

证券代码：603518

证券简称：维格娜丝

上市地点：上海证券交易所

维格娜丝时装股份有限公司

重大资产购买预案

交易对方	住所
衣念时装香港有限公司	香港中环都爹利街6号印刷行401室

独立财务顾问



二零一六年十一月

声明

一、公司声明

本公司及全体董事、监事、高级管理人员承诺本预案内容真实、准确、完整，没有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并承担个别和连带的法律责任。

与本次重大资产重组相关的审计、评估工作尚未完成，本预案中涉及的相关数据尚未经具有证券期货业务资格的审计、评估机构的审计、评估，标的资产经审计的历史财务数据、资产评估结果将在维格娜丝时装股份有限公司重大资产购买报告中予以披露。本公司及董事会全体成员保证本预案中所引用的相关数据的真实性和合理性。

本预案所述事项并不代表中国证监会、上海证券交易所对于本次重大资产重组相关事项的实质性判断、确认或批准。

二、交易对方声明

本次重大资产重组的交易对方衣念香港已出具承诺函，将及时向上市公司及参与本次交易的中介机构提供本次交易相关信息，并保证为本次交易所提供的有关信息均为真实、准确和完整的，不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏；如因提供的信息存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给上市公司或投资者造成损失的，将依法承担赔偿责任。

三、相关证券服务机构及人员声明

本次重大资产重组的证券服务机构及经办人员保证披露文件的真实、准确、完整，并对上述文件内容的虚假记载、误导性陈述或重大遗漏承担个别和连带的法律责任。

目 录

声明	2
一、公司声明	2
二、交易对方声明	2
三、相关证券服务机构及人员声明	2
释 义	6
一、一般释义	6
二、专业释义	7
重大事项提示	9
一、本次交易方案概要	9
二、本次交易构成重大资产重组	12
三、本次交易不构成关联交易	12
四、本次交易不构成借壳上市	12
五、对价支付方式	12
六、标的资产评估	13
七、本次交易对上市公司的影响	13
八、本次交易已履行和尚需履行的决策和审批程序	14
九、重组相关方作出的重要承诺	15
十、公司股票停复牌安排	20
重大风险提示	21
一、与本次交易相关的风险	21
二、标的公司的经营性风险	24
三、其他风险	27
第一节 本次交易概述	28
一、本次交易的背景和目的	28
二、本次交易的决策过程	33
三、本次交易具体方案	34
四、本次交易构成重大资产重组	41
五、本次交易不构成关联交易	41
六、本次交易不构成借壳	41

七、本次交易符合《重组办法》第十一条的规定.....	42
第二节 上市公司基本情况.....	45
一、公司基本信息.....	45
二、公司设立及股本变动情况.....	45
三、最近三年及一期控股权变动情况.....	59
四、控股股东及实际控制人情况.....	59
五、公司主营业务情况及财务指标.....	60
六、最近三年及一期重大资产重组情况.....	61
七、最近三年及一期合法合规情况.....	62
第三节 交易对方基本情况.....	63
一、交易对方总体情况.....	63
二、支付现金购买资产的交易对方详细情况.....	63
三、其他事项说明.....	74
第四节 交易标的基本情况.....	76
一、基本信息.....	76
二、交易标的最近两年及一期主要财务数据.....	77
三、交易标的主要资产权属状况.....	78
四、主营业务发展情况.....	80
五、交易标的所获资质及认证.....	98
六、最近三年股权转让、增减资、改制及资产评估情况.....	98
七、对交易标的的其它情况说明.....	99
第五节 本次交易合同的主要内容.....	101
一、《E-LAND FASHION HONG KONG LIMITED 与维格娜丝时装股份有限公司关于 TEENIE WEENIE 品牌的资产与业务转让协议》的主要内容.....	101
二、《资产与业务转让协议》的附属协议.....	115
第六节 管理层讨论与分析.....	116
一、本次交易对上市公司的影响.....	116
二、交易标的行业特点和经营情况.....	119
三、交易标的行业地位及核心竞争力.....	136
四、本次交易定价的合理性以及公允性分析.....	143

第七节 风险因素	144
一、与本次交易相关的风险	144
二、标的公司的经营性风险	147
三、其他风险	150
第八节 其他重要事项	151
一、本次交易对中小投资者权益安排的保护	151
二、本次交易完成后，不存在上市公司资金、资产占用及被实际控制人或其他关联人占用的情形，不存在为实际控制人及其关联人提供担保的情形	152
三、上市公司在最近 12 个月内发生的重大资产交易及其与本次交易的关系	152
四、关于本次交易相关方买卖股票的说明及核查情况	152
五、独立财务顾问核查结论性意见	155
第九节 上市公司全体董事声明	156

释 义

本文件中，除非文意另有所指，下列简称具有如下特定意义：

一、一般释义

维格娜丝、公司、上市公司、买方	指	维格娜丝时装股份有限公司
VGRASS 品牌	指	“V•GRASS” 品牌女装
本次重组、本次交易	指	维格娜丝时装股份有限公司以支付现金方式收购 E-Land Fashion Hong Kong Limited 及其关联方持有的 Teenie Weenie 品牌及该品牌相关的资产和业务
第一步收购资产/第一步收购	指	维格娜丝通过认缴 New Co. 新增注册资本方式获得 New Co. 90% 的股权
第二步收购资产/第二步收购	指	New Co. 运行三个完整的会计年度之后，维格娜丝按相同的估值倍数向衣念香港收购 New Co. 剩余 10% 股权
第一次交付日	指	第一次交付日：第一步收购（收购甜维你 90% 股权）中，卖方分两批将标的资产交付给甜维你；第一批资产交付的日期为第一次交付日，即第一步收购资产的交割日
第二次交付日	指	第二次交付日：第一步收购（收购甜维你 90% 股权）中，卖方分两批将标的资产交付给甜维你；第二批资产交付的日期为第二次交付日
衣恋世界	指	株式会社衣恋世界（E.land World Limited），一家注册于韩国的公司
衣念香港	指	E-Land Fashion Hong Kong Limited（衣念时装香港有限公司），原名 E-Land Fashion Hong Kong Limited（衣恋时装香港有限公司），持有甜维你 100% 股权的股东
衣念投资	指	衣念（中国）投资有限公司，系衣念香港子公司
衣念上海	指	衣念（上海）时装贸易有限公司，系衣念投资子公司
衣念北京	指	北京衣念阳光商贸有限公司，系衣念上海的全资子公司
衣念深圳	指	深圳衣念商贸有限公司，系衣念上海的全资子公司
衣念成都	指	成都衣念商贸有限公司，系衣念上海的全资子公司
衣念西安	指	西安衣念商贸有限公司，系衣念上海的全资子公司
尚讯咨询	指	上海尚讯商务咨询有限公司，系衣念上海的全资子公司
衣恋餐饮	指	衣恋（上海）餐饮管理有限公司，系衣念投资子公司
甜维你、标的公司、New Co.	指	甜维你（上海）商贸有限公司
本预案	指	《维格娜丝时装股份有限公司重大资产购买预案》
《资产与业务转让协议》	指	《E-Land Fashion Hong Kong Limited 与维格娜丝时

		装股份有限公司关于 Teenie Weenie 品牌的资产与业务转让协议》
估值净利润	指	按照《资产与业务转让协议》附件 6 交易双方协定的计算方法和审计原则计算的调整后净利润
《公司法》	指	《中华人民共和国公司法》
《证券法》	指	《中华人民共和国证券法》
《重组办法》	指	《上市公司重大资产重组管理办法》
《非公开发行细则》	指	《上市公司非公开发行股票实施细则》
《上市规则》	指	《上海证券交易所股票上市规则》
上交所、交易所	指	上海证券交易所
中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
股东大会	指	维格娜丝时装股份有限公司股东大会
董事会	指	维格娜丝时装股份有限公司董事会
监事会	指	维格娜丝时装股份有限公司监事会
中信建投、独立财务顾问	指	中信建投证券股份有限公司
公证天业	指	江苏公证天业会计师事务所（特殊普通合伙），上市公司模拟合并备考报表的审阅会计师
德勤华永、德勤	指	德勤华永会计师事务所（特殊普通合伙），标的资产的审计会计师
上海东洲评估	指	上海东洲资产评估有限公司
北京国枫	指	北京国枫律师事务所
最近两年及一期、报告期	指	2014年、2015年、2016年1-6月
评估基准日	指	2016年6月30日
元、万元、亿元	指	人民币元、万元、亿元

二、专业释义

直营店	指	由本公司及下属分公司、子公司自行开设的独立店铺或商场店，本公司及下属分公司、子公司负责管理并承担所有的管理费用，包括直营商场店、直营专卖店等
加盟店	指	由加盟商开设的独立店铺或商场店，由加盟商自行负责管理并承担相应的管理费用，包括加盟商场店和加盟专卖店
专卖店	指	由公司或公司的加盟商用自有物业或自行租赁的物业开店销售品牌产品，该等店铺为独立店铺，分为直营专卖店和加盟专卖店两种
商场店	指	由公司或公司的加盟商与商场签订协议，在商场中以专柜形式销售品牌产品，由商场负责收银和开具发票，商场按照销售收入的一定比例扣款后将剩余销售收入返还给公司或加盟商
购物中心店	指	由公司或公司的加盟商与购物中心签订协议，在购物中心中以独立店铺形式销售品牌产品。购物中心店中，如果由

		购物中心负责收银和开具发票,购物中心按照销售收入的一定比例扣款后将剩余销售收入返还给公司或加盟商,则按照商场店管理;如果由公司或加盟商设立独立店铺,负责向消费者收款或与购物中心结算,则按照专卖店管理
奥特莱斯店	店	销售名牌过季、下架、断码商品的商店组成的购物中心
吊牌价格	指	公司制定的每款产品的统一零售价,将价格打印在产品的吊牌上
终端零售价格	指	产品销售给消费者的最终价格
结算价格	指	公司与商场的结算价格, 结算价格=终端零售价格—商场扣点金额的价格
销售价格	指	结算价格扣除增值税后的金额,即公司最终确认营业收入的金额
终端零售额	指	以终端零售价格计算的零售额
总销售额	指	终端零售额减去增值税额
扣点率、扣率	指	商场扣点金额/终端零售额
梭织服装	指	以梭织面料及圆机面料为主加工缝制而成的服装
针织服装	指	以毛纱为原料为主,由织针串套而成的服装
配饰	指	除了服装以外其他服饰配件的总称(如包、鞋、首饰、围巾等)

本重组预案中,部分合计数与各数相加减之结果在尾数上可能略有差异,这些差异是由于四舍五入造成的。

重大事项提示

本部分所述的词语或简称与本预案“释义”中所定义的词语或简称具有相同的涵义。

一、本次交易方案概要

维格娜丝拟以现金收购衣念香港及其关联方持有的 Teenie Weenie 品牌及该品牌相关的资产和业务（包括相关的人员）。本次交易中，衣念香港及其关联方分别将所持有的 Teenie Weenie 品牌及该品牌相关的资产和业务转让至衣念香港全资子公司甜维你，转让价格与本次重组作价一致。维格娜丝按照下列步骤获得拥有全部标的资产的 New Co.的 100%股权：

1、第一步收购：维格娜丝通过认缴 New Co.新增注册资本的方式获得 New Co.90%的股权。

2、第二步收购：New Co.运行三个完整的会计年度之后，维格娜丝按相同的估值倍数向衣念香港收购 New Co.剩余 10%股权。

（一）交易对方

本次交易的对方为衣念香港。

（二）标的资产

本次交易的标的资产为 Teenie Weenie 服装品牌及相关的资产和业务，包括与 Teenie Weenie 业务相关的所有无形资产和业务，包括中国境内及境外的资产（不包括中国大陆之外的有形资产和业务），不包括任何现金和金融负债。具体包括：

- 1、品牌及产品线，即 Teenie Weenie 女装、男装、童装、配饰、家居、餐饮等；
- 2、位于中国的有形资产，即 Teenie Weenie 位于中国的品牌仓库及百货店、购物中心店、奥特莱斯店等卖场、网上店铺的存货和设备；
- 3、无形资产，即 Teenie Weenie 品牌及其卡通人物形象在全球范围（包括但不限于中国大陆、香港、台湾、韩国等国家或地区）内的商标权、专利权、著作权、域名、经营权、相关的商业权利、权益、商誉，微博、微信等公众号及相关注册权利、网上销售权利等；

4、本人同意转受雇于甜维你的相关员工，即 Teenie Weenie 品牌的设计师及制版等技术人员、高级管理人员、销售人员、职能人员（如供应链、人力、财务、法务等部门的人员）等；

5、商业机构，即在中国运行 Teenie Weenie 品牌的组织及该等组织对品牌卖场享有的权利；

6、衣恋餐饮持有的 Teenie Weenie 品牌餐饮经营权（Teenie Weenie 咖啡业务）及其资产和人员；

7、与 Teenie Weenie 品牌相关的除现金、银行存款、银行借款外的全部资产、负债（包括按合理比例分摊的基准日实际账面应交未交的税费，该合理比例在审计原则中约定）及其他支持 Teenie Weenie 品牌运营的或与 Teenie Weenie 品牌相关的资产或业务。

Teenie Weenie 品牌位于中国之外的有形资产和业务不属于本次重组的标的资产，卖方应该按约定自行处置。本次重组前，Teenie Weenie 品牌为以事业部形式运行，拥有从事经营业务所需的人员、机构及资源，经营业务独立运行。

（三）交易步骤

本次交易中，衣念香港及其关联方分别将所持有的 Teenie Weenie 品牌及该品牌相关的资产和业务转让至标的公司，维格娜丝设立并控制的有限合伙企业以增资的形式取得标的公司控股权，实现对衣念香港及其关联方持有的 Teenie Weenie 品牌及该品牌相关的资产和业务的收购。

步骤	内容	具体操作
一、第一步收购：收购甜维你 90%股权		
1-1	设立主体	衣念香港在上海设立标的公司甜维你，维格娜丝设立由其控制的有限合伙企业
1-2	业务重组	衣念世界将其所持 Teenie Weenie 商标等无形资产，衣念上海及其子公司将其所持 Teenie Weenie 服装业务、存货等有形资产、人员，衣恋餐饮将其所持 Teenie Weenie 咖啡业务、存货等有形资产、人员转让至标的公司，并形成甜维你对上述主体的应付账款，转让完成后，标的公司成为 Teenie Weenie 品牌全球唯一且合法的拥有者和经营者
1-3	买方取得标的公司 90% 股权	维格娜丝设立的有限合伙企业、衣念香港分别对标的公司进行增资，增资后维格娜丝控制的有限合伙企业持有标的公司 90%的出资，衣念香港持有标的公司 10%的出资
1-4	标的公司偿还应付账款	标的公司偿还对衣恋世界、衣念上海、衣恋餐饮等的应付账款
二、第二步收购：收购甜维你 10%股权		
2-1	买方收购标	在标的公司运行三个完整的会计年度后，维格娜丝控制的有限合伙企业收

	的公司 10% 股权	购衣念香港持有的标的公司剩余 10% 出资
--	------------	-----------------------

（四）交易价格

本次交易分两步取得标的资产的甜维你 100% 股权。

第一步收购，收购甜维你 90% 股权。维格娜丝控制的有限合伙企业通过认缴甜维你新增注册资本的方式持有甜维你 90% 的股权，与此对应，第一步收购的价款为标的资产整体价格的 90%。标的资产（包括全球范围内的知识产权）的整体价格为标的资产在中国范围内业务的 2015 年估值净利润 $\times$ 11.25 倍。第一步收购中，标的资产整体价格预计为 50 亿元，公司收购甜维你 90% 股权的价格预计为 45 亿元。

本次交易价格可能根据实际交付卖场比例、交付后卖场扣率或租金变更情况、电商交付情况、交付日的净资产情况等进行调整。

第二步收购，收购甜维你 10% 股权。《资产与业务转让协议》签订后，且甜维你运行三个完整的会计年度之后，维格娜丝或其指定第三方收购衣念香港所持有的甜维你剩余 10% 股权。转让价格计算方法为：对经审计确定的 2019 年净利润进行调整，得出 2019 年估值净利润，按照本次交易价格形成的计算方法（即 2019 年估值净利润 $\times$ 11.25 倍 $\times$ 10%）确定购买甜维你剩余 10% 的股权对价。“2019 年估值净利润”以 2019 年经会计师事务所审计后的净利润为基础，调整内容如下：（1）不包含非 Teenie Weenie 品牌运营所需的借款产生的利息，以及由于本次交易产生的借款利息；（2）不包含商誉、商标权、评估产生的其他无形资产（除商标权外）和本次交易有形资产的评估增值部分的减值损失。

（五）过渡期损益及资产交付安排

评估基准日起至第一次交付日的期间为过渡期。过渡期内，标的资产所有的损益均由衣念香港所有。

本次收购的资产、负债包括审计基准日与标的资产相关的除现金、银行存款、银行借款外的全部资产、负债。资产负债金额具体以审计基准日的审计报告为准，审计基准日净资产=总资产(不包括现金、银行存款)-负债（不包括银行借款）。

本次收购的资产、负债应由转让方负责交付至 New Co.，但为方便交付，转让方交付至 New Co. 前形成的债权、债务可以根据实际情况由双方协商确定是否实际交付

至 New Co.，并按审计基准日净资产账面价值与实际交付净资产的账面价值的差额以现金补足，其中，交付日的净资产定为第一次交付日所在月月末经审计的净资产值。

第一次交付完成后，买方聘请双方认可的有证券业务资格的审计机构以第一次交付日月末为基准日进行交付审计。第一次交付日月末经审计的净资产（以下简称“交付日 New Co.净资产”）=总资产-审计基准日评估报告中有评估价值但审计报告无账面价值项目的金额（如商标、商誉等）-评估报告有评估价值但审计报告无账面价值以外的项目（如存货、固定资产）的评估增值余额-负债（不包括本次收购资产和业务形成的应付款余额、股东借款余额）-本次交割股东增资或借款现金余额（本次交割股东增资金额或借款—已偿还的资产和业务收购款）。

如交付日 New Co.净资产减去审计基准日净资产大于零，买方应将该金额支付给卖方；如审计基准日净资产减去交付净资产大于零，则卖方应将该金额支付给买方。过渡期损益已包括在前净资产差额中，按照前述金额结算后，过渡期损益不再单独结算。

二、本次交易构成重大资产重组

本次交易标的资产交易价格超过上市公司的 2015 年度经审计的净资产金额，依据《重组办法》第十二条和第十四条的规定，本次交易构成重大资产重组。

本次交易为现金收购，根据《重组办法》相关规定，本次交易无需提交中国证监会审核。

三、本次交易不构成关联交易

本次重大资产重组，交易对方与上市公司及其控股股东、实际控制人之间不存在关联关系，本次交易不构成关联交易。

四、本次交易不构成借壳上市

本次交易不涉及发行股份，本次交易前后公司的实际控制人均为王致勤、宋艳俊夫妇，本次交易不会导致上市公司控制权发生变更。因此，本次交易不构成《重组办法》第十三条定义的借壳上市交易情形。

五、对价支付方式

本次交易为现金交易，涉及支付对价的资金来源包括公司自有资金、银行贷款或其他外部筹资。第一步收购标的资产 90%股权的对价约为 45 亿元，预计公司出资不超过 10 亿元，其余通过外部融资获得，外部融资的比例约为 77.78%。截至目前，公司已经获得金融机构的融资承诺函，相关融资协议正在洽谈中。

公司和/或公司实际控制人王致勤先生、宋艳俊女士将根据融资机构要求，为前述融资提供担保或者增信措施。公司授权管理层与融资机构协商、调整、确定具体融资来源、融资规模、融资结构、担保措施等融资方案，最终融资方案以签署的融资协议为准。

同时，维格娜丝第三届董事会第六次会议将同时审议公司非公开发行股票相关议案，拟以非公开发行股票募集资金用于本次收购，并置换公司自筹资金支付的交易对价。非公开发行股票事项尚需维格娜丝股东大会审议通过并经中国证监会核准，且本次重大资产购买不以非公开发行股票核准为生效条件。

六、标的资产评估

本次交易为市场化收购，交易价格系经交易各方在公平、自愿的原则下协商谈判确定。同时，上市公司已聘请具有从事证券期货业务资格的资产评估机构对交易标的进行评估。

评估机构采用收益法和资产基础法两种方法对标的资产进行评估，并以收益法评估结果作为评估结论。本次评估以 2016 年 6 月 30 日为评估基准日，本次重组标的资产的预估评估值为 540,000.00 万元。

截至本预案公告之日，标的资产的评估工作尚未完成，标的资产经核准的评估结果将在重大资产重组报告书中予以披露。

七、本次交易对上市公司的影响

（一）本次交易对上市公司股权结构的影响

本次交易采用现金形式进行收购，不涉及发行股份，因此不会对上市公司股权结构产生影响。

（二）本次交易对上市公司主营业务的影响

本次交易前，上市公司收入主要来自 VGRASS 品牌女装。本次标的 Teenie Weenie 品牌包括女装、男装、童装、配饰等，主要从事服装、服饰产品的设计、经营。上市公司与交易标的都属于服装行业，双方在定位、风格等方面可形成差异互补，本次重组将会使上市公司主营业务在行业内实现大幅扩张。

通过本次交易，维格娜丝的业绩将有明显的提升。本次收购 Teenie Weenie 品牌将丰富上市公司的产品线、提高产品的多样性，扩大上市公司的目标客户群，为客户提供更加全方位的产品和服务，提高行业地位和市场影响力。通过上市公司与标的资产协同发展，将进一步加强生产和费用管理，提高经营管理效率，增强公司业务竞争能力。

（三）本次交易对上市公司同业竞争和关联交易的影响

本次交易完成后，上市公司的控股股东、实际控制人均不发生变化。本次交易完成后，公司与控股股东、实际控制人不存在经营相同业务之情形，不会产生同业竞争。

本次交易前，上市公司与标的公司及交易对方之间不存在关联交易。本次交易后，一方面，公司将继续保持交易标的原来的生产经营模式，与衣念香港及其关联方在一定时间内继续保持销售、采购业务关系；另一方面，本公司控股股东、实际控制人可能存在为本次重组借款提供担保的情况。除以上两方面，上市公司不会增加日常性关联交易。

八、本次交易已履行和尚需履行的决策和审批程序

（一）本次交易已履行的决策程序

1、交易对方的决策程序

2016 年 11 月 28 日，衣恋世界召开董事会审议通过了本次交易。

2、上市公司的批准和授权

2016 年 9 月 1 日，公司第三届董事会第四次会议审议通过了《关于公司与 E-Land Fashion Hong Kong Limited 签署<关于 Teenie Weenie 品牌的资产与业务转让协议>的议案》等与本次交易相关的议案。

2016 年 11 月 28 日，公司第三届董事会第六次会议审议通过了《关于公司重大资产购买方案的议案》、《<维格娜丝时装股份有限公司重大资产购买预案>及其摘要的议案》等与本次交易相关的议案。

（二）本次重大资产购买尚需履行的决策程序

1、本次交易相关审计、评估工作完成后，上市公司须再次召开董事会审议本次交易相关事项；

2、本次交易方案尚须取得上市公司股东大会的批准；

3、本次交易方案尚须取得交易对方股东批准；

4、中国商务部门对本次交易的经营者集中审批；

5、相关法律法规所要求的其他可能涉及的批准或核准。

上述呈报事项为本次交易的前提条件，取得核准前不得实施本次重组方案。本次交易能否通过上述审批或备案程序存在不确定性，本公司就上述事项取得相关批准或核准的时间也存在不确定性，提请广大投资者注意投资风险。

九、重组相关方作出的重要承诺

（一）关于提供材料真实、准确和完整的承诺

承诺主体	承诺内容
衣念香港	本公司将及时向上市公司及参与本次交易的中介机构提供本次交易相关信息，并保证为本次交易所提供的有关信息均为真实、准确和完整的，不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏；保证向上市公司和参与本次交易的各中介机构所提供的资料均为真实、准确、完整的原始书面资料或副本资料，资料副本或复印件与其原始资料或原件一致；所有文件的签名、印章均是真实的，该等文件的签署人业经合法授权并有效签署该文件，不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏；保证为本次交易所出具的说明及确认均为真实、准确和完整的，不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏；保证已履行了法定的披露和报告义务，不存在应当披露而未披露的合同、协议、安排或其他事项。 如违反上述保证，将依法承担法律责任。如因提供的信息存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给上市公司或投资者造成损失的，将依法承担赔偿责任。
维格娜丝及其董事、监事、高级管理人员	本公司/本人保证为本次交易所提供的有关信息均为真实、准确和完整的，不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏；保证所提供的资料均为真实、准确、完整的原始书面资料或副本资料，资料副本或复印件与其原始资料或原件一致；所有文件的签名、印章均是真实的，该等文件的签署人业经合法授权并有效签署该文件，不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏；保证为本次交易所出具的说明及确认均为真实、准确和完整的，不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏；保证已履行了法定的披露和报告义务，不存在应当披露而未披露的合同、协议、安排或其他事项。 如本次交易因涉嫌所提供或者披露的信息存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，本公司/本人愿意承担个别和连带的法律责任；给投资者造成损失的，将依法承担赔偿责任；被司法机关立案侦

承诺主体	承诺内容
	查或者被中国证监会立案调查的，在案件调查结论明确之前，本公司董事、监事及高级管理人员/本人将暂停转让其在本公司拥有权益的股份（如有）。 如违反上述保证，将依法承担法律责任。

（二）关于交易标的资产权属状况的承诺

承诺主体	承诺内容
衣念香港	本公司作为甜维你（上海）商贸有限公司（以下称“甜维你”）的股东，合法拥有甜维你的股权（以下称“标的股权”），标的股权权属清晰、完整，本公司已依法履行对甜维你的出资义务，不存在可能影响甜维你合法存续的情况；本公司为标的股权的最终和真实所有人，不存在以信托、委托他人或接受他人委托等方式持有标的股权的情形；本公司所持标的股权没有设置质押、信托、转让等第三者权益，不存在抵押、质押、对外提供担保、被冻结、被查封的情况，不存在与标的股权有关的诉讼、仲裁、重大违约、债权债务纠纷或潜在纠纷，不存在妨碍标的股权权属转移的其他情况，不存在虽已履行完毕但有潜在纠纷的重大合同，不存在对外出具的承担重大责任承诺书；不存在其他虽不以标的资产名义签订，但由标的资产承担主要合同权利或义务的合同；本公司未拥有特许经营权，不存在许可他人或被他人许可使用资产的情形。 本公司与甜维你、甜维你的管理层（董事、监事、高级管理人员）之间不存在业绩补偿、股权回购等对赌协议、对赌条款或其他将导致本公司持有甜维你股权比例发生变动的安排。 如违反上述保证，将依法承担法律责任。如因提供的信息存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给上市公司或投资者造成损失的，将依法承担赔偿责任。

（三）关于避免业务竞争的承诺

承诺主体	承诺内容
衣念香港	1、相关交易文件签署后，本公司不在任一国家或地区申请与本次交易标的资产所列商标等知识产权相同或类似的商标等知识产权（不论商标等类别、类型等）。 2、本次交易完成后，本公司不再持有与Teenie Weenie品牌相关的任何资产，不再从事与Teenie Weenie品牌相关的任何业务。 3、如本公司违反本承诺函的，将依法承担相关法律责任。

（四）关于合法合规情况的承诺

承诺主体	承诺内容
衣念香港	本公司及主要管理人员，本公司的实际控制人最近五年内未受过行政处罚（与证券市场明显无关的除外）、刑事处罚、或者涉及与经济纠纷有关的重大民事诉讼或者仲裁，不存在因违反工商、税务、审计、环保、海关、劳动保护、质检、安检等部门的相关规定而受到处罚的情况，不存在重大质量纠纷，不存在未按期偿还大额债务、未履行承诺，未被中国证券监督管理委员会立案调查或采取行政监管措施，未受到证券交易所纪律处分，未因涉嫌犯罪被司法机关立案侦查，也不存在尚未了结的或可预见的诉讼、仲裁或行政处罚案件。

承诺主体	承诺内容
衣念香港董事	本人最近五年内未受过行政处罚（与证券市场明显无关的除外）、刑事处罚、或者涉及与经济纠纷有关的重大民事诉讼或者仲裁，不存在未按期偿还大额债务、未履行承诺，未被中国证券监督管理委员会立案调查或采取行政监管措施，未受到证券交易所纪律处分，未因涉嫌犯罪被司法机关立案侦查，也不存在尚未了结的或可预见的诉讼、仲裁或行政处罚案件，不存在其他根据《公司法》、《证券法》等相关法律、法规及规范性文件规定不得担任公司董事、监事、高级管理人员的情况。
衣念香港	本公司作为维格娜丝时装股份有限公司重大资产重组的相关主体，特此承诺本公司及本公司控制的机构不存在依据《关于加强上市公司重大资产重组相关股票异常交易监管的暂行规定》第十三条不得参与任何上市公司重大资产重组的以下情形： 一、因涉嫌本次重大资产重组相关的内幕交易被立案调查或者立案侦查的，自立案之日起至责任认定前不得参与任何上市公司的重大资产重组； 二、中国证券监督管理委员会（以下简称“中国证监会”）作出行政处罚或者司法机关依法追究刑事责任的，自中国证监会作出行政处罚决定或者司法机关作出相关裁判生效之日起至少36个月内不得参与任何上市公司的重大资产重组。
维格娜丝	本公司及主要管理人员，本公司的实际控制人最近五年内未受过行政处罚、刑事处罚、或者涉及与经济纠纷有关的重大民事诉讼或者仲裁，不存在因违反工商、税务、审计、环保、海关、劳动保护、质监、安检等部门的相关规定而受到处罚的情况，不存在重大质量纠纷，不存在未按期偿还大额债务、未履行承诺，未被中国证券监督管理委员会立案调查或采取行政监管措施，未受到证券交易所纪律处分，未因涉嫌犯罪被司法机关立案侦查，也不存在尚未了结的或可预见的诉讼、仲裁或行政处罚案件。本公司不存在《关于加强上市公司重大资产重组相关股票异常交易监管的暂行规定》（证监会公告[2012]33号）第13条规定的不得参与任何上市公司重大资产重组的情形。
维格娜丝的董事、监事、高级管理人员	本人最近五年内未受过行政处罚、刑事处罚、或者涉及与经济纠纷有关的重大民事诉讼或者仲裁，不存在未按期偿还大额债务、未履行承诺，未被中国证券监督管理委员会立案调查或采取行政监管措施，未受到证券交易所纪律处分，未因涉嫌犯罪被司法机关立案侦查，也不存在尚未了结的或可预见的诉讼、仲裁或行政处罚案件，不存在其他根据《公司法》、《证券法》等相关法律、法规及规范性文件规定不得担任公司董事、监事、高级管理人员的情况。本人不存在《关于加强上市公司重大资产重组相关股票异常交易监管的暂行规定》（证监会公告[2012]33号）第13条规定的不得参与任何上市公司重大资产重组的情形。

（五）关于关联关系的承诺

承诺主体	承诺内容
衣念香港	1、经自查，本次交易前，本公司及本公司的董事、监事和高级管理人员与下述主体不存在任何关联关系： （1）上市公司； （2）第（4）至第（6）项所列上市公司的关联自然人直接或者间接控制的，或者担任董事、高级管理人员的，除上市公司及其控股子公司以外的法人或者其他组织；

承诺主体	承诺内容
	(3) 持有上市公司5%以上股份的法人或者其他组织及其一致行动人； (4) 直接或者间接持有上市公司5%以上股份的自然入； (5) 上市公司董事、监事及高级管理人员； (6) 第(4)、(5)项所述人士的关系密切的家庭成员，包括配偶、父母及配偶的父母、兄弟姐妹及其配偶、年满十八周岁的子女及其配偶、配偶的兄弟姐妹和子女配偶的父母。 2、本次交易前，本公司不存在向上市公司推荐董事或者高级管理人员的情况。 3、本次交易前，本公司及公司董事、监事、高管人员和核心技术人员、主要关联方或持有公司5%以上股份的股东与主要供应商关联关系的说明如下： (1) E.Land World Ltd., E-Land Apparel (Mudra Lifestyle, Ltd), E-Land Asia Holdings Pte, Ltd, E-Land China Fashion design, Ltd. , E-Land Fashion hong kong, Limited, E.Land Vietnam Co., Ltd., Gloverall, Plc, Lochcarron John Buchan., Ltd, S.Y Vina Joint Stock Company, Thanh Cong Textile Garment Investment Trading Joint Stock Company, PETER SCOTT BRANCH OF GLOVERALL PLC, E.LAND FASHION INDIA PVT LTD., 衣恋时装（上海）有限公司，宇旭贸易（上海）有限公司，力的（上海）贸易有限公司，衣恋（上海）国际旅行社有限公司，衣恋家具（上海）有限公司系本公司关联方； (2) 除上述情况外，本公司及公司董事、监事、高管人员和核心技术人员、主要关联方或持有公司5%以上股份的股东不持有主要供应商的权益，亦不存在关联关系。 4、本次交易前，本公司及公司董事、监事、高管人员和核心技术人员、主要关联方或持有公司5%以上股份的股东与主要客户不存在关联关系。 5、本公司与本次重大资产重组的独立财务顾问、资产评估机构、会计师事务所、律师事务所无关联关系，不存在影响中介机构独立性的事项。 本公司违反本承诺的，将依法承担相关法律责任。
维格娜丝	1、经自查，本次交易前，下列主体与交易对方及其关联方、标的公司、前述主体的董事、监事、高级管理人员、实际控制人不存在任何关联关系： (1) 本公司； (2) 第(4)至第(6)项所列本公司的关联自然人直接或者间接控制的，或者担任董事、高级管理人员的，除本公司及控股子公司以外的法人或者其他组织； (3) 持有本公司5%以上股份的法人或者其他组织及其一致行动人； (4) 直接或者间接持有本公司5%以上股份的自然入； (5) 本公司董事、监事及高级管理人员； (6) 第(4)、(5)项所述人士的关系密切的家庭成员，包括配偶、父母及配偶的父母、兄弟姐妹及其配偶、年满十八周岁的子女及其配偶、配偶的兄弟姐妹和子女配偶的父母。 “交易对方及其关联方”系指E-Land Fashion Hong Kong Limited（衣念时装香港有限公司）、Eland World Limited（株式会社衣恋世界）、衣念（上海）时装贸易有限公司、北京衣念阳光商贸有限公司、深圳衣念商贸有限公司、成都衣念商贸有限公司、西安衣念商贸有限

承诺主体	承诺内容
	公司、上海尚讯商务咨询有限公司、衣恋（上海）餐饮管理有限公司，“标的公司”系指甜维你（上海）商贸有限公司，下同。 2、本次交易前，交易对方及其关联方、标的公司与本公司、本公司控股股东、实际控制人及其控制的关联企业均不存在关联交易。 3、本次交易前，交易对方及其关联方、标的公司不存在向本公司推荐董事或者高级管理人员的情况。 4、本公司与本次重大资产重组的独立财务顾问、资产评估机构、会计师事务所、律师事务所无关联关系，不存在影响中介机构独立性的事项。 本公司违反本承诺的，将依法承担相关法律责任。
维格娜丝的董事、监事、高级管理人员	1、经自查，本次交易前，本人与交易对方及其关联方、标的公司、前述主体的董事、监事、高级管理人员、实际控制人不存在任何关联关系； 前述“交易对方及其关联方”系指E-Land Fashion Hong Kong Limited（衣念时装香港有限公司）、Eland World Limited（株式会社衣恋世界）、衣念（上海）时装贸易有限公司、北京衣念阳光商贸有限公司、深圳衣念商贸有限公司、成都衣念商贸有限公司、西安衣念商贸有限公司、上海尚讯商务咨询有限公司、衣恋（上海）餐饮管理有限公司，“标的公司”系指甜维你（上海）商贸有限公司。 2、本人与本次重大资产重组的独立财务顾问、资产评估机构、会计师事务所、律师事务所无关联关系，不存在影响中介机构独立性的事项。 本人违反本承诺的，将依法承担相关法律责任。

（六）不存在内幕交易的承诺函

承诺主体	承诺内容
衣念香港	本公司不存在泄露本次重组内幕信息以及利用本次重组信息进行内幕交易的情形。 本公司若违反上述承诺，将依法承担相关法律责任。
衣念香港实际控制人及其董监高	本人不存在泄露本次重组内幕信息以及利用本次重组信息进行内幕交易的情形。 本人若违反上述承诺，将依法承担相关法律责任。
维格娜丝及其董事、监事、高级管理人员	本公司/本人不存在泄露本次重组内幕信息以及利用本次重组信息进行内幕交易的情形。 本公司/本人若违反上述承诺，将依法承担相关法律责任。

（七）关于独立性的承诺函

承诺主体	承诺内容
维格娜丝实际控制人王致勤、宋艳俊	一、本次交易符合中国证监会关于上市公司独立性的相关规定。 二、在本次交易前，维格娜丝在业务、资产、财务、人员、机构等方面与实际控制人及其关联方保持独立；本人保证在本次交易完成后，维格娜丝将继续在业务、资产、财务、人员、机构等方面与实际控制人及其关联方保持独立。

（八）其他承诺函

承诺主体	承诺内容
衣念香港	一、在本次重大资产重组预案（以下简称“重组预案”）披露前十二个月内不存在重大资产收购、出售事项； 二、截至重组预案出具之日，本公司不存在尚未了结的或可预见的重大诉讼、仲裁。 三、截至重组预案披露时，本公司不存在重大行政处罚、诉讼标的在 100 万元以上的未决诉讼或者非经常性资金占用、关联担保事项。

十、公司股票停复牌安排

本公司股票自 2016 年 8 月 30 日起停牌，并将于本公司董事会审议通过本预案后公告预案，之后按照上海证券交易所要求申请股票复牌。复牌后，本公司将根据本次重组的进展，按照中国证监会、上海证券交易所相关规定办理股票停复牌事宜。

重大风险提示

一、与本次交易相关的风险

（一）审批风险

本次交易尚需通过多项审批或同意方可完成，包括：

1、本次交易标的资产的审计、评估工作完成后上市公司再次召开董事会审议通过本次交易的相关议案；

2、上市公司股东大会审议通过本次交易的相关议案；

3、相关法律法规所要求的其他可能涉及的批准或审核

4、国家商务部的反垄断审查；

5、相关法律法规所要求的其他可能涉及的批准或审核。

本次交易能否通过上述审批或备案程序存在不确定性，本公司就上述事项取得相关批准或核准的时间也存在不确定性。提醒广大投资者注意投资风险。

（二）本次交易可能终止的风险

1、在本次重大资产收购的筹划及实施过程中，交易双方采取了严格的保密措施，公司股票在停牌前并未出现二级市场股价异动的情况；上市公司组织相关主体进行的自查中未发现存在内幕交易的情形，也未接到相关主体因涉嫌内幕交易被立案调查或立案侦查的通知。如在未来的重组工作进程中出现“本次重组相关主体涉嫌内幕交易被立案调查或立案侦查”的情形，根据证监会颁布的《关于加强上市公司重大资产重组相关股票异常交易监管的暂行规定》及上海证券交易所颁布的《关于加强上市公司重大资产重组相关股票异常交易监管的通知》，可能导致本次重大资产重组的暂停或终止。

2、在本次交易审核过程中，交易双方可能需要根据监管机构的要求，并根据交易的推进不断完善交易方案，截至目前，包括《资产与业务转让合同》部分附件及补充协议的签署、共同费用、最终估值净利润、标的资产整体价格的确定等事项并未最终确定，如交易双方无法就完善交易方案的措施达成一致，交易对方及公司均有可能选择终止本次交易，则本次交易存在可能终止的风险。

3、本次重组预案公告后，本次交易存在公司于首次审议本次重大资产重组相关

事项的董事会决议公告日后6个月内无法发出股东大会通知从而导致本次交易取消的风险；审计机构或评估机构的工作进展也可能导致交易无法按期进行，如果本次交易无法进行或如需重新进行，则需面临本次交易可能终止或标的资产重新定价的风险；若拟购买资产业绩大幅下滑，或出现不可预知的重大影响事项，则本次重组可能无法继续进行。

