

安信证券股份有限公司
关于比音勒芬服饰股份有限公司
首次公开发行股票

之

发行保荐书

保荐机构（主承销商）



安信证券股份有限公司
Essence Securities Co., Ltd.

（深圳市福田区金田路 4018 号安联大厦 35 层、28 层 A02 单元）

声 明

安信证券股份有限公司（以下简称“安信证券”、“本保荐机构”）接受比音勒芬服饰股份有限公司（以下简称“发行人”、“公司”、“比音勒芬”）的委托，担任其首次公开发行股票的保荐机构，就发行人首次公开发行股票（以下简称“本次证券发行”）项目出具发行保荐书。

本保荐机构及其保荐代表人根据《中华人民共和国公司法》（以下简称“《公司法》”）、《中华人民共和国证券法》（以下简称“《证券法》”）等有关法律、法规和中国证券监督管理委员会（以下简称“中国证监会”）的有关规定，诚实守信，勤勉尽责，严格按照依法制订的业务规则、行业执业规范和道德准则出具本发行保荐书，并保证所出具文件的真实性、准确性和完整性。

（本发行保荐书如无特别说明，相关用语具有与《招股说明书》（申报稿）中相同的含义）

第一节 本次证券发行基本情况

一、保荐机构项目组成员

（一）本次具体负责推荐的保荐代表人

安信证券授权的本次发行项目具体负责推荐的保荐代表人为杨勇先生和潘祖祖先生。其保荐业务执业情况如下：

杨勇先生曾担任中顺洁柔(002511)、海伦钢琴(300329)、玲珑轮胎(601966)首次公开发行股票的保荐代表人。

潘祖祖先生曾担任广东鸿图(002101)、国民技术(300077)、坚朗五金(002791)首次公开发行股票的保荐代表人。

（二）项目协办人及其他项目组成员

本次发行项目的项目协办人为王安定先生，其他项目组成员有房子龙先生。

二、发行人情况

公司名称：	比音勒芬服饰股份有限公司
英文名称：	BIEM.L.FDLKK GARMENT CO.,LTD.
注册资本：	人民币 8,000 万元
实收资本：	人民币 8,000 万元
法定代表人：	谢秉政
成立日期：	2003 年 1 月 2 日（2012 年 3 月 14 日整体变更为股份有限公司）
公司住所：	广州市番禺区南村镇兴业大道 309 号
邮政编码：	511442
联系电话：	020-39952666
传真号码：	020-39958289
互联网址：	http://www.biemlf.com/
电子信箱：	investor@biemlf.com

经营范围：	纺织服装、服饰业（具体经营项目请登录广州市商事主体信息公示平台查询。依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动。）
发行类型：	首次公开发行人民币普通股（A股）股票

三、保荐机构与发行人关联关系

本保荐机构与发行人不存在下列情形：

- 1、本保荐机构或其控股股东、实际控制人、重要关联方持有发行人或其控股股东、实际控制人、重要关联方股份的情况；
- 2、发行人或其控股股东、实际控制人、重要关联方持有本保荐机构或其控股股东、实际控制人、重要关联方股份的情况；
- 3、本保荐机构的保荐代表人及其配偶，董事、监事、高级管理人员拥有发行人权益、在发行人任职等情况；
- 4、本保荐机构的控股股东、实际控制人、重要关联方与发行人控股股东、实际控制人、重要关联方相互提供担保或者融资等情况；
- 5、本保荐机构与发行人之间的其他关联关系。

四、保荐机构内部审核程序和内核意见

（一）内部审核程序说明

安信证券对发行人本次发行项目履行了严格的内部审核程序：

2012年12月3日，本保荐机构以电话会议的形式，在深圳本部及北京、上海两地的投资银行部门办公所在地会议室，召开了安信证券立项审核委员会2012年度第24次会议，对比音勒芬IPO项目的立项申请进行了审核。参加本次会议的立项审核委员会成员共10人，达到规定人数。经投票表决，比音勒芬IPO项目立项申请获得通过。

2013年4月18日至4月22日，本保荐机构质量控制部门对项目进行了现场考察，对发行人首次公开发行股票申报文件进行了初步审核，并形成《关于对比音勒芬服饰股份有限公司首次公开发行股票并上市申请文件的预审报告》。

2013年5月6日，本保荐机构以电视电话会议的形式，在深圳本部及北京、上海两地的投资银行部门办公所在地会议室，召开安信证券承销业务内核委员会2013年度第七次会议，对发行人首次公开发行股票并上市申请文件进行审核。参

加本次会议的内核委员会成员共9人，达到规定人数。在本次会议上，内核委员听取了发行人代表的介绍、项目组就项目情况的全面汇报以及行业研究员就行业发展情况的介绍，并就申请文件的完整性、合规性进行了审核。项目组就内核委员提出的问题进行了陈述和答辩。

（二）内核意见说明

本保荐机构内核会议经充分讨论，以投票方式进行了表决，审核通过了比音勒芬服饰股份有限公司首次公开发行股票并上市项目。

第二节 保荐机构承诺事项

本保荐机构已按照法律、行政法规和中国证监会的规定，对发行人及其控股股东、实际控制人进行了尽职调查、审慎核查，同意推荐发行人证券发行上市，并据此出具本发行保荐书。

本保荐机构就如下事项做出承诺：

1、有充分理由确信发行人符合法律法规及中国证监会有关证券发行上市的相关规定；

2、有充分理由确信发行人申请文件和信息披露资料不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏；

3、有充分理由确信发行人及其董事在申请文件和信息披露资料中表达意见的依据充分合理；

4、有充分理由确信申请文件和信息披露资料与证券服务机构发表的意见不存在实质性差异；

5、保证所指定的保荐代表人及本保荐机构的相关人员已勤勉尽责，对发行人申请文件和信息披露资料进行了尽职调查、审慎核查；

6、保证保荐书、与履行保荐职责有关的其他文件不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏；

7、保证对发行人提供的专业服务和出具的专业意见符合法律、行政法规、中国证监会的规定和行业规范；

8、自愿接受中国证监会依照《证券发行上市保荐业务管理办法》采取的监管措施；

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

10、遵守中国证监会规定的其他事项。

第三节 对本次证券发行的推荐意见

一、对本次证券发行的推荐结论

本保荐机构遵循诚实守信、勤勉尽责的原则，按照《保荐人尽职调查工作准则》、《首次公开发行股票并上市管理办法》（以下简称“《管理办法》”）等有关规定，对发行人进行了全面调查；在充分了解发行人的经营状况及其面临的风险和问题后，有充分理由相信发行人符合《公司法》、《证券法》、《管理办法》等有关法律、法规及中国证监会规定的发行条件，并确信发行人的申请文件真实、准确、完整，同意作为保荐机构推荐其在境内首次公开发行股票。

二、发行人本次证券发行履行了《公司法》、《证券法》及中国证监会规定的决策程序

1、发行人董事会审议通过了有关发行上市的议案

2013年4月1日，发行人召开第一届董事会第七次会议。发行人董事共7名，实际出席董事7名。经与会董事审议，一致通过了《关于公司申请首次公开发行股票并上市的议案》、《关于公司申请首次公开发行股票募集资金投资项目暨使用方案的议案》、《关于公司首次公开发行股票并上市前滚存利润分配方案的议案》、《关于提请股东大会授权董事会负责办理公司申请首次公开发行股票并上市相关事宜的议案》及其他相关议案，并决定适时召开2013年第二次临时股东大会。

2014年3月29日，发行人召开第一届董事会第十三次会议。发行人董事共7名，实际出席董事7名。经与会董事审议，一致通过了《关于修订公司申请首次公开发行股票并上市的议案》、《关于修订公司申请首次公开发行股票募集资金投资项目暨使用方案的议案》、《关于公司首次公开发行股票并上市后三年内稳定股价预案的议案》、《关于公司就首次公开发行股票并上市事项出具有关承诺并提出相应约束措施的议案》、《关于修订<比音勒芬服饰股份有限公司章程（草案）>的议案》、《关于制定<比音勒芬服饰股份有限公司上市后三年股东分红回报规划>的议案》、《关于提请股东大会调整董事会授权事项的议案》、《关于公司与安信证券股份有限公司重新签署保荐协议及主承销协议的议案》和《关于召开公司2014年第一次临时股东大会的议案》。

2015年3月2日，发行人召开第二届董事会第二次会议。发行人董事共7名，

实际出席董事7名。经与会董事审议，一致通过了《关于修订公司申请首次公开发行股票并上市方案的议案》、《关于公司与安信证券股份有限公司重新签署保荐协议及主承销协议的议案》、《关于调整股东大会对董事会授权事项的议案》和《关于召开公司2015年第二次临时股东大会的议案》。

