制。

（4）低值易耗品的摊销方法

采用“一次摊销法”核算。

（5）存货可变现净值的确定依据及存货跌价准备计提方法

期末存货按成本与可变现净值孰低计价，存货期末可变现净值低于账面成本的，按差额计提存货跌价准备。可变现净值，是指在日常活动中，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。

1) 存货可变现净值的确定依据：为生产而持有的材料等，用其生产的产成品的可变现净值高于成本的，该材料仍然按照成本计量；材料价格的下降表明产成品的可变现净值低于成本的，该

材料应当按照可变现净值计量。

为执行销售合同或者劳务合同而持有的存货，其可变现净值应当以合同价格为基础计算。企业持有存货的数量多于销售合同订购数量的，超出部分的存货的可变现净值以一般销售价格为基础计算。

2) 存货跌价准备的计提方法：按单个存货项目的成本与可变现净值孰低法计提存货跌价准备；但对于数量繁多、单价较低的存货按存货类别计提存货跌价准备。

16、合同资产

(1) 合同资产的确认方法及标准

合同资产，是指本公司已向客户转让商品而有权收取对价的权利，且该权利取决于时间流逝之外的其他因素。

(2) 合同资产预期信用损失的确定方法及会计处理方法

对于合同资产，无论是否包含重大融资成分，本公司始终按照相当于整个存续期内预期信用损失的金额计量其损失准备，由此形成的损失准备的增加或转回金额，作为减值损失或利得计入当期损益。

本公司在资产负债表日计算合同资产预期信用损失，如果该预期信用损失大于当前合同资产减值准备的账面金额，将其差额确认为减值损失；每个资产负债表日重新计量预期信用损失，由此形成的损失准备的转回金额，确认为减值利得。

17、持有待售资产

(1) 划分为持有待售的依据

本公司将同时满足下列条件的组成部分（或非流动资产）确认为持有待售类别：

1) 根据类似交易中出售此类资产或处置组的惯例，在当前状况下即可立即出售；

2) 出售极可能发生，即企业已经就一项出售计划作出决议且获得确定的购买承诺，预计出售将在一年内完成。有关规定要求企业相关权力机构或者监管部门批准后方可出售的，应当已经获得批准。

确定的购买承诺，是指企业与其他方签订的具有法律约束力的购买协议，该协议包含交易价格、时间和足够严厉的违约惩罚等重要条款，使协议出现重大调整或者撤销的可能性极小。

(2) 持有待售的会计处理方法

公司初始计量或在资产负债表日重新计量持有待售的非流动资产或处置组时，其账面价值高于公允价值减去出售费用后的净额的，将账面价值减记至公允价值减去出售费用后的净额，减记

的金额确认为资产减值损失，计入当期损益，同时计提持有待售资产减值准备。后续资产负债表日持有待售的非流动资产公允价值减去出售费用后的净额增加的，以前减记的金额予以恢复，并在划分为持有待售类别后确认的资产减值损失金额内转回，转回金额计入当期损益。划分为持有待售类别前确认的资产减值损失不得转回。

对于持有待售的处置组确认的资产减值损失金额，先抵减处置组中商誉的账面价值，再根据处置组中各项非流动资产账面价值所占比重，按比例抵减其账面价值。持有待售的处置组确认的资产减值损失后续转回金额，根据处置组中除商誉外各项非流动资产账面价值所占比重，按比例增加其账面价值。

持有待售的非流动资产或处置组中的非流动资产不计提折旧或摊销，持有待售的处置组中负债的利息和其他费用继续予以确认。

公司终止确认持有待售的非流动资产或处置组时，将尚未确认的利得或损失计入当期损益。

非流动资产或处置组因不再满足持有待售类别的划分条件而不再继续划分为持有待售类别或非流动资产从持有待售的处置组中移除时，按照以下两者孰低计量：

1) 划分为持有待售类别前的账面价值，按照假定不划分为持有待售类别情况下本应确认的折旧、摊销或减值等进行调整后的金额；

2) 可收回金额。

18、债权投资、其他债权投资

对于债权投资、其他债权投资，本公司于每个资产负债表日，根据交易对手和风险敞口的各种类型，考虑历史的违约情况与行业前瞻性信息或各种外部实际与预期经济信息确定预期信用损失。预期信用损失的确定方法及会计处理方法参见本会计政策之第（十）项金融工具的规定。

19、长期应收款

本公司长期应收款包括应收融资租赁款及其他长期应收款。

对由《企业会计准则第 21 号——租赁》规范的交易形成的应收融资租赁款按照相当于整个存续期内预期信用损失的金额计量损失准备。

对其他长期应收款，本公司于每个资产负债表日，根据交易对手和风险敞口的各种类型，考虑历史的违约情况与合理的前瞻性信息或各种外部实际与预期经济信息确定预期信用损失。

本公司依据其信用风险自初始确认后是否已经显著增加，采用相当于未来 12 个月内、或整个存续期的预期信用损失的金额计量长期应收款减值损失。除了单项评估信用风险的长期应收款外，基于其信用风险特征，将其划分为不同组合：

项目	确定组合的依据
正常类长期应收款	本组合为未逾期风险正常的长期应收款
逾期长期应收款	本组合为出现逾期风险较高的长期应收款

20、长期股权投资

（1）确定对被投资单位具有共同控制、重大影响的依据

共同控制是指按照相关约定对某项安排所共有的控制，并且该安排的相关活动必须经过分享控制权的参与方一致同意后才能决策。在判断是否存在共同控制时，首先判断所有参与方或参与方组合是否集体控制该安排，如果所有参与方或一组参与方必须一致行动才能决定某项安排的相关活动，则认为所有参与方或一组参与方集体控制该安排。其次再判断该安排相关活动的决策是否必须经过这些集体控制该安排的参与方一致同意，当且仅当相关活动的决策要求集体控制该安排的参与方一致同意时，才形成共同控制。如果存在两个或两个以上的参与方组合能够集体控制某项安排的，不构成共同控制。判断是否存在共同控制时，不考虑享有的保护性权利。

重大影响是指投资方对被投资单位的财务和经营政策有参与决策的权力，但并不能够控制或者与其他方一起共同控制这些政策的制定。在确定能否对被投资单位施加重大影响时，考虑投资方直接或间接持有被投资单位的表决权股份以及投资方及其他方持有的当期可执行潜在表决权在假定转换为对被投资方单位的股权后产生的影响，包括被投资单位发行的当期可转换的认股权证、股份期权及可转换公司债券等的影响。对外投资符合下列情况时，一般确定为对投资单位具有重大影响：①在被投资单位的董事会或类似权力机构中派有代表；②参与被投资单位财务和经营政策的制定过程；③与被投资单位之间发生重要交易；④向被投资单位派出管理人员；⑤向被投资单位提供关键技术资料。直接或通过子公司间接拥有被投资企业 20%以上但低于 50%的表决权股份时，一般认为对被投资单位具有重大影响。

（2）初始投资成本确定

1) 企业合并形成的长期股权投资

A. 同一控制下的企业合并,以支付现金、转让非现金资产或承担债务方式以及以发行权益性证券作为合并对价的,在合并日按照取得被合并方所有者权益在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额作为长期股权投资的初始投资成本。因追加投资等原因能够对同一控制下的被投资单位实施控制的,在合并日根据合并后应享有被合并方净资产在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额,确定长期股权投资的初始投资成本。合并日长期股权投资的初始投资成本,与达到合并前的长期股权投资账面价值加上合并日进一步取得股份新支付对价的账面价值之和的差额,调整资本溢价或股本溢价,资本溢价或股本溢价不足冲减的,冲减留存收益。

B. 非同一控制下的企业合并,在购买日按照《企业会计准则第 20 号——企业合并》的相关规

定确定的合并成本作为长期股权投资的初始投资成本。因追加投资等原因能够对非同一控制下的被投资单位实施控制的，按照原持有的股权投资账面价值加上新增投资成本之和，作为改按成本法核算的初始投资成本。

2) 除企业合并形成的长期股权投资以外，其他方式取得的长期股权投资，按照下列规定确定其初始投资成本：

A. 以支付现金取得的长期股权投资，应当按照实际支付的购买价款作为初始投资成本。初始投资成本包括与取得长期股权投资直接相关的费用、税金及其他必要支出。

B. 以发行权益性证券取得的长期股权投资，按照发行权益性证券的公允价值作为初始投资成本。

C. 通过非货币性资产交换取得的长期股权投资，其初始投资成本按照《企业会计准则第 7 号——非货币性资产交换》确定。

D. 通过债务重组取得的长期股权投资，其初始投资成本按照《企业会计准则第 12 号——债务重组》确定。

(3) 后续计量和损益确认方法

1) 成本法核算：能够对被投资单位实施控制的长期股权投资，采用成本法核算。采用成本法核算时，追加或收回投资调整长期股权投资的成本。采用成本法核算的长期股权投资，除取得投资时实际支付的价款或对价中包含的已宣告但尚未发放的现金股利或利润外，公司应当按照享有被投资单位宣告发放的现金股利或利润确认投资收益，不再划分是否属于投资前和投资后被投资单位实现的净利润。

2) 权益法核算：对被投资单位共同控制或重大影响的长期股权投资，除对联营企业的权益性投资，其中一部分通过风险投资机构、共同基金、信托公司或包括投连险基金在内的类似主体间接持有的，无论以上主体是否对这部分投资具有重大影响，公司按照《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》的有关规定，对间接持有的该部分投资选择以公允价值计量且其变动计入损益外，采用权益法核算。采用权益法核算时，公司取得长期股权投资后，按照应享有或应分担的被投资单位实现的净损益和其他综合收益的份额，分别确认投资收益和其他综合收益，同时调整长期股权投资的账面价值；公司按照被投资单位宣告分派的利润或现金股利计算应享有的部分，相应减少长期股权投资的账面价值；公司对于被投资单位除净损益、其他综合收益和利润分配以外所有者权益的其他变动，应当调整长期股权投资的账面价值并计入所有者权益。公司确认被投资单位发生的净亏损，以长期股权投资的账面价值以及其他实质上构成对被投资单位净投资的长期权益减记至零为限，公司负有承担额外损失义务的除外。被投资单位以后实现净利润的，公司在收益分享额弥补未确认的亏损分担额后，恢复确认收益分享额。公司在确认应享有被投资

单位净损益的份额时，以取得投资时被投资单位各项可辨认资产的公允价值为基础，对被投资单位的净利润进行调整，并且将公司与联营企业及合营企业之间发生的内部交易损益予以抵销，在此基础上确认投资损益。公司与被投资单位发生的内部交易损失，按照《企业会计准则第8号——资产减值》等规定属于资产减值损失的则全额确认。如果被投资单位采用的会计政策及会计期间与公司不一致的，按照公司的会计政策及会计期间对被投资单位的财务报表进行调整，并据以确认投资损益。

对于首次执行日之前已经持有的对联营企业和合营企业的长期股权投资，如存在与该投资相关的股权投资借方差额，按原剩余期限直线法摊销，摊销金额计入当期损益。

3) 处置长期股权投资，其账面价值与实际取得价款差额，计入当期损益。采用权益法核算的长期股权投资，因被投资单位除净损益以外所有者权益的其他变动而计入所有者权益的，处置该项投资时将原计入所有者权益的部分按相应比例转入当期损益，由于被投资方重新计量设定受益计划净负债或净资产变动而产生的其他综合收益除外。

21、投资性房地产

投资性房地产是指为赚取租金或资本增值，或两者兼有而持有的房地产。主要包括已出租的土地使用权、持有并准备增值后转让的土地使用权以及已出租的建筑物。当公司能够取得与投资性房地产相关的租金收入或增值收益以及投资性房地产的成本能够可靠计量时，公司按购置或建造的实际支出对其进行初始计量。

公司在资产负债表日采用成本模式对投资性房地产进行后续计量。在成本模式下，公司按照本会计政策之第（二十二）项固定资产和第（二十六）项无形资产的规定，对投资性房地产进行计量，计提折旧或摊销。当投资性房地产被处置，或者永久退出使用且预计不能从其处置中取得经济利益时，应当终止确认该项投资性房地产。公司出售、转让、报废投资性房地产或者发生投资性房地产毁损，应当将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。

22、固定资产

（1）固定资产的确认条件

固定资产系使用寿命超过一个会计年度，为生产商品、提供劳务、出租或经营管理所持有的有形资产。

（2）折旧方法

类别	折旧方法	折旧年限（年）	残值率	年折旧率
房屋及建筑物	年限平均法	20-30 年	5%	3.17%-4.75%
办公设备	年限平均法	3-5 年	5%	19.00%-31.67%
运输设备	年限平均法	4 年	5%	23.75%

其他	年限平均法	10-20 年	5%	4.75%-9.50%
----	-------	---------	----	-------------

公司于每年年度终了，对固定资产的使用寿命、预计净残值和折旧方法进行复核。

23、在建工程

在建工程以实际成本计价。其中为工程建设项目而发生的借款利息支出和外币折算差额按照《企业会计准则第 17 号——借款费用》的有关规定资本化或计入当期损益。在建工程在达到预计使用状态之日起不论工程是否办理竣工决算均转入固定资产，对于未办理竣工决算手续的待办理完毕后再作调整。

24、借款费用

（1）借款费用资本化的确认原则

借款费用包括因借款发生的利息、折价或溢价的摊销和辅助费用，以及因外币借款而发生的汇兑差额。公司发生的借款费用，可直接归属于符合资本化条件的资产的购建或者生产的，应予以资本化，计入相关资产成本；其他借款费用，在发生时根据其发生额确认为费用，计入当期损益。

符合资本化条件的资产，包括需要经过相当长时间的购建或者生产活动才能达到预定可使用或者可销售状态的固定资产、投资性房地产和存货等资产。

借款费用同时满足下列条件，开始资本化：

- 1）资产支出已经发生，资产支出包括为购建或者生产符合资本化条件的资产而以支付现金、转移非现金资产或者承担带息债务形式发生的支出；
- 2）借款费用已发生；
- 3）为使资产达到预定可使用或者可销售状态所必要的购建或者生产活动已经开始。

（2）借款费用资本化的期间

为购建或者生产符合资本化条件的资产发生的借款费用，满足上述资本化条件的，在该资产达到预定可使用或者可销售状态前所发生的，计入该资产的成本，若资产的购建或者生产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，将其确认为当期费用，直至资产的购建或者生产活动重新开始；当所购建或生产的资产达到预定可使用或者销售状态时，停止其借款费用的资本化。在达到预定可使用或者可销售状态后所发生的借款费用，于发生当期直接计入财务费用。

（3）借款费用资本化金额的计算方法

在资本化期间内，每一会计期间的利息（包括折价或溢价的摊销）资本化金额，按照下列规

定确定：

1) 为购建或者生产符合资本化条件的资产而借入专门借款的，以专门借款当期实际发生的利息费用，减去将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。

2) 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，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。

25、使用权资产

在租赁期开始日，本公司作为承租人将可在租赁期内使用租赁资产的权利确认为使用权资产，短期租赁和低价值资产租赁除外。

(1) 使用权资产的确认依据

使用权资产按照成本进行初始计量，该成本包括：

- 1) 租赁负债的初始计量金额；
- 2) 在租赁期开始日或之前支付的租赁付款额，存在租赁激励的，扣除已享受的租赁激励相关金额；
- 3) 发生的初始直接费用；
- 4) 为拆卸及移除租赁资产、复原租赁资产所在场地或将租赁资产恢复至租赁条款约定状态预计将发生的成本，属于为生产存货而发生的除外。

(2) 使用权资产的折旧方法及减值

- 1) 本公司采用成本模式对使用权资产进行后续计量。
- 2) 本公司对各类使用权资产采用年限平均法计提折旧。

本公司能够合理确定租赁期届满时取得租赁资产所有权的，在租赁资产剩余使用寿命内计提折旧；无法合理确定租赁期届满时能够取得租赁资产所有权的，在租赁期与租赁资产剩余使用寿命两者孰短的期间内计提折旧。如果使用权资产发生减值，本公司按照扣除减值损失之后的使用权资产的账面价值，进行后续折旧。

3) 本公司按照变动后的租赁付款额的现值重新计量租赁负债，并相应调整使用权资产的账面价值时，如使用权资产账面价值已调减至零，但租赁负债仍需进一步调减的，将剩余金额计入当期损益。

- 4) 使用权资产的减值测试方法、减值准备计提方法详见本会计政策之第（二十七）项长期资

产减值。

26、无形资产

(1) 无形资产的计价方法、使用寿命、减值测试

无形资产按实际成本计量。外购的无形资产，其成本包括购买价款、相关税费以及直接归属于使该项资产达到预定用途所发生的其他支出。采用分期付款购买无形资产，购买无形资产的价款超过正常信用条件延期支付，实际上具有融资性质的，无形资产的成本为购买价款的现值。投资者投入的无形资产的成本，应当按照投资合同或协议约定的价值确定，在投资合同或协议约定价值不公允的情况下，应按无形资产的公允价值入账。通过非货币性资产交换取得的无形资产，其初始投资成本按照《企业会计准则第7号——非货币性资产交换》确定。通过债务重组取得的无形资产，其初始投资成本按照《企业会计准则第12号——债务重组》确定。以同一控制下的企业吸收合并方式取得的无形资产按被合并方的账面价值确定其入账价值；以非同一控制下的企业吸收合并方式取得的无形资产按公允价值确定其入账价值。

公司于取得无形资产时分析判断其使用寿命。使用寿命有限的无形资产自无形资产可供使用时起，至不再作为无形资产确认时止，采用直线法分期平均摊销，计入损益。对于使用寿命不确定的无形资产不进行摊销。

公司于每年年度终了，对使用寿命有限的无形资产的使用寿命及摊销方法进行复核。如果无形资产的使用寿命及摊销方法与以前估计不同的，改变摊销期限和摊销方法。公司在每个会计期间对使用寿命不确定的无形资产的使用寿命进行复核。如果有证据表明无形资产的使用寿命是有限的，估计其使用寿命，并按上述规定处理。

无形资产的减值测试方法和减值准备计提方法详见附注三、（二十七）。

(2) 内部研究开发支出会计政策

研究开发项目研究阶段支出与开发阶段支出的划分标准：研究阶段支出指为获取并理解新的科学或技术知识而进行的独创性的有计划调查所发生的支出；开发阶段支出是指在进行商业性生产或使用前，将研究成果或其他知识应用于某项计划或设计，以生产出新的或具有实质性改进的材料、装置、产品等所发生的支出。

公司内部自行开发的无形资产，在研究开发项目研究阶段的支出，于发生时计入当期损益。开发项目开发阶段的支出，只有同时满足下列条件的，才能确认为无形资产：

- 1) 完成该无形资产以使其能够使用或出售在技术上具有可行性；
- 2) 具有完成该无形资产并使用或出售的意图；
- 3) 无形资产产生经济利益的方式，包括能够证明运用该无形资产生产的产品存在市场或无形

资产自身存在市场，无形资产将在内部使用的，应当证明其有用性；

4) 有足够的技术、财务资源和其他资源支持，以完成该无形资产的开发，并有能力使用或出售无形资产；

5) 归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。

对于以前期间已经费用化的开发阶段的支出不再调整。

27、长期资产减值

长期股权投资、采用成本模式计量的投资性房地产、固定资产、在建工程、无形资产、使用权资产等长期资产，于资产负债表日存在减值迹象的，进行减值测试。减值测试结果表明资产的可收回金额低于其账面价值的，按其差额计提减值准备并计入减值损失。可收回金额为资产的公允价值减去处置费用后的净额与资产预计未来现金流量的现值两者之间的较高者。资产减值准备按单项资产为基础计算并确认，如果难以对单项资产的可收回金额进行估计的，以该资产所属的资产组确定资产组的可收回金额。资产组是能够独立产生现金流入的最小资产组合。

商誉至少在每年年度终了进行减值测试。本公司进行商誉减值测试，对于因企业合并形成的商誉的账面价值，自购买日起按照合理的方法分摊至相关的资产组；难以分摊至相关的资产组的，将其分摊至相关的资产组组合。在将商誉的账面价值分摊至相关的资产组或者资产组组合时，按照各资产组或者资产组组合的公允价值占相关资产组或者资产组组合公允价值总额的比例进行分摊。公允价值难以可靠计量的，按照各资产组或者资产组组合的账面价值占相关资产组或者资产组组合账面价值总额的比例进行分摊。在对包含商誉的相关资产组或者资产组组合进行减值测试时，如与商誉相关的资产组或者资产组组合存在减值迹象的，先对不包含商誉的资产组或者资产组组合进行减值测试，计算可收回金额，并与相关账面价值相比较，确认相应的减值损失。再对包含商誉的资产组或者资产组组合进行减值测试，比较这些相关资产组或者资产组组合的账面价值（包括所分摊的商誉的账面价值部分）与其可收回金额，如相关资产组或者资产组组合的可收回金额低于其账面价值的，确认商誉的减值损失。

上述资产减值损失一经确认，在以后会计期间不予转回。

28、长期待摊费用

长期待摊费用是指公司已经发生但应由本期和以后各期负担的分摊期限在 1 年以上的各项费用，包括以经营租赁方式租入的固定资产发生的改良支出等。长期待摊费用在相关项目的受益期内平均摊销。

29、合同负债

公司承担将商品或服务转移给客户的履约义务，同时有权就已向客户转让商品、提供的相关

服务而收取合同价款。公司按照已收或应收客户对价而应向客户转让商品或服务的义务列示为合同负债。

同一合同下的合同资产和合同负债以净额列示，不同合同下的合同资产和合同负债不予抵销。

30、职工薪酬

职工薪酬是指公司为获得职工提供的服务或解除劳动关系而给予的各种形式的报酬或补偿。企业提供给职工配偶、子女、受赡养人、已故员工遗属及其他受益人等的福利，也属于职工薪酬。职工薪酬主要包括短期薪酬、离职后福利、辞退福利和其他长期职工福利。

(1) 短期薪酬的会计处理方法

短期薪酬是指本公司在职工提供相关服务的年度报告期间结束后十二个月内需要全部予以支付的职工薪酬，离职后福利和辞退福利除外。本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，并根据职工提供服务的受益对象计入相关资产成本和费用。

(2) 离职后福利的会计处理方法

离职后福利是指公司为获得职工提供的服务而在职工退休或与公司解除劳动关系后，提供的各种形式的报酬和福利，短期薪酬和辞退福利除外。离职后福利计划包括设定提存计划和设定受益计划。其中，设定提存计划，是指向独立的基金缴存固定费用后，本公司不再承担进一步支付义务的离职后福利计划；设定受益计划，是指除设定提存计划以外的离职后福利计划。

1) 设定提存计划

设定提存计划包括基本养老保险、失业保险。在职工为本公司提供服务的会计期间，按以当地规定的缴纳基数和比例计算应缴纳金额，确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。

在职工提供服务的会计期间，根据设定提存计划计算的应缴存金额确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。

2) 设定受益计划

本公司根据预期累计福利单位法确定的公式将设定受益计划产生的福利义务归属于职工提供服务的期间，并计入当期损益或相关资产成本。本公司设定受益计划导致的职工薪酬成本包括下列组成部分：

A.服务成本，包括当期服务成本、过去服务成本和结算利得或损失。其中，当期服务成本，是指职工当期提供服务所导致的设定受益计划义务现值的增加额；过去服务成本，是指设定受益计划修改所导致的与以前期间职工服务相关的设定受益计划义务现值的增加或减少。

B.设定受益计划净负债或净资产的利息净额，包括计划资产的利息收益、设定受益计划义务

的利息费用以及资产上限影响的利息。

C.重新计量设定受益计划净负债或净资产所产生的变动。

除非其他会计准则要求或允许职工福利成本计入资产成本，本公司将上述第 A 和 B 项计入当期损益；第 C 项计入其他综合收益且不会在后续会计期间转回至损益，但可以在权益范围内转移这些在其他综合收益中确认的金额。

（3）辞退福利的会计处理方法

辞退福利是指公司在职工劳动合同到期之前解除与职工的劳动关系，或者为鼓励职工自愿接受裁减而给予职工的补偿。公司向职工提供辞退福利的，在下列两者孰早日确认辞退福利产生的职工薪酬负债，并计入当期损益：公司不能单方面撤回因解除劳动关系计划或裁减建议所提供的辞退福利时；公司确认与涉及支付辞退福利的重组相关的成本或费用时。

（4）其他长期职工福利的会计处理方法

其他长期职工福利，是指除短期薪酬、离职后福利、辞退福利之外所有的职工薪酬，包括长期带薪缺勤、长期残疾福利、长期利润分享计划等。本公司向职工提供的其他长期职工福利，符合设定提存计划条件的，按照设定提存计划的有关规定进行处理；除上述情形外的其他长期职工福利，按照设定受益计划的有关规定，确认和计量其他长期职工福利净负债或净资产。在报告期末，公司将其他长期职工福利产生的福利义务归属于职工提供服务期间，并计入当期损益或相关资产成本。

31、租赁负债

在租赁期开始日，本公司将尚未支付的租赁付款额的现值确认为租赁负债，短期租赁和低价值资产租赁除外。

在计算租赁付款额的现值时，本公司作为承租人采用租赁内含利率作为折现率；无法确定租赁内含利率的，采用本公司增量借款利率作为折现率。

本公司按照固定的周期性利率计算租赁负债在租赁期内各期间的利息费用，并计入当期损益。未纳入租赁负债计量的可变租赁付款额于实际发生时计入当期损益。

租赁期开始日后，当实质固定付款额发生变动、担保余值预计的应付金额发生变化、用于确定租赁付款额的指数或比率发生变动、购买选择权、续租选择权或终止选择权的评估结果或实际行权情况发生变化时，本公司按照变动后的租赁付款额的现值重新计量租赁负债。

32、预计负债

公司如果与或有事项相关的义务同时符合以下条件，则将其确认为负债：（1）该义务是公司承担的现时义务；（2）该义务的履行可能导致经济利益的流出；（3）该义务的金额能够可靠地计

量。

预计负债所需支出全部或部分预期由第三方或其他方补偿，并且补偿金额在基本确定能收到时，作为资产单独确认，确认的补偿金额不超过所确认负债的账面价值。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。

在资产负债表日，公司对预计负债的账面价值进行复核，有确凿证据表明该账面价值不能真实反映当前最佳估计数的，按照当前最佳估计数对该账面价值进行调整。

33、股份支付

（1）股份支付的种类

公司的股份支付分为以现金结算的股份支付和以权益结算的股份支付。

以权益结算的股份支付，按授予职工权益工具的公允价值计量。授予后立即可行权的，在授予日按照权益工具的公允价值计入相关成本或费用，相应增加资本公积。在完成等待期内的服务或达到规定业绩条件才可行权的，在等待期内的每个资产负债表日，以对可行权权益工具数量的最佳估计为基础，按照权益工具授予日的公允价值，将当期取得的服务计入相关成本或费用和资本公积。在可行权日之后不再对已确认的相关成本或费用和所有者权益总额进行调整。

以现金结算的股份支付，按照公司承担的以股份或其他权益工具为基础计算确定的负债的公允价值计量。授予后立即可行权的，在授予日以公司承担负债的公允价值计入相关成本或费用，相应增加负债。在完成等待期内的服务或达到规定业绩条件以后才可行权的以现金结算的股份支付，在等待期内的每个资产负债表日，以对可行权情况的最佳估计为基础，按照公司承担负债的公允价值金额，将当期取得的服务计入成本或费用和相应的负债。在相关负债结算前的每个资产负债表日以及结算日，对负债的公允价值重新计量，其变动计入当期损益。

（2）实施、修改、终止股份支付计划的相关会计处理

无论已授予的权益工具的条款和条件如何修改，甚至取消权益工具的授予或结算该权益工具，公司都应至少确认按照所授予的权益工具在授予日的公允价值来计量获取的相应的服务，除非因不能满足权益工具的可行权条件（除市场条件外）而无法可行权。

如果公司在等待期内取消了所授予的权益工具或结算了所授予的权益工具（因未满足可行权条件而被取消的除外），处理如下：

- 1) 将取消或结算作为加速可行权处理，立即确认原本应在剩余等待期内确认的金额。
- 2) 在取消或结算时支付给职工的所有款项均应作为权益的回购处理，回购支付的金额高于该

权益工具在回购日公允价值的部分，计入当期费用。

3) 如果向职工授予新的权益工具，并在新权益工具授予日认定所授予的新权益工具是用于替代被取消的权益工具的，公司应以处理原权益工具条款和条件修改相同的方式，对所授予的替代权益工具进行处理。

34、优先股、永续债等其他金融工具

公司发行的金融工具按照金融工具准则和金融负债和权益工具的区分及相关会计处理规定进行初始确认和计量。其后，公司以所发行金融工具的分类为基础，确定该工具利息支出或股利分配等的会计处理。对于归类为权益工具的金融工具，其利息支出或股利分配都作为发行企业的利润分配，其回购、注销等作为权益的变动处理。对于归类为金融负债的金融工具，其利息支出或股利分配原则上按照借款费用进行处理，其回购或赎回产生的利得或损失等计入当期损益。

发行方发行金融工具，其发生的手续费、佣金等交易费用，如分类为债务工具且以摊余成本计量的，计入所发行工具的初始计量金额；如分类为权益工具的，从权益中扣除。

35、收入

(1) 收入的确认和计量所采用的会计政策

收入是本公司在日常活动中形成的、会导致所有者权益增加的、与所有者投入资本无关的经济利益的总流入。

本公司在履行了合同中的履约义务，即在客户取得相关商品控制权时确认收入。取得相关商品控制权，是指能够主导该商品的使用并从中获得几乎全部的经济利益，也包括有能力阻止其他方主导该商品的使用并从中获得几乎全部的经济利益。