（三）财务数据、预估数据与审计报告、评估结果存在差异的风险

截至本预案签署日，交易标的的审计、评估工作尚未完成。本预案中涉及的财务数据、经营业绩描述及交易标的的预估值仅供投资者参考之用，最终的数据以具有证券期货业务资格的会计师事务所、资产评估机构出具的审计报告、评估报告为准，并将在重组报告书中予以披露。本预案涉及的相关数据可能与最终结果存在一定差异，敬请投资者关注相关风险。

（四）交易标的增值率较高和商誉减值的风险

本次交易双方确定的交易价格较标的资产账面净资产增值幅度较高，提醒投资者关注上述风险。交易标的的整体价格预计为50亿元左右，预计较标的资产账面净资产增值率较高。公司本次收购标的资产为非同一控制下的企业合并，根据《企业会计准则》，对合并成本大于合并中取得的标的资产可辨认净资产公允价值的差额，应当确认为商誉，该商誉不作摊销处理，但需要在未来各会计年度期末进行减值测试，商誉一旦计提减值准备在以后会计年度不可转回。本次股权购买完成后，公司将会确认较大金额的商誉，若标的资产未来经营中不能较好地实现预期收益，则收购标的资产所形成的商誉存在减值风险，从而对公司经营业绩产生不利影响。

未来各年末，公司将根据标的资产经营状况及未来经营预期等对标的资产进行资产可收回金额（即预计未来现金流量的现值）测算，进而推算商誉是否发生减值。提请投资者关注商誉减值的风险。

（五）本次交易融资的相关风险

1、本次交易资金安排的风险

本次交易对价的资金来源包括自有资金、银行贷款以及其他外部融资。因本次交易涉及金额较大，若贷款银行以及其他外部资金方无法及时、足额为本公司提供信贷支持，则本次交易存在因交易支付款项不能及时、足额到位的融资风险。

截至目前，公司已取得相关资金方出具的融资承诺函，公司将根据项目进展与资金方签署正式融资协议，不能及时获取对价款的风险较低。此外，公司后续拟通过非公开发行股票募集资金，置换前期自筹资金支付的收购对价。因非公开发行股票尚需经公司股东大会及中国证监会审核批准，且存在一定发行风险，公司最终能否及时通过实施非公开发行股票完成资金募集存在一定的不确定性。

2、本次交易增加上市公司负债的风险

本次交易完成后，（不考虑本次非公开发行因素）预计上市公司负债将会大幅增加，以2016年6月30日为基准日，预计公司资产负债率由8.34%上升至超过70%。因此，本次交易完成后，如公司非公开发行股票融资不能顺利实施，存在上市公司负债较交易前有较大幅度上升的风险。

3、交易标的公司股权质押风险

本次交易，公司需要向外部机构申请融资，作为履约担保，公司将甜维你90%股权质押给资金方，如公司本次非公开发行股票未完成且无法筹集充足资金偿还该等融资，标的公司甜维你90%的股权存在被强制执行或处置的风险，从而对公司和股东造成较大损失。

4、控股股东、实际控制人质押上市公司全部股权的风险

本次交易，作为履约担保，控股股东、实际控制人王致勤、宋艳俊夫妇将所持上市公司股份质押给融资机构，如公司本次非公开发行股票未完成且无法筹集充足资金偿还该等外部融资，控股股东、实际控制人王致勤、宋艳俊夫妇将所持上市公司股份存在被强制执行的风险，可能导致上市公司控制权变更的风险，从而对上市公司的持续经营能力带来不利影响。

（六）标的资产的交割风险

本次收购 Teenie Weenie 品牌及相关的资产和业务分布在卖方及关联方不同的主体中：无形资产由韩国 ELAND WORLD LIMITED 持有，服装类有形资产和业务由衣念（上海）时装贸易有限公司及其下属公司持有，餐饮类有形资产和业务（由衣恋（上海）餐饮管理有限公司持有）。

本次收购的标的资产需由上述不同主体注入标的公司，本次《资产和业务转让协议》已经严格约定了资产交付、转移的标准和对价及支付进度，并对不能达到目标交割条件的情况，做出了对价调整的安排，但鉴于以下原因，本次标的资产可能存在交

割周期较长，不能完全按照预计目标交割的风险：（1）本次标的资产的商标等无形资产分布在全球各地，中国等国家和地区的商标权等无形资产过户时间较长，部分境外的商标转移可能需要超过2年；（2）Teenie Weenie品牌店铺数量较多，需要每家商场协商变更合同主体为甜维你，购物中心店需要在当地新设分公司后再变更合同，存在一定的不确定性；（3）餐饮业务需要甜维你或其子公司申请相关餐饮许可后再承接。

（七）本次交易的审计和评估风险

由于本次收购的标的资产系韩国依恋集团体系内资产，且本次交易的标的资产估值是以评估为参考，按2015年估值净利润的11.25倍确定。公司已经聘请了德勤、东洲评估对标的资产进行审计和评估，但由于标的资产的收入、成本、费用等需要由衣恋集团剥离，可能存在剥离过程不合理、不完全，并对最终标的资产估值造成不利影响的风险。

（八）股价波动风险

本次交易将对公司的生产经营和财务状况产生较大影响，公司基本面的变化将影响公司股票价格。此外，股票价格波动还要受宏观经济形势变化、行业的景气度变化、资金供求关系及投资者心理因素变化等因素的影响。因此，股票市场价格可能出现波动，从而给投资者带来一定的风险。

二、标的公司的经营性风险

（一）行业竞争风险

服装行业是市场化程度较高、竞争较为激烈的行业。国内中高端休闲服装市场空间较大，但品牌集中度低，同时还要面临国际品牌的竞争，行业竞争激烈。如果公司收购Teenie Weenie品牌后，不能采取有效措施，积极应对行业竞争，则市场占有率和盈利水平将面临下降的风险。

（二）多品牌经营风险

本次交易完成后，“V•GRASS”品牌定位高端女装，云锦品牌定位为奢侈消费品，Teenie Weenie品牌定位为中高端休闲服装品牌。在多品牌经营下，公司决策、管理的难度和复杂度进一步提高，对人员构成和管理体系也将提出更高要求。如果公司不能

根据多品牌的业务发展需求及时优化现有的管理模式和管理方法，有效提升公司经营管理水平，则可能对公司的发展产生不利影响。

（三）不能准确把握市场需求变化的研发设计风险

服装行业的特点是消费者品味多元化和偏好不断变化。因此，准确把握时尚潮流和消费者需求变化，并能不断开发新的适销对路的产品是服装企业成功的关键因素。公司本次收购 Teenie Weenie 品牌后，将持续改进和提升品牌设计的时尚性，但如果公司对消费者需求判断失误或把握不准确，未能及时开发出适销对路的产品，将对 Teenie Weenie 品牌经营业绩产生不利影响。

（四）品牌维护风险

我国服装品牌消费已呈现多元化的趋势，这种趋势要求品牌拥有者通过设计的个性化和品牌的风格化来实现品牌的维护。随着国际品牌的不断进入，国内服装企业加强品牌建设，未来品牌竞争将日趋激烈。Teenie Weenie 品牌创立于 1997 年，2004 年进入中国市场，获得了消费者的青睐，目前为韩国衣恋集团旗下收入第一品牌。本次交易完成后，如公司不能保持和提升 Teenie Weenie 品牌的知名度和美誉度，则将面临不能进一步开拓市场，甚至丧失原有消费群体的风险。

（五）店铺数量大幅增加带来的管理风险

截至 2016 年 6 月 30 日，公司自有店铺数量为 215 家，本次收购的 Teenie Weenie 品牌的店铺数量为 1,425 家，本次交易完成后，公司管理的店铺数量将大幅增加。营销网点的数量大幅增加将对公司研发设计能力、生产能力、终端销售拓展和管理能力提出更高的要求，若公司不能在人事管理、财务管理、营销管理等方面及时提升，可能会对公司经营业绩造成不利影响。

（六）人员不能转移和后续流失的风险

根据本次《资产和业务转让协议》，本次收购标的资产的同时，Teenie Weenie 品牌事业部的相关人员也将一起转移至甜维你。但人员的转移取决于员工的个人意愿，因此，存在一定的不确定性；此外，公司已经制定了较为完善的员工激励和考核的计划，努力提高研发人员归属感，但仍存在员工不能适应公司文化，甚至大量流失的风险。如果 Teenie Weenie 品牌的主要核心管理和研发设计人员不能随本次交易加入公司

或者本次交易完成后离职，将对Teenie Weenie品牌的稳定发展产生不利影响。

（七）标的资产财务相关风险

1、毛利率和经营业绩下降的风险

报告期内，Teenie Weenie品牌产品的毛利率保持在70%左右（未经审计），呈下降的趋势，报告期内，交易标的营业收入较为稳定，营业利润呈下降趋势。如果未来市场竞争加剧，本次交易完成后，公司不能保持原有的高毛利经营策略，并积极开拓市场，扩大销售规模，有效控制成本，则Teenie Weenie品牌存在经营业绩下降的风险。

2、库存风险

标的资产以直营为主的销售模式，相应需要较高的铺货数量，以满足门店正常销售的需求。截至2016年6月30日，交易标的存货账面价值为42,813.90万元，占期末总资产的比重为48.45%（未经审计）。本次交易完成后，如果市场环境发生变化或竞争加剧，Teenie Weenie品牌产品适销性下降导致存货积压或减值，将对标的公司经营造成不利影响。

（八）生产经营依赖于外包的风险

1、Teenie Weenie品牌全部产品均以外包方式进行。若届时外包工厂无法满足公司快速发展的需求，或者不能对外包厂商的交货期限、生产成本、产品质量形成有效控制，从而对本公司的经营业绩产生不利影响。

2、本次交易完成后，Teenie Weenie品牌的IT、物流、电商等仍由卖方提供，虽然相关的服务的责任和义务已经由双方约定，且公司正在积极部署，承接IT、物流、电商等业务模块，且委托卖方服务的时间预计将比较短，但在委托服务期间，如交易对方的关联方不能按照合同约定的服务内容提供相关服务或者提供的服务不能满足标的资产的要求，则可能对标的资产的稳定经营造成不利影响。

（九）关于业务整合及经营管理风险

本次交易完成后标的资产将成为公司的子公司，公司将力争形成文化合力，通过保持标的资产核心团队的稳定性、业务层面的自主性和灵活性，选派相关人员担任标的资产的董事会成员及高管人员，把握和指导其经营计划和发展方向，加强与管理层的沟通，加强财务监控与日常交流，充分发挥协同效应，同时调动资源全力支持标的资产的客户开发及业务拓展等方式，力争最大程度的实现双方在企业文化、团队管理、

研发设计、销售渠道、客户资源等各方面的高效整合。

由于公司目前与标的资产在企业文化、组织模式和管理制度等方面存在一定的差异，因此公司与标的资产的整合能否达到互补及协同效果、能否达到预期最佳效果所需的时间存在一定的不确定性，若出现公司未能顺利整合标的资产的情形，可能会对标的资产的经营造成负面影响，从而给公司带来业务整合及经营管理风险。

三、其他风险

本公司不排除因政治、经济、自然灾害等其他不可控因素带来不利影响的可能性。

第一节 本次交易概述

一、本次交易的背景和目的

公司是国内知名的高端品牌女装公司，坚持以“匠心精神打造高端产品”。公司主要品牌“V•GRASS”定位高端，根据中国商业联合会的调查显示，2012年至2015年“V•GRASS”品牌女装在同类产市场综合占有率稳居前五名。本次交易，维格娜丝拟收购衣念香港及其关联方持有的 Teenie Weenie 品牌及该品牌相关的资产和业务。

Teenie Weenie品牌1997年成立于韩国，2004年引入中国市场，以其标志性的小熊形象和出众的设计闻名于世，目前已成为领先的中高端时尚休闲服装品牌。Teenie Weenie品牌拥有包括女装、男装、童装、配饰、家居和餐饮的完整品牌组合，其服装品牌深受年轻人的喜爱，通过顽皮多样的卡通形象造型、轻松自然的设计风格 and 舒适柔和的质地使其拥有近400万名忠诚顾客。同时，Teenie Weenie品牌通过多种渠道开展其业务，包括百货商场、购物中心、奥特莱斯、电商渠道等，截至2016年6月末，Teenie Weenie品牌设立各类店铺1,425家，其中直营店铺占比91.65%，店铺覆盖了国内一、二、三城市的主要中高端销售渠道，形成了强大的营销网络体系。

（一）本次交易的背景

1、供给侧改革促进服装产业转型升级

2015年，习近平总书记在中央财经领导小组会议上指出，“在适度扩大总需求的同时，着力加强供给侧结构性改革，着力提高供给体系质量和效率，增强经济持续增长动力”。国务院及国务院办公厅先后发布《关于积极发挥新消费引领作用加快培育形成新供给新动力的指导意见》、《关于加快发展生活性服务业对促进消费结构升级的指导意见》两大文件，部署消费升级，培育新供给、新动力。

在供给侧改革政策推动下，服装产业正在加快淘汰落后产能，强化设计研发，增强创新能力，实现产品升级，满足消费者的个性化需求，走自主品牌发展之路，建立营销渠道，扩大产业利润空间。优势服装品牌也不断加强与国际接轨，并购国际品牌，吸取国际先进设计理念，紧跟国际时尚，提升产品质量，增强对消费者的吸引力，并不断完善企业的管理、运营体系，与国外市场实现良好对接。

2、消费升级和中产消费的发展给中高端品牌服装发展扩展了空间

中国消费市场经过飞速增长，城乡居民的基础消费需求基本得到满足，正在经历一场消费结构升级“革命”。消费升级表现出消费者不再一味追求低价，而是更加注重品牌、产品品质和服务体验。伴随国民收入水平提升，消费正从单纯的商品销售向增值服务、体验消费、“互联网”商业模式转型升级。中高端品牌相比低端品牌来说，更注重产品品质、个性化设计和提供增值服务上，容易在消费升级的过程中获得更大的市场份额。

中产阶级的发展也正推动消费升级。根据高盛全球投资研究部的研究，中国已有11%的人口达到了中产阶级水平。波士顿咨询公司和阿里巴巴研究院的研究显示，未来消费增长将由急剧增长的上层中产阶层（家庭可支配月收入为人民币12,500-24,000元）及富裕阶层（家庭可支配月收入在人民币24,000元以上）所拉动，到2020年，上层中产及富裕阶层的消费将以17%的速度增长。随着中产阶级的发展，主要针对该群体的中高端品牌服装企业也将有较大发展空间。

3、经济一体化加速，我国服装企业加速融入全球市场，并购国际品牌是服装企业加速拓展全球服装价值链的上游、提高国际竞争能力的有效方式

近年来世界经济的一个明显趋势是，各国都在加速推进区域经济合作。随着区域经济合作进程的进一步加快，纺织服装行业也持续推进国际化进程。近年我国品牌服饰企业频频出手购买海外服装品牌，2010年山东如意科技集团收购日本服装品牌RENOWN，并于2016年就收购法国轻奢时装集团SMCP签署相关协议；2016年深圳歌力思服饰股份有限公司公告拟收购法国品牌IRO。

并购国际品牌是我国品牌服装企业提升竞争力、参与国际市场角逐的有效方式。经过多年的发展，已成长出一批在品牌、设计、运营等方面有了一定积累的品牌服装企业，具备并购国际品牌、参与全球市场的能力。通过并购国际知名品牌，我国服装企业可以吸收国际知名品牌企业先进的设计、技术和管理理念，提升自有品牌，提高企业国际竞争能力，并积极开拓国际市场，使中国服装企业加速融入全球市场，提高国际竞争能力。

（二）本次交易的目的

1、本次收购 Teenie Weenie 品牌与公司“打造国际化的时尚集团”的战略相契合

(1) 落实公司多品牌发展战略，助力公司建立覆盖奢侈、高端精致、中高端休闲的时尚集团

多品牌发展是公司重要的战略目标。对于奢侈品牌和高端品牌来说，由于目标消费群体数量、与品牌档次相匹配的商场资源有限，制约了单品牌的销售规模。多品牌发展是公司打造国际化时尚集团的必然选择。

公司现有云锦品牌定位奢侈品，产品精致、华丽；VGRASS 品牌已运营近 20 载，VGRASS 定位高端女装，坚持以“修身”为品牌 DNA，目标客户为 25-35 岁的中高收入时尚女性，近年来 VGRASS 品牌女装在同类产市场综合占有率稳居前五名。本次收购的 Teenie Weenie 品牌定位中高端，产品主打时尚、可爱风格。

本次交易完成后，公司将形成覆盖奢侈、高端精致、中高端休闲的有梯度的品牌体系。

(2) 助力公司实现国际化发展的战略目标

近年来，随着中国经济的快速发展和国际影响力提升，国际时尚舞台越来越喜爱中国文化和中国元素，为中国服装品牌“走出去”创造了良好的机遇；同时，国际化也是我国服装品牌企业参与贸易新角力的必然选择。

国际化战略是公司重要战略目标，公司已在韩国、意大利设立设计团队，并即将在意大利米兰开设旗舰店，逐步推进国际化发展的战略。Teenie Weenie 品牌已形成融合韩国元素的独特风格，拥有全球化的知识产权，在亚洲地区具有较高的品牌知名度，并进行全球化生产，具有较高的国际知名度和丰富的国际经营经验。本次交易完成后，公司可以充分借鉴 Teenie Weenie 品牌国际化经营的经验，为开展现有品牌的国际化经营积累经验，加快国际化经营进程。

(3) 扩大公司覆盖的目标客户群体

公司云锦品牌与 VGRASS 品牌主要客户群体为 25-35 岁的中高收入时尚女性，Teenie Weenie 品牌的主要客户群体较为年轻，主要为 18-28 岁的中高收入年轻女性。本次交易完成后，公司将全面覆盖不同年龄层的客户群体，客户群体将极大扩展。

(4) 内生式增长和外延式增长结合发展

内生式增长和外延式增长结合发展是公司把握市场时机做大做强、实现快速发展的必然选择。

公司专注高端、坚持以“匠心精神打造高端产品”，不断创新，从产品、设计、品牌形象、渠道档次等方面不断提高 VGRASS 品牌。VGRASS 品牌不断提高渠道档次、

优化店铺结构，进驻多个重点城市高端商圈及商场，如北京东方新天地、上海港汇、上海久光、上海中信泰富、深圳海岸城、深圳金光华、成都太古里、天津银河、恒隆等。VGRASS 品牌不断进入高端市场，产品获得高端市场认可。

2014 年以来，公司主动进行战略性品牌提档，关闭与 VGRASS 品牌档次不相符的店铺，店铺数量从 2014 年初的 356 家下降至 2016 年 6 月末的 215 家，店铺数量减少 39.61%。公司战略性调整 VGRASS 品牌店铺结构，有利于品牌和公司进一步提升档次和长期发展。2016 年 6 月末 VGRASS 品牌店铺平均面积较 2014 年末店铺平均面积增加 11.57%，2016 年 1-6 月店铺月平均销售收入较 2014 年增长 35.37%，店铺质量和店铺效率显著提高。店铺效率的提升也展示了公司强大的终端管理能力。

在持续提升 VGRASS 品牌档次、提高公司经营质量的同时，公司适时把握市场时机通过收购优秀品牌等外延式增长方式，推动公司发展。2015 年，公司收购南京云锦研究所有限公司，对其进行整合，打造云锦品牌、开启打造奢侈品牌之路，为本次收购 Teenie Weenie 品牌积累了经验。

公司把握市场良好机会，规划了本次收购，以使内生式增长和外延式增长有机结合，促进公司快速发展。

2、Teenie Weenie 品牌在中高端服装市场具有较强的竞争优势

Teenie Weenie 品牌在中高端服装市场具有较强的竞争优势：

（1）品牌形象、设计风格优势

Teenie Weenie 品牌以其标志性的小熊形象享有较高的辨识度和知名度，其卡通形象与产品风格、目标客户群的性格特点高度契合，设计风格为融合了韩国时尚元素的美式贵族风格。

（2）销售渠道优势

Teenie Weenie 品牌店铺覆盖面广，截至 2016 年 6 月末，设立各类店铺 1,425 家，已建立起覆盖国内一、二、三城市的主要中高端销售渠道；Teenie Weenie 品牌以直营为主，直营店铺占比 91.65%，终端渠道控制能力较强。

（3）较高的客户忠诚度

Teenie Weenie 品牌凭借以美式贵族风格为基础的设计风格，其轻松自然的设计风格、舒适柔和的质地深受年轻一代的喜爱，并培养了一批忠实的品牌粉丝，拥有近 400 万名忠诚客户。

（4）充分发挥品牌协同效应

Teenie Weenie 品牌拥有包括女装、男装、童装、配饰、家居和餐饮的完整品牌组合，其品牌组合在性别、年龄上存在梯度，可伴随消费者年龄的增长、消费倾向的变化，在其成长的不同阶段，持续满足其消费需求，增加产品对消费者的黏性。

（5）国际化生产以降低生产成本

Teenie Weenie 品牌采取外包生产方式，在全球优选供应商以控制成本。近年来 Teenie Weenie 品牌生产中心从中国向东南亚转移，有效维持较低的生产成本。

3、本次重组完成后，公司与交易标的可实现优势互补、发挥协同效应，全面提升公司价值

本次交易完成后，公司与交易标的在客户资源、渠道、设计等方面将发挥协同效应，有利于进一步提升上市公司整体价值：

（1）客户资源协同

公司现有云锦品牌和 VGRASS 品牌分别定位于奢侈和高端女装，为大淑女装，主要面向 25-35 岁的中高收入时尚职业女性；Teenie Weenie 品牌定位中高端，其女装主要面向 18-28 岁中高收入女性、为少淑女装，与公司现有品牌同样面向中高收入群体。公司现有品牌与 Teenie Weenie 品牌针对的是在不同年龄阶段的中高收入群体。

VGRASS 拥有约 80 万会员，Teenie Weenie 品牌有 400 万名忠诚客户、客户基础面更广。本次重组完成后，公司能为客户提供一脉相承的服务，从而扩大各品牌的客户资源、培养客户群体和消费习惯。

（2）销售渠道协同

Teenie Weenie 品牌店铺基本覆盖一、二、三线城市的中高端渠道，VGRASS 品牌渠道更侧重高端，在店铺渠道方面既有差异也有协同，两个品牌都已在北京王府井、北京翠微、北京百盛、上海恒隆、深圳茂业、南京金鹰等渠道开设店铺。

本次重组完成后，各品牌对接商场集团不同档次定位的商场，可以加强公司与商场集团的合作；公司与终端渠道的议价能力将提高，从而获得更好的店铺位置和更好的合作条件。

VGRASS 品牌渠道比 Teenie Weenie 品牌渠道更高端，本次重组完成后，可以充分发挥 VGRASS 品牌的影响力逐步对 Teenie Weenie 品牌渠道进行提升。

本次重组完成后，可以通过开设旗舰店、生活馆等多种形式的店铺，促进销售、提高公司在终端渠道的影响力。

（3）设计协同

Teenie Weenie 品牌由韩国设计师团队负责，围绕其标志性的小熊形象开展营销和设计工作，具有较为独特的品牌风格。

维格娜丝在研发方面坚持产品自主设计与开发，在保持品牌“修身”风格的同时，紧密跟踪国际流行趋势，对时尚敏感性更高。本次重组完成后，公司将在保持 Teenie Weenie 品牌风格的同时，提升其时尚性、设计风格的多样性。

维格娜丝拥有高素质、国际化的研发设计团队，在韩国、意大利、上海、南京均有设计团队，多文化融合度高，与 Teenie Weenie 品牌设计团队的文化融合度高，为交易完成后设计师团队的融合提供了保证，促进公司与标的资产在设计方面充分发挥协同效应。

4、本次重组有利于公司扩大经营规模、提高盈利水平，提高投资者回报

Teenie Weenie 品牌的业务规模、资产规模、收入规模较大，本次交易完成后，公司的店铺数量、资产水平、收入水平、利润水平都将大幅提高。截至 2016 年 6 月末，VGRASS 品牌女装共有店铺 215 家，Teenie Weenie 品牌在中国大陆地区经营店铺 1,425 家；本次重组拟收购的标的资产年收入预计超过 20 亿元，收购后公司经营规模快速扩大，公司的盈利水平和抗风险能力将大大提升，有利于公司长期发展和提高投资者回报。

二、本次交易的决策过程

（一）本次交易已履行的决策程序

1、交易对方的决策程序

2016 年 11 月 28 日，衣恋世界召开董事会审议通过了本次交易。

2、上市公司的批准和授权

2016 年 9 月 1 日，公司第三届董事会第四次会议审议通过了《关于公司与 E-Land Fashion Hong Kong Limited 签署<关于 Teenie Weenie 品牌的资产与业务转让协议>的议案》等与本次交易相关的议案。

2016 年 11 月 28 日，公司第三届董事会第六次会议审议通过了《关于公司重大资产购买方案的议案》、《<维格娜丝时装股份有限公司重大资产购买预案>及其摘要的议案》等与本次交易相关的议案。

（二）本次重大资产购买尚需履行的决策程序

1、本次交易相关审计、评估工作完成后，上市公司须再次召开董事会审议本次交易相关事项；

2、本次交易方案尚须取得上市公司股东大会的批准；

3、本次交易方案尚须取得交易对方股东批准；

4、中国商务部门对本次交易的经营者集中审批；

5、相关法律法规所要求的其他可能涉及的批准或核准。

上述呈报事项为本次交易的前提条件，取得核准前不得实施本次重组方案。本次交易能否通过上述审批或备案程序存在不确定性，本公司就上述事项取得相关批准或核准的时间也存在不确定性，提请广大投资者注意投资风险。

三、本次交易具体方案

（一）交易对方

本次交易的对方为衣念香港。

（二）标的资产

本次交易的标的资产为 Teenie Weenie 服装品牌及相关的资产和业务，包括与 Teenie Weenie 业务相关的所有无形资产和业务，包括中国境内及境外的资产（不包括中国大陆之外的有形资产和业务），不包括任何现金和金融负债。具体包括：

1、品牌及产品线，即 Teenie Weenie 女装、男装、童装、配饰、家居、餐饮等；

2、位于中国的有形资产，即 Teenie Weenie 位于中国的品牌仓库及百货店、购物中心店、奥特莱斯店等卖场、网上店铺的存货和设备；

3、无形资产，即 Teenie Weenie 品牌及其卡通人物形象在全球范围（包括但不限于中国大陆、香港、台湾、韩国等国家或地区）内的商标权、专利权、著作权、域名、经营权、相关的商业权利、权益、商誉，微博、微信等公众号及相关注册权利、网上销售权利等；

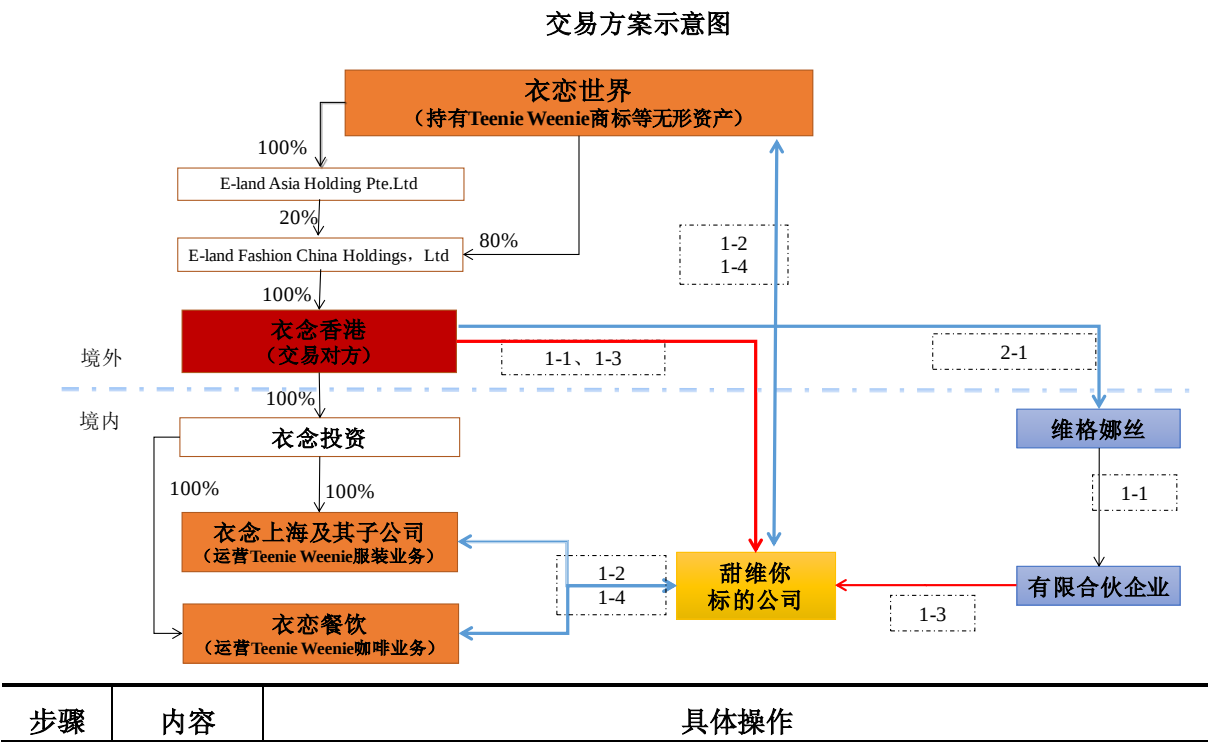
4、本人同意转受雇于甜维你的相关员工，即 Teenie Weenie 品牌的设计师及制版等技术人、高级管理人员、销售人员、职能人员（如供应链、人力、财务、法务等部门的人员）等；

- 5、商业机构，即在中国运行 Teenie Weenie 品牌的组织及该等组织对品牌卖场享有的权利；
- 6、衣恋餐饮持有的 Teenie Weenie 品牌餐饮经营权（Teenie Weenie 咖啡业务）及其资产和人员；
- 7、与 Teenie Weenie 品牌相关的除现金、银行存款、银行借款外的全部资产、负债（包括按合理比例分摊的基准日实际账面应交未交的税费，该合理比例在审计原则中约定）及其他支持 Teenie Weenie 品牌运营的或与 Teenie Weenie 品牌相关的资产或业务。

Teenie Weenie 品牌位于中国之外的有形资产和业务不属于本次重组的标的资产，卖方按协议约定自行处置。本次重组前，Teenie Weenie 品牌为以事业部形式运行，拥有从事经营业务所需的人员、机构及资源，经营业务独立运行。

（三）交易步骤

本次交易中，衣念香港及其关联方分别将所持有的 Teenie Weenie 品牌及该品牌相关的资产和业务转让至标的公司，维格娜丝设立并控制的有限合伙企业（本节简称“买方”）以增资的形式取得标的公司控股权，实现对衣念香港及其关联方持有的 Teenie Weenie 品牌及该品牌相关的资产和业务的收购。本次交易结构示意图如下：



一、第一步收购：收购甜维你 90%股权

1-1	设立主体	衣念香港在上海设立标的公司甜维你，维格娜丝设立由其控制的有限合伙企业
1-2	业务重组	衣念世界将其所持 Teenie Weenie 商标等无形资产，衣念上海及其子公司将其所持 Teenie Weenie 服装业务、存货等有形资产、人员，衣恋餐饮将其所持 Teenie Weenie 咖啡业务、存货等有形资产、人员转让至标的公司，并形成甜维你对上述主体的应付账款，转让完成后，标的公司成为 Teenie Weenie 品牌全球唯一且合法的拥有者和经营者
1-3	买方取得标的公司 90%股权	维格娜丝设立并控制的有限合伙企业、衣念香港分别对标的公司进行增资，增资后维格娜丝设立并控制的有限合伙企业持有标的公司 90%的出资，衣念香港持有标的公司 10%的出资
1-4	标的公司偿还应付账款	标的公司以资本金或向维格娜丝、衣念香港的借款偿还对衣恋世界、衣念上海、衣恋餐饮等的应付账款

二、第二步收购：收购甜维你 10%股权

2-1	买方收购标的公司 10%股权	在标的公司运行三个完整的会计年度后，维格娜丝设立并控制的有限合伙企业收购衣念香港持有的标的公司剩余 10%出资，本次交易完成
-----	----------------	--

（四）标的资产转让至甜维你的过程

衣念香港及其关联公司将 Teenie Weenie 服装品牌及相关的资产和业务（不包括中国大陆之外的有形资产和业务）交付给标的公司甜维你，鉴于上述资产和业务的转让涉及主体较多，本次标的资产将分批交付，第一次交付日为本次交易的交割日。资产交付完成后，甜维你将成为 Teenie Weenie 品牌全球唯一且合法的拥有者和经营者。

项目	第一次资产交付	第二次资产交付
店铺	交付比例不低于 80%，且不低于维格娜丝指定的 220 家核心卖场的 90%； 剩余卖场的店铺及其员工全权委托甜维你经营管理	在中国大陆剩余的所有卖场的合同关系转移至甜维你
电商合同和业务	全部交付	—
员工	全部交付	—
（除店铺之外）的其他合同关系，历史数据、档案等	全部交付	—
衣恋餐饮的店铺及餐饮经营权	全权委托甜维你经营管理	全部卖场的合同关系变更
有形资产（存货、设备等）	全部交付（包括未交付店铺的有形资产）	—
中国大陆范围内的知识产权	全部交付	—

中国大陆之外国家和地区的 Teenie Weenie 品牌知识产权	交付，如不能交付则独家授权	剩余交付
标的资产的经营决策权和收益权	全部交付	-

注：卖场指除餐饮店铺以外的 Teenie Weenie 品牌的店铺。

1、第一次资产交付

（1）店铺

第一批转让的卖场总销售额的比例不低于 80%，并且第一批转让的卖场不低于维格娜丝指定的 220 家核心卖场的 90%，应在第一次交付日完成上述卖场的合同主体变更。第一次交付的资产还包括第一次交付日后剩余卖场的商业权利、相关资产（存货和设备等）、销售人员的外包服务合同、使用或许可的必要变化或转让。

（2）电商

第一次交付日或第一次交付日之前，电商（京东、天猫、唯品会）与甜维你签署新的合作协议，由甜维你受让衣念香港及其关联方原有合作协议中的权利义务。

（3）相关员工

第一次交付日或第一次交付日之前，甜维你作为新雇主，已经和维格娜丝认为重要的且本人同意转受雇于甜维你的相关转让方不少于 90% 的相关员工（包括设计师及制版等技术人员、高级管理人员、核心员工、销售人员、职能人员（如供应链、人力、财务、法务等部门的人员））签署新劳动合同。

（4）知识产权

第一次交付日或第一次交付日之前，Teenie Weenie 品牌的大陆范围内的知识产权按照知识产权转让协议从衣恋世界或其他关联公司转让至甜维你。在《资产与业务转让协议》签署后，衣念香港及其关联方已授权 Teenie Weenie 品牌使用的生产工艺及其专利技术的基准（简称“授权基准”）继续授权 Teenie Weenie 品牌按照相同授权基准使用。知识产权的转让在《资产与业务转让协议》签署之日起 270 天内完成。

（5）合同关系的转让

第一次交付日或之前，衣念香港及其关联方应签署由甜维你承接衣念香港及其关联公司与品牌相关的采购合同、销售合同、IT 服务协议、电商、物流服务合同等合同

的权利义务的协议，或由甜维你与供应商、IT、电商、物流等新签署的相关合同；同时，衣念香港及其关联方应提供标的资产运营相关数据（包括本合同签署之日前三年内的历史数据）及合同、档案、相关凭证等。

（6）其他

截至 2016 年 12 月 31 日，除属于第二批标的资产的卖场的店铺租赁合同及/或联营合同、衣恋餐饮的餐饮经营权之外的所有与 Teenie Weenie 品牌相关的资产与业务（包含但不限于属于第二批标的资产的卖场的商业权利、相关存货和设备等），均属于第一批标的资产的范围。不论实际转让的卖场的销售收入为多少，衣念香港及其关联方应将剩余卖场的店铺及其员工、衣恋餐饮的餐饮经营权全权委托维格娜丝或其指定第三方经营管理，并与维格娜丝或其指定第三方签署相应的委托经营管理及代收代付协议，且该等卖场的相关损益归维格娜丝或其指定第三方所有。

2、第二次资产交付

第二批标的资产和文件应由衣念香港及其关联方在第一次交付日起一年内转让给甜维你：

（1）剩余店铺合同关系转让

Teenie Weenie 品牌在中国大陆剩余的所有卖场，以及该等卖场的商业权利及对于使用每一个卖场的相关店铺空间的租约、使用或许可的必要变化或转让。若剩余所有卖场无法全部转让，维格娜丝允许衣念香港及其关联方仅将其剩余的部分卖场转让给甜维你，但双方同意维格娜丝或其指定第三方将根据第二批实际转让卖场的情况调整第二次交付时的对价。

第二次交付完成后剩余卖场，除维格娜丝或其指定第三方以书面形式表示同意受让的，衣念香港及其关联方保证在第二次交付完成后三个月内自行处理完毕。

（2）衣恋餐饮的餐饮经营权

衣念香港及其关联方应在《资产与业务转让协议》签署后 2 年内，将衣恋餐饮的餐饮经营权从衣恋餐饮转让至甜维你或其关联公司，相关经营权合同和员工合同进行主体变更。

（3）中国大陆之外国家和地区的 Teenie Weenie 品牌知识产权

中国大陆之外国家和地区的 Teenie Weenie 品牌知识产权应在约定的转让时间内从衣恋世界或其他关联公司转让至甜维你。

（五）交易价格

本次交易分两步取得标的公司甜维你 100% 股权。

第一步收购，收购甜维你 90% 股权。维格娜丝或其指定第三方通过认缴甜维你新增注册资本方式持有甜维你 90% 的股权，与此对应，第一步收购的价款为标的资产整体价格的 90%。标的资产（包括全球范围内的知识产权）的整体价格为标的资产在中国范围内业务的 2015 年估值净利润 $\times$ 11.25 倍。第一步收购中，标的资产整体价格预计为 50 亿元，公司收购甜维你 90% 股权的价格预计为 45 亿元。

本次交易价格可能根据实际交付卖场比例、交付后卖场扣率或租金并更情况、电商交付情况、交付日的净资产情况等进行调整。

第二步收购，收购甜维你 10% 股权。《资产与业务转让协议》签订后，且甜维你运行三个完整的会计年度之后，维格娜丝或其指定第三方收购衣念香港所持有的甜维你剩余 10% 股权。转让价格计算方法为：对经审计确定的 2019 年净利润进行调整，得出 2019 年估值净利润，按照本次交易价格形成的计算方法（即 2019 年估值净利润 $\times$ 11.25 倍 $\times$ 10%）确定购买甜维你剩余 10% 的股权对价。“2019 年估值净利润”以 2019 年经会计师事务所审计后的净利润为基础，调整内容如下：（1）不包含非 Teenie Weenie 品牌运营所需的借款产生的利息，以及由于本次交易产生的借款利息；（2）不包含商誉、商标权、评估产生的其他无形资产（除商标权外）和本次交易有形资产的评估增值部分的减值损失。

（六）对价支付方式

本次交易为现金交易，涉及支付对价的资金来源包括公司自有资金、银行贷款或其他外部筹资。第一步收购标的资产 90% 股权的对价约为 45 亿元，预计公司出资不超过 10 亿元，其余通过外部融资获得，外部融资的比例约为 77.78%。截至目前，公司已经获得金融机构的融资承诺函，相关融资协议正在洽谈中。

公司和/或公司实际控制人王致勤先生、宋艳俊女士将根据融资机构要求，为前述融资提供担保或者增信措施。公司授权管理层与融资机构协商、调整、确定具体融资

来源、融资规模、融资结构、担保措施等融资方案，最终融资方案以签署的融资协议为准。

同时，维格娜丝第三届董事会第六次会议将同时审议公司非公开发行股票相关议案，拟以非公开发行股票募集资金用于本次收购，并置换公司自筹资金支付的交易对价。非公开发行股票事项尚需维格娜丝股东大会审议通过并经中国证监会核准，且本次重大资产购买不以非公开发行股票核准为生效条件。

