安正时尚集团股份有限公司

Anzheng Fashion Group Co., Ltd

（海宁市海宁经济开发区谷水路 298 号）

首次公开发行股票招股说明书

（申报稿）

保荐人（主承销商）

中信证券股份有限公司
CITIC Securities Company Limited

广东省深圳市福田区中心三路 8 号卓越时代广场（二期）北座

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

安正时尚集团股份有限公司首次公开发行股票招股说明书

发行股票类型：	人民币普通股（A 股）
发行股数：	本次公司公开发行新股数量和公司现有股东公开转让老股数量之和不超过 7,126 万股，其中，公司公开发行新股数量不超过 7,126 万股，公司现有股东转让老股数量不超过自愿设定 12 个月及以上限售期的投资者获配股份的数量，公司股东转让老股所得资金不归公司所有
每股面值：	人民币 1.00 元
每股发行价格：	【】元
预计发行日期：	【】年【】月【】日
拟上市证券交易所：	上海证券交易所
发行后总股本：	不超过 28,504 万股

本次发行前股东对所持股份自愿锁定的承诺：

（一）郑安政系公司控股股东、实际控制人，并担任公司董事长、总经理。郑安政承诺：

1、锁定期

自发行人股票上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理本人直接持有的发行人股份，也不由发行人回购该部分股份。

除上述承诺外，在担任发行人董事、监事或者高级管理人员期间，每年转让的股份不超过本人直接持有发行人股份总数的 25%；离职后半年内，不转让本人持有的发行人股份。

2、减持意向

发行人上市后 6 个月内，如发行人股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，本人所持发行人股票的锁定期自动延长 6 个月。所持股份在锁定期满后 2 年内减持的，减持价格不低于发行价，且每年减持股份的数量不超过本

人持有发行人股份总数的 25%。如遇除权除息事项，上述发行价作相应调整。本人不会因职务变更、离职等原因而拒绝履行上述承诺。

本人拟减持发行人股份的，本人将提前三个交易日通知发行人并予以公告，并承诺依法按照《公司法》、《证券法》、中国证监会和上海证券交易所相关规定办理。

如本人未履行上述承诺，本人将在符合法律、法规及规范性文件规定的情况下 10 个交易日内回购违规卖出的股票，且自回购完成之日自动延长持有全部股份的锁定期 3 个月。

如本人因未履行上述承诺事项而获得收入的，所得的收入归发行人所有，本人将在获得收入的 5 日内将前述收入支付给发行人指定账户。如本人未将违规减持所得或违规转让所得上交发行人，则发行人有权扣留应付现金分红中与上交公司的违规减持所得或违规转让所得金额相等的现金分红。

（二）陈克川、郑安坤及郑秀萍系公司控股股东、实际控制人郑安政亲属，并担任公司董事或者高级管理人员。陈克川、郑安坤及郑秀萍承诺：

1、锁定期

自发行人股票上市之日起三十六个月内，不转让或委托他人管理本人直接持有的发行人股份，也不由发行人回购该部分股份。

除上述锁定期承诺外，本人在担任发行人董事、监事或高级管理人员期间，每年转让的股份不超过本人直接持有发行人股份总数的 25%；离职后半年内，不转让本人持有的发行人股份。

2、减持意向

发行人上市后 6 个月内，如发行人股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，本人所持发行人股票的锁定期自动延长 6 个月。本人所持上述股份在锁定期满后两年内减持的，其减持价格不低于发行价，且每年减持股份的数量不超过本人持有发行人股份总数的 25%。如遇除权除息事项，上述发行价作相应调整。本人不会因职务变更、离职等原因而拒绝履行上述承诺。

本人拟减持发行人股份的，本人将提前三个交易日通知发行人并予以公告，并承诺依法按照《公司法》、《证券法》、中国证监会和上海证券交易所相关规定办理。

如本人未履行上述承诺，本人将在符合法律、法规及规范性文件规定的情况下 10 个交易日内回购违规卖出的股票，且自回购完成之日自动延长持有全部股份的锁定期 3 个月。

如本人因未履行上述承诺事项而获得收入的，所得的收入归发行人所有，本人将在获得

收入的 5 日内将前述收入支付给发行人指定账户。如本人未将违规减持所得或违规转让所得上交公司，则发行人有权扣留应付现金分红中与上交发行人的违规减持所得或违规转让所得金额相等的现金分红。

（三）郑安杰系公司控股股东、实际控制人郑安政亲属，且持有公司股份超过 5%。郑安杰承诺：

1、锁定期

自发行人股票上市之日起三十六个月内，不转让或委托他人管理本人直接持有的发行人股份，也不由发行人回购该部分股份。

2、减持意向

所持股份在锁定期满后 2 年内减持的，减持价格不低于发行价。如遇除权除息事项，上述发行价作相应调整。如果在股份锁定期届满后两年内减持股份，第一年减持股份数量累计不超过上一年末持有公司股份数量的 50%，第二年减持股份数量累计不超过上一年末持有公司股份数量的 100%。

本人拟减持发行人股份的，本人将提前三个交易日通知发行人并予以公告，并承诺依法按照《公司法》、《证券法》、中国证监会和上海证券交易所相关规定办理。

如本人因未履行上述承诺事项而获得收入的，所得的收入归发行人所有，本人将在获得收入的 5 日内将前述收入支付给发行人指定账户。如本人未将违规减持所得或违规转让所得上交发行人，则发行人有权扣留应付现金分红中与上交发行人的违规减持所得或违规转让所得金额相等的现金分红。

（四）金俊、谭才年、赵颖、赵典媚系公司高级管理人员。金俊、谭才年、赵颖、赵典媚承诺：

1、锁定期

自发行人股票上市之日起十二个月内，不转让或委托他人管理本人直接持有的发行人股份，也不由发行人回购该部分股份。

除上述锁定承诺外，本人在担任发行人董事、监事或高级管理人员期间，每年转让的股份不超过本人直接持有发行人股份总数的 25%；离职后半年内，不转让本人持有的发行人股份。

2、减持意向

发行人上市后 6 个月内，如发行人股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者

上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，本人所持发行人股票的锁定期自动延长 6 个月。本人所持上述股份在锁定期满后两年内减持的，其减持价格不低于发行价，且每年减持的股份不超过本人直接持有发行人股份总数的 10%，如遇除权除息事项，上述发行价作相应调整。本人不会因职务变更、离职等原因而拒绝履行上述承诺。

如本人未履行上述承诺，本人将在符合法律、法规及规范性文件规定的情况下 10 个交易日内回购违规卖出的股票，且自回购完成之日自动延长持有全部股份的锁定期 3 个月。

如本人因未履行上述承诺事项而获得收入的，所得的收入归发行人所有，本人将在获得收入的 5 日内将前述收入支付给发行人指定账户。如本人未将违规减持所得或违规转让所得上交发行人，则发行人有权扣留应付现金分红中与上交发行人的违规减持所得或违规转让所得金额相等的现金分红。

（五）王正宇、吴峥、曾云榜、王齐斌系公司中层管理人员或核心技术人员。王正宇、吴峥、曾云榜、王齐斌承诺：

1、锁定期

自发行人股票上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理本人直接持有的发行人股份，也不由发行人回购该部分股份。

除上述锁定期承诺外，本人在发行人任职期间，每年转让的股份不超过本人直接持有发行人股份总数的 25%，离职后半年内，不转让本人持有的发行人股份。

2、减持意向

本人所持发行人股份在锁定期满后两年内减持的，其减持价格不低于发行价，且每年减持的股份不超过本人直接持有发行人股份总数的 10%。本人不会因职务变更、离职等原因而拒绝履行上述承诺。

（六）其他股东葛国平承诺：

自发行人股票上市之日起十二个月内，不转让或委托他人管理本人直接持有的发行人股份，也不由发行人回购该部分股份。

保荐人（主承销商）：	中信证券股份有限公司
招股说明书签署日期：	2016 年 11 月 7 日

重 要 声 明

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

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

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

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

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

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

重大事项提示

一、特别风险提示

本公司提醒投资者认真阅读本招股说明书的“风险因素”部分，并特别注意下列事项：

（一）多品牌运作的风险

长期以来，“玖姿”女装作为公司的主导品牌，经过十余年的创新探索和持续改进，“玖姿”品牌已获得了消费者的广泛认同。自2008年，公司开启了多品牌运营的经营战略，创立了与“玖姿”品牌具有明显的风格差异与差异化市场定位的“尹默”女装；2012年，公司推出了定位于商务、时尚的高端男装品牌“安正”；2014年下半年，公司先后收购了“摩萨克”及“斐娜晨”两个定位于成熟女装中淑细分领域的新兴品牌。上述品牌在风格、内涵、价格区间及目标客户群等有效互补，共同构成了公司多样化、互补性强的多品牌阵营，拓展了公司产品的受众群体，有助于扩大公司业务规模，增强公司整体竞争实力。

新品牌的推出及发展需要大量的时间及资源投入，将对公司多品牌运营能力提出较高的要求。如果公司的设计研发、生产组织、市场销售等方面无法满足多品牌运作要求，可能将对公司的业务、财务状况及经营业绩造成不利影响。

（二）网络销售对传统销售模式冲击带来的风险

我国传统品牌服装销售主要通过线下实体渠道完成，近几年，我国电子商务蓬勃发展，服装网络销售规模迅速增长，对我国服装行业传统销售模式造成了一定程度的冲击。2013 年至 2016 年 1-6 月，公司网络销售占比分别为 2.81%、4.31%、9.14%和 11.92%，呈上升趋势，但在信息技术发展与行业市场变革的背景下，未来如果成熟女装客户群的网络购物消费习惯逐步强化，以及线上与线下互动结合的 O2O 业务模式趋于成熟，公司如不能及时拓展网上销售渠道、加强电子商务建设及引进相应配套的电子商务人才等，将对公司的销售业绩带来一定程度的影响。

（三）存货余额较大的风险

报告期各期末，公司存货主要构成情况如下表：

单位：万元

项目	2016 年 6 月 30 日		2015 年 12 月 31 日		2014 年 12 月 31 日		2013 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
原材料	7,009.98	12.21%	7,087.65	12.17%	6,690.84	12.93%	5,512.12	14.67%
在产品	957.66	1.67%	938.21	1.61%	1,505.25	2.91%	700.49	1.86%
库存商品	48,697.73	84.83%	49,753.15	85.42%	43,460.42	83.99%	30,498.19	81.17%
委托加工物资	743.31	1.29%	466.00	0.80%	90.27	0.17%	864.71	2.30%
存货小计	57,408.67	100.00%	58,245.01	100.00%	51,746.78	100.00%	37,575.50	100.00%
跌价准备	17,258.98		17,884.84		15,855.23		9,064.84	
存货净额	40,149.69		40,360.17		35,891.55		28,510.66	

截至 2016 年 6 月 30 日，公司存货净额为 40,149.69 万元，占流动资产总额的 53.97%。其中，库存商品占存货金额的 84.83%，库存商品中库龄 2 年以内的占比为 61.18%。虽然目前公司较大的存货规模符合公司生产经营特点，且公司采取加强研发、采购和生产的计划性、以销定产等措施，2013 年度-2015 年度及 2016 年 1-6 月，存货周转率分别为 1.34、1.11、1.01、0.32，处于相对较高水平，但若在以后的经营年度中因市场环境发生变化或竞争加剧导致存货跌价或存货变现困难，本公司的盈利能力将可能受到不利影响。

（四）构建长期资产承诺和经营租赁承诺对公司经营的风险

截至 2016 年 6 月 30 日，公司存在一项构建长期资产承诺为 5,481.30 万元和经营租赁承诺 1,815.69 万元，其中，构建长期资产承诺主要系公司为进一步巩固与提升公司一体化供应链优势，正在建设并已部分完工投入使用的安正产业园，已为公司未来长期发展夯实坚实基础，但在不考虑安正产业园建设对公司业绩提升的情况下，如未来构建长期资产承诺确认为固定资产 5,481.30 万元，按照 40 年计提折旧，每年折旧费用约为 137.03 万元，对公司经营业绩有一定影响。此外，经营租赁承诺系报告期内，为加强直营专卖店的长期经营，公司与门店物业持有方签订长期租赁合同，确认未来租赁成本，但如果未来租赁物业市场价格下行，公司面临因此而承担额外成本的风险。

二、其他重大事项提示

（一）本次发行前公司滚存未分配利润分配政策

根据公司 2014 年第五次临时股东大会决议，如果公司首次公开发行股票的申请获得批准并成功发行，则本次发行日前滚存的可供股东分配的未分配利润由发行前后的新老股东共享。

（二）本次发行上市后公司股利分配政策及上市后未来三年股利分配预案

根据公司上市后实施的《公司章程（草案）》，公司本次发行后实施的股利分配政策如下：

1、公司利润分配政策的基本原则

公司本着重视对投资者的合理投资回报，同时兼顾公司合理资金需求以及可持续发展的原则，实施持续、稳定的股利分配政策。公司利润分配不得超过累计可分配利润范围。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。

2、利润分配的形式

公司采用现金、或股票、或两者结合的方式进行股利分配，在公司盈利及满足正常经营和长期发展的条件下，公司将优先采取现金方式分配股利。

3、股利分配的条件及比例

在公司实现盈利、不存在未弥补亏损、有足够现金实施现金分红且不影响公司正常经营的情况下，公司将实施现金股利分配方式。公司每年以现金股利形式分配的股利不少于当年实现的可分配利润的 20%。

在保证公司股本规模和股权结构合理的前提下，且公司股票估值处于合理范围内，公司可在满足本章程规定的现金分红的条件下实施股票股利分配方式。

4、现金股利分配的比例和期间间隔

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

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%；

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%；

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

公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，可以按照前项规定处理。

上述“重大资金支出安排”指预计在未来一个会计年度一次性或累计投资总额或现金支出达到或者超过公司最近一期经审计净资产的 5%，且绝对值达到 5,000 万元。

公司原则上在每年年度股东大会审议通过后进行一次现金分红，公司董事会可以根据公司的盈利状况及资金需求状况提议公司进行中期现金分红。

5、决策程序和机制

董事会负责制定利润分配方案并就其合理性进行充分讨论，经独立董事发表意见并经董事会审议通过后提交股东大会审议。独立董事可以征集中小股东的意见，提出分红议案，并直接提交董事会审议。公司审议利润分配方案时，应为股东提供网络投票方式。

公司董事会因特殊情况未做出现金利润分配预案的，董事会应就不进行现金分红的具体原因、公司留存利润的确切用途及预计投资收益等事项进行专项说明，经独立董事发表意见并经董事会审议通过后提交股东大会审议，并依法予以披露。

公司不进行现金分红或调整现金分红比例时，应当经出席股东大会的股东所持表决权的 2/3 以上审议通过。

6、公司利润分配政策的变更

若由于外部经营环境或者自身经营状况发生较大变化等原因而需调整利润分配政策的，应由公司董事会根据实际情况提出利润分配政策调整议案，并提请股东大会审议通过，独立董事、监事会应该对公司年度股利分配方案发表意见，股东大会应该采用网络投票方式为公众股东提供参会表决条件。

利润分配政策调整方案应经出席股东大会的股东所持表决权的 2/3 以上通过。

7、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。

根据公司制定的《关于公司上市后三年分红回报规划》，公司上市后未来三年的股利分配预案如下：

自本次发行上市完成之日起的未来三年，公司将实施现金股利分配方式，每年以现金方式分配的股利不少于当年实现的可分配利润的 20%。若届时根据实际情况需要对未来三年利润分配方案进行调整的，按照《安正时尚集团股份有限公司章程（草案）》的决策程序重新决策。

《公司章程（草案）》中有关本次发行后实施的股利分配政策的内容和《关于公司上市后三年分红回报规划》共同组成本公司长期回报规划，具体内容详见本招股说明书“第十一节　管理层讨论与分析”。

关于公司利润分配政策的具体内容，详见本招股说明书“第十四节　股利分配政策”。

（三）发行前公司股东持有股份锁定事宜

发行前股东对所持发行人股份自愿锁定的承诺如下：

1、郑安政承诺

郑安政系公司控股股东、实际控制人，并担任公司董事长、总经理。郑安政承诺：

（1）锁定期

自发行人股票上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理本人直接持有的发行人股份，也不由发行人回购该部分股份。

除上述承诺外，在担任发行人董事、监事或者高级管理人员期间，每年转让的股份不超过本人直接持有发行人股份总数的 25%；离职后半年内，不转让本人持有的发行人股份。

（2）减持意向

发行人上市后 6 个月内，如发行人股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，本人所持发行人股票的锁定期自动延长 6 个月。所持股份在锁定期满后 2 年内减持的，减持价格不低于发行价，

且每年减持股份的数量不超过本人持有发行人股份总数的 25%。如遇除权除息事项，上述发行价作相应调整。本人不会因职务变更、离职等原因而拒绝履行上述承诺。

本人拟减持发行人股份的，本人将提前三个交易日通知发行人并予以公告，并承诺依法按照《公司法》、《证券法》、中国证监会和上海证券交易所相关规定办理。

如本人未履行上述承诺，本人将在符合法律、法规及规范性文件规定的情况下 10 个交易日内回购违规卖出的股票，且自回购完成之日自动延长持有全部股份的锁定期 3 个月。

如本人因未履行上述承诺事项而获得收入的，所得的收入归发行人所有，本人将在获得收入的 5 日内将前述收入支付给发行人指定账户。如本人未将违规减持所得或违规转让所得上交发行人，则发行人有权扣留应付现金分红中与上交公司的违规减持所得或违规转让所得金额相等的现金分红。

2、陈克川、郑安坤、郑秀萍承诺

陈克川、郑安坤及郑秀萍系公司控股股东、实际控制人郑安政亲属，并担任公司董事或者高级管理人员。陈克川、郑安坤及郑秀萍承诺：

（1）锁定期

自发行人股票上市之日起三十六个月内，不转让或委托他人管理本人直接持有的发行人股份，也不由发行人回购该部分股份。

除上述锁定期承诺外，本人在担任发行人董事、监事或高级管理人员期间，每年转让的股份不超过本人直接持有发行人股份总数的 25%；离职后半年内，不转让本人持有的发行人股份。

（2）减持意向

发行人上市后 6 个月内，如发行人股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，本人所持发行人股票的锁定期自动延长 6 个月。本人所持上述股份在锁定期满后两年内减持的，其减持价格不低于发行价，且每年减持股份的数量不超过本人持有发行人股份总数的 25%。如遇除权除息事项，上述发行价作相应调整。本人不会因职务变更、离职等原因而拒绝履行上述承诺。

本人拟减持发行人股份的，本人将提前三个交易日通知发行人并予以公告，并承诺依法按照《公司法》、《证券法》、中国证监会和上海证券交易所相关规定办理。

如本人未履行上述承诺，本人将在符合法律、法规及规范性文件规定的情况下 10 个交易日内回购违规卖出的股票，且自回购完成之日自动延长持有全部股份的锁定期 3 个月。

如本人因未履行上述承诺事项而获得收入的，所得的收入归发行人所有，本人将在获得收入的 5 日内将前述收入支付给发行人指定账户。如本人未将违规减持所得或违规转让所得上交公司，则发行人有权扣留应付现金分红中与上交发行人的违规减持所得或违规转让所得金额相等的现金分红。

3、郑安杰承诺

郑安杰系公司控股股东、实际控制人郑安政亲属，且持有公司股份超过 5%。郑安杰承诺：

（1）锁定期

自发行人股票上市之日起三十六个月内，不转让或委托他人管理本人直接持有的发行人股份，也不由发行人回购该部分股份。

（2）减持意向

所持股份在锁定期满后 2 年内减持的，减持价格不低于发行价。如遇除权除息事项，上述发行价作相应调整。如果在股份锁定期届满后两年内减持股份，第一年减持股份数量累计不超过上一年末持有公司股份数量的 50%，第二年减持股份数量累计不超过上一年末持有公司股份数量的 100%。

本人拟减持发行人股份的，本人将提前三个交易日通知发行人并予以公告，并承诺依法按照《公司法》、《证券法》、中国证监会和上海证券交易所相关规定办理。

如本人因未履行上述承诺事项而获得收入的，所得的收入归发行人所有，本人将在获得收入的 5 日内将前述收入支付给发行人指定账户。如本人未将违规减持所得或违规转让所得上交发行人，则发行人有权扣留应付现金分红中与上交发行人的违规减持所得或违规转让所得金额相等的现金分红。

4、金俊、谭才年、赵颖、赵典媚承诺

金俊、谭才年、赵颖、赵典媚系公司高级管理人员。金俊、谭才年、赵颖、赵典媚承诺：

（1）锁定期

自发行人股票上市之日起十二个月内，不转让或委托他人管理本人直接持有的发行人股份，也不由发行人回购该部分股份。

除上述锁定承诺外，本人在担任发行人董事、监事或高级管理人员期间，每年转让的股份不超过本人直接持有发行人股份总数的 25%；离职后半年内，不转让本人持有的发行人股份。

（2）减持意向

发行人上市后 6 个月内，如发行人股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，本人所持发行人股票的锁定期自动延长 6 个月。本人所持上述股份在锁定期满后两年内减持的，其减持价格不低于发行价，且每年减持的股份不超过本人直接持有发行人股份总数的 10%，如遇除权除息事项，上述发行价作相应调整。本人不会因职务变更、离职等原因而拒绝履行上述承诺。

如本人未履行上述承诺，本人将在符合法律、法规及规范性文件规定的情况下 10 个交易日内回购违规卖出的股票，且自回购完成之日自动延长持有全部股份的锁定期 3 个月。

如本人因未履行上述承诺事项而获得收入的，所得的收入归发行人所有，本人将在获得收入的 5 日内将前述收入支付给发行人指定账户。如本人未将违规减持所得或违规转让所得上交发行人，则发行人有权扣留应付现金分红中与上交发行人的违规减持所得或违规转让所得金额相等的现金分红。

5、王正宇、吴峥、曾云榜、王齐斌承诺

王正宇、吴峥、曾云榜、王齐斌系公司中层管理人员或核心技术人员。王正宇、吴峥、曾云榜、王齐斌承诺：

（1）锁定期

自发行人股票上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理本人直接持有的发行人股份，也不由发行人回购该部分股份。

除上述锁定期承诺外，本人在发行人任职期间，每年转让的股份不超过本人直接持有发行人股份总数的25%，离职后半年内，不转让本人持有的发行人股份。

（2）减持意向

本人所持发行人股份在锁定期满后两年内减持的，其减持价格不低于发行价，且每年减持的股份不超过本人直接持有发行人股份总数的10%。本人不会因职务变更、离职等原因而拒绝履行上述承诺。

6、其他股东葛国平承诺

其他股东葛国平承诺：

自发行人股票上市之日起十二个月内，不转让或委托他人管理本人直接持有的发行人股份，也不由发行人回购该部分股份。

（四）现有股东转让老股对公司的影响

根据公司第三届董事会第二次会议及2014年第五次临时股东大会审议通过的发行方案，发行时现有股东转让老股系由本次发行前的公司股东陈克川和郑秀萍次序向投资者公开发售所持公司股份。发行前，陈克川和郑秀萍合计持股比例为24.559%。上述股东转让老股对公司控制权、治理结构、生产经营不会产生重大不利影响。

（五）上市后三年内稳定公司股价的预案

为保护中小股东和投资者利益，公司特制订稳定公司股价的预案，具体方案如下：

1、启动稳定股价措施的具体条件

自公司股票正式上市交易之日起三年内，非因不可抗力所致，公司股票股价一旦出现连续20个交易日收盘价均低于公司最近一期经审计的每股净资产值（第20个交易日构成“触发稳定股价措施日”；最近一期审计基准日后，公司如有利润分配、资本公积金转增股本、增发、配股等情况导致公司净资产或股份总数出现变化的，每股净资产值相应进行调整；每股净资产值=合并财务报表中归属于母公司普通股股东权益合计数/审计基准日公司股份总数，下同），且满

足法律、法规和规范性文件关于业绩发布、股份回购、股份增持等相关规定的情形下，则公司控股股东郑安政、公司、公司董事（不含独立董事，下同）和高级管理人员等将启动稳定公司股价措施。

2、稳定公司股价的义务人

公司控股股东、公司、公司董事和高级管理人员为稳定公司股价的义务人，其中公司控股股东为第一顺位义务人，公司为第二顺位义务人，公司董事和高级管理人员为第三顺位义务人。

3、稳定公司股价的具体措施

（1）公司控股股东增持

公司控股股东应于触发稳定股价措施日起 10 个交易日内，通过增持公司股份的方式以稳定公司股价，并向公司送达增持公司股票书面通知（以下简称“增持通知书”），增持通知书应包括增持股份数量、增持期限、增持目标及其他有关增持的内容，公司控股股东应于触发稳定股价措施日起 3 个月内以不高于公司最近一期经审计的每股净资产值的价格增持公司股份，增持股份数量不低于公司股份总数的 3%；但是，公司股票收盘价连续 20 个交易日高于最近一期经审计的每股净资产值，则控股股东可中止实施该次增持计划；公司股票收盘价连续 40 个交易日高于最近一期经审计的每股净资产值或控股股东已增持了公司股份总数 3%的股份，则可终止实施该次增持计划。

（2）公司回购本公司的股票

如公司控股股东于触发稳定股价措施日起 10 个交易日内未向公司送达增持通知书或未按披露的增持计划实施，或者公司控股股东履行完毕其增持义务后公司股票收盘价仍然存在连续二十个交易日均低于公司最近一期经审计的每股净资产值的，公司董事会应于确认前述事项之日起 10 个交易日内公告回购公司股份的预案，回购预案包括但不限于回购股份数量、回购价格区间、回购资金来源、回购对公司股价及公司经营的影响等内容。公司应于触发稳定股价措施日起 3 个月内以不高于最近一期经审计的每股净资产值的价格回购公司的股份，回购股份数量不低于公司股份总数的 3%；但是，公司股票收盘价连续 20 个交易日高于最近一期经审计的每股净资产，则公司可中止实施该次回购计划；公司股票收盘

价连续 40 个交易日高于最近一期经审计的每股净资产值或公司已回购公司股份总数 3%的股份，则可终止实施该次回购计划。

用于回购股份的资金自回购当年起从分配给公司控股股东的分红款项中扣除。

（3）公司董事、高级管理人员增持

如公司控股股东和公司均未能于触发稳定股价措施日起 10 个交易日内向公司送达增持通知书或未按披露的增持计划实施，或者公司控股股东和公司履行完毕其增持义务后公司股票收盘价仍然存在连续二十个交易日均低于公司最近一期经审计的每股净资产值的，公司董事、高级管理人员应于确认前述事项之日起 10 个交易日内（如期间存在 N 个交易日限制董事、高级管理人员买卖股票，则董事、高级管理人员应于触发稳定股价措施日起 10+N 个交易日内），向公司送达增持通知书，增持通知书应包括增持股份数量、增持价格确定方式、增持期限、增持目标及其他有关增持的内容。除存在交易限制外，公司董事、高级管理人员应于触发稳定股价措施日起 3 个月内以不高于最近一期经审计的每股净资产值的价格增持公司的股份，其累计增持资金金额不低于其上一年度薪酬总额及公司对其现金股利分配总额之和的 50%；但是，公司股票收盘价连续 20 个交易日高于最近一期经审计的每股净资产，则公司董事、高级管理人员可中止实施该次增持计划；公司股票收盘价连续 40 个交易日高于最近一期经审计的每股净资产值或增持资金使用完毕，则可终止实施该次增持计划。

4、稳定公司股价的具体措施须履行的法律程序

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

5、未履行稳定公司股价措施的约束措施

（1）如控股股东已向公司送达增持通知书但未能实际履行增持义务的，则公司有权将用于实施回购股票计划等金额的应付控股股东现金分红予以扣留。

（2）控股股东、公司董事及高级管理人员增持股份影响公司上市地位的，则公司有权将应付控股股东、公司董事及高级管理人员的现金分红用于股份回购计划。

（3）公司董事、高级管理人员如未能履行其增持义务的，则公司有权将应付董事、高级管理人员的薪酬及现金分红予以扣留，直至董事、高级管理人员履行其增持义务。

（4）上市后 3 年内，如公司董事、高级管理人员发生了变更，则公司新聘任董事、高级管理人员亦要履行上述义务，且须在公司正式聘任之前签署与本议案相关的承诺函，否则不得聘任为公司董事、高级管理人员。

6、本预案的修改

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

（六）关于招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏方面的承诺

1、公司承诺：

如果公司招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，若自主管机关或者司法机关作出事实认定之日（以下称“认定之日”）本公司已公开发行股份但未上市的，自认定之日起 30 日内，本公司将依法按照发行价加计银行同期活期存款利息回购本次公开发行的全部新股；同时，如本次发行时将持有的股份（以下称“老股”）以公开发行方式一并向投资者发售的股东不履行购回该等老股义务的，则本公司应当依法按照发行价加计银行同期活期存款利息回购该等老股。若认定之日本公司已发行并上市，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本公司将依法赔偿投资者损失。

2、公司实际控制人郑安政承诺：

如果公司招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，若事实认定之日公司本人已公开发售股份但未上市的，且自认定之日起 30 日内，本人将依法按照发行价加

计银行同期活期存款利息回购已转让的原限售股份；若认定之日公司已发行并上市，本人将依法购回已转让的原限售股份，购回价格不低于回购公告前 30 个交易日公司股票每日加权平均价的算术平均值，并根据相关法律法规规定的程序实施。上述购回实施时法律法规另有规定的从其规定。

公司招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本人将依法赔偿投资者损失。

如果本人未能履行上述承诺，将停止在公司处领取股东分红，同时本人持有的公司股份将不得转让，若转让的，转让所得归公司所有，直至本人按上述承诺采取相应的赔偿措施并实施完毕时为止。若法律、法规、规范性文件及中国证监会或上海证券交易所对本人因违反上述承诺而应承担的相关责任及后果有不同规定，本人自愿无条件地遵从该等规定。

本人以当年度以及以后年度公司利润分配方案中本人享有的利润分配及本人从公司领取的薪酬或津贴作为履约担保，且若本人未履行上述收购或赔偿义务，则在履行承诺前，其所持的公司股份不得转让。

3、陈克川、郑秀萍承诺：

如果公司招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本人将依法赔偿投资者的损失。

如果本人未能履行上述承诺，将停止在公司处领取薪酬或津贴，直至本人按上述承诺采取相应的赔偿措施并实施完毕时为止。若法律、法规、规范性文件及中国证监会或上海证券交易所对本人因违反上述承诺而应承担的相关责任及后果有不同规定，本人自愿无条件地遵从该等规定。

本人以从公司领取的薪酬或津贴作为履约担保。

4、公司其他董事、监事、高级管理人员承诺：

如果公司招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本人将依法赔偿投资者的损失。

如果本人未能履行上述承诺，将停止在公司处领取薪酬或津贴，直至本人按上述承诺采取相应的赔偿措施并实施完毕时为止。若法律、法规、规范性文件及中国证监会或上海证券交易所对本人因违反上述承诺而应承担的相关责任及后果有不同规定，本人自愿无条件地遵从该等规定。

本人以从公司领取的薪酬或津贴作为履约担保。

（七）关于公司填补回报措施能够得到切实履行的承诺

公司全体董事、高级管理人员对公司填补回报措施能够得到切实履行作出承诺如下：

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

2、承诺对职务消费行为进行约束；

3、承诺不动用公司资产从事与其履行职责无关的投资、消费活动；

4、承诺由董事会或薪酬委员会制定的薪酬制度与公司填补回报措施的执行情况相挂钩；

5、承诺未来公布的公司股权激励的行权条件与公司填补回报措施的执行情况相挂钩。

目 录

重 要 声 明 5
重大事项提示 6
一、特别风险提示 6
二、其他重大事项提示 8
目 录 20
第一节 释义 25
一、基本术语 25
二、专业术语 26
第二节 概 览 28
一、公司基本情况 28
二、公司的股本结构及控股股东、实际控制人 29
三、公司主要财务数据 29
四、本次发行情况 31
五、募集资金的主要用途 31
第三节 本次发行概况 32
一、本次发行的基本情况 32
二、本次发行股票的有关当事人 33
三、发行人与中介机构的关系 34
四、本次发行有关重要日期 34
第四节 风险因素 35
一、经营风险 35
二、财务风险 37
三、市场风险 39
四、管理风险 40
五、募投项目风险 41
第五节 公司基本情况 43
一、公司基本概况 43

二、历次验资情况及发起人投入资产的计量属性.....60
三、发行人组织结构.....61
四、发行人投资情况.....63
五、发行人的发起人、主要股东及实际控制人的情况.....95
六、发行前后股本变化情况.....98
七、发行人员工及其社会保障情况.....104
八、主要股东及董事、监事、高级管理人员作出的重要承诺.....108
第六节 业务与技术 110
一、公司主营业务及其变化情况.....110
二、发行人所处行业的基本情况.....112
三、发行人在行业中的竞争地位.....133
四、主营业务的具体情况.....142
五、主要资产情况.....183
六、特许经营权情况.....196
七、技术与研发情况.....196
八、境外经营情况.....198
九、质量控制情况.....198
第七节 同业竞争与关联交易 201
一、独立性情况.....201
二、同业竞争.....202
三、关联方及关联交易.....203
四、关联交易情况.....209
五、对关联交易决策权力与程序的安排.....211
六、发行人报告期内关联交易制度的执行情况及独立董事意见.....216
七、规范和减少关联交易的措施.....216
第八节 董事、监事及高级管理人员 217
一、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员简介.....217
二、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属持股情况....222
三、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的对外投资情况.....224

四、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员相互之间的亲属关系和兼职情况.....225
五、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的薪酬情况.....228
六、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员与本公司签订的有关协议、作出的重要承诺.....229
七、董事、监事、高级管理人员的任职资格.....229
八、董事、监事、高级管理人员近三年来的变动情况.....230
第九节 公司治理 232
一、公司股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度的建立健全及运行情况.....232
二、董事会专门委员会制度的建立健全及运行情况.....245
三、报告期内违法违规情况.....248
四、报告期内资金占用和对外担保的情况.....248
五、内部控制制度的自我评估意见.....248
六、会计师对内部控制的鉴证意见.....249
第十节 财务会计信息 250
一、财务报表.....250
二、发行人财务报表的编制基础和合并财务报表范围及变化情况.....260
三、报告期内采用的主要会计政策和会计估计.....262
四、分部信息.....280
五、非经常性损益.....282
六、最近一期末主要固定资产.....283
七、最近一期末无形资产.....284
八、最近一期末主要债项.....285
九、所有者权益变动情况.....286
十、现金流量情况、不涉及现金收支的重大投资和筹资活动及其影响.....290
十一、期后事项、或有事项及其他重要事项.....291
十二、财务指标.....292
十三、盈利预测.....293

十四、评估情况.....293
十五、历次验资情况.....294
第十一节 管理层讨论与分析.....295
一、财务状况分析.....295
二、盈利能力分析.....322
三、现金流量分析.....346
四、资本性支出的分析.....347
五、或有事项、承诺事项和重大期后事项对发行人的影响.....348
六、上市后的股利分配政策.....348
七、主要财务优势、困难及未来盈利能力趋势分析.....352
八、本次发行对即期回报摊薄的影响以及填补的相关措施.....354
第十二节 业务发展目标.....358
一、公司业务发展目标.....358
二、业务发展主要规划.....358
三、发展计划所依据的假设条件和面临的主要困难.....363
四、上述业务发展计划与公司现有业务的关系.....363
第十三节 募集资金运用.....365
一、募集资金运用基本情况.....365
二、募集资金专项管理制度.....365
三、募集资金投资项目介绍.....366
四、募集资金运用对公司经营和财务状况的影响.....392
第十四节 股利分配政策.....394
一、股利分配的一般政策.....394
二、最近三年股利实际分配情况.....394
三、本次发行后的股利分配政策.....395
四、发行前滚存利润的分配方案.....397
五、发行后股利分配规划.....397
第十五节 其他重要事项.....398
一、信息披露与投资者关系服务.....398

二、重大合同.....398
三、重大诉讼与仲裁.....401
第十六节 董事、监事、高级管理人员及有关中介机构声明.....405
第十七节 备查文件.....415
一、本招股说明书的备查文件.....415
二、备查文件的查阅.....415

第一节 释义

在本招股说明书中，除非另有说明，下列简称具有如下特定意义：

一、基本术语

本公司、公司、发行人、安正时尚	指	安正时尚集团股份有限公司（根据上下文也可涵盖其前身浙江玖姿实业股份有限公司）
玖姿实业	指	浙江玖姿实业股份有限公司，安正时尚集团股份有限公司前身
玖姿服饰	指	浙江玖姿服饰有限公司
海宁九冬皮革	指	海宁市九冬皮革实业有限公司，浙江玖姿服饰有限公司前身
沈阳萱姿	指	沈阳萱姿服饰有限公司，发行人控股子公司
成都萱姿	指	成都萱姿服饰有限公司，发行人控股子公司
山东萱姿	指	山东萱姿服饰有限公司，发行人控股子公司
江苏萱姿	指	江苏萱姿服饰有限公司，发行人控股子公司
北京萱姿	指	北京萱姿睿宜服装服饰有限公司，发行人控股子公司
哈尔滨萱姿	指	哈尔滨萱姿服饰有限公司，发行人控股子公司
湖南萱姿	指	湖南萱姿服饰有限公司，发行人控股子公司
上海艳姿	指	上海艳姿服饰有限公司，发行人控股子公司
杭州艳姿	指	杭州艳姿服饰有限公司，发行人控股子公司
兰州艳姿	指	兰州艳姿服饰有限公司，发行人控股子公司
上海安正	指	上海安正服饰有限公司，发行人控股子公司
上海尹默	指	上海尹默服饰有限公司，发行人控股子公司
上海安喆	指	上海安喆服饰有限公司，发行人控股子公司
上海摩萨克	指	上海摩萨克服饰有限公司，发行人控股子公司
上海斐娜晨	指	上海斐娜晨服饰有限公司，发行人控股子公司
安诺有限	指	安诺集团有限公司，发行人控股子公司
上海分公司	指	安正时尚集团股份有限公司上海分公司
安正产业园	指	安正时尚集团文化创意产业园
嘉宝小贷公司	指	海宁市嘉宝小额贷款股份有限公司，发行人参股公司
帛玛尼	指	海宁市帛玛尼沙发套有限公司（根据上下文也可涵盖其前身海宁市帛玛尼服饰有限公司）
上海玖姿	指	上海玖姿服饰有限公司
上海九冬皮革	指	上海九冬皮革时装有限公司，上海玖姿服饰有限公司前身
报告期	指	2013 年、2014 年、2015 年及 2016 年 1-6 月
最近三年	指	2013 年、2014 年、2015 年
《公司法》	指	《中华人民共和国公司法》（2013 年修正）
《证券法》	指	《中华人民共和国证券法》（2013 年修订）
《公司章程》	指	《安正时尚集团股份有限公司章程》

本招股说明书	指	《安正时尚集团股份有限公司首次公开发行股票招股说明书》
法律意见书	指	北京大成律师事务所为本次发行出具的《关于安正时尚集团股份有限公司首次公开发行股票并上市的法律意见书》
中信证券、保荐人、保荐机构、主承销商	指	中信证券股份有限公司
大成所、发行人律师	指	北京大成律师事务所，本次发行的发行人律师
立信所	指	立信会计师事务所（特殊普通合伙）（根据上下文也可涵盖其前身立信会计师事务所有限公司）
海宁正健所	指	海宁正健会计师事务所有限公司
致同所、发行人会计师	指	致同会计师事务所（特殊普通合伙），本次发行的审计机构
人民币普通股、A 股	指	获准在境内证券交易所发行上市、以人民币认购和进行交易的普通股股票，每股面值人民币 1.00 元
本次发行	指	发行人首次公开发行人民币 A 股股票的行为
元	指	人民币元

二、专业术语

成熟女装	指	在成人正式女装中，通常年龄定位在 25-50 岁范围的女装
少淑装	指	在成人正式女装中，通常年龄定位在 16-25 岁范围的女装
中淑装	指	在成熟女装领域中，通常年龄定位在 25-35 岁范围的女装
大淑装	指	在成熟女装领域中，通常年龄定位在 35-50 岁范围的女装
吊牌价	指	公司产品依据各品牌定位按价格政策制定的零售价，即产品吊牌上载明的价格
直营模式	指	公司（包括下属公司）将产品通过自有渠道直接销售给消费者
加盟模式	指	公司通过与加盟商签订特许经营合同，授予加盟商在约定的期限和范围内的品牌经营权。加盟商以产品吊牌价的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
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
成衣采购	指	由公司向第三方成品制造商提供样衣版式、面辅料规格、品质标准，由制造商按要求采购指定的面辅料进行生产；或者，由制造商根据公司要求，自行进行产品设计、物料采购和样衣制作，然后经公司选定款式后进行生产
五季产品	指	通过奥特莱斯及网络渠道销售的以前年度过时、滞销产品或部分当年过季采用折扣销售的产品

联营店	指	企业通过与商场签订联合销售合同，在商场中开设的零售门店，又习称“商场专柜”；联营商场负责商场的整体运营管理，对入驻门店实行统一收银、定期结算，并按销售额乘以经双方协商确定的百分比收取一定费用，不直接参与具体销售活动
专卖店	指	由公司或公司的加盟商以自有或租赁的物业，开设独立门店铺销售公司产品，包括直营店和加盟店两种模式
旗舰店	指	公司为提升服务质量、树立品牌形象，在中心城市或重要商业区域开设的经营面积较大的品牌形象展示店
补单	指	在正常订单全部或部分发货后，公司相关款式尚余库存，由公司根据加盟商或直营终端需求补充发货的行为
追单	指	在正常订单发货后，公司相关款式已经没有库存，由加盟商或直营终端向公司申请追加订单，并由公司追加生产、发货的行为
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
大货	指	服饰产品或面料的样板确定后，将大批量投入生产的产品
ERP	指	Enterprise Resource Planning，企业资源规划。通过信息系统对信息进行充分整理、有效传递，使企业的资源在购、存、产、销、人、财、物等各个方面能够得到合理地配置与利用，从而实现企业经营效率的提高
SAP	指	是一家全球知名的软件开发公司，又是该企业 ERP 等软件产品的品牌名称，起源于“Systems Applications and Products in Data Processing”的简写
销售价格倍率	指	产品预计销售收入/产品预计销售成本。销售价格倍率的计算，以报告期近三年平均销售数据为基础，对前三年各销售模式下不同库龄产品的实际销售收入与该模式下产品的销售成本进行对比，计算得出近三年各销售模式下不同库龄产品的销售价格倍率

本招股说明书中部分合计数与各加数直接相加之和在尾数上存在差异，这些差异是因四舍五入造成的。

第二节 概 览

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

一、公司基本情况

（一）公司概况

中 文 名 称：安正时尚集团股份有限公司

英 文 名 称：Anzheng Fashion Group Co.,Ltd

注 册 资 本：21,378 万元

法定代表人：郑安政

住 所：海宁市海宁经济开发区谷水路 298 号

经 营 范 围：纺织品、针织品、床上用品、经编织物、服装、服饰制品、手套、鞋、帽、袜子、箱包的生产销售；国内展览展销服务；经营进出口业务（危险化学品、易制毒化学品及国家限制和禁止经营的除外）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

（二）业务概况

公司是一家集研发、生产、销售及品牌管理于一体的全国性多品牌时装企业，旗下拥有“玖姿”、“尹默”、“安正”、“摩萨克”及“斐娜晨”等多个品牌风格鲜明互补、市场定位差异有序的成熟男女时装品牌。公司产品主要包括上衣、裙装、外套、裤装、皮衣等女士时装，以及西装、裤子、衬衫、夹克等男士时装。

目前，公司主要采取自主生产、委托加工及成衣采购相结合的成衣供应模式，建立了一体化供应链管理体系，以适应中高档成熟男女时装高品质、多品种、短周期的产品特征。同时，公司采取直营和加盟相结合的销售模式，截至 2016 年 6 月 30 日，已在全国建立了 897 家销售门店。

二、公司的股本结构及控股股东、实际控制人

（一）公司的股本结构

截至本招股说明书签署日，公司股本总额为 21,378 万股，具体如下：

序号	股东名称	持股数（万股）	持股比例
1	郑安政	10,710	50.100%
2	陈克川	4,200	19.647%
3	郑安坤	3,150	14.735%
4	郑安杰	1,932	9.037%
5	郑秀萍	1,050	4.912%
6	葛国平	84	0.393%
7	赵颖	63	0.294%
8	金俊	42	0.196%
9	谭才年	42	0.196%
10	赵典媚	21	0.098%
11	王正宇	21	0.098%
12	吴峥	21	0.098%
13	曾云榜	21	0.098%
14	王齐斌	21	0.098%
合计		**21,378**	**100%**

（二）公司的控股股东和实际控制人

本次发行前，郑安政直接持有公司 50.100%的股份，为本公司的控股股东和实际控制人。

三、公司主要财务数据

（一）简要资产负债表（合并报表）

单位：元

项　目	2016.6.30	2015.12.31	2014.12.31	2013.12.31
资产总计	1,639,045,530.41	1,626,438,813.30	1,475,713,073.69	1,275,694,729.58
负债总计	476,878,050.57	483,371,997.91	481,169,939.95	403,023,485.04
所有者权益合计	1,162,167,479.84	1,143,066,815.39	994,543,133.74	872,671,244.54
其中：归属于母公司所有者权益	1,162,167,479.84	1,143,066,815.39	994,543,133.74	872,671,244.54

（二）简要利润表（合并报表）

单位：元

项　目	2016 年 1-6 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
营业收入	529,135,289.80	1,224,891,740.83	1,172,114,835.76	1,140,786,477.62
营业利润	134,596,998.07	249,772,286.75	255,636,019.99	274,670,618.72
利润总额	133,870,301.72	283,236,431.10	260,703,321.26	287,395,428.05
净利润	117,439,459.82	243,867,827.17	228,805,075.17	251,961,871.51
其中：归属于母公司所有者净利润	117,439,459.82	243,867,827.17	228,805,075.17	251,961,871.51

（三）简要现金流量表（合并报表）

单位：元

项　目	2016 年 1-6 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
经营活动产生的现金流量净额	54,638,068.12	264,846,328.08	213,402,704.54	357,592,294.69
投资活动产生的现金流量净额	-11,329,404.24	-272,739,035.17	-177,941,697.44	-192,587,943.65
筹资活动产生的现金流量净额	-26,306,399.99	-52,239,160.47	-114,437,631.58	-61,590,000.00
现金及现金等价物净增加额	17,100,767.58	-59,882,367.67	-79,017,053.03	103,414,351.04

（四）主要财务指标

项　目	2016.6.30/ 2016 年 1-6 月	2015.12.31/ 2015 年度	2014.12.31/ 2014 年度	2013.12.31/ 2013 年度
流动比率	1.97	1.90	1.80	2.20
速动比率	0.91	0.88	0.86	1.37
净资产收益率（加权平均）	10.04%	23.17%	24.98%	32.10%
资产负债率（母公司）	26.05%	31.76%	27.34%	27.26%
应收账款周转率（次/年）	4.74	9.72	8.85	9.71
存货周转率（次/年）	0.32	1.01	1.11	1.34
基本每股收益（元/股）	0.55	1.14	1.07	1.18
无形资产（土地使用权外）占净资产比例	1.12%	1.26%	1.63%	0.28%
息税折旧摊销前利润（万元）	17,243.45	36,431.64	33,719.39	34,632.44
利息保障倍数	54.82	60.81	351.78	-
每股经营活动产生的现金流量（元）	0.26	1.24	1.00	1.67
每股净现金流量（元）	0.08	-0.28	-0.37	0.48

四、本次发行情况

发行股票类型：	人民币普通股（A 股）
每股面值：	人民币 1.00 元
发行股数：	本次公司公开发行新股数量和公司现有股东公开转让老股数量之和不超过 7,126 万股，其中，公司公开发行新股数量不超过 7,126 万股，公司现有股东转让老股数量不超过自愿设定 12 个月及以上限售期的投资者获配股份的数量，公司股东转让老股所得资金不归公司所有
发行股数占发行后总股本比例：	不低于 25%
每股发行价格：	【】元（由发行人和主承销商根据向询价对象的询价结果确定）
发行方式：	采用网下向询价对象配售和网上资金申购定价发行相结合的方式
发行对象：	符合国家法律法规和监管机构规定条件的询价对象和已开立上海证券交易所股票交易账号的境内自然人、法人等投资者（国家法律、法规和规范性文件禁止购买者除外）
承销方式：	余额包销
预计发行日期：	【】年【】月【】日
拟上市证券交易所：	上海证券交易所
保荐人（主承销商）：	中信证券股份有限公司

五、募集资金的主要用途

单位：万元

序号	募集资金投资项目	拟投入募集资金额	项目备案情况
1	供应链中心改扩建	29,141.09	海发改产备（2014）17 号
2	营销网络建设	51,272.13	海发改产备（2014）18 号
3	研发中心建设	2,458.73	海发改产备（2014）19 号
4	信息系统建设	8,937.40	海发改产备（2014）16 号
5	补充流动资金等其他与主营业务相关的营运资金	30,000.00	-
合计		**121,809.35**	-

若本次发行募集资金净额不能满足上述投资项目资金需求，资金缺口将由公司通过银行贷款或其他自筹资金方式解决；根据市场及项目情况，如果本次募集资金到位前公司需要对上述拟投资项目进行先期投入的，则公司将先用自筹资金投入，待募集资金到位后予以置换。

第三节 本次发行概况

一、本次发行的基本情况

（一）股票种类：人民币普通股（A 股）

（二）每股面值：人民币 1.00 元

（三）发行数量：不超过 7,126 万股（含公开发行新股数量与公司现有股东公开转让老股数量），占发行后总股本的 25%

（四）公开发行新股数量：不超过 7,126 万股

（五）股东公开转让老股数量：不超过自愿设定 12 个月及以上限售期的投资者获配股份的数量，公司股东转让老股所得资金不归公司所有

（六）每股发行价格：【】元（由发行人和主承销商根据向询价对象的询价结果确定）

（七）发行市盈率：【】倍

（八）发行前每股净资产：5.44 元（按 2016 年 6 月 30 日经审计的归属于母公司股东权益除以本次发行前总股本计算）

（九）发行后每股净资产：【】元（根据本次发行后归属于本公司股东的权益除以发行后总股本计算。其中，发行后归属于本公司股东的权益按本公司发行前一年末经审计的归属于本公司股东的权益和本次募集资金净额之和计算）

（十）市净率：【】倍（以公司发行后每股净资产值计算）

（十一）发行方式：采用网下向询价对象配售和网上资金申购定价发行相结合的方式或中国证监会认可的其他发行方式

（十二）发行对象：符合国家法律法规和监管机构规定条件的询价对象和已开立上海证券交易所股票交易账号的境内自然人、法人等投资者（国家法律、法规和规范性文件禁止购买者除外）

（十三）承销方式：余额包销

（十四）预计募集资金总额与净额：预计募集资金总额为【】万元；扣除发行费用后的净额为【】万元

（十五）发行费用及分摊原则：发行费用总额为【】万元，包括：承销及保荐费【】元，审计及验资费【】元，律师费【】元，信息披露费及其他费用【】

元。本次发行的承销费用由公司与转让老股的股东按照公开发行新股数量及转让老股数量占本次发行数量的比例进行分摊。其他发行费用由公司承担。

二、本次发行股票的有关当事人

1、发行人：安正时尚集团股份有限公司

法定代表人：郑安政

地址：浙江省海宁市海宁经济开发区谷水路 298 号

电话：0573-87268790

传真：0573-87266026

联系人：金俊

2、保荐人（主承销商）：中信证券股份有限公司

法定代表人：张佑君

注册地址：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

联系地址：北京市朝阳区亮马桥路 48 号中信证券大厦 23 层

电话：010-60833018

传真：010-60833955

保荐代表人：庄玲峰、李永柱

项目协办人：高若阳

其他经办人：牛振松、梁勇、王一真、王笑雨、杨浩然

3、发行人律师：北京大成律师事务所

负责人：彭雪峰

地址：北京市朝阳区东大桥路 9 号侨福芳草地 D 座 7 层

电话：010-58137799

传真：010-58137788

经办律师：王汉齐、龚丽艳、范建红、王恩顺

4、审计机构：致同会计师事务所（特殊普通合伙）

负责人：徐华

地址：北京市朝阳区建国门外大街 22 号赛特广场 5 层

电话：010-85665588

传真：010-85665120

经办会计师：闫钢军、杨海固

5、股份登记机构：中国证券登记结算有限责任公司上海分公司

6、保荐人（主承销商）收款银行：中信银行北京瑞城中心支行

三、发行人与中介机构的关系

截至本招股说明书签署日，本公司及全体董事与本次发行有关的中介机构及其负责人、高级管理人员及经办人员之间不存在直接或间接的股权关系或其他权益关系。

四、本次发行有关重要日期

发行安排	日期
初步询价及推介	【】
定价公告刊登日期	【】
申购日期和缴款日期	【】
预计股票上市时间	【】

第四节 风险因素

投资者在评价本公司此次发售的股票时，除本招股说明书中提供的其他资料外，应该特别认真地考虑下述各项风险因素。根据重要性原则或可能影响投资决策的程度大小排序，本公司本次发行股票的有关风险如下：

一、经营风险

（一）过于倚重“玖姿”单一品牌的风险

报告期内，公司主要通过 “玖姿”、“尹默”、“摩萨克”及“斐娜晨”四个成熟女装品牌，以及“安正”高端男装品牌进行对外销售，其中“玖姿”品牌销售收入占比达 50%以上。因此，公司的销售业绩很大程度上取决于“玖姿”品牌在市场上的知名度、美誉度和忠诚度。如果出现对“玖姿”品牌不利影响的负面宣传或纠纷，或竞争品牌市场形象及知名度的上升等情形，将可能会影响“玖姿”品牌产品在市场上的影响力和认可度，进而可能影响公司的销售业绩。

（二）多品牌运作的风险

长期以来，“玖姿”女装作为公司的主导品牌，经过十余年的创新探索和持续改进，“玖姿”品牌已获得了消费者的广泛认同。自2008年，公司开启了多品牌运营的经营战略，创立了与“玖姿”品牌具有明显的风格差异与差异化市场定位的“尹默”女装；2012年，公司推出了定位于商务、时尚的高端男装品牌“安正”；2014年下半年，公司先后收购了“摩萨克”及“斐娜晨”两个定位于成熟女装中淑细分领域的新兴品牌。上述品牌在风格、内涵、价格区间及目标客户群等有效互补，共同构成了公司多样化、互补性强的多品牌阵营，拓展了公司产品的受众群体，有助于扩大公司业务规模，增强公司整体竞争实力。

新品牌的推出及发展需要大量的时间及资源投入，将对公司多品牌运营能力提出较高的要求。如果公司的设计研发、生产组织、市场销售等方面无法满足多品牌运作要求，可能将对公司的业务、财务状况及经营业绩造成不利影响。

新品牌的推出及发展需要大量的时间及资源投入，将对公司多品牌运营能力提出较高的要求。报告期内，受新品牌培育阶段投入较高的影响，公司多个新品

牌的直营销售子公司出现亏损。未来，如果公司的设计研发、生产组织、市场销售等方面无法满足多品牌运作要求，新品牌直营销售子公司的持续亏损，可能将对公司的业务、财务状况及经营业绩造成不利影响。

（三）网络销售对传统销售模式冲击带来的风险

我国传统品牌服装销售主要通过线下实体渠道完成，近几年，我国电子商务蓬勃发展，服装网络销售规模迅速增长，对我国服装行业传统销售模式造成了一定程度的冲击。2013年至2016年1-6月，公司网络销售占比分别为2.81%、4.31%、9.14%和11.92%，呈上升趋势，但在信息技术发展与行业市场变革的背景下，未来如果成熟女装客户群的网络购物消费习惯逐步强化，以及线上与线下互动结合的O2O业务模式趋于成熟，公司如不能及时拓展网上销售渠道、加强电子商务建设及引进相应配套的电子商务人才等，将对公司的销售业绩带来一定程度的影响。

（四）租赁物业引致的风险

公司各地子公司因办公、直营专卖店经营等用途共承租物业33处，其中，有9处租赁已取得房屋产权证并办理完成租赁备案，5项出租方未向公司提供房屋所有权证明文件，亦未就租赁事宜进行备案。公司尚未办理完成租赁房屋的租赁备案，主要系出租方未给予备案配合或未取得房屋所有权证。根据《中华人民共和国合同法》及《最高院关于适用<中华人民共和国合同法>若干问题的解释（一）》等相关规定，房屋租赁合同未办理租赁登记备案不影响房屋租赁合同的法律效力，但公司仍面临因未能进行租赁登记备案而被房产主管部门处以罚款的风险。同时，对于其中5处出租方未提供房屋所有权证明文件的租赁房屋，如存在房屋所有权瑕疵问题，公司或将面临在租赁合同有效期内无法继续取得出该等出租物业使用权的风险。

（五）原材料价格波动的风险

公司生产所需的原材料主要为面、辅料，报告期内，该类原材料占营业成本的比重在60%左右。公司拥有丰富的面料供应商、辅料供应商资源，并且和面辅

料供应商保持长期稳定的业务合作关系，同时公司面、辅料采购量大，具有较强的议价能力，并能获得供应商的信用政策，但原材料的价格具有一定的波动性，对公司经营成本和业绩会造成一定的影响。因此，公司面临原材料价格波动的风险。

（六）人力资源风险

随着国内女装行业迅速发展，高端管理人员日益短缺，并成为竞争企业竞相网罗的对象；另外，随着公司经营规模的逐步扩大，也需要更多的具备大量相关知识和经验的研发设计、生产、营销等方面的人才，若不能保持管理团队的稳定，并招聘到公司所需的优秀人才，将会对公司的正常运营和长远发展产生不利影响。

同时，随着国内劳动力供需矛盾日益突出，全国各地一线员工的招聘呈现一定的困难，劳动力成本也呈上升趋势，公司作为一家劳动密集型的企业，如果不能及时招聘到成本合适、数量足够的劳动力，公司的生产经营将受到不利影响。

（七）构建长期资产承诺和经营租赁承诺对公司经营的风险

截至 2016 年 6 月 30 日，公司存在一项构建长期资产承诺为 5,481.30 万元和经营租赁承诺 1,815.69 万元，其中，构建长期资产承诺主要系公司为进一步巩固与提升公司一体化供应链优势，正在建设并已部分完工投入使用的安正产业园，已为公司未来长期发展夯实坚实基础。但在不考虑安正产业园建设对公司业绩提升的情况下，如未来构建长期资产承诺确认为固定资产 5,481.30 万元，按照 40 年计提折旧，每年折旧费用约为 137.03 万元，对公司经营业绩有一定影响。此外，经营租赁承诺系报告期内，为加强直营专卖店的长期经营，公司与门店物业持有方签订长期租赁合同，确认未来租赁成本，但如果未来租赁物业市场价格下行，公司面临因此而承担额外成本的风险。

二、财务风险

（一）存货余额较大的风险

报告期各期末，公司存货主要构成情况如下表：

单位：万元

项目	2016 年 6 月 30 日		2015 年 12 月 31 日		2014 年 12 月 31 日		2013 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
原材料	7,009.98	12.21%	7,087.65	12.17%	6,690.84	12.93%	5,512.12	14.67%
在产品	957.66	1.67%	938.21	1.61%	1,505.25	2.91%	700.49	1.86%
库存商品	48,697.73	84.83%	49,753.15	85.42%	43,460.42	83.99%	30,498.19	81.17%
委托加工物资	743.31	1.29%	466.00	0.80%	90.27	0.17%	864.71	2.30%
存货小计	57,408.67	100.00%	58,245.01	100.00%	51,746.78	100.00%	37,575.50	100.00%
跌价准备	17,258.98		17,884.84		15,855.23		9,064.84	
存货净额	40,149.69		40,360.17		35,891.55		28,510.66	

截至 2016 年 6 月 30 日，公司存货净额为 40,149.69 万元，占流动资产总额的 53.97%。其中，库存商品占存货金额的 84.83%，库存商品中库龄 2 年以内的占比为 61.18%。虽然目前公司较大的存货规模符合公司生产经营特点，且公司采取加强研发、采购和生产的计划性、以销定产等措施，2013 年度-2015 年度及 2016 年 1-6 月，存货周转率分别为 1.34、1.11、1.01、0.32，但若在以后的经营年度中因市场环境发生变化或竞争加剧导致存货跌价或存货变现困难，本公司的盈利能力将可能受到不利影响。

（二）税收优惠政策变化的风险

自 2008 年 1 月 1 日起，新修订的《中华人民共和国企业所得税法》开始施行，其中规定“居民企业所得税的税率为 25%”，对国家需要重点扶持的高新技术企业，减按 15%的税率征收企业所得税。根据《高新技术企业认定管理办法》及国家税务总局《关于实施高新技术企业所得税优惠有关问题的通知》（国税函[2009]203 号）相关规定，公司是经浙江省科学技术厅等四部门认定的高新技术企业，2013 年-2015 年公司享受减按 15%的税率缴纳企业所得税的税收优惠政策。根据国家对高新技术企业认定的相关规定，在高新技术企业资格认定有效期结束后，需要国家相关部门进行重新认定。2016 年，本公司已按照相关规定要求办理高新技术企业认定工作。若未来不能继续享受高新技术企业税收优惠政策，公司利润水平将会受到影响。

三、市场风险

（一）日益激烈的市场竞争的风险

本公司所处的服装行业竞争激烈，市场化程度高，服装企业众多。虽然近年来随着本公司经营规模日益壮大，在品牌、生产管理、销售网络等方面具备了较大的比较优势，主导品牌“玖姿”已成为我国成熟女装领域的领导品牌之一，但随着更多国外品牌进入国内市场以及国内众多品牌企业实力的日益增强，日益激烈的市场竞争将有可能导致本公司的产品售价降低或销量减少，从而影响本公司的财务状况和经营业绩。

（二）品牌被侵权及“盗版”仿制的风险

公司产品属于生活消费品，品牌是影响消费者购买选择的重要因素，不同品牌代表不同企业的文化内涵和价值体现，“玖姿”等品牌在我国女装市场具有较高的知名度和美誉度，受到消费者的青睐。虽然公司设立专门部门负责品牌的维护和维权工作，但服装行业技术门槛相对较低，且产品十分直观，公司通过大量人力、财力设计的新产品在面市后有可能在短期内被他人仿制、仿冒，从而可能影响公司的品牌形象以及公司利益。

另外，若公司品牌、注册商标等权益受到侵犯，公司将很可能会依照法律途径进行维权，以保护本公司的合法权益。公司的维权行为可能需要耗费公司大量的财力物力，从而可能对公司的正常经营产生不利影响。

（三）不能把握市场流行趋势的风险

随着社会进步和人民生活水平的提高，消费者对女装流行趋势、服装款式、面料的偏好变化较快，对服装产品质量和面料性能的要求也在不断提高，因此能否准确把握女装市场流行趋势、及时预测和满足快速变化的市场需求，将直接影响公司产品的销售。如果公司的研发设计不能及时把握、预测市场流行趋势，以最新的产品来满足消费者的需求，将会影响公司的销售和业绩。

（四）市场季节性波动的风险

服装消费每年随季节出现周期性波动，相应导致本公司生产经营存在一定的季节性波动特征。报告期内，公司分季节收入情况如下：

单位：万元

时间	2016 年 1-6 月		2015 年度		2014 年度		2013 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
第一季度	25,938.03	49.15%	30,155.23	24.66%	25,539.47	21.82%	24,981.77	21.91%
第二季度	26,831.43	50.85%	27,639.98	22.60%	25,723.09	21.98%	21,224.71	18.61%
第三季度	-	-	31,268.88	25.57%	31,639.54	27.03%	33,083.55	29.02%
第四季度	-	-	33,239.29	27.18%	34,144.80	29.17%	34,729.69	30.46%
合计	52,769.47	100.00%	122,303.38	100.00%	117,046.90	100.00%	114,019.73	100.00%

注：上述分季节收入数据未经审计。

从公司的产品结构来看，秋冬季产品因单价较高，其在公司的销售收入中所占比重较大，因此公司下半年的营业收入一般高于上半年，呈现季节性波动，这种波动对公司的盈利及现金流量在季节间的稳定性带来一定影响。

四、管理风险

（一）加盟商管理风险

本公司目前主要采用直营和加盟相结合的销售模式，其中加盟销售门店数量占比较高。截至2016年6月30日，公司拥有销售门店数量为897家，其中加盟门店610家，占销售门店总数约68.00%。2013年-2015年及2016年1-6月，公司加盟收入占比分别为65.90%、63.03%、55.17%及40.06%。借助加盟商资源可快速建立庞大的销售网络，提高公司品牌的知名度，扩大市场占有率，降低投资风险。虽然公司一直对加盟网络进行规范运作，注重对加盟商的管理和培训，提高对加盟商的服务水平，但若个别加盟商未按照特许经营合同的约定进行销售、宣传，或者未来公司管理及服务水平的提升无法跟上加盟商发展的速度，则可能出现对部分加盟商管理和服务滞后，对公司品牌形象和经营业绩造成不利影响。

（二）实际控制人不当控制的风险

发行人的实际控制人为郑安政先生，在本次发行前，其直接控制公司50.100%的股份，预计在本次发行后将控制公司37.575%的股份，仍处于相对控股地位。实际控制人有可能利用其在本公司的控股地位，通过行使表决权对公司经营决策、投资方向、人事安排等进行不当控制从而损害本公司及其他股东利益。

五、募投项目风险

（一）不能达到预期收益的风险

本次募集资金投资项目的可行性分析是基于当前经济形势、市场环境、行业发展趋势及公司实际经营状况做出，尽管公司已经对募集资金投资项目的经济效益进行了审慎测算，认为公司募投项目的收益良好、项目可行，但由于市场发展和宏观经济形势具有不确定性，如果募集资金不能及时到位、市场环境发生极其不利变化及行业竞争加剧，将会对项目的实施进度、投资回报和本公司的预期收益产生不利影响。

（二）营销规模迅速扩大带来的管理风险

截至2016年6月30日，公司拥有的销售终端数量为897家，其中直营门店287家。本次募集资金项目实施后，公司直营销售终端数量将进一步增多，员工数量也将有较大幅度的增长，营销管理和风险控制难度加大。虽然公司已经建立了较为规范的公司治理结构，拥有稳定管理的团队，积累了较为丰富的营销网络管理经验，并针对直营终端制定了严格的管理制度和细致的工作流程，但如果未来公司的管理体系和人力资源不能迅速适应公司快速发展的要求，将会对公司的生产经营产生不利影响，带来较大的管理风险。

（三）净资产收益率下降的风险

公司 2013 年度、2014 年度、2015 年度及 2016 年 1-6 月分别实现净利润 25,196.19 万元、22,880.51 万元及 24,386.78 万元及 11,743.95 万元，加权平均净资产收益率为 32.10%、24.98%、23.17%及 10.04%。若本次发行成功，公司净资

产会出现较大幅度增长，由于募集资金投资项目的实施需要一定时间，短期内，公司的净利润很可能无法同比增长，因此，短期内公司将面临净资产扩张过快而导致净资产收益率下降的风险。

第五节 公司基本情况

一、公司基本概况

公司名称： 安正时尚集团股份有限公司

英文名称： Anzheng Fashion Group Co.,Ltd.

注册资本： 21,378 万元

法定代表人： 郑安政

成立日期： 2008 年 6 月 5 日

住 所： 海宁市海宁经济开发区谷水路 298 号

邮政编码： 314400

电 话： 0573-87268790

传 真： 0573-87266026

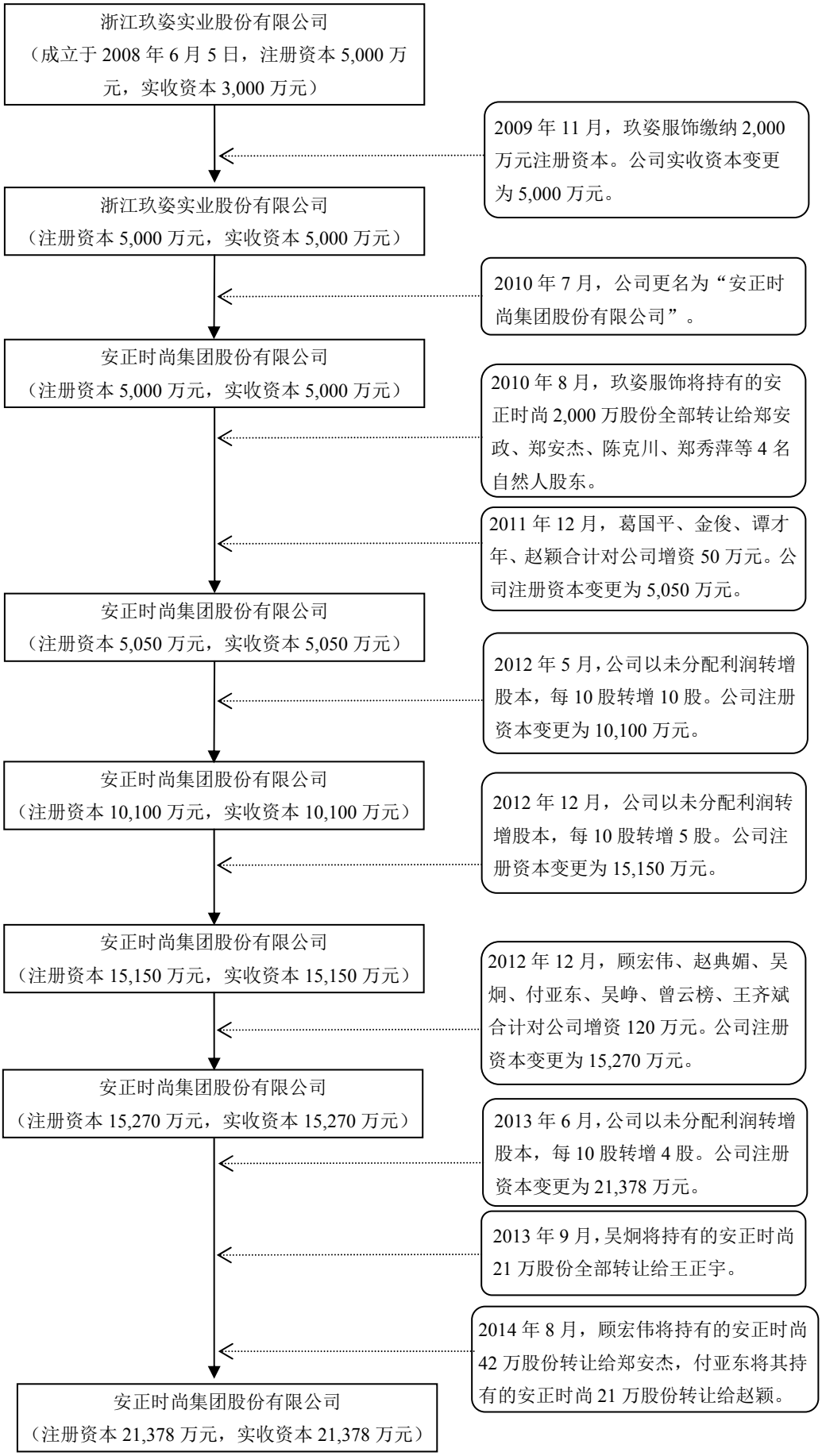
网 址： http://www.anzhenggroup.com/

电子信箱： info@anzhenggroup.com

经营范围： 纺织品、针织品、床上用品、经编织物、服装、服饰制品、手套、鞋、帽、袜子、箱包的生产销售；国内展览展销服务；经营进出口业务（危险化学品、易制毒化学品及国家限制和禁止经营的除外）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

（一）发行人的历史沿革

发行人历史沿革及股本形成情况如下：


浙江玖姿实业股份有限公司
（成立于 2008 年 6 月 5 日，注册资本 5,000 万元，实收资本 3,000 万元）
2009 年 11 月，玖姿服饰缴纳 2,000 万元注册资本。公司实收资本变更为 5,000 万元。
浙江玖姿实业股份有限公司
（注册资本 5,000 万元，实收资本 5,000 万元）
2010 年 7 月，公司更名为“安正时尚集团股份有限公司”。
安正时尚集团股份有限公司
（注册资本 5,000 万元，实收资本 5,000 万元）
2010 年 8 月，玖姿服饰将持有的安正时尚 2,000 万股份全部转让给郑安政、郑安杰、陈克川、郑秀萍等 4 名自然人股东。
2011 年 12 月，葛国平、金俊、谭才年、赵颖合计对公司增资 50 万元。公司注册资本变更为 5,050 万元。
安正时尚集团股份有限公司
（注册资本 5,050 万元，实收资本 5,050 万元）
2012 年 5 月，公司以未分配利润转增股本，每 10 股转增 10 股。公司注册资本变更为 10,100 万元。
安正时尚集团股份有限公司
（注册资本 10,100 万元，实收资本 10,100 万元）
2012 年 12 月，公司以未分配利润转增股本，每 10 股转增 5 股。公司注册资本变更为 15,150 万元。
安正时尚集团股份有限公司
（注册资本 15,150 万元，实收资本 15,150 万元）
2012 年 12 月，顾宏伟、赵典媚、吴炯、付亚东、吴峥、曾云榜、王齐斌合计对公司增资 120 万元。公司注册资本变更为 15,270 万元。
安正时尚集团股份有限公司
（注册资本 15,270 万元，实收资本 15,270 万元）
2013 年 6 月，公司以未分配利润转增股本，每 10 股转增 4 股。公司注册资本变更为 21,378 万元。
2013 年 9 月，吴炯将持有的安正时尚 21 万股份全部转让给王正宇。
2014 年 8 月，顾宏伟将持有的安正时尚 42 万股份转让给郑安杰，付亚东将其持有的安正时尚 21 万股份转让给赵颖。
安正时尚集团股份有限公司
（注册资本 21,378 万元，实收资本 21,378 万元）

1、2008 年 6 月，玖姿实业成立

2008 年 4 月 8 日，玖姿服饰、郑安政、陈克川、郑安坤、郑安杰和郑秀萍签订《关于共同发起设立浙江玖姿实业股份有限公司的发起人协议书》，约定共同发起设立玖姿实业。

2008 年 5 月 8 日，玖姿实业召开 2008 年第一次临时股东大会并作出决议：设立玖姿实业，并通过《浙江玖姿实业股份有限公司章程》。

2008 年 6 月 5 日，嘉兴市工商行政管理局向玖姿实业核发了注册号为 330400000013237 的《企业法人营业执照》。玖姿实业注册资本 5,000 万元，实收资本 3,000 万元，住所为海宁中国皮都科技工业园隆兴路 110 号 2 楼。

公司设立时的注册资本分两期缴足。

（1）第一期出资

2008 年 5 月 8 日，立信所出具了“信会师报字（2008）第 23074 号”《验资报告》，审验确认：截至 2008 年 5 月 8 日止，玖姿实业已收到郑安政、郑安杰、郑安坤、郑秀萍和陈克川首次缴纳的注册资本合计 3,000 万元。各股东全部以货币出资。

（2）第二期出资

2009 年 11 月 4 日，立信所出具“信会师报字（2009）第 24527 号”《验资报告》，审验确认：截至 2009 年 11 月 4 日止，玖姿实业已收到玖姿服饰缴纳的注册资本 2,000 万元，其中玖姿服饰以货币出资 3,299,842.40 元，以实物出资 12,986,192.67 元，以土地使用权出资 3,713,964.93 元。玖姿实业累计实缴注册资本 5,000 万元。本次实物与土地使用权出资经北京中企华资产评估有限责任公司评估，并出具了“中企华评报字[2009]第 232 号”的《浙江玖姿服饰有限公司拟用房屋建筑物和土地使用权对浙江玖姿实业股份有限公司增资项目资产评估报告书》。

2009 年 12 月 2 日，嘉兴市工商行政管理局向玖姿实业换发了《企业法人营业执照》。公司注册资本和实收资本变更为 5,000 万元。

玖姿实业成立时的股权结构如下所示：

序号	股东名称	持股数（万股）	持股比例
1	玖姿服饰	2,000	40.00%
2	郑安政	990	19.80%

3	陈克川	750	15.00%
4	郑安坤	750	15.00%
5	郑安杰	360	7.20%
6	郑秀萍	150	3.00%
合计		**5,000**	**100.00%**

2、2010 年 7 月，公司更名

2010 年 7 月 10 日，公司召开 2010 年第三次临时股东大会并作出决议：将公司名称由“浙江玖姿实业股份有限公司”变更为“安正时尚集团股份有限公司”，并相应修订公司章程。

2010 年 7 月 20 日，嘉兴市工商行政管理局向公司换发了《企业法人营业执照》。

3、2010 年 8 月，第一次股权转让

2010 年 8 月 25 日，玖姿服饰与郑安政、陈克川、郑安杰、郑秀萍分别签订《股权转让协议》，玖姿服饰将其持有的公司 31.2%股权以 1,560 万元价格转让给郑安政，将其持有的公司 5%股权以 250 万元价格转让给陈克川，将其持有的公司 1.8%股权以 90 万元价格转让给郑安杰，将其持有的公司 2%股权以 100 万元价格转让给郑秀萍，转让价格均为 1 元/股。

2010 年 10 月 22 日，嘉兴市工商行政管理局向公司换发了《企业法人营业执照》。

本次股权转让完成后，公司股权结构如下所示：

序号	股东名称	持股数（万股）	持股比例
1	郑安政	2,550	51.00%
2	陈克川	1,000	20.00%
3	郑安坤	750	15.00%
4	郑安杰	450	9.00%
5	郑秀萍	250	5.00%
合计		**5,000**	**100.00%**

4、2011 年 12 月，第一次增资

2011 年 12 月 25 日，公司召开 2011 年第三次临时股东大会并作出决议：公司股本由 5,000 万股增加至 5,050 万股，其中葛国平出资 132 万元认购 20 万股，

金俊出资 66 万元认购 10 万股，谭才年出资 66 万元认购 10 万股，赵颖出资 66 万元认购 10 万股，认购价格均为 6.6 元/股。葛国平、金俊、谭才年及赵颖均系公司引进的外部人才。

2011 年 12 月 31 日，海宁正健所出具“海正健会验字（2011）第 849 号”《验资报告》，审验确认：截至 2011 年 12 月 31 日止，公司已收到新股东金俊、葛国平、谭才年、赵颖缴纳的新增注册资本 50 万元整，并均以货币资金出资。

2012 年 1 月 10 日，嘉兴市工商行政管理局向公司换发了《企业法人营业执照》。公司注册资本和实收资本变更为 5,050 万元。

本次增资完成后，公司股权结构如下所示：

序号	股东名称	持股数（万股）	持股比例
1	郑安政	2,550	50.495%
2	陈克川	1,000	19.802%
3	郑安坤	750	14.851%
4	郑安杰	450	8.911%
5	郑秀萍	250	4.951%
6	葛国平	20	0.396%
7	金俊	10	0.198%
8	谭才年	10	0.198%
9	赵颖	10	0.198%
合计		**5,050**	**100.00%**

5、2012 年 5 月，第二次增资

2012 年 5 月 23 日，公司召开 2012 年第二次临时股东大会并作出决议：以 2011 年 12 月 31 日总股本 5,050 万股为基数，以未分配利润转增股本，每 10 股转增 10 股，共计转增 5,050 万股。

2012 年 8 月 1 日，致同所出具“致同验字（2012）第 350ZA0012 号”《验资报告》，审验确认：截至 2012 年 5 月 23 日止，公司已将未分配利润 5,050 万元转增为股本。

2012 年 9 月 5 日，嘉兴市工商行政管理局向公司换发了《企业法人营业执照》。公司注册资本和实收资本变更为 10,100 万元。

本次未分配利润转增股本完成后，公司股权结构如下所示：

序号	股东名称	持股数（万股）	持股比例
1	郑安政	5,100	50.495%

2	陈克川	2,000	19.802%
3	郑安坤	1,500	14.851%
4	郑安杰	900	8.911%
5	郑秀萍	500	4.951%
6	葛国平	40	0.396%
7	金俊	20	0.198%
8	谭才年	20	0.198%
9	赵颖	20	0.198%
合计		**10,100**	**100.00%**

6、2012 年 12 月，第三次增资

2012 年 11 月 26 日，公司召开 2012 年第四次临时股东大会并作出决议：以 2012 年 5 月 23 日总股本 10,100 万股为基数，以未分配利润转增股本，每 10 股转增 5 股，共计转增 5,050 万股。

2012 年 12 月 13 日，海宁正健所出具“海正健会验字（2012）第 696 号”《验资报告》，审验确认：截至 2012 年 12 月 1 日止，公司已将未分配利润 5,050 万元转增股本。

2012 年 12 月 26 日，嘉兴市工商行政管理局向公司换发了新的《企业法人营业执照》。公司注册资本和实收资本变更为 15,150 万元。

本次未分配利润转增股本完成后，公司股权结构如下所示：

序号	股东名称	持股数（万股）	持股比例
1	郑安政	7,650	50.495%
2	陈克川	3,000	19.802%
3	郑安坤	2,250	14.851%
4	郑安杰	1,350	8.911%
5	郑秀萍	750	4.951%
6	葛国平	60	0.396%
7	金俊	30	0.198%
8	谭才年	30	0.198%
9	赵颖	30	0.198%
合计		**15,150**	**100.00%**

7、2012 年 12 月，第四次增资

2012 年 12 月 27 日，公司召开 2012 年第五次临时股东大会并作出决议：公司股本由 15,150 万股增加至 15,270 万股，其中顾宏伟出资 90 万元认购 30 万股，

赵典媚出资 45 万元认购 15 万股，吴炯出资 45 万元认购 15 万股，付亚东出资 45 万元认购 15 万股，吴峥出资 45 万元认购 15 万股，曾云榜出资 45 万元认购 15 万股，王齐斌出资 45 万元认购 15 万股，认购价格均为 3 元/股。顾宏伟、吴炯、付亚东、王齐斌均系公司引进的外部人才。赵典媚、吴峥及曾云榜在公司任职多年，赵典媚现系公司副总经理，吴峥与曾云榜系公司核心技术人员。

2013 年 2 月 4 日，海宁正健所出具“海正健会验字（2013）第 051 号”《验资报告》，审验确认：截至 2012 年 12 月 31 日止，公司已收到新股东顾宏伟、赵典媚、吴炯、付亚东、吴峥、曾云榜、王齐斌缴纳的新增注册资本 120 万元，各股东均以货币出资。

2013 年 2 月 27 日，嘉兴市工商行政管理局向公司换发了新的《企业法人营业执照》。公司注册资本和实收资本变更为 15,270 万元。

本次增资完成后，公司股权结构如下所示：

序号	股东名称	持股数（万股）	持股比例
1	郑安政	7,650	50.100%
2	陈克川	3,000	19.647%
3	郑安坤	2,250	14.735%
4	郑安杰	1,350	8.841%
5	郑秀萍	750	4.912%
6	葛国平	60	0.393%
7	金俊	30	0.196%
8	谭才年	30	0.196%
9	赵颖	30	0.196%
10	顾宏伟	30	0.196%
11	赵典媚	15	0.098%
12	吴炯	15	0.098%
13	付亚东	15	0.098%
14	吴峥	15	0.098%
15	曾云榜	15	0.098%
16	王齐斌	15	0.098%
合计		**15,270**	**100.00%**

8、2013 年 6 月，第五次增资

2013 年 6 月 9 日，公司召开 2012 年度股东大会并作出决议：以 2012 年 12 月 31 日总股本 15,270 万股为基数，以未分配利润转增股本，每 10 股转增 4 股，

共计转增 6,108 万股。

2013 年 6 月 26 日，海宁正健所出具“海正健会验字（2013）第 505 号”《验资报告》，审验确认：截至 2013 年 6 月 25 日止，公司已将未分配利润 6,108 万元转增为股本。

2013 年 7 月 19 日，嘉兴市工商行政管理局向公司换发了新的《企业法人营业执照》。公司注册资本和实收资本变更为 21,378 万元。

本次未分配利润转增股本完成后，公司股权结构如下所示：

序号	股东名称	持股数（万股）	持股比例
1	郑安政	10,710	50.100%
2	陈克川	4,200	19.647%
3	郑安坤	3,150	14.735%
4	郑安杰	1,890	8.841%
5	郑秀萍	1,050	4.912%
6	葛国平	84	0.393%
7	金俊	42	0.196%
8	谭才年	42	0.196%
9	赵颖	42	0.196%
10	顾宏伟	42	0.196%
11	赵典媚	21	0.098%
12	吴炯	21	0.098%
13	付亚东	21	0.098%
14	吴峥	21	0.098%
15	曾云榜	21	0.098%
16	王齐斌	21	0.098%
合计		**21,378**	**100.00%**

9、2013 年 9 月，第二次股权转让

2013 年 9 月 23 日，鉴于吴炯从公司离职，其与王正宇签订《股权转让协议》，将其持有的公司 21 万股股份以原始出资额 45 万元价格转让给王正宇。

本次股权转让完成后，公司股权结构如下所示：

序号	股东名称	持股数（万股）	持股比例
1	郑安政	10,710	50.100%
2	陈克川	4,200	19.647%
3	郑安坤	3,150	14.735%
4	郑安杰	1,890	8.841%

序号	股东名称	持股数（万股）	持股比例
5	郑秀萍	1,050	4.912%
6	葛国平	84	0.393%
7	金俊	42	0.196%
8	谭才年	42	0.196%
9	赵颖	42	0.196%
10	顾宏伟	42	0.196%
11	赵典媚	21	0.098%
12	王正宇	21	0.098%
13	付亚东	21	0.098%
14	吴峥	21	0.098%
15	曾云榜	21	0.098%
16	王齐斌	21	0.098%
合计		**21,378**	**100.00%**

10、2014 年 8 月，第三次股权转让

2014 年 8 月 31 日，鉴于顾宏伟与付亚东从公司离职，顾宏伟与郑安杰签订《股权转让协议》，将其持有的公司 42 万股股份以原始出资额 90 万元价格转让给郑安杰；付亚东与赵颖签订《股权转让协议》，将其持有的公司 21 万股股份以原始出资额 45 万元价格转让给赵颖。

本次股权转让完成后，公司股权结构如下所示：

序号	股东名称	持股数（万股）	持股比例
1	郑安政	10,710	50.100%
2	陈克川	4,200	19.647%
3	郑安坤	3,150	14.735%
4	郑安杰	1,932	9.037%
5	郑秀萍	1,050	4.912%
6	葛国平	84	0.393%
7	赵颖	63	0.294%
8	金俊	42	0.196%
9	谭才年	42	0.196%
10	赵典媚	21	0.098%
11	王正宇	21	0.098%
12	吴峥	21	0.098%
13	曾云榜	21	0.098%
14	王齐斌	21	0.098%

序号	股东名称	持股数（万股）	持股比例
合计		**21,378**	**100.00%**

（二）发行人重大资产重组行为

公司实际控制人郑安政最初通过玖姿服饰运作服装业务，此后 2007 年公司股东陈克川也开始通过其控制的外商独资公司帛玛尼从事服装业务。

2008 年，为了满足整体上市需要，避免同业竞争，公司发起人决定新设玖姿实业作为上市主体，并通过重组将实际控制人及关联方控制的其他服装业务纳入玖姿实业。

具体重组情况如下：

1、收购玖姿服饰业务资产

2008 年 7 月 20 日，玖姿实业与玖姿服饰签订《资产转让协议》，玖姿实业收购玖姿服饰该协议项下的机器设备、车辆和电子设备等固定资产，转让价格为 6,895,918.00 元。该价格系根据北京中企华资产评估有限责任公司出具的“中企华评报字（2008）第 252-1 号”资产评估报告书所列之评估结果确定。

同日，玖姿实业与玖姿服饰签订其它 4 份《资产转让协议》，玖姿实业收购玖姿服饰该 4 份协议项下的原材料、成品、分销软件等资产。转让价格如下表所示：

序号	协议签订日期	转让资产	转让价格（元）
1	2008 年 7 月 20 日	面料、包装物、委外材料等原材料	5,389,005.42
2	2008 年 7 月 20 日	服饰等资产（成品）	31,745,100.00
3	2008 年 7 月 20 日	面料、辅料、委外材料等原材料	2,035,474.96
4	2008 年 7 月 20 日	伯俊分销软件	559,333.38
合计			**39,728,913.76**

上述转让价格系以转让资产账面价值为基础双方协商确定。

该收购属于同一控制下的业务重组。通过收购，发行人承接了玖姿服饰的业务，使得发行人资产与业务规模进一步扩大。同时，发行人的上述收购行为能够消除同业竞争，降低管理成本，发挥业务的协同优势，实现主营业务的整体上市。

玖姿服饰历史沿革详见本招股说明书本节之“五、发行人的发起人、主要股东及实际控制人的情况”之“（一）发起人情况”之“1、玖姿服饰”。

2、收购帛玛尼业务资产

2008 年 7 月 20 日，玖姿实业与帛玛尼签订《资产转让协议》，玖姿实业收购帛玛尼该协议项下的机器设备、车辆和电子设备等资产，转让价格为 5,572,300.00 元。该转让价格系根据北京中企华资产评估有限责任公司出具的“中企华评报字（2008）第 252-2 号”资产评估报告书所列之评估结果确定。

同日，玖姿实业与帛玛尼签订其它 4 份《资产转让协议》，玖姿实业收购帛玛尼该协议项下的原材料、半成品、成品等资产，转让价格如下所示：

序号	协议签订日期	转让资产	转让价格（元）
1	2008 年 7 月 20 日	一批服饰等资产（成品）	18,406,242.26
2	2008 年 7 月 20 日	用友软件	40,666.70
3	2008 年 7 月 20 日	一批半成品	8,914,809.80
4	2008 年 7 月 20 日	面料、辅料、备品备件、包装物料等资产（存货）	31,371,947.00
合计			**58,733,665.76**

上述转让价格系以转让资产账面价值为基础双方协商确定。

该收购属于非同一控制下业务重组。通过收购，发行人承接了帛玛尼的服装业务，使得发行人资产与业务规模进一步扩大。同时，发行人的上述收购行为能够减少发行人与关联方之间的关联交易，消除同业竞争。

帛玛尼历史沿革如下：

（1）2007 年 3 月，帛玛尼成立

帛玛尼系由 FOUR SEASONS FASHION CO. LIMITED 投资设立的外商独资企业（设立时公司名称为海宁市帛玛尼服饰有限公司），设立时注册资本为 2,160 万美元，法定代表人为陈克川，住所为海宁经济开发区隆兴路 110 号（海宁九冬皮革实业有限公司内行政楼二楼一号会议室），经营范围为：生产销售皮革服装、裘皮服装、纺织服装、鞋帽、纺织制成品、皮革制品、沙发、皮箱、包（袋）；服装刺绣加工；经营进出口业务（不含进口商品分销业务）。

2006 年 11 月 29 日，浙江省海宁经济开发区管理委员会出具《关于同意外商独资海宁市帛玛尼服饰有限公司章程的批复》（海开发商[2006]223 号），同意设立帛玛尼。

2007 年 3 月 6 日，浙江省人民政府向帛玛尼核发了“商外资浙府资嘉字[2006]03637 号”《中华人民共和国外商投资企业批准证书》。

2007 年 3 月 8 日，嘉兴市工商行政管理局向帛玛尼核发了注册号为“企独浙嘉总副字第 004361 号”的《企业法人营业执照》，注册资本为 2,160 万美元，实收资本为 0 美元。

帛玛尼设立时股权结构如下所示：

序号	股东名称	认缴出资额（万美元）	实缴出资额（万美元）
1	FOUR SEASONS FASHION CO. LIMITED	2,160.00	0
合计		**2,160.00**	**0**

2007 年 4 月 29 日，浙江凯达信会计师事务所出具“浙凯会验外字（2007）第 14 号”《验资报告》验证确认：截至 2007 年 4 月 27 日止，帛玛尼已收到 FOUR SEASONS FASHION CO.LIMITED 缴纳的首期出资款 3,270,507.84 美元，以外币现汇出资。

2007 年 5 月 14 日，嘉兴市工商行政管理局向帛玛尼换发了《企业法人营业执照》，实收资本变更为 3,270,507 美元。

首期出资完成后，帛玛尼股权结构如下所示：

序号	股东名称	认缴出资额（万美元）	实缴出资额（万美元）
1	FOUR SEASONS FASHION CO. LIMITED	2,160.00	327.0507
合计		**2,160.00**	**327.0507**

FOUR SEASONS FASHION CO.LIMITED 系由陈克川持有全部股权的公司。

（2）2009 年 7 月，帛玛尼减资

2009 年 2 月 23 日，帛玛尼召开股东会并作出决议：公司投资总额从 2,580 万美元减至 600 万美元，注册资本从 2,160 万美元减至 327.0507 万美元。

2009 年 7 月 1 日，浙江省海宁经济开发区管理委员会出具《关于同意海宁市帛玛尼服饰有限公司调整投资总额和注册资本并修改章程的批复》（海开发商[2009]154 号），同意帛玛尼上述减资事项。

2009 年 7 月 6 日，浙江省人民政府就该减资事项向帛玛尼换发了《中华人民共和国外商投资企业批准证书》。

2009 年 7 月 9 日，海宁正明会计师事务所有限责任公司出具“海正所验（2009）251 号”《验资报告》，验证确认：截至 2009 年 7 月 6 日止，帛玛尼已减少

注册资本 18,329,492.16 美元，变更后的注册资本为 3,270,507.84 美元，实收资本 3,270,507.84 美元。

2009 年 7 月 23 日，嘉兴市工商行政管理局向帛玛尼换发了注册号为 330400400019026《企业法人营业执照》，注册资本与实收资本均变更为 3,270,507 美元。

本次减资完成后，帛玛尼股权结构如下所示：

序号	股东名称	认缴出资额（万美元）	实缴出资额（万美元）
1	FOUR SEASONS FASHION CO. LIMITED	327.0507	327.0507
合计		**327.0507**	**327.0507**

（3）2013 年 11 月，更名

2013 年 10 月 17 日，帛玛尼股东作出决定：公司名称变更为海宁市帛玛尼沙发套有限公司；公司经营范围变更为：生产、销售沙发套；经营进出口业务（不含进口商品分销业务）；公司住所变更为海宁经济开发区丹阳路 2 号，并相应修改公司章程。

2013 年 10 月 31 日，浙江省海宁经济开发区管理委员会出具《关于同意海宁市帛玛尼服饰有限公司变更经营范围、企业名称、住所、法定代表人并重新制订公司章程的批复》（海开发商[2013]255 号），同意帛玛尼上述事项。

2013 年 11 月 4 日，浙江省人民政府就上述变更事项向帛玛尼换发了《中华人民共和国外商投资企业批准证书》。

2013 年 11 月 11 日，嘉兴市工商行政管理局向帛玛尼换发了《企业法人营业执照》。

3、收购上海玖姿业务资产

2008 年 7 月 20 日，玖姿实业与上海玖姿签订《资产转让协议》，玖姿实业收购上海玖姿该转让协议项下的面料、产成品等资产，转让价格为 40,756,747.89 元。该价格系以转让资产账面价值为基础双方协商确定。

2009 年 1 月 10 日，玖姿实业与上海玖姿签订《资产转让协议》，玖姿实业收购上海玖姿该转让协议项下的面料等资产，转让价格为 7,601,712.48 元。该价格系以转让资产账面价值为基础双方协商确定。

该收购属于同一控制下业务重组。通过收购，发行人承接了上海玖姿的服装业务，使得发行人资产与业务规模进一步扩大。同时，发行人的上述收购行为能够减少发行人与关联方之间的关联交易，消除同业竞争。

上海玖姿历史沿革如下：

（1）2000 年 5 月，上海九冬皮革成立

上海玖姿前身上海九冬皮革系由郑安政和陈克川于 2000 年 5 月 26 日共同出资设立，成立时的注册资本为 200 万元，其中郑安政认缴出资 100 万元，认缴比例 50%；陈克川认缴出资 100 万元，认缴比例 50%。公司住所为青浦区练塘镇富民经济区 18 号，法定代表人为郑安政，经营范围：生产加工裘皮服装、皮革服装、针纺织制品、服装、箱包。

2000 年 5 月 23 日，上海永诚会计师事务所有限公司出具“永诚验（2000）字第 20347 号”《设立验资报告》，审验确认：货币资金 200 万元已于 2000 年 5 月 23 日，解入验资专户。其中，郑安政以现金投入 100 万元，陈克川以现金投入 100 万元。

2000 年 5 月 23 日，上海市工商行政管理局青浦分局向上海九冬皮革核发了注册号为 3102292035318 的《企业法人营业执照》。

上海九冬皮革成立时股权结构如下所示：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	郑安政	100	50%
2	陈克川	100	50%
合计		**200**	**100%**

（2）2003 年 1 月，更名

2003 年 1 月 3 日，上海九冬皮革股东作出决议：公司名称由“上海九冬皮革时装有限公司”变更为“上海玖姿服饰有限公司”。

2003 年 1 月 29 日，上海市工商行政管理局青浦分局就该名称变更事项向上海玖姿换发了《企业法人营业执照》。

（3）2008 年 7 月，第一次股权转让

2008 年 7 月 17 日，上海玖姿召开股东会并作出决议：郑安政将持有的上海玖姿 50%股权以 100 万元价格转让给胡晓林；陈克川将其持有的上海玖姿 50%

股权以 100 万元价格转让给胡正晓。同日，郑安政与胡晓林、陈克川与胡正晓分别签订《股权转让协议》。

2008 年 8 月 8 日，上海市工商行政管理局青浦分局向上海玖姿换发了注册号为 310229000541101 的《企业法人营业执照》。

本次股权转让完成后，上海玖姿股权结构如下所示：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	胡晓林	100	50%
2	胡正晓	100	50%
合计		**200**	**100%**

（4）2008 年 10 月，第二次股权转让

2008 年 10 月 29 日，上海玖姿召开股东会并作出决议：胡正晓将其持有的上海玖姿 50%股权以 100 万元价格转让给张霞妹。同日，胡正晓与张霞妹签订《股权转让协议》。

2008 年 11 月 26 日，上海市工商行政管理局青浦分局向上海玖姿换发了《企业法人营业执照》。

本次股权转让完成后，上海玖姿股权结构如下所示：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	胡晓林	100	50%
2	张霞妹	100	50%
合计		**200**	**100%**

（5）2010 年 3 月，上海玖姿注销

2009 年 12 月 19 日，上海玖姿召开股东会并作出决议：解散公司，并成立清算小组负责上海玖姿债权债务的清算工作。

2010 年 3 月 16 日，上海市工商行政管理局青浦分局核发注册号为 29000003201003160015 的《准予注销登记通知书》，上海玖姿完成注销。

（6）关于上海玖姿历史上股权代持情形的说明

2008 年 7 月，郑安政、陈克川分别将所持有的上海玖姿股权转让给胡晓林、胡正晓。2008 年 11 月，胡正晓将所持有的上海玖姿股权转让给张霞妹。胡晓林实际系代郑安政持有上海玖姿股权，胡正晓及张霞妹实际系代陈克川持有上海玖姿股权。

2014 年 11 月，胡正晓、胡晓林及张霞妹分别出具《确认函》，确认：（1）胡正晓、胡晓林及张霞妹所持有上海玖姿的全部股权系代郑安政或陈克川持有；（2）上海玖姿注销后，胡正晓、胡晓林及张霞妹与郑安政、陈克川之间的股权代持关系已解除；（3）胡正晓、胡晓林及张霞妹与郑安政、陈克川、上海玖姿及发行人等相关方之间不存在有关发行人、上海玖姿股权或权益的任何纠纷或潜在纠纷，将来任何时候胡正晓、胡晓林及张霞妹不会就以上事项提起诉讼、仲裁、权利要求或任何异议。

（三）发行人其它重要的资产收购行为

1、收购上海摩萨克股权

2014 年 9 月 28 日，安正时尚与孙晶、胡正福签订《股权转让协议》，孙晶将其持有的上海摩萨克 20%股权作价 200 万元转让给安正时尚，胡正福将其持有的上海摩萨克 80%股权作价 800 万元转让给安正时尚。该价格系由交易双方在中威正信（北京）资产评估有限公司出具的“中威正信评报字（2014）第 1094 号”资产评估报告所列评估结果的基础上协商确定。

上海摩萨克的历史沿革情况详见本招股说明书本节之“四、发行人的对外投资情况”之“（一）控股子公司”之“6、上海摩萨克服饰有限公司”。

通过收购，发行人承接了上海摩萨克的服装业务，包括“摩萨克”品牌及商标、渠道资源、设计师团队等。“摩萨克”定位于成熟女装中的中淑细分领域，以“优雅、从容、智慧”为品牌风格，在风格内涵、价格区间、目标客群等方面与“玖姿”、“尹默”及“斐娜晨”形成有效延伸与相互补充。本次收购系发行人多品牌发展战略的重要步骤，将进一步提升公司多品牌阵营的多样化、互补性，扩大公司业务规模，增强公司整体竞争力。

2、收购上海斐娜晨股权

2014 年 10 月 8 日，安正时尚与郝文炳、周彬彬分别签订《股权转让协议》及《股权转让协议之补充协议》，郝文炳将其持有的斐娜晨 90%的股权（对应的认缴出资额为 450 万元，实缴出资额为 100 万元）以 100 万元的价格转让给发行人，周彬彬将其持有的斐娜晨 10%的股权（对应的认缴出资额为 50 万元，实缴出资额为 0 元）以 0 元的价格转让给发行人。该价格系由交易双方在中威正信（北

京）资产评估有限公司出具的“中威正信评报字（2014）第 1095 号”资产评估报告所列评估结果的基础上协商确定。

通过收购，发行人承接了上海斐娜晨的服装业务，包括“斐娜晨”品牌及商标、渠道资源、设计师团队等。“斐娜晨”定位于成熟女装中的中淑细分领域，主打“玩味、当代、精致”的设计风格，在风格内涵、价格区间、目标客群等方面与“玖姿”、“尹默”形成有效延伸与相互补充。本次收购系发行人多品牌发展战略的重要步骤，将进一步提升公司多品牌阵营的多样化、互补性，扩大公司业务规模，增强公司整体竞争力。

上海斐娜晨的历史沿革情况详见本招股说明书本节之“四、发行人的对外投资情况”之“（一）控股子公司”之“12、上海斐娜晨服饰有限公司”。

3、上述收购对发行人相关项目的累积影响

发行人收购上海摩萨克股权与上海斐娜晨股权均属于非同一控制下企业合并，以 2013 年数据计算上海摩萨克、上海斐娜晨的资产总额、营业收入及利润总额对发行人相应项目的累积情况如下：

单位：元

项目	上海摩萨克①	上海斐娜晨②	发行人③	（①+②）/③
总资产	23,116,763.76	-	1,275,694,729.58	1.81%
营业收入	22,250,695.80	-	1,140,786,477.62	1.95%
利润总额	-7,768,946.61	-	287,395,428.05	-2.70%