交易价格是本公司因向客户转让商品而预期有权收取的对价金额，不包括代第三方收取的款项以及本公司预期将退还给客户的款项。在确定合同交易价格时，如果存在可变对价，本公司按照期望值或最可能发生金额确定可变对价的最佳估计数，并以不超过在相关不确定性消除时累计已确认收入极可能不会发生重大转回的金额计入交易价格。合同中如果存在重大融资成分，本公司将根据客户在取得商品控制权时即以现金支付的应付金额确定交易价格，该交易价格与合同对价之间的差额，在合同期间内采用实际利率法摊销，对于客户取得商品控制权与客户支付价款间隔不超过一年的，本公司不考虑其中的融资成分。因转让商品而有权向客户收取的对价是非现金形式时，本公司按照非现金对价在合同开始日的公允价值确定交易价格。非现金对价公允价值不能合理估计的，本公司参照其承诺向客户转让商品的单独售价间接确定交易价格。本公司预期将退还给客户的款项，除了为自客户取得其他可明确区分商品外，将该应付对价冲减交易价格。应付客户对价超过自客户取得的可明确区分商品公允价值的，超过金额作为应付客户对价冲减交易价格。自客户取得的可明确区分商品公允价值不能合理估计的，本公司将应付客户对价全额冲减

交易价格。在对应付客户对价冲减交易价格进行会计处理时，本公司在确认相关收入与支付（或承诺支付）客户对价二者孰晚的时点冲减当期收入。

合同中包含两项或多项履约义务的，本公司在合同开始日，按照各单项履约义务所承诺商品的单独售价的相对比例，将交易价格分摊至各单项履约义务，按照分摊至各单项履约义务的交易价格计量收入。交易价格发生后续变动的，本公司按照在合同开始日所采用的基础将该后续变动金额分摊至合同中的履约义务。对于因合同开始日之后单独售价的变动不再重新分摊交易价格。

满足下列条件之一的，本公司属于在某一时段内履行履约义务；否则，属于在某一时点履行履约义务：

- 1) 客户在本公司履约的同时即取得并消耗本公司履约所带来的经济利益；
- 2) 客户能够控制本公司履约过程中在建的商品；
- 3) 本公司履约过程中所产出的商品具有不可替代用途，且本公司在整个合同期间内有权就累计至今已完成的履约部分收取款项。

对于在某一时段内履行的履约义务，本公司在该段时间内按照履约进度确认收入，但是，履约进度不能合理确定的除外。本公司按照投入法（或产出法）确定提供服务的履约进度。当履约进度不能合理确定时，本公司已经发生的成本预计能够得到补偿的，按照已经发生的成本金额确认收入，直到履约进度能够合理确定为止。

对于在某一时点履行的履约义务，本公司在客户取得相关商品控制权时点确认收入。在判断客户是否已取得商品控制权时，本公司会考虑下列迹象：

- 1) 本公司就该商品享有现时收款权利，即客户就该商品负有现时付款义务；
- 2) 本公司已将该商品的法定所有权转移给客户，即客户已拥有了该商品的法定所有权；
- 3) 本公司已将该商品实物转移给客户，即客户已占有该商品实物；
- 4) 本公司已将该商品所有权上的主要风险和报酬转移给客户，即客户已取得该商品所有权上的主要风险和报酬；
- 5) 客户已接受该商品。

(2) 与公司取得收入的主要活动相关的具体确认方法

直营门店的具体收入确认方法：公司在商品交付予客户时按照已收或应收客户对价总额确认销售收入。

经销模式的具体收入确认方法：公司在指定地点将商品交付予客户或客户指定的承运人，公司已经收款或取得索取货款依据时确认销售收入。

代销模式下的具体收入确认方法：公司在收到受托方提供的代销产品清单时确认销售收入。

通过电商销售产品的具体收入确认方法：终端消费者在电商平台确认收货或系统超时自动确认收货后，公司按照已收或应收客户对价确认销售收入。

36、合同成本

合同成本包括取得合同发生的增量成本及合同履约成本。

为取得合同发生的增量成本是指本公司不取得合同就不会发生的成本（如销售佣金等）。该成本预期能够收回的，本公司将其作为合同取得成本确认为一项资产。本公司为取得合同发生的、除预期能够收回的增量成本之外的其他支出于发生时计入当期损益。

为履行合同发生的成本，不适用存货、固定资产或无形资产等相关准则的规范范围的，且同时满足下列条件的，本公司将其作为合同履约成本确认为一项资产：

1）该成本与一份当前或预期取得的合同直接相关，包括直接人工、直接材料、制造费用（或类似费用）、明确由客户承担的成本以及仅因该合同而发生的其他成本；

2）该成本增加了企业未来用于履行履约义务的资源；

3）该成本预期能够收回。

合同取得成本确认的资产和合同履约成本确认的资产采用与该资产相关的商品或服务收入确认相同的基础进行摊销，计入当期损益。

与合同成本有关的资产，其账面价值高于下列两项差额的，本公司对超出部分计提减值准备，并确认为资产减值损失：

1）企业因转让与该资产相关的商品预期能够取得的剩余对价；

2）为转让该相关商品估计将要发生的成本。

以前期间减值的因素之后发生变化，使得（1）减（2）的差额高于该资产账面价值的，应当转回原已计提的资产减值准备，并计入当期损益，但转回后的资产账面价值不应超过假定不计提减值准备情况下该资产在转回日的账面价值。

37、政府补助

（1）政府补助的类型

政府补助，是指公司从政府无偿取得的货币性资产或非货币性资产，包括与资产相关的政府补助和与收益相关的政府补助。

与资产相关的政府补助，是指公司取得的、用于购建或以其他方式形成长期资产的政府补助。

与收益相关的政府补助，是指除与资产相关的政府补助之外的政府补助。

（2）政府补助的确认原则和确认时点

政府补助的确认原则：

- 1) 公司能够满足政府补助所附条件；
- 2) 公司能够收到政府补助。

政府补助同时满足上述条件时才能予以确认。

（3）政府补助的计量

- 1) 政府补助为货币性资产的，公司按照收到或应收的金额计量；
- 2) 政府补助为非货币性资产的，公司按照公允价值计量；公允价值不能可靠取得的，按照名义金额计量（名义金额为人民币 1 元）。

（4）政府补助的会计处理方法

1) 与资产相关的政府补助，在取得时冲减相关资产的账面价值或确认为递延收益。确认为递延收益的，在相关资产使用寿命内按照合理、系统的方法分期计入损益。按照名义金额计量的政府补助，直接计入当期损益。

2) 与收益相关的政府补助，分别下列情况处理：

A.用于补偿公司以后期间的相关成本费用或损失的，在取得时确认为递延收益，并在确认相关成本费用或损失的期间，计入当期损益或冲减相关成本。

B.用于补偿公司已发生的相关成本费用或损失的，在取得时直接计入当期损益或冲减相关成本。

3) 对于同时包含于资产相关部分和与收益相关部分的政府补助，可以区分的，则分不同部分分别进行会计处理；难以区分的，则整体归类为与收益相关的政府补助。

4) 与公司日常经营相关的政府补助，按照经济业务实质，计入其他收益或冲减相关成本费用。与公司日常活动无关的政府补助，计入营业外收支。财政将贴息资金直接拨付给公司的，公司将对应的贴息冲减相关借款费用。

5) 已确认的政府补助需要退回的，分别下列情况处理：

A.初始确认时冲减相关资产账面价值的，调整资产账面价值。

B.存在相关递延收益的，冲减相关递延收益账面金额，超出部分计入当期损益。

C.属于其他情况的，直接计入当期损益。

38、递延所得税资产/递延所得税负债

公司在取得资产、负债时，确定其计税基础。资产、负债的账面价值与其计税基础存在的暂时性差异，按照规定确认所产生的递延所得税资产或递延所得税负债。

(1) 递延所得税资产的确认

1) 公司以很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额为限，确认由可抵扣暂时性差异产生的递延所得税资产。但是，同时具有下列特征的交易中因资产或负债的初始确认所产生的递延所得税资产不予确认：①该项交易不是企业合并；②交易发生时既不影响会计利润也不影响应纳税所得额（或可抵扣亏损）。

2) 公司对与子公司、联营公司及合营企业投资相关的可抵扣暂时性差异，同时满足下列条件的，确认相应的递延所得税资产：①暂时性差异在可预见的未来很可能转回；②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。

3) 对于按照税法规定可以结转以后年度的可抵扣亏损和税款抵减，视同可抵扣暂时性差异处理，以很可能获得用来抵扣可抵扣亏损和税款抵减的未来应纳税所得额为限，确认相应的递延所得税资产。

(2) 递延所得税负债的确认

1) 除下列交易中产生的递延所得税负债以外，公司确认所有应纳税暂时性差异产生的递延所得税负债：①商誉的初始确认；②同时满足具有下列特征的交易中产生的资产或负债的初始确认：该项交易不是企业合并；交易发生时既不影响会计利润也不影响应纳税所得额（或可抵扣亏损）。

2) 公司对与子公司、联营公司及合营企业投资相关的应纳税暂时性差异，确认相应的递延所得税负债。但是，同时满足下列条件的除外：①投资企业能够控制暂时性差异转回的时间；②该暂时性差异在可预见的未来很可能不会转回。

39、租赁

(1) 租赁的识别

在合同开始日，本公司评估合同是否为租赁或者包含租赁。如果合同中一方让渡了在一定期间内控制一项或多项已识别资产使用的权利以换取对价，则该合同为租赁或者包含租赁。为确定合同是否让渡了在一定期间内控制已识别资产使用的权利，本公司进行如下评估：

1) 合同是否涉及已识别资产的使用。已识别资产可能由合同明确指定或在资产可供客户使用时隐性指定，并且该资产在物理上可区分，或者如果资产的某部分产能或其他部分在物理上不可区分但实质上代表了该资产的全部产能，从而使客户获得因使用该资产所产生的几乎全部经济利

益。如果资产的供应方在整个使用期间拥有对该资产的实质性替换权，则该资产不属于已识别资产；

2) 承租人是否有权获得在使用期间内因使用已识别资产所产生的几乎全部经济利益；

3) 承租人是否有权在该使用期间主导已识别资产的使用。

(2) 租赁的分拆和合并

合同中同时包含多项单独租赁的，本公司将合同予以分拆，并分别各项单独租赁进行会计处理。

同时符合下列条件的，使用已识别资产的权利构成合同中的一项单独租赁：

1) 承租人可从单独使用该资产或将其与易于获得的其他资源一起使用中获利；

2) 该资产与合同中的其他资产不存在高度依赖或高度关联关系。

(3) 作为承租人

1) 使用权资产

使用权资产的确定方法及会计处理方法见本会计政策之第（二十五）项使用权资产。

2) 租赁负债

租赁负债的确定方法及会计处理方法见本会计政策之第（三十一）项租赁负债。

3) 租赁期的评估

租赁期是本公司作为承租人有权使用租赁资产且不可撤销的期间。

本公司有续租选择权，即有权选择续租该资产，且合理确定将行使该选择权的，租赁期还包含续租选择权涵盖的期间。本公司有终止租赁选择权，即有权选择终止租赁该资产，但合理确定将不会行使该选择权的，租赁期包含终止租赁选择权涵盖的期间。

发生本公司可控范围内的重大事件或变化，且影响本公司是否合理确定将行使相应选择权的，本公司对其是否合理确定将行使续租选择权、购买选择权或不行使终止租赁选择权进行重新评估。

4) 租赁变更

租赁发生变更且同时符合下列条件的，本公司将该租赁变更作为一项单独租赁进行会计处理：

A.该租赁变更通过增加一项或多项租赁资产的使用权而扩大了租赁范围；

B.增加的对价与租赁范围扩大部分的单独价格按该合同情况调整后的金额相当。

5) 短期租赁和低价值资产租赁

短期租赁，是指在租赁期开始日，租赁期不超过 12 个月且不包含购买选择权的租赁。低价值资产租赁，是指单项租赁资产为全新资产时价值较低的租赁。本公司转租或预期转租租赁资产的，原租赁不属于低价值资产租赁。

本公司选择对短期租赁和低价值资产租赁不确认使用权资产和租赁负债，并将相关的租赁付款额在租赁期内各个期间按照直线法计入当期损益或相关资产成本。

(4) 作为出租人

在租赁开始日，本公司将租赁分为融资租赁和经营租赁。融资租赁，是指无论所有权最终是否转移，但实质上转移了与租赁资产所有权有关的几乎全部风险和报酬的租赁。经营租赁，是指除融资租赁以外的其他租赁。本公司作为转租出租人时，基于原租赁产生的使用权资产对转租赁进行分类。

1) 经营租赁会计处理

经营租赁的租赁收款额在租赁期内各个期间按照直线法确认为租金收入。本公司将发生的与经营租赁有关的初始直接费用予以资本化，在租赁期内按照与租金收入确认相同的基础分摊计入当期损益。未计入租赁收款额的可变租赁付款额在实际发生时计入当期损益。

2) 融资租赁会计处理

在租赁开始日，本公司对融资租赁确认应收融资租赁款，并终止确认融资租赁资产。本公司对应收融资租赁款进行初始计量时，将租赁投资净额作为应收融资租赁款的入账价值。租赁投资净额为未担保余值和租赁期开始日尚未收到的租赁收款额按照租赁内含利率折现的现值之和。

本公司按照固定的周期性利率计算并确认租赁期内各个期间的利息收入。应收融资租赁款的终止确认和减值参见本会计政策之第（十）项金融工具。

未纳入租赁投资净额计量的可变租赁付款额在实际发生时计入当期损益。

(5) 售后租回交易

本公司按照本会计政策之第（三十五）项收入的规定评估确定售后租回交易中的资产转让是否属于销售。

1) 作为承租人

售后租回交易中的资产转让属于销售的，本公司按原资产账面价值中与租回获得的使用权有关的部分，计量售后租回所形成的使用权资产，并仅就转让至出租人的权利确认相关利得或损失。

如果销售对价的公允价值与资产的公允价值不同，或者出租人未按市场价格收取租金，本公

公司将销售对价低于市场价格的款项作为预付租金进行会计处理，将高于市场价格的款项作为出租人向承租人提供的额外融资进行会计处理；同时按照公允价值调整相关销售利得或损失。

售后租回交易中的资产转让不属于销售的，本公司继续确认被转让资产，同时确认一项与转让收入等额的金融负债。

2) 作为出租人

售后租回交易中的资产转让属于销售的，本公司按照资产购买进行相应会计处理，并根据租赁准则对资产出租进行会计处理。

如果销售对价的公允价值与资产的公允价值不同，或者本公司未按市场价格收取租金，本公司将销售对价低于市场价格的款项作为预收租金进行会计处理，将高于市场价格的款项作为本公司向承租人提供的额外融资进行会计处理；同时按市场价格调整租金收入。

售后租回交易中的资产转让不属于销售的，本公司确认一项与转让收入等额的金融资产。

(二) 主要会计政策、会计估计的变更

1、 会计政策变更

√适用 □不适用

(1) 执行企业会计准则解释第 15 号对本公司的影响

1) 2021 年 12 月 30 日，财政部发布了《企业会计准则解释第 15 号》(财会〔2021〕35 号(以下简称“解释第 15 号”)，“关于资金集中管理相关列报”内容自公布之日起施行。本公司 2021 年 12 月 30 日起执行该解释。

解释第 15 号对通过内部结算中心、财务公司等对母公司及成员单位资金实行集中统一管理的，区分成员单位是归集至集团母公司账户的资金还是未归集至集团母公司账户而直接存入财务公司的资金，分别明确了成员单位、财务公司及母公司应当在资产负债表列报的项目。并对资金集中管理相关金融资产和金融负债项目是否能进行抵消进行了明确。

本公司自该解释发布之日起执行，对于发布前本公司的财务报表未按照该解释规定列报的，对可比期间的财务报表数据进行相应调整，执行该解释未对本公司的财务状况、经营成果产生重大影响。

2) 财政部于 2021 年 12 月 30 日发布了解释第 15 号，本公司自 2022 年 1 月 1 日起施行“关于企业将固定资产达到预定可使用状态前或者研发过程中产出的产品或副产品对外销售的会计处理”、“关于亏损合同的判断”的内容。

A.关于试运行销售的会计处理

解释第 15 号明确了企业将固定资产达到预定可使用状态前或者研发过程中产出的产品或副产品对外销售的会计处理及其列报，规定不应将试运行销售相关收入抵消相关成本后的净额冲减固定资产成本或研发支出。该规定自 2022 年 1 月 1 日起施行，对于财务报表列报最早期间的期初至 2022 年 1 月 1 日之间发生的试运行销售，追溯调整比较财务报表。

B.关于亏损合同的判断

解释 15 号明确了企业在判断合同是否构成亏损合同时所考虑的“履行该合同的成本”应当同时包括履行合同的增量成本和与履行合同直接相关的其他成本的分摊金额。该规定自 2022 年 1 月 1 日起施行，对在 2022 年 1 月 1 日尚未履行完所有义务的合同执行该规定，累积影响数调整施行日当年年初留存收益及其他相关的财务报表项目，不调整前期比较财务报表数据。

本公司采用解释第 15 号未对本公司财务状况和经营成果产生重大影响。

(2) 执行企业会计准则解释第 16 号对本公司的影响

财政部于 2022 年 11 月 30 日发布了《企业会计准则解释第 16 号》（财会〔2022〕31 号）（以下简称“解释第 16 号”），本公司自发布之日起施行“关于发行方分类为权益工具的金融工具相关股利的所得税影响的会计处理”、“关于企业将以现金结算的股份支付修改为以权益结算的股份支付的会计处理”的内容，自 2023 年 1 月 1 日起施行“关于单项交易产生的资产和负债相关的递延所得税不适用初始确认豁免的会计处理”内容。

A.关于发行方分类为权益工具的金融工具相关股利的所得税影响的会计处理

解释第 16 号明确了分类为权益工具的金融工具，相关股利支出按照税收政策相关规定在企业所得税税前扣除的，企业应当在确认应付股利时，确认与股利相关的所得税影响。该规定自 2022 年 11 月 30 日起施行，对于分类为权益工具的金融工具确认应付股利发生在 2022 年 1 月 1 日之前且相关金融工具在 2022 年 1 月 1 日尚未终止确认的，进行追溯调整比较财务报表。

B.关于现金结算股份支付修改为权益结算股份支付的会计处理

解释 16 号明确了修改以现金结算的股份支付协议中的条款和条件，使其成为以权益结算的股份支付的，在修改日，企业应当按照所授予权益工具当日的公允价值计量以权益结算的股份支付，将已取得的服务计入资本公积，同时终止确认以现金结算的股份支付在修改日已确认的负债，两者之间的差额计入当期损益。该规定自 2022 年 11 月 30 日起施行，累积影响数调整 2022 年 1 月 1 日留存收益及其他相关的财务报表项目，可比期间信息不予调整。

C.关于单项交易产生的资产和负债相关的递延所得税不适用初始确认豁免的会计处理

解释第 16 号明确了对于不是企业合并、交易发生时既不影响会计利润也不影响应纳税所得额（或可抵扣亏损）、且初始确认的资产和负债导致产生等额应纳税暂时性差异和可抵扣暂时性差

异的单项交易，不适用《企业会计准则第 18 号——所得税》第十一条（二）、第十三条关于豁免初始确认递延所得税负债和递延所得税资产的规定。企业对该交易因资产和负债的初始确认所产生的应纳税暂时性差异和可抵扣暂时性差异，应当根据《企业会计准则第 18 号——所得税》等有关规定，在交易发生时分别确认相应的递延所得税负债和递延所得税资产。该规定自 2023 年 1 月 1 日起施行，累积影响数调整财务报表列报最早期间的期初留存收益及其他相关财务报表项目。

本公司采用解释第 16 号未对本公司财务状况和经营成果产生重大影响。

单位：元

期间/时点	会计政策变更的内容	受影响的报表项目名称	原政策下的账面价值	影响金额	新政策下的账面价值
2021 年 12 月 30 日	执行企业会计准则解释第 15 号，“关于资金集中管理相关列报”内容	无	-	-	-
2022 年 1 月 1 日	执行企业会计准则解释第 15 号，“关于企业将固定资产达到预定可使用状态前或者研发过程中产出的产品或副产品对外销售的会计处理”、“关于亏损合同的判断”的内容	无	-	-	-
2023 年 1 月 1 日	执行企业会计准则解释第 16 号	无	-	-	-

2、会计估计变更

☐适用 ☒不适用

（三）前期会计差错更正

☐适用 ☒不适用

五、适用主要税收政策

（一）主要税种及税率

主要税种	计税依据	税率
增值税	应税销售收入或加工收入	3%、5%、6%、9%、13%
企业所得税	应纳税所得额	9%、20%、25%
城市维护建设税	应交流转税	5%、7%
教育费附加	应交流转税	3%
地方教育附加	应交流转税	2%

（二）税收优惠政策

（1）增值税

根据《财政部 税务总局关于实施小微企业普惠性税收减免政策的通知》（财税〔2019〕13 号）

的规定，自 2019 年 1 月 1 日至 2021 年 12 月 31 日，对月销售额 10 万元以下（含本数）的增值税小规模纳税人，免征增值税。根据《关于明确增值税小规模纳税人免征增值税政策的公告》（财政部 税务总局公告 2021 年第 11 号）的规定，自 2021 年 4 月 1 日至 2022 年 12 月 31 日，对月销售额 15 万元以下（含本数）的增值税小规模纳税人，免征增值税。根据《财政部 税务总局关于对增值税小规模纳税人免征增值税的公告》（财政部 税务总局公告 2022 年第 15 号）的规定，自 2022 年 4 月 1 日至 2022 年 12 月 31 日，增值税小规模纳税人适用 3%征收率的应税销售收入，免征增值税。根据《关于明确增值税小规模纳税人减免增值税等政策的公告》（财政部 税务总局公告 2023 年第 1 号）的规定，自 2023 年 1 月 1 日至 2023 年 12 月 31 日，对月销售额 10 万元以下（含本数）的增值税小规模纳税人，免征增值税，增值税小规模纳税人适用 3%征收率的应税销售收入，减按 1%征收率征收增值税。公司下设分、子公司中，符合优惠条件的享受上述增值税的优惠。

根据《财政部 税务总局关于支持个体工商户复工复产增值税政策的公告》（财政部税务总局公告 2020 年第 13 号）的规定，除湖北省外，其他省、自治区、直辖市的增值税小规模纳税人，适用 3%征收率的应税销售收入，减按 1%征收率征收增值税。根据《财政部 税务总局关于延长小规模纳税人减免增值税政策执行期限的公告》（财政部 税务总局公告 2020 年第 24 号）、《财政部 税务总局关于延续实施应对疫情部分税费优惠政策的公告》（财政部 税务总局公告 2021 年第 7 号）、《财政部 税务总局关于对增值税小规模纳税人免征增值税的公告》（财政部 税务总局公告 2022 年第 15 号）的规定，上述税收优惠政策实施期限延长到 2022 年 3 月 31 日。公司下设分、子公司中，符合优惠条件的享受上述增值税的优惠。

（2）企业所得税

根据《西藏自治区人民政府关于印发西藏自治区招商引资优惠政策若干规定（试行）的通知》（藏政发[2018]25 号）、《西藏自治区人民政府关于印发西藏自治区企业所得税政策实施办法(暂行)的通知》（藏政发[2022]11 号）、《西藏自治区招商引资优惠政策若干规定》的规定，符合相关条件的企业自 2018 年 1 月 1 日起至 2025 年 12 月 31 日止暂免征收企业所得税中属于地方分享的部分，故曲水迪柯尼自 2021 年 1 月 1 日起至 2023 年 6 月 30 日实际缴纳的企业所得税税率为 9%。

根据《国家税务总局关于实施小型微利企业普惠性所得税减免政策有关问题的公告》（国家税务总局公告 2019 年第 2 号）规定：自 2019 年 1 月 1 日至 2021 年 12 月 31 日，对小型微利企业年应纳税所得额不超过 100 万元的部分，减按 25%计入应纳税所得额，按 20%的税率缴纳企业所得税；对年应纳税所得额超过 100 万元但不超过 300 万元的部分，减按 50%计入应纳税所得额，按 20%的税率缴纳企业所得税。根据《关于实施小微企业和个体工商户所得税优惠政策的公告》（财政部 税务总局公告 2021 年第 12 号）规定：自 2021 年 1 月 1 日至 2022 年 12 月 31 日，对小型

微利企业和个体工商户年应纳税所得额不超过 100 万元的部分，在上述规定的优惠政策基础上，再减半征收企业所得税。根据《关于进一步实施小微企业所得税优惠政策的公告》（财政部 税务总局公告 2022 年第 13 号）规定：自 2022 年 1 月 1 日至 2024 年 12 月 31 日，对小型微利企业年应纳税所得额超过 100 万元但不超过 300 万元的部分，减按 25% 计入应纳税所得额，按 20% 的税率缴纳企业所得税。根据《关于小微企业和个体工商户所得税优惠政策的公告》（财政部 税务总局公告 2023 年第 6 号）规定：自 2023 年 1 月 1 日至 2024 年 12 月 31 日，对小型微利企业年应纳税所得额不超过 100 万元的部分，减按 25% 计入应纳税所得额，按 20% 的税率缴纳企业所得税。公司下设子公司中，符合优惠条件的享受上述增值税的优惠。

（三） 其他事项

☐适用 ☒不适用

六、 经营成果分析

（一） 报告期内经营情况概述

1、 报告期内公司经营成果如下：

项目	2023 年 1 月—6 月	2022 年度	2021 年度
营业收入（元）	429,067,197.89	792,331,775.94	920,073,837.79
综合毛利率	82.78%	79.75%	80.55%
营业利润（元）	57,087,254.35	78,843,776.07	93,914,718.56
净利润（元）	47,937,053.26	75,507,411.55	81,033,835.84
加权平均净资产收益率	8.31%	14.70%	17.11%
归属于申请挂牌公司股东的扣除非经常性损益后的净利润（元）	45,756,647.64	65,567,782.14	75,539,080.08

2、 经营成果概述

（1） 营业收入分析

报告期内，公司营业收入分别为 92,007.38 万元、79,233.18 万元及 42,906.72 万元。2022 年度，公司营业收入较 2021 年度有所下降，主要系受外部因素影响，销售有所下滑所致。关于公司营业收入变动的具体分析请参见本公开转让说明书“第五节 公司财务”之“六、经营成果分析”之“（二）营业收入分析”。

（2） 综合毛利率分析

报告期内，公司综合毛利率分别为 80.55%、79.75%和 82.78%，公司综合毛利率相对稳定。关于公司毛利率变动情况及分析请参见本公开转让说明书“第五节 公司财务”之“六、经营成果分析”之“（四）毛利率分析”。

(3) 净利润分析

报告期内，公司净利润分别为 8,103.38 万元、7,550.74 万元及 4,793.71 万元。2022 年度，公司净利润较 2021 年度有所下降，主要系受外部因素影响，销售有所下滑所致。

(4) 加权平均净资产收益率

报告期内，公司加权平均净资产收益率分别为 17.11%、14.70%及 8.31%，主要系受当期净利润和净资产变动所致。

(二) 营业收入分析

1、各类收入的具体确认方法

报告期内，公司主要通过直销、经销、代销、电商销售等模式进行销售，以直销为主要销售模式。

直营门店的具体收入确认方法：公司在商品交付予客户时按照已收或应收客户对价总额确认销售收入。

经销模式的具体收入确认方法：公司在指定地点将商品交付予客户或客户指定的承运人，公司已经收款或取得索取货款依据时确认销售收入。

代销模式下的具体收入确认方法：公司在收到受托方提供的代销产品清单时确认销售收入。

通过电商销售产品的具体收入确认方法：终端消费者在电商平台确认收货或系统超时自动确认收货后，公司按照已收或应收客户对价确认销售收入。

2、营业收入的主要构成

(1) 按产品（服务）类别分类

单位：元

项目	2023 年 1 月—6 月		2022 年度		2021 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
外套类	106,617,688.72	24.85%	231,965,384.38	29.28%	289,501,948.58	31.47%
T 恤类	100,586,956.00	23.44%	138,039,355.58	17.42%	138,741,427.69	15.08%
裤子类	82,508,201.61	19.23%	141,232,263.36	17.82%	152,355,480.47	16.56%
西服类	51,759,630.75	12.06%	78,675,067.20	9.93%	98,221,763.23	10.68%
毛衣类	17,812,055.42	4.15%	61,886,769.76	7.81%	73,271,265.50	7.96%
衬衫类	32,034,929.61	7.47%	58,052,497.02	7.33%	77,017,555.07	8.37%
皮衣类	20,872,590.77	4.86%	54,499,800.23	6.88%	68,515,110.93	7.45%
精品及其他	15,717,131.19	3.66%	25,487,681.92	3.22%	19,056,262.67	2.07%
其他业务收入	1,158,013.82	0.27%	2,492,956.51	0.31%	3,393,023.66	0.37%
合计	429,067,197.89	100.00%	792,331,775.94	100.00%	920,073,837.79	100.00%

原因分析	公司主营业务为销售外套、T 恤、裤子、西服、衬衫等男装产品。从收入结构看，公司外套、T 恤、裤子销售占比较高，报告期各期合计占主营业务收入比例分别为 63.34%、64.73%和 67.70%。
------	---

报告期内公司分产品类型销售数量、金额及单价情况如下表所示：

单位：万件、万元、元

2023 年 1-6 月			
品类	数量	金额	平均单价
外套类	5.33	10,661.77	1,999.13
T 恤类	14.13	10,058.70	712.09
裤子类	10.45	8,250.82	789.71
西服类	3.64	5,175.96	1,421.77
毛衣类	1.12	1,781.21	1,589.51
衬衫类	4.20	3,203.49	763.25
皮衣类	0.39	2,087.26	5,371.23
精品及其他	7.01	1,571.71	224.07
合计	46.27	42,790.92	924.85
2022 年度			
品类	数量	金额	平均单价
外套类	15.11	23,196.54	1,535.40
T 恤类	20.52	13,803.94	672.67
裤子类	20.44	14,123.23	690.99
西服类	6.72	7,867.51	1,170.99
毛衣类	7.35	6,188.68	842.54
衬衫类	8.22	5,805.25	706.58
皮衣类	1.46	5,449.98	3,737.21
精品及其他	18.37	2,548.77	138.74
合计	98.18	78,983.88	804.51
2021 年度			
品类	数量	金额	平均单价
外套类	17.89	28,950.19	1,618.15
T 恤类	20.85	13,874.14	665.28
裤子类	21.23	15,235.55	717.69
西服类	7.26	9,822.18	1,352.41

