

股票代码：603808

上市地点：上海证券交易所

深圳歌力思服饰股份有限公司

新时代证券股份有限公司

关于

中国证券监督管理委员会《深圳歌力思服饰股份有限公司非公开发行股票申请文件反馈意见》(160418号)

有关问题的回复（修订稿）

签署日期：二〇一六年八月

深圳歌力思服饰股份有限公司

新时代证券股份有限公司

关于

中国证券监督管理委员会《深圳歌力思服饰股份有限公司非公开发行股票申请文件反馈意见》(160418号)
有关问题的回复（修订稿）

中国证券监督管理委员会：

贵会《深圳歌力思服饰股份有限公司非公开发行股票申请文件反馈意见》（160418号）（以下简称“《反馈意见》”）已收悉。深圳歌力思服饰股份有限公司（以下简称“歌力思”、“发行人”、“申请人”、“公司”）与新时代证券股份有限公司（以下简称“保荐机构”、“新时代证券”）协同北京市中伦律师事务所（以下简称“中伦律师”）、瑞华会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“瑞华会计师”）等中介机构对贵会反馈意见中提出的问题进行了认真研究，就本次《反馈意见》所提问题逐项进行了认真核查及分析说明，公司现就贵会反馈意见中所列问题答复如下。如无特别说明，本回复中的简称或名词的释义与非公开发行股票预案中的相同。

第一部分重点问题

反馈意见 1: 按申报材料, 申请人本次拟募集资金 78,620 万元。其中 24,050 万元用于收购唐利国际 65% 股权, 16,599.10 万元用于萝丽儿品牌设计研发中心扩建项目, 36,941.48 万元用于萝丽儿营销中心建设项目。

请申请人: (1) 说明对唐利国际本次收购评估增值率达到 2,031.16% 的原因, 评估参数选择的合理性, 以及选择资产基础法和收益法中评估价值较高的收益法作为唐利国际评估结果的原因及合理性; (2) 结合公司所在行业及区域市场情况, 说明本次萝丽儿品牌设计研发中心扩建项目的具体内容, 与前次募投项目中设计研发中心建设项目的关系, 及项目所需金额测算依据和过程; (3) 结合公司现有品牌门店分布及销售情况, 说明本次萝丽儿营销中心建设项目计划新增营业面积的计划选址情况, 项目所需金额测算依据合理性。

请保荐机构对上述事项进行核查并发表意见。

回复:

一、说明对唐利国际本次收购评估增值率达到 2,031.16% 的原因, 评估参数选择的合理性, 以及选择资产基础法和收益法中评估价值较高的收益法作为唐利国际评估结果的原因及合理性

(一) 说明对唐利国际本次收购评估增值率达到 2,031.16% 的原因

唐利国际于评估基准日的股东全部权益账面价值 2,985.18 万元, 收益法评估值 64,175.80 万元, 评估增值 61,190.62 万元, 评估增值率较高, 主要原因如下:

1、唐利国际的市场面向潮流轻奢品牌的个性人群

唐利国际拥有源于美国的国际轻奢潮流品牌艾·哈帝在中国大陆及港澳台地区的品牌所有权, 在全球具有较高的知名度, 艾·哈帝品牌于 2004 年在美国成立, 目前在美洲、欧洲、亚洲和中东地区都已开设专卖店, 渠道分布广。品牌设计师 Christian Audigier 使用刺绣、水洗、泼墨等技巧, 将美国文化和亚洲元素结合, 产品风格鲜明, 顾客覆盖从明星到喜爱潮流轻奢品牌的个性人群。唐利国际拥有艾·哈帝品牌在中国大陆及港澳台地区的所有权。品牌国际化布局为唐利国际打开了广阔的轻奢潮流品牌市场, 未来盈利增长具有重要的市场基础。

2、唐利国际业务发展较快

唐利国际在中国大陆及港澳台地区销售收入增速较快，近两年其营业收入及利润额如下表所示：

单位：万元

项目	2015 年	2014 年
营业收入	22,338.33	14,367.11
营业利润	6,080.84	5,081.27
利润总额	6,286.49	5,081.61
净利润	4,396.55	3,947.21

唐利国际目前在大中华区已开设店铺主要集中在核心商圈的重要商场或购物中心，如澳门的威尼斯人、台北微风广场、北京新光天地、上海港汇、深圳金光华广场、成都仁和春天百货、郑州丹尼斯百货、武汉国际广场、杭州大厦、南京德基广场等，未来艾•哈帝主品牌业务将继续拓展新的店铺和做深单店业绩，同时从 2016 年开始将同步发展艾•哈帝 Skinwear 品牌，打造全方位的 lifestyle 集合店。唐利国际未来三年（2016 年、2017 年、2018 年）分别计划新开店 50 家、76 家、81 家，未来 3 年唐利国际实体店铺开店数将达到 207 家。

3、唐利国际有未能在账面体现的不可辨认资产

收益法评估的基础是经济学预期效用理论，是通过对评估对象所运用的资产进行综合分析，从资产整体运营收益的角度出发，测算被评估资产在未来的预期收益值。这种方法不仅考虑了企业基本有形资产获取收益的因素，同时还考虑了企业的市场品牌、执行合同、客户资源、销售网络、产品研发能力等竞争力因素，唐利国际的账面资产没有全面体现其实际价值。本次评估采用收益法，其评估结果取决于唐利国际未来的盈利能力，综合考虑了前述因素对唐利国际盈利能力产生的影响，导致本次评估增值较大。

（二）评估参数选择的合理性

本次评估的主要参数有营业收入、营业成本、净利润和折现率。

唐利国际的评估值由唐利国际（母公司）的评估值及子公司唐利商贸的评估值两部分组成。

1、唐利国际（母公司）

（1）历史及未来 5 年经营数据预测表

单位：万元

项目/年度	2014 年度	2015 年度	2016 年度	2017 年度	2018 年度	2019 年度	2020 年度
-------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------

营业收入	3,938.98	4,941.87	5,380.89	5,669.14	5,842.31	5,959.16	6,078.34
营业成本	1,368.86	1,496.93	1,606.07	1,654.26	1,687.34	1,721.09	1,755.51
净利润	1,414.58	4,024.96	976.81	1,133.14	1,227.77	1,251.27	1,298.49
收入增长率	82%	25%	9%	5%	3%	2%	2%
净利润增长率	54%	185%	-76%	16%	8%	2%	4%
净利率	36%	81%	18%	20%	21%	21%	21%

(2) 营业收入：唐利国际 2014 年收入增长率为 82%，2015 年收入增长率达到 25%，预测期从 2016 年开始，收入预测较谨慎。目前其运营品牌艾•哈帝在香港、澳门市场消费群体较为稳定，同类型轻奢品牌定位中，有“大嘴猴”、“ck jeans”、“Lee”、“Levi's”、“evisu”“Wrangler”等竞争者，服装行业竞争激烈，故收入预测较谨慎；从品牌元素来说，艾•哈帝品牌引入纹身艺术，注入复古朋克元素及街头文化，结合刺青纹身艺术与流行时尚重新定义了街头时尚，大胆地创造出极具美国精神的品牌特色，Ed Hardy 服饰经常使用一些刺绣、水洗、泼墨等技巧，营造出性感张扬的个性，设计图案中，既有最具美国本土精神的飞鹰、猛虎、骷髅、恶魔、匕首及裸女等纹身图案，也有东洋味浓厚的鲤鱼、龙及老虎图腾，老虎狗及松鼠则属于较新派的创作，既注重服装款式又注重文化图案的表达，随着国内消费者注重产品品质和追求个性的消费习惯的改变，消费群体将逐渐稳定。根据过去的收入增长情况、市场竞争情况、产品特点形成的稳定且持续扩张的消费群体，总体收入预测较为谨慎，可实现性较高。

唐利国际 2014 年收入增长率为 85%，2015 年收入增长率为 25%，收入增长率出现下降趋势，且从 2016 年开始收入预测增长率也出现逐年下降趋势，主要原因在于前期收入增长过高，增长基数已经很大，并不能无限制的依靠开店来维持收入的持续高增长，出于上市公司对外投资的谨慎，在作收益预测时降低了相应预期，可实现性较高。

(3) 营业成本：唐利国际的主营业务成本为服装外包生产成本，唐利国际拥有产品定价权，根据历史年度数据，营业成本占营业收入的 30%具有可持续性。

(4) 净利润：2015 年利润增长率为 185%，增长较大主要由于 2015 年度子公司唐利商贸分红产生了较大的投资收益，对 2015 年度净利润影响约为 3,090 万元。2016 年净利润增长率为-76%，主要由于预测期的净利润不考虑唐利国际的子公司唐利商贸的分红带来的投资收益，故 2016 年净利润较 2015 年有所减

少。除却 3,090 万元分红导致的投资收益影响，2015 年净利润约为 935 万元，2016 年净利润增长率为 4.5%。未来预测剔除了分红的影响，利润增长较为合理，总体平稳合理。

(5)折现率：本次唐利国际(母公司)的收益法评估选取的折现率为 8.82%，唐利国际主要是在香港及澳门开展销售业务。

1) 折现率模型的选取

折现率应该与预期收益的口径保持一致。由于本评估报告选用的是企业现金流折现模型，预期收益口径为企业现金流，故相应的折现率选取加权平均资本成本(WACC)，计算公式如下：

$$WACC = K_e \times \frac{E}{D + E} + K_d \times (1 - t) \times \frac{D}{D + E}$$

其中：

WACC：加权平均资本成本；

E：权益的市场价值；

D：债务的市场价值；

Ke：权益资本成本；

Kd：债务资本成本；

T：被评估企业的所得税税率。

在计算过程中，预测期内 D/E、E/(D+E)、D/(D+E)均按唐利国际实际资本结构确定。

加权平均资本成本 WACC 计算公式中，权益资本成本 Ke 按照国际惯常作法采用资本资产定价模型(CAPM)估算，计算公式如下：

$$K_e = R_f + \beta \times ERP + R_c$$

式中：

Ke：权益资本成本；

Rf：无风险收益率；

β：权益系统风险系数；

ERP：市场风险溢价；

Rc：企业特定风险调整系数。

2) 无风险收益率的确定

香港是一个成熟的金融市场，本次评估以评估基准日 2015 年 12 月 31 日的香港银行间 12 个月的同业拆借利率 0.85%作为无风险报酬率。

3) 权益系统风险系数的确定

唐利国际的权益系统风险系数计算公式如下：唐利国际的权益系统风险系数计算公式如下：

$$\beta_L = [1 + (1 - t) \times D/E] \times \beta_U$$

式中：

β_L ：有财务杠杆的 Beta；

β_U ：无财务杠杆的 Beta；

T：唐利国际的所得税税率；

D/E：唐利国际的实际资本结构。

根据唐利国际的业务特点，通过 WIND 资讯系统查询了 3 家香港可比上市公司的 β_L 值，然后根据可比上市公司的平均 β_U 值 0.6754 作为唐利国际的 β_U 值。唐利国际评估基准日执行的所得税税率为 16.5%。评估基准日及明确预测期内没有付息债务， $D/E=0$ 。

$$\beta_L = [1 + (1 - t) \times D/E] \times \beta_U$$

$$= 0.6754$$

4) 市场风险溢价的确定

市场风险溢价=市场风险回报率-无风险报酬率

本次评估取香港恒生指数 10 年平均收益率 8.25%作为香港地区的风险回报率，无风险报酬率取评估基准日 2015 年 12 月 31 日的香港银行间 12 个月的同业拆借利率 0.8502%，市场风险溢价为 7.40%。

5) 企业特定风险调整系数的确定

企业特定风险调整系数指的是企业相对于同行业企业的特定风险，影响因素主要有：①企业所处经营阶段；②历史经营状况；③主要产品所处发展阶段；④企业经营业务、产品和地区的分布；⑤公司内部管理及控制机制；⑥管理人员的经验和资历；⑦企业经营规模；⑧对主要客户及供应商的依赖；⑨财务风险；⑩法律、环保等方面的风险。

鉴于企业最近 3 年收入增长较快，消费者对服装类品牌的依赖不如对款式的

忠诚度高，将本次评估中的个别风险报酬率确定为 3%。

6) 折现率计算结果

①计算权益资本成本

将上述确定的参数代入权益资本成本计算公式，计算得出唐利国际的权益资本成本。

$$\begin{aligned} K_e &= R_f + \beta \times ERP + R_c \\ &= 8.85\% \end{aligned}$$

②计算加权平均资本成本

评估基准日香港地区贷款年利率为 5.25%，将上述确定的参数代入加权平均资本成本计算公式，计算得出唐利国际的加权平均资本成本。因唐利国际资金充足，预测期内，未预测付息债务，债务权重为 0。

$$\begin{aligned} WACC &= K_e \times \frac{E}{D+E} + K_d \times (1-t) \times \frac{D}{D+E} \\ &= 8.85\% \end{aligned}$$

7) 永续期的折现率确定

永续期折现率的计算与明确预测期相同。按以下公式确定：

$$\begin{aligned} WACC &= K_e \times \frac{E}{D+E} + K_d \times (1-t) \times \frac{D}{D+E} \\ K_e &= R_f + \beta \times ERP + R_c \\ \beta &= [1 + (1-t) \times D/E] \times \beta_U \end{aligned}$$

在计算过程中，永续期可能出现付息债务，出于客观的考虑，相关 D/E、E/(D+E)、D/(D+E)均按可比上市公司平均资本结构确定。

将相关数据代入上式计算得出永续期折现率为 8.82%。

2、唐利商贸

(1) 历史及未来 5 年经营数据预测表

单位：万元

项目/年度	2014 年	2015 年	2016 年	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年
营业收入	11,819.24	18,873.23	22,647.87	24,912.66	26,158.29	26,681.46	27,215.09
营业成本	3,030.57	5,230.50	6,794.36	7,473.80	7,847.49	8,004.44	8,164.53
净利润	2,523.50	4,067.25	4,962.01	5,459.46	5,749.52	5,789.12	5,856.91
收入增长率	93%	60%	20%	10%	5%	2%	2%

净利润增长率	271%	61%	22%	10%	5%	1%	1%
净利润率	21%	22%	22%	22%	22%	22%	22%

(2) 营业收入：唐利商贸 2014 年收入增长率为 93%，2015 年收入增长率为 60%，收入增长率出现下降趋势，且从 2016 年开始收入预测增长率也出现逐年下降趋势，主要原因在于前期收入增长过高，增长基数已经很大，并不能无限制的依靠开店来维持收入的持续高增长。唐利商贸增长速度快于唐利国际的原因是唐利商贸的主要业务销售区域在大陆市场，市场规模及潜力巨大，随着我国大陆地区消费者收入的不断提高和对高品质服装商品的追求不断加大，轻奢品牌休闲服将迎来可观的市场机遇。

(3) 营业成本：唐利商贸的主营业务成本为服装外包生产成本，唐利商贸拥有产品定价权，根据历史年度数据，营业成本占营业收入的 30%具有可持续性。

(4) 净利润：2015 年度唐利商贸利润增长率为 61%，未来预测总体平稳，2016 年、2017 年增长较快，之后逐渐趋于平稳。净利润率在 2015 年的基础上变化不大，艾·哈帝为国际轻奢潮流品牌，唐利商贸的产品受到较多青年人群的喜爱，产品有较高的议价能力，因此预测期内净利率保持稳定。

(5) 折现率：本次唐利商贸的收益法评估选取的折现率为 12.54%，唐利商贸主要业务为在大陆地区销售服装。

1) 折现率模型的选取

折现率应该与预期收益的口径保持一致。评估选用的是企业现金流折现模型，预期收益口径为企业现金流，故相应的折现率选取加权平均资本成本(WACC)，计算公式如下：

$$WACC = K_e \times \frac{E}{D + E} + K_d \times (1 - t) \times \frac{D}{D + E}$$

