比音勒芬服饰股份有限公司

BIEM.L.FDLKK GARMENT CO.,LTD.

（广州市番禺区南村镇兴业大道 309 号）

首次公开发行股票招股意向书

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）

发 行 概 况

发行股票类型	人民币普通股（A 股）
本次公开发行股数	2,667 万股；本次发行不涉及发行人股东公开发售股份
每股面值	人民币 1.00 元
每股发行价格	[ ]元
预计发行日期	[ ]年[ ]月[ ]日
拟上市证券交易所	深圳证券交易所
发行后总股本	10,667 万股
本次发行前股东所持股份的限售安排、股东对所持股份自愿锁定的承诺	公司控股股东暨实际控制人谢秉政、冯玲玲夫妇二人及其一致行动人谢挺承诺：自公司股票上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理公司首次公开发行股票前其所持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份。 公司股东谢炳銮、李惠强、陈俊岭、申金冬、唐新乔、暨南投资、通盈创投承诺：自公司股票上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理公司首次公开发行股票前其所持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份。 公司股东谢秉政、冯玲玲、申金冬和唐新乔承诺：在其担任公司董事、监事和高级管理人员的任职期间，每年转让的股份不超过其所持有公司股份总数的百分之二十五；离职后六个月内不转让其所持有的公司股份；在申报离任六个月后的十二个月内通过证券交易所挂牌交易出售公司股票数量占其所持有公司股票总数的比例不超过百分之五十。 公司控股股东暨实际控制人、持有公司股份的董事和高级管理人员谢秉政、冯玲玲、申金冬和唐新乔承诺：公司上市后 6 个月内如公司股票连续 20 个交易日的收盘价（公司上市后发生除权除息事项的，上述价格应作相应调整）均低于发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于发

	行价，其所持公司股票的锁定期限自动延长 6 个月。谢秉政、冯玲玲夫妇承诺其所持公司股份在锁定期满后两年内不减持；申金冬和唐新乔承诺其所持公司股票在锁定期满后两年内减持的，其减持价格不低于发行价（公司上市后发生除权除息事项的，减持价格应作相应调整）。如超过上述期限拟减持公司股份的，其承诺将依法按照《公司法》、《证券法》、中国证监会及深圳证券交易所相关规定办理；其不会因职务变更、离职等原因而拒绝履行上述承诺。
保荐机构（主承销商）	安信证券股份有限公司
招股意向书签署日期	2016 年 11 月 7 日

声明及承诺

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

公司负责人和主管会计工作的负责人、会计机构负责人保证招股意向书及其摘要中财务会计资料真实、完整。

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

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

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

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

重大事项提示

本公司特别提醒投资者注意本公司及本次发行的以下事项和风险：

一、本次发行的相关重要承诺和说明

（一）本次发行前股东所持股份的流通限制和自愿锁定股份的承诺及相应的约束措施

公司控股股东暨实际控制人谢秉政、冯玲玲夫妇二人及其一致行动人谢挺均承诺：自公司股票上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理公司首次公开发行股票前其所持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份。

公司股东谢炳銮、李惠强、陈俊岭、申金冬、唐新乔、暨南投资、通盈创投承诺：自公司股票上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理公司首次公开发行股票前其所持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份。

公司股东谢秉政、冯玲玲、申金冬和唐新乔还承诺：在其担任公司董事、监事和高级管理人员的任职期间，每年转让的股份不超过其所持有公司股份总数的百分之二十五；离职后六个月内不转让其所持有的公司股份；在申报离任六个月后的十二个月内通过证券交易所挂牌交易出售公司股票数量占其所持有公司股票总数的比例不超过百分之五十。

公司控股股东暨实际控制人、持有公司股份的董事和高级管理人员谢秉政、冯玲玲、申金冬和唐新乔承诺：公司上市后 6 个月内如公司股票连续 20 个交易日的收盘价（公司上市后发生除权除息事项的，上述价格应作相应调整）均低于发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，其所持公司股票的锁定期限自动延长 6 个月。谢秉政、冯玲玲夫妇承诺其所持公司股份在锁定期满后两年内不减持；申金冬和唐新乔承诺其所持公司股票在锁定期满后两年内减持的，其减持价格不低于发行价（公司上市后发生除权除息事项的，减持价格应作相应调整）。如超过上述期限拟减持公司股份的，其承诺将依法按照《公司法》、《证券法》、中国证监会及深圳证券交易所相关规定办理；其不会因职务变更、离职等原因而拒绝履行上述承诺。

以上承诺人除谢挺外均承诺：若其未履行上述承诺，其将在公司股东大会及中国证监会指定报刊上公开就未履行股票锁定期承诺向公司股东和社会公众投资者道歉，并将在符合法律、法规及规范性文件规定的情况下 10 个交易日内购回违规

卖出的股票，且自购回完成之日起自动延长持有全部股份的锁定期 3 个月。若其因未履行上述承诺而获得收入的，所得收入归公司所有，其将在获得收入的五日内将前述收入支付给公司指定账户。如果因其未履行上述承诺事项给公司或者其他投资者造成损失的，其将向公司或者其他投资者依法承担赔偿责任。

谢挺承诺：若其未履行上述承诺，其将在符合法律、法规及规范性文件规定的情况下 10 个交易日内购回违规卖出的股票，且自购回完成之日起自动延长持有全部股份的锁定期 3 个月。若其因未履行上述承诺而获得收入的，所得收入归公司所有，其将在获得收入的五日内将前述收入支付给公司指定账户。如果因其未履行上述承诺事项给公司或者其他投资者造成损失的，其将以因违反承诺所获得的收益向公司或者其他投资者依法承担赔偿责任。

（二）关于公司上市后三年内稳定股价预案及相应约束措施

1、公司关于上市后三年内稳定股价预案及相应约束措施

公司股票挂牌上市之日起三年内，一旦出现连续二十个交易日本公司股票收盘价均低于本公司上一个会计年度末经审计的每股净资产（每股净资产=合并财务报表中归属于母公司普通股股东权益合计数÷年末公司股份总数，下同）情形时（若因除权除息等事项致使上述股票收盘价与本公司上一会计年度末经审计的每股净资产不具可比性的，上述股票收盘价应做相应调整），本公司将根据《上市公司回购社会公众股份管理办法》的规定向社会公众股东回购公司部分股票，同时保证回购结果不会导致本公司的股权分布不符合上市条件。本公司将依据法律、法规及公司章程的规定，在上述条件成就之日起三个交易日内召开董事会讨论稳定股价方案，并提交股东大会审议。具体实施方案将在稳定股价措施的启动条件成就时，本公司依法召开董事会、股东大会做出股份回购决议后公告。

在股东大会审议通过股份回购方案后，本公司将依法通知债权人，并向证券监督管理部门、证券交易所等主管部门报送相关材料，办理审批或备案手续。但如果股份回购方案实施前本公司股价已经不满足启动稳定公司股价措施条件的，可不再继续实施该方案。

本公司回购股份的价格不超过上一个会计年度经审计的每股净资产，回购股份的方式为集中竞价交易方式、要约方式或证券监督管理部门认可的其他方式。使用的资金金额为上市之日起每十二个月内使用不少于 3,000 万元（资金来源包括但不

限于自有资金、银行贷款等方式）。但如果股份回购方案实施过程中公司股价已经不满足继续实施稳定公司股价措施条件的，公司可停止实施该方案。

自本公司股票挂牌上市之日起三年内，若公司新聘任董事（不含独立董事）、高级管理人员的，本公司将要求该等新聘任的董事、高级管理人员履行公司上市时董事、高级管理人员已作出的关于股价稳定措施的相应承诺。

本公司承诺：在启动股价稳定措施的前提条件满足时，如本公司未采取上述稳定股价的具体措施，本公司将在股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未采取上述稳定股价措施的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉。

2、控股股东暨实际控制人谢秉政、冯玲玲夫妇关于公司上市后三年内稳定股价预案及相应约束措施

公司股票挂牌上市之日起三年内，一旦出现连续二十个交易日公司股票收盘价均低于公司上一个会计年度末经审计的每股净资产情形时（若因除权除息等事项致使上述股票收盘价与公司上一会计年度末经审计的每股净资产不具可比性的，上述股票收盘价应作相应调整），其将依据法律、法规及公司章程的规定，在不影响公司上市条件的前提下实施以下具体股价稳定措施：

（1）其启动股价稳定措施将以增持公司股份的方式进行。如公司在上述需启动股价稳定措施的条件触发后启动了股价稳定措施，其可选择与公司同时启动股价稳定措施或在公司股价稳定措施实施完毕（以公司公告的实施完毕日为准）后公司股票收盘价仍低于上一个会计年度末经审计的每股净资产时再行启动股价稳定措施。其将在有关股价稳定措施启动条件成就后三个交易日内提出增持公司股份的方案（包括拟增持股份的数量、价格区间、时间等），在三个交易日内通知公司，公司应按照相关规定披露其增持股份的计划。在公司披露其增持公司股份计划的三个交易日后，其将按照方案开始实施增持公司股份的计划。但如果公司披露其增持计划后三个交易日内公司股价已经不满足启动稳定公司股价措施的条件的，其可不再实施上述增持公司股份计划。

（2）其买入公司股份的价格不高于公司上一会计年度经审计的每股净资产。

（3）其合计用于股份增持的资金为上市之日起每十二个月内不少于 1,000 万元（资金来源为自筹资金，包括但不限于自有资金、质押股票贷款等方式）。但在稳定股价方案实施过程中公司股价已经不满足继续实施稳定股价措施条件的，其可

停止实施该方案。

其承诺：在启动股价稳定措施的条件满足时，如其未采取上述稳定股价的具体措施，将在公司股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未采取上述稳定股价措施的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉；如其未采取上述稳定股价的具体措施的，则其将在前述事项发生之日起 5 个工作日内停止在公司处领取薪酬/津贴及股东分红，直至其按上述预案的规定采取相应的稳定股价措施并实施完毕时为止。

3、公司全体董事（不包含独立董事）、高级管理人员关于公司上市后三年内稳定股价预案及相应约束措施

公司股票挂牌上市之日起三年内，一旦出现连续二十个交易日公司股票收盘价均低于公司上一个会计年度末经审计的每股净资产情形时（若因除权除息等事项致使上述股票收盘价与公司上一会计年度末经审计的每股净资产不具可比性的，上述股票收盘价应做相应调整），且公司及控股股东暨实际控制人实施完毕股价稳定措施（以公司公告的实施完毕日为准）后，公司股票收盘价仍低于上一个会计年度末经审计的每股净资产时，其将依据法律、法规及公司章程的规定，在不影响公司上市条件的前提下实施以下具体股价稳定措施：

（1）其将通过二级市场以竞价交易方式买入公司股份以稳定公司股价。公司应按照相关规定披露其买入公司股份的计划。在公司披露其买入公司股份计划的三个交易日后，其将按照方案开始实施买入公司股份的计划。但如果公司披露其买入计划后三个交易日内公司股价已经不满足启动稳定公司股价措施的条件的，其可不再实施上述买入公司股份计划。

（2）其通过二级市场以竞价交易方式买入公司股份的，买入价格不高于公司上一会计年度经审计的每股净资产。

（3）其将在上市之日起每十二个月内使用不少于其在担任董事/高级管理人员职务期间上一会计年度从公司处领取的税后薪酬/津贴（如有）累计额的 30%稳定股价。但在稳定股价方案实施过程中公司股价已经不满足继续实施稳定公司股价措施条件的，其可停止实施该方案。

其承诺：在启动股价稳定措施的前提条件满足时，如其未采取上述稳定股价的具体措施，将在公司股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未采取上述稳定股

价措施的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉；如果其未采取上述稳定股价的具体措施的，则其将在前述事项发生之日起 5 个工作日内停止在公司处领取薪酬/津贴（如有）及股东分红（如有），直至其按上述预案内容的规定采取相应的股价稳定措施并实施完毕时为止。

（三）关于因信息披露重大违规回购新股、赔偿损失承诺及相应约束措施

1、公司关于因信息披露重大违规回购新股、赔偿损失承诺及相应约束措施

本公司承诺：

如本公司招股意向书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断本公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，本公司将依法回购首次公开发行的全部新股。本公司将在中国证监会认定有关违法事实的当日进行公告，并在三个交易日内根据相关法律、法规及公司章程的规定召开董事会并发出召开临时股东大会通知，在召开临时股东大会并经相关主管部门批准/核准/备案后启动股份回购措施；本公司承诺按市场价格进行回购。公司上市后发生除权除息事项的，上述回购股份数量应作相应调整。

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

如果本公司未履行招股意向书披露的公开承诺事项，本公司将在股东大会及中国证券监督管理委员会指定报刊上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉。如果因未履行相关公开承诺事项给投资者造成损失的，本公司将依法向投资者赔偿相关损失。

2、控股股东关于因信息披露重大违规赔偿损失承诺及相关约束措施

公司控股股东暨实际控制人谢秉政、冯玲玲夫妇承诺：

如公司招股意向书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，其将督促公司依法回购首次公开发行的全部新股。

如公司招股意向书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，控股股东将依法赔偿投资者损失。

若其违反上述承诺，则将在公司股东大会及中国证监会指定报刊上公开就未履

行上述赔偿措施向公司股东和社会公众投资者道歉，并在违反上述承诺发生之日起5个工作日内，停止在公司处领取薪酬/津贴及股东分红，同时其持有的公司股份将不得转让，直至其按上述承诺采取相应的赔偿措施并实施完毕时为止。

3、公司全体董事、监事、高级管理人员关于因信息披露重大违规赔偿损失承诺及相应约束措施

公司全体董事、监事、高级管理人员承诺：

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

若其违反上述承诺，则将在公司股东大会及中国证监会指定报刊上公开就未履行上述赔偿措施向公司股东和社会公众投资者道歉；并在违反上述赔偿措施发生之日起5个工作日内，停止在公司处领取薪酬/津贴（如有）及股东分红（如有），同时其持有的公司股份（如有）不得转让，直至其按上述承诺采取相应的赔偿措施并实施完毕时为止。

（四）本次发行相关中介机构的承诺

保荐机构承诺：“因本保荐机构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。”

发行人律师承诺：“本所为发行人首次公开发行制作、出具的文件不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的情形；若因本所为发行人首次公开发行制作、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，本所将依法赔偿投资者损失。”

发行人会计师承诺：“因本所为发行人首次公开发行制作、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，将依法赔偿投资者损失。”

发行人评估机构承诺：“因本所为发行人首次公开发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者损失。”

（五）公司发行前持股5%以上股东的持股意向、减持意向及相应约束措施

1、公司控股股东暨实际控制人谢秉政、冯玲玲夫妇的持股意向及减持意向

公司控股股东暨实际控制人谢秉政、冯玲玲夫妇承诺：其所持公司股份在锁定期满后两年内不减持；超过上述期限拟减持公司股份的，将依法按照《公司法》、《证券法》、中国证监会及深圳证券交易所相关规定办理。

2、陈俊岭、李惠强、申金冬、谢炳銮和谢挺的持股意向及减持意向

公司股东陈俊岭承诺：其所持公司股份拟在锁定期满后两年内全部减持完毕；减持价格不低于发行价（公司上市后发生除权除息事项的，减持价格应作相应调整）；超过上述期限拟减持公司股份的，将依法按照《公司法》、《证券法》、中国证监会及深圳证券交易所相关规定办理。

公司股东李惠强承诺：其所持公司股份在锁定期满后两年内合计减持不超过104万股（若公司有送股、转增股本或增发等事项的，上述股份总数应作相应调整）；减持价格不低于发行价（公司上市后发生除权除息事项的，减持价格应作相应调整）；超过上述期限拟减持公司股份的，将依法按照《公司法》、《证券法》、中国证监会及深圳证券交易所相关规定办理。

公司股东申金冬承诺：其所持公司股份在锁定期满后两年内合计减持不超过80万股（若公司有送股、转增股本或增发等事项的，上述股份总数应作相应调整）；减持价格不低于发行价（公司上市后发生除权除息事项的，减持价格应作相应调整）；超过上述期限拟减持公司股份的，将依法按照《公司法》、《证券法》、中国证监会及深圳证券交易所相关规定办理。

公司股东谢炳銮承诺：其所持公司股份在锁定期满后两年内合计减持不超过104万股（若公司有送股、转增股本或增发等事项的，上述股份总数应作相应调整）；减持价格不低于发行价（公司上市后发生除权除息事项的，减持价格应作相应调整）；超过上述期限拟减持公司股份的，将依法按照《公司法》、《证券法》、中国证监会及深圳证券交易所相关规定办理。

公司股东谢挺承诺：其所持公司股份在锁定期满后的第一年减持的股份数量不超过本次发行前其所持公司股份总额的80%，第二年减持后所持股份数量不低于本次发行前其所持公司股份总额的5%，减持价格不低于发行价（公司上市后发生除权除息事项的，减持价格应作相应调整）；超过上述期限其拟减持公司股份的，其承诺将依法按照《公司法》、《证券法》、中国证监会及深圳证券交易所相关规定办理。

同时，公司发行前持股 5%以上股东除谢挺外均承诺：若其未履行上述承诺，其将在公司股东大会及中国证监会指定报刊上公开就未履行股票锁定期承诺向公司股东和社会公众投资者道歉，并将在符合法律、法规及规范性文件规定的情况下 10 个交易日内购回违规卖出的股票，且自购回完成之日起自动延长持有全部股份的锁定期 3 个月。如果其因未履行上述承诺事项而获得收入的，所得的收入归公司所有，其将在获得收入的五日内将前述收入支付给公司指定账户；如果因其未履行上述承诺事项给公司或者其他投资者造成损失的，其将向公司或者其他投资者依法承担赔偿责任。

谢挺承诺：若其未履行上述承诺，其在符合法律、法规及规范性文件规定的情况下 10 个交易日内购回违规卖出的股票，且自购回完成之日起自动延长持有全部股份的锁定期 3 个月。如果其因未履行上述承诺事项而获得收入的，所得的收入归公司所有，其将在获得收入的五日内将前述收入支付给公司指定账户；如果因其未履行上述承诺事项给公司或者其他投资者造成损失的，其将以因违反承诺所获得的收益向公司或者其他投资者依法承担赔偿责任。

（六）填补被摊薄即期回报的措施及承诺

截至本招股意向书出具之日，公司股本总额为 8,000 万股，根据本次发行方案，公司拟发行新股 2,667 万股，股本规模将大幅增加。虽然本次募集资金项目投产后，预计未来几年净利润仍将保持增长，但募集资金项目从投入到产生效益，需要一定的时间，建设期间股东回报还是主要通过现有业务实现。因此，本次募集资金到位当年公司基本每股收益及稀释每股收益可能低于上年度，导致发行人即期回报被摊薄。

1、董事会选择本次融资的必要性和合理性

本次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。营销网络建设项目将进一步扩大和完善公司的营销网络，提高比音勒芬品牌的市场覆盖率和影响力，增强公司对销售渠道的控制力，提升公司的盈利能力。信息系统提升建设项目将搭建更为完备的信息管理平台，为公司营销网络的拓展、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，为公司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。

2、本次募集资金投资项目与发行人现有业务的关系，发行人从事募集资金项

目在人员、技术、市场等方面的储备情况

本次募集资金投资于公司主营业务。营销网络建设项目是在公司现有销售渠道的基础上完善并扩大营销网络布局；信息系统提升建设项目为公司业务发展提供强有力的后台支持；补充流动资金主要是满足公司主营业务发展的需要。

公司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，为公司销售终端网络的进一步扩张提供了有利条件。公司专注于高尔夫服饰品牌经营，在品牌知名度和影响力不断提升的同时，公司整体规模和业绩以及单店销售业绩快速增长，为公司本次募集资金投资项目的实施奠定了坚实的基础。

3、关于填补被摊薄即期回报的具体措施

本公司主要从事自有品牌比音勒芬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。比音勒芬品牌经过多年发展，在高尔夫服饰市场已具有一定的品牌影响力和知名度，发展态势良好。为降低本次公开发行对摊薄即期回报的影响，公司承诺将采取以下措施：

（1）提升品牌知名度、完善销售渠道

比音勒芬品牌定位于高端品牌，在高尔夫服饰行业具有一定的知名度和美誉度。公司将利用高尔夫成功进入 2016 年奥运会正式项目的契机，加强终端形象建设、媒体广告、赛事推广及主题活动营销，传播公司“生活高尔夫”的品牌理念，使公司的高端高尔夫服饰品牌形象得以不断加强。

本公司产品通过直营店和加盟店进行销售。近年来，公司业务发展情况良好，门店拓展保持较快的增长速度。公司将在现有销售渠道的基础上，加强营销网络建设，拓展网点分布，进一步提高公司零售终端广度与辐射范围，调高产品市场覆盖度；加强零售终端控制，提升单店产出效益。

（2）加强研发设计，准确把握市场流行时尚趋势

公司将加强研发设计队伍建设，加大研发设计投入，在提高产品功能性的同时，快速捕捉潮流元素，在舒适度、款式、色彩等方面进一步提升产品的时尚休闲元素，保证公司服饰产品紧跟市场潮流。同时，为了使服饰研发设计在模式、理念和水准上不断向国际先进水平接轨，公司将加大与外部市场研究机构及专业设计机构的合作。

（3）提高运营效率、降低运营成本

公司将加强企业经营管理和内部控制，全面有效地控制公司经营和管理风险，实施科学管理，控制成本、费用，提升经营效率和盈利能力。

公司已在高尔夫服饰领域积累了较强的渠道拓展和管理经验，未来公司将致力于进一步巩固和提升公司核心竞争优势、增强公司在高尔夫服饰领域的核心竞争力。

（4）强化募集资金管理

公司已制定《募集资金管理制度》，募集资金到位后将存放于董事会指定的专项账户中。公司将严格按照《深圳证券交易所股票上市规则》、《深圳证券交易所中小企业板上市公司规范运作指引》等法律法规，以及公司《募集资金使用管理办法》的规定，规范使用募集资金。公司将定期检查募集资金的使用情况，从而加强对募投项目的监管，保证募集资金得到合理、合法的使用。

（5）提高募集资金使用效率

本次发行募集资金到位后，公司将调配内部各项资源、加快推进募投项目建设，提高募集资金使用效率，争取募投项目早日达产并实现预期效益，以提升公司盈利水平。本次募集资金到位前，为尽快实现募投项目盈利，公司拟通过多种渠道积极筹措资金，积极调配资源，开展募投项目的前期准备工作，增强项目相关的人才储备，争取尽早实现项目预期收益，提高未来几年的股东回报，降低发行导致的即期回报摊薄的风险。

（6）强化投资者回报机制

根据公司制定的上市后《公司章程（草案）》，公司强化了发行上市后的利润分配政策，进一步明确了公司利润分配的总原则，明确了利润分配的条件和方式，制定了现金分红的具体条件、比例以及股票股利分配的条件，完善了利润分配的决策程序等，公司的利润分配政策将更加健全、透明。同时，公司还制订了未来分红回报规划，对发行上市后的利润分配进行了具体安排。公司将保持利润分配政策的连续性与稳定性，重视对投资者的合理投资回报，强化对投资者的权益保障，兼顾全体股东的整体利益及公司的可持续发展。

本公司制定填补被摊薄即期回报措施不等于对公司未来利润做出保证。

4、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

公司全体董事、高级管理人员承诺：

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

（2）承诺对其职务消费行为进行约束；

（3）承诺不动用发行人资产从事与其履行职责无关的投资、消费活动；

（4）承诺由董事会或薪酬委员会制定的薪酬制度与发行人填补回报措施的执行情况相挂钩；

（5）承诺如发行人进行股权激励，股权激励的行权条件将与发行人填补回报措施的执行情况相挂钩。

同时，发行人董事、高级管理人员已就未履行上述承诺提出如下约束措施：

（1）若承诺人违反上述承诺，则将在发行人股东大会及中国证监会指定报刊上公开就未履行上述承诺向发行人股东和社会公众投资者道歉。

（2）在确认承诺人违反上述承诺之日起5个工作日内，承诺人停止在发行人处领取薪酬、津贴（如有）及股东分红（如有），同时承诺人持有的发行人股份（如有）不得转让，直至承诺人实际履行承诺或违反承诺事项消除。

（3）若因非不可抗力原因致使承诺人未履行上述承诺，且又无法提供正当合理之说明的，承诺人因此而获得的收益均归发行人所有，发行人有权要求承诺人于取得收益之日起10个工作日内将违反承诺所得收益汇至发行人指定账户。

另外，发行人的控股股东、实际控制人谢秉政、冯玲玲已承诺，在任何情形下，其均不会越权干预发行人的经营管理活动，不会侵占发行人的利益；其将切实履行实际控制人的义务，忠实、勤勉地履行职责，维护发行人和全体股东的合法权益。

二、公司股利分配政策

（一）本次发行前未分配利润的处理

经公司 2013 年第二次临时股东大会审议通过：公司本次发行前滚存的未分配利润由本次发行后新老股东共享。截至 2016 年 9 月 30 日，公司未分配利润为 47,741.77 万元。

（二）公司发行上市后的股利分配政策

根据公司 2014 年第一次临时股东大会审议通过的《公司章程（草案）》，公司发行上市后利润分配政策如下：

“（一）决策机制与程序：公司利润分配方案由董事会制定及审议通过后报由股东大会批准；董事会在制定利润分配方案时应充分考虑独立董事、监事会和公众投资者的意见。

（二）利润分配原则：公司实行连续、稳定的利润分配政策，公司的利润分配应重视对投资者的合理投资回报并兼顾公司的可持续发展。

（三）利润的分配形式：公司采取现金、股票或者现金股票相结合的方式分配利润，并优先考虑采取现金方式分配利润；在满足购买原材料的资金需求、可预期的重大投资计划或重大现金支出的前提下，公司董事会可以根据公司当期经营利润和现金流情况进行中期分红，具体方案须经公司董事会审议后提交公司股东大会批准。

（四）公司利润分配的具体条件：公司上一会计年度实现盈利且不存在未弥补亏损的情况下，应当进行现金分红。

采用股票股利进行利润分配的，应当具有公司成长性、每股净资产的摊薄等真实合理因素；公司董事会应当综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，区分下列情形，并按照本章程规定的程序，提出差异化的现金分红政策：

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

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

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

公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，按照前项规定处理。

公司股利分配不得超过累计可供分配利润的范围。

（五）公司在制定现金分红具体方案时，董事会应当认真研究和论证公司现金分红的时机、条件和最低比例、调整的条件及其决策程序要求等事宜，独立董事应当发表明确意见。

独立董事可以征集中小股东的意见，提出分红提案，并直接提交董事会审议。

股东大会对现金分红具体方案进行审议前，公司应当通过多种渠道主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流，充分听取中小股东的意见和诉求，及时答复中小股东关心的问题。

公司采取股票或者现金股票相结合的方式分配利润或调整利润分配政策时，需经公司股东大会以特别决议方式审议通过。

（六）公司根据生产经营、重大投资、发展规划等方面的资金需求情况，确需对利润分配政策进行调整的，调整后的利润分配政策不得违反中国证监会和证券交易所的有关规定；且有关调整利润分配政策的议案，需事先征求独立董事及监事会的意见，经公司董事会审议通过后，方可提交公司股东大会审议，该事项须经出席股东大会股东所持表决权 2/3 以上通过。为充分听取中小股东意见，公司应通过提供网络投票等方式为社会公众股东参加股东大会提供便利，必要时独立董事可公开征集中小股东投票权。

（七）公司应当在年度报告中详细披露现金分红政策的制定及执行情况，并对下列事项进行专项说明：

1、是否符合公司章程的规定或者股东大会决议的要求；

2、分红标准和比例是否明确和清晰；

3、相关的决策程序和机制是否完备；

4、独立董事是否履职尽责并发挥了应有的作用；

5、中小股东是否有充分表达意见和诉求的机会，中小股东的合法权益是否得到了充分保护等。

对现金分红政策进行调整或变更的，还应对调整或变更的条件及程序是否合规和透明等进行详细说明。

（八）公司股东存在违规占用公司资金情况的，公司应当扣减该股东所获分配的现金红利，以偿还其占用的资金。”

除上述规定之外，公司制定了公司上市后三年股东分红回报计划，对本次发行完成后三年的利润分配作出了进一步安排。公司股利分配政策具体情况请参见本招股意向书“第十四节 股利分配政策”和本招股意向书“第十一节 管理层讨论与分析”之“六、公司未来分红回报规划”。

三、本公司特别提醒投资者注意以下风险因素

（一）生产环节外包的风险

公司主要采用品牌经营模式，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公司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，公司会选择境外（如韩国）的一些成衣厂来进行生产，以确保公司产品的品质。

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，公司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公司产品品质要求，或者生产安排不能满足公司交货时间而致使延迟供货，从而影响公司产品的推广和销售。

（二）营销网络拓展带来的管理风险

公司产品通过直营店和加盟店进行销售。营销网络拓展是公司扩大市场份额、提高经营业绩的重要实现方式。近年来，公司业务发展情况良好，门店拓展一直保持较快的增长速度。

虽然公司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，公司规模将迅速扩大，营销网络也将得到进一步扩张，店铺数量的快速增长对公司的管理运营提出了更高的要求。如果公司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公司发展的需要，将对公司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。虽然公司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，将对公司经营造成不利影响。

四、2016 年三季度经营情况、2016 年度主要经营情况预计

2016 年 1-9 月，公司营业收入为 60,591.76 万元，较上年同期增幅为 11.50%，2016 年 1-9 月，公司净利润为 10,521.59 万元，较上年同期增幅为 8.07%。

审计报告截止日（2016 年 9 月 30 日）后，公司经营情况稳定，主要经营模式，主要产品的采购规模和采购价格，销售规模和销售价格等未发生重大变化，主要客户和供应商的构成以及税收政策和其他可能影响投资者判断的重大事项等方面均未发生重大变化。

根据公司 2016 年 10 月份经营业绩以及订货会订单签订情况，公司 2016 年营业收入预计在 83,000 万元至 86,500 万元之间，较上年同期增幅在 10%至 15%之间；2016 年净利润预计在 12,800 万元至 13,500 万元之间，较上年同期增幅在 4%至 10%之间。

目 录

第一节 释义 23

第二节 概览 25

一、发行人简介 25
二、控股股东及实际控制人 26
三、主要财务数据及财务指标 26
四、本次发行基本情况 28
五、募集资金用途 28

第三节 本次发行概况 30

一、本次发行的基本情况 30
二、本次发行股票的有关当事人 31
三、本次发行上市的重要日期 33

第四节 风险因素 34

一、生产环节外包的风险 34
二、营销网络拓展带来的管理风险 34
三、存货余额较大的风险 35
四、市场竞争的风险 35
五、知识产权被仿冒的危险 35
六、未能准确把握流行趋势变化的研发风险 36
七、物流配送管理风险 36
八、人力资源风险 36
九、净资产收益率被摊薄的风险 36
十、募投项目的实施与经营风险 37
十一、实际控制人控制风险 37
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 37

第五节 发行人基本情况 39

一、发行人概况 39
二、发行人改制重组及设立情况 39
三、发行人股本形成及变化和资产重组情况 41
四、历次验资情况 47
五、发行人的组织结构 48
六、发行人参股和控股子公司情况 50
七、发起人、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况 50
八、发行人股本情况 53
九、发行人员工及其社会保障情况 55
十、持有 5%以上股份的主要股东及作为股东的董事、监事、高级管理人员的重要承诺 59

第六节 业务和技术 64

一、公司主营业务及其变化情况 64
二、行业基本情况 65

三、公司在行业中的竞争地位.....87
四、公司的主要业务情况.....94
五、主要固定资产和无形资产.....150
六、软件著作权情况.....163
七、特许经营权情况.....163
八、公司的研发投入及研发机构情况.....163
九、产品的质量控制.....165
第七节 同业竞争与关联交易.....166
一、公司独立运行情况.....166
二、同业竞争.....167
三、关联方及关联关系.....169
四、关联交易.....170
五、规范关联交易的制度安排.....172
第八节 董事、监事、高级管理人员与核心技术人员.....178
一、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员简介.....178
二、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属持股情况.....181
三、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的其他对外投资情况.....181
四、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员薪酬.....182
五、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员兼职情况.....183
六、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员之间的亲属关系.....183
七、公司与董事、监事、高级管理人员及核心技术人员签订的协议.....183
八、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员作出的重要承诺.....183
九、董事、监事、高级管理人员的任职资格.....184
十、董事、监事、高级管理人员变动情况及原因.....184
第九节 公司治理.....185
一、发行人股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度的建立健全及运行情况.....185
二、发行人最近三年违法违规行为情况.....211
三、发行人最近三年资金占用和对外担保的情况.....211
四、发行人内部控制制度情况.....211
第十节 财务会计信息.....213
一、近三年经审计的财务会计报表.....213
二、审计意见.....217
三、财务报表编制的基础.....218
四、报告期内采用的主要会计政策、会计估计.....218
五、税项.....226
六、分部信息.....226
七、经注册会计师核验的非经常性损益明细表.....226
八、主要资产情况.....228
九、主要债项.....229
十、股东权益情况.....230
十一、现金流量.....235

十二、财务报表附注中的重要事项.....235
十三、近三年的主要财务指标.....235
十四、资产评估情况.....237
十五、历次验资情况.....238
第十一节 管理层讨论与分析.....239
一、发行人财务状况分析.....239
二、盈利能力分析.....264
三、现金流量分析.....281
四、资本性支出分析.....282
五、对公司财务状况和盈利能力的未来趋势分析.....282
六、公司未来分红回报规划.....285
七、填补被摊薄即期回报的措施及承诺.....286
八、其他事项说明.....289
九、2016 年三季度经营情况、2016 年度主要经营情况预计.....289
第十二节 业务发展目标.....291
一、总体发展战略及业务发展目标.....291
二、发行人发行当年和未来两年的发展计划.....291
三、发行人拟定上述计划所依据的假设条件.....293
四、发行人实施上述计划可能面临的主要困难.....294
五、确保实现上述计划拟采用的方式、方法或途径.....294
六、上述业务发展计划和现有业务的关系.....294
第十三节 募集资金运用.....295
一、募集资金运用计划.....295
二、募集资金投资项目的具体情况.....296
三、募集资金运用对经营成果和财务状况的影响.....317
第十四节 股利分配政策.....319
一、发行人最近三年股利分配政策.....319
二、发行人最近三年实际股利分配情况.....320
三、本次发行完成前滚存利润的分配方案和已经履行的决策程序.....320
四、发行后的股利分配政策.....320
第十五节 其他重要事项.....323
一、信息披露制度及投资者关系负责部门及人员.....323
二、重要合同.....323
三、对外担保情况.....325
四、重大诉讼或仲裁情况.....325
第十六节 董事、监事、高级管理人员及 有关中介机构声明.....334
一、发行人全体董事、监事、高级管理人员声明.....334
二、保荐机构（主承销商）声明.....335
三、发行人律师声明.....337
四、承担审计业务的会计师事务所声明.....339
五、评估机构声明.....340

六、验资机构声明.....342
第十七节 备查文件.....344
一、备查文件.....344
二、备查地点、时间.....344
三、信息披露网址.....345

第一节 释义

在本招股意向书中，除非文意另有所指，下列简称具有以下特定意义：

发行人、公司、本公司、股份公司、比音勒芬	指	比音勒芬服饰股份有限公司
比音勒芬有限	指	广东比音勒芬服饰有限公司，系本公司前身
控股股东、实际控制人	指	谢秉政、冯玲玲夫妇二人
一致行动人	指	谢秉政、冯玲玲、谢挺
暨南投资	指	广州暨南投资有限公司，系公司发起人
通盈创投	指	广东通盈创业投资有限公司，系公司发起人
公司章程	指	比音勒芬服饰股份有限公司公司章程
公司章程（草案）	指	比音勒芬服饰股份有限公司章程（草案）
A 股	指	每股面值 1.00 元的人民币普通股
本次发行	指	公司本次向社会公开发行 2,667 万股人民币普通股（A 股）的行为
元	指	人民币元
近三年一期、报告期	指	2013 年、2014 年、2015 年和 2016 年 1-9 月
近三年年末	指	2013 年 12 月 31 日、2014 年 12 月 31 日、2015 年 12 月 31 日
近三年一期期末、报告期内各期末	指	2013 年 12 月 31 日、2014 年 12 月 31 日、2015 年 12 月 31 日和 2016 年 9 月 30 日
《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》
证监会	指	中国证券监督管理委员会
保荐机构、主承销商、安信证券	指	安信证券股份有限公司
发行人律师、国枫	指	北京国枫律师事务所（曾用名“北京国枫凯文律师事务所”）
申报会计师、正中珠江	指	广东正中珠江会计师事务所（特殊普通合伙），前身为广东正中珠江会计师事务所有限公司
服饰	指	装饰人体的物品总称，包括：服装、鞋、帽、袜子、手套、围巾、领带、提包等
直营	指	由公司开设直营零售终端，公司负责终端门店的管理工作并承担所有的渠道费用

加盟	指	由公司与符合一定资质的企业或个人签订特许经营合同，授予其在一定时间和地点内通过开设加盟店经营公司品牌服装的权利，公司给予相应的指导和支持。加盟商负责终端门店的管理运营，承担相应的渠道费用
联营	指	公司与联营方（包括商场、机场、高尔夫球会）签署协议，由联营方提供经营场所，由联营方负责向消费者收款和开具发票，并按照销售收入的一定比例扣款后和公司结算。这种形式在行业内也被称为“店中店”，联营方允许品牌按照自己的装修、陈列风格来宣传品牌形象
旗舰店	指	为扩大品牌在区域内的影响力及宣传品牌形象，开设的营业面积大、产品品类全、装修标准较高的终端渠道。旗舰店注重给消费者提供良好的购物环境和购物体验
标准店	指	在营业面积、产品品类、装修标准等方面低于旗舰店的终端渠道，是公司主要的门店种类
独立门店	指	以临街商铺作为营业场所的门店
球会店	指	开设在高尔夫球会会所内的门店。由公司与球会会所的经营管理方签订协议，由球会负责收款、开具发票，球会按照销售收入的一定比例扣款后和公司结算
成衣厂	指	将面料、辅料加工为成衣的生产企业
供应商	指	面料供应商、辅料供应商和成衣厂的统称
ODM	指	具有设计、改良以及制造能力的制造商依据客户对某项产品的需求，负责从产品的原型设计、规格制定到生产制造的一种代工模式
OEM	指	产品的原型设计、规格的指定等都由客户提供，客户委托有量产设备及能力的制造商生产或者组装产品的一种代工模式，也是目前使用最普遍的代工模式
《中国高尔夫行业报告》	指	《中国高尔夫行业报告》是由朝向管理集团发布的中国高尔夫行业研究报告，自 2009 年起每年发布。朝向管理集团是国内著名的专业高尔夫管理公司
视觉营销（V.M.D）	指	Visual Merchandising，通过视觉设计和展示，传达和展示服装品牌内涵、服装产品的个性和企业的经营理念，以引起消费者的共鸣

本招股意向书中部分合计数与各相关数据直接相加之和在尾数上如果存在差异，系四舍五入所致。

第二节 概览

本概览仅对招股意向书全文做扼要提示。投资者作出投资决策前，应认真阅读招股意向书全文。

一、发行人简介

本公司系于2012年3月14日由比音勒芬有限整体变更设立的股份有限公司，注册资本8,000万元。

本公司主要从事自有品牌比音勒芬（ ）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。公司产品定位于高尔夫运动与时尚休闲生活相结合的细分市场，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。公司产品分为专业高尔夫系列和生活休闲系列。

自设立以来，公司立志做“中国高尔夫服饰领军品牌”。经过多年发展，比音勒芬品牌在高尔夫服饰市场已具有一定的品牌影响力和知名度。比音勒芬（ ）为广州市著名商标、广东省著名商标和中国驰名商标。

根据中国纺织工业联合会信息统计部、中国服装协会等单位公布的“2011-2012年度中国服装行业竞争力20强企业”，本公司为服装行业20强之一。2011年12月，公司获得中国纺织工业联合会颁发的产品开发贡献奖。2012年10月，公司获得中国纺织工业联合会颁发的“2011-2012年度中国纺织服装企业竞争力500强”。2012年11月，公司与中国流行色协会合作成立中国高尔夫服饰色彩研发基地，成为中国流行色协会在高尔夫服饰领域唯一指定战略合作伙伴。2012年11月，公司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”。2012年12月，公司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3月，公司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”。2013年4月至9月，公司冠名赞助2013年高尔夫频道“比音勒芬杯”铁杆会高尔夫赛事。2013年10月，公司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，公司被《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3月至12月，公司冠名赞助2014年高尔夫频道“比音勒芬杯”铁杆会高尔夫赛

事。2015年3月，公司经营的比音勒芬牌T恤衫被中国商业联合会和中华全国商业信息中心联合授予“2014年度同类产品最具成长力品牌”和“2014年度同类产品市场综合占有率前三位”。2016年3月，公司经营的比音勒芬牌T恤衫被中国商业联合会和中华全国商业信息中心联合授予“2015年度同类产品市场综合占有率前三位”。 2016年3月，公司经营的比音勒芬牌高尔夫服饰被中国商业联合会和中华全国商业信息中心联合授予“2015年度同类产品市场综合占有率第一位”。2016年3月，公司捐赠的中国高尔夫球国家队里约奥运会比赛服被中国体育博物馆永久收藏。

公司采用轻资产的品牌运营模式，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，产品生产环节外包。在终端销售渠道建设方面，公司采取直营和加盟相结合的模式。截至2016年9月30日，本公司拥有覆盖全国31个省、直辖市、自治区的601个终端门店，其中直营店273个，加盟店328个，覆盖了国内主要城市的核心商圈。

本公司具有良好的成长性。近三年公司主营业务收入、营业利润和净利润的复合增长率分别为15.26%、14.06%和13.35%。

二、控股股东及实际控制人

谢秉政、冯玲玲夫妇二人合计持有公司4,800万股，占本次发行前公司总股本的60%，为公司控股股东暨实际控制人。

三、主要财务数据及财务指标

下述财务数据均引自正中珠江出具的广会审字【2016】G14002150481号标准无保留意见的审计报告。

（一）资产负债表主要数据

单位：元

项目	2016.9.30	2015.12.31	2014.12.31	2013.12.31
流动资产	730,793,490.92	601,962,248.71	471,779,674.29	379,484,671.51
非流动资产	92,721,034.43	82,504,269.28	73,972,424.59	73,632,618.34
资产总计	823,514,525.35	684,466,517.99	545,752,098.88	453,117,289.85
负债合计	191,211,486.98	157,379,392.43	141,855,135.53	156,724,956.19
所有者权益合计	632,303,038.37	527,087,125.56	403,896,963.35	296,392,333.66

（二）利润表主要数据

单位：元

项目	2016年1-9月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
营业收入	605,917,601.01	753,613,907.73	649,682,653.35	567,276,091.96
营业利润	139,925,055.79	164,393,374.22	142,455,621.91	126,361,698.08
利润总额	140,467,414.83	165,652,807.74	143,568,760.12	128,137,851.78
净利润	105,215,912.81	123,190,162.21	107,504,629.69	95,875,608.48

（三）现金流量表主要数据

单位：元

项目	2016年1-9月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
经营活动产生的现金流量净额	89,613,202.36	138,227,434.40	117,417,486.24	102,196,645.05
投资活动产生的现金流量净额	-130,924,406.23	-32,217,662.10	-18,349,960.72	-19,572,706.87
筹资活动产生的现金流量净额	-	-	-20,107,112.50	-11,505,212.50
现金及现金等价物净增加额	-41,311,203.87	106,009,772.30	78,960,413.02	71,118,725.68

（四）主要财务指标

项目	2016.9.30	2015.12.31	2014.12.31	2013.12.31
流动比率	3.82	3.82	3.33	2.59
速动比率	2.57	2.60	2.14	1.50
资产负债率	23.22%	22.99%	25.99%	34.59%
每股净资产（元）	7.90	6.59	5.05	3.70
无形资产（扣除土地使用权后）占净资产的比例	0.07%	0.14%	0.22%	0.42%
项目	**2016 年 1-9 月**	**2015 年度**	**2014 年度**	**2013 年度**
应收账款周转率（次）	15.45	19.08	20.57	17.34
存货周转率（次）	1.03	1.54	1.49	1.55
息税折旧摊销前利润（万元）	15,651.18	18,702.12	16,462.00	15,189.61
归属于发行人股东的净利润（万元）	10,521.59	12,319.02	10,750.46	9,587.56
扣除非经常性损益后归属于发行人股东的净利润（万元）	10,324.78	12,143.98	10,648.18	9,454.63
利息保障倍数（倍）	——	——	2,183.86	85.39
每股经营活动产生的现金流量（元）	1.12	1.73	1.47	1.28
每股净现金流量（元）	-0.52	1.33	0.99	0.89

扣除非经常性损益前每股收益（元）	基本	1.32	1.54	1.34	1.20
	稀释	1.32	1.54	1.34	1.20
扣除非经常性损益后每股收益（元）	基本	1.29	1.52	1.33	1.18
	稀释	1.29	152	1.33	1.18
扣除非经常性损益前加权平均净资产收益率（%）		18.15	26.46	30.70	38.59
扣除非经常性损益后加权平均净资产收益率（%）		17.81	26.09	30.41	38.05

四、本次发行基本情况

1、股票种类：人民币普通股（A 股）

2、每股面值：人民币 1.00 元

3、发行股数：2,667 万股；本次发行不涉及发行人股东公开发售股份

4、发行价格：根据询价结果，结合发行时境内资本市场和发行人实际情况，由发行人与主承销商协商确定发行价格

5、发行方式：采用网下向询价对象配售与网上向社会公众投资者定价发行相结合的方式

6、发行对象：符合资格的境内自然人、法人等投资者（国家法律法规禁止者除外）

7、承销方式：由保荐机构（主承销商）以余额包销方式承销

五、募集资金用途

本次募集资金拟按轻重缓急用于以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	项目总投资	拟用募集资金投入金额	备案单位	备案项目编号
1	营销网络建设项目	52,053.82	52,053.82	广州市番禺区发展和改革局	2015-440100-52-03-000709
2	信息系统提升建设项目	5,383.88	5,383.88	广州市番禺区发展和改革局	2015-440100-52-03-000708
3	补充流动资金	5,000.00	5,000.00	—	—
合 计		**62,437.70**	**62,437.70**	—	—

如本次募集资金不能满足投资项目的资金需求，资金缺口将由公司自筹解决。

公司将严格按照有关的管理制度使用募集资金，如本次发行募集资金到位时间与募集资金拟投资项目资金需求的时间要求不一致，公司将根据实际情况以自有资

金或银行贷款先行投入，待募集资金到位后予以置换。

本次募集资金运用的详细情况请参见本招股意向书“第十三节 募集资金运用”的相关内容。

第三节 本次发行概况

一、本次发行的基本情况

（一）股票种类：人民币普通股（A 股）

（二）每股面值：人民币 1.00 元

（三）发行股数：2,667 万股；本次发行不涉及发行人股东公开发售股份

（四）发行价格：根据询价结果，结合发行时境内资本市场和发行人实际情况，由发行人与主承销商协商确定发行价格

（五）发行市盈率：

[ ]倍（按照 2015 年经审计的扣除非经常性损益的净利润除以本次发行前总股本计算）

[ ]倍（按照 2015 年经审计的扣除非经常性损益的净利润除以本次发行后总股本计算）

（六）发行前每股净资产：7.90 元（以 2016 年 9 月 30 日经审计的净资产除以发行前总股本计算）

发行后每股净资产：[ ]元（以 2016 年 9 月 30 日经审计的净资产与本次发行公司募集资金净额之和除以发行后股本计算）

（七）发行市净率：

[ ]倍（以每股发行价格除以发行前每股净资产值计算）

[ ]倍（以每股发行价格除以发行后每股净资产值计算）

（八）发行方式：采用网下向询价对象配售与网上向社会公众投资者定价发行相结合的方式

（九）发行对象：符合资格的境内自然人、法人等投资者（国家法律法规禁止者除外）

（十）承销方式：由保荐机构（主承销商）以余额包销方式承销

（十一）募集资金总额：[ ]万元

（十二）募集资金净额：[ ]万元

（十三）上市地点：深圳证券交易所

（十四）发行费用概算：

项目	金额（万元）
承销费	5,945.00
保荐费	300.00
审计及验资费	200.00
律师费	505.00
发行手续费及信息披露费用	407.69
合计	**7,357.69**

二、本次发行股票的有关当事人

（一）发行人

名　　称：比音勒芬服饰股份有限公司

法定代表人：谢秉政

住　　所：广州市番禺区南村镇兴业大道 309 号

电　　话：020-39952666

传　　真：020-39958289

联 系 人：陈阳

（二）保荐机构（主承销商）

名　　称：安信证券股份有限公司

法定代表人：王连志

住　　所：深圳市福田区金田路 4018 号安联大厦 35 层、28 层 A02 单元

电　　话：0755-82825427

传　　真：0755-82825424

保荐代表人：杨勇、潘祖祖

项目协办人：王安定

项目经办人：房子龙

（三）律师事务所

名　　称：北京国枫律师事务所

负 责 人：张利国

住　　所：北京市东城区建国门大街 26 号新闻大厦 7 层

电　　话：010-66090088

传　　真：010-66090016

签字　律师：臧欣、袁月云

（四）会计师事务所

名　　称：广东正中珠江会计师事务所（特殊普通合伙）

法定代表人：蒋洪峰

住　　所：广州市东风东路 555 号粤海集团大厦 10 楼

电　　话：020-83939698

传　　真：020-83800977

经办会计师：王韶华、洪文伟

（五）资产评估机构

名　　称：广东联信资产评估土地房地产估价有限公司

法定代表人：陈喜佟

住　　所：广州市越秀区越秀北路 222 号 16 楼

电　　话：020-83642123

传　　真：020-83642103

经办注册资产评估师：潘赤戈、刘绍云

（六）拟上市交易所

名　　称：深圳证券交易所

住　　所：深圳市深南大道 2012 号

电　　话：0755-82083333

传　　真：0755-88666000

（七）股票登记机构

名　　称：中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司

地　　址：深圳市深南中路 1093 号中信大厦 18 楼

电　　话：0755-25938000

传　　真：0755-25988122

（八）收款银行

收款银行：

户　　名：

账　　号：

本公司与本次发行有关中介机构及其负责人、高级管理人员及经办人员之间不存在直接或间接的股权关系或其它权益关系。

三、本次发行上市的重要日期

发行安排	日　期
刊登发行公告	2016 年 12 月 13 日
询价推介	2016 年 12 月 8 日至 2016 年 12 月 9 日
刊登定价公告	2016 年 12 月 13 日
申购和缴款	2016 年 12 月 14 日申购；2016 年 12 月 16 日缴款
股票上市	本次发行结束后将尽快申请在深圳证券交易所挂牌交易

第四节 风险因素

投资者在评价公司本次发行的股票时，除本招股意向书提供的其他各项资料外，应特别认真地考虑下述各项风险因素。下述风险因素是根据重要性原则和可能影响投资决策的程度大小排序，但该排序并不表示风险因素依次发生。发行人提请投资者仔细阅读本章全文。

一、生产环节外包的风险

公司主要采用品牌经营模式，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公司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，公司会选择境外（如韩国）的一些成衣厂来进行生产，以确保公司产品的品质。

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。公司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公司产品品质要求，或者生产安排不能满足公司交货时间而致使延迟供货，从而影响公司产品的推广和销售。

二、营销网络拓展带来的管理风险

本公司产品通过直营店和加盟店进行销售。营销网络拓展是公司扩大市场份额、提高经营业绩的重要实现方式。近年来，公司业务发展情况良好，门店拓展一直保持较快的增长速度。

虽然公司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，公司规模将迅速扩大，营销网络也将得到进一步扩张，店铺数量的快速增长对公司的管理运营提出了更高的要求。如果公司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公司发展的需要，将对公司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。虽然公司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，将对公司经营造成不利影响。

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。

本公司产品为高尔夫服饰，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。如果未来公司不能够持续提升品牌价值，将对公司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，是公司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。

虽然公司已经并将继续采取各种方式来保护公司的品牌和注册商标，进一步加强品牌保护力度，但由于服饰的款式、品牌标识和装修陈列风格十分直观，易于模仿，因此随着公司市场影响力的不断增强，公司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。公司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。本公司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。但如果公司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，将对本公司产品销售产生不利影响。

七、物流配送管理风险

本公司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公司的经营有一定影响。虽然公司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公司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，从而对公司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，公司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。公司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，公司核心管理层和员工队伍保持较高的稳定性。由于公司未来发展，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，如果公司不能保持员工队伍的稳定，并招揽到所需合格人才，将对公司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公司的净资产。由于募集资金运用项目存在一定的建设周期，公司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。公司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

公司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”。虽然公司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，项目将进一步提升公司的品牌价值，取得较好的经济效益，并提高公司的信息化管理水平，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，从而影响公司的经营业绩。

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。截至本招股意向书签署之日，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。截至本招股意向书签署之日，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。

第五节 发行人基本情况

一、发行人概况

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： 8,000万元

法定代表人：谢秉政

有限公司成立日期：2003 年 1 月 2 日

股份公司成立日期：2012 年 3 月 14 日

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

互联网网址：http://www.biemlf.com/

电子信箱： investor@biemlf.com

经营范围： 纺织服装、服饰业

二、发行人改制重组及设立情况

（一）设立方式

本公司是由比音勒芬有限整体变更设立的股份有限公司。2012年2月1日，经股东会决议批准，比音勒芬有限以截至2011年11月30日经审计的账面净资产113,529,568.58元为基础，按照1.41911961：1的比例折为80,000,000股，整体变更为比音勒芬服饰股份有限公司。

（二）发起人

本公司发起人为谢秉政、谢挺、谢炳銮、李惠强、陈俊岭、冯玲玲、申金冬、唐新乔、暨南投资和通盈创投。

（三）发行人改制设立前，主要发起人拥有的主要资产和实际从事的主要业务

本公司主要发起人为谢秉政先生。本公司成立前，谢秉政先生拥有的主要资产包括比音勒芬有限的股权和暨南投资17.37%的股权。暨南投资主要从事创投业务。除此以外，谢秉政先生无任何其他投资和参与经营的事项。

（四）发行人设立时拥有的主要资产和实际从事的主要业务

本公司成立时承继比音勒芬有限的全部资产和业务，包括流动资产、固定资产和无形资产等各项资产。

本公司自成立起一直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。

（五）发行人成立之后，主要发起人拥有的主要资产和实际从事的主要业务

本公司成立后，主要发起人谢秉政先生所拥有的主要资产和从事的主要业务均未发生变化。

（六）改制前原企业的业务流程、改制后发行人的业务流程，以及原企业和发行人业务流程间的联系

本公司系由比音勒芬有限整体变更设立，公司设立前后业务流程没有发生变化。本公司业务流程的具体内容请参见本招股意向书“第六节 业务与技术”之“四、公司的主要业务情况”之“（三）公司的经营模式”。

（七）发行人成立以来，在生产经营方面与主要发起人的关联关系及演变情况

本公司成立后，在生产经营方面独立运作，与主要发起人不存在关联关系。本公司关联交易的具体内容，请参见本招股意向书“第七节 同业竞争与关联交易”之“三、关联交易”。

（八）发起人出资资产的产权变更情况

本公司成立后，承继了比音勒芬有限的全部资产、负债，相应资产的产权变更手续已全部办理完毕。

三、发行人股本形成及变化和资产重组情况

（一）发行人股本形成及其变化情况

1、2003 年 1 月，比音勒芬有限成立

2003年1月，谢挺和劳馨文分别以现金380万元和120万元共同出资设立广东比音勒芬服饰有限公司，注册资本为500万元。

广东智合会计师事务所有限公司对本次出资情况进行了审验，并于2002年12月17日出具“粤智会（2002）验字B317号《验资报告》”，验证：截至2002年12月16日止，广东比音勒芬服饰有限公司（筹）已收到股东缴纳的注册资本合计人民币伍佰万元（￥5,000,000.00）。

2003年1月2日，比音勒芬有限完成工商注册登记，并领取《企业法人营业执照》。比音勒芬有限设立时的股权结构如下：

序号	股东姓名	出资形式	认缴出资额（万元）	实缴出资额（万元）	出资比例
1	谢　挺	货币	380	380	76.00%
2	劳馨文	货币	120	120	24.00%
合计			**500**	**500**	**100.00%**

2、2003 年 3 月，第一次股权转让

2003年3月10日，比音勒芬有限召开股东会，同意劳馨文将其所持有的比音勒芬有限24.00%的股权按照原始出资金额全部转让给陈少华。

本次股权转让的原因为劳馨文拟退出比音勒芬有限的经营，陈少华愿意通过受让股权的方式参与公司经营，定价依据为按出资额定价，资金来源于其个人自有资金。

2003年3月27日，比音勒芬有限完成工商变更登记手续。

本次股权转让完成后，公司的股权结构如下：

序号	股东姓名	出资形式	认缴出资额（万元）	实缴出资额（万元）	出资比例
1	谢　挺	货币	380	380	76.00%
2	陈少华	货币	120	120	24.00%
合计			**500**	**500**	**100.00%**

3、2003 年 7 月，第二次股权转让

2003年7月1日，比音勒芬有限召开股东会，同意谢挺将其所持有的比音勒芬有限76.00%股权以原始出资金额全部转让给冯玲玲，陈少华将持有的比音勒芬有

限24.00%股权以原始出资金额全部转让给申金冬。

本次股权转让的原因、定价依据和资金来源如下：

（1）谢挺因身体原因拟退出公司的经营，冯玲玲一直担任公司的设计总监职务同时也参与比音勒芬的经营管理。经双方协商一致，冯玲玲同意按出资额作价受让谢挺所持比音勒芬有限76%股权，转让价格为380万元，冯玲玲支付股权转让款的资金来源于其个人自有资金。

（2）陈少华因家庭经济原因拟退出比音勒芬有限的经营，申金冬自2003年进入比音勒芬有限后即担任主要管理人员职务，其看好比音勒芬有限未来的发展前景。经双方协商一致，申金冬同意按出资额作价受让陈少华所持比音勒芬24%股权，转让价格120万元，其用于支付股权转让款之资金来源于其个人自有资金。

2003年7月11日，比音勒芬有限完成工商变更登记手续。

本次股权转让完成后，公司的股权结构如下：

序号	股东姓名	出资形式	认缴出资额（万元）	实缴出资额（万元）	出资比例
1	冯玲玲	货币	380	380	76.00%
2	申金冬	货币	120	120	24.00%
合计			500	500	100.00%

4、2007 年 10 月，第一次增资

2007 年 9 月 10 日，比音勒芬有限召开股东会，同意公司注册资本由 500 万元增至 1,500 万元，新增注册资本 1,000 万元由谢秉政以现金方式按照每 1 元注册资本作价 1 元的价格认缴。

广州远华会计师事务所对本次出资情况进行了审验，并于 2007 年 9 月 25 日出具穗远华验字[2007]第 B1004 号《验资报告》，验证：截至 2007 年 9 月 19 日止，公司已收到股东谢秉政缴纳的新增注册资本合计人民币 1,000 万元，全部以货币出资。

比音勒芬有限当时发展速度较快且发展趋势良好，因而对企业运营资金的需求增加。谢秉政系冯玲玲之配偶，亦非常看好“比音勒芬”品牌及高尔夫服饰在国内市场的发展前景，愿意通过增资的方式参与比音勒芬有限的经营管理。谢秉政增资的资金来源于其个人自有资金。

2007 年 10 月 10 日，公司完成上述工商变更登记。本次增资完成之后，比音勒芬有限的股权结构如下：

序号	股东姓名	出资形式	认缴出资额（万元）	实缴出资额（万元）	出资比例
1	谢秉政	货币	1,000	1,000	66.67%
2	冯玲玲	货币	380	380	25.33%
3	申金冬	货币	120	120	8.00%
合计			**1,500**	**1,500**	**100.00%**

5、2008 年 11 月，第二次增资

2008 年 11 月 17 日，比音勒芬有限召开股东会，同意公司注册资本由 1,500 万元增至 3,500 万元，新增注册资本 2,000 万元由谢秉政以现金方式按照每 1 元注册资本作价 1 元的价格认缴。

广州融成合伙会计师事务所对本次出资情况进行了审验，并于 2008 年 11 月 24 日出具穗融成验字（2008）第 1106 号《验资报告》，验证：截至 2008 年 11 月 20 日止，公司已收到股东谢秉政缴纳的新增注册资本人民币 2,000 万元，全部以货币出资。

比音勒芬有限因业务发展良好需要增加注册资本。基于看好比音勒芬有限未来发展前景，谢秉政决定对比音勒芬有限进行增资。增资的资金来源于其个人自有资金。

2008 年 11 月 26 日，公司完成上述工商变更登记。本次增资完成之后，比音勒芬有限的股权结构如下：

序号	股东姓名	出资形式	认缴出资额（万元）	实缴出资额（万元）	出资比例
1	谢秉政	货币	3,000	3,000	85.71%
2	冯玲玲	货币	380	380	10.86%
3	申金冬	货币	120	120	3.43%
合计			**3,500**	**3,500**	**100.00%**

6、2009 年 12 月，第三次增资

2009 年 12 月 2 日，比音勒芬有限召开股东会，同意公司注册资本由 3,500 万元增至 5,000 万元，新增注册资本 1,500 万元由谢秉政以现金方式按照每 1 元注册资本作价 1 元的价格认缴。

广州融成合伙会计师事务所对本次出资情况进行了审验，并于 2009 年 12 月 4 日出具穗融成验字（2009）第 1116 号《验资报告》，验证：截至 2009 年 12 月 2 日止，公司已收到股东谢秉政缴纳的新增注册资本人民币 1，500 万元整，全部以

货币出资。

比音勒芬有限因业务发展良好需要增加注册资本。基于看好比音勒芬有限未来发展前景，谢秉政决定对比音勒芬有限再次进行增资。谢秉政增资的资金来源于其个人自有资金。

2009 年 12 月 10 日，公司完成上述工商变更登记。本次增资完成之后，比音勒芬有限的股权结构如下：

序号	股东姓名	出资形式	认缴出资额（万元）	实缴出资额（万元）	出资比例
1	谢秉政	货币	4,500	4,500	90.00%
2	冯玲玲	货币	380	380	7.60%
3	申金冬	货币	120	120	2.40%
合计			**5,000**	**5,000**	**100.00%**

7、2010 年 12 月，第四次增资、第三次股权转让

2010 年 9 月 15 日，比音勒芬有限召开股东会，同意：（1）公司注册资本由 5,000 万元增至 6,000 万元，新增注册资本 1,000 万元由谢秉政以位于广州市番禺区南村镇兴业大道 608 号的合计两栋房地产认缴；（2）谢秉政将其对公司的 120 万元出资以 135.996 万元转让给唐新乔（占公司注册资本的 2.000%）、100 万元出资以 113.33 万元转让给申金冬（占公司注册资本的 1.667%）、600 万元出资以 679.98 万元转让给谢挺（占公司注册资本的 10.000%）；冯玲玲将其对公司的 80 万元出资以 90.664 万元转让给申金冬（占公司注册资本的 1.333%）。

广州业勤资产评估土地房地产估计有限公司对谢秉政用于本次增资的两栋房地产进行了资产评估，并于 2010 年 8 月 30 日出具业评房字[2010]第 164 号《房地产估价报告》。根据《房地产估价报告》，该两栋房地产于评估基准日（2010 年 8 月 27 日）的评估价值为人民币 1,011.35 万元。

广东联信资产评估土地房地产估价有限公司对上述资产评估报告进行了复核，并于 2013 年 1 月 3 日出具了联信（证）核报字[2013]第 Z0003 号《关于【业评房字（2010）第 164 号】“广东比音勒芬服饰有限公司委托评估的位于广州市番禺区南村镇兴业大道 608 号 1、2 号厂房市场价值评估”<房地产估价报告>的复核报告》。复核结论认为：【业评房字（2010）第 164 号】《房地产估价报告》遵循了《中华人民共和国国家标准房地产估计规范》【GB/T50291-1999（1999 年 6 月 1 日起实施）】的要求，估价对象和范围与企业申报估价的资产范围一致；估价目的明确；实施的

估价程序到位；估价方法和估价参数取值依据符合相关规范要求；估价报告格式符合报告出具时的规范要求；对估价结果产生重大影响的事项已披露。

广州融成合伙会计师事务所对本次出资情况进行了审验，并于 2010 年 9 月 20 日出具穗融成验字（2010）第 1275 号《验资报告》，验证：截至 2010 年 9 月 20 日止，公司已收到股东谢秉政投入的新增注册资本人民币 1,000 万元，股东以实物出资。

广东正中珠江会计师事务所有限公司上述验资报告进行了复核，并于 2013 年 1 月出具了广会所专字[2013]第 12000540095 号《关于对广东比音勒芬服饰有限公司 2010 年变更验资报告的复核意见》，认为：广州融成合伙会计师事务所为广东比音勒芬服饰有限公司 2010 年增资所出具的“穗融成验字【2010】第 1275 号”验资报告在所有重大方面符合《中国注册会计师审计准则第 1602 号—验资》的相关规定。

本次增资及股权转让的原因、定价依据和资金来源如下：

（1）谢挺系比音勒芬有限设时之股东，其后虽因身体原因退出比音勒芬有限的经营，但鉴于谢挺对比音勒芬有限设立后曾做出的贡献，谢秉政同意将其所持比音勒芬有限10%股权转让给谢挺；唐新乔、申金冬系比音勒芬有限之核心管理人员，为激励核心管理人员，谢秉政同意将所持比音勒芬有限部分股权转让给唐新乔和申金冬；冯玲玲同意将所持比音勒芬有限部分股权转让给申金冬。该次转让价格以比音勒芬有限股权转让时点的净资产值为依据，经协商后，确定为每1元注册资本作价1.1333元。该次用以支付转让款之资金来源于其等个人自有资金。

（2）考虑到比音勒芬有限的业务规模不断的扩大，其原有仓库无法满足当时的业务量，需要重新租赁或购买房产用于储存货物使用。谢秉政名下原拥有的两处房产较为适合比音勒芬有限用作仓库使用，故其决定以该两项房地产作价对比音勒芬有限增资投入。

2010年12月13日，公司完成上述工商变更登记。本次增资及股权转让完成之后，比音勒芬有限的股权结构如下：

序号	股东姓名	出资形式		认缴出资额（万元）	实缴出资额（万元）	出资比例
		货币（万元）	实物（万元）			
1	谢秉政	3,680	1,000	4,680	4,680	78.00%
2	谢　挺	600	-	600	600	10.00%

3	冯玲玲	300	-	300	300	5.00%
4	申金冬	300	-	300	300	5.00%
5	唐新乔	120	-	120	120	2.00%
合计				**6,000**	**6,000**	**100.00%**

8、2011 年 10 月，第四次股权转让

2011 年 10 月 10 日，比音勒芬有限召开股东会，同意谢秉政按每一元注册资本作价 3 元分别将其所持有的比音勒芬有限 6.50%股权转让给谢炳銮，将其所持有的比音勒芬有限 6.50%股权转让给李惠强，将其所持有的比音勒芬有限 6.00%股权转让给陈俊岭，将其所持有的比音勒芬有限 2.00%股权转让给暨南投资，将其所持有的比音勒芬有限 2.00%股权转让给通盈创投。

本次股权转让的原因、定价依据和资金来源如下：

本次股权受让方系谢秉政的同乡、校友及校友投资的公司。各受让方均非常看好比音勒芬未来发展前景，愿意出资参与比音勒芬的业务经营；同时，出于完善比音勒芬有限股东结构多元化之考虑，谢秉政同意将所持部分比音勒芬有限股权转让予上述各方。本次股权转让的价格以比音勒芬有限股权转让时点的净资产值为依据，经协商后，确定为每1元注册资本作价3元。本次用以支付转让款之资金来源于其等个人自有资金或公司自有资金。

2011 年 10 月 14 日，比音勒芬有限完成工商变更登记手续。本次股权转让完成后，公司的股权结构如下：

序号	股东姓名	认缴出资额（万元）	实缴出资额（万元）	出资比例
1	谢秉政	3,300	3,300	55.00%
2	谢挺	600	600	10.00%
3	谢炳銮	390	390	6.50%
4	李惠强	390	390	6.50%
5	陈俊岭	360	360	6.00%
6	冯玲玲	300	300	5.00%
7	申金冬	300	300	5.00%
8	唐新乔	120	120	2.00%
9	暨南投资	120	120	2.00%
10	通盈创投	120	120	2.00%
合计			**6,000**	**100.00%**

9、2012 年 3 月，股份公司设立

2012 年 2 月 1 日，比音勒芬有限召开股东会，同意比音勒芬有限整体变更为股份公司。

正中珠江对本次整体变更进行了审验，并于 2012 年 2 月 1 日出具广会所验字[2012]第 12000540015 号《验资报告》，验证：截至 2012 年 2 月 1 日止，比音勒芬服饰股份有限公司（筹）以经审计的广东比音勒芬服饰有限公司截至 2011 年 11 月 30 日的净资产 113,529,568.58 元为折股依据，按 1.41911961：1 的比例折合为比音勒芬服饰股份有限公司（筹）的股份 80,000,000 股，每股面值 1 元，超过折合实收股本部分合计 33,529,568.58 元计入资本公积。

2012 年 3 月 14 日，股份公司在广州市工商行政管理局完成了工商注册登记。整体变更后，股份公司的股本结构如下：

序号	发起人姓名/名称	持股数量（万股）	持股比例
1	谢秉政	4,400	55.00%
2	谢　挺	800	10.00%
3	谢炳銮	520	6.50%
4	李惠强	520	6.50%
5	陈俊岭	480	6.00%
6	冯玲玲	400	5.00%
7	申金冬	400	5.00%
8	唐新乔	160	2.00%
9	暨南投资	160	2.00%
10	通盈创投	160	2.00%
合　计		**8,000**	**100.00%**

自2012年3月14日整体变更设立股份公司以来，本公司股本未发生变化。

（二）发行人设立以来的资产重组情况

自设立以来，本公司未发生重大资产重组行为。

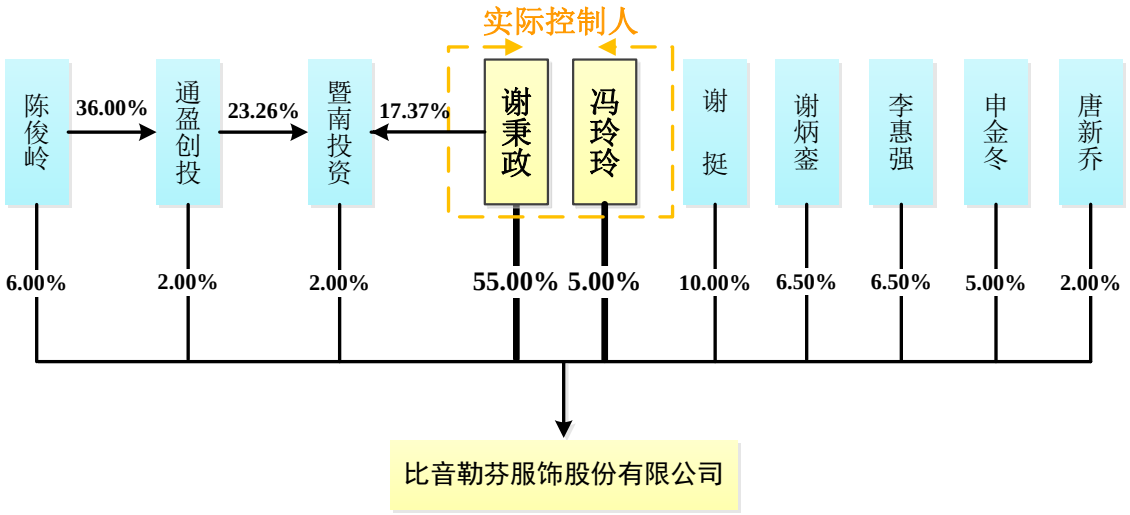
四、历次验资情况

本公司历次股东出资、股本变化的验资情况如下：

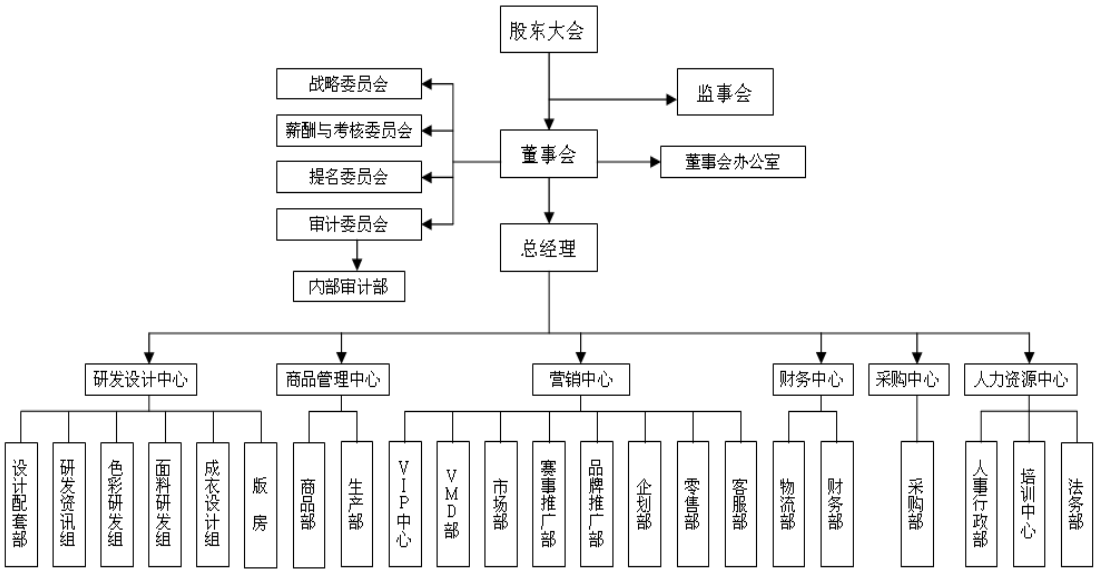
序号	验资日期	验资目的	注册资本（万元）	出资方式	验资机构	《验资报告》编号
1	2002 年 12 月 17 日	公司设立	500	货币	广东智合会计师事务所有限公司	粤智会（2002）验字 B317 号
2	2007 年 9 月 25 日	第一次增资	1,500	货币	广州远华会计师事务所	穗远华验字[2007]第 B1004 号
3	2008 年 11 月 24 日	第二次增资	3,500	货币	广州融成合伙会计师事务所	穗融成验字（2008）第 1106 号
4	2009 年 12 月 4 日	第三次增资	5,000	货币	广州融成合伙会计师事务所	穗融成验字（2009）第 1116 号
5	2010 年 9 月 20 日	第四次增资	6,000	房地产	广州融成合伙会计师事务所	穗融成验字（2010）第 1275 号
6	2012 年 2 月 1 日	整体变更	8,000	净资产	广东正中珠江会计师事务所有限公司	广会所验字[2012]第 12000540015 号
7	2013 年 1 月 3 日	验资复核	-	-	广东正中珠江会计师事务所有限公司	广会所专字[2013]第 12000540095 号

五、发行人的组织结构

（一）本次发行前发行人股权结构图



（二）发行人内部组织结构图



公司各职能部门职责如下：

1、研发设计中心：根据公司战略规划，定期进行市场考察和研究，开展各季度服装款式、配饰和辅料的开发和设计；产品开发的费用与产品成本的控制与核算；订货会的货品准备；向其他部门提供产品知识培训；为商品管理中心鉴定样板。

2、商品管理中心：制订公司生产计划及与各工厂商定委外生产计划；监督日常生产过程；统筹公司产品结构，生产下单，发货和入库管理；组织实施各季度订货会。对供应商和成衣厂的面辅料实施质量监督；成衣厂生产全过程质量跟踪监督；制订产品验收入库标准，负责公司产品验收入库的质检监督；产品质量问题调查分析。

3、营销中心：制订市场开发与拓展战略规划；建立健全渠道管理制度、运作流程、营销发展规划；加盟商的管理与拓展；直营店铺的管理和与联营商场关系维护；指导店铺装修、成列和店铺形象展示；VIP顾客的日常维护与管理。其中，企划部负责制定、组织、协调公司的商品企划工作，负责对公司推出商品的主题、流行元素、产品结构、主打款式、产品定价、面辅料、推广策略及活动、时间等做出总体规划。品牌推广部负责品牌形象设计和宣传，企业文化传播。赛事推广部负责年度高尔夫赛事推广计划制定和实施；公司各类高尔夫赛事推广活动的权益维护及筹备；监督公司品牌宣传和推广工作的实施。

4、财务中心：公司财务管理、预算管理、财务核算与监督；公司筹资计划的

编制和实施；提供各种会计信息资料及其他要求报送的资料；负责公司报税与缴税工作；对下属分公司的财务工作的管理与指导；公司物流网络运作资源的规划与配置，产品物流仓储运作监控，公司采购成本控制。

5、采购中心：负责公司成衣、面辅料等物资的采购工作；选择、评审、管理供应商，建立供应商档案；组织供货合同评审，签订供货合同；负责采购物资的报验和入库工作。

6、人力资源中心：建立健全人事管理规章制度；规划、规范公司组织架构、岗位架构和岗位职责；办公环境、办公设施及公司运作的后勤保障管理；公司人员管理以及日常人力资源管理和开发；公司日常法律事务的处理；公司信息化系统建设与维护；工资、奖金的核算，办理和管理员工社会保险和住房公积金；公司员工培训课程的研发及培训方案的制定与实施。

7、内部审计部：制定健全的内部审计制度，编制具体内部审计方案；建立和监督内部控制制度的实施；开展定期的内部审计工作。

8、董事会办公室：建立健全信息披露事务管理制度；筹备董事会会议、监事会和股东大会会议；收集保管三会会议资料；负责外部监管机构的沟通与协调；负责公司信息披露，维护投资者关系；协助董事会秘书处理日常事务。

六、发行人参股和控股子公司情况

截至本招股意向书签署日，本公司无参股和控股子公司。

七、发起人、持有发行人5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况

截至本招股意向书签署日，本公司共有10名股东，其中8名自然人股东，2名法人股东，均为股份公司整体变更设立时的发起人股东。

（一）实际控制人基本情况

谢秉政、冯玲玲夫妇合计持有公司4,800万股，占本次发行前公司总股本的60%，为公司控股股东暨实际控制人。

谢秉政，男，中国国籍，无境外永久居留权，公民身份号码为3303271969********，住所为广州市番禺区南村镇华南碧桂园，公司法定代表人、董事长。

冯玲玲，女，中国国籍，无境外永久居留权，公民身份号码为3303271973********，住所为广州市番禺区南村镇华南碧桂园。

（二）其他自然人股东基本情况

1、谢挺，男，中国国籍，无境外永久居留权，公民身份号码为3303271962********，住所为广州市天河区黄埔大道。

2、谢炳銮，男，中国国籍，无境外永久居留权，公民身份号码为3303021969********，住所为浙江省温州市鹿城区水心街道。

3、李惠强，男，中国国籍，无境外永久居留权，公民身份号码为4401261971********，住所为广州市番禺区市良路。

4、陈俊岭，男，中国国籍，无境外永久居留权，公民身份号码为4401021972********，住所为广州市越秀区寺右新马路。

5、申金冬，男，中国国籍，无境外永久居留权，公民身份号码为5101081975********，住所为成都市成华区双桥路南六街。

6、唐新乔，女，中国国籍，无境外永久居留权，公民身份号码为4304261973********，住所为湖南省祁东县洪桥镇县正东路。

（三）法人股东基本情况

1、广州暨南投资有限公司

法定代表人：叶惠全

成立时间：2010年1月11日

注册地址：广州市天河区黄埔大道西601号暨南大学真如苑B3栋三楼3号

经营范围：以自有资金投资房地产；投资项目管理；投资咨询服务（涉及许可的项目除外）；企业管理咨询服务。

暨南投资的股东及出资情况如下：

单位：万元

序号	发起人姓名/名称	认缴出资额	实缴出资额	出资比例
1	广东中惠集团有限公司	12,000	6,000	40.00%
2	广东通盈创业投资有限公司	6,978	3,489	23.26%
3	杨子善	5,211	2,605.50	17.37%
4	谢秉政	5,211	2,605.50	17.37%
5	丑建忠	600	300	2.00%
合　计		**30,000**	**15,000**	**100.00%**

截至2015年12月31日，暨南投资总资产为43,138.88万元、净资产为41,684.21万元；2015年度，暨南投资实现净利润25,401.74万元。截至2016年9月30日，暨南投资总资产为31,353.14万元、净资产为26,406.61万元；2016年1-9月，暨南投资实现净利润-15,277.59万元（以上数据未经审计）。

2、广东通盈创业投资有限公司

法定代表人：陈俊岭

成立时间：2007年6月11日

注册地址：广州市越秀区寺右新马路111-115号2418房

经营范围：创业投资业务；代理其他创业投资企业等机构或个人的创业投资业务；创业投资咨询业务；为创业企业提供创业管理服务业务；参与设立创业投资企业与创业投资管理顾问机构。（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。）

通盈创投的股东及出资情况如下：

单位：万元

序号	发起人姓名/名称	认缴出资额	实缴出资额	出资比例
1	广东骏丰投资有限公司	1,530	1,530	51.00%
2	陈俊岭	1,080	1,080	36.00%
3	赵毅	390	390	13.00%
合　计		**3,000**	**3,000**	**100.00%**

截至2015年12月31日，通盈创投总资产为15,015.40万元、净资产为14,110.24万元；2015年度，通盈创投实现净利润-500.42万元。截至2016年9月30日，通盈创投总资产为17,945.89万元、净资产为15,708.71万元；2016年1-9月，通盈创投实现净利润1,598.47万元（以上数据未经审计）。

（四）控股股东和实际控制人控制的其他企业

除本公司外，冯玲玲持有浙江世纪都商贸有限公司80%的股权。

浙江世纪都商贸有限公司成立于2007年11月29日，注册资本及实收资本均为1,000万元；其中冯玲玲持有80%的股权，管伟龙持有20%的股权。公司住所为桐乡市梧桐街道工业园区二期环城北路以北、世纪大道以东，经营范围为：五金交电、电子产品、机电产品（除九座以下乘用车）、床上用品、化工原料及其产品（除危险化学品及易制毒化学品）、金属材料、日用百货、建筑材料的销售；经济信息

咨询；企业管理咨询；企业营销规划；市场营销策划；物业管理（上述经营范围不含国家法律法规规定禁止、限制和许可经营的项目）。

截至2016年9月30日，浙江世纪都商贸有限公司不存在对外投资情况。

截至2015年12月31日，浙江世纪都商贸有限公司总资产为9,278.66万元、净资产为1,001.32万元；2015年度，浙江世纪都商贸有限公司实现净利润0.12万元。截至2016年9月30日，浙江世纪都商贸有限公司总资产为9,891.70万元、净资产为1,001.38万元；2016年1-9月，浙江世纪都商贸有限公司实现净利润0.06万元（以上数据未经审计）。

（五）发行人股份质押或其他有争议的情况

截至本招股意向书签署日，公司股东持有的本公司股份均不存在被质押或其他有争议的情况。

八、发行人股本情况

（一）发行人本次发行前后股本情况

发行前，本公司总股本为8,000万股。本次拟向社会公开发行2,667万股，发行后总股本10,667万股。发行后社会公众股占总股本比例为25.00%。本次发行前后公司股东及股本结构如下表所示：

序号	股东名称	发行前		发行后	
		股数（万股）	比例	股数（万股）	比例
1	谢秉政	4,400	55.00%	4,400	41.25%
2	谢　挺	800	10.00%	800	7.50%
3	谢炳銮	520	6.50%	520	4.87%
4	李惠强	520	6.50%	520	4.87%
5	陈俊岭	480	6.00%	480	4.50%
6	冯玲玲	400	5.00%	400	3.75%
7	申金冬	400	5.00%	400	3.75%
8	唐新乔	160	2.00%	160	1.50%
9	暨南投资	160	2.00%	160	1.50%
10	通盈创投	160	2.00%	160	1.50%
11	本次拟公开发行股份	-	-	2,667	25.00%
合计	-	**8,000**	**100.00%**	**10,667**	**100.00%**

（二）自然人股东及其任职情况

本公司有8名自然人股东。自然人股东在公司任职的具体情况请参见本节之“七、发起人、持有发行人5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”、“第八节 董事、监事、高级管理人员与核心技术人员”之“一、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员简介”。