毛衣类	8.41	7,327.13	871.23
衬衫类	9.59	7,701.76	803.37
皮衣类	1.76	6,851.51	3,895.12
精品及其他	10.13	1,905.63	188.12
合计	97.12	91,668.08	943.84

2022 年度，公司主要产品的销量、销售单价变动情况分析如下：

①外套类

2022 年度，公司外套类产品销量为 15.11 万件，较 2021 年度减少 2.78 万件，平均销售单价较上年下降 82.75 元/件，导致销售金额较 2021 年度减少 5,753.65 万元，同比下降 19.87%。2022 年度外套类产品销售数量下降主要系外套类产品以秋冬款为主，下半年通常是秋冬款产品销售的旺季，2022 年下半年外部因素反复导致外套类产品销售有所减少；2022 年度外套类产品销售单价下降主要有两大因素所导致：A、2022 年度外部因素对公司直销门店销售的影响较为严重，直销模式销售占比下降，经销模式和电商模式销售占比提升，以上两种模式下外套类产品的销售单价低于直销模式，拉低了外套类产品的平均销售单价；B、外套类产品以秋冬季产品为主，直销模式下其当季产品的销售主要集中于第四季度，2022 年第四季度直销门店销售受外部因素影响较为严重，导致公司直销模式销售当季外套类产品的占比下降，当季产品的销售折扣力度低于过季产品，因此 2022 年度销售外套类产品的平均销售单价下降。

②T 恤类

2022 年度，公司 T 恤类产品的销售数量及销售单价均较 2021 年度变化不大，因 T 恤类产品以春夏款为主，春夏款的销售旺季集中于上半年，2022 年下半年外部因素对 T 恤类产品的销售未产生较大影响，故 2022 年度 T 恤类产品销售金额与 2021 年度相比无显著变化。

③裤子类

2022 年度，公司裤子类产品销售数量较 2021 年度减少 0.79 万件，主要系本期直销门店销售受到外部因素的影响较大所致；销售单价较 2021 年度下降 26.70 元/件，主要系 2022 年度经销模式和电商模式销售占比提升，以上两种模式下裤子类产品的销售单价低于直销模式，拉低了裤子类产品的平均销售单价。

2023 年上半年发行人各品类产品销售数量与 2022 年上半年差异较小，2023 年上半年发行人销售收入增长主要与平均单价的上升有关，各主要品类产品平均单价均有所上升，主要系 2023 年上半年发行人直销模式占比上升，直销模式下平均销售单价高于其他销售模式所致。

(2) 按地区分类

√适用 □不适用

单位：元

项目	2023年1月—6月		2022年度		2021年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
辽宁省	57,586,113.73	13.42%	104,993,029.81	13.25%	122,749,516.75	13.34%
江苏省	56,636,568.22	13.20%	102,086,403.73	12.88%	116,959,687.76	12.71%
陕西省	50,559,717.75	11.78%	86,019,109.07	10.86%	103,304,537.49	11.23%
广东省	25,978,858.76	6.05%	41,360,944.21	5.22%	57,936,695.24	6.30%
湖北省	23,575,108.19	5.49%	41,151,670.07	5.19%	52,899,786.82	5.75%
新疆维吾尔自治区	27,093,052.43	6.31%	32,414,433.23	4.09%	51,275,342.27	5.57%
浙江省	21,529,301.00	5.02%	40,945,384.98	5.17%	41,840,554.32	4.55%
黑龙江省	18,671,249.66	4.35%	38,830,866.67	4.90%	40,180,032.23	4.37%
四川省	9,112,228.01	2.12%	31,363,653.55	3.96%	35,183,618.50	3.82%
吉林省	13,928,096.94	3.25%	24,429,648.48	3.08%	33,901,426.54	3.68%
河北省	10,634,372.63	2.48%	27,837,900.92	3.51%	29,137,081.75	3.17%
山东省	13,887,414.93	3.24%	28,727,158.92	3.63%	27,910,402.83	3.03%
湖南省	10,390,896.95	2.42%	25,005,856.74	3.16%	27,042,983.72	2.94%
云南省	10,708,313.49	2.50%	18,794,122.84	2.37%	25,874,507.01	2.81%
山西省	11,677,036.29	2.72%	17,827,163.12	2.25%	19,723,601.83	2.14%
甘肃省	6,689,933.04	1.56%	12,232,381.27	1.54%	16,636,723.07	1.81%
北京市	6,448,855.09	1.50%	8,729,915.82	1.10%	11,713,969.39	1.27%
河南省	3,793,716.77	0.88%	8,150,143.28	1.03%	10,125,217.01	1.10%
贵州省	2,091,636.14	0.49%	6,190,232.53	0.78%	9,166,523.02	1.00%
内蒙古自治区	1,908,518.10	0.44%	6,565,463.00	0.83%	7,558,977.45	0.82%
重庆市	3,348,613.39	0.78%	4,837,417.33	0.61%	7,539,631.39	0.82%
宁夏回族自治区	2,703,321.02	0.63%	5,644,958.02	0.71%	6,510,733.50	0.71%
江西省	3,465,191.42	0.81%	5,283,405.11	0.67%	5,621,349.77	0.61%
天津市	-	-	18,420.89	0.00%	2,701,810.30	0.29%
上海市	53,461.38	0.01%	744,390.76	0.09%	2,384,421.31	0.26%
福建省	787,367.44	0.18%	2,073,589.02	0.26%	2,135,875.37	0.23%
西藏自治区	863,054.57	0.20%	1,498,506.08	0.19%	1,506,945.00	0.16%
青海省	1,150,216.15	0.27%	2,578,236.74	0.33%	768,574.79	0.08%
广西壮族自治区	-	-	-	-	317.26	0.00003%
电商销售	32,636,970.58	7.61%	63,504,413.24	8.01%	46,389,970.44	5.04%
其他业务收入	1,158,013.82	0.27%	2,492,956.51	0.31%	3,393,023.66	0.37%

合计	429,067,197.89	100.00%	792,331,775.94	100.00%	920,073,837.79	100.00%
原因分析	从产品销售区域来看，辽宁省、江苏省、陕西省为公司最大的市场区域，随着公司全国性销售网络的建设与拓展，浙江省、云南省等区域的发展也较为迅速，公司产品的销售市场覆盖全国各大地区。					

(3) 按生产方式分类

☐适用 ☒不适用

(4) 按销售方式分类

☒适用 ☐不适用

单位：元

项目	2023 年 1 月—6 月		2022 年度		2021 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直销	337,840,316.18	78.74%	530,337,792.14	66.93%	687,806,460.38	74.76%
经销	48,185,468.12	11.23%	178,902,398.93	22.58%	169,722,295.21	18.45%
代销	9,246,429.19	2.16%	17,094,215.12	2.16%	12,762,088.10	1.39%
电商销售	32,636,970.58	7.61%	63,504,413.24	8.01%	46,389,970.44	5.04%
其他业务收入	1,158,013.82	0.27%	2,492,956.51	0.31%	3,393,023.66	0.37%
合计	429,067,197.89	100.00%	792,331,775.94	100.00%	920,073,837.79	100.00%
原因分析	报告期内，公司主要通过直销、经销、代销、电商销售等模式进行销售，以直销为主要销售模式。 报告期内，公司线下直销收入分别为 68,780.64 万元、53,033.78 万元和 33,784.03 万元，占主营业务收入比例分别为 75.03%、67.15%和 78.95%，公司线下直销业务占主营业务比例较高。2022 年度，公司直销模式销售收入及销售占比下降，主要系下半年直销门店销售受到外部因素影响较为严重所致。2023 年上半年，发行人线下直销模式销售占比较 2022 年上升较多，主要系外部因素影响减弱，服装消费需求回暖所致。 报告期内，公司经销收入分别为 16,972.23 万元、17,890.24 万元和 4,818.55 万元，占主营业务收入的比分别为 18.51%、22.65%和 11.26%。2022 年度，公司经销模式销售收入及销售占比上升，主要系 2022 春夏款产品及 2022 秋冬款产品的订货会分别于 2021 年下半年及 2022 年上半年召开，经销商订货时对于外部因素发展预期较为乐观，订货额未显著减少，2022 年下半年的外部因素反复对公司经销模式的销售影响相对较小；此外，公司直销门店销售受到外部因素影响较为严重，直销模式销售占比下降，经销模式销售占比相应上升。2023 年上半年，发行人经销模式销售占比较 2022 年度下降较多，主要系 2023 年春夏款订货会于 2022 年下半年召开，2022 年下半年外部因素影响较为严重，经销商对于服装消费市场预期较低，同时经销商的销售受到外部因素影响，库存压力较大，因此普遍减少了 2023 年春夏款的订货量；此外，因春节					

	假期时间较早，公司 2022 年底销售 2023 年春夏款产品的金额相对较大，一定程度上也导致了 2023 年上半年经销收入的下降。 报告期内，公司代销收入分别为 1,276.21 万元、1,709.42 万元和 924.64 万元，占主营业务收入的比例分别为 1.39%、2.16%和 2.16%，销售占比较小。代销模式下，代销商定期根据产品的实际销售情况，以产品吊牌价的约定代销出货折扣与公司进行结算。 报告期内，公司电商销售收入分别为 4,639.00 万元、6,350.44 万元和 3,263.70 万元，占主营业务收入的比例分别为 5.06%、8.04%和 7.63%。2022 年度，公司电商模式销售收入及销售占比上升，主要系公司线下销售受到外部因素影响较大，公司加大对电商销售渠道的拓展力度所致。
--	---

（5） 其他分类

☐适用 ☒不适用

3、 公司收入冲回情况

☐适用 ☒不适用

4、 其他事项

☐适用 ☒不适用

（三） 营业成本分析

1、 成本归集、分配、结转方法

公司自身不直接从事产品生产，主要产品采用自主设计并向供应商采购（FOB 模式）及委托供应商加工（CMT 模式）的模式进行生产。FOB 模式下，公司自主进行产品设计，制定工艺标准，公司提供少量的商标性辅料，主要由成衣供应商采购面辅料，根据公司要求生产成衣。对于面料工艺较为考究的品类，公司主要采用 CMT 模式，由公司自主进行产品设计，制定工艺标准，采购面辅料并提供给委托加工商，委托加工商根据公司要求生产成衣。供应中心根据采购计划向供应商下达采购订单后，由品质控制组保持对供应商生产前、生产中的前期、中期、尾期进行多阶段层层质量把控，经过货品抽检验收合格后，由供应商负责运输或委托第三方物流运输至公司总仓，物流中心集中进行采购物资的验收入库。

结合生产模式及业务流程，公司根据《企业会计准则》的规定，采用分批法和品种法相结合的成本核算方法。公司根据产品批次以及具体产品向供应商下达订单，按照订单完工情况进行成本核算，核算过程如下：

（1）委托加工物资的归集

公司根据下达的采购订单的产品明细、产品 BOM 表规定的面辅料数量以及生产过程的合理损耗数量，向委外加工商发放相应的面辅料，按照发出材料的移动加权平均价格乘以发出数量结转计入“委托加工物资”科目。

（2）产品完工入库

供应商完成公司下达的采购订单后，将完工产品及未消耗的物料运送至公司仓库。在验收入库时根据采购订单及消耗的面辅料按照不同货号的产品核算产品完工成本，结转计入存货成本，并结合收回的未消耗的面辅料数量，冲减“委托加工物资”科目。公司 FOB 模式下的产品完工成本包括成衣采购成本以及辅料成本，CMT 模式下的产品完工成本包括委托加工成本以及面辅料成本，其中产品的成衣采购成本及委托加工成本系按照采购订单规定的不同货号的产品采购或加工单价以及实际完工数量进行确认，面辅料成本根据不同货号的产品 BOM 表规定的物料数量以及物料单位成本金额进行确认，并将生产过程的损耗根据完工产品的标准物料成本比重进行分摊。

（3）营业成本的结转

公司对外发出的库存商品，根据不同货号的产品，按照移动加权平均法计算的单位成本乘以发出数量，计算出发出产品的成本。对实现销售的已发出产品，按照销售数量和发出的单位成本，计算并结转至当月的“主营业务成本”科目；未实现销售的已发出产品，按照发出数量和发出的单位成本，计入“发出商品”或“委托代销商品”科目。

2、成本构成分析

（1）按照产品（服务）分类构成：

单位：元

项目	2023 年 1 月—6 月		2022 年度		2021 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
外套类	17,038,003.41	23.06%	46,656,265.30	29.08%	54,726,568.63	30.57%
T 恤类	16,261,734.29	22.01%	25,285,688.68	15.76%	25,335,048.09	14.15%
裤子类	13,244,575.45	17.92%	26,361,041.80	16.43%	26,414,522.21	14.76%
西服类	8,554,974.09	11.58%	14,739,129.15	9.19%	18,597,346.13	10.39%
毛衣类	2,613,218.33	3.54%	11,548,849.47	7.20%	13,355,348.20	7.46%
衬衫类	4,673,070.71	6.32%	10,216,098.01	6.37%	12,965,045.99	7.24%
皮衣类	4,055,039.67	5.49%	13,526,497.93	8.43%	15,753,064.08	8.80%
精品及其他	6,986,666.47	9.45%	10,927,150.68	6.81%	9,692,151.28	5.41%
其他业务成本	469,602.24	0.64%	1,176,321.44	0.73%	2,156,741.37	1.20%
合计	73,896,884.65	100.00%	160,437,042.46	100.00%	178,995,835.98	100.00%
原因分析	报告期内，公司各品类产品的成本占比与收入占比接近，成本与收入相匹配。报告期各期，主营业务成本的品类构成保持相对稳定。					

(2) 按成本性质分类构成:

单位: 元

项目	2023 年 1 月—6 月		2022 年度		2021 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
采购成衣 (FOB 模式) - 成衣采购成本	79,667,078.52	107.81%	188,235,334.97	117.33%	199,720,299.09	111.58%
采购成衣 (FOB 模式) - 辅料成本	3,295,327.29	4.46%	7,493,023.30	4.67%	8,046,941.11	4.50%
委托加工 (CMT 模式) - 委托加工成本	5,720,128.30	7.74%	12,364,105.17	7.71%	11,861,305.69	6.63%
委托加工 (CMT 模式) - 面辅料成本	5,020,826.38	6.79%	13,225,754.82	8.24%	12,143,126.54	6.78%
其他业务成本	469,602.24	0.64%	1,176,321.44	0.73%	2,156,741.37	1.20%
其他	-20,276,078.08	-27.44%	-62,057,497.24	-38.68%	-54,932,577.82	-30.69%
合计	73,896,884.65	100.00%	160,437,042.46	100.00%	178,995,835.98	100.00%
原因分析	注: 公司产品成本与主营业务成本存在一定差异, 主要系主营业务成本中还包含了存货跌价准备、应收退货成本、运输成本等成本要素。 公司的产品成本包括 FOB 模式下的成衣采购成本和辅料成本, 以及 CMT 模式下的委托加工成本和面辅料成本, 公司产品成本以 FOB 模式下的成衣采购成本为主, 报告期各期成衣采购成本占公司产品成本的比例分别为 86.17%、85.05% 和 85.02%。报告期内, 各成本要素的占比波动较小, 整体上产品成本结构稳定。					

(3) 其他分类

☐ 适用 ☒ 不适用

3、其他事项

☐ 适用 ☒ 不适用

(四) 毛利率分析

1. 按产品 (服务) 类别分类

单位: 元

2023 年 1 月—6 月			
项目	收入	成本	毛利率
外套类	106,617,688.72	17,038,003.41	84.02%
T 恤类	100,586,956.00	16,261,734.29	83.83%
裤子类	82,508,201.61	13,244,575.45	83.95%
西服类	51,759,630.75	8,554,974.09	83.47%

毛衣类	17,812,055.42	2,613,218.33	85.33%
衬衫类	32,034,929.61	4,673,070.71	85.41%
皮衣类	20,872,590.77	4,055,039.67	80.57%
精品及其他	15,717,131.19	6,986,666.47	55.55%
其他业务	1,158,013.82	469,602.24	59.45%
合计	429,067,197.89	73,896,884.65	82.78%
原因分析	详见后文。		
2022 年度			
项目	收入	成本	毛利率
外套类	231,965,384.38	46,656,265.30	79.89%
T 恤类	138,039,355.58	25,285,688.68	81.68%
裤子类	141,232,263.36	26,361,041.80	81.33%
西服类	78,675,067.20	14,739,129.15	81.27%
毛衣类	61,886,769.76	11,548,849.47	81.34%
衬衫类	58,052,497.02	10,216,098.01	82.40%
皮衣类	54,499,800.23	13,526,497.93	75.18%
精品及其他	25,487,681.92	10,927,150.68	57.13%
其他业务	2,492,956.51	1,176,321.44	52.81%
合计	792,331,775.94	160,437,042.46	79.75%
原因分析	详见后文。		
2021 年度			
项目	收入	成本	毛利率
外套类	289,501,948.58	54,726,568.63	81.10%
T 恤类	138,741,427.69	25,335,048.09	81.74%
裤子类	152,355,480.47	26,414,522.21	82.66%
西服类	98,221,763.23	18,597,346.13	81.07%
毛衣类	73,271,265.50	13,355,348.20	81.77%
衬衫类	77,017,555.07	12,965,045.99	83.17%
皮衣类	68,515,110.93	15,753,064.08	77.01%
精品及其他	19,056,262.67	9,692,151.28	49.14%
其他业务	3,393,023.66	2,156,741.37	36.44%
合计	920,073,837.79	178,995,835.98	80.55%
原因分析	公司销售量较大的产品依次为外套、裤子、T 恤、西服、毛衣、衬衫、皮衣，报告期各年度，同一品类产品的毛利率较为稳定。不同品类产品的毛利率之间存在差异，皮衣、外套、西服等货值较高的产品的毛利率相对较低，T 恤、裤子、衬衫等产品毛利率相对较高，主要系货值较高的产品的成本较高，成本加价率相对较低所致。2023 年 1-6 月，公司各类产品毛利率均有所上升，主要		

	系 2023 年上半年服装市场销售回暖，公司直销模式占比上升，直销模式下平均销售单价高于其他销售模式，相应毛利率有所上升。
--	---

2. 与可比公司毛利率对比分析

公司	2023 年 1 月—6 月	2022 年度	2021 年度
申请挂牌公司	82.78%	79.75%	80.55%
七匹狼	47.55%	45.23%	46.17%
乔治白	49.04%	46.97%	52.24%
九牧王	63.68%	59.46%	60.06%
比音勒芬	77.16%	77.40%	76.69%
报喜鸟	65.53%	62.74%	63.92%
海澜之家	45.11%	42.89%	40.64%
红豆股份	37.20%	34.07%	30.94%
平均值	55.04%	52.68%	52.95%
原因分析	报告期内，公司毛利率高于同行业可比公司平均水平，主要系公司两大品牌均定位中高端，目标客群为高消费阶层人士，各品类定价较高；同时公司销售以直销为主，直销渠道销售毛利率通常高于经销渠道销售毛利率。		

注：表中所示毛利率均为综合毛利率。

可比公司中，比音勒芬的品牌定位、目标客群以及销售模式与公司较为接近，公司毛利率略高于比音勒芬，主要系存货跌价准备的转销对毛利率的影响所致。根据可比公司公开披露的信息，剔除存货跌价准备转销冲减成本因素影响后，公司与可比公司的毛利率对比分析如下：

公司	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度
七匹狼	42.06%	34.00%	37.15%
乔治白	46.91%	44.45%	50.05%
九牧王	58.94%	53.17%	54.72%
比音勒芬	77.16%	75.52%	75.31%
报喜鸟	64.21%	61.53%	62.71%
海澜之家	42.75%	40.34%	39.17%
红豆股份	37.03%	33.00%	29.89%
平均值	52.72%	48.90%	49.91%
申请挂牌公司	75.95%	72.32%	74.91%

注：表中所示毛利率均为综合毛利率。

经上述调整后，报告期各期公司模拟毛利率分别为 74.91%和 72.32%和 75.95%，模拟毛利率与比音勒芬差异较小，较为接近。2022 年度，公司剔除存货跌价准备转销冲减成本因素影响后的毛利

率为 72.32%，较 2021 年度下降 2.59 个百分点，主要系 2022 年度公司直销门店销售受到外部因素影响较为严重，直销模式销售占比下降，经销模式及电商模式销售占比上升，以上两种模式下剔除存货跌价准备转销冲减成本因素影响后的毛利率相对较低，拉低了 2022 年度整体的毛利率水平。

2023 年 1-6 月，公司剔除存货跌价准备转销冲减成本因素影响后的毛利率为 75.95%，较 2022 年度上升 3.63 个百分点，主要系 2023 年上半年服装市场销售回暖，公司直销模式占比上升，直销模式下平均销售单价高于其他销售模式，相应毛利率有所上升。

3. 其他分类

☐适用 ☒不适用

4. 其他事项

☐适用 ☒不适用

（五） 主要费用、占营业收入的比重和变化情况

1. 期间费用分析

项目	2023 年 1 月—6 月	2022 年度	2021 年度
营业收入（元）	429,067,197.89	792,331,775.94	920,073,837.79
销售费用（元）	230,922,152.85	420,123,249.79	509,131,531.33
管理费用（元）	32,062,440.12	61,134,304.19	68,990,074.84
研发费用（元）	6,484,014.49	15,979,748.31	13,535,682.35
财务费用（元）	-1,280,077.18	-1,716,243.15	-25,816.36
期间费用总计（元）	268,188,530.28	495,521,059.14	591,631,472.16
销售费用占营业收入的比重	53.82%	53.02%	55.34%
管理费用占营业收入的比重	7.47%	7.72%	7.50%
研发费用占营业收入的比重	1.51%	2.02%	1.47%
财务费用占营业收入的比重	-0.30%	-0.22%	0.00%
期间费用占营业收入的比重总计	62.51%	62.54%	64.31%
原因分析	报告期内，公司期间费用占营业收入的比例分别为 64.31%、62.54%和 62.51%，报告期内保持相对稳定。		

2. 期间费用主要明细项目

（1） 销售费用

☒适用 ☐不适用

单位：元

项目	2023 年 1 月—6 月	2022 年度	2021 年度
职工薪酬	63,816,926.07	116,690,929.66	130,424,759.77
门店运营费	132,415,988.61	225,100,399.44	289,452,822.18

装修装饰费	8,271,507.92	26,079,855.37	36,239,304.77
广告宣传费	7,623,465.18	14,713,059.68	16,619,365.34
折旧与摊销	5,410,473.68	11,579,009.51	10,859,737.88
运输费	2,254,941.45	5,045,579.39	6,903,462.07
差旅费	2,281,777.24	3,257,907.82	4,631,775.92
包装及物料费用	1,306,289.48	3,175,898.01	3,743,108.40
订货会费用	1,146,569.66	2,204,990.76	2,418,147.46
电商运营费	6,018,536.09	11,612,929.87	6,382,736.22
办公及其他	375,677.47	662,690.28	1,456,311.32
合计	230,922,152.85	420,123,249.79	509,131,531.33
原因分析	报告期内，公司销售费用分别为 50,913.15 万元、42,012.32 万元和 23,092.22 万元，占营业收入比例分别为 55.34%、53.02%和 53.82%。公司销售费用主要由职工薪酬、门店运营费、装修装饰费等构成。报告期内，前述几项支出合计占销售费用的比例分别为 89.59%、87.56%和 88.56%。 2022 年度，公司销售费用较 2021 年度下降 8,900.83 万元，同比下降 17.48%，主要系当期外部因素对公司直销门店销售的影响较大，一方面，销售人员的绩效目标未能达成，绩效奖金减少；另一方面，外部因素对公司直销门店销售的影响也导致公司门店运营费下降；此外，公司 2022 年度新开设门店以及升级改造门店与 2021 年度相比相对较少，因此装修装饰费也有所下降。		

(2) 管理费用

单位：元

项目	2023 年 1 月—6 月	2022 年度	2021 年度
职工薪酬	16,806,699.65	31,807,278.97	39,168,983.46
折旧摊销	7,166,389.87	14,701,482.89	14,465,644.32
办公场所使用费	1,242,398.62	2,777,443.10	4,740,194.26
咨询服务费	5,208,567.40	4,190,835.36	2,885,309.78
差旅交通费	523,958.25	1,277,402.51	2,348,351.72
物料费	295,961.70	1,124,009.06	1,253,161.74
招聘及培训费	168,431.01	405,850.42	1,028,721.43
业务招待费	361,311.50	471,767.63	734,188.03
股权激励费用	-1,259,063.10	1,451,832.79	157,778.75
办公及其他	1,547,785.22	2,926,401.46	2,207,741.35

合计	32,062,440.12	61,134,304.19	68,990,074.84
原因分析	公司的管理费用主要由管理人员的薪酬、折旧及摊销、办公场所使用费等构成。报告期各期，公司的管理费用分别为 6,899.01 万元、6,113.43 万元和 3,206.24 万元，占当年度营业收入的比重分别为 7.50%、7.72%和 7.47%，报告期内管理费用率保持相对稳定。		

(3) 研发费用

单位：元

项目	2023 年 1 月—6 月	2022 年度	2021 年度
职工薪酬	5,945,868.96	11,549,004.77	9,687,116.93
折旧摊销	618,100.37	1,243,687.80	1,423,658.13
物料费	312,370.48	1,172,967.97	1,181,387.34
股权激励费用	-974,273.37	1,267,872.40	838,129.00
办公及其他	581,948.05	746,215.37	405,390.95
合计	6,484,014.49	15,979,748.31	13,535,682.35
原因分析	研发费用主要系研发人员的职工薪酬费用。报告期各期，公司的研发费用支出分别为 1,353.57 万元、1,597.97 万元和 648.40 万元。2022 年度公司研发费用较 2021 年度增加 244.41 万元，主要系公司注重研发投入，本期加大研发投入力度，招聘研发部门固定人员，减少薪酬水平较低的研发设计辅助人员数量，研发人员人均薪酬及研发人员数量均有所提升。		

(4) 财务费用

单位：元

项目	2023 年 1 月—6 月	2022 年度	2021 年度
利息支出	485,694.33	1,255,281.04	1,786,996.33
减：利息收入	1,844,218.55	3,154,753.40	2,026,896.28
银行手续费	78,447.04	183,229.21	214,083.59
汇兑损益	-	-	-
合计	-1,280,077.18	-1,716,243.15	-25,816.36
原因分析	报告期内，公司财务费用主要由租赁利息支出及利息收入等构成。		

3. 其他事项

☐适用 ☒不适用

(六) 影响经营成果的其他主要项目

1. 其他收益

√适用 □不适用

单位：元

项目	2023 年 1 月—6 月	2022 年度	2021 年度
政府补助	1,500.00	7,530,810.99	1,027,162.84
个税手续费返还	283,681.89	324,187.15	130,345.41
合计	285,181.89	7,854,998.14	1,157,508.25

具体情况披露

报告期各期，公司其他收益分别为 115.75 万元、785.50 万元和 28.52 万元。根据财政部 2017 年 5 月 10 日颁布的《企业会计准则第 16 号——政府补助》的相关规定，与公司日常活动相关的政府补助，应当按照经济业务实质，计入其他收益，并在利润表中的“营业利润”项目之上单独列报“其他收益”项目，计入其他收益的政府补助在该项目中反映。

报告期各期，公司的其他收益主要由各类政府补助构成，具体参见下文“5、报告期内政府补助明细表”。

2. 投资收益

√适用 □不适用

单位：元

项目	2023 年 1 月—6 月	2022 年度	2021 年度
理财收益	1,350,279.48	3,002,695.91	3,124,309.20
合计	1,350,279.48	3,002,695.91	3,124,309.20

具体情况披露：

报告期各期，公司的投资收益分别为 312.43 万元、300.27 万元和 135.03 万元，系公司投资理财产品收益。

3. 其他利润表科目

√适用 □不适用

单位：元

营业外收入科目			
项目	2023 年 1 月—6 月	2022 年度	2021 年度
赔偿款	-	-	454,771.30
其他	1,270.39	77,007.18	39,948.86
合计	1,270.39	77,007.18	494,720.16

具体情况披露

报告期各期，公司的营业外收入主要为赔偿款等。

单位：元

营业外支出科目			
项目	2023 年 1 月—6 月	2022 年度	2021 年度
违约损失	28,600.00	76,123.87	265,973.32
捐赠支出	4.00	261,097.00	315,772.88
报废固定资产等净损失	-	5,884.62	18,691.24
滞纳金	-	225.58	2,634.29
罚款支出	-	200.00	200.00
赔偿款	-	-	136,000.00
其他	29,040.71	123,243.44	17,046.10
合计	57,644.71	466,774.51	756,317.83

具体情况披露

报告期各期，公司的营业外支出分别为 75.63 万元、46.68 万元和 5.76 万元。

4. 非经常性损益情况

单位：元

项目	2023 年 1 月—6 月	2022 年度	2021 年度
非流动资产处置损益	406,334.02	609,120.75	59,507.78
越权审批或无正式批准文件的税收返还、减免	-	-	-
计入当期损益的政府补助（与公司正常经营业务密切相关，符合国家政策规定、按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外）	1,500.00	7,530,810.99	1,027,189.40
计入当期损益的对非金融企业收取的资金占用费	-	-	-
企业取得子公司、联营企业及合营企业的投资成本小于取得投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值产生的收益	-	-	-
非货币性资产交换损益	-	-	-
委托他人投资或管理资产的损益	1,350,279.48	3,002,695.91	3,124,309.20
因不可抗力因素，如遭受自然灾害而计提的各项资产减值准备	-	-	-
债务重组损益	-	-	-
企业重组费用，如安置职工的支出、整合费用等	-	-	-
交易价格显失公允的交易产生的超过公允价值部分的损益	-	-	-
同一控制下企业合并产生的子公司期初至合并日的当期净损益	-	-	-
与公司正常经营业务无关的或有事项产生的损益	-	-	-