注 1：上海斐娜晨成立于 2014 年 1 月，因此 2013 年无相关经营数据；

注 2：上海摩萨克和发行人的财务资料均经致同所审阅。

以 2014 年数据计算上海摩萨克、上海斐娜晨的资产总额、营业收入及利润总额对发行人相应项目的累积情况如下：

单位：元

项目	上海摩萨克①	上海斐娜晨②	发行人③	（①+②）/③
总资产	44,094,388.26	19,804,887.45	1,475,713,073.69	4.33%
营业收入	35,705,822.98	3,614,198.86	1,172,114,835.76	3.35%
利润总额	-11,482,375.29	-18,305,562.13	260,703,321.26	-11.43%

被收购方上海摩萨克、上海斐娜晨收购前一会计年度（2013 年）末的资产总额及前一个会计年度（2013 年度）的营业收入、利润总额以及 2014 年度末的资产总额及 2014 年度的营业收入、利润总额均未超过收购前发行人相应项目 20%，该收购事项对发行人未构成重大影响。

二、历次验资情况及发起人投入资产的计量属性

（一）历次验资情况

1、2008 年 6 月玖姿实业成立，注册资本 5,000 万元

2008 年 5 月 8 日，立信所对玖姿实业设立出资第一期出资 3,000 万元进行了审验，并出具了“信会师报字（2008）第 23074 号”《验资报告》。

2009 年 11 月 4 日，立信所对玖姿实业设立出资第二期出资 2,000 万元进行了审验，并出具了“信会师报字（2009）第 24527 号”《验资报告》。

2、2011 年 12 月安正时尚增资，注册资本 5,050 万元

2011 年 12 月 31 日，海宁正健所对本次增资进行了审验，并出具了“海正健会验字（2011）第 849 号”《验资报告》。

3、2012 年 5 月安正时尚增资，注册资本 10,100 万元

2012 年 8 月 1 日，致同所对本次增资进行了审验，并出具了“致同验字（2012）第 350ZA0012 号”《验资报告》。

4、2012 年 12 月安正时尚增资，注册资本 15,150 万元

2012 年 12 月 13 日，海宁正健所对本次增资进行了审验，并出具了“海正健会验字（2012）第 696 号”《验资报告》。

5、2012 年 12 月安正时尚增资，注册资本 15,270 万元

2013 年 2 月 4 日，海宁正健所对本次增资进行了审验，并出具了“海正健会验字（2013）第 051 号”《验资报告》。

6、2013 年 6 月安正时尚增资，注册资本 21,378 万元

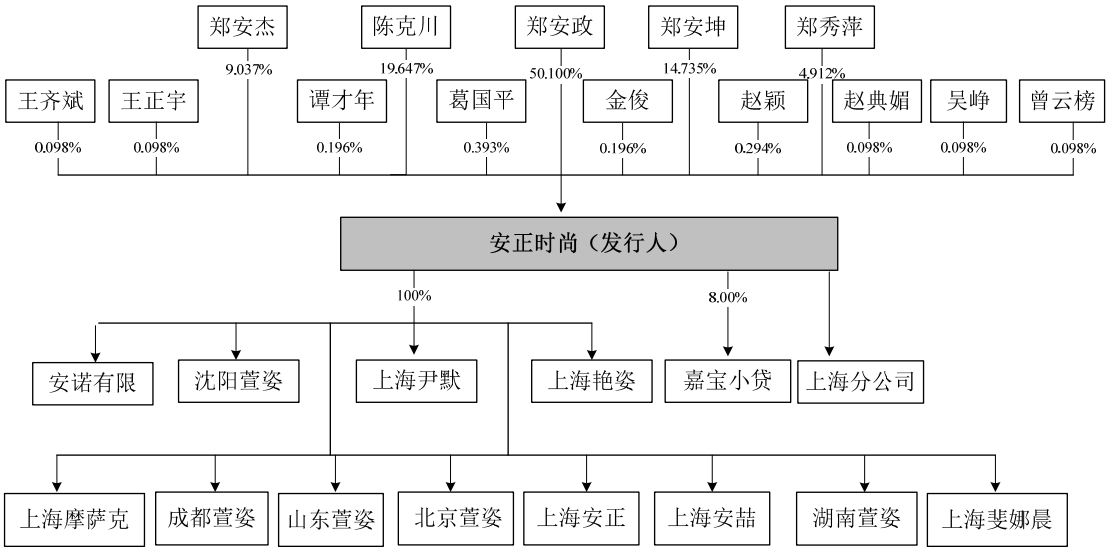
2013 年 6 月 26 日，海宁正健所对本次增资进行了审验，并出具了“海正健会验字（2013）第 505 号”《验资报告》。

（二）验资复核

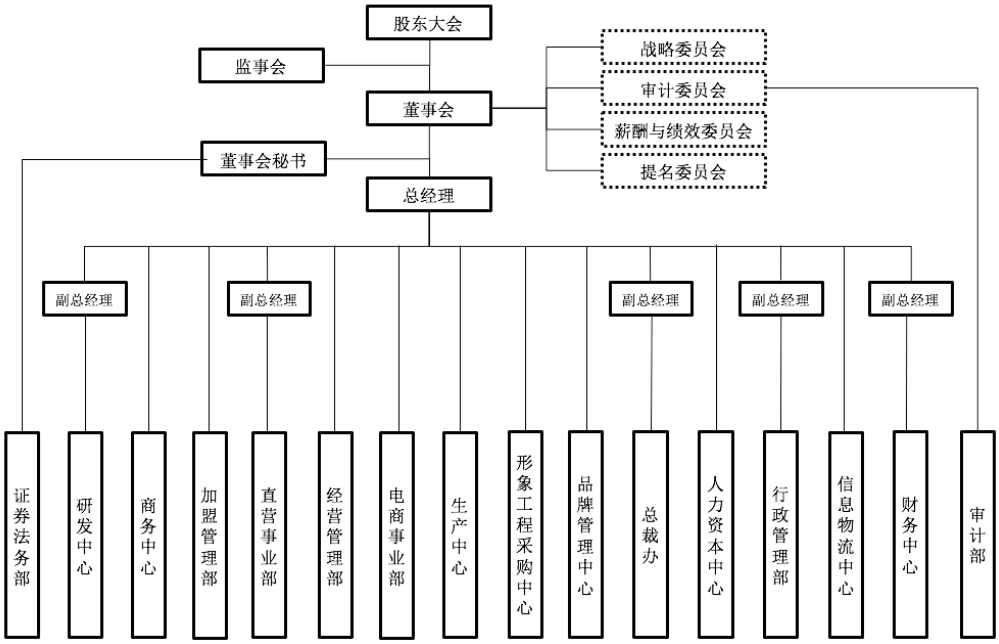
由于承担公司报告期内部分验资业务的海宁正健所不具备证券从业资格，致同所于 2014 年 3 月出具了“致同专字（2014）第 350ZA0017 号”《安正时尚集团股份有限公司验资复核报告》，确认海宁正健所出具的“海正健会验字（2011）第 849 号”《验资报告》、“海正健会验字（2012）第 696 号”《验资报告》、“海正健会验字（2013）第 051 号”《验资报告》及“海正健会验字（2013）第 505 号”《验资报告》所载事项同公司实际收到的各股东出资情况相符。

三、发行人组织结构

（一）公司股权结构图



（二）公司内部管理组织结构



（三）公司主要职能部门介绍

序号	部门	核心职责
1	总裁办	负责公司、总经理的决策支持、各部门的组织协调以及跨部门事务沟通
2	人力资本中心	根据公司经营发展战略，制订公司人力资源发展规划，制订公司有关人力资源工作的政策和制度，建立和完善人力资源评估体系，并负责推进人才的培养和发展
3	行政管理部	负责公司日常行政事务的处理及各项后勤保障工作；负责公司职工宿舍、食堂、保洁、绿化、保安、工程等部门的管理工作
4	信息物流中心	通过集成化、网络化、数字化和智能化的信息系统、办公自动化系统的规划、建设和维护，为公司提供一个高效的办公和管理的技术平台；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
5	生产中心	根据公司业务目标与销售计划，规划产能，制定生产计划，组织生产。建立生产技术标准、品质保障体系
6	财务中心	建立健全公司的财务管理体系和制度，负责预算管理、资金管理、融资管理、税务筹划、会计核算等财务活动，为公司的经营决策提供可靠依据；向公司内部和外部提供财务会计信息
7	研发中心	规划各品牌的产品定位，制定各品牌产品的企划方案，组

序号	部门	核心职责
		织产品的设计、开发与技术实现，负责公司原材料的开发与采购
8	证券法务部	负责董事会、股东大会的筹备组织工作，负责会议记录并保管相关文件；负责处理公司信息披露事务，督促公司制定并执行信息披露管理制度和重大信息的内部报告制度，协调公司与投资者、外部监管机构之间的关系，负责公司法务工作
9	审计部	对公司控股子公司、分公司以及各相关部门实施内部审计监督和评价，强化基于内部控制的风险管理系统，提供审计整改及优化建议
10	品牌管理中心	负责制定品牌运作与公关活动策划管理方案，促进品牌资产增值与产品的销售，处理公司内、外各类新闻媒体与品牌管理相关事务，对各品牌终端活动进行新闻媒体和公关活动支持
11	经营管理部	通过市场调研与分析，掌握行业与市场信息，并负责战略经营指标落地管理与执行跟进；阶段性组织评估公司经营战略，并提出修正或调整建议；对零售指标及实际达成进行经营分析，实施监控指标的达成情况，并作出相应调整
12	电商事业部	负责网上销售业务的运营管理
13	直营事业部	负责公司各品牌运营，市场开拓、直营销售等
14	加盟管理部	负责加盟商管理与拓展，加盟销售日常运营管理
15	商务中心	负责公司商务标准的制定、开店规划、开店实施及商务客户维护
16	形象工程采购中心	负责公司各品牌形象的设计、装修及施工、公司基础建设及各项设备、工程、行政物品的采购等

四、发行人投资情况

截至本招股说明书签署日，发行人投资情况如下：

（一）控股子公司

公司实行一体化、完整产业链经营模式，由发行人作为母公司从事产品开发、生产自制、供应链管理、加盟销售等产品创造与销售的大部分价值链环节，下属子公司则主要为各品牌的直营销售公司，负责各地及各品牌直营门店的建设运营、财务核算。玖姿品牌下设 6 个销售子公司，分别为北京萱姿、成都萱姿、湖南萱姿、山东萱姿、上海艳姿、沈阳萱姿，尹默、安正、摩萨克、斐娜晨四大品牌及五季业务各分设 1 家销售公司。2015 年下半年起，为便于同各联营商场的

统一结算管理，公司陆续将玖姿品牌各销售子公司的商场联营店转入上海艳姿进行统一结算。

1、上海尹默服饰有限公司

上海尹默成立于 2007 年 9 月 20 日，现注册资本 1,000 万元，实收资本 1,000 万元，公司出资 1,000 万元，占注册资本的 100.00%，注册地址为青浦区练塘镇练新路 7 号 A012 室，法定代表人为郑安政，经营范围：销售服装服饰、服饰面料及辅料、箱包，服饰设计，商务信息咨询（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）。

上海尹默现主营业务为负责公司尹默品牌服饰的销售。上海尹默截至 2015 年 12 月 31 日的总资产为 13,534.28 万元，净资产为 654.06 万元，2015 年度净利润为 1,048.12 万元。上海尹默截至 2016 年 6 月 30 日的总资产为 16,458.75 万元，净资产为 782.77 万元，2016 年上半年净利润为 128.71 万元。（以上数据经致同所审计）

上海尹默历史沿革如下：

（1）2007 年 9 月，上海尹默成立

上海尹默成立于 2007 年 9 月 20 日，成立时注册资本 50 万元，郑安坤出资 50 万元。经营范围为销售服装服饰、服饰面料及辅料、箱包，服饰设计，商务信息咨询（涉及行政许可的，凭许可证经营）。上海尹默成立时的股权结构如下所示：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	郑安坤	50	100.00%
合计		**50**	**100.00%**

2007 年 9 月 19 日，上海永诚会计师事务所有限公司出具“永诚会验（2007）字第 20571 号”《验资报告》，审验确认：截至 2007 年 9 月 14 日止，上海尹默已收到郑安坤缴纳的注册资本（实收资本）合计人民币 50 万元。郑安坤以货币出资。

2007 年 9 月 20 日，上海市工商行政管理局青浦分局向上海尹默核发了注册号为 310229001268799 的《企业法人营业执照》。

（2）2008 年 7 月，股权转让

2008年7月11日，上海尹默股东作出决议：郑安坤将其持有的上海尹默100%股权转让给玖姿实业。同日，郑安坤与玖姿实业签订《股权转让协议》，郑安坤约定将其在上海尹默的全部出资额50万元以50万元价格转让给玖姿实业。

本次股权转让完成后，上海尹默的股权结构如下所示：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	玖姿实业	50	100.00%
合计		**50**	**100.00%**

2008年8月5日，上海市工商行政管理局青浦分局向上海尹默换发了《企业法人营业执照》。

（3）2010年4月，增资

2010年4月13日，上海尹默股东作出决议：公司注册资本由50万元增至1,000万元，新增注册资本由玖姿实业以货币形式出资。

本次增资完成后，上海尹默的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	玖姿实业	1,000	100.00%
合计		**1,000**	**100.00%**

2010年4月22日，上海永诚会计师事务所有限公司出具“永诚会验（2010）字第20376号”《验资报告》，审验确认：截至2010年4月15日止，上海尹默已收到玖姿实业缴纳的注册资本（实收资本）合计人民币950万元。玖姿实业以货币出资。

2010年4月27日，上海市工商行政管理局青浦分局向上海尹默换发了《企业法人营业执照》。

截至本招股说明书签署日，上海尹默有4家分公司，其基本情况如下：

序号	分公司名称	成立日期	经营范围	营业场所
1	上海尹默服饰有限公司深圳南山区分公司	2014年12月24日	销售服装服饰、服饰面料及辅料、箱包，服饰设计，商务信息咨询（涉及行政许可的，凭许可证经营）。	深圳市南山区粤海街道文心五路33号海岸城2楼218-219 尹默服饰
2	上海尹默服饰有限公司铁西分公司	2015年8月21日	销售服装服饰、服饰面料及辅料、箱包，服饰设计，商务信息咨询（涉及行政许可的，凭许可证经营）。	沈阳市铁西区建设东路158号华润铁西万象汇L238商铺

序号	分公司名称	成立日期	经营范围	营业场所
3	上海尹默服饰有限公司沈阳和平分公司	2015 年 8 月 24 日	服装、服饰、针纺织品、箱包销售、设计，商务信息咨询（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）。	沈阳市和平区青年大街 288 号 3 层 L336 房间
4	上海尹默服饰有限公司温州分公司	2016 年 4 月 13 日	服装服饰、饰品的销售。	浙江省温州市瓯海区温瑞大道 999 号温州万象城 L214 号商铺

报告期内，上海尹默的主要客户情况如下：

年度	序号	客户名称	销售数量（件）	销售收入（万元）	占销售收入比
2016 年 1-6 月	1	重庆远东百货有限公司	2,379	443.88	4.46%
	2	湖南友谊阿波罗商业股份有限公司	2,484	377.62	3.79%
	3	重庆商社新世纪百货连锁经营有限公司世纪新都	2,059	361.40	3.63%
	4	重庆西部奥特莱斯品牌折扣商业股份有限公司	3,286	331.01	3.32%
	5	天津海信广场有限公司	2,043	287.18	2.88%
		合计	**12,251**	**1,801.09**	**18.08%**
2015 年度	1	重庆远东百货有限公司	5,686	960.08	5.89%
	2	新疆友好（集团）股份有限公司	3,360	708.65	4.35%
	3	湖南友谊阿波罗商业股份有限公司	3,424	664.99	4.08%
	4	天津海信广场有限公司	4,520	647.29	3.97%
	5	江西洪客隆百货投资有限公司	2,952	609.49	3.74%
		合计	**19,942**	**3,590.50**	**22.03%**
2014 年度	1	重庆远东百货有限公司	4,773	919.45	7.11%
	2	新疆友好（集团）股份有限公司	3,790	762.15	5.89%
	3	天津海信广场有限公司	3,896	650.23	5.03%
	4	山东银座商城股份有限公司	3,462	610.30	4.72%
	5	湖南友谊阿波罗商业股份有限公司	2,970	511.20	3.95%
		合计	**18,891**	**3,453.34**	**26.69%**
2013 年度	1	天津海信广场有限公司	3,885	820.41	8.00%
	2	重庆远东百货有限公司	3,069	721.63	7.03%
	3	湖南友谊阿波罗商业股份有限公司	4,283	629.89	6.14%
	4	浙江银泰百货有限公司	3,467	541.86	5.28%
	5	北京华联（SKP）百货有限公司	2,770	502.99	4.90%
		合计	**17,474**	**3,216.77**	**31.35%**

上海尹默的期间前五大客户及销售规模较为稳定，均为公司直营门店的合作联营百货公司，所销售商品的产品平均单价与尹默品牌较高的市场定位相符。

2、上海艳姿服饰有限公司

上海艳姿成立于 2008 年 7 月 1 日，现注册资本 1,000 万元，实收资本 1,000 万元，公司出资 1,000 万元，占注册资本的 100.00%，注册地址为青浦区练塘镇章练塘路 588 号 B121 室，法定代表人为陈克川，经营范围：销售服装服饰、服饰制品、针纺织品、床上用品、鞋帽、箱包，展览展示服务，商务信息咨询（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）。

上海艳姿现主营业务为负责上海、江苏、浙江、江西、福建等地区玖姿品牌的直营销售。上海艳姿截至 2015 年 12 月 31 日的总资产为 2,101.96 万元，净资产为-157.76 万元，2015 年度的净利润为 444.33 万元。上海艳姿截至 2016 年 6 月 30 日的总资产为 2,646.78 万元，净资产为-510.71 万元，2016 年上半年净利润为-352.96 万元。（以上数据经致同所审计）

上海艳姿历史沿革如下：

（1）2008 年 7 月，上海艳姿成立

上海艳姿于 2008 年 7 月 1 日设立，注册资本 50 万元，玖姿实业出资 50 万元，经营范围为销售服装服饰、服饰制品、针纺织品、床上用品、鞋帽、箱包，展览展示服务，商务信息咨询（涉及行政许可的，凭许可证经营）。上海艳姿成立时的股权结构如下所示：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	玖姿实业	50	100.00%
合计		**50**	**100.00%**

2008 年 6 月 30 日，上海永诚会计师事务所有限公司出具“永诚会验（2008）字第 20515 号”《验资报告》，审验确认：截至 2008 年 6 月 27 日止，上海艳姿已收到玖姿实业缴纳的注册资本（实收资本）合计人民币 50 万元。玖姿实业以货币出资。

2008 年 7 月 1 日，上海市工商行政管理局青浦分局向上海艳姿核发了注册号为 310229001307389 的《企业法人营业执照》。

（2）2010 年 4 月，增资

2010 年 4 月 13 日，上海艳姿股东作出决定：公司注册资本由 50 万元增加至 1,000 万元，新增注册资本由玖姿实业以货币形式出资。本次增资后，上海艳姿股权结构如下所示：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	玖姿实业	1,000	100.00%
合计		**1,000**	**100.00%**

2010 年 4 月 22 日，上海永诚会计师事务所有限公司出具“永诚会验（2010）字第 20375 号”《验资报告》，审验确认：截至 2010 年 4 月 15 日止，上海艳姿已收到玖姿实业缴纳的新增注册资本（实收资本）合计人民币 950 万元。玖姿实业以货币出资。

2010 年 4 月 27 日，上海市工商行政管理局青浦分局向上海艳姿换发了《企业法人营业执照》。

截至本招股说明书签署日，上海艳姿共有 9 家分公司，其基本情况如下：

序号	分公司名称	成立日期	经营范围	营业场所
1	上海艳姿服饰有限公司新川路店	2008 年 8 月 10 日	服装服饰、服饰制品、针纺织品、床上用品、鞋帽、箱包的销售，展览展示服务，商务信息咨询（不含经纪）（涉及许可经营的凭许可证经营）	浦东新区新川路 648、648A 号 1-2 层
2	上海艳姿服饰有限公司牡丹江路店	2008 年 11 月 20 日	销售服装、服饰、服饰制品、针纺织品、床上用品、鞋帽、箱包；展览展示服务；商务信息咨询。（企业经营涉及行政许可的，凭许可证经营）	宝山区牡丹江路 1791 号
3	上海艳姿服饰有限公司南门大街店	2011 年 2 月 16 日	服装服饰、服饰制品、针纺织品、床上用品、鞋帽、箱包的销售，展览展示服务，商务信息咨询（除经纪）。（企业经营涉及行政许可的，凭许可证件经营）	浦东新区惠南镇南门大街 57 号
4	上海艳姿服饰有限公司城中东路店	2011 年 3 月 11 日	销售服装服饰、服饰制品、针纺织品、床上用品、鞋帽、箱包，展览展示，商务信息咨询。（企业经营涉及行政许可的，凭许可证经营）	青浦区城中东路 329、331 号
5	上海艳姿服饰	2012 年 12 月 21 日	销售服装、服饰、服饰制品、	温州市鹿城区府前

序号	分公司名称	成立日期	经营范围	营业场所
	有限公司温州分公司		针纺制品、床上用品、鞋帽、箱包、展览展示服务、商务信息咨询（不含证券、期货咨询）	街 207 号
6	上海艳姿服饰有限公司义乌分公司	2012 年 12 月 24 日	针纺织品、床上用品、鞋、帽、箱包、服装销售。	义乌市稠城宾王商贸区三街 85 号
7	上海艳姿服饰有限公司苏州印象城分公司	2013 年 4 月 8 日	销售：服装服饰、服饰制品、针纺制品、床上用品、鞋帽箱包；展览展示服务。	苏州工业园区现代大道 1699 号 2 层 2016 号商铺
8	上海艳姿服饰有限公司太湖分公司	2014 年 6 月 24 日	销售服装服饰、服饰制品、针纺织品、床上用品、鞋帽、箱包；展览展示服务；商务信息咨询。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	无锡市滨湖区海岸城 39-201 第 216 号商铺
9	上海艳姿服饰有限公司温州瓯海分公司	2016 年 4 月 21 日	销售：服装服饰、服饰制品、针纺织品、床上用品、鞋帽、箱包。	温州市瓯海区温瑞大道 999 号温州万象城 L218 号

报告期内，上海艳姿的主要客户情况如下：

年度	序号	客户名称	销售数量（件）	销售收入（万元）	占销售收入比
2016 年 1-6 月	1	上海汇姿百货有限公司	2,544	221.37	4.03%
	2	金华市第一百货集团股份有限公司	2,123	209.06	3.81%
	3	哈尔滨红博新天地购物中心有限公司	2,266	187.10	3.41%
	4	上海新世界股份有限公司	2,034	177.91	3.24%
	5	哈尔滨万达百货有限公司	1,792	169.41	3.09%
		合计	**10,759**	**964.85**	**17.58%**
2015 年度	1	上海汇姿百货有限公司	4,575	446.36	5.53%
	2	上海新世界股份有限公司	3,960	328.00	4.07%
	3	浙江银泰百货有限公司	3,794	310.45	3.85%
	4	中兴-沈阳商业大厦（集团）股份有限公司	6,442	255.61	3.17%
	5	常州高青购物中心有限公司	3,574	231.14	2.86%
		合计	**22,345**	**1,571.56**	**19.48%**
2014 年度	1	上海汇姿百货有限公司	4,667	359.64	5.67%
	2	浙江银泰百货有限公司	3,966	285.64	4.50%
	3	苏州市石路国际商城有限责任公司	2,973	272.12	4.29%
	4	上海新世界股份有限公司	2,619	218.49	3.44%
	5	苏州万亚商业管理发展有限公司	2,081	200.86	3.17%

年度	序号	客户名称	销售数量（件）	销售收入（万元）	占销售收入比
		合计	**16,306**	**1,336.74**	**21.07%**
2013年度	1	上海汇姿百货有限公司	4,382	333.59	4.25%
	2	浙江银泰百货有限公司	4,723	318.10	4.06%
	3	苏州市石路国际商城有限责任公司	3,668	300.27	3.83%
	4	无锡茂业置业有限公司	3,980	261.82	3.34%
	5	苏州万亚商业管理发展有限公司	3,531	257.53	3.28%
		合计	**20,284**	**1,471.31**	**18.76%**

上海艳姿的期间前五大客户及销售规模较为稳定，均为公司直营门店的合作百货公司。其中，2015 年公司客户中兴-沈阳商业大厦（集团）股份有限公司销售数量较多，主要系公司当年度在该客户的直营商场店进行了较大规模的产品促销。

3、沈阳萱姿服饰有限公司

沈阳萱姿成立于 2009 年 4 月 13 日，现注册资本 500 万元，实收资本 500 万元，公司出资 500 万元，占注册资本的 100.00%，注册地址为沈阳市沈河区奉天区 348-2 号（251 室），法定代表人为陈克川，经营范围：服装、服饰、针纺织品、床上用品、鞋帽、箱包、沙发批发、零售。

沈阳萱姿现主营业务为负责公司沈阳、长春、哈尔滨、大庆等地区玖姿品牌产品的直营销售。沈阳萱姿截至 2015 年 12 月 31 日的总资产为 444.68 万元，净资产为-190.66 万元，2015 年度净利润为 20.66 万元。沈阳萱姿截至 2016 年 6 月 30 日的总资产为 361.03 万元，净资产为-231.82 万元，2016 年上半年净利润为 -41.17 万元。（以上数据经致同所审计）

沈阳萱姿历史沿革如下：

（1）2009 年 4 月，沈阳萱姿成立

沈阳萱姿于 2009 年 4 月 13 日设立，注册资本 50 万元，玖姿实业出资 50 万元，经营范围：服装、服饰、针纺织品、床上用品、鞋帽、箱包、沙发批发、零售。沈阳萱姿成立时的股权结构如下所示：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	玖姿实业	50	100.00%
合计		**50**	**100.00%**

2009 年 4 月 8 日，辽宁同公瑞会计师事务所有限责任公司出具“辽同会验字（2009）第 AP-026 号”《验资报告》，审验确认：截至 2009 年 4 月 8 日止，沈阳萱姿已收到玖姿实业缴纳的注册资本（实收资本）合计人民币 50 万元。玖姿实业以货币出资。

2009 年 4 月 13 日，沈阳市工商行政管理局向沈阳萱姿核发了注册号为 210133000016744 的《企业法人营业执照》。

（2）2010 年 4 月，增资

2010 年 4 月 13 日，沈阳萱姿股东作出决议：公司注册资本由 50 万元增加至 500 万元，新增注册资本由玖姿实业出资。本次增资后，沈阳萱姿股权结构如下所示：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	玖姿实业	500	100.00%
合计		**500**	**100.00%**

2010 年 4 月 22 日，辽宁东乘联合会计师事务所出具“辽东会验字（2010）第 APR-32 号”《验资报告》，审验确认：截至 2010 年 4 月 22 日止，沈阳萱姿已收到玖姿实业缴纳的新增注册资本（实收资本）合计人民币 450 万元。玖姿实业以货币出资。

2010 年 4 月 22 日，沈阳市工商行政管理局向沈阳萱姿换发了《企业法人营业执照》。

报告期内，沈阳萱姿的主要客户情况如下：

年度	序号	客户名称	销售数量（件）	销售收入（万元）	占销售收入比
2016 年 1-6 月	1	大商集团抚顺百货大楼有限公司	480	34.94	45.90%
	2	-	-	-	-
	3	-	-	-	-
	4	-	-	-	-
	5	-	-	-	-
		合计	**480**	**34.94**	**45.90%**
2015 年度	1	哈尔滨万达百货有限公司	3,030	264.75	9.73%
	2	大商集团沈阳新玛特购物休闲广场有限公司	2,516	212.58	7.81%
	3	大商集团沈阳铁西新玛特购物休闲广场有限公司	2,325	178.63	6.56%
	4	大商集团沈阳新玛特购物休闲广场有限公司	2,042	175.94	6.46%

年度	序号	客户名称	销售数量（件）	销售收入（万元）	占销售收入比
		千盛百货购物中心			
	5	哈尔滨新世界百货商场有限公司	2,067	125.36	4.61%
		合计	**11,980**	**957.26**	**35.17%**
2014年度	1	大商集团沈阳新玛特购物休闲广场有限公司	5,174	420.66	9.30%
	2	大商集团大庆百货大楼有限公司	4,198	484.70	10.71%
	3	大商集团大庆新玛特购物休闲广场有限公司	4,407	364.10	8.05%
	4	哈尔滨红博新天地购物中心有限公司	4,164	335.89	7.42%
	5	大商哈尔滨新一百购物广场有限公司	4,311	331.96	7.34%
		合计	**22,254**	**1,937.32**	**42.81%**
2013年度	1	大商集团大庆新玛特购物休闲广场有限公司	9,482	585.62	8.85%
	2	大商集团大庆百货大楼有限公司	6,257	540.13	8.17%
	3	大商集团沈阳新玛特购物休闲广场有限公司	6,720	524.70	7.93%
	4	大商哈尔滨新一百购物广场有限公司	6,449	491.74	7.43%
	5	大商集团沈阳新玛特购物休闲广场有限公司千盛百货购物中心	3,834	332.33	5.02%
		合计	**32,742**	**2,474.52**	**37.41%**

沈阳萱姿于 2015 年下半年陆续将下辖的商场店转入上海艳姿统一结算，使得该子公司 2015 年度及 2016 年 1-6 月前五大客户及销售收入较前期有所减少。

4、成都萱姿服饰有限公司

成都萱姿成立于 2009 年 4 月 29 日，现注册资本 1,050 万元，实收资本 1,050 万元，公司出资 1,050 万元，占注册资本的 100.00%，注册地址为成都市青羊区八宝街 28 号，法定代表人为陈克川，经营范围：销售：服装、日用品。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

成都萱姿现主营业务为负责四川、甘肃等地区玖姿品牌产品的直营销售。成都萱姿截至 2015 年 12 月 31 日的总资产为 826.83 万元，净资产为-196.08 万元，2015 年度净利润为-137.77 万元。成都萱姿截至 2016 年 6 月 30 日的总资产为 765.11 万元，净资产为-105.60 万元，2016 年上半年净利润为 90.48 万元。（以上数据经致同所审计）

成都萱姿历史沿革如下：

（1）2009 年 4 月，成都萱姿成立

成都萱资成立于 2009 年 4 月 29 日，注册资本 50 万元，张爱梅出资 50 万元。经营范围为销售：服装、日用品。成都萱姿成立时的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	张爱梅	50	100.00%
合计		**50**	**100.00%**

2009 年 4 月 13 日，四川华炜会计师事务所有限公司出具“川华炜验字（2009）第 4-41 号”《验资报告》，审验确认：截至 2009 年 3 月 19 日止，成都萱姿已收到张爱梅出资 50 万元，占注册资本的 100%。张爱梅以货币出资。

2009 年 4 月 29 日，成都市青羊工商行政管理局向成都萱姿核发了注册号为 510105000071968 的《企业法人营业执照》。

（2）2011 年 7 月，股权转让

2011 年 7 月 4 日，成都萱姿股东出具《成都萱姿服饰有限公司股东决定书》：张爱梅将其在成都萱姿的全部出资额 50 万元以 50 万元价格转让给安正时尚。同时，张爱梅与安正时尚签订《股权转让协议书》。

2011 年 7 月 18 日，成都市青羊工商行政管理局向成都萱姿换发了新的《企业法人营业执照》。

（3）2015 年 12 月，增资

2015 年 12 月 7 日，成都萱姿股东作出股东决定：公司注册资本由 50 万元增至 1,050 万元，新增注册资本由安正时尚以货币形式出资。

本次增资完成后，成都萱姿的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	安正时尚	1,050	100.00%
合计		**1,050**	**100.00%**

2015 年 12 月 23 日，成都市青羊区市场监督管理局向成都萱姿换发了《营业执照》。

截至本招股说明书签署日，成都萱姿有 5 家分公司，其基本情况如下：

序号	分公司名称	成立日期	经营范围	营业场所
1	成都萱姿服饰有限公司银河路分店	2012 年 8 月 31 日	销售：服装、日用品	成都市金牛区银河路 1 号附 41 号 4 栋 1 层附 41 号
2	成都萱姿服饰有限公司蜀汉	2012 年 9 月 19 日	销售：服装、日用品	成都市金牛区蜀汉路 158 号附 5-6

序号	分公司名称	成立日期	经营范围	营业场所
	路分公司			号
3	成都萱姿服饰有限公司敦煌分公司	2012 年 12 月 25 日	服装、日用百货的销售	甘肃省酒泉市敦煌市沙州镇鸣山路 24 号
4	成都萱姿服饰有限公司抚琴路分公司	2013 年 6 月 26 日	销售：服装、日用品	四川省成都市金牛区抚琴西路 228 号
5	成都萱姿服饰有限公司兰州分公司	2014 年 2 月 27 日	服装、日用品的销售（以上各项范围法律、法规及国务院决定禁止或限制的事项，不得经营；需取得其他部门审批的事项，待批准后方可经营）	甘肃省兰州市城关区皋兰路 173 号（嘉诚大厦一楼）

报告期内，成都萱姿的主要客户情况如下：

年度	序号	客户名称	销售数量（件）	销售收入（万元）	占销售收入比
2016 年 1-6 月	1	成都华亚行贸易有限公司	670	57.80	8.24%
	2	-	-	-	-
	3	-	-	-	-
	4	-	-	-	-
	5	-	-	-	-
		合计	**670**	**57.80**	**8.24%**
2015 年度	1	兰州国芳百货购物广场有限责任公司	3,250	275.58	13.22%
	2	兰州西太华工贸集团股份有限公司	1,488	187.79	9.01%
	3	成都华亚行贸易有限公司	1,782	151.83	7.28%
	4	兰州民百（集团）股份有限公司	1,019	87.68	4.21%
	5	兰州王府井百货有限责任公司	994	82.70	3.97%
		合计	**8,533**	**785.58**	**37.69%**
2014 年度	1	兰州国芳百货购物广场有限责任公司	4,125	340.15	12.68%
	2	兰州西太华工贸集团股份有限公司	2,383	218.45	8.14%
	3	成都华亚行贸易有限公司	1,957	177.60	6.62%
	4	兰州民百（集团）股份有限公司	1,872	152.07	5.67%
	5	兰州王府井百货有限责任公司	1,242	82.22	3.06%
		合计	**11,579**	**970.49**	**36.17%**
2013 年度	1	兰州国芳百货购物广场有限责任公司	4,694	380.18	11.80%
	2	兰州西太华工贸集团股份有限公司	2,603	213.34	6.62%
	3	兰州民百（集团）股份有限公司	1,694	148.00	4.59%
	4	兰州虹盛百货购物广场有限公司	1,379	123.75	3.84%
	5	兰州王府井百货有限责任公司	771	44.40	1.38%

年度	序号	客户名称	销售数量（件）	销售收入（万元）	占销售收入比
		合计	**11,141**	**909.68**	**28.23%**

成都萱姿 2013 年至 2015 年前五大客户较为稳定，后由于 2015 年下半年开始陆续将下辖商场店转入上海艳姿统一结算，使得该子公司 2015 年度及 2016 年 1-6 月前五大客户及销售收入较前期有所减少。

5、山东萱姿服饰有限公司

山东萱姿成立于 2009 年 4 月 16 日，现注册资本 1,000 万元，实收资本 1,000 万元，公司出资 1,000 万元，占注册资本的 100.00%。注册地址为青岛市市南区山东路 33 号 2 号楼 1502 户，法定代表人为陈克川，经营范围：批发、零售（零售限分支机构经营）：服饰、服装鞋帽、箱包、针织品、纺织品、床上用品、家具（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）。

山东萱姿现主营业务为山东等地区玖姿品牌产品的直营销售。山东萱姿截至 2015 年 12 月 31 日的总资产为 772.95 万元，净资产为 735.73 万元，2015 年度净利润为-148.54 万元。山东萱姿截至 2016 年 6 月 30 日的总资产为 787.55 万元，净资产为 706.14 万元，2016 年上半年净利润为-29.59 万元。（以上数据经致同所审计）

山东萱姿历史沿革如下：

（1）2009 年 4 月，山东萱姿成立

山东萱姿成立于 2009 年 4 月 16 日，注册资本 200 万元，玖姿实业出资 200 万元。经营范围：销售：服装、日用品。山东萱姿成立时的股权结构如下所示：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	玖姿实业	200	100.00%
合计		**200**	**100.00%**

2009 年 3 月 9 日，山东新华有限责任会计师事务所出具“鲁新会师内验字（2009）第 4A-07 号”《验资报告》，审验确认：截至 2009 年 3 月 6 日，山东萱姿已收到全体股东缴纳的注册资本 200 万元。股东以货币出资。

2009 年 4 月 16 日，青岛市工商行政管理局市南分局向山东萱姿核发了注册号为 370202230032648 的《企业法人营业执照》。

（2）2010 年 5 月，增资

2010 年 5 月 18 日，山东萱姿股东作出决定：公司股东玖姿实业向公司增资 800 万元，增资后公司注册资本为 1,000 万元。本次增资后，山东萱姿股权结构如下所示：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	玖姿实业	1,000	100.00%
合计		**1,000**	**100.00%**

2010 年 5 月 18 日，北京红日会计师事务所有限责任公司山东分所出具“鲁红日内验字（2010）第 08-Y0184 号”《验资报告》，审验确认：截至 2010 年 5 月 18 日止，公司已收到玖姿实业缴纳的新增注册资本合计人民币 800 万元，出资方式为货币资金。

2010 年 5 月 22 日，青岛市工商行政管理局市南分局向山东萱姿换发了《企业法人营业执照》。

报告期内，山东萱姿的主要客户情况如下：

年度	序号	客户名称	销售数量（件）	销售收入（万元）	占销售收入比
2016 年 1-6 月	1	山东银座商城股份有限公司	772	45.08	57.57%
	2	天津市月坛商业大厦有限公司	306	30.02	38.34%
	3	-	-	-	-
	4	-	-	-	-
	5	-	-	-	-
		合计	**1,078**	**75.09**	**95.91%**
2015 年度	1	山东银座商城股份有限公司	1,975	143.20	30.05%
	2	济南万达百货有限公司	1,206	86.65	18.18%
	3	天津市月坛商业大厦有限公司	1,076	69.13	14.51%
	4	济南银座商城有限责任公司	1,975	24.41	5.12%
	5	北京国泰平安百货有限公司	90	9.65	2.03%
		合计	**6,322**	**333.04**	**69.89%**
2014 年度	1	青岛利群百货集团股份有限公司	4,965	470.66	20.71%
	2	青岛利客来集团股份有限公司	3,496	329.54	14.50%
	3	麦凯乐（青岛）百货总店有限公司	6,117	244.39	10.75%
	4	青岛维客集团股份有限公司	1,745	160.34	7.05%
	5	威海振华商厦有限公司	6,109	119.58	5.26%
		合计	**22,432**	**1,324.51**	**58.27%**
2013 年度	1	青岛利群百货集团股份有限公司	7,876	670.70	23.24%
	2	青岛利客来集团股份有限公司	3,459	353.75	12.26%
	3	青岛维客集团股份有限公司	1,970	172.42	5.98%

年度	序号	客户名称	销售数量（件）	销售收入（万元）	占销售收入比
	4	山东银座股份有限公司	1,701	162.75	5.64%
	5	青岛丽达购物中心有限公司	1,816	144.20	5.00%
		合计	**16,822**	**1,503.83**	**52.12%**

山东萱姿于 2014 年下半年将青岛地区直营门店转让给山东地区加盟商，并自 2015 年下半年将下辖商场店陆续转入上海艳姿统一结算，从而使得该子公司 2015 年及 2016 年 1-6 月前五大客户及相关销售收入较前期有所减少。

6、上海摩萨克服饰有限公司

上海摩萨克成立于 2010 年 6 月 21 日（成立时，名称为“上海炫钰服饰有限公司”，以下简称为“炫钰服饰”），现注册资本 6,300 万元，实收资本 6,300 万元，公司出资 6,300 万元，占注册资本的 100.00%，注册地址为青浦区练塘镇章练塘路 588 弄 15 号 1 幢 2 层 X 区 285 室，法定代表人为陈克川，经营范围：销售服装服饰、服饰面料及辅料、针纺织品、鞋帽、箱包、化妆品、饰品、工艺礼品，服装服饰设计，展览展示服务，商务信息咨询，从事货物及技术的进出口业务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）。

上海摩萨克现主营业务为负责公司摩萨克品牌服饰的运营。上海摩萨克截至 2015 年 12 月 31 日的总资产为 4,686.84 万元，净资产 3,450.24 万元，2015 年度的净利润为-952.16 万元。上海摩萨克截至 2016 年 6 月 30 日的总资产为 8,536.80 万元，净资产为 3,575.15 万元，2016 年上半年净利润为 124.91 万元。（以上数据经致同所审计）

上海摩萨克历史沿革如下：

（1）2010 年 6 月，炫钰服饰成立

炫钰服饰成立于 2010 年 6 月 21 日，成立时注册资本 50 万元，上海炫昱装饰工程有限公司出资 25.5 万元，孙晶出资 17.5 万元，黄永慧出资 7 万元。经营范围为服装鞋帽、服饰面料及辅料、箱包、化妆品、饰品、礼品销售；服饰设计；商务信息咨询服务。上海摩萨克成立时的股权结构如下所示：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	上海炫昱装饰工程有限公司	25.50	51.00%
2	孙晶	17.50	35.00%
3	黄永慧	7.00	14.00%

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
合计		**50**	**100.00%**

2010 年 6 月 11 日，上海正则会计师事务所有限公司出具“沪正会验字（2010）第 415 号”《验资报告》，审验确认：截至 2010 年 6 月 11 日止，公司已收到全体股东缴纳的注册资本合计人民币 50 万元，全部以货币出资。

2010 年 6 月 21 日，上海市工商行政管理局宝山分局向炫钰服饰核发了注册号为 310113000833750 的《企业法人营业执照》。

（2）2010 年 12 月，增资

2010 年 12 月 13 日，炫钰服饰股东作出决定：公司股东上海炫昱装饰工程有限公司增资 484.5 万元，孙晶增资 282.5 万元，黄永慧增资 183 万元，增资后公司注册资本增加为 1,000 万元。本次增资后，炫钰服饰股权结构如下所示：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	上海炫昱装饰工程有限公司	510	51.00%
2	孙晶	300	30.00%
3	黄永慧	190	19.00%
合计		**1,000**	**100.00%**

2010 年 12 月 25 日，上海正则会计师事务所有限公司出具“沪正会验字（2010）第 696 号”《验资报告》，审验确认：截至 2010 年 12 月 15 日止，公司已收到全体股东缴纳的新增注册资本合计人民币 950 万元，全部以货币出资。

2010 年 12 月 21 日，上海市工商行政管理局宝山分局向炫钰服饰换发了《企业法人营业执照》。

（3）2012 年 8 月，股权转让

2012 年 8 月 28 日，炫钰服饰股东会作出决议：同意上海炫昱装饰工程有限公司、黄永慧将其持有的炫钰服饰股权转让给郑娜娜，郑娜娜系公司控股股东郑安政的女儿。同日，三方签订《股权转让协议》，上海炫昱装饰工程有限公司将其持有的炫钰服饰 51%股权作价 510 万元转让给郑娜娜，黄永慧将其持有的炫钰服饰 19%股权作价 190 万元转让给郑娜娜。

本次股权转让完成后，炫钰服饰的股权结构如下所示：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	郑娜娜	700	70.00%
2	孙晶	300	30.00%

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
合计		1,000	100.00%

2012 年 9 月 6 日，上海市工商行政管理局宝山分局向炫钰服饰换发了《企业法人营业执照》。

（4）2012 年 12 月，更名

2012 年 12 月 12 日，炫钰服饰股东会作出决议：同意将公司名称变更为上海摩萨克服饰有限公司。

2012 年 12 月 24 日，上海市工商行政管理局青浦分局向摩萨克换发了《企业法人营业执照》。

（5）2013 年 5 月，股权转让

为规避发行人实际控制人直系亲属从事与发行人相同或相似业务的同业竞争问题，郑娜娜决定将所持有上海摩萨克股权全部转让给无关联第三方胡正福。2013 年 5 月 26 日，上海摩萨克股东会作出决议：同意胡正福受让郑娜娜持有的上海摩萨克 70%股权，受让孙晶持有的上海摩萨克 10%股权。同日，三方签署《股权转让协议》，郑娜娜将其持有的上海摩萨克 70%股权作价 700 万元转让给胡正福，孙晶将其持有的上海摩萨克 10%股权作价 100 万元转让给胡正福。

本次股权转让完成后，上海摩萨克的股权结构如下所示：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	胡正福	800	80.00%
2	孙晶	200	20.00%
合计		1,000	100.00%

2013 年 10 月 15 日，上海市工商行政管理局青浦分局向上海摩萨克换发了《企业法人营业执照》。

（6）2014 年 9 月，股权转让

胡正福从事服装加工业务多年，计划通过收购上海摩萨克转型从事服装品牌经营。但目前服装行业整体较为平淡，且品牌运营与单纯加工业务差异较大，需要较大的资金和人才投入，胡正福有意退出上海摩萨克的经营。另一方面，公司有收购新品牌，实施多品牌发展战略的现实需要。公司认可摩萨克的品牌定位和未来发展空间，并与胡正福、孙晶达成了收购上海摩萨克全部股权的协议。

2014 年 9 月 28 日，上海摩萨克股东会作出决议：同意胡正福将其持有的公司 80%股权以 800 万元的价格转让给安正时尚，同意孙晶将其持有的公司 20%股权以 200 万元的价格转让给安正时尚。同日，孙晶、胡正福、安正时尚签订《股权转让协议》。

本次股权转让完成后，上海摩萨克的股权结构如下所示：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	安正时尚	1,000	100.00%
合计		**1,000**	**100.00%**

2014 年 10 月 9 日，上海市工商行政管理局青浦分局向上海摩萨克换发了《企业法人营业执照》。

（7）2015 年 12 月，增资

2015 年 12 月 7 日，上海摩萨克股东作出股东决定：公司注册资本由 1,000 万元增至 6,300 万元，新增注册资本由安正时尚以货币形式出资。

本次增资完成后，上海摩萨克的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	安正时尚	6,300	100.00%
合计		**6,300**	**100.00%**

2015 年 12 月 22 日，上海市青浦区市场监督管理局向上海摩萨克换发了《营业执照》。

上海摩萨克合并后 2014 年 10 月至 2016 年 6 月主要客户如下：

年度	序号	客户名称	销售数量（件）	销售收入（万元）	占销售收入比
2016 年 1-6 月	1	长春欧亚集团股份有限公司欧亚商都	1,634	226.22	16.72%
	2	金鹰国际商贸集团（中国）有限公司	843	120.88	8.94%
	3	太原王府井百货有限责任公司	981	117.53	8.69%
	4	南京仙林金鹰购物中心有限公司	1,125	101.82	7.53%
	5	重庆远东百货有限公司	685	95.31	7.04%
		合计	**5,268**	**661.76**	**48.92%**
2015 年度	1	金鹰国际商贸集团（中国）有限公司	1,908	280.79	5.04%
	2	重庆远东百货有限公司	3,964	269.87	4.84%
	3	郑州丹尼斯百货有限公司	1,756	213.55	3.83%
	4	南京仙林金鹰购物中心有限公司	4,519	208.30	3.74%
	5	太原王府井百货有限责任公司	1,571	203.93	3.66%

年度	序号	客户名称	销售数量（件）	销售收入（万元）	占销售收入比
		合计	**13,718**	**1,176.44**	**21.10%**
2014 年 10-12 月	1	武汉武商集团股份有限公司武商广场购物中心	269	127.36	11.40%
	2	金鹰国际商贸集团（中国）有限公司	600	120.31	10.77%
	3	重庆西部奥特莱斯品牌折扣商业股份有限公司	2,026	62.20	5.57%
	4	无锡八佰伴商贸中心有限公司	330	62.18	5.57%
	5	杭州大厦有限公司	330	59.27	5.31%
		合计	**3,555**	**431.32**	**38.62%**

上海摩萨克合并后 2014 年 10 月至 2015 年度主要供应商如下：

年度	序号	客户名称	交易内容	交易数量（件）	交易总额（万元）	占采购总额比
2015 年度	1	上海田贝时装有限公司	成衣、加工	8,033	109.74	11.64%
	2	上海凤林服饰有限公司	委托加工	6,147	69.05	7.33%
	3	上海轩奈服饰有限公司	大衣	989	50.03	5.31%
	4	浙江弗奥时装股份有限公司	皮草	453	44.30	4.70%
	5	上海雪米羊绒服饰有限公司	委托加工	4,089	41.84	4.44%
		合计			**314.96**	**33.41%**
2014 年 10-12 月	1	海宁安妮米兰裘皮服饰有限公司	皮草	77	59.89	5.91%
	2	上海凤林服饰有限公司	委托加工	4,116	46.61	4.60%
	3	上海田贝时装有限公司	成衣	778	44.51	4.40%
	4	浙江爱芭娜时装有限公司	皮衣	197	37.21	3.67%
	5	浙江森奴服饰有限公司	皮衣	172	32.95	3.25%
		合计			**221.17**	**21.84%**

上海摩萨克于 2014 年 10 月后并入本公司，2014 年 10-12 月前五大供应商主要为皮衣类冬季服装的成衣采购供应商。自 2016 年起，上海摩萨克的采购职能已全部并入母公司发行人，由发行人实行统一采购与生产，不再进行独立对外采购。

7、北京萱姿睿宜服装服饰有限公司

北京萱姿成立于 2011 年 4 月 12 日，现注册资本 500 万元，实收资本 500 万元，公司出资 500 万元，占注册资本的 100.00%，注册地址为北京东城区东水井

胡同 11 号楼 11 层 12B03，法定代表人为陈克川，经营范围：销售服装、鞋帽、针纺织品、日用品、家具；承办展览展示。

北京萱姿现主营业务为负责北京、天津等地区的玖姿品牌产品的直营销售。北京萱姿截至 2015 年 12 月 31 日的总资产为 180.75 万元，净资产为-1,277.16 万元，2015 年度净利润为-893.57 万元。北京萱姿截至 2016 年 6 月 30 日的总资产为 186.22 万元，净资产为-1,565.27 万元，2016 年上半年净利润为-288.11 万元。（以上数据经致同所审计）

北京萱姿自设立以来未发生股权变化，股权结构如下所示：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	安正时尚	500	100.00%
合计		**500**	**100.00%**

2011 年 3 月 28 日，北京中靖诚会计师事务所（普通合伙）出具“中靖诚[2011]第 F-0301 号”《验资报告》，审验确认：截至 2011 年 3 月 28 日止，公司已收到安正时尚缴纳的注册资本（实收资本）合计人民币 500 万元，全部以货币出资。

截至本招股说明书签署日，北京萱姿有 2 家分公司，其基本情况如下：

序号	分公司名称	成立日期	经营范围	营业场所
1	北京萱姿睿宜服装服饰有限公司分公司	2011 年 5 月 10 日	销售服装、鞋帽、针纺织品、日用品、家具；承办展览展示。（未取得行政许可的项目除外）	北京市海淀区远大路 1 号金源时代购物中心 3133-3134 号
2	北京萱姿睿宜服装服饰有限公司天津开发区分公司	2013 年 4 月 2 日	销售服装、鞋帽、针纺织品、日用品、家具；承办展览展示。（以上经营范围涉及行业许可的凭许可证件，在有效期限内经营，国家有专营规定的按规定办理）	天津开发区展望路 7 号 22 门 101

报告期内，北京萱姿的主要客户情况如下：

年度	序号	客户名称	销售数量（件）	销售收入（万元）	占销售收入比
2016 年 1-6 月	1	北京翠微大厦股份有限公司	1,151	84.29	61.34%
	2	-	-	-	-
	3	-	-	-	-
	4	-	-	-	-
	5	-	-	-	-
		合计	**1,151**	**84.29**	**61.34%**

年度	序号	客户名称	销售数量（件）	销售收入（万元）	占销售收入比
2015年度	1	北京翠微大厦股份有限公司	7,156	257.86	34.27%
	2	北京市顺义国泰商业大厦	942	85.76	11.40%
	3	北京新燕莎商业有限公司	5,069	80.42	10.69%
	4	百盛商业发展有限公司	2,648	95.21	12.65%
	5	天津一商友谊股份有限公司	391	49.21	6.54%
		合计	**16,206**	**568.46**	**75.55%**
2014年度	1	北京翠微大厦股份有限公司	4,971	290.52	21.54%
	2	北京新燕莎商业有限公司	4,010	325.98	24.17%
	3	北京市顺义国泰商业大厦	2,334	237.49	17.61%
	4	天津一商友谊股份有限公司	2,349	178.48	13.24%
	5	-	-	-	-
		合计	**13,745**	**1,044.32**	**77.44%**
2013年度	1	北京新燕莎商业有限公司	3,526	363.16	46.64%
	2	北京翠微大厦股份有限公司	2,971	158.33	20.33%
	3	百盛商业发展有限公司	382	64.21	8.25%
	4	天津一商友谊股份有限公司	400	47.02	6.04%
	5	北京当代商城有限责任公司	31	3.40	0.44%
		合计	**7,310**	**636.12**	**81.70%**

北京萱姿于2015年下半年起陆续将下辖直营商场店转入上海艳姿统一结算，使得该子公司2015年度及2016年1-6月前五大客户及销售收入较前期减少。

8、上海安正服饰有限公司

上海安正成立于2011年5月19日，现注册资本3,000万元，实收资本3,000万元，公司出资3,000万元，占注册资本的100.00%，注册地址为上海市长宁区临虹路168弄7号307室，法定代表人为郑安政，经营范围：服装服饰、纺织品、床上用品、经编织物、手套、鞋帽、袜子、沙发、箱包的设计、销售；展览展示服务；从事货物进出口及技术进出口业务（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）。

上海安正现主营业务为负责公司安正品牌产品的直营销售。上海安正截至2015年12月31日的总资产为20,295.12万元，净资产为988.53万元，2015年度净利润为-8.80万元。上海安正截至2016年6月30日的总资产为10,674.23万

元，净资产为 472.54 万元，2016 年上半年净利润为-292.26 万元。（以上数据经致同所审计）

上海安正自设立以来未发生股权变化，股权结构如下所示：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	安正时尚	3,000	100.00%
合计		**3,000**	**100.00%**

报告期内，上海安正的主要客户情况如下：

年度	序号	客户名称	销售数量（件）	销售收入（万元）	占销售收入比
2016 年 1-6 月	1	上海久光百货有限公司	1,204	193.42	6.83%
	2	重庆商社新世纪百货连锁经营有限公司世纪新都	1,112	192.15	6.79%
	3	重庆远东百货有限公司	1,869	183.85	6.49%
	4	天津海信广场有限公司	1,207	176.97	6.25%
	5	哈尔滨卓展时代广场百货有限公司	1,084	154.59	5.46%
		合计	**6,476**	**900.98**	**31.81%**
2015 年度	1	重庆远东百货有限公司	3,246	547.55	12.20%
	2	哈尔滨卓展时代广场百货有限公司	2,919	391.29	8.72%
	3	上海久光百货有限公司	1,694	301.09	6.71%
	4	沈阳兴隆大家庭购物中心有限公司	4,541	271.87	6.06%
	5	天津海信广场有限公司	2,428	266.34	5.93%
		合计	**14,828**	**1,778.13**	**39.62%**
2014 年度	1	哈尔滨卓展时代广场百货有限公司	1,625	361.59	12.04%
	2	辽宁卓展时代广场百货有限公司	2,282	345.00	11.49%
	3	开元商业有限公司	1,878	304.13	10.13%
	4	浙江银泰百货有限公司	1,617	283.87	9.45%
	5	上海久光百货有限公司	1,504	277.95	9.25%
		合计	**8,906**	**1,572.53**	**52.35%**
2013 年度	1	辽宁卓展时代广场百货有限公司	4,522	415.52	22.17%
	2	长春卓展时代广场百货有限公司	1,335	218.23	11.64%
	3	浙江银泰百货有限公司	1,847	258.73	13.80%
	4	无锡商业大厦大东方股份有限公司	1,983	196.48	10.48%
	5	上海久光百货有限公司	1,749	175.39	9.36%
		合计	**11,436**	**1,264.35**	**67.45%**

上海安正主要负责公司安正男装的销售结算业务，由于该品牌的推出时间较晚，尚处于培育期，部分直营门店业绩存在一定程度的波动变化，且随着直营门店的开拓与培养，报告期内陆续有新进入前五大客户的联营商场客户。

9、上海安喆服饰有限公司

上海安喆成立于 2011 年 6 月 16 日，现注册资本 2,200 万元，实收资本 2,200 万元，公司出资 2,200 万元，占注册资本的 100.00%，注册地址为上海市青浦区练塘镇章练塘路 588 弄 15 号 1 幢 1 层 1 区 075 室，法定代表人为陈克川，经营范围：销售服饰、服装、纺织品、床上用品、经编织物、手套、鞋帽、袜子、沙发、箱包，服装服饰设计，展览展示服务，从事货物进出口及技术进出口业务（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）。

上海安喆现主营业务为负责公司玖姿、尹默及安正品牌产品的五季销售。上海安喆截至 2015 年 12 月 31 日的总资产为 6,120.35 万元，净资产为-541.19 万元，2015 年度净利润为-822.12 万元。上海安喆截至 2016 年 6 月 30 日的总资产为 5,914.40 万元，净资产为-511.25 万元，2016 年上半年净利润为 29.94 万元。（以上数据经致同所审计）

上海安喆自设立以来未发生股权变化，股权结构如下所示：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	安正时尚	2,200	100.00%
合计		**2,200**	**100.00%**

报告期内，上海安喆的主要客户情况如下：

年度	序号	客户名称	类型	销售数量（件）	销售收入（万元）	占销售收入比
2016 年 1-6 月	1	唯品会（中国）有限公司	线上	122,620	2,564.47	26.84%
	2	上海易胜达文化传播有限公司	线上	10,901	572.42	5.99%
	3	沈阳兴隆大家庭购物中心有限公司兴隆大奥莱分公司	线下	4,805	353.66	3.70%
	4	成都时代奥特莱斯商业有限公司	线下	2,778	169.84	1.78%
	5	北京赛特奥特莱斯商贸有限公司	线下	2,640	167.70	1.76%
		合计		**143,744**	**3,828.09**	**40.07%**
2015 年度	1	唯品会（中国）有限公司	线上	200,991	3,504.07	19.13%
	2	上海易胜达文化传播有限公司	线上	28,924	1,309.40	7.15%
	3	沈阳兴隆大家庭购物中心有限公司兴隆大奥莱分公司	线下	13,083	689.22	3.76%
	4	成都时代奥特莱斯商业有限公司	线下	6,935	377.39	2.06%

年度	序号	客户名称	类型	销售数量（件）	销售收入（万元）	占销售收入比
	5	杭州砂之船商业管理股份有限公司	线下	5,900	304.35	1.66%
		合计		**255,833**	**6,184.44**	**33.76%**
2014年度	1	唯品会（中国）有限公司	线上	135,985	2,100.54	23.67%
	2	上海易胜达文化传播有限公司	线上	27,801	1,060.33	11.95%
	3	沈阳兴隆大家庭购物中心有限公司兴隆大奥莱分公司	线下	20,761	724.56	8.17%
	4	杭州钱江新城砂之船商业管理有限公司	线下	4,614	196.84	2.22%
	5	新世界百货（中国）有限公司	线下	4,860	188.45	2.12%
		合计		**194,021**	**4,270.72**	**48.13%**
2013年度	1	兰州诗力商贸有限公司	线上	82,870	1,066.74	21.93%
	2	上海易胜达文化传播有限公司	线上	24,962	759.79	15.62%
	3	山东雅诺达电子商务有限公司	线上	13,408	271.47	5.58%
	4	沈阳兴隆大家庭购物中心有限公司兴隆大奥莱分公司	线下	5,433	207.31	4.26%
	5	广州海印又一城商务有限公司	线下	4,642	181.21	3.72%
		合计		**131,315**	**2,486.51**	**51.11%**

上海安喆负责公司五季产品的销售结算业务，主要通过线上电子商务渠道与线下奥特莱斯等品牌折扣店渠道销售五季产品。其中，天猫网电商平台虽为公司最大的线上渠道，但因由公司在该平台直接面向消费者进行销售，故该平台并不属于公司的直接客户；相比而言，唯品会则作为公司的直接客户，由其面向消费者进行产品销售；上海易胜达文化传播有限公司为公司部分早期线下品牌折扣店的渠道合作商，由其协助公司早期部分折扣店的渠道开拓与销售结算。此外，报告期初，公司还通过其他第三方电子商务公司进行线上渠道的销售，后随着公司电商业务部门的发展，而逐步结束了与第三方公司的合作。因此，在 2014 年以后，上海安喆的前五大客户较为稳定，主要为电商平台客户以及销售金额较大的线下品牌折扣店合作客户。

10、湖南萱姿服饰有限公司

湖南萱姿成立于 2012 年 5 月 29 日，现注册资本 500 万元，实收资本 500 万元，公司出资 500 万元，占注册资本的 100.00%。注册地址为长沙市天心区书院路 502 号，法定代表人为陈克川，经营范围：服饰、工艺品、日用品、针纺织品、床上用品、鞋帽的销售（不含前置审批和许可项目，涉及行政许可的凭许可证经营）。

湖南萱姿现主营业务为负责湖南、河南、广西等地区玖姿品牌产品的直营销售。湖南萱姿截至 2015 年 12 月 31 日的总资产为 609.77 万元，净资产为-282.80 万元，2015 年度的净利润为-231.96 万元。湖南萱姿截至 2016 年 6 月 30 日的总资产为 382.57 万元，净资产为-293.77 万元，2016 年上半年净利润为-10.97 万元。（以上数据经致同所审计）

湖南萱姿自设立以来未发生股权变化，股权结构如下所示：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	安正时尚	500	100.00%
合计		**500**	**100.00%**

2012 年 5 月 22 日，湖南公信会计师事务所有限责任公司出具“湘公信会验字（2012）5-043 号”《验资报告》，审验确认：截至 2012 年 5 月 22 日止，公司已收到股东缴纳的注册资本人民币 500 万元，均以货币出资。

报告期内，湖南萱姿的主要客户情况如下：

年度	序号	客户名称	销售数量（件）	销售收入（万元）	占销售收入比
2016 年 1-6 月	1	大商集团（郑州）商贸有限公司	712	53.40	15.63%
	2	郑州丹尼斯百货有限公司	564	47.78	13.99%
	3	南宁百货大楼股份有限公司	581	44.09	12.91%
	4	大商集团郑州紫荆山百货商场有限公司	701	34.22	10.02%
	5	桂林微笑堂实业发展有限公司	231	28.31	8.29%
		合计	**2,789**	**207.80**	**60.83%**
2015 年度	1	郑州丹尼斯百货有限公司	5,705	273.49	30.55%
	2	大商集团（郑州）商贸有限公司	2,452	139.48	15.58%
	3	湖南友谊阿波罗商业股份有限公司	1,560	115.37	12.89%
	4	柳州工贸大厦股份有限公司	976	72.97	8.15%
	5	大商集团郑州新玛特购物广场有限公司	984	72.46	8.09%
		合计	**11,677**	**673.77**	**75.25%**
2014 年度	1	郑州丹尼斯百货有限公司	3,354	277.90	19.23%
	2	湖南友谊阿波罗商业股份有限公司	19,256	252.45	17.47%
	3	广西南宁梦之岛百货有限公司	1,564	118.77	8.22%
	4	大商集团（郑州）商贸有限公司	1,777	111.72	7.73%
	5	大商集团郑州新玛特购物广场有限公司	1,570	104.56	7.24%
		合计	**27,521**	**865.39**	**59.89%**
2013 年度	1	广西南宁梦之岛百货有限公司	3,130	223.39	12.83%
	2	湖南友谊阿波罗商业股份有限公司	4,961	343.76	19.74%
	3	长沙王府井百货有限责任公司	1,979	143.10	8.22%

年度	序号	客户名称	销售数量（件）	销售收入（万元）	占销售收入比
	4	柳州工贸大厦股份有限公司	1,731	139.51	8.01%
	5	南宁百货大楼股份有限公司	1,515	107.29	6.16%
		合计	**13,316**	**957.04**	**54.95%**

湖南萱姿主要负责管理公司湖南、河南及广西等地区直营门店的销售及结算业务，2015 年起陆续将下辖商场店转入上海艳姿统一结算，故 2015 年及 2016 年上半年对主要客户的销售收入较前期有所减少。

11、安诺集团有限公司（ALBINO GROUP LIMITED）

安诺有限系 2013 年 9 月 9 日在香港注册成立的股份有限公司，其设立时共发行股份 10,000 股，每股面值 1 港元，全部由公司认购。截至本招股说明书签署日，安诺有限共发行股份 6,250,000 股，每股面值 1 港元，股本合计港币 6,250,000 元，全部由公司认购。安诺有限系公司为及时跟踪国际时尚潮流、服装流行资讯而设立的对外交流平台，其注册地址为 ROOM D, 10/F., TOWER A, BILLION CENTRE, 1 WANG KWONG ROAD, KOWLOON BAY, KOWLOON, HONG KONG。

截至 2015 年 12 月 31 日，安诺有限的总资产为 663.88 万元，净资产为 523.92 万元，2015 年度的净利润为 121.65 万元。安诺有限截至 2016 年 6 月 30 日的总资产为 587.48 万元，净资产为 541.47 万元，2016 年上半年净利润为 7.61 万元。（以上数据经致同所审计）

12、上海斐娜晨服饰有限公司

上海斐娜晨服饰有限公司成立于 2014 年 1 月 27 日，现注册资本 6,300 万元，实收资本 6,300 万元，公司出资 6,300 万元，占实收资本的 100.00%，注册地址为上海市长宁区临虹路 168 弄 7 号 303 室，法定代表人为陈克川，经营范围：电子商务（不得从事增值电信、金融业务）；服装服饰，针纺织品，床上用品，家居用品，鞋帽，箱包的设计和销售；展览展示服务；从事货物及技术的进出口业务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）。

上海斐娜晨现主营业务为负责公司斐娜晨品牌服饰的运营。上海斐娜晨截至 2015 年 12 月 31 日的总资产为 6,187.46 万元，净资产为 3,464.44 万元，2015 年的净利润为-1,443.11 万元。上海斐娜晨截至 2016 年 6 月 30 日的总资产为 5,154.96

万元，净资产为3,270.74万元，2016年上半年净利润为-193.70万元。（以上数据经致同所审计）

上海斐娜晨历史沿革如下：

（1）2014年1月，上海斐娜晨成立

上海斐娜晨成立于2014年1月27日，成立时注册资本500万元，郝文炳认缴出资450万元，周彬彬认缴出资50万元。经营范围为电子商务（不得从事增值电信、金融业务）；服装服饰，针纺织品，床上用品，家居用品，鞋帽，箱包的设计和销售；展览展示服务；从事货物及技术的进出口业务。（经营项目涉及行政许可的，凭许可证件经营）。上海斐娜晨成立时的股权结构如下所示：

序号	股东名称	认缴出资额（万元）	认缴比例
1	郝文炳	450	90%
2	周彬彬	50	10%
合计		**500**	**100.00%**

2014年1月20日，上海应明德会计师事务所出具“明德验字（2014）第1020号”《验资报告》，审验确认：截至2014年1月17日止，公司已收到郝文炳首次缴纳的注册资本合计人民币100万元，股东以货币出资。

2014年1月27日，上海市工商行政管理局长宁分局向上海斐娜晨核发了注册号为310105000445665的《企业法人营业执照》。

（2）2014年10月，股权转让

随着上海斐娜晨不断发展扩大，需要越来越多的资金投入，原有股东面临资金不足的局面，而公司有收购新品牌，实施多品牌发展战略的现实需要，公司认为斐娜晨品牌定位与公司多品牌战略相吻合，斐娜晨未来具有较大发展空间。公司与郝文炳、周彬彬达成了收购上海斐娜晨全部股权的协议。

2014年10月8日，上海斐娜晨股东会作出决议：同意郝文炳将其持有的公司90%股权转让给安正时尚，同意周彬彬将其持有的公司10%股权转让给安正时尚。同日，郝文炳、周彬彬、安正时尚分别签订《股权转让协议》与《股权转让协议之补充协议》，约定：郝文炳将其持有的斐娜晨90%的股权（对应的认缴出资额为450万元，实缴出资额为100万元）以100万元的价格转让给发行人，周彬彬将其持有的斐娜晨10%的股权（对应的认缴出资额为50万元，实缴出资

额为 0 元）以 0 元的价格转让给发行人。郝文炳、周彬彬尚未履行完毕的出资义务由安正时尚继续履行。

本次股权转让完成后，上海斐娜晨的股权结构如下所示：

序号	股东名称	认缴出资额（万元）	出资比例
1	安正时尚	500	100.00%
合计		**500**	**100.00%**

2014 年 10 月 30 日，上海市长宁区市场监督管理局向上海斐娜晨换发了《企业法人营业执照》。

（3）2015 年 12 月，增资

2015 年 12 月 7 日，上海斐娜晨股东作出股东决定：公司注册资本由 500 万元增至 6,300 万元，新增注册资本由安正时尚以货币形式出资。

本次增资完成后，上海斐娜晨的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	安正时尚	6,300	100.00%
合计		**6,300**	**100.00%**

2015 年 12 月 10 日，上海市长宁区市场监督管理局向上海斐娜晨换发了《营业执照》。

截至本招股说明书签署日，上海斐娜晨有 6 家分公司，其基本情况如下：

序号	分公司名称	成立日期	经营范围	营业场所
1	上海斐娜晨服饰有限公司北京建国门外大街分公司	2014 年 12 月 15 日	销售服装服饰、针纺织品、日用品、鞋帽、箱包；产品设计；展览服务；货物进出口；技术进出口。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动。）	北京市朝阳区建国门外大街 1 号院一幢地下一层 3B105
2	上海斐娜晨服饰有限公司昆明分公司	2015 年 8 月 4 日	销售服饰、针纺织品、床上用品、家居用品、鞋帽、箱包的设计及销售；展览展示服务；从事货物及技术进出口业务（国家限定或禁止公司经营的货物及技术除外）（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动。）	云南省昆明市五华区顺城购物中心 E 区 2 层 E2-02 号

3	上海斐娜晨服饰有限公司沈阳铁西分公司	2015 年 8 月 21 日	销售服装服饰、箱包：服饰设计。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动。）	沈阳市铁西区建设东路 158 号华润铁西万象汇 B128 商铺
4	上海斐娜晨服饰有限公司北京朝阳北路分公司	2015 年 11 月 6 日	销售服装、针纺织品、家居用品（不从事实体店铺经营）、鞋帽、箱包；承办展览展示活动；产品设计；货物进出口；技术进出口。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动。）	北京市朝阳区朝阳北路 101 号楼 2F（02）201 内 2F-24
5	上海斐娜晨服饰有限公司济南高新万达分公司	2016 年 6 月 6 日	服装服饰，针纺织品，床上用品，家居用品，鞋帽，箱包的销售；电子商务（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	山东省济南市高新区工业南路 57 号高新万达广场购物中心步行街 1 层 1015 号商铺
6	上海斐娜晨服饰有限公司济南万达分公司	2016 年 6 月 8 日	电子商务（不得从事增值电信、金融业务)，服装服饰，针纺织品，床上用品，家居用品，鞋帽，箱包的销售；以及其他按法律、法规、国务院决定等规定未禁止和不需经营许可的项目。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	山东省济南市市中区经四路 5 号万达广场步行街一层 118 号商铺

上海斐娜晨合并后 2014 年 12 月至 2016 年 6 月的主要客户如下：

年度	序号	客户名称	销售数量（件）	销售收入（万元）	占销售收入比
2016 年 1-6 月	1	拉法耶特百货（北京）有限公司	1,622	167.77	8.62%
	2	西安金鹰国际购物中心有限公司	1,432	149.40	7.67%
	3	天津海信广场有限公司	1,432	137.38	7.06%
	4	海南夏日置业发展有限公司	1,337	135.90	6.98%
	5	江西洪客隆百货投资有限公司	1,850	131.60	6.76%
		合计	**7,673**	**722.06**	**37.09%**
2015 年度	1	拉法耶特百货（北京）有限公司	1,337	219.00	7.24%
	2	哈尔滨卓展时代广场百货有限公司	972	145.00	4.79%
	3	昆明赛伦房地产有限公司	649	128.51	4.25%
	4	天津海信广场有限公司	730	101.65	3.36%

年度	序号	客户名称	销售数量（件）	销售收入（万元）	占销售收入比
	5	长春卓展时代广场百货有限公司	679	79.09	2.61%
		合计	**4,367**	**673.25**	**22.26%**
2014 年 12 月	1	哈尔滨卓展时代广场百货有限公司	124	18.61	25.36%
	2	拉法耶特百货（北京）有限公司	96	17.93	24.44%
	3	群光实业（武汉）有限公司	83	12.12	16.52%
	4	江西洪客隆百货投资有限公司	55	7.60	10.35%
	5	长春卓展时代广场百货有限公司	30	1.29	1.76%
		合计	**388**	**57.55**	**78.43%**

上海斐娜晨合并后 2014 年 12 月至 2015 年的主要供应商如下：

年度	序号	客户名称	交易内容	交易数量（件\米\个）	交易总额（万元）	占采购总额比
2015 年度	1	恩德如丝（上海）实业有限公司	面料	8,033	86.79	5.47%
	2	上海富皓实业有限公司	毛衫	3,503	52.00	3.28%
	3	上海如歌服饰有限公司	委托加工	4,746	49.01	3.09%
	4	嘉兴市蒂维时装有限公司	毛衫	2,390	48.22	3.04%
	5	吉玫时装（上海）有限公司	羽绒	1,051	46.61	2.94%
		合计			**282.63**	**17.82%**
2014 年 12 月	1	海宁安妮米兰裘皮服饰有限公司	皮衣	30	19.70	15.84%
	2	吴江依尚里纺织品有限公司	面辅料	2,293	17.69	14.22%
	3	上海捷飞莉服饰有限公司	成衣	175	9.91	7.97%
	4	上海云辑纺织品有限公司	面辅料	7,150	8.86	7.12%
	5	上海卓予服饰有限公司	成衣	108	6.03	4.84%
		合计			**62.19**	**50.00%**

上海斐娜晨自 2016 年起的采购职能已全部并入发行人，由发行人实行统一采购与生产，不再进行独立对外采购。

13、控股子公司经营情况说明

公司下属子公司主要为各品牌的销售子公司，负责各地及各品牌直营门店的建设运营和财务核算。玖姿品牌下设 6 个销售子公司，分别为北京萱姿、成都萱姿、湖南萱姿、山东萱姿、上海艳姿、沈阳萱姿；尹默、安正、摩萨克、斐娜晨

四大品牌及五季业务各分设 1 家销售子公司。其中，直营商场店由各销售子公司与百货商场签订联营合同，直营专卖店则主要以子公司下设分公司的形式进行运营。各销售子公司作为直营渠道的费用核算中心，统一核算下辖门店的职工薪酬、装修支出、门店租金及商场费用等销售费用。

报告期内，公司各直营销售子公司出现亏损，主要有以下两方面原因。一方面，公司玖姿品牌的直营门店主要位于各销售区域的核心城市或商圈，承担着区域内品牌宣传、终端形象、广告效应等溢出作用。该等直营门店的前期投入较大、费用率较高，加之所在核心城市与商圈的竞争较为激烈，致使部分子公司出现亏损。另一方面，公司尹默、安正、摩萨克、斐娜晨四大品牌及五季业务尚处于培育期，品牌的成熟与盈利尚需要一段时间的投入与积累，故相关销售子公司在报告期内出现亏损。但以尹默品牌为例，随着品牌的成熟与发展，其销售子公司上海尹默已于 2015 年实现转亏为盈，实现净利润 1,048.12 万元。

公司目前尚处于多品牌发展战略的前期阶段，除定位于大淑装细分领域的主导品牌“玖姿”外，尹默、安正、摩萨克、斐娜晨四个风格差异、定位互补的新品牌尚处于培育阶段。其中，安正男装定位于以“时尚、商务、品质”为特征的高端时尚男装，以填补国内品牌在时尚成熟男装领域的市场机会。尹默、摩萨克、斐娜晨三大女装品牌均定位于市场前景广阔的中淑装领域。尹默品牌强调“独立、知性、时尚”的设计风格，摩萨克注重“优雅、从容、智慧”的品牌风格，斐娜晨则具有“玩味、当代、精致”的设计主题。在强调品牌设计风格的中淑装领域，公司期望以尹默、摩萨克、斐娜晨三大品牌的多样化设计，更为广泛地满足消费者需求。

未来，公司将继续推行差异化、互补性的多品牌发展战略。为推动各新兴品牌的快速发展、实现盈利，公司将主要采取以下措施：

首先，在产品开发方面，公司将注重提升各品牌产品的企划开发能力，加强产品开发设计与零售终端销售的沟通反馈，以目标客群的消费需求为中心，开发更加符合市场时尚前沿、客群需求特征的时装产品，以具有竞争力的产品为基础推动销售收入的增长。

其次，在渠道运营方面，公司将加强直营零售终端的拓展与运营能力，通过开拓与各品牌定位更为契合的百货商场或购物中心渠道，针对性地提升各品牌的市场覆盖；通过加强门店销售的激励管理，利用集合店发挥对多品牌的互补效应，

提升各品牌直营门店的单店绩效，从渠道数量与渠道质量两方面推动各新兴品牌的收入增长。

第三，在费用管控方面，公司将进一步加强各品牌前期投入与宣传推广的精细化与针对性，从各品牌的市场定位出发，开展有针对性、高效率的产品与品牌推广，加强相关成本费用的管控。

（二）分公司

截至本招股说明书签署日，公司共有 1 家分公司，其基本情况如下：

序号	分公司名称	成立日期	经营范围	营业场所
1	安正时尚集团股份有限公司上海分公司	2008 年 8 月 8 日	销售纺织品，针织品，床上用品，经编织物，服装、服饰制品，手套，鞋帽，袜子，箱包；国内展览展销服务；代理隶属企业进出口业务。（依法经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	上海市长宁区临虹路 168 弄 7 号 301 室

（三）参股公司

截至本招股说明书签署日，公司持有嘉宝小贷公司 8.00%股权。

嘉宝小贷公司成立于 2011 年 9 月 21 日，现注册资本 12,000 万元，实收资本 12,000 万元，公司出资 960 万元，占注册资本的 8.00%。注册地址为海宁市海洲街道钱江西路 238 号广隆财富中心 1 号楼 1507-1514 号，法定代表人为钱心禹，经营范围：许可经营项目：办理各项小额贷款业务；办理小企业发展、管理、财务等咨询业务；企业财产保险、家庭财产保险、意外伤害保险的代理（保险兼业代理业务许可证有效期至 2017 年 12 月 5 日）。

嘉宝小贷公司截至 2015 年 12 月 31 日的总资产为 26,467.73 万元，净资产为 25,433.09 万元，2015 年度的净利润为 3,244.61 万元。（以上财务数据经中审亚太会计师事务所（特殊普通合伙）审计）嘉宝小贷截至 2016 年 6 月 30 日的总资产为 18,968.42 万元，净资产为 18,759.21 万元，2016 年上半年净利润为 864.78 万元。（以上财务数据未经审计）

五、发行人的发起人、主要股东及实际控制人的情况

（一）发起人情况

公司发起人为玖姿服饰、郑安政、陈克川、郑安坤、郑安杰和郑秀萍，其基本情况如下：

1、玖姿服饰

玖姿服饰成立于 1998 年 3 月 26 日，已于 2011 年 8 月 23 日注销，具体情况如下：

（1）1998 年 3 月，海宁九冬皮革成立

玖姿服饰前身海宁九冬皮革系由陈克川和郑安政于 1998 年 3 月 26 日共同出资设立，成立时的注册资本为 156 万元，其中陈克川出资 98 万元，占注册资本 63%；郑安政出资 58 万元，占注册资本 37%。公司住所为硖石镇永福里二弄 28 号（01），法定代表人为郑安政，经营范围：皮革服装，裘皮服装，针织制品，服装辅料，皮革制品，制造，加工。

1998 年 3 月 26 日，海宁审计事务所出具“海审所验字[98]第 98082 号”《验证资金报告书》，审验确认了截至 1998 年 3 月 26 日止，海宁九冬皮革已收到其股东投入资本 156 万元，其中实收资本 156 万元。其中，陈克川以现金投入 98 万元，郑安政以实物服装革作价投入 58 万元。

1998 年 3 月 26 日，海宁市工商行政管理局向海宁九冬皮革核发了注册号为 14677373-5 的《企业法人营业执照》。

海宁九冬皮革成立时股权结构如下所示：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	陈克川	98	63.00%
2	郑安政	58	37.00%
合计		**156**	**100.00%**

（2）2001 年 4 月，海宁九冬皮革增资

2001 年 4 月 8 日，海宁九冬皮革召开股东会并作出决议：公司注册资本由 156 万元增加至 588 万元，其中陈克川增资 232 万元，郑安政增资 200 万元。

2001 年 4 月 16 日，海宁正明会计师事务所出具“海正所验[2001]096 号”《验资报告》，验证确认：截至 2001 年 4 月 12 日止，海宁九冬皮革变更后的实收资本为 588 万元，增加的 432 万注册资本由陈克川以现金增资 232 万元，郑安政以现金增资 200 万元。

2001 年 4 月 20 日，海宁市工商行政管理局就该增资事项向海宁九冬皮革换发了注册号为 3304812000190 的《企业法人营业执照》。

本次增资完成后，海宁九冬皮革股权结构如下所示：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	陈克川	330	56.12%
2	郑安政	258	43.88%
合计		**588**	**100.00%**

（3）2007 年 11 月，更名

2007 年 11 月 20 日，海宁九冬皮革召开股东会并作出决议：公司名称由“海宁市九冬皮革实业有限公司”变更为“浙江玖姿服饰有限公司”。

2007 年 11 月 22 日，海宁市工商行政管理局向玖姿服饰换发了注册号为 33048200012618 的《企业法人营业执照》。

（4）2008 年 5 月，股权转让

2008 年 4 月 3 日，玖姿服饰召开股东会并作出决议：郑安政将其持有玖姿服饰 10.80%的股权转让给郑安坤，转让价格为人民币 63.504 万元；陈克川将其持有玖姿服饰 14.20%的股权转让给郑安坤，转让价格为人民币 83.496 万元；陈克川将其持有玖姿服饰 12.00%的股权转让给郑安杰，转让价格为人民币 70.56 万元；陈克川将其持有玖姿服饰 5.00%的股权转让给郑秀萍，转让价格为人民币 29.40 万元。

同日，郑安政与郑安坤、陈克川与郑安坤、陈克川与郑安杰、陈克川与郑秀萍分别签订《股权转让协议》。

2008 年 5 月 7 日，海宁市工商行政管理局向玖姿服饰换发了《企业法人营业执照》。

本次股权转让完成后，玖姿服饰股权结构如下所示：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	郑安政	194.04	33.00%
2	陈克川	147.00	25.00%

3	郑安坤	147.00	25.00%
4	郑安杰	70.56	12.00%
5	郑秀萍	29.40	5.00%
合计		**588.00**	**100.00%**

（5）2011 年，玖姿服饰注销

2011 年 3 月 31 日，玖姿服饰召开股东会并作出决议：解散公司，并成立清算小组，负责玖姿服饰债权债务的清算工作。

2011 年 5 月 31 日，玖姿服饰清算组出具《浙江玖姿服饰有限公司清算报告》。同日，玖姿服饰股东会作出决议，对清算报告进行确认，并向登记机关申请注销登记。

2011 年 8 月 23 日，海宁市工商行政管理局核准玖姿服饰注销。

2、其他发起人基本情况

公司的其他 5 名自然人发起人均为中国国籍、无境外居留权，基本情况如下：

序号	发起人姓名	住所	身份证号
1	郑安政	浙江省乐清市蒲岐镇下堡村	33032319630729****
2	陈克川	浙江省乐清市蒲岐镇娄川村	33032319670817****
3	郑安坤	浙江省乐清市蒲岐镇下堡村	33032319720215****
4	郑安杰	浙江省乐清市蒲岐镇下堡村	33032319660608****
5	郑秀萍	浙江省乐清市蒲岐镇娄川村	33032319700205****

上述自然人发起人的关联关系详见本节之“六、（五）本次发行前股东间的关联关系及持股比例”。

（二）控股股东、实际控制人情况

截至本招股说明书签署日，郑安政直接持有公司 50.100%的股份，为本公司的控股股东和实际控制人。报告期内，公司控股股东和实际控制人未发生变化。

除控制本公司外，郑安政还持有上海安正投资发展有限公司 25%股权，并通过上海安正投资发展有限公司分别持有辽宁萃兮华都商业发展有限公司 4.99%股权、海宁金诺投资有限公司 2.25%股权以及山东步长制药股份有限公司 0.0575%股权。郑安政对上述企业不构成控制关系。

郑安政的基本情况介绍详见本招股说明书“第八节 董事、监事及高级管理人员”之“一、董事、监事、高级管理人员简介”之“（一）董事会成员”。

（三）持有发行人 5%以上股份的主要股东情况

截至本招股说明书签署日，持有发行人 5%以上股份的其他股东均为自然人，分别是陈克川、郑安坤和郑安杰。

陈克川、郑安坤的基本情况介绍详见本招股说明书“第八节 董事、监事及高级管理人员”之“一、董事、监事、高级管理人员简介”之“（一）董事会成员”。

郑安杰先生，1966 年出生，本科学历，中国国籍，无境外永久居留权，现任公司形象工程采购中心总监。曾任公司董事、供应链中心采购经理等职。

（四）发行人股份质押或其他有争议的情况

截至本招股说明书签署日，公司实际控制人直接或间接持有的发行人股份无质押或其他有争议的情况。

六、发行前后股本变化情况

（一）本次发行前后的股本结构

公司本次发行前总股本是 21,378 万股，预计本次发行 7,126 万股 A 股股份，占发行后总股本的比例为 25.00%。假设公司本次发行股份均为公司公开发行新股，公司老股东均不发售股份，则本次发行完成前后股本结构如下：

序号	股东姓名	发行前		发行后	
		持股数（万股）	占总股本比例	持股数（万股）	占总股本比例
1	郑安政	10,710	50.100%	10,710	37.575%
2	陈克川	4,200	19.647%	4,200	14.735%
3	郑安坤	3,150	14.735%	3,150	11.051%
4	郑安杰	1,932	9.037%	1,932	6.778%
5	郑秀萍	1,050	4.912%	1,050	3.684%
6	葛国平	84	0.393%	84	0.295%
7	赵颖	63	0.294%	63	0.221%
8	金俊	42	0.196%	42	0.147%
9	谭才年	42	0.196%	42	0.147%
10	赵典媚	21	0.098%	21	0.074%

11	王正宇	21	0.098%	21	0.074%
12	吴峥	21	0.098%	21	0.074%
13	曾云榜	21	0.098%	21	0.074%
14	王齐斌	21	0.098%	21	0.074%
预计发行股份		-	-	7,126	25.000%
总计		**21,378**	**100%**	**28,504**	**100%**

（二）发行人的前十名股东

本次发行前，公司前十名股东持股情况如下所示：

持股排名	股东姓名	持股数（万股）	占总股本比例
1	郑安政	10,710	50.100%
2	陈克川	4,200	19.647%
3	郑安坤	3,150	14.735%
4	郑安杰	1,932	9.037%
5	郑秀萍	1,050	4.912%
6	葛国平	84	0.393%
7	赵颖	63	0.294%
8	金俊	42	0.196%
	谭才年	42	0.196%
9	赵典媚	21	0.098%
	王正宇	21	0.098%
	吴峥	21	0.098%
	曾云榜	21	0.098%
	王齐斌	21	0.098%

（三）前十名自然人股东及其在发行人处担任职务情况

公司前十名自然人股东及其在发行人处担任职务情况如下：

序号	股东姓名	持股数（万股）	持股比例	在发行人处担任的职务
1	郑安政	10,710	50.100%	董事长、总经理
2	陈克川	4,200	19.647%	副董事长
3	郑安坤	3,150	14.735%	董事
4	郑安杰	1,932	9.037%	形象工程采购中心总监
5	郑秀萍	1,050	4.912%	副总经理
6	葛国平	84	0.393%	加盟管理部总监
7	赵颖	63	0.294%	副总经理
8	金俊	42	0.196%	副总经理、董事会秘书
	谭才年	42	0.196%	副总经理、财务总监

9	赵典媚	21	0.098%	副总经理
	王正宇	21	0.098%	品牌管理中心总监
	吴峥	21	0.098%	研发中心总监
	曾云榜	21	0.098%	生产中心总监
	王齐斌	21	0.098%	信息物流中心总监

（四）股东中战略投资者持股情况

截至本招股说明书签署日，公司无战略投资者。

（五）本次发行前股东间的关联关系及持股比例

郑安政、郑安坤、郑安杰与郑秀萍系兄妹关系，陈克川与郑秀萍系夫妻关系。除上述情况外，本次发行前股东间不存在其他关联关系。

上述股东的持股情况如下：

序号	股东姓名	股东间的关联关系	持股数（万股）	持股比例
1	郑安政	实际控制人	10,710	50.100%
2	郑安坤	实际控制人之胞弟	3,150	14.735%
3	郑安杰	实际控制人之胞弟	1,932	9.037%
4	郑秀萍	实际控制人之胞妹	1,050	4.912%
5	陈克川	郑秀萍之配偶	4,200	19.647%

（六）内部职工股及工会持股、信托持股情况

公司自成立至今，未发行过内部职工股，也不存在工会持股、信托持股的情况。

（七）本次发行前股东所持股份的流通限制和自愿锁定承诺

1、郑安政承诺

郑安政系公司控股股东、实际控制人，并担任公司董事长、总经理。郑安政承诺：

（1）锁定期

自发行人股票上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理本人直接持有的发行人股份，也不由发行人回购该部分股份。

除上述承诺外，在担任发行人董事、监事或者高级管理人员期间，每年转让的股份不超过本人直接持有发行人股份总数的25%；离职后半年内，不转让本人持有的发行人股份。

（2）减持意向

发行人上市后6个月内，如发行人股票连续20个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后6个月期末收盘价低于发行价，本人所持发行人股票的锁定期自动延长6个月。所持股份在锁定期满后2年内减持的，减持价格不低于发行价，且每年减持股份的数量不超过本人持有发行人股份总数的25%。如遇除权除息事项，上述发行价作相应调整。本人不会因职务变更、离职等原因而拒绝履行上述承诺。

本人拟减持发行人股份的，本人将提前三个交易日通知发行人并予以公告，并承诺依法按照《公司法》、《证券法》、中国证监会和上海证券交易所相关规定办理。

如本人未履行上述承诺，本人将在符合法律、法规及规范性文件规定的情况下10个交易日内回购违规卖出的股票，且自回购完成之日自动延长持有全部股份的锁定期3个月。

如本人因未履行上述承诺事项而获得收入的，所得的收入归发行人所有，本人将在获得收入的5日内将前述收入支付给发行人指定账户。如本人未将违规减持所得或违规转让所得上交发行人，则发行人有权扣留应付现金分红中与上交公司的违规减持所得或违规转让所得金额相等的现金分红。

2、陈克川、郑安坤、郑秀萍承诺

陈克川、郑安坤及郑秀萍系公司控股股东、实际控制人郑安政亲属，并担任公司董事或者高级管理人员。陈克川、郑安坤及郑秀萍承诺：

（1）锁定期

自发行人股票上市之日起三十六个月内，不转让或委托他人管理本人直接持有的发行人股份，也不由发行人回购该部分股份。

除上述锁定期承诺外，本人在担任发行人董事、监事或高级管理人员期间，每年转让的股份不超过本人直接持有发行人股份总数的25%；离职后半年内，不转让本人持有的发行人股份。

（2）减持意向

发行人上市后 6 个月内，如发行人股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，本人所持发行人股票的锁定期自动延长 6 个月。本人所持上述股份在锁定期满后两年内减持的，其减持价格不低于发行价，且每年减持股份的数量不超过本人持有发行人股份总数的 25%。如遇除权除息事项，上述发行价作相应调整。本人不会因职务变更、离职等原因而拒绝履行上述承诺。

本人拟减持发行人股份的，本人将提前三个交易日通知发行人并予以公告，并承诺依法按照《公司法》、《证券法》、中国证监会和上海证券交易所相关规定办理。

如本人未履行上述承诺，本人将在符合法律、法规及规范性文件规定的情况下 10 个交易日内回购违规卖出的股票，且自回购完成之日自动延长持有全部股份的锁定期 3 个月。

如本人因未履行上述承诺事项而获得收入的，所得的收入归发行人所有，本人将在获得收入的 5 日内将前述收入支付给发行人指定账户。如本人未将违规减持所得或违规转让所得上交公司，则发行人有权扣留应付现金分红中与上交发行人的违规减持所得或违规转让所得金额相等的现金分红。

3、郑安杰承诺

郑安杰系公司控股股东、实际控制人郑安政亲属，且持有公司股份超过 5%。郑安杰承诺：

（1）锁定期

自发行人股票上市之日起三十六个月内，不转让或委托他人管理本人直接持有的发行人股份，也不由发行人回购该部分股份。

（2）减持意向

所持股份在锁定期满后 2 年内减持的，减持价格不低于发行价。如遇除权除息事项，上述发行价作相应调整。如果在股份锁定期届满后两年内减持股份，第一年减持股份数量累计不超过上一年末持有公司股份数量的 50%，第二年减持股份数量累计不超过上一年末持有公司股份数量的 100%。

本人拟减持发行人股份的，本人将提前三个交易日通知发行人并予以公告，并承诺依法按照《公司法》、《证券法》、中国证监会和上海证券交易所相关规定办理。

如本人因未履行上述承诺事项而获得收入的，所得的收入归发行人所有，本人将在获得收入的 5 日内将前述收入支付给发行人指定账户。如本人未将违规减持所得或违规转让所得上交发行人，则发行人有权扣留应付现金分红中与上交发行人的违规减持所得或违规转让所得金额相等的现金分红。

4、金俊、谭才年、赵颖、赵典媚承诺

金俊、谭才年、赵颖、赵典媚系公司高级管理人员。金俊、谭才年、赵颖、赵典媚承诺：

（1）锁定期

自发行人股票上市之日起十二个月内，不转让或委托他人管理本人直接持有的发行人股份，也不由发行人回购该部分股份。

除上述锁定承诺外，本人在担任发行人董事、监事或高级管理人员期间，每年转让的股份不超过本人直接持有发行人股份总数的 25%；离职后半年内，不转让本人持有的发行人股份。

（2）减持意向

发行人上市后 6 个月内，如发行人股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，本人所持发行人股票的锁定期自动延长 6 个月。本人所持上述股份在锁定期满后两年内减持的，其减持价格不低于发行价，且每年减持的股份不超过本人直接持有发行人股份总数的 10%，如遇除权除息事项，上述发行价作相应调整。本人不会因职务变更、离职等原因而拒绝履行上述承诺。

如本人未履行上述承诺，本人将在符合法律、法规及规范性文件规定的情况下 10 个交易日内回购违规卖出的股票，且自回购完成之日自动延长持有全部股份的锁定期 3 个月。

如本人因未履行上述承诺事项而获得收入的，所得的收入归发行人所有，本人将在获得收入的 5 日内将前述收入支付给发行人指定账户。如本人未将违规减

持所得或违规转让所得上交发行人，则发行人有权扣留应付现金分红中与上交发行人的违规减持所得或违规转让所得金额相等的现金分红。

5、王正宇、吴峥、曾云榜、王齐斌承诺

王正宇、吴峥、曾云榜、王齐斌系公司中层管理人员或核心技术人员。王正宇、吴峥、曾云榜、王齐斌承诺：

（1）锁定期

自发行人股票上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理本人直接持有的发行人股份，也不由发行人回购该部分股份。

除上述锁定期承诺外，本人在发行人任职期间，每年转让的股份不超过本人直接持有发行人股份总数的 25%，离职后半年内，不转让本人持有的发行人股份。

（2）减持意向

本人所持发行人股份在锁定期满后两年内减持的，其减持价格不低于发行价，且每年减持的股份不超过本人直接持有发行人股份总数的 10%。本人不会因职务变更、离职等原因而拒绝履行上述承诺。

6、其他股东葛国平承诺

其他股东葛国平承诺：

自发行人股票上市之日起十二个月内，不转让或委托他人管理本人直接持有的发行人股份，也不由发行人回购该部分股份。

七、发行人员工及其社会保障情况

（一）员工构成情况

1、员工人数及变化情况

截至 2016 年 6 月 30 日，本公司及控股子公司在职员工人数 3,416 人。

报告期内，公司在职员工（合并口径）人数变化情况如下：

时间	2016-06-30	2015-12-31	2014-12-31	2013-12-31
员工人数	3,416	3,417	3,435	2,808

2、员工专业结构情况

截至 2016 年 6 月 30 日，公司员工（合并口径）的专业结构情况如下：

岗位类别	员工人数（人）	所占比例
销售人员	1,861	54.48%
生产人员	972	28.45%
管理及行政人员	237	6.94%
设计研发人员	276	8.08%
财务人员	70	2.05%
合计	**3,416**	**100.00%**

截至 2016 年 6 月 30 日，母公司共有员工 1,854 人。其中，设计研发人员 271 人，占比 14.62%。

3、员工受教育程度

截至 2016 年 6 月 30 日，公司员工（合并口径）受教育程度如下：

学历	员工人数（人）	所占比例
硕士及以上	27	0.79%
大学（含大专）	792	23.19%
高中（含中专、技校）	1,599	46.81%
高中以下	998	29.22%
合计	**3,416**	**100.00%**

截至 2016 年 6 月 30 日，母公司共有员工 1,854 人。其中，大学（含大专）学历人员 608 人，占比 32.79%。

4、员工年龄分布情况

截至 2016 年 6 月 30 日，公司员工（合并口径）年龄分布情况如下：

年龄区间	员工人数（人）	所占比例
55 岁以上	24	0.70%
41-55 岁	484	14.17%
31-40 岁	1,152	33.72%
30 岁以下	1,756	51.41%
合计	**3,416**	**100.00%**

此外，公司对部分辅助性的岗位以劳务派遣的形式用工。截至 2016 年 6 月 30 日，公司通过前锦网络信息技术（上海）有限公司（以下简称“前锦网络”）使用劳务派遣 136 名。

前锦网络信息技术（上海）有限公司系专业从事人力资源服务的机构，其持有上海市浦东新区市场监督管理局核发的统一社会信用代码为“91310000703005043F”的《营业执照》，并持有编号为“浦人社派许字第 00480 号”的《劳务派遣经营许可证》以及中华人民共和国人力资源和社会保障部核发的编号为“沪人社 3100000003 号”的《人力资源服务许可证》，服务范围：人才供求信息的收集、整理、储存、发布和咨询服务；人才推荐；人才招聘；人才培训；人才测评；人才信息网络服务；人才派遣。

（二）员工社会保障情况

1、社会保险基本情况

截至 2016 年 6 月 30 日，公司（合并口径）共有员工 3,416 人，公司为员工缴纳各项社会保险的情况如下：

（1）基本养老保险

缴交情况	人数	占比
公司已为员工缴纳基本养老保险	2,722	79.68%
员工参加新型农村社会养老保险，并由公司为其报销费用	276	8.08%
因各种原因未缴纳（注）	418	12.24%
合　计	**3,416**	**100.00%**

注：未缴纳的原因主要包括新入职员工尚未开始缴纳、退休返聘人员无需缴纳、本月已在其他单位缴纳等情况。

（2）基本医疗保险

缴交情况	人数	占比
公司为员工缴纳基本医疗保险	2,722	79.68%
员工参加新型农村合作医疗，公司为其报销费用	276	8.08%
因各种原因未缴纳（注）	418	12.24%
合　计	**3,416**	**100.00%**

注：未缴纳的原因主要包括新入职员工尚未开始缴纳、退休返聘人员无需缴纳、本月已在其他单位缴纳等情况。

（3）工伤保险

缴交情况	人数	占比

缴交情况	人数	占比
公司为员工缴纳工伤保险	2,998	87.76%
因各种原因未缴纳（注）	418	12.24%
合　计	**3,416**	**100.00%**

注：未缴纳的原因主要包括新入职员工尚未开始缴纳、退休返聘人员无需缴纳等情况。

（4）生育保险

缴交情况	人数	占比
公司为员工缴纳生育保险	2,722	79.68%
因各种原因未缴纳（注）	694	20.32%
合　计	**3,416**	**100.00%**

注：未缴纳的原因主要包括新入职员工尚未开始缴纳、退休返聘人员无需缴纳、农村户籍人员参加新型农村社会养老保险和新型农村合作医疗保险，未缴纳生育保险等情况。

（5）失业保险

缴交情况	人数	占比
公司为员工缴纳失业保险	2,722	79.68%
因各种原因未缴纳（注）	694	20.32%
合　计	**3,416**	**100.00%**

注：未缴纳的原因主要包括新入职员工尚未开始缴纳、退休返聘人员无需缴纳、农村户籍人员参加新型农村社会养老保险和新型农村合作医疗保险，未缴纳失业保险等情况。

根据海宁市人力资源和社会保障局出具的相关证明，报告期内，发行人不存在受到行政处罚的情形。

2、住房公积金基本情况

截至 2016 年 6 月 30 日，公司为 2,708 名员工缴纳住房公积金。公司没有为其他员工缴纳住房公积金的主要原因是：该等员工多为农民工或户籍不在当地的员工，他们在详细了解现行住房公积金制度的内容后，认为现有制度对住房公积金的缴纳、使用、提取存在诸多限制，对其未来在户籍所在地或其他工作地改变住房条件不能起到实质性作用；同时，公司已经为需要的员工提供免费宿舍，因此，为尊重员工的真实意愿和实际利益，公司没有为该部分员工缴存住房公积金。根据嘉兴市住房公积金管理中心海宁市分中心出具的相关证明，发行人已建立员工住房公积金制度，未因违反国家住房公积金管理法律法规而被相关部门处罚。

3、实际控制人作出的承诺

郑安政作为公司的实际控制人，就公司在职员工报告期内应缴未缴社会保险和住房公积金可能导致的法律责任承诺如下：

如发行人及其控股子公司因违反社会保险、住房公积金相关法律法规或规范性文件而受到处罚或损失，本人将全额承担发行人及其控股子公司的补缴义务、滞纳金、罚款或损失，并保证发行人及其控股子公司不会因此遭受任何损失。

如违反承诺，公司将有权暂扣公司控股股东所持的股份的应付而未付的现金分红，直至违反承诺的事项消除。如其未能及时赔偿公司因此而发生的损失或开支，公司有权在暂扣现金分红的范围内取得该等赔偿。