（三）股东中战略投资者持股情况

本公司股东中无战略投资者。

（四）本次发行前各股东间关联关系及关联股东的各自持股比例

本公司各股东之间的关联关系如下：

谢秉政与冯玲玲系夫妇关系；谢秉政与谢挺系兄弟关系；通盈创投系陈俊岭控制的企业；通盈创投和谢秉政分别持有暨南投资23.26%和17.37%的股权。

除此之外，其他股东之间不存在关联关系。

各关联股东的持股比例参见本节之“八、发行人股本情况”之“（一）发行人本次发行前后股本情况”。

（五）本次发行前股东所持股份的流通限制和自愿锁定股份的承诺及相应约束措施

公司控股股东暨实际控制人谢秉政、冯玲玲夫妇二人及其一致行动人谢挺承诺：自公司股票上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理公司首次公开发行股票前其所持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份。

公司股东谢炳銮、李惠强、陈俊岭、申金冬、唐新乔、暨南投资、通盈创投承诺：自公司股票上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理公司首次公开发行股票前其所持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份。

公司股东谢秉政、申金冬、唐新乔和冯玲玲承诺：在其担任公司董事、监事和高级管理人员的任职期间，每年转让的股份不超过其所持有公司股份总数的百分之二十五；离职后六个月内不转让其所持有的公司股份；在申报离任六个月后的十二个月内通过证券交易所挂牌交易出售公司股票数量占其所持有公司股票总数的比例不超过百分之五十。

公司控股股东暨实际控制人、持有公司股份的董事和高级管理人员谢秉政、冯

玲玲、申金冬和唐新乔承诺：公司上市后 6 个月内如公司股票连续 20 个交易日的收盘价（公司上市后发生除权除息事项的，上述价格应作相应调整）均低于发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，其所持公司股票的锁定期限自动延长 6 个月。谢秉政、冯玲玲夫妇承诺其所持公司股份在锁定期满后两年内不减持；申金冬和唐新乔承诺其所持公司股票在锁定期满后两年内减持的，其减持价格不低于发行价（公司上市后发生除权除息事项的，减持价格应作相应调整）。如超过上述期限拟减持公司股份的，其承诺将依法按照《公司法》、《证券法》、中国证监会及深圳证券交易所相关规定办理；其不会因职务变更、离职等原因而拒绝履行上述承诺。

以上承诺人除谢挺外均承诺：若未履行上述承诺，其将在公司股东大会及中国证监会指定报刊上公开就未履行股票锁定期承诺向公司股东和社会公众投资者道歉，并将在符合法律、法规及规范性文件规定的情况下10个交易日内购回违规卖出的股票，且自购回完成之日起自动延长持有全部股份的锁定期3个月。若其因未履行上述承诺而获得收入的，所得收入归公司所有，其将在获得收入的五日内将前述收入支付给公司指定账户。如果因其未履行上述承诺事项给公司或者其他投资者造成损失的，其将向公司或者其他投资者依法承担赔偿责任。

谢挺承诺：若未履行上述承诺，其将将在符合法律、法规及规范性文件规定的情况下10个交易日内购回违规卖出的股票，且自购回完成之日起自动延长持有全部股份的锁定期3个月。若其因未履行上述承诺而获得收入的，所得收入归公司所有，其将在获得收入的五日内将前述收入支付给公司指定账户。如果因其未履行上述承诺事项给公司或者其他投资者造成损失的，其将以因违反承诺所获得的收益向公司或者其他投资者依法承担赔偿责任。

九、发行人员工及其社会保障情况

（一）员工基本情况

1、员工结构

截至2016年9月30日，公司共有在册员工1,591人，具体构成情况如下：

类别	类别细分	员工人数（人）	所占比例（%）
岗位构成	行政管理人员	81	5.09
	研发设计人员	39	2.45

	运营人员	171	10.75
	销售人员	1,300	81.71
	总计	**1,591**	**100.00**
年龄构成	30 岁以下	683	42.93
	30-40 岁	811	50.97
	40 岁以上（含）	97	6.10
	总计	**1,591**	**100.00**
学历构成	硕士以上	7	0.44
	本科	77	4.84
	大专	266	16.72
	中专及以下	1,41	78.00
	总计	**1,591**	**100.00**

2、员工薪酬政策

公司参照广州市及各直营门店所在区域当地平均工资和同行业薪酬水平，结合公司经营效益及员工贡献确定员工薪酬标准。公司根据员工岗位性质、责任大小和任职要求不同，分别制定了《总部薪酬管理制度》、《店铺薪酬管理制度》等具体薪酬管理制度。公司员工薪酬的确定依据以下几方面的原则：

（1）以按劳分配为主的原则；

（2）效率优先兼顾公平的原则；

（3）员工工资增长与公司经营发展和效益提高相适应的原则；

（4）优化劳动配置的原则；

（5）公司员工的薪酬水平高于当地同行业平均水平。

3、上市前后高管薪酬安排

公司高级管理人员薪酬根据上述《总部薪酬管理制度》拟定的原则，综合考虑有关高级管理人员的岗位职责、工作成果等因素而确定。公司《总部薪酬管理制度》主要包括以下内容：

（1）高级管理人员的薪酬确定原则：

①按劳分配与责、权、利相结合的原则；

②收入水平与公司效益及工作目标挂钩的原则；

③薪酬与公司长远利益相结合的原则；

④薪酬标准公开、公正、透明的原则。

（2）高级管理人员薪酬的监督与管理

董事会薪酬与考核委员会是确定公司高级管理人员薪酬方案、负责薪酬管理、考核和监督的专门机构。薪酬与考核委员会对高级管理人员进行考核后，形成高级管理人员薪酬方案，提交董事会审议批准后实施。

公司没有上市后改变高级管理人员薪酬政策的计划，将继续执行《总部薪酬管理制度》的有关规定，并由董事会薪酬委员会负责其薪酬的制定与考核。

4、薪酬委员会对工资奖金的规定

公司薪酬与考核委员会主要负责制定、审查公司董事及高级管理人员的薪酬政策与方案、制定公司董事及高级管理人员的考核标准并进行考核，并对董事会负责。公司薪酬与考核委员会对于工资奖金的规定主要体现在前述《董事会薪酬与考核委员会工作细则》中。

5、员工薪酬的具体情况

（1）2015 年度公司普通、中层、高层三层次员工的年度薪酬情况

项　目	总薪酬（万元）	年平均人数（人）	平均薪酬（万元）
高层员工	233.00	4	58.25
中层员工	1,474.26	57	25.86
普通员工	11,134.61	1,490	7.47
合　计	12,841.87	1,551	8.28

（2）员工总薪酬、平均薪酬及增长情况

项目	2016 年 1-9 月		2015 年度		2014 年度		2013 年度
	数额	增幅	数额	增幅	数额	增幅	数额
平均员工人数（人）	1,614	4.06%	1,551	16.18%	1,335	10.97%	1,203
总薪酬（万元）	9,970.38	-	12,841.87	25.83%	10,200.46	34.82%	7,565.72
平均薪酬（万元）	6.18	-	8.28	8.31%	7.64	21.49%	6.29
全国城镇单位就业人员年平均工资（万元）	-	-	暂未公布	——	5.63	9.32%	5.15
广州市纺织服装、服饰业单位平均工资（万元）	-	-	4.49	0.45%	4.47	11.19%	4.02

注：①公司直营门店遍及全国一二线城市，员工薪酬根据各直营门店所在区域当地工资水平进行适当调整。本次选择 2013 年至 2015 年中华人民共和国国家统计局公布的“全国城镇单位就业人员年平均工资”进行比较分析。

②由于中华人民共和国国家统计局无纺织服装、服饰业单位平均工资的统计数据，本次选择了广州市统计信息网 2013 年、2014 年和 2015 年统计年鉴中披露的“广州市纺织服装、服饰业单位平均工资”进行比较分析。

作为中高端品牌服装经营企业，公司员工工资水平一直高于行业及全国平均水平，且随着公司经营发展和效益的提高逐年稳步增长。

（二）社会保障情况

本公司实行劳动合同制，员工的聘用和解聘均依据《中华人民共和国劳动法》、《中华人民共和国劳动合同法》的规定办理。本公司已按照国家及地方关于企业缴纳社会保险和住房公积金的相关规定，为员工办理了养老保险、医疗保险、工伤保险、失业保险、生育保险等社会保险以及住房公积金。

1、报告期内，公司社会保险和住房公积金缴费情况

单位：万元

项目	2016年1-9月	2015年度	2014年度	2013年度
社会保险	1,017.26	1,197.91	886.37	763.26
住房公积金	265.04	305.81	230.14	183.10

2、公司社会保险和住房公积金缴纳比例

	缴纳比例				
	2013.1.1-2013.3.31	2013.4.1-2013.7.31	2013.8.1-2013.8.31	2013.9.1-2014.12.31	2015.1.1-2016.9.30
企业养老保险	12%				14%
医疗保险	8%				
失业保险	2%	1.5%		0.9%、0.48%	
工伤保险	1%		0.7%、0.8%、0.45%、0.64%		
生育保险	0.85%				
住房公积金	5%				

注：上述缴纳比例系依据广州市社会保险及住房公积金缴纳政策执行及统计。

3、缴纳人数

项目	2016.9.30		2015.12.31		2014.12.31		2013.12.31	
	应缴人数	实缴人数	应缴人数	实缴人数	应缴人数	实缴人数	应缴人数	实缴人数
社会保险	1,591	1,453	1,473	1,340	1319	1158	1156	1053
住房公积金	1,591	1,453	1,473	1,340	1319	1158	1156	1053

公司社保和住房公积金实缴人数少于应缴人数的主要原因为公司未给试用期

员工购买社保及住房公积金。

根据广州市番禺区人力资源和社会保障局出具的证明：比音勒芬服饰股份有限公司能依据《劳动法》和地方劳动和社会保障方面的法律、法规的规定与员工签定劳动合同，为员工参加社会保险，缴纳社会保险费。公司未发生因违反有关劳动和社会保障法律、法规而被处罚的情况。

根据广州市住房公积金管理中心出具的证明：自公司开户办理住房公积金缴存业务以来未曾受到过广州市住房公积金管理中心的行政处罚。

十、持有5%以上股份的主要股东及作为股东的董事、监事、高级管理人员的重要承诺

（一）关于发行人上市后股份锁定的承诺

参见本节之“八、发行人股本情况”之“（五）本次发行前股东所持股份流通限制和自愿锁定股份的承诺”。

（二）关于避免同业竞争的承诺

参见本招股意向书之“第七节 同业竞争与关联交易”之“二、同业竞争”之“（二）避免同业竞争的安排”。

（三）关于公司上市后三年内稳定股价预案及相应约束措施

1、控股股东暨实际控制人谢秉政、冯玲玲夫妇关于公司上市后三年内稳定股价预案

公司股票挂牌上市之日起三年内，一旦出现连续二十个交易日公司股票收盘价均低于公司上一个会计年度末经审计的每股净资产情形时（若因除权除息等事项致使上述股票收盘价与公司上一会计年度末经审计的每股净资产不具可比性的，上述股票收盘价应作相应调整），其将依据法律、法规及公司章程的规定，在不影响公司上市条件的前提下实施以下具体股价稳定措施：

（1）其启动股价稳定措施将以增持公司股份的方式进行。如公司在上述需启动股价稳定措施的条件触发后启动了股价稳定措施，其可选择与公司同时启动股价稳定措施或在公司股价稳定措施实施完毕（以公司公告的实施完毕日为准）后公司股票收盘价仍低于上一个会计年度末经审计的每股净资产时再行启动股价稳定措施。其将在有关股价稳定措施启动条件成就后三个交易日内提出增持公司股份的方

案（包括拟增持股份的数量、价格区间、时间等），在三个交易日内通知公司，公司应按照相关规定披露其增持股份的计划。在公司披露其增持公司股份计划的三个交易日后，其将按照方案开始实施增持公司股份的计划。但如果公司披露其增持计划后三个交易日内公司股价已经不满足启动稳定公司股价措施的条件的，其可不再实施上述增持公司股份计划。

（2）其买入公司股份的价格不高于公司上一会计年度经审计的每股净资产。

（3）其合计用于股份增持的资金为上市之日起每十二个月内不少于 1,000 万元（资金来源为自筹资金，包括但不限于自有资金、质押股票贷款等方式）。但在稳定股价方案实施过程中公司股价已经不满足继续实施稳定股价措施条件的，其可停止实施该方案。

其承诺：在启动股价稳定措施的条件满足时，如其未采取上述稳定股价的具体措施，将在公司股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未采取上述稳定股价措施的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉；如其未采取上述稳定股价的具体措施的，则其将在前述事项发生之日起 5 个工作日内停止在公司处领取薪酬/津贴及股东分红，直至其按上述预案的规定采取相应的稳定股价措施并实施完毕时为止。

2、公司全体董事（不包含独立董事）、高级管理人员关于公司上市后三年内稳定股价预案

公司股票挂牌上市之日起三年内，一旦出现连续二十个交易日公司股票收盘价均低于公司上一个会计年度末经审计的每股净资产情形时（若因除权除息等事项致使上述股票收盘价与公司上一会计年度末经审计的每股净资产不具可比性的，上述股票收盘价应做相应调整），且公司及控股股东暨实际控制人实施完毕股价稳定措施（以发行人公告的实施完毕日为准）后，公司股票收盘价仍低于上一个会计年度末经审计的每股净资产时，其将依据法律、法规及公司章程的规定，在不影响公司上市条件的前提下实施以下具体股价稳定措施：

（1）其将通过二级市场以竞价交易方式买入公司股份以稳定公司股价。公司应按照相关规定披露其买入公司股份的计划。在公司披露其买入公司股份计划的三个交易日后，其将按照方案开始实施买入公司股份的计划。但如果公司披露其买入计划后三个交易日内公司股价已经不满足启动稳定公司股价措施的条件的，其可不

再实施上述买入公司股份计划。

（2）其通过二级市场以竞价交易方式买入公司股份的，买入价格不高于公司上一会计年度经审计的每股净资产。

（3）其将在上市之日起每十二个月内使用不少于其在担任董事、高级管理人员职务期间上一会计年度从公司处领取的税后薪酬/津贴（如有）累计额的 30%稳定股价。但在稳定股价方案实施过程中公司股价已经不满足继续实施稳定公司股价措施条件的，其可停止实施该方案。

其承诺：在启动股价稳定措施的前提条件满足时，如其未采取上述稳定股价的具体措施，将在公司股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未采取上述稳定股价措施的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉；如果其未采取上述稳定股价的具体措施的，则其将在前述事项发生之日起5个工作日内停止在公司处领取薪酬/津贴（如有）及股东分红（如有），直至其按上述预案内容的规定采取相应的股价稳定措施并实施完毕时为止。

（四）关于因信息披露重大违规赔偿损失承诺及相应约束措施

1、控股股东暨实际控制人谢秉政、冯玲玲夫承诺：如公司招股意向书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，其将督促公司依法回购首次公开发行的全部新股。

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

若其违反上述承诺，则将在公司股东大会及中国证监会指定报刊上公开就未履行上述赔偿措施向公司股东和社会公众投资者道歉，并在违反上述承诺发生之日起 5 个工作日内，停止在公司处领取薪酬/津贴及股东分红，同时其持有的公司股份将不得转让，直至其按上述承诺采取相应的赔偿措施并实施完毕时为止。

2、公司全体董事、监事、高级管理人员关于因信息披露重大违规赔偿损失承诺及相应约束措施

公司全体董事、监事、高级管理人员承诺：

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

若其违反上述承诺，则将在公司股东大会及中国证监会指定报刊上公开就未履

行上述赔偿措施向公司股东和社会公众投资者道歉；并在违反上述赔偿措施发生之日起 5 个工作日内，停止在公司处领取薪酬/津贴（如有）及股东分红（如有），同时其持有的公司股份（如有）不得转让，直至本人按上述承诺采取相应的赔偿措施并实施完毕时为止。

（五）公司发行前持股 5%以上股东的持股意向、减持意向及相应约束措施

1、公司控股股东暨实际控制人谢秉政、冯玲玲夫妇的持股意向及减持意向

公司控股股东暨实际控制人谢秉政、冯玲玲夫妇承诺：其所持公司股份在锁定期满后两年内不减持；超过上述期限拟减持公司股份的，将依法按照《公司法》、《证券法》、中国证监会及深圳证券交易所相关规定办理。

2、陈俊岭、李惠强、申金冬、谢炳銮和谢挺的持股意向及减持意向

公司股东陈俊岭承诺：其所持公司股份拟在锁定期满后两年内全部减持完毕；减持价格不低于发行价（公司上市后发生除权除息事项的，减持价格应作相应调整）；超过上述期限拟减持公司股份的，将依法按照《公司法》、《证券法》、中国证监会及深圳证券交易所相关规定办理。

公司股东李惠强承诺：其所持公司股份在锁定期满后两年内合计减持不超过 104 万股（若公司有送股、转增股本或增发等事项的，上述股份总数应作相应调整）；减持价格不低于发行价（公司上市后发生除权除息事项的，减持价格应作相应调整）；超过上述期限拟减持公司股份的，将依法按照《公司法》、《证券法》、中国证监会及深圳证券交易所相关规定办理。

公司股东申金冬承诺：其所持公司股份在锁定期满后两年内合计减持不超过 80 万股（若公司有送股、转增股本或增发等事项的，上述股份总数应作相应调整）；减持价格不低于发行价（公司上市后发生除权除息事项的，减持价格应作相应调整）；超过上述期限拟减持公司股份的，将依法按照《公司法》、《证券法》、中国证监会及深圳证券交易所相关规定办理。

公司股东谢炳銮承诺：其所持公司股份在锁定期满后两年内合计减持不超过 104 万股（若公司有送股、转增股本或增发等事项的，上述股份总数应作相应调整）；减持价格不低于发行价（公司上市后发生除权除息事项的，减持价格应作相应调整）；超过上述期限拟减持公司股份的，将依法按照《公司法》、《证券法》、中国证

监会及深圳证券交易所相关规定办理。

公司股东谢挺承诺：其所持公司股份在锁定期满后的第一年减持的股份数量不超过本次发行前其所持发行人股份总额的 80%，第二年减持后所持股份数量不低于本次发行前其所持发行人股份总额的 5%，减持价格不低于发行价（发行人上市后发生除权除息事项的，减持价格应作相应调整）；超过上述期限其拟减持发行人股份的，其承诺将依法按照《公司法》、《证券法》、中国证监会及深圳证券交易所相关规定办理。

同时，公司发行前持股 5%以上股东除谢挺外均承诺：若其未履行上述承诺，其将在公司股东大会及中国证监会指定报刊上公开就未履行股票锁定期承诺向公司股东和社会公众投资者道歉，并将在符合法律、法规及规范性文件规定的情况下 10 个交易日内购回违规卖出的股票，且自购回完成之日起自动延长持有全部股份的锁定期 3 个月。如果其因未履行上述承诺事项而获得收入的，所得的收入归公司所有，其将在获得收入的五日内将前述收入支付给公司指定账户；如果因其未履行上述承诺事项给公司或者其他投资者造成损失的，其将向公司或者其他投资者依法承担赔偿责任。

谢挺承诺：若其未履行上述承诺，其将在符合法律、法规及规范性文件规定的情况下 10 个交易日内购回违规卖出的股票，且自购回完成之日起自动延长持有全部股份的锁定期 3 个月。如果其因未履行上述承诺事项而获得收入的，所得的收入归公司所有，其将在获得收入的五日内将前述收入支付给公司指定账户；如果因其未履行上述承诺事项给公司或者其他投资者造成损失的，其将以因违反承诺所获得的收益向公司或者其他投资者依法承担赔偿责任。

（六）关于填补被摊薄即期回报的承诺

参见本招股意向书之“第十一节 管理层讨论与分析”之“七、填补被摊薄即期回报的措施及承诺”。

第六节 业务和技术

一、公司主营业务及其变化情况

公司主要从事自有品牌比音勒芬（ ）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。公司产品定位于高尔夫运动与时尚休闲生活相结合的细分市场，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，产品类别分为专业高尔夫系列和生活休闲系列。

自设立以来，公司立志做“中国高尔夫服饰领军品牌”。比音勒芬品牌经过多年发展，在高尔夫服饰市场已具有一定的品牌影响力和知名度。截至2016年9月30日，本公司共有601家销售终端门店，主要位于国内大型高端商场、主要机场、知名高尔夫球会所等，覆盖了国内主要城市的核心商圈。

报告期内，公司取得的荣誉及奖项如下：

荣誉及奖项	颁发机构	颁布时间
产品开发贡献奖	中国纺织工业联合会	2011年
2011年服装行业百强企业评选“利润率百强企业”第24位	中国服装协会	2012年
2011-2012年度中国服装行业竞争力20强企业	中国纺织工业联合会信息统计部、中国服装协会	
2011-2012年度中国纺织服装企业竞争力500强	中国纺织工业联合会	
中国高尔夫服饰色彩研发基地	中国流行色协会	
2011/2012中国色彩应用奖	中国流行色协会	
2011/2012年度最具流行魅力高尔夫服饰品牌	中国流行色协会	
国家高尔夫服装产品开发基地	中国纺织工业联合会 国家纺织产品开发中心	
广州市著名商标	广州市工商行政管理局	
广东省著名商标	广东省工商行政管理局	2013年
杰克·第九届中国服装品牌年度大奖创新大奖	中国服装协会	
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和指定品牌	国家体育总局小球运动管理中心、中国高尔夫球协会	
2013中国纺织服装行业“十大服装品牌”。	《纺织服装周刊》	
中国驰名商标	国家工商总局商标局	

2013年服装行业百强企业评选“利润总额百强企业”	中国服装协会	2014年
2013年服装行业百强企业评选“销售利润率百强企业”	中国服装协会	
标准化良好行为证书	广东省质量技术监督局	
2014年度“比音勒芬”牌T恤衫荣列同类产品市场综合占有率前三位	中国商业联合会、中华全国商业信息中心	2015年度
2014年度“比音勒芬”牌T恤衫荣列同类产品最具成长力品牌	中国商业联合会、中华全国商业信息中心	
2014年服装行业百强企业评选“销售利润率百强企业”	中国服装协会	
2014年服装行业百强企业评选“利润总额百强企业”	中国服装协会	
2015年度“比音勒芬”牌T恤衫荣列同类产品市场综合占有率前三位	中国商业联合会、中华全国商业信息中心	2016年1-9月
2015年度“比音勒芬”牌高尔夫服饰列同类产品市场综合占有率第一位	中国商业联合会、中华全国商业信息中心	
广州市著名商标	广州市工商行政管理局	
广东省著名商标	广东省著名商标评审委员会	

公司产品分为专业高尔夫系列和生活休闲系列。按照产品品类来划分，公司产品分为上衣类（包括T恤、针织衫、衬衫、开衫、背心等）、下装类（包括长裤、短裤、裙子）、外套类（包括风衣、尼克服、棉服、夹克、毛衣、羽绒服、大衣、皮衣等）和其他类（包括包、鞋、皮带、帽子、手套、内衣、袜子、围巾、鞋等）。

自设立以来，公司主营业务未发生变化。

二、行业基本情况

（一）行业管理体系

1、行业主管部门与监管体制

国家发改委是国内服装行业的产业主管部门，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。我国服装业处于完全竞争状态，中国服装协会、中国纺织工业联合会是我国服装行业自律性、非营利性、全国性的行业组织，为政府、行业、社会提供与服装业相关的各种服务。

中国服装协会及各级地方服装协会主要从事行业和市场研究，通过市场预测和信息统计工作，在技术、产品、市场、信息、培训等方面为业内企业提供服务，代表会员向政府部门提出意见和建议，为会员提供信息及产业指导服务。中国纺织工

业联合会通过产业指导性意见、行业规划协调，促进行业内企业发展；通过市场预测和信息统计为业内企业在技术、产品等方面提供服务；代表会员企业向政府部门提出产业发展建议；配合质量和技术管理部门制定和颁布纺织服装产品质量标准和消费标识。

2、行业主要法律法规和政策

服装行业所涉及的法律法规和政策主要包括：《产品质量法》、《反不正当竞争法》、《消费者权益保护法》、《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》和《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》、《建设纺织强国纲要（2011-2020年》等，涉及的主要相关内容如下表所示：

法规和政策	涉及的主要内容
《产品质量法》	于 1993 年 9 月 1 日起实施，于 2000 年 7 月 8 日修订，是产品质量监督、产品质量责任方面的主要法律，明确了产品生产者和销售者的产品质量责任和义务
《反不正当竞争法》	于 1993 年 12 月 1 日起实施，是规范市场竞争领域的主要法律，明确规定了经营者不得采取的不正当竞争行为
《消费者权益保护法》	于 1994 年 1 月 1 日起实施，该法明确了经营者和消费者各自享有的权利和应当履行的义务，是维护消费者权益的主要法律规范
《零售商供应商公平交易管理办法》	于 2006 年 11 月 15 日起实施，是规范零售商与供应商交易行为的法规
《零售商促销行为管理办法》	于 2006 年 10 月 15 日起实施，是规范零售商促销行为的法规
《商业特许经营管理条例》	于 2007 年 5 月 1 日起实施，明确了特许人与被特许人需具备的条件、基本权利与义务、对特许经营费用和特许经营合同的期限约定、信息披露等有关规定
《商业特许经营备案管理办法》	于 2007 年 5 月 1 日起实施，于 2011 年 12 月 12 日修订，对商业特许经营的备案和信息披露作出了进一步明确的规范
《纺织工业调整和振兴规划》（2009 年 4 月颁布）	1、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，行业将侧重向高技术，品牌化发展，培育具有国际影响力的自主知名品牌，提高竞争力； 2、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。
《关于加快推进服装家纺自主品牌建设的指导意见》（2009 年 9 月颁布）	1、加快培育我国的跨国企业和国际知名品牌，加快自主品牌建设； 2、到 2015 年，培育发展一批以自主创新为核心、以知名品牌为标志、具有较强竞争力的优势服装、家纺企业。

《建设纺织强国纲要（2011-2020年》（2012年5月颁布）	1、科技贡献成为产业发展的主要驱动力，我国成为世界纺织科技强国； 2、品牌价值大幅提升，知名品牌企业集中度大幅提高； 3、低碳、绿色和循环经济的可持续发展模式基本建立。

（二）公司所处行业发展情况

1、服装行业整体发展情况

（1）服装行业发展概况

①中国服装产业正在由“大国”向“强国”迈进

纺织服装是我国消费品三大支柱产业之一。通过20多年的发展，中国已经成为世界上最大的服装消费国、生产国和出口国。

长期以来，国内服装企业主要以贴牌的方式参与市场竞争，自主品牌较少，产品附加值较低，企业竞争力较弱。随着品牌意识的不断提升，国内一些优秀的服装企业开始注重服装品牌的培育和发展。经过不断的探索和积累，这些企业在服装品牌运营、产品开发、技术、人才等方面已经具备较强的竞争实力，开始以自主服装品牌参与市场竞争，并逐渐成长壮大。

加大研发投入，提高产品附加值，打造自主民族品牌，将“中国制造”上升为“中国品牌”是锻造中国服装企业核心竞争力的需要，也是我国服装产业升级和可持续发展的需要。为此，中国纺织工业联合会于2012年5月发布了《建设纺织强国纲要（2011-2020年）》，提出了要在2020年重点围绕科技、品牌、可持续发展、人才四个核心建成纺织服装工业强国的目标。中国服装产业正在由“大国”向“强国”迈进。

②转变发展方式已经成为行业发展的大趋势

近年来，随着成本上升、用工荒、人民币升值、欧债危机等一系列问题的持续影响，过去那种依靠消耗资源、通过廉价劳动力的粗放式发展方式已经无法持续，转变发展方式已经成为服装行业发展的共识。

中国服装行业在改革开放后，逐步经历了生产创造价值、规模创造价值、品牌创造价值的阶段，未来将走向文化内涵创造价值的方向。

在生产创造价值阶段，产品供给比较单一，只是为了满足人们最基本的需求。居民对服饰款式无要求。服装企业以生产为主，以最大限度满足人们对产品数量的要求。

在规模创造价值阶段，产品数量极大的满足了市场的要求，行业进入产品质量竞争时期。消费者开始关注产品品质并具有初步的品牌意识，对款式的要求有所提高。这个阶段市场的集中度较低，潜在的市场容量促使公司不断扩张生产规模，服装行业的产值也进入了快速增长的阶段。市场需求的增长和较低的市场集中度，促使企业更多的注重产能和营销网络的扩张。

在品牌创造价值阶段，市场的品牌数量逐步增多。消费者购买服饰产品的着重点由品质转换到品牌意识方面，行业进入的门槛提高，企业对供应链和销售网络也由原来扩大销售覆盖度和市场份额转为精细化管理。

在文化理念创造价值阶段，消费者开始追求产品价值以外的精神和文化内涵，企业重视渠道控制和理念宣传，销售的途径也趋于多元化。

③优秀品牌企业和具有自主创新能力的企业对行业资源的整合能力越来越强

优秀品牌企业和具有自主创新能力的企业以品牌经营为核心，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管理，而将产品生产环节等较低附加值且固定资产投入大的业务环节进行外包，对产业链的各环节进行掌控、整合；同时一批中小制造、分销、服务企业围绕这些强势品牌企业展开紧密的分工协作。

这种轻资产的经营模式使得优秀品牌企业和具有自主创新能力的企业能够始终把握服装产业链高附加值和高技术含量环节，形成了自己的品牌、技术、信息、营销和供应链管理优势。

（2）服装行业市场容量

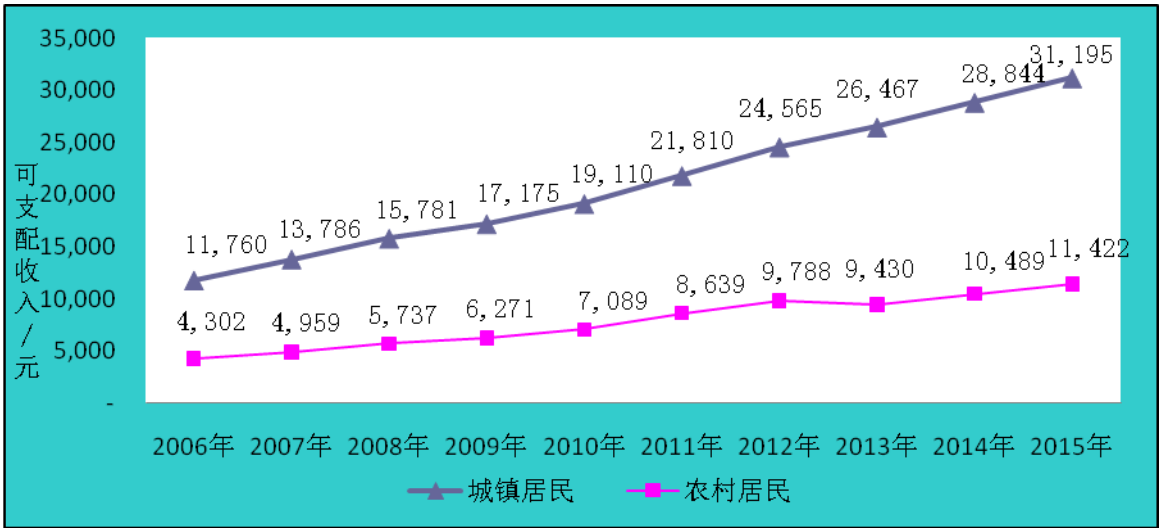
根据国家统计局人均衣着类消费和人口数量测算，中国服饰市场规模从2006年的6,480亿元增长至2015年的16,440亿元，年均复合增长率达10.90%，增长迅速。

（3）服装行业的发展前景

①居民可支配收入及服装支出的稳步增长是服装行业发展的基础

我国拥有全球最大的人口与消费市场。伴随着中国经济的持续发展和经济总量的不断提升，我国居民人均收入水平也在不断提高。根据国家统计局的统计，2006年-2015年我国城镇居民人均可支配收入自11,760元增至31,195元，年均复合增长率为11.45%。城乡居民人均可支配收入持续提高大大促进了城乡居民在服装产品方面的消费支出。

中国城乡居民人均可支配收入



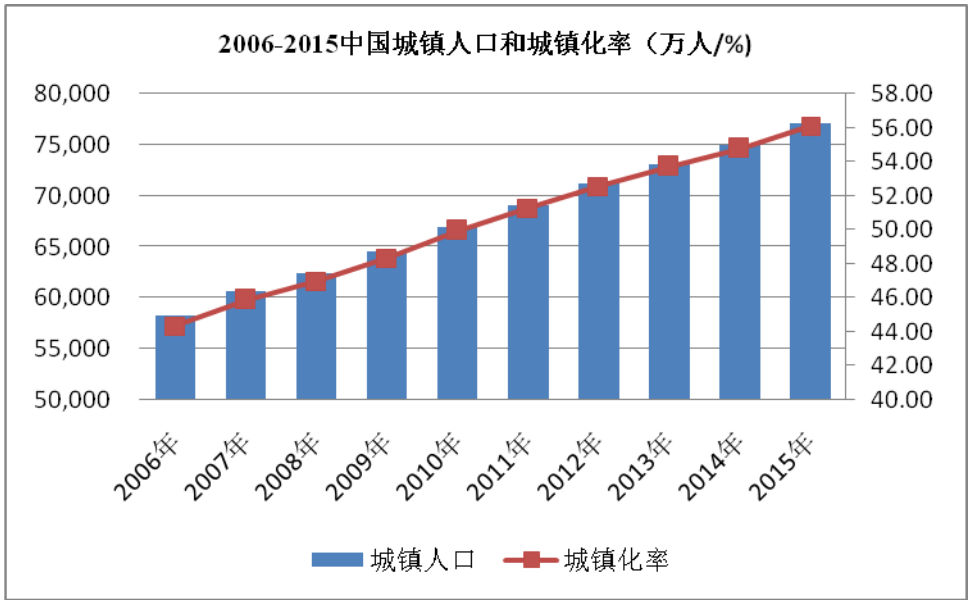
数据来源：国家统计局

服装消费与居民收入水平密切相关。伴随国民收入的增加，我国服装消费市场的容量也在不断扩大。根据国家统计局的统计：2006年-2015年，城镇居民人均衣着消费支出由901.78元增加到1,701.13元，年均复合增长率为7.31%；农村人均衣着消费支出由167.30元增加到550.49元，年均增长率为14.15%。

②城镇化的进一步发展和国家扩大内需战略是服装行业发展的潜力所在

未来，我国城市化率仍将持续提升，城镇居民数量稳步增加。根据国家统计局数据，国内城镇总人口在2006年至2015年间增加了约1.88亿。中国城镇化率由2006年的44.34%增至2015年的56.1%。十八大报告中明确提出，“以推进城镇化为重点”，“加快建立扩大消费需求长效机制，释放居民消费潜力，保持投资合理增长，扩大国内市场规模”。未来中国城镇化率仍将持续提升。

城市化的发展使得城镇居民人口持续增加。这将持续推动消费观念的更新和消费结构的升级，并释放国内巨大的消费潜力，从而带动服装行业市场容量的持续增长。



随着城镇化的进一步提升和扩大内需战略的实行，以及随着我国经济增长、居民收入的提高以及中等收入者比重不断提高，国内服装行业的需求将保持较快增长。

2、高尔夫服饰整体发展情况

（1）高尔夫服饰在中国的发展特点

随着消费结构的提升，消费者更注重服饰的个性表达，在不同场合穿着不同风格的服饰，并且希望通过着装去体现自己的生活方式和生活状态。这带来了品牌差异化和品牌文化市场时代的到来。这种发展路径在欧美发达国家的服装服饰发展历史中已经得到了印证。以美国著名服装品牌拉尔夫.劳伦（Ralph Lauren）为例，它以贵族化的马球运动标志作为自己的品牌标识。半个世纪来，拉尔夫.劳伦通过极具风格化的产品和定位塑造和强化品牌形象，逐渐从以产品为核心，转变为向消费者传递自由、浪漫、休闲的美国文化，成为美式生活方式和美国文化的代言人。通过品牌子系列的垂直延伸和产品线的横向延伸，拉尔夫.劳伦实现了公司业绩的长时间增长。拉尔夫.劳伦推出的马球（Polo）衫，强调个性张扬、力求功能性与舒适性的统一、突出休闲和简约风格，至今仍是全球穿着最普遍的服饰之一。

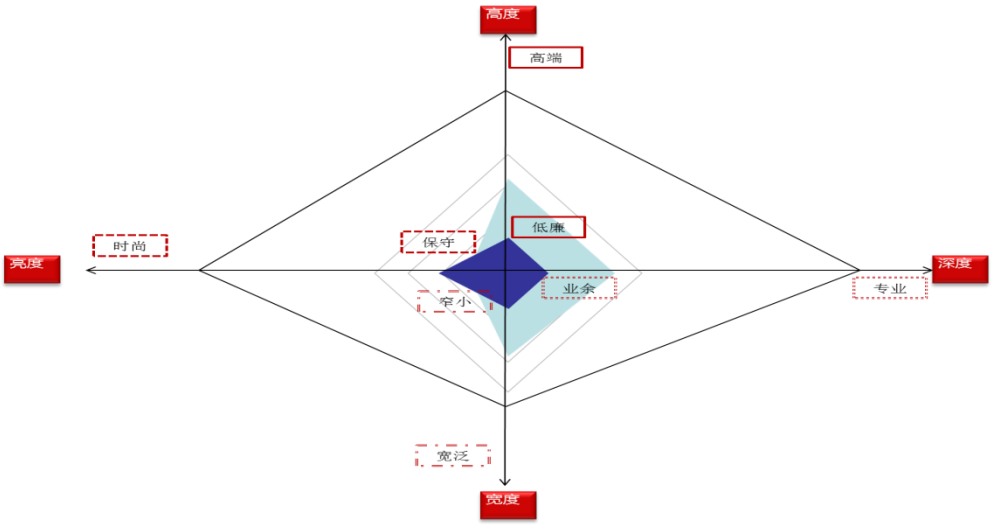
在国内，高尔夫服饰以其明确的差异化定位，包括准确的目标群体定位、独特的高尔夫文化定位和跨界的产品定位，成为服装服饰市场较具活力和增长潜力的细分品类。

高尔夫运动起源于苏格兰，至今有 500 多年的发展历史。高尔夫（GOLF）一

词是由绿色（GREEN）、氧气（OXYGEN）、阳光（LIGHT）、步履（FOOT）四个英文单词的第一个字母组成，原意为“在绿地和新鲜空气中的健康生活”，是一种把享受大自然乐趣、体育锻炼和游戏集于一身的运动。

高尔夫服饰通过传递高尔夫式的“健康慢生活”方式，传播高尔夫特有的文化内涵，运用跨界的定位和设计确立了自己独特鲜明的差异化风格。

高尔夫服饰在中国的发展情况和欧美发达国家不同，具有较为独特的中国特色。它源于高尔夫运动但又超越了运动本身，并在中国的发展中逐步形成四大要素：高度、深度、宽度、亮度。这四大向度要素分别与定位于高端市场的中国高尔夫服饰的高端性、专业性、宽泛性、时尚性相对应，形成了自己显著的消费特点。不同品牌的市场定位与价格定位也取决于这四大向度。



①高尔夫服饰的专业性（深度）

高尔夫从技术层面来看，它是一项典型的“精准”项目，技术要求细腻，是最难的球类项目之一。它要求球手既要有良好的体能和意志力，又要在不同的球场环境，变化的天气状况下保持稳定的心理控制能力和坚韧不拔的信心。

高尔夫服饰同样具有较强的专业性。它对透气性要求特别高，要求面料材质轻薄，吸湿排汗快，具有防紫外线功能。一方面，高尔夫服饰通过符合运动特性的设计、剪裁，让球手在挥杆时感觉轻松、舒适。另一方面，高尔夫服饰通过提高功能性，让球手在户外不同的气候下满足排汗、干爽、防风、保暖等不同要求。

2000 年以来，高尔夫服饰更是成为展示科技创新的一个重要领域，T 恤使用功能性面料，更有利于防晒散热；裤子广泛使用新型天然材料，更轻便舒适。专业、高品质的高尔夫服饰在球场上可以帮助球手取得好成绩，在球场外穿着让人舒适清

爽。

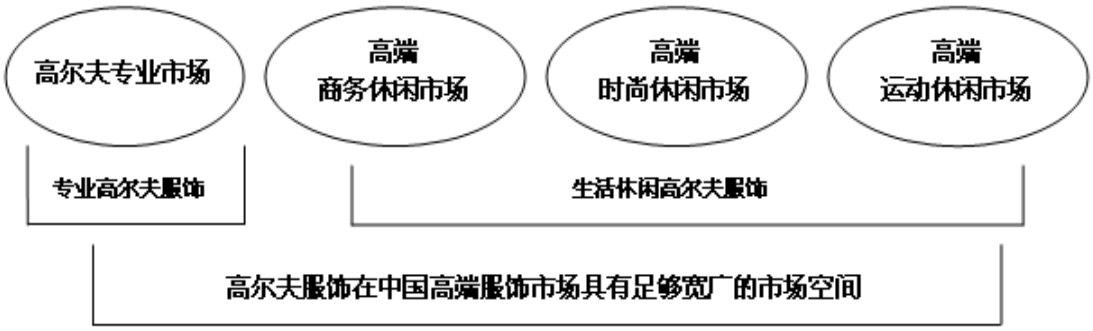
②高尔夫服饰的跨界性（宽度）

随着社会的进步和发展，传统的物质消费品的比例逐年下降，居民对户外运动、文化娱乐等有助于健康和丰富精神文化的需求迅速增加。能够使人们亲近自然的户外运动成为丰富和活跃人们生活的重要方式，有助于提高改善生活质量和满意度。户外运动按照专业程度、活动强度可以划分为专业户外运动、常规户外运动和休闲户外运动三类。专业户外运动包括雪山攀登、高山探险、激流穿越、多日露营等，具有环境恶劣、疲劳度高、有较高危险性，装备具备很强的专业性等特点；常规户外运动包括常规山地活动、滑雪、短日露营等；休闲户外运动以休闲为主，在常规自然环境下完成，时间短不露营，覆盖人群广，装备具有一定的专业性。户外运动在欧美发达国家参与者众多，分布年龄层次广泛。据美国户外运动协会统计，2013 年美国参与户外运动的人数为 1.4 亿人，约占美国人口总数的 49.2%。2010 年美国狭义户外用品市场规模达到 150 亿美元，而由户外运动用品衍生的各类用品配件、服务的零售额达到 460 亿美元零售额，成为重要的经济增长点。在国内，近年来人们向往户外、亲近自然的需求日益增长，而户外运动所提倡的健康生活方式在很大程度上能满足人们的需求。通过对户外运动爱好者的抽样调查发现，高学历、高收入特征明显。根据中国纺织品商业协会户外用品分会的统计，2000 年至 2014 年，国内户外用品的零售总额年平均增速为 45.37%，成为服装零售业中增速最快的细分行业之一。高尔夫运动是一项典型的亲近大自然的户外运动，在宁静安逸的环境中通过适当运动可以达到健身休闲效果。高尔夫球场风景优美，是远离都市的宁静“氧吧”，让人精神愉悦、神清气爽。高尔夫既快乐身心又优化人格，既切磋球技又方便交友。高尔夫运动让人得到的不仅是体质的增强，还包括心理上的放松和调节。与其他竞技类运动相比，高尔夫运动节奏舒适缓慢，没有身体对抗，几乎没有造成运动创伤的外界因素，对年龄和体能素质要求不高，因而适合广泛人群参加。高尔夫服饰采用跨界设计，在保持服装的专业性能的同时，又采用能够体现时尚休闲、和大自然和谐融合的设计元素，从而拓宽了自己的消费群体。

高尔夫同时是商务交流的手段和工具，具有较强的商务性。商界人士把高尔夫球场作为重要的商务平台。高尔夫已经成为企业进行商务洽谈、联络感情、巩固友谊、回馈公司高端客户的平台。

根据今日美国网站的调查，全美国公司超过 90%的 CEO 打高尔夫。根据《中国高尔夫行业报告》的统计数据，中国国内高尔夫人口中企业主占 21%、总经理级别以上人士占 20%，主管、经理、总监级别占 31%。从中可以看出，高尔夫具有很强的商务特性。高尔夫令繁琐的商务和宴请变得更为轻松和健康。另外，高尔夫追求的“诚信、自律、主动为他人着想”的精神和市场经济文化有着高度吻合。在打球的几个小时内，打球者的人格、秉性（诸如他是否诚实、处理有利或不利局面的能力、是否具有冒险精神等）能够自然充分地呈现。这有助于为商业决策、进一步建立业务关系提供帮助。

从中国的国情来看，高尔夫服饰里的主要类别，包括 T 恤、毛衫、夹克、休闲长裤等，正在逐渐成为中高端消费人群的着装选择，是正装之外的、在较为正式场合的主要着装方式。这种服装穿着应用的改变为中国高尔夫服饰拓展了很大的市场空间，同时为它的发展打开了一条通往其它服装类别的通道。“穿着高尔夫服饰并不一定是在高尔夫球场”已经成为中国消费者对高尔夫服饰的普遍认知。



从上图可以看出，高尔夫服饰通过创新的跨界理念，将高尔夫专业运动、高端户外运动、高端时尚休闲、高端商务休闲市场连接、融合，具备了较强的宽泛性，成为服装服饰领域的重要品类。

③高尔夫服饰的时尚性（亮度）

高尔夫运动对人们生活方式的改变和生活质量的提高起到了积极的作用，具有较强的亲和力和渗透力。那种漫步于蓝天之下、绿草坪上，令人悠然自得、轻松愉悦的过程使得高尔夫在成为时尚健康运动的同时，也成为一种吸引中高端消费群体的生活方式。

高尔夫作为世界性的运动，各项赛事被电视等媒体转播、报道。球员在球场上穿着更具特色和更富色彩的服饰，成为高尔夫运动的亮点，从而带动高尔夫服饰越

来越有个性，越来越时尚。高尔夫爱好者在模仿球星们挥杆动作的同时，也在仿效他们的时尚穿着，色彩亮丽的高尔夫服饰成为一种风格鲜明的休闲服饰。高尔夫服饰时装化的倾向也越来越明显，运动和时尚的融合让高尔夫服饰品牌成为引领服饰时尚潮流的一股重要力量。

④高尔夫服饰的文化内涵及高端定位（高度）

高尔夫之所以成为一种全球性的健康户外运动，与它在自身发展历史中形成的深厚文化底蕴密不可分。通过独特的高尔夫规则和礼仪，人们在享受这项运动的过程中接受了高尔夫文化的熏陶，继而影响人们的生活方式和处世哲学。高尔夫文化可以归纳为：

A、挑战自我和环境

高尔夫运动为国际公认的四项绅士运动之一。高尔夫是个人不断修正自我、面对自我、挑战自我并寻找完美的过程，这正是高尔夫运动的乐趣。全世界有数以万计的高尔夫球场，每个球场都有自己的特点，这也是高尔夫区别于其他运动项目的特别之处，也使每一个高尔夫爱好者在每个球场都面临新的挑战。高尔夫的挑战性塑造了人们对待生活和人生的态度。

B、礼仪和自律文化

高尔夫强调先人后己、严格自律的绅士风度，着装规范，在推杆进洞后给对手以尊重的微笑，球友之间、球手与球童之间相互鼓励、尊重、帮助、合作都是高尔夫礼仪的具体体现。

同时，由于高尔夫场地的特点，在大多数情况下打球者是在无裁判看顾下打球。为了保证公正、公平，高尔夫要求球员有严格自律的精神，每个人首先是自己的裁判。

C、平等、互利、诚信、和谐

高尔夫是一项广泛用于社交活动的运动，追求的是公平、和谐、信任。诚信、主动为他人着想是高尔夫的精神。正因为强调这些人际交往的核心准则，高尔夫球场成了结交朋友的好场所。高尔夫运动所特有的文化内涵是决定其生命力和存在价值的重要因素，具有鲜明的文化特征。注重礼仪、体现公平、讲求诚信、平等沟通、修身养性是高尔夫文化底蕴在高尔夫运动中的具体体现，也是高尔夫运动的灵魂。这也与中国社会的传统文化存在着许多共性。

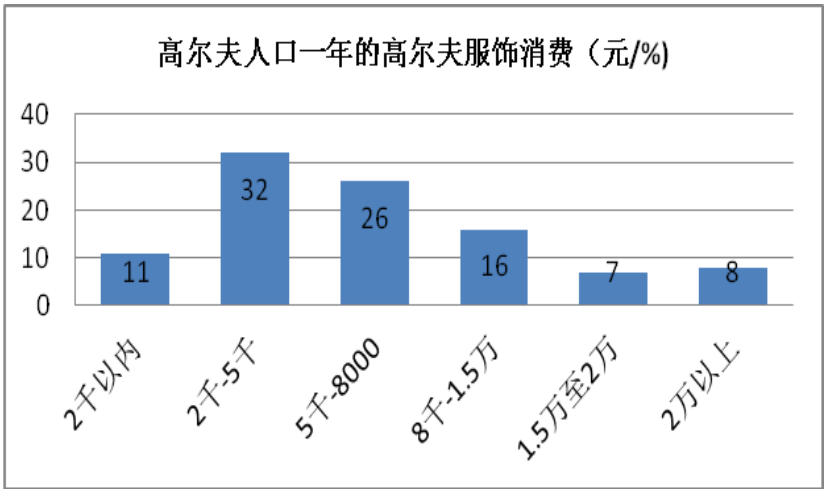
在中国，高尔夫服饰的消费者的普遍特征是：高收入高消费；懂生活会生活；注重品质，同时更注重体现个人品味和社会地位，愿意为高品质和差异化的产品和服务付费；在着装上注重服饰品牌代表的文化和生活方式。他们的行为对其周边群体有较强的示范作用。高尔夫服饰在中国现阶段选择了走高端和精品化的定位，高端性与精品化决定了高尔夫服饰的高度。

（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 Foundation，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。根据公司对现有 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、休闲服饰行业发展情况

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。

（1）休闲服饰行业发展概况

随着经济社会的发展，消费者的服装消费偏好发生了很大的改变，选择服装逐渐从单纯追求流行式样演绎到注重心灵感受，崇尚摆脱制约、追求自由。休闲服饰在设计上突出活泼、轻松、简单、舒适的特点，强调个性、时尚，注重生活方式的诠释，适应了消费者在消费心理和着装风格方面的需求变化，成为服装服饰行业中的重要市场。

①传统的价格竞争转变为品牌差异化竞争

随着人均国民收入的提高和中产阶层的壮大，国内消费者对服装品牌的认知度不断提高。服装成为个人追求高品质生活、凸显个性品味的载体。这种趋势在休闲服饰市场体现得尤为明显。

近年来，随着休闲服饰市场需求旺盛，品牌数量急剧增多，品牌更迭速度加快。休闲服饰市场品牌和市场细分时代已经来临。随着服装消费需求的多元化，中高端消费者在工作内和工作外、家里和户外、不同的聚会、不同的运动等等不同的场合、环境的服装风格、款式都有不同的需求。新一轮细分的竞争焦点是“文化”、“创新”和“研发”。事实上，品牌最核心的竞争力是差异化，只有创造出差异化才能形成不可替代的竞争力。

②主题化趋势使得以品牌代表的文化和生活方式成为品牌的核心竞争力

第一，休闲服饰虽然成为整个服装市场的主流门类，但品牌已经开始出现同质化现象。市场中的领先品牌不再像传统一样，单纯按照消费人群的年龄、收入等对品牌进行定位，而是把消费人群的生活方式、理念、价值观等更为深刻地和品牌文化融合。自2000年以来，国内休闲服装市场开始出现主题化休闲的概念，市场开始进入主题多元化时代。

第二，各种品牌风格的定位开始交叉、跨界。时尚休闲品牌开始风格化，运动休闲品牌开始主题化，商务休闲品牌开始年轻化，户外休闲品牌开始生活化。同样，即使是同一个品牌也开始强调产品线的丰富化，它需要满足自身消费群体在不同场合、不同状态下的不同着装需求，从而更全面地服务目标群体。

③高档休闲服饰的市场规模显著增大

可支配收入的增长和中产阶层人口的增加带动了个人消费偏好的改变。中产收入以上的消费者对服饰的购买倾向于品牌价值以及追求产品价值以外的精神和文化内涵。服装对消费者而言不单单属于穿着范畴，更是个人修养和文化品位的外在表现。服装消费已经成为一种包含情感和乐趣的行为，消费者在消费过程中，对产品的品质和品牌的附加价值提出了更高的要求。高档休闲服饰市场规模及市场份额显著增加。

（2）休闲服饰市场的竞争格局

随着消费者穿着风格日益向休闲化、多样化、个性化和品牌化的方向发展，休闲服饰的市场地位逐步提升。休闲服饰市场需求旺盛，品牌数量增长较快，市场竞争较为激烈。同时，国内休闲装市场的快速成长，吸引众多国际知名的休闲装品牌进入中国。国际品牌紧盯我国中高收入群体，扩张速度较快，而国内自主品牌加大品牌推广力度以增强自身竞争力。市场竞争压力加速了休闲服饰行业品牌和市场细分时代的来临，品牌的“差异化”特征在竞争中将显得越来越重要。

从品牌定位来说，休闲服饰分为中高端品牌和低端品牌。中高端品牌和低端品牌在品牌定位、目标消费群体、产品定价、主要设计元素等方面存在较大差异，使得两者在竞争方式和竞争策略方面有显著差异。具体差异比较列表如下：

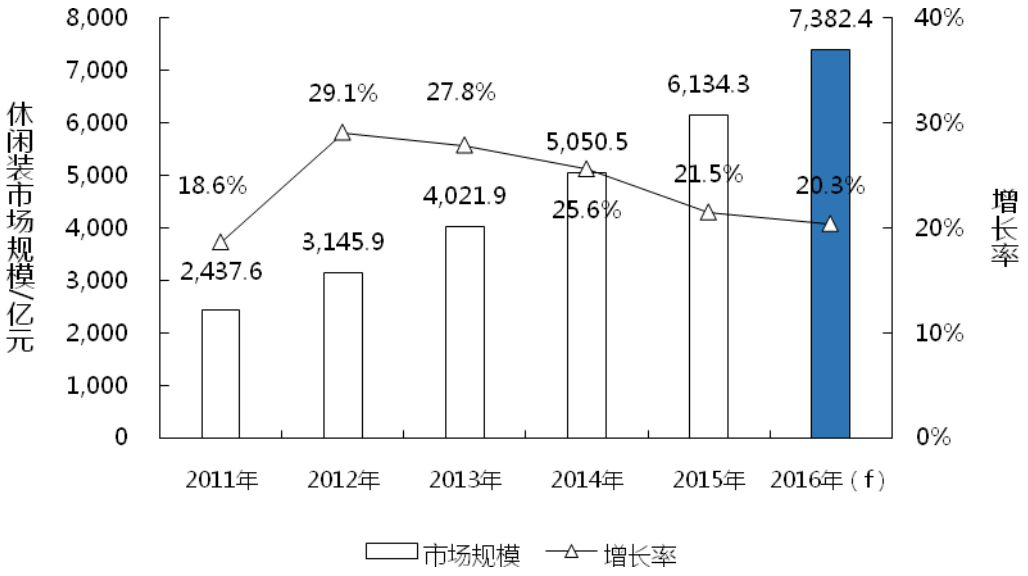
内容	中高端品牌	低端品牌
核心竞争力的关注重心	以提升品牌价值为核心目标，通过品牌带来的高端感受来提升品牌的美誉度、渴求度和消费者忠诚度	以不断推陈出新的产品、供应链的快速反应能力为核心竞争力。以产品本身的特色，包括性价比高、时尚更新快来吸引消费者
目标消费群体及特点	一般为购买力强的 28 至 50 岁的消费者。消费心理、习惯、风格较为稳定，品牌忠诚度较高	一般为 18-30 岁的消费者。随意消费的特征较明显，对品牌的忠诚度较低，更多受广告宣传的影响，品牌的消费者粘性较低
业绩增长的驱动力	因门店的进入成本、装修成本高，所以注重通过品牌价值的不断提升作为业绩增长的驱动力。依靠品牌影响力不断提高单个门店的收入以及产品的零售价格。更多依赖于内生性的增长，强调以质取胜	因门店以加盟为主以及装修成本相对较小，所以注重品牌大众知名度的提高，以渠道的扩张和供应链的优化作为业绩的驱动力。更多依赖于大规模开拓终端门店铺货，以实现外在扩张式的增长，强调以量取胜

品牌形象与风格	消费群体相对较小，品牌风格保持较长时间的稳定。已经建立起有自身风格、个性魅力和文化内涵的品牌形象，品牌的识别性高，所以中高端品牌更重视经典款型的设计	款式创新是关键，所以在产品设计方面更重视款式的数量和更新的速度，强调款多量少的“快时尚”
营销网络	更容易进入高端百货、机场等销售渠道，所以门店一般为核心商圈的高端商场、客流量大的机场，门店资源相对稀缺。这些渠道一般采取联营分成的模式合作，可以降低因门店租金上涨所带来的经营风险	倾向选择租赁独立门店开设专卖店，终端门店数量一般大大高于中高端品牌
品牌推广策略	一般使用平面广告、针对性的赞助活动、VIP 俱乐部、装修陈列考究的终端形象展示。广告投入相对较小	一般通过电视广告、节目赞助、形象代言进行
定价策略	通常具有较高的品牌溢价，避免陷入价格竞争	强调性价比高、物美价廉
过季存货处理策略	品牌内在价值较高，产品的适销期较长，有些经典款式销售多年仍可保持较高的消费渴求度。过季产品一般通过特定的名牌折扣店促销，正价门店和折扣店严格区分，当季产品不以低折扣促销	产品的适销周期短，存货的快速处理较为关键。在即将过季时一般通过较低折扣在当季促销，一般不区分正价门店和折扣门店
加盟、直营店比例	一般在一二级城市通过直营模式以确立品牌形象，直营店在终端渠道的占比较高	一般以加盟为主、直营为辅，加盟店在终端渠道的占比较高
企业规模、市场集中度	产品差异化、风格化较强，所以单一品牌企业的规模相对较小，市场集中度相对较低	因覆盖大众市场，相对中高端品牌来说规模更容易快速扩大，市场集中度也相对较高

（3）休闲服装市场容量

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。

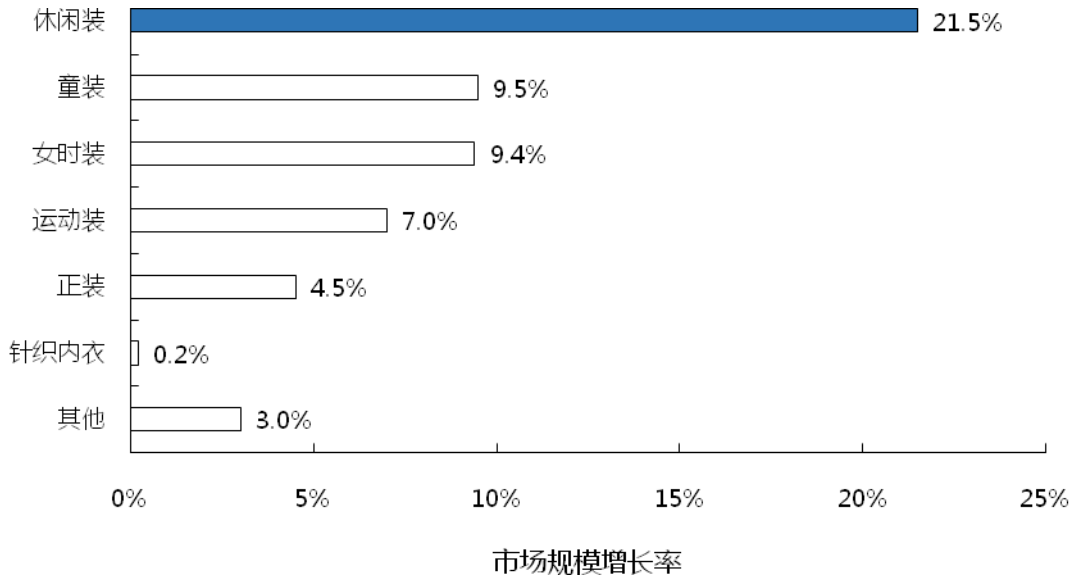
2011-2016年中国休闲服装市场规模及增长速度图



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。

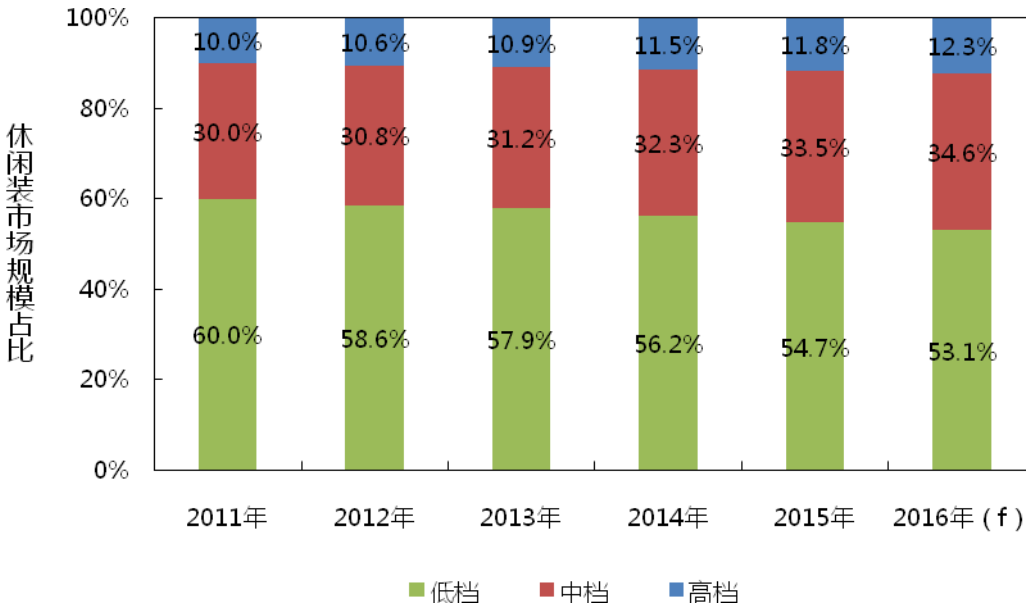
中国服装细分品类2015年市场规模增长情况



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

4、行业特点

（1）行业技术水平和发展趋势

我国具有完整的纺织服装产业链。国内各种原材料供应充足。目前我国服装行业设计理念不断发展、与国际前沿设计交流进一步加深，研发设计水平不断提高。同时，新材料、新技术的开发和利用，提升并拓展了服装行业的技术含量。各种信息技术的不断发展，也提高了服装企业的快速反应能力。

高尔夫服饰注重服装的功能与创意，是科学技术、文化艺术的融合。与其他服饰相比，高尔夫服饰科技含量较高，在技术水平上更注重功能性，在面料、色彩的选择搭配上更有技巧。高尔夫服饰在设计上既要体现服饰在运动过程中对人体的保护性，又不能妨碍挥杆、推杆动作，同时要呈现出品位、时尚、生活等元素。另外，高尔夫运动受各种气候因素的影响，在面料的选择上既要舒适柔软，又要求具备防紫外线、透气、吸汗、易干等特殊性能。因此高尔夫服饰所选用的原材料档次较高，产品的科技含量较高，价格也相对较高，主要目标消费群体为中高端消费者。

（2）行业的经营模式

国内服装行业主要可划分为 OEM（ODM）、制造商品牌模式和单纯品牌运营模式三种。

①OEM（ODM）模式

在 20 世纪 80 年代开始兴起的全球纺织服装产业第三次转移中，中国成为全球纺织服装产业的制造中心，OEM 成为加工企业最初采取的主要经营模式。90 年代中国纺织服装企业的加工制造技术日臻成熟，开始参与服装面料或服装款式设计开发环节，经营模式由 OEM 向更高层次的 ODM 转变。在这种模式下，企业自身不具有品牌和销售渠道，主要是根据客户要求进行设计、生产，产品全部返销给客户。

②制造商品牌模式

1995 年我国服装业开始明确提出“实施名牌战略”，以宁波、温州为代表的制造商品牌（由制造商所创建的品牌称为制造商品牌）开始崛起。随着中国经济的突飞猛进，中国服装消费开始升温，消费者对品牌的认知日益加强，使制造商品牌模式企业迅速成长起来。在这种模式下，企业依托强大的生产能力，实行严格的成本控制和高效管理，同时进行品牌推广、建立销售渠道，形成了较大的市场规模。

③单纯品牌运营模式

单纯品牌运营模式起源于欧美。这种模式注重设计开发、品牌推广及渠道建设，生产外包，以直营和加盟相结合的方式拓展渠道。它的优点是企业专注于核心价值环节，而将低附加值且固定资产投入大的环节外包，利用供应商的生产资源和当地加盟商的销售资源在市场份额增长的同时降低经营风险。这种模式也被称为“哑铃型”业务模式，具有很强的轻资产模式特征。在当前的市场环境下，采用该经营模式的服装企业能够获得高于市场平均利润的盈利。

（3）行业周期性、季节性和区域性特点

近年来随着居民生活水平的逐步提高，我国服装需求量也逐年增大，服装行业未出现明显的周期性。

服饰消费每年随季节出现周期性变化，因此经营存在一定的季节性波动特征。从整个服饰零售业来看，秋冬季服饰普遍单价高、销售额相对较大，而春夏季服饰大都单价相对较低、销售额相对较小。此外，法定节假日和换季促销所带动的消费需求在特定时间段内出现较大幅度的增长。

我国地域广阔，南北气候差异明显，各地经济发达程度、文化传统及消费习惯不同使得我国服装消费存在较大的地域性差异。北方地区四季气候差异明显，服饰消费需求随着四季变动差异也较大；南方地区四季气候差异较小，服饰消费的需求随着四季变动差异也较小。从各地经济发展水平来看，长三角、珠三角和环渤海一

带经济发达的一、二线城市，消费者购买力较强，接受的国际服装品牌和时尚潮流的信息较多，对品牌和时尚的认同度较高；而在经济欠发达地区的消费者购买力相对较低，对品牌和时尚的敏感度稍弱，服装价格仍是首要考虑的因素。

5、进入服装行业的主要壁垒

（1）品牌

随着品牌意识在国内消费者心中的觉醒，品牌已经成为服装企业最重要的核心竞争力。一个知名品牌的建立是企业在产品质量、研发设计、营销网络和品牌文化等诸多方面投入大量人力、物力，长期耕耘的结果，需要企业管理者精心培育。新入行的企业很难在短期内获得市场的认可。特别是对于像高尔夫服饰这类的高端服饰品牌，更需要长期的积累和沉淀，才可以在中高端消费群体中获得一定的知名度和影响力，形成品牌忠诚度。

（2）研发设计的创新能力

随着生活水平的提高，服装消费已不再满足于基本功能，而更偏重于时尚、美感、品味、潮流和个性化的需求。服装企业在研发、设计上需要快速捕捉潮流元素，吸收国际时尚设计理念并融入本土文化风格；需要紧跟流行趋势、不断推陈出新，顺应消费潮流，以满足消费需求的变化。

对于高尔夫服饰来说，产品的研发设计既要在产品中融入品味、时尚、休闲、生活等元素，同时在细节上又要考虑到防紫外线、透气、快干、舒适、保持较好体型等特性。这对设计师在运动技术、服装工艺、美学、面料特性等综合能力有较大考验，对企业设计研发创新能力、设计流程管理能力、研发功能配置等提出更高要求。没有自主原创设计，单纯依靠模仿的产品将在市场竞争中处于劣势。

（3）营销网络

营销网络是服装企业立足市场的关键因素之一，更是服装品牌知名度的助推器。建立全国性的、完善的、稳定的销售网络需要服装企业前期的大量投入，而且需要时间不断对其进行修正、更新。这使得终端销售网络成为进入服装行业的主要壁垒之一。

对于高尔夫服饰这类高端品牌来说，营销网络一般位于发达城市核心商圈内的高端渠道，具有一定的稀缺性。优质店铺资源的稀缺性使得新进企业在一个相当长的时间内很难形成一个完善、稳定的销售渠道。

（4）文化壁垒

文化对服饰品牌具有一定的支持和牵引作用。高尔夫服饰品牌不仅涉及到服饰文化、时尚文化，同时涉及到高尔夫文化。文化的普及和推广，将有助于高尔夫服饰产业的发展；反之，文化的断层、缺失和冲突，也会阻碍或者减缓高尔夫服饰产业的发展。高尔夫服饰企业能否在经营产品的同时，将高尔夫文化植入自己的产品设计、产品风格和市场推广中，并获得目标消费者的认可是一个更为深入长久的考验。

6、行业利润水平的变动趋势

根据 Wind 资讯的统计，沪深两市上市的服装、服饰企业公开的资料统计，2013 年、2014 年和 2015 年平均毛利率为 39.52%、39.45%和 40.63%、；主营业务销售净利率平均为 10.11%、8.90%和 8.64%。

（三）影响行业发展的有利和不利因素

1、有利因素

（1）产业政策的大力支持

纺织服装产业作为我国传统的支柱产业、重要的民生产业和具有国际竞争优势的产业，始终受到国家产业政策的支持。特别是对于自主服装品牌，加大研发投入，提高产品附加值，将“中国制造”上升为“中国品牌”是锻造中国服装企业核心竞争力的需要，也是我国服装产业升级和可持续发展的需要，为此国家多个部门发布文件对自主品牌企业给予政策支持。

2006 年 6 月国家发改委颁布的《中国纺织工业“十一五”发展纲要》、2009 年 2 月国务院颁布的《纺织工业和装备制造业调整振兴规划》以及 2009 年 9 月工信部、国家发改委等部委颁布的《关于加快推进服装家纺自主品牌建设的指导意见》都明确提出要培育具有国际影响力的自主知名品牌，对自主品牌服装企业，将提供有力的政策扶持。其中，《关于加快推进服装家纺自主品牌建设的指导意见》提出加快推进服装家纺自主品牌的主要措施为：支持自主品牌服装、家纺企业提高核心竞争力；为服装、家纺自主品牌建设提供金融服务；扶持自主品牌服装、家纺企业拓展海外市场；加大服装、家纺自主品牌保护力度。2012 年，工信部发布《纺织工业“十二五”发展规划》，提出：要在提高质量水平、提升设计水平、加强营销创新、强化品牌管理等方面实施品牌建设重点工程；重点跟踪和培育创新能力强、

市场覆盖面广、市场占有率高、企业盈利能力强的 100 家左右服装家纺品牌企业；加快推进我国服装、家纺品牌国际化进程，争取尽快形成一批国际化服装、家纺品牌。中国纺织工业联合会于 2012 年 5 月发布了《建设纺织强国纲要（2011-2020 年）》，提出了要在 2020 年重点围绕科技、品牌、可持续发展、人才四个核心建成纺织服装工业强国的目标。

（2）消费者品牌意识的增强和消费观念的转变带动服装品牌运营商的发展

随着收入水平的提高，人们对着装要求也在提高。消费者品牌意识的觉醒，既是推动我国服装品牌企业得以发展壮大的力量源泉，也必将成为今后推动我国服装品牌发展壮大的动力之一。同时，传统的服饰消费理念正在逐步发生改变，表现为对高档服饰的消费需求迅猛增长。相对于过往的服饰消费理念更多地关注商品的使用价值而言，新的服饰消费理念更多地关注商品的品质、个性化、时尚化，进而追求高品位和高品质的生活方式。中产阶层对服装的消费需求升级为体现个人品味及精神的需求，在具体的行为上表现为对品牌的文化、内涵的追求。因此，品牌在服装产品的竞争力要素中占到了越来越大的比重，进行品牌运作的服饰企业更有利于在这样的市场环境中占据有利位置。

对于高尔夫服饰来说，注重个性化、差异化的消费理念的形成，服饰消费重品牌、重时尚、重品位趋势的增强，对品牌运营商的发展是十分有利的。

（3）扩大内需、消费升级，带动中高端服饰的消费

伴随着经济总量的持续增长，中国居民人均可支配收入也不断提高。特别是十八大会议提出“国民收入倍增计划”，我国整个社会的消费规模及结构将产生质的飞跃。根据预测，到 2020 年我国中等收入人数将达到 6 亿，居民人均可支配收入的增长把潜在的购买愿望转化为现实购买力，为消费升级打下了牢固的经济基础。中高收入人群的比例和规模将快速壮大。这对包括高尔夫服饰在内的高端服饰消费市场的成长和壮大十分有利。

（4）纺织服装产业链优势明显

凭借丰富的原材料供应、较高的劳动力素质以及良好的基础设施等因素，中国已成为全球制造业中心和世界知名服装品牌的加工基地。目前，我国长三角和珠三角地区已形成了若干集研发设计、生产加工、仓储物流、产品展示、人才培训为一体的服装产业集群。完整、全面、多选择性的产业链降低了企业的采购、生产和物

流等成本，提高了企业的差异化和创新能力。中国纺织服装业具有显著的产业链优势。

2、不利因素

（1）品牌运作经验不足与研发投入不够制约中国服装业的可持续发展

十几年来，通过实施服装品牌战略，虽然国内已形成一批拥有自主品牌的企业，但总体上，我国服装企业的品牌运作经验不足，研发投入不够，缺乏能够直接参与国际市场竞争的服装知名品牌。国内服装品牌与国外知名服装品牌在知名度、产品研发设计、产品质量和技术方面都有一定差距。

（2）高级专业人才缺乏

由于人才培养的落后，国内高端服饰品牌企业在快速发展过程中，往往会面临品牌设计、品牌管理、商品企划、信息管理和物流管理等高级专业人才紧缺的问题。高级专业人才缺乏已经成为制约高端服装品牌企业做大做强的重要因素。

（四）公司所处行业与上下游行业的关联性

公司所处行业的上游为纺织行业的面、辅料子行业及成衣制造业，下游直接面向终端消费客户。

服装质量及档次高低很大程度取决于面、辅料的质量及成衣制造技术。高级服装品牌企业，往往会选择高品质的面、辅料及技术过硬的高级成衣厂。由于产品定价能力较强，对于高端品牌服装企业而言，上游行业的价格波动的直接影响有限。

本公司下游直接面向终端消费客户。宏观经济状况、消费者可支配收入、消费者消费心理以及消费信心、消费者品位变化对服装品牌企业具有重要影响。

（五）公司所处行业的竞争格局

相比国外而言，高尔夫服饰在中国起步时间较晚，但发展速度较快。

目前高尔夫服饰品牌基本可分为三种类型。

1、专业经营高尔夫服饰的品牌。主要有比音勒芬、金狐狸（Wolsey）、黄金熊（Jack Nicklaus）、雅狮威(Ashworth)、万星威（Munsingwear）等。这类品牌在注重产品专业化的同时提倡产品的生活化，注重高端商场、核心商圈渠道。

2、以卡拉威（Callaway）、泰勒梅（TaylorMade）等为代表的高尔夫球具品牌，以其球具享有盛名。这类品牌以球具为主打产品，高尔夫服饰相对处于辅营地位。渠道基本为高尔夫球会、俱乐部和高尔夫产品专卖店，产品更强调运动功能。

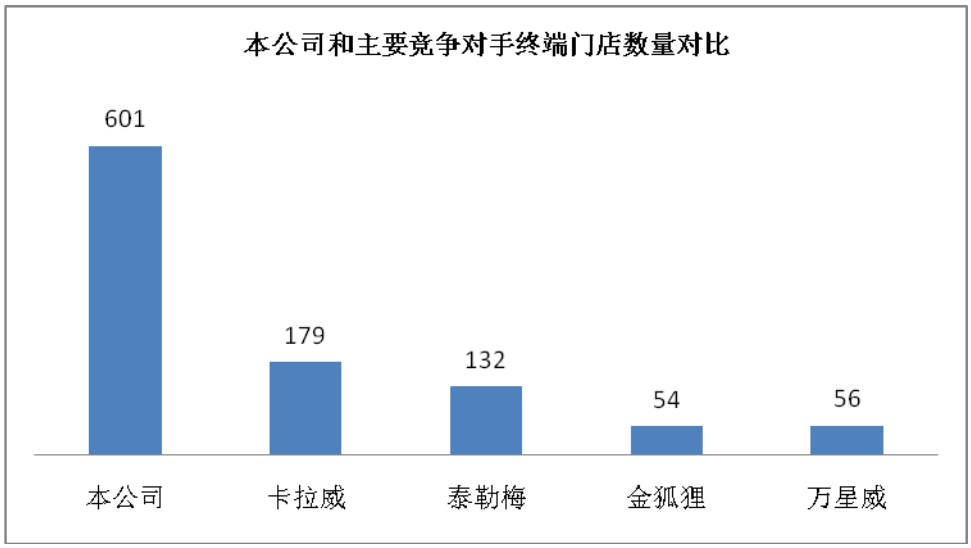
3、以 HugoBoss、CK 等为代表的高端时尚品牌，衍生出的高尔夫服饰系列。

4、以耐克（Nike）、阿迪达斯（Adidas）为代表的专业运动品牌衍生的高尔夫服饰系列。这类品牌产品覆盖多项体育项目，高尔夫服饰在其产品线中占比较小；同时，其产品定价相对较低。

三、公司在行业中的竞争地位

（一）公司的市场地位

在公司所处的高尔夫服饰市场，目前尚无权威统计的市场占有率数据。本公司从品牌影响力和美誉度、门店数量、市场覆盖度等方面比较，在国内高尔夫服饰市场处于较为领先的地位。以截至 2015 年底的终端门店数量为例，比音勒芬品牌截至 2015 年底拥有覆盖全国 31 个省、直辖市、自治区的 601 个终端门店。在终端门店数量方面，本公司超过在高尔夫服饰领域的竞争对手。



资料来源：通过各品牌中国网站或宣传册统计。卡拉威数据为截至 2013 年底的数据，金狐狸数据为截至 2014 年底的数据，其他品牌终端门店数量均为截至 2015 年底的数据。

（二）公司的竞争优势和劣势

1、竞争优势

（1）高端鲜明的品牌定位，深厚的高尔夫文化底蕴

首先，Biem Ifdlkk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，长期以来公司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，公司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

公司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”。

公司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。公司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。公司与包括广州友谊、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，公司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，在其他区域公司采用加盟模式来加大销售终端密度。目前，公司的直营店与加盟店的比例约为 1：1.20。公司渠道布局层次分明，一方面可保证公司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。

公司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

公司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，公司设计研发团队共 39 人。公司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

公司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，公司设计部门每年设计的产品超过千款，显示了公司具有较强的设计能力。同时，公司产品在面料选用、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。公司的一些经典款式，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

公司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。公司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。

公司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。一方面公司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；另一方面公司的设计师、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，公司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，公司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，公司获得的设计奖项主要有：2011 年 12 月，公司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，公司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，公司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”。

基于公司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，决定和公司合作共建“中国高尔夫服饰色彩研发基地”。公司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，公司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，公司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，公司被认定为 2012 年度广州市番禺区企业创意设计中心。2013 年 10 月，公司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，公司被《纺织服装周刊》评选为 2013 中国纺织服装行业“十大服装品牌”。

（5）始终如一地坚持产品的高品质

对于品质的追求是公司一贯的坚持。公司将“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，公司坚持选择高档次、高性能的面料。公司与意大利、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。公司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，并结合公司产品的风格特点，发挥各自的优势进行产品的定向开发。同时，公司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。

在产品设计方面，公司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，公司建立了一套有效的供应商管理制度。公司部分成衣委托韩国成衣厂加工。公司合作的韩国成衣厂具有较强的工艺技术优势，公司通过与其共同研发，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种材质的优点，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。公司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。公司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公司质量、交货期要求的战略合作伙伴群。自成立以来，通过不断探索，公司制定了工厂资质、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。同时公司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，公司成立了 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公司向符合条件的 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，公司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。公司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。

公司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

公司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，公司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，让门店成为公司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，公司选择了《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

公司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。公司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，公司赞助的重大高尔夫赛事活动包括：2010 年 6 月-2011 年 6 月公司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 月公司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，公司成为 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，公司成为“南山·中国大师赛”的服装赞助商；2014 年 10 月，公司成为“2014 观澜湖世界明星赛”的官方供应商；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

公司拥有一支经验丰富、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。公司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，为公司管理层稳定和持续的发展提供了保障。

公司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，公司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，确保了公司的健康快速发展。

2、竞争劣势

（1）信息化系统需要进一步提升

公司在信息化建设方面与一些国际知名品牌企业相比较还存一定差距。随着公司渠道规模、供应链条的扩张和延伸，渠道终端的信息化管理，特别是加盟商渠道终端和供应商的管理和资源有效整合，以实现信息资源共享、供应链快速反应、科学决策等方面需要进一步加强。

（2）缺乏进一步拓展门店的资金实力

由于本公司融资渠道单一，资金实力较弱，公司需要通过发展加盟店来扩展一、二线城市以外的市场。目前，公司加盟店的比重还较大。但对于高端服饰品牌来说，直营店对经营战略和市场策略的执行力更强，对品牌形象的提升更为重要。同时，

未来全国一、二线城市对高级高尔夫服饰的消费需求具有很大增长潜力，公司需要进一步拓展直营店来取得进一步发展。

（三）公司的主要竞争对手

公司定位于高尔夫服饰，产品包括专业高尔夫系列和生活休闲系列。

本公司的竞争对手主要为金狐狸（Wolsey）、黄金熊（Jack Nicklaus）、雅狮威(Ashworth)、万星威（Munsingwear）等定位于全系列高尔夫服饰的品牌企业。这些竞争对手与本公司的全系列产品形成竞争。同时，本公司的专业高尔夫系列与卡拉威（Callaway)、泰勒梅（Taylormade)等存在一定程度的竞争；生活休闲系列产品与拉尔夫.劳伦(Polo Ralph Lauren)、法国鳄鱼（LACOSTE）、布克兄弟（Brooks Brothers）等存在一定程度的竞争。

本公司的主要竞争对手情况如下：

品牌名称	简要情况
金狐狸（Wolsey）	品牌起源于英国。目前该品牌由北京业宏达经贸有限公司作为指定授权代理商
黄金熊（Jack Nicklaus）	美国著名球手JACK NICKLAUS创立的品牌。目前该品牌的中国国内市场由韩国企业FNC KOLON集团经营
雅狮威(Ashworth)	品牌起源于美国。目前该品牌的中国国内市场由香港YGM貿易有限公司经营
万星威（Munsingwear）	品牌起源于美国。目前该品牌由日本企业迪桑特株式会社下属的上海迪桑特商业有限公司经营

四、公司的主要业务情况

（一）公司的主要产品及用途

1、公司品牌定位

公司主要从事自有品牌比音勒芬（Biemlfdlkk）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，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。

2、公司主要产品及用途

公司主要产品为自主品牌比音勒芬高尔夫服饰，分为专业高尔夫系列、生活休闲系列。按照产品品类来划分，公司经营的产品线覆盖了高尔夫服饰的各类产品，具体分类情况如下：

产品大类	产品明细
上衣类	T 恤、针织衫、衬衫、开衫、背心等
下装类	长裤、短裤、裙子
外套类	风衣、尼克服、棉服、夹克、毛衣、羽绒服、大衣、皮衣等
其他类	包、皮带、帽子、手套、内衣、袜子、围巾、鞋等