除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外，持有交易性金融资产、交易性金融负债产生的公允价值变动损益，以及处置交易性金融资产、交易性金融负债和其他债权投资取得的投资收益	647,881.88	160,364.03	411,950.57
单独进行减值测试的应收款项减值准备转回	-	-	2,306,072.60
对外委托贷款取得的损益	-	-	-
采用公允价值模式进行后续计量的投资性房地产公允价值变动产生的损益	-	-	-
根据税收、会计等法律、法规的要求对当期损益进行一次性调整对当期损益的影响	-	-	-
受托经营取得的托管费收入	-	-	-
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-56,374.32	-383,882.71	-242,906.43
其他符合非经常性损益定义的损益项目	283,681.89	324,187.15	130,318.85
减：所得税影响数	452,897.33	1,303,666.71	1,321,686.21
少数股东权益影响额（税后）	-	-	-
非经常性损益净额	2,180,405.62	9,939,629.41	5,494,755.76

5. 报告期内政府补助明细表

√适用 □不适用

单位：元

补助项目	2023年1月—6月	2022年度	2021年度	与资产相关/与收益相关	经常性/非经常性损益	备注
曲水县经济创新发展产业扶持专项资金	-	7,310,182.00	-	与收益相关	非经常性	
以工代训补贴	-	-	1,015,000.00	与收益相关	非经常性	
一次性留工补助	-	156,875.00	-	与收益相关	非经常性	
一次性扩岗补助	1,500.00	3,000.00	-	与收益相关	非经常性	
稳岗补贴	-	78,253.99	12,162.84	与收益相关	非经常性	

七、 资产质量分析

（一） 流动资产结构及变化分析

√适用 □不适用

单位：元

项目	2023年1月—6月		2022年度		2021年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
货币资金	87,724,705.89	17.19%	93,462,659.36	15.86%	78,970,698.83	14.78%

交易性金融资产	120,673,613.39	23.65%	112,185,061.11	19.04%	93,409,383.34	17.49%
应收账款	66,196,359.08	12.97%	83,970,405.81	14.25%	110,035,339.30	20.60%
预付款项	16,244,812.38	3.18%	8,759,034.68	1.49%	9,990,302.36	1.87%
其他应收款	15,670,326.73	3.07%	16,757,663.03	2.84%	17,631,121.56	3.30%
存货	178,226,239.62	34.92%	219,814,960.16	37.31%	210,239,273.35	39.36%
一年内到期的非流动资产	14,273,179.17	2.80%	35,902,490.81	6.09%	-	-
其他流动资产	11,303,802.84	2.22%	18,279,549.22	3.10%	13,862,671.39	2.60%
合计	510,313,039.10	100.00%	589,131,824.18	100.00%	534,138,790.13	100.00%
构成分析	公司流动资产主要由货币资金、应收账款、存货等构成。					

1、货币资金

√适用 □不适用

(1) 期末货币资金情况

单位：元

项目	2023年6月30日	2022年12月31日	2021年12月31日
库存现金	63,218.29	112,531.43	191,718.45
银行存款	56,347,146.84	66,035,962.32	49,645,939.66
其他货币资金	31,314,340.76	27,314,165.61	29,133,040.72
合计	87,724,705.89	93,462,659.36	78,970,698.83
其中：存放在境外的款项总额	-	-	-

公司的货币资金主要为银行存款及其他货币资金，其中其他货币资金由公司存放于支付宝、微信、京东钱包及抖音钱包等账户余额、公司存入的提货卡存管账户的余额以及银行承兑汇票保证金余额构成。公司注重货币资金的管理，始终坚持稳健的货币资金管理策略，以满足日常生产经营所需资金需求。报告期各期末，公司货币资金余额分别为 7,897.07 万元、9,346.27 万元及 8,772.47 万元，占各期末流动资产的比例分别为 14.78%、15.86%和 17.19%。2022 年末，公司货币资金余额较上年末增加 1,449.20 万元，主要系公司正常经营活动所产生的现金流积累，并且公司在 2022 年度未分配股利所致。

(2) 其他货币资金

□适用 √不适用

(3) 其他情况

□适用 √不适用

2、交易性金融资产

√适用 □不适用

(1) 分类

单位：元

项目	2023 年 6 月 30 日	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日
分类以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	120,673,613.39	112,185,061.11	93,409,383.34
其中：债务工具投资	-	-	-
权益工具投资	-	-	-
衍生金融资产	-	-	-
其他	120,673,613.39	112,185,061.11	93,409,383.34
指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	-	-	-
其中：债务工具投资	-	-	-
权益工具投资	-	-	-
其他	-	-	-
合计	120,673,613.39	112,185,061.11	93,409,383.34

报告期各期末，公司交易性金融资产账面价值分别为 9,340.94 万元、11,218.51 万元和 12,067.36 万元，占各期末流动资产的比例分别为 17.49%、19.04%和 23.65%，公司交易性金融资产系公司为提升资金使用效率，根据资金规划使用部分暂时闲置的资金购买的理财产品。

(2) 其他情况

☐适用 ☒不适用

3、以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产

☐适用 ☒不适用

4、应收票据

☐适用 ☒不适用

5、应收账款

☒适用 ☐不适用

(1) 应收账款按种类披露

☒适用 ☐不适用

单位：元

种类	2023 年 6 月 30 日				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例	金额	计提比例	
按单项计提坏账准备	14,050,556.15	16.73%	14,050,556.15	100.00%	-
按组合计提坏账准备	69,948,832.47	83.27%	3,752,473.39	5.36%	66,196,359.08
合计	83,999,388.62	100.00%	17,803,029.54	21.19%	66,196,359.08

续：

种类	2022 年 12 月 31 日				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例	金额	计提比例	
按单项计提坏账准备	14,138,114.75	13.74%	14,138,114.75	100.00%	-
按组合计提坏账准备	88,743,342.21	86.26%	4,772,936.40	5.38%	83,970,405.81
合计	102,881,456.96	100.00%	18,911,051.15	18.38%	83,970,405.81

续：

种类	2021 年 12 月 31 日				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例	金额	计提比例	
按单项计提坏账准备	14,244,709.96	10.93%	14,244,709.96	100.00%	-
按组合计提坏账准备	116,037,724.50	89.07%	6,002,385.20	5.17%	110,035,339.30
合计	130,282,434.46	100.00%	20,247,095.16	15.54%	110,035,339.30

A、期末按单项计提坏账准备的应收账款

√适用 □不适用

单位：元

2023 年 6 月 30 日					
序号	应收账款内容	账面金额	坏账准备	计提比例	计提理由
1	沈阳盛京大家庭购物中心有限公司货款	9,560,817.97	9,560,817.97	100.00%	预计逾期贷款收回的信用风险较高
2	西安世纪金花珠江时代广场购物有限公司货款	1,514,908.38	1,514,908.38	100.00%	预计逾期贷款收回的信用风险较高
3	盐城普拉蒂尼贸易有限公司货款	1,079,652.35	1,079,652.35	100.00%	预计逾期贷款收回的信用风险较高
4	沈阳兴隆一百商业有限公司货款	735,320.49	735,320.49	100.00%	预计逾期贷款收回的信用风险较高
5	洛阳锦集实业有限公司货款	685,959.02	685,959.02	100.00%	预计逾期贷款收回的信用风险较高
6	广安摩尔春天百货有限公司货款	311,725.03	311,725.03	100.00%	预计逾期贷款收回的信用风险较高
7	烟台市铭鼎贸易有限公司货款	162,172.91	162,172.91	100.00%	预计逾期贷款收回的信用风险较高
合计	-	14,050,556.15	14,050,556.15	100.00%	-

√适用 □不适用

单位：元

2022 年 12 月 31 日					
序号	应收账款内容	账面金额	坏账准备	计提比例	计提理由

1	沈阳盛京大家庭购物中心有限公司货款	9,560,817.97	9,560,817.97	100.00%	预计逾期货款收回的信用风险较高
2	西安世纪金花珠江时代广场购物有限公司货款	1,514,908.38	1,514,908.38	100.00%	预计逾期货款收回的信用风险较高
3	盐城普拉蒂尼贸易有限公司货款	1,079,652.35	1,079,652.35	100.00%	预计逾期货款收回的信用风险较高
4	沈阳兴隆一百商业有限公司货款	735,320.49	735,320.49	100.00%	预计逾期货款收回的信用风险较高
5	洛阳锦集实业有限公司货款	685,959.02	685,959.02	100.00%	预计逾期货款收回的信用风险较高
6	广安摩尔春天百货有限公司货款	311,725.03	311,725.03	100.00%	预计逾期货款收回的信用风险较高
7	烟台市铭鼎贸易有限公司货款	162,172.91	162,172.91	100.00%	预计逾期货款收回的信用风险较高
8	徐州万福服饰有限公司货款	87,558.60	87,558.60	100.00%	预计逾期货款收回的信用风险较高
合计	-	14,138,114.75	14,138,114.75	100.00%	-

√适用 □不适用

单位：元

2021年12月31日					
序号	应收账款内容	账面金额	坏账准备	计提比例	计提理由
1	沈阳盛京大家庭购物中心有限公司货款	9,560,817.97	9,560,817.97	100.00%	预计逾期货款收回的信用风险较高
2	西安世纪金花珠江时代广场购物有限公司货款	1,514,908.38	1,514,908.38	100.00%	预计逾期货款收回的信用风险较高
3	盐城普拉蒂尼贸易有限公司货款	1,079,652.35	1,079,652.35	100.00%	预计逾期货款收回的信用风险较高
4	沈阳兴隆一百商业有限公司货款	735,320.49	735,320.49	100.00%	预计逾期货款收回的信用风险较高
5	洛阳锦集实业有限公司货款	685,959.02	685,959.02	100.00%	预计逾期货款收回的信用风险较高
6	广安摩尔春天百货有限公司货款	314,925.03	314,925.03	100.00%	预计逾期货款收回的信用风险较高

7	烟台市铭鼎贸易有限公司货款	162,172.91	162,172.91	100.00%	预计逾期贷款收回的信用风险较高
8	海南生生百货商场货款	103,395.21	103,395.21	100.00%	预计逾期贷款收回的信用风险较高
9	徐州万福服饰有限公司货款	87,558.60	87,558.60	100.00%	预计逾期贷款收回的信用风险较高
合计	-	14,244,709.96	14,244,709.96	100.00%	-

B、按照组合计提坏账准备的应收账款

√适用 □不适用

单位：元

组合名称	账龄组合				
账龄	2023年6月30日				
	账面余额	比例	坏账准备	计提比例	账面价值
1年以内（含1年）	69,578,447.70	99.47%	3,465,006.68	4.98%	66,113,441.02
1-2年（含2年）	180,649.36	0.26%	97,731.30	54.10%	82,918.06
2-3年（含3年）	-	-	-	-	-
3年以上	189,735.41	0.27%	189,735.41	100.00%	0.00
合计	69,948,832.47	100.00%	3,752,473.39	5.36%	66,196,359.08

续：

组合名称	账龄组合				
账龄	2022年12月31日				
	账面余额	比例	坏账准备	计提比例	账面价值
1年以内（含1年）	88,201,520.13	99.39%	4,392,435.68	4.98%	83,809,084.45
1-2年（含2年）	351,462.66	0.40%	190,141.30	54.10%	161,321.36
2-3年（含3年）	1,827.64	0.002%	1,827.64	100.00%	-
3年以上	188,531.78	0.21%	188,531.78	100.00%	-
合计	88,743,342.21	100.00%	4,772,936.40	5.38%	83,970,405.81

续：

组合名称	账龄组合				
账龄	2021年12月31日				
	账面余额	比例	坏账准备	计提比例	账面价值
1年以内（含1年）	115,703,853.59	99.71%	5,681,059.20	4.91%	110,022,794.39
1-2年（含2年）	25,251.43	0.02%	12,706.52	50.32%	12,544.91
2-3年（含3年）	185,368.66	0.16%	185,368.66	100.00%	-
3年以上	123,250.82	0.11%	123,250.82	100.00%	-
合计	116,037,724.50	100.00%	6,002,385.20	5.17%	110,035,339.30

(2) 本报告期实际核销的应收账款情况

√适用 □不适用

单位名称	应收账款内容	核销时间	核销金额(元)	核销原因	是否因关联交易产生
徐州万福服饰有限公司	货款	2023年5月15日	87,558.60	无法收回	否
海南生生百货商场	货款	2022年1月31日	103,395.21	无法收回	否
北安市比音勒芬服装商店	货款	2021年12月29日	59,849.50	无法收回	否
合计	-	-	250,803.31	-	-

(3) 应收账款金额前五名单位情况

√适用 □不适用

单位名称	2023年6月30日			
	与本公司关系	金额(元)	账龄	占应收账款总额的比例
沈阳盛京大家庭购物中心有限公司	非关联方	10,378,079.95	1年以内、3年以上	12.35%
唯品会(中国)有限公司	非关联方	4,089,098.72	1年以内	4.87%
深圳茂业百货有限公司	非关联方	2,793,105.30	1年以内	3.33%
昆明亚际贸易有限公司	非关联方	2,292,752.63	1年以内	2.73%
哈尔滨卓展时代广场百货有限公司	非关联方	2,090,187.42	1年以内	2.49%
合计	-	21,643,224.02	-	25.77%

续:

单位名称	2022年12月31日			
	与本公司关系	金额(元)	账龄	占应收账款总额的比例
沈阳盛京大家庭购物中心有限公司	非关联方	9,791,112.17	1年以内、3年以上	9.51%
唯品会(中国)有限公司	非关联方	6,622,095.30	1年以内	6.44%
湖北畅世商贸有限公司	非关联方	5,729,297.37	1年以内	5.57%
湖南雅寅商贸有限公司	非关联方	3,565,852.96	1年以内	3.47%
深圳茂业百货有限公司	非关联方	3,126,922.24	1年以内	3.04%
合计	-	28,835,280.04	-	28.03%

续:

单位名称	2021年12月31日			
	与本公司关系	金额(元)	账龄	占应收账款总额的比例

沈阳盛京大家庭购物中心有限公司	非关联方	9,627,792.35	1 年以内、3 年以上	7.39%
唯品会（中国）有限公司	非关联方	6,247,710.73	1 年以内	4.80%
群光实业（武汉）有限公司	非关联方	4,530,808.05	1 年以内	3.48%
苏州函数集团有限责任公司	非关联方	3,863,454.83	1 年以内	2.97%
新疆汇嘉时代百货股份有限公司	非关联方	2,900,759.16	1 年以内	2.22%
合计	-	27,170,525.12	-	20.86%

（4） 各期应收账款余额分析

①应收账款余额波动分析

报告期各期，公司应收账款账面余额分别为 13,028.24 万元、10,288.15 万元和 8,399.94 万元，2022 年末较 2021 年末减少 2,740.10 万元，主要系 2022 年末外部因素对公司直销模式销售影响较大，收入下降，应收账款余额相应减少；2023 年 6 月末较 2022 年末减少 1,888.21 万元，主要系 5 月至 6 月通常为男装销售淡季，此外春夏款产品货值相对较低，导致 5 月至 6 月与 11 月至 12 月相比销售金额相对较小，相应的 2023 年 6 月末应收账款账面余额较小。

②公司期末余额合理性分析

公司应收账款账龄主要分布在 1 年以内，2021 年末、2022 年末和 2023 年 6 月末账龄为 1 年以内的应收账款余额占比分别为 89.05%、85.73%和 82.83%。

公司账龄 1 年以上的应收账款主要系对沈阳盛京大家庭系统下各商场的应收账款。沈阳盛京大家庭商业集团有限公司 2018 年由于经营不善，资金链断裂，公司预计对其下属公司沈阳盛京大家庭购物中心有限公司及沈阳兴隆一百商业有限公司的应收账款无法收回，全额计提了坏账准备。2019 年沈阳盛京大家庭商业集团有限公司进入司法重整程序，公司已对无法收回的款项申报了债权。报告期内，商场经营未受影响，公司门店均正常营业，商品销售款均正常收回。

（5） 公司坏账准备计提政策谨慎性分析

报告期内，公司与同行业可比公司应收账款账龄组合坏账准备计提比例情况如下：

单位：%

项目	1 年以内	1-2 年	2-3 年	3-4 年	4-5 年	5 年以上
七匹狼	5.00	40.00	60.00	100.00	100.00	100.00
乔治白	5.00	20.00	50.00	100.00	100.00	100.00
九牧王	10.00	15.00	20.00-30.00	40.00-45.00	40.00-45.00	40.00-45.00
比音勒芬	5.01-5.03	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
报喜鸟	5.00	10.00	20.00	50.00	80.00	100.00
海澜之家	5.00	10.00	30.00	50.00	80.00	100.00

红豆股份	5.00	10.00	20.00	50.00	50.00	100.00
平均值	5.72	29.29	42.86-44.29	70-70.71	78.57-80	91.43-92.14
申请挂牌公司	4.91-4.98	50.32-54.10	100.00	100.00	100.00	100.00

由上表可见，与同行业可比公司相比，公司应收账款账龄组合采用较为谨慎的坏账准备计提政策，应收账款坏账准备计提充分。

(6) 应收关联方账款情况

☐适用 ☒不适用

(7) 其他事项

☒适用 ☐不适用

报告期内，公司各期末应收账款的期后回款金额及比例如下：

单位：万元

项目	2023年6月末	2022年末	2021年末
应收账款余额	8,399.94	10,288.15	13,028.24
期后回款金额	6,683.60	8,619.80	11,368.66
期后回款比例	79.57%	83.78%	87.26%

注：期后回款金额为各期末截至2023年12月31日的回款金额。

报告期内，公司各期末应收账款的期后回款比例分别为87.26%、83.78%以及79.57%，期后回款情况良好。截至2023年12月31日，公司存在部分款项暂未回款，主要系公司部分客户或联营商场因自身资金周转问题或与公司终止合作而长期未回款导致。

6、应收款项融资

☐适用 ☒不适用

7、预付款项

☒适用 ☐不适用

(1) 预付款项按账龄列示

单位：元

账龄	2023年6月30日		2022年12月31日		2021年12月31日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
1年以内(含1年)	15,410,239.95	94.87%	7,485,458.37	85.46%	9,971,906.10	99.81%
1-2年(含2年)	825,828.17	5.08%	1,264,832.05	14.44%	9,841.73	0.10%
2-3年(含3年)	8,406.73	0.05%	8,406.73	0.10%	618.58	0.01%
3年以上	337.53	0.00%	337.53	0.00%	7,935.95	0.08%
合计	16,244,812.38	100.00%	8,759,034.68	100.00%	9,990,302.36	100.00%

(2) 预付款项金额前五名单位情况

√适用 □不适用

2023年6月30日					
单位名称	与本公司关系	金额(元)	占期末余额的比例	账龄	款项性质
浙江鸿迪服饰股份有限公司	非关联方	2,569,588.29	15.82%	1年以内	货款
吉林朗顿制衣有限公司	非关联方	959,348.73	5.91%	1年以内	货款
浙江森奴服饰有限公司	非关联方	950,174.00	5.85%	1年以内	货款
温州市铭盛服饰有限公司	非关联方	882,206.92	5.43%	1年以内	货款
温州市荣威实业有限公司	非关联方	835,470.60	5.14%	1年以内	货款
合计	-	6,196,788.54	38.15%	-	-

续:

2022年12月31日					
单位名称	与本公司关系	金额(元)	占期末余额的比例	账龄	款项性质
华兴会计师事务所(特殊普通合伙)	非关联方	1,283,018.86	14.65%	1年以内	咨询服务费
中信证券股份有限公司	非关联方	943,396.23	10.77%	1年以内	咨询服务费
沈阳中免佰乐廊商贸有限公司	非关联方	832,246.90	9.50%	1年以内	货款
上海行动教育科技股份有限公司	非关联方	763,600.00	8.72%	1-2年	培训费
北京海润天睿(上海)律师事务所	非关联方	660,377.35	7.54%	0-2年	咨询服务费
合计	-	4,482,639.34	51.18%	-	-

续:

2021年12月31日					
单位名称	与本公司关系	金额(元)	占期末余额的比例	账龄	款项性质
广州一享服装有限公司	非关联方	1,508,396.54	15.10%	1年以内	货款
上海行动教育科技股份有限公司	非关联方	763,600.00	7.64%	1年以内	培训费
广州交易会进出口有限公司	非关联方	632,850.76	6.33%	1年以内	货款
北京意厉维纺织品有限公司	非关联方	579,588.60	5.80%	1年以内	货款
景德镇红叶陶瓷股份有限公司	非关联方	475,400.00	4.76%	1年以内	货款
合计	-	3,959,835.90	39.63%	-	-

公司预付款项主要为预付采购款等。报告期内,公司预付款项余额分别为999.03万元、875.90万元和1,624.48万元,占流动资产的比例分别为1.87%、1.49%和3.18%。

(3) 最近一期末账龄超过一年的大额预付款项情况

☐适用 ☒不适用

(4) 其他事项

☐适用 ☒不适用

8、其他应收款

☒适用 ☐不适用

单位：元

项目	2023年6月30日	2022年12月31日	2021年12月31日
其他应收款	15,670,326.73	16,757,663.03	17,631,121.56
应收利息	-	-	-
应收股利	-	-	-
合计	15,670,326.73	16,757,663.03	17,631,121.56

报告期各期末，公司其他应收款分别为 1,763.11 万元、1,675.77 万元和 1,567.03 万元，占流动资产的比重分别为 3.30%、2.84%和 3.07%。公司其他应收款主要为押金及保证金。

(1) 其他应收款情况

①其他应收款按种类披露

☒适用 ☐不适用

单位：元

坏账准备	2023 年 6 月 30 日							
	第一阶段		第二阶段		第三阶段		合计	
	未来 12 个月预期信用损失		整个存续期预期信用损失（未发生信用减值）		整个存续期预期信用损失（已发生信用减值）			
	账面金额	坏账准备	账面金额	坏账准备	账面金额	坏账准备	账面金额	坏账准备
按 单 项 计 提 坏账准备	-	-	-	-	24,200.00	24,200.00	24,200.00	24,200.00
按 组 合 计 提 坏账准备	16,491,608.86	821,282.13	-	-	-	-	16,491,608.86	821,282.13
合 计	16,491,608.86	821,282.13	-	-	24,200.00	24,200.00	16,515,808.86	845,482.13

续：

坏账准备	2022年12月31日			
	第一阶段	第二阶段	第三阶段	合计
	未来12个月预期信用损失	整个存续期预期信用损失	整个存续期预期信用损失（已发生信用减值）	

			失（未发生信用减值）					
	账面金额	坏账准备	账面金额	坏账准备	账面金额	坏账准备	账面金额	坏账准备
按 单 项 计 提 坏 账 准 备	-	-	-	-	24,200.00	24,200.00	24,200.00	24,200.00
按 组 合 计 提 坏 账 准 备	17,635,932.47	878,269.44	-	-	-	-	17,635,932.47	878,269.44
合 计	17,635,932.47	878,269.44	-	-	24,200.00	24,200.00	17,660,132.47	902,469.44

续：

坏账准备	2021 年 12 月 31 日							
	第一阶段		第二阶段		第三阶段		合计	
	未来 12 个月预期信用损失		整个存续期预期信用损失（未发生信用减值）		整个存续期预期信用损失（已发生信用减值）			
	账面金额	坏账准备	账面金额	坏账准备	账面金额	坏账准备	账面金额	坏账准备
按 单 项 计 提 坏 账 准 备	-	-	-	-	21,000.00	21,000.00	21,000.00	21,000.00
按 组 合 计 提 坏 账 准 备	18,541,509.69	910,388.13	-	-	-	-	18,541,509.69	910,388.13
合计	18,541,509.69	910,388.13	-	-	21,000.00	21,000.00	18,562,509.69	931,388.13

A、单项计提坏账准备的其他应收款：

√适用 □不适用

单位：元

2023 年 6 月 30 日					
序号	其他应收款内容	账面金额	坏账准备	计提比例	计提理由
1	押金及保证金	24,200.00	24,200.00	100.00%	无法收回
合计	-	24,200.00	24,200.00	100.00%	-

√适用 □不适用

单位：元

2022 年 12 月 31 日					
序号	其他应收款内容	账面金额	坏账准备	计提比例	计提理由
1	押金及保证金	24,200.00	24,200.00	100.00%	无法收回
合计	-	24,200.00	24,200.00	100.00%	-

√适用 □不适用

单位：元

2021 年 12 月 31 日					
序号	其他应收款内容	账面金额	坏账准备	计提比例	计提理由
1	押金及保证金	21,000.00	21,000.00	100.00%	无法收回
合计	-	21,000.00	21,000.00	100.00%	-

B、按照组合计提坏账准备的其他应收款：

√适用 □不适用

单位：元

组合名称	账龄组合				
账龄	2023 年 6 月 30 日				
	账面余额	比例	坏账准备	计提比例	账面价值
1 年以内(含 1 年)	3,221,874.93	19.54%	160,449.37	4.98%	3,061,425.56
1—2 年(含 2 年)	2,005,422.46	12.16%	99,870.04	4.98%	1,905,552.42
2—3 年(含 3 年)	1,860,574.54	11.28%	92,656.61	4.98%	1,767,917.93
3 年以上	9,403,736.93	57.02%	468,306.10	4.98%	8,935,430.83
合计	16,491,608.86	100.00%	821,282.13	4.98%	15,670,326.73

续：

组合名称	账龄组合				
账龄	2022 年 12 月 31 日				
	账面余额	比例	坏账准备	计提比例	账面价值
1 年以内(含 1 年)	3,089,893.20	17.52%	153,876.68	4.98%	2,936,016.52
1—2 年(含 2 年)	1,854,315.98	10.51%	92,344.94	4.98%	1,761,971.04
2—3 年(含 3 年)	2,653,610.00	15.05%	132,149.78	4.98%	2,521,460.22
3 年以上	10,038,113.29	56.92%	499,898.05	4.98%	9,538,215.24
合计	17,635,932.47	100.00%	878,269.44	4.98%	16,757,663.03

续：

组合名称	账龄组合				
账龄	2021 年 12 月 31 日				
	账面余额	比例	坏账准备	计提比例	账面价值
1 年以内(含 1 年)	3,808,956.32	20.54%	187,019.76	4.91%	3,621,936.56
1—2 年(含 2 年)	3,136,037.60	16.91%	153,979.45	4.91%	2,982,058.15
2—3 年(含 3 年)	4,658,770.12	25.13%	228,745.61	4.91%	4,430,024.51
3 年以上	6,937,745.65	37.42%	340,643.31	4.91%	6,597,102.34
合计	18,541,509.69	100.00%	910,388.13	4.91%	17,631,121.56

②按款项性质列示的其他应收款

单位：元

项目	2023 年 6 月 30 日		
	账面余额	坏账准备	账面价值
往来款	62,097.44	3,092.45	59,004.99
备用金	155,168.12	7,727.37	147,440.75
押金及保证金	16,298,543.30	834,662.30	15,463,881.00
合计	16,515,808.86	845,482.13	15,670,326.73

续：

项目	2022 年 12 月 31 日		
	账面余额	坏账准备	账面价值
往来款	649,291.88	32,334.74	616,957.14
备用金	172,893.32	8,610.09	164,283.23
押金及保证金	16,837,947.27	861,524.62	15,976,422.65
合计	17,660,132.47	902,469.44	16,757,663.03

续：

项目	2021 年 12 月 31 日		
	账面余额	坏账准备	账面价值
往来款	436,902.61	21,451.92	415,450.69
备用金	581,727.73	28,562.83	553,164.90
押金及保证金	17,543,879.35	881,373.38	16,662,505.97
合计	18,562,509.69	931,388.13	17,631,121.56

③本报告期实际核销的其他应收款情况

☐适用 ☒不适用

④其他应收款金额前五名单位情况

☒适用 ☐不适用

单位名称	2023 年 6 月 30 日				占其他应收款 总额的比例
	与本公司关系	款项性质	金额（元）	账龄	
广州保利商业 物业发展有限 公司	非关联方	押金及保证金	1,336,602.00	1 年以内； 2-3 年； 4-5 年； 5 年以上	8.09%
华润（沈阳）地 产有限公司	非关联方	押金及保证金	1,283,300.00	0-5 年； 5 年以 上	7.77%
中免（北京）商 贸有限公司	非关联方	押金及保证金	1,136,250.00	4-5 年； 5 年以 上	6.88%
华润置地（长 春）有限公司	非关联方	押金及保证金	911,130.00	1 年以内	5.52%
广州菲尚商贸	非关联方	押金及保证金	845,854.50	4-5 年； 5 年以	5.12%

有限公司				上	
合计	-	-	5,513,136.50	-	33.38%

续：

单位名称	2022 年 12 月 31 日				占其他应收款总额的比例
	与本公司关系	款项性质	金额（元）	账龄	
广州保利商业物业发展有限公司	非关联方	押金及保证金	1,344,834.00	2-3 年；4-5 年；5 年以上	7.62%
西咸新区百盈商贸有限公司	非关联方	押金及保证金	1,298,360.00	4-5 年	7.35%
华润（沈阳）地产有限公司	非关联方	押金及保证金	1,279,510.00	0-5 年；5 年以上	7.25%
中免（北京）商贸有限公司	非关联方	押金及保证金	1,136,250.00	3-5 年	6.43%
广州菲尚商贸有限公司	非关联方	押金及保证金	845,854.50	3-5 年	4.79%
合计	-	-	5,904,808.50	-	33.44%

续：

单位名称	2021 年 12 月 31 日				占其他应收款总额的比例
	与本公司关系	款项性质	金额（元）	账龄	
保利发展控股集团股份有限公司	非关联方	押金及保证金	1,344,834.00	1-2 年；3-4 年；5 年以上	7.25%
西咸新区百盈商贸有限公司	非关联方	押金及保证金	1,298,360.00	3-4 年	6.99%
中免（北京）商贸有限公司	非关联方	押金及保证金	1,136,250.00	2-4 年	6.12%
华润（沈阳）地产有限公司	非关联方	押金及保证金	1,020,702.00	5 年以内	5.50%
广州菲尚商贸有限公司	非关联方	押金及保证金	845,854.50	2-4 年	4.56%
合计	-	-	5,646,000.50	-	30.42%