八、主要股东及董事、监事、高级管理人员作出的重要承诺

（一）避免同业竞争的承诺

具体内容详见本招股说明书“第七节 同业竞争与关联交易”之“一、同业竞争”之“（二）关于避免同业竞争的承诺”。

（二）股份流通限制和自愿锁定股份的承诺

具体内容详见本节之“六、发行前后股本变化情况”之“（七）本次发行前股东所持股份的流通限制和自愿锁定承诺”。

（三）其他承诺

1、有关社会保险和住房公积金的承诺

具体内容详见本节之“七、发行人员工及其社会保障情况”之“（二）员工社会保障情况”之“3、实际控制人作出的承诺”。

2、有关上市后三年内稳定公司股价的预案

具体内容详见本招股说明书“重大事项提示”之“二、其他重大事项提示”之“（五）上市后三年内稳定公司股价的预案”。

3、有关招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏方面的承诺

具体内容详见本招股说明书“重大事项提示”之“二、其他重大事项提示”之“（六）关于招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏方面的承诺”。

4、有关公司填补回报措施能够得到切实履行的承诺

具体内容详见本招股说明书“重大事项提示”之“二、其他重大事项提示”之“（七）关于公司填补回报措施能够得到切实履行的承诺”。

第六节 业务与技术

一、公司主营业务及其变化情况

公司是一家集研发、生产、销售及品牌管理于一体的全国性多品牌时装企业，旗下拥有“玖姿”、“尹默”、“安正”、“摩萨克”、“斐娜晨”五个品牌风格鲜明互补、市场定位差异有序的成熟男女时装品牌。公司产品主要包括上衣、裙装、外套、裤装、皮衣等女士时装，以及西装、裤子、衬衫、夹克等男士时装。

JZ Juzui		
	核心年龄层：35－45 岁	品牌风格：自信、优雅、女人味
尹默		
	核心年龄层：28－35 岁	品牌风格：独立、知性、启发性

ANZHENG

核心年龄层：35－45 岁	品牌风格：时尚、商务、品质

在公司差异化多品牌阵营中，创立于 2001 年的“玖姿”女装凭借经典的品牌风格、适销的商品设计、丰富的产品类型，已发展成为我国中高档成熟女装领域的领导品牌之一，构成了公司收入与利润的主要来源。根据中国商业联合会统计，在 2015 年全国大型零售企业的女装品牌销售排名中，“玖姿”品牌被列入市场综合占有率前十大女装品牌之一，并在高端女装品牌销售排名中位列行业第三[1]。“玖姿”品牌的商业成功与运营经验，为公司多品牌发展战略奠定了良好基础。

2014 年下半年，在多品牌发展战略下，公司在成熟女装的中淑装细分领域先后收购了“摩萨克”与“斐娜晨”两个时装品牌。新兴品牌的加盟从品牌风格、文化内涵与客户覆盖等方面，进一步增强了公司品牌阵营的多样性与互补性，将有助于提高公司整体竞争力与业务规模。

MOISSAC

[1]资料来源：《全国大型零售企业暨消费品市场 2015 年度监测报告》（中国商业联合会与中华全国商业信息中心联合出版），下同。

	核心年龄层：25－35 岁	品牌风格：优雅、从容、智慧
fiona chen		
	核心年龄层：28－32 岁	品牌风格：玩味、当代、精致

目前，公司建立了以“自主研发、开放创新”为特征的产品设计研发体系，以及自主生产、委托加工及成衣采购相结合的产品供应体系，可更好地适应中高档成熟男女时装高品质、多品种、短周期的产品特征。同时，公司采取直营和加盟相结合的销售模式，截至 2016 年 6 月 30 日，已在全国建立了 897 家销售门店和多个电子商务网络购物平台。

自设立以来，公司主营业务未发生重大变化。

二、发行人所处行业的基本情况

公司所属行业为纺织服装行业，是我国纺织工业的重要组成部分与终端应用领域。根据《国民经济行业分类》（GB/T 4754-2011）及《上市公司行业分类指引（2012 年修订）》的划分标准，公司属于“纺织服装、服饰业（C18）”，并因建立了自有零售渠道，而涉及“零售业（F52）”之“纺织、服装及日用品专门零售（F523）”。

（一）行业管理体系

1、行业监督管理体制

我国服装行业的市场化程度较高，行业企业的生产经营完全以市场化方式运作，政府部门仅对行业发展进行政策指导与监督管理，并由行业协会负责行业内的自律管理。

国家工业和信息化部（以下称“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。同时，国家发展改革委员会（以下称“发改委”）及各地分支机构作为指导国家及地方经济体制改革的宏观调控部门，管理本行业的项目备案审批、产业发展政策等；商务部及其下属各级机构则是我国服装行业进出口业务、特许经营业务的管理部门。

中国纺织工业联合会及其成员单位中国服装协会是我国纺织工业及服装行业全国性的行业自律组织，负责协助政府部门，维护行业、企业合法权益，推进产业结构调整和产业升级。同时，中国服装协会下设女装、男装等专业委员会负责各细分领域的具体工作。

2、行业主要法规政策

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

服装行业所涉及的主要发展政策如下：

政策名称	主要相关内容
《建设纺织强国纲要（2011-2020年）》（2012年5月 中国纺织工业联合会）	2020年建成能够满足国内不断升级的消费需求、具备较强国际竞争力和可持续发展能力的现代纺织产业体系；着力推动自主品牌建设，以品牌实力把握好在全球经济分工中的新定位，以品牌对产业资源优化配置的系统功能和对产业附加值的倍增效应，积极创造参与国际经济合作和竞争的新优势
《产业结构调整指导目录（2011年本）（修订版）》（2013年2月 工信部）	“二十、纺织”之“12、服装企业计算机集成制造及数字化、信息化、自动化技术和装备的应用”被列为“鼓励类”
《纺织工业“十二五”科技进步纲要》（2011年3月 中国纺织工业联合会）	加强服装企业信息化集成制造系统、大规模定制技术的开发和应用，加快高档服装原辅材料和制造技术的研发及产业化应用；提高纺织面料、服装、家纺产品的开发创新水平，促进产业科技成果向市场开拓能力和品牌价

政策名称	主要相关内容
	值转化
《关于加快推进服装家纺自主品牌建设的指导意见》（2009 年 9 月 工信部、发改委、财政部、商务部、中国人民银行、国家工商行政管理总局、国家质量监督检验检疫总局）	支持自主品牌服装、家纺企业提高研发设计能力；鼓励符合条件的自主品牌服装、家纺企业上市、发行债券，利用资本市场直接融资；培育发展一批以自主创新为核心、以知名品牌为标志、具有较强市场竞争力的优势服装、家纺企业；形成若干具有国际影响力的服装、家纺自主品牌，显著提高自主品牌在国内国际市场占有率
《纺织工业调整和振兴规划》（2009 年 4 月 国务院）	提高自主创新能力；加快实施技术改造；淘汰落后产能；促进国内纺织品服装消费；加快自主品牌建设；提升企业竞争实力

服装行业所涉及的主要法律法规如下：

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

（二）我国服装行业发展概述

服装行业是我国国民经济的重要组成部分，也是我国具有国际影响力的传统优势产业，在具有巨大市场空间与广阔发展前景的同时，形成了从上游纤维加工到研发设计、成衣制造、营销渠道、品牌管理等一系列不断完善的产业体系。

1、发展概况

在市场规模方面，目前我国已成为全球最大的纺织品服装生产国、出口国及消费国。2014 年，我国规模以上企业的服装产量达 299.21 亿件[1]，同比增长

[1] 数据来源：国家统计局，纳入规模以上工业统计范围的工业企业起点标准为年主营业务收入 2,000 万元。

10.41%；同期，我国服装及衣着附件出口约 1,862.85 亿美元[1]。在消费领域，2014 年我国限额以上批发零售业中服装类商品的零售总额为 8,935.80 亿元，同比增长 9.24%[2]。

在发展前景方面，随着人民生活水平的改善与人均收入的提高，我国居民用于衣着类消费的支出将保持稳定增长。同时，我国城镇居民与农村居民的人均衣着支出也存在较大差距。国家统计局数据显示，2014 年，全国城镇居民人均衣着类支出水平由 2013 年的 1,553.70 元增长到 2014 年的 1,627.20 元，年增长率 4.73%；农村居民人均衣着类支出水平由 2013 年的 453.80 元增长到 2014 年的 510.40 元，年增长率 12.47%。城镇化建设的推进与农村居民收入的提升，将从城镇与农村两个方面为服装行业带来更多的消费需求。

未来，随着国民经济与居民收入的持续增长，以及扩大内需与城镇化建设政策的稳步推进，我国居民消费规模将继续保持长期、稳步的增长，服装行业也将迎来更加广阔的发展前景。

2、转型升级

我国服装行业崛起于上世纪 80 年代，在国内纺织工业由计划经济逐步向市场经济转型的同时，正值全球纺织服装行业的第三次产业转移。凭借劳动力成本优势与新兴市场本土优势，以加工生产（OEM）为主要经营模式与突破口，我国逐步发展成为全球纺织服装产业的制造中心。90 年代，我国纺织服装企业的加工制造技术日臻成熟，开始参与服装面料或款式的研发设计环节，经营模式由 OEM 向更高层次的设计生产（ODM）转变，并涌现了一批发展自有品牌的品牌服装制造企业。2000 年之后，我国纺织服装消费进入高速增长阶段，众多国内品牌服装企业通过加强品牌宣传、产品营销和渠道建设，在市场份额、企业规模和品牌知名度等方面取得了巨大成功。

虽然我国服装行业在生产加工领域具备国际比较优势，并已发展成为全球最大的服装生产与出口国，但在研发设计、销售渠道和品牌运营等方面较国际先进水平依然存在差距。例如在国际服装消费市场，从大众时尚到高端奢侈仍以欧美服装品牌为主。特别在 2008 年全球金融危机发生后，国际服装市场消费增长疲

[1] 数据来源：海关总署。

[2] 数据来源：国家统计局，限额以上批发零售业的统计范围中批发业年主营业务收入 2,000 万元及以上，零售业年主营业务收入 500 万元及以上。

软，一方面促使众多国际品牌加强了对中国等新兴市场的开拓，下沉至二、三线城市与国内品牌展开激烈竞争，另一方面也使得大量服装出口企业转向国内市场。在国内外双重压力下，国内服装企业在前期高速增长阶段所采取的以外延式渠道扩张为重心的粗放式发展模式，已开始显露弊端。许多企业出现了增长放缓、盈利降低、库存激增的情况，行业由此进入战略转型、产业升级阶段。

为实现转型升级，改变原有粗放型、同质化、外延式的发展模式，我国部分服装企业开始从品牌内涵、研发设计、供应链管理等方面加强精细化、差异化的自主品牌建设，推动我国由纺织服装大国向品牌服装强国迈进。

3、结构特征

从性别与年龄段角度，服装行业大致可分为女装、男装与童装三大子行业。我国服装行业经历了先男装后女装的发展过程。改革开放后，由于男性率先参与现代商业活动，较早地产生了对于名牌服装的需求，因此最先发展的是沿海及大城市男装市场。此后，随着社会财富的积累、女性收入的增加，加之女性服装需求的多样化、时尚性，我国女装市场出现了后来居上、不断加速的发展趋势。

据估计，早在 2011 年我国女装市场零售总额已达到 5,853 亿元，是同期男装市场零售总额的 1.39 倍[1]；同时，该规模倍数在大城市消费市场中呈现出持续放大的发展趋势。以全国大型零售企业的销售数据为例，2009 年至 2011 年女装对男装的零售额倍数分别为 1.38、1.41 和 1.42。根据国际经验，虽然我国女装市场消费规模已超过男装市场，但女装较男装的消费倍数仍显著低于日本、美国等成熟市场。例如，我国目前的女装与男装消费比在 1.5 倍以下，相当于日本上世纪 80 年代的水平，而在 2007 年日本女装与男装消费比已达到 2.4 倍，美国市场 2010 年的消费比则为 1.8 倍[2]。

在与发达国家成熟服装市场存在结构性差异的现状下，我国女性职业水平、社会地位和支配收入的不断提高，将为增强女性服装消费能力、改变与成熟市场的结构性差异，提供重要的发展推动力。由此，公司主导产品所处的女装子行业，在服装行业整体市场持续发展、女装消费比重结构性提升的双重影响下，将迎来更加巨大的增长空间。

[1] 资料来源：光大证券，“行业专题研究：蓬勃兴起的女装行业，三大层次细分市场发展探究”。
[2] 资料来源：民生证券，“快速崛起的中国高端女装市场--纺织服装行业深度报告”。

（三）女装行业竞争情况

在公司现有男女时装业务结构中，率先发展的女装业务构成了公司主要的收入与利润来源。以 2015 度为例，来自于“玖姿”、“尹默”、“摩萨克”及“斐娜晨”四个女装品牌的营业收入占公司主营业务收入的比重达 90%以上；其中，“玖姿”作为公司目前的主导品牌，其营业收入占比达 66.66%。由此，以下将重点就公司女装业务及其所在子行业的基本情况做进一步说明。

1、市场竞争格局

女装通常指成年女性穿着、消费的服装，并根据不同年龄段客户在着装风格上的显著差异，可大致分为少淑女装、成熟女装与中老年女装三个子领域。其中，少淑女装与成熟女装因巨大的消费需求，构成了成年女性服装的主体市场。公司四个女装品牌均主要定位于成熟女装，其中“玖姿”以 35-45 岁为核心客户年龄层，并通过较宽的产品线覆盖 28-49 岁的消费者，“尹默”、“摩萨克”及“斐娜晨”则主要定位于以 25-35 岁范围内的成熟女性。行业内通常将“玖姿”等重点定位于 35 岁以上女性的成熟女装称为“大淑装”，“尹默”等重点定位于 35 岁以下女性的成熟女装称为“中淑装”。

从产品价格的角度，女装大致可分为低档、中档、中高档、高档四档价格区间。少淑女装与成熟女装虽在四类价格区间均有分布，但因各自主要客户群在可支配收入与消费水平上的差异，相应的品牌服装常呈现出不同的主导价格带。少淑女装主要以学生与刚工作不久的年轻女性为目标群体，其有限的经济实力，使得品牌少淑女装通常定位于中档价格带；同时，也不排除少数品牌选择差异化的经营策略，定位于较高的价格区间。品牌成熟女装主要面向具有一定经济基础、工作经历与社会地位的成熟女性，通常以中高档价格为主导价格带。位于高档价格区间的则主要是一些进入国内市场的国际一线时装品牌，如为 Chanel、Dior、Prada、Burberry、Gucci、Louis Vuitton 等。该类品牌虽然同样以成熟女性为核心目标客户，但具有明显的奢侈品消费功能，主要面向于对品牌历史、文化内涵、地位象征具有较高诉求的精英、富裕阶层。

综合考虑客户年龄与价格定位两方面特征，品牌女装呈现出了三个层次相对分明的细分市场，分别是以定位大众、中档价格为主的“少淑女装市场”，以中

高档价位为特征的“成熟女装市场”，以及占据高档价格区间、具有奢侈品消费特征的“奢侈女装市场”。三大细分女装市场之间既相互联系，又呈现出不同的市场结构与竞争格局。对于少淑女装所面向的年轻女性，随着年龄的增长、社会地位与收入水平的提高，她们会逐渐晋升至定位中高档价格的成熟女装市场；另一方面，当财富规模与品牌诉求进一步提高时，以消费中高档女装为主的成熟女性，将会增加对奢侈品牌的购买次数。

（1）少淑女装市场竞争格局

在我国少淑女装市场，国际大众时尚与快时尚品牌占据了主要的市场优势。少淑女装所面向的年轻女性，对产品的性价比、时尚度具有较高的要求，追求紧贴市场潮流、凸显自我个性的服装风格，但对品牌忠诚度不高。由此，凭借前沿的时尚设计与成熟的供应链体系，ONLY、VERO MODA、ZARA、H&M、UNIQLO、ELand、Teenie Weenie 及 Etam 等国际大众时尚与快时尚品牌迅速占据了国内少淑女装市场的巨大份额。以 2015 年全国重点大型零售企业的女装销售情况为例，市场综合占有率前十大品牌中有四个为少淑女装品牌，分别是 VERO MODA（第 1 名）、Only（第 2 名）、拉夏贝尔（第 4 名）、Ochirly（第 7 名）。行业具体排名情况请详见本节之“三、发行人在行业中的竞争地位”之“（一）行业竞争地位”。

与此同时，我国少淑女装市场也涌现了一批知名的国内自主品牌，与强势的国际大众时尚与快时尚品牌展开激烈的竞争。其中如赫基国际集团旗下的“Ochirly”和“Five Plus”、上海拉夏贝尔服饰股份有限公司的“La Chapelle”、广州市格风服饰有限公司的“歌莉娅”、浙江印象实业股份有限公司的“秋水伊人”与“COCOON”等。

（2）成熟女装市场竞争格局

在我国成熟女装市场，与少淑女装市场形成鲜明对比的是，国内品牌获得了消费者的广泛认同，占据了市场的主要份额。以 2015 年全国重点大型零售企业的女装销售情况为例，在进入市场综合占有率前十名品牌的六个成熟女装品牌中，玛丝菲尔（第 5 名）、雅莹（第 6 名）、玖姿（第 9 名）、玫而美（第 10 名）均是发展于中国大陆的国内自主品牌，哥弟（第 3 名）与阿玛施（第 8 名）则是发展于中国台湾的女装品牌。行业具体排名情况请详见本节之“三、发行人在行业中的竞争地位”之“（一）行业竞争地位”。

国内成熟女装品牌之所以能够取得较高的市场占有率，首先在于其所面向的中产阶级成熟女性，在注重产品品质与舒适合体的版型裁剪的同时，具有较高的消费能力与品牌忠诚度，国内品牌本土化的研发设计与中高档的品牌定位可更好地满足这类需求。其次，进入国内市场的国外女装主要是一些少淑品牌及国际一线品牌，未对定位中高档的成熟女装品牌形成直接竞争。在国外具有相同市场定位的二线高端品牌主要服务于欧美市场，对于国内消费者来讲，既缺少本土化的研发设计与文化认同，又难以像国际一线品牌那样能够满足炫耀性、象征性的奢侈品消费需求，进而缺乏大规模进入国内市场的客户基础。此外，我国成熟女装市场起步稍晚，成长于 2000 年之后的消费升级过程，这一时期国内服装行业的研发设计水平与品牌运营能力已初具形态，于是迅速崛起的国内品牌有效地填补了这一市场空白，成为了国内成熟女装市场的主要参与者。

（3）奢侈女装市场竞争格局

我国奢侈女装市场为国际一线时装品牌所垄断，并呈现较为集中的市场格局，代表品牌如 Chanel、Dior、Prada、Burberry、Gucci、Louis Vuitton 等。该类品牌普遍具有悠久的品牌历史、深刻的文化内涵以及鲜明的设计风格，并通过高档的价格定位与经典的品牌标示，塑造了顶级奢华的品牌形象。由于需要长时期的品牌沉淀，迅速成长的国内服装市场尚未出现可与国际一线品牌相竞争的奢侈品女装品牌。奢侈品女装以一、二线城市高档百货商场的一楼专卖店为主要渠道，重点面向位于国内收入金字塔上层的精英、富裕群体，以及非经常性购买的部分中产阶级。

随着国内富裕人群与中产阶级的逐步形成，以及对奢侈品消费需求的不断增强，国内奢侈女装市场将保持稳步增长，并已成为国际一线品牌的重要战略区域。尽管由于定位于市场金字塔结构的上层，国内奢侈女装整体市场规模低于少淑女装与成熟女装市场，但较高的市场集中度与进入壁垒，仍保证了各品牌较强的盈利能力。

2、主要竞争企业

在中高档价格区间的国内成熟女装市场，公司女装品牌“玖姿”与“尹默”的主要竞争品牌包括宝姿（Ports）、玛丝菲尔（Marisfrolg）、雅莹（EP）、朗姿（LANCY）、音儿（YINER）、卓雅（JORYA）、哥弟（GIRDEAR）、阿

玛施（AMASS）、例外（EXCEPTION）、维格娜丝（V·GRASS）及歌力思（ELLASSAY）等。各品牌与所属公司的简要情况如下：

公司名称	基本情况
宝姿时装有限公司	该公司所经营的品牌包括自主品牌 Ports International、Ports 1961 及 BMW Lifestyle、Armani Collezioni 等代理品牌。该公司系加拿大宝姿国际有限公司（以下称“宝姿国际”）中国区业务的上市子公司，经营主体位于中国厦门，2003 年在香港联交所上市。2013 年，该公司实现营业收入 21.37 亿元人民币，净利润 2.98 亿元，其中来自中国大陆的营业收入为 19.70 亿元；截至 2013 年底，该公司已在中国大陆、香港及澳门共开设 352 家零售门店。2014 年，该公司实现营业收入 18.79 亿元人民币，净利润 7,324 万元，其中来自中国大陆的营业收入为 17.33 亿元；截至 2014 年底，该公司已在中国大陆、香港等地共开设 310 家零售门店。2015 年，该公司实现营业收入 15.95 亿元人民币，净利润-7,173 万元，其中来自中国大陆的营业收入为 14.65 亿元；2016 年 1-6 月，该公司实现营业收入 8.93 亿元人民币，净利润 447 万元
深圳玛丝菲尔时装股份有限公司	该公司成立于 1999 年，主要经营品牌包括 Marisfrolg（玛丝菲尔）、MASFER.SU、AUM 等。2013 年，该公司实现营业收入 18.49 亿元人民币，净利润 5.62 亿元；截至 2013 年底，该公司已在中国大陆、澳门及新加坡等地开设 664 家零售门店（境内 661 家），直营门店占比 69.28%
浙江雅莹服装有限公司	该公司创立于 1997 年，总部位于浙江省嘉兴市，是一家集设计研发、物流、生产、营销、信息化于一体的女装企业，主要经营品牌包括 EP、TBF、ELEGANT PROSPER、EP Jeans 等
朗姿股份有限公司	该公司创立于 2006 年，总部位于北京市，2011 年于深圳证券交易所上市，旗下拥有朗姿（LANCY FROM25）、莱茵（LIME FLARE）、卓可（ZOOC）以及少淑女装品牌玛丽等。2013 年，该公司实现营业收入 13.79 亿元人民币，净利润 2.34 亿元；截至 2013 年底，该公司已在全国开设 573 家零售门店，其中直营门店 333 家，占比 58.12%。2014 年，该公司实现营业收入 12.35 亿元人民币，净利润 1.21 亿元；截至 2014 年底，该公司已在全国开设 586 家零售门店。2015 年，该公司实现营业收入 11.44 亿元人民币，净利润 0.74 亿元；截至 2015 年底，该公司已在全国开设 486 家零售门店。2016 年 1-6 月，该公司实现营业收入 4.73 亿元人民币，净利润 0.38 亿元；截至 2016 年 6 月末，该公司已在全国开设 457 家零售门店
深圳影儿时尚集团有限公司	该公司创立于 1996 年，总部位于广东省深圳市，旗下拥有音儿（YINER）、恩裳（INSUN）、诗篇（PSALTER）、歌中歌（Song

公司名称	基本情况
	of Song）及奥丽嘉朵（OBBLIGATO）等成熟女装品牌
欣贺股份有限公司	该公司创立于 2006 年，总部位于福建省厦门市，旗下拥有 JORYA、JORYA weekend、恩曼琳、巨式国际、卡洛琳、AIVEI 和 QDA 等品牌。2013 年，该公司实现营业收入 20.96 亿元，净利润 3.63 亿元；截至 2013 年底，该公司已在全国开设 758 家零售门店，其中直营门店 323 家，占比 42.61%。2014 年，该公司实现营业收入 22.18 亿元人民币，净利润 5.32 亿元；截至 2014 年底，该公司已在全国开设 757 家零售门店，其中自营门店 331 家，占比 43.73%。2015 年，该公司实现营业收入 18.13 亿元人民币，净利润 3.6 亿元；截至 2015 年底，该公司已在全国开设 697 家零售门店，其中直营门店 352 家，占比 50.50%
深圳歌力思服饰股份有限公司	该公司创立于 1999 年，主要经营女装品牌歌力思（ELLASSAY）。2013 年，该公司实现营业收入 7.10 亿元，净利润 1.37 亿元；截至 2013 年底，该公司已在全国开设 362 家零售门店，其中直营门店 166 家，占比 45.86%。2014 年，该公司实现营业收入 7.44 亿元，净利润 1.38 亿元；截至 2014 年底，该公司已在全国开设 354 家零售门店，其中自营门店 160 家，占比 45.20%。2015 年，该公司实现营业收入 8.35 亿元，净利润 1.60 亿元；截至 2015 年底，该公司已在全国开设 347 家零售门店，其中自营门店 161 家，占比 46.40% 。2016 年 1-6 月，该公司实现营业收入 3.98 亿元，净利润 0.56 亿元
广东哥弟时尚研发企业有限公司	该公司主导品牌哥弟（GIRDEAR）源自于中国台湾，创始于 1977 年，作为我国成熟女装市场的著名品牌，具有较高的市场占有率。同时，公司旗下还拥有阿玛施（AMASS）等多个知名女装品牌
维格娜丝时装股份有限公司	该公司创立于 2003 年，总部位于江苏省南京市，主要经营女装品牌维格娜丝（V·GRASS）。2013 年，该公司实现营业收入 7.46 亿元，净利润 1.36 亿元；截至 2013 年底，该公司已在全国开设 361 家零售门店，其中直营门店 320 家。2014 年，该公司实现营业收入 8.47 亿元，净利润 1.38 亿元；截至 2014 年底，该公司已在全国开设 335 家零售门店，其中直营门店 299 家。2015 年，该公司实现营业收入 8.24 亿元，净利润 1.12 亿元；截至 2015 年底，该公司已在全国开设 220 家零售门店，其中直营门店 205 家；2016 年 1-6 月，该公司实现营业收入 3.72 亿元，净利润 0.29 亿元

注：资料主要来源于各公司网站及上市公司与拟上市公司的公开披露资料。

3、行业进入壁垒

（1）品牌建设壁垒

作为重要的日用消费品，服装产品的品牌消费意识已日益显著，尤其在中高档成熟女装领域，消费者的品牌意识已不再局限于品牌的知名度与美誉度，而更加强调对品牌形象与文化内涵的认同。

成熟女装所面向的客户群体主要为30-45岁具有一定经济基础与社会地位的成熟女性，其对服装产品价格的敏感度较低，对品牌服装的诉求已超越了基础的知名度与时尚性，而更加关注于优质精湛的品质工艺与舒适合体的裁剪版型，并开始寻求特定品牌所具有的形象风格、文化内涵与自身形象气质、社会地位、审美价值的契合，或希望通过外在的着装风格，展现或强化内在的形象气质。同时，成熟女性的上述偏好特质也较为稳定，契合的品牌形象更容易培养较高的品牌忠诚度。因此，对于中高档成熟女装，品牌建设已从知名度、美誉度的提升，上升至差异化品牌形象、文化内涵的诠释、塑造与认同。

从普通品牌到知名品牌，再到具有特定形象风格、文化内涵的差异化品牌，并最终获得消费者的广泛认同，是一个长期投入、漫长积累的过程，需要企业在研发设计、品牌宣传、企业文化以及终端渠道的形象管理与视觉营销等多个领域做持续、大量的投入。由此，虽然服装行业的进入门槛较低，但对于中高档成熟女装细分市场，差异化、形象化的品牌建设已成为行业进入者的重要壁垒。

（2）研发设计壁垒

研发设计是通过具体视觉形式、穿着感受，表现品牌风格与文化内涵的重要方式，要求产品在面料选用、色彩搭配、款式设计与版型研发等方面，既要具有时尚前沿的流行趋势、舒适合体的着装体验，又要能够诠释主题丰富的款式风格。

在流行趋势方面，成熟女性时装一年通常发布春、夏、秋、冬四季产品，并在每一季陆续推出多个波段，较传统的以春夏、秋冬两季产品为特征的大众服饰，具有更加快速的时尚变化，对企业的时尚响应能力提出了较高要求。

在着装体验方面，成熟女性更加注重服装的面料品质、版型裁剪，追求舒适合体的内在体验与美观大方的外在表现。由此，需要企业根据东方成熟女性的身材体型，结合时尚流行趋势，研发更加契合、更加彰显东方女性魅力的款式版型。

较强的本土化设计需求不但对行业潜在进入者构成壁垒，也对欧美国际品牌大规模进入国内中高档成熟女装市场提出了较大挑战。

在款式风格方面，成熟女性较年轻女性具有更加多样化的场合着装需求，例如在商务活动、社交派对、日常生活、度假旅行等不同场合，消费者需要根据自身的气质特点，穿着不同款式系列、功能定位的服装。同时，对于全国性的成熟女装品牌，广阔的地域分布、差异的区域偏好，也需要企业研发更加多样化的可选款式与版型，以满足更加区域化、多样性的产品需求。

由此，中高档成熟女装快速的时尚响应、针对性的版型设计以及多样化的款式风格，对企业研发设计的功能定位与技术水平，提出了更加丰富、多元的要求，也对行业进入者形成了巨大的技术壁垒。

（3）渠道资源壁垒

中高档成熟女装所面向的女性消费者在选购品牌时装时，较为注重消费环境与自身社会地位、经济基础以及服装档次的一致性，通常以中高档百货商场、购物中心及位于核心商圈、店面精致的品牌专卖店为主要购物场所。因此，中高档成熟女装对百货商场、购物中心等零售渠道的依赖程度较高。然而，由于较高的商场定位与有限的专柜资源，该类百货商场与购物中心通常又对进驻品牌的知名度、零售额具有一定要求。中高档成熟女装对商场零售渠道的依赖性，以及百货商场的进驻门槛，对行业进入者形成了较高的渠道壁垒。

同时，成熟女装的渠道资源不仅在于广泛地占据百货商场、购物中心、核心商圈等渠道资源，还在于积累丰富且忠诚的消费者顾客资源。成熟女性的着装风格、购物偏好较为稳定，该类顾客对同自身审美风格、身材体型相契合的品牌更易形成较高的品牌忠诚度。由此，维护、强化并不断培育忠诚的客户群，也是行业进入者或初创品牌所面临的重要壁垒。

此外，由于成熟女性较为重视商品挑选、现场试穿、服务交流等购物体验，网络购物为代表的线上渠道无法实现该类真实、具体的消费体验。同时，成熟女性消费者已具有较高的支付能力，产品价格弹性较低，线上购物的价廉优势对该类顾客的吸引力有限。因此，网络购物对中高档成熟女装线下渠道的冲击较小，行业进入者也很难通过新兴的线上渠道，跨越实体门店的渠道壁垒。

（4）管理与人才壁垒

如果仅从加工制造环节来看，服装行业具有劳动密集型特征，但对于自主品

牌服装，尤其是定位于中高档的品牌时装企业，在当前激烈的市场竞争环境下，需要建立起较传统制造业更为多样、复杂、专业化的运营管理体系，涉及品牌运营、研发设计、供应链体系、营销网络、终端销售及客户关系等一系列价值创造环节，使得传统服装行业在品牌时装领域呈现出了知识密集型特征。

同时，快速的时尚响应、高端的品牌定位、多样的品类款式、庞大的营销网络以及与此相配套的信息化管理需求，进一步提高了中高档成熟女装企业的运营管理难度，以及对多领域、专业化人才的强烈需求。由此，行业企业所建立起的成熟、规范的管理体系与人才储备是长期投入、持续完善的累积，行业进入者难以在短期内获得。

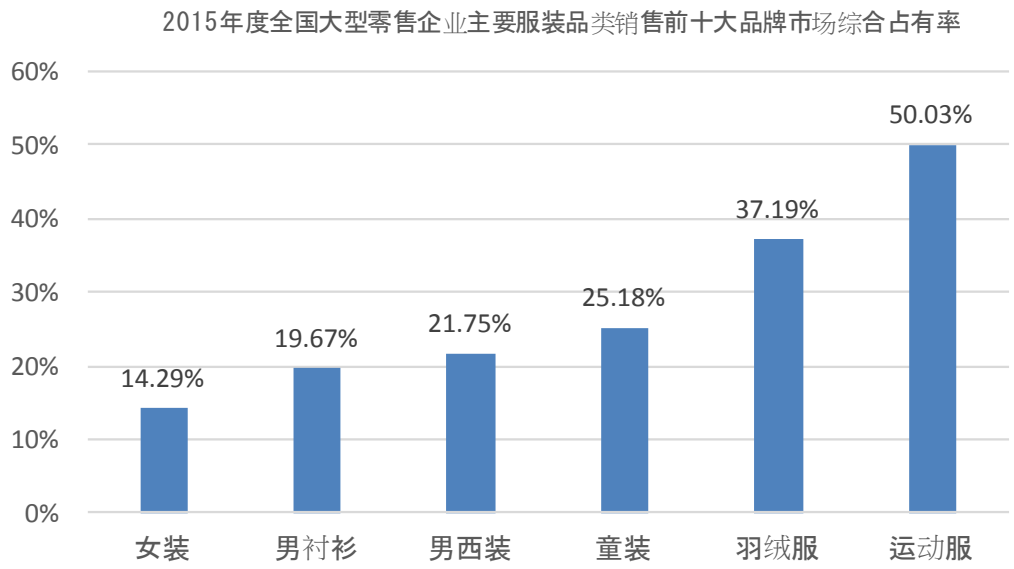
4、市场供求状况

我国服装行业的市场化程度较高，市场供求关系通常会随着经济周期的波动，呈现周期性、结构性的供过于求。随着生活水平的提高与商品资源的丰富，服装作为生活必需品与日常消费品，已具备有更多可选消费品的特征。由此，在经济繁荣时，服装产品的消费会出现高于整体经济的增速，而在经济萧条时，服装消费的增速下滑可能会较整体经济更加明显。加之，服装行业普遍采取预估需求、提前订货的供给模式，因此在经济增长放缓时，部分细分行业通常会出现库存高涨、供过于求的情况。

在成熟女装领域，由于我国女装的品牌化晚于男装及运动、休闲类服装，但随着我国女性消费者收入水平、就业机会与社会活动的增加，国内中高档成熟女装行业正处于行业发展的成长期[1]。尽管不断涌现的新增需求在一定程度上缓解了经济波动对供求关系的影响，但在整体上，成熟女装行业仍具有竞争企业众多、市场集中度低的结构特征。以全国大型零售企业的服装销售情况为例，在 2015 年主要服装品类的前十名品牌市场综合占有率中，女装品牌的前十名占有率仅为 14.29%，明显低于其他服装品类。

未来，与其他品类服装相类似，随着行业领先企业在技术、人才、渠道及资金等方面的集聚，女装行业的市场集中度将有望进一步提高。

[1]光大证券，“行业专题研究：蓬勃兴起的女装行业，三大层次细分市场发展探究”，2012 年 10 月 8 日。



数据来源：《全国大型零售企业暨消费品市场 2015 年度监测报告》

5、行业利润水平

由于在品牌建设、研发设计、渠道资源、经营管理及人才体系等方面具有较高的进入壁垒，加之正处于行业发展周期的成长阶段，我国成熟女装行业内的品牌服装企业通常可获得较高的销售毛利。我国成熟女装与男装细分行业上市公司的销售毛利率情况如下：

子行业	企业简称	综合毛利率（%）		
		2015 年度	2014 年度	2013 年度
女装	朗姿股份（002612）	58.99	60.66	61.72
	玛丝菲尔	-	-	78.23
	欣贺股份	78.68	77.78	74.37
	维格娜丝（603518）	70.33	71.05	68.80
	歌力思（603808）	67.61	67.51	69.60
	安正时尚（发行人）	68.61	69.61	68.41
	平均	**68.84**	**69.32**	**70.19**
男装	七匹狼（002029）	42.85	44.74	47.01
	九牧王（601566）	57.96	56.25	56.81
	卡奴迪路（002656）	57.80	62.50	64.74
	报喜鸟（002154）	57.97	57.86	63.18
	希努尔（002485）	40.27	39.89	43.59
	海澜之家（600398）	48.84	50.05	53.82
	平均	**50.95**	**51.88**	**54.86**
休闲服饰	美邦服饰（002269）	44.02	45.17	44.63
	森马服饰（002563）	37.66	36.06	35.35
	搜于特（002503）	36.57	37.50	37.09
	平均	**39.42**	**39.58**	**39.02**

注：数据来源于已上市公司年报及拟上市公司预披露招股说明书；玛丝菲尔尚未更新预披露 2014、2015 年度的相关数据。

上述已上市及预披露的成熟女装公司由于在品牌定位、定价策略及经营模式等方面的差异而造成销售毛利率略有不同，但整体较其他服装细分行业仍具较高利润水平，且相对稳定。

（四）行业技术特征与经营特征

1、行业技术特征与技术水平

（1）技术特征

仅从加工制造环节讲，服装行业具有典型的“劳动密集型”特征，但实际上，从品牌服装的完整产业价值链来看，上游的研发设计与下游的商品营销环节均具有较高的“知识密集型”特征。上游的研发设计环节涉及商品企划、信息收集、趋势分析、款式设计与版型研发等专业活动，而下游的商品营销则涉及品牌推广、视觉营销、渠道规划、人才培训等专业活动。由此，在中高档成熟女装等品牌服装领域，整体产业链尤其是微笑曲线的两端呈现出较高的“知识密集型”特征。

就产品制造过程而言，品牌服装企业的核心技术主要体现在研发设计与加工制造两个环节。产品的研发设计分为款式设计与版型设计。其中，款式设计反映了服装设计师对时尚流行趋势的把握与引导，突出款式形态与色彩搭配的新颖性、时尚度和创新性；版型设计是针对款式设计结合身形结构、面料特性等，设计布料裁剪、结构尺寸的工作。加工制造技术则涉及工艺设计、生产管理、手工作业及设备操作等工作，是保证产品品质、提高生产效率的关键。

对于中高档成熟女装，产品的研发设计不仅注重款式的多样性、时尚度，也更为关注美观合体的版型、高档舒适的面料，以及产品设计与品牌内涵所表现的形象风格同消费者自身形象气质、生活方式、审美价值的契合。由此，产品的加工制造过程具有高品质、多品种、短周期的技术特征。

（2）技术水平

我国服装行业形成了从上游纤维原料与面辅料制造，到产品研发设计与加工，再到品牌运营与渠道管理等一系列的产业链体系。尽管传统的成本优势在近些年有所减弱，但凭借完整成熟的产业配套与不断提高的制造技术，服装行业依然是我国具有国际影响力的优势产业。例如，许多国际一线品牌纷纷将产品加工环节转移至中国，表明我国服装行业的加工技术已达到国际先进水平，可以满足

国际一线品牌较高的品质要求。

在高端面料、时尚设计、品牌影响力及供应链管理等方面，我国服装行业与国际先进水平仍存在一定差距。例如，一些舒适性、功能性的高端面料依然主要依赖进口，款式、色彩等时尚设计以学习和紧贴国际流行趋势为主。随着产业结构的优化升级、企业研发实力的提高以及国际交流合作的增多，我国服装行业整体运作水平正加速提升，与国际先进水平的差距正逐步缩小。

2、行业经营模式

以产业价值链为基础，根据企业对各价值创造环节的参与方式、控制程度等不同，服装行业分化和发展出了多样化的经营模式。

（1）商业模式

根据对产品价值链管理方式的不同，服装企业的商业模式大致可分为专业生产、纵向一体化、虚拟经营以及自有品牌专业零售商（SPA）四类典型模式。

专业生产模式以生产加工环节作为主要盈利来源，并通常以受托加工、外协生产的形式开展业务，故又常称为 OEM 模式。如果企业能够更多地参与上游研发设计环节，则该模式可进一步发展为 ODM 模式。在该模式下，企业的核心竞争力在于领先的技术能力、规模经济与成本优势，同时也面临着人工成本上涨、原材料价格波动以及国际产业转移等风险因素。

纵向一体化模式以同时覆盖研发、生产、品牌和营销等多个环节为特征，产品价值链的大部分环节被内部化。该模式的优势在于企业可对价值链的各主要环节实施最有效的控制，在获得较高的利润空间与严格的质量控制的同时，能够通过自有供应链体系对市场需求、时尚变化做出快速响应。

虚拟运营模式以专注于上游研发设计与下游的品牌运营为特征，将生产加工环节外包，实现运营的轻资产化。该模式下，企业在利用外部制造资源降低产品成本的同时，需要在外部供应商、分销商与内部研发设计、品牌管理之间形成高效的供应链管理能力。

自有品牌专业零售商模式（Specialty Retailer of Private Label Apparel，SPA），融合了纵向一体化与虚拟运营的两方面特征。在该模式下，自有品牌服装企业对商品企划、设计、生产、物流和销售环节的控制，不再强调“全部拥有”或“部分外包”，而是“全程参与”，建立自有零售渠道。ZARA、H&M 和 UNIQLO

等快销服装品牌是 SPA 模式的典型代表，该类品牌企业通过建立高效的信息和物流网络，实现对产品供应链的垂直整合，以平价产品、快速响应的方式满足市场需求。

在女装行业，上述四种典型的商业模式并没有绝对的优劣，并通常面向不同的细分市场与目标客群。例如，对于注重高性价比的大众休闲与平价时尚服装，SPA 模式或虚拟经营模式较具竞争力；对于强调品牌形象、设计风格和产品品质的中高档成熟女装，纵向一体化模式则较为常见，更有利于实现时尚舒适、品质高端、风格明显的品牌定位。

（2）销售模式

在销售环节，品牌服装企业通常采取连锁经营的销售形式，并大致可分为直营连锁和特许加盟两种典型的销售模式。

在直营模式下，品牌服装企业直接投资开设零售网点，统一管理各零售终端的经营活动。直营模式的优势在于企业可充分获取销售环节的利润空间，可对销售渠道具有较强的控制力，有利于快速、自主、统一地贯彻公司经营战略，及时、准确、直接地掌握客户需求动态；但同时，建立庞大、有效的直营网络，也对企业的资金实力、经营管理等都提出了较高要求。

在加盟模式下，品牌服装企业通常与加盟商签订特许经营合同，约定将拥有的品牌、商标等经营资源在特定的范围、期限和区域内许可被特许人使用，由后者销售该品牌服饰产品。加盟模式的优势在于企业可利用特许加盟商的经营资源，以较少的资金和资源投入，快速地建立销售渠道、扩大市场份额，实现货品和资金的较快周转；但同时，企业对销售渠道的控制力将较直营模式有所减弱，尤其在加盟商对该品牌的依赖程度不高时，对营销网络实施统一的运营管理具有一定难度。

在实际经营中，品牌服装企业通常会采取直营和加盟相结合的销售模式。在品牌发展或区域扩张的初期，为快速扩大销售渠道，企业会更多地借助加盟商资源，并授予其更多经营权或允许自行发展下级加盟商。但随着品牌发展、统一运营的需要，企业会逐步提高直营模式比例或强化加盟管理能力，在两种模式间形成更为合理、有效的比例结构，充分利用两种销售模式的运营优势。

3、行业经营特征

（1）周期性

服装产品因细分市场与品牌定位的不同，随着宏观经济的周期性增长呈现出不同程度的周期性。服装作为生活必需品和日常消费品，在整体上具有一定消费刚性，随着商品资源的丰富，服装尤其是定位较高的品牌服装已具有更多的可选消费品特征。在经济繁荣时，服装消费的增长会出现高于整体经济的增速，而在经济萧条时，服装消费的增速下滑或将较整体经济更加明显。由此，伴随宏观经济波动，服装行业呈现明显的周期性。

对于尚处于成长期的国内中高档成熟女装，注重时尚、舒适的产品定位与合理的价格区间，既满足了成熟女性的日常着装需求，又适应了生活品质的提升对服装消费升级的诉求。因此，成长期稳固增长的市场需求在一定程度上缓解了经济波动对我国中高档成熟女装的周期性影响。

（2）区域性

在消费偏好的区域性方面，我国地域空间广阔、气候差异明显，因地理气候、生活习惯和文化传统的不同，各地消费者形成了区域化的衣着风格和体型特征，并孕育了粤派、京派、汉派、杭派、海派等多个区域性女装品牌集群。由此，全国性品牌的建立，需要企业研发设计出丰富的版型、色彩和款型，以广泛、多样的产品线实现对全国市场的覆盖。

在消费水平的区域性方面，我国各地经济发展存在一定的差异，一、二线城市消费者的人均收入和服装消费规模较高，并能够更快、更多地感受国际流行趋势，对品牌、时尚、购物环境等具有较高要求。因此，该等区域形成了规模巨大、时尚前沿、竞争激烈的服装市场。

随着中西部及三、四线城市经济发展与居民收入水平的提升，消费者对改善生活品质、追求品牌消费的诉求愈加强烈，该类区域市场的中高档服装消费在近些年实现了较快增长。加深进入中西部及三、四线市场的开拓，把握与满足该类区域市场快速成长的消费需求，培养消费者的品牌忠诚度，已成为部分品牌服装企业的重要发展战略以及竞争优势。

（3）季节性

服装行业随季节气候的变换，呈现出明显的季节性特征。一般而言，因面料

材质、厚薄长短等的差异，秋冬款服装的销售单价通常显著高于春夏款，企业及行业秋冬款产品的销售额也普遍高于春夏款。此外，在“五一”、“十一”期间以及元旦和春节前夕，节日性消费的集中释放通常也会带来较明显的销售旺季。

同时，在区域市场方面，北方市场的季节性较南方市场更为明显。我国北方地区四季分明，各季服装面料厚薄的差异更为明显，售价较高的羽绒与皮革类外套在冬季的销售情况明显好于南方地区。

（五）上、下游行业的关联影响

1、与上游行业的关联性及其影响

我国是全球最大的纺织纤维加工国，年加工规模占全球总加工量半数以上，总体上保证了服装用纺织品的充足供给。

中高档成熟女装较为注重舒适、时尚的穿着体验，面料的特性与花色则直接影响了服装的品质档次与款式效果。由此，面料的开发制造与服装产品的品牌定位、研发设计之间的联系已愈加紧密，品牌服装企业通常与上游面料制造企业建立较为紧密的合作关系，以实现定制、快速的面料开发，增强产品的独特性、缩短产品开发周期。

纺织面料的价格通常直接反映了羊毛、氨纶、涤纶、棉花等大宗原材料的价格波动，这一成本变动对服装企业利润水平的影响，因企业的品牌定位而不同。对于具有较高品牌溢价的服装企业，面料成本占产品价格的比重并不高，较高的销售毛利率一定程度上缓解了面料价格波动的影响；同时，中高档品牌服装企业可通过控制产品定价，部分或全部的向下游转移成本波动的影响。因此，面料价格在一定范围的波动，对中高档女装企业利润水平的影响有限。

2、与下游行业的关联性及其影响

服装行业的下游为参与服装销售、管理零售渠道的加盟商与百货商场。加盟商作为服装企业销售职能的延伸和替代，与服装企业之间有着互利共赢、相互制约的合作关系。一方面，服装企业良好的品牌形象与支持服务，为加盟商的产品销售提供了有力保障，而具有较强管理水平与渠道资源的加盟商，则可有效扩大产品的销售规模；另一方面，服装企业与加盟商之间具有双向选择与相互制约机制，具有较好品牌与渠道管理能力的企业更容易吸引与选择较强实力的加盟商。

百货商场是服装行业的重要销售渠道和下游零售业态，尤其对购物环境具有较高要求的中高档成熟女装，高端百货商场的店中店是其主要的终端渠道形式。品牌服装的百货商场店主要采取联营扣点的合作模式，在该模式下，服装品牌可借助于商场的形象定位、购物环境和客流规模等资源，快速提高销售业绩；另一方面，百货商场则更倾向于选择兼有较高市场地位与销售业绩的服装品牌，在获取更多销售扣点的同时，通过筛选进驻品牌来维护和提升商场定位。因此，具有较高市场地位与销售业绩的服装品牌更易与百货商场建立长期、稳固合作关系。

（六）行业发展有利与不利因素

1、有利因素

（1）产业政策有利于行业转型发展

在行业政策方面，推动自主品牌的建设已成为我国纺织工业转型升级的重要发展战略。

2009 年 10 月，工信部、发改委、财政部等国家七部委联合发布《关于加快推进服装家纺自主品牌建设的指导意见》，该意见指出计划到 2015 年，通过在品牌建设、金融服务、拓展海外市场、知识产权保护等方面提出导向性的政策措施，基本形成健康、规范的服装、家纺自主品牌发展的市场和社会环境，培育发展一批以自主创新为核心、以知名品牌为标志、具有较强竞争力的优势服装、家纺企业，以及若干具有国际影响力的服装、家纺自主品牌。此外，全国人大四次会议于 2011 年 3 月通过的《十二五规划纲要》、工信部于 2012 年 1 月发布的《纺织工业“十二五”发展规划》以及纺织工业联合会于 2012 年 5 月发布的《建设纺织强国纲要（2011-2020 年）》均先后强调，加强质量管理和技术升级，完善行业科技创新机制，重点推进行业自主品牌建设，已成为促进我国纺织产业调整和振兴的重要举措。

（2）收入提升促进服装消费升级

近年来，我国居民人均收入保持着每年超过 10%的增长速度。2012 年度，我国城镇居民人均可支配收入达到 26,959 元，已接近美国服装消费快速增长时期的人均收入水平。我国《十二五规划纲要》中指出，城镇居民人均可支配收入和农村居民人均纯收入计划分别年均增长 7%以上，并在大规模建设城镇保障性

安居工程的同时，进一步提高城乡基本养老与医疗保险的参保比例。人均可支配收入持续增长的背景下，养老、医疗、住房等社会保障体系的不断完善，将有利于激发社会居民的服装消费潜力，加快服装消费观念的转变与升级。

（3）城镇化建设扩大行业市场空间

根据中国共产党十八届三中全会通过的《中央关于全面深化改革若干重大问题的决定》，城镇化建设的持续完善与不断推进，已成为我国实现城乡一体化发展，提高农村居民收入水平与生活品质的重大发展政策。目前，我国城镇居民与农村居民的人均衣着支出与消费观念等方面均存在较大差距，以 2011 年为例，城镇居民年均衣着消费支出为 1,444 元，农村居民年均衣着消费支出仅约 264 元，不到城镇居民年均消费 1/5。未来，城镇化人口的增加与农村居民收入的提高，将在消费规模与消费观念等方面进一步扩大我国服装行业的市场发展空间。

同时，伴随着城镇化建设的推进，大中小城市的协调发展，将加速百货商场、购物中心等主要服装零售渠道在三、四线城市的扩张，进而带动中高档成熟女装在三、四线城市的逐步下沉和发展。

（4）成熟完整产业链保障行业发展

经过三十余年的发展，我国纺织服装行业已形成了从上游纤维加工到研发设计、成衣制造，再到营销渠道、品牌管理等一系列不断完善的产业体系，并在江苏、浙江、福建、广东等地区形成了多个成熟、完整的产业集群，聚集了众多面辅料供应商和成衣加工商，为自有品牌建设提供了丰富的供应链资源。同时，通过与欧美、日韩等发达国家进行广泛地交流合作，我国服装行业正在产品研发、品牌建设、供应链管理等方面不断提升，为培养具有国际影响力的国内自主服装品牌奠定了良好基础。

2、不利因素

（1）市场恶性竞争加剧

中国服装消费市场前景广阔，尤其在经历全球经济危机后，国际知名品牌纷纷加快中国市场拓展的同时，以出口为主的传统服装企业也开始逐步转向国内市场，使得行业竞争进一步加剧，产品促销打折、同质化竞争、渠道建设等行为增多，既不能很好地提高或维持品牌服装的形象，又不能提高服装行业的创新能力，不利于我国品牌服装的良性健康发展。

（2）知识产权保护滞后

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

（3）高端专业人才稀缺

我国传统服装企业以加工制造业务为主，品牌服装企业起步稍晚或多集中于大众中端的市场定位，整体服装行业缺乏产品研发设计、供应链管理、品牌推广、商品营销等方面的高端专业人才，使得我国高档服装市场仍主要被国外品牌所垄断。研发设计、品牌推广等方面专业人才的培养是一个漫长的过程，这在一定程度上制约我国品牌服装企业的发展壮大。

三、发行人在行业中的竞争地位

（一）行业竞争地位

公司女装产品定位于中高档价格区间的成熟女装细分市场，主导品牌“玖姿”经过十余年的发展，已成为我国成熟女装领域的领导品牌之一。根据中华商业信息中心的统计，在 2015 年全国大型零售企业的女装品牌销售排名中，列入市场综合占有率前十大女装品牌之一；其中，如不考虑 ONLY、VERO MODA、拉夏贝尔、Ochirly 四个少淑品牌女装，“玖姿”则位列成熟女装领域市场占有率的前五大品牌之一；同时，在平均单价较高的高端女装品牌销售排名中，“玖姿”品牌位列行业第三。2013 至 2015 年，根据中华商业信息中心的统计，全国重点大型零售企业女装销售前十名品牌市场综合占有率情况如下：

序号	2013 年		2014 年		2015 年	
	品牌名称	占有率%	品牌名称	占有率%	品牌名称	占有率%
1	VERO MODA	3.82	VERO MODA	2.80	ONLY	2.23
2	ONLY	3.78	ONLY	2.71	VERO MODA	2.15
3	哥弟	2.37	哥弟	2.04	哥弟	1.61
4	Ochirly	1.66	Ochirly	1.51	拉夏贝尔	1.32

序号	2013 年		2014 年		2015 年	
	品牌名称	占有率%	品牌名称	占有率%	品牌名称	占有率%
5	**玖姿**	**1.61**	玛丝菲尔	1.46	玛丝菲尔	1.31
6	玛丝菲尔	1.52	拉夏贝尔	1.44	雅莹	1.23
7	雅莹	1.51	雅莹	1.41	Ochirly	1.18
8	拉夏贝尔	1.46	AMASS	1.33	阿玛施	1.12
9	衣恋	1.36	**玖姿**	**1.29**	**玖姿**	**1.11**
10	AMASS	1.34	朗姿	1.12	玫而美	1.03

数据来源：中国商业联合会、中华全国商业信息中心。

在我国女装行业上市公司及预披露的拟上市公司中，公司与朗姿股份、玛丝菲尔、欣贺股份、维格娜丝、歌力思等女装企业较具一定程度的可比性。

单位：亿元

企业简称	2015 年度		2014 年度		2013 年度	
	营业收入	净利润	营业收入	净利润	营业收入	净利润
安正时尚	12.25	2.44	11.72	2.29	11.41	2.52
朗姿股份	11.44	0.74	12.35	1.21	13.79	2.34
玛丝菲尔	-	-	-	-	18.49	5.62
欣贺股份	18.13	3.60	22.18	5.32	20.96	3.63
维格娜丝	8.24	1.12	8.47	1.38	7.46	1.36
歌力思	8.35	1.60	7.44	1.38	7.10	1.37

数据来源：各上市公司的年报数据及拟上市公司的预披露数据；玛丝菲尔尚未更新预披露2014、2015 年度相关数据。

全国重点大型零售企业的女装销售监测信息，以品牌为基础统计监测范围内的零售终端销售情况，各可比公司及品牌业务的营业收入则由各公司旗下所有品牌的自营门店销售收入以及公司对加盟或经销商的销售收入所构成。

在收入构成方面，公司主导品牌“玖姿”的单品牌销售情况在国内可比公司中规模靠前，这一方面显示了公司主导品牌“玖姿”在成熟女装领域所具有的市场竞争地位，以及多品牌战略的良好发展空间，但另一方面也揭示了公司过于倚重主导品牌可能存在的经营风险。

单位：万元

企业简称	主要品牌	2015 年度		2014 年度		2013 年度	
		品牌收入	占比	品牌收入	占比	品牌收入	占比
安正时尚	玖姿	27,933	52.85%	91,916	78.53%	96,787	84.89%
	尹默	8,172	15.46%	12,396	10.59%	10,130	8.88%
朗姿股份	朗姿	-	-	76,518	61.96%	84,551	61.32%

企业简称	主要品牌	2015 年度		2014 年度		2013 年度	
		品牌收入	占比	品牌收入	占比	品牌收入	占比
	莱茵	-	-	21,946	17.77%	24,603	17.84%
	卓可	-	-	15,860	12.84%	19,945	14.47%
玛丝菲尔	Marisfrolg	-	-	-	-	143,426	77.58%
	MASFER.SU	-	-	-	-	37,430	20.25%
欣贺股份	JORYA	59,814	33.27%	73,618	33.43%	69,595	33.21%
	ΛNMΛNI	31,346	17.43%	40,288	18.29%	42,378	20.22%
	AIVEI	24,391	13.57%	32,125	14.59%	30,462	14.54%
维格娜丝	V·GRASS	81,385	98.86%	84,586	100%	74,625	100%
歌力思	ELLASSAY	80,355	97.53%	74,395	100%	71,041	100%

数据来源：各上市公司的年报数据及拟上市公司的预披露数据，朗姿股份未披露 2015 年度相关数据，玛丝菲尔尚未更新预披露 2014、2015 年度相关数据。

（二）公司竞争优势

公司创业团队自从事服装业务以来，始终专注时尚服装主营业务，致力于将公司建设成为具有国际影响力的多品牌时装集团。通过在自主品牌、研发设计、营销渠道、生产工艺和管理实践等方面的持续努力，公司以引领时尚、注重品质、形象鲜明、款式丰富的品牌时装产品，满足了广大消费者不断提升的着装需求，在成熟女装领域形成了行业前列的综合竞争力。

1、自主品牌优势

公司始终坚持自主品牌发展之路，相继创立了“玖姿”、“尹默”、“安正”三大各具特色、相互补充的中高档时装品牌，并于 2014 年下半年在中淑女装细分领域分别收购了“摩萨克”与“斐娜晨”两大新兴时装品牌，进一步增强了公司多品牌战略的多样性与互补性，从而形成了一个结构稳固、风格多样、定位互补的“金字塔式”品牌阵营。

（1）玖姿：自信、优雅、女人味

“玖姿”作为公司的主导品牌，以成熟的品牌风格、广泛的市场覆盖、适销的商品特征，为公司主要的收入与利润来源，构成了金字塔式品牌阵营的稳固塔基。“玖姿”品牌创立于 2001 年，经过十余年的创新探索和持续改进，确立了在成熟女性消费者中具有广泛认同的品牌风格，致力于成为“最懂修饰女性身形的时尚专家”，即通过产品款式设计、面料色彩运用和品牌形象宣传等方式，塑造和呈现出成熟女性所普遍追求的自信、优雅、富有女人味的经典着装形象。

“玖姿”以崇尚精致生活的都市女性为目标客群，强调“自信、优雅、女人味”的品牌风格与“优雅于心，愉悦从容”的品牌主张。同时，公司产品注重消费者的着装心理年龄，以心理年龄 35-45 岁为玖姿品牌的核心年龄层，并以丰富的产品线与品牌系列为基础，让 28-49 岁区间的消费者亦可在“玖姿”品牌中挑选到适合的时尚服装。同时，“玖姿”也较为强调产品的适销性和性价比，通过时尚舒适的穿着体验和物有所值的购物感受，使“玖姿”女装更好地融入消费者的生活方式，成为其日常衣着的一部分，从而提高重复购买和经常性消费的比例。

在市场影响力方面，公司主导品牌“玖姿”已发展成为我国成熟女装的领导品牌之一，在 2015 年全国大型零售企业的女装品牌销售排名中，列入市场综合占有率前十大女装品牌之一，并在高端女装品牌销售排名中位列行业第三。2012 年 11 月，“玖姿”品牌被工信部与纺织工业联合会列入我国《重点跟踪培育的服装家纺自主品牌企业名单》。“玖姿”品牌的商业成功与管理经验，为公司的多品牌发展战略，奠定了良好的基础。

（2）尹默：独立、知性、时尚

“尹默”女装创立于 2008 年，开启了公司多品牌运营的经营战略。“尹默”品牌以 28-35 岁为核心年龄层，定位于该年龄层的成熟女装又称为“中淑装”，以进一步区别于“玖姿”核心目标客户所属的“大淑装”。

“尹默”女装致力于塑造独立、知性、时尚的品牌形象，服务于具有良好教育背景、经济独立、追求自我形象的都市成熟女性。该类目标客群虽来自不同的职业领域，但具有独立、知性、不随波逐流的相同特质，在注重时尚、品牌的同时，追求服装的设计感和自我审美观的诠释。因此，作为一个追求设计感的时尚品牌，“尹默”具有较“玖姿”更为高端的市场定位和价格区间，处于公司金字塔品牌阵营的前端。

经过多年的培育发展，“尹默”作为公司第二大女装品牌，2016 年 1-6 月营业收入占当年营业收入的比重达 15.46%。截至 2016 年 6 月末，尹默女装已在全国建立了 81 家零售门店，创新、独特、知性的品牌定位逐渐得到消费者的广泛认同。

（3）安正：时尚、商务、品质

“安正”男装是公司于 2012 年推出的高端品牌，以 35-45 岁为核心年龄层，面向追求事业成就、高品质生活及时尚品味的都市成熟男士，具有大气、品质、

时尚的设计风格，实现了东方文化内涵与西方艺术手法的有机结合。

在风格定位上，国内男士成衣品牌普遍定位于“大众商务”或“商务休闲”两大类型，在商务、休闲、时尚三个主题之间，缺乏以强调时尚品味为特征的“商务时尚”品牌。安正男装的推出顺应了这一市场空缺，旨在满足都市高端男士商务时尚的着装需求。同时，在产品定位上，国内男装市场呈现两极化分布，以杰尼亚、迪奥、阿玛尼为代表的国际一线品牌，强调高端舒适的面料与时尚经典的设计，并采取奢侈品的价格策略；而国内男装品牌大多定位于大众、中档市场，但在时尚的款式设计与舒适的面料品质方面有所欠缺。“安正”男装定位于两者之间的蓝海市场，选用高端进口面料，兼有时尚的设计、舒适的品质以及本土化版型，采取介于国际一线品牌与国内大众品牌之间的中高档价格定位。

截至 2016 年 6 月末，尚处于培育期的安正男装，已在北京、上海、重庆、杭州、沈阳、长春等国内 23 个重点城市开设了 32 家零售门店，时尚、商务、品质的品牌定位已取得消费者的认同。

（4）“摩萨克”与“斐娜晨”

2014 年下半年，在多品牌发展战略的指导下，公司在成熟女装的中淑装细分领域先后收购了“摩萨克”与“斐娜晨”两个时装品牌。两新兴品牌的加盟从品牌风格、文化内涵、价格区间及客户覆盖等方面，进一步增强了公司品牌阵营的多样性与互补性。

“摩萨克”以 25-35 岁为目标客户年龄层，虽与尹默女装同处于中淑装细分领域，但定位于“法式浪漫、梦幻俏皮、华丽精致”的品牌文化，强调灵动、华美、清新优雅的设计风格。截至 2016 年 6 月末，摩萨克已在上海、南京、杭州、重庆、长春等 15 个主要城市的 19 家知名百货商场建立了零售门店。

“斐娜晨”在中淑装细分领域中，注重年轻化的设计定位，以 25-32 岁为目标客户年龄层，主打“玩味、当代、精致”的品牌风格。在设计风格方面，斐娜晨以舒适、大胆的色彩组合与拼接，趣味、幽默的裁剪与图案，致力于不断为中国当代女性带来着装的愉悦和惊喜，展现其乐活、玩趣、时尚的精致生活方式。截至 2016 年 6 月末，斐娜晨已在北京老佛爷百货商场、北京国贸商城、长春卓展购物中心、上海久光百货等 33 家全国知名百货商场与购物中心建立了零售门店。

在积极打造旗下品牌的同时，公司通过设立浙江安正慈善基金会等多种方式积极投身社会公益活动，塑造良好的企业与品牌形象，取得了良好的社会效益。

2、研发设计优势

在发展自主品牌方面，公司始终把产品的研发设计工作放在基础、核心位置，以专业的研发团队、开放的创新机制以及丰硕的研发成果，为广大消费者提供了时尚舒适、形象鲜明、款式丰富的品牌时装。

（1）专业的研发团队

公司拥有省级企业研发中心，负责从公司长期品牌发展战略出发，规划各品牌的产品定位，并制定和实施各品牌产品的企划方案，组织各季产品设计、开发与技术实现工作。研发中心下设玖姿、尹默、安正、摩萨克和斐娜晨的五个品牌设计研发部门，独立负责各品牌产品设计企划、设计开发、技术制作等工作。

在设计团队建设方面，公司实行内部自主培养与外部广泛吸收并重的人才发展机制。该等研发设计人员具有丰富的服装设计相关理论知识与实践经验，并对公司的品牌理念具有深刻和全面的认识。2011 年，公司获中国纺织工业联合会授予“产品开发贡献奖”。

（2）开放的研发机制

公司以“自主研发、开放创新”作为保持时尚领先、持续发展的产品研发机制。在自主研发方面，为保证产品更加贴近市场流行趋势和消费者需求，公司研发团队积极与销售终端建立开放、互动的合作机制。借助于遍布全国各销售终端的分销数据系统，以及定期的市场调研、产品宣贯与评审会议，公司研发部门可及时、准确地了解全国各地的市场数据和客户反馈，不断完善产品研发内容，提高市场定位的准确性。

在开放创新方面，公司于 2013 年聘请法国著名色彩趋势研究机构贝克莱尔公司（PeclersParis S.A.S），参与各季产品的主题选择与色彩创作过程，引入与掌握国际前沿的色彩流行趋势与研究方法；同时，公司聘请来自意大利、英国、韩国等多名著名时装设计师担任公司的品牌创意顾问，参与公司各品牌的设计企划工作。

（3）丰硕的研发成果

在专业研发团队与开放创新机制的支撑下，公司各品牌新产品、新款式研发

不断推陈出新。同时，公司积极地将创新型的款式和版型研发成果转化为正式专利，以促进对知识产权的有效保护。截至 2016 年 6 月末，公司共拥有 9 项实用新型专利。

3、营销渠道优势

在公司三大品牌中，“玖姿”女装采取加盟与直营并重的销售模式，分别处于品牌成长期的“尹默”、“安正”、“摩萨克”及“斐娜晨”则主要采取直营模式。截至 2016 年 6 月末，公司上述五大品牌的终端门店数量已达 897 家，其中直营门店 287 个、加盟门店 610 家。广泛的终端网络覆盖了全国 31 个省、自治区及直辖市主要城市的重点商圈，保证了公司销售业绩的持续、稳步增长。

（1）完善的渠道类型

公司建立了商场门店与专卖门店相结合、网络销售为补充的多样化终端零售渠道。截至 2016 年 6 月末，公司的商场联营门店达 696 家，品牌专卖店达 201 家（含街边专卖店与购物中心店）。

在商场店建设方面，公司已与大商集团、银泰百货、卓展集团、百联集团、王府井集团、万达百货等众多商业集团建立了广泛而深入的合作。服装品牌与商场的联营合作不仅体现在销售分成上，商场也需要进驻品牌为其带来形象和客源的提升，从而形成相互需要、相互扶植的合作关系。为增强与各商场集团长期、广泛的合作，公司从内部提升出发，一方面通过精细化管理提升单店绩效，另一方面通过加强产品研发、品牌推广等提升品牌知名度、美誉度与认同度，以实际的销售绩效和品牌声誉，稳固与各大型百货商场集团的合作基础，保证了对重点商场渠道的有效覆盖。

在专卖店建设方面，公司通过加强门店选址与 VIP 客户关系管理，有效的缓解了中高档成熟女装对百货商场零售渠道的依赖程度，丰富渠道模式的多样化。公司对直营与加盟专卖店的开设实行统一的评审管理，综合考虑城市经济水平、居民消费特征、周边商圈环境及竞争对手布局等因素。经过多年的探索和总结，公司形成了一套成熟、有效的门店评价体系，保证了专卖店较高的经营业绩。在专卖店运营方面，公司充分利用专卖店经营面积大、管理自主性高等特点，侧重于通过专场展示等活动加强 VIP 客户的维护。

同时，为促进过季和滞销产品的消化，避免该类产品的折扣促销对公司终端零售门店与品牌形象的影响，并利用以奥特莱斯（Outlets）为代表的名品折扣零售业态，以及日趋成熟的电子商务，公司建立了线下、线上相结合的五季产品销售渠道。进入五季渠道的商品由商品部根据正价门店销售情况、库存情况进行筛选，与零售门店形成差异化定位。截至 2016 年 6 月末，公司在全国共建立了 34 家五季门店，并在天猫商城与唯品会建立了线上品牌旗舰店；以 2015 年度为例，公司线上、线下五季销售渠道合计实现收入 18,331.55 万元。未来，随着 O2O 商业模式的发展，公司将针对线上渠道推出独立的品牌或款式，或实现线上、线下当季产品的同步发售。

（2）成熟的管理体系

公司对直营与加盟终端实行统一的信息化管理，在每一个销售终端门店安装统一的分销信息系统与即时通讯工具，及时记录和掌握货品的零售与库存情况，并实现各销售终端的顺畅沟通与无缝连接。由此，在建立强大销售网络的同时，辅之以统一、严格的信息化管理技术，一方面保证了公司对营销网络的控制力度，加强品牌形象与销售政策的统一管理，另一方面借助了加盟商的经营资源扩大市场覆盖面，提升市场份额。

在积极发展直营销售渠道的同时，长期合作、实力雄厚、结构合理的加盟合作资源为公司业务的持续增长奠定了坚实基础。

4、一体化供应链优势

公司时装品牌定位于中高档成熟男女细分市场，该领域具有设计时尚性强、品质要求高、款型样式多、销售周期短等特征。为此，公司建立了集设计研发、采购生产、零售分销为一体的完整供应链，并实行自主生产、委托加工与成衣采购并行的开放式产品供应链体系。

自主生产能力的建立，首先有助于提高公司研发设计部门与生产技术部门之间的沟通效率、缩短新品上市时间，满足中高档时装多款式、短周期等技术要求。其次，对生产加工技术的掌握，有利于公司实现对成衣加工品质的严格管控，由自主生产所积累的生产线管控经验与技术管理人才，为公司管理委托加工与成衣采购、委派现场技术人员提供了重要基础。此外，以自主生产能力为基础，公司

可根据零售终端销售反馈、库存面辅料的储备情况，及时、快速地开展追单生产，进一步增强公司供应链的柔性化程度。

为进一步巩固与提升公司一体化供应链优势，公司在海宁经济开发区建设了集研发、生产、仓储、展示及管理为一体的“安正时尚集团文化创意产业园”，以将公司生产运营总部的软、硬件设施提升至一个新的发展平台，为未来五到十年的跨越式发展及公司长期发展目标的实现打下坚实基础。

5、管理团队优势

实际控制人郑安政先生及管理团队，始终将主营业务聚焦于服装行业以及品牌时装细分市场，将主要资金和精力投入到公司主营业务的发展上，积累了丰富的行业经验，并不断优化、革新业务发展模式，致力于将公司打造成为具有国际影响力的多品牌时尚集团。

同时，公司还形成了一支经验丰富、积极进取、对服装事业专注热忱的管理与设计团队。在具有对服装行业深入透彻的认识理解与实践经验的同时，公司管理与设计团队不断加强对现代化管理方法和国际领先同行经营实践的学习，完善公司管理体系、提升核心竞争力。

（三）公司竞争劣势

1、多品牌经营能力有待加强

目前，公司的主要收入来源于主导品牌“玖姿”，存在着过于倚重主导品牌的经营风险。如果玖姿品牌出现严重影响品牌声誉的意外事件，或该品牌的市场竞争力大幅下降，都将直接地影响公司的经营业绩。

但是，品牌的培养是一个长期投入和持续积累的系统性工程，涉及品质、设计、形象、服务等多方面因素，通常需要 3-5 年的时间；同时，多品牌运营企业还需要摆脱主导品牌对新品牌的同化、实现不同品牌的差异化定位，充分发挥多品牌运营在资源共享、协同发展等方面的优势。因此，品牌培养的累积过程，以及在差异化与协同性之间的有效平衡，对企业的经营管理能力提出了较高要求。

目前，尽管随着公司多品牌战略的发展与成熟，“尹默”、“安正”、“摩萨克”和“斐娜晨”等品牌的收入占比逐年提高，但公司的整体经营业绩在短期内仍然无法改变对主导品牌“玖姿”的依赖，多品牌运营能力有待进一步加强。

2、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与品牌影响已处于行业前列，但面对成长期激烈的市场竞争，公司的品牌运作、设计研发、渠道管理与国际知名服装企业，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、商品供应链、营销网络建设与信息化系统等系列环节进行全面、持续、大规模的投入，资本实力有待进一步提升。

四、主营业务的具体情况

（一）主营业务及其产品

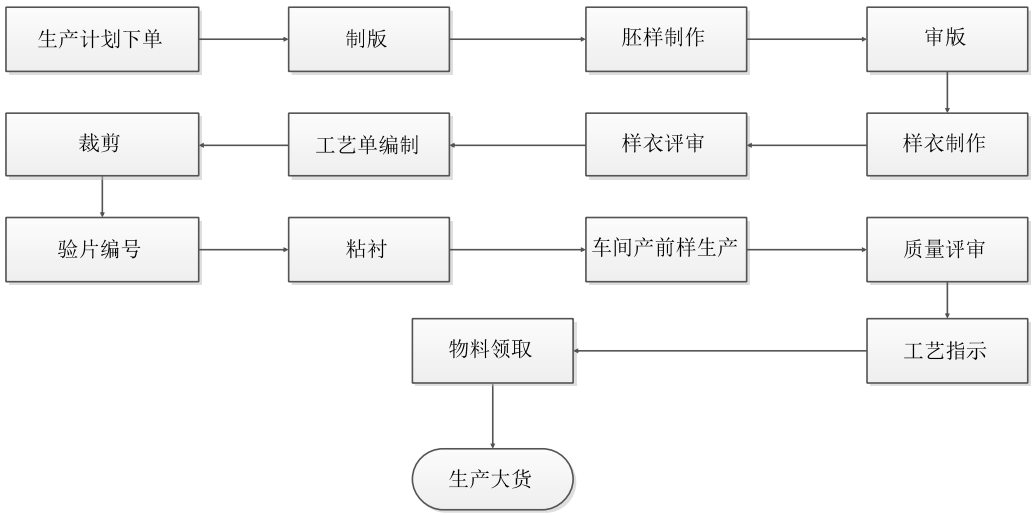
公司主营业务为自主品牌时装的研发、生产和销售，旗下所经营的主要品牌包括“玖姿”、“尹默”、“摩萨克”和“斐娜晨”四个成熟女装品牌，及“安正”商务时尚男装品牌。公司主要产品包括上衣、裙装、裤装、外套、皮衣等各类女士时装，以及西装、裤子、衬衫、夹克等各类男士时装，各类产品的分类情况如下：

产品类别		产品明细
女装	上衣	毛衫、衬衫、小衫等
	裤类	正装裤、休闲裤等
	裙类	裙子、连衣裙、吊带裙等
	外套	外套、厚外套等
	皮衣、羽绒服	皮衣、裘皮、羽绒服等
	饰品等	饰品、包、围巾、鞋、披肩等
男装	上衣	夹克、便服、西装等
	裤类	正装裤、休闲裤等
	衬衫	衬衫
	皮衣、羽绒服	皮衣、羽绒服等
	其他	T 恤、针织衫、配饰

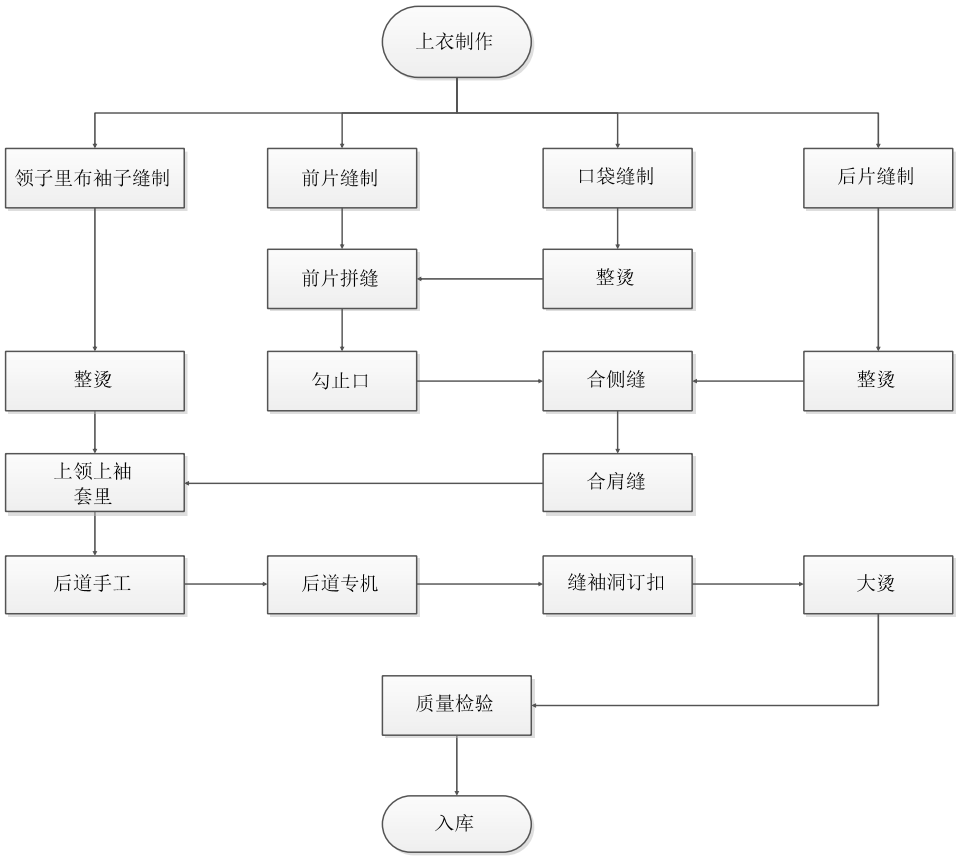
（二）主要产品工艺流程

公司产品的大货生产工艺流程可分为产前准备与缝制加工两个主要阶段。其中，根据各类产品的结构异同，缝制加工过程又可大致分为上衣、外套类产品与裤、裙类产品。

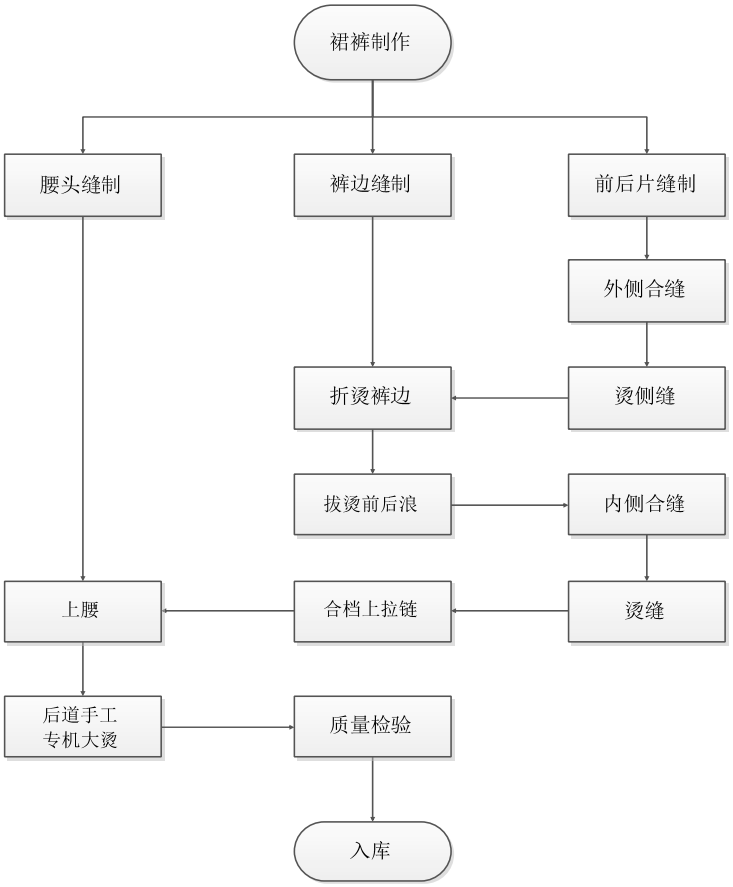
大货生产前准备阶段的工艺流程如下：



上衣、外套类产品的加工工艺流程如下：



裤、裙类产品的加工工艺流程如下：



（三）公司主要经营模式

公司实行一体化、开放式的经营模式，即在公司自主开展研发、采购、生产、销售和品牌管理等价值创造环节的同时，通过合作交流、委托加工和加盟销售等形式，充分、灵活地利用外部合作伙伴的设计、生产及销售资源。

1、开发设计

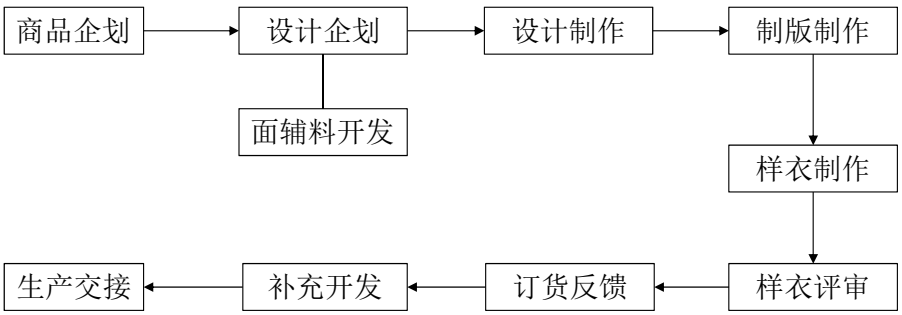
为保持差异化的品牌定位、设计风格及目标客群，公司旗下各品牌均以春、夏、秋、冬四季产品为基础，实行相对独立的产品开发。产品开发过程可分为商品企划与产品设计两个主要阶段。

（1）商品企划

商品企划是各品牌、各季产品开发、推广与销售的起点。通过分析与总结上季及历史零售情况、定期走访市场、收集终端销售反馈以及竞争品牌追踪等调研活动，商品企划针对本季产品的波段推出时间、各波段的产品品类结构、各品类的款式色彩结构以及价格结构等制定产品结构规划与销售计划，以及根据畅销款式、市场偏好与流行趋势，对产品款式、色彩、面料、搭配的研发等提出指导意见，从而形成具体的商品企划方案。商品企划方案制定后，商品部通过方案的宣传贯彻会，向研发、销售、生产等相关部门发布，介绍与解释企划方案。各品牌的研发设计团队根据商品企划方案进行产品研发，以确保公司所推出的各季产品可更好地满足市场需求。

（2）研发设计

对于产品的研发设计，公司实行“自主研发、开放创新”的组织机制，以省级企业研发中心为基础，积极与国际权威流行趋势研究机构、著名时装设计师进行合作，建立了较为成熟、完善的自主研发体系。公司研发中心下设玖姿、尹默、安正、摩萨克、斐娜晨五大品牌研发部，独立开展各品牌产品的设计企划、设计开发、技术制作与评审修订等研发工作。



在开发流程方面，企业设计师首先根据商品企划方案，结合各品牌的设计风格、市场定位及内涵特征等，通过市场调研、灵感启发及讨论交流等方式，启发与选定当季产品的设计主题、款式花型、色彩搭配，形成设计企划方案；产品设计师根据设计企划方案，绘制详细、具体的产品图稿，并协调采购部与供应商进行面辅料开发；制版技术团队根据设计图稿、面辅料坯样，并结合日常版型研发工作进行打版、制样；样衣初步制成后，设计团队根据样衣所呈现的具体效果，与技术团队就设计图稿、样衣版型等进行交流调整，形成可供内部审核的产品样衣；经过内部审核进行筛选与修改后，样衣进入商品订货会。商品订货会阶段，研发部门在向参会加盟商、区域经理及销售代表介绍当季设计主题、展示设计作品的同时，会再次根据订货反馈意见、订单分析结果，对部分款式做设计调整与补充开发，并最终形成进入大货生产阶段的定版设计。

在开放合作方面，公司积极与国际权威流行趋势研究机构、著名时装设计师进行合作，开放性地吸收和学习国际时尚趋势与研发经验。例如，在设计主题选择与色彩花型创作方面，公司与国际著名色彩趋势研究机构进行合作，引入与学习国际前沿的色彩流行趋势，并聘请来自意大利、英国、韩国等多名国际知名时装设计师担任品牌创意顾问，参与公司品牌的设计企划工作。

2、采购模式

公司实行自主采购，由研发中心统一负责各品牌的采购业务，实现商品企划、产品开发、面辅料与成衣采购一体化运营。公司制定了规范的面、辅料及成衣采购流程，严格控制进度跟踪、入库检验等采购环节，确保所采购的面、辅料及成衣符合公司要求。

在面料采购方面，公司在每季产品的开发过程中分品牌进行集中采购。为保证面料在品质、款式与货期等方面满足产品设计与生产需求，公司面料的集中采购流程分为面料调样、面料开发与大货采购三个主要环节。在每季产品的研发设

计阶段，采购部门组织合格供应商参与企划设计的面料选样、开发工作。在经过商品订货会后，生产中心根据商品订单、波段计划，制定成衣供应计划；采购部门根据供应计划，对面料进行分解、并款，形成大货采购订单，并组织供应商签订采购合同，跟踪和控制面料供应商的大货生产、产品品质与交货期。

3、生产模式

公司目前主要采取自主生产、委托加工及成衣采购相结合的成衣供应模式，由生产中心统一负责组织、实施和管理公司各品牌产品的生产活动。

（1）自主生产

在自主生产下，公司生产中心根据审定的样衣图纸与商品订单，制作产品加工工艺单与生产计划，使用自有厂房设施、生产设备及自行采购的面辅料，组织与实施生产活动。

在生产周期上，公司对每季产品采取集中生产与追单生产相结合方式。在每季产品的订货会后，生产中心根据加盟商及直营终端的订货数量与上货波段，组织产品的集中生产。在当季产品的销售过程中，当销售终端存在临时补货需求时，在面、辅料的库存充足或供给及时的情况下，公司将组织产品的追单生产。

（2）委托加工

委托加工模式主要针对技术风险小、加工难度低并已形成一定订单规模的品类款式。在该模式下，公司向外包合作厂商提供产品设计样衣、制作工艺单以及由公司采购的面、辅料，委托其加工公司自主研发设计的产品。为保证外包产品品质，公司委派驻场品质主管与生产线跟单员进行全程跟指导、生产监督以及在线问题解决；同时，公司在委托加工产品验收入库前，实行严格的成衣全检。

对于委托加工成衣的加工费定价依据，公司首先以自有生产技术能力为基础，利用标准工时分析系统（GST）分析与计算每款委托加工成衣的基本工价；然后，评估成衣加工所需的制造费用等其他制造成本，对基础工价乘以特定系数，计算得出各款委托加工成衣的基准定价；以基准定价为基础，公司综合考虑合作加工厂商的加工质量、生产能力、交货周期等因素，与加工厂商就各款产品的单位加工费进行询价比较与协商定价。

报告期内，公司与可比上市公司入库成衣的委托加工基本情况比较如下：

委托加工		2016 年 1-6 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
公司	加工费用（万元）	791.66	3,295.77	3,688.23	2,245.80
	加工数量（万件）	28.42	85.40	99.21	62.08
	加工单价（元/件）	27.86	38.59	37.18	36.18
歌力思	加工费用（万元）	-	-	-	517.22
	加工数量（万件）	-	-	-	-
	加工单价（元/件）	-	-	-	-
维格娜丝（注 1）	加工费用（万元）	-	-	-	3,345.67
	加工数量（万件）	-	-	-	48.91
	加工单价（元/件）	-	-	-	68.41
欣贺股份（注 2）	加工费用（万元）	-	369.90	1,771.75	1,186.84
	加工数量（万件）	-	7.71	35.82	24.08
	加工单价（元/件）	-	47.97	49.46	49.28
玛丝菲尔	加工费用（万元）	-	-	-	-
	加工数量（万件）	-	-	-	112.14
	加工单价（元/件）	-	-	-	-
日播时尚（注 3）	加工费用（万元）	-	-	2,982.53	3,868.35
	加工数量（万件）	-	-	82.45	128.36
	加工单价（元/件）	-	-	36.17	30.14

注 1：维格娜丝未直接披露与委托加工数量相对应的委托加工费总金额，但对期间前五大委托加工厂商的委托加工费及其占比进行了披露，该表中委托加工费用系根据该等委托加工厂商加工费及占比计算而得；

注 2：欣贺股份将委托加工费与外购半成品合计为外协加工，未披露整体委托加工费用及加工数量，而对主要的委托加工工序（车工）的加工数量与单价进行了披露，表内数据为欣贺股份委托加工中车工工序的相关数据；

注 3：由于可比公司委托加工数据披露信息有限，为丰富行业对比情况，本表增加了以中淑装为主要产品的拟上市公司日播时尚集团股份有限公司的相关内容，该公司的产品年龄定位略低于以大淑装为主的发行人等可比公司，与发行人的多品牌组合中尹默、摩萨克、斐娜晨的年龄定位较相近。

由于各公司委托加工的成衣品类、款式及数量普遍存在差异，相关平均加工单价亦存在不同，但该等公司的平均加工单价均落入公司各品类平均加工单价的波动范围。从委托加工的数量结构占比、平均加工单价方面，公司与日播时尚较为接近，平均加工单价在 30-40 元/件之间。行业可比公司平均加工单价的不同，与各企业委托加工的成衣品类、款式设计、加工数量以及周边产业配套等因素密切相关。例如，如果加工单价较高的皮衣、羽绒服、厚外套及毛衫等产品的委托加工占比较高，则委托加工整体平均单价将会上升，并甚至可达每件 100 元以上；如果加工单价较低的小衫、裤子及裙子（非连衣裙）等品类的委托加工占比较高，

则委托加工整体平均单价将会下降，甚至可达每件 30 元左右。因此，行业可比公司根据自身产能结构、周边产业配套、产品加工工艺等多重因素，安排各年度及各季产品委托加工的具体款式、数量等，通常会导致整体平均加工单价出现差异。

（3）成衣采购

对于毛衫、皮装、羽绒类服装，公司主要实行成衣采购的供应模式。公司通常会向成衣制造商提供设计样板与加工工艺单，并指定面、辅料的款式品种与供应来源，由成衣制造商直接向面辅料供应商进行物料采购、支付货款与组织生产。同时，对于皮衣、羽绒等冬季服装，公司向成衣制造商提出当季产品的设计要求，然后在供应商提供的样衣中，选择符合公司品牌定位、当季主题和品质标准的款型入选当季产品订货会，并根据订货情况与成衣制造商签订采购协议。公司对入库的采购成衣进行全检，以保证产品质量符合公司要求。

在合作方式上，公司与供应商实行排他性的定制化生产，并在采购协议中明确约定，对于由公司开发或供应商开发而公司买断的款式，供应商不得自行生产或泄露给其他第三方。

在结算方式上，公司通过银行转账与成衣供应商进行结算。在签订采购协议后的 7 个工作日内，向供应商支付合同价款的 30%作为预付款；在货品全部交清、验收合格入库后的 7 个工作日内，公司在收到供应商开具的增值税发票后，向其支付合同价款的 50%；剩余 20%货款将在验收入库后的两个月内支付完毕。

报告期内，公司与可比上市公司入库成衣的成衣采购基本情况比较如下：

委托加工		2016 年 1-6 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
公司	成衣采购金额（万元）	3,100.26	11,850.26	13,219.95	14,699.56
	成衣采购数量（万件）	20.75	39.91	38.26	41.71
	平均采购单价（元/件）	149.42	296.94	345.56	352.41
歌力思	成衣采购金额（万元）	-	-	7,048.49	10,069.58
	成衣采购数量（万件）	-	-	-	-
	平均采购单价（元/件）	-	-	-	-
维格娜丝（注 1）	成衣采购金额（万元）	-	-	-	1,252.78
	成衣采购数量（万件）	-	-	-	-
	平均采购单价（元/件）	-	-	-	-
欣贺股份（注 2）	半成品采购金额（万元）	-	10,218.87	12,666.22	13,433.24
	半成品采购数量（万件）	-	50.48	62.73	68.83

委托加工		2016 年 1-6 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
	平均采购单价（元/件）	-	202.45	201.93	195.18
玛丝菲尔	成衣采购金额（万元）	-	-	-	16,390.80
	成衣采购数量（万件）	-	-	-	77.85
	平均采购单价（元/件）	-	-	-	210.53
日播时尚	成衣采购金额（万元）	-	-	22,485.31	29,418.15
	成衣采购数量（万件）	-	-	241.67	326.90
	平均采购单价（元/件）	-	-	93.04	89.99

注 1：维格娜丝未直接披露与定制成衣数量相对应的定制生产金额，但对期间前五大定制生产厂商的采购金额及其占比进行了披露，该表中成衣采购金额系根据该等定制生产厂商采购金额及占比计算而得；

注 2：欣贺股份的产品生产包括自制生产、外协生产两种模式，其中外协生产分为委托加工与外购半成品，其中外购半成品与行业企业的成衣定制较为相近，由外协厂商采购原辅材料并组织生产。欣贺股份对外采购的主要为针织品、皮制品、罗纹、羽绒等半成品。

由同行业可比公司比较可知，各公司成衣采购的规模及平均采购单价各有差异，除定位于中淑装的日播时尚外，其他可比公司的平均采购单价均落入公司各品类平均加工单价的波动范围，这可能与日播时尚的采购品类与采购规模等因素有关。此外，从公司细分产品采购单价的差异可知，同行业企业成衣采购的平均单价差异与各企业对外采购的成衣品类、采购规模等因素密切相关。如果平均单价较高的皮衣、羽绒服、厚外套等产品的采购比例较高，则成衣采购的整体平均单价将会上升；而如果平均单价较低的上衣、裤类、裙类等产品的采购占比较高，则成衣采购的整体平均单价将会下降。

4、销售模式

公司实行直营与加盟相结合的销售模式。其中，“玖姿”品牌作为公司较早发展的核心品牌，形成了加盟门店占比较高的渠道结构，“尹默”、“安正”“摩萨克”及“斐娜晨”作为公司陆续推出的新品牌则主要采取直营销售模式。

直营模式是指公司自行投资、经营的零售终端，直接向终端消费者销售产品。直营渠道的建立有助于加强公司对销售终端的控制力，获取销售环节更多的利润空间，并在提升品牌形象与影响力方面具有重要作用。

加盟模式是指公司通过与加盟商签订特许经营合同，授予加盟商在约定的期限和范围内的品牌经营权。加盟商以产品吊牌价的约定折扣向公司购货，并通过其所投资和经营的专柜或专卖店向顾客销售产品。公司对加盟商实行买断式销售

和扁平化管理，在实行加盟模式的玖姿品牌事业部下，设立加盟管理部，直接服务于各加盟商。

同时，为充分发挥公司差异化多品牌阵营的协同效应，公司于 2015 年上半年开始建设“安正尚品”多品牌集合店，以汇聚公司玖姿、尹默、摩萨克、斐娜晨等多个高端时尚品牌，营造风格多样、款式丰富的一站式购物环境。

截至 2016 年 6 月 30 日，公司已在全国 31 个省、自治区及直辖市建立 897 家销售门店，其中，直营门店 287 个，加盟门店 610 个。其中，各品牌独立店、多品牌集合店及五季店的数量构成情况如下：

品牌	玖姿	尹默	安正	摩萨克	斐娜晨	五季	集合店	合计
直营门店	83	81	32	33	19	34	5	**287**
加盟门店	610	-	-	-	-	-	-	**610**
合计	**697**	**81**	**32**	**33**	**19**	**34**	**5**	**897**

（1）直营门店管理

公司直营门店可分为“商场店”与“专卖店”两类经营形式。其中，商场店系公司开设在百货商场中的销售专柜或专厅，通常与所在百货商场进行联营合作，由公司直接面向零售顾客销售产品，由联营商场统一代专柜向顾客收取销售货款；联营商场定期（通常为一个月）与公司进行对账结算，扣取专柜零售额的约定比例（又称“扣点”）作为联营分成，公司则以扣点后的销售净额向商场开具发票、收取货款。专卖店系公司开设在购物中心或商业街区的销售门店，主要通过租赁方式取得门店物业的使用权，并以自收银的方式销售产品。

报告期内，公司直营门店新开、加盟转入、关闭以及转为加盟的情况如下：

单位：家

年度	类型	期初	期间增加		期间减少		期末
			新开	加盟转入	关闭	转为加盟	
2013 年	商场店	127	61	-	16	-	172
	专卖店	31	8	-	11	-	28
	合计	**158**	**69**	**-**	**27**	**-**	**200**
2014 年	商场店	172	79	7	31	11	216
	专卖店	28	3	-	10	-	21
	合计	**200**	**82**	**7**	**41**	**11**	**237**
2015 年	商场店	216	80	1	48	-	249
	专卖店	21	6	-	6	-	21
	合计	**237**	**86**	**1**	**54**	**-**	**270**
2016 年 1-6 月	商场店	249	27	-	16	-	260
	专卖店	21	8	-	2	-	27

	合计	**270**	**35**	**-**	**18**	**-**	**287**

2013 年度至 2016 年 1-6 月，公司新增直营门店数分别为 69 家、89 家、87 家和 35 家，关闭直营门店数分别为 27 家、41 家、54 家和 18 家，撤店率[1]分别为 11.89%、14.19%、16.67%和 5.90%。公司直营门店的关撤主要出于门店运营成本较高且经营业绩未达预期、商场定位调整与公司品牌发展不匹配、品牌柜位调整等原因，具体情况如下：

主要原因	2013 年	2014 年	2015 年	2016 年 1-6 月	累计
运营成本较高且经营业绩未达预期而撤柜	15	27	24	4	70
商场定位调整与公司品牌定位不符而撤柜	7	5	8	2	22
合同到期因双方未就续约达成一致而撤柜	3	3	12	5	23
品牌柜位调整、商场整体下滑等其他原因	2	6	10	7	25
合计	**27**	**41**	**54**	**18**	**140**

截至 2016 年 6 月 30 日，公司直营门店的基本情况如下：

序号	门店名称	品牌	使用性质	面积平米	开店年份
1	沈阳卓展百货安正专柜	安正	联营	152	2012
2	长春卓展百货安正专柜	安正	联营	185	2012
3	上海久光百货安正专柜	安正	联营	47	2012
4	无锡大东方百货安正专柜	安正	联营	193	2012
5	哈尔滨卓展百货安正专柜	安正	联营	180	2013
6	西安开元百货安正专柜	安正	联营	137	2013
7	重庆远东百货安正专柜	安正	联营	98	2014
8	北京双安商场安正专柜	安正	联营	120	2014
9	天津海信广场安正专柜	安正	联营	89	2014
10	重庆远东解放碑安正专柜	安正	联营	88	2014
11	合肥银泰百货安正专柜	安正	联营	135	2014
12	西安王府井安正专柜	安正	联营	160	2014
13	沈阳兴隆大奥莱安正专柜	安正	联营	91	2014
14	重庆西部奥特莱斯购物广场安正专柜	安正	联营	143	2014
15	太原王府井百货安正专柜	安正	联营	139	2014
16	武汉广场安正专柜	安正	联营	159	2015
17	石家庄北国商城安正专柜	安正	联营	144	2015
18	重庆新世纪百货凯瑞商都安正专柜	安正	联营	100	2015

[1] 撤店率=（期间关闭门店数量）/（期初门店数量+期间新增门店数量）

序号	门店名称	品牌	使用性质	面积平米	开店年份
19	昆明柏联百盛安正专柜	安正	联营	70	2015
20	青岛海信商场安正专柜	安正	联营	97	2015
21	重庆新世纪百货世纪新都安正专柜	安正	联营	150	2015
22	哈尔滨枫叶小镇安正店	安正	联营	166	2015
23	山东潍坊中百大厦安正专柜	安正	联营	125	2015
24	济南银座安正专柜	安正	联营	110	2015
25	苏州美罗观前街店安正专柜	安正	联营	208	2015
26	苏州美罗新区百货安正专柜	安正	联营	174	2015
27	兰州国芳百货安正专柜	安正	联营	128	2015
28	成都天府远东百货安正专柜	安正	联营	103	2015
29	成都王府井百货安正专柜	安正	联营	80	2015
30	吉林国贸安正专柜	安正	联营	100	2015
31	蚌埠百货大楼安正专柜	安正	联营	123	2015
32	新疆天山百货安正专柜	安正	联营	123	2016
33	兰州百盛商场玖姿专柜	玖姿	联营	213	2000
34	沈阳商业城商场专柜	玖姿	联营	128	2002
35	沈阳新玛特商场专柜	玖姿	联营	207	2002
36	辽宁沈阳中兴商场直营	玖姿	联营	176	2003
37	兰州亚欧商场玖姿专柜	玖姿	联营	97	2005
38	成都八宝街专卖店	玖姿	租赁	389	2015
39	杭州武林银泰玖姿专柜	玖姿	联营	34	2006
40	江苏无锡八佰伴玖姿专柜	玖姿	联营	63	2006
41	辽宁沈阳千盛商场直营	玖姿	联营	145	2006
42	上海青浦专卖店	玖姿	租赁	268	2007
43	哈尔滨一百玖姿专柜	玖姿	联营	152	2007
44	沈阳铁西新玛特百货	玖姿	联营	160	2007
45	江苏无锡茂业商场玖姿专柜	玖姿	联营	93	2007
46	哈尔滨万千商场玖姿专柜	玖姿	联营	135	2007
47	上海市新世界商厦玖姿专柜	玖姿	联营	75	2007
48	杭州西湖银泰百货玖姿专柜	玖姿	联营	178	2008
49	北京顺义国泰商业大厦玖姿专柜	玖姿	联营	110	2008
50	上海川沙专卖店	玖姿	租赁	103	2008
51	成都逸都路双楠专卖店	玖姿	租赁	250	2008
52	浙江义乌宾王商贸区玖姿专卖店	玖姿	租赁	100	2008
53	兰州西太华玖姿专柜	玖姿	联营	166	2008
54	上海宝山专卖店	玖姿	租赁	200	2009
55	杭州庆春银泰百货玖姿专柜	玖姿	联营	85	2009
56	浙江金华第一百货玖姿专柜	玖姿	联营	102	2009
57	哈尔滨红博玖姿专柜	玖姿	联营	125	2009
58	浙江丽水百货大楼玖姿专柜	玖姿	联营	93	2009
59	嘉兴戴梦得玖姿专柜	玖姿	联营	110	2009
60	杭州百货大楼玖姿专柜	玖姿	联营	109	2009
61	沈阳欧亚联营店专柜	玖姿	联营	172	2009