（七）标的资产评估

本次交易为市场化收购，交易价格系经交易各方在公平、自愿的原则下协商谈判确定。同时，上市公司已聘请具有从事证券期货业务资格的资产评估机构对交易标的进行评估。

评估机构采用收益法和资产基础法两种方法，对标的资产进行评估，并以收益法评估结果作为评估结论。本次评估以 2016 年 6 月 30 日为评估基准日，本次重组标的资产的预估评估值为 540,000.00 万元。

截至本预案公告之日，标的资产的评估工作尚未完成，标的资产经核准的评估结果将在重大资产重组报告书中予以披露。

（八）过渡期损益及资产交付安排

评估基准日起至第一次交付日的期间为过渡期。过渡期内，标的资产所有的损益均由卖方所有。

本次收购的资产、负债包括审计基准日与标的资产相关的除现金、银行存款、银行借款外的全部资产、负债。资产负债金额具体以审计基准日的审计报告为准，审计基准日净资产=总资产(不包括现金、银行存款)-负债（不包括银行借款）。

本次收购的资产、负债应由转让方负责交付至 New Co.，但为方便交付，转让方交付至 New Co.前形成的债权、债务可以根据实际情况由双方协商确定是否实际交付至 New Co.，并按审计基准日净资产账面价值与实际交付净资产的账面价值的差额以现金补足，其中，交付日的净资产定为第一次交付日所在月月末经审计的净资产值。

第一次交付完成后，买方聘请双方认可的有证券业务资格的审计机构以第一次交付日月末为基准日进行交付审计。第一次交付日月末经审计的净资产（以下简称“交

付日 New Co.净资产”) = 总资产 - 审计基准日评估报告中有评估价值但审计报告无账面价值项目的金额 (如商标、商誉等) - 评估报告有评估价值但审计报告无账面价值以外的项目 (如存货、固定资产) 的评估增值余额 - 负债 (不包括本次收购资产和业务形成的应付款余额、股东借款余额) - 本次交割股东增资或借款现金余额 (本次交割股东增资金额或借款 - 已偿还的资产和业务收购款)。

如交付日 New Co.净资产减去审计基准日净资产大于零, 买方应将该金额支付给卖方; 如审计基准日净资产减去交付净资产大于零, 则卖方应将该金额支付给买方。过渡期损益已包括在前净资产差额中, 按照前述金额结算后, 过渡期损益不再单独结算。

(九) 服务协议

本次交易完成后, 公司将继续使用卖方及其关联方提供的 IT、物流、电商等服务。

四、本次交易构成重大资产重组

本次交易标的资产交易价格超过上市公司的 2015 年度经审计的净资产金额, 依据《重组办法》第十二条和第十四条的规定, 本次交易构成重大资产重组。

本次交易为现金收购, 根据《重组办法》相关规定, 本次交易无需提交中国证监会审核。

五、本次交易不构成关联交易

本次重大资产重组, 交易对方与上市公司及其控股股东、实际控制人之间不存在关联关系, 本次交易不构成关联交易。

六、本次交易不构成借壳

本次交易不涉及发行股份, 本次交易前后公司的实际控制人均为王致勤、宋艳俊夫妇, 本次交易不会导致上市公司控制权发生变更。因此, 本次交易不构成《重组办法》第十三条定义的借壳上市交易情形。

七、本次交易符合《重组办法》第十一条的规定

（一）本次交易符合国家产业政策和有关环境保护、土地管理、反垄断等法律和行政法规的规定

本次交易的标的资产为 Teenie Weenie 品牌及相关的资产和业务，标的资产所从事服装行业不属于产业政策中限制类、淘汰类和禁止类项目，符合国家产业政策。

本次交易标的资产不涉及土地、不涉及生产，不存在违法环境保护、土地管理法律和行政法规规定的情形。

根据《国务院关于经营者集中申报标准的规定》，本次交易相关交易方的营业额，已达到规定的经营者集中申报的标准，本次交易已向商务部申请经营者集中反垄断审查。

综上，本次交易符合《重组办法》第十一条第（一）项的规定。

（二）本次交易不会导致上市公司不符合股票上市条件

本次交易以现金支付对价，不涉及上市公司总股本和社会公众持有股份数量变动，不会导致上市公司因股权结构发生变化而不符合股票上市条件，也不存在依据《证券法》、《上市规则》应暂停或终止上市的其他情形。

本次交易符合《重组办法》第十一条第（二）项的规定。

（三）本次交易的资产定价公允，不存在损害上市公司和股东合法权益的情形

本次交易标的资产的交易价格由交易双方基于市场化原则公平协商确定。上市公司聘请的具有证券业务从业资格的估值机构及经办人员与标的资产、交易对方及上市公司均没有利益关系或冲突，具有独立性。本次交易定价机制符合《重组办法》等规定，不存在损害上市公司及广大股东利益的情形。

综上，本次交易定价由交易双方基于市场化原则协商确定，具有合理性，不存在损害上市公司和股东合法权益的情形。本次交易符合《重组办法》第十一条第（三）项的规定。

（四）本次交易所涉及的资产权属清晰，资产过户或转移不存在实质性法律障碍，相关债权债务处理合法

本次交易的标的资产为 Teenie Weenie 品牌及相关的资产和业务，资产包括存货、设备等有形资产，商标权、专利权、著作权、域名等无形资产，根据交易对方所提供的上述资产的权属证明文件及交易对方的说明，交易对方所持有的上述资产权属清晰，不存在质押、冻结等股权受限等情形，在相关法律程序和先决条件得到适当履行的情形下，不存在法律障碍。《资产与业务转让协议》对于相关负债的转让做出了约定。

综上，本次交易符合《重组办法》第十一条第（四）项的规定。

（五）本次交易有利于上市公司增强持续经营能力，不存在可能导致上市公司重组后主要资产为现金或无具体经营业务的情形

本次重组交易标的资产与上市公司均从事品牌服装及相关产品的设计、品牌运营和销售，在风格、设计、定位、渠道等方面各有优势及资源，有利于发挥整体协同效应。重组完成后将进一步丰富公司产品线、拓宽目标消费群体、扩大业务规模、改善业务体系的完整性，借鉴标的资产全球经营的经验降低成本、推动全球化经营，增强公司的持续经营能力。

因此，本次交易有利于上市公司增强持续经营能力，不存在可能导致上市公司主要资产为现金或无具体经营业务的情形。本次交易符合《重组办法》第十一条第（五）项的规定。

（六）本次交易有利于上市公司在业务、资产、财务、人员、机构等方面与实际控制人及其关联方保持独立，符合中国证监会关于上市公司独立性的相关规定

本次交易前，Teenie Weenie 品牌以事业部形式运营，相对独立，日常业务具有独立运营的能力。本次交易将对标的资产进行重组，将 Teenie Weenie 品牌经营所涉及的除现金、银行存款、银行借款外的全部资产、负债、业务、人员等转移至标的公司甜维你。业务重组完成后，甜维你在业务、资产、财务、人员、机构等方面保持独立。

本次交易后，公司及标的资产在业务、资产、财务、人员、机构方面与实际控制

人及其关联方保持独立，符合中国证监会关于上市公司独立性的相关规定。

因此，本次交易符合《重组办法》第十一条第（六）项的规定。

（七）本次交易有利于上市公司形成或者保持健全有效的法人治理结构

本次交易前，上市公司已按照《公司法》、《证券法》、《上市公司治理准则》等法律、法规及中国证监会、上交所的相关规定，在《公司章程》的框架下，设置了股东大会、董事会、监事会等组织机构并制定了相应的议事规则，具有健全的法人治理结构和完善的内部控制制度。

本次交易完成后，上市公司仍将严格按照《公司法》、《证券法》和《上市公司治理准则》等法律法规及《公司章程》的要求规范运作，进一步完善公司法人治理结构，切实保护全体股东的利益。

综上，本次交易符合《重组办法》第十一条第（七）项的规定。

第二节 上市公司基本情况

一、公司基本信息

公司名称:	维格娜丝时装股份有限公司
英文名称:	V-GRASS Fashion Co.,Ltd.
成立日期	2010年3月25日
上市日期:	2014年12月3日
注册资本:	14,798.00 万元
法定代表人:	王致勤
董事会秘书:	陶为民
股票上市地:	上海证券交易所
股票简称:	维格娜丝
股票代码:	603518
注册地址:	南京市秦淮区中山南路1号60层
网址:	WWW.V-GRASS.COM
电话:	025-84736763
传真:	025-84736764
电子信箱:	SECURITIES@V-GRASS.COM

二、公司设立及股本变动情况

(一) 改制与设立情况

公司由南京劲草整体变更设立。2010年3月9日,南京劲草33名自然人股东签订《维格娜丝时装股份有限公司发起人协议书》,同意以2009年12月31日经审计的净资产折股整体变更设立维格娜丝时装股份有限公司,变更后注册资本为72,000,000元,其余计入资本公积金。公证天业会计师事务所于2010年3月9日出具了《验资报告》(苏公W【2010】B018号)。南京市工商行政管理局于2010年3月25日向公司核发了《企业法人营业执照》,注册号为320103000032383。

公司发起人为王致勤先生、宋艳俊女士等33名自然人,设立时其持股具体情况如下表:

序号	股东名称	持股数量(万股)	股权比例
----	------	----------	------

1	王致勤	3,408.00	47.33%
2	宋艳俊	2,695.20	37.43%
3	周景平	256.00	3.56%
4	宋旭昶	237.80	3.30%
5	吕 慧	235.60	3.27%
6	吴俊乐	72.40	1.01%
7	姜之骐	30.00	0.42%
8	吴新嫒	29.20	0.41%
9	陈永波	26.80	0.37%
10	卞春宁	20.80	0.29%
11	彭恒均	20.00	0.28%
12	宋子权	20.00	0.28%
13	李 莉	18.80	0.26%
14	陈卫东	14.00	0.19%
15	魏 红	13.20	0.18%
16	于慧艳	9.60	0.13%
17	施亚平	9.40	0.13%
18	胡敬来	8.20	0.11%
19	臧凝涛	8.00	0.11%
20	熊文燕	7.60	0.11%
21	章馨若	7.40	0.10%
22	徐宏梅	7.20	0.10%
23	董志平	7.00	0.10%
24	孙 业	6.20	0.09%
25	方 文	6.00	0.08%
26	陶蓓蓓	5.40	0.08%
27	李 霞	4.00	0.06%
28	俞维根	3.60	0.05%
29	俞同玉	3.60	0.05%
30	姚 莉	3.20	0.04%
31	叶 云	2.60	0.04%
32	林 洁	1.60	0.02%
33	王雪萍	1.60	0.02%
合计		7,200.00	100.00

（二）发行人首次公开发行上市前的股本变化

1、南京劲草时装实业有限公司的成立

2003年3月10日，王致勤、宋艳俊、南京劲草服饰厂签署《出资协议》，以现金

200 万元出资设立南京劲草。2003 年 3 月 13 日，江苏兴瑞会计师事务所有限公司对上述出资进行验证，出具了《验资报告》（兴瑞验字【2003】第 1296 号）。南京劲草成立时股东及其出资情况如下：

序号	名称/姓名	出资额（万元）	出资方式	出资比例
1	王致勤	120.00	货币	60.00%
2	宋艳俊	57.00	货币	28.50%
3	南京劲草服饰厂	23.00	货币	11.50%
合 计		200.00	-	100.00%

南京市工商行政管理局于 2003 年 3 月 14 日核发了《企业法人营业执照》，注册号为 3201032303050；法定代表人为王致勤；注册资本为 200 万元；企业类型为有限责任公司；经营范围为服装、服饰设计、制造、销售；时装面料、辅料设计、销售；服装生产技术培训。

2、2004年1月股权转让

2003 年 12 月 24 日，南京劲草服饰厂与王致勤签署《股权转让协议书》，将其出资额 23 万元全部转让给王致勤，股权转让款为 23 万元。本次股权转让事项已经南京劲草 2003 年 12 月 1 日召开的股东会审议通过。本次股权转让情况如下：

股权转让方	转让前出资额（万元）	转让出资额（万元）	转让价格（万元）	股权受让方
南京劲草服饰厂	23.00	23.00	23.00	王致勤

2004 年 1 月 6 日，本次股权转让事宜完成工商变更登记手续，转让后公司股东及其出资情况如下：

序号	股东姓名	出资额（万元）	出资比例
1	王致勤	143.00	71.50%
2	宋艳俊	57.00	28.50%
合 计		200.00	100.00%

3、2006年5月，增加注册资本至700万元

经南京劲草股东会决议通过，公司增加注册资本 500 万元，其中王致勤以货币认缴注册资本 277 万元，宋艳俊以货币认缴注册资本 223 万元。2006 年 4 月 28 日，江苏华信会计师事务所有限公司对本次增资出具了验资报告（华会业【2006】第 156 号）。本次增资情况如下：

序号	股东姓名	认缴增资金额（万元）	出资方式	出资比例
1	王致勤	277.00	货币	55.40%
2	宋艳俊	223.00	货币	44.60%
合 计		500.00	-	100.00%

2006年5月19日，本次增资事宜完成工商变更登记手续，增资后公司股东及其出资情况如下：

序号	股东姓名	出资额（万元）	出资比例
1	王致勤	420.00	60.00%
2	宋艳俊	280.00	40.00%
合 计		700.00	100.00%

4、2007年6月，增加注册资本至1,500万元

2007年5月29日，经南京劲草股东会决议通过，公司增加注册资本800万元，其中王致勤以货币认缴注册资本480万元，宋艳俊以货币认缴注册资本320万元。2007年6月4日，江苏华信会计师事务所有限公司对本次增资出具了验资报告（华会业【2007】第153号）。本次增资情况如下：

序号	股东姓名	认缴增资金额（万元）	出资方式	出资比例
1	王致勤	480.00	货币	60.00%
2	宋艳俊	320.00	货币	40.00%
合计		800.00	-	100.00%

2007年6月18日，本次增资事宜完成工商变更登记手续，增资后公司股东及其出资情况如下：

序号	股东姓名	出资额（万元）	出资比例
1	王致勤	900.00	60.00%
2	宋艳俊	600.00	40.00%
合 计		1,500.00	100.00%

5、2007年8月，增加注册资本至1,995万元

2007年7月15日，经南京劲草股东会决议通过，公司增加注册资本495万元，由王致勤以实物认缴全部新增注册资本。本次增资的实物来自股东王致勤所拥有的原材料，申报价值463.21万元，其中面料、里衬382.95万元，辅料、配饰80.27万元。根据江苏华信会计师事务所有限公司出具的华会业【2007】第190号评估报告，截至

评估基准日 2007 年 5 月 31 日，上述实物的评估价 495.69 万元，经公司全体股东确认价值为 495 万元。评估价值较申报价值高 7.01%，增值的主要原因是评估采用市场价格比较法，部分原材料在评估基准日的市场价格高于原材料的购买价格。2007 年 7 月 15 日，江苏华瑞会计师事务所有限公司对本次增资出具了验资报告（苏华会验【2007】8-040 号）。本次增资情况如下：

序号	股东姓名	认缴增资额（万元）	出资方式	出资比例
1	王致勤	495.00	实物	100.00%
合计		495.00	-	100.00%

2007 年 8 月 10 日，本次增资事宜完成工商变更登记手续，增资后公司股东及其出资情况如下：

序号	股东姓名	出资额（万元）	出资比例
1	王致勤	1,395.00	69.92%
2	宋艳俊	600.00	30.08%
合 计		1,995.00	100.00%

2010 年 9 月，公司聘请具有证券业务资格的资产评估机构江苏中天资产评估事务所有限公司对本次增资资产评估报告书进行了复核，认为华会业【2007】第 190 号评估报告合规有效、评估方法合理、评估假设适当、评估结论公允、评估结论有效且合理。

尽管股东实物增资履行了相关的评估、验资和资产交割程序，并投入生产经营中，但鉴于股东采购上述原材料时，未获得购货发票。为了弥补本次实物增资由于原始凭证缺失而出现的瑕疵，公司实际控制人王致勤、宋艳俊夫妇同意，由王致勤以现金 495 万元一次性投入股份公司，作为资本公积。2010 年 9 月 3 日，上述资金已经入账。

6、2009年12月，增加注册资本至3,600万元

为增强公司管理层和核心员工的归属感，2009 年 12 月 6 日，经南京劲草股东会决议通过，公司以每元出资额 1 元的价格增加注册资本 1,605 万元，由王致勤、宋艳俊以及姜之骥等 29 人以货币认缴新增注册资本。在本次增资入股的 29 名自然人股东中，除吴俊乐先生为公司现任董事外，其余均为公司员工。吴俊乐先生在公司发展过程中，在发展战略以及经营管理上给予公司很大帮助和支持，因此，公司股东会决定吸收其作为股东，并于 2010 年 3 月 9 日公司创立大会上选举吴俊乐先生为公司董事。2009 年 12 月 23 日，公证天业会计师事务所对本次增资出具了验资报告（苏公 W【2009】

B112 号)。本次增资情况如下:

序号	股东姓名	认缴增资金额(万元)	出资方式	出资比例	增资股东身份
1	王致勤	317.50	货币	19.78%	公司员工
2	宋艳俊	757.60	货币	47.20%	公司员工
3	周景平	128.00	货币	7.98%	公司员工
4	宋旭昶	118.90	货币	7.41%	公司员工
5	吕 慧	117.80	货币	7.34%	公司员工
6	吴俊乐	36.20	货币	2.26%	前董事
7	姜之骐	15.00	货币	0.93%	公司员工
8	吴新嫒	14.60	货币	0.91%	公司员工
9	陈永波	13.40	货币	0.83%	公司员工
10	卞春宁	10.40	货币	0.65%	公司员工
11	彭恒均	10.00	货币	0.62%	公司员工
12	李 莉	9.40	货币	0.59%	公司员工
13	陈卫东	7.00	货币	0.44%	公司员工
14	魏 红	6.60	货币	0.41%	公司员工
15	于慧艳	4.80	货币	0.30%	公司员工
16	施亚平	4.70	货币	0.29%	公司员工
17	胡敬来	4.10	货币	0.26%	公司员工
18	臧凝涛	4.00	货币	0.25%	公司员工
19	熊文燕	3.80	货币	0.24%	公司员工
20	章馨若	3.70	货币	0.23%	公司员工
21	徐宏梅	3.60	货币	0.22%	公司员工
22	孙 业	3.10	货币	0.19%	公司员工
23	陶蓓蓓	2.70	货币	0.17%	公司员工
24	俞维根	1.80	货币	0.11%	公司员工
25	俞同玉	1.80	货币	0.11%	公司员工
26	姚 莉	1.60	货币	0.10%	公司员工
27	叶 云	1.30	货币	0.08%	公司员工
28	林 洁	0.80	货币	0.05%	公司员工
29	王雪萍	0.80	货币	0.05%	公司员工
合 计		1,605.00	-	100.00%	-

2009年12月28日，本次增资事宜完成工商变更登记手续，增资后公司股东及其出资情况如下：

序号	股东姓名	出资额（万元）	出资比例
1	王致勤	1,712.50	47.57%
2	宋艳俊	1,357.60	37.71%
3	周景平	128.00	3.56%
4	宋旭昶	118.90	3.30%
5	吕 慧	117.80	3.27%
6	吴俊乐	36.20	1.01%
7	姜之骐	15.00	0.42%
8	吴新嫒	14.60	0.41%
9	陈永波	13.40	0.37%
10	卞春宁	10.40	0.29%
11	彭恒均	10.00	0.28%
12	李 莉	9.40	0.26%
13	陈卫东	7.00	0.19%
14	魏 红	6.60	0.18%
15	于慧艳	4.80	0.13%
16	施亚平	4.70	0.13%
17	胡敬来	4.10	0.11%
18	臧凝涛	4.00	0.11%
19	熊文燕	3.80	0.11%
20	章馨若	3.70	0.10%
21	徐宏梅	3.60	0.10%
22	孙 业	3.10	0.09%
23	陶蓓蓓	2.70	0.08%
24	俞维根	1.80	0.05%
25	俞同玉	1.80	0.05%
26	姚 莉	1.60	0.04%
27	叶 云	1.30	0.04%
28	林 洁	0.80	0.02%
29	王雪萍	0.80	0.02%

序号	股东姓名	出资额（万元）	出资比例
合 计		3,600.00	100.00%

7、2010年2月股权转让

2010年1月8日，南京劲草召开股东会，审议通过王致勤将3.5万、3万和2万出资额以每元出资额4元的价格分别转让给董志平、方文和李霞，宋艳俊将10万出资额以每元出资额4元的价格转让给宋子权。其中，董志平、方文和李霞为2008年以后进入公司的员工，入职时间短，但考虑到其工作岗位的重要性以及工作成绩，公司决定吸收其作为股东；宋子权是宋艳俊之叔，原先作为公司的加盟商经营3家专卖店，为规范店铺经营，公司同意宋子权在退出上述3家店铺的承诺下，宋艳俊出让其一定数量的出资作为补偿，具体情况如下：

出资转让方	转让前出资额（万元）	转让出资额（万元）	转让价款（万元）	出资受让方	受让方身份
王致勤	1,712.50	3.00	12.00	方文	公司员工
		3.50	14.00	董志平	公司员工
		2.00	8.00	李霞	公司员工
宋艳俊	1,357.60	10.00	40.00	宋子权	宋艳俊之叔

2010年2月5日，本次出资转让事宜完成工商变更登记手续，转让后公司股东及其出资情况如下：

序号	股东姓名	出资额（万元）	出资比例
1	王致勤	1,704.00	47.33%
2	宋艳俊	1,347.60	37.43%
3	周景平	128.00	3.56%
4	宋旭昶	118.90	3.30%
5	吕 慧	117.80	3.27%
6	吴俊乐	36.20	1.01%
7	姜之骐	15.00	0.42%
8	吴新嫒	14.60	0.41%
9	陈永波	13.40	0.37%
10	卞春宁	10.40	0.29%
11	彭恒均	10.00	0.28%
12	宋子权	10.00	0.28%

序号	股东姓名	出资额（万元）	出资比例
13	李 莉	9.40	0.26%
14	陈卫东	7.00	0.19%
15	魏 红	6.60	0.18%
16	于慧艳	4.80	0.13%
17	施亚平	4.70	0.13%
18	胡敬来	4.10	0.11%
19	熊文燕	3.80	0.11%
20	臧凝涛	4.00	0.11%
21	徐宏梅	3.60	0.10%
22	章馨若	3.70	0.10%
23	董志平	3.50	0.10%
24	孙 业	3.10	0.09%
25	陶蓓蓓	2.70	0.08%
26	方 文	3.00	0.08%
27	李 霞	2.00	0.06%
28	俞同玉	1.80	0.05%
29	俞维根	1.80	0.05%
30	叶 云	1.30	0.04%
31	姚 莉	1.60	0.04%
32	王雪萍	0.80	0.02%
33	林 洁	0.80	0.02%
合 计		3,600.00	100.00%

8、2010年3月，南京劲草整体变更为股份公司

2010年2月21日，南京劲草召开股东会，审议通过将南京劲草整体变更为股份有限公司。2010年3月9日，南京劲草33名自然人股东签订发起人协议，召开了股份公司创立大会，同意以2009年12月31日经审计的净资产折股，整体变更设立维格娜丝时装股份有限公司，变更后注册资本为72,000,000元，其余计入资本公积金。公证天业会计师事务所于2010年3月9日对此次整体变更出具了验资报告（苏公W【2010】B018号），对发起人的出资予以验证。

公司名称变更为维格娜丝时装股份有限公司，并于2010年3月25日在南京市工

商行政管理局办理完毕工商变更登记手续。营业执照注册号：320103000032383；法定代表人：王致勤；注册资本：7,200 万元；经营范围：服装、服饰设计、制作、销售；时装面料、辅料设计、销售；自营和代理各类商品及技术的进出口业务（国家限定企业经营或禁止进出口的商品和技术除外）。股份公司设立时的股东持股情况如下：

序号	发起人名称	持股数（万股）	持股比例	出资方式
1	王致勤	3,408.00	47.33%	净资产
2	宋艳俊	2,695.20	37.43%	净资产
3	周景平	256.00	3.56%	净资产
4	宋旭昶	237.80	3.30%	净资产
5	吕 慧	235.60	3.27%	净资产
6	吴俊乐	72.40	1.01%	净资产
7	姜之骐	30.00	0.42%	净资产
8	吴新嫒	29.20	0.41%	净资产
9	陈永波	26.80	0.37%	净资产
10	卞春宁	20.80	0.29%	净资产
11	彭恒均	20.00	0.28%	净资产
12	宋子权	20.00	0.28%	净资产
13	李 莉	18.80	0.26%	净资产
14	陈卫东	14.00	0.19%	净资产
15	魏 红	13.20	0.18%	净资产
16	于慧艳	9.60	0.13%	净资产
17	施亚平	9.40	0.13%	净资产
18	胡敬来	8.20	0.11%	净资产
19	臧凝涛	8.00	0.11%	净资产
20	熊文燕	7.60	0.11%	净资产
21	章馨若	7.40	0.10%	净资产
22	徐宏梅	7.20	0.10%	净资产
23	董志平	7.00	0.10%	净资产
24	孙 业	6.20	0.09%	净资产
25	方 文	6.00	0.08%	净资产
26	陶蓓蓓	5.40	0.08%	净资产
27	李 霞	4.00	0.06%	净资产
28	俞维根	3.60	0.05%	净资产
29	俞同玉	3.60	0.05%	净资产

序号	发起人名称	持股数（万股）	持股比例	出资方式
30	姚 莉	3.20	0.04%	净资产
31	叶 云	2.60	0.04%	净资产
32	林 洁	1.60	0.02%	净资产
33	王雪萍	1.60	0.02%	净资产
合 计		7,200.00	100.00%	-

9、2011年12月，增加注册资本至7,927.50万元并进行股权转让

2011年11月28日，经维格娜丝股东会决议通过，公司以每股15.48元的价格增加注册资本727.50万元，由上海金融发展投资基金（有限合伙）及杨宏松、洪旦等7名员工以货币认缴新增注册资本。2011年11月30日，公证天业会计师事务所对本次增资出具了验资报告（苏公W【2011】B118号）。本次增资情况如下：

序号	股东姓名	认缴股份（万股）	出资方式	持股比例	增资股东身份
1	上海金融发展	646.00	货币	88.80%	有限合伙企业
2	杨宏松	17.50	货币	2.41%	公司员工
3	洪旦	15.00	货币	2.06%	公司员工
4	刘桂君	13.00	货币	1.79%	公司员工
5	郑杰	7.50	货币	1.03%	公司员工
6	姜之骐	10.00	货币	1.37%	公司员工
7	董志平	10.00	货币	1.37%	公司员工
8	施亚平	8.50	货币	1.17%	公司员工
合 计		727.50	-	100.00%	

2011年11月30日，公司员工彭恒均离职，其将持有公司全部20万股份转让给公司员工赵军，转让价格为15.48元/股。

2011年12月2日，本次增资和股权转让事宜完成工商变更登记手续，变更完成后公司股东及持股情况如下：

序号	股东姓名	持股数（万股）	持股比例
1	王致勤	3,408.00	42.99%
2	宋艳俊	2,695.20	34.00%
3	上海金融发展	646.00	8.15%
4	周景平	256.00	3.23%
5	宋旭昶	237.80	3.00%

序号	股东姓名	持股数（万股）	持股比例
6	吕慧	235.60	2.97%
7	吴俊乐	72.40	0.91%
8	姜之骐	40.00	0.50%
9	吴新源	29.20	0.37%
10	陈永波	26.80	0.34%
11	卞春宁	20.80	0.26%
12	宋子权	20.00	0.25%
13	赵军	20.00	0.25%
14	李莉	18.80	0.24%
15	施亚平	17.90	0.23%
16	杨宏松	17.50	0.22%
17	董志平	17.00	0.21%
18	洪旦	15.00	0.19%
19	陈卫东	14.00	0.18%
20	魏红	13.20	0.17%
21	刘桂君	13.00	0.16%
22	于慧艳	9.60	0.12%
23	胡敬来	8.20	0.10%
24	臧凝涛	8.00	0.10%
25	熊文燕	7.60	0.10%
26	郑杰	7.50	0.09%
27	章馨若	7.40	0.09%
28	徐宏梅	7.20	0.09%
29	孙业	6.20	0.08%
30	方文	6.00	0.08%
31	陶蓓蓓	5.40	0.07%
32	李霞	4.00	0.05%
33	俞同玉	3.60	0.05%
34	俞维根	3.60	0.05%
35	姚莉	3.20	0.04%
36	叶云	2.60	0.03%

序号	股东姓名	持股数（万股）	持股比例
37	王雪萍	1.60	0.02%
38	林洁	1.60	0.02%
合 计		7,927.50	100.00

10、2011年12月，资本公积转增股本

2011年12月9日，经维格娜丝股东会决议通过，以总股本7,927.50万股为基数，以资本公积中的资本溢价向全体股东转增注册资本3,171万元，转增完成后注册资本为11,098.50万元。2011年12月12日，公证天业会计师事务所对本次增资出具了验资报告（苏公W【2011】B124号）予以验证。2011年12月20日，本次增资事宜完成工商变更登记手续，增资后公司股东及其出资情况如下：

序号	股东姓名	持股数（万股）	持股比例
1	王致勤	4,771.20	42.99%
2	宋艳俊	3,773.28	34.00%
3	上海金融发展	904.40	8.15%
4	周景平	358.40	3.23%
5	宋旭昶	332.92	3.00%
6	吕慧	329.84	2.97%
7	吴俊乐	101.36	0.91%
8	姜之骐	56.00	0.50%
9	吴新嫒	40.88	0.37%
10	陈永波	37.52	0.34%
11	卞春宁	29.12	0.26%
12	宋子权	28.00	0.25%
13	赵军	28.00	0.25%
14	李莉	26.32	0.24%
15	施亚平	25.06	0.23%
16	杨宏松	24.50	0.22%
17	董志平	23.80	0.21%
18	洪旦	21.00	0.19%
19	陈卫东	19.60	0.18%
20	魏 红	18.48	0.17%

序号	股东姓名	持股数（万股）	持股比例
21	刘桂君	18.20	0.16%
22	于慧艳	13.44	0.12%
23	胡敬来	11.48	0.10%
24	臧凝涛	11.20	0.10%
25	熊文燕	10.64	0.10%
26	郑杰	10.50	0.09%
27	章馨若	10.36	0.09%
28	徐宏梅	10.08	0.09%
29	孙业	8.68	0.08%
30	方文	8.40	0.08%
31	陶蓓蓓	7.56	0.07%
32	李霞	5.60	0.05%
33	俞同玉	5.04	0.05%
34	俞维根	5.04	0.05%
35	姚莉	4.48	0.04%
36	叶云	3.64	0.03%
37	王雪萍	2.24	0.02%
38	林洁	2.24	0.02%
合 计		11,098.50	100.00%

在公司历次增资及出资转让过程中，股东资金均来源于个人工资、薪金所得和家庭的积累等自有资金，不存在公司为其垫资的情形。

（三）发行人首次公开发行上市

2014年12月，经中国证券监督管理委员会“证监许可【2014】1180号”文《关于核准维格娜丝时装股份有限公司首次公开发行股票批复》的核准，公司公开发行人民币普通股3,699.50万股，并在上海证券交易所上市。发行后，本公司总股本变为14,798.00万股，股本结构如下：

股份性质	股份数量（万股）	占总股本比例
非限售流通股	3,699.50	25.00%
限售流通股	11,098.50	75.00%
合计	14,798.00	100.00%

（四）发行人首次公开发行后股本变化情况

发行人首次公开发行后股本未发生变更。

（五）发行人最新股本结构

截至2016年6月30日，发行人最新股本结构如下：

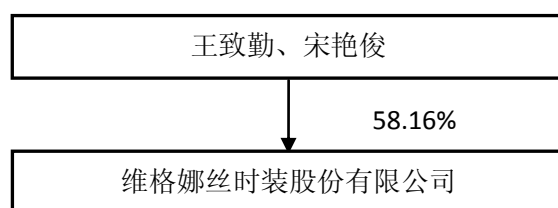
股份类型	持股数量（万股）	持股比例
一、有限售条件的流通股	9,235.24	62.41%
1、国家及国有法人持股	-	-
2、其他内资持股	9,235.24	62.41%
3、外资持股	-	-
二、无限售条件流通股	5,562.76	37.59%
1、人民币普通股	5,562.76	37.59%
三、股份总数	14,798.00	100.00%

三、最近三年及一期控股权变动情况

截至本预案签署之日，公司的控股股东和实际控制人为王致勤、宋艳俊夫妇。最近三年及一期公司控股股东及实际控制人未发生变更。

四、控股股东及实际控制人情况

截至2016年6月30日，王致勤、宋艳俊夫妇分别持有维格娜丝32.66%和25.50%的股份，为公司的实际控制人，控制关系如下：



王致勤、宋艳俊夫妇的简历如下：

王致勤先生，中国国籍，无永久境外居留权，1964年4月出生，本科学历。1986年9月至1992年5月，就职于南京第二钢铁厂；1993年至1995年，个体经商；1996年1月至2003年3月，任南京劲草服饰厂总经理；2003年3月至2010年3月，任南京劲草时装实业有限公司执行董事兼总经理；2010年3月至今，任本公司董事长兼总经理。

宋艳俊女士，中国国籍，无永久境外居留权，1964年6月出生，高中学历。1980年至1994年，就职于南京电力仪表厂；1995年，个体经商；1996年至2003年，任南京劲草服饰厂设计总监；2003年至2010年3月，任南京劲草时装实业有限公司设计总监；2010年3月至今，任本公司董事、副总经理兼设计总监。

五、公司主营业务情况及财务指标

（一）公司主营业务情况

维格娜丝的经营范围是：服装、服饰设计、制作、销售；时装面料、辅料设计、销售；鞋帽、箱包、皮革制品、仿皮革及仿皮毛制品、首饰与配饰的设计、开发与销售；自营和代理各类商品及技术的进出口业务（国家限定企业经营或禁止进出口的商品和技术除外）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）。

公司主营业务为高档品牌女装及云锦产品的设计、生产和销售。公司现有高端女装品牌“V•GRASS”和云锦品牌。

（二）公司主要财务数据

公司2014年度、2015年度财务报告已由江苏公证天业会计师事务所（特殊普通合伙）审计，并出具了“苏公W[2015]A421号”和“苏公W[2016]A723号”标准无保留意见审计报告。发行人2016年1-6月的财务报表未经审计。公司2014年度、2015年度和2016年1-6月主要财务数据如下：

1、简要合并资产负债表数据

单位：万元

项目	2016-6-30	2015-12-31	2014-12-31
资产总计	151,451.28	150,917.47	137,375.51
负债合计	12,625.63	13,274.27	8,728.40
股东权益合计	138,825.65	137,643.19	128,647.12

2、简要合并利润表数据

单位：万元

项目	2016年1-6月	2015年度	2014年度
营业收入	37,163.58	82,435.18	84,717.85
营业利润	3,476.04	13,050.82	17,887.06
利润总额	3,898.74	15,085.01	19,040.81

项目	2016年1-6月	2015年度	2014年度
净利润	2,893.60	11,210.42	13,827.79
归属母公司股东的净利润	2,892.24	11,211.31	13,827.79

3、简要合并现金流量表数据

单位：万元

项目	2016年1-6月	2015年度	2014年度
经营活动产生的现金流量净额	3,147.73	11,457.42	10,935.65
投资活动产生的现金流量净额	-27,528.49	-46,914.85	-9,490.93
筹资活动产生的现金流量净额	-1,653.47	-2,291.56	63,859.32
现金及现金等价物净增加额	-26,073.51	-37,784.55	65,310.52
期末现金及现金等价物余额	31,233.28	57,306.80	95,091.34

4、主要财务指标

主要财务指标	2016年1-6月 /2016-6-30	2015年度 /2015-12-31	2014年度 /2014-12-31
资产负债率	8.34%	8.80%	6.35%
归属于公司股东的每股净资产（元）	9.38	9.30	8.69
加权平均净资产收益率	2.08	8.43	22.42
基本每股收益（元/股）	0.20	0.76	1.21
稀释每股收益（元/股）	0.20	0.76	1.21

注1：加权平均净资产收益率按归属于母公司所有者的净利润和股东权益计算；

注2：期末每股净资产按各期末股本计算。

六、最近三年及一期重大资产重组情况

为推进公司实现多品牌战略，进一步优化业务结构、提高公司的竞争力，促进公司可持续发展，2015年7月20日，发行人召开第二届董事会第十五次会议，审议通过了《关于收购南京云锦研究所股份有限公司100%股份的议案》，同意发行人以自有资金收购王宝林、王晓晖、张玉英、任璇、张洪宝、朱澈、韩毅芳、郑丽平、张庆、胡宁、王建宁持有的南京云锦研究所股份有限公司100%股份，收购总价为1.35亿元，交易完成后，公司持有南京云锦研究所股份有限公司100%的股份。

根据江苏公证天业会计师事务所（特殊普通合伙）出具的苏公W[2015] A952号《审计报告》，南京云锦研究所股份有限公司的主要财务数据情况如下：

单位：元

项目	2015年3月31日	2014年12月31日
总资产	109,300,706.23	110,504,286.13
所有者权益	60,654,920.81	61,364,558.77

项目	2015年1-3月	2014年度
营业收入	9,240,924.69	40,860,072.88
净利润	-709,637.96	2,700,568.12

江苏华信资产评估有限公司受托对南京云锦研究所股份有限公司进行评估，并出具了苏华评报字[2015]第 193 号《维格娜丝时装股份有限公司拟现金收购的南京云锦研究所股份有限公司股东全部权益价值评估项目资产评估报告》，评估采用了资产基础法进行评估，于评估基准日（2015 年 3 月 31 日）的评估值为 13,646.85 万元，评估增值率为 103.42%。2015 年 8 月 10 日，南京云锦研究所股份有限公司办理完成此次收购之工商变更登记手续，并更名为“南京云锦研究所有限公司”，公司类型变更为有限责任公司（法人独资）。

根据《重组办法》，公司收购云锦研究所不构成重大资产重组。最近三年及一期，公司未发生重大资产重组。

七、最近三年及一期合法合规情况

最近三年及一期，上市公司不存在受到行政处罚或者刑事处罚的情形，未因涉嫌犯罪被司法机关立案侦查或者涉嫌违法违规被中国证监会立案调查。

第三节 交易对方基本情况

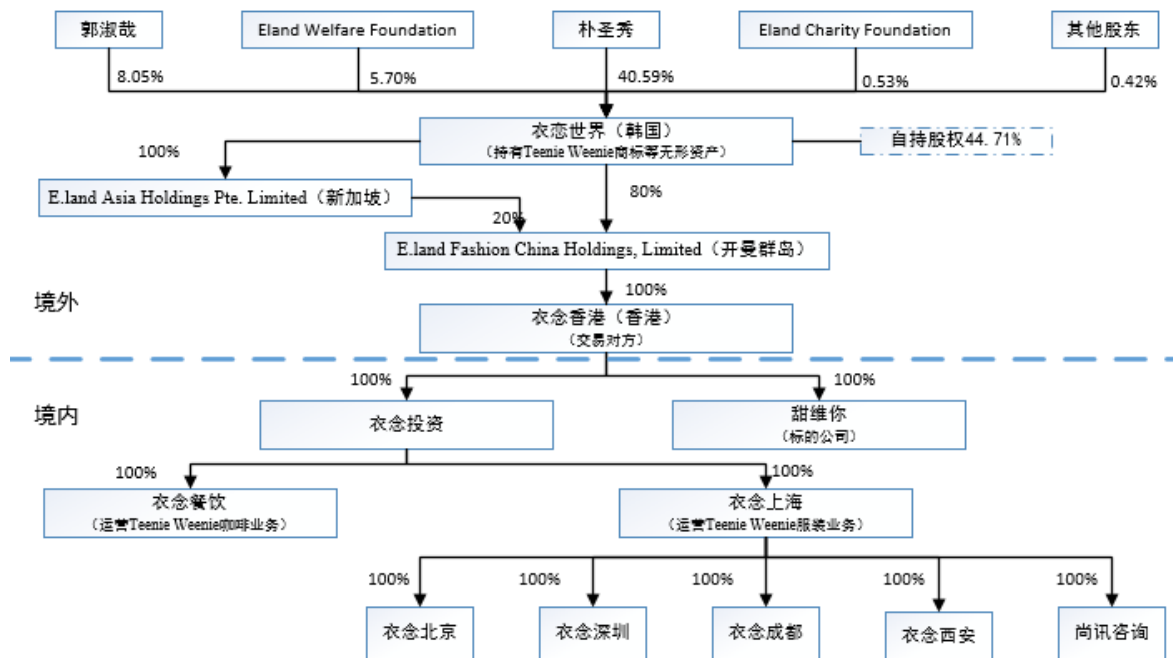
一、交易对方总体情况

维格娜丝拟以现金收购衣念香港及其关联方持有的 Teenie Weenie 品牌及该品牌相关的资产和业务（包括相关的人员）。本次交易中，衣念香港及其关联方分别将所持有的 Teenie Weenie 品牌及该品牌相关的资产和业务转让至衣念香港全资子公司甜维你，转让价格对应于本次重组作价。维格娜丝按照下列步骤获得拥有全部标的资产的甜维你的 100%股权：