其中：

WACC：加权平均资本成本；

E：权益的市场价值；

D：债务的市场价值；

Ke：权益资本成本；

Kd：债务资本成本；

T：被评估企业的所得税税率。

在计算过程中，明确预测期 D/E、E/(D+E)、D/(D+E)均按被评估公司实际资本结构确定。

加权平均资本成本 WACC 计算公式中，权益资本成本 Ke 按照国际惯常作法采用资本资产定价模型(CAPM)估算，计算公式如下：

$$K_e = R_f + \beta \times ERP + R_c$$

其中：

Ke：权益资本成本；

Rf：无风险收益率；

β ：权益系统风险系数；

ERP：市场风险溢价；

Rc：企业特定风险调整系数；

T：被评估企业的所得税税率。

2) 无风险收益率的选取

国债通常被认为是无风险的，因为持有该债权到期不能兑付的风险很小。根据 WIND 资讯系统所披露的信息，10 年期国债在评估基准日的到期年收益率为 3.36%，以 3.36%作为无风险收益率。

3) 权益系统风险系数的计算

唐利商贸的权益系统风险系数计算公式如下：

$$\beta_L = [1 + (1 - t) \times D/E] \times \beta_U$$

其中：

β_L ：有财务杠杆的 Beta；

β_U ：无财务杠杆的 Beta；

T：被评估单位的所得税税率；

D/E：被评估单位的实际资本结构。

根据唐利商贸的业务特点，通过 WIND 资讯系统查询了 5 家国内可比上市公司的 β_U 值，然后根据可比上市公司的平均 β_U 值 0.8030 作为被评估单位唐利商贸的 β_U 值。

唐利商贸评估基准日执行的所得税税率为 25%。唐利商贸经营现金充足，

评估基准日及预测期内未预测付息债务， $D/E=0$ 。

$$\beta_L = [1 + (1-t) \times D/E] \times \beta_U$$

$$=0.8030$$

4) 市场风险溢价的计算

通过对中国股票市场相关数据进行了研究，本次评估通过计算中国股市的股权风险收益率 ERP 的结果可知，由于几何平均值可以更好表述收益率的增长情况，因此认为采用几何平均值计算的 ERP 更切合实际，由于本次评估唐利国际的持续经营期超过 10 年，因此选择 $ERP=8.21\%$ 作为评估基准日国内市场股权超额收益率 ERP 未来期望值比较合理。

5) 企业特定风险调整系数的确定

企业特定风险调整系数指的是企业相对于同行业企业的特定风险，影响因素主要有：①企业所处经营阶段；②历史经营状况；③主要产品所处发展阶段；④企业经营业务、产品和地区的分布；⑤公司内部管理及控制机制；⑥管理人员的经验和资历；⑦企业经营规模；⑧对主要客户及供应商的依赖；⑨财务风险；⑩法律、环保等方面的风险。

鉴于企业最近 3 年收入增长较快，消费者对服装类品牌的依赖不如对款式的忠诚度高，我们将本次评估中的个别风险报酬率确定为 3%。

6) 折现率计算结果

①计算权益资本成本

将上述确定的参数代入权益资本成本计算公式，计算得出唐利商贸的权益资本成本。

$$K_e = R_f + \beta \times ERP + R_c = 12.95\%$$

②计算加权平均资本成本

评估基准日 1 年以内贷款利率 4.35%，将上述确定的参数代入加权平均资本成本计算公式，计算得出唐利商贸的加权平均资本成本。

$$WACC = K_e \times \frac{E}{D+E} + K_d \times (1-t) \times \frac{D}{D+E} = 12.95\%$$

7) 永续期的折现率确定

永续期折现率的计算与明确预测期相同。按以下公式确定：

$$WACC = K_e \times \frac{E}{D+E} + K_d \times (1-t) \times \frac{D}{D+E}$$

$$K_e = R_f + \beta \times ERP + R_c$$

$$\beta = [1 + (1-t) \times D/E] \times \beta_U$$

在计算过程中，永续期可能出现付息债务，出于客观的考虑，D/E、E/(D+E)、D/(D+E)均按可比上市公司平均资本结构确定。

将相关数据代入上式计算得出永续期折现率为 12.54%。

综上，本次评估分别对唐利国际（母公司）和唐利商贸进行评估，所选用的营业收入、净利润及折现率等评估参数合理，能反映唐利国际的股权价值。

（三）选择资产基础法和收益法中评估价值较高的收益法作为唐利国际评估结果的原因及合理性

本次评估采用收益法得出的股东全部权益价值为 64,175.80 万元，资产基础法测算得出的股东全部权益价值 63,618.93 万元，收益法评估值较资产基础法评估值高 556.87 万元。

收益法是采用预期收益折现的途径来评估企业价值，不仅考虑了企业以会计原则计量的资产，同时也考虑了在资产负债表中无法反映的企业实际拥有或控制的资源，如市场品牌、执行合同、客户资源、销售网络、产品研发能力等竞争力等，而该等资源对企业的贡献均体现在企业的净现金流中，所以，收益法的评估结论能体现企业整体的成长性和盈利能力。

收益法评估充分考虑了唐利国际未来的增长能力以及良好的现金流量状况，盈利能力主要来源于对艾·哈帝系列服装品牌的合理运营，本次评估以收益法结果作为唐利国际 100%股权价值的最终结论具有合理性。

截至本反馈意见回复出具之日，唐利国际已成为歌力思的控股子公司，歌力思的资产规模和业务范围有所扩大，歌力思与唐利国际正在就管理制度、企业文化、业务扩展等方面进行融合。歌力思与唐利国际能否顺利实现管理制度和企业文化的融合、达到预期整合的效果存在一定的不确定性。如果公司未能顺利整合，将导致歌力思经营管理效率降低，从而影响歌力思的长远发展。经核查，保荐机构认为：

经核查，保荐机构认为：唐利国际本次收购评估增值率较高主要系因为唐利

国际有未能在账面体现的不可辨认资产，资产负债表反映的净资产值较低；采用收益法充分考虑了唐利国际对艾·哈帝系列服装品牌的合理运营，以及未来的增长能力和良好的现金流量状况；所选用的营业收入、净利润及折现率等评估参数合理，能反映唐利国际的股权价值；使用收益法作为唐利国际的评估结果主要因为收益法的评估结论能体现企业整体的成长性和盈利能力，较资产基础法更合理。

二、结合公司所在行业及区域市场情况，说明本次萝丽儿品牌设计研发中心扩建项目的具体内容，与前次募投项目中设计研发中心建设项目的关系，及项目所需金额测算依据及过程

（一）结合公司所在行业及区域市场情况，说明本次萝丽儿品牌设计研发中心扩建项目的具体内容

1、公司所在行业及区域市场情况

（1）中国服装消费总额保持增长，消费升级需求明显。

国家统计局近期发布了 2016 年 1-6 月份社会消费品零售总额数据，从同比看，2016 年 1-6 月份，社会消费品零售总额同比增长 10.3%；根据中华全国商业信息中心统计，2015 年限额以上企业单位服装商品零售额同比增长 9.6%，2015 年全国重点大型零售企业各类服装零售量同比增长 4.3%，增速较上年提高 5.1 个百分点。这说明国内消费者的购买潜力较大。

国务院提出充分发挥新消费对经济的引领作用，加快培育形成新供给新动力，这将有利于服装企业的改革创新。城镇化的持续推进将成为品牌开拓新增长点的重要契机。

（2）中国女装企业构建多品牌发展战略，加速引入国际时尚品牌

中国女装市场品牌众多，竞争激烈，单品牌运营的天花板加速来临。为了适应女性多元化的消费需要，在具备一定的品牌优势和管理积累后，女装企业可以利用多品牌发展，对主品牌进行协同耕耘和共同发展。

女装品牌企业一般通过两个模式：自主研发子品牌和收购现有服装品牌来构建多品牌发展战略。多品牌运营将有利于企业分散单一品牌带来的经营风险，有利于企业深入细分市场，提高企业的整体市场占有率，有利于提升企业的品牌运营能力和渠道掌控能力。多品牌经营将是未来我国女装品牌企业的主流发展趋势，也势必将会给本已竞争激烈的女装市场带来更大的挑战。

中国服装市场对国外服装品牌一直有着巨大的吸引力，近年来国外服装品牌进入中国市场的步伐加快。为了应对外来品牌带来的巨大竞争，中国女装企业将被动迎接挑战转变为主动引入合作机制，通过收购已有国际品牌和代理合作的方式取得市场的主动权。

（3）深圳大力打造中国时尚女装之都

深圳近年出台扶持政策，推动服装产业转型升级。服装产业实现了从原来的“三来一补”到自主品牌的跃升，从单一出口加工向出口和内需两个市场的双向并进，从服装制造业向服装时尚创意产业、文化创意产业发展的转变。目前，深圳服装业产值已达 2,000 多亿元。现有二千多家服装企业，30 万从业人员，1.5 万名服装设计师，拥有超过 1,200 个自有服装品牌，占据国内一线品牌龙头地位。深圳大浪服装基地已经升级为大浪时尚创意城，年产值数百亿元，多家国内外时尚品牌总部落户，带动这里成为深圳乃至全国时尚产业高端人才汇集和交流合作的“时尚硅谷”。

（4）政策鼓励服装企业开展国际合作，加强企业品牌建设

2016 年 1 月 18 日，国务院发布《关于促进加工贸易创新发展若干意见》（以下简称“《意见》”）明确提出，继续发展纺织服装、鞋类等传统劳动密集型加工贸易产业，巩固传统优势同时支持企业转型升级。

《意见》指出，推动加工贸易企业由单纯的贴牌生产（OEM）向委托设计（ODM）、自有品牌（OBM）方式发展。支持企业创建和收购品牌，拓展营销渠道，从被动接单转向主动营销。顺应互联网发展带来的新机遇，实现价值链攀升。延长产业链，提升加工贸易在全球价值链中的地位；发挥沿海地区示范带动作用，促进转型升级提质增效；支持内陆沿边地区承接产业梯度转移，推动区域协调发展；引导企业有序开展国际产能合作，统筹国际国内两个市场两种资源。

国际品牌需要通过与国内品牌的合作来进入中国市场。在与国际品牌合作上，国内大、中型自主品牌服装企业无疑成为成为主力，鼓励国际合作政策的出台无疑对正在积极与国际品牌接洽中的众多大、中型服装企业来说是种巨大的助力。

2、本次萝丽儿品牌设计研发中心扩建项目的具体内容

（1）萝丽儿品牌设计研发中心扩建项目四大功能

萝丽儿品牌设计研发中心扩建项目主要针对萝丽儿品牌进行设计研发能力

的建设，建成后将实现以下四大功能：

1) 企划功能，包括流行趋势研究，面料及服装流行资讯采集与分析，确定产品主题、品类、面料、色彩、廓型等，制定完整的产品线及产品结构规划，制定产品上市数量、价位和波次等计划。

2) 设计功能，完成服装及配饰的款式设计及版型设计、面料织物结构设计、面料色彩图案设计、面料再造等。

3) 研发功能，进行人体数据和版型数据采集分析及数据库建设、服装及配饰制造工艺技术开发和转移、为订货会完成样品制作、面料测试等。

4) 展示功能，从品牌设计的理念和高度出发，负责产品发布、店面陈列和文化创意展示。

设计研发中心下设企划部、设计部、技术开发部，强化企划、设计、技术开发能力，并具备面料开发测试、产品陈列和文化创意展示功能，形成完善的自主设计研发体系。

展厅具备多功能、现代化、专业化的特点，配合服装服饰和面料的创意以及设计新品的发布，通过举办静态展示、动态发布、多媒体演示等活动，进行内部款式品评会、季度订货会、VIP 客户鉴赏、广告拍摄、情境模拟以及销售培训等活动。同时，也可以将其作为深圳市女装行业的展示交流中心，促进同行间的服装文化交流。

萝丽儿品牌设计研发中心将成为设计、研发、展示、营销和品牌建设高度集成、自主设计创意能力强、融入国际潮流的国内一流高端女装设计研发中心。

(2) 萝丽儿品牌设计研发中心组织结构

项目建成后，设计研发中心由3个部门组成，分别为企划部、设计部和技术开发部。

公司未来的设计研发部门的具体职能和人员配置如下：

部门名称	职能	人员配置
设计总监	负责设计研发中心三个部门的领导管理工作。	1 人
企划部	收集流行资讯、市场资讯，提出产品流行趋势；跟踪行业新技术发展方向；对顾客消费心理及生活方式进行研究；制定完整的产品线及产品结构规划，制定产品上市数量、价位和波次等计划；完成各种风格、质地、色彩搭配和时尚流行面料的选择和图案设计等工作。	5 人
设计部	完成各类产品线及配饰的设计；完成产品创意、产品设计工作，包括设计创作、设计图绘制等。关注市场反馈信息及客户需求，根据要求调整产品设计方向。根据市场信息和客户的反馈意见做好产品修改和款式	15 人

部门名称	职能	人员配置
	开发的补充工作。	
技术开发部	根据设计部成果，负责打版、推版，完成梭织服装、针织服装、鞋的样品制作。充分与设计部沟通，使样品与设计理念一致，并根据设计师要求不断对产品进行改进。建立公司产品生产技术规范，组织编写、确认技术工艺书，指导大货生产。进行样版技术研究。研究人体与服装的关系，制定全面而准确的服装规格，进一步完善版型数据库，为高级定制积累数据。负责面料测试。负责相关技术档案的管理与监控。	30 人

（3）萝丽儿品牌设计研发中心建设地址

深圳市福田区中心区益田路与福华路交汇处卓越时代广场901-912室，建筑面积1,772.44平方米。

（4）萝丽儿品牌设计研发中心主要设备的选型和配置

1）设计研发中心新增设备清单

序号	设备名称	单位	数量	单价（元）	总价（元）
1	平缝车	台	15	7,500	112,500
2	凤眼车	台	1	73,000	73,000
3	打枣车	台	1	35,000	35,000
4	暗缝机	台	1	12,000	12,000
5	粘衬机	台	1	22,000	22,000
6	三线车	台	1	6,500	6,500
7	打钮机	台	1	2,000	2,000
8	烫台	台	4	1,800	7,200
9	毛衫电脑横机	台	1	1,200,000	1,200,000
10	高速数码喷印机	台	1	1,000,000	1,000,000
11	梭织面料打样机	台	1	350,000	350,000
12	全自动折边机	台	1	45,000	45,000
13	电脑冲孔机	台	1	50,000	50,000
14	电脑皮革切割机	台	1	300,000	300,000
合计					3,215,200

2）设计研发中心面料测试仪器清单

序号	仪器名称	单位	数量	单价（元）	总价（元）
1	耐磨试验机	台	1	36,400	36,400
2	织物起毛起球仪	台	1	37,050	37,050
3	静水压试验仪	台	1	15,000	15,000
4	织物测厚仪	台	1	15,600	15,600
5	织物撕裂仪	台	1	130,000	130,000
6	静电检测仪	台	1	60,000	60,000
7	染色牢度摩擦仪	台	1	5,700	5,700
8	摩擦色牢度测试仪	台	1	5,700	5,700
9	耐洗色牢度试验机	台	1	90,000	90,000

序号	仪器名称	单位	数量	单价（元）	总价（元）
10	耐汗渍色牢度测试仪	台	1	4,350	4,350
11	日晒牢度试验仪	台	1	1,167,000	1,167,000
12	洗衣机	台	2	4,600	9,200
13	电子天平	台	1	2,400	2,400
14	圆盘取样器	台	1	3,600	3,600
15	垂直法织物阻燃仪	台	1	13,500	13,500
16	缩水率测试仪	台	1	120,000	120,000
17	织物勾丝仪	台	1	33,600	33,600
18	织物抗紫外线测试仪	台	1	96,000	96,000
19	织物悬垂性测试仪	台	1	40,000	40,000
20	织物风格仪	台	1	130,000	130,000
21	干洗试验机	台	1	192,000	192,000
22	标准光源箱	台	1	17,940	17,940
23	干衣机	台	1	2,200	2,200
24	裁样器	台	1	500	500
25	案秤	台	1	1,500	1,500
26	数显恒温箱	台	1	10,000	10,000
27	测试耗材	套	1	100,000	100,000
28	测试间恒温恒湿空调	套	1	800,000	800,000
合计					3,139,240