序号	门店名称	品牌	使用性质	面积平米	开店年份
62	抚顺百货大楼专柜	玖姿	联营	64	2009
63	济南八一银座专柜	玖姿	联营	85	2009
64	嘉兴江南大厦玖姿专柜	玖姿	联营	110	2009
65	哈尔滨麦凯乐玖姿专柜	玖姿	联营	97	2010
66	浙江杭州富阳银泰玖姿专柜	玖姿	联营	115	2010
67	兰州西固宏盛玖姿专柜	玖姿	联营	130	2010
68	哈尔滨新世界百货专柜	玖姿	联营	100	2010
69	苏州吴江万亚商场玖姿专柜	玖姿	联营	100	2010
70	上海五角场巴黎春天店	玖姿	联营	138	2010
71	苏州石路国际商城玖姿专柜	玖姿	联营	126	2010
72	成都青羊大道优品道广场专卖店	玖姿	联营	280	2011
73	江西南昌财富广场玖姿专柜	玖姿	联营	65	2011
74	北京翠微大厦玖姿专柜	玖姿	联营	119	2012
75	湖南长沙阿波罗商场玖姿专柜	玖姿	联营	80	2012
76	长沙五一路友谊商店玖姿专柜	玖姿	联营	90	2012
77	桐乡东兴商厦玖姿专柜	玖姿	联营	130	2012
78	沈阳兴隆大家庭玖姿专柜	玖姿	联营	163	2012
79	上海南汇南大街玖姿专卖	玖姿	租赁	180	2012
80	太仓华联玖姿专柜	玖姿	联营	110	2012
81	宁波宁海太平洋玖姿专柜	玖姿	联营	62	2012
82	柳州工贸玖姿专柜	玖姿	联营	80	2012
83	成都交大路玖姿专卖店	玖姿	租赁	230	2012
84	成都蜀汉路玖姿专卖店	玖姿	租赁	140	2012
85	南宁百货大楼玖姿专柜	玖姿	联营	95	2012
86	沈阳于洪新玛特玖姿专柜	玖姿	联营	134	2012
87	敦煌鸣山路玖姿专卖店	玖姿	租赁	160	2012
88	山东银座购物中心	玖姿	联营	79	2012
89	浙江义乌银泰百货玖姿专柜	玖姿	联营	100	2013
90	浙江金华银泰城玖姿专柜	玖姿	联营	110	2013
91	沈阳铁西兴隆大都会玖姿专柜	玖姿	联营	257	2013
92	兰州王府井百货玖姿专柜	玖姿	联营	110	2013
93	嘉善东方商厦玖姿专柜	玖姿	联营	143	2013
94	河南郑州花园路丹尼斯玖姿专柜	玖姿	联营	104	2014
95	河南郑州大商新玛特金博大玖姿专柜	玖姿	联营	207	2014
96	河南郑州花园路新玛特商场玖姿专柜	玖姿	联营	194	2014
97	兰州西固国芳百盛玖姿专柜	玖姿	联营	143	2014
98	江苏无锡海岸城购物中心玖姿专柜	玖姿	租赁	266	2014
99	上海市东方商厦南京东路店玖姿专柜	玖姿	联营	81	2014
100	苏州人民商场玖姿专柜	玖姿	联营	130	2014
101	江苏常州富克斯流行广场玖姿专柜	玖姿	联营	125	2014
102	江苏常州新世纪商场玖姿专柜	玖姿	联营	92	2014
103	沈阳中兴新一城玖姿专柜	玖姿	联营	128	2015
104	成都温江伊藤洋华堂玖姿专柜	玖姿	联营	90	2015

序号	门店名称	品牌	使用性质	面积平米	开店年份
105	厦门巴黎春天中山店百货玖姿专柜	玖姿	联营	128	2015
106	北京东城区王府井玖姿专柜	玖姿	联营	97	2015
107	天津乐天百货玖姿专柜	玖姿	联营	193	2015
108	江阴华地人民中路店玖姿专柜	玖姿	联营	75	2015
109	嘉兴中山东路八佰伴玖姿专柜	玖姿	联营	130	2016
110	天津乐天百货文化中心店玖姿专柜	玖姿	联营	93	2016
111	北京翠微牡丹园玖姿专柜	玖姿	联营	72	2016
112	温州万象城玖姿专柜	玖姿	租赁	161	2016
113	福建福州东百玖姿专柜	玖姿	联营	107	2016
114	成都高新伊藤洋华堂玖姿专柜	玖姿	联营	66	2016
115	北京良乡华冠购物中心玖姿专柜	玖姿	联营	85	2016
116	重庆远东百货（江北）尹默专柜	尹默	联营	128	2012
117	重庆新世纪百货大坪商都尹默专柜	尹默	联营	140	2012
118	重庆新世纪百货瑞成商都尹默专柜	尹默	联营	110	2013
119	郑州丹尼斯(花园店)尹默专柜	尹默	联营	114	2014
120	烟台振华商厦尹默专柜	尹默	联营	149	2012
121	西宁王府井百货一店 A 馆尹默专柜	尹默	联营	88	2013
122	西安世纪金花(高新店)尹默专柜	尹默	联营	75	2013
123	西安世纪金花(珠江店)尹默专柜	尹默	联营	80	2013
124	武汉广场尹默专柜	尹默	联营	146	2012
125	无锡大东方百货尹默专柜	尹默	联营	91	2010
126	乌鲁木齐天山百货尹默专柜	尹默	联营	86	2011
127	潍坊中百大厦尹默专柜	尹默	联营	145	2013
128	天津海信广场尹默专柜	尹默	联营	149	2011
129	天津金元宝滨海国际购物中心专柜	尹默	联营	138	2014
130	苏州久光百货尹默专柜	尹默	联营	83	2009
131	苏州美罗百货尹默专柜	尹默	联营	163	2014
132	上海久光百货尹默专柜	尹默	联营	67	2008
133	上海百联世博源尹默专柜	尹默	联营	285	2014
134	山东青岛海信商场尹默专柜	尹默	联营	90	2014
135	南宁梦之岛百货（民族店）尹默专柜	尹默	联营	106	2011
136	江苏南京金鹰国际商场尹默专柜	尹默	联营	72	2014
137	南昌财富购物广场尹默专柜	尹默	联营	83	2011
138	济南银座商城泺源大街店尹默专柜	尹默	联营	110	2012
139	杭州银泰百货武林店尹默专柜	尹默	联营	70	2010
140	哈尔滨新世界百货尹默专柜	尹默	联营	150	2010
141	哈尔滨卓展购物中心尹默专柜	尹默	联营	87	2010
142	贵阳国贸广场尹默专柜	尹默	联营	80	2014
143	鄂尔多斯每天百货尹默专柜	尹默	联营	121	2013
144	东营银座商城尹默专柜	尹默	联营	92	2013
145	丹东汇侨国际广场尹默专柜	尹默	联营	85	2013
146	大庆大商新玛特购物休闲广场专柜	尹默	联营	130	2010
147	长沙友谊商店尹默专柜	尹默	联营	124	2010

序号	门店名称	品牌	使用性质	面积平米	开店年份
148	长春卓展购物中心尹默专柜	尹默	联营	106	2009
149	北京当代商城尹默专柜	尹默	联营	100	2011
150	北京新光天地尹默专柜	尹默	联营	68	2012
151	北京王府井百货尹默专柜	尹默	联营	178	2013
152	北京翠微牡丹园尹默专柜	尹默	联营	60	2014
153	郑州丹尼斯(人民店)尹默专柜	尹默	联营	94	2014
154	重庆远东百货(大都会店)尹默专柜	尹默	联营	89	2014
155	南京万达百货尹默专柜	尹默	联营	140	2014
156	成都仁和春天光华店尹默专柜	尹默	联营	66	2014
157	成都王府井尹默专柜	尹默	联营	55	2014
158	沈阳兴隆大奥莱尹默专柜	尹默	联营	100	2014
159	石家庄北国先天下商城尹默专柜	尹默	联营	155	2014
160	深圳海岸城尹默专柜	尹默	租赁	119	2014
161	沈阳中兴大厦尹默专柜	尹默	联营	86	2014
162	新疆伊宁市茂业商贸尹默专柜	尹默	联营	195	2014
163	山东淄博银座尹默专柜	尹默	联营	104	2015
164	重庆新世纪百货凯瑞商都尹默专柜	尹默	联营	78	2015
165	上海青浦尹默奥特莱斯	尹默	联营	100	2015
166	江阴华联商厦尹默专柜	尹默	联营	92	2015
167	沈阳萃兮华都尹默专柜	尹默	联营	176	2015
168	重庆新世纪百货世纪新都尹默专柜	尹默	联营	150	2015
169	日照银座尹默专柜	尹默	联营	96	2015
170	吉林国贸尹默专柜	尹默	联营	80	2015
171	杭州萧山银隆百货尹默专柜	尹默	联营	88	2015
172	重庆西部奥莱尹默专柜	尹默	联营	178	2015
173	唐山百货大楼尹默专柜	尹默	联营	243	2015
174	安徽合肥银泰百货尹默专柜	尹默	联营	130	2015
175	昆明柏联百盛尹默专柜	尹默	联营	60	2015
176	西安开元百货尹默专柜	尹默	联营	163	2015
177	辽宁沈阳万象城尹默专柜	尹默	租赁	180	2015
178	辽宁沈阳万象汇尹默专柜	尹默	租赁	184	2015
179	厦门巴黎春天尹默专柜	尹默	联营	73	2015
180	安徽合肥百大鼓楼尹默专柜	尹默	联营	103	2015
181	安徽铜陵百货大楼尹默专柜	尹默	联营	90	2015
182	西安赛格购物中心尹默专柜	尹默	联营	150	2015
183	成都天府远东百货尹默专柜	尹默	联营	99	2015
184	贵阳荔星名店尹默专柜	尹默	联营	187	2015
185	蚌埠百大集合专柜	尹默	联营	184	2015
186	青岛银座商城尹默专柜	尹默	联营	85	2016
187	菏泽银座商城尹默专柜	尹默	联营	157	2016
188	呼和浩特维多利商厦尹默专柜	尹默	联营	142	2016
189	武汉王府井百货奥莱尹默专柜	尹默	联营	82	2016
190	上虞万和城尹默专柜	尹默	联营	120	2016

序号	门店名称	品牌	使用性质	面积平米	开店年份
191	温州万象城尹默专柜	尹默	租赁	177	2016
192	青岛阳光百货尹默专柜	尹默	联营	64	2016
193	抚顺百货大楼尹默专柜	尹默	联营	120	2016
194	潍坊谷德广场尹默专柜	尹默	租赁	90	2016
195	济宁贵和（中心店）尹默专柜	尹默	联营	121	2016
196	重庆王府井百货（沙坪坝店）尹默专柜	尹默	联营	98	2016
197	南京新城市广场集成店	集合店	租赁	570	2016
198	临沂银座商城集合专柜	集合店	联营	500	2015
199	郑州 CBD 丹尼斯奥莱集合专柜	集合店	联营	180	2015
200	新疆乌鲁木齐市汇嘉集合店	集合店	联营	458	2015
201	襄阳武商集合店	集合店	联营	667	2015
202	上海久光摩萨克专柜	摩萨克	联营	49	2012
203	苏州久光利福广场摩萨克专柜	摩萨克	联营	79	2012
204	杭州大厦摩萨克专柜	摩萨克	联营	97	2013
205	南京新街口金鹰国际摩萨克专柜	摩萨克	联营	57	2013
206	重庆远东摩萨克专柜	摩萨克	联营	87	2013
207	温州时代摩萨克专柜	摩萨克	联营	74	2013
208	长春欧亚摩萨克专柜	摩萨克	联营	145	2013
209	南京金鹰奥莱摩萨克专柜	摩萨克	联营	80	2014
210	郑州丹尼斯摩萨克专柜	摩萨克	联营	81	2014
211	天津海信摩萨克专柜	摩萨克	联营	89	2014
212	重庆大都会摩萨克专柜	摩萨克	联营	65	2014
213	重庆西部奥莱摩萨克专柜	摩萨克	联营	92	2014
214	太原王府井摩萨克专柜	摩萨克	联营	78	2014
215	青岛海信摩萨克专柜	摩萨克	联营	80	2015
216	潍坊中百摩萨克专柜	摩萨克	联营	170	2015
217	太原巴黎春天奥莱摩萨克专柜	摩萨克	联营	63	2015
218	无锡三阳百盛摩萨克专柜	摩萨克	联营	65	2015
219	合肥砂之船奥莱摩萨克专柜	摩萨克	联营	173	2016
220	宁波杉井奥莱摩萨克专柜	摩萨克	联营	90	2016
221	北京老佛爷百货斐娜晨专柜	斐娜晨	联营	130	2014
222	长春卓展斐娜晨专柜	斐娜晨	联营	83	2014
223	哈尔滨卓展斐娜晨专柜	斐娜晨	联营	138	2014
224	南昌财富斐娜晨专柜	斐娜晨	联营	75	2014
225	济南银座斐娜晨专柜	斐娜晨	联营	103	2014
226	上海久光百货斐娜晨专柜	斐娜晨	联营	90	2014
227	烟台振华斐娜晨专柜	斐娜晨	联营	141	2015
228	新疆天山百货斐娜晨专柜	斐娜晨	联营	80	2015
229	昆明顺城购物中心斐娜晨店	斐娜晨	租赁	141.74	2015
230	沈阳萃兮华都斐娜晨专柜	斐娜晨	联营	111	2015
231	天津海信广场斐娜晨专柜	斐娜晨	联营	62	2015
232	成都王府井百货斐娜晨专柜	斐娜晨	联营	39	2015
233	西安金鹰国际购物中心高新店	斐娜晨	联营	143	2015

序号	门店名称	品牌	使用性质	面积平米	开店年份
234	厦门大西洋天虹百货斐娜晨专柜	斐娜晨	联营	83	2015
235	山东潍坊中百大厦斐娜晨专柜	斐娜晨	联营	80	2015
236	北京朝阳大悦城购物中心斐娜晨专柜	斐娜晨	租赁	85.68	2015
237	沈阳万象汇斐娜晨专柜	斐娜晨	租赁	236	2015
238	海南三亚夏日百货斐娜晨专柜	斐娜晨	联营	130	2015
239	无锡三阳百盛斐娜晨专柜	斐娜晨	联营	65	2015
240	苏州诚品斐娜晨专柜	斐娜晨	联营	114.7	2015
241	儋州夏日百货斐娜晨专柜	斐娜晨	联营	224.47	2015
242	温州时代广场斐娜晨专柜	斐娜晨	联营	70	2015
243	济南万达广场斐娜晨专柜	斐娜晨	租赁	128	2016
244	重庆北城天街斐娜晨专柜	斐娜晨	租赁	118	2016
245	上海斐娜晨尚嘉中心专柜	斐娜晨	租赁	139	2016
246	济南和谐广场斐娜晨专柜	斐娜晨	租赁	122	2016
247	北京国贸商城斐娜晨店	斐娜晨	租赁	138.14	2014
248	杭州武林银泰斐娜晨专柜	斐娜晨	联营	93	2016
249	宁波天一广场斐娜晨专柜	斐娜晨	联营	130	2016
250	济南高新万达斐娜晨专柜	斐娜晨	租赁	105	2016
251	福建福州大洋百货斐娜晨专柜	斐娜晨	联营	105	2016
252	南京德基斐娜晨专柜	斐娜晨	联营	95	2016
253	大连麦凯乐斐娜晨专柜	斐娜晨	联营	96	2016
254	兰州白银奥特莱斯店	五季	联营	100	2010
255	下沙奥特莱斯店	五季	联营	208	2011
256	武汉百联奥特莱斯店	五季	联营	219	2011
257	广州海印又一城奥特莱斯	五季	联营	160	2012
258	上海青浦奥特莱斯店	五季	联营	100	2012
259	上海虹口巴春五季店	五季	联营	140	2013
260	沈阳兴隆大家庭购物中心店	五季	联营	205	2013
261	无锡百联奥特莱斯店	五季	联营	192	2013
262	青岛海泉湾奥莱店	五季	联营	230	2013
263	杭州砂之船国际生活广场	五季	联营	110	2013
264	深圳盐田区大梅沙奥莱店	五季	联营	215	2014
265	重庆璧山砂之船奥特莱斯店	五季	联营	345	2014
266	武汉罗马春天五季店	五季	联营	286	2014
267	成都时代广场奥特莱斯店	五季	联营	150	2014
268	重庆西部奥特莱斯店	五季	联营	200	2014
269	沈阳赛特奥特莱斯店	五季	联营	150	2014
270	深圳和平茂业奥特莱斯店	五季	联营	107	2014
271	台州黄岩奥特莱斯店	五季	联营	171	2014
272	江西九江联盛奥特莱斯店	五季	联营	220	2014
273	南京金鹰奥特莱斯专柜	五季	联营	121	2015
274	杭州西湖银泰奥莱店	五季	联营	76	2015
275	北京翠微百货大成路店	五季	联营	111	2015
276	北京赛特玖姿奥莱店	五季	联营	78	2015

序号	门店名称	品牌	使用性质	面积平米	开店年份
277	郑州 CBD 奥特莱斯店	五季	联营	157	2015
278	哈尔滨杉杉奥莱店	五季	联营	265	2015
279	南京汤山百联奥莱店	五季	联营	448	2015
280	大连百年奥特莱斯专柜	五季	联营	168	2015
281	武汉王府井百货五季专柜	五季	联营	85	2015
282	武汉百联奥莱专柜	五季	联营	681	2015
283	宁波杉井奥特莱斯专柜	五季	联营	168	2015
284	河南郑州紫荆山百货五季店	五季	联营	113	2016
285	苏州时尚舞台五季店	五季	联营	106	2016
286	合肥砂之船奥特莱斯店	五季	联营	210	2016
287	江南环球港奥特莱斯店	五季	联营	78	2016

（2）订货发货制度

公司直营门店的备货规模与加盟商的进货规模均实行销售端自主订货制度，并由集中订货与补充订货两种方式组成。

集中订货在各季产品的订货会中进行，公司每年就各品牌分别举行春、夏、秋、冬四季订货会。其中，玖姿订货会主要由加盟商与直营区域销售代表参加，尹默与安正订货会则由直营区域销售代表参加。其中，公司采用先进的 iPad 订货系统对直营门店实行单店订货模式，并逐步向加盟商推广。每年四次的订货会是公司与加盟商、直营销售人员重要的沟通交流平台。一方面，公司通过订货会上的宣导，将自身的发展战略、品牌定位、当季主题及营销策略等传达给加盟商和直营区域销售代表；另一方面，加盟商和直营区域销售代表在订货会上将区域市场的消费偏好、流行趋势等市场信息反馈给公司，利于公司当季产品的调整与后续产品的开发，以进一步提高公司产品的适销性。

补充订货主要由销售子公司与加盟商根据终端销售情况，通过零星补单的形式向公司订货，公司根据仓库备货情况、其他销售终端的库存情况以及面辅料供给及生产情况，组织补单发货、商品调拨或追单生产。

在货品的仓储配送方面，公司针对成熟女装短周期、多款式的货品特点，采取集中仓储、直接配送及第三方物流的管理模式。

公司旗下各品牌成衣集中储存于位于浙江海宁的中心仓库。成衣产品在完成自主生产与委外加工后，经严格的货品全检程序，进入公司的中心仓库。中心仓库根据每季产品的波段上市计划、货品订单以及当季补单信息，组织商品配送。公司通过第三方物流对直营门店与加盟商进行直接配送。对于管理多家门店的加

盟商，公司通过第三方物流直接发往该加盟商的总仓，由加盟商向其各门店进行自主分发配送。第三方物流的专业化运营以及与公司的战略合作关系，保证了快速、高效的货品配送。

（3）五季销售模式

为促进公司库存商品中过季产品的销售，避免该类产品的折扣促销对公司终端零售门店与品牌形象的影响，并利用现有以奥特莱斯（Outlets）为代表的名品折扣零售业态，公司设立了专业的五季产品业务部门，负责建立与运营以奥特莱斯门店为主要形式的过季、折扣产品销售渠道（又称“五季门店”）[1]。进入五季渠道的商品由商品部根据门店销售情况、库存情况进行筛选，由五季部门管理产品的铺货销售与商品结算，从而与以销售当季正价产品为主的零售门店形成差异化定位与功能补充。同时，公司也通过五季渠道对自有的“安娜蔻”品牌进行销售，但该类产品销售收入占比极少。截至 2016 年 6 月 30 日，公司在全国共建立了 34 家五季门店。

同时，在电子商务网上购物快速发展的时代背景下，公司积极开拓电商业务，并已在天猫商城与唯品会建立了品牌旗舰店。根据当前中高档成熟女装消费者注重线下购物体验的消费习惯，以及线上购物偏重价格因素的网购特征，公司现阶段重点将电商业务定位于销售五季产品的线上渠道，以对线下零售门店形成有效补充。未来，随着目标客户群消费习惯的改变，以及 O2O 商业模式的发展，公司或将针对线上渠道推出独立的品牌或款式，或者实现线上、线下当季产品的同步发售。

报告期内，公司五季渠道的线上电子商务与线下五季门店的销售情况如下：

单位：万元

项目	2016 年 1-6 月		2015 年度	
	金额	占比	金额	占比
五季门店	4,639.40	42.44%	7,150.71	39.01%
五季电商	6,291.53	57.56%	11,180.84	60.99%
合计	**10,930.93**	**100.00%**	**18,331.55**	**100.00%**
项目	**2014 年度**		**2013 年度**	
	金额	**占比**	**金额**	**占比**

[1]公司将进入奥特莱斯等渠道的折扣促销产品称为“五季产品”，相关渠道则称为“五季渠道”或“五季门店”，以区别于当季产品及以销售当季产品为主的零售门店。

五季门店	3,504.91	41.00%	1,661.71	34.16%
五季电商	5,043.22	59.00%	3,203.25	65.84%
合计	**8,548.13**	**100.00%**	**4,864.96**	**100.00%**

2015 年下半年，在搬入安正产业园新生产基地后，公司利用海宁原生产基地开设了工厂店，用以折价销售旗下玖姿、安正、尹默等品牌过季产品。为了提高产品丰富度以吸引客流促进销售，工厂店也陈列并销售部分非自有品牌的服装、鞋袜、箱包等产品，具体情况如下：

1）工厂店非自有品牌业务开展情况

2016 年 1-6 月，工厂店非自有品牌产品的采购、销售数据如下：

采购		销售	
数量（件）	金额（万元）	数量（件）	金额（万元）
14,584	74.77	9,033	78.99

注：销售产品包括成衣、箱包等配饰。

2016 年 1-6 月，工厂店非自有品牌产品的主要供货商如下：

序号	供货商名称	采购金额（万元）
1	江苏波司登营销有限公司	22.84
2	拉夏贝尔服饰（太仓）有限公司	11.95
3	上海圣捷罗服饰有限公司	7.54
4	上海型尚贸易有限公司	7.50
5	红孩儿（中国）有限公司	5.81

公司工厂店的主要客户为消费者个人，收入较为分散。

2）工厂店非自有品牌业务管理情况

公司负责工厂店产品采购的部门会选取品牌知名度高、有良好售后服务能力且其产品与公司自有品牌服装产品构成差异化定位或者品类构成差异化定位的第三方作为合作方，与其签订业务合作协议，由第三方负责供应产品，工厂店负责产品销售。

公司对于工厂店非自有品牌业务实施严格的质量管理措施，要求该等产品符合国家相关标准，拥有产品质量检验合格证明。公司将对该等产品质量进行查验，并有权对不符合要求的产品进行退货。

（4）加盟销售政策

报告期内，公司加盟商均为买断式加盟商，但公司根据其业务规划、客户历史销售业绩、区域分布等，对加盟商分类为业务支持类客户和一般客户，此两类加盟商的不同主要集中在部分销售政策上，如折扣比例、退换货比例等，公司对加盟商进行上述分类管理，可以更好地激励不同类的加盟商，促进公司销售的稳步良性发展。

公司对不同类加盟商在业务流程、加盟费等方面基本一致，具体如下：

1）业务流程

店面规划：公司加盟管理部等相关部门依照公司整体的发展战略和业务规划，组织人员对各地进行实地考察，出具渠道规划报告，作为公司拓展加盟商、开立门店的参考依据。

加盟商选择：对于有加盟意向的客户，加盟商提出加盟申请，公司加盟管理部依照公司加盟条件及标准进行初步筛选；对于基本符合公司加盟标准的客户，由加盟管理部派遣相关人员对客户进行实地考察，出具加盟商考察报告，并提交公司内部进行审批。

加盟商开店、闭店管理：加盟管理部依照公司整体店面规划与加盟商进行沟通，对拟新开的门店，公司市场部对相关门店地址、开店规模等进行实地考察，并根据实地考察情况，作为开店审批参考依据。同时，各区域经理或加盟商依照各店面销售指标任务完成情况，对本区域内各门店进行综合分析，对于未能达成销售指标，及距销售指标相差较远的门店进行实地考察，与加盟商协商制定关闭店计划。

加盟商订货：公司于每年举行四次订货会，加盟商根据未来产品销售需求，制定销售计划，加盟管理部下的商品组汇总加盟商采购需求，作为产品季生产、销售计划。

销售发货：订货会后，商品组依照订单表制定波段计划，生产部门依照订货会后的波段计划完成生产，商品组依照订货计划与客户确认订单情况，并根据销售款回款情况，制定发货排单计划安排发货。

销售确认与开票：公司发出货物后，财务部门根据公司收入确认政策，归集、汇总相关数据，进行收入确认。同时，根据发货情况，开具发票至加盟商。

应收账款管理：公司对加盟商一般采用“先款后货”的方式进行销售，销售发货前，由销售专员与加盟商对接收款事宜。对于业务支持类加盟商，因其资金

周转需求，可向公司提出临时信用额度申请。公司根据加盟商资金实力、进货指标等进行分析后，授予客户临时信用额度。财务部及时编制应收账款明细表，发送至销售专员及时进行催收，并针对重大应收账款进行账龄分析、管理，以关注是否存在异常回款行为。

销售退换货：加盟商对已采购货物，填写退换货计划申请，商品组等对加盟商退换货申请进行审核，并根据退换货政策、销售合同约定进行退换货处理。

2）加盟费

报告期内，公司通过《特许经营合同》的方式确定加盟合作关系，加盟商客户不收取加盟费。

公司对不同类加盟商在折扣政策、退换货政策等方面存在不同，具体如下：

1）折扣政策

报告期内，公司根据不同类型加盟商制定了不同的折扣政策，因不同类型加盟商各年度进货指标、销售业绩等不同，业务支持类加盟商给予较低的销售折扣，一般客户会给予较高的销售折扣，上述折扣基本在吊牌价的 3.9-4.7 折之间。

2）退换货比例原则

在 2013 年实行的换货政策下，公司给予加盟商的换货比例限定为不超过 15%，对于个别长期合作加盟商客户，由加盟商提出申请，公司给予不超过 35%换货比例。

在 2014 年之后实行的退货政策下，公司核算加盟商客户销售指标达成情况，制定退货比例。其中，若加盟商达到销售指标要求，则给予不超过 10%的退货比例，若未能达到销售指标要求，则不给予办理退货；对于个别长期合作加盟商，为支持、鼓励其业务发展，经加盟商申请，公司给予不超过 15%、35%退货比例。2016 年，受宏观经济增速下滑影响，为支持加盟商发展，加盟商在完成公司进货指标的前提下，允许其提高退货比率，每增加 1%的退货率，原销售货品销售折扣提高 0.015 折，但退货率上限最高只能提高 10%，相应的销售折扣最高提高 0.15 折。

此外，公司针对加盟商设定了严格的内控制度，通过在上述业务流程的各个环节加强管控、包括但不限于店面选址、加盟商选择、发货、开票、应收账款管理、对加盟商的退换货审批以及执行等各个环节加强管理，保证公司销售内控的有效性。

公司对加盟商采取附有退/换货条件的买断式销售政策。公司在 2013 年度主要采取等额货品、限定比例的换货政策，即在产品季销售结束后，由加盟商申请经公司书面同意后，加盟商可在进货商品总金额的一定比例内，等金额调换公司库存货品，换货比例通常不超过 15%。随着五季销售渠道的发展，公司在 2014 年起对加盟商实行限定比例的退货政策，即在产品季销售结束后，由加盟商申请经公司书面同意后，加盟商可在进货商品总金额的一定比例内进行退货。借助于五季渠道的线上与线下销售，并结合限定比例的退换货政策，公司可统一消化过时、滞销产品，有效避免折扣促销对零售终端及品牌形象的影响。

公司对加盟商退换货政策的变化原因如下：

为促进公司库存商品中过季产品的销售，避免该类产品的折扣促销对公司终端零售门店与品牌形象的影响，公司利用现有以奥特莱斯（Outlets）为代表的名品折扣零售业态，设立五季产品销售部门，负责建立与运营以奥特莱斯门店为主要形式的过季、折扣产品销售渠道（又称“五季门店”）；同时，在电子商务网上购物快速发展的时代背景下，公司积极开拓电商业务，并已在天猫商城与唯品会建立了品牌旗舰店，逐步形成“线上、线下”互补的过季产品销售渠道，与以销售当季正价产品为主的零售门店形成差异化定位与功能补充。

2014 年之前，公司为避免过季产品库存积压，对于加盟商客户，制定了“换货政策”，以鼓励加盟商通过调换货品等方式，及时消化、清理当季未销售完毕的产品。随着五季产品销售渠道的不断拓展，公司扩大了过季产品库存消化能力，于 2014 年开始，加盟商销售政策调整为“退货政策”，通过五季渠道对外销售过季产品，提高公司盈利能力，同时也减轻加盟商的经营压力。

报告期内，公司不同销售模式销售业务收入变动情况如下：

单位：万元

项目	2016 年 1-6 月		2015 年度	
	金额	比例	金额	比例
直营模式	20,696.62	39.22%	36,492.88	29.84%
加盟模式	21,141.92	40.06%	67,478.94	55.17%
五季门店	4,639.40	8.79%	7,150.71	5.85%
五季电商	6,291.53	11.92%	11,180.84	9.14%
合计	**52,769.47**	**100.00%**	**122,303.38**	**100.00%**
项目	**2014 年度**		**2013 年度**	
	金额	**比例**	**金额**	**比例**

直营模式	34,726.46	29.67%	34,016.11	29.83%
加盟模式	73,772.31	63.03%	75,138.65	65.90%
五季门店	3,504.91	2.99%	1,661.71	1.46%
五季电商	5,043.22	4.31%	3,203.25	2.81%
合计	**117,046.90**	**100.00%**	**114,019.73**	**100.00%**

公司 2013 年执行换货政策，自 2014 年开始，执行退货政策，各年度换货/退货情况如下：

项目	2013 年度	2014 年度	2015 年度	2016 年 1-6 月
实际换/退货数量（件）	106,627.00	227,038.00	215,465.00	19,478.00
实际换/退货金额（元）	51,157,722.48	112,189,048.38	117,232,490.48	10,524,510.43
加盟模式下收入金额（元）	751,386,505.41	737,723,145.03	674,789,447.21	211,419,197.80
换/退货金额占比	6.81%	15.21%	17.37%	4.98%

注：根据公司退货政策，2016 年 1-6 月份销售货物退货期尚未结束，2016 年 1-6 月实际退货金额统计至 2016 年 6 月 30 日，公司已于资产负债表日根据退货比例估计期后退货收入金额并根据预提毛利金额确认预计负债。

报告期内，公司在退换货政策下收回的货物，主要通过以下渠道进行处理：

1）五季渠道。随着公司加大对五季销售渠道的拓展力度，五季渠道处理过季产品的能力逐年提升，其销售收入占比不断提高。

2）在不同市场区域进行调换。因不同市场对产品款号需求偏好不同，对于收回的货物，公司可根据其他区域加盟商对款号的需求，及时调配发货。

3）直营门店销售。对于库龄较短的产品，公司根据各直营门店销售需求，及时发送至直营终端。

（5）货款结算制度

对于直营商场联营店，公司与百货商场通过签订《联营合同》或《专柜合同》建立联营关系，双方约定百货公司可在商场集中代收的零售款项中，按专柜零售额的约定比例（俗称扣点）扣取合作分成。由此，公司在与商场定期对账（通常按周对账）后，以扣除扣点后的零售额确认销售收入，并在定期货币结算（通常按月结算）之前，形成对联营百货商场的应收账款。

对于直营专卖店，公司主要通过租赁方式取得店铺使用权，并以自收银的方式对外销售产品。在直营专卖店，零售消费者通过 POS 机刷卡或现金与公司零

售终端进行现货交易，通常不形成应收账款；对于客户现金付款的情况，专卖店按天汇总存款、记录销售情况。

对于电商业务，公司在天猫商城中，实行线上客户下单、线下自主发货的销售方式。对于唯品会，公司将网销款商品发往其仓库后，由唯品会组织产品销售与发货，并定期与公司进行销售对账与货款结算。

对于大部分加盟商，公司主要采取先收款再发货的销售政策。对于长期合作的部分加盟商，公司会根据其业务规模、资金状况给予一定程度的信用支持。

（6）客户关系管理

成熟女装消费者通常已形成较为稳定的衣着偏好与风格定位，良好的客户关系管理可进一步提高客户的品牌忠诚度，增加重复购买频次。由此，公司始终将客户关系作为公司的核心资产，通过建立完善的 CRM 客户关系管理系统，为 VIP 客户提供偏好记录、搭配推荐等差异化增值服务。其中，尤其利用品牌专卖店的场地空间与经营自主等特点，组织更具针对性的 VIP 服务活动。

（四）公司报告期内主要产品的生产销售情况

1、主要产品产量与销量情况

报告期内，公司自主生产、委托加工、成衣采购三种供应方式的成衣生产情况如下：

单位：万件

来源	2016 年 1-6 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
自主生产	51.51	108.36	119.11	120.62
委托加工	28.42	85.40	99.21	62.08
成衣采购	20.75	39.91	38.26	41.71
合计	**100.68**	**233.66**	**256.58**	**224.41**

注：上表统计不包含饰品、配饰等非成衣类产品。

为更有效地利用自有产能与外部产业配套，公司将具有一定规模、生产工艺趋于稳定的产品委托外协厂商生产，或采取成衣采购模式，自有产能则主要承担结构与工艺较为复杂、具有自主加工优势的品类款式。未来，随着公司募集资金投资项目供应链中心改扩建项目的实施，公司自有产能将进一步得到扩充，有助于公司建立柔性供应链，以对市场需求作出更敏锐的反应。

报告期内，公司主要产品分品类的成衣销售情况如下：

单位：万件

大类	品类	2016 年 1-6 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
女装	上衣	46.33	108.15	103.17	103.52
	裤类	23.38	37.68	35.80	35.37
	裙类	14.59	41.62	41.78	36.80
	外套	16.12	41.30	39.55	33.60
	皮衣、羽绒服	1.90	8.08	7.76	10.37
	成衣小计	102.31	236.83	228.06	219.66
男装	成衣小计	2.29	3.53	1.84	1.40
其他	成衣小计	0.44	0.14	-	-
合计		**105.44**	**240.49**	**229.90**	**221.06**

注：上表统计不含饰品、配饰等非成衣类产品，以及公司受托加工的成衣；产品大类中的其他为公司工厂店购进并销售的少量非自有品牌成衣。

2、主要产品的销售收入情况

（1）主营业务收入的产品品牌构成

单位：万元

分类	2016 年 1-6 月		2015 年度		2014 年度		2013 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
玖姿	27,932.62	52.93%	81,522.19	66.66%	91,916.09	78.53%	96,786.94	84.89%
尹默	8,171.54	15.49%	15,199.39	12.43%	12,395.56	10.59%	10,130.37	8.88%
安正	2,477.70	4.70%	3,587.91	2.93%	2,996.92	2.56%	2,237.45	1.96%
五季	10,930.93	20.71%	18,331.55	14.99%	8,548.13	7.30%	4,864.96	4.27%
摩萨克	1,161.18	2.20%	2,438.43	1.99%	1,116.82	0.95%	-	-
斐娜晨	2,016.50	3.82%	1,205.63	0.99%	73.37	0.06%	-	-
其他	78.99	0.15%	18.28	0.01%	-	-	-	-
合计	**52,769.47**	**100%**	**122,303.38**	**100%**	**117,046.90**	**100%**	**114,019.73**	**100%**

注：产品分类中的其他为公司工厂店购进并销售的少量非自有品牌成衣。

报告期内，公司的主营业务收入主要来源于公司主导品牌“玖姿”女装的业务收入。同时，在玖姿品牌业务收入保持相对稳定的情况下，随着公司尹默、安正、摩萨克、斐娜晨等新兴品牌的培育与发展，以及五季业务的进一步拓展，公司主营业务的收入来源已愈加多元化。

（2）主营业务收入的产品类别构成

单位：万元

大类	品类	2016 年 1-6 月		2015 年度	
		金额	比例	金额	比例
女装	上衣	16,872.00	31.97%	37,816.31	30.92%
	裙类	13,039.19	24.71%	21,636.44	17.69%
	外套	9,467.36	17.94%	31,058.19	25.39%

	裤类	6,076.43	11.52%	13,614.26	11.13%
	皮衣、羽绒服	4,056.95	7.69%	12,919.39	10.56%
	饰品类等	446.46	0.85%	1,008.45	0.82%
男装	安正	2,732.09	5.18%	4,232.06	3.46%
其他	—	78.99	0.15%	18.28	0.01%
合计		**52,769.47**	**100.00%**	**122,303.38**	**100.00%**
大类	**品类**	**2014 年度**		**2013 年度**	
		金额	**比例**	**金额**	**比例**
女装	上衣	35,537.73	30.36%	34,405.76	30.18%
	裙类	20,383.56	17.41%	20,088.10	17.62%
	外套	28,748.05	24.56%	25,598.12	22.45%
	裤类	13,395.74	11.44%	11,860.46	10.40%
	皮衣、羽绒服	14,648.82	12.52%	18,318.41	16.07%
	饰品类等	1,335.06	1.14%	1,511.43	1.33%
男装	安正	2,997.93	2.56%	2,237.45	1.96%
其他	—	-	-	-	-
合计		**117,046.90**	**100.00%**	**114,019.73**	**100.00%**

注：产品分类中的其他为公司工厂店购进并销售的少量非自有品牌成衣。

从产品品类来看，报告期内，公司的主营业务收入主要来源于女装类产品及其中的上衣、裙类、外套等品类。以玖姿品牌为主的女装产品始终是公司的核心产品，在行业中具有较高的知名度，并得到消费者的广泛认可。

（3）主营业务收入的销售模式构成

单位：万元

项目	**2016 年 1-6 月**		**2015 年度**	
	金额	**比例**	**金额**	**比例**
直营模式	20,696.62	39.22%	36,492.88	29.84%
加盟模式	21,141.92	40.06%	67,478.94	55.17%
五季门店	4,639.40	8.79%	7,150.71	5.85%
五季电商	6,291.53	11.92%	11,180.84	9.14%
合计	**52,769.47**	**100.00%**	**122,303.38**	**100.00%**
项目	**2014 年度**		**2013 年度**	
	金额	**比例**	**金额**	**比例**
直营模式	34,726.46	29.67%	34,016.11	29.83%
加盟模式	73,772.31	63.03%	75,138.65	65.90%
五季门店	3,504.91	2.99%	1,661.71	1.46%
五季电商	5,043.22	4.31%	3,203.25	2.81%
合计	**117,046.90**	**100.00%**	**114,019.73**	**100.00%**

公司的五季销售渠道同样采取直接面向零售客户的直接管理模式，但与以销售当季正价产品为主的零售门店形成差异化定位，公司为五季产品建立了独立的线上与线下销售渠道。其中，公司于 2011 年开始建立线上电子商务渠道，2013 年至 2016 年 1-6 月分别实现营业收入 3,203.25 万元、5,043.22 万元、11,180.84 万元和 6,291.53 万元，业务增长迅速。

公司 2016 年 1-6 月加盟业务收入占比下降，一方面系公司加盟业务收入呈现季节性分布所致，另一方面公司加盟商上半年优化门店结构，关闭部分盈利较差门店，加盟业务有所收缩，而同期公司五季收入增长较多，进而使得 2016 年上半年加盟业务收入占比相对下降。

（4）主营业务收入的销售区域构成

公司采取直营与加盟相结合的销售模式，分别以各类模式下直接客户的所在地或注册地为依据，划分对客户相关收入的销售区域。在加盟模式下，公司以加盟商为直接客户，根据各加盟商的注册地划分相关收入的销售区域。在直营模式下，公司通过线下直营门店与线上电子商务两种渠道进行产品销售。在直营门店渠道，公司直接面向零售客户进行产品销售，根据各直营门店的所在地划分相关收入的销售区域。在电子商务渠道，公司主要通过天猫网、唯品会等电商平台进行销售。对于通过该等电商平台实现的销售收入，公司以各合作电商公司的注册地划分相关收入的销售区域。

单位：万元

区域	2016 年 1-6 月		2015 年度	
	金额	比例	金额	比例
华东	17,041.41	32.29%	43,872.04	35.87%
华北	10,385.54	19.68%	24,190.19	19.78%
东北	7,841.35	14.86%	19,347.84	15.82%
西北	4,779.75	9.06%	11,975.06	9.79%
西南	6,814.91	12.91%	12,636.35	10.33%
华中	2,599.07	4.93%	5,608.11	4.59%
华南	3,307.44	6.27%	4,673.79	3.82%
合计	**52,769.47**	**100.00%**	**122,303.38**	**100.00%**
区域	**2014 年度**		**2013 年度**	
	金额	**比例**	**金额**	**比例**
华东	37,616.64	32.14%	36,940.26	32.40%
华北	28,822.51	24.62%	23,549.51	20.65%

东北	19,102.82	16.32%	19,903.89	17.46%
西北	11,850.26	10.12%	13,355.87	11.71%
西南	11,331.73	9.68%	12,626.21	11.07%
华中	5,112.11	4.37%	5,841.84	5.12%
华南	3,210.83	2.74%	1,802.15	1.58%
合计	**117,046.90**	**100.00%**	**114,019.73**	**100.00%**

华东地区为公司收入规模最大的销售区域，与公司在该地区的直营与加盟门店分布情况相符，而前五大客户中仅山东地区加盟商来自华东地区，主要是由于虽然公司在华东地区的直营与加盟门店数量最多，但该区域的加盟商与直营客户较为分散，经同一控制人合并后的加盟与直营客户相关销售规模小于内蒙古、贵州、云南、河北等区域较为集中的加盟商，因此进入各期前五大的客户以其他区域较集中的加盟商为主。

报告期内，公司销售收入占比前 50%客户的区域构成情况如下：

区域	2016 年 1-6 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
华东	34.47%	35.09%	21.90%	19.29%
华北	18.30%	23.00%	37.79%	39.13%
东北	10.82%	13.88%	11.54%	5.84%
西南	14.34%	10.79%	11.27%	16.58%
西北	8.54%	7.15%	12.47%	14.78%
华南	9.68%	5.69%	3.55%	-
华中	3.85%	4.40%	1.49%	4.38%
总计	**100.00%**	**100.00%**	**100.00%**	**100.00%**

报告期内，公司销售收入占比前 50%客户的区域构成情况与公司的销售模式及客户分布情况相关。公司采取直营与加盟相结合的销售模式，在以直接客户所在地或注册地为销售区域划分依据的情况下，公司进入销售占比前 50%的客户主要为较大规模的区域加盟商。直营专卖店的零售客户与直营商场店的商场联营客户因以单一门店为划分基础、分布较为分散，除少数收入规模较高的直营商场店及线上电商渠道外，直营客户中进入销售前 50%的情况较少。

其中，2013 年至 2014 年，公司前 50%客户中华北地区收入占比较高，主要系公司注册在内蒙古地区的加盟商同时经营内蒙古、山西、湖北、四川等多个区域的加盟业务，根据以直接客户注册地为基础的收入划分依据，相关销售收入均划入了华北地区。受内蒙古、山西等地区域经济与消费环境景气度下降的影响，

公司加盟商在 2014 年下半年至 2015 年对该等区域的加盟店进行了收缩调整，致使 2015 年度的采购规模及占比有所下降。

2015 年，公司华东地区业务收入占比上升显著，主要系得益于公司线上电商业务收入的迅速增长。公司线上渠道主要通过天猫商城、唯品会进行销售，根据平台注册地的收入划分原则，公司通过该天猫商城、唯品会的销售收入分别计入华东与华南地区，使得两地销售收入上升显著。2016 年 1-6 月，公司华北地区收入占比进一步下降，主要系公司加盟业务上半年收入占比较低，加之位于内蒙古地区的第一大加盟商业务收缩，从而收入占比前 50%客户中的华北地区收入占比下降。

3、公司前五名客户的销售情况

按同一控制下合并计算，公司在报告期内前 5 名客户及其销售情况如下：

单位：万元

年度	序号	客户名称（同一控制人下企业合并）	销售收入	占营业收入比
2016 年 1-6 月	1	包头市健芫商贸有限公司、包头市仕媛商贸有限责任公司、包头市伟利雅商贸有限责任公司、包头市雅致商贸有限责任公司、包头市卓尔凡商贸有限责任公司	3,460.51	6.54%
	2	唯品会（中国）有限公司	2,564.47	4.85%
	3	奥特莱斯(中国)有限公司	1,511.17	2.86%
	4	潍坊齐华服饰有限公司	1,413.56	2.67%
	5	云南纬韵服饰有限公司	1,304.29	2.46%
		合　计	**10,254.00**	**19.38%**
2015 年度	1	包头市健芫商贸有限公司、包头市仕媛商贸有限责任公司、包头市伟利雅商贸有限责任公司、包头市雅致商贸有限责任公司、包头市卓尔凡商贸有限责任公司	10,865.22	8.87%
	2	潍坊齐华服饰有限公司	3,555.89	2.90%
	3	唯品会（中国）有限公司	3,504.07	2.87%
	4	云南纬韵服饰有限公司	2,969.69	2.42%
	5	石家庄罕娜服饰销售有限公司	2,564.50	2.09%
		合　计	**23,459.37**	**19.16%**
2014 年度	1	包头市仕媛商贸有限责任公司、巴彦淖尔市子靖商贸有限公司、包头市健芫商贸有限公司、包头市伟利雅商贸有限责任公司、包头市雅悦服饰有限责任公司、包头市雅致商贸有限责任公司、包头市卓尔凡商贸有限责任公司	18,702.47	15.98%
	2	大商集团股份有限公司	3,306.52	2.82%

年度	序号	客户名称（同一控制人下企业合并）	销售收入	占营业收入比
	3	潍坊齐华服饰有限公司	3,103.33	2.65%
	4	贵州卓仑贸易有限责任公司	2,985.76	2.55%
	5	云南纬韵服饰有限公司、昆明聚韵服饰有限公司	2,937.69	2.51%
		合　计	**31,035.77**	**26.52%**
2013年度	1	包头市仕媛商贸有限责任公司、巴颜淖尔子靖商贸有限公司、包头市健芫商贸有限公司、包头市伟利雅商贸有限责任公司、包头市雅悦服装有限责任公司、包头市雅致商贸有限责任公司、包头市卓尔凡商贸有限责任公司	17,142.03	15.03%
	2	大商集团股份有限公司	3,946.86	3.46%
	3	重庆蝶衣商贸有限公司、重庆雅琳商贸有限公司	3,435.42	3.01%
	4	云南纬韵服饰有限公司、昆明聚韵服饰有限公司	3,087.60	2.71%
	5	贵州卓仑贸易有限责任公司	2,913.05	2.55%
		合　计	**30,524.95**	**26.76%**

公司报告期内不存在单一客户销售量超过50%或严重依赖少数客户的情况。同时，公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员、主要关联方和持有5%以上股东，未在上述客户中占有任何权益。同时，发行人实际控制人、股东、董事、监事、高级管理人员亦不存在直接或间接持有加盟门店股份的情况。

（五）公司报告期内主要产品的原材料、能源及其供应情况

1、主要原材料采购情况

报告期内，公司面、辅料原材料采购情况如下：

单位：万元

项目	2016年1-6月		2015年度	
	金额	比例	金额	比例
面料	5,353.47	83.15%	15,406.33	79.40%
辅料	1,084.67	16.85%	3,997.24	20.60%
合计	**6,438.13**	**100.00%**	**19,403.57**	**100.00%**
项目	**2014年度**		**2013年度**	
	金额	**比例**	**金额**	**比例**
面料	17,991.65	83.86%	14,879.16	81.05%
辅料	3,462.42	16.14%	3,479.14	18.95%
合计	**21,454.07**	**100.00%**	**18,358.30**	**100.00%**

公司产品的主要原材料为棉、麻、丝、毛、化纤、混纺等各类纺织面料以及纽扣、拉链等辅料。为保证公司原材料采购的稳定性，公司与百余家面辅料供应商建立了长期稳定的合作关系。

报告期内，公司面料的平均采购单价变动情况如下：

单位：元/米

项目	2016 年 1-6 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
面料	38.17	33.90	31.10	28.90

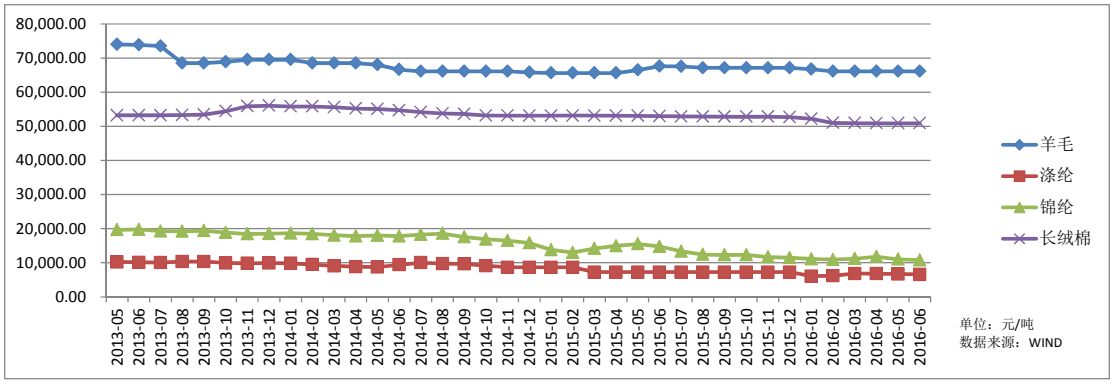
从上表可以看出，报告期内，公司面料平均采购成本逐步提升，主要原因在于公司所采购面料的成分构成变动所致，其中羊毛、棉等较高价格的原材料占比上升，而较低价格的涤纶、锦纶等原材料占比下降，进而使得面料平均采购价格呈逐步上升趋势。

在面料采购方面，公司在每季产品的开发过程中分品牌进行集中采购，因公司存在多个品牌，同时每个品牌下每个产品季又细分多种款式，每个款式耗用的面料品类有所不同，采购的面料种类较多。每年度开发的产品不同要求的采购面料成分差异很大，近年来，公司以提升产品质量为使命，采购的面料档次也不断提升，面料成分构成也向采购价格较高的羊毛、棉等倾斜，导致了报告期内原材料价格逐年上升。

报告期内，公司所采购面料的主要原材料成分占比变动情况如下：

成分名称	2013 年	2014 年	2015 年	2016 年 1-6 月
涤纶	44.63%	42.62%	39.14%	41.78%
羊毛	12.52%	16.03%	25.39%	21.34%
锦纶	16.10%	17.21%	12.47%	5.29%
棉	5.38%	7.14%	10.91%	17.75%
合计	**78.63%**	**83.00%**	**87.91%**	**86.15%**

由上表可知，公司报告期内所采购面料的成分构成中，羊毛、棉等较高价格的原材料的合计占比逐步提升。同期，涤纶、锦纶、棉、羊毛等主要原材料的市场价格变动情况如下：



综上，报告期内，尽管涤纶、锦纶等原材料市场价格自 2014 年下半年有所下降，但因公司所采购面料中羊毛、棉等高价格原材料的合计比重逐步提升，且该等原材料市场价格保持相对稳定，从而使得公司面料平均采购价格在报告期内逐步提高，公司面料采购价格的变动符合市场和公司的实际情况，不存在异常情形。

2、主要能源的消耗情况

报告期内，公司生产、办公所耗用的水电情况如下：

单位：万元

项目	2016 年 1-6 月		2015 年度		2014 年度		2013 年度	
	能源耗用金额	较营业成本比	能源耗用金额	较营业成本比	能源耗用金额	较营业成本比	能源耗用金额	较营业成本比
电（万度）	191.30	1.47%	326.79	0.85%	167.78	0.47%	156.69	0.43%
水（万吨）	39.22	0.30%	70.73	0.18%	48.31	0.14%	49.57	0.14%

报告期内，公司水电能源耗用较营业成本的比例较低，能源供应能够充分满足生产办公需求，且供应价格基本保持稳定。公司 2015 年度及 2016 年 1-6 月用水用电量上升，主要系 2015 年下半年迁入新产业园基地后用水用电量增加所致。

3、报告期内前五名原材料供应商

按同一控制下合并计算，公司在报告期内前 5 名原材料供应商采购金额及其占营业成本比重情况如下：

单位：万元

年度	序号	原材料供应商（同一控制下合并）	采购金额	占营业成本比
2016 年 1-6 月	1	上海简佳时装有限公司	367.78	2.83%
	2	广州市冠泰纺织品贸易有限公司	341.35	2.62%

年度	序号	原材料供应商（同一控制下合并）	采购金额	占营业成本比
	3	上海缇素进出口有限公司	290.32	2.23%
	4	泷定大阪商贸（上海）有限公司	277.62	2.13%
	5	上海庆北实业有限公司	277.39	2.13%
		合计	**1,554.45**	**11.95%**
2015年度	1	上海莱韵毛纺织有限公司	1,194.71	3.11%
	2	桐乡市正旺裘皮服饰有限责任公司	915.44	2.38%
	3	绍兴县亿阁纺织品有限公司	864.66	2.25%
	4	上海增鑫纺织品有限公司	787.01	2.05%
	5	上海庆北实业有限公司	771.62	2.01%
		合计	**4,533.44**	**11.79%**
2014年度	1	浙江万姿布业有限公司、上海奕派贸易有限公司、绍兴好利时布业有限公司	1,885.78	5.29%
	2	上海莱韵毛纺织有限公司	1,137.01	3.19%
	3	绍兴菲逊纺织发展有限公司	1,057.66	2.97%
	4	桐乡市正旺裘皮服饰有限责任公司	774.88	2.18%
	5	TEIJIN FRONTIER(HONG KONG)LTD.	767.40	2.15%
		合计	**5,622.74**	**15.78%**
2013年度	1	浙江万姿布业有限公司、上海奕派贸易有限公司、绍兴好利时布业有限公司	1,686.38	4.53%
	2	绍兴菲逊纺织发展有限公司	1,413.50	3.80%
	3	桐乡市正旺裘皮服饰有限责任公司	724.77	1.95%
	4	上海莱韵毛纺织有限公司	668.51	1.79%
	5	海宁市格诺服装辅料有限公司	596.93	1.60%
		合计	**5,090.09**	**13.67%**

其中，公司境外供应商帝人福瑞特（香港）有限公司（TEIJIN FRONTIER（HONG KONG） LIMITED，以下称“帝人福瑞特”）成立于 1970 年 8 月，曾用名帝人商事（香港）有限公司(TEIJIN SHOJI （HONG KONG） LIMITED)，注册地址为香港九龙尖沙咀广东道 33 号中港城第二座 17 楼，注册资本 2,160 万元港币。该公司系日本帝人株式会社（TEIJIN LIMITED）的下属成员企业，主要从事纺织品、服装及工业材料产品的生产与贸易业务。公司自成立起即开始同帝人福瑞特进行合作，向其采购进口醋酸纤维面料。

报告期内公司不存在单一供应商采购比例超过 50%或严重依赖少数供应商的情况。同时，公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员、主要关联方和持有 5%以上股东，未在上述供应商中占有任何权益。

4、报告期内前五名委托加工厂商

按同一控制下合并计算，公司在报告期内各期前 5 名委托加工供应商的交易金额及占营业成本比重情况如下：

单位：万元

年度	序号	委托加工供应商（同一控制下合并）	交易金额	占营业成本比重
2016 年 1-6 月	1	江苏新华伟业有限公司	462.45	3.55%
	2	杭州钱江五金工具有限责任公司	279.49	2.15%
	3	吴江瑞丽蕾丝刺绣有限公司	37.08	0.29%
	4	嘉兴市秀洲区新城街道海浪绣花店	27.27	0.21%
	5	海盐县澉浦镇鑫余钉珠厂	23.63	0.18%
		合计	**829.93**	**6.38%**
2015 年度	1	江苏新华伟业有限公司	1,251.77	3.26%
	2	杭州钱江五金工具有限责任公司	412.31	1.07%
	3	嘉兴万源时装有限公司	99.87	0.26%
	4	杭州土人服饰有限公司	81.75	0.21%
	5	利均刺绣(海宁)有限公司	78.86	0.21%
		合计	**1,924.55**	**5.01%**
2014 年度	1	江苏新华伟业有限公司	1,243.86	3.49%
	2	浙江星野集团有限责任公司	654.22	1.84%
	3	嵊州京都服饰有限公司	106.89	0.30%
	4	嘉兴万源时装有限公司	101.07	0.28%
	5	浙江中基依丝丹服装有限公司	96.41	0.27%
		合计	**2,202.46**	**6.18%**
2013 年度	1	江苏新华伟业有限公司	779.99	2.09%
	2	浙江星野集团有限责任公司	533.36	1.43%
	3	浙江百先得服饰有限公司	192.47	0.52%
	4	嵊州市妩迪服饰有限公司	146.02	0.39%
	5	嵊州京都服饰有限公司	83.67	0.22%
		合计	**1,735.51**	**4.66%**

1）江苏新华伟业有限公司

江苏新华伟业有限公司成立于 1982 年 7 月，注册资本 1,800 万元，法定代表人沈德明，经营范围为服装、皮革、家具、橡胶制品、电子元件、日用金属制品、玩具、纸制品、纺织品、金属切削机床、金属丝、钟表、塑料制品、制造。该公司系国有独资企业，股东为江苏方源集团有限公司。

2）浙江星野集团有限责任公司

浙江星野集团有限责任公司成立于 1995 年 7 月，注册资本 3,541.488 万元，法定代表人杨跃年，经营范围为制造、加工：文具用品，玩具，服装，箱包等。该公司系国有独资企业，全资股东为浙江东联集团有限责任公司。

3）杭州钱江五金工具有限责任公司

杭州钱江五金工具有限责任公司成立于 1993 年 8 月，注册资本 3,704.64 万元，法定代表人朱永忠，经营范围为五金工具，皮鞋，塑料包装袋（除食品包装袋）,锻压机械设备，针织品，服装的制造、加工、销售；金属丝，汽车配件，摩托车配件生产。该公司系国有独资企业，股东为浙江东联集团有限责任公司。

4）嘉兴万源时装有限公司

嘉兴万源时装有限公司成立于 2001 年 6 月，注册资本 1,500 万元，法定代表人董三元，经营范围为生产销售：服装及服饰制品、鞋帽、箱包、家用纺织品、毛皮制品、皮革制品；批发零售：针纺织品、服装辅料、日用百货、饰品、毛皮、皮革；对外贸易业务。该公司系自然人投资企业，三位自然人股东分别为董三元、杨秀珍及董剑英。

5）杭州土人服饰有限公司

杭州土人服饰有限公司成立于 2014 年 9 月，注册资本 50 万元，法定代表人谢长锋，经营范围为许可经营项目：服装、帽袜生产加工。一般经营项目：销售：服装、服饰。该公司系自然人投资企业，两位自然人股东分别谢长锋及宗红明。

6）利均刺绣（海宁）有限公司

利均刺绣（海宁）有限公司成立于 2002 年 12 月，注册资本 300 万美元，法定代表人陈永祥，经营范围为生产、加工销售刺绣品、服装。该公司系台港澳法人独资企业，股东为利均贸易有限公司。

7）嵊州京都服饰有限公司

嵊州京都服饰有限公司成立于 2006 年 8 月，注册资本 2,200 万元，法定代表人叶青，经营范围为生产、加工、整理、包装：服装、服饰、领带、高档织物面料，加工丝线；销售自产产品。该公司系台港澳与境内合资企业，股东分别为浙江神禾丝绸服装有限公司及东港（亚洲）有限公司。

8）浙江中基依丝丹服装有限公司

浙江中基依丝丹服装有限公司成立于 2004 年 06 月 25 日，注册资本 1800 万元，法定代表人姚忠东，经营范围为一般经营项目：生产、加工、销售：纺织面料、领带、服饰、工艺礼品（不含食品）、高档服装、皮革制品。该公司系自然人投资企业，五名自然人股东分别为姚忠东、王功生、马明康、裘学钢及赵伟军。

9）浙江百先得服饰有限公司

浙江百先得服饰有限公司成立于 1994 年 11 月 16 日，注册资本 5000 万元，法定代表人叶剑平，经营范围为一般经营项目：制造、加工、销售：服装；货物进出口、技术进出口。该公司系自然人投资企业，两位自然人股东分别为潘文兰和叶剑平。

10）嵊州市妩迪服饰有限公司

嵊州市妩迪服饰有限公司成立于 2010 年 06 月 09 日，注册资本 50 万元，法定代表人郑华平，经营范围为一般经营项目：生产、销售：领带、服装、服饰、围巾、床上用品、丝绸面料、金属制品及领带配件；销售：轻纺原料。该公司系自然人投资企业，股东分别为钱红庭和郑华平。

11）吴江瑞丽蕾丝刺绣有限公司

吴江瑞丽蕾丝刺绣有限公司成立于 2002 年 12 月 30 日，注册资本 120 万元，法定代表人冯刚，经营范围为一般经营项目：面料刺绣加工；服装、女式内衣、床上用品的生产、销售；女式内衣设计开发；刺绣机技术服务；刺绣机零配件、化纤原料、面料、饰品、工艺品销售。该公司系自然人投资企业，股东分别为冯刚、曹国强与付建军。

12）嘉兴市秀洲区新城街道海浪绣花店

嘉兴市秀洲区新城街道海浪绣花店为个体工商户，法定代表人为陈云海，成立于 2015 年 10 月 13 日，经营范围为绣花加工。

13）海盐县澉浦镇鑫余钉珠厂

海盐县澉浦镇鑫余钉珠厂为个体工商户，法定代表人为陈芳艳，成立于 2008 年 12 月 2 日，经营范围为服装手工绣花、串珠、钉片加工。

报告期内，公司不存在单一供应商的委托加工占比超过 50%，或者严重依赖少数外协加工商的情况。同时，公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员、主要关联方和持有 5%以上股东，未在上述供应商中占有任何权益。

5、报告期内前五名成衣采购厂商

报告期内，公司不存在单一成衣采购供应商的成衣采购占比超过 50%，或者严重依赖少数成衣采购供应商的情况。发行人董事、监事、高级管理人员和核心技术人员、主要关联方和持有 5%以上股东，未在上述成衣采购供应商中占有任何权益。

按同一控制下合并计算，公司在报告期内各期前 5 名成衣采购供应商的交易金额及基本情况如下：

（1）报告期内前五名成衣采购供应商

年度	序号	成衣采购供应商	采购金额（万元）	占营业成本比	采购内容	采购均价（元）	数量（万件）
2016 年 1-6 月	1	平湖市紫欣时装有限公司	350.57	2.69%	毛衫	174.36	2.01
	2	上海珊瀛针织服饰有限公司	322.22	2.48%	毛衫	126.93	2.54
	3	上海妍帛服饰制衣有限公司	308.22	2.37%	毛衫	194.89	1.58
	4	广州市达特肯服装有限公司	289.74	2.23%	牛仔裤	103.06	2.81
	5	海宁市奥罗丹服饰有限公司	213.07	1.64%	皮衣	1,239.48	0.17
		合计	**1,483.82**	**11.41%**			
2015 年	1	海宁市新尼丹皮草实业有限公司	1,308.37	3.40%	皮衣	1,434.78	0.91
	2	上海妍帛服饰制衣有限公司	976.58	2.54%	毛衫	181.86	5.37
	3	上海富皓实业有限公司	673.77	1.75%	毛衫	146.95	4.59
	4	上海欣盈服装有限公司	507.11	1.32%	毛衫	160.72	3.16
	5	上海捷飞莉服饰有限公司	483.34	1.26%	大衣	505.96	0.96
		合计	**3,949.18**	**10.27%**			
2014 年	1	海宁市新尼丹皮草实业有限公司	2,229.37	6.26%	皮衣	1,521.55	1.47
	2	上海欣盈服装有限公司	1,288.15	3.62%	毛衫	218.93	5.88
	3	上海妍帛服饰制衣有限公司	660.91	1.86%	毛衫	160.16	4.13
	4	上海汇创服饰有限公司	635.40	1.78%	羽绒服	394.32	1.61
	5	浙江国富服饰有限公司	634.13	1.78%	羽绒服	338.44	1.87
		合计	**5,447.96**	**15.29%**			
2013 年	1	海宁市新尼丹皮草实业有限公司	2,235.25	6.00%	皮衣	1,390.34	1.61
	2	海宁市奥罗丹服饰有限公司	2,128.17	5.71%	皮衣	1,415.38	1.50
	3	海宁市颖尚服饰有限公司	896.27	2.41%	皮衣	1,411.89	0.63
	4	浙江国富服饰有限公司、上海雪豹羽绒服有限公司	893.32	2.40%	羽绒服	402.12	2.22
	5	海宁鲍仕皮草时装有限公司	860.40	2.31%	皮衣	1,115.81	0.77

年度	序号	成衣采购供应商	采购金额（万元）	占营业成本比	采购内容	采购均价（元）	数量（万件）
		合计	7,013.42	18.83%			

1）上海妍帛服饰制衣有限公司

上海妍帛服饰制衣有限公司成立于 2003 年 4 月，注册资本 50 万，法定代表人王泽书，经营范围为服装制造、加工（限分支机构经营）、设计，针织品、服装面料、服饰辅料批发、零售。该公司为自然人控股企业，两名自然人股东分别为王泽书和汪龙冲。

2）上海欣盈服装有限公司

上海欣盈服装有限公司成立于 2009 年 5 月，注册资本 500 万元，法定代表人范晓勇，经营范围为服装、服饰生产销售。该公司为自然人控股企业，两名自然人股东分别为范晓勇和黄伶俐。

3）上海富皓实业有限公司

上海富皓实业有限公司成立于 2006 年 3 月，注册资本 1,000 万元，法定代表人傅生云，经营范围为服装服饰，针棉织品，纺织品，服装辅料，皮革制品，鞋帽，橡塑制品，五金交电，机械设备，日用百货批发零售；服装服饰、针织服饰、鞋帽生产、加工。该公司为自然人控股企业，两名自然人股东分别为石小琴和傅生云。

4）上海捷飞莉服饰有限公司

上海捷飞莉服饰有限公司成立于 2011 年 4 月，注册资本 50 万元，法定代表人梁捷，经营范围为销售服装及面辅料、针纺织品、皮革制品、鞋帽及生产加工服装等。该公司为自然人投资企业，股东为梁捷。

5）海宁市新尼丹皮草实业有限公司

海宁市新尼丹皮草实业有限公司成立于 1998 年 3 月，注册资本 1,350 万元，法定代表人黄华辉，经营范围为"一般经营项目：裘皮服装、皮革服装、纺织服装、针织服装、羽绒服装、皮革制品制造、加工"。该公司为自然人投资企业，四名自然人股东分别为陈美云、黄华辉、陈岩及陈贻光。

6）上海汇创服饰有限公司

上海汇创服饰有限公司成立于 2013 年 9 月，注册资本 100 万元，法定代表人陈世达，经营范围为“销售：服装服饰、针纺织品（除专项）、服装面料及辅

料（除专项）、羽绒制品、皮革制品、日用百货、服装鞋帽、工艺礼品（除专项）、办公用品、五金建材，服装设计，商务信息咨询（除经济），文化艺术交流策划（除演出、除经济）”。该公司为自然人投资企业，两名自然人股东分别为陈世达和谢晖。

7）浙江国富服饰有限公司

浙江国富服饰有限公司成立于 2005 年 11 月 07 日，注册资本 650 万美元，法定代表人杨阿富，经营范围为生产销售皮革服装、皮革制品、裘皮制品、其他服装。该公司系外国法人独资企业，全资股东为林和国际有限公司（纽埃）。

8）海宁市奥罗丹服饰有限公司

海宁市奥罗丹服饰有限公司成立于 2008 年 5 月，注册资本 1,180 万元，法定代表人胡正川，经营范围为一般经营项目：皮革服装、裘皮服装、毛皮服装、牛仔服装、经编布、手套、箱包、袜子、鞋、沙发、沙发套、织带制造、加工；皮革服装辅料、毛皮服装辅料、针纺织原料（不含鲜茧和籽棉）批发、零售；经营本企业自产产品的出口业务和本企业所需的机械设备、零配件、原辅材料及技术的进口业务。该公司为自然人投资企业，两名自然人股东分别为陈金杰和胡正川。

9）海宁市颖尚服饰有限公司

海宁市颖尚服饰有限公司成立于 2008 年 11 月，注册资本 1000 万元，法定代表人陈建荣，经营范围为一般经营项目：纺织服装、皮革服装、毛皮服装、牛仔服装、布袋、羊毛衫制造、加工、批发、零售。该公司为自然人投资企业，两名自然人股东分别为陈建荣和曹月华。

10）上海雪豹羽绒服有限公司

上海雪豹羽绒服有限公司成立于 2001 年 7 月，注册资本 500 万元，法定代表人杨阿富，经营范围为羽绒服装，羽绒制品自产自销，布西服，布休闲服，T 恤衫，男女服装，生产销售（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）。该公司为自然人控股企业，股东分别为杨阿富、丁大柳及海宁雪豹皮件服装有限公司。

11）海宁鲍仕皮草时装有限公司

海宁鲍仕皮草时装有限公司成立于 2007 年 04 月 13 日，注册资本 358 万元，法定代表人周玉芬，经营范围为一般经营项目：皮革服装、裘革制品、牛仔服装、

针织品、箱包制造、加工、批发、零售；从事各类商品及技术的进出口业务（国家禁止或限制的除外；涉及前置审批的除外）。该公司为自然人投资企业，两名自然人股东分别为周瑞华和周玉芬。

12）平湖市紫欣时装有限公司

平湖市紫欣时装有限公司成立于 2007 年 1 月，注册资本 50 万元，法定代表人胡亚琴，经营范围为制造、加工、销售：织片、服装；销售：通用设备、服装专用设备、五金塑料制品、箱包服装面辅料。该公司为自然人投资企业，两名自然人股东分别为周菊英和胡亚琴。

13）上海珊瀛针织服饰有限公司

上海珊瀛针织服饰有限公司成立于 2008 年 4 月，注册资本 208 万元，法定代表人陆珊珊，经营范围为羊毛衫、服装、针织品的加工、制造、销售，建筑装潢材料、五金交电、陶瓷制品、卫生洁具、办公用品、家具、百货的销售，室内装潢，园林绿化。该公司为自然人投资企业，两名自然人股东分别为陆珊珊和倪云。

14）广州市达特肯服装有限公司

广州市达特肯服装有限公司成立于 2011 年 5 月，注册资本 20 万元，法定代表人范以祥，经营范围为机织服装制造;皮革服装制造;毛皮服装加工;服饰制造;服装零售;鞋零售;帽零售;服装批发;鞋批发;帽批发;工艺品批发。该公司为自然人投资企业，股东分别为范以祥。

（六）安全生产与环保情况

1、安全生产情况

公司坚持“安全第一，预防为主”的生产方针，按照国家以及有关部委的相关法规，建立健全了各类安全管理制度，制订了相关预防措施和应急方案，并通过加强对员工的安全教育和管理技术培训，确保人身财产安全和系统稳健运行。海宁市安全生产监督管理局出具证明，确认公司自 2012 年 1 月 1 日至出具日，依法从事生产经营活动，不存在安全生产监督方面的违法违规行为，不存在生产安全事故，不存在因违反国家或地方有关安全生产的法律、法规而受到安全生产监督管理部门处罚的情形。

2、环境保护情况

公司的生产经营过程，不涉及重污染情况。自设立以来，公司始终重视环境保护工作，健全各项环境保护管理制度与操作规程，污染物排放达到国家环保相关标准。截至本招股说明书签署日，公司未存在因违反国家和地方环境保护法律、法规受到处罚的记录。

五、主要资产情况

（一）主要固定资产情况

截至 2016 年 6 月 30 日，公司主要固定资产情况如下：

单位：万元

项目	原值	资产净值	成新率
房屋及建筑物	49,813.87	45,092.29	90.52%
机器设备	1,738.00	1,032.85	59.43%
运输工具	3,489.57	490.12	14.05%
固定资产装修	11,218.04	7,222.68	64.38%
电子设备及其他	4,162.59	1,801.97	43.29%

1、主要生产设备

截至 2016 年 6 月 30 日，公司主要生产设备的使用情况如下：

序号	设备名称	数量（台/套）	综合成新率
1	电子平车	762	53.19%
2	AS/RS 货架系统	266	91.13%
3	自动裁床	1	85.07%
4	吊挂	1	90.50%
5	平缝机	227	35.15%
6	锁眼机	15	35.60%
7	包缝机	140	35.01%
8	缩水定型机	4	27.80%
9	粘合机	10	54.69%
10	烫台	169	29.37%
11	冷风机	50	20.39%
12	绷缝机	34	24.02%
13	珠边机	11	31.93%
14	对丝机	4	20.86%
15	重机自动钉扣机	2	86.54%
16	曲折机	14	49.81%

序号	设备名称	数量（台/套）	综合成新率
17	验布机	6	22.94%
18	撬边机	9	62.57%
19	套结机	7	26.24%
20	电剪	26	21.88%
21	全自动拉布机	1	80.21%
22	裁剪台	28	36.40%
23	龙门刀	3	64.21%
24	缝合机	1	69.61%
25	切割机	1	54.11%
26	埋夹机	2	51.56%
27	风机	35	53.28%
28	压领机	4	65.33%
29	卷布机	2	69.68%
30	全自动卡片贴标机	1	87.33%
31	中森暗缝机	4	95.25%
32	钉扣机	12	59.15%
33	导轨式液压提升机	1	95.25%
34	电加热熨斗	15	14.87%
35	断布机	20	36.91%
36	切布捆条机	1	59.65%
37	整烫定型机	1	65.18%
38	移动式升降作业平台	1	95.25%
39	吸风罩	3	21.32%
40	保温台	6	20.12%

2、房屋建筑

截至 2016 年 6 月 30 日，公司所拥有房屋建筑物的基本情况如下：

编号	地址	证号	建筑面积（m^2）	用途
1	海宁市海昌街道隆兴路 110 号	海宁房权证海房字第 00226119 号	31.67	原生产基地现用于工厂店、仓库及员工宿舍
2	海宁市海昌街道隆兴路 110 号	海宁房权证海房字第 00226120 号	6,144.62	
3	海宁市海昌街道隆兴路 110 号	海宁房权证海房字第 00226121 号	2,815.22	
4	海宁市海昌街道隆兴路 110 号	海宁房权证海房字第 00226694 号	3,815.33	
5	海宁市海昌街道隆兴路 110 号	海宁房权证海房字第 00226695 号	2,810.34	
6	海宁市海昌街道隆兴路 110 号	海宁房权证海房字第 00226696 号	41.07	

编号	地址	证号	建筑面积（m^2）	用途
7	海宁市海昌街道隆兴路 110 号	海宁房权证海房字第 00226697 号	8,780.36	
8	上海市长宁区临虹路 168 弄 7 号	沪房地长字（2011）第 008232 号	8,529.33	办公
9	海宁市海宁经济开发区谷水路 298 号	海宁房权证海房字第 00375621 号	22,963.76	新建生产基地
10	海宁市海宁经济开发区谷水路 298 号	海宁房权证海房字第 00371919 号	25,654.56	
11	海宁市海宁经济开发区谷水路 298 号	海宁房权证海房字第 00371918 号	12,761.34	
12	海宁市海宁经济开发区谷水路 298 号	海宁房权证海房字第 00371917 号	23,847.32	
13	海宁市海宁经济开发区谷水路 298 号	海宁房权证海房字第 00371916 号	16,402.71	
14	海宁市海宁经济开发区谷水路 298 号	海宁房权证海房字第 00371915 号	54,805.60	

上述房产均未设定他项权利。其中，1-7 项房产的取得方式为股东投入取得，第 8 项为转让取得，9-14 项为公司安正时尚集团创意产业园项目所建成的房屋建筑。此外，公司于沈阳市和平区市府大路 190-5 号购买了一处 1-3 层 1-4 门合计 1,578.16 平米的商品房，该处房屋主要用于对外出租，相关房屋所有权证正在办理中。

3、房屋租赁

截至 2016 年 6 月 30 日，公司的直营专卖店与各地下属子公司的办公场所主要由租赁取得，租赁房屋的基本情况如下：

序号	出租方	承租方	面积（㎡）	房屋坐落	租赁期限	用途
1	喻小兰	上海艳姿义乌分公司	108	浙江义乌市宾王商贸区三街 85 号	2013 年 9 月 15 日至 2016 年 9 月 15 日	专卖店
2	无锡海岸城投资有限公司	上海艳姿	533.7	无锡市滨湖区立信大道以西、方庙路以北、关山路以南	2014 年 6 月 1 日至 2017 年 5 月 31 日	专卖店
3	华劲松	上海艳姿	236.54	上海浦东新区川沙镇新川路 648、648A 号	2014 年 5 月 1 日至 2020 年 4 月 30 日	专卖店
4	张雪奎	上海艳姿	267.51	上海市青浦区青浦镇城中东路 329 号、331 号	2012 年 1 月 4 日至 2017 年 1 月 3 日	专卖店
5	俞翠芳	上海艳姿	90.03	上海市南汇区惠南镇南门大街 59 号	2012 年 7 月 2 日至 2017 年 8 月 1 日	专卖店
6	张卫红	上海艳姿	90.03	上海市南汇区惠南镇南门大街 57 号	2012 年 7 月 2 日至 2017 年 8 月 1 日	专卖店
7	马保国	成都萱姿	230	成都市金牛区银河路一号附 41、42 号	2012 年 7 月 25 日至 2017 年 7 月 24 日	专卖店
8	深圳海岸城投资有限公司	上海尹默	118.6	深圳市南山区文心五路 33 号海岸城广场第 218、219 号	2014 年 10 月 11 日至 2016 年 10 月 10 日	专卖店
9	湖南炜湘投资有限责任公司	湖南萱姿	60	长沙市书院路 502 号	2016 年 2 月 1 日至 2017 年 1 月 31 日	办公
10	顾粹英	上海艳姿	230	上海宝山区牡丹江路 1789 号	2014 年 7 月 1 日至 2017 年 6 月 30 日	专卖店
11	汪惠月	上海艳姿	52	金华市解放东路 238 号福莲汇大厦 616 室	2016 年 6 月 15 日至 2017 年 6 月 14 日	办公
12	王佐香	上海艳姿	60	哈尔滨市道里区霞曼街 19 号昌运大厦 615 室	2016 年 4 月 10 日至 2017	办公

序号	出租方	承租方	面积（㎡）	房屋坐落	租赁期限	用途
					年 4 月 9 日	
13	华润置地森马实业(温州)有限公司	上海艳姿	160.64	温州市瓯海区温瑞大道 999 号温州万象城 L218 号商铺	2016 年 3 月 15 日至 2019 年 4 月 29 日	办公及专卖店
14	中国铁路物资成都公司八宝大酒店	成都萱姿	389	成都市八宝街 28 号一层 4 柱到 11 柱	2016 年 2 月 19 日至 2018 年 2 月 18 日	专卖店
15	王克明	成都萱姿	140	成都市金牛区蜀汉路 158 号附 5、6 号	2012 年 9 月 15 日至 2017 年 9 月 14 日	专卖店
16	余章龙	成都萱姿	160	甘肃省敦煌市鸣山路 24 号 7 号房	2012 年 11 月 11 日至 2017 年 11 月 10 日	专卖店
17	伍海泉	成都萱姿	250	成都武侯区逸都路 20 号	2013 年 9 月 1 日至 2016 年 8 月 31 日	专卖店
18	卜晓虹	沈阳萱姿	154.60	沈阳市沈河区奉天街 348-2 号（251 室）	2015 年 10 月 13 日至 2016 年 10 月 12 日	办公
19	朱显何	山东萱姿	51.49	青岛市李沧区京口路 28 号苏宁生活广场 A 座 1510	2015 年 10 月 28 日至 2016 年 10 月 27 日	办公
20	济南万达商业广场置业有限公司	上海斐娜晨	128	济南市市中区经四路魏家庄万达广场步行街 118 号	2015 年 2 月 24 日至 2018 年 11 月 18 日	专卖店
21	中国国际贸易中心股份有限公司	上海斐娜晨	138.14	北京市朝阳区建国门外大街一号称为中国国际贸易中心国贸商城地下一层 3B105 铺位	2014 年 10 月 8 日至 2016 年 10 月 7 日	专卖店
22	昆明赛伦房地产有限公司	上海斐娜晨	141.74	昆明市五华区顺城购物中心 E 区贰层 E2-02 商铺	2015 年 4 月 15 日至 2017 年 4 月 14 日	专卖店
23	北京弘泰基业房地产开发有限公司	上海斐娜晨	85.68	北京市朝阳区朝阳北路 101 号的朝阳大悦城购物中心[2F-24]号	2015 年 7 月 30 日至 2016 年 7 月 29 日	专卖店

序号	出租方	承租方	面积（㎡）	房屋坐落	租赁期限	用途
24	华润（沈阳）地产有限公司	上海尹默	190	沈阳市和平区沈阳华润中心万象城 3 层 L336 号商铺	2015 年 8 月 31 日至 2017 年 9 月 29 日	专卖店
25	华润置地森马实业(温州)有限公司	上海尹默	185.01	温州市瓯海区温瑞大道 999 号温州万象城 L214 号商铺	2016 年 3 月 15 日至 2019 年 4 月 29 日	办公及专卖店
26	重庆龙湖企业拓展有限公司	上海斐娜晨	123.55	重庆市江北区北城天街 10 号	2016 年 1 月 15 日至 2016 年 7 月 31 日	专卖店
27	上海力仕鸿华房地产发展有限公司	上海斐娜晨	139	上海市长宁区仙霞路 99 号尚嘉中心而成 L216 单元	2016 年 1 月 20 日至 2016 年 7 月 19 日	专卖店
28	南京新城市商业置业有限公司	上海斐娜晨	570	江苏省南京市草场门大街 99 号新城市广场	2016 年 6 月 1 日至 2017 年 6 月 18 日	专卖店
29	华润置地（沈阳）有限公司	上海斐娜晨	236	沈阳市铁西区沈阳华润置地广场万象汇 B1 层 B128 号	2015 年 9 月 30 日至 2018 年 9 月 29 日	专卖店
30	济南高新万达广场商业管理有限公司	上海斐娜晨	105	济南市高新区工业南路 57 号济南高新万达广场是被步行街一层 1015 室	2016 年 6 月 18 日至 2019 年 3 月 17 日	专卖店
31	山东银座置业有限公司振兴街购物中心	上海斐娜晨	122	济南市槐荫区经十路 22799 号银座中心南区 108A 室	2016 年 1 月 10 日至 2017 年 1 月 9 日	专卖店
32	华润置地（沈阳）有限公司	上海尹默	198	沈阳市铁西区华润置地广场万象汇 2 层 L238 号商铺	2015 年 9 月 30 日至 2018 年 9 月 29 日	专卖店
33	山东潍坊百货集团股份有限公司谷德广场	上海尹默	90.3	山东省潍坊市高新区福寿东街 4369 号潍坊谷德广场 2 楼	2016 年 5 月 27 日至 2017 年 5 月 26 日	专卖店

注：截至 2016 年 6 月 30 日，上述第 1、8、17、18、19、21、23、26、27 项租赁的原合同已经到期或即将到期，目前该等租赁正在履行正常续约程序。

上述租赁房屋中，第 1-9 项已办理房屋租赁备案，第 29-33 项出租方未向公司提供房屋所有权证明文件，亦未就租赁事宜进行备案。根据《中华人民共和国合同法》及《最高院关于适用<中华人民共和国合同法>若干问题的解释（一）》等相关规定，房屋租赁合同未办理租赁登记备案不影响房屋租赁合同的法律效力，但公司仍面临因未能进行租赁登记备案而被房产主管部门处以罚款的风险。同时，对于其中 5 处出租方未提供房屋所有权证明文件的租赁房屋，如存在房屋所有权瑕疵问题，公司或将面临在租赁合同有效期内无法继续取得出该等租物业使用权的风险。

上述未提供房屋产权证明文件的租赁物业系用于公司直营专卖店的经营，占公司直营门店总数及主营业务收入的比重极低，不会对公司生产经营产生重大影响。同时，如该等专卖店及子公司办公场所如因房屋所有权瑕疵确需更换租赁物业，因其普遍处于成熟商业区域内，公司可在相近区域内寻找到替代性物业。此外，公司在报告期内，亦未出现租赁合同被第三方主张无效或被有权机关认定无效的情形。

为减少相关子公司的办公经营因上述租赁物业产权与备案瑕疵而引致的不利影响，公司控股股东兼实际控制人郑安政做出承诺：若因第三方主张权利或政府机关行使职权而致使上述房屋租赁关系无效或出现任何纠纷，导致公司及控股子公司需要搬迁并遭受经济损失、被有权政府部门处罚、被其他第三方追索，公司实际控制人将承担赔偿责任，对公司及控股子公司所遭受的一切经济损失予以足额补偿。

（二）主要无形资产情况

1、土地使用权

截至 2016 年 6 月 30 日，公司（含子公司）合计持有国有土地使用权共 4 宗，均不存在他项权利，具体情况如下：

土地证号	面积（平米）	使用权类型	地类（用途）	终止日期
海国用（2013）第 10526 号	128,606	出让	工业	2062 年 03 月 07 日
海国用（2011）第 04671 号	9,734	出让	工业	2051 年 07 月 22 日
海国用（2011）第 04368 号	3,800	出让	工业	2054 年 12 月 21 日

土地证号	面积（平米）	使用权类型	地类（用途）	终止日期
沪房地长字（2011）第 008232 号	-	转让	工业	2057 年 06 月 04 日

其中，“沪房地长字（2011）第 008232 号”系公司位于上海市长宁区临虹路 168 弄 7 号的一处办公房屋建筑所在工业园的整体土地使用权，公司持有该处房产对应部分的土地使用权。

2、注册商标

截至 2016 年 6 月 30 日，公司拥有注册商标 383 项，其中 331 项国内注册商标、52 项境外注册商标。与业务直接相关的主要商标注册情况如下：

商标图案	注册号	商品类别	权利期限
	8260447	25	2023 年 3 月 6 日
ANZHENG	12387154	25	2024 年 9 月 13 日
ANZHENG·安正	8221283	25	2021 年 5 月 13 日
ANZHENG·安正	9852605	25	2022 年 10 月 20 日
安正时尚集团 ANZHENG FASHION GROUP	16044729	25	2026 年 2 月 27 日
	9631293	25	2022 年 7 月 20 日
	9631540	25	2022 年 7 月 20 日
JZ Juzui	12383511	25	2024 年 9 月 13 日
玖 姿	6914771	25	2020 年 10 月 13 日
JZ · 玖姿	11760499	25	2024 年 7 月 27 日
JUZUI	1705102	25	2022 年 1 月 27 日

商标图案	注册号	商品类别	权利期限
玖姿 JIUZI	1713401	25	2022 年 2 月 13 日
JUZUI 玖姿	8376487	25	2021 年 6 月 20 日
GIRZIOO 玖姿	7288454	25	2020 年 10 月 13 日
安喆	7726436	25	2020 年 11 月 27 日
尹默	6311738	25	2020 年 4 月 6 日
M	8202766	25	2021 年 8 月 14 日
IMMOBILE	8202770	25	2021 年 4 月 21 日
M IMMOBILE	8202784	25	2021 年 10 月 7 日
M IMMOBILE·尹默	13444029	25	2025 年 2 月 6 日
IMMO 尹默	15848604	25	2026 年 3 月 13 日
IMM 尹默	12389101	25	2025 年 3 月 27 日
摩萨克	16382973	25	2026 年 4 月 20 日
MICHELLE MOISSAC	G817079	25	2023 年 12 月 19 日
FIONA CHEN	12888332	25	2024 年 11 月 27 日
IMM 尹默	12389101	25	2025 年 3 月 27 日
斐娜晨	14273553	25	2025 年 5 月 6 日
	14273534	25	2025 年 5 月 6 日
fiona chen	13628352	25	2025 年 3 月 6 日

截至本招股说明书签署日，发行人控股子公司上海尹默已注册的“IMM尹默”（注册号：12389101 号）被第三方向国家工商行政管理总局商标局（以下简称“商标局”）提起“无效宣告”申请，商标局尚未就该商标“无效宣告”作出裁定。报告期内，发行人尚未使用“IMM尹默”（注册号：12389101 号）商标。此外，发行人目前主要使用的尹默品牌标识“IMM尹默”，正在申请商标注册过程中，但在初审过程中被第三方向商标局申请异议，目前，该商标处于“商标异议申请中”状态，商标局也尚未就该项商标做出是否准予注册的决定。

截至本招股说明书签署日，发行人已取得了与尹默服装产品相关的“尹默”（注册号：11252138）、“IMMOBILE·尹默”（注册号：13444029）、“IMMO尹默”（注册号：15848604）等其他主商标，即使“IMM尹默”（注册号：12389101 号）被宣告无效以及正在申请的“IMM尹默”商标无法正常完成后续注册，也不会对公司生产经营造成重大不利影响。

除前述事项外，发行人及其控股子公司取得的境内外商标不存在关于商标无效的纠纷，也不存在关于商标纠纷的诉讼和仲裁案件。

3、专利技术

截至 2016 年 6 月 30 日，公司共拥有有效专利 59 项，均由公司自主研发、自行申请取得，基本情况如下：

序号	专利名称	专利证号	专利类型	有效期
1	一种修身遮腹减重的衬衫上衣	201420157321.8	实用新型	2024.4.1
2	高速剪线机线头集中存放装置	20142060398.6	实用新型	2024.10.19
3	预缩定型机卷布装置	201420603971.0	实用新型	2024.10.19
4	一种 CO2 激光切割裙边设备	201520094736.X	实用新型	2025.2.10
5	一种用于 CO2 激光切割裙边设备的治具	201520094714.3	实用新型	2025.2.10
6	一种喷雾预收缩定型机	ZL201520234009.9	实用新型	2025.2.10
7	一种后裤片裆位拨伸熨烫定位装置	201520608839.3	实用新型	2025.8.3
8	一种用于工业缝纫机的包纽组件	201520314442.3	实用新型	2025.5.14
9	一种小型缩水机控制系统及其方法	201410275225.80	发明专利	2034.6.18
10	用于整烫系统供汽管路的仿人工分段式开启电动柱塞阀	201520723324.80	实用新型	2025.9.17
11	女士大衣	201530458503.90	外观设计	2025.11.16

序号	专利名称	专利证号	专利类型	有效期
12	女士长裙（JWVQ50034）	201530458462.30	外观设计	2025.11.16
13	长袖裙子(IWVD50006)	201530458598.40	外观设计	2025.11.16
14	女士衣服（JWVQ60101）	201530458455.30	外观设计	2025.11.16
15	女士衣服（JWVQ80116）	201530458454.90	外观设计	2025.11.16
16	女士大衣（IWVD72207）	201530458577.20	外观设计	2025.11.16
17	女士大衣（JWVD72217）	201530458567.90	外观设计	2025.11.16
18	女士长袖上衣（JWVD80105）	201530458576.80	外观设计	2025.11.16
19	女式大衣(JWVD72221)	201530458510.90	外观设计	2025.11.16
20	女士长袖上衣（JWVD60102）	201530458658.20	外观设计	2025.11.16
21	女士上衣（JWVQ40201）	201530458549.00	外观设计	2025.11.16
22	裙子（JWVD20201）	201530458477.X	外观设计	2025.11.16
23	男士毛衫（AM5D2MS08A）	201530458588.00	外观设计	2025.11.16
24	男士上衣（AM5D2BM11A）	201530458602.70	外观设计	2025.11.16
25	女士长袖上衣（JWVD80114）	201530458508.10	外观设计	2025.11.16
26	女士长袖上衣(JWVD80101）	201530458501.X	外观设计	2025.11.16
27	男士毛衫(IWVD80104）	201530458519.X	外观设计	2025.11.16
28	女士长袖上衣(JWVD80103）	201530458614.X	外观设计	2025.11.16
29	女式大衣(JWVD41303）	201530458480.10	外观设计	2025.11.16
30	女士大衣（IWVD72101）	201530458580.40	外观设计	2025.11.16
31	女式大衣（JWTD72224）	201530458657.80	外观设计	2025.11.16
32	女士大衣(JWVD72212）	201530458509.60	外观设计	2025.11.16
33	女士长裙（JWVD50034）	201530458601.20	外观设计	2025.11.16
34	女式长袖上衣（JWTD80116）	201530458506.20	外观设计	2025.11.16
35	女士衣服（JWVQ60105）	201530458481.60	外观设计	2025.11.16
36	女士长袖上衣(JWVQ80118）	201530458518.50	外观设计	2025.11.16
37	裙子（JWVQ20201）	201530458479.90	外观设计	2025.11.16
38	女士长裙（JWVD50001）	201530458502.40	外观设计	2025.11.16
39	女士长裙（JWVD50029）	201530458520.20	外观设计	2025.11.16
40	裙子（JWVD20205）	201530458478.40	外观设计	2025.11.16
41	女式大衣（JWVQ41203）	201530458461.90	外观设计	2025.11.16
42	女式大衣（JWVC80114100）	201530146508.8	外观设计	2015.5.16
43	女士长袖外套(JWVC40501115）	201530146504.X	外观设计	2015.5.16
44	女士上衣(JWVC80107181）	201530146513.9	外观设计	2015.5.16
45	连衣裙(JWVX50012143）	201530146506.9	外观设计	2015.5.16
46	女式短袖上衣(JWVX80319100）	201530146502.0	外观设计	2015.5.16
47	女式外套（JWVC40211153）	201530146511.X	外观设计	2015.5.16
48	女士上衣（JWVX80201123）	201530146498.8	外观设计	2015.5.16
49	女士背心（JWVC81201151）	201530146503.5	外观设计	2015.5.16
50	连衣裙（JWVX50003127）	201530146507.3	外观设计	2015.5.16
51	女式外套(JWVX40511183）	201530146510.5	外观设计	2015.5.16

序号	专利名称	专利证号	专利类型	有效期
52	女士无袖上衣(JWVX80314186）	201530146497.3	外观设计	2015.5.16
53	女士短袖上衣(JWVX80306127）	201530146496.9	外观设计	2015.5.16
54	女士风衣(JWVC41203024）	201530146509.2	外观设计	2015.5.16
55	女士长袖衬衫（JWVC60111120）	201530146514.3	外观设计	2015.5.16
56	女士背心（JWVC81103163）	201530146505.4	外观设计	2015.5.16
57	女士背心（JWVX81207127）	201530146501.6	外观设计	2015.5.16
58	女士短袖上衣(JWVX80320123）	201530146500.1	外观设计	2015.5.16
59	女士长袖上衣(JWVC80110163)	201530146512.4	外观设计	2015.5.16

4、计算机软件著作权

截至 2016 年 6 月 30 日，公司共登记计算机软件著作权 38 项，并均由公司原始取得，具体如下：

序号	软件名称	登记号	注册日期
1	安正产品研发管理软件 V1.0	2014SR198610	2014.12.17
2	安正产品设计企划软件	2014SR151189	2014.9.1
3	安正材料供应商管理软件	2014SR122606	2014.6.25
4	安正商品与品类计划系统	2014SR084191	2014.4.10
5	安正协同管理门户系统 V1.0	2014SR018780	2013.12.1
6	安正缝制车间精细化管理软件 V1.0	2013SR152658	2013.11.1
7	安正生产计划排程软件 V1.0	2013SR116977	2013.8.20
8	安正生产制造执行软件 V1.0	2013SR050330	2013.4.1
9	安正 CAD 排料优化管理软件 V1.0	2012SR121624	2012.11.8
10	安正缩水性能检测软件 V1.0	2012SR121603	2012.11.8
11	安正研发样衣管理软件 V1.0	2012SR121450	2012.11.8
12	安正服料自动分色软件 V1.0	2012SR121387	2012.11.16
13	安正打版设计软件 V1.0	2012SR121378	2012.6.20
14	安正仓储物料配送管理软件 V1.0	2012SR121374	2012.6.20
15	安正面料自动检测软件 V1.0	2012SR121372	2012.6.20
16	安正服装自动化生产线软件 V1.0	2012SR113110	2012.9.30
17	安正玖姿产品生命周期管理软件 V1.0	2012SR113107	2010.7.1
18	安正服装设计辅助系统 V2.0	2012SR113094	2012.6.20
19	安正服装连锁分销管理软件 V2.0	2012SR113092	2012.6.20
20	安正服装企业工厂管理软件系统 V2.0	2012SR112860	2012.6.20
21	安正服装连锁分销管理软件 V1.0	2012SR083174	2012.2.1
22	安正服装样片裁剪优化系统软件 V1.0	2012SR083172	2012.5.30
23	安正服装设计辅助系统 V1.0	2012SR083169	2012.2.1

序号	软件名称	登记号	注册日期
24	安正服装企业工厂管理软件系统 V1.0	2012SR083166	2012.4.1
25	玖姿 PORTAL 企业门户管理平台软件 V1.0	2010SR017945	2010.1.1
26	玖姿服装生产工艺设计系统 V1.0	2010SR017944	2009.3.18
27	玖姿服装效果图设计软件 V1.0	2010SR017943	2010.1.15
28	玖姿服装 CAD 打版系统软件 V1.0	2010SR017940	2009.6.17
29	玖姿商务智能分析软件 V1.0	2010SR017939	2010.1.1
30	玖姿流线化生产智能控制软件 V1.0	2010SR017926	2009.6.30
31	玖姿 POS 店铺管理软件 V1.0	2010SR017925	2009.6.23
32	玖姿服装样板自动生成软件 V1.0	2010SR017922	2009.3.10
33	玖姿电子商务平台软件 V1.0	2010SR017921	2010.1.1
34	安正合格证条码洗码自动匹配系统 V1.0	2015SR169448	2015.7.6
35	安正 CO2 激光立体切割裙边系统 V1.0	2015SR203971	2015.9.1
36	安正 SAP-ERP 系统软件 V1.0	2015SR269776	2015.10.30
37	安正产品技术开发平台软件 V1.0	2016SR009789	2015.12.1
38	安正生产基层软件 V1.0	2016SR162798	2016.6.30

5、美术作品著作权

截至 2016 年 6 月 30 日，公司共登记美术著作权 25 项，并均由公司原始取得，具体如下：

序号	作品名称	登记号	登记日期
1	安正服装店铺整体形象-2012	国作登字-2014-F-00139444	2014.01.15
2	玖姿服装店铺整体形象-2013	国作登字-2014-F-00139443	2014.01.15
3	尹默服装店铺整体形象-2013	国作登字-2014-F-00139442	2014.01.15
4	安正图案	国作登字-2014-F-00142311	2014.04.21
5	JZ JUZUI	国作登字-2014-F-00142312	2014.04.21
6	IMM 尹默	国作登字-2014-F-00142313	2014.04.21
7	ANZHENG 及图形	国作登字-2014-F-00142314	2014.04.21
8	玖姿图案	国作登字-2014-F-00142315	2014.04.21
9	烟花效果图	浙作登字 11-2014-F-14944	2014.12.22
10	F 图腾图形	浙作登字 11-2014-F-14945	2014.12.22
11	红唇图形	浙作登字 11-2014-F-14946	2014.12.22
12	豹子头图形	浙作登字 11-2014-F-14947	2014.12.22
13	人像云朵图形	浙作登字 11-2014-F-14948	2014.12.22
14	图腾豹子图形	浙作登字 11-2014-F-14949	2014.12.22
15	图腾眼镜豹子图形	浙作登字 11-2014-F-14950	2014.12.22
16	冰淇淋图形	浙作登字 11-2014-F-14951	2014.12.22
17	冰淇淋反相图形	浙作登字 11-2014-F-14952	2014.12.22

序号	作品名称	登记号	登记日期
18	抽象画图形	浙作登字 11-2014-F-14953	2014.12.22
19	粉色花瓣图形	浙作登字 11-2014-F-14954	2014.12.22
20	红鱼图形	浙作登字 11-2014-F-14955	2014.12.22
21	镜像鱼图形	浙作登字 11-2014-F-14956	2014.12.22
22	口红图形	浙作登字 11-2014-F-14957	2014.12.22
23	香蕉椰树图形	浙作登字 11-2014-F-14958	2014.12.22
24	鱼图形	浙作登字 11-2014-F-14959	2014.12.22
25	字母冰淇淋图形	浙作登字 11-2014-F-14960	2014.12.22

六、特许经营权情况

截至本招股说明书签署日，公司不存在取得他人授权特许经营授权的情况。

公司对“玖姿”品牌实行商业特许经营加盟模式，与所有加盟商签订《特许经营合同》，以合同形式将公司拥有的“玖姿”品牌注册商标及相关经营资源，许可加盟商在授权区域与特许经营期限内使用。公司与加盟商签订的特许经营合同基本内容，请参见本招股说明书“第十五节 其他重要事项”之“二、重大合同”。公司根据《商业特许经营管理条例》（中华人民共和国国务院令第 485 号），对特许经营活动在国家商务部完成备案，备案号“0330400611100007”。

七、技术与研发情况

（一）现有技术水平

公司所属行业为服装制造业，各类时装产品的生产技术成熟，处于大规模生产阶段。其中，公司对自主生产、委托加工、成衣采购等三类生产方式，采取统一的品质要求与技术标准，并向委托加工合作厂商委派驻场品质主管与生产线跟单员，进行全程跟踪指导、生产监督及现场问题解决。同时，在产品的设计企划、版型研发、打板制衣、工艺设计、生产排程等全制造周期，公司积极、广泛的应用数字化、自动化、智能化等高新技术改造服装行业的传统制造过程，截至 2016 年 6 月 30 日，公司在设计、生产、销售及管理领域，共登记 38 项计算机软件著作权。

在企划设计方面，公司在采用国际先进的款式与打版设计软硬件设备的同时，建立了服装款式设计数据库，并基于自有设计研发流程，研发了服装效果图

设计软件、CAD 打版系统软件、样片裁剪优化系统软件、样版自动生产软件、研发样衣管理软件等系列研发辅助软件系统。

在生产管理方面，为实现款式设计、版型设计与生产制造系统的无缝对接，保证产品制造加工的高品质、高效率，公司开发了面料自动检测软件、缩水性能检测软件、仓储物料配送管理软件、流线化生产智能控制软件、生产工艺设计系统、样片裁剪优化系统软件、生产制造执行软件、生产计划与排程软件、缝制车间精细化管理软件等系列生产辅助软件系统。

在营销管理方面，公司开发并持续改进了店铺管理软件、服装连锁分销管理软件，要求直营与加盟门店终端统一安装分销管理终端软件，以及时、准确地掌握终端零售与库存情况。

（二）持续创新体系

公司以玖姿、尹默、安正、斐娜晨、摩萨克五大品牌研发部为基础，组建企业研发中心。其中，各品牌设计部下设企划组、设计组、技术部及采购组，独立开展各品牌产品的设计企划、设计开发与技术制作等工作。