专业高尔夫系列风格如下图所示：

生活休闲系列风格如下图所示：

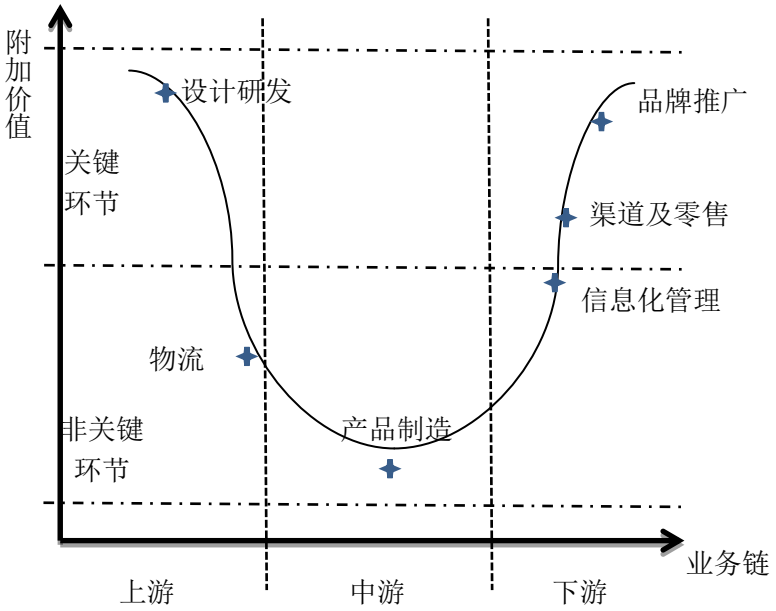
公司直营店如下图所示：

公司球会店如下图所示：

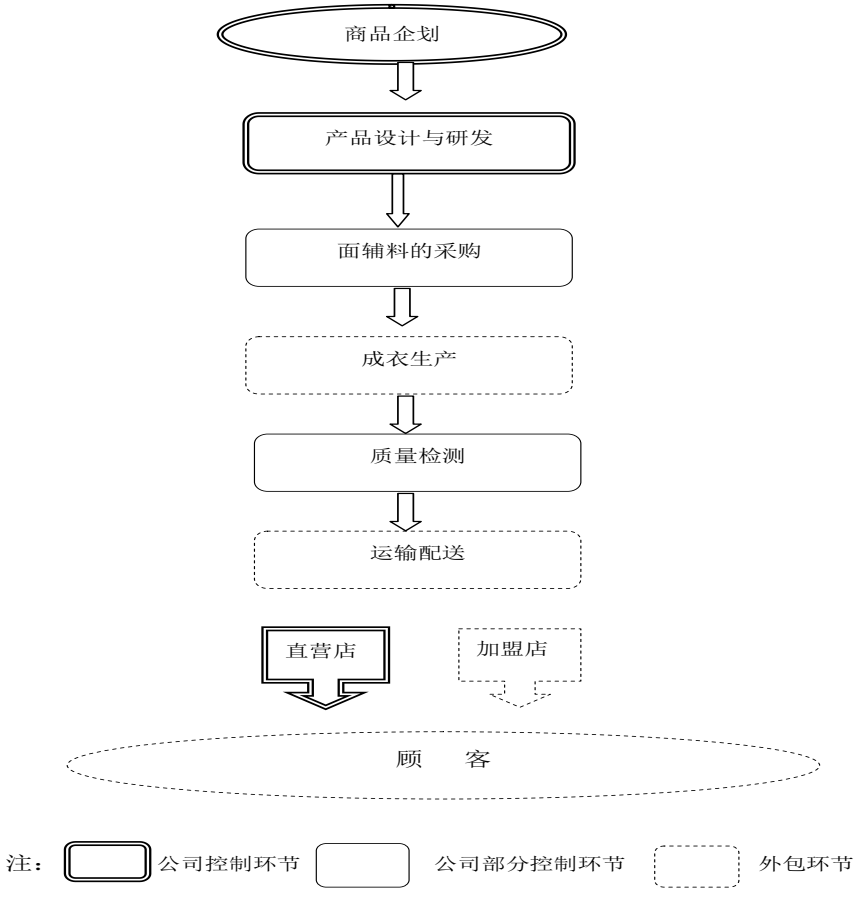
（二）公司业务流程

作为自主高端品牌运营商，公司采用“哑铃型”的业务模式，即专注于设计研发、品牌运营与销售渠道的开发管控等核心环节；而将处于生产、运输配送等低附加值的环节外包。由于研发设计和品牌运营、销售渠道附加价值较高，而生产运输

环节的附加价值相对较低，因而以产业链分工为横轴、以附加价值为纵轴，这种业务模式曲线表现为“U 型微笑曲线”：



公司主要业务流程如下图所示：



（三）公司的经营模式

公司采用轻资产的品牌经营模式，即公司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，产品生产业务外包给生产商。具体而言，公司的经营模式包含以下内容：

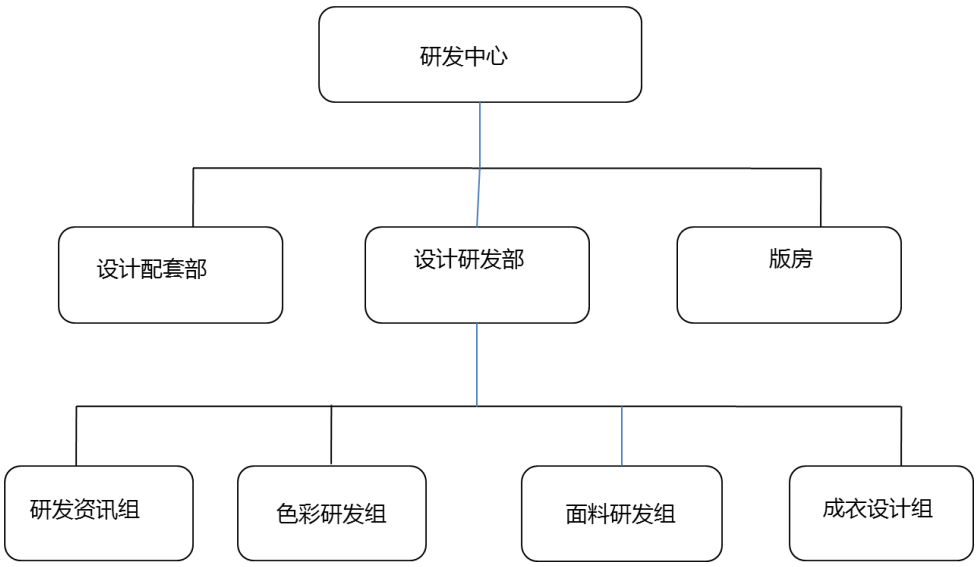
1、商品企划模式

商品企划是公司业务流程的起点，是将公司产品理念和流行时尚商品化。营销中心负责组织协调，成立由企划人员、设计师、市场分析专家和采购人员组成“四位一体”的商业团队，根据公司制定的战略目标和运营计划，结合终端渠道和营销中心对消费者信息的反馈，以及国际流行趋势信息并针对国内情况作出自己的预测，并和业界知名顾问团队合作，对下一季产品的主题、流行元素、产品结构、主打款式、产品定价、面辅料、推广策略及活动、时间等做出总体规划。

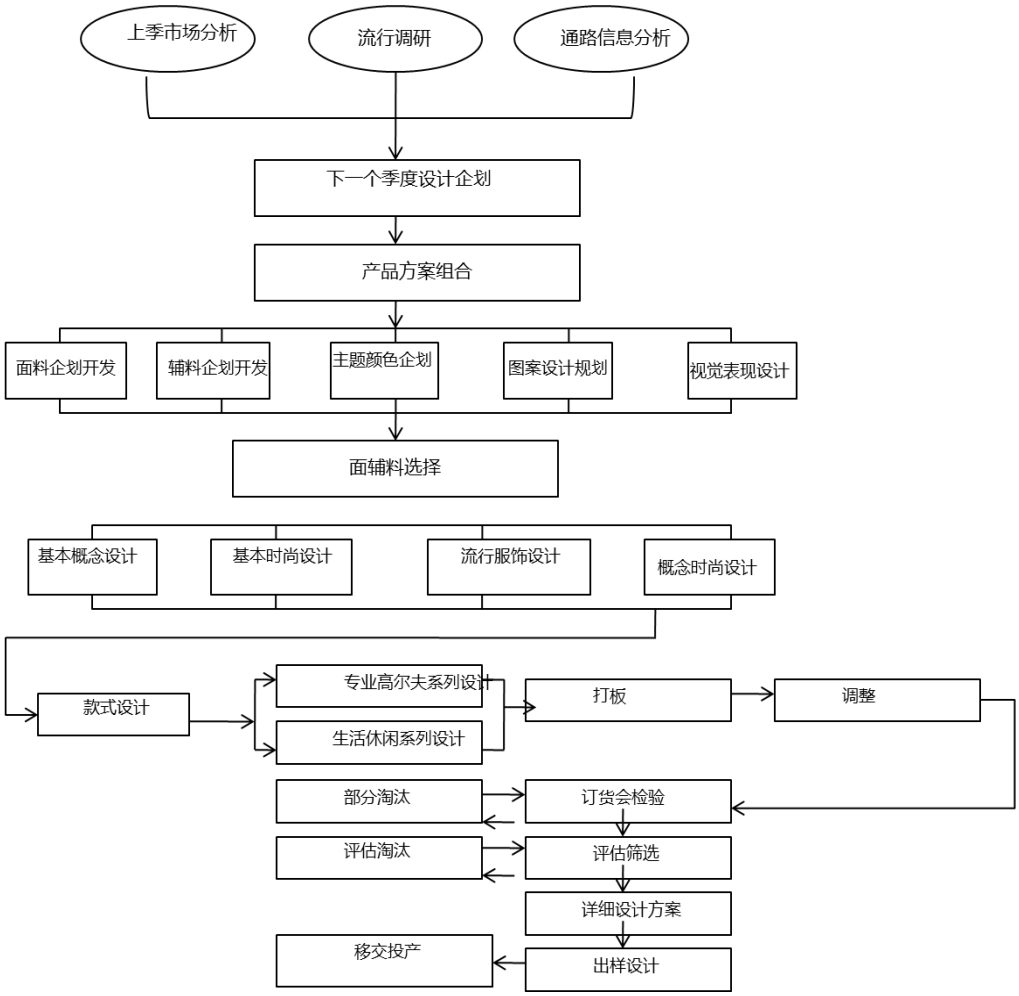
2、研发设计模式

比音勒芬品牌将服饰艺术与高尔夫生活方式有效融合，通过创新的跨界设计表达品牌文化内涵。

公司研发设计部门设置如下图所示：



公司的设计流程如下：



公司产品的设计过程可大致分为以下四个阶段。即市场信息调研和预测阶段、构思与初始设计阶段、制版并评审阶段、订货会检验并确定设计阶段。

（1）市场信息调研和预测阶段：商品企划方案确定后，由设计师、营销策划人员、市场推广人员组成设计研发团队，综合渠道反馈的市场信息以及服装展会与发布会、出国考察、市场调研等多方位汇集市场需求信息，预测和把握流行趋势。在研发设计过程中，研发设计团队还对上季产品款式的销售情况进行分析，对其他品牌的市场销售情况并进行审视、判断和调整，并在此基础上确定下季设计主题和产品组合方案。

（2）构思与初始设计阶段：设计团队结合市场调研预测的工作成果，在把握市场流行时尚趋势的基础上，围绕设计主题明确主打色彩、图案、风格，进行产品

开发设计。设计师负责设计款式，平面设计师协助设计装饰图案、开发配色及视觉传达。在此阶段，设计团队还要结合最新服装面料技术以及对目标消费群体穿着需求偏好的认真考量，与面料供应商进行联合开发以确定面辅料。

（3）制版并评审阶段：初步设计完成后，公司运用立体剪裁技术，力求使服装成为具有三维立体空间感、动态的艺术品，并力争从多角度呈现出较高的表现力和美感。在立体剪裁的基础上，通过制版将设计转化为样衣，并组织相关部门对设计师初步设计的产品进行样衣试穿、版型修正以及款式的重点评审和筛选。

（4）订货会检验并确定设计阶段：经过制版和样衣的评估筛选，设计团队最终确定订货会上需要展示的款式。通过订货会，设计团队前期的设计成果需要接受来自前端销售及市场人员的检验。根据订货会上对各款式服装的订单情况及反馈信息，设计团队对服装设计进行最后的修订，并最后形成详细设计方案并出样。

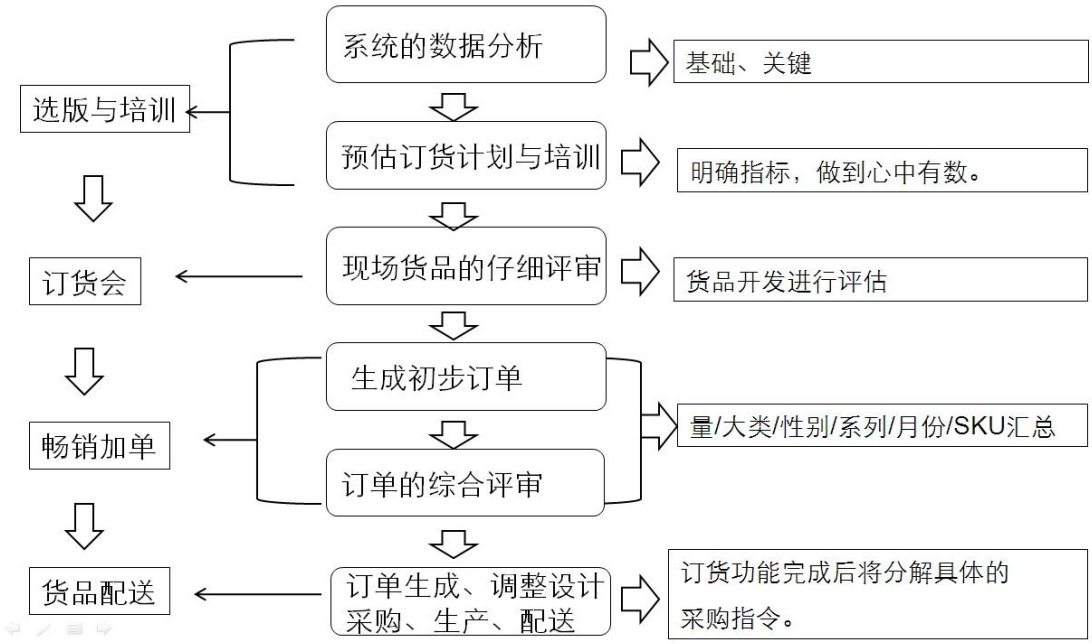
通过设计流程管理，在服装设计与目标市场信息充分交流的基础上，公司能够保障设计工作能够高效运作，并在服装设计过程中提升设计水平，降低市场风险。

为了使公司服饰研发设计在模式、理念和水准上不断向国际先进水平接轨，公司与外部市场研究机构及专业设计机构建立了良好的合作关系。2012 年 11 月，公司与中国流行色协会合作成立了中国高尔夫服饰色彩研发基地，成为中国流行色协会在高尔夫服饰领域唯一指定战略合作伙伴。公司在聘请韩国知名设计师的同时，与英国、韩国等外部设计团队、设计师长期合作，以增强公司的研发设计水准。

近三年一期，公司研发设计中心设计新款分别为 1,973 个、2,140 个、2,341 个和 1,821 个，上市新款分别为 1,623 个、1,850 个、1,989 个和 1,527 个。多样化的款式设计增强了品牌的吸引力，提升了品牌美誉度。

3、订货会

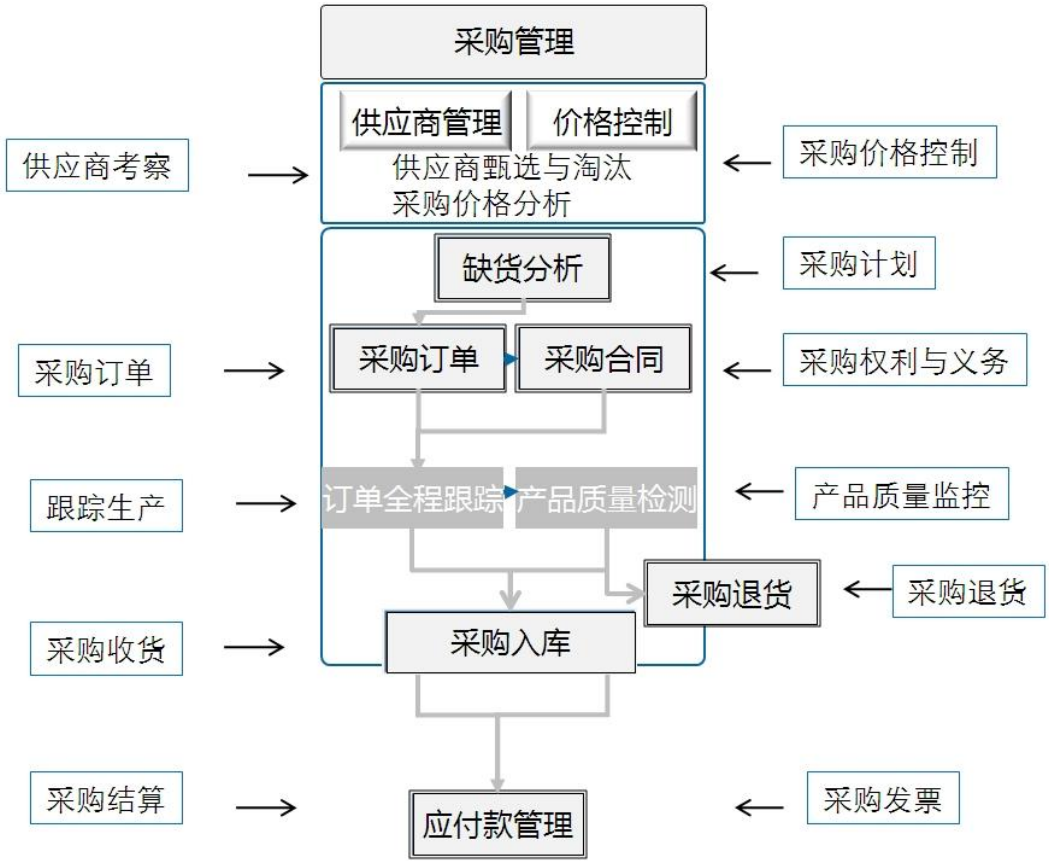
公司通过订货会确定下一季产品的基本市场需求，同时检验新款产品设计的接受程度及效果。公司根据订货会上的订货种类和订货数量组织生产、运输与销售。公司每年举办春夏季和秋冬季两场产品订货会，分别在下季产品推出前约半年举行。加盟商和各直营店店长根据各区域消费者偏好对订货会展示的样品进行选择并下订单。公司订货会流程如下图所示：



订货会期间，公司针对下一季产品的主题、文化背景、表达内涵对店长、加盟商进行培训。订货会结束后，针对订货会上对新设计产品提出的反馈意见，设计部门与营销部门共同研究后进行调整，订货量少的设计将被淘汰。最终按照订货双方确认的市场销售版移交产品部门投产。订货会模式有利于将市场需求更及时有效地反映到产品的设计之中，使正式推出的产品能够更好地满足市场需求，从而减少公司前期在商品企划和研发设计中对市场流行趋势的预测失误。

4、采购模式

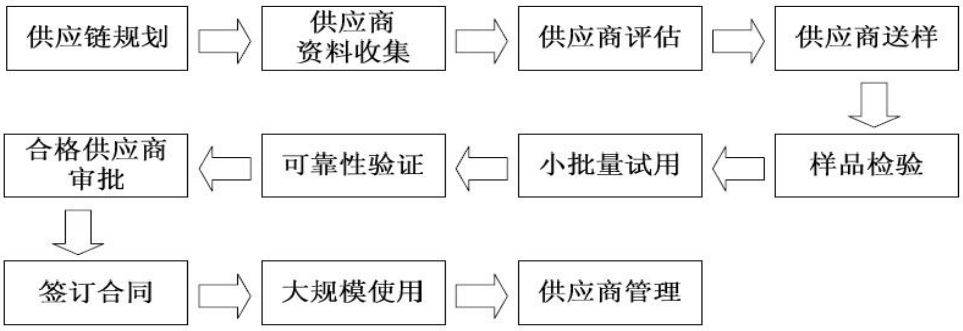
公司产品自行设计并将生产环节外包。公司采购类别包括成衣、面料和辅料。公司的供货包括订货和补货两种。订货是指商品管理中心在下一季产品正式推出前，根据订货会的订单情况制定货品生产交货计划并选择供应商签署采购协议。补货是指公司除了订货的集中采购之外，根据市场销售情况对部分热销款式进行补充采购。随着规模的扩大、品牌影响力的提升以及经营管理水平的提高，公司以订货为主，补货为辅。公司的这种采购模式可以在最大程度上整合资源、降低经营风险。公司采购流程如下图：



为保证外包生产的有序进行和产品质量的稳定和统一，公司制定了一系列的相关制度和流程。主要包括供应商甄选、合同条款设计、供应商生产流程的监督指导、产品质量检测四个环节。

（1）严格的供应商甄选及淘汰体系

公司建立了严格的供应商评估、审核、甄选和淘汰体系。公司组成由商品管理中心为主导，联合设计、采购、生产、商品等部门共同制定供应商战略，确定未来几年对供应商的技术、质量、价格等的战略目标，绘制供应商战略蓝图，并制定供应商标准和年度规划。公司供应商的管理流程图如下：



公司商品管理中心通过实地考察，对供应商的生产规模、生产品质、技术工艺、

管理水平、交货能力、成本控制、员工流动率等方面进行综合评估后形成评估报告，经公司经理会议讨论、审议后决定是否进一步合作。

初步评审合格后，供应商进入试单阶段，即由公司提供设计款式，并向其下单小批量采购，然后再次针对产品质量、交货期以及合作态度进行测试。试单合格后，公司将其列为公司的合格供应商目录。

公司对目录中的供应商建立详细档案，由相关部门联合对各供应商进行动态考核，并制定了从货期准确率、质量合格率、合同履行、售后服务、应变能力等考核指标及评分标准，进行动态的分级管理。公司定期淘汰考核不合格的供应商。严格的供应商甄选及淘汰体系为公司产品质量的稳定和统一打下了扎实的基础。

（2）全面的采购合同条款设计

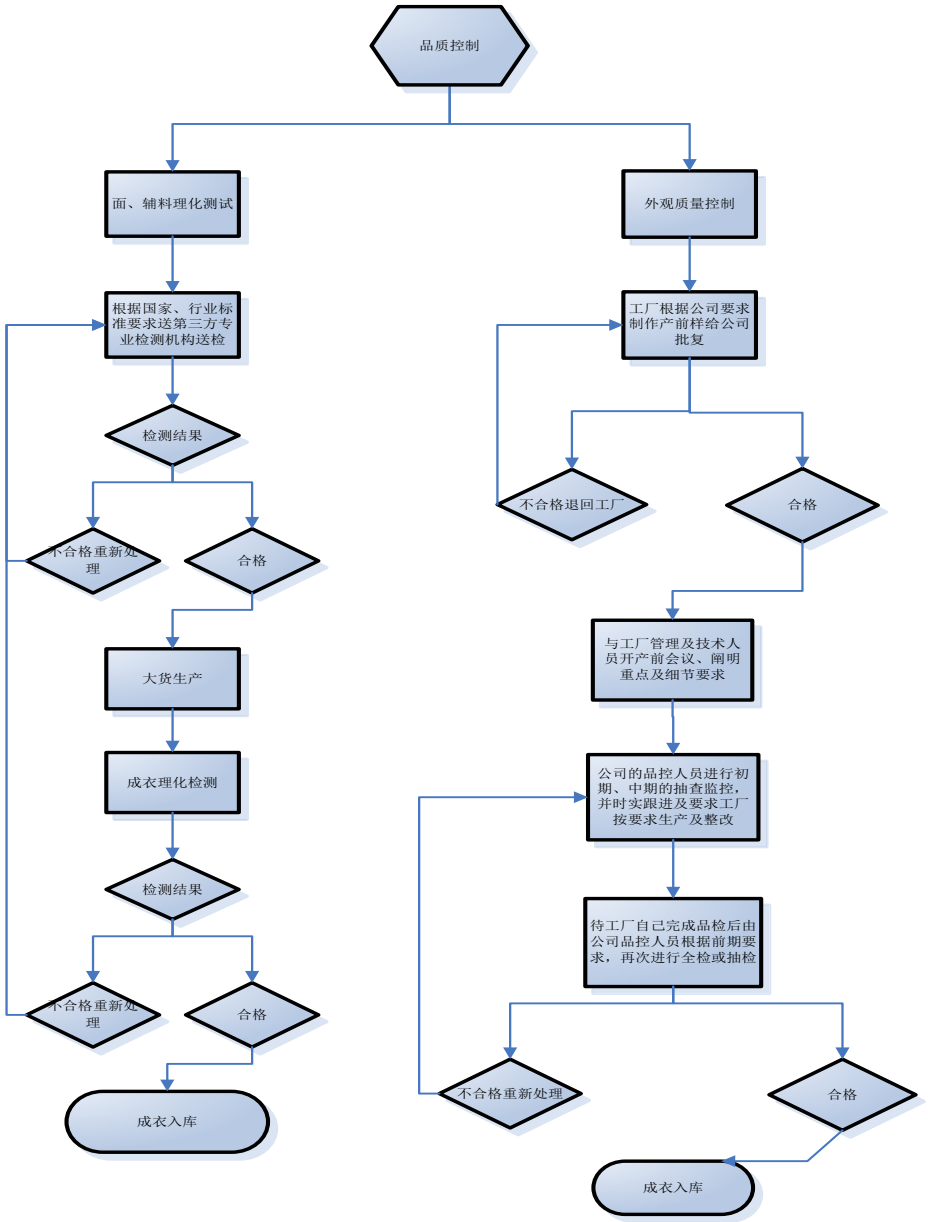
公司通过与成衣厂、面辅料供应商之间签订的《承揽制作合同》的条款设计，对供需双方的权利与义务，以及违约责任进行了明确约定，以保障生产采购环节的顺利进行。采购合同内容主要包括产品规格、面料要求、产品知识产权、数量金额、交货期、品质标准、检测验收约定、交货地点、运输方式、结算等。采购合同中对产品规格、面料要求、品质标准、检测验收约定等条款的约定确保了公司产品质量的稳定和统一。

（3）供应商生产流程的跟踪

公司派驻专员对成衣厂进行生产过程的全程跟踪和监督。对供应商生产前期准备工作、面辅料品类及质量、半成品阶段、尾期检验和出货检验等环节的关键点进行监督。为保证供应商的货品及时交货，公司在订货会结束后向供应商提供采购订单及货期要求，其中包括下季各批次货品的上市时间、出货时间、出货方式、出货数量等。相关执行部门对生产采购的整个过程进行跟踪。每款货物入库后，商品管理中心根据实际情况进行货期、品质总结。公司对成衣厂生产流程的全程跟踪和监督，也为公司产品质量的稳定和统一提供了保证。

（4）产品质量检测

在产品生产的整个环节，公司都制定了严格的产品质量检测制度和流程。公司的质量控制流程如下图：



在正式生产前，面辅料供应商、成衣厂质检部门逐一检测每批面料或辅料并分别出具检测报告，然后由公司专员进行抽检，三方检测合格后成衣厂方可投产。

生产过程中，公司专员对成衣厂生产全过程进行跟踪，对正在生产的货品各项流程、工艺进行检测，保证产品工艺符合公司产品要求。批次产品完工后，成衣厂对产品进行自检并出具报告，公司商品管理中心派员进行复检，并取得第三方专业检测机构出具的测试报告。

在验收入库环节，公司制定了一系列产品验收标准，包括成衣、面辅料、配饰用品验货标准、总仓验货接收标准等。产品进入公司总仓时，由仓库检验员对产品质量进行严格把关、验收。公司定期对采购环节的现状进行梳理，并派遣设计师、

面料开发人员到供应商处进行沟通交流，以保证供应商能够满足公司高品质产品的要求。

优质的供应商资源是公司品牌发展的重要因素。公司重要的供应商多数为行业内知名企业，有着为国际、国内领先服装品牌供货的经验与实力。公司与其保持着长期稳定的战略合作关系。

5、销售模式

公司采取直营和特许加盟相结合的销售模式。公司产品的销售终端门店分为直营店和加盟店。目前，公司在一、二线城市以设立直营店为主，在其他城市以设立加盟店为主。公司直营店分为联营方式和非联营方式。

公司对门店的管理方式和特点如下：

项目	直营店		加盟店
	联营方式	非联营方式	
主要区域	一二线城市核心商圈的高端商场、机场、高尔夫球会	高端酒店、少部分机场和高铁站	一二线城市之外的经济较发达城市
经营场地的取得方式	联营方提供	公司租赁	加盟商提供
店员管理	◆人事权：按联营合同约定店员委派和管理方式。除少部分高尔夫球会店由联营方委派外，大部分由公司委派店员 ◆培训：公司定期统一组织	◆人事权：公司委派、管理 ◆培训：公司定期统一组织	◆人事权：加盟商委派、管理 ◆培训：公司定期统一组织
产品定价	公司统一指导市场定价	公司统一指导市场定价	公司统一指导市场定价
货款结算	对消费者销售时，通过联营方系统统一收款。公司与联营方根据上月销售清单，按照联营合同约定分成比例实行净额结算	消费者按商品销售价格付款给门店	公司对加盟商实行买断式销售。加盟商按照合同确定的折扣比例计算货款。每年两次订货后按比例缴纳订金。发货时先按订单结算货款后发货
信用政策及退换货	➢ 无信用政策 ➢ 消费者可按规定进行退换货		➢ 对少数优质加盟商给予一定的信用额度。 ➢ 不得退货，可按一定比例换货
收入确认	于收到联营方的结算清单，按扣除联营方分成后的销售净额确认销售收入	于货品交付给消费者并收取价款时确认销售收入	于货品交付给加盟商或加盟商指定的物流公司，并取得加盟商的确认文件时确认收入

（1）对直营店的管理

直营是指公司在国内一二线城市的高端商场、客流量较大的机场、知名球会会所、酒店等渠道，由公司设立专柜或者专卖店来进行产品销售。

直营分为联营方式和非联营方式。

联营方式指公司与商场、机场、球会商业经营者签署联营协议，由对方提供场地和收款服务，公司提供产品和销售管理，双方按照约定的比例对销售收入进行分成。联营方式为本公司直营模式所采取的主要方式。截至 2016 年 9 月 30 日，本公司共有 253 家直营店采取联营方式。

联营方式直营店销售收入分成比例按双方协商及参考市场行情确定。一般而言，直营正价门店联营方分成比例是 18%至 30%，直营折扣门店联营方分成比例是 10%至 22%。

非联营方式是指公司与经营场地提供方签订租赁协议，以支付租金的方式获得经营场所。公司负责产品、销售管理及收款业务。截至 2016 年 9 月 30 日，本公司共有 20 家直营店采取非联营方式。报告期内直营非联营门店的销售收入分别为 4,481.61 万元、4,851.68 万元、6,286.79 万元和 5,321.88 万元，占直营业务收入的比例分别为 12.33%、11.33%、12.11%和 12.46%。

公司针对直营店制定了全方位的标准管理体系，主要涵盖门店选址、门店开业审核、产品订货、产品价格控制、门店营销活动、门店形象管理、货品管理与陈列、信息管理系统、资金结算、市场资讯、店员培训等内容。同时，为了提升门店间的协调效益，结合高端品牌服饰行业的特点，公司建立了行之有效的业绩考核体系，促使直营店在提高业绩的同时，能够发挥直营店在重点城市和核心商圈的品牌示范效应，并在反馈市场信息、总结终端运营经验等若干方面充分发挥作用。

（2）对加盟商的管理

加盟商通过与公司签订特许加盟合同，取得比音勒芬品牌的特许加盟资格。加盟商自己负责取得经营场地、门店日常经营管理，并执行公司制定的产品定价和产品价格调整等政策。在特许加盟模式下，公司产品以买断形式销售给加盟商，再由加盟商通过其开设的加盟店对外销售。加盟商自己承担经营的收益与风险。

为了维护公司品牌形象，提高加盟店的整体质量，公司对加盟商制订了严格的资质审核评定程序和全方位的监督管理体系，主要包括：

对加盟商的资质审核：公司对加盟商制订了严格的资质审核评定程序。审核的重点包括资金实力、行业经验、销售渠道资源、对高尔夫服饰的理解、经营理念与公司品牌文化的契合度等方面。对于非商场专柜的加盟店，公司会重点考察加盟商的自身条件、所在城市、店铺所处地段及周边环境；对于商场专柜，公司还会重点考察商场在当地的影响力及销售情况，以及商场的档次定位。

知识产权维护：公司规定加盟商只能够在规定的地域范围内从事比音勒芬品牌服饰产品的经营，不得转让经营权，未经公司授权不得摆放经营其他商品，并在合同有效期内必须合理维护公司品牌声誉。

拓展或收缩店铺：加盟商进行市场拓展前需向公司申报，不得私自开设专柜或专卖店，未经同意不得跨区域经营同时不得擅自关闭任何一家专柜或专卖店，也不得随意扩大或缩小经营场所。

店铺选址及店铺形象管理：对于加盟商选择的店铺，公司派市场专员进行实地考察，并以书面形式通知加盟商是否符合公司的选址要求。加盟店的装修设计、橱窗陈列、招贴宣传均由公司统一提供设计布置图及装修说明，加盟商应严格按照公司所列的标准和要求设计、装修、布置专柜或专卖店。

供货及退换货：公司对加盟商实行买断式销售政策，不接受非质量问题的退货。加盟商在收到公司发出的货品时，发现有破损、脱缰、颜色不正等情况无法销售时，在未经穿着和洗涤且配件完整、齐全的条件下，可向公司申请退货。公司在收到加盟客户退货申请并经公司审核，确实满足退货条件的，公司冲减当期该加盟客户收入和成本，增加库存商品。报告期内，因服装破损、脱缰、颜色不正等质量问题退货的数量分别为 454 件、489 件、495 件和 563 件，数量较少。经过维修后报告期内已实现对外销售。

同时，为减少加盟商的经营风险，支持加盟商的业务发展，公司允许加盟商在春夏季、秋冬季结束时能按一定的比例申请非质量问题换货，换出部分未售出的当季服装，换入总价相同的后一季新品。换货率按加盟商的合作评级的不同，从 10%到 20%不等。（有关换货的具体情况及会计处理，详见本招股意向书之“第十一节管理层讨论与分析”之“一、发行人财务状况分析”之“（二）负债结构分析”之“4、其他流动负债”）

价格管理及促销：加盟商应严格按公司规定的市场统一零售价进行销售，加盟

商不得擅自提价或降价。在促销活动、特卖或广告宣传期间，加盟商用于促销、特卖或广告宣传的产品必须按照公司规定的价格进行销售。

运输：因货品配送、退换而发生的运输、保险、搬运等费用由加盟商承担。

对加盟商的支持：包括提供店铺选址及店面形象设计方面的建议与支持，装修支持，对各地加盟店的货品配置、陈列推广、销售服务等进行指导和跟进，定期进行人员培训，对少数符合条件的加盟商等给予一定的信用政策。通过这些政策，以不断提升加盟店经营管理水平和零售能力，保障各地加盟店业绩的稳定增长。

除上述销售模式，公司亦通过网络渠道进行产品销售。公司在深圳市云高信息技术股份有限公司（以下简称“云高股份”）的线上销售平台上直接向消费者销售少量比音勒芬专业高尔夫系列产品。报告期内，公司在云高股份线上销售平台销售的产品金额分别为 0 元、0 元、0 元和 19,642.70 元。同时，公司亦通过授权网络渠道进行产品销售。通过授权的网络渠道销售的产品均为过季产品。报告期内，公司仅授权唯品会（中国）有限公司（以下简称“唯品会”）在自主网站、广东天河城百货有限公司（以下简称“天河城百货”）在天河城百货天猫官方旗舰店及天河城百货苏宁易购官方旗舰店销售比音勒芬品牌的过季产品。报告期内，唯品会向公司采购的金额分别为 4,547,871.79 元、14,420,336.61 元、13,996,104.09 元和 8,758,845.80 元。报告期内，公司与天河城百货天猫官方旗舰店之间的交易金额分别为 0 元、546,233.74 元、1,925,431.77 元和 1,740,147.49 元。截至 2016 年 9 月 30 日，天河城百货苏宁易购官方旗舰店尚未开始销售公司的产品。

6、仓储物流模式

公司建立了由自有仓储中心与第三方物流相结合的物流仓储模式。公司目前的仓储物流网络主要由公司总部总仓、各门店小仓和第三方物流链接组成。

公司建立了严格的第三方物流企业甄选标准和程序。公司物流管理部门对物流供应商的考察内容包括运营资质、网络分布、运输能力、合作态度、安全评估等。公司与第三方物流企业签订《货物运输合同》。公司定期对物流公司进行评分考核，指标包括准时交货率、货损率、客户满意度、投诉率等。目前公司与国内知名的第三方物流公司保持了稳定、良好的合作关系。

（四）公司营销网络情况

1、公司的营销网络规模情况

截至 2016 年 9 月 30 日，本公司在全国拥有直营店和加盟店共计 601 个，其中直营店 273 个，加盟 328 个。

2、公司的营销网络布局情况

截至 2016 年 9 月 30 日，本公司营销网络覆盖全国 31 个省、自治区及直辖市。

公司坚持高端品牌的服饰定位，在选址上致力于选择高端零售渠道。具体而言，在一二线城市的核心商圈、机场、知名高尔夫球会会所，公司主要开设直营店；在其他城市的高档商圈，公司主要通过加盟店的方式建立销售终端。

截至 2016 年 9 月 30 日，公司门店的区域分布情况如下表：

单位：个

地区	门店类别	数量	合计
东北地区	直营	22	86
	加盟	64	
华北地区	直营	35	76
	加盟	41	
华东地区	直营	53	149
	加盟	96	
华南地区	直营	83	99
	加盟	16	
华中地区	直营	16	41
	加盟	25	
西北地区	直营	12	24
	加盟	12	
西南地区	直营	52	126
	加盟	74	
合计	直营	273	601
	加盟	328	

截至 2016 年 9 月 30 日，公司门店的渠道分布情况如下表：

单位：个

渠道类别	直营店	加盟店	合计
高端商场（含酒店）	194	168	362
机场（含高铁）	49	-	49
独立门店	3	160	163

球会店	27	-	27
合　计	273	328	601

截至 2016 年 9 月 30 日，公司直营店的具体分布情况如下表：

序号	地区	店铺名称	面积（㎡）	开业时间	门店地址
1	北京	北京翠微百货店	97	2013 年前	北京市海淀区复兴路 33 号翠微大厦
2		北京翠微百货清河店	75	2013 年前	北京市海淀区清河嘉园东区甲 1 号
3		北京翠微百货大成店	68	2013 年前	北京市丰台区大成路 8 号
4		北京翠微百货牡丹园店	65	2013 年前	北京市海淀区花园路 2 号
5		北京王府井百货大兴店	80	2013 年前	北京市大兴区黄村镇东大街王府井大楼
6		北京燕莎百货金源店	79	2013 年前	北京市海淀区远大路 1 号
7		北京燕莎百货亮马桥店	43	2013 年前	北京市朝阳区亮马桥路 52 号
8		北京双安百货店	110	2013 年前	北京市海淀区北三环西路 38 号
9		北京顺义百货店	124	2013 年前	北京市顺义区府前西街 1 号
10		北京王府井百货店	80	2013 年前	北京市东城区王府井大街 255 号
11		北京燕莎东四环路店	46	2013 年前	北京市朝阳区东四环南路九号
12		北京翠微百货龙德店	57	2013 年	北京市昌平区立汤路 186 号
13		北京甘家口百货店	83	2013 年	北京市海淀区三里河路 17 号
14		北京百盛复兴门店	56	2015 年	北京市复兴门金融大街 37 号
15		北京燕莎金源 MALL 店	125	2015 年	北京市远大路 1 号
16		北京万柳高尔夫球会店	10	2013 年前	北京市海淀区北四环西路 76 号
17		北京高铁南站店	100	2013 年前	北京市高铁南站高架候车厅
18		北京首创悦盛路店	266	2014 年	北京市房山区长阳镇悦盛路 6 号
19		北京当代海淀店	85	2015 年	北京市海淀区中关村大街 40 号
20		北京鑫海韵通密云店	120	2015 年	北京市密云县鼓楼东大街 22 号
21		北京赛特香江北路店	79	2015 年	北京市朝阳区香江北路 28 号
22	黑龙江	哈尔滨松雷百货店	115	2013 年前	黑龙江省哈尔滨市南岗区东大直街 329 号
23		哈尔滨松雷和平百货店	60	2013 年前	黑龙江省哈尔滨市香坊区和平路松雷
24		哈尔滨机场店	62	2014 年	黑龙江省哈尔滨市太平国际机场候机楼二楼
25		哈尔滨高铁西站店	48	2015 年	哈尔滨西站内高架候车层中央通道 G06 商铺
26		哈尔滨红博会展店	100	2015 年	哈尔滨市南岗区黄河路 301 号
27		哈尔滨中央商城店	80	2015 年	哈尔滨市道里区中央大街 100 号
28		哈尔滨彬彬利民大道店	246	2015 年	哈尔滨市呼兰区利民大道 555 号

29		哈尔滨新一百店	188	2016 年	哈尔滨市道里区石头道街 118 号
30	吉林	长春机场店	72	2013 年前	吉林省长春市龙嘉国际机场航站楼
31	辽宁	沈阳商业城百货店	95	2013 年前	辽宁省沈阳市沈河区中街路 212-214 号
32		沈阳铁西新玛特百货店	93	2013 年前	辽宁省沈阳市铁西区兴华南街 37 号
33		沈阳新玛特百货店	110	2013 年前	辽宁省沈阳市大东区小东路一号
34		沈阳于洪新玛特店	80	2013 年	沈阳市于洪区黄海路 45 号
35		沈阳机场店	125	2013 年前	辽宁省沈阳市东陵区桃仙国际机场航站楼
36		沈阳兴隆店	142	2014 年	辽宁省沈阳市浑南新区营盘北街 5 号
37		沈阳中兴店	68	2014 年	辽宁省沈阳市和平区太原北街 86 号
38		大连麦凯乐百货店	60	2013 年前	辽宁省大连市沙河口区西安路 123 号
39		大连新玛特商场店	61	2013 年前	辽宁省大连市中山区青三街一号
40		大连友谊商场店	80	2013 年前	辽宁省大连市沙河口区西安路 101B 号
41		大连周水子机场店	50	2013 年前	大连市大连周水子国际机场航站楼 10 号门
42		大连开发区友谊商场店	76	2013 年前	辽宁省大连开发区友谊商城本溪街 3-2 号
43		大连友谊总店店	110	2014 年	大连市中山区人民路 8 号
44	天津	天津友谊东楼	70	2014 年	天津市友谊路 21 号
45		天津燕莎店	120	2013 年	天津市空港经济区环河北路 98 号
46		天津金元宝店	127	2013 年	天津市开发区黄海路 19 号
47		天津金元宝二店	65	2014 年	天津市滨海新区塘沽解放路 668 号
48		天津海信店	64	2013 年	天津市和平区解放北路 188 号
49		天津机场 T2 区内 1 店	83	2015 年	天津滨海机场 T2 航站楼
50		天津友阿宁海路店	272	2015 年	天津市滨海新区宁海路 1668 号
51	宁夏	银川机场店	166	2014 年	宁夏自治区银川市河东机场 2 号航站楼
52	甘肃	兰州机场 T2 区内 1 店	72	2015 年	兰州市中川机场 T2 航站楼
53	河北	河北新奥球会店	18	2013 年	河北省廊坊市经济技术开发区金源道
54		石家庄机场店	61	2014 年	河北省石家庄市正定机场 2 号航站楼
55	山东	济南高铁西站店	60	2013 年前	山东省济南市槐荫区大金庄路济南高铁西站
56		济南机场店	95	2013 年	济南市历城区遥墙镇济南遥墙国际机场
57		济南机场内二店	80	2015 年	山东省历城区遥墙镇济南遥墙国际机场
58		青岛海信百货店	73	2013 年前	山东省青岛市南区澳门路海信广场
59		青岛北方国贸商场店	110	2013 年前	山东省青岛市李沧区向阳路 50 号
60		青岛丽达百货店	98	2013 年前	山东省青岛市崂山区秦岭路丽达购物中心
61		青岛利客来百货店	75	2013 年前	山东省青岛市李沧区京口路 58 号

62		青岛利群百货店	98	2013 年前	山东省青岛市市北区台东三路 77 号
63		青岛海泉湾店	171	2014 年	山东省青岛即墨市鳌山卫镇滨海大道 188 号
64		青岛嘉年华漓江西路店	165	2015 年	青岛经济技术开发区漓江西路 1136 号
65		烟台振华百货店	145	2013 年前	山东省烟台市芝罘区西大街 8 号
66	河南	郑州金博大百货店	118	2013 年前	河南省郑州市北二七路 200 号
67		郑州机场店	70	2013 年前	郑州新郑国际机场 T2 航站楼四楼
68		郑州丹尼斯东区店	134	2013 年	河南省郑州市郑东新区丹尼斯三天地
69		郑州杉杉店	246	2016 年	河南省郑州市中牟县大孟镇
70	山西	太原燕莎百货店	60	2013 年前	山西省太原市长风街中段 705 号
71		太原机场店	105	2013 年前	山西省太原市武宿国际机场出发层
72		太原机场 T1 店	48	2015 年	山西省太原市武宿国际机场 1 号航站楼
73		太原天美名店	71	2015 年	太原市新建路 39 号山西天美名店购物中心 3 层
74		太原天美新天地店	73	2015 年	太原市小店区长风街 113 号
75	陕西	西安机场 T2 店	62	2013 年前	陕西省咸阳市渭城区咸阳国际机场航站楼
76		西安机场 T3 店	88	2013 年前	陕西省咸阳市渭城区咸阳国际机场 T3 航站楼
77		西安民生国际店	129	2013 年前	陕西省西安市莲湖区北大街 28 号
78		西安民生解放路店	89	2013 年前	陕西省西安市新城区解放路 103 号
79		西安兴正元店	177	2014 年	陕西省西安市大街骡马市 1 号
80		西安百盛西大街店	95	2015 年	西安市莲湖区西大街百盛购物中心
81		西安西恩凤凰大道店	234	2015 年	西安市临潼区凤凰大道 11 号
82	新疆	乌鲁木齐机场店	98	2013 年前	新疆自治区乌鲁木齐市地窝堡机场 T3 航站楼
83	青海	西宁王府井百货店	48	2013 年前	青海省西宁市城中区西大街 40 号
84		西宁机场店	78	2013 年	青海省西宁市漕家堡国际机场 T2 航站楼
85	上海	上海中联百货店	45	2013 年前	上海市普陀区真光路 1288 号
86		上海浦东机场店	80	2013 年前	上海市浦东国际机场 T2 航站楼
87		上海虹桥高铁店	230	2013 年	上海市虹桥高铁站
88		上海颖奕球会店	10	2013 年	上海市嘉定区博园路 6555 号
89		上海雅居乐米克尔森球会店	25	2013 年前	上海市浦东新区东大公路 5333 弄
90		上海汇金百货店	75	2014 年	上海市肇嘉浜路 1000 号
91		上海青浦店	110	2015 年	上海市沪青平公路 2888 号
92	安徽	合肥百大 CBD 百货店	61	2013 年前	安徽省合肥市长江中路 369 号
93		合肥机场店	50	2013 年	安徽省合肥市新桥机场候机楼
94		合肥鼓楼店	66	2014 年	安徽省合肥市宿州路 96 号

95		合肥元一高尔夫球会	21	2014 年	安徽省合肥市双凤开发区双凤湖畔
96		合肥商之都宿州路店	98	2015 年	安徽省合肥市宿州路 8 号
97		合肥砂之船店	176	2016 年	安徽省合肥市高新区长宁大道 1888 号
98		淮北金鹰淮海路店	100	2015 年	安徽省淮北市淮海中路 62 号
99		马鞍山金鹰花山店	130	2015 年	安徽省马鞍山市湖南西路 8 号
100	江苏	南京金鹰百货店	125	2013 年前	江苏省南京市汉中路 89 号金鹰购物中心
101		南京金鹰仙林学海路店	75	2013 年前	江苏省南京市栖霞区学海路 1 号
102		南京金鹰汉中门大街店	62	2013 年前	江苏省南京市建邺区汉中门大街 1 号
103		南京机场店	70	2014 年	江苏省南京禄口国际机场 T2 航站楼出发大厅
104		南京金鹰江宁店	66	2015 年	江苏省南京市江宁区双龙大道 1688 号
105		江苏盐城金鹰百货店	68	2013 年前	江苏省盐城市建军中路 169 号
106		盐城金鹰人民南路店	107	2013 年前	江苏省盐城市人民南路 11 号
107		盐城聚龙湖店	85	2014 年	江苏省盐城市盐都区解放南路 268 号
108		苏州石路国际商场店	71	2013 年前	江苏省苏州市石路 18 号
109		苏州舞台后戴街店	195	2013 年前	江苏省苏州市工业园区现代大道后戴街 9 号
110		苏州太湖国际高尔夫球会店	30	2013 年前	江苏省苏州太湖国家旅游度假区校场路 8 号
111		苏州久光百货店	74	2014 年	江苏省苏州市旺墩路 268 号
112		苏州泰华人民路店	75	2015 年	江苏省苏州市沧浪区人民路 383 号
113		常州新世纪	70	2014 年	江苏省常州市钟楼区北大街 2-8 号
114		无锡机场内 1 店	98	2015 年	江苏省无锡市滨湖区苏南硕放机场 T2 航站楼出发大厅
115	浙江	杭州购物中心商场店	70	2013 年前	浙江省杭州市武林广场一号
116		杭州萧山银隆百货店	96	2013 年前	浙江省杭州市萧山区心中路 288 号
117		杭州机场 T3 店	45	2016 年 1 月	杭州萧山国际机场国内航站楼
118		宁波机场店	80	2013 年	浙江省宁波市栎社国际机场候机楼
119	湖北	武汉中商百货店	91	2013 年	湖北省武汉市武昌区中南路 9 号
120	湖南	长沙步步高百货店	100	2013 年前	湖南省长沙市岳麓区金星中路 428 号
121		长沙平和堂百货店	76	2013 年前	湖南省长沙市天心区黄兴中路 88 号
122		长沙通程百货河西店	70	2013 年前	湖南省长沙枫林路 2 号
123		长沙通程星沙店	90	2015 年	湖南长沙市星沙开元路 1 号通程商业广场
124		长沙上河国际通程店	78	2013 年前	湖南省长沙市雨花区万家丽路 8 号
125		长沙友阿芙蓉南路店	254	2013 年前	湖南省长沙市芙蓉南路三段 27 号
126		长沙平和堂银盆岭店	130	2013 年	长沙市岳麓区岳麓大道与银盆南路交汇处
127		长沙红星店	110	2014 年	湖南省长沙市湘府东路 2 段 517 号

128		长沙黄花机场店	74	2013 年前	湖南省长沙市黄花国际机场新航站楼 A 岛
129		长沙机场 2 店	88	2014 年	湖南省长沙黄花国际机场新航站楼 B 岛
130		长沙平和堂东塘店	82	2015 年	湖南省长沙市雨花区韶山北路 488 号
131	江西	南昌机场 T2 内 1 店	60	2015 年	江西省南昌昌北国际机场 T2 航站楼
132		江西联盛庐山大道店	190	2015 年	江西九江市庐山区威家镇庐山大道
133	四川	成都仁和春天百货光华店	148	2013 年前	四川省成都市二环路西二段 19 号
134		成都仁和春天百货人东店	117	2013 年前	四川省成都市锦江区人民东路 59 号
135		成都万象城百货店	122	2013 年前	四川省成都市成华区双庆路 8 号
136		成都王府井百货店	107	2013 年前	四川省成都市总府路 15 号
137		成都王府井百货二店	83	2013 年前	四川省成都市武侯区科华中路 9 号
138		成都伊藤高新百货店	71	2013 年前	四川省成都高新区天府二街 999 号
139		成都伊藤锦华百货店	72	2013 年前	四川省成都市二环路东五段 29 号
140		成都伊藤双楠百货店	110	2013 年前	四川省成都市逸都路 6 号
141		成都优品道百货店	143	2013 年前	四川省成都市青羊区青羊大道 99 号
142		成都美嘉森天府大道中店	556	2013 年前	四川省成都市高新区天府大道中段 1 号
143		成都时代双楠大道店	207	2013 年前	四川省成都市双流县双楠大道 633 号
144		成都环球乐天店	185	2013 年	四川省成都市天府大道北段 1700 号
145		成都麓山球场店	20	2013 年前	成都市双流县华阳镇麓山国际乡村俱乐部
146		成都牧马山球场店	35	2013 年前	四川省成都市双流县牧马山云岭路 59 号
147		成都机场 1 店	134	2013 年前	四川省成都市成都双流机场航站楼
148		成都机场 2 店	82	2013 年前	四川省成都市成都双流机场 T2 候机楼
149		成都机场 3 店	70	2013 年前	四川省成都市成都双流机场 T2 候机楼
150		绵阳百盛百货店	87	2013 年前	四川省绵阳市涪城区安昌路 17 号
151		绵阳百盛大都会店	128	2014 年	四川省绵阳市临园路中段 68 号
152		绵阳雷驰专卖店	106	2013 年前	四川省绵阳市富乐路 15 号
153	重庆	重庆新世纪百货大渡口商都店	60	2013 年前	重庆市大渡口区松青路 1011 号
154		重庆新世纪百货江北世纪新都店	132	2013 年前	重庆市建新北路 1 号
155		重庆新世纪百货解放碑世纪商都店	59	2013 年前	重庆市渝中区邹容路 123 号
156		重庆王府井百货店	58	2013 年前	重庆市沙坪坝区三角杯小新街 49 号
157		重庆新世纪百货大坪商都店	74	2013 年前	重庆市渝中区长江二路 174 号
158		重庆新世纪百货万州商都店	58	2013 年前	重庆市万州区太白路 2 号
159		重庆新世纪百货杨家坪瑞成	73	2013 年前	重庆市九龙坡区杨家坪正街 26 号

		商都店			
160		重庆新世纪百货涪陵商都店	70	2013 年前	重庆市涪陵区兴华中路 34 号
161		重庆新世纪百货永川商都店	90	2013 年	重庆市永川区渝西大道中段 918 号
162		重庆新世纪开县店	90	2016 年	重庆市开县汉丰街道办事处开州大道 88 号
163		重庆西部经开园区店	201	2013 年前	重庆市渝北区经开园区西部奥特莱斯 C 馆
164		重庆江津重百店店	99	2014 年	重庆市几江小什字时代广场
165		重庆机场 C 区店	86	2013 年前	重庆市江北区国际机场航站楼
166		重庆机场 T2 区店	87	2013 年前	重庆市江北区国际机场
167		重庆机场 B 店	70	2014 年	重庆市江北机场 T2 航站楼 B 区
168		重庆沙坪坝重百店	100	2014 年	重庆市小新街 77 号
169		重庆阳光世纪购物中心	238	2014 年	重庆渝北四村 18 号观音桥步行街
170		重庆重百渝北店	75	2015 年	重庆市双凤桥街道胜利路 129 号
171	贵州	贵阳荔星百货名店	100	2013 年前	贵州省贵阳市中华南路 52 号
172		贵阳星力购物广场店	95	2013 年前	贵州省贵阳市富水南路 2 号
173		贵阳星力元隆店	176	2013 年	贵州省贵阳市北京路 203 号
174		贵阳百盛店	73	2013 年	贵州省贵阳市中华中路 117 号
175		贵阳星力瑞金店	80	2014 年	贵州省贵阳市瑞金中路 50 号
176		遵义星力城百货店	108	2013 年前	贵州省遵义市红花岗区万里路中段
177		遵义国贸一店	128	2014 年	贵州省遵义市中山路 103 号
178		遵义国贸二店	150	2014 年	贵州省遵义市珠海路国贸购物中心
179	云南	昆明机场店	88	2013 年前	昆明市官渡区昆明长水国际机场候机楼
180		昆明滇池湖畔高尔夫球会店	32	2013 年前	昆明滇池国家旅游度假区滇池路 1505 号
181		昆明玉龙湾球会店	27	2013 年	云南省昆明安宁市太平镇玉龙湾风景区
182		昆明金格店	84	2015 年	昆明市西山区前卫西路公园 1903
183		昆明万达球会	30	2015 年	昆明滇池国家旅游度假区红塔东路 12 号
184		昆明春城湖球会	30	2015 年	昆明市宜良县汤池镇春城湖畔度假村
185	广东	广州友谊商场正佳店	69	2013 年前	广东省广州市天河路 228 号
186		广州友谊商场时代广场店	86	2013 年前	广东省广州市天河北路 28 号
187		广州王府井百货店	104	2013 年前	广东省广州市农林下路 40 号
188		广百中怡店	36	2013 年	广东省广州市天河区天河路 200 号
189		番禺友谊商场店	74	2013 年前	广东省广州市繁华路 38 号
190		广州友谊商场国金店	170	2013 年前	广东省广州市珠江西路 5 号
191		广州万达百货店	95	2013 年前	广东省广州市云城东路 507 号

192		广州天河城百货店	92	2013 年前	广东省广州市天河路 208 号
193		广州友谊商场环市路店	97	2013 年前	广东省广州市环市东路 371-375 号
194		广州天河城天河路店	40	2013 年前	广东省广州市天河区天河路 208 号
195		广州番禺万博迎宾路店	84	2013 年前	广东省广州市番禺区迎宾路
196		广州海印又一城店	259	2013 年前	广东省广州番禺区番禺大道北 383 号
197		广州番禺旗舰店	400	2013 年前	广东省广州市番禺区南村镇兴业大道 309 号
198		广州番禺兴南大道店	303	2015 年	广州市番禺区兴南大道 798 号
199		广州天河城百货北京路店	109	2013 年前	广东省广州市越秀区北京路 238 号
200		广州广百百货西湖路店	30	2013 年前	广东省广州市西湖路 12 号
201		广州天河城奥体南路店	86	2013 年前	广州市天河区奥体南路 12 号
202		广州广百新一城花都店	120	2016 年	广州市花都区新华街道龙珠路 41 号
203		广州九龙湖球会店	20	2013 年前	广东省广州市花都区北兴镇山前大道 3 号
204		广州机场 A 区内 1 店	113	2015 年	广州市白云国际机场 A 区航站楼安检内
205		广州机场 B 区店	81	2013 年	广东省广州市新白云国际机场候机楼
206		深圳机场 2 店	45	2013 年	广东省深圳市国际机场 T3 航站楼
207		深圳机场 T3 店	60	2013 年	广东省深圳市国际机场 T3 航站楼
208		深圳君尚百货星河国际店	113	2013 年前	广东省深圳市福田区福华三路 269 号
209		深圳天虹福民店	82	2015 年	深圳市福田区福民路 125 号
210		深圳天虹百货常兴店	50	2013 年前	广东省深圳市桃园路 86 号
211		深圳天虹百货创业店	64	2013 年前	广东省深圳市创业一路 1018 号
212		深圳天虹百货前进店	80	2013 年前	广东省深圳前进一路 329 号
213		深圳天虹百货后海店	75	2013 年前	广东省深圳市文心 5 路
214		深圳天虹百货国贸店	117	2013 年前	广东省深圳市人民南路 3002 号
215		深圳天虹百货坂田店	92	2014 年	深圳市五和大道与吉华路交汇处
216		深圳天虹百货西乡店	71	2013 年	广东省深圳市宝安区西乡大道
217		深圳天虹松岗店	72	2015 年	深圳市宝安区松岗街楼岗大道 1 号
218		深圳天虹百货龙新店	73	2013 年	广东省深圳龙岗区中心城吉祥中路
219		深圳天虹龙华店	50	2014 年	深圳市龙华新区龙观东路花园新村
220		深圳天虹沙井店	125	2014 年	深圳市宝安区沙井镇中心路创新路口
221		深圳深南大道中路店	120	2013 年前	广东省深圳市福田区深南大道中路 3024 号
222		深圳华强茂业广场店	70	2013 年前	广东省深圳市华强北路 2009 号
223		深圳茂业和平路店	100	2013 年前	广东省深圳市罗湖区和平路 3009 号
224		深圳东门茂业店	60	2014 年	深圳市罗湖区东门中路 2047 号

225		深圳茂业南山店	70	2015 年	深圳市南山区海德二道 288 号
226		深圳 8 号仓店	136	2015 年	深圳市龙华新区民康路 1 号
227		深圳海雅南山店	85	2014 年	深圳市南山区南海大道海雅百货
228		深圳大梅沙店	92	2016 年	深圳市盐田区大梅沙沙奥特莱斯二期
229		深圳观澜球会店	60	2013 年前	深圳市宝安区观澜镇观澜高尔夫大道 1 号
230		深圳黎光球会店	19	2013 年前	广东省深圳市观澜镇黎光村泗黎路 1 号
231		深圳聚豪球会店	40	2016 年	深圳市宝安区西乡九围港中旅聚豪（深圳）高尔夫球会
232		东莞天虹百货东纵店	142	2013 年前	广东省东莞市东纵大道 93 号
233		东莞南城海雅百货店	106	2013 年前	广东省东莞市鸿福路 83 号
234		东莞东城海雅百货店	80	2013 年	广东省东莞市东城区岗贝东城大道世博广场
235		东莞汇一城商场店	94	2013 年前	广东省东莞市鸿福路 200 号
236		东莞观澜球会店	75	2013 年前	广东省东莞市塘夏镇东莞观澜湖高尔夫球会
237		东莞国际天河城店	78	2014 年	广东省东莞市南城区阳光路 195 号
238		东莞华南摩尔天和店	130	2016 年	广东省东莞市万江区万江路华南摩尔天和百货
239		佛山南海顺联桂平路店	154	2013 年前	广东省佛山市南海区桂平路 2 号
240		佛山佛罗伦萨店	232	2016 年	广东省佛山市南海区桂城街道平洲三山佛罗伦萨小镇
241		南海天河城店	180	2015 年	佛山市南海区桂城街道海东路 32 号
242		佛山顺联百货店	75	2013 年前	广东省佛山市季华五路 33 号
243		佛山君兰球会店	40	2013 年	广东省佛山市顺德区北滘镇
244		佛山桃园球会店	40	2016 年	广东省佛山南海松岗镇南国桃园度假区桃园高尔夫球会
245		珠海免税百货店	96	2013 年前	广东省珠海市吉大景山路 220 号
246		珠海机场店	144	2013 年前	广东省珠海市三灶镇海澄机场候机大楼主楼
247		珠海金湾球会店	50	2013 年前	珠海市金湾区金湾大道金湾高尔夫球会
248		中山益华百货店	105	2013 年前	广东省中山市中山三路益华百货
249		中山长江球会店	20	2014 年	广东省中山市东区长江旅游风景区
250		中山古镇益华店	109	2014 年	中山市古镇镇中兴大道益华国贸广场
251		清远益华店	80	2013 年	广东省清远市清城区先锋中路 18 号
252		江门益华店	127	2013 年	广东省江门市迎宾大道 118 号
253		揭阳机场内 1 店	49	2015 年	广东省揭阳市揭阳潮汕机场航站楼三楼
254	福建	福州大洋百货一店	83	2013 年前	福建省福州市八一七北路 133 号
255		福州大洋金典百货店	220	2013 年前	福建省福州市八一七北路 268 号
256		福州机场店	90	2013 年前	福建省福州市长乐国际机场候机楼内

257		福州东方百货仓山店	102	2015 年	福建省福州市仓山区浦上大道 198 号
258		福州东方百货东街店	107	2015 年	福建省福州市鼓楼区杨桥东路 8 号
259		福州世纪金源店	469	2016 年	福建省福州市连江县贵安新天地世纪金源
260		南宁梦之岛百货店	80	2013 年前	广西自治区南宁市民族大道 49 号
261	广西	南宁王府井新民路店	105	2013 年前	广西自治区南宁市青秀区新民路 4 号
262		南宁嘉和酒店高尔夫球会店	28	2013 年前	南宁市昆仑大道嘉和城温泉高尔夫球会
263		广西桂林乐满地球会店	45	2013 年	桂林市兴安县志玲路桂林乐满地俱乐部
264		桂林微笑堂中山中路店	125	2015 年	桂林市中山中路 37 号
265		南宁机场一店	100	2014 年	广西省南宁吴圩机场 T2 新航站楼 CF-12
266		南宁机场二店	105	2014 年	广西省南宁吴圩机场 T2 新航站楼 CF-19
267		桂林机场内 1 店	100	2015 年	广西省桂林市临桂县两江国际机场候机楼
268	海南	海口观澜球会店	45	2013 年前	海口市观澜湖大道 1 号
269		海南清水湾球会店	46	2013 年	陵水县英州镇清水湾雅居乐高尔夫球会
270		海南万宁球会店	28	2013 年	万宁市东澳镇神州半岛神州高尔夫球会
271		三亚鹿回头高尔夫球会店	18	2015 年	海南省三亚市鹿回头开发区
272		三亚机场 1 店	60	2013 年前	三亚市凤凰国际机场航站楼国内航站楼
273		三亚机场 2 店	35	2015 年	海南省三亚市凤凰国际机场 2 楼安检内

报告期内各期公司销售额前十名直营门店的基本情况如下：

（1）2016 年 1-9 月销售额前十名的直营门店：

排名	直营门店名称	开业时间	合作方式	面积（㎡）	租金（月）	装修（万元）	人数（个）	员工薪酬（万元）	营业收入（万元）	占直营收入比例	坪效(营业收入/面积）	考核利润（万元）	备注
1	广州番禺旗舰店	2013 年以前	非联营	400	-	-	11	89.83	1,250.65	2.93%	3.13	523.23	折扣店
2	成都时代双楠大道店	2013 年以前	联营	207	-	1.40	10	65.68	1,202.81	2.82%	5.81	301.23	折扣店
3	广州天河城百货店	2013 年以前	联营	92	-	24.02	9	76.51	713.14	1.67%	7.75	410.65	正价店
4	绵阳百盛百货店	2013 年以前	联营	87	-	-	6	51.88	523.15	1.22%	6.01	351.82	正价店
5	南京金鹰百货店	2013 年以前	联营	125	-	36.89	6	48.08	512.50	1.20%	4.10	138.40	正价店
6	广州番禺万博迎宾路店	2013 年以前	联营	84	-	-	9	58.95	502.09	1.18%	5.98	102.54	折扣店
7	上海虹桥高铁店	2013 年	联营	230	-	-	8	51.97	494.81	1.16%	2.15	26.13	正价店
8	成都美嘉森天府大道中店	2013 年以前	非联营	556	4.24	-	9	43.68	492.23	1.15%	0.89	135.94	折扣店
9	北京翠微百货店	2013 年以前	联营	97	-	26.32	8	54.54	442.36	1.04%	4.56	231.75	正价店
10	长沙友阿芙蓉南路店	2013 年以前	联营	254	-	-	9	49.83	422.91	0.99%	1.66	77.96	折扣店
	合计								6,556.65	15.36%		2,299.65	

（2）2015 年度销售额前十名的直营门店：

排名	直营门店名称	开业时间	合作方式	面积（㎡）	租金（月）	装修（万元）	人数（个）	员工薪酬（万元）	营业收入（万元）	占直营收入比例	坪效(营业收入/面积）	考核利润（万元）	备注
1	广州番禺旗舰店	2013 年以前	非联营	400	-	-	11	128.23	1,908.88	3.68%	4.77	825.62	折扣店
2	成都时代双楠大道店	2013 年以前	联营	207	-	0.58	10	102.25	1,379.68	2.66%	6.67	334.38	折扣店

排名	直营门店名称	开业时间	合作方式	面积（㎡）	租金（月）	装修（万元）	人数（个）	员工薪酬（万元）	营业收入（万元）	占直营收入比例	坪效(营业收入/面积）	考核利润（万元）	备注
3	广州天河城百货店	2013 年以前	联营	79	-	-	8	99.47	879.05	1.69%	11.13	511.41	正价店
4	成都美嘉森天府大道中店	2013 年以前	联营/非联营	注③	3.91	94.14	7	53.42	662.44	1.28%	2.62	181.90	折扣店
5	上海虹桥高铁店	2013 年	联营	230	-	-	8	78.16	654.15	1.26%	2.84	-25.38	正价店
6	广州番禺万博迎宾路店	2013 年以前	联营	84	-	4.32	8	76.87	626.77	1.21%	7.46	127.35	折扣店
7	南京金鹰百货店	2013 年以前	联营	66	-	-	5	61.88	618.84	1.19%	9.38	167.58	正价店
8	成都伊藤双楠百货店	2013 年以前	联营	62	-	1.67	5	38.08	605.46	1.17%	9.77	357.83	正价店
9	绵阳百盛百货店	2013 年以前	联营	87	-	-	6	72.37	596.71	1.15%	6.86	390.19	正价店
10	北京翠微百货店	2013 年以前	联营	90	-	19.97	7	71.75	573.30	1.10%	6.37	305.17	正价店
	合计								8,505.28	16.39%		3,176.05	

（3）2014 年度销售额前十名的直营门店：

排名	直营门店名称	开业时间	合作方式	面积（㎡）	租金（月）	装修（万元）	人数（个）	员工薪酬（万元）	营业收入（万元）	占直营收入比例	坪效(营业收入/面积）	考核利润（万元）	备注
1	广州番禺旗舰店	2013 年前	非联营	400	-	0.19	11	109.06	1,814.10	4.24%	4.54	654.96	折扣店
2	广州天河城百货店	2013 年前	联营	79	-	10.72	8	92.87	891.09	2.08%	11.28	536.55	正价店
3	成都时代双楠大道店	2013 年前	联营	207	-	50.23	9	87.50	882.17	2.06%	4.26	182.69	折扣店
4	成都美嘉森天府大道中店	2013 年前	联营	152	-	0.65	7	50.34	834.63	1.95%	5.49	219.64	折扣店
5	南京金鹰百货店	2013 年前	联营	66	-	17.55	5	52.14	637.69	1.49%	9.66	80.49	正价店

排名	直营门店名称	开业时间	合作方式	面积（㎡）	租金（月）	装修（万元）	人数（个）	员工薪酬（万元）	营业收入（万元）	占直营收入比例	坪效(营业收入/面积）	考核利润（万元）	备注
6	绵阳百盛百货店	2013 年前	联营	87	-	14.36	6	70.88	632.22	1.48%	7.27	410.08	正价店
7	广州番禺万博迎宾路店	2013 年前	联营	84	-	17.78	8	71.50	524.37	1.23%	6.24	96.46	折扣店
8	上海虹桥高铁店	2013 年	联营	230	-	0.32	9	63.43	518.71	1.21%	2.26	-66.02	正价店
9	重庆新世纪百货江北世纪新都店	2013 年前	联营	132	-	0.28	6	55.70	453.82	1.06%	3.44	217.26	正价店
10	青岛海信百货店	2013 年前	联营	73	-	20.11	6	50.25	433.93	1.01%	5.94	225.59	正价店
	合计								7,622.73	17.81%		2,557.7	

（4）2013 年度销售额前十名的直营门店：

排名	直营门店名称	开业时间	合作方式	面积（㎡）	租金（月）	装修（万元）	人数（个）	员工薪酬（万元）	营业收入（万元）	占直营收入比例	坪效(营业收入/面积）	考核利润（万元）	备注
1	广州番禺旗舰店	2013 年以前	非联营	400	-	0.36	10	80.05	1,263.11	3.48%	3.16	324.03	折扣店
2	成都时代双楠大道店	2013 年以前	联营	207	-	0.69	8	75.68	944.68	2.60%	4.56	192.19	折扣店
3	成都美嘉森天府大道中店	2013 年以前	联营	152	-	4.78	7	48.48	768.71	2.12%	5.06	138.78	折扣店
4	南京金鹰百货店	2013 年以前	联营	66	-	-	5	37.01	639.86	1.76%	9.69	137.78	正价店
5	广州天河城百货店	2013 年以前	联营	79	-	-	7	60.43	620.76	1.71%	7.86	370.71	正价店
6	北京燕莎东四环路店	2013 年以前	联营	46	-	0.13	5	42.34	606.11	1.67%	13.18	131.02	折扣店
7	北京翠微百货店	2013 年以前	联营	90	-	22.11	6	64.57	585.28	1.61%	6.50	324.49	正价店
8	广州番禺万博迎宾路店	2013 年以前	联营	84	-	-	6	52.65	567.73	1.56%	6.76	119.36	折扣店

排名	直营门店名称	开业时间	合作方式	面积（㎡）	租金（月）	装修（万元）	人数（个）	员工薪酬（万元）	营业收入（万元）	占直营收入比例	坪效(营业收入/面积）	考核利润（万元）	备注
9	成都伊藤双楠百货店	2013 年以前	联营	62	-	14.63	5	42.14	544.86	1.50%	8.79	316.97	正价店
10	绵阳百盛百货店	2013 年以前	联营	87	-	0.24	5	47.61	478.19	1.32%	5.50	304.88	正价店
	合计								7,019.29	19.33%		2,360.21	

注：①公司直营店面装修费的摊销年限为 3 年。

②上表中的考核利润为门店考核利润，门店考核利润=营业收入-营业成本-直接费用，直接费用是指可以按核算门店统计直接计入门店的费用，不含公司销售部门及区域销售部门发生的销售费用，直接费用主要有门店职工薪酬、门店所在的商场费用、门店日常办公费用及门店装修装饰费等。门店考核利润没有计算公司各项间接费用，仅仅用于公司内部利润考核；报告期内全部按此方法计算。

③成都美嘉森天府大道中店于 2015 年 9 月由联营方式变更为非联营方式，并同时扩店，扩店前面积为 152 平方米，扩店后面积变更为 556 平方米。

截至2016年9月30日，公司加盟店的具体分布情况如下表：

序号	地区	店铺名称	面积（㎡）	开业时间	地址
1	黑龙江	大庆百货大楼店	140	2013 年前	黑龙江省大庆市萨尔图区会战大街 22 号
2		大庆新潮国际店	182	2013 年前	黑龙江省大庆市让胡路区长春路 1 号
3		大庆麦凯乐店	146	2014 年	黑龙江省大庆让胡路区西宾路 7 号
4		齐齐哈尔店	125	2013 年	黑龙江省齐齐哈尔市龙沙区卜奎南大街 106 号
5		佳木斯百货大楼店	66	2013 年前	黑龙江省佳木斯市向阳区长安路 421 号
6		佳木斯新玛特店	80	2013 年前	黑龙江省佳木斯市前进区长安路 695 号
7		七台河新玛特店	125	2013 年前	黑龙江省七台河市山湖路 36 号
8		双鸭山新玛特店	68	2013 年	黑龙江省双鸭山市尖山区新兴大街 121 号
9		鹤岗店	154	2013 年前	黑龙江省鹤岗市工农区解放路
10		鸡西店	30	2013 年前	黑龙江省鸡西市中心大街 223 号
11		北安店	100	2013 年前	黑龙江省北安市步行街三道街
12		绥化店	50	2014 年	黑龙江省绥化市中兴大街 245 号
13	吉林	长春欧亚卖场店	153	2013 年前	吉林省长春市朝阳区开运街 5178 号
14		长春欧亚商都店	90	2013 年前	吉林省长春市朝阳区工农大路红旗街 1128 号
15		长春卓展店	102	2013 年前	吉林省长春市朝阳区重庆路 1255 号
16		吉林东方商厦店	110	2013 年前	吉林省吉林市船营区河南街 251 号
17		吉林欧亚商都店	90	2013 年前	吉林省吉林市昌邑区解放大路 6 号
18		延吉百货大楼店	85	2013 年前	吉林省延吉市光明街 608 号
19		通化店	80	2013 年前	吉林省通化市新华大街 81 号
20		白山店	30	2013 年前	吉林省白山市浑江区红旗街新华路 118-119 号
21		欧亚和兴店	109	2016 年	吉林省白山浑江大街与新华路交汇处
22		辽源店	40	2013 年前	吉林省辽源市龙山区龙山大街 269 号
23		松原金钻百货店	96	2013 年前	吉林省松原市乌兰大街 2889 号
24		梅河口店	40	2013 年前	吉林省梅河口市梅河大街 1534 号
25		公主岭店	40	2013 年	吉林省公主岭市公子大街吉泰楼 366 号
26		德惠店	30	2013 年前	吉林省德惠市中央街
27		珲春店	90	2013 年前	吉林省珲春市沿河西街 1270 号
28		四平欧亚购物中心店	116	2015 年	吉林省四平市铁东区中央东路 776 号
29		东丰店	30	2016 年	吉林省东丰县药业大街
30		洮南店	30	2016 年	吉林省洮南市光明南街

31	辽宁	鞍山百盛商场店	70	2013 年前	辽宁省鞍山市铁东区 2 道街 88 号
32		鞍山海城店	50	2013 年前	辽宁省海城市站前街永安委 C02-67-189 号
33		鞍山新玛特店	154	2014 年	辽宁省鞍山市铁东区胜利南路 42 号市政府新玛特
34		营口万隆广场店	115	2014 年	辽宁省营口市鲅鱼圈区昆仑大街 18 号万隆广场
35		丹东世纪名品店	180	2013 年前	辽宁省丹东市振兴区七经街 14 号
36		丹东东港店	130	2013 年前	辽宁省东港市大众区黄海路 93 号
37		锦州店	86	2013 年前	辽宁省锦州市古塔区宜昌路二段 19-82 号
38		盘锦店	330	2013 年前	辽宁省盘锦市兴隆台区兴三街
39		本溪华联商场店	95	2013 年前	辽宁省本溪市平山区华联街 1 号
40		本溪新玛特商场店	87	2013 年前	辽宁省本溪市平山区解放南路 8 号
41		朝阳丽都名品店	130	2013 年前	辽宁省朝阳市朝阳大街 3 段 50 号
42		阜新新玛特商场店	130	2013 年前	辽宁省阜新市解放大街 56 号
43		葫芦岛大江名品店	130	2013 年前	辽宁省葫芦岛市连山区新华大街 15 号 D 座
44		铁岭新玛特商场店	85	2013 年前	辽宁省铁岭市银州区南马路 29 号
45		凤城店	90	2013 年前	辽宁省凤城市龙源路步行街 18 号
46		金州美晨百货店	48	2013 年前	辽宁省大连市市金州区胜利路 80 号
47		普兰店	60	2013 年前	辽宁省普兰店市商业大街
48		瓦房店大伟时代广场店	129	2013 年前	辽宁省瓦房店市北共济街三段大伟时代广场
49		兴城店	186	2013 年前	辽宁省兴城市兴海路二段大江名品广场
50		岫岩店	48	2013 年前	辽宁省岫岩县大宁街古田商场
51		宽甸店	70	2013 年前	辽宁省宽甸县南门东街金水商场
52		辽中店	70	2013 年前	辽宁省辽中县商业街 115 号
53		黑山店	115	2013 年	辽宁省黑山镇八街综合市场北侧大红嘉园
54		凌源店	30	2013 年前	辽宁省凌源市南小什字南大街 118-6 号
55		绥中店	113	2013 年前	辽宁省绥中市外环路金鼎嘉苑
56		台安店	115	2013 年前	辽宁省台安县金帝三期八角台商业街中心
57		桓仁店	160	2013 年前	辽宁省本溪市桓仁满族自治县镇新市街
58		庄河店	78	2013 年前	辽宁省庄河市黄海大街一段 398 号
59		辽阳友谊店	88	2014 年	辽宁省辽阳市白塔区民主路大连友谊商城
60		太古商场店	60	2014 年	辽宁省大石桥市中心市场邮电大厦一楼
61		建平丽都名品广场	54	2014 年	辽宁省建平县叶柏寿镇人民路万方汇大楼
62		奥古名品	50	2014 年	辽宁省沈阳市新民市辽河大街

63		盘锦凯帝际连店	40	2015 年	辽宁省盘锦市兴隆台区水游城西门对面
64		开原新玛特店	107	2016 年	辽宁省开原市新华路
65	天津	静海佳荣商厦店	78	2015 年	天津市静海县东方红路佳荣商厦三楼
66	内蒙古	呼和浩特民族商场店	85	2013 年前	内蒙古呼和浩特市回民区中山西路 69 号
67		呼和浩特维多利商厦店	87	2013 年前	内蒙古呼和浩特市回民区中山西路 39 号
68		包头百货大楼	90	2013 年	内蒙古包头市昆区钢铁大街 67 号
69		赤峰店	110	2013 年前	内蒙古赤峰市红山区哈达西街 77 号
70		赤峰二店	110	2016 年	内蒙古赤峰市昭乌达路中段
71		呼伦贝尔友谊商厦店	53	2013 年前	内蒙古呼伦贝尔市海拉尔市桥头街 10 号
72		通辽店	75	2013 年前	内蒙古通辽市科尔沁区明仁大街中段 355 号
73		扎赉特旗店	161	2016 年	内蒙古兴安盟扎赉特旗
74	甘肃	甘肃天水店	110	2013 年	甘肃省天水市秦州区官泉 1 号
75		甘肃陇南店	120	2015 年	甘肃省陇南市武都区蓝天莲湖广场
76	西藏	拉萨百益百货店	70	2013 年前	西藏自治区拉萨市城关区宇拓路 8 号
77		拉萨店	40	2013 年前	西藏自治区拉萨市北路中路 24 号
78		昌都阳光百货店	110	2016 年	西藏昌都卡若区昌都西路阳光百货
79	新疆	库尔勒天百店	87	2013 年前	新疆自治区库尔勒市人民东路 1 号
80		伊宁阳光店	103	2013 年前	新疆省伊宁市阿合买提江街七巷 1 号
81		百花村购物中心店	120	2014 年	新疆省石河子市北四路 165 号百花村购物中心
82	河北	石家庄北国商场店	56	2013 年前	河北省石家庄市中山东路 188 号
83		石家庄先天下商场店	74	2013 年前	河北省石家庄市中山东路 326 号
84		秦皇岛商城商场店	125	2013 年前	河北省秦皇岛市海港区河北大街 152 号
85		秦皇岛现代商城店	113	2013 年前	河北省秦皇岛市海港区民族路 44 号
86		唐山百货商场店	49	2013 年	河北省唐山市路北区新华东道 125 号
87		唐山丰润店	80	2013 年前	河北省唐山市丰润区曹雪芹大街西段 43 号
88		唐山凤购店	138	2014 年	河北唐山市北新西道 22 号
89		迁安东购店	67	2014 年	河北省唐山市迁安市东购商场
90		保定先天下商场店	67	2013 年	河北保定新市区朝阳北大街 799 号
91		保定保百店	63	2014 年	河北省保定市朝阳北大街 916 号保百购物广场
92		沧州店	374	2013 年前	河北省沧州市解放路
93		承德双百商场店	76	2013 年前	河北省承德市新华路北 1 号
94		邯郸新世纪商场店	84	2013 年前	河北省邯郸市中华大街 29 号
95		衡水衡百国际店	82	2013 年	河北省衡水市桃城区人民西路

96		张家口银座店	95	2014 年	河北省张家口市桥东区胜利路银座商城
97		遵化店	258	2013 年前	河北省遵化市海南大街鑫苑小区 3 号楼
98		廊坊明珠大厦店	50	2014 年	河北省廊坊市新华路 43 号
99		高碑店	90	2014 年	河北省高碑店市迎宾路 34 号
100		任丘华北店	109	2014 年	河北省任丘市会站道华北购物广场
101		张家口百盛店	104	2015 年	河北省张家口市桥东区滨河中路 2 号
102		邢台天一城店	105	2016 年	河北省邢台市桥东区新华北路天一城
103	山东	青岛城阳利群购物广场店	128	2013 年前	山东省青岛市城阳区正阳中路 155 号
104		莱州利群购物广场店	88	2014 年	山东省烟台莱州市文化东路 55 号
105		济宁银座商城店	87	2014 年	山东省济宁市太白东路 51 号
106		东营中百大楼店	84	2013 年前	山东省东营市西四路 641 号
107		东营东城银座店	65	2013 年前	山东省东营市东三路 138 号
108		潍坊中百大厦店	110	2013 年	山东省潍坊市潍城区胜利西街 233 号
109		潍坊世纪泰华商场店	119	2013 年前	山东省潍坊市东风东街 360 号
110		潍坊银座商场店	103	2014 年	山东省潍坊市奎文区胜利东街 389 号
111		聊城金鼎购物中心店	104	2013 年前	山东省聊城市东昌东路 139 号
112		德州德州百货店	86	2013 年	山东省德州市湖滨中大道 118 号
113		胶州利群购物广场店	82	2013 年前	山东省胶州市澳门路 298 号
114		即墨利群财富广场店	110	2013 年	山东省即墨市鹤山路 939 号
115		寿光全福元商厦店	100	2013 年前	山东省寿光市学院路 1699 号
116		贵和购物广场店	86	2015 年	山东省济宁市金宇路 59 号
117		银座中心店	84	2015 年	山东省临沂市兰山区沂蒙路与红旗路交汇处
118		银座和谐店	96	2015 年	山东省临沂市兰山区通达路与解放路交汇处
119		日照新玛特商场店	110	2016 年	山东省日照市新市区泰安路 179 号
120		日照银座店	84	2015 年	山东省日照市新市区北京路中段
121		日照万象汇店	146	2016 年	山东省日照市烟台路与淄博路交汇处
122		威海振华百货店	83	2016 年	山东省威海市新威路 89 号
123		龙口振华百货店	85	2016 年	山东省龙口市黄城东莱街道 260 号
124	河南	平顶山丹尼斯百货	75	2013 年	河南省平顶山市矿工路与中兴路交叉口
125		周口万顺达百货	103	2013 年	河南省周口市七一路中段
126		红都时代广场店	123	2014 年	河南省南阳市人民路 56 号红都时代广场
127		信阳店	133	2014 年	河南省信阳市浉河区北京路金杯财富大厦
128		胖东来百货店	73	2016 年	河南省新乡市平原路胖东来百货
129		河南漯河店	75	2015 年	河南省漯河市源汇区滨河路昌建外滩