2、发行人股东大会审议通过了有关发行上市的议案

2013年4月16日，发行人召开2013年第二次临时股东大会。出席会议的股东及股东代表共10名，代表有表决权的股份数8,000万股，占发行人股份总数的100%。股东大会以投票表决方式，一致审议通过了《关于公司申请首次公开发行股票并上市的议案》、《关于公司申请首次公开发行股票募集资金投资项目暨使用方案的议案》、《关于公司首次公开发行股票并上市前滚存利润分配方案的议案》、《关于提请股东大会授权董事会负责办理公司申请首次公开发行股票并上市相关事宜的议案》及其他相关议案。

2014年4月15日，发行人召开2014年第一次临时股东大会。出席会议的股东及股东代表共10名，代表有表决权的股份数8,000万股，占发行人股份总数的100%。股东大会以投票表决方式，一致审议通过了《关于修订公司申请首次公开发行股票并上市方案的议案》、《关于修订公司申请首次公开发行股票募集资金投资项目暨使用方案的议案》、《关于公司首次公开发行股票并上市后三年内稳定股价预案的议案》、《关于公司就首次公开发行股票并上市事项出具有关承诺并提出相应约束措施的议案》、《关于修订<比音勒芬服饰股份有限公司章程（草案）>的议案》、《关于制定<比音勒芬服饰股份有限公司上市后三年股东分红回报规划>的议案》、《关于调整股东大会对董事会授权事项的议案》和《关于公司与安信证券股份有限公司重新签署保荐协议及主承销协议的议案》。

2015年3月18日，发行人召开2015年第二次临时股东大会。出席会议的股东及股东代表共10名，代表有表决权的股份数8,000万股，占发行人股份总数的100%。股东大会以投票表决方式，一致审议通过了《关于修订公司申请首次公开发行股票并上市方案的议案》、《关于公司与安信证券股份有限公司重新签署保荐协议及主承销协议的议案》和《关于调整股东大会对董事会授权事项的议案》。

三、本次证券发行符合《证券法》规定的发行条件

本保荐机构依据《证券法》第十三条关于公开发行新股的条件，对发行人的情况进行逐项核查，并确认：

- 1、发行人已具备健全且运行良好的组织机构；
- 2、发行人具有持续盈利能力，财务状况良好；
- 3、发行人最近三年财务会计文件无虚假记载，无其他重大违法行为；
- 4、经国务院批准的国务院证券监督管理机构规定的其他条件。

本次证券发行符合《证券法》规定的发行条件。

具体查证情况详见本节“四、本次证券发行符合《首次公开发行股票并上市管理办法》规定的发行条件”。

四、本次证券发行符合《首次公开发行股票并上市管理办法》规定的发行条件

本保荐机构依据《管理办法》对发行人是否符合首次公开发行股票的条件进行了逐项核查，核查情况如下：

（一）本保荐机构调阅了发行人的工商档案，确认发行人系由广东比音勒芬服饰有限公司（以下简称“比音勒芬有限”）整体变更设立的股份有限公司。2012年3月14日，广州市工商行政管理局向公司核发了注册号为440126000045909的《企业法人营业执照》。

因此，发行人符合《管理办法》第八条的规定。

（二）本保荐机构调阅了发行人的工商档案，确认发行人系由比音勒芬有限整体变更设立的股份有限公司，且比音勒芬有限成立于2003年1月2日，持续经营时间三年以上。

因此，发行人符合《管理办法》第九条的规定。

（三）本保荐机构调阅了发行人的工商档案，查阅了发行人历次变更注册资本的验资报告，查阅了相关财产交接文件和相关资产权属证明，确认发行人的注册资本已足额缴纳，发起人或者股东用作出资的资产的财产权转移手续已办理完毕。

本保荐机构查阅了发行人主要资产的权属文件，访谈了发行人高级管理人员，确认发行人主要资产权属清晰，不存在重大权属纠纷。

因此，发行人符合《管理办法》第十条的规定。

（四）本保荐机构查阅了发行人章程，查阅了所属行业相关法律法规和国家产业政策，访谈了发行人高级管理人员，查阅了发行人生产经营所需的各项资质许可，确认发行人主要从事高尔夫服饰的研发设计、品牌推广、营销网络建设及供应链管理。发行人的生产经营活动符合法律、行政法规和公司章程的规定，符合国家产业政策。

因此，发行人符合《管理办法》第十一条的规定。

（五）本保荐机构查阅了发行人公司章程、历次董事会、股东大会（股东会）决议和记录，查阅了工商登记文件，查阅了发行人财务报告，访谈了发行人高级管理人员，确认发行人最近3年内主营业务和董事、高级管理人员没有发生重大变化，实际控制人没有发生变更。

因此，发行人符合《管理办法》第十二条的规定。

（六）本保荐机构查阅了发行人工商登记文件，访谈了发行人高级管理人员，确认发行人股权清晰，控股股东和受控股股东、实际控制人支配的股东所持发行人的股份不存在重大权属纠纷。

因此，发行人符合《管理办法》第十三条的规定。

（七）本保荐机构查阅了发行人的章程、历次董事会、监事会、股东大会（股东会）决议、会议记录及相关制度文件，确认发行人具有完善的公司治理结构，依法建立健全了股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度，相关机构和人员能够依法履行职责。

因此，发行人符合《管理办法》第十四条的规定。

（八）本保荐机构对发行人董事、监事和高级管理人员进行了与股票发行上市、上市公司规范运作等有关法律、法规和规范性文件的辅导与培训，并组织了考试，确认发行人的董事、监事和高级管理人员已经了解与股票发行上市有关的法律法规，知悉上市公司及其董事、监事和高级管理人员的法定义务和责任。

因此，发行人符合《管理办法》第十五条的规定。

（九）本保荐机构查阅了证监会、证券交易所的公告，访谈发行人董事、监事和高级管理人员，取得了相关人员的声明文件，确认发行人的董事、监事和高级管理人员符合法律、行政法规和规章规定的任职资格，且不存在下列情形：

- 1、被中国证监会采取证券市场禁入措施尚在禁入期的；
- 2、最近 36 个月内受到中国证监会行政处罚，或者最近 12 个月内受到证券交易所公开谴责；
- 3、因涉嫌犯罪被司法机关立案侦查或者涉嫌违法违规被中国证监会立案调查，尚未有明确结论意见。

因此，发行人符合《管理办法》第十六条的规定。

（十）本保荐机构查阅了发行人内部控制制度，访谈了发行人董事、监事、高级管理人员，并与会计师进行了沟通，确认发行人的内部控制制度健全且被有效执行，能够合理保证财务报告的可靠性、业务经营的合法性、营运的效率与效果，并由广东正中珠江会计师事务所(特殊普通合伙)（以下简称“正中珠江”）出具了无保留意见的广会专字【2016】G14002150492 号《内部控制鉴证报告》。

因此，发行人符合《管理办法》第十七条的规定。

（十一）本保荐机构查阅了证监会、证券交易所的公告，查阅了发行人完税凭证、工商登记及相关资料，走访了发行人当地工商、税务、土地、环保、海关等机构，并取得了相关机构出具的证明文件及发行人的声明文件，核查了本次报送的申报材料，确认发行人不存在下列情形：

- 1、最近 36 个月内未经法定机关核准，擅自公开或者变相公开发行过证券；或者有关违法行为虽然发生在 36 个月前，但目前仍处于持续状态；
- 2、最近 36 个月内违反工商、税收、土地、环保、海关以及其他法律、行政法规，受到行政处罚，且情节严重；
- 3、最近 36 个月内曾向中国证监会提出发行申请，但报送的发行申请文件有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏；或者不符合发行条件以欺骗手段骗取发行核准；或者以不正当手段干扰中国证监会及其发行审核委员会审核工作；或者伪造、变造发行人或其董事、监事、高级管理人员的签字、盖章；
- 4、本次报送的发行申请文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏；
- 5、涉嫌犯罪被司法机关立案侦查，尚未有明确结论意见；
- 6、严重损害投资者合法权益和社会公共利益的其他情形。

因此，发行人符合《管理办法》第十八条的规定。

（十二）本保荐机构查阅了发行人公司章程，向银行取得了发行人的信用记录文件，查阅了发行人财务报告，访谈了发行人董事、高级管理人员，取得了发

行人关于对外担保的声明文件，确认发行人的公司章程已明确对外担保的审批权限和审议程序，不存在为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业进行违规担保的情形。