⑤其他应收关联方账款情况

√适用 □不适用

具体参见本节之“九、关联方、关联关系及关联交易”部分的内容。

⑥其他事项

□适用 √不适用

(2) 应收利息情况

□适用 √不适用

(3) 应收股利情况

□适用 √不适用

9、 存货

√适用 □不适用

(1) 存货分类

单位：元

项目	2023 年 6 月 30 日		
	账面余额	跌价准备	账面价值
原材料	2,159,140.59	1,564,952.15	594,188.44
在产品	-	-	-
库存商品	271,324,674.94	108,548,828.79	162,775,846.15
周转材料	-	-	-
消耗性生物资产	-	-	-
低值易耗品	3,846,792.56	-	3,846,792.56
发出商品	1,206,727.47	1,012,857.91	193,869.56
委托代销商品	7,019,643.36	1,179,758.58	5,839,884.78
委托加工物资	6,356,491.27	1,380,833.14	4,975,658.13
合计	291,913,470.19	113,687,230.57	178,226,239.62

续：

项目	2022 年 12 月 31 日		
	账面余额	跌价准备	账面价值
原材料	1,968,083.77	1,409,338.48	558,745.29
在产品	-	-	-
库存商品	309,849,764.43	107,458,786.56	202,390,977.87
周转材料	-	-	-
消耗性生物资产	-	-	-
低值易耗品	3,118,402.77	-	3,118,402.77
发出商品	2,306,399.92	1,783,328.85	523,071.07
委托代销商品	11,525,143.13	1,430,731.25	10,094,411.88
委托加工物资	3,911,369.14	782,017.86	3,129,351.28
合计	332,679,163.16	112,864,203.00	219,814,960.16

续：

项目	2021 年 12 月 31 日		
	账面余额	跌价准备	账面价值
原材料	2,564,775.20	1,775,740.68	789,034.52
在产品	-	-	-
库存商品	294,330,752.79	102,401,155.70	191,929,597.09
周转材料	-	-	-
消耗性生物资产	-	-	-
低值易耗品	3,454,021.42	-	3,454,021.42

发出商品	1,370,935.80	1,170,949.81	199,985.99
委托代销商品	9,111,015.42	1,467,998.26	7,643,017.16
委托加工物资	7,570,709.08	1,347,091.91	6,223,617.17
合计	318,402,209.71	108,162,936.36	210,239,273.35

(2) 存货项目分析

报告期各期末，公司存货账面价值分别为 21,023.93 万元、21,981.50 万元和 17,822.62 万元，占流动资产的比重分别为 39.36%、37.31%和 34.92%，公司存货主要为库存商品，报告期各期占存货比例分别为 91.29%、92.07%和 91.33%。

2022 年末，公司存货账面价值较上年末增加 957.57 万元，系存货账面余额增加 1,427.70 万元与存货跌价准备增加 470.13 万元共同导致。2022 年末公司存货账面余额增加，主要系受到外部因素影响，销售情况不及预期所致；存货跌价准备增加，主要系受到外部因素影响，直销门店消化库存变慢，公司 1-2 年库龄的存货增加，计提的存货跌价准备相应增加。

2023 年 6 月末，公司存货账面价值较上年末减少 4,158.88 万元，系存货账面余额减少 4,076.57 万元和存货跌价准备增加 82.30 万元共同导致的。2023 年 6 月末公司存货账面余额减少，主要系 2023 年 6 月末公司存货余额中春夏款产品占比较高，春夏款产品的货值相对较低，此外，公司 2022 年受到外部因素影响，库存消化较慢，公司缩减了采购规模以控制存货积压风险，导致期末存货账面余额有所下降。

报告期内，公司各期末存货余额与订单情况如下：

单位：万元

项目	2023 年 6 月末	2022 年末	2021 年末
存货余额	29,191.34	33,267.92	31,840.22
销售订单金额	13,632.60	8,624.75	10,872.42
销售订单对应存货金额	3,885.89	2,507.28	3,127.98
销售订单对应存货金额 占存货余额比例	13.31%	7.55%	9.82%

注：销售订单对应存货金额=期末未执行完毕的合同金额/（1+13%）*（1-相应销售模式下销售毛利率）。

报告期内，公司各期末存货项目对应订单主要系经销客户对公司当季或下一季产品的采购订单，各期末销售订单对应存货金额占存货余额比例分别为 9.82%、7.55%及 13.31%，比例较低，主要系：1）公司以直销模式为主，直销门店消费者不存在提前下达订单的情况，经销模式销售占比较低，其销售订单金额对应的存货余额相对较低；2）为满足消费者对时尚的追求，公司每年每季产品均需对颜色、面料、外形等重新进行设计，根据市场销售预期情况按照季节提前备货，对各产品按照不同款式、颜色、尺码等维度进行全系列备货以满足消费者的需求，采购备货的金

额较大，导致各期存货余额较高。故报告期内，公司各期末存货余额与订单不具备匹配性。

(3) 建造合同形成的已完工未结算资产

☐适用 ☒不适用

10、 合同资产

☐适用 ☒不适用

11、 持有待售资产

☐适用 ☒不适用

12、 一年内到期的非流动资产

☒适用 ☐不适用

(1) 一年内到期的非流动资产余额表

单位：元

项目	2023 年 6 月 30 日	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日
大额存单	14,273,179.17	35,902,490.81	-
合计	14,273,179.17	35,902,490.81	-

报告期各期末，公司的一年内到期的非流动资产分别为 0 万元、3,590.25 万元和 1,427.32 万元，2022 年末及 2023 年 6 月末金额均系将于一年内到期的银行大额存单。

(2) 其他情况

☐适用 ☒不适用

13、 其他主要流动资产

☐适用 ☒不适用

(二) 非流动资产结构及变化分析

☒适用 ☐不适用

单位：元

项目	2023 年 1 月—6 月		2022 年度		2021 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
其他非流动金融资产	1,003,422.91	0.26%	1,029,154.42	0.34%	1,053,851.50	0.32%
固定资产	154,958,171.00	39.57%	158,378,187.18	52.43%	165,018,778.56	49.47%
使用权资产	27,841,356.49	7.11%	21,278,435.09	7.04%	33,065,551.55	9.91%
无形资产	26,678,258.14	6.81%	27,629,821.16	9.15%	28,599,915.76	8.57%
长期待摊费用	7,779,890.44	1.99%	9,153,526.77	3.03%	9,966,975.33	2.99%
递延所得税资产	59,956,233.40	15.31%	63,847,301.94	21.14%	60,726,671.06	18.20%
其他非流动资产	113,402,592.46	28.96%	20,764,884.69	6.87%	35,168,959.68	10.54%
合计	391,619,924.84	100.00%	302,081,311.25	100.00%	333,600,703.44	100.00%

构成分析	公司非流动资产主要由固定资产、其他非流动资产、递延所得税资产、使用权资产、无形资产等构成。
------	---

1、 债权投资

☐适用 ☒不适用

2、 可供出售金融资产

☐适用 ☒不适用

3、 其他债权投资

☐适用 ☒不适用

4、 其他权益工具投资

☐适用 ☒不适用

5、 长期股权投资

☐适用 ☒不适用

6、 其他非流动金融资产

☒适用 ☐不适用

(1) 其他非流动金融资产情况

单位：元

项目	2023 年 6 月 30 日	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日
曲水净缘实业发展有限公司投资款	1,003,422.91	1,029,154.42	1,053,851.50
合计	1,003,422.91	1,029,154.42	1,053,851.50

(2) 其他情况披露

☐适用 ☒不适用

7、 固定资产

☒适用 ☐不适用

(1) 固定资产变动表

☒适用 ☐不适用

单位：元

项目	2022 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2023 年 6 月 30 日
一、账面原值合计：	191,947,701.05	38,139.82	-	191,985,840.87
房屋及建筑物	166,881,551.34	-	-	166,881,551.34
办公设备	9,016,717.92	38,139.82	-	9,054,857.74
运输设备	4,263,512.44	-	-	4,263,512.44

其他	11,785,919.35	-	-	11,785,919.35
二、累计折旧合计:	33,569,513.87	3,458,156.00	-	37,027,669.87
房屋及建筑物	20,128,531.78	2,848,169.05	-	22,976,700.83
办公设备	7,741,902.79	227,141.27	-	7,969,044.06
运输设备	3,762,140.23	75,991.52	-	3,838,131.75
其他	1,936,939.07	306,854.16	-	2,243,793.23
三、固定资产账面净值合计	158,378,187.18	-3,420,016.18	-	154,958,171.00
房屋及建筑物	146,753,019.56	-2,848,169.05	-	143,904,850.51
办公设备	1,274,815.13	-189,001.45	-	1,085,813.68
运输设备	501,372.21	-75,991.52	-	425,380.69
其他	9,848,980.28	-306,854.16	-	9,542,126.12
四、减值准备合计	-	-	-	-
房屋及建筑物	-	-	-	-
办公设备	-	-	-	-
运输设备	-	-	-	-
其他	-	-	-	-
五、固定资产账面价值合计	158,378,187.18	-3,420,016.18	-	154,958,171.00
房屋及建筑物	146,753,019.56	-2,848,169.05	-	143,904,850.51
办公设备	1,274,815.13	-189,001.45	-	1,085,813.68
运输设备	501,372.21	-75,991.52	-	425,380.69
其他	9,848,980.28	-306,854.16	-	9,542,126.12

续:

项目	2021 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2022 年 12 月 31 日
一、账面原值合计:	191,706,804.57	516,203.04	275,306.56	191,947,701.05
房屋及建筑物	166,881,551.34	-	-	166,881,551.34
办公设备	8,572,368.44	516,203.04	71,853.56	9,016,717.92
运输设备	4,466,965.44	-	203,453.00	4,263,512.44
其他	11,785,919.35	-	-	11,785,919.35
二、累计折旧合计:	26,688,026.01	7,141,123.47	259,635.61	33,569,513.87
房屋及建筑物	14,432,193.80	5,696,337.98	-	20,128,531.78
办公设备	7,131,965.26	676,292.80	66,355.27	7,741,902.79
运输设备	3,793,645.22	161,775.35	193,280.34	3,762,140.23
其他	1,330,221.73	606,717.34	-	1,936,939.07
三、固定资产账面净值合计	165,018,778.56	-6,624,920.43	15,670.95	158,378,187.18
房屋及建筑物	152,449,357.54	-5,696,337.98	-	146,753,019.56
办公设备	1,440,403.18	-160,089.76	5,498.29	1,274,815.13
运输设备	673,320.22	-161,775.35	10,172.66	501,372.21
其他	10,455,697.62	-606,717.34	-	9,848,980.28
四、减值准备合计	-	-	-	-
房屋及建筑物	-	-	-	-
办公设备	-	-	-	-
运输设备	-	-	-	-
其他	-	-	-	-

五、固定资产账面价值合计	165,018,778.56	-6,624,920.43	15,670.95	158,378,187.18
房屋及建筑物	152,449,357.54	-5,696,337.98	-	146,753,019.56
办公设备	1,440,403.18	-160,089.76	5,498.29	1,274,815.13
运输设备	673,320.22	-161,775.35	10,172.66	501,372.21
其他	10,455,697.62	-606,717.34	-	9,848,980.28

续：

项目	2021 年 1 月 1 日	本期增加	本期减少	2021 年 12 月 31 日
一、账面原值合计：	192,285,346.03	1,549,175.70	2,127,717.16	191,706,804.57
房屋及建筑物	167,729,531.14	903,669.72	1,751,649.52	166,881,551.34
办公设备	8,256,682.32	639,753.77	324,067.65	8,572,368.44
运输设备	4,513,213.22	5,752.21	51,999.99	4,466,965.44
其他	11,785,919.35	-	-	11,785,919.35
二、累计折旧合计：	19,764,624.96	7,278,177.45	354,776.40	26,688,026.01
房屋及建筑物	8,783,172.60	5,649,021.20	-	14,432,193.80
办公设备	6,602,517.48	834,824.19	305,376.41	7,131,965.26
运输设备	3,668,874.60	174,170.61	49,399.99	3,793,645.22
其他	710,060.28	620,161.45	-	1,330,221.73
三、固定资产账面净值合计	172,520,721.07	-5,729,001.75	1,772,940.76	165,018,778.56
房屋及建筑物	158,946,358.54	-4,745,351.48	1,751,649.52	152,449,357.54
办公设备	1,654,164.84	-195,070.42	18,691.24	1,440,403.18
运输设备	844,338.62	-168,418.40	2,600.00	673,320.22
其他	11,075,859.07	-620,161.45	-	10,455,697.62
四、减值准备合计	-	-	-	-
房屋及建筑物	-	-	-	-
办公设备	-	-	-	-
运输设备	-	-	-	-
其他	-	-	-	-
五、固定资产账面价值合计	172,520,721.07	-5,729,001.75	1,772,940.76	165,018,778.56
房屋及建筑物	158,946,358.54	-4,745,351.48	1,751,649.52	152,449,357.54
办公设备	1,654,164.84	-195,070.42	18,691.24	1,440,403.18
运输设备	844,338.62	-168,418.40	2,600.00	673,320.22
其他	11,075,859.07	-620,161.45	-	10,455,697.62

(2) 固定资产清理

☐适用 ☒不适用

(3) 其他情况

☐适用 ☒不适用

8、使用权资产

☒适用 ☐不适用

(1) 使用权资产变动表

√适用 □不适用

单位：元

项目	2022 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2023 年 6 月 30 日
一、账面原值合计：	44,659,719.36	19,715,495.68	23,755,681.53	40,619,533.51
房屋及建筑物	44,659,719.36	19,715,495.68	23,755,681.53	40,619,533.51
二、累计折旧合计：	23,381,284.27	8,785,244.90	19,388,352.15	12,778,177.02
房屋及建筑物	23,381,284.27	8,785,244.90	19,388,352.15	12,778,177.02
三、使用权资产账面净值合计	21,278,435.09	10,930,250.78	4,367,329.38	27,841,356.49
房屋及建筑物	21,278,435.09	10,930,250.78	4,367,329.38	27,841,356.49
四、减值准备合计	-	-	-	-
房屋及建筑物	-	-	-	-
五、使用权资产账面价值合计	21,278,435.09	10,930,250.78	4,367,329.38	27,841,356.49
房屋及建筑物	21,278,435.09	10,930,250.78	4,367,329.38	27,841,356.49

续：

项目	2021 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2022 年 12 月 31 日
一、账面原值合计：	50,320,137.93	13,651,345.97	19,311,764.54	44,659,719.36
房屋及建筑物	50,320,137.93	13,651,345.97	19,311,764.54	44,659,719.36
二、累计折旧合计：	17,254,586.38	18,423,224.95	12,296,527.06	23,381,284.27
房屋及建筑物	17,254,586.38	18,423,224.95	12,296,527.06	23,381,284.27
三、使用权资产账面净值合计	33,065,551.55	-4,771,878.98	7,015,237.48	21,278,435.09
房屋及建筑物	33,065,551.55	-4,771,878.98	7,015,237.48	21,278,435.09
四、减值准备合计	-	-	-	-
房屋及建筑物	-	-	-	-
五、使用权资产账面价值合计	33,065,551.55	-4,771,878.98	7,015,237.48	21,278,435.09
房屋及建筑物	33,065,551.55	-4,771,878.98	7,015,237.48	21,278,435.09

续：

项目	2021 年 1 月 1 日	本期增加	本期减少	2021 年 12 月 31 日
一、账面原值合计：	43,016,263.05	9,983,540.99	2,679,666.11	50,320,137.93
房屋及建筑物	43,016,263.05	9,983,540.99	2,679,666.11	50,320,137.93
二、累计折旧合计：	-	18,270,586.84	1,016,000.46	17,254,586.38
房屋及建筑物	-	18,270,586.84	1,016,000.46	17,254,586.38
三、使用权资产账面净值合计	43,016,263.05	-8,287,045.85	1,663,665.65	33,065,551.55
房屋及建筑物	43,016,263.05	-8,287,045.85	1,663,665.65	33,065,551.55
四、减值准备合计	-	-	-	-
房屋及建筑物	-	-	-	-
五、使用权资产账面价值合计	43,016,263.05	-8,287,045.85	1,663,665.65	33,065,551.55

房屋及建筑物	43,016,263.05	-8,287,045.85	1,663,665.65	33,065,551.55
--------	---------------	---------------	--------------	---------------

2021 年末、2022 年末和 2023 年 6 月末,公司使用权资产账面价值分别为 3,306.56 万元、2,127.84 万元和 2,784.14 万元,主要系根据《企业会计准则第 21 号——租赁》公司将租赁的办公场所及门店的租赁成本在使用权资产科目进行核算。

2022 年末公司使用权资产账面价值较 2021 年末减少 1,178.72 万元,主要系公司租赁资产计提折旧以及部分租赁资产到期或提前终止所致。

(2) 其他情况

☐适用 ☒不适用

9、在建工程

☐适用 ☒不适用

10、无形资产

☒适用 ☐不适用

(1) 无形资产变动表

☒适用 ☐不适用

单位：元

项目	2022 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2023 年 6 月 30 日
一、账面原值合计	38,562,938.39	-	-	38,562,938.39
土地使用权	28,438,300.00	-	-	28,438,300.00
软件	10,124,638.39	-	-	10,124,638.39
二、累计摊销合计	10,933,117.23	951,563.02	-	11,884,680.25
土地使用权	3,033,418.67	284,383.00	-	3,317,801.67
软件	7,899,698.56	667,180.02	-	8,566,878.58
三、无形资产账面净值合计	27,629,821.16	-951,563.02	-	26,678,258.14
土地使用权	25,404,881.33	-284,383.00	-	25,120,498.33
软件	2,224,939.83	-667,180.02	-	1,557,759.81
四、减值准备合计	-	-	-	-
土地使用权	-	-	-	-
软件	-	-	-	-
五、无形资产账面价值合计	27,629,821.16	-951,563.02	-	26,678,258.14
土地使用权	25,404,881.33	-284,383.00	-	25,120,498.33
软件	2,224,939.83	-667,180.02	-	1,557,759.81

续：

项目	2021 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2022 年 12 月 31 日
一、账面原值合计	37,573,201.21	989,737.18	-	38,562,938.39

土地使用权	28,438,300.00	-	-	28,438,300.00
软件	9,134,901.21	989,737.18	-	10,124,638.39
二、累计摊销合计	8,973,285.45	1,959,831.78	-	10,933,117.23
土地使用权	2,464,652.67	568,766.00	-	3,033,418.67
软件	6,508,632.78	1,391,065.78	-	7,899,698.56
三、无形资产账面净值合计	28,599,915.76	-970,094.60	-	27,629,821.16
土地使用权	25,973,647.33	-568,766.00	-	25,404,881.33
软件	2,626,268.43	-401,328.60	-	2,224,939.83
四、减值准备合计	-	-	-	-
土地使用权	-	-	-	-
软件	-	-	-	-
五、无形资产账面价值合计	28,599,915.76	-970,094.60	-	27,629,821.16
土地使用权	25,973,647.33	-568,766.00	-	25,404,881.33
软件	2,626,268.43	-401,328.60	-	2,224,939.83

续：

项目	2021 年 1 月 1 日	本期增加	本期减少	2021 年 12 月 31 日
一、账面原值合计	37,056,012.18	517,189.03	-	37,573,201.21
土地使用权	28,438,300.00		-	28,438,300.00
软件	8,617,712.18	517,189.03	-	9,134,901.21
二、累计摊销合计	7,191,567.00	1,781,718.45	-	8,973,285.45
土地使用权	1,895,886.67	568,766.00	-	2,464,652.67
软件	5,295,680.33	1,212,952.45	-	6,508,632.78
三、无形资产账面净值合计	29,864,445.18	-	-	28,599,915.76
土地使用权	26,542,413.33	-568,766.00	-	25,973,647.33
软件	3,322,031.85	-695,763.42	-	2,626,268.43
四、减值准备合计	-	-	-	-
土地使用权	-	-	-	-
软件	-	-	-	-
五、无形资产账面价值合计	29,864,445.18	-	-	28,599,915.76
土地使用权	26,542,413.33	-568,766.00	-	25,973,647.33
软件	3,322,031.85	-695,763.42	-	2,626,268.43

报告期各期末公司无形资产的账面价值分别为 2,859.99 万元、2,762.98 万元和 2,667.83 万元，占非流动资产的比重分别为 8.57%、9.15%和 6.81%，主要为土地使用权。

报告期各期末，公司无形资产不存在减值迹象，无需计提无形资产减值准备。

(2) 其他情况

☐适用 ☒不适用

11、 生产性生物资产

☐适用 ☒不适用

12、 资产减值准备

√适用 □不适用

(1) 资产减值准备变动表

√适用 □不适用

单位：元

项目	2022 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少			2023 年 6 月 30 日
			转回	转销	其他减少	
存货跌价准备	112,864,203.00	30,102,153.86	-	29,279,126.29	-	113,687,230.57
合计	112,864,203.00	30,102,153.86	-	29,279,126.29	-	113,687,230.57

续：

项目	2021 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少			2022 年 12 月 31 日
			转回	转销	其他减少	
存货跌价准备	108,162,936.36	64,079,371.04	-	59,378,104.40	-	112,864,203.00
合计	108,162,936.36	64,079,371.04	-	59,378,104.40	-	112,864,203.00

(2) 其他情况

□适用 √不适用

13、 长期待摊费用

√适用 □不适用

(1) 长期待摊费用变动表

√适用 □不适用

单位：元

项目	2022 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少		2023 年 6 月 30 日
			摊销	其他减少	
装修费	9,153,526.77	3,020,236.21	4,393,872.54	-	7,779,890.44
合计	9,153,526.77	3,020,236.21	4,393,872.54	-	7,779,890.44

续：

项目	2021 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少		2022 年 12 月 31 日
			摊销	其他减少	
装修费	9,966,975.33	7,865,967.40	8,679,415.96	-	9,153,526.77
合计	9,966,975.33	7,865,967.40	8,679,415.96	-	9,153,526.77

报告期各期末，公司长期待摊费用余额分别为 996.70 万元、915.35 万元和 777.99 万元，主要系合同期限一年以上门店的装修费用。

(2) 其他情况

☐适用 ☒不适用

14、递延所得税资产

☒适用 ☐不适用

(1) 递延所得税资产余额

☒适用 ☐不适用

单位：元

项目	2023 年 6 月 30 日	
	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产
因计提存货跌价准备形成	113,687,230.57	28,310,593.01
因提货卡形成	87,980,425.01	21,995,106.26
因预提退货形成	20,677,490.92	2,297,779.50
因计提坏账准备形成	18,648,511.67	4,284,058.62
租赁相关暂时性差异	863,045.72	184,796.90
因会员积分形成	7,689,095.93	1,922,273.98
因应付职工薪酬形成	1,033,627.34	234,402.86
因未实现利润形成	2,324,194.24	481,116.21
因未弥补亏损产生	984,424.23	246,106.06
合计	253,888,045.63	59,956,233.40

续：

项目	2022 年 12 月 31 日	
	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产
因计提存货跌价准备形成	112,864,203.00	28,174,165.83
因提货卡形成	88,569,268.53	22,142,317.13
因预提退货形成	34,713,439.49	3,880,512.51
因计提坏账准备形成	19,813,520.59	4,397,609.51
租赁相关暂时性差异	1,032,109.64	239,767.54
因会员积分形成	15,675,761.02	3,918,940.26
因应付职工薪酬形成	2,490,329.50	572,555.71
因未实现利润形成	799,131.72	195,992.23
因未弥补亏损产生	1,301,764.88	325,441.22
合计	277,259,528.37	63,847,301.94

续：

项目	2021 年 12 月 31 日	
	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产
因计提存货跌价准备形成	108,162,936.36	27,037,195.68
因提货卡形成	81,723,654.60	20,429,360.90
因预提退货形成	28,514,182.31	2,926,408.68
因计提坏账准备形成	21,178,483.29	4,833,669.42
租赁相关暂时性差异	1,478,176.91	358,924.08
因会员积分形成	17,906,723.14	4,476,680.78
因应付职工薪酬形成	1,599,558.00	334,362.76

因未实现利润形成	1,336,319.20	330,068.76
合计	261,900,033.81	60,726,671.06

报告期各期末，公司递延所得税资产主要系公司计提存货跌价准备以及因提货卡所引起的可抵扣暂时性差异形成。

(2) 其他情况

☐适用 ☒不适用

15、其他主要非流动资产

☒适用 ☐不适用

(1) 其他主要非流动资产余额表

单位：元

项目	2023 年 6 月 30 日	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日
大额存单、定期存款	113,298,818.88	20,661,111.11	34,733,990.81
预付长期资产款项	103,773.58	103,773.58	434,968.87
合计	113,402,592.46	20,764,884.69	35,168,959.68

报告期各期末，公司的其他非流动资产余额分别为 3,516.90 万元、2,076.49 万元和 11,340.26 万元，2021 年末余额主要为到期时间一年以上的银行大额存单，2022 年末余额主要为三年期定期存款及到期时间一年以上的银行大额存单，2023 年 6 月末余额主要为到期时间一年以上的银行大额存单，余额增长较多主要系公司近期无分红计划，留存资金较多，加之理财产品收益不理想且不固定，因此转换为购买大额存单产品。

(2) 其他情况

☐适用 ☒不适用

(三) 资产周转能力分析

1、会计数据及财务指标

项目	2023 年 1 月—6 月	2022 年度	2021 年度
应收账款周转率（次/年）	9.18	6.80	6.76
存货周转率（次/年）	0.47	0.49	0.62
总资产周转率（次/年）	0.96	0.90	1.15

*注：2023 年 1-6 月数据已年化处理

2、波动原因分析

报告期内，公司应收账款周转率分别为 6.76、6.80 和 9.18。2023 年 1-6 月，公司应收账款周转率较 2022 年度有所上升，主要系公司销售季节性导致的半年末应收账款余额相对较小所致。

报告期内，公司存货周转率分别为 0.62、0.49 和 0.47。2022 年度存货周转率较 2021 年度有

所下降，主要系外部因素对公司直销门店销售造成一定影响所致。

八、 偿债能力、流动性与持续经营能力分析

（一） 流动负债结构及变化分析

√适用 □不适用

单位：元

项目	2023 年 1 月—6 月		2022 年度		2021 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
合同负债	132,992,053.55	46.02%	122,403,663.46	36.84%	124,484,980.58	33.57%
其他应付款	52,802,818.31	18.27%	58,763,392.87	17.69%	64,211,458.61	17.32%
其他流动负债	38,158,032.55	13.20%	58,334,230.73	17.56%	52,469,320.29	14.15%
应付账款	26,324,069.58	9.11%	43,113,563.39	12.98%	65,581,872.34	17.69%
一年内到期的非流动负债	13,634,981.48	4.72%	15,767,353.51	4.75%	17,062,764.65	4.60%
应付职工薪酬	13,540,360.82	4.69%	13,899,148.70	4.18%	19,344,778.05	5.22%
应交税费	10,868,336.11	3.76%	11,619,304.60	3.50%	20,011,126.96	5.40%
应付票据	656,272.80	0.23%	8,345,999.20	2.51%	7,611,242.47	2.05%
合计	288,976,925.20	100.00%	332,246,656.46	100.00%	370,777,543.95	100.00%
构成分析	报告期各期末，公司的流动负债主要包括应付账款、预收款项及合同负债、其他应付款等。					

1、 短期借款

□适用 √不适用

2、 应付票据

√适用 □不适用

（1） 应付票据余额表

√适用 □不适用

单位：元

项目	2023 年 6 月 30 日	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日
商业承兑汇票	-	-	-
银行承兑汇票	656,272.80	8,345,999.20	7,611,242.47
合计	656,272.80	8,345,999.20	7,611,242.47

（2） 无真实交易背景的票据融资

□适用 √不适用

（3） 其他情况

☐适用 ☒不适用

3、应付账款

☒适用 ☐不适用

(1) 应付账款账龄情况

单位：元

账龄	2023 年 6 月 30 日		2022 年 12 月 31 日		2021 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
1 年以内（含 1 年）	25,771,836.10	97.90%	41,387,015.11	96.00%	61,267,403.82	93.42%
1—2 年（含 2 年）	109,892.25	0.42%	1,194,451.10	2.77%	1,243,829.61	1.90%
2—3 年（含 3 年）	426,605.48	1.62%	49,955.95	0.12%	3,070,638.91	4.68%
3 年以上	15,735.75	0.06%	482,141.23	1.12%	-	-
合计	26,324,069.58	100.00%	43,113,563.39	100.00%	65,581,872.34	100.00%

公司应付账款主要为应付供应商货款、委托加工款以及应付工程款。报告期各期末，公司应付账款占流动负债比例分别为 17.69%、12.98%和 9.11%。

2022 年末，公司应付账款较 2021 年末下降 2,246.83 万元，主要系外部因素影响了大众的服装消费，公司对于该年度的服装销售情况持谨慎态度，在优化采购策略的同时，适当减少了当年货品的采购量导致应付账款期末余额减少。

2023 年 6 月末，公司应付账款较 2022 年末下降 1,678.95 万元，主要系公司的采购季节性因素导致，公司春夏款产品的大部分采购款已结算完毕，公司秋冬款产品通常主要在 7 月至 8 月进行采购，秋冬款尚未到货导致应付账款余额相应较小。

(2) 应付账款金额前五名单位情况

☒适用 ☐不适用

2023 年 6 月 30 日					
单位名称	与本公司关系	款项性质	金额（元）	账龄	占应付账款总额的比例
上海杰仕雅服饰有限公司	非关联方	货款	2,575,359.77	1 年以内	9.78%
浙江奥王服饰有限公司	非关联方	货款	2,135,353.71	1 年以内	8.11%
浙江爵派尔科技发展有限公司	非关联方	货款	1,896,374.41	1 年以内	7.20%
佛山市南海骏铠鞋业有限公司	非关联方	货款	1,816,809.92	1 年以内	6.90%
浙江东蒙制衣有限公司	非关联方	货款	1,319,157.51	1 年以内	5.01%
合计	-	-	9,743,055.32	-	37.01%