3) 设计研发中心新增办公设备及软件清单

序号	名称	单位	数量	单价（元）	总价（元）
1	电脑	台	31	4,000	124,000
2	彩色打印机	台	3	12,000	36,000
3	扫描仪	台	5	3,000	15,000
4	宽幅打印机	台	1	98,000	98,000
5	办公桌椅	位	30	3,000	90,000
6	投影仪/幕	台	1	18,500	18,500
7	液晶显示器	台	1	20,000	20,000
8	摄像机	台	1	45,000	45,000
9	相机	台	1	43,000	43,000
10	Photoshop Extended CS5	套	31	6,900	213,900
11	CorelDraw X5	套	31	7,200	223,200
12	Illustrator CS5	套	31	4,140	128,340
13	4D BOX 设计软件	套	1	220,000	220,000
合计					1,274,940

（二）与前次募投项目设计研发中心建设项目的关系

设计研发是高端女装企业的核心竞争力，是高端女装赖以生存和竞争的关键要素。公司收购萝丽儿品牌在中国的所有权后，需要组建适合中国市场的国际化

设计师团队，独立设计萝丽儿品牌产品。

与歌力思品牌以时尚、优雅、讲究生活品质的现代都市女性为目标顾客不同，萝丽儿品牌源于现代菁英女性独立与自信的精神，将其巧妙地融入时装，带入日常生活和特殊场合，藉大气简约的现代主义风格与格调凝练的艺术语言来诠释新时代的新女性主义姿态。歌力思旗下各品牌的独立性至关重要，每一个品牌需要确定并保持各自的产品风格，萝丽儿品牌的风格独立于公司现有歌力思品牌产品。

尽管公司现有的设计研发中心运作已非常成熟，但随着萝丽儿品牌的引入，该品牌需要有独立的研发团队和工作场地，并将与现有歌力思品牌设计研发中心位于不同的办公场所。

目前公司现有的设计研发中心的人员归属于全资子公司深圳前海可染服饰设计有限公司，未来萝丽儿研发设计中心的人员归属于全资子公司深圳市萝丽儿贸易有限公司，两个设计研发中心管理及财务核算不会重合。

因此，本次萝丽儿品牌设计研发中心扩建项目与前次募投项目中设计研发中心建设项目所主要研发的为发行人旗下的两个不同品牌的系列服装，并保持了人员、业务、工作场所、管理、财务核算的独立。

（三）项目所需金额测算依据及过程

1、萝丽儿品牌设计研发中心扩建项目投资估算的依据

- （1）国家对基本建设项目的有关文件规定；
- （2）原纺织工业总会颁发的《纺织工业工程建设概预算编制办法及规定》；
- （3）公司对扩建后萝丽儿品牌设计研发中心的规划。

2、项目所需金额主要包括以下三部分：

- （1）本项目场地购买深圳市福田区中心区益田路与福华路交汇处卓越时代广场 901-912 室，建筑面积 1,772.44 平方米，包含购置费、税费和设计装修费用；
- （2）仪器设备、电脑及软件和办公家具购置及安装费；
- （3）工程建设其他费用：包括前期工作费、建设单位管理费、人员培训费等。

据估算，项目投资为 16,599.10 万元，拟使用募集资金 15,546.78 万元，剩余部分公司自筹解决。建设投资构成及各单项工程投资估算详见下表：

序	工程或费用名称	估算价值（万元）	占建设
---	---------	----------	-----

		建筑工程费	设备购置及安装费	其他费用	合计	
1	工程费用	14,783.84	762.94	-	15,546.78	93.66%
1.1	设备及软件	-	762.94	-	762.94	-
1.2	房产购置费及购置税费	14,429.35	-	-	14,429.35	-
1.3	设计装修费用	354.49	-	-	354.49	-
2	工程建设其他费用	-	-	261.90	261.90	1.58%
2.1	建设单位管理费	-	-	226.80	226.80	-
2.2	人员培训费	-	-	5.10	5.10	-
2.3	前期工作费	-	-	30.00	30.00	-
3	基本预备费	-	-	790.43	790.43	4.76%
	建设投资合计	14,783.84	762.94	1,052.33	16,599.10	100.0%
	占建设投资比例	89.06%	4.60%	6.34%	100.0%	-

其中房产购置费按市场报价 79,000 元/平方米计算；税费按国家规定，契税按合同价的 3%、印花税按合同价的 0.05% 计算；设计装修费按 2,000 元/平方米估算；仪器设备、电脑及软件和办公家具购置及安装费按设备厂商报价（到厂价，含设备运杂费）；前期工作费按 30 万元估算，建设单位管理费按工程费用的 1.5% 估算；人员培训费按每人 1,000 元估算，基本预备费按工程费用和工程建设其他费用之和的 5% 估算。

（四）募集资金使用计划

萝丽儿品牌设计研发中心扩建项目拟投入 15,546.78 万元募集资金用于购置设备及软件、房产及设计装修工程，其余非资本性支出（主要为建设单位管理费、人员培训费、前期工作费及基本预备费）合计 1,052.32 万元公司将通过自筹方式解决。

经核查，保荐机构认为：萝丽儿品牌设计研发中心扩建项目与前次募投项目中的设计研发中心建设项目为发行人旗下的两个不同品牌的系列服装的研发中心，并保持了人员、业务、工作场所、管理、财务核算的独立；萝丽儿品牌设计研发中心扩建项目建设投资估算的依据充分，估算结果真实合理。

三、结合公司现有品牌门店分布及销售情况，说明本次萝丽儿营销中心建设项目计划新增营业面积的计划选址情况，项目所需金额测算依据合理性

（一）结合公司现有品牌门店分布及销售情况，说明本次萝丽儿营销中心建

设项目计划新增营业面积的计划选址情况

1、公司现有品牌门店分布及销售情况

发行人主要直营店（城市单店平均营业收入百万以上）2015 年度单店平均营业收入情况如下所示：

城市	门店数量	单店平均营业收入 (万元)
广州	11	517.19
深圳	24	441.14
南宁	5	362.43
镇江	1	346.86
扬州	1	342.75
绵阳	1	331.66
武汉	8	328.73
天津	6	324.77
宜昌	2	324.04
东莞	2	298.48
宁波	3	283.45
长沙	8	281.13
宜宾	1	279.18
岳阳	1	278.10
上海	14	277.85
珠海	1	254.25
中山	1	247.27
佛山	1	242.14
杭州	8	237.88
遂宁	1	234.00
泰州	1	213.63
无锡	1	200.67
沈阳	5	193.18
湘潭	1	186.94
常德	1	179.59
泉州	1	176.05
贵阳	3	173.38
桂林	1	159.42
北京	13	153.11
大连	6	139.22
大庆	1	136.05
厦门	4	135.24
抚顺	1	116.74
常州	3	114.89
柳州	2	110.45

发行人将全国经济发达城市、省会、直辖市以及其它消费潜力较大城市核心

商圈的高档百货商场以及购物中心作为直营店的选址原则。

发行人已与国内主流高档百货商场、购物中心等渠道合作方建立了稳定的合作关系，随着公司品牌影响力的逐步提升，发行人与渠道合作方的合作关系将继续深化，为直营店的扩充奠定了良好的基础。

2、本次萝丽儿营销中心建设项目计划新增营业面积的计划选址情况

萝丽儿营销中心建设项目计划在全国部分城市采取租赁、联营等方式新建150个萝丽儿品牌店铺，并相应地新增营业面积21,039平方米。具体选址标准如下：

门店类型	选址标准
生活馆	经济发达城市繁华商业区、中心商务区、购物中心等主要商圈
标准店	中高端品牌集中、硬件设施精良、销售业绩突出、区域消费能力高的高级百货商场

生活馆是指将品牌的服装、鞋、配饰等各类产品集中在同一店铺陈列、销售的专卖店。相对于标准店，生活馆面积要求更大，产品品类更加丰富，产品陈列技术和销售策略要求更高。

标准店是指将品牌的服装产品集中在同一店铺陈列、销售的专卖店。

具体店如下表：

(1) 项目建设规模

序号	店铺类型及市场级别	数量（个）			面积（平方米）		
		租赁	联营	合计	租赁	联营	合计
1	生活馆	45	39	84	6,736	6,113	12,849
	第一年	10	7	17	1,316	1,118	2,434
	第二年	19	12	31	2,860	1,835	4,695
	第三年	16	20	36	2,560	3,160	5,720
2	标准店	3	63	66	390	7,800	8,190
	第一年	1	14	15	150	1,655	1,805
	第二年	1	22	23	120	2,770	2,890
	第三年	1	27	28	120	3,375	3,495
合计		48	102	150	7,126	13,913	21,039

租赁是指生活馆或标准店采用租赁的方式取得出租方一定面积的经营权。

联营是指生活馆或标准店采用和商场联营的方式，由商场提供一定的经营场所，由歌力思组织货源并负责销售，商场从该店铺的销售收入中提取一定比例的扣点作为商场的收入。

租赁和联营两种方式的经营模式全部为直营模式。在直营模式下，店铺的日常经营管理都由公司所属职能部门、分公司或办事处直接管理，包括人员的招聘培训、货品的组织和销售，店铺的销售成本、销售收入分别计入公司主营业务成本、主营业务收入。

(2) 项目城市选择方案

序号	城市	生活馆	标准店	合计
1	昆明	8	4	12
2	北京	7	3	10
3	广州	7	-	7
4	深圳	6	-	6
5	济南	4	1	5
6	石家庄	4	1	5
7	西安	4	6	10
8	成都	3	5	8
9	南昌	3	1	4
10	上海	3	5	8
11	沈阳	3	1	4
12	武汉	3	2	5
13	重庆	2	3	5
14	常州	2	-	2
15	杭州	2	1	3
16	呼和浩特	2	-	2
17	宁波	2	-	2
18	青岛	2	-	2
19	郑州	2	3	5
20	长沙	1	2	3
21	大连	1	1	2
22	金华	1	-	1
23	南京	1	1	2
24	南宁	1	-	1
25	苏州	1	1	2
26	天津	1	1	2
27	唐山	1	-	1
28	太原	1	3	4
29	厦门	1	-	1
30	徐州	1	1	2
31	西宁	1	-	1
32	温州	1	2	3
33	乌鲁木齐	1	1	2
34	珠海	1	-	1
35	合肥	-	3	3
36	海口	-	2	2
37	兰州	-	2	2
38	无锡	-	2	2
39	包头	-	1	1

40	长春	-	1	1
41	福州	-	1	1
42	贵阳	-	1	1
43	哈尔滨	-	1	1
44	南通	-	1	1
45	三亚	-	1	1
46	遵义	-	1	1
合计		84	66	150

(3) 项目建设情况

1) 已开店铺情况

序号	城市	商场名称	签署方	店铺类型	租赁/联营	是否签署租赁合同/意向合同
1	杭州	杭州万象城	华润新鸿基房地产（杭州）有限公司	生活馆	租赁	是
2	厦门	厦门磐基	厦门磐基大酒店有限公司	生活馆	租赁	是
3	深圳	益田假日广场	深圳市益田假日广场有限公司	生活馆	租赁	是
4	深圳	金光华广场	深圳市金光华商业有限公司	生活馆	租赁	是
5	北京	北京东方新天地	北京东方广场有限公司	生活馆	租赁	是
6	大连	大连麦凯乐	大连国际商贸大厦有限公司大连麦凯乐总店	标准店	联营	是
7	北京	北京 skp	华联新光百货（北京）有限公司	标准店	联营	是

2) 已签署战略合作意向书情况

序号	签署方	是否签署战略合作意向书	已与公司合作店铺家数	战略合作意向书中签署的萝丽儿意向开店数量
1	大商集团股份有限公司	是	15	10
2	天虹商场股份有限公司	是	8	5
3	茂业国际控股有限公司	是	6	3
4	浙江银泰百货有限公司	是	12	20
5	北京王府井百货股份有限公司	是	6	20
6	大连友谊（集团）股份有限公司	是	3	3
7	上海百联集团股份有限公司	是	6	6
合计		-	-	67

本项目的建设期为 3 年，建设期从 2016 年开始。国内各重要城市的核心商场是服装行业的主要销售渠道，公司已与部分商场签署了战略合作意向书。国内

大型商场与进驻店铺签署正式合同的惯例是在进驻商场前 1 个月左右，不会提早很久时间就签署具体的合同，这也是国内服装渠道目前的现实情况。但公司与各商场的合作谈判会尽量在进驻前 1 年就开始进行。

公司建设萝丽儿营销中心建设项目的目的：

（1）建设萝丽儿直营店有利于提升品牌形象

品牌对一个女装企业具有重要影响，而直营是品牌营销战略中一个至关重要的部分。直营店是品牌形象的重要表现渠道，国内外服装企业均高度重视直营店对品牌形象的作用，通过直营店作为品牌宣传的主要渠道，增强消费者对品牌的关注度，提高消费者进店频率，将品牌宣传与终端销售紧密结合在一起，有效提升品牌形象。

（2）建设萝丽儿直营店有利于实现品牌与市场的可持续发展

品牌女装企业通过开设直营店，不仅可以广泛对外宣传品牌影响，直接准确地向消费者传递品牌文化，还可以第一时间发布产品讯息和流行趋势在市场竞争中取得优势，实现品牌与市场的可持续发展。

（3）建设萝丽儿直营店有利于提高市场快速反应能力

女装行业具有款式众多、风格变换快的特点，品牌女装企业必须以市场需求为导向才能占得先机。因此，要达到快速掌握市场的真实信息，品牌女装企业必须建设直营网络并扩大覆盖范围，通过直营店去了解消费者的实际需求以及市场流行趋势，转而提高快速反应能力，向市场推出满足消费者需求的产品。

（4）建设萝丽儿直营店有助于为顾客提供个性化服务

公司顾客主要为时尚、优雅、讲究品质的现代都市女性，对服装的颜色、版型和尺码等细节有较高要求，消费诉求呈现多样化，直营店能够更好的贴近顾客需求，并通过成熟、专业的导购为顾客提供贴心、周到的个性化服务。

（二）项目所需金额测算依据合理性

本项目总投资为 36,941.48 万元，拟使用募集资金 26,545.22 万元，剩余部分公司自筹解决。具体如下：

序号	项目	投资金额（万元）
一	建设投资	19,175.41
1	工程费用	17,076.22
1.1	场地投入	3,626.68

1.2	店铺装修	12,411.54
1.3	设备购置	1,038.00
2	工程建设其他费用	678.78
2.1	建设管理费	341.52
2.2	前期工作费	170.77
2.3	职工培训费	166.50
3	基本预备费	1,420.40
二	流动资金	17,766.07
三	项目投资总额	36,941.48

1、建设投资估算的范围

建设投资费用包括工程费用（场地投入、店铺装修、设备购置）、工程建设其他费用（建设管理费、前期工作费、职工培训费）和基本预备费。

（1）新增150个店铺的租赁费，租赁面积21,039平方米；

（2）新增150个店铺的装修工程费，包括装修设计费、装饰工程费用、道具和灯具费用、以及消防、监控工程费用；

（3）新增150个店铺的设备购置费，每个店铺配置电脑1台，电视音响1套；

（4）工程建设其他费用：包括建设管理费、前期工作费和职工培训费；

（5）基本预备费按工程费用和工程建设其他费用之和的8%估算；涨价预备费未计。

2、建设投资估算说明

（1）新增150个店铺的租赁费，根据店铺建设进度的不同，按年租赁费的50%平均估算，合计3,626.68万元；

（2）新增150个店铺的装修工程费，以歌力思原有店铺装修标准和成本为参考，其中生活馆按每平方米6,600元、标准店按每平方米4,800元进行估算，生活馆计划面积12,849平方米，标准店计划8,190平方米，合计12,411.54万元；