因此，发行人符合《管理办法》第十九条的规定。

（十三）本保荐机构查阅了发行人资金管理制度，核查了发行人金额重大的往来款项，查阅了发行人财务报告，访谈了发行人董事、高级管理人员，与会计师进行了沟通，取得了发行人关于关联方资金占用情况的说明，确认发行人有严格的资金管理制度，不存在资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业以借款、代偿债务、代垫款项或者其他方式占用的情形。

因此，发行人符合《管理办法》第二十条的规定。

（十四）本保荐机构核查分析了发行人的经营资料、重大资产权属文件、财务报告和审计报告等，确认发行人资产质量良好，资产负债结构合理，盈利能力较强，现金流量正常。

因此，发行人符合《管理办法》第二十一条的规定。

（十五）本保荐机构查阅了发行人内部控制制度，访谈了发行人董事、监事、高级管理人员，并与会计师进行了沟通，确认发行人的内部控制所有重大方面是有效的，并由正中珠江出具了无保留意见的广会专字【2016】G14002150492号《内部控制鉴证报告》。

因此，发行人符合《管理办法》第二十二条的规定。

（十六）本保荐机构查阅了发行人相关财务管理制度，确认发行人会计基础工作规范。根据正中珠江出具的标准无保留意见的广会审字【2016】G14002150481号《审计报告》，并经本保荐机构核查，发行人财务报表的编制符合企业会计准则和相关会计制度的规定，在所有重大方面公允地反映了发行人的财务状况、经营成果和现金流量。

因此，发行人符合《管理办法》第二十三条的规定。

（十七）根据正中珠江出具的标准无保留意见的广会审字【2016】G14002150481号《审计报告》，并经本保荐机构核查，确认发行人编制财务报表以实际发生的交易或者事项为依据；在进行会计确认、计量和报告时保持了应有的谨慎；对相同或者相似的经济业务，选用了一致的会计政策，没有随意变更。

因此，发行人符合《管理办法》第二十四条的规定。

（十八）本保荐机构核查了发行人的关联方关系，查阅了发行人与关联方签署的的交易合同及相关凭证，并与会计师进行了沟通，确认发行人完整披露了关联方关系并按重要性原则恰当披露了关联交易。关联交易价格公允，不存在通过关联交易操纵利润的情形。

因此，发行人符合《管理办法》第二十五条的规定。

（十九）经核查，发行人符合《管理办法》第二十六条规定的下列条件：

1、最近三个会计年度净利润均为正数且累计超过人民币 3,000 万元，净利润以扣除非经常性损益前后较低者为计算依据；

根据正中珠江出具的标准无保留意见的广会审字【2016】G14002150481号《审计报告》，并经本保荐机构核查，发行人2013年度、2014年度和2015年度净利润（净利润以扣除非经常性损益前后较低者为计算依据）分别为94,546,343.60元、106,481,801.94元和121,439,813.43元。发行人最近三个会计年度净利润（净利润以扣除非经常性损益前后较低者为计算依据）均为正数，累计为322,467,958.97元，超过人民币3,000万元。

2、最近三个会计年度经营活动产生的现金流量净额累计超过人民币 5,000 万元；或者最近三个会计年度营业收入累计超过人民币 3 亿元；

根据正中珠江出具的标准无保留意见的广会审字【2016】G14002150481号《审计报告》，并经本保荐机构核查，发行人 2013 年度、2014 年度和 2015 年度营业收入累计为人民币 1,970,572,653.04 元，超过人民币 3 亿元，经营活动产生的现金流量净额累计为人民币 357,841,565.69 元，超过人民币 5,000 万元。

3、发行前股本总额不少于人民币3,000万元；

经核查，发行人本次发行前的股本总额为 8,000 万元，不少于人民币 3,000 万元。

4、最近一期末无形资产（扣除土地使用权、水面养殖权和采矿权等后）占净资产的比例不高于 20%；

根据正中珠江出具的标准无保留意见的广会审字【2016】G14002150481号《审计报告》，并经本保荐机构核查，截至 2016 年 9 月 30 日，发行人无形资产（扣除土地使用权、水面养殖权和采矿权等后）账面价值为 464,572.62 元，占发行人净资产的比例为 0.07%，不高于 20%。

5、最近一期末不存在未弥补亏损。

根据正中珠江出具的标准无保留意见的广会审字【2016】G14002150481号《审计报告》，并经本保荐机构核查，截至2016年9月30日，发行人未分配利润为人民币477,417,714.09元，不存在未弥补亏损。

（二十）本保荐机构查阅了发行人相关财务资料，取得了税务机关出具的证明文件，确认发行人依法纳税，报告期内未享受税收优惠。发行人的经营成果对税收优惠不存在严重依赖。

因此，发行人符合《管理办法》第二十七条的规定。

（二十一）根据正中珠江出具的标准无保留意见的广会审字【2016】G14002150481号《审计报告》，并经本保荐机构核查，截至2016年9月30日，发行人的流动比率为3.82，速动比率为2.57，资产负债率为23.22%；2016年1-9月，发行人无银行借款。发行人不存在重大偿债风险，不存在影响持续经营的担保、诉讼以及仲裁等重大或有事项。

因此，发行人符合《管理办法》第二十八条的规定。

（二十二）根据正中珠江出具的标准无保留意见的广会审字【2016】G14002150481号《审计报告》，并经本保荐机构核查，确认发行人申报文件中不存在下列情形：

- 1、故意遗漏或虚构交易、事项或者其他重要信息；
- 2、滥用会计政策或者会计估计；
- 3、操纵、伪造或篡改编制财务报表所依据的会计记录或者相关凭证。

因此，发行人符合《管理办法》第二十九条的规定。

（二十三）本保荐机构查阅分析了相关行业研究资料、行业分析报告及行业主管部门制定的行业发展规划等，核查分析了发行人的经营资料、重大资产权属文件、财务报告和审计报告等，访谈了发行人董事、监事、高级管理人员，并取得了发行人的确认文件，确认发行人具有持续盈利能力，不存在下列情形：

- 1、发行人的经营模式、产品或服务的品种结构已经或者将发生重大变化，并对发行人的持续盈利能力构成重大不利影响；
- 2、发行人的行业地位或发行人所处行业的经营环境已经或者将发生重大变化，并对发行人的持续盈利能力构成重大不利影响；
- 3、发行人最近一个会计年度的营业收入或净利润对关联方或者存在重大不确定性的客户存在重大依赖；

4、发行人最近一个会计年度的净利润主要来自合并财务报表范围以外的投资收益；

5、发行人在用的商标、专利、专有技术以及特许经营权等重要资产或技术的取得或者使用存在重大不利变化的风险；

6、其他可能对发行人持续盈利能力构成重大不利影响的情形。

因此，发行人符合《管理办法》第二十九条的规定。

（二十四）本保荐机构核查了发行人与经营有关的业务体系及主要相关资产；核查了发行人董事长、总裁、副总裁、财务总监、董事会秘书等高级管理人员以及发行人财务人员的任职；核查了发行人的财务核算体系和财务会计制度、分子公司财务管理制度、银行账户；核查了发行人的内部经营管理机构；核查了与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业间存在的同业竞争和关联交易情况；核查了发行人在招股说明书中关于其已达到发行监管对公司独立性要求的描述。经核查，保荐机构认为，发行人关于其已达到发行监管对公司独立性要求的描述是真实、准确、完整的。

因此，发行人符合《管理办法》第四十二条的规定。

五、发行人存在的主要风险

（一）生产环节外包的风险

发行人采用品牌经营模式，致力于附加值较高的业务链上游的设计、研发和业务链下游的品牌运营和销售渠道建设，而将产品生产环节外包。产品生产环节外包使得发行人在提升核心竞争力的同时能够有效降低运营成本。

目前国内服装产业链优势明显，可供选择的具备较高制造水平的成衣厂较多。同时，对于一些有特殊要求的产品，发行人会选择境外（如韩国）的一些成衣厂来进行生产，以确保发行人产品的品质。

通过采取建立成衣厂甄选考察评估体系、向成衣厂派驻质量专员、入库检验、委托第三方机构进行专项检测等措施。发行人一直在加强和提高产品品质，但仍可能存在成衣厂的生产工艺不能满足发行人产品品质要求，或者生产安排不能满足发行人交货时间而致使延迟供货，从而影响发行人产品的推广和销售。