续：

2022 年 12 月 31 日					
单位名称	与本公司关系	款项性质	金额（元）	账龄	占应付账款总额的比例
浙江鸿迪服饰股份有限公司	非关联方	货款	6,806,429.71	1 年以内	15.79%
上海杰仕雅服饰有限公司	非关联方	货款	3,437,306.09	1 年以内	7.97%
浙江爵派尔科技发展有限公司	非关联方	货款	2,704,761.99	1 年以内	6.27%
桐乡市星马针织制衣有限公司	非关联方	货款	2,370,592.12	1 年以内	5.50%
佛山市南海骏铠鞋业有限公司	非关联方	货款	2,309,306.58	1 年以内	5.36%
合计	-	-	17,628,396.49	-	40.89%

续：

2021 年 12 月 31 日					
单位名称	与本公司关系	款项性质	金额（元）	账龄	占应付账款总额的比例
温州市鸿迪服饰有限公司	非关联方	货款	6,354,751.56	1 年以内	9.69%
桐乡市星马针织制衣有限公司	非关联方	货款	6,101,303.32	1 年以内	9.30%
浙江爵派尔科技发展有限公司	非关联方	货款	4,167,758.38	1 年以内	6.36%
东莞市恒泰建筑工程有限公司	非关联方	工程款	4,135,331.51	1-3 年	6.31%
佛山奥轩科技有限公司	非关联方	货款	3,982,409.76	1 年以内	6.07%
合计	-	-	24,741,554.53	-	37.73%

（3）其他情况

☐适用 ☒不适用

4、预收款项

☐适用 ☒不适用

5、合同负债

☒适用 ☐不适用

（1）合同负债余额表

单位：元

项目	2023 年 6 月 30 日	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日
----	-----------------	------------------	------------------

预收货款	125,302,957.62	106,727,902.44	106,578,257.44
会员积分	7,689,095.93	15,675,761.02	17,906,723.14
合计	132,992,053.55	122,403,663.46	124,484,980.58

公司合同负债主要为预收货款，报告期各期末，预收货款占合同负债的比例分别为 85.62%、87.19%和 94.22%。预收货款主要由直销门店提货卡销售及经销模式下预收的经销商订金构成。

2023 年 6 月末公司合同负债余额较 2022 年末有所上升，主要系 2023 年 6 月末合同负债主要为预收的经销商秋冬款订货的订金，由于与春夏款产品相比，秋冬款产品货值相对更高，故秋冬款订货的订金相应更高。

（2）其他情况披露

☐适用 ☒不适用

6、其他应付款

☒适用 ☐不适用

（1）其他应付款情况

1) 其他应付款账龄情况

账龄	2023 年 6 月 30 日		2022 年 12 月 31 日		2021 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
1 年以内（含 1 年）	28,469,675.35	53.92%	36,500,023.16	62.11%	40,754,971.95	63.47%
1—2 年（含 2 年）	9,420,185.09	17.84%	8,535,382.94	14.53%	6,697,585.95	10.43%
2—3 年（含 3 年）	4,270,090.00	8.09%	2,698,638.71	4.59%	4,440,794.74	6.92%
3 年以上	10,642,867.87	20.16%	11,029,348.06	18.77%	12,318,105.97	19.18%
合计	52,802,818.31	100.00%	58,763,392.87	100.00%	64,211,458.61	100.00%

2) 按款项性质分类情况：

单位：元

项目	2023 年 6 月 30 日		2022 年 12 月 31 日		2021 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
押金、保证金	33,540,706.14	63.52%	30,813,232.73	52.44%	31,039,249.26	48.34%
未付费用	18,882,721.12	35.76%	27,716,006.51	47.17%	32,611,951.84	50.79%
往来款	379,391.05	0.72%	234,153.63	0.40%	560,257.51	0.87%
合计	52,802,818.31	100.00%	58,763,392.87	100.00%	64,211,458.61	100.00%

报告期各期末，公司其他应付款余额分别为 6,421.15 万元、5,876.34 万元和 5,280.28 万元，主要为加盟保证金、未付装修费、未付托管费等。

3) 其他应付款金额前五名单位情况

☒适用 ☐不适用

2023年6月30日					
单位名称	与本公司关系	款项性质	金额（元）	账龄	占其他应付款总额的比例
广州市轩宇装饰有限公司	非关联方	未付费用	3,378,790.06	1年以内	6.40%
新疆大地商贸有限公司	非关联方	未付费用、押金及保证金	3,254,524.98	1年以内，3年以上	6.16%
好东嘉（武汉）企业管理有限公司	非关联方	未付费用、押金及保证金	3,163,519.48	1年以内，1-2年	5.99%
长沙闻达昌贸易有限公司	非关联方	未付费用、押金及保证金	1,558,610.14	1年以内，1-2年	2.95%
贵阳瑞福商贸有限公司	非关联方	押金及保证金	1,326,720.00	1-4年	2.51%
合计	-	-	12,682,164.66	-	24.02%

续：

2022年12月31日					
单位名称	与本公司关系	款项性质	金额（元）	账龄	占其他应付款总额的比例
好东嘉（武汉）企业管理有限公司	非关联方	未付费用、押金及保证金	4,494,661.05	1年以内，1-2年	7.65%
新疆大地商贸有限公司	非关联方	未付费用、押金及保证金	4,154,331.39	1年以内，3年以上	7.07%
广州市轩宇装饰有限公司	非关联方	未付费用	3,868,781.41	1年以内，1-2年	6.58%
山东泱锦装饰工程有限公司	非关联方	未付费用	1,842,367.17	1年以内	3.14%
长沙闻达昌贸易有限公司	非关联方	未付费用、押金及保证金	1,619,937.31	1年以内，1-2年	2.76%
合计	-	-	15,980,078.33	-	27.19%

续：

2021年12月31日					
单位名称	与本公司关系	款项性质	金额（元）	账龄	占其他应付款总额的比例
新疆大地商贸有限公司	非关联方	未付费用、押金及保证金	7,039,823.16	1年以内，2-3年，3年以上	10.96%
广州市轩宇装饰有限公司	非关联方	未付费用	3,606,012.41	1年以内	5.62%
好东嘉（武汉）企业管理有限公司	非关联方	未付费用、押金及保证金	2,517,553.53	1年以内	3.92%
四川鑫恒然企业管	非关联方	未付费用、押	2,102,403.53	1年以内，1-2年	3.27%

理有限公司		金及保证金			
山东泲锦装饰工程 有限公司	非关联方	未付费用	1,885,537.66	1 年以内	2.94%
合计	-	-	17,151,330.29	-	26.71%

(2) 应付利息情况

☐适用 ☒不适用

(3) 应付股利情况

☐适用 ☒不适用

(4) 其他情况

☐适用 ☒不适用

7、应付职工薪酬

☒适用 ☐不适用

(1) 应付职工薪酬变动表

单位：元

项目	2022 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2023 年 6 月 30 日
一、短期薪酬	13,899,148.70	81,440,296.66	81,807,905.44	13,531,539.92
二、离职后福利-设定提存计划	-	4,844,421.63	4,835,600.73	8,820.90
三、辞退福利	-	284,776.39	284,776.39	-
四、一年内到期的其他福利	-	-	-	-
合计	13,899,148.70	86,569,494.68	86,928,282.56	13,540,360.82

续：

项目	2021 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2022 年 12 月 31 日
一、短期薪酬	19,344,778.05	150,091,991.01	155,537,620.36	13,899,148.70
二、离职后福利-设定提存计划	-	9,489,416.39	9,489,416.39	-
三、辞退福利	-	465,806.00	465,806.00	-
四、一年内到期的其他福利	-	-	-	-
合计	19,344,778.05	160,047,213.40	165,492,842.75	13,899,148.70

续：

项目	2021 年 1 月 1 日	本期增加	本期减少	2021 年 12 月 31 日
一、短期薪酬	20,164,550.36	170,166,641.53	170,986,413.84	19,344,778.05

二、离职后福利-设定提存计划	-	8,663,126.75	8,663,126.75	-
三、辞退福利	-	451,091.88	451,091.88	-
四、一年内到期的其他福利	-	-	-	-
合计	20,164,550.36	179,280,860.16	180,100,632.47	19,344,778.05

报告期各期末，公司应付职工薪酬余额分别为 1,934.48 万元、1,389.91 万元和 1,354.04 万元，占流动负债总额的比例分别为 5.22%、4.18%和 4.69%。2022 年末公司应付职工薪酬较 2021 年末减少 544.56 万元，主要系 2022 年度公司销售收入有所下降，绩效奖金计提金额减少所致。

(2) 短期薪酬

单位：元

项目	2022 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2023 年 6 月 30 日
1、工资、奖金、津贴和补贴	13,898,125.77	76,931,205.91	77,304,859.76	13,524,471.92
2、职工福利费	-	297,680.50	297,680.50	-
3、社会保险费	-	3,006,109.67	3,001,859.60	4,250.07
其中：医疗保险费	-	2,853,796.24	2,850,054.04	3,742.20
工伤保险费	-	111,441.71	111,201.14	240.57
生育保险费	-	40,871.72	40,604.42	267.30
4、住房公积金	-	1,202,814.10	1,200,964.10	1,850.00
5、工会经费和职工教育经费	1,022.93	2,486.48	2,541.48	967.93
6、短期带薪缺勤	-	-	-	-
7、短期利润分享计划	-	-	-	-
8、其他短期薪酬	-	-	-	-
合计	13,899,148.70	81,440,296.66	81,807,905.44	13,531,539.92

续：

项目	2021 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2022 年 12 月 31 日
1、工资、奖金、津贴和补贴	19,343,396.16	140,381,927.84	145,827,198.23	13,898,125.77
2、职工福利费	-	1,268,465.93	1,268,465.93	-
3、社会保险费	-	6,015,914.31	6,015,914.31	-
其中：医疗保险费	-	5,703,594.36	5,703,594.36	-
工伤保险费	-	242,305.27	242,305.27	-
生育保险费	-	70,014.68	70,014.68	-
4、住房公积金	-	2,418,014.20	2,418,014.20	-
5、工会经费和职工教育经费	1,381.89	7,668.73	8,027.69	1,022.93
6、短期带薪缺勤	-	-	-	-
7、短期利润分享计划	-	-	-	-
8、其他短期薪酬	-	-	-	-
合计	19,344,778.05	150,091,991.01	155,537,620.36	13,899,148.70

续：

项目	2021 年 1 月 1 日	本期增加	本期减少	2021 年 12 月 31 日
1、工资、奖金、津贴和补贴	20,162,977.97	160,733,376.70	161,552,958.51	19,343,396.16
2、职工福利费	-	1,165,397.24	1,165,397.24	-
3、社会保险费	-	5,784,735.62	5,784,735.62	-
其中：医疗保险费	-	5,467,328.94	5,467,328.94	-
工伤保险费	-	183,919.76	183,919.76	-
生育保险费	-	133,486.92	133,486.92	-
4、住房公积金	-	2,477,068.60	2,477,068.60	-
5、工会经费和职工教育经费	1,572.39	6,063.37	6,253.87	1,381.89
6、短期带薪缺勤	-	-	-	-
7、短期利润分享计划	-	-	-	-
8、其他短期薪酬	-	-	-	-
合计	20,164,550.36	170,166,641.53	170,986,413.84	19,344,778.05

8、 应交税费

√适用 □不适用

单位：元

项目	2023 年 6 月 30 日	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日
增值税	4,853,124.41	6,265,156.22	5,165,637.49
消费税	-	-	-
企业所得税	4,240,920.90	3,635,772.74	10,216,470.12
个人所得税	645,828.22	785,055.47	3,818,466.10
城市维护建设税	329,143.87	413,033.87	353,428.54
教育费附加	141,736.36	190,765.49	153,233.79
地方教育附加	94,491.49	127,176.99	102,155.84
印花税	68,290.76	76,789.75	73,333.80
房产税	461,028.10	125,244.53	127,530.24
土地使用税	33,772.00	309.54	871.04
合计	10,868,336.11	11,619,304.60	20,011,126.96

报告期各期末，公司应交税费分别为 2,001.11 万元、1,161.93 万元和 1,086.83 万元。2022 年末公司应交税费余额较上年末减少 839.18 万元，主要系 2022 年度公司利润总额减少导致应交企业所得税余额减少所致。

9、 其他主要流动负债

√适用 □不适用

(1) 其他主要流动负债余额表

单位：元

其他流动负债科目			
项目	2023 年 6 月 30 日	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日

预提退货款	30,642,853.39	52,992,396.23	42,376,853.70
待转销项税额	7,515,179.16	5,341,834.50	10,092,466.59
合计	38,158,032.55	58,334,230.73	52,469,320.29

报告期各期末，公司其他流动负债分别为 5,246.93 万元、5,833.42 万元和 3,815.80 万元，各期末余额主要为新收入准则下公司根据经销合同中与经销商约定的可退货比例预估的退货收入。

2022 年末，其他流动负债较 2021 年末增加 586.49 万元，主要系 2022 年秋冬款公司向经销商出货金额高于 2021 年秋冬款，此外由于 2023 年春节假期时间较 2022 年春节假期时间有所提前，为满足经销商的备货需求，公司于 2022 年末向经销商发出了部分 2023 年春夏款产品，预提退货款相应增加。2023 年 6 月末，公司其他流动负债较 2022 年末下降 2,017.62 万元，下降较多主要系 2023 年 6 月末其他流动负债余额主要系预提的 2023 年春夏款的退货款，春夏款的销售额小于秋冬款，相应预提退货款较小所致。

（2）其他情况

☐适用 ☒不适用

（二）非流动负债结构及变化分析

☒适用 ☐不适用

项目	2023 年 1 月—6 月		2022 年度		2021 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
租 赁 负 债 (元)	14,071,010.37	96.50%	5,767,152.42	91.60%	16,080,824.69	71.41%
递延所得税 负债(元)	510,615.38	3.50%	528,630.35	8.40%	6,437,545.47	28.59%
合计	14,581,625.75	100.00%	6,295,782.77	100.00%	22,518,370.16	100.00%
构成分析	报告期各期末，公司的非流动负债以租赁负债为主。 报告期各期末，公司租赁负债余额分别为 1,608.08 万元、576.72 万元和 1,407.10 万元，根据《企业会计准则第 21 号——租赁》公司将租赁的办公场所及门店的租赁付款额现值中到期时间一年以上的部分在租赁负债科目进行核算。 2022 年末，公司租赁负债较 2021 年末减少 1,031.37 万元，主要系公司履行租赁合同支付租金导致公司租赁付款额减少所致。2023 年 6 月末，公司租赁负债较 2022 年末增加 830.39 万元，主要系公司部分租赁场所与出租方签订新的租赁合同所致。					

（三）偿债能力与流动性分析

项目	2023 年 6 月 30 日	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日
----	-----------------	------------------	------------------

资产负债率	33.66%	37.99%	45.32%
流动比率（倍）	1.77	1.77	1.44
速动比率（倍）	1.15	1.11	0.87
利息支出	485,694.33	1,255,281.04	1,786,996.33
利息保障倍数（倍）	118.42	63.50	53.41

1、波动原因分析

（1）流动比率及速动比率分析

报告期各期末，公司流动比率分别为 1.44、1.77 和 1.77，速动比率分别为 0.87、1.11 和 1.15。2022 年末公司流动比率及速动比率较上年末有所上升，主要系公司购买的部分银行大额存单将于一年内到期，划分为流动资产所致。

（2）资产负债率分析

报告期各期末，公司资产负债率（合并口径）分别为 45.32%、37.99%和 33.66%。2022 年末公司资产负债率较 2021 年末有所下降，主要系 2022 年受到外部因素的影响，公司销售有所下滑，公司主动通过减少货品采购量、控制费用性支出等方式降低负债规模，以抵御经营风险所致。

（3）利息保障倍数分析

公司息税折旧摊销前利润主要由商品销售款产生，报告期内利润来源持续稳定，利息偿付等财务风险较小。

（四）现金流量分析

1、会计数据及财务指标

项目	2023 年 1 月—6 月	2022 年度	2021 年度
经营活动产生的现金流量净额（元）	12,530,861.33	64,127,567.48	98,666,174.86
投资活动产生的现金流量净额（元）	-9,786,599.15	-29,809,071.21	-46,949,660.66
筹资活动产生的现金流量净额（元）	-9,452,862.76	-21,214,064.48	-68,969,198.90
现金及现金等价物净增加额（元）	-6,708,600.58	13,104,431.79	-17,252,684.70

2、现金流量分析

报告期各期，公司经营性现金流量净额分别为 9,866.62 万元、6,412.76 万元和 1,253.09 万元，公司的盈利质量较好。

报告期各期，公司投资活动产生的现金流量净额分别为-4,694.97 万元、-2,980.91 万元和-978.66 万元。报告期各期，公司投资活动产生的现金流量净额均为负数，主要系公司购买理财资

金支出大于赎回理财资金所致。

报告期各期，公司筹资活动产生的现金流量净额分别为-6,896.92 万元、-2,121.41 万元和-945.29 万元。2021 年度，公司筹资活动产生的现金流量净额为负，主要系分配股利所致。2022 年度及 2023 年 1-6 月，公司筹资活动产生的现金流量净额为负，主要系偿还租赁负债本金和利息所致。

（五）持续经营能力分析

公司多年深耕于中高档男士服饰领域，旗下拥有定位于中高端都市商务男装的“DIKENI”品牌及定位于轻奢设计师品牌的“CARSYDA”品牌，拥有宽泛忠实的消费群体。公司拥有一支具备国际视野、经验丰富的高级男装设计、研发团队，目前拥有多名兼具创新意识和对国际流行趋势有出色的研判和捕捉能力的设计师，针对客户多样化场合专业形象及功能需求，推品新产品，并每年举办四次订货会提前应对市场需求，公司产品具有时尚化、国际化的特征，与国内传统西装品牌产品具有较为明显的风格差异。公司经过多年的市场营销实践，逐步建立了以直销与加盟相结合、层次结构合理、分部范围广泛、线上线下互补为特征的终端零售网络。公司线下销售网络覆盖国内主要经济圈，拥有稳定、快速增长的渠道资源。截至 2023 年 6 月末，公司共有 211 家直销门店及 193 家加盟门店。门店选址主要定位于当地消费力较高的核心商圈，营销网络覆盖国内大、中、小城市的中高端百货中心、奥特莱斯、中高端购物中心和机场。随着产品品种和款式的逐渐丰富、销售渠道的不断完善、品牌知名度的进一步提升、研发投入的逐步增加以及产品的优化完善，公司未来盈利能力将得到保障。

（六）其他分析

☐适用 ☒不适用

九、关联方、关联关系及关联交易

（一）关联方信息

事项	是或否
是否根据《公司法》《企业会计准则》及相关解释、《非上市公众公司信息披露管理办法》和中国证监会、全国股转公司的有关规定披露关联方	是

1、存在控制关系的关联方的基本信息

关联方姓名	与公司关系	直接持股比例	间接持股比例
冠璟投资	控股股东	61.11%	-
许才君	实际控制人	14.17%	34.12%
郑雪芬	实际控制人	13.61%	29.96%

2、 关联法人及其他机构

√适用 □不适用

关联方名称	与公司关系
珠海横琴裕盛隆投资合伙企业（有限合伙）	持有公司 5%以上股份的其他主要股东
巨鹏贸易有限公司	实际控制人许才君持有 100%股权并担任董事
韶关巨鹏农业开发有限公司	巨鹏贸易有限公司持股 100%
广州柏文服饰有限公司	公司控股子公司
曲水迪柯尼商贸有限公司	公司控股子公司
苏州吴江高昱服饰销售有限公司	公司控股子公司
宁海迪柯尼服饰销售有限公司	公司控股子公司
泸州市江阳区迪柯尼服装销售有限公司	公司控股子公司
青岛正阳迪柯尼服装销售有限公司	公司控股子公司
苏州工业园区迪柯尼服饰销售有限公司	公司控股子公司
临沂市兰山区裕盛隆服饰销售有限公司	公司控股子公司
伊宁市迪柯尼服饰经营有限公司	公司控股子公司
伊宁市柏文服饰经营有限公司	公司控股子公司
昆山迪柯尼服饰销售有限公司	公司控股子公司,2022 年 8 月已注销

3、 其他关联方

√适用 □不适用

关联方名称	与公司关系
熊国文	公司董事、副总经理
KANG BYOUNG SIK	公司董事
邓剑宇	公司董事、财务总监
包倩倩	公司董事
唐清泉	公司独立董事
汪林	公司独立董事
曹益堂	公司独立董事
陈国娟	监事会主席、职工代表监事
陈丽屏	监事
陈海君	监事
黄晓	董事会秘书
王喜丹	控股股东冠璟投资的监事
王伟新	曾任公司监事会主席，于 2021 年 2 月 28 日辞任并离职
广州天河颖丰科技开发有限公司	董事包倩倩配偶吴岳邦直接持有 37%股权，吴岳邦父亲吴远流直接持有 37%股权并担任执行董事，吴岳邦胞兄吴岳威直接持有 26%股权并担任经理的公司
广州鼎蓝科技有限公司	董事包倩倩配偶吴岳邦持有 100%股权并担任执行董事兼总经理的公司
广州鼎蓝农信餐饮有限公司	广州鼎蓝科技有限公司持有 70%股权，董事包倩倩配偶吴岳邦担任执行董事兼总经理的公司
恩平市君堂镇颖丰陶瓷有限公司	董事包倩倩配偶的父亲吴远流持有 21%股权并担任董事的公司
广州市丽晴贸易有限公司	监事陈丽屏持有 51%股权并担任执行董事的公司（已吊销）
上海曹益堂企业管理中心	独立董事曹益堂持有 100%出资额的个人独资企业

上海艺唐投资咨询有限公司	独立董事曹益堂及其配偶白雪持有 100%股权并由白雪担任执行董事的公司
上海艺镁投资管理有限公司	上海艺唐投资咨询有限公司持有 30%股权，独立董事曹益堂配偶白雪担任执行董事
桐城市名人堂玉雕有限公司	独立董事汪林之弟汪飞持有 100%股权并担任执行董事兼总经理的公司
桐城经济开发区君之玉玉器厂	独立董事汪林之弟汪飞作为经营者的个体工商户
广州趣米网络科技有限公司	独立董事汪林担任董事的公司
JD Trading Co., Ltd.	董事 KANGBYOUNGSIK 之兄担任董事长、总经理的公司
CHESTERTONS KOREA	董事 KANGBYOUNGSIK 配偶之兄担任副总裁的公司
广州保税区雅兰国际化妆品有限公司	监事陈丽屏之配偶梁学东担任财务总监的公司
上海珩兴智能科技（集团）有限责任公司	独立董事曹益堂担任董事的公司
安徽恒卓装饰工程有限公司	独立董事汪林之弟汪飞持有 33.36%股权的公司，该公司已于 2023 年 5 月 25 日完成注销
临海市裕和五金灯具有限公司	董事包倩倩之弟包志鹏持有 80%股权、包倩倩之父包卫国持有 20%股权并担任执行董事兼经理的公司，该公司已于 2021 年 12 月 1 日完成注销
杭州小电科技股份有限公司	独立董事曹益堂曾担任副总经理兼董事会秘书的公司，于 2021 年 10 月辞任

除上表所述，报告期内，公司关联自然人关系密切的家庭成员，包括配偶、父母、配偶的父母、兄弟姐妹及其配偶、年满 18 周岁的子女及其配偶、配偶的兄弟姐妹和子女配偶的父母亦构成公司的关联自然人。

（二） 报告期内关联方变化情况

1. 关联自然人变化情况

√适用 □不适用

关联方名称	与公司关系	人员去向
王伟新	曾任公司监事会主席	于 2021 年 2 月 28 日离职

2. 关联法人变化情况

√适用 □不适用

关联方名称	与公司关系	资产、人员去向
安徽恒卓装饰工程有限公司	独立董事汪林之弟汪飞持有 33.36%股权的公司，该公司已于 2023 年 5 月 25 日完成注销	资产清算后,剩余资产按比例分配给股东，所有人员遣散
临海市裕和五金灯具有限公司	董事包倩倩之弟包志鹏持有 80%股权、包倩倩之父包卫国持有 20%股权并担任执行董事兼经理的公司，该公司已于 2021 年 12 月 1 日完成注销	资产清算后，剩余资产按比例分配给股东，所有人员遣散
杭州小电科技股份有限公司	独立董事曹益堂曾担任副总经理兼董事会秘书的公司，于 2021 年 10 月辞任	-
昆山迪柯尼服饰销售有限公司	公司控股子公司，2021 年 8 月投资成立，2022 年 8 月注销	资产清算后,剩余资产按比例分配给股东，所有人员遣散

(三) 关联交易及其对财务状况和经营成果的影响

1、经常性关联交易

√适用 □不适用

(1) 采购商品/服务

□适用 √不适用

(2) 销售商品/服务

√适用 □不适用

关联方名称	2023 年 1 月—6 月		2022 年度		2021 年度	
	金额（元）	占同类交易金额比例	金额（元）	占同类交易金额比例	金额（元）	占同类交易金额比例
熊国文	-	-	4,468.49	0.001%	9,011.97	0.001%
陈海君	-	-	-	-	530.79	0.0001%
小计	-	-	4,468.49	0.001%	9,542.76	0.001%
交易内容、关联交易必要性及公允性分析	报告期内，公司关联销售金额较小，系公司员工在门店内进行正常消费所产生，对公司的经营业绩不具有重大影响。					

(3) 关联方租赁情况

□适用 √不适用

(4) 关联担保

□适用 √不适用

(5) 其他事项

√适用 □不适用

报告期内，公司支付给董事、监事、高级管理人员的薪酬情况如下：

单位：元

项目名称	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度
关键管理人员薪酬	4,897,050.90	8,923,868.49	10,117,038.91
合计	4,897,050.90	8,923,868.49	10,117,038.91

2、偶发性关联交易

√适用 □不适用

(1) 采购商品/服务

□适用 √不适用

(2) 销售商品/服务

□适用 √不适用

(3) 关联方租赁情况

☐适用 ☒不适用

(4) 关联担保

☒适用 ☐不适用

担保对象	担保金额 (元)	担保期间	担保类型	责任类型	是否履行必要决策程序	担保事项对公司持续经营能力的影响分析
无						

报告期内，关联方为公司提供担保的具体情况如下：

担保方	担保金额	担保起始日	担保到期日	担保是否已经履行完毕
郑雪芬	100,000,000.00	2018-11-23	2021-11-23	是
许才君	100,000,000.00	主合同项下每笔/每期债务履行期届满之日起 2 年		是
许才君	100,000,000.00	主合同项下每笔/每期债务履行期届满之日起 2 年		是
许才君	100,000,000.00	主合同项下每笔/每期债务履行期届满之日起 2 年		是

1)于 2018 年 11 月 27 日郑雪芬与上海浦东发展银行股份有限公司广州分行签订抵押担保合同，约定以郑雪芬、许才君共同财产座落于天河区珠江西路 12 号 101 铺房地产（粤房地权证穗字第 0150049946 号）以及座落于天河区珠江西路 12 号 101 铺房地产（粤房地权证穗字第 0150049947 号）提供抵押担保，担保额度为人民币 100,000,000.00 元。

2)于 2019 年 10 月 29 日许才君与上海浦东发展银行股份有限公司广州分行签订保证合同，担保额度为人民币 100,000,000.00 元，保证人承担连带责任保证，保证期间为主合同项下每笔/每期债务履行期届满之日起 2 年。

3)于 2020 年 12 月 16 日许才君与上海浦东发展银行股份有限公司广州分行签订保证合同，担保额度为人民币 100,000,000.00 元，保证人承担连带责任保证，保证期间为主合同项下每笔/每期债务履行期届满之日起 2 年。

4)于 2021 年 11 月 29 日许才君与上海浦东发展银行股份有限公司广州分行签订保证合同，担保额度为人民币 100,000,000.00 元，保证人承担连带责任保证，保证期间为主合同项下每笔/每期债务履行期届满之日起 2 年。

(5) 其他事项

☐适用 ☒不适用

3、关联方往来情况及余额

(1) 关联方资金拆借

☐适用 ☒不适用

报告期内由关联方拆入资金

☐适用 ☒不适用

(2) 应收关联方款项

☒适用 ☐不适用

单位：元

单位名称	2023 年 6 月 30 日	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	款项性质
	账面金额	账面金额	账面金额	
(1) 应收账款	-	-	-	-
小计	-	-	-	-
(2) 其他应收款	-	-	-	-
陈海君	-	-	380,000.00	备用金
小计	-	-	380,000.00	-
(3) 预付款项	-	-	-	-
小计	-	-	-	-
(4) 长期应收款	-	-	-	-
小计	-	-	-	-

(3) 应付关联方款项

☐适用 ☒不适用

(4) 其他事项

☐适用 ☒不适用

4、其他关联交易

☐适用 ☒不适用

(四) 关联交易决策程序及执行情况

事项	是或否
公司关联交易是否依据法律法规、公司章程、关联交易管理制度的规定履行审议程序，保证交易公平、公允，维护公司的合法权益。	是

1、关联交易决策程序

公司为了规范关联交易行为，在《公司章程》《关联交易管理制度》《对外担保管理制度》《股东大会议事规则》《董事会议事规则》《独立董事工作制度》中，规定了有关关联交易的相关制度，以保证公司关联交易的公允性，确保关联交易行为不损害公司和全体股东的利益。

2、关联交易决策程序执行情况

公司供销系统独立、完整，生产经营上不存在依赖关联方的情形；股份公司设立以来，公司发生的关联交易均已严格履行了《公司章程》和《关联交易管理制度》等内部规章制度中规定的程序，不存在损害股东及公司利益的情形。

2022 年 3 月 19 日，公司召开第二届董事会第七次会议，该次董事会审议并通过《关于确认

2019 年度、2020 年度、2021 年度关联交易的议案》。

2022 年 4 月 8 日，公司召开 2022 年第一次临时股东大会，该次股东大会审议并通过《关于确认 2019 年度、2020 年度、2021 年度关联交易的议案》。

公司亦召开监事会，审议通过该等关联交易的议案。审议该等关联交易议案时，关联董事和关联股东均已回避表决。公司独立董事和监事会成员未对公司报告期内发生的关联交易事项发表不同意见。