130		安阳丹尼斯百货店	115	2015 年	河南省安阳市文峰区三道
131		洛阳长申店	105	2015 年	河南省洛阳市辽宁路与丽新路交叉口
132		三门峡凡尼斯百货店	98	2016 年	河南省三门峡市六峰路丹尼斯百货
133		义马店	60	2016 年	河南省义马市珠江路中段文化城
134	山西	大同华林新天地商场店	120	2013 年前	山西省大同市魏都大道与清远西街交叉口
135		大同百盛店	108	2016 年	山西省大同市永泰南路百盛购物中心
136		晋城凤展新时代商场店	104	2013 年前	山西省晋城市新市西街 858 号
137		晋中店	90	2013 年前	山西省晋中市榆次区迎宾路 15 号
138		临汾世纪百悦商场店	80	2013 年前	山西省临汾市解放西路商会巷 37 号
139		吕梁店	112	2013 年前	山西省吕梁市离石滨河路 224 号
140		忻州店	153	2013 年前	山西省忻州市元遗山路
141		阳泉华联商场店	80	2013 年前	山西省阳泉市桃南东路 89 号
142		运城恒隆国际购物中心店	92	2014 年	山西运城市恒隆国际购物中心
143		临汾安达圣购物中心店	98	2015 年	山西省临汾市尧都区解放路 31 号
144		临汾新天地店	138	2015 年	山西省临汾市尧都区向阳路 29 号
145	陕西	宝鸡聚丰天下汇商场店	80	2013 年	陕西省宝鸡市经二路 138 号
146		咸阳店	80	2013 年前	陕西省咸阳市乐育南路 28 号
147		汉中店	88	2013 年	汉中市汉台区天汉大道 20 号
148		汉中鼎鼎店	84	2016 年	陕西省汉中市天汉大道鼎鼎百货
149		榆林天惠商场店	140	2013 年前	陕西省榆林市湖滨南路 19 号
150	湖北	荆州店	137	2013 年前	湖北省荆州市荆中路 56-5 号
151		孝感店	100	2013 年前	湖北省孝感市文化路 2 号
152		咸宁店	92	2013 年前	湖北省咸宁市温泉淦河大道 49 号
153		松滋店	40	2013 年	松滋市新江口镇民主路 132 号
154		人民商场店	82	2015 年	湖北省十堰市茅箭区人民北路 1 号
155	湖南	株州百货大楼店	68	2013 年	株州市建设中路 1 号
156		常德 2 店	108	2013 年	常德市建设中路 1062 号
157		益阳 2 店	79	2013 年	益阳市大桃路 361 号
158		衡阳晶珠百货店	95	2013 年前	湖南衡阳市船山西路 2 号
159		怀化步步高商场店	90	2013 年前	湖南省怀化市迎丰西路 207 号
160		吉首店	100	2013 年前	湖南吉首市湘泉步行街 C 栋 10-13 号
161		娄底店	120	2013 年前	湖南省娄底市湘阳街
162		邵阳步步高商场店	55	2013 年前	湖南省邵阳市宝庆东路 50 号

163		岳阳店	120	2013 年前	湖南省岳阳市东茅岭路 103 号
164		郴州店	120	2013 年前	湖南省郴州市八一西路步行街 36 号
165	江西	赣州店	150	2013 年前	江西省赣州市文清路 23 号
166		南昌财富广场店	87	2016 年	江西省南昌市八一大道 357 号
167		安庆店	107	2013 年前	安徽省安庆市建设路 101 号
168	安徽	滁州白云商厦店	110	2013 年前	安徽省滁州市南谯北路 738 号
169		六安白云商厦店	80	2013 年前	安徽省六安市解放中路明珠广场 1-20 号
170		无锡大东方商业大厦店	74	2013 年前	江苏省无锡市中山路 343 号
171		扬州金鹰购物中心店	44	2013 年前	江苏省扬州市汶河南路 120 号
172		南通文峰大世界店	62	2013 年前	江苏省南通市南大街 3-21 号
173		淮安金鹰购物中心店	60	2013 年前	江苏省淮安市淮海东路 126 号
174		江都商城店	38	2013 年前	江苏省扬州市江都区工农路 2 号
175		靖江店	50	2013 年前	江苏省靖江市骥江西路 367 号
176		张家港凯丽百货店	101	2013 年前	江苏省张家港市步行街 89 号
177		昆山商厦店	64	2013 年前	江苏省昆山市人民南路 146-148 号
178		泰州金鹰购物中心店	66	2013 年前	江苏省泰州市东进东路 18 号
179		宜兴新苏南商厦店	83	2013 年前	江苏省宜兴市太湖路 17 号
180	江苏	金坛店	60	2013 年	江苏省金坛市丹阳门中路 22 号
181		张家港第一人民商场店	99	2013 年前	江苏省张家港市步行街 35 号
182		吴江盛泽店	148	2013 年前	江苏省吴江市盛泽镇姚家坝桥 98 号
183		吴江万亚购物中心店	72	2013 年前	江苏省吴江市永康路步行街 199 号
184		沭阳店	140	2014 年	江苏省沭阳南京路 43 号
185		高邮世贸国际购物中心店	65	2015 年	江苏省高邮市屏淮路与通湖路交叉口
186		扬州京华城金鹰购物中心店	59	2015 年	江苏省扬州市邗江区京华城路 168 号
187		徐州 1 店	57	2015 年	江苏省徐州市中山北路 2 号
188		徐州 2 店	103	2015 年	江苏省徐州市淮海西路 270 号
189		连云港中央国际店	99	2016 年	江苏省连云港市新浦区解放中路中央国际百货
190		杭州萧山党山店	50	2013 年前	浙江省杭州市萧山区党山镇碧苑路 165 号
191		杭州余杭店	80	2013 年前	浙江省杭州市余杭区余杭镇禹航路 420-426 号
192	浙江	富阳店	60	2016 年	浙江省杭州市富阳区江滨西大道 6 一 18 号
193		临平店	40	2016 年	浙江省杭州市余杭区南苑街道人民大道 555 号
194		宁波东门银泰店	79	2013 年前	浙江省宁波市中山东路 238 号
195		宁波万达银泰店	54	2013 年前	浙江省宁波市四明中路 999 号

196		宁波东方世纪银泰店	57	2013 年前	浙江省宁波市中山东路 1111 号
197		宁波天一国际购物中心店	100	2013 年前	浙江省宁波市中山东路 166 号
198		宁波罗蒙环球银泰城店	90	2016 年	宁波市鄞州区天童南路 1088 号环球银泰城
199		绍兴店	70	2013 年前	浙江绍兴市府山横街 82－88 号
200		台州路桥店	50	2013 年	浙江省台州市路桥区银座街 313-315 号
201		永康华联商厦店	70	2013 年前	浙江省永康市胜利街 2 号
202		义乌店	110	2013 年前	浙江省义乌市县前街 97-107 号
203		东阳好乐多店	136	2013 年前	浙江省东阳市吴宁西路 11 号
204		上虞大通购物商场店	120	2013 年前	浙江省上虞市百官街道人民中路 193 号
205		上虞新大通购物商场店	103	2013 年前	浙江省上虞市市民大道 689 号
206		兰溪店	60	2013 年前	浙江省兰溪市大阙路 72 号
207		龙游店	100	2013 年前	浙江省衢州市龙游县荣昌大道 442 号
208		苍南店	80	2013 年前	苍南县灵溪镇人民大道时代都市广场 359-367 号
209		嘉兴江南大厦店	56	2013 年前	浙江省嘉兴市中山东路 481 号
210		龙港店	160	2013 年前	浙江省苍南县龙港镇泰安路 18-21 号
211		玉环店	100	2013 年	浙江省玉环县锦盛购物中心东区 1 楼
212		上虞万和城商场店	120	2013 年	浙江省上虞市市民大道 688 号
213		德清店	50	2013 年	浙江省湖州市德清县永安街 92-0 号
214		舟山凯虹广场店	87	2013 年前	浙江省舟山市普陀区东港兴普大道 288 号
215		舟山一百店	43	2014 年	浙江省舟山市定海区人民中路 29 号
216		桐庐店	65	2016 年	浙江省杭州市桐庐县桐庐春江路 42 号
217		象山店	73	2016 年	浙江省象山县丹城镇丹东街道 219 号
218		余姚店	100	2013 年前	浙江省余姚市大黄桥南路 114-2 号
219		衢州东方商厦店	80	2013 年前	浙江省衢州市劳动路 1 号
220		建德店	50	2013 年前	浙江省建德市新安江新安路 187 号
221		金华第一百货店	74	2013 年前	浙江省金华市西市街 159 号
222		海宁店	50	2015 年	浙江省海宁市银泰城江苑路 108 号
223		织里店	30	2015 年	浙江省湖州市织里镇富民南路 121 号
224		宁波天一银泰店	68	2015 年	浙江省宁波市海曙区中山东路 188 号
225		临安店	100	2015 年	浙江省临安市锦城镇城中街 812 号
226		浦江店	40	2016 年	浙江省浦江县人民东路 33 号
227	贵州	兴义 1 店	120	2013 年前	贵州省兴义市盘江西路 3 号
228		兴义 2 店	103	2013 年	贵州省兴义市南环路 27 号

229		凯里店	139	2016 年	贵州省凯里市韶山南路 25 号宏宇大厦
230		都匀店	355	2016 年	贵州省都匀市江城大厦
231	重庆	重庆北碚店	108	2013 年前	重庆市北碚区嘉陵风情步行街 10 号
232		温江店	120	2016 年	四川省成都市温江区柳城政和街 45 至 51 号
233		成都新都店	105	2013 年前	四川省成都市新都区上南街 53-55 号
234		成都龙泉君尚国际店	98	2014 年	四川省成都市龙泉驿区东街 15 号君尚国际
235		成都大丰店	125	2016 年	四川省成都市新都区大丰镇三元大道 8 号-12 号
236		德阳洋洋百货商场店	105	2013 年	四川省德阳市旌阳区长江西路二段
237		乐山店	125	2013 年前	四川省乐山市市中区凤凰路中段 47 号
238		乐山五通桥店	123	2013 年前	四川省乐山市五通桥竹根镇双江路 208 号
239		泸州汇通百货店	85	2013 年前	四川省泸州市江阳区江阳北路 6 号
240		重庆百货店	95	2014 年	泸州市江阳区慈善路 139 号重庆百货
241		时代商都店	98	2014 年	四川省泸州市大山坪时代商都二楼
242		眉山店	200	2013 年前	四川省眉山市三苏路 127-129 号
243		内江店	105	2013 年前	四川省内江市汉安大道欧锦行百货
244		内江市威远店	90	2013 年前	四川省内江市威远县桂花街第 34 号
245		攀枝花店	152	2013 年前	四川省攀枝花市东区机场路 1 号
246	四川	巴中店	151	2013 年前	巴中市巴州区江北广场九洲商业城一楼大通名店
247		达州店	110	2013 年前	四川省达州市通川区大北街 150 号
248		遂宁永逸百货店	118	2013 年前	四川省遂宁市遂州南路 270 号
249		雅安店	150	2013 年前	四川省雅安市雨城区大北街 24 号
250		资阳欧度春天百货店	120	2013 年前	四川省资阳市和平路下西街 10 号
251		自贡新美国际店	88	2013 年前	四川省自贡市汇兴路中段
252		百盛商场店	133	2016 年	四川省自贡市汇兴路新美广场
253		宜宾莱茵店	205	2013 年前	四川省宜宾市翠屏区南岸莱茵河畔香榭里大道 43-1 号米兰之星
254		广安店	128	2016 年	四川省广安市城南民安下街 19 号
255		广安邻水店	84	2013 年	四川省广安市邻水县恒源国际新城古邻大道
256		西昌达达春天百货店	84	2013 年	四川省西昌市大巷口下街达达春天百货
257		峨眉店	124	2013 年前	四川省峨眉山市金顶北路 141 号
258		崇州店	89	2013 年前	四川省崇州市西街 20 号
259		广汉店	137	2013 年前	四川省广汉市中山大道南一段 63 号
260		江油 1 店	100	2013 年前	四川省江油市涪江中段 278 号

261		夹江店	163	2013 年	四川省乐山夹江县濡城镇王水井街 341-361 号
262		簇桥店	95	2013 年	四川省成都市武侯区簇桥龙井北街 94 号
263		四川简阳店	92	2013 年	四川省简阳市政府街香港城 66 号公寓 15-16 号
264		彭州店	145	2013 年前	四川省彭州市置信 C 区国泰西路 40 号
265		郫县店	142	2013 年前	四川省成都市郫县南大街 25-33 号
266		郫县犀蒲店	85	2013 年前	四川省成都市郫县犀浦镇江西街 142 号
267		邛崃店	135	2013 年前	四川省邛崃市惠民路 115 号
268		仁和名品店	120	2016 年	四川省仁寿县城北新一中斜对面
269		双流店	95	2013 年前	四川省成都市双流县棠湖南路 1 段 109-113 号
270		华阳君凌国际店	103	2013 年前	四川省成都市双流县华阳镇华新中街 31 号
271		新津店	52	2013 年前	四川省新津县五津南路 142-144 号
272		平昌店	80	2014 年	四川省平昌县江口镇信义大道龙熙国际大酒店
273		广元美成汇店	109	2014 年	四川省广元市大西街 19 号
274		都江堰百伦店	104	2014 年	四川省都江堰市都江堰大道 211 号百伦百货
275		宣汉锦汉名都店	87	2015 年	四川省达州市宣汉县城新区金鼓广场
276		白河路店	151	2015 年	四川省成都市双流县白河路一段 2 号
277		南充新世纪百货店	103	2016 年	四川省南充市顺庆区人民南路 66 号
278	云南	昆明柏联店	65	2013 年前	云南省昆明市同仁街 410 号
279		昆明金格百货汇都店	73	2013 年前	云南省昆明市白塔路 131 号
280		昆明金格百货金格店	80	2013 年前	云南省昆明市东风东路 9 号
281		昆明金格百货时光店	100	2013 年前	云南省昆明市北京路 985 号
282		昆明百大店	71	2014 年	云南省昆明市五华区东风路 99 号
283		大理店	110	2013 年前	云南省大理下关建设路 DE7-9 号
284		玉溪名店	113	2013 年前	云南省玉溪市凤凰路 98 号
285		西双版纳二店	155	2013 年前	云南省西双版纳州景洪市勐龙路 8 号
286		西双版纳一店	40	2013 年前	云南省西双版纳州景洪市勐龙路 6 号
287		个旧二店	180	2013 年前	云南省个旧市金湖东路 215-219 号
288		蒙自店	180	2013 年前	云南省蒙自市银河路同德广场 D 座 1-8 号
289		云南文山店	91	2013 年	云南省文山市普阳路盛阳商业广场 18 号
290		保山五洲店	130	2016 年	保山市隆阳区五洲国际广场
291		云南普洱店	54	2013 年	云南省普洱市思茅区人民东路金凤酒店一楼
292		建水店	210	2014 年	云南省建水市朝阳北路北门商城
293		云南宣威店	120	2014 年	云南省宣威市西宁路

294		云南瑞丽店	56	2014 年	云南省德宏州瑞丽市卯喊路 34 号
295		曲靖店	122	2015 年	曲靖市麒麟区南宁西路凤苑名汇
296		丽江店	84	2015 年	云南省丽江市古城区香格里大道 990 号
297		楚雄店	87	2015 年	云南省楚雄市龙江路 3-5 号
298	福建	福州店	50	2013 年前	福建省福州市五一北路 172 号
299		厦门巴黎春天店	80	2013 年前	福建省厦门市中山路 76-132 号
300		厦门免税店	45	2016 年	厦门市湖里区兴隆路信达免税商场
301		泉州店	50	2013 年前	福建省泉州市打锡街 80-84 号
302		龙岩店	160	2013 年前	福建省龙岩市登高西路丰华商城 1 号楼 4 号店
303		福清店	40	2013 年前	福建省福清市清昌大道锦绣家园 3 号楼
304		惠安店	50	2013 年前	福建省惠安县螺城镇中山北路 13-17 号
305		仙游店	70	2013 年前	福建省仙游县锂城洪桥社区解放中路
306		同安店	40	2013 年	厦门市同安区三秀街随缘百货 17-19 号
307		同安马巷店	80	2016 年	福建省厦门市同安区马巷镇巷南一里 1 号楼
308		SM 广场商场店	80	2014 年	福建省厦门市湖里区嘉禾路 468 号
309		水头店	50	2013 年前	南安市水头镇东南财富广场 27 幢 B 座 128 号
310		漳州华隆百货店	50	2015 年	福建省漳州市南昌路 C 幢 8 号
311	广东	惠州店	133	2013 年前	广东省惠州市南坛西路 17 号
312		揭阳店	120	2013 年前	广东省揭阳市揭丰公路富榕大厦 3-5 号
313		汕头店	80	2013 年前	广东省汕头市金平区海滨路文化宫南面 40 号
314		河源二店	119	2014 年	广东省河源市源城区兴源路永居大厦
315		增城新塘店	90	2016 年	广东省增城市广深大道中 83 号
316		阳江店	30	2015 年	广东省阳江市江城区石湾南路 1258 号
317		海丰店	20	2015 年	广东省汕尾海丰县城红城大道西公安局旁边
318	广西	北海和安商港店	60	2013 年前	广西自治区北海市北部湾中路 35 号
319		柳州五星商业大厦店	82	2013 年	广西省柳州市城中区中山中路 1 号
320	海南	海口望海国际广场店	110	2013 年前	海南省海口市海秀东路 8 号
321		三亚一方百货店	61	2013 年前	海南省三亚市解放二路 261 号
322		三亚夏日百货店	87	2013 年前	海南省三亚市大东海海韵路 1 号
323		三亚步行街店	20	2013 年前	海南省三亚市解放路步行街 124-126 号
324		儋州店	94	2014 年	海南省儋州市人民中路
325		海口友谊商业广场店	105	2015 年	海南省海口市大同路 2 号海南友谊商业广场
326		海南首创莲心大道店	163	2015 年	海南省万宁市莲兴大道 1 号

327	宁夏	银川新华百货店	120	2015 年	宁夏省银川市兴庆区新华东街 138 号
328		银川东方红店	74	2015 年	宁夏省银川市兴庆区胜利街 404 号

公司统一按照吊牌价的固定折扣比例向加盟商供货，对加盟商无销售返点的政策。结算方式主要系每年两次订货会后按比例收取订金，发货时先按订单结算货款后发货；此外，公司会对少数优质加盟商给予一定的信用额度。公司对加盟商实行买断式销售政策，不接受非质量问题的退货；但为减少加盟商的经营风险，支持加盟商的业务发展，公司允许加盟商在春夏季、秋冬季结束时能按一定的比例申请非质量问题换货，换出部分未售出的当季服装，换入总价相同的后一季新品。换货率按加盟商的合作评级的不同，从 10%到 20%不等。报告期内，加盟商非质量问题换货情况如下：

项目	2016年1-9月	2015年度	2014年度	2013年度
当年发生的非质量问题实际换货发生额（万元）	2,259.60	2,824.06	2,634.48	2,262.06
对应季节换货调整前加盟模式实现收入（万元）	17,848.34	22,988.28	21,595.93	18,819.72
加盟商的平均换货率	12.66%	12.28%	12.20%	12.02%

报告期公司对加盟商未收取加盟费、商标许可使用费等费用，加盟合同都是一年一签，符合条件的经双方协商可以续签。报告期内，公司与加盟商合作良好，不存在纠纷。

报告期内，进入各期公司加盟店销售额前十名的门店共 14 家，其开业时间如下表所示：

序号	门店名称	开业时间	门店实际控制人
1	玉溪名店	2013 年以前	余午霖
2	保山店	2013 年以前	余午霖
3	大理店	2013 年以前	余午霖
4	昆明金格百货时光店	2013 年以前	余午霖
5	宁波天一国际购物中心店	2013 年以前	楼安莉
6	宁波东门银泰店	2013 年以前	楼安莉
7	慈溪银泰店	2013 年以前	楼安莉
8	大庆百货大楼店	2013 年以前	贡国生
9	大庆新潮国际店	2013 年以前	贡国生
10	葫芦岛大江名品店	2013 年以前	王宝江
11	泰州金鹰购物中心店	2013 年以前	王智芬

12	普兰店	2013 年以前	陈彤
13	海口望海国际广场店	2013 年以前	黄勇
14	三亚夏日百货店	2013 年以前	林明宇

新增加盟商对收入增长的贡献情况如下表：

年 度	新增加盟销售收入（万元）	全部收入增长额（万元）	新增加盟商对收入增长贡献率
2016 年 1-9 月	453.33	6,247.78	7.26%
2015 年度	948.13	10,393.13	9.12%
2014 年度	1,288.75	8,240.66	15.64%
2013 年度	1,670.54	11,140.00	15.00%

近三年新增加盟商对收入增长的贡献率基本都在 7.26%-15.64%，新增加盟商当期销售额对公司收入增长贡献率影响不大。

3、公司销售渠道拓展情况

报告期内，公司的门店拓展情况如下表所示：

单位：家

年份	门店类别	期初数	本期新增	本期关店	期末数
2016年1-9月	直营店	280	12	19	273
	加盟店	321	37	30	328
	合计	**601**	**49**	**49**	**601**
2015年	直营店	251	50	21	280
	加盟店	308	37	24	321
	合计	**559**	**87**	**45**	**601**
2014年	直营店	225	48	22	251
	加盟店	295	42	29	308
	合计	**520**	**90**	**51**	**559**
2013年	直营店	200	47	22	225
	加盟店	274	47	26	295
	合计	**474**	**94**	**48**	**520**

报告期内，公司关闭门店的数量分别为 48 家、51 家、45 家、49 家，关闭的原因主要有以下 3 种：（1）商场整体装修或关闭；（2）商圈转移，门店经营不善；（3）合同到期未续约。其中报告期内加盟店因合同到期未续约的数量分别为 2 家、2 家、3 家、1 家，占报告期内各期加盟门店数量的比例较低。

公司开关店主要考虑因素包括：店/柜所在地理位置、经营管理和财务情况，对店/柜的盈利能力、发展潜力、存在意义进行综合评价，商场对门店的考核指标及门店本身的经营情况等。公司报告期内开关店情况反映了市场经营的优胜劣汰，符合市场经济规律。

报告期内，公司不存在大量新增店面与关闭店面在同一区域的情况。报告期内，公司同一区域直营店、加盟店开关店具体情况如下：

报告期内，公司直营门店开关店处于邻近区域的情况如下：

年度	新开店名称	新开店地址	关店名称	关店地址	同一区域同一年开关店原因
2015 年度	合肥商之都宿州路店	安徽省合肥市宿州路 8 号	合肥金鹰百花井店	安徽省合肥市寿春路 108 号	原商场歇业
	青岛春天文阳路店	青岛市城阳区文阳路 269 号	青岛盛文黑龙江中路店	青岛市城阳区黑龙江中路 228 号	原商场经营不善，合同到期
	太原机场 T1 内 1 店	山西省太原市武宿国际机场 1 号航站楼	太原机场隔离区内 2 店	山西省太原市武宿国际机场 2 号航站楼	更换更好的店铺位置
2014 年度	贵阳星力瑞金店	贵州省贵阳市瑞金中路 50 号	贵阳喜莱登店	贵州省贵阳市中华南路 49 号	原合同到期，业绩差
	长沙红星店	湖南省长沙市湘府东路 2 段 517 号	长沙通程百货东塘店	长沙市劳动西路 589 号	长沙东塘店整体转型做其他行业
2013 年度	深圳机场 2 店	广东省深圳市国际机场 T3 航站楼	深圳机场店	广东省深圳市宝安国际机场 A 号楼	深圳机场启用新航站楼，关闭旧航站楼
	深圳机场 T3 店				

注：上表中同一区是指行政级别县（区）级划分的。公司 2016 年 1-9 月不存在直营门店在同一区域开关店的情况。

报告期内，公司加盟店开关店处于邻近区域的情况如下：

年度	新开店名称	新开店地址	关店名称	关店地址	同一区域同一年开关店原因
2016 年 1-9 月	温江店	成都市温江区柳城政和街 45 至 51 号	成都温江店	四川省成都市温江区和宁街 18-26 号	更换更好的店铺位置
	广安店	广安市城南民安下街 19 号	广安店	四川省广安市广宁路 321 号	更换更好的店铺位置

	桐庐店	浙江省杭州市桐庐县桐庐春江路 42 号	桐庐店	浙江省杭州市桐庐县城中杭路 251 号	搬迁到自有商铺
	象山店	浙江省象山县丹城镇丹东街道 219 号	象山店	浙江省象山县丹城镇天安路 144 号	搬迁到自有商场
	增城新塘店	广东省增城市广深大道中 83 号	增城新塘店	广东省增城市新塘镇解放北路海宇大厦	更换更好的店铺位置
	连云港中央国际店	江苏省连云港市新浦区解放中路中央国际百货	连云港苏宁广场店	江苏省连云港市新浦区通灌北路 58 号	商场调整
	胖东来百货店	河南省新乡市平原路胖东来百货	胖东来百货店	河南省新乡市健康路胖东来百货	商场整体搬迁
2015 年度	张家口百盛店	河北省张家口市桥东区滨河中路 2 号	张家口帝达商场店	河北省张家口市桥东区胜利北路 18 号	原商场老化严重，销售较差
	漳州华隆百货店	福建省漳州市南昌路 C 幢 8 号	漳州店	福建省漳州市芗城区南昌路世纪广场	原租赁地无法续租
	连云港苏宁广场店	江苏省连云港市新浦区通灌北路 58 号	连云港九龙大世界店	江苏省连云港市新浦区通灌北路 118 号	原商场暂停营业
2014 年度	时代商都店	四川省泸州市大山坪时代商都	泸州摩尔玛百货店	四川省泸州市江阳区江阳北路 19 号	原商场火灾关停，新开时代及重庆百货
	重庆百货店	四川省泸州市江阳区慈善路 139 号重庆百货			
2013 年度	漳州店	福建省漳州市芗城区南昌路世纪广场	漳州店	福建省漳州市芗城区南昌路 C 幢 8 号	商圈转移，更换门店位置
	柳州五星商业大厦店	广西省柳州市城中区中山中路 1 号	柳州工贸商厦店	广西省柳州市龙城路 2 号	更换门店至最好的位置
	齐齐哈尔店	黑龙江省齐齐哈尔市龙沙卜奎南大街 106 号	齐齐哈尔店	黑龙江省齐齐哈尔市龙沙区卜奎南大街 21 号	原门店经营面积较小，更换门店至更好的商场

近三年，公司在直营店数量方面，2014 年增长了 11.56%，2015 年增长了 11.55%；在加盟店数量方面，2014 年增长了 4.41%，2015 年增长了 4.22%。

近三年，在门店总体呈增长趋势的同时，公司单店业绩保持平稳上升。近三

年，公司直营店加权单店业绩分别为 171.43 万元、181.38 万元和 194.04 万元；其中非球会直营店的加权单店业绩分别为 193.58 万元、210.66 万元和 215.74 万元。2016 年 1-9 月，公司直营店加权单店业绩为 156.26 万元，其中非球会店加权单店业绩为 170.06 万元。公司单店业绩的平稳上升显示公司的品牌影响力逐年提升，在保持终端渠道稳步拓展的同时，维持了较高的盈利能力。

报告期内，公司折扣店情况如下：

年 度	期初折扣店数量（家）	本期开店数量（家）	本期关店数量（家）	期末折扣店数量（家）	销售金额（万元）	折扣区间
2016 年 1-9 月	43	9	3	49	12,078.40	2-5 折
2015 年度	33	12	2	43	13,893.22	2-5 折
2014 年度	29	7	3	33	11,706.44	2-5 折
2013 年度	26	3	-	29	9,080.06	2-5 折

公司新开直营门店相关费用支出主要为装修装饰费用，装修装饰费用发生时归集于长期待摊费用，并按装修装饰的更新周期分 3 年进行摊销。报告期内，公司直营店的开店数店分别为 47 家、48 家、50 家和 12 家；新开店装修装饰费用支出分别为 843.88 万元、1,075.70 万元、1,106.86 万元和 362.36 万元。

报告期内，公司新开店与老门店比较如下：

年份	种类	期末店数	存货（万元）	销售数量（万件）	营业收入（万元）	直接费用（万元）	门店考核利润率	坪效（营业收入/门店加权面积）
2016 年 1-9 月	新开门店	12	657.60	0.62	289.88	119.59	2.07%	0.35
	老门店	261	10,861.44	56.98	42,420.17	12,391.99	33.79%	1.67
2015 年度	新开门店	50	1,699.03	3.72	3,063.82	1,737.25	7.13%	1.31
	老门店	230	9,001.56	60.03	48,857.20	15,536.47	31.06%	2.39
2014 年度	新开门店	48	1,756.63	2.32	2,095.12	923.27	15.14%	1.23
	老门店	203	7,612.67	47.15	40,709.75	13,072.55	30.22%	2.35
2013 年度	新开门店	47	1,641.39	1.95	1,674.89	1,115.35	4.39%	0.94
	老门店	178	6,350,61	43.42	34,668.65	11,015.78	29.54%	2.25

注：上表中的门店考核利润率=门店考核利润/门店营业收入，其中门店考核利润=营业收入-营业成本-直接费用，直接费用是指可以按核算门店统计直接计入门店的费用，门店考核利润没有计算公司各项间接费用，仅仅用于公司内部利润考核。

报告期内，公司各类新开门店的毛利率与老门店的毛利率基本保持一致；新开门店销售收入及净利润率与老门店相比较低，主要是由于新开门店前期费用

高，尤其2013年度、2015年度新开门店中机场店数量较多，致使新开门店的销售费用较高，且新开门店规模效益未能在当期及时显现所致。

（五）发行人报告期主要产品销售情况

1、主营业务收入分产品品类构成

报告期内公司主营业务收入分产品品类构成如下表所示：

产品类别	2016 年 1-9 月		2015 年度		2014 年度		2013 年度	
	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）
上衣	29,620.36	48.89	35,016.16	46.46	31,635.05	48.69	28,726.62	50.64
下装	12,517.43	20.66	12,609.62	16.73	10,489.60	16.15	8,989.96	15.85
外套	15,787.67	26.06	23,775.38	31.55	20,459.19	31.49	17,362.46	30.61
其他	2,666.30	4.40	3,960.23	5.25	2,384.42	3.67	1,648.57	2.91
合计	60,591.76	100.00	**75,361.39**	**100.00**	**64,968.27**	**100.00**	**56,727.61**	**100.00**

注：各产品大类明细为（1）上衣类：T恤、针织衫、衬衫、开衫、背心等；（2）下装类：长裤、短裤、裙子；（3）外套类：风衣、尼克服、棉服、夹克、毛衣、羽绒服、大衣、皮衣等；（4）其他类：包、皮带、帽子、手套、内衣、袜子、围巾、鞋等

报告期内，公司现金销售的金额及占比如下：

项　目	2016 年 1-9 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
销售含税金额（万元）	70,892.36	88,172.83	76,012.87	66,371.30
其中：现金销售金额（万元）	603.27	521.39	514.02	512.69
现金销售占比	0.85%	0.59%	0.68%	0.77%

从上表可以看出，公司现金销售占比较低。公司现金销售主要系非联营方式的直营门店零售产生的。直营门店现金每日交班进行交接盘点，严格按照公司现金管理制度存入银行，不允许进行坐支；月底进行全面盘点，由区域主管和区域行政助理抽查监点，确保账实相符。

2、主要产品价格变动情况

报告期内，公司主要产品类别平均价格变化情况如下表：

产品类别	2016 年 1-9 月		2015 年度		2014 年度		2013 年度
	平均单价（元）	增长率（%）	平均单价（元）	增长率(%)	平均单价（元）	增长率（%）	平均单价（元）
上衣	710.61	-7.80	770.71	9.01	707.02	3.44	683.54
下装	514.55	-0.58	517.57	1.51	509.89	2.81	495.95

外套	1,617.11	-2.39	1,656.66	2.18	1,621.25	1.02	1,604.96
其他	306.62	-4.02	319.45	-3.19	329.97	-7.18	355.49

注：上表所列平均单价为公司各类产品的最终实现收入的价格。其中联营方式的直营店的产品价格按扣除合作方分成后计算、非联营方式直营店的产品价格按实际成交价格计算、公司销售给加盟商的产品价格按与加盟商的实际成交价格计算。

从上表可以看出，报告期内，公司主要产品上衣、下装和外套的平均单价保持平稳增长，主要原因在于：（1）比音勒芬品牌知名度和影响力不断提升，产品定价能力不断增强；（2）近年来，公司更加注重产品的面料档次及设计水平，产品品质得到不断的提高；（3）公司通过产品设计能力的提升，不断推出更具差异化、个性的新产品；同时公司供应链管理日趋完善，市场反应速度明显提高，公司产品的适销性得到不断提升。公司主要产品上衣、下装和外套 2016 年 1-9 月平均销售单价比 2015 年度平均销售单价低，主要原因在于 2016 年 1-9 月销售的产品主要为春夏季服装和少部分秋冬季服装，而春夏季服装的销售单价要低于秋冬季服装的销售单价。

3、报告期内向前五名客户的销售情况

报告期内向前五大客户销售情况如下表：

2016 年 1-9 月			
序号	**客户名称**	**金额（万元）**	**占当期销售总额比例**
1	广东天河城百货有限公司	2,691.45	4.44%
2	天虹商场股份有限公司	1,915.69	3.16%
3	广州菲尚商贸有限公司	1,594.31	2.63%
4	金鹰国际商贸集团（中国）有限公司	1,452.00	2.40%
5	重庆商社新世纪百货连锁经营有限公司	1,351.00	2.23%
	合计	9,004.46	14.86%
2015 年度			
序号	**客户名称**	**金额（万元）**	**占当期销售总额比例**
1	广东天河城百货有限公司	3,188.20	4.23%
2	天虹商场股份有限公司	2,050.21	2.72%
3	金鹰国际商贸集团（中国）有限公司	1,865.55	2.48%
4	重庆商社新世纪百货连锁经营有限公司	1,814.12	2.41%
5	北京王府井百货(集团)股份有限公司	1,780.92	2.36%
	合计	10,699.01	14.20%

2014 年度			
序号	客户名称	金额（万元）	占当期销售总额比例
1	广东天河城百货有限公司	2,576.60	3.97%
2	金鹰国际商贸集团（中国）有限公司	2,046.25	3.15%
3	北京王府井百货(集团)股份有限公司	1,972.22	3.04%
4	天虹商场股份有限公司	1,698.90	2.61%
5	重庆商社新世纪百货连锁经营有限公司	1,625.26	2.50%
	合计	9,919.23	15.27%
2013 年度			
序号	客户名称	金额（万元）	占当期销售总额比例
1	广东天河城百货有限公司	2,139.31	3.77%
2	金鹰国际商贸集团（中国）有限公司	1,757.03	3.10%
3	北京王府井百货(集团)股份有限公司	1,737.46	3.06%
4	重庆商社新世纪百货连锁经营有限公司	1,432.96	2.53%
5	北京燕莎友谊商城有限公司	1,138.16	2.00%
	合计	8,204.92	14.46%

上述客户均不属于报告期内本公司新增加的客户。

本公司股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员均未在报告期内公司前五大客户中持有权益或存在其他关联关系。

报告期内，公司直营渠道前五大客户销售情况如下表：

期间	序号	直营客户	金额（万元）	占比
2016 年 1-9 月	1	广东天河城百货有限公司	2,691.45	6.30%
	2	天虹商场股份有限公司	1,915.69	4.49%
	3	广州菲尚商贸有限公司	1,594.31	3.73%
	4	金鹰国际商贸集团（中国）有限公司	1,452.00	3.40%
	5	重庆商社新世纪百货连锁经营有限公司	1,351.00	3.16%
	小计		9,004.45	21.08%
2015 年度	1	广东天河城百货有限公司	3,188.20	6.14%
	2	天虹商场股份有限公司	2,050.21	3.95%
	3	金鹰国际商贸集团（中国）有限公司	1,865.55	3.59%
	4	重庆商社新世纪百货连锁经营有限公司	1,814.12	3.49%
	5	北京王府井百货(集团)股份有限公司	1,780.92	3.43%
	小计		10,699.01	20.61%

2014年度	1	广东天河城百货有限公司	2,576.60	6.02%
	2	金鹰国际商贸集团（中国）有限公司	2,046.25	4.78%
	3	北京王府井百货(集团)股份有限公司	1,972.22	4.61%
	4	天虹商场股份有限公司	1,698.90	3.97%
	5	重庆商社新世纪百货连锁经营有限公司	1,625.26	3.80%
	小计		9,919.23	23.17%
2013年度	1	广东天河城百货有限公司	2,139.31	5.89%
	2	金鹰国际商贸集团（中国）有限公司	1,757.03	4.83%
	3	北京王府井百货(集团)股份有限公司	1,737.46	4.78%
	4	重庆商社新世纪百货连锁经营有限公司	1,432.96	3.94%
	5	北京燕莎友谊商城有限公司	1,138.16	3.13%
	小计		8,204.92	22.58%

报告期内，公司加盟渠道前五大客户销售情况如下表：

期间	序号	加盟客户	金额（万元）	占比
2016年1-9月	1	昆明亚际贸易有限公司	1,093.66	6.12%
	2	上海有为贸易有限公司	549.51	3.07%
	3	葫芦岛市连山区彩红服饰销售中心	435.79	2.44%
	4	唐山君昆商贸有限公司	360.96	2.02%
	5	扬州市都汇来商贸有限公司	346.06	1.94%
		小计	2,785.97	15.58%
2015年度	1	昆明亚际贸易有限公司	1,506.47	6.43%
	2	上海有为贸易有限公司	652.93	2.79%
	3	黑龙江欧品时装有限公司（哈尔滨铂塔商贸有限公司）	551.41	2.35%
	4	葫芦岛市连山区彩红服饰销售中心	517.18	2.21%
	5	秦皇岛市辉彩服饰有限公司	410.24	1.75%
	小计		3,638.23	15.52%
2014年度	1	昆明亚际贸易有限公司	1,337.97	6.04%
	2	上海有为贸易有限公司	647.83	2.92%
	3	哈尔滨铂塔商贸有限公司	475.68	2.15%
	4	葫芦岛市连山区彩红服饰销售中心	359.80	1.62%
	5	秦皇岛市辉彩服饰有限公司	337.11	1.52%
	小计		3,158.39	14.25%

2013年度	1	昆明亚际贸易有限公司	1,063.60	5.22%
	2	上海有为贸易有限公司	723.54	3.55%
	3	石家庄尚姿商贸有限公司	450.22	2.21%
	4	哈尔滨铂塔商贸有限公司	423.93	2.08%
	5	鞍山市大东商贸有限公司	304.30	1.49%
	小计		2,965.60	14.55%

注：黑龙江欧品时装有限公司和哈尔滨铂塔商贸有限公司均为同一实际控制人控制的公司。

（六）发行人报告期内的采购情况

1、采购情况

公司生产环节全部外包，公司采购分为成衣、面料和辅料的采购。公司主要向成衣厂采购成衣用于销售，另外采购部分特殊性能面料及部分印有品牌标识的辅料并提供给成衣厂生产。目前国际、国内市场服饰面、辅料生产企业及成衣厂众多，供应商资源丰富。报告期内，公司采购情况如下：

单位：万元

项目	2016 年 1-9 月	2015 年度	2014 年	2013 年度
成衣	26,208.10	29,422.18	24,563.95	24,069.19
面料	741.66	620.62	502.11	1,009.42
辅料	575.96	771.76	763.14	655.64
合计	**27,525.71**	**30,814.56**	**25,829.20**	**25,734.24**

注：上述采购全部为非现金采购。

报告期内，公司所有产成品均是公司自行设计，并全部委托成衣厂生产。公司与成衣厂的合作方式分为两种。一种是公司直接采购成衣模式，即公司负责指定面料品牌，或指定面料的品质、规格和型号等，面料采购由成衣厂完成。产品生产完成以后，公司直接向成衣厂采购成衣。另一种是所谓的委外加工模式，即公司直接负责主要面料的采购，与面料提供商签订合同并发生交易，然后再将面料委托给成衣厂进行加工生产。报告期内公司主要采取直接采购成衣模式，委外加工模式占比较少。近三年一期，公司成衣采购金额分别为 24,069.19 万元、24,563.95 万元、29,422.18 万元和 26,208.10 万元，其中直接采购的成衣金额分别为 23,408.24 万元、23,876.49 万元、28,980.91 万元和 25,550.28 万元，占全部成衣成本的比重分别为 97.25%、97.20%、98.50%和 97.49%；公司委外加工的加工

费金额分别为 660.95 万元、687.46 万元、441.27 万元和 657.82 万元，占采购全部成衣成本的比重分别为 2.75%、2.80%、1.50%和 2.51%。

（1）外协加工费定价依据

在直接采购成衣模式下，公司与成衣厂按“原材料+外协加工费”总价进行结算；在委外加工模式下，公司与成衣厂按外协加工费总价进行结算。

两种模式下，外协加工费的定价方式相同。外协加工费主要考虑服装的生产成本、生产工艺及人员工资水平。近几年，随着人工费用的上升，各成衣厂的外协加工费有所提升。公司主要产品类别外协加工费单价基本情况为：外套平均每件 180-200 元左右，下装平均每件 75-80 元左右，上衣平均每件 50-60 元左右。

（2）报告期内主要外包方的基本情况、公司对其采购的价格、数量及结算方式

报告期内，公司向前十名供应商采购产品的金额分别为 13,773.73 万元、14,213.40 万元、15,382 万元和 13,630.93 万元，占公司报告期内各期总采购金额的比例分别为 53.52%、55.03%、49.91%和 49.52%。

①报告期内，公司各期采购前十名供应商，剔除重复后共 20 家，其基本情况如下表所示：

序号	供应商	注册地	成立时间	法定代表人	股东	注册资本	是否关联方
1	温州市名达服饰有限公司	浙江	2013-3-18	杨灿兴	杨武、杨灿兴、杨天丰	100 万元	否
2	佛山市金红棉服饰有限公司	广东	2013-1-15	邹良金	邹路娣、邱艺文、钟景冰、翟锐根、邹良金	100 万元	否
3	温州金威服饰有限公司	浙江	1999-8-27	高乐进	赵三联、高乐进	518 万元	否
4	广州市企隆服饰有限公司	广东	2006-12-12	罗湘龙	罗水花、罗仁龙、罗湘龙	200 万元	否
5	广州市展亚服装有限公司	广东	2008-6-10	吴国光	吴国光	150 万元	否
6	浙江迪丰服饰有限公司	浙江	1996-3-14	翁新国	翁贤君、翁建新、林建峰、翁怡新、翁新国	1080 万元	否
7	温州市名威实业有限公司	浙江	2007-10-31	金珍	温州市瓯泰服饰有限公司、金珍	500 万元	否
8	浙江爵派尔科技发展有限公司	浙江	1997-11-10	贾伟平	贾伟龙、贾伟平	2800 万元	否

9	海宁市龙马皮业有限公司	浙江	1997-7-24	李俊	李俊	5900 万元	否
10	温州多马服饰有限公司	浙江	2010-6-21	杨守道	杨守道、杨守想、王德快	50 万元	否
11	台州益生服饰有限公司	浙江	1990-4-23	卢勇	应仙花、张子龙、卢勇、张冬莲	258 万元	否
12	韩国 AP 公司	韩国	2012-3-20	郑允华	郑允华	3 千万韩币	否
13	广州市卓亿服装实业有限公司	广东	2011-5-16	江葵业	卢周武、江葵业、郑利克、吴国胜	300 万元	否
14	桐乡市星马针织制衣有限公司	浙江	2005-11-10	魏建华	星马国际投资有限公司、桐乡市皮卡丹尼服饰有限公司	80 万美元	否
15	浙江瑞丰服饰有限公司	浙江	2014-12-4	翁新国	翁贤君、翁建新、林建峰、翁怡新、翁新国	1000 万元	否
16	佛山市南海鑫骏鞋厂	广东	2013-1-31	汪建军	汪建军	——	否
17	韩国 HOYA 公司	韩国首尔	2007-5-7	Jung,Myeong Hee	이은필 (LEE EUN PILL) 60%；이은미 (LEE EUN MEE) 20%；HOYATEX 호야텍스 20%	5 千万韩币	否
18	韩国 FARAN 公司	韩国首尔	2010-6-9	유미진 (YOO MI JIN)	유미진 (YOO MI JIN)	1 亿五千万韩币	否
19	伊藤忠纤维贸易（中国）有限公司	上海	1998-9-30	友定宏之	伊藤忠(中国)集团有限公司、伊藤忠商事株式会社	1200 万美元	否
20	浙江爵派尔服饰有限公司	浙江	2004-9-20	贾伟平	浙江爵派尔科技发展有限公司、贾伟平、贾润	3000 万元	否

②公司与外协加工厂的结算方式主要为：公司须在合同签订后一周内首付合同总金额 30%作为预付款；外协加工厂需按公司要求完成货品的生产，经验收合格后向公司发货；公司在收到货品后支付到货金额的 20-60%；剩余货款在公司收到货后一个月内无质量问题及投诉后付清。

报告期各期公司采购前十供应商的采购价格及数量如下：

序号	供应商名称	采购类别	采购数量（万件）	采购价格（元/件）	采购金额（万元）
2016 年 1-9 月					
1	浙江爵派尔科技发展有限公司（浙江爵派尔服饰有限公司）	上衣类	10.47	181.85	1,903.97
		外套类	0.94	537.80	505.53
2	温州市名威服饰有限公司（温州市名达服饰有限公司）	上衣类	0.65	458.36	297.94
		下装类	2.97	184.52	548.03
		外套类	2.28	681.97	1,554.88
3	温州多马服饰有限公司	上衣类	0.36	342.79	123.40
		外套类	2.42	706.67	1,710.15
4	桐乡市星马针织制衣有限公司	上装类	3.72	313.13	1,164.84
		外套类	0.40	408.54	163.42
5	浙江瑞丰服饰有限公司（浙江迪丰服饰有限公司）	上衣类	0.69	303.05	209.10
		外套类	1.56	664.31	1,036.32
6	伊藤忠纤维贸易（中国）有限公司	上装类	0.72	233.02	167.77
		下装类	1.05	178.15	187.06
		外套类	0.31	393.25	121.83
		其他类	3.11	160.37	498.71
		面料	0.92	71.79	65.86
7	广州市展亚服装有限公司	下装类	4.87	183.52	893.72
8	温州金威服饰有限公司	下装类	4.79	183.89	880.01
9	韩国 HOYA 公司	上衣类	2.65	321.12	850.97
10	韩国 FARAN 公司	上装类	1.98	377.48	747.40
2015 年度					
1	温州市名威服饰有限公司（温州市名达服饰有限公司）	上衣类	2.66	468.64	1,244.29
		下装类	2.65	185.74	493.13
		外套类	4.81	686.28	3,298.39
2	温州多马服饰有限公司	上衣类	0.25	349.56	88.82
		外套类	2.48	725.10	1,800.06
3	广州市展亚服装有限公司	下装类	6.72	208.25	1,398.65
4	浙江瑞丰服饰有限公司（浙江迪丰服饰有限公司）	上衣类	0.74	307.50	226.87
		外套类	1.61	689.03	1,106.92
5	温州金威服饰有限公司	下装类	6.45	190.76	1,231.25
6	佛山市南海鑫骏鞋厂	其他类	3.40	285.36	969.90

7	浙江爵派尔科技发展有限公司	上衣类	4.80	182.44	875.54
		外套类	0.11	544.18	61.66
8	广州市企隆服饰有限公司	下装类	4.98	183.90	915.35
9	佛山市金红棉服饰有限公司	上衣类	4.34	190.08	824.17
		外套类	0.03	533.40	15.90
10	海宁市龙马皮业有限公司	外套类	0.53	1,570.49	831.10
2014 年度					
1	温州市名威实业有限公司(温州市名达服饰有限公司)	上衣类	1.68	464.19	781.60
		下装类	1.36	182.26	247.78
		外套类	3.00	690.01	2,070.64
2	海宁市龙马皮业有限公司	下装类	1.73	177.91	308.48
		外套类	0.85	1,561.35	1,333.70
3	浙江爵派尔科技发展有限公司	上衣类	8.09	180.89	1,463.31
		外套类	0.27	536.94	146.69
4	浙江迪丰服饰有限公司	上衣类	1.04	304.92	315.69
		外套类	1.91	657.45	1,258.22
5	温州多马服饰有限公司	上衣类	0.14	346.15	49.15
		外套类	1.70	720.76	1,226.44
6	台州益生服饰有限公司	上衣类	3.59	276.88	993.10
		外套类	0.40	557.75	221.59
7	佛山市金红棉服饰有限公司	上衣类	5.99	189.09	1,132.96
		下装类	0.01	173.65	1.75
		外套类	0.01	529.91	2.01
8	广州市企隆服饰有限公司	下装类	5.50	181.37	997.29
9	广州市展亚服装有限公司	下装类	5.46	180.56	986.14
10	温州金威服饰有限公司	下装类	3.45	195.92	676.86
2013 年度					
1	浙江迪丰服饰有限公司	上衣类	2.00	314.58	627.75
		外套类	3.35	678.73	2,274.56
2	温州市名威实业有限公司	上衣类	0.35	509.60	179.94
		下装类	0.37	181.84	66.99
		外套类	3.74	681.78	2,548.14
3	韩国 AP 公司	上衣类	3.19	285.51	911.37
		下装类	0.61	265.37	161.00

		外套类	0.42	644.14	267.70
4	广州市企隆服饰有限公司	下装类	7.08	175.86	1,245.68
5	佛山市金红棉服饰有限公司	上衣类	6.48	186.67	1,209.50
6	浙江爵派尔科技发展有限公司	上衣类	5.04	193.35	974.62
		外套类	0.07	543.87	36.60
7	台州益生服饰有限公司	上衣类	3.45	271.64	938.13
8	广州市卓亿服装实业有限公司	下装类	4.23	199.07	842.29
9	海宁市龙马皮业有限公司	外套类	0.52	1,598.60	830.63
10	桐乡市星马针织制衣有限公司	上衣类	2.25	292.72	658.83

报告期内，公司与成衣厂采取买断式的采购模式，不存在除质量问题以外的退换货情况，不存在除质保问题以外的退换货协议。公司与成衣厂之间的采购价格遵循市场原则，价格公允。公司与主要成衣厂的交易真实，不存在未披露的关联关系和关联交易。

（3）公司补货情况

补货是指公司除了订货的集中采购之外，根据市场销售情况对部分热销款式进行补充采购，补货的单价与原订货单价完全相同。随着规模的扩大、品牌影响力的提升以及经营管理水平的提高，公司以订货为主，补货为辅。由于公司对各直营门店有其考核指标，补货一般为直营店热销款式和加盟商追加的订单，公司补货比例一般在 1%以下。

报告期各期公司订货、补货的金额和比例情况如下：

年　度	订货金额（万元）	补货金额（万元）	补货比例
2016 年 1-9 月	26,208.10	233.25	0.89%
2015 年度	29,422.18	250.91	0.85%
2014 年度	24,563.95	228.60	0.93%
2013 年度	24,069.19	145.49	0.60%

报告期内，公司补货的金额和比例都非常小，补货主要是加盟商和直营店对热销款式进行追加的订单，公司一般在收到补货后就发货至加盟商或直营店，补货产品基本都已对外销售。

（4）面辅料的采购

比音勒芬品牌定位于高端品牌，对产品所用的面辅料要求较高。公司面料采购主要系每年参加国际面料展，采购一些代表未来潮流趋势、又适合公司风格的特殊性能面料推出市场，观察其市场销售效果。成衣厂生产公司委托其生产的产品所需的面辅料主要由以下三部分构成：

项目	面辅料	面辅料来源	特点
第一部分	少量特殊性能面料、辅料	公司提供	特殊性能面料或印有公司品牌标识的辅料
第二部分	大部分面辅料	成衣厂自主采购	即公司负责指定面料品牌，或指定面料的品质、规格和型号等
第三部分	剩余小部分面辅料	成衣厂自主采购	无特殊要求，只需符合常规服装生产要求

为维护公司品牌，保证设计、产品不流失，印有公司品牌标识的辅料全部由公司向特定供应商采购再提供给成衣厂缝制以制作出最终产品。另外，为使产品能够持续创新，公司每年参加定期参加国际面料展并采购一些代表未来潮流趋势、又适合公司风格的特殊性能面料用于制作新款产品。此部分采购面料由公司提供给成衣厂，形成产品后推出市场，观察其市场销售效果。

在面、辅料采购阶段，公司设立了面、辅料组，专门负责对面辅料产品的开发和质量控制等，确保从面辅料的研发到面辅料进货都实行有效的质量监督和控制。在产品的研发阶段，公司采取多部门的联合评审，按照统一的质量标准要求，对研发产品进行质量分析和生产可行性的评估；在产品生产阶段，公司设立跟单人员专人负责对产品的生产过程进行全程的质量监督和控制；在厂家出货前，成衣厂提交检测报告，公司安排专人实行质量检检；产品入库前，公司安排专员进行检验，不合格的产品杜绝进入仓库和配发，确保消费者得到优质的产品及服务。

报告期内，公司成衣、面料和辅料采购成本占成衣成本的比例如下表所示：

项　目	2016 年 1-9 月		2015 年度		2014 年度		2013 年度	
	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）
成衣采购金额	26,208.10	95.21	29,422.18	95.48	24,563.95	95.10	24,069.19	93.53
面料采购金额	741.66	2.69	620. 62	2.01	502.11	1.94	1,009.42	3.92
辅料采购金额	575.96	2.09	771.76	2.51	763.14	2.95	655.64	2.55
合　计	**27,525.71**	**100.00**	**30,814.56**	**100.00**	**25,829.20**	**100.00**	**25,734.24**	**100.00**

2、主要产品成本变动情况

报告期内，公司各品类产品成本变动情况如下表所示：

产品类别	2016 年 1-9 月		2015 年度		2014 年		2013 年度	
	平均成本(元/件)	增长率（%）	平均成本(元/件)	增长率（%）	平均成本(元/件)	增长率（%）	平均成本(元/件)	增长率（%）
上衣类	258.43	-6.78%	277.24	5.52	262.73	2.47	256.39	6.20
下装类	182.24	-2.95%	187.78	2.18	183.77	2.38	179.49	5.57
外套类	640.58	-2.19%	654.90	0.57	651.16	-4.72	683.39	2.45
其他类	132.25	4.66%	126.36	2.54	123.22	-7.95	133.87	14.11

公司主要产品上衣、下装和外套 2016 年 1-9 月平均成本比 2015 年度平均成本低，主要原因在于 2016 年 1-9 月销售的产品主要为春夏季服装和少部分秋冬季服装，而春夏季服装的平均成本要低于秋冬季服装的平均成本。

3、公司报告期内向前五名供应商采购情况

报告期内，公司向前五名供应商采购情况如下：

2016 年 1-9 月			
序号	供应商名称	金额（万元）	占当期采购总额比例(%)
1	浙江爵派尔科技发展有限公司（浙江爵派尔服饰有限公司）	2,409.50	8.75
2	温州市名威实业有限公司（温州市名达服饰有限公司）	2,400.85	8.72
3	温州多马服饰有限公司	1,833.55	6.66
4	桐乡市星马针织制衣有限公司	1,328.26	4.83
5	浙江瑞丰服饰有限公司（浙江迪丰服饰有限公司）	1,245.42	4.52
	合计	**9,217.58**	**33.49**
2015 年度			
序号	**供应商名称**	**金额（万元）**	**占当期采购总额比例(%)**
1	温州市名威实业有限公司(温州市名达服饰有限公司)	5,035.81	16.34
2	温州多马服饰有限公司	1,888.88	6.13
3	广州市展亚服装有限公司	1,398.65	4.54
4	浙江瑞丰服饰有限公司（浙江迪丰服饰有限公司）	1,333.79	4.33
5	温州金威服饰有限公司	1,231.25	4.00
	合计	**10,888.38**	**35.34**

2014 年度			
序号	**供应商名称**	**金额（万元）**	**占当期采购总额比例(%)**
1	温州市名威实业有限公司(温州市名达服饰有限公司)	3,100.02	12.01
2	海宁市龙马皮业有限公司	1,642.18	6.36
3	浙江爵派尔科技发展有限公司	1,610.00	6.24
4	浙江迪丰服饰有限公司	1,573.91	6.10
5	温州多马服饰有限公司	1,275.59	4.94
	合计	**9,201.70**	**35.65**
2013 年度			
序号	**供应商名称**	**金额（万元）**	**占当期采购总额比例(%)**
1	浙江迪丰服饰有限公司	2,902.31	11.28
2	温州市名威实业有限公司	2,795.07	10.86
3	韩国 AP 公司	1,340.07	5.21
4	广州市企隆服饰有限公司	1,245.68	4.84
5	佛山市金红棉服饰有限公司	1,209.50	4.70
	合计	**9,492.63**	**36.89**

注：温州市名威实业有限公司和温州市名达服饰有限公司为同一实际控制人控制的企业。浙江瑞丰服饰有限公司和浙江迪丰服饰有限公司为同一实际控制人控制的企业。浙江爵派尔科技发展有限公司和浙江爵派尔服饰有限公司为同一实际控制人控制的企业。

上述供应商中，温州多马服饰有限公司和温州金威服饰有限公司为报告期内本公司新增加的供应商。

近三年一期，本公司向温州多马服饰有限公司采购货品的金额分别为 0 万元、1,275.59 万元、1,888.88 万元和 1,833.55 万元，占相应年度采购总额比例分别为 0%、4.94%、6.13%和 6.66%。近三年一期，本公司向温州金威服饰有限公司采购货品的金额分别为 0 万元、676.86 万元、1,231.25 万元和 880.01 万元，占相应年度采购总额比例分别为 0%、2.62%、4%和 3.20%。

本公司股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员均未在报告期内公司前五大供应商中持有权益。

五、主要固定资产和无形资产

（一）主要固定资产情况

公司固定资产主要包括：机器设备、运输工具及办公设备。截至 2016 年 9

月 30 日，公司固定资产净值为 323.55 万元，具体情况如下：

单位：万元

项　目	原值	累计折旧	净值
机器设备	37.31	35.20	2.11
运输工具	587.41	475.33	112.07
办公设备	755.63	546.26	209.37
合　计	**1,380.35**	**1,056.80**	**323.55**

（二）土地使用权情况

1、土地使用权

本公司拥有位于广州市番禺区南村镇兴业大道 608 号共用面积为 8,000 平方米的国有土地使用权，该宗土地的性质为国有，土地用途为工业，土地使用权取得方式为出让，使用年限为自 2002 年 1 月 18 日至 2052 年 1 月 17 日止。

根据广东省人民政府关于推进“三旧”改造促进节约集约用地的若干意见（粤府【2009】78 号）、广州市人民政府关于加快推进“三旧”改造工作的意见（穗府【2009】56 号）以及《关于加快推进三旧改造工作的补充意见》（穗府【2012】20 号）等文件的规定，2011 年 11 月 25 日，依据本公司前身的申请，广州市规划局经审查，就重新调整前述土地使用权建设用地规划出具了《关于申请用地规划条件调整的复函》（穗规函【2011】8108）。根据该复函，公司上述国有土地使用权总用地面积被调整为 7,999 平方米，其中可建设用地面积为 7,356 平方米，道路用地 643 平方米，土地性质变更为为商业金融用地。

2012 年 10 月 26 日，就重新调整上述土地使用权建设用地规划事宜，公司与广州市国土资源和房屋管理局签署了《国有建设用地使用权出让合同变更协议》，根据该协议，公司现时拥有的位于广州市番禺区南村镇兴业大道南侧国有土地使用权之土地出让面积被调整为 7,356 平方米，土地用途被确认为批发零售用地、商务金融用地，就本次重新调整土地规划事宜，公司已向相关政府部门缴纳 29,576,606 元土地出让款。

2014 年 5 月 5 日，广州市人民政府重新向公司核发了“G05-000627 号”《国有土地使用证》。土地使用年限自 2012 年 10 月 26 日起计算。

2、公司租赁物业情况

截至 2016 年 9 月 30 日，公司的租赁物业情况如下：

序号	出租方	租赁期限	面积（m^2）	地址
1	广州市丰恒农产品进出口有限公司	2009.11.1 -2027.6.9	10,508.70	广州市番禺区南村镇兴业大道 309 号
2	珠海市珠港机场管理有限公司	2015.4.1 -2017.3.31	144	珠海市三灶镇海澄机场候机大楼
3	元翔（福州）国际航空港有限公司	2012.9.26 -2016.8.31	90	福州长乐国际机场候机楼内
4	南京豪邦商贸实业有限公司	2015.6.1 -2017.8.6	60	济南市槐荫区济南西站
5	北京锐而威商业管理有限公司	2011.8.1 -2017.7.31	约 100	北京南站高架候车厅
6	北京首都机场商贸有限公司吉林分公司	2012.12.1 -2016.11.30	72	长春龙嘉国际机场航站楼
7	宁波栎社国际机场	2013.7.1 -2018.6.30	80.00	宁波栎社国际机场候机楼内
8	贵州地矿投资有限公司、贵州银海益沣房地产开发有限公司、贵阳星力银海元隆百货有限公司	2016.4.30 -2016.8.31	175.60	贵阳市北京路 203 号银海元隆商业购物中心
9	西部机场集团宁夏机场有限公司	2014 年 6 月 15 日起至银川河东国际机场 T3 航站楼投入使用止	166	宁夏自治区银川市河东机场 2 号航站楼
10	北京首都机场商贸有限公司哈尔滨分公司	2014 年 1 月 1 日起至哈尔滨太平国际机场 T2 航站楼启用之日止	61.50	哈尔滨太平国际机场国内航站楼二楼安检后指廊廊道右侧
11	南京豪邦商贸实业有限公司	2014.9.1-2022.8.31	48	哈尔滨西站内高架候车层中央通道 G06
12	山西省民航机场集团公司	2015.1.1-2017.12.31	58	山西省太原市武宿国际机场 2 号航站楼出发层隔离区内
13	兰州中川机场管理有限公司	2015.2.4-2019.12.31	72	兰州市中川机场 T2 航站楼
14	北京首都机场商贸有限公司江西分公司	2015.1.19-2018.1.18	60	江西省南昌昌北国际机场 T2 航站楼

15	北京新燕莎商业有限公司	2015.1.16-2017.2.18	125	北京市远大路 1 号
16	北京首都机场商贸有限公司天津分公司	2015.2.9-2018.2.28	83	天津滨海机场 T2 航站楼
17	广州市番禺区城业塑胶有限公司	2015.4.1-2019.10.31	303	广州市番禺区兴南大道 798 号
18	广东省机场管理集团有限公司揭阳潮汕机场公司	2015.4.18-2018.4.17	49	广东省揭阳市揭阳潮汕机场航站楼三楼
19	广州市番禺区土地开发中心	2015.2.1-2018.1.31	17,087.46	番禺区石楼镇砺江路梅花岗
20	聂建国	2015.9.11-2021.9.30	284.03	成都高新区天府大道中段 1 号 1 栋 101 单元 1 层
			271.82	
21	西部机场集团宁夏机场有限公司	2016.1.1-2016.12.31	36	银川河东机场宿舍楼
22	成都优品道实业有限公司	2016.8.2-2017.2.28	142.59	四川省成都市青羊大道 99 号

上表所列第 4 项、第 5 项、第 6 项、第 9 项至第 14 项、第 16 项、第 18 项租赁房产系位于机场、火车站内的商铺，其出租方尚未取得相关房屋权属证明文件。机场、火车站作为城市的重要公共设施，其存续一般会具有一定程度的稳定性，单纯由于未取得建筑物产权证的原因被拆除或改变用途的可能性较小。

上述所列第 8 项租赁房产为贵阳银海元隆商业购物中心的商铺，其产权人未向公司提供权属证书及其他产权证明文件。上述所列第 15 项租赁房产为世纪金源时代购物中心的商铺，其产权人未向公司提供权属证书及其他产权证明文件。上述所列第 17 项租赁房产为位于番禺区南村镇 798 号的商铺，其产权人未向公司提供权属证书及其他产权证明文件。

上表所列第 19 项房产为出租方租赁给公司做为仓库之用，其产权人未向公司提供权属证书及其他产权证明文件。上表所列第 21 项房产为出租方租赁给公司做为员工宿舍之用，其产权人未向公司提供权属证书及其他产权证明文件。

（三）知识产权情况

1、商标

截至 2016 年 9 月 30 日，公司共计拥有 170 个有效商标。主要商标情况如下：

（1）国内注册商标

序号	权属人	商标图样	注册号	类别	使用期限
1	发行人	比音勒芬	6210659	25	2010/3/28-2020/3/27
2	发行人	SCOFIELD	6398713	34	2009/11/21-2019/11/20
3	发行人	SCOFIELD	6398714	28	2010/12/7-2020/12/6
4	发行人	SCOFIELD	6398715	25	2010/12/7-2020/12/6
5	发行人	J&A	6732172	25	2010/7/28-2020/7/27
6	发行人	J&A	9061972	18	2012/1/28-2022/1/27
7	发行人		3191128	25	2014/4/21-2024/4/20
8	发行人		3191129	18	2014/2/21-2024/2/20
9	发行人	红公仔	3491462	18	2005/4/21-2015/4/20；续展申请已受理
10	发行人	红公仔	3492000	25	2015/3/21-2025/3/20；
11	发行人	西关小姐	3491924	18	2015/3/28-2025/3/27；
12	发行人	西关小姐	3491999	25	2015/3/21-2025/3/20；
13	发行人	果子狸 MASKED PALM CIVET	3576023	18	2015/10/14-2025/10/13
14	发行人	果子狸 MASKED PALM CIVET	3576024	25	2015/9/28-2025/9/27
15	发行人		3737915	18	2016/6/28-2026/6/27
16	发行人		3737916	25	2016/6/21-2026/6/20
17	发行人		3869609	25	2007/1/14-2017/1/13
18	发行人		3968338	18	2007/8/21-2017/8/20
19	发行人		3968344	28	2007/8/21-2017/8/20
20	发行人		3869610	25	2007/3/7-2017/3/6
21	发行人		3968339	18	2007/8/21-2017/8/20

22	发行人		3977377	28	2007/8/21-2017/8/20
23	发行人		3274630	18	2014/3/28-2024/3/27
24	发行人		3310522	25	2014/7/7-2024/7/6
25	发行人		3491460	3	2005/7/14-2015/7/13；续展申请已受理
26	发行人		3491461	18	2016/1/21-2026/1/20
27	发行人		3492001	25	2015/8/28-2025/8/27
28	发行人		3737917	18	2016/6/28-2026/6/27
29	发行人		3737918	25	2016/6/21-2026/6/20
30	发行人		3757882	28	2016/8/7-2026/8/6
31	发行人		3919818	18	2007/4/21-2017/4/20
32	发行人		3919823	25	2007/4/28-2017/4/27
33	发行人		3919821	28	2007/4/21-2017/4/20
34	发行人		3919819	18	2007/4/21-2017/4/20
35	发行人		3919822	25	2007/4/28-2017/4/27
36	发行人		3919820	28	2007/4/21-2017/4/20
37	发行人		3968342	14	2016/12/7-2026/12/6
38	发行人		3968340	24	2007/8/21-2017/8/20
39	发行人		3968343	14	2016/12/7-2026/12/6
40	发行人		3968341	24	2007/8/21-2017/8/20
41	发行人		4397030	9	2007/9/7-2017/9/6
42	发行人		5525447	20	2009/8/28-2019/8/27
43	发行人		5525448	21	2009/8/28-2019/8/27
44	发行人		5525449	26	2009/9/28-2019/9/27

45	发行人		5525450	29	2009/5/21-2019/5/20
46	发行人		5525451	30	2009/6/21-2019/6/20
47	发行人		5525452	32	2009/6/21-2019/6/20
48	发行人		5525453	33	2009/6/14-2019/6/13
49	发行人		5525454	34	2009/4/7-2019/4/6
50	发行人		5907444	35	2010/3/28-2020/3/27
51	发行人	BIEM.LFDLKK	653780	25	2013/8/14-2023/8/13
52	发行人	BIEM.LFDLKK 比音勒芬	973146	25	2007/4/7-2017/4/6
53	发行人	DAKS	6398717	28	2010/12/07-2020/12/06
54	发行人		10056094	25	2012.12.7-2022.12.6
55	发行人	BNFN	10052053	18	2012.12.28-2022.12.27
56	发行人	BNFN	10056112	25	2012.12.7-2022.12.6
57	发行人	BACK NINE · FRONT NINE	10052565	18	2012.12.21-2022.12.20
58	发行人	BACK NINE · FRONT NINE	10056142	25	2012.12.7-2022.12.6
59	发行人	Biemlofen	10056227	18	2012.12.7-2022.12.6
60	发行人	Biemlofen	10056178	25	2012.12.7-2022.12.6
61	发行人	Biemlofen	10056269	28	2012.12.7-2022.12.6
62	发行人		10051884	18	2013.1.7-2023.1.6
63	发行人		10051989	18	2013.1.7-2023.1.6
64	发行人	比音勒芬	11381487	28	2014.1.21-2024.1.20
65	发行人		11381512	28	2014.1.21-2024.1.20
66	发行人		10052148	25	2014.2.14-2024.2.13
67	发行人		11381461	18	2014.1.28-2024.1.27

68	发行人	比音勒芬	11381448	18	2014.1.28-2024.1.27
69	发行人	比音勒芬	11381476	25	2014.1.28-2024.1.27
70	发行人		12466388	3	2014.9.28-2024.9.27
71	发行人		12466422	8	2014.9.28-2024.9.27
72	发行人		12466459	9	2014.9.28-2024.9.27
73	发行人		12466534	12	2014.9.28-2024.9.27
74	发行人		12466572	14	2014.9.28-2024.9.27
75	发行人		12466642	18	2014.9.28-2024.9.27
76	发行人		12466698	25	2014.9.28-2024.9.27
77	发行人		12466830	28	2014.9.28-2024.9.27
78	发行人		12449533	1	2014.9.21-2024.9.20
79	发行人		12449551	2	2014.9.21-2024.9.20
80	发行人		12449594	3	2014.9.21-2024.9.20
81	发行人		12449642	4	2014.9.21-2024.9.20
82	发行人		12449790	5	2014.9.21-2024.9.20
83	发行人		12449890	6	2014.9.21-2024.9.20
84	发行人		12450107	7	2014.9.21-2024.9.20
85	发行人		12450848	8	2014.9.21-2024.9.20
86	发行人		12451260	9	2014.9.21-2024.9.20
87	发行人		12451391	10	2014.9.21-2024.9.20
88	发行人		12451430	11	2014.9.21-2024.9.20
89	发行人		12456449	12	2014.9.28-2024.9.27
90	发行人		12456503	13	2014.9.28-2024.9.27

91	发行人		12456638	15	2014.9.28-2024.9.27
92	发行人		12456686	17	2014.9.28-2024.9.27
93	发行人		12456718	18	2014.9.28-2024.9.27
94	发行人		12457411	19	2014.9.28-2024.9.27
95	发行人		12457496	20	2014.9.28-2024.9.27
96	发行人		12457578	21	2014.9.28-2024.9.27
97	发行人		12457644	22	2014.9.28-2024.9.27
98	发行人		12457738	24	2014.9.28-2024.9.27
99	发行人		12457871	25	2014.9.28-2024.9.27
100	发行人		12457948	26	2014.9.28-2024.9.27
101	发行人		12457983	27	2014.9.28-2024.9.27
102	发行人		12458143	28	2014.9.28-2024.9.27
103	发行人		12458321	29	2014.9.28-2024.9.27
104	发行人		12458542	30	2014.9.28-2024.9.27
105	发行人		12458709	31	2014.9.28-2024.9.27
106	发行人		12458818	32	2014.9.28-2024.9.27
107	发行人		12458890	33	2014.9.28-2024.9.27
108	发行人		12458949	34	2014.9.28-2024.9.27
109	发行人		12458980	34	2014.9.28-2024.9.27
110	发行人		12459066	35	2014.9.28-2024.9.27
111	发行人		12459121	36	2014.9.28-2024.9.27
112	发行人		1245160	37	2014.9.28-2024.9.27
113	发行人		12459197	38	2014.9.28-2024.9.27

114	发行人		12459222	39	2014.9.28-2024.9.27
115	发行人		12459145	39	2014.9.28-2024.9.27
116	发行人		12465678	40	2014.9.28-2024.9.27
117	发行人		12465959	41	2014.9.28-2024.9.27
118	发行人		12466052	42	2014.9.28-2024.9.27
119	发行人		12466124	43	2014.9.28-2024.9.27
120	发行人		12466167	44	2014.9.28-2024.9.27
121	发行人		12466343	45	2014.9.28-2024.9.27
122	发行人	比音	12845673	25	2014.11.21-2024.11.20
123	发行人	DAKS	6398716	34	2009.11.21-2019.11.20
124	发行人		13602762	2	2015.2.7-2025.2.6
125	发行人		13603381	5	2015.2.14-2025.2.13
126	发行人		11381507	25	2014.6.7-2024.6.6
127	发行人		13620530	3	2015.2.14-2025.2.13
128	发行人		13620671	9	2015.2.28-2025.2.27
129	发行人		13620875	25	2015.2.14-2025.2.13
130	发行人	比音勒芬	13621253	9	2015.2.14-2025.2.13
131	发行人	比音	12845347	18	2015.1.14-2025.1.13
132	发行人	比音勒芬	13621171	3	2015.3.14-2025.3.13
133	发行人	比音勒芬	13951589	18	2015.4.14-2025.4.13
134	发行人	比音勒芬	13766196A	25	2015.5.28-2025.5.27
135	发行人	BIEM	12844185	18	2015.4.7-2025.4.6
136	发行人		12456578	14	2014.12.7-2024.12.6

137	发行人		13602655	1	2015.2.21-2025.2.20
138	发行人		13602831	4	2015.2.21-2025.2.20
139	发行人		13603573	6	2015.4.7-2025.4.6
140	发行人		13603677	7	2015.3.7-2025.3.6
141	发行人		13603736	8	2015.2.28-2025.2.27
142	发行人		13603786	10	2015.3.7-2025.3.6
143	发行人		13603869	12	2015.2.28-2025.2.27
144	发行人		13603891	13	2015.2.28-2025.2.27
145	发行人		13603940	16	2015.3.7-2025.3.6
146	发行人		13603963	17	2015.3.7-2025.3.6
147	发行人		13603989	22	2015.3.7-2025.3.6
148	发行人		13604001	23	2015.3.7-2025.3.6
149	发行人		13604176	27	2015.4.14-2025.4.13
150	发行人		13604239	31	2015.4.21-2025.4.20
151	发行人		13604418	36	2015.4.21-2025.4.20
152	发行人		13604453	37	2015.4.21-2025.4.20
153	发行人		13604482	38	2015.4.21-2025.4.20
154	发行人		13604529	39	2015.2.21-2025.2.20
155	发行人		13604575	40	2015.2.21-2025.2.20
156	发行人		13604638	41	2015.2.21-2025.2.20
157	发行人		13604700	42	2015.2.21-2025.2.20

158	发行人		13604759	43	2015.2.21-2025.2.20
159	发行人		13604826	44	2015.2.21-2025.2.20
160	发行人		13604878	45	2015.2.21-2025.2.20

（2）国外注册商标

序号	权属人	商标图样	注册号	注册国家	类别	专用权期限
1	发行人		40-0634026	韩国	25	2015/10/7-2025/10/6
2	发行人		9431/2013	缅甸	25	2013/8/29-2016/8/28
3	发行人		302601521	香港	25	2013.5.8-2023.5.7
4	发行人	比音勒芬	302944323	香港	3、9、14、18、28	2014.3.31-2024.3.30
5	发行人		302944396	香港	3、9、14、18、28	2014.3.31-2024.3.30
6	发行人		Kor379303	泰国	25	2013.7.10-2023.7.9
7	发行人		N/076017	澳门	25	2014.1.28-2021.1.28
8	发行人		2013055780	马来西亚	25	2013.6.14-2023.6.14
9	发行人		1 195 523	马德里国际注册	18、25、28	2013.10.18-2023.10.18
10	发行人		30867	老挝	25	2015.1.26-2025.1.26

2、专利情况

序号	申请（专利）号	专利名称	专利类别	专利权人	专利申请日
1	ZL2012 3 0100557.4	衬衫（经典格型-比音勒芬）	外观	比音勒芬	2012.04.09
2	ZL2012 3 0100564.4	拼接领 T 恤	外观	比音勒芬	2012.04.09
3	ZL2012 3 0100565.9	衬衫领毛衣	外观	比音勒芬	2012.04.09
4	ZL2013 3 022880.9	羊毛衫（相拼领）	外观	比音勒芬	2013.1.25
5	ZL2013 3 0022881.3	羊毛衫（藏帽）	外观	比音勒芬	2013.1.25

6	ZL2013 3 0022877.7	棉服（菱形格车线）	外观	比音勒芬	2013.1.25
7	ZL2013 3 0022884.7	外套（针梭相拼）	外观	比音勒芬	2013.1.25
8	ZL2013 3 0022885.1	背心（拼装）	外观	比音勒芬	2013.1.25
9	ZL2013 3 0022888.5	T 恤（菱形格车线）	外观	比音勒芬	2013.1.25
10	ZL2013 3 0022882.8	服装（针梭相拼外套）	外观	比音勒芬	2013.1.25
11	ZL2013 3 0022879.6	毛衫（两面穿）	外观	比音勒芬	2013.1.25
12	ZL2013 3 0022883.2	裤子（休闲双层裤）	外观	比音勒芬	2013.1.25
13	ZL2013 1 0608502.8	基于事件相关电位技术的服装压力评价方法	发明	比音勒芬、北京服装学院	2013.11.26
14	ZL2014 2 0032096.5	一种高尔夫球运动裤	实用新型	比音勒芬；北京服装学院	2014.1.20
15	ZL2014 2 0032111.6	一种运动裤	实用新型	比音勒芬；北京服装学院	2014.1.20
16	ZL2014 2 0109078.2	一种高尔夫球运动裤	实用新型	比音勒芬；北京服装学院	2014.3.11
17	ZL2014 2 0145764.5	一种伸缩弹簧扣	实用新型	比音勒芬	2014.3.28
18	ZL2014 3 0068726.X	T 恤（微八小领型）	外观	比音勒芬	2014.3.28
19	ZL2014 3 0068753.7	T 恤（功能性贴缝）	外观	比音勒芬	2014.3.28
20	ZL2014 3 0068797.X	外套（衬衫领背心）	外观	比音勒芬	2014.3.28
21	ZL2014 3 0068879.4	外套（棒球领背心）	外观	比音勒芬	2014.3.28
22	ZL2014 3 0068725.5	毛衣（唐装立领）	外观	比音勒芬	2014.3.28
23	ZL2014 3 0068688.8	毛衣（假两件套衫）	外观	比音勒芬	2014.3.28
24	ZL2014 3 0068918.0	毛衣（旗袍领）	外观	比音勒芬	2014.3.28
25	ZL2014 3 0068941.X	衬衫（双层保暖）	外观	比音勒芬	2014.3.28
26	ZL2014 2 0413798.8	弹力伸缩休闲裤	实用新型	比音勒芬	2014.7.25
27	ZL2014 2 0389917.0	一种保暖夹克	实用新型	比音勒芬、北京服装学院	2014.7.17

28	ZL2014 2 0689465.8	一种高尔夫球运动裤	实用新型	比音勒芬、北京服装学院	2014.11.17
29	ZL2014 2 0709488.0	一种高尔夫球运动裤	实用新型	比音勒芬、北京服装学院	2014.11.21
30	ZL2015 2 1101391.2	一种高尔夫运动衣	实用新型	比音勒芬、北京服装学院	2015.12.25

六、软件著作权情况

截至 2016 年 9 月 30 日，本公司拥有的软件著作权如下：

序号	软件名称	著作权人	证书编号	登记号	取得方式	首次发表日期	他项权利
1	比音勒芬快递发货系统 V1.0	比音勒芬	软著登字第 0777917 号	2014SR108673	原始取得	2014.4.1	无
2	比音勒芬商品信息交流平台 V1.0	比音勒芬	软著登字第 0777771 号	2014SR108527	原始取得	2014.4.1	无
3	比音勒芬知识管理系统 V1.0	比音勒芬	软著登字第 0777736 号	2014SR108492	原始取得	2014.4.1	无
4	高尔夫运动人体皮肤表面拉伸可视化模型及分析	比音勒芬和北京服装学院	软著登字第 1136446 号	2015SR249360	原始取得	未发表	有效

七、特许经营权情况

公司以特许经营的形式发展加盟门店，并已取得商务部商业特许经营备案，备案号为 0440100611300070 号。截至 2016 年 9 月 30 日，公司通过与加盟商签订《比音勒芬特许经营合同书》开设了 328 家加盟店，授权加盟商特许经营公司拥有的比音勒芬品牌。

八、公司的研发投入及研发机构情况

（一）设计、研发费用投入情况

公司作为一家定位高端的高尔夫服饰企业，十分注重对新产品的设计开发，近年来不断加大研发费用投入。近三年一期，公司设计、研发费用投入情况如下：

项目	2016 年 1-9 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
设计研发费用金额（万元）	1,451.48	1,688.01	1,287.85	770.87
占营业收入比例（%）	2.40	2.24	1.98	1.36

（二）研发机构的设置情况

目前，公司的研发机构为研发设计中心，下设设计研发部、设计配套部和版房三个分部；其中设计研发部下设研发资讯组、色彩研发组、面料研发组、成衣设计组四个组。截至 2016 年 9 月 30 日，设计团队共计 39 人。

（三）技术创新机制

公司在以下几个方面建立良好的创新机制：

1、重视自主人才培养，讲求个人与企业的共同成长

公司积极推进鼓励创新的企业文化建设，在公司内部形成了倡导创新的良好氛围。公司特别注重员工的个人成长和价值体现。

除每年多次组织研发设计人员外出考察外，公司定期组织或者参加行业资讯类交流活动，通过与行业专家和专业咨询机构座谈、交流和研讨使设计人员随时洞悉流行趋势变动、行业技术发展方向和同行业企业的研发现状，保持设计人员与行业最新资讯接触交流的信息渠道畅通，使员工保持持续的凝聚力和向心力，增强核心设计人员对公司的归属感。

2、重视对市场、消费者的洞察能力

公司一方面由设计师、商品企划人员、营销市场人员组成团队，通过广泛的终端销售网络，快速了解不同地域消费者的消费心理和偏好，进行准确识别研判。另一方面通过对产品设计的工作方式与流程进行不断优化，从多个角度保证产品设计贴近消费者且差异化特征明显，保持产品设计工作的科学性和创新性。

3、加大研发费用的投入，保持公司在产品设计上的领先地位

公司在产品设计上不断加大投入，使得本公司的产品设计走向流行时尚的前沿。公司相信，卓越的产品设计是品牌立足中国高端高尔夫服饰市场的根本。2013 年 1 月，公司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批准和体系。2013 年 1 月，公司被认定为 2012 年度广州市番禺区企业创意设计中心。

4、注重对中国服饰文化的吸收应用

本公司在研究、借鉴国外高尔夫服饰文化的同时，强调在设计中不断融入中国服饰文化的元素。这样才能使比音勒芬成为中国高尔夫服饰的领军品牌，才能

打动中国的消费者，才能以一个时尚创造者而非跟随者的身份参与到国际品牌的竞争之中。因此，公司不断充实品牌的中国根基，将中国服饰文化不断融入于产品的设计过程之中，挖掘并发扬品牌的中国元素。

九、产品的质量控制

根据生产环节外包的模式，公司在对供应商进行甄选时和具体产品的生产过程中，均设计了严格质量控制标准和措施，从面、辅料供应商和成衣厂的选择直至售后服务等各环节都设计了严格的质量控制标准和措施，并建立了由公司质量控制部门牵头，采购和销售部门全员参与的质量控制机制。

在面、辅料采购阶段，公司设立了面、辅料组，专门负责对面辅料产品的开发和质量控制等，确保从面辅料的研发到面辅料进货都实行有效的质量监督和控制；在产品的研发阶段，公司采取多部门的联合评审，按照统一的质量标准要求，对研发产品进行质量分析和生产可行性的评估；在产品生产阶段，公司设立跟单人员专人负责对产品的生产过程进行全程的质量监督和控制；在厂家出货前，成衣厂提交检测报告，公司安排专人实行质量检检；产品入库前，公司安排专员进行检验，不合格的产品杜绝进入仓库和配发，确保消费者得到优质的产品及服务。

公司制订了严格的客户服务质量控制体系，定期组织直营店、加盟店店员以及总部客户服务人员培训，并将服务质量纳入绩效考核。为提高售后服务质量，公司建立了全面的售后服务和投诉处理等制度。