（二）营销网络拓展带来的管理风险

发行人产品通过直营店和加盟店进行销售。营销网络拓展是发行人扩大市场份额、提高经营业绩的重要实现方式。近年来，发行人业务发展情况良好，门店

拓展一直保持较快的增长速度。

虽然发行人积累了较强的渠道拓展和管理经验、拥有了一定的优质渠道资源，建立了完善的人才培养机制，具备较强的门店复制能力，但随着本次发行募集资金的到位和投资项目的实施，发行人规模将迅速扩大，营销网络也将得到进一步扩张，店铺数量的快速增长对发行人的管理运营提出了更高的要求。如果发行人在人才储备和人力资源管理、选择合适的新开门店地址、绩效管理等方面不能满足发行人发展的需要，将对发行人未来的盈利能力造成一定的影响。

（三）存货余额较大的风险

截至 2016 年 9 月 30 日，公司存货净额为 23,900.48 万元，占资产总额的 29.02%，存货余额较大。

高端品牌服装企业存货占资产总额比重较高以及存货周转率偏低是与高端品牌服装企业的经营模式相适应的。虽然发行人存货一直保持正常生产经营所需合理水平，且库龄较短，存货周转率高于品牌定位类似的同行业上市公司，但若在未来的经营年度中因市场环境发生变化或竞争加剧导致存货积压和减值，将对发行人经营造成不利影响。

（四）市场竞争的风险

国内品牌服装行业是一个充分市场化竞争的行业。品牌服装企业的竞争力主要体现在品牌定位及品牌影响力、研发设计能力、商业模式、营销网络等方面，其中品牌定位及品牌影响力是品牌服装企业综合实力的反映。

发行人产品为高尔夫服饰，目标群体为高尔夫爱好者以及认同高尔夫文化、着装倾向于高尔夫风格的中产收入以上消费人群。虽然比音勒芬品牌已成为国内高尔夫服饰较具影响力及知名度的品牌，但目前行业内的品牌集中度相对较低，各品牌之间的竞争较为激烈。如果未来发行人不能够持续提升品牌价值，将对发行人未来的经营业绩产生一定的负面影响。

（五）知识产权被仿冒的危险

比音勒芬品牌定位于高端品牌。比音勒芬品牌在高尔夫服饰行业具有一定的知名度和美誉度，是发行人的核心竞争优势之一。品牌是影响消费者购买选择的重要因素。不同品牌产品用料、质量、服务、设计特点不同，产品定价也不同。

虽然发行人已经并将继续采取各种方式来保护发行人的品牌和注册商标，进一步加强品牌保护力度，但由于服饰的款式、品牌标识和装修陈列风格十分直观，

易于模仿，因此随着发行人市场影响力的不断增强，发行人存在因知识产权受到侵害，而导致品牌形象受到损害、经营业绩受到影响的风险。

（六）未能准确把握流行趋势变化的研发风险

服装行业是一个消费者品味和偏好不断变化的行业。发行人产品研发要求准确预测市场潮流、流行趋势变化和消费者需求变化，并能不断开发新的适销对路的产品。发行人已经建立了一套完善的市场信息捕捉、消费行为分析与预测、流行色彩分析的产品研发系统，具有较强的研发能力，能够较好的预测和把握高尔夫服饰流行动向，并迅速调整产品组合以适应市场需求的变化。但如果发行人对流行时尚和消费者需求判断失误和把握不准，未能及时开发出适销对路的产品，或开发的产品大量滞销，将对发行人产品销售产生不利影响。

（七）物流配送管理风险

发行人物流配送外包给第三方物流运输企业。物流配送的及时和准确对发行人的经营有一定影响。虽然发行人已建立了对第三方物流企业的筛选机制，亦在信息化系统中建立了和发行人业务规模相适应的仓储物流模块，但是若对第三方物流企业的管理出现疏忽或失误，则可能导致产品供应的迟延或差错，从而对发行人的经营业绩产生不利影响。

（八）人力资源风险

作为高端品牌服饰企业，发行人的持续发展依赖于研发设计、品牌营销和供应链人才的储备。发行人高度重视人才在发展中的作用，一方面注重从内部培养专业的品牌、设计、营销和供应链管理人才，另一方面从外部招聘和吸收具有丰富经验的各类型人才。自成立以来，发行人核心管理层和员工队伍保持较高的稳定性。由于发行人未来发展，特别是募投项目的实施将需要大量具备相关知识和经验的研发设计、品牌营销、供应链管理等各方面的人才，如果发行人不能保持员工队伍的稳定，并招揽到所需合格人才，将对发行人生产经营和持续发展产生不利影响。

（九）净资产收益率被摊薄的风险

本次公开发行股票将大幅度增加发行人的净资产。由于募集资金运用项目存在一定的建设周期，发行人净利润的增长速度在短期内将可能低于净资产的增长速度。发行人存在发行后净资产收益率下降的风险。

（十）募投项目的实施与经营风险

发行人本次发行募集资金拟用于“营销网络建设项目”、“信息系统提升建设项目”和“补充流动资金”。虽然发行人对募集资金计划投资的项目进行了认真的市场调查及严格的可行性论证，项目将进一步提升发行人的品牌价值，取得较好的经济效益，并提高发行人的信息化管理水平，且项目亦取得了政府有关部门的备案，但在项目实施过程中仍然会存在各种不确定和不可预期因素，并可能会对项目的建设进度、实际收益产生一定的影响，从而影响发行人的经营业绩。

（十一）实际控制人控制风险

本次股票发行前，谢秉政、冯玲玲夫妇合计持本公司 60%的股份，为公司控股股东暨实际控制人。谢秉政担任本公司董事长。本次发行后，谢秉政、冯玲玲夫妇仍为公司控股股东暨实际控制人。如果控股股东通过行使表决权或其他方式对公司经营和财务决策、重大人事任免和利润分配等方面实施不利影响，可能会给本公司及中小股东带来一定风险。

（十二）实际控制人因杰晖融资担保有限公司涉及诉讼的风险

公司实际控制人谢秉政、冯玲玲夫妇因冯玲玲参股的杰晖融资担保有限公司借款合同纠纷被相关债权人提起诉讼要求其二人承担连带赔偿责任的诉讼案件共 25 宗，涉案金额约计 13,069 万元。截至本招股说明书签署之日，上述 25 宗案件中已作出终审判决（裁定）的案件共 10 宗，涉及标的金额为 2,105 万元，判决（裁定）结果均为相关法院驳回原告要求冯玲玲和谢秉政承担连带还款责任的诉讼请求或驳回起诉。上述 25 宗案件中另有 3 宗案件相关法院已裁定准予原告的撤诉申请，涉及金额约为 280.76 万元。另外，上述 25 宗案件中已作出一审判决的为 1 宗，判决结果为驳回原告要求冯玲玲及谢秉政承担连带还款责任的诉讼请求。

公司实际控制人谢秉政、冯玲玲所持发行人股份曾由于杰晖公司相关案件诉讼财产保全原因被限制办理相应变更手续或被冻结。截至本招股说明书签署之日，冯玲玲、谢秉政所持发行人股份受限之情形已全部解除，发行人实际控制人所持有发行人股份不存在被查封或冻结情况。

保荐机构和发行人律师认为：发行人实际控制人冯玲玲、谢秉政以自身名义参加诉讼之情形与发行人不存在直接的利害关系，不会对发行人的持续经营造成实质性损害或重大不利影响。谢秉政、冯玲玲所持公司股份由于杰晖公司相关案件诉讼财产保全原因曾被限制办理相应变更手续或被冻结系正常的司法诉讼程

序，并不属于股权权属纠纷。谢秉政、冯玲玲所持股权权属清晰，无任何权属争议或纠纷。谢秉政、冯玲玲目前所拥有之资产规模相对于上述诉讼案件金额而言，其二人亦具备足够的偿还能力，且谢秉政、冯玲玲已出具书面承诺，若未来其二人需就杰晖担保与其他第三方因目前已知或未来可能发生之债权债务纠纷承担相应还款责任的，则其二人均将以其所拥有的除发行人股权以外之其他财产承担偿还责任，不会影响其二人所持发行人股权之份额，不会影响其二人发行人实际控制人地位。因杰晖公司引起的相关诉讼事宜不会对发行人本次发行上市构成实质性障碍。

六、对私募投资基金备案的核查情况

保荐机构核查了发行人的工商档案、公司章程和股东名册等文件。发行人股东包括8名自然人和2名法人，其中2名法人股东为广州暨南投资有限公司（以下简称“暨南投资”）和广东通盈创业投资有限公司（以下简称“通盈创投”）。