1、第一步收购：维格娜丝通过认缴甜维你新增注册资的方式获得甜维你 90%的股权。

2、第二步收购：甜维你运行三个完整的会计年度之后，维格娜丝按相同的估值倍数向衣念香港收购甜维你剩余 10%股权。

本次重大资产重组的交易对方衣念香港及与本次交易相关的关联方的股权控制关系如下：



二、支付现金购买资产的交易对方详细情况

截至本预案签署之日，上市公司已与交易对方衣念香港签署《资产与业务转让协议》，交易对方衣念香港及 Teenie Weenie 品牌的运营主体衣念上海、衣恋餐饮的详细

情况如下：

（一）衣念时装香港有限公司

1、基本情况

项目	内容
公司名称	衣念时装香港有限公司
公司类别	有限公司
董事	Choi Jongrang（崔钟良），Kim Hyun Jun（金鉉峻）
注册资本（股本）	港币1,000,001元
成立日期	2007年10月5日
注册地址	香港中环都爹利街6号印刷行401室
主营业务	时装零售、批发、进出口业务

2、历史沿革及最近三年注册资本变动情况

香港衣念成立于2007年10月5日，原中文名“衣恋时装香港有限公司”，2008年2月14日更名为“衣念时装香港有限公司”。

最近三年，衣念香港注册资本未发生重大变化。

截至本预案签署日，E-Land Fashion China Holdings, Limited持有衣念香港100%股权。

3、产权结构及控制关系

具体情况请参见本重组预案“第三节 交易对方基本情况”之“一、交易对方总体情况”。

截至本预案签署日，E.Land Fashion China Holdings, Limited持有衣念香港100%的股权，是衣念香港的控股股东。朴圣秀持有衣恋世界的40.59%的股权，是衣恋世界的控股股东（实际控制人），也是衣念香港的实际控制人。

（1）E.Land Fashion China Holdings, Limited基本情况如下：

①基本情况

项目	内容
公司名称	E.Land Fashion China Holdings, Limited
公司类别	有限公司
董事长	Choi Jongrang（崔钟良）
注册资本（股本）	美元3,000.00万元
成立日期	2007年9月12日
注册地址	190 Elgin Avenue, George Town, Grand Cayman KY1-9005, Cayman Islands (开曼群岛)
主营业务	时装零售、批发、进出口业务

②主要财务指标

单位：万元

项目	2016-6-30/ 2016年1-6月	2015-12-31/ 2015年	2014-12-31/ 2014年
资产总额	1,017,994.38	1,000,585.70	785,739.30
负债总额	689,426.15	675,801.50	465,017.40
所有者权益	325,703.44	324,784.20	320,721.90
营业收入	363,715.76	730,200.60	747,841.80
营业利润	8,091.81	48,696.40	73,391.30
净利润	3,492.99	28,772.20	43,798.50

注：2014年、2015年财务数据经审计，审计报告中财务数据以千元为单位；2016年1-6月财务数据未经审计。

(2) 交易对方实际控制人朴圣秀的基本情况如下：

①基本情况

项目	内容
姓名	박성수 (朴圣秀)
曾用名	无
性别	男
国籍	韩国
身份证(护照)号码	M25536***
住所	Mapo-gu, Seoul, Republic of Korea
电话	+82-02-323-0456
是否取得其他国家或者地区的居留权	无

②最近三年的职业和职务及任职单位产权关系

任职时间	任职单位	担任职务	持有任职单位股权比例(注)
1982年2月16日至今	衣恋世界	会长	40.59%

注：持有任职单位股权比例均指目前直接持有相关单位的股权比例。

③控制的核心企业和关联企业

截至本预案签署之日，朴圣秀直接对外投资的企业如下：

企业名称	注册资本/ 认缴出资额	持股比例/ 出资比例	主营业务/经营范围
衣恋世界	韩元37,486,855,000.00元 ^注	40.59%	大型综合零售业等

注：按照2016年6月30日汇率折算，约合21,461.53万元人民币。

4、最近三年主要业务发展状况

衣恋香港主要从事时装零售、批发、进出口业务，专注管理衣恋世界旗下部分休闲时装品牌，括相应品牌的企划、设计、采购、供应链管理和销售管理等。

近三年来，衣念香港主营业务未发生重大变化。

5、衣念香港主要财务指标

单位：万元

项目	2016-6-30/ 2016年1-6月	2015-12-31/ 2015年	2014-12-31/ 2014年
资产总额	897,667.25	889,835.03	733,746.95
负债总额	571,440.07	567,373.29	406,439.81
所有者权益	323,362.39	319,317.58	326,973.18
营业收入	363,739.72	730,376.30	739,231.84
营业利润	8,790.59	27,088.77	76,186.49
净利润	4,017.59	15,803.44	53,934.18

注：2014年、2015年和2016年1-6月财务数据未经审计。

6、下属企业情况

截至本预案签署日，衣念香港直接对外投资的企业基本情况如下：

企业名称	注册资本	注册地	持股比例	主营业务
衣念（中国）投资有限公司	美元21,800万元	中国上海	100%	投资、研发、咨询、服装批发及零售和进出口业务
E.land China Fashion Design Limited	韩元908,977万元	韩国首尔	100%	时装设计
甜维你（上海）商贸有限公司	人民币16万元	中国上海	100%	Teenie Weenie品牌服装及相关产品的设计、品牌运营、销售和餐饮管理。
Newcore Retail Hong Kong Limited	港币7,800万元	中国香港	100%	家品零售
Eland China Jeju Resort	美元7,633万元	韩国济州岛	100%	度假酒店服务

（二）衣念（上海）时装贸易有限公司

1、基本情况

项目	内容
公司名称	衣念（上海）时装贸易有限公司
企业类型	有限责任公司（台港澳法人独资）
统一社会信用代码	91310000667794320F
法定代表人	OH GI HAG（吴基学）
注册资本	美元9,800.00万元
成立日期	2007年11月1日
注册地址	上海市闵行区虹梅南路4999弄21号
经营范围	服装、服饰、服装面料、辅料、箱包、床上用品、布艺饰品、窗帘、台布、沙发套和玩具、首饰饰品（毛钻、裸钻除外）、鞋帽、皮革制品、工艺品（文物除外）、钟表、电子产品、眼镜（隐形眼镜除外）、化妆品、家具、体育用品及器材、文具用品、日用百货、家

项目	内容
	居用品、厨房用品的批发、零售、进出口、佣金代理（拍卖除外），花、草及观赏植物的批发、零售，并提供相关的配套服务和咨询服务；自有或授权品牌的服装、配饰、鞋帽、化妆品、箱包产品的委托加工；餐饮企业管理（不含食品生产经营）。

2、历史沿革及最近三年注册资本变动情况

（1）2007年11月，衣念上海设立

2007年11月，衣念上海由衣念香港以美元现汇出资设立，投资总额为600万美元，注册资本300万美元，《企业法人营业执照》注册号为310000400546635。

2007年11月21日，上海铭瑞会计师事务所对上述出资进行验证，出具“铭会外验字[2007]第096号”《验资报告》，截至2007年11月15日，衣念上海收到其股东缴纳的注册资本300万美元。

（2）2010年10月，衣念上海第一次增资

2010年6月1日，衣念香港签署《衣念（上海）时装贸易有限公司关于增加注册资本和变更董事会成员的股东决定》，决定增加公司注册资本3000万美元，增加公司投资总额至9600万美元。

2010年6月1日，衣念香港签署《衣念（上海）时装贸易有限公司章程修正案》，根据该章程修正案，衣念上海的投资总额变更为9600万美元，注册资本变更为3300万美元，出资方式为现汇及未分配利润，新增加的3000万美元于批准之日起一个月内缴足。

2010年6月24日，上海市闵行区人民政府出具《关于衣念（上海）时装贸易有限公司增资等事项的批复》（闵商务发[2010]595号），同意衣念上海股东于2010年6月1日签署的章程修正案。

2010年6月29日，上海市人民政府向衣念上海颁发“商外资沪闵独资字[2007]3694号”《批准证书》。

2010年8月9日，上海铭瑞会计师事务所出具“铭会外验字[2010]第055号”《验资报告》，截至2010年8月4日，衣念上海已将截至2009年度未分配利润人民币203,160,000.00元折合3,000万美元转增为新增注册资本。

2010年9月25日，上海市工商行政管理局向衣念上海换发新的注册号为310000400546635的《企业法人营业执照》。

（3）2014年4月，衣念上海第二次增资

2014年3月19日，衣念香港签署《股东决定》，决定衣念上海增加注册资本6,500万美元，以未分配利润出资，增加公司投资总额19,500万美元，新增出资于商务委员会批准之日起30日内缴清。

2014年3月19日，香港衣念签署《衣念（上海）时装贸易有限公司章程修正案》，变更公司投资总额为29,100万美元，变更公司注册资本为9,800万美元，新增注册资本6,500万美元，以公司未分配利润增资，并于商务委员会批准之日起30日内缴清。

2014年3月30日，上海市商务委员会出具《市委员会关于同意衣念（上海）时装贸易有限公司增资的批复》（沪商外资批[2014]1057号），同意衣念上海的投资总额从9,600万美元增加至29,100万美元，注册资本从3,300万美元增至9,800万美元，新增注册资本由投资方以公司未分配利润出资，同意衣念上海于2014年3月19日签署的公司章程修正案。

2014年4月3日，上海市人民政府向衣念上海颁发“商外资沪独资字[2007]3694号”《批准证书》。

2014年4月14日，上海市工商行政管理局向衣念上海换发新的注册号为310000400546635的《营业执照》。

（4）2015年11月股权转让

2015年2月28日，衣念香港与衣念投资签署《衣念（上海）时装贸易有限公司股权转让协议》，约定香港衣念向衣念投资转让其持有的衣念上海100%股权及一切权利、权益和义务，并以该等股权向衣念投资进行增资，同时，衣念投资以该增资所形成的股权作为支付对价支付给衣念香港，以受让衣念上海的全部股权。前述衣念香港对于衣念投资的股权增资及衣念投资所支付的股权均按照衣念上海的注册资本金额作价，即9,800万美元。

2015年2月28日，衣念香港签署《衣念（上海）时装贸易有限公司股东决定》，同意以衣念香港持有的衣念上海100%股权作为出资向衣念投资增资，股权作价金额等同于衣念上海的注册资本9,800万美元，并相应修改公司章程。股权出资后，衣念上海的投资方由衣念香港变更为衣念投资。

2015年2月28日，衣念投资签署《衣念（上海）时装贸易有限公司章程修正案》，变更投资者为衣念投资，并相应修改章程。

2015年11月10日，上海市闵行区人民政府出具《关于衣念（上海）时装贸易有限公司股权转让、变更企业类型的批复》，同意衣念香港将其持有的衣念上海100%股权

以9800万美元的价格转让给衣念投资，本次股权完成后，衣念上海的企业类型由港商独资变更为外商独资，衣念投资持有衣念上海100%股权，出资额为9,800万美元。

2015年11月18日，上海市人民政府向衣念上海颁发“商外资沪闵独资字[2007]3694号”《批准证书》。

2015年11月25日，上海市工商行政管理局向衣念上海换发新的统一社会信用代码为91310000667794320F的《营业执照》。

3、产权结构及控制关系

具体情况请参见本重组预案“第三节 交易对方基本情况”之“一、交易对方总体情况”。

4、最近三年主要业务发展状况

衣念上海主要从事时装零售、批发、进出口业务，专注管理衣恋世界旗下在国内的部分服装品牌，如Teenie Weenie、E.land和Roem等，包括相应品牌的企划、设计、采购、供应链管理和销售管理等。

最近三年，衣念上海主要业务未发生重大变化。

5、主要财务指标

单位：万元

项目	2016-6-30/ 2016年1-6月	2015-12-31/ 2015年	2014-12-31/ 2014年
资产总额	620,537.35	687,401.18	671,629.58
负债总额	270,471.60	351,301.19	348,768.85
所有者权益	350,065.75	336,099.99	322,860.73
营业收入	294,618.53	609,872.78	624,749.09
营业利润	19,650.91	49,087.11	76,614.48
净利润	13,965.76	35,239.26	56,870.45

注：2014年、2015年财务数据已经审计，2016年1-6月财务数据未经审计。

6、下属企业情况

截至本预案签署日，衣念上海直接对外投资的企业基本情况如下：

企业名称	注册资本	持股比例	主营业务
北京衣念阳光商贸有限公司	人民币500万元	100%	服装销售
上海尚讯商务咨询有限公司	人民币5,000万元	100%	商务咨询、服装销售
深圳衣念商贸有限公司	人民币500万元	100%	服装销售
成都衣念商贸有限公司	人民币100万元	100%	服装销售
西安衣念商贸有限公司	人民币100万元	100%	服装销售
衣念上海实业投资有限公司	人民币1,500万元	100%	服装销售

企业名称	注册资本	持股比例	主营业务
迪柯制衣(上海)有限公司	美元2,800万元	97.32%	服装销售

衣念上海下属子公司北京衣念阳光商贸有限公司、上海尚讯商务咨询有限公司、深圳衣念商贸有限公司、成都衣念商贸有限公司和西安衣念商贸有限公司主要负责管理衣念上海在国内各地区的服装销售业务。

（三）衣恋（上海）餐饮管理有限公司

1、基本情况

项目	内容
公司名称	衣恋（上海）餐饮管理有限公司
企业类型	有限责任公司（台港澳法人独资）
统一社会信用代码	91310000560109864L
法定代表人	KIM YOUNG GIL（金永xi）
注册资本	美元4,570.00万元
成立日期	2010年8月26日
注册地址	上海市闵行区莘建东路58弄2号2214室
经营范围	餐饮管理（餐饮业务除外），餐饮（限分公司经营），食品、调味品、咖啡【以上限预包装食品（不含熟食卤味、冷冻冷藏）、乳制品（含婴幼儿配方乳粉）】、食用农产品（不含生猪、牛、羊等家畜产品，不含粮食），面点制作设备、餐饮用具、工艺品（文物除外）的批发、零售（限分公司经营）、进出口、佣金代理（拍卖除外），并提供相关的配套服务和咨询服务。（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）。

2、历史沿革及最近三年注册资本变动情况

（1）2010年8月，衣恋餐饮设立

2010年8月2日，衣恋世界投资设立衣恋餐饮，注册资本为50万美元，由衣恋世界以美元现汇出资。

2010年8月5日，上海市闵行区人民政府出具《关于设立外商独资衣恋（上海）餐饮管理有限公司的批复》（闵商务发[2010]79号），同意衣恋世界独资设立衣恋餐饮，并2010年8月2日签署的章程；批准衣恋餐饮的投资总额、注册资本、经营范围、经营期限、住所等。

2010年8月6日，上海市人民政府向衣恋餐饮出具“商外资沪闵独资字[2010]2252号”《批准证书》。

2010年8月26日，上海市工商行政管理局向衣恋餐饮核发注册号为310000400629540的《企业法人营业执照》。

2010 年 11 月 8 日，上海市铭瑞会计师事务所出具“铭会外验字（2010）第 084 号”《验资报告》，截至 2010 年 11 月 8 日，衣恋餐饮已收到投资者缴纳的注册资本合计 50 万美元。

（2）2012 年 8 月，衣恋餐饮第一次增资

2012 年 6 月 25 日，衣恋餐饮召开董事会，决定增加公司注册资本 350 万美元，增加公司投资总额 700 万美元，新增注册资本由衣念上海认缴，公司企业类型转变为中外合资经营。

2012 年 7 月 4 日，上海市闵行区人民政府出具《关于衣恋（上海）餐饮管理有限公司增资、增加投资方、变更企业类型的批复》，同意衣恋餐饮的投资总额增加至 750 万美元，注册资本增加至 400 万美元；增资并增加投资方后，衣恋餐饮的投资构成为：衣恋世界出资 50 万美元，占注册资本的 12.5%，衣念上海出资 350 万美元，占注册资本的 87.5%；衣恋餐饮的企业类型由外资企业变更为中外合资企业。

2012 年 7 月 6 日，上海市人民政府向衣恋餐饮颁发“商外资沪闵合资字[2010]2252 号”《批准证书》。

2012 年 8 月 10 日，上海铭瑞会计师事务所出具“铭会外验字（2012）第 051 号”《验资报告》，截至 2012 年 7 月 25 日，衣恋餐饮已收到新增投资方上海衣恋缴纳的新增注册资本 350 万美元，变更后的注册资本为 400 万美元。

2012 年 8 月 27 日，上海市工商行政管理局向衣恋餐饮换发新的注册号为 310000100629540 的《企业法人营业执照》。

本次增资完成后，衣恋餐饮的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万美元）	出资形式	出资比例（%）
1	衣念上海	350.00	货币	87.50
2	衣恋世界	50.00	货币	12.50
合计		400.00	—	100.00

（3）2013 年 3 月，衣恋餐饮第二次增资

2013 年 1 月 24 日，衣恋餐饮召开董事会会议，决议增加公司注册资本 740 万美元，增加公司投资总额 1,100 万美元，新增注册资本由衣念上海认缴。

2013 年 1 月 30 日，上海市闵行区人民政府出具《关于衣恋（上海）餐饮管理有限公司增资的批复》（闵商务发[2013]116 号），同意衣恋餐饮投资方签署的章程修正案：衣恋餐饮的投资总额增加至 1,850 万美元，注册资本增加至 1,140 万美元，新增

注册资本由上海衣恋以等值人民币现金投入；增资完成后，衣恋餐饮的投资构成为：上海衣恋出资 1,090 万美元，占注册资本的 95.6%，衣恋世界出资 50 万美元，占注册资本的 4.4%。

2013 年 2 月 6 日，上海市人民政府向衣恋餐饮颁发“商外资沪闵合资字[2010]2252 号”《批准证书》。

2013 年 3 月 19 日，上海市工商行政管理局向衣恋餐饮换发新的注册号为 310000100629540 的《企业法人营业执照》。

本次增资完成后，衣恋餐饮的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万美元）	出资形式	出资比例（%）
1	衣念上海	1,090.00	货币	95.60
2	衣恋世界	50.00	货币	4.40
合计		1,140.00	—	100.00

（4）2013 年 11 月，衣恋餐饮第三次增资

2013 年 9 月 13 日，衣恋餐饮召开董事会会议，决议增加公司注册资本 430 万美元，增加公司投资总额 860 万美元，新增注册资本由衣念上海认缴。

2013 年 9 月 17 日，上海市闵行区人民政府出具《关于衣恋（上海）餐饮管理有限公司增资的批复》（闵商务发[2013]1139 号），同意衣恋餐饮投资方签署的章程修正案：衣恋餐饮的投资总额增加至 2710 万美元，注册资本增加至 1570 万美元，新增注册资本由衣念上海以等值人民币现金投入；增资完成后，衣恋餐饮的投资构成为：衣念上海出资 1520 万美元，占注册资本的 96.80%，衣恋世界出资 50 万美元，占注册资本的 3.20%。

2013 年 9 月 27 日，上海市人民政府向衣恋餐饮颁发“商外资沪闵合资字[2010]2252 号”《批准证书》。

2013 年 10 月 31 日，上海市工商行政管理局向衣恋餐饮换发新的注册号为 310000100629540 的《企业法人营业执照》（注册号：310000100629540）。

本次增资完成后，衣恋餐饮的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万美元）	出资形式	出资比例（%）
1	衣念上海	1,520.00	货币	96.80
2	衣恋世界	50.00	货币	3.20
合计		1,570.00	—	100.00

（5）2015 年 11 月，衣恋餐饮第四次增资和第一次股权转让

2015年10月31日，衣恋餐饮召开董事会会议，同意衣念上海、衣恋世界分别将其持有的96.80%、3.20%的股权以968元、32元的价格转让给衣念投资。

2015年10月31日，衣念上海、衣恋世界与衣念投资签署《股权转让协议》，约定上海衣恋、衣恋世界分别将其持有的96.80%、3.20%的股权以968元、32元的价格转让给衣念投资。

2015年11月9日，上海市闵行区人民政府出具《关于衣恋（上海）餐饮管理有限公司股权转让、增资等事项的批复》（闵商务发[2013]1206号），同意衣念上海、衣恋世界分别将其持有的96.80%、3.20%的股权以968元、32元的价格转让给衣念投资；同意衣恋餐饮的投资总额增加至9,900万美元，注册资本增加至4,570万美元，新增注册资本3,000万美元由衣念投资以等值人民币现金出资；前述股权转让和增资完成后，衣恋餐饮由中外合资企业变更为外商独资企业，衣念投资持有其100%股权；同意衣恋餐饮股东于2015年11月2日签署的新的公司章程。

2015年11月12日，上海市人民政府向衣恋餐饮颁发“商外资沪闵合资字[2010]2252号”《批准证书》。

2013年11月24日，上海市工商行政管理局向衣恋餐饮换发新的统一社会信用代码为91310000560109864L的《营业执照》。

3、产权结构及控制关系

具体情况请参见本重组预案“第三节 交易对方基本情况”之“一、交易对方总体情况”。

4、最近三年主要业务发展状况

衣恋餐饮是衣念香港的全资孙公司，主要从事餐饮管理业务，主要经营自然别谷、香啡缤、Teenie Weenie咖啡等品牌的餐饮业务。

最近三年，衣恋餐饮主要业务未发生重大变化。

5、主要财务指标

单位：万元

项目	2016-6-30/ 2016年1-6月	2015-12-31/ 2015年	2014-12-31/ 2014年
资产总额	13,256.67	18,639.81	8,738.66
负债总额	18,667.78	18,160.38	8,265.93
所有者权益	-5,411.12	479.43	472.74
营业收入	4,395.83	8,079.39	8,819.43

营业利润	-5,426.07	-8,242.69	-5,906.39
净利润	-5,890.55	-6,466.41	-4,508.30

注：2014年、2015年财务数据已经审计，2016年1-6月财务数据未经审计。

6、下属企业情况

截至本预案签署日，衣恋餐饮直接对外投资的企业基本情况如下：

企业名称	注册资本（万元）	持股比例	主营业务/经营范围
上海衣恋餐饮有限公司	200	100%	餐饮销售

三、其他事项说明

（一）境外Teenie Weenie相关主体的经营情况说明

本次交易的标的资产为Teenie Weenie品牌及相关的资产和业务，包括与Teenie Weenie业务相关的所有无形资产和业务，包括中国境内及境外的资产（不包括中国大陆之外的有形资产和业务），不包括任何现金和金融负债。

根据《资产与业务转让协议》的相关条款约定，交易对方应当按协议约定自行处置Teenie Weenie品牌位于中国境外的有形资产和业务，上市公司将成为Teenie Weenie品牌全球唯一且合法的拥有者和经营者。

（二）交易对方与上市公司的关联关系说明

截至本预案签署之日，支付现金购买资产的交易对方与上市公司及其关联方之间不存在关联关系。

（三）交易对方向上市公司推荐的董事、监事及高级管理人员情况

截至本预案签署日，交易对方未向上市公司推荐董事、监事及高级管理人员，也无向上市公司推荐董事、监事及高级管理人员的计划和安排。

（四）交易对方及其主要管理人员最近五年内受处罚、涉及诉讼或仲裁情况

交易对方及其主要管理人员最近五年内未受到过行政处罚（与证券市场明显无关的除外）、刑事处罚、或者涉及与经济纠纷有关的重大民事诉讼或者仲裁。

（五）交易对方及其主要管理人员最近五年的诚信情况

截至本预案签署之日，交易对方及其主要管理人员不存在尚未了结的或可预见的重大诉讼、仲裁或行政处罚案件，最近五年内不存在未按期偿还大额债务、未履行承诺、被中国证监会采取行政监管措施或受到证券交易所纪律处分情况。

第四节 交易标的基本情况

一、基本信息

本次重大资产重组中，衣念香港及其关联方分别将所持有的Teenie Weenie品牌及该品牌相关的资产和业务转让至新设的标的公司甜维你，维格娜丝通过其设立并控制的有限合伙企业以增资的形式取得标的公司控股权，实现对衣念香港及其关联方持有的Teenie Weenie品牌及该品牌相关的资产和业务的收购。

（一）标的资产的基本信息

本次交易的标的资产为 Teenie Weenie 服装品牌及相关的资产和业务，包括与 Teenie Weenie 业务相关的所有无形资产和业务，包括中国境内及境外的资产（不包括中国大陆之外的有形资产和业务），不包括任何现金和金融负债。具体包括：

- 1、品牌及产品线，即 Teenie Weenie 女装、男装、童装、配饰、家居、餐饮等；
- 2、位于中国的有形资产，即 Teenie Weenie 位于中国的品牌仓库及百货店、购物中心店、奥特莱斯店等卖场、网上店铺的存货和设备；
- 3、无形资产，即 Teenie Weenie 品牌及其卡通人物形象在全球范围（包括但不限于中国大陆、香港、台湾、韩国等国家或地区）内的商标权、专利权、著作权、域名、经营权、相关的商业权利、权益、商誉，微博、微信等公众号及相关注册权利、网上销售权利等；
- 4、本人同意转受雇于甜维你的相关员工，即 Teenie Weenie 品牌的设计师及制版等技术人员、高级管理人员、销售人员、职能人员（如供应链、人力、财务、法务等部门的人员）等；
- 5、商业机构，即在中国运行 Teenie Weenie 品牌的组织及该等组织对品牌卖场享有的权利；
- 6、衣恋餐饮持有的 Teenie Weenie 品牌餐饮经营权（Teenie Weenie 咖啡业务）及其资产和人员；
- 7、与 Teenie Weenie 品牌相关的除现金、银行存款、银行借款外的全部资产、负债（包括按合理比例分摊的基准日实际账面应交未交的税费，该合理比例在审计原则中约定）及其他支持 Teenie Weenie 品牌运营的或与 Teenie Weenie 品牌相关的资产或业务。

Teenie Weenie 品牌位于中国之外的有形资产和业务不属于本次重组的标的资产，卖方按协议约定自行处置。本次重组前，Teenie Weenie 品牌为以事业部形式运行，拥有从事经营业务所需的人员、机构及资源，经营业务独立运行。

（二）标的公司的基本信息

本次交易中，衣念香港及其关联方分别将所持有的Teenie Weenie品牌及该品牌相关的资产和业务转让至新设的标的公司甜维你，甜维你基本情况具体如下：

公司名称	甜维你（上海）商贸有限公司
住所	上海市闵行区放鹤路1088号第10幢A3076室
法定代表人	LEE GYU JIN（李圭镇）
注册资本	人民币16万元
类型	有限责任公司(台港澳法人独资)
统一社会信用代码	91310000MA1GBAWF70
经营范围	服装服饰、服装配件、面料、辅料、针纺织品、床上用品、箱包、皮革制品、鞋帽、玩具、首饰饰品（毛钻、裸钻除外）、工艺品（文物除外）、化妆品、钟表、家用电器、五金交电、电讯器材、摄影器材、电子产品、眼镜（角膜接触镜除外）、建材（钢材、水泥除外）、家具、体育用品及器材、宠物食品及用品、鲜花和园艺用品、文具用品、日用百货、家居用品、厨房用品的批发、佣金代理（拍卖除外）、进出口及其他相关配套服务（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），餐饮管理。
成立日期	2016年7月8日

二、交易标的最近两年及一期主要财务数据

1、交易标的最近两年及一期简要资产负债表数据

单位：万元

项目	2016-06-30	2015-12-31	2014-12-31
资产总额	88,358.15	110,291.50	88,302.10
负债总额	25,227.18	37,291.86	36,665.21
净资产	63,130.96	72,999.64	51,636.88

注：上述财务数据未经审计。

2、交易标的最近两年及一期简要利润表数据

单位：万元

项目	2016年1-6月	2015年度	2014年度
营业收入	99,110.20	211,226.54	214,594.57
营业成本	31,391.99	60,795.17	57,464.96
营业毛利	67,718.21	150,431.37	157,129.61

注：上述财务数据未经审计。

三、交易标的主要资产权属状况

（一）主要资产情况

1、主要固定资产

交易标的主要固定资产为机器设备，电子设备、器具及家具等。截至2016年6月30日，交易标的固定资产情况具体如下：

单位：万元

项目	固定资产原值	累计折旧	账面价值
机器设备	837.75	122.03	715.72
电子设备、器具及家具	1,283.45	839.20	444.25
合计	2,121.20	961.23	1,159.96

注：上述财务数据未经审计。

截至本预案签署之日，交易标的无任何自有房产。

2、土地使用权

截至本预案签署之日，交易标的无任何土地使用权。

3、其他无形资产

截至本预案签署之日，Teenie Weenie品牌在全球范围内拥有商标超过300项，主要分布在中国大陆地区、台湾地区、香港地区、韩国等其他国家和地区。此外，Teenie Weenie品牌在韩国注册多项外观设计专利和著作权，并在全球范围内注册多项域名。

截至本预案签署之日，上述商标、专利、著作权、域名均由衣恋世界持有。衣恋世界已经与甜维你签订《知识产权转让协议》，相关转让手续正在办理之中。

报告期内，Teenie Weenie品牌的运营主体衣念上海通过获取衣恋世界的商标许可，并向其支付使用费的方式运营Teenie Weenie品牌在中国的业务。本次交易完成后，衣恋世界将持有的Teenie Weenie品牌相关商标等无形资产全部转让给标的公司甜维你，未来不再需要向衣恋世界支付商标使用费。

单位：万元

项目	2016年1-6月	2015年	2014年
商标使用权费	4,712.30	12,923.51	13,380.43

注：上述财务数据未经审计。

4、房屋建筑物的租赁情况

(1) 交易标的租赁的用于办公、仓储的房屋建筑物情况

在甜维你设立之前，交易标的的经营管理所用房屋系与衣念上海共用房屋，交易标的的使用的、由交易对方及其关联方租赁的房屋情况如下：

序号	承租方	出租方	房屋所有权证	地址	租赁用途	租赁期限
1	衣念上海	高科技园	沪房地闵字(2016)第069886号	漕河泾开发区内合川路2570号科技绿洲三期标准厂房1-1号楼第3至第12层	办公	2016.01.01-2020.12.31
2	衣念上海	维培服务	沪房地闵字(2015)第003532号	闵行区向阳路1135号颀桥物流园	仓库	2015.10.01-2019.04.30

注：“高科技园”指上海漕河泾开发区高科技园发展有限公司，“维培服务”指维培（上海）航空器材配套服务有限公司。

甜维你设立及本次交易完成之后，Teenie Weenie 品牌经营所需房屋系以租赁方式取得，具体情况如下：

序号	承租方	出租方	房屋所有权证	地址	租赁用途	租赁期限
1	甜维你	上海娜可计算机信息技术有限公司	沪房地闵字(2003)第068862号	上海市闵行区放鹤路1088号第10幢A3076室	办公	2016.07.11-2026.07.10
2	甜维你	衣恋（时装）上海有限公司	沪房地闵字(2013)第017291号	漕河泾开发区内合川路2570号科技绿洲三期1标准厂房1-1号楼第12层	办公	-

注：本次交易第一次交付日，甜维你将向衣恋（时装）上海有限公司租赁房屋作为办公使用。

本次交易完成后，衣念上海将提供专属于甜维你的物流中心，以供其商品出入库、保管、信息处理等，甜维你已经与衣念上海签署相关服务协议。

(2) 交易标的店铺租赁情况

Teenie Weenie品牌部分购物中心店、奥特莱斯店以租赁形式开店，截至2016年6月30日，交易标的的租赁店铺共102家，交易标的的均与对方签署了物业租赁协议。

(二) 资产抵押、质押及对外担保情况

1、资产抵押

截至本预案签署之日，交易标的和甜维你均无资产抵押情况。

2、对外担保

截至本预案签署之日，交易标的和甜维你均无对外担保情况。

（三）许可他人使用自己所有的资产，或者作为被许可方使用他人资产

1、许可他人使用自己资产的情况

截至本预案签署之日，交易标的和甜维你存在许可安徽念润商贸有限公司、淮安市海之源商贸有限公司等加盟商经营Teenie Weeine品牌的情形，报告期内，标的资产的加盟收入占主营业务收入比例不超过5%。

2、作为被许可方使用他人资产的情况

截至本预案签署之日，标的资产的经营主体为衣念上海，商标持有者为衣恋世界，两者存在商标的许可关系。

本次交易完成后，全部业务资产和无形资产均转让至甜维你，甜维你将成为Teenie Weenie品牌全球唯一的拥有者和经营者，不再存在品牌被他人许可使用资产的情况。

（四）产权清晰情况

交易标的和甜维你不存在抵押、质押等权利限制，无产权存在重大争议或者妨碍权属转移的情况。

四、主营业务发展情况

（一）所属行业的基本情况

1、所属行业

交易标的属于服装行业的细分行业，根据中国证监会颁布的《上市公司行业分类指引（2012年修订）》，属于“C18 纺织服装、服饰业”。

2、行业管理体制和产业政策

（1）行业主管部门与监管体制

部门	性质	主要职能
国家发展和改革委员会	国内服装行业的行业主管部门	➤ 负责产业政策的制定、产品开发和推广的政府指导、项目审批和产业扶持基金的管理。
中国服装协会	国内服装业自律性、非营利性、全国性行业组织	➤ 以推动中国服装行业良性发展为宗旨，为政府、行业、企业以及社会提供与服装业相关的行业研究、信息服务等各种服务。

（2）行业的主要法律法规及产业政策

目前交易标的在经营过程中涉及的主要法律、法规及政策包括《关于积极发挥新

消费引领作用加快培育形成新供给新动力的指导意见》、《关于加快发展生活性服务业对促进消费结构升级的指导意见》、《关于促进电子商务应用的实施意见》、《关于促进中国品牌消费的指导意见》、《反不正当竞争法》、《零售商供应商公平交易管理办法》、《零售商促销行为管理办法》、《关于加快纺织行业结构调整促进产业升级若干意见的通知》、《纺织工业调整和振兴规划》、《关于加快推进服装家纺自主品牌建设的指导意见》等，涉及的主要相关内容如下：

法律、法规、政策	涉及相关内容
《关于积极发挥新消费引领作用加快培育形成新供给新动力的指导意见》	➢ 该意见提出构建消费升级、有效投资、创新驱动、经济转型有机结合的发展路径，更好发挥新消费引领作用，加快培育形成经济发展新供给新动力； ➢ 指出消费升级重点领域和方向之一时尚消费，个性化多样化消费渐成主流，特别是年轻一代更加偏好体现个性特征的时尚品牌商品和服务，将推动与消费者体验、个性化设计、柔性制造等相关的产业加速发展。
《关于加快发展生活性服务业对促进消费结构升级的指导意见》	➢ 该意见指出当前我国经济社会发展呈现出更多依靠消费引领、服务驱动的新特征； ➢ 当前主要任务是重点发展贴近服务人民群众生活、需求潜力大、带动作用强的生活性服务领域；发挥实体店的服务、体验优势，与线上企业开展深度合作。鼓励发展绿色商场，提高绿色商品供给水平。
《关于促进电子商务应用的实施意见》	➢ 该实施意见的重要任务是：引导网络零售健康快速发展；加强农村和农产品电子商务应用体系建设；支持城市社区电子商务应用体系建设；推动跨境电子商务创新应用等。
《关于促进中国品牌消费的指导意见》	➢ 主要指出需发展品牌流通新型业态，集中发展工厂店、折扣店、体验店和专卖店等新型业态。
《反不正当竞争法》	➢ 规范市场竞争领域的主要法律规范，该法明确规定了经营者不得采取的不正当经营活动及阐明了相关的违法处罚规定。
《零售商供应商公平交易管理办法》	➢ 主要对零售商滥用优势地位从事不公平交易和妨碍公平竞争行为、对供应商从事妨碍公平竞争行为、对零售商向供应商收取费用、对零售商向供应商支付货款、对退货条件等进行规范。
《零售商促销行为管理办法》	➢ 主要对促销活动的安全和管理、对促销活动的广告等宣传方式的内容的真实性、全面性等方面进行规范。

法律、法规、政策	涉及相关内容
《关于加快纺织行业结构调整促进产业升级若干意见的通知》	➤ 大力推进自主品牌建设,创建具有国际影响力的自主知名品牌。 ➤ 重点支持、大力培育一批在品牌设计、技术研发、市场营销渠道建设方面的优势企业。
《纺织工业调整和振兴规划》	➤ 实施自主品牌建设工程,培育形成若干个具有国际影响力的自主知名品牌,提升我国纺织业在全球产业分工中的地位。 ➤ 以服装等终端产品自主品牌建设为突破口,加强技术进步,提高质量水平,建设和完善设计创意中心、技术研发中心、品牌推广中心,提高信息化管理水平和市场快速反应能力。 ➤ 支持优势品牌企业跨地区兼并重组、加强产业整合,提高产业集中度,增强品牌企业的市场控制力。
《关于加快推进服装家纺自主品牌建设的指导意见》	➤ 推进服装自主品牌建设的运行机制,营造良好的市场环境,加强公共服务平台建设,加快实现我国服装、家纺自主品牌国际化,增强服装、家纺行业的综合竞争力。
《中国服装行业十三五发展纲要》	➤ 以两化深度融合的现代工业制造体系为产业发展基础,以中华文化为核心的现代产业文化体系为产业发展支撑,以高质高效的产业链供应系统为产业发展保障,以具有持续创新能力、跨国资源配置能力及资本运作能力的品牌群体和优势企业为产业核心竞争力,力争在“十三五”末将中国服装业建设成新经济时代具有国际竞争新优势的创新型产业。 ➤ 为产业注入中华文化内涵,强化产业文化建设,以塑造产业文化软实力为目标,建立现代服装产业文化体系。

（二）主营业务概况

交易标的主营业务为Teenie Weenie品牌服装及相关延伸产品的设计、品牌运营和销售。截至本预案签署之日, Teenie Weenie品牌拥有包括中高端女装、男装、童装、配饰、家居和餐饮的完整品牌组合,其服装品牌深受年轻人的喜爱,通过顽皮多样的卡通形象造型、轻松自然的设计风格 and 舒适柔和的质地使其深受广大消费者的青睐,拥有约400万名忠诚顾客。

1997年,衣恋世界首先在韩国推出Teenie Weenie品牌女装,2004年Teenie Weenie品牌女装正式进入中国市场,并相继推出男装、童装、配饰、家居和餐饮业务,形成完整的品牌组合。



Teenie Weenie品牌通过多种渠道开展其业务，包括百货商场、购物中心、奥特莱斯、电商、加盟商等，截至2016年6月末，Teenie Weenie品牌在国内设立各类店铺1,425家，其中直营店铺占比91.65%，店铺覆盖了国内一、二、三城市的主要中高端销售渠道，形成了一个强大的营销网络体系。