为持续提供时尚舒适、形象鲜明、款式丰富的品牌时装产品，满足消费者多样化、高品味的着装需求，公司实行“自主研发、开放创新”的产品开发机制。

在产品设计方面，公司主要从款式设计、版型设计两大方面开展设计研发，分品牌、分季度、分主题设计与推出新款产品。在款式设计领域，设计部门通过跟踪与掌握国际流行趋势、分析目标客群的审美特征，研究各季产品的色彩搭配、花型设计及样式设计等，以实现产品设计的时尚性与风格化；在版型设计领域，公司技术人员通过分析亚洲成熟女性的体型特征，研究各类版型设计的塑身效果与舒适体验，以实现产品设计的塑性感与舒适性。

在人才培养方面，公司实行内部自主培养与外部广泛吸收并重的人才发展机制。在通过内部培训学习、团队协作，让设计师充分理解公司品牌定位、设计风格、内涵文化的同时，公司鼓励设计师独立思考、互动交流，以迸发多样化的设计灵感；同时，为开拓设计团队的创意视野，公司经常组织设计师赴欧洲、日本、韩国、美国等国家或地区进行考察交流，参加国际时装活动，及时掌握国际最新时尚动态及面料应用前沿。

在开放合作方面，公司注重在企划创意环节，聘请外部研究机构与外籍知名设计师同内部设计团队共同开展设计企划，启发设计灵感、学习开发经验与研究方法。例如，公司于 2013 年聘请法国著名色彩趋势研究机构贝克莱尔公司，引入国际前沿的色彩流行趋势及研究方法，并聘请来自意大利、英国、韩国等多名国际知名时装设计师担任品牌创意顾问，参与公司品牌的设计企划工作。

（三）研发投入情况

单位：万元

项目	2016 年 1-6 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
研发投入	2,583.05	5,596.91	5,347.55	5,286.85
营业收入	52,913.53	122,489.17	117,211.48	114,078.65
研发投入占营业收入比例	4.88%	4.57%	4.56%	4.63%

公司始终非常重视研发投入，报告期内的研发费用投入主要包括研发人员职工薪酬、材料费、样衣费等方面。

八、境外经营情况

截至本招股说明书签署日，除在香港设立全资子公司安诺有限之外，本公司未在境外从事生产经营活动。安诺有限系公司为及时跟踪国际时尚潮流、服装流行资讯而设立的对外交流平台，未开展采购、生产、销售等经营活动。

九、质量控制情况

公司建立和执行了严格且完善的质量控制体系，并于 2012 年完成 ISO9001：2008 质量管理体系认证。公司生产中心下设品质部，负责面辅料检验检测、外协加工跟单、成衣检验入库、质量售后服务等一系列日常质量控制工作。

（一）质量控制标准

公司产品质量与控制过程符合国家与行业标准。以此为基础，公司制定与执行了更加全面、严格的经质量技术监督部门备案的企业标准。公司主要产品执行的质量控制标准如下：

产品类型	主要适用标准
单、夹服装	FZ/T 81007　Q/AZ 01-2011

产品类型	主要适用标准
女西服、大衣	GB/T 2665-2009 Q/AZ 11-2012
男西服、大衣	GB/T 2664-2009 Q/AZ 09-2012
西裤	GB/T 2666-2009 Q/AZ 16-2012
针织 T 恤衫	GB/T 22849-2009 Q/AZ 19-2012
针织裙套	FZ/T 73026-2006 Q/AZ23-2012
连衣裙、裙套	FZ/T 81004-2003 Q/AZ 03-2012
纺织品	GB 18401 国家纺织产品基本安全技术规范
纺织品	GB/T 2910 纺织品 定量化学分析
纺织品	GB/T 2912 纺织品 甲醛的测定

（二）质量控制措施

公司的产品质量控制贯穿于从面辅料采购、在产品加工、委托加工到成衣入库以及产品售后服务的全过程，并通过采取先进的检验检测技术手段，建立和执行现代化的管理制度，保证产品质量的高标准与稳定性。

1、面、辅料的检验检测

公司产品所使用的面料、里料及辅料主要采购自长期合作的合格供应商，从源头上保证面、辅料的品质标准与稳定性。同时，公司设立检测中心，对面料的耐摩擦/耐汗渍/耐水色牢度、甲醛含量、PH 值、起球/耐磨性等严格检验，并在大货生产前对主要面料进行缩水处理，以消除纤维的内应力，增强纤维弹性和形态记忆特性。

2、生产过程的质量控制

面、辅料经检验合格后进入大货生产阶段。在加工生产环节，公司制定了高于国家与行业标准的内部标准，并在生产的各环节设置专职检验员对产品进行检验。在缝制操作过程中，公司自行研发制作了多种工艺模具，员工可按照模具设定进行操作，在降低人工操作不稳定性、非一致性的同时，提高工艺操作效率。

在委外加工方面，为保证外包产品品质，公司委派驻场品质主管与生产线跟单员进行全程生产监督，并在产品验收入库前实行严格的品质检验。

3、成衣入库的质量控制

为了进一步保证产品质量，公司对所有自产、委外加工与外购成衣在验收入库时，根据产品的样衣标准与工艺要求，对产品外观进行全面检查，并将不合格产品全部退回工厂返修。

4、产品质量的售后服务

在售后服务方面，公司设有全国客户免费投诉热线电话，并实行产品质量问题退换货制度。若出现质量问题，顾客可直接向销售门店进行产品退换。同时，公司还制定了《售后服务制度》，对产品在使用过程中出现的质量问题进行汇总、分析，及时给予跟踪处理，并作为公司后续产品改进的重要基础。

（三）质量纠纷情况

由于公司建立了严格的质量管理体系，配备了先进的质量检测设备，实行了全面的质量控制流程，报告期内，公司未因违反有关产品质量标准技术监督管理方面的法律、法规而受到相关质量技术监督部门的处罚。

根据海宁市质量技术监督管理部门出具的《证明》，报告期内，公司未有因违反有关产品质量和技术监督方面的法律、法规和规范性文件而受到行政处罚的情形。

第七节 同业竞争与关联交易

一、独立性情况

公司已达到发行监管对公司独立性的下列基本要求：

（一）资产完整方面

公司具备与生产经营有关的主要生产系统、辅助生产系统和配套设施，合法拥有与生产经营有关的主要土地、厂房、机器设备以及商标、专利、非专利技术的所有权或者使用权，具有独立的原料采购和产品销售系统。

（二）人员独立方面

公司的总经理、副总经理、财务负责人和董事会秘书等高级管理人员不在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中担任除董事、监事以外的其他职务，不在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业领薪；公司的财务人员不在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中兼职。

（三）财务独立方面

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。

（四）机构独立方面

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，与控股股东和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。

（五）业务独立方面

公司的业务独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业，与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业间不存在同业竞争或者显失公平的关联交易。

经核查，保荐人认为发行人已达到发行监管对公司独立性的基本要求，发行人关于其在资产、人员、财务、机构、业务方面独立性的上述表述是真实、准确、完整的。

二、同业竞争

（一）同业竞争情况

公司目前主要从事“玖姿”、“尹默”、“安正”、“摩萨克”及“斐娜晨”五个品牌服装的设计、生产与销售，经营范围为纺织品、针织品、床上用品、经编织物、服装、服饰制品、手套、鞋、帽、袜子、箱包的生产销售；国内展览展销服务；经营进出口业务（危险化学品、易制毒化学品及国家限制和禁止经营的除外）。（上述经营范围不含国家法律法规规定禁止、限制和许可经营的项目。）

除控制本公司外，公司控股股东及实际控制人郑安政还直接持有上海安正投资发展有限公司 25%股权。郑安政不存在控制除发行人及其控股子公司之外的其他企业，不存在与发行人及控股子公司构成同业竞争的情形。

（二）关于避免同业竞争的承诺

为避免未来与公司之间可能出现同业竞争，维护公司的利益和保证公司的长期稳定发展，公司控股股东及实际控制人郑安政先生 2014 年 12 月向本公司出具了《避免同业竞争的承诺函》，主要内容如下：

1、在承诺函签署之日，本人、所控制的公司及拥有权益的公司均未生产、开发任何与安正时尚产品构成竞争或可能竞争的产品，未直接或间接经营任何与安正时尚经营的业务构成竞争或可能竞争的业务，也未参与投资任何与安正时尚生产的产品或经营的业务构成竞争或可能竞争的其他企业。

2、自签署承诺函之日起，本人、所控制的公司及拥有权益的公司将不生产、开发任何与安正时尚产品构成竞争或可能竞争的产品，不直接或间接经营任何与安正时尚经营的业务构成竞争或可能竞争的业务，不参与投资任何与安正时尚生产的产品或经营的业务构成竞争或可能竞争的其他企业。

3、自签署承诺函之日起，如安正时尚进一步开拓其产品和业务范围，本人、所控制的公司及拥有权益的公司将不与安正时尚拓展后的产品和业务相竞争；若

与安正时尚拓展后的产品和业务相竞争，本人、所控制的公司及拥有权益的公司将以以下方式避免同业竞争：（1）停止生产或经营相竞争的产品和业务；（2）将相竞争的业务纳入安正时尚经营；（3）向无关联关系的第三方转让该业务。

4、如承诺函被证明是不真实或未被遵守，将向安正时尚赔偿一切直接或间接损失。

如违反承诺，公司将有权暂扣本人所持的股份的应付而未付的现金分红，直至违反承诺的事项消除。如其未能及时赔偿公司因此而发生的损失或开支，公司有权在暂扣现金分红的范围内取得该等赔偿。

三、关联方及关联交易

（一）关联方及关联关系

根据《公司法》、《企业会计准则》及《上海证券交易所股票上市规则》关于关联方和关联关系的有关规定，截至本招股说明书签署日，公司的关联方及关联关系如下：

1、公司控股股东和实际控制人

公司控股股东及实际控制人为郑安政。郑安政目前直接持有本公司 50.100%的股份。

2、持有公司 5%以上股份的其他股东

序号	关联方名称	持股比例	与本公司关联关系
1	陈克川	19.647%	持有公司 5%以上股东
2	郑安坤	14.735%	持有公司 5%以上股东
3	郑安杰	9.037%	持有公司 5%以上股东

3、公司的控股股东、实际控制人控制的其他企业

公司控股股东及实际控制人郑安政不存在控制除发行人及其控股子公司之外的其他企业。

4、公司下属子公司

公司共有 12 家控股子公司，1 家参股子公司，分别为上海尹默、上海艳姿、沈阳萱姿、成都萱姿、山东萱姿、上海摩萨克、北京萱姿、上海安正、上海安喆、湖南萱姿、安诺有限、上海斐娜晨以及嘉宝小贷公司。前述子公司的具体情况详见本招股说明书“第五节 公司基本情况”之“四、发行人投资情况”。

5、关联自然人

除实际控制人郑安政、持股 5%以上的其他股东外，公司关联自然人还包括公司董事、监事、高级管理人员及与其关系密切的家庭成员。有关董事、监事、高级管理人员的具体情况详见本招股说明书“第八节 董事、监事及高级管理人员”之“一、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员简介”。

6、关联自然人控制或实施重大影响的其他企业

关联自然人控制或实施重大影响的其他主要企业列举如下：

序号	关联方名称	营业范围	与本公司关联关系
1	上海安正投资发展有限公司	实业投资，投资管理，房地产开发经营，企业形象策划，教育信息咨询（不得从事教育培训、中介、家教），商标代理，市场营销策划，展览展示服务，设计、制作、代理各类广告；从事货物进出口及技术进出口业务。[依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动]	陈克川持有 32%股权、郑安坤持有 31%股权、郑安政持有 25%股权、郑安杰持有 12%股权，且陈克川担任执行董事、总经理
2	辽宁萃兮华都商业发展有限公司	日用百货、服饰、鞋帽、珠宝、金银饰品、针纺织品、皮革制品、化妆品、钟表、眼镜、电子产品、体育用品、文化用品、家具用品、办公用品、日用杂品、家居用品、家用电器、玩具、五金交电、摄影器材、乐器、健身器材、工艺美术品及收藏品、宠物用品、花卉、卫生用品、医疗器械、保健食品、乳制品（含婴幼儿配方乳奶）、计划生育用品销售；农副产品收购、加工、销售；食品加工、销售；美容美发服务、美容产品销售；家电维修；服装剪裁加工；商品展示展销；停车服务；场地及设施租赁；代理、发布	上海安正投资发展有限公司持有 19.96%股权，且陈克川担任董事

序号	关联方名称	营业范围	与本公司关联关系
		广告；包装设计；货物运输服务；仓储服务；餐饮服务；货物与技术进出口营；物业管理服务；项目投资及管理；信息咨询服务；会议服务；预包装兼散装食品销售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动。）	
3	海宁金诺投资有限公司	实业投资、投资管理、总部大楼开发经营	上海安正投资发展有限公司持有 9%股权，且陈克川担任董事
4	上海坤维实业有限公司	实业投资，投资管理，自有房屋租赁，企业形象策划，企业管理咨询，市场营销策划；设计、制作、代理各类广告，计算机领域内的技术研究、技术服务，电子产品开发，室内装潢、货运代理，从事货物及技术的进出口业务，销售五金交电、建筑材料、机械设备、电子产品、家用电器、办公用品，钟表眼镜，化妆品	陈克川持有 51%股权、郑秀萍持有 49%股权，且陈克川担任执行董事、总经理
5	上海融高创业投资有限公司	股权投资、实业投资、资产管理。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	上海坤维实业有限公司持有 13.33%股权，且陈克川担任副董事长
6	FOUR SEASONS FASHION CO.Limited	non-trading	陈克川持有 100%股权
7	海宁市帛玛尼沙发套有限公司	生产、销售沙发套；经营进出口业务（不含进口商品分销业务）	FOUR SEASONSFASHION CO.Limited 持有 100%股权，且陈克川担任执行董事、总经理
8	浙江中科招盈创业投资有限公司	实业投资、企业策划、企业管理咨询	陈克川持有 40%股权，并担任董事长
9	浙江琳轩亲和源投资有限公司	投资管理	陈克川持有 29%股权，并担任董事、总经理
10	海宁琳轩文化产业发展有限公司	文化艺术创作、策划及咨询；会议及展览服务；婚庆及礼仪服务；美术工艺品设计、加工	陈克川持有 26%股权
11	海宁琳轩生态农业有限公司	水果、花卉种植；淡水产养殖；垂钓、健身、会议服务	陈克川持有 29.80%股权，并担任董事
12	浙江上城科技有限	蓝宝石晶棒、衬底的制造、销售；半	陈克川持有 12.6068%

序号	关联方名称	营业范围	与本公司关联关系
	公司	导体光电产品的研发、生产、销售；经营本企业自产产品的出口业务和本企业所需的机械设备、零配件、原辅材料的进口业务（国家禁止或限制的除外；涉及前置审批的除外）	股权，并担任董事
13	海宁汇泰康明生物科技有限公司	诊断试剂（体外诊断试剂）、生物技术和生化工程的原料及产品的技术开发、服务；经营本企业自产产品的出口业务和本企业生产所需的原辅材料、机械设备及零配件的进口业务（国家禁止或限制的除外；涉及前置审批的除外）；化工产品及原料（不含危险化学品、易制毒化学品和化学试剂等）、实验用仪器仪表、家具及办公用品批发	陈克川持有 5%股权，并担任董事
14	北京丝路经纬传媒文化有限公司	组织文化艺术交流；承办展览展示；影视策划；广告及图文设计制作；投资顾问；企业形象策划；信息咨询（不含中介服务）；技术开发、技术转让，技术培训、技术咨询、技术服务；会议服务；翻译服务；劳务服务；销售百货、针纺织品、五金交电、日用杂品、机械设备、建筑材料、通讯设备	魏林担任执行董事
15	桂林市鹏程房地产开发有限公司	许可经营项目：无；一般经营项目：房地产开发经营（凡涉及许可证的项目凭许可证在有效期限内经营）	张慧德持有 90.00%股权
16	海宁坤维投资有限责任公司	实业投资、投资管理（以上除股权投资和股权投资管理）；企业管理咨询	陈克川持有 100%股权，并担任执行董事、总经理
17	桐乡市漫诗诺鞋业有限公司	一般经营项目：皮鞋的生产销售；鞋底及辅料的销售	郑安政子女配偶的父母实际控制的企业
18	FIRST GROWTH HOLDINGS LTD	Wine online sales	谭才年担任董事的企业
19	江苏美乐投资有限公司	项目投资，项目管理；自行车、电动车、轮椅及其配件，金属材料，建筑装潢材料，化工原料（化学危险品除外），橡胶制品，电线电缆及一类医疗设备的销售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	王朝阳担任总经理的企业
20	江苏美亚链条有限公司	汽车、摩托车、电动车、自行车和其他机动车链条及其配套部件的制造和服务，农业机械配件制造和服务，	王朝阳持有 63.12%股权，并担任董事及总经理

序号	关联方名称	营业范围	与本公司关联关系
		标牌制造和服务，各种光学镜片制造和服务，上述产品的设计、研发和信息技术服务，普通货物的仓储、包装，物流信息、物流业务的咨询服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	
21	上海凤凰自行车有限公司	脚踏自行车，电动自行车，童车，健身器材，与上述产品相关的配套产品生产，从事自行车领域内的技术开发、技术服务、技术咨询，自有房屋租赁。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	王朝阳担任董事及总经理的企业
22	上海凤凰自行车江苏有限公司	脚踏自行车、电动自行车（电动三轮车除外）、童车、健身器材及配件生产、销售，自行车技术开发及咨询服务（项目涉及行政许可的凭许可证经营），自营和代理各类货物及技术的进出口业务（但国家限定公司经营或禁止进出口的商品及技术除外）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	王朝阳担任执行董事及总经理的企业
23	上海凤凰电动车有限公司	电动自行车、电动摩托车、非公路用旅游观光车零部件、老年代步车零部件、助动车零部件（除发动机）、机械零部件、电器零部件（除特种设备）的制造、加工，五金交电，化工原料及产品（除危险化学品、监控化学品、烟花爆竹、民用爆炸物品、易制毒化学品）销售，从事货物进出口及技术进出口业务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	王朝阳担任董事长的企业
24	上海凤凰自行车销售有限公司	自行车、电动自行车、摩托车、童车、健身器材及与上述产品有关的配套产品、自行车原材料及设备、模具、五金交电的销售及售后服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	王朝阳担任董事长的企业
25	上海凤凰医疗设备有限公司	Ⅱ类医疗器械：手术室，急救室，诊疗室设备及器具、病房护理设备及器具销售，Ⅰ类医疗器械：框式助行器、肘拐杖、腋拐、三脚或多脚拐杖、轮式助行器，Ⅱ类医疗器械：6856 轮椅	王朝阳担任董事长的企业

序号	关联方名称	营业范围	与本公司关联关系
		车，五金制品生产，从事货物进出口及技术进出口业务，从事医疗器械领域内的技术开发。（企业经营涉及行政许可的，凭许可证件经营）	
26	上海凤凰进出口有限公司	自营和代理各类商品及技术的进出口业务（不另附进出口商品目录），但国家限定公司经营和国家禁止进出口的商品及技术除外，经营进料加工和“三来一补”业务，开展对销贸易和转口贸易。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	王朝阳担任董事长的企业
27	上海凤凰医疗科技江苏有限公司	从事二类 6856 病房护理设备及器具生产，一类医疗器械研发、生产，上述产品的同类产品的批发和进出口业务（不涉及国营贸易管理商品，涉及配额、许可证管理商品的，按国家有关规定办理申请），医疗信息咨询服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	王朝阳担任董事的企业
28	上海凤凰企业（集团）股份有限公司	生产销售自行车、助动车、两轮摩托车、童车、健身器材、自行车工业设备及模具；与上述产品有关的配套产品；房地产开发经营，城市和绿化建设，旧区改造，商业开发，市政基础设施建设、物业、仓储、物流经营管理；。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	王朝阳担任董事的企业
29	凤凰（天津）自行车有限公司	自行车、童车、电动自行车、电动三轮车及零部件制造、销售；自行车、童车、电动自行车、电动三轮车的技术开发、咨询服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	王朝阳担任董事的企业
30	视悦光学有限公司	开发、设计、生产、销售各种光学镜片、光学仪器、光学设备。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	王朝阳担任董事的企业
31	江苏雷盟电动科技有限公司	电动车、助力车、电动三轮车、电动四轮车及零部件的研发、技术服务、生产、销售；摩托车、五金交电的销售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	王朝阳担任执行董事及总经理的企业

四、关联交易情况

（一）经常性关联交易

1、关键人员管理薪酬

2016 年 1-6 月、2015 年、2014 年、2013 年，发行人支付给关键管理人员的薪酬分别为 314.81 万元、765.89 万元、592.50 万元、577.33 万元。

2、商场联营

2015 年 6 月，发行人子公司上海尹默、上海安正、上海摩萨克、上海斐娜晨分别与辽宁萃兮华都商业发展有限公司（以下简称“萃兮华都”）签订合作协议。萃兮华都主要运营商场，该商场地理位置、运营情况较好，发行人基于业务发展需要在该商场内开设尹默、安正、摩萨克、斐娜晨专柜门店。2016 年 1-6 月、2015 年，发行人与萃兮华都之间的交易金额分别为 27.52 万元、36.67 万元，扣点水平与当地可比商场的平均扣点水平相近。

3、房屋租赁

2015 年 5 月，发行人与萃兮华都签订房屋租赁合同，发行人将位于沈阳市和平区市府大路 190-5 号房产出租给萃兮华都，建筑面积 1,434.74 平方米，租赁期自 2015 年 7 月 1 日至 2016 年 6 月 30 日，月租金 86,084.40 元，租金水平与当地可比平均水平相近。2016 年 1-6 月、2015 年，公司分别确认租赁收益 51.65 万元、51.65 万元。

（二）偶发性关联交易

1、报告期内，公司关联自然人金琦及陈敏芝因资金需求存在向发行人借款的情况，具体如下：

单位：元

关联自然人	交易类型	2016 年 1-6 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
金琦	期初借款余额	-	-	-	-
	本期借款金额	-	-	2,500,000.00	2,500,000.00
	本期偿还金额	-	-	2,500,000.00	2,500,000.00
	期末借款余额	-	-	-	-

陈敏芝	期初借款余额	-	-	-	-
	本期借款金额	-	-	1,000,000.00	1,000,000.00
	本期偿还金额	-	-	1,000,000.00	1,000,000.00
	期末借款余额	-	-	-	-

金琦，男，1978 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号 33041919780405****，住址：浙江省海宁市海洲街道长埭路***号***室。

陈敏芝，女，1974 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号 33041919741028****，住址：浙江省海宁市硖石镇街道长水里***幢***号***室。

金琦为公司副总经理、董事会秘书金俊之胞弟，陈敏芝为金俊之妻子。金琦、陈敏芝为公司关联自然人。

2、2014 年 12 月，公司关联自然人周立曾短期使用斐娜晨资金 519,779.06 元，同月，周立偿还了上述资金。

3、2014 年，安正时尚考虑可以通过兼并收购品牌的方式继续推行多品牌经营战略，并与上海摩萨克股东进行了接触，洽谈股权收购事宜。由于收购需要履行审计、评估、商务谈判以及办理工商登记等手续，时间较长，为了保证上海摩萨克业务在此期间的正常开展，关联自然人郑安政及郑娜娜（公司实际控制人郑安政之女）向摩萨克提供资金累计余额分别为 1,769,000.00 元和 1,720,000.00 元。公司收购摩萨克后，即 2014 年 10 月和 11 月，关联自然人郑安政及郑娜娜又分别向摩萨克提供资金 37,300.00 元和 60,000.00 元。2014 年 11 月和 12 月，摩萨克分别偿还了上述资金。

上海摩萨克向郑安政及郑娜娜所借款项主要用于支付采购款及设计费用，其中用于支付采购款金额合计 305.33 万元，支付设计费用 53.30 万元。

上海摩萨克的历史沿革情况详见本招股说明书“第五节 公司基本情况”之“四、发行人的对外投资情况”之“（一）控股子公司”之“6、上海摩萨克服饰有限公司”。

4、公司收购斐娜晨前，关联自然人陈克川向斐娜晨提供资金累计余额为 14,280,000.00 元，2014 年 12 月，斐娜晨偿还了上述资金。

（三）关联方应收、应付款项余额

1、其他应付款

单位：元

关联方	2016.06.30	2015.12.31	2014.12.31	2013.12.31
周立	-	-	2,217,015.90	-
合计	**-**	**-**	**2,217,015.90**	**-**

注：上述其他应付款产生于公司收购斐娜晨之前，系 2014 年公司副董事长陈克川的女婿周立向斐娜晨提供的资金，截至本招股说明书签署日，斐娜晨对上述资金已经偿还完毕。

2、应付股利

单位：元

关联方	2016.06.30	2015.12.31	2014.12.31	2013.12.31
郑安政	-	-	-	204,000.00
郑安坤	-	-	-	60,000.00
郑安杰	-	-	-	36,000.00
陈克川	-	-	-	80,000.00
郑秀萍	-	-	-	20,000.00
谭才年	-	-	-	800.00
金俊	-	-	-	800.00
赵颖	-	-	-	800.00
葛国平	-	-	-	1,600.00
合计	**-**	**-**	**-**	**404,000.00**

（四）报告期内关联交易对公司经营成果和财务状况的影响

公司报告期内未与关联方发生日常的经营性采购及销售，对公司的经营成果和财务状况无重大影响。

五、对关联交易决策权力与程序的安排

公司为了规范关联交易行为，已在《公司章程》、《股东大会议事规则》、《关联交易制度》中明确了关联交易的决策程序、关联交易的信息披露等事项。

（一）《公司章程》对于关联交易的有关规定

《公司章程》第三十六条（六）项规定：公司下列对外担保行为，必须经股东大会审议决定：对股东、实际控制人及其关联方提供的担保。

《公司章程》第三十七条（六）项规定：以下三类关联交易需要经股东大会审议决定：公司与关联人发生的交易（公司获赠现金资产和提供担保除外）金额在 3,000 万元以上，且占公司最近一期经审计净资产绝对值 5%以上的关联交

易；公司为关联人提供担保；虽属于董事会有权判断并实施的关联交易，但出席董事会的非关联董事人数不足 3 人的。

《公司章程》第七十二条规定：股东大会审议关联交易事项时，关联股东不参与投票表决，其所代表的有表决权的股份数不计入有效表决总数。

《公司章程》第九十九条规定：以下三类关联交易需要经董事会审议决定：关联交易金额低于 3,000 万元或低于最近一期经审计净资产绝对值 5%；公司与关联自然人发生的交易金额在 30 万元以上，且未达到第三十七条第六款规定标准的关联交易；公司与关联法人发生的交易金额在 300 万元以上不足 3000 万元，且占公司最近一期经审计净资产绝对值 0.5%以上，但未达到第三十七条第六款规定标准的关联交易；股东大会审议权限外的其他关联交易事项。

《公司章程》第一百一十一条规定：公司董事与董事会会议决议事项所涉及的企业有关联关系的，不得对该项决议行使表决权，也不得代理其他董事行使表决权。该董事会会议由过半数的无关联关系董事出席即可举行，董事会会议所作决议须经无关联关系董事过半数通过。出席董事会的无关联关系董事人数不足 3 人的，应将该事项提交公司股东大会审议。

《公司章程》第一百三十条规定：以下关联交易可以由公司总经理决定：公司与关联自然人发生的交易金额不足 30 万元的关联交易以及公司与关联法人发生的交易金额在 300 万元以下，或占公司最近一期经审计净资产绝对值 0.5%以下的关联交易，但如果总经理与该关联交易审议事项有关联关系，该关联交易由董事会审议决定。

（二）《股东大会议事规则》对于关联交易的有关规定

《股东大会议事规则》第六条规定：股东大会在审议为股东、实际控制人及其关联方提供的担保议案时，该股东或受该实际控制人支配的股东，不得参与该项表决，该项表决须经出席股东大会的其他股东所持表决权的过半数通过。

《股东大会议事规则》第五十条规定：股东大会审议有关关联交易事项时，关联股东不应当参与投票表决，其所代表的有表决权的股份数不计入有效表决总数；股东大会决议的公告应当充分披露非关联股东的表决情况。

《股东大会议事规则》第五十二条规定：股东大会对提案进行表决前，应当推举 2 名股东代表与 2 名监事参加计票和监票。审议事项与股东有利害关系的，相关股东及代理人不得参加计票、监票。

（三）《董事会议事规则》对于关联交易的有关规定

《董事会议事规则》第十九条（一）项规定：在审议关联交易事项时，非关联董事不得委托关联董事代为出席；关联董事也不得接受非关联董事的委托。

《董事会议事规则》第二十六条项规定：出现下述情形的，董事应当对有关提案回避表决：

（一）证券交易所上市规则规定董事应当回避的情形；

（二）董事本人认为应当回避的情形；

（三）《公司章程》规定的因董事与会议提案所涉及的企业有关联关系而须回避的其他情形。

在董事回避表决的情况下，有关董事会会议由过半数的无关联关系董事出席即可举行，形成决议须经无关联关系董事过半数通过。出席会议的无关联关系董事人数不足 3 人的，不得对有关提案进行表决，而应当将该事项提交股东大会审议。

（四）《关联交易制度》的主要内容

《关联交易制度》第二条规定：公司与关联人进行交易时，应遵循以下基本原则：

（一）平等、自愿、等价、有偿的原则；

（二）公平、公正、公开的原则；

（三）对于必需的关联交易，严格依照国家法规加以规范；

（四）在必需的关联交易中，关联股东和关联董事应当执行《公司章程》规定的回避表决制度；

（五）处理公司与关联人之间的关联交易，不得损害股东、特别是中小股东的合法权益，必要时应聘请独立财务顾问或专业评估机构发表意见和报告。

《关联交易制度》第七条规定：公司的关联交易，是指公司或者控股子公司与公司关联人之间发生的可能导致转移资源或者义务的事项，包括：

（一）购买或者出售资产；

（二）对外投资（含委托理财、委托贷款等）；

（三）提供财务资助；

（四）提供担保；

（五）租入或者租出资产；

（六）委托或者受托管理资产和业务；

（七）赠与或者受赠资产；

（八）债权、债务重组；

（九）签订许可使用协议；

（十）转让或者受让研究与开发项目；

（十一）购买原材料、燃料、动力；

（十二）销售产品、商品；

（十三）提供或者接受劳务；

（十四）委托或者受托销售；

（十五）在关联人财务公司存贷款；

（十六）与关联人共同投资；

（十七）证券交易所根据实质重于形式原则认定的其他通过约定可能引致资源或者义务转移的事项，包括向与关联人共同投资的公司提供大于其股权比例或投资比例的财务资助、担保以及放弃向与关联人共同投资的公司同比例增资或优先受让权等。

《关联交易制度》第十三条规定：公司与关联自然人拟发生的交易金额在30万元以上的关联交易（公司提供担保除外），应当及时披露。

《关联交易制度》第十四条规定：公司与关联法人拟发生的交易金额在300万元以上，且占公司最近一期经审计净资产绝对值0.5%以上的关联交易（公司提供担保除外），应当及时披露。

《关联交易制度》第十六条规定：公司关联交易的决策权限如下：

（一）公司与关联自然人发生的交易金额不足30万元的关联交易以及公司与关联法人发生的交易金额在300 万元以下，或占公司最近一期经审计净资产绝对值0.5%以下的关联交易由总经理决定。

（二）公司与关联法人之间的单次关联交易金额在 300 万元（含）以上且占公司最近一期经审计净资产绝对值 0.5%（含）以上的关联交易（但未达到本条第三款规定标准），以及公司与关联自然人发生的交易金额在 30 万元以上的关联交易（但未达到本条第三款规定标准），由公司董事会审议批准后实施。

（三）公司与关联人之间的单次关联交易（公司对外担保、受赠现金、单纯减免公司义务的债务除外）金额占公司最近一期经审计净资产值的 5%（含）以上且交易金额在 3,000 万元（含）以上的关联交易，由董事会向股东大会提交议案， 经股东大会批准后实施。

公司发生重大关联交易时，应当提供具有执行证券、期货相关业务资格的证券服务机构对交易标的出具的审计或者评估报告。公司发生与日常经营相关的关联交易所涉及的交易标的，可以不进行审计或者评估。

（四）公司为关联人提供担保的，不论数额大小，均应当在董事会审议通过后及时披露，并提交股东大会审议。公司为持股 5%以下的股东提供担保的参照执行。有关股东应当在股东大会上回避表决。

《关联交易制度》第十八条规定：公司进行提供财务资助、委托理财等关联交易时，应当以发生额作为计算标准，并按照交易类别在连续 12 个月内累计计算。已经按照累计计算原则履行股东大会决策程序的，不再纳入相关的累计计算范围。

《关联交易制度》第十九条规定：公司进行前条之外的其他关联交易时，应当按照以下标准，并按照连续 12 个月内累计计算的原则，适用本制度第八条的规定:

(一)与同一关联人进行的交易；

(二)与不同关联人进行的交易标的类别相关的交易。

上述同一关联人，包括与该关联人受同一法人或者其他组织或者自然人直接或间接控制的，或相互存在股权控制关系；以及由同一关联自然人担任董事或高级管理人员的法人或者其他组织。

已经按照累计计算原则履行股东大会决策程序的，不再纳入相关的累计计算范围。

《关联交易制度》第二十条规定：公司与关联人发生重大关联交易应由独立董事认可后，提交董事会讨论；独立董事做出判断前可聘请中介机构出具独立财务顾问报告，作为其判断的依据。

公司审计委员会应当同时对该关联交易事项进行审核，形成书面意见，提交董事会审议，并报告监事会。审计委员会可以聘请独立财务顾问出具报告，作为其判断的依据。

公司监事会应当对关联交易的审议、表决、披露、履行等情况进行监督并在年度报告中发表意见。

六、发行人报告期内关联交易制度的执行情况及独立董事意见

报告期内，公司发生的关联交易均已履行了公司章程等有关规定的程序。报告期内发生的关联交易已经公司第三届董事会第十三次会议确认。同时，公司独立董事就致同所出具的“致同审字（2016）第 350ZA0224 号”《审计报告》审计的报告期内关联交易发表独立董事意见，认为该等关联交易不存在显失公平、损害公司及其股东利益的情况。

七、规范和减少关联交易的措施

为规范和减少关联交易，保证关联交易的公开、公平、公正，公司董事会按照《公司法》、《上市公司章程指引》等有关法律法规及相关规定，制定了《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《关联交易制度》、《独立董事工作制度》等规章制度，对关联交易的决策权限、决策程序及关联董事、关联股东的回避表决制度进行了详细的规定，以保证公司董事会、股东大会关联交易决策对其他股东利益的公允性。

第八节 董事、监事及高级管理人员

一、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员简介

（一）董事会成员

截至本招股说明书签署日，公司共有董事 7 名，其中独立董事 3 名。公司董事全部由股东大会选举产生，任期 3 年，任期届满可连选连任，但独立董事的连任时间不得超过六年。公司现任董事的基本情况如下表所示：

姓名	在本公司的任职	任职期限
郑安政	董事长、总经理	2014 年 8 月 31 日-2017 年 8 月 31 日
陈克川	副董事长	2014 年 8 月 31 日-2017 年 8 月 31 日
郑安坤	董事	2014 年 8 月 31 日-2017 年 8 月 31 日
王朝阳	董事	2016 年 8 月 15 日-2017 年 8 月 31 日
魏林	独立董事	2014 年 8 月 31 日-2017 年 8 月 31 日
张庆辉	独立董事	2016 年 8 月 15 日-2017 年 8 月 31 日
张慧德	独立董事	2014 年 8 月 31 日-2017 年 8 月 31 日

公司现任董事简历如下：

郑安政先生，1963 年出生，本科学历，厦门大学 EMBA（在读），高级经济师，中国国籍，无境外永久居留权。现任本公司董事长及总经理，任期为 2014 年 8 月 31 日-2017 年 8 月 31 日，同时担任中国服装协会第六届理事会副会长等职。郑安政先生于八十年代即投身服装行业，曾任玖姿服饰经理及执行董事，玖姿实业董事长等职。郑安政先生为嘉兴市第七届人大代表，并荣获 2008 年-2011 年“海宁市优秀企业家”（连续四年）以及“2012 年支持浙商创业创新促进嘉兴发展工作优秀浙商”、“2013 年海宁市功勋企业家”、“2015 年度海宁市优秀企业家”、“2016 中国休闲装产业年度人物”等荣誉。

陈克川先生，1967 年出生，经济师，曾就读于长江商学院 EMBA，中国国籍，无境外永久居留权。现任本公司副董事长，任期为 2014 年 8 月 31 日-2017 年 8 月 31 日。同时担任上海安正投资发展有限公司执行董事及总经理、辽宁翠兮华都商业发展有限公司董事、上海坤维实业有限公司执行董事及总经理、浙江中科招盈创业投资有限公司董事长、浙江琳轩亲和源投资有限公司董事、海宁琳轩生态农业有限公司董事、浙江上城科技有限公司董事、上海融高创业投资有限

公司副董事长、海宁汇泰康明生物科技有限公司董事、海宁金诺投资有限公司董事、海宁市嘉宝小额贷款股份有限公司副董事长、海宁坤维投资有限责任公司执行董事及总经理等职。曾任玖姿服饰监事及经理等职。陈克川先生为海宁市第十二届政协委员、乐清市第十五届人大代表。

郑安坤先生，1972 年出生，大专在读，中国国籍，无境外永久居留权。现任本公司董事，任期为 2014 年 8 月 31 日-2017 年 8 月 31 日。同时担任上海安正投资发展有限公司监事。曾任玖姿服饰监事等职。

王朝阳先生，1965 年出生，纺织管理学博士，英国国籍。现任本公司董事，任期为 2016 年 8 月 15 日-2017 年 8 月 31 日。同时担任江苏美亚投资有限公司总经理、江苏美亚链条有限公司董事及总经理、上海凤凰自行车有限公司董事及总经理、上海凤凰电动车有限公司董事长、上海凤凰进出口有限公司董事长、上海凤凰医疗设备有限公司董事长、视悦光学有限公司董事、江苏雷盟电动科技有限公司执行董事及总经理等职。曾任英国 Crosrol 公司中国区总经理、克罗斯罗尔机械（上海）有限公司董事总经理等职。

魏林先生，1953 年出生，经济学博士，中国国籍，无境外永久居留权，现任本公司独立董事，任期为 2014 年 8 月 31 日-2017 年 8 月 31 日，同时担任中国纺织工业联合会传媒中心主任、中国服装协会顾问、北京丝路经纬传媒文化有限公司董事长、山东舒朗服装服饰股份有限公司独立董事、广州天创时尚鞋业股份有限公司独立董事等职。曾任国家纺织工业部政策法规司副处长、中国纺织报社副总编、中国服饰报社总编、中国服装协会副会长等职。

张庆辉先生，1974 年出生，高级工程师，中国国籍，无境外永久居留权，现任本公司独立董事，任期为 2016 年 8 月 15 日-2017 年 8 月 31 日。同时担任中国服装设计师协会副主席兼秘书长、中国服装协会副会长。曾任中国纺织经济研究中心行业分析师、中国纺织工业联合会处长等职。

张慧德女士，1964 年出生，经济学硕士，中国注册会计师，中国国籍，无境外永久居留权。现任本公司独立董事，任期为 2014 年 8 月 31 日-2017 年 8 月 31 日，同时担任中南财经政法大学副教授、湖北沙隆达股份有限公司独立董事、湖北富邦科技股份有限公司独立董事、武汉精测电子技术股份有限公司独立董事、湖北台基半导体股份有限公司独立董事等职。曾任中南财经政法大学会计实验中心常务副主任等职。

（二）监事会成员

截至本招股说明书签署日，公司共有监事 3 名，其中职工代表监事崔立臣，由本公司 2016 年第一次职工代表大会选举产生；非职工代表监事周俊华由本公司 2015 年度股东大会选举产生，许可由本公司 2014 年第四次临时股东大会选举产生。监事任期 3 年，任期届满可连选连任。

公司现任监事的基本情况如下表所示：

姓名	任职	任职期限
许可	人力资本中心绩效薪酬高级经理	2014年8月31日-2017年8月31日
周俊华	店铺设计高级经理	2016年4月19日- 2017年8月31日
崔立臣	商务经理	2016年4月19日- 2017年8月31日

许可先生，1983 年出生，本科学历，人力资源管理师，中国国籍，无境外永久居留权。现任本公司监事，任期为 2014 年 8 月 31 日-2017 年 8 月 31 日，并担任公司人力资本中心绩效薪酬高级经理。曾任福建浔兴集团思博箱包配件有限公司人力资源管理专员、厦门市优必德工贸有限公司人力资源管理专员等职。

周俊华先生，1985 年出生，本科学历，中国国籍，无境外永久居留权。现任本公司监事，任期为 2016 年 4 月 19 日-2017 年 8 月 31 日，并担任公司店铺设计高级经理。曾任上海广润广告有限公司空间设计师等职。

崔立臣先生，1981 年出生，本科学历，中国国籍，无境外永久居留权。现任本公司职工监事，任期为 2016 年 4 月 19 日-2017 年 8 月 31 日，并担任公司商务经理。曾任黑龙江省绥芬河市政府办公室秘书、玖姿服饰总经理秘书等职。

（三）高级管理人员

截至本招股说明书签署日，本公司高级管理人员的基本情况如下表所示：

姓名	任职	任职期限
郑安政	总经理	2014 年 8 月 31 日-2017 年 8 月 31 日
郑秀萍	副总经理	2014 年 8 月 31 日-2017 年 8 月 31 日
金俊	副总经理、董事会秘书	2014 年 8 月 31 日-2017 年 8 月 31 日
谭才年	副总经理、财务总监	2014 年 8 月 31 日-2017 年 8 月 31 日
赵颖	副总经理	2014 年 8 月 31 日-2017 年 8 月 31 日
赵典媚	副总经理	2014 年 8 月 31 日-2017 年 8 月 31 日

公司现任高级管理人员的基本情况如下：

郑安政先生，请参见本节“（一）董事会成员”部分。

郑秀萍女士，1970 年出生，本科学历，中国国籍，无境外永久居留权，现任本公司副总经理，任期为 2014 年 8 月 31 日-2017 年 8 月 31 日，同时担任上海坤维实业有限公司监事。

金俊先生，1974 年出生，本科学历，厦门大学 EMBA（在读），会计师职称。中国国籍，无境外永久居留权，现任本公司副总经理、董事会秘书，任期为 2014 年 8 月 31 日-2017 年 8 月 31 日。曾担任海宁桑达丝绸有限公司财务部副经理，海宁团市委干事，海宁市委组织部副科长，海宁市体改委科长、副主任，海宁市发改局副局长，海宁市上市办、金融办主任，海宁市委办公室副主任等职。

谭才年先生，1964 年出生，本科学历，厦门大学 EMBA，注册会计师，中国国籍，无境外永久居留权，现任本公司副总经理、财务总监，任期为 2014 年 8 月 31 日-2017 年 8 月 31 日，并兼任江苏中核利柏特股份有限公司独立董事、FIRST GROWTH HOLDINGS LTD.董事。曾任湖南富兴集团有限公司财务总监、湖南科力远高技术控股集团有限公司执行总裁兼财务总监、长沙力元新材料股份有限公司财务部长、湖南科力远新能源股份有限公司财务总监、湖南欧力科技开发有限责任公司董事长、常德力元新材料有限责任公司董事长、兰州金川科力远电池有限公司董事等职。

赵颖女士，1977 年出生，本科学历，厦门大学 EMBA（在读），中国国籍，无境外永久居留权，现任本公司副总经理，任期为 2014 年 8 月 31 日-2017 年 8 月 31 日。曾担任北京汉博时装服饰有限公司市场部副总经理兼西南区总经理等职。

赵典媚女士，1948 年出生，初中学历，中国国籍，无境外永久居留权，现任本公司副总经理，任期为 2014 年 8 月 31 日-2017 年 8 月 31 日。曾任海宁高臣皮革厂厂长、玖姿服饰成品仓库负责人、仓储部经理、物流部经理、生产中心总监等职。

（四）核心技术人员

郑秀萍女士，请参见本节“（三）高级管理人员”部分。

吴峥女士，1985 年出生，大专学历，中国国籍，无境外永久居留权，现任本公司研发中心总监。曾任玖姿服饰设计总监助理、公司尹默品牌设计部设计总监助理等职。

曾云榜先生，1977 年出生，大专学历，中国国籍、无境外永久居留权，现任本公司生产中心总监。曾任温州好日子服饰有限公司样衣专员、公司技术总监等职。

（五）董事、监事的提名和选聘情况

1、董事的提名和选聘情况

2011 年 6 月 20 日，公司召开 2010 年度股东大会，选举郑安政、陈克川、郑安坤、郑安杰和郑秀萍为公司第二届董事会成员。

2013 年 10 月 18 日，因郑安杰、郑秀萍向公司第二届董事会提交辞职报告，公司召开 2013 年第一次临时股东大会，增选顾宏伟为第二届董事会成员，并引入魏林、张建民、张慧德担任第二届董事会独立董事。

2014 年 8 月 31 日，公司召开 2014 年第四次临时股东大会，经第二届董事会提名，选举郑安政、陈克川、郑安坤、戴亦一、魏林、张建民、张慧德为公司第三届董事会成员，其中魏林、张建民、张慧德为独立董事。

2014 年 8 月 31 日，公司第三届董事会第一次会议作出决议，选举郑安政为公司董事长。

2016 年 8 月 15 日，公司召开 2016 年第二次临时股东大会，选举王朝阳为公司第三届董事会董事，张庆辉为公司第三届董事会独立董事。

2、监事的提名和选聘情况

2013 年 10 月 18 日，公司召开 2013 年第一次临时股东大会，经公司股东推荐，选举吴承刚、许可为监事，并与由 2013 年第一次职工代表大会推选的职工代表监事龚昊共同组成第二届监事会。

由于吴承刚从公司离职，2014 年 6 月 18 日，公司召开 2013 年度股东大会，改选张海峰为第二届监事会成员。

2014 年 8 月 31 日，公司召开 2014 年第四次临时股东大会，选举许可、张海峰为监事，并与由 2014 年第二次职工代表大会推选的职工代表监事龚昊共同组成第三届监事会。

2014 年 8 月 31 日，公司第三届监事会第一次会议作出决议，选举许可为公司监事会主席。

2016 年 4 月 19 日，由于张海峰、龚昊因个人原因辞去监事职务，公司 2015 年度股东大会改选周俊华为公司第三届监事会非职工代表监事， 2016 年第一次职工代表大会推选崔立臣为职工代表监事。

二、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属持股情况

（一）董事、监事、高级管理人员及核心技术人员直接、间接持有公司股份及其变动情况

报告期各期末，公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员直接或间接持有公司股份数如下表所示：

姓名	职务	时间	持股数量（万股）	持股比例
郑安政	董事长、总经理	2016 年 6 月 30 日	10,710	50.100%
		2015 年 12 月 31 日	10,710	50.100%
		2014 年 12 月 31 日	10,710	50.100%
		2013 年 12 月 31 日	10,710	50.100%
陈克川	副董事长	2016 年 6 月 30 日	4,200	19.647%
		2015 年 12 月 31 日	4,200	19.647%
		2014 年 12 月 31 日	4,200	19.647%
		2013 年 12 月 31 日	4,200	19.647%
郑安坤	董事	2016 年 6 月 30 日	3,150	14.735%
		2015 年 12 月 31 日	3,150	14.735%
		2014 年 12 月 31 日	3,150	14.735%
		2013 年 12 月 31 日	3,150	14.735%
郑秀萍	副总经理	2016 年 6 月 30 日	1,050	4.912%
		2015 年 12 月 31 日	1,050	4.912%
		2014 年 12 月 31 日	1,050	4.912%
		2013 年 12 月 31 日	1,050	4.912%

姓名	职务	时间	持股数量（万股）	持股比例
金俊	副总经理、董事会秘书	2016 年 6 月 30 日	42	0.196%
		2015 年 12 月 31 日	42	0.196%
		2014 年 12 月 31 日	42	0.196%
		2013 年 12 月 31 日	42	0.196%
谭才年	副总经理、财务总监	2016 年 6 月 30 日	42	0.196%
		2015 年 12 月 31 日	42	0.196%
		2014 年 12 月 31 日	42	0.196%
		2013 年 12 月 31 日	42	0.196%
赵颖	副总经理	2016 年 6 月 30 日	63	0.294%
		2015 年 12 月 31 日	63	0.294%
		2014 年 12 月 31 日	63	0.294%
		2013 年 12 月 31 日	42	0.196%
赵典媚	副总经理	2016 年 6 月 30 日	21	0.098%
		2015 年 12 月 31 日	21	0.098%
		2014 年 12 月 31 日	21	0.098%
		2013 年 12 月 31 日	21	0.098%
吴峥	研发中心总监	2016 年 6 月 30 日	21	0.098%
		2015 年 12 月 31 日	21	0.098%
		2014 年 12 月 31 日	21	0.098%
		2013 年 12 月 31 日	21	0.098%
曾云榜	生产中心总监	2016 年 6 月 30 日	21	0.098%
		2015 年 12 月 31 日	21	0.098%
		2014 年 12 月 31 日	21	0.098%
		2013 年 12 月 31 日	21	0.098%

公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员中，除上述人员直接、间接持有本公司股份外，其他董事、监事、高级管理人员及核心技术人员不存在直接、间接持有本公司股份的情况。

（二）董事、监事、高级管理人员及核心技术人员近亲属持股情况

截至本招股说明书签署日，除郑安政、陈克川、郑安坤、郑秀萍之间存在的近亲属关系外，本公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的其他近亲属不存在以其他任何方式直接或间接持有本公司股份的情况。

（三）股份质押或冻结情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属所持有的本公司股份不存在质押或冻结的情况。

三、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的对外投资情况

截至本招股说明书签署日，除持有公司及本公司子公司股份外，本公司董事、监事、高级管理人员的其他主要对外投资情况如下：

姓名	现担任公司职务	除公司外其他对外投资企业（包括直接投资与间接投资）	持股比例
郑安政	董事长、总经理	上海安正投资发展有限公司	25.00%
		辽宁萃兮华都商业发展有限公司	4.99%
		海宁金诺投资有限公司	2.25%
		山东步长制药股份有限公司	0.0575%
陈克川	副董事长	海宁市帛玛尼沙发套有限公司	100.00%
		FOUR SEASONS FASHION CO.LIMITED	100.00%
		上海坤维实业有限公司	51.00%
		浙江中科招盈创业投资有限公司	40.00%
		上海安正投资发展有限公司	32.00%
		浙江琳轩亲和源投资有限公司	29.00%
		海宁琳轩文化产业发展有限公司	26.00%
		海宁琳轩生态农业有限公司	29.80%
		辽宁萃兮华都商业发展有限公司	6.3872%
		浙江上城科技有限公司	12.6068%
		上海融高创业投资有限公司	6.80%
		海宁汇泰康明生物科技有限公司	5.00%
		海宁金诺投资有限公司	2.88%
		Access Medical Systems,Ltd.	1.482375%
		山东步长制药股份有限公司	0.0736%
		海宁坤维投资有限责任公司	100.00%
郑安坤	董事	上海安正投资发展有限公司	31.00%
		辽宁萃兮华都商业发展有限公司	6.1876%
		海宁金诺投资有限公司	2.79%
		山东步长制药股份有限公司	0.0713%
王朝阳	董事、总经理	江苏美亚链条有限公司	63.12%

姓名	现担任公司职务	除公司外其他对外投资企业（包括直接投资与间接投资）	持股比例
		江苏美亚房地产有限公司	15.00%
郑秀萍	副总经理	上海坤维实业有限公司	49.00%
		上海融高创业投资有限公司	6.53%
谭才年	副总经理、财务总监	FIRST GROWTH HOLDINGS LTD.	6.62%
		深圳华旗汇瑞投资合伙企业（有限合伙）	3.38%
张慧德	独立董事	桂林市鹏程房地产开发有限公司	90.00%

四、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员相互之间的亲属关系和兼职情况

（一）董事、监事、高级管理人员及核心技术人员相互之间的亲属关系

公司的董事、监事、高级管理人员核心技术人员中，郑安政、郑安坤、郑安杰与郑秀萍系兄妹关系，郑秀萍与陈克川系夫妻关系，吴峥系郑安政堂弟之妻。除此之外，公司其他董事、监事、高级管理人员及核心技术人员之间不存在亲属关系。

（二）董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的兼职情况

截至本招股说明书签署日，董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的主要兼职情况如下表所示：

姓　名	本公司职务	兼职单位	兼职职务	兼职单位与发行人的关联关系（除本人兼职引起的关系外）
郑安政	董事长、总经理	上海市工商联温州商会	副会长	无关联关系
		中国服装协会	第六届理事会副会长	无关联关系
陈克川	副董事长	上海安正投资发展有限公司	执行董事、总经理	陈克川持有 32%股权、郑安坤持有 31%股权、郑安政持有 25%股权、郑安杰持有 12%股权
		辽宁萃兮华都商业发展有限	董事	上海安正投资发展

姓　名	本公司职务	兼职单位	兼职职务	兼职单位与发行人的关联关系（除本人兼职引起的关系外）
		公司		有限公司持有19.96%股权
		海宁金诺投资有限公司	董事	上海安正投资发展有限公司持有9%股权
		上海坤维实业有限公司	执行董事、总经理	陈克川持有51%股权、郑秀萍持有49%股权
		上海融高创业投资有限公司	副董事长	上海坤维实业有限公司持有13.33%股权
		海宁市帛玛尼沙发套有限公司	执行董事、总经理	陈克川间接持有100%股权
		浙江中科招盈创业投资有限公司	董事长	陈克川持有40%股权
		浙江琳轩亲和源投资有限公司	董事、总经理	陈克川持有29%股权
		海宁琳轩文化产业发展有限公司	监事	陈克川持有26%股权
		海宁琳轩生态农业有限公司	董事	陈克川持有29.80%股权
		浙江上城科技有限公司	董事	陈克川持有12.6068%股权
		海宁汇泰康明生物科技有限公司	董事	陈克川持有5%股权
		海宁市嘉宝小额贷款股份有限公司	副董事长	公司持有8.00%股权
		海宁坤维投资有限责任公司	执行董事、总经理	陈克川持有100%股权
郑安坤	董事	上海安正投资发展有限公司	监事	陈克川持有32%股权、郑安坤持有31%股权、郑安政持有25%股权、郑安杰持有12%股权
王朝阳	董事	江苏美亚链条有限公司	董事及总经理	无关联关系
		江苏美乐投资有限公司	总经理	无关联关系
		上海凤凰自行车有限公司	董事兼总经理	无关联关系
		上海凤凰自行车江苏有限公司	执行董事兼总经理	无关联关系

姓　名	本公司职务	兼职单位	兼职职务	兼职单位与发行人的关联关系（除本人兼职引起的关系外）
		上海凤凰电动车有限公司	董事长	无关联关系
		上海凤凰自行车销售有限公司	董事长	无关联关系
		上海凤凰进出口有限公司	董事长	无关联关系
		上海凤凰医疗设备有限公司	董事长	无关联关系
		上海凤凰医疗科技江苏有限公司	董事	无关联关系
		上海凤凰企业（集团）股份有限公司	董事	无关联关系
		凤凰（天津）自行车有限公司	董事	无关联关系
		视悦光学有限公司	董事	无关联关系
		江苏雷盟电动科技有限公司	执行董事兼总经理	无关联关系
郑秀萍	副总经理	上海坤维实业有限公司	监事	陈克川持有 51%股权、郑秀萍持有 49%股权
谭才年	副总经理、财务总监	江苏中核利柏特股份有限公司	独立董事	无关联关系
		FIRST GROWTH HOLDINGS LTD.	董事	无关联关系
魏林	独立董事	中国纺织工业联合会	传媒中心主任	无关联关系
		北京丝路经纬传媒文化有限公司	董事长	无关联关系
		山东舒朗服装服饰股份有限公司	独立董事	无关联关系
		广州天创时尚鞋业股份有限公司	独立董事	无关联关系
张庆辉	独立董事	中国服装设计师协会	副主席兼秘书长	无关联关系
		中国服装协会	副会长	无关联关系
张慧德	独立董事	中南财经政法大学	副教授	无关联关系
		湖北沙隆达股份有限公司	独立董事	无关联关系
		湖北富邦科技股份有限公司	独立董事	无关联关系
		武汉精测电子技术股份有限公司	独立董事	无关联关系
		桂林市鹏程房地产开发有限公司	监事	无关联关系
		湖北台基半导体股份有限公	独立董事	无关联关系

姓　名	本公司职务	兼职单位	兼职职务	兼职单位与发行人的关联关系（除本人兼职引起的关系外）
		司		

五、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的薪酬情况

本公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员 2015 年度薪酬如下表所示：

单位：万元

姓名	职务	领薪单位	2015年度薪酬
郑安政	董事长、总经理	安正时尚	47.17
陈克川	副董事长	安正时尚	47.17
郑安坤	董事	安正时尚	25.72
戴亦一	董事	安正时尚	10.00
郑安杰	形象工程采购中心总监	安正时尚	27.40
郑秀萍	副总经理、核心技术人员	安正时尚	25.86
金俊	副总经理、董事会秘书	安正时尚	81.91
谭才年	副总经理、财务总监	安正时尚	61.31
赵颖	副总经理	安正时尚	94.76
赵典媚	副总经理	安正时尚	79.00
魏林	独立董事	安正时尚	10.00
张慧德	独立董事	安正时尚	10.00
张建民	独立董事	安正时尚	10.00
许可	监事、人力资本中心绩效薪酬部高级经理	安正时尚	38.62
龚昊	职工监事、供应链中心总监助理	安正时尚	15.70
张海峰	行政管理部行政主管	安正时尚	15.21
曾云榜	生产中心总监、核心技术人员	安正时尚	85.69
吴峥	研发中心总监、核心技术人员	安正时尚	80.38
王朝阳	董事	安正时尚	-
张庆辉	独立董事	安正时尚	-
周俊华	监事、店铺设计高级经理	安正时尚	41.70
崔立臣	职工监事、商务经理	安正时尚	19.00

注：1.截至本招股说明书签署日，戴亦一、张建民、龚昊、张海峰已经离任；2.新任董事王朝阳、张庆辉 2015 年度未领取薪酬。

六、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员与本公司签订的有关协议、作出的重要承诺

（一）签订协议的情况

除公司副总经理赵典媚与公司签署劳务合同外，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。

（二）持股锁定期的承诺

持有公司股份的董事、监事、高级管理人员就持有公司股份在本次发行上市后的锁定期事项做出承诺，具体情况详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“六、发行前后股本变动情况”之“（七）本次发行前股东所持股份的流通限制和自愿锁定承诺”。

（三）避免同业竞争的承诺

具体情况详见本招股说明书“第七节 同业竞争与关联交易”之“二、同业竞争”之“（二）关于避免同业竞争的承诺”。

（四）对公司填补回报措施能够得到切实履行的承诺

具体内容详见本招股说明书“重大事项提示”之“二、其他重大事项提示”之“（七）关于公司填补回报措施能够得到切实履行的承诺”。

七、董事、监事、高级管理人员的任职资格

公司董事、监事及高级管理人员的提名和选聘均严格履行了相关的法律程序，其任职资格均符合《公司法》等有关法律、行政法规、规章、规范性文件和《公司章程》的规定。

八、董事、监事、高级管理人员近三年来的变动情况

（一）董事会成员的变动情况

报告期内，公司董事会成员的变动情况如下：

时间	非独立董事人选	独立董事人选
2013-1-1 至 2013-10-17	郑安政、陈克川、郑安坤、郑安杰、郑秀萍	-
2013-10-18 至 2014-1-8	郑安政、陈克川、郑安坤、顾宏伟	魏林、张建民、张慧德
2014-1-9 至 2014-8-30	郑安政、陈克川、郑安坤	魏林、张建民、张慧德
2014-8-31 至 2016-7-18	郑安政、陈克川、郑安坤、戴亦一	魏林、张建民、张慧德
2016-7-19 至 2016-8-14（注）	郑安政、陈克川、郑安坤	魏林、张建民、张慧德
2016-8-15 至今	郑安政、陈克川、郑安坤、王朝阳	魏林、张慧德、张庆辉

注：公司原董事戴亦一、张建民于 2016 年 7 月 18 日向公司董事会提交辞职报告。由于辞职将导致公司独立董事人数少于法定人数，原独立董事张建民继续履行职责至公司董事会选举新的独立董事。

报告期内，公司董事会成员的变动主要系公司为优化内部治理结构、吸收先进管理经验而进行的主动调整。2016 年 8 月，原董事戴亦一、张建民因个人原因辞去董事职务。报告期内，公司董事会成员未发生重大变动。

（二）监事会成员的变动情况

报告期内，公司监事会成员的变动情况如下：

时间	非职工监事	职工代表监事
2013-1-1 至 2013-10-17	王永龙、陈菊华	王成杰
2013-10-18 至 2014-6-17	吴承刚、许可	龚昊
2014-6-18 至 2016-4-18	许可、张海峰	龚昊
2016-4-19 至今	许可、周俊华	崔立臣

报告期内，公司监事的变动主要基于股东及员工的意愿，旨在进一步发挥监事的监督职能并优化公司治理结构；2016 年 4 月的变动主要系监事个人原因从公司离职。报告期内，公司监事会在《公司章程》及《监事会议事规则》的框架下行使责权，运行良好；公司新任监事的提名、选举和职工代表监事的民主选举均履行了必要的法律程序。报告期内，监事会成员的部分变动并未对监事会运行及职能的发挥产生实质性影响。

（三）高级管理人员变动情况

报告期内，公司高级管理人员的变动情况如下：

时间	总经理	副总经理	财务总监	董事会秘书
2013-1-1 至 2013-11-2	郑安政	郑秀萍、金俊、谭才年、葛国平	谭才年	金俊
2013-11-2 至 2014-1-8	郑安政	郑秀萍、金俊、谭才年、赵颖、赵典媚、顾宏伟	谭才年	金俊
2014-1-9 至 2014-8-30	郑安政	郑秀萍、金俊、谭才年、赵颖、赵典媚	谭才年	金俊
2014-8-31 至今	郑安政	郑秀萍、金俊、谭才年、赵颖、赵典媚	谭才年	金俊

从上表可以看出，报告期内，公司高级管理人员未发生重大变动。

第九节 公司治理

根据《公司法》、《证券法》等相关法律法规及规范性文件的要求，公司制定了《公司章程》，建立了由股东大会、董事会、监事会和高级管理人员组成的公司治理框架，形成了权力机构、决策机构、监督机构和管理层之间权责明确、运作规范的相互协调和相互制衡机制。

公司股东大会由全体股东组成。公司董事会由 7 名董事组成，其中独立董事 3 名，董事会下设战略委员会、审计委员会、提名委员会及薪酬和考核委员会。公司监事会由 3 名监事组成，其中职工代表监事 1 名，监事会主席 1 名。公司高级管理人员包括总经理、副总经理、董事会秘书和财务总监。

公司自设立以来，股东大会、董事会、监事会和经理层能够按照相关法律、法规和《公司章程》赋予的职权依法独立规范运作，履行各自的权利和义务，没有违法违规情况的发生。

为了更好地维护股东权益，确保股东、董事、监事职权的有效履行，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》、《董事会秘书工作制度》、《内部控制制度》、《关联交易制度》、《对外担保制度》等制度，为公司法人治理的规范化运行提供了进一步的制度保证。

一、公司股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度的建立健全及运行情况

（一）股东大会制度的建立健全及运行情况

股东大会由全体股东组成，为公司的权力机构，根据《公司法》、《公司章程》及《股东大会议事规则》的规定规范运作。

1、股东的权利与义务

根据《公司章程》的规定，公司股东享有下列权利：

（1）依照其所持有的股份份额获得红利和其他形式的利益分配；

（2）依法请求、召集、主持、参加或者委派股东代理人参加股东大会，并行使相应的表决权；

（3）对公司的经营行为进行监督，提出建议或者质询；

（4）依照法律、行政法规及《公司章程》的规定转让、赠予或质押其所持有的股份；

（5）查阅《公司章程》、股东名册、公司债券存根、股东大会会议记录、董事会会议决议、监事会会议决议、财务会计报告；

（6）公司终止或者清算时，按其所持有的股份份额参加公司剩余财产的分配；

（7）对股东大会作出的公司合并、分立决议持异议的股东，要求公司收购其股份；

（8）法律、行政法规及《公司章程》所赋予的其他权利。

根据《公司章程》的规定，公司股东承担下列义务：

（1）遵守法律、行政法规和《公司章程》；

（2）依其所认购的股份和入股方式缴纳股金；

（3）除法律、行政法规规定的情形外，不得退股；

（4）不得滥用股东权利损害公司或者其他股东的利益；不得滥用公司法人独立地位和股东有限责任损害公司债权人的利益；

（5）法律、行政法规及《公司章程》规定应承担的其他义务。

2、股东大会的职权

根据《公司章程》的规定，股东大会作为公司的权力机构依法行使下列职权：

（1）决定公司经营方针和投资计划；

（2）决定公司在一年内购买或出售资产超过公司最近一期经审计资产总额30%以上的事项；

（3）选举和更换非由职工代表担任的公司董事、监事，决定有关董事、监事的报酬事项；

（4）审议批准董事会的报告；

（5）审议批准监事会的报告；

（6）审议批准公司的财务预算方案、决算方案；

（7）审议批准公司的利润分配方案和弥补亏损方案；

（8）审议批准变更募集资金用途事项；

（9）审议批准股权激励计划；

（10）对公司增加或者减少注册资本做出决议；

（11）对发行公司债券做出决议；

（12）对公司合并、分立、解散、清算或者变更公司形式做出决议；

（13）对公司聘用、解聘会计师事务所做出决议；

（14）修改《公司章程》；

（15）审议法律、行政法规、部门规章或《公司章程》规定应当由股东大会决定的其他事项。

除上述职权外，股东大会的职权还包括审议批准下列担保事项和重大交易、对外投资事项及关联交易事项：

（1）本公司及本公司控股子公司的对外担保总额，达到或超过最近一期经审计净资产的 50%以上提供的任何担保；

（2）公司的对外担保总额，达到或超过公司最近一期经审计总资产的 30%以后提供的任何担保；

（3）连续十二个月内担保金额超过公司最近一期经审计净资产的 50%且绝对金额超过 5,000 万元人民币；

（4）为资产负债率超过 70%的担保对象提供的担保；

（5）单笔担保额超过最近一期经审计净资产 10%的担保；

（6）对股东、实际控制人及其关联方提供的担保；

（7）交易涉及的资产总额占公司最近一期经审计总资产的 50%以上，该交易涉及的资产总额同时存在账面值和评估值的，以较高者作为计算数据；

（8）交易标的在最近一个会计年度相关的营业收入占公司最近一个会计年度经审计营业收入的 50%以上，且绝对金额超过 5,000 万元人民币；

（9）交易标的在最近一个会计年度相关的净利润占公司最近一个会计年度经审计净利润的 50%以上，且绝对金额超过 500 万元人民币；

（10）交易的成交金额（含承担债务和费用）占公司最近一期经审计净资产的 50%以上，且绝对金额超过 5,000 万元人民币；

（11）交易产生的利润占公司最近一个会计年度经审计净利润的 50%以上，且绝对金额超过 500 万元人民币。

（12）公司与关联人发生的交易（公司获赠现金资产和提供担保除外）金额在 3,000 万元以上，且占公司最近一期经审计净资产绝对值 5%以上的关联交易；

（13）虽属于董事会有权判断并实施的关联交易，但出席董事会的非关联董事人数不足 3 人的。

3、股东大会的议事规则

（1）股东大会的召集与通知

股东大会分为年度股东大会和临时股东大会。年度股东大会每年召开一次，并应于上一个会计年度完结之后的六个月之内举行。

有下列情形之一的，公司应在事实发生之日起两个月以内召开临时股东大会：董事人数不足五人或者《公司章程》所定人数的三分之二；公司未弥补的亏损达到实收股本总额的三分之一时；单独或者合计持有公司有表决权股份总数的10%以上的股东书面请求时；董事会认为必要时；监事会提议召开时；法律、行政法规、部门规章或《公司章程》规定的其他情形。

公司召开年度股东大会，召集人应当于会议召开 20 日前以公告方式通知各股东，召开临时股东大会应于会议召开 15 日前以公告方式通知各股东。

（2）股东大会的表决与决议

股东（包括股东代理人）以其所持有或代表的有表决权的股份数额在股东大会会议上行使表决权，每一股份享有一票表决权，但是，公司持有的本公司股份没有表决权。

股东大会决议分为普通决议和特别决议。股东大会做出普通决议，必须经出席会议的股东（包括股东代理人）所持有或所代表表决权的 1/2 以上通过。股东大会做出特别决议，必须经出席会议的股东（包括股东代理人）所持有或所代表表决权的 2/3 以上通过。

下列事项由股东大会以普通决议通过：董事会和监事会的工作报告；董事会拟定的利润分配方案和弥补亏损方案；董事会和监事会成员的任免及其报酬和支付方法；公司年度预算方案、决算方案；公司年度报告；除国家法律、法规或者《公司章程》规定应当以特别决议通过以外的其他事项。

下列事项由股东大会以特别决议通过：公司增加或者减少注册资本；公司的分立、合并、解散和清算；公司在一年内购买、出售重大资产或者担保金额超过公司最近一期经审计资产总额30%的；股权激励计划；《公司章程》的修改；《公司章程》规定和股东大会以普通决议认定会对公司产生重大影响的，需要以特别决议通过的其他事项。

（3）股东大会的会议记录

股东大会应当有会议记录。股东大会的召集人应当保证会议记录内容真实、准确和完整。出席会议的董事、监事、董事会秘书、召集人或其代表、会议主持人应当在会议记录上签名，会议记录应当与现场出席股东的签名册及代理出席的委托书等资料一并保存，保存期限不少于10年。

4、股东大会的设立与运行情况

2012年至今，公司共召开了20次股东大会，各股东均认真履行职责，充分行使股东权利，历次会议在召集方式、议事程序、表决方式和决议内容等方面，均符合有关法律、法规、规范性文件及《公司章程》的规定。各次股东大会的具体情况如下：

序号	会议名称	召开时间
1	2012年第一次临时股东大会	2012年3月20日
2	2012年第二次临时股东大会	2012年5月23日
3	2011年度股东大会	2012年6月18日
4	2012年第三次临时股东大会	2012年10月30日
5	2012年第四次临时股东大会	2012年11月26日
6	2012年第五次临时股东大会	2012年12月27日
7	2012年度股东大会	2013年6月9日
8	2013年第一次临时股东大会	2013年10月18日
9	2014年第一次临时股东大会	2014年2月7日
10	2014年第二次临时股东大会	2014年4月8日
11	2014年第三次临时股东大会	2014年6月12日
12	2013年度股东大会	2014年6月18日
13	2014年第四次临时股东大会	2014年8月31日
14	2014年第五次临时股东大会	2014年10月24日
15	2014年度股东大会	2015年4月15日
16	2015年第一次临时股东大会	2015年6月8日
17	2016年第一次临时股东大会	2016年1月20日

序号	会议名称	召开时间
18	2015 年度股东大会	2016 年 4 月 19 日
19	2016 年第二次临时股东大会	2016 年 8 月 15 日
20	2016 年第三次临时股东大会	2016 年 9 月 30 日

（二）董事会制度的建立健全及运行情况

1、董事会构成

根据《公司章程》和《董事会议事规则》的规定，董事会由 7 名董事组成，其中独立董事三名，董事会设董事长一人，由全体董事的过半数选举产生。董事由股东大会选举或更换，董事每届任期三年，连选可以连任，但独立董事的连任时间不得超过六年。

2、董事会职权

根据《公司章程》和《董事会议事规则》的规定，董事会对股东大会负责，依法行使下列职权：

（1）负责召集股东大会，并向股东大会报告工作；

（2）执行股东大会的决议；

（3）决定公司的经营计划和投资方案；

（4）制订公司的年度财务预算方案、决算方案；

（5）制订公司的利润分配方案和弥补亏损方案；

（6）制订公司增加或者减少注册资本、发行公司债券或其他证券及上市方案；

（7）拟订公司重大收购、回购本公司股票或者合并、分立和解散及变更公司形式的方案；

（8）决定公司内部管理机构的设置；

（9）聘任或者解聘公司总经理、董事会秘书；根据总经理的提名，聘任或者解聘公司副总经理、财务总监等高级管理人员，并决定其报酬事项和奖惩事项；

（10）制订公司的基本管理制度；

（11）制订《公司章程》的修改方案；

（12）管理公司信息披露事项；

（13）制订公司独立董事的津贴标准预案；

（14）向股东大会提请聘请或更换为公司审计的会计师事务所；

（15）听取公司总经理和其他高级管理人员的工作汇报并检查总经理工作；

（18）审议并批准未达到《公司章程》规定应由股东大会审议批准标准之一的重大交易、对外投资；

（19）在股东大会授权范围内，决定公司对外投资、收购出售资产、资产抵押、对外担保事项、委托理财、关联交易等事项；

（20）国家法律、法规或《公司章程》规定，以及股东大会授予的其他职权。

3、董事会议事规则

（1）董事会的召集与通知

董事会会议分为定期会议和临时会议。董事会每年应当至少在上下两个半年度各召开一次定期会议。有下列情形之一的，董事长应在十日内召开临时会会议：董事长认为必要时；1/3 以上董事联名提议时；1/2 以上独立董事联名提议时；监事会提议时；总经理提议时；代表 10%以上表决权的股东提议时。

召开董事会定期会议和临时会议，应当分别提前十日和五日将书面会议通知，通过直接送达、传真、电子邮件或者其他方式，提交全体董事和监事以及总经理、董事会秘书。非直接送达的，还应当通过电话进行确认并做相应记录。

（2）董事会的召开、表决与决议

董事会会议应有过半数的董事出席方可举行。监事可以列席董事会会议，总经理和董事会秘书未兼任董事的，应当列席董事会会议。会议主持人认为有必要的，可以通知其他有关人员列席董事会会议。

董事会会议以现场召开为原则。必要时，在保障董事充分表达意见的前提下，经召集人（主持人）、提议人同意，也可以通过视频、电话、传真或者电子邮件表决等方式召开。董事会会议也可以采取现场与其他方式同时进行的方式召开。非以现场方式召开的，以视频显示在场的董事、在电话会议中发表意见的董事、规定期限内实际收到传真或者电子邮件等有效表决票，或者董事事后提交的曾参加会议的书面确认函等计算出席会议的董事人数。

董事会会议表决实行一人一票，以记名和书面等方式进行。

董事会作出决议，必须经全体董事过半数通过。董事会根据《公司章程》的规定，在其权限范围内对对外担保事项作出决议，除公司全体董事过半数同意外，

还必须经出席会议的 2/3 以上董事同意。

在董事回避表决的情况下，有关董事会会议由过半数的无关联关系董事出席即可举行，形成决议须经无关联关系董事过半数通过。出席会议的无关联关系董事人数不足 3 三人的，不得对有关提案进行表决，而应当将该事项提交股东大会审议。

（3）董事会的会议记录

董事会秘书应当安排证券事务部工作人员对董事会会议做好记录。与会董事应当代表其本人和委托其代为出席会议的董事对会议记录进行签字确认。董事对会议记录有不同意见的，可以在签字时做出书面说明。必要时，应当及时向监管部门报告，也可以发表公开声明。董事会会议档案由董事会秘书负责保存，保管期限为 10 年以上。

4、董事会制度的运行情况

2012 年至今，公司召开了 29 次董事会会议，各董事均按照《公司法》、《公司章程》的规定切实行使权利并履行职责、义务，董事会会议的召集方式、议事程序、表决方式和决议内容等方面均符合有关法律、法规、规范性文件及《公司章程》的规定。各次董事会会议的具体情况如下：

序号	会议名称	召开时间
1	第二届董事会第三次会议	2012 年 3 月 5 日
2	第二届董事会第四次会议	2012 年 5 月 5 日
3	第二届董事会第五次会议	2012 年 5 月 28 日
4	第二届董事会第六次会议	2012 年 8 月 1 日
5	第二届董事会第七次会议	2012 年 10 月 10 日
6	第二届董事会第八次会议	2012 年 11 月 10 日
7	第二届董事会第九次会议	2012 年 12 月 11 日
8	第二届董事会第十次会议	2013 年 5 月 20 日
9	第二届董事会第十一次会议	2013 年 9 月 30 日
10	第二届董事会第十二次会议	2013 年 11 月 2 日
11	第二届董事会第十三次会议	2013 年 12 月 17 日
12	第二届董事会第十四次会议	2014 年 1 月 20 日
13	第二届董事会第十五次会议	2014 年 3 月 22 日
14	第二届董事会第十六次会议	2014 年 5 月 28 日
15	第二届董事会第十七次会议	2014 年 5 月 29 日
16	第二届董事会第十八次会议	2014 年 8 月 15 日

序号	会议名称	召开时间
17	第三届董事会第一次会议	2014 年 8 月 31 日
18	第三届董事会第二次会议	2014 年 10 月 8 日
19	第三届董事会第三次会议	2015 年 3 月 10 日
20	第三届董事会第四次会议	2015 年 3 月 25 日
21	第三届董事会第五次会议	2015 年 5 月 21 日
22	第三届董事会第六次会议	2015 年 9 月 10 日
23	第三届董事会第七次会议	2015 年 12 月 3 日
24	第三届董事会第八次会议	2016 年 1 月 4 日
25	第三届董事会第九次会议	2016 年 3 月 11 日
26	第三届董事会第十次会议	2016 年 3 月 27 日
27	第三届董事会第十一次会议	2016 年 7 月 29 日
28	第三届董事会第十二次会议	2016 年 8 月 26 日
29	第三届董事会第十三次会议	2016 年 9 月 12 日

（三）监事会制度的建立健全及运行情况

1、监事会构成

根据《公司章程》和《监事会议事规则》的规定，监事会由三名监事组成，其中职工代表监事的比例不低于 1/3，职工代表监事由公司职工代表大会选举产生或罢免。监事会设监事会主席一名，由全体监事过半数选举产生。监事每届任期三年，连选可以连任。

2、监事会职权

根据《公司章程》和《监事会议事规则》的规定，监事会是公司的监督机构，对股东大会负责，依法行使下列职权：

（1）应当对董事会编制的公司定期报告进行审核并提出书面审核意见；

（2）检查公司的财务；

（3）对董事、高级管理人员执行公司职务的行为进行监督，对违反法律、行政法规、本章程或者股东会决议的董事、高级管理人员提出罢免的建议；

（4）当董事、高级管理人员的行为损害公司的利益时，要求董事、高级管理人员予以纠正；

（5）提议召开临时股东大会，在董事会不履行《公司法》规定的召集和主持股东会会议职责时召集和主持股东会会议；

（6）向股东大会提出提案；

（7）依照《公司法》第一百五十二条的规定，对董事、高级管理人员提起诉讼；

（8）发现公司经营情况异常，可以进行调查；必要时，可以聘请会计师事务所、律师事务所等专业机构协助其工作，费用由公司承担；

（9）提议召开董事会临时会议；

（10）《公司章程》规定或股东大会授予的其他职权。股东大会授予的其他职权以股东大会决议明确。

3、监事会议事规则

（1）监事会的召集与通知

监事会每 6 个月至少召开一次会议。监事可以提议召开临时监事会会议。监事会召开定期会议和临时会议，应当分别提前 10 日和 5 日书面送达全体监事。

（2）监事会的召开、表决与决议

监事会会议应当有过半数的监事出席方可举行。监事会表决，每一监事享有一票表决权。监事会做出决议，应当由 1/2 以上的监事表决通过。

（3）监事会的会议记录

监事会会议应有记录，出席会议的监事应当在会议记录上签名。监事有权要求在记录上对其在会议上的发言做出某种说明性记载。监事会会议记录作为公司档案保存 10 年。

4、监事会制度的运行情况

2012 年至今，公司召开了 22 次监事会会议，各监事均按照《公司法》、《公司章程》的规定切实行使权利并履行职责、义务，历次监事会会议在召集方式、议事程序、表决方式和决议内容等方面均符合有关法律、法规、规范性文件及《公司章程》的规定。各次监事会会议的具体情况如下：

序号	会议名称	召开时间
1	第二届监事会第三次会议	2012 年 3 月 5 日
2	第二届监事会第四次会议	2012 年 5 月 5 日
3	第二届监事会第五次会议	2012 年 5 月 28 日
4	第二届监事会第六次会议	2012 年 8 月 1 日

序号	会议名称	召开时间
5	第二届监事会第七次会议	2012 年 10 月 10 日
6	第二届监事会第八次会议	2012 年 11 月 10 日
7	第二届监事会第九次会议	2012 年 12 月 11 日
8	第二届监事会第十次会议	2013 年 5 月 20 日
9	第二届监事会第十一次会议	2013 年 9 月 30 日
10	第二届监事会第十二次会议	2013 年 11 月 2 日
11	第二届监事会第十三次会议	2013 年 12 月 17 日
12	第二届监事会第十四次会议	2014 年 1 月 20 日
13	第二届监事会第十五次会议	2014 年 3 月 22 日
14	第二届监事会第十六次会议	2014 年 5 月 29 日
15	第二届监事会第十七次会议	2014 年 6 月 29 日
16	第二届监事会第十八次会议	2014 年 8 月 15 日
17	第三届监事会第一次会议	2014 年 8 月 31 日
18	第三届监事会第二次会议	2015 年 3 月 25 日
19	第三届监事会第三次会议	2015 年 9 月 25 日
20	第三届监事会第四次会议	2016 年 3 月 11 日
21	第三届监事会第五次会议	2016 年 3 月 27 日
22	第三届监事会第六次会议	2016 年 9 月 12 日

（四）独立董事

1、独立董事制度建立

根据《公司章程》和《独立董事工作制度》的规定，公司建立独立董事制度，以进一步完善公司的法人治理结构及公司董事会结构，强化对内部董事及经理层的约束和激励机制，保护中小股东及利益相关者的利益，促进公司的规范运作。公司董事会成员中至少要有三分之一的独立董事，独立董事中至少包括一名会计专业人士。

截至本招股说明书签署日，公司共有三名独立董事，分别为张庆辉先生、张慧德女士、魏林先生，均由公司股东大会选举产生，各独立董事均符合《公司法》、《关于在上市公司建立独立董事制度的指导意见》、《公司章程》等规定的任职资格和条件。

2、独立董事的职权、职责

根据《独立董事工作制度》的规定，独立董事除具有《公司法》、《公司章程》和其他相关法律、法规赋予董事的职权外，公司独立董事还享有以下职权：

（1）重大关联交易（指公司拟与关联人达成的总额高于 300 万元或高于公司最近经审计净资产值 5%的关联交易），应由独立董事认可后，提交董事会讨论，独立董事在作出判断前，可以聘请中介机构出具独立财务顾问报告；

（2）向董事会提议聘用或解聘会计师事务所；

（3）向董事会提请召开临时股东大会；

（4）提议召开董事会；

（5）独立聘请外部审计机构和咨询机构，相关费用由公司承担；

（6）在股东大会召开前公开向股东征集投票权。

独立董事行使上述职权应当取得全体独立董事的 1/2 以上同意。

独立董事除履行上述职责外，还应当对以下事项向董事会或股东大会发表独立意见：

（1）提名、任免董事；

（2）聘任或解聘高级管理人员；

（3）公司董事、高级管理人员的薪酬；

（4）公司的股东、实际控制人及其关联企业对公司现有或新发生的总额高于 300 万元或高于公司最近经审计净资产值的 5%的借款或其他资金往来，以及公司是否采取有效措施回收欠款；

（5）需要披露的关联交易、对外担保（不含对合并报表范围内子公司提供担保）、委托理财、对外提供财务资助、变更募集资金用途、股票及其衍生品种投资等重大事项；

（6）重大资产重组方案；

（7）股权激励计划；

（8）独立董事认为可能损害中小股东权益的事项；

（9）有关法律、行政法规、部门规章、规范性文件、证券交易所业务规则及《公司章程》规定的其他事项。

3、独立董事履行职责的情况

公司 3 名独立董事自聘任以来均能严格按照法律、行政法规、规范性文件及《公司章程》的规定认真履行独立董事职责，在规范公司运作，加强风险管理，完善内部控制，保障中小股东利益，提高董事会决策水平等方面起到了积极的作用。

（五）董事会秘书

1、董事会秘书的聘任

根据《公司章程》和《董事会秘书工作制度》的规定，公司设董事会秘书一名，为公司的高级管理人员。董事会秘书由董事长提名，经董事会聘任或者解聘，对董事会负责。

2、董事会秘书的工作职责

根据《董事会秘书工作制度》的规定，董事会秘书是公司高级管理人员，依法履行以下职责：

（1）负责公司和相关当事人之间的及时沟通和联络；

（2）负责管理公司信息披露事务；

（3）按照法定程序筹备董事会会议和股东大会，准备和提交拟审议的董事会和股东大会的文件；

（4）参加董事会会议，制作会议记录并签字；

（5）负责与公司信息披露有关的保密工作，制订保密措施，促使公司董事会全体成员及相关知情人在有关信息正式披露前保守秘密；

（6）负责保管公司股东名册、董事名册、大股东及董事、监事、高级管理人员持有公司股票的资料，以及董事会、股东大会的会议文件和会议记录等；

（7）协助董事、监事和高级管理人员了解信息披露相关法律、法规、规章和公司章程；

（8）促使董事会依法行使职权；

3、董事会秘书履行职责的情况

自公司设立以来，公司董事会秘书按照法律、法规、规范性文件及《公司章程》的有关规定，勤勉尽职地履行了职责。

二、董事会专门委员会制度的建立健全及运行情况

2013 年 11 月 2 日，公司第二届董事会第十二次会议审议通过了设立董事会专门委员会并选举专门委员会成员的议案，并审议通过了相应专门委员会的工作细则。

截至本招股说明书签署日，董事会共下设四个专门委员会，分别为战略委员会、审计委员会、提名委员会、薪酬和考核委员会。各委员会成员构成如下：

委员会	召集人	委员
战略委员会	郑安政	陈克川、张庆辉
审计委员会	张慧德	陈克川、张庆辉
提名委员会	魏林	郑安政、张庆辉
薪酬和考核委员会	张庆辉	张慧德、郑安坤

截至本招股说明书签署日，各专门委员会委员依据其各自的职责权限履行了相应职责，能够正常发挥专门委员会的作用。

（一）战略委员会

1、战略委员会构成

公司设立董事会战略委员会，以适应公司战略发展的需要，增强公司核心竞争力，提高重大投资决策的效益和决策的质量。战略委员会委员由三名董事组成，由董事会选举产生。本公司战略委员会的具体成员为郑安政、陈克川、张庆辉，其中郑安政为召集人。

2、战略委员会主要职责

根据《公司章程》和《董事会战略委员会工作制度》的规定，战略委员会主要职责权限如下：

（1）对公司长期发展战略进行研究并提出建议；

（2）对《公司章程》规定须经董事会批准的对外投资、收购出售资产、资产抵押、对外担保事项、委托理财、关联交易、融资方案及发展战略等重大事项进行研究并提出建议；

（3）对其他影响公司发展的重大事项进行研究并提出建议；

（4）对以上事项的实施进行检查；

（5）董事会授权的其它事项。

（二）审计委员会

1、审计委员会构成

公司设立董事会审计委员会，以强化董事会决策功能，确保董事会对经理层的有效监督，完善公司治理结构。审计委员会成员由三名董事组成，其中独立董事占两名，委员中至少有一名独立董事为专业会计人员。审计委员会设召集人一名，由公司独立董事担任，在委员会内由董事会选举产生。本公司审计委员会的具体成员为张慧德、陈克川、张庆辉，其中张慧德为专业会计人员，担任召集人。

2、审计委员会主要职责

根据《公司章程》和《董事会审计委员会工作制度》的规定，审计委员会主要职责是：

（1）提议聘请或更换外部审计机构；

（2）监督公司的内部审计制度的制定及其实施；

（3）负责公司内部审计与外部审计之间的沟通，协调内部审计部门与会计师事务所、国家审计机构等外部审计单位之间的关系；

（4）审核公司的财务信息及其披露；

（5）审查公司的内部控制制度；

（6）至少每季度向董事会报告一次，内容包括内部审计工作进度、质量以及发现的重大问题等；

（7）董事会授权的其他事宜。

（三）提名委员会

1、提名委员会构成

公司设立董事会提名委员会，以使董事会规范、高效地开展工作，完善公司法人治理结构。提名委员会成员由三名董事组成，其中独立董事两名。提名委员会设召集人一名，由公司独立董事担任，在委员会内由董事会选举产生。本公司的提名委员会具体成员为魏林、郑安政、张庆辉，其中魏林为召集人。

2、提名委员会主要职责

根据《公司章程》和《董事会提名委员会工作制度》的规定，提名委员会主要行使下列职权：

（1）根据公司经营活动情况、资产规模和股权结构对董事会的规模和构成向董事会提出建议；

（2）研究董事、高级管理人员的选择标准和程序，并向董事会提出建议；

（3）广泛搜寻合格的董事和高级管理人员的人选；

（4）对须提请董事会聘任的其他高级管理人员进行审查并提出建议；

（5）在董事会换届选举时，向本届董事会提出下一届董事会候选人的建议；

（6）董事会授权的其他事宜

（四）薪酬和考核委员会

1、薪酬和考核委员会人员构成

公司设立薪酬和考核委员会，以规范公司高级管理人员的业绩考核与评价体系，制订科学、有效的薪酬管理制度，实施公司的人才开发与利用战略。薪酬和考核委员会成员由三名董事组成，其中独立董事二名。薪酬和考核委员会设召集人一名，由公司独立董事担任，在委员会内由董事会选举产生。本公司的薪酬和考核委员会具体成员为张庆辉、张慧德、郑安坤，其中张庆辉为召集人。

2、薪酬和考核委员会主要职责

根据《公司章程》和《董事会薪酬和考核委员会工作细则》的规定，薪酬和考核委员会对董事会负责，依法行使下列职权：

（1）制定公司高级管理人员的工作岗位职责；

（2）制定公司高级管理人员的业绩考核体系与业绩考核指标；

（3）制订公司高级管理人员的薪酬制度与薪酬标准；

（4）依据有关法律、法规或规范性文件的规定，制订公司董事、监事和高级管理人员的股权激励计划；

（5）负责对公司股权激励计划进行管理；

（6）对授予公司股权激励计划的人员之资格、授予条件、行权条件等进行审查；

（7）董事会授权委托的其他事宜。

三、报告期内违法违规情况

公司已依法建立健全股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度。报告期内，公司及其董事、监事和高级管理人员严格按照相关法律法规及《公司章程》的规定开展经营，不存在重大违法违规行为。

2014 年 7 月 30 日，发行人子公司北京萱姿因遗失通用机打发票而受到北京东城区国家税务局 460 元处罚，该处罚已经缴清。

根据《中华人民共和国发票管理办法》第三十六条第二款的规定，丢失发票或者擅自损毁发票的，由税务机关责令改正，可以处 1 万元以下的罚款；情节严重的，处 1 万元以上 3 万元以下的罚款；有违法所得的予以没收。故依据上述规定，北京萱姿受到的处罚行为不构成情节严重的重大违法行为。

四、报告期内资金占用和对外担保的情况

报告期内，公司不存在资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业占用，也不存在对控股股东、实际控制人及其控制的其他企业提供担保的情况。

五、内部控制制度的自我评估意见

根据公司财务报告内部控制重大缺陷的认定情况，于内部控制评价报告基准日，公司不存在财务报告内部控制重大缺陷。公司董事会认为，公司已按照企业内部控制规范体系和相关规定的要求在所有重大方面建立和保持了有效的财务报告内部控制。根据公司非财务报告内部控制重大缺陷认定情况，于内部控制评

价报告基准日，公司未发现非财务报告内部控制重大缺陷。自内部控制评价报告基准日至内部控制评价报告发出日之间未发生影响内部控制有效性评价结论的因素。

六、会计师对内部控制的鉴证意见

致同所审核了公司管理层按照《企业内部控制基本规范》及相关规定对 2016 年 6 月 30 日财务报表相关的内部控制有效性作出的认定，并出具了“致同专字（2016）第 350ZA0292 号”《内部控制鉴证报告》，认为公司于 2016 年 6 月 30 日在所有重大方面有效地保持了按照《企业内部控制基本规范》建立的与财务报表相关的内部控制。

第十节 财务会计信息

一、财务报表

（一）发行人财务报表审计意见

致同所接受公司的委托，对公司报告期内的财务报表进行了审计，并出具了“致同审字（2016）第350ZA0224号”标准无保留意见的审计报告。

（二）发行人会计报表

1、合并资产负债表

单位：元

项目	2016 年 6 月 30 日	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日
流动资产：				
货币资金	61,245,336.12	44,188,769.89	105,871,137.56	183,088,190.59
应收票据				32,600,000.00
应收账款	109,368,027.20	113,921,391.76	138,101,655.28	94,201,924.55
预付款项	26,382,754.94	9,925,159.43	20,931,935.66	18,613,019.65
应收利息				
应收股利				
其他应收款	16,475,282.82	14,132,341.91	18,594,708.29	36,455,788.27
存货	401,496,940.04	403,601,748.81	358,915,495.46	285,106,577.07
一年内到期的非流动资产	20,264,313.81	23,789,152.01	17,399,537.28	5,778,503.69
其他流动资产	108,686,171.21	144,480,512.97	29,157,310.29	104,230,809.38
流动资产合计	**743,918,826.14**	**754,039,076.78**	**688,971,779.82**	**760,074,813.20**
非流动资产：				
可供出售金融资产	27,660,000.00	19,060,000.00	16,000,000.00	16,000,000.00
持有至到期投资				
长期应收款				
长期股权投资				
投资性房地产	46,290,976.47	47,578,947.45		
固定资产	556,399,101.91	482,653,569.60	202,858,819.59	221,167,244.68
在建工程	39,001,031.75	96,212,102.35	339,840,848.50	111,543,893.49
工程物资				
固定资产清理				
生产性生物资产				

项目	2016 年 6 月 30 日	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日
油气资产				
无形资产	76,215,155.48	78,325,439.45	81,492,603.61	69,130,686.11
开发支出				
商誉	27,735,911.67	27,735,911.67	27,735,911.67	
长期待摊费用	4,638,793.55	9,569,138.11	23,744,796.11	37,941,275.30
递延所得税资产	115,828,727.24	109,314,056.31	90,251,555.39	59,836,816.80
其他非流动资产	1,357,006.20	1,950,571.58	4,816,759.00	
非流动资产合计	**895,126,704.27**	**872,399,736.52**	**786,741,293.87**	**515,619,916.38**
资产总计	**1,639,045,530.41**	**1,626,438,813.30**	**1,475,713,073.69**	**1,275,694,729.58**
负债和股东权益				
流动负债：				
短期借款	125,000,000.00	70,000,000.00		
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债				
应付票据			6,000,000.00	
应付账款	97,863,063.41	115,209,617.93	136,578,101.95	88,166,281.54
预收款项	24,673,985.60	56,534,448.14	68,120,966.54	96,828,305.37
应付职工薪酬	30,459,839.74	36,335,506.81	36,017,527.80	30,190,507.63
应交税费	62,104,487.05	73,914,768.01	99,827,271.37	113,842,436.60
应付利息	144,999.99	75,469.45		
应付股利				404,000.00
其他应付款	23,305,303.58	29,506,976.01	22,989,394.70	12,407,137.04
一年内到期的非流动负债				
其他流动负债	13,714,016.00	16,325,300.00	13,489,910.69	4,305,900.00
流动负债合计	**377,265,695.37**	**397,902,086.35**	**383,023,173.05**	**346,144,568.18**
非流动负债：				
长期借款				
应付债券				
长期应付款				
专项应付款				
预计负债	47,721,193.96	32,817,475.07	58,860,042.58	17,374,821.20
递延收益	51,891,161.24	52,447,434.36	39,286,724.32	39,504,095.66
递延所得税负债		205,002.13		
其他非流动负债				
非流动负债合计	**99,612,355.20**	**85,469,911.56**	**98,146,766.90**	**56,878,916.86**
负债合计	**476,878,050.57**	**483,371,997.91**	**481,169,939.95**	**403,023,485.04**
股东权益：				
股本	213,780,000.00	213,780,000.00	213,780,000.00	213,780,000.00

项目	2016 年 6 月 30 日	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日
资本公积	5,200,000.00	5,200,000.00	5,200,000.00	5,200,000.00
减：库存股				
其他综合收益	-1,324,126.86	813,668.51	-43,185.97	
专项储备				
盈余公积	107,154,156.14	107,154,156.14	107,154,156.14	107,154,156.14
未分配利润	837,357,450.56	816,118,990.74	668,452,163.57	546,537,088.40
归属于母公司股东权益	**1,162,167,479.84**	**1,143,066,815.39**	**994,543,133.74**	**872,671,244.54**
少数股东权益				
股东权益合计	**1,162,167,479.84**	**1,143,066,815.39**	**994,543,133.74**	**872,671,244.54**
负债和股东权益总计	**1,639,045,530.41**	**1,626,438,813.30**	**1,475,713,073.69**	**1,275,694,729.58**

2、母公司资产负债表

单位：元

项目	2016 年 6 月 30 日	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日
流动资产：				
货币资金	33,310,703.43	16,227,732.47	87,135,155.53	140,541,080.37
应收票据				32,600,000.00
应收账款	437,232,927.96	527,919,161.71	295,946,982.38	330,640,645.47
预付款项	23,644,769.44	6,267,982.16	11,042,331.10	2,674,930.51
应收利息				
应收股利				
其他应收款	2,403,148.14	5,597,496.73	70,747,916.31	21,370,526.03
存货	341,351,697.67	355,956,245.39	312,240,616.51	267,636,618.08
一年内到期的非流动资产			838,958.92	30,270.65
其他流动资产	20,136,109.32	35,615,191.94	43,571.26	
流动资产合计	**858,079,355.96**	**947,583,810.40**	**777,995,532.01**	**795,494,071.11**
非流动资产：				
可供出售金融资产	9,600,000.00	16,000,000.00	16,000,000.00	16,000,000.00
持有至到期投资				
长期应收款				
长期股权投资	238,447,968.53	238,447,968.53	68,447,968.53	62,500,000.00
投资性房地产	46,290,976.47	47,578,947.45		
固定资产	552,031,985.55	478,000,394.07	196,839,061.03	217,975,496.05
在建工程	39,001,031.75	96,212,102.35	339,840,848.50	111,543,893.49
工程物资				
固定资产清理				
生产性生物资产				

项目	2016 年 6 月 30 日	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日
油气资产				
无形资产	75,837,916.31	77,869,744.02	80,924,880.36	68,945,141.77
开发支出				
商誉				
长期待摊费用				2,029,044.29
递延所得税资产	46,109,076.37	48,616,798.01	47,763,659.91	39,238,393.73
其他非流动资产	160,057.20		4,816,759.00	
非流动资产合计	**1,007,479,012.18**	**1,002,725,954.43**	**754,633,177.33**	**518,231,969.33**
资产总计	**1,865,558,368.14**	**1,950,309,764.83**	**1,532,628,709.34**	**1,313,726,040.44**
负债和股东权益				
流动负债：				
短期借款	125,000,000.00	70,000,000.00		
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债				
应付票据			6,000,000.00	
应付账款	152,118,303.47	163,007,623.17	118,994,854.61	72,617,165.74
预收款项	25,615,951.67	58,935,484.14	64,681,615.44	89,995,891.98
应付职工薪酬	19,207,892.44	22,315,131.91	22,615,612.14	20,320,127.26
应交税费	57,528,848.23	67,581,834.75	97,542,425.87	109,700,250.21
应付利息	144,999.99	75,469.45		
应付股利				404,000.00
其他应付款	9,600,109.17	152,290,100.07	11,112,348.71	8,196,230.82
一年内到期的非流动负债				
其他流动负债	156,350.00			
流动负债合计	**389,372,454.97**	**534,205,643.49**	**320,946,856.77**	**301,233,666.01**
非流动负债：				
长期借款				
应付债券				
长期应付款				
专项应付款				
预计负债	44,729,393.96	32,794,614.18	58,837,181.69	17,374,821.20
递延收益	51,891,161.24	52,447,434.36	39,286,724.32	39,504,095.66
递延所得税负债				
其他非流动负债				
非流动负债合计	**96,620,555.20**	**85,242,048.54**	**98,123,906.01**	**56,878,916.86**
负债合计	**485,993,010.17**	**619,447,692.03**	**419,070,762.78**	**358,112,582.87**
股东权益：				
股本	213,780,000.00	213,780,000.00	213,780,000.00	213,780,000.00

项目	2016 年 6 月 30 日	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日
资本公积	5,200,000.00	5,200,000.00	5,200,000.00	5,200,000.00
减：库存股				
专项储备				
盈余公积	107,154,156.14	107,154,156.14	107,154,156.14	107,154,156.14
未分配利润	1,053,431,201.83	1,004,727,916.66	787,423,790.42	629,479,301.43
归属于母公司股东权益合计	**1,379,565,357.97**	**1,330,862,072.80**	**1,113,557,946.56**	**955,613,457.57**
少数股东权益				
股东权益合计	**1,379,565,357.97**	**1,330,862,072.80**	**1,113,557,946.56**	**955,613,457.57**
负债和股东权益总计	**1,865,558,368.14**	**1,950,309,764.83**	**1,532,628,709.34**	**1,313,726,040.44**

3、合并利润表

单位：元

项目	2016 年 1-6 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
一、营业收入	**529,135,289.80**	**1,224,891,740.83**	**1,172,114,835.76**	**1,140,786,477.62**
减：营业成本	130,097,902.35	384,478,547.63	356,229,700.80	360,408,550.26
营业税金及附加	6,415,434.45	15,898,506.72	15,386,102.06	15,505,747.72
销售费用	155,534,162.41	327,393,400.89	299,588,031.31	284,368,346.46
管理费用	83,316,376.50	169,094,401.57	169,568,897.62	160,708,146.19
财务费用	2,625,400.08	5,200,138.77	1,140,422.30	606,713.66
资产减值损失	19,087,351.69	87,059,056.98	84,360,184.55	51,058,425.11
加：公允价值变动收益（损失以“-”号填列）		-		
投资收益（损失以“－”号填列）	2,538,335.75	14,004,598.48	9,794,522.87	6,540,070.50
其中：对联营企业和合营企业的投资收益		-		
二、营业利润	**134,596,998.07**	**249,772,286.75**	**255,636,019.99**	**274,670,618.72**
加：营业外收入	2,889,221.23	34,806,960.26	9,162,566.44	14,742,959.49
其中：非流动资产处置利得	49,257.05	242,869.56	3,578.66	5,938.35
减：营业外支出	3,615,917.58	1,342,815.91	4,095,265.17	2,018,150.16
其中：非流动资产处置净损失	20,117.58	97,852.83	93,923.14	3,177.70
三、利润总额	**133,870,301.72**	**283,236,431.10**	**260,703,321.26**	**287,395,428.05**
减：所得税费用	16,430,841.90	39,368,603.93	31,898,246.09	35,433,556.54
四、净利润	**117,439,459.82**	**243,867,827.17**	**228,805,075.17**	**251,961,871.51**
归属于母公司所	**117,439,459.82**	**243,867,827.17**	**228,805,075.17**	**251,961,871.51**