根据《私募投资基金监督管理暂行办法》和《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》的相关规定，私募投资基金是指以非公开方式向合格投资者募集资金设立的投资基金，包括资产由基金管理人或者普通合伙人管理的以投资活动为目的设立的公司或者合伙企业。

根据上述规定及广州市工商行政管理局提供查阅的工商登记资料、通盈创投和暨南投资分别出具的说明并经查验，暨南投资和通盈创投设立时的出资由其股东认缴投入，不存在以非公开方式向投资者募集资金的情形；该两家公司目前主要从事自有资金对外投资业务，对内管理及对外经营主要通过董事会、股东会等内部决策程序进行，不存在资产由基金管理人或者普通合伙人管理的情形。因此，本保荐机构认为，暨南投资和通盈创投不属于《私募投资基金监督管理暂行办法》及《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》中规定的私募投资基金或私募基金管理人，可以不按《私募投资基金监督管理暂行办法》及《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》的相关规定履行登记备案程序。

七、对发行人填补被摊薄即期回报措施及承诺的核查

保荐机构查阅了发行人关于其填补被摊薄即期回报的具体措施，发行人控股股东、实际控制人、董事、高级管理人员对公司填补回报措施能够得到切实履行作出的承诺等文件。经核查，保荐机构认为，发行人已根据《国务院办公厅关于进

进一步加强资本市场中小投资者合法权益保护工作的意见》、《关于首发及再融资、重大资产重组摊薄即期回报有关事项的指导意见》提出了填补回报的具体措施，发行人的控股股东、实际控制人、董事、高级管理人员已根据上述规定就填补回报措施出具了相关书面承诺，有关措施及承诺具有可执行性，可以有效保护投资者的利益。发行人及其控股股东、实际控制人、董事、高级管理人员在招股说明书中作出的关于填补被摊薄即期回报措施和承诺均系自愿作出，履行了必要的法律程序，已依法生效。

八、对发行人募集资金投资项目的核查

本保荐机构查阅了相关国家产业政策及法律、法规和规章，并与北京国枫律师事务所进行了沟通，确认发行人募集资金投资项目符合国家产业政策、环境保护、土地管理以及其他法律、法规和规章的规定。

九、对发行人发展前景的评价

（一）发行人所处行业具有良好发展前景

1、服装行业市场容量

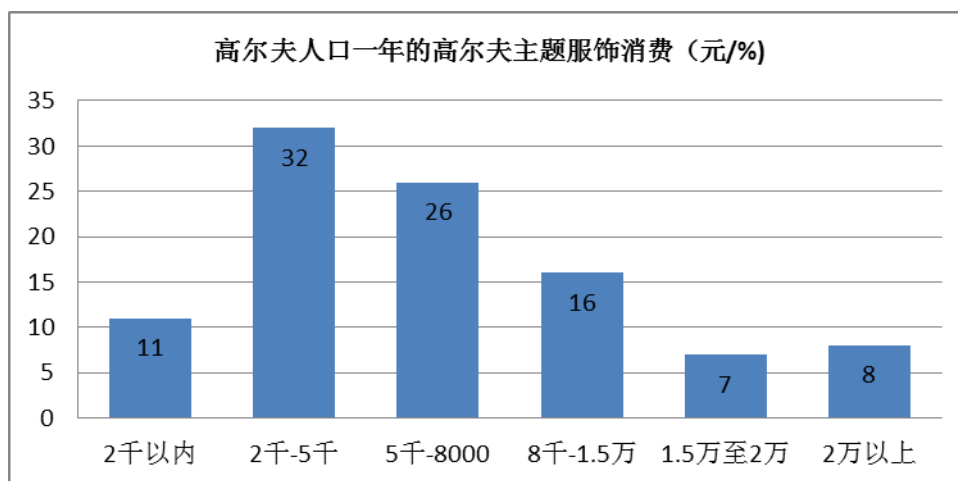
根据国家统计局人均衣着类消费和人口数量测算，中国服饰市场规模从2006年的6,480亿元增长至2015年的16,440亿元，年均复合增长率达10.90%，增长迅速。

2、高尔夫服饰市场具有良好成长前景

（1）专业高尔夫服饰市场随国内高尔夫爱好者数量的增长市场潜力较大

高尔夫作为一项户外休闲运动，过去几十年中在发达国家得到快速发展。根据美国国家高尔夫基金会（National Golf Fundoundation，简称 NGF）2006 年公布报告的数据，2006 年美国的高尔夫人口（指年满 6 岁，1 年下场一次以上）约为 2,870 万，美国高尔夫人口占总人口的比例为 12.9%，高尔夫产业产值高达 600 亿美元。

在国内，根据 Taylor Nelson Sofres 市场研究公司在 2009 年所做的一项调查显示，年龄在 15 岁至 54 岁之间的中国国内城市居民中打高尔夫的人占 1.1%。这一年龄段的中国大中城市总人口约 3 亿，照这一比例推算，国内打高尔夫的人数保守估计约为 330 万。根据《中国高尔夫行业报告（2011 年度）》的统计数据，高尔夫人口一年中购买的高尔夫服饰的平均消费金额如下图：



根据上图中各区间的中位数计算，高尔夫人口一年的高尔夫服饰消费金额平均为 7,185 元。以此推算，国内 330 万高尔夫人口消费的专业高尔夫服饰的潜在市场容量约为 237 亿元，但仍和欧美发达国家有较大差距，未来发展潜力较大。

（2）生活休闲高尔夫服饰因自身具有的跨界性，随着中产阶层壮大，增长速度较快

A、中产阶层的壮大使生活休闲高尔夫服饰消费群体快速增长

中国 2015 年人均 GDP 已超过 7,000 美元，中产阶层迅速壮大，消费结构正在发生很大转变。中国的中产阶层有如下特征：一是集中在大城市，大部分受过高等教育；二是他们有稳定的工作，大多为从事脑力劳动的高级白领；三是他们在努力工作的同时，生活素质、时尚品味密切与世界接轨。他们的价值品位、消费习惯、生活方式，共同构成了中产阶层的文化。

在服饰消费方面，中产阶层更重视服饰的社会价值，即通过服装来表达个人品味，同时达到对群体的所属认同和突出个性的自我认同。中产阶层追求服装表达的精神和文化内涵，从而引领和创造出社会新的流行时尚。生活休闲高尔夫服饰所蕴含的丰富文化属性和代表的生活方式和中产阶层的文化有很大的契合度。生活休闲高尔夫服饰的消费者追求高尔夫式的着装风格，这是源于对生活质量的追求。他们愿意购买风格鲜明的服饰品牌，来取代以往定位模糊的普通休闲服饰产品。随着中国中产阶层群体的增长，生活休闲高尔夫服饰未来成长空间较大。

B、生活休闲高尔夫服饰的跨界性使它的市场份额逐步提升

“享受高尔夫似的闲情逸致，并不一定要打高尔夫”。生活休闲高尔夫服饰的消费群体不仅仅局限于下场打球的高尔夫爱好者，还包括那些认同高尔夫文化，从而在着装上倾向于高尔夫风格的消费者。根据美国 NPD 市场研究公司 2006

年针对美国女性消费者所做的一项数据统计，有 62% 的女性购买高尔夫服饰并不是专门为了去球场挥杆，而是选择在平日的休闲生活中穿着。根据发行人对现有 VIP 客户的调查统计，约 78% 的人表示不打高尔夫或仅仅在高尔夫练习场打过球。

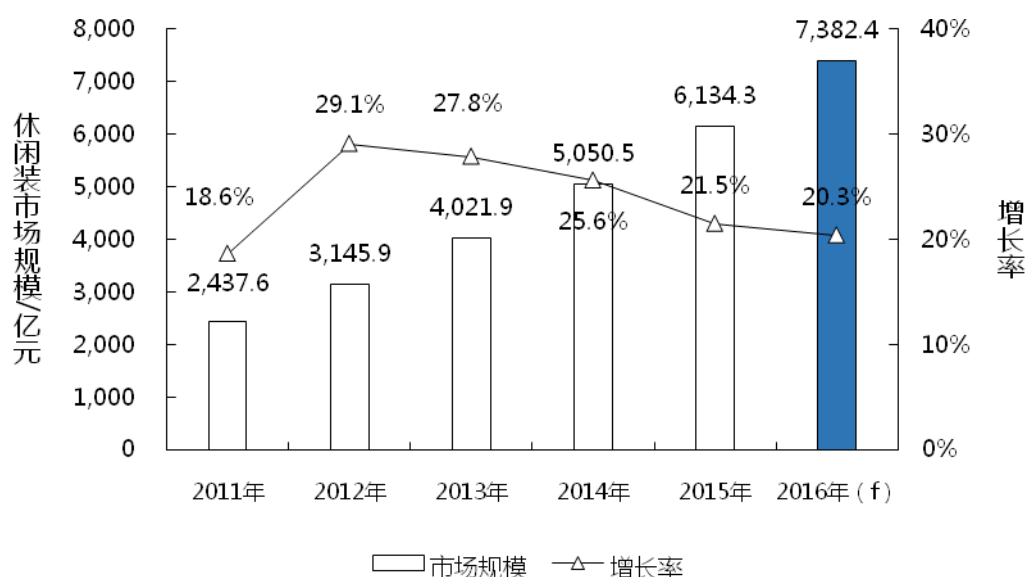
高尔夫服饰在中国成为中高端消费人群的着装选择，以及它的跨界定位，具备较强宽泛性的特点，吸引了越来越多的消费者并引导了服装消费偏好。高尔夫服饰的市场份额正在逐渐加大。