独立董事对公司报告期内发生的关联交易以及公司关于关联交易决策的各项规定进行了审议，发表如下事前认可意见：

“我们作为公司的独立董事，已对《关于确认 2019 年度、2020 年度、2021 年度关联交易的议案》所涉关联交易事项的业务合同等资料进行审阅，我们认为，自 2019 年 1 月 1 日至 2021 年 12 月 31 日，公司与关联方之间发生的关联交易符合公司经营发展需要，具有必要性且定价公允合理，对公司的财务状况和经营成果无重大影响，不存在损害公司及全体股东特别是中小股东利益的情形，我们全体独立董事一致同意将本议案提交公司第二届董事会第七次会议审议。”

2022 年 6 月 10 日，公司召开第二届董事会第八次会议、第二届监事会第八次会议，分别审议通过了《关于公司董事、监事及高级管理人员 2021 年度薪酬的确认及 2022 年度薪酬方案的议案》，并同意将该议案提请股东大会审议。2022 年 6 月 30 日，公司召开 2021 年年度股东大会，审议通过了上述议案。

2023 年 6 月 5 日，公司召开第三届董事会第六次会议、第三届监事会第四次会议，分别审议通过了《关于公司董事、监事及高级管理人员 2022 年度薪酬的确认及 2023 年度薪酬方案的议案》，并同意将该议案提请股东大会审议。2023 年 6 月 26 日，公司召开 2022 年年度股东大会，审议通过了上述议案。

（五） 减少和规范关联交易的具体安排

为规范公司关联交易和对外担保行为，保证关联交易的公开、公平、公正，公司在《公司章程》《股东大会议事规则》《董事会议事规则》《独立董事工作制度》《对外担保管理制度》《关联交易管理制度》等公司内部规章制度中就关联交易审批权限、审批程序、关联方回避表决等进行了明确的规定，从制度上防止控股股东、实际控制人及其他关联方占用或转移公司资金、资产及其他资源的行为。

为避免、减少和规范关联交易，公司控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员、其他股东出具了《关于减少并规范关联交易及不占用公司资金的承诺函》，承诺内容详见本公开转

让说明书“第六节 附表”之“三、相关责任主体作出的重要承诺及未能履行承诺的约束措施”。

十、重要事项

（一）提请投资者关注的资产负债表日后事项

1、财务报告审计截止日后 6 个月主要财务信息

公司 2023 年 7-12 月未经会计师事务所审计和审阅的财务数据如下：

项目	2023 年 7-12 月	2023 年度
营业收入（万元）	46,352.43	89,259.15
净利润（万元）	2,815.87	7,609.57
归属于申请挂牌公司股东的净利润（万元）	2,815.87	7,609.57
扣除非经常性损益后的净利润（万元）	2,144.34	6,720.01
归属于申请挂牌公司股东的扣除非经常性损益后的净利润（万元）	2,144.34	6,720.01
经营活动产生的现金流量净额（万元）	-2,992.92	-1,739.84
研发投入金额（万元）	810.34	1,458.74
研发投入占营业收入比例（%）	1.75	1.63

其中纳入非经常性损益的主要项目和金额如下：

单位：万元

项目	2023 年 7-12 月	2023 年 1-12 月
非流动性资产处置损益，包括已计提资产减值的冲销部分	5.24	45.88
计入当期损益的政府补助，但与公司正常经营业务密切相关，符合国家政策规定、按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外	453.69	453.84
委托他人投资或管理资产的损益	182.49	317.51
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外，持有交易性金融资产、交易性金融负债产生的公允价值变动损益，以及处置交易性金融资产、交易性金融负债和可供出售金融资产取得的投资收益	-52.33	12.46
单独进行减值测试的应收款项减值准备转回	177.42	177.42
除上述各项之外的营业外收支净额	-4.09	-9.73
其他符合非经常性损益定义的损益项目	-11.47	16.90
减：所得税影响数	79.43	124.72
少数股东权益影响额（税后）	-	-
非经常性损益净额	671.53	889.57

报告期后 6 个月内，公司经营情况正常，公司所处行业的产业政策等未发生重大变化、公司主要经营模式、销售模式等未发生重大变化，董事、监事、高级管理人员未发生重大变更，采购设备、销售产品、主要客户及供应商构成、税收政策以及其他可能影响投资者判断的重大事项等

均未发生重大变化。

2、订单获取情况

2023年7-12月，公司新增主要订单16.16万件，获取订单金额合计12,369.21万元，公司目前经营状况稳定，业绩情况良好。

3、主要产品（或服务）的采购规模、主要产品（或服务）的销售规模

2023年7-12月，公司成衣和面辅料的采购额为13,669.47万元，主要产品的销售额为46,171.34万元，主要客户和供应商未发生重大变化。

4、公司报告期后关联交易情况

除关键管理人员薪酬外，公司报告期后未发生其他关联交易。

5、重要资产及董监高变动情况

报告期后6个月内，公司重要资产及董监高不存在变动情况。

6、对外担保情况

报告期后6个月内，公司未发生对外担保情况。

7、债权融资情况

报告期后6个月内，公司未发生债权融资情况。

8、对外投资情况

报告期后6个月内，除购买银行理财外，公司未发生对外投资情况。

综上所述，公司财务报告审计截止日至公开转让说明书签署日，公司经营状况、主营业务、经营模式、税收政策、行业市场环境、主要客户及供应商构成等均未发生重大变化，公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员未发生重大变更，公司不存在重大不利变动，亦未发生其他重大事项。

公司审计截止日后经营状况未出现重大不利变化，公司符合挂牌条件。

（二） 提请投资者关注的或有事项

1、 诉讼、仲裁情况

类型（诉讼或仲裁）	涉案金额（元）	进展情况	对公司业务的影响
合同纠纷	6,210,122.72	2023年11月27日 民事一审。 截至本说明书出具 日，尚未审理完毕	本案例中，公司子公司作为原告，且涉案金额占公司最近一期未经审计净资产的比例为1.04%，占比较小，不会对

			公司经营造成重大不利影响。
合计	6,210,122.72	-	-

报告期内及期后，公司全部未决或未执行完毕的诉讼或仲裁事项的案由、进展、金额等相关情况具体如下：

序号	原告	被告	案由	涉案金额（万元）	审理进度和基本案情	判决、裁决结果及执行情况
1	迪柯尼	成华区空气浴服装店	侵害商标权纠纷	11.10	审理进度：已审理完毕 基本案情：被告在淘宝平台开设的“迪柯尼男装直营店”网店大量销售假冒原告注册商标的服装，该店铺数十款产品均为假冒迪柯尼商标产品，其产品的宣传介绍、宝贝详情、品牌介绍等使用了与原告注册商标完全相同的商标标识，并称所售产品来自原告。构成对原告商标专用权的严重侵害并构成不正当竞争。	法院判决：被告成华区空气浴服装店于本判决生效之日起十日内赔偿原告广州迪柯尼服饰股份有限公司经济损失及合理开支 12,000 元。 执行情况：尚未回款。
2	广州柏文	辽宁卓展时代广场百货有限公司	联营合同纠纷	8.28	审理进度：已审理完毕 基本案情：被告拖欠原告货款	法院判决：法院调解结案，被告向原告支付 74,174.22 元。 执行情况：尚未回款。
3	广州迪柯尼	辽宁卓展时代广场百货有限公司	联营合同纠纷	6.75	审理进度：已审理完毕 基本案情：被告拖欠原告货款	法院判决：法院调解结案，被告向原告支付 65,210.08 元。 执行情况：尚未回款。
4	广州柏文	长春国商发展有限公司	联营合同纠纷	46.31	审理进度：已审理完毕 基本案情：双方合约到期未再续约，被告拖欠货款且拒不退还保证金、电话押金。	法院判决：法院调解结案，被告向原告支付 453,748.59 元。 执行情况：尚未回款。
5	广州柏文	长春国商百货有限公司	联营合同纠纷	25.17	审理进度：已审理完毕 基本案情：双方合约到期未再续约，被告拖欠货款且拒不退还保	法院判决：法院调解结案，被告向原告支付 248,044.72

		司			证金、电话押金。	元。 执行情况：尚未回款。
6	曲水迪柯尼	被告一：江苏泰豪品牌管理有限公司 被告二：宋刚 被告三：王先勤 被告四：宋庆翠 被告五：朱晶晶	合同纠纷	621.01	审理进度：已审理完毕。 基本案情：被告二、被告三为夫妻关系，与原告具有长期、稳定的合作关系，并以被告一的名义与原告进行代销合作。2022年1月1日，原告与被告一签订了《代销合同》，2022年8月31日，因被告一未能按约支付拖欠货款，经原告与被告一、被告二、被告三协商签订了《还款协议书》。各方签订上述协议后，被告一并未按约分期还款，原告与被告一、被告三又签订了《货款支付协议》，对拖欠货款以及还款的事宜进行了明确。由于被告一无法按约分期支付货款，原告根据协议约定提起诉讼。	法院判决：一、被告江苏泰豪品牌管理有限公司于本判决发生法律效力之日起十日内向原告曲水迪柯尼商贸有限公司支付货款3,685,277.49元及违约金；二、被告江苏泰豪品牌管理有限公司向原告支付律师费和诉讼保全保险费；三、原告就被告王先勤名下的位于南通市光明西村**房产享有优先受偿权；…… 执行情况：尚未回款。

报告期内及期后，公司全部未决或未执行完毕的诉讼或仲裁事项会计处理情况以及预计负债计提情况具体如下：

序号	原告	被告	会计处理情况	预计负债计提情况
1	迪柯尼	成华区空气浴服装店	公司属于原告，不存在或有负债的情况，无需进行会计处理	不适用
2	广州柏文	辽宁卓展时代广场百货有限公司	公司属于原告，不存在或有负债的情况，无需进行会计处理，应收款项信用风险未显著增加。	不适用
3	广州迪柯尼	辽宁卓展时代广场百货有限公司	公司属于原告，不存在或有负债的情况，无需进行会计处理，应收款项信用风险未显著增加。	不适用
4	广州柏文	长春国商发展有限公司	公司属于原告，不存在或有负债的情况，无需进行会计处理，应收款项信用风险未显著增加。	不适用
5	广州柏文	长春国商百货有限公司	公司属于原告，不存在或有负债的情况，无需进行会计处理，应收款项信用风险未显著增加。	不适用

6	曲水迪柯尼	被告一：江苏泰豪品牌管理有限公司 被告二：宋刚 被告三：王先勤 被告四：宋庆翠 被告五：朱晶晶	公司属于原告，不存在或有负债的情况，无需进行会计处理	不适用
---	-------	---	----------------------------	-----

上述未决或未执行完毕的诉讼或仲裁案件中，案件相对方均非公司的主要客户或供应商，不会对公司与主要客户或供应商后续合作造成影响。

另外，上述案件不涉及公司主要产品以及核心商标、专利、技术、土地、房产、设备、资质等关键资源要素，累计涉案金额 718.62 万元，占公司报告期末净资产的比例为 1.20%，占比较小，不会对公司经营产生重大不利影响。

公司采取的应对经营过程中发生的诉讼、仲裁案件的措施具体包括：（1）加强人员管理和培训，强化相关岗位人员的风险防范意识，重视合同履行各个阶段的交易风险，尽量做到事先防范争议和纠纷的发生；（2）聘请外部律师团队负责公司日常经营的合同审核、合规咨询等，以及在诉讼中最大限度的保护公司权益。

2、其他或有事项

无

（三） 提请投资者关注的担保事项

无

（四） 提请投资者关注的其他重要事项

无

十一、股利分配

（一） 报告期内股利分配政策

1、利润分配原则 公司重视对投资者的合理投资回报，执行持续、稳定的利润分配政策。在公司盈利以及公司正常经营和长期发展的前提下，公司实行积极、持续稳定的利润分配政策。 2、利润分配的形式

公司可以采取现金、股票或二者相结合的方式分配股利。在公司盈利以及公司正常经营和长期发展的前提下，公司将优先采取现金方式分配股利。

3、利润分配的期间间隔

在符合条件的情况下，公司原则上每年至少进行一次利润分配。公司董事会可以根据公司的盈利及资金需求状况提议公司进行中期利润分配。

4、现金分红条件及分红比例

（1）公司拟实施现金分红时应同时满足以下条件：

- 1）公司当年盈利且累计未分配利润为正；
- 2）公司现金流可以满足公司正常经营和持续发展的需求；
- 3）审计机构对公司的该年度财务报告出具标准无保留意见的审计报告。

（2）公司出现以下情形之一的，可以不实施现金分红：

- 1）公司当年度未实现盈利；
- 2）公司当年度经营性现金流量净额或者现金流量净额为负数；
- 3）公司期末资产负债率超过 70%；

4）公司在可预见的未来一定时期内存在重大投资或现金支出计划，且公司已在公开披露文件中对相关计划进行说明，进行现金分红将可能导致公司现金流无法满足公司经营或投资需要。重大投资计划或重大现金支出指以下情形：

①公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计净资产的 10%，且超过 3,000 万元；

②公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计总资产的 5%。

（3）现金分红比例的规定

公司每年以现金方式分配的利润应不低于当年实现的可分配利润的 10%。公司在实施上述现金分配股利的同时，可以同时派发红股。

公司进行现金分红时，现金分红的比例也应遵照以下要求：

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

2）公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润

分配中所占比例最低应达到 40%；

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

公司董事会将综合考虑公司所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资产支出安排等因素，并按照公司章程规定的程序，提出差异化的现金分红政策。

5、股票股利分配条件

公司在经营情况良好，并且董事会认为公司具有公司成长性、每股净资产的摊薄等真实合理因素，且发放股票股利有利于公司全体股东整体利益时，可以在

满足上述现金分红的条件下，提出股票股利分配预案。

6、利润分配的决策程序

(1) 董事会提交股东大会的股利分配具体方案，应经董事会全体董事过半数以上表决通过，并经全体独立董事三分之二以上表决通过。

(2) 独立董事应对利润分配方案发表独立意见。

(3) 监事会应当对董事会拟定的股利分配具体方案进行审议，并经监事会全体监事过半数以上表决通过。

(4) 董事会审议通过利润分配方案后由股东大会审议并经出席股东大会的股东所持表决权的 2/3 以上通过，公告董事会决议时应同时披露独立董事和监事会的审核意见。

(5) 公司当年盈利董事会未提出现金利润分配预案的，应当在董事会决议公告和定期报告中详细说明未分红的原因以及未用于分红的资金留存公司的用途，独立董事、监事会应当对此发表审核意见。

(6) 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和公众投资者的意见。公司将通过多种途径（电话、传真、电子邮件、投资者关系互动平台）听取、接受公众投资者对利润分配事项的建议和监督。

7、现金分红的决策程序

董事会在制定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、调整的条件等事宜，董事会提交股东大会的现金分红的具体方案，应经董事会全体董事过半数以上表决通过，并经全体独立董事三分之二以上表决通过，由股东大会审议并经出席股东大会的股东所持表决权的 2/3 以上通过。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。股东大会对现

金分红具体方案进行审议前，公司应当通过多种渠道（电话、传真、电子邮件、投资者关系互动平台）主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流，充分听取中小股东的意见和诉求，及时答复中小股东关心的问题。

8、利润分配政策调整决策程序

公司将保持股利分配政策的连续性、稳定性。如因公司自身经营情况、投资规划和长期发展的需要，或者根据外部经营环境发生重大变化而确需调整利润分配政策的，调整后的利润分配政策不得违反中国证监会和证券交易所的有关规定，有关调整利润分配政策议案由董事会根据公司经营现状和中国证监会的有关规定拟定，提交股东大会审议并经出席股东大会的股东所持表决权的 2/3 以上通过，在股东大会提案时须进行详细论证和说明原因。

董事会拟定调整利润分配政策议案过程中，应当充分听取股东（特别是公众投资者）、独立董事、外部监事（如有）的意见。董事会审议通过调整利润分配政策议案的，应经董事会全体董事过半数以上表决通过，经全体独立董事三分之二以上表决通过。独立董事须发表独立意见，并及时予以披露。

监事会应当对董事会拟定的调整利润分配政策议案进行审议，充分听取不在公司任职的外部监事意见（如有），并经监事会全体监事过半数以上表决通过。股东大会审议调整利润分配政策议案时，应充分听取社会公众股东意见，除设置现场会议投票外，还应当向股东提供网络投票系统予以支持。

9、利润分配政策的披露

公司应当在年度报告中详细披露现金分红政策的制定及执行情况，并对下列事项进行专项说明：

- （1）是否符合公司章程的规定或者股东大会决议的要求；
- （2）分红标准和比例是否明确和清晰；
- （3）相关的决策程序和机制是否完备；
- （4）独立董事是否履职尽责并发挥了应有的作用；
- （5）中小股东是否有充分表达意见和诉求的机会，中小股东的合法权益是否得到了充分保护等。

对现金分红政策进行调整或变更的，还应对调整或变更的条件及程序是否合规和透明等进行详细说明。

公司若当年不进行或低于本章程规定的现金分红比例进行利润分配的，公司董事会应当在定期报告中披露原因，独立董事应当对未分红原因、未分红的资金留存公司的用途发表独立意见，

有关利润分配的议案需经公司董事会审议后提交股东大会批准，并在股东大会提案中详细论证说明原因及留存资金的具体用途。存在股东违规占用公司资金情况的，公司应当扣减该股东所分配的现金红利，以偿还其占用的资金。

10、股利分配方案的实施时间

公司股利分配具体方案由公司董事会提出，公司股东大会对利润分配方案作出决议后，公司董事会须在股东大会召开后 2 个月内完成股利（或股份）的派发事项。出现派发延误的，公司董事会应当就延误原因作出及时披露。

（二） 报告期内实际股利分配情况

分配时点	股利所属期间	金额（元）	是否发放	是否符合《公司法》等相关规定	是否超额分配股利
2021 年 6 月 30 日	2020 年度	5,310,000	是	是	否
2021 年 11 月 8 日	2021 年 1-6 月	45,000,000	是	是	否

（三） 公开转让后的股利分配政策

1、公司利润分配原则

公司在经营状况良好、现金能够满足正常经营和长期发展需求的前提下，应积极实施利润分配政策，利润分配应重视对投资者的合理投资回报，保持利润分配的连续性和稳定性，并符合法律、法规的相关规定；公司利润分配还应兼顾公司合理资金需求的原则，不得超过累计可供分配利润的范围，不得损害公司持续经营能力。

2、公司利润分配具体政策

（1）利润分配的形式

公司可以采用现金、股票、现金与股票相结合方式分配利润。公司分配股利时，优先采用现金分红的方式。

（2）利润分配的期间间隔

公司一般按照会计年度进行利润分配，在符合现金分红条件的情况下，公司原则上每年进行一次现金分红，也可以根据公司的资金需求状况进行中期利润（现金）分配。

（3）现金分红的具体条件

公司实施现金分红应满足以下条件：

1) 公司将采取积极的利润分配政策，可以采取现金或者现金与股票相结合的方式进行利润分配。

2)在公司当年实现的净利润以及当年末未分配利润均为正数,且无重大资金支出安排的情况下,公司每年以现金方式累计分配的利润不少于当年度实现的可分配利润的公司 10%,且公司最近三年以现金方式累计分配的利润不少于最近三年实现的可分配利润的公司 30%。公司根据盈利、资金需求、现金流等情况,可以进行中期分红。本规划中所指重大资金支出安排系指下述情形之一:

①公司未来公司 12 个月内拟对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计净资产的公司 10%,且超过公司 2,000 公司万元(募集资金投资的项目除外);

②公司未来 12 公司个月内拟对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计总资产的公司 30%(募集资金投资的项目除外)。

3)在公司经营状况良好且已充分考虑公司成长性、每股净资产的摊薄等真实合理因素的前提下,发放股票股利有利于公司全体股东整体利益时,董事会可以在满足上述现金分红的条件下,同时提出股票股利分配方案,并提交股东大会审议。

4)如公司同时采取现金及股票股利分配利润的,公司董事会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,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公司 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公司 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公司 20%;公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的,可以按照前项规定处理。公司在本规划年度内的发展阶段属成长期,如未来公司 12 公司个月内有重大资金支出安排,公司进行利润分配时,现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到公司 20%;如未来公司 12 公司个月内无重大资金支出安排的,由董事会提请股东大会决定提高现金分红在本次利润分配中的最低比例。

5)公司当年利润分配完成后留存的未分配利润主要用于与主营业务相关的对外投资、购买资产等重大投资及现金支出,逐步扩大经营规模,优化财务结构,有规划有步骤的实现公司未来的发展规划目标,最终实现股东利益最大化。

6)董事会应充分听取独立董事以及中小股东的意见,认真研究和论证公司利润分配的时机、条件和比例等,提出利润分配预案,审议通过后提交股东大会审议。

（4）利润分配具体方案的决策程序和机制

1) 独立董事有权征集中小股东的意见，提出利润分配提案，并直接提交董事会审议。

2) 董事会应就制定利润分配政策做出预案，该预案应经全体董事过半数表决通过并经二分之一以上独立董事表决通过，独立董事应对利润分配政策的制订或修改发表独立意见。

3) 公司监事会应当对董事会制订和修改的利润分配政策进行审议，并经全体监事过半数表决通过，并发表意见。

4) 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公司 2 个月内实施完成利润分配方案。

5) 有关调整利润分配政策的议案需经董事会三分之二以上董事同意通过后提交股东大会批准，独立董事、监事会对该事项应当发表明确意见；股东大会审议调整利润分配政策相关事项的，公司应当为中小股东参与股东大会提供便利。

3、股东回报规划的决策机制

公司股东回报规划的制订由董事会向股东大会提出。董事会在制订股东回报规划方案的过程中，需充分考虑本规划第一条所列各项因素，需与独立董事进行讨论，并充分考虑全体股东持续、稳定、科学回报以及公司可持续发展。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。

董事会提出的股东回报规划方案须经董事会过半数表决通过，独立董事应对股东回报规划方案的制订发表独立意见。

股东回报规划方案经董事会审议通过后，提交股东大会审议。股东大会在审议股东回报规划方案时，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，并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。

4、股东回报规划的调整周期及决策机制

（1）股东回报规划的调整周期

公司应以三年为一个周期，重新审阅公司未来三年的股东回报规划。公司应当在总结三年以来公司股东回报规划的执行情况的基础上，充分考虑本规划第一条所列各项因素，以及股东（特别是中小股东）、独立董事的意见，确定是否需对公司利润分配政策及未来三年的股东回报规划予以调整。

如遇到战争、自然灾害等不可抗力、或者公司外部经营环境发生重大变化并对公司生产经营造成重大影响，或公司自身经营状况发生较大变化、现行的具体股东回报规划影响公司的可持续

经营，确有必要对股东回报规划进行调整的，公司可以根据本规划第二条确定的基本原则，重新制定未来三年的股东回报规划。

（2）股东回报规划调整的决策机制

公司调整或变更股东回报规划应由董事会作出专题讨论，详细论证调整或变更理由，对调整或变更的条件及程序是否合规和透明等进行详细说明，形成书面论证报告，公司在独立董事对股东回报规划的调整或变更发表独立意见后，提交股东大会特别决议通过。在该情形下，股东大会必须提供网络投票方式。

（四）其他情况

无

十二、 财务合法合规性

事项	是或否
公司及下属子公司设有独立的财务部门，能够独立开展会计核算、作出财务决策	是
公司及下属子公司的财务会计制度及内控制度健全且得到有效执行，会计基础工作规范，符合《会计法》、《会计基础工作规范》以及《公司法》、《现金管理条例》等其他法律法规要求	是
公司按照《企业会计准则》和相关会计制度的规定编制并披露报告期内的财务报表，在所有重大方面公允地反映公司的财务状况、经营成果和现金流量，财务报表及附注不存在虚假记载、重大遗漏以及误导性陈述	是
公司申报财务报表按照《企业会计准则》的要求进行会计处理，不存在重要会计政策适用不当或财务报表列报错误且影响重大，需要修改申报财务报表（包括资产负债表、利润表、现金流量表、所有者权益变动表）	是
公司不存在因财务核算不规范情形被税务机关采取核定征收企业所得税且未规范	是
公司不存在通过第三方获取或为第三方提供无真实交易背景的贷款（转贷）	是
公司不存在个人卡收付款	是
公司不存在现金坐支	是
公司不存在开具无真实交易背景票据融资	是
公司不存在资金被控股股东、实际控制人及其控制的企业占用	是
公司不存在其他财务内控不规范事项	是

具体情况说明

☐适用 ☒不适用

第六节 附表

一、 公司主要的知识产权

(一) 专利

公司已取得的专利情况：

√适用 □不适用

序号	专利号	专利名称	类型	授权日	申请人	所有权人	取得方式	备注
1	ZL201510055512.2	一种环保的阻燃蚕丝面料的制备方法	发明	2016.08.24	迪柯尼	迪柯尼	继受取得	-
2	ZL201610319812.1	一种含丝素蛋白改性聚乳酸的丝素聚乳酸纤维	发明	2018.07.20	迪柯尼	迪柯尼	继受取得	-
3	ZL201510799159.9	一种提高真丝染色性能的方法	发明	2018.11.6	迪柯尼	迪柯尼	继受取得	-
4	ZL201910563930.0	一种抗菌混纺面料的制备方法	发明	2020.7.24	迪柯尼	迪柯尼	继受取得	-
5	ZL201810256343.2	羊毛面料的染色方法	发明	2020.8.11	迪柯尼	迪柯尼	继受取得	-
6	ZL201820301630.6	一种全自动单纱强力机	实用新型	2018.9.18	迪柯尼	迪柯尼	原始取得	-
7	ZL201820302075.9	一种精梳机的输送装置	实用新型	2018.9.28	迪柯尼	迪柯尼	原始取得	-
8	ZL201820302077.8	一种常温染色小样机	实用新型	2018.11.2	迪柯尼	迪柯尼	原始取得	-

公司正在申请的专利情况：

□适用 √不适用

(二) 著作权

√适用 □不适用

序号	名称	登记号	取得日期	取得方式	著作权人	备注
1	CARSYDA 经典图腾	国作登字-2019-F-00729790	2019.9.5	原始取得	广州柏文	美术作品著作权
2	CARSYDA 现代新 VI 图腾	国作登字-2020-F-01036582	2020.7.2	原始取得	广州柏文	美术作品著作权
3	DK 圆形图	国作登字-2019-F-00729753	2019.8.20	原始取得	迪柯尼	美术作品著作权
4	豹子和 DIKENI 组合图	国作登字-2019-F-00729754	2019.8.20	原始取得	迪柯尼	美术作品著作权
5	豹子图案	国作登字-2019-F-00729635	2019.7.2	原始取得	迪柯尼	美术作品著作权
6	吉祥物豹子	国作登字-2019-	2019.8.20	原始取得	迪柯尼	美术作品

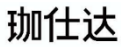
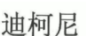
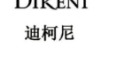
序号	名称	登记号	取得日期	取得方式	著作权人	备注
		F-00729755		得		著作权
7	双 D 图案	国作登字-2019-F-00729756	2019.8.20	原始取得	迪柯尼	美术作品著作权
8	服装 ERP 流程管理软件 V1.0	2016SR061334	2015 年 11 月 11 日	原始取得	迪柯尼	计算机软件著作权
9	服装包装自动化系统 V1.0	2016SR062108	2015 年 3 月 20 日	原始取得	迪柯尼	计算机软件著作权
10	服装剪裁数据自动生成软件 V1.0	2016SR061835	2014 年 12 月 30 日	原始取得	迪柯尼	计算机软件著作权
11	服装模特三维展示软件 V1.0	2016SR061337	2014 年 6 月 20 日	原始取得	迪柯尼	计算机软件著作权
12	服装设计软件 V1.0	2016SR061827	2014 年 4 月 17 日	原始取得	迪柯尼	计算机软件著作权
13	服装颜色搭配管理软件 V1.0	2016SR061342	2015 年 7 月 23 日	原始取得	迪柯尼	计算机软件著作权
14	试衣效果展示软件	2016SR061839	2014 年 8 月 5 日	原始取得	迪柯尼	计算机软件著作权
15	移动盘点管理软件	2016SR061830	2016 年 1 月 15 日	原始取得	迪柯尼	计算机软件著作权
16	CRM 顾客穿着虚拟试衣系统 V1.0	2018SR712714	2018 年 1 月 15 日	原始取得	迪柯尼	计算机软件著作权
17	运动装知识库管理系统 V1.0	2018SR708884	2018 年 5 月 15 日	原始取得	迪柯尼	计算机软件著作权
18	迪柯尼服饰微信定制平台 V1.0	2019SR0342958	2018 年 11 月 15 日	原始取得	迪柯尼	计算机软件著作权

（三） 商标权

√适用 □不适用

截至 2023 年 6 月末，公司及其下属公司拥有的注册商标共有 137 项，其中与服装相关的注册商标 45 项（即核定使用类型为第 25 类的商标），其他使用类型的注册商标主要是皮具、饰品等周边商品或维护品牌权益申请的防御性注册商标。公司核定使用类型为第 25 类的注册商标情况如下：

序号	商标图形	商标名称	注册号	核定使用类别	有效期	取得方式	使用情况	备注
1		广州柏文	10035056	25	2012.12.7-2032.12.6	受让取得	-	中国大陆
2		广州柏文	8582054	25	2011.8.28-2031.8.27	原始取得	-	中国大陆