项目	2016 年 1-6 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
有者的净利润				
少数股东损益				
五、其他综合收益的税后净额	-2,137,795.37	856,854.48	-43,185.97	
六、综合收益总额	**115,301,664.45**	**244,724,681.65**	**228,761,889.20**	**251,961,871.51**
归属于母公司所有者的综合收益总额	**115,301,664.45**	**244,724,681.65**	**228,761,889.20**	**251,961,871.51**
归属于少数股东的综合收益总额				
七、每股收益：				
基本每股收益	0.55	1.14	1.07	1.18
稀释每股收益				

4、母公司利润表

单位：元

项目	2016 年 1-6 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
一、营业收入	**439,109,391.83**	**1,059,363,453.79**	**963,109,760.13**	**949,002,072.02**
减：营业成本	151,826,722.55	437,587,531.91	357,906,371.60	372,460,570.06
营业税金及附加	5,245,381.94	13,381,634.40	12,507,979.69	12,626,796.20
销售费用	21,213,875.50	50,654,767.47	57,399,581.07	69,001,889.74
管理费用	75,132,549.87	151,146,180.75	146,804,720.06	139,343,028.86
财务费用	2,445,417.15	4,856,087.83	772,074.05	162,932.22
资产减值损失	14,818,880.50	71,122,459.88	79,435,798.88	46,488,981.42
加：公允价值变动收益（损失以“-”号填列）		-		
投资收益（损失以“－”号填列）	281,762.53	4,353,131.08	-7,676,109.57	-7,888,991.85
其中：对联营企业和合营企业的投资收益		-		
二、营业利润	**168,708,326.85**	**334,967,922.63**	**300,607,125.21**	**301,028,881.67**
加：营业外收入	1,157,048.84	32,586,032.68	11,824,934.05	13,509,877.35
其中：非流动资产处置利得	49,257.05	240,666.67	552.13	5,938.35
减：营业外支出	604,485.45	1,321,281.25	3,210,884.37	1,105,192.92
其中：非流动资产处置净损失	485.45	97,852.83	83,894.37	192.92
三、利润总额	**169,260,890.24**	**366,232,674.06**	**309,221,174.89**	**313,433,566.10**
减：所得税费用	24,356,605.07	52,727,547.82	44,386,685.90	43,922,518.98
四、净利润	**144,904,285.17**	**313,505,126.24**	**264,834,488.99**	**269,511,047.12**

五、每股收益：				
基本每股收益				
稀释每股收益				
六、其他综合收益				
七、综合收益总额	**144,904,285.17**	**313,505,126.24**	**264,834,488.99**	**269,511,047.12**

5、合并现金流量表

单位：元

项 目	2016 年 1-6 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
一、经营活动产生的现金流量：				
销售商品、提供劳务收到的现金	573,234,391.72	1,298,024,894.22	1,367,036,057.86	1,353,222,567.31
收到的税费返还	1,799,265.50	604,834.90	17,892.88	49,996.00
收到其他与经营活动有关的现金	9,227,535.87	76,514,736.43	38,276,596.42	52,410,646.28
经营活动现金流入小计	584,261,193.09	1,375,144,465.55	1,405,330,547.16	1,405,683,209.59
购买商品、接受劳务支付的现金	172,567,239.80	437,362,967.17	483,672,910.67	425,358,003.74
支付给职工以及为职工支付的现金	163,259,480.11	309,599,650.21	272,188,368.14	250,137,649.65
支付的各项税费	113,624,025.75	211,114,528.77	199,700,919.72	182,901,168.73
支付其他与经营活动有关的现金	80,172,379.31	152,220,991.32	236,365,644.09	189,694,092.78
经营活动现金流出小计	529,623,124.97	1,110,298,137.47	1,191,927,842.62	1,048,090,914.90
经营活动产生的现金流量净额	**54,638,068.12**	**264,846,328.08**	**213,402,704.54**	**357,592,294.69**
二、投资活动产生的现金流量：				
收回投资收到的现金	6,400,000.00			
取得投资收益收到的现金	2,538,335.75	14,004,598.48	9,794,522.87	6,229,505.47
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	225,000.00	1,025,292.96	7,668.84	16,470.00
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	547,500,000.00	474,050,000.00	386,100,000.00	140,000,000.00

项 目	2016 年 1-6 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
投资活动现金流入小计	556,663,335.75	489,079,891.44	395,902,191.71	146,245,975.47
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	35,492,739.99	172,578,926.61	252,399,834.04	220,833,919.12
投资支付的现金				
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额			10,194,055.11	
支付其他与投资活动有关的现金	532,500,000.00	589,240,000.00	311,250,000.00	118,000,000.00
投资活动现金流出小计	567,992,739.99	761,818,926.61	573,843,889.15	338,833,919.12
投资活动产生的现金流量净额	**-11,329,404.24**	**-272,739,035.17**	**-177,941,697.44**	**-192,587,943.65**
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	115,000,000.00	435,000,000.00	29,900,000.00	
收到其他与筹资活动有关的现金				
筹资活动现金流入小计	115,000,000.00	435,000,000.00	29,900,000.00	
偿还债务支付的现金	60,000,000.00	365,000,000.00	29,900,000.00	
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	81,306,399.99	122,239,160.47	114,437,631.58	61,590,000.00
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				
筹资活动现金流出小计	141,306,399.99	487,239,160.47	144,337,631.58	61,590,000.00
筹资活动产生的现金流量净额	**-26,306,399.99**	**-52,239,160.47**	**-114,437,631.58**	**-61,590,000.00**
四、汇率变动对现金的影响	**98,503.69**	**249,499.89**	**-40,428.55**	
五、现金及现金等价物净增加额	**17,100,767.58**	**-59,882,367.67**	**-79,017,053.03**	**103,414,351.04**
加：期初现金及现金等	44,144,568.54	104,026,936.21	183,043,989.24	79,629,638.20

项 目	2016 年 1-6 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
价物余额				
六、期末现金及现金等价物余额	**61,245,336.12**	**44,144,568.54**	**104,026,936.21**	**183,043,989.24**

6、母公司现金流量表

单位：元

项 目	2016 年 1-6 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
一、经营活动产生的现金流量：				
销售商品、提供劳务收到的现金	815,036,885.53	1,057,019,239.67	1,191,412,065.03	944,443,304.03
收到的税费返还	525,965.50	511,434.90		
收到其他与经营活动有关的现金	22,688,094.72	548,624,538.33	32,748,795.53	46,696,302.13
经营活动现金流入小计	838,250,945.75	1,606,155,212.90	1,224,160,860.56	991,139,606.16
购买商品、接受劳务支付的现金	198,765,383.01	387,669,058.00	455,780,028.99	394,176,658.91
支付给职工以及为职工支付的现金	93,400,492.52	176,091,459.67	156,339,925.99	146,651,521.15
支付的各项税费	100,385,474.41	181,018,151.87	163,866,773.42	153,966,328.85
支付其他与经营活动有关的现金	398,384,861.48	540,696,199.26	166,445,238.21	101,322,740.32
经营活动现金流出小计	790,936,211.42	1,285,474,868.80	942,431,966.61	796,117,249.23
经营活动产生的现金流量净额	**47,314,734.33**	**320,680,344.10**	**281,728,893.95**	**195,022,356.93**
二、投资活动产生的现金流量：				
收回投资收到的现金	6,400,000.00			
取得投资收益收到的现金	281,762.53	4,346,729.25	2,323,890.43	4,011,752.05
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	225,000.00	1,031,875.56	2,546.45	9,770.00
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	338,000,000.00	109,500,000.00	170,000,000.00	125,000,000.00
投资活动现金流入小	344,906,762.53	114,878,604.81	172,326,436.88	129,021,522.05

项 目	2016 年 1-6 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
计				
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	25,786,964.13	137,938,576.22	208,875,655.56	175,695,599.33
投资支付的现金		170,000,000.00	4,947,968.53	
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额		-	11,000,000.00	
支付其他与投资活动有关的现金	323,000,000.00	144,500,000.00	170,000,000.00	
投资活动现金流出小计	348,786,964.13	452,438,576.22	394,823,624.09	175,695,599.33
投资活动产生的现金流量净额	**-3,880,201.60**	**-337,559,971.41**	**-222,497,187.21**	**-46,674,077.28**
三、筹资活动产生的现金流量：				
吸收投资收到的现金				
其中：子公司支付给少数股东的股利、利润				
取得借款收到的现金	115,000,000.00	435,000,000.00	29,900,000.00	
收到其他与筹资活动有关的现金				
筹资活动现金流入小计	115,000,000.00	435,000,000.00	29,900,000.00	
偿还债务支付的现金	60,000,000.00	365,000,000.00	29,900,000.00	
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	81,306,399.99	122,239,160.47	114,437,631.58	61,590,000.00
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				
筹资活动现金流出小计	141,306,399.99	487,239,160.47	144,337,631.58	61,590,000.00
筹资活动产生的现金流量净额	**-26,306,399.99**	**-52,239,160.47**	**-114,437,631.58**	**-61,590,000.00**
四、汇率变动对现金的影响	**-960.43**	**11,364.72**		
五、现金及现金等价物净增加额	**17,127,172.31**	**-69,107,423.06**	**55,205,924.84**	**86,758,279.65**

项 目	2016 年 1-6 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
加：期初现金及现金等价物余额	**16,183,531.12**	**85,290,954.18**	**140,496,879.02**	**53,738,599.37**
六、期末现金及现金等价物余额	**33,310,703.43**	**16,183,531.12**	**85,290,954.18**	**140,496,879.02**

二、发行人财务报表的编制基础和合并财务报表范围及变化情况

（一）财务报表的编制基础及遵循会计准则的声明

本财务报表按照财政部颁布的企业会计准则及其应用指南、解释及其他有关规定编制。此外，本公司还按照中国证监会《公开发行证券的公司信息披露编报规则第 15 号—财务报告的一般规定》（2014 年修订）披露有关财务信息。

本公司以持续经营为基础，本公司会计核算以权责发生制为基础。除某些金融工具外，本财务报表均以历史成本为计量基础。资产如果发生减值，则按照相关规定计提相应的减值准备。

本财务报表符合企业会计准则的要求，真实、完整地反映了公司报告期的财务状况以及报告期的经营成果和现金流量等有关信息。

（二）合并财务报表范围及变化情况

1、合并报表范围

子公司名称	注册地	注册资本（万元）	持股比例	经营范围	合并期限
上海艳姿	上海	1,000.00	100%	销售服装服饰、服饰制品、针纺织品、床上用品、鞋帽、箱包等	2013 年-2016 年 1-6 月
杭州艳姿	杭州	1,000.00	100%	批发、零售：针、纺织品、床上用品、服装、鞋帽、箱包、服饰、沙发	2013 年
山东萱姿	青岛	1,000.00	100%	批发、零售：服饰、服装鞋帽、箱包、针织品、纺织品、床上用品、家具	2013 年-2016 年 1-6 月
沈阳萱姿	沈阳	500.00	100%	服装、服饰、针纺织品、床上用品、鞋帽、箱包、沙发批发、零售等	2013 年-2016 年 1-6 月

兰州艳姿	兰州	500.00	100%	批发、零售：针、纺织品、床上用品、服装、鞋帽、箱包、服饰、沙发	2013 年
江苏萱姿	苏州	500.00	100%	销售服装、服饰品、纺织品、针织品、鞋帽、箱包等	2013 年
上海安正	上海	3,000.00	100%	批发、零售：服装、服饰制品、纺织品、床上用品、经编织物、手套、鞋帽、袜子、沙发、箱包的设计、研发及销售；展览展示服务	2013 年-2016 年 1-6 月
上海安喆	上海	2,200.00	100%	批发、零售：服装、服饰制品、纺织品、床上用品、经编织物、手套、鞋帽、袜子、沙发、箱包的设计、研发及销售；展览展示服务，从事货物与技术进出口业务	2013 年-2016 年 6 月
哈尔滨萱姿	哈尔滨	450.00	100%	购销：针纺织品、床上用品、服装鞋帽、家俱、箱包、日用百货；商品展览展示	2013 年
北京萱姿	北京	500.00	100%	销售服装、鞋帽、针纺织品、日用品、家具等	2013 年-2016 年 1-6 月
湖南萱姿	长沙	500.00	100%	服装、工艺品、日用品、针纺织品、床上用品、鞋帽的销售	2013 年-2016 年 1-6 月
上海尹默	上海	1,000.00	100%	销售服装服饰、服饰面料及辅料、箱包、服饰设计等	2013 年-2016 年 1-6 月
成都萱姿	成都	1,050.00	100%	销售服装、日用品等	2013 年-2016 年 1-6 月
安诺有限	香港	625.00（港币）	100%	-	2013 年-2016 年 1-6 月
上海摩萨克	上海	6,300.00	100%	销售服装服饰、服饰面料及辅料、针纺织品、鞋帽、箱包、化妆品、饰品、工艺礼品，服装服饰设计，展览展示服务，商务信息咨询，从事货物及技术的进出口业务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活	2014 年 10 月-2016 年 1-6 月

				动）	
上海斐娜晨	上海	6,300.00	100%	电子商务（不得从事增值电信、金融业务）；服装服饰，针纺织品，床上用品，家居用品，鞋帽，箱包的设计和销售；展览展示服务；从事货物及技术的进出口业务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	2014 年 12 月-2016 年 1-6 月

2、报告期内合并报表范围发生变更的内容和原因

（1）报告期新纳入合并范围的子公司

时间	名 称	变更原因
2013 年	安诺有限	新设成立
2014 年	上海摩萨克、上海斐娜晨	非同一控制下合并

（2）报告期不再纳入合并范围的子公司

时间	名 称	变更原因
2013 年	哈尔滨萱姿	公司注销
	杭州艳姿	公司注销
2014 年	兰州艳姿	公司注销
	江苏萱姿	公司注销

三、报告期内采用的主要会计政策和会计估计

（一）收入确认及计量的具体方法

1、收入确认一般原则

在已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方，既没有保留通常与所有权相联系的继续管理权，也没有对已售商品实施有效控制，收入的金额能够可靠地计量，相关的经济利益很可能流入企业，相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量时，确认商品销售收入的实现。

在销售产品的同时授予客户奖励积分的，本公司将销售取得的货款或应收货款在商品销售产生的收入与奖励积分之间进行分配，与奖励积分相关的部分首先作为递延收益，待客户兑换奖励积分或失效时，结转计入当期损益。

2、收入确认的具体方法

根据不同销售模式，本公司销售商品收入确认方法具体如下：

（1）直营专卖店

本公司直营店系本公司自有销售终端，本公司在专卖店实际销售商品，于商品交付并收到销售款时，依据销售小票和收款单据确定的金额减去奖励积分的公允价值后确认销售收入，相应结转销售成本。在销售产品的同时，将销售取得的货款或应收货款在本次商品销售产生的收入与奖励积分的公允价值之间进行分配，将取得的货款或应收货款扣除奖励积分公允价值的部分确认为收入，奖励积分的公允价值确认为递延收益。奖励积分的公允价值为单独销售可取得的金额。在下列情况下，授予企业可能减少奖励积分的公允价值：①向未从初始销售中获得奖励积分的客户提供奖励积分的公允价值；②奖励积分中预期不会被客户兑换的部分。获得奖励积分的客户满足条件时有权取得授予企业的商品或服务，在客户兑换奖励积分时，将原计入递延收益的与所兑换积分相关的部分确认为收入，确认为收入的金额应当以被兑换用于换取奖励的积分数额占预期将兑换用于换取奖励的积分总数比例为基础计算确定。

（2）直营商场

直营商场系由公司与商场签订协议，在商场中设专柜（厅）销售公司产品，由商场负责向消费者收银及开具发票，商场与公司按照约定比例进行销售分成的模式。本公司根据与商场签订的协议，于合同约定结算期依据商场提供销售结算单确定的金额减去奖励积分的公允价值后确认销售收入，相应结转销售成本。

（3）买断式加盟商

本公司对于买断式加盟商，于商品出库、取得收款权利时确认销售收入，相应结转销售成本。

根据销售合同约定，公司根据加盟商要求，装运货物、办理托收手续之后，该项货品的损耗及缺失风险均由加盟商承担。加盟商可委托公司按一定的标准代加盟商进行保险。运输途中若有货品损耗及缺失，由加盟商向运输部门或保险部门索取赔偿，因运输部门或保险公司赔偿不足的损失由加盟商承担。

因此，对于加盟商销售，在办理商品装运出库、填制相关单据后，与该货物相关的风险报酬均不属于公司所有；同时，公司一般执行“先款后货”的结算方式，并在《特许经营合同》中明确约定，故公司以商品销售出库作为“取得收款权利”的时点。

公司退换货的会计处理：

公司于 2013 年执行换货政策。在换货政策下，加盟商购买的货品，可在合同约定的换货金额、换货比例之内向公司申请调换等额货品。

公司于每个资产负债表日，根据合同约定的换货政策，以报表期间内可换货的销售金额为基础，乘以预计可换货比例，调减营业收入；同时根据报表期间内当期平均销售毛利率，调减营业成本，差额确认为预计负债（预计换货毛利金额）。对于换出货物，在实际销售出库时，根据公司销售收入确认政策确认销售收入及销售成本。预计换货金额与实际换货金额间的差额，计入换货期满当期损益，即换货期满预计换货金额与实际换货金额的差额，分别对应调整当期的营业收入及营业成本。

公司自 2014 年开始执行退货政策。产品季结束之后，加盟商根据销售金额、退货比例，向公司申请退货。公司于每个资产负债表日，根据销售合同约定，核对加盟商是否满足销售退货指标要求，对于满足退货指标要求的加盟商，根据其销售金额及退货比例，预估退货金额，冲减营业收入，并根据当期平均销售毛利率，冲减营业成本，差额确认为预计负债。预计退货金额与实际退货金额间的差额，计入退货期满当期损益，即退货期满预计退货金额与实际退货金额的差额，分别对应调整当期的营业收入及营业成本。

（4）网络销售

在天猫商城等网络平台进行销售的，在货物出库且承诺的退货期满后，依据网络订单确认收入，在唯品会销售的，于合同约定结算期依据提供销售结算单确认销售收入。

（5）受托代销

公司通过工厂店受托代销其他非自有品牌产品，于相关产品销售出库并取得相应货款后确认销售收入。

（二）金融工具

金融工具是指形成一个企业的金融资产，并形成其他单位的金融负债或权益工具的合同。

1、金融工具的确认和终止确认

本公司于成为金融工具合同的一方时确认一项金融资产或金融负债。

金融资产满足下列条件之一的，终止确认：

（1）收取该金融资产现金流量的合同权利终止；

（2） 该金融资产已转移，且符合下述金融资产转移的终止确认条件。

金融负债的现时义务全部或部分已经解除的，终止确认该金融负债或其一部分。本公司（债务人）与债权人之间签订协议，以承担新金融负债方式替换现存金融负债，且新金融负债与现存金融负债的合同条款实质上不同的，终止确认现存金融负债，并同时确认新金融负债。

以常规方式买卖金融资产，按交易日进行会计确认和终止确认。

2、金融资产分类和计量

本公司的金融资产于初始确认时主要分为应收款项和可供出售金融资产。金融资产相关交易费用计入其初始确认金额。

应收款项，是指在活跃市场中没有报价、回收金额固定或可确定的非衍生金融资产，包括应收账款和其他应收款等。应收款项采用实际利率法，按摊余成本进行后续计量，在终止确认、发生减值或摊销时产生的利得或损失，计入当期损益。

可供出售金融资产系在活跃市场中没有报价且其公允价值不能可靠计量的权益工具投资，按成本计量。

3、金融负债分类和计量

本公司的金融负债系其他金融负债。

其他金融负债采用实际利率法，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。

4、金融资产减值

本公司于资产负债表日对金融资产的账面价值进行检查，有客观证据表明该金融资产发生减值的，计提减值准备。表明金融资产发生减值的客观证据，是指

金融资产初始确认后实际发生的、对该金融资产的预计未来现金流量有影响，且企业能够对该影响进行可靠计量的事项。

金融资产发生减值的客观证据，包括下列可观察到的情形：

（1）发行方或债务人发生严重财务困难；

（2）债务人违反了合同条款，如偿付利息或本金发生违约或逾期等；

（3）本公司出于经济或法律等方面因素的考虑，对发生财务困难的债务人作出让步；

（4）债务人很可能倒闭或者进行其他财务重组；

（5）因发行方发生重大财务困难，导致金融资产无法在活跃市场继续交易；

（6）无法辨认一组金融资产中的某项资产的现金流量是否已经减少，但根据公开的数据对其进行总体评价后发现，该组金融资产自初始确认以来的预计未来现金流量确已减少且可计量，包括：

该组金融资产的债务人支付能力逐步恶化；

债务人所在国家或地区经济出现了可能导致该组金融资产无法支付的状况。

（7）债务人经营所处的技术、市场、经济或法律环境等发生重大不利变化，使权益工具投资人可能无法收回投资成本；

（8）权益工具投资的公允价值发生严重或非暂时性下跌，如权益工具投资于资产负债表日的公允价值低于其初始投资成本超过 50%（含 50%）或低于其初始投资成本持续时间超过 12 个月（含 12 个月）。

低于其初始投资成本持续时间超过 12 个月（含 12 个月）是指，权益工具投资公允价值月度均值连续 12 个月均低于其初始投资成本。

（9）其他表明金融资产发生减值的客观证据。

以摊余成本计量的金融资产

如果有客观证据表明该金融资产发生减值，则将该金融资产的账面价值减记至预计未来现金流量（不包括尚未发生的未来信用损失）现值，减记金额计入当期损益。预计未来现金流量现值，按照该金融资产原实际利率折现确定，并考虑相关担保物的价值。

对单项金额重大的金融资产单独进行减值测试，如有客观证据表明其已发生减值，确认减值损失，计入当期损益。对单项金额不重大的金融资产，包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中进行减值测试。单独测试未发生减值的金

融资产（包括单项金额重大和不重大的金融资产），包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中再进行减值测试。已单项确认减值损失的金融资产，不包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中进行减值测试。

本公司对以摊余成本计量的金融资产确认减值损失后，如有客观证据表明该金融资产价值已恢复，且客观上与确认该损失后发生的事项有关，原确认的减值损失予以转回，计入当期损益。但是，该转回后的账面价值不超过假定不计提减值准备情况下该金融资产在转回日的摊余成本。

以成本计量的金融资产

在活跃市场中没有报价且其公允价值不能可靠计量的权益工具投资，将该金融资产的账面价值，与按照类似金融资产当时市场收益率对未来现金流量折现确定的现值之间的差额，确认为减值损失，计入当期损益。发生的减值损失一经确认，不得转回。

5、金融资产转移

金融资产转移，是指将金融资产让与或交付给该金融资产发行方以外的另一方（转入方）。

本公司已将金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给转入方的，终止确认该金融资产；保留了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，不终止确认该金融资产。

本公司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的，分别下列情况处理：放弃了对该金融资产控制的，终止确认该金融资产并确认产生的资产和负债；未放弃对该金融资产控制的，按照其继续涉入所转移金融资产的程度确认有关金融资产，并相应确认有关负债。

6、金融资产和金融负债的抵销

当本公司具有抵销已确认金融资产和金融负债的法定权利，且目前可执行该种法定权利，同时本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时，金融资产和金融负债以相互抵销后的金额在资产负债表内列示。除此以外，金融资产和金融负债在资产负债表内分别列示，不予相互抵销。

（三）应收款项

应收款项包括应收账款、其他应收款。

1、单项金额重大并单项计提坏账准备的应收款项

单项金额重大的判断依据或金额标准：资产负债表日余额前五名的应收款项为单项金额重大的应收款项。

单项金额重大并单项计提坏账准备的计提方法：对于单项金额重大的应收款项单独进行减值测试，有客观证据表明发生了减值，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备。

单项金额重大经单独测试未发生减值的应收款项，再按组合计提坏账准备。

2、单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收款项

单项计提坏账准备的理由	涉诉款项、客户信用状况恶化的应收款项
坏账准备的计提方法	根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备

3、按组合计提坏账准备应收款项

经单独测试后未减值的应收款项（包括单项金额重大和不重大的应收款项）以及未单独测试的单项金额不重大的应收款项，按以下信用风险特征组合计提坏账准备：

组合类型	确定组合的依据	按组合计提坏账准备的计提方法
账龄组合	账龄状态	账龄分析法
合并范围内关联方组合	关联方关系	不计提坏账准备

对账龄组合，采用账龄分析法计提坏账准备的比例如下：

账　龄	应收账款计提比例（%）	其他应收款计提比例（%）
1 年以内（含 1 年）	5.00	5.00
1-2 年	10.00	10.00
2-3 年	20.00	20.00
3-4 年	50.00	50.00
4-5 年	80.00	80.00
5 年以上	100.00	100.00

（四）存货

1、存货的分类

本公司存货分为原材料、在产品、库存商品、委托加工物资等。

2、存货的计价方法

本公司存货取得或发出时，按标准成本法进行日常核算，月末对标准成本差异进行分配，将标准成本调整为实际成本。

3、存货可变现净值的确定依据及存货跌价准备的计提方法

存货可变现净值是按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。在确定存货的可变现净值时，以取得的确凿证据为基础，同时考虑持有存货的目的以及资产负债表日后事项的影响。

资产负债表日，存货成本高于其可变现净值的，计提存货跌价准备。本公司通常按照类别存货项目计提存货跌价准备，资产负债表日，以前减记存货价值的影响因素已经消失的，存货跌价准备在原已计提的金额内转回。

4、存货的盘存制度

本公司存货盘存制度采用永续盘存制。

5、低值易耗品和包装物的摊销方法

本公司低值易耗品、包装物领用时采用一次转销法摊销。

（五）长期股权投资

本公司长期股权投资均为对被投资单位实施控制的权益性投资。

1、投资成本确定

非同一控制下企业合并取得的长期股权投资，按照合并成本作为长期股权投资的投资成本，支付现金取得的长期股权投资，按照实际支付的购买价款作为初始投资成本。

2、后续计量及损益确认方法

本公司能够对被投资单位实施控制的长期股权投资采用成本法核算；

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，被投资单位宣告分派的现金股利或利润，确认为投资收益计入当期损益。

3、减值测试方法及减值准备计提方法

对子公司的投资，本公司计提资产减值的方法见“（九）资产减值”部分。

（六）投资性房地产

本公司投资性房地产系已出租的房屋建筑物。

本公司投资性房地产按照取得时的成本进行初始计量，并按照固定资产的有关规定，按期计提折旧或摊销。

投资性房地产出售、转让、报废或毁损的处置收入扣除其账面价值和相关税费后的差额计入当期损益。

（七）固定资产

1、固定资产确认条件

本公司固定资产是指为生产商品、经营管理而持有的，使用寿命超过一个会计年度的有形资产。

与该固定资产有关的经济利益很可能流入企业，并且该固定资产的成本能够可靠地计量时，固定资产才能予以确认。

本公司固定资产按照取得时的实际成本进行初始计量。

2、各类固定资产的折旧方法

本公司采用年限平均法计提折旧。固定资产自达到预定可使用状态时开始计提折旧，终止确认时或划分为持有待售非流动资产时停止计提折旧。在不考虑减值准备的情况下，按固定资产类别、预计使用寿命和预计残值，本公司确定各类固定资产的年折旧率如下：

类别	使用年限（年）	残值率%	年折旧率%
房屋建筑物	20-40	5.00	4.75-2.375
机器设备	5-10	5.00	19-9.5
运输设备	4-5	5.00	23.75-19
电子设备及其他设备	3-8	5.00	31.67-11.875
固定资产装修	5-20	-	20-5

3、固定资产的减值测试方法、减值准备计提方法见“（九）资产减值”部分。

4、每年年度终了，本公司对固定资产的使用寿命、预计净残值和折旧方法进行复核。

使用寿命预计数与原先估计数有差异的，调整固定资产使用寿命；预计净残值预计数与原先估计数有差异的，调整预计净残值。

5、大修理费用

本公司对固定资产进行定期检查发生的大修理费用，有确凿证据表明符合固定资产确认条件的部分，计入固定资产成本，不符合固定资产确认条件的计入当期损益。固定资产在定期大修理间隔期间，照提折旧。

（八）无形资产

本公司无形资产包括土地使用权、软件等。

无形资产按照成本进行初始计量，并于取得无形资产时分析判断其使用寿命。使用寿命为有限的，自无形资产可供使用时起，采用能反映与该资产有关的经济利益的预期实现方式的摊销方法，在预计使用年限内摊销；无法可靠确定预期实现方式的，采用直线法摊销；使用寿命不确定的无形资产，不作摊销。

使用寿命有限的无形资产摊销方法如下：

类　别	使用寿命	摊销方法
土地使用权	法定使用期限	直线法
软件	5 年	直线法

本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，与以前估计不同的，调整原先估计数，并按会计估计变更处理。

资产负债表日，预计某项无形资产已经不能给企业带来未来经济利益的，将该项无形资产的账面价值全部转入当期损益。

无形资产计提资产减值方法见“（九）资产减值”部分。

（九）资产减值

对子公司长期股权投资、采用成本模式进行后续计量的投资性房地产、固定资产、在建工程、无形资产、商誉等（存货、递延所得税资产、金融资产除外）的资产减值，按以下方法确定：

于资产负债表日判断资产是否存在可能发生减值的迹象，存在减值迹象的，本集团将估计其可收回金额，进行减值测试。对因企业合并所形成的商誉，每年都进行减值测试。

可收回金额根据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较高者确定。本集团以单项资产为基础估计其可收回金额；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为基础确

定资产组的可收回金额。资产组的认定，以资产组产生的主要现金流入是否独立于其他资产或者资产组的现金流入为依据。

当资产或资产组的可收回金额低于其账面价值时，本集团将其账面价值减记至可收回金额，减记的金额计入当期损益，同时计提相应的资产减值准备。

就商誉的减值测试而言，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。相关的资产组或资产组组合，是能够从企业合并的协同效应中受益的资产组或者资产组组合，且不大于本集团确定的报告分部。

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，首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，确认相应的减值损失。然后对包含商誉的资产组或者资产组组合进行减值测试，比较其账面价值与可收回金额，如可收回金额低于账面价值的，确认商誉的减值损失。

资产减值损失一经确认，在以后会计期间不再转回。

（十）借款费用

1、借款费用资本化的确认原则

本公司发生的借款费用，可直接归属于符合资本化条件的资产的购建或者生产的，予以资本化，计入相关资产成本；其他借款费用，在发生时根据其发生额确认为费用，计入当期损益。借款费用同时满足下列条件的，开始资本化：

（1）资产支出已经发生，资产支出包括为购建或者生产符合资本化条件的资产而以支付现金、转移非现金资产或者承担带息债务形式发生的支出；

（2）借款费用已经发生；

（3）为使资产达到预定可使用或者可销售状态所必要的购建或者生产活动已经开始。

2、借款费用资本化期间

本公司购建或者生产符合资本化条件的资产达到预定可使用或者可销售状态时，借款费用停止资本化。在符合资本化条件的资产达到预定可使用或者可销售状态之后所发生的借款费用，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在购建或者生产过程中发生非正常中断、且中断时间连续超过 3 个月的，暂停借款费用的资本化；正常中断期间的借款费用继续资本化。

（十一）在建工程

本公司在建工程成本按实际工程支出确定，包括在建期间发生的各项必要工程支出、工程达到预定可使用状态前的应予资本化的借款费用以及其他相关费用等。

在建工程在达到预定可使用状态时转入固定资产。

在建工程计提资产减值方法见“（九）资产减值”部分。

（十二）长期待摊费用

本公司发生的长期待摊费用按实际成本计价，并按预计受益期限平均摊销。对不能使以后会计期间受益的长期待摊费用项目，其摊余价值全部计入当期损益。

（十三）职工薪酬

1、职工薪酬的范围

职工薪酬，是指企业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。职工薪酬包括短期薪酬、离职后福利。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。

2、短期薪酬

本公司在职工提供服务的会计期间，将实际发生的职工工资、奖金、按规定的基准和比例为职工缴纳的医疗保险费、工伤保险费和生育保险费等社会保险费和住房公积金，确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。如果该负债预期在职工提供相关服务的年度报告期结束后十二个月内不能完全支付，且财务影响重大的，则该负债将以折现后的金额计量。

3、离职后福利

离职后福利计划系设定提存计划。设定提存计划，是指向独立的基金缴存固定费用后，企业不再承担进一步支付义务的离职后福利计划，包括基本养老保险、

失业保险等。

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。

（十四）预计负债

如果与或有事项相关的义务同时符合以下条件，本公司将其确认为预计负债：

（1）该义务是本公司承担的现时义务；

（2）该义务的履行很可能导致经济利益流出本公司；

（3）该义务的金额能够可靠地计量。

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。本公司于资产负债表日对预计负债的账面价值进行复核，并对账面价值进行调整以反映当前最佳估计数。

如果清偿已确认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，则补偿金额只能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。

公司预计负债主要为因加盟商客户退换货权利而产生的已销售产品的未实现毛利金额。资产负债表日，公司根据合同约定的退换货条款、预计退换货比例，合理估算退换货金额，抵减当期营业收入；同时，根据当期平均销售毛利率预估退换货成本，抵减当期营业成本，差额确认为预计负债。

（十五）研究开发支出

本公司将内部研究开发项目的支出，区分为研究阶段支出和开发阶段支出。

研究阶段的支出，于发生时计入当期损益。

开发阶段的支出，同时满足下列条件的，才能予以资本化，即：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；具有完成该无形资产并使用或出售的意图；无形资产产生经济利益的方式，包括能够证明运用该无形资产生产的产品存在市场或无形资产自身存在市场，无形资产将在内部使用的，能够证明

其有用性；有足够的技术、财务资源和其他资源支持，以完成该无形资产的开发，并有能力使用或出售该无形资产；归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。不满足上述条件的开发支出计入当期损益。

本公司研究开发项目在满足上述条件，通过技术可行性及经济可行性研究，形成项目立项后，进入开发阶段。

已资本化的开发阶段的支出在资产负债表上列示为开发支出，自该项目达到预定可使用状态之日转为无形资产。

（十六）政府补助

政府补助在满足政府补助所附条件并能够收到时确认。

对于货币性资产的政府补助，按照收到或应收的金额计量。其中，对期末有确凿证据表明能够符合财政扶持政策规定的相关条件且预计能够收到财政扶持资金时，按应收金额计量；否则，按照实际收到的金额计量。对于非货币性资产的政府补助，按照公允价值计量；公允价值不能够可靠取得的，按照名义金额 1 元计量。

与资产相关的政府补助，是指本公司取得的、用于购建或以其他方式形成长期资产的政府补助；除此之外，作为与收益相关的政府补助。

对于政府文件未明确规定补助对象的，能够形成长期资产的，与资产价值相对应的政府补助部分作为与资产相关的政府补助，其余部分作为与收益相关的政府补助；难以区分的，将政府补助整体作为与收益相关的政府补助。

与资产相关的政府补助，确认为递延收益，并在相关资产使用期限内平均分配，计入当期损益。与收益相关的政府补助，如果用于补偿已发生的相关费用或损失，则计入当期损益；如果用于补偿以后期间的相关费用或损失，则计入递延收益，于费用确认期间计入当期损益。按照名义金额计量的政府补助，直接计入当期损益。

已确认的政府补助需要返还时，存在相关递延收益余额的，冲减相关递延收益账面余额，超出部分计入当期损益；不存在相关递延收益的，直接计入当期损益。

（十七）合并财务报表的编制方法

1、合并范围

合并财务报表的合并范围以控制为基础予以确定。控制是指本公司拥有对被投资单位的权力，通过参与被投资单位的相关活动而享有可变回报，并且有能力运用对被投资单位的权力影响其回报金额。子公司均系本公司控制的企业。

2、合并财务报表的编制方法

合并财务报表以本公司和子公司的财务报表为基础，根据其他有关资料，由本公司编制。在编制合并财务报表时，本公司和子公司的会计政策和会计期间要求保持一致，公司间的重大交易和往来余额予以抵销。

因非同一控制下企业合并增加的子公司以及业务，将该子公司以及业务自购买日至报告期末的收入、费用、利润纳入合并利润表，将其现金流量纳入合并现金流量表。

（十八）所得税的会计处理方法

所得税包括当期所得税和递延所得税。除由于企业合并产生的调整商誉，均作为所得税费用计入当期损益。

本公司根据资产、负债于资产负债表日的账面价值与计税基础之间的暂时性差异，采用资产负债表债务法确认递延所得税。

各项应纳税暂时性差异均确认相关的递延所得税负债，除非该应纳税暂时性差异是在以下交易中产生的：

1、商誉的初始确认，或者具有以下特征的交易中产生的资产或负债的初始确认：该交易不是企业合并，并且交易发生时既不影响会计利润也不影响应纳税所得额；

2、对于与子公司投资相关的应纳税暂时性差异，该暂时性差异转回的时间能够控制并且该暂时性差异在可预见的未来很可能不会转回。

对于可抵扣暂时性差异、能够结转以后年度的可抵扣亏损和税款抵减，本公司以很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异、可抵扣亏损和税款抵减的未来应纳税所得额为限，确认由此产生的递延所得税资产，除非该可抵扣暂时性差异是在以下交易中产生的：

1、该交易不是企业合并，并且交易发生时既不影响会计利润也不影响应纳税所得额；

2、对于与子公司投资相关的可抵扣暂时性差异，同时满足下列条件的，确认相应的递延所得税资产：暂时性差异在可预见的未来很可能转回，且未来很可能获得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额。

于资产负债表日，本公司对递延所得税资产和递延所得税负债，按照预期收回该资产或清偿该负债期间的适用税率计量，并反映资产负债表日预期收回资产或清偿负债方式的所得税影响。

于资产负债表日，本公司对递延所得税资产的账面价值进行复核。如果未来期间很可能无法获得足够的应纳税所得额用以抵扣递延所得税资产的利益，减记递延所得税资产的账面价值。在很可能获得足够的应纳税所得额时，减记的金额予以转回。

（十九）税项

1、主要税种及税率

（1）流转税及附加税

税　种	计税依据	法定税率%
增值税	应税收入	17、3
营业税	应税收入	5
城市维护建设税	应纳流转税额	1、5、7
教育费附加	应纳流转税额	3
地方教育附加	应纳流转税额	2

（2）企业所得税

公司名称	税率	备注
本公司	15%	说明
本公司各下属子公司	25%	

2013 年 12 月 30 日，根据浙科发高【2013】294 号《关于浙江亚通金属陶瓷有限公司等 491 家企业通过高新技术企业复审的通知》，本公司被认定为高新技术企业，根据《中华人民共和国企业所得税法》及相关法规规定，本公司 2013 年度至 2015 年度减按 15%的税率缴纳企业所得税。

2016 年，公司已按照相关规定要求办理高新技术企业认定工作，在认定期间，公司所得税税率暂定 15%。

（二十）会计政策或会计估计变更

1、重要会计政策变更

（1）2014 年 1 月至 7 月，财政部发布了《企业会计准则第 39 号—公允价值计量》等 3 项准则，修订了《企业会计准则第 2 号—长期股权投资》等 4 项准则，除《企业会计准则第 37 号—金融工具列报》在 2014 年年度及以后期间的财务报告中使用外，上述其他准则于 2014 年 7 月 1 日起施行。该等政策的变更对本公司影响包括：对被投资单位海宁市嘉宝小额贷款股份有限公司的权益性工具投资为不具有控制、共同控制或重大影响，并且在活跃市场中没有报价、公允价值不能可靠计量的权益性投资，按《企业会计准则第 22 号—金融工具确认和计量》进行处理，报告期各年末可供出售金融资产增加 16,000,000.00 元，长期股权投资相应减少；原在其他非流动负债列报的递延收益单独列报，递延收益 2013 年年末分别增加 39,504,095.66 元，其他非流动负债相应减少。

（2）为进一步提升公司成本核算的准确性，全面提升公司成本管理水平，从 2014 年 11 月 1 日起，将存货的成本核算方法由现行的实际成本法变更为标准成本法进行日常核算，月末对标准成本差异进行分配，将标准成本调整为实际成本。由于过去各期期初的存货价值难以再按标准成本重新计算，故无法确定该项会计政策变更对以前年度各列报期间净利润的累计影响数。因此，本公司对该项会计政策变更采用未来适用法。

1）公司会计政策变更的原因

为提高公司“产、供、销”一体化管理水平，实现“财务业务一体化”，合理有效分配企业资源，提高公司生产经营水平、资产管理效率，公司于 2014 年 11 月份起启用 SAP（全称为 Systems Applications and Products in Data Processing）软件。根据 SAP 系统核算要求，由于业务发生时系统自动生成会计凭证并计算、结转产品成本，非 SAP 系统上线前待月末加权计算产品成本后再结转产品成本，为保障 SAP 系统的有效运行，准确、及时记录业务发生情况，所以，产品成本需采用标准成本法核算，故公司自 2014 年 11 月 1 日起，成本核算方法由实际成本法变更为标准成本法。

2）公司会计政策变更影响数分析

第一、标准成本的制定方法

公司在 2014 年 11 月 1 日起采用标准成本进行核算，其中，原材料、库存商品的标准成本初始化数据设定方法如下：

原材料：根据公司原材料使用情况，对于首次购入的原材料，采用首次采购订单的不含税价作为标准成本初始化金额；对于以前月份已采购入库产品，采用初始化时原材料的平均成本作为初始化金额。

库存商品：基于 BOM（物料清单）、标准人工成本、标准制造费用、工艺路线及标准工时等进行确定，具体如下：

BOM：取首次下单生产 BOM 数据；

标准人工成本：技术部根据产品款号制定各工序标准工时金额，并维护至 SAP；

标准制造费用：技术部根据产品款号制定各工序标准制造费用金额，并维护至 SAP；

工艺路线及标准工时：技术部根据产品款号制定工艺路线，并制定每个工序对应的标准工时，并维护至 SAP。

第二、公司采用实际成本法测算影响数的可行性

自 2014 年 11 月 1 日起，公司采用标准成本法对生产成本进行核算。在变更成本核算方法之前，均采用实际成本法核算。因以前期间未设定标准成本值，过去各期期初的存货价值很难再按标准成本重新计算，公司按照变更后的标准成本对可比期间留存收益累积影响数进行测算不切实可行。

公司对 2014 年 11 月至 2015 年 6 月份各月份结转的标准成本差异与营业成本金额进行对比分析，关注会计政策变更对营业成本的影响数。

第三、公司会计政策变更对营业成本影响数分析

自 2014 年 11 月开始，公司标准成本差异与营业成本占比情况分析如下：

时间	结转的标准成本差异（元）	营业成本（元）	占比
2014 年 11-12 月	-861,424.28	69,182,026.18	-1.25%
2015 年度	9,583,162.5	384,478,547.63	2.49%
2016 年 1-6 月	6,394,064.74	130,097,902.35	4.91%

注：因 2014 年 11-12 月未单独编制合并报表，营业成本金额估算得出，公式为：预估营业成本=11-12 月份预估收入/全年营业收入*全年营业成本。

从上表可以看出，公司会计政策变更后，因采用标准成本法核算而产生的标准成本差异对当期营业成本影响很小，公司标准成本数据准确性较高，不会对公司营业成本核算产生较大影响。

2、重要会计估计变更

报告期内无重要会计估计变更。

四、分部信息

（一）主营业务分地区列示

单位：元

地区名称	2016 年 1-6 月	
	主营业务收入	主营业务成本
华东	170,414,083.94	41,604,108.59
华北	103,855,386.66	23,079,708.90
东北	78,413,457.04	17,975,050.41
西北	47,797,522.10	10,421,355.95
西南	68,149,062.67	15,376,131.24
华中	25,990,730.75	5,920,740.00
华南	33,074,413.56	13,692,400.93
合计	**527,694,656.72**	**128,069,496.02**
地区名称	**2015 年度**	
	主营业务收入	**主营业务成本**
华东	438,720,392.51	132,985,482.78
华北	241,901,910.15	81,421,075.59
东北	193,478,363.82	58,817,568.30
西北	119,750,568.08	34,345,939.66
西南	126,363,490.62	36,355,760.35
华中	56,081,129.49	16,605,439.71
华南	46,737,912.06	20,228,446.13
合计	**1,223,033,766.73**	**380,759,712.52**
地区名称	**2014 年度**	
	主营业务收入	**主营业务成本**
华东	376,166,449.94	113,042,957.03
华北	288,225,062.32	87,519,819.35

东北	191,028,164.96	59,193,605.99
西北	118,502,648.22	32,795,368.17
西南	113,317,308.44	28,423,683.00
华中	51,121,126.55	14,931,469.00
华南	32,108,282.60	17,338,545.55
合计	**1,170,469,043.04**	**353,245,448.09**
地区名称	**2013 年度**	
	主营业务收入	**主营业务成本**
华东	369,402,611.43	109,422,624.15
华北	235,495,114.62	89,213,461.76
东北	199,038,881.83	58,379,026.10
西北	133,558,729.11	43,077,623.49
西南	126,262,061.48	38,151,736.28
华中	58,418,419.78	16,076,921.88
华南	18,021,454.23	5,029,755.15
合计	**1,140,197,272.48**	**359,351,148.81**

（二）主营业务分产品列示

单位：元

产品	**2016 年 1-6 月**	
	主营业务收入	**主营业务成本**
上衣	168,719,974.03	40,553,821.55
裙类	130,391,942.85	28,214,595.95
外套	94,673,582.40	22,397,675.47
裤类	60,764,340.28	14,491,843.68
皮衣、羽绒服	40,569,496.87	10,329,223.03
饰品等	4,464,561.96	3,637,232.78
男装	27,320,857.04	7,778,727.55
其他	789,901.29	666,376.01
合计	527,694,656.72	128,069,496.02
产品	**2015 年度**	
	主营业务收入	**主营业务成本**
上衣	378,163,133.24	111,585,787.32
裙类	216,364,407.70	50,245,443.04
外套	310,581,894.44	100,943,748.23
裤类	136,142,614.15	34,428,361.23
皮衣、羽绒服	129,193,909.02	59,554,714.16
饰品等	10,084,484.00	9,750,955.91

男装	42,320,571.75	14,152,093.56
其他	182,752.43	98,609.07
合计	**1,223,033,766.73**	**380,759,712.52**
产品	**2014 年度**	
	主营业务收入	**主营业务成本**
上衣	355,377,339.35	96,005,843.83
裙类	203,835,620.81	48,487,955.24
外套	287,480,548.54	87,837,781.08
裤类	133,957,368.18	37,343,585.18
皮衣、羽绒服	146,488,225.08	60,320,730.33
饰品等	13,350,616.66	12,947,728.56
男装	29,979,324.43	10,301,823.87
合计	**1,170,469,043.04**	**353,245,448.09**
产品	**2013 年度**	
	主营业务收入	**主营业务成本**
上衣	344,057,609.39	100,518,287.73
裙类	200,880,955.29	47,245,637.07
外套	255,981,189.12	76,502,866.51
裤类	118,604,614.88	31,867,392.17
皮衣、羽绒服	183,184,072.56	85,699,969.08
饰品等	15,114,339.56	9,951,341.41
男装	22,374,491.68	7,565,654.84
合计	**1,140,197,272.48**	**359,351,148.81**

五、非经常性损益

本公司报告期内的非经常性损益项目及金额如下：

单位：元

项　目	2016年1-6月	2015年度	2014年度	2013年度
非流动性资产处置损益	29,139.47	145,016.73	-90,344.48	2,760.65
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）	2,729,238.62	33,791,915.54	8,379,709.41	14,434,767.83
理财产品的投资收益	2,538,335.75	10,004,598.48	9,794,522.87	6,540,070.50
单独进行减值测试的应收款项减值准备转回			-	-

项　目	2016年1-6月	2015年度	2014年度	2013年度
对外委托贷款取得的损益			-	-
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-3,485,074.44	-472,787.92	-3,222,063.66	-1,712,719.15
非经常性损益总额	1,811,639.40	43,468,742.83	14,861,824.14	19,264,879.83
减：非经常性损益的所得税影响数	369,477.27	7,705,397.49	3,062,463.19	3,396,987.08
非经常性损益净额	1,442,162.13	35,763,345.34	11,799,360.95	15,867,892.75
减：归属于少数股东的非经常性损益净影响数（税后）			-	-
归属于公司普通股股东的非经常性损益	1,442,162.13	35,763,345.34	11,799,360.95	15,867,892.75

六、最近一期末主要固定资产

单位：元

项　目	房屋及建筑物	机器设备	运输工具	固定资产装修	电子设备及其他	合　计
一、账面原值：						
1.2016.1.1	444,614,559.77	16,756,395.92	37,411,870.92	81,096,521.86	39,056,409.43	618,935,757.90
2.本期增加金额	53,524,127.48	623,623.91	537,747.86	31,083,918.98	2,965,337.20	88,734,755.43
（1）购置	—	623,623.91	537,747.86	—	2,965,337.20	4,126,708.97
（2）在建工程转入	53,524,127.48	—	—	31,083,918.98	—	84,608,046.46
3.本期减少金额	—	—	3,053,896.22	—	395,891.35	3,449,787.57
（1）处置或报废	—	—	3,053,896.22	—	395,891.35	3,449,787.57
4.2016.6.30	498,138,687.25	17,380,019.83	34,895,722.56	112,180,440.84	41,625,855.28	704,220,725.76
二、累计折旧						
1.2016.1.1	39,984,527.51	6,276,809.48	30,495,234.70	38,755,127.10	20,770,489.51	136,282,188.30
2.本期增加金额	7,231,256.70	774,714.73	1,959,031.69	1,198,498.51	3,211,932.18	14,375,433.81
（1）计提	7,231,256.70	774,714.73	1,959,031.69	1,198,498.51	3,211,932.18	14,375,433.81
3.本期减少金额	—	—	2,459,739.04	—	376,259.22	2,835,998.26
（1）处置或报废	—	—	2,459,739.04	—	376,259.22	2,835,998.26
4.2016.6.30	47,215,784.21	7,051,524.21	29,994,527.35	39,953,625.61	23,606,162.47	147,821,623.85
三、减值准备						
1.2016.1.1						

2.本期增加金额						
3.本期减少金额						
4.2016.6.30						
四、账面价值						
1.2016.1.1	404,630,032.26	10,479,586.44	6,916,636.22	42,341,394.76	18,285,919.92	482,653,569.60
2.2016.6.30	450,922,903.04	10,328,495.62	4,901,195.21	72,226,815.23	18,019,692.81	556,399,101.91

七、最近一期末无形资产

单位：元

项　目	土地使用权	软件	合计
一、账面原值			
1.2016.1.1	68,562,740.86	21,814,311.36	90,377,052.22
2.本期增加金额	—	711,562.77	711,562.77
（1）购置	—	711,562.77	711,562.77
3.本期减少金额	—	85,470.10	85,470.10
4.2016.6.30	68,562,740.86	22,440,404.03	91,003,144.89
二、累计摊销			
1.2016.1.1	4,659,185.46	7,392,427.31	12,051,612.77
2.本期增加金额	699,266.53	2,122,580.21	2,821,846.74
（1）计提	699,266.53	2,122,580.21	2,821,846.74
3.本期减少金额	—	85,470.10	85,470.10
4.2016.6.30	5,358,451.99	9,429,537.42	14,787,989.41
三、减值准备			
1.2016.1.1			
2.本期增加金额			
3.本期减少金额			
4.2016.6.30			
三、账面价值			
1. 2016.1.1	63,903,555.40	14,421,884.05	78,325,439.45
2. 2016.6.30	63,204,288.87	13,010,866.61	76,215,155.48

八、最近一期末主要债项

（一）应付账款

单位：元

项 目	2016.6.30	2015.12.31
货款	40,086,941.37	63,901,857.94
工程款	57,776,122.04	51,307,759.99
合 计	**97,863,063.41**	**115,209,617.93**

（二）预收账款

单位：元

项目	2016.6.30	2015.12.31
货款	24,673,985.60	56,534,448.14

（三）应交税费

单位：元

项目	2016.6.30	2015.12.31
企业所得税	22,410,526.71	47,049,031.53
增值税	18,216,683.06	21,156,523.38
个人所得税	18,247,919.63	838,634.99
城市维护建设税	1,235,457.34	1,438,794.49
城镇土地使用税	—	85,284.00
教育费附加	545,223.68	424,195.66
地方教育附加	366,346.10	612,608.55
房产税	666,660.07	1,338,247.48
营业税	—	233,664.27
其他税种	415,670.46	737,783.66
合 计	**62,104,487.05**	**73,914,768.01**

（四）其他应付款

单位：元

项 目	2016.6.30	2015.12.31
押金、保证金	11,691,099.81	13,831,589.69

往来款	—	200,903.38
经营费用等其他	11,614,203.77	15,474,482.94
合　计	**23,305,303.58**	**29,506,976.01**

（五）其他流动负债

单位：元

项目	2016.6.30	2015.12.31
递延收益	13,714,016.00	16,325,300.00

注：上述递延收益均为本公司在销售产品授予客户奖励积分的公允价值。

（六）预计负债

单位：元

项　目	2016.6.30	2015.12.31
预计期后退货毛利额	44,729,393.96	32,817,475.07
未决诉讼	2,991,800.00	-
合　计	**47,721,193.96**	**32,817,475.07**

（七）递延收益

单位：元

项　目	2016.6.30	2015.12.31
政府补助	51,891,161.24	52,447,434.36

九、所有者权益变动情况

（一）股本变化情况

1、2013 年股本变动情况

单位：万股

股东名称	2013.1.1		本期增加	本期减少	2013.12.31	
	股本金额	比例%			股本金额	比例%
郑安政	7,650.00	50.100	3,060.00	-	10,710.00	50.100
陈克川	3,000.00	19.647	1,200.00	-	4,200.00	19.647
郑安坤	2,250.00	14.735	900.00	-	3,150.00	14.735
郑安杰	1,350.00	8.841	540.00	-	1,890.00	8.841

股东名称	2013.1.1		本期增加	本期减少	2013.12.31	
	股本金额	比例%			股本金额	比例%
郑秀萍	750.00	4.912	300.00	-	1,050.00	4.912
葛国平	60.00	0.393	24.00	-	84.00	0.393
金俊	30.00	0.196	12.00	-	42.00	0.196
谭才年	30.00	0.196	12.00	-	42.00	0.196
赵颖	30.00	0.196	12.00	-	42.00	0.196
顾宏伟	30.00	0.196	12.00	-	42.00	0.196
赵典媚	15.00	0.098	6.00	-	21.00	0.098
吴炯	15.00	0.098	6.00	21.00	-	-
付亚东	15.00	0.098	6.00	-	21.00	0.098
吴峥	15.00	0.098	6.00	-	21.00	0.098
曾云榜	15.00	0.098	6.00	-	21.00	0.098
王齐斌	15.00	0.098	6.00	-	21.00	0.098
王正宇	-	-	21.00	-	21.00	0.098
合计	**15,270.00**	**100.00**	**6,129.00**	**21.00**	**21,378.00**	**100.00**

2013 年 6 月，本公司以 2012 年 12 月 31 日股本 15,270.00 万股为基数，按每 10 股由未分配利润转增 4 股，共计转增 6,108.00 万股。此次增资业经海宁正健会计师事务所有限公司 “海正健会验字（2013）第 505 号”《验资报告》验证。

2、2014 年股本变动情况

单位：万股

股东名称	2014.1.1		本期增加	本期减少	2014.12.31	
	股本金额	比例%			股本金额	比例%
郑安政	10,710.00	50.100	-	-	10,710.00	50.098
陈克川	4,200.00	19.647	-	-	4,200.00	19.646
郑安坤	3,150.00	14.735	-	-	3,150.00	14.735
郑安杰	1,890.00	8.841	42.00	-	1,932.00	9.037
郑秀萍	1,050.00	4.912	-	-	1,050.00	4.912
葛国平	84.00	0.393	-	-	84.00	0.393
金俊	42.00	0.196	-	-	42.00	0.197
谭才年	42.00	0.196	-	-	42.00	0.197
赵颖	42.00	0.196	21.00	-	63.00	0.295
顾宏伟	42.00	0.196	-	42.00	0.00	0.00

股东名称	2014.1.1		本期增加	本期减少	2014.12.31	
	股本金额	比例%			股本金额	比例%
赵典媚	21.00	0.098	-	-	21.00	0.098
付亚东	21.00	0.098	-	21.00	0.00	0.00
吴峥	21.00	0.098	-	-	21.00	0.098
曾云榜	21.00	0.098	-	-	21.00	0.098
王齐斌	21.00	0.098	-	-	21.00	0.098
王正宇	21.00	0.098	-	-	21.00	0.098
合计	**21,378.00**	**100.00**	**-**	**-**	**21,378.00**	**100.00**

3、2015 年股本变动情况

2015 年度，股本未发生变动。

4、2016 年 1-6 月股本变动情况

2016 年 1-6 月，股本未发生变动。

（二）资本公积变动情况

单位：元

项　目	股本溢价	其他资本公积	金额
2012.12.31	5,200,000.00	-	5,200,000.00
本期增加	-	-	-
本期减少	-	-	-
2013.12.31	5,200,000.00	-	5,200,000.00
本期增加	-	-	-
本期减少	-	-	-
2014.12.31	5,200,000.00	-	5,200,000.00
本期增加	-	-	-
本期减少	-	-	-
2015.12.31	5,200,000.00	-	5,200,000.00
本期增加	-	-	-
本期减少	-	-	-
2016.6.30	5,200,000.00	-	5,200,000.00

（三）其他综合收益

单位：元

项　目	2016.1.1	本期发生金额					2016.6.30
		本期所得税前发生额	减：前期计入其他综合收益当期转入损益	减：所得税费用/计入其他综合收益税费影响	税后归属于母公司	税后归属于少数股东	
以后将重分类进损益的其他综合收益							
1.可供出售金融资产公允价值变动损益	615,006.38	-2,983,008.55	-	-745,752.14	-2,237,256.41	-	-1,622,250.03
2.外币财务报表折算差额	198,662.13	99,461.04	-	—	99,461.04	-	298,123.17
其他综合收益合计	**813,668.51**	**-2,883,547.51**	**-**	**-745,752.14**	**-2,137,795.37**	**-**	**-1,324,126.86**

（四）盈余公积变动情况

单位：元

项　目	法定盈余公积	任意盈余公积	金　额
2012.12.31	80,203,051.43	-	80,203,051.43
本期增加	26,951,104.71	-	26,951,104.71
本期减少	-	-	-
2013.12.31	107,154,156.14	-	107,154,156.14
本期增加	-	-	-
本期减少	-	-	-
2014.12.31	107,154,156.14	-	107,154,156.14
本期增加	-	-	-
本期减少	-	-	-
2015.12.31	107,154,156.14	-	107,154,156.14
本期增加	—	—	—
本期减少	—	—	—
2016.6.30	107,154,156.14	—	107,154,156.14

（五）未分配利润变动情况

单位：元

项　目	2016 年 1-6 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
上期期末未分配利润	816,118,990.74	668,452,163.57	546,537,088.40	458,956,321.60
加：期初未分配利润调整数（调减“-”）	-	-	-	-
期初未分配利润	816,118,990.74	668,452,163.57	546,537,088.40	458,956,321.60
加：本期归属于母公司所有者的净利润	117,439,459.82	243,867,827.17	228,805,075.17	251,961,871.51
减：提取法定盈余公积	-	-	-	26,951,104.71
提取任意盈余公积	-	-	-	-
应付普通股股利	96,201,000.00	96,201,000.00	106,890,000.00	76,350,000.00
转作股本的普通股股利	-	-	-	61,080,000.00
期末未分配利润	837,357,450.56	816,118,990.74	668,452,163.57	546,537,088.40

十、现金流量情况、不涉及现金收支的重大投资和筹资活动及其影响

（一）简要现金流量情况

单位：元

项目	2016 年 1-6 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
经营活动产生的现金流量净额	53,350,097.14	264,846,328.08	213,402,704.54	357,592,294.69
投资活动产生的现金流量净额	-10,041,433.26	-272,739,035.17	-177,941,697.44	-192,587,943.65
筹资活动产生的现金流量净额	-26,306,399.99	-52,239,160.47	-114,437,631.58	-61,590,000.00
现金及现金等价物净增加额	17,100,767.58	-59,882,367.67	-79,017,05.03	103,414,351.04
期末现金及现金等价物余额	61,245,336.12	44,144,568.54	104,026,936.21	183,043,989.24

（二）不涉及现金收支的重大投资和筹资活动

报告期内公司不存在不涉及现金收支的重大投资和筹资活动。

十一、期后事项、或有事项及其他重要事项

（一）资产负债表日后事项

本公司不存在应披露的资产负债表日后事项。

（二）或有事项

本公司不存在应披露的或有事项。

（三）承诺事项

1、资本承诺

单位：元

已签约但尚未于财务报表中确认的资本承诺	2016.6.30	2015.12.31
购建长期资产承诺	54,813,010.01	82,923,778.84

2、经营租赁承诺

截至资产负债表日，本公司对外签订的不可撤销的经营租赁合约情况如下：

单位：元

不可撤销经营租赁的最低租赁付款额	2016.6.30	2015.12.31
资产负债表日后第 1 年	11,868,411.33	18,027,996.92
资产负债表日后第 2 年	4,243,647.48	11,861,137.24
资产负债表日后第 3 年	1,781,085.88	5,925,881.207
以后年度	263,721.67	15,931,100.00
合计	**18,156,866.36**	**51,746,115.37**

3、截至 2016 年 6 月 30 日，本公司不存在其他应披露的承诺事项。

（四）其他重要事项

截至 2016 年 6 月 30,日，公司因一项未决诉讼计提预计负债 299.18 万元，具体情况详见本招股说明书之“第十五节 其他重要事项”之“三、重大诉讼与仲裁”。

十二、财务指标

（一）基本财务指标

指标	2016 年 6 月 30 日	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日
资产负债率（母公司）	26.05%	31.76%	27.34%	27.26%
流动比率	1.97	1.90	1.80	2.20
速动比率	0.91	0.88	0.86	1.37
无形资产（土地使用权除外）占净资产比例	1.12%	1.26%	1.63%	0.28%
指标	**2016 年 1-6 月**	**2015 年度**	**2014 年度**	**2013 年度**
应收账款周转率	4.74	9.72	8.85	9.71
存货周转率	0.32	1.01	1.11	1.34
息税折旧摊销前利润（万元）	17,243.45	36,431.64	33,719.39	34,632.44
利息保障倍数	54.82	60.81	351.78	-
每股经营活动的现金流量	0.26	1.24	1.00	1.67
每股净现金流量	0.08	-0.28	-0.37	0.48

注：上述财务指标计算公式如下：

1、 资产负债率＝总负债 / 总资产

2、 流动比率＝流动资产 / 流动负债

3、 速动比率＝（流动资产 - 存货）/ 流动负债

4、 无形资产（扣除土地使用权）占净资产比例＝无形资产（扣除土地使用权）/ 期末净资产

5、 应收账款周转率＝营业收入 / 应收账款与应收票据平均净额

6、 存货周转率＝营业成本/存货平均净额

7、 息税折旧摊销前利润＝净利润 + 所得税 + 利息支出 + 折旧 + 摊销

8、 利息保障倍数＝（税前利润 + 利息支出）/ 利息支出

9、 每股经营活动的现金流量＝经营活动产生的现金流量净额 / 期末股本总额

10、每股净现金流量＝现金流量净额 / 期末股本总额

（二）净资产收益率和每股收益

项目	净资产收益率（%）	每股收益（元）	
	加权平均	基本	稀释

2016 年 1-6 月			
归属于公司普通股股东的净利润	10.04%	0.55	-
扣除非经常性损益后的归属于公司普通股股东的净利润	9.92%	0.54	-
2015 年度			
归属于公司普通股股东的净利润	23.17%	1.14	-
扣除非经常性损益后的归属于公司普通股股东的净利润	19.78%	0.97	-
2014 年度			
归属于公司普通股股东的净利润	24.98%	1.07	-
扣除非经常性损益后的归属于公司普通股股东的净利润	23.70%	1.02	-
2013 年度			
归属于公司普通股股东的净利润	32.10%	1.18	-
扣除非经常性损益后的归属于公司普通股股东的净利润	30.08%	1.10	-

十三、盈利预测

公司未编制盈利预测报告。

十四、评估情况

2009 年 7 月，北京中企华资产评估有限责任公司接受浙江玖姿实业股份有限公司的委托，对浙江玖姿实业股份有限公司拟投资的房屋建筑物和土地使用权进行了评估，出具了中企华评报字（2009）第 232 号《浙江玖姿服饰有限公司拟用房屋建筑物和土地使用权对浙江玖姿实业股份有限公司增资项目资产评估报告书》。

评估目的：对浙江玖姿服饰有限公司拟投资的房屋建筑物和土地使用权进行评估，以评估后资产的价值为增资提供价值参考。

评估方法：房屋建筑物：重置成本法；土地使用权：市场比较法。

评估结果：经采用重置成本法和市场比较法，评估机构得出如下结论：在评估基准日 2009 年 7 月 1 日持续使用前提下，浙江玖姿服饰有限公司拟投资的房屋建筑物和土地使用权评估值合计为 1,696.97 万元。

十五、历次验资情况

发行人历次验资情况请详见本招股说明书之“第五节 发行人基本情况”之“四、历次验资情况及发起人投入资产的计量属性”。

第十一节 管理层讨论与分析

公司始终坚持自主品牌发展之路，旗下拥有“玖姿”、“尹默”、“安正”、“摩萨克”、“斐娜晨”五大各具特色、相互补充的中高档时装品牌。长期以来，公司主导品牌“玖姿”已发展成为我国成熟女装的领导品牌之一。“玖姿”品牌的商业成功与市场影响力，为分别处于成长期的“尹默”女装与培育期的“安正”男装、“摩萨克”及“斐娜晨”女装，奠定了良好的发展基础。

依据 2013 年、2014 年、2015 年及 2016 年 1-6 月的合并财务报表，公司管理层对报告期内公司财务状况、盈利能力及现金流量等情况进行了讨论和分析。（本节内如无特殊注明，货币单位指人民币万元）

一、财务状况分析

（一）资产的主要构成及结构分析

报告期内，公司资产构成及变化情况如下：

项 目	2016 年 6 月 30 日		2015 年 12 月 31 日		2014 年 12 月 31 日		2013 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
流动资产	74,391.88	45.39%	75,403.91	46.36%	68,897.18	46.69%	76,007.48	59.58%
非流动资产	89,512.67	54.61%	87,239.97	53.64%	78,674.13	53.31%	51,561.99	40.42%
资产总额	163,904.55	100.00%	162,643.88	100.00%	147,571.31	100.00%	127,569.47	100.00%

1、公司流动资产的构成及分析

公司流动资产主要由存货、应收账款和货币资金构成。报告期各期末，公司流动资产的构成情况如下：

资产	2016 年 6 月 30 日		2015 年 12 月 31 日		2014 年 12 月 31 日		2013 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
货币资金	6,124.53	8.23%	4,418.88	5.86%	10,587.11	15.37%	18,308.82	24.09%
应收票据	-	-	-	-	-	-	3,260.00	4.29%
应收账款	10,936.80	14.70%	11,392.14	15.11%	13,810.17	20.04%	9,420.19	12.39%
预付款项	2,638.28	3.55%	992.52	1.32%	2,093.19	3.04%	1,861.30	2.45%
其他应收款	1,647.53	2.21%	1,413.23	1.87%	1,859.47	2.70%	3,645.58	4.80%
存货	40,149.69	53.97%	40,360.17	53.53%	35,891.55	52.09%	28,510.66	37.51%
一年内到期的非流动资产	2,026.43	2.72%	2,378.92	3.15%	1,739.95	2.53%	577.85	0.76%

其他流动资产	10,868.62	14.61%	14,448.05	19.16%	2,915.73	4.23%	10,423.08	13.71%
流动资产合计	74,391.88	100.00%	75,403.91	100.00%	68,897.18	100.00%	76,007.48	100.00%

（1）货币资金分析

货币资金	2016 年 6 月 30 日	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日
现金	14.14	13.52	18.24	12.29
银行存款	5,822.95	4,019.72	10,384.45	18,289.21
其他货币资金	287.44	385.64	184.42	7.32
合计	6,124.53	4,418.88	10,587.11	18,308.82
较上年增加额	1,705.65	-6,168.23	-7,721.71	-
较上年增长率	38.60%	-58.26%	-42.17%	-

公司货币资金主要为银行存款。公司注重货币资金的管理，始终坚持稳健的货币策略，以应对市场的不确定性，在满足日常生产经营需求的基础上，力求通过再投入，来扩大生产规模、增加营销终端数量，提升公司综合竞争力。2016 年 6 月末、2015 年末、2014 年末和 2013 年末，公司的货币资金分别为 6,124.53 万元、4,418.88 万元、10,587.11 万元和 18,308.82 万元。

货币资金 2016 年 6 月末较 2015 年末增加 38.60%，主要系本期末购买理财产品余额较 2015 年末减少所致。

货币资金 2015 年末较 2014 年末减少 58.26%，主要系本期末购买理财产品余额 14,110.00 万元、向股东分配股利产生现金净流出 9,620.10 万元所致。

货币资金 2014 年末较 2013 年末减少 42.17%，主要系 2014 年经营活动产生净现金流减少、向股东分配股利产生现金净流出 10,689.00 万元以及建设安正时尚产业园支出所致。

（2）应收票据分析

2016 年 6 月末、2015 年末、2014 年末和 2013 年末，公司的应收票据分别为 0 万元、0 万元、0 万元和 3,260.00 万元。报告期内，公司应收票据的变化主要系各期末客户采用应收票据结算方式变化所致。

（3）应收账款分析

报告期各期末，公司应收账款及其变动情况如下表所示：

项目	2016 年 6 月 30 日	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日
应收账款净额	10,936.80	11,392.14	13,810.17	9,420.19
较上年增加额	-455.34	-2,418.03	4,389.98	-1,388.03
较上年增长率	-4.00%	-17.51%	46.60%	-12.84%

营业收入	52,913.53	122,489.17	117,211.48	114,078.65
较上年增长率	-	4.50%	2.75%	13.01%
应收账款净额占营业收入的比例	20.67%	9.30%	11.78%	8.26%

1）公司的应收账款主要包括应收加盟商的销售款及应收商场的销售款。公司一直很重视销售货款的回收工作，不断加强对加盟商的信用管理，安排专人负责与直营终端所在商场的货款催收工作。

报告期内，公司对加盟商客户一般采用“先款后货”的方式进行结算，但为支持部分与公司建立长期合作关系的客户，支持其拓展市场，公司建立了《加盟商临时欠款管理制度》，规范加盟商客户临时欠款情形。

报告期内，公司对加盟商的信用政策保持稳定，未发生变化，加盟商信用额度系根据该加盟商与公司合作年限、历史进货金额、回款情况、信用额度申请期间内进货指标等进行确定，信用额度一般不超过进货指标（吊牌价格）的 15%。报告期内公司应收账款的变化主要系加盟商在其信用额度内根据其自身资金周转情况申请了不同金额的信用账款所致。

应收账款净额 2014 年末较其他年份相对较大，其中，公司 2013 年和 2014 年末应收账款余额构成情况如下：

项　目	2014 年	2013 年	增加金额	增长比例
加盟商客户	9,546.35	6,779.77	2,766.58	40.81%
直营客户	5,061.49	3,205.33	1,856.16	57.91%
合计	**14,607.84**	**9,985.10**	**4,622.74**	**46.30%**

从上表情况可以看出，加盟商客户、直营客户应收账款余额均出现一定幅度增长。

公司直营客户主要为百货商场类公司，公司根据与商场签订的协议收取货款。2014 年末应收直营客户款项金额有所增加，主要系直营门店数量的增加和部分直营客户延长货款结算支付时间所致。

2014 年末，公司加盟客户应收账款余额较 2013 年增加金额较大主要系潍坊齐华服饰有限公司新增了应收账款 1,655.85 万元。2014 年 11 月，公司调整青岛片区经营模式，由直营模式转为加盟模式，并由潍坊齐华服饰有限公司负责。为支持客户发展、缓解过渡期内资金周转压力，公司给予潍坊齐华服饰有限公司一定额度信用支持，故 2014 年末潍坊齐华服饰有限公司应收账款余额大幅增加。

报告期内，公司主要加盟商申请信用账款额度情况如下：

客　户	2016 年 6 月 30 日		2015 年 12 月 31 日	
	信用额度	信用账期	信用额度	信用账期
包头市健芫商贸有限公司、包头市雅致商贸有限责任公司、包头市卓尔凡商贸有限责任公司、包头市仕媛商贸有限责任公司	—	—	4,500	不超过一年
潍坊齐华服饰有限公司	2,000	不超过一年	2,000	不超过一年
大连盛德服装有限公司	—	—	820	不超过六个月
南京沓雅服饰有限公司、上海曼罗澜实业有限公司、南通瑞蚨服饰有限公司	900	不超过三个月	840	不超过三个月
贵州卓仑贸易有限责任公司	1,350	不超过三个月	—	不超三个月

（续）

客　户	2014 年 12 月 31 日		2013 年 12 月 31 日	
	信用额度	信用账期	信用额度	信用账期
包头市健芫商贸有限公司、包头市雅致商贸有限责任公司、包头市卓尔凡商贸有限责任公司、包头市仕媛商贸有限责任公司	6,400	不超过一年	6,100	不超过一年
潍坊齐华服饰有限公司	2,000	不超过一年	—	—
大连盛德服装有限公司	890.00	不超过六个月	—	—
南京沓雅服饰有限公司、上海曼罗澜实业有限公司	1,100	不超过三个月	940	不超过三个月
贵州卓仑贸易有限责任公司	2,000	不超三个月	—	—

2014 年，部分加盟商申请信用额度增长较快，具体原因分析如下：

①潍坊齐华服饰有限公司

2014 年 11 月，公司调整青岛片区经营模式，由直营模式转为加盟模式，并由潍坊齐华服饰有限公司承接。为支持客户发展、缓解过渡期内资金周转压力，公司给予潍坊齐华服饰有限公司一定额度信用支持，故在 2014 年末潍坊齐华服饰有限公司申请较大金额的信用额度，应收账款余额亦出现较大幅度增加。

②大连盛德服装有限公司

报告期内，大连盛德服装有限公司根据其资金周转需求向公司提交欠款申请，公司给予其相应的信用额度。2013 年度，大连盛德服装有限公司累计申请信用额度金额为 300 万元，于 2013 年末归还欠款，无应收账款。2014 年及 2015

年，大连盛德服装有限公司根据其自身资金运转需求递交欠款申请，年度末应收账款余额分别为 201.10 万元、208.88 万元，未出现较大波动。

③贵州卓仑贸易有限责任公司

报告期内，贵州卓仑贸易有限责任公司根据其资金周转需求向公司提交欠款申请，公司给予其相应的信用额度。2013 年及 2015 年，贵州卓仑贸易有限责任公司分别累计申请信用额度金额为 1,486.00 万元、1,370.00 万元，按约定期限均已归还欠款，无应收账款。贵州卓仑贸易有限责任公司报告期内申请信用额度金额未出现较大波动。

公司重视对加盟商信用管理，加盟商根据其资金周转需求，提交信用额度申请，公司在信用额度范围内安排发货，并根据信用账期督促加盟商回款。报告期内，公司无欠款超过信用额度的加盟商。

报告期内，公司加盟商各年度申请的信用账款总额及占加盟商营业收入比例情况如下：

年　份	2016 年 1-6 月	2015 年	2014 年	2013 年
加盟商申请信用账款总额	8,987.00	18,205.00	19,519.00	16,853.00
加盟收入	21,141.92	67,478.94	73,772.31	75,138.65
加盟商申请信用账款占加盟收入比例	42.51%	26.98%	26.46%	22.43%
期末加盟商应收账款余额	4,279.82	5,132.24	9,546.35	6,779.77
加盟商应收账款余额占加盟收入比例	20.24%	7.61%	12.94%	9.02%

① 加盟商申请信用账款总额变动情况

报告期内，公司加盟商申请的信用额度未出现较大波动，但因 2016 年 1-6 月加盟业务收入为半年数据，且加盟业务收入有所下降，加盟商申请的信用额度占收入比例有所提高。

受宏观经济波动影响，报告期内，加盟业务收入有所下降，为支持加盟商发展，公司根据加盟商申请给予其信用额度，并严格控制回款期限，报告期内加盟商申请的信用额度，已按照要求回款，未出现逾期款项。

② 应收账款余额占加盟收入比例变动情况

2016 年 1-6 月，应收账款余额占加盟收入比例有所提高，主要系受宏观消费环境波动及加盟收入季节性特征的影响，加盟业务收入有所下降，且统计口径为

半年度，导致应收账款余额占收入比例有所提高。期末大额应收账款处于正常回款期限内，未出现逾期情况。

2014 年应收账款余额占加盟收入比例比较 2013 年有所提高，主要系公司调整青岛片区经营模式，由直营模式转为加盟模式，潍坊齐华服饰有限公司增加信用账款金额所致。

总体而言，各年末加盟商应收账款余额占加盟商收入比重总体处于较低水平。

2）报告期内，公司应收账款前五位客户（按同一控制下口径统计）情况如下：

2016 年 6 月 30 日		
客户名称	**期末余额**	**占比**
潍坊齐华服饰有限公司	1,942.92	37.71%
唯品会（中国）有限公司	1,555.50	30.19%
北京五棵松卓展时代百货有限公司、哈尔滨卓展时代广场百货有限公司、辽宁卓展时代广场百货有限公司、长春卓展时代广场百货有限公司	637.80	12.38%
大连国际商贸大厦有限公司哈尔滨麦凯乐总店、大商哈尔滨新一百购物广场有限公司、大商集团（郑州）商贸有限公司、大商集团大庆新玛特购物休闲广场有限公司、大商集团抚顺百货大楼有限公司、大商集团沈阳铁西新玛特购物休闲广场有限公司、大商集团沈阳新玛特购物休闲广场有限公司、大商集团沈阳新玛特购物休闲广场有限公司千盛百货购物中心、大商集团沈阳于洪新玛特购物休闲广场有限公司、大商集团郑州新玛特购物广场有限公司、大商集团郑州紫荆山百货商场有限公司、抚顺大商商业投资有限公司、麦凯乐（青岛）百货总店有限公司	541.00	10.50%
南通瑞蚨服饰有限公司、上海曼罗澜实业有限公司、南京沓雅服饰有限公司	474.90	9.22%
合计	**5,152.12**	**100.00%**
2015 年 12 月 31 日		
客户名称	**期末余额**	**占比**
潍坊齐华服饰有限公司	1,978.34	46.11%
北京五棵松卓展时代百货有限公司、北京五颗松卓展时代百货有限公司、哈尔滨卓展时代广场百货有限公司、辽宁卓展时代广场百货有限公司、长春卓展时代广场百货有限公司	820.43	19.12%
包头市健芫商贸有限公司、包头市仕媛商贸有限责任公司、包头市伟利雅商贸有限责任公司、包头市雅致商贸有限责任公司、包头市卓尔凡商贸有限责任公司	592.42	13.81%
南通瑞蚨服饰有限公司、上海曼罗澜实业有限公司、南京沓雅服饰有限公司	489.93	11.42%

富阳银泰百货有限公司、杭州银泰三江商业发展有限公司、杭州银泰世纪百货有限公司、杭州银西百货有限公司、合肥银泰商业有限责任有限公司、金华银泰购物中心有限公司、义乌银泰百货有限公司、银泰百货宁波海曙有限公司、银泰百货宁波海曙有限公司天一广场分公司、银泰百货宁波江东有限公司、银泰百货宁波鄞州有限公司、浙江银泰百货（金华）有限公司、浙江银泰百货有限公司、浙江银泰电子商务有限公司、舟山银泰百货有限公司	408.97	9.53%
合计	**4,290.09**	**100.00%**
2014 年 12 月 31 日		
客户名称	**期末余额**	**占比**
包头市健芫商贸有限公司、包头市卓尔凡商贸有限责任公司	5,794.96	60.49%
潍坊齐华服饰有限公司	1,655.85	17.28%
长春卓展时代广场百货有限公司、辽宁卓展时代广场百货有限公司、哈尔滨卓展时代广场百货有限公司、北京五棵松卓展时代广场百货有限公司	1,067.16	11.14%
贵州卓仑贸易有限责任公司	650.01	6.78%
南京沓雅服饰有限公司、上海曼罗澜实业有限公司	412.49	4.31%
合计	9,580.47	100.00%
2013 年 12 月 31 日		
客户名称	**期末余额**	**占比**
包头市卓尔凡商贸有限责任公司、包头市健芫商贸有限公司、包头市雅致商贸有限责任公司、包头市仕媛商贸有限责任公司	5,831.46	81.64%
长春卓展时代广场百货有限公司、辽宁卓展时代广场百货有限公司、哈尔滨卓展时代广场百货有限公司、北京五棵松文化体育中心有限公司	522.35	7.31%
郑州市丰泽服饰有限公司	278.42	3.90%
大商集团股份有限公司	258.78	3.62%
南京沓雅服饰有限公司、上海曼罗澜实业有限公司	251.72	3.52%
合计	7,505.92	**100.00%**

公司应收账款前五位客户中无关联方。

3）报告期内，公司应收账款账龄的分布情况和坏账准备计提情况如下：

类别	**2016 年 6 月 30 日**			**2015 年 12 月 31 日**		
	金额	**比例（%）**	**坏账准备**	**金额**	**比例（%）**	**坏账准备**
1 年以内	11,229.71	97.41	561.49	11,902.15	99.21	595.11
1-2 年	296.69	2.57	29.67	94.55	0.79	9.45
2 -3 年	1.95	0.02	0.39	-	-	-
3-4 年	-	-	-	-	-	-
合计	**11,528.35**	**100**	**591.54**	**11,996.70**	**100**	**604.56**
类别	**2014 年 12 月 31 日**			**2013 年 12 月 31 日**		
	金额	**比例（%）**	**坏账**	**金额**	**比例（%）**	**坏账**

			准备			准备
1 年以内	14,393.71	98.96	719.69	9,867.52	99.45	493.38
1-2 年	151.27	1.04	15.13	38.31	0.39	3.83
2 -3 年	-	-	-	11.23	0.11	2.25
3-4 年	-	-	-	5.19	0.05	2.6
合计	**14,544.98**	**100**	**734.81**	**9,922.24**	**100**	**502.05**

公司应收账款账龄结构合理，应收账款占营业收入的比重不大，属于正常结算期及信用占款。报告期各期末，账龄 1 年以内的应收账款比重均在 97%以上，应收账款的质量较好，回收风险较小。

报告期内，公司发生坏账损失较小，公司按照既定会计政策计提坏账准备。

（4）预付款项分析

报告期各期末，公司预付款项及其变动情况如下表所示：

资产	2016 年 6 月 30 日		2015 年 12 月 31 日		2014 年 12 月 31 日		2013 年 12 月 31 日
	金额	增长率	金额	增长率	金额	增长率	金额
预付款项	2,638.28	165.82%	992.52	-52.58%	2,093.19	12.46%	1,861.30

公司预付款项主要是由预付原材料及皮衣等外协产品采购款组成。2016 年 6 月末、2015 年末、2014 年末和 2013 年末，公司的预付款项余额分别为 2,638.28 万元、992.52 万元、2,093.19 万元和 1,861.30 万元，占流动资产的比重分别为 3.55%、1.32%、3.04%和 2.45%。报告期各期末预付账款金额的变化主要系期末时点公司向供应商采购波段有所不同所致。

2016 年 6 月末，账龄一年以内的预付款项余额占全部预付款项余额的 98.66%。公司无账龄超过一年以上、金额较大的预付款项。

（5）其他应收款分析

公司的其他应收款主要包括商场保证金及押金、租赁房产押金及个人往来款等。2016 年 6 月末、2015 年末、2014 年末和 2013 年末，公司的其他应收款净额分别为 1,647.53 万元、1,413.23 万元、1,859.47 万元和 3,645.58 万元，占流动资产的比重分别为 2.21%、1.87%、2.70%和 4.80%，占比较小。

报告期内，其他应收款账龄分布情况如下表所示：

账龄结构	2016 年 6 月 30 日			
	余额	比例（%）	坏账准备	净额
1 年以内	987.71	51.19	49.39	938.32
1—2 年（含）	651.45	33.76	65.14	586.30

2－3 年（含）	92.10	4.77	18.42	73.68
3－4 年（含）	39.74	2.06	19.87	19.87
4－5 年（含）	146.76	7.61	117.41	29.35
5 年以上	11.86	0.61	11.86	-
合　计	**1,929.62**	**100.00**	**282.09**	**1,647.53**
账龄结构	**2015 年 12 月 31 日**			
	余额	**比例（%）**	**坏账准备**	**净额**
1 年以内	887.00	53.91	44.35	842.65
1－2 年（含）	317.07	19.27	31.71	285.36
2－3 年（含）	252.90	15.37	50.58	202.32
3－4 年（含）	159.52	9.7	79.76	79.76
4－5 年（含）	15.72	0.96	12.58	3.14
5 年以上	13.06	0.79	13.06	-
合　计	**1,645.27**	**100.00**	**232.04**	**1,413.23**
账龄结构	**2014 年 12 月 31 日**			
	余额	**比例（%）**	**坏账准备**	**净额**
1 年以内	1,189.04	57.92	59.45	1,129.59
1－2 年（含）	619.94	30.20	61.99	557.95
2－3 年（含）	183.50	8.94	36.70	146.80
3－4 年（含）	44.92	2.19	22.46	22.46
4－5 年（含）	13.40	0.65	10.72	2.68
5 年以上	2.00	0.10	2.00	—
合　计	**2,052.80**	**100.00**	**193.33**	**1,859.47**
账龄结构	**2013 年 12 月 31 日**			
	余额	**比例（%）**	**坏账准备**	**净额**
1 年以内	1,598.41	40.19	79.92	1,518.49
1－2 年（含）	2,323.51	58.42	232.35	2,091.16
2－3 年（含）	36.36	0.92	7.27	29.09
3－4 年（含）	12.90	0.32	6.45	6.45
4－5 年（含）	2.00	0.05	1.60	0.40
5 年以上	4.00	0.10	4.00	0.00
合　计	**3,977.17**	**100.00**	**331.59**	**3,645.58**

公司其他应收款主要系商场保证金、租赁押金等，报告期内公司其他应收款的账龄主要在一年以内，其中 2013 年末 1-2 年账龄的其他应收款占比较高，主要系2012年末公司采购貂皮类原料的预付账款因业务发生变化于2013年调整至其他应收款核算所致。因此，公司其他应收款的账龄分布是合理的。

（6）存货分析

公司的存货主要由库存商品及原材料组成。报告期各期末，公司存货构成情况如下：

项目	2016 年 6 月 30 日		2015 年 12 月 31 日		2014 年 12 月 31 日		2013 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
原材料	7,009.98	12.21%	7,087.65	12.17%	6,690.84	12.93%	5,512.12	14.67%
在产品	957.66	1.67%	938.21	1.61%	1,505.25	2.91%	700.49	1.86%
库存商品	48,697.73	84.83%	49,753.15	85.42%	43,460.42	83.99%	30,498.19	81.17%
委托加工物资	743.31	1.29%	466.00	0.80%	90.27	0.17%	864.71	2.30%
存货小计	57,408.67	100.00%	58,245.01	100.00%	51,746.78	100.00%	37,575.50	100.00%
跌价准备	17,258.98		17,884.84		15,855.23		9,064.84	
存货净额	40,149.69		40,360.17		35,891.55		28,510.66	

2016 年 6 月末、2015 年末、2014 年末和 2013 年末，公司的存货净额分别为 40,149.69 万元、40,360.17 万元、35,891.55 万元和 28,510.66 万元，占流动资产比重分别为 53.97%、53.53%、52.09%和 37.51%。

公司的存货是正常生产经营形成的，符合公司生产经营的实际情况，存货质地较好，不会导致公司的经营出现较大风险，同时公司不断地加强存货的管理，制定了有效的适合公司发展战略的存货管理制度。公司自 2012 年起，与国际知名咨询公司进行战略协作，对供应链进行优化，通过进一步优化店铺集群、商品储备、商品企划、柔性化生产等工作，不断提高供应链管理水平。未来，公司将进一步加强、规范公司存货管理，合理安排采购与生产，加强连锁营销网络集中信息化管理，稳定供货渠道，减少原材料和产成品库存；在保证公司正常生产经营的同时，降低存货对公司营运资金的占用，提高资产的运营效率，控制存货积压可能给公司带来的风险仍然是公司管理工作的重点之一。

1）库存商品分析

报告期各期末，公司库存商品变动情况如下表：

项目	2016 年 6 月 30 日	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日
库存商品	48,697.73	49,753.15	43,460.42	30,498.19
占同期存货余额的比例	84.83%	85.42%	83.99%	81.17%
较上年增加额	-1,055.42	6,292.73	12,962.23	5,296.40
较上年增长率	-2.12%	14.48%	42.50%	21.02%

报告期各期末，库存商品占存货的比例基本保持相对稳定。女装企业生产备货的惯例是提前两季进行产品的材料采购及生产。因此，公司账面库存商品除了

自营终端及公司仓储的当季待售商品外，还包括提前生产备货的下一季产品。因此，报告期各期末，公司库存商品余额较大。

2015 年末库存商品余额较 2014 年末增加 6,292.73 万元，增长 14.48%，2014 年末公司库存商品余额较 2013 年末增加了 12,962.23 万元，增长 42.50%，报告期内，公司库存商品余额不断增长，主要原因是：1）报告期内，公司经营规模不断扩大，带来库存商品的不断增加；2）公司加大了市场拓展力度，拓宽销售渠道，直营销售终端不断增加，为满足新增直营销售终端的铺货需求，库存商品相应增加；3）为满足不同消费者的多样化需求，公司在坚持以玖姿为主导品牌的基础上，2008 年和 2012 年分别推出了尹默品牌和安正男装，为拓展市场，报告期内，公司也适度提高了尹默品牌以及安正男装等系列产品的储备，2014 年，公司又收购摩萨克及斐娜晨两个女装品牌，也增加了库存商品的余额。

报告期内，各品牌库存商品存货余额变动情况如下：

品牌	2016 年 6 月 30 日		2015 年 12 月 31 日		2014 年 12 月 31 日		2013 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
玖姿	31,134.63	63.93%	32,220.88	64.76%	29,612.56	68.14%	22,392.03	73.42%
尹默	7,409.42	15.22%	7,467.76	15.01%	6,338.86	14.59%	4,510.14	14.79%
安正	5,665.80	11.63%	5,854.62	11.77%	4,973.97	11.44%	3,596.02	11.79%
摩萨克	2,240.00	4.60%	2,322.53	4.67%	2,139.64	4.92%	—	—
斐娜晨	2,247.87	4.62%	1,861.06	3.74%	395.39	0.91%	—	—
其他	—	—	26.30	0.05%	—	—	—	—
合计	**48,697.72**	**100.00%**	**49,753.15**	**100.00%**	**43,460.42**	**100.00%**	**30,498.19**	**100.00%**

注 1：2016 年 6 月 30 日，玖姿品牌的期末库存包含五季渠道专售的副品牌安娜蔻，其期末合计库存金额 2,562.36 万元，下同；

注 2：其他系指公司于 2015 年下半年开始通过工厂店购进和销售的少量非自有品牌产品，下同。

玖姿品牌作为公司的主导品牌，报告期内该品牌库存商品占比较高。2014 年末玖姿品牌存货余额较 2013 年末增加 7,220.54 万元，增长 32.25%，主要系公司加盟商销售政策由换货调整为退货有关，2014 年全年退货金额 11,218.90 万元，较 2013 年换货金额 5,115.77 万元，增加 6,103.13 万元。

随着公司多品牌战略的推进，报告期内，尹默、安正品牌销售收入逐步增加，该类品牌产品库存亦有所增加。

2014 年底，公司收购摩萨克、斐娜晨品牌，随着公司对品牌整合力度的推进，摩萨克、斐娜晨品牌业务收入呈现一定的增长，库存商品余额亦有所增加。

报告期内，按品牌分类的库存商品构成情况、库龄分布如下：

品牌 库龄	2016 年 6 月 30 日					合计	比例
	玖姿	尹默	安正	摩萨克	斐娜晨		
新品	3,064.84	577.75	387.84	94.17	342.15	4,466.75	9.17%
1 年以内	6,634.13	3,070.76	1,614.68	911.23	1,307.59	13,538.39	27.80%
1-2 年	8,099.18	1,629.86	994.52	468.91	598.13	11,790.60	24.21%
2-3 年	8,103.12	1,272.85	1,336.57	413.78	—	11,126.32	22.85%
3-4 年	3,790.90	572.58	1,061.06	307.23	—	5,731.77	11.77%
4 年以上	1,442.46	285.62	271.13	44.68	—	2,043.89	4.20%
合计	**31,134.63**	**7,409.42**	**5,665.80**	**2,240.00**	**2,247.87**	**48,697.72**	**100.00%**
品牌 库龄	2015 年 12 月 31 日					合计	比例
	玖姿	尹默	安正	摩萨克	斐娜晨		
新品	3,607.19	700.69	506.51	213.04	321.37	5,348.80	10.76%
1 年以内	6,472.19	3,159.34	1,717.49	749.00	1,200.72	13,298.75	26.74%
1-2 年	10,339.30	1,815.97	1,352.36	544.45	338.97	14,391.05	28.94%
2-3 年	7,696.76	1,122.51	1,551.43	587.60	-	10,958.31	22.04%
3-4 年	3,314.52	521.10	726.82	214.23	-	4,776.68	9.61%
4 年以上	790.91	148.14	-	14.20	-	953.25	1.91%
合计	**32,220.88**	**7,467.76**	**5,854.62**	**2,322.53**	**1,861.06**	**49,726.84**	**100.00%**
品牌 库龄	2014 年 12 月 31 日					合计	比例
	玖姿	尹默	安正	摩萨克	斐娜晨		
新品	4,099.71	802.48	389.25	273.39	89.25	5,654.08	13.01%
1 年以内	7,769.12	2,547.23	1,643.30	671.57	306.14	12,937.36	29.77%
1-2 年	7,533.84	1,432.45	1,925.11	668.40	—	11,559.80	26.60%
2-3 年	5,445.58	946.25	1,016.31	487.73	—	7,895.87	18.17%
3-4 年	3,073.70	407.29	—	38.55	—	3,519.54	8.10%
4 年以上	1,690.61	203.15	—	—	—	1,893.76	4.36%
合计	**29,612.56**	**6,338.86**	**4,973.97**	**2,139.64**	**395.39**	**43,460.42**	**100.00%**
品牌 库龄	2013 年 12 月 31 日					合计	比例
	玖姿	尹默	安正	摩萨克	斐娜晨		
新品	4,866.75	552.10	279.88	—	—	5,698.73	13.76%
1 年以内	6,579.60	2,130.36	2,285.26	—	—	10,995.22	31.26%
1-2 年	4,483.23	1,010.80	1,030.88	—	—	6,524.92	28.06%
2-3 年	3,655.66	611.81	—	—	—	4,267.47	18.39%
3-4 年	1,351.56	187.01	—	—	—	1,538.57	6.28%
4 年以上	1,455.22	18.06	—	—	—	1,473.28	2.26%

合计	22,392.03	4,510.14	3,596.02	—	—	30,498.19	100.00%

注：新品系指公司拟于资产负债表日后上市当季或者下季产品，如 2015 年 12 月 31 日新品，系拟于 2016 年上半年上市的春、夏款等产品。

①从各品牌库龄占比分析可以看出，报告期内各库龄段库存商品余额占比较为稳定。

根据公司生产经营特点，公司产品销售采用订货会制度，一般提前两季召开订货会并根据订单情况安排生产，从上述库龄占比中可以看出，在报告期各年底，一年以内（含新品）库存占比金额较大，约 40%左右，1-2 年库存占比约 30%，2 年以上库存占比约 30%，库龄占比变动情况与公司实际经营情况相符。

②与同行业可比公司产品库龄对比情况

报告期内，同行业可比公司库龄情况进行对比分析如下：

期间	库龄	玛丝菲尔	欣贺股份	歌力思	维格娜丝	公司
2016 年 6 月 30 日	新品	-	-	-	-	9.17%
	1 年以内					27.80%
	1-2 年	-	-	-	-	24.21%
	2-3 年	-	-	-	-	22.85%
	3 年以上	-	-	-	-	15.97%
	合计	-	-	-	-	**100.00%**
期间	**库龄**	**玛丝菲尔**	**欣贺股份**	**歌力思**	**维格娜丝**	**公司**
2015 年 12 月 31 日	新品	-	46.81%	-	-	10.76%
	1 年以内					26.74%
	1-2 年	-	24.22%	-	-	28.94%
	2-3 年	-	17.35%	-	-	22.04%
	3 年以上	-	11.62%	-	-	11.52%
	合计	-	**100.00%**	-	-	**100.00%**
期间	**库龄**	**玛丝菲尔**	**欣贺股份**	**歌力思**	**维格娜丝**	**公司**
2014 年 12 月 31 日	新品	-	42.84%	-	-	13.01%
	1 年以内					29.77%
	1-2 年	-	22.60%	-	-	26.60%
	2-3 年	-	19.84%	-	-	18.17%
	3 年以上	-	14.72%	-	-	12.46%
	合计	-	**100.00%**	-	-	**100.00%**
期间	**库龄**	**玛丝菲尔**	**欣贺股份**	**歌力思**	**维格娜丝**	**公司**
2013 年 12 月 31 日	新品	73.80%	43.22%	49.97%	81.16%	13.76%
	1 年以内					31.26%
	1-2 年		25.46%	24.15%	15.31%	28.06%

	2-3 年	16.92%	24.90%	25.87%	3.53%	18.39%
	3 年以上	9.28%	6.42%			8.54%
	合计	**100.00%**	**100.00%**	**100.00%**	**100.00%**	**100.00%**

从上述对比情况中可以看出，报告期内，公司与玛丝菲尔、欣贺股份、歌力思库存商品库龄结构占比较为接近。维格娜丝 1 年以内存货占比较大，主要系与经营模式有关，维格娜丝以直营模式为主，其对于过季产品（1 年以上）通常通过折扣店等方式进行及时清理，1 年以上库存商品占比较小。

2）原材料分析

原材料为公司生产所需的各类服装面料、辅料，报告期各期末，公司原材料变动情况如下表：

项目	2016 年 6 月 30 日	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日
原材料	7,009.98	7,087.65	6,690.84	5,512.12
占同期存货余额的比例	12.21%	12.17%	12.93%	14.67%
较上年增加额	-77.68	396.81	1,178.72	844.04
较上年增长率	-1.10%	5.93%	21.38%	18.08%

由于公司生产所用的面、辅料多为定制产品，采购周期相对较长，因此一般情况下，公司会备足 2-3 个月生产所需的原材料。

2014 年末原材料余额较 2013 年末增加了 1,178.72 万元，增长 21.38%。主要系公司于 2014 年新收购了摩萨克及斐娜晨两个品牌，使得原材料余额有所增加所致。

3）跌价准备的提取情况

①跌价准备的提取方法

根据企业会计准则的要求，公司计提存货跌价准备的方法采用存货可变现净值与成本孰低来确定跌价准备。

公司期末对库存商品以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值，具体计算过程如下：

A. 计算销售价格倍率

根据近三年历史经验确定公司各销售模式下不同库龄产品的销售价格倍率，销售价格倍率计算公式为：销售价格倍率=产品预计销售收入/产品预计销售成本。销售价格倍率的计算，以报告期近三年平均销售数据为基础，对前三年各销

售模式下不同库龄产品的实际销售收入与该模式下产品的销售成本进行对比，计算得出近三年各销售模式下不同库龄产品的销售价格倍率。

同时，以报告期近三年各销售模式销售成本占比并结合实际经营情况，预估期末库存商品未来各销售模式预计销售比例，结合各销售模式下不同库龄产品的销售价格倍率，综合计算期末库存商品在各模式下销售占比、不同库龄产品的销售价格倍率。

B. 根据上一年度销售费用与销售收入数据测算销售费用率

C. 根据上一年度营业税金与销售收入数据测算税金率

D. 各模式下不同库龄库存商品可变现净值率=各模式下不同库龄库存商品的销售价格倍率 A*（1-销售费用率 B-税金率 C）

跌价比率=1-可变现净值率（当可变现净值率小于 1 时）

可变现净值=库存商品账面余额 M*可变现净值率 E 确定各模式下不同库龄库存商品的跌价准备金额

比较各模式下不同库龄库存商品的可变现净值与库存商品账面余额，当可变现净值率<1 时，可变现净值<库存商品账面余额，库存商品跌价准备=库存商品账面余额 M*跌价比率；当可变现净值率>=1 时，可变现净值>=库存商品账面余额，无需计提存货跌价准备。

针对原材料，公司对其中呆滞部分计提存货跌价准备。

②跌价准备的提取情况

2016 年 6 月末、2015 年末、2014 年末和 2013 年末，公司存货跌价准备余额分别为 17,258.98 万元、17,884.84 万元、15,855.23 万元和 9,064.84 万元。公司主要产品以女装为主，女装产品款式及颜色多样，当季不同产品均需要有一定的备货，且适销率与其他细分服装相比较低，因此，公司库存产品中库龄在 1 年以上的产品也较多，符合行业的特点。截至 2016 年 6 月 30 日，公司库存商品中 1 年以内的占 36.97%，2 年以内的占 61.18%，存货积压风险较小。

4）公司对过时和滞销产品的处理

公司主要采取以销定产的经营策略，同时公司在推广开发新产品时，将由销售中心及时组织订货会，向市场推广试销，根据市场信息的反馈及加盟商的订单来决定是否进行批量生产，大大减少了过时和滞销产品的产生。

但对于女装行业，消费者对产品存在多样化的需求，为保证公司正常销售，公司需要储备较多的产品，也必然会产生一定的过时和滞销产品。

公司对加盟商主要采取附有退换货条件的买断式销售政策，因此，公司账面库存的过时和滞销的产品主要产生于公司直营销售终端和一定的备货以及加盟商的退换货。目前，公司过时和滞销产品主要由公司子公司上海安喆通过奥特莱斯以及网络销售来处理，上海安喆主要销售过季和滞销产品，除此之外，公司每年也会不定期组织特卖会消化库存。总体上，公司通过上海安喆、特卖等多种方式来处理过时和滞销产品，处理好品牌维护与库存消化的矛盾，促进公司存货周转的良性循环。

（7）其他流动资产分析

报告期各期末，公司其他流动资产及其变动情况如下表所示：

资产	2016 年 6 月 30 日		2015 年 12 月 31 日		2014 年 12 月 31 日		2013 年 12 月 31 日
	金额	增长率	金额	增长率	金额	增长率	金额
其他流动资产	10,868.62	-24.77%	14,448.05	395.52%	2,915.73	-72.03%	10,423.08