3、休闲服装市场容量

一方面，高尔夫运动属于户外休闲运动；另一方面，生活休闲高尔夫服饰是高尔夫服饰向休闲服饰的跨界衍生。所以，高尔夫服饰市场和休闲服饰市场具有一定的联系和交叉。

2011年至2015年，我国休闲服装市场年均复合增长率为25.95%，2015年市场规模达6,134.3亿元。

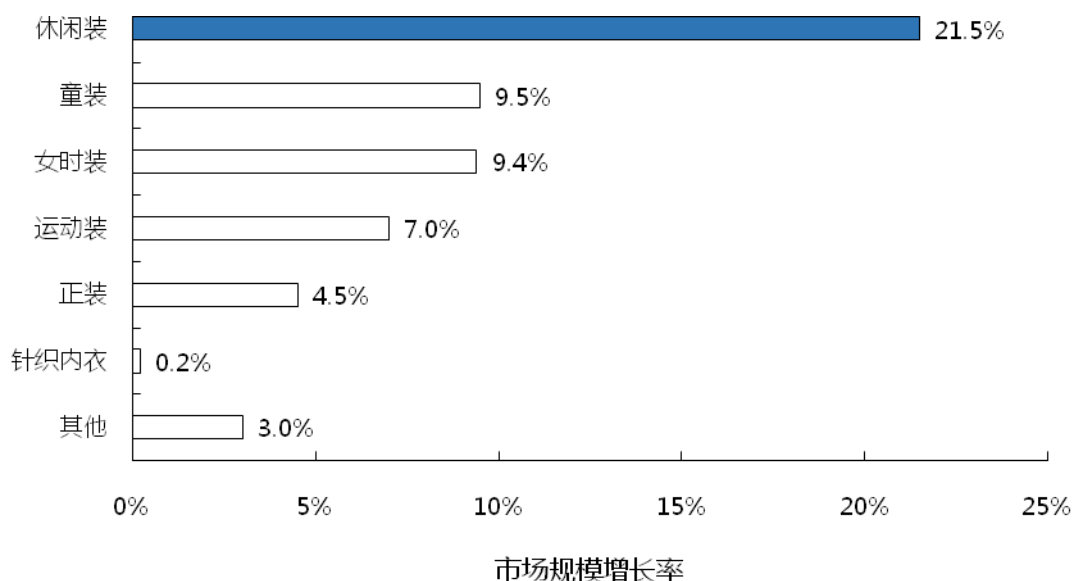
2011-2016年中国休闲服装市场规模及增长速度图



数据来源：《纺织服装周刊》2016 年 1 月号

休闲服装的市场规模增长率最快。预计2016年休闲服装仍将是市场增长最快的细分领域，增速保持在20%以上。

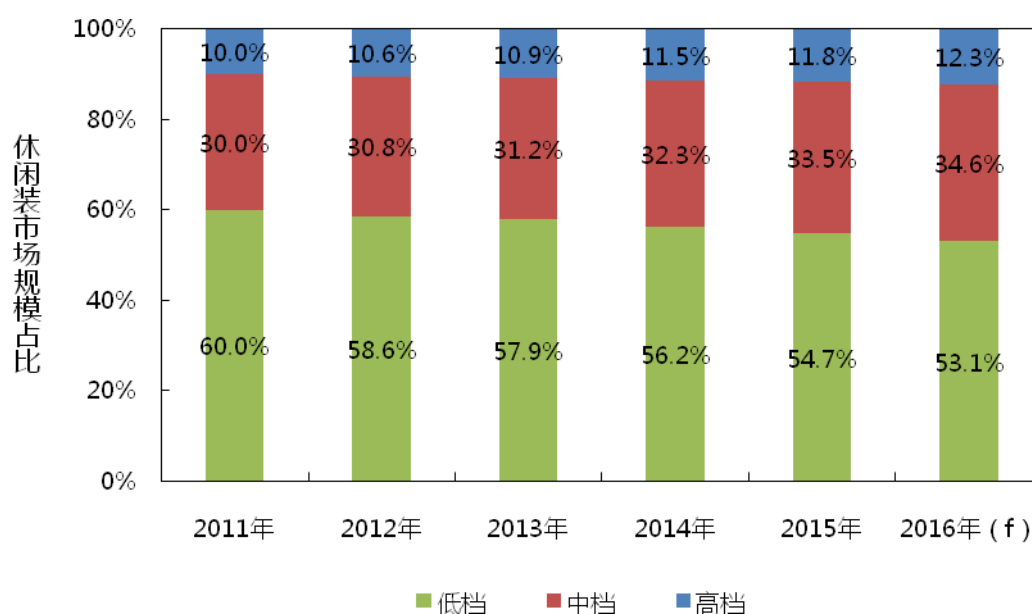
中国服装细分品类2015年市场规模增长情况



数据来源：《纺织服装周刊》2016 年 1 月号

在整个休闲服装市场容量中，中高档休闲装的比重不断增加，由 2011 年的 40.0% 增加至 2015 年的 45.3%，预计 2016 年将进一步增至 46.9%，市场规模将达到 3,462.3 亿元。

2011 年-2016 年，高中低档休闲装市场规模占比情况



数据来源：《纺织服装周刊》2016 年 1 月号

(二) 发行人具有明显的竞争优势，可持续发展能力较强

1、高端鲜明的品牌定位，深厚的高尔夫文化底蕴

首先，作为比音勒芬的品牌标识和重要无形资产，精准地把握住了高尔夫运动和高尔夫服饰的神形特征，给消费者以鲜明的高尔夫视觉认知。

其次，长期以来发行人一直致力于比音勒芬品牌形象的打造。比音勒芬品牌在国内率先提出“生活高尔夫”理念，专注于向市场传播高尔夫的“绅士、和谐、挑战”的文化内涵，推广高尔夫“健康慢生活”的生活方式；通过差异化定位，在品牌、产品、风格、文化等方面和其它服饰品牌区别开来。

同时，发行人管理团队长期致力于构建公司的高尔夫文化氛围，在工作和生活中不断增厚和夯实公司高尔夫文化的底蕴。比音勒芬从店铺装修、服装设计到文化展示、产品陈列等方面突出品牌的高尔夫风格与文化；同时通过赞助各种高尔夫赛事活动，分享和传播高尔夫文化。

2、独特清晰、差异化的产品定位

发行人的产品定位于高尔夫服饰市场，目标消费群体为高尔夫爱好者以及认同高尔夫文化、着装倾向于高尔夫风格的中产收入以上消费人群。在产品风格设计上具有鲜明的个性和一贯坚持的风格，强调和目标消费者形成“共鸣”。

发行人将传统的高尔夫服饰文化与中国文化进行有效的融合，产品涵盖专业高尔夫、生活休闲两大系列，以满足着装者不同场合的需求。专业高尔夫系列主要针对经常下场打球的高尔夫运动爱好者，产品选用功能性面料，强调专业性和舒适性的融合，满足在不同天气状况下都可舒适挥杆的要求。生活休闲系列以“自然、阳光、和谐”为核心设计理念，注重采用功能性面料，同时在面料档次、做工、剪裁与细节等方面体现出着装者的身份与品位。

通过清晰的产品定位、独特的产品风格及单一品牌的多层次产品覆盖策略，比音勒芬吸引了企业家、高级白领、演艺名人等具有较高消费力的客户，形成了具有较强品牌忠诚度的消费群体。