（3）设备购置费按照发行人终端店铺计划采购设备标准进行估算,其中生活馆单店预算10万元，标准店单店预算3万元，84家生活馆及66家标准店合计1,038万元；

（4）建设管理费按工程费用的2%估算；前期工作费按工程费用的1%估算；职工培训费按每人1,800元估算。

3、流动资金估算说明

流动资金按分项详细估算法估算。结合萝丽儿营销中心建设项目的具体情况

及歌力思现有直营店的情况，各项流动资产和流动负债的最低周转天数为：应收账款60天、应付账款60天、现金30天，存货200天。按上述最低周转天数估算，项目投产后正常生产年份需流动资金17,766.07万元，具体如下表所示：

单位：万元

序号	项目	最低周转天数	周转次数	计算期（年）			
				1	2	3	4
1	流动资产			1,882.99	7,692.67	16,041.39	21,254.56
1.1	应收账款	60 天	6 次/年	666.13	2,892.36	6,165.51	8,306.52
1.2	存货	200 天	1.8 次/年	1,047.81	4,130.59	8,497.81	11,143.47
1.3	日常运营现金	30 天	12 次/年	169.05	669.72	1,378.07	1,804.57
2	流动负债			328.02	1,293.09	2,660.25	3,488.49
2.1	应付账款	60 天	6 次/年	328.02	1,293.09	2,660.25	3,488.49
3	流动资金缺口（1-2）			1,554.97	6,399.58	13,381.14	17,766.07

综上，场地投入、店铺装修、设备购置、建设管理费、前期工作费、职工培训费等预算测算考虑周全，符合实际情况，符合歌力思的规划和投资能力，并参照歌力思现有品牌直营店的情况对萝丽儿营销中心建设项目的流动资金需求进行了测算，测算过程及结果真实合理。

（三）公司未来三年流动资金缺口测算

具体测算过程如下：

1、销售百分比测算方法说明

在公司主营业务、经营模式及各项资产负债周转情况长期稳定，未来不发生较大变化的情况下，公司各项经营性资产、负债与销售收入应保持较稳定的比例关系。因此，利用销售百分比法测算未来营业收入增长所导致的相关流动资产及流动负债的变化，进而测算 2016 年至 2018 年公司流动资金缺口。

2、测算公式

流动资金占用额=应收账款余额+应收票据余额+预付账款余额+存货余额-应付账款余额-应付票据余额-预收账款余额
 新增流动资金缺口=2018年末流动资金占用金额-2015年末流动资金占用金额

3、2016-2018 年营业收入预测过程

歌力思 2013 年-2015 年营业收入的增长率数据具体如下：

单位：万元

营业收入	2013 年度	2014 年度	2015 年度
歌力思	71,040.66	74,395.13	83,528.97
营业收入增长率	18.58%	4.72%	12.28%

假设歌力思 2016 年-2018 年的营业收入增长率为 12%，歌力思 2016 年-2018 年的营业收入预测情况如下：

单位：万元

项目	2016 年度	2017 年度	2018 年度
营业收入	93,552.45	104,778.74	117,352.19

4、经营性资产及经营性负债

选取应收账款、预付款项和存货等三个指标作为经营性流动资产，选取应付账款、预收款项等二个指标作为经营性流动负债。报告期各期末，歌力思无应收票据和应付票据余额。

歌力思 2016 年至 2018 年各年末的经营性流动资产、经营性流动负债=当期预测营业收入×各项目销售百分比。

在商业模式不发生大变化的情况下，歌力思各项经营性资产、负债余额与销售收入应保持与报告期内较稳定的比例关系，故以经审计的 2015 年末各项经营性资产、负债余额占 2015 年度营业收入的百分比预测 2016 年末至 2018 年末各项经营性资产、负债余额。

5、测算结果

综合考虑以上因素，在其他经营要素不变的情况下，歌力思因经营性流动资产及经营性流动负债的变动需增加的流动资金测算如下：

单位：万元

项目	2015 年度 实际数	销售百分比	2016 年度 /2016 年末	2017 年度 /2017 年末	2018 年度 /2018 年末	2018 年期末预计 数—2015 年期末 实际数
营业收入	83,528.97	100.00%	93,552.45	104,778.74	117,352.19	33,823.22
应收账款	11,339.40	13.58%	12,700.13	14,224.14	15,931.04	4,591.64
预付账款	458.36	0.55%	513.36	574.96	643.96	185.60

存货	17,837.60	21.35%	19,978.11	22,375.48	25,060.54	7,222.94
经营性资产合计	29,635.35	35.48%	33,191.59	37,174.58	41,635.53	12,000.18
应付账款	4,117.59	4.93%	4,611.70	5,784.92	5,784.92	1,667.33
预收账款	2,132.16	2.55%	2,388.02	2,995.53	2,995.53	863.37
经营性负债合计	6,249.75	7.48%	6,999.72	8,780.45	8,780.45	2,530.70
流动资金占用额 (经营性资产－ 经营性负债)	23,385.60	28.00%	26,191.87	29,334.90	32,855.09	9,469.48

根据以上测算，预计至 2018 年，发行人未来年度资金缺口为 9,469.48 万元。

(四) 募集资金使用计划

“萝丽儿营销中心建设项目”中建设用资金（场地投入、店铺装修、设备购置）为 17,076.22 万元，拟使用募集资金投入；项目其他费用（工程建设其他费用和基本预备费）2,099.19 万元，通过自筹方式解决；项目流动资金 17,766.07 万元中拟使用募集资金投入金额调减 8,297.07 万元，调减额通过自筹方式解决，即项目流动资金拟使用募集资金投入 9,469.00 万元。“萝丽儿营销中心建设项目”计划使用募集资金 26,545.22 万元。

经核查，保荐机构认为：萝丽儿营销中心建设项目所需资金测算考虑周全，符合实际情况，测算过程及依据真实合理。

四、保荐机构核查意见

保荐机构核查了唐利国际的评估报告，对相关负责人访谈并实地走访了销售店铺；对中国纺织建设规划院出具的《可行性研究报告》进行了研究分析，查阅同行业竞争对手公开资料。

经核查，保荐机构认为：

1、唐利国际本次收购评估增值率较高主要系因为唐利国际有未能在账面体现的不可辨认资产，资产负债表反映的净资产值较低；采用收益法充分考虑了唐利国际对艾·哈帝系列服装品牌的合理运营，以及未来的增长能力和良好的现金流量状况；本次评估分别对唐利国际（母公司）和唐利商贸进行评估，所选用的营业收入、净利润及折现率等评估参数合理，能反映唐利国际的股权价值；使用

收益法作为唐利国际的评估结果主要因为收益法的评估结论能体现企业整体的成长性和盈利能力，较资产基础法更合理。

2、萝丽儿品牌设计研发中心扩建项目与前次募投项目中的设计研发中心建设项目为发行人旗下的两个不同品牌的系列服装的研发中心，并保持了人员、业务、工作场所、管理、财务核算的独立；萝丽儿品牌设计研发中心扩建项目投资估算的依据充分，估算结果真实合理。根据募投项目预算情况，调减萝丽儿品牌设计研发中心扩建项目的募投资金 1,052.32 万元，将以公司自筹资金方式解决。

3、萝丽儿营销中心建设项目所需资金测算考虑周全，符合实际情况，符合歌力思的规划和投资能力，并参照歌力思现有直营店的情况对萝丽儿营销中心建设项目的流动资金需求进行了测算，测算过程及依据真实合理。根据募投项目预算情况和公司未来三年流动资金缺口情况，调减萝丽儿营销中心建设项目 10,396.26万元，将以公司自筹资金方式解决。

反馈意见 2：报告期内申请人存货规模占流动资产比例较高。请保荐机构核查造成上述情况的原因及合理性。请会计师结合申请人过季服装的销售策略核查存货减值准备计提是否充分并发表意见。

回复：

一、报告期内申请人存货规模占流动资产比例较高，请保荐机构核查造成上述情况的原因及合理性

（一）报告期内发行人存货和流动资产分析

单位：万元

项目	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 (%)
货币资金	106,208.48	76.99	6,977.30	15.77	6,526.70	17.39
应收账款	11,339.40	8.22	8,895.19	20.11	7,095.39	18.91
预付账款	458.36	0.33	532.04	1.20	569.72	1.52
其他应收款	1,653.04	1.20	1,212.64	2.74	1,180.92	3.15
存货	17,837.60	12.93	16,613.12	37.56	17,147.96	45.70
其他流动资产	450.00	0.33	10,000.00	22.61	5,000.00	13.33
流动资产合计	137,946.87	100	44,230.28	100	37,520.69	100

2013 年末、2014 年末、2015 年末，货币资金及其他流动资产（银行理财产品）、应收账款和存货合计占流动资产比例分别为 95.33%、96.05%、98.47%。

其中，2013年末、2014年末、2015年末，存货账面价值占同期流动资产的比例分别为45.70%、37.56%、12.93%。

发行人的主营业务为品牌女装的设计研发、生产和销售。公司的女装销售主要通过商场直营店及分销商，销售回款较快，应收账款周转率较高，故期末应收账款余额占流动资产比较小。女装产品种类多，前置生产周期长，发行人投入较多资金购置原材料，并需要为直营店等营销渠道配置足够款式的货品铺货以便更好地服务终端消费者，故存货占流动资产比例较高。

（二）存货与主营业务收入的匹配性分析

项目	2015年12月31日/ 2015年		2014年12月31日/ 2014年		2013年12月31日/ 2013年	
	金额(万元)	同比增长(%)	金额(万元)	同比增长(%)	金额(万元)	同比增长(%)
存货余额	33,779.96	7.75	32,260.02	2.90	31,350.38	25.68
主营业务收入	82,393.18	17.54	73,052.26	4.22	70,095.70	18.63

2013年末、2014年末、2015年末，发行人的存货余额分别为31,350.38万元、32,260.02万元、33,779.96万元，分别比上一年度增长25.68%、2.90%及7.75%。2013年、2014年及2015年，发行人的主营业务收入分别为70,095.70万元、73,052.26万元及82,393.18万元，分别比上一年度增长18.63%、4.22%及17.54%。发行人的存货余额与主营业务收入的增长趋势比较一致。

（三）存货规模占流动资产比例较高的原因及合理性

存货规模占流动资产比例较高，主要系因为公司的业务为品牌女装的设计研发、生产和销售，在生产和销售环节所需的存货较多。

公司存货规模较大的原因如下：

- 1、公司主营业务收入的逐年增长，加之每年年末临近元旦、春节等节假日，公司相应提高了各直营店的备货量；
- 2、公司的营销网络较广，直营店数量较多，公司直营店的销售需要公司自身保持充足的总仓及门店的产成品备货，从而致使存货余额相对较高；
- 3、公司产品定位为品牌女装，品牌女装的客户群体对服装的个性化要求较高，对颜色、版型和尺码的要求也各不相同，需要公司配置足够款式的货品；女装销售期短，产品种类多，公司必须在销售季节来临之前把大部分货品生产完毕，因此库存余额较大。

公司的存货规模与业务发展相匹配，是合理的。

（四）保荐机构核查意见

保荐机构核查了报告期内的审计报告及财务报表，与相关业务负责人进行访谈，结合生产情况、存货结构及其变动情况分析。

经核查，保荐机构认为，报告期内发行人存货规模占流动资产比例较高主要是由于公司营业收入逐年增长，且公司直营店数量较多，品牌女装的销售需要直营店配置较多款式的货品等原因，公司需要保持充足的备货。公司的存货余额与业务发展相匹配，是合理的。

二、请会计师结合申请人过季服装的销售策略核查存货减值准备计提是否充分并发表意见

（一）申请人过季服装的销售策略核查存货减值准备计提是否充分

1、报告期内存货总体情况

单位：万元

项目	2015 年 12 月 31 日			2014 年 12 月 31 日			2013 年 12 月 31 日		
	账面余额	账面价值	账面价值占比 (%)	账面余额	账面价值	账面价值占比 (%)	账面余额	账面价值	账面价值占比 (%)
产成品	22,937.79	13,279.59	74.45	21,397.77	12,392.45	74.59	20,506.56	12,724.21	74.20
原材料	9,460.87	3,317.38	18.60	9,155.52	2,729.01	16.43	9,242.56	2,945.30	17.18
在产品	787.12	787.12	4.41	1,273.62	1,273.62	7.67	1,274.89	1,274.89	7.43
低值易耗品	594.18	453.50	2.54	433.11	218.04	1.31	326.37	203.56	1.19
合计	33,779.96	17,837.59	100.00	32,260.02	16,613.12	100.00	31,350.38	17,147.96	100.00

存货余额中在产品是属于正常生产过程中的存货，发生减值的可能性较小；低值易耗品占比重较小，与其他存货适用同样的减值政策；发行人期末存货主要是产成品和原材料，2013年末、2014年末和2015年末，产成品和原材料账面余额合计分别占存货账面余额的比例为94.89%、94.71%和93.05%，因此，重点对期末原材料和产成品的存货跌价计提情况进行分析，其中，产成品的跌价准备计提与过季服装的销售策略直接相关，重点结合过季服装的销售策略对其进行分析；原材料的存货跌价计提与过季服装的销售策略无直接关联，因此，结合原材料的期后耗用情况对其进行分析。

2、发行人存货跌价准备的计提政策

由于发行人产品属于时装，产品价值受时间因素影响较大，计提存货跌价准备时，依据存货的货龄计提存货跌价准备，具体的货龄划分及计提比例如下：

主面料：

面料所属季	计提比例（%）
第 N+1 及以后季	0
第 N 季及第 N-1 季	70
第 N-2 季及第 N-3 季	90
第 N-4 及以前季	100

注：发行人主面料分为春夏季面料和秋冬季面料，上表中的季指春夏季或秋冬季，N 指当季，1-6 月份属春夏季，7-12 月份属秋冬季。

除主面料以外的其他存货：

货龄	计提比例（%）
1 年以内	0
1-2 年	50
2 年以上	100

计提存货跌价准备后，如果以前减记存货价值的影响因素已经消失，导致存货的可变现净值高于其账面价值的，在原已计提的存货跌价准备金额内予以转回，转回的金额计入当期损益。

3、发行人对产成品跌价准备计提政策的复核

发行人报告期各期末产成品货龄如下：

单位：万元

产成品	2015 年 12 月 31 日			2014 年 12 月 31 日			2013 年 12 月 31 日		
	账面余额	账面价值	账面价值占比	账面余额	账面价值	账面价值占比	账面余额	账面价值	账面价值占比
1 年以内	10,203.47	10,203.47	76.84%	9,296.19	9,296.19	75.01%	10,247.53	10,247.53	80.54%
1-2 年	6,153.31	3,076.12	23.16%	6,192.53	3,096.26	24.99%	4,953.35	2,476.68	19.46%
2 年以上	6,581.00	-	-	5,909.04	-	-	5,305.68	-	-
合计	22,937.79	13,279.59	100.00%	21,397.76	12,392.45	100.00%	20,506.56	12,724.21	100.00%

从上表可见，发行人产成品构成中主要是一年以内的产成品。

（1）一年内产成品的分析

1）一年内产成品的结构分析

2013年末、2014年末和2015年末的“一年内产成品”，按“春夏”和“秋冬”两季货品可分类如下：

截止日期	1 年以内	期末成本金额（万元）A	占比 A/B	合计（万元）B
2013 年 12 月 31 日	2013 年春夏	2,511.96	25%	10,247.53
	2013 年秋冬	5,016.73	49%	
	2014 年春夏	2,718.84	26%	
2014 年 12 月 31 日	2014 年春夏	3,006.73	32%	9,296.19
	2014 年秋冬	4,317.49	46%	