第七节 同业竞争与关联交易

一、公司独立运行情况

（一）资产完整情况

本公司主要从事自有品牌比音勒芬（ ）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。本公司合法拥有与经营有关的资产，拥有独立完整的研发、供应、销售系统及配套设施。本公司具备与经营有关的业务体系及主要相关资产。

（二）人员独立情况

本公司设有独立的劳动人事部门，并按照国家有关法律规定建立了独立的人事档案、聘用和任免制度以及考核、奖惩制度。公司所有员工均经过规范的人事招聘程序录用并签订劳动合同。公司董事、监事及高级管理人员均严格按照《公司法》、《公司章程》的有关规定选举和任命产生。公司董事长、总经理、副总经理、财务总监、董事会秘书等高级管理人员均专职在本公司工作，不在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中担任除董事、监事以外的其他职务，不在控股股东、实际控制人及其控制的其它企业处领薪。公司财务人员不在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中兼职。

（三）财务独立情况

本公司设立了独立的财务部门，配备专职财务人员，已建立独立的财务核算体系和规范、能够独立作出财务决策、具有规范的财务会计制度和对分公司、子公司的财务管理制度。

本公司开设独立的银行账户，未与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业共用银行账户。

（四）机构独立情况

本公司已建立健全内部经营管理机构、独立行使经营管理职权，与控股股东和实际控制人及其控制的其他企业间不存在机构混同的情形。

（五）业务独立情况

本公司的业务独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业，与控股股东、

实际控制人及其控制的其他企业间不存在同业竞争或者显失公平的关联交易。

经核查，保荐机构认为，发行人具有完整的业务体系和直接面向市场独立经营的能力，发行人资产、人员、财务、机构、业务独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业，发行人关于独立性的披露真实、准确、完整。

二、同业竞争

（一）关于同业竞争

谢秉政、冯玲玲夫妇二人合计持有公司 4,800 万股，占本次发行前公司总股本的 60%，为公司控股股东暨实际控制人。除本公司外，冯玲玲持有浙江世纪都商贸有限公司 80%的股权。浙江世纪都商贸有限公司的经营范围为：五金交电、电子产品、机电产品（除九座以下乘用车）、床上用品、化工原料及其产品（除危险化学品及易制毒化学品）、金属材料、日用百货、建筑材料的销售；经济信息咨询；企业管理咨询；企业营销规划；市场营销策划；物业管理。

本公司与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业之间不存在同业竞争。

（二）避免同业竞争的安排

本公司控股股东暨实际控制人于 2013 年 1 月 15 日出具了《避免同业竞争的承诺函》，承诺事项如下：

“1、截至本承诺函出具之日，本人未投资于任何与比音勒芬存在有相同或类似业务的公司、企业或其他经营实体，未经营也没有为他人经营与比音勒芬相同或类似的业务；本人与比音勒芬不存在同业竞争；

2、自本承诺函出具日始，本人承诺自身不会、并保证将促使本人控制（包括直接控制和间接控制）的除比音勒芬以外的其他经营实体（以下称“其他经营实体”）不开展对与比音勒芬相同或类似的业务，今后不会新设或收购从事与比音勒芬有相同或类似业务的子公司、分公司等经营性机构，不在中国境内或境外成立、经营、发展或协助成立、经营、发展任何与比音勒芬业务直接或可能竞争的业务、企业、项目或其他任何活动，以避免对比音勒芬的生产经营构成新的、可能的直接或间接的业务竞争。

3、本人将不利用对比音勒芬的控制关系或其他关系进行损害比音勒芬及其股东合法权益的经营活动。

4、本人其他经营实体高级管理人员将不兼任比音勒芬之高级管理人员。

5、无论是由本人或本人其他经营实体自身研究开发的、或从国外引进或与他人合作开发的与比音勒芬生产、经营有关的新技术、新产品，比音勒芬均有优先受让、生产的权利。

6、本人或本人其他经营实体如拟出售与比音勒芬生产、经营相关的任何其他资产、业务或权益，比音勒芬均有优先购买的权利；本人承诺本人自身、并保证将促使本人其他经营实体在出售或转让有关资产或业务时给予比音勒芬的条件不逊于向任何独立第三方提供的条件。

7、若发生本承诺函第 5、6 项所述情况，本人承诺本人自身、并保证将促使本人其他经营实体尽快将有关新技术、新产品、欲出售或转让的资产或业务的情况以书面形式通知比音勒芬，并尽快提供比音勒芬合理要求的资料。比音勒芬可在接到本人或本人其他经营实体通知后三十天内决定是否行使有关优先购买或生产权。

8、如比音勒芬进一步拓展其产品和业务范围，本人承诺本人自身、并保证将促使本人其他经营实体将不与比音勒芬拓展后的产品或业务相竞争；可能与比音勒芬拓展后的产品或业务产生竞争的，本人自身、并保证将促使本人其他子企业将按包括但不限于以下方式退出与比音勒芬的竞争：（1）停止生产构成竞争或可能构成竞争的产品；（2）停止经营构成竞争或可能构成竞争的业务；（3）将相竞争的业务纳入到比音勒芬来经营；（4）将相竞争的业务转让给无关联的第三方；（5）其他对维护比音勒芬权益有利的方式。

9、本人确认本承诺函旨在保障比音勒芬全体股东之权益而作出。

10、本人确认本承诺函所载的每一项承诺均为可独立执行之承诺。任何一项承诺若被视为无效或终止将不影响其他各项承诺的有效性。

11、如违反上述任何一项承诺，本人愿意承担由此给比音勒芬及其股东造成的直接或间接经济损失、索赔责任及与此相关的费用支出。

12、本承诺函自本人签署之日起生效，本承诺函所载上述各项承诺在本人作为比音勒芬控股股东及实际控制人期间及自本人不再为比音勒芬控股股东及实际控制人之日起三年内持续有效且不可变更或撤销。”

三、关联方及关联关系

根据《公司法》和《企业会计准则》等相关规定，公司存在的关联方及其关联关系如下：

关联方名称	与公司的关联关系
1、控股股东暨实际控制人	
谢秉政	直接持有公司 55.00%的股份，同时持有暨南投资 17.37%的股权，并任暨南投资董事
冯玲玲	直接持有公司 5.00%的股份
2、其他持股 5%以上股东	
谢　挺	持有公司 10.00%的股份，实际控制人的一致行动人
谢炳銮	持有公司 6.50%的股份
李惠强	持有公司 6.50%的股份
陈俊岭	直接持有公司 6.00%的股份，通过其控制的通盈创投间接持有公司 2.00%的股份
申金冬	持有公司 5.00%的股份
3、实际控制人控制的其他企业	
浙江世纪都商贸有限公司	冯玲玲持有 80%的股权
4、其他关联企业	
暨南投资	持有公司 2.00%的股份
通盈创投	持有公司 2.00%的股份
红河州新都贸易有限公司	冯玲玲的姐姐、姐夫控制的企业，为本公司加盟商，其前身为冯玲玲姐姐注册成立的个体工商户个旧市新都服装店
杰晖融资担保有限公司	冯玲玲持有 10%的股权并担任董事
广东雅博物业服务有限公司	李惠强持有 30%股权并担任董事
广州市梓业建筑安装工程有限公司	李惠强担任总经理
广东骏丰投资有限公司	陈俊岭持有 41%股权，陈俊岭之父持有 20%股权，陈俊岭之母持有 39%
东莞市南兴家具装备制造股份有限公司	陈俊岭持有 3.15%股份，曾担任该公司副董事长
广东骏丰频谱股份有限公司	陈俊岭持有 23.36%股份并担任董事

西藏佳成投资有限公司	陈俊岭持有 41%股权并担任执行董事、总经理
新疆暨南股权投资有限合伙企业	陈俊岭持有 22.79%出资；谢秉政持有 17.02%出资；暨南投资持有 2.01%出资并担任执行事务合伙人
北京汇赢创业投资有限公司	陈俊岭担任董事
广东惠伦晶体科技股份有限公司	陈俊岭曾担任董事
东莞台一盈拓科技股份有限公司	陈俊岭担任董事
佛山市和谷盛泰小额贷款有限公司	谢秉政持有 20%股权
广东骏丰医疗器械有限公司	陈俊岭担任董事
广东同成投资有限公司	陈俊岭持有其 41%的股权
广州善建投资管理咨询有限公司	陈俊岭持有其 5%股权并任执行董事兼经理
广东地源食品有限公司	陈俊岭担任董事长职务
广东真茹资产管理有限公司	陈俊岭持有该公司 31%股权，并担任该公司执行董事兼经理

5、持股 5%以上的自然人、关键管理人员及与其关系密切的家庭成员

关键管理人员包括公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员；与其关系密切的家庭成员指在处理与公司的交易时有可能影响某人或受其影响的家庭成员。公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员情况请参见本招股意向书“第八节 董事、监事、高级管理人员与核心技术人员”之“一、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员简介”。

四、关联交易

报告期内，本公司关联交易包括少量的经常性关联交易和偶发性关联交易。

经常性关联交易为公司向作为加盟商的红河州新都贸易有限公司销售少量产品。偶发性关联交易为接受实际控制人为本公司银行融资所提供的担保。

2014 年 3 月，本公司 2013 年年度股东大会对 2013 年度的关联交易价格公允性及程序完备性进行了确认，并批准了 2014 年度主要的经常性关联交易。2015

年 3 月，本公司 2014 年年度股东大会对 2014 年度的关联交易价格公允性及程序完备性进行了确认，并批准了 2015 年度主要的经常性关联交易。2016 年 2 月，本公司 2015 年年度股东大会对 2015 年度的关联交易价格公允性及程序完备性进行了确认，并批准了 2016 年度主要的经常性关联交易。

（一）经常性关联交易

红河州新都贸易有限公司（以下简称“新都贸易”）为本公司的加盟商。

1、新都贸易基本情况

法定代表人：应孔程

成立时间：2011年7月6日

注册地址：云南省红河州个旧市金湖东路215-221号

经营范围：办公用品、劳保用品、日用百货、服装、家用电器、矿产品销售。

新都贸易股东及出资情况如下：

序号	股东姓名	认缴出资额（万元）	实缴出资额（万元）	出资比例（%）
1	冯迎雪	25.00	25.00	50.00
2	应孔程	25.00	25.00	50.00
合 计		**50.00**	**50.00**	**100.00**

2、新都贸易经营情况

红河州新都贸易有限公司（以下简称“新都贸易”）主要从事劳保用品、日用百货、服装、家用电器的销售。报告期内，新都贸易的主要经营情况如下：

项目	2016.9.30/ 2016 年 1-9 月	2015.12.31/ 2015 年度	2014.12.31/ 2014 年度	2013.12.31/ 2013 年度
总资产（万元）	1,726.89	1,499.88	1,214.72	902.83
总负债（万元）	1,616.38	1,406.54	1,131.10	836.25
净资产（万元）	110.50	93.34	83.62	66.58
营业收入(万元)	679.20	900.02	596.11	372.31
净利润（万元）	17.16	9.72	17.04	15.04

3、报告期内，公司向新都贸易的销售情况

报告期公司向新都贸易销售少量的公司产品：

关联方	2016 年 1-9 月		2015 年度		2014 年		2013 年度	
	金额 (万元)	占营业收入比例（%）	金额 (万元)	占营业收入比例（%）	金额 (万元)	占营业收入比例（%）	金额 (万元)	占营业收入比例（%）

新都贸易	94.00	0.16	134.16	0.18	132.70	0.20	137.35	0.24

公司向红河州新都贸易有限公司销售产品遵循公司统一的加盟商定价原则，价格公允。

（二）偶发性关联交易

1、关联方为本公司银行融资提供担保

报告期内，控股股东谢秉政、冯玲玲夫妇为本公司银行融资提供了担保，详细情况如下：

序号	合同名称	签约日期	担保人	担保事项	担保额度
1	《最高额保证合同》	2012.11.9	谢秉政	为本公司与浦发银行广州东湖支行签订的“ZXED2012111200000106”号《融资额度协议》提供最高额保证。	不超过5,556万元

（三）关联方往来款项余额

单位：万元

项目	2016.9.30	2015.12.31	2014.12.31	2013.12.31
预收款项				
红河州新都贸易有限公司	70.12	60.09	37.05	30.31
其他应付款				
红河州新都贸易有限公司	3.00	3.00	3.00	3.00

五、规范关联交易的制度安排

（一）《公司章程》对关联交易决策程序的规定

2013年4月16日，本公司2013年第二次临时股东大会审议通过了《公司章程》。《公司章程》对关联交易决策程序规定如下：

“股东大会审议有关关联交易事项时，关联股东不应当参与该关联事项的投票表决，其所代表的有表决权的股份数不计入有效表决总数。

在股东大会对关联交易事项审议完毕且进行表决前，关联股东应向会议主持人提出回避申请并由会议主持人向大会宣布；出席会议的非关联股东（包括代理人）、出席会议监事也可向会议主持人提出关联股东回避该项表决的要求并说明理由，被要求回避的关联股东对回避要求无异议的，在该项表决时不得进行投票；如被要求回避的股东认为其不是关联股东不需履行回避程序的，应向股东大会说明理由，被要求回避的股东被确定为关联股东的，在该项表决时不得进行投票。

如有前述情形的，股东大会会议记录人员应在会议记录中详细记录上述情形。在对关联交易事项进行表决时，关联股东不得就该事项进行投票，并且由出席会议的监事予以监督。”

“公司与关联人发生的交易（公司获赠现金资产和提供担保除外）金额在3,000万元以上、且占公司最近一期经审计净资产绝对值5%以上的关联交易，应提交股东大会审议。

公司为关联人提供担保的，不论数额大小，均应当在董事会审议通过后提交股东大会审议。

董事会审议根据本章程或有关规则规定应当提交股东大会审议的重大关联交易事项（日常关联交易除外），应当以现场方式召开全体会议，董事不得委托他人出席或以通讯方式参加表决。”

“公司与关联自然人发生的交易金额在30万元以上的关联交易，以及公司与关联法人发生的交易金额在300万元以上、且占公司最近一期经审计净资产绝对值0.5%以上的关联交易，应由董事会审议批准。”

“董事长行使下列职权：……（七）决定公司与关联自然人发生的交易金额低于30万元的关联交易，以及公司与关联法人发生的交易金额低于300万元或低于公司最近一期经审计净资产绝对值0.5%的关联交易；”

（二）《关联交易管理制度》对关联交易决策程序的规定

公司《关联交易管理制度》对关联交易决策程序的规定如下：

“第五条　公司与关联自然人发生的交易金额在30万元以上的关联交易，应当及时披露。

公司不得直接或者通过子公司向董事、监事、高级管理人员提供借款。

第六条　公司与关联自然人发生的交易金额30万元以上、与关联法人发生的交易金额在300万元以上，且占公司最近一期经审计净资产绝对值0.5%以上的关联交易，应当经董事会批准并及时披露。

第七条　公司与关联人发生的交易（公司获赠现金资产和提供担保除外）金额在3,000万元以上，且占公司最近一期经审计净资产绝对值5%以上的关联交易，除应当及时披露外，还应当聘请具有执行证券、期货相关业务资格的中介机构，对交易标的进行评估或审计，并将该交易提交股东大会审议。

本制度第十三条所述与日常经营相关的关联交易所涉及的交易标的，可以不进行审计或评估。

第八条　公司为关联人提供担保的，不论数额大小，均应当在董事会审议通过后提交股东大会审议。

公司为持有本公司 5%以下股份的股东提供担保的，参照前款的规定执行，有关股东应当在股东大会上回避表决。

……

第十一条　关联交易涉及“提供财务资助”、“提供担保”和“委托理财”等事项时，应当以发生额作为披露的计算标准，并按交易类别在连续十二个月内累计计算，经累计计算的发生额达到第五条、第六条或者第七条规定标准的，分别适用以上各条的规定。

已经按照第五条、第六条或者第七条履行相关义务的，不再纳入相关的累计计算范围。

第十二条　公司在连续十二个月内发生的以下关联交易，应当按照累计计算的原则适用第五条、第六条或者第七条的规定：

（一）与同一关联人进行的交易；

（二）与不同关联人进行的与同一交易标的相关的交易。

上述同一关联人包括与该关联人同受一主体控制或相互存在股权控制关系的其他关联人。

已经按照第五条、第六条或者第七条履行相关义务的，不再纳入相关的累计计算范围。

第十三条　公司与关联人进行第四条第（十一）至第（十四）项所列的与日常经营相关的关联交易事项，应当按照下述规定进行披露并履行相应审议程序：

（一）公司与关联人首次进行与日常经营相关的关联交易时，公司应当与关联人订立书面协议并及时披露，根据协议涉及的交易金额分别适用第五条、第六条或第七条的规定提交董事会或者股东大会审议；协议没有具体交易金额的，应当提交股东大会审议。

（二）已经公司董事会或者股东大会审议通过且正在执行的日常关联交易协议，如果执行过程中主要条款未发生重大变化的，公司应当在定期报告中按要求

披露相关协议的实际履行情况，并说明是否符合协议的规定；如果协议在执行过程中主要条款发生重大变化或者协议期满需要续签的，公司应当将新修订或者续签的日常关联交易协议，根据协议涉及的交易金额分别适用第五条、第六条或第七条的规定提交董事会或者股东大会审议；协议没有具体交易金额的，应当提交股东大会审议。

（三）对于每年发生的数量众多的日常关联交易，因需要经常订立新的日常关联交易协议而难以按照本条第（一）项规定将每份协议提交董事会或者股东大会审议的，公司可以在披露上一年度报告之前，对本公司当年度将发生的日常关联交易总金额进行合理预计，根据预计金额分别适用第五条、第六条或第七条的规定提交董事会或者股东大会审议并披露；对于预计范围内的日常关联交易，公司应当在年度报告和中期报告中予以披露。如果在实际执行中日常关联交易金额超过预计总金额的，公司应当根据超出金额分别适用第五条、第六条或第七条的规定重新提交董事会或者股东大会审议并披露。

第十四条　日常关联交易协议至少应包括交易价格、定价原则和依据、交易总量或其确定方法、付款方式等主要条款。

协议未确定具体交易价格而仅说明参考市场价格的，公司在按照第十三条规定履行披露义务时，应当同时披露实际交易价格、市场价格及其确定方法、两种价格存在差异的原因。

第十五条　公司与关联人签订日常关联交易协议的期限超过三年的，应当每三年根据本制度规定重新履行审议程序及披露义务。

第十六条　董事会对本办法第五条、第六条及第七条之规定的关联交易应当请独立董事发表意见。独立董事在作出判断前，可以聘请中介机构出具独立财务顾问报告，作为其判断的依据。

第十七条　公司董事会审议关联交易事项时，关联董事应当回避表决，也不得代理其他董事行使表决权。

（一）前款所称关联董事包括下列董事或者具有下列情形之一的董事：

1、交易对方；

2、在交易对方任职，或在能直接或间接控制该交易对方的法人单位或其他组织、该交易对方直接或间接控制的法人单位或其他组织任职的；

3、拥有交易对方的直接或间接控制权的；

4、交易对方或者其直接或间接控制人的关系密切的家庭成员（具体范围参见本制度第四条第（二）项 4 的规定）；

5、交易对方或者其直接或间接控制人的董事、监事和高级管理人员的关系密切的家庭成员（具体范围参见本制度第四条第（二）项 4 的规定）；

6、中国证监会、深圳证券交易所或公司认定的因其他原因使其独立的商业判断可能受到影响的人士。

（二）股东大会审议关联交易事项时，下列股东应当回避表决：

1、交易对方；

2、拥有交易对方直接或间接控制权的；

3、被交易对方直接或间接控制的；

4、与交易对方受同一法人或自然人直接或间接控制的；

5、在交易对方任职，或在能直接或间接控制该交易对方的法人单位或者该交易对方直接或间接控制的法人单位任职的；

6、因与交易对方或者其关联人存在尚未履行完毕的股权转让协议或者其他协议而使其表决权受到限制或影响的；

7、中国证监会或深圳证券交易所认定的可能造成公司对其利益倾斜的法人或自然人。

第十八条　因公开招标、公开拍卖等行为导致公司与关联人的关联交易时，公司可以向深圳证券交易所申请豁免按照本制度规定履行相关义务。

第十九条　公司与关联人达成以下关联交易时，可以免予按照本制度规定履行相关审议和披露义务：

（一）一方以现金方式认购另一方公开发行的股票、公司债券或企业债券、可转换公司债券或者其他衍生品种；

（二）一方作为承销团成员承销另一方公开发行的股票、公司债券或企业债券、可转换公司债券或者其他衍生品种；

（三）一方依据另一方股东大会决议领取股息、红利或报酬；

（四）深圳证券交易所认定的其他情况。”

（三）独立董事意见

公司独立董事就报告期内公司关联交易发表了独立意见：比音勒芬近三年一期发生的关联交易合法、有效，遵循了公平、公正、合理的原则，未违反交易发生当时法律、法规和公司章程的规定，关联交易定价公允，不存在损害公司股东及中小股东利益的情形。

（四）关于减少和规范关联交易的承诺函

2013 年 1 月 15 日，本公司实际控制人谢秉政和全体董事、监事、高级管理人员签署了《规范关联交易承诺函》，承诺事项如下：“1、尽量减少和规范关联交易，对于无法避免或者有合理原因而发生的关联交易，承诺遵循市场化定价原则，并依法签订协议，履行合法程序。2、遵守比音勒芬之《公司章程》以及其他关联交易管理制度，并根据有关法律法规和证券交易所规则（比音勒芬上市后适用）等有关规定履行信息披露义务和办理有关报批程序，保证不通过关联交易损害比音勒芬或其他股东的合法权益。3、必要时聘请中介机构对关联交易进行评估、咨询，提高关联交易公允程度及透明度。如因本人违反上述承诺造成比音勒芬或其他股东利益受损的，本人将承担全额赔偿责任。”

第八节 董事、监事、高级管理人员与核心技术人员

一、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员简介

（一）董事会成员

公司董事会由 7 名董事组成，其中独立董事 3 名。2015 年 2 月 15 日，公司 2015 年第一次临时股东大会选举 7 名董事组成公司第二届董事会。本届董事会董事任期 3 年，自 2015 年 2 月至 2018 年 2 月。董事任期届满，可连选连任。

谢秉政，公司董事长，男，1969 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，暨南大学高级管理人员工商管理硕士。中国服装协会理事、广东省服装服饰行业协会副会长、广州市民营企业商会副会长、暨南大学 EMBA 联谊会执行副会长、中国纺织工业企业管理协会（中国纺织企业家联合会）常务理事、中国流行色协会副会长、全国纺织工业劳动模范。2007 年 10 月起担任公司执行董事（法定代表人）；2012 年 2 月至今，任公司董事长。

申金冬，公司董事、总经理、核心技术人员，男，1975 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，EMBA 在读。自 2003 年 3 月起担任公司常务副总经理。2012 年 2 月至今，任公司董事、总经理。

唐新乔，公司董事、副总经理、财务总监，女，1973 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，研究生学历，高级会计师。曾担任广州市富华制衣有限公司财务总监、广州市腾龙电脑有限公司财务总监。2006 年 12 月起担任公司副总经理、财务总监。2012 年 2 月至今，任公司董事、副总经理和财务总监。

陈阳，公司董事、副总经理、董事会秘书，男，1980 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，硕士研究生。曾担任华南理工大学工商管理学院校友会办公室主任、江山帝景高尔夫俱乐部总经理。2011 年 9 月起担任公司副总经理、董事会秘书。2012 年 2 月至今，任公司董事、副总经理和董事会秘书。

孙先锦，公司独立董事，女，1963 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，硕士研究生学历。1987 至今任职于暨南大学，现任暨南大学企业管理系副教授、硕士生导师。2012 年 2 月至今，任公司独立董事。

汤海鹏，公司独立董事，男，1973 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，硕士研究生学历，注册会计师协会非执业会员。曾就职于广东证券、国信证券。

2008 年 9 月至今历任招商证券南山南油大道营业部高级投资顾问、财富顾问。2012 年 2 月至今，任公司独立董事。

刘岳屏，公司独立董事，男，1960 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，大学本科学历，高级环境艺术设计师。曾就职于广东省华联制冷设备公司、广东省服装研究设计中心。2002 年至今，担任广东省服装服饰行业协会会长；2011 年至今担任广东服装研究设计中心有限公司董事长。2015 年 2 月至今，任公司独立董事。

（二）监事会成员

公司监事会由 3 名监事组成，其中黄桂英为职工代表监事。2015 年 2 月 15 日，公司 2015 年第一次临时股东大会选举史民强、曹勇为公司监事，与由公司职工民主选举产生的职工代表监事黄桂英共同组成公司第二届监事会。同日，第二届监事会第一次会议选举史民强为公司监事会主席。本届监事会监事任期 3 年，自 2015 年 2 月至 2018 年 2 月。监事任期届满，可连选连任。

史民强，监事会主席，男，1982 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，硕士研究生学历。曾任职于广州市瑞恩体育策划公司。2011 年 10 月起任职于公司。2015 年 2 月至今，任公司监事会主席。

曹勇，监事，男，1974 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，硕士学历。曾担任中国银行广东省分行中小企业部中级经理、中国银行广东省东山支行中级经理。2010 年 9 月至今担任广州暨南投资有限公司投资部副总经理。2012 年 2 月至今，任公司监事。

黄桂英，职工代表监事，女，1976 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，大学本科。2003 年 1 月起任职于公司。2012 年 2 月至今，任公司监事。

（三）高级管理人员

2015 年 2 月 15 日，第二届董事会第一次会议决定聘任申金冬为公司总经理，冯玲玲为公司副总经理，唐新乔为公司副总经理兼财务总监，陈阳为公司副总经理兼董事会秘书。本届高级管理人员任期 3 年，自 2015 年 2 月至 2018 年 2 月。任期届满可连聘连任。2015 年 3 月 25 日，第二届董事会第四次会议审议通过了《关于冯玲玲女士辞去公司副总经理的议案》。

申金冬，公司总经理，简历见本节之“一、董事、监事、高级管理人员与核

心技术人员简介”之“（一）董事会成员”。

唐新乔，公司副总经理、财务总监，简历见本节之“一、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员简介”之“（一）董事会成员”。

陈阳，公司副总经理、董事会秘书，简历见本节之“一、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员简介”之“（一）董事会成员”。

（四）核心技术人员

申金冬，简历见本节之“一、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员简介”之“（一）董事会成员”。

金芬林，VMD 部总监，女，1979 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，硕士研究生学历。曾担任大连大显高木模具有限公司副总经理秘书。2008 年起任职于公司，现任 VMD 部总监。

（五）发行人董事、监事的提名和选聘情况

1、董事提名和选聘情况

2012 年 2 月 18 日，公司召开创立大会，经发起人股东一致同意，选举谢秉政、申金冬、唐新乔、陈阳、谢青、孙先锦和汤海鹏为公司第一届董事会成员。其中，谢青、孙先锦和汤海鹏为第一届董事会独立董事。

2015 年 2 月 15 日，公司 2015 年第一次临时股东大会选举谢秉政、申金冬、唐新乔、陈阳、刘岳屏、孙先锦、汤海鹏等 7 名董事组成公司第二届董事会，其中，刘岳屏、孙先锦、汤海鹏为独立董事。

2、监事提名和选聘情况

2012 年 2 月 18 日，公司召开创立大会，经发起人股东一致同意，选举刘胜、曹勇为公司监事，与公司职工代表大会民主选举产生的监事黄桂英共同组成公司第一届监事会。

2015 年 2 月 15 日，公司 2015 年第一次临时股东大会选举史民强、曹勇为公司监事，与职工监事黄桂英共同组成股份公司第二届监事会。

二、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属持股情况

（一）持有公司股份的情况

截至本招股意向书签署日，公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属直接持股情况如下：

姓名	职务/亲属关系	直接持股数（万股）	持股比例
谢秉政	董事长	4,400	55.00%
谢　挺	与谢秉政系兄弟关系	800	10.00%
冯玲玲	与谢秉政系配偶关系	400	5.00%
申金冬	董事、总经理	400	5.00%
唐新乔	董事、副总经理、财务总监	160	2.00%

此外，谢秉政持有公司发起人暨南投资 17.37%股权，暨南投资持有本公司2.00%的股份。

（二）近三年所持股份变动及所持股份质押和冻结情况

近三年，公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员所持公司的股份未发生变动。

截至本招股意向书签署之日，公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员所持公司的股份未被质押或冻结，亦不存在其他有争议的情况。

三、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的其他对外投资情况

截至招股书签署日，公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员其他对外投资与本公司不存业务相同或相似的情形，不存在利益冲突，具体情况如下：

投资者名称	在本公司职务	投资单位名称	投资金额（万元）	投资比例
谢秉政	董事长	暨南投资	认缴 5,211；实缴 2,605.5	17.37%
		新疆暨南股权投资有限合伙企业	认缴 510.6；实缴 510.6	17.02%
		佛山市和谷盛泰小额贷款有限公司	认缴 4,000；实缴 4,000	20.00%

刘岳屏	独立董事	广东服装研究设计中心有限公司	认缴 16.60；实缴 16.60	11.94%
		深圳华尚东方资产管理有限公司	出资 100.00	20.00%
		广东国际时尚艺术研究院	出资 5.00	5.00%
曹　勇	监事	广东地源食品有限公司	出资 10.00	1.00%

四、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员薪酬

2015 年度，公司为董事、监事、高级管理人员及核心技术人员支付的薪酬、津贴情况如下：

姓名	职务	2015 年度薪酬/津贴（万元）	领薪单位
谢秉政	董事长	67.85	发行人
申金冬	董事、总经理、核心技术人员	62.85	发行人
唐新乔	董事、副总经理、财务总监	58.93	发行人
冯玲玲	副总经理（2015 年 3 月辞职后不再担任公司副总经理）	11.31（2015 年 1-3 月）	发行人
陈　阳	董事、副总经理、董事会秘书	43.36	发行人
谢　青	独立董事（2015 年 2 月董事会改选后，不再担任公司独立董事）	0.75（2015 年 1-2 月）	发行人
孙先锦	独立董事	6.00	发行人
刘岳屏	独立董事	5.25（2015 年 2-12 月）	发行人
汤海鹏	独立董事	6.00	发行人
刘　胜	人力资源总监、监事会主席（2015 年 2 月监事会改选后，不再担任公司监事）	3.34（2015 年 1-2 月）	发行人
曹　勇	监事	-	不在发行人领薪
黄桂英	职工监事	22.57	发行人
金芬林	核心技术人员	34.66	发行人
史民强	监事会主席	11.96（2015 年 2-12 月）	发行人

根据 2012 年公司创立大会审议通过的《关于比音勒芬服饰股份有限公司董事及监事薪酬方案的议案》，公司独立董事津贴标准为每人 6 万元/年，按月发放；公司其他董事和监事不因其担任董事或监事职位额外领取津贴或报酬。

五、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员兼职情况

姓名	在发行人任职情况	任职的其他单位名称	任职其他单位和本公司关系	在其他单位担任的职务
谢秉政	董事长	暨南投资	本公司股东	董事
孙先锦	独立董事	暨南大学	无关联关系	企业管理系副教授、硕士生导师
汤海鹏	独立董事	招商证券股份有限公司	无关联关系	南山南油大道营业部财富顾问
刘岳屏	独立董事	广东省服装服饰行业协会	无关联关系	会长
		广东服装研究设计中心有限公司	无关联关系	董事长、总经理
		杰凡尼服装股份有限公司	无关联关系	独立董事
曹　勇	监事	暨南投资	本公司股东	投资部副总经理

除以上人员外，其他董事、监事、高级管理人员及核心技术人员无兼职情况。

六、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员之间的亲属关系

公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员之间不存在亲属关系。

七、公司与董事、监事、高级管理人员及核心技术人员签订的协议

公司与在公司任职的董事、监事、高级管理人员及核心技术人员签订了《劳动合同》，对上述人员的工作时间与条件，劳动报酬和保险、福利，劳动纪律等权利义务做出了详细约定。

截至本招股意向书签署日，上述合同履行正常，不存在违约情形。

八、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员作出的重要承诺

公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员作出的重要承诺主要为股份锁定承诺和避免同业竞争的承诺，具体请参见本招股意向书“第五节 发行人基

本情况”之“十、持有5%以上股份的主要股东及作为股东的董事、监事、高级管理人员的重要承诺”。

九、董事、监事、高级管理人员的任职资格

公司董事、监事、高级管理人员的提名和选聘均严格履行了《公司法》、《公司章程》等相关法律法规和法律程序，不存在违反法律法规或公司章程规定的任职资格的情形。

十、董事、监事、高级管理人员变动情况及原因

报告期内，公司董事、监事、高级管理人员的变动主要系股份公司创立大会换届选举，根据需要进行了增聘，以及2015年进行换届选举。

（一）董事变动情况

2012年2月18日，股份公司创立大会选举谢秉政、申金冬、唐新乔、陈阳、谢青、孙先锦、汤海鹏等7名董事组成公司第一届董事会。其中，谢青、孙先锦、汤海鹏为独立董事。

2015年2月15日，公司2015年第一次临时股东大会选举谢秉政、申金冬、唐新乔、陈阳、刘岳屏、孙先锦、汤海鹏等7名董事组成公司第二届董事会，其中，刘岳屏、孙先锦、汤海鹏为独立董事。原独立董事谢青离任。

（二）监事变动情况

2012年2月18日，股份公司创立大会选举刘胜、曹勇为公司监事，与经公司职工代表大会选举产生的职工监事黄桂英共同组成股份公司第一届监事会。

2015年2月15日，公司2015年第一次临时股东大会选举史民强、曹勇为公司监事，与职工监事黄桂英共同组成股份公司第二届监事会。原监事刘胜离任。

（三）高级管理人员变动情况

2012年2月18日，股份公司第一届董事会第一次会议聘任申金冬、冯玲玲、唐新乔和陈阳为公司高级管理人员。

2015年2月15日，第二届董事会第一次会议继续聘任申金冬、冯玲玲、唐新乔和陈阳为公司高级管理人员。

2015年3月25日，第二届董事会第四次会议审议通过了《关于冯玲玲女士辞去公司副总经理的议案》，冯玲玲不再担任公司高级管理人员。

第九节 公司治理

根据《公司法》等法律、法规及规范性文件的规定，本公司已建立健全了股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书等制度。董事会下设战略委员会、审计委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会四个专门委员会，保证董事会议事、决策的专业化和高效化。本公司制定了《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《独立董事工作细则》、《董事会秘书工作细则》以及董事会各专门委员会工作细则等各项制度，有力的保障了公司规范有效的运作，从而形成了规范完善的公司治理结构。

自本公司设立以来，股东大会、董事会、监事会等机构和人员均能够按照有关法律、行政法规、公司章程及相关制度的规定，独立有效的运作并切实履行应尽的职责和义务，没有违法、违规的情形发生。

一、发行人股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度的建立健全及运行情况

（一）股东大会制度的建立健全及运行情况

《公司章程》和《股东大会议事规则》，对股东大会的权责和运作程序做了具体规定。

1、股东的权利和义务

公司股东为依法持有公司股份的人，按照《公司章程》规定，股东按其所持有股份的种类享有权利，承担义务；持有同一种类股份的股东，享有同等权利，承担同种义务。

《公司章程》规定公司股东享有下列权利：

（1）依照其持有的股份份额获得股利和其他形式的利益分配；

（2）依法请求、召集、主持、参加或者委派股东代理人参加股东大会，并行使相应的表决权；

（3）对公司的经营进行监督，提出建议或者质询；

（4）依照法律、行政法规及公司章程的规定转让、赠与或质押其所持有的股份；

（5）查阅本章程、股东名册、公司债券存根、股东大会会议记录、董事会

会议决议、监事会会议决议、财务会计报告；

（6）公司终止或者清算时，按其所持有的股份份额参加公司剩余财产的分配；

（7）对股东大会作出的公司合并、分立决议持异议的股东，要求公司收购其股份；

（8）对法律、行政法规和公司章程规定的公司重大事项，享有知情权和参与权；

（9）法律、行政法规、部门规章或本章程规定的其他权利。

《公司章程》规定公司股东承担下列义务：

（1）遵守法律、行政法规和本章程；

（2）依其所认购的股份和入股方式缴纳股金；

（3）除法律、法规规定的情形外，不得退股；

（4）不得滥用股东权利损害公司或者其他股东的利益；不得滥用公司法人独立地位和股东有限责任损害公司债权人的利益；

公司股东滥用股东权利给公司或者其他股东造成损失的，应当依法承担赔偿责任。

公司股东滥用公司法人独立地位和股东有限责任，逃避债务，严重损害公司债权人利益的，应当对公司债务承担连带责任。

（5）法律、行政法规及本章程规定应当承担的其他义务。

2、股东大会的职权

《公司章程》规定股东大会是公司的权力机构，依法行使下列职权：

（1）决定公司的经营方针和投资计划；

（2）选举和更换非由职工代表担任的董事，决定有关董事的报酬事项；

（3）选举和更换非由职工代表担任的监事，决定有关监事的报酬事项；

（4）审议批准董事会的报告；

（5）审议批准监事会的报告；

（6）审议批准公司的年度财务预算方案、决算方案；

（7）审议批准公司的利润分配方案和弥补亏损方案；

（8）对公司增加或者减少注册资本作出决议；

（9）对公司合并、分立、解散、清算或者变更公司形式作出决议；

（10）对发行公司债券作出决议；

（11）修改本章程；

（12）对公司聘用、解聘会计师事务所作出决议；

（13 审议批准本章程第四十条规定的担保事项；

（14）审议公司在一年内购买、出售重大资产超过公司最近一期经审计总资产 30%的事项；

（15）审议批准变更募集资金用途事项；

（16）审议股权激励计划；

（17）审议法律、行政法规、部门规章或本章程规定应当由股东大会决定的其他事项。

上述股东大会的职权不得通过授权的形式由董事会或其他机构和个人代为行使。

《公司章程》规定公司下列担保行为，须经股东大会审议通过。

（1）单笔担保额超过公司最近一期经审计净资产 10%的担保；

（2）公司及其控股子公司的对外担保总额，超过公司最近一期经审计净资产 50%以后提供的任何担保；

（3）为资产负债率超过 70%的担保对象提供的担保；

（4）连续十二个月内担保金额超过公司最近一期经审计总资产的 30%；

（5）连续十二个月内担保金额超过公司最近一期经审计净资产的 50%且绝对金额超过 5,000 万元；

（6）对股东、实际控制人及其关联方提供的担保；

（7）公司章程规定的其他担保情形。

股东大会审议前款第（4）项担保事项时，必须经出席会议的股东所持表决权的三分之二以上通过。

股东大会在审议为股东、实际控制人及其关联方提供担保的议案时，该股东或受该实际控制人支配的股东，不得参与该项表决，该项表决由出席股东大会的其他股东所持表决权的半数以上通过；其中股东大会审议本条第一款第（4）项担保行为涉及为股东、实际控制人及其关联方提供担保之情形的，应经出席股东

大会的其他股东所持表决权三分之二以上通过。

3、股东大会的召开

股东大会会议分为年度股东大会和临时股东大会。年度股东大会每年召开一次，应当于上一会计年度结束后的六个月内举行。

有下列情形之一的，公司在事实发生之日起两个月以内召开临时股东大会：

（1）董事人数不足《公司法》规定人数或者本章程所定人数的三分之二时；

（2）公司未弥补的亏损达实收股本总额的三分之一时；

（3）单独或者合计持有公司 10%以上股份的股东请求时；

（4）董事会认为必要时；

（5）监事会提议召开时；

（6）法律、行政法规、部门规章或《公司章程》规定的其他情形。

前述第（三）项持股股数按股东提出要求之日计算。”

4、股东大会的召集

董事会，或者依据《公司法》或者公司章程的规定负责召集股东大会的监事会或者股东，为股东大会的召集人。

（1）独立董事提议召集

独立董事有权向董事会提议召开临时股东大会。对独立董事要求召开临时股东大会的提议，董事会应当根据法律、行政法规和公司章程的规定，在收到提议后 10 日内提出同意或不同意召开临时股东大会的书面反馈意见。

董事会同意召开临时股东大会的，应当在作出董事会决议后的 5 日内发出召开股东大会的通知；董事会不同意召开临时股东大会的，应当说明理由。

（2）监事会提议召集

监事会有权向董事会提议召开临时股东大会，并应当以书面形式向董事会提出。董事会应当根据法律、行政法规和《公司章程》的规定，在收到提议后 10 日内提出同意或不同意召开临时股东大会的书面反馈意见。

董事会同意召开临时股东大会的，应当在作出董事会决议后的 5 日内发出召开股东大会的通知，通知中对原提议的变更，应当征得监事会的同意。

董事会不同意召开临时股东大会，或者在收到提议后 10 日内未作出书面反馈的，视为董事会不能履行或者不履行召集股东大会会议职责，监事会可以自行

召集和主持。

（3）单独或合计持有本公司 10%以上股份的股东提议召集

①单独或者合计持有公司 10%以上股份的股东有权向董事会请求召开临时股东大会，并应当以书面形式向董事会提出。董事会应当根据法律、行政法规和公司章程的规定，在收到请求后 10 日内提出同意或不同意召开临时股东大会的书面反馈意见。

董事会同意召开临时股东大会的，应当在作出董事会决议后的 5 日内发出召开股东大会的通知，通知中对原请求的变更，应当征得相关股东的同意。

②董事会不同意召开临时股东大会，或者在收到请求后 10 日内未作出反馈的，单独或者合计持有公司 10%以上股份的股东有权向监事会提议召开临时股东大会，并应当以书面形式向监事会提出请求。

监事会同意召开临时股东大会的，应在收到请求 5 日内发出召开股东大会的通知，通知中对原请求的变更，应当征得相关股东的同意。

监事会未在规定期限内发出股东大会通知的，视为监事会不召集和主持股东大会，连续 90 日以上单独或者合计持有公司 10%以上股份的股东可以自行召集和主持。

（4）监事会和股东自行召集股东大会的通知义务

监事会或股东决定自行召集股东大会的，应当书面通知董事会。在股东大会决议作出前，召集股东持股比例不得低于 10%。”

5、股东大会的提案与通知

（1）股东大会的提案

提案的内容应当属于股东大会职权范围，有明确议题和具体决议事项，并且符合法律、行政法规和《公司章程》的有关规定。

公司召开股东大会，董事会、监事会以及单独或者合并持有公司 3%以上股份的股东，有权向公司提出提案。

单独或者合计持有公司 3%以上股份的股东，可以在股东大会召开 10 日前提出临时提案并书面提交召集人。召集人应当在收到提案后 2 日内发出股东大会补充通知，并附临时提案的内容。在股东大会决议作出前，召集股东持股比例不得低于 10%。

除前款规定外，召集人在发出股东大会通知后，不得修改股东大会通知中已列明的提案或增加新的提案。

股东大会通知中未列明或不符合本规则第十六条规定的提案，股东大会不得进行表决并作出决议。

（2）股东大会的通知

召集人应当在年度股东大会召开 20 日前通知各股东，临时股东大会应当于会议召开 15 日前通知各股东。

发出股东大会通知后,无正当理由，股东大会不应延期或取消，股东大会通知中列明的提案不应取消。一旦出现延期或取消的情形，召集人应当在原定召开日前至少 2 个工作日通知并说明原因。”

6、股东大会的表决和决议

公司《股东大会议事规则》对股东大会的表决和决议作了如下规定：

股东大会决议分为普通决议和特别决议。

股东大会作出普通决议，应当由出席股东大会的股东（包括股东代理人）所持表决权的二分之一以上通过。

股东大会作出特别决议，应当由出席股东大会的股东（包括股东代理人）所持表决权的三分之二以上通过。

下列事项由股东大会以特别决议通过：

（1）公司增加或者减少注册资本；

（2）公司合并、分立、解散和清算；

（3）修改公司章程；

（4）公司在一年内购买、出售重大资产或者担保超过公司最近一期经审计总资产 30%的事项；

（5）股权激励计划；

（6）法律、行政法规或者《公司章程》规定的，以及股东大会以普通决议认定会对公司产生重大影响的、需要以特别决议通过的其他事项。

股东（包括股东代理人）以其所代表的有表决权的股份数额行使表决权，每一股份享有一票表决权。

公司持有的本公司股份没有表决权，且该部分股份不计入出席股东大会有表

决权的股份总数。

董事会、独立董事和符合相关规定条件的股东可以征集股东投票权。

股东大会审议有关关联交易事项时，关联股东可以出席股东大会，但不应当参与该关联事项的投票表决，其所代表的有表决权的股份数不计入有效表决总数。

7、公司股东大会的实际运行情况

公司设立以来，股东大会按照《公司章程》、《股东大会议事规则》及相关规定，规范运作，严格履行有关法律规定的召集程序。截至本招股意向书签署日，公司自股份公司设立以来召开了 15 次股东大会，公司股东均按照《公司法》及《公司章程》等有关文件的规定出席了上述会议。公司历次股东大会的召集程序、召开程序、出席会议人员资格及表决程序、决议的内容及签署等，均符合《公司法》及《公司章程》等法律、法规和规范性文件的规定。

历次股东大会召开情况如下：

序号	会议编号	召开时间	出席人员情况
1	创立大会	2012 年 2 月 18 日	全体股东 10 人，代表股份 100%
2	2011 年度股东大会	2012 年 6 月 16 日	全体股东 10 人，代表股份 100%
3	2012 年度股东大会	2013 年 2 月 5 日	全体股东 10 人，代表股份 100%
4	2013 年第一次临时股东大会	2013 年 3 月 20 日	全体股东 10 人，代表股份 100%
5	2013 年第二次临时股东大会	2013 年 4 月 16 日	全体股东 10 人，代表股份 100%
6	2013 年第三次临时股东大会	2013 年 12 月 18 日	全体股东 10 人，代表股份 100%
7	2013 年度股东大会	2014 年 3 月 3 日	全体股东 10 人，代表股份 100%
8	2014 年第一次临时股东大会	2014 年 4 月 15 日	全体股东 10 人，代表股份 100%
9	2014 年第二次临时股东大会	2014 年 8 月 25 日	全体股东 10 人，代表股份 100%
10	2015 年第一次临时股东大会	2015 年 2 月 15 日	全体股东 10 人，代表股份 100%
11	2015 年第二次临时股东大会	2015 年 3 月 18 日	全体股东 10 人，代表股份 100%
12	2014 年年度股东大会	2015 年 3 月 31 日	全体股东 10 人，代表股份 100%
13	2015 年第三次临时股东大会	2015 年 5 月 25 日	全体股东 10 人，代表股份 100%
14	2016 年第一次临时股东大会	2016 年 1 月 20 日	全体股东 10 人，代表股份 100%
15	2015 年年度股东大会	2016 年 2 月 24 日	全体股东 10 人，代表股份 100%

（二）董事会制度的建立健全及运行情况

公司于 2012 年 2 月 18 日召开公司创立大会，选举产生了第一届董事会；于

2015年2月15日召开2015年第一次临时股东大会选举产生了第二届董事会。《董事会议事规则》对董事会的权责和运作程序做了具体规定。

1、董事会构成

公司董事会由7名董事组成，设董事长1人，独立董事3人。董事由股东大会选举或更换，每届任期三年。董事任期届满，可连选连任。

董事长由董事会以全体董事的过半数选举产生。

2、董事会职权

董事会对股东大会负责，行使下列职权：

（1）召集股东大会，并向股东大会报告工作；

（2）执行股东大会的决议；

（3）决定公司的经营计划和投资方案；

（4）制订公司的年度财务预算方案、决算方案；

（5）制订公司的利润分配方案和弥补亏损方案；

（6）制订公司增加或减少注册资本、发行股票、债券或其他证券及上市方案；

（7）拟订公司重大收购、收购本公司股票或者合并、分立、解散及变更公司形式的方案；

（8）在股东大会授权范围内，决定公司对外投资、收购出售资产、资产抵押、对外担保事项、委托理财、关联交易等事项；

（9）决定公司内部管理机构的设置；

（10）聘任或者解聘公司总经理、董事会秘书；根据总经理的提名，聘任或者解聘公司副总经理及其他高级管理人员，并决定其报酬事项和奖惩事项；

（11）制订公司的基本管理制度；

（12）制订本章程的修改方案；

（13）管理公司信息披露事项；

（14）向股东大会提请聘请或更换为公司审计的会计师事务所；

（15）听取公司总经理的工作汇报并检查总经理的工作；

（16）法律、行政法规、部门规章或本章程授予的其他职权。

董事会审议公司收购或出售资产（不含原材料、燃料和动力以及出售产品、

商品等与日常经营相关的资产）、对外投资（含委托理财、委托贷款、对子公司投资等）、提供财务资助、租入或租出资产、签订管理方面的合同（含委托经营、受托经营等）、赠与或受赠资产、债权或债务重组、研究或开发项目的转移、签订许可协议、关联交易、对外担保、融资等事项的权限如下：

（1）董事会审议公司收购或出售资产（不含原材料、燃料和动力以及出售产品、商品等与日常经营相关的资产）、对外投资（含委托理财、委托贷款、对子公司投资等）、提供财务资助、租入或租出资产、签订管理方面的合同（含委托经营、受托经营等）、赠与或受赠资产、债权或债务重组、研究或开发项目的转移、签订许可协议等交易事项的权限如下：

①交易涉及的资产总额占公司最近一期经审计总资产的 10%以上 30%以下，该交易涉及的资产总额同时存在账面值和评估值的，以较高者作为计算数据；

②交易标的（如股权）在最近一个会计年度相关的营业收入占公司最近一个会计年度经审计营业收入的 10%以上 30%以下，且绝对金额超过 1,000 万元人民币；

③交易标的（如股权）在最近一个会计年度相关的净利润占公司最近一个会计年度经审计净利润的 10%以上 30%以下，且绝对金额超过 100 万元人民币；

④交易的成交金额（含承担债务和费用）占公司最近一期经审计净资产的 10%以上 30%以下，且绝对金额超过 1,000 万元人民币；

⑤交易产生的利润占公司最近一个会计年度经审计净利润的 10%以上 30%以下，且绝对金额超过 100 万元人民币。

上述指标涉及的数据如为负值，取绝对值计算。

（2）章程规定的应由股东大会审议的对外担保事项以外的其他对外担保事项由董事会审议批准。

（3）公司最近一期经审计净资产 50%以上或人民币 5,000 万元以上的日常生产经营管理事项（包括但不限于签订购买、销售产品、提供或接受服务有关的合同等）应由董事会审议批准；

（4）公司与关联自然人发生的交易金额在 30 万元以上的关联交易，以及公司与关联法人发生的交易金额在 300 万元以上、且占公司最近一期经审计净资产绝对值 0.5%以上的关联交易，应由董事会审议批准。

（5）在一个会计年度内单笔或累计金额低于公司最近一期经审计净资产30%的融资事项，由公司董事会审批。

3、董事会会议的召集

董事会会议分为定期会议和临时会议。董事会每年至少召开两次会议。

有下列情形之一的，董事会应当召开临时会议：

（1）代表十分之一以上表决权的股东提议时；

（2）三分之一以上董事联名提议时；

（3）监事会提议时；

（4）董事长认为必要时；

（5）公司章程规定的其他情形。

董事长应当自接到提议后 10 日内，召集和主持董事会会议。

4、董事会会议的通知

召开董事会定期会议和临时会议，董事会办公室应当分别提前十日和五日将书面会议通知通过直接送达、传真、电子邮件或者其他方式，提交全体董事和监事以及高级管理人员、董事会秘书。非直接送达的，还应当通过电话进行确认并做相应记录。情况紧急，需要尽快召开董事会临时会议的，可以随时通过电话或者其他口头方式发出会议通知，但召集人应当在会议上做出说明。

5、董事会会议的决议

董事会会议应当有过半数的董事出席方可举行。监事可以列席董事会会议；高级管理人员和董事会秘书应当列席董事会会议。会议主持人认为有必要的，可以通知其他有关人员列席董事会会议。董事会审议通过会议提案并形成相关决议，必须有超过公司全体董事人数之半数的董事对该提案投同意票。法律、行政法规和公司章程规定董事会形成决议应当取得更多董事同意的，从其规定。

董事会根据公司章程的规定，在其权限范围内对担保事项作出决议，除公司全体董事过半数同意外，还必须经出席会议的三分之二以上董事的同意。

出现下述情形的，董事应当对有关提案回避表决：

（1）董事本人认为应当回避的情形；

（2）公司章程规定的因董事与会议提案所涉及的企业有关联关系而须回避的其他情形。

在董事回避表决的情况下，有关董事会会议由过半数的无关联关系董事出席即可举行，形成决议须经无关联关系董事过半数通过。出席会议的无关联关系董事人数不足三人的，不得对有关提案进行表决，而应当将该事项提交股东大会审议。

6、董事会的实际运行情况

公司设立以来，董事会按照《公司章程》、《董事会议事规则》及相关规定，规范运作，严格履行有关法律规定的召集程序。截至本招股意向书签署日，公司自股份公司设立召开了 28 次董事会，历次董事会召开情况如下：

序号	会议编号	召开时间	出席人员情况
1	第一届董事会第一次会议	2012 年 2 月 18 日	全体董事 7 人
2	第一届董事会第二次会议	2012 年 5 月 23 日	全体董事 7 人
3	第一届董事会第三次会议	2012 年 9 月 12 日	全体董事 7 人
4	第一届董事会第四次会议	2012 年 11 月 23 日	全体董事 7 人
5	第一届董事会第五次会议	2013 年 1 月 15 日	全体董事 7 人
6	第一届董事会第六次会议	2013 年 3 月 5 日	全体董事 7 人
7	第一届董事会第七次会议	2013 年 4 月 1 日	全体董事 7 人
8	第一届董事会第八次会议	2013 年 5 月 3 日	全体董事 7 人
9	第一届董事会第九次会议	2013 年 10 月 8 日	全体董事 7 人
10	第一届董事会第十次会议	2013 年 11 月 8 日	全体董事 7 人
11	第一届董事会第十一次会议	2013 年 12 月 2 日	全体董事 7 人
12	第一届董事会第十二次会议	2014 年 2 月 10 日	全体董事 7 人
13	第一届董事会第十三次会议	2014 年 3 月 29 日	全体董事 7 人
14	第一届董事会第十四次会议	2014 年 8 月 10 日	全体董事 7 人
15	第一届董事会第十五次会议	2015 年 1 月 30 日	全体董事 7 人
16	第二届董事会第一次会议	2015 年 2 月 15 日	全体董事 7 人
17	第二届董事会第二次会议	2015 年 3 月 2 日	全体董事 7 人
18	第二届董事会第三次会议	2015 年 3 月 10 日	全体董事 7 人
19	第二届董事会第四次会议	2015 年 3 月 25 日	全体董事 7 人
20	第二届董事会第五次会议	2015 年 5 月 21 日	全体董事 7 人
21	第二届董事会第六次会议	2015 年 8 月 10 日	全体董事 7 人
22	第二届董事会第七次会议	2016 年 1 月 4 日	全体董事 7 人
23	第二届董事会第八次会议	2016 年 1 月 20 日	全体董事 7 人

24	第二届董事会第九次会议	2016 年 2 月 3 日	全体董事 7 人
25	第二届董事会第十次会议	2016 年 4 月 18 日	全体董事 7 人
26	第二届董事会第十一次会议	2016 年 8 月 5 日	全体董事 7 人
27	第二届董事会第十二次会议	2016 年 10 月 18 日	全体董事 7 人
28	第二届董事会第十三次会议	2016 年 11 月 3 日	全体董事 7 人

（三）监事会制度的建立健全及运行情况

公司于 2012 年 2 月 18 日召开公司创立大会，设立了第一届监事会；于 2015 年 2 月 15 日召开 2015 年第一次临时股东大会选举产生了第二届监事会。《监事会议事规则》对监事会的权责和运作程序做了具体规定。

1、监事会构成

公司设监事会，由 3 名监事组成。其中，2 名成员由股东大会选举产生，另 1 名成员由职工代表担任并由公司职工代表大会民主选举产生。监事每届任期三年。监事任期届满，连选可以连任。

监事会设监事会主席 1 名，监事会主席由全体监事过半数选举产生。

2、监事会职权

监事会对股东大会负责，《公司章程》规定监事会行使下列职权：

（1）应当对董事会编制的公司定期报告进行审核并提出书面审核意见；

（2）检查公司财务；

（3）对董事、高级管理人员执行公司职务的行为进行监督，对违反法律、行政法规、本章程或者股东大会决议的董事、高级管理人员提出罢免的建议；

（4）当董事、高级管理人员的行为损害公司的利益时，要求其予以纠正，可以向董事会、股东大会反映，也可以直接向证券监管机构及其他有关主管机关报告；

（5）对法律、行政法规和本章程规定的监事会职权范围内的事项享有知情权；

（6）提议召开临时股东大会，在董事会不履行《公司法》规定的召集和主持股东大会职责时召集和主持股东大会；

（7）向股东大会提出提案；

（8）列席董事会会议；

（9）依照《公司法》第一百五十二条的规定，对董事、高级管理人员提起

诉讼；

（10）发现公司经营情况异常，可以进行调查；必要时，可以聘请会计师事务所、律师事务所等专业机构协助其工作，费用由公司承担；

（11）本章程规定或股东大会授予的其他职权。

3、监事会的召开

监事会会议分为定期会议和临时会议。定期会议每六个月召开一次。出现下列情况之一的，监事会应当在十日内召开临时会议：

（1）任何监事提议召开时；

（2）股东大会、董事会会议通过了违反法律、法规、规章的各种规定和要求、公司章程、公司股东大会决议和其他有关规定的决议时；

（3）董事和高级管理人员的不当行为可能给公司造成重大损害或者在市场中造成恶劣影响时；

（4）公司、董事、监事、高级管理人员被股东提起诉讼时；

（5）本公司章程规定的其他情形。

4、监事会会议的通知

召开监事会定期会议和临时会议，处理日常事务的监事应分别提前十日和五日将书面会议通知通过直接送达、传真、电子邮件或者其他方式，提交全体监事。非直接送达的，还应当通过电话进行确认并做相应记录。

情况紧急，需要尽快召开监事会临时会议的，可以随时通过口头或者电话等方式发出会议通知，但召集人应当在会议上做出说明。

5、监事会会议的决议

监事会会议应当由全体监事的过半数出席方可举行。董事会秘书和证券事务代表应当列席监事会会议。

监事会会议的表决实行一人一票，以记名和书面方式进行。监事的表决意向分为同意、反对和弃权。与会监事应当从上述意向中选择其一，未做选择或者同时选择两个以上意向的，会议主持人应当要求该监事重新选择，拒不选择的，视为弃权；中途离开会场不回而未做选择的，视为弃权。

监事会形成决议应当经全体监事过半数同意。

6、监事会的实际运行情况

公司设立以来，监事会按照《公司章程》、《监事会议事规则》及相关规定，规范运作，严格履行有关法律规定的召集程序。截至本招股意向书签署日，公司自股份公司设立以来召开了 20 次监事会，历次监事会召开情况如下：

序号	会议编号	召开时间	出席人员情况
1	第一届监事会第一次会议	2012 年 2 月 18 日	全体监事 3 人
2	第一届监事会第二次会议	2012 年 5 月 23 日	全体监事 3 人
3	第一届监事会第三次会议	2012 年 9 月 12 日	全体监事 3 人
4	第一届监事会第四次会议	2013 年 1 月 15 日	全体监事 3 人
5	第一届监事会第五次会议	2013 年 4 月 1 日	全体监事 3 人
6	第一届监事会第六次会议	2013 年 8 月 25 日	全体监事 3 人
7	第一届监事会第七次会议	2013 年 12 月 2 日	全体监事 3 人
8	第一届监事会第八次会议	2014 年 2 月 10 日	全体监事 3 人
9	第一届监事会第九次会议	2014 年 3 月 29 日	全体监事 3 人
10	第一届监事会第十次会议	2014 年 8 月 10 日	全体监事 3 人
11	第一届监事会第十一次会议	2014 年 12 月 10 日	全体监事 3 人
12	第一届监事会第十二次会议	2015 年 1 月 30 日	全体监事 3 人
13	第二届监事会第一次会议	2015 年 2 月 15 日	全体监事 3 人
14	第二届监事会第二次会议	2015 年 3 月 10 日	全体监事 3 人
15	第二届监事会第三次会议	2015 年 8 月 10 日	全体监事 3 人
16	第二届监事会第四次会议	2015 年 10 月 19 日	全体监事 3 人
17	第二届监事会第五次会议	2016 年 1 月 20 日	全体监事 3 人
18	第二届监事会第六次会议	2016 年 2 月 3 日	全体监事 3 人
19	第二届监事会第七次会议	2016 年 8 月 5 日	全体监事 3 人
20	第二届监事会第八次会议	2016 年 11 月 3 日	全体监事 3 人

（四）独立董事制度的建立健全及运行情况

1、独立董事的设置

公司根据需要，设独立董事 3 名，至少包括一名具有高级职称或注册会计师资格的会计专业人士，独立董事人数不得少于董事会成员的三分之一。独立董事每届任期三年，任期届满可以连选连任，但连续任期不得超过六年。

2、独立董事的职权

为了充分发挥独立董事的作用，独立董事除具有《公司法》和其他相关法律、

行政法规及公司章程赋予的职权外，公司还赋予独立董事行使以下职权：

（1）公司拟与关联人达成的总额高于 300 万人民币或者高于公司最近经审计净资产 5%的关联交易，应当由独立董事认可后，提交董事会讨论。独立董事作出判断前，经全体独立董事同意后可以聘请中介机构出具独立财务顾问报告，作为其判断的依据；

（2）向董事会提议聘用或解聘会计师事务所；

（3）向董事会提请召开临时股东大会；

（4）可提议召开董事会；

（5）独立聘请外部审计机构和咨询机构，对公司具体事项进行审计和咨询，相关费用由公司承担；

（6）在股东大会召开前公开向股东征集投票权。

独立董事行使上述职权应当取得全体独立董事的二分之一以上同意。

独立董事除履行上述职责外，还应当对公司以下重大事项向董事会或股东大会发表独立意见：

（1）提名、任免董事；

（2）聘任或解聘高级管理人员；

（3）确定或者调整公司董事、高级管理人员的薪酬；

（4）公司当年盈利但年度董事会未提出包含现金分红的利润分配预案；

（5）需要披露的关联交易、对外担保（不含对合并报表范围内子 公司提供担保）、委托理财、对外提供财务资助、变更募集资金用途、股票及其衍生品种投资等重大事项；

（6）重大资产重组方案、股权激励计划；

（7）独立董事认为有可能损害中小股东合法权益的事项；

（8）有关法律、行政法规、部门规章、规范性文件、深圳证券交易所业务规则及公司章程规定的其他事项。

3、独立董事发挥作用的情况

自公司聘任独立董事以来，独立董事依照有关法律、法规和《公司章程》勤勉尽职地履行职权，对需要独立董事发表意见的事项发表了意见，对公司的风险管理、内部控制以及公司的发展提出了相关意见与建议，对完善公司治理结构和

规范运作发挥了积极的作用。截至本招股意向书签署日，独立董事未曾对董事会的历次决议或有关决策事项提出异议。

（五）董事会秘书制度的建立健全及运行情况

1、董事会秘书的设置

公司设董事会秘书一名。董事会秘书为公司的高级管理人员，对董事会负责。董事会秘书由董事长提名，经董事会聘任或解聘。

2、董事会秘书的职责

公司制定了《董事会秘书工作细则》，规定董事会秘书履行如下职责：

（1）负责公司信息披露事务，协调公司信息披露工作，组织制定信息披露事务管理制度，督促公司和相关信息披露义务人遵守信息披露相关规定；

（2）负责公司投资者关系管理和股东资料管理工作，协调公司与证券监管机构、股东及实际控制人、保荐人、证券服务机构、媒体之间的信息沟通；

（3）组织筹备董事会会议和股东大会，参加股东大会、董事会会议、监事会会议及高级管理人员相关会议，负责董事会会议记录工作并签字；

（4）负责公司信息披露的保密工作，在未公开重大信息出现泄漏时，及时向深圳证券交易所报告并公告；

（5）关注公共媒体报道并主动求证真实情况，督促董事会及时回复深圳证券交易所所有问讯；

（6）组织董事、监事和高级管理人员进行证券法律法规、本规则及相关规定的培训，协助前述人员了解各自在信息披露中的权利和义务；

（7）督促董事、监事和高级管理人员遵守法律、法规、《上市规则》、深圳证券交易所相关规定及公司章程，切实履行其所作出的承诺；在知悉公司作出或可能作出违反有关规定的决议时，及时提醒并立即如实向深圳证券交易所报告；

（8）《公司法》、《证券法》、中国证监会和深圳证券交易所要求履行的其他职责。

3、董事会秘书的履职情况

自受聘以来，本公司董事会秘书一直依照有关法律、法规和《公司章程》的规定勤勉尽职地履行其职责。

（六）董事会专门委员会及审计部的建立健全及运行情况

公司董事会设立战略委员会、审计委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会四个专门委员会，为董事会重大决策提供咨询、建议。

各专门委员会对董事会负责，其成员全部由董事组成，其中审计委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会中独立董事应占多数并担任召集人，审计委员会中应至少有一名独立董事是会计专业人士并担任召集人。

1、战略委员会

公司董事会战略委员会成员为谢秉政、申金冬、唐新乔、陈阳、刘岳屏、孙先锦、汤海鹏等 7 人。谢秉政担任战略委员会主任委员。

公司制定了《战略委员会工作细则》对战略委员会的职责权限、决策程序、议事规则等做了详细规定。

战略委员会分为例会和临时会议。战略委员会例会每年至少召开二次，由战略委员会主任委员负责召集，主任委员因故不能履行职务时，由主任委员指定的其他委员召集；主任委员也未指定人选的，由战略委员会的其他一名委员召集。临时会议由战略委员会委员提议召开。

战略委员会会议应在会议召开前七天通知全体委员，会议由主任委员主持，主任委员不能出席时可以委托其他一名委员主持。战略委员会会议应由三分之二以上的委员出席方可举行；每一名委员有一票表决权；会议做出的决议，必须经全体委员的过半数通过。

战略委员会主要职责权限为：

（1）对公司长期发展战略规划进行研究并提出建议；

（2）对公司章程规定须经董事会批准的重大投资融资方案进行研究并提出建议；

（3）对公司章程规定须经董事会批准的重大资本运作、资产经营项目进行研究并提出建议；

（4）对其他影响公司发展的重大事项进行研究并提出建议；

（5）对以上事项的实施进行检查；

（6）公司董事会授予的其他职权。

公司战略委员会的召开情况如下：

序号	会议编号	召开时间	会议内容
1	第一届董事会战略委员会第一次会议	2012 年 5 月 20 日	《关于公司设立南京、太原、济南、沈阳等分公司的议案》
2	第一届董事会战略委员会第二次会议	2012 年 11 月 20 日	1、《关于确定公司募集资金投资项目并向广东省发展和改革委员会申请备案的议案》 2、《关于注销深圳海岸城分公司的议案》 3、《关于公司拟在福州、长春开设分支机构的议案》
3	第一届董事会战略委员会第三次会议	2013 年 1 月 15 日	1、《关于投资建设比音勒芬商业综合楼并向广东省发改委申请备案的议案》 2、《关于在贵阳市、鄂尔多斯市开设分支机构的议案》
4	第一届董事会战略委员会第四次会议	2013 年 5 月 2 日	1、《关于在贵阳市开设分支机构的议案》 2、《关于变更比音勒芬服饰股份有限公司三亚分公司营业期限和经营范围的议案》
5	第一届董事会战略委员会第五次会议	2013 年 10 月 6 日	《关于在宁波市开设分支机构的议案》
6	第一届董事会战略委员会第六次会议	2013 年 11 月 6 日	《关于向相关部门申请土地用于建设物流基地的议案》
7	第一届董事会战略委员会第七次会议	2013 年 11 月 29 日	《关于在青岛市开设分公司的议案》
8	第一届董事会战略委员会第八次会议	2014 年 8 月 10 日	《关于 2014 年度分公司战略规划的议案》
9	第一届董事会战略委员会第九次会议	2014 年 11 月 12 日	《关于对公司 2014 年度分公司开设情况的复核》
10	第二届董事会战略委员会第一次会议	2015 年 5 月 8 日	《关于公司拟在揭阳机场设立分支机构的议案》
11	第二届董事会战略委员会第二次会议	2015 年 8 月 10 日	《关于公司拟在成都高新设立分支机构的议案》
12	第二届董事会战略委员会第三次会议	2016 年 10 月 7 日	《关于公司拟在郑州设立分支机构的议案》

2、审计委员会

公司董事会审计委员会成员为汤海鹏、陈阳、孙先锦等 3 人，由汤海鹏担任审计委员会主任委员。

公司制定了《审计委员会工作细则》，对审计委员会的职责权限、决策程序、议事规则等做了详细规定。

审计委员会分为定期会议和临时会议。审计委员会定期会议每年至少召开四次，由审计委员会主任委员负责召集，主任委员因故不能履行职务时，由主任委员指定的其他委员召集；主任委员也未指定人选的，由审计委员会的其他一名委员（独立董事）召集。临时会议由审计委员会委员提议召开。

审计委员会会议应在会议召开前七天通知全体委员，会议由主任委员主持，主任委员不能出席时可以委托其他一名委员（独立董事）主持。

审计委员会会议应由三分之二以上的委员出席方可举行；每一名委员有一票表决权；会议做出的决议，必须经全体委员的过半数通过。

审计委员会的主要职责权限是：

（1）提议聘请或更换外部审计机构；

（2）监督公司的内部审计制度及其实施；

（3）至少每季度召开一次会议，审议内部审计部门提交的工作计划和报告；

（4）至少每季度向董事会报告一次，内容包括内部审计工作进度、质量以及发信的重大问题等；

（5）负责内部审计与外部审计之间的沟通；

（6）审核公司的会计政策、财务状况、财务报告信息及其披露；

（7）审查公司的内部控制度的科学性、合理性、有效性以及执行情况，对重大关联交易进行审计；

（8）检查、监督公司存在或潜在的财务风险；

（9）公司董事会授予的其他职权。

报告期公司审计委员会的召开情况如下：

序号	会议编号	召开时间	会议内容
1	第一届董事会审计委员会第一次会议	2012 年 5 月 20 日	1、《比音勒芬服饰股份有限公司 2011 年度审计报告》 2、《比音勒芬服饰股份有限公司 2012 年度下半年内部审计计划》
2	第一届董事会审计委员会第二次会议	2012 年 9 月 8 日	1、《比音勒芬服饰股份有限公司 2012 年度上半年内部审计工作报告》 2、《比音勒芬服饰股份有限公司会计制度》

3	第一届董事会审计委员会第三次会议	2012 年 11 月 20 日	1、《关于公司变更内部审计负责人的议案》 2、《比音勒芬服饰股份有限公司 2012 年度第 3 季度内部审计工作报告》
4	第一届董事会审计委员会第四次会议	2013 年 1 月 15 日	1、《比音勒芬服饰股份有限公司 2012 年度审计报告》 2、《比音勒芬服饰股份有限公司 2012 年度财务决算报告及 2013 年财务预算报告》 3、《比音勒芬服饰股份有限公司 2012 年度下半年内部审计工作报告》 4、《关于审议比音勒芬服饰股份有限公司 2013 年度内部审计计划的议案》 5、《关于广东正中珠江会计师事务所有限公司独立性核查的议案》
5	第一届董事会审计委员会第五次会议	2013 年 5 月 2 日	《比音勒芬服饰股份有限公司 2013 年度第 1 季度内部审计工作报告》
6	第一届董事会审计委员会第六次会议	2013 年 8 月 20 日	《比音勒芬服饰股份有限公司 2013 年度上半年内部审计工作报告》
7	第一届董事会审计委员会第七次会议	2013 年 11 月 29 日	1、《比音勒芬服饰股份有限公司 2013 年度三季度内部审计工作报告》； 2、《关于审议比音勒芬服饰股份有限公司 2014 年度内部审计计划的议案》。
8	第一届董事会审计委员会第八次会议	2014 年 2 月 8 日	1、《关于审议公司 2013 年度审计报告及报告期（2011 年-2013 年）审计报告的议案》； 2、《关于广东正中珠江会计师事务所（特殊普通合伙）独立性核查的议案》； 3、《关于审议公司 2013 年度内部控制自我评价报告的议案》； 4、《关于确认 2013 年度关联交易及 2014 年度预计日常关联交易的议案》； 5、《关于审议公司 2013 年度内部审计工作报告的议案》； 6、《关于聘任公司 2014 年度审计机构的议案》。
9	第一届董事会审计委员会第九次会议	2014 年 5 月 29 日	1、《关于审议公司 2014 年一季度内部审计工作报告》

10	第一届董事会审计委员会第十次会议	2014 年 8 月 10 日	1、《关于审议公司报告期（2011 年 1 月-2014 年 6 月）审计报告的议案》； 2、《关于审议公司 2014 年上半年内部控制自我评价报告的议案》； 3、《关于确认 2014 年上半年关联交易的议案》； 4、《关于审议公司 2014 年第二季度内部审计工作报告的议案》
11	第一届董事会审计委员会第十一次会议	2014 年 12 月 10 日	1、《关于审议公司 2014 年第三季度内部审计工作报告》 2、《关于审议公司 2015 年内部审计计划的议案》
12	第二届董事会审计委员会第一次会议	2015 年 3 月 9 日	1、《关于审议公司 2014 年度审计报告及报告期（2012 年-2014 年）审计报告的议案》； 2、《关于审议公司 2014 年度内部控制自我评价报告的议案》； 3、《关于确认 2014 年度关联交易及 2015 年度预计日常关联交易的议案》； 4、《关于审议公司 2014 年度内部审计工作报告的议案》； 5、《关于聘任公司 2015 年度审计机构的议案》。
13	第二届董事会审计委员会第二次会议	2015 年 5 月 29 日	1、《关于审议公司 2015 年度第一季度内部审计工作报告的议案》；
14	第二届董事会审计委员会第三次会议	2015 年 8 月 10 日	1、《关于审议公司最近三年一期（2012 年 1 月-2015 年 6 月）审计报告的议案》； 2、《关于审议公司 2015 年上半年内部控制自我评价报告的议案》； 3、《关于确认 2015 年上半年关联交易公允性的议案》； 4、《关于审议公司 2015 年第二季度内部审计工作报告的议案》；
15	第二届董事会审计委员会第四次会议	2015 年 10 月 19 日	1、《比音勒芬服饰股份有限公司 2015 年度三季度内部审计工作报告》； 2、《关于审议比音勒芬服饰股份有限公司 2016 年度内部审计计划的议案》

16	第二届董事会审计委员会第五次会议	2016 年 1 月 20 日	1、《审议关于聘任公司 2016 年度审计机构的议案》； 2、《审议关于公司 2015 年度内部审计工作报告的议案》； 3、《审议关于确认 2015 年度关联交易及 2016 年度预计日常关联交易的议案》； 4、《审议关于公司 2015 年度审计报告及 IPO 报告期（2013 年-2015 年）审计报告的议案》 5、《审议关于公司 2015 年度内部控制自我评价报告的议案》
17	第二届董事会审计委员会第六次会议	2016 年 5 月 10 日	1、《关于审议公司 2016 年度第一季度内部审计工作报告的议案》；
18	第二届董事会审计委员会第七次会议	2016 年 8 月 5 日	1、关于审议最近三年及一期（2013 年 1 月-2016 年 6 月）审计报告的议案 2、关于审议公司 2016 年上半年内部控制自我评价报告的议案 3、关于确认 2016 年上半年关联交易公允性的议案 4、关于审议公司 2016 年第二季度内部审计工作报告的议案
19	第二届董事会审计委员会第八次会议	2016 年 11 月 3 日	1、关于审议最近三年及一期（2013 年 1 月-2016 年 9 月）审计报告的议案 2、关于审议公司 2016 年第三季度内部控制自我评价报告的议案 3、关于确认 2016 年第三季度关联交易公允性的议案 4、关于审议公司 2016 年第三季度内部审计工作报告的议案

3、提名委员会

公司董事会提名委员会成员为刘岳屏、谢秉政、孙先锦等 3 人，由刘岳屏担任提名委员会主任委员。

公司制定了《提名委员会工作细则》，对提名委员会的职责权限、决策程序、议事规则等做了详细规定。

提名委员会分为例会和临时会议。提名委员会例会每年至少召开一次，由提名委员会主任委员负责召集，主任委员因故不能履行职务时，由主任委员指定的其他委员召集；主任委员也未指定人选的，由提名委员会的其他一名委员（独立董事）召集。临时会议由提名委员会委员提议召开。

提名委员会会议应在会议召开前七天通知全体委员，会议由主任委员主持，

主任委员不能出席时可以委托其他一名委员（独立董事）主持。

提名委员会会议应由三分之二以上的委员出席方可举行；每一名委员有一票表决权；会议做出的决议，必须经全体委员的过半数通过。

提名委员会的主要职责权限是：

（1）根据公司经营活动情况、资产规模和股权结构对董事会的规模和构成向董事会提出建议；

（2）研究董事、总经理和其他高级管理人员的选择标准和程序，并向董事会提出建议；

（3）广泛搜寻合格的董事、总经理和其他高级管理人员的人选；

（4）对董事候选人和总经理人选进行审查并向董事会提出书面建议；

（5）对须提请董事会聘任的其他高级管理人员进行审查并提出书面建议；

（6）公司董事会授予的其他职权。

报告期公司提名委员会的召开情况如下：

序号	会议编号	召开时间	会议内容
1	第一届董事会提名委员会第一次会议	2012 年 5 月 20 日	《关于复核公司第一届董事、监事及高级管理人员履职能力的议案》
2	第一届董事会提名委员会第二次会议	2013 年 11 月 29 日	《关于聘任公司证券事务代表的议案》
3	第一届董事会提名委员会第三次会议	2014 年 11 月 12 日	《关于复核公司第一届董事、监事及高级管理人员履职能力的议案》
4	第一届董事会提名委员会第四次会议	2015 年 1 月 30 日	《关于提名公司第二届董事会董事候选人的议案》

4、薪酬与考核委员会

公司董事会薪酬与考核委员会成员为孙先锦、申金冬、汤海鹏等 3 人，由孙先锦担任薪酬与考核委员会主任委员。

公司制定了《薪酬与考核委员会工作细则》，对薪酬与考核委员会的职责权限、决策程序、议事规则等做了详细规定。

薪酬与考核委员会分为例会和临时会议。薪酬与考核委员会例会每年至少召开一次，由薪酬与考核委员会主任委员负责召集，主任委员因故不能履行职务时，由主任委员指定的其他委员召集；主任委员未指定人选的，由薪酬与考核委员会的其他一名委员召集。临时会议由薪酬与考核委员会委员提议召开。

薪酬与考核委员会会议应在会议召开前七天通知全体委员，会议由主任委员主持，主任委员不能出席时可以委托其他一名委员主持。薪酬与考核委员会会议应由三分之二以上的委员出席方可举行；每一名委员有一票表决权；会议做出的决议，必须经全体委员的过半数通过。

薪酬委员会的主要职责权限是：

（1）根据董事及高级管理人员管理岗位的主要范围、职责、重要性以及其他相关企业相关岗位的薪酬水平制定薪酬计划或方案；

（2）薪酬计划或方案主要包括但不限于绩效评价标准、程序及主要评价体系，奖励和惩罚的主要方案和制度等；

（3）审查公司董事及高级管理人员的履行职责情况并对其进行年度绩效考评；

（4）负责对公司薪酬制度执行情况进行监督；

（5）公司董事会授予的其他职权。

报告期公司薪酬与考核委员会的召开情况如下：

序号	会议编号	召开时间	会议内容
1	第一届董事会薪酬与考核委员会第一次会议	2012 年 9 月 8 日	《关于比音勒芬服饰股份有限公司董事、监事和高级管理人员 2012 年半年度工作绩效评价的议案》
2	第一届董事会薪酬与考核委员会第二次会议	2013 年 1 月 15 日	《关于制定<薪酬管理制度>的议案》
3	第一届董事会薪酬与考核委员会第三次会议	2013 年 11 月 29 日	1、《关于 2013 年度公司董事薪酬方案的议案》； 2、《关于 2013 年度公司高级管理人员薪酬方案的议案》。
3	第一届董事会薪酬与考核委员会第四次会议	2014 年 2 月 8 日	1、《关于 2014 年度公司董事薪酬方案的议案》； 2、《关于 2014 年度公司高级管理人员薪酬方案的议案》。
4	第二届董事会薪酬与考核委员会第一次会议	2015 年 3 月 9 日	1、《关于审议 2015 年度公司董事薪酬方案的议案》 2、《关于审议 2015 年度公司高级管理人员薪酬方案的议案》 3、《关于审议<薪酬管理制度>B 版的议案》

5	第二届董事会薪酬与考核委员会第二次会议	2016 年 1 月 4 日	《关于审议<薪酬管理制度>C 版的议案》
6	第二届董事会薪酬与考核委员会第三次会议	2016 年 2 月 1 日	1、《关于审议 2016 年度公司董事薪酬方案的议案》 2、《关于审议 2016 年度公司高级管理人员薪酬方案的议案》

5、审计部

公司制定了《内部审计制度》，对审计部的工作内容、职责权限、工作的具体实施和程序等做了详细规定。审计部的主要工作和权限为：至少每季度向审计委员会报告一次，内容包括但不限于内部审计计划的执行情况以及内部审计工作中发现的问题；审计部应当在每个会计年度结束前两个月向审计委员会提交下一年度的内部审计工作计划，并在每个会计年度结束后两个月内向审计委员会提交上年度的内部审计工作报告。

审计部应当将审计重要的对外投资、购买和出售资产、对外担保、关联交易、募集资金使用及信息披露事务等事项作为年度工作计划的必备内容。

审计部应当按照有关规定实施适当的审查程序，评价公司内部控制的有效性，并至少每年向审计委员会提交一次内部控制评价报告。

评价报告应当说明审查和评价内部控制的目的、范围、审查结论及对改善内部控制的建议。

在审计管辖的范围内，审计部的主要权限有：

（1）根据内部审计工作的需要，要求有关部门按时报送计划、预算、报表和有关文件资料等；

（2）审计会计报表、账簿、凭证、资金及其财产，监测财务会计软件，查阅有关文件和资料；

（3）根据工作需要参加总经理办公会议和列席有关部门的例会；

（4）对审计中的有关事项向有关部门（人员）进行调查并索取证明材料，要求有关部门负责人在审计工作底稿上签署意见，对有关审计事项写出书面说明材料；

（5）对正在进行的严重违反财经法规、公司规章制度或严重失职可能造成重大经济损失的行为，有权做出制止决定并及时报告董事会；对已经造成重大经济损失和影响的行为，向董事会提出处理的建议；

（6）对阻挠、破坏内部审计工作以及拒绝提供有关资料的部门和人员，报董事会核准并经董事长批准可采取必要的临时措施，并提出追究有关人员责任的建议；

（7）在审计过程中发现可能转移、隐匿、篡改、毁弃会计凭证、会计账簿、会计报表以及其他与审计事项有关的资料的，经审计委员会批准，审计部有权暂时予以封存；

（8）经董事会核准，出具审计意见书，提出改进管理、提高效益的建议，检查采纳审计意见和执行审计决定的情况。

此外，审计部应当在重要的对外投资事项、重要的购买和出售资产事项、重要的对外担保事项和重要的关联交易事项发生后及时进行审计。

报告期公司内部审计部门的工作情况如下：

序号	报告提交日期	工作内容
1	2013 年 1 月 7 日	《比音勒芬服饰股份有限公司 2013 年度内部审计计划》
2	2013 年 4 月 28 日	《比音勒芬服饰股份有限公司 2013 年度第 1 季度内部审计工作报告》
3	2013 年 8 月 2 日	《比音勒芬服饰股份有限公司 2013 年度上半年内部审计工作报告》
4	2013 年 10 月 31 日	《比音勒芬服饰股份有限公司 2013 年度第 3 季度内部审计工作报告》
5	2013 年 11 月 25 日	《比音勒芬服饰股份有限公司 2014 年度内部审计计划》
6	2014 年 1 月 27 日	《比音勒芬服饰股份有限公司 2013 年度内部审计工作报告》 《比音勒芬服饰股份有限公司 2013 年度内部控制自我评价报告》
7	2014 年 4 月 25 日	《比音勒芬服饰股份有限公司 2014 年度一季度内部审计工作报告》
8	2014 年 7 月 28 日	《比音勒芬服饰股份有限公司 2014 年度二季度内部审计工作报告》 《比音勒芬服饰股份有限公司 2014 年上半年内部控制自我评价报告》
9	2014 年 10 月 28 日	《比音勒芬服饰股份有限公司 2014 年三季度内部审计工作报告》
10	2014 年 11 月 30 日	《比音勒芬服饰股份有限公司 2015 年度内部审计计划》
11	2015 年 1 月 21 日	《比音勒芬服饰股份有限公司 2014 年度内部控制自我评价报告》
12	2015 年 1 月 30 日	《比音勒芬服饰股份有限公司 2014 年度内部审计工作报告》
13	2015 年 4 月 15 日	《比音勒芬服饰股份有限公司 2015 年一季度内部审计工作报告》
14	2015 年 7 月 20 日	《比音勒芬服饰股份有限公司 2015 年二季度内部审计工作报告》 《比音勒芬服饰股份有限公司 2015 年上半年内部控制自我评价报告》
15	2016 年 1 月 20 日	《比音勒芬服饰股份有限公司 2015 年度内部审计工作报告》 《比音勒芬服饰股份有限公司 2015 年度内部控制自我评价报告》
16	2016 年 4 月 5 日	《比音勒芬服饰股份有限公司 2016 年一季度内部审计工作报告》