3、拥有覆盖全国主要消费区域、布局合理的高端销售渠道

截至 2016 年 9 月底，公司拥有 601 个终端销售门店，其中直营店 273 个、加盟店 328 个。发行人门店大多位于国内大型高端商场、主要机场、知名高尔夫球会会所等，覆盖了国内主要城市的核心商圈。发行人与包括广州友谊、北京燕莎、北京翠微、南京金鹰、杭州大厦、天津友谊、成都仁和春天百货、昆明金格百货、青岛海信等在内的国内高端连锁百货建立了稳定的合作关系，成为它们的

优质合作伙伴。

在渠道布局上，发行人坚持在一线和主要二线城市建立直营店，以利于公司树立品牌形象并辐射周边区域。同时，在其他区域发行人采用加盟模式来加大销售终端密度。目前，发行人的直营店与加盟店的比例约为 1: 1.20。发行人渠道布局层次分明，一方面可保证发行人对营销网络的控制力度，提升品牌形象，另一方面可借助加盟商的区域资源扩大市场覆盖面。

发行人销售终端网络布局合理，已初步建立了覆盖全国主要发达区域市场的营销网络，品牌知名度日益提升。

4、形成了行业内较为领先的研发设计优势

(1) 建立了行业内较为领先的研发设计团队

发行人建立培养了一支高素质的设计研发团队。截至 2016 年 9 月 30 日，发行人设计研发团队共 39 人。发行人的设计师具有多年高尔夫服饰设计经验，在设计理念、色彩应用、工艺设计与表现、面料处理与把握等方面具有较高的专业素养。他们具备敏锐的时尚捕捉能力，定期参加国际流行前沿的时装发布会、知名时装走秀活动以及国际面料展，在及时把握国际流行时尚趋势的同时根据中国消费者的着装心理、功能需求和审美取向的差异，通过服饰设计语言和服饰载体精准地加以表达。

(2) 设计能力较强，经典款式的设计得到消费者认可

发行人产品在设计方面注重运用新技术、新工艺和高科技面料，并运用跨界设计理念，让运动元素、休闲元素以及时尚元素在服饰上和谐融合，实现了功能性和审美的统一。报告期内，发行人设计部门每年设计的产品超过千款，显示了发行人具有较强的设计能力。同时，发行人产品在面料选用、色彩、款式上既延续品牌传统风格，沉淀经典，又积极突破创新，提炼时尚，不断丰富产品系列和产品线以满足和引领潮流。发行人的一些经典款式，在色彩的搭配、对比、明暗及深浅的对照，线条处理，细节设计等方面确立了自己的品牌风格，并和公司品牌的文化内涵和谐统一，已经成为品牌个性化的识别标志。这些经典款式的市场销售经久不衰，提升了品牌的美誉度。

(3) 研发设计运作模式及流程趋向国际化

发行人在打造内部团队研发设计能力的同时，聘请国外服装行业知名咨询机构，对研发设计核心流程进行升级再造。发行人产品设计在运作模式、设计理念

和设计水准上已越来越接近国际水准。

发行人研发设计流程全面覆盖商品企划、市场信息调研、设计、制版、订货会环节，并向面料开发、品牌营销环节延伸。一方面发行人和上游的世界顶级面料商合作开发适合自身品牌风格的面料及花型图案；另一方面发行人的设计师、商品策划、市场销售、品牌推广人员组成团队，对下一季消费者的消费偏好、流行趋势、时尚元素进行识别判断，以准确推出新品来引领市场消费。通过研发设计模式和流程的优化，一方面，发行人的产品设计不依赖于个别高知名度的设计师，而是以品牌文化理念和品牌风格定位为中心，采取聘用韩国知名设计师并结合内部培养的方式，组建具备国际化视野和内生力的设计团队；另一方面，保证了设计团队能够与目标市场充分交流，设计工作能够高效运作，并降低市场风险。

（4）和外部专业机构合作，打造核心研发设计优势

近年来，发行人在打造内部团队研发设计能力的同时，积极与外部设计团队、科研院所等合作，在研发设计能力方面得到了一定的认可。报告期内，发行人获得的设计奖项主要有：2011年12月，发行人获得中国纺织工业联合会颁发的产品开发贡献奖；2012年11月，发行人获得中国流行色协会颁发的“2011/2012中国色彩应用奖”和“2011/2012年度最具流行魅力高尔夫服饰品牌”；2013年3月，发行人获得中国服装协会颁发的“杰克·第九届中国服装品牌年度大奖创新大奖”。

基于发行人长期以来对国际高尔夫服饰流行色趋势的准确把握，2012年中国流行色协会通过多方面考察，决定和发行人合作共建“中国高尔夫服饰色彩研发基地”。发行人成为中国流行色协会在高尔夫服饰领域唯一的战略合作伙伴。2012年12月，发行人被中国纺织工业联合会授予“国家高尔夫服装产品开发基地”称号。2013年1月，发行人和北京服装学院合作成立“高尔夫服饰人体工程研究中心”，以建立高尔夫运动人体三维数据库和模型，开展高性能高尔夫服饰产品功能性与版型研发，建立高尔夫服饰特殊功能面料的评价标准和体系。2013年1月，发行人被认定为2012年度广州市番禺区企业创意设计中心。2013年10月，发行人成为中国国家高尔夫球队（奥运之队）官方唯一专业高尔夫服装赞助商，比音勒芬品牌成为中国国家高尔夫球队（奥运之队）指定品牌。2013年12月，发行人被《纺织服装周刊》评选为2013中国纺织服装行业“十大服装品牌”。2014年12月，发行人产品“高尔夫服饰”被授予“2014年度广东省名

牌产品（工业类）”。

5、始终如一地坚持产品的高品质

对于品质的追求是发行人一贯的坚持。发行人将“优质的面料、亮丽的色彩、新颖的款式、精细的做工”作为产品定位，努力为消费者提供高品质的产品。

在面料选择方面，为了确保产品品质，发行人坚持选择高档次、高性能的面料。发行人与意大利、韩国和日本等国的知名面料供应商保持稳定的合作关系。这些面料供应商也是国际一线品牌的合作伙伴。发行人与部分面料供应商建立了技术研发人员定期交流合作机制，并结合发行人产品的风格特点，发挥各自的优势进行产品的定向开发。同时，发行人每年组织团队参加境内外国际面料展，从中捕捉面料流行趋势。

在产品的设计方面，发行人采用运动立体式裁剪，使产品更为人性化。例如：T 恤色彩亮丽，手感舒适，领子比普通 T 恤领子高且直挺，方便遮阳，大部分产品还具有吸湿、排汗、易干的特性；裤装在设计上给予分割余量防止膝盖位突出及大腿部的拽拉现象，部分产品采用功能性面料，具有抗菌、环保、抗紫外线等功能。

在成衣厂选择方面，发行人建立了一套有效的供应商管理制度。发行人部分成衣委托韩国成衣厂加工。发行人合作的韩国成衣厂具有较强的工艺技术优势，发行人通过与其共同研发，生产出的 T 恤产品色彩纯度高、持久度好，避免了普通产品长时间穿着后容易产生的颜色暗淡、手感粗糙的问题；毛织与梭织拼接产品充分结合了两材质的优点，既有梭织产品的可塑性，也有毛织产品的可伸展性和柔和性。发行人国内合作的主要成衣厂的生产规模、工艺技术、管理水平在行业内具备较强的专业优势和良好的口碑，具有为国际知名品牌加工的经验。发行人的主要成衣厂均为长期合作，互相了解程度高，目前已形成了一个能够满足发行人质量、交货期要求的战略合作伙伴群。自成立以来，通过不断探索，发行人制定了工厂资质、交货期、返修率、售后服务、合同履行情况、应变能力等方面综合的成衣厂考核指标体系。综合指数不达标的加工商将被淘汰。同时发行人还对每一批外包产品实行委派质量跟单员制度，对每一批每一件产品都实行严格的质量跟踪检测。

在服务方面，发行人成立了 VIP 服务中心，向 VIP 客户提供全面细致的个性化服务。服务主要包括：

(1) 建立客户资料库,方便销售部门的服装顾问准确了解客户的穿着风格、尺码等信息,提供符合客户习惯的服装搭配;

(2) 建立告知系统,定期向VIP会员传递时尚资讯、流行趋势及品牌信息;向符合条件的VIP会员开展积分兑换活动,增加与客户间的互动;

(3) 发行人向符合条件的VIP客户发送邀请函,参加门店所在城市举办的消费体验等各种活动,或者和战略合作商场举办VIP客户高尔夫联谊赛。通过品质服务,发行人提升了品牌形象和品牌忠诚度。