（三）主要产品的用途及报告期内变化情况

交易标的主营业务为Teenie Weenie品牌服装及相关延伸产品的设计、品牌运营和销售，主要产品分为女装、男装、童装、配饰及家居。

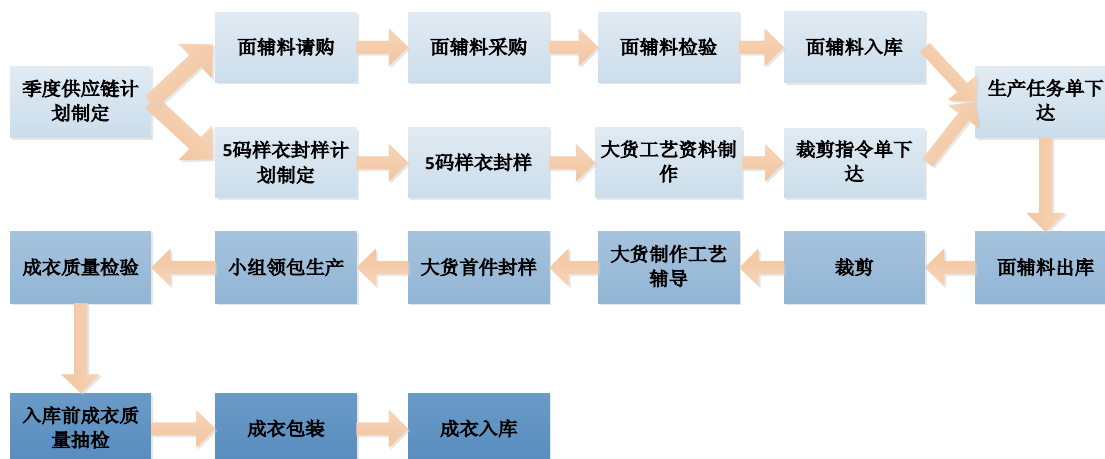
产品类别	图例	具体细类
女装		连衣裙、裤子、西装、衬衫、大衣、针织衫、羽绒服等

产品类别	图例	具体细类
男装		衬衫、西装、毛衣、裤子、大衣、羽绒服等
童装		衬衫、西装、毛衣、裤子、连衣裙、风衣、大衣等
配饰及家居	 	包、首饰、鞋、床单、被单、枕套等

产品类别	图例	具体细类
		
餐饮		各类咖啡、 点心等

（四）主要产品的工艺流程图

交易标的采取外包生产方式，自身则聚焦于产品设计、品牌运营和营销网络管理等高附加值业务环节，其主要服装产品的工艺流程如下：



（五）主要的经营模式

1、研发设计模式

交易标的的研发设计从商品企划开始。商品企划是各品牌业务流程的起点，连接设计、采购、生产、物流和营销各环节。为保持各品牌风格、款式的相对独立，Teenie Weenie品牌女装、男装、童装、配饰等不同产品线为基础，配置专门设计团队，实行相对独立的产品设计。

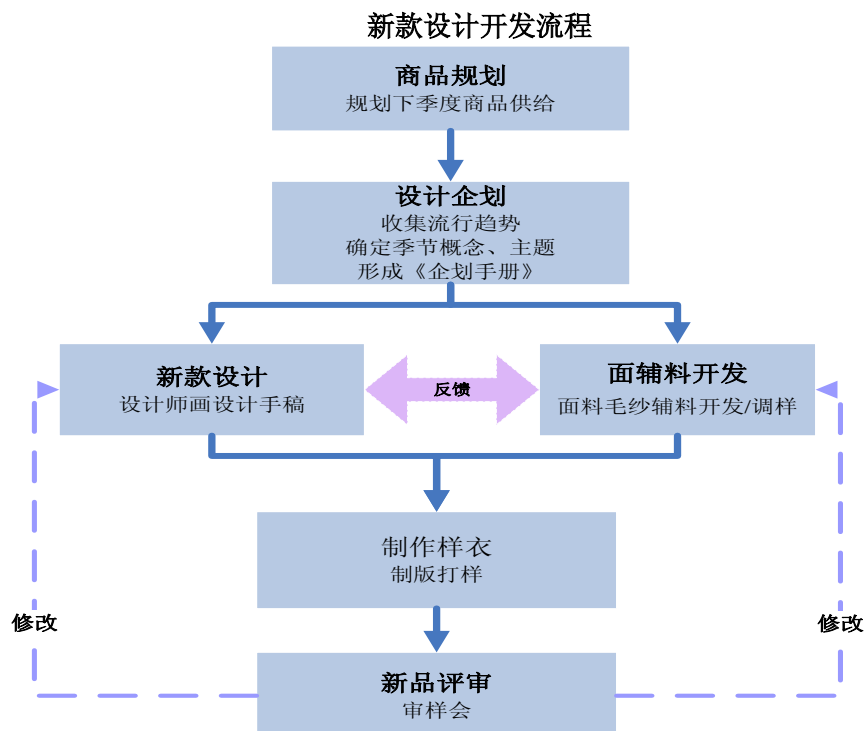
（1）研发设计的组织架构

交易标的的研发设计主要由韩国和国内设计师团队组成，Teenie Weenie品牌女装的研发设计主要依靠衣念上海的Teenie Weenie事业部的设计人员，Teenie Weenie品牌男装、童装、配饰及家居的研发设计是由衣念香港下属韩国子公司E.land China Fashion Design Limited的设计人员负责，交易标的95%以上的设计师均为韩国籍人员。

本次交易完成后，E.land China Fashion Design Limited中，与Teenie Weenie品牌相关的设计人员将转移至甜维你或其控制的主体内。

（2）设计流程

交易标的设计流程主要包括商品规划、设计企划、新款设计、面辅料开发、样衣制作、新品评审等环节，具体流程如下：

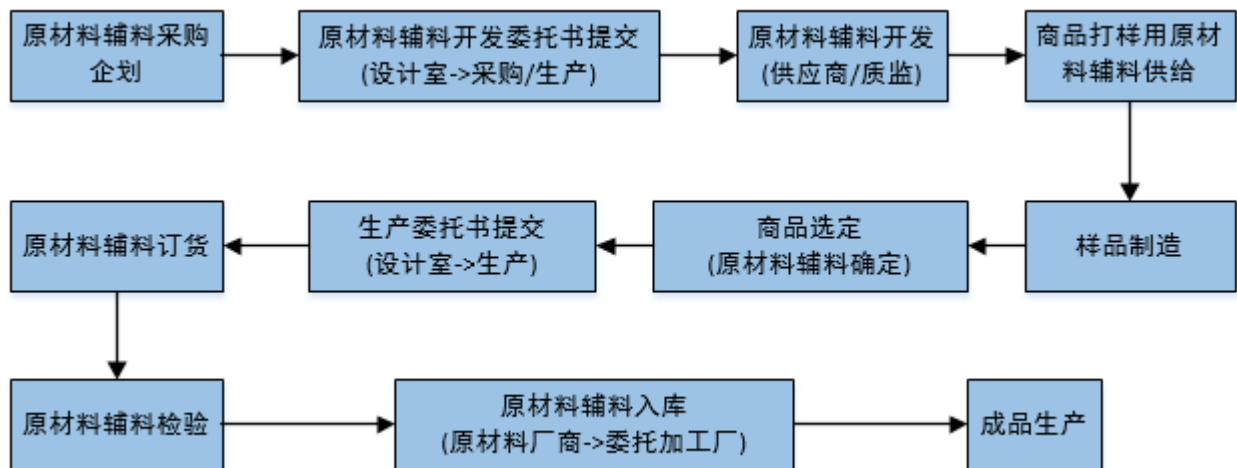


2、采购模式

交易标的主要由衣念上海采购部及其下属Teenie Weenie事业部的相关采购人员一同负责采购，采购的主要产品包括成衣、原材料辅料、配饰和其他物料等。

交易标的按照衣念上海统一的采购制度，对供应商进行建档管理，每年进行跟踪评估，根据所采购产品的品质、交期及时性、成本等标准因素筛选优质供应商，对合格供应商进行评级，从中选择优质的供应商进行采购。

交易标的原材料辅料的采购流程如下：



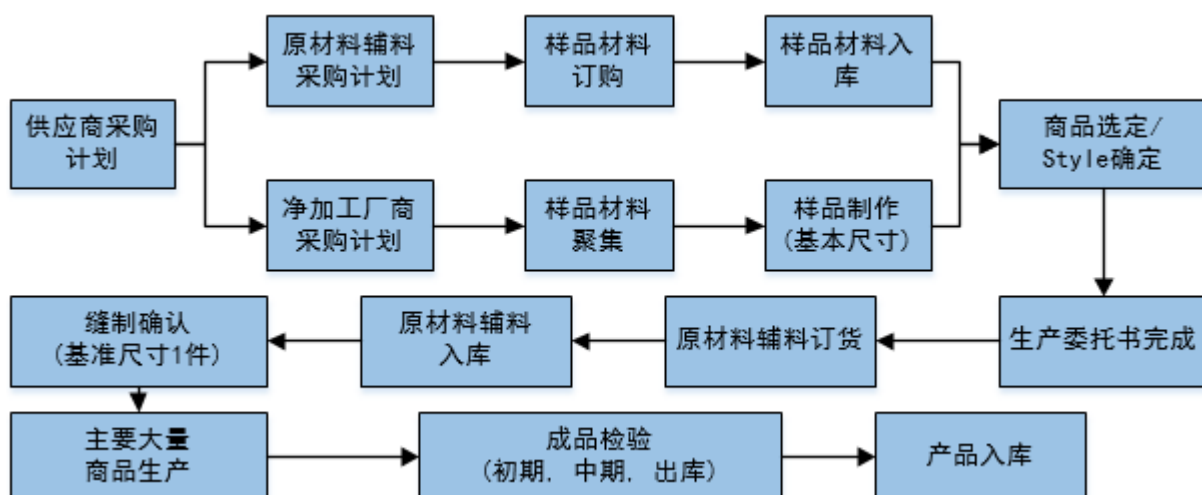
3、生产模式

交易标的依托完善的第三方供应体系与严格的质量控制系统，采取全外包生产方式，自身则聚焦于产品设计、品牌运营和以直营为主的营销网络管理等高附加值业务环节。交易标的生产模式如下：

(1) 生产管理模式

交易标的采取全外包生产，具体由衣念上海的Teenie Weenie事业部下属生产部、采购部和技术部负责协调管理。

交易标的在产品检验环节实施严格的质量控制程序，以确保外包生产的产品质量。



(2) 外包厂商的开发和质量控制

①外包厂商的开发和认证

交易标的针对外包厂商的开发和认证制订了一整套流程，以保障新引进外包厂商的供货质量。



※^③如果是测试后认证的情况，在6个月以后要将测试的结果反馈给CPO→从而决定之后是否继续使用

注 1：SPO（senior production operator），生产主管；

注 2：CPO（chief production operator），生产总监；

注 3：MDM（Master Data Management），主数据管理系统。

②外包厂商的管理

交易标的经过长期考核跟踪，建立了与委托加工厂商、定制厂商的良好合作关系，形成了一套完整的委托加工、定制生产的管理流程和质量控制程序。交易标的通过建立一系列标准筛选优质供应商，并在外包厂商委派集团公司技术专家，负责委托加工、定制生产项目的工艺指导、质量控制工作，确保产品符合国家和公司的标准。

交易标的与主要外包厂商签订《加工合同》，详细约定了产品质量标准、双方权利义务和赔偿处罚等内容。交易标的与主要外包方建立了良好的战略合作关系，通过合同规定及质量管理体系有效地保障了产品的质量和供货的及时性。

交易标的采取外包生产方式，通过打造完善的供应链管理体系，深度参与产品供应全流程。在保证质量的前提下，Teenie Weenie 品牌在全球优选供应商以控制成本。2013 年开始，Teenie Weenie 品牌外包生产厂商由以中国为中心的生产模式开始向东南亚转移（越南、印尼、缅甸），2015 年开始在印度进行初期测试，通过国际化的生产维持较低的生产成本。

4、销售模式

（1）营销网络基本情况



交易标的采用以直营店为主的销售模式，已建立起以中高端商场、购物中心为主，

基本覆盖全国的营销网络体系。

单位：家

项目		2016 年 6 月 30 日	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
女装				
直营店		796	835	885
加盟店		101	76	35
小计		897	911	920
男装				
直营店		179	179	140
加盟店		6	4	2
小计		185	183	142
童装				
直营店		202	202	136
加盟店		4	2	-
小计		206	204	136
配饰及家居				
直营店		101	113	31
加盟店		8	6	1
小计		109	119	32
咖啡				
直营店		28	26	3
加盟店		-	-	-
小计		28	26	3
合计	直营店	1,306	1,355	1,195
	加盟店	119	88	38
	合计	1,425	1,443	1,233

注：交易标的有部分复合店铺同时销售女装、男装、童装、配饰及家居、咖啡等两种或以上产品，为充分披露产品线的情况，上表统计中，按各品牌线分别计算为一家店铺，如将复合店视为一家店铺，则报告期内，交易标的的店铺数量分别为959家、971家和960家，下同。

截至2016年6月30日，公司拥有终端门店1,425家，其中直营店1,306家，占比为91.65%。报告期内，直营店铺分产品线和渠道的分布情况如下：

单位：家

项目	2016年6月30日	2015年12月31日	2014年12月31日
女装			

商场店		669	706	775
购物中心店		67	75	74
奥特莱斯店		60	54	36
小计		796	835	885
男装				
商场店		114	117	94
购物中心店		27	28	23
奥特莱斯店		38	34	23
小计		179	179	140
童装				
商场店		158	162	122
购物中心店		17	16	6
奥特莱斯店		27	24	8
小计		202	202	136
配饰及家居				
商场店		72	82	27
购物中心店		18	21	2
奥特莱斯店		11	10	2
小计		101	113	31
咖啡				
商场店		18	17	3
购物中心店		9	8	-
奥特莱斯店		1	1	-
小计		28	26	3
合计	商场店	1,031	1,084	1,021
	购物中心店	138	148	105
	奥特莱斯店	137	123	69
	合计	1,306	1,355	1,195

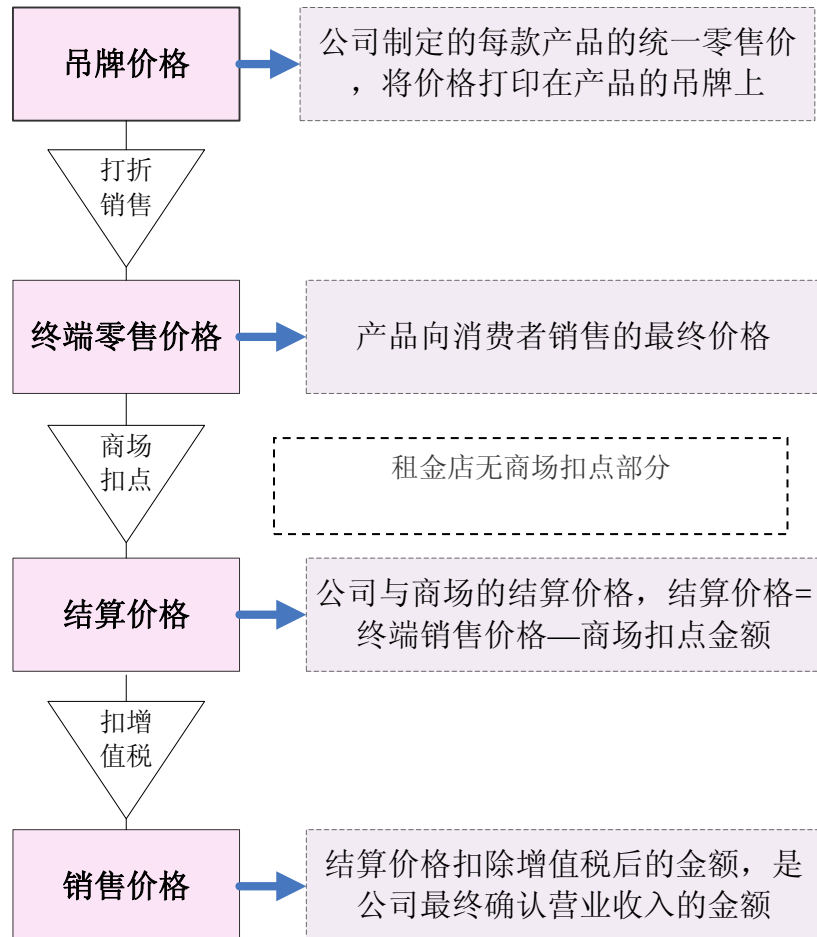
近年来交易标的持续拓展销售渠道，相继入驻北京汉光、北京翠微、上海恒隆、上海八佰伴、深圳华强茂业、广州友谊、成都王府井、武汉群光、南京金鹰、杭州银泰、沈阳中兴等购物中心店和奥特莱斯店；与此同时，标的交易还通过“互联网+”商业模式，相继入驻天猫、京东、唯品会等电商渠道，为客户提供升级的深度购物体验

与时尚生活服务。

（2）产品定价

①吊牌价格、终端零售价格、结算价格和销售价格的关系

在直营商场店中，吊牌价格、终端零售价格、结算价格和销售价格的关系如下：



②直营店销售价格的制定

交易标的定价强调产品的中高端休闲时尚服装市场的定位。具体定价时，交易标的根据客户调研结果、竞争品牌价格和每款服装成本的综合考量，制定有竞争力的价格，形成全国统一吊牌价。

交易标的各类店铺均执行全国统一的吊牌价，并根据其统一的促销计划安排促销活动。交易标的根据自身的经营发展战略和销售策略，对产品销售制订统一的销售政策。交易标的一般在换季时进行促销打折，部分商场店受商场统一打折或其他促销政策的管理。

③加盟商销售价格的制定

交易标的通常按照吊牌价的一定折扣向加盟商销售产品，对加盟商销售的折扣率

由交易标的确定，主要考虑加盟商的利润水平和Teenie Weenie品牌的市场定位。加盟商可以根据自身的销售状况和所在商场的促销政策，灵活制定商品的销售价格和促销活动，积极做好品牌的促销、宣传工作。

（3）品牌推广模式

交易标的通过对市场、消费者和竞争对手的深入分析，结合中高端时尚休闲服装行业品牌推广的特点，不断完善包括产品设计、终端形象和公关活动、客户关系管理等在内的营销模式，提高Teenie Weenie品牌在市场中的知名度和影响力。

Teenie Weenie品牌主要面向中高收入时尚年轻人群，该群体注重服装的时尚性和个人情感的表达。Teenie Weenie品牌主要是通过其标志性的小熊形象和出众的设计来提升公司品牌影响力。

同时，交易标的通过建立企业微博、微信等方式，探索与消费者的线上线下互动的营销模式。

（4）交易标的对直营店铺的管理

截至2016年6月30日，交易标的已设立了1,425家销售终端，其中1,306家为直营店，占比为91.65%。

交易标的设立以来一直坚持以直营模式为主，已建立其以中高档商场、购物中心为主，基本覆盖全国的营销网络。交易标的针对直营店制定了全方位的管理制度，主要内容包括门店开业流程、产品价格控制、门店营销活动、门店形象规范、货品管理、信息管理系统、店员培训、绩效考核等方面，并由各职能部门服务和督促，以确保直营店运营符合交易标的的整体要求。对中高端休闲服装企业而言，直营模式具备较好的发展优势。交易标的结合直营模式的优势，制定了一套统一的直营管理体系，提升了客户服务水平和销售业绩。

目前交易标的的直营店员工的招聘与日常管理工作主要由服务外包公司负责，交易标的和服务外包公司签订《服务外包合同》，约定服务外包公司根据交易标的的需要配备宣传企划及店铺现场管理岗位服务人员，配合交易标的的店铺的正常运营。

（5）公司对加盟商的管理与支持

交易标的设立以来坚持以直营模式为主的经营模式，目前正逐步拓展加盟店模式。截至2016年6月30日，交易标的的加盟店119家，占交易标的的总店铺数量为8.35%。目前，交易标的的与所有加盟商签订《经销协议》。

①对加盟店的管理

交易标的对加盟商制订统一的管理政策。交易标的制订标准的加盟流程，加盟商的所有产品均由其统一供货。为保证品牌形象，由交易标的按照统一标准对加盟商的店铺进行装修和商品陈列。加盟商可以根据自身的销售状况和所在商场的促销政策，灵活制定商品的销售价格和促销活动，积极做好品牌的促销、宣传工作。交易标的向加盟商提供人员培训，邀请加盟商的负责人参加公司的内部培训课程。此外，交易标的的相关营销人员会定期检查及不定期抽查加盟商的服务质量是否与自身的要求相一致。

②对加盟店的销售

交易标的按照合同约定价格向加盟商发货后，货品所有权即转移给加盟商，一切风险由加盟商承担。交易标的与加盟商确认发货清单后，由其开具发票并确认收入。

③对加盟店销售价格与最终价格的关系

交易标的一般按照吊牌价的4.2折将产品销售给加盟商，加盟商根据店铺和所在商场的销售情况，灵活制定商品的销售价格和促销政策。

（六）主要产品的生产销售情况

1、主要产品的产量及销量

交易标的主要产品为 Teenie Weenie 品牌服装，报告期内，交易标的主要采用外包生产模式，中国及东南亚、南亚地区的外包厂商供给充分。

报告期内，Teenie Weenie品牌产品的产量、销量及产销率情况如下：

单位：万件

项目	2016年1-6月	2015年度	2014年度
产量	355.04	867.20	548.10
销量	368.07	660.60	597.82
产销率	103.67%	76.18%	109.07%

注：产量、销量包括外包生产的数量；产销率=销量/产量。

2、主要产品最近两年及一期的销售情况

报告期内，交易标的主要产品的销售业绩保持稳定，2015年较2014年下降约2%，属于正常经营波动；2016年上半年销售金额较去年同期小幅上升约1%，该金额年化计算后较2015年下降约6%，主要是受服装行业季节性影响，上半年主要销售春夏季服装，其价格一般较下半年主要销售的秋冬季服装为低，因此服装行业企业上半年销售额一般略低于下半年，交易标的的业绩波动符合服装行业一般规律。

报告期内交易标的主要产品销售情况如下：

单位：万元

类别	2016年1-6月		2015年度		2014年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
女装	74,297.50	75.18%	165,925.51	78.95%	181,893.84	84.97%
男装	10,155.62	10.28%	20,170.86	9.60%	17,380.06	8.12%
童装	9,668.62	9.78%	16,834.51	8.01%	11,923.73	5.57%
配饰及家居	3,985.78	4.03%	6,298.46	3.00%	2,669.49	1.25%
合计	98,107.52	99.28%	209,229.34	99.55%	213,867.12	99.90%

注1：占比指对应产品类别收入占交易标的当期主营业务收入的比例；

注2：上述财务数据未经审计。

3、交易标的主要产品销售价格的变动情况

报告期内，交易标的主要产品平均销售价格变动情况见下表：

单位：元/件

产品类别	2016年1-6月	2015年度	2014年度
	单价	单价	单价
女装	279.00	331.58	370.88
男装	284.29	309.87	341.62
童装	208.45	233.77	252.16
配饰及家居	202.71	272.79	289.54

注：平均销售单价=主营业务收入/销量。

4、向前五名客户销售情况

交易标的最近两年及一期向前五名客户销售情况如下所示：

单位：万元

年度	客户名称	收入	占同期营业收入的比例
2016年 1-6月	阿里巴巴集团控股有限公司	7,697.85	7.77%
	百盛商业集团有限公司	3,628.81	3.66%
	银泰商业（集团）有限公司	3,445.72	3.48%
	大连万达集团股份有限公司	3,252.97	3.28%
	金鹰商贸集团有限公司	3,039.13	3.07%
	合计	21,064.49	21.25%
2015年 度	阿里巴巴集团控股有限公司	11,405.36	5.40%
	大连万达集团股份有限公司	8,728.35	4.13%
	百盛商业集团有限公司	8,616.14	4.08%
	银泰商业（集团）有限公司	8,064.05	3.82%
	金鹰商贸集团有限公司	7,425.15	3.52%
	合计	44,239.04	20.94%

2014年 度	大连万达集团股份有限公司	11,461.92	5.34%
	百盛商业集团有限公司	10,039.50	4.68%
	银泰商业（集团）有限公司	8,259.06	3.85%
	阿里巴巴集团控股有限公司	7,802.84	3.64%
	金鹰商贸集团有限公司	7,518.91	3.50%
	合计	45,082.23	21.01%

注：上表对受同一法人控制的商场的销售，按照控股股东合并计算披露；以上数据未经审计。

（七）主要产品的原材料和能源及其供应情况

1、原材料和能源采购情况

交易标的采购主要内容为各品类服饰。报告期内采购各品类服饰情况如下：

单位：万件

采购类别	2016 年 1-6 月	2015 年度	2014 年度
女装	247.67	613.12	441.32
男装	49.77	86.39	43.07
童装	42.78	109.91	46.69
配饰及家居	14.82	57.79	17.02
合计	355.04	867.21	548.1

由于标的产品全部采取外包生产模式，仅办公、仓储等消耗的水、电、气能源较少。

2、采购价格变动情况

项目	2016 年 1-6 月	2015 年度	2014 年度
采购金额（万元）	23,015.46	71,049.86	51,652.19
采购数量（万件）	355.04	867.20	548.10
采购单价（元/件）	64.82	81.93	94.24

3、向前五名供应商采购的情况

交易标的最近两年及一期向前五名供应商采购情况如下所示：

单位：万元

年度	供应商名称	采购金额 (不含税)	占同期采购额的比例
2016年1-6月	衣念香港及其关联方	6,369.94	27.14%
	广州市鸿程皮具有限公司	1,366.60	5.82%
	东莞市升亚皮具有限公司	1,023.80	4.36%
	宁波百佳纺织服装有限公司	750.72	3.20%
	上海太曝绣品服饰有限公司	653.56	2.78%

年度	供应商名称	采购金额 (不含税)	占同期采购额的比例
	合计	10,164.62	43.31%
2015年度	衣念香港及其关联方	23,110.94	31.90%
	宁波百佳纺织服装有限公司	2,437.69	3.36%
	东莞市升亚皮具有限公司	2,234.89	3.08%
	佛山市顺德区颖新骏制衣有限公司	1,771.03	2.44%
	南通三昊时装有限公司	1,424.36	1.97%
	合计	30,978.90	42.76%
2014年度	衣念香港及其关联方	13,183.93	25.73%
	珠海威丝曼服饰股份有限公司	1,489.77	2.91%
	佛山市顺德区颖新骏制衣有限公司	1,335.05	2.61%
	东莞亚仁手袋有限公司	1,267.62	2.47%
	上海福汇纺织贸易有限公司	1,153.51	2.25%
	合计	18,429.87	35.97%

注：上表对受同一法人控制的采购，按照控股股东合并计算披露；以上数据未经审计。

（八）报告期董事、监事、高级管理人员和核心技术人员，其他主要关联方或持有拟购买资产5%以上股份的股东在前五名供应商或客户中所占的权益

报告期内，交易标的不存在董事、监事、高级管理人员和核心技术人员，其他主要关联方或持有拟购买资产5%以上股份的股东在前五名客户中所占权益的情形。

交易标的采取外包生产方式，报告期内，交易标的与前五名供应商中衣念香港及其关联方同受衣恋世界控制，两者存在关联关系。2014年、2015年及2016年1-6月，交易标的对衣念香港及其关联方的采购额分别为13,183.93万元、23,110.94万元和6,369.94万元，占同期采购额的比例分别为25.73%、31.90%和27.14%。

（九）主要产品和服务的质量控制情况

1、质量控制标准

2010年11月，衣念上海通过了ISO9001质量管理体系的认证。2016年6月末，交易标的和甜维你主要产品执行的主要标准如下：

国家标准	安全标准	GB 18401-2010
	安全标准	GB 31701-2015
	安全标准	GB 21550-2008
	安全标准	GB 20400-2006
	使用说明	GB 5296.4-2012
行业标准	梭织类	FZ/T 81007-2012
		GB/T 2662-2008

	针织类	GB/T 14272-2011
		FZ/T 73020-2012
		GB/T 26384-2011
		FZ/T 73053-2015
	毛衫类	FZ/T 73005-2012
		FZ/T 73018-2012
企业标准	《梭织企标》、《针织休闲服装》、《毛及仿毛针织品》	

2、质量控制措施

衣念上海已经通过 ISO9001 质量控制标准，并制订了《毛及仿毛针织品》、《上海市企梭织服装》和《针织休闲服装》等企业质量控制标准。为了确保交易标提供的产品和服务满足顾客及法律法规的要求，交易标根据 ISO9001 标准要求和实际情况，建立了系统的质量管理体系，加以实施和保持，并持续改进其有效性。《毛及仿毛针织品》、《上海市企梭织服装》和《针织休闲服装》等制度规定了交易标的的质量管理体系，明确了质量管理体系所需过程的管理，提出了建立、实施、保持和改进质量管理体系有效性的总要求，明确了体系文件的范围、手册内容及对文件和记录控制的要求。

3、产品质量纠纷情况

报告期内，交易标的未发生因违反质量、计量、标准化等质量技术监督相关法律、法规规定而受到行政处罚的情形。

（十）主要产品生产技术情况

交易标的属于服装行业，生产技术成熟，能够满足大规模生产的要求。交易标的贯彻严格的生产工艺标准，保证了产品的品质，对外包生产方式采取统一的工艺标准，通过制定统一操作规范、定期培训、持续监督等方式，贯彻交易标的的工艺标准。

五、交易标的所获资质及认证

截至本预案签署之日，交易标的拥有的商标、专利、著作权等内容详见本节“三、交易标的主要资产权属状况”部分内容。交易标的经营Teenie Weenie品牌咖啡业务，取得了餐饮业务许可证。除此之外，交易标的不存在其他资质和认证。

六、最近三年股权转让、增减资、改制及资产评估情况

（一）交易标的最近三年及一期的股权转让情况

本次交易的标的资产为Teenie Weenie品牌及相关的资产和业务，包括与Teenie Weenie品牌业务相关的所有无形资产和业务，包括中国境内及境外的资产（不包括中国大陆之外的有形资产和业务），不包括任何现金和金融负债。本次交易标的公司为甜维你（上海）商贸有限公司，成立于2016年7月8日，成立至今标的公司不存在股权转让情况。

（二）交易标的最近三年及一期的增减资情况

最近三年及一期，甜维你不存在减资或增资情形。

（三）交易标的最近三年及一期改制及评估情况

1、交易标的最近三年及一期改制情况

最近三年及一期，甜维你不存在改制的情况。

2、交易标的最近三年及一期评估情况

截至本预案出具之日，除本次交易外，标的资产和甜维你最近三年及一期未进行资产评估。本次评估采用收益法和资产基础法，最终采用收益法的评估结果。

七、对交易标的的其它情况说明

（一）关联方资金占用情况

截至本预案签署之日，除与交易对方及关联方经常性关联往来之外，交易标的和甜维你不存在资金被关联方占用的情形。

（二）交易标的受到行政及刑事处罚情况

截至本预案签署之日，交易标的和甜维你不存在因涉嫌犯罪被司法机关立案侦查或者涉嫌违法违规被中国证监会立案调查的情形，亦不存在因重大违法行为而受到行政处罚或者刑事处罚的情形。

（三）交易标的涉及诉讼、仲裁情况

截至本预案签署之日，交易标的和甜维你未涉及诉讼或仲裁情形，主要资产权属清晰，不涉及诉讼、仲裁、司法强制执行等重大争议或者存在妨碍权属转移的其他情况。

（四）交易标的涉及立项、环保、行业准入等有关报批事项的情况

截至本预案签署之日，交易标的和甜维你不涉及立项、环保、行业准入等有关报批事项。

第五节 本次交易合同的主要内容

公司与交易对方已签订了《E-Land Fashion Hong Kong Limited 与维格娜丝时装股份有限公司关于 Teenie Weenie 品牌的资产与业务转让协议》及其附属协议，附属协议包括：《知识产权转让合同》及其补充协议、《衣念（上海）时装贸易有限公司及其关联公司与甜维你（上海）商贸有限公司关于 Teenie Weenie 品牌的资产与业务转让协议》、《服务协议》以及其他与本协议密切相关的文件等。

一、《E-Land Fashion Hong Kong Limited与维格娜丝时装股份有限公司关于Teenie Weenie 品牌的资产与业务转让协议》的主要内容

（一）协议各方

卖方：衣念香港。

买方：维格娜丝或其指定第三方。

（二）标的资产

1、标的资产

Teenie Weenie 品牌及该品牌相关的资产和业务（以下称“标的资产”），包括：

（1）品牌及产品线，即 Teenie Weenie 女装、男装、童装、配饰、家居、餐饮等；（2）位于中国的有形资产，即 Teenie Weenie 位于中国的品牌仓库及百货店、购物中心店、奥特莱斯店等卖场、网上店铺的存货和设备；（3）无形资产，即 Teenie Weenie 品牌及其卡通人物形象在全球范围（包括但不限于中国大陆、香港、台湾、韩国等国家或地区）内的商标权、专利权、著作权、域名、经营权、相关的商业权利、权益、商誉，微博、微信等公众号及相关注册权利、网上销售权利等；（4）本人同意转受雇于 New Co.的相关员工，即 Teenie Weenie 品牌的设计师及制版等技术人员、高级管理人员、销售人员、职能人员（如供应链、人力、财务、法务等部门的人员）等；（5）商业机构，即卖方在中国运行 Teenie Weenie 品牌的组织及该等组织对品牌卖场享有的权利；（6）衣恋餐饮持有的 Teenie Weenie 品牌餐饮经营权（Teenie Weenie 咖啡业务）及其资产和人员；（7）与 Teenie Weenie 品牌相关的除现金、银行存款、银行借款外的全部资产、负债（包括按合理比例分摊的基准日实际账面应交未交的税费，该合理比例

在审计原则中约定)及其他支持 Teenie Weenie 品牌运营的或与 Teenie Weenie 品牌相关的资产或业务。

Teenie Weenie 品牌位于中国之外的有形资产和业务不属于本协议的标的资产,卖方应该在第二次交付日完成后三个月内自行处置。

2、资产重组

双方确认在签订本协议同时或之前:(a)衣恋世界(和/或其持有相关标的资产的子公司和关联公司)和 New Co.就转让相关知识产权已经签订知识产权转让协议;(b)衣念(和/或其持有相关标的资产的关联公司)和 New Co.就转让给 New Co.除知识产权外的标的资产已经签订资产与业务转让协议,并且预期在根据知识产权转让协议和资产与业务转让协议分别完成其项下的转让后,New Co.将通过拥有标的资产成为 Teenie Weenie 品牌全球唯一且合法的拥有者。双方同意在不晚于第一次交付日:(c)本人同意转受雇于 New Co.的相关员工已经与 New Co.签署劳动合同。双方一致同意,前述(a)、(b)、(c)所述各项协议的内容(包括但不限于转让方式、转让价格等)及其签订须取得买方的书面认可。

卖方确认于本协议签订同时,分别由衣恋世界、衣念及/或其关联公司与 New Co.签署知识产权转让协议、资产与业务转让协议,在不晚于第一次交付日由 New Co.和相关员工签署劳动合同。双方进一步承认,尽管知识产权转让协议和资产与业务转让协议项下 New Co.应支付的对价尚未被偿付或支付,卖方(及卖方将促使其相关的子公司和关联公司)依然需要按照协议中“转让标的资产”条款转让标的资产至 New Co.并变更相关员工的劳动关系至 New Co.。因此,买方(在按照本协议“New Co.股权的认购、出售与购买”条款完成认缴增资或者提供股东借款后,作为 New Co.股东)特此确认,承认和同意在知识产权的对价被 New Co.足额支付前,New Co.对于卖方和/或相关出让方所欠的债务为买方本次交易应支付的对价。

3、转让标的资产

(1) 第一批标的资产

卖方应促使下述资产(“第一批标的资产”)和文件在“第一次交付及其交付物、交付条件”条款所列明第一次交付日或第一次交付日之前完成转移至 New Co.,且促使相关出让方提供文件证明或确认第一批标的资产转移的完成。第一批标的资产应不晚于 2016 年 12 月 31 日完成交付,但若本协议未生效,第一批标的资产晚于 2016 年 12 月 31 日交付的,卖方不构成违约。若知识产权的转让晚于 2016 年 12 月 31 日的,

卖方应在 2016 年 12 月 31 日前向 New Co.提交全球范围内知识产权转让申请的证明文件，及关于中国大陆地区知识产权的不可撤销的独占许可使用权的授权文件原件及备案申请的证明文件，备案申请的费用（包括向商标局缴纳的费用及委托商标代理机构或律师事务所申请备案的代理费用）由买方承担。卖方向 New Co.授权与 Teenie Weenie 品牌和相关的中国大陆地区知识产权的不可撤销的独占许可使用权的授权文件原件的前提是：买方根据本协议“第一次交付时”条款约定的除知识产权外的第一批标的资产及对价支付完成。

①卖场：A、卖方实际交付完成的第一批标的资产的卖场总销售额的比例（以下简称“卖方实际交付完成的比例”）不低于 80%，卖方实际交付完成的比例的计算方法见本协议“在第二次交付时”条款），并且卖方保证第一批转让的卖场不低于买方指定的 220 家核心卖场的 90%，卖方应在第一次交付日完成上述卖场的合同主体变更。以及 B、第一次交付日后剩余卖场的商业权利、相关资产（存货和设备等）、销售人员的外包服务合同、使用或许可的必要变化或转让。若第一次交付日后 2 个月内，New Co.未能与从第一次交付日起算 2 个月内租约期限将届满的卖场签订新的合同或续约，双方同意对于该等卖场不作转让，留待第二次交付时双方根据“在第二次交付时”条款的约定对第二次交付时的对价进行调整。卖方保证，无论是合同主体变更的卖场还是续签合同的卖场，转让给 New Co.的所有扣率卖场的扣率与变更前相比，平均上涨不超过 0.3 个百分点；转让给 New Co.的所有租金卖场的租金与变更前相比，平均上涨不超过 1.5%。

②电商：卖方应保证在第一次交付日或第一次交付日之前，电商（京东、天猫、唯品会）与 New Co.签署新的合作协议，由 New Co.受让卖方或其关联公司原有合作协议中的权利义务。如因合同变更主体的原因导致合同手续费等重要的商业条件变化的情况，卖方应及时通知买方新的合同条件（以下称“新合同条件”），如买方基于合理的商业判断不同意新合同条件，导致 New Co.与电商无法签署新的合作协议的，则该电商合同相关的资产、业务及商业权利不属于本合同约定的标的资产，该电商业务对应的利润将从 2015 年估值净利润中扣除，但买方及 New Co.保证自本合同签订之日起三年内不得在上述电商销售 Teenie Weenie 品牌商品。如果自本合同签订之日起三年内买方或者 New Co.和上述电商签署合作协议的情况，则买方应向卖方返还前述扣除的资产对价。

③相关员工：卖方应保证在第一次交付日或第一次交付日之前，New Co.作为新

雇主，已经和买方认为重要的且本人同意转受雇于 New Co.的相关转让方（卖方或者从事因本项目被转让至 New Co.的品牌业务的卖方的子公司或关联公司）不少于 90% 的相关员工（包括设计师及制版等技术人员、高级管理人员、核心员工、销售人员、职能人员（如供应链、人力、财务、法务等部门的人员）签署新劳动合同（与其原有劳动合同所约定的权利义务及履行期限不变，工作地点、工作岗位、工作待遇不发生变化，工龄连续计算）。但如因相关人员不同意和 New Co.签署劳动合同导致相关转让员工没有达到上述比例，则卖方应通过招聘人员达到上述比例，且买方有权参与招聘并提供相关建议。

卖方及其关联公司承诺，自本协议签署日起三年内，不论是 Teenie Weenie 相关员工在本次交易中未与 New Co.签署劳动合同，亦或是相关员工与 New Co.签署劳动合同后又离职的，卖方及其关联公司不与该等员工签署劳动合同、建立劳动关系或者实际雇佣关系。

与本协议或本协议有关的任何交易文件相关的，由卖方及其关联公司转让相关员工引起的任何法律责任及开销或花费（包括但不限于聘用外部律师的律师费）：A、由相关转让员工与 New Co.签署劳动合同及之前的原因导致的，由卖方承担；B、在相关转让员工与 New Co.签署劳动合同之后的原因导致的，由 NEW Co.承担。若根据劳动合同及仲裁或判决文书需要由 New Co.承担的，New Co.支付该等费用之后有权向卖方追偿。

原有劳动关系引起的，不论何时被追诉的任何争议、纠纷或诉讼及相关法律责任与经济责任等，均由卖方承担。若根据劳动合同及仲裁或判决文书需要由 New Co.承担的，New Co.支付该等费用之后有权向卖方追偿。

第一次交付日之前产生的、卖方及其关联公司应付给员工的薪酬、奖金（年度奖金或/及季度奖金、月度奖金等）（以下合称“薪酬奖金”），但未在第一次交付前债务中列示的（已经完成支付的除外），买方应书面通知卖方，买方通知后卖方应在 14 日内书面回复，经卖方确认无异议后，由卖方支付或由买方在第二次支付对价中扣除相应的金额；如卖方有异议，则应提供相应的证据，买卖双方协商解决。卖方在 14 日内未书面回复的，视为卖方无异议。