	2015 年春夏	1,971.97	22%	
2015 年 12 月 31 日	2015 年春夏	2,628.01	26%	10,203.47
	2015 年秋冬	5,336.65	52%	
	2016 年春夏	2,238.81	22%	

注：（1）截止2013年12月31日，“1年以内”的产成品包括“2013年春夏”、“2013年秋冬”、“2014年春夏”，其中“2013年春夏”为过季产品、“2013年秋冬”为当季产品、“2014年春夏”为为下一季准备的产品。其他年份类似。

从上表可知，一年内的产成品包括过季产品。一年以内的产成品中当季产品占比约 49%，过季产品占比约 28%，为下一季准备的产品占比约 23%。

2）一年内产成品不计提跌价准备的合理性分析

一年内产成品中的过季产品期后平均销售价格分析：

发行人统计了各期一年内的产成品中的过季产品在其后年度的销售情况，分析其是否存在跌价迹象，是否应计提存货跌价准备，具体如下：

①2011 款库存商品在 2013 年、2014 年和 2015 年销售情况

2011 款 库存商品	期初数		本期销售情况	
	数量（万件）	金额（万元）	金额（万元）	金额占比
2013 年	16.75	4,155.63	3,418.92	82.27%
2014 年	11.6	2,987.41	2,263.00	75.75%
2015 年	6.42	1,721.41	1,116.11	64.84%

注：2011年款库存商品在2013年度销售时，其货龄属于1-2年期间。其他年份类似。

②“2012 年春夏”在 2013 年至 2015 年的累计销售情况

款式	销售时间	销售数量 （件） （A）	单位平均售价 （B）（元）	折扣 （售价/平均 吊牌价）	销售收入 （万元） C=A*B
2012 年 春夏	2013 年销售	13,684	1,008.45	0.53	1,379.97
	2014 年销售	22,084	587.08	0.31	1,296.50
	2015 年销售	26,390	345.03	0.18	910.54

从上表可知，“2012 年春夏”在 2013 年的平均销售折扣不低于 5 折。

③“2013 年春夏”在 2014 年至 2015 年的累计销售情况

款式	销售时间	销售数量（件） （A）	单位平均售价 （B）（元）	折扣 （售价/平均 吊牌价）	销售收入 （万元） C=A*B
2013 年 春夏	2014 年销售	20,554	819.52	0.50	1,684.43
	2015 年销售	35,785	520.16	0.28	1,861.40

从上表可知，“2013 年春夏”在 2014 年的销售折扣不低于 5 折。

④“2014 年春夏”在 2015 年的累计销售情况

款式	销售时间	销售数量（件） （A）	单位平均售 价（B）（元）	折扣 （售价/平均 吊牌价）	销售收入 （万元） C=A*B
2014 年春夏	2015 年销售	24,389	911.68	0.52	2,223.50

从上表可知，“2014 年春夏”在 2015 年的平均销售折扣不低于 5 折。

根据发行人制定的销售政策，及前述实际平均销售价格可知，“一年内的产成品”中的过季产品在次年仍可以不低于平均吊牌价 5 折的价格销售。

发行人基于成本与可变现净值孰低的原则计提存货跌价准备，由于发行人平均产品毛利率约为 70%，发行人产品按 5 折吊牌价销售，扣除销售过程中对应的费用后其收益高于其成本。因此，一年内产成品中的过季产品不会出现减值，不计提减值准备。

（2）与同行业可比公司存货跌价准备计提政策的比较分析

发行人		朗姿股份		维格娜丝	
分类	计提比例	分类	计提比例	分类	计提比例
1 年以内	0%	1 年以内	0%	1 年以内	0%
1-2 年	50%	第 5 季(属 1-2 年)	10%	1-2 年	10%
2 年以上	100%	第 6 季(属 1-2 年)	20%	2-3 年	50%
		第 7 季(属 1-2 年)	30%	3 年以上	100%
		第 8 季(属 1-2 年)	40%		
		第 8 季(2 年以上)	50%		

数据来源：朗姿股份和维格娜丝为上市公司，其资料为其公告文件。

与同行业可比公司的产成品存货跌价准备计提政策比较可知，行业内的品牌女装公司对一年以内的产品均不计提跌价准备。行业普遍对一年以上的产品开始计提减值准备，但计提比例不等，发行人的存货跌价准备计提政策是稳健的。

（3）对一年以上产成品计提跌价准备的合理性的说明和相关分析

1）一年以上产成品计提跌价准备的合理性说明

根据上述统计数据可知，对于货龄为一年至两年的产成品，发行人在次年一般以吊牌价 3 折的价格销售，扣除销售过程中对应的费用后其收益低于其成本，基于时装的特殊属性和财务稳健要求，发行人对此部分产品计提 50%的减值准备。对于货龄为两年以上的产成品在次年一般以低于 3 折的吊牌价格销售，因相关存货已进入特卖，出于稳健考虑，发行人对该部分库存全额计提减值准备。

2）一年以上产成品计提跌价准备的合理性分析

发行人制定一年至两年产品计提 50%跌价准备，两年以上计提 100%跌价准备的政策，是以历史统计数据测算结果为依据的。测算过程如下：

①2011 款库存商品在 2013 年、2014 年和 2015 年销售情况

2011 款 库存商品	期初数		本期销售情况	
	数量（万件）	金额（万元）	金额（万元）	金额占比
2013 年	16.75	4,155.63	3,418.92	82.27%

2014 年	11.6	2,987.41	2,263.00	75.75%
2015 年	6.42	1,721.41	1,116.11	64.84%

注：2011年款库存商品在2013年度销售时，其货龄属于1-2年期间。其他年份类似。

②2012 款库存商品在 2014 年和 2015 销售情况

2012 款库存商品	期初数		本期销售情况	
	数量（万件）	金额（万元）	金额（万元）	金额占比
2014 年	14.99	4,799.26	3,664.12	76.35%
2015 年	10.14	3,397.12	3,334.26	98.15%

③2013 年结存的库存商品在 2015 年销售情况

2013 款库存商品	期初数		本期销售情况	
	数量（万件）	金额（万元）	金额（万元）	金额占比
2015 年	18.72	6,302.64	4,706.82	74.68%

2011 年末结存的库存商品，在其后 1-2 年实现销售收入占 2011 年末结存成本的 82.27%。2012 年末结存的库存商品，在其后 1-2 年实现的销售收入占 2012 年末结存成本的 76.35%。2013 年末结存的库存商品，在其后 1-2 年实现销售收入占 2013 年结存成本的 74.68%。

依据上述数据支持，再结合行业特点，考虑品牌女装流行趋势变化快,对产品的主题、品类、面料、色彩、廓型等要求较高，从稳健性出发，发行人制定了对 1-2 年内库存商品计提 50%的跌价准备，2 年以上库存商品计提 100%的跌价准备的政策。

（4）报告期存货跌价损失实际情况的说明

2013 年、2014 年及 2015 年，发行人售出产生损失的过季货品的亏损金额与这部分过季货品已计提的跌价准备金额对比如下：

年份	货龄	售出产生损失的过季产品已计提的跌价准备金额(万元)	售出产生损失的过季产品的亏损金额(万元)
2013 年	1-2 年	122.74	69.13
	2 年以上	1,575.49	553.16
	切货	41.95	30.89
	合计	1,740.18	653.18
2014 年	1-2 年	700.54	-332.99
	2 年以上	2,357.84	679.64
	切货	664.50	460.35
	合计	3,722.88	807.00
2015 年	1-2 年	433.64	208.74
	2 年以上	2,851.15	1,117.19
	切货	1,991.70	1,569.22
	合计	5,276.49	2,895.15

注：切货主要是处理货龄在4年以上的货品。

从上表可知，售出发生亏损的过季产品其已计提的存货减值准备金额大于其发生的实际损失金额，因此，发行人存货跌价准备计提是充足的、谨慎的。

（5）发行人处理过季产品的流程和平均销售价格

1）发行人制定了完善的存货管理制度，有效管理和消化过季商品

对于过季产品，发行人主要的折扣销售方式包括以下几种：

①长期特卖：发行人通过奥特莱斯店进行专门销售；

②临时特卖：发行人的直营店参与所在商场的商品促销活动或者定时举办临时特卖会；

③网络销售：发行人通过知名电子商务平台销售；

④集中处理：发行人将库龄四年以上货品、二等品、次品、样衣以及通过以上四种方式销售后仍无法消化的货品，采取切货方式进行消化。

2）过季产品平均销售价格

发行人对一年以上的过季产品的平均销售价格如下：

①过季一年货品，一般按照不低于 5 折的价格销售；

②过季两年货品，一般按照 3-5 折的价格销售；

③过季三年或四年的货品，一般按照 1-3 折的价格销售；

④四年以上货品、二等品、次品、样衣以及通过以上三种方式销售后仍无法消化的货品，采取切货方式进行处理。

经核查，瑞华会计师认为发行人的产成品跌价准备计提政策稳健，存货跌价准备计提充分。

4、发行人对原材料跌价准备计提政策的复核

（1）发行人原材料的构成

发行人原材料可分为主面料、其他原材料。主面料是为当季生产所准备的面料，部分可在当季之后继续使用。主面料占原材料的比例在 70%以上。其他原材料包括里布、衬布、拉链、钮扣、织带等，在当季之后可以继续使用。

报告期各期末，主面料的金额如下：

单位：万元

原材料	2015 年 12 月 31 日			2014 年 12 月 31 日			2013 年 12 月 31 日		
	账面余额	账面价值	账面价值占比	账面余额	账面价值	账面价值占比	账面余额	账面价值	账面价值占比
第 N+1 或以后季	1,458.61	1,458.61	66.90%	1,023.20	1,021.93	56.59%	1,079.25	1,079.25	51.49%
第 N 季或第 N-1 季	1,934.88	580.46	26.62%	930.99	279.30	15.47%	2,844.96	853.49	40.72%
第 N-2 季或第 N-3 季	1,412.51	141.25	6.48%	874.51	262.35	14.53%	1,633.57	163.36	7.79%

原材料	2015 年 12 月 31 日			2014 年 12 月 31 日			2013 年 12 月 31 日		
	账面余额	账面价值	账面价值占比	账面余额	账面价值	账面价值占比	账面余额	账面价值	账面价值占比
第 N-4 或以前季	3,206.82	-	-	4,913.91	242.33	13.42%	2,392.90	-	-
合计	8,012.82	2,180.32	100.00%	7,742.61	1,805.91	100.00%	7,950.68	2,096.10	100.00%

注：发行人主面料分为春夏季面料和秋冬季面料，上表中的季指春夏季或秋冬季，N 指当季，1-6 月份属春夏季，7-12 月份属秋冬季。

报告期各期末，除主面料外的其他原材料如下：

单位：万元

原材料	2015 年 12 月 31 日			2014 年 12 月 31 日			2013 年 12 月 31 日		
	账面余额	账面价值	账面价值占比	账面余额	账面价值	账面价值占比	账面余额	账面价值	账面价值占比
1 年以内	964.90	964.90	84.86%	819.30	819.30	88.76%	695.38	695.38	81.89%
1-2 年	344.33	172.17	15.14%	207.60	103.80	11.24%	307.64	153.82	18.11%
2 年以上	138.83	-	-	386.01	-	-	288.86	-	-
合计	1,448.06	1,137.07	100.00%	1,412.91	923.10	100.00%	1,291.88	849.20	100.00%

发行人原材料分为主面料以及其他原材料。2013年末、2014年末和2015年末，主面料账面余额占原材料的账面余额的比例分别为86.02%、84.57%和84.69%。

(2) 主面料的跌价趋势分析

发行人统计了各年主面料在当年生产使用后三年内的领用情况如下：

1) “2011 年春夏、秋冬主面料” 在 2012-2014 年累计领用情况

单位：万元

结存金额		2012 年领用	2013 年领用	2014 年领用	2012-2014 年累计领用	累计领用比率
A		B	C	D	E=B+C+D	F=E/A
2011 年末	1,252.55	230.63	192.80	188.18	611.61	48.83%
2012 年末	1,021.92	-	192.80	188.18	380.98	37.28%
2013 年末	829.12	-	-	188.18	188.18	22.70%

2) “2012 年春夏、秋冬主面料” 在 2013-2015 年累计领用情况

单位：万元

结存金额		2013 年领用	2014 年领用	2015 年领用	2013-2015 年累 计领用	累计领用 比率
A		B	C	D	E=B+C+D	F=E/A
2012 年末	1,802.53	370.79	234.85	734.60	1340.24	74.35%
2013 年末	1,431.74	-	234.85	734.60	969.45	67.71%
2014 年末	1,196.89	-	-	734.60	734.6	61.38%

3) “2013 年春夏、秋冬主面料” 在 2014-2015 年累计领用情况

单位：万元

结存金额	2014 年领用	2015 年领用	2014-2015 年	累计领用
------	----------	----------	-------------	------

				累计领用	比率
A		B	C	E=B+C	F=E/A
2013 年末	2,844.96	724.11	1,001.53	1,725.64	60.66%
2014 年末	2,120.85	-	1,001.53	1,001.53	47.22%

综上，“2011 年春夏、秋冬主面料”、“2012 年春夏、秋冬主面料”和“2013 年春夏、秋冬主面料”在期后各年的累计领用比例汇总如下：

2011 年春夏、秋冬主面料	2012-2014 年累计领用比率	2012 年春夏、秋冬主面料	2013-2015 年累计领用比率	2013 年春夏、秋冬主面料	2014-2015 年累计领用比率	平均值
A		B		C		D=(A+B+C)/3
2011 年末	48.83%	2012 年末	74.35%	2013 年末	60.66%	61.28%
2012 年末	37.28%	2013 年末	67.71%	2014 年末	47.22%	50.74%
2013 年末	22.70%	2014 年末	61.38%	2015 年末	--	42.04%

根据上表数据：当年生产所使用的主面料在当年末结存金额平均有 67.51% 可在以后年度被继续使用；一年后结存金额平均有 57.47% 可在以后年度被继续使用；二年后结存金额有 30.69% 可在以后年度被继续使用。

发行人主面料按一年以内计提 70%，1-2 年计提 90% 和 2 年以上计提 100% 跌价准备的存货跌价准备计提政策是依据 2009 年度、2010 年度和 2011 年度的库存主面料期后消耗情况确定的，根据 2011 年度、2012 年度和 2013 年度数据测算的结果显示主面料期后的消耗量较大，主要原因系发行人后期加大了前期库存面料的消化力度。

（二）会计师核查意见

经核查，瑞华会计师认为，发行人的存货跌价准备计提政策稳健，存货跌价准备计提充分。

反馈意见 3：请申请人补充说明本次募投项目是否履行相应的环境影响评价程序、是否办理相应的用地手续。请保荐机构和申请人律师核查本次非公开发行是否符合《上市公司证券发行管理办法》第十条第（二）项的规定。

回复：

一、本次募投项目概况

（一）萝丽儿品牌设计研发中心扩建项目

萝丽儿品牌设计研发中心扩建项目建设地点位于深圳市福田区中心区益田路与福华路交汇处卓越时代广场 901-912 室，建筑面积 1,772.44 平方米。本项

目建成后将实现企划功能、设计功能、研发功能、展示功能。萝丽儿品牌设计研发中心将成为设计、研发、展示、营销和品牌建设高度集成、自主设计创意能力强、融入国际潮流的国内一流高端女装设计研发中心。本项目的建设周期为 1 年，预计总投资为 16,599.10 万元，拟使用募集资金 16,599.10 万元。