17	2016 年 8 月 5 日	《比音勒芬服饰股份有限公司 2016 年二季度内部审计工作报告》 《比音勒芬服饰股份有限公司 2016 年上半年内部控制自我评价报
18	2016 年 10 月 18 日	《比音勒芬服饰股份有限公司 2016 年三季度内部审计工作报告》 《比音勒芬服饰股份有限公司 2016 年三季度内部控制自我评价报告》

二、发行人最近三年违法违规行为情况

本公司已依法建立健全股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度。近三年，本公司及董事、监事和高级管理人员严格按照公司章程及相关法律法规的规定开展经营活动，不存在重大违法违规行为，也未受到过重大处罚。

三、发行人最近三年资金占用和对外担保的情况

公司有严格的资金管理制度，截至本招股意向书签署日，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、代垫款项或其他方式占用的情形。

公司的公司章程中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。

四、发行人内部控制制度情况

（一）公司内部控制制度建设

公司董事会和管理层十分重视企业内部控制体系的建立工作，通过公司治理的完善，内部组织架构的健全，内控制度的修订，已初步建立了一个科学、合理、有效且适合本公司行业特点和股权结构的内部控制体系。

1、公司制定了《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《独立董事工作细则》、《总经理工作细则》、《关联交易管理制度》、《对外担保管理制度》及一系列董事会专门委员会制度。

2、公司的会计核算严格执行国家颁布的《企业会计准则》，按照《内部会计控制规范－基本规范》，制定了各项财务内控制度，如《存货管理制度》、《分支机构财务管理制度》、《财务付款及费用报销规范》、《物流管理制度》、《成本核算制度》等。

3、公司制订的《财务会计制度》，涵盖了销售与收款流程管理、采购与付款流程管理、生产与仓储流程管理、人事与工薪管理、筹资与投资管理、货币资金管理等公司管理的各个主要方面。

4、公司建立了《资金管理规定》，对库存现金使用范围、收支管理、银行印

鉴管理、保险柜管理、银行账户管理、银行单据管理等方面予以明确规定。

（二）公司管理层的自我评估意见

公司董事会和管理层十分重视企业内部控制体系的建立工作，通过公司治理的完善，内部组织架构的健全，内控制度的修订，已初步建立了一个科学、合理、有效且适合本公司行业特点和股权结构的内部控制体系。

1、本公司确知建立健全并有效执行内部控制是本公司管理当局的责任，本公司已建立了相关制度，其目的是为保证业务活动的有效进行，保护资产的安全和完整，防止、发现和纠正错误和舞弊，保证会计资料的真实、合法、完整等目标的达成提供合理的保证。

2、本公司已按照既定内部控制检查监督的计划完成工作，内部控制检查监督的工作计划涵盖了内部控制的主要方面和全部过程，为内部控制制度执行、反馈、完善提供了合理的保证。

3、任何内部控制均有其固有的限制，不论设计如何完善，有效的内部控制制度也仅能对上述目标的达成提供合理的保证，而且由于环境、情况的改变，内部控制的有效性可能随之改变。由于本公司的内部控制设有自我监控的功能，内控缺陷一经辨认，本公司即采取更正行动。

4、本公司已按照上述要求，评估了内部控制设计的完整性、合理性和执行的有效性。我们确信公司按照《内部会计控制规范-基本规范》及其他控制标准在所有重大方面保持了对截至 2016 年 9 月 30 日的财务报表有效的内部控制。

综上，本公司董事会认为：本公司现有内部控制制度已基本建立健全，能够适应公司管理的要求和发展的需要，能够对编制真实、公允的财务报表提供合理的保证，能够对公司各项业务活动的健康运行及国家有关法律、法规和公司内部规章制度的贯彻执行提供保证。公司内部控制制度制订以来，各项制度得到了有效的实施。

（三）注册会计师对公司内部控制的鉴证意见

正中珠江对公司内部控制制度进行了审核，并出具了广会专字【2016】G14002150492 号《内部控制鉴证报告》，认为：比音勒芬按照《内部会计控制规范—基本规范》以及其他控制标准于截至 2016 年 9 月 30 日在所有重大方面保持了与财务报表相关的有效的内部控制。

第十节 财务会计信息

本节财务会计数据及其分析说明反映公司报告期经审计的财务状况、经营成果和现金流量情况。引用的财务数据，非经特别说明，均引自正中珠江出具的广会审字【2016】G14002150481 号标准无保留意见的审计报告。

一、近三年经审计的财务会计报表

（一）发行人财务报表

资产负债表

编制单位：比音勒芬服饰股份有限公司 **（单位：元）**

项目	2016 年 9 月 30 日	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日
流动资产：				
货币资金	277,196,376.66	318,507,580.53	212,497,808.23	137,565,135.21
应收票据	-	-	-	-
应收账款	32,986,496.36	41,380,586.50	33,533,685.78	26,425,783.10
预付款项	52,606,027.34	25,104,020.90	35,275,272.65	38,607,408.11
应收利息	2,966,000.00	280,000.00	1,096,866.27	-
应收股利	-	-	-	-
其他应收款	26,033,825.22	23,282,810.16	21,406,332.08	17,430,411.33
存货	239,004,765.34	193,407,250.62	167,969,709.28	159,455,933.76
其他流动资产	100,000,000.00	-	-	-
流动资产合计	**730,793,490.92**	**601,962,248.71**	**471,779,674.29**	**379,484,671.51**
非流动资产：				
固定资产	3,235,536.12	2,406,966.36	2,558,486.82	2,388,233.49
在建工程	24,588,100.52	14,491,679.60	2,993,555.72	1,323,820.49
固定资产清理	-	-	-	-
无形资产	33,421,126.64	34,418,970.65	35,464,420.62	36,778,877.55
长期待摊费用	25,521,698.95	26,989,282.80	24,745,928.89	27,124,067.20
递延所得税资产	5,954,572.20	4,197,369.87	8,210,032.54	6,017,619.61
其他非流动资产	-	-	-	-
非流动资产合计	**92,721,034.43**	**82,504,269.28**	**73,972,424.59**	**73,632,618.34**
资产总计	**823,514,525.35**	**684,466,517.99**	**545,752,098.88**	**453,117,289.85**

资产负债表（续）

编制单位：比音勒芬服饰股份有限公司 （单位：元）

项目	2016 年 9 月 30 日	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日
流动负债：				
短期借款	-	-	-	-
应付票据	-	-	-	13,425,800.00
应付账款	22,372,733.53	22,237,363.80	19,646,395.51	11,396,702.24
预收款项	97,994,922.86	77,138,054.39	70,008,060.12	68,800,176.45
应付职工薪酬	26,999,040.00	21,888,632.00	16,552,690.00	11,278,441.50
应交税费	20,249,333.10	14,364,786.54	15,833,318.83	13,121,258.38
应付利息	-	-	-	41,341.67
应付股利	-	-	-	-
其他应付款	13,952,825.60	12,492,888.88	11,108,392.35	10,694,908.48
一年内到期的非流动负债	-	-	-	10,000,000.00
其他流动负债	9,642,631.89	9,257,666.82	8,706,278.72	7,966,327.47
流动负债合计	**191,211,486.98**	**157,379,392.43**	**141,855,135.53**	**146,724,956.19**
非流动负债：				
长期借款	-	-	-	10,000,000.00
非流动负债合计	-	-	-	10,000,000.00
负债合计	**191,211,486.98**	**157,379,392.43**	**141,855,135.53**	**156,724,956.19**
股东权益：				
股本	80,000,000.00	80,000,000.00	80,000,000.00	80,000,000.00
资本公积	33,529,568.58	33,529,568.58	33,529,568.58	33,529,568.58
减：库存股	-	-	-	-
其他综合收益	-	-	-	-
盈余公积	41,355,755.70	41,355,755.70	29,036,739.48	18,286,276.51
未分配利润	477,417,714.09	372,201,801.28	261,330,655.29	164,576,488.57
股东权益合计	**632,303,038.37**	**527,087,125.56**	**403,896,963.35**	**296,392,333.66**
负债和股东权益总计	**823,514,525.35**	**684,466,517.99**	**545,752,098.88**	**453,117,289.85**

利润表

编制单位：比音勒芬服饰股份有限公司 **（单位：元）**

项　目	2016 年 1-9 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
一、营业收入	**605,917,601.01**	**753,613,907.73**	**649,682,653.35**	**567,276,091.96**
减：营业成本	226,093,136.14	281,358,047.10	246,436,718.57	220,424,260.75
营业税金及附加	6,482,991.58	8,042,461.54	7,204,750.24	6,647,303.60
销售费用	177,871,745.98	228,997,683.63	197,494,694.51	167,153,479.34
管理费用	58,166,098.42	73,379,383.27	56,226,565.95	46,406,871.88
财务费用	-2,676,288.12	-3,651,307.93	-2,749,362.12	508,938.92
资产减值损失	2,138,194.55	2,272,397.56	2,935,116.34	-226,460.61
加：公允价值变动收益	-	-	-	-
投资收益	2,083,333.33	1,178,131.66	321,452.05	-
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	-	-	-	-
二、营业利润	**139,925,055.79**	**164,393,374.22**	**142,455,621.91**	**126,361,698.08**
加：营业外收入	559,268.52	1,573,794.53	1,338,655.67	4,303,281.95
其中：非流动资产处置利得	-	30,150.78		
减：营业外支出	16,909.48	314,361.01	225,517.46	2,527,128.25
其中：非流动资产处置损失	12,417.43	2,327.50	2,186.83	2,282,636.97
三、利润总额	**140,467,414.83**	**165,652,807.74**	**143,568,760.12**	**128,137,851.78**
减：所得税费用	35,251,502.02	42,462,645.53	36,064,130.43	32,262,243.30
四、净利润	**105,215,912.81**	**123,190,162.21**	**107,504,629.69**	**95,875,608.48**
五、其他综合收益的税后净额	-	-	-	-
六、综合收益总额	**105,215,912.81**	**123,190,162.21**	**107,504,629.69**	**95,875,608.48**

现金流量表

编制单位：比音勒芬服饰股份有限公司 （单位：元）

项　目	2016 年 1-9 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
一、经营活动产生的现金流量：				
销售商品、提供劳务收到的现金	716,814,822.58	849,667,324.05	720,056,199.52	648,066,822.86
收到的税费返还	-	-	-	-
收到的其他与经营活动有关的现金	1,808,868.46	6,521,342.31	3,216,889.80	5,669,783.87
经营活动现金流入小计	**718,623,691.04**	**856,188,666.36**	**723,273,089.32**	**653,736,606.73**
购买商品、接受劳务支付的现金	343,629,725.28	356,608,180.90	305,807,211.36	310,800,199.44
支付给职工以及为职工支付的现金	111,730,202.57	141,523,708.65	110,771,173.99	81,312,252.91
支付的各项税费	91,972,009.19	115,431,675.37	103,217,370.46	98,998,304.71
支付的其他与经营活动有关的现金	81,678,551.64	104,397,667.04	86,059,847.27	60,429,204.62
经营活动现金流出小计	**629,010,488.68**	**717,961,231.96**	**605,855,603.08**	**551,539,961.68**
经营活动产生的现金流量净额	**89,613,202.36**	**138,227,434.40**	**117,417,486.24**	**102,196,645.05**
二、投资活动产生的现金流量：				
收回投资所收到的现金	-	-	-	-
取得投资收益所收到的现金	1,162,500.00	1,178,131.66	321,452.05	-
处置固定资产、无形资产和其他长期资产而收回的现金净额	4,922.33	71,418.97	-	-
收到的其他与投资活动有关的现金	100,000,000.00	200,000,000.00	30,000,000.00	
投资活动现金流入小计	**101,167,422.33**	**201,249,550.63**	**30,321,452.05**	-
购建固定资产、无形资产和其他长期资产所支付的现金	32,091,828.56	33,467,212.73	18,671,412.77	19,572,706.87
投资所支付的现金	-	-	-	-
支付的其他与投资活动有关的现金	200,000,000.00	200,000,000.00	30,000,000.00	-
投资活动现金流出小计	**232,091,828.56**	**233,467,212.73**	**48,671,412.77**	**19,572,706.87**
投资活动产生的现金流量净额	**-130,924,406.23**	**-32,217,662.10**	**-18,349,960.72**	**-19,572,706.87**

三、筹资活动产生的现金流量：				
吸收投资所收到的现金	-	-	-	-
借款所收到的现金	-	-	-	-
收到的其他与筹资活动有关的现金	-	-	-	-
筹资活动现金流入小计	-	-	-	-
偿还债务所支付的现金	-	-	20,000,000.00	10,000,000.00
分配股利或偿付利息所支付的现金	-	-	107,112.50	1,505,212.50
支付的其他与筹资活动有关的现金	-	-	-	-
筹资活动现金流出小计	-	-	**20,107,112.50**	**11,505,212.50**
筹资活动产生的现金流量净额	-	-	**-20,107,112.50**	**-11,505,212.50**
四、汇率变动对现金的影响	-	-	-	-
五、现金及现金等价物净增加额	**-41,311,203.87**	**106,009,772.30**	**78,960,413.02**	**71,118,725.68**
加：期初现金及现金等价物余额	318,507,580.53	212,497,808.23	133,537,395.21	62,418,669.53
六、期末现金及现金等价物余额	**277,196,376.66**	**318,507,580.53**	**212,497,808.23**	**133,537,395.21**

二、审计意见

正中珠江接受本公司的委托，对本公司截至 2013 年 12 月 31 日、2014 年 12 月 31 日、2015 年 12 月 31 日及 2016 年 9 月 30 日的资产负债表和 2013 年度、2014 年度、2015 年度及 2016 年 1-9 月的利润表、现金流量表和股东权益变动表，以及财务报表附注进行了审计，并出具了“广会审字【2016】G14002150481 号”标准无保留意见审计报告。审计意见如下：

“我们认为，比音勒芬财务报表在所有重大方面按照企业会计准则的规定编制，公允反映了比音勒芬 2013 年 12 月 31 日、2014 年 12 月 31 日、2015 年 12 月 31 日及 2016 年 9 月 30 日的财务状况以及 2013、2014、2015 年度及 2016 年 1-9 月的经营成果和现金流量。”

三、财务报表编制的基础

公司财务报表以持续经营为基础，根据实际发生的交易和事项进行确认和计量。公司在报告期内执行财政部 2006 年 2 月 15 日颁布的《企业会计准则》（“财会【2006】3 号”）及其后续规定。

四、报告期内采用的主要会计政策、会计估计

（一）收入确认原则

1、销售商品

公司销售商品取得的收入，在下列条件均能满足时予以确认：公司已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方；公司既没有保留通常与所有权相联系的继续管理权，也没有对已售出的商品实施控制；收入的金额能够可靠地计量；相关的经济利益很可能流入公司；相关已发生或将发生的成本能够可靠计量。

公司销售主要分为两种模式：直营（包括联营和非联营方式）模式和加盟模式，这两种模式下销售收入的确认方法分别为：

（1）直营模式：①在联营方式下，公司根据与联营方（包括商场、机场和高尔夫球会）签订的协议，由联营方在产品交付予顾客时统一向顾客收取全部款项，公司于收到联营方出具的结算清单时，按扣除联营方分成后的销售净额确认销售收入；②在非联营方式下，公司在产品已交付予顾客并收取货款时确认销售收入。

（2）加盟模式：公司在产品已交付予客户，并取得客户的确认文件时确认销售收入。

2、提供劳务

提供劳务取得的收入，在下列条件均能满足时采用完工百分比法予以确认：收入的金额能够可靠地计量；与交易相关的经济利益很可能流入；交易中的完工进度能够可靠地确定；交易中已发生和将发生的成本能够可靠地计量。如提供劳务交易的结果不能够可靠估计且已经发生的劳务成本预计能够得到补偿的，按已经发生的劳务成本金额确认收入；发生的劳务成本预计不能够全部得到补偿的，按能够得到补偿的劳务成本金额确认收入；发生的劳务成本预计全部不能够得到补偿的，不确认收入。

3、让渡资产使用权

提供他人使用公司资产取得收入，在下列条件均能满足时予以确认：与交易相关的经济利益能够流入公司；收入的金额能够可靠地计量。提供他人使用本公司的资产等而应收的使用费收入，按有关合同、协议规定的收费时间和方法计算确认营业收入。

（二）应收款项坏账准备的确认标准和计提方法

1、单项金额重大并单项计提坏账准备的应收款项：

（1）单项金额重大的判断依据或金额标准：单项金额重大是指应收款项余额占本公司前五名或占应收款项余额 10%以上的款项。

（2）单项金额重大并单项计提坏账准备的计提方法：期末对于单项金额重大的应收款项单独进行减值测试，如有客观证据表明其发生了减值的，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额，确认减值损失，计提坏账准备。经单独进行减值测试未发生减值的，参照信用风险组合以账龄分析法计提坏账准备。

2、按组合计提坏账准备应收款项：

组合名称	确定组合的依据	按组合计提坏账准备的计提方法
账龄组合	相同账龄的应收款项具有类似信用风险特征	账龄分析法

以账龄为信用风险组合的应收款项坏账准备计提方法：

账　龄	应收账款计提比例(%)	其他应收款计提比例(%)
1 年以内	5	5
1—2 年	20	20
2—3 年	50	50
3 年以上	100	100

3、单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收款项：

对有客观证据表明其已发生减值的单项非重大应收款项，单独进行减值测试，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备。

（三）存货核算方法

1、存货的分类

存货分为：原材料、库存商品、委托加工物资。

2、存货的核算

存货取得时按实际成本计价，领用或发出时按加权平均法核算。

3、存货的盘存制度

存货采用永续盘存制。

4、存货跌价准备的确认和计提

按照单个存货项目以可变现净值低于账面成本的差额计提存货跌价准备。产成品和用于出售的材料等可直接用于出售的存货，以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值；需要经过加工的材料存货，以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值。

（四）固定资产计价和折旧方法

1、固定资产的标准

公司固定资产是指为生产商品、提供服务、出租或经营管理而持有的、使用年限超过 1 年的有形资产。

2、固定资产的分类

公司固定资产分为：房屋建筑物、运输工具、机器设备及办公设备。

3、固定资产的计价和折旧方法

固定资产按实际成本计价，并按直线法计提折旧。各类固定资产预计使用年限、预计残值率和年折旧率列示如下：

固定资产类别	预计使用年限	年折旧率（%）	预计残值率（%）
房屋建筑物	20	4.75	5
运输工具	5	19.00	5
机器设备	3~5	19.00-31.67	5
办公设备	3~5	19.00-31.67	5

4、固定资产减值准备

公司在报告期末对固定资产逐项进行检查，如果由于市价持续下跌，或技术陈旧、损坏、长期闲置等原因，导致固定资产可收回金额低于其账面价值，则按照其差额计提固定资产减值准备，固定资产减值损失一经确认，在以后会计期间不得转回。可收回金额根据资产的公允价值减去处置费用后的净额与资产预计未来现金流量的现值两者之间较高者确定。资产未来现金流量的现值则按照资产在持续使用过程中和最终处置时所产生的预计未来现金流量，选择恰当的折现率对其进行折现后的金额加以确定。

（五）在建工程核算方法

1、在建工程的类别

在建工程按工程项目进行明细核算，具体核算内容包括：建筑工程、安装工程、在安装设备、待摊支出等。

2、在建工程的计量

在建工程以实际成本计价，按照实际发生的支出确定其工程成本，工程达到预定可使用状态前因进行试运转发生的净支出计入工程成本。工程达到预定可使用状态前所取得的试运转过程中形成的、能够对外销售的产品，其发生的成本，计入在建工程成本，销售或结转为产成品时，按实际销售收入或者预计售价冲减在建工程成本。购建或者生产符合资本化条件的资产而借入的专门借款或占用了一般借款发生的借款利息以及专门借款发生的辅助费用，在所购建或者生产的符合资本化条件的资产达到预定可使用或者可销售状态之前按可资本化金额计入资产成本，其后计入当期损益。

3、在建工程结转为固定资产的标准和时点

在建工程在达到预定可使用状态时转作固定资产。所建造的固定资产已达到预定可使用状态，但尚未办理竣工决算手续的，自达到预定可使用状态之日起，根据工程预算、造价或者工程实际成本等，按估计的价值转入固定资产，并按照固定资产折旧政策计提固定资产的折旧，待办理了竣工决算手续后再对原估计值进行调整，但不调整原已计提的折旧额。

4、在建工程减值准备

公司在报告期末对在建工程进行全面检查，如果在建工程存在长期停建且预计未来 3 年内不重新开工、所建项目无论在性能或技术上已经落后且给企业带来的经济效益具有很大的不确定性、以及其他足以证明在建工程已经发生减值的情形时，按单个在建工程项目的可收回金额低于在建工程账面价值的差额计提在建工程减值准备。在建工程减值损失一经确认，在以后会计期间不得转回。

（六）无形资产计价和摊销方法

1、无形资产的计量

外购无形资产的成本，按使该项资产达到预定用途所发生的实际支出计价；内部研究开发项目研究阶段的支出，于发生时计入当期损益，开发阶段的支出，能够符合资本化条件的，确认为无形资产成本；投资者投入的无形资产，按照投资合同或协议约定的价值作为成本，但合同或协议约定价值不公允的除外；接受

债务人以非现金资产抵偿债务方式取得的无形资产，或以应收债权换入无形资产的，按换入无形资产的公允价值入账；非货币性交易投入的无形资产，以该项非货币性资产的公允价值和应支付的相关税费作为入账成本。

2、无形资产摊销

使用寿命有限的无形资产，在估计该使用寿命的年限内按直线法摊销；无法预见无形资产为公司带来未来经济利益的期限的，视为使用寿命不确定的无形资产，使用寿命不确定的无形资产不进行摊销。公司无形资产为土地使用权、商标及软件，其中土地使用权按使用期限平均摊销，商标按 10 年摊销，软件按 3 年摊销。

3、无形资产支出满足资本化的条件

内部研究开发项目开发阶段的支出，同时满足下列条件时确认为无形资产：（1）完成该无形资产以使其能够使用或出售在技术上具有可行性；（2）具有完成该无形资产并使用或出售的意图；（3）无形资产产生经济利益的方式，包括能够证明运用该无形资产生产的产品存在市场或无形资产自身存在市场，无形资产将在内部使用的，能够证明其有用性；（4）有足够的技术、财务资源和其他资源支持，以完成该无形资产的开发，并有能力使用或出售该无形资产；（5）归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。

4、无形资产减值准备

公司在报告期末对无形资产进行全面检查，如果无形资产存在已被其他新技术所替代而使其为企业创造经济效益的能力受到重大不利影响、某项无形资产的市价大幅下跌且在剩余摊销年限内预期不会恢复、某项无形资产已超过法律保护期限但仍有部分使用价值、以及其他足以证明某项无形资产已经发生减值的情形时，按单项预计可收回金额与账面价值差额计提减值准备。无形资产减值损失一经确认，在以后会计期间不得转回。

（七）长期待摊费用摊销方法

本公司长期待摊费用是指已经支出，但受益期限在一年以上（不含一年）的各项费用，包括店面装修费和办公楼装修费。

长期待摊的费用按形成时发生的实际成本计价，采用直线法在受益年限内平均摊销，其中店面装修费的摊销年限为 3 年，办公楼装修费的摊销年限为 5 年。

长期待摊费用项目不能使以后会计期间受益的，将尚未摊销的该项目的摊余

价值全部转入当期损益。

（八）预计负债的确认标准和计量方法

1、预计负债的确认标准

当与对外担保、未决诉讼或仲裁、产品质量保证、裁员计划、亏损合同、重组义务、固定资产弃置义务等或有事项相关的业务同时符合以下条件时，确认为负债：①该义务是公司承担的现时义务；②该义务的履行很可能导致经济利益流出企业；③该义务的金额能够可靠地计量。

2、预计负债的计量方法

预计负债按照履行相关现时义务所需支出的最佳估计数进行初始计量，并综合考虑与或有事项有关的风险、不确定性和货币时间价值等因素。货币时间价值影响重大的，通过对相关未来现金流出进行折现后确定最佳估计数。所需支出存在一个连续范围，且该范围内各种结果发生的可能性相同的最佳估计数按该范围的中间值确定；在其他情况下，最佳估计数按如下方法确定：①或有事项涉及单个项目时，最佳估计数按最可能发生金额确定；②或有事项涉及多个项目时，最佳估计数按各种可能发生额及其发生概率计算确定；③公司清偿预计负债所需支出全部或部分预期由第三方或其他方补偿的，则补偿金额在基本确定能收到时，作为资产单独确认。每个资产负债表日对预计负债的账面价值进行复核，如有改变则对账面价值进行调整以反映当前最佳估计数。

（九）职工薪酬

职工薪酬包括在职工为公司提供服务的会计期间，公司给予职工各种形式的报酬以及其他相关支出，包括支付的职工工资、奖金、津贴、补贴和职工福利费，以及为职工缴纳医疗保险费、养老保险费、失业保险费、工伤保险费和生育保险费等社会保险费和住房公积金等。

在职工劳动合同到期之前解除与职工的劳动关系、或者为鼓励职工自愿接受裁减而给予补偿的建议（解除劳动关系计划或裁减建议即将实施，且企业不能单方面撤回），公司确认由此而产生的预计负债，同时计入当期费用。除因解除与职工的劳动关系给予的补偿外，公司于职工提供服务的期间确认应付职工薪酬，并根据职工提供服务的受益对象计入相关资产成本和费用。

（十）政府补助

政府补助是指公司从政府无偿取得货币性资产和非货币性资产，不包括政府

作为所有者投入的资本。政府补助分为与资产相关的政府补助和与收益相关的政府补助。政府补助在能够满足政府补助所附的条件，且能够收到时确认。

政府补助为货币性资产的，按照收到或应收的金额计量。政府补助为非货币性资产的，按照公允价值计量；公允价值不能够可靠取得的，按照名义金额计量。按照名义金额计量的政府补助，直接计入当期损益。

与资产相关的政府补助，确认为递延收益，并在相关资产的使用寿命内平均分配计入当期损益。与收益相关的政府补助，用于补偿以后期间的相关费用和损失的，确认为递延收益，并在确认相关费用的期间计入当期损益；用于补偿已经发生的相关费用和损失的，直接计入当期损益。

已确认的政府补助需要返还时，存在相关递延收益余额的，冲减相关递延收益账面余额，超出部分计入当期损益；不存在相关递延收益的，直接计入当期损益。

（十一）递延所得税资产和递延所得税负债

公司采用资产负债表债务法进行所得税的会计处理。所得税包括当期所得税和递延所得税。除与直接计入其他综合收益或股东权益的交易和事项相关的当期所得税和递延所得税计入其他综合收益或股东权益，以及企业合并产生的递延所得税调整商誉的账面价值外，其余当期所得税和递延所得税费用或收益均计入当期损益。

公司对于当期和以前期间形成的当期所得税负债或资产，按照税法规定计算的预期应交纳或返还的所得税金额计量。递延所得税资产和递延所得税负债分别根据可抵扣暂时性差异和应纳税暂时性差异确定，按照预期收回资产或清偿债务期间的适用税率计量。

1、递延所得税资产的确认

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

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

公司对于能够结转以后年度的可抵扣亏损和税款抵减，以很可能获得用来抵扣可抵扣亏损和税款抵减的未来应纳税所得额为限，确认相应的递延所得税资产。

2、递延所得税负债的确认

除下列情况产生的递延所得税负债以外，本公司确认所有应纳税暂时性差异产生的递延所得税负债：（1）商誉的初始确认；（2）同时满足具有下列特征的交易中产生的资产或负债的初始确认：①该项交易不是企业合并；②交易发生时既不影响会计利润也不影响应纳税所得额（或可抵扣亏损）。（3）公司对与子公司、联营公司及合营企业投资产生相关的应纳税暂时性差异，同时满足下列条件的：①投资企业能够控制暂时性差异的转回的时间；②该暂时性差异在可预见的未来很可能不会转回。

资产负债表日，公司对递延所得税资产的账面价值进行复核，如果未来期间很可能无法获得足够的应纳税所得额用以抵扣递延所得税资产的利益，减记递延所得税资产的账面价值。在很可能获得足够的应纳税所得额时，减记的金额予以转回。

如果拥有以净额结算当期所得税资产及当期所得税负债的法定权利，且递延所得税与同一应纳税主体和同一税收征管部门相关，则将递延所得税资产和递延所得税负债以抵销后的净额列示。

（十二）主要会计政策、会计估计的变更

自 2014 年 1 月 26 日起，中华人民共和国财政部陆续修订和颁布了《企业会计准则第 2 号—长期股权投资》、《企业会计准则第 9 号—职工薪酬》、《企业会计准则第 30 号—财务报表列报》、《企业会计准则第 33 号—合并财务报表》、《企业会计准则第 37 号—金融工具列报》、《企业会计准则第 39 号—公允价值计量》、《企业会计准则第 40 号—合营安排》和《企业会计准则第 41 号—在其他主体中权益的披露》等具体准则，公司对具体执行的会计政策和相关会计科目核算进行变更、调整。本次会计政策变更，除对公司财务报告披露格式产生一定的影响外，对公司报告期内的财务报表项目金额未产生任何影响。公司自 2014 年 7 月 1 日起执行上述准则。除前述会计政策变更外，报告期内无其他重大会计政策变更事项、会计估计变更事项。

（十三）前期会计差错更正

本报告期内无前期会计差错更正事项。

五、税项

本公司主要的应纳税项列示如下：

税　目	纳税（费）基础	税（费）率
增值税	销售额	17%
城建税	应缴流转税额	7%
教育费附加	应缴流转税额	3%
地方教育附加	应缴流转税额	2%
企业所得税	应纳税所得额	25%

六、分部信息

本公司分产品业务收入和分地区业务收入的情况请参见本招股意向书“第十一节 管理层讨论与分析”之“二、盈利能力分析”之“（一）营业收入构成分析”。

七、经注册会计师核验的非经常性损益明细表

依据经注册会计师核验的非经常性损益明细表，本公司近三年非经常性损益的情况如下表所示：

（单位：元）

项目	2016 年 1-9 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
1、非流动资产处置损益，包括已计提资产减值准备的冲销部分	-12,417.43	27,823.28	-2,186.83	-2,282,636.97
2、越权审批，或无正式批准文件，或偶发性的税收返还、减免	3,478.94	162,056.44	280,197.19	-
3、计入当期损益的政府补助，但与公司正常经营业务密切相关，符合国家政策规定、按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外	450,000.00	1,265,400.00	1,000,000.00	4,156,000.00
4、计入当期损益的对非金融企业收取的资金占用费	-	-	-	-
5、公司取得子公司、联营企业及合营企业的投资成本小于取得投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值产生的收益	-	-	-	-
6、非货币性资产交换损益	-	-	-	-
7、委托他人投资或管理资产的损益	-	-	-	-

8、因不可抗力因素，如遭受自然灾害而计提的各项资产减值准备	-	-	-	-
9、债务重组损益	-	-	-	-
10、企业重组费用，如安置职工的支出、整合费用等	-	-	-	-
11、交易价格显失公允的交易产生的超过公允价值部分的损益	-	-	-	-
12、同一控制下企业合并产生的子公司期初至合并日的当期净损益	-	-	-	-
13、与公司正常经营业务无关的或有事项产生的损益	-	-	-	-
14、除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外，持有交易性金融资产、交易性金融负债产生的公允价值变动损益，以及处置交易性金融资产、交易性金融负债和可供出售金融资产取得的投资收益	-	-	-	-
15、单独进行减值测试的应收款项减值准备转回	-	-	-	-
16、对外委托贷款取得的损益	-	-	-	-
17、采用公允价值模式进行后续计量的投资性房地产公允价值变动产生的损益	-	-	-	-
18、根据税收、会计等法律、法规的要求对当期损益进行一次性调整对当期损益的影响		-	-	-
19、受托经营取得的托管费收入		-	-	-
20、除上述各项之外的营业外收支净额	101,297.53	-195,846.20	-164,872.15	-97,209.33
21、其他符合非经常性损益定义的损益项目	2,083,333.33	1,178,131.66	321,452.05	-
小计	2,625,692.37	2,437,565.18	1,434,590.26	1,776,153.70
减：所得税影响额	657,544.95	687,216.40	411,762.51	446,888.82
减：少数股东损益影响额	-	-	-	-
归属于公司普通股股东非经常性损益净额	1,968,147.42	1,750,348.78	1,022,827.75	1,329,264.88
归属于母公司普通股股东的净利润	105,215,912.81	123,190,162.21	107,504,629.69	95,875,608.48
扣除非经常性损益后的归属于母公司普通股股东净利润	103,247,765.39	121,439,813.43	106,481,801.94	94,546,343.60

2013 年，公司收到的政府补助主要包括：200 万元的科学技术经费、211.60 万元的专项奖励资金和 4 万元的纳税奖励。2014 年，公司收到的政府补助为 100 万元的民营企业专项奖励资金。2015 年，公司收到的政府补助为 24.54 万元专项奖励金、2 万元的标准化战略专项资助金和 100 万元的民营企业专项奖励资金。2016 年 1-9 月，公司收到的政府补助为 45 万元名牌产品奖励资金。

近三年一期，非经常性损益影响额占同期净利润的比重分别为 1.39%、0.95%、1.42%和 1.87%。非经常性损益对公司利润影响较小。

八、主要资产情况

（一）存货

截至 2016 年 9 月 30 日，公司存货情况如下：

项目名称	金额(元)	比例（%）
原材料	7,650,657.27	3.16
委托加工物资	3,401,936.12	1.41
库存商品	230,946,852.82	95.43
合　计	**241,999,446.21**	**100.00**

注：上表所列金额为存货余额。

（二）其他流动资产

截至 2016 年 9 月 30 日，公司其他流动资产情况如下：

项目	金额（元）
结构性存款	100,000,000.00

（三）固定资产

截至 2016 年 9 月 30 日，公司固定资产情况如下：

项目名称	账面原值(元)	账面净值(元)	折旧年限（年）
机器设备	373,143.24	21,101.59	5
运输工具	5,874,075.50	1,120,742.51	3-5
办公设备	7,556,328.86	2,093,692.02	3-5
合　计	**13,803,547.60**	**3,235,536.12**	-

（四）无形资产

截至 2016 年 9 月 30 日，本公司无形资产情况如下：

名　称	账面原值(元)	账面净值(元)	摊销年限（年）

商标	112,800.00	56,400.00	10
软件	3,752,194.51	408,172.62	3
土地使用权	37,212,459.44	32,956,554.02	土地使用期限
合 计	**41,077,453.95**	**33,421,126.64**	**-**

（五）长期待摊费用

截至 2016 年 9 月 30 日，本公司长期待摊费用情况如下：

项 目	期初金额（元）	本期增加（元）	本期摊销（元）	期末余额（元）
店面装修费	25,029,838.65	10,748,300.79	13,159,470.47	22,618,668.97
办公楼装修费	931,944.19	-	474,246.60	457,697.59
仓库装修	1,027,499.96	2,048,328.85	630,496.41	2,445,332.40
合 计	**26,989,282.80**	**12,796,629.64**	**14,264,213.49**	**25,521,698.95**

九、主要债项

（一）应付款项

截至 2016 年 9 月 30 日，本公司应付款项情况如下：

项目	金额（元）
应付票据	-
应付账款	22,372,733.53

截至 2016 年 9 月 30 日，应付账款余额中无应付持有本公司 5%（含 5%）以上表决权股份的股东单位款项。

（二）预收款项

截至 2016 年 9 月 30 日，公司预收款项情况如下：

项目	金额（元）
预收账款	97,994,922.86

截至 2016 年 9 月 30 日，公司预收款项余额中无预收持有本公司 5%（含 5%）以上表决权股份的股东单位款项。

（三）应付职工薪酬

截至 2016 年 9 月 30 日，公司应付职工薪酬情况如下：

项目	金额（元）
应付职工薪酬	26,999,040.00

（四）其他应付款

截至 2016 年 9 月 30 日，公司其他应付款情况如下：

项目	金额（元）
其他应付款	13,952,825.60

截至 2016 年 9 月 30 日，公司其他应付款余额中无应付持有本公司 5%（含 5%）以上表决权股份的股东单位款项。

十、股东权益情况

（一）2013年股东权益变动表

单位：元

项 目	股本	资本公积	其他综合收益	盈余公积	未分配利润	所有者权益合计
一、上年年末余额	**80,000,000.00**	**33,529,568.58**	**-**	**8,698,715.66**	**78,288,440.94**	**200,516,725.18**
加：会计政策变更	-	-	-	-	-	-
前期差错更正	-	-	-	-	-	-
其他	-	-	-	-	-	-
二、本年年初余额	**80,000,000.00**	**33,529,568.58**	**-**	**8,698,715.66**	**78,288,440.94**	**200,516,725.18**
三、本年增减变动金额	**-**	**-**	**-**	**9,587,560.85**	**86,288,047.63**	**95,875,608.48**
（一）综合收益综合	-	-	-	-	95,875,608.48	95,875,608.48
（二）所有者投入和减少资本	-	-	-	-	-	-
（三）利润分配	-	-	-	9,587,560.85	-9,587,560.85	-
1.提取盈余公积	-	-	-	9,587,560.85	-9,587,560.85	-
2.对所有者（或股东）的分配	-	-	-	-	-	-
3.其他	-	-	-	-	-	-
（四）所有者权益内部结转	-	-	-	-	-	-
1、资本公积转增资本（或股本）	-	-	-	-	-	-
2、盈余公积转增资本（或股本）	-	-	-	-	-	-
3、盈余公积弥补亏损	-	-	-	-	-	-
4、其他	-	-	-	-	-	-
（五）专项储备	-	-	-	-	-	-
（六）其他	-	-	-	-	-	-
四、本年年末余额	**80,000,000.00**	**33,529,568.58**	**-**	**18,286,276.51**	**164,576,488.57**	**296,392,333.66**

（二）2014年股东权益变动表

单位：元

项 目	股本	资本公积	其他综合收益	盈余公积	未分配利润	所有者权益合计
一、上年年末余额	**80,000,000.00**	**33,529,568.58**	**-**	**18,286,276.51**	**164,576,488.57**	**296,392,333.66**
加：会计政策变更	-	-	-	-	-	-
前期差错更正	-	-	-	-	-	-
其他	-	-	-	-	-	-
二、本年年初余额	**80,000,000.00**	**33,529,568.58**	**-**	**18,286,276.51**	**164,576,488.57**	**296,392,333.66**
三、本年增减变动金额	**-**	**-**	**-**	**10,750,462.97**	**96,754,166.72**	**107,504,629.69**
（一）综合收益综合	-	-	-	-	107,504,629.69	107,504,629.69
（二）所有者投入和减少资本	-	-	-	-	-	-
（三）利润分配	-	-	-	10,750,462.97	-10,750,462.97	-
1.提取盈余公积	-	-	-	10,750,462.97	-10,750,462.97	-
2.对所有者（或股东）的分配	-	-	-	-	-	-
3.其他	-	-	-	-	-	-
（四）所有者权益内部结转	-	-	-	-	-	-
1、资本公积转增资本（或股本）	-	-	-	-	-	-
2、盈余公积转增资本（或股本）	-	-	-	-	-	-
3、盈余公积弥补亏损	-	-	-	-	-	-
4、其他	-	-	-	-	-	-
（五）专项储备	-	-	-	-	-	-
（六）其他	-	-	-	-	-	-
四、本年年末余额	**80,000,000.00**	**33,529,568.58**	**-**	**29,036,739.48**	**261,330,655.29**	**403,896,963.35**

（三）2015年股东权益变动表

单位：元

项 目	股本	资本公积	其他综合收益	盈余公积	未分配利润	所有者权益合计
一、上年年末余额	**80,000,000.00**	**33,529,568.58**	**-**	**29,036,739.48**	**261,330,655.29**	**403,896,963.35**
加：会计政策变更	-	-	-	-	-	-
前期差错更正	-	-	-	-	-	-
其他	-	-	-	-	-	-
二、本年年初余额	**80,000,000.00**	**33,529,568.58**	**-**	**29,036,739.48**	**261,330,655.29**	**403,896,963.35**
三、本年增减变动金额	**-**	**-**	**-**	12,319,016.22	110,871,145.99	123,190,162.21
（一）综合收益综合	-	-	-	-	123,190,162.21	123,190,162.21
（二）所有者投入和减少资本	-	-	-	-	-	-
（三）利润分配	-	-	-	12,319,016.22	-12,319,016.22	-
1.提取盈余公积	-	-	-	12,319,016.22	-12,319,016.22	-
2.对所有者（或股东）的分配	-	-	-	-	-	-
3.其他	-	-	-	-	-	-
（四）所有者权益内部结转	-	-	-	-	-	-
1、资本公积转增资本（或股本）	-	-	-	-	-	-
2、盈余公积转增资本（或股本）	-	-	-	-	-	-
3、盈余公积弥补亏损	-	-	-	-	-	-
4、其他	-	-	-	-	-	-
（五）专项储备	-	-	-	-	-	-
（六）其他	-	-	-	-	-	-
四、本年年末余额	**80,000,000.00**	**33,529,568.58**	**-**	**41,355,755.70**	**372,201,801.28**	**527,087,125.56**

（四）2016年1-9月股东权益变动表

单位：元

项 目	股本	资本公积	其他综合收益	盈余公积	未分配利润	所有者权益合计
一、上年年末余额	**80,000,000.00**	**33,529,568.58**	**-**	**41,355,755.70**	**372,201,801.28**	**527,087,125.56**
加：会计政策变更	-	-	-	-	-	-
前期差错更正	-	-	-	-	-	-
其他	-	-	-	-	-	-
二、本年年初余额	**80,000,000.00**	**33,529,568.58**	**-**	**41,355,755.70**	**372,201,801.28**	**527,087,125.56**
三、本年增减变动金额	**-**	**-**	**-**	**-**	**105,215,912.81**	**105,215,912.81**
（一）综合收益综合	-	-	-	-	105,215,912.81	105,215,912.81
（二）所有者投入和减少资本	-	-	-	-	-	-
（三）利润分配	-	-	-			-
1.提取盈余公积	-	-	-			-
2.对所有者（或股东）的分配	-	-	-	-	-	-
3.其他	-	-	-	-	-	-
（四）所有者权益内部结转	-	-	-	-	-	-
1、资本公积转增资本（或股本）	-	-	-	-	-	-
2、盈余公积转增资本（或股本）	-	-	-	-	-	-
3、盈余公积弥补亏损	-	-	-	-	-	-
4、其他	-	-	-	-	-	-
（五）专项储备	-	-	-	-	-	-
（六）其他	-	-	-	-	-	-
四、本年年末余额	**80,000,000.00**	**33,529,568.58**	**-**	**41,355,755.70**	**477,417,714.09**	**632,303,038.37**

十一、现金流量

近三年一期，公司现金流量基本情况如下：

单位：元

项　目	2016 年 1-9 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
经营活动产生的现金流量净额	89,613,202.36	138,227,434.40	117,417,486.24	102,196,645.05
投资活动产生的现金流量净额	-130,924,406.23	-32,217,662.10	-18,349,960.72	-19,572,706.87
筹资活动产生的现金流量净额	-	-	-20,107,112.50	-11,505,212.50
现金及现金等价物净增加额	-41,311,203.87	106,009,772.30	78,960,413.02	71,118,725.68

十二、财务报表附注中的重要事项

（一）或有事项

截至 2016 年 9 月 30 日，本公司无需要披露的重要或有事项。

（二）承诺事项

截至 2016 年 9 月 30 日，本公司无需要披露的重要承诺事项。

（三）资产负债表日后事项

截至财务报表报出日，本公司无需要披露的重要资产负债表日后事项。

（四）其他重要事项

截至 2016 年 9 月 30 日，本公司无需要披露的其他重要事项。

十三、近三年的主要财务指标

（一）主要财务指标

项目	2016.9.30	2015.12.31	2014.12.31	2013.12.31
流动比率	3.82	3.82	3.33	2.59
速动比率	2.57	2.60	2.14	1.50
资产负债率（%）	23.22	22.99	25.99	34.59
无形资产（扣除土地使用权后）占净资产的比例（%）	0.07	0.14	0.22	0.42
项目	**2016 年 1-9 月**	**2015 年度**	**2014 年度**	**2013 年度**
应收账款周转率（次）	15.45	19.08	20.57	17.34
存货周转率（次）	1.03	1.54	1.49	1.55
息税折旧摊销前利润（万元）	15,651.18	18,702.12	16,462.00	15,189.61

利息保障倍数（倍）	—	-	2,183.86	85.39
每股经营活动产生的现金流量净额（元）	1.12	1.73	1.47	1.28
每股净现金流量（元）	-0.52	1.33	0.99	0.89

注：上述指标的计算公式如下：

流动比率＝流动资产÷流动负债

速动比率＝（流动资产－存货）÷ 流动负债

资产负债率＝（负债总额÷资产总额）×100%

应收账款周转率＝销售收入÷应收账款平均余额

存货周转率＝销售成本÷存货平均余额

息税折旧摊销前利润＝税前利润+利息+折旧支出+待摊费用摊销额+长期待摊费用摊销额+无形资产摊销

利息保障倍数＝（税前利润+利息费用）/利息费用

每股经营活动产生的现金流量净额＝经营活动的现金流量净额÷期末普通股份总数

每股净现金流量＝现金及现金等价物净增加额÷期末普通股份总数

（二）净资产收益率和每股收益

按照《公开发行证券公司信息披露编报规则第 9 号—净资产收益率和每股收益的计算及披露》计算的公司净资产收益率和每股收益如下表所示：

时 间	利 润	加权平均净资产收益率（%）	每股收益（元/股）	
			基本每股收益	稀释每股收益
2016 年 1-9 月	归属于公司普通股股东的净利润	18.15	1.32	1.32
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	17.81	1.29	1.29
2015 年	归属于公司普通股股东的净利润	26.46	1.54	1.54
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	26.09	1.52	1.52
2014 年	归属于公司普通股股东的净利润	30.70	1.34	1.34
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	30.41	1.33	1.33
2013 年	归属于公司普通股股东的净利润	38.59	1.20	1.20
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	38.05	1.18	1.18

注：上述指标的计算公式如下：

① 加权平均净资产收益率=P/（E_0 ＋ NP÷2 ＋ E_i×M_i÷M_0 － E_j×M_j÷M_0±E_k×M_k÷M_0）

其中：P 分别对应于归属于公司普通股股东的净利润、扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润；NP 为归属于公司普通股股东的净利润；E_0 为归属于公司普通股股东的期初净资产；E_i 为报告期发行新股或债转股等新增的、归属于公司普通股股东的净资产；E_j 为报告期回购或现金分红等减少的、归属于公司普通股股东的净资产；M_0 为报告期月份数；M_i 为新增净资产下一月份起至报告期期末的月份数；M_j 为减少净资产下一月份起至报告期期末的月份数；E_k 为因其他交易或事项引起的净资产增减变动；M_k 为发生其他净资产增减变动下一月份起至报告期期末的月份数。

② 基本每股收益=P÷S

S= S_0 ＋ S_1 ＋ S_i×M_i÷M_0 － S_j×M_j÷M_0－S_k

其中：P 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于普通股股东的净利润；S 为发行在外的普通股加权平均数；S_0 为期初股份总数；S_1 为报告期因公积金转增股本或股票股利分配等增加股份数；S_i 为报告期因发行新股或债转股等增加股份数；S_j 为报告期因回购等减少股份数；S_k 为报告期缩股数；M_0 报告期月份数；M_i 为增加股份下一月份起至报告期期末的月份数；M_j 为减少股份下一月份起至报告期期末的月份数。

③ q 稀释每股收益=[P+（已确认为费用的稀释性潜在普通股利息－转换费用）×（1-所得税率）]/（S0 ＋ S1 ＋ Si×Mi÷M0 － Sj×Mj÷M0—Sk+认股权证、股份期权、可转换债券等增加的普通股加权平均数）

其中，P 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润。公司在计算稀释每股收益时，应考虑所有稀释性潜在普通股的影响，直至稀释每股收益达到最小。

十四、资产评估情况

1、2010 年 8 月 30 日，广州业勤资产评估土地房地产估计有限公司对谢秉政用于对比音勒芬出资的两栋自有厂房进行了评估，并出具了《房地产估价报告》（业评房字【2010】第 164 号）。本次评估采用成本法，其中对估价对象宗地采用收益法进行计算，对估计对象建筑物部分采用重置成本法进行计算，评估结果如下：

项目	地址位置	面积（m^2）	评估价值（元）	备注
房屋建筑物	广州市番禺区南村镇兴业大道 608 号（1、2 号厂房）	2,340.00	2,618,461	不含地价
土地使用权	广州市番禺区南村镇兴业大道 608 号	8,000.00	7,495,039	-
合计	-	-	10,113,500	-

2、2012 年 2 月 1 日，广东联信资产评估土地房地产估价有限公司以 2011 年 11 月 30 日为基准日对公司整体资产和负债进行了评估，并出具了《广东比音勒芬服饰有限公司拟整体变更设立股份公司所涉及经审计后资产和负债评估报告》（联信证评报字【2012】第 A0030 号）。本次评估主要采用资产基础法进行评估，评估结果如下：

项目	账面价值（万元）	评估价值（万元）	增减值（万元）	增值率（%）
总资产	21,265.48	25,754.33	4,488.85	21.11
总负债	9,912.53	9,912.53	0.00	0.00
净资产	11,352.95	15,841.80	4,488.85	39.54

本次资产评估仅作为折股参考，公司未根据评估结果进行账务处理。

3、2013 年 1 月 3 日，广东联信资产评估土地房地产估价有限公司对谢秉政用 2010 年出资的评估报告进行了复核，并出具《关于【业评房字（2010）第 164 号】“广东比音勒芬服饰有限公司委托评估的位于广州市番禺区南村镇兴业大道 608 号 1、2 号厂房市场价值评估”《房地产估价报告》的复核报告》（联信<证>核报字【2013】第 Z0003 号），认为：【业评房字（2010）第 164 号】《房地产估价报告》无调整事项，评估结论合理；遵循了《中华人民共和国国家标准房地产估计规范》的要求，估价对象和范围与企业申报估价的资产范围一致；估价目的明确；实施的估价程序到位；估价方法和估价参数取值依据符合相关规范要求；估价报告格式符合报告出具时的规范要求；对估价结果产生重大影响的事项已披露。

十五、历次验资情况

截至2016年9月30日，公司共进行了7次验资。有关验资的具体情况请参见本招股意向书“第五节　发行人基本情况”之“四、历次验资情况”的有关内容。

第十一节 管理层讨论与分析

一、发行人财务状况分析

（一）资产的主要构成分析

报告期内各期末，公司资产结构如下表所示：

资 产	2016.9.30		2015.12.31		2014.12.31		2013.12.31	
	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）
货币资金	27,719.64	33.66	31,850.76	46.53	21,249.78	38.94	13,756.51	30.36
应收账款	3,298.65	4.01	4,138.06	6.05	3,353.37	6.14	2,642.58	5.83
预付账款	5,260.60	6.39	2,510.40	3.67	3,527.53	6.46	3,860.74	8.52
应收利息	296.60	0.36	28.00	0.04	109.69	0.20	-	-
其他应收款	2,603.38	3.16	2,328.28	3.40	2,140.63	3.92	1,743.04	3.85
存货	23,900.48	29.02	19,340.73	28.26	16,796.97	30.78	15,945.59	35.19
其他流动资产	10,000.00	12.14	-	-	-	-	-	-
流动资产	**73,079.35**	**88.74**	**60,196.22**	**87.95**	**47,177.97**	**86.45**	**37,948.47**	**83.75**
固定资产	323.55	0.39	240.70	0.35	255.85	0.47	238.82	0.53
在建工程	2,458.81	2.99	1,449.17	2.12	299.36	0.55	132.38	0.29
无形资产	3,342.11	4.06	3,441.90	5.03	3,546.44	6.50	3,677.89	8.12
长期待摊费用	2,552.17	3.10	2,698.93	3.94	2,474.59	4.53	2,712.41	5.99
递延所得税资产	595.46	0.72	419.74	0.61	821.00	1.50	601.76	1.33
非流动资产	**9,272.10**	**11.26**	**8,250.43**	**12.05**	**7,397.24**	**13.55**	**7,363.26**	**16.25**
资产总计	**82,351.45**	**100.00**	**68,446.65**	**100.00**	**54,575.21**	**100.00**	**45,311.73**	**100.00**

1、资产的变化及其构成

近三年一期期末，本公司的总资产分别为45,311.73万元、54,575.21万元、68,446.65万元和82,351.45万元，分别较上年末增长20.44%、25.42%和20.31%。报告期内，本公司资产规模整体保持较快增长主要是由于以下原因：

（1）报告期内，公司主营业务的快速发展。这一方面使得公司的各项营运资产不断增长，另一方面也使得公司的盈利能力不断增强，公司的资本积累增加。

（2）随着公司业务规模的不断扩大，公司营运资金增长较快，公司相应增加了银行借款的规模，使得公司资产规模扩大。

公司资产主要由流动资产、固定资产、无形资产和长期待摊费用构成，其他资产占总资产的比例较小。截至2016年9月30日，公司流动资产、固定资产、无形资产和长期待摊费用占总资产的比例分别为88.74%、0.39%、4.06%和3.10%。

公司的资产结构与公司的运营模式相适应。公司采取轻资产的品牌运营模式，专注于产品的设计研发、营销网络的维护与拓展以及品牌的推广，通过外包的方式进行产品生产。因此，公司资产结构以流动资产为主。近三年一期期末，公司流动资产占资产总额的比例分别为83.75%、86.45%、87.95%和88.74%，保持着较强的流动性。

2、应收账款

应收账款账龄结构表

账　龄	2016.9.30		2015.12.31		2014.12.31		2013.12.31	
	金额（万元）	比例(%)	金额（万元）	比例(%)	金额（万元）	比例(%)	金额（万元）	比例(%)
1 年以内	3,429.09	98.53	4,310.00	98.75	3,504.45	99.15	2,781.66	100.00
1-2 年	51.26	1.47	54.44	1.25	30.18	0.85	-	-
2-3 年	-	-	-	-	-	-	-	-
3 年以上	-	-	-	-	-	-	-	-
合　计	**3,480.36**	**100.00**	**4,364.45**	**100.00**	**3,534.63**	**100.00**	**2,781.66**	**100.00**

注：上表数据为应收账款账面余额

（1）应收账款的形成原因

本公司采取直营和特许加盟相结合的销售模式。在特许加盟模式中，公司一般采取在加盟商全额预付款后安排发货。公司应收账款主要来源于直营销售模式下的货款结算方式。

在直营模式下，公司主要通过与商场、机场、高尔夫球会等单位联营分成的方式进行零售。根据协议安排，联营方（如商场、机场、高尔夫球会）收取全部的销售款项，并按预定的分成比例计算联营方应得的分成。本公司在与联营方就销售情况核对一致后，按联营方收取的全部款项扣除联营方应得分成后的余额进行结算并确认收入，同时据此开具增值税发票；联营方一般在收到发票后30日内将款项余额支付给公司。因此，在直营模式下，公司会在月底产生针对部分联营商的应收账款。

（2）应收账款的结构及变动分析

近三年一期期末，本公司应收账款净值分别为2,642.58万元、3,353.37万元、4,138.06万元和3,298.65万元，占当期期末流动资产的比例分别为6.96%、7.11%、6.87%和4.51%。

从账龄构成来看，近三年一期期末，本公司应收账款账龄绝大部分均在1年以内，应收账款的质量较好。

从周转情况来看，近三年本公司的应收账款周转率分别为17.34次、20.57次和19.08次，应收账款周转率保持在较高的水平。应收账款周转率的分析参见本节“一、发行人财务状况分析”之“（四）资产周转能力分析”。

从客户构成上来看，本公司应收账款的主要客户为与公司有着长期合作关系的国内知名商场，应收账款回收可能性较高。

报告期各期末应收账款的具体如下表：

序号	客户名称	应收账款余额(万元)	占比	账龄
2016 年 9 月 30 日				
1	广州菲尚商贸有限公司	396.94	11.40%	1 年以内
2	广东天河城百货有限公司	274.49	7.89%	1 年以内
3	天津一商友谊股份有限公司	209.85	6.03%	1 年以内
4	中国免税品（集团）有限公司	206.84	5.94%	1 年以内
5	昆明岚茜商贸有限公司	202.41	5.82%	1 年以内
6	东莞市南城海雅百货有限公司	134.09	3.85%	1 年以内
7	青岛海信东海商贸有限公司	125.69	3.61%	1 年以内
8	成都时代奥特莱斯商业有限公司	119.81	3.44%	1 年以内
9	港中旅（青岛）海泉湾有限公司	93.11	2.68%	1 年以内
10	贵阳国贸广场百货集团	83.70	2.40%	1 年以内
11	其他直营客户	1,632.45	46.90%	2 年以内
	其中：1 年以内	1,581.19	45.43%	1 年以内
	1-2 年	51.26	1.47%	1-2 年
	加盟客户	0.98	0.03%	1 年以内
	合　计	3,480.36	100.00%	
2015 年 12 月 31 日				
1	广东天河城百货有限公司	658.74	15.09%	1 年以内
2	北京新燕莎商业有限公司	300.76	6.89%	1 年以内

3	北京王府井百货(集团)股份有限公司	258.01	5.91%	1 年以内
4	天津一商友谊股份有限公司	157.03	3.60%	1 年以内
5	中国免税品（集团）有限公司	156.00	3.57%	1 年以内
6	广州菲尚商贸有限公司	152.55	3.50%	1 年以内
7	北京翠微大厦股份有限公司	149.93	3.44%	1 年以内
8	成都时代奥特莱斯商业有限公司	141.35	3.24%	1 年以内
9	天虹商场股份有限公司	129.84	2.97%	1 年以内
10	平和堂（中国）有限公司	114.30	2.62%	1 年以内
11	其他直营客户	2,144.97	49.15%	2 年以内
	其中：1 年以内	2,090.53	47.90%	1 年以内
	1-2 年	54.44	1.25%	1-2 年
12	加盟客户	0.98	0.02%	1 年以内
合 计		4,364.45	100.00%	
2014 年 12 月 31 日				
1	广东天河城百货有限公司	220.11	6.23%	1 年以内
2	长沙通程控股股份有限公司	161.47	4.57%	1 年以内
3	成都仁和春天百货有限公司	154.57	4.37%	1 年以内
4	贵阳星力百货购物广场有限公司	142.61	4.03%	1 年以内
5	广州海印又一城商务有限公司	140.52	3.98%	1 年以内
6	重庆商社新世纪百货连锁经营有限公司世纪新都	83.97	2.38%	1 年以内
7	三亚德航商业有限公司	79.37	2.25%	1 年以内
8	青岛利群百货集团股份有限公司李沧分公司	73.21	2.07%	1 年以内
9	南京金鹰商贸特惠中心有限公司	72.07	2.04%	1 年以内
10	中免丰和（上海）商贸有限公司	65.69	1.86%	1 年以内
11	其他直营客户	2,338.06	66.15%	2 年以内
	其中：1 年以内	2,304.89	65.21%	1 年以内
	1-2 年	30.18	0.85%	1-2 年
12	加盟客户	2.99	0.08%	1 年以内
合 计		3,534.63	100.00%	
2013 年 12 月 31 日				
1	重庆商社新世纪百货连锁经营有限公司	227.18	8.17%	1 年以内

2	天虹商场股份有限公司	221.30	7.96%	1 年以内
3	广州菲尚商贸有限公司	203.45	7.31%	1 年以内
4	中国免税品（集团）有限公司	149.06	5.36%	1 年以内
5	三亚德航商业有限公司	144.31	5.18%	1 年以内
6	成都伊藤洋华堂有限公司	124.28	4.47%	1 年以内
7	大商股份有限公司	119.05	4.28%	1 年以内
8	福州大洋百货有限公司	110.47	3.97%	1 年以内
9	贵阳星力百货集团有限公司	106.52	3.83%	1 年以内
10	金鹰国际商贸集团（中国）有限公司	101.19	3.64%	1 年以内
11	其他直营客户	1,274.85	45.83%	1 年以内
合 计		2,781.66	100.00%	

注：北京王府井百货(集团)股份有限公司于 2016 年 1 月 28 日更名为王府井集团股份有限公司。

（3）公司的应收账款坏账计提比例与同行业上市公司的比较情况

本公司选择在境内上市的品牌服装上市公司摩登大道（SZ.002656）、海澜之家（SH.600398）、报喜鸟（SZ.002154）、搜于特（SZ.002503）、维格娜丝（SH.603518）、贵人鸟（SH.603555）、希努尔（SZ.002485）、森马服饰（SZ.002563）8 家同行业上市公司报告期内的经营数据与比音勒芬进行了比较。上述同行业上市公司的相关资料和数据均来自其公开的招股意向书或年度财务报告。上述 8 家同行业上市公司基本情况如下表所示：

公司名称	品牌定位	经营模式
摩登大道（SZ.002656）	高端	外包生产，以直营为主、加盟为辅组织终端销售
海澜之家（SH.600398）	中端	外包生产为主、以加盟为主，直营为辅组织终端销售
报喜鸟（SZ.002154）	高端	自主生产与外包生产相结合，加盟为主，直营为辅组织终端销售
搜于特（SZ.002503）	中端	外包生产，以加盟为主，直营为辅组织终端销售
维格娜丝（SH.603518）	高端	自主生产与外包生产相结合，以直营为主，加盟为辅组织终端销售
贵人鸟（SH.603555）	中端	自主生产与外包生产相结合，以经销商为主组织终端销售

希努尔（SZ.002485）	中端	以自制生产为主、委托加工生产为辅，以直营店和特许加盟店为主、团体订购、外贸出口和网上直销为补充的生产销售模式。
森马服饰（SZ.002563）	中端	外包生产，以加盟为主，直营为辅组织终端销售

公司的应收账款坏账计提比例与上述 8 家同行业上市公司的比较情况

项目	坏账计提比例								
账龄	比音勒芬	摩登大道（002656）	海澜之家（600398）	报喜鸟（002154）	搜于特（002503）	维格娜丝（603518）	贵人鸟（603555）	希努尔（002485）	森马服饰（002563）
1 年以内	5%	5%	5%	5%	5%	5%	1%、5%	5%	5%
1-2 年	20%	10%	10%	10%	10%	10%	20%	10%	20%
2-3 年	50%	50%	30%	20%	20%	50%	50%	30%	50%
3 年以上	100%	100%	50%、80%、100%	50%、80%、100%	30%、50%、100%	80%、80%、100%	100%	50%、80%、100%	100%

注 1：2016 年 3 月 28 日，广州卡奴迪路服饰股份有限公司更名为“摩登大道时尚集团股份有限公司”，其证券中文简称变更为“摩登大道”。

注 2：海澜之家、报喜鸟、搜于特、维格娜丝、希努尔将账龄在 3 年以上的细分为 3-4 年，4-5 年和 5 年以上，并分别明确了相应的坏账准备计提比例；贵人鸟将账龄在 1 年以内的细分为 6 个月以内和 7 个月至 1 年以内，并分别明确了坏账准备计提比例。

从上表可知，公司账龄1年以内的应收账款坏账计提比例为5%，与上述大部分同行业上市公司账龄1年以内的应收账款计提比例一致，高于贵人鸟账龄1年以内的应收账款坏账计提比例；公司账龄1-2年的应收账款坏账计提比例为20%，与贵人鸟和森马服饰账龄1-2年的应收账款坏账计提比例相同，高于摩登大道、海澜之家和报喜鸟等其他可比公司账龄1-2年的的应收账款坏账计提比例；公司账龄2-3年的应收账款坏账计提比例为50%，与摩登大道、维格娜丝、贵人鸟和森马服饰账龄2-3年的应收账款坏账计提比例相同，高于海澜之家、报喜鸟和搜于特等上述其他同行业上市公司账龄2-3年的应收账款坏账计提比例；公司账龄3年以上的应收账款坏账计提比例为100%，与摩登大道、贵人鸟和森马服饰账龄3年以上的应收账款坏账计提比例相同，高于海澜之家和报喜鸟等上述其他同行业上市公司账龄3年以上的应收账款坏账计提比例。与摩登大道、报喜鸟等同行业上市公司相比，公司的应收账款坏账计提政策更为谨慎。

3、其他应收款

报告期内，公司其他应收款主要为向机场（含高铁）店所属的联营客户或机场（含高铁）店所在经营场所的出租方交付的保证金。鉴于该保证金在公司与机场（含高铁）店联营客户或机场（含高铁）店所在经营场所的出租方结束合作后可以正常收回，公司将其在“其他应收款”中核算，符合《企业会计准则》的相关规定。

近三年一期期末，公司其他应收款净值分别为1,743.04万元、2,140.63万元、2,328.28万元和2,603.38万元。公司2014年末其他应收款较2013年末增长较快，主要是公司机场店快速发展导致交付的保证金相应增加。

4、预付款项

公司的预付款项主要是预付给面辅料供应商及成衣厂的采购款的定金。公司每年在订货会结束后，根据加盟商的订单及自身直营店铺的业务发展需要向面辅料供应商及成衣厂提交订单进行集中采购，并预付部分货款，待产品验收入库后冲减已预付款项。

近三年一期期末，公司预付款项情况如下：

账　龄	2016.9.30		2015.12.31		2014.12.31		2013.12.31	
	金额（万元）	比例(%)	金额（万元）	比例(%)	金额（万元）	比例(%)	金额（万元）	比例(%)
1 年以内	5,112.81	97.19	2,367.54	94.31	3,374.36	95.66	3,792.44	98.23
1-2 年	31.62	0.60	26.69	1.06	104.76	2.97	68.30	1.77
2-3 年	67.76	1.29	67.76	2.70	48.41	1.37	-	-
3 年以上	48.41	0.92	48.41	1.93	-	-	-	-
合　计	5,260.60	100.00	**2,510.40**	**100.00**	**3,527.53**	**100.00**	**3,860.74**	**100.00**

注：报告期内，账龄1年以上的预付款项主要为预付的中介机构费用。

公司服装分为春夏季和秋冬季两季。公司每年年底的预付款主要来源于春夏季新品服装的预付定金以及部分秋冬季当季服装补货形成的预付定金。公司2015年末预付款项较2014年末减少28.83%，主要是由于2016年春节较往年提前，使得公司2016年春夏季新品服装到货时间较往年有所提前。公司2016年9月30日预付款项较2015年末增长幅度较大，主要是由于预付了2017年春秋季服装定金且春秋季服装尚未到交付期所致。

5、存货

项　目	2016.9.30		2015.12.31		2014.12.31		2013.12.31	
	金额(万元)	比例(%)	金额(万元)	比例(%)	金额(万元)	比例(%)	金额(万元)	比例(%)
原材料	765.07	3.16	512.90	2.62	315.02	1.85	441.52	2.75
委托加工物资	340.19	1.41	361.47	1.85	284.13	1.66	637.10	3.96
库存商品	23,094.69	95.43	18,679.68	95.53	16,473.05	96.49	14,992.52	93.29
账面余额合计	24,199.94	100.00	19,554.05	100.00	17,072.20	100.00	16,071.13	100.00
减：跌价准备	299.47	-	213.33	-	275.22	-	125.54	-
账面价值合计	23,900.48	-	19,340.73	-	16,796.97	-	15,945.59	-

公司存货包括原材料、委托加工物资和库存商品。其中，原材料主要为生产服装所需的面辅料，委托加工物资为发运至成衣厂的原材料，库存商品包括公司仓库中的完工入库服装和直营店的当季备货服装。

（1）存货结构及变动情况分析

本公司存货构成中库存商品所占比重较大。近三年一期期末，库存商品在存货账面余额中所占的比重分别为93.29%、96.49%、95.53%和95.43%，与公司业务特点相适应。

① 直营店铺的备货形成库存商品

本公司的终端店铺可分为直营店和加盟店，其对存货的影响有所不同：1）直营模式下，公司根据店面规模来配置足够款式、尺码的服装，从物流仓库发往直营店铺，该部分服装始终作为公司库存商品处理，因此公司直营店的备货是导致公司期末库存商品较大的主要原因；2）加盟模式下，公司主要在一年两次的订货会期间与加盟商签订销售订单，根据订单的要求安排新品的生产，产品交付加盟商后确认销售，不再作为公司存货。公司对加盟商采取的这种以销定产的模式对公司年底库存商品的影响不大。

本公司实行春夏装和秋冬装两季服装产品的集中采购，其中春夏装的采购集中在每年的12月到来年的2月。因此，公司各终端门店春夏季服装上架的时间将会直接影响到年底公司春夏装的备货数量。

近年来，公司业务得以快速发展，直营店铺从2013年初的200家上升到2016年9月底的273家。直营店铺的备货需求直接导致公司库存商品的期末金额较大且逐年增加。

②高端品牌服装的运营模式使得存货账面余额较大

本公司定位于高尔夫运动与时尚休闲生活相结合的细分市场。高端品牌服装的运营具有以下特点：

A）高端品牌产品单位成本高，同等数量备货的情况下，会使得存货金额相对较高。

B）高端品牌运营要求产品陈列要能充分展示公司丰富多彩的产品款式，给予顾客最直观的高端体验，满足顾客个性时尚的需求。这使得高端品牌的充足备货显得尤为重要。

C）高端服装品牌的产品企划、产品设计准备期较长，从而使得新品备货期相对较长，存货余额较大。

③ 高品质的产品设计和生产外包的模式使得原材料占比较低。

比音勒芬（Biem Hfdlkk）作为高尔夫服饰的高端品牌，在产品设计上准确把握时尚特点。为保持新颖、时尚、高端的品牌形象，公司根据选定的设计款式来采购对应的面辅料，以满足对面料质地、颜色等的不同要求。因此，公司无需保留大量的原材料库存。

此外，在生产外包方面，公司除了向成衣厂提供少量特殊专业性能面料和辅料外，大部分面辅料由成衣厂根据本公司的要求或指定自行采购。这种由成衣厂包工包料的方式也使得本公司委托加工物资较少。

④本公司库存商品全部为比音勒芬品牌的商品。近三年一期期末，公司库存商品的数量、金额、库龄如下表：

库龄	产品类别	2016 年 9 月 30 日		2015 年 12 月 31 日		2014 年 12 月 31 日		2013 年 12 月 31 日	
		数量（万件）	金额（万元）	数量（万件）	金额（万元）	数量（万件）	金额（万元）	数量（万件）	金额（万元）
1 年以内	上衣类	21.54	7,735.46	20.08	7,026.10	16.33	5,162.18	19.57	6,624.36
	下装类	14.73	3,698.85	13.94	3,429.26	10.99	2,697.85	8.02	1,923.65
	外套类	8.91	7,137.35	6.43	5,107.57	6.42	4,703.46	5.84	4,511.67
	其他类	6.29	902.54	4.62	584.92	3.56	413.72	3.12	407.38
1-2 年	上衣类	5.16	1,741.43	2.32	764.57	7.39	2,325.13	2.25	730.65
	下装类	1.32	319.52	2.12	505.15	0.68	165.12	0.78	184.83
	外套类	0.87	644.23	0.84	648.66	0.54	388.92	0.35	264.02
	其他类	1.94	206.13	0.58	65.31	0.96	110.94	0.58	74.92
2	上衣类	0.72	212.90	1.17	360.65	0.59	175.55	0.21	71.65

1-3年	下装类	0.57	140.98	0.07	16.66	0.20	46.51	0.22	49.51
	外套类	0.27	196.45	0.10	71.18	0.14	100.60	0.09	71.02
	其他类	0.37	36.08	0.18	19.07	0.46	50.02	0.12	14.74
3年以上	上衣类	0.16	47.32	0.19	59.19	0.16	52.97	0.06	18.69
	下装类	0.02	6.39	0.02	6.03	0.04	10.07	0.09	20.09
	外套类	0.07	50.54	0.01	5.00	0.08	63.25	0.03	20.17
	其他类	0.18	18.50	0.12	10.35	0.07	6.76	0.04	5.17
合计		63.12	23,094.69	52.80	18,679.68	48.62	16,473.05	41.41	14,992.52

⑤公司生产模式、销售模式、销售周期对存货余额的影响

近三年一期期末，公司库存商品在存货账面余额中所占的比重分别为93.29%、96.49%、95.53%和95.43%，库存商品占比较高，主要是受生产模式、销售模式、销售周期等因素所影响。

公司采用轻资产的品牌运营模式，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，产品生产环节外包。公司每年举行春夏、秋冬两次产品订货会，直营区域经理、直营门店店长和加盟商参加订货会并预订半年之后的产品。公司根据订货会的订单情况制定货品生产交货计划并选择供应商签署采购协议，按交货计划安排入库并运送至各直营门店和加盟商客户。公司上述经营特点形成了春夏、秋冬两个明显的营运周期，具体的采购、生产、销售时间如下表所示：

项目	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
春夏																								
春夏设计			★	★	★	★	★																	
春夏订货会							★																	
春夏采购								★	★	★	★	★												
春夏生产										★	★	★	★	★	★									
春季铺货												★	★	★	★									
夏季铺货													★	★	★	★	★	★						

春季销售													★	★	★	★								
夏季销售																★	★	★	★	★				
秋冬																								
秋冬设计								•	•	•	•	•	•											
秋冬订货会														•										
秋冬采购															•	•	•	•						
秋冬生产																•	•	•	•	•	•	•	•	
秋季铺货																			•	•	•			
冬季铺货	•																			•	•	•	•	•
秋季销售																			•	•	•	•	•	•
冬季销售	•	•																			•	•	•	•

秋冬订货会于每年 2 月举行，生产部根据订货会的订单情况于 3 月开始与外协加工厂签订加工合同，排定生产计划，外协加工厂一般在 4 月至 11 月之间按计划生产秋冬产品，物流部一般在 6 月至 11 月之间办理秋冬服装的入库，并在稍后的 7 月至次年 12 月之间根据上货波段向加盟商和直营店进行发货，终端门店自 7 月开始销售秋冬货品。

春夏订货会于每年 7 月举行，生产部根据订货会的订单情况于 8 月开始与外协加工厂签订加工合同，排定生产计划，外协加工厂一般在 10 月至 3 月之间按计划生产春夏产品，物流部一般在 11 月至 3 月之间办理秋冬服装的入库，并在稍后的 12 月至次年 6 月之间根据上货波段向加盟商和直营店进行发货，终端门店自 1 月开始销售秋冬货品。

⑥公司报告期各期末存货的增长主要受销售收入增长及直营门店开店增加所影响

A）报告期内，公司存货期末余额变动与直营门店销售收入增长情况如下：

项　目	2015 年 12 月 31 日/2015 年度	2014 年 12 月 31 日/2014 年度

存货余额增长率	14.54%	6.23%
直营店收入增长率	21.30%	17.78%

B）近三年年末直营门店数量变动如下：

门店类别	2015 年 12 月 31 日		2014 年 12 月 31 日		2013 年 12 月 31 日
	数量（家）	增长率（%）	数量（家）	增长率（%）	数量（家）
直营门店	280	11.55	251	11.56	225

近三年年末，公司存货余额呈上升趋势，存货的变动跟直营门店变动趋势是一致的。2016 年 9 月 30 日，公司存货余额较 2015 年 12 月 31 日有所上涨，这主要是由于截至 2016 年 9 月 30 日，公司向供应商采购的 2016 年秋冬货品验收入库所致。

报告期内，公司直营店中单位面积存货金额较大门店的存货情况如下：

①2016 年 1-9 月公司直营店中单位面积存货金额较大门店的存货情况如下：

序号	门店	面积（㎡）	2016 年 9 月 30 日		备注
			存货余额（万元）	单位面积存货余额（万元）	
1	广州天河城天河路店	40	124.93	3.12	折扣店
2	广州广百百货西湖路店	30	64.18	2.14	折扣店
3	广百中怡店	36	70.54	1.96	折扣店
4	长沙上河国际通程店	78	100.69	1.29	折扣店
5	昆明金格店	84	107.30	1.28	折扣店
6	广州九龙湖球会店	20	25.14	1.26	球场店
7	北京燕莎东四环路店	46	56.81	1.23	折扣店
8	南京金鹰仙林学海路店	75	87.14	1.16	折扣店
9	沈阳中兴店	68	76.59	1.13	折扣店
10	成都麓山球场店	20	22.16	1.11	球场店
11	南京金鹰汉中门大街店	62	66.02	1.08	折扣店
12	三亚机场 2 店	35	31.82	0.91	正价店
13	北京燕莎百货亮马桥店	43	35.00	0.81	正价店
14	广州天河城百货北京路店	109	88.02	0.81	折扣店
15	太原燕莎百货店	60	42.33	0.71	正价店

注：广州天河城百货北京路店于 2016 年 8 月扩店，面积增加至 109 平方米。

②2015 年公司直营店中单位面积存货金额较大门店的存货情况如下：

序号	门店	面积（㎡）	2015 年 12 月 31 日		备注
			存货余额（万元）	单位面积存货余额（万元）	
1	广州天河城天河路店	40	135.99	3.40	折扣店
2	广州广百百货西湖路店	30	69.85	2.33	折扣店
3	广百中怡店	36	76.85	2.13	折扣店
4	深圳深南大道中路店	40	81.14	2.03	折扣店
5	海南万宁球会店	12	19.69	1.64	正价店
6	长沙上河国际通程店	63	99.26	1.58	折扣店
7	昆明金格店	84	118.86	1.42	折扣店
8	北京燕莎东四环路店	46	60.88	1.32	折扣店
9	南京金鹰仙林学海路店	75	95.12	1.27	折扣店
10	广州天河城百货北京路店	78	95.63	1.23	折扣店
11	广州友谊商场时代广场店	86	105.41	1.23	折扣店
12	沈阳中兴店	68	83.74	1.23	折扣店
13	南京金鹰汉中门大街店	62	73.99	1.19	折扣店
14	重庆西部经开园区店	120	142.14	1.18	折扣店
15	深圳机场 2 店	45	52.24	1.16	正价店

③2014 年公司直营店中单位面积存货金额较大门店的存货情况如下：

序号	门店	面积（㎡）	2014 年 12 月 31 日		备注
			存货余额（万元）	单位面积存货余额（万元）	
1	广州天河城天河路店	40	145.03	3.63	折扣店
2	广州广百百货西湖路店	30	64.44	2.15	折扣店
3	广百中怡店	36	76.39	2.12	折扣店
4	深圳深南大道中路店	40	76.27	1.91	折扣店
5	南京金鹰仙林学海路店	75	110.91	1.48	折扣店
6	长沙上河国际通程店	63	91.02	1.44	折扣店
7	南京金鹰汉中门大街店	62	89.15	1.44	折扣店
8	深圳机场 2 店	45	60.37	1.34	正价店
9	广州友谊商场时代广场店	86	115.39	1.34	折扣店
10	哈尔滨松雷百货店	62	78.72	1.27	正价店
11	沈阳中兴店	68	82.90	1.22	折扣店
12	重庆西部经开园区店	120	145.80	1.21	折扣店

13	广州天河城奥体南路店	86	100.65	1.17	折扣店
14	深圳君尚百货星河国际店	59	69.85	1.18	正价店
15	海南万宁球会店	12	13.94	1.16	正价店

④2013 年公司直营店中单位面积存货金额较大门店的存货情况如下：

序号	门店	面积（㎡）	2013 年 12 月 31 日		备注
			存货余额（万元）	单位面积存货余额（万元）	
1	广州天河城天河路店	40	138.79	3.47	折扣店
2	广州广百百货西湖路店	30	68.75	2.29	折扣店
3	深圳深南大道中路店	40	77.14	1.93	折扣店
4	长沙上河国际通程店	63	86.58	1.37	折扣店
5	南京金鹰汉中门大街店	62	83.09	1.34	折扣店
6	南京金鹰仙林学海路店	75	98.15	1.31	折扣店
7	北京燕莎东四环路店	46	57.71	1.25	折扣店
8	广州天河城百货北京路店	78	89.14	1.14	折扣店
9	广州天河城奥体南路店	86	94.14	1.09	折扣店
10	深圳君尚百货星河国际店	59	62.59	1.06	正价店
11	上海中联百货店	45	44.85	1.00	正价店
12	深圳观澜球会店	40	37.14	0.93	正价店
13	北京燕莎百货亮马桥店	43	38.00	0.88	正价店
14	哈尔滨松雷百货店	62	53.65	0.87	正价店
15	昆明滇池湖畔高尔夫球会店	25	21.18	0.85	正价店

公司折扣店陈列货品较多，单位面积的存货金额较大；另外部分正价店面积较小，单位面积的存货金额较大。

综上所述，报告期内，与公司的业务规模不断扩大相适应，公司期末存货余额水平逐年增长。

⑦报告期与同行业上市公司存货占比及存货周转率对比如下：

（A）报告期，公司与同行业上市公司的库存商品占存货比例如下：

库存商品占存货比例	2016.6.30	2015.12.31	2014.12.31	2013.12.31
比音勒芬	93.65%	95.53%	96.49%	93.29%
同行业上市公司均值	69.87%	76.12%	79.75%	78.97%
摩登大道（SZ.002656）	92.89%	88.46%	89.01%	89.56%

海澜之家（SH.600398）	98.26%	97.97%	97.58%	98.55%
报喜鸟（SZ.002154）	89.40%	91.73%	91.12%	90.04%
搜于特（SZ.002503）	55.30%	56.53%	67.56%	59.39%
维格娜丝（SH.603518）	69.46%	70.41%	75.14%	73.79%
贵人鸟（SH.603555）	14.40%	60.53%	69.76%	69.28%
希努尔（SZ.002485）	39.51%	43.39%	48.04%	51.32%
森马服饰（SZ.002563）	99.76%	99.93%	99.81%	99.86%

注：同行业上市公司 2016 年三季报披露的财务信息较为简单，无法获取到相应可比数据。因此，公司与同行业上市公司的相应可比数据未更新至 2016 年三季度。下同。

报告期各期末，摩登大道、海澜之家、报喜鸟、森马服饰的库存商品占存货的比例为 90%左右，与公司库存商品占存货的比例基本一致。报告期各期末，搜于特、维格娜丝、贵人鸟、希努尔的库存商品占存货比例相对较低，主要原因系：搜于特产品定位于平价快时尚，产品品类多，更新快，使得报告期各期末存在较多的原材料和委外加工物资；维格娜丝、贵人鸟、希努尔采用自主生产和委外加工相结合的方式进行生产，使得报告期内各期末存货中存在相应比例的原材料和在产品，从而降低了库存商品占存货的比例。

（B）报告期，公司与同行业上市公司的存货周转率如下：

存货周转率（次）	2016 年 1-6 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
比音勒芬	0.79	1.54	1.49	1.55
同行业上市公司均值	1.24	2.07	2.30	2.91
摩登大道（SZ.002656）	0.35	0.64	0.59	0.81
海澜之家（SH.600398）	0.56	1.19	1.39	1.81
报喜鸟（SZ.002154）	0.37	0.77	0.77	0.71
搜于特（SZ.002503）	2.28	1.94	1.35	2.28
维格娜丝（SH.603518）	0.42	1.02	1.34	1.42
贵人鸟（SH.603555）	3.93	5.32	6.92	10.34
希努尔（SZ.002485）	0.85	2.18	1.99	2.02
森马服饰（SZ.002563）	1.12	3.53	4.04	3.92