④知识产权：卖方应在第一次交付日或第一次交付日之前，将 Teenie Weenie 品牌的中国大陆范围内的知识产权按照知识产权转让协议从衣恋世界或其他关联公司转让至 New Co.；New Co.需获取相关部门重新颁发的表明相关知识产权的所有权由衣

恋世界或其他关联公司转让至 New Co.的注册证书。于本协议签署后，卖方同意按照截止本协议签署日卖方及其关联方已授权 Teenie Weenie 品牌使用的生产工艺及其专利技术的基准（简称“授权基准”）继续授权 Teenie Weenie 品牌按照相同授权基准使用。

⑤合同关系的转让：卖方应在第一次交付日或之前，签署由 New Co.承接卖方及其关联公司与品牌相关的采购合同、销售合同、IT 服务协议、电商、物流服务合同等合同的权利义务的协议，或由 New Co.与供应商、IT、电商、物流等新签署的相关合同；同时，卖方应提供标的资产运营相关数据（包括本合同签署之日前三年内的历史数据）及合同、档案、相关凭证等。

⑥其他：除本协议“第二批标的资产”条款所述卖场的店铺租赁合同及/或联营合同、衣恋餐饮的餐饮经营权之外的所有与 Teenie Weenie 品牌相关的资产与业务（包括但不限于“第二批标的资产”条款所述卖场的商业权利、相关存货和设备等），均属于第一批标的资产的范围。截至 2016 年 12 月 31 日，不论卖方实际转让的卖场的销售收入为多少，卖方应将剩余卖场的店铺及其员工、衣恋餐饮的餐饮经营权全权委托买方经营管理，并与买方签署相应的委托经营管理及代收代付协议，且该等卖场的相关损益归买方所有。

双方一致同意，由于标的资产第一次交付日之前的、不可归责于买方的原因引起的：（1）在本协议签署后 2 年内使 New Co.实际产生的损失，及本次资产与业务转让过程中发生的、非买方原因导致的 New Co.实际产生的损失；（2）因为税收原因导致的 New Co.产生的实际损失，均由卖方承担，本项不受本协议“对违约责任的限制”条款的限制。但在上述第（1）、（2）项下因第三方原因导致的损失应由卖方协助（包括提供相关的资料、人员）New Co.通过法律途径向第三方追偿，New Co.收到第三方的损失赔偿后应转交给卖方。

因第一次交付日后的原因导致标的资产所有的损益（包括所有已交付的资产及委托经营管理的资产等）均由 New Co.承担。但本协议另有约定的应由卖方承担的责任除外。

（2）第二批标的资产

双方确认下述资产（“第二批标的资产”）和文件应由卖方在第一次交付日起一年内转让给 New Co.：

①卖场：Teenie Weenie 品牌在中国大陆剩余的所有卖场，以及该等卖场的商业权

利及对于使用每一个卖场的相关店铺空间的租约、使用或许可的必要变化或转让。若剩余所有卖场无法全部转让，买方允许卖方仅将其剩余的部分卖场转让给 New Co.，但双方同意买方将根据卖方第二批实际转让卖场的情况调整第二次交付时的对价。无论是合同主体变更的卖场还是续签合同卖场，卖方及其关联公司转让给 New Co.的所有扣率卖场的扣率与变更前相比，平均上涨不超过 0.3 个百分点；转让给 New Co.的所有支付租金卖场的租金与变更前相比，平均上涨不超过 1.5%。

若第一批、第二批转让给 New Co.的所有扣率卖场的合同的平均扣率与所转让的扣率卖场变更前有效的合同的平均扣率相比，平均上涨超过 0.3 个百分点，则卖方应该向买方补偿相应金额（以下称“扣率卖场补偿金额”）。扣率卖场补偿金额=（所有转让给 New Co.的扣率卖场的合同的平均扣率－所有转让的扣率卖场变更前有效合同平均扣率）×所有转让的扣率卖场 2016 年总销售额×2。

若第一批、第二批卖方及其关联公司转让给 New Co.的所有支付租金卖场的合同所载的租金，与所转让的支付租金卖场变更前有效的合同所载的租金相比，平均上涨超过 1.5%，则卖方应该向买方补偿相应金额（以下称“租金卖场补偿金额”）。租金卖场补偿金额=（所有转让的租金卖场的年租金-所有转让的租金卖场变更前有效合同的年租金）×2。

②衣恋餐饮的餐饮经营权：卖方应在本协议签署后 2 年内，将衣恋餐饮的餐饮经营权从衣恋餐饮转让至 New Co.或其关联公司，卖方应促使衣恋餐饮与 New Co.或其关联公司签署新的餐饮经营权合同，并保证相关商业条款保持不变；衣恋餐饮店铺租赁合同的签约主体变更为 New Co.或其关联公司的具体事宜参照本协议“第一批标的资产”条款“卖场”部分执行。衣恋餐饮未转让的店铺及其人员由卖方及其关联公司自行安排，相关费用由卖方及其关联方自行承担。

若因为衣恋餐饮卖场未能转让（即卖场租赁合同未能变更为 New Co.或其关联公司）导致 New Co.需要减少销售人员数量的情况，如服务外包公司因此根据其与 New Co.签署的服务外包协议向 New Co.主张赔偿、补偿等的，由卖方与服务外包公司进行协商，若协商不能解决的，由卖方支付相关费用并承担相关责任。

中国大陆之外国家和地区的 Teenie Weenie 品牌知识产权应按照约定的转让时间内从衣恋世界或其他关联公司转让至 New Co.；New Co.需获取相关部门重新颁发的表明相关知识产权的所有权由衣恋世界或其他关联公司转让至 New Co.的注册证书。

在买方支付知识产权的对价之后十日内，卖方应向 New Co.提交中国大陆地区之

外的国家或地区（韩国、香港、台湾除外）知识产权的不可撤销的独占许可使用权的授权文件原件（以下称“知识产权授权文件”），韩国、香港、台湾的知识产权授权文件应于该等国家、地区的卖场关店后，且不早于本协议签署后的两年内提供。

全部标的资产转让至 New Co.过程中产生的所有税收由卖方和 New Co.根据法律规定各自承担，相关费用由卖方及其关联公司承担。买卖双方对 New Co.增资及/或提供股东借款过程中发生的税收按照法律由相关方承担，费用由相关方各自承担。

（三）New Co.股权的认购、出售与购买

买卖双方同意本次标的资产（包括全球范围内的知识产权）的转让价格（以下亦称“整体价格”）为标的资产在中国范围内业务的经审计的 2015 年估值净利润 $\times 11.25$ 倍。

1、取得 New Co.的 100%股权的步骤

买方按照下列步骤获得拥有全部标的资产的 New Co.的 100%股权：（1）买方应通过认缴 New Co.新增注册资本或对 New Co.提供股东借款的方式持有 New Co.90%的股权，并办理完成增资或相关的工商变更（以下称“第一步收购资产”），与此对应，第一步收购资产的价款为标的资产整体价格的 90%。（2）本协议签订后，且 New Co.运行三个完整的会计年度之后，卖方向买方发送要求买方收购 New Co.剩余 10%股权的书面通知后，买方应向卖方提交经审计的 New Co.2019 年的财务报表。如卖方对买方提交的前述财务报表有异议，则卖方应在收到财务报表后 30 个工作日内向买方发出关于异议内容的书面通知。由买卖双方对差异部分在 14 日内进行协商，如买卖双方无法在 14 日内达成一致，则买卖双方应委托双方认可的四大会计师事务所（安永华明会计师事务所（特殊普通合伙）、毕马威华振会计师事务所（特殊普通合伙）、德勤华永会计师事务所（特殊普通合伙）、普华永道中天会计师事务所（特殊普通合伙））中的一家进行审计确定 2019 年净利润。2019 年估值净利润的调整方法为，以 2019 年经会计师事务所审计后的净利润为基础计算的经调整后的净利润，调整内容如下：
A、不包含非 Teenie Weenie 品牌运营所需的借款产生的利息，以及由于本次交易产生的借款利息；B、不包含商誉、商标权、评估产生的其他无形资产（除商标权外）和本次交易有形资产的评估增值部分的减值损失。按照本次交易价格形成的计算方法（即 2019 年估值净利润 $\times 11.25$ 倍 $\times 10\%$ ）确定购买 New Co.剩余 10%的股权对价，聘请四大会计师事务所中的一家进行再次审计的费用由提出异议的一方承担。届时双方

应在股权对价确定后 5 日内签署股权转让协议，买方应在股权转让协议签署后 14 日内向卖方支付 New Co. 剩余 10% 股权对价。双方相互配合办理相关的工商变更。

买卖双方一致同意，第二次交付完成后产生的、因第一次交付日之前的不可归责于买方的原因引起的：（1）在第一次交付后 2 年内使 New Co. 实际产生的损失，及本次资产与业务转让过程中发生的、非买方原因导致的 New Co. 实际产生的损失；（2）因为税收原因导致的 New Co. 产生的实际损失，均由卖方承担，本项不受本协议“对违约责任的限制”条款的限制。但因第三方原因导致的损失应由卖方协助（包括提供相关的资料、人员）New Co. 通过法律途径向第三方追偿，New Co. 收到第三方的损失赔偿后应转交给卖方。

买方采取增资或股东借款的方式取得 New Co. 90% 的股权，买卖双方采取等比例增资或股东借款的方式对 New Co. 注资，用于偿还标的资产转移至 New Co. 形成的应付账款，即：买卖双方增资和股东借款金额总和=标的资产转移至新公司形成的应付账款的金额=整体价格（扣除依据本协议调整的估值金额）。

买卖双方对 New Co. 的借款而额外产生的财务费用和相关费用（包括利息），在按照本协议“New Co. 股权的认购、出售与购买”条款的约定转让 New Co. 10% 股权时从 New Co. 2019 年度经审计的费用中扣除。

买卖双方对 New Co. 增资及/或提供股东借款过程中发生的税收按照法律由相关方承担，费用由相关方各自承担。根据法律规定，卖方及其关联公司应支付的税收需由 New Co. 履行代扣代缴的义务的，则由 New Co. 代扣代缴。

2、买方对首付款的支付

本协议签署前，由买卖双方共同开立共管账户，用以存放买方及其指定第三方支付的首付款。买方在最终审计原则确定之日起二个工作日内向共管账户支付 5,000 万元人民币；并且在买方支付 5,000 万元人民币之日起三十日内，买方或买方应指定第三方向共管账户支付 5 亿元人民币的首付款作为定金。双方同意在买方或买方指定的第三方如约支付上述首付款（定金）后三个工作日将买方或买方指定的第三方已支付至共管账户的 5,000 万元人民币及利息返还至买方指定的银行账户。上述首付款（定金）自存入共管账户至向卖方支付期间的利息等收益分别由买方、买方指定的第三方享有（本条款自本协议签署之日起生效，至本协议履行完成、终止或解除之日起失效）。

买方向共管账户支付首付款后，有权参与 Teenie Weenie 品牌的经营管理活动。

3、双方在认购增资中对第一步收购资产的对价的支付

（1）第一次交付时

①若第一批标的资产全部在不晚于 2016 年 12 月 31 日交付完成：本协议生效后，且在卖方按照“第一次交付及其交付物、交付条件”条款的约定完成第一次交付后十日内，买方向 New Co. 缴纳相当于标的资产整体价格 $\times$ 卖方实际交付完成的比例（买卖双方同意，卖方实际交付完成的比例不低于 80%，卖方实际交付完成的比例的计算方法见本协议“在第二次交付时”条款） $\times$ 90%的增资或/和股东借款，卖方或其关联公司向 New Co. 缴纳相当于（标的资产整体价格 $\times$ 卖方实际交付完成的比例 $\times$ 10%减去卖方已向 New Co. 注资的 16 万人民币）的增资或/和股东借款；买卖双方等比例提供增资或/和股东借款。买卖双方一致同意，买方缴纳该次出资时，部分出资可由共管账户中已经支付的首付款及应由买方享有的利息支付给 New Co.。

New Co. 收到双方本次增资或股东借款金额后三日内向卖方或其关联公司指定的中国大陆内银行账户支付完毕知识产权转让协议和业务资产转让协议项下的应付款项，上述应付款支付完成后当日买方应持有 New Co. 90% 的股权，并享有经营权。买卖双方同意在第一次交付后，并且 New Co. 的支付义务完成后，改组 New Co. 的董事会且使买方占董事会席位的多数。New Co. 的财务负责人及其他高级管理人员由买方任命。就前述事项，买卖双方同意相应修改 New Co. 的公司章程。

②若除知识产权外的第一批标的资产在不晚于 2016 年 12 月 31 日交付完成且符合本协议的要求，知识产权资产晚于 2016 年 12 月 31 日交付完成且符合本协议的要求：在卖方按照“第一次交付及其交付物、交付条件”条款的约定完成除知识产权外的第一批标的资产的交付后十日内，买方向 New Co. 缴纳相当于 $[(\text{标的资产整体价格} - \text{知识产权对应价款}) \times \text{卖方实际交付完成的比例} \times 90\%]$ 的增资或股东借款金额，卖方向 New Co. 缴纳相当于 $[(\text{标的资产整体价格} - \text{知识产权对应价款}) \times \text{卖方实际交付完成的比例} \times 10\%]$ 减去卖方已向 New Co. 注资的 16 万人民币的增资或股东借款金额。

New Co. 收到双方本次增资或股东借款金额后三日内向卖方或其关联公司指定的中国大陆内银行账户支付完毕资产与业务转让协议项下的应付款项，上述应付款支付完成后当日买方应持有 New Co. 90% 的股权，并享有经营权。买卖双方同意在第一次交付后，并且 New Co. 的支付义务完成后，改组 New Co. 的董事会且使买方占董事会席位的多数。New Co. 的财务负责人及其他高级管理人员由买方任命。就前述事项，买卖双方同意相应修改 New Co. 的公司章程。

知识产权部分在本协议约定的期限内完成转让后十日内，买方向 New Co. 缴纳相

当于[知识产权对应价款×卖方实际交付完成的比例×90%]的增资或股东借款金额；卖方向 New Co. 缴纳相当于[知识产权对应价款×卖方实际交付完成的比例×10%]的增资或股东借款金额。买方保证 New Co.在收到前述款项后三日内向卖方或其关联公司指定的中国大陆地区账户支付对应的应付账款。

(2) 在第二次交付时:

卖方向买方转让的卖场（即第一次交付和第二次交付合计的卖场）对应的 2015 年的总销售额：A、达到卖方 Teenie Weenie 品牌在中国所有卖场 2015 年总销售额的 97%，且符合本协议“第二批标的资产”条款的约定，并能按照“第二次交付及其交付物、交付条件”的约定完成第二次交付后十日内，买方向 New Co.缴纳相当于标的资产整体价格×（1－卖方实际交付完成的比例）×90%的增资金额或/和股东借款；卖方或其关联公司向 New Co. 缴纳相当于标的资产整体价格×（1－卖方实际交付完成的比例）×10%的增资或/和股东借款；B、如卖方转让的卖场未达 97%，则双方按照本协议“在第二次交付时”条款对对价调整后进行增资或股东借款。买方保证 New Co.在收到前述款项后三日内向卖方或其关联公司指定的中国大陆地区账户支付对应的应付账款。

买卖双方一致同意，第一次交付完成后产生的、标的资产因第一次交付之前的不可归责于买方的原因引起的：A、在本协议签署后 2 年内使 New Co.实际产生的损失，及本次资产与业务转让过程中发生的、非买方原因导致的 New Co.实际产生的损失；B、因为税收原因导致的 New Co.产生的实际损失，均由卖方承担，本项不受本协议“对违约责任的限制”条款的限制。但因第三方原因导致的损失应由卖方协助（包括提供相关的资料、人员）New Co.通过法律途径向第三方追偿，New Co.收到第三方的损失赔偿后应转交给卖方。

第一次交付日起一年内，若卖方向买方转让的卖场对应的 2015 年的总销售额，未能达到卖方 Teenie Weenie 品牌在中国所有卖场 2015 年总销售额的 97%的，转让的第二批标的资产不能达到本协议“第二批标的资产”条款约定的条件或不符合本协议“第二次交付及其交付物、交付条件”条款约定的交付条件，买方在支付前述款项时，有权按照下列公式计算：调整后买方应支付的金额=[（标的资产整体价格-知识产权转让对价）×90%×（卖方实际转让的卖场对应的销售额）/（总销售额-电商业务总销售额-加盟店业务总销售额）]+知识产权转让对价×90%－买方已经支付的所有款项。若按照公式计算调整后的金额大于调整前的金额则以调整前的金额支付。本协议项

下，买方应支付的第一步收购资产的所有款项不超过标的资产整体价格 $\times 90\%$ 。为免疑义，本协议“New Co.股权的认购、出售与购买”条款中约定的转让价格的计算基准，“第一批标的资产”条款、“第二批标的资产”条款、“在第二次交付时”中所述的卖场销售额比例计算时，均不包括衣恋餐饮的餐饮业卖场销售额。

第一次交付日卖方达成实际交付完成的比例及第二次交付日 2015 年卖场总销售额的 97%达成的判断基准如下：A、如在不晚于 2016 年 12 月 31 日进行第一次交付的情况，2015 年对应期间的卖场总销售额（在 2015 年 1 月 1 日至，2016 年第一次交付日对应的 2015 年同期当日止的）和已转让卖场 2016 年的总销售额（自 2016 年 1 月 1 日开始至第一次交付日为止的）进行比较判断是否达成。如第一次交付日或第二次交付日非当月末日期，则计算上述卖场总销售额时交付日应以交付日期前一个月末日期为准。B、2016 年 12 月 31 日以后进行第一次交付的情况下，2015 年的卖场总销售额和 2016 年的已转让卖场总销售额进行比较进行判断。

第二次交付完成后，卖方不得主张再向买方转让剩余卖场，买方亦有权拒绝卖方的该等转让要求。买方以书面形式表示同意受让的除外。卖方保证在第二次交付完成后三个月内自行处理完毕未转让卖场，卖方未转让卖场的店铺撤销费用由卖方承担，解除相关劳动合同的费用及由此引发的争议、纠纷、诉讼、责任等，由卖方承担，该等卖场的存货归 New Co.所有。

（四）过渡期及标的资产交付完成前的安排

过渡期为评估基准日起至第一次交付日的期间。过渡期内，标的资产所有的损益均由卖方所有。

标的资产交付完成前，卖方保证：（1）将通知买方标的资产的生产、加工、销售、运营或其他情况发生的将影响本协议项下卖方义务履行的重大变化；（2）如实施与标的资产相关的重大资产处置、利润分配、重大借款、对外担保、重组、放弃债务追索权、长期股权投资、股票或基金投资、合并或收购交易等日常生产经营以外可能引发标的资产发生重大变化的决策，且该等决策单笔或同类型事项累计涉及的金额在 100 万元以上的，应先征求买方的书面同意；（3）不得发生其他可能对买方造成重大不利影响的作为或不作为。

本次收购的资产、负债包括审计基准日与标的资产相关的除现金、银行存款、银行借款外的全部资产、负债（包括按合理比例分摊的基准日实际账面应交未交的税费，

该合理比例在审计原则中约定)。资产负债金额具体以审计基准日的审计报告为准, 审计基准日净资产=总资产(不包括现金、银行存款)-负债(不包括银行借款)。

本次收购的资产、负债应由转让方负责交付至 New Co., 但为方便交付, 转让方交付至 New Co. 前形成的债权、债务可以根据实际情况由双方协商确定是否实际交付至 New Co., 并按审计基准日净资产账面价值与实际交付净资产的账面价值的差额以现金补足。

为了方便操作, 双方同意审计基准日的净资产定为 2016 年 6 月 30 日经审计的净资产值(以下简称“审计基准日净资产”); 交付日的净资产定为第一次交付日所在月月末经审计的净资产值。

第一次交付完成后, 买方聘请双方认可的有证券业务资格的审计机构以第一次交付日月末为基准日进行交付审计。第一次交付日月末经审计的净资产(以下简称“交付日 New Co. 净资产”)=总资产-审计基准日评估报告中有评估价值但审计报告无账面价值项目的金额(如商标、商誉等)-评估报告有评估价值但审计报告无账面价值以外的项目(如存货、固定资产)的评估增值余额-负债(不包括本次收购资产和业务形成的应付款余额、股东借款余额)-本次交割股东增资或借款现金余额(本次交割股东增资金额或借款一已偿还的资产和业务收购款)。

如交付日 New Co. 净资产减去审计基准日净资产大于零, 买方应将该金额支付给卖方; 如审计基准日净资产减去交付净资产大于零, 则卖方应将该金额支付给买方。过渡期损益已包括在前净资产差额中, 按照前述金额结算后, 过渡期损益不再单独结算。

(五) 违约责任

1、卖方违约

双方同意:(1) 虽然本协议约定卖方及其关联公司应不晚于 2016 年 12 月 31 日交付除知识产权之外的第一批标的资产, 但如卖方及其关联公司在本协议签订之日起 180 日内完成除知识产权之外的第一批标的资产的转让, 则卖方不构成违约; 卖方及其关联公司在本协议签订之日起 180 日后交付除知识产权之外的第一批标的资产, 则构成根本违约;(2) 卖方及其关联公司应不晚于本协议签署之日起 270 天内完成知识产权的转让, 否则视为卖方根本违约, 买方有权解除本协议并要求卖方支付违约金。届时卖方不得以“由于行政注册的延迟和从相关政府机构获得批准的延迟或处理时间

长”等理由排除本条款的适用。前述情况下，买方解除本协议并要求卖方支付违约金的前提是本协议已生效。

本协议签署后，由买方聘请具有资质的审计机构对标的资产进行审计，若审计后的标的资产 2015 年、2016 年 1-6 月份的营业收入分别与卖方提供的营业收入数据（2015 年为 2,101,670 千元、2016 年 1-6 月为 981,075 千元）相比，下降超过 5%的，视为卖方违约，买方有权解除本协议并要求卖方支付违约金。

2、买方违约

买方未按照本协议约定及时支付款项，卖方有权终止本协议并且要求买方支付违约金。

3、对违约责任的限制

双方确认，在法律允许的最大限度内，即使本协议另有规定，一方在本协议项下应承担的违约责任不超过首付款的 2 倍即 10 亿元人民币。无论该责任是由合同、侵权（包括疏忽）、保证、股权或法律引起，或是对于履行本合同导致的任何损失、损害或费用。一方在任何情况下都不对任何间接的、特别的、继发的损失或损害承担责任。

（六）协议的成立与生效

1、成立

本协议自双方签字盖章于文首所载日期（2016 年 9 月 1 日）成立。

2、生效

本协议成立且满足下述条件时生效：

相关方已签署知识产权转让协议、资产与业务转让协议、服务协议；

本次交易事项及本协议内容已经买卖双方的董事会、股东会/股东大会等内部决策程序审议通过。

本次交易事项通过商务部经营者集中审查的批准，且证监会、上海证券交易所等政府部门和监管机构未以其实际行动表明对本次交易有异议，例如通过向买方多次发《问询函》等方式表明其异议。

（七）终止

1、协议的终止

在下列情况下，本协议可被解除且本协议拟议的交易可被放弃：

（1）经本协议双方协商一致共同书面同意；

（2）由买卖双方中的一方单方解除：如果一方违反其根据本协议或其他交易文件作出的任何陈述和保证不正确或不真实并足以构成或影响另一方作出购买或出售标的资产的重大事项，且该等情况构成根本违约，以及其他本合同约定构成根本违约的情况，且未能在发生上述情况后三个月内纠正上述情况，另一方有权单方解除本协议。

（3）任何一方主张不可抗力事件且该不可抗力导致本协议目的不能实现，本协议另有约定的除外。

2、终止的效力

若由买卖双方中的一方单方解除而终止，违约方应在该等终止后的十五(15)个工作日内，向非违约方支付首付款金额作为违约金，并向非违约方支付非违约方由于终止而产生的所有其他成本、费用和支出（包括但不限于为撤销或取消任何所需批准，相关政府部门收取的成本和费用）。

3、合同未生效的终止

如发生下列事项之一，本协议任一方均有权终止本协议，互不承担违约责任。对于买卖双方已经履行了相关义务的应当予以恢复原状，卖方应于本协议终止之日起五日内退还买方已经支付的定金。发生在本条约定的情况下如共管账户中有定金利息则利息返还至买方。本协议终止前，双方已经支付的税费由双方自行承担：

（1）本协议无法满足生效条件；

（2）在买方聘请的会计师事务所出具审计报告后四个月内，若本次交易未能取得所需要的监管部门的审批；

（3）本协议未生效时发生本协议约定的不可抗力事项导致双方无法待合同生效后继续履行本协议的。

本款自本协议签署之日起生效，至本协议履行完成、终止或解除之日起失效。

4、继续有效

双方一致同意，本协议关于“保密”、“法律适用与争议解决”的规定应在本协议终止后继续有效。

（八）法律适用与争议解决

1、法律适用

本协议适用中国法律并按其解释。

2、争议解决

双方的协商：任何因本协议产生或与本协议有关的纠纷、争议或主张，应当首先通过双方就纠纷、争议或主张的进行协商。协商应在一方向另一方发出协商书面请求的 10 个工作日内进行。如果在上述协商开始后的 30 个工作日内争议仍未解决，则在任意一方通知另一方之后争议应提交仲裁解决。

仲裁：双方之间因本协议而引起的或与本协议有关的一切争议、纠纷或权利主张（包括但不限于有关本协议效力、解释、履行、修改和终止的争议或权利主张）（统称“争议”）应当首先通过友好协商解决。如果该争议在双方协商的期间内未能通过友好协商解决，则任何一方可随时将该争议提交香港国际仲裁中心（“仲裁机构”），由其组成三人仲裁庭（下称“仲裁庭”）按申请仲裁时仲裁机构有效的仲裁规则进行仲裁，并应当书面通知另一方。仲裁程序应以中文进行。仲裁应当在香港国际仲裁中心进行。

仲裁庭作出的任何裁决都为终局裁决，对双方均具有约束力。

二、《资产与业务转让协议》的附属协议

《资产与业务转让协议》的附属协议包括：《知识产权转让合同》及其补充协议、《衣念（上海）时装贸易有限公司及其关联公司与甜维你（上海）商贸有限公司关于 Teenie Weenie 品牌的资产与业务转让协议》、《服务协议》以及其他与本协议密切相关的文件等。

第六节 管理层讨论与分析

一、本次交易对上市公司的影响

（一）本次交易对上市公司股权结构的影响

本次重大资产购买是上市公司以现金方式购买资产，不涉及发行股份，因此，本次交易对上市公司股权结构不产生影响。

（二）本次交易对上市公司主营业务的影响

1、本次交易对上市公司的业务构成，盈利能力驱动因素及持续经营能力的影响

本次交易前，上市公司的主营业务为高档品牌女装及云锦产品的设计、生产和销售，本次交易后上市公司的主营业务仍然为品牌服装的设计、生产和销售。本次交易前上市公司拥有高端女装品牌“V•GRASS”和云锦品牌，交易完成后上市公司将新增中高端时尚品牌 Teenie Weenie。

上市公司本次并购交易标的主营业务为Teenie Weenie品牌服装及相关产品的设计、品牌运营和销售，Teenie Weenie品牌产品涵盖女装、男装、童装、配饰、家居等多个领域，构成了完整的产品组合。通过本次交易，上市公司将涉足男装、童装、配饰等服装行业细分领域，实现产品定位、设计风格多样化，目标市场群体将得到扩大，有利于上市公司进一步丰富产品线，提高品牌影响力。本次交易完成后，上市公司的主营业务将形成高端女装品牌“V•GRASS”、云锦品牌和中高端时尚品牌Teenie Weenie三足鼎立之势，丰富了上市公司盈利增长点，增强公司盈利能力的可持续性和稳定性。

2、本次交易完成后上市公司的竞争优势

上市公司的“V•GRASS”和云锦品牌以及交易标的的Teenie Weenie品牌均在服装行业内具有良好的品牌声誉，本次交易完成后，上市公司和交易标的将充分利用各自的市场资源、营销渠道、销售团队等拓展对方的客户群体，进一步提高双方品牌的知名度和市场口碑，提升双方在各自细分领域的市场份额，实现双方经营业绩的共同成长。同时，上市公司将积极利用自身积累的管理优势、品牌优势和资金优势等优势资源，结合Teenie Weenie品牌业务的特点，加快实施品牌营销、生产、销售、财务管理、质量控制等方面的融合，加强双方在营销网络和管理团队等资源的共享，推动Teenie

Weenie品牌业务不断稳步发展壮大，进一步释放协同效应，提升上市公司的盈利能力，以增厚公司整体业绩。

3、本次交易完成后上市公司的竞争劣势

根据本次交易结构，标的资产将注入甜维你，本次交易完成后甜维你将成为维格娜丝的子公司，未来从公司经营和资源整合的角度，上市公司和甜维你仍需在企业文化、公司治理结构、员工管理、财务管理、客户管理、资源管理、制度管理以及品牌营销等方面进行一定的融合。如果整合措施实施不当，整合过程中可能会对上市公司和甜维你的正常业务发展产生不利影响。

本次交易完成后，预计上市公司负债将会大幅增加，以2016年6月30日为基准日，预计公司资产负债率由8.34%上升至超过70%。因此，本次交易完成后，如公司非公开发行股票融资不能顺利实施，公司负债可能较交易前有较大幅度上升，进而影响公司的正常业务发展。

（三）本次交易对上市公司盈利能力的影响

根据交易标的未经审计的模拟财务报表数据，2014年、2015年、2016年1-6月，交易标的营业收入分别为214,556.73万元、210,166.96万元、99,110.20万元，基本保持平稳，营业收入规模较大；报告期内，交易标的毛利率维持在较高水平，约为70%，交易标的出众的盈利能力主要体现在以下三方面：

1、品牌知名度高，产品覆盖面广

TEENIE WEENIE品牌扎根中国十余年，是最早期成功进入中国的外国时尚服装品牌之一，也是目前国内领先的中高端时尚休闲服装品牌，其标志性的小熊形象已经深入人心，尤其受到年轻人的追捧。TEENIE WEENIE品牌主要由16只造型各异的卡通小熊组成熊家族，每个卡通小熊的造型、设计理念、成长故事均针对特定的细分市场，因而能够有效扩大市场受众并覆盖多个年龄层，同时，TEENIE WEENIE品牌产品涵盖女装、男装、童装、配饰、家居等多个领域，构成了完整的产品组合以进一步贴近并融入到目标人群的日常生活。TEENIE WEENIE品牌在国内经过十余年的发展，已经形成强大的品牌号召力，在国内培养出一大批忠实粉丝，目前登记成为TEENIE WEENIE品牌VIP客户的人数接近400万，外加新生代和年轻白领等潜在客户构成了数量庞大的“熊粉”家族，为TEENIE WEENIE品牌的传承和进一步发展提供了坚实基础。

2、成熟完善的销售网络

历经多年发展，TEENIE WEENIE品牌业务在国内构建起成熟完善的销售网络。截至2016年6月30日，TEENIE WEENIE品牌已经成功进驻多个重点城市商圈及商场，基本涵盖国内主要城市和地区，其中对长三角、珠三角、京津冀等国内战略重要经济区域基本完成全覆盖。同时，依托良好的品牌声誉和高知名度，TEENIE WEENIE品牌在渠道业务中拥有较高的议价和谈判能力，有利于为品牌旗下直营店争取更低的商场扣点率和更好的楼层位置，推动TEENIE WEENIE品牌业务获得更高的毛利水平。

3、精细化管理和全球化生产模式

交易标的对供应链和生产环节进行精细化管理，以充分发挥国内快速反应生产和国外低成本采购的优势。为进一步降低生产成本，TEENIE WEENIE品牌在采取全外包生产模式的基础上，成为国内最早采用全球化生产的时尚服装品牌之一。从2013年起，交易标的主要生产加工服务逐步从国内向越南、印尼等东南亚地区国家转移，一方面利用国外更为廉价的资源获得成本优势，另一方面实现外包生产厂商更加多元化从而提高采购议价能力。报告期内，交易标的持续对供应链进行优化，进一步提升品牌产品盈利能力。

针对上述交易标的的盈利特点，上市公司将积极利用自身积累的管理优势、品牌优势和资金优势等优势资源，结合Teenie Weenie品牌业务的特点，加快实施品牌营销、生产、销售、财务管理、质量控制等方面的融合，加强双方在营销网络和管理团队等资源的共享，推动Teenie Weenie品牌业务不断稳步发展壮大，进一步释放协同效应，提升上市公司的盈利能力，以增厚公司整体业绩。

（四）本次交易对上市公司关联交易的影响

本次交易前，上市公司与标的公司及交易对方之间不存在关联交易。本次交易后，一方面，公司将继续保持交易标的原来的生产经营模式，与衣念香港及其关联方在一定时间内继续保持销售、采购业务关系；另一方面，本公司控股股东、实际控制人可能存在为本次重组借款提供担保的情况。除以上两方面，上市公司不会增加日常性关联交易。

（五）本次交易对上市公司同业竞争的影响

本次交易完成后，上市公司的控股股东、实际控制人均不发生变化。上市公司本次通过收购Teenie Weenie服装品牌及相关的资产和业务，将增加Teenie Weenie女装、

男装、童装、配饰、家居、餐饮等业务，与控股股东、实际控制人不存在经营相同业务之情形。因此，本次交易不会产生同业竞争。

（六）本次交易对上市公司治理结构和独立性的影响

本公司已按上市公司的治理标准建立了以法人治理结构为核心的现代企业制度，并不断改进和完善，形成了较为规范的公司运作体系。本次交易完成后，本公司将依据相关法律法规和公司章程的要求，继续完善公司法人治理结构及独立运营的公司管理体制，继续保持公司的业务、资产、财务、人员和机构的独立性，切实保护全体股东的利益。

（七）本次交易对上市公司未来发展计划的影响

未来，公司将围绕高端女装品牌“V•GRASS”、云锦品牌和中高端时尚品牌Teenie Weenie三大业务，形成品牌业务联动，实现协调发展。本次交易完成后，上市公司将维持交易标的现有管理团队，实现Teenie Weenie品牌业务的平稳发展。上市公司凭借资金、资源、管理等优势为Teenie Weenie品牌业务开拓和维系提供足够的支持，并力争与Teenie Weenie品牌业务在渠道、市场、人才、供应链等方面形成良好协同，促进上市公司综合价值的长远提升。

二、交易标的行业特点和经营情况

（一）行业概况及发展前景

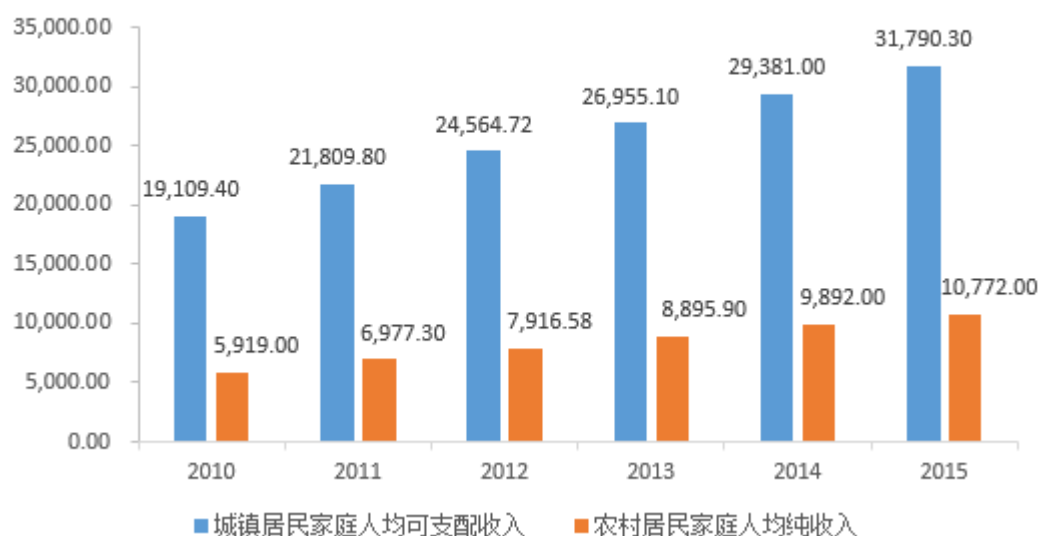
目前，我国拥有约13.71亿人口的庞大消费人群，随着居民收入水平的提升，我国已成为全球最重要的服装消费市场之一。

1、我国服装行业发展概况

（1）我国服装行业保持快速增长

随着我国经济总量的不断提高，城乡居民的收入水平持续增长。根据Wind资讯，全国城镇居民家庭人均可支配收入由2010年的19,109.40元增长到2015年的31,790.30元，年复合增长率10.72%；全国农村居民人均纯收入由2010年的5,919.00元增长到2015年的10,772.00元，年复合增长率12.72%。

我国城镇居民人均可支配收入、农村居民人均纯收入持续增长
(单位：元)

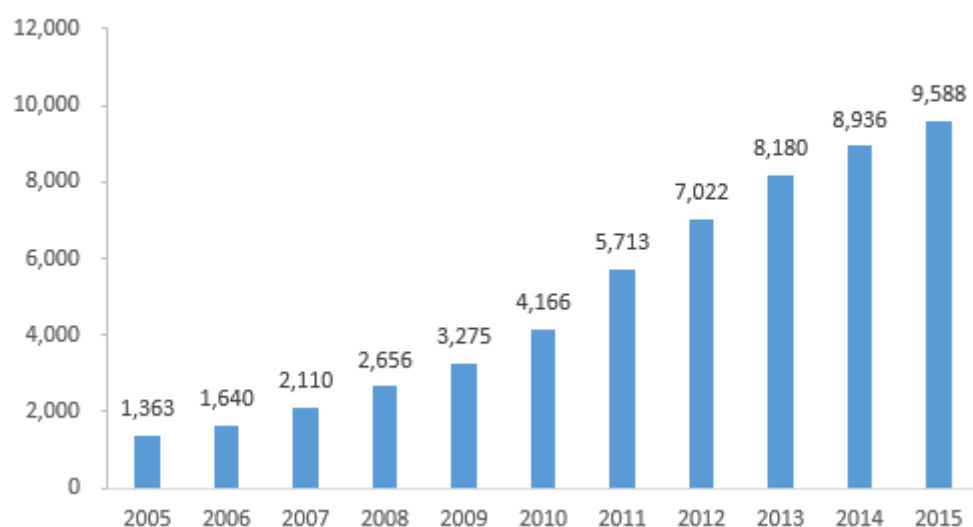


数据来源：Wind资讯

同时，我国城镇化进程持续推进。国家统计局数据显示，2015年，中国城镇人口约为7.71亿人，农村人口约为6.03亿人。城镇人口占全国总人口的比例由2009年48.34%增长至2015年的56.10%。城镇居民衣着消费支出远高于农村居民，2015年，我国城镇居民人均衣着消费支出1,701.13元，是农村居民人均衣着消费支出的3.09倍。随着我国城镇化水平不断提高，城镇人口快速增加，我国服装类产品的消费需求潜力巨大，我国城镇化将推动服装行业进入快速发展阶段。

服装是生活必需消费品，随着城市化的发展和人均可支配收入的提高，我国服装行业销售额相应快速增长。根据Wind资讯，2005年至2015年，我国限额以上服装零售总额从1,363亿元增加至9,588亿元，增长率均值为21.85%，高于同期GDP增长率均值。伴随居民收入水平提升、消费观念转变，居民将更加注重个人的着装消费，预计我国服装市场具有广阔的发展空间。