（二）萝丽儿营销中心建设项目

萝丽儿营销中心建设项目将在深圳以及其他城市采取租赁、联营等方式新建 150 个萝丽儿品牌店铺，并相应地新增营业面积（建筑面积）21,039 平方米。本项目计算期 13 年，其中：建设期 3 年，运营期 10 年，总投资为 36,941.48 万元，其中：建设投资 19,175.41 万元，流动资金 17,766.07 万元。

（三）收购唐利国际 65%股权

公司及公司全资子公司东明国际与唐利国际股东华悦国际、ICL-Ed Hardy Limited 以及唐利国际实际控制人周澄签订交易协议，约定东明国际受让华悦国际持有的唐利国际 45%股权，受让 ICL-Ed Hardy Limited 持有的唐利国际 20%股权。转让完成后，公司将通过全资子公司东明国际合计持有唐利国际 65%股权。本项目投资总额为 24,050.00 万元。

二、关于募投项目的环境影响评价程序、用地手续，以及是否符合国家产业政策

（一）环境影响评价

公司本次募投项目之萝丽儿品牌设计研发中心扩建项目不产生废水、废气，产生的固体废物主要为服装服饰下脚料、废旧包装物，不会对环境产生污染，因此不需要进行环境影响评价，不会对公司本次发行申请构成实质性影响；萝丽儿营销中心建设项目主要为商业流通环节建设，无生产环节，仅产生少量生活污水、生活垃圾和废包装材料，无污染源，无需进行环境影响评价；收购唐利国际 65%股权项目系股权投资事项，无需进行环境影响评价。

（二）用地手续

公司本次募投项目之萝丽儿品牌设计研发中心扩建项目建设用地位于深圳市福田区中心区益田路与福华路交汇处卓越时代广场 901-912 室，公司与欧阳海鹏签署了《商业用房买卖意向合同》，合同内容具体如下：公司拟购买欧阳海鹏于 2007 年 6 月 12 日取得并合法持有的产权证号为深圳地字第 3000472580

号、深圳地字第 3000472845 号、深圳地字第 3000472846 号、深圳地字第 3000472848 号、深圳地字第 3000472849 号、深圳地字第 3000472850 号、深圳地字第 3000472851 号、深圳地字第 3000472852 号、深圳地字第 3000473074 号、深圳地字第 3000473076 号、深圳地字第 3000473078 号、深圳地字第 3000473086 号的商业用房（即卓越时代广场 901-912 室）。公司与欧阳海鹏协商一致，拟将前述房产的交易总价款确定为人民币 140,022,760 元整。基于上述，前述房产已取得合法有效的房产证，无需办理相关用地手续；萝丽儿营销中心建设项目建设用地通过租赁、联营方式取得，无需办理相关用地手续；收购唐利国际 65% 股权项目系股权投资事项，无需办理相关用地手续。

（三）本次募投项目符合国家产业政策的要求

本次募投项目符合《关于加快推进服装家纺自主品牌建设的指导意见》、《纺织工业“十二五”发展规划》等国家产业政策的要求。

三、中介机构核查意见

《上市公司证券发行管理办法》第十条第（二）项规定：“上市公司募集资金的数额和使用应当符合国家产业政策和有关环境保护、土地管理等法律和行政法规的规定。”

保荐机构和申伦律师查阅了申请人与欧阳海鹏签署的《商业用房买卖意向合同》、《深圳歌力思服饰股份有限公司非公开发行股票预案》、《深圳歌力思服饰股份有限公司非公开发行股票募集资金使用的可行性分析报告》、第二届董事会第十八次会议、2016 年第一次临时股东大会会议文件及其他相关公告文件，并对《环境保护法》、《大气污染防治法》、《水污染防治法》、《环境影响评价法》、《关于加快推进服装家纺自主品牌建设的指导意见》、《纺织工业“十二五”发展规划》等法律法规进行了分析。

（一）保荐机构核查意见

经核查，保荐机构认为：发行人募集资金用途符合国家产业政策和有关环境保护、土地管理等法律和行政法规的规定，符合《上市公司证券发行管理办法》第十条第（二）项的规定。

（二）律师核查意见

中伦律师认为，发行人募集资金用途符合国家产业政策和有关环境保护、土地管理等法律和行政法规的规定，符合《上市公司证券发行管理办法》第十条第（二）项的规定。

反馈意见 4：根据申请材料，王碎永与申请人存在未决的商标权纠纷案件。请申请人说明该未决诉讼的最新进展情况以及对公司持续经营的影响。请保荐机构核查上述诉讼案件对本次非公开发行股票的影响。

回复：

一、王碎永与申请人存在未决的商标权纠纷案件的最新进展情况以及对公司持续经营的影响

2012 年 7 月，发行人向深圳市中级人民法院提起民事诉讼，请求法院：①认定发行人所有的第 1348583 号(第 25 类)“歌力思”注册商标为驰名商标；②认定王碎永恶意申请注册及使用第 7925873 号（第 18 类）“歌力思”商标的行为及其经销商刘某销售歌力思女包构成侵犯发行人驰名商标侵权行为及不正当竞争侵权行为；③判令王碎永及其经销商刘某停止商标及不正当竞争侵权行为并判令王碎永禁止使用其恶意申请注册的 7925873 号（第 18 类）“歌力思”商标，并将其无偿转让给发行人；④判令王碎永赔偿发行人经济损失人民币 25 万元，王碎永及其经销商刘某共同承担发行人维权费用人民币 5 万元及本案全部诉讼费用。

2014 年 5 月 29 日，深圳市中级人民法院作出（2012）深中知民初字第 976 号《民事判决书》，判决：①王碎永立即停止使用“歌力思”商标及字号；②刘某立即停止销售使用“歌力思”商标及字号的商品；③王碎永赔偿发行人经济损失 15 万元及支付维权合理开支 3 万元；④刘某支付发行人维权合理开支 2 万元；⑤王碎永在《中国企业报》刊登声明消除影响。王碎永不服一审判决，向广东省高级人民法院提出上诉。

2015 年 11 月 26 日，广东省高级人民法院作出（2014）粤高法民三终字第 1099 号《民事判决书》，判决：驳回上诉，维持原判。

2016 年 1 月 27 日，广东省深圳市中级人民法院就公司申请执行王碎永知识产权一案下发《受理案件通知书》，案号为(2016)粤 03 执 408 号。

2016年6月22日，王碎永因不服广东省高级人民法院作出的（2014）粤高法民三终字第1099号《民事判决》，向中华人民共和国最高人民法院申请再审，请求法院：①请求撤销广东省高级人民法院“（2014）粤高法民三终字第1099号”《民事判决书》；②依法判决驳回被申请人诉讼请求。

2016年6月30日，中华人民共和国最高人民法院作出（2016）最高院民申1617号《民事裁定书》，判决：驳回王碎永的再审申请。

鉴于王碎永与发行人存在未决的商标权纠纷案件已经了结，并且广东省深圳市中级人民法院就发行人申请执行王碎永知识产权一案下发了《受理案件通知书》，发行人认为不会对公司的持续经营产生影响。

二、保荐机构核查意见

保荐机构核查了与上述诉讼相关的《民事判决书》、《受理案件通知书》等相关文件。

经核查，保荐机构认为：王碎永与公司商标权纠纷一案已了结，该案件不会对公司的持续经营产生影响，不会对发行人本次发行构成法律障碍。

反馈意见5：请申请人说明董事、监事和高级管理人员的任职是否符合《公务员法》、中共中央纪委、教育部、监察部《关于加强高等学校反腐倡廉建设的意见》（教监[2008]15号）、《关于在上市公司建立独立董事制度的指导意见》（证监发[2001]102号）、《上市公司治理准则》等法律法规的规定。请保荐机构和申请人律师进行核查并就其对本次发行的影响发布意见。

回复：

发行人对照《公务员法》、中共中央纪委、教育部、监察部《关于加强高等学校反腐倡廉建设的意见》（教监[2008]15号）、《关于在上市公司建立独立董事制度的指导意见》（证监发[2001]102号）、《上市公司治理准则》等法律法规的规定对公司董事、监事和高级管理人员的任职情况进行了核查。

一、公司现任董事、监事及高级管理人员的任职情况

截至本反馈意见回复出具之日，公司现任董事、监事及高级管理人员的任职情况如下表所示：

姓名	公司职务	在其他单位任职情况
夏国新	董事长、总经理	歌力思投资执行董事

		歌力思国际董事
		北京服装学院顾问教授
		深圳大学艺术设计学院客座教授
刘树祥	董事、副总经理、财务负责人	同甘投资 董事
		深圳前海上林投资管理有限公司 监事
		深圳市萝丽儿贸易有限公司 董事长
胡咏梅	董事	歌力思投资监事
		歌力思国际董事
蓝地	董事、副总经理、董事会秘书	同甘投资董事
苏锡嘉	独立董事	中欧国际工商学院教授
		中国金茂（00817.HK）独立非执行董事
		常宝股份（002478.SZ）董事
		宋都股份（600077.SH）独立董事
吴洪	独立董事	深圳大学艺术设计学院院长
		格林国际控股（02700.HK）独立非执行董事
董志勇	独立董事	北京大学教务部部长
欧伯炼	监事会主席	同甘投资监事
丁天鹏	监事	无
王绍华	职工代表监事	厚裕时装监事

二、公司董事、监事和高级管理人员的任职符合《公务员法》、《关于加强高等学校反腐倡廉建设的意见》、《关于在上市公司建立独立董事制度的指导意见》、《上市公司治理准则》的相关规定

（一）董事、监事和高级管理人员的任职符合《公务员法》的相关规定

《公务员法》第二条规定：“本法所称公务员，是指依法履行公职、纳入国家行政编制、由国家财政负担工资福利的工作人员。”《公务员法》第一百零六条规定：“法律、法规授权的具有公共事务管理职能的事业单位中除工勤人员以外的工作人员，经批准参照本法进行管理。”

根据发行人出具的《确认函》及申请人现任董事、监事、高级管理人员的确认，公司现任董事、监事及高级管理人员均不是公务员。

（二）董事、监事和高级管理人员的任职符合《关于加强高等学校反腐倡廉建设的意见》的相关规定

根据中央纪委、教育部、监察部发布的《关于加强高等学校反腐倡廉建设的意见》（下称“《意见》”）的相关规定，学校党政领导班子成员应集中精力做好本职工作，除因工作需要、经批准在学校设立的高校资产管理公司兼职外，一律不得在校内外其他经济实体中兼职。确需在高校资产管理公司兼职的，须经党委（常

委)会集体研究决定,并报学校上级主管部门批准和上级纪检监察部门备案,兼职不得领取报酬。

根据发行人出具的《确认函》及发行人现任董事、监事、高级管理人员的确认,公司现任董事、监事及高级管理人员中涉及在高校任职的人员包括:苏锡嘉、吴洪、董志勇及夏国新,该等人员在高校的具体任职情况见上表。

经核查上述人员任职高校官网的领导名单,上述人员均不是其任职高校的党政领导班子成员。

(三) 独立董事的任职符合《公司法》、《关于在上市公司建立独立董事制度的指导意见》、《上市公司治理准则》的相关规定

1、经核查,公司董事会总人数为7人,独立董事3人,其中,苏锡嘉为会计学领域的专业人士,公司独立董事占董事会总人数的三分之一以上,符合《关于在上市公司建立独立董事制度的指导意见》(证监发[2001]102号)第一条的规定。

2、根据苏锡嘉、吴洪、董志勇的简介及其出具的《承诺函》,并查询上海证券交易所网站资料,有关前述独立董事任职资格的具体情况如下:

(1) 苏锡嘉、吴洪、董志勇不存在《中华人民共和国公司法》第147条规定的不得担任公司董事、监事、高级管理人员的情形;

(2) 苏锡嘉、吴洪、董志勇不存在《首次公开发行股票并上市管理办法》第23条列举的不能担任独立董事的情形;

(3) 苏锡嘉、吴洪、董志勇具备上市公司运作的基本知识,熟悉相关法律、行政法规、部门规章及规范性文件,具有五年以上法律、经济、财务、管理或者其他履行独立董事职责所必需的工作经验,并已根据《上海证券交易所上市公司独立董事备案及培训工作指引》及相关规定取得上海证券交易所认可的独立董事资格证书;

(4) 苏锡嘉、吴洪、董志勇不存在《关于在上市公司建立独立董事制度的指导意见》第3条及《上海证券交易所上市公司独立董事备案及培训工作指引》第11、12、13、14条规定的不得担任独立董事的情形。

三、中介机构核查意见

保荐机构与中伦律师核查了公司现任董事、监事及高级管理人员的任职情况

并根据发行人出具的《确认函》及发行人现任董事、监事、高级管理人员的确认，公司现任董事、监事及高级管理人员均不是公务员；核查了苏锡嘉、吴洪、董志勇及夏国新任职高校官网的领导名单，上述人员均不是其任职高校的党政领导班子成员；针对苏锡嘉、吴洪、董志勇的独立董事任职资格，核查了上海证券交易所网站及其本人出具的《承诺函》。

（一）保荐机构核查意见

经核查，保荐机构认为：公司现任董事、监事及高级管理人员的任职情况不属于《公务员法》规范的范畴；公司董事、监事和高级管理人员的任职符合《意见》的相关规定；苏锡嘉、吴洪、董志勇的任职符合《公司法》、《关于在上市公司建立独立董事制度的指导意见》、《上市公司治理准则》的相关规定。公司董事、监事和高级管理人员的任职情况对本次发行不存在影响。

（二）律师核查意见

经核查，中伦律师认为：公司现任董事、监事及高级管理人员的任职情况不属于《公务员法》规范的范畴；公司董事、监事和高级管理人员的任职符合《意见》的相关规定；苏锡嘉、吴洪、董志勇的任职符合《公司法》、《关于在上市公司建立独立董事制度的指导意见》、《上市公司治理准则》的相关规定。公司董事、监事和高级管理人员的任职情况对本次发行不存在影响。

第二部分 一般问题

反馈意见 6：请保荐机构对申请人落实《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》的内容逐条发表核查意见，并督促申请人在年度股东大会上落实《上市公司监管指引第 3 号—上市公司现金分红》的相关要求。

回复：

一、保荐机构对申请人落实《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》的内容逐条发表核查意见

（一）“一、上市公司应当进一步强化回报股东的意识，严格依照《公司法》和公司章程的规定，自主决策公司利润分配事项，制定明确的回报规划，充分维护公司股东依法享有的资产收益等权利，不断完善董事会、股东大会对公司利润分配事项的决策程序和机制。”

发行人于 2014 年 3 月 28 日、2014 年 4 月 12 日分别召开第一届董事会第二十四次会议和 2014 年第一次临时股东大会，对《公司章程》中有关利润分配的条款进行了修订，完善了董事会、股东大会对公司利润分配事项的决策程序和机制。

发行人于 2016 年 2 月 3 日、2016 年 2 月 19 日分别召开第二届董事会第十八次会议和 2016 年第一次临时股东大会，审议通过了《深圳歌力思服饰股份有限公司未来三年（2016-2018 年）股东回报规划》，进一步明确公司未来三年相关利润分配政策，规划中详细说明制定本规划考虑的因素、规划的制定原则、未来三年具体的股东回报规划等内容。

经核查，保荐机构认为：发行人切实履行了《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》第一条的相关要求，严格依照《公司法》和公司章程的规定，自主决策公司利润分配事项，制定了明确的回报规划，充分维护公司股东依法享有的资产收益等权利，并完善了董事会、股东大会对公司利润分配事项的决策程序和机制。

（二）“二、上市公司制定利润分配政策尤其是现金分红政策时，应当履行必要的决策程序。董事会应当就股东回报事宜进行专项研究论证，详细说明规划安排的理由等情况。上市公司应当通过多种渠道充分听取独立董事以及中小股东的意见，做好现金分红事项的信息披露，并在公司章程中载明以下内容：