序号	商标图形	商标名称	注册号	核定使用类别	有效期	取得方式	使用情况	备注
3		广州柏文	31956850	25	2019.3.28-2029.3.27	原始取得	-	中国大陆
4		广州柏文	46082577	25	2021.1.14-2031.1.13	原始取得	-	中国大陆
5		广州柏文	46088344	25	2021.5.7-2031.5.6	原始取得	-	中国大陆
6		广州柏文	46085554	25	2021.4.28-2031.4.27	原始取得	-	中国大陆
7		广州柏文	46619519	25	2021.5.21-2031.5.20	原始取得	-	中国大陆
8		迪柯尼	5910013	25	2010.2.21-2030.2.20	受让取得	-	中国大陆
9		迪柯尼	3718378	25	2006.5.28-2026.5.27	受让取得	-	中国大陆
10		迪柯尼	5600745	25	2014.4.14-2024.4.13	受让取得	-	中国大陆
11		迪柯尼	1423252	25	2000.7.21-2030.7.20	受让取得	-	中国大陆
12		迪柯尼	12924923	25	2014.12.14-2024.12.13	原始取得	-	中国大陆
13		迪柯尼	32744538	25	2019.4.14-2029.4.13	原始取得	-	中国大陆
14		迪柯尼	32739895	25	2019.4.14-2029.4.13	原始取得	-	中国大陆
15		迪柯尼	38485482	25	2020.2.7-2030.2.6	原始取得	-	中国大陆
16		迪柯尼	35331293	25	2021.2.14-2031.2.13	原始取得	-	中国大陆
17		迪柯尼	34398360	25	2020.11.7-2030.11.6	原始取得	-	中国大陆
18		迪柯尼	38488794	25	2020.11.28-2030.11.27	原始取得	-	中国大陆
19		迪柯尼	44715102	25	2020.10.28-2030.10.27	原始取得	-	中国大陆
20		迪柯尼	N/133940	25	2018.8.6-2025.8.6	原始取得	-	中国澳门
21		柏文投资发展	N/078335	25	2014.2.28-2028.2.28	受让取得	-	中国澳门
22		迪柯尼	362022000109770	3、14、18、25	2012.11.16-2032.11.15	原始取得	-	意大利
23		迪柯尼	362022000109857	3、14、18、25	2012.11.16-2032.11.15	原始取得	-	意大利
24		柏文投资发展	302013902175016	3、18、25	2013.7.15-2030.8.5	受让取得	-	意大利
25		迪柯尼	1981951	3、14、18、25	2012.12.14-2032.12.13	原始取得	-	印度
26		迪柯尼	4,526,595	3、14、18、25	2014.5.6-2024.5.5	原始取得	-	美国
27		迪柯尼	1530964	3、14、18、25	2012.12.12-2032.12.12	原始取得	-	澳大利亚

序号	商标图形	商标名称	注册号	核定使用类别	有效期	取得方式	使用情况	备注
28	DIKENI	迪柯尼	40218495000	3、14、18、25	2012.12.14-2022.12.14	原始取得	-	越南，商标已到期，延展续期手续尚在办理中
29	DIKENI	迪柯尼	TMA869,034	无类别划分	2014.1.14-2029.1.13	原始取得	-	加拿大
30	DIKENI	迪柯尼	T1311067Z	18、25	2013.7.11-2033.7.11	原始取得	-	新加坡
31	DIKENI	迪柯尼	4 021 068	18、25	2013.7.19-2033.7.19	原始取得	-	法国
32	CARSYDA	柏文投资发展	4 020 479	3、18、25	2013.7.17-2023.7.16	受让取得	-	法国，商标已到期，延展续期手续尚在办理中
33	DIKENI	迪柯尼	30 2013 004 966	18、25	2013.7.18-2023.7.31	原始取得	-	德国，商标已到期，延展续期手续尚在办理中
34	DIKENI	迪柯尼	UK00003013647	18、25	2013.7.12-2033.7.11	原始取得	-	英国
35	CARSYDA	柏文投资发展	UK00003013648	3、18、25	2013.7.12-2033.7.11	受让取得	-	英国
36	DIKENI	迪柯尼	40-1095523	18、25	2015.3.23-2025.3.23	原始取得	-	韩国
37	CARSYDA	柏文投资发展	40-1084932	3、18、25	2015.2.2-2025.2.2	受让取得	-	韩国
38	DIKENI	迪柯尼	5726381	18、25	2014.12.12-2024.12.11	原始取得	-	日本
39	CARSYDA	柏文投资发展	5646926	3、18、25	2014.1.31-2024.1.30	受让取得	-	日本
40	DIKENI 迪柯尼	迪柯尼	200015839	25	2000.4.27-2027.4.26	受让取得	-	中国香港
41	DIKENI	迪柯尼	302669257	3、14、18、25	2013.7.12-2033.7.11	原始取得	-	中国香港
42	CARSYDA	柏文投资发展	302669266	3、18、25	2013.7.12-2033.7.11	受让取得	-	中国香港
43	CARSYDA	柏文投资发展	01625038	25	2014.2.1-2024.1.31	受让取得	-	中国台湾
44	DIKENI	迪柯尼	01589075	25	2013.7.16-2033.7.15	原始取得	-	中国台湾
45	DIKENI 迪柯尼	迪柯尼	973324	25	2008.5.19-2028.5.19	受让取得	-	比卢荷、瑞士、德国、西班牙、法国、英国、日本、韩国、新加坡

注：上述第 28、32、33 项商标已到期，公司已提交延展续期申请，延展续期手续尚在办理中。

二、 报告期内对持续经营有重大影响的业务合同及履行情况

公司与客户签署的合同主要采用合同期限为 1 年的《经销合同》或《代销合同》。

公司与供应商签署的合同主要采用合同期限为1年的《成衣采购合同》或《委托加工》。

报告期内，公司及其控股子公司与报告期各期前五大客户、供应商签署的重大框架协议及重大借款合同、担保合同的具体情况如下：

(一) 销售合同

序号	合同名称	客户名称	关联关系	合同内容	合同金额(万元)	履行情况
2023 年						
1	《代销合同》	湖北畅世	无	发行人“珈仕达”品牌代销	框架协议，在协议中不约定具体销售金额	正在履行
2	《经销合同》	湖北畅世	无	发行人“迪柯尼”品牌经销	框架协议，在协议中不约定具体销售金额	正在履行
3	《代销合同》	宁夏迪洲商贸有限责任公司	无	发行人“迪柯尼”品牌代销	框架协议，在协议中不约定具体销售金额	正在履行
4	《代销合同》	宁夏聚和力	无	发行人“珈仕达”品牌代销	框架协议，在协议中不约定具体销售金额	正在履行
5	《代销合同》	迪飒商贸	无	发行人“迪柯尼”品牌代销	框架协议，在协议中不约定具体销售金额	正在履行
6	《经销合同》	大连尚嘉	无	发行人“迪柯尼”品牌经销	框架协议，在协议中不约定具体销售金额	正在履行
7	《经销合同》	大连尚嘉	无	发行人“珈仕达”品牌经销	框架协议，在协议中不约定具体销售金额	正在履行
8	《经销合同》	辽宁大江	无	发行人“迪柯尼”品牌经销	框架协议，在协议中不约定具体销售金额	正在履行
9	《经销合同》	连山区大江名品广场惠本服装店	无	发行人“珈仕达”品牌经销	框架协议，在协议中不约定具体销售金额	正在履行
2022 年						
1	《经销合同》	湖北畅世	无	发行人“迪柯尼”品牌经销	框架协议，在协议中不约定具体销售金额	履行完毕
2	《代销合同》	湖北畅世	无	发行人“珈仕达”品牌代销	框架协议，在协议中不约定具体销售金额	履行完毕
3	《经销合同》	辽宁大江	无	发行人“迪柯尼”品牌经销	框架协议，在协议中不约定具体销售金额	履行完毕
4	《经销合同》	连山区大江名	无	发行人“珈仕达”品牌经销	框架协议，在协	履行完毕

		品广场惠本服装店		达”品牌经销	议中不约定具体销售金额	
5	《经销合同》	张宁	无	发行人“迪柯尼”品牌经销	框架协议，在协议中不约定具体销售金额	履行完毕
6	《经销合同》	张宁	无	发行人“珈仕达”品牌经销	框架协议，在协议中不约定具体销售金额	履行完毕
7	《代销合同》	宁夏迪洲商贸有限责任公司	无	发行人“迪柯尼”品牌代销	框架协议，在协议中不约定具体销售金额	履行完毕
8	《代销合同》	宁夏聚和力	无	发行人“珈仕达”品牌代销	框架协议，在协议中不约定具体销售金额	履行完毕
9	《经销合同》	大连尚嘉	无	发行人“迪柯尼”品牌经销	框架协议，在协议中不约定具体销售金额	履行完毕
10	《经销合同》	大连尚嘉	无	发行人“珈仕达”品牌经销	框架协议，在协议中不约定具体销售金额	履行完毕
2021 年						
1	《经销合同》	湖北畅世	无	发行人“迪柯尼”品牌经销	框架协议，在协议中不约定具体销售金额	履行完毕
2	《经销合同》	大连尚嘉	无	发行人“迪柯尼”品牌经销	框架协议，在协议中不约定具体销售金额	履行完毕
3	《经销合同》	大连尚嘉	无	发行人“珈仕达”品牌经销	框架协议，在协议中不约定具体销售金额	履行完毕
4	《经销合同》	辽宁大江	无	发行人“迪柯尼”品牌经销	框架协议，在协议中不约定具体销售金额	履行完毕
5	《经销合同》	葫芦岛市连山区彩虹服饰销售中心	无	发行人“珈仕达”品牌经销	框架协议，在协议中不约定具体销售金额	履行完毕
6	《代销合同》	宁夏聚和力	无	发行人“迪柯尼”品牌代销	框架协议，在协议中不约定具体销售金额	履行完毕
7	《经销合同》	张宁	无	发行人“迪柯尼”品牌经销	框架协议，在协议中不约定具体销售金额	履行完毕

注 1: 辽宁大江和连山区大江名品广场惠本服装店、葫芦岛市连山区彩虹服饰销售中心系同一控制;

注 2: 宁夏聚和力和宁夏迪洲商贸有限责任公司系同一控制;

注 3: 大连尚嘉和瓦房店美晨妇女儿童用品有限公司系同一控制。

(二) 采购合同

序号	合同名称	供应商名称	关联关系	合同内容	合同金额(万元)	履行情况
2023 年						

1	迪柯尼《成衣采购合同书》	广州一享	无	成衣采购、委托加工	框架协议，在协议中不约定具体采购金额	正在履行
2	广州柏文《成衣采购合同书》	广州一享	无	成衣采购、委托加工	框架协议，在协议中不约定具体采购金额	正在履行
3	迪柯尼《成衣采购合同书》	星马针织	无	成衣采购、委托加工	框架协议，在协议中不约定具体采购金额	正在履行
4	广州柏文《成衣采购合同书》	星马针织	无	成衣采购、委托加工	框架协议，在协议中不约定具体采购金额	正在履行
5	迪柯尼《成衣采购合同书》	浙江东蒙制衣有限公司	无	成衣采购、委托加工	框架协议，在协议中不约定具体采购金额	正在履行
6	广州柏文《成衣采购合同书》	浙江东蒙制衣有限公司	无	成衣采购、委托加工	框架协议，在协议中不约定具体采购金额	正在履行
7	迪柯尼《成衣采购合同书》	浙江爵派尔	无	成衣采购、委托加工	框架协议，在协议中不约定具体采购金额	正在履行
8	广州柏文《成衣采购合同书》	浙江爵派尔	无	成衣采购、委托加工	框架协议，在协议中不约定具体采购金额	正在履行
9	迪柯尼《成衣采购合同书》	佛山奥轩	无	成衣采购、委托加工	框架协议，在协议中不约定具体采购金额	正在履行
10	广州柏文《成衣采购合同书》	佛山奥轩	无	成衣采购、委托加工	框架协议，在协议中不约定具体采购金额	正在履行
2022 年						
1	迪柯尼《成衣采购合同书》	广州一享	无	成衣采购、委托加工	框架协议，在协议中不约定具体采购金额	履行完毕
2	广州柏文《成衣采购合同书》	广州一享	无	成衣采购、委托加工	框架协议，在协议中不约定具体采购金额	履行完毕
3	迪柯尼《成衣采购合同书》	宁夏爵派尔	无	成衣采购、委托加工	框架协议，在协议中不约定具体采购金额	履行完毕
4	广州柏文《成衣采购合同书》	宁夏爵派尔	无	成衣采购、委托加工	框架协议，在协议中不约定具体采购金额	履行完毕
5	迪柯尼《成衣采购合同书》	铭盛服饰	无	成衣采购、委托加工	框架协议，在协议中不约定具体采购金额	履行完毕
6	广州柏文《成衣采购合同书》	铭盛服饰	无	成衣采购、委托加工	框架协议，在协议中不约定具体采购金额	履行完毕
7	迪柯尼《成衣采购合同书》	东蒙集团	无	成衣采购、委托加工	框架协议，在协议中不约定具体采购金额	履行完毕

	同书》			托加工	议中不约定具体采购金额	
8	广州柏文《成衣采购合同书》	浙江东蒙制衣有限公司	无	成衣采购、委托加工	框架协议，在协议中不约定具体采购金额	履行完毕
9	迪柯尼《成衣采购合同书》	佛山奥轩	无	成衣采购、委托加工	框架协议，在协议中不约定具体采购金额	履行完毕
10	广州柏文《成衣采购合同书》	佛山奥轩	无	成衣采购、委托加工	框架协议，在协议中不约定具体采购金额	履行完毕
2021 年						
1	迪柯尼《成衣采购合同书》	鸿迪服饰	无	成衣采购、委托加工	框架协议，在协议中不约定具体采购金额	履行完毕
2	广州柏文《成衣采购合同书》	鸿迪服饰	无	成衣采购、委托加工	框架协议，在协议中不约定具体采购金额	履行完毕
3	迪柯尼《成衣采购合同书》	浙江爵派尔	无	成衣采购、委托加工	框架协议，在协议中不约定具体采购金额	履行完毕
4	广州柏文《成衣采购合同书》	浙江爵派尔	无	成衣采购、委托加工	框架协议，在协议中不约定具体采购金额	履行完毕
5	迪柯尼《成衣采购合同书》	吉林朗顿	无	成衣采购、委托加工	框架协议，在协议中不约定具体采购金额	履行完毕
6	广州柏文《成衣采购合同书》	吉林朗顿	无	成衣采购、委托加工	框架协议，在协议中不约定具体采购金额	履行完毕
7	迪柯尼《成衣采购合同书》	佛山奥轩	无	成衣采购、委托加工	框架协议，在协议中不约定具体采购金额	履行完毕
8	广州柏文《成衣采购合同书》	佛山奥轩	无	成衣采购、委托加工	框架协议，在协议中不约定具体采购金额	履行完毕
9	迪柯尼《成衣采购合同书》	广州一享	无	成衣采购、委托加工	框架协议，在协议中不约定具体采购金额	履行完毕
10	广州柏文《成衣采购合同书》	广州一享	无	成衣采购、委托加工	框架协议，在协议中不约定具体采购金额	履行完毕

注 1：宁夏爵派尔和浙江爵派尔系同一控制；

注 2：浙江东蒙制衣有限公司和东蒙集团系同一控制。

（三）借款合同

√适用 □不适用

序号	合同名称	贷款人	关联关系	合同金额（万元）	借款期限	担保情况	履行情况
1	流动资金借款合同	上海浦	无	1,000.00	提款日	-	履行

	(编 号 : 82242020280023)	东 发 展 银 行 股 份 有 限 公 司 广 州 分 行			2020 年 3 月 27 日, 提 款 之 日 起 1 年 内		完毕
--	----------------------------	---	--	--	---	--	----

(四) 担保合同

☒ 适用 ☐ 不适用

序号	合同编号	借款人	贷款银行	借款金额(万元)	借款期限	担保方式	履行情况
1	ZD8224201800000008	迪柯尼	上海浦东发展银行股份有限公司广州分行	10,000.00	2018.11.23-2021.11.23	抵押	履行完毕
2	ZB8224202000000038	迪柯尼	上海浦东发展银行股份有限公司广州分行	10,000.00	主合同项下每笔/每期债务履行期届满之日起 2 年	保证	履行完毕
3	ZD8224020000000006	迪柯尼	上海浦东发展银行股份有限公司广州分行	10,000.00	2020.12.16-2023.12.15	抵押	履行完毕
4	ZB8224202100000029	迪柯尼	上海浦东发展银行股份有限公司广州分行	10,000.00	主合同项下每笔/每期债务履行期届满之日起 2 年	保证	履行完毕
5	ZD8224202300000007	迪柯尼	上海浦东发展银行股份有限公司广州分行	10,000.00	2023.11.21-2026.11.20	抵押	正在履行

(五) 抵押/质押合同

☐ 适用 ☒ 不适用

(六) 其他情况

☐ 适用 ☒ 不适用

三、 相关责任主体作出的重要承诺及未能履行承诺的约束措施

☒ 适用 ☐ 不适用

承诺主体名称	广州迪柯尼服饰股份有限公司
承诺主体类型	☐ 申请挂牌公司 ☒ 实际控制人 ☒ 控股股东 ☒ 董事、监事、高级管理人员 ☐ 核心技术(业务)人员 ☐ 本次申请挂牌的主办券商及证券服务机构

	☐ 其他
承诺事项	规范或避免同业竞争的承诺
承诺履行期限类别	长期有效
承诺开始日期	2023 年 12 月 8 日
承诺结束日期	无
承诺事项概况	广州迪柯尼服饰股份有限公司（以下简称“公司”）控股股东，实际控制人及董事、监事、高级管理人员，现特就避免与公司产生同业竞争事宜作出如下承诺： 1、截至本承诺函出具之日，除公司及其子公司以外，本人/本公司在中国境内或境外未直接或间接以任何形式从事或参与任何与公司构成竞争或可能竞争的业务及活动，或者拥有与公司存在竞争关系的任何经济实体、机构、经济组织的权益，本人/本公司与公司之间不存在同业竞争； 2、自本承诺函出具之日起，本人/本公司不会在中国境内或境外以任何方式（包括但不限于单独经营、通过合资经营或拥有另一家公司或企业的股份以及其他权益）直接或间接参与对公司构成竞争的任何业务或活动； 3、自本承诺函出具之日起，如公司进一步拓展其业务范围，本人/本公司承诺将不直接或间接与公司拓展后的业务相竞争；若出现可能与公司拓展后的业务产生竞争的情形，本人/本公司及本人/本公司控制的企业将按照包括但不限于以下方式退出与公司的竞争：（1）停止经营构成竞争或可能构成竞争的业务；（2）将相竞争的资产或业务以合法方式置入公司；（3）将相竞争的业务转让给无关联的第三方；（4）采取其他对维护公司权益有利的行动以消除同业竞争； 4、如有任何违反上述承诺的事项发生，本人/本公司自愿承担因此给公司造成的一切损失； 5、本承诺函自本人/本公司出具之日起生效，在公司于全国中小企业股份转让系统挂牌且本人/本公司作为公司控股股东/实际控制人/董事、监事、高级管理人员期间持续有效，一经作出即为不可撤销。
承诺履行情况	正常履行
未能履行承诺的约束措施	如有任何违反上述承诺的事项发生，本人自愿承担因此给公司造成的一切损失。

承诺主体名称	广州迪柯尼服饰股份有限公司
承诺主体类型	☐ 申请挂牌公司 ☐ 实际控制人 ☐ 控股股东 ☐ 董事、监事、高级管理人员 ☐ 核心技术（业务）人员 ☐ 本次申请挂牌的主办券商及证券服务机构 ☒ 其他（持股 5%以上股东）
承诺事项	关于减少和规范关联交易的承诺
承诺履行期限类别	长期有效
承诺开始日期	2023 年 12 月 8 日
承诺结束日期	无
承诺事项概况	本人/本企业作为广州迪柯尼服饰股份有限公司（以下简称“公司”）的持股 5%以上的股东，为减少和规范与公司的关联交易，保护公司全体股东特别是中小股东的合法权益，本

	人/本企业郑重承诺如下： 一、本人/本企业、本人/本企业所控制的公司及关联方将尽最大努力减少或避免与公司之间的关联交易。在进行确属必要且无法规避的关联交易时，保证遵循平等、自愿、等价、有偿的原则进行公平操作，签署关联交易协议，关联交易的价格原则上应不偏离市场独立第三方的价格或收费的标准，保证交易公平，价格公允，并按相关法律法规、规范性文件规定履行交易程序及信息披露义务。 二、本人/本企业作为持股 5%以上股东，保证将按照法律法规、规范性文件和公司章程、关联交易管理制度的规定，在审议涉及与公司的关联交易事项时，切实遵守公司董事会、股东大会进行关联交易表决时的回避程序；严格遵守公司关联交易的决策制度，确保不损害公司和其他股东的合法权益；保证不利用在公司的地位和影响，通过关联交易损害公司以及其他股东的合法权益。 三、本人/本企业将促使本人/本企业控制的企业遵守上述承诺，如本人/本企业或本人/本企业控制的企业违反上述承诺而导致公司或其他股东的权益受到损害，本人/本企业将依法承担由此产生的全部责任，充分赔偿或补偿由此给公司或其他股东造成的一切实际损失。 四、在本人/本企业作为公司持股 5%以上股东期间，上述承诺持续有效且不可撤销。
承诺履行情况	正常履行
未能履行承诺的约束措施	如本人/本企业或本人/本企业控制的企业违反上述承诺而导致公司或其他股东的权益受到损害，本人/本企业将依法承担由此产生的全部责任，充分赔偿或补偿由此给公司或其他股东造成的一切实际损失。

承诺主体名称	广州迪柯尼服饰股份有限公司
承诺主体类型	☐ 申请挂牌公司 ☒ 实际控制人 ☐ 控股股东 ☒ 董事、监事、高级管理人员 ☐ 核心技术（业务）人员 ☐ 本次申请挂牌的主办券商及证券服务机构 ☐ 其他
承诺事项	减少或规范关联交易的承诺
承诺履行期限类别	长期有效
承诺开始日期	2023 年 12 月 8 日
承诺结束日期	无
承诺事项概况	本人作为广州迪柯尼服饰股份有限公司（以下简称“公司”）的实际控制人/董事、监事、高级管理人员，现特就减少和规范与公司的关联交易作出如下承诺： 1、本人、本人所控制的公司及关联方将尽最大努力减少或避免与公司之间的关联交易。在进行确属必要且无法规避的关联交易时，保证遵循平等、自愿、等价、有偿的原则进行公平操作，签署关联交易协议，关联交易的价格原则上应不偏离市场独立第三方的价格或收费的标准，保证交易公平，价格公允，并按相关法律法规、规范性文件规定履行交易程序及信息披露义务。 2、本人作为实际控制人/董事、监事、高级管理人员，保证

	将按照法律法规、规范性文件和公司章程、关联交易管理制度的规定，在审议涉及与公司的关联交易事项时，切实遵守公司董事会、股东大会进行关联交易表决时的回避程序；严格遵守公司关联交易的决策制度，确保不损害公司和其他股东的合法权益；保证不利用在公司的地位和影响，通过关联交易损害公司以及其他股东的合法权益。 3、本人将促使本人控制的企业遵守上述承诺，如本人或本人控制的企业违反上述承诺而导致公司或其他股东的权益受到损害，本人将依法承担由此产生的全部责任，充分赔偿或补偿由此给公司或其他股东造成的一切实际损失。 4、在本人作为公司实际控制人/董事、监事、高级管理人员期间，上述承诺持续有效且不可撤销。
承诺履行情况	正常履行
未能履行承诺的约束措施	如本人或本人控制的企业违反上述承诺而导致公司或其他股东的权益受到损害，本人将依法承担由此产生的全部责任，充分赔偿或补偿由此给公司或其他股东造成的一切实际损失。

承诺主体名称	广州迪柯尼服饰股份有限公司
承诺主体类型	☒ 申请挂牌公司 ☐ 实际控制人 ☐ 控股股东 ☐ 董事、监事、高级管理人员 ☐ 核心技术（业务）人员 ☐ 本次申请挂牌的主办券商及证券服务机构 ☐ 其他
承诺事项	解决资金占用问题的承诺
承诺履行期限类别	长期有效
承诺开始日期	2023 年 12 月 8 日
承诺结束日期	无
承诺事项概况	截至本承诺出具之日，广州迪柯尼服饰股份有限公司不存在股东包括控股股东、实际控制人及其关联方占用公司资金、资产或其他资源的情形。特此承诺。
承诺履行情况	正常履行
未能履行承诺的约束措施	-

承诺主体名称	广州迪柯尼服饰股份有限公司
承诺主体类型	☐ 申请挂牌公司 ☐ 实际控制人 ☐ 控股股东 ☐ 董事、监事、高级管理人员 ☐ 核心技术（业务）人员 ☐ 本次申请挂牌的主办券商及证券服务机构 ☒ 其他（全体股东）
承诺事项	解决资金占用问题的承诺
承诺履行期限类别	长期有效
承诺开始日期	2023 年 12 月 8 日
承诺结束日期	无
承诺事项概况	本人/本企业作为广州迪柯尼服饰股份有限公司（以下简称

	“公司”)的股东,为保证公司股票在全国中小企业股份转让系统挂牌公开转让的顺利进行,依照有关法律、法规及其他规范性文件的要求,谨作以下说明及承诺: 一、全体股东将严格遵守公司章程和公司内部控制制度中对防止股东及关联方占用公司资金或者转移公司资金、资产及其他资源行为的规定。 二、股东及股东直接或间接控制的其他关联公司今后将不会发生以任何方式占用公司资金、资产的行为。 三、如今后违背上述承诺致使相关各方遭受损失,股东愿承担全部法律责任。 特此承诺。
承诺履行情况	正常履行
未能履行承诺的约束措施	如今后违背上述承诺致使相关各方遭受损失,股东愿承担全部法律责任。

承诺主体名称	广州迪柯尼服饰股份有限公司
承诺主体类型	☐ 申请挂牌公司 √实际控制人 ☐ 控股股东 ☐ 董事、监事、高级管理人员 ☐ 核心技术(业务)人员 ☐ 本次申请挂牌的主办券商及证券服务机构 ☐ 其他
承诺事项	解决资金占用问题的承诺
承诺履行期限类别	长期有效
承诺开始日期	2023年12月8日
承诺结束日期	无
承诺事项概况	本人作为广州迪柯尼服饰股份有限公司的实际控制人,为保证公司股票在全国中小企业股份转让系统挂牌公开转让的顺利进行,依照有关法律、法规及其他规范性文件的要求,本人谨作以下说明及承诺: 一、本人将严格遵守公司章程和内部控制制度中对防止股东及关联方占用公司资金或者转移公司资金、资产及其他资源行为的规定,本人以及本人直接或间接控制的其他关联公司今后将不会发生以任何方式占用公司资金、资产的行为。 二、如今后违反上述承诺致使相关各方遭受损失,本人愿承担全部法律责任。
承诺履行情况	正常履行
未能履行承诺的约束措施	如今后违反上述承诺致使相关各方遭受损失,本人愿承担全部法律责任。

第七节 有关声明

申请挂牌公司控股股东声明

本公司或本人已对公开转让说明书进行了核查，确认不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

控股股东（盖章）： 广州冠璟投资有限公司

法定代表人（签字）：



许才君


广州迪柯尼服饰股份有限公司
2024年2月25日

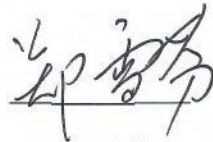
申请挂牌公司实际控制人声明

本公司或本人已对公开转让说明书进行了核查，确认不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

实际控制人（签字）：



许才君



郑雪芬

广州迪柯尼服饰股份有限公司



申请挂牌公司全体董事、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公开转让说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

全体董事及高级管理人员（签字）：



许才君



郑雪芬



熊国文



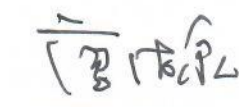
KANG BYOUNG SIK



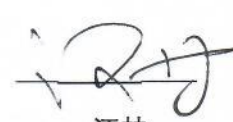
邓剑宇



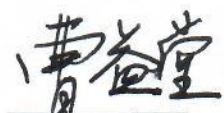
包倩倩



唐清泉



汪林

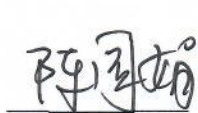


曹益堂

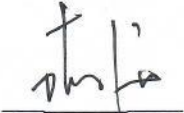


黄晓

全体监事（签字）：



陈国娟



陈丽屏



陈海君



主办券商声明

本公司已对公开转让说明书进行了核查，确认不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

项目负责人（签字）： 师龙阳
师龙阳

项目小组成员（签字）：

曾劲松
曾劲松

李良
李良

于云偲
于云偲

周铭伦
周铭伦

王煦
王煦

杨凯伦
杨凯伦

姜雅婧
姜雅婧

李一鸣
李一鸣

法定代表人（签字）： 张佑君
张佑君



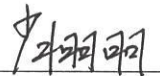
律师事务所声明

本机构及经办律师已阅读公开转让说明书，确认公开转让说明书与本机构出具的法律意见书无矛盾之处。本机构及经办律师对申请挂牌公司在公开转让说明书中引用的法律意见书的内容无异议，确认公开转让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（签字）：



李强



肖朋朋



孙菁菁

律师事务所负责人（签字）：



颜克兵

北京海润天睿律师事务所

2024年2月25日



审计机构声明

本机构及签字注册会计师已阅读广州迪柯尼服饰股份有限公司公开转让说明书，确认公开转让说明书与本机构出具的审计报告无矛盾之处。本机构及经办人员对申请挂牌公司在公开转让说明书中引用的审计报告的内容无异议，确认公开转让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。

经办注册会计师：


刘远帅


陈柳明

会计师事务所负责人：


林宝明

华兴会计师事务所（特殊普通合伙）



2024年 2 月 25 日

评估机构声明

本机构及签字资产评估师已阅读公开转让说明书，确认公开转让说明书与本机构出具的资产评估报告无矛盾之处。本机构及经办人员对申请挂牌公司在公开转让说明书中引用的资产评估报告的内容无异议，确认公开转让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。

经办资产评估师（签字）：


程海伦 4000834


刘镇华 70017

资产评估机构负责人（签字）：


胡东全

中联国际房地产土地资产评估咨询（广东）有限公司



2024年2月25日

第八节 附件

一、主办券商推荐报告

二、财务报表及审计报告

三、法律意见书

四、公司章程

五、全国股转系统同意公开转让的审核文件或中国证监会同意公开转让的注册文件

六、公司设立以来股本演变情况及董事、监事、高级管理人员的确认意见

七、其他与公开转让有关的重要文件