公司其他流动资产主要由理财产品、待抵扣进项税及预缴企业所得税构成。2016 年 6 月末、2015 年末、2014 年末和 2013 年末，公司的其他流动资产余额分别为 10,868.62 万元、14,448.05 万元、2,915.73 万元和 10,423.08 万元，占流动资产的比重分别为 14.61%、19.16%、4.23%和 13.71%。

报告期内，公司其他流动资产的变动主要系期末为提高资金使用效率，购买不同金额理财产品所致。

2、非流动资产构成及结构分析

报告期各期末，公司非流动资产构成及变动情况如下：

资产	2016 年 6 月 30 日		2015 年 12 月 31 日		2014 年 12 月 31 日		2013 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
可供出售金融资产	2,766.00	3.09%	1,906.00	2.18%	1,600.00	2.03%	1,600.00	3.10%
投资性房地产	4,629.10	5.17%	4,757.89	5.45%	-	-	-	-
固定资产	55,639.91	62.16%	48,265.36	55.32%	20,285.88	25.78%	22,116.72	42.89%
在建工程	3,900.10	4.36%	9,621.21	11.03%	33,984.08	43.20%	11,154.39	21.63%
无形资产	7,621.52	8.51%	7,832.54	8.98%	8,149.26	10.36%	6,913.07	13.41%
商誉	2,773.59	3.10%	2,773.59	3.18%	2,773.59	3.53%	-	-

长期待摊费用	463.88	0.52%	956.91	1.10%	2,374.48	3.02%	3,794.13	7.36%
递延所得税资产	11,582.87	12.94%	10,931.41	12.53%	9,025.16	11.47%	5,983.68	11.60%
其他非流动资产	135.70	0.15%	195.06	0.22%	481.68	0.61%	-	-
非流动资产合计	**89,512.67**	**100.00%**	**87,239.97**	**100.00%**	**78,674.13**	**100.00%**	**51,561.99**	**100.00%**

（1）可供出售金融资产分析

报告期各期末，公司可供出售金融资产构成情况如下表所示：

资产	2016 年 6 月 30 日	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日
海宁市嘉宝小额贷款股份有限公司权益性工具	960.00	1,600.00	1,600.00	1,600.00
存续时间超过一年的理财产品	1,806.00	306.00	-	-
合计	**2,766.00**	**1,906.00**	**1,600.00**	**1,600.00**

2016 年 6 月 30 日，公司持有的海宁市嘉宝小额贷款股份有限公司权益性工具账面价值较 2015 年末减少 640.00 万元，主要系根据海宁市嘉宝小额贷款股份有限公司 2016 年第一次临时股东大会决议，海宁市嘉宝小额贷款股份有限公司减少公司股份数额 8,000.00 万股，其中公司按照持股比例减少股份数 640.00 万股，减少出资金额 640.00 万元。

（2）投资性房地产分析

2016 年 6 月末、2015 年末、2014 年末、2013 年末，公司投资性房地产金额为 4,629.10 万元、4,757.89 万元、0 万元、0 万元，主要系公司位于沈阳和平区的房产自 2015 年起用于出租用途，使其由固定资产转为投资性房地产所致。

（3）固定资产分析

公司固定资产主要由房屋建筑物及机器设备（按照净值金额）构成，如下表所示：

资产	2016 年 6 月 30 日		2015 年 12 月 31 日		2014 年 12 月 31 日		2013 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
房屋及建筑物	45,092.29	81.04%	40,463.00	83.83%	16,839.68	83.01%	17,596.83	79.56%
机器设备	1,032.85	1.86%	1,047.96	2.17%	665.32	3.28%	656.51	2.97%
运输工具	490.12	0.88%	691.66	1.43%	1,233.68	6.08%	1,701.01	7.69%
电子设备及其他	1,801.97	3.24%	1,828.59	3.79%	889.79	4.39%	716.01	3.24%

固定资产装修	7,222.68	12.98%	4,234.14	8.77%	657.44	3.24%	1,446.36	6.54%
合计	**55,639.91**	**100.00%**	**48,265.36**	**100.00%**	**20,285.90**	**100.00%**	**22,116.72**	**100.00%**

公司固定资产主要由房屋及建筑物构成。2016 年 6 月末、2015 年末、2014 年末和 2013 年末，公司房屋及建筑物占固定资产的比例分别为 81.04%、83.83%、83.01%和 79.56%，占比较高，这是由公司所处行业特征所决定的。固定资产余额 2016 年 6 月末较 2015 年末增加 7,374.55 万元，增幅 15.28%；2015 年末较 2014 年末增加 27,979.46 万元，增幅 137.93%，主要系公司安正时尚产业园部分在建工程转固所致。

（4）在建工程分析

2016 年 6 月末、2015 年末、2014 年末和 2013 年末，公司在建工程的余额分别为 3,900.10 万元、9,621.21 万元、33,984.08 万元、11,154.39 万元，占非流动资产的比重分别为 4.36%、11.03%、43.20%和 21.63%。

在建工程余额 2016 年 6 月末较 2015 年末减少 5,721.11 万元，降幅 59.46%；2015 年末较 2014 年末减少 24,362.87 万元，降幅 71.69%，主要系公司安正时尚产业园部分在建工程转固所致。

在建工程余额 2014 年末较 2013 年末增加 22,829.69 万元，增幅 204.67%，主要系公司自 2012 年安正时尚产业园建设支出增加所致。

（5）无形资产分析

公司的无形资产包括土地使用权及软件。报告期各期末，公司无形资产明细如下表所示：

资产	2016 年 6 月 30 日		2015 年 12 月 31 日		2014 年 12 月 31 日		2013 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
土地使用权	6,320.43	82.93%	6,390.36	81.59%	6,530.21	80.13%	6,670.06	96.48%
软件	1,301.09	17.07%	1,442.19	18.41%	1,619.05	19.87%	243.01	3.52%
合计	**7,621.52**	**100.00%**	**7,832.54**	**100.00%**	**8,149.26**	**100.00%**	**6,913.07**	**100.00%**

公司报告期内无形资产金额变动不大。

（6）商誉分析

2014 年下半年，公司因非同一控制下收购摩萨克及斐娜晨共产生商誉 2,773.59 万元。经测试，公司 2014 年末、2015 年末及 2016 年 6 月末商誉未发生减值。

（7）长期待摊费用分析

2016 年 6 月末、2015 年末、2014 年末和 2013 年末，公司长期待摊费用余额分别为 463.88 万元、956.91 万元、2,374.48 万元和 3,794.13 万元。

报告期各期末，公司长期待摊费用主要系租赁房屋装修费用。报告期内长期待摊费用余额的不断减少主要系公司装修支出不断减少以及进入一年内到期的长期待摊费用调整到一年内到期的非流动资产核算所致。

（8）递延所得税资产分析

2016 年 6 月末、2015 年末、2014 年末和 2013 年末，公司递延所得税资产分别为 11,582.87 万元、10,931.41 万元、9,025.16 万元和 5,983.68 万元，分别占非流动资产的 12.94%、12.53%、11.47%和 11.60%。各期末递延所得税资产主要系公司计提资产减值准备以及可抵扣亏损在会计与税务上的差异等产生。

递延所得税资产 2014 年末余额较 2013 年末余额增加 3,041.48 万元，增幅 50.83%，主要系 2014 年末因未来期间可抵扣的资产减值准备余额及可弥补亏损增加所致。

（9）其他非流动资产分析

2016 年 6 月末、2015 年末、2014 年末和 2013 年末，公司的其他非流动资产余额分别为 135.70 万元、195.06 万元、481.68 万元和 0 万元，占非流动资产的比重分别为 0.15%、0.22%、0.61%和 0%。公司其他非流动资产由预付购置长期资产款构成。

3、公司管理层对资产质量的说明

公司已按会计准则的规定建立了各项资产减值准备的计提制度，报告期各期末按照资产减值准备政策的规定以及各项资产的实际情况，足额计提了各项资产减值准备。

报告期各期末，公司主要资产减值准备如下表所示：

资产减值准备	2016 年 6 月 30 日	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日
一、坏账准备	1,447.17	1,344.85	1,077.74	969.24
二、存货跌价准备	17,258.98	17,884.84	15,855.23	9,064.84
合计	**18,706.15**	**19,229.69**	**16,932.97**	**10,034.08**

公司按既定政策计提坏账准备、存货跌价准备，具体分析见应收账款分析、其他应收款分析和存货分析。

公司固定资产均处于良好的运行阶段，尚未被新技术所淘汰，短期内不存在大幅减值的可能，近年来公司主要固定资产及在建工程不存在由于市价持续下跌、技术陈旧、损坏或长期闲置等原因导致其可收回金额低于账面价值的情况。

公司无形资产主要为土地使用权和软件，经测试，报告期内不存在收回金额低于账面价值的情形；同时，经过评估，公司固定资产、在建工程、无形资产等资产质量良好，均无需计提减值准备。

公司管理层认为：公司近年来资产规模和质量持续提高，资产结构逐步优化，资产质量优良，目前资产结构与公司的业务能力相匹配，公司将持续加强资产管理，执行稳健的会计政策，有效保证公司可持续发展能力。报告期内，公司各项资产减值准备计提政策符合国家财务会计制度规定，公司主要资产减值准备的提取充分、合理，与公司资产的实际质量状况相符。

（二）负债的主要构成分析

报告期内，公司的负债构成及变动情况如下：

项目	2016 年 6 月 30 日		2015 年 12 月 31 日		2014 年 12 月 31 日		2013 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
流动负债	37,726.57	79.11%	39,790.21	82.32%	38,302.32	79.60%	34,614.46	85.89%
非流动负债	9,961.24	20.89%	8,546.99	17.68%	9,814.68	20.40%	5,687.89	14.11%
负债合计	**47,687.81**	**100.00%**	**48,337.20**	**100.00%**	**48,116.99**	**100.00%**	**40,302.35**	**100.00%**

报告期内公司负债总额与经营规模相适应，公司负债主要由流动负债构成，公司的流动负债主要包括应付账款、预收账款、应交税费等，流动负债的结构与公司跟供应商及客户的信用政策相关。

1、公司流动负债的构成及分析

负债	2016 年 6 月 30 日		2015 年 12 月 31 日		2014 年 12 月 31 日		2013 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
短期借款	12,500.00	33.13%	7,000.00	17.59%	-	-	-	-
应付票据	-	-	-	-	600.00	1.57%	-	-
应付账款	9,786.31	25.94%	11,520.96	28.95%	13,657.81	35.66%	8,816.63	25.47%
预收款项	2,467.40	6.54%	5,653.44	14.21%	6,812.10	17.79%	9,682.83	27.97%
应付职工薪酬	3,045.98	8.07%	3,633.55	9.13%	3,601.75	9.40%	3,019.05	8.72%

应交税费	6,210.45	16.46%	7,391.48	18.58%	9,982.73	26.06%	11,384.24	32.89%
应付利息	14.50	0.04%	7.55	0.02%				
其他应付款	2,330.53	6.18%	2,950.70	7.42%	2,298.94	6.00%	1,240.71	3.58%
应付股利	-	-	-	-	-	-	40.40	0.12%
其他流动负债	1,371.40	3.64%	1,632.53	4.10%	1,348.99	3.52%	430.59	1.24%
流动负债合计	**37,726.57**	**100.00%**	**39,790.21**	**100.00%**	**38,302.32**	**100.00%**	**34,614.45**	**100.00%**

报告期各期末，公司流动负债主要由应付账款、预收账款、应交税金等经营性流动负债所构成。2015 年末及 2016 年 6 月末，公司短期银行借款的增加主要系因“安正时尚集团文化创意产业园”项目建设投入的自有资金规模较大，为满足日常经营的资金需求，公司开始增加短期银行借款的使用。

（1）应付票据与应付账款分析

2014 年末，公司应付票据金额为 600.00 万元，主要系公司与个别供应商采用临时性的票据结算所致。报告期内，公司与供应商较少采用票据方式结算。

公司应付账款主要用于采购原材料、委托加工产品及工程款。报告期内，随着公司生产经营规模的扩大，原材料及委托加工采购量也随之提高，同时，公司自 2012 年开始建设安正时尚产业园项目，导致之后各期末应付工程款增加。

2016 年 6 月末、2015 年末、2014 年末和 2013 年末，公司应付账款余额分别为 9,786.31 万元、11,520.96 万元、13,657.81 万元和 8,816.63 万元。

应付账款余额 2014 年末较 2013 年末余额增加 4,841.18 万元，增幅 54.91%，主要系安正时尚产业园的建设使得年末应付工程款增加所致。

（2）预收款项分析

预收款项主要是预收加盟商的货款。2016 年 6 月末、2015 年末、2014 年末和 2013 年末，公司预收款项余额分别为 2,467.40 万元、5,653.44 万元、6,812.10 万元和 9,682.83 万元。

预收款项 2016 年 6 月末余额较 2015 年末余额减少 3,186.05 万元，降幅 56.36%；预收款项 2015 年末余额较 2014 年末余额减少 1,158.66 万元，降幅 17.01%；预收款项 2014 年末较 2013 年末减少 2,870.73 万元，降幅 29.65%。

报告期内，公司预收款项金额变化，主要系各期末时点对加盟商销售波段以及加盟商的进货量有所不同所致。

（3）应付职工薪酬分析

2016 年 6 月末、2015 年末、2014 年末和 2013 年末，公司应付职工薪酬分别为 3,045.98 万元、3,633.55 万元、3,601.75 万元和 3,019.05 万元。2013 年-2015 年各年末应付职工薪酬余额逐年增多，主要系随着公司业务规模扩大，公司员工人数增加，且员工待遇有所提升所致。

（4）应交税费分析

公司应交税费主要包括增值税、企业所得税和个人所得税等。2016 年 6 月末、2015 年末、2014 年末和 2013 年末，公司应交税费分别为 6,210.45 万元、7,391.48 万元、9,982.73 万元和 11,384.24 万元。

应交税费 2016 年 6 月末较 2015 年末减少-1,181.03 万元，降幅-15.98%，主要系 2016 年 6 月末应付的企业所得税减少所致。

应交税费 2015 年末较 2014 年末减少 2,591.25 万元，降幅 25.96%，主要系 2015 年末应付的个人所得税减少所致。其中，2014 年末公司当年的现金分红尚未完成个人所得税代缴，故使得年末应付个人所得税金额较高。

应交税费 2014 年末较 2013 年末减少 1,401.52 万元，降幅 12.31%，主要系 2014 年末应付的企业所得税及个人所得税减少所致。其中，公司 2014 年企业所得税季度申报预交金额较高，致期末应交金额下降。

（5）其他应付款分析

公司的其他应付款主要为房租、物业费及押金等。2016 年 6 月末、2015 年末、2014 年末和 2013 年末，公司其他应付款余额分别为 2,330.53 万元、2,950.70 万元、2,298.94 万元和 1,240.71 万元。

（6）其他流动负债分析

公司其他流动负债为主要为零售消费者 VIP 积分形成的递延收益。2016 年 6 月末、2015 年末、2014 年末和 2013 年末，公司递延收益分别为 1,371.40 万元、1,632.53 万元、1,348.99 万元和 430.59 万元。公司 2014 年递延收益较 2013 年增长 918.40 万元，增幅为 213.29%，主要系一方面公司直营终端增加以及新收购摩

萨克和斐娜晨两个品牌导致 VIP 客户的增加，另一方面，2013 年公司进行的集中积分兑换活动较多，使得 2013 年末累计的 VIP 积分形成的递延收益相对较少。

2、公司非流动负债的构成及分析

报告期各期末，公司非流动负债构成及变动情况如下：

资产	2016 年 6 月 30 日		2015 年 12 月 31 日		2014 年 12 月 31 日		2013 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
预计负债	4,772.12	47.91%	3,281.75	38.40%	5,886.00	59.97%	1,737.48	30.55%
递延收益	5,189.12	52.09%	5,244.74	61.36%	3,928.67	40.03%	3,950.41	69.45%
递延所得税负债	-	-	20.50	0.24%	-	-	-	-
非流动负债合计	**9,961.24**	**100.00%**	**8,546.99**	**100.00%**	**9,814.68**	**100.00%**	**5,687.89**	**100.00%**

（1）预计负债分析

公司预计负债主要是由于计提加盟商各期末退换货所产生的非流动负债。2016 年 6 月末、2015 年末、2014 年末和 2013 年末，公司预计负债余额分别为 4,772.12 万元、3,281.75 万元、5,886.00 万元和 1,737.48 万元。

根据公司与加盟商签署的销售合同，加盟商可以按照进货额的一定比例给予退换货，其中 2013 年加盟商只能换货，2014 年政策调整为加盟商可以退货。公司在各期末，根据计算出的可退换货余额调整减少已经确认的当期营业收入，并调整减少相应营业成本，差额为尚未确认的营业毛利，计入预计负债。

公司 2014 年退换货政策的调整，主要基于一方面为进一步支持加盟商的快速发展，另一方面公司五季渠道发展势头良好，过季或滞销商品以及加盟商退货的产品销售良好。

预计负债 2014 年末较 2013 年末增加 4,148.52 万元，增幅 238.77%，主要系 2014 年加盟商由之前换货政策调整为退货政策，政策的变化使得本期末预计退货毛利增加所致。

（2）递延收益分析

报告期内，公司递延收益主要产生于政府补助。2016 年 6 月末、2015 年末、2014 年末和 2013 年末，公司递延收益余额分别为 5,189.12 万元、5,244.74 万元、

3,928.67 万元和 3,950.41 万元。公司政府补助情况详见本节之“二、盈利能力分析”之（六）“利润表其他项目分析”。

（三）偿债能力分析

指标	2016 年 6 月 30 日	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日
流动比率（倍）	1.97	1.90	1.80	2.20
速动比率（倍）	0.91	0.88	0.86	1.37
资产负债率（母公司口径）	26.05%	31.76%	27.34%	27.26%
指标	**2016 年 1-6 月**	**2015 年度**	**2014 年度**	**2013 年度**
息税折旧摊销前利润（万元）	17,243.45	36,431.64	33,719.39	34,632.44
利息保障倍数（倍）	54.82	60.81	351.78	-
每股经营活动的现金流量净额（万元）	0.26	1.24	1.00	1.67

注：息税折旧摊销前利润=净利润+所得税+利息支出+折旧+摊销
利息保障倍数=（税前利润+利息支出）/利息支出

1、短期偿债能力分析

2016 年 6 月末、2015 年末、2014 年末和 2013 年末，本公司的流动比率分别为 1.97、1.90、1.80 和 2.20，速动比率分别为 0.91、0.88、0.86 和 1.37 。

2013 至 2014 年，公司流动资产增长幅度低于流动负债的增长幅度，使得公司流动比率和速动比率出现下降；但 2015 年末及 2016 年 6 月末流动比率和速动比率均有所回升。公司主营业务盈利能力较强，销售回款较好，公司充足的经营性现金流保证其短期偿债风险是可控的。

2、资本结构及利息保障倍数分析

2016 年 6 月末、2015 年末、2014 年末和 2013 年末，公司资产负债率（母公司）分别为 26.05%、31.76%、27.34%和 27.26%。总体来说，报告期内，公司负债水平与总资产水平及业务规模基本同步增长，资产负债结构基本合理。

报告期内，公司息税折旧摊销前利润保持相对稳定，主要来源于盈利的相对稳定，企业信用良好，资金周转顺畅，无逾期未偿还银行借款本金及逾期支付利息的情况。

报告期内，公司利息支出同公司净利润相比，金额较小，公司利息保障倍数较高。

3、与同行业上市公司偿债能力指标比较

公司 2016 年 6 月末、2015 年末、2014 年末、2013 年末的流动比率、速动比率、资产负债率指标与同业上市公司对比如下：

公司简称	流动比率			
	2016 年 6 月 30 日	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日
朗姿股份	2.66	2.97	6.12	9.73
维格娜丝	11.85	11.30	14.35	7.09
欣贺	-	4.18	3.87	3.18
玛丝菲尔	-	-	-	1.52
歌力思	1.81	4.00	2.43	1.90
平均值	5.44	5.61	6.69	4.68
本公司	1.97	1.90	1.80	2.20
公司简称	速动比率			
	2016 年 6 月 30 日	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日
朗姿股份	1.77	1.93	4.42	6.91
维格娜丝	9.40	8.92	12.02	4.93
欣贺	-	3.20	3.02	2.26
玛丝菲尔	-	-	-	0.70
歌力思	1.45	3.48	1.52	1.03
平均值	4.20	4.38	5.24	3.17
本公司	0.91	0.88	0.86	1.37
公司简称		资产负债率（%）		
	2016 年 6 月 30 日	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日
朗姿股份	16.33	16.63	22.17	8.11
维格娜丝	8.34	8.80	6.35	12.28
欣贺	-	17.83	20.21	23.79
玛丝菲尔	-	-	-	32.50
歌力思	29.00	18.91	22.10	25.36
平均值	17.89	15.54	17.71	20.41
本公司	29.09	29.72	32.61	31.59

数据来源：Wind 资讯及预披露招股说明书

与同行业公司相比，公司的流动比率、速动比率基本处于较低水平，而资产负债率水平相对较高，这主要系部分已上市公司未使用完毕的募集资金影响了行业平均值；另一方面，公司经营模式以加盟为主，对大部分加盟商销售采用先收款再发货的销售政策，使得各期末预收账款金额相对较大。具体情况而言，公司

各期末应交税费相比可比公司较高，但公司主营业务突出，盈利能力较强，产品销售及回款良好，经营活动产生的净现金流量充足，而且与多家银行保持良好的合作关系，公司偿债风险可控。

（四）资产周转能力分析

1、公司资产周转能力相关指标情况说明

报告期内，公司主要资产周转能力指标见下表：

财务指标	2016 年 1-6 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
应收账款周转率（次）	4.74	9.72	8.85	9.71
存货周转率（次）	0.32	1.01	1.11	1.34

2016 年 1-6 月、2015 年度、2014 年度和 2013 年度，公司应收账款周转率分别为 4.74 次、9.72 次、8.85 次和 9.71 次，保持在较高水平，公司应收账款控制良好。

2016 年 1-6 月、2015 年度、2014 年度和 2013 年度，公司的存货周转率分别为 0.32 次、1.01 次、1.11 次和 1.34 次，公司存货周转率较为稳定，处于较高水平，主要系公司一直比较注重对存货的管理，不断加强生产和采购的计划性，提升终端产品的适销率。

2013 年-2015 年公司存货周转率略有下降，主要原因是存货余额逐年增加。2013 年-2015 年末，公司存货余额分别为 37,575.50 万元、51,746.78 万元和 58,245.01 万元，其中库存商品分别为 30,498.19 万元、43,460.42 万元和 49,753.15 万元，占比分别为 81.17%、83.99%和 85.42%。

报告期内，随着经营规模不断扩大，公司库存商品余额不断增长，主要原因是：（1）公司加大了直营渠道市场拓展力度，直营销售终端不断增加，为满足新增直营销售终端的铺货需求，库存商品相应增加；（2）自 2014 年起，公司加盟商退换货政策由换货调整为退货，导致玖姿品牌库存商品增加；（3）为满足不同消费者的多样化需求，公司在坚持以玖姿为主导品牌的基础上，2008 年和 2012 年分别推出了尹默和安正两个品牌，报告期内随着上述两个品牌销售规模的扩大，公司相应增加了产品的储备，2014 年公司又收购摩萨克及斐娜晨两个女装品牌，也增加了库存商品的余额。

2、与同行业公司资产周转能力指标比较

公司的存货周转率、应收账款周转率指标与同业公司对比如下：

单位：次

公司简称	应收账款周转率			
	2016 年 1-6 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
朗姿股份	5.50	11.18	11.04	12.43
维格娜丝	6.10	14.25	18.61	20.37
欣贺股份		29.63	34.00	26.34
玛丝菲尔	-	-	-	13.44
歌力思	3.00	8.26	9.30	10.54
平均值	4.87	15.83	18.24	16.63
本公司	4.74	9.72	8.85	9.71
公司简称	存货周转率			
	2016 年 1-6 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
朗姿股份	0.47	0.90	0.85	0.93
维格娜丝	0.43	1.03	1.37	1.44
欣贺股份	-	1.05	1.30	1.23
玛丝菲尔	-	-	-	0.83
歌力思	0.61	1.57	1.43	1.38
平均值	0.50	1.14	1.24	1.16
本公司	0.32	1.01	1.11	1.34

数据来源：Wind 资讯及预披露招股说明书

（1）应收账款周转率分析

从上表可以看出，尽管同为女装类公司，但由于各公司产品定位和销售模式存在一定的差异，因此，应收账款周转率呈现出较为明显的不同。

公司应收账款周转率低于可比公司平均水平，主要系公司以加盟模式为主，报告期内除了直营商场模式下产生的应收账款外，对加盟商也会因信用程度不同授予一定信用额度，但是公司大部分应收账款账龄较短，报告期内公司应收账款周转率符合公司经营模式特点。

（2）存货周转率分析

公司存货周转率处于行业中等水平。报告期内公司采用以销定产的生产模式，且公司也一直将存货管理作为管理工作的重点，着力加强生产和采购的计划性，提升产品的适销度，同时，公司成立上海安喆来消化过时或者滞销的产品，上述各因素使得公司存货周转率保持较高的水平。

此外，与可比公司相比，不同公司销售模式的差异即直营和加盟比例的不同也使得存货周转率差异较大，公司与可比公司直营与加盟的收入比重情况如下：

项目 \ 年份		2015 年		2014 年		2013 年	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
朗姿股份	直营收入	-	-	88,205.93	71.42%	93,839.57	68.07%
	加盟收入	-	-	35,298.58	28.58%	44,015.33	31.93%
维格娜丝	直营收入	79,287.97	96.18%	80,381.15	94.88%	69,935.00	93.72%
	加盟收入	2,097.04	2.54%	4,200.80	4.96%	4,683.89	6.28%
欣贺股份	直营收入	95,787.87	53.27%	112,603.72	51.13%	106,544.34	51.24%
	加盟收入	65,403.33	36.38%	87,183.88	39.59%	77,559.12	37.30%
玛丝菲尔	直营收入	-	-	-	-	146,949.19	80.45%
	加盟收入	-	-	-	-	35,712.49	19.55%
歌力思	直营收入	45,167.94	54.82%	-	-	42,488.19	60.61%
	加盟收入	29,612.11	35.94%	-	-	27,607.51	39.39%
本公司	直营收入	36,492.88	29.84%	34,726.46	29.67%	34,016.11	29.83%
	加盟收入	67,478.94	55.17%	73,772.31	63.03%	75,138.65	65.90%

注：1、数据来源：可比公司年度报告及预披露招股说明书；

2、各可比公司 2014 年之后直营和加盟收入比例数据未完全进行公开披露；

3、本公司直营和加盟收入未考虑五季门店和五季电商收入。

可比公司中加盟比例较高的为歌力思和欣贺股份，其存货周转率相对较高；朗姿股份加盟比例相对较低，其存货周转率也相对较低。加盟比例越高，存货周转率也相对越高，主要系大部分可比公司销售给加盟商为买断式销售，较直营相比，存货周转更快。2015 年、2014 年及 2013 年，公司加盟比例分别为 55.17%、63.03%和 65.90%，存货周转率分别为 1.01、1.11 和 1.34，基本与欣贺股份相当，符合行业特点和公司的实际情况。

另外，维格娜丝虽然直营比例很高，但存货周转率也保持在较高水平，根据该公司所披露的财务信息，这与其库存商品结构和产品销售政策有关，2015 年末其一年以内的库存商品占比为 85.37%，其通过不同的销售政策降低一年以上的库存商品，而其他可比公司一年以内的库存商品均在 50%以下，因此，维格娜丝直营比例高，而存货周转率也较高有其特殊性。

二、盈利能力分析

公司 2016 年 1-6 月、2015 年度、2014 年度和 2013 年度的营业收入为 52,913.53 万元、122,489.17 万元，117,211.48 万元和 114,078.65 万元，营业收入 2015 年较 2014 年增长 4.50%，2014 年较 2013 年增长 2.75%；2015 年度、2014 年度和 2013

年度的净利润为 24,386.78 万元、22,880.51 万元和 25,196.19 万元，2015 年较 2014 年增长 6.58%，净利润 2014 年较 2013 年下降 3.93%。

报告期公司经营成果主要指标如下：

项　　目	2016 年 1-6 月	2015 年度		2014 年度		2013 年度
		金额	增幅	金额	增幅	
一、营业收入	52,913.53	122,489.17	4.50%	117,211.48	2.75%	114,078.65
减：营业成本	13,009.79	38,447.85	7.93%	35,622.97	-1.16%	36,040.86
营业税金及附加	641.54	1,589.85	3.33%	1,538.61	-0.77%	1,550.57
销售费用	15,553.42	32,739.34	9.28%	29,958.80	5.35%	28,436.83
管理费用	8,331.64	16,909.44	-0.28%	16,956.89	5.51%	16,070.81
财务费用	262.54	520.01	355.99%	114.04	87.97%	60.67
资产减值损失	1,908.74	8,705.91	3.20%	8,436.02	65.22%	5,105.84
投资收益	253.83	1,400.46	42.98%	979.45	49.76%	654.01
二、营业利润	13,459.70	24,977.23	-2.29%	25,563.60	-6.93%	27,467.06
加：营业外收入	288.92	3,480.70	279.88%	916.26	-37.85%	1,474.30
减：营业外支出	361.59	134.28	-67.21%	409.53	102.92%	201.82
三、利润总额	13,387.03	28,323.64	8.64%	26,070.33	-9.29%	28,739.54
减：所得税费用	1,643.08	3,936.86	23.42%	3,189.82	-9.98%	3,543.36
四、净利润	11,743.95	24,386.78	6.58%	22,880.51	-9.19%	25,196.19

（一）营业收入分析

1、营业收入构成

报告期内，公司营业收入情况如下：

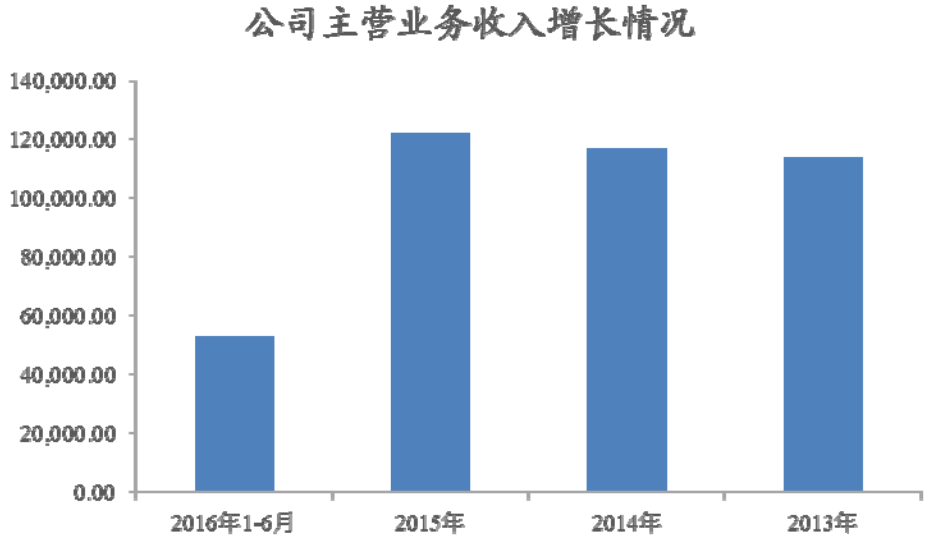
项目	2016 年 1-6 月		2015 年度		2014 年度		2013 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务收入	52,769.47	99.73%	122,303.38	99.85%	117,046.90	99.86%	114,019.73	99.95%
其他业务收入	144.06	0.27%	185.80	0.15%	164.58	0.14%	58.92	0.05%
营业收入合计	**52,913.53**	**100.00%**	**122,489.17**	**100.00%**	**117,211.48**	**100.00%**	**114,078.65**	**100.00%**

公司的营业收入分为主营业务收入和其他业务收入，其中，主营业务收入全部是服装业务收入，其他业务收入是销售废弃原材料产生收入以及少量受托加工等劳务收入。报告期内，公司营业收入主要来源于主营业务，其销售占比均在营业收入的 99%以上，其他业务收入占比很小，对公司经营成果影响极小。

2、主营业务收入的变动分析

公司主营业务是生产和销售玖姿、尹默、安正、摩萨克及斐娜晨等五个品牌的系列服饰产品。

公司始终注重产品研发创新、销售市场的开发与研究，着力进行品牌建设。经过几年的发展，准确的品牌市场定位和积极有效的营销策略已取得成效，主导品牌玖姿已逐渐成为我国中高档成熟女装的知名品牌。报告期内，公司营业收入呈现逐年增长的态势。2015 年度公司主营业务收入较 2014 年增加 5,286.14 万元，增幅为 4.52%，2014 年度公司主营业务收入较 2013 年度增加 3,027.17 万元，增幅为 2.65%，营业收入的变化主要受主要产品单价和销量的综合作用。



3、公司主营业务收入按不同品牌构成分析

报告期公司五个品牌服装的销售收入变动情况如下：

项目	2016 年 1-6 月		2015 年度		2014 年度		2013 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
玖姿	27,932.62	52.93%	81,522.19	66.66%	91,916.09	78.53%	96,786.94	84.89%
尹默	8,171.54	15.49%	15,199.39	12.43%	12,395.56	10.59%	10,130.37	8.88%
安正	2,477.70	4.70%	3,587.91	2.93%	2,996.92	2.56%	2,237.45	1.96%
五季	10,930.93	20.71%	18,331.55	14.99%	8,548.13	7.30%	4,864.96	4.27%
摩萨克	1,161.18	2.20%	2,438.43	1.99%	1,116.82	0.95%	-	-
斐娜晨	2,016.50	3.82%	1,205.63	0.99%	73.37	0.06%	-	-
其他	78.99	0.15%	18.28	0.01%	-	-	-	-
合计	**52,769.47**	**100%**	**122,303.38**	**100.00%**	**117,046.90**	**100.00%**	**114,019.73**	**100.00%**

注：其他为公司工厂店购进并销售的少量非自有品牌成衣。

报告期内，公司主营业务收入主要来源于公司主导品牌玖姿，各品牌的收入占比较为稳定。玖姿品牌服饰一直以来都是公司的核心产品，在行业中具有较高的知名度和美誉度，获得了广大消费者高度认同。公司在玖姿品牌服饰产品的研发上投入了大量的人力、物力和财力，通过对美国及欧洲等发达市场的考察，并结合我国不同地区消费者的消费需求，公司积累了大量的产品数据，近三年研发了数千个新产品，及时推出满足市场需求的产品；随着公司产品研发能力的提高和品牌宣传力度的加强，公司在实施以玖姿品牌为核心，尹默和安正品牌相互补充的品牌战略中取得了较好成效，尹默及安正品牌产品的销售收入近年来也有一定幅度的增长。此外，公司因 2014 年下半年新收购了摩萨克及斐娜晨两个新品牌，收入贡献相对较少。

2016 年 1-6 月、2015 年度、2014 年度和 2013 年度，公司玖姿品牌产品销售收入分别为 27,932.62 万元、81,522.19 万元、91,916.09 万元和 96,786.94 万元，其销售收入占各期主营业务收入的比例分别为 52.93%、66.66%、78.53%和 84.89%。报告期内玖姿品牌的销售收入有所下降，主要系对玖姿品牌加盟商收入有所下降所致。

此外，随着电子商务线上购物以及国内奥特莱斯品牌折扣渠道的快速发展，公司及时把握新兴渠道发展趋势及其注重性价比的消费特征，将其作为促进过季库存商品（五季产品）销售的重要渠道。报告期内，公司五季产品销售持续快速增长，并在 2016 年 1-6 月收入占比进一步提高至 20.71%。

4、公司主营业务收入按不同产品类别构成分析

报告期公司主营产品为男女系列服饰，不同类别产品的销售收入变动情况如下：

项目	2016 年 1-6 月		2015 年度		2014 年度		2013 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
女装								
上衣	16,872.00	31.97%	37,816.31	30.92%	35,537.73	30.36%	34,405.76	30.18%
裙类	13,039.19	24.71%	21,636.44	17.69%	20,383.56	17.41%	20,088.10	17.62%
外套	9,467.36	17.94%	31,058.19	25.39%	28,748.05	24.56%	25,598.12	22.45%
裤类	6,076.43	11.52%	13,614.26	11.13%	13,395.74	11.44%	11,860.46	10.40%
皮衣、羽绒服	4,056.95	7.69%	12,919.39	10.56%	14,648.82	12.52%	18,318.41	16.07%

饰品等	446.46	0.85%	1,008.45	0.82%	1,335.06	1.14%	1,511.43	1.33%
男装								
安正男装	2,732.09	5.18%	4,232.06	3.46%	2,997.93	2.56%	2,237.45	1.96%
其他								
其他	78.99	0.15%	18.28	0.01%	-	-	-	-
合计	**52,769.47**	**100.00%**	**122,303.38**	**100.00%**	**117,046.90**	**100.00%**	**114,019.73**	**100.00%**

注：产品大类中的其他为公司工厂店购进并销售的少量非自有品牌成衣。

报告期内，公司主营业务收入主要来源于公司女装类上衣、裙类、外套等，公司主营业务收入的产品结构较为稳定。玖姿品牌类女装产品一直以来都是公司的核心产品，在行业中具有较高的知名度和美誉度，在广大消费者心智中赢得高度认同。报告期内，女装类产品占公司销售收入比重保持在 94%以上。

2016 年 1-6 月、2015 年度、2014 年度和 2013 年度，公司女装类上衣、外套及裙类产品销售收入保持较快增长，该类产品销售收入分别为 39,378.55 万元、90,510.94 万元、84,669.35 万元和 80,091.98 万元，其销售收入占各期主营业务收入的比例分别为 74.62%、74.01%、72.34%和 70.24%。

随着经营规模的不断扩大，公司实施全产品延伸策略，在巩固以女装为核心产品的基础上，借助公司多年服装品牌运作经验，于 2012 年以来推出安正男装系列产品。近年来，安正男装系列产品销售收入也有较大幅度提升，2013 年度、2014 年度、2015 年度及 2016 年 1-6 月，安正男装系列产品销售收入分别为 2,237.45 万元、2,997.93 万元、4,232.06 万元及 2,732.09 万元，其销售收入占各期主营业务收入的比例分别为 1.96%、2.56%、3.46%及 5.18%。

5、主营业务收入按销售模式构成分析

（1）直营和加盟是公司的销售模式

公司产品通过直营和加盟两种模式进行销售。2013-2015 年，公司直营模式的销售收入占全部销售收入的比例在 30%左右，2016 年 1-6 月直营收入占比提高至接近 40%。直营终端在协助公司控制终端、提升品牌形象和影响力方面发挥了重要作用外，也体现了良好的经济效益。

报告期内，公司主营业务收入按不同的销售模式构成情况如下：

项目	2016 年 1-6 月		2015 年度		2014 年度		2013 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例

直营模式	20,696.62	39.22%	36,492.88	29.84%	34,726.46	29.67%	34,016.11	29.83%
加盟模式	21,141.92	40.06%	67,478.94	55.17%	73,772.31	63.03%	75,138.65	65.90%
五季门店	4,639.40	8.79%	7,150.71	5.85%	3,504.91	2.99%	1,661.71	1.46%
五季电商	6,291.53	11.92%	11,180.84	9.14%	5,043.22	4.31%	3,203.25	2.81%
合计	**52,769.47**	**100.00%**	**122,303.38**	**100.00%**	**117,046.90**	**100.00%**	**114,019.73**	**100.00%**

报告期内，公司五季渠道主要是销售公司过季及滞销产品，主要包括奥特莱斯品牌折扣店以及网络电商两种方式。2016 年 1-6 月、2015 年度、2014 年度和 2013 年度，公司五季渠道的销售收入分别为 10,930.93 万元、18,331.55 万元、8,548.13 万元和 4,864.96 万元，占当期主营业务收入总额的比重分别为 20.71%、14.99%、7.30%和 4.27%，比重逐年上升。

同时，近年来受经济增长放缓的影响，国内消费环境及服装零售市场景气度有所降低，加之线上购物的发展，线下加盟模式作为中间销售环节受到一定的影响。因此，公司加盟业务规模在报告期内有所收缩，直营模式及五季渠道的销售增长促进了公司业绩的平稳。公司 2016 年 1-6 月加盟业务收入占比下降，一方面系公司加盟业务具有下半年收入占比较高的季节性特征；另一方面，公司加盟商上半年优化门店结构，关闭了部分盈利较差门店，加盟业务有所收缩；此外，同期公司五季收入增长较多，进而使得 2016 年上半年加盟业务收入占比相对下降。

6、主营业务收入按市场区域构成分析

报告期内，公司主营业务收入按市场区域构成情况如下：

区域	2016 年 1-6 月		2015 年度		2014 年度		2013 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
华东	17,041.41	32.29%	43,872.04	35.87%	37,616.64	32.14%	36,940.26	32.40%
华北	10,385.54	19.68%	24,190.19	19.78%	28,822.51	24.62%	23,549.51	20.65%
东北	7,841.35	14.86%	19,347.84	15.82%	19,102.82	16.32%	19,903.89	17.46%
西北	4,779.75	9.06%	11,975.06	9.79%	11,850.26	10.12%	13,355.87	11.71%
西南	6,814.91	12.91%	12,636.35	10.33%	11,331.73	9.68%	12,626.21	11.07%
华中	2,599.07	4.93%	5,608.11	4.59%	5,112.11	4.37%	5,841.84	5.12%
华南	3,307.44	6.27%	4,673.79	3.82%	3,210.83	2.74%	1,802.15	1.58%
合计	**52,769.47**	**100.00%**	**122,303.38**	**100.00%**	**117,046.90**	**100.00%**	**114,019.73**	**100.00%**

从销售区域来看，公司的销售市场主要集中在华东、华北及东北等地区，报告期内，上述地区实现的收入比重保持在65%以上，是公司收入和利润的最重要来源。

7、季节性因素对公司经营成果的影响分析

受季节及人们消费习惯的影响，服装消费具有明显的季节性。报告期，公司主要产品销售收入随季节变动情况如下：

时间	2016年1-6月		2015年度		2014年度		2013年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
第一季度	25,938.03	49.15%	30,155.23	24.66%	25,539.47	21.82%	24,981.77	21.91%
第二季度	26,831.43	50.85%	27,639.98	22.60%	25,723.09	21.98%	21,224.71	18.61%
第三季度	-	-	31,268.88	25.57%	31,639.54	27.03%	33,083.55	29.02%
第四季度	-	-	33,239.29	27.18%	34,144.80	29.17%	34,729.69	30.46%
合计	**52,769.47**	**100.00%**	**122,303.38**	**100.00%**	**117,046.90**	**100.00%**	**114,019.73**	**100.00%**

注：上述分季节收入数据未经审计。

公司主要产品为玖姿品牌女装服饰，其消费也随着季节的变化出现周期性波动，三、四季度的收入占比一般比高于一、二季度的收入占比。

（二）营业成本分析

1、营业成本构成

报告期内，公司营业成本的情况如下：

项目	2016年1-6月		2015年度		2014年度		2013年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
主营业务成本	12,806.95	98.44%	38,075.97	99.03%	35,324.54	99.16%	35,935.11	99.71%
其他业务成本	202.84	1.56%	371.88	0.97%	298.43	0.84%	105.74	0.29%
合计	**13,009.79**	**100.00%**	**38,447.85**	**100.00%**	**35,622.97**	**100.00%**	**36,040.86**	**100.00%**

2、公司营业成本构成分析

项目	2016年1-6月		2015年度		2014年度		2013年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
上衣	4,055.38	31.67%	11,158.58	29.31%	9,600.58	27.18%	10,051.83	27.97%
裙类	2,821.46	22.03%	5,024.54	13.20%	4,848.80	13.73%	4,724.56	13.15%
外套	2,239.77	17.49%	10,094.37	26.51%	8,783.78	24.87%	7,650.29	21.29%
裤类	1,449.18	11.32%	3,442.84	9.04%	3,734.36	10.57%	3,186.74	8.87%
皮衣、羽绒	1,032.92	8.07%		15.64%	6,032.07	17.08%	8,570.00	23.85%

服			5,955.47					
饰品等	363.72	2.84%	975.10	2.56%	1,294.77	3.67%	995.13	2.77%
男装	777.87	6.07%	1,415.21	3.72%	1,030.18	2.92%	756.57	2.11%
其他	66.64	0.52%	9.86	0.03%				
合计	**12,806.95**	**100.00%**	**38,075.97**	**100.00%**	**35,324.54**	**100.00%**	**35,935.11**	**100.00%**

注：产品大类中的其他为公司工厂店购进并销售的少量非自有品牌成衣。

报告期内，公司主营业务成本随公司主营业务收入的增长而逐年上升，总体与公司的收入规模相匹配。

公司主营业务成本 2015 年较 2014 年增加 2,751.43 万元，增幅为 7.79%，2014 年较 2013 年减少 610.57 万元，减幅为 1.70%，公司总体成本控制较好。此外，公司主营业务成本主要为女装产品的外套、上衣及裙类成本，合计占比在 70% 左右，成本结构相对稳定，且与主营业务收入结构相匹配。

报告期内，公司营业成本构成情况如下：

项目	类别	2016 年 1-6 月		2015 年度		2014 年度		2013 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
自制成衣	原材料	3,782.03	29.53%	11,087.48	29.12%	9,972.61	28.23%	10,113.43	28.14%
	直接人工	2,252.61	17.59%	4,176.43	10.97%	3,840.23	10.87%	4,152.53	11.56%
	制造费用	1,185.39	9.26%	2,425.33	6.37%	1,695.62	4.80%	1,588.29	4.42%
	小计	7,220.04	56.38%	17,689.24	46.46%	15,508.46	43.90%	15,854.25	44.12%
委托加工	原材料	1,850.66	14.45%	6,225.77	16.35%	6,485.03	18.36%	5,003.72	13.92%
	加工费	874.61	6.83%	3,252.73	8.54%	3,060.22	8.66%	2,141.41	5.96%
	小计	2,725.27	21.28%	9,478.50	24.89%	9,545.25	27.02%	7,145.13	19.88%
成衣采购	采购成本	2,861.65	22.34%	10,908.22	28.65%	10,270.83	29.08%	12,935.73	36.00%
总计		**12,806.95**	**100.00%**	**38,075.97**	**100.00%**	**35,324.54**	**100.00%**	**35,935.11**	**100.00%**

总体上看，原材料占主营业务成本的比重相对稳定；报告期内公司原材料价格呈现一定的波动，总体上公司原材料的价格水平相对稳定，这主要是随着公司营销规模的不断扩大，规模优势逐步得以显现，公司规模化的采购模式，稳定了原材料的采购成本，避免原材料价格大幅波动带来的风险，由于原材料在主营业务成本中所占比重较大，原材料采购成本的相对稳定使得公司主营业务成本控制相对较好。

（三）营业毛利变动分析

项目	2016 年 1-6 月	2015 年度		2014 年度		2013 年度
	金额	金额	增长率	金额	增长率	金额
营业收入	52,913.53	122,489.17	4.50%	117,211.48	2.75%	114,078.65

营业成本	13,009.79	38,447.85	7.93%	35,622.97	-1.16%	36,040.86
毛利	39,903.74	84,041.32	3.01%	81,588.51	4.55%	78,037.79

报告期内，公司营业毛利持续增长，主要原因是公司营业收入的增长大于营业成本的增长速度。由于主营业务收入和主营业务成本均占营业收入及营业成本的 99%以上，其他业务对公司整体毛利影响不大。

1、营业毛利总体情况

2016 年 1-6 月、2015 年度、2014 年度和 2013 年度，公司营业毛利分别为 39,903.74 万元、84,041.32 万元、81,588.51 万元和 78,037.79 万元。近三年公司营业毛利逐年上升，主要系：1）公司主营业务收入逐年增长；2）公司采取的业务一体化经营模式日益完善，能够对采购、生产等环节实施最有效的控制，使得公司具有较强的成本控制能力；3）公司具有较高的品牌效应，使得其上衣、裙类及外套等主要产品可以维持相对较高的毛利率。

营业毛利率的具体分析见本节“（七）盈利能力指标及同行业上市公司比较 1、营业毛利率分析”。

2、按不同产品类别营业毛利构成及变动情况如下：

项目	2016 年 1-6 月		2015 年度		2014 年度		2013 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
上衣	12,816.62	32.07%	26,657.73	31.65%	25,937.15	31.74%	24,353.93	31.19%
裙类	10,217.73	25.57%	16,611.90	19.72%	15,534.77	19.01%	15,363.53	19.68%
外套	7,227.59	18.09%	20,963.81	24.89%	19,964.28	24.43%	17,947.83	22.99%
裤类	4,627.25	11.58%	10,171.43	12.08%	9,661.38	11.82%	8,673.72	11.11%
皮衣、羽绒服	3,024.03	7.57%	6,963.92	8.27%	8,616.75	10.54%	9,748.41	12.48%
饰品等	82.73	0.21%	33.35	0.04%	40.29	0.05%	516.30	0.66%
男装	1,954.21	4.89%	2,816.85	3.34%	1,967.75	2.41%	1,480.88	1.90%
其他	12.35	0.03%	8.41	0.01%	-	-	-	-
合计	**39,962.52**	**100.00%**	**84,227.41**	**100.00%**	**81,722.36**	**100.00%**	**78,084.61**	**100.00%**

注：产品大类中的其他为公司工厂店购进并销售的少量非自有品牌成衣。

报告期公司营业毛利主要来源于女装类上衣、外套及裙类，其产生的毛利占公司营业毛利总额均超过 73%。上述产品一直以来都是公司的核心产品，在市场上已获得较高的认可度。

（四）期间费用分析

1、报告期，公司的期间费用情况如下表：

期间费用	2016 年 1-6 月		2015 年度		2014 年度		2013 年度	
	金额	占营业收入比重	金额	占营业收入比重	金额	占营业收入比重	金额	占营业收入比重
销售费用	15,553.42	29.39%	32,739.34	26.73%	29,958.80	25.56%	28,436.83	24.93%
管理费用	8,331.64	15.75%	16,909.44	13.80%	16,956.89	14.47%	16,070.81	14.09%
财务费用	262.54	0.50%	520.01	0.42%	114.04	0.10%	60.67	0.05%
合计	**24,147.59**	**45.64%**	**50,168.79**	**40.96%**	**47,029.74**	**40.12%**	**44,568.32**	**39.07%**

2016 年 1-6 月、2015 年度、2014 年度和 2013 年度，公司期间费用占营业收入的比重分别为 45.64%、40.96%、40.12%和 39.07%。公司期间费用中主要为销售费用，随着公司销售渠道的拓展、销售活动的增加，公司的销售费用也相应增长，2016 年 1-6 月、2015 年度、2014 年度和 2013 年度销售费用占期间费用的比例分别为 64.41%、65.26%、63.70%和 63.81%。

（1）销售费用分析

报告期内公司销售费用明细列示如下：

销售费用项目	2016 年 1-6 月		2015 年度		2014 年度		2013 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
职工薪酬	7,798.80	50.14%	14,697.60	44.89%	13,656.61	45.58%	12,033.15	42.32%
折旧及长期摊销费用	1,884.36	12.12%	4,340.53	13.26%	4,697.53	15.68%	3,226.00	11.34%
房租、水电及物业管理费	914.83	5.88%	2,545.20	7.77%	3,116.19	10.40%	4,165.23	14.65%
商场费用	1,750.20	11.25%	4,132.84	12.62%	2,552.31	8.52%	2,243.92	7.89%
广告及业务宣传费	412.12	2.65%	1,005.37	3.07%	1,245.73	4.16%	2,636.87	9.27%
差旅费	263.85	1.70%	651.73	1.99%	909.87	3.04%	975.23	3.43%
销售服务费	1,552.80	9.98%	1,512.07	4.62%	869.63	2.90%	759.21	2.67%
运输费用	433.79	2.79%	1,099.48	3.36%	807.40	2.70%	794.80	2.79%
物料消耗费	253.31	1.63%	861.38	2.63%	569.05	1.90%	354.90	1.25%
业务招待费	43.90	0.28%	185.90	0.57%	300.34	1.00%	403.76	1.42%
其他	245.47	1.58%	1,707.24	5.21%	1,234.14	4.12%	843.76	2.97%
合计	**15,553.42**	**100.00%**	**32,739.34**	**100.00%**	**29,958.80**	**100.00%**	**28,436.83**	**100.00%**

销售费用 2015 年度较 2014 年度增长 9.28%，2014 年度较 2013 年度增长 5.35%，销售费用的增加基本与公司营业收入、直营门店开设变动情况保持一致，报告期内公司销售费用主要由职工薪酬、房租及装修费用以及商场费用构成，其变动也主要受上述因素影响。

（2）管理费用分析

报告期内，公司管理费用明细列示如下：

项目	2016 年 1-6 月		2015 年度		2014 年度		2013 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
职工薪酬	2,633.91	31.61%	6,269.58	37.08%	5,335.04	31.46%	5,355.79	33.33%
研究开发费	2,583.05	31.00%	5,596.91	33.10%	5,347.55	31.54%	5,286.85	32.90%
折旧摊销费	1,318.94	15.83%	2,115.96	12.51%	2,440.77	14.39%	2,408.39	14.99%
咨询服务费	698.35	8.38%	536.64	3.17%	817.71	4.82%	761.59	4.74%
房租及物业管理费	100.73	1.21%	301.49	1.78%	489.48	2.89%	493.04	3.07%
差旅费	97.92	1.18%	440.98	2.61%	464.19	2.74%	398.30	2.48%
税费	296.78	3.56%	241.65	1.43%	434.08	2.56%	336.70	2.10%
办公费	65.93	0.79%	227.20	1.34%	143.40	0.85%	123.86	0.77%
业务招待费	56.93	0.68%	145.07	0.86%	135.53	0.80%	227.94	1.42%
培训费	-	-	4.65	0.03%	112.53	0.66%	81.79	0.51%
其他	479.10	5.75%	1,029.32	6.09%	1,236.62	7.29%	596.57	3.71%
合 计	**8,331.64**	**100.00%**	**16,909.44**	**100.00%**	**16,956.89**	**100.00%**	**16,070.81**	**100.00%**

报告期内，公司管理费用相对稳定，与公司经营规模相匹配。同时，公司在2015 年加强了各项管理费用的管控，有效控制了管理费用的增长。

（3）财务费用分析

报告期内，公司财务费用明细及短期借款列示如下：

明细	2016 年 1-6 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
利息支出	248.73	473.56	74.32	-
减：利息收入	7.66	33.65	38.82	41.12
汇兑损益	-4.18	27.76	22.14	0.50
手续费及其他	25.65	52.34	56.40	101.29
合 计	**262.54**	**520.01**	**114.04**	**60.67**
取得借款收到的现金	11,500.00	43,500.00	2,990.00	-

公司的财务费用主要包括利息支出、利息收入及银行手续费等项目。2016 年 1-6 月、2015 年度、2014 年度和 2013 年度，公司财务费用分别为 262.54 万元、520.01 万元、114.04 万元和 60.67 万元，占营业收入的比重分别为 0.50%、0.42%、0.10%和 0.05%，总体比重较小。

发行人 2013 年财务费用主要系银行承兑汇票贴现所支付的贴现费用，2014 年、2015 年及 2016 年 1-6 月财务费用，主要系取得短期借款所需支付的利息费用。

为进一步巩固与提升公司一体化供应链优势，公司于 2012 年在海宁经济开发区新征建设用地约 128,000 平方米，用以建设集研发、生产、仓储、展示及管理为一体的“安正时尚集团文化创意产业园”，以将公司生产运营总部的软、硬件设施提升至一个新的发展平台，为未来五到十年的跨越式发展及公司长期发展目标的实现打下坚实基础。

项目建设初期，公司主要通过经营活动产生现金流支持安正产业园项目建设。自 2014 年开始，随着产业园建设进度的加快、自有资金投入金额的增加，为满足日常经营的资金需求，公司增加了短期银行借款的使用。

2、与同业公司对比

（1）报告期内公司期间费用占营业收入比重与同行业公司对比情况

公司简称	期间费用占营业收入比例(%)			
	2016 年 1-6 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
朗姿股份	56.21	54.62	48.04	39.66
维格娜丝	52.82	52.81	48.68	43.29
欣贺	-	42.05	36.64	39.51
玛丝菲尔	-	-	-	33.57
歌力思	49.55	41.65	40.28	37.91
平均值	52.86	47.78	43.41	38.79
公司	45.64	40.96	40.12	39.07

报告期内，公司期间费用占营业收入比重低于同行业平均水平，主要与公司的销售模式有关，公司主要采用直营与加盟相结合的销售模式。2013-2015 年，公司直营模式的销售收入占全部销售收入的比例在 30%左右，而同行业公司直营占比较高，销售和管理费用支出较大。2016 年 1-6 月，公司直营收入占比提高至接近 40%，期间费用占营业收入的比重也相应提高，但仍然低于同行业公司平均水平。

（2）报告期内公司销售费用占营业收入比重与同行业公司对比情况

公司简称	销售费用占营业收入比例(%)			
	2016 年 1-6 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
朗姿股份	39.09	35.65	31.97	28.35
维格娜斯	40.62	43.22	40.68	35.41
欣贺	-	34.47	29.59	32.32
玛丝菲尔	-	-	-	26.68
歌力思	36.59	32.37	30.91	28.96
平均值	38.77	36.43	33.29	30.34

公司	29.39	26.73	25.56	24.93

公司销售费用率低于同行业平均水平，这与各公司的经营模式有关。公司的经营模式是直营与加盟相结合的模式，加盟占比较高，而同行业部分公司是以直营为主，加盟为辅的销售模式。直营模式为公司带来高毛利率的同时必然会增加公司终端的销售费用，因此可比公司销售费用率相对较高。

（3）报告期内公司管理费用占营业收入比重与同行业公司对比情况

公司简称	管理费用占营业收入比例(%)			
	2016 年 1-6 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
朗姿股份	16.94	16.64	15.56	13.43
维格娜斯	13.60	11.51	8.48	8.34
欣贺	-	8.90	7.99	7.63
玛丝菲尔	-	-	-	6.09
歌力思	15.04	10.61	9.37	8.93
平均值	15.19	11.92	10.35	8.88
公司	15.75	13.80	14.47	14.09

与同行业公司相比，报告期内公司管理费用率高于同行业公司的平均水平，主要系公司研发费用支出较高所致。

（4）报告期内公司财务费用占营业收入比重与同行业公司对比情况

公司简称	财务费用占营业收入比例(%)			
	2016 年 1-6 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
朗姿股份	0.18	2.33	0.51	-2.12
维格娜斯	-1.40	-1.92	-0.48	-0.47
欣贺股份	-	-1.33	-0.93	-0.45
玛丝菲尔	-	-	-	0.80
歌力思	-2.09	-1.34	0.00	0.02
平均值	-1.10	-0.56	-0.22	-0.44
公司	0.50	0.42	0.10	0.05

报告期，公司财务费用占营业收入比重高于同行业公司平均水平，主要系公司利息支出增加所致。随着公司盈利能力的增强，公司更合理的安排了资金的使用，财务费用率从 2013 年开始一直处于较低水平。

报告期内，公司财务费用的主要构成与同行业上市公司的比较情况如下：

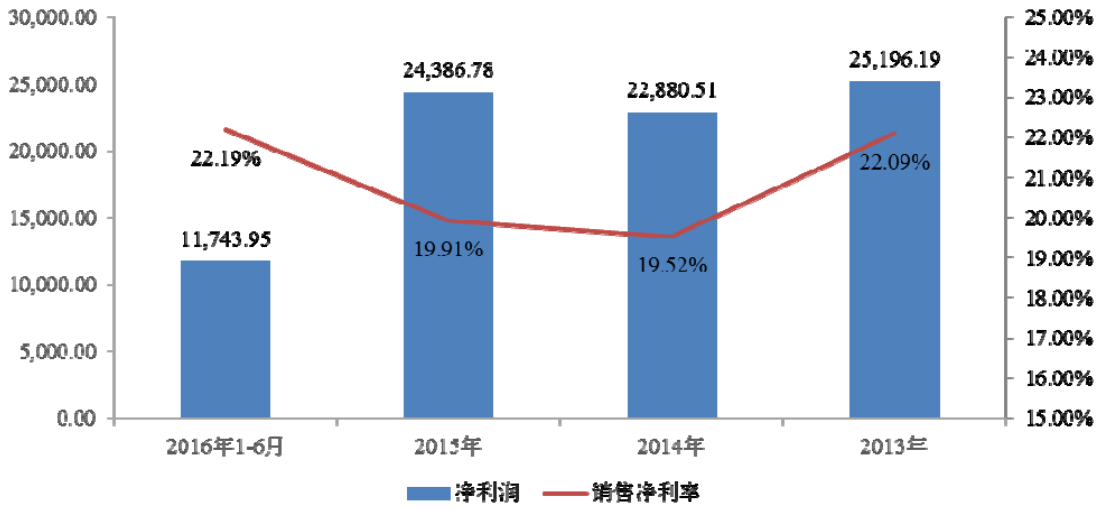
项目	公司简称	2016 年 1-6 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
利息支出	朗姿股份	350.46	2,313.86	187.50	—
	维格娜斯	34.52	59.11	2.07	3.15
	欣贺股份	-	-	-	-

	玛丝菲尔	-	-	-	1,453.88
	歌力思	45.49	-	—	—
	本公司	248.73	473.56	74.32	—
利息收入	朗姿股份	200.84	679.55	232.28	2,803.54
	维格娜斯	685.45	1,704.78	455.16	380.15
	欣贺股份	-	2,629.31	2,312.24	1,274.24
	玛丝菲尔	-	-	-	134.87
	歌力思	920.54	1,173.33	52.31	38.43
	本公司	7.66	33.65	38.82	41.12
财务费用净额	朗姿股份	85.79	2,661.94	631.07	-2,921.48
	维格娜斯	-520.41	-1,581.43	-407.16	-352.06
	欣贺股份	-	-2,404.06	-2,063.88	-937.49
	玛丝菲尔	-	-	-	1,479.95
	歌力思	-831.45	-1,117.41	1.70	16.50
	本公司	262.54	520.01	114.04	60.67

报告期内，部分可比上市公司财务费用为负值，主要系其发行上市募集资金的利息收入相对较多所致；玛丝菲尔 2013 年财务费用金额较大，根据其所披露的信息显示，主要系因其公司总部大楼、生产和物流基地的建设以及各地业务的拓展的需要，加强了银行借款的使用；朗姿股份 2015 年财务费用金额较大，主要系其子公司新增银行贷款所致。

公司因 2014 年建设安正产业园投入了较大规模的自有资金，为满足日常经营的资金需求，增加了银行借款的使用，故使得 2014 年、2015 年和 2016 年 1-6 月较 2013 年财务费用增加较多

（五）净利润分析



2016 年 1-6 月、2015 年度、2014 年度和 2013 年度，公司净利润分别为 11,743.95 万元、24,386.78 万元、22,880.51 万元和 25,196.19 万元；销售净利率分别为 22.19%、19.91%、19.52%和 22.09%。

最近三年，公司不断优化和拓展销售渠道，营业收入保持持续增长；公司注重产品研发并促进产品结构升级，营业毛利率处于较高水平；2014 年公司净利润较 2013 年减少 2,315.68 万元，下降 9.19%，主要系公司 2014 年存货跌价损失计提较多及销售渠道拓展使得销售费用有所增加所致。

（六）利润表其他项目分析

（1）资产减值准备

详见本节“财务状况分析”中有关资产减值准备提取情况的具体内容。

（2）营业外收入和支出分析

公司营业外收入主要为政府补助，营业外支出主要为对外捐赠。2016 年 1-6 月、2015 年度、2014 年度和 2013 年度，公司的营业外收入分别为 288.92 万元、3,480.70 万元、916.26 万元、1,474.30 万元，营业外支出分别为 361.59 万元、134.28 万元、409.53 万元和 201.82 万元，营业外收支净额分别为-72.67 万元、3,346.41 万元、506.73 万元和 1,272.48 万元。2015 年公司营业外收入较前两年增加较多，主要系公司本年度新增拟上市企业财政奖励 2,885.29 万元所致。总体来说，营业外收支占公司净利润比重较小，对公司经营不构成重大影响。

（3）所得税费用分析

项目	2016 年 1-6 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
当期所得税费用	2,240.48	5,843.11	5,226.54	5,781.42
递延所得税费用	-597.39	-1,906.25	-2,036.72	-2,238.07
所得税费用合计	1,643.08	3,936.86	3,189.82	3,543.35
占利润总额的比例	12.27%	13.90%	12.24%	12.33%

2016 年 1-6 月、2015 年度、2014 年度和 2013 年度，公司所得税费用分别为 1,643.08 万元、3,936.86 万元、3,189.82 万元和 3,543.35 万元，占利润总额比重分别为 12.27%、13.90%、12.24%和 12.33%，相对较为稳定。

（七）盈利能力指标及同行业上市公司比较分析

1、营业毛利率分析

（1）报告期内，公司营业毛利率情况：

项目	2016 年 1-6 月	2015 年度		2014 年度		2013 年度
	金额	金额	增长率	金额	增长率	金额
营业收入	52,913.53	122,489.17	4.50%	117,211.48	2.75%	114,078.65
营业成本	13,009.79	38,447.85	7.93%	35,622.97	-1.16%	36,040.86
营业毛利率	75.41%	68.61%		69.61%		68.41%

2013-2015 年，公司营业毛利率一直处于较高水平，波动幅度不大，主要系公司主导产品上衣、裙类及外套的毛利率保持相对稳定有关。2016 年 1-6 月营业毛利率较高，主要系公司春夏产品毛利率高于秋冬产品所致。

（2）报告期内，公司分产品的毛利率如下：

单位：元

类别	2016 年 1-6 月			2015 年度		
	毛利率	平均销售单价	平均单位成本	毛利率	平均销售单价	平均单位成本
女装						
上衣	75.96%	364.18	87.54	70.49%	349.67	103.18
裙类	78.36%	557.79	120.7	76.78%	574.2	133.34
外套	76.34%	649.06	153.55	67.50%	746.21	242.53
裤类	76.15%	377.02	89.92	74.71%	329.65	83.36
皮衣、羽绒服	74.54%	2,134.23	543.39	53.90%	1,599.41	737.28
饰品等	18.53%	9.97	8.12	3.31%	7.6	7.35
女装合计	76.06%	339.65	81.33	68.95%	319.44	99.17
男装						
男装	71.53%	1,107.09	315.21	66.56%	810.66	271.09
总计	**75.63%**	**346.08**	**84.33**	**68.87%**	**326.11**	**101.52**
类别	**2014 年度**			**2013 年度**		
	毛利率	**平均销售单价**	**平均单位成本**	**毛利率**	**平均销售单价**	**平均单位成本**
女装						
上衣	72.98%	344.45	93.05	70.78%	332.37	97.1
裙类	76.21%	569.43	135.45	76.48%	567.94	133.57
外套	69.45%	688.07	210.23	70.11%	695.51	207.86
裤类	72.12%	338.68	94.42	73.13%	352.96	94.84
皮衣、羽绒服	58.82%	1,888.73	777.74	53.22%	1,767.16	826.74
饰品等	3.02%	8.52	8.27	34.16%	9.72	6.4
女装合计	69.93%	296.47	89.15	68.53%	298	93.78

男装						
男装	65.64%	544.71	187.18	66.19%	1167.77	394.87
总计	**69.82%**	**299.97**	**90.53**	**68.48%**	**302.42**	**95.31**

注：产品大类中的其他为公司工厂店购进并销售的少量非自有品牌成衣。

1）品牌效益凸显，主要产品保持较高的毛利率

报告期内，公司主要产品上衣、裙类及外套的毛利率较高，主要因为：一、公司主导品牌“玖姿”已发展成为我国成熟女装的领导品牌之一，具有较强的品牌知名度、认可度和忠诚度，玖姿品牌效应日益提升，提高了公司产品的市场定价能力；二、公司具有较强的研发设计能力，每年推出 4,000 多款的产品设计，并有效地向市场推出部分附加值更高的产品。

2）业务一体化经营模式日益完善，使得公司具有较强的成本控制能力

业务一体化带来的供应链优势以及规模化的生产采购优势使公司在采购、生产等环节的成本得到较好控制。

3）多品牌及产品序列日益丰富，保证了公司整体维持较高的毛利率水平

公司保持较高的主营业务毛利率还得益于不断丰富的品牌系列及优化的产品结构，公司自 2008 年推出尹默品牌，定位于 28-35 岁的中淑女装，丰富了公司产品在市场的覆盖广度。尹默产品定位于高附加值产品，近两年其较高的毛利率也有效拉动公司整体毛利率。

（3）公司分品牌毛利率变动分析

报告期内，公司分品牌毛利率情况如下：

项目	2016 年 1-6 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
玖姿	76.71%	68.04%	71.35%	69.97%
尹默	85.95%	82.23%	76.51%	67.64%
安正	73.84%	76.61%	65.64%	66.19%
五季	65.09%	58.93%	46.27%	41.74%
摩萨克	80.62%	72.37%	60.74%	-
斐娜晨	80.36%	77.73%	75.92%	-
合计	**75.63%**	**68.87%**	**69.82%**	**68.48%**

2013-2015 年，公司主导品牌玖姿毛利率有所波动，但相对平稳，玖姿品牌市场认可度较高，保持了较高的毛利率，小幅波动主要系其每年推出的产品结构不同所致。2016 年 1-6 月其毛利率较高，主要系公司春夏产品毛利率高于秋冬产品所致。处于发展阶段的尹默品牌毛利率有所波动，但也保持在较高水平。安正

品牌毛利率波动会较大，与其推出时间较短，目前还处于培育期有关。上海安喆主要运作网络销售和过季及滞销产品的销售，其毛利率相对其他品牌较低。

（4）公司分渠道毛利率变动分析

报告期内，公司分渠道毛利率情况如下：

项目	2016 年 1-6 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
直营	82.19%	79.25%	77.92%	82.38%
加盟	74.64%	65.95%	68.03%	63.92%
五季	65.09%	58.93%	46.27%	41.74%
合计	**75.63%**	**68.87%**	**69.82%**	**68.48%**

公司采用直营与加盟相结合的销售模式，并通过上海安喆运作过季及滞销产品的线上与线下五季渠道。直营模式下，公司直接面向消费者，产品的零售价格高于向加盟商销售的折扣价格，因此，报告期内直营模式毛利率会高于加盟模式，符合公司的业务特点。

2016 年 1-6 月各渠道毛利率较 2015 年度较高，主要系上半年销售产品主要为春夏装，其毛利率高于秋冬产品毛利率所致。

2015 年直营毛利率较 2014 年有所提升，主要系尹默品牌的收入比重和毛利率提升双重作用所致。

2015 年公司五季毛利率较 2014 年增长了 12.66 个百分点，主要原因：公司 2015 年五季产品销售较 2014 年增长 114.45%，五季产品主要为过季和滞销的产品，此类产品以前年度已计提较多的存货跌价准备，使得当年销售时需结转已计提的存货跌价准备，冲减当期主营业务成本，导致五季毛利率有所提升。

2014 年公司直营毛利率较 2013 年度有所下降，主要原因如下：

1）2014 年，公司加大直营终端促销力度，使得 2014 年销售折扣较 2013 年下降 5.63%，致使 2014 年公司直营毛利率有所下降；

2）2014 年，公司奖励积分政策产生的递延收益余额较 2013 年增加 918.40 万元，导致直营毛利率有所下降；

3）2014 年，公司针对青岛、大庆区域调整销售模式，由直营模式转为加盟模式，因直营模式毛利率较加盟模式高，模式转变导致 2014 年度直营毛利率有所下降；

4）为减少专卖店运营成本，公司于 2014 年减少了直营专卖店的运营数量，专卖店占公司直营门店比例由 2013 年末的 14.00%下降至 2014 年末的 8.86%。因专卖店毛利率较商场店高，专卖店比例的下降，导致直营毛利率有所下降；

报告期内，公司加盟毛利率有所波动，主要系各年度向加盟销售的产品结构不同以及退换货政策的变化导致向加盟商平均销售价格变化所致。

2016 年 1-6 月，各渠道毛利率较高，主要系公司春夏产品毛利率高于秋冬产品所致。

2、与同行业公司盈利指标的比较

报告期内，公司与同行业公司盈利能力指标比较如下：

单位：%

公司简称	毛利率		
	2015 年度	2014 年度	2013 年度
朗姿股份	58.99	60.66	61.72
维格娜丝	70.33	71.05	68.80
欣贺	78.68	77.78	74.37
玛丝菲尔	-	-	78.23
歌力思	67.61	67.51	69.60
平均值	68.90	69.25	70.55
本公司	68.61	69.61	68.41
公司简称	净资产收益率		
	2015 年度	2014 年度	2013 年度
朗姿股份	3.25	5.06	10.26
维格娜丝	8.43	22.42	30.35
欣贺	21.52	35.57	28.37
玛丝菲尔	-	-	54.00
歌力思	13.07	21.12	25.71
平均值	11.57	21.04	23.64
本公司	23.17	24.98	32.10

注：净资产收益率剔除玛丝菲尔数据；

数据来源：Wind 资讯及预披露招股说明书

报告期内，公司净资产收益率均高于同业上市公司平均水平。

报告期内，公司各期主营业务毛利率基本处于同行业中上游水平，这与公司产品定位、品牌效应及经营模式有关。

（1）公司主导品牌“玖姿”已发展成为我国成熟女装的领导品牌之一。根据中国商业联合会统计，“玖姿”品牌在 2015 年全国大型零售企业的女装品牌

销售排名中，列入市场综合占有率前十大女装品牌之一，并在高端女装品牌销售排名中位列行业第三。“玖姿”品牌的商业成功与市场影响力，为分别处于成长期与培育期的“尹默”女装与“安正”男装，奠定了良好的发展基础。

公司自成立伊始便紧紧围绕玖姿品牌的定位、核心价值与特性，通过产品设计、销售终端形象、广告宣传等各种营销活动，不断提高品牌的知名度、美誉度及忠诚度。强大的品牌影响力成为公司主营业务毛利率持续提升的主要驱动力。

选取的可比公司也均为与公司定位相似的中高端成熟女装，毛利率也都相对较高。

（2）公司采用业务一体化的模式进行女装的设计研发、生产、销售及品牌推广，产品以自制生产+委托加工生产+成衣采购相结合的模式。随着业务一体化经营模式的日益完善，公司规模的不断扩大，公司对成本的控制能力也日益加强，使得公司主营业务毛利率保持在相对较高的水平。

（3）从销售模式来看，公司与可比公司直营与加盟毛利率情况如下：

单位：%

公司	2015 年度			2014 年度			2013 年度		
	直营毛利率	加盟毛利率	综合毛利率	直营毛利率	加盟毛利率	综合毛利率	直营毛利率	加盟毛利率	综合毛利率
朗姿股份	-	-	58.99	-	-	60.66	62.57	59.89	61.72
维格娜丝	70.35	67.85	70.33	71.49	64.63	71.05	69.31	61.24	68.80
欣贺股份	82.27	69.50	78.68	81.74	70.28	77.78	79.87	64.95	74.37
玛丝菲尔	-	-	-	-	-	-	79.61	75.61	78.23
歌力思	71.89	65.79	67.61	74.17	64.06	67.51	75.09	65.10	69.60
本公司	79.25	65.95	68.61	77.92	68.03	69.61	82.38	63.92	68.41

公司与可比公司直营与加盟的收入比重情况如下：

单位：万元

项目 \ 年份		2015 年		2014 年		2013 年	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
朗姿股份	直营收入	-	-	88,205.93	71.42%	93,839.57	68.07%
	加盟收入	-	-	35,298.58	28.58%	44,015.33	31.93%
维格娜丝	直营收入	79,287.97	96.18%	80,381.15	94.88%	69,935.00	93.72%
	加盟收入	2,097.04	2.54%	4,200.80	4.96%	4,683.89	6.28%
欣贺股份	直营收入	95,787.87	53.27%	112,603.72	51.13%	106,544.34	51.24%
	加盟收入	65,403.33	36.38%	87,183.88	39.59%	77,559.12	37.30%
玛丝菲尔	直营收入	-	-	-	-	146,949.19	80.45%
	加盟收入	-	-	-	-	35,712.49	19.55%
歌力思	直营收入	45,167.94	54.82%	-	-	42,488.19	60.61%
	加盟收入	29,612.11	35.94%	-	-	27,607.51	39.39%
本公司	直营收入	36,492.88	29.84%	34,726.46	29.67%	34,016.11	29.83%

	加盟收入	67,478.94	55.17%	73,772.31	63.03%	75,138.65	65.90%

注：1、数据来源：Wind 资讯、可比公司年度报告及预披露招股说明书；
2、各可比公司 2014 年之后直营和加盟收入比例数据未完全进行公开披露；
3、本公司直营和加盟收入未考虑五季门店和五季电商收入。

从上述两表可以看出，公司直营模式下毛利率相对较高，即公司产品的销售价格倍率较可比公司高；同时，公司加盟的毛利率有所波动，主要系公司结合自身的品牌定位、市场策略给予加盟商的折扣不同所致。综上，虽然公司加盟占比较高，但因不同公司产品定位及定价政策导致的销售价格倍率有所不同，导致直营和加盟模式下各自的毛利率也不同，加上直营与加盟比例加权调整，整体上跟可比公司毛利率水平相吻合，符合行业和公司的实际情况。

此外，公司各主要品牌毛利率的同行业比较情况如下：

（1）女装品牌行业毛利率比较

在女装行业内，公司主导品牌“玖姿”注重“自信、优雅、女人味”的品牌风格，以 35-45 岁核心年龄层，并以丰富的产品线与品牌系列为基础，广泛覆盖 28-49 岁的女性消费群体，属于以大淑装为主的时尚品牌女装。同行业可比公司中，以大淑装为主的品牌包括朗姿股份的“朗姿”，歌力思的“ELLASSAY”，欣贺股份的“JORYA”、“ΛNMΛNI ”及“GIVH SHYH”，玛丝菲尔的“Marisfrolg”以及地素时尚的“DIAMOND AZZLE”，该等品牌的毛利率比较情况如下：

公司名称	品牌	2015 年	2014 年	2013 年
朗姿股份	服装产品	58.99%	60.66%	61.72%
歌力思	ELLASSAY	69.70%	70.34%	71.15%
欣贺股份	JORYA	83.76%	83.34%	80.64%
	ΛNMΛNI	77.90%	77.87%	74.24%
	GIVH SHYH	75.48%	74.46%	70.66%
玛丝菲尔	Marisfrolg	-	-	79.70%
地素时尚	DIAMOND DAZZLE	-	81.80%	81.44%
同行业其他品牌平均		73.17%	74.75%	74.22%
发行人	玖姿	68.04%	71.35%	69.97%

注：朗姿股份自 2011 年上市后未披露各品牌毛利率，根据此前的披露信息，“朗姿”品牌 2008 年、2019 年与 2010 年的毛利率依次为 56.32%、56.75%和 57.72%；可比公司均未披露 2016 年 1-6 月各品牌的销售毛利率。

由上表可知，大淑女装通常具有较高的毛利率，但各品牌因差异化的风格定位与定价策略，毛利率亦表现出从 55.92%到 83.76%的波动区间。2013 年至 2015 年，公司玖姿品牌的毛利率水平与歌力思公司的 ELLASSAY 品牌较为相近，处

于同行业毛利率的常规波动范围内，略低于同行业企业的平均值。一方面，各品牌的具体市场定位有所差异，公司“玖姿”品牌较为注重适销性高性价比；另一方面，公司玖姿品牌的加盟业务收入占比较高，而其他可比公司女装品牌普遍以直营模式为主，具有相对略高的销售毛利率。

公司女装品牌“尹默”、“摩萨克”及“斐娜晨”主要定位于25-35岁范围内的成熟女性，属于以中淑装为主的时尚品牌女装。行业可比公司中，以中淑装为主的品牌包括维格娜丝的“V·GRASS”、欣贺股份的“JORYA weekend”、“CAROLINE”及“AIVEI”，玛丝菲尔的“MASFER.SU”，地素时尚的“DAZZLE”和“d’zzit”以及日播时尚的“broadcast:播”，该等品牌的毛利率比较情况如下：

公司名称	品牌	2015年度	2014年度	2013年度
维格娜丝	V·GRASS	70.29%	71.15%	68.80%
欣贺股份	JORYA weekend	86.73%	84.75%	81.62%
	CAROLINE	76.68%	76.78%	74.93%
	AIVEI	62.92%	63.55%	57.05%
玛丝菲尔	MASFER.SU	-	-	75.74%
地素时尚	DAZZLE	-	73.05%	71.85%
	d’zzit	-	72.03%	69.45%
日播时尚	broadcast:播	-	62.62%	62.64%
同行业其他品牌平均		74.16%	71.99%	70.26%
发行人	尹默	82.23%	76.51%	67.64%
	摩萨克	72.37%	-	-
	斐娜晨	77.73%	-	-

注：可比公司均未披露2016年1-6月各品牌的销售毛利率。

由上表可知，行业中淑装品牌平均毛利率与大淑装较为接近，呈现出由57.05%至86.73%的波动区间。公司“尹默”、“摩萨克”及“斐娜晨”三大中淑装品牌毛利率均处于同行业毛利率的正常波动范围。其中，“摩萨克”品牌的毛利率与同行业平均值较为接近，“斐娜晨”品牌毛利率略高于同行业平均值，与“斐娜晨”较独特、新颖的品牌风格与市场定位有关。“尹默”品牌毛利率在报告期内稳步上升，主要系该品牌在报告期内正处于发展阶段，随着品牌运营的成熟与销售规模的提升，产品的毛利率逐步体现了该品牌在公司多品牌阵营及同行业中较高端的市场定位。

（2）男装品牌行业毛利率比较

在男装行业内，境内 A 股上市的男装品牌主要有七匹狼、九牧王、卡奴迪路、报喜鸟、希努尔及海澜之家，安正男装与该等同行业品牌的毛利率比较情况如下：

公司名称	核心男装品牌	2016 年 1-6 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
七匹狼	七匹狼	40.58%	42.79%	45.44%	47.27%
九牧王	九牧王	58.63%	58.22%	56.50%	56.72%
报喜鸟	报喜鸟	56.66%	59.28%	58.85%	65.80%
希努尔	希努尔	23.66%	27.73%	28.61%	37.37%
摩登大道	卡奴迪路	54.32%	57.82%	62.47%	64.73%
海澜之家	海澜之家	41.60%	41.13%	40.66%	37.14%
同行业其他品牌平均		45.91%	47.83%	48.76%	51.51%
发行人	安正	73.84%	76.61%	65.64%	66.19%

注：上述可比公司未对核心品牌的营业收入、营业成本及毛利率做披露，但由于多以单品牌运作为主或绝大部分业务收入来源于核心品牌，故以该等公司所披露的主营服装业务毛利率作为核心品牌的销售毛利率。

由上表可知，行业上市男装品牌的毛利率普遍低于前述大淑装、中淑装女装品牌，不同品牌毛利率有一定差异，这与各品牌差异化的市场定位有关。公司安正男装的毛利率普遍高于行业上市男装品牌，一方面系由于该品牌定位于以时尚、商务、质量为品牌风格的高端男装，旨在满足都市成熟男士商务时尚的着装需求，不同于国内上市男装品牌普遍所定位的“大众商务”或“商务休闲”男装；另一方面，公司“安正”男装采取全直营销售模式，而同行业上市男装品牌企业则普遍以加盟模式为主。

（八）影响公司盈利能力稳定性和连续性的主要因素

1、宏观经济环境的变化

服装作为终端消费品，宏观经济景气度、消费者可支配收入状况等因素直接影响其消费需求，进而影响本行业产品的销售和未来的发展状况。

近年来，国内经济面临较大的下行压力，影响了消费者可支配收入及消费信心，从而影响了服装行业的发展。

本公司为我国成熟女装领先企业之一，经过多年的发展，公司拥有行业丰富经验的管理人员及国内领先的技术、研发人员；建立了覆盖面广、稳定的营销渠道；品牌推广和建设成效显著，拥有较高的品牌知名度和美誉度；具备一定的经

营规模，资产质量良好，因此，公司具有较强的抗风险能力，能够应对宏观经济环境变化对公司带来的影响。

2、消费者偏好

公司凭借较强的品牌知名度、庞大的营销网络、专业的研发设计团队，一体化的供应链优势，在我国中高档成熟女装领域占据领先地位。但是服装行业属于时尚产业，能否准确把握市场流行趋势、及时预测和满足快速变化的消费者需求，将直接影响公司产品的销售收入和盈利能力。

多年来，公司非常重视新产品开发，不断加大研发投入，培养了一批经验丰富的专业人才，定期或不定期地安排设计人员到国内、国外市场调研，并参加服装发布会和博览会，以期准确地把握最新市场的流行趋势。公司采用对外招聘与内部培养的方式提高公司研发团队的实力，以求能及时把握流行趋势，全方位提升产品品位，满足消费者需求。

3、品牌竞争

目前，我国虽尚未出现明显领先的国内女装企业和品牌，但已经出现一批出色的本土品牌。这些企业主打自主品牌女装，拥有较强的研发设计实力，经过多年发展和品牌积累，已经建立起相对完善的营销网络，具有一定的知名度和相对固定的消费群体，在竞争中逐步确立起明显的优势。本公司玖姿品牌建设虽然已取得一定成效，但面临竞争，公司仍需要进一步提升品牌影响力，加大营销网络建设投入力度，扩大产能并提升研发实力，从而进一步提升公司品牌的附加值。

4、对销售渠道及网络终端的控制管理

公司目前主要采用“直营+加盟”相结合的营销模式，截至 2016 年 6 月 30 日，公司拥有直营门店和加盟门店的数量为 897 家，其中直营门店 287 家，加盟门店 610 家，已形成了覆盖面较广的营销网络。

公司现在的营销网络中加盟终端数量占营销终端总数的 70%左右，占较大比重。在过去的几年中，公司通过采取加盟方式开设加盟终端，节约了大量的资金投入，借助加盟商资源快速建立庞大的销售网络，提高公司品牌的知名度，扩大市场占有率，降低投资风险。但与直营模式相比，公司对加盟终端不能完全有效

控制，若出现加盟商经营活动有悖于公司品牌经营宗旨的情形，将对公司的品牌形象造成不利影响。此外，公司的销售主要依靠直营终端、加盟终端等营销终端完成，随着企业经营规模的扩大，对营销网络的依赖性将有所增加。

因此，对销售渠道及网络终端的控制管理是影响公司未来盈利能力稳定性与连续性的重要因素。为此，公司一方面提高对加盟终端的管理和服务水平，加强信息化建设，通过及时、有效的信息沟通与反馈加大对加盟终端的管理和控制力度；另一方面，公司拟利用本次发行募集资金投资建设直营店及战略加盟店，以加强对整个销售渠道的控制管理力度。

三、现金流量分析

报告期内，公司现金流量情况如下：

项目	2016 年 1-6 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
经营活动产生的现金流量净额	5,463.81	26,484.63	21,340.27	35,759.23
投资活动产生的现金流量净额	-1,132.94	-27,273.90	-17,794.17	-19,258.79
筹资活动产生的现金流量净额	-2,630.64	-5,223.92	-11,443.76	-6,159.00
现金及现金等价物净增加额	1,710.08	-5,988.24	-7,901.71	10,341.44

（一）经营活动产生的现金流量分析

报告期，公司经营活动现金流量情况如下：

项目	2016 年 1-6 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
销售商品、提供劳务收到的现金	57,323.44	129,802.49	136,703.61	135,322.26
营业收入	52,913.53	122,489.17	117,211.48	114,078.65
购买商品、接受劳务支付的现金	17,256.72	43,736.30	48,367.29	42,535.80
营业成本	13,009.79	38,447.85	35,622.97	36,040.86
经营活动产生的现金流量净额	5,463.81	26,484.63	21,340.27	35,759.23
净利润	11,743.95	24,386.78	22,880.51	25,196.19

公司经营性活动现金流量情况良好，销售商品、提供劳务收到的现金与同期公司的业务规模和营业收入相匹配，反映出公司主营业务获取现金能力较强；购买商品、接受劳务支付的现金与公司的生产规模和营业成本基本匹配，符合公司的业务特点；报告期内，公司经营性现金流量净额保持在较好水平。

2016 年 1-6 月，公司经营活动产生现金流量净额较低，主要系公司为准备秋季款服装的供应，期末采购预付款项较上年末有所增加，同时期末预收款项因季

节性及发货周期原因较上年末有所降低，从而使得当期经营活动现金流净流入金额较低。

（二）投资活动产生的现金流量分析

报告期内，公司投资支出主要为购建固定资产、无形资产以及购买理财产品等支出。2016 年 1-6 月、2015 年度、2014 年度和 2013 年度，公司投资活动产生的现金流量净额依次为-1,132.94 万元、-27,273.90 万元、-17,794.17 万元和-19,258.79 万元。2016 年 1-6 月投资活动产生的现金流量为负主要系构建固定资产和无形资产支出 3,549.27 万元以及购买理财产品支出 53,250.00 万元所致；2015 年度投资活动产生的现金流量为负主要系构建固定资产和无形资产支出 17,257.89 万元以及购买理财产品支出 58,924.00 万元所致；2014 年度投资活动产生的现金流量为负主要系构建固定资产和无形资产支出 25,239.98 万元以及购买理财产品支出 31,125.00 万元所致；2013 年投资活动产生的现金流量为负主要系构建固定资产和无形资产支出 22,083.39 万元以及购买理财产品支出 11,800.00 万元所致。

（三）筹资活动产生的现金流量

2016 年 1-6 月、2015 年度、2014 年度和 2013 年度，公司筹资活动产生的现金流量净额依次为-2,630.64 万元、-5,223.92 万元、-11,443.76 万元和-6,159.00 万元。报告期内，公司筹资活动产生的现金流量净额的变化主要系公司分配股利及银行借款而带来的现金流变化所致。

四、资本性支出的分析

（一）报告期内资本性支出的情况

报告期内，公司的资本性支出主要根据公司的整体发展计划，用于生产厂房的扩建、购置营销终端房产等固定资产以及购置土地等无形资产。公司的重大资本性支出如下：

资本性支出	2016 年 1-6 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
固定资产支出	1,132.05	5,906.47	3,556.94	8,026.43

资本性支出	2016 年 1-6 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
在建工程支出	2,346.06	11,074.69	19,686.94	9,660.85
无形资产支出	71.16	276.73	1,996.10	4,396.10
合　计	**3,549.27**	**17,257.89**	**25,239.98**	**22,083.39**

（二）未来可预见的重大资本性支出计划及资金需要量

本次募集资金投资项目详见本招股说明书“第十三节　募集资金运用”。

截至本招股说明书签署日，除本次发行募集资金计划投资的项目外，公司暂不存在可预见的重大资本性支出。

五、或有事项、承诺事项和重大期后事项对发行人的影响

公司报告期内或有事项、承诺事项以及资产负债表日后事项见本招股说明书“第十节 财务会计信息”之“十一、期后事项、或有事项及其他重要事项”。或有事项以及资产负债表日后事项对公司财务状况、盈利能力及持续经营没有重大影响。

六、上市后的股利分配政策

（一）公司未来分红回报规划

发行人以充分保障公司股东的合法投资权益，并兼顾股东对现时分红与对公司持续、健康发展的期望相结合为原则，结合实际经营状况、未来发展规划以及外部融资环境，经公司第三届第二次董事会和 2014 年第五次临时股东大会审议通过了上市后适用的《公司章程（草案）》中的股利分配部分及未来分红回报规划。

根据修订后的《公司章程（草案）》，公司未来的分红回报政策如下：

1、公司利润分配政策的基本原则

公司本着重视对投资者的合理投资回报，同时兼顾公司合理资金需求以及可持续发展的原则，实施持续、稳定的股利分配政策。公司利润分配不得超过累计可分配利润范围。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。

2、利润分配的形式

公司采用现金、或股票、或两者结合的方式进行股利分配，在公司盈利及满足正常经营和长期发展的条件下，公司将优先采取现金方式分配股利。

3、股利分配的条件及比例

在公司实现盈利、不存在未弥补亏损、有足够现金实施现金分红且不影响公司正常经营的情况下，公司将实施现金股利分配方式。公司每年以现金股利形式分配的股利不少于当年实现的可分配利润的 20%。

在保证公司股本规模和股权结构合理的前提下，且公司股票估值处于合理范围内，公司可在满足本章程规定的现金分红的条件下实施股票股利分配方式。

4、现金股利分配的比例和期间间隔

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

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%；

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%；

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

公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，可以按照前项规定处理。

上述“重大资金支出安排”指预计在未来一个会计年度一次性或累计投资总额或现金支出达到或者超过公司最近一期经审计净资产的 5%，且绝对值达到 5,000 万元。

公司原则上在每年年度股东大会审议通过后进行一次现金分红，公司董事会可以根据公司的盈利状况及资金需求状况提议公司进行中期现金分红。

5、决策程序和机制

董事会负责制定利润分配方案并就其合理性进行充分讨论，经独立董事发表意见并经董事会审议通过后提交股东大会审议。独立董事可以征集中小股东的意见，提出分红议案，并直接提交董事会审议。公司审议利润分配方案时，应为股东提供网络投票方式。

公司董事会因特殊情况未做出现金利润分配预案的，董事会应就不进行现金分红的具体原因、公司留存利润的确切用途及预计投资收益等事项进行专项说明，经独立董事发表意见并经董事会审议通过后提交股东大会审议，并依法予以披露。

公司不进行现金分红或调整现金分红比例时，应当经出席股东大会的股东所持表决权的 2/3 以上审议通过。

6、公司利润分配政策的变更

若由于外部经营环境或者自身经营状况发生较大变化等原因而需调整利润分配政策的，应由公司董事会根据实际情况提出利润分配政策调整议案，并提请股东大会审议通过，独立董事、监事会应该对公司年度股利分配方案发表意见，股东大会应该采用网络投票方式为公众股东提供参会表决条件。

利润分配政策调整方案应经出席股东大会的股东所持表决权的 2/3 以上通过。

7、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。

此外，公司还对上市后未来三年的股利分配预案进行了规划，具体如下：

自本次发行上市完成之日起的未来三年，公司将实施现金股利分配方式，每年以现金方式分配的股利不少于当年实现的可分配利润的 20%。若届时根据实际情况需要对未来三年利润分配方案进行调整的，按照《安正时尚集团股份有限公司章程（草案）》的决策程序重新决策。公司正处于成长阶段，如未来十二个月内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%。重大资金支出安排是指：公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或者购买设备、建筑物的累计支出达到或者超过公司最近一期经审计净资产的 5%，且绝对值达到 5,000 万元。

（二）股东回报规划的合理性和可行性分析

2014 年 10 月 8 日，公司召开第三届董事会第二次会议，审议《关于公司上市后三年分红回报规划》，并提请 2014 年第五次临时股东大会审议。本次董事会对公司未来股东回报事宜进行了专项论证，并提出制定未来分红回报规划的理由如下：

公司未来分红回报规划着眼于公司的长期可持续发展，以综合分析公司的实际经营状况、股东的投资回报要求和外部融资环境为基础，充分考虑了公司目前盈利能力、所处发展阶段、现金流量状况、资金需求以及融资环境等多方面因素，规划内容具备合理性和可行性。

1、公司盈利能力与历史分红状况

公司经营业绩在实现持续增长的同时，也保持了良好的盈利能力。2016 年 1-6 月、2015 年、2014 年和 2013 年公司净利润分别为 11,743.95 万元、24,386.78 万元、22,880.51 万元和 25,196.19 万元，同期的营业综合毛利率分别为 75.41%、68.61%、69.61%和 68.41%。良好的盈利水平为公司实行持续、稳定的股利分配政策奠定了坚实的基础。

2、未来分红政策将延续公司注重对中小股东利益的分配原则

公司自 2011 年引入家族成员之外的其他股东后，注重了对中小股东的现金回报。2012 年-2015 年，公司累计现金分红 37,564.20 万元，占 2012 年至 2015 年合计实现净利润的 38.62%。公司规划未来每年现金分红不少于当年实现的可分配利润的 20%，延续了公司注重中小股东利益的分配原则，也有利于股利分配政策的持续和稳定。

3、最低现金分红比例的制定综合考虑了公司未来发展战略的需要，平衡了股东现时回报和企业利用自身积累发展的关系

目前公司处于成长及扩张时期，未来拟进一步扩大公司经营规模，以巩固公司的行业领先地位。因此，除了给予股东稳定的回报之外，公司将在满足公司正常生产经营资金需求的情况下，将留存未分配利润主要用于主业方面的各项投资。公司将通过对未分配利润的审慎合理使用，并结合其他直接融资和间接融资方式筹集资金，在优化财务结构的同时谋求公司的快速发展；通过进一步扩大产能、完善销售网络、拓展营销渠道并加强产品研发、品牌建设，进而进一步强化公司的市场地位，实现业务的可持续发展，最终实现股东利益最大化。

未来，随着公司利用募集资金扩大生产规模，公司将配套在营销网络建设方面进一步的投入，同时也会加大品牌宣传力度，增强品牌影响力和市场占有率，因此需合理准备利用自我积累资金进行补充营运资金。除此外，公司从战略发展角度必须对有可能拓展的其它方面做好一定的资金预留准备。

4、综合考虑各种因素，实现现金收支平衡

随着公司业务不断发展壮大、营销渠道布局逐步完善，公司未来盈利能力仍能保持持续增长，经营活动现金流量预计良好。但同时，公司外部融资渠道仍较单一，银行贷款成本相对较高，故未来公司考虑适当降低贷款预期，充分运用自我积累资金，实现现金收支平衡。

综上，公司充分考虑了目前及未来的盈利规模、发展所处阶段、后续项目资金需求，以及外部融资环境等多种因素，本着保障股东近期利益、着眼于股东长远利益和公司的长远发展原则，制定了较为稳妥的最低现金分红比例及未来三年分配规划，即：自本次发行上市完成之日起的未来三年，公司每年以现金方式分配的股利不少于当年实现的可分配利润的 20%。

（三）本次发行后公司留存未分配利润的使用原则

为进一步做大做强，把握行业发展机遇，公司未来仍需不断增加资本投入。公司留存未分配利润将主要用于主业方面，通过对未分配利润的审慎合理使用，并结合其他直接融资和间接融资方式筹集资金，在优化财务结构的同时谋求公司的快速发展；通过进一步扩大产能、完善销售网络、拓展营销渠道并加强产品研发，进而进一步强化公司的市场地位，实现业务的可持续发展，最终实现股东利益最大化。

七、主要财务优势、困难及未来盈利能力趋势分析

（一）财务优势

1、主营业务突出、盈利能力强

公司主营业务突出，主要产品销量逐年增加，发展前景良好。公司主营业务盈利能力强，主营产品市场认可度高，毛利率保持在较高水平，经营活动现金流充足，经营产生的利润均能转化为公司现金流，盈利能力强。

2、资产质量好、周转速度快

公司拥有生产经营所需的完整的资产体系，资产质量较好。公司应收账款占流动资产比例较低，账龄短，周转速度快，回收风险较低，从过往历史记录看，发生坏账损失的可能性较小。在存货管理方面，公司一直比较注重对存货的管理，

不断加强生产和采购的计划性，有效地降低了期末存货余额，使得公司的存货周转率高于同行业上市公司的平均水平。固定资产成新率高，生产设备先进、不存在非生产经营性资产、高风险资产及闲置资产。

3、一体化供应链带来的成本优势

公司建立了集研发、生产、销售为一体的自主供应链体系，强化了对各主要价值创造环节的有效控制，提高了设计研发、生产技术、市场营销之间的沟通效率，缩短新品上市时间，并可有效保证产品品质。同时，公司一体化的供应链体系，也有助于提高供应链的柔性化水平，实现对市场需求、商品补单的快速响应，并确保供应效率、降低生产成本，而且由于公司采用规模采购的模式，降低了原材料采购成本。

（二）主要困难

1、公司发展趋势良好，市场拓展力度不断加强，随着公司经营规模的不断扩大，营销终端逐步增加，需要公司进一步提升综合管理能力，以做好自营终端的管理及加盟终端的服务工作。

2、公司目前融资渠道相对单一，主要通过自然性负债及银行借款来满足公司发展资金需要，较难满足公司目前加大市场拓展及多品牌运作的资金需求。为了稳固公司营销网络及树立品牌形象，未来公司将加大直营终端的布局，需要购置或长期租赁部分黄金地段店面，以及新品牌运作及投入需要大量运营资金，上述情况会使得公司在一定程度上面临较大资金缺口，资金压力大。

（三）对公司未来盈利能力趋势的分析

公司始终坚持自主品牌发展之路，相继创立了玖姿、尹默、安正三大各具特色、相互补充的中高档时装品牌。2014 年，公司又相继收购了摩萨克及斐娜晨两个中淑女装品牌，进一步丰富了公司的多品牌阵营。近年来，公司的品牌知名度和美誉度持续提升，公司主营业务前景广阔，主营产品盈利能力较强，公司整体财务状况良好，未来公司财务状况和盈利能力将持续向好。本次公开发行募集资金到位后，将进一步扩大公司的资产规模，公司的资产结构也将大幅优化，装

备能力大幅提高，销售终端的覆盖范围更广，公司的综合竞争实力和抗风险能力将得到加强，公司整体盈利能力将随之进一步提高。

八、本次发行对即期回报摊薄的影响以及填补的相关措施

2013 年 12 月 25 日，国务院办公厅发布了《国务院办公厅关于进一步加强资本市场中小投资者合法权益保护工作的意见》（国办发[2013]110 号，以下简称“《意见》”），《意见》提出，“公司首次公开发行股票、上市公司再融资或者并购重组摊薄即期回报的，应当承诺并兑现填补回报的具体措施”。根据《意见》以及中国证监会《关于首发及再融资、重大资产重组摊薄即期回报有关事项的指导意见》要求，本次发行对公司即期回报摊薄的影响以及填补的相关措施如下：

（一）本次发行募集资金到位当年公司每股收益的变动趋势

本次发行后，公司资本实力将得到增强，但由于募集资金投资项目具有一定的投入周期，在短期内难以完全产生效益，因此，本公司在发行当年每股收益将有所下降，但公司的整体盈利长期来看将有进一步提升。具体测算过程如下：

1、假设条件

1）假设公司本次发行于 2017 年 6 月实施完毕，本次发行股票数量为 7,126 万股，募集资金总额为 121,809.35 万元，不考虑扣除发行费用等因素的影响。

前述关于本次发行完成时间、发行股份数量和募集资金总额仅为公司假设，最终应以经中国证监会核准发行的股份数量和实际募集资金总额、实际完成时间为准；

2）假设公司 2016 年、2017 年实现的归属于母公司普通股股东扣除非经常性损益后的净利润与 2015 年持平，均为 208,104,481.83 元。

上述关于 2016 年、2017 年公司实现的归属于母公司普通股股东扣除非经常性损益后的净利润假设分析并非公司的盈利预测，不等于公司对 2016 年、2017 年利润做出保证。