服装类上市公司的存货周转率大小与各自的运营模式例如销售渠道、服装换季频率等因素紧密相关。

A、从销售渠道上来分析，以加盟或经销为主的服装类上市公司由于自有门店数量占比较小，使得其存货周转率要稍大于同行业其他公司。从服装存放的地

点来看，品牌类服装上市公司销售的服装产品可以分成三类，分别是存放于上市公司仓库的服装、存放在直营门店的服装和存放在加盟商或经销商门店的服装。上述三种存放地点的服装中，存放于上市公司仓库的服装和存放在直营门店的服装属于上市公司的存货，而存放在在加盟商或经销商门店的服装则不属于上市公司的存货。因此，一般而言，销售渠道以加盟或经销为主的服装类上市公司由于其自有门店数量占比较小，其自有门店自身留存的存货余额亦较小，使得其存货周转率要稍大于同行业其他公司，例如搜于特、希努尔、森马服饰的销售渠道均是以加盟或经销为主，其存货周转率也大于同行业其他公司。

B、从服装换季频率频率来分析，服装换季频率高的公司的存货周转率要高于同行业其他公司，例如贵人鸟，其销售渠道以经销商为主，且每年有春夏、秋季和冬季 3 次订货会，使得其存货周转率要远大于同行业其他公司。

在上述可比上市公司中，公司与摩登大道的模式比较接近：均属于在销售渠道上以直营门店为主，服装的换季分为春夏季和秋冬季两季。报告期内，公司的存货周转率要高于摩登大道。这主要是由于发行人公司存货一直保持正常生产经营所需合理水平，并且通过名牌折扣门店大力促销过季存货，具有较高的存货消化能力。

（2）存货跌价准备的提取

公司存货以库存商品为主，存货跌价准备主要是针对过季库存商品折价销售可能导致的跌价损失。近三年一期期末，公司库存商品跌价准备分别为125.54万元、275.22万元、213.33万元和299.47万元，占当期期末存货账面余额的比重分别为0.78%、1.61%、1.09%和1.24%。本公司存货跌价准备具有以下特点：

①库存商品的库龄较短，跌价可能性较低

报告期内各期末，公司库存商品的库龄情况如下：

库龄	2016.9.30		2015.12.31		2014.12.31		2013.12.31	
	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）
1 年以内	19,474.20	84.32%	16,147.85	86.45	12,977.21	78.78	13,467.06	89.83
1-2 年	2,911.30	12.61%	1,983.69	10.62	2,990.11	18.15	1,254.42	8.37
2-3 年	586.43	2.54%	467.56	2.50	372.68	2.26	206.92	1.38
3 年以上	122.75	0.53%	80.58	0.43	133.05	0.81	64.12	0.43
合计	23,094.69	100.00%	**18,679.68**	**100.00**	**16,473.05**	**100.00**	**14,992.52**	**100.00**

本公司约78-90%的库存商品的库龄在一年以内，库龄较短，基本处于适销期。

②高品质的产品研发设计延长了库存商品的适销周期

为保证比音勒芬品牌的时尚性、功能性和舒适性，公司建立了37名研发设计人员组成的专业团队，聘请了韩国知名设计师，同时与国外知名设计顾问公司合作。比音勒芬已经建立起有自身风格、个性魅力和文化内涵的品牌形象，一些经典款型长销不衰。高端、经典的产品研发设计使得公司在高尔夫服装领域具有较为领先的创意，从而延长的库存商品的适销周期。

③产品附加值较高，可变现值也相对较高

公司产品定位于高尔夫运动与时尚休闲生活相结合的细分市场。清晰的市场定位和高品味的产品设计使得公司产品附加值保持在较高水平。近三年一期公司的主营业务毛利率分别为61.14%、62.07%、62.67%和62.69%，即使以较低的折扣价销售，公司存货的可变现值依然处在较高水平。

④公司拥有通畅的过季服装销售渠道

报告期内，公司主要是通过名牌折扣实体门店和授权唯品会和天河城百货通过网络销售过季服装。由于公司产品定位清晰且品质高端，通过合理有效的促销方式可以及时消化过季服装，保证公司存货流转顺畅和业务的稳步发展。

公司制定了过季产品的名牌折扣店终端销售价格制定，具体如下：

过季产品库龄	名牌折扣店销售价格
1-2 年	吊牌价 4-5 折
2-3 年	吊牌价 3 折左右
3 年以上	吊牌价 2 折左右

报告期内，过季产品的销售金额如下：

项目	2016 年 1-9 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
过季商品销售金额（万元）	12,078.40	13,893.22	11,706.44	9,080.06
营业收入（万元）	60,591.76	75,361.39	64,968.27	56,727.61
过季商品销售额占营业收入比例	19.93%	18.44%	18.02%	16.01%

公司分别截止 2012 年 12 月 31 日、2013 年 12 月 31 日、2014 年 12 月 31 日、2015 年 12 月 31 日的库存商品于次年销售情况如下表：

A、2016 年 1-9 月过季产品销售情况

库龄	2015 年 12 月 31 日	2016 年 1-9 月	上期产品销售率

	库存商品金额（单位：万元）	过季销售成本金额（单位：万元）	
1 年以内	16,147.85	5,652.96	35.01%
1-2 年	1,983.69	1,397.27	70.44%
2-3 年	467.56	357.13	76.38%
3 年以上	80.58	61.88	76.80%
合计	18,679.68	7,469.24	39.99%

B、2015 年过季产品销售情况

库龄	2014 年 12 月 31 日	2015 年度	上期产品销售率
	库存商品金额（单位：万元）	过季销售成本金额（单位：万元）	
1 年以内	12,977.21	5,676.72	43.74%
1-2 年	2,990.11	2,522.55	84.36%
2-3 年	372.68	298.48	80.09%
3 年以上	133.05	126.68	95.21%
合计	16,473.05	8,624.43	52.35%

C、2014 年过季产品销售情况

库龄	2013 年 12 月 31 日	2014 年度	上期产品销售率
	库存商品金额（单位：万元）	过季销售成本金额（单位：万元）	
1 年以内	13,467.06	6,326.06	46.97%
1-2 年	1,254.42	881.74	70.29%
2-3 年	206.92	90.50	43.74%
3 年以上	64.12	47.49	74.06%
合计	14,992.52	7,345.79	49.00%

D、2013 年过季产品销售情况

库龄	2012 年 12 月 31 日	2013 年度	上期产品销售率
	库存商品金额（单位：万元）	过季销售成本金额（单位：万元）	
1 年以内	9,850.98	5,123.88	52.01%
1-2 年	1,163.04	956.12	82.21%
2-3 年	156.23	98.32	62.93%
3 年以上	33.74	27.53	81.59%
合计	11,203.99	6,205.85	55.39%

由上表可看出，过季产品的销售金额远高于库龄 1 年以上库存商品金额的原

因，是由于 1 年以内的当季产品于次年销售时已成为过季产品，所以发行人在统计过季产品的销售金额中包含了上期期末中 1 年以内的当季产品。

⑤与同行业上市公司数据进行对比，公司存货跌价准备的计提水平合理

截至 2016 年 6 月 30 日，本公司与同行业上市公司的存货跌价准备计提水平对比如下：

存货跌价准备占存货余额的比例	2016 年 6 月 30 日
比音勒芬	1.19%
可比公司均值	4.61%
摩登大道（SZ.002656）	1.05%
海澜之家（SH.600398）	1.60%
报喜鸟（SZ.002154）	14.19%
搜于特（SZ.002503）	2.28%
维格娜丝（SH.603518）	2.99%
贵人鸟（SH.603555）	1.13%
希努尔（SZ.002485）	1.20%
森马服饰（SZ.002563）	12.40%

由上表可知，截至2016年6月30日可比公司的存货跌价准备计提水平中，公司与摩登大道、海澜之家、贵人鸟、希努尔的处于同一水平；报喜鸟、搜于特、维格娜丝、森马服饰的存货跌价准备计提水平相对较高，主要原因为：维格娜丝从事大量女装销售，而女装的适销周期较男装短，款式更新速度也较快，因此其计提的存货跌价准备相对较高。近年来，消费者更加偏好品牌知名度高、品质好，休闲、商务跨界的服装，这使得产品偏商务正装的报喜鸟销售压力增大，计提的存货跌价准备占存货的比例要远高上述同行业其他上市公司；搜于特产品定位于平价、快时尚，产品品类多，款式更新速度较快，这使得其计提的存货跌价准备占存货的比例相对较高；森马服饰主要从事休闲服饰和儿童服饰销售，分别定位于大众消费市场及中端儿童服饰市场，毛利率较低，使得其计提的存货跌价准备占存货的比例也相对较高。

本公司以男装为主，近三年一期期末的存货跌价准备占当期存货余额的比例分别为0.78%、1.61%、1.09%和1.24%，反映了公司存货的实际情况，符合谨慎的会计原则。

6、其他流动资产

本公司其他流动资产为公司购买的保证收益型的上海浦东发展银行利多多对公结构性存款。截至2016年9月30日，其他流动资产余额为10,000万元。

7、固定资产

本公司固定资产主要包括房屋建筑物、运输工具、机器设备和办公设备。截至2016年9月30日，公司固定资产综合成新率约为23.44%。本公司已建立完整的固定资产维护体系，固定资产维护和运行状况良好。

近三年一期期末，本公司固定资产净值情况如下表所示：

项　目	2016.9.30		2015.12.31		2014.12.31		2013.12.31	
	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）
房屋建筑物	-	-	-	-	-	-	-	-
运输工具	112.07	34.64	88.89	36.93	123.82	48.39	94.86	39.72
机器设备	2.11	0.65	2.33	0.97	2.63	1.03	3.32	1.39
办公设备	209.37	64.71	149.48	62.10	129.40	50.58	140.64	58.89
合计	**323.55**	**100.00**	**240.70**	**100.00**	**255.85**	**100.00**	**238.82**	**100.00**

本公司立足于品牌运营，不直接从事生产制造，因此无需投入生产设备。此外，公司营销网络的构建以加盟、联营或租赁为主，对自有房产的依赖较少。

8、无形资产

近三年一期期末，本公司无形资产净值情况如下表所示：

项　目	2016.9.30		2015.12.31		2014.12.31		2013.12.31	
	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）
商标	5.64	0.17	6.49	0.19	7.61	0.21	8.74	0.24
软件	40.82	1.22	69.80	2.03	79.94	2.25	116.99	3.18
土地使用权	3,295.66	98.61	3,365.61	97.78	3,458.88	97.53	3,552.16	96.58
合计	**3,342.11**	**100.00**	**3,441.90**	**100.00**	**3,546.44**	**100.00**	**3,677.89**	**100.00**

公司无形资产主要是土地使用权。

9、长期待摊费用

报告期内，公司的长期待摊费用主要为门店和办公楼的待摊装修费用，具体情况如下表：

项目	2016.9.30	2015.12.31	2014.12.31	2013.12.31

	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）
门店装修	2,261.87	88.63	2,502.98	92.74	2,377.51	96.08	2,550.68	94.04
办公楼装修	45.77	1.79	93.19	3.45	97.09	3.92	161.73	5.96
仓库装修	244.53	9.58	102.75	3.81	-	-	-	-
合计	**2,552.17**	**100.00**	**2,698.93**	**100.00**	**2,474.59**	**100.00**	**2,712.41**	**100.00**

公司直营门店的装修翻新周期一般为 3 年到 5 年，直营门店装修装饰费用发生时归集于长期待摊费用，按 3 年进行摊销。报告期内，公司直营门店各期装修摊销金额如下：

项　目	2016 年 1-9 月 摊销金额（万元）	2015 年度 摊销金额（万元）	2014 年度 摊销金额（万元）	2013 年度 摊销金额（万元）
店面装修费	1,315.95	1,756.00	1,691.09	1,628.33

10、主要资产减值准备情况

本公司资产减值准备主要为应收账款和其他应收款的坏账准备，以及存货的跌价准备。近三年一期期末，公司主要资产的减值准备情况如下：

（单位：万元）

项　目	2016.9.30	2015.12.31	2014.12.31	2013.12.31
坏账准备	318.73	348.93	293.92	230.82
其中：应收账款	181.71	226.39	181.26	139.08
其他应收款	137.02	122.54	112.66	91.74
存货跌价准备	299.47	213.33	275.22	125.54
合　计	**618.20**	**562.26**	**569.15**	**356.36**

公司制订了具体可行的资产减值准备计提政策，按照资产减值准备政策的规定以及各项资产的实际情况，足额地计提了各项资产减值准备。公司资产减值准备计提政策稳健，能够保障公司的资本保全和持续经营能力。公司未来不会因为资产突发减值而导致财务风险。

（二）负债结构分析

近三年一期期末，公司各类主要负债金额及占总负债的比例如下：

项　　目	2016.9.30		2015.12.31		2014.12.31		2013.12.31	
	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）
短期借款	-	-	-	-	-	-	-	-

应付票据	-	-	-	-	-	-	1,342.58	8.57
应付账款	2,237.27	11.70	2,223.74	14.13	1,964.64	13.85	1,139.67	7.27
预收款项	9,799.49	51.25	7,713.81	49.01	7,000.81	49.35	6,880.02	43.90
应付职工薪酬	2,699.90	14.12	2,188.86	13.91	1,655.27	11.67	1,127.84	7.20
应交税费	2,024.93	10.59	1,436.48	9.13	1,583.33	11.16	1,312.13	8.37
应付利息	-	-	-	-	-	-	4.13	0.03
其他应付款	1,395.28	7.30	1,249.29	7. 94	1,110.84	7.83	1,069.49	6.82
一年内到期的非流动负债	-	-	-	-	-	-	1,000.00	6.38
其他流动负债	964.26	5.04	925.77	5.88	870.63	6.14	796.63	5.08
流动负债合计	**19,121.15**	**100.00**	**15,737.94**	**100.00**	**14,185.51**	**100.00**	**14,672.50**	**93.62**
长期借款	-	-	-	-	-	-	1,000.00	6.38
非流动负债合计	-	-	-	-	-	-	**1,000.00**	**6.38**
负债合计	**19,121.15**	**100.00**	**15,737.94**	**100.00**	**14,185.51**	**100.00**	**15,672.50**	**100.00**

近三年一期期末，本公司负债总额分别为15,672.50万元、14,185.51万元、15,737.94万元和19,121.15万元。近三年一期期末，公司资产负债率分别为34.59%、25.99%、22.99%和23.22%，处于合理水平，显示公司经营稳健。

本公司负债主要为流动负债，以应付票据、应付账款、预收款项为主。这是与行业特点和公司的运营模式相适应。本公司的银行资信状况良好，具有较强的银行间接融资能力；此外，本公司的行业地位突出，具有较高的商业信用。

1、应付票据和应付账款

本公司的应付票据和应付账款主要是应付面辅料供应商及成衣厂的采购款。

近三年一期期末，本公司应付票据和应付账款合计余额分别为2,482.25、1,964.64万元、2,223.74万元和2,237.27万元，较为稳定。

2、预收款项

公司预收款项主要是预收加盟商的货款。公司采取直营和特许加盟相结合的销售模式。在特许加盟模式下，加盟商在订货会结束时提交订单并在订货单确定之日起十天内向公司支付订货款的30%作为首笔预付款。同时，销售给加盟商的货品通常在全额收到货款后才发出，从而产生预收款项。

由于订货会一般在每季产品面市的半年之前召开，因此年末的预收款项余额中包含了第二年春夏季产品的首付款，以及当季待发出货品的剩余货款。

近三年一期期末，本公司预收款项账面余额分别为6,880.02万元、7,000.81万元、7,713.81万元和9,799.49万元。本公司预收款项余额总体保持持续增长主要由于近年来公司加盟商规模的不断扩大。近三年，公司加盟店数量保持平稳增长，从2012年底的274个增长到2015年12月31日的321个；公司对加盟商的收入也从2013年的20,384.07万元增长到2015年的23,440.37万元。2016年9月30日预收款项较2015年底有所增长，主要系由于截至2015年底，当季产品大批量发货期已结束，使得2015年底预收款项中当季待发出货品形成的剩余货款已较小，而截至2016年9月30日，当季的秋冬季产品大批量发货期尚未结束，使得2016年9月30日预收款项中当季待发出货品形成的首付款金额相对要多所致。

3、其他应付款

报告期内，公司其他应付款主要包括向加盟商收取的保证金。

2015年底、2014年底公司其他应付款分别较上年同期增长了12.46%和3.87%，主要是随着加盟商数量增加，保证金上升所致。

4、其他流动负债

其他流动负债为根据本公司对加盟商实现的销售收入按照换货比例计提的对加盟商销售的商品中可能出现的非质量问题换货商品中所涉及的毛利。近三年一期期末，公司其他流动负债分别为796.63万元、870.63万元、925.77万元和964.26万元。

本公司对加盟商实行买断式销售政策，不接受非质量问题的退货；但为减少加盟商的经营风险，支持加盟商的业务发展，公司允许加盟商在春夏季、秋冬季结束时能按一定的比例申请非质量问题换货，换出部分未售出的当季服装，换入总价相同的后一季新品。换货率按加盟商的合作评级的不同，从10%到20%不等。

报告期内，加盟商非质量问题换货情况如下：

项目	2016年1-9月	2015年度	2014年度	2013年度
当年发生的非质量问题实际换货发生额（万元）	2,259.60	2,824.06	2,634.48	2,262.06
对应季节换货调整前加盟模式实现收入（万元）	17,848.34	22,988.28	21,595.93	18,819.72
加盟商的平均换货率	12.66%	12.28%	12.20%	12.02%

由上表可以看出，报告期内，公司的换货率比较稳定，保持在12.02%—12.66%的范围。

公司在每期资产负债表日，根据当年加盟商的换货金额与相对应的公司对加盟商实现的销售收入确定换货率，用换货率乘以对加盟商实现的销售收入中尚未换货部分估算可能发生的换货金额，并将其作为未实现收入处理，相应冲减当年营业收入、营业成本，涉及的未实现销售毛利额列示于其他流动负债，会计处理分录如下：

借：主营业务收入 加盟商收入*换货率

贷：主营业务成本 加盟商收入*换货率*（1-本季销售毛利率）

其他流动负债

公司在换货期满后根据加盟商实际换货金额与原预估的换货金额差额，调整原预估未实现收入及相应成本、毛利。

（三）偿债能力分析

财务指标	2016.9.30	2015.12.31	2014.12.31	2013.12.31
流动比率	3.82	3.82	3.33	2.59
速动比率	2.57	2.60	2.14	1.50
资产负债率（%）	23.22	22.99	25.99	34.59
	2016 年 1-9 月	**2015 年度**	**2014 年度**	**2013 年度**
息税折旧摊销前利润（万元）	15,651.18	18,702.12	16,462.00	15,189.61
利息保障倍数	-	-	2,183.86	85.39

1、流动比率和速动比率较好，反映公司具有较好的短期偿债能力。

从上表可以看出，近三年一期期末公司的流动比率和速动比率一直保持在较好水平，反映公司资产流动性较好，短期偿债能力较强，公司所面临的流动性风险较低。

2、资产负债率保持在合理的水平

截至2016年9月30日，公司资产负债率为23.22%，保持在合理的水平。

3、公司一直保持较好的经营活动现金流量

项　　目	2016 年 1-9 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度	合　计
经营活动产生的现金流入额（万元）	71,862.37	85,618.87	72,327.31	65,373.66	295,182.21
营业收入（万元）	60,591.76	75,361.39	64,968.27	56,727.61	257,649.03
销售现金比例	1.19	1.14	1.11	1.15	1.15

经营活动产生的现金流量净额（万元）	8,961.32	13,822.74	11,741.75	10,219.66	44,745.48
净利润（万元）	10,521.59	12,319.02	10,750.46	9,587.56	43,178.63
盈利现金比例	0.85	1.12	1.09	1.07	1.04

注：销售现金比例=经营活动产生的现金流入额/营业收入；盈利现金比例=经营活动产生的现金流量净额/净利润。

近三年一期，本公司经营活动产生的现金流量净额均为正数，本公司经营活动产生的现金流入额累计为295,182.21万元，经营活动产生的现金流量净额累计为44,745.48万元。同期，公司实现的营业收入累计为257,649.03万元，实现的净利润累计为43,178.63万元。公司经营活动产生的现金流入累计额与实现的营业收入的比例为1.15，公司经营活动产生的现金流量净额的累计额与实现的净利润的比例为1.04，显示本公司在营业收入快速增长的同时保持了较高的现金回收比例，经营性现金流量较为充裕。

4、公司息税折旧摊销前利润及利息保障倍数均较高，可足额支付借款利息

近三年一期，本公司息税折旧摊销前利润分别为15,189.61万元、16,462.00万元、18,702.12万元和15,651.18万元，2013年和2014年利息保障倍数分别为85.39和2,183.86。上述两项指标均表明，本公司当年利润足以支付公司当年银行借款利息。2015年、2016年1-9月，本公司未发生银行借款。

本公司近年来未发生贷款逾期不还的情况，在各贷款银行中信誉度较高。

上述情况表明：本公司资产负债率保持在合理的水平，经营性现金流量充足，息税折旧摊销前利润及利息保障倍数较高，银行资信状况良好，具有较强的短期偿债能力。

（四）资产周转能力分析

项　　目	2016 年 1-9 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
总资产周转率（次）	0.80	1.23	1.30	1.43
应收账款周转率（次）	15.45	19.08	20.57	17.34
存货周转率（次）	1.03	1.54	1.49	1.55

本公司营运能力较好，主要表现在以下几个方面：

1、总资产周转率较高

近三年一期，本公司总资产周转率分别为1.43、1.30、1.23和0.80。总资产周转率较快，一方面是因为流动资产所占比例较高，提升了公司整体资产周转速度，

另一方面是因为公司管理层在日常的经营中比较注重提高资产的运营效率。

2、应收账款周转较快，质量较高

近三年一期，本公司应收账款周转率分别为17.34、20.57、19.08和15.45，应收账款周转始终保持在较高的水平。

本公司应收账款具有以下特点：应收账款的账龄基本都在1年以内；应收账款主要债务人为与公司有着长期合作关系的联营商，货款回收可能性较强；报告期内，本公司没有发生过重大坏账损失。

3、存货周转正常，与高端品牌服装的行业特点相适应

近三年一期，公司的存货周转率分别为1.55、1.49、1.54和1.03，总体周转正常，与高端品牌服装的行业特点相适应。近三年，本公司与同行业上市公司的存货周转情况对比分析详见本招股意向书“第十一节 管理层讨论与分析”之“一、发行人财务状况分析”之“（一）资产的主要构成分析”之“5、存货”。

二、盈利能力分析

报告期内，公司收入和利润指标变动情况如下：

项 目	2016 年 1-9 月	2015 年度		2014 年度		2013 年度
	金额（万元）	金额（万元）	同比增长（%）	金额（万元）	同比增长（%）	金额（万元）
营业收入	60,591.76	75,361.39	16.00	64,968.27	14.53	56,727.61
营业利润	13,992.51	16,439.34	15.40	14,245.56	12.74	12,636.17
净利润	10,521.59	12,319.02	14.59	10,750.46	12.13	9,587.56

近三年公司经营业绩增长迅速，营业收入 2014 年度较上年增长 14.53%，2015 年度较上年增长 16.00%；净利润 2014 年较上年增长 12.13%，2015 年较上年增长 14.59%。

根据 Wind 的统计数据，2011 年至 2014 年，国内限额以上服装零售额分别为 1,726.86 亿元、2,229.03 亿元、2,620.26 亿元、2,843.65 亿元，对应增速分别为 31.33%、29.08%、17.55%、8.53%。服装行业整体增速虽然有所下滑，但国内限额以上服装零售额依然保持增长态势。

据统计，国内经营品牌服饰的上市公司例如海澜之家、维格娜丝、贵人鸟等共有 22 家，22 家服饰类上市公司 2015 年的服饰业务的销售收入均值较 2014 年增长 10.27%，净利润均值较 2014 年增长 6.29%；22 家服饰类上市公司 2014 年

服饰业务的销售收入均值较 2013 年增长 7.37%，净利润均值较 2013 年增长 0.72%。比音勒芬 2015 年主营业务收入较 2014 年增长 16 %，净利润较 2014 年增长 14.59%；2014 年主营业务收入较 2013 年增长 14.53%，净利润较 2013 年增长 12.13%，与服装行业总体趋势和 22 家同行业上市公司总体趋势相符。同时，上述 22 家同行业上市公司近三年经营情况呈现较大的差异，部分上市公司如森马服饰、歌力思、柏堡龙和海澜之家服饰业务的销售收入、净利润出现连续上升；部分上市公司如七匹狼、摩登大道、乔治白 2015 年服饰业务的销售收入实现了增长，但净利润出现下滑；部分上市公司如美邦服饰、朗姿股份服饰业务的销售收入、净利润出现连续下滑。这和服装行业已过高速增长期、人工成本逐年上升、互联网的冲击使部分品牌被迫或主动转型有关，也跟各个品牌的产品定位、品牌影响力、经营策略、扩张速度、费用控制等多方面因素有关。

报告期内，公司与 8 家同行业上市公司的营业收入和净利润的比较情况如下：

公司	2015 年收入（万元）	2014 年收入（万元）	2013 年收入（万元）	2015 年较 2014 年收入增长比例	2014 年较 2013 年收入增长比例
摩登大道	72,423.72	69,992.03	79,909.16	3.47%	-12.41%
海澜之家	1,583,010.96	1,233,844.11	715,024.19	28.30%	72.56%
报喜鸟	224,151.09	227,455.48	201,788.41	-1.45%	12.72%
搜于特	198,277.34	130,581.77	173,774.54	51.84%	-24.86%
维格娜丝	82,435.18	84,717.85	74,625.31	-2.69%	13.52%
贵人鸟	196,902.20	191,965.04	240,592.14	2.57%	-20.21%
希努尔	101,276.29	102,945.72	125,920.02	-1.62%	-18.25%
森马服饰	945,444.92	814,713.38	729,371.76	16.05%	11.70%
合计	3,403,921.70	2,856,215.38	2,341,005.53	-	-
均值	425,490.21	357,026.92	292,625.69	19.18%	22.01%
比音勒芬	75,361.39	64,968.27	56,727.61	16.00%	14.53%

公司	2015 年净利润（万元）	2014 年净利润（万元）	2013 年净利润（万元）	2015 年较 2014 年净利润增长比例	2014 年较 2013 年净利润增长比例
摩登大道	-822.57	1,253.42	14,794.26	-165.63%	-91.53%
海澜之家	295,407.21	237,896.93	135,057.56	24.17%	76.14%
报喜鸟	10,001.71	13,416.95	15,939.30	-25.45%	-15.82%
搜于特	19,734.33	12,302.48	27,419.37	60.41%	-55.13%
维格娜丝	11,210.42	13,827.79	13,557.68	-18.93%	1.99%
贵人鸟	33,183.70	31,224.18	42,348.99	6.28%	-26.27%

希努尔	2,258.61	-4,659.06	7,139.11	148.48%	-165.26%
森马服饰	134,256.37	108,804.06	90,182.14	23.39%	20.65%
合计	505,229.78	414,066.75	346,438.41	-	-
均值	63,153.72	51,758.34	43,304.80	22.02%	19.52%
比音勒芬	12,319.02	10,750.46	9,587.56	14.59%	12.13%

由上表可知，公司与上述 8 家同行业上市公司近三年的收入和净利润的波动趋势不完全一致，这跟上述 8 家同行业上市公司自身品牌的产品定位、品牌影响力、经营策略、扩张速度、费用控制等多方面因素有关。总体来看，上述 8 家同行业上市的近三年的业绩波动体现出两个特点，一是差异化、休闲、户外品牌经营好于商务、正装类品牌，例如比音勒芬、森马服饰、海澜之家近三年收入增长要好于摩登大道、报喜鸟、希努尔等公司；二是近三年经营策略发生变化的公司业绩波动较大，例如搜于特品牌升级并优化业务模式、摩登大道向“国际化品牌运营商”转型使得其 2015 年收入较 2014 年均出现了不同程度的上涨。

根据上述 8 家可比上市公司近三年年度报告或招股意向书，其近三年中收入或净利润波动的具体原因如下：

1、根据摩登大道（原卡奴迪路）2014 年、2015 年年报内的相关说明和数据，摩登大道主要从事自主品牌服装的研发、设计和销售以及国际时尚品牌的代理。2014 年摩登大道收入下降主要是其终端门店数量减少所致，其 2014 年 12 月 31 日的门店总数为 465 家，较 2013 年 12 月 31 日的门店净减 66 家。2014 年摩登大道净利润下降，一方面是由于其收入下降影响，另一方面是由于其在实施“国际化品牌运营商”业务转型过程中，新业务领域的前期投入较大，蚕食了其利润所致。2015 年，摩登大道业务转型初见成效，收入开始增长。但由于其业务转型仍在进行中，这一方面品牌代理业务使得其综合毛利率有所下降，另一方面费用也需要进行持续的投入，从而进一步降低了摩登大道 2015 年的盈利能力。

2、根据海澜之家 2014 年、2015 年年报内的相关说明和数据，海澜之家主要从事“海澜之家”品牌服装连锁经营。海澜之家以其独特的“品牌+平台”经营模式、强化其高性价比优势、丰富的产品营销实现了近三年收入、净利润的连续增长。2014 年收入、净利润较 2013 年分别增长了 72.56%、76.14%；2015 年收入、净利润较 2014 年分别增长了 28.30%、24.17%。

3、根据报喜鸟 2014 年、2015 年年报内的相关说明和数据，报喜鸟产品主要系商务正装、商务休闲类男士服装。2014 年主品牌业务稳健发展、代理品牌

快速增长使得其 2014 年收入较 2013 年增长了 12.71%。2014 年净利润较 2013 年下降了 15.82%，主要是清理库存使得其综合毛利率下降了 6.95%，以及销售费用和研发费用的增长所致。2015 年净利润较 2014 年下将了 25.45%，主要 2014 年非经常性的损益如固定资产处置收入、政府补助较多，而 2015 年较少影响所致。如剔除 2015 年、2014 年上述非经常性损益影响，2015 年归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润较 2014 年上升了 1.3%。

4、根据搜于特 2014 年、2015 年年报内的相关说明和数据，搜于特主要从事“潮流前线”品牌休闲服饰的设计和销售。2014 年搜于特收入和净利润均现较大幅度下滑，主要是由于其产品属于平价快时尚的潮流服饰产品，女装占比较多，2014 年受线上服装销售的冲击较大所致。2015 年搜于特通过实施品牌升级、强化管理、优化渠道、完善业务模式等措施，带动业绩大幅增长，2015 年收入、净利润较 2014 年分别增长了 51.84%、60.41%。

5、根据维格娜丝 2014 年、2015 年年报内的相关说明和数据，维格娜丝主要从事高端女装的设计、生产和销售。2014 年维格娜丝的收入、净利润较 2013 年有所上升，主要是由于其品牌影响力逐步提升，产品销售价格上涨所致。2015 年收入、净利润较 2014 年分别下滑了 2.69%、18.93%，主要由于近两年向高端渠道进行转型，主动进行战略性提档，关闭了大量与现有品牌形象不符的商场店所致。其中 2015 年新开店铺 24 家、关闭 139 家，调整 31 家。

6、根据贵人鸟 2014 年年报的相关说明和数据，贵人鸟主要从事运动鞋服的设计、生产、销售。2014 年贵人鸟的收入和净利润下滑幅度较大，主要是受渠道调整，经销商去库存等因素影响所致。自 2011 年运动鞋服行业进行深度调整以来，2015 年运动鞋服行业的回暖已基本确立，这使得其 2015 年收入、净利润较 2014 年均实现了增长，其中收入增长、净利润分别增长了 2.57%、6.28%。

7、根据希努尔 2014 年、2015 年年报的相关说明和数据，希努尔主要从事商务正装的设计、生产和销售。2014 年希努尔收入下滑，主要是受宏观经济影响，终端消费持续低迷所致。2014 年希努尔净利润大幅下滑，一方面是由于其收入下滑，另一方面是由于其人工成本上涨及团体定制接单价格下降等因素，导致其毛利率下降。希努尔 2015 年净利润大幅上涨，主要是由于其出售北京商铺使得营业外收入大幅上涨所致。

8、根据森马服饰 2014 年、2015 年年报的相关说明和数据，森马服饰是一家以虚拟经营为特色，以休闲服饰、儿童服饰为主导产品的企业集团。旗下拥有森马品牌为代表的成人休闲服饰和以巴拉巴拉品牌为代表的儿童服饰两大品牌集群。森马服饰通过加强零售渠道拓展及改造、优化商品企划流程等措施，取得了较好的经营成果，实现了 2014 年、2015 年收入、净利润的连续增长。

综上，同行业上市公司报告期内的收入和净利润波动趋势跟其各自的产品定位、经营思路、发展战略等有直接关系，使得其与公司的收入和净利润波动趋势不完全一致。

（一）营业收入构成分析

近三年一期，本公司营业收入构成如下：

项　目	2016 年 1-9 月		2015 年度		2014 年度		2013 年度	
	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）
主营业务收入	60,591.76	100.00	75,361.39	100.00	64,968.27	100.00	56,727.61	100.00
其他业务收入	-	-	-	-	-	-	-	-
营业收入	60,591.76	100.00	75,361.39	100.00	64,968.27	100.00	56,727.61	100.00

本公司定位于高尔夫运动与时尚休闲生活相结合的细分市场。报告期各年度营业收入全部为主营业务收入。

1、主营业务收入产品类别构成分析

公司产品按类别划分为上衣、下装、外套和其他。近三年一期，公司各类别产品销售情况如下表所示：

产品类别	2016 年 1-9 月		2015 年度		2014 年度		2013 年度	
	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）
上衣	29,620.36	48.89	35,016.16	46.46	31,635.05	48.69	28,726.62	50.64
下装	12,517.43	20.66	12,609.62	16.73	10,489.60	16.15	8,989.96	15.85
外套	15,787.67	26.06	23,775.38	31.55	20,459.19	31.49	17,362.46	30.61
其他	2,666.30	4.40	3,960.23	5.25	2,384.42	3.67	1,648.57	2.91
合计	**60,591.76**	**100.00**	**75,361.39**	**100.00**	**64,968.27**	**100.00**	**56,727.61**	**100.00**

公司的产品销售收入以上衣和外套为主。报告期内，上衣和外套的销售收入

之和占主营业务收入的比例分别为81.25%、80.18%、78.01%、74.94%，保持在较高水平。同时，下装作为公司的主流品类也得到了较快的发展，占主营业务收入的比重逐年上升。其他类产品主要包括包、皮带、帽子、手套、内衣、袜子、围巾、鞋等及其它用品，这类产品占比较低，伴随着业务的发展保持稳步增长。

2、主营业务收入按销售模式的构成分析

公司采取直营和特许加盟相结合的销售模式。近三年一期，公司直营模式和加盟模式的收入构成情况如下表所示：

门店类别	2016 年 1-9 月		2015 年度		2014 年度		2013 年度	
	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）
直营	42,710.05	70.49	51,921.02	68.90	42,804.87	65.89	36,343.54	64.07
加盟	17,881.71	29.51	23,440.37	31.10	22,163.40	34.11	20,384.07	35.93
合计	**60,591.76**	**100.00**	**75,361.39**	**100.00**	**64,968.27**	**100.00**	**56,727.61**	**100.00**

公司直营店主要集中在一、二线城市的核心商圈，有利于树立公司的品牌形象和产品推广，有助于提高公司对销售终端的管控能力，是公司业务发展的关键。近三年一期，直营店销售收入占主营业务收入的比例分别为64.07%、65.89%、68.90%和70.49%。

此外，公司有效借助了加盟商的地区资源来扩大市场覆盖率，提高终端密度。目前，公司的直营与加盟的门店数量的比例约为1:1.20，加盟店销售收入占比保持在29%-36%之间。

3、主营业务收入区域构成分析

公司按门店所在地将主营业务收入划分为东北、华北、华东、华南、华中、西北和西南七个区域。近三年一期，公司各区域主营业务收入情况如下表所示：

区 域	2016 年 1-9 月		2015 年度		2014 年度		2013 年度	
	收入金额（万元）	比例（%）	收入金额（万元）	比例（%）	收入金额（万元）	比例（%）	收入金额（万元）	比例（%）
东北	5,730.88	9.46	7,717.47	10.24	6,688.97	10.30	5,684.53	10.02
华北	7,934.68	13.10	9,337.95	12.39	7,703.62	11.86	6,766.66	11.93
华东	13,449.95	22.20	16,974.29	22.52	15,097.08	23.24	13,295.85	23.44
华南	14,164.81	23.38	16,198.26	21.49	14,120.76	21.73	12,212.80	21.53
华中	3,783.25	6.24	5,089.78	6.75	3,920.25	6.03	3,689.69	6.50
西北	1,977.41	3.26	2,477.42	3.29	1,844.71	2.84	1,491.15	2.63

区 域	2016 年 1-9 月		2015 年度		2014 年度		2013 年度	
	收入金额（万元）	比例（%）	收入金额（万元）	比例（%）	收入金额（万元）	比例（%）	收入金额（万元）	比例（%）
西南	13,550.78	22.36	17,566.22	23.31	15,592.88	24.00	13,586.92	23.95
合计	**60,591.76**	**100.00**	**75,361.39**	**100.00**	**64,968.27**	**100.00**	**56,727.61**	**100.00**

公司业务主要集中于华东、华南和西南地区。近三年一期，这三个地区的销售收入合计占总收入的比例分别为 68.92%、68.97%、67.33%和 67.94%。随着公司网络布局的不断优化，各地区收入日趋均衡。

4、公司经营活动的季节性波动

报告期内，公司主营业务收入按季度划分，其分布情况如下表所示：

季度	2016 年 1-9 月	2015 年度		2014 年度		2013 年度	
	金额（万元）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）
第一季度	23,635.94	21,752.20	28.86	18,167.81	27.96	14,233.26	25.09
第二季度	17,257.70	16,077.94	21.33	13,603.78	20.94	11,779.22	20.76
第三季度	19,698.12	16,513.84	21.91	14,143.11	21.77	13,174.02	23.22
第四季度		21,017.41	27.89	19,053.57	29.33	17,541.11	30.92
合计	**60,591.76**	**75,361.39**	**100.00**	**64,968.27**	**100.00**	**56,727.61**	**100.00**

从上表可以看出，公司的主营业务收入具有一定的季节性特征，表现为每年第四季度收入额高于其他季度，主要原因在于：公司的产品分为春夏和秋冬两季，每年的第四季度假日较多，属于服装行业的销售高峰季节；同时，秋冬季产品单价明显高于春夏季产品。

报告期内，公司直营店中正价店和折扣店的销售情况如下：

期间	门店类别	销售金额（万元）	销售数量（万件）	单店业绩（万元）
2016 年 1-9 月	正价店	30,631.66	31.00	134.41
	折扣店	12,078.40	26.60	265.78
2015 年	正价店	38,027.80	33.90	165.16
	折扣店	13,893.22	29.85	372.14
2014 年	正价店	31,098.43	24.07	152.08
	折扣店	11,706.44	25.40	371.63
2013 年	正价店	27,263.48	25.26	147.64
	折扣店	9,080.06	20.11	332.20

注：当期新开店按照开店月份加权计算单店业绩

公司折扣店的店铺面积较大，陈列的货品较多，单店销售金额高于正价店。

（二）主营业务收入变动趋势分析

报告期内，公司主要产品实现收入的变动情况如下表所示：

产品类别	2016 年 1-9 月	2015 年度		2014 年度		2013 年度
	金额（万元）	金额（万元）	增长率（%）	金额（万元）	增长率（%）	金额（万元）
上衣	29,620.36	35,016.16	10.69	31,635.05	10.12	28,726.62
下装	12,517.43	12,609.62	20.21	10,489.60	16.68	8,989.96
外套	15,787.67	23,775.38	16.21	20,459.19	17.84	17,362.46
其他	2,666.30	3,960.23	66.09	2,384.42	44.64	1,648.57
合计	**60,591.76**	**75,361.39**	**16.00**	**64,968.27**	**14.53**	**56,727.61**

公司主营业务收入来源于高尔夫服饰的销售。公司主营业务收入具有良好的成长性，2014年和2015年主营业务收入分别同比增长了14.53%和16.00%。

报告期内，公司主营业务收入持续增长的主要原因在于：

1、随着居民收入水平的不断提高，服装消费额稳步增长，高尔夫服饰市场发展迅速

我国拥有全球最大的人口与消费市场。伴随着中国经济的持续发展和经济总量的不断提升，我国居民人均收入水平也在不断提高。根据国家统计局的统计，2006年-2015年我国城镇居民人均可支配收入自11,760元增至31,195元，年均复合增长率为11.45%。城镇居民人均衣着消费支出由901.78元增加到1,701.13元，年均复合增长率为7.31%。

与此同时，随着社会的发展，中产阶级及富裕消费者数量逐渐增多，对生活素质、文明、时尚品味的追求更为强烈。高尔夫服饰以其明确的差异化定位，包括准确的目标群体定位、独特的高尔夫文化定位和跨界的产品定位，成为服装服饰市场较具活力和增长潜力的细分品类。其中，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。根据《中国高尔夫行业报告（2011年度）》的统计数据，高尔夫人口一年的高尔夫服饰消费金额平均为7,185元。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。

2、本公司营销网络的不断完善与单店业绩的提升直接推动了公司主营业务

收入的增长

（1）营销网络的不断拓展，特别是直营店的增加，显著增强了公司的整体盈利能力。近年来，公司开始大力拓展营销网络，销售终端数量总体呈增长趋势，具体情况如下表：

门店类别	2016.9.30		2015.12.31		2014.12.31		2013.12.31
	数量（家）	增长率（%）	数量（家）	增长率（%）	数量（家）	增长率（%）	数量（家）
直营店	273	-2.50%	280	11.55	251	11.56	225
加盟店	328	2.18%	321	5.25	308	4.41	295
合计	**601**	**-**	**601**	**7.51**	**559**	**7.50**	**520**

公司一方面大力扩展营销网络，一方面积极完善网络结构。由于直营店地处消费力更强的一二级城市，并且可直接纳入公司的规范化管理，在店铺设计、销售及人员管理等方面更能体现出比音勒芬的品牌内涵。因此直营店的盈利能力普遍高于加盟店。

2014年年末和2015年年末，公司门店数量分别增长了7.50%和7.51%，其中直营店数量分别增长了11.56%和11.55%，高于加盟店的增长速度。这种不断的完善的营销网络结构提高了公司的盈利水平，推动了公司的主营业务收入增长。

（2）总体单店业绩的不断提高也推动着公司整体收入的增加。报告期内，按实际营业月份加权计算的单店业绩变动情况如下表所示：

门店类别	2016 年 1-9 月	2015 年度		2014 年度		2013 年度
	金额（万元）	金额（万元）	增幅（%）	金额（万元）	增幅（%）	金额（万元）
直营店	156.26	194.04	6.98	181.38	5.80	171.43
其中：球会店	32.58	39.32	6.78	36.83	-18.74	45.32
非球会店	170.06	215.74	2.41	210.66	8.82	193.58

作为高尔夫服饰，与其他可比服装类上市公司相比，本公司在高尔夫会所开设直营店。

公司开设在高尔夫会所的直营店具有以下特点：

①球会店的经营面积较小。2015年，公司球会店的平均面积仅为28.50平方米，而扣除球会店后，公司直营店的平均面积约为96.13平方米。

②球会店的运营成本较低。与开设在商场及机场的门店相比，公司开设在高

尔夫会所的球会店的运营成本较低。

3、公司品牌影响力不断增强，品牌效益日益突出，带动公司主营业务收入的不断增长

通过清晰、差异化的品牌定位，比音勒芬品牌确立了高尔夫服饰的知名品牌地位，品牌影响力及附加值不断提升。

公司立志做“中国高尔夫服饰领军品牌”。2011 年 12 月，公司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，公司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”。2012 年 12 月，公司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 3 月，公司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”。2013 年 10 月，公司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，公司被《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 3 月至 12 月，公司冠名赞助 2014 年高尔夫频道“比音勒芬杯”铁杆会高尔夫赛事。2014 年 10 月，公司成为“南山·中国大师赛”的服装赞助商；2014 年 10 月，公司成为“2014 观澜湖世界明星赛”的官方供应商。公司品牌影响力不断增强，品牌的内在价值日益突出，带动公司主营业务收入不断增长。

（三）毛利构成及毛利率情况分析

1、分产品类别的毛利额和毛利率分析

产品类别	2016 年 1-9 月		2015 年度		2014 年度		2013 年度	
	毛利额（万元）	毛利率（%）	毛利额（万元）	毛利率（%）	毛利额（万元）	毛利率（%）	毛利额（万元）	毛利率（%）
上衣	18,848.28	63.63	22,420.27	64.03	19,879.62	62.84	17,951.46	62.49
下装	8,084.09	64.58	8,034.86	63.72	6,709.00	63.96	5,736.45	63.81
外套	9,533.78	60.39	14,376.69	60.47	12,241.99	59.84	9,969.52	57.42
其他	1,516.30	56.87	2,393.77	60.45	1,493.99	62.66	1,027.75	62.34
合计	**37,982.45**	**62.69**	**47,225.59**	**62.67**	**40,324.59**	**62.07**	**34,685.18**	**61.14**

注：毛利=主营业务收入-主营业务成本，毛利率=主营业务毛利/主营业务收入，下同。

（1）毛利构成

近三年一期，公司的毛利额分别为 34,685.18 万元、40,243.59 万元、47,225.59 万元和 37,982.45 万元。2014 年和 2015 年公司毛利额同比分别增长了 16.26%和 17.11%，呈现快速增长趋势。

近三年一期，上衣和外套毛利占公司总毛利的比重分别为 80.50%、79.66%、77.92%和 74.72%，是公司主要毛利来源。

公司毛利额增长幅度高于营业收入的增长幅度，主要原因在于报告期内公司毛利率的逐年上升。

（2）毛利率分析

近三年一期，公司的主营业务毛利率分别为 61.14%、62.07%、62.67%和 62.69%。报告期内，公司毛利率水平较高且呈逐年上升趋势的主要原因在于：

① 高端品牌营运模式决定了公司能够保持较高的毛利率水平

本公司产品定位于高尔夫运动与时尚休闲生活相结合的细分市场，通过研发设计、品牌推广、营销网络建设及供应链管理来实现比音勒芬品牌的运营。本公司的这种品牌运营模式与欧美部分强势服装品牌类似，具有很强的轻资产模式特征，处于价值链的高端，能够获得高于市场平均利润的盈利。

② 公司具备较强的议价能力，产品实际结算价格逐年稳步提升

近三年，公司主要产品上衣、下装和外套的实际结算价格不断上升。2014 年和 2015 年，公司上衣的平均价格分别较上年增长了 3.44%和 9.01%，下装的平均价格分别较上年增长了 2.81%和 1.51%，外套的平均价格分别较上年增长了 1.02%和 2.18%。2016 年 1-9 月，公司产品平均单价比 2015 年度平均单价低，主要原因在于 2016 年 1-9 月销售的产品主要为春夏季服装和少部分秋冬季服装，而春夏季服装的销售单价要低于秋冬季服装的销售单价。公司产品平均单价变动情况如下表：

产品类别	2016 年 1-9 月		2015 年度		2014 年度		2013 年度
	平均单价（元）	增长率（%）	平均单价（元）	增长率（%）	平均单价（元）	增长率（%）	平均单价（元）
上衣	710.61	-7.80	770.71	9.01	707.02	3.44	683.54
下装	514.55	-0.58	517.57	1.51	509.89	2.81	495.95
外套	1,617.11	-2.39	1,656.66	2.18	1,621.25	1.02	1,604.96
其他	306.62	-4.02	319.45	-3.19	329.97	-7.18	355.49

一方面，公司通过创新的设计研发模式、聘请韩国知名设计师、积极与国外

设计顾问公司合作等措施，在及时把握国际流行时尚趋势的同时加入中国文化元素，提升品牌的价值和差异性；另一方面，公司在面料选择方面始终坚持高标准、高档次、高性能，借助优秀的工艺与做工，努力为消费者提供物有所值的高尔夫服饰，树立高端品牌形象。近年来，公司的品牌认同度和影响力不断提高，产品定价能力不断增强。

2、分门店类别的毛利额和毛利率分析

门店类别	2016 年 1-9 月		2015 年度		2014 年度		2013 年度	
	毛利额（万元）	毛利率（%）	毛利额（万元）	毛利率（%）	毛利额（万元）	毛利率（%）	毛利额（万元）	毛利率（%）
直营店	26,876.09	62.93	32,668.78	62.92	26,614.79	62.18	22,444.47	61.76
其中：直营正价店	22,266.94	72.69	27,399.99	72.05	22,254.13	71.56	19,570.26	71.78
直营折扣店	4,609.15	38.16	5,268.79	37.92	4,360.65	37.25	2,874.21	31.65
加盟店	11,106.36	62.11	14,556.80	62.10	13,709.81	61.86	12,240.72	60.05
合计	**37,982.45**	**62.69**	**47,225.59**	**62.67**	**40,324.60**	**62.07**	**34,685.18**	**61.14**

报告期，公司毛利主要来源于直营店的贡献。近三年一期，直营店贡献的毛利额分别为22,444.47万元、26,614.79万元、32,668.78万元和26,876.09万元，占主营业务总毛利额的64.71%、66.00%、69.18%和70.76%。公司品牌定位高端，和大部分高端品牌处理过季存货的方式一样，公司对当季未销售出去的产品通过名牌折扣店促销，所以公司直营店分为正价店和折扣店。近三年一期，公司各种门店的毛利率均保持稳定增长，其中直营正价店实现的毛利率最高，分别为71.78%、71.56%、72.05%和72.69%；直营折扣店由于销售过季商品，促销力度较大，其实现的毛利率较低，分别为31.65%、37.25%、37.92%和38.16%。

3、公司毛利率与同行业上市公司的比较情况

（1）公司毛利率按产品类别与同行业上市公司的比较情况如下表：

产品类别	2016 年 1-6 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
上衣类	63.95%	64.03%	62.84%	62.49%
下装类	64.97%	63.72%	63.96%	63.81%
外套类	59.50%	60.47%	59.84%	57.42%
其他类	59.69%	60.45%	62.66%	62.34%
比音勒芬合计	**63.00%**	**62.67%**	**62.07%**	**61.14%**

摩登大道（SZ.002656）	54.74%	57.80%	62.47%	64.73%
海澜之家（SH.600398）	40.83%	40.27%	39.89%	36.82%
报喜鸟（SZ.002154）	53.64%	57.97%	57.86%	63.18%
搜于特（SZ.002503）	22.71%	36.57%	37.50%	37.09%
维格娜丝（SH.603518）	69.20%	70.33%	71.05%	68.80%
贵人鸟（SH.603555）	42.86%	45.20%	41.02%	40.64%
希努尔（SZ.002485）	23.39%	27.64%	28.88%	37.35%
森马服饰（SZ.002563）	38.22%	37.66%	36.06%	35.35%

注：同行业上市公司未公告分产品毛利率或产品分类不一样，无法取得同类产品的毛利率，仅能取得同行业上市公司服装产品的综合毛利率。

（2）公司毛利率按门店类别与同行业上市公司的比较情况如下表：

门店类别	2016 年 1-6 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
直营店	63.24%	62.92%	62.18%	61.76%
其中：直营正价店	73.74%	72.05%	71.56%	71.78%
直营折扣店	37.95%	37.92%	37.25%	31.65%
加盟店	62.33%	62.10%	61.86%	60.05%
比音勒芬合计	**63.00%**	**62.67%**	**62.07%**	**61.14%**
摩登大道（SZ.002656）	54.74%	57.80%	62.47%	64.73%
海澜之家（SH.600398）	40.83%	40.27%	39.89%	36.82%
报喜鸟（SZ.002154）	53.64%	57.97%	57.86%	63.18%
搜于特（SZ.002503）	22.71%	36.57%	37.50%	37.09%
维格娜丝（SH.603518）	69.20%	70.33%	71.05%	68.80%
贵人鸟（SH.603555）	42.86%	45.20%	41.02%	40.64%
希努尔（SZ.002485）	23.39%	27.64%	28.88%	37.35%
森马服饰（SZ.002563）	38.22%	37.66%	36.06%	35.35%

注：同行业上市公司未公告分门店类别的毛利率，无法取得同类门店的毛利率，仅能取得同行业上市公司服装产品的综合毛利率。搜于特 2016 年 1-6 月综合毛利率大幅下滑，是由于其低毛利率的材料销售业务的销售收入占其收入总额的比例大幅上升所致。希努尔 2016 年 1-6 月综合毛利率下滑幅度较大，主要是传统商务男装市场持续低迷所致。

报告期内，服装行业上市公司的综合毛利率大小一定程度上取决于各自的品牌定位。品牌定位高端的可比上市公司的综合毛利率要高于品牌定位于中端或中高端的同行业上市公司的综合毛利率，例如比音勒芬、摩登大道、报喜鸟、维格

娜丝的综合毛利率要高于海澜之家、搜于特、贵人鸟、希努尔和森马服饰的综合毛利率。

报告期内，公司毛利率分别为61.14%、62.07%、62.67%和62.69%。与同行业上市公司摩登大道的毛利率较为接近。公司毛利率高于报喜鸟的毛利率，主要系公司品牌定位高端的高尔夫运动与时尚休闲生活相结合的细分市场，因此有更高的溢价空间。

（四）期间费用分析

项　目	2016年1-9月	2015年度		2014年度		2013年度
	金额（万元）	金额（万元）	增幅（%）	金额（万元）	增幅（%）	金额（万元）
销售费用	17,787.17	22,899.77	15.95	19,749.47	18.15	16,715.35
管理费用	5,816.61	7,337.94	30.51	5,622.66	21.16	4,640.69
财务费用	-267.63	-365.13	-	-274.94	-	50.89
期间费用	23,336.16	29,872.58	19.03	25,097.19	17.24	21,406.93
营业收入	**60,591.76**	**75,361.39**	**16.00**	**64,968.27**	**14.53**	**56,727.61**
占营业收入比例	**38.51%**	**39.64%**		**38.63%**		**37.74%**

1、期间费用总额分析

近三年，随着业务规模的迅速增长，公司期间费用总额增长较快。

本公司期间费用总额2014年较2013年增长了17.24%，2015年较2014年增长了19.03%；同时，本公司营业收入2014年较2013年增长了14.53%，2015年较2014年增长了16.00%。

近三年一期，本公司期间费用总额占营业总收入的比例分别为37.74%、38.63%、39.64%和38.51%，占比较为稳定，显示本公司已经建立严格的内部控制和费用管理制度，在保持营业收入持续快速增长的同时，较好地控制了期间费用的增长。

公司期间费用以销售费用为主。近三年一期，公司销售费用占期间费用的比重分别为78.08%、78.69%、76.66%和76.22%。这与公司轻资产的品牌营运模式相符合。

2、销售费用

销售费用	2016 年 1-9 月		2015 年度		2014 年度		2013 年度	
	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）
职工薪酬	8,244.20	46.35	10,372.99	45.30	8,425.49	42.66	6,104.74	36.52
装修装饰费	3,402.18	19.13	4,241.19	18.52	4,132.37	20.92	3,014.69	18.04
门店运营费	3,830.29	21.53	4,778.79	20.87	4,248.85	21.51	5,100.51	30.51
广告宣传费	906.20	5.09	1,897.97	8.29	1,659.03	8.40	1,434.53	8.58
包装运输费	614.90	3.46	740.47	3.23	649.86	3.29	534.53	3.20
办公及差旅费	517.70	2.91	567.62	2.48	384.97	1.95	322.76	1.93
其他	271.70	1.53	300.74	1.31	248.90	1.26	203.58	1.22
合　计	**17,787.17**	**100.00**	**22,899.77**	**100.00**	**19,749.47**	**100.00**	**16,715.35**	**100.00**
占营业收入比例	**29.36%**		**30.39%**		**30.40%**		**29.47%**	

公司销售费用主要为职工薪酬、装修装饰费和门店运营费。近三年一期，上述三项费用合计占销售费用的比例分别为85.07%、85.09%、84.69%和87.01%。

近三年一期，公司销售费用占当年营业收入的比例分别为29.47%、30.40%、30.39%和29.36%。

（1）销售人员的不断增加使得职工薪酬上升较快。公司自2011年开始加大拓展营销网络，公司直营店的数量自2013年初的200个增加到2016年9月底的273个，增长迅速。为满足营销网络发展的需要，公司不仅增加了销售人员的数量，同时为调动各地销售人员的工作积极性，公司也相应提高了销售人员的底薪和奖金。近三年一期，公司销售人员数量增长迅速，2016年9月底达到了1,300人，占公司员工总数的81.71%。2014年，销售人员薪酬为8,425.49万元，较上年增长了38.02%；2015年，销售人员薪酬为10,372.99万元，较上年增长了23.11%。

（2）终端店铺数量的增加和装修标准的提高导致装修装饰费上升较快。公司十分注重终端店铺的形象建设，采用韩国设计公司提供的终端销售门店设计方案，从店铺装修选材、设计到道具陈列、产品陈列等方面紧紧扣住品牌风格与品牌文化。自2011年开始，公司一方面提高了新增店铺的装修标准，一方面对现有店铺进行了形象升级。公司终端店铺的数量自2013年初的474个增加到2016年9月底601个，增长较为迅速。

（3）公司机场店（含高铁站店）的快速发展使得公司门店运营费上升较快。

机场店的日常租金等相关运营费用较一般店铺要高。近三年一期期末，公司机场门店（含高铁站店）的数量分别为33个、38个、48个和49个，机场门店（含高铁站店）的运行总费用分别为4,296.22万元、3,910.80万元、4,766.65万元和3,712.13万元。从2013年下半年开始，公司调整了三亚机场、沈阳机场、太原机场和深圳机场4个门店的销售模式，由原来的非联营方式调整为联营方式，即这4个机场直营门店由过去支付租金的方式调整为销售收入分成的方式。这使得公司2014年的门店运营费有所下降。

（4）宣传力度的不断加大导致广告宣传费持续增加。本公司定位于高尔夫运动与时尚休闲生活相关的高端市场，通过纸质媒体、电视媒体、赞助赛事活动和举办高尔夫联谊赛等方式来提升和维护高端品牌形象。

3、管理费用

管理费用	2016 年 1-9 月		2015 年度		2014 年度		2013 年度	
	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）
职工薪酬	2,959.09	50.87	3,615.29	49.27	2,651.39	47.16	2,127.67	45.85
研发费用	1,451.48	24.95	1,688.01	23.00	1,287.85	22.90	770.87	16.61
办公场所使用费	312.15	5.37	492.05	6.71	371.67	6.61	462.67	9.97
办公及差旅费	639.12	10.99	902.12	12.29	676.81	12.04	586.45	12.64
折旧摊销	152.35	2.62	207.51	2.83	286.03	5.09	321.49	6.93
中介机构费	166.51	2.86	243.43	3.32	128.53	2.29	163.72	3.53
其他	135.90	2.34	189.53	2.58	220.38	3.92	207.82	4.48
合　计	**5,816.61**	**100.00**	**7,337.94**	**100.00**	**5,622.66**	**100.00**	**4,640.69**	**100.00**
占营业收入比例	**9.60%**		**9.74%**		**8.65%**		**8.18%**	

公司管理费用主要为职工薪酬、研发费用、办公场所使用费和办公及差旅费。近三年一期，上述四项费用合计占管理费用的比例分别为85.07%、88.71%、91.27%和92.18%。

近三年，公司管理费用分别为4,640.69万元、5,622.66万元和7,337.94万元，呈逐年上升趋势，主要是因为随着公司业务规模扩大，管理人员及研发投入增加，工资及福利费用、研发费用、办公及差旅费相应增加。

4、财务费用

项　目	2016 年 1-9 月		2015 年度		2014 年度		2013 年度	
	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）
利息支出	-	-	-	-	6.58	-2.39	151.84	298.34
减：利息收入	301.48	112.65	416.54	114.08	326.46	118.74	136.65	-268.50
汇兑损益	-	-	-	-	-	-	-	-
其他	33.85	-12.65	51.41	-14.08	44.94	-16.35	35.71	70.16
合　计	**-267.63**	**100.00**	**-365.13**	**100.00**	**-274.94**	**100.00**	**50.89**	**100.00**
占营业收入比例	**-0.44%**		**-0.48%**		**-0.42%**		**0.09%**	

本公司的财务费用较少，主要为银行借款的利息支出。目前，公司在银行的资信状况良好，不存在短期偿债压力。

（五）销售数量、产品价格和产品单位成本变动对公司盈利能力的敏感性分析

报告期内，公司销售数量、产品价格和产品单位成本变动对当期营业利润变动的影响分析如下：

项目			2016 年 1-9 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
营业利润（万元）			13,992.51	16,439.34	14,245.56	12,636.17
销售数量	提高 1%	销量变动后的营业利润（万元）	14,372.33	16,911.59	14,648.81	12,983.02
		敏感系数	2.71	2.87	2.83	2.74
产品价格	提高 1%	销量变动后的营业利润（万元）	14,598.42	17,192.95	14,895.24	13,203.45
		敏感系数	4.33	4.58	4.56	4.49
产品单位成本	提高 1%	销量变动后的营业利润（万元）	13,766.41	16,157.98	13,999.13	12,415.75
		敏感系数	-1.62	-1.71	-1.73	-1.74

从上表可以看出，在其他因素不变的情况下，公司营业利润对产品价格最为敏感，近三年一期的敏感系数为4.49、4.56、4.58和4.33。

近三年一期，本公司一方面通过营销网络的拓展提高了产品销售数量，另一方面凭借较强的议价能力提升产品价格水平，使得公司盈利能力不断提高。报告期内，公司销售净利率分别为16.90%、16.55%、16.35%和17.36%。

三、现金流量分析

项目	2016 年 1-9 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
经营活动产生的现金流量净额（万元）	8,961.32	13,822.74	11,741.75	10,219.66
投资活动产生的现金流量净额（万元）	-13,092.44	-3,221.77	-1,835.00	-1,957.27
筹资活动产生的现金流量净额（万元）	-	-	-2,010.71	-1,150.52
现金及现金等价物净增加额（万元）	-4,131.12	10,600.98	7,896.04	7,111.87

（一）经营活动现金流量分析

项　　目	2016 年 1-9 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度	合　计
经营活动产生的现金流入额（万元）	71,862.37	85,618.87	72,327.31	65,373.66	295,182.21
营业收入（万元）	60,591.76	75,361.39	64,968.27	56,727.61	257,649.03
销售现金比例	1.19	1.14	1.11	1.15	1.15
经营活动产生的现金流量净额（万元）	8,961.32	13,822.74	11,741.75	10,219.66	44,745.48
净利润（万元）	10,521.59	12,319.02	10,750.46	9,587.56	43,178.63
盈利现金比例	0.85	1.12	1.09	1.07	1.04

注：销售现金比例=经营活动产生的现金流入额/营业收入；盈利现金比例=经营活动产生的现金流量净额/净利润。

近三年一期，本公司经营活动产生的现金流量净额均为正数，本公司经营活动产生的现金流入额累计为295,182.21万元，经营活动产生的现金流量净额累计为44,745.48万元。同期，公司实现的营业收入累计为257,649.03万元，实现的净利润累计为43,178.63万元。公司经营活动产生的现金流入累计额与实现的营业收入的比例为1.15，公司经营活动产生的现金流量净额的累计额与实现的净利润的比例为1.04，显示本公司在营业收入快速增长的同时保持了较高的现金回收比例，经营性现金流量较为充裕。

（二）投资活动产生的现金流量分析

近三年一期，公司投资活动产生的现金流量净额均为负数。这主要是由于本公司近几年正处于快速发展阶段，在营销网络拓展方面，特别是直营店建设方面投入了较多的资金。公司店铺数量从2013年初的474个上升到2016年9月底的601个，其中直营店数量从2013年初的200个上升到2016年9月底的273个。目前，公司营销网络基本覆盖全国主要大中城市。

（三）筹资活动产生的现金流量分析

2013年和2014年，本公司筹资活动产生的现金流量净额均为负数，主要为报告期内偿还银行借款影响所致。公司具有良好的银行资信状况，能够根据实际情况来进行资金筹措，满足企业发展的需要。

近三年一期，本公司不存在不涉及现金收支的重大筹资活动。

四、资本性支出分析

公司计划将公司拥有的位于广州市番禺区南村镇兴业大道南侧地块用于建设比音勒芬商业综合楼，预计总建设面积32,915.2平方米，总投资11,000万元，现已取得《广东省企业基本建设投资项目备案证》（编号：130181181010202）。项目建设周期约为2年，所需资金由公司自有资金或银行贷款解决。

截至本招股意向书签署日，除上述支出计划外，本公司重大资本性支出计划还包括为本次发行股票募集资金拟投资的两个项目，项目总投资金额为57,437.70万元。有关募集资金拟投资项目的具体情况详见本招股意向书“第十三节 募集资金运用”之“二、募集资金投资项目的具体情况”。

五、对公司财务状况和盈利能力的未来趋势分析

（一）财务状况趋势

1、资产状况趋势

募集资金到位以后，公司资产规模将出现较大幅度的增长。同时，随着募集资金投资项目的实施，预计今后几年公司的固定资产规模将保持较快速度的增长，固定资产在总资产中所占的比重将会上升，从根本上保证公司未来业务的稳定快速发展。

2、负债状况趋势

募集资金到位以后，公司资产负债率将显著降低，债务结构将更加合理。

3、所有者权益趋势

公司近年来业务发展很快，自有资金已不能满足公司的资金需求。公司拟通过公开发行股票的形式扩大公司的规模和实力。

（二）盈利能力趋势

未来影响公司盈利能力的因素主要有以下几个方面：

1、营销网络的规模和效率

近年来公司不断加大在全国范围内的业务拓展力度，营销网络的终端店铺数量从2013年初的474个上升到2016年9月底的601个，基本覆盖全国主要大中城市。清晰的品牌定位以及合理的营销网络布局推动了公司近年来业务的快速发展，使得公司盈利能力不断提升。

公司品牌定位高端，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。公司与包括广州友谊、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。在渠道布局上，公司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，在其他区域公司采用加盟模式来加大销售终端密度。目前，公司的直营店与加盟店的比例约为1：1.20。公司渠道布局层次分明，一方面可保证公司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。

随着公司业务的发展，营销网络将需要进一步扩展与完善，资金规模、配套信息系统建设以及物流配送能力的匹配将直接影响公司整体营销网络的发展规模和效率，从而影响公司的盈利能力。

2、品牌知名度

本公司主要从事高端高尔夫服饰的研发设计和销售，多年来一直致力于比音勒芬品牌的运营，通过鲜明的品牌特征展示产品内涵。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。公司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。

公司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。

目前，比音勒芬品牌已在高尔夫服饰领域拥有了较高的知名度和美誉度。如

未来公司主要产品的品牌形象遭受某些客观外因素的不利影响，将影响公司的盈利能力。

3、研发设计水平

公司坚持产品自主设计与开发，建立了行业内较为领先的研发设计团队；经典款式的设计也已得到消费者认可；研发设计运作模式及流程趋向国际化；此外，还积极和外部专业机构合作，打造核心研发设计优势。

2011年12月，公司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，公司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”；2012年12月，公司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3月，公司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”。

基于公司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，决定和公司合作共建“中国高尔夫服饰色彩研发基地”。公司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。2013 年 1 月，公司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，公司被认定为 2012 年度广州市番禺区企业创意设计中心。2013 年 4 月至 9 月，公司冠名赞助 2013 年高尔夫频道“比音勒芬杯”铁杆会高尔夫赛事。2013 年 10 月，公司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，本公司被《纺织服装周刊》评选为 2013 中国纺织服装行业“十大服装品牌”。

公司研发设计水平提升了品牌的价值和差异性，使比音勒芬品牌服饰兼具时尚性、功能性和舒适性，有助于引领市场消费，进而影响公司的盈利能力。

4、居民消费水平

本公司产品全部在中国大陆销售，受中国经济水平、国民收入和消费水平的影响。如果未来消费水平发生重大变化，将影响公司的盈利能力。

5、募集资金的影响

（1）本公司公开发行募集资金到位后，将进一步增加公司的资产规模，改

善资产负债结构，拓宽融资渠道，提高公司的综合竞争实力和抗风险能力。

（2）本次募集资金投资项目建成投产后，公司直营店铺大量增加，营销网络将得以进一步完善，在提高营销网络规模的同时也将显著增强公司对销售终端的管控能力，使得公司整体盈利能力得以大幅提升。

（3）固定资产投资增加将增加公司折旧费用。如果投资项目未能实现预期收益，公司收入下降或增长较小，折旧费将对公司盈利带来较大压力。

六、公司未来分红回报规划

1、股东回报规划制定考虑因素

公司将着眼于长远和可持续发展，综合考虑了企业实际情况、发展目标，建立对投资者持续、稳定、科学的回报规划与机制，从而对股利分配作出制度性安排，以保证股利分配政策的连续性和稳定性。

2、公司股东回报规划制定原则

公司股东分红回报规划充分考虑和听取股东（特别是社会公众股东）、独立董事和监事会的意见，坚持现金分红为主这一基本原则。采用股票股利进行利润分配的，应当具有公司成长性、每股净资产的摊薄等真实合理因素。

3、股东分红回报规划制定周期和相关决策机制

公司至少每三年重新审阅一次《股东分红回报规划》，根据股东（特别是社会公众股东）、独立董事和监事会的意见对公司正在实施的股利分配政策做出适当且必要的修改，确定该时间段的股东分红回报规划，并提交公司股东大会通过网络投票的形式进行表决。

公司董事会结合具体经营数据，充分考虑公司盈利规模、现金流量状况、发展阶段及当期资金需求，并结合股东（特别是社会公众股东）、独立董事和监事会的意见，制定年度或中期分红方案，并经公司股东大会表决通过后实施。

4、公司上市后三年股东分红回报计划

公司满足现金分红条件的，应当进行现金分红；在此基础上，公司将结合发展阶段、资金支出安排，采取现金、股票或现金股票相结合的方式，可适当增加利润分配比例及次数，保证分红回报的持续、稳定。

公司采用股票股利进行利润分配的，应当具有公司成长性、每股净资产的摊薄等真实合理因素；由于公司目前处于成长阶段，采用股票股利分红时，现金分

红在当次利润分配中所占最低比例为20%；

公司股利分配不得超过累计可供分配利润的范围。

上述分红回报规划已经公司第一届董事会第第十三次会议及2014年第一次临时股东大会审议通过。

七、填补被摊薄即期回报的措施及承诺

截至本招股意向书出具之日，公司股本总额为 8,000 万股，根据本次发行方案，公司拟发行新股 2,667 万股，股本规模将大幅增加。虽然本次募集资金项目投产后，预计未来几年净利润仍将保持增长，但募集资金项目从投入到产生效益，需要一定的时间，建设期间股东回报还是主要通过现有业务实现。因此，本次募集资金到位当年公司基本每股收益及稀释每股收益可能低于上年度，导致发行人即期回报被摊薄。

（一）董事会选择本次融资的必要性和合理性

本次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。营销网络建设项目将进一步扩大和完善公司的营销网络，提高比音勒芬品牌的市场覆盖率和影响力，增强公司对销售渠道的控制力，提升公司的盈利能力。信息系统提升建设项目将搭建更为完备的信息管理平台，为公司营销网络的拓展、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，为公司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。

（二）本次募集资金投资项目与发行人现有业务的关系，发行人从事募集资金项目在人员、技术、市场等方面的储备情况

本次募集资金投资于公司主营业务。营销网络建设项目是在公司现有销售渠道的基础上完善并扩大营销网络布局；信息系统提升建设项目为公司业务发展提供强有力的后台支持；补充流动资金主要是满足公司主营业务发展的需要。

公司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，为公司销售终端网络的进一步扩张提供了有利条件。公司专注于高尔夫服饰品牌经营，在品牌知名度和影响力不断提升的同时，公司整体规模和业绩以及单店销售业绩快速增长，为公司本次募集资金投资项目的实施奠定了坚实的基础。

（三）关于填补被摊薄即期回报的具体措施

本公司主要从事自有品牌比音勒芬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。比音勒芬品牌经过多年发展，在高尔夫服饰市场已具有一定的品牌影响力和知名度，发展态势良好。为降低本次公开发行对摊薄即期回报的影响，公司承诺将采取以下措施：

1、提升品牌知名度、完善销售渠道

比音勒芬品牌定位于高端品牌，在高尔夫服饰行业具有一定的知名度和美誉度。公司将利用高尔夫成功进入 2016 年奥运会正式项目的契机，加强终端形象建设、媒体广告、赛事推广及主题活动营销，传播公司“生活高尔夫”的品牌理念，使公司的高端高尔夫服饰品牌形象得以不断加强。

本公司产品通过直营店和加盟店进行销售。近年来，公司业务发展情况良好，门店拓展保持较快的增长速度。公司将在现有销售渠道的基础上，加强营销网络建设，拓展网点分布，进一步提高公司零售终端广度与辐射范围，调高产品市场覆盖度；加强零售终端控制，提升单店产出效益。

2、加强研发设计，准确把握市场流行时尚趋势

公司将加强研发设计队伍建设，加大研发设计投入，在提高产品功能性的同时，快速捕捉潮流元素，在舒适度、款式、色彩等方面进一步提升产品的时尚休闲元素，保证公司服饰产品紧跟市场潮流。同时，为了使服饰研发设计在模式、理念和水准上不断向国际先进水平接轨，公司将加大与外部市场研究机构及专业设计机构的合作。

3、提高运营效率、降低运营成本

公司将加强企业经营管理和内部控制，全面有效地控制公司经营和管理风险，实施科学管理，控制成本、费用，提升经营效率和盈利能力。

公司已在高尔夫服饰领域积累了较强的渠道拓展和管理经验，未来公司将致力于进一步巩固和提升公司核心竞争优势、增强公司在高尔夫服饰领域的核心竞争力。

4、强化募集资金管理

公司已制定《募集资金管理制度》，募集资金到位后将存放于董事会指定的专项账户中。公司将严格按照《深圳证券交易所股票上市规则》、《深圳证券交易

所中小企业板上市公司规范运作指引》等法律法规，以及公司《募集资金使用管理办法》的规定，规范使用募集资金。公司将定期检查募集资金的使用情况，从而加强对募投项目的监管，保证募集资金得到合理、合法的使用。

5、提高募集资金使用效率

本次发行募集资金到位后，公司将调配内部各项资源、加快推进募投项目建设，提高募集资金使用效率，争取募投项目早日达产并实现预期效益，以提升公司盈利水平。本次募集资金到位前，为尽快实现募投项目盈利，公司拟通过多种渠道积极筹措资金，积极调配资源，开展募投项目的前期准备工作，增强项目相关的人才储备，争取尽早实现项目预期收益，提高未来几年的股东回报，降低发行导致的即期回报摊薄的风险。

6、强化投资者回报机制

根据公司制定的上市后《公司章程（草案）》，公司强化了发行上市后的利润分配政策，进一步明确了公司利润分配的总原则，明确了利润分配的条件和方式，制定了现金分红的具体条件、比例以及股票股利分配的条件，完善了利润分配的决策程序等，公司的利润分配政策将更加健全、透明。同时，公司还制订了未来分红回报规划，对发行上市后的利润分配进行了具体安排。公司将保持利润分配政策的连续性与稳定性，重视对投资者的合理投资回报，强化对投资者的权益保障，兼顾全体股东的整体利益及公司的可持续发展。

本公司制定填补被摊薄即期回报措施不等于对公司未来利润做出保证。

（四）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

公司全体董事、高级管理人员承诺：

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

2、承诺对其职务消费行为进行约束；

3、承诺不动用发行人资产从事与其履行职责无关的投资、消费活动；

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

5、承诺如发行人进行股权激励，股权激励的行权条件将与发行人填补回报

措施的执行情况相挂钩。

同时，发行人董事、高级管理人员已就未履行上述承诺提出如下约束措施：

1、若承诺人违反上述承诺，则将在发行人股东大会及中国证监会指定报刊上公开就未履行上述承诺向发行人股东和社会公众投资者道歉。

2、在确认承诺人违反上述承诺之日起5个工作日内，承诺人停止在发行人处领取薪酬、津贴（如有）及股东分红（如有），同时承诺人持有的发行人股份（如有）不得转让，直至承诺人实际履行承诺或违反承诺事项消除。

3、若因非不可抗力原因致使承诺人未履行上述承诺，且又无法提供正当合理之说明的，承诺人因此而获得的收益均归发行人所有，发行人有权要求承诺人于取得收益之日起10个工作日内将违反承诺所得收益汇至发行人指定账户。

另外，发行人的控股股东、实际控制人谢秉政、冯玲玲已承诺，在任何情形下，其均不会越权干预发行人的经营管理活动，不会侵占发行人的利益；其将切实履行实际控制人的义务，忠实、勤勉地履行职责，维护发行人和全体股东的合法权益。

八、其他事项说明

1、根据目前国家法律法规，公司重大会计政策及会计估计不需要进行变更，公司不会因为重大会计政策或会计估计的差异或变更而对公司利润产生影响。

2、公司目前不存在影响本公司财务状况、盈利能力和持续经营的重大担保、诉讼、其他或有事项和重大期后事项。

九、2016 年三季度经营情况、2016 年度主要经营情况预计

2016 年 1-9 月，公司营业收入为 60,591.76 万元，较上年同期增幅为 11.50%，2016 年 1-9 月，公司净利润为 10,521.59 万元，较上年同期增幅为 8.07%。

审计报告截止日（2016 年 9 月 30 日）后，公司经营情况稳定，主要经营模式，主要产品的采购规模和采购价格，销售规模和销售价格等未发生重大变化，主要客户和供应商的构成以及税收政策和其他可能影响投资者判断的重大事项等方面均未发生重大变化。

根据公司 2016 年 10 月份经营业绩以及订货会订单签订情况，公司 2016 年

营业收入预计在 83,000 万元至 86,500 万元之间，较上年同期增幅在 10%至 15%之间；2016 年净利润预计在 12,800 万元至 13,500 万元之间，较上年同期增幅在 4%至 10%之间。

第十二节 业务发展目标

本业务发展目标是公司在当前国内外经济形势和市场环境下，对可预见的将来做出的发展计划和安排。投资者不应排除公司未来根据经济形势变化和经营实际状况对本发展目标进行修正、调整和完善的可能性。

一、总体发展战略及业务发展目标

（一）总体发展战略

秉承高尔夫运动与时尚休闲生活相结合的品牌文化，坚持高端高尔夫服饰定位，向消费者提供专业功能与时尚品味相结合的高尔夫服饰，不断巩固和提升比音勒芬品牌的美誉度与认知度，成为“中国高尔夫服饰领军品牌”。

（二）未来三年的业务发展目标

围绕上述发展战略，公司未来三年的发展目标为：

1、加强营销网络建设，拓展网点分布，进一步提高公司零售终端广度与辐射范围，调高产品市场覆盖度；加强零售终端控制，提升单店产出效益。

2、加大产品研发力度，提高产品功能性的同时，快速捕捉潮流元素，在舒适度、款式、色彩等方面进一步提升产品的时尚休闲元素。

3、加快信息化系统提升建设步伐，引入一流水平的企业管理软件，对公司信息化资源的集成和优化升级，实现公司物流、资金流、信息流的同步。

4、加强终端形象建设、媒体广告、赛事推广及主题活动营销，传播公司“生活高尔夫”的品牌理念，使公司的高端高尔夫服饰品牌形象得以不断加强。

二、发行人发行当年和未来两年的发展计划

（一）渠道建设和优化

公司将借助本次上市的契机，进一步拓展营销渠道，加强终端建设，在巩固公司原有城市和地区市场占有率的基础上进一步开拓新的领域。一线城市核心商圈、新兴商圈的高端商场是公司必须掌握的市场位置，二三线城市核心商圈的高端商场是主攻阵地，而球会店是能最为有效地诠释公司品牌内涵的场所。具体规划如下：

1、现有商场联营专柜的优化

专柜优化不仅有利于保持公司高档高尔夫服饰的品牌形象，同时也有助于单店销售规模。未来几年，公司将逐步对销售业绩较好的直营店铺进行优化和面积扩充。同时，通过与国际知名的店铺装潢设计人员合作，从店铺装修选材、空间布局设计到道具陈列、产品陈列等视觉形象紧紧扣住品牌风格与品牌文化，加强终端形象推广，增强品牌号召力。

2、旗舰店建设

旗舰店将是公司最高级别的品牌形象店，装修和陈设将完美体现品牌风格，有效地承担其公司品牌形象拓展的主要职能，同时起到区域示范的作用。公司未来将在重点发展的省会级城市及经济发达城市的黄金地段或核心商圈建设规模在 200 平米以上的旗舰店。

3、标准店、商场联营店、球会点的建设及加盟商的拓展

随着经济的快速发展以及中产阶层人群的不断壮大，高消费人群越来越壮大，同时伴随中国城镇化的步伐，公司长期合作的商场亦在拓展网点，这即为公司未来的发展奠定了良好的市场基础，同时也是公司门店持续拓展的动力所在。通过对拟拓展商圈的人流、消费特点等进行详实研究后，公司将采取多种方式拓展销售终端，包括直接购买标准店自行经营，与商场、机场和球会以联营方式经营，同时加大加盟商的拓展与建点力度，提升不同区域内的公司产品市场覆盖面。

（二）产品的研发设计

公司将深入挖掘高尔夫运动“健康慢生活”的生活方式本质以及在中国的发展特点，塑造比音勒芬品牌“生活高尔夫”的文化内涵。

1、在设计风格上，公司将传统的高尔夫服饰文化与中国文化进行有效的融合，针对不同人员，进一步强化专业运动高尔夫和时尚生活高尔夫两大系列产品的差异化特质。

2、积极与国外设计顾问公司合作，定期参加国际流行前沿的时装发布会、知名时装走秀活动，吸收国际最前端的设计理念和流行资讯。

3、加强与中国流行色协会和国际各大色彩研究机构的合作，提升对国际时装界色彩趋势的预测和把握能力。

4、加大与世界顶级面料商合作，在设计中不断融入中国服饰文化的元素，开发适合自身品牌风格的体现中国元素的面料及花型图案。

5、进一步提升现有研发条件，创造良好的工作平台，为设计师获取设计灵感提供更舒适的工作环境，同时给后期不断引入高端设计人才预留工作空间。

（三）信息系统提升建设

以业务需求为导向，在产品开发、生产计划、物资采购、市场营销、产品质量控制等主要环节和关键领域，积极应用并持续升级信息管理系统，引入一流水平的财务系统和人力资源系统，不断提高公司信息化水平，实现业务的高效运营和管理的宏观掌控，提高公司上下游的协同能力，从而提升公司的综合竞争优势。根据公司信息化管理的现状和未来的发展需求，公司未来主要实施的信息系统模块建设为产品研发设计、供应链管理、财务管理、人力资源管理、全面预算管理、KMS 知识管理系统、协同管理系统、BI 商业智能和其他集成系统。

（四）品牌文化推广

影响消费者购买的关键是品牌号召力，而只有持续有效的品牌文化推广，才能不断加强和提升公司产品的品牌号召力。

1、加大媒体广告投放。根据公司产品的定位，进一步加大在精英杂志报刊推广公司高尔夫服饰的品牌形象。同时通过与高尔夫电视频道合作节目等方式开拓新颖的电视媒体广告，增加公司品牌文化推广的受众范围。

2、积极赞助赛事活动。对高尔夫赛事活动及专业高尔夫运动员的赞助，是最为直接的传播公司服饰中的高尔夫元素的方式。因此，公司未来将积极冠名各大高尔夫赛事、向比赛提供服饰以及赞助优秀的高尔夫运动员。

3、主题活动营销。从 2008 年开始公司在全国主要一线城市举办“高尔夫服饰文化体验之旅”活动，未来将继续坚持举办该类活动，同时在服装展会、高尔夫博览会等大型展会上举办时装秀活动，传播公司的服饰理念。

三、发行人拟定上述计划所依据的假设条件

1、本次申请公开发行股票能够获得核准并发行成功，募集资金能如期到位。

2、公司所处行业处于正常发展状况，产业政策不出现重大不利变化。

3、国家宏观经济、政治、法律和社会环境处于正常发展的状态。

4、没有对公司发展产生重大不利影响的不可抗力、不可预期事件发生。

四、发行人实施上述计划可能面临的主要困难

公司要实现上述目标需要大量的资金支持。募集资金到位后，对大规模资金的合理运用，以及计划项目的具体实施都需要高级管理人才、营销人才、研发人才和其他专业人才的支持。因此，保持现有人才队伍的稳定性以及建设和培养未来人才梯队，对公司的长远发展起到了决定性的作用。

五、确保实现上述计划拟采用的方式、方法或途径

1、公司本次发行股票为实现上述业务目标提供了资金支持，公司将认真组织募集资金投资项目的实施，全面推进营销网络建设，完成信息化系统升级改造，增强公司在服装行业的竞争力。