限额以上企业服装零售额（单位：亿元）

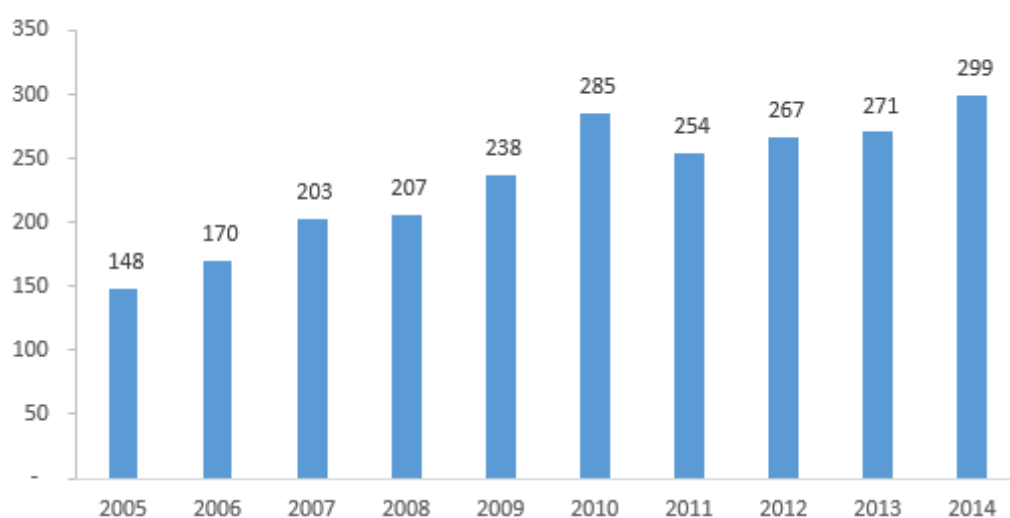


数据来源：Wind 资讯

（2）我国服装行业的供给情况

2014年，我国服装总产量达299亿件。我国服装供给充足，但产品的档次和附加值普遍较低，在中高档休闲服装领域，有较强自主设计能力和品牌运作能力的服装企业相对较少。

我国服装产量（单位：亿件）



数据来源：Wind 资讯

2、我国服装行业发展特点

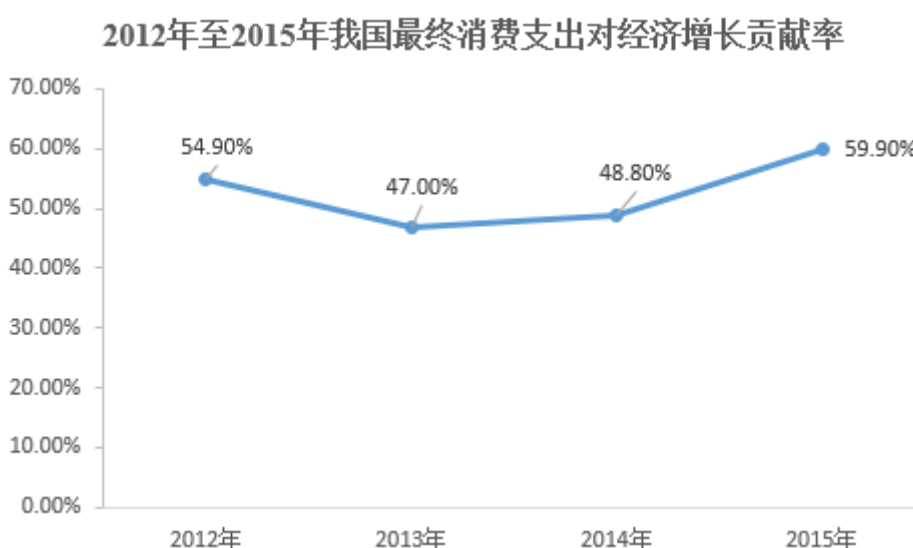
（1）中高档休闲服装是服装市场重要组成部分

按照使用场景，服装主要分为正装、休闲装及运动装三大类。其中，休闲服装涵

盖的品类和所适用的场合最为广泛，是人们工作、学习、旅游、社交等的常用穿着。按照产品的零售价格及品牌定位，成人休闲服装可进一步划分为低档、大众、中高档和高档等多种类别。其中，中高档休闲服装通过较强自主设计能力和品牌运作能力，以较为合理的价格满足消费者的个性化需求，吸引了众多的消费者，成为服装市场重要的组成部分。

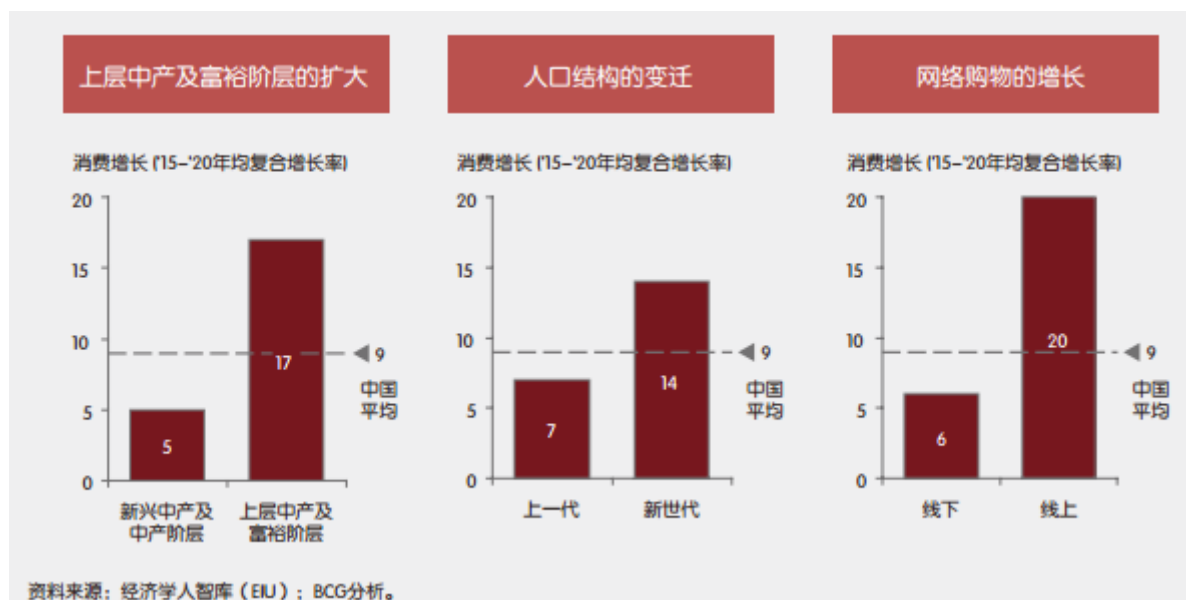
（2）消费升级，中高端服装市场前景更为广阔

近年来，中国的经济结构转型初见成效。“十二五”时期，在投资增速回落和外贸遇冷的情况下，消费为我国经济实现稳定增长起到了关键作用。据国家统计局的数据显示，2015 年最终消费支出对经济增长的贡献率达到了 59.90%，较 2014 年提高 11.10 个百分点，成为拉动中国经济发展的重要力量。中国经济开始从以投资为主导向以消费为主导转型。



资料来源：国家统计局

在 2016 年年中，尽管其他市场经历放缓和波动，但中国的消费依然保持强劲。根据波士顿咨询公司（BCG）的报告显示，2016 年第一季度，中国家庭的名义消费增长率达到 9.3%，去年同期为 8.6%，增长速度超过 2015 年全年。从实际增速的角度来



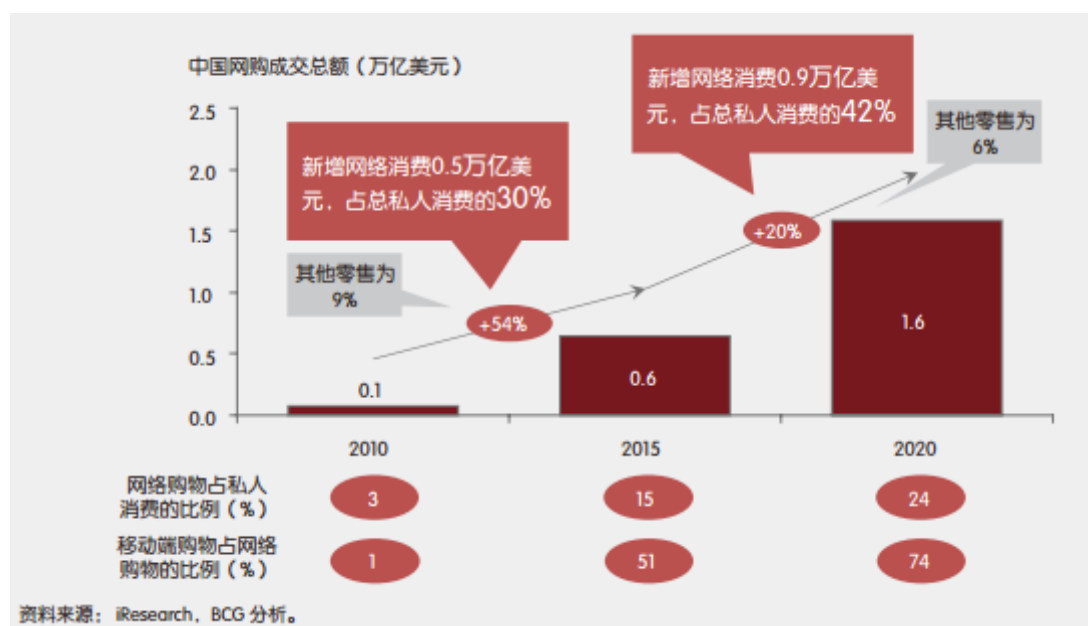
看，中国的消费增长将保持稳定。未来推动消费增长将有三种新的力量：上层中产及富裕阶层消费者、新世代（生于 80、90 和 00 年代的中国人）消费者及网络购物。在上述三种力量的影响下，未来的消费重点也会发生转移，消费者对于中高端产品及服务的需求激增，未来中国消费者的消费观念也将从“满足日常需求”转变为“改善生活品质”。

随着居民可支配收入的增长和消费的不断升级，消费者对服装的消费理念也正在发生变化，服装消费更加强调服装的舒适性、个性化、时尚化、文化内涵等因素。上层中产及富裕阶层消费者、新世代消费者更加偏向选择符合自身经济基础、身份地位、性格特点和审美的服装品牌，服装消费观念的转变强化了消费者对品牌服饰的消费需求，提高了对中高端品牌服饰的需求，中高端服装市场的前景更为广阔。

（3）网络购物将打开服装新市场的大门

近年来，中国消费经济最具革命性的发展趋势就是网络购物的惊人增长。根据波士顿咨询公司（BCG）的报告显示，2010 年我国只有 3% 的私人消费来自于线上，而 2015 年我国的网络购物者总数大约是 2010 年的 3 倍，达到 4.1 亿，其线上消费的金额也达到了 2010 年的 3 倍左右，线上渠道的消费总额已占 2015 年私人消费总额的 15%。未来，网络购物必将成为中国非常重要的零售渠道。

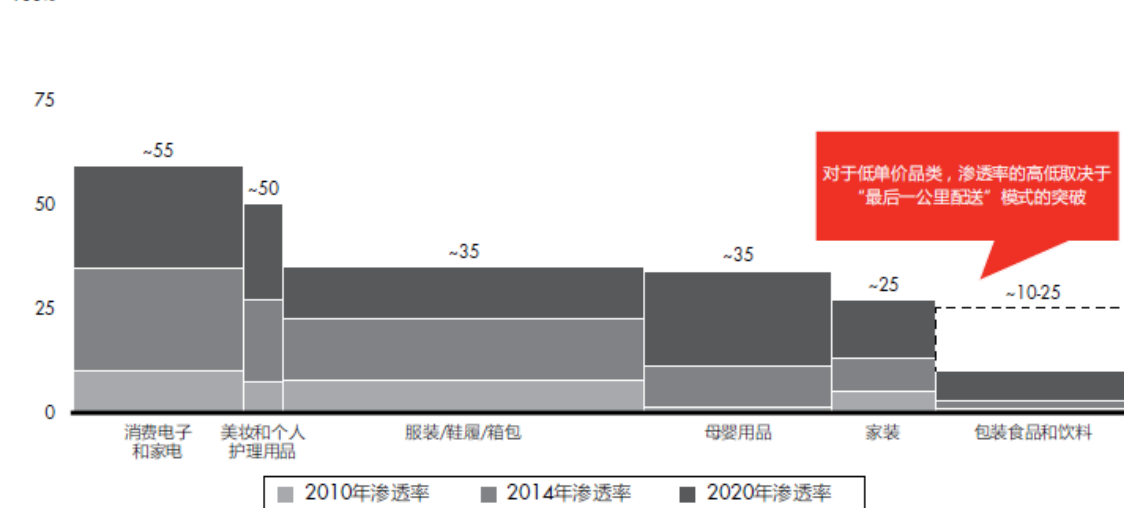
未来，42%的私人消费增长将来源于网络消费



目前我国网络零售市场份额的增长主要集中在其中六大商品品类：服装、家电和消费电子产品、母婴用品、食品、家居、美妆及个人护理，该六大商品品类贡献了 60% 的市场份额。未来五年，服装类的线上零售渗透率预计会保持增长，服装行业网络销售市场空间广阔，网络购物将为服装市场打开新的大门。

中国特定品类的线上渗透率

2014年特定品类的总零售规模≈10万亿元



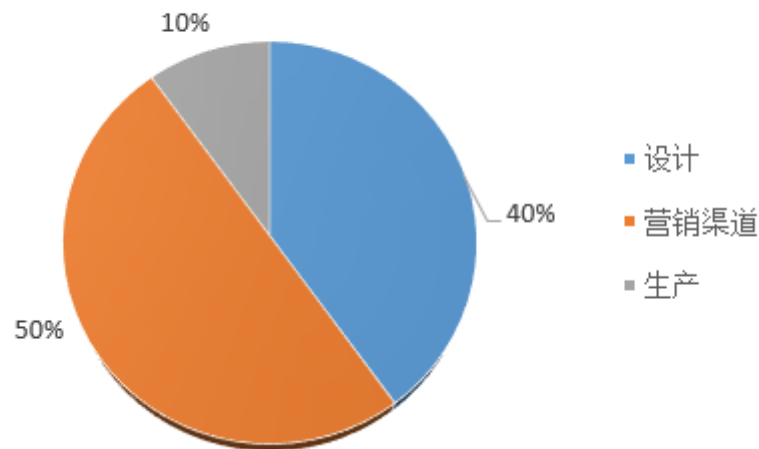
注：消费电子包括电脑、手机、照相机和电子配件；家电包括空调、冰箱、电视机、电吹风、吸尘器；家装包括家具和其他软装，但不包括家居用品
资料来源：摩根士丹利；艾瑞咨询；欧睿信息咨询；国家统计局；CEIC；行业分析师和在线平台运营商访谈；贝恩估算

（4）品牌、渠道竞争逐渐取代传统加工制造的竞争

在服装价值链上，设计约占40%，营销渠道约占50%，生产约占10%。也即设计和营销处于价值链的顶端，生产加工处于价值链的底端。强大的品牌影响力和良好的终端渠道越来越重要，过去单纯依靠制造环节低成本的价格优势占领市场的竞争模式

将逐渐退出历史舞台。

服装产业价值链分布



资料来源：中国服装协会网

3、我国女装行业发展特点

女装行业是服装行业的重要子行业，与男装行业相比，女装行业集中度相对较低。随着国内消费市场规模不断扩大，消费加速升级，越来越多的国际女装品牌进入国内市场，加剧了国内女装行业的竞争。国内女装行业发展的主要特点如下：

（1）女装市场更加细分化

随着我国居民收入水平的提高和消费不断升级，女性消费者对服装的个性化需求越来越高，不同类型的消费者穿着品位差异也逐步增大，因此，女装市场日趋细分化。女性消费者越来越追求与自己身份和喜好相符合的服装产品，因此，只有定位明确的女装品牌才更容易得到消费者的认同，清晰的市场定位也是产品提升市场占有率的基础。

（2）国内女装企业的设计水平有待提升

相比于国际领先服装企业，设计是中国服装企业的普遍弱点。我国现代服装设计起步晚，设计水平相对比较落后；而且国内的女装企业缺乏完善的设计师培养机制，使得中国的女装设计水准很难提升到一个新台阶。目前中国还没有真正具备世界影响力的服装设计师。相比于男性，女性消费者对服装设计更为关注，因此，大力提升设计水平的女装企业将更有可能获得消费者认可，在未来的市场竞争中占据领先地位。

（3）国际品牌加速进入国内市场

随着我国经济的持续增长和居民收入的增加，中国女装消费需求呈现多样化，女装市场的竞争也越来越激烈。在国际一线品牌CHANEL、Louis Vuitton、DIOR、

BURBERRY等进入国内市场后，一些快时尚服装品牌UNIQLO、GAP、ZARA、H&M等也陆续登陆中国市场。这些企业在资金、人才、设计等方面优势明显，拥有一套商品策划、设计、生产、零售完整的运营模式。

国际品牌的加速进入，一方面加剧了行业的竞争，为国内女装企业带来一定的经营压力；另一方面强化了消费者的品牌消费意识，使品牌消费逐渐成为服装消费的主流，为国内品牌服装企业创造了更好的发展空间。

4、我国男装行业的发展概况

（1）男装行业的产品结构

在男装的不同着装场合来看，男式正装的历史最悠久，发展也最平稳。商务正装一直以来占据了男装消费较高的市场份额，但是近年来增速有所减缓。商务正装其穿着场合相对少，消费人群相对小，市场容量有限，且经多年发展已近成熟，所以目前正装的增速较慢，在男装市场的份额也逐步下降。

随着社会发展，服装的穿着场合愈发细分，人们也更加注重休闲和半休闲场合的装扮，成为在正装和运动装之后快速发展的服装类别。由于购买人群和穿着场合的范围比较大，休闲装的销售增速将随着经济和社会发展而进入高峰期。

（2）时尚化和个性化的男装品牌才能满足消费者的诉求

中国年轻一代的巨大购买力和人们对时尚的追求是推动时尚休闲男装市场增长的主要原因。在国外，男装的商务化、休闲化和时尚化已经融为一体，更多的有品位的男人在追求服装的个性化与时尚化。男士在选择服装时，除了考虑功能性的要求之外，更多的会将服装作为传达自身个性或者品味的方式。同时考虑服装与所处的环境的融合性，会根据不同的场合选择不同的服装，并且通过款式与颜色的变化传达信息。

随着国际服装品牌进入中国市场，紧跟国际流行趋势、多样化、时尚化、个性化已经成为中国男装发展的主要方向。

5、我国童装行业的发展概况

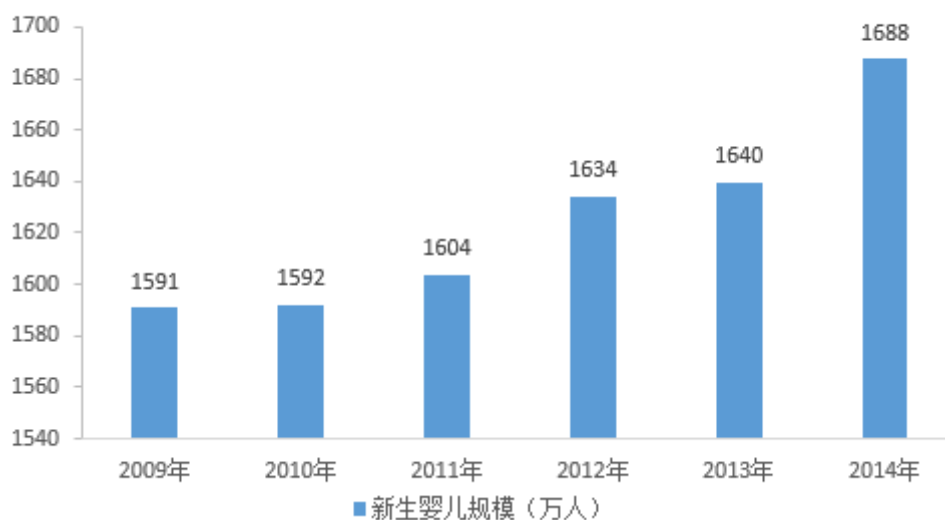
近些年来，我国的童装消费规模不断扩大，随着二胎开放和消费升级，童装市场的快速增长显得尤为突出，已成为服装行业发展的一个新兴增长领域。

（1）童装行业需求增长加快，市场空间较大

2015年10月29日，在中国共产党第十八届中央委员会第五次全体会议审议通过了《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十三个五年规划的建议》，提出“全面实施一对夫妇可生育两个孩子的政策”。自2013年我国局部开放二胎政策以来，中国新

生婴儿数量开始开启了高速增长模式。

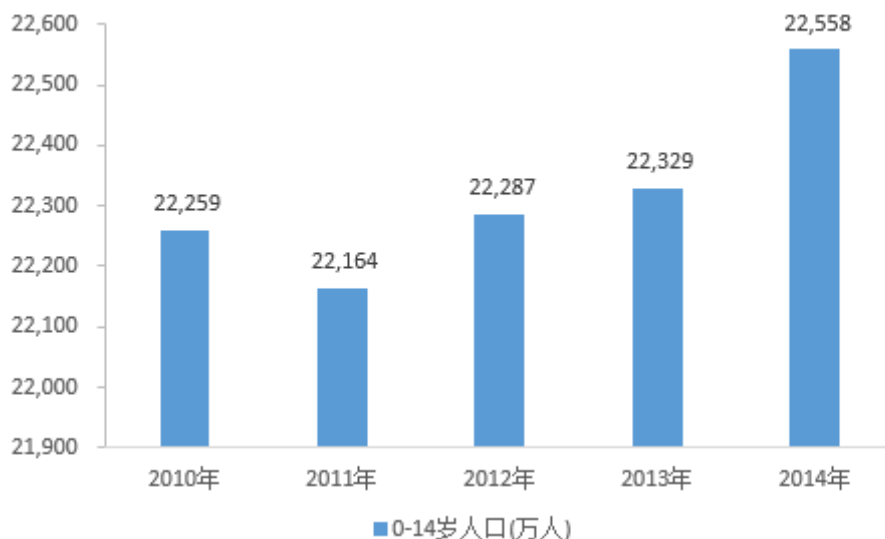
2009-2014年中国新生儿数量规模



资料来源：国家统计局

在2013年局部开放二胎政策后，新生儿数量增加，2014年0-14岁人口增长率达到1%，占总人口的16.49%。随着二胎政策的落地与推广，我国婴童数量将保持增长趋势，持续增长的婴童数量给童装市场带来更大的市场空间。

2010年至2014年0-14岁人口数量规模



资料来源：国家统计局

(2) 收入增长和消费升级，童装消费规模扩大

随着我国经济总量的不断提高，城乡居民的收入水平持续增长。根据Wind资讯，全国城镇居民家庭人均可支配收入由2010年的19,109.40元增长到2015年的31,790.30元，全国农村居民人均纯收入由2010年的5,919.00元增长到2015年的10,772.00元。随

随着我国城乡居民人均可支配收入水平不断提高，增强的消费能力为婴童产业的繁荣提供了保障。

除我国城乡居民人均可支配收入水平不断提高外，“80后”、“90后”进入婚育高峰期也进一步促进婴童消费规模的快速增长。“80后”、“90后”多数为独生子女，成长环境优越，对生活品质要求更高，更加注重优生优育的育儿观念，喜欢把自己的孩子打扮的时尚漂亮。80、90年代的父母已成为了现代家庭的消费决策主体，同时，通过长期的收入水平提升，以及目前主流的“4+2+1”家庭结构，现代家庭的孩子的消费支出有两代人的财富积累为基础，放大与促进了童装的消费需求。目前，童装消费已经成为家庭消费的重大支出之一，童装消费集中地体现了家庭支出的消费升级。“4+2+1”或“4+2+2”的家庭结构和品牌意识增强的消费观，将催生以一种以儿童主导消费的新型文化。

（3）童装行业尚处成长期，未来市场空间巨大

与男装、女装等服装品类相比，我国童装行业起步较晚，国内专业童装企业普遍于上世纪90年代中期以后开始发展。从产业生命周期的角度来看，我国童装行业尚处于成长期阶段，市场需求增长迅速，成长空间巨大。

6、我国配饰行业的发展概况

随着人们对个人形象的重视以及时尚意识的强化，服装配饰被视为必备的时尚装备，并可以同多种服饰、季节和场合完美搭配。

在国内，服装配饰行业所占的市场份额相对较小，还处在初创期。近年来，随着我国居民收入水平的提高和消费不断升级，消费者对服装及其配饰的个性化需求越来越高，不同类型的消费者穿着品位差异也逐步增大，消费者越来越追求与自己身份和喜好相符合的配饰产品。随着中产阶级人数的增加和人均可支配收入的增长，中高档配饰相比大众市场增长更快。对于年轻客户来说，中高档配饰具有巨大的市场需求。

（二）行业竞争格局

1、女装行业的竞争格局

国内女装行业是一个充分竞争的行业。由于女性消费者更加注重服装的时尚化和个性化，因此，与男装相比，女装行业品牌数量更多，市场集中度较低。

随着国际一线品牌CHANEL、Louis Vuitton、DIOR、BURBERRY等陆续进入中国市场，快时尚品牌UNIQLO、GAP、ZARA、H&M等最近几年也纷纷在国内设立销售

终端，加剧了国内服装消费行业的竞争。

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

目前，国内中高档女性休闲服装市场已呈现出全球品牌参与竞争的格局，我国中高档女装市场已形成一些知名的高档女装品牌，具有独立的研发设计能力、形成独特的风格和品牌形象、建立起销售渠道，在国内拥有一批较为稳定的消费群体。

2、男装行业的竞争格局

（1）男装行业属于完全竞争行业，行业内竞争较为激烈

中高档休闲男装作为男装的一个细分行业，和整体男装行业同属于完全市场化竞争行业，行业内企业和品牌数量众多，竞争激烈。近几年国外品牌纷纷进入中国市场，极大地加剧了国内市场的竞争激烈程度。国际一线品牌拥有资金、品牌和设计等方面的优势，走高端、高价位的道路，在一二线中心城市具备强大的竞争优势。目前已进入中国中高档男装市场的国际品牌包括Giorgio Armani、Ermenegildo Zegna、Cerruti 1881、Dunhill、Hugo Boss等。

（2）品牌的竞争成为主要竞争形式

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

3、童装行业的竞争格局

虽然我国童装市场潜在的空间与容量巨大，但因起步较晚，目前童装市场集中度较低。

较低的市场集中度给童装品牌带来了机会。由于还没有形成完整的竞争格局，我国童装市场目前品牌众多，行业竞争较为激烈。除了众多的专业童装品牌外，随着成人服装市场趋于成熟以及童装市场相对快速的增长，众多国内外成人服装品牌企业也纷纷加入该市场，加剧了行业竞争。

4、配饰行业的竞争格局

我国的服装配饰行业发展仍处于初创期，其行业竞争相对而言仍然处于初级状态。目前行业内暂时还没有领先的国内品牌，企业的市场份额占有率相对低，缺乏较强的品牌推广能力。而服装配饰设计起步较晚，其整体的设计水平也相对比较落后，而且国内配饰行业的竞争者缺乏完善的设计师培养机制，其设计人才相对匮乏。现阶段，对于国内服装配饰企业而言，快速提升设计师服装配饰的设计才能，才能够在日益激烈的竞争市场中立于不败之地。

（三）行业利润水平变动趋势及原因

从事品牌经营的服装企业拥有自主设计能力和终端渠道，能够确保企业获得较高的附加值，毛利率大幅高于传统服装制造行业。从主要中高档休闲服装国内拟上市公司2013年至2015年的情况来看，以品牌产品销售为主的公司毛利率较高。

拟上市公司主要休闲服装品牌	毛利率		
	2015 年	2014 年	2013 年
拉夏贝尔（HK）	68.10%	68.70%	68.80%
太平鸟	54.24%	53.51%	51.82%
日播时尚	-	58.84%	58.73%
地素时尚	-	73.74%	72.80%
平均	61.17%	63.70%	63.04%

注：数据来源于Wind资讯；毛利率=毛利/营业收入。

（四）行业发展的有利和不利因素

1、行业发展的有利因素

（1）国家产业政策支持

虽然我国是一个服装大国，但一直以来都处于产业链的下游，附加值低。因此，我国相继出台了一系列相关的产业支持政策，如《关于加快纺织行业结构调整促进产业升级若干意见的通知》、《纺织工业调整和振兴规划》、《关于加快推进服装家纺自主品牌建设的指导意见》、《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十三个五年规划的建议》等，积极推动服装产业结构的升级调整，是国家产业政策扶持的重点。

（2）品牌服装的市场需求持续快速增长

随着我国人均GDP增长，2015年我国人均GDP已达4.94万元，居民消费进入快速

增长和结构升级阶段，品牌服装也将迎来巨大的市场需求。根据Wind资讯的数据，2004年至2012年，我国限额以上批发零售企业服装零售额保持20%以上的速度增长，呈现快速增长态势。我国中产阶级及富裕消费者预计将由2010年的1.5亿人增长至2020年的4亿人。消费升级和中产阶层的扩容将带动品牌服装的需求持续增长。

（3）品牌消费逐渐成为服装消费的主流

传统的服装消费更多地关注商品的使用价值，强调保暖、遮盖、耐穿等因素。随着居民可支配收入的增长和居民消费的不断升级，居民对服装的消费理念也正在发生变化，服装消费更加强调服装的舒适性、个性化、时尚化、文化内涵等因素。居民从购买标准统一的服饰逐步转变为选择符合自身经济基础、身份地位、性格特点和审美的服装品牌，服装消费观念的转变强化了居民对品牌服饰的消费需求，提高了对中高档品牌服饰的需求。

（4）电商渠道崛起为行业发展提供新的想象空间

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

2、行业发展的不利因素

（1）国内服装市场竞争日益激烈

随着经济的持续增长，中国服装消费市场的迅速增长，在部分女装顶级国际品牌早先进入国内市场后，一些定位较低的平价时尚品牌也陆续登陆中国市场，中国已经成为国际时尚品牌的重要市场。

国际时尚品牌的进一步参与将使得国内中高档时尚休闲服装市场的竞争更为激烈。这些企业在资金、人才、设计等方面优势较为明显，拥有一套商品策划、设计、生产、零售完整的运营模式。国际时尚品牌的陆续进入，加剧了中高档时尚休闲服装品牌服饰领域的竞争。

（2）我国服装自主设计和创新能力有待加强

我国服装行业过去以生产为主，受制于投入不足及缺乏相关人才，目前部分国内中高档时尚休闲服装企业尚未能形成清晰的商品企划思路，亦缺乏根据自身品牌定位

及时尚潮流趋势设计差异化产品的能力，自主设计和创新能力与发达国家存在一定的差异，具体表现在：第一，部分企业品牌意识不强，设计和研发投入资金不足，难以形成自己独特设计风格；第二，现代时尚产业要求服装企业对消费者喜好变化和流行趋势迅速反应，我国部分服装企业缺乏有效的创新机制，设计师对时尚敏感性不足，新品设计周期普遍较长；第三，部分服装企业缺乏完善的设计师培养机制，服装设计水准很难提升到一个新台阶。

（五）行业壁垒

1、品牌壁垒

随着中国人均收入的提高，人们对于服装价格的敏感度逐渐降低，服装行业的竞争已经进入到了品牌竞争的时代。

品牌是企业优良的产品质量、完善的售后服务、良好的产品形象、深厚的文化内涵、优秀的管理团队等因素所形成的一种综合评价和认知，是企业投入巨大的人力、物力、财力，与消费者建立起来的信任。从最先的西服套装，到后来的包括商务休闲、时尚休闲在内的休闲装，以及新兴的运动装、户外运动装等，在各个细分市场，均已经出现了领先的国际国内品牌，新进入品牌想与这些细分行业龙头进行正面交锋已经非常困难。所以在其他品牌进入之前能否建立自己的品牌知名度，是进入本行业面临的难题之一。

2、营销渠道壁垒

店铺是主流品牌服装最主要的销售渠道，但是对于讲究品牌形象的服装零售商而言，店铺的作用还包括产品展示和品牌传达。许多国际休闲时尚服装品牌甚至很少使用广告，而将店铺作为其最主要的宣传媒介。

对于以百货商场为主要销售渠道的中高端时尚休闲服装，建立营销网络首先需要得到来自商场的认可。百货商场选择楼层布局不仅考虑产品档次，也会考虑到品牌、销售额等多种因素。品牌服装开设店铺对周边的商业环境要求较高，部分服装公司通过不断提高销售渠道档次，在更高端的商场开设店铺、进驻多个重点城市高端商圈及商场，以此来提高公司及其服装品牌的影响力，黄金地段的商铺资源形成了较高的营销渠道壁垒。

3、完整供应链壁垒

在国际品牌服装企业的影响下，以生产外包为主要特征的轻资产经营模式正越来越

越多地被众多品牌服装企业所采用。由于企业部分或者完全不拥有生产设施，因此采取上述经营模式意味着企业必须拥有强大的供应链整合能力，才能保证体系的高效率运转。除此以外，企业还需建立强大的信息管理系统，对整个供应链进行监督、控制和管理，协调各方准确而同步地完成由供应链某环节的变化所触发的调整工作。因此，在通过生产外包控制经营成本的同时，企业的供应链整合能力也必须提升到一个新的层面，拥有强大的供应链整合能力形成了较高的供应链壁垒。

4、设计壁垒

研发设计能力直接决定其产品风格、品牌个性和文化内涵，是服装企业创建品牌的基石。设计水平滞后是目前制约服装企业进一步发展的瓶颈。由于研发设计能力的不足，大部分国内服装企业难以生产出具有较高识别度、时尚度的产品，不能满足中高收入消费群体的需要，制约了其潜在市场的开发。

5、管理壁垒

企业管理能力和精细程度决定了企业运作的效率和成本，对提升企业竞争力和经营效益具有重要意义。品牌服装企业管理是对设计、采购、生产、销售、物流等多方面流程进行有效整合，是企业长期经营过程中逐渐积累出来的，本行业的新进入者很难在短期内获得。

（六）行业的技术水平及其特点

1、设计研发水平

目前全球休闲服装市场的时尚及潮流以法国、意大利等欧洲国家为中心，同时北美及日韩的服装设计水平也具有较强影响力，其他国家及地区大多处于潮流跟随状态，国内休闲服装行业的设计能力总体上与国外时尚大国存在一定的差距。

在过去较长一段时间内，受经济产业的发展模式和我国服装业的发展历程的影响，我国并没有重视发展服装行业前端的设计研发工作。随着行业的发展及市场需求的变化，设计研发开始得到重视，我国服装业产业链的发展正在经历由中后端向前端转移。国内企业通过参与国际服饰市场考察，国际服饰时尚交流活动，与国际知名设计机构合作，聘请国际优秀设计师等方式，不断学习积累，提升设计能力，逐步缩小与国际领先服装品牌的差距。

2、信息技术的应用

传统服装行业产业链长、产业部门多、市场反应慢，而服装消费者对时尚型、个

性化的需求日益强烈，互联网具有无时空界限、信息量大、互动性、即时迅速、便利性、个性化塑造与满足等特点，智能技术可实现设计研发、生产制造和供应链管理等关键环节的柔性化改造。互联网和智能技术的应用，能够实现信息共享、对市场需求快速反应、降低成本、按需生产、全球采购和营销、产品创新、沟通便利、库存减少，进而实现组织的扁平化、供应链的缩短和管理的信息化、制度化。

智能制造和“互联网+”不仅能够减少被浪费的成本，还能挖掘被忽视的资源。“互联网+”是一种信息资源，信息资源不仅仅是信息技术，更是信息数据本身。在O2O、C2B的过程，服装企业对于消费者生活方式、流行趋势的把握，以及客户数据的分析、决策和随之而来的快速反应。未来服装行业的发展是线下与线上的融合，渠道零售端的融合将倒逼行业供应链的互联网改造，产品将更体现个性化，去库存、小批量多品牌的订单需求拉动服装制造供应链条向柔性生产发展。

（七）行业经营模式

品牌服装行业经过多年的发展，已形成较为成熟的经营模式，主要通过百货商场、购物中心（SHOPPING MALL）等渠道进行销售。百货商场地理位置优越，购物环境良好，中高档品牌集中，购物人流量大，有利于提升品牌形象，吸引目标客户。购物中心（SHOPPING MALL）凭借其完善的配套设施和吸引客流的能力，在品牌服装销售渠道中的地位快速上升。随着互联网和移动网络的发展，线上销售、通过微博、微信等形成线上、线下的互动，成为新兴有效的销售模式。

国内品牌服装企业的销售模式主要有直营和加盟两种：（1）直营模式是品牌企业自己建设销售渠道，直接向消费者销售产品，对销售终端的人力、财务、物流、信息流等实施统一管理；（2）加盟模式是品牌企业以许可形式将自己的商标、商号等授予加盟方使用，并批发品牌商品给加盟商，加盟商按照规定的条件销售品牌产品。直营和加盟的特点对比如下：

销售模式	优势	劣势
直营	➤ 拥有对销售网络的较强控制力，有利于品牌建设和维护 ➤ 有利于更高效贯彻营销策略 ➤ 与消费者直接沟通，有利于更全面地了解市场需求 ➤ 响应速度快，公司指令直达门店，市	➤ 供应链环节多，管理难度大 ➤ 运营所需资金量大，不利于品牌创立初期快速扩张

销售模式	优势	劣势
	场信息迅速反馈至公司	
加盟	➢ 投入资金少、资金周转较快 ➢ 可以在短时间内实现快速扩张 ➢ 有利于发挥加盟商的资源优势	➢ 经营过程中更注重短期利益，不利于品牌形象维护 ➢ 营销策略较难贯彻 ➢ 响应速度较慢

在直营模式下，服装企业对销售终端的控制力强，响应速度快，有利于贯彻品牌战略，维护品牌形象，因此，国际一线时装品牌大多以直营销售为主。

（八）行业的周期性、季节性和区域性特征

1、行业的周期性

总体而言，服装消费，尤其是品牌服装的消费与经济周期的波动存在一定联系。在经济快速增长的上升周期中，消费者的收入水平提升带动其服装消费需求增长及消费升级，而经济增速放缓甚至衰退的周期中，服装消费需求受到一定抑制。

2、行业的区域性

区域性方面，我国服装行业呈现两个特点：一、北方由于四季较为分明，秋冬款服装的上架时间均早于南方；二是东南沿海地区 and 一二线城市由于经济较为发达，对服装尤其是中高档服装的消费需求较之其他地区更为集中。

3、行业的季节性

服装消费存在着一定的季节性波动，尤其是对于中高档品牌服装而言，除了季节更替引起的必要需求外，由于产品具有较为突出的时尚潮流因素，其换季置装的需求更为突出。一般而言，由于第一季度、第四季度服装面料成本和售价较高、节日消费集中，因此第一季度、第四季度相对处于旺季。

（九）与上下游行业之间的关联性及对本行业的影响

服装行业的上游为面料行业。面料风格、品质对服装的风格与档次影响较大。近年来，我国服装面料技术创新、产品性能、产品设计等方面均有大幅提升。一批具有自主知识产权的原创性技术得到推广应用，极大地促进了纺织面料行业的发展，降低了服装行业对进口面料的依赖度。但我国面料技术水平与国际先进水平相比仍有明显差距，如流行色鲜艳度不足，织物结构及外观风格有明显差距，手感及功能不能满足要求；质量、批量稳定性和重现性较差等。我国面料行业发展相对滞后使得中高档服

装仍较多的使用进口面料。

服装行业的下游为终端消费者。宏观经济景气度、消费者的收入水平、受教育程度、年龄、职业、性格特点等都会影响消费者对服装价格、设计风格、品质等的选择。总体而言，目前我国消费者对服装的消费表现以下特征：第一，随着收入水平的提高，消费者选择服装时更关注服装品质，追求个性化、时尚化的产品；第二，中高收入消费者对价格的敏感性较低，更关注服装的款式、色彩和舒适度；第三，注重消费体验，关注购物环境。

三、交易标的的行业地位及核心竞争力

（一）交易标的的行业地位

Teenie Weenie品牌1997年成立于韩国，2004年引入中国市场，以其标志性的小熊形象和出众的设计闻名于世，目前已成为领先的中高端时尚休闲服装品牌。Teenie Weenie品牌拥有包括女装、男装、童装、配饰、家居和餐饮的完整品牌组合，其服装品牌深受年轻人的喜爱，通过多样的卡通形象造型、轻松自然的设计风格和舒适柔和的质地使其拥有近400万名忠诚顾客，具有较高的市场知名度和美誉度。