6、符合自身定位的品牌营销与市场推广策略

品牌营销与推广是高级服饰企业获取市场影响力,体现品牌价值和品牌文化,提升品牌形象和产品形象的重要手段。发行人紧密围绕主要目标消费群体,实行从商品企划、产品设计、终端视觉形象、橱窗广告、货品陈列、品牌代言和营销活动策划的整合营销,以提升比音勒芬品牌的知名度和美誉度。

发行人根据产品定位高端的特点,通过对目标客户群生活习惯的针对性分析,并借鉴国际知名品牌营销宣传的经验,较少采用普通电视频道、报纸等大众媒体形式推广,主要通过独特的终端环境形象、时尚精英杂志营销、高尔夫频道、举办专题推广活动、客户长期惠顾VIP计划等方式进行。

(1) 品牌形象整合设计

发行人聘请了专业品牌运营咨询公司对品牌核心价值、品牌定位、设计理念、风格取向、传播途径及品牌视觉形象等识别要素进行了整合设计和规范,并在企划设计、营销推广活动中贯彻和提升上述价值和定位。

(2) 树立独特的终端环境形象

为了营造良好的终端环境形象,发行人聘请韩国专业的空间设计顾问机构MAST公司和视觉陈列设计顾问机构Dio公司对品牌的终端形象,包括空间布局、橱窗广告、产品陈列、视觉环境、装饰风格、道具陈列、店铺装修选材等方面,进行专门的设计和提升,使各门店都能清晰一致地表达比音勒芬品牌形象和产品风格,让门店成为发行人品牌宣传的最好平台。

(3) 有针对性的进行广告宣传

针对目标客户群的特点,发行人选择了《高尔夫》、《高尔夫大师》、《财经》、《三联生活周刊》、《看天下》这类比音勒芬品牌潜在受众比较喜爱的杂志进行宣传推广;选择了广东电视台《高尔夫频道》、网络媒体《新浪》,还有各种户外媒

体等作为比音勒芬品牌推广的合作伙伴。通过多年有针对性的运作推广，比音勒芬品牌不仅在高尔夫爱好者领域，而且在其他目标消费群体心目中的知名度和美誉度得到了很大的提升。

（4）开展主题营销活动

发行人定期参加行业内影响力较高的服装及高尔夫展会，如中国国际服装服饰博览会、中国国际高尔夫博览会，并从 2008 年开始举办“高尔夫服饰文化体验之旅”活动。发行人在展会及主题活动中，通过现场走秀、互动体验等活动宣传高尔夫文化，传递“健康慢生活”的生活方式，全方位地向消费者传递比音勒芬产品的文化及价值内涵。

（5）通过高尔夫赛事进行品牌推广

近几年，发行人赞助的重大高尔夫赛事活动包括：2010 年 6 月-2011 年 6 月发行人为中国大学生高尔夫代表队指定比赛服装赞助商；2010 年 6 月-2011 年 12 月发行人为全明星高尔夫球队服装合作伙伴；公司为高尔夫频道“比音勒芬杯铁杆会”2012 年、2013 年以及 2014 年赛事的冠名赞助商；2012 年 12 月，发行人成为 2012 年“东风日产杯”中国亚太职业高尔夫球队际对抗赛指定服装赞助商。2014 年 10 月，发行人成为“南山中国大师赛”赛事服装赞助商；2014 年 10 月，发行人成为“观澜湖世界明星赛”指定赛事官方供应商。2015 年 4 月，公司成为“2015 年中韩明星高尔夫慈善赛”的唯一高尔夫服装赞助商；2015 年 4 月，公司为高尔夫频道“比音勒芬杯铁杆会”2015 年 3 月至 2016 年 12 月赛事的冠名赞助商。

7、经验丰富的管理团队打造的管理优势

发行人拥有一支经验丰富、理念一致、积极进取、专注执着的管理团队，他们对中国高尔夫服饰文化和市场有着深入透彻的理解。发行人管理团队有着多年的从业经验，核心管理层直接持有公司的股份，为公司管理层稳定持续的发展提供了保障。

发行人管理团队在公司定位、发展战略、管理提升等方面思路清晰。经过多年的发展，发行人采用扁平化的经营管理模式，建立了和品牌运营企业相适应的业务流程、控制力强的营销终端管理制度、快速反应的供应链体系、规范的决策和执行机制，确保了发行人的健康快速发展。

（三）本次公开发行股票募集资金的运用将极大的巩固和提升发行人的行

业地位，增强发行人的核心竞争力，促进发行人长远快速发展

营销网络建设项目建成后，将进一步扩大和完善发行人的营销网络，提高比音勒芬品牌的市场覆盖率和影响力，增强发行人对销售渠道的控制力，提升发行人的盈利能力；信息系统提升建设项目建成后，发行人将会拥有更为完备的信息管理平台，为发行人营销网络的拓展、供应链管理能力的提升、网络终端的实时监控和动态管理等业务发展提供强有力的后台支持，为发行人业务发展奠定坚实基础。补充流动资金将有利于公司主营业务的开展。

综上所述，发行人在行业中具有明显的竞争优势，募集资金投资项目符合市场需求的发展方向，因此发行人具有良好的发展前景。

(本页无正文,为《安信证券股份有限公司关于比音勒芬服饰股份有限公司首次公开发行股票之发行保荐书》之签字盖章页)

保荐代表人签名:

杨勇 潘祖祖

杨 勇

潘祖祖

项目协办人签名:

王安定

王安定

内核负责人签名:

王时中

王时中

保荐业务负责人签名:

秦冲

秦 冲

法定代表人签名:

王连志

王连志



附件1:

安信证券股份有限公司
关于比音勒芬服饰股份有限公司首次公开发行股票
保荐代表人专项授权书

中国证券监督管理委员会:

根据贵会《证券发行上市保荐业务管理办法》及国家有关法律、法规的相关规定,我公司作为比音勒芬服饰股份有限公司首次公开发行股票的保荐机构,兹授权杨勇、潘祖祖担任保荐代表人,具体负责该公司本次发行上市的尽职保荐及持续督导等保荐工作。

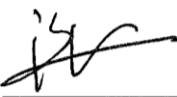
保荐代表人杨勇、潘祖祖未在主板(含中小企业板)担任超过两家在审企业的签字保荐代表人。

特此授权。

保荐代表人(签名):



杨 勇



潘祖祖

法定代表人(签名):



王连志



附件 2:

**安信证券股份有限公司关于
比音勒芬服饰股份有限公司首次公开发行股票
之签字保荐代表人杨勇情况说明与承诺**

安信证券股份有限公司作为比音勒芬服饰股份有限公司首次公开发行股票（以下简称“该项目”）的保荐机构，对该项目之签字保荐代表人杨勇情况说明与承诺如下：

（一）截至本说明出具日，杨勇作为签字保荐代表人申报的在审项目情况

1、比音勒芬服饰股份有限公司申请首次公开发行股票并上市 IPO 项目。

（二）杨勇最近 3 年内没有违规记录，违规记录包括被中国证监会采取过监管措施、受到过证券交易所公开谴责或中国证券业协会自律处分；

（三）杨勇最近 3 年内曾担任过签字保荐代表人的已完成项目情况

1、山东玲珑轮胎股份有限公司首次公开发行股票并上市项目。

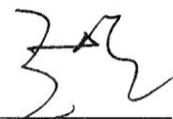
特此说明与承诺。

保荐代表人签名：



杨 勇

保荐机构法定代表人签名：



王连志

保荐机构：安信证券股份有限公司



2016 年 11 月 7 日

附件 3:

**安信证券股份有限公司关于
比音勒芬服饰股份有限公司首次公开发行股票
之签字保荐代表人潘祖祖情况说明与承诺**

安信证券股份有限公司作为比音勒芬服饰股份有限公司首次公开发行股票（以下简称“该项目”）的保荐机构，对该项目之签字保荐代表人潘祖祖情况说明与承诺如下：

（一）截至本说明出具日，潘祖祖作为签字保荐代表人申报的在审项目情况

- 1、江龙船艇科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市项目。
- 2、广东香山衡器集团股份有限公司首次公开发行股票并上市项目。
- 3、比音勒芬服饰股份有限公司首次公开发行股票并上市项目。

（二）潘祖祖最近 3 年内没有违规记录，违规记录包括被中国证监会采取过监管措施、受到过证券交易所公开谴责或中国证券业协会自律处分

（三）潘祖祖最近 3 年内曾担任过签字保荐代表人的已完成项目情况

- 1、广东坚朗五金制品股份有限公司首次公开发行股票并上市项目。

特此说明与承诺。

保荐代表人签名：

潘祖祖

保荐机构法定代表人签名：

王连志

保荐机构：安信证券股份有限公司