2、公司将严格按照上市公司的要求规范运作，进一步加强公司治理、风险管理和财务管理的能力。

3、提高公司的品牌知名度和市场影响力，充分利用公司资源，积极开拓市场，进一步提高公司产品的市场占有率。

4、按照人员扩充计划，加快对优秀人才尤其是专业技术人才和管理人才的引进，提高公司的人才竞争优势。

六、上述业务发展计划和现有业务的关系

公司上述业务发展计划与现有业务息息相关。现有业务情况是制定发展计划的基础和前提，业务发展计划的实施仍将依靠公司现有的技术条件、营销网络、人才储备、市场影响以及管理经验。公司发展计划是公司现有业务的进一步延伸，是对公司现有业务的优化和升级。

随着公司发展计划的实施，公司业务的发展水平将得到进一步的提升，同步提升的还有公司的管理水平和业务能力。公司在高尔夫服饰市场的行业地位也将得到进一步巩固和提高。此外，公司发展计划的实施对提升品牌价值、提高企业核心竞争力、增强企业的综合实力起到关键的推动作用。

第十三节 募集资金运用

一、募集资金运用计划

经公司董事会和股东大会审议批准，公司本次向社会公开发行 A 股股票募集资金拟用于以下项目（按项目轻重缓急程度排列）：

单位：万元

序号	项目名称	项目总投资	拟用募集资金投入金额	投资时间计划				项目备案文件编号
				第一年	第二年	第三年	第四年	
1	营销网络建设项目	52,053.82	52,053.82	14,482.60	19,553.74	13,580.23	4,437.25	2015-440100-52-03-000709
2	信息系统提升建设项目	5,383.88	5,383.88	2,750.43	1,760.55	872.90	-	2015-440100-52-03-000708
3	补充流动资金	5,000.00	5,000.00	-	-	-	-	-
合 计		**62,437.70**	**62,437.70**	-	-	-	-	

上述项目共需投入资金 62,437.70 万元。如本次募集资金不能满足投资项目的资金需求，资金缺口将由公司自筹解决。

公司将严格按照有关的管理制度使用募集资金，如本次发行募集资金到位时间与募集资金拟投资项目资金需求的时间要求不一致，公司将根据实际情况以自主资金或银行贷款先行投入，待募集资金到位后予以置换。

经核查，保荐机构及发行人律师认为，发行人上述募集资金投资项目符合国家产业政策、环境保护、土地管理以及其他法律、法规和规章规定。

本公司已经建立募集资金专项账户管理制度。本次股票发行完成后，本公司募集资金将存放于董事会指定的专项账户。

在公司第一届董事会第七次会议审议通过的《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》及公司第一届董事会第三次会议审议通过的《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》中，公司董事会对募集资金投资项目进行了可行性分析。基于：（1）营销网络建设项目完成后，公司计划在全国新建直营网点 248 个，相对于 2016 年 9 月末的 601 个销售终端而言，增幅仅为 41.26%，增加的销售终端数量较为合理；（2）公司投资

5,383.88 万元用于信息系统提升建设项目将显著提升公司的销售和管理效率，促进公司业务的长远发展；（3）2015 年，公司营运资金高达 4.45 亿元，公司拟使用 5,000 万元补充流动资金是较为合理；公司董事会认为募集资金数额和投资项目与企业现有生产经营规模、财务状况、技术水平和管理能力等相适应。

本次募集资金投资项目实施后不会产生同业竞争，亦不会对公司的独立性产生不利影响。

二、募集资金投资项目的具体情况

本次募集资金投资于公司主营业务。其中，营销网络建设项目将进一步扩大和完善公司的营销网络，提高比音勒芬品牌的市场覆盖率和影响力，增强公司对销售渠道的控制力，提升公司的盈利能力。信息系统提升建设项目将搭建更为完备的信息管理平台，为公司营销网络的拓展、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，为公司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。

（一）营销网络建设项目

1、项目概况

本项目预计总投资额为 52,053.82 万元，其中：建设投资 36,206.51 万元，流动资金 15,847.31 万元。

根据公司现有营销网络和未来发展目标，本项目计划在全国新建直营网点 248 个，包括 7 个旗舰店、17 个标准店、206 个商场机场联营店和 18 个球会店。具体情况如下表所示：

门店类别	市场定位	性质	数量（家）	总面积（m^2）
旗舰店	选址位于省会级别城市的核心商圈。门店面积在200平米以上，能够展示品牌全系列产品。达到提升品牌形象，扩大品牌影响力的目的。	直营	7	2,190
标准店	选址位于经济较为发达、消费能力较强城市的核心商圈。门店面积在100至200平米之间。能够达到增强品牌在此区域的辐射力的目的。	直营	17	2,910
商场、机场联营店	选址位于经济发达城市核心商圈的高端商场，面积在 80 至 120 平米之间。	直营	206	19,165
球会店	选址位于知名球会会所内	直营	18	500
合计	—	—	248	24,765

本次募投项目的旗舰店、标准店通过购买取得，商场联营店和球会店通过联营方式获得。目前，旗舰店和部分标准店已签订了购买意向性协议。

2、项目实施的必要性分析

（1）项目建设有利于进一步完善公司营销网络布局，扩大营销网络覆盖面

目前，本公司在全国已拥有 601 个销售终端，覆盖全国 31 个省、直辖市、自治区，涉及众多高端零售百货、大型购物中心、高级酒店、高尔夫球会以及机场等终端销售渠道，并与大量的终端客户保持着良好的合作关系。公司目前的销售终端主要分布在广东、四川、浙江、江苏以及北京、重庆等地区，在其他省市，公司销售网点覆盖程度和市场辐射能力有待进一步提高。

本项目的实施将在全国范围内新增 248 家店铺。这一方面将进一步巩固和提升公司在现有核心商圈的竞争优势；另一方面，将积极拓展新的区域市场，加快对尚未充分开发的重点地区的店铺建设。本项目建设覆盖全国众多二三线市场，将进一步完善公司营销网络布局。通过旗舰店、标准店、商场联营店及球会店的规划，公司将形成覆盖全国的多层次立体营销网络。

（2）项目建设有助于公司加强对销售终端的控制力度

公司营销网络一直保持着稳健的扩张速度，网络建设过程均衡考虑了效益、品牌影响、渠道投入等因素。截至 2016 年 9 月 30 日，公司拥有加盟店 328 家，直营店 273 家。与国际高端品牌营销网络结构比较，公司的直营店比例较低，在一定程度上影响了公司对渠道终端的控制力度。

本项目实施后，公司的营销网络结构将得到显著优化，终端控制力将得到有效增强。一方面，公司通过加强在重点区域的直营店建设，全面展示品牌形象，提升终端影响力，引导加盟商执行公司的产品策略、营销计划和客户服务标准，提高加盟店终端的服务质量；另一方面，直营店还将使公司更快速准确的掌握终端客户的动态，为品牌推广和经营管理提供可靠信息。

（3）项目建设有利于提升公司品牌形象，增强公司核心竞争力

对于服装零售行业来说，品牌形象的建设很大程度上依赖于其营销网络的终端门店。通过店铺形象设计和陈列展示，以及提供舒适的消费环境和贴心便利的服务，能够给予消费者最直观的体验，提高消费者对品牌的认知度。同时，广泛覆盖的营销网络本身也在强化宣传公司品牌，对品牌推广有着规模效应的作用。

本项目直营店的建设，特别是旗舰店和标准店的建设，将有力地发挥终端门店在品牌形象建设、产品展示和消费者体验营造等方面的作用，快速提升比音勒芬品牌的影响力，以最为直接的方式向消费者传达比音勒芬品牌内涵，增强核心竞争力。

（4）项目建设有助于增强公司盈利能力

服装零售行业的利润实现主要依托零售环节的销售门店，本项目新建 248 家直营店将显著增强公司的盈利能力。一方面，营销网络的扩张将直接促进销售规模的扩大；另一方面，直营店毛利水平普遍高于加盟店，本项目的建设将提高直营店占比，从而提升公司盈利水平。此外，公司大量的直营店建设有利于公司在营销实践中及时捕捉市场的反馈信息，掌握目标消费群体的变化情况并适时做出销售调整，促进终端销售业绩的提升。

3、项目的市场前景分析

（1）我国服装市场，特别是高档品牌服饰市场潜力较大

随着我国经济持续快速增长，服装消费也处于快速增长之中。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 年的的 16,440 亿元，年均复合增长率达 10.90%，增长迅速。尤其是国家提出扩大内需战略后，国内市场环境不断完善，消费者不断成熟，消费数量和质量不断提升。2006 年-2015 年，城镇居民人均衣着消费支出由 901.78 元增加到 1,701.13 元，年均复合增长率为 7.31%。

随着经济和文化水平的提升，国内消费者对服装品牌的认知度不断提高。服装不再仅仅是生活的必需品，而是个人成为追求高品质生活、凸显个性品味的载体。服装消费将从物质消费转变为品味消费、理念消费和生活方式的消费，这些更高层次的消费需求意味着定位于不同的功能细分、档次细分和产品细分的高档品牌服装消费市场具备更大的发展空间。

未来随着我国城市化率的进一步提高，以及国家坚持扩大内需和提高居民收入水平的战略，高档品牌服饰消费市场具备更大的发展空间。

（2）品牌差异化时代将给高尔夫服饰带来较大的增长空间

伴随着城市化率和居民收入水平的提高，我国中产阶层的规模迅速壮大，消费结构正在发生很大转变。波士顿咨询（BCG）2010 年 11 月发布的研究报告《小城市大收获：中国快速增长的新机遇》称，未来 10 年中国中产阶层及富裕消费者

（中产的标准是月收入超过 5,000 元）数量将从 2009 年的 1.5 亿增长到 4 亿以上。

中产阶层在服饰消费方面更重视服饰的社会价值，即通过服装来来表达个人品味，对群体的所属认同和突出个性的自我认同。这使得中产阶层在服装消费上注重品牌差异化带给他们的心理共鸣，注重从单纯追求流行式样到注重心灵感受，崇尚摆脱制约、追求精神的自由。

本公司产品定位于高尔夫运动与时尚休闲生活相结合的细分市场，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。高尔夫服饰突出高尔夫风格的定位。通过对高尔夫生活方式和文化内涵的演绎和跨界的设计，在消费者的认知中在从一般的运动服饰和一般的休闲服饰中被明确地差异化出来。高尔夫服饰成为能够表达高尔夫文化和生活方式的高级休闲服饰代表，具有个性化、时尚化、高档化、精品化特征，随着中国中产阶层群体的增长，高尔夫服饰未来成长空间巨大。

（3）国家产业政策鼓励自主品牌服饰的发展

纺织服装产业作为我国传统的支柱产业、重要的民生产业和具有国际竞争优势的产业，始终受到国家产业政策的支持。建设自主服装品牌，加大研发投入，提高产品附加值，将“中国制造”上升为“中国品牌”是锻造中国服装企业核心竞争力的需要，也是我国服装产业升级和可持续发展的需要，为此国家多个部门发布文件对自主品牌企业给予政策支持。

2006 年 6 月国家发改委颁布的《中国纺织工业“十一五”发展纲要》、2009 年 2 月国务院颁布的《纺织工业和装备制造业调整振兴规划》和 2009 年 9 月工信部、国家发改委等部委颁布的《关于加快推进服装家纺自主品牌建设的指导意见》都明确提出要培育具有国际影响力的自主知名品牌，对于自主品牌服装企业，将提供有力的政策扶持。其中，《关于加快推进服装家纺自主品牌建设的指导意见》提出加快推进服装家纺自主品牌的主要措施为：支持自主品牌服装、家纺企业提高核心竞争力；为服装、家纺自主品牌建设提供金融服务；扶持自主品牌服装、家纺企业拓展海外市场；加大服装、家纺自主品牌保护力度；发挥行业协会和商业企业的作用；加强组织领导。2012 年，工信部发布《纺织工业“十二五”发展规划》，提出：要在提高质量水平、提升设计水平、加强营销创新、强化品牌管理等方面实施品牌建设重点工程；重点跟踪和培育创新能力强、市场覆盖面

广、市场占有率高、企业盈利能力强的 100 家左右服装家纺品牌企业；加快推进我国服装、家纺品牌国际化进程，争取尽快形成一批国际化服装、家纺品牌。中国纺织工业联合会于 2012 年 5 月发布了《建设纺织强国纲要（2011-2020 年）》，提出了要在 2020 年重点围绕科技、品牌、可持续发展、人才四个核心建成纺织服装工业强国的目标。

4、项目实施的可行性分析

（1）公司确立了知名品牌地位

公司的产品定位于高尔夫运动与时尚休闲生活相结合的细分市场，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”。公司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。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、演艺名人等高端客户，形成了具有较强品牌忠诚度的消费群体。

根据中国纺织工业联合会信息统计部、中国服装协会等单位公布的“2011-2012 年度中国服装行业竞争力 20 强企业”，本公司为服装行业 20 强之一。2011 年 12 月，公司获得中国纺织工业联合会颁发的产品开发贡献奖。2012 年 10 月，公司获得中国纺织工业联合会颁发的“2011-2012 年度中国纺织服装企业竞争力 500 强”。2012 年 11 月，公司与中国流行色协会合作成立中国高尔夫服饰色彩研发基地，成为中国流行色协会在高尔夫服饰领域唯一指定战略合作伙伴。2012 年 11 月，公司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”。2012 年 12 月，公司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 3 月，公司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”。2013 年 4 月至 9 月，公司冠名赞助 2013 年高尔夫频道“比音勒芬杯”铁杆会高尔夫赛事。2013 年 10 月，公司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，本公司被《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 3 月至 12 月，公司冠名赞助 2014 年高尔夫频道“比音勒芬杯”铁杆会高尔夫赛事。2014 年 10 月，公司成为“南山·中国大师赛”的服装赞助商；2014 年 10 月，公司成为“2014 观澜湖世界明星赛”的官方供应商。从品牌影响力和美誉度、门店数量、市场覆盖度等方面来看，比音勒芬在国内高尔夫服饰市场处于较为领先的地位，为公司终端销售网络的进一步扩张提供了有利条件。

（2）公司具备较强的门店拓展能力和管理经验

截至 2016 年 9 月 30 日，公司拥有覆盖全国 31 个省、直辖市、自治区的门店 601 个。其中，高端商场门店 362 个、机场门店（含高铁站）49 个，独立门店 163 个、球会店 27 个。从门店数量规模、渠道类型、覆盖市场等方面，本公司处于行业领先地位。

公司已建立了成熟的门店拓展与管理标准化体系，为公司门店的快速扩张提供了保障。2014 年年末和 2015 年年末，公司直营店数量分别增长了 11.56%和 11.55%。公司针对直营店制定了全方位的标准管理体系，从店铺选址、门店审核、产品订货、产品价格控制、门店营销活动、门店形象管理、货品管理与陈列、信息管理系统、资金结算、市场资讯、店员培训等方面全方位给直营店提供服务、监督和指导。公司多年来与国内主要的高档商场、百货集团、球会会所形成了良好稳定的战略合作关系，为公司销售终端网络的进一步扩张提供了有利条件。

公司建立起和培养了一支专业化终端销售渠道管理团队，包含销售整体策划、物流配送、店面选址、CI 设计、人员培训、IT 管理、VIP 管理、店务管理等各方面的专业化人才。公司通过加强上述专业人才的引进与培训，不断提高管理团队的专业化素质。

（3）公司保持了健康、稳健和较快的发展

长期以来，公司坚持专注于高尔夫服饰品牌经营，围绕高尔夫的文化内涵不断加强设计和品牌运作能力，坚持产品的高品质和高端定位。在品牌知名度和影响力不断提升的同时，规模和业绩均呈现良好的增长趋势。

从单店销售来看，随着品牌知名度和影响力的不断扩大，报告期内公司单店销售额呈平稳上升趋势。近三年，公司直营店加权单店业绩分别为 171.43 万元、181.38 万元和 194.04 万元，其中非球会店加权单店业绩分别为 193.58 万元、

210.66 万元和 215.74 万元。公司整体规模和业绩的快速增长以及单店销售业绩的快速增长为公司本次募集资金投资项目的实施奠定了坚实的基础。

5、项目投资概算

本项目总投资为 52,053.82 万元，其中：建设投资 36,206.51 万元，流动资金 15,847.31 万元。建设投资的具体内容如下：

序号	工程或费用名称	金额（万元）
一	第一部分工程费用	34,785.35
1.1	店铺购置费	23,572.00
1.2	店铺装修费	10,693.35
1.3	设备购置费	520.00
二	第二部分工程建设其他费用	711.23
2.1	建设单位管理费	347.85
2.2	前期工作费	173.93
2.3	职工培训费	189.45
三	基本预备费	709.93
	合计	36,206.51

店铺购置费构成如下：

店铺类型	店铺数量（家）	新增面积（m^2）	购置单价（元/ m^2）	合计金额（万元）
旗舰店	7	2,190	40,000-70,000	11,366
标准店	17	2,910	30,000-50,000	12,206
合计	24	5,100	-	23,572

店铺装修费构成如下：

店铺类型	店铺数量（家）	新增面积（m^2）	装修工程单价（元/ m^2）	合计金额（万元）
旗舰店	7	2,190	6,500	1,423.50
标准店	17	2,910	5,500	1,600.50
商场联营店	206	19,165	3,900	7,474.35
球会店	18	500	3,900	195.00
合计	248	24,765	-	10,693.35

流动资金按具体的细分项目进行估算。项目建成后每年正常运营所需流动资金为 15,874.31 万元。

6、项目实施方案

（1）门店选址的主要考虑因素

在项目选址上，高档零售百货、大型购物中心、高尔夫球会及机场等渠道是公司营销网络的最优选址。一线城市核心商圈、新兴商圈的高档商场是公司必须掌握的市场位置，二三线城市核心商圈的典型商场是主攻阵地。同时，竞争对手选址地点也是公司重点考虑的因素。

遵循以上选址原则的同时，公司选择城市及商圈需要参考很多因素，如：当地的宏观、微观经济环境，人们收入支出的分配比例以及富裕人群的数量；新增店铺对其他区域店铺的销售额产生的影响；新店铺位置的周边环境是否与公司的品牌相称；当地是否有合适的高端购物中心，是否能够充分有效地展示公司的品牌形象等。

（2）营销网络终端建设方案

从长远发展和经济效益的角度出发，公司针对不同类型的店铺采取了不同的直营模式，其中：旗舰店和标准店采取直接买店的方式自行经营；商场联营店和球会店采取联营的方式经营，公司直接和联营方签订联营合同，由联营方提供场地和收款服务，公司对商场联营店和球会店的人员、销售、店面管理、订货等情况进行管理、指导和巡视，并按约定比例收入分成。

① 旗舰店建设方案

旗舰店将是公司最高级别的品牌形象店，装修和陈设要求完美体现品牌风格，承担品牌形象拓展的主要职能，并具有区域示范的作用。根据公司现有网络布局、未来发展需要和取得店铺的实际可行情况，公司旗舰店选址主要位于重点发展的省会级城市的黄金地段或核心商圈，面积均在 200 平方米以上。

旗舰店建设方案表

序号	目标城市	数量（家）	面积（m^2）
1	郑州	1	412
2	哈尔滨	1	570
3	沈阳	1	300
4	青岛	1	220
5	深圳	1	208
6	贵阳	1	268

7	成都	1	212

② 标准店建设方案

标准店将重点加强公司在部分区域市场的品牌辐射力度。公司标准店选址位于经济较为发达、消费能力较强的城市的核心商圈，店铺面积在 100-200 平方米之间。

标准店建设方案表

序号	目标城市	数量（家）	面积（m^2）
1	天津	1	179
2	湖南长沙	1	122
3	山东青岛	1	180
4	辽宁大连	1	180
5	广东东莞	2	390
6	浙江温州	1	150
7	江苏常州	1	180
8	江苏苏州	1	180
9	江苏南京	1	180
10	广东佛山	1	150
11	广东中山	2	360
12	广东珠海	2	289
13	广东清远	1	180
14	广东韶关	1	190

③ 商场联营店建设方案

商场联营店可最为快捷有效地提高公司产品在区域市场的覆盖率，是实现销售业绩的主力。商店联营店选址位于目标城市的高端商场和机场，面积在 80-120 平方米之间，主要对现有营销网络进行进一步的补充和完善。

商场联营店建设方案表

序号	目标城市	数量（家）	面积（m^2）	序号	目标城市	数量（家）	面积（m^2）
1	北京	11	995.00	26	淄博	2	170.00
2	石家庄	2	190.00	27	郑州	5	490.00
3	天津	8	725.00	28	洛阳	2	170.00
4	呼和浩特	1	90.00	29	许昌	2	200.00
5	鄂尔多斯	1	90.00	30	武汉	10	915.00

6	沈阳	11	1,045.00	31	长沙	11	1,070.00
7	大连	6	530.00	32	广州	3	290.00
8	哈尔滨	5	450.00	33	东莞	2	185.00
9	上海	15	1,465.00	34	佛山	3	290.00
10	南京	4	420.00	35	河源	1	100.00
11	无锡	1	85.00	36	韶关	1	110.00
12	苏州	7	650.00	37	清远	1	100.00
13	常州	4	360.00	38	江门	2	190.00
14	徐州	2	180.00	39	深圳	7	650.00
15	杭州	10	885.00	40	南宁	3	270.00
16	温州	4	360.00	41	桂林	1	100.00
17	宁波	1	85.00	42	海口	1	90.00
18	合肥	8	715.00	43	贵阳	3	310.00
19	福州	3	260.00	44	丽江	1	85.00
20	厦门	1	90.00	45	西安	5	425.00
21	南昌	1	90.00	46	兰州	4	375.00
22	济南	8	730.00	47	乌鲁木齐	4	340.00
23	青岛	5	530.00	48	西宁	1	85.00
24	烟台	8	770.00	49	银川	1	85.00
25	威海	3	280.00	-	-	-	-

④球会店建设方案

球会店可最为有效地诠释公司的品牌内涵，选址位于各地知名高尔夫球会会所。受球会会所场地的限制，球会店面积一般在 30 平米左右。

店铺	目标省市	数量（家）	面积（m^2）
1	广东	4	120.00
2	海南	3	70.00
3	云南	1	35.00
4	江苏	3	85.00
5	浙江	1	20.00
6	山东	2	60.00
7	陕西	1	30.00
8	北京	2	60.00
9	上海	1	20.00

7、项目的环保情况

本项目为非生产型项目，无污染源，不存在污染。

8、投资项目的效益分析

本项目建设期 3 年，第 4 年达到设计生产规模。项目实施完毕后，正常经营年份的主要经济效益指标如下：

指标名称	数　　值
销售收入（万元）	53,892.34
利润总额（万元）	17,263.55
税后利润（万元）	12,947.66
静态投资回收期	5.12 年
财务内部收益率（FIRR）	32.14%
投资利润率	33.16%

9、项目组织方式与实施进展情况

本公司对于整个项目采取总体规划、分步实施的策略，通过内部设立专门的项目实施管理领导小组，负责整个项目的实施管理。

本项目已完成项目前期的考察论证、项目可行性研究报告编制等工作，并已取得广州市番禺区发展和改革局出具的《广东省企业投资项目备案证》（备案项目编号 2015-440100-52-03-000709）。

（二）信息系统提升建设项目

1、项目概况

本项目总投资 5,383.88 万元，主要用于机房建设、硬件和软件的投资。项目建设内容包括：基础平台、设计管理、供应链管理、财务管理、人力资源管理、预算管理、知识管理系统（简称 KMS，Knowledge Management System）及办公自动化（简称 OA，Office Automation）、商业智能管理（简称 BI，Business Intelligence）等。

本项目对公司现有信息化资源进行集成和优化升级，实现集团财务、设计、生产、分销、零售、HR、企业门户的集成应用。本项目通过及时、准确、全面的信息收集，一方面为公司管理层的决策分析提供更为科学准确的信息；另一方面，也有助公司加强内部各业务流程的整合，增强公司上下游的协同能力，提高公司的运营效率。

2、项目实施的必要性分析

（1）信息化符合服装连锁零售行业的发展趋势

服装连锁零售行业涉及产品款式众多，个性化、小批量需求较多，要求企业在产品的设计研发、生产控制、物流配送、销售管理等环节具有较强的协同能力，以实现对市场的快速动态反应。完备的信息化管理系统有助于提高公司业务流程的自动化水平，帮助企业对供应链各环节和零售网络节点进行控制，实现管理的科学化和数字化，增强公司的市场竞争力。

目前，对于已建立自主品牌的企业而言，信息化成为其实现规模扩张和管理水平提升的保障。本公司的信息化系统提升建设将顺应服装零售业的发展趋势。

（2）信息化有助于提高公司对营销网络的管理水平

截至 2016 年 9 月 30 日，本公司已经拥有各类型终端店铺 601 家，未来将继续保持持续增加的趋势。营销网络的快速扩张使得公司在营销网络管理方面的压力不断加大。通过信息系统的提升建设，建设具有较强适应性的营销网络管理系统，一方面，可确保公司信息化系统在高负荷压力下的稳定性；另一方面，也能对市场数据进行实时有效的汇总和整理，为公司的销售管理提供全面的数据支撑，提高公司对营销网络的管理水平。

此外，通过信息技术在销售网络中建立详尽的竞争情报收集系统，并通过数据收集、管理、分析等手段，科学掌控营销渠道，提升公司对整个营销网络的管控能力。

（3）信息化使得公司的研发设计更具市场竞争优势

产品的研发设计对于高端服装品牌的发展至关重要。当前，服装行业的研发设计越来越复杂、技术革新快，对企业设计能力要求高。在高端服装品牌竞争中，企业的研发设计需要实时把握潮流趋势，掌控市场方向。因此，及时、高效的市场信息数据收集整合系统显得尤为重要。信息化系统升级借助于现代信息化技术手段，直观地分析产品在市场中的销售情况，准确预测市场走向，可为企业的产品研发设计提供准确的市场信息。

本项目的顺利实施将提高公司与上下游之间的业务协作水平，增强公司把握市场和消费者的能力，使得公司的研发设计更能贴近市场和消费者的需求，从而提高公司产品的竞争优势。

（4）信息化有助于公司提高供应链响应速度

随着业务规模的发展壮大，公司供应链各业务环节所涉及的数据量也将不断增大。及时有效的数据处理对于公司提高供应链响应速度显得尤为重要。

信息化系统提升建设涉及公司供应链的各个环节，包括设计研发、采购、生产加工、物流配送、仓储及销售等。建立面向整条供应链的集成式信息管理平台，可实现公司内部各个业务部门之间、公司与上下游合作伙伴之间信息传输、交换和处理的无缝衔接。这将使公司能够及时有效地处理各业务环节的数据往来和报表统计等工作，增强各业务环节的协同运作能力，提高供应链响应速度。

（5）信息化有助于提高公司的科学决策水平

在现代企业信息化管理的进程中，信息技术已经不仅仅局限于操作与管理层面，也为企业决策的制定提供了有效的技术支撑。通过信息化平台强大的数据分析和处理能力，利用第一手的信息反馈结果，深度挖掘数据中蕴含的内在信息，有效拓展了信息数据的使用范围，有助于本公司建立一套科学、可靠的决策体系。

3、项目实施的可行性分析

（1）项目建设符合我国服装业信息化建设的政策导向

《纺织工业“十二五”发展规划》提出：“提升行业信息化应用水平”；“引导龙头企业开展基于研发设计、生产制造、经营管理、销售服务等全流程的信息系统集成建设”；“应用信息网络技术建立面向供应链上下游合作的信息系统，促进销售环节和生产过程的优化，建立科学高效的物流配送体系，提高市场快速反应能力”。

本项目将有效改善公司目前的信息系统，符合国家的产业政策导向。

（2）信息服务体系逐渐完善，信息技术日趋成熟

随着行业竞争日趋激烈，服装企业对信息技术服务的需求也普遍增长，为此涌现出一批以信息咨询服务为主的技术服务机构。这些机构在不同区域、不同专业领域为企业提供信息技术咨询服务，形成了深入、专业、适应企业发展需求的信息技术服务平台。同时相应的信息应用软件技术日益成熟，产品适用范围已经从过去单一的财务领域向全供应链领域扩展，形成了促进行业交流与企业发展的内在动力。现代计算机和通信技术的高度发展和日益成熟，保证了本项目的顺利实施。

（3）公司良好的信息化基础为项目实施提供了重要基础

通过公司正在使用的信息系统管理平台，公司在成功运营的同时，梳理出许多亟待解决的问题，从而明确了本公司信息化建设的需求，找准了开发、使用新技术的目标，有利于做到新建项目设计方案合理，设备方案经济，技术方案可行。

经多年的信息化发展，公司培养了一批熟悉公司业务流程、经验丰富的信息系统维护人员，完全有能力组织执行大规模的信息化建设。在执行策略上，公司技术人员也将凭借对现有业务的了解，及业务部门的充分参与，保证在不影响现有业务的基础上，完成本项目的建设。

4、项目投资概算

本项目总投资共计 5,383.88 万元，具体投资构成如下表：

序号	项目	金额（万元）
一	工程费用	4,827.50
1.1	机房建设费用	363.50
1.2	硬件投资费用	2,181.00
1.3	软件投资费用	2,283.00
二	工程建设其他费用	300.00
2.1	建设单位管理费	300.00
三	基本预备费	256.38
	合计	5,383.88

5、项目实施方案

（1）信息化建设总体框架

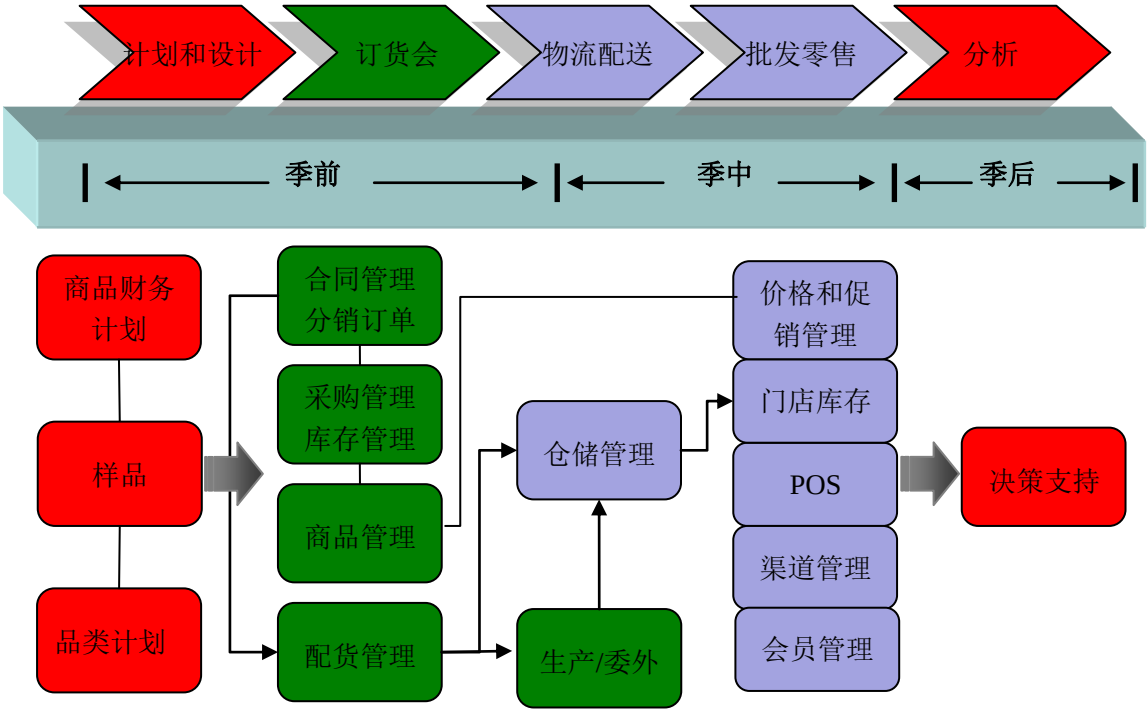
根据公司信息化管理的现状和未来的发展需求，本项目主要实施内容包括以下模块建设：基础平台、设计管理、供应链管理、财务管理、人力资源管理、预算管理、KMS 知识管理系统及 OA、BI 商业智能管理等。信息化建设总体框架图如下：

1、设计管理

设计管理系统模块涵盖设计项目管理、色办管理、样品管理、设计数据、CAD 集成、样品制作、设计物料管理和设计协同等。本模块将产品设计、制作工艺、采购、财务、营销及其它管理人员有机地组织在一起，以提高公司产品研发效率，缩短研制周期，并在源头上控制产品的成本和质量，提高产品的市场竞争力。

2、供应链管理

供应链管理模块涵盖订货会管理、仓存管理、供应管理、分销管理、销售管理、服务管理、零售管理和配送管理等。供应链管理涉及采购、销售、物流及仓储等方面，通过 ERP 的实施，实现物流、资金流和数据流的全面整合，实现供应链体系优化，缩短产品上市时间。供应链管理的流程从季前的计划和设计、订货会，到季中的物料配送、批发零售，最后到季后的市场分析，流程图如下：

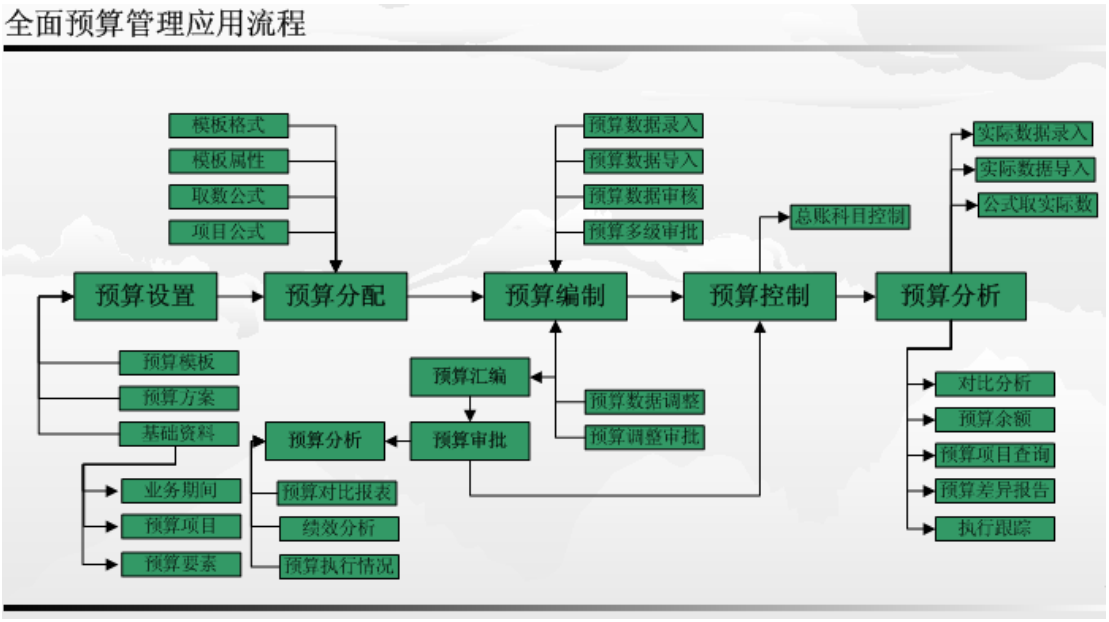


3、财务管理

财务管理模块具体涵盖财务会计、成本管理、资产管理、资金管理和集团财务等。本模块通过系统内部的集成实施，实现对采购、销售、财务等部门的业务流整合，实现公司物流、资金流和数据流的统一，提高财务管理的效率，准确、及时、透明的展现公司财务信息并形成具备支持多种内部管理需求的财务报表和查询功能。

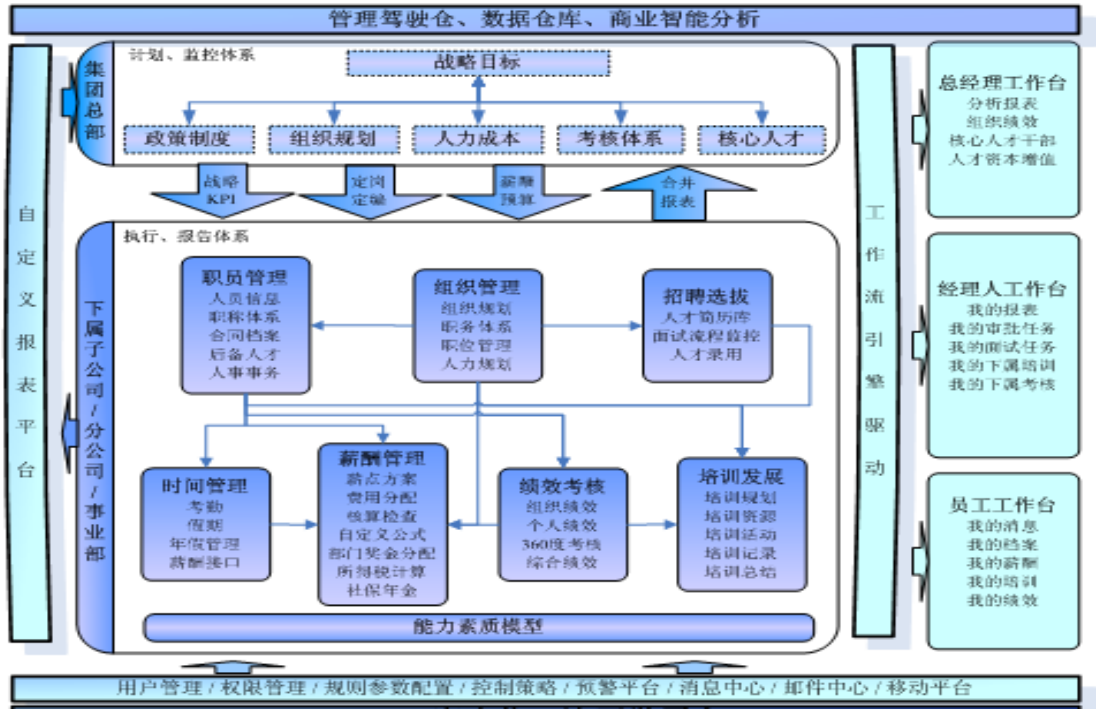
4、预算管理

预算管理模块涵盖预算设置、预算分配、预算编制、预算控制和预算分析等，可以为公司构建支持战略目标分解的预算模型。本模块将预算指导运营的管控制度与 ERP 各种单据和业务的处理流程相结合，通过自动处理、人工决策、主动消息提醒、定期反馈等 IT 手段，持续跟踪企业经营实际成果与预算目标的差距，最终实现事前、事中、事后的完整目标管理闭环。预算管理具体应用流程如下：



5、人力资源管理

人力资源管理模块涵盖人事管理、考勤管理、薪酬管理、招聘管理和培训管理等。本模块根据公司发展战略对人力资源进行配置，具体业务流程如下：



6、KMS 知识管理及 OA

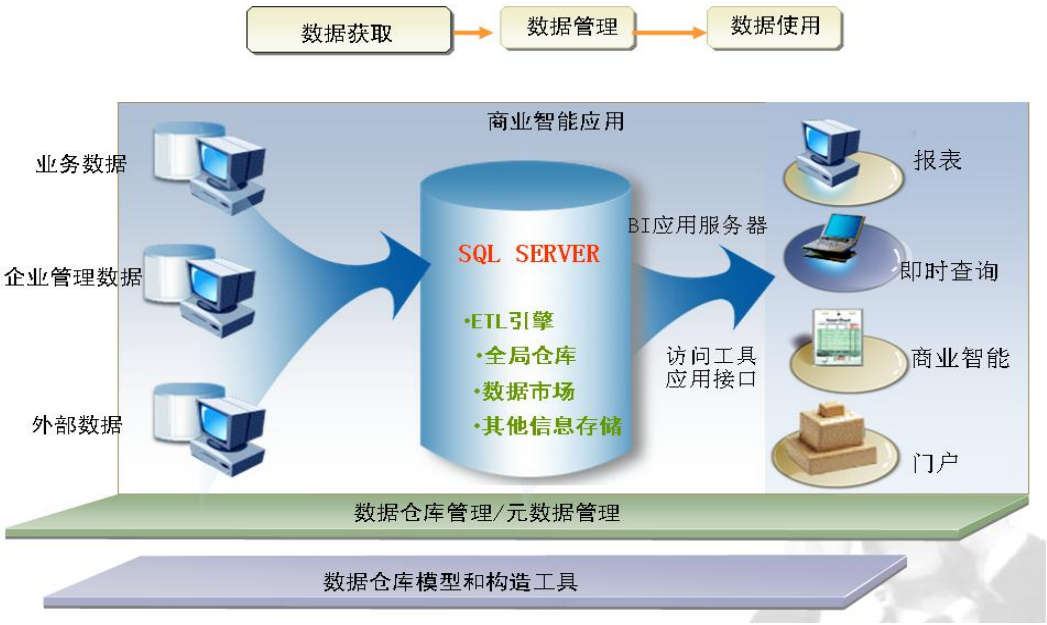
KMS 知识管理及 OA 模块涵盖知识库、流程中心、即时信息、信息门户、日常事务和视频会议等。KMS 知识管理通过软件将公司内外部的知识进行系统的沉淀、共享、学习、应用和创新，进一步提升公司核心竞争力；OA 系统主要

对公司中的“人、事件、资源”之间的协同关系进行有效的管理，是团队组织的协同工作平台和工具，可实现自动化办公、费用报销、电子审批、日常事务管理、公司信息发布等一体化功能。

7、BI 商业智能管理

BI 商业智能管理模块涵盖数据挖掘、战略分析、经营分析、财务分析和人力分析等，是建立在企业资源计划、客户关系管理、人力资源管理以及办公自动化系统基础之上。本模块将企业现有的数据转化为知识，帮助企业做出明智的业务经营决策，实现管理层报表的灵活展现、多纬度业务分析和预警机制。

基于企业信息系统的商业智能管理在大规模数据分析的基础上为公司提供决策支持工具。此外，信息作为企业最重要的资源，也需要通过数据挖掘来发现业务运作的规律，为管理和业务的改进提供依据。



（2）主要设备选择

本项目的主要设备包含硬件设备及应用软件。具体如下：

1、硬件设备选型方案

序号	设备名称	拟选品牌	单位	数量
1	服务器	-	-	-
1.1	主域服务器	IBM	台	1
1.2	文件服务器	IBM	台	2
1.3	信息服务器	IBM	台	1

1.4	邮件服务器	IBM	台	1
1.5	KMS 服务器	IBM	台	1
1.6	HR 服务器	IBM	台	1
1.7	SAP R3 640 安装数据库和应用服务器(ECC)群集 CLUSTER1	IBM	台	5
1.8	ERP 开发/测试系统服务器(ECC+BW)	IBM	台	1
1.9	BI(ERP BW) 数据库系统	IBM	台	1
1.10	BI(ERP BW) 应用服务器	IBM	台	1
2	网络设备	-	-	-
2.1	核心交换机	Cisco	台	2
2.2	汇聚交换机	Cisco	台	3
2.3	光纤交换机	Cisco	台	3
3	信息安全设备	-	-	-
3.1	企业级别防火墙	思科	台	1
3.2	负载均衡设备	IBM	台	2
4	终端设备	-	-	-
4.1	台式计算机	联想	台	600
4.2	手提电脑	DELL	台	150
4.3	激光打印机	惠普	台	100
4.4	POS 票据打印机	惠普	台	900
4.5	扫描仪	惠普	台	1000
	合 计	-	-	**2776**

2、软件系统选型方案

序号	软件名称	拟选品牌	授权许可数/模块
1	信息系统软件	-	-
1.1	ECC 功能模块（开发用户）	EAS	1
1.2	ECC 功能模块（专业用户：SD、MM、PP、CO、FI 模块）	EAS	500
1.3	系统备份软件	IBM	1
2	应用软件	-	-
2.1	RTX 企业通讯系统	腾讯	不限用户
2.2	企业邮箱系统	-	2000
2.3	人力资源管理系统	金蝶	300

2.4	KMS 知识管理系统	金蝶	不限用户
2.5	企业门户系统	金蝶	不限用户
2.6	商业智能系统 QV	金蝶	500
3	数据库软件	-	-
3.1	数据库系统（Oracle 11g Database）	Oracle	不限用户
4	软件、网络安全	-	-
4.1	桌面管理系统	微软	1200
4.2	杀毒软件	卡巴斯基	2000

6、项目的环保情况

本项目为非生产型项目，无污染源，不存在污染。

7、项目组织方式与实施进展情况

本公司对于整个项目采取总体规划、分步实施的策略，通过内部设立专门的项目实施管理领导小组，负责整个项目的实施管理。

本项目已完成项目前期的考察论证、项目选址、项目可行性研究报告编制等工作，并已取得广州市番禺区发展和改革局出具的《广东省企业投资项目备案证》（备案项目编号 2015-440100-52-03-000708）。

（三）补充流动资金

根据公司业务发展布局、营运资金需求，公司拟使用募集资金 5,000.00 万元用于补充流动资金。

1、补充流动资金的必要性分析

高端品牌服装独特的经营模式和公司的自身发展趋势决定了公司的生产经营存在着大量的流动资金需求。

（1）高端品牌服装的运营模式使得存货占用资金较多，流动资金需求较大

公司定位于高尔夫运动与时尚生活相结合的细分市场，品牌定位高端。高端品牌服装具有产品备货期长、产品单位成本高、产品款式齐全的特点。这决定了高端品牌服装的存货余额较大，占用资金较多。截至 2016 年 9 月 30 日，公司存货账面价值达到 23,900.48 万元，占流动资产比例为 29.02%。为保证产品备货的充分、及时，公司必须拥有充足的流动资金。

（2）高端品牌服装的采购模式要求公司保持较高的流动资金储备

公司主要采用轻资产的品牌运营模式，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。每年在订货会结束后，根据加盟商的订单及自身直营店铺的业务发展需要公司向面辅料供应商及成衣厂提交订单进行集中采购。公司集中采购的产品将会在约定的时间段集中到货。

根据与供应商签订的成衣制作合同，在合同签订后公司一般应预先支付 30%的预付款，并在产品完工后、供应商向本公司交付产品前，再支付剩余的大部分货款。近三年一期，公司采购成衣的金额分别为 24,069.19 万元、24,563.95 万元、29,422.18 万元、26,208.10 万元。

公司采购产品的集中到货、预付款较多决定了公司须保持较高的流动资金储备。

（3）公司成长较快，对流动资金需求日益增加

近三年，公司营业收入分别为 56,727.61 万元、64,968.27 万元和 75,361.39 万元，增长迅速。与此同时，公司存货占用的流动资金也逐年增加，近三年年底，公司存货分别为 15,945.59 万元、16,796.97 万元和 19,340.73 万元。

从流动资产周转角度看，2015 年公司流动资产周转率为 1.40，周转天数为 260 天。公司流动资产周转正常，但经营周期依然较长。未来随着业务进一步增长，公司对流动资金的需求也将进一步提升。

（4）高端商场和机场门店的日常运营费用较高决定了公司流动资金需求较大

公司门店大多位于国内大型高端商场和主要机场，高端商场和主要机场门店日常运营费用较高。近三年，公司销售费用中的门店运营费分别为 5,100.51 万元、4,248.85 万元和 4,778.79 万元。充足的资金储备有助于提升门店的日常运营能力，巩固公司在高端商场和机场的渠道优势。

（5）公司自有品牌推广和高尔夫文化普及的持续投入要求公司具备较强的资金实力

公司定位于高尔夫服饰，并长期致力于比音勒芬（ ）品牌的推广和高尔夫文化的普及。通过在行业知名杂志、电视台和网络媒体进行广告宣传，赞助国内高尔夫赛事，公司有针对性的进行品牌推广。近三年，公司的广告宣传费支出分别为 1,434.53 万元、1,659.03 万元和 1,897.97 万元，保持持续增长。较

强的资金实力为公司对高尔夫文化的普及及品牌的推广提供了保障，有利于进一步扩大公司品牌的影响力。

2、补充流动资金的合理性分析

近三年，公司业务快速发展，营业收入复合增长率达到 15.26%。与此同时，公司近三年年末的营运资金也快速增长，分别为 23,275.97 万元、32,992.45 万元和 44,458.29 万元。未来三年，假设以 25%的增长率测算，2018 年年末公司的营运资金估计将达到 86,832.59 万元，较 2015 年年末增加 42,374.30 万元。如考虑高端服装品牌运营模式对流动资金储备的要求，公司对流动资金的需求更将进一步提高。因此，结合本次发行的募集资金规模，拟使用 5,000 万元补充流动资金是较为合理的。

三、募集资金运用对经营成果和财务状况的影响

（一）完善营销网络布局，提高公司盈利能力，巩固市场地位

本次募集资金拟投资的营销网络建设和信息系统提升建设项目，将在全国范围内新建 248 家直营门店。直营店铺位于所在城市的核心商圈，除直接促进公司销售收入增长外，也可有效增强公司品牌在区域市场的辐射力度，有助于进一步提高比音勒芬品牌的知名度和美誉度，更好地巩固公司的行业地位和市场影响力，提高公司的盈利能力。

（二）净资产大幅增加将改善公司财务状况

1、对净资产总额和每股净资产的影响

截至 2016 年 9 月 30 日，公司的净资产为 63,230.30 万元，每股净资产为 7.90 元/股。募集资金到位后，公司的净资产和全面摊薄的每股净资产大幅度增长，公司的实力将显著上升。

2、对公司资产结构的影响

截至 2016 年 9 月 30 日，本公司的资产负债率为 23.22%。募集资金到位后，在负债总额不变的情况下，公司的资产负债率将明显下降，资产结构得以优化，抗风险能力进一步提高。

（三）净资产大幅增长，净资产收益率短期内下降

本次发行后，公司净资产和每股净资产将大幅增长。在募集资金到位初期，由于各投资项目尚处于投入期，短期无法产生效益，将使公司的净资产收益率在

短期内下降；但随着募集资金项目的顺利实施，公司的营业收入与利润水平将大幅增长，公司的盈利能力将会得到大幅提高。

（四）新增折旧摊销对公司经营业绩的影响

本次募集资金到位后，随着固定资产投资的逐步完成，本公司固定资产规模将有较大幅度增加，固定资产折旧也将相应增加。但本次营销网络建设项目实施完毕后，在经营环境不发生重大变化情况下，公司每年将新增营业收入 53,892.34 万元，新增利润总额 17,263.55 万元，新增折旧摊销不会对公司业绩产生不利影响。

第十四节 股利分配政策

一、发行人最近三年股利分配政策

根据《公司法》和《公司章程》，本公司股利分配方案和弥补亏损方案由董事会制订，并经股东大会以普通决议的形式通过。公司股东大会对利润分配方案作出决议后，公司董事会须在股东大会召开后 2 个月内完成股利（或股份）的派发事项。

公司可以现金或股票方式分配股利。根据相关规定，本公司按下列顺序分配当年税后利润：

1、弥补以前年度亏损

公司的法定公积金不足以弥补以前年度亏损的，在提取法定公积金之前，应当先用当年利润弥补亏损。

2、提取法定盈余公积

公司分配当年税后利润时，应当提取利润的 10%列入公司法定公积金。公司法定公积金累计额为公司注册资本的 50%以上的，可以不再提取。

3、提取任意盈余公积

公司从税后利润中提取法定公积金后，经股东大会决议，还可以从税后利润中提取任意公积金。

4、向股东分配股利

公司弥补亏损和提取公积金后所余税后利润，按照股东持有的股份比例分配，但本章程规定不按持股比例分配的除外。股东大会违反前款规定，在公司弥补亏损和提取法定公积金之前向股东分配利润的，股东必须将违反规定分配的利润退还公司。公司持有的本公司股份不参与分配利润。

公司的公积金用于弥补公司的亏损、扩大公司生产经营或者转为增加公司资本。但是，资本公积金将不用于弥补公司的亏损。法定公积金转为资本时，所留存的该项公积金将不少于转增前公司注册资本的 25%。

公司利润分配政策应保持连续性和稳定性。公司可以进行中期分红。

二、发行人最近三年实际股利分配情况

公司最近三年未进行股利分配。

三、本次发行完成前滚存利润的分配方案和已经履行的决策程序

经公司 2013 年第二次临时股东大会审议通过：公司本次发行前滚存的未分配利润由本次发行后新老股东共享。截至 2016 年 9 月 30 日，公司未分配利润为 47,741.77 万元。

四、发行后的股利分配政策

根据公司 2014 年第一次临时股东大会审议通过的《公司章程（草案）》，公司发行上市后利润分配政策如下：

“（一）决策机制与程序：公司利润分配方案由董事会制定及审议通过后报由股东大会批准；董事会在制定利润分配方案时应充分考虑独立董事、监事会和公众投资者的意见。

（二）利润分配原则：公司实行连续、稳定的利润分配政策，公司的利润分配应重视对投资者的合理投资回报并兼顾公司的可持续发展。

（三）利润的分配形式：公司采取现金、股票或者现金股票相结合的方式分配利润，并优先考虑采取现金方式分配利润；在满足购买原材料的资金需求、可预期的重大投资计划或重大现金支出的前提下，公司董事会可以根据公司当期经营利润和现金流情况进行中期分红，具体方案须经公司董事会审议后提交公司股东大会批准。

（四）公司利润分配的具体条件：公司上一会计年度实现盈利且不存在未弥补亏损的情况下，应当进行现金分红。

采用股票股利进行利润分配的，应当具有公司成长性、每股净资产的摊薄等真实合理因素；公司董事会应当综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，区分下列情形，并按照本章程规定的程序，提出差异化的现金分红政策：

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

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

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

公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，按照前项规定处理。

公司股利分配不得超过累计可供分配利润的范围。

（五）公司在制定现金分红具体方案时，董事会应当认真研究和论证公司现金分红的时机、条件和最低比例、调整的条件及其决策程序要求等事宜，独立董事应当发表明确意见。

独立董事可以征集中小股东的意见，提出分红提案，并直接提交董事会审议。

股东大会对现金分红具体方案进行审议前，公司应当通过多种渠道主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流，充分听取中小股东的意见和诉求，及时答复中小股东关心的问题。

公司采取股票或者现金股票相结合的方式分配利润或调整利润分配政策时，需经公司股东大会以特别决议方式审议通过。

（六）公司根据生产经营、重大投资、发展规划等方面的资金需求情况，确需对利润分配政策进行调整的，调整后的利润分配政策不得违反中国证监会和证券交易所的有关规定；且有关调整利润分配政策的议案，需事先征求独立董事及监事会的意见，经公司董事会审议通过后，方可提交公司股东大会审议，该事项须经出席股东大会股东所持表决权 2/3 以上通过。为充分听取中小股东意见，公司应通过提供网络投票等方式为社会公众股东参加股东大会提供便利，必要时独立董事可公开征集中小股东投票权。

（七）公司应当在年度报告中详细披露现金分红政策的制定及执行情况，并对下列事项进行专项说明：

1、是否符合公司章程的规定或者股东大会决议的要求；

2、分红标准和比例是否明确和清晰；

3、相关的决策程序和机制是否完备；

4、独立董事是否履职尽责并发挥了应有的作用；

5、中小股东是否有充分表达意见和诉求的机会，中小股东的合法权益是否

得到了充分保护等。

对现金分红政策进行调整或变更的，还应对调整或变更的条件及程序是否合规和透明等进行详细说明。

（八）公司股东存在违规占用公司资金情况的，公司应当扣减该股东所获分配的现金红利，以偿还其占用的资金。”

为了增加公司上市后分红政策的可执行性，公司制定了《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》，对公司上市后三年内的股利分配进行了计划。具体内容请见本招股意向书“第十一节 管理层讨论与分析”之 “六、公司未来分红回报规划”。

保荐机构经核查认为：发行人本次发行上市后实行的利润分配政策着眼于公司的长远和可持续发展，注重给予投资者持续、稳定的回报，有利于保护投资者的合法权益；公司章程（草案）及招股意向书对利润分配事项的规定和信息披露符合有关法律、法规、规范性文件的规定；发行人股利分配决策机制健全、有效，有利于保护公众股东利益。

第十五节 其他重要事项

一、信息披露制度及投资者关系负责部门及人员

公司的信息披露及投资者服务工作由董事会统一领导和管理，董事会秘书负责具体的协调和组织信息披露及投资者服务事宜，相关人员的联系方式如下：

负责机构：董事会办公室

负 责 人：董事会秘书 陈阳

联系电话：020-39952666

传 真：020-39958289

电子邮箱：investor@biemlf.com

二、重要合同

本节重大合同指公司目前正在履行的交易金额超过 500 万元或者交易金额虽未超过 500 万元，但对公司生产经营活动、未来发展或财务状况具有重要影响的合同。

截至 2016 年 9 月 30 日，本公司正在履行的重大合同如下：

（一）采购合同

序号	供应商	合同内容	合同金额（万元）	合同有效期
1	温州多马服饰有限公司	男装上衣	2,437.63	2016.4.13-2017.4.12
2	温州市名威实业有限公司	男装上衣	2,392.93	2016.4.12-2017.4.12
3	浙江迪丰服饰有限公司	男、女装上衣	1,967.18	2016.4.28-2017.4.27
4	桐乡市星马针织制衣有限公司	男装毛衫	668.06	2016.5.6-2017.5.5
5	浙江爵派尔科技发展有限公司	男装毛衫、茄克	648.98	2016.4.21-2017.4.20
6	佛山市南海鑫骏鞋厂	男式皮鞋	811.90	2016.4.15-2017.4.14
7	福鼎市鳕鱼服饰有限公司	男装上衣、裤子	781.82	2016.3.30-2017.3.29
8	伊藤忠纤维贸易（中国）有限公司	男女服装	729.47	2016.4.15-2017.4.14
9	广州市展亚服装有限公司	男士下装	537.61	2016.3.30-2017.3.29
10	温州市名威实业有限公司	男装上衣	1,472.64	2016.9.6-2017.9.5
11	佛山奥轩服饰有限公司	男式 T 恤	1,100.52	2016.9.22-2017.9.21
12	广州瑞合服装有限公司	男、女服装	1,074.00	2016.9.20-2017.9.19

13	温州市名达服饰有限公司	男装裤子	924.00	2016.9.6-2017.9.5
14	广州市浙弘服装有限公司	男女下装	871.09	2016.8.23-2017.8.22
15	广州市友达服装有限公司	男女 T 恤	755.78	2016.9.1-2018.8.31

（二）特许加盟合同

截至 2016 年 9 月 30 日，公司通过签署《比音勒芬特许经营合同书》的方式在全国建立了 328 个加盟店，授权加盟商在指定区域内经营“比音勒芬”品牌系列产品。公司与加盟商签订的《比音勒芬特许经营合同书》均采用公司制定的统一格式合同，合同对包括但不限于特许经营权的授权期限、特许区域、经营商品、特许费用、订货、发货、市场开发、销售任务、双方的权利义务、知识产权保护等特许经营的核心内容作了具体约定。

就上述特许经营业务，公司已按照《商业特许经营备案管理办法》的规定，向商务部完成商业特许经营备案工作，备案登记号为 0440100611300070。公司重大特许加盟合同如下表：

序号	合同名称	客户名称	合同金额	合同有效期
1	《比音勒芬特许经营合同书》	上海有为贸易有限公司	不低于 700 万元	2016.6.1-2017.5.31
2	《比音勒芬特许经营合同书》	昆明亚际贸易有限公司	不低于 1,600 万元	2016.7.1-2017.6.30

（三）联营合同

公司与高端百货、高档购物中心、机场商业经营者或高尔夫球会经营者签署联营合同，联营合同一般包括位置、面积、期限、续期选择、费用比例、付款方式等条款。截至 2016 年 9 月 30 日，公司重大联营合同如下表：

序号	合同名称	客户名称	合同有效期	签订日期
1	《联合销售合同》	金鹰国际商贸集团（中国）有限公司	2016.4.1-2017.3.31	2016.4.1
2	《合作经营合同》	成都时代奥特莱斯商业有限公司	2014.7.1-2016.6.30	2014.5.4
3	《商品合作销售合同》	广东天河城百货有限公司	2015.8.1-2016.7.31	2016.1.9
4	《店铺合同书》	湖南友谊阿波罗商业股份有限公司	2015.8.30-2016.8.31	2015.8.27
5	《商品合作销售合同》	广州市天河城万博百货有限公司	2015.8.1-2016.7.31	2015.9.18

6	《联销合同书》	绵阳富临百盛广场有限公司	2015.5.1-2016.4.30	2015.4.30

注：上述第 2-6 项合同正在续签中，在新合同未签订前，按旧合同执行。

（四）其他销售合同

序号	合同名称	客户名称	合同有效期	签订日期
1	《商品销售合同》	唯品会（中国）有限公司	2015.11.9-2016.12.31	2015.11.11

（五）其他重大合同

1、2013 年 9 月 30 日，公司与国家体育总局小球运动管理中心、中国高尔夫球协会就中国国家高尔夫球队（奥运之队）服装、帽子及配件合作事宜签署了《合作协议书》。

2、2015 年 8 月 8 日，公司与广东梁亮建筑工程有限公司签署《广东省建设工程施工合同》，工程名称为比音勒芬服饰股份有限公司商业办公楼施工，合同总价 7,620.06 万元。

3、2016 年 4 月 25 日，发行人与浦发银行广州东湖支行签署了《利多多对公结构性存款产品合同》，发行人使用自有存款 5,000 万元购买上海浦东发展银行利多多对公结构性存款产品，产品收益率为 3.1%/年，产品到期日至 2016 年 10 月 27 日。

4、2016 年 1 月 21 日，发行人与浦发银行广州东湖支行签署了《利多多对公结构性存款产品合同》，发行人使用自有存款 5,000 万元购买上海浦东发展银行利多多对公结构性存款产品，产品收益率为 3.00%/年，产品到期日至 2017 年 1 月 23 日。

除上述重大合同外，截止 2016 年 9 月 30 日，本公司无其他应披露未披露的重大合同。

三、对外担保情况

截至招股意向书签署日，公司不存在任何对外担保事项。

四、重大诉讼或仲裁情况

（一）发行人的重大诉讼和仲裁事项

截至招股意向书签署日，公司不存在对财务状况、经营成果、声誉、业务活动、未来前景等可能产生较大影响的诉讼或仲裁事项。

（二）关联方的重大诉讼或仲裁

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要求承担连带清偿责任。相关情况如下：

1、杰晖融资担保有限公司

（1）基本情况

法定代表人：吕戈杰

成立时间：2008年12月24日

注册地址：广州市天河区黄埔大道西118号1501-1502室

经营范围：为企业及个人提供贷款担保、票据承兑担保、贸易融资担保、项目融资担保、信用证担保等融资性担保；兼营诉讼保全担保、履约担保业务，与担保业务有关的融资咨询、财务顾问等中介服务，以自有资金进行投资（有效期至2016年3月25日）。

（2）杰晖公司历史沿革

①2008年12月，杰晖公司设立

2008年12月15日，冯玲玲、杨晓玲共同签署《广州中联投资担保有限公司章程》（杰晖公司设立时的公司名称为“广州中联投资担保有限公司”），拟设立杰晖公司。杰晖公司设立时登记的注册资本为5,000万元，由全体股东于2010年12月15日前缴足。其中首期出资1,000万元人民币，由全体股东于2008年12月15日前缴纳。杰晖公司设立时聘请吕戈杰、杨晓晖、冯玲玲为董事，其中吕戈杰为董事长兼法定代表人，杨晓晖为经理。

2008年12月15日，广州合正会计师事务所出具“合正验字第2008614号”《验资报告》，对杰晖公司设立时注册资本首次实收情况进行了审验，截至2008年12月15日止，杰晖公司已收到冯玲玲、杨晓玲缴纳的首期出资款合计1,000万元，均为货币出资。

2008年12月24日，广州市工商局核发《企业法人营业执照》。杰晖公司设立时注册资本5,000万元，实收资本1,000万元，住所为广州市天河区黄埔大道西468号1501-1502室，法定代表人为吕戈杰，经营范围为“为中小企业提供信用担保，实业投资，经济信息咨询”。

杰晖公司设立时各股东的出资及持股情况如下：

股　东	认缴出资（万元）	实缴出资（万元）	持股比例（%）
冯玲玲	4,750	950	95
杨晓玲	250	50	5
合　计	**5,000**	**1,000**	**100**

2009年1月5日，经杰晖公司股东会审议通过，杰晖公司实收资本增加至5,000万，其中冯玲玲增加投入3,800万元，杨晓玲增加投入200万元。本次变更后，杰晖公司的实收资本变更为5,000万元。

2009年1月12日，广州苏叶会计师事务所出具“穗苏叶验字【2009】第011号”《验资报告》，对截至2009年1月9日止杰晖公司注册资本第二期实收情况进行了审验,确认截至2009年1月9日止，杰晖公司已收到股东冯玲玲、杨晓玲第二期缴纳的注册资本合计4,000万元。

第二期注册资本到位后，杰晖公司的股东及持股情况如下：

股　东	认缴出资（万元）	实缴出资（万元）	持股比例（%）
冯玲玲	4,750	4,750	95
杨晓玲	250	250	5
合　计	**5,000**	**5,000**	**100**

②2009年1月，第一次股权转让

2009年1月19日，经杰晖公司股东会审议通过，冯玲玲与杨晓晖、吕戈杰、杨晓玲分别签署《股东转让出资合同书》，将其所持杰晖公司20%股权（对应1,000万元出资额）转让给杨晓晖，将其所持杰晖公司30%股权（对应1,500万元出资额）转让给吕戈杰，将其所持杰晖公司30%股权（对应1,250万元出资额）转让给杨晓玲。

该次变更后，杰晖公司的股东及出资情况如下：

股　东	出资额（万元）	持股比例（%）
杨晓玲	1,500	30
吕戈杰	1,500	30
杨晓晖	1,000	20
冯玲玲	1,000	20
合　计	**5,000**	**100**

③2009年4月，第一次增资

2009年4月24日，经杰晖公司股东会审议通过，杰晖公司注册资本变更至

10,000万元，新增注册资本由杨晓玲认缴1,500万元，吕戈杰认缴1,500万元，杨晓晖认缴1,000万元，冯玲玲认缴1,000万。

2009年4月27日，广州苏叶会计师事务所出具“穗苏叶验字（2009）第0147号”《验资报告》，对此次新增注册资本的实收情况进行了审验，截至2009年4月24日止，杰晖公司已收到各股东新认缴的注册资本，全部为货币出资。

该次增资后，杰晖公司的股东及持股情况如下：

股　东	出资额（万元）	持股比例（%）
吕戈杰	3,000	30
杨晓玲	3,000	30
杨晓晖	2,000	20
冯玲玲	2,000	20
合　计	**10,000**	**100**

④2010年10月，第二次增资

2010年9月26日，经杰晖公司股东会审议通过，杰晖公司注册资本变更至20,000万元，新增注册资本由广州华胜实业有限公司（以下称“华胜实业”）认缴3,000万元，广州新成实业有限公司（以下称“新成实业”）认缴3,000万元，广州宏星贸易有限公司（以下称“宏星贸易”）认缴1,600万元，深圳市凯铭电气照明有限公司（以下称“凯铭电气”）认缴2,400万元。

2010年9月28日，广州悦禾会计师事务所出具“穗禾验字【2010】第A1957号”《验资报告》，对此次新增注册资本的实收情况进行了审验，截至2010年9月27日止，杰晖公司已收到新股东投入的新增注册资本共计10,000万元，全部为货币出资。

该次增资后，杰晖公司的股东及持股情况如下：

股　东	出资额（万元）	持股比例（%）
吕戈杰	3,000	15
杨晓玲	3,000	15
华胜实业	3,000	15
新成实业	3,000	15
凯铭电气	2,400	12
杨晓晖	2,000	10
冯玲玲	2,000	10

宏星贸易	1,600	8
合　计	**20,000**	**100**

⑤2011年8月，第三次增资

2011年7月13日，经杰晖公司股东会审议通过，杰晖公司注册资本变更至35,000万元，新增注册资本由华胜实业认缴3,000万元，新成实业认缴3,000万元，宏星贸易认缴2,000万元，吕戈杰认缴2,000万元，杨晓玲认缴2,000万元，杨晓晖认缴1,500万元，冯玲玲认缴1,500万元。

2011年7月13日，广州中海粤会计师事务所出具“中海粤验字【2011】第050号”《验资报告》，对此次新增注册资本的实收情况进行了审验。截至2011年7月13日止，杰晖公司已收到各股东认缴的新增出资共计15,000万元，全部为货币出资。

该次增资后，杰晖公司的股东及持股情况如下：

序号	发起人姓名/名称	认缴出资额（万元）	出资比例（%）
1	新成实业	6,000	17.1429
2	华胜实业	6,000	17.1429
3	吕戈杰	5,000	14.2857
4	杨晓玲	5,000	14.2857
5	宏星贸易	3,600	10.2857
6	杨晓晖	3,500	10.0000
7	冯玲玲	3,500	10.0000
8	凯铭电气	2,400	6.8571
合　计		**35,000**	**100.00**

（3）截至目前，杰晖公司因资不抵债，已停止经营。

（4）杰晖公司诉讼情况

通过走访杰晖公司注册地和主要经营地管辖法院立案服务中心并查询的杰晖公司相关诉讼情况，联系杰晖公司原工作人员获取诉讼资料，在中国裁判文书网、执行查询系统、法院网站检索杰晖公司相关诉讼案件公开信息等方式获取了杰晖公司相关诉讼资料，经统计，以杰晖担保为被告的借款合同、担保合同纠纷案件约计 60 宗，涉案金额合计约 1.94 亿元。与谢秉政、冯玲玲相关之诉讼案件 25 宗，诉讼金额约计 1.31 亿元。

（5）杰晖公司被立案侦查的情况

2015 年 7 月，广州市公安局决定对杰晖公司虚报注册资本予以立案侦查。上述情况发生后，保荐机构于 2015 年 9 月 10 日向广州市公安局经济犯罪侦查支队提交了《关于向公安机关了解杰晖融资担保有限公司涉及案件情况的函》（安信函［2015］20 号）。2015 年 9 月 25 日，广州市公安局经济犯罪侦查支队向保荐机构出具了《广州市公安局经侦支队关于杰晖融资担保公司涉及案件情况的复函》（穗公经［2015］724 号），其复函原文如下：“一、我支队已于 2015 年 7 月 15 日对杰晖融资担保有限公司涉嫌虚报注册资本一案立案侦查。二、根据调查，冯玲玲（居民身份证号码：3303271973********）是杰晖融资担保有限公司股东之一，目前占该公司 10%的股份。三、据冯玲玲自述及杰晖融资担保有限公司总经理、股东杨晓辉陈述：冯玲玲在杰晖融资担保有限公司的出资从 2008 年 12 月的 1000 万元人民币增加至 2011 年 7 月的 3500 万元人民币，均为真实出资，暂未发现冯玲玲本人有抽逃出资的行为。四、据冯玲玲自述及杰晖融资担保有限公司总经理、股东杨晓辉陈述：冯玲玲是该公司的股东，但未担任其他职务，未参与杰晖公司的经营管理。五、目前，此案仍在侦查中。”

2、谢秉政、冯玲玲夫妇因杰晖融资担保有限公司借款合同纠纷被相关债权人要求承担连带清偿责任涉及的诉讼的情况

公司实际控制人冯玲玲参股的杰晖融资担保有限公司及其部分股东因借款合同纠纷被有关债权人要求承担清偿及担保责任。有关债权人以杰晖担保及其股东（包括冯玲玲及其配偶谢秉政）等为被告，向广州市荔湾区人民法院提起 1 宗诉讼请求、向广州市海珠区人民法院提起 3 宗诉讼请求、向成都市金牛区人民法院提起 7 宗诉讼请求、向重庆市江津区人民法院提起 1 宗诉讼请求、向广州市天河区人民法院提起 11 宗诉讼请求、向从化区人民法院提起 1 宗诉讼请求，向番禺区人民法院提起 1 宗诉讼请求，要求上述法院判决杰晖担保及其股东（包括冯玲玲及其配偶谢秉政）等多名被告承担连带清偿责任。

截至本招股意向书签署之日，上述 25 宗案件中已作出终审判决（裁定）的案件为 10 宗（涉及标的金额约 2,105 万元），判决（裁定）结果为：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（海珠区法院涉及之三宗诉讼）、裁定准予上诉人撤回上诉（成都金牛区法院涉及之六宗诉讼）及一审判决后原告未在上诉期限内提起上诉（番禺法院涉及之一宗诉讼）。上述 25 宗案

件中另有 3 宗诉讼案件（成都金牛法院、荔湾区法院、重庆江津法院各 1 宗）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，已作出一审判决（裁定）的案件为 1 宗（天河区法院涉及之一宗诉讼），判决结果为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。截至目前，上述 25 宗案件中尚未作出判决的案件为 11 宗，涉及的金额共计 8,357 万元。

相关案件法院判决的具体情况如下：

（1）2014 年 9 月 24 日和 2014 年 10 月 27 日，广州市荔湾区人民法院和广州市海珠区人民法院已分别开庭审理其中四宗诉讼案件。2015 年 3 月 12 日，广州市海珠区人民法院经审判下达“（2014）穗海法民二初字第 1376 号”、“（2014）穗海法民二初字第 1377 号”和“（2014）穗海法民二初字第 1378 号”《民事判决书》，均判决驳回原告的诉讼请求。同时，由于相关案件的原告涉嫌伪造、变造杰晖担保公司印章，杰晖担保已就相关案件的原告伪造、变造其印章事宜向广州市公安局天河区分局冼村派出所提出控告，并被广州市公安局天河区分局予以立案侦查。2015 年 3 月 20 日，针对上述一审判决，原告已分别向广州市中级人民法院提起了上诉。2016 年 6 月 8 日，广州市中级人民法院下达“（2015）穗中法金民终字第 1036、1037、1038 号”《民事判决书》，判决驳回上诉，维持原判决。该判决为终审判决。由于相关案件的原告涉嫌伪造、变造杰晖担保公司印章已被广州市公安局天河区分局予以立案侦查，荔湾区法院以该案需以前案审理结果为依据裁定该案中止诉讼。2016 年 8 月 26 日，广州市荔湾区人民法院下达“（2014）穗荔法民二初字第 317 号之一”《民事裁定书》，裁定准许原告撤回上诉。

（2）2015 年 5 月 15 日，成都市金牛区人民法院就其中六宗诉讼案件下达驳回原告起诉的裁定。2015 年 5 月 25 日，针对该驳回起诉的裁定，原告已向成都市中级人民法院提起上诉。2016 年 3 月 21 日，成都市中级人民法院下达“（2016）川 01 民终 1302、1304、1305、1306、1307 号”《民事裁定书》，裁定准许上诉人撤回上诉，该裁定为终审裁定。

（3）2015 年 11 月 4 日，根据谢秉政、冯玲玲诉讼代理人管辖权异议申请，从化区人民法院下达了民事裁定书，裁定该案移交海珠区法院审理。截至本招股意向书出具之日，原告已就该裁定向广州市中级人民法院提起了上诉。

（4）2016 年 2 月 2 日，广州市番禺区人民法院经审判下达“（2015）穗番法石民初字第 1294 号” 民事判决书，认为原告“提供的证据显然不足以证实其关于冯玲玲作为杰晖公司的股东存在抽逃出资的行为，本院不予采信，对其基于此要求冯玲玲承担补充赔偿责任的主张，本院不予采信。据此，对要求谢秉政承担共同还款责任的主张，本院亦不予支持”，判决：（1）杨晓晖偿还原告本金、利息及罚息；（2）杰晖担保承担连带清偿责任；（3）驳回原告其余诉讼请求。由于在上诉有效期内没有提起上诉，该案件的一审判决已经生效成为终审判决。

（5）2016 年 3 月 14 日，广州市天河区人民法院经审判下达“（2014）穗天法民二初字第 4775 号”民事判决书，认为原告“主张认为杰晖公司股东存在验资后的资金抽逃，没有事实及法律依据，本院不予支持”， “在杰晖公司为其股东对外借款时所作出的股东会决议并没有经过冯玲玲的同意或签具借款担保，印证了冯玲玲在本案债务形成时，并非实际操控杰晖公司的运营”，原告“请求谢秉政承担冯玲玲的公司出资责任，没有事实和法律依据，法院不予支持”，判决：驳回原告的诉讼请求。

（6）2016 年 8 月 3 日，成都市金牛区人民法院下达“（2014）金牛民初字第 5566 号”《民事裁定书》，裁定准许原告撤回上诉。

（7）2016 年 8 月 16 日，重庆市江津区人民法院下达“（2014）津法民初字第 09424 号附 2 号”《民事裁定书》，裁定准许原告撤回上诉。

3、因杰晖公司所引起的相关诉讼及杰晖公司被立案侦查对公司的影响

根据《公司法》的相关规定，有限责任公司的股东以其认缴的出资额为限对公司承担责任。截至本招股意向书出具之日，冯玲玲持有杰晖担保 10%股权（出资额 3,500 万元），故其最多在已认缴的 3,500 万元出资额范围内对杰晖担保的经营事项承担责任。另外，按照谢秉政、冯玲玲目前所拥有之资产规模，即使谢秉政、冯玲玲最终为其二人所涉诉讼案件全额承担还款责任，同时需代杰晖担保偿还诉讼债权，其二人亦具备足够的偿还能力，不会因此影响其二人所持发行人的股份份额，亦不会影响其二人的发行人实际控制人地位。此外，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。

综上所述，保荐机构和发行人律师认为：（1）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。杰晖公司相关诉讼事项不会影响谢秉政、冯玲玲发行人实际控制之地位；发行人实际控制人所持部分比音勒芬股权由于诉讼财产保全原因曾被限制办理相应变更手续或被冻结之事项系正常的司法诉讼程序，并不属于股权权属纠纷；发行人实际控制人谢秉政、冯玲玲所持发行人股权权属清晰，无任何权属争议或纠纷。谢秉政、冯玲玲二人拥有除比音勒芬股权之外的其他资产足以应对其本人或杰晖公司之诉讼，且其二人已出具书面承诺，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。因此，杰晖公司相关诉讼事项不会对发行人本次发行上市构成实质性障碍。（2）截至本招股意向书签署之日，广州市公安局已对杰晖担保涉嫌虚报注册资本罪立案侦查，但并未对谢秉政、冯玲玲予以立案侦查。发行人实际控制人并未涉及“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”的情形，符合《首发管理办法》第 16 条第三款之规定。因杰晖公司所引起的相关诉讼及杰晖公司被立案侦查事宜不会对发行人本次发行上市构成实质性障碍。

除上述诉讼之外，截至招股意向书签署日，公司控股股东或实际控制人、公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员未涉及其他重大诉讼或仲裁事项。

（三）刑事诉讼情况

截至招股意向书签署日，公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员不存在涉及刑事诉讼的情况。

第十六节 董事、监事、高级管理人员及有关中介机构声明

一、发行人全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司全体董事、监事、高级管理人员承诺本招股意向书及其摘要不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。如招股意向书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，将依法赔偿投资者损失。

全体董事：

谢秉政　　申金冬　　唐新乔

陈阳　　刘岳屏　　孙先锦

汤海鹏

全体监事：

史民强　　曹勇　　黄桂英

全体高管：

申金冬　　唐新乔　　陈阳

比音勒芬服饰股份有限公司

2016 年 11 月 7 日

二、保荐机构（主承销商）声明

本公司已对招股意向书及其摘要进行了核查，确认不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

保荐代表人签名：

杨 勇　　潘祖祖

项目协办人签名：

王安定

法定代表人签名：

王连志

安信证券股份有限公司

2016 年 11 月 7 日

承诺函

安信证券股份有限公司（以下称“本保荐机构”）作为比音勒芬服饰股份有限公司（以下称“发行人”）向中国证券监督管理委员会申请首次公开发行股票并上市（以下称“首次公开发行股票”）的保荐机构，在此承诺如下：

本保荐机构为发行人首次公开发行股票制作、出具的文件不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的情形；因本保荐机构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。

安信证券股份有限公司

2016 年 11 月 7 日

三、发行人律师声明

本所及经办律师已阅读招股意向书及其摘要，确认招股意向书及其摘要与本所出具的法律意见书和律师工作报告无矛盾之处。本所及经办律师对发行人在招股意向书及其摘要中引用的法律意见书和律师工作报告的内容无异议，确认招股意向书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

律师事务所负责人签名：

张利国

经办律师签名：

臧 欣 袁月云

北京国枫律师事务所

2016 年 11 月 7 日

承诺函

北京国枫律师事务所（以下称“本所”）作为比音勒芬服饰股份有限公司本次申请首次公开发行股票并上市项目（以下称“本项目”）特聘专项法律顾问，现郑重承诺：

本所为本项目制作、出具的申请文件真实、准确、完整、及时，无虚假记载、误导性陈述或重大遗漏；若因本所未能勤勉尽责，为本项目制作、出具的申请文件有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，给投资者造成损失的，本所将依法赔偿投资者损失。

特此承诺。

律师事务所负责人签名：

张利国

经办律师签名：

臧 欣

袁月云

北京国枫律师事务所

2016 年 11 月 7 日

四、承担审计业务的会计师事务所声明

本所及签字注册会计师已阅读招股意向书及其摘要，确认招股意向书及其摘要与本所出具的审计报告、内部控制鉴证报告及经本所核验的非经常性损益明细表无矛盾之处。本所及签字注册会计师对发行人在招股意向书及其摘要中引用的审计报告、内部控制鉴证报告及经本所核验的非经常性损益明细表的内容无异议，确认招股意向书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。因本所为发行人首次公开发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者损失。

经办注册会计师签名：

王韶华　　洪文伟

会计师事务所负责人签名：

蒋洪峰

广东正中珠江会计师事务所（特殊普通合伙）

2016 年 11 月 7 日

五、评估机构声明

本机构及签字注册资产评估师已阅读招股意向书及其摘要，确认招股意向书及其摘要与本机构出具的资产评估报告无矛盾之处。本机构及签字注册资产评估师对发行人在招股意向书及其摘要中引用的资产评估报告的内容无异议，确认招股意向书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。因本所为发行人首次公开发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者损失。

经办注册评估师签名：

潘赤戈

刘绍云

评估机构负责人签名：

陈喜佟

广东联信资产评估土地房地产估价有限公司

2016 年 11 月 7 日

本机构及签字注册资产评估师已阅读招股意向书及其摘要，确认招股意向书及其摘要与本机构出具的资产评估复核报告无矛盾之处。本机构及签字注册资产评估师对发行人在招股意向书及其摘要中引用的资产评估复核报告的内容无异议，确认招股意向书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。因本所为发行人首次公开发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者损失。

经办注册评估师签名：

潘赤戈

中国注册资产评估师 刘绍云 4403[illegible]34

刘绍云

评估机构负责人签名：

陈喜佟

广东联信资产评估土地房地产估价有限公司

2016 年 11 月 7 日

六、验资机构声明

本机构及签字注册会计师已阅读招股意向书及其摘要，确认招股意向书及其摘要与本机构出具的验资报告无矛盾之处。本机构及签字注册会计师对发行人在招股意向书及其摘要中引用的验资报告的内容无异议，确认招股意向书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。因本所为发行人首次公开发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者损失。

经办注册会计师签名：

王韶华　　洪文伟

会计师事务所负责人签名：

蒋洪峰

广东正中珠江会计师事务所（特殊普通合伙）

2016 年 11 月 7 日

本机构及签字注册会计师已阅读招股意向书及其摘要，确认招股意向书及其摘要与本机构出具的验资复核报告无矛盾之处。本机构及签字注册会计师对发行人在招股意向书及其摘要中引用的验资复核报告的内容无异议，确认招股意向书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。因本所为发行人首次公开发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者损失。

经办注册会计师签名：

王韶华　　洪文伟

会计师事务所负责人签名：

蒋洪峰

广东正中珠江会计师事务所（特殊普通合伙）

2016 年 11 月 7 日

第十七节 备查文件

一、备查文件

在本次发行承销期内，下列文件均可在本公司和保荐机构（主承销商）办公场所查阅。

（一）发行保荐书和发行保荐工作报告；

（二）财务报表及审计报告；

（三）内部控制鉴证报告；

（四）经注册会计师核验的非经常性损益明细表；

（五）法律意见书及律师工作报告；

（六）公司章程；

（七）中国证监会核准本次发行的文件；

（八）其他与本次发行有关的重要文件。

二、备查地点、时间

（一）备查地点

发 行 人：比音勒芬服饰股份有限公司

地 址：广州市番禺区南村镇兴业大道 309 全部

电 话：020-39952666

传 真：020-39958289

联 系 人：陈阳

保荐机构（主承销商）：安信证券股份有限公司

地 址：深圳市福田区金田路 4018 号安联大厦 35 层、28 层 A02 单元

电 话：0755-82558269

传 真：0755-82825424

联 系 人：杨勇、潘祖祖

（二）备查时间

周一至周五：上午 9：30—11：30 下午 2：30—5：00

三、信息披露网址

深圳证券交易所指定信息披露网址：http://www.cninfo.com.cn