Teenie Weenie品牌通过多种渠道开展其业务，包括百货商场、购物中心、奥特莱斯、电商渠道等，截至2016年6月末，Teenie Weenie品牌设立各类店铺1,425家，其中直营店铺占比91.65%，店铺覆盖了国内一、二、三城市的主要中高端销售渠道，已在上海恒隆、北京王府井、北京翠微、深圳茂业、南京金鹰等中高档商场或购物中心开设店铺。Teenie Weenie品牌年收入超过20亿。

Teenie Weenie 品牌目前在国内中高档休闲服装市场上的主要竞争对手情况如下：

公司名称	主要产品品牌	基本情况
赫基（国际）香港有限公司	Ochirly、Five Plus、Trendian、Miss Sixty等男女时装品牌	成立于1999年，公司旗下品牌已在华东、东北、华中、华北等四大区域的大中城市的中高端商场拥有多家店铺
绫致时装（天津）有限公司	ONLY 、 VERO MODA 、 SELECTED 和 JACK&JONES 等休闲时装品牌	于1975年始建于丹麦，主要经营设计和销售适合都市女性、男性、儿童及青少年的流行时装和饰品。该集团于1996年进入中国并成立绫致时装（天津）有限公司，在华经营 ONLY 、 VERO MODA 、 SELECTED 和 JACK&JONES 四个主要品牌
I.T Limited	Izzue、b+ab、5cm、double-park 和 French Connection 等休闲时装品牌	2005年I.T集团于联合交易所主机板上市（港交所：0999），逐步发展成为亚洲最大规模的时装集团之一，I.T集团拥有众多品

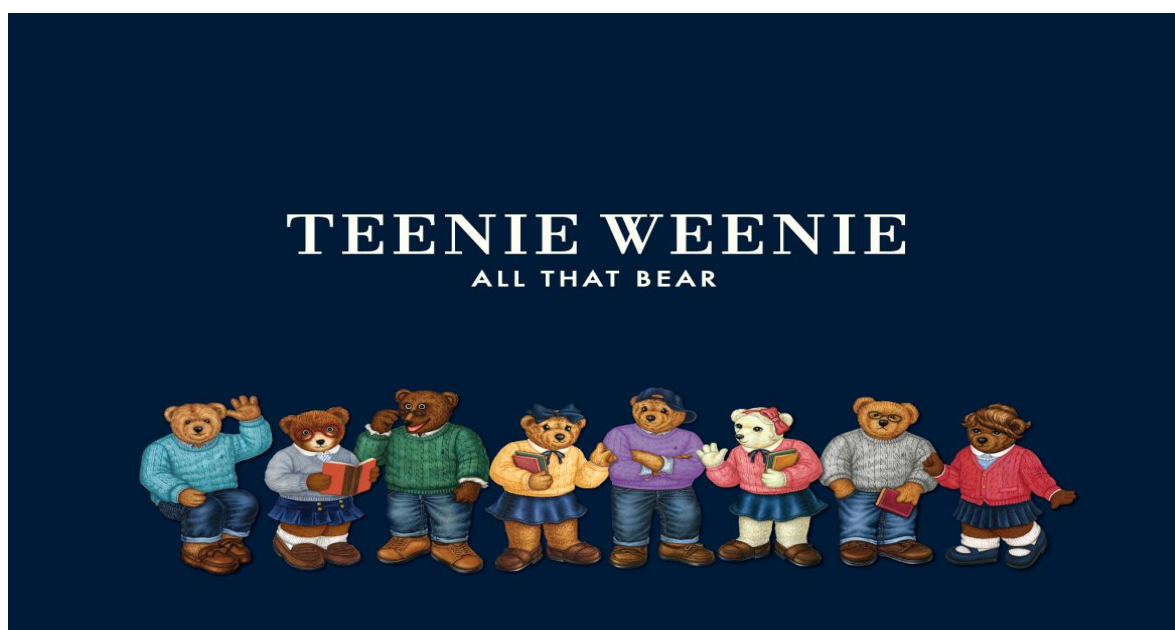
公司名称	主要产品品牌	基本情况
		牌及多层次销售, 引导时装服饰零售市场潮流。
宁波太平鸟时尚服饰股份有限公司	PEACEBIRD 女装、PEACEBIRD 男装、乐町 LED'IN 女装、MATERIAL GIRL 女装、AMAZING PEACE 男装、贝诗宝男装、Mini Peace 童装等	成立于1995年, 服装品牌覆盖女装、男装和童装系列, 目前已预先披露首发上市招股书
上海拉夏贝尔服饰股份有限公司	La Chapelle、Puella、Candie's、7.Modifier及La Babité等多个时尚女装品牌, Vougeek、POTE等时尚男装品牌及La Chapelle Kids童装品牌	成立于2001年, 公司采取全直营销售模式, 直接控制和经营所有线下零售网点和线上业务, 目前已预先披露首发上市招股书
地素时尚股份有限公司	公司目前拥有“DAZZLE”、“DIAMOND DAZZLE”和“d'zzit”三个自有品牌,	成立于2002年, 公司围绕中高端品牌时装的定位, 先后推出“DIAMOND DAZZLE”以及“d'zzit”品牌, 目前已预先披露首发上市招股书

资料来源: 上述企业网站、预披露招股说明书、上市公司公告

(二) 交易标的的竞争优势

1、享有较高辨识度和知名度的品牌形象优势

Teenie Weenie品牌作为较早进入我国的卡通形象服装品牌, 围绕小熊家族众多高知名度原创性形象开展品牌营销并不断丰富其形象, 品牌辨识度高, 培养出一批忠实的品牌粉丝。不同于其他卡通服装品牌形象较为单一, Teenie Weenie品牌为小熊家族每位成员都设计了独特的形象和故事, 并围绕小熊家族的故事开发适合不同季节、不同场合的产品, 使品牌形象丰富、立体、富有趣味, 并有较大的延展性和较多的发展空间。



Teenie Weenie品牌以美国东部的一个熊家族为故事背景，以拟人化的熊作为主人公，产品主要彰显以美式贵族风格为基础的设计风格，面向注重服装的时尚性和个人情感表达的中高收入时尚年轻人群，品牌卡通形象与产品风格、目标客户群的性格特点高度切合，具有较高的品牌形象优势。

2、整合韩国文化的美国校园风格

近年来，韩国时尚潮流在亚洲服装行业掀起一股热潮，Teenie Weenie品牌通过依靠韩国设计师团队，直接捕捉韩国流行时尚动向与流行元素，将韩国流行时尚快速融入到产品中。

Teenie Weenie品牌产品设计以美式贵族风格为基础，目前Teenie Weenie品牌主要产品涵盖校园主题、花园主题、旅游胜地主题和户外主题四大主题，其中整合了韩国文化的美式校园主题产品深受消费者的喜爱，尤其受到年轻时尚客户的追捧，校园主题服饰也成为Teenie Weenie品牌的经典产品，得到广大消费者的认可。



3、营销网络优势

(1) 以直营为主的经营模式优势

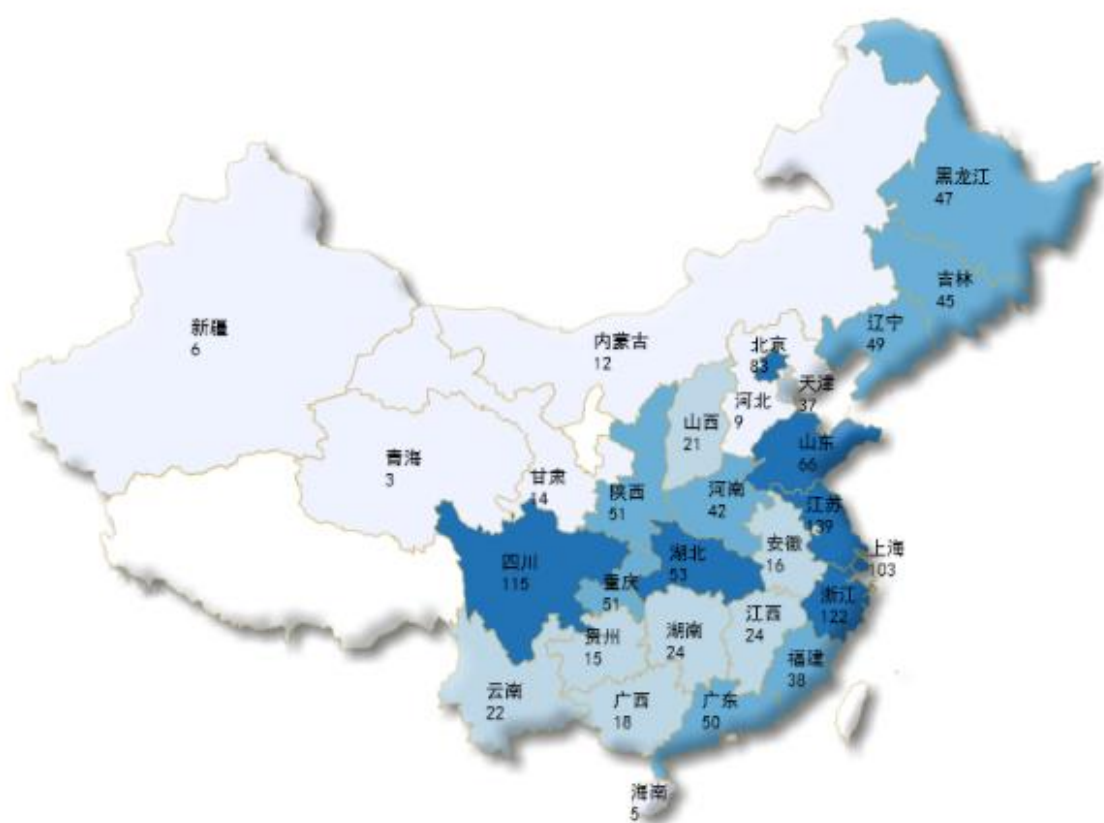
目前，CHANEL、Louis Vuitton、DIOR、BURBERRY 等国际一线品牌均主要采取直营的销售模式，只在少数国家和地区开设加盟店；国内高端女装品牌 VGRASS、宝姿、玛丝菲尔等也是采取直营为主的经营模式。



Teenie Weenie 品牌自设立以来一直坚持以直营模式经营为主，截至 2016 年 6 月末，Teenie Weenie 品牌在中国境内运营 1,306 个直营店铺，直营店铺占比 91.65%。一方面，在直营模式下，交易标的直接控制销售终端、统一制定营销策略，在确保门店严格执行其的价格政策和促销政策的前提下打造统一、高端的品牌形象，另一方面在直营模式下，交易标的自主选址、自行装修、总部直接管理，能彻底贯彻品牌战略和定价策略，对消费者需求做出快速响应，保证了品牌推广的力度，最大程度地保留了整个供应链的利润，为 Teenie Weenie 品牌不断提升品牌档次提供了强有力保障，提升整体的盈利能力。

（2）具备完善的、基本覆盖全国的销售网络

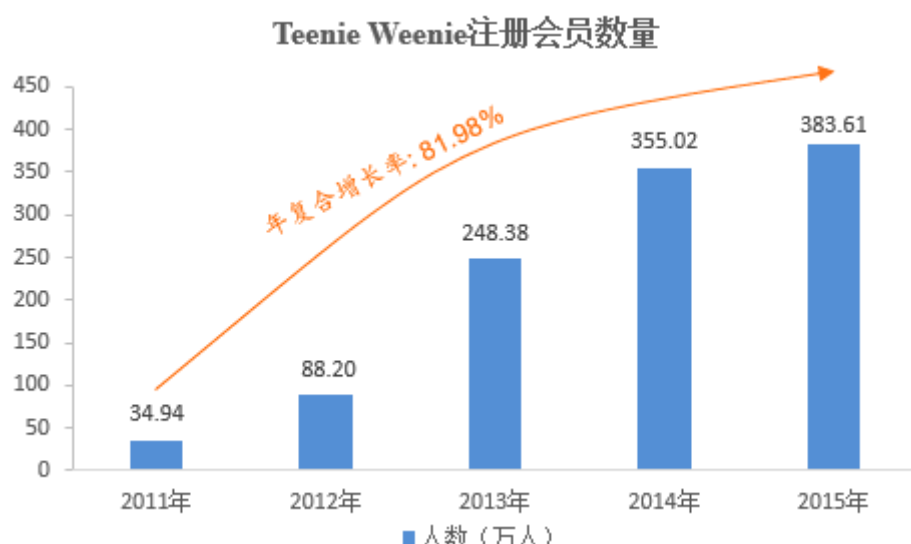
Teenie Weenie品牌进入中国以来，店铺数量快速增长，截至2016年6月末，在全国拥有1,425个门店，其中直营店铺1,306家，店铺已覆盖除西藏外的省市、自治区级直辖市，其中，江苏省、浙江省和四川省店铺数量均超过100家，辽宁省、北京省、山东省、陕西省、湖北省、上海市、重庆市、广东省店铺数量均超过50家，如下图所示：



全国直营店铺数量：1,306家

4、较高的客户忠诚度

Teenie Weenie品牌以美国东部的一个熊家族为故事背景，以拟人化的熊作为主人公，推出颜色亮丽，款式富含时尚和浪漫气息的男女时尚休闲服饰。Teenie Weenie品牌凭借以美式贵族风格为基础的设计风格，其轻松自然的设计风格、舒适柔和的质地深受年轻一代的喜爱，并培养了一批忠实的品牌粉丝。2011年末至2015年末，品牌注册会员数量从34.94万人快速增长至383.61万人，年复合增长率为81.98%。



Teenie Weenie品牌建立了完善的客户关系管理系统，通过会员计划与顾客维持紧密联系，根据会员积分管理系统提供差异化的会员营销和福利，增强其品牌黏性并回馈忠实顾客，高忠诚度的客户确保了业务的可持续性发展。

5、充分发挥品牌协同效应

Teenie Weenie拥有包括女装、男装、童装、配饰、家居和餐饮的完整品牌组合，其品牌组合在性别、年龄上存在梯度，可伴随消费者年龄的增长、消费倾向的变化，在其成长的不同阶段，持续满足其消费需求，增加产品对消费者的黏性。

2011年Teenie Weenie开始创立男装和童装品牌，并呈现较快的增长趋势。Teenie Weenie男装品牌进一步拓展卡通形象多样化，升级传统经典系列，围绕卡通形象WILLY和它的朋友们，有针对性的扩张喜欢摩登系列的顾客。报告期内，Teenie Weenie男装品牌服饰的销售和利润都呈现较大幅度的增长。

Teenie Weenie童装品牌以卡通形象KATE和WILLY为基础，结合顾客TPO（时间、地点、场合）不同需求不断开发出差别化的顾客高喜好度卡通形象。目前国内童装市场集中度较低，且处于持续成长阶段，Teenie Weenie童装品牌处于较快增长时期，截至2016年6月末，Teenie Weenie童装店铺数量已达206家，其销售和利润皆处于持续上升阶段。

6、国际化生产以降低生产成本

交易标的采取外包生产方式，通过打造完善的供应链管理体系，深度参与产品供应全流程。在保证质量的前提下，Teenie Weenie品牌在全球优选供应商以控制成本。2013年开始，Teenie Weenie品牌外包生产厂商由以中国为中心的生产模式开始向东南

亚转移（越南、印尼、缅甸），2015开始在印度进行初期测试，通过国际化的生产维持较低的生产成本。

除此以外，在保证正常生产的前提下，交易标的建立快速反应生产，通过高速反应系统及时快速反应市场的流行趋势和顾客要求，进行快速反应生产，并调节管理商品的订货量，确保自身能够持续不断地向市场推出兼具时尚、品质、高性价比以及快速流通的货品，以应对中高端时尚休闲服装的行业发展趋势，满足顾客的切身需求。

四、本次交易定价的合理性以及公允性分析

（一）本次交易是买卖双方公平谈判的结果

本次重组的对方衣念香港的母公司衣恋世界是韩国著名的零售企业，业务范围涵盖时装、餐饮、百货、酒店休闲、娱乐等领域，覆盖韩国、中国、日本、美国等9个国家。

本次交易为竞标式交易，经过两轮竞标、尽职调查、竞争性谈判等环节。交易双方通过市场化谈判签署《资产与业务转让协议》。本次交易标的资产的定价为市场化、纯商业性谈判确定。

（二）从市场同类交易的角度分析标的资产定价合理性

查阅近年来国内A股市场同行业可比的上市公司收购非上市公司股权或资产的交易如下：

序号	市场案例	标的公司主营业务	市盈率	交易价格 (亿元)
1	潮宏基收购FION LIMITED（菲安妮有限公司）62.97%股权	FION女包品牌	12.72	8.79
2	凯诺科技购买海澜之家100%股权	标的公司向消费者提供男士全系列服装以及配饰	15.23	130.00
平均值			13.98	
本次交易		Teenie Weenie品牌服装及相关产品的设计、品牌运营和销售	11.25	待定

注：潮宏基分别受让Hunters Worldwide Group Limited和卓凌科技融资有限公司持有的FION LIMITED合计62.97%股权。

本次交易标的的市盈率与上述可比交易的标的公司相比，处于合理范围。

第七节 风险因素

一、与本次交易相关的风险

（一）审批风险

本次交易尚需通过多项审批或同意方可完成，包括：

- 1、本次交易标的资产的审计、评估工作完成后上市公司再次召开董事会审议通过本次交易的相关议案；
- 2、上市公司股东大会审议通过本次交易的相关议案；
- 3、相关法律法规所要求的其他可能涉及的批准或审核
- 4、国家商务部的反垄断审查；
- 5、相关法律法规所要求的其他可能涉及的批准或审核。

本次交易能否通过上述审批或备案程序存在不确定性，本公司就上述事项取得相关批准或核准的时间也存在不确定性。提醒广大投资者注意投资风险。

（二）本次交易可能终止的风险

1、在本次重大资产收购的筹划及实施过程中，交易双方采取了严格的保密措施，公司股票在停牌前并未出现二级市场股价异动的情况；上市公司组织相关主体进行的自查中未发现存在内幕交易的情形，也未接到相关主体因涉嫌内幕交易被立案调查或立案侦查的通知。如在未来的重组工作进程中出现“本次重组相关主体涉嫌内幕交易被立案调查或立案侦查”的情形，根据证监会颁布的《关于加强上市公司重大资产重组相关股票异常交易监管的暂行规定》及上海证券交易所颁布的《关于加强上市公司重大资产重组相关股票异常交易监管的通知》，可能导致本次重大资产重组的暂停或终止。

2、在本次交易审核过程中，交易双方可能根据监管机构的要求，并根据交易的推进不断完善交易方案，截至目前，包括《资产与业务转让合同》部分附件及补充协议的签署、共同费用、最终估值净利润、标的资产整体价格的确定等事项并未最终确定，如交易双方无法就完善交易方案的措施达成一致，交易对方及公司均有可能选择终止本次交易，则本次交易存在可能终止的风险。

3、本次重组预案公告后，本次交易存在公司于首次审议本次重大资产重组相关事项的董事会决议公告日后6个月内无法发出股东大会通知从而导致本次交易取消的风险；审计机构或评估机构的工作进展也可能导致交易无法按期进行，如果本次交易无法进行或如需重新进行，则需面临本次交易可能终止或标的资产重新定价的风险；若拟购买资产业绩大幅下滑，或出现不可预知的重大影响事项，则本次重组可能无法继续进行。

（三）财务数据、预估数据与审计报告、评估结果存在差异的风险

截至本预案签署日，交易标的的审计、评估工作尚未完成。本预案中涉及的财务数据、经营业绩描述及交易标的的预估值仅供投资者参考之用，最终的数据以具有证券期货业务资格的会计师事务所、资产评估机构出具的审计报告、评估报告为准，并将在重组报告书中予以披露。本预案涉及的相关数据可能与最终结果存在一定差异，敬请投资者关注相关风险。

（四）交易标的增值率较高和商誉减值的风险

本次交易双方确定的交易价格较标的资产账面净资产增值幅度较高，提醒投资者关注上述风险。交易标的的整体价格预计为50亿元左右，预计较标的资产账面净资产增值率较高。公司本次收购标的资产为非同一控制下的企业合并，根据《企业会计准则》，对合并成本大于合并中取得的标的资产可辨认净资产公允价值的差额，应当确认为商誉，该商誉不作摊销处理，但需要在未来各会计年度期末进行减值测试，商誉一旦计提减值准备在以后会计年度不可转回。本次股权购买完成后，公司将会确认较大金额的商誉，若标的资产未来经营中不能较好地实现预期收益，则收购标的资产所形成的商誉存在减值风险，从而对公司经营业绩产生不利影响。

未来各年末，公司将根据标的资产经营状况及未来经营预期等对标的资产进行资产可收回金额（即预计未来现金流量的现值）测算，进而推算商誉是否发生减值。提请投资者关注商誉减值的风险。

（五）本次交易融资的相关风险

1、本次交易资金安排的风险

本次交易对价的资金来源包括自有资金、银行贷款以及其他外部资金。因本次交易涉及金额较大，若贷款银行以及其他外部资金方无法及时、足额为本公司提供信贷

支持，则本次交易存在因交易支付款项不能及时、足额到位的融资风险。

截至目前，公司已取得相关资金方出具的融资承诺函，公司将根据项目进展与资金方签署正式融资协议，不能及时获取对价款的风险较低。此外，公司后续拟通过非公开发行股票募集资金，置换前期自筹资金支付的收购对价。因非公开发行股票尚需经公司股东大会及中国证监会审核批准，且存在一定发行风险，公司最终能否及时通过实施非公开发行股票完成资金募集存在一定的不确定性。

2、本次交易增加上市公司负债的风险

本次交易完成后，（不考虑本次非公开发行因素）预计上市公司负债将会大幅增加，以2016年6月30日为基准日，预计公司资产负债率由8.34%上升至超过70%。因此，本次交易完成后，如公司非公开发行股票融资不能顺利实施，存在上市公司负债较交易前有较大幅度上升的风险。

3、交易标的公司股权质押风险

本次交易，公司需要向外部机构申请融资，作为履约担保，公司将甜维你90%股权质押给资金方，如公司本次非公开发行股票未完成且无法筹集充足资金偿还该等融资，标的公司甜维你90%的股权存在被强制执行或处置的风险，从而对公司和股东造成较大损失。

4、控股股东、实际控制人质押上市公司全部股权的风险

本次交易，作为履约担保，控股股东、实际控制人王致勤、宋艳俊夫妇将所持上市公司股份质押给融资机构，如公司本次非公开发行股票未完成且无法筹集充足资金偿还该等外部融资，控股股东、实际控制人王致勤、宋艳俊夫妇将所持上市公司股份存在被强制执行的风险，可能导致上市公司控制权变更的风险，从而对上市公司的持续经营能力带来不利影响。

（六）标的资产的交割风险

本次收购 Teenie Weenie 品牌及相关的资产和业务分布在卖方及关联方不同的主体中：无形资产由韩国 ELAND WORLD LIMITED 持有，服装类有形资产和业务由衣念（上海）时装贸易有限公司及其下属公司持有，餐饮类有形资产和业务（由衣恋（上海）餐饮管理有限公司持有）。

本次收购的标的资产需由上述不同主体注入标的公司，本次《资产和业务转让协议》已经严格约定了资产交付、转移的标准和对价及支付进度，并对不能达到目标交

割条件的情况，做出了对价调整的安排，但鉴于以下原因，本次标的资产可能存在交割周期较长，不能完全按照预计目标交割的风险：（1）本次标的资产的商标等无形资产分布在全球各地，中国等国家和地区的商标权等无形资产过户时间较长，部分境外的商标转移可能需要超过2年；（2）Teenie Weenie品牌店铺数量较多，需要每家商场协商变更合同主体为甜维你，购物中心店需要在当地新设分公司后再变更合同，存在一定的不确定性；（3）餐饮业务需要甜维你申请相关餐饮许可后再承接。

（七）本次交易的审计和评估风险

由于本次收购的标的资产系韩国依恋集团体系内资产，且本次交易的标的资产估值是以评估为参考，按2015年估值净利润的11.25倍确定。公司已经聘请了德勤、东洲评估对标的资产进行审计和评估，但由于标的资产的收入、成本、费用等需要由衣恋集团剥离，可能存在剥离过程不合理、不完全，并对最终标的资产估值造成不利影响的风险。

（八）股价波动风险

本次交易将对公司的生产经营和财务状况产生较大影响，公司基本面的变化将影响公司股票价格。此外，股票价格波动还要受宏观经济形势变化、行业的景气度变化、资金供求关系及投资者心理因素变化等因素的影响。因此，股票市场价格可能出现波动，从而给投资者带来一定的风险。

二、标的公司的经营性风险

（一）行业竞争风险

服装行业是市场化程度较高、竞争较为激烈的行业。国内中高端休闲服装市场空间较大，但品牌集中度低，同时还要面临国际品牌的竞争，行业竞争激烈。如果公司收购Teenie Weenie品牌后，不能采取有效措施，积极应对行业竞争，则市场占有率和盈利水平将面临下降的风险。

（二）多品牌经营风险

本次交易完成后，“V•GRASS”品牌定位高端女装，云锦品牌定位为奢侈消费品，Teenie Weenie品牌定位为中高端休闲服装品牌。在多品牌经营下，公司决策、管理的

难度和复杂度进一步提高，对人员构成和管理体系也将提出更高要求。如果公司不能根据多品牌的业务发展需求及时优化现有的管理模式和管理方法，有效提升公司经营管理水平，则可能对公司的未来发展产生不利影响。

（三）不能准确把握市场需求变化的研发设计风险

服装行业的特点是消费者品味多元化和偏好不断变化。因此，准确把握时尚潮流和消费者需求变化，并能不断开发新的适销对路的产品是服装企业成功的关键因素。公司本次收购 Teenie Weenie 品牌后，将持续改进和提升品牌设计的时尚性，但如果公司对消费者需求判断失误或把握不准确，未能及时开发出适销对路的产品，将对 Teenie Weenie 品牌经营业绩产生不利影响。

（四）品牌维护风险

我国服装品牌消费已呈现多元化的趋势，这种趋势要求品牌拥有者通过设计的个性化和品牌的风格化来实现品牌的维护。随着国际品牌的不断进入，国内服装企业加强品牌建设，未来品牌竞争将日趋激烈。Teenie Weenie 品牌创立于 1997 年，2004 年进入中国市场，获得了消费者的青睐，目前为韩国衣恋集团旗下收入第一品牌。本次交易完成后，如公司不能保护和提升 Teenie Weenie 品牌的知名度和美誉度，则将面临不能进一步开拓市场，甚至丧失原有消费群体的风险。

（五）店铺数量大幅增加带来的管理风险

截至 2016 年 6 月 30 日，公司自有店铺数量为 215 家，本次收购的 Teenie Weenie 品牌的店铺数量为 1,425 家，本次交易完成后，公司管理的店铺数量将大幅增加。营销网点的数量大幅增加将对公司研发设计能力、生产能力、终端销售拓展和管理能力提出更高的要求，若公司不能在人事管理、财务管理、营销管理等方面及时提升，可能会对公司经营业绩造成不利影响。

（六）人员不能转移和后续流失的风险

根据本次《资产和业务转让协议》，本次收购标的资产的同时，Teenie Weenie 品牌事业部的相关人员也将一起转移至甜维你。但人员的转移取决于员工的个人意愿，因此，存在一定的不确定性；此外，公司已经制定了较为完善的员工激励和考核的计划，努力提高研发人员归属感，但仍存在员工不能适应公司文化，甚至大量流程的风

险。如果Teenie Weenie品牌的主要核心管理和研发设计人员不能随本次交易加入公司或者本次交易完成后离职，将对Teenie Weenie品牌的稳定发展产生不利影响。

（七）标的资产财务相关风险

1、毛利率和经营业绩下降的风险

报告期内，Teenie Weenie品牌产品的毛利率保持在70%左右（未经审计），呈下降的趋势，报告期内，交易标的营业收入较为稳定，营业利润呈下降趋势。如果未来市场竞争加剧，本次交易完成后，公司不能保持原有的高毛利经营策略，并积极开拓市场，扩大销售规模，有效控制成本，则Teenie Weenie品牌存在经营业绩下降的风险。

2、库存风险

交易标的以直营为主的销售模式，相应需要较高的铺货数量，以满足门店正常销售的需求。截至2016年6月30日，交易标的存货账面价值为42,813.90万元，占期末总资产的比重为48.45%（未经审计）。本次交易完成后，如果市场环境发生变化或竞争加剧，Teenie Weenie产品适销性下降导致存货积压或减值，将对标的公司经营造成不利影响。

（八）生产经营依赖于外包的风险

1、Teenie Weenie品牌全部产品均以外包（包括委托加工和定制生产）方式进行。若届时外包工厂无法满足公司快速发展的需求，或者不能对外包厂商的交货期限、生产成本、产品质量形成有效控制，从而对本公司的经营业绩产生不利影响。

2、本次交易完成后，Teenie Weenie品牌的IT、物流、电商等仍由卖方提供，虽然相关的服务的责任和义务已经由双方约定，且委托卖方服务的时间预计将比较短，且公司正在积极部署，承接IT、物流、电商等业务模块，但在委托服务期间，如交易对方的关联方不能按照合同约定的服务内容提供相关服务或者提供的服务不能满足标的资产的要求，则可能对标的资产的稳定经营造成不利影响。

（九）关于业务整合及经营管理风险

本次交易完成后交易标的将成为公司的子公司，公司将力争形成文化合力，通过保持交易标的核心团队的稳定性、业务层面的自主性和灵活性，选派相关人员担任交易标的的董事会成员及高管人员，把握和指导其经营计划和发展方向，加强与管理层的沟通，加强财务监控与日常交流，充分发挥协同效应，同时调动资源全力支持交易

标的的客户开发及业务拓展等方式，力争最大程度的实现双方在企业文化、团队管理、研发设计、销售渠道、客户资源等各方面的高效整合。

由于公司目前与交易标的在企业文化、组织模式和管理制度等方面存在一定的差异，因此公司与标的资产的整合能否达到互补及协同效果、能否达到预期最佳效果所需的时间存在一定的不确定性，若出现公司未能顺利整合标的资产的情形，可能会对标的资产的经营造成负面影响，从而给公司带来业务整合及经营管理风险。

三、其他风险

本公司不排除因政治、经济、自然灾害等其他不可控因素带来不利影响的可能性。

第八节 其他重要事项

一、本次交易对中小投资者权益安排的保护

（一）严格履行上市公司信息披露义务

为保护投资者合法权益、维护证券市场秩序，公司及相关信息披露义务人将严格按照《证券法》、《上市公司信息披露管理办法》、《重组办法》等相关法律、法规及规范性文件的规定，切实履行信息披露义务，公开、公平地向所有投资者披露可能对公司股票交易价格或投资者决策产生重大影响的相关信息，并保证所披露信息的真实性、完整性、准确性、及时性。

（二）严格履行相关审批要求

本次交易的标的资产由具有相关证券期货业务资格的会计师事务所和资产评估公司进行审计和评估；独立财务顾问、律师对本次交易出具独立财务顾问报告和法律意见书。针对本次交易，公司严格按照相关规定履行法定程序进行表决、披露。董事会审议本次交易的相关议案时，独立董事就该事项发表了独立意见。本次交易方案将提交公司股东大会以特别决议方式审议表决，并按规定程序上报有关监管部门审批。

（三）股东大会表决安排

在表决本次交易方案的股东大会时，公司将采用现场投票、网络投票相结合的表决方式，充分保护中小股东行使投票权的权益。

公司指定信息披露网站为 www.cninfo.com.cn，请投资者认真浏览本预案全文及中介机构出具的意见。

（四）其他保护投资者权益的措施

公司承诺保证提供信息的真实、准确和完整，保证不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并声明承担个别和连带的法律责任。

本次交易完成后，公司将根据公司业务及组织架构，进一步完善股东大会、董事会、监事会制度，形成权责分明、有效制衡、科学决策、风险防范、协调运作的公司治理结构。

在本次交易完成后公司将继续保持上市公司的独立性，在资产、人员、财务、机构和业务上遵循“五分开”原则，规范关联交易，遵守中国证监会有关规定，规范上市公司运作。

二、本次交易完成后，不存在上市公司资金、资产占用及被实际控制人或其他关联人占用的情形，不存在为实际控制人及其关联人提供担保的情形

本次交易前，上市公司不存在资金、资产被实际控制人、控股股东及其关联人占用的情形，也不存在为实际控制人及其关联人提供担保的情况。

本次交易为现金方式收购标的资产，不存在新股发行情况。本次交易完成后，公司实际控制人、控股股东未发生变化，不存在因本次交易导致资金、资产被实际控制人、控股股东及其关联人占用的情形，不存在为实际控制人及其关联人提供担保的情况。

三、上市公司在最近12个月内发生的重大资产交易及其与本次交易的关系

截止本预案签署日，除本次交易外，公司在最近 12 个月内未发生重大资产出售、购买、置换交易情况。

四、关于本次交易相关方买卖股票的说明及核查情况

上市公司筹划本次交易，采取严格的保密措施，限制内幕信息知情人范围，与相关各方安排签署保密协议，并履行相关的信息披露义务，及时进行股票停牌处理，不存在选择性信息披露和信息提前泄露的情形，不存在相关内幕信息知情人利用本次重大资产重组的内幕信息进行交易的行为。

根据中国证监会《重组办法》、《关于规范上市公司信息披露及相关各方行为的通知》等文件的规定，公司对本次交易相关方及其有关人员在维格娜丝停牌之日（2016年8月30日）前六个月至本预案出具之日（以下简称“自查期间”）买卖上市公司股票（证券简称：维格娜丝，证券代码：603518）的情况进行了自查，并在中国证券登记结算有限责任公司上海分公司进行了查询。自查范围具体包括：维格娜丝及停牌前在任的董事、监事、高级管理人员，交易对方及相关核心参与人员，相关中介机构及

其他知悉本次重大资产重组内幕信息的法人和自然人，以及上述相关人员的直系亲属。经核查和各方确认，本次交易相关方及其有关人员在自查期间买卖维格娜丝股票的情况如下：

1、经核查，在自查期间，交易对方财务顾问中国国际金融股份有限公司、交易对方员工王尧之父亲、员工王晶晶之配偶、相关知情人李玮、相关知情人樊炜亲属存在买卖维格娜丝股票的情形

(1) 交易对方财务顾问中国国际金融股份有限公司买卖维格娜丝股票的具体情况

①中国国际金融股份有限公司自营账户在自查期间存在买卖维格娜丝股票的情形，具体情况如下：

日期	股份变动情况 (股)	核查期末持股情况 (股)	买入/卖出	均价(元)
2016/02/29-2016/11/08	42,800.00	0	买入	26.95
2016/02/29-2016/11/08	62,900.00		卖出	27.79

②中国国际金融股份有限公司基金管理账户在自查期间存在买卖维格娜丝股票的情形，具体情况如下：

日期	股份变动情况 (股)	核查期末持股情况 (股)	买入/卖出	均价 (元)
2016/02/29-2016/11/08	135,925.00	278	买入	26.67
2016/02/29-2016/11/08	135,647.00		卖出	27.90

中国国际金融股份有限公司已出具自查报告，认为：

“本公司已严格遵守相关法律法规和公司各项规章制度，切实执行内部信息隔离制度，充分保障了职业操守和独立性。本公司建立了严格的信息隔离墙机制，包括各业务、境内外子公司之间在机构设置、人员、信息系统、资金账户、业务运作、经营管理等方面的独立隔离机制及保密信息的管理和控制机制等，以防范内幕交易及避免因利益冲突发生的违法违规行为。本公司自营账户及基金子公司买卖“维格娜丝”股票是依据其自身独立投资研究作出的决策，属于其日常市场化行为，与本次项目无任何关联，不构成《证券法》所禁止的证券交易内幕信息的知情人利用内幕信息从事证券交易活动的情形。

除上述情况外，本公司承诺：在本次拟实施的上市公司重大资产重组过程中，不以直接或间接方式通过股票交易市场或其他途径违规买卖“维格娜丝”股票，也不以

任何方式将本次拟实施的上市公司重大资产重组事宜之未公开信息违规披露给第三方。”

(2) 交易对方员工王尧之父亲买卖维格娜丝股票的具体情况

王尧系衣念投资员工，自查期间其父亲存在买卖维格娜丝股票的行为，具体情况如下表所示：

姓名	关系	证券账号	变更日期	证券简称	变更股数	结余股数	变更摘要
王军利	王尧父亲	A317418364	2016-8-23	维格娜丝	300	300	买入
		A317418364	2016-8-25	维格娜丝	100	200	卖出
		A317418364	2016-8-25	维格娜丝	200	0	卖出

(3) 交易对方员工王晶晶的配偶买卖维格娜丝股票的具体情况

王晶晶系衣念投资员工，自查期间其配偶存在买卖维格娜丝股票的行为，具体情况如下表所示：

姓名	关系	证券账号	变更日期	证券简称	变更股数	结余股数	变更摘要
尹理	王晶晶配偶	A157675078	2016-8-18	维格娜丝	100	100	买入
		A157675078	2016-8-18	维格娜丝	100	200	卖出
		A157675078	2016-8-24	维格娜丝	100	100	卖出
		A157675078	2016-8-25	维格娜丝	100	0	卖出

(4) 相关知情人李玮买卖维格娜丝股票的具体情况

李玮系拟提供融资的金融机构员工，自查期间其存在买卖股票的行为，具体情况如下表所示：

变更日期	证券账户	证券简称	变更股数	结余股数	变更摘要
2016-7-28	A379385201	维格娜丝	300	300	买入
2016-8-2	A379385201	维格娜丝	100	200	卖出
2016-8-2	A379385201	维格娜丝	100	100	卖出
2016-8-2	A379385201	维格娜丝	100	0	卖出
2016-8-8	A379385201	维格娜丝	100	100	买入
2016-8-8	A379385201	维格娜丝	200	200	买入

(5) 相关知情人樊炜之父亲买卖维格娜丝股票的具体情况

樊炜系拟提供融资的金融机构员工，自查期间其父亲樊通兴存在买卖股票的行为，具体情况如下表所示：

变更日期	证券账户	证券简称	变更股数	结余股数	变更摘要
2016-8-24	A476454865	维格娜丝	4,650	4,650	买入

上述人员买卖股票的情况未对本次交易构成实质性障碍。

2、经核查，除上述买卖维格娜丝股票外，维格娜丝及停牌前在任的董事、监事、高级管理人员，交易对方及相关核心参与人员，相关中介机构及其他知悉本次重大资产重组内幕信息的法人和自然人，以及上述相关人员的直系亲属在自查期间均不存在买卖维格娜丝股票的情况。

五、独立财务顾问核查结论性意见

本独立财务顾问根据《公司法》、《证券法》、《重组管理办法》、《重组规定》、《财务顾问管理办法》和《财务顾问业务指引》等有关法律、法规要求，通过尽职调查和对预案及相关文件的审慎核查，对预案出具核查意见如下：

1、维格娜丝本次交易符合《公司法》、《证券法》、《重组管理办法》等法律、法规和规范性文件关于上市公司重大资产购买的基本条件；预案等信息披露文件的编制符合相关法律、法规和规范性文件的要求，未发现存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的情况；

2、本次交易涉及的交易标的权属清晰，不存在抵押、质押等情形；本次交易的实施将有利于提高上市公司资产质量和盈利能力、改善上市公司财务状况、增强上市公司持续经营能力，符合上市公司及全体股东的利益；

3、本次交易的定价方式和发行价格合规、公允，不存在损害上市公司股东利益的情形；

4、鉴于上市公司将在相关审计、评估工作完成后编制重大资产购买报告书并再次提交董事会讨论，届时中信建投证券将根据《重组管理办法》等法律法规及规范性文件的相关规定，对本次交易方案出具独立财务顾问报告。

第九节 上市公司全体董事声明

本公司及董事会全体董事承诺本预案内容真实、准确、完整，没有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并承担个别和连带的法律责任。

本次重大资产购买之标的资产的审计、评估工作尚未完成，本预案中涉及的相关数据尚未经过具有证券业务资格的审计、评估机构的审计、评估，本公司及董事会全体成员保证本预案所引用的相关数据的真实性和合理性，相关资产经审计的财务数据、评估或估值结果将在重大资产重组报告书中予以披露。

维格娜丝时装股份有限公司

2016年11月28日