3）在预测公司 2017 年末总股本时，仅考虑本次发行的影响，不考虑其他因素导致股本发生的变化；

4）未考虑本次发行募集资金到账后，对公司生产经营、财务状况（如财务费用、投资收益）等的影响。

2、对每股收益影响

基于上述假设情况，本次发行对公司每股收益的影响如下：

单位：元

项目	2015 年度	2016 年度	2017 年度	
			发行前	发行后
普通股股数	213,780,000	213,780,000	213,780,000	285,040,000
稀释性潜在普通股股数	-	-	-	-
当年实现的归属于母公司普通股股东的净利润（扣除非经常性损益后）	208,104,481.83	208,104,481.83	208,104,481.83	208,104,481.83
基本每股收益（扣除非经常性损益后）	0.97	0.97	0.97	0.83
稀释每股收益（扣除非经常性损益后）	0.97	0.97	0.97	0.83

（二）公司应对即期回报摊薄采取的措施

1、本次发行的必要性与合理性

公司始终专注时尚服装主营业务，致力于将公司建设成为具有国际影响力的多品牌时装集团。近年来，随着我国经济的发展，国民生活水平的不断提高以及城镇化建设的深入，我国服装行业有望保持稳定发展趋势。尤其对于尚处于成熟期、定位中高档的品牌时装而言，随着国内消费者对个人形象与生活品质的日益重视，品牌化、多样化、时尚化已成为服装消费的重要趋势，消费升级将为行业带来更加广阔、巨大的发展空间。作为始终坚持自主品牌发展之路，已经形成“玖姿”、“尹默”、“安正”、“摩萨克”及“斐娜晨”多品牌阵营以及广泛市场认同的公司，迎来了进一步做大做强的发展机遇。公司将继续以男、女时装产品为中心，坚持差异化、互补性的多品牌经营战略：首先，拟通过优化与拓展销售渠道，扩充与提升生产能力，建立布局合理、运营高效的营销网络体系与柔性、自主的供应链体系，抓住行业发展机会；其次，拟通过提升公司研发设施条件与

品牌发展计划，提高公司市场竞争能力；第三，通过人才发展体系的提升、信息化系统的完善与组织管理能力的强化，为公司发展提供系统支持。

具体而言，公司未来三至四年筹划建设“供应链中心改扩建项目”、“营销网络建设项目”、“研发中心建设项目”、“信息系统建设项目”，总投资 91,809.35 万元。同时，为增强公司资金实力、进一步降低运营成本，公司计划需要筹集 30,000 万元用于补充流动资金等其他与主营业务相关的营运资金。

为了实现上述战略目标，公司亟需充足资金支持，本次发行已成为公司奠定未来发展基础的必要选择。

第一，本次发行将利用融资资金投入公司“供应链中心改扩建项目”、“营销网络建设项目”、“研发中心建设项目”、“信息系统建设项目”等项目建设，该等投资项目建设完成后将有助于提高公司的核心竞争能力，在激烈的市场竞争中巩固与加强竞争优势，为公司的可持续发展和战略目标的实现提供可靠保证。同时，该等投资项目是在公司现有业务发展基础之上进行规划的，公司具备实施该等投资项目的人员、技术储备，具备良好的盈利基础。

第二，本次发行将提升公司“玖姿”、“尹默”、“安正”、“摩萨克”及“斐娜晨”的品牌影响力，助力公司实施多品牌战略。

第三，本次发行将为公司提供资本市场平台。本次发行完成后，公司将成为上市公众公司，资本市场将为公司提供稳定的融资渠道，也将提升公司引进高端人才的吸引力。同时，也有利于进一步提升公司治理水平，为保障公司投资者合法权益创造条件。

综上，本次发行具备必要性与合理性。

2、填补即期回报摊薄的具体措施

本次发行可能导致投资者的即期回报有所下降，考虑上述情况，公司拟通过提高产品适销性、提升单店产出、管控费用以及加快募集资金投资项目投资进度和加强募集资金管理等方式，提高销售收入，增厚未来收益，实现公司业务的可持续发展，以填补股东回报：

首先，在产品开发方面，公司将注重提升各品牌产品的企划开发能力，加强产品开发设计与零售终端销售的沟通反馈，以目标客群的消费需求为中心，开发

更加符合市场时尚前沿、客群需求特征的时装产品，以具有竞争力的产品为基础推动销售收入的增长。

其次，在渠道运营方面，公司将加强直营零售终端的拓展与运营能力，通过开拓与各品牌定位更为契合的百货商场或购物中心渠道，针对性地提升各品牌的市场覆盖；通过加强门店销售的激励管理，利用集合店发挥对多品牌的互补效应，提升各品牌直营门店的单店绩效，从渠道数量与渠道质量两方面推动各新兴品牌的收入增长。

第三，在费用管控方面，公司将进一步加强各品牌前期投入与宣传推广的精细化与针对性，从各品牌的市场定位出发，开展有针对性、高效率的产品与品牌推广，加强相关成本费用的管控。

最后，在募集资金投资项目方面，本次发行募集资金到位后，公司将加快推进项目建设，争取项目早日达产并实现预期效益。同时，公司将根据相关法规和公司制度的要求，严格管理募集资金使用，保证募集资金按照原定用途得到充分有效利用。

公司制定的上述填补回报措施不等于公司对未来利润做出保证。

（三）董事、高级管理人员的相关承诺

有关于董事、高级管理人员关于公司填补回报措施能够得到切实履行作出的承诺详见本招股说明书“重大事项提示”之“二、其他重大事项提示”之“（七）关于公司填补回报措施能够得到切实履行的承诺”。

第十二节 业务发展目标

一、公司业务发展目标

公司致力于成为一家引领时尚品质生活的中国领先时尚产业集团。未来，公司将以男、女时装产品为中心，以差异化、互补性的多品牌经营为路径，通过产品线与品牌线的延伸，辐射更广泛的服饰时尚产业，并凭借对“时尚品位”和“精细品质”的不懈追求，影响消费者的高品质生活方式，用时尚、美学、品质提升消费者的生活品质。

未来三到五年，为逐步实现上述业务发展目标，公司将秉承“创新、共赢、诚信、担当、合作、高效”的核心价值观，通过优化与拓展销售渠道，建立布局合理、运营高效的营销网络体系；通过扩充与提升生产能力，建立柔性、自主的供应链体系；通过提升公司研发设施条件，建立具有时尚引导力和市场竞争力的研发设计体系；通过品牌发展计划，提升品牌价值与企业形象；通过人才发展体系的提升、信息化系统的完善与组织管理能力的强化，实现全面、持续的差异化发展。

二、业务发展主要规划

（一）品牌建设推广计划

在品牌建设方面，公司致力于将旗下“玖姿”、“尹默”、“安正”、“摩萨克”、“斐娜晨”等时装品牌，建设为兼具鲜明形象与商业价值、深入人心并与顾客关系紧密的优势品牌。为建立与众不同的品牌识别和品牌体验，公司将结合每年的商业目标、每季的设计主题，制定各品牌的年度推广规划，通过流程优化与制度落地，打通品牌运营的关键业务链，整合设计、商品、营销等核心资源，完成线上、线下品牌形象的建设与管理，实现品牌形象和品牌表现的一致。

在品牌推广方面，公司在注重以终端门店形象、橱窗与陈列的视觉效果展现品牌风格的同时，将针对各品牌的差异化定位，采取针对性的推广策略，增强品牌的认知度、活跃度以及顾客关系的紧密度，从而提升品牌知名度、美誉度与认同度。同时，为充分发挥公司差异化多品牌的协同效应，公司将进一步推出多品

牌集合店，以大型时尚生活馆的形式汇聚公司多个高端时尚品牌，营造风格多样、款式丰富的一站式购物环境。

对于以“优雅、自信、女人味”经典成熟女性形象为定位的“玖姿”女装，公司将继续采取杂志宣传、媒体广告、时装发布会、娱乐营销、新媒体推广等360度品牌宣传策略，全方位地贴近顾客生活。对于以“独立、知性、启发人心”为核心价值的“尹默”女装，公司将更为注重针对性、精准性的推广渠道，主要通过名流时尚盛典、时尚趋势发布会、时尚杂志推广等方式，传播代表尹默态度的衣着文化与生活方式。对于定位“高端、时尚、商务”的“安正”男装，公司将致力于寻找与消费者进行品牌沟通与价值认同的推广形式，如通过大型时尚活动、时尚杂志推广、影视植入营销、VIP体验沙龙等渠道实现与消费者的双向沟通，强化安正时尚独特鲜明的品牌印记。

对于以“优雅、从容、智慧”为风格的中淑女装“摩萨克”，公司将注重从奢华女装的消费体验入手，从视觉、听觉、嗅觉全方位提升门店的客户体验，以个性化、多样化服务强化消费者的购物舒适感。对于以“玩味、当代、精致”为风格的中淑女装“斐娜晨”，公司将继续立足中国原创设计，汲取全球新鲜创意，通过选择与品牌风格相契合的知名年轻影视明星、主持人建立合作关系，利用生动、形象的品牌挚友展现当代女性个性、时尚的精致生活方式。

（二）营销体系提升计划

为建立布局合理、运营高效、广泛覆盖的营销网络，公司将从“结构性模式优化”、“外延式渠道扩张”、“内生式店效提升”三方面加强营销网络体系的建设。

在结构性模式优化方面，公司将加强对直营与加盟模式定位与布局的科学规划与统一协调。直营模式将主要覆盖东北、华东和华南区域与高层级市场，采取高端市场优先、战略市场优先以及一个城市一种渠道模式的布局原则。同时，公司将根据各品牌的市场定位与渠道现状，规划直营与加盟门店在不同层级市场与区域市场的布局。

在外延式渠道扩张方面，公司“玖姿”和“尹默”两女装品牌将加强向二、三线城市与华南地区的渗透，进一步填补市场空白；“安正”男装品牌则坚持高层级市场的发展定位，注重详细、严密的开店规则与论证过程；摩萨克与斐娜晨

两新兴品牌，将在率先巩固一、二线城市市场后，逐步下沉销售渠道，扩大新品牌的市场影响力与覆盖面。同时，公司未来的渠道拓展将建立一个由城市到商圈、由商圈到店铺的系统性门店规划体系，在合理布局、统一规划的基础上，进一步提高新设门店的成功率。

在渠道拓展政策支持下，公司将以首次公开发行为契机，利用募集资金通过联营、租赁、购买等方式在三年内为玖姿与尹默两大成熟品牌新建 179 家直营门店，以进一步提高公司的自营占比，抢占各城市优质店铺资源，并通过形象良好、管理规范的自营门店，加强公司品牌形象的示范推广与辐射渗透。

在内生式店效提升方面，除加强品牌推广、产品研发、门店形象等，公司将在营销环节进一步完善总部、区域与门店的多层管理体系，加强以 VIP 会员为中心的客户关系管理。在运营管理方面，公司将完善对终端绩效的诊断及提升计划，强化终端日常的监督、考核和反馈机制；在顾客关系方面，公司在强调品牌和客户之间多位互动的同时，将持续完善直营与加盟商 VIP 会员的统一电子化管理系统，优化 VIP 信息的维护、追踪、分析以及活动短信通知等功能；在服务培训方面，公司将加强培训内容的具体化，确保终端人员对培训技能的掌握，以领先的体验式服务提高顾客的进店率、客单数与重复购买率。

（三）研发体系提升计划

在商品企划设计方面，公司各品牌独立的研发设计团队，将继续围绕各自品牌的风格形象与市场定位，通过对时尚、品质、文化的表达，以不断丰富的产品线、引领潮流的设计满足目标客群在不同场合的时尚着装需求。为此，公司将持续加强研发数据的分析能力建设，完善商品企划的结构性，增强研发、销售、生产、采购等部门之间的通畅合作，实现数据化、完整化和系统化的研发设计体系。

在学习交流合作方面，公司将通过常态化对外交流、培训、参观和旅行等方式，激发设计师的创作灵感，并建立与巴黎、米兰、伦敦、东京、香港等时尚都市的紧密联系，让设计师及时了解国际前沿的流行趋势。同时，公司将持续加大与国际流行趋势、色彩分析等研究机构和知名设计师的合作交流，以开放创新的研发机制，培育具有国际水准的自主品牌设计师团队。

在研发中心建设方面，公司利用首次公开发行募集资金，加强研发中心的软硬件设施建设，支撑公司研发设计体系的提升，为设计师启发设计灵感、构思产

品主题提供更舒适的工作环境与互动空间，并为持续引入与吸引高端设计人才创建优良的设施条件与团队文化。

（四）供应体系增强计划

公司供应链体系增强计划，包括产能扩充、柔性优化、产销协同三方面内容。

1、扩充生产能力。随着经营业务的持续发展，公司现有生产基地已出现场地布局紧张、自有产能饱和等生产瓶颈，并只能通过提高委外加工比例满足持续增长的业务需求。公司主营产品中高档品牌时装具有高品质、短周期、多款式的技术特点，自有生产能力的建立有助于公司更好地适应行业技术特点，提高对市场快速响应能力，支持多品牌经营战略的实施。

为全面改善研发制造、经营管理的工作环境，公司计划在海宁建立“安正时尚集团文化创意产业园”。作为产业园建设的一部分，公司计划利用首次公开发行募集资金对现有生产基地进行搬迁改造和产能升级，从而更加有效、长期的解决现有产能瓶颈。同时，新产业园优越的工作环境，也将有利于吸引更多的专业技术人员。

2、柔性供应体系。通过打造柔性供应链，公司将进一步提高供应链体系对顾客需求的快速响应，从而逐渐减少首次订货下单量，大幅增加上市后追单比例。同时，供应链模式的选择将考虑各品牌业务现状，短期内将仅对“玖姿”自产部分的经典、延续款和主推、搭配款实行柔性供应链策略，中远期将柔性供应链转型的成功经验推广到玖姿外购品类以及“尹默”和“安正”品牌。

3、产销协同体系。为更好地适应成熟男女时装高品质、短周期、多样式的开发生产特征，公司将通过优化组织流程与信息系统，进一步提高开发季研发、生产、采购、销售等跨部门合作的协同性。公司将产销协同贯穿于产品研发、制造和销售等全生命周期与多业务部门，通过有效的协同并行，缩短产品创造周期，加快市场响应速度。

（五）人力资源发展计划

为实现公司发展目标，公司将继续加强人才的引进与培养，完善激励机制，提高人力资源的总体素质与工作技能水平。

1、坚持“以人为本”的人力资源管理理念。一方面，公司将结合实际情况，以高标准、高要求完善人力资源部门的人员配置和岗位设置，努力为人才搭建发挥才干的平台，为现有的管理团队和专业人才提供良好的职业发展空间；另一方面，公司将大力引进设计研发、营销渠道、品牌运营、经营管理等方面的专业人才，使公司的人才结构更加优化与完善。

2、强化系统培训，提高员工的综合素质。公司通过开展岗前培训、内部培训交流、外聘专家授课和选派人员赴国内外先进企业的学习考察等方式，加速提高人员的业务素质。加快建立一套覆盖公司管理行政人员、业务技术人员、生产一线员工直至各终端导购人员的培训系统，实现员工培训系统化、常态化。

3、完善激励机制，激发员工的创造性和主动性。公司将不断完善人才激励机制，特别是技术、管理、营销人员的长效激励机制，激发员工的主观能动性，吸引和鼓励优秀人才为企业长期服务。

（六）组织管理优化计划

公司将通过持续性的组织管理体系优化计划，清晰、强化和丰富组织功能。具体包括以下几个方面：

1、进一步完善公司法人治理结构。规范股东大会、董事会、监事会的运作，完善公司经理层的工作制度，建立科学高效的决策与激励机制。公司将严格按照上市公司的标准建立财务核算体系以及信息公开制度，加强内控制度建设。

2、完善公司组织架构，建立各系统相互协调的运营体系。公司将不断完善内部组织的职责与功能，明晰各部门的责任和权利，加强流程制度建设，加快制度创新步伐，提高系统运营效率。建立职业经理管理模式，从传统的靠人管理逐步改变到用数据指标为依据的系统式管理，使企业整体的管理水平进入更高的层次和境界。

3、以信息化系统建设为契机，建立健全渠道零售管理、产品研发流程、决策数据分析与全员顺畅沟通等现代化管理机制。通过信息化系统升级改造项目，提高公司的现代化管理水平，优化并完善公司的内部运作流程，全面提升公司管理能力和运营效率。

三、发展计划所依据的假设条件和面临的主要困难

（一）拟定计划所依据的假设条件

公司上述发展计划是基于现有业务规模、市场地位、行业趋势以及公司发展目标与企业愿景等多方面因素综合制定的，并依据以下假设条件：

1、国际、国内经济状况持续稳定发展，中高档成熟时装市场需求稳步增长；

2、国家纺织服装、商业零售等产业政策，以及与公司业务有关的现行法律、法规和政策无重大不利变化；

3、本次股票发行能够如期完成，募集资金能够按时到位，拟投资的项目能够顺利投入建成；

4、无其它不可抗力及不可预见因素造成的重大不利因素。

（二）实施计划所面临的主要困难

公司上述发展计划的实施过程，可能面临以下主要困难：

首先，为保持与增强市场竞争力，公司需要在生产能力、营销网络、研发体系、信息系统等方面做持续、大规模的投入。如果公司不能及时筹集资金进行相关项目的建设，上述发展计划的实施将面临资金来源的困难。

其次，随着销售与生产规模的持续扩大，公司需要在战略规划、组织设计、运营管理、资金管理和内部控制等进行配套建设。如果公司经营管理体系建设未能与业务规模实现同步提升，上述计划的实施将面临管理支持的困难。

第三，市场竞争力与内部管理体系的提升，均离不开管理、研发、营销等领域高端人才的支撑。因此，能否建立持续稳定的经营管理团队，并根据业务发展及时培养与吸收合适人才，对公司上述计划的实施至关重要。

四、上述业务发展计划与公司现有业务的关系

公司上述发展计划是根据公司现有业务状况、竞争地位、发展目标、战略愿景等实际情况，并充分考虑了国内外纺织服装行业及细分市场的发展现状与未来趋势，以及相关假设条件等诸多因素拟定的，是对公司现有业务的延续与提升。

公司的组织架构、管理体制与人力资源为实现上述业务发展计划提供了相应的制度支持和人才保证。上述业务发展计划有利于提升公司品牌时装的市场竞争力，提高公司设计研发能力和快速反应能力，为公司实现成为具有东方文化内涵、国际影响力的引领品质魅力生活的领先时尚产业集团的战略愿景奠定坚实基础。

第十三节 募集资金运用

一、募集资金运用基本情况

经 2014 年第五次临时股东大会批准，公司拟向社会公开发行 7,126 万股普通股，占发行后总股本的比例为 25.00%。本次发行募集资金投入项目及其备案情况如下：

序号	项目名称	投资额（万元）	项目备案情况	项目环评批复
1	供应链中心改扩建	29,141.09	海发改产备（2014）17 号	海环审[2014]41 号
2	营销网络建设	51,272.13	海发改产备（2014）18 号	海环经审登[2014]03 号
3	研发中心建设	2,458.73	海发改产备（2014）19 号	海环审[2014]40 号
4	信息系统建设	8,937.40	海发改产备（2014）16 号	海环经审登[2014]04 号
5	补充流动资金等其他与主营业务相关的营运资金	30,000.00	-	-
合计		**121,809.35**	-	-

若公司募集资金不能满足拟投资项目的资金需求，公司将通过自筹资金解决。本次公开发行募集资金到位之前，若公司已根据项目进度的实际情况以自筹资金先行投入的，在募集资金到位之后将予以置换。

公司本次募集资金运用的相关建设投资项目均已完成项目主管机构海宁市发展与改革局的备案程序，通过了环境保护主管部门海宁市环境保护局的核准批复，并取得了项目建设用地的相关土地使用权。由此，保荐人与发行人律师认为，公司募集资金投资项目符合国家产业政策、环境保护、土地管理以及其他法律、法规和规章规定。

本次募集资金投资项目实施后不产生同业竞争或者对公司的独立性不产生不利影响。

二、募集资金专项管理制度

公司于第二届董事会第十一次会议与 2013 年第一次临时股东大会审议通过了《募集资金管理制度》，建立了募集资金专项存储制度：

1、公司募集资金应当存放于董事会设立的专项账户（以下简称“专户”）集中管理。募集资金专户不得存放非募集资金或用作其它用途。

2、公司应当在募集资金到账后一个月内与保荐机构、存放募集资金的商业银行（以下简称“商业银行”）签订募集资金专户存储三方监管协议。该协议至少应当包括以下内容：

（1）上市公司应当将募集资金集中存放于募集资金专户；

（2）商业银行应当每月向上市公司提供募集资金专户银行对账单，并抄送保荐机构；

（3）上市公司 1 次或 12 个月以内累计从募集资金专户支取的金额超过 5,000 万元且达到发行募集资金总额扣除发行费用后的净额（以下简称“募集资金净额”）的 20%的，上市公司应当及时通知保荐机构；

（4）保荐机构可以随时到商业银行查询募集资金专户资料；

（5）上市公司、商业银行、保荐机构的违约责任。

公司应当在上述协议签订后 2 个交易日内报告证券交易所备案并公告。

上述协议在有效期届满前因保荐机构或商业银行变更等原因提前终止的，公司应当自协议终止之日起两周内与相关当事人签订新的协议，并在新的协议签订后 2 个交易日内报告证券交易所备案并公告。

3、公司应积极督促商业银行履行协议。商业银行连续三次未及时向保荐机构出具对账单或通知专户大额支取情况，以及存在未配合保荐机构查询与调查专户资料情形的，公司可以终止协议并注销该募集资金专户。

本次募集资金到位后，公司将严格执行上述募集资金专项存储制度。

三、募集资金投资项目介绍

公司老生产基地初建于 2001 年，当时较大规模的生产设施建设与随后的持续升级改造，为公司过去十余年的快速发展奠定了重要基础。但随着公司的发展壮大，现有厂区空间布局与生产设施的渐进性改进，已经无法满足公司业务的持续增长，并成为制约公司进一步扩大市场份额、提高盈利能力的瓶颈因素。

为实现发展成为具有国际影响力的现代化品牌时尚集团的长远目标，公司计划在海宁经济开发区建设安正产业园，以全面巩固与提升公司在我国中高档男女时装领域的市场竞争力。公司首次公开发行募集资金投资项目，将主要围绕公司

新产业园的建设而开展，并配套加强全国性营销网络的建设，以期借助于国内资本市场的融资平台，从研发设计、生产仓储、营销渠道与信息系统四个方面进行全面、协同的优化升级，将公司的软、硬件设施提升至一个新的台阶，为未来五到十年的发展奠定坚实的基础。

（一）项目一：供应链中心改扩建项目

1、项目概况

本项目拟在安正时尚集团文化创意产业园内，对现有厂区服装生产线进行整体搬迁与改造扩建，在利用和淘汰部分原有工艺设备的同时，购置先进的工艺设备，并配套建设仓储物流、车间办公等设施。项目达产后，预计公司年服装生产能力将达 250 万件/套。

本项目预计总投资额为 29,141.09 万元，建设期为 2 年。

2、项目实施的必要性

（1）解决产能瓶颈，满足持续发展的需要

随着公司品牌竞争力的不断提升，营销网络的逐步扩大，现有生产基地的场地空间与设备产能已出现饱和，不能满足公司业务持续增长的需要。为缓解现有产能瓶颈、提高自主生产能力的使用效率，公司主要通过委托加工对自主生产进行补充，将加工难度小、技术风险低的产品款式交由外协厂商生产。中高档品牌时装对产品品质与加工工艺要求较高，伴随着销售规模的扩大，保持以自主生产为主且具有较高水准与精细化程度的供应链体系，是公司保证产品质量，保护产品设计款式、工艺要求等关键技术信息不被外泄的重要基础与必要保障。

同时，根据公司营销体系提升计划，在“内生式店效提升”与“外延式渠道扩张”的双重推动下，公司产品销量将进一步增加。受现有生产场地与设备设施的制约，公司自主生产能力的持续提升已遇到瓶颈，不能满足公司未来发展的需要。本项目的实施，可有效解决自主产能提升瓶颈，满足公司业务持续发展对自有生产能力的需求。

（2）打造公司柔性供应链体系的需要

随着我国服装行业进入消费升级阶段，中高档品牌时装高品质、多款式、短周期、小批量的技术要求已日益凸显，建立柔性供应链体系可更好的满足行业技

术特征，增强公司对市场需求的快速响应能力，并有效控制产品库存。柔性供应链的建立是以公司对供应链体系的有效控制为重要基础，可进一步提高研发、生产、采购、销售等各环节之间的沟通效率与合作协同。

本项目是对公司现有产能的改造与扩建，将有利于公司更好地掌控生产加工环节，并以一体化的供应链体系为基础，建立快速响应、高效有序、运转顺畅、配置合理的柔性供应链体系。

（3）改善公司仓储物流条件的需要

公司实行集中仓储、直接配送的物流管理方式，旗下品牌的入库成衣与采购原料集中储存于供应链中心下的中心仓库。在各季及波段产品上市期间，由中心仓库直接配送至各直营销售终端与加盟商，不再经中间仓储和二次配送环节。集中仓储、直接配送有利于公司实现快速、及时的市场响应与货品配送，但同时也对公司的仓储设施与物流管理提出了较高要求。受场地空间的限制，公司现有中心仓库的仓储与配货能力已接近饱和，未来将无法支持公司发展规模与运营效率的提升。由此，公司的仓储物流条件需要进一步改善与提高。

本项目在对自有产能进行改造与扩充的同时，将配套建设仓储物流设施，以进一步提高公司仓储与配送能力，加快货品上市速度，提高存货周转率。

3、项目实施的可行性

（1）我国服装市场未来仍具有广阔、巨大的市场空间

受宏观经济增速回落、消费环境相对低迷的影响，我国服装行业在近两年来的整体消费增速有所放缓。尤其对于部分已处于成熟期且进入门槛较低的细分子行业，产品定位同质化、行业产能过剩以及渠道过度扩张，使得部分企业出现“库存积压”和“大规模关店”等现象。

但从长期来看，我国人均收入水平与衣着消费规模仍较发达国家具有较大差距，持续增长的宏观经济与扩大内需、城镇化建设等发展政策奠定了我国服装行业持续增长的长期趋势。尤其对于尚处于成熟期、定位中高档的品牌时装而言，随着国内消费者对个人形象与生活品质的日益重视，品牌化、多样化、时尚化已成为服装消费的重要趋势，消费升级将为行业带来更加广阔、巨大的发展空间。

（2）募投项目建设规模同公司的经营规模与财务状况相适应

截至 2016 年 6 月 30 日，公司总资产规模达 163,904.55 万元，非流动资产总规模达 89,512.67 万元，净资产总规模达 116,216.75 万元。本项目投资金额为 29,141.09 万元，将实现对公司现有生产基地的整体搬迁与改造升级，建设规模与公司的经营规模、财务状况、发展战略相适应。

（3）募投项目建设规模同公司的技术水平与管理能力相适应

公司成熟的自主生产管理经验保证了产能扩张的可复制性。长期以来，为保证高品质的产品质量与快速响应的供应链，公司始终坚持以自主生产为主的一体化供应模式，以掌握核心产品的研发设计与制造加工能力。经过多年的发展，公司供应链中心在工艺流程设计、物料管理、仓储物流、质量控制等方面，积累了丰富的生产经验与成熟的管理体系，并形成了一支高素质的技术团队。在高效成熟的生产管理体系支撑下，公司连续多年被海宁市人民政府评为“亩产效益”综合水平先进企业。项目建设完成后，公司将实现对现有生产基地的整体搬迁与改造升级。经验丰富、高效成熟的生产管理体系将为项目的实施运营提供可靠保证。

2015 年度，公司入库成衣规模达 234 万件，其中自制成衣数量达 108 万件，具备大规模成衣制造的技术水平与管理能力。同时，长期以来，为满足市场与零售终端的产品需求，公司广泛利用委托加工、成衣采购来补充自有产能的不足。本项目的建成将有利于提高公司的自主生产能力与生产技术条件，并为公司未来三到五年的发展奠定重要基础。

（4）品牌知名度与营销网络规模为项目运营提供了销售保证

在品牌推广方面，公司自成立以来始终注重时装品牌知名度、美誉度与认同度的塑造。主导品牌“玖姿”2015 年全国大型零售企业的女装品牌销售排名中，列入市场综合占有率前十大女装品牌之一，并在高端女装品牌销售排名中位列行业第三。同时，“玖姿”品牌于 2012 年 11 月被工信部与纺织工业联合会列入我国《重点跟踪培育的服装家纺自主品牌企业名单》。“玖姿”品牌建设的成功经验，也为“尹默”女装与“安正”男装等品牌奠定了良好的发展基础。

未来，公司将结合各品牌的差异化定位，通过产品设计、门店视觉形象、广告宣传、娱乐营销等多样化、针对性的品牌推广策略，诠释与展现各品牌的风格形象与文化内涵，进一步提高各品牌的知名度、美誉度及忠诚度。

在营销网络方面，公司多年来也不断加大对营销网络的开拓力度，截至 2016 年 6 月 30 日，已在全国 31 个省、自治区及直辖市建立了 897 家门店。庞大的营销网络在公司与消费者之间建立了顺畅的销售渠道。

未来，公司将从“内生式店效提升”与“外延式渠道扩张”两方面，加强营销网络的提升与拓展。在渠道扩张方面，公司将加强向二、三线城市与华南地区的渗透，进一步填补市场空白，并计划利用募集资金在三年内新建 179 家直营门店，以进一步提高公司的直营占比，抢占各城市优质门店资源。在店效提升方面，公司在加强产品研发与门店形象建设的同时，将从日常运营管理、VIP 客户关系管理以及员工服务培训等多个方面推动终端门店运营绩效的提升。

4、项目投资概算

本项目预计总投资 29,141.09 万元，其中建设投资 16,542.44 万元，流动资金 12,598.65 万元，建设期为两年。

（1）建设投资情况

序号	投资类别	金额（万元）	占建设投资比例
1	工程建设费用	12,954.19	78.31%
1.1	建筑工程费	9,329.27	56.40%
1.2	设备购置费（含安装工程）	3,624.92	21.91%
2	工程建设其他费用	2,084.40	12.60%
3	基本预备费	1,503.86	9.09%
4	建设投资合计	16,542.44	100.00%

项目建设投资主要用于在安正产业园内，新建生产厂房、仓储物流及车间办公等设施，合计建筑面积共 61,950 平方米，同时购置先进的工艺设备与配套辅助设备，将公司现有 30 条服装生产线改造、扩建至 45 条，自有产能由现有 150 万件扩充至 250 万件。

（2）流动资金情况

项目流动资金按分项详细估算法计算。结合本项目具体情况，按照各项流动资产和流动负债的周转天数估算，项目投产后正常年份流动资金 12,598.65 万元。

5、项目实施方案要点

（1）项目的技术来源

本项目产品是对公司现有主导品牌时装产品与自有产能的改造与扩建，产品的设计研发技术主要依托公司自有的设计研发团队，生产工艺技术则将结合相关产品特点和设备特征对现有工艺进行优化与提升。

（2）产品工艺流程

本项目产品生产工艺流程详见本招股说明书“第六节 业务和技术”之“四、主营业务的具体情况”之“（四）1、主要产品的生产工艺流程”的相关内容。

（3）主要设备的选型与配置

本项目将对生产设备进行改造升级，搬迁部分原有老厂区设备，淘汰部分使用年限长、能耗高或不能适应产品生产的落后生产能力，新增部分先进生产设备。其中，本项目新增主要设备如下：

序号	设备名称	规格型号	数量（台/套）
1	电子平车	S-7200c	100
2	带刀平缝机	8880-T	64
3	包缝机	MX5214-24	42
4	烫台	CW880	23
5	电剪	ESM8629	12
6	曲折机	KM-2070P-7	8
7	断布机	FS-HI-9866	5
8	珠边机	GL-798B	6
9	电钻	GF1-2	2
10	平台绷缝机	CW-562N-01GB	2
11	预缩机	CW-2800	1
12	验布机	CW-888B	1
13	验布机	CW-899B	1
14	圆头锁眼机	RH-9820-01	1
15	方头绷缝机	CW-562N-01GB	1
16	带刀平缝机	8880-T	41
17	电子平车	S-7200C	422
18	同步车	GC0302CX	1
19	单针单链	GK0058H/GK0038-1	2
20	包缝机	MX5214-24,MX5214-53	73
21	平台绷缝机	CW-562N-01GB	17
22	烫台	CW-660/CW-880/880E	85
23	商标压烫机	30*30	1
24	珠边机	GL-798B	9
25	对丝机	TPM-20	3
26	曲折机	KM-2070P-7	6
27	套结机	LK-1900-ASS	4

序号	设备名称	规格型号	数量（台/套）
28	圆头锁眼机	RH-9820-01	3
29	平头锁眼机	LBH-1790S	4
30	钉扣机	CA-5200	5
31	撬边机	251-12	4
32	粘合机	OP-600SP	1
33	粘合机	OP-900A	4
34	电剪	ESM8629	13
35	电钻	GF1-2	1
36	龙门刀	龙门刀	2
37	验布机	CW-888B/CW-899B	3
38	预缩机	OSP-2000	2
39	烫花机	烫花机	6
40	分线机	分线机	3
41	领袖压领机	定做	1
42	欧西玛翻领机	OP-120P	1
43	欧西玛冷热圆领机	OP-585AB	1
44	欧西玛袖领定型机	OP-588	1
	合 计		**988**

（4）原辅材料与能源供应

本项目的主要原材料为棉、麻、丝、毛、化纤、混纺及丝绸等各类服装纺织面料（含纱线）和纽扣、拉链、毛领、衬布、衣架等辅料。除部分高端面料进口外，其他主要为国产面料。公司面辅料供应商主要位于上海、浙江，交通便利、供货及时。公司与主要原辅材料供应商建立了长期良好的合作关系，并形成了较为稳定的原辅材料进货渠道，原辅材料供应有保障，可以满足本项目需要。

本项目的主要能源为电能、自来水和蒸汽。其中，蒸汽为整烫工艺所用，由公司产业园所在经济开发区集中供应。

（5）项目选址

本项目建设地点位于海宁经济开发区海宁大道东侧、谷水路北侧的安正时尚集团文化创意产业园内。公司该产业园用地已取得“海国用（2013）第 10526 号”《土地使用权证》，合计 128,606 平方米。

（6）环境保护

本项目将采用无污染或少污染的先进工艺和装备，并针对产生的少量污染源加以治理，以达到国家规定的排放标准，严格执行环保设施与主体工程建设“三同时”的原则。

海宁市环境保护局于 2014 年 3 月 26 日出具了《关于安正时尚集团股份有限公司供应链中心项目环境影响报告表的批复》（海环审[2014]41 号），从环境保护角度，同意本项目建设。

（7）项目实施进度安排

本项目建设周期为 2 年，实施进度计划如下表所示：

序号	自然月 / 建设内容	建设期（月）											
		2	4	6	8	10	12	14	16	18	20	22	24
1	建筑工程建设及安装												
2	新增设备考察、谈判、采购												
3	利用原有设备搬迁												
4	设备安装												
5	设备调试												
6	试运转												

（二）项目二：营销网络建设项目

1、项目概况

根据公司现有营销网络的发展状况和业务发展规划，本项目拟针对“玖姿”与“尹默”两个成熟女装品牌，从优化部分现有门店与开拓新增门店两方面，加强公司直营销售网络的建设。其中，优化升级直营门店 117 家，开拓新增直营门店 179 家。

本项目新增门店的选址以一、二线城市为主，约占新增门店总数的 80.44%，以进一步增强公司在一、二线城市重点市场的覆盖深度。在运营业态方面，项目计划以商场联营与店铺租赁的方式新建 143 家商场店、28 家购物中心店及 5 家专卖店，以购置店铺的方式新建 3 家“玖姿”品牌旗舰专卖店。

本项目预计总投资额为 51,272.13 万元，建设期为 3 年。

2、项目实施的必要性

（1）有利于增强公司对营销网络的渠道控制力

强大的终端控制能力是品牌服装企业重要的竞争要素之一。截至 2016 年 6 月 30 日，公司 897 家销售门店中，加盟门店数量为 610 家，占比约 68.00%。在公司发展过程中，优先发展加盟模式有力地推动了公司销售渠道与经营业务的较快成长。随着公司业务的持续发展，为加强销售渠道的统一管理与快速响应，公

司需要进一步提高直营门店的渠道占比，并提高在重点城市和区域的品牌影响力和市场占有率。

本项目的建设将显著提高公司直营门店的渠道占比，增强公司对营销网络的渠道控制力。一方面，通过统一的直营门店管理，公司可以快速、有效的推行销售政策、协调货品调拨；另一方面，直营门店可有效缩短代理链，有利于公司对消费者的反馈做出快速响应。

（2）有利于提升公司在重点市场的品牌影响力

一、二线城市仍然是我国中高档成熟女装消费群体的主要集中地，不断提升品牌在一、二线市场的市场份额和品牌形象，是包括公司在内的众多国内品牌服装企业的重要市场战略。

本项目通过营销渠道的扩建，在全国新增 179 家直营门店，其中一级城市新增 63 家直营门店，二级城市新增 81 家直营门店，占总增加门店数的 80.44%。本次营销网络的扩建，将提高公司在一、二线城市的直营门店数量，加深公司对重点市场的覆盖深度。未来，一、二线城市直营门店所具有的标杆示范效应，将为公司向三、四线市场的下移奠定坚实基础。

（3）有利于提高公司在销售环节的盈利能力

商品流通环节通常占据了服装等日常消费品的重要利润空间。加盟门店在公司的零售网点中占据了较高比例，加盟门店则由加盟商以出厂价格买断销售，使大量的收入和利润未能被品牌企业所获取。本项目直营终端的优化与拓展，将进一步提高公司直营门店的渠道占比，在增强对销售渠道控制力的同时，获取更多零售环节的利润空间，增强公司整体的盈利能力。

同时，通过优化与新建直营门店、建立具有品牌示范效应的旗舰店，在进一步加强市场覆盖的同时，将有利于加深消费者对公司品牌的形象认知，提高品牌知名度与认同度，从而促进公司整体业绩的提高。

3、项目实施的可行性

（1）我国服装市场未来仍具有广阔巨大的市场空间

随着我国经济的发展与国民收入的提高，未来我国服装市场容量将进一步扩大。详见本节“二、募集资金运用项目介绍”之“（一）供应链中心改扩建项目”

之“3、项目实施的可行性”之“（1）我国服装市场未来仍具有广阔巨大的市场空间”。

（2）募投项目建设规模同公司的经营规模与财务状况相适应

本项目计划利用募集资金于三年建设期内在全国范围新增 179 家直营门店，并计划于两年内优化升级 117 家直营门店，符合公司加大直营渠道规模及占比，提升直营门店形象的发展战略。

截至 2016 年 6 月 30 日，公司总资产规模达 163,904.55 万元，非流动资产总规模达 89,512.67 万元，净资产总规模达 116,216.75 万元；2015 年度，公司实现主营业务收入 122,303.38 万元，其中直营模式下实现收入 36,492.88 万元，比 29.84%。本项目建设期内年平均新增门店数量约 60 家，约占公司现有直营门店数量的 25%，占现有零售门店总数的 6.5%。公司直营门店的稳步扩张，符合公司现有经营规模、财务状况及未来三到五年的发展需要。

（3）募投项目建设规模同公司的技术水平与管理能力相适应

截至 2016 年 6 月 30 日，公司零售门店数量达 897 家，其中直营门店 287 家，具有建设与运营本项目相适应的技术水平与管理能力。经过十余年的发展，公司形成了较为完善的门店拓展管理制度，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，如人员培训、货品管理、商品陈列、财务结算等，确保公司终端管理的规范化、统一化。此外，公司已与卓展、百联、王府井、太平洋、大商、银座集团等众多商业集团建立了广泛而深入的合作，也为公司直营门店的拓展奠定了良好基础。公司成熟丰富的门店拓展和管理经验为本项目的顺利实施提供了有力保证。

4、项目投资概算

本项目预计总投资 51,272.13 万元，其中建设投资 38,274.02 万元，流动资金 12,998.11 万元，建设期为三年。

（1）建设投资情况

序号	投资类别	金额（万元）	占建设投资比例
1	工程建设费用	35,815.54	93.58%
1.1	门店购置费	20,000.00	52.25%
1.2	门店装修费	15,511.07	40.53%
1.3	设备购置费	304.48	0.80%

序号	投资类别	金额（万元）	占建设投资比例
2	工程建设其他费用	635.91	1.66%
3	基本预备费	1,822.57	4.76%
4	建设投资合计	38,274.02	100.00%

（2）流动资金情况

项目流动资金按分项详细估算法计算，结合本项目具体情况，按照各项流动资产和流动负债的周转天数估算，项目建成后正常年份流动资金 12,998.11 万元。

5、项目实施方案要点

（1）门店运营模式

本项目所建门店的经营均采用直营模式，该模式的具体内容详见本招股说明书“第六节 业务与技术”之“四、（三）公司主要经营模式”之“6、销售模式”。

根据商业运营业态的不同，终端门店可分为商场店、专卖店和购物中心店（shopping mall，又称“Mall 店”）。专卖店和购物中心店一般采用租赁方式取得门店经营权；商场店一般采用与商场联营的方式，由商场提供经营场地，公司负责组织货源与销售服务，商场从门店的销售收入中提取一定比例的扣点作为联营收入。本项目新建门店的商业形式如下：

类型	玖姿	尹默	合计
商场店	71	72	143
购物中心店	28	—	28
专卖店	8	—	8
合计	**107**	**72**	**179**

（2）门店选址方案

1）优化现有门店

本项目将选择现有销售业绩好、增长空间大的优质直营门店进行优化升级，通过提升门店装修品质和或扩大门店面积、调整门店位置，提高门店形象、改善门店布局，使门店绩效在原有基础上获得更大幅度的提升，计划优化“玖姿”品牌门店 90 家，“尹默”品牌门店 27 家。

2）新增门店选址

基于“玖姿”与“尹默”两女装品牌的客群定位，以及直营模式的高层级市场定位，公司首先须保证对一、二级城市的深度覆盖，增强在一、二线市场的标杆作用及市场份额。同时，随着城市化建设的持续推进，国内部分三、四级城市

的市场需求增长迅速，公司直营模式将选择性的向三、四级城市下沉，挖掘与把握该类市场的消费潜力。

本项目计划三年内在全国新建 179 家直营门店，其中一级城市新增 63 家门店，二级城市新增 81 家门店，三级城市新增 29 家门店，四级城市新增 6 家门店。新增门店的主要商业形式与城市分布情况如下：

城市分布	数量（家）				面积（平米）			
	百货	专卖店	Mall	合计	百货	专卖店	Mall	合计
一线城市	44	2	16	**62**	4,030	900	2,500	**7,430**
二线城市	66	4	12	**82**	6,410	1,280	2,040	**9,730**
三线城市	28	1	-	**29**	2,660	400	-	**3,060**
四线城市	5	1	-	**6**	560	400	-	**960**
合计	**143**	**8**	**28**	**179**	**13,660**	**2,980**	**4,540**	**21,180**

各品牌直营门店的城市选址情况如下：

类型	玖姿直营店	尹默直营店
城市选址	北京、上海、广州、天津、深圳、杭州、厦门、成都、沈阳、苏州、济南、东莞、长沙、温州、珠海、三亚、南宁、南昌、昆山、福州、株洲、郑州、张家港、岳阳、义乌、宿迁、邢台、无锡、台州、青岛、奉化、丹阳、慈溪、郴州、常德	北京、上海、广州、深圳、成都、贵阳、杭州、南京、苏州、太原、重庆、沈阳、合肥、兰州、洛阳、青岛、郑州、鞍山、大连、大庆、福州、哈尔滨、海口、淮安、吉林、江阴、溧阳、南充、南通、宁波、厦门、泰安、天津、温州、武汉、西安、西昌、徐州、盐城、宜宾、宜兴、银川、长春、长沙、淄博

3）门店购置计划

根据现有营销网络的分布情况与业务发展规划，公司计划在拟建设的 8 家专卖店中，选择北京、成都和上海三地的重点商圈，以购买店铺的形式新建 3 家“玖姿”品牌旗舰专卖店，以旗舰店的形式加强品牌形象的展示与宣传。

序号	城市	建设时间	面积㎡	购置成本（万元）
1	北京	第一年	500	6,000
2	成都	第二年	500	8,000
3	上海	第三年	400	6,000

（3）环境保护情况

本项目为营销网络建设，属非生产型项目。海宁市环境保护局于 2014 年 11 月 20 日出具了《建设项目环境影响登记表审批一件》（海环经审登[2014]03 号），同意本项目实施建设。

（4）项目实施进度

本项目建设期 3 年，公司根据各城市门店建设需求的紧迫性以及门店资源的可获得性，合理规划门店建设的进度。建设期第一年拟优化门店 61 家、新增门店 51 家，第二年优化门店 56 家、新增门店 53 家，第三年新增门店 75 家。

（三）项目三：研发中心建设项目

1、项目概况

本项目预计总投资为 2,458.73 万元，全部为建设投资。本项目的主要内容为新建总建筑面积约 5,894 平方米的研发中心，并购置先进的设计研发设备和软件，以形成具有较高水准的时装产品设计研发与产品展示中心。

2、项目实施的必要性

（1）有利于增强公司的核心竞争力

产品设计是服装产品表现品牌形象与独特风格的关键形式，尤其对于品牌时装而言，产品研发设计能力直接影响企业的市场竞争力，也是国内品牌与国际品牌最主要的差距所在。

近年来，品牌服装企业在设计研发方面大幅增加投入，以期通过设计研发实力的提高，增强企业软实力，在趋于同质化的市场竞争中异军突起，提高产品的市场占有率。在这一行业背景下，公司实施研发中心建设项目，有利于公司提高自主设计研发水平，增强公司的核心竞争力。

（2）有利于提高产品与品牌附加值

近年来，居民收入的持续提高及消费结构升级，带动了品牌服装企业的快速发展。塑造具有知名度、美誉度与认同度的品牌，已成为企业重要的竞争要素之一。同时，品牌建设的核心途径之一是通过产品的款式设计、面料应用、版型研发等产品视觉形象、穿着感受，表现品牌特定的形象风格与文化内涵。

研发中心建设项目的实施，将为公司的品牌建设提供紧密合作的专业设计团队和技术支持，充分保证了公司旗下各品牌差异化的设计风格，可以体现在每一件产品的款式、色彩、面料及工艺质量上，为消费者带来更好的穿着体验与品牌认同，从而进一步提高公司产品的附加值与竞争力。

3、项目实施的可行性

（1）加强研发体系建设符合国家宏观政策与行业发展趋势

《国民经济和社会发展第十二个五年规划纲要》中提出的五项基本要求之一是“坚持把科技进步和创新作为加快转变经济发展方式的重要支撑”。在“改造提升制造业”中提出“鼓励企业增强新产品开发能力，提高产品技术含量和附加值，加快产品升级换代”。国家政策鼓励企业建立设计研发中心，提高产品附加值和文化内涵，增加智力劳动的价值，变“中国制造”为“中国创造”。

近年来，随着传统服装行业的转型升级，国内众多品牌服装企业在成立设计研发中心、招募优秀设计人才、加强产学研合作、引进先进研发设备和软件等方面不断加大投入，并已成为服装行业重要的发展趋势与竞争基础。

本项目旨在通过公司研发中心的建设，进一步提高公司的自主创新能力，加强品牌竞争力，提高产品附加值，符合了国家政策导向，顺应了行业发展的趋势。

（2）募投项目建设规模同公司的经营规模与财务状况相适应

截至 2016 年 6 月 30 日，公司总资产规模达 163,904.55 万元，非流动资产总规模达 89,512.67 万元，净资产总规模达 116,216.75 万元。同时，公司始终重视技术研发与产品开发的持续投入，2013 年至 2016 年 1-6 月，研发支出分别为 5,286.85 万元、5,347.55 万元、5,596.91 万元和 2,583.05 万元。本次研发中心建设总投资 2,458.73 万元，旨在进一步提高公司研发体系的基础设施与软硬件条件，符合公司经营规模、财务状况与发展战略。

（3）募投项目建设规模同公司的技术水平与管理能力相适应

自成立以来，公司始终重视产品的设计研发，致力于为消费者提供时尚、舒适、高品质的品牌时装。截至 2016 年 6 月 30 日，公司共拥有 59 项专利与 38 项软件著作权。公司在设计研发方面多年的努力与积累，为本项目的顺利实施提供了丰富、宝贵的实践经验与有力保障。

经过多年的努力，公司的设计研发队伍也快速发展壮大，目前已经拥有一大批设计理念先进、设计经验丰富的专业设计研发人员。核心的设计研发人员通过对外交流、培训、参观和旅行等方式，激发设计灵感，紧跟潮流趋势，对商品企划、产品设计、版型研发进行不断创新与完善。同时，公司积极与国际流行趋势、

色彩分析等研究机构和知名设计师合作交流，以开放创新的研发机制，培育具有国际水准的自主品牌设计师团队。

4、项目投资概算

本项目预计总投资 2,458.73 万元，全部为建设投资。具体投资构成如下：

序号	投资类别	金额（万元）	所占比例
1	工程费用	2,256.57	91.8%
1.1	建筑建设与装修费用	1,684.75	68.5%
1.2	软件投资费用	232.00	9.4%
1.3	硬件投资费用	339.82	13.8%
2	工程建设其他费用	85.08	3.5%
3	基本预备费	117.08	4.8%
4	建设投资合计	2,458.73	100.0%

5、项目实施方案要点

（1）项目定位

本项目将建设集流行趋势分析、款式企划设计、版型设计开发、面料研究开发、技术工艺研发、样衣制造、高级定制以及创意和产品展示等多功能为一体的现代化研发中心。研发中心的结构布局如下：

序号	建筑物名称	建筑面积（平方米）
1	研发办公间	2,195.00
2	样衣制作间	1,989.00
3	创意和作品展示厅	1,710.00
合计		**5,894.00**

本项目建成后将进一步完善和强化公司产品研发体系，并顺应市场需求增设高级定制部，以及研发中心的创意与产品展示功能，进而形成更加完善的自主设计研发体系，打造国内一流的品牌时装设计研发与产品展示中心。

（2）组织结构

本项目将在公司现有设计研发中心的基础上，继续保留各品牌事业部设计研发子部门的职责，新建高级定制部，与现有的玖姿设计研发部、尹默设计研发部、安正设计研发部组成安正时尚设计研发中心。

各品牌设计研发部采用设计总监负责制，配备设计总监助理一名，并下设企划设计组、工艺技术组和买手组。高级定制部下设客服组和跟单组。

（3）研发流程

研发设计流程详见本招股说明书“第六节 业务和技术”之“七、技术与研发情况”之“（二）产品研发流程”。

（4）主要设备

本项目是对公司现有研发中心的改造升级，以各品牌研发子部门以及新增设的高级定制部为基础，购置软硬件设备。

“玖姿”品牌研发部新增设备选型方案如下：

序号	设备名称	品牌型号	数量（台/套）
1	**软件设备**		
1.1	CAD 服装设计系统（款式设计）	法国 Lectra	2
1.2	CAD 服装打版系统（打版放码）	法国 Lectra	3
1.3	三维人体试衣系统	德国 Vidya	1
1.4	服装数据库	上海和鹰	1
2	**样衣制作设备**		
2.1	电脑单层裁床	上海和鹰	1
2.2	自吸风熨烫台	佳田 YTT-B-5	4
2.3	平缝机	兄弟牌	9
2.4	包缝机	兄弟牌	4
2.5	粘合机	德国砍尼吉赛 KV600	1
2.6	双针机	中捷 8450	1
2.7	撬边机	杜克普 271-140342	1
2.8	毛衫电脑横机	日本岛精 MACH-2X	1
2.9	圆盘缝合机	福马	1
2.10	全自动洗涤脱水一体机	三洋	2
3	**办公设备**		
3.1	台式电脑	Apple iMAC	4
3.2	相机	佳能 EOS 套机	1
3.3	A4 彩色激光打印机	佳能 5050N	1
3.4	A4 彩色喷墨打印机	爱普生 L801	1
3.5	高清彩色复印机	佳能 FC290S	1
3.6	高分辨率扫描仪	佳能 700F	1
3.7	电脑绘图板	WACOM 影拓五代	2

注：以上设备中三维人体试衣系统、服装数据库、粘合机、全自动洗涤脱水一体机为三个品牌设计研发部公用设备。

“尹默”品牌研发部新增设备选型方案如下：

序号	设备名称	品牌型号	数量（台/套）
1	**软件设备**		
1.1	CAD 服装设计系统（款式设计）	法国 Lectra	1
1.2	CAD 服装打版系统（打版放码）	法国 Lectra	3

序号	设备名称	品牌型号	数量（台/套）
2	**样衣制作设备**		
2.1	自吸风熨烫台	佳田 YTT-B-5	4
2.2	平缝机	兄弟牌	9
2.3	包缝机	兄弟牌	4
2.4	双针机	中捷 8450	1
2.5	撬边机	杜克普 271-140342	1
2.6	毛衫电脑横机	日本岛精 MACH-2X	1
2.7	圆盘缝合机	福马	1
3	**办公设备**		
3.1	台式电脑	Apple iMAC	4
3.2	相机	佳能 EOS 套机	1
3.3	A4 彩色激光打印机	佳能 5050N	1
3.4	A4 彩色喷墨打印机	爱普生 L801	1
3.5	高清彩色复印机	佳能 FC290S	1
3.6	高分辨率扫描仪	佳能 700F	1
3.7	电脑绘图板	WACOM 影拓五代	2

“安正”品牌研发部新增设备选型方案如下：

序号	设备名称	品牌型号	数量（台/套）
1	**软件设备**		
1.1	CAD 服装设计系统（款式设计）	法国 Lectra	1
1.2	CAD 服装打版系统（打版放码）	法国 Lectra	2
2	**样衣制作设备**		
2.1	自吸风熨烫台	佳田 YTT-B-5	4
2.2	平缝机	兄弟牌	2
2.3	包缝机	兄弟牌	2
2.4	双针机	中捷 8450	1
2.5	撬边机	杜克普 271-140342	1
2.6	双线锁式线迹平缝机	杜克普 272-640642	1
2.7	西裤裤腰压影子线缝纫机	杜克普 550-5-5-2	1
2.8	西裤拼缝单针链式机	杜克普 550-8-3	1
2.9	套结机	杜克普 512-211	1
2.10	袖笼预融起皱机	杜克普 552-12-12	1
2.11	上袖机	杜克普 550-16-26-01	1
2.12	圆头锁眼机	杜克普 580-121	1
2.13	平头锁眼机	杜克普 540-100-01	1
2.14	钉扣机	杜克普 532-211	1
2.15	缝合袖笼并同时修边	杜克普 697-24155	1
2.16	上衣开袋机	杜克普 745-34-3B	1
2.17	裤子开袋机	杜克普 745-35S	1
2.18	自动拼缝机	杜克普 1281-5-1	1
2.19	明缝西裤左门襟	杜克普 1931-5	1

3	**办公设备**		
3.1	台式电脑	Apple iMAC	4
3.2	相机	佳能 EOS 套机	1
3.3	A4 彩色激光打印机	佳能 5050N	1
3.4	A4 彩色喷墨打印机	爱普生 L801	1
3.5	高清彩色复印机	佳能 FC290S	1
3.6	高分辨率扫描仪	佳能 700F	1
3.7	电脑绘图板	WACOM 影拓五代	2

高级定制部新增设备选型方案如下：

序号	设备名称	品牌型号	数量（台/套）
1	**样衣制作设备**		
1.1	三维人体测量系统（固定式）	上海和鹰	1
1.2	三维人体测量系统（便携式）	上海和鹰	1
2	**办公设备**		
2.1	台式电脑	Apple iMAC	3

（5）项目实施地点

本项目建设地点位于海宁经济开发区海宁大道东侧、谷水路北侧的安正时尚文化创意产业园内，研发中心建筑面积约为 5,894 平方米。公司该产业园用地已取得“海国用（2012）第 04244 号”与“海国用（2013）第 02388 号”《土地使用权证》。

（6）环境保护情况

本项目建设内容为研发中心建设，属非生产型项目。海宁市环境保护局于 2014 年 3 月 26 日出具了《关于安正时尚集团股份有限公司研发中心建设项目环境影响报告表的批复》（海环审[2014]40 号），从环境保护角度同意本项目建设。

（7）项目实施进度

本项目建设期为 2 年，建设内容有前期准备、场所装修、设备采购、设备安装、安装调试、机构调整设置、人才招聘培训等，具体进度如下：

序号	项目	第一年						第二年					
		2	4	6	8	10	12	2	4	6	8	10	12
1	前期准备												
2	房屋建设和装修												
3	设备采购												
4	安装调试												
5	人才招聘培训												
6	机构调整设置												

（四）项目四：信息系统建设项目

1、项目概况

本项目预计总投资为 8,937.40 万元，全部为建设投资。项目内容主要为完善和升级现有企业信息系统，涉及相关软、硬件设备购买与机房建设。

2、项目实施的必要性

（1）有利于公司完善现有信息系统

公司信息化建设已经具备一定基础，但覆盖面与功能性仍有待进一步提高。面对公司业务的持续发展，公司信息系统软硬件设备的处理能力已日趋饱和，无论是硬件设备的性能与容量，还是软件的系统架构、覆盖范围都存在迫切的升级或更新的要求。例如，公司现有系统已经难以满足数据激增的运行处理压力，并尚未建立完整的数据中心等。

同时，信息系统的完善可以使公司实现信息流的整合和贯通，取代通过传统有形介质的信息流通和分析模式。通过信息系统提供的多种分析功能，可以对海量数据进行多角度、多层次的分析，然后将分析结果转化为企业高层决策所需要的直接信息，从而提高决策的高效、科学和合理性。

（2）有利于公司有效掌控营销体系

截至 2016 年 6 月 30 日，公司拥有零售网点 897 家，分布于全国 31 个省、自治区和直辖市。未来，根据公司业务发展目标，终端门店的数量与经营的规模将进一步增强。为做到对未来市场销售形势的及时掌握，公司必须对门店具有极高的掌控能力，需要将每日的销售数据进行快速的收集、整合，并与财务系统建立及时、高效、准确的对接，以便于集团对庞大渠道体系的有效掌控。因此，建立一套适合公司新营销网络体系的信息系统，具体实施面向直营与加盟所有门店的、功能全面的分销、零售系统，将是公司实现对营销体系有效掌控的必需条件。

（3）有利于公司提升供应链管理能力

公司目前已形成了从设计研发、原材料采购、加工生产、物流到最终销售的完整供应链体系，供应链系统运行的通畅程度，很大程度上决定了整个企业的运行是否顺畅。

未来，随着公司销售规模、营销网点的不断扩大，供应链体系的规模与复杂程度也会提高，管理难度将大大增加。面对订货、采购、设计研发、生产、物流、销售等繁杂过程，公司只有通过完整的信息化体系，才能将供应链中的所有环节有效的串联起来，使得企业运营的每个环节都能将自身的调整快捷有序的传递到上下游以及整个企业，从而提高快速反应能力，实现供应链管理的升级。

3、项目实施的可行性

（1）信息化建设符合国家与行业宏观政策导向

2006 年，中共中央办公厅、国务院办公厅印发了《2006-2020 年国家信息化发展战略》，其中信息化发展战略重点的第一条即为推进国民经济信息化，同时提出，在全球信息化发展的大趋势下，要大力推进企业的全面信息化建设、贯彻落实科学发展观、广泛应用信息技术，改造和提升传统产业，发展信息服务，推动经济结构战略性调整。2012 年，工业和信息化部发布了《纺织工业“十二五”发展规划》指出，提升行业信息化水平是纺织工业“十二五”期间的重点任务。同时，各级地方政府也相继出台了鼓励企业信息化建设的导向性政策措施，积极的产业政策极大地鼓舞了企业信息化建设的热情，同时也为企业营造了利用信息技术手段推动企业技术创新、管理创新的良好环境。

同时，为满足企业对信息技术日益增长的服务需求，国内外涌现了一大批以信息咨询服务为主的技术服务机构，形成了各类深入、专业、适应企业发展需求的信息技术服务平台。同时，相应的信息应用软件技术也日益成熟，产品应用范围已经从过去单一的财务领域向全供应链扩展，能为品牌服饰企业提供成熟、完整、高效的信息化整体解决方案，形成了促进行业与企业发展的内在动力。

（2）募投项目建设规模同公司的经营规模与财务状况相适应

截至 2016 年 6 月 30 日，公司总资产规模达 163,904.55 万元，非流动资产总规模达 89,512.67 万元。同时，公司零售门店已发展至 897 家，并即将突破 1,000 家的零售网络规模。现有信息化管理系统在企业资源管理、零售网络运营以及产品仓储系统等方面需要进一步提升，以满足公司持续增长对信息系统、经营管理的需求。公司本次信息系统建设投资 8,937.40 万元，主要包括企业资源计划（ERP）系统、移动终端应用系统与仓储管理（WMS）系统三方面建设内容，符合公司经营规模、财务状况与发展需要。

（3）募投项目建设规模同公司的技术水平与管理能力相适应

公司一直以来非常重视信息系统的建设工作，并在多年的持续完善与系统更新过程，积累了丰富的实践管理经验。2009 年，为使企业具有对订单和供货快速反应和持续补充库存的能力，公司新上伯俊分销资源计划（DRP）系统，并建立集团邮件系统、腾讯通企业即时通讯系统。2010 年，为满足更多更灵活的促销策略实施、VIP 管理和报表统计，公司在淘汰原有 EMAX 系统的基础上，对 DRP 系统和 POS 系统进行升级。2011 年，公司购进贯信的协同办公系统平台，自主开发门店生命周期、形象管理、资产管理、时间管理等功能，形成目前使用的办公自动化（OA）系统。2012 年，贯信订货系统的上线运行，实现了公司订货的科学合理；同年 6 月，公司采用用友 NC 系统中的人力资源模块，实现人力资源管理工作的信息化。经过多年信息化建设的工作，公司已具备了一定的软硬件设备基础与实践经验，为下一步的系统升级与整合打下了坚实基础。

同时，为满足公司未来的信息体系建设，公司已成立了独立的信息技术中心，专门运作管理公司的信息系统。信息技术中心成立以来，培养并汇聚了一大批既了解公司业务又掌握信息技术的技术骨干，为本项目的建设与实施提供了有力的人才保障。

4、项目投资概算

本项目预计总投资 8,937.40 万元，全部为建设投资。具体投资构成如下：

序号	投资类别	金额（万元）	所占比例
1	**工程费用**	8,366.30	93.60%
1.1	软件投资费用	5,909.80	66.10%
1.2	硬件投资费用	2,076.20	23.20%
1.3	机房建设投资费用	380.30	4.30%
2	**工程建设其他费用**	145.50	1.60%
3	**基本预备费**	425.60	4.80%
	建设投资合计	8,937.40	100.00%

5、项目实施方案要点

（1）项目建设内容

1）项目整体架构

公司信息系统整体架构由基础设施层、数据层、应用层、门户层以及信息化安全保障体系所组成。

其中，基础设施层涉及互联网、办公外网和办公内网三个部分，建设内容主要包括公司局域网络、服务器与存储系统的搭建，以及配套基础软件与终端设备等；数据层包括各业务系统数据库管理系统、基础代码库、客户数据库、公司资源数据库、数据仓库等，为应用提供数据支持；应用层是公司信息化体系的核心层面及面向最终用户的层面，主要包括面向客户的外部服务系统、面向内部员工的业务系统与支持系统；门户层主要包括面向外部客户、合作伙伴的服务门户和面向内部工作人员的协同办公门户，应用层与门户层一起，构成公司的客户服务平台、经营管理平台和事务处理平台；信息化安全保障体系主要是面向信息化应用的通用安全服务，包括各个层次的安全措施，提供认证和授权的平台。

2）应用系统建设

本项目的应用系统建设主要包括企业资源计划（ERP）系统、移动终端应用系统与仓储管理（WMS）系统三方面内容。

考虑到未来集团营销体系的发展规模以及目前系统的应用现状，本项目确定未来 ERP 系统包括商品计划、企业资源计划、全面预算管理、NETWEAVER.PI、商业智能及其他功能六大子系统，各系统的主要模块与功能如下：

序号	子系统名称	主要模块	功能说明
1	商品计划（MAP）	商品财务计划	高级、战略性以及低级的详细财务计划
		商品品类计划	品类计划、品类规划、品类销售、品类库存、商品组合
		单品计划	计划流程、透视单品绩效和财务目标，执行单品销售策略
2	企业资源（ERP）	财务会计（FI、CO）	应收、应付、总账、合并、投资、基金、现金管理等
		采购物流（MM）	采购计划、采购订单管理、采购监控、物流发货等
		生产制造（PP））	工厂数据、生产计划、外协管理、能力计划、成本核算等
		品质管理（QM）	原辅料质量监控、外协生产的产成品质量监控、质量审核
		销售管理（SD）	销售计划、询价报价、订单管理、运输发货、分销网络等
		服装行业解决方案（AFS）	在产品规格、类别、季节性采购、库存、生产、销售、成本核算等方面的个性化需求

序号	子系统名称	主要模块	功能说明
		零售行业解决方案（IS-Retail）	针对零售行业提供的增强引擎，主要进行商品管理、供应链管理、门店管理等功能
3	全面预算管理（BPC）		全方位预算管理，是对集团现有财务预算管理体系的优化
4	商业智能（BI）		绩效分析、数据仓库、合并报表、预警管理、BO决策分析展现、商品分类计划
5	NETWEAVER PI		利用 NETWEAVER 技术，将不同的软件连接起来，提供更方便、快捷的信息共享与协调服务
6	其他功能		根据系统建设需要，为满足特殊需求，增添针对部分主业务系统的辅助性功能模块

移动终端是指可以在移动中使用的计算机设备，广义上包括手机、笔记本电脑、平板电脑、POS 机等。该系统可以将应用服务功能扩展到移动终端上，同时将终端信息特别是门店和市场等信息反馈到应用服务中，实现个体化的信息交换、信息获取、信息共享。本项目确定未来移动终端应用包括会员互动、门店零售、门店服务流程、手机应用、后台业务、门店六大模块。

随着业务的高速增长，以及新的营销网络和供应链体系形成，公司仓储管理（WMS）系统面临升级的必要，升级后实现的主要功能包括货位管理、产品质检、产品入库、物料配送、产品出库、仓库退货、仓库盘点、库存预警、质量追溯、其他功能等十大模块。

3）软件选型方案

本项目主要软件产品包括应用系统、平台软件、管理与安全软件。

应用系统选型方案如下：

序号	软件名称	拟选软件供应商/版本
1	ERP 系统	SAP/AFS+IS-Retail
2	移动终端应用系统	微策略
3	WMS 系统	曼哈特（manhattan）

平台软件选型方案如下：

序号	软件名称	拟选软件供应商/版本
1	办公软件	SAP/AFS 行业解决包
2	个人电脑操作系统	微软/Windows 8
3	服务器操作系统（1）	微软/Windows Server 2012
4	服务器操作系统（2）	微软/WinSvrCAL 2012 客户端访问许可
5	服务器操作系统（3）	微软/LinuxEnterprise
6	数据库软件（1）	微软/SQL Server2012 企业版
7	数据库软件（2）	Oracle Real Application Clusters

序号	软件名称	拟选软件供应商/版本
8	数据库软件（3）	Oracle Database Enterprise Edition 10G/11G 企业版
9	邮件应用	微软/Exchange 2013 企业版
10	虚拟化	VM/VMware vSphere 5 Standard

管理与安全软件选型方案如下：

序号	软件名称	拟选软件供应商
1	网络安全系统	Viacontrol
2	计算机深度安全防护软件	Trendmicro
3	信息安全系统[a]	盈格
4	备份容灾软件	Symantec
5	业务系统防护（1）	Nsfocus
6	业务系统防护（2）	Trendmicro

4）硬件选型方案

本项目主要硬件产品包括服务器与存储设备、网络与网络安全设备、终端与 I/O 设备。

服务器与存储设备选型方案如下：

序号	设备名称	拟选品牌/型号
1	存储磁盘阵列（园区）	EMC/HP 3PAR（70TB）
2	存储磁盘阵列（上海）	EMC/HP 3PAR（10TB）
3	容灾存储磁带库（园区）	IBM/TS3310
4	容灾存储磁带库（上海）	IBM/TS3200
5	服务器	IBM/X3850
6	小型机	IBM/P740
7	总部云服务	上海诺康

网络与安全设备选型方案如下：

序号	系统名称	设备名称	拟选品牌/型号
1	容灾系统	容灾光纤交换机	Brocade/300
		容灾链路优化设备	Sangfor/AD
2	业务安全系统	应用负载	Sangfor/ADP
		业务系统分析	Sangfor/APM
		边界安全接入	Sangfor/VSP
		安全分区防护	Sangfor/NGAF
3	出口入侵防御	入侵防御保护	Nsfocus/IDP
4	网络准入	网络安全准入	Symantec
5	防火墙	防火墙	Juniper/SRX650
6	上网行为管理	网关设备	Sangfor/SG4500
7	多链路负载	链路负载均衡	Sangfor/AD
8	机房网络设备	双核心冗余备份（1）	CISCO/6509E

序号	系统名称	设备名称	拟选品牌/型号
		双核心冗余备份（2）	CISCO/4506
		统一无线控制	CISCO/5508-500

（2）项目实施地点

本项目建设地点位于海宁市经济开发区海宁大道东侧、谷水路北侧的安正时尚集团文化创意产业园内，机房面积约为 120 平方米。公司该产业园用地已取得“海国用（2013）第 10526 号”《土地使用权证》。

（3）环境保护情况

本项目建设内容为信息系统升级改造，属非生产型项目。海宁市环境保护局于 2014 年 11 月 20 日出具了《建设项目环境影响登记表审批意见》（海环经审登[2014]04 号），同意本项目实施建设。

（4）项目建设进度

本项目建设期为 3 年，项目进度安排如下：

序号	任务名称	第一年				第二年				第三年			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	移动终端应用一期												
2	ERP 一期												
3	移动终端应用二期												
4	ERP 二期												
5	移动终端应用三期												
6	ERP 三期												
7	WMS 系统升级												

（五）项目五：补充流动资金等其他与主营业务相关的运营资金

1、项目概况

为增强公司资金实力、进一步降低运营成本，支持公司主营业务持续、快速、健康发展，结合行业特点、现有规模及成长性、资金周转速度等因素，公司计划将本次公开发行股票募集资金中的 30,000 万元用于补充流动资金等其他与主营业务相关的营运资金。

2、运营安排

公司将严格执行中国证监会、上海证券交易所有关募集资金使用的规定，并按照募集资金专项管理制度等相关规定对流动资金进行管理。在具体使用过程

中，公司将根据业务发展进程，在科学测算和合理调度的基础上，合理安排该部分资金投放的进度和金额，保障募集资金的安全和高效使用，不断提高股东收益。

3、补充流动资金等其他与主营业务相关的运营资金的必要性

我国成熟女装行业处于较快发展的成长期，公司在过去三年实现了稳步增长，2013 年、2014 年和 2015 年营业收入依次为 114,078.65 万元、117,211.48 万元、122,489.17 万元，增长情况与行业可比公司基本相符。在保持该增长趋势的情况下，随着公司未来直营渠道占比的逐步提升，以中高档成熟女装品牌的运营特征为基础，考虑总部产业园固定资产建设对公司资金状况的影响，以及新品牌的培育投入与潜在扩张对资金储备的需求，公司拟使用本次发行募集资金中的 30,000 万元补充主营业务运营相关流动资金。

（1）本次补充运营资金有利于改善公司财务状况，满足公司业务持续增长对流动资金的需求

报告期内，公司终端渠道数量保持持续增长。截至 2016 年 6 月 30 日，公司零售门店数量已达 897 家。同时，根据公司规划，本次发行募投项目计划在三年间新增直营门店 179 家，进一步增强公司在一二线城市的直营渠道及收入占比。

公司经营规模的持续扩张，需要在增加门店建设与维护的同时，加大后端的产品供应与前端的商品铺货，配套流动资金需求也将随之增加。

在产品供应方面，公司在加盟商及直营零售端分季集中订货后，为组织自主生产与委托加工，需要先使用自有资金采购原材料、支付委托加工费与成衣采购款。由此，该订货、备货模式决定了公司需保持较高的流动资金量。

在商品销售方面，随着公司直营渠道占比的提高，公司将存货占用资金的情况将更为显著。直营模式下，公司需要为直营门店配置足够的款式、尺码、货品，该等库存商品在销售给消费者前都将形成对资金的占用。截至 2015 年 12 月 31 日，公司存货净额为 40,360.17 万元，并随公司业务规模的增长而提高。由此，在保证产品备货及时、充分的情况下，直营渠道占比及业务规模的持续增长，需要公司具有更为充足的流动资金。

（2）本次补充运营资金有利于改善公司财务状况，缓解总部产业园建设对公司运营资金的影响

公司原有生产基地始建于 2000 年初，建筑面积仅约 25,000 平方米，厂区空间布局与生产设施虽经多次改进与优化，但已无法满足公司运营发展的需要。为此，公司于 2012 年在海宁经济开发区新征建设用地约 128,000 平方米，计划分两期建设集研发、生产、仓储、展示及管理为一体的安正产业园，以将公司总部运营与生产的软硬件设施提升至一个新的发展平台，为未来五到十年的持续增长及公司长期发展目标的实现奠定坚实基础。

本次募集资金投资建设的供应链中心改扩建项目、研发中心建设项目及信息系统建设项目，均是公司产业园建设的重要组成部分。随着公司产业园基地的建设运营，公司在未来三内将会出现较为集中的大规模固定资产投入。由此，总部产业园的建设将使用大量资金，为不影响日常运营的资金供应，公司需要同时补充流动资金。

（3）补充流动资金有利于增强公司资本实力，强化公司多品牌经营发展的核心竞争力

公司实行多品牌经营战略，组建了一个品牌风格多样互补、市场定位差异有序的多品牌阵营。公司主导品牌玖姿已成为我国成熟女装的领先品牌之一，广泛而巨大的商业成功奠定了公司多品牌战略的发展基础；尹默品牌在中淑女装领域的迅速崛起，以及安正男装的成功推出与市场认可，印证了公司对差异化多品牌的定位与运营能力；摩萨克与斐娜晨两个个性化新兴品牌的加入，则进一步充实了公司品牌阵营的多样性与互补性。

上述培育中的新品牌是公司未来持续发展、快速增长的重要动力来源，同时也需要公司在研发建设、品牌推广、店铺拓展、商品铺货等方面进行持续性的投入，形成了较为持续的资金需求。此外，公司未来将考虑通过兼并收购的形式，快速整合其他优秀的服装、服饰品牌或企业，以进一步扩大公司产品类型、品牌阵营或渠道资源，实现对目标客户时尚需求更为广泛、全面的覆盖。由此，公司需要为此储备充裕的资金，以作为收购兼并的重要支付形式。

四、募集资金运用对公司经营和财务状况的影响

本次发行募集资金投资项目的建设，将对公司的经营管理与财务状况产生显著、积极的影响。

（一）对公司经营状况的影响

募集资金投资项目建设完成后，供应链中心改扩建项目将逐步扩大公司自主生产能力的产能仓储规模与生产设施条件，满足日益增加的销售需求；同时，产能扩充将有利于增强公司对供应链体系与产品质量的控制力，提高供应链的运营效率与响应速度。通过营销网络建设项目的实施，公司在强化渠道控制力的同时，对一、二线城市的覆盖深度将得到进一步提高与优化。研发中心建设项目将进一步完善公司的设计研发体系，推动新产品的持续创新，提升公司的研发水平和技术优势，从而加强公司的市场竞争力，对日益增长的业务起到有效支持和推进作用。信息系统建设项目将增强公司对生产一线与运营管理的信息收集与处理能力，提高公司运营效率及科学决策力，加快公司的快速反应能力。

综上，本次募集资金投资项目将明显有助于提高公司的核心竞争能力，在激烈的市场竞争中巩固与加强竞争优势，为实现公司主营业务收入和净利润的持续增长打下良好基础，为公司的可持续发展和战略目标的实现提供可靠保证。

（二）对公司财务状况的影响

截至 2016 年 6 月 30 日，公司归属母公司的所有者权益为 116,216.75 万元，每股净资产为 5.44 元，本次发行后，公司资本实力将得到增强，公司的净资产和每股净资产将大幅度提升。同时，公司资产负债率将会有较大幅度下降，资金实力和偿债能力将得到有效提升。由于募集资金投资项目在短期内难以完全产生效益，因此，本公司在发行当年净资产收益率将有所下降，但公司的整体盈利长期来看将有进一步提升。

第十四节 股利分配政策

一、股利分配的一般政策

根据《公司法》及《公司章程》，公司股利分配的一般政策如下：

公司应当根据中国法律、法规对公司的税后利润进行分配。公司的利润按照国家规定做相应的调整后，按下列顺序分配：（1）依法缴纳所得税；（2）弥补以前年度的亏损；（3）提取法定公积金 10%；（4）提取任意公积金，由股东大会决议决定；（5）支付股东红利。

公司法定公积金累计额为公司注册资本的 50%以上的，可以不再提取。提取法定公积金后，可以提取任意公积金。公司不在弥补公司亏损和提取法定公积金之前向股东分配利润。股东大会决议将公积金转为股本时，按股东原有股份比例派送新股。但法定公积金转为股本时，所留存的该项公积金不得少于转增前公司注册资本的百分之二十五。

公司股东大会对利润分配方案作出决议后，公司董事会须在股东大会召开后两个月内完成红利（或股份）的派发事项。

公司可以采取现金或者股票方式分配股利。公司于发放红利前应该书面通知各方股东。

二、最近三年股利实际分配情况

报告期内，公司进行过 4 次利润分配，具体情况如下：

2013 年 6 月 9 日，公司召开 2012 年度股东大会，审议通过了《关于公司 2012 年度利润分配的议案》，决定以 2012 年 12 月 31 日的总股本 15,270 万股为基数，向全体股东按每 10 股派发现金股利 5 元（含税），合计派发现金股利 7,635 万元；以 2012 年 12 月 31 日的总股本 15,270 万股为基数，将未分配利润转增股本，每 10 股转增 4 股，共计转增股本 6,108 万股，剩余未分配利润结转至下一年度。

2014 年 4 月 8 日，公司召开 2014 年第二次临时股东大会，审议通过了《关于公司 2013 年度利润分配的议案》，决定以 2013 年 12 月 31 日的总股本 21,378 万股为基数，向全体股东按每 10 股派发现金股利 5 元（含税），合计派发现金股利 10,689 万元，剩余未分配利润结转至下一年度。

2015 年 4 月 15 日，公司召开 2014 年年度股东大会，审议通过了《关于公司 2014 年度利润分配方案的议案》，决定以 2014 年 12 月 31 日的总股本 21,378 万股为基数，向全体股东按每 10 股派发现金股利 4.5 元（含税），合计派发现金股利 9,620.1 万元，剩余未分配利润结转至下一年度。

2016 年 4 月 19 日，公司召开 2015 年度股东大会，审议通过了《关于公司 2015 年度利润分配方案的议案》，决定以 2015 年 12 月 31 日的总股本 21,378 万股为基数，向全体股东按每 10 股派发现金股利 4.5 元（含税），合计派发现金股利 9,620.1 万元，剩余未分配利润结转至下一年度。

三、本次发行后的股利分配政策

根据公司上市后实施的《公司章程（草案）》，公司本次发行后实施的股利分配政策如下：

公司的利润分配政策，应遵守下列规定：

（一）公司利润分配政策的基本原则

公司本着重视对投资者的合理投资回报，同时兼顾公司合理资金需求以及可持续发展的原则，实施持续、稳定的股利分配政策。公司利润分配不得超过累计可分配利润范围。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。

（二）利润分配的形式

公司采用现金、或股票、或两者结合的方式进行股利分配，在公司盈利及满足正常经营和长期发展的条件下，公司将优先采取现金方式分配股利。

（三）股利分配的条件及比例

在公司实现盈利、不存在未弥补亏损、有足够现金实施现金分红且不影响公司正常经营的情况下，公司将实施现金股利分配方式。公司每年以现金股利形式分配的股利不少于当年实现的可分配利润的 20%。

在保证公司股本规模和股权结构合理的前提下，且公司股票估值处于合理范围内，公司可在满足本章程规定的现金分红的条件下实施股票股利分配方式。

（四）现金股利分配的比例和期间间隔

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

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%；

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%；

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

公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，可以按照前项规定处理。

上述“重大投资或重大现金支出”指预计在未来一个会计年度一次性或累计投资总额或现金支出达到或者超过公司最近一期经审计净资产的 5%，且绝对值达到 5,000 万元。

公司原则上在每年年度股东大会审议通过后进行一次现金分红，公司董事会可以根据公司的盈利状况及资金需求状况提议公司进行中期现金分红。

（五）决策程序和机制

董事会负责制定利润分配方案并就其合理性进行充分讨论，经独立董事发表意见并经董事会审议通过后提交股东大会审议。独立董事可以征集中小股东的意见，提出分红议案，并直接提交董事会审议。公司审议利润分配方案时，应为股东提供网络投票方式。

公司董事会因特殊情况未做出现金利润分配预案的，董事会应就不进行现金分红的具体原因、公司留存利润的确切用途及预计投资收益等事项进行专项说明，经独立董事发表意见并经董事会审议通过后提交股东大会审议，并依法予以披露。

公司不进行现金分红或调整现金分红比例时，应当经出席股东大会的股东所持表决权的 2/3 以上审议通过。

（六）公司利润分配政策的变更

若由于外部经营环境或者自身经营状况发生较大变化等原因而需调整利润分配政策的，应由公司董事会根据实际情况提出利润分配政策调整议案，并提请股东大会审议通过，独立董事、监事会应该对公司年度股利分配方案发表意见，

股东大会应该采用网络投票方式为公众股东提供参会表决条件，并充分听取独立董事和中小股东意见。

利润分配政策调整方案应经出席股东大会的股东所持表决权的 2/3 以上通过。

（七）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。

四、发行前滚存利润的分配方案

根据公司 2014 年第五次临时股东大会决议，本次发行以前年度滚存的利润和发行当年实现的利润由发行后的新老股东共同享有。

五、发行后股利分配规划

本次发行上市完成后，本公司在进行股利分配时将遵守本节之“三、本次发行后的股利分配政策”所述的股利分配政策。具体利润分配方案由董事会制定，股东大会审议。发行后股利分配规划详见本招股说明书之“第十一节 管理层讨论与分析”之“六、上市后的股利分配政策”。

第十五节 其他重要事项

一、信息披露与投资者关系服务

本公司负责信息披露和投资者关系服务的部门为证券事务部，联系方式如下：

联系人：金俊

地 址：浙江省海宁市海宁经济开发区谷水路 298 号

邮政编码：314400

电话：0573-87268790

传真号码：0573-87266026

电子邮箱：info@anzhenggroup.com

二、重大合同

（一）特许经营合同

公司玖姿品牌的经营采取加盟与直营相结合的销售模式，通过与加盟商签订模板式的《特许经营合同》，以合同形式将公司拥有的“玖姿”品牌注册商标及相关经营资源，许可加盟商在授权区域与特许经营期限内使用。加盟特许经营合同采取模板式的标准格式，对特许经营的商标与经营资料使用规则、货品供应与上货规则、终端销售管理软件、经营指导与业务培训、消费者权益保护与责任承担、合同终止与违约责任等作出统一规定；同时，根据各加盟商的具体情况，双方在加盟特许经营合同中，对特许经营的门店范围、特许经营期限、合同期内的进货目标与进货折扣等内容做出约定。公司与加盟商通常以半年或一年为周期签订和更新特许经营合同。

（二）工程建设合同

截至 2016 年 6 月 30 日，公司正在执行的重大工程建设合同均系公司在建安正产业园相关工程设计、施工合同，其中根据重要性原则，交易金额在 1,000 万元以上的重大工程合同基本情况如下：

2013 年 3 月 3 日，公司与中元建设集团股份有限公司签订《安正时尚集团文化创意产业园项目 I 标段一期工程总承包施工合同》，由后者总承包安正产业园项目 I 标段一期工程，负责组织该工程的供货与施工，合同工期自正式开工起 510 日，合同价款为 12,080 万元。2013 年 6 月 28 日，公司与中元建设集团股份有限公司签订《补充协议》，约定原《安正时尚集团文化创意产业园项目 I 标段一期工程总承包施工合同》的标段范围调整为：I 标段一期范围内 D 区地下室、D1#楼、D2#楼、C1#楼、C2#楼、C3#楼及 I 标段二期范围内的 C4#楼、C5#楼、C6#楼，新增工程合同价款为 1,388.4844 万元。

2013 年 5 月 6 日，公司与上海安盾消防安全智能工程有限公司签订《安正时尚集团文化创意产业园项目 I 标段一期消防、暖通工程施工合同》，由后者承包安正产业园项目 I 标段一期工程的消防、暖通工程，出建筑外墙 1.5 米以内的各类管线套管等；涉及的单位工程有 D 区地下室、D1#楼、D2#楼、D3#楼、D4#楼；C 区 C1#、C2#、C3#、C4#、C5#、C6#；该工程采用包工包料、包消防验收一次性通过；合同价款为 2,670 万元。

2013 年 11 月，公司与中元建设集团股份有限公司签订《安正时尚集团文化创意产业园项目 I 标段二期工程总承包施工合同》，由后者总承包安正产业园 I 标段二期工程，负责组织该工程的供货与施工，合同工期自正式开工起 365 天，合同价款为 6,500 万元。

2014 年 1 月，公司与浙江中南建设集团有限公司签订《安正时尚集团文化创意产业园项目 I 标段幕墙工程施工合同》，由后者承包安正时尚集团文化创意产业园项目 I 标段幕墙工程的供货、施工、维护、调试、竣工验收、修补、保修、工程保险和工程服务等相关工作，包括但不限于铝板幕墙、石材幕墙、玻璃幕墙、栏杆及其他的相关工作内容；合同工期自正式开工起 284 天，合同价款为 3,668 万元。

（三）信息技术合同

2014 年 12 月 19 日，公司与上海诺康信息科技有限公司签订销售合同，约定就公司海宁创意产业园网络建设项目，由后者提供核心网络设备供应与售后三年服务、数据中心机房建设相关产品与售后服务、机房服务器与小型 UPS 产品与售后服务、老园区数据中心机房设备及数据迁移服务，合同总金额 860 万元。

（四）借款合同

2015 年 12 月 16 日，公司与中国工商银行股份有限公司海宁支行签订《流动资金借款合同》[2015 年（海宁）字 02355 号]，约定公司向该行借款 2,000 万元，用于采购原料，借款期限为 2015 年 12 月 16 日至 2016 年 12 月 9 日。该借款利率以定价基础利率减 16.75 个基点确定，整个借款期限内利率不调整，担保方式为信用担保。

2015 年 12 月 22 日，公司与中国农业银行股份有限公司海宁市支行签订《流动资金借款合同》[33010120150042612]，约定公司向该行借款 1,000 万元，用于购材料，借款期限为 2015 年 12 月 22 日至 2016 年 12 月 21 日。该借款的利率按照合同签订日前一工作日的 1 年期 LPR（贷款基础利率）加 5bp（1bp=0.01%）确定，执行年利率 4.35%，整个借款期限内不做调整，担保方式为信用担保。

2015 年 12 月 23 日，公司与中国工商银行股份有限公司海宁支行签订《流动资金借款合同》[2015 年（海宁）字 02393 号]，约定公司向该行借款 2,000 万元，用于采购原料，借款期限为 2015 年 12 月 23 日至 2016 年 12 月 14 日。该借款利率以定价基础利率减 16.75 个基点确定，整个借款期限内利率不调整，担保方式为信用担保。

2015 年 12 月 29 日，公司与中国工商银行股份有限公司海宁支行签订《流动资金借款合同》[2015 年（海宁）字 02423 号]，约定公司向该行借款 1,000 万元，用于采购原料，借款期限为 2015 年 12 月 29 日至 2016 年 12 月 19 日。该借款利率以定价基础利率减 16.75 个基点确定，整个借款期限内利率不调整，担保方式为信用担保。

2016 年 1 月 20 日，公司与中国工商银行股份有限公司海宁支行签订《流动资金借款合同》[2016 年（海宁）字 00123 号]，约定公司向该行借款 2,000 万元，用于采购原料，借款期限为 2016 年 1 月 20 日至 2017 年 1 月 12 日。该借款利率以定价基础利率减 16.75 个基点确定，整个借款期限内利率不调整，担保方式为信用担保。

2016 年 2 月 17 日，公司与中国工商银行股份有限公司海宁支行签订《流动资金借款合同》[2016 年（海宁）字 00264 号]，约定公司向该行借款 1,000 万元，用于采购原料，借款期限为 2016 年 2 月 17 日至 2017 年 2 月 10 日。该借款利率

以定价基础利率减 16.75 个基点确定，整个借款期限内利率不调整，担保方式为信用担保。

2016 年 3 月 18 日，公司与中国工商银行股份有限公司海宁支行签订《流动资金借款合同》[2016 年（海宁）字 00444 号]，约定公司向该行借款 1,500 万元，用于采购原料，借款期限为 2016 年 3 月 18 日至 2017 年 3 月 10 日。该借款利率以定价基础利率加 5 个基点确定，整个借款期限内利率不调整，担保方式为信用担保。

2016 年 4 月 27 日，公司与中国工商银行股份有限公司海宁支行签订《流动资金借款合同》[2016 年（海宁）字 00710 号]，约定公司向该行贷款 2,000 万元，借款期限为 2016 年 4 月 27 日至 2017 年 4 月 18 日。该借款利率以定价基础利率减 16.75 个基点确定，整个借款期限内利率不调整，担保方式为信用担保。

三、重大诉讼与仲裁

1、北京萱姿诉天津邦洲投资集团有限公司租赁合同案件

2013 年 1 月 7 日，北京萱姿与天津市邦洲投资集团有限公司（以下简称“邦洲公司”）签订《底商房屋租赁合同》，约定邦洲公司将坐落于天津市河西区南京路 66 号凯旋门百货底商房屋出租给北京萱姿用于商业经营，房屋租赁期限自 2013 年 4 月 1 日至 2019 年 5 月 31 日。2013 年 3 月 13 日，双方又签订了《补充协议》。后北京萱姿依约一次性向邦洲公司支付租金 2,428,600 元和押金 300,000 元，但邦洲公司并未按合同约定的日期交付房屋。经双方协商未果，故北京萱姿向天津市河西区人民法院提起诉讼。2013 年 10 月 14 日，在天津市河西区人民法院调解下，北京萱姿和邦洲公司达成如下协议：

（1）解除双方签订的《底商房屋租赁合同》及《补充协议》；

（2）邦洲公司全额退还北京萱姿租金和押金共计 2,728,600.00 元；

2014 年 8 月，北京萱姿收到邦洲公司付款 170,241 元。北京萱姿已向法院申请强制执行剩余款项，截至本招股说明书签署日，本案的剩余款项正在执行之中，北京萱姿已对上述款项全额计提坏账准备。

2、上海艳姿诉象山财富贸易有限公司《商场专柜销售合作协议》纠纷

2013 年 3 月 5 日，上海艳姿与象山财富贸易有限公司签订《商场专柜销售合作协议》。经上海艳姿和象山财富贸易有限公司协商一致，上海艳姿于 2015

年 1 月 31 日撤柜。撤柜后，象山财富贸易有限公司尚有 2014 年 8 月至 2015 年 1 月 31 日（撤柜时）的货款人民币 232,799.50 元未支付给上海艳姿，故上海艳姿向浙江省象山县人民法院提起诉讼。案件开庭后，经法院调解，双方达成如下协议：

（1）象山财富贸易有限公司支付上海艳姿货款 232,799.50 元，款定于 2015 年 9 月 30 日前支付 100,000.00 元，余款 132,799.50 元于 2015 年 10 月 15 日前付清；

（2）若象山财富贸易有限公司未按上述第一条规定期限履行给付义务的，则未到期部分视为到期。上海艳姿可就未到期部分一并申请执行。

在案件执行过程中，由于象山财富贸易有限公司无财产可供执行，上海艳姿亦无法提供财产线索，因此 2016 年 2 月 25 日，象山县人民法院做出执行裁定，裁定终结本次执行程序，上海艳姿如发现象山财富贸易有限公司有关财产线索，可以随时申请继续执行。

截至本招股说明书签署日，上海艳姿已对前述款项全额计提坏账准备。

3、上海摩萨克诉重庆晋愉奥特莱斯商业有限公司《奥特莱斯购物村联营合同》纠纷

2014 年 3 月，上海摩萨克与重庆晋愉奥特莱斯商业有限公司签订《奥特莱斯购物村联营合同》，约定重庆晋愉奥特莱斯商业有限公司将奥特莱斯购物村 B 区 117 号店铺及其设施出租给上海摩萨克。自 2014 年 11 月开始，重庆晋愉奥特莱斯商业有限公司停止向上海摩萨克支付货款，截至 2015 年 5 月 31 日，重庆晋愉奥特莱斯商业有限公司拖欠上海摩萨克 2014 年 10 月至 2015 年 5 月货款共计人民币 470,271.74 元。双方协商未果，故上海摩萨克向重庆市江津区人民法院提起诉讼。

2015 年 10 月 27 日，重庆市江津区人民法院作出“（2015）津法民初字第 08092 号”《民事判决书》，判决重庆晋愉奥特莱斯商业有限公司向上海摩萨克支付货款 470,271.74 元。

由于重庆晋愉奥特莱斯商业有限公司无财产可供执行，上海摩萨克亦无法提供相关财产线索，2016 年 5 月 12 日，重庆市江津区人民法院做出执行裁定，裁定终结本次执行程序，上海摩萨克如发现重庆晋愉奥特莱斯商业有限公司有关财产线索，可以随时申请继续执行。

截至本招股说明书签署日，上海摩萨克已对上述款项全额计提坏账准备。

4、上海安喆诉重庆晋愉奥特莱斯商业有限公司《晋愉奥特莱斯购物村联营合同》纠纷

2014 年 3 月，上海安喆与重庆晋愉奥特莱斯商业有限公司签订《晋愉奥特莱斯购物村联营合同》，约定重庆晋愉奥特莱斯商业有限公司将奥特莱斯购物村 D 区 143 号店铺及其设施出租给上海安喆，用于销售玖姿品牌女装品类折扣商品。自 2014 年 11 月开始，重庆晋愉奥特莱斯商业有限公司停止向上海安喆支付货款，截至 2015 年 5 月 31 日，重庆晋愉奥特莱斯商业有限公司拖欠上海安喆 2014 年 10 至 2015 年 5 月货款共计人民币 395,180.87 元。双方协商未果，故上海安喆向重庆市江津区人民法院提起诉讼。

2015 年 10 月 20 日，重庆市江津区人民法院作出“（2015）津法民初字第 08099 号”《民事判决书》，判决重庆晋愉奥特莱斯商业有限公司向上海安喆支付货款 395,180.87 元。

由于重庆晋愉奥特莱斯商业有限公司无财产可供执行，上海安喆亦无法提供相关财产线索，2016 年 5 月 12 日，重庆市江津区人民法院做出执行裁定，裁定终结本次执行程序，上海安喆如发现重庆晋愉奥特莱斯商业有限公司有关财产线索，可以随时申请继续执行。

截至本招股说明书签署日，上海安喆已对上述款项全额计提坏账准备。

5、曹丽诉讼北京萱姿房屋租赁合同纠纷

北京萱姿与曹丽于 2013 年 1 月 9 日和 2014 年 11 月 27 日分别签订《商铺租赁合同》和《补充合同》，曹丽将其名下坐落于天津经济技术开发区展望路 7 号 22 门 101 号一至二层合计面积为 609 平方米的商铺和天津市经济技术开发区展望路 7 号 22 门 302 室商住房出租给北京萱姿。2015 年 12 月 17 日，北京萱姿出具《解除商铺租赁合同通知书》，双方未就解除租赁合同事宜达成一致，故曹丽向天津滨海新区人民法院提起诉讼，请求判令北京萱姿向曹丽支付违约金 299.18 万元。

2016 年 8 月 11 日，天津滨海新区人民法院作出“（2016）津 0016 民初 80665 号”《民事判决书》，判决曹丽和北京萱姿于 2013 年 1 月 9 日签订的《商铺租赁合同》及《补充合同》于 2016 年 2 月 29 日解除，北京萱姿向曹丽支付违约金 72.83 万元。

截至本招股说明书签署日，一审判决尚未执行，曹丽已向天津市第二中级人民法院提起上诉。

除上述诉讼案件外，本公司不存在对财务状况、经营成果、声誉、业务活动、未来前景等可能产生较大影响的诉讼或仲裁事项。

截至本招股说明书签署日，本公司控股股东、实际控制人、控股子公司、本公司董事、监事和高级管理人员作为一方当事人均未涉及任何重大诉讼或仲裁事项。

截至本招股说明书签署日，本公司董事、监事和高级管理人员均未涉及刑事诉讼事项。

第十六节 董事、监事、高级管理人员及有关中介机构声明

一、全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司全体董事、监事、高级管理人员承诺本招股说明书及其摘要不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本公司及全体董事、监事、高级管理人员将依法赔偿投资者损失。

全体董事签名：

郑安政　　陈克川　　郑安坤　　王朝阳

张庆辉　　张慧德　　魏　林

全体监事签名：

许　可　　崔立臣　　周俊华

其他高级管理人员签名：

郑秀萍　　金　俊　　谭才年

赵　颖　　赵典媚

安正时尚集团股份有限公司

2016 年 11 月 7 日

二、保荐人（主承销商）声明

本公司已对招股说明书及其摘要进行了核查，确认不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。因我公司为发行人首次公开发行制作、出具文件有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者损失。

保荐代表人：

庄玲峰　　李永柱

项目协办人：

高若阳

法定代表人：

张佑君

中信证券股份有限公司

2016年11月7日

三、发行人律师声明

本所及经办律师已阅读招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本所出具的法律意见书和律师工作报告无矛盾之处。本所及经办律师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的法律意见书和律师工作报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。如本所为发行人本次首次公开发行股票并上市制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，因此给投资者造成损失的，本所将依法承担赔偿责任。

经办律师：

王汉齐　　龚丽艳

范建红　　王恩顺

律师事务所负责人：彭雪峰

授权代表人签名：

王隽

北京大成律师事务所

2016 年 11 月 7 日

四、会计师事务所声明

本所及签字注册会计师已阅读招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本所出具的审计报告、内部控制鉴证报告及经本所核验的非经常性损益明细表无矛盾之处。本所及签字注册会计师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的审计报告、内部控制鉴证报告及经本所核验的非经常性损益明细表等的内容无异议，确认招股说明书及其摘要不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。如本所为发行人本次首次公开发行股票并上市制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，因此给投资者造成损失的，本所将依法承担赔偿责任。

经办注册会计师：

闫钢军

杨海固

负责人：

徐 华

致同会计师事务所（特殊普通合伙）

2016 年 11 月 7 日

五、验资机构声明

本机构及签字注册会计师已阅读招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本机构出具的验资报告无矛盾之处。本机构及签字注册会计师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的验资报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。如本所为发行人本次首次公开发行股票并上市制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，因此给投资者造成损失的，本所将依法承担赔偿责任。

经办注册会计师：

闫钢军

朱丹丹

负责人：

徐华

致同会计师事务所（特殊普通合伙）

2016年11月7日

六、验资机构声明

本机构及签字注册会计师已阅读招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本机构出具的验资报告无矛盾之处。本机构及签字注册会计师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的验资报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。如本所为发行人本次首次公开发行股票并上市制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，因此给投资者造成损失的，本所将依法承担赔偿责任。

经办注册会计师：

沈建林

沈利刚

黄继佳

凌燕

负责人：

朱建弟

注 1：黄继佳原为本机构员工，现已因个人原因离职。

注 2：本机构原名为立信会计师事务所有限公司，2011 年 1 月 24 日，更名为立信会计师事务所（特殊普通合伙）。

立信会计师事务所（特殊普通合伙）

年 1 月 17 日

离职证明

黄继佳原为本机构员工，已因个人原因从本机构离职。

黄继佳在本机构任职期间，曾作为签字注册会计师，为安正时尚集团股份有限公司（当时名称为：浙江玖姿实业股份有限公司）设立时 5,000 万注册资本的实收情况出具过“信会师报字（2008）第 23074 号”《验资报告》。

立信会计师事务所（特殊普通合伙）

年 月 日

更名证明

本机构原名为立信会计师事务所有限公司，2011 年 1 月 24 日，更名为立信会计师事务所（特殊普通合伙），特此证明。

立信会计师事务所（特殊普通合伙）

2011 年 1 月 27 日

七、验资复核机构声明

本机构及签字注册会计师已阅读招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本机构出具的验资复核报告无矛盾之处。本机构及签字注册会计师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的验资复核报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。如本所为发行人本次首次公开发行股票并上市制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，因此给投资者造成损失的，本所将依法承担赔偿责任。

经办注册会计师：

闫钢军　　杨海固

另：报告期内验资复核报告的签字注册会计师之一李志平已于 2015 年离开本机构，现已不在本机构执业。

负责人：

徐华

致同会计师事务所（特殊普通合伙）

2016 年 11 月 7 日

八、资产评估机构声明

本机构及签字注册资产评估师已阅读招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本机构出具的资产评估报告无矛盾之处。本机构及签字注册资产评估师对安正时尚集团股份有限公司在招股说明书及其摘要中引用的资产评估报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。如本机构为安正时尚集团股份有限公司本次首次公开发行股票并上市制作、出具的文件有虚假记载、误导性称述或者重大遗漏，因此给投资者造成损失的，本机构将依法承担赔偿责任。

签字注册资产评估师：

蒋镇叶

张丽哲

资产评估机构负责人：

孙月焕

北京中企华资产评估有限责任公司

2016年11月7日

第十七节 备查文件

一、本招股说明书的备查文件

在本次发行承销期内，下列文件均可在发行人和保荐人（主承销商）办公场所查阅。

（一）发行保荐书；

（二）保荐工作报告；

（三）财务报表及审计报告；

（四）内部控制鉴证报告；

（五）经注册会计师核验的非经常性损益明细表；

（六）中国证监会核准本次发行的文件；

（七）公司章程（草案）；

（八）其他与本次发行有关的重要文件；

二、备查文件的查阅

（一）备查文件的查阅期间

除法定节假日以外的每日上午 9:30-11:30，下午 1:30-4:30。

（二）备查文件的查阅地点

1、发行人：安正时尚集团股份有限公司

法定代表人：郑安政

地址：浙江省海宁市海宁经济开发区谷水路 298 号

联系人：金俊（董事会秘书）

电话：0573-87268790

传真：0573-87266026

互联网地址： http://www.anzhenggroup.com/

邮箱： info@anzhenggroup.com

2、保荐人（主承销商）：中信证券股份有限公司

法定代表人：张佑君

联系地址：北京市朝阳区亮马桥路 48 号中信证券大厦 23 层

联系人：庄玲峰、李永柱、牛振松、梁勇、高若阳、王一真、王笑雨、杨浩然

电话： 010-60833018

传真： 010-60833955