（一）公司董事会、股东大会对利润分配尤其是现金分红事项的决策程序和机制，对既定利润分配政策尤其是现金分红政策作出调整的具体条件、决策程序和机制，以及为充分听取独立董事和中小股东意见所采取的措施。

（二）公司的利润分配政策尤其是现金分红政策的具体内容，利润分配的形式，利润分配尤其是现金分红的期间间隔，现金分红的具体条件，发放股票股利的条件，各期现金分红最低金额或比例（如有）等。

首次公开发行股票公司应当合理制定和完善利润分配政策，并按照本通知的要求在公司章程（草案）中载明相关内容。保荐机构在从事首次公开发行股票保荐业务中，应当督促首次公开发行股票公司落实本通知的要求。”

1、发行人制定利润分配政策履行了必要的决策程序

发行人于 2014 年 3 月 28 日、2014 年 4 月 12 日分别召开第一届董事会第

二十四次会议和 2014 年第一次临时股东大会，对《公司章程》中有关利润分配的条款进行了修订，完善了董事会、股东大会对公司利润分配事项的决策程序和机制。

发行人于 2016 年 2 月 3 日、2016 年 2 月 19 日分别召开第二届董事会第十八次会议和 2016 年第一次临时股东大会，审议通过了《深圳歌力思服饰股份有限公司未来三年（2016-2018 年）股东回报规划》，制定了明确的股东回报规划。

2、董事会应当就股东回报事宜进行专项研究论证，详细说明规划安排的理由等情况

发行人董事会经专项研究论证制定了《深圳歌力思服饰股份有限公司未来三年（2016-2018 年）股东回报规划》并予以公告，详细说明了制定该规划考虑的因素、制定原则、未来三年具体的股东回报规划等内容。

3、发行人通过多种渠道充分听取独立董事以及中小股东的意见，做好现金分红事项的信息披露

发行人在制定上述股东回报规划过程中，通过电话等多种渠道充分听取中小股东的意见，同时，发行人通过上海证券交易所网站依法对 2015 年度拟现金分红事项进行了信息披露。

4、发行人在《公司章程》中载明了利润分配政策

发行人《公司章程》中关于利润分配的内容如下：

“第一百六十四条利润分配应履行的审议程序：

（一）利润分配应履行的审议程序

1.利润分配预案应经公司董事会、监事会分别审议通过后方能提交股东大会审议。董事会在审议利润分配预案时，须经全体董事过半数表决同意，且经公司二分之一以上独立董事表决同意；独立董事应当就利润分配预案的合理性发表独立意见。监事会在审议利润分配预案时，须经全体监事过半数以上表决同意。

2.股东大会在审议利润分配方案时，须经出席股东大会的股东所持表决权的二分之一以上表决同意。

3.公司对留存的未分配利润使用计划安排或原则作出调整时，应重新报经董事会、监事会及股东大会按照上述审议程序批准，并在相关提案中详细论证和说明调整的原因，独立董事应当对此发表独立意见。

4. 公司在特殊情况下无法按照既定的现金分红政策或最低现金分红比例确定当年利润分配方案的，应当在年度报告中披露具体原因以及独立董事的明确意见。公司当年利润分配方案应当经出席股东大会的股东所持表决权的 $\frac{2}{3}$ 以上通过。

(二)董事会、监事会、股东大会对利润分配政策研究论证程序和决策机制：

1.定期报告公布前，公司董事会应在充分考虑公司持续经营能力、保证生产正常经营及发展所需资金和重视对投资者的合理投资回报的前提下，研究论证利润分配的预案，独立董事应在制定现金分红预案时发表明确意见。

2.独立董事可以征集中小股东的意见，提出分红提案，并直接提交董事会审议。

3.公司董事会制定具体的利润分配预案时，应遵守法律、法规和本章程规定的利润分配政策；利润分配预案中应当对留存的当年未分配利润的使用计划安排或原则进行说明。

4.公司董事会审议并在定期报告中公告利润分配预案，提交股东大会批准；公司董事会未做出现金利润分配预案的，应当征询独立董事意见，并在定期报告中披露原因。

5.董事会、监事会和股东大会在有关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。

(三) 利润分配政策调整

1.公司如因外部经营环境或者自身经营状况发生较大变化而需要调整利润分配政策的，调整后的利润分配政策不得违反中国证监会和证券交易所的有关规定。

“外部经营环境或者自身经营状况的较大变化”是指以下情形之一：

(1) 国家制定的法律法规及行业政策发生重大变化，非因公司自身原因导致公司经营亏损；

(2) 出现地震、台风、水灾、战争等不能预见、不能避免并不能克服的不可抗力因素，对公司生产经营造成重大不利影响导致公司经营亏损；

(3) 公司法定公积金弥补以前年度亏损后，公司当年实现净利润仍不足以弥补以前年度亏损；

(4) 中国证监会和证券交易所规定的其他事项。

2. 公司董事会在利润分配政策的调整过程中，应当充分考虑独立董事、监事会和公众投资者的意见。董事会在审议调整利润分配政策时，需经全体董事过半数表决同意，且经公司二分之一以上独立董事表决同意；监事会在审议利润分配政策调整时，需经全体监事过半数以上表决同意。

3. 利润分配政策调整应分别经董事会和监事会审议通过后方能提交股东大会审议。公司应以股东权益保护为出发点，在股东大会提案中详细论证和说明原因。股东大会在审议利润分配政策调整时，须经出席会议的股东所持表决权的三分之二以上表决同意。

(四) 利润分配的执行

股东大会批准利润分配方案后，公司董事会须在股东大会结束后两个月内完成股利（或股份）的派发事项。

第一百六十五条公司可以采取现金或者股票的方式分配利润。

(一) 利润分配原则

公司的利润分配应充分重视对投资者的合理投资回报并兼顾公司的可持续发展，利润分配政策应保持连续性和稳定性，并坚持如下原则：

1. 按法定顺序分配的原则；
2. 存在未弥补亏损，不得向股东分配利润的原则；
3. 同股同权、同股同利的原则；
4. 公司持有的本公司股份不得参与分配利润的原则。

(二) 利润分配形式

公司可以采取现金、股票或者现金与股票相结合的方式分配利润；利润分配不得超过累计可分配利润的范围，不得损害公司持续经营能力。

(三) 利润分配的期间间隔

在当年归属于母公司股东的净利润为正的前提下，公司每年度至少进行一次利润分配，董事会可以根据公司的盈利及资金需求状况提议公司进行中期现金或股票股利分配。

(四) 利润分配的顺序

公司在具备现金分红条件下，应当优先采取现金分红进行利润分配。

（五）利润分配的条件

1.实施现金分红的具体条件

（1）公司拟实施现金分红时应至少同时满足以下条件：

①公司该年度实现的可分配利润（即公司弥补亏损、提取公积金后所余的税后利润）为正值、且现金充裕，满足公司正常生产经营的资金需求，公司外部经营环境和经营状况未发生重大不利变化，实施现金分红不会影响公司后续持续经营；

②审计机构对公司该年度财务报告出具标准无保留意见的审计报告。

（2）现金分红的比例

如满足实施现金分红的条件，公司每年以现金方式分配的利润不少于当年实现的可供分配利润的百分之三十。

2.发放股票股利的具体条件

如公司经营状况良好，公司可以在满足上述现金分红后，提出股票股利分配政策。

如公司同时采取现金及股票股利分配利润的，在满足公司正常生产经营的资金需求情况下，公司实施差异化现金分红政策：

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

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

③公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%。

公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，可以按照前项规定处理。

股东大会授权董事会每年在综合考虑公司所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，根据上述原则提出当年利润分配方案。”

经核查，保荐机构认为：发行人制定利润分配政策时，履行了必要的决策程序。发行人董事会对股东回报事宜进行了专项研究论证，详细说明规划安排的理由等情况。发行人通过电话等多种渠道充分听取了中小股东的意见，并对现金分

红事项进行了信息披露，同时在公司章程中载明了利润分配相关内容，符合《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》第二条规定。

（三）“三、上市公司在制定现金分红具体方案时，董事会应当认真研究和论证公司现金分红的时机、条件和最低比例、调整的条件及其决策程序要求等事宜，独立董事应当发表明确意见。股东大会对现金分红具体方案进行审议时，应当通过多种渠道主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流，充分听取中小股东的意见和诉求，并及时答复中小股东关心的问题。”

发行人董事会在制定现金分红方案时，是在认真研究和论证公司现金分红时机、条件和最低比例、调整的条件上做出的，符合《公司章程》中关于现金分红政策的规定，独立董事对公司的现金分红方案发表了明确独立意见。

股东大会对现金分红具体方案进行审议前，发行人通过电话等方式主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流，及时答复股东提出的相关问题。

经核查，保荐机构认为：发行人在制定现金分红具体方案时，董事会已认真研究和充分考虑公司年度盈利及资金需求等影响因素，公司独立董事发表了明确独立意见，并通过多种渠道主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流，充分听取中小股东的意见和诉求，并及时答复中小股东关心的问题。发行人切实履行了《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》第三条规定。

（四）“四、上市公司应当严格执行公司章程确定的现金分红政策以及股东大会审议批准的现金分红具体方案。确有必要对公司章程确定的现金分红政策进行调整或者变更的，应当满足公司章程规定的条件，经过详细论证后，履行相应的决策程序，并经出席股东大会的股东所持表决权的 $\frac{2}{3}$ 以上通过。”

发行人最近三年现金分红政策执行情况如下：

2014 年 5 月 16 日，公司召开 2013 年度股东大会审议通过，公司向股东分配现金股利 6,429.49 万元（含税）。

2015 年 6 月 11 日，公司召开 2014 年度股东大会审议通过，公司向股东分配现金股利 4,000 万元（含税）。

2016 年 5 月 5 日，公司召开 2015 年度股东大会审议通过，向股东分配现金股利 4,306.87 万元（含税），同时以资本公积金向全体股东转增股本 82,824,350 股。

公司最近三年的的现金分红情况如下表：

年份	现金分红金额 (万元)	分红年度合并报表中归属于上 市公司股东的净利润(万元)	占合并报表中归属于上市 公司股东的净利润的比率
2015 年度	4,306.87	14,688.92	29.32%
2014 年度	4,000.00	13,354.37	29.95%
2013 年度	6,429.49	13,377.78	48.06%

公司于 2014 年 3 月 28 日、2014 年 4 月 12 日分别召开第一届董事会第二十四次会议和 2014 年第一次临时股东大会，审议了通过了《关于修改公司章程的议案》，发行人对《公司章程》中有关利润分配的条款进行了修订，完善了董事会、股东大会对公司利润分配事项的决策程序和机制。

上述《公司章程》利润分配政策修订案由公司董事会制定，在提交股东大会以特别决议方式通过后正式实施。

经核查，保荐机构认为：发行人切实履行了《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》第四条的相关要求。

（五）“五、上市公司应当在定期报告中详细披露现金分红政策的制定及执行情况，说明是否符合公司章程的规定或者股东大会决议的要求，分红标准和比例是否明确和清晰，相关的决策程序和机制是否完备，独立董事是否尽职履责并发挥了应有的作用，中小股东是否有充分表达意见和诉求的机会，中小股东的合法权益是否得到充分维护等。对现金分红政策进行调整或变更的，还要详细说明调整或变更的条件和程序是否合规和透明等。”

公司于 2016 年 4 月 14 日召开第二届董事会第二十次会议审议通过了《2015 年年度报告》，并在上海证券交易所网站披露了相关公告。发行人按照相关规定在《2015 年年度报告》“第五节重要事项”之“一、普通股利润分配或资本公积金转增预案”披露了公司现金分红政策的制定及执行情况。

经核查，保荐机构认为：发行人严格按照《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》第五条的规定在 2015 年年度报告中披露了现金分红政策的制定及执行情况，符合相关规定。

（六）“六、首次公开发行股票公司应当在招股说明书中做好利润分配相关信息披露工作（内容略）”

经核查，保荐机构认为：发行人已于 2015 年 4 月 22 日完成首次公开发行

股票并上市，本次非公开发行股票不适用《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》的第六条要求。

（七）“七、拟发行证券的上市公司应制定对股东回报的合理规划，对经营利润用于自身发展和回报股东要合理平衡，要重视提高现金分红水平，提升对股东的回报。

上市公司应当在募集说明书或发行预案中增加披露利润分配政策尤其是现金分红政策的制定及执行情况、最近 3 年现金分红金额及比例、未分配利润使用安排情况，并作“重大事项提示”，提醒投资者关注上述情况。保荐机构应当在保荐工作报告中对上市公司利润分配政策的决策机制是否合规，是否建立了对投资者持续、稳定、科学的回报机制，现金分红的承诺是否履行，本通知的要求是否已经落实发表明确意见。

对于最近 3 年现金分红水平较低的上市公司，发行人及保荐机构应结合不同行业 and 不同类型公司的特点和经营模式、公司所处发展阶段、盈利水平、资金需求等因素说明公司现金分红水平较低的原因，并对公司是否充分考虑了股东要求和意愿、是否给予了投资者合理回报以及公司的现金分红政策是否符合上市公司股东利益最大化原则发表明确意见。”

1、股东回报规划的制定情况

发行人于 2016 年 2 月 3 日、2016 年 2 月 19 日分别召开第二届董事会第十八次会议和 2016 年第一次临时股东大会，审议通过了《深圳歌力思服饰股份有限公司未来三年（2016-2018 年）股东回报规划》，制定了明确的股东回报规划。

2、非公开发行股票预案中的“利润分配政策”的披露情况及重大事项的提示情况

发行人于 2016 年 2 月 3 日召开第二届董事会第十八次会议，2016 年 2 月 19 日召开 2016 年第一次临时股东大会，2016 年 2 月 25 日召开第二届董事会第十九次会议审议通过了《深圳歌力思服饰股份有限公司 2016 年度非公开发行股票预案（修订稿）》。

发行人在非公开发行预案（修订稿及二次修订稿）的“第四节公司现行利润分配政策、分红规划及最近三年利润分配情况”中对发行人利润分配政策情况进行了披露，并在发行预案（修订稿及二次修订稿）的“特别提示”中对相关内容

做了提示，以提醒投资者关注上述情况。

发行人于 2016 年 8 月 12 日召开第二届董事会第三十三次临时会议，审议通过了《深圳歌力思服饰股份有限公司 2016 年度非公开发行股票预案（二次修订稿）》。发行人在非公开发行股票预案（二次修订稿）的“第四节公司现行利润分配政策、分红规划及最近三年利润分配情况”中对发行人利润分配政策情况进行了披露，并在发行预案（二次修订稿）的“特别提示”中对相关内容做了提示，以提醒投资者关注上述情况。

3、在保荐工作报告中的发表意见情况

保荐机构已在公司本次非公开发行股票的《保荐工作报告》中发表了意见。

4、对最近 3 年现金分红水平较低的上市公司的补充披露要求

发行人不属于最近三年现金分红水平较低的上市公司，不适用《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》该要求。

经核查，保荐机构认为：发行人已制定未来三年的股东回报规划，并在非公开发行股票预案修订稿中就“利润分配政策”进行了披露及重大事项提示。保荐机构已在发行保荐工作报告中发表了明确意见，符合《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》第七条的规定。

（八）“八、当事人进行借壳上市、重大资产重组、合并分立或者因收购导致上市公司控制权发生变更的，应当按照本通知的要求，在重大资产重组报告书、权益变动报告书或者收购报告书中详细披露重组或者控制权发生变更后上市公司的现金分红政策及相应的规划安排、董事会的情况说明等信息。”

经核查，发行人本次非公开发行股票不适用本条款。

（九）“九、各证监局应当将本通知传达至辖区内各上市公司，督促其遵照执行。各证监局、上海及深圳证券交易所、会内相关部门应当加强对上市公司现金分红政策的决策过程、执行情况以及信息披露等事项的监管。”

经核查，发行人不适用本条款。

二、督促发行人在年度股东大会上落实《上市公司监管指引第 3 号——上市公司现金分红》的相关要求

报告期内，发行人已根据《上市公司监管指引第 3 号——上市公司现金分红》的相关要求，对《公司章程》有关利润分配政策的条款进行了修订和完善，进

一步明确和规范了申请人利润分配政策，有效提高了分红政策的透明度和可操作性，充分考虑了投资者特别是中小投资者的要求和意愿，兼顾了对投资者的合理回报及公司的可持续发展，切实维护了所有股东特别是中小投资者的利益。

保荐机构已督促发行人在 2015 年年度股东大会上落实了《上市公司监管指引第 3 号——上市公司现金分红》的相关要求。保荐机构将持续督促发行人严格按照《公司法》、《证券法》、《上市公司监管指引第 3 号——上市公司现金分红》及修订后的《公司章程》的规定，牢固树立回报股东的意识，健全现金分红制度，保持现金分红政策的一致性、合理性和稳定性，保证现金分红信息披露的真实性。

三、保荐机构核查意见

经核查，保荐机构认为：发行人已逐项落实了《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》的相关要求；保荐机构已督促发行人在 2015 年年度股东大会上落实了《上市公司监管指引第 3 号——上市公司现金分红》的相关要求。

反馈意见 7：请申请人按照《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》（证监会公告[2015]31 号）的规定履行审议程序和信息披露义务。请保荐机构对申请人落实上述规定的情况发表核查意见。

回复：

一、发行人履行的审议程序及信息披露义务

发行人根据《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》（证监会公告[2015]31 号）的相关要求，对本次非公开发行股票是否摊薄即期回报进行合理的预计和分析，并有针对性的制定填补即期回报具体措施，公司董事和高级管理人员等相关承诺主体对公司填补回报措施能够得到切实履行做出相应承诺。并经公司第二届董事会第十八次会议审议通过，并于 2016 年 2 月 19 日经公司 2016 年第一次临时股东大会表决通过，并经公司第二届董事会第三十三次董事会审议通过修订稿，主要内容如下：

“一、本次非公开发行摊薄即期回报的风险及其对公司主要财务指标的影响

本次非公开发行募集资金总额（含发行费用）上限为 67,170.00 万元，按照

发行价格 25.03 元/股计算,非公开发行股票数量不超过 26,835,797 股(含本数)。以该上限计算,公司股本规模将由 248,473,050 股增加至 275,308,847 股,归属于母公司的净资产将有大幅增加,公司的每股收益和加权平均净资产收益率等指标即期内将面临下降的风险。

(一) 财务指标计算主要假设和说明

1、假设本次非公开发行于 2016 年 9 月末实施完成,该完成时间仅用于计算本次非公开发行摊薄即期回报对主要财务指标的影响,最终以中国证监会核准并实际发行完成时间为准;

2、假设本次发行数量为 26,835,797 股,募集资金总额为 67,170.00 万元,同时,本次测算不考虑发行费用;

3、宏观经济环境、产业政策、行业发展状况、产品市场情况等方面没有发生重大变化;

4、在预测公司发行后净资产时,未考虑除募集资金、净利润之外的其他因素对净资产的影响;

5、在预测公司总股本时,以本次非公开发行前 2015 年 12 月 31 日总股本 165,648,700 股为基础,仅考虑本次非公开发行股份的影响,不考虑其他因素导致股本发生的变化;

6、2016 年扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润分别按以下三种情况进行测算:(1)与 2015 年度持平;(2)比 2015 年度增长 10%;(3)比 2015 年度增长 20%。2016 年度的盈利水平假设仅用于测算本次非公开发行摊薄即期回报对公司每股收益的影响,不代表公司对 2016 年度经营情况及趋势的判断,亦不构成对本公司的盈利预测,投资者不应据此进行投资决策,投资者据此进行投资决策造成损失的,公司不承担赔偿责任。

7、假设公司 2016 年度公司不进行分红;

8、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;

9、假设 2015 年 12 月 31 日公司已完成 2015 年度利润分配计划中的资本公积金转增股本计划并相应调整股份数量。

(二) 测算过程

基于上述假设前提，公司测算了本次非公开发行摊薄即期回报对公司主要财务指标的影响，具体情况如下表所示：

项目	数额		
本次募集资金总额（万元）	67,170.00		
本次发行股份数量（股）	26,835,797		
项目	2015年度 /2015年12月 31日（复权后）	发行前后比较（2016年度 /2016年12月31日）	
		本次发行前	本次发行后
总股本（股）	248,473,050	248,473,050	275,308,847
假设情形一：公司 2016 年度扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润较 2015 年度增长 0%，即 14,688.92 万元			
期末归属于母公司净资产（万元）	151,257.14	165,946.06	233,116.06
基本每股收益（元/股）	0.72	0.5912	0.5756
稀释每股收益（元/股）	0.72	0.5912	0.5756
每股净资产（元/股）	6.09	6.68	8.47
加权平均净资产收益率（%）	13.07	9.26	7.73
假设情形二：公司 2016 年度扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润较 2015 年度增长 10%，即 16,157.81 万元			
期末归属于母公司净资产（万元）	151,257.14	167,414.95	234,584.95
基本每股收益（元/股）	0.72	0.6503	0.6332
稀释每股收益（元/股）	0.72	0.6503	0.6332
每股净资产（元/股）	6.09	6.74	8.52
加权平均净资产收益率（%）	13.07	10.14	8.40
假设情形三：公司 2016 年度扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润较 2015 年度增长 20%，即 17,626.70 万元			
期末归属于母公司净资产（万元）	151,257.14	168,883.85	236,053.85
基本每股收益（元/股）	0.72	0.7094	0.6908
稀释每股收益（元/股）	0.72	0.7094	0.6908
每股净资产（元/股）	6.09	6.80	8.57
加权平均净资产收益率（%）	13.07	9.21	6.97

注：1、期末归属于母公司的所有者权益=期初归属于母公司股东的净资产-本期现金分红+本期归属于母公司股东的净利润+本次非公开发行募集资金额。

2、基本每股收益= $P0 \div S$ $S = S0 + S1 + Si \times Mi \div M0 - Sj \times Mj \div M0 - Sk$ ，其中：P0 为归属于公司

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

3、稀释每股收益= $P1 / (S0 + S1 + Si \times Mi \div M0 - Sj \times Mj \div M0 - Sk + \text{认股权证、股份期权、可转换债券等增加的普通股加权平均数})$ 。

4、每股净资产=期末归属于母公司的所有者权益/总股本。

5、加权平均净资产收益率= $P0 / (E0 + P0 \div 2 + Ei \times Mi \div M0 - Ej \times Mj \div M0 \pm Ek \times Mk \div M0)$ 其中：P0 为归属于公司普通股股东的净利润；E0 为归属于公司普通股股东的期初净资产；Ei 为报告期发行新股或债转股等新增的、归属于公司普通股股东的净资产；Ej 为报告期回购或现金分红等减少的、归属于公司普通股股东的净资产；M0 为报告期月份数；Mi 为新增净资产次月起至报告期期末的累计月数；Mj 为减少净资产次月起至报告期期末的累计月数；Ek 为因其他交易或事项引起的、归属于公司普通股股东的净资产增减变动；Mk 为发生其他净资产增减变动次月起至报告期期末的累计月数。”

“三、关于本次非公开发行摊薄即期回报的风险提示

本次非公开发行股票后，公司的股本及净资产均将有所增长。随着本次发行募集资金的陆续投入，将显著提升公司营运资金，扩大业务规模，促进业务发展，对公司未来经营业绩产生积极影响。但考虑到募集资金产生效益需要一定的过程和时间，完成本次发行后，在公司总股本和净资产均有所增长的情况下，每股收益和加权平均净资产收益率等即期回报财务指标在短期内存在被摊薄的风险。公司特别提醒投资者理性投资，关注本次非公开发行股票后即期回报被摊薄的风险。

四、公司应对本次非公开发行摊薄即期回报采取的措施

针对本次发行可能导致即期回报被摊薄的风险，公司将采取多项措施加强募集资金有效使用、提高未来的回报能力，具体包括：

（一）公司现有业务板块运营状况，发展态势，面临的主要风险及改进措施

1、公司现有业务板块运营状况和发展态势

公司现有业务板块为品牌女装的设计研发、生产和销售。

公司秉承可持续发展的理念，致力于将歌力思（ELLASSAY）打造成为有国际影响力的中国时装品牌，将公司打造成中国的高级时装集团。公司专注主业经营，凭借创新的模式、有效的门店零售及供应商管理，加强产业链资源整合，持续挖掘业务的内涵式增长，促进业绩稳步提升。同时，2015 年 10 月公司收购了德国女装品牌萝丽儿在中国大陆地区商标的所有权及使用权。萝丽儿的引入将

对公司现有高级女装品牌歌力思（ELLASSAY）的渠道和品牌推广提升形成良好的优势互补，对公司实现中国高级时装集团的战略目标有直接的推动作用。

2、公司现有业务板块面临的主要风险及改进措施

（1）品牌定位和管理风险

消费品的市场认知度普遍取决于品牌效应，由于国内品牌女装市场具有品牌众多、竞争激烈、风格多变、消费需求复杂等特点，如果公司不能持续提升品牌影响力和美誉度，或者对产品品质、门店形象、销售服务等管理不能适应公司业务发展，将会影响到公司的品牌形象，并可能对公司的业务经营和产品销售带来不利影响。

（2）不能准确把握女装流行趋势的风险

女装行业具有款式变化快、周期短的特点，近年来又受到“快时尚”消费观念的影响，因此，女装市场的流行趋势变化速度加快。如果公司不能把握女装流行趋势、不能及时推出迎合时尚潮流的产品，将会对公司品牌和销售业绩产生重大不利影响。

（3）行业竞争的风险

公司长期以来占领国内高端女装的高地，但随着高端女装市场流行趋势变化速度加快，可能存在公司不能全面、及时、准确把握女装流行趋势，不能及时引导时尚潮流、推出迎合时尚趋势的产品，导致消费者对本公司品牌认同度降低，对本公司经营业绩产生不利影响。与此同时，伴随着国际高端品牌对中国市场日益重视并加强渗透，该领域竞争日趋激烈，公司存在一定的市场风险。

针对上述风险，公司将继续秉承可持续发展的理念，专注主业经营，凭借创新的模式、有效的门店零售及供应商管理，加强产业链资源整合，持续挖掘业务的内涵式增长，努力提升经营业绩。公司将持续实现渠道的质量优化，积极推动终端销售的内涵式增长，加大对产品设计研发的投入，提升产品的价值感和竞争力；配合未来公司发展战略，做强歌力思主品牌的同时，积极推动新品牌建设。

（二）提高公司日常运营效率，降低公司运营成本，提升公司经营业绩的具体措施

1、加强募集资金的管理和运用，扩大业务规模

目前，公司主营业务是主营业务为品牌女装的设计研发、生产和销售。通过本次非公开发行股票和本次募投项目的实施，公司在现有主业的基础上整合吸纳

优质的德国、韩国时尚品牌以及美式潮流奢侈品牌艾·哈帝，并在国内运营推广，将进一步提高公司的资产规模和主营业务规模，保持在行业内的领先地位。本次非公开发行募集资金到账后，公司将调配内部各项资源，加快推进募投项目建设和整合，提高募集资金使用效率，争取募投项目早日实现预期效益。

2、增强公司资金实力，增强公司盈利能力

本次非公开发行有利于公司增强资金实力，增强抗风险能力，为公司进一步扩大业务规模、提高盈利能力、给予公司全体股东更多回报奠定坚实的基础。

3、引进优秀人才，调动员工积极性

公司市场化程度较高，有着较强的灵活性。公司将继续采用市场化的经营理念来经营，引进优秀人才，建立有效的激励机制，充分调动业务员及管理人员的积极性来提升业绩。通过建设萝丽儿设计研发中心项目引入具有国际背景和先进设计理念的高端设计人才，组建适合中国市场的国际化设计师团队。

4、严格执行现金分红政策，强化投资者回报机制

公司将根据国务院《关于进一步加强资本市场中小投资者合法权益保护工作的意见》、中国证监会《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》和《上市公司监管指引第3号——上市公司现金分红》的有关要求，严格执行《公司章程》明确的现金分红政策，在公司主营业务实现健康发展和经营业绩持续提升的过程中，给予投资者持续稳定的合理回报。

五、董事、高级管理人员对本次非公开发行摊薄即期回报措施的承诺

公司拟向特定对象非公开发行境内人民币普通股(A股)股票。根据中国证监会的相关规定，为保证公司填补本次发行完成后摊薄即期回报的措施能够得到切实履行，公司的全体董事及高级管理人员作出以下承诺：

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

（二）本人承诺对职务消费行为进行约束；

（三）本人承诺不动用公司资产从事与其履行职责无关的投资、消费活动；

（四）本人承诺由董事会或薪酬与考核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；

（五）若公司后续推出公司股权激励政策，本人承诺拟公布的公司股权激励

的行权条件与公司填补回报措施的执行情况相挂钩；

（六）自本承诺出具日至公司本次非公开发行股票实施完毕前，若中国证监会作出关于填补回报措施及其承诺的其他新的监管规定的，且上述承诺不能满足中国证监会该等规定时，本人承诺届时将按照中国证监会的最新规定出具补充承诺。

（七）作为填补回报措施相关责任主体之一，若违反上述承诺或拒不履行上述承诺，本人同意按照中国证监会和上海证券交易所等证券监管机构按照其制定或发布的有关规定、规则，对本人作出相关处罚或采取相关管理措施。”

二、保荐机构核查意见

保荐机构核查了公司就本次非公开发行摊薄即期回报事项履行的董事会决议及股东大会决议文件、查阅了公司公告的相关文件及相关主体出具的承诺。经核查，保荐机构认为：

（一）发行人已严格按照《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》（证监会公告【2015】31号）的规定履行了相应的审议程序和信息披露义务；

（二）发行人所预计的即期回报摊薄情况是合理的，并就填补即期回报采取了相应的措施，且董事、高级管理人员对公司填补回报措施能够得到切实履行作出了相应承诺；发行人所预计的即期回报摊薄情况、填补即期回报措施及相关承诺主体的承诺事项，符合《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》的规定，未损害中小投资者的合法权益。

反馈意见 8：请申请人公开披露最近五年被证券监管部门和交易所采取处罚或监管措施的情况，以及相应整改措施；同时请保荐机构就相应事项及整改措施进行核查，并就整改效果发表核查意见。

回复：

一、发行人公开披露

最近五年，公司不存在被证券监管部门和交易所采取处罚或监管措施的情况，针对上述情况，公司已公开披露了《深圳歌力思服饰股份有限公司关于最近五年被证券监管部门和交易所采取监管措施及整改情况的公告》（公告编号：临

2016-034)。

二、保荐机构核查意见

保荐机构核查了发行人的公司公告等文件，检索了中国证监会、深圳证监局和上海证券交易所网站，并对发行人管理层进行了访谈。

经核查，保荐机构认为：发行人最近五年不存在被证券监管部门和交易所采取处罚或监管措施的情况。

（以下无正文）

（此页无正文，为《深圳歌力思服饰股份有限公司、新时代证券股份有限公司关于中国证券监督管理委员会<深圳歌力思服饰股份有限公司非公开发行股票申请文件反馈意见>（160418 号）有关问题的回复（修订稿）》之盖章页）

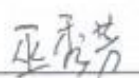
深圳歌力思服饰股份有限公司

2016年 8月12日

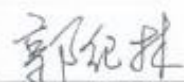


（此页无正文，为《深圳歌力思服饰股份有限公司、新时代证券股份有限公司关于中国证券监督管理委员会<深圳歌力思服饰股份有限公司非公开发行股票申请文件反馈意见>（160418号）有关问题的回复（修订稿）》之签章页）

保荐代表人签名：



巫秀芳



郭